

平成21年度 電気電子機器等の流通・処理実態調査
及びリユース促進事業
(概要版)



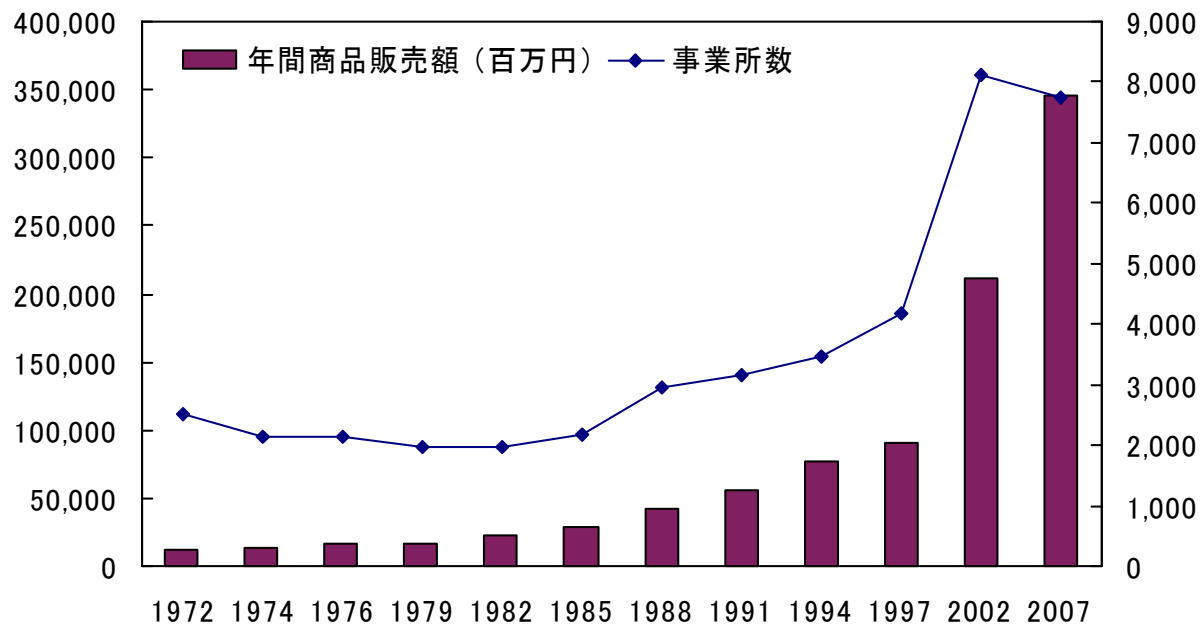
- 環境保全上の効果の点からも推進することが望ましいリユースに関する様々な取組の活性化を図るため、リユース市場の市場規模を含めた現状、環境保全上の効果、今後のリユース推進についての課題を把握することを目的とし、予備的な調査を行ったもの。
- 実施に当たっては、関係業界等の有識者からなる意見交換会を開催し、調査項目及び調査結果について、多角的な意見交換を行っていただいた。

- 内容
 - ・リユース市場の推計について
 - ・消費者のリユースに関する意識について
 - ・市町村等におけるリユースに関する取組について
 - ・品目別の排出・流通実態(マテリアルフロー)の推計
 - ・リユースの環境保全上の効果の把握手法について
 - ・リユース業者に向けたアンケート調査の実施方針について
 - ・業界における優良事業者支援の自主取組

I. リユース市場規模の推計

- 商業統計によれば、中古品小売業(骨とう品除く)の年間販売額は増加傾向
 - 2007年の年間商品販売額は3,452億円と5年間で1.6倍に拡大
 - 1事業所あたりの販売額は1.7倍に拡大
- ただし、商業統計の数値では捕捉できていない中古品市場が存在
 - 主業としての販売のみ。また、中古自転車、古本については捕捉不可
 - 中古車が含まれていない(中古車小売業で別途計上)
 - ネットオークションなど「C to C」での売買が含まれていない

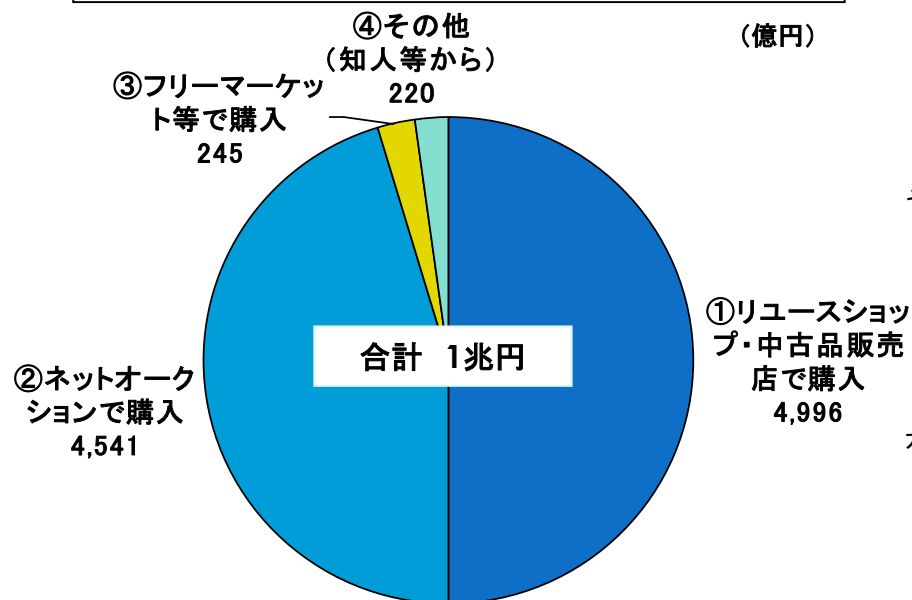
中古品小売業(骨とう品を除く)における事業所数・販売額の推移



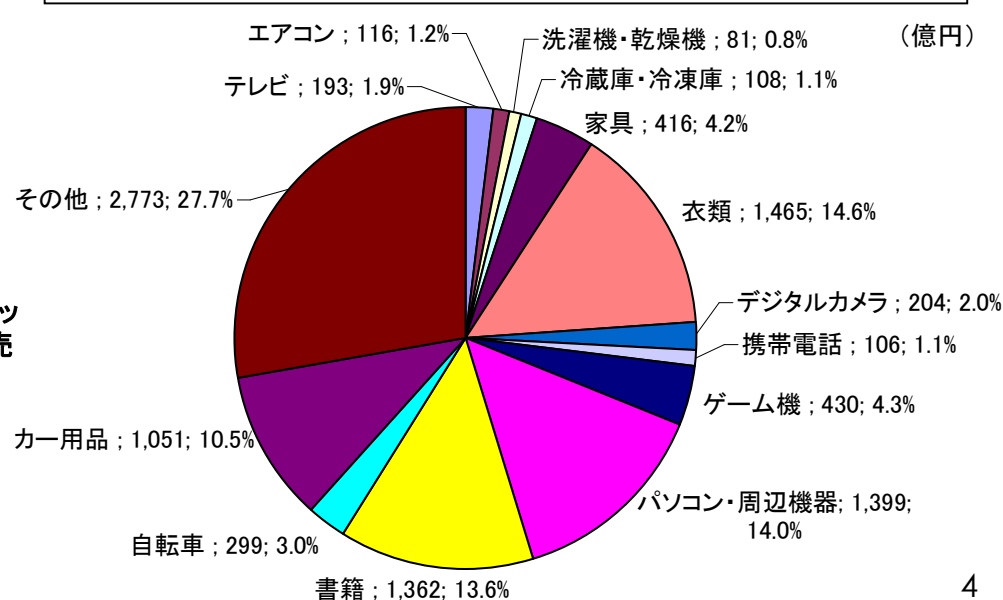
リユース市場規模(消費者アンケートからの推計)

- リユース市場の規模を消費者アンケート調査(後述)より推計
 - 「消費段階としてエンドユーザーが中古品を購入した総額」を市場規模とする
 - アンケートより品目別の中古品購入数量・金額をもとに拡大推計
- 家具、電気電子機器、日用品等のリユース市場は約1兆円と推計され、中古車市場(推計2.6兆円)と合計すると3~4兆円に上る
- 上記1兆円を流通経路別に見ると、「①リユースショップで購入」が約5,000億円(50%)、「②ネットオークションで購入」が約4,500億円(45%)

流通経路別のリユース市場規模(自動車除く)



品目別の内訳(自動車除く)





Ⅱ. 消費者のリユースに関する意識について

- インターネットアンケート調査を実施、消費者のリユースに関する意識・意向等を把握した
 - 中古品を「過去にあなた以外のユーザーが利用・使用していた商品」と定義、「新古品」は対象外としている
 - 中古自動車、骨とう品、中古住宅は除く。

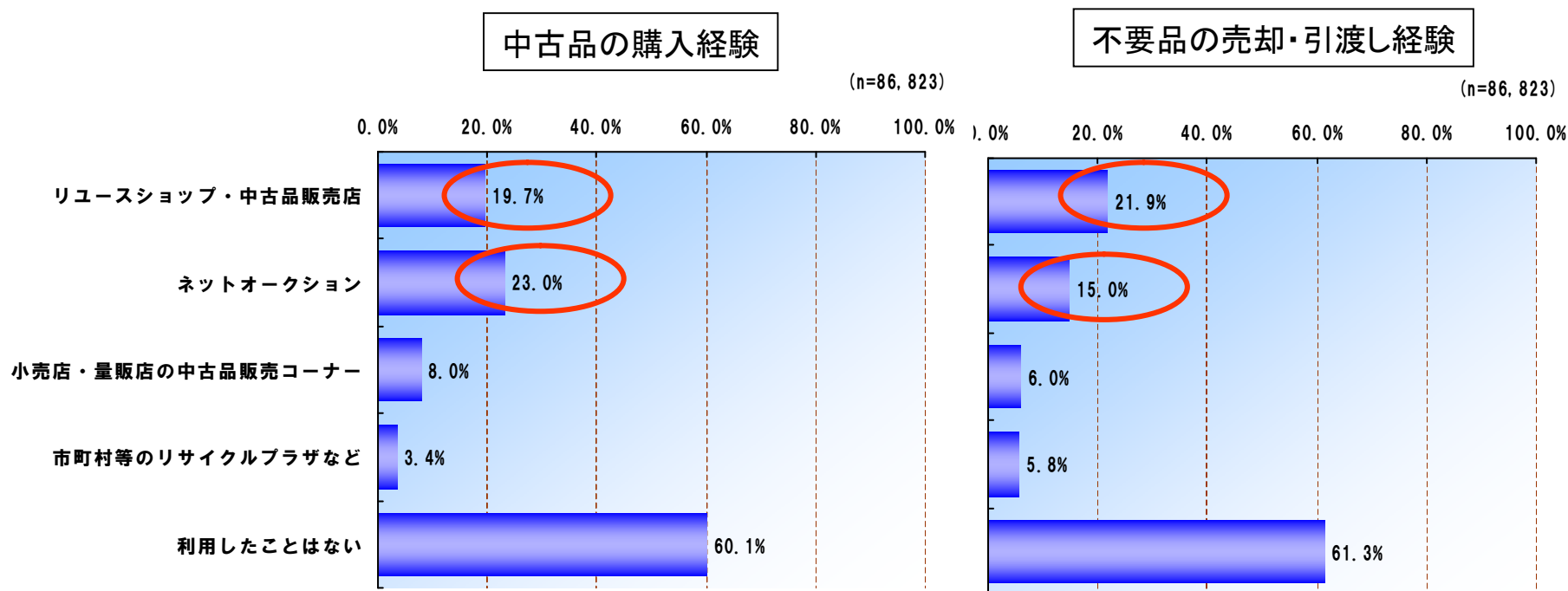
- 調査対象は以下の14品目、調査は事前調査(N=86,823)と本調査(N=3,000)に分けて実施

<調査対象品目>

- | | | | |
|---------|---------------|--------------|--------------|
| 1. テレビ | 2. エアコン | 3. 電気洗濯機・乾燥機 | 4. 電気冷蔵庫・冷凍庫 |
| 5. 家具 | 6. 衣類 | 7. デジタルカメラ | 8. 携帯電話 |
| 9. ゲーム機 | 10. パソコン・周辺機器 | 11. 書籍 | |
| 12. 自転車 | 13. カー用品 | 14. その他 | |

中古品の購入経験、不要品の売却・引渡し経験

- 中古品の購入経験は、「利用したことはない」が約6割、次いで「ネットオークション」が23.0%、「リユースショップ・中古品販売店」が19.7%と続く
- 不要品の売却・引渡し経験は、「利用したことはない」が約6割、「リユースショップ・中古品販売店」が21.9%、「ネットオークション」が15.0%と続く

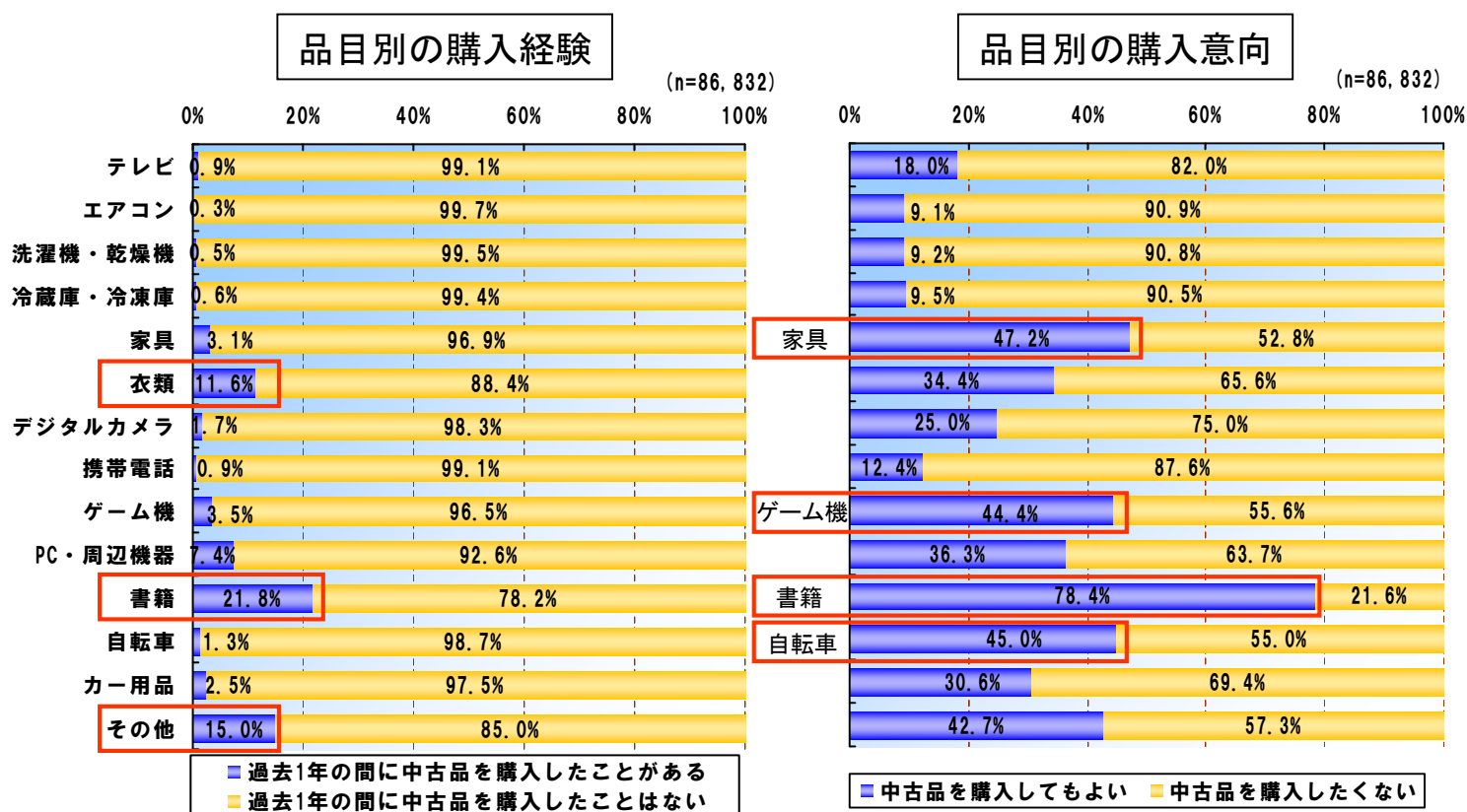


※いずれも過去1年間における経験

※「ネットオークション」の経験については、インターネットモニターアンケートの結果であることに留意

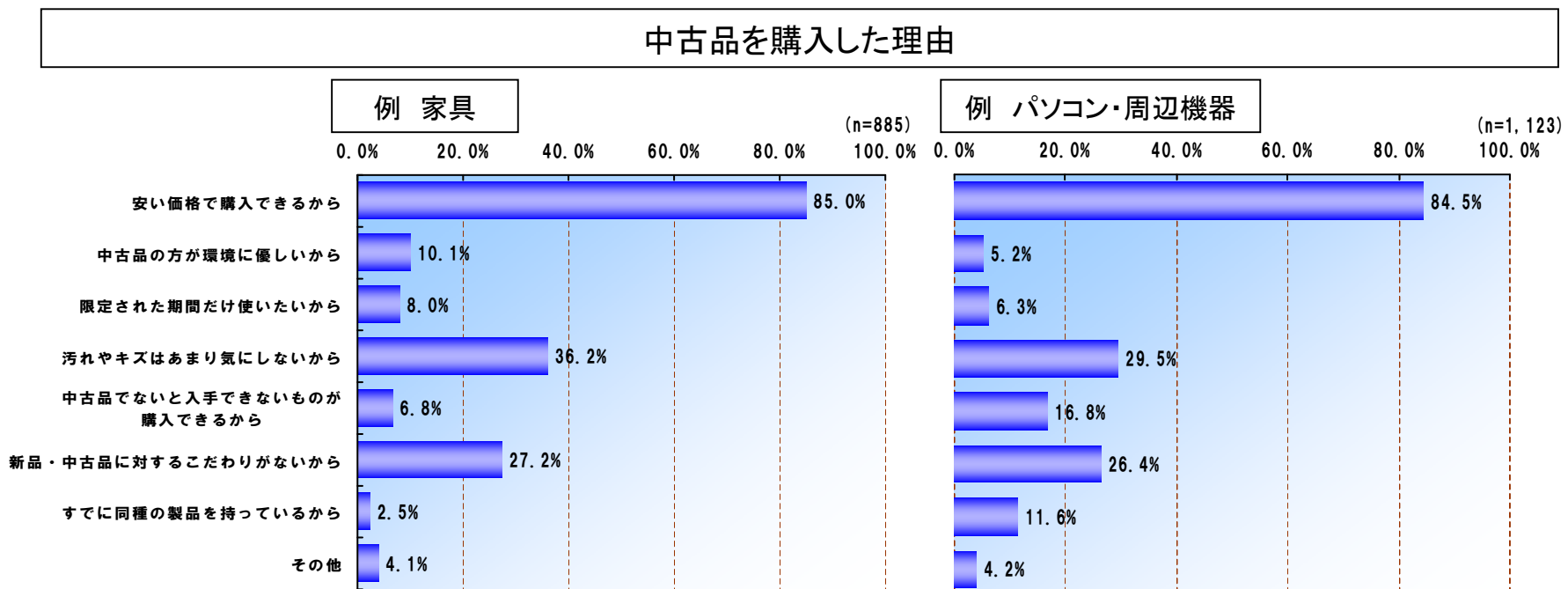
品目別の購入経験、購入意向

- 品目別の購入経験は、「書籍」(22%)、「その他」(15.0%)、「衣類」(12%)が上位。一方、「エアコン」、「洗濯機・乾燥機」、「冷蔵庫・冷凍庫」、「テレビ」、「携帯電話」は1%未満と、他と比較すると低い
- 購入意向については、「書籍」、「家具」、「自転車」、「ゲーム機」が上位



中古品を購入した理由／不要となった製品の引渡先の選定理由

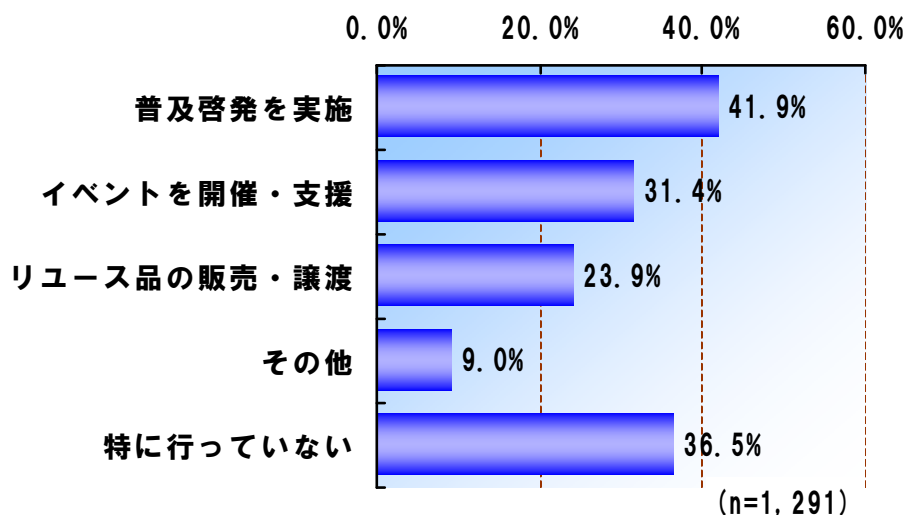
- 中古品を購入した理由について、いずれの品目も以下の理由が上位
 - 「安い価格で購入できるから」
 - 「汚れやキズはあまり気にしないから」
 - 「新品・中古品に対するこだわりがないから」
- 不要となった製品の引渡先を選んだ理由は、「金銭的な理由」が最も多く、次いで「煩雑な手続きや準備をしなくてすむから」、「まだ使用する人がいれば有効に利用して欲しかったから」が上位



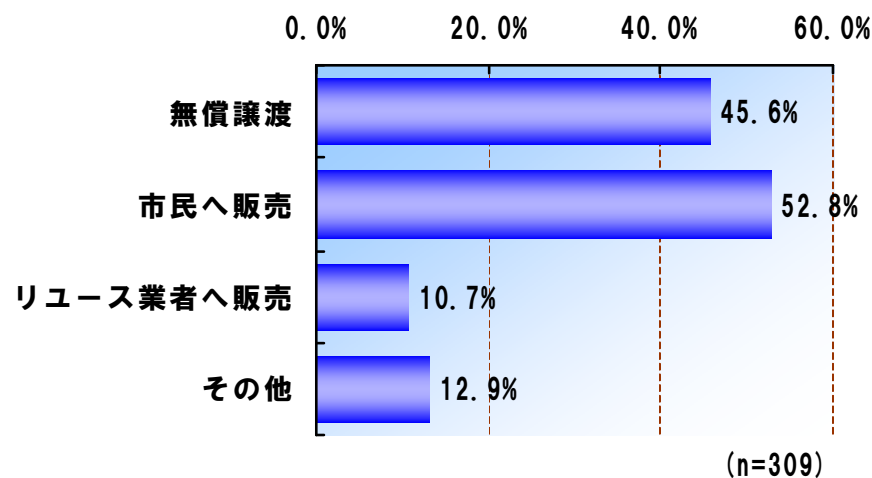
Ⅲ. 市町村等におけるリユースに関する取組について

- 全国市町村に対しリユースに関する取組状況をアンケート調査
- リユースについて何らかの取組を行っている市町村は63.5%
- 市町村における「リユース品の販売・譲渡」は約1/4 (309件)が実施
- 具体的品目は「家具(84.5%)」「中古自転車(58.3%)」「その他(44.3%)」が上位
- リユースの方法としては、「市民への販売(52.8%)」、「無償譲渡(45.6%)」が上位、「リユース業者への販売」は10.7%。

市町村におけるリユース推進に向けた取組



リユース品の販売・譲渡の具体的内容



市町村等におけるリユースの具体的な取組

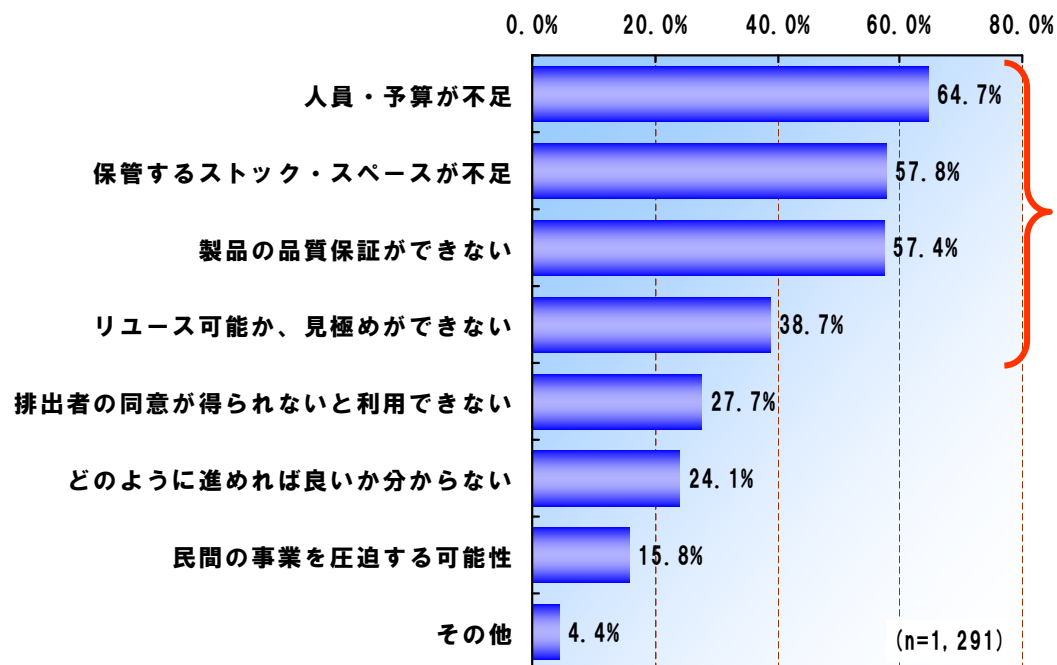
- アンケート結果をもとに、市町村の具体的な取組内容をインタビュー調査
- リユース品の収集方法などより、「①リユースを前提として不要品を収集」、「②ごみからリユース可能な製品を分別・仕分け」、「③住民同士のリユースを仲介」の3つの大別される。
- いずれも、必要なメンテナンス(清掃・修理など)を施し、住民又はリユース業者に譲渡・販売される。

① リユースを前提に 不要品を収集	② ごみから リユース可能な製品を仕分け	③ 住民同士の リユースを仲介
<ul style="list-style-type: none"> ・リユースを前提として収集。排出者の意向は確認済み ・家具、衣類、小型家電など対象 <p><具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・リサイクルセンターなどにリユース品を持ち込んでもらう ・不要品発生時に住民から連絡を受け、引き取り ・衣類を対象に、リユース業者・輸出業者と連携・海外リユース 	<ul style="list-style-type: none"> ・粗大ごみや不燃ごみとして排出されたものから、リユース可能な製品を分別・仕分ける ・家具、衣類、小型家電などが対象 <p><具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村等が独自に目利きしリユース ・リユース業者と連携しリユース(判断基準など) 	<p>掲示板や広報誌などを使って不要品などの情報提供を実施</p> <p>実際の製品・お金のやりとりは住民同士にやってもらう事例が多い</p>

市町村等におけるリユース推進上の課題

- リユースを促進させるための取組予定について、「積極的に進める予定」(5%)、「進める予定」(13%)。「検討中」(42%)を含めると6割の市町村に可能性あり
- リユース利用の促進に関して想定される課題は「人員・予算が不足」、「保管するストック・スペースが不足」、「製品の品質保証ができない」が上位
- これらは、先行事例の情報提供やリユース業者との連携で解決される可能性あり

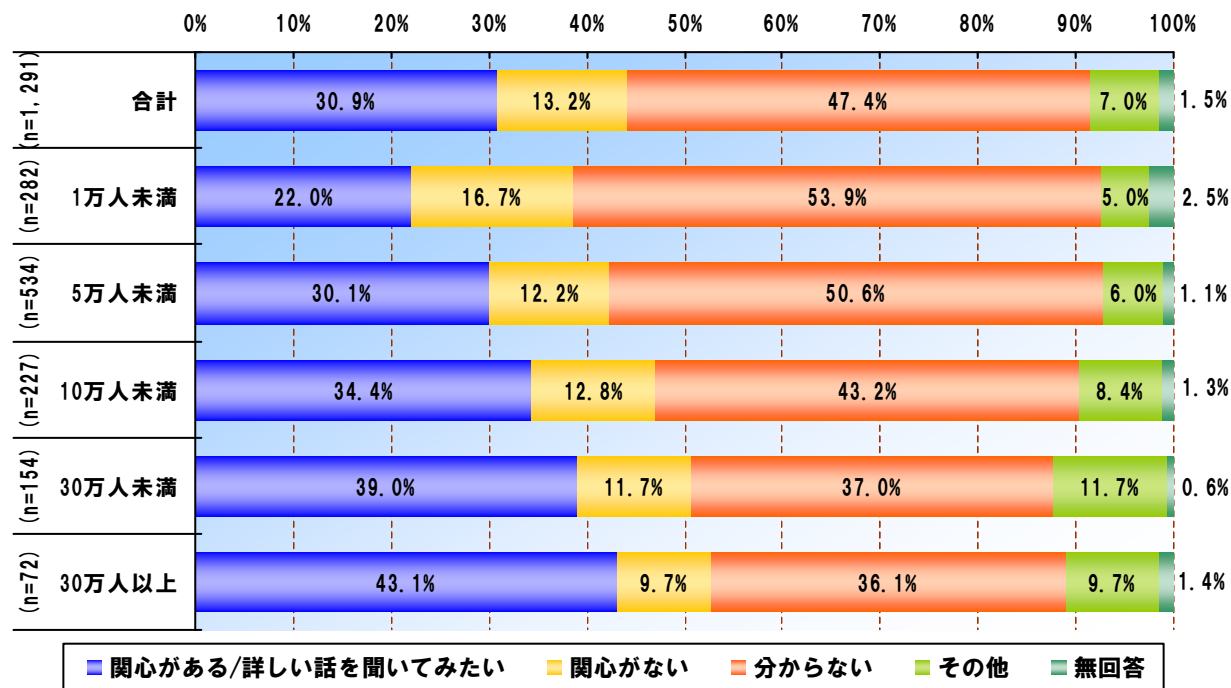
リユース利用の促進に関して想定される課題




先行事例に関する情報提供や、リユース業者と連携することで推進される可能性あり

リユースのモデル事業に対する市町村の関心

■人口10万人以上の都市(226市)の約4割が
「関心がある／詳しい話を聞いてみたい」と回答



(設問)環境省では、リユース促進に向けたモデル事業を検討しています。市町村が収集した粗大ごみ・不燃物の中から、リユース可能な製品を選別し、リユース事業者と連携して活用するというものですが、平成22年度以降このような事業があったとした場合、関心がありますか。



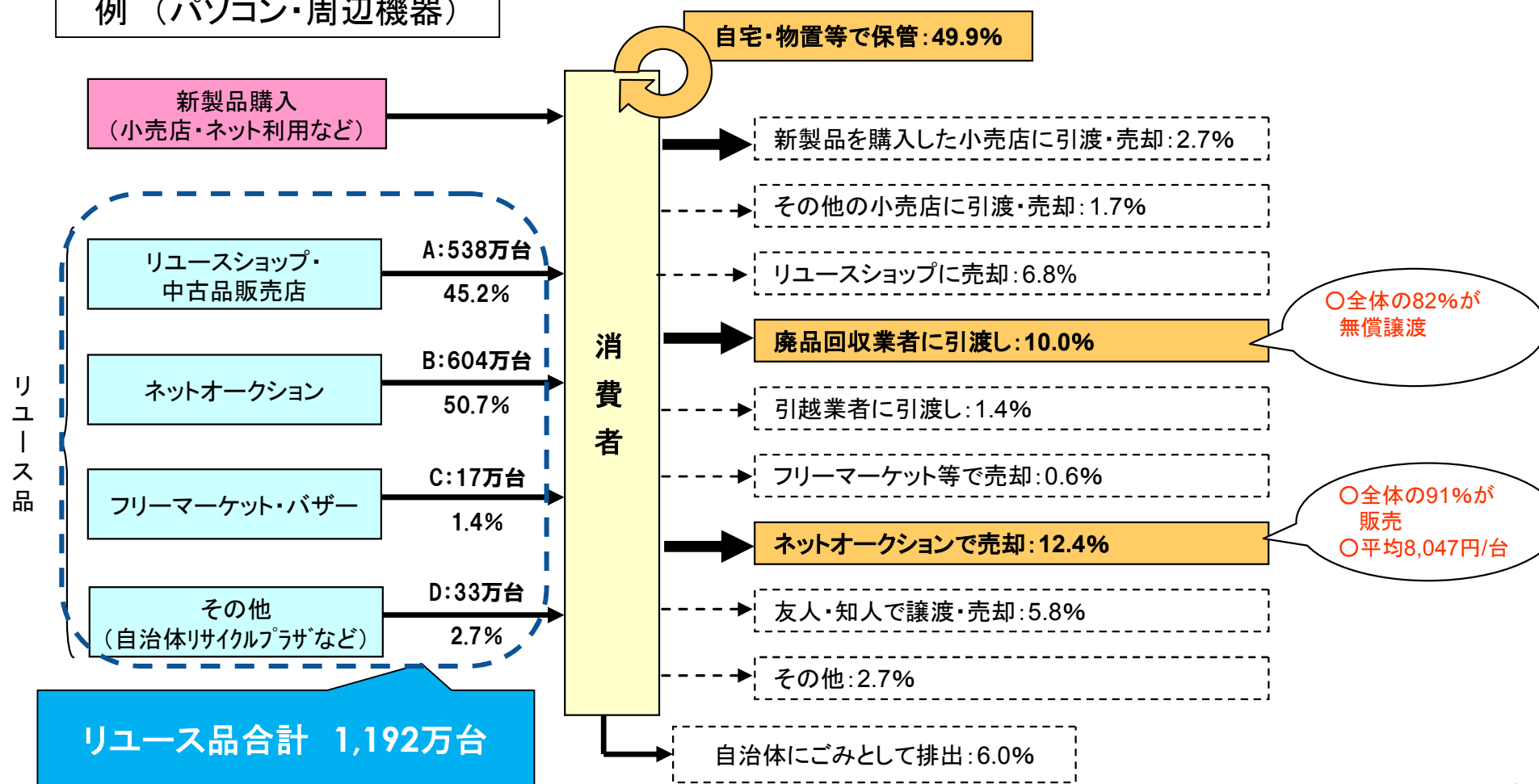
市町村等におけるリユース推進に向けた課題・要望

- アンケートにおける自由回答からの抜粋(一部)
 - 住民から有料にて収集した粗大ごみを、リユース利用することが良いのか。排出者の合意があれば可能なのか。
 - 市町村が販売した場合、その製品の安全性や品質保証が困難である。
 - 自転車のリユースにおいては防犯登録など問題になるのではないのか。
 - どのような製品がリユースできるのか見極めができない。リユースできると引き取っても利用されないと最終的には処理する必要がある。
 - 行政が直接リユースを推進するのではなく、民間企業に任せた方が良いのではないのか。行政はその支援を行う。
 - 他の取り組み事例や課題、実施に向けての工夫点などの情報が欲しい。
 - 財政状況が厳しいので、市町村の負担の少ない仕組みが求められる。
 - 地域(立地、人口規模)によって状況が異なる。

IV. 品目別の排出・流通実態(マテリアルフロー)の推計

- 消費者アンケート調査をもとに、中古品の購入経路、不要品の排出・引渡先の割合、及びその際の費用について、品目別に整理。

例 (パソコン・周辺機器)

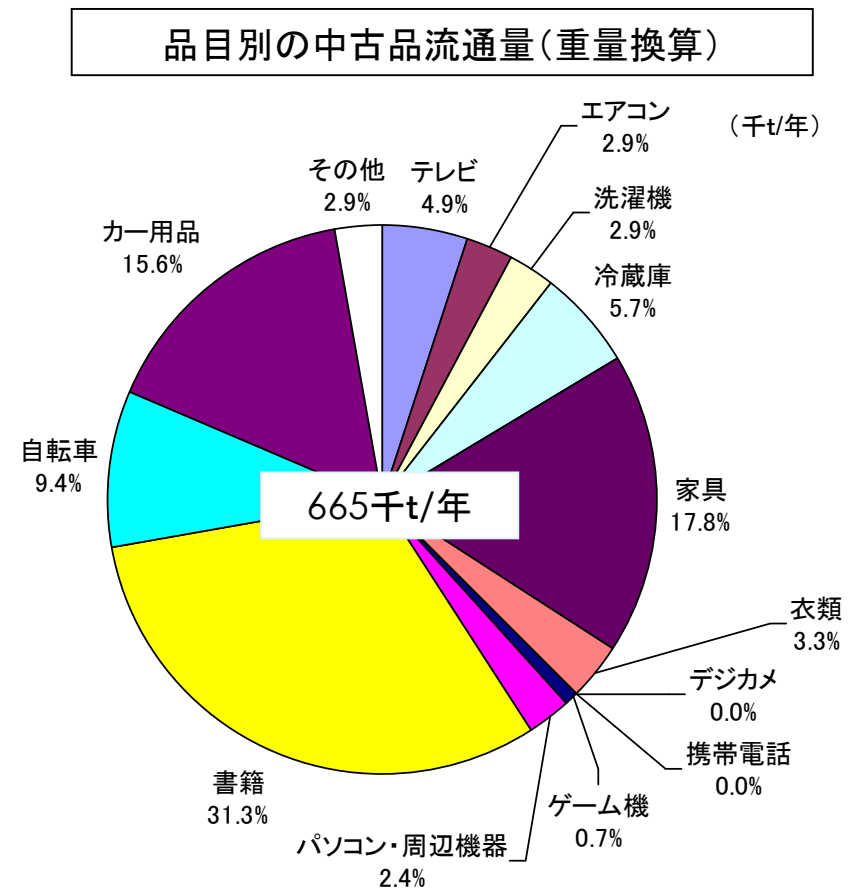


V. リユース推進による環境保全上の効果(廃棄物の削減効果)

- リユースの推進によって廃棄物発生量を抑制する効果がある。短期的な効果として、リユース品の流通量(重量換算)が廃棄物の発生抑制効果であると仮定し推計

□ 正確には「リユースにより廃棄時期を先延ばしした」と表現

- 家具、電気電子機器、日用品等(自動車除く)のリユースにより、短期的には665千t/年の廃棄物を削減できていると推計され、その量は一般廃棄物総排出量の1.3%に相当する

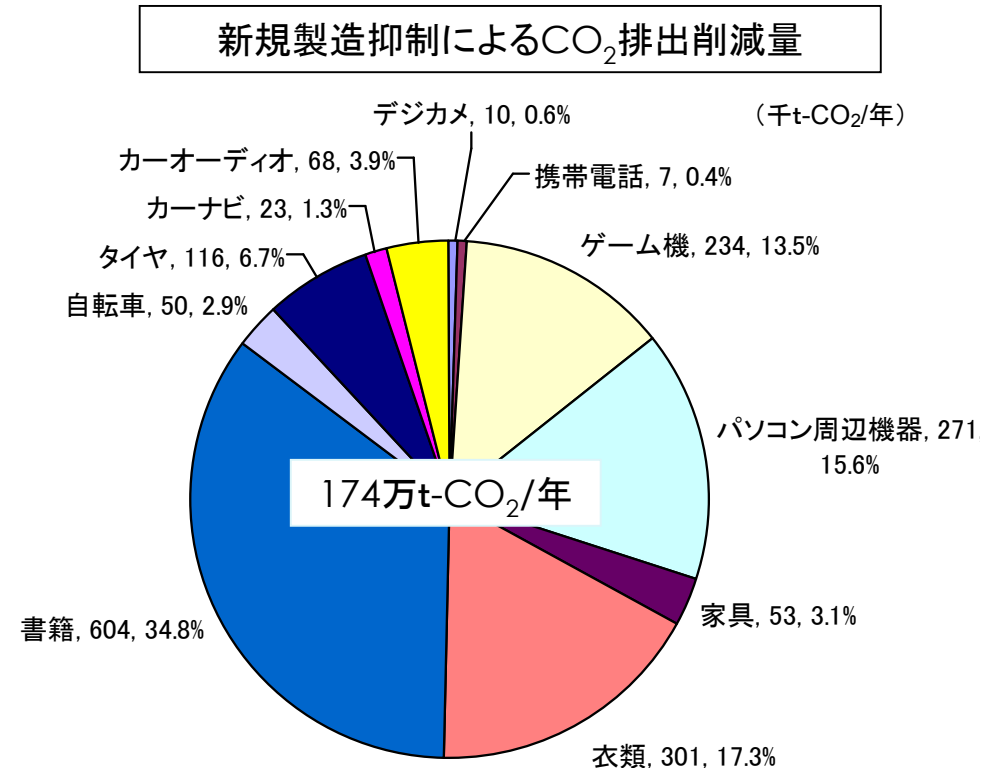


(10/9/27 第1回研究会後の追記)

- ・環境保全上の効果の算定においては、様々な仮定をおいた上での推計結果です。
- ・廃棄物の削減効果 推計時の詳細な前提条件については、「平成21年度 電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業 報告書」p132～138をご参照ください。

リユース推進による環境保全上の効果(温室効果ガス排出削減)

- LCAの考え方を踏まえて、リユースの推進により新製品の製造が抑制されたと仮定し、CO₂排出量の削減効果を試算する
 - 使用段階における削減効果は使用年数等のデータが不足しており、算定対象外とした
- 家具、電気電子機器、日用品等(自動車除く)のリユースによる新規製造抑制効果のCO₂削減量は、現状年間約174万t-CO₂、国内排出量の0.14%に相当



(10/9/27 第1回研究会後の追記)

- ・環境保全上の効果の算定においては、様々な仮定をおいた上での推計結果です。
- ・温室効果ガス排出削減効果 推計時の詳細な前提条件については、「平成21年度 電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業 報告書」p139～147をご参照ください。

VI. 業界における優良事業者支援の自主取組

- リユース事業者の業界団体では、優良事業者に向けた支援策を実施している。
- 認証ガイドラインの策定、電子マニフェストシステムの構築、優良事業者認定制度などを進めている。

	JRCA (ジャパンリサイクルアソシエーション)	JRO (日本リユース機構)	JRAA (日本リユース業協会)
既存の取組	認証ガイドライン作成	電子マニフェストシステムの構築	優良事業者認定制度
推進体制	個別に会員事業者を回って説明、 認証事業者には店頭表示	参加は任意	
法令遵守	審査有り 遵守されない場合は取り消すことがある。	システム参加時に法令遵守体制を 面接審査、その後も随時チェック	ガバナンス等社内体制、法令違反・ 反社会勢力との関わり等、遵守体 制を審査
品質管理・保証	商品の点検と清掃、最低1週間以上 の保証		
トレーサビリティ	製造後10年以上経過した家電製品 について、仕入れ先及び販売先の 管理	量販店から仕入れた家電4品目につ いて電子マニフェストで管理 仕入れ元から売却(輸出含む)又は 処分までを個別別に管理可能(た だし、売却先情報を除く)	社内体制としてのトレーサビリティ構 築状況をチェック
平成21年度の取組	・優良事業者へ店頭用のSR認証 マーク配布準備 ・SR認証マークの効果等の把握	・リユース電子マニフェスト研修会の 開催	・リユーステキスト(第1版)の作成 ・認定ステッカーの作成