
環境省モデル事業の取りまとめに向けて

2024年12月10日

1．令和4～6年度のモデル事業概要

令和4年度（京都府亀岡市、京都府京都市、神奈川県川崎市、
神奈川県座間市、東京都八王子市、埼玉県坂戸市）

令和5年度（愛知県蒲郡市、神奈川県座間市、東京都八王子市）

令和6年度（東京都八王子市、福島県郡山市）※実施中

2．リユースの取組方式別の成果整理

3．モデル事業の活用・展開に向けてご意見をいただきたい点

参考 各モデル事業の成果整理（取組方式別）、令和6年度モデル事業の概要

リユース事業者紹介： 埼玉県坂戸市（令和4年度）

交換掲示板： 神奈川県座間市（令和5年度）

イベント： 京都府亀岡市（令和4年度）

リユース品回収：埼玉県坂戸市（令和4年度）、東京都八王子市（令和4～5年度）、
神奈川県川崎市（令和4年度）、京都府京都市（令和4年度）

市町村回収後選別：愛知県蒲郡市（令和5年度）、東京都八王子市（令和5年度）

令和6年度モデル事業の概要（東京都八王子市、福島県郡山市）

1. 令和4～6年度のモデル事業概要

	実施自治体	人口 ¹	回収方法 ²	費用 ³	連携事業者	主な定量的な成果 ⁴	(参考) リユース率 ⁵
令和4年度 (6件)	京都府亀岡市	9万人	イベント 対象は亀岡市千代川町の 約8,400人	202万円	リユース事業者 (ECOMMIT) 千代川町自治会	回収量：1,180kg 引渡量：280kg 事業者最終引取量：900kg	—
	京都府京都市	138万人	イベント リユース品回収	400万円	古着販売事業者 など多数	回収量：6,572kg イベントでの配布：887.5kg	—
	神奈川県座間市	13万人	その他	247万円	その他事業者	麻袋引渡量：1,701kg	—
	神奈川県川崎市	153万人	リユース品回収 市町村回収後選別	400万円	プラットフォーム (ジモティー)	持込品数：9,725品 引渡数：8,619品	96%
	東京都八王子市	56万人	リユース品回収 市町村回収後選別	400万円	プラットフォーム (ジモティー)	出品数：7,769品 引渡数：7,088品	97%
	埼玉県坂戸市	10万人	リユース事業者紹介 リユース品回収	275万円	プラットフォーム (マーケットエンター プライズ)等	査定依頼重量：3,150kg 引渡量：567kg	—
令和5年度 (3件)	愛知県蒲郡市	8万人	市町村回収後選別	304万円	プラットフォーム (メルカリ) シルバー人材センター等	出品数：202品 販売数：79品 販売重量：172.6kg	39%
	神奈川県座間市	13万人	交換掲示板	380万円	廃棄物処理業者 その他事業者	出品数：317品 マッチング件数：175件	55%
	東京都八王子市	56万人	リユース品回収 市町村回収後選別	400万円	プラットフォーム (ジモティー)	出品数：7,965品 引渡数：6,863品	95%
令和6年度 (2件) 実施中	東京都八王子市	56万人	リユース品回収	実施中	プラットフォーム (ジモティー)	実施中	実施中
	福島県郡山市	32万人	リユース品回収	実施中	廃棄物処理業者 その他事業者	実施中	実施中

1：人口は「令和6年住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」（令和6年1月時点）

2：回収方式は「市町村による使用済製品等のリユース取組推進のための手引き（平成27年7月）」の6つの類型をもとに整理。

3：費用はモデル事業としての支援費用。 4：神奈川県川崎市、東京都八王子市の値は、リユース率の算出元データとは異なる点に注意。

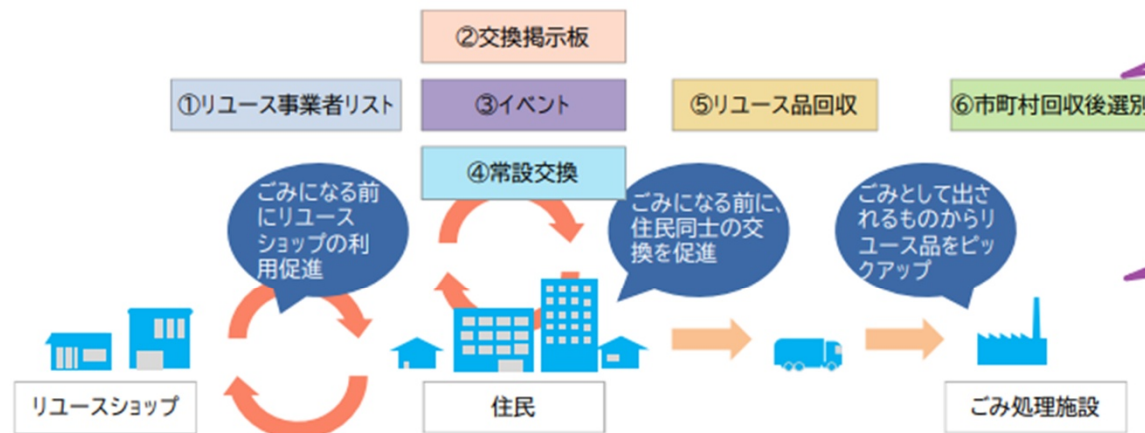
5：リユース率の算出方法は各モデル事業で異なるため、各事業のとりまとめスライドを参照（横並びで比較できる数字ではない点に注意）。

【参考】市町村による使用済製品等のリユース取組推進のための手引き

本資料の概要

平成23年度から平成26年度にかけて実施した「市町村とリユース業者との連携によるリユースのモデル事業」の成果や研究会の成果を踏まえて、全国の市町村へのリユースの展開・波及のために、市町村におけるリユースの取組方法、実施・展開する際のポイント・留意すべき点などについて整理を行っています。

市町村におけるリユースの取組方法



【ポイント①】
人口規模の小さい自治体向け
のポイントが記載
(調査結果より、人口規模が小さくなると2R
の取組意識が低下する傾向がある)

【ポイント②】
担当職員が取り組みやすいよ
う、各方式の段取りチェック
表を用意

【ポイント③】
各方式におけるコスト／ベネ
フィットの具体例が整理され
ている

方式	①リユース事業者リスト	②交換掲示板	③イベント	④常設交換	⑤リユース品回収	⑥市町村回収後選別
利点	○地域内のリユース産業育成に繋がる ○追加的なスペースや人員を必要としない	○住民同士の交流に繋がる ○追加的なスペースや人員を必要としない	○住民団体の活動の活発化に繋がる ○住民同士の交流に繋がる	○住民同士の交流に繋がる ○常設スペースの有効利用につながる ○住民にとって利便性が高い	○ごみ処理量の削減に直接的に繋がる ○売却収入を得ることができる	○ごみ処理量の削減に直接的に繋がる ○売却収入を得ることができる
要件	○事業に協力的なリユース業者が存在 ○印刷・配布用の予算確保	○ホームページで掲示板設置するための予算確保 ○継続的な広報	○イベントの運営スタッフの確保 (住民団体等のボランティアなど)	○常設交換に使用できるスペースの確保 ○運営スタッフの確保	○回収体制の構築	○ストックヤードの確保 ○人員の確保
事例	東京都世田谷区 愛知県大府市 群馬県明和町	神奈川県葉山町 大阪府泉大津市	神奈川県逗子市 群馬県前橋市 東京都町田市	岡山県真庭市 愛知県武豊町 徳島県上勝町	熊本県熊本市 千葉県市川市 千葉県浦安市	京都府綾部市 神奈川県秦野市 東京都町田市

２．リユースの取組方式別の成果整理（①、②）

リユース事業者紹介（坂戸市）

■ リユース事業者紹介方式の成果・留意点

- これまでのリユース事業者紹介方式では、地域内の事業者をリスト化し、チラシ・パンフレット等で紹介するものが中心であった。事業者リストは定期的に更新・メンテナンスが必要となる点が課題であった。
坂戸市の事例では、株式会社マーケットエンタープライズ「おいくら」と連携することで、オンライン上で市民と取引事業者とをマッチングすることが可能となった。市ウェブサイト等で同サービスを紹介し、成果が得られた。
- 留意点としては、どのような事業者が紹介され・マッチングしたのかを把握することはできないことから、適切な事業者が紹介されるのか、信頼性の担保が市民から求められる点、また、チラシ・パンフレット等と比べると、インターネットを使い慣れていない市民（例えば、高齢者など）にとっては利用が難しいという点などが挙げられる。

■ モデル事業での関連団体との連携内容（例）

- 株式会社マーケットエンタープライズ「おいくら」との連携：プラットフォームの提供、ごみ減量効果検証に必要な情報提供に加え、一人暮らしの大学生や空き家所有者へのPRなどを実施。

交換掲示板（座間市）

■ 交換掲示板方式の成果・留意点

- これまでの交換掲示板方式では、市民が譲りたい製品の情報登録 / 欲しい製品を探すに際して、市庁舎等への訪問が必要な事例が確認されている。
座間市の事例では、アプリを介してリユース品を紹介・マッチングすることを導入した。アプリを用いることで、情報の更新・閲覧、詳細情報の問い合わせが容易となり、利便性が向上した。また、リユース品の受け渡し方法として、ロッカー（commonスポット）を使用することで、非対面でのやり取りが可能となり、利用者の不安・懸念の軽減にも繋がっている。
- 留意点としては、アプリを使い慣れていない市民（例えば、高齢者など）への対応、ロッカーの手配・設置場所の調整が必要になるという点などが挙げられる。

■ モデル事業での関連団体との連携内容（例）

- 小田急電鉄株式会社、東急電鉄株式会社等と連携：地域共助プラットフォームアプリ「common」を介して、市民間でのリユース品のマッチングを推進。手渡し、commonスポット（ロッカー）への置き渡しの方法を採用。

2. リユースの取組方式別の成果整理（③、⑤）

イベント（亀岡市）

■ イベント方式の成果・留意点

- ・ イベント方式でのリユースの取組では、引取希望がなかった製品の取り扱いが課題となる。これまでのイベント方式においても、引取希望がなかった製品をリユース事業者（またはリサイクル事業者）に引き取ってもらう取組事例が確認されている。
亀岡市の事例では、事前にリユース事業者と連携・調整することで、リユース品の受付可否の判断基準や運営上の留意点等を明確にする工夫を行った。
- ・ 留意点としては、近隣に適切な連携先リユース事業者がない場合には、リユース品の保管場所や運搬時のコスト・効率化を考慮する必要がある。

■ モデル事業での関連団体との連携内容（例）

- ・ 株式会社ECOMMITとの連携：リユースイベントの運営や受付可否の判断などの現場対応、イベント終了後の検証等の指導、回収したリユース品の引取および最終的なリユースを実施。

リユース品回収（坂戸市、八王子市、川崎市、京都市）

■ リユース品回収方式の成果・留意点

- ・ 坂戸市の事例では、市民アンケート調査等を通じてリユース品としてのニーズが高い製品を特定（子育て世帯を対象、9分類の品目）、マッチングさせることで成果を高めることができた。
- ・ 八王子市、川崎市の事例では、株式会社ジモティーと連携することで、市の取組であることによる信頼性に加え、事業者の運営ノウハウ、オンラインプラットフォームの活用等より、効率的な運営が可能となっている。
- ・ 京都市の事例では、対象品目を衣類に特化し、様々な事業者（古着販売、信用金庫等）と連携し、回収ボックス・イベント等を通じて様々な手段でリユース品を回収、自律的な事業化に向けた検討を実施した。
- ・ 留意点としては、展示・保管にはスペースが必要であり、また市民の持ち込みに適した場所の確保も必要となる。

■ モデル事業での関連団体との連携内容（例）

- ・ 株式会社ジモティーとの連携：不要品の持込受付・引取、プラットフォームへのリユース品掲載、リユース品の販売、周知・啓発などを実施。

2. リユースの取組方式別の成果整理（⑥）

市町村回収後選別（蒲郡市、八王子市、川崎市）

■市町村回収後選別方式の成果・留意点

- ・ 蒲郡市の事例では、株式会社メルカリの「メルカリShops」を活用してリユース品の販売を実施、（公社）蒲郡市シルバー人材センターはリユース品の選定・検品等、出品・梱包発送作業等を実施した。
販売にオンラインプラットフォームを利用することで効率的にリユースすることができ、粗大ごみの削減・廃棄物処理量の削減に直接貢献することができた。また、事業採算性としても継続可能な取組となっている。
- ・ 留意点としては、リユース品の選定の基準、出品作業等について、担当者の目利き・ノウハウが必要となる点が挙げられるが、経験・事例を蓄積することで効率的に実施することも可能である。また、粗大ごみ収集時に、商品を傷つけないように運搬するため、1回の積載量が減少、繁忙期の連携が難しいといった点が挙げられる。

■モデル事業での関連団体との関連団体との連携（例）

- ・ 蒲郡市での連携
 - ・ 株式会社メルカリ：プラットフォームの提供、運営に係る助言、広報の支援
 - ・ （公社）蒲郡市シルバー人材センター：リユース品の選定・検品、「メルカリShops」への出品・梱包作業

【参考】神奈川県川崎市（令和4年度モデル事業、⑤リユース品回収）の継続状況

- ・ 神奈川県川崎市では、株式会社ジモティーとの協定に基づき、「不要になったけれどもまだ使えるモノ」の持ち込み及び引き取りができる拠点を活用し、リユースに関する実証実験を実施してきました（令和4年度にモデル事業で支援）。
- ・ 2024年4月より、新たな取組として、駅近の既存のリユース拠点に加え、面積の大きい郊外型の拠点を開設した。
- ・ 面積の大きいリユース拠点を開設することで、不要になったけれどもまだ使えるモノをより数多く受け入れることを目指してる。

（出所）川崎市HP「【報道発表資料】新たに大型リユース拠点「ジモティースポット川崎菅生」が開設されます！」

<https://www.city.kawasaki.jp/templates/prs/300/0000165265.html>

株式会社ジモティーHP「川崎市不要品持ち込みスポット」

https://jmtty.jp/about/jmtyspot_kawasaki

2024年4月19日NEW OPEN！
ジモティースポット川崎菅生店



ジモティースポット川崎久地店



写真は株式会社ジモティーHPより転載。
左：新設した拠点。右：令和4年度モデル事業にて開設した拠点。

2. リユースの取組方式別の成果整理（事業者との連携）

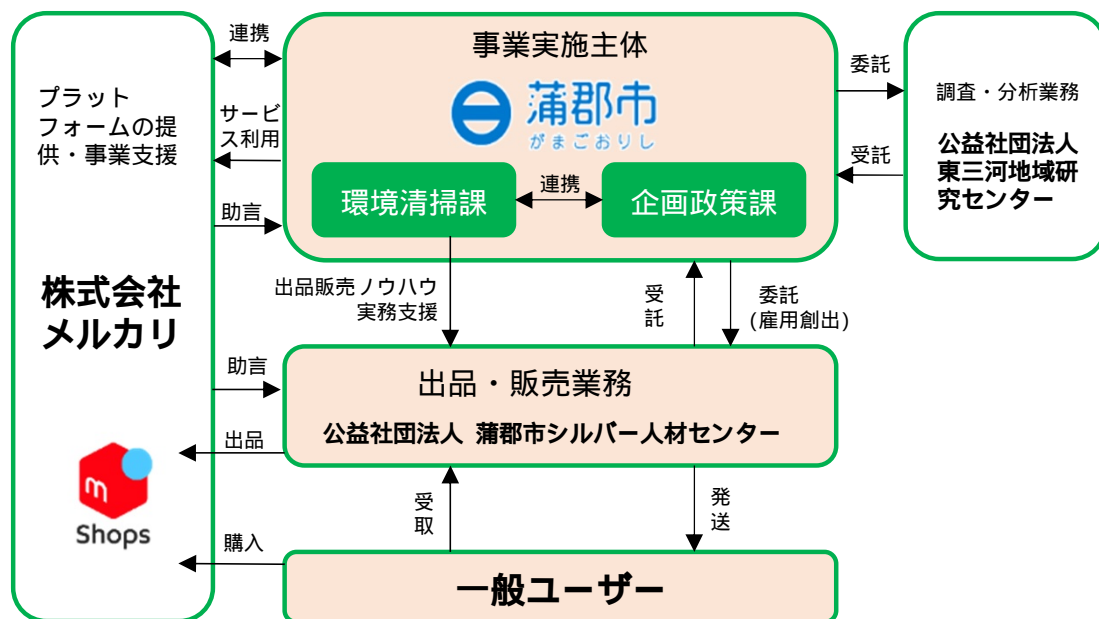
- 各方式において、市町村と関連事業者が連携して実施しているモデル事業がある。
- 市町村単独で実施可能な場合には必ずしも必要ではないが、関連事業者と連携することで、効果的・効率的に取組を推進できるケースがある。
- モデル事業においては、「市民とリユース事業者とのマッチングを民間事業者と連携」「リユース品の販売・譲渡を民間事業者と連携」「リユース品の受取・保管・販売譲渡まですべてを連携」といった事例がある。
- なお、連携においては「当該事業者と協定を締結する」「公募の上、委託契約を締結する」などの手続きを実施している。

愛知県蒲郡市の事例

シルバー人材センター、株式会社メルカリと連携

メルカリの役割：プラットフォームの提供、運営に係る助言、広報の支援

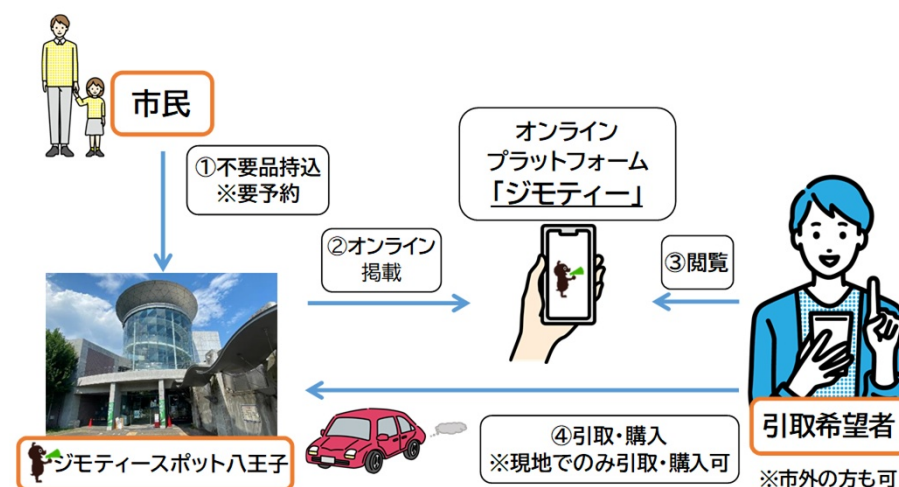
蒲郡シルバー人材センターの役割：リユース品の選定・検品、「メルカリShops」への出品・梱包作業



東京都八王子市の事例

株式会社ジモティーとの連携。

ジモティーの役割：不要品の持込受付・引取/プラットフォームへのリユース品掲載/リユース品の販売/周知・啓発



3. モデル事業の活用・展開に向けてご意見をいただきたい点

- 市町村において、使用済製品のリユース促進を推進する／したいという市町村は5割存在している¹。一方、「庁内体制」「予算確保」「ノウハウ」「連携先事業者が見つからない」などの課題が挙がる²。
- モデル事業の目的は、先導的な取組を支援し、事例を創出、横展開していくことで、市町村のリユース促進時の課題解決し、リユースの取組を広げていくことにある。
- モデル事業の成果の活用・展開、更なる取組深化に向けて、以下の観点でご意見をいただきたい。

モデル事業の活用・展開に向けてご意見をいただきたい点

- ・ 市区町村におけるリユースの取組意向、抱える課題を踏まえ、本モデル事業の成果を波及・展開していくために、どのような支援・情報発信が必要か、効果的か。
 - ・ 事例・ノウハウの展開としては、リユース促進の手引きの改訂を予定
- ・ 市町村と連携事業者との役割分担の在り方について、どのような形が望ましいか。
 - ・ 市町村におけるリユース促進時の課題はそれぞれであり、それに対応した連携が望ましいと考えられるが、どのような連携が望ましいか。連携時に留意すべき点はなにか。
- ・ 令和7年度以降のモデル事業の実施に向けて、どのようなテーマ・観点で推進していくことが必要か。
 - ・ リユースの付加価値がより高まる取組みの在り方 など

下記、いずれも詳細は、参考資料2（「市区町村等におけるリユースに関する取組状況調査」の結果概要）を参照。

- 1：使用済製品のリユース促進に向けた今後の取組意向・予定について、「現在実施しており、更に取組を拡大する予定」（6.7%）、「現在実施しており、現状維持の予定」（28.7%）、「現時点では実施していないが、今後の実施を予定・検討している」（15.9%）であり、これらの合計は約5割（51.3%）であった。
- 2：リユース推進時の課題としては、「リユース促進に向けた取組を進めるための庁内体制・人員が確保できない」が70.9%と最も多く、次いで「リユース促進に向けた取組を進めるための予算が確保できない」が42.6%、「リユース促進に向けてどのような取組をすれば良いか分からない」が34.5%、「連携する事業者等（民間事業者、NPO等）が見つからない・調整が難しい」が20.0%。

参考 各モデル事業の成果整理（取組方式別）、 令和6年度モデル事業の概要

各モデル事業の成果整理（取組方法別）については、各団体のモデル事業報告書をもとに加工・作成。
モデル事業の取組内容、成果等の詳細については、各モデル事業報告書を参照。

リユース事業者紹介：埼玉県坂戸市（令和4年度）



事例	子育て世帯向けリユース品のマッチング事業（マッチング対象外製品の民間リユース活用）	
概要	取組方式	リユース事業者紹介
	取組内容	リユースプラットフォーム「おいくら」（不要品の写真を撮影して送ることで、複数のリユースショップから買取価格の査定が受けられるサービス）を市民に紹介し、民間リユースを活用したごみ減量を促す。市民への周知では、明治安田生命の外交員によるチラシ配布も実施。（対象製品はリユース品回収で対象外となるリユース品）
	事業者等との連携	マーケットエンタープライズの役割：プラットフォーム「おいくら」の提供、ごみ減量効果検証に必要な情報提供。坂戸市と使用済製品等のリユース（再利用）に関する連携協定を令和4年10月5日に締結。
事業の全体像	<pre> graph LR A[引渡希望者] -- "リユース品の査定依頼" --> B[坂戸市HPで紹介] B -- "複数事業者による査定" --> A B -- "査定結果を比較の上、買取依頼" --> C["おいくら
(株)マーケットエンタープライズ"] </pre>	
定量的な成果	■ 市HPから経由して「おいくら」に査定を依頼した件数：89件（令和4年10月18日～令和5年2月28日） ■ 査定依頼品数：169点（家具：85点、家電：39点、片付け：12点、ファッション：9点、スマホ・PC・周辺機器：5点など） ■ 査定依頼重量：3,150kg	
定性的な成果	■ 市民へのリユース方法の新たな方法の周知と選択肢の拡大によるリユース促進。 ■ 市がおいくらを利用して民間リユースすることで、リユース品回収での保管・展示スペース不足も解決できた。	
留意点と継続状況	■ 「おいくら」の運用は、高齢者から利用したいが操作が難しいという声があった。 ■ 今後イベント等でおいくらによる操作説明会を予定。 ■ 事業の継続状況：モデル事業終了後も継続中。	

交換掲示板：神奈川県座間市（令和5年度）



事例	あなたの街の思いやりリユースPJ	
概要	取組方式	交換掲示板
	取組内容	地域共助プラットフォームアプリを介して、市民間でのリユース品のマッチングを推進。手渡し、commonスポット（ロッカー）への置き渡し、粗大ごみ収集業者による配送を通じてリユース品の譲渡を実施した。 リユース品の運搬については、WOOMSシステム（ 収集・排出・資源循環をサポートする廃棄物の見える化サービス）を活用した配送情報のデジタル化を試行。
	事業者等との連携	小田急電鉄の役割：事業コーディネート、PR支援、置き渡しロッカーの設置場所提供、 WOOMSシステムの運用など 東急電鉄の役割：アプリの運用管理、置き渡しロッカーの設置支援など 座間市リサイクル協同組合の役割：リユース品の収集運搬、WOOMSシステムの活用
事業の全体像		
定量的な成果	■ アプリ累計登録者数：1,311件（※モデル事業開始前も含む） ■ 出品数：317品（雑貨・食器：79品、子ども用品：58品、ファッションアイテム：48品、家電：34品、家具：16品など） ■ マッチング数：175品（マッチング成立のうち①手渡し 37件、②置き渡し 128件、③配送 10件） ■ リユース率：55%（マッチング数/出品数で算出） 実施期間 令和5年10月23日～令和6年2月29日	
定性的な成果	■ リユース品の受け渡しを行うロッカー（commonスポット）は、出品全体の65%、マッチング率も最も高い6割を超えるなど、利用率が高かった。対面での受け渡しを避けてリユース品の受け渡しを行うロッカーのニーズが高かった。 ■ リユース品を使用することで環境配慮の意識啓発。 ■ 住民で助け合う地域経済やコミュニティの形成。	
留意点と継続状況	■ 手渡しでの譲渡は、「知らない人との対面での手渡しへの不安」「受け渡しの際の個人情報等の不安」が多かった。 ■ 配送、手渡しについては、引渡し者が個人情報を得る必要があり課題となる。 ■ 子育て用品など、使用期間の短い物品のマッチングへ注力し、市内保育園・幼稚園にチラシ配布等検討。 ■ 事業の継続状況：1年をめぐりに利用者ニーズを勘案し継続方針を決定予定	

イベント：京都府亀岡市（令和4年度）



事例	民間企業及び地元自治会と連携したリユース品回収の実施と効果の可視化	
概要	取組方式	イベント
	取組内容	リユース品の回収・交換イベントを地元自治会（千代川町自治会）と協力して2回開催（令和4年11月27日、12月25日）。引き取り手が現れなかった物品は、株式会社ECOMMITが買い取り、保管および販売を実施。自治会での継続的な事業となるよう、運営の手順・留意点等を整理。
	事業者等との連携	ECOMMITの役割：リユースイベントの運営や受付可否の判断などの現場対応、イベント終了後の検証等の指導、回収したリユース品の引取および最終的なリユース
事業の全体像	<pre> graph LR A[引渡希望者] -- 持ち込み --> B[イベント形式でのリユース品持ち込み・交換会 千代川町自治会] B -- 持ち帰り --> A B -- 売れ残り品の引取 --> C[株式会社ECOMMIT] </pre>	
定量的な成果	■ 回収量：約1,180kg（食器：1,280点、雑貨：433点、キッチン用品：27点、おもちゃ：78点、生活家電：15点など） ■ 引渡量：約280kg ■ ECOMMITによる最終引取量：899kg、廃棄量：40kg（※運搬の過程で破損したもの及びリユースに適さなかった品物の量） ■ リユース量：859kg	
定性的な成果	■ イベント参加者の反応から、コロナなどの理由に地域のバザーなどのイベントがなくなり、リユースの機会が無くなっているため、リユースイベントに対する需要は想定以上に高いことがわかった。 ■ ECOMMITを見学することで、回収受付時の基準が明確になり、受付時点でリユースに適さないものを排除することが可能になった。 ■ リユース品の保管、運搬などに係る経費のデータをとることで、継続的なリユース事業を検討するうえで、ベースとなるデータを得ることができた。 ■ ECOMMITで回収後の作業を確認したことで、リユース品の流れを理解でき、注意すべき点が明確になった。 ■ 第1回は持ち帰り率が18%程度と低かったが、第2回の広報チラシでは、「持ち帰りのみも可能」であることを強調したところ、持ち帰り率は28%に増加した。広報チラシに「ベビー用品」の項目を明記したことも、持ち帰り率増加の要因と考えられる。	
留意点と継続状況	■ リユースに出したい物品が持ち込み可能か迷う方がいた。 ■ チラシの全戸配布を行っても、事後アンケートで、「イベントの開催自体を知らなかった」の回答者は40%。更なる啓発が必要。 ■ 回収品の保管場所の確保、リユース品回収後と、一時保管場所からの最終引渡の運搬方法と費用が課題。 ■ 目標である「自治会単独での実施」を目指すには会場設営や作業の流れを一般化する必要がある。 ■ 事業の継続状況：回収品目などを見直しながら継続中（令和5年度は計4回のリユース事業を実施）	

リユース品回収：埼玉県坂戸市（令和4年度）



事例	子育て世帯向けリユース品のマッチング事業	
概要	取組方式	リユース品回収
	取組内容	市民アンケート調査によって子育て世帯が提供したい・譲り受けたい物品を調査し選定。対象の使用済み製品を募集し、市民に市施設や明治安田生命市内営業所等に持ち込んでもらった。リユース品は市施設（東清掃センター）に集約し、管理・清掃・消毒等の上で展示、ホームページでの発信によって希望者を募集し、引渡を行う。
	事業者等との連携	明治安田生命保険の役割：市民アンケートの協力、市内営業所でのリユース品の受取・引渡し、チラシの配布など
事業の全体像		
定量的な成果	■ 不用品譲渡受入者数 134名 ■ HP掲載数：185品・635点 重量917.79kg ■ 引渡数（マッチング成立）：94品・368点、重量566.98kg 製品例：プラスチック製おもちゃ：32品、チャイルドシート：12品、教育用品・教育系DVD等：11品、ベビーカー：10品、子供用自転車：9品など ■ 書籍リユース（上記以外）：267冊、86.04kg ■ 実施期間：令和5年1月4日～2月28日	
定性的な成果	■ アンケート調査によるニーズの確認は重要だった。 ■ 「実際に見てみたい」という声が多数あったため、リユース品保管室を公開し、直接受付も可能とした。今後は常設展示スペースを設ける予定。 ■ 展示スペースの不足は、市がおいくらを活用して、引取手がない品物を民間リユースすることで解決可能であった。	
留意点と継続状況	■ ホームページでのマッチングシステムを作ることは手続きが煩雑であるため、既存のシステムやアプリを用いることができれば継続できた可能性が高い。 ■ 事業の継続状況：事務的負担を軽減するため、メールでのマッチングではなく、清掃センター内で常時展示し、市内外を問わず希望者へ先着順で譲渡を継続中。	

リユース品回収：東京都八王子市（令和4年度）



事例	オンラインを活用した不要品のリユース実証事業
概要	取組方式 リユース品回収 市町村回収後選別（粗大ごみに出されたものの出品）も一部実施
	取組内容 市民が不要品を市施設へ持ち込み、連携企業（株式会社ジモティー）が再利用可能と判断した場合は無料で引き取る。引き取った品物を連携企業がオンラインプラットフォームを活用して値段を付けて出品し、引取手を探す。マッチングした場合、市施設で引渡を行う。
	事業者等との連携 ジモティーの役割：不要品の持込受付・引取/プラットフォームへのリユース品掲載/リユース品の販売/周知・啓発
事業の全体像	<pre> graph LR A[引渡希望者] -- 持ち込み --> B[官民連携スポット (常設拠点)] B -- 掲載 --> C[ジモティー (プラットフォーム)] D[引取希望者] -- 閲覧 --> C C -- 引取・購入 --> E[市施設を活用] </pre>
定量的な成果	■ 出品数：7,769件 ■ 引渡数：7,088件（家具・家電、スポーツ用品、レジャー用品、子ども用品、楽器等） ■ 引渡重量：35トン（換算値） ■ リユース率：96.7%（2月末までに引き渡した件数/ 9～1月までの間の出品件数で算出）
定性的な成果	■ 持込者のアンケート結果では、「リユースという選択肢が新たに増えた」という回答が約50%、「費用がかからず手放せてよかった」という回答が30%弱、「もったいないと思っていた気持ちが解消された」という声が約85%であった。 ■ 引取者のアンケート結果では、「良いものが無料・低価格のため、また利用したい」という回答が50%強、「ネットでの確認だけでなく、実物をみれるのが良い」という回答が約40%であった。スポットを利用したきっかけは、「ジモティーのサイト、アプリ」が特に多く、60%超で特出して高かった。 ■ ジモティープラットフォームを利用したことにより、市内の他、多摩地区や東京都外からの引取も多かった。
留意点と継続状況	■ 事業経費と販売収益及び市の処理費用削減見込額を勘案しても、採算性の面で課題が残る。回転率向上による売上及び処理費用削減見込額の増加、啓発強化による利用者数の増加、より良い持込予約の検討が必要。 ■ 場所の確保が重要であり、立地や駐車場等の設備も利用者数に大きく影響する。 ■ 事業の継続状況：回収後選別と組み合わせ、継続中。（令和5年度もモデル事業に採択）

リユース品回収：東京都八王子市（令和5年度）



事例	地域のデジタルプラットフォームを活用した不要品のリユース実証事業	
概要	取組方式	リユース品回収 市町村回収後選別（粗大ごみに出されたものの出品）も一部実施
	取組内容	市民が不要品を市施設へ持ち込み、連携企業（株式会社ジモティー）が再利用可能と判断した場合は無料で引き取る。引き取った品物を連携企業がオンラインプラットフォームを活用して値段を付けて出品し、引取手を探す。マッチングした場合、市施設で引渡を行う。事業の効率性・継続性を高めるため、持ち込み・購入にセルフサービスを導入した。
	事業者等との連携	ジモティーの役割：不要品の持込受付・引取/プラットフォームへのリユース品掲載/リユース品の販売/周知・啓発
事業の全体像	<pre> graph LR A[引渡希望者] -- 持ち込み --> B[官民連携スポット (常設拠点)] B -- 掲載 --> C[ジモティー (プラットフォーム)] C -- 閲覧 --> D[引取希望者] D -- 引取・購入 --> B B --- E[市施設を活用] </pre>	
定量的な成果	■ 出品数：7,965件 ■ 引渡数：6,863件（家具・家電、スポーツ用品、レジャー用品、子ども用品、楽器等） ■ 引渡重量：36トン（換算値） ■ リユース率：94.5%（2月末までに引き渡した件数/ 10～1月までの間の出品件数で算出）	
定性的な成果	■ 持込者のアンケート結果では、「使用可能な不要品をごみとして廃棄していた」という回答が71%であり、「もともと粗大ごみとして捨てる予定でジモティースポット八王子市の案内を見つけた」という回答が44%であった。 ■ 引取者のアンケート結果からは、本事業に対する評価は総体として高く、リポーターが多いことがわかった。スポットを利用したきっかけは、「ジモティーのサイト、アプリ」が特に多く、57%で特出して高かった。 ■ セルフレジ・市民の不要品持ち込みのセルフサービス化を導入したことで、常駐スタッフを1.5名削減できた。（ただし、委託契約での実施期間においては、領収書の発行が必要となったことから、常駐スタッフによる対応が必要となった。）	
留意点と継続状況	■ 持ち込みの物量を増やすためには、在庫を保管するスペースが重要となる。保管スペースを広くすることで、持ち込み数と売上の増加が実現できる。人員の効率性を担保できれば、コスト面を抑えることも実現しやすい。 ■ 売れ残った商品の廃棄の取扱いについては、所有権含めて実施に向けて整理が必要である。 ■ 事業の継続状況：持ち込み方法の工夫を図りつつ、継続中。（令和6年度もモデル事業に採択）	

リユース品回収：神奈川県川崎市（令和4年度）



事例	地域情報の掲示板サイト（デジタルプラットフォーム）を活用した、官民連携・譲り合いスポットによる先導的かつ総合的なごみ減量・リユース促進事業	
概要	取組方式	リユース品回収 市町村回収後選別（粗大ごみに出されたものの出品）も一部実施
	取組内容	市民がジモティースポットに不要品を市施設へ持ち込み、連携企業（株式会社ジモティー）が再利用可能と判断した場合は無料で引き取った。引き取った品物を連携企業がオンラインプラットフォームを活用して値段を付けて出品し、引取手を探した。マッチングした場合、市施設で引渡を行った。
	事業者等との連携	ジモティーの役割：ジモティースポットの運営・管理、スタッフの確保、予約システムの提供、オンラインプラットフォーム「ジモティー」の提供・掲載、利用者対応
事業の全体像	<pre> graph LR A[引渡希望者] -- 持ち込み --> B[官民連携スポット (常設拠点)] B -- 掲載 --> C[ジモティー (プラットフォーム)] D[引取希望者] -- 閲覧 --> C C -- 引取・購入 --> E[賃貸物件] E --> B </pre>	
定量的な成果	■ 持込品数：9,725品 ■ 引渡数：8,619品（電化製品・厨房器具：2,098品、家具：1,846品、乳児用品・子ども遊具：1,568品など） ■ 引渡重量：43.6トン（換算値） ■ リユース率：96%（2月末までに引き渡した件数/ 11月～1月までの間の出品件数で算出）	
定性的な成果	■ 「捨てるのはもったいないと思っていた気持ちが解消された」という回答が、79%。 → 持ち込み者の約8割に対し、「廃棄するのがもったいないものをリユースする」というきっかけを与えることができた。 また、購入者の大半から「リユース品でまだ使えるものがあることを今回の事業で気づいた」と感想をいただく。 ■ 「自宅の不要品を処分する際に「リユース」という選択肢が増えたのでよかった」という回答が、62%。また「費用がかからず手放せてよかった」という回答が40%であった。 ■ アンケートから、引取者にもリユース品の選択肢が提供できており、低価格で、実物が確認できることがリユーススポットの利用価値であることが分かった。	
留意点と継続状況	■ 持込困難な市民に対しては、引取サービスを行う提供する必要がある。 ■ 実証期間が限定的であったため、年間を通した持込数を把握する必要がある。 ■ リユーススポットは市民が利用しやすい立地が重要で、駐車場と倉庫が必要であること、寸法関係なく持ち込める広さ、市民の出入りが多いことに対する周辺への配慮といった点から、適切な賃貸物件を探すのに、時間を要した。 ■ 事業の継続状況：郊外型大型拠点を新規開設し、継続中	

リユース品回収：京都府京都市（令和4年度）



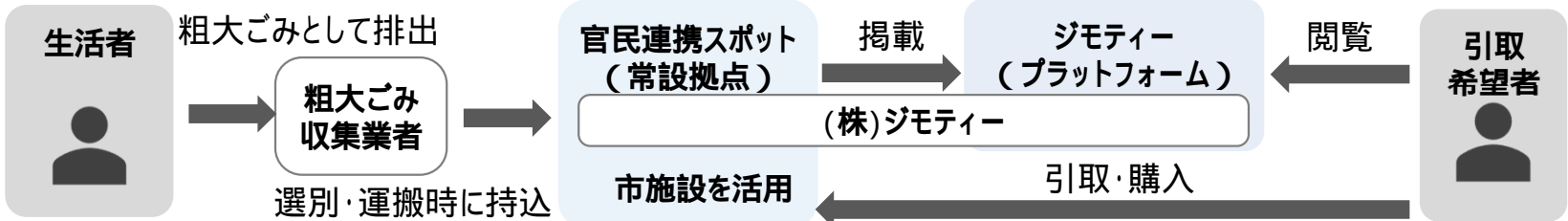
事例	地域内での使用済衣服の回収＆循環のプラットフォーム“RELEASE CATCH”創出のための検討・実証事業	
概要	取組方式	リユース品回収 イベント回収（循環フェスでの衣類回収）も実施
	取組内容	家庭で不要になった衣服の回収ボックスを市内に設置。リユース可能な衣服を選別、古着店舗やメルカリ等で販売するなどして、市内で循環させるプラットフォームの立ち上げを行った。（※回収ボックスは令和5年2月末時点で161か所）また、“RELEASE CATCH”の取組を周知するイベント「循環フェス」を開催、使用済衣類の無料提供・回収（¥0Market（ゼロエンマーケット））、衣類に限らず様々なリユース品・リメイク品が集まるフリーマーケットなど実施。
	事業者等との連携	ヒューマンフォーラムの役割：衣類の仕分け、リユース品の小売・卸、回収ボックス設置 京都信用金庫の役割：回収ボックス設置 他、株式会社ジェイ・エス・ビー（回収ボックス設置）、安田産業株式会社（運搬）、株式会社たまゆら（リサイクル）
事業の全体像		
定量的な成果	■ 総回収数：6,572kg（回収ボックス4,593kg、循環フェス1,979kg） ■ 持ち帰り量：887.5kg（循環フェス 887.5kg） ■ 循環率：回収品の中で、リユース可能な衣服割合 80% ■ CO₂削減量：100.1 t-CO₂	
定性的な成果	■ 単独企業だけでは難しい回収事業を多様な事業者によるプロジェクトとすることで、取組を進めることができた ■ 事業者としては、市の脱炭素に向けたプロジェクトとして取り組むことで、連携先の理解を得られやすく、事業の拡大・推進がしやすかった。公共性の高い取組として発信できることもよかった。 ■ 循環フェスでは企画運営に、大学生・大学生に関わってもらうことで、若い世代へ訴求するためのデザインや発信方法の工夫ができ、3R文化の醸成に寄与した ■ 中学・高校生を対象に、総合学習等の時間を活用した環境教育を通じて取組の参加を促した。	
留意点と継続状況	■ リユースできない衣服をリサイクルするために、リサイクル技術を持つ協力事業者を増やす必要がある。 ■ 国内リサイクルルートの多様化等を目指すと同時に、海外輸出後の活用について透明性を確保する必要がある。 ■ 回収ボックス設置箇所拡大や古着店での販売や催事販売等を継続実施中。 ■ 事業終了後も、ビジネスモデルとして事業者によって事業を継続する方針	

市町村回収後選別：愛知県蒲都市（令和5年度）



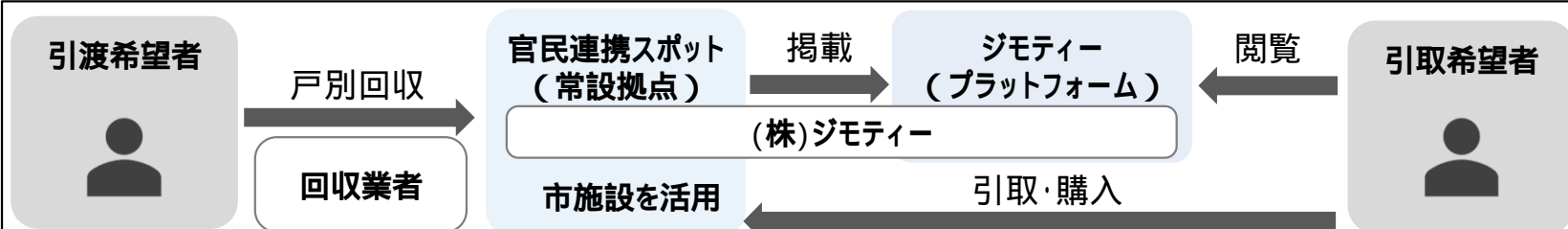
事例	高齢者の力でリユース推進！粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業	
概要	取組方式	市町村回収後選別
	取組内容	市民から持ち込まれた粗大ごみを選別し、リユース可能な資源を商品として「メルカリShops」にて販売。リユース品の引渡方法として、配送と現地引取の2つを実証した。リユース品の選定や検品、メルカリShopsへの出品、梱包は、シルバー人材センターに委託した。
	事業者等との連携	株式会社メルカリの役割：プラットフォーム「メルカリShops」の提供、運営に係る助言、広報の支援 蒲郡シルバー人材センターの役割：リユース品の選定・検品、「メルカリShops」への出品・梱包作業
事業の全体像	<pre> graph LR A[生活者] -- "粗大ごみとして排出" --> B[蒲都市クリーンセンター] B -- "掲載" --> C[メルカリShops (プラットフォーム)] C -- "閲覧" --> D[引取希望者] D -- "引取・購入" --> E[配送] E --> B </pre> （公社）蒲郡市シルバー人材センター	
定量的な成果	■ 出品数：202品 ■ 販売数：79品（日用品・生活雑貨：21品、玩具・模型：15品、その他の家電製品：10品、楽器類：9品など） ■ 販売重量：172.6kg、販売金額：188,170円、リユース率：39.1%（販売数/出品数で算出） ■ CO₂削減量：133.8kg-CO₂	
定性的な成果	■ 現地引取のみだった前年実績と比較して、メルカリShopsを活用したネット販売を委託実施したことにより、出品数、販売数、販売重量、CO₂削減量、販売金額が大幅に増加した。 ■ 出品作業をマニュアル化することで、作業員の慣れによる作業効率も向上し、出品数が増加した。 ■ 配送による販売の場合は、配送料が加算されることから、商品の価値に見合う価格設定が比較的困難であった。多くの人にリーチできた一方で、大きさや重量の制限もあり、販売数・販売重量の伸びは想定を下回った。これらは現地引取時は改善された。 ■ 出品・販売業務を、シルバー人材センターに委託することで、出品数が大幅に増加した。 ■ 必要人件費分を賄うまでの売り上げは確保できなかったが、削減できたごみの量（処理費用の回避）、CO₂削減量、市民へのリユース意識の醸成を加味すると、取組価値のある事業であった。	
留意点と継続状況	■ 10～12月の実証事業の期間中、出品する商品の枯渇は見られなかったが、比較的粗大ごみの持込が多い時期であった。通年事業では、在庫が枯渇する可能性が考えられる。 ■ 配送と現地引取、ハイブリットの3方式で損益分岐点を整理。販売数量を確保するため、出品数増加策が必要である。 ■ 事業の継続状況：現地引取と配送のハイブリットで継続中。ECOMMITとも連携し、売れ残りや売りづらい品は同社へ売却。	

市町村回収後選別：東京都八王子市（令和5年度）

事例	地域のデジタルプラットフォームを活用した不要品のリユース実証事業	
概要	取組方式	市町村回収後選別 リユース品回収も同時実施（セルフレジ・セルフ持込み導入による事業効率化）
	取組内容	粗大ごみ収集時にリユース可能な品物を選別。リユース可能品はジモティースポットに運搬し、連携企業がオンラインプラットフォームを活用して値段を付けて出品し、引取手を探した。マッチングした場合、市施設で引渡を行った。残りの粗大ごみはクリーンセンターに搬入した。
	事業者等との連携	ジモティーの役割：不要品の持込受付・引取、プラットフォームへのリユース品掲載、リユース品の販売、周知・啓発 粗大ごみ収集業者：市民宅から常設拠点までのリユース品の運搬
事業の全体像		
定量的な成果	■ 粗大ごみ収集過程で搬入したリユース品量：35品 重量：約235kg（週1回、計5日間）	
定性的な成果	■ 粗大ごみの収集過程において、再利用可能なものを選別し、リユースへ回すことができた。 令和4年度は、粗大ごみとして回収した後に、再利用可能なものを選別の上、ジモティーに引渡した。	
留意点と継続状況	■ 粗大ごみ収集業者が収集時に商品を傷つけないように積むため、1回の積載量が減少する。そのため、粗大ごみ収集が繁忙期の実施は困難であった。 ■ 粗大ごみ収集業者と、ジモティーとのリユース品の選定基準のすり合わせが必要。 ■ 事業の継続状況：採算性向上のため、戸別回収を実証中。	
	 写真は八王子市報告書より転載。	

令和6年度モデル事業の概要（東京都八王子市、福島県郡山市）

東京都八王子市：リユース品の訪問回収プロジェクト～地域のデジタルプラットフォームとの連携～

概要	取組方式	リユース品回収
	取組内容	回収予約をした市民宅に訪問し、連携事業者が再利用可能と判断した物について、戸別回収・ジモティースポットへの運搬を行う。回収したものはオンラインプラットフォームにて出品し、引取手を探し、マッチングした場合、市施設で引渡を行う。（スポットへの持ち込みが難しい市民のニーズに対応する事業。）
	事業者等との連携	ジモティーの役割：不要品の受取及び戸別回収、戸別回収のオンライン募集、プラットフォームへのリユース品掲載、リユース品の販売、周知・啓発
事業の全体像	 <pre> graph LR A[引渡希望者] -- 戸別回収 --> B[回収業者] B --> C[官民連携スポット (常設拠点)] C -- 掲載 --> D[ジモティー (プラットフォーム)] E[引取希望者] -- 閲覧 --> D D -- 引取・購入 --> F[市施設を活用] F --> C </pre>	

福島県郡山市：リユーススポット実証事業

概要	取組方式	リユース品回収
	取組内容	常設リユーススポットを設置し、リユース品の受付と引渡を実施。リユース品はジモティーや市HPでも発信する。常設リユーススポットから離れた地域に出張し、「臨時リユーススポット」を開設し、リユース品の受付・引渡を行うことで遠方の住民のリユースを促す。
	事業者等との連携	グンダスト事業協同組合の役割：リユーススポットの運営補助、リユース品の運搬 郡山地区再生資源共同組合の役割：リユースされずリサイクル可能なものの処分
事業の全体像	 <pre> graph LR A[引渡希望者] -- 持ち込み --> B[常設拠点・ 臨時リユーススポット グンダスト事業協同組合] B -- 掲載 --> C[市HP・ジモティー (プラットフォーム)] D[引取希望者] -- 閲覧 --> C C -- 引取・購入 --> E[市施設を活用] E --> B </pre>	