
リユース促進に向けた懇談会

一般社団法人 日本リユース業協会 の取り組み紹介

2025年1月15日
一般社団法人 日本リユース業協会
代表理事 石原 卓児

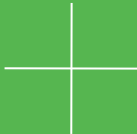
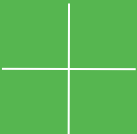


もくじ

01. 協会概要・・・・・・・・・・ 4-5P

02. リユース市場規模・・・・・・・・ 7P

03. 活動概要・・・・・・・・・・ 9-16P



The background consists of a repeating pattern of green triangles and squares in various shades of green. Overlaid on this pattern are six white plus signs arranged in a 2x3 grid.

01.協會概要



一般社団法人

日本リユース業協会

Japan Reuse Affairs Association

理念

当団体は、リユース業界の透明性の高い健全な発展を通じて、持続可能な循環型社会の形成に貢献する。

目的

当団体は、「リユース」並びに「リユース業」の社会的認知度向上及び良質なリユース事業者の育成を通じ、わが国におけるリユース業界の透明性の高い健全な発展を図ることを目的とする。

設立

2009年4月15日

Our Philosophy

循環型社会の
構築に貢献すべく
リユース業界の
健全な発展を



総会員企業：82社

正会員：33社

準会員：4社

研究会員：16社

賛助会員：29社

* 2024年12月末時点

会長

石原 卓児（株式会社コメ兵ホールディングス 代表取締役社長）

副会長

小林 泰士（株式会社マーケットエンタープライズ 代表取締役社長）

山本 太郎（株式会社ハードオフコーポレーション 代表取締役社長）

専務理事

伊藤 廣幸（常勤）

理事

河野 映彦（株式会社アップガレージグループ 代表取締役社長COO）

久保 幸司（株式会社ゲオホールディングス 取締役常務執行役員）

石田 純哉（株式会社ゴルフパートナー 代表取締役社長）

野坂 英吾（株式会社トレジャー・ファクトリー 代表取締役社長）

上田 雄太（株式会社パシフィックネット 代表取締役社長）

堀内 康隆（ブックオフグループホールディングス株式会社 代表取締役社長）

監事

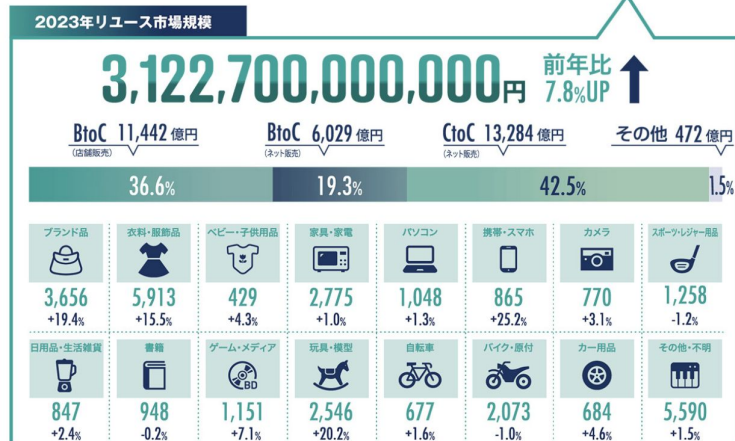
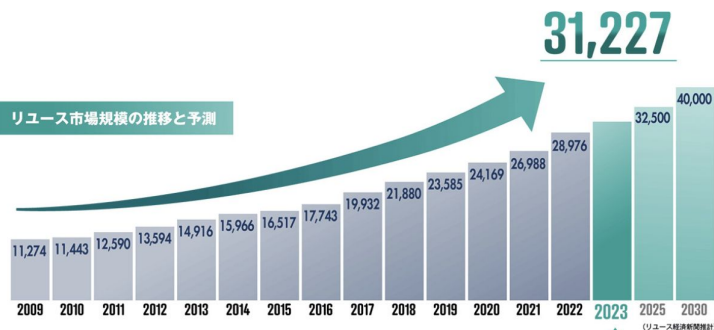
黒川 芳秋（株式会社Kurokawa 代表取締役社長）

正会員 一覧

 株式会社アップガレージグループ	 FTF株式会社	 株式会社オカモト	 株式会社オフィスバスターズ	 株式会社買取王様
 株式会社お宝創庫	 株式会社キタムラ	 株式会社Kurokawa	 株式会社デオ	 株式会社小坂
 株式会社コメ兵ホールディングス	 株式会社ゴルフ・ドゥ	 株式会社ゴルフパートナー	 ジット株式会社	 株式会社スタンディングポイント
 株式会社ソフマップ	 株式会社タカハシ	 株式会社タイツ	 株式会社トレジャー・ファクトリー	 株式会社ハードオフコーポレーション
 株式会社BuySell Technologies	 株式会社パシフィックネット	 ブックオフコーポレーション株式会社	 株式会社ブランドオフ	 株式会社ベストバイ
 株式会社Clarisse	 株式会社マーケットエンタープライズ	 株式会社万代	 株式会社メルカリ	 LINEヤフー株式会社
 楽天グループ株式会社	 株式会社REGATE	 リネットジャパン株式会社		



02. リュース市場規模



日本の家庭に眠る”かくれ資産”

66兆6,772億円



第1回(2018年)が約37兆円、第2回(2021年)が約44兆円、そして今回は約67兆円となり、この5年間で実に1.8倍(前回の1.5倍)の規模へと拡大した。また、日本の人口で割り戻し、国民一人あたり平均“かくれ資産”を算出したところ、約53.2万円となり、年末年始の大掃除で捨てる予定の不要品の資産価値は平均8.5万円相当となっている。

出所：株式会社メルカリ ニッセイ基礎研究所 2023年版 日本の家庭に眠る”隠れ資産”



03.活動概要



2024年1月正会員連絡会

理事会・連絡会

理事会は理事企業9社＋監事で開催、新規入会企業や様々な案件が審議される。

連絡会は理事会に合わせて年4回の開催、対象は正会員。各議案の検討及び各企業からの近況報告を通じ、リユース業界の課題について議論するとともに、相互理解を深めている。



交流会

交流会は、理事会に合わせて年に4回開催される。理事会・連絡会の後に行われ、全会員企業が参加可能。

会員企業以外にも、官公庁や国会議員の先生を来賓としてお招きし、情報交換が活発に行われており、リユース業界外との交流も深まっている。



2024年1月 WWFジャパン 事務局長 東梅様のご講演

講演会

年に1-2回、外部講師をお招きして講演会を開催。

2020年：野口 健 様「富士山から日本を変える」

2023年：中石 和良 様「なぜ、企業がサーキュラーエコノミーに取り組むべきなのか」

2024年：東梅 貞義 様「経営層に知って欲しいグローバルリスクと、環境・サステナビリティ経営実現のフレームワーク」



2024年9月 コメ兵HD石原社長の経営者勉強会

勉強会・セミナー

理事企業の経営者が経営論や組織論について講義を行い、成功事例の会員企業内展開を行っている。

また、会員企業主催のセミナーも複数回開催している。

開催セミナータイトル

「これから始めるChatGPT（生成AI）を組織活用する手法

勉強会 失敗しない秘訣をお伝えします」

「伸びてる会社の5つの共通点」

リユースハンドブックの目的

リユースショップ営業に必須のスキルを持つ人材の育成、消費者が安心して利用できるリユース市場の形成



購入ページ

<https://www.re-use.jp/handobook/>

「古物営業法」を中心に、「個人情報保護法」、「製造物責任法」、「資源有効利用促進法」、改正「特定商取引法」、「廃棄物処理法」などの関連法規の基礎知識や留意すべき事項などを実務の流れに沿って解説。

リユース検定の目的

リユースショップ営業に必要な知識を備えた人材の育成を通じて、消費者が安心して利用できるリユース市場の形成とリユース業界の健全な発展に寄与する。

通算結果

総受験者数：24,002名

リユース営業士：10,773名

合格率：46.9%

*第44回までの累計

NPO富士山クラブ協力の元、毎年、富士山とその周辺
地域の清掃活動を会員企業合同で行っている。
参加者累計 約1,300名以上 ゴミ総量 約6.6 t



物が人から人へと循環し続ける様子 がイメージできる「∞」と同じ形の 「8」が並ぶことから8月8日。

一般社団法人 日本記念日協会に正式登録。

会員企業と共に持続可能な循環型社会の形成に貢献すべく、
「リユースの日」をきっかけとした 啓発活動を行っている。

未来につながるリユース

日本リユース業協会では循環型社会の
形成に貢献し、リユースを行ったこと
によるCO2排出量削減に努めております。

2023年度CO2削減貢献量

845,960t

※会員企業の2023年4月-2024年3月末値より算出

会員企業の昨年度のリユース事業におけるCO2削減貢
献量を算出し、8月8日にプレスリリースとして発表。



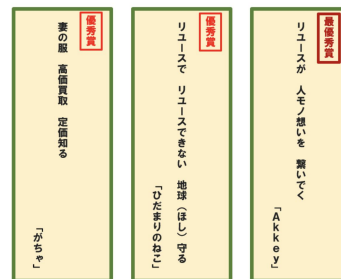
(株)メルカリの「メルカリかんさつ帳」小学生
がメルカリを疑似体験できるワークショップ



(株)コメ兵の「キッズアカデミー」リ
ユースや鑑定士のお仕事について学
べるワークショップ



ざしきわらし様（イラ
ストレーター）とのタ
イアップで2024年度の
キービジュアルを作成



リユース川柳の公募を行い、1,191件の応募
を頂いた。賞は審査を経て10月下旬に
発表予定。

自治体に会員企業のショップ情報を連携

全国20を超える自治体と連携しており、自治体のエリアに出店している会員企業の店舗情報を連携し、リユースショップを紹介する冊子や電子データを作成。地域住民がリユースを利用しやすいご案内を行っている。

八王子市の冊子紹介



連携自治体一例



宇都宮市



新潟市



東大阪市



小田原市

リユース市場の透明性及び健全性を高める為に当協会独自の遵守事項を制定

催事買取（イベント買取）や出張買取におけるトラブル、店頭の掲示物や広告物における消費者が誤認しやすい表示等に関して当協会独自の遵守事項を会員企業・弁護士法人と共に制定。定期的な啓発を行い市場の透明性・健全性を高める活動をしている。

催事買取についての遵守事項

- ① 古物商許可の標識掲示、行商従業者証携帯
- ② 単品での査定額提示を基本とする
(※ただし、低単価商材の場合はまとめ提示も可)
- ③ 査定表控えのお渡しの徹底
- ④ 開催主の連絡先電話番号の明示
- ⑤ 無理な勧誘、強引なチラシ配布の禁止
- ⑥ 事前配布広告物に記載の営業時間厳守
- ⑦ 実施店舗が定める各種ガイドラインを遵守

出張買取についての遵守事項

出張買取の定義:事業者がお客様の自宅等に訪問して、その場で物品を査定し、現金又は後日振込にて買取する取引(商品を一度預かって査定を行う「預かり査定」は含まれない)。

1 飛び込み勧誘(不招請勧誘)の禁止

- ・お客様から出張査定・買取の申込を受けた場合に限り、実施する。
- ・出張先においてお客様から査定・買取の依頼を受けた場合に限り、実施する。

2 事業者の名称・訪問目的等の明示

- ・会社概要が記載されたパンフレット、査定員の名刺、行商従業者証等を提示するなど、事業者の名称、訪問目的等(売買契約の締結について勧誘する目的である旨、当該勧誘にかかる物品の種類)を明示する。

3 再勧誘・迷惑勧誘の禁止

- ・お客様から売却を断られた場合は、再度の勧誘は行わない。
- ・お客様を威迫し、困惑させるような言動、事実不告知・不实告知は行わない。

4 書面の交付

- ・契約締結の際には、法定書面(契約書、クーリング・オフの書面)の控えを書面(消費者の承諾がある場合は電子も含む)にてお渡しする。

5 クーリング・オフ

- ・買い取った商品は書面交付日から8日間保管し、クーリング・オフの申出があった場合はすみやかに返還する。

なお、適用除外物品(特定商取引に関する法律施行令第34条で規定する物品の具体例)に関する出張買取の場合は、古物営業法に基づき、行商従事者証の提示(お客様から求められた場合)、お客様の本人確認、書面の交付(クーリングオフに関する記載のないもの)を行う。また、適用除外(特商法58条の17)態様に該当する場合は、上記1~4(但し、「4.書面の交付」は、クーリング・オフに関する記載のないものを交付)を行う。

誇大広告の禁止における遵守事項

基本要項

- ・公序良俗に反していないこと
- ・反社会的勢力や犯罪を肯定し、又は、助長するような表現を避けること
- ・WEB広告、ペイドメディア媒体等における表現も本ガイドラインを遵守すること
- ・資本関係のない企業について、許可なく掲載を行わないこと

商標権利者、著作権利者への配慮

- ・ショッパーや箱、ロゴの無断使用を行わないこと
- ・商標権所持者作成の広告物の無断使用を行わないこと
- ・広告主を明示する(アライアンスの際)こと
- ・不正品(模造品・盗品)に対する表現を行わないこと

買取価格における表現

- ・掲出する買取価格例は取引実績日時を必ず明示すること
- ・掲出した価格と乖離する可能性があることを必ず明記すること

価格表示、販売方法における表現

- ・価格表示は、消費税相当額を含んだ総額表示方式とすること
- ・二重価格表示は、元の価格の根拠が明確であること、また、期間、数量等の制限がある場合は、その事項を併せて表記すること
- ・「投げ売り」、「特売」、「早い者勝ち」等、契約を急がせる表現でないこと(「先着順」は手続きの説明のため、該当しない)

口コミに対する誘発及び対価の支払

- ・口コミを条件としたインセンティブ、例えば、「口コミを書いてくれたらクーポンを差し上げます」、「口コミを書いてくれたらお会計から10%割引」といったキャンペーンは実施しないこと

- ※上記はプロモーションとして定義し、「広告」という文言を必ず使用すること
- ・口コミを利用して競合他社、商標権利者及び利用者等への不利益を与えないこと

過剰表現、その他誤解を与えかねない表現

- ・「日本初」「業界初」「満足度No.1」「当社だけ」等の誇大表現になりかねない表記は、専門機関やメディアによる調査結果等の根拠を明示すること
- ・根拠のない「完全」「確実」「絶対」「100%」等、故意に誤認を誘う表現をしないこと

- ※自社及びグループ会社等による業界及び他社情報を含む調査結果は不可

- ※専門機関やメディアによる調査結果の掲出は可能