

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～

事業報告書

実施団体名八王子市
2025年1月

1. 対象地域の概要

八王子市(令和6年6月末時点)



人口：約56万人

面積：約186km²

年齢構成比：

0～14歳…10.4%

15～64歳…61.7%

65歳以上…27.9%

1. 対象地域の概要

【これまで行ってきたリユース施策】

・リユースショップ紹介冊子の作成

平成 26 年度以降、リユース業協会協力のもとリユースショップ紹介冊子を作成し、配布及び市HPで公開している。



1. 対象地域の概要

【これまで行ってきたリユース施策】

令和3年度から 株式会社ジモティー(以下、ジモティー)と不要品リユース実証事業を実施している(実績は下表のとおり)。

	令和3年度	令和4年度	令和5年度
実施場所	戸吹クリーンセンター内	あったかホール	あったかホール
実施期間	約1か月 (1月～2月)	約7か月 (9月～3月)	約6ヵ月 (10月～3月)
リユース数 /総出品数	139品/145品	8,036品/8,123品	8,825品/10,081品
リユース率 /リユース量	95.9%/766kg	98.9%/39t	96.4%/47t ※

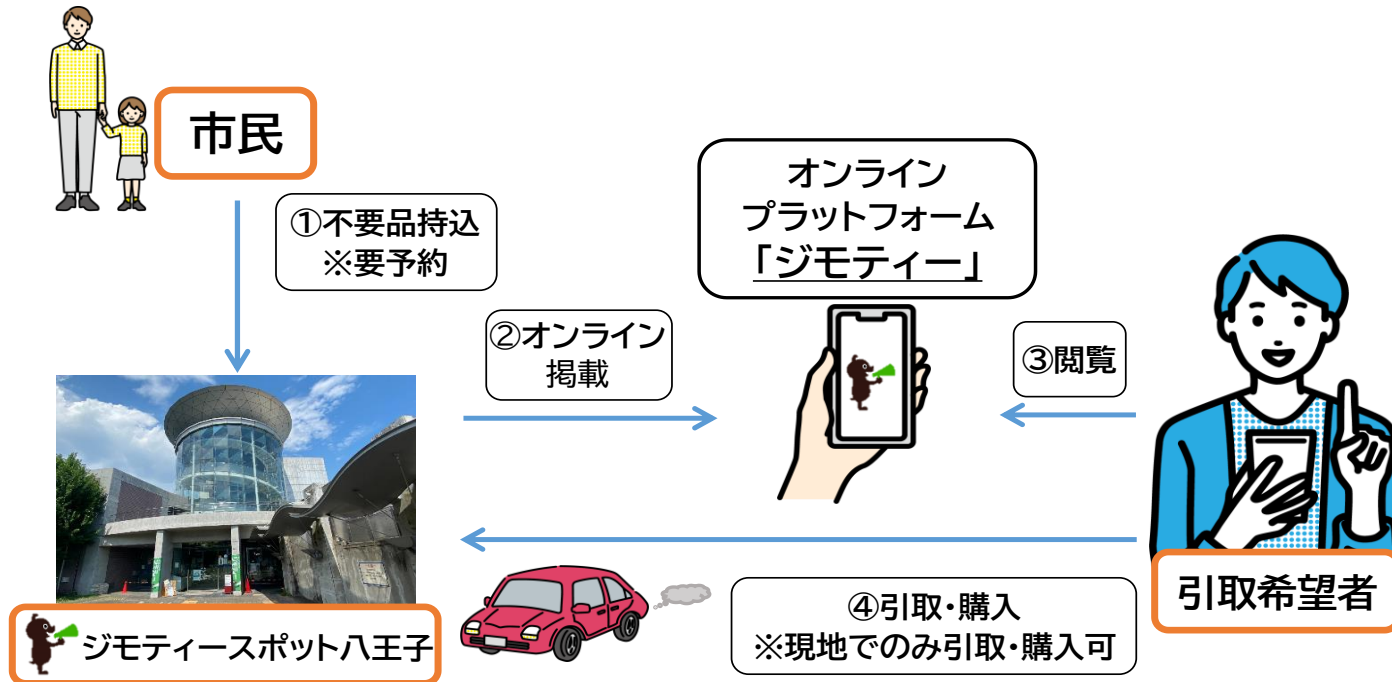
※令和5年度のリユース率は、2月末までに出品された品物の3月末時点の実績から算出

2. 事業の目的

- ジモティーと連携し、再利用可能な不要品を気軽にリユースできる仕組みを構築・運営することで、市民の利便性向上及び、事業の効率化を図ること。
- 様々な事情で品物を持ち込むことが難しい方を主な対象として戸別回収を実施し、更なる利便性向上やリユースの推進を図ること。
- 過去3年間の実証事業の結果を踏まえ、事業の本格化に向けた検証(予約枠の撤廃・営業日数の増加)や横展開の可能性についての検証を行うこと。

3. 事業の内容

・ 実施内容(継続実施分)



1. 市民が不要品を予約のうえ持ち込み、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(一部市が粗大ごみ等として引き取ったものを提供)。
※11月より、金曜日は予約不要。
2. 引き取った品物(リユース品)をジモティーに掲載する。
3. 引き取り希望の方へ、市施設内にて販売(一部無償で譲渡)する。

3. 事業の内容

- 実施期間

令和6年(2024年)4月1日～令和7年(2025年)3月31日

- 営業日時

金・土・日曜日(週3日)の10時～16時半

- 実施場所

あったかホール 1階(北野町596-3)

【施設概要】

1F:体育館(多目的ホール)

キッズスペース

エコひろば(八王子市環境学習室)

2F:喫茶、会議室、クールセンター八王子

3F:生きもの展示室

4F:温水プール

※駐車場あり(約30台駐車可)



3. 事業の内容

【売り場面積】

約100㎡



売り場

【倉庫面積】

約40㎡



倉庫

3. 事業の内容

ジモティースポットの様子



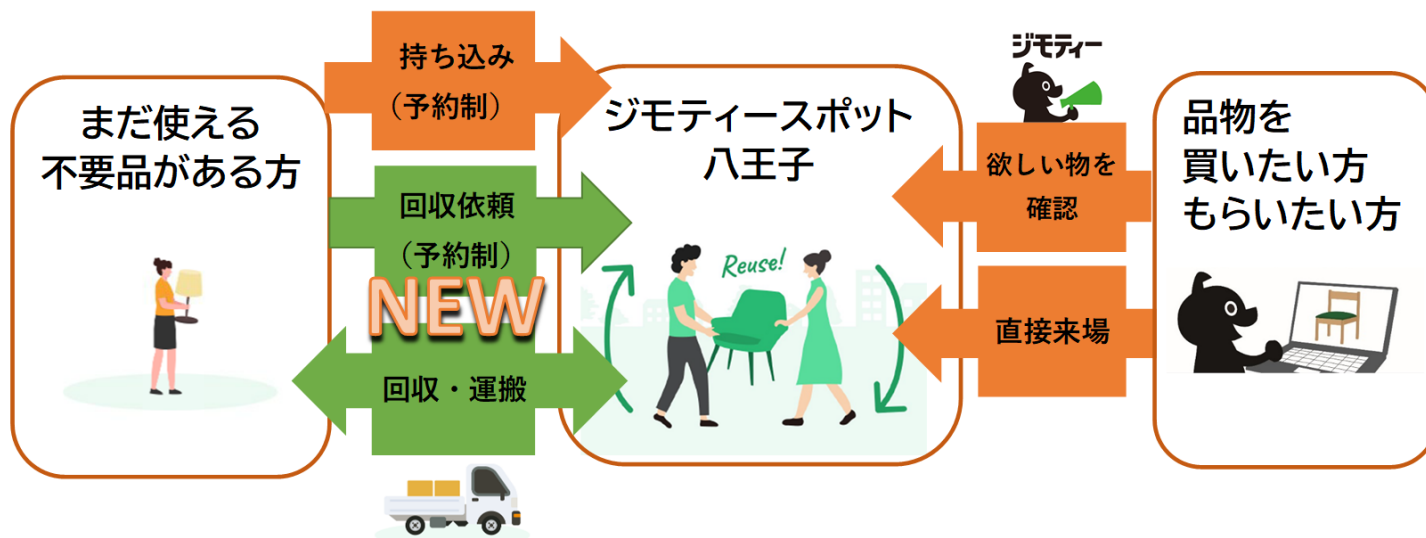
3. 事業の内容【新規取組】

- 実施内容

市民が不要品の戸別回収予約をオンラインで行い、ジモティーが再利用可能と判断した物について、戸別回収・あったかホールへの運搬を行う。

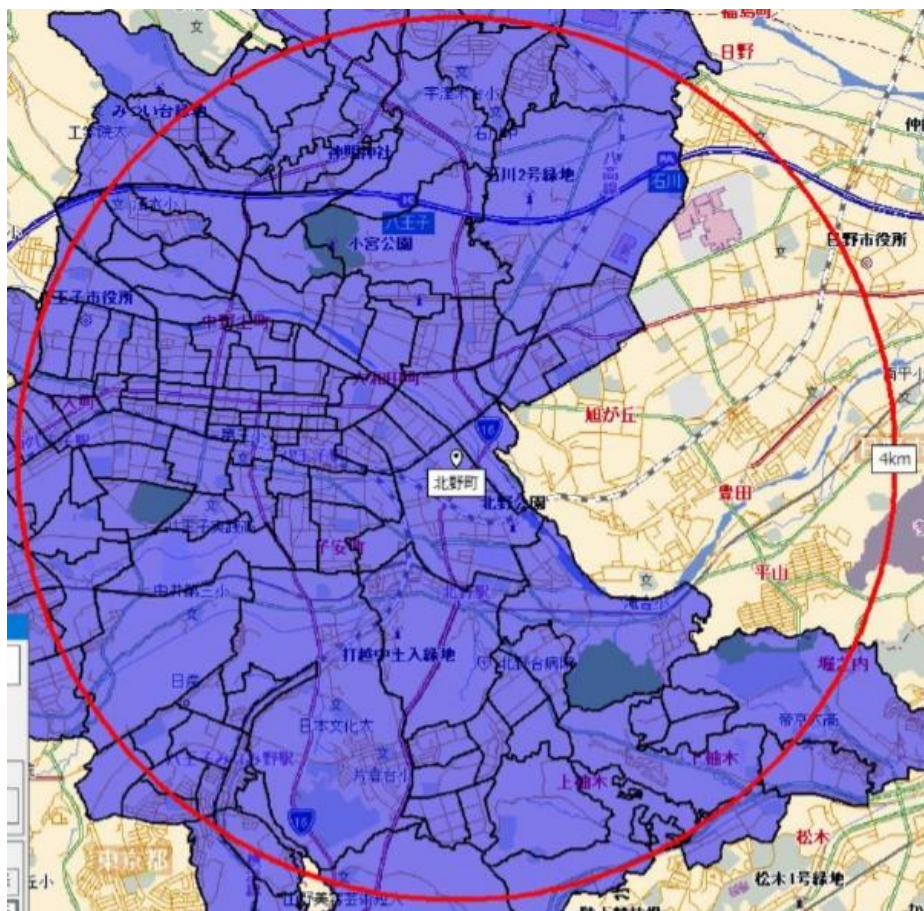
- 実施期間

令和6年(2024年)9月27日～令和6年(2024年)12月6日
期間中の隔週金曜日に計6回実施



3. 事業の内容【新規取組】

戸別(訪問)回収の対象地域



- ・対象地域
ジモティスポット八王子より
半径約4km
- ・対象世帯数
約173,000世帯

※半径4Kmのうち、塗りつぶし部分
以外是他市域(日野市)のため対象外

3. 事業の内容【新規取組】

戸別回収の様子



訪問の様子



運搬車両への積載の様子



あったかホール倉庫内(回収品)



- ・運搬は軽トラ、2t車の2台で実施
- ・玄関先での対面引渡し

3. 事業の内容



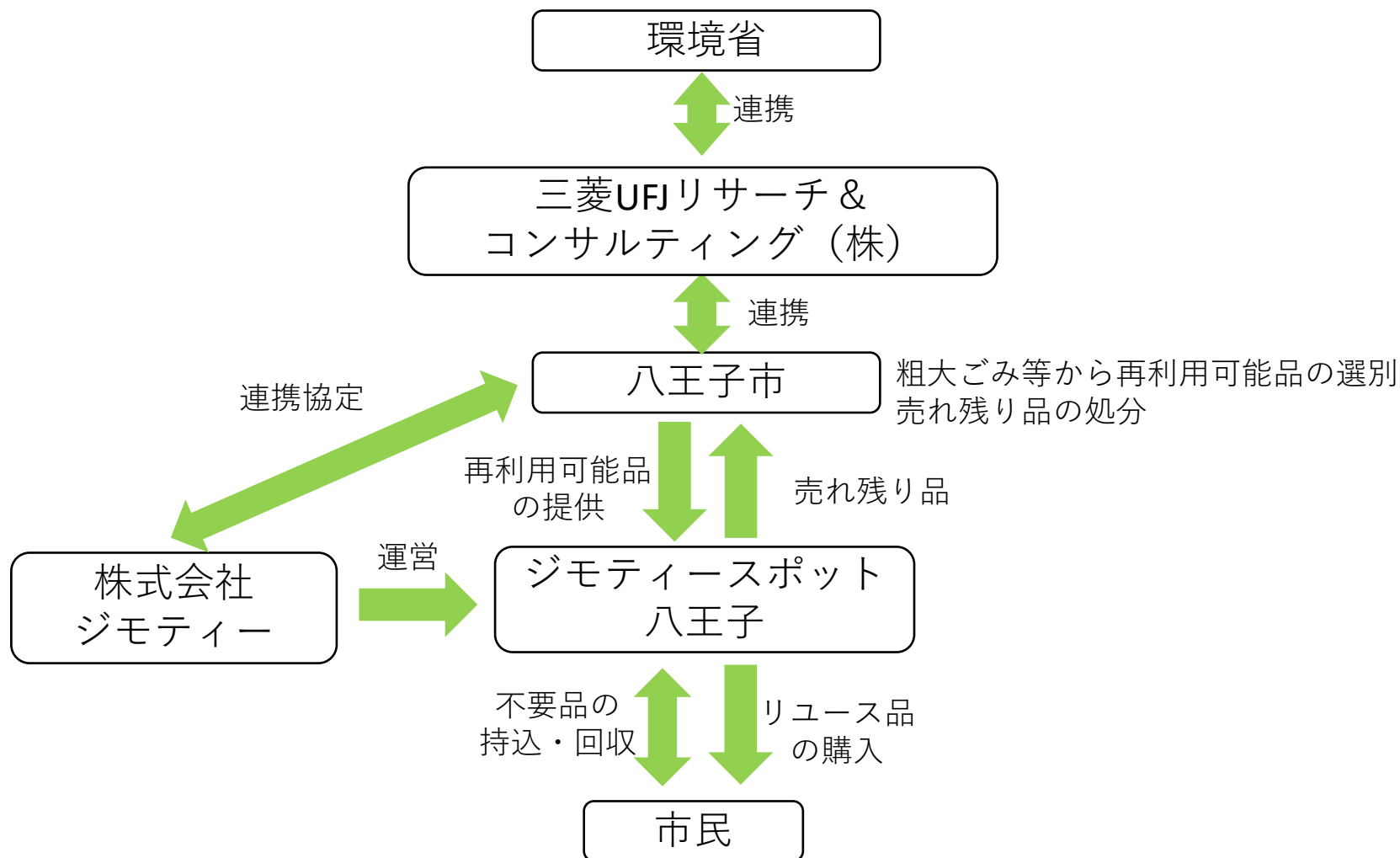
取り扱う主な品目
(持込・回収共通)

1. 家具(3辺合計180cm未満)・家電
2. スポーツ用品
3. レジャー用品
4. 子ども用品
5. 楽器

等

※次の人が使える状態のモノ

4. 事業の実施体制



5. 事業の成果（効果検証）

(1) 戸別回収の実績

【目標値】 1回収日あたり500品

	申込件数	回収件数	回収品数	出品数
9月27日	59	9	64	64
10月11日	79	23	267	277
10月25日	112	23	238	
11月8日	126	23	336	191
11月22日	105	19	311	
12月6日	116	18	462	12
計	597	115	1678	544
平均	100	19	280	

※回収した後に出品作業を行っており、出品作業は月をまたぐため回収品数＝出品数とならない。

計6回実施し、1件当たり約15品を回収。
1回収日あたりの品数は増加しているものの、目標値には届いていない。
10月25日以降の申込件数は100件を超えており、需要が一定程度ある。
売り場スペースが不足しており、出品できずに保管されたままの回収品が多い。

5. 事業の成果（効果検証）

※以降はジモティースポット全体の実績

(2)リユース品の引き渡し数及び重量よりごみの減量効果を検証

【目標値】 1営業日あたり 135 品の引渡し、約64tのごみ減量

	引渡数 (持込・回収)	重量(kg)	1営業日あたりの 引渡数
6月	2,026	10,113	145
7月	1,836	8,547	153
8月	1,835	8,229	131
9月	1,656	7,159	127
10月	1,337	6,523	111
11月	2,183	10,227	156
12月	1,586	7,357	132
合計	12,459 *	58,155	
平均	1,780	8,308	136
R5事業平均	1,471	7,776	118

1営業日あたりの引渡数(平均)は目標を達成した。令和5年度の事業と比較しても効果的に事業が行われていることが分かる。

*引渡した物品は、令和6年5月までに出品されたものを含む。

5. 事業の成果（効果検証）

(3)リユース率(引渡数/出品数)により、事業の効率性を検証

【目標値】 リユース率90%以上

	出品数 (持込・回収)	引渡数 (持込・回収)	リユース率
6月	2,412	2,026	84.0%
7月	1,711	1,836	107.3%
8月	1,869	1,835	98.2%
9月	1,815	1,656	91.2%
10月	1,579	1,337	84.7%
11月	2,374	2,183	92.0%
12月	1,715	1,586	92.5%
合計	13,475	12,459 *	92.5%
平均	1,925	1,780	
R5事業累計	10,081	8,825	96.4% ※
R5事業平均	1,680	1,471	

※R5事業累計のリユース率は、R6.2月末までに出品された品物のR6.3月末時点の実績から算出

6月～12月合計のリユース率は92.5%* となり、目標を達成している。

*引渡した物品は、令和6年5月までに出品されたものを含む。92.5%は令和6年6月～12月の出品数に対する割合。

5. 事業の成果（効果検証）

営業秘密情報を含んでいるため非公開

5. 事業の成果（効果検証）

（5）品目別出品数とリユース量

		家具	食器	電化製品	趣味	乳児用具 子ども遊具	作業用具	衣類	その他	合計
品目ごとの 出品数	出品数(点)	2,629	2,328	1,880	1,735	1,486	866	68	2,483	13,475
	出品量(Kg)	19,102	4,656	11,227	9,217	4,411	4,404	46	9,497	62,560
	うち戸別回収 出品数(点)	201	38	106	41	40	18	0	100	544
	出品量(Kg)	1,483	76	523	287	145	77	0	370	2,961
	出品量に 占める割合	(7.8%)	(1.6%)	(4.7%)	(3.1%)	(3.3%)	(1.7%)	(0.0%)	(3.9%)	(4.7%)
品目ごとの リユース量	リユース品数 (点)	2,463 (93.7%)	1,954 (83.9%)	1,759 (93.6%)	1,505 (86.7%)	1,368 (92.1%)	830 (95.8%)	59 (86.8%)	2,005 (80.7%)	11,943 (88.6%)
	リユース量 (Kg)	17,747 (92.9%)	3,908 (83.9%)	10,576 (94.2%)	7,993 (86.7%)	4,003 (90.8%)	4,214 (95.7%)	40 (87.0%)	7,402 (77.9%)	55,883 (89.3%)

※出品数・出品量は、令和6年6～12月に出品された品数。リユース品数・量・リユース率は、令和6年6月～12月に出品された品物について、令和7年1月までに販売・譲渡された品数から算出。P.16-17の引渡数等と異なる点に注意。

※品目の具体例

家具：3辺の合計180cm以内の家具（棚・ラック・椅子等）／ 食器：皿、茶碗、コップ、カトラリー等／
 電化製品：ストーブ、炊飯器等／ 趣味：スポーツ・レジャー用品、釣り竿、ゴルフ用品、キャンプ用品等／
 乳児用具・子ども遊具：ベビーカー、おもちゃ等／ 作業用具：カゴ、ゴミ箱等の生活用具等／
 衣類：衣類又は、服飾品／ その他：上記、記載のない日用雑貨等

5. 事業の成果（実証事業中の事業改善）

【戸別回収の課題（採算性の向上）への対応】

目的	取組内容
リユース需要の高い商品の回収	戸別回収申込フォームを分類選択から品名入力に変更。 ➡ <u>季節需要品等、ニーズの高い商品の優先回収。</u>
回収効率の向上	・事前に食器や小物類を段ボール等にまとめてもらう。 ・回収希望時間の選択肢を午前／午後の2本化。 ➡<u>1件の回収時間の短縮により、車両1台あたりの回収件数を増加。</u> ・2tトラックと軽自動車の組み合わせを状況により変更。 ➡<u>品目、品数、地域に合わせた最適な車両を配車することで、回収効率が向上。</u>

5. 事業の成果（実証事業中の事業改善）

【ジモティースポット利用者増に向けた取り組み】

家具や家電などの不要品 捨てずにリユースしてみませんか？ ※要予約

気持ちよく使えるものなら

八王子市&ジモティーが運営する
不要品持ち込みスポットOPEN

スポットに持ち込むだけ。
一度にまとめてお持ち
いただいてOK

土日と金に持ち込み可能です！

使えるものなら
無料でお引き取りします！

ご利用の流れ

01 スポットまで持ち込み
何点でもOKです！
土日の持ち込みはWebページから
ご予約ください。最短当日可能です。
※金曜日は予約なしで営業時間内に
持ち込み可能です。

02 モノと身分証の確認
持ち込まれたモノの確認を
します。また八王子市民と
わかる身分証のご提示を
お願いします。

03 持ち込み完了
店内に欲しいものがあり
ましたら、ご購入も可能です。

持ち込み対象のモノ

次の人が「気持ちよく」使える状態のモノで、
家具（3辺の合計が180cm以下）・家電・
レジャー・スポーツ用品・子ども用品等を
お持ち込みください。
詳細はWebページからご確認ください。
※一部対象外：リサイクル家電4品目、自転車、
マットレス・寝具

詳細・お問い合わせ

各二次元コードからご確認ください

サービスの詳細やご予約は
こちら

リユース品の譲渡・販売も
行っています。在庫確認はこちら

ジモティースポット八王子

住所 八王子市北野町 596-3
(八王子市北野町駅南口徒歩5分)

営業日 金曜日、土曜日、日曜日

営業時間 10:00~16:30

問合せ先 070-8829-0453
hachiojispot@jmt.jp

注意事項

- 災害等の不測の事態などの場合に、予告なく内容、実施期間、営業時間を変更する場合がありますので、ご了承ください。
- 他の方が気持ちよく使える状況にないものなど、他の方への迷惑が懸念される場合、お持ち帰りいただくことがあります。
- スポットの敷地内外にかかわらず、車両などによる事故等に関しては、ジモティーは一切責任を負いません。



②あったかホールまつりへの出展



ジモティースポット八王子 持ち込み日時予約フォーム

品物を持ち込む日時を下記からご予約ください。
予約完了ページに表示されます予約番号を必ずお控えください。
※八王子市民の方のみご利用いただけます。当日はご住所が分かる身分証をお持ちください。
※予約可能な日時は、随時更新いたします。
※予約後の日時の変更はできません。
※お持ち込み可能なモノをこちらからご確認の上、ご予約ください

持ち込み日時

日付

未選択

未選択

2024年12月20日(金) 予約なしで持ち込み可能

2024年12月21日(土) 残り5以上

2024年12月22日(日) 残り5以上

2024年12月27日(金) 予約なしで持ち込み可能

①各種イベントでのチラシ配布

③金曜日の持込予約枠の撤廃

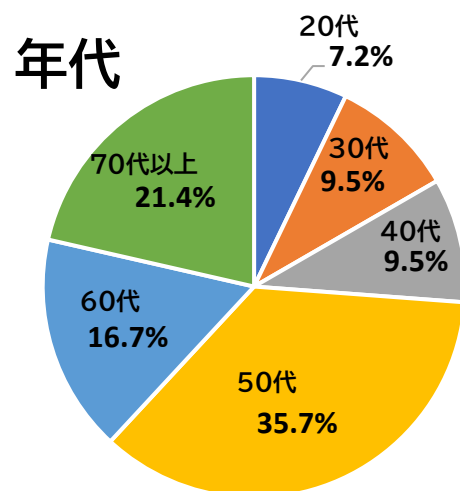
5. 事業の成果（アンケート結果）

戸別回収利用者のアンケート調査を実施

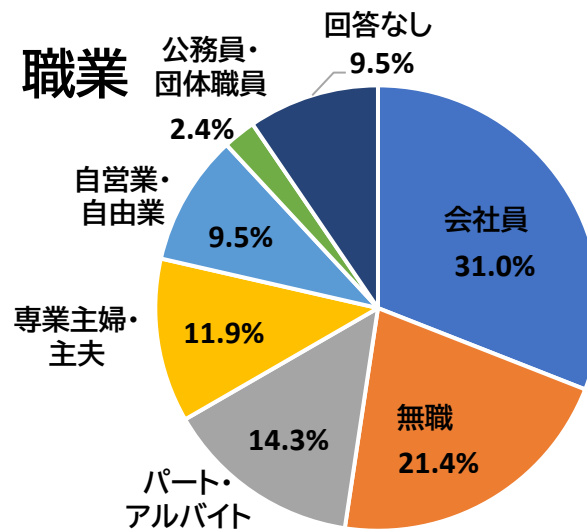
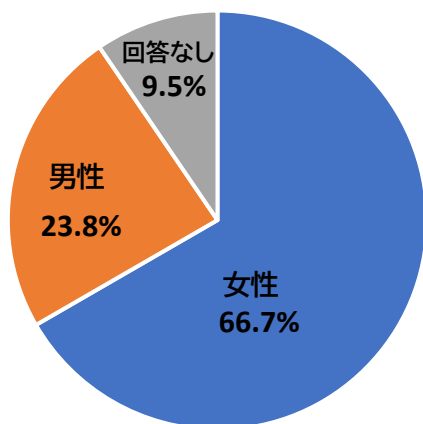
	内容
実施期間	令和6年12月3日(火)～12月8日(日)
回答数	・対象者 97名 (令和6年9月27日(金)～11月22日(金)の戸別回収利用者) ・回答者数 42名 (回答率:43.3%)
実施方法	オンライン(Googleフォームへの回答依頼をメールにて送付)

5. 事業の成果（アンケート結果）

戸別回収利用者のアンケート結果(計42名)



性別

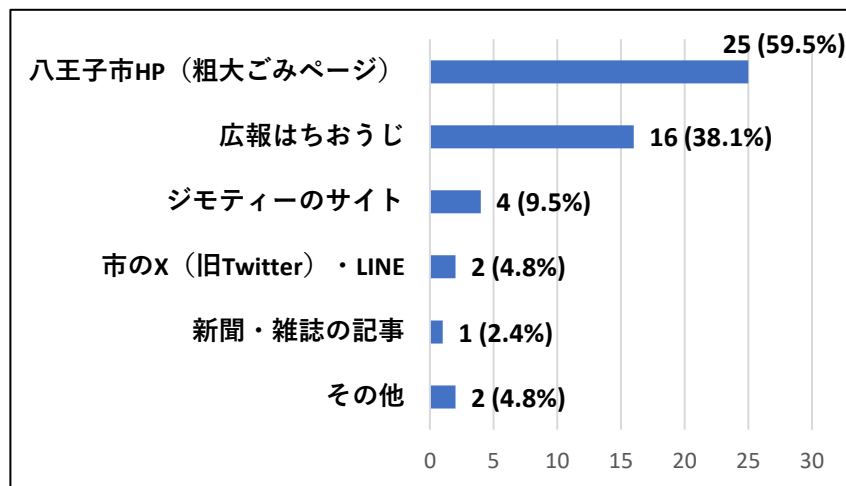


- 50代以上を中心に、幅広い年代の方が利用
- 会社員が3割と最も多い
- 回答者は女性が約7割

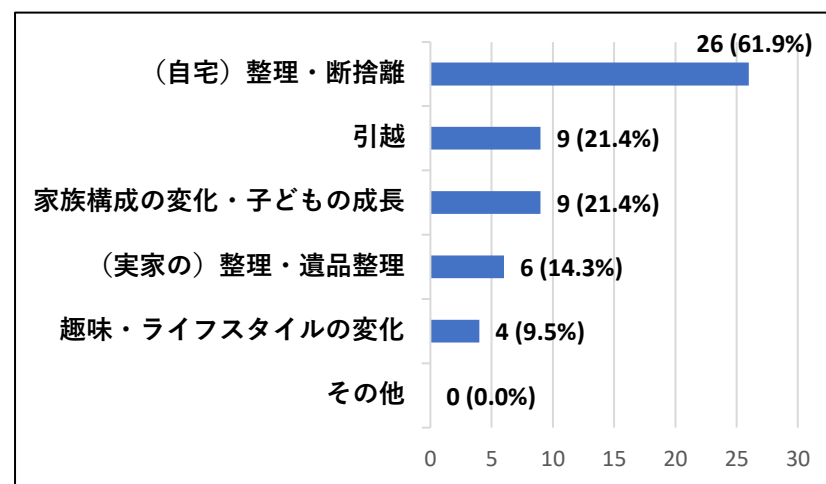
5. 事業の成果（アンケート結果）

戸別回収利用者のアンケート結果(計42名)

戸別回収を知ったきっかけ《複数選択可》



不要品が出たきっかけ《複数選択可》

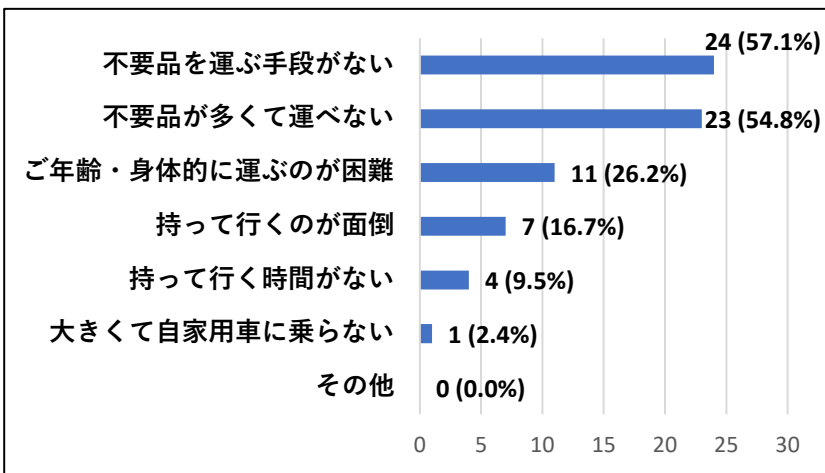


- 戸別回収事業を知ったきっかけは、市のHP(粗大ごみ申込ページ)が6割、広報紙が4割と多い。
- 不要品が出たきっかけは自宅の整理が6割と最も多く、ほか引越、家族構成の変化等様々。

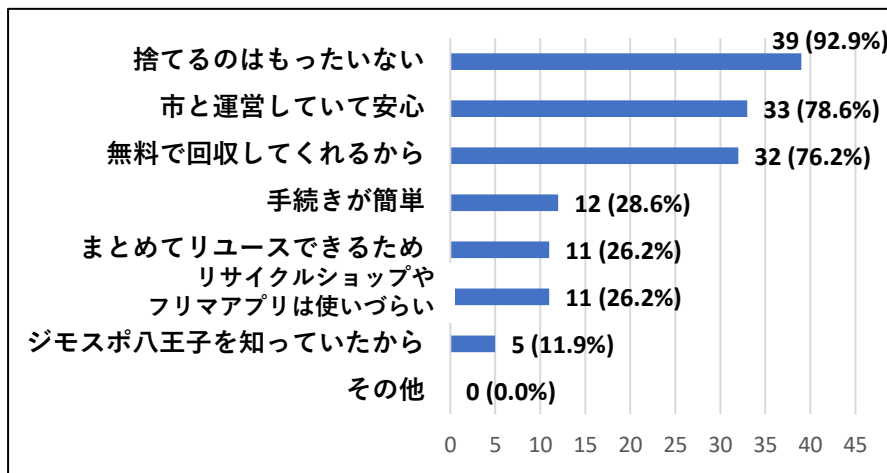
5. 事業の成果（アンケート結果）

戸別回収利用者のアンケート結果(計42名)

持込ではなく戸別回収を利用した理由《複数選択可》



ジモティーを選んだ理由《複数選択可》

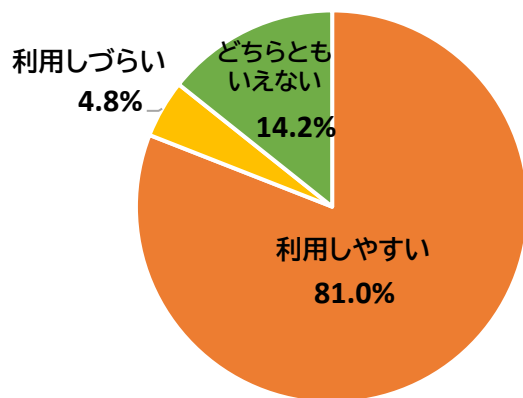


- 「不要品を運ぶ手段がない」「不要品が多くて運べない」ことを理由に利用した方が5～6割。また、回答者の1/4は年齢や身体的困難さが理由であり、本事業のターゲットと合致。
- ジモティーを選んだ理由として、8～9割の方が「ごみとして捨てるのはもったいない」「市と運営していて安心」「無料だから」と回答。

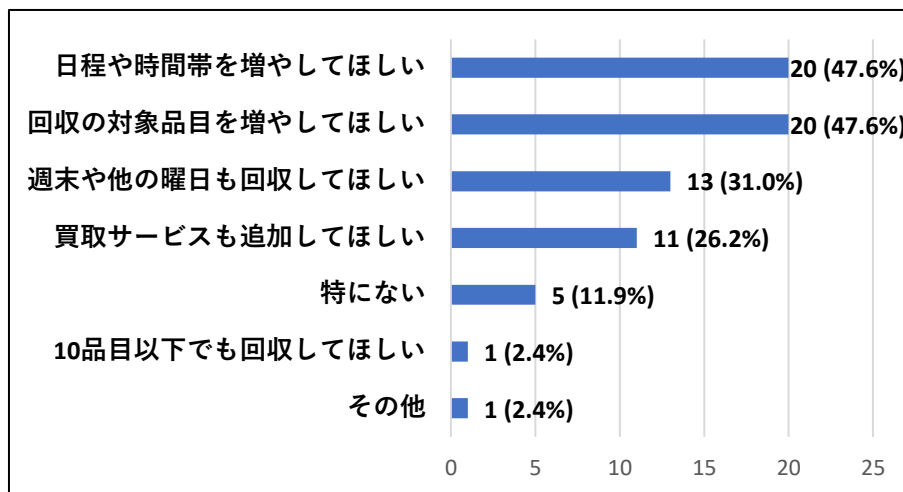
5. 事業の成果（アンケート結果）

戸別回収利用者のアンケート結果(計42名)

利用しての感想



改善してほしい点《複数選択可》



- 戸別回収を利用しやすいと回答した方が約8割。
- 改善を望む点としては、日程や時間帯の増、対象品目の拡大が最も多かった。

5. 事業の成果（アンケート結果）

戸別回収利用者のアンケート結果(計42名)

【感想】※一部抜粋

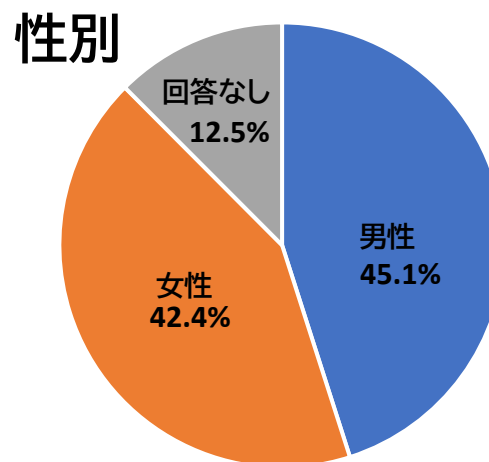
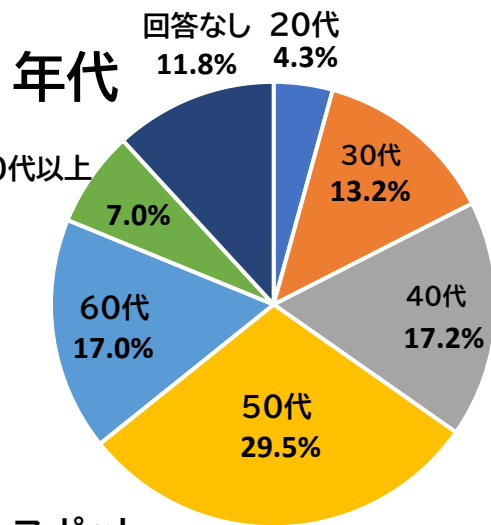
- ・ 使えるのに捨てるのはもったいないので、どなたかのお役に立てて嬉しい。
- ・ 自家用車を持たない身では大変ありがたいサービスです。
- ・ 自宅まで回収してくれるのは高齢者にはありがたい。
- ・ 移動や車に積むのが大変で、粗大ごみとして出してしまうことも多かったので、本当にありがたかった。
- ・ 大きさ制限を緩和し、大きい家具なども再利用してほしい。
- ・ 使える家電等、買取のしくみもあればと思います。
- ・ 月に1回、2ヶ月に1回でもいいので、今後も継続してほしい。



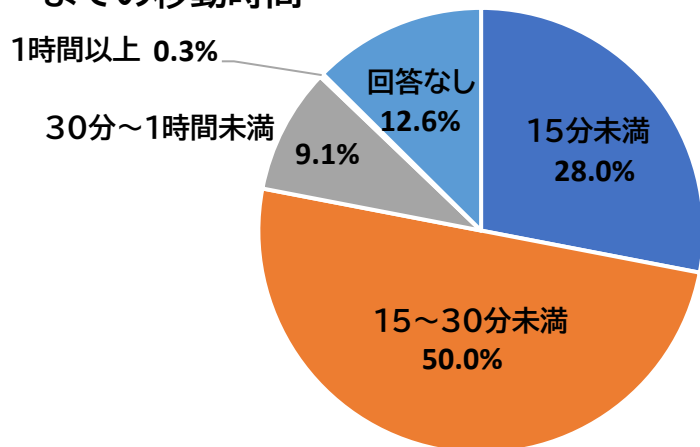
継続実施を求める声、大きさ制限の緩和を求める声が多くあった。

5. 事業の成果（アンケート結果）

ジモティースポット(持ち込み)利用者のアンケート結果(計1074名)



**ジモティースポット
までの移動時間**

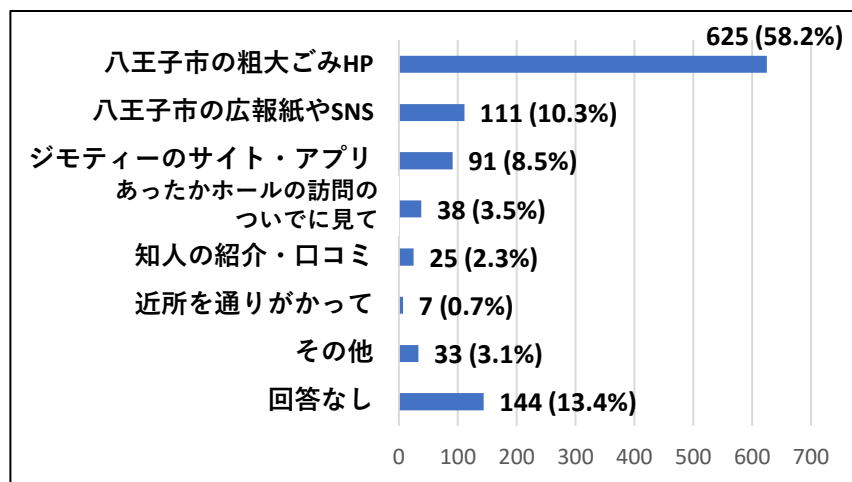


- 30～60代を中心に、幅広い年代の方に利用されている。
- 性別での利用差はない。
- 利用者の約8割はジモティースポットまでの移動時間が30分未満の方。

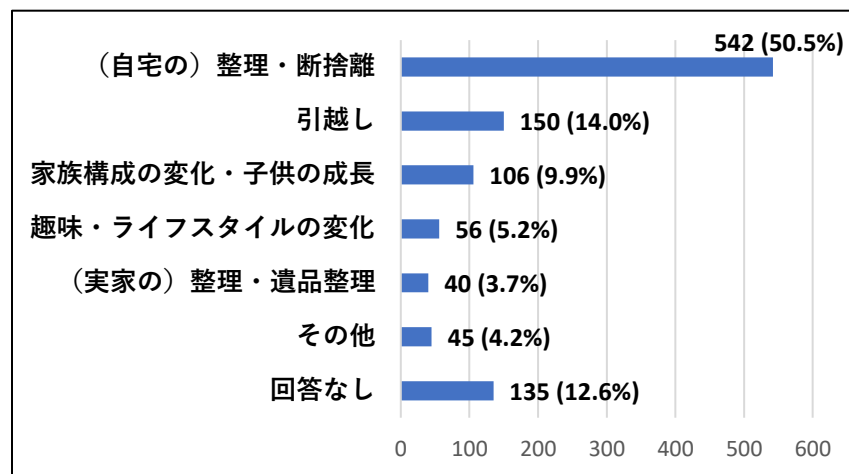
5. 事業の成果（アンケート結果）

ジモティースポット(持ち込み)利用者のアンケート結果(計1074名)

ジモティースポットを知ったきっかけ



不要品が出たきっかけ

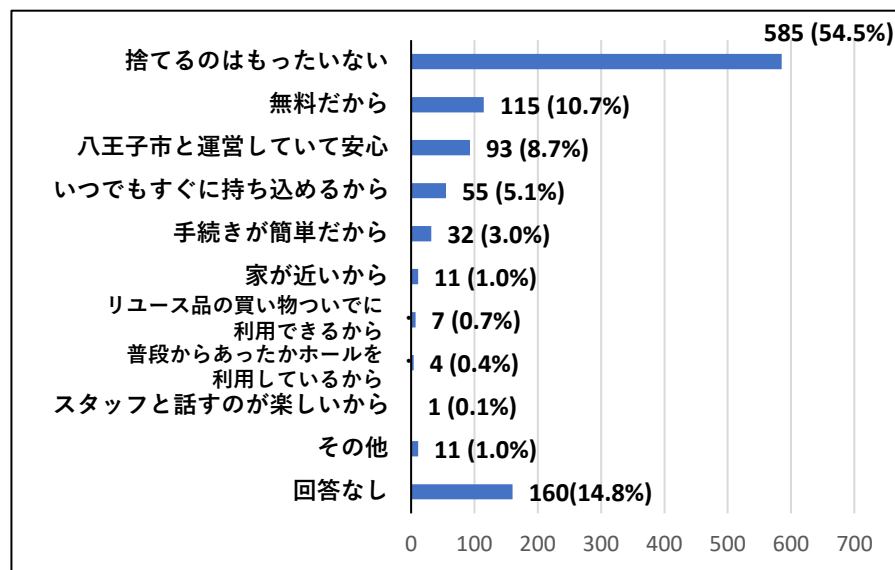


- ・ 市のHP(粗大ごみ申込ページ)がジモティースポットへの不要品持ち込み事業を知るきっかけであることが多い。
- ・ 不要品が出たきっかけは戸別回収と同じく、自宅の整理・断捨離が最も多く、ほか引越、家族構成の変化等様々。

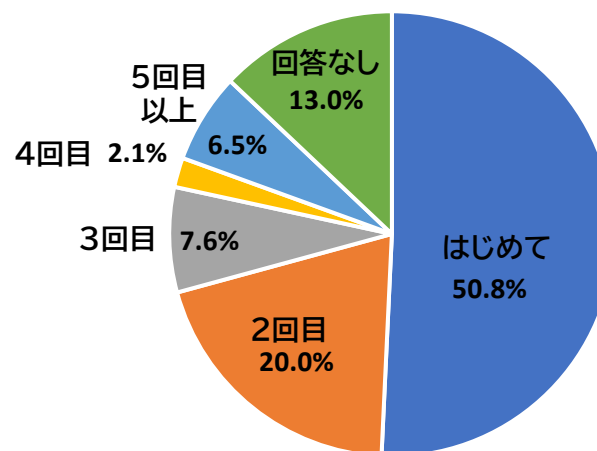
5. 事業の成果（アンケート結果）

ジモティースポット(持ち込み)利用者のアンケート結果(計1074名)

不要品持ち込み先にジモティースポットを選んだ理由



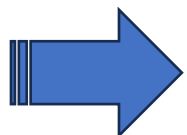
持ち込み利用回数



- 持ち込み先としてジモティースポットを選んだ理由は、「ごみとして捨てるのはもったいない」が約5割、ほか「無料だから」、「八王子市と運営していて安心だから」「いつでもすぐに持ち込めるから」等様々。
- 利用者の約4割はリピーター(持ち込み利用回数2回目以上)。

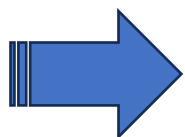
5. 事業の成果（まとめ）

- ・ 戸別回収の実施や予約枠の一部撤廃、イベントでの周知等によって、昨年度と比較して出品数・引渡し数が増加しており、リユース率も90%を超えている。



「事業の効率性」が向上

- ・ 事業を継続して実施することで、知名度が向上し、リピーターの利用が増えている。（持ち込み者のリピーター率：36.2%）
- ・ 戸別回収の実施により、これまで持ち込みが困難なことを理由に廃棄されていた不要品の再利用が図られた。



「ごみの減量効果」が向上

5. 事業の成果（ジモティーより）

戸別回収サービス実証実験で改善を進めたポイント

①回収効率の向上

申込フォームの修正

- 1)回収品名/個数を入力追加、1名で運べる回収品かの確認項目を追加
- 2)食器、小物類を段ボール等、事前にまとめて準備頂くように市民に協力を要請
- 3)回収内容に合わせた、回収車両(2tトラックor軽貨物)の最適な配車

▼以上の改善により、回収車両1台当たりの回収件数が25%向上
コスト削減につながる検証につながった

②商品回転率の向上

申込フォームの修正により、季節商品など需要の高い商品を優先的に回収することにより、商品回転率(=リユース率)の向上を図った

◎今後の課題

実証実験は、地域限定で行ったが、全市域へサービス展開した際、収益性など課題を掘り起こして、検討が必要

また、一時的に回収品を保管する場所など、物理的課題も要検討

6. 今後の検討課題

1. 売り場・保管スペースの確保

引き取った品物の量に対して、品物を陳列するスペースが不足しており、出品できないまま滞留してしまっている。

2. 事業の採算性

■スポット運営について

運営日の増加をスペースの確保と合わせて検討する必要がある。

■戸別回収について

収集運搬費の高騰に対応するため、質が良く、購入需要が高い品を効率的に回収する方法の検討が必要である。

7. 事業終了後の展開

■スポット運営について

令和7年度も、令和6年度と同様の運営日(金土日10時～16時半)で継続実施予定。

令和7年度中に運営日の増加をスペースの確保と合わせて検討する。

■戸別回収について

モデル事業での回収品の内容や回収の効率性、コストを検証し、スポット的な実施を検討する。

8. 横展開へのポイント

【事業実施に向けたポイント】

1. スポット運営について	2. 戸別回収について
①場所の確保 （売り場、保管スペース、駐車場スペース や導線等も確保） ②スポットの所在地 （集客が見込める場所であるか） ③取扱い対象品目の設定 ④売れ残った商品の廃棄の取扱いにつ いての整理 （所有権はどちらに帰属するのか、減免 とするのか）	①対象地域の選定 （スポットからの距離、ターゲットとする 世帯構成） ②取扱い対象品目の設定 ③場所の確保 ④費用対効果の検討

8. 横展開へのポイント

情報提供を通じて他自治体への横展開をしている。

■他市からの視察受入での説明

富山市(市議会)、宮崎市(市議会)、福岡市

■電話での問い合わせ対応

仙台市、奈良市、堺市等 9自治体

■主な質疑

- 1.事業を行う上での課題
- 2.事業の運営体制について
- 3.集客具合
- 4.事業の効果測定方法
- 5.市民からの反響 等

9. 3か年を振り返って

(1) 自治体と民間企業が連携するメリットについて

自治体側のメリット

民間企業の持つシステムや
ノウハウを活用できる

(株)ジモティーが有するオンラインプラットフォームを活用し、より多くの方が気軽にリユースに取り組めている。

また、他自治体でのノウハウをもとに、販売価格の設定や状況に応じた変更なども臨機応変に行うことができ、リユース品の効率的な流通に貢献している。

民間企業側のメリット

(ジモティー)

不要品リユースを希望する市民
へダイレクトに伝えられる

市の粗大ごみ申込ページから、廃棄ではなくジモテースポットへの持ち込みを案内することで、リユースへの誘導を効果的に行うことができています。

また、行政と連携することで、信頼性が向上し、多くの方に安心して利用していただける。



9. 3か年を振り返って

(2)ジモティースポットへの評価

■リユースの推進に貢献

行政が苦手な層への周知への貢献度が高く、令和4年度から令和6年度の3か年のモデル事業で総リユース重量は約144tとなり、ごみ減量及びリユース推進への大きなインパクトを生み出している。

また、一般的なリユースショップでは引き取りが難しい品を主なターゲットとするため、再利用可能な不要品を無料で受け取ることで、民業との棲み分けを行っている点も評価できる。

■環境意識の向上

ジモティースポットには、持ち込み者・購入者あわせて営業日1日あたり100名以上の来店がある。ジモティースポットは市の環境啓発施設内にあり、ジモティースポットの利用が同施設で行われている事業を知るきっかけにもなっている。また、環境イベント等を目的とした同施設への来館がジモティースポットを知るきっかけにもなっており、両事業がそれぞれへの相乗効果を創出している。

9. 3か年を振り返って

(3)事業実施にあたり、難しかった点

■公平性の担保

公平なサービス提供を重視する自治体と事業の効率性を重視する民間企業とで連携して事業を行うため、事業実施の手法や戸別回収対象地域の選定方法等の調整に苦慮した。

(例)

- ・ インターネットを活用できない住民への対応
- ・ 戸別回収対象地域の選定

■役割分担

事業の効率性を高めるために問い合わせもメールのみからであり、電話での問い合わせ対応は市が行わざるを得なかった。また、当初は民間事業として採算を取れると見込んでいたが、見込み通りにはいかなかったため、その分の費用をどのように補填するかや、事業の効率性を高めるための調整を行った。

9. 3 か年を振り返って

(4)実施形態の違いに関する評価

令和4年度	令和5年度	令和6年度
公募によりジモティーを選定し協定を締結	ジモティーと協定を締結 (一部期間は委託)	ジモティーと協定を締結

<連携企業選定手法>

	メリット	デメリット
公募	・本市の目指す事業と合致するノウハウを持つ企業とのマッチングが可能 ・事業の透明性を確保	・市、民間双方に事務手続きが発生 ・協定期間終了後に再度公募をする場合、事業の継続性が担保できない

<連携形態>

	メリット	デメリット
委託	・費用を市が負担することで、事業の継続性を担保	・創意工夫により売り上げを増加させても、市の歳入となるため、民間企業にとってメリットがない