

---

# ロードマップにおける指標・目標について (指標・目標に関するワーキンググループでの 検討結果)

---

令和 8 年1月

# 「指標・目標に関するワーキンググループ」の概要

「指標・目標に関するワーキンググループ」（以下、「指標・目標に関するWG」）は、「使用済製品のリユースの促進に係る検討会」での議論を踏まえて策定された「リユース等の促進に関するロードマップの方向性」（2025年6月）で示された「目指すべき将来像」の実現の達成度合いを測る「取組指標」と、各指標において2030年までに達成すべき目標を検討することを目的に設置された。

## 【指標・目標に関するWGメンバー】

＜座 長＞ 田崎 智宏 国立環境研究所 資源循環領域 資源循環社会システム研究室 室長

＜委 員＞ 栗生木 千佳 公益財団法人地球環境戦略研究機関 持続可能な消費と生産領域 上席研究員

梅田 靖 東京大学大学院工学系研究科 精密工学専攻 教授

山川 肇 京都府立大学大学院 生命環境科学研究科環境科学専攻 教授

＜オブザーバー＞

経済産業省 GXグループ 資源循環経済課

環境省 環境再生・資源循環局 総務課循環型社会推進室

## 開催実績

回	開催日	主な議題
第1回	令和7年10月1日	(1) 「リユース等の促進に関するロードマップ」における取組指標（案）の考え方について (2) 令和7年度における取組指標（案）の把握・計測方法について
第2回	令和7年11月25日	(1) 第1回ワーキンググループでいただいた主なご意見と対応方針（案） (2) 「リユース等の促進に関するロードマップ」における取組指標及び目標（案）について (3) 令和8年度以降の検討事項について
第3回	令和8年2月予定	※第2回検討会での議論を踏まえて設定

# 「指標・目標に関するWG」における検討結果（概要）

- 指標・目標に関するWGでは、「リユース等の促進に関するロードマップの方向性」（2025年6月）で示された「目指すべき将来像」の実現の達成度合いを測る「取組指標」と、各指標において2030年までに達成すべき目標を検討いただいた。
- また、指標上の目標を設定せず、継続的に測定することで、リユースに関する実態把握や施策検討の参考とする「参考指標」も併せて検討をいただいた。
- WGの検討結果の概要は以下のとおり。

## <WG検討結果（概要）>

### 目指すべき将来像と対応した取組指標・2030年までの目標と参考指標（案）

目指すべき将来像	具体的な将来像	取組指標			参考指標
			現状値 (2024年)	2030年 までの目標	
適正なリユース 市場の創出	環境負荷低減に資する取組を実施する、優良なリユース事業者が評価される安全・安心なリユース市場の形成	■ リユース市場規模	3兆5千億円	4兆6千億円 (32%増)	■ リユース重量・点数
リユースの 裾野の拡大	より多くの使用済製品が地域で循環され、豊かな暮らしにも資する取組が全国で展開・地域実装される社会の構築	■ リユース業者等と協働取組を行う自治体数	約300自治体	約600自治体 (倍増)	
リユースを 「当たり前」に	消費者、自治体、企業が製品を長く大切に使うライフスタイル・ビジネスモデルの定着	■ 消費者におけるリユースの実施率	40.8%	50% (国民の半数)	

---

## 「適正なリユース市場の創出」 に関する取組指標

---

## ①「適正なリユース市場の創出」に関する取組指標 概要

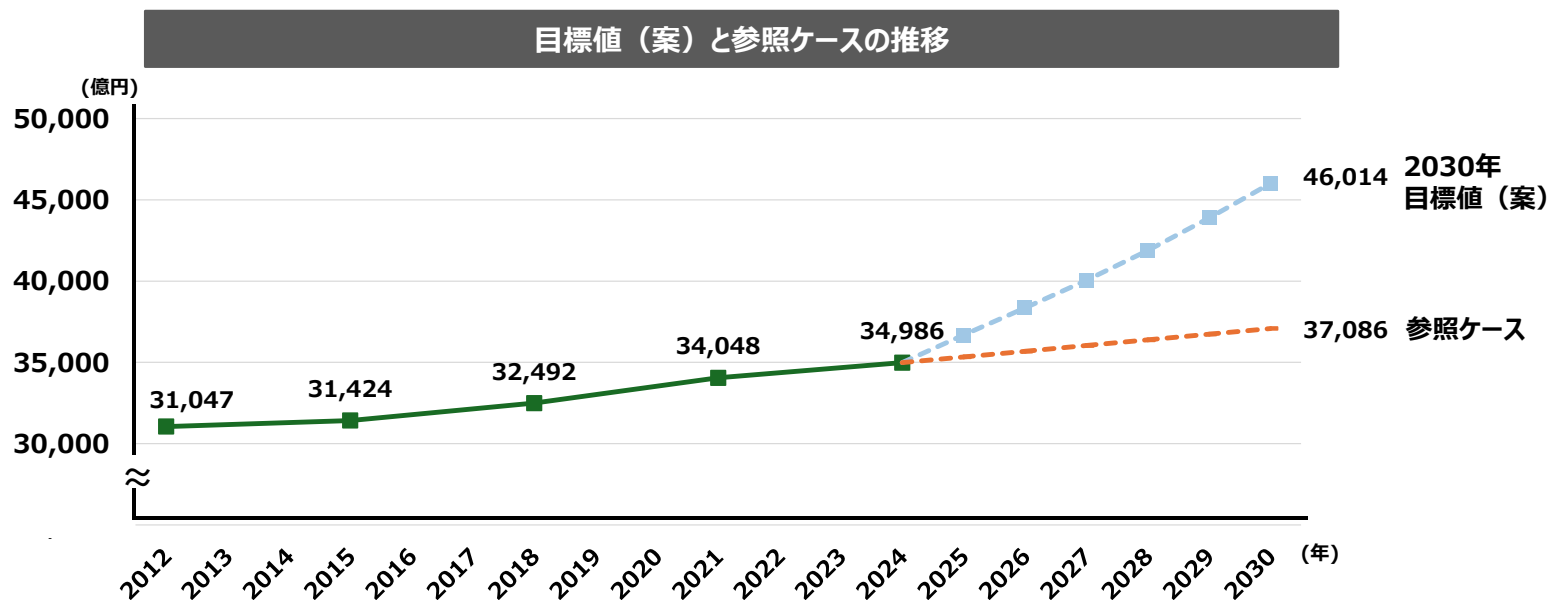
- 「適正なリユース市場の創出」は、「リユース市場規模」を取組指標とすることが望ましく、WGで関連する既往調査、統計データなどを比較検討した上で、「過去1年の間に一般消費者が中古品・リユース品を購入した総額」とすることが示された。

項目	内容
目的	「環境負荷低減に資する取組を実施する、優良なリユース事業者が評価される安全・安心なリユース市場の形成」がされるようになったことを評価する。
取組指標の定義	過去1年の間に一般消費者が中古品・リユース品を購入した総額。 (特に「関連性 (Relevant)」「簡便性 (Easy to monitor)」の観点から採用。全体の進捗・パフォーマンスを把握することを目的)
本指標におけるリユースの定義・対象範囲	<ul style="list-style-type: none"> <li>・過去に自分以外のユーザーが利用・使用していた商品の購入</li> <li>・リユース品の購入経路をリユースショップ・中古品販売店、フリマアプリ、インターネットオークションなど6分類に大別して整理。</li> <li>・家具類、衣類・服飾品、書籍、家電製品等の22品目を対象とする。</li> </ul>
算出方法	品目別に「全国における品目別の中古品・リユース品の購入者数 (人)」「品目別の購入先の利用割合 (%)」「品目別の購入先における購入単価 (円/人)」を把握し、それぞれを乗じる。
現状値	3兆4,986億円 (2024年) (自動車を除くと1兆5,772億円 (2024年) )
具体の調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・環境省「リユース市場規模調査」にて、消費者アンケートを実施 (インターネットモニター調査)。</li> <li>・過去1年間 (1月～12月) の、品目別の中古品・リユース品の購入者数、購入経路別の購入単価を把握し、それぞれを乗じる。</li> </ul>

## ①「適正なリユース市場の創出」に関する取組指標 目標値

- 取組指標「リユース市場規模」の目標値について、WGにて複数のシナリオを設定して検討した結果、2030年における**目標値を「4兆6千億円」（現状比32%の増加）**とする案が示された。

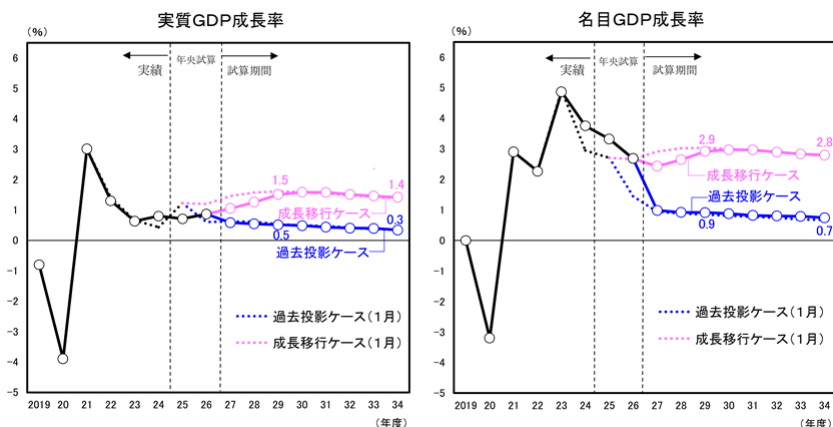
	目標値	現状比（2024年比）	考え方
2030年 目標値 (案)	4兆6千億円	11千億円、32%の増加 (年率4.4～4.9%増加)	自動車以外の品目は、循環経済関連ビジネスの市場規模80兆円目標と同様に、2030年に2020年比で1.6倍に拡大すると想定。内挿で求めた2020年市場規模を1.6倍に拡大すると想定して目標値を定める。自動車は、リユース市場（中古車市場）が確立していることを踏まえ、内閣府における中長期の経済財政に関する試算のうち、成長移行ケース（賃上げと投資がけん引する成長型経済に移行したシナリオ）における名目GDP成長見通し（3%前後）と同様に拡大すると想定して目標値を定める。
参照 (BAU)	3兆7千億円	2千億円、6%の増加 (年率1.0%増加)	これまでの「リユース市場規模調査」の推移を踏まえて、2030年までその傾向が続くと想定（調査開始時から現在までのデータを線形近似させ外挿した場合）。



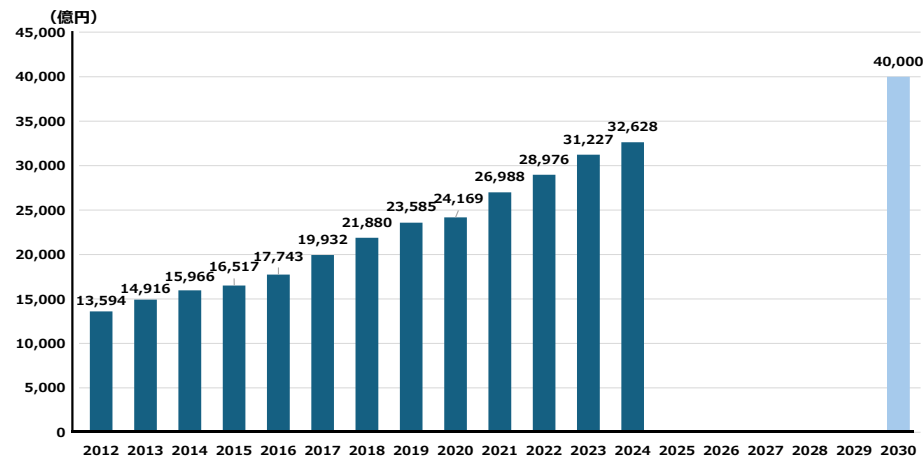
■ 「リユース市場規模」に関する2030年度の目標値の参考となる他の指標・見通し等は下記のとおり。

- 成長戦略フォローアップ工程表では、循環経済関連ビジネスの市場規模を、**50兆円（2020年）から2030年までに80兆円以上にすることがKPIとして設定**されている<sup>1)</sup>。
- 内閣府では、中長期の経済財政に関する試算を提示しており、経済の中長期的な展望として、成長移行ケースでは、**実質GDP成長率が2020年代後半に1%半ば、名目GDP成長率が3%前後で成長**すると試算している<sup>2)</sup>。
- 国立社会保障・人口問題研究所が、日本の将来推計人口を公表しており、2030年には1億2,011万人（**2020年比で600万人減、4.8%減**）と見込んでいる<sup>3)</sup>。
- リユース経済新聞社では、「リユース市場データブック2025」において、**2030年には4兆円規模に拡大**すると予測（ただし自動車は含まれていない）<sup>4)</sup>。

内閣府：GDP成長率の試算



リユース市場データブック：リユース市場規模の推移



- 出所) 1) 内閣官房「(別添)成長戦略フォローアップ工程表」(令和3年6月)  
 2) 内閣府「中長期の経済財政に関する試算(令和7年8月7日経済財政諮問会議提出)」  
 3) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)結果の概要」出生中位(死亡中位)推計結果を参照  
 4) 株式会社リユース経済新聞社「リユース市場データブック2025」

- インターネットモニターアンケート調査を実施し、リユース品の購入・販売経験の有無、購入意向、品目別の購入数量・購入方法・金額などを把握。
- リユース市場規模を「国内における一般消費者がリユース品を購入した総額（過去1年間）」と定義し、品目別に「全国における品目別の中古品・リユース品の購入者数（人）」「品目別の購入先の利用割合（％）」「品目別の購入先における購入単価（円／人）」を把握し、それぞれを乗じることで、一般消費者の最終需要ベースのリユース市場規模を推計。
- 2012年（平成24年）、2015年（平成27年）、2018年（平成30年）、2021年（令和3年）、2024年（令和6年）に調査を実施。

#### 消費者アンケートでのリユース品の流通経路、品目の分類

##### 【中古品・リユース品の購入先（6分類）】

- |                          |                                |
|--------------------------|--------------------------------|
| ①リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入   | ②インターネットオークションで中古品を購入          |
| ③インターネットショッピングサイトで中古品を購入 | ④フリマアプリで中古品を購入                 |
| ⑤フリーマーケット、バザー等で中古品を購入    | ⑥その他（家族・知人、市町村等の運営するリユースショップ等） |

##### 【調査対象とした品目（22分類）】

- |                           |                                  |
|---------------------------|----------------------------------|
| 1. 家具類（机、椅子、ベッド、テーブル、棚など） | 2. ブランド品（服、時計、バッグ類、服飾品、靴など）      |
| 3. ブランド品を除く衣類・服飾品         | 4. ベビー・子供用品（ベビーカー、ベビーベッド、ベビー服など） |
| 5. 日用品・生活雑貨（食器類、キッチン用品など） | 6. スポーツ・レジャー用品（ゴルフ、スキー、釣り具など）    |
| 7. 書籍                     | 8. ソフト・メディア類（DVD、ブルーレイ、ゲームソフトなど） |
| 9. ゲーム機器（ハードウェア、ポータブル機器）  | 10. 玩具・模型（幼児用を除く）                |
| 11. カメラ・周辺機器（デジタルカメラも含む）  | 12. 携帯電話・スマートフォン                 |
| 13. パソコン・周辺機器（タブレットも含む）   | 14. エアコン                         |
| 15. テレビ、洗濯機・乾燥機、冷蔵庫       | 16. その他の家電製品（上記以外の家電製品など）        |
| 17. 自転車、自転車部品・パーツ         | 18. カー用品（カーオーディオ、カーナビ、タイヤなど）     |
| 19. 自動車                   | 20. バイク、原付バイク                    |
| 21. 楽器類（ギター、ピアノなど）        | 22. その他                          |

注）「①リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入」の内数として、「小売店・家電量販店の中古品販売コーナーでの中古品の購入」についても把握。

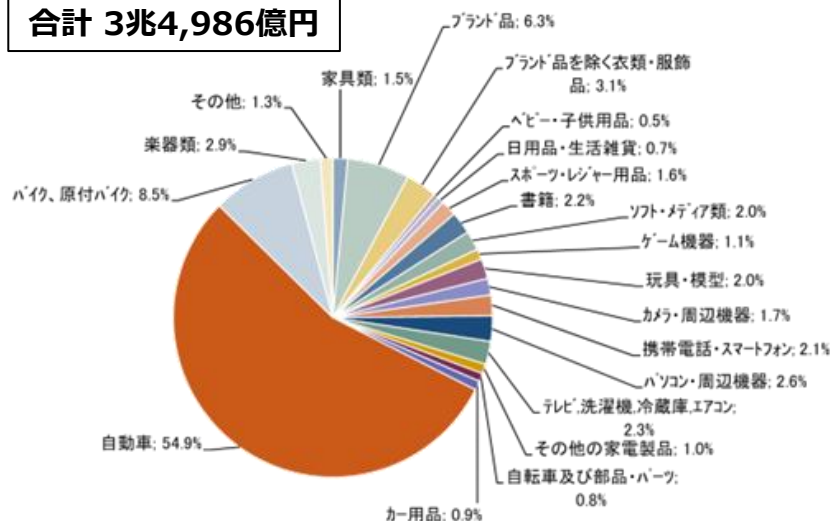
出所）環境省「令和6年リユース市場規模調査報告書」



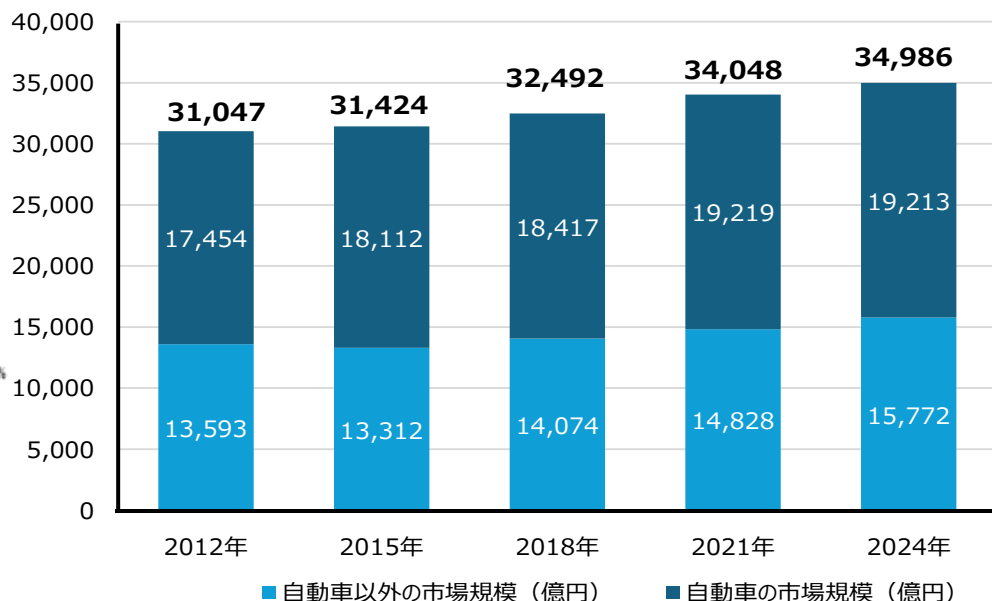
- 2024年のリユース市場規模（一般消費者の最終需要ベース）は3兆4,986億円と推計された。
- 品目別では、「自動車」が最も多く、1兆9,213億円、自動車以外では、1兆5,772億円であった。
- リユース市場規模は拡大傾向にあり、2024年は2021年と比較して2.8%の増加、また「自動車」を除く品目では3.9%の増加と推測された。

 2024年におけるリユース市場規模：品目別  
（一般消費者の最終需要ベース）

合計 3兆4,986億円


 リユース市場規模の推移  
（一般消費者の最終需要ベース）

（億円）



出所）環境省「令和6年リユース市場規模調査報告書」

# ①「適正なリユース市場の創出」に関する取組指標 WGでの主な意見

■ 「適正なリユース市場の創出」に関する取組指標について、WGにて頂いた主なご意見は以下のとおり。

分類		頂いた主なご意見
1. 取組指標 「リユース市場規模」について (設定の考え方、目標値)		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 消費者の最終需要ベースの市場規模とすることについて、データの制約等からも妥当。「終活」に伴って家具の市場に流通が増える、家電のリファービッシュが増えると、リユース市場規模が拡大する可能性もあろう。</li> <li>■ 目標値について、モチベーションを高めるという機能にも期待。参照ケースよりは高く設定しつつ、過度に高すぎる目標は避けるべき。「成長戦略フォローアップ工程表」の「循環経済関連ビジネスの市場規模」のKPIに沿うことは、妥当な考え方の1つである。</li> <li>■ 自動車は、中古市場が成熟していること、電気自動車等への転換に向けた施策が講じられている等から別の考え方で設定することが妥当である。</li> </ul>
2. 今後開発すべき 取組指標や 課題について	取組指標 の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ リユース市場の拡大が緩やかな要因・理由も検討すべき。 例：情報化（電子書籍の普及による書籍の減少）、人口減少（総需要の減少）</li> <li>■ 3年に1回の頻度で調査を実施しているが、間年の簡易推計は不要か。</li> <li>■ 消費者インターネットモニター調査は、調査結果の信頼度が低い。より確からしい調査結果が得られるように、調査方法（データクリーニング、ダミー設問など）を検討すべき。</li> </ul>
	対象範囲	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ BtoBなど、産業側のデータについても統計情報等から見ていく必要があろう。</li> <li>■ 例えば、部品のリユース（例えば、パソコン、インクカートリッジ、自動車部品など）、容器包装のリユース（リターナブルびん、リユース食器・カップなど）も今後検討すべき。</li> <li>■ リペア、リマニュファクチャリング、リファービッシュ、レンタル、シェアリング、製品のサービス化等も実態調査が必要ではないか。消費者がどのように認識・意識しているかも重要。</li> </ul>

---

## 「リユースの裾野の拡大」 に関する取組指標

---

## ②「リユースの裾野の拡大」に関する取組指標 概要

- 「リユースの裾野の拡大」は、「リユース業者等と協働取組を行う自治体数」を取組指標とすることが望ましく、市区町村への実態調査より「リユースに関する協定を締結している」と回答した件数とすることが示された。
- また、他の取組指標の候補として「一般廃棄物処理基本計画等に「リユース促進」を記載する自治体数」なども検討されたが、本検討会に報告の上、検討いただくという整理となった（詳細後述）。

項目	内容
目的	「より多くの使用済製品が地域で循環され、豊かな暮らしにも資する取組が全国で展開・地域実装される社会の構築」が進み、「リユースの裾野の拡大」したことを評価する。
取組指標の定義	環境省「一般廃棄物処理実態調査」などにおいて、「リユースに関する協定を締結している」と回答した自治体数。（特に「関連性（Relevant）」「簡便性（Easy to monitor）」の観点から採用。具体的なアクションやモチベーションを促す）
本指標におけるリユースの定義・対象範囲	「リユースに関する協定を締結しているか」という設問に対し、市町村が判断したもの。 ※令和7年度調査では、「近年、リユース促進の観点から、地方公共団体が民間事業者と協定を結ぶこと等により、効率的な回収・販売等を推進する事例が増えている。」と補記。
算出方法	一般廃棄物処理実態調査などでの回答自治体数
現状値	約300自治体（2024年12月時点） ※2025年9月時点推計では、約400自治体
具体の調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和7年度より環境省「一般廃棄物処理実態調査」に、リユースに関する協定締結に関する設問を追加、結果を集計予定。自治体の廃棄物関係部局より回答。</li> <li>・現状値は民間事業者等からの情報提供、ウェブ調査で把握。</li> </ul>

## ②「リユースの裾野の拡大」に関する取組指標 目標値

- 取組指標「リユース業者等と協働取組を行う自治体数」の目標値について、WGでの検討結果、2030年における目標値を「約600自治体」（現状比の倍増）とする案が示された。

	目標値	現状比（2024年12月比）	考え方
2030年 目標値 (案)	約600自治体	2030年度までに倍増 (現状300→600自治体)	「循環経済（サーキュラーエコノミー）への移行加速化パッケージ」で定められた目標にあわせる。

## ②「リユースの裾野の拡大」に関する取組指標 WGでの主な意見

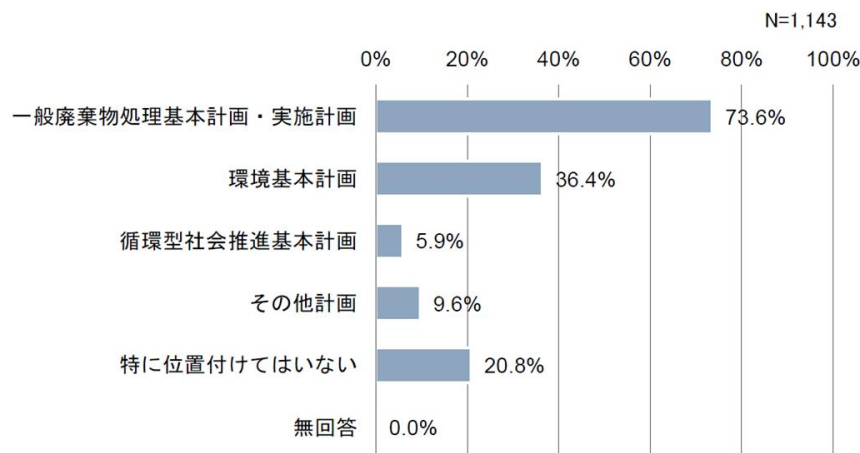
■ 「リユースの裾野の拡大」に関する取組指標について、WGにて頂いた主なご意見は以下のとおり。

分類		頂いた主なご意見
1. 取組指標 「リユース業者等と協働取組を行う自治体数」について (設定の考え方、目標値)		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 取組指標・目標値について、「循環経済（サーキュラーエコノミー）への移行加速化パッケージ」で定められた内容と合わせることに異論はない。</li> <li>■ 事務局提案の「一般廃棄物処理基本計画等に「リユース促進」を記載する自治体数」は、実態を把握しているとは言い難い。具体的な施策の実施状況を確認した方がよい。</li> </ul>
2. 今後開発すべき 取組指標や 課題について	取組指標 の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 想定する取組は、「リユース品を集めてくるという排出に近い取組」か、「自治体ないしは市民によるリユース品の購入段階を支援する取組」か。区別して把握も必要ではないか。</li> <li>■ 協働取組に限らず「自治体独自のリユースの取組」についても実態を把握・評価すべき。</li> <li>■ 一般廃棄物処理実態調査より実態を把握をする場合、回答主体の環境部局で必ずしも取組を把握できていない可能性もあることに留意すべき。</li> </ul>
	新たな 指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 将来的には、①リユースの目標を設定する、②そのパフォーマンス指標としてピックアップしたリユース品の量を把握する、ということができると良い。</li> <li>■ 例：「粗大ごみ等の排出重量のうち、自治体がりユースした量」、「粗大ごみ等の排出重量のうち、連携している事業者でリユースした量」の比率を算出し、廃棄を回避してリユースされた量を確認する。</li> </ul>

## ②「リユースの裾野の拡大」に関する、その他の取組指標・参考指標について

- **取組指標（案）**：一般廃棄物処理基本計画等に「リユース促進」を記載する自治体数  
⇒ 事務局から提示した取組指標（案）について、慎重に取り扱うべきとの議論がされた。
- WGでのご意見は下記のとおり。
  - ✓ 「リユース促進を位置付ける自治体」とは、「①リユース促進を計画に位置づけている自治体」と「②リユース促進の施策をきちんと実施している自治体」に分かれる。
  - ①だけでは幅広く捉えすぎており、指標としては②がふさわしいのではないかと意見であった。
  - ✓ WGとしては、「②リユース促進の施策をきちんと実施している自治体」を指標とすることが望ましいとの結論であるが、現状値が把握できず、現時点で目標値を設定することは困難である。
  - ✓ 一方、「①リユース促進を計画に位置づけている自治体」というのも、②に向けたステップの助走期間として指標に使うという効果も期待されるところであり、検討会においてもご議論いただきたい。

Q. 貴市区町村の関係計画の中で、「リユース促進」を位置付けているものを全て選択してください。（複数選択可）



---

## 「リユースを「当たり前」に」 に関する取組指標

---



### ③「リユースを「当たり前」に」に関する取組指標 概要

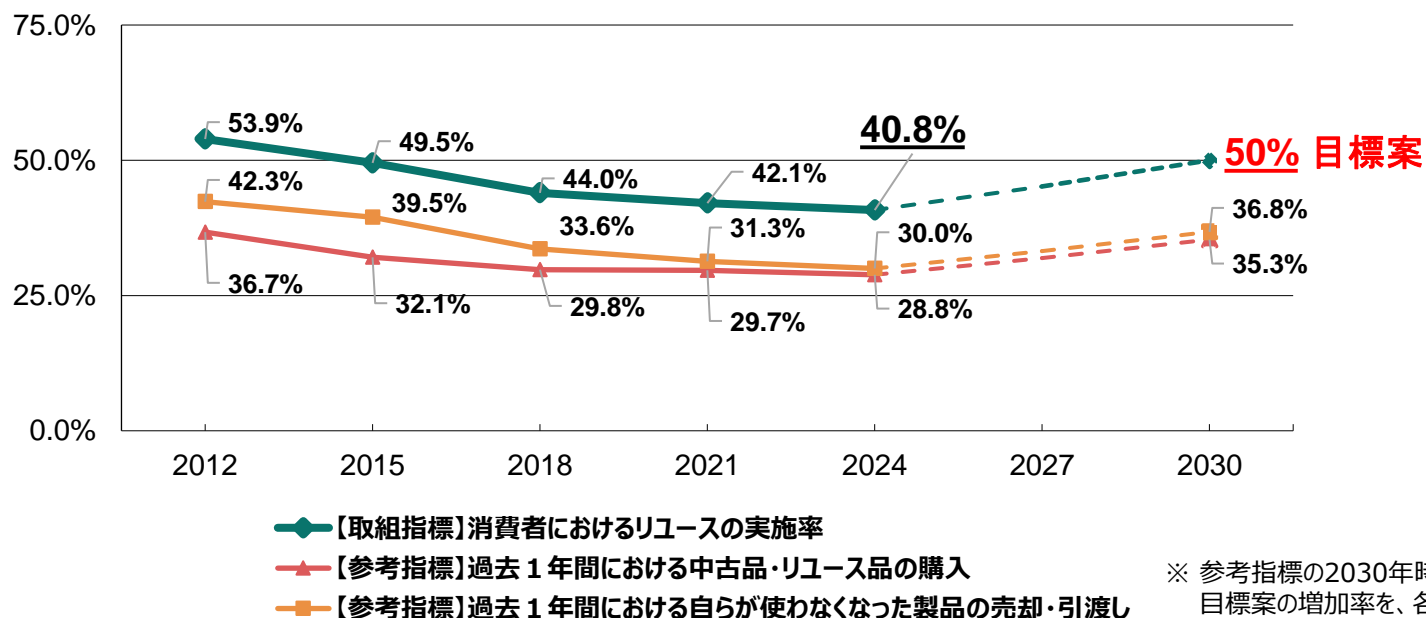
- 「リユースを「当たり前」に」は、「消費者におけるリユースの実施率」を取組指標とすることが望ましく、WGで関連する既往調査などを比較検討した上で、「過去 1 年の間に、中古品の購入、自らが使わなくなった製品の売却・引渡しのいずれかを行ったことがある消費者の割合」とすることが示された。

項目	内容
目的	「消費者、自治体、企業が製品を長く大切に使うライフスタイル・ビジネスモデルの定着」が進み、「リユースを「当たり前」に」捉えられるようになったことを評価する。
取組指標の定義	過去 1 年の間に、中古品の購入、自らが使わなくなった製品の売却・引渡しのいずれかを行ったことがある消費者の割合。（特に「関連性（Relevant）」「簡便性（Easy to monitor）」の観点から採用。全体の進捗・パフォーマンスを把握することを目的）
本指標におけるリユースの定義・対象範囲 ※消費者アンケートの設問にて、回答者への説明内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者における「中古品*の購入」と「自らが使わなくなった製品の売却・引渡し」</li> <li>・「購入」「売却・引渡し」には、「譲渡」を含む</li> </ul> <p>* 中古品の定義</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① リユースショップ・中古品販売店、フリマアプリ、インターネットオークション等で購入する「過去にあなた以外のユーザーが利用・使用していた商品」</li> <li>② リユースショップ・中古品販売店等で購入した未使用品・新古品も対象</li> <li>③ 骨とう品、絵画、古切手・古銭など、年代を経ることで価値が高まるものは除く。</li> </ol>
算出方法	「『中古品の購入』または『自ら使わなくなった製品の売却・引渡し』を実施した人」÷「全回答者」
現状値	40.8%（2024年）
具体の調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・環境省「リユース市場規模調査」にて、消費者アンケートを実施（インターネットモニター調査）。</li> <li>・「中古品の購入」または「自ら使わなくなった製品の売却・引渡し」について、具体方法別の実施状況を質問の上、いずれかの取組を実施している回答者を集計。</li> <li>・回答者について、消費者の属性に基づく割付はなし。</li> </ul>

### ③「リユースを「当たり前」に」に関する取組指標 目標値

- 取組指標「消費者におけるリユースの実施率」の目標値について、WGでの検討結果、2030年における目標値を「50%」（国民の半数、現状比の9.2ポイント増（リユースを実施する人が23%増））とする案が示された。

	目標値	現状比（2024年比）	考え方
<b>2030年 目標値 (案)</b>	50%	9.2ポイント増加（リユースを実施する人が23%増） （年率3%増加）	第五次循環型社会形成推進基本計画における「具体的な3R行動の実施率」（2030年度、50%）の目標と同様と想定。

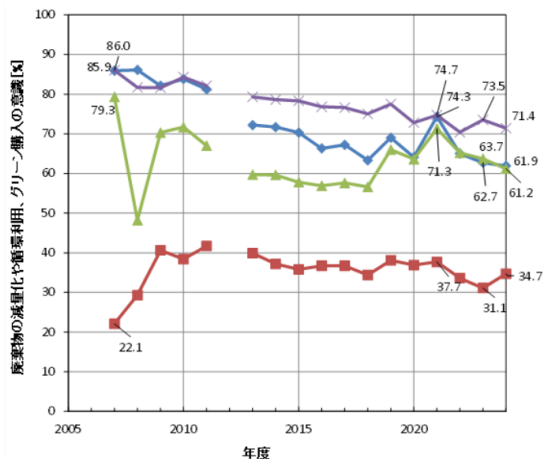


■「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月）」では、「循環型社会の全体像に関する取組指標と数値目標」の一つとして、「具体的な3R行動の実施率」を掲げている<sup>1</sup>。

## ● 循環型社会形成に関する国民の意識・行動

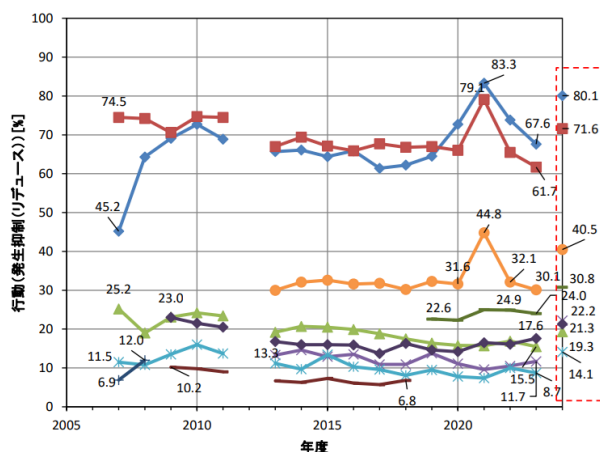
- 廃棄物の減量化や循環利用、グリーン購入の意識・・・90%（2030年度）※目標値は、第3次・第4次循環計画と同じ。
- 具体的な3R行動の実施率・・・50%（2030年度）※第3次・第4次循環計画ではいずれも、「2012年度の世論調査から約20%上昇」という目標値を掲げていた。

### 意識<sup>2</sup>



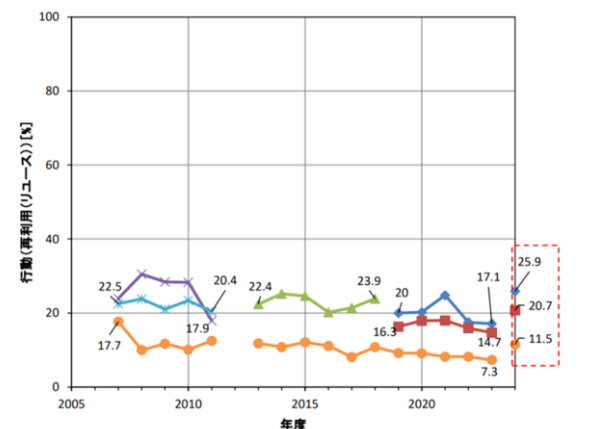
- ◆ごみ問題に(非常に・ある程度)関心がある
- 3Rという言葉を(優先順位まで・言葉の意味まで)知っている
- ▲ごみを少なくする配慮やリサイクルを(いつも・多少)心がけている
- ✕環境にやさしい製品の購入を(いつも・できるだけ・たまに)心がけている

### 行動（発生抑制（リデュース））<sup>2, \*</sup>



- ◆レジ袋をもらわないようにしたり(買い物袋を持参する)、簡易包装の店に求めている
- マイ箸を携帯し割り箸をもらわないようにしたり、使い捨て食器類(割り箸等)を使用していない店を選ぶ
- マイ箸を携帯している
- ▲マイ箸、マイボトルなどの繰り返し利用可能な食器類を携帯している
- ✕ペットボトルなどの使い捨て飲料容器や、使い捨て食器類を使わないようにしている
- ▲買いすぎ、作りすぎをせず、生ごみを少なくするなどの料理法(エコクッキング)の実践や消費期限切れなどの食品を出さないなど、食品を捨てるようにしている

### 行動（再使用（リユース））<sup>2, \*</sup>



- ◆不用品を捨てるのではなく、中古品を扱う店やバザーやフリーマーケットなどを活用して手放している
- 不用品を、インターネットオークション、フリマアプリなどインターネットを介して売っている
- ▲不用品を、中古品を扱う店やバザーやフリーマーケット、インターネットオークションなどを利用して売っている
- ✕インターネットオークションに出品したり、落札したりしている
- ▲中古品を扱う店やバザーやフリーマーケットで売買するようにしている
- ビールや牛乳のびんなど再利用可能な容器を使った製品を買う

\* 2024年度は前問で「3R行動を実施している」と回答した方のみを対象としており、全回答者を対象としていた前年度までと比較はできない。

出所) 1 第5次循環型社会形成推進基本計画 ～循環経済を国家戦略に～（令和6年8月）

2 みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社「令和6年度第五次循環型社会形成推進基本計画策定に向けた検討及びフォローアップ並びに令和7年版「循環型社会白書」作成支援等業務報告書」（2025年3月） 上図は出所2より抜粋

### ③「リユースを「当たり前」に」に関する取組指標 WGでの主な意見

■ 「リユースを「当たり前」に」に関する取組指標について、WGにて頂いた主なご意見は以下のとおり。

分類		頂いた主なご意見
1. 取組指標 「消費者におけるリユースの実施率」について (設定の考え方、目標値)		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 取組指標として、「過去 1 年の間に、「中古品の購入」または「自らが使わなくなった製品の売却・引渡し」を行ったことがありますか。」の回答をまとめて把握したもので良い。</li> <li>■ 「購入」と「売却・引渡し」に分けた実施率については、参考指標として把握すべきであろう。</li> <li>■ 目標値について、50%とすることは妥当。</li> <li>■ デジタル化の影響により、書籍やゲームソフトなど、市場がそもそも縮小しているものがあるため、「『50%』が低い目標値ではない」ことを表記いただきたい。</li> </ul>
2. 今後開発すべき 取組指標や 課題について	取組指標 の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 現在の取組指標では、製品を購入・廃棄する機会もなかった人を分母に含んでいる。分母は「当該製品を購入あるいは廃棄、リユースした人」に変更すべきではないか。</li> <li>■ 過去 1 年だけではなく、長い期間を対象としたデータも参考情報として重要ではないか。</li> <li>■ 消費者インターネットモニター調査は、調査結果の信頼度が低い。より確からしい調査結果が得られるように、調査方法（データクリーニング、ダミー設問など）を検討すべき。</li> </ul>
	新たな 指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 品目別のリユースの実施率については、政策を考える上で把握すべき。</li> </ul>

---

## リユースに関する実態把握や施策検討の 参考とする「参考指標」

---

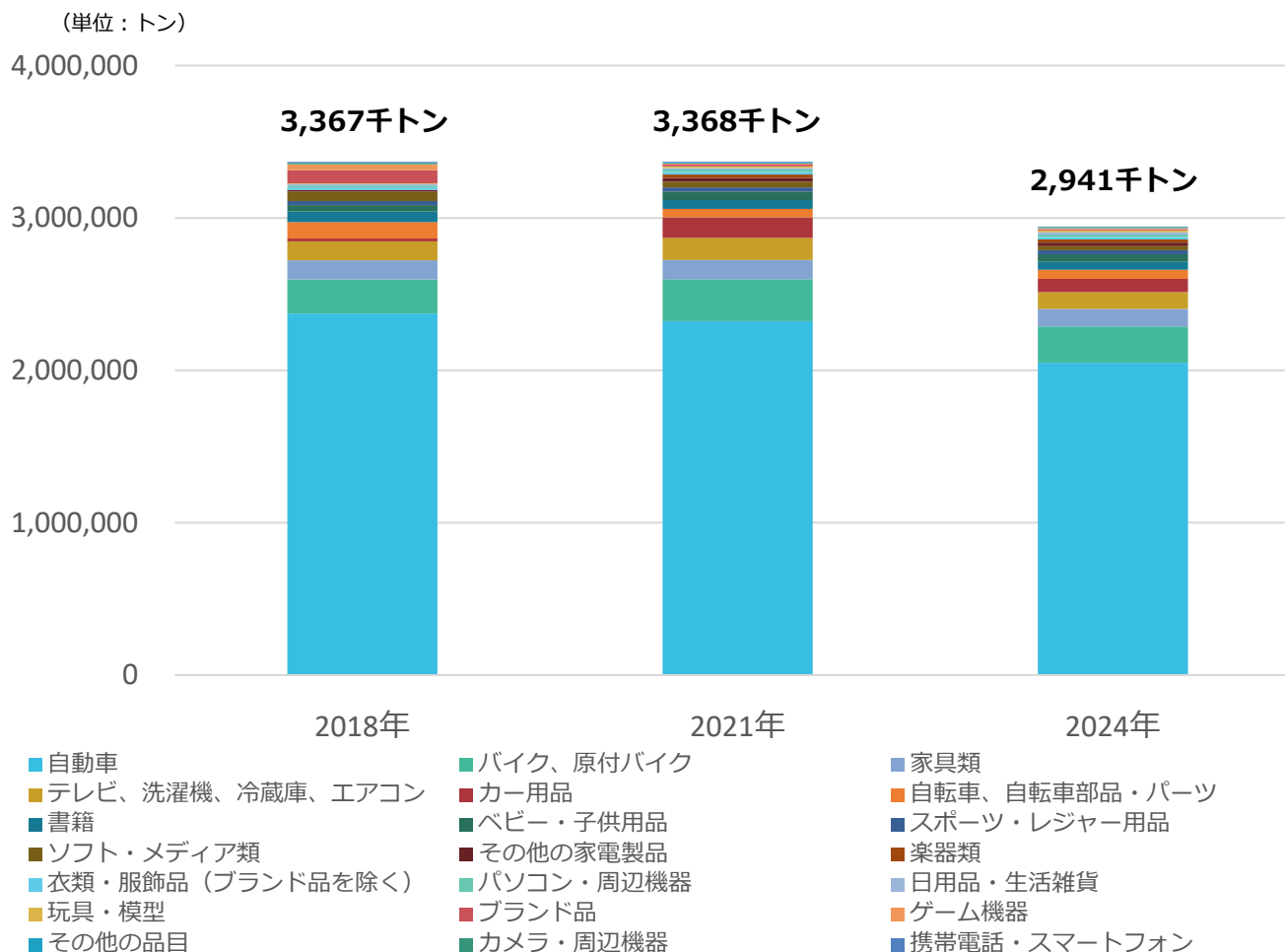
## ④参考指標「リユース重量・点数」 概要

- リユースに関する実態把握や施策検討の参考とする「参考指標」として、「リユース重量・点数」が望ましく、「過去 1 年の間に一般消費者が購入した中古品・リユース品の重量・点数」とすることが示された。

項目	内容
目的	目指すべき将来像の達成度合いを測る取組指標とは別に、リユースに関する実態把握や施策検討の参考とするために、継続的に測定する参考指標を設定（目標値は設定しない）
取組指標の定義	過去 1 年の間に一般消費者が購入した中古品・リユース品の重量・点数
本指標におけるリユースの定義・対象範囲	<ul style="list-style-type: none"> <li>※リユース市場規模と同様</li> <li>・過去に自分以外のユーザーが利用・使用していた商品の購入</li> <li>・リユース品の購入経路をリユースショップ・中古品販売店、フリマアプリ、インターネットオークションなど 6 分類に大別して整理。</li> <li>・家具類、衣類・服飾品、書籍、家電製品等の 22 品目を対象とする。</li> </ul>
算出方法	品目別に「全国における品目別の中古品・リユース品の購入点数（点）」および「1 点あたりの重量（kg/点）」を乗じる。
現状値	重量：294 万トン（2024 年） 点数：3 億 4,105 万点（2024 年）
具体の調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・環境省「リユース市場規模調査」にて、消費者アンケートを実施（インターネットモニター調査）</li> <li>・過去 1 年間（1 月～12 月）において、品目別に中古品・リユース品の購入点数を把握。</li> <li>・1 点あたりの重量は、統計調査、既往研究、リユース事業者へのアンケート調査などより設定。</li> </ul>

## ④参考指標：過去1年間で国内でリユースされた「重量」の推計結果

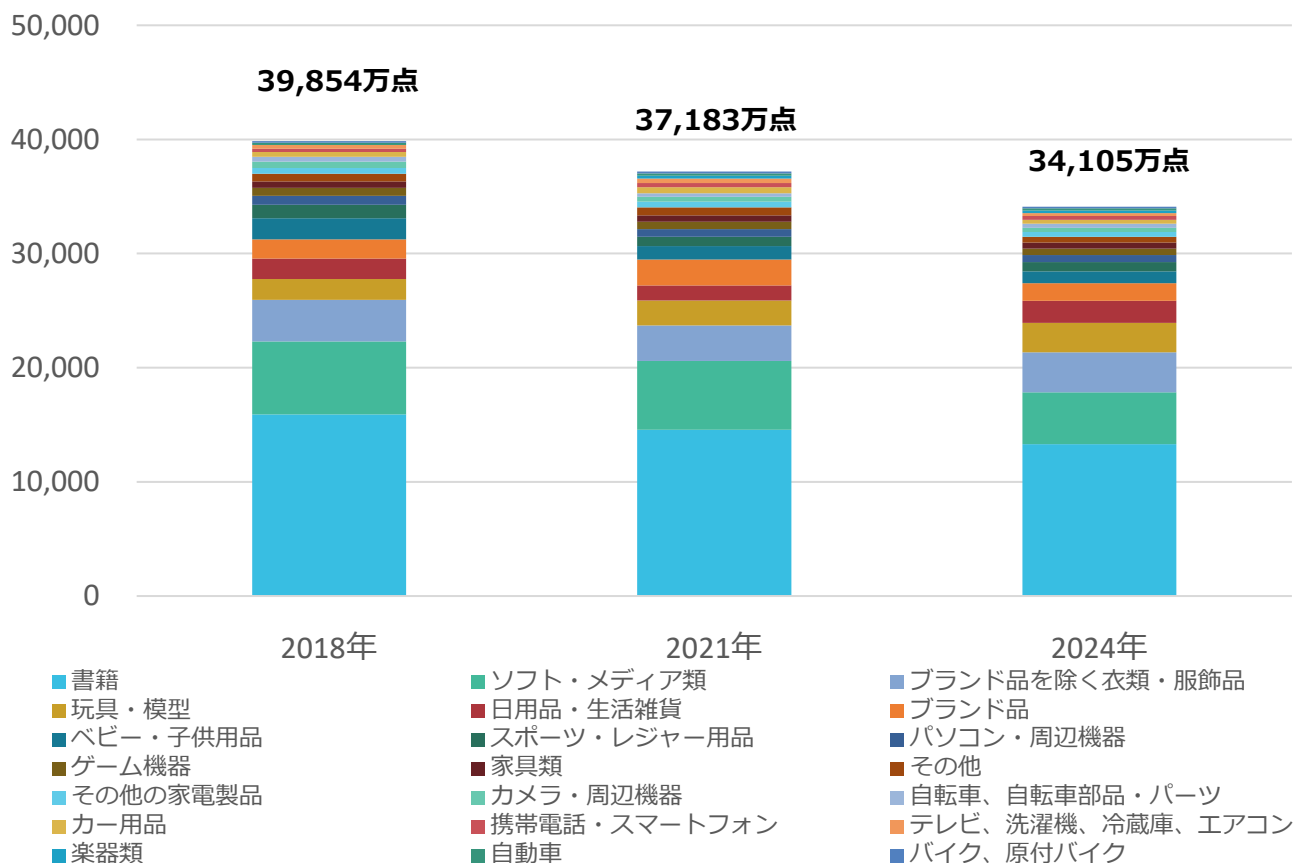
- 2024年の1年間でリユースされた重量は294万トン、自動車・バイクを除くと65万トンと推計される。
- 経年変化を見ると、2018年→2021年は横ばい、2021年→2024年は減少している。
  - リユース市場規模（金額）では増加傾向が確認されるが、これは品目あたりの単価（円/点）が増加しており、リユース点数・重量で見ると減少していることが要因と考えられる。



## ④参考指標：過去1年間で国内でリユースされた「点数」の推計結果

- 2024年の1年間でリユースされた点数（消費者の最終需要ベース）は3億4,105万点、書籍が最も多く、次いで、ソフト・メディア類、衣類・服飾品、玩具・模型、日用品・生活雑貨と続く。
- 経年変化を見ると、1年間でリユースされた点数は減少傾向にある。
  - 全体の4割近くを占める書籍（1.3億冊、39%）が大きく減少、ソフト・メディア類（0.5億個、13%）なども減少。

（単位：万点（個、台、冊、着））





## ④参考指標「リユース重量・点数」 WGでの主なご意見

■ 参考指標「リユース重量・点数」について、WGにて頂いた主なご意見は以下のとおり。

分類		頂いた主なご意見
1. 参考指標 「リユース重量・点数」について		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 参考指標として、重量と点数を把握していく方針、目標値を設定しないことに異議なし。</li> <li>■ 物価が上昇する中、単に製品を廃棄せず、長期使用する例も増えている。長期使用のためにリユースが増えていないのであれば問題はないだろう。</li> </ul>
2. 今後開発すべき 参考指標や 課題について	参考指標 の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ リユースとリサイクルを比較する際、重量は重要な指標となる。</li> <li>■ 単純に重量と点数だけでなく、価格も併せた値を参照していくことも重要。</li> <li>■ 「トン当たりの価値」や「トン当たりの市場規模」を分析すると、例えば「リユースはリサイクルよりも量が少なくても、それなりの市場規模になる」ということが見えてくるのではないか。</li> </ul>
	新たな 指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ リユース品の需要（重量・点数）の動向だけではなく、新品も含めた製品の総需要の動向を踏まえ、「総需要に対するリユース品の需要の割合」を考察していけると良い。</li> </ul>