

令和6年度補正予算 使用済衣類回収のシステム構築に 関するモデル実証事業 最終報告書





INDEX

1. 事業概要
2. 本事業における3つの柱
3. 事業成果
4. 生活者インサイト①
5. 生活者インサイト②
6. 行動変容（広報・プロモーション）
7. 強化項目①結果と考察
8. 強化項目②結果と考察
9. 強化項目③結果と考察
10. 結論

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会

1.事業概要：地域共創型サーキュラーエコノミーの実現へ

背景と目的

衣類の大量生産・消費・廃棄という直線型経済から脱却し、地域社会が潤う循環型経済への移行が急務です。本実証事業は、大阪府をモデル地域とし、生活者、事業者、行政が一体となった持続可能な衣類回収・資源循環システム「oHOHo CYCLE PROJECT」の構築を目指すものです。

「捨てる」から「つなぐ」へ。サプライチェーンが一体となった大阪モデル

■連携パートナー：計11企業

青山商事、Earth hacks、エイチ・ツー・オー商業開発
エイチ・ツー・オーリテイリング、JR西日本SC開発、住友大阪セメント
帝人フロンティア、阪急阪神百貨店、ファイバーシーディーエム
MILKBOTTLE SHAKERS、モリリン

■連携行政：計6自治体

大阪府、吹田市、藤井寺市、守口市、豊中市、泉佐野市

定量目標
使用済衣類
回収拠点

50

拠点設置

定量目標
使用済衣類
回収量

10,000kg

前年比202%

定量目標
使用済衣類
循環比率

リサイクル46%
リユース 54%

■回収拠点

目標50拠点に対し、76拠点を設置

(小売・SC：64、行政庁舎：11、その他：1)



2.本実証事業における3つの柱（令和7年度強化項目）

前年度の成果を踏まえ、持続可能なシステム構築に向けて以下の3項目を重点的に検証しました。
本報告書は、これらの項目に対する実証結果を報告するものです。

強化項目	主な検証内容
① 生活者参加促進と 回収量増のための動機づけ	<ul style="list-style-type: none">最適な回収拠点の検討（アンケート調査）効果的な情報発信の仕組みづくりインセンティブの効果測定
② 多様な連携による 新たな循環利用モデルの構築	<ul style="list-style-type: none">繊維to繊維リサイクルの検討アップサイクル製品の開発・販売の検討建築資材などへの地域資源としての活用
③ 回収に係る物流の実証	<ul style="list-style-type: none">拠点特性に応じた回収システムの構築運搬計画の最適化物流におけるCO₂排出量の測定・算定

3.事業の成果：総回収量と環境貢献度

2025年11月1日～12月19日の約1.5ヶ月間において、概ね衣類回収量および資源化循環率の目標を達成。またCO2排出量の大幅な削減を達成しました。（当初目標：10,000kg/3ヶ月）

環境貢献度（デカボスコア）



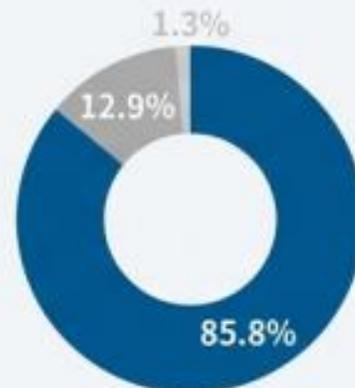
衣類4,972kgを焼却した場合と比較し、本プロジェクトの回収・資源循環によりCO₂e排出量を97%削減しました。

- Before (焼却処分): 79,276 kg-CO₂e
- After (本事業): 1,849 kg-CO₂e
- 削減貢献量: 77,426 kg-CO₂e

※算出：Earth hacks株式会社「デカボスコア」

総回収量と資源循環率

総回収重量
4,972 kg



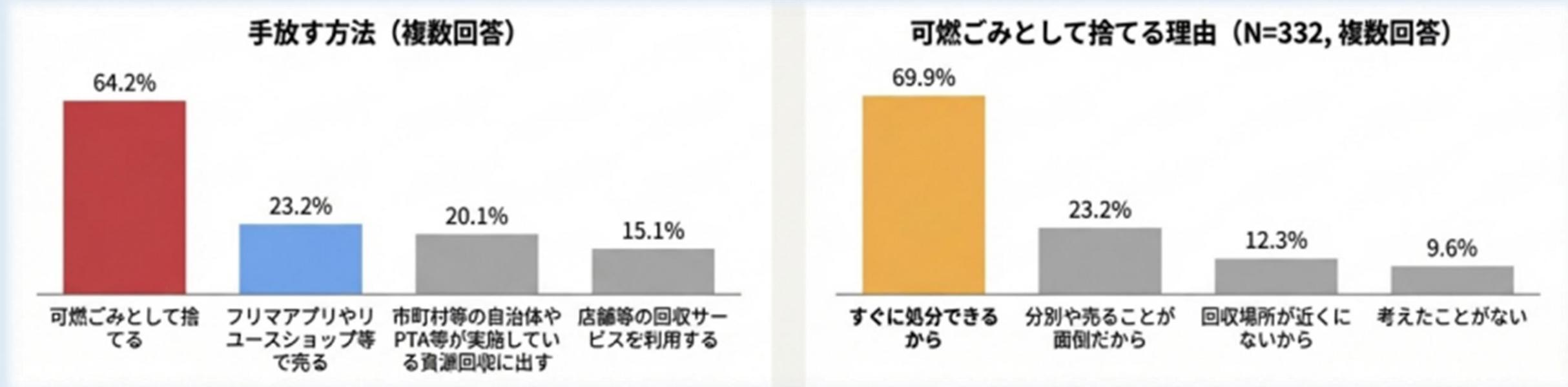
リユース: 85.8% (4,266.1 kg)
リサイクル: 12.9% (641.4 kg)
サーマルリサイクル: 1.3% (64.5 kg)

4.生活者インサイト①：まだ着られる衣類の6割以上が「ごみ」として廃棄

大阪府民（500名以上）へのアンケート調査から、衣類を手放す際のリアルな行動と意識が明らかになりました。

まだ着られる衣類の主な手放し方

最も多い方法は「可燃ごみとして捨てる」（64.2%）。単一回答でも過半数（51.3%）を占める。



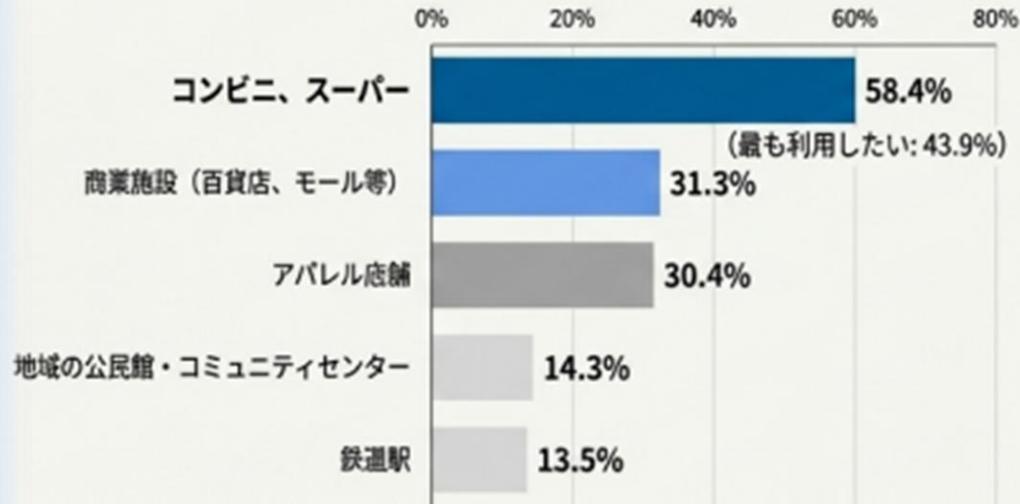
【考察】

多くの生活者は、環境への意識よりも処分の「手軽さ」「即効性」を優先している。資源回収の参加率を向上させるには、「ごみとして捨てる」ことに匹敵する、あるいはそれ以上の「利便性」を提供することが不可欠です。

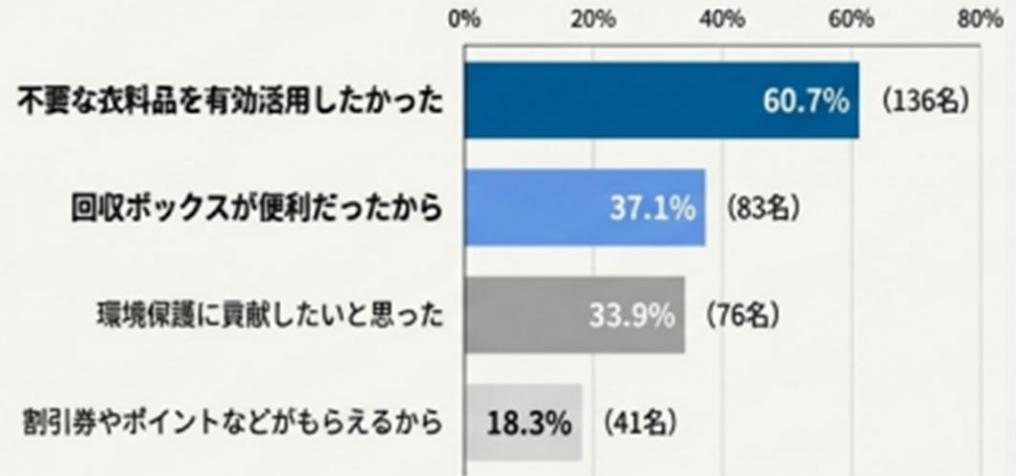
5.生活者インサイト②：回収参加の鍵は「身近さ」と「利便性」

では、どのような場所であれば生活者は回収に参加しやすいのか。アンケートから、日常生活の導線上に回収拠点が存在することの重要性が浮かび上がりました。

利用しやすい回収ボックスの設置場所 (N=517, 複数回答)
「コンビニ、スーパー」が突出して高く、生活に密着した場所への設置ニーズが非常に高いことが分かります。



衣類を回収に出す理由 (回収経験者, N=224, 複数回答)
回収経験者は「不要な衣類の有効活用」を最も重視。また「回収ボックスの利便性」も高い動機となっています。



※ベースは回答者517名のうち「回収に出したことはない」(293名)を除く224名

【戦略的示唆】

- 回収システムの設計は「生活導線上への設置」が最優先。メッセージングは「環境貢献」だけではなく、「あなたの服を次に活かす」という有効活用の側面と「買い物ついでに手軽に」という利便性を訴求することが効果的です。
- 上記も踏まえ、生活者に密接な「会社(オフィス)」、「学校」などへの回収ボックス設置も「衣類=資源物」の行動変容となり得ます。

6.行動変容を喚起する、多角的な広報・プロモーション展開

①Webサイト（2025年11月1日～2025年12月19日掲載）
<https://ohoho-cycle.jp/>



②共通デザインの回収ボックス（継続設置）
 大阪府内76拠点へ設置



③梅田駅デジタルサイネージ（2025年10月6日～2025年10月26日）
 乗降客数（約100万人）の梅田駅でのデジタルサイネージ掲載による認知拡大。

媒体名	サイズ	提出枚数 面数	期間
阪急デジタルサイネージ 2階コンコース（左）	70インチ 47インチ	中央改札前17面 JR連絡橋 7面 JR連絡通路 9面	10月6日～10月12日
阪急梅田Grandビジョン（中央）	275インチ	1面	10月6日～10月19日
JR西日本 J・A DビジョンWEST 大阪駅ルックアップ前セット（右）	70インチ	30面	10月20日～10月26日



④大阪・関西万博のイベント 「KANSAIリメイクコレクション」とのコラボレーション (2025年10月4日 13:00より)

大阪・関西万博にてoHOHo CYCLE PROJECTで回収した衣類が活用されます！

大阪・関西万博では、関西の魅力を広くPRし、関西各地への周遊を促進することを目的に、「関西WEEK」が開催されます。期間中に実施されるリメイクファッションショーにて、oHOHo CYCLE PROJECTで回収された衣類が活用されますので、お知らせします。ぜひ、会場をご覧ください。

- 日時：令和7年10月4日（土曜日）13時00分から13時30分まで
- 会場：大阪・関西万博 ポップアップステージ南
- 料金：無料（万博会場への入場にはチケットと来場日時予約が必要です。）
- 事前予約：不要
- 主催：関西広域連合
- 備考：関西WEEK期間中（令和7年9月29日から10月5日まで）は、大阪・関西万博のギャラリーEASTにて、リメイク&アップサイクル商品の展示も行っています。

詳細は「関連リンク」の（令和7年9月9日報道発表）『関西WEEK』の開催についてをご覧ください。

国連は、2030年までの国際目標として「持続可能な開発目標（SDGs）」を2015年9月に策定しました。本事業は、SDGsに掲げる17のゴールのうち以下のゴールの達成に寄与するものです。



大阪府では、「SDGs未来都市」として、SDGsの推進を図ってまいります。

⑤FM802「FUNKY MARKET」へのブース出展 (2025年10月26日 9:30より)



⑥おおさかCFPプロジェクト「どこや さがそや脱炭素」とのコラボレーション (2025年10月26日 9:30より)

衣料品回収ってどれくらい脱炭素なの？

実はあなたのアクションがCO2削減に貢献してるんです。知ってるようで知らなかった貢献度を見える化しました。

回収拠点拡大中

97% off oHOHoの衣類回収を利用した場合

焼却処分をせずに衣類を回収に出した場合のCO2削減量

15.3kg CO2e

Before: 15.7kg CO2e
After: 0.4kg CO2e

回収予定の衣類1kgを焼却処分した場合
oHOHo CYCLE PROJECTへ廃棄予定の衣類1kgを回収し出した場合
(※焼却廃棄率を基準として)

35% off 回収された衣料品をTシャツにアップサイクルした場合

Tシャツ1着あたりの原材料の調達から製造までの工程におけるCO2削減量

1.08kg CO2e

Before: 3.01kg CO2e
After: 1.93kg CO2e

ポリエステルから新しく作ったTシャツを製造した場合
回収された衣料品からアップサイクルされた素材がポリエステル素材100%でTシャツを製造した場合

さらに

商品やサービスの排出CO2相当量の“削減率”を「デカボスコア」として可視化しています。

さらに詳しく知る →

#05 oHOHo CYCLE PROJECTの取組

服 を捨てる前に回収するだけでCO2を**97% カット!**

「捨てる」から「つなぐ」へ。衣類の未来を大阪から変えていく。

デカボスコア 97% off

どこやさがそや 脱炭素

おおさかCFPプロジェクト

項目4の生活者へのアンケート結果から（Q10. 『oHOHo CYCLE PROJECT』の取組を知っていますか？）前記①～⑤などの広報・プロモーションにより、「oHOHo CYCLE PROJECT」の認知度は大阪府民の約10%となりました。

7.強化項目①に対する結果と考察：生活者の動機づけ

【強化項目①】生活者参加促進と回収量増のための動機づけの実証



(1) インセンティブ設計と効果測定

非金銭的インセンティブの効果測定には至らなかったものの、青山商事の事例分析から、金銭的インセンティブが「参加のきっかけ」として有効である一方、一人当たりの回収量が減少し、コスト効率に影響を与える可能性を特定。今後のインセンティブ設計における重要な示唆を得た。



(2) 回収拠点の検討

生活者アンケートにより、回収拠点として「コンビニ・スーパー」といった生活動線上の場所へのニーズが極めて高いことを定量的に証明。今後の拠点拡大戦略において、「利便性」を最優先すべきという明確な指針を得た。



(3) 情報発信の仕組みづくり

oHOHo CYCLE PROJECTの共通ロゴを掲げた回収ボックスの設置、デジタルサイネージやWebサイト、イベント（FM802 FUNKY MARKET等）を通じた多角的な情報発信を実施。76拠点という広範なネットワークで連携し、統一感のあるメッセージを発信できることを実証した。

【総括】

生活者の行動変容を促す鍵は「圧倒的な利便性」と「分かりやすい情報発信」にあります。インセンティブはあくまでも補完的な役割であり、コストとのバランスを考慮した慎重な設計が求められます。

8.強化項目②に対する結果と考察：循環モデル

【強化項目②】多様な連携による新たな循環利用モデルの構築

新たな循環利用モデルの構築

回収した衣類の85.8%をリユース、12.9%リサイクルへと繋げる具体的な循環ルートを確認。

繊維to繊維や建築資材へのアップサイクルは今後の課題としながらも、まずはリユースを中核とした経済的に持続可能なモデルの基盤を構築した。（前年度の衣類回収を青山商事が「ウェアシフトスーツ」として販売 ※下記右下写真）

また当初の連携企業以外に、シキボウ(株)様、建築資材等へのリサイクルが可能なモリリン(株) (PANECO ※下記左下写真) や、リユース・リサイクルできない衣類をエネルギーとセメントとして活用可能な住友大阪セメント(株)の参画が今後の当事業の可能性を大きく広げることとなりました。



店舗什器 | Retail Fixtures

什器や棚、ディスプレイ台などの空間演出に
Fixtures, shelves, and displays for spatial design



家具 | Furniture

テーブルやベンチなど存在感のあるデザインに
For tables, benches, and feature furniture



内装材 | Interior Finishes

壁面やカウンターなど、空間の仕上げ材に
For walls, counters, and other finishes



フロア材 | Floor Surfaces

オフィスや店舗などの床材として
For flooring in commercial and office spaces

PANECO®は、衣類をはじめとした繊維廃材を原料にアップサイクルされた循環型リサイクルボードです。

素材のもつ質感を活かしながら、空間演出やディスプレイ什器、内装材などに利用可能な新たなマテリアルとして、さまざまな業種で採用が進んでいます。

私たちは「ファッションロスゼロ」を掲げ、単なるリサイクルにとどまらない循環の仕組みを構築し、未来につながる持続可能な選択肢を広げています。

<https://paneco.tokyo/>

01 素材分別不要 Recyclable as-is

衣類に多く使われる複合素材や副資材も、分別せずそのまま再資源化。PANECO®は、仕分けの手間なくアップサイクルできます。
PANECO® eliminates the need for separation. Even garments with mixed fibers and trims can be upcycled without sorting.

02 意匠性 High aesthetic value

環境配慮だけでなく、空間に取り入れたい素材を追求。90%以上を廃棄衣料と廃木材で構成し、天然石のような見た目と温もりある素材感を兼ね備えています。
More than eco-friendly, made from over 90% discarded clothing and waste wood, with a stone-like appearance and a warm, inviting texture that fits naturally into interior spaces.

03 加工性 Workability

パーティクルボードやMDFと同等の物性を持ち、既存の木インフラで加工可能。カットや穴あけなども自在で、家具や什器など多用途に対応します。
PANECO® matches the properties of particleboard and MDF, and can be cut and processed using standard woodworking tools—ideal for furniture, displays, and more.

04 寸法安定性 Dimensional stability

特に長さ方向の膨張率がMDFの約1/3という高い寸法安定性を確認。化学繊維由来の特性により、湿度変化にも強く、反りの発生も抑えられると考えられます。
PANECO® shows high dimensional stability, with length expansion about one-third that of MDF. Its synthetic fiber content offers strong resistance to humidity and warping.

05 再資源化 Recyclability

使用済みのPANECO®は、再度の粉砕・成形によって新たなボードとして再生可能。一度きりで終わらない循環設計が、持続可能な社会の実現に貢献します。
Used PANECO® boards can be pulverized and remolded into new boards, enabling repeated recycling and supporting a more sustainable material cycle.



【生地・仕様】

■尾張匠布® for WEAR SHIFT

世界三大毛織物産地である尾州にて「回収衣料」や「製造過程で発生する裁断布」をリサイクルしたサステナブル素材です。リサイクルウールは紡毛番手になりますが、これを「梳毛見えのスーツ素材」として使用できるよう開発しました。

■ECOBBLUE®

ECOBBLUE®はマテリアルリサイクルにより、ペットボトルを繊維へと再生しています。当製品は裏地の糸の一部にECOBBLUE®を使用しています。

<https://www.y-aoyama.jp/ec/shop/campaign/pg/1wear-shift/>

9.強化項目③に対する結果と考察：物流

【強化項目③】衣類回収に係る物流の実証

回収に係る物流の実証

ルート回収と個配回収のコストを比較分析。

現状の回収量（約3.4トン/月想定）では、個配回収（kg単価82円）がルート回収（同272円）とリコスト優位性があることを実証。大阪府内の将来的な損益分岐点として月間約12トンという具体的な数値を算出し、事業規模に応じた最適な物流モデルの重量指針となった。

【見積金額】

個配回収（日本郵便）：278,750円/月

ルート回収（日本通運）：924,000円/月

（個配運賃単価）

- ①回収重量/月 3,400kg（目標10,000kg/3ヶ月）
- ②1箱の重量 13.6kg（青山商事平均実績・三辺合計160センチの箱）
- ③1箱の運賃 1,115円（三辺合計160センチの箱）
- ④回収箱数/月 250箱（①÷②）
- ⑤運送費/月 278,750円（③×④）
- ⑥kgあたり運送費 **81.98円**（⑤÷①）

（ルート回収運賃単価）

- ①回収重量/月 3,400kg（目標10,000kg/3ヶ月）
- ②運送費/月 924,000円
- ③kgあたり運送費 **271.76円**（②÷①）

（将来的な損益分岐）

$$924,000円（ルート回収月間運送費） \div 81.98円（個配kgあたり運送費） = 11,271kg（損益分岐重量/月間）$$

【総括】

事業の初期段階では、リユースを軸に収益性を確保し、物流は変動費型の個配回収でコストを抑制することが最も現実的かつ効果的な戦略です。事業規模の拡大に合わせ、ルート回収への移行を段階的に検討していく必要があります。

10.結論：本実証事業から得られた3つの主要な示唆

本モデル実証事業を通じて、大阪における持続可能な衣類回収システムの構築に向けた、具体的かつ戦略的な知見が得られました。

1

生活者の行動変容は「利便性」が最優先

アンケート結果は明確に、生活者が衣類回収に求める最大の価値が「利便性」であることを示しました。金銭的インセンティブは参加のきっかけになるものの、システムの根幹は「ごみとして捨てるより手軽」と感じさせる回収ネットワークの設計に置くべきです。

2

「協調領域」としての連携が不可欠

自治体が抱える「回収量の不安定さ」や「担い手不足」という課題に対し、民間が持つ「顧客接点（店舗網）」は強力な解決策となります。業界や企業の垣根を越え、共通のロゴと目的の下で連携することで、生活者への認知と信頼を飛躍的に高めることができます。

3

経済的持続可能性の現実的な道筋

事業の収益性は、当面は「リユース」が支える構造となります。物流は回収量に応じた「個配」から始め、事業規模拡大の損益分岐点（12t/月）を見据えて「ルート回収」へ移行する。この段階的なアプローチが、持続可能な事業運営の鍵となります。

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会の設立

2024年度より、民間企業と大阪府が共同で衣料品の地域共創型サーキュラーエコノミーの構築を目指した取り組みがスタートしました。この取り組みは、環境省が推進する「使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業」として2年連続で採択されています。

そして本取り組みを11月25日（火）より、「サステナブルファッション・プラットフォーム協議会」として新たに設立いたしました。

サーキュラーエコノミーの推進や、2050年のカーボンニュートラル達成にも寄与する豊かな地域社会の実現を目指し、同じ想いで集まった各企業や地方自治体等が協力して、回収、運搬、分別・再利用、再資源化を行い、一つずつ課題を明らかにし、解決策を検討してきました。本協議会設立により、大阪からサステナブルファッションをさらに推進していきます。

繊維製品における資源循環ロードマップ実現に向けた協議会の活動体制(予定)



主な活動内容(予定)

- 最新動向の調査・共有
- 会員企業等のマッチング
- 使用済衣類の回収・リユース・リサイクル事業
- CO2排出量削減施策の検討
- 商品価値を高めるトレーサビリティの確立
- 使用済衣類に関連する地域課題解決
- 補助金整備等を含む政策提言
- 官民連携での生活者への啓発活動
- 繊維to繊維リサイクルの実現

私たちは、大阪で本協議会を立ち上げ、サステナブルファッションの実現に向け、回収システムを構築し、関西他地域に広げます。

循環利用*の事業性に力を入れたコンソーシアムに成長し、再生繊維市場を生み出し、全国へと発展します。

※ 循環利用・・・リユースやリサイクル等



※ oHoHo CYCLE PROJECTは、環境省 令和6年度補正予算 使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業に基づいており、サステナブルファッション・プラットフォーム協議会の前身となる取り組みです。

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会の設立

<ビジョン>

地域社会の豊かな未来に貢献するため、サプライチェーンが一体となった、衣類における地域共創型サーキュラーエコノミーの実現を目指します。

<活動目的>

大阪から、サステナブルファッションを推進するため、使用済衣類の再利用（リユース、リサイクル等）によりサーキュラーエコノミーへの移行を促進し、使用済衣類の廃棄を削減します。

<活動方針>

- ①生活者が手軽に衣料品回収に取り組める環境を整え、継続できる透明性の高い衣料品回収システムの構築
- ②回収した衣類の循環利用・サステナブルファッションのマーケット開拓

<コミットメント>

- ・メンバーは各々の強みを活かしながら、業種の垣根を超え共創します
- ・本プラットフォームは、常に公平性を尊重し、中立性と社会性のある取り組みを推進します
- ・CO2排出量の削減率など、取り組みによる効果を可視化します

<量的目標>

- ①2030年度に大阪府下で焼却・埋立される使用済衣類を8,000トン削減（2020年比）することを目指し、年間で8,000 t 以上の使用済衣類を回収
- ②国内での循環利用（リユース、リサイクル）で年間3,500トンを処理

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会の設立

【入会条件と会員ごとの主な活動内容】

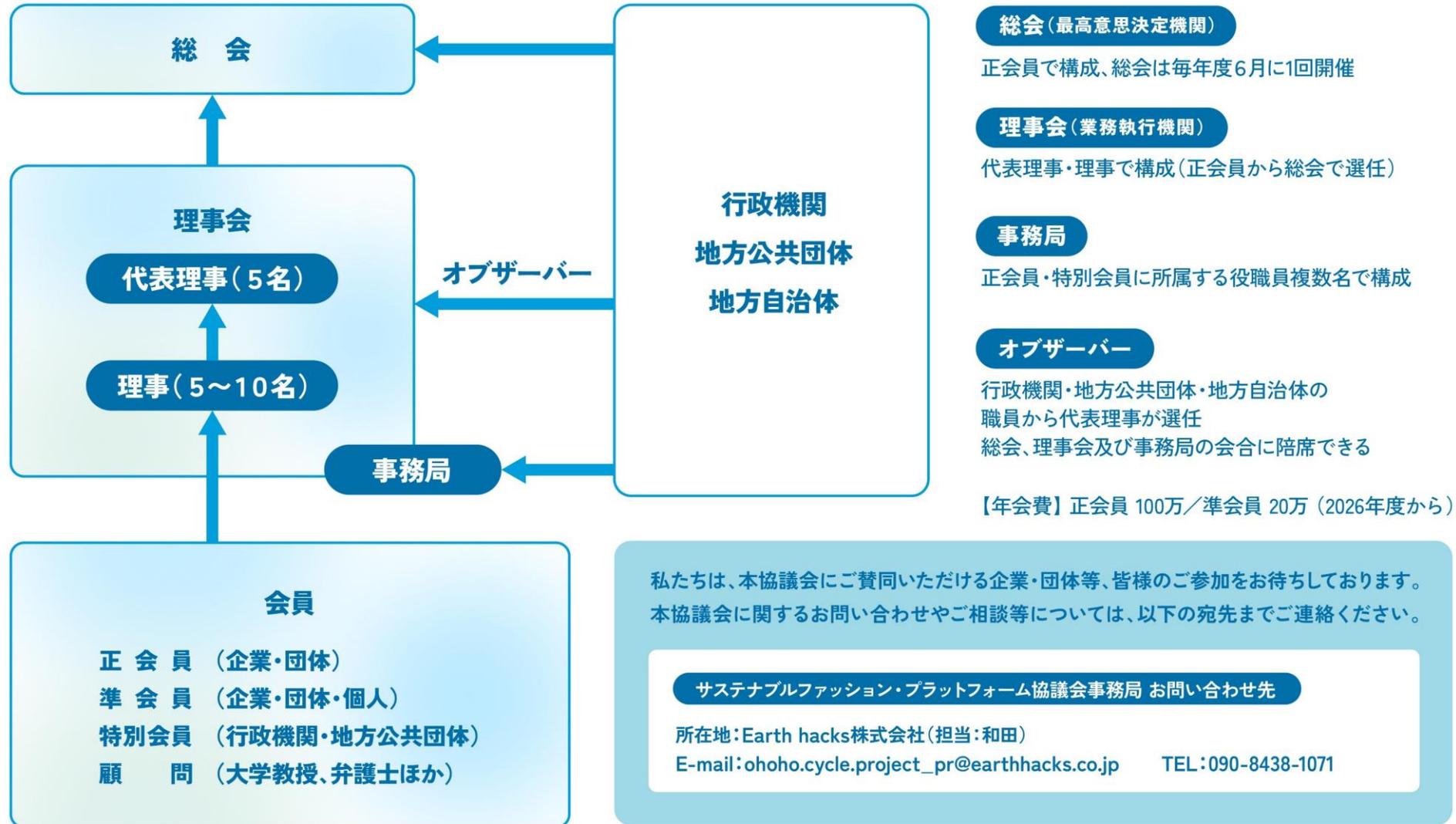
会員の役割	入会条件・活動内容	主なメリット
回収	<ul style="list-style-type: none">●生活者が衣類の回収に容易に協力できるよう、<u>店頭や自社施設内で回収拠点を設ける</u>こと●回収した衣類の(一定期間の)保管、集約、運搬・選別・パートナーへの<u>引渡しに協力</u>できること	<ul style="list-style-type: none">●回収事業への容易な参画
運搬	<ul style="list-style-type: none">●<u>効率的な運搬計画を策定・提案</u>できること●<u>より環境負荷の低い運搬方法を目指し、協力</u>できること	<ul style="list-style-type: none">●運搬機会の拡大
選別	<ul style="list-style-type: none">●循環利用(リユースやリサイクル等)に必要な<u>衣類の選別</u>ができること●選別した衣類の<u>トレーサビリティ(重量・選別割合)を確立、開示</u>できること ※ 国外へ輸出する場合は、輸出後も含む	<ul style="list-style-type: none">●選別機会の拡大
循環利用 (リユースやリサイクル等)	<ul style="list-style-type: none">●国内での<u>循環利用</u>ができること●リサイクルの場合、水平リサイクル等の<u>高度なリサイクル</u>や、より環境負荷が低く、生活者のニーズに合った循環利用のため、既存のアイデアにとらわれない取組みができること●高度なリサイクル方法や回収した衣類(素材)の利用に関して、保有する<u>科学的な知見・ノウハウ・設備等を活用し、協力</u>できること	<ul style="list-style-type: none">●繊維to繊維リサイクルへとつながる循環利用機会の拡大
製造	<ul style="list-style-type: none">●<u>環境配慮設計</u>(リサイクルのしやすさ、再生材料の積極的な使用、適正な品質表示等)や製造について協力できること	<ul style="list-style-type: none">●再生繊維への優先的アクセス
販売	<ul style="list-style-type: none">●本プラットフォームで循環利用された<u>製品の販売等について協力</u>できること●店頭または自社施設内で循環利用された<u>製品の販売場所の提供や周知活動</u>ができること	<ul style="list-style-type: none">●トレーサビリティが確保された製品販売●再生繊維由来製品の販売
その他 (特別会員含む)	<ul style="list-style-type: none">●本プラットフォームのビジョンのもと、<u>生活者の意識改革や行動変容への働きかけ</u>等、各々の強みを活かした協力ができること●循環利用の<u>環境効果の見える化</u>や、必要な<u>データの取得</u>、運用改善等の検証、提言について協力できること	<ul style="list-style-type: none">●事業機会の拡大●地域課題の解決

なお、上記の全ての役割に共通する、入会条件・活動内容として、会員は、サステナブルファッションに関する情報発信も担います。

※ また、会員の役割は、必ずしも、上記の区分で厳密に分けるものではなく、例えば、一部分、他の役割を担う等して活動いただくことも可能です。詳細についてのお問い合わせ等は、前述のお問い合わせ先にご連絡ください。

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会の設立

【組織体制図】



Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会 ステートメント

1

気候変動・
資源循環
への貢献



パリ協定に賛同し、CO2排出量を削減する使用済衣類のサーキュラーエコノミーに
取り組み、会員の環境対応や情報開示を促進します。

2

政府目標の
共同実現



「使用済衣類の廃棄を削減し、繊維to繊維リサイクルを実現する」政府目標の実
現に向け、販売、製造、運搬、分別・再利用、再資源化や他業種等の会員と、お
互いに尊重しあい、広く協力して課題を解決します。

3

政府との連携



省庁等との密な連携・協議を志向し、政策提言等を行うことで、調査、研究開発、
実証、社会実装等に関わる補助金や、規制の整備・見直し等、会員にとって必要
な環境づくりを進めます。

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会 ステートメント

4 地域との 課題解決



地域との連携を深めながら、使用済衣類の回収、リサイクル・リユース等に取り組み、**地域インフラの最適化や課題解決**にも貢献します。

5 費用低減の 追求



回収・運搬、技術開発・処理施設導入の費用等について、**会員全体で、規模の経済を効かせることや、社会における拋出のあり方を構想すること等、互いに協力して低減させる解決策を検討**し、持続可能な取組を目指します。

6 高付加価値 取引の実現



使用済衣類の廃棄を削減するべく、**トレーサビリティを確保し、啓蒙すること等を通じて、循環性の価値を確立**し、高付加価値取引を実現します。

Appendix_サステナブルファッション・プラットフォーム協議会 ステートメント

7 資金調達力の強化



例えば、複数の会員が、サーキュラーエコノミーを共同で進めるコンソーシアムを組成し、事業資金の調達を容易にする等、**一企業だけでは進めづらい資金調達を強化**します。

8 生活者志向



小売業の会員に、生活者や地域と、サーキュラーエコノミーの輪を作る各会員の「つなぎ役」になる機会を提供し、**生活者のニーズに寄り添い、行動変容を促し、生活者目線で需要を生む**取組を進めます。

9 再生繊維市場の創出



上記を通じ、繊維to繊維リサイクルに向けた環境を早期に整え、**将来、希少性が高まる再生繊維に会員が優先的に安価にアクセスできる市場を生み**、経済合理的に、大阪から全国へと成長発展します。



事業名：循環型ファッションモデル実証事業 事業報告書

実施団体名：株式会社ビームス

2025年12月

目次

0. エグゼクティブサマリー
1. 対象地域の概要
2. 事業の目的
3. 事業の内容（投入資源・実施プロセス）
4. 事業の実施体制（実施ノウハウ・連携）
5. 事業の成果（施策別詳細分析）
6. 今後の検討課題
7. 事業終了後の展開
8. 横展開のポイント

インセンティブ導入と多角的アプローチにより、
全てのKPIで目標を達成。

11月 衣料品回収総重量

428.2kg

目標比 120% 達成

前年同月比 148.68%

CO2 排出削減量

297.2kg

単純焼却比 84.0% 減

資源循環率 99.5%

インセンティブ進呈人数

132名

WS満足度 100%

リメイク品購入意向率 66.7%

- 上記、衣料品回収総重量に関する補足
- ・衣料品回収強化期間（11/10～24）含む11月度全体実績
- ・上記重量の対象は衣料品のみ
- ・31拠点での回収実績

歩 → 行動変容の実証

参加者の 33% が

「本施策がなければ廃棄していた」

インセンティブと「信頼できる受け皿」の提供が、生活者の廃棄行動を食い止め、循環へ誘導する決定打となることが実証された。

◆ 新たな事業価値

リペアのエンタメ化：

「修理」ではなく「体験」として提供することで、2,000～3,000円の対価を得られる可能性を確認。

古着の価値転換：

ブランドの編集力を介在させることで、古着への抵抗感を払拭し、高単価商品への転換に成功。20,000円での購入意思も確認。

エグゼクティブサマリー：ダイジェスト



1. 対象地域の概要

実施地域:

- 全国（[PASSTO導入店舗31拠点](#)）：回収拠点
- 神奈川県横浜市（[ビームスライフ横浜](#)）：リペア・リメイク深化施策拠点

地域の選定理由:

- 横浜エリア: 「SDGs未来都市」としての市民意識の高さに加え、自社修理工房（ビームス工房）を併設した複合店舗のインフラを活用することで、回収からリペア・リメイク（再製品化）までを一気通貫で実証できる環境が整っているため。
- 全国: 広域での回収を実施することで、エリア特性による回収傾向の違いや、インセンティブ（マイル）による行動変容の効果を定量的に検証するため。



2 . 事業の目的

国内衣類廃棄量の削減に向け、以下の3点を統合した循環モデルの実証を行い、単なる「回収」にとどまらず、「修理」「再販」までを含めた持続可能な循環型ビジネスモデルの構築を目指す。

【施策】：回収促進（インセンティブ付与）

インセンティブによる行動変容の誘発と回収効率の向上。

【施策】：製品寿命延伸（リペア体験ワークショップ）

リペア・リメイク技術による、使用済衣類の再製品化（アップサイクル）。

【施策】：価値再定義（リメイク品展示・提案）

「捨てる」から「直して使う/循環させる」への意識改革とLTV（顧客生涯価値）の向上。



参加ハードルの低減



行動原理のデータ化



ビジネスモデル構築

3 . 事業の内容

取組	実施内容	取組対象	実施時期
【施策①】 衣料品回収強化（インセンティブ付与）	全国のPASSTO設置店舗（31拠点）にて、衣料品持ち込み客に対し「BEAMS CLUB 行動マイル（1,000マイル）」を付与。回収への動機付けとしてのインセンティブ効果を検証。	BEAMS CLUB会員	11/10～11/24
【施策②】 リペア・リメイク体験ワークショップ	「ビームスライフ横浜」にて、ビームス工房の職人によるリペア・ケア体験会を実施。自身の服を直す体験を通じ、愛着醸成とスキル習得を支援。	一般消費者 （予約制）	11/17～11/24
【施策③】 リメイク品 特別展示	回収衣類の中から厳選したアイテムを「ビームス工房」でリメイクし、新品と組み合わせたスタイリング展示を実施。古着の価値向上（アップサイクル）の可能性を提示。	店舗来訪者	11/10～11/24

3 . 事業の内容（投入資源・実施プロセス）

3.1. 事業の概略・実施施策

インセンティブ付与による回収促進キャンペーンを実施するとともに、回収した衣類の一部を用いたリメイク品展示や、リペア体験ワークショップを開催し、循環行動の動機付けと実効性を検証した。

実施期間: 2025年11月10日（月）～11月24日（月・祝）

3.2. 各施策の概要

- **【施策】：回収促進（インセンティブ付与）**
 - 全国31店舗にて、衣類持込者に「BEAMS CLUB 行動マイル（1,000マイル）」を付与し、回収行動を促進する。
- **【施策】：製品寿命延伸（リペア体験ワークショップ）**
 - 「ビームスライフ 横浜」にて、職人指導によるリペア・ケア体験会を実施し、自身の服を直すスキル習得を支援する。
- **【施策】：価値再定義（リメイク品展示・提案）**
 - 回収衣類を素材としたリメイク品（アップサイクル商品）を製作・展示し、古着に対する価値観の変容を促す。

3 . 事業の内容（投入資源・実施プロセス）

3.3. 投入資源

ヒト（人的資源）

- **事務局（コアメンバー）：1.5名（サステナビリティ推進部）**
 - 工数：準備期間～施策実施～振り返り（7月～12月）26時間/月。
 - 役割：
 - プロジェクトマネジメント：全体進行管理、予算管理、環境省・事務局との連絡調整。
 - パートナー連携：ECOMMIT社との回収スキーム調整、データ連携仕様の策定。
 - 効果検証：回収データおよびアンケートの分析、報告書作成。
- **関連部署（サポート）：適宜（店舗運営 / VMD/マーケティング本部・広報/法務等）**
 - 役割：オウンドメディア、SNS発信、メディア対応、店舗オペレーション調整など。
 - 体制：定例会議には参加せず、フェーズごとのスポット参画により効率化を図った。
- **店舗スタッフ：延べ約100名（31店舗×平均3名程度が関与）**
 - 工数：通常業務の範囲内で実施（1件あたり対応時間 約3～5分）。
 - 役割：回収BOX管理、マイル付与オペレーション。
- **リペア職人（ビームス工房）：2名**
 - 工数：事前準備・製作・指導含め延べ約100時間。
 - 役割：店舗オペレーション調整、ワークショップ講師、リメイク品のデザイン・縫製。

3 . 事業の内容（投入資源・実施プロセス）

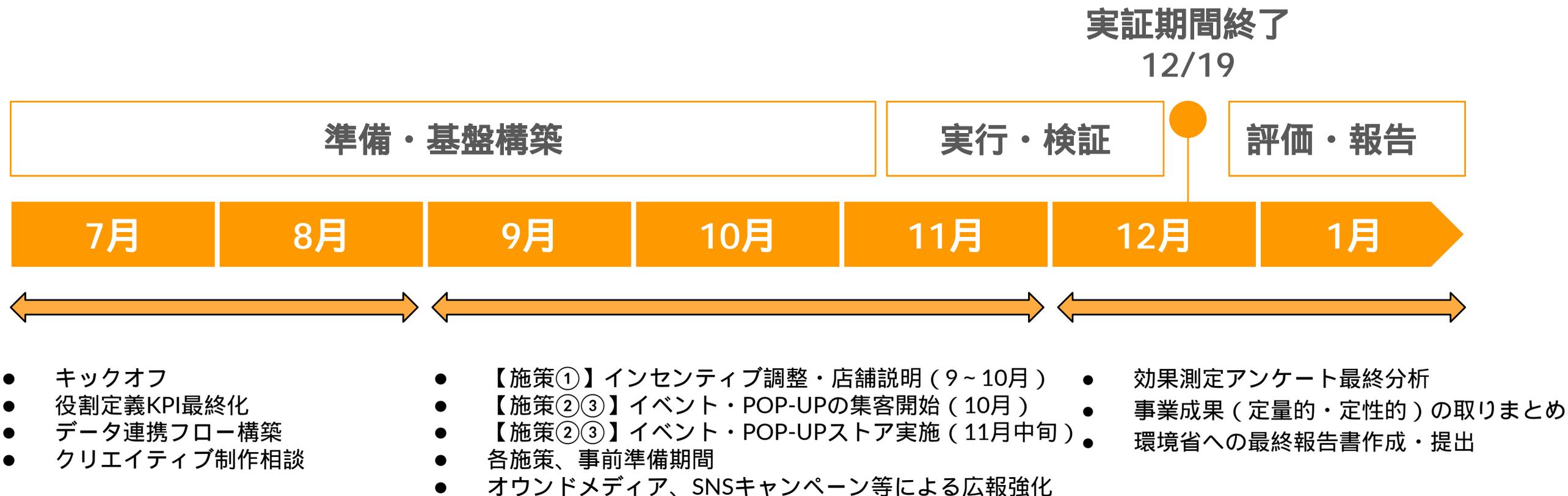
モノ（物的資源）

- 回収・物流:
 - 回収BOX（PASSTO・既存資産活用）、輸送用段ボール。
 - 物流網（店舗からECOMMITサーキュラーセンターまで各種配送業者と連携）。
- リペア・リメイク:
 - 工業用ミシン、裁縫道具一式、補修用部材（残布、釦等）、リメイク用部材（塗料等）。

カネ（資金）

- イニシャルコスト:
 - Web特設ページ制作費、店内告知POP制作費、ワークショップ用資材費。
- ランニングコスト:
 - 回収物流費（重量課金）、広報広告費（Meta広告等）、インセンティブ原資（マイル引当金）。

3 . 事業の内容（プロジェクトタイムライン）



3 . 事業の内容：【施策】 回収システムの高度化

内容: お客様が衣類を持ち込む動機付けを最大化するため、以下のインセンティブを提供し、効果を検証。また、ECOMMIT社と連携し、回収後の衣類の行方を可視化することで、お客様の信頼と納得感を醸成する。

開催店舗：[PASSTO導入店舗](#)

期間：11/10(月)～24(月・祝)

インセンティブ：行動マイル(1,000)

↳資源循環に貢献する「行動」そのものに価値を見出す。

回収後可視化：環境負荷低減効果がわかるレポートの掲出

目標(KPI)：

- 衣類回収量: 前年同月比120%、リユース率: 50%以上



3 . 事業の内容：【施策】製品長寿命化

内容: ビームス工房のプロの技術を「体験価値」として提供し、「リペア<買い替え」という消費文化からの脱却を目指す。

開催期間：11/17(月)～24(月・祝)

体験型ワークショップ: 「寸法補正修理」「生地破れ補修」「ボタン付け直し」「洋服・革製品のメンテナンス」「リメイク加工」等

参加条件：ビームス ライフ 横浜併設のビームス工房で衣料品をPASSTO（回収）した方へワークショップのご案内。

目標（KPI）:

- ワークショップ参加者：10名以上
- サービス満足度: 90%以上



3 . 事業の内容：【施策】 予約枠・提供メニュー

日付	曜日	時間帯	講師	講師	サポート	参加者①	参加者②	お直し希望メニュー
11月17日(月)	月	12:00-14:00	新井					
11月17日(月)	月	15:00-17:00	新井					
11月17日(月)	月	18:00-20:00	新井					
11月18日(火)	火	12:00-14:00	新井					
11月18日(火)	火	15:00-17:00	新井					
11月18日(火)	火	18:00-20:00	新井					
11月19日(水)	水	12:00-14:00	新井					
11月19日(水)	水	15:00-17:00	新井					
11月19日(水)	水	18:00-20:00	新井					
11月20日(木)	木	12:00-14:00	弦切					
11月20日(木)	木	15:00-17:00	弦切					
11月20日(木)	木	18:00-20:00	弦切					
11月21日(金)	金	12:00-14:00	新井	弦切				
11月21日(金)	金	15:00-17:00	新井	弦切				
11月21日(金)	金	18:00-20:00	新井	弦切				
11月22日(土)	土	12:00-14:00	新井	弦切				
11月22日(土)	土	15:00-17:00	新井	弦切				
11月22日(土)	土	18:00-20:00	新井	弦切				



メニュー	内容	時間	料金	対象者	予約必要	備考
寸法補正パンツ	裾タタキ	60分	1,000円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
寸法補正パンツ	裾シングル	90分	1,200円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
寸法補正パンツ	裾ダブル	90分	1,200円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
寸法補正パンツ	ウエスト調整	90分	2,000円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
寸法補正ジャケット	袖や身幅調整	120分	2,000円～5,000円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
生地破れ修理	タタキ補修	90分	2,000円～	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
釦付け、ほつれ直し	釦付け縫い直し手縫い	30分～60分	200円～2,000円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
靴革製品メンテナンス	シューシャンサービス	120分	3,000円～5,000円	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参
リメイク加工	ボロ加工、ペイント加工	90分	1,000円～	回収衣類参加者	<input checked="" type="checkbox"/>	直し品持参



3 . 事業の内容：【施策】古着文化の醸成

内容: ビームススタッフの「目利き」や「リメイク」により、古着を「一点物の価値ある商品」へと転換。新たなファッションの楽しみ方を提案し、価値ある服が捨てられない未来への啓発に繋げる。

限定POP UP (展示): 回収された古着の中から、ビームスのスタッフがその「目利き」で厳選したアイテムを、「ビームス工房」がリメイク。世界に一つしかない「一点物」へと再生させる。特別なスタイリングで展示・提案することで、古着の新たな楽しみ方を発信。価値ある服が捨てられない未来に向けた意識啓発を行うとともに、ビームスが取り組むサステナビリティの可能性と、その活動への共感を広げることを目指す。

デジタルコンテンツ連動: Web・SNSでスタイリングコンテンツを重点的に発信

目標 (KPI):

- POP UP目標展示点数: 5スタイリング
- 関連WEBコンテンツ: 10,000PV



3 . 事業の内容：【施策】 ディレクションイメージ

ターゲット

20～35歳女性
感度高め古着MIX

趣味・遊び

- フェス
- アウトドア
- 食べ歩き
- 韓国旅行
- K-POP

衣類回収品はレディースが大多数を占める
過去のイベント参加も女性メイン
社内スタッフリメイク好き多数

キュレーションスタッフ



- LFYスタッフ合田
- 20代
 - メンズMIXスタイル
 - INSTAフォロワー1.6万人
 - 韓国旅行
 - K-POP



ダブルニーパッチリメイク



テンシルプリント
クラッシュ加工



異素材生地
ドッキング



4 . 事業の実施体制（実施ノウハウ・連携）

4.1. 体制構築と連携ノウハウ

- 主体間連携:
 - 株式会社ビームス: 顧客接点（店舗・アプリ）、企画立案、リペア技術提供。
 - 株式会社ECOMMIT: 回収スキーム、静脈物流、選別・再資源化、環境データ算出。
- 構築の経緯:
 - 2024年7月頃より、アパレル単独での回収・再資源化の限界（トレーサビリティ確保の難しさ等）を感じ、静脈産業のプロフェッショナルであるECOMMIT社との調整を開始。2025年1月より現在のPASSTO導入スキームが確定した。
- 連携メリット:
 - 役割分担により、アパレル企業は「集客・ファン作り」に集中し、パートナー側が「物流・選別」を担うことで、高効率かつ透明性の高い循環フローを実現した。



4 . 事業の実施体制（実施ノウハウ・連携）

4.2. 広報・周知のノウハウ

広報戦略においては、オンライン（Web・アプリ）とオフライン（店頭）を連動させ、タッチポイントを網羅する以下のメニューを展開した。

公式サイト・アプリ（情報のハブ）

- **ニュース記事**: 11/10公開。告知、環境省事業採択の背景、CO2排出削減実績、全施策の詳細（回収・ワークショップ・展示）を集約。
- **メルマガ**: 11/10以降配信。キャンペーン開始をダイレクトに通知し、記事へ誘導。



4 . 事業の実施体制（実施ノウハウ・連携）

店頭コミュニケーション（来店客への訴求）

- **店頭POP:**
 - 回収マイル付与の詳細を記載したハレパネスタンドを回収BOX蓋上やレジ横等に設置。
 - 深化拠点（横浜）：ワークショップ詳細やリメイク展示背景など、体験価値を訴求する専用POPを展開。
- デジタルサイネージ（横浜）：ロゴと工房のイメージ画像を組み合わせた静止画を放映し、視覚的にアピール。
- 施設連携（横浜モアーズ）：「ビームスライフ 横浜」が入居する商業施設「横浜モアーズ」の公式サイトおよび公式アプリニュースにてイベント情報を発信。施設全体の来館者に対しても、ワークショップや回収キャンペーンの周知を行い、新規顧客との接点を創出した。



4 . 事業の実施体制（実施ノウハウ・連携）

SNS・その他（拡散と深掘り）

- **店舗SNS:** スタッフによるリアルな発信。特にLFYではワークショップの様子やリメイク品を写真付きで紹介し、来店意欲を喚起。
- **Community Journal:** 施策の「想い」や「裏側」を深掘りする記事を展開し、ロイヤル層の共感を獲得。（3部構成：[中編](#)・[後編](#)）
- **実施タイミング:** 全体告知は開始当日（11/10）に一斉スタート。
 - 深化施策（LFY）に関しては、11/4より先行して店頭告知を開始し、ワークショップ予約のリードタイムを確保した。
- **認知経路実績:**
 - アンケート結果より、「店頭ポスター（POP）」と「自社アプリニュース」「横浜ではモアーズのアプリ」が主要経路となり、既存の顧客接点を最大活用できたことが証明された。



4 . 事業の実施体制（実施ノウハウ・連携）

4.3. 回収オペレーションとルールの設定

- **回収ルール:**
 - 衛生管理のため「洗濯済み」を必須条件とし、汚損や臭いのあるものは回収不可と明記。
 - 通常オペレーションに加えマイル進呈方法については、事前にレクチャー済み。
- **インセンティブ進呈方法:**
 - 衣料品を回収BOXへお持ちいただいたお客様はスタッフへお声がけいただき、スタッフがマイル進呈作業を行う。その後、衣料品を回収BOXへ。
 - 後日、お礼とアンケートのお願いメールを送信。
- **物流オペレーション:**
 - 回収BOXが満杯になり次第、ECOMMIT選別拠点へ宅配便にて発送。1回あたりの運搬重量は約10kg～15kg程度で調整し、店舗負担を軽減した。
- **ワークショップ予約について:**
 - 期間中、衣料品回収にご協力いただいたお客様が参加可能で、実施店舗へ直接お電話でお問い合わせいただき、詳細のお打ち合わせを行う。
 - 2名の職人で、8日間・36枠設定（実際は42枠まで拡大調整の上、受け入れ実施）。

5 . 事業の成果

【衣料品回収成果：定量実績】 連携パートナー提供のレポートに基づく回収実績は以下の通り。

- 衣料品回収総量: 428.2 kg
- 資源循環率: 99.5% (リユース・リサイクルへの転換)
- CO2排出削減効果: 297.2 kg-CO2 (単純焼却比 84.0%減)

【検証項目：Web・広報効果の詳細分析】

本事業の認知拡大および来店促進を目的に展開した、オウンドメディアおよびペイドメディア、店頭施策のクロスチャネル分析結果は以下の通りである。

オウンドメディア（深掘りと共感）

- ニュースページ: 8,899 PV (平均滞在 39.7秒)。キャンペーンの概要や参加方法を伝える「カタログ的役割」として機能し、広範な初期認知の獲得に貢献した。
- Community Journal: 212 PV (平均滞在 118秒)。PV数は限定的だが、滞在時間がニュースの約3倍と長く、コア層(ロイヤル顧客)に対し、施策の背景やリペア職人の想いを深く伝える「ファンエンゲージメント」の場として機能した。

5 . 事業の成果

ペイドメディア（潜在層へのリーチ）

- **Meta広告:** インプレッション 400,507 imp、クリック数 5,849、CTR 1.46%。
- **効果分析:** 一般的なアパレル広告のCTR基準（0.8%～1.0%）を大きく上回る反応率を記録。特に「横浜エリア（半径17km）」へのターゲティング配信が高い反応を示したことから、地域密着型イベント（ワークショップ等）とSNS広告の親和性の高さが実証された。「マイル付与」というインセンティブと「社会貢献」というメッセージの組み合わせが、潜在層の関心を強く引いたと考えられる。

店頭・施設連携（行動喚起とO2O）

- **認知経路:** アンケート結果では「店頭ポスター（約40%）」と「自社アプリ（約30%）」が上位を占めた。Webや広告で認知した層が、最終的に店頭のPOPやサインージを見て行動に移す、または来店中にPOPで知りその場で参加するという、オンラインとオフラインの連携（O2O）が機能した。
- **施設連携効果:** 横浜モアーズの媒体を活用することで、ビームス会員以外の施設利用者への認知拡大に成功し、新規顧客とのタッチポイント創出にも寄与した。

5 . 【施策】 事業の成果

5.1. 【施策】：回収促進（インセンティブ付与）

(1) 事業実施期間内のゴール（目標指標）

- 回収量：前月比または前年同月比での有意な増加。
- 参加者数：100名以上。
- 行動変容：回収がなければ廃棄されていた衣類の救済（廃棄抑制）。

(2) 事業の効果検証方法

- 回収重量データ（ECOMMIT提供）の分析。
- マイル付与ログ（参加者属性）の分析。
- 参加者アンケート（動機、廃棄回避の有無）の分析。



5 . 【施策】事業の成果

(3) 効果検証の結果

● 定量的成果:



回収量: 428.2kgを達成。(前年同月比 148.68%)

資源循環率: 99.5%

CO2排出削減効果: 297.2kg (単純焼却比 84.0%減)

インセンティブ進呈人数: 延べ132名 (目標達成率 132%)。

- **回収効率:** 1人あたり平均 約0.5 ~ 3.3kg程度。
- **会員属性分析 (長期顧客):**
 - 「5年~10年未満」 (38名、28.8%) 「10年以上」 (37名、28.0%) 期間中の新規入会 (23名、17.42%)
- **店舗利用実績:**
 - ワークショップ等の深化施策を実施した**ピームスライフ 横浜**に次いで**ターミナル立地の店舗**が上位

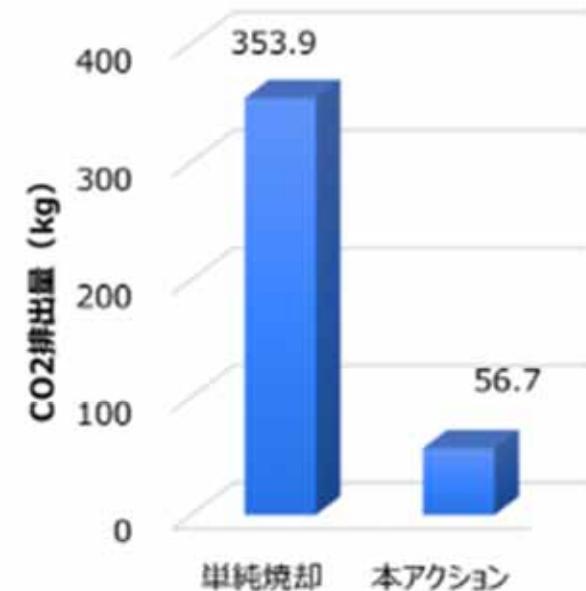
(4) 達成状況

目標数値を上回る参加があり、特に「廃棄の回避」という環境面でのゴールを達成した。インセンティブは「捨てる罪悪感」を払拭し、行動へ移すトリガーとして機能した。

お客様アンケート (衣料品の持ち込み枚数) の結果は平均約2枚であり、1着あたり0.25kg程度を仮定すると約0.5kgと推定される。インセンティブ進呈人数132名を基に推定すると約3.3kgとなるが、インセンティブを進呈されていない回収協力者も一部いらっしゃるため、過大である可能性がある。

環境負荷低減効果

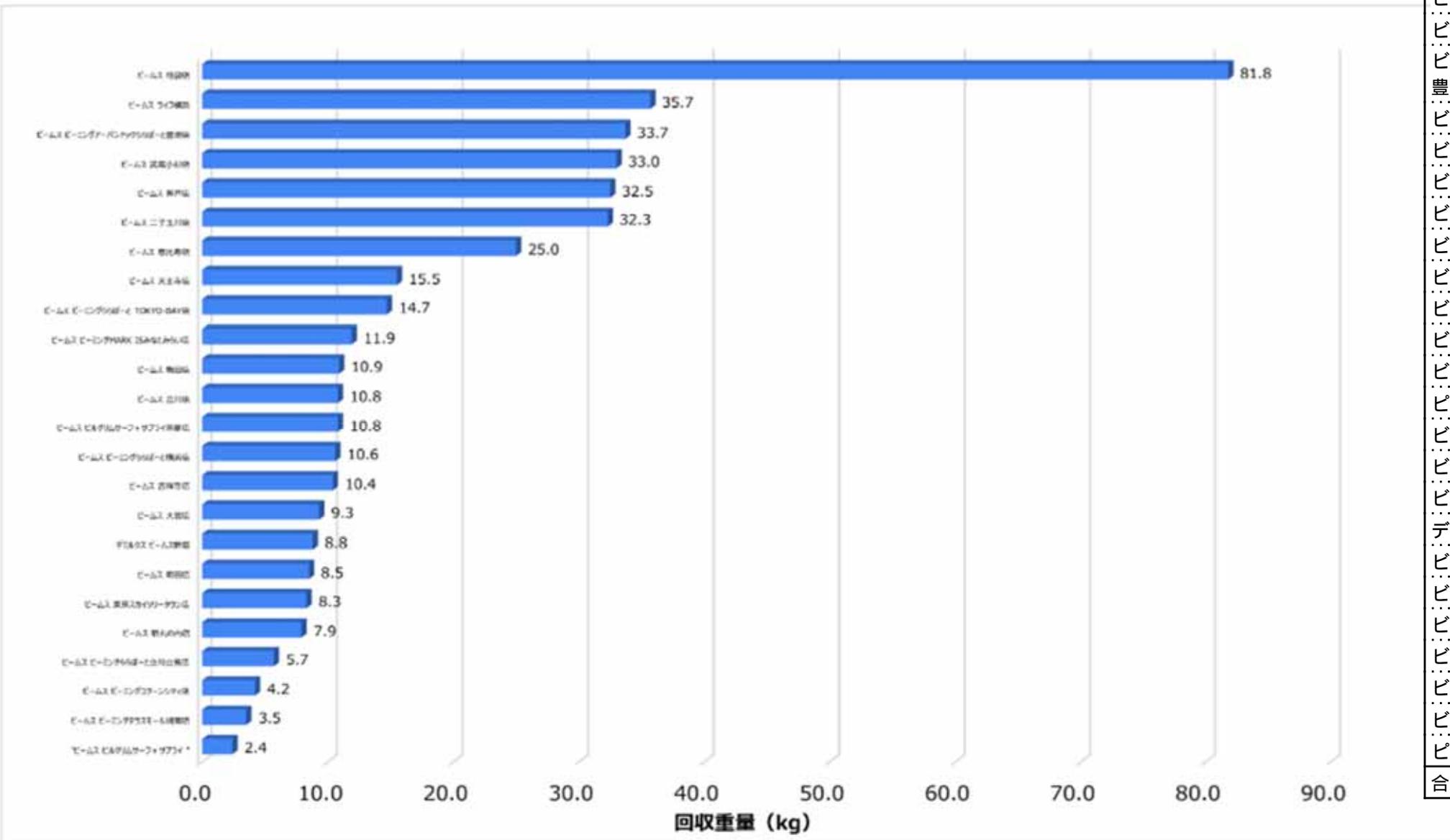
◎ CO₂排出削減効果 297.2 kg
(単純焼却比) 84.0% 減



◎ 分別 (再資源化ポテンシャル) 結果

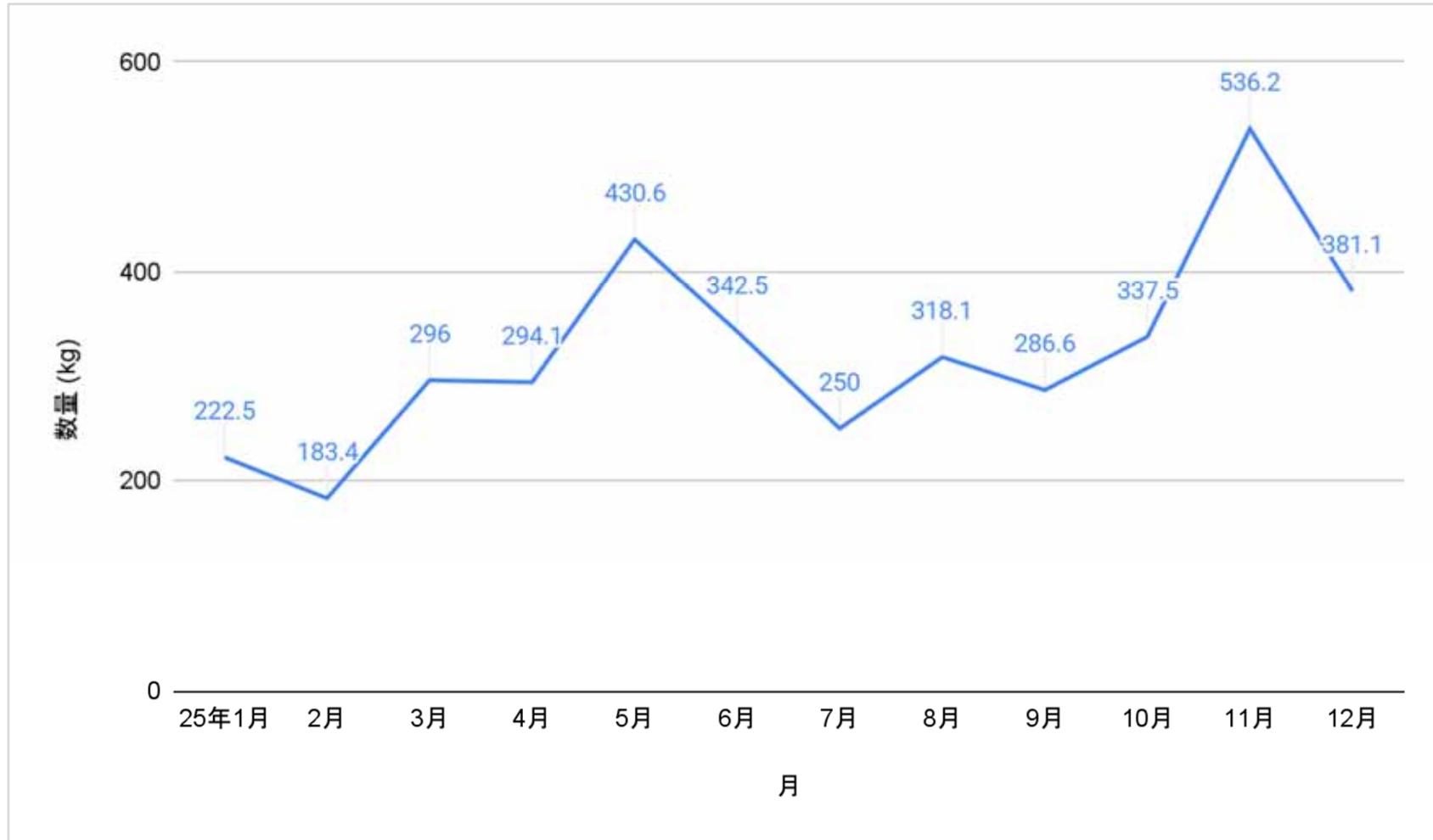
大分類	中分類	重量 (kg)	割合 (%)
リユース	国内向け	134.8	31.5%
	海外向け	289.2	67.5%
水平リサイクル	再生ポリエステル原材料	0.0	0.0%
その他リサイクル	自動車用内装材原材料	2.2	0.5%
その他リサイクル	工業用ウエス	0.0	0.0%
サーマルリカバリー	固形燃料	0.0	0.0%
	廃棄	2.0	0.5%
	合計	428.2	100.0%

11月度 PASSTO回収量_拠点別



店舗	数量 (kg)
ビームス 池袋店	81.8
ビームス ライフ横浜	35.7
ビームス 武蔵小杉店	33.7
ビームス 神戸店	32.5
ビームス 二子玉川店	32.3
ビームス 恵比寿店	25
ビームス 天王寺店	15.5
ビームス 天竺店	14.7
ビームス TOKYO BAY	14.7
ビームス 梅田店	11.9
ビームス 立川店	10.9
ビームス 京都店	10.8
ビームス 横浜店	10.8
ビームス 吉祥寺店	10.6
ビームス 大宮店	10.4
ビームス 新宿	9.3
ビームス 町田店	8.8
ビームス 東京スカイツリータウン店	8.5
ビームス 新丸の内店	8.3
ビームス 立川立飛店	7.9
ビームス 立飛店	5.7
ビームス 渋谷店	4.2
ビームス 湘南店	3.5
ビームス 渋谷	2.4
合計	428.2

PASSTO導入後（2025年1月～11月）衣料品・雑貨類回収量_月別推移



11月インセンティブ施策の定量的分析

11月に初めて実施されたビームスクラブ会員向けの行動マイル付与施策は、回収量に対して極めて明確な効果をもたらしたと分析。

年間最大値の達成: 11月の回収量は536.2 Kgで、年間で最も高い実績。これは、施策が回収行動を誘引する最も強力なトリガーとして機能したことを示している。

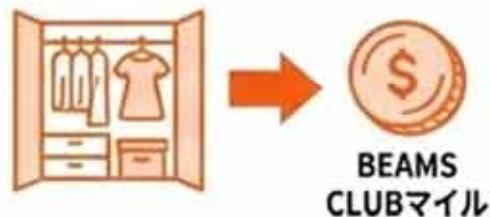
既存ピークとの乖離: 施策前の最大値である5月（430.6 Kg）と比較して、11月は約24.5%（105.6 Kg）の増加を記録。この大幅な上乘せは、通常の季節要因や自然増では説明できず、インセンティブ付与が潜在顧客のリサイクル行動を顕在化させた明確な施策効果と考えている。

施策の持続性（残余効果）: 施策を実施した11月（536.2 Kg）の後に続く12月は381.1 Kgを記録しました。これは月間平均（323.2 Kg）を上回る水準であり、11月の施策が一時的な需要だけでなく、12月にも一定の残余効果をもたらした可能性を示唆している。

月	25年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 合計
数量 (kg)	222.5	183.4	296	294.1	430.6	342.5	250	318.1	286.6	337.5	536.2	381.1	3878.6

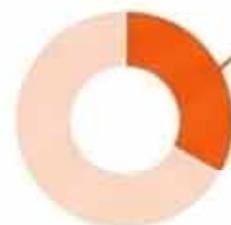
【施策①】 定性的成果：インセンティブと行動変容

(1) 参加動機とインセンティブの効果 (Q3)



- 主な理由：「クローゼットを整理しなかったから」「誰かに役立ててほしかったから」が上位。
- インセンティブ：「BEAMS CLUBの行動マイルがもらえるから」も選ばれており、潜在的な整理意欲を行動へ。

(2) 廃棄抑制・ごみ削減効果 (Q2)



約33% (5名) が「可燃ごみ・不燃ごみとして処分」
一部は「タンスの肥やしのまま」



結論：本施策がなければ焼却されていた衣類を、確実に資源循環ルートへ救済したことが証明された。

(3) 回収品の実態と情報経路 (Q1, Q4, Q6, Q7)

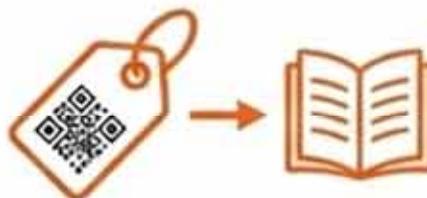


「1枚」約半数
「2~3枚」続く

- 手放す理由：「サイズ不適合」「飽き・好み変化」に加え、「シミ・汚れ」「縮み・破れ」などのダメージ品も含まれる。



(4) トレーサビリティへの関心 (Q5)



8割以上が「託した服のその後のストーリー」に興味を示しており、回収後の透明性が次回の参加意欲を左右する鍵となる。



“「捨てるには忍びないが、売るほどのブランドでもない服が溜まっていた。マイルも貰えて、リサイクルされるなら安心して手放せる」 (40代女性)”



「クローゼットが片付いて、新しい服を迎える気持ちになれた」 (50代男性)

5 . 【施策】事業の成果

5.2. 【施策】：製品寿命延伸（リペア体験ワークショップ）

(1) 事業実施期間内のゴール（目標指標）・結果

- 参加者数：10名以上。→42名参加
- 満足度：参加者の90%以上が「満足」と回答。

(2) 事業の効果検証方法

- 予約・参加実績の集計。
- 参加者事後アンケート（満足度、スキル習得状況、今後の意向）。

(3) 効果検証の結果

● 定量的成果:



● 定性的成果（お客様の声・アンケートより）:



(4) 達成状況

定員・満足度ともに目標を完全達成。単なる修理代行ではなく、「自分で直す体験」に対する高い需要と事業化の可能性（有償化への受容性）が確認された。

【施策②】 定性的成果：ワークショップの深掘り分析

(1) 参加者属性とインサイト



- 主な参加者層：40代～60代の女性および、一部のリペアに関心のある男性層。
- 参加者の声（インサイト）：
 - 「大切にしていた服を捨てたくないが、直し方がわからない」
 - 「サイズが合わなくなったが、生地が良いので活用したい」
 - 分析：単なる「節約」のための修理ではなく、「愛着ある品を使い続けたい」という情緒的ニーズが強い。

(2) 体験内容への評価と「コト消費」としての価値



- 提供価値：プロの職人（ビームス工房スタッフ）が直接指導する「技術」と「安心感」。
- 具体的ニーズ：
 - 「ミシン体験」：家庭用ミシンを持っていない、または使いこなせていない層へのレクチャー需要。
 - 「カスタマイズ」：穴を塞ぐだけでなく、ワッペンや刺繍で「デザイン」として昇華させる提案への高評価。
- 結論：ワークショップは単なる修理サービスではなく、「自分の手で服を蘇らせる」というエンターテインメント（成功体験）を提供しており、これが満足度100%の要因となっている。

(3) 事業化に向けた価格受容性分析



- アンケート結果のボリュームゾーンは「2,000円～3,000円」。
- 考察：人件費・材料費を考慮すると、以下のメニュー設計であれば事業性が見込める。

	A.初級コース (2,000円)：ボタン付け、簡易ほつれ直し (所要時間45分)
	B.中級・カスタムコース (3,500円～)：ダーニング刺繍、ワッペンカスタム、ミシン利用 (所要時間90分)

- 既存の修理代行よりも「体験料」として価格を乗せやすく、顧客の納得感も高い。

5 . 【施策】事業の成果

5.3. 【施策】：価値再定義（リメイク品展示・提案）

(1) 事業実施期間内のゴール（目標指標）

- 購入意向：閲覧者の50%以上が「購入を検討したい」と回答。
- 意識変容：古着・リメイク品への抵抗感の払拭。

(2) 事業の効果検証方法

- 展示会場でのヒアリングおよびWebアンケート。

(3) 効果検証の結果

● 定量的成果:

- 高価格帯の受容性：約20%が「20,000円以上でも購入する」と回答
- 購入意向率：



● 定性的成果（お客様の声・アンケートより）:

デザインへの評価：
「古着とは思えないデザイン性がある。一点物という特別感が良い」
(40代男性)

信頼性：
「知らない古着屋は抵抗があるが、ビームスが選んでリメイクしたものなら安心できる」
(50代女性)

(4) 達成状況

目標とする購入意向率をクリア。ブランドの「目利き・編集力」を付加することで、古着を「高付加価値商品」へ転換できることが実証された。

【施策③】 定性的成果：リメイク・アップサイクル品の市場性

アンケートの「抵抗感」「購入意向」「重視点」のクロス分析から、市場参入に向けた重要なインサイトが得られた。

(1) 「抵抗感」の正体と払抗のカギ



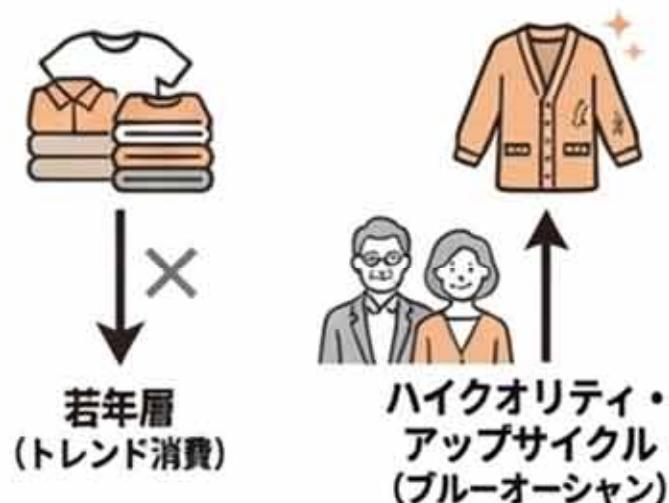
- 現状: 全体の約3割が「抵抗がある」と回答。衛生面や品質への不安が主なバリア。
- 突破口: 回答者全体が重視する「品質・素材」「長く使えること(耐久性)」を訴求。
- 示唆: クリーニング品質の保証、耐久性の高い技術など、「新品と同等以上の品質但償」の可視化が必須。

(2) ブランドの「目利き (Curation)」への高信頼



- 購入意向: BEAMS厳選で約66%が意向。
- 意味合い: 差別化要因は「ビームスが選んだ(リメイクした)というコンテキストの価値」。
- 戦略: 古着を「一点物のアートピース」や「スタイル提案」として再定義し、高単価ゾーンを確立。

(3) ターゲット層の適合性



- 属性: 40-60代は「良いものを長く」の価値観。
- 結論: 大人世代向けの「ハイクオリティ・アップサイクル」が狙うべき市場。
- お客様の声: 「プロに教えてもらえて自信がついた」「新品を買うより嬉しい」など、愛着の深化が見られる。

【施策】を担当した職人&ディレクターの声

■ 新井さん (LFY/ビームス工房 職人)

リメイクを求める潜在需要の大きさを実感しました。ビームスへの信頼に応える喜びを感じると共に、既存枠を超えた「強さと品」のあるスタイルを提示。自分らしく装う「ファッションの次のステージ」を、リメイクを通じて提案し続けたいです。



■ 弦切さん (LFY/ビームス工房 職人)

修理体験を超え、お気に入りが蘇る喜びや自ら直すことで深まる愛着を共有できたことに、深い情緒的価値を感じました。「捨てずに直す」ことが、単なる節約ではなく服への愛を深めるポジティブな体験になるのだと、現場の熱量から確信しました。



■ 合田さん (LFY/リメイク品ディレクション)

既存レーベルにはない独自の魅力をリメイクで表現しました。自ら縫製を体験したことで、お客様に「繋ぐ楽しさ」をよりリアルに伝える手応えを得ています。身近な「楽しみ」の延長線上で、自然なサステナブルを若い世代にも根付かせていきたいです。



5 . 事業の成果（副次的効果）

5.4. 副次的効果

廃棄物量の削減効果:

- アンケート結果（廃棄回避率33%）に基づき推計すると、約141kgの衣類が直接的に焼却処分を免れた。

教育・意識変容効果:

- 参加者の8割以上が「回収後の行方（トレーサビリティ）」に関心を示し、「捨てずに循環させる」というサステナブルファッションへの意識向上が確認された。

経済的波及効果:

- 回収目的での来店者のうち、一部は店内商品の購入（ついで買い）を行っており、店舗への客数増・売上増に寄与した。

6 . 今後の検討課題

(1) インセンティブの強化と多様化:

- **検討案:** 自社製品回収時の割引クーポン、マイル増額、あるいは即時利用可能な「現金還元（キャッシュバック）」など、より強力なインセンティブを導入し、回収を習慣化させる。

(2) リペア技術の横展開とスクール化:

- 専門職人がいない店舗でも同様のサービスを提供するため、ワークショップのパッケージ化を行う。
- **事業性向上:** リペア技術の継承と新たな収益源確保のため、一般向けの「リペアスクール」開校を視野に入れ、ファンを巻き込んだコミュニティ形成を図る。

(3) リペア文化の一般化

- 「リペア<買い替え」の消費文化に対し、「直して長く着る」価値観をいかに広範な顧客層に波及させるか。

(4) アップサイクル事業のビジネスモデル確立

- リメイク品の需要と収益性を検証し、持続可能なビジネスモデルとして確立できるか検討する。

7 . 事業終了後の展開【ビームス】

本成果を一過性のものとせず、次期戦略の構想に基づき発展させる。

(1) 次期戦略の構想推進

ビームス独自の3R（Reduce, Reuse, Recycle/Rework）を軸とした戦略を推進する。

- **廃棄を無くす（Reduce）**：1商品あたりの環境負荷（土壌、水）を低減する循環型設計を推進。
- **再生・リワーク（Rework）**：リワークによる高付加価値化を行い、価格転嫁（プライシング）を含めたビジネスモデルを構築する。
- **「サーキュラーデザイン」への挑戦**：製品の企画・設計段階から、修理のしやすさ（リペアビリティ）やリサイクル適性を考慮する「サーキュラーデザイン」の導入を推進します。

(2) 「信頼できる接点」の提供

- お客様が安心して衣類を託せる「リアルな店舗」や「スタッフ」という、信頼の介在価値が回収率向上に不可欠であるため、スタッフ教育にも注力する。

7 . 事業終了後の展開【ビームス】

(3) システム化と企画設計方針の策定

- **発注システムの改修:** 商品発注システムにおいて、「循環可能か」「素材の環境負荷はどうか」といった「循環/素材/環境レベル」の区分を設け、環境設計ができている製品が一目でわかる仕様への改修を検討する。
- **設計計画・販売計画への落とし込み:** 「循環ありき」の回収・再販を前提とした、具体的な設計方針・生産方針を策定し、MD計画に組み込む。

(4) 業界・業界を跨いだ共創

同業他社・商業施設全体や異業種（IT・物流）と連携し、ペットボトル回収のような「当たり前」のインフラ化を目指す。

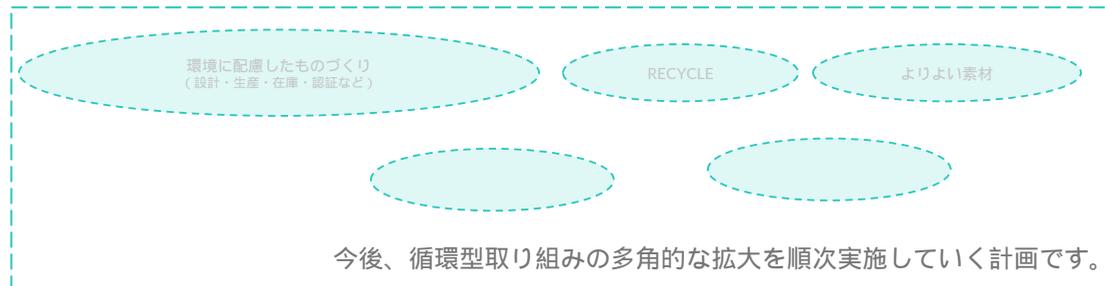
- プラットフォーム（衣料品回収）の普及
- 循環スコアの標準化議論への参画
- 技術者育成スクールの開校

7. 事業終了後の展開【ビームスの循環型ファッション】

VISION

happy life solution communities

明るく楽しい社会現象を起こし、すべての人が幸せになれるコミュニティを目指します



公式オウンドリセール 「BEAMS digroo (ビームスディグロー)」始動



- サービス開始日：2026年2月18日（水）
URL：<https://digroo.beams.co.jp>
ビームスならではのこだわり！
- ・ビームスの歴史を感じられる「年代別検索」
 - ・商品の背景にある時代の空気感、当時の裏話を提供
 - ・現代のアイテムとのミックススタイルの提案
 - ・スタッフコラム...etc

7. 事業終了後の展開

【公式リセールサービス「BEAMS digroo（ビームス ディグロー）」を始動】



1976年の創業から50年。ビームスの歴史を彩ってきた数々の名品（アーカイブ）に再び光を当て、新たな出会いを生み出す公式リセールサービスが誕生。

■ 概要

URL : <https://digroo.beams.co.jp/>

内容 : ビームス製品の買取・販売

対象 : ビームススタッフおよびBEAMS CLUB 会員

■ 特徴

・信頼のアーカイブ

自社購入品に限定した確かな品質と安心を提供します。

・年代別検索

50年の軌跡を「年代別」に掘り起こせる検索機能を導入。

・ストーリーを繋ぐ「スタッフコラム」

時代背景、ディテール解説、現代的なミックススタイル提案をスタッフが発信。

■ ビジョン

「洋服への想いを、次の世代へ」「BEAMS digroo」は、モノを売買するだけでなく、その背景にある「こだわり」や「想い」も一緒に受け継いでいく、ビームスらしい新しい循環のカタチを目指します。

■ 「BEAMS digroo」サービス概要

BEAMS digroo

「BEAMS digroo」ロゴ

ビームスでお買い上げいただいた衣料品を買い取り、メンテナンスをして、新たなオーナーへと繋ぐビームスの公式リセールサービスです。

「時をこえて、服と出会う」を合言葉に、ビームスの過去のアーカイブを掘り起こす（ディグる）楽しさを提案します。

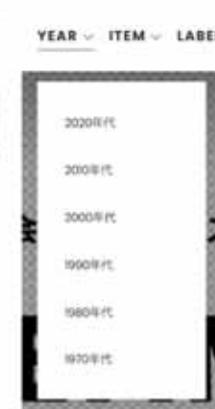
※お客様からの買い取りはシステムが整い次第、ご案内いたします



「BEAMS digroo」公式サイトページ



MAGAZINE内に掲載されている「スタッフコラム」



「年代別検索」機能

Click !



7 . 事業終了後の展開【社会】

(1)実証データの積極的な公開

- インセンティブ設計やトレーサビリティ（可視化）の効果検証データを広く社会に共有し、他社の取り組みを後押しする。

(2)「信頼できる接点」の重要性の共有

- お客様が安心して衣類を託せる「リアルな店舗」や「スタッフ」という、信頼の介在価値が回収率向上に不可欠である知見を、業界全体で共有する。

(3)業界横断的な回収インフラの構築

- ECOMMIT社や環境省、業界他社と連携し、ペットボトル回収のように「当たり前」の社会的インフラとして、誰もがアクセスしやすい回収プラットフォームの構築を目指す。

8 . 横展開のポイント

(1)他団体へのアドバイス（工夫点・課題）

- 「回収」 + 「 α 」の設計:
 - 単に箱を置くだけでは回収量は伸び悩む。「インセンティブ」や「リペア体験」といった付加価値（ $+\alpha$ ）をセットにすることで、無関心層を巻き込むことが可能となる。
- 透明性の確保:
 - 「回収した後どうなるか」を可視化することが、協力者の信頼と継続意向に直結する。パートナー企業と連携し、トレーサビリティを確保できるスキームを組むことが必須である。

(2)自社における横展開の取組

- モデルケースの全国・商業施設イベントへの波及:
 - ビームス工房での成功事例を「モデルケース」とし、循環スキームを全国の拠点や商業施設でのイベントへ波及させる。













最終報告書

使用済衣類回収モデル実証事業

～EKOBE（エコーベ）CLOSET to FUTURE～

循環ファッションモデル実証事業 —衣料資源から地域エネルギーへ—

事業者名：株式会社BIOTECHWORKS-H2

事業概要

事業名

～EKOBE（エコベ） CLOSET to FUTURE～ 循環ファッションモデル実証事業 —衣料資源から地域エネルギーへ—

事業目的

本事業は、ファッションにおける大量廃棄・焼却依存の現状を打破するため、神戸エリアを実証フィールドとして、産官学民が一体となった『神戸モデル』を構築することを目的とする。具体的には、消費者参加型の回収方法により消費者の行動変容を促し、地元の方言を使い分別意識を向上、またリユースによる製品寿命の延伸を図るとともに、従来は焼却されるリユース、リサイクル困難品に対してBIOTECHWORKS-H2が独自の水素化技術を適用することで、廃棄物ゼロ（Zero Waste）と地域エネルギー創出を同時に実現する、持続可能かつ再現可能なサーキュラーエコノミーシステムの実証を行うものである。

「使い捨て文化から環境文化へ」神戸から始まるサステナブルファッション・ムーブメントを全国に波及させ未来の資源循環インフラを描くもの。

実施主体

 申請主体

株式会社BIOTECHWORKS-H2

 主要連携パートナー

株式会社OPA・株式会社BOOK-OFF

 神戸市内の大学（学生連携、普及啓発）

 神戸市（後援）

循環モデル



回収



リユース



リサイクル



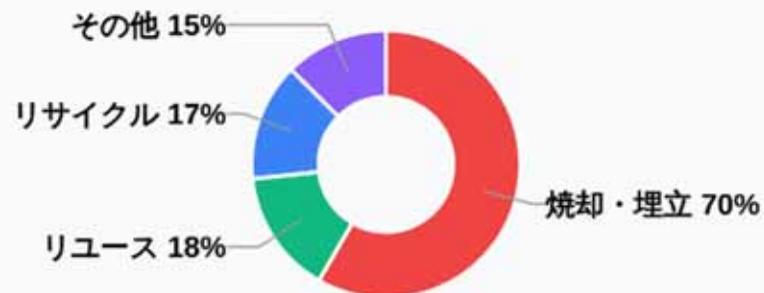
再エネルギー化

事業背景と意義

❗ 事業背景

- 日本では年間約**82万トン**の衣類が新規供給される一方、約**56万トン**の使用済み衣類が焼却・埋立処分されています
- 回収された衣類のリユース率は約**18%**、リサイクル率は約**17%**にとどまっており、大量廃棄のサイクルが環境に大きな負荷を与えています
- 製造・販売段階での環境負荷も大きく、サステナブルファッションへの転換が喫緊の課題となっています

衣類の処理方法の割合



出典：環境省「令和4年度循環型ファッションの推進方策に関する調査業務 マテリアルフロー」を基に作成。

★ 事業の意義

- 💡 **新規性・先進性**
リサイクルが困難な衣類を燃焼させずにガス化し、水素エネルギーに変換するBIOTECHWORKS-H2の独自技術は、廃棄物ゼロを目指す先進的な取り組み。従来焼却処理と比較してCO₂排出量を最大**80%**削減が可能です。
- 🤝 **連携体制**
BIOTECHWORKS-H2、OPA、神戸市、地域の大学が連携する産官学連携体制により、衣類回収からリユース、リサイクル、再エネルギー化まで多層的な循環モデルを構築し、実効性の高い事業推進を実現します
- ♻️ **多層的な循環利用**
回収した衣類を「再使用（リユース）」「再生利用（リサイクル）」「熱回収（エネルギー回収）」の優先順位で活用し、資源の有効活用を最大化します

実施体制

本実証事業は、BIOTECHWORKS-H2を主体とし、株式会社OPA、神戸市内の大学、神戸市が連携することで、多角的な役割分担のもと推進されています。



実施者	役割
OPA	イベント企画運営、回収BOX設置
BOOKOFF	リユース買取り
各大学	学生によるイベントのサポート
神戸新聞	地域紙、SNS告知
三宮センター街	イベント会場提供
BIOTECHWORKS-H2	リユース、リサイクル不可品の回収

回収スキーム



イベント概要（Re:FESでの展開）

Re:FES 概要

EKOBEプロジェクトの一環として、神戸市後援のもと「街と未来をつなぐサステナブルイベント」をテーマに衣類などの循環させる楽しさや体験、学習、また持続可能な開発目標SDG'sへの関心を高めること、地域住民・学生・企業が協働して未来の社会について考える機会を作るという目的で開催されました。特に衣料品（古着）のリサイクル・リユースの体験を重点にしており、参加者が楽しみながらサステナブルな生活を実感する目的で、Z世代（若者）の企画力・発信力の活用を目指す取り組みにも注目され、これまでの回収と違った形でファッションを切り口に未来の社会について考える機会となりました。

衣料品回収キャンペーン

- 神戸市出身Z世代デザイナーによるカラフル回収ボックス
- 神戸弁「ええやん」「しゃーない」で衣類を投入する回収ボックスを利用者が選択

体験プログラム

- 古着の交換会：回収イベント参加者に無料古着提供
- リメイクWORKSHOP：地元学生による服のリメイク

アップサイクルショー&循環マーケット

- 「SANNOMIYA COLLECTION」と連携
- アップサイクルブランド「DOKKA vivid」の発信

今後の展開

- 兵庫県最大級音楽フェス「MASHUP FESTIVAL kobe」のサステナブルコーナー参加
- 日程：10月4日・5日



イベント詳細

 9月27日（土）・28日（日）11:00～18:00

 神戸・三宮センター街（古着交換会は三宮オーパ2会場）

 地域5大学との共創

イベントの意義

-  若年層の環境意識の高まりに寄与
-  地域住民が楽しみながら参加できる工夫

最終報告 イベント終了後の衣料品回収実績

回収実績 実施期間：令和6年9月26日～9月27日

三ノ宮コレクション



▼回収BOX設置拠点（計10箇所）

- 三宮センター街イベント会場
- 三宮OPA
- 三宮OPA2
- 他駅ビル・商業施設数か所（ミント神戸、神戸国際会館、リブ、プリコ等）
- MASHUP FESTIVAL kobe会場

▼回収量割合

段ボール数でカウントしているため枚数は割愛

- 三宮OPA+イベント会場で全体の44%
- 駅ビル商業施設合計、32%
- MASHUP FES、24%

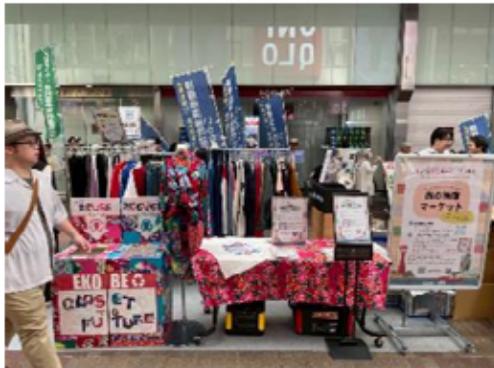
項目	実績値	構成比	分析と考察
回収総数	3,075枚	100%	短期間のイベントとしては高い参加率を達成。市民の潜在的な排出ニーズの高さを示唆。
リセール・リユース数	2,546枚	83%	「ええやん」の品質。大半の衣類が再利用可能な状態で持ち込まれており、市民の「捨てたくない」という意識の表れである
リユース不可	529枚	17%	「しゃーない」対象。従来は可燃ゴミとなる層。これを水素化原料として確保できたことが本事業の環境的成果。
再エネルギー化	—	—	最終報告時にCO2削減量として換算。529枚分の焼却回避効果は確実。
異物混入	0枚	0%	衣料品以外の異物等は発見されませんでした。

このデータから読み取れる重要な事実は、家庭に眠る不要衣類の8割以上が、適切な回収ルートさえあればリユース可能であるということである。これらがもし一般廃棄物として出されていれば、すべて焼却されていたことになる。2,546枚の衣類を焼却から救い、再び市場に戻すことができたという事実は、廃棄物減量化の観点から極めて大きな成果である。同時に、約17%のリユース不可品についても、水素化という新たな出口を用意したことで、埋立ゼロ・焼却ゼロを実現する完全な循環ループが機能したことを証明している。またマナーも守られ、異物混入もなく。回収・仕分け作業がスムーズに完了しました。

SNSでの広告の実施例



BOX配置箇所
OPA内
センター街通り
計10箇所



OPAイベント専用アカウント：
フォロワー数274・投稿数21

DOKKA/フォロワー6141ア
カウトにアプローチ（なお、イベント専
用のアカウントではない）

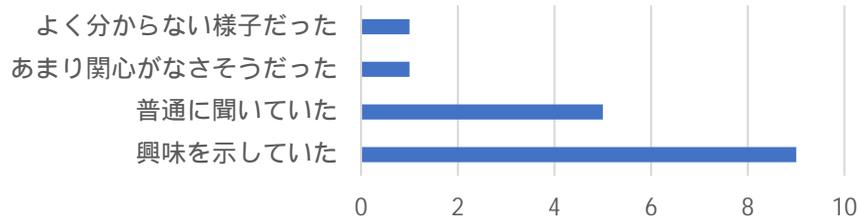


最終報告 アンケート結果（スタッフ向け）

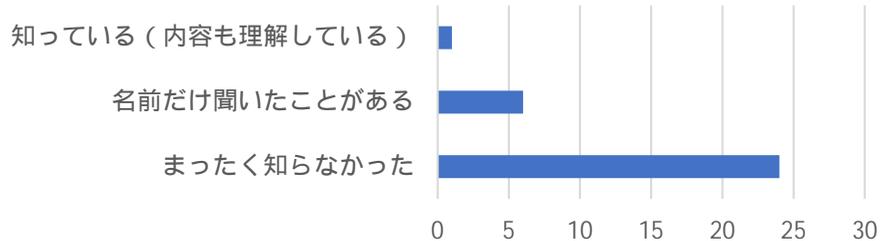
EKOBE プロジェクト 実施アンケート 回収業務スタッフの評価 （回答者18名）

お客様関心度

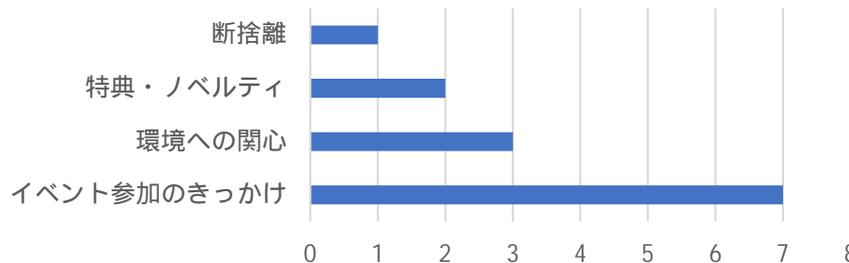
衣料循環の説明への反応



EKOBE認知度



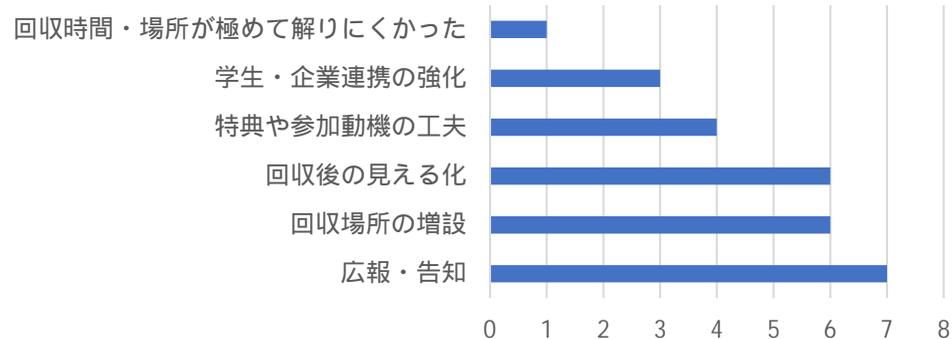
来場者が持参した不要衣料を持参した理由



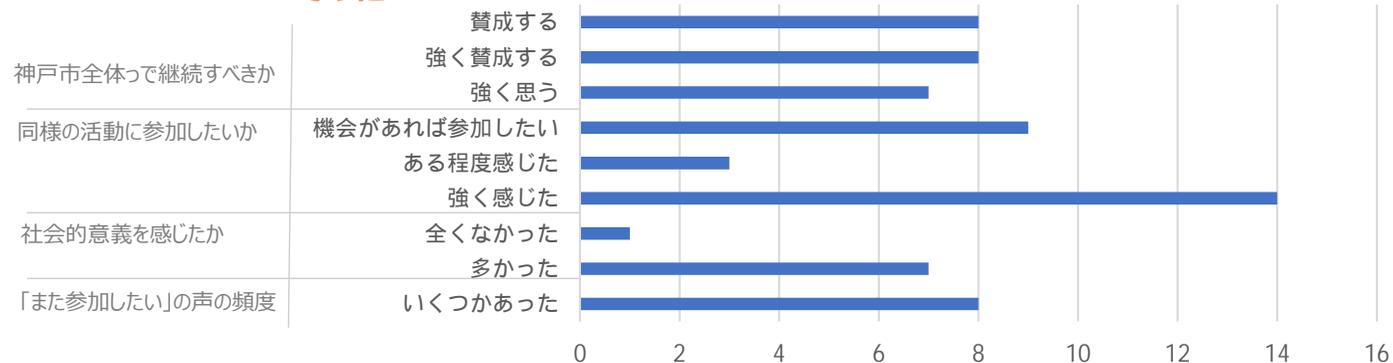
回収作業中のスタッフの様子

事業継続への意見

改善・強化すべき点



その他



最終報告 アンケート結果（オンライン一般）

「着なくなった服、どうしてる？」 実施アンケート

一般市民向けアンケート調査結果です。回答者属性、不要な服の処理方法や3Rへの習慣について分析しています。

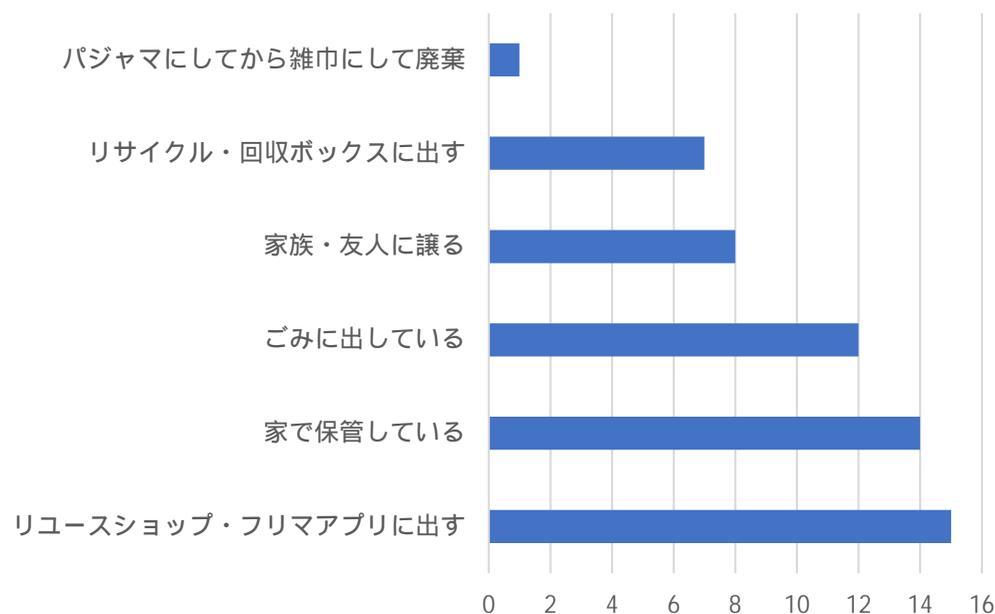
回答者属性

32人に聞きました

	男性 17名	女性 15名
20代	2	3
30代	3	2
40代	7	5
50代	3	3
60代	2	2

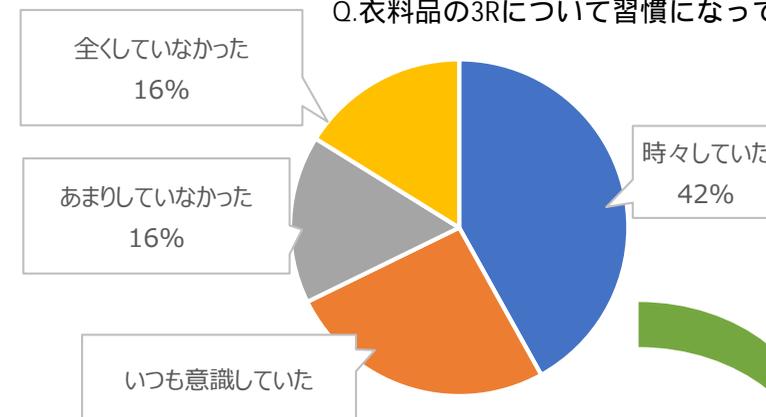
不要な服の処理方法

Q.不要となっている服はどうしている？

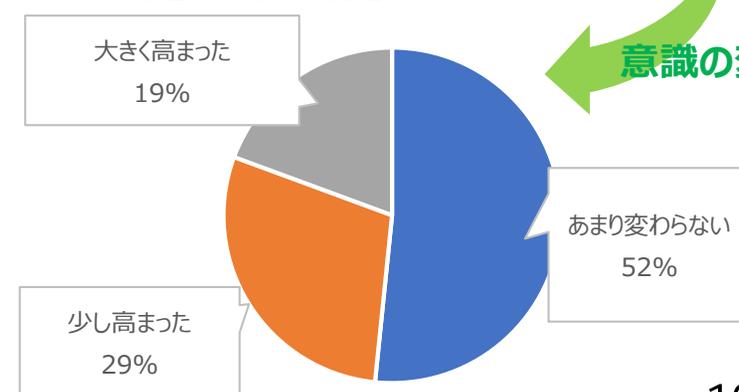


3R（リデュース・リユース・リサイクル）への習慣

Q.衣料品の3Rについて習慣になっていますか？



Q.このイベントを通じて意識に変化はありますか？



意識の変化

アンケート結果に基づく分析と整理

アンケート結果からは、市民の環境意識の高まりが見られる一方で、実際の廃棄行動にはまだ改善の余地が大きいという「意識と行動のギャップ」が浮き彫りになりました。また、参加動機の実態も明らかになっています。

●分析と整理

●廃棄と死蔵の実態（約半数が資源化されていない）
不要な服の処理方法として「ごみとして出している」層が38%、「家で保管、タンス在庫」が44%存在します。多くの衣類がリユースやリサイクル市場に出ることなく、焼却処分されるか死蔵されているのが実態です。

●参加動機は「環境貢献」よりも「実利・片づきたい」
イベント回収に参加した動機は「断捨離」、「特典」、「環境への関心」でした。
これは環境意識の高い層だけではなく、単に服を整理したいという一般層も仕組み次第で取り込めることを示しています。

●ナッジ理論を用いた回収ボックスの高い受容性
「ええやん（リユース）」「しゃーない（リサイクル化）」という神戸弁を用いた分別ボックスは来場者から好意的に受け止められた。
捨てるという罪悪感を減らし、心理的ハードルを下げる効果が確認され3R意識向上に寄与しました。

●今後の衣類回収を進めるうえでの課題とポイント

●最大の障壁は「手間のコスト」（利便性）
消費者がリサイクル行動を起こす際の最大の障壁は「手間というコスト」です。
●回収場所が分かりにくい、拠点がない、遠いといった物理的な要因が最も手軽なごみへの廃棄を選ばせようとしてしまう主因。

●【イベント】から【常設インフラ】への転換
現状はイベント時の一時的な回収に留まっており、生活動線の中に回収システムが組み込まれていません。
●ごみとして捨てている38%の層を行動変容させるには日常的にアクセス出来る常設の増設が不可欠。

●【信頼できる出口】の提示によるタンス在庫の流動化
「家で保管している」層に対しては、「服がエネルギーや次の誰かの役に立つ」という信頼できる出口を提示することが重要。
●安心して手放せる先を用意することで、家庭に眠る大量の衣類資源を循環させられるポテンシャルがあります。

最終報告 アンケート調査に基づく意識変容の検証結果



現場スタッフによる観察評価

来場者の反応：

来場者の反応は概ね**好意的**であった。特に「ええやん」「しゃーない」というユニークなアプローチが、市民の心理的なハードルを下げ、親しみやすさを醸成することに成功したことで、この種の社会実験において高い受容性を獲得できた。

衣料循環の説明への反応：

循環の仕組みや水素化技術の説明に対し、多くの市民が**関心を示した**。これはトレサビリティへの興味を示唆しており、回収拠点が単なる処分場ではなく「環境教育の場」として機能する可能性を裏付けている。

参加動機の構造：

動機は「環境への関心」「特典・ノベルティ」「断捨離」と続いた。実利的なニーズ（片付け）を入りに環境貢献へ繋げる設計により、環境意識層以外の一般層を広く取り込むことに成功した。

事業継続への意見：

運営側含め関係各位が事業継続に「賛成」した。市民からの肯定的反応を通じて社会的意義を確信しており、次年度展開に向けた運営側のモチベーションとなった。



一般市民の行動実態と意識

現在の廃棄・死蔵率

ゴミ出し
38%

家庭保管
44%

3R意識の向上

あまり変わらない
52%

少し変わった
29%

大きく変わった
19%

Insight: 信頼できる「出口」さえあれば、家庭に眠るタンス在庫の約半数が資源として動き出すポテンシャルがある。



物理的なアクセス性の課題

回収拠点そのものの少なさ、および設置場所が分かりにくいこと、スタッフアンケートで『回収場所の増設や『回収時間・場所が分かりにくかった』という声が挙がっている。



行動変容を阻む【手間のコスト】

消費者がリサイクル行動を起こす際の最大の障壁となる【手間のコスト】の存在、回収拠点が遠い、分かりにくいといった物理的な要因が、最も手軽な【ごみ箱への廃棄】を選ばせる心理的・物理的な障壁となっている。



インフラの恒常性の課題

イベント時の一時的な回収に留まっている現状。アンケート結果にある「ごみに出している」という層を取り組むためには、イベント時以外にも利用できる常設の回収システムが不可欠である。

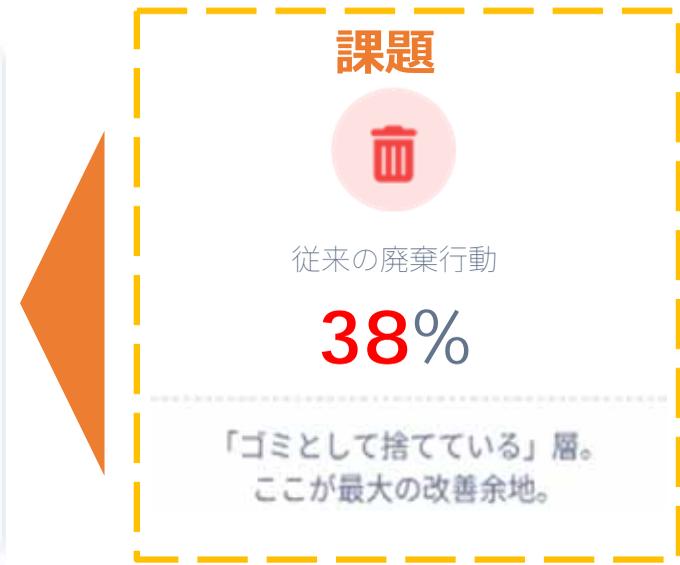


生活動線との乖離

回収ボックスが市民の日常的な行動パターンに組み込まれていないこと。課題解決のためには、生活動線上に常設の回収ボックスを設置するなど、インフラとしての利便性向上が求められている。

最終報告 実証成果と定量的インパクト

本事業は、市民の行動変容を促し、廃棄衣料を「リユース」と「水素エネルギー」へ転換する具体的解決策を提示しました。実証期間中のデータは、有効となる可能性が示されました。



✓ **結論：** 単なる回収に留まらず、行動変容とエネルギー循環を両立する「神戸モデル」の実効性が証明された。しかし、インフラ不足により未だ廃棄されている**38%**の層へのアプローチが急務である。

最終報告 水素化による環境価値の創出

本事業において、リユース不可と判定された529枚の衣類は、本来であれば焼却炉でCO2を排出するだけの存在であった。これらの水素化の原料として確保したことは、規模こそ実証段階ではあるものの、衣類廃棄物が気候変動対策に貢献できることを実証した重要なマイルストーンである。



今回の回収ではリユース数が多く、リユース不可数が少なかったことで、焼却廃棄した場合のCO²排出量と、水素化によるCO²削減量の数値化による比較は出来ておりません。

当社のプラントでケミカル処理した場合の水素生成量を算出し、環境への貢献度として数値化します。この算出のための分析は、素材の組成や重量などを基に行われ、非常に高度なものです。BIOTECHWORKS-H2は3年以上にわたり概念実証を行ってきたため多くのデータを蓄積しています。過去データ（実証実績）に基づき、衣類1枚当たりの重量を250g、素材を綿素材と仮定し、回収枚数に乗じて、CO²削減効果を推計。



一人暮らし世帯の
約25日分 に相当

一般的な人暮らし世帯（集合住宅）
概算186kwh/月を基準にした場合

PHASE 1



継続実証・拡大

- 神戸市内の常設回収拠点を倍増させ、年間を通じた安定回収スキームを構築
- CO2削減効果の厳密な定量評価と環境価値のクレジット化

PHASE 2



水素活用の可視化

- 生成された水素を、地域のイベントやモビリティで実際に利用
- 市民にエネルギーを還元するイベントを開催し、循環を体感へ

PHASE 3



全国展開

- 「神戸モデル」としてパッケージ化し、ノウハウを体系化
- 同様の課題を抱える他の自治体へ横展開し、社会インフラへ

事業継続に向けた体制・経済性と今後の展開



運営体制と事業経済性

● 人員・組織体制

体制：専任スタッフ2名＋学生インターン10名

課題：単なるイベントではない運営体制の確保が必要。

横展開：産官学連携のコンソーシアム形式を「標準パッケージ化」し、地域への導入の展開が望ましい。

● 事業経済性

課題：実装初期におけるコスト負担と、補助金終了後の自走化が必要。

展望：「環境価値（CO2削減）のクレジット化」および「商業施設への集客効果の数値化」による多角的な収益確保が必要。

横展開：将来的な拡大生産者責任の広がりを見据え、製造小売業者との費用分担モデル設計の検討が課題となる。

● 消費者協力要請事項

課題：不要衣料を洗濯の上、消費者自身で着用できるものと出来ないものを判断して回収ボックスへ投入すること。異物混入ないようにルールを設定する。



連携パートナーとの拡張戦略

● 株式会社OPA

2026年度以降、全国店舗へ回収拠点を拡大し、年間100t規模の回収網を構築することを目標とし、イベント型から「常設インフラ」へ移行することが望ましい。

● 神戸市

「水素スマートシティ神戸構想」と完全連動。回収衣類由来の水素を、市内のモビリティや公共施設で利用する「地産地消モデル」を確立するため、自治体の後方支援が最も重要となる。

● 大学・教育機関

持続可能な開発のための教育プログラムとして定着させ、学生が企画主体となる次世代育成エコシステムを形成し、産官学連携を推進することでサーキュラーエコノミーをより身近に捉え、社会インフラへの意識を次世代から推進させることが望ましい。

EKOBE (エコーベ) CLOSET TO FUTURE - 循環ファッションモデル実証事業

👥 地域・学生満足度

企業、行政、大学が一体となった推進体制（コンソーシアム）が機能。広範な市民を巻き込み、「オール神戸」での循環スキーム構築に成功しました。

回収量 3,075枚

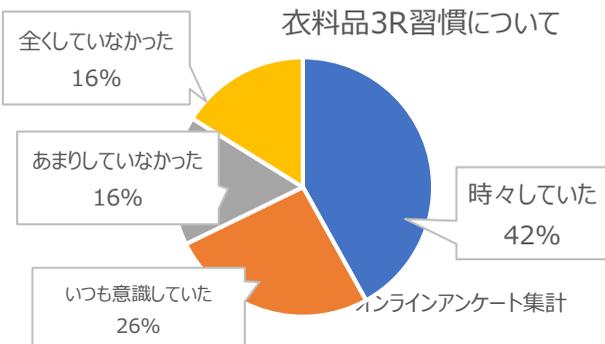


♻️ リユース実績・ゼロ焼却達成度

回収衣類の約83%をリユースへ。残りのリユース不可品（約17%）を水素化原料とすることで、廃棄物ゼロ（Zero Waste）への明確な可能性を提示しました。

💡 行動変容の確認

参加者の約半数が3R意識の向上を実感。



🔍 潜在需要の発掘

「ゴミとして廃棄（38%）」や「家に保管（44%）」している層へのアプローチこそが、回収量増大の鍵であることをデータにより裏付けました。

最終報告 神戸モデルが描く 水素スマートシティの未来



エネルギー安全保障への貢献

海外資源に依存しない「純国産エネルギー」を創出。家庭から出る衣類を都市の新たな油田として再定義します。



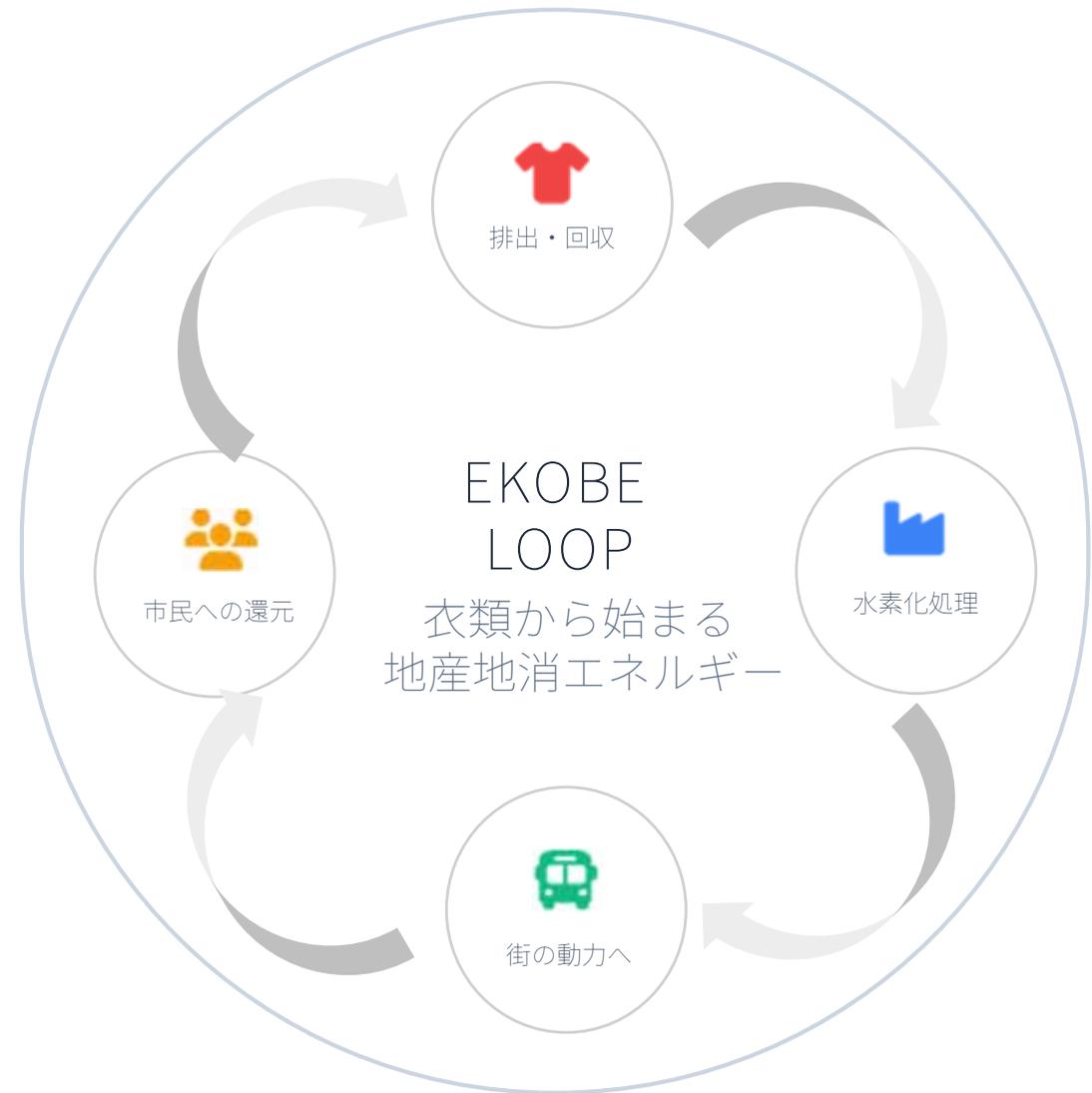
神戸市政との完全合致

「水素スマートシティ神戸構想」を推進。生成された水素を市内のFCV（燃料電池自動車）や公共施設の電力として活用します。



Civic Pride（シビックプライド）

「自分が手放した服が、街のバスを動かしている」。目に見える循環が市民の誇りを育み、環境行動を加速させます。



1. 投入資源 (Input)

- 資金: 環境省 循環型社会形成推進事業費補助金
- 体制: 産官学連携 (BIOTECHWORKS-H2、OPA、BOOK-OFF、神戸市、市内5大学)
- 技術: 独自の繊維水素化 (ガス化改質) 技術
- 資源: 市民回収衣類 3,075枚

2. 副次的な効果 (Secondary)

- 教育: 学生が企画段階から参画しESDを実践
- 行動変容: 「ええやん (リユース)」「しゃーない (水素)」のナッジ活用で心理的ハードルを低減
- 意識改革: 「タンス在庫」の流動化を促進
- 地域愛: 「服が街のエネルギーになる」Civic Pride醸成

3. 収益・その他 (Future)

- 採算性: リセール収益活用とEPR (拡大生産者責任) を見据えたモデル構築
- 脱炭素: 焼却比でCO2排出量を最大80%削減
- 安保: 廃棄物からの「純国産水素」創出

リユースの輪で子どもたちの遊びを応援！ 着替えレンタル『しゅらみい』の循環型事業

事業報告書

実施団体名 株式会社フレーベル館

2025年12月

目次

1. 対象地域の概要
2. 事業の目的
3. 事業の内容
4. 事業の実施体制
5. 事業の成果
 - 5-1. 使用済子ども服回収検証
 - 5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）
 - 5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）
 - 5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）
 - 5-2. 遊び場における着替えレンタル有効性検証
 - 5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）
 - 5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）
6. 今後の検討課題
7. 事業終了後の展開
8. 横展開へのポイント

1. 対象地域の概要

■ 主な対象地域：千葉県柏市

人口（総数）：439,210人

年少人口の割合：約12.2%

本事業では、初期段階の主要な実証フィールドとして千葉県柏市を選定。

- 強固な協力体制：柏市内に位置する学校法人くるみ学園（認定こども園くるみこども園等）と密にコミュニケーションを取りお力添えいただいております。同法人の施設を始点として市内全域の保育施設へネットワークを拡大する計画。
- 高い保育ニーズ：柏市は子育て世代が多い中核都市であり、共働き世帯の増加に伴い、着替えの準備や洗濯といった保護者の負担軽減につながる本サービスの需要が高いと見込まれる。

その他対象地域	特徴
千葉県千葉市	千葉県の県庁所在地、政令指定都市。海に面し、幕張新都心など開発拠点を持つ。
千葉県成田市	成田国際空港を擁する国際都市。歴史的な寺社（成田山新勝寺）がある。
東京都調布市	豊かな自然と都市機能が調和する、環境意識の高い街子育て世帯に人気の高いエリア
東京都府中市	東京都多摩地域。JRA東京競馬場やサントリー工場など大規模施設がある。
東京都文京区	東京都23区。文教地区として知られ、生産年齢人口の割合が非常に高い。
神奈川県川崎市	人口増加が続く政令指定都市であり、特に再開発エリアを中心に子育て世代が急増中。
神奈川県横浜市	神奈川県の県庁所在地。国内最大の基礎自治体であり、国際的な港町として知られる。
埼玉県さいたま市	埼玉県の県庁所在地、政令指定都市。鉄道網の要衝で、大規模な商業地域（大宮）を持つ。

（出所）柏市「住民基本台帳人口（年齢（各歳）・男女別）」（令和7年10月）

URL：<https://www.city.kashiwa.lg.jp/databunseki/shiseijoho/toukei/jinko/daichonenre.html>（最終閲覧2025年12月19日）

2. 事業の目的

「リユースの輪で子どもたちの遊びを応援！ 着替えレンタル『しゅらみい』の循環型事業」

1. 事業の背景と課題

【環境・資源の課題】

サイズアウトによる大量廃棄

成長の早い子ども服は、まだ着られる状態にもかかわらず大量に廃棄・死蔵されている現状が多くある。「手間がかからない」という理由で焼却処分されるケースも多く、CO2排出の一因となっている。

【保育・子育ての課題】

「汚れ」への懸念による体験の制限

洗濯や準備の負担から、保護者が無意識に「服を汚さないで」と制止してしまう実態がある。これにより、泥遊びや絵の具など、子どもの心身を育むダイナミックな活動が制限されていると考えられる。

2. 本事業のアプローチ

回収： 保育園や遊び場など「生活動線」の中で、不要になった子ども服を回収。

再生： プロのクリーニング技術により、清潔な「活動着」として再生。

活用： 着替えレンタルサービス「しゅらみい」として提供し、汚れても良い環境を整備。



3. 本事業が目指す3つの成果 (公共性・公益性)

① 資源循環型社会（リユース・脱炭素）への貢献

服を循環させることで焼却廃棄を減らし、環境負荷（CO2）を低減する。

② 子どもの「主体性」と「ウェルビーイング」の向上

「汚れても大丈夫」という安心感が、子どもの「やってみたい！」という意欲と挑戦を支える。

③ 保護者・保育者の負担軽減と意識変容

洗濯・準備の手間を解消し、子どもと向き合う余裕を創出するとともに、リユースへの参加意識を育む。

※「しゅらみい」については次項で詳述

3. 事業の内容

■着替えレンタルサービス「しゅらみい」の概要

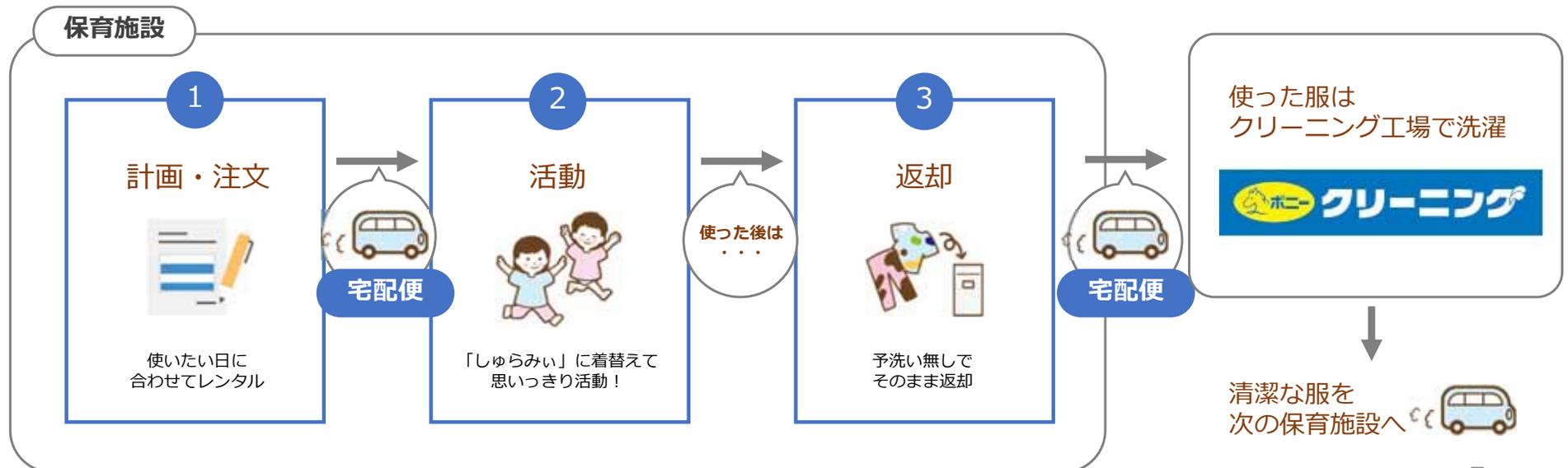


「しゅらみい」は、保育施設を対象とした

“子どもたちの活動用のお着がえ”の“スポットレンタル”サービス

- 保育施設単位で契約・納品。1セット（上下各1着）440円（税込）～で衣服をレンタル。
- 泥遊びやペイントなど、汚れが激しい活動日への活用を想定。
- レンタルにより、保護者の「準備・洗濯」と保育者の「私物管理・汚れへの配慮」を解消。そして、子どもたちが「活動を全力で楽しめる環境」を整備する。

■「しゅらみい」のサービススキーム



3. 事業の内容

■ 事業概要

本事業は、フレーベル館のお着がえレンタルサービス「しゅらみい」をリユース先の対象とし、家庭で不要になった子ども服の回収システムのモデル実証を行う。

さらに、現在「しゅらみい」が展開している保育施設以外の着替えレンタル有効性検証のため実証体験調査を実施する。



3. 事業の内容

■ 事業実施にあたる現状・課題

課題	現在・取組状況
リユース子ども服供給の不足	サービス拡大に伴い、リユース子ども服の需要が増す見込みのため、安定的な確保が課題。
サービスの展開先拡大に向けた実証の必要性	保育施設以外の他の子ども関連施設での実装可能性と最適なモデルの検証が必要。
環境貢献の“見える化”不足	子ども服リユースによる環境負荷軽減効果（CO ₂ 削減、廃棄物削減）の利用者・社会への情報発信が不十分。
持続可能な地域循環モデルの構築に向けた課題	関係機関との連携体制、廃棄物処理法等の法規制遵守、広域ネットワーク（回収・運搬・保管）の実現が未知数。

■ 事業の目標

拠点構築	回収拠点数 計13箇所
定量的算出	回収量6,000点
意識改革	リユース意識の向上（リユースへの継続参加意向） 80%以上
有効性の実証	利便性満足度（着替えレンタルの継続活用意向） 80%以上
持続・展開	事業継続ロードマップの作成（効率的な回収ルートの確立、関東圏・他施設への展開案策定）

4. 事業の実施体制

■ 各団体との役割分担・連携体制

事業者	役割	調整項目
株式会社フレーベル館	主体	事業全体の総括／リユース子ども服の回収準備・選別／サービスの運営／各連携先との全体調整／回収拠点の開拓／事業の周知活動
ゼンドラ株式会社	連携企業	「しゅらみい」での利用が難しいとされた回収「こども服の譲渡会」での頒布／譲渡会でも困難な子ども服に関するリサイクルスキームの提供
穂高株式会社 (ポニークリーニング)	クリーニング	回収した使用済子ども服の専門的な洗濯・管理／「しゅらみい」で提供するレンタル用着替えの手配・管理全般
保育施設	使用済子ども服回収検証拠点	回収ボックス設置協力と使用済子ども服の回収
遊び場（施設）	使用済子ども服回収検証拠点	同上
	着替えレンタル実証体験調査拠点	フィールドの提供／企画／利用者へのアンケート調査協力
回収対象地域の市町村 千葉県（千葉市、柏市、成田市）、神奈川県（横浜市）、東京都（文京区、調布市、府中市）埼玉県（さいたま市）	事業実施に伴う廃棄物処理法上の取り扱い（「専ら物」該当性）に関する確認	再利用目的の回収につき、廃棄物処理法上の許可が不要であることの確認を完了

5. 事業の成果

■ 5-1. 使用済子ども服回収検証

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

■ 5-2. 遊び場における着替えレンタル有効性検証

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

保護者の生活動線上の施設（保育施設・遊び場）における効率的な回収スキームの構築を目指し、回収ボックスの設置運用を実施。単なる回収にとどまらず、子ども参加型の回収システム構築による参加促進効果や、回収された子ども服のリユース適性（質・量）、および協力者の意識変容を検証した。

■ 検証結果

※効率検証を優先し、保育施設ルートでの当初の回収期間・各施設3ヶ月を各施設1ヶ月間に短縮し、総量目標値を調整した。

検証項目（KPI）	当初目標	調整後目標	実績	達成率
回収拠点数	13箇所	-	15箇所	115% ◎超過達成
回収量	6,000点	2,600点	4,614点	177% ◎超過達成
CO2排出量削減効果	約779 kg-CO2 総回収量 443.7kg × 合成繊維率 63.6% × 排出係数 2.76			

※CO2削減効果の算出根拠 算出式：総回収量(443.7kg) × 合成繊維率(63.6%) × 廃プラ焼却係数(2.76) ≒ 778.8kg

(出所) 排出係数(2.76)：環境省「算定・報告・公表制度」廃プラスチック類(一般廃棄物)焼却係数

chrome-extension://efaidnbmninnbpcjpcglclefindmkaj/https://policies.env.go.jp/earth/ghg-santeikohyo/files/calc/itiran_2023_rev4.pdf（最終閲覧：2025年12月19日）

※合成繊維率(63.6%)

(出所) 環境省「廃棄物分野における排出量の算定方法について」<https://www.env.go.jp/earth/ondanka/ghg-mrv/committee/haikibutu.pdf>（最終閲覧：2025年12月19日）

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

■回収ボックス設置_保育施設： **11**施設(設置開始順)

各1ヶ月間設置

	施設名	市区町村	定員（公式HP参照、2025年12月19日時点）
1	こばとこどもえんネスト	千葉県柏市	220名
2	アストロベースキャンプ保育園	千葉県千葉市	102名
3	ヒューマンアカデミー上石原保育園	東京都調布市	80名
4	北柏駅前保育園わらび	千葉県柏市	30名
5	北柏小規模保育園わらび	千葉県柏市	16名
6	よつば保育園	東京都府中市	100名
7	認定こども園くるみこども園	千葉県柏市	214名
8	小深保育園	千葉県千葉市	80名
9	ひばりっこくらぶ保育園	神奈川県川崎市	90名
10	こひばり保育園	神奈川県川崎市	60名
11	ひばり保育園	神奈川県川崎市	130名

※選定拠点について

いずれも着替えレンタル「しゅらみい」のトライアル導入実績のある施設である。施設側に既にリユース先の意義（回収された子ども服が、どのような活動で子どもたちの支援になるか）を深く理解いただいていたため、設置交渉および運用フローの調整が円滑に進んだ。

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

■回収ボックス設置_遊び場（施設）：4施設(設置開始順)

	施設名/設置場所	施設種別	市区町村	設置期間
8	成田ゆめ牧場 /ビッグバーン	牧場	千葉県成田市	1ヶ月
9	西武東戸塚S.C. /7階ファーストブリッジ近辺	商業施設	神奈川県横浜市	2週間
10	埼玉スタジアム2002 /レストプラザ	スタジアム 親子スペース	埼玉県さいたま市	1ヶ月半
11	株式会社フレーベル館 /1階ショールーム前	企業 親子スペース	東京都文京区	2ヶ月

※選定拠点について

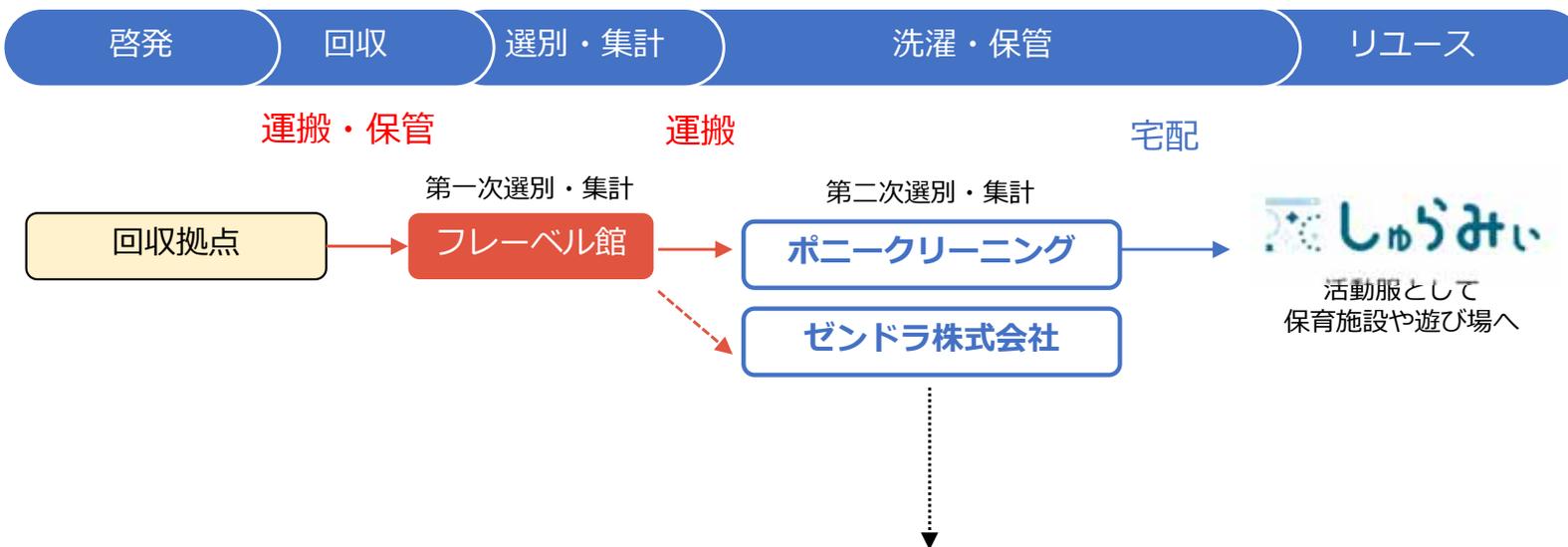
「成田ゆめ牧場」と「埼玉スタジアム2002」は、以前より「しゅらみい」を活用したイベント連携を協議していた施設である。また、「西武東戸塚S.C.」とは、環境省主催「デコ活連携実践プロジェクト」における新規連携提案を契機に、相互理解を深めてきた。これらの施設は、「回収後の用途（リユース）」とそれがもたらす「子どもたちの体験価値向上」という事業目的への理解が深いため、合意形成が極めて迅速に進んだ。その結果、設置場所の確保や運用フローの調整も円滑に行われた。

なお、「株式会社フレーベル館」本社内、ショールーム（子どもたちが絵本に親しめる親子スペース）前を拠点として活用することで、自社リソースを活かした効率的な検証を狙った。

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

■回収システムの紹介

弊社は、「しゅらみい」でのリユースを目指した使用済子ども服の回収スキームを構築するため、本事業を通じて、啓発から回収後のクリーニングから保管管理に至る一連のオペレーション体制を検証した。



「しゅらみい」でのリユース基準外となった子ども服は、ゼンドラ株式会社へ引き渡し。同社がハブとなり、パートナー企業と連携して「廃棄ゼロ」を実現。

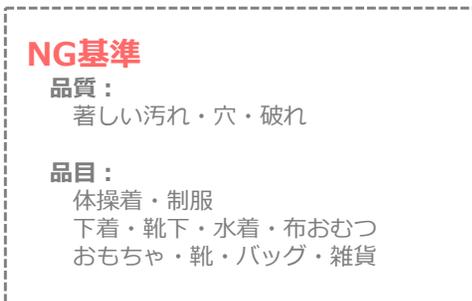
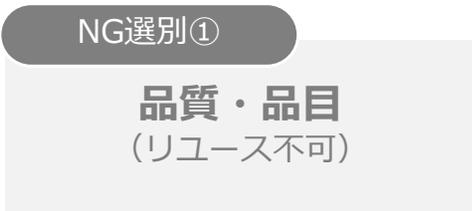
- ①自社主催の「こども服の譲渡会」等を通じ、地域住民へ無償で提供。
- ②国内での再利用が難しいものは、海外店舗「Jalan Jalan Japan」（マレーシア等）を通じてリユース販売を予定する。
- ③海外でも販売困難な子ども服は、繊維リサイクルの専門企業である株式会社大綿へ引き渡し、自動車の内装材（フェルト）や工業用ウエス等へマテリアルリサイクル。

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

■回収システムの紹介

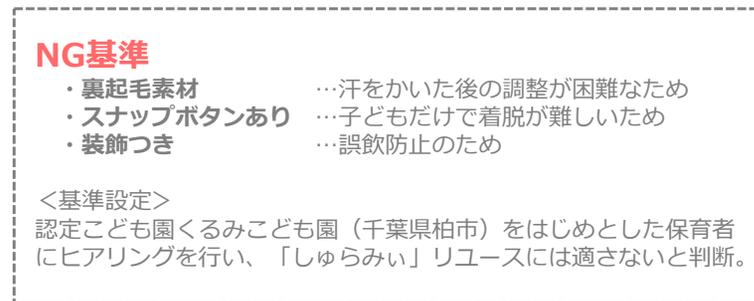


回収対象） 80～160cmの子ども服 上下（シャツ・ズボン） ※洗濯済みのもの ※傷や汚れがあってもOK
主に0歳から小学校入学前の子どもが着用した子ども服とし、目立った汚れや傷みがなく、洗濯・再利用に耐えうる状態のものを想定。



NGな服は ▼

リサイクル へ



NGな服は ▼

譲渡会リユース へ

基準に沿った服が

「しゅらみい」
リユース へ

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

啓発

弊社は、単なる衣類回収ではなく「使用済子ども服の回収プロセス自体を、子どもたちにとっての教育機会に変える」、参加型・啓発型の新たなシステムを構築した。「今、企業に求められる社会の価値の創出」（経済産業省）の実践ともいえる。

従来の回収システム

リユース先が不透明
大人のアクションが中心

フレーベル館の回収システム

リユースを子どもたちも含めた
「自分ごとの活動」へ転換

ダンボール製の無地ボックスを採用。
子どもたちが「しゅらみい」を着用の上、回収ボックスをペイントする活動を各施設で実施。保護者も含め、リユース活動に対する興味関心と愛着を深めた。

回収された服は「しゅらみい」でリユースされることを子どもたち自身が認識した。

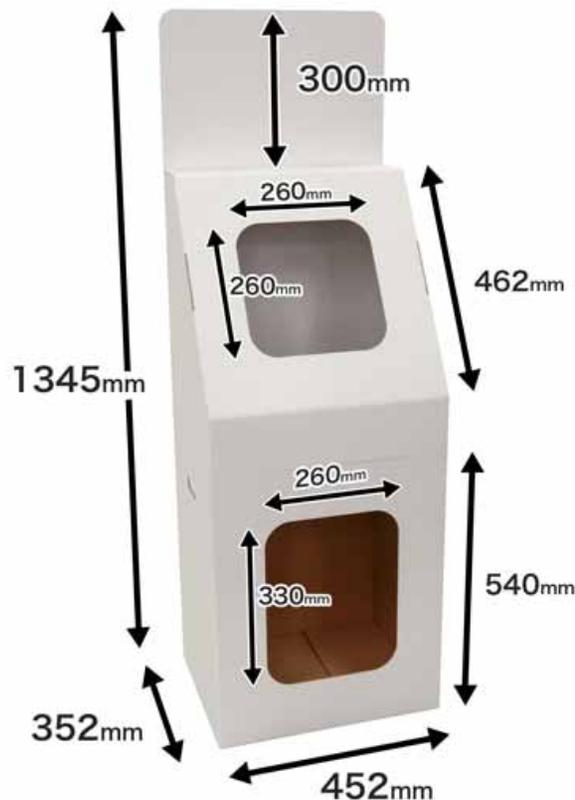


【狙い】

- ◎子どもたち：「しゅらみい」着用によるリユース循環の体感
- ◎設置施設：環境貢献活動の提供による施設の価値向上
- ◎施設利用者（保護者）：リユース活動への参加意欲向上

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

啓発



タマパック株式会社が運営するサイト「売り場職人」にて、1台あたり9,020円（税込）で調達

■ ボックスの仕様

厚さ約3mmのダンボール製。

安定感がありながら軽量であるため移設も容易。

■ 掲示・案内とカスタマイズ

視覚的な誘導：背面ボードには①事業案内ポスターを掲示し、ボックス下部には②回収ルールポスターを掲示。

■ 各地での制作・設置エピソード

- 埼玉スタジアム2002：近隣の銀鈴幼稚園（埼玉県さいたま市）の子どもたちが、ダイナミックなペイントを施した。
- そごう・西武：9月の回収イベント時に、来場した子どもたちと協力して制作を行った。
- 成田ゆめ牧場：イベントで利用者がペイント。
- フレーベル館本社：牧場でペイントされたものをさらに社員の手で仕上げ、設置。

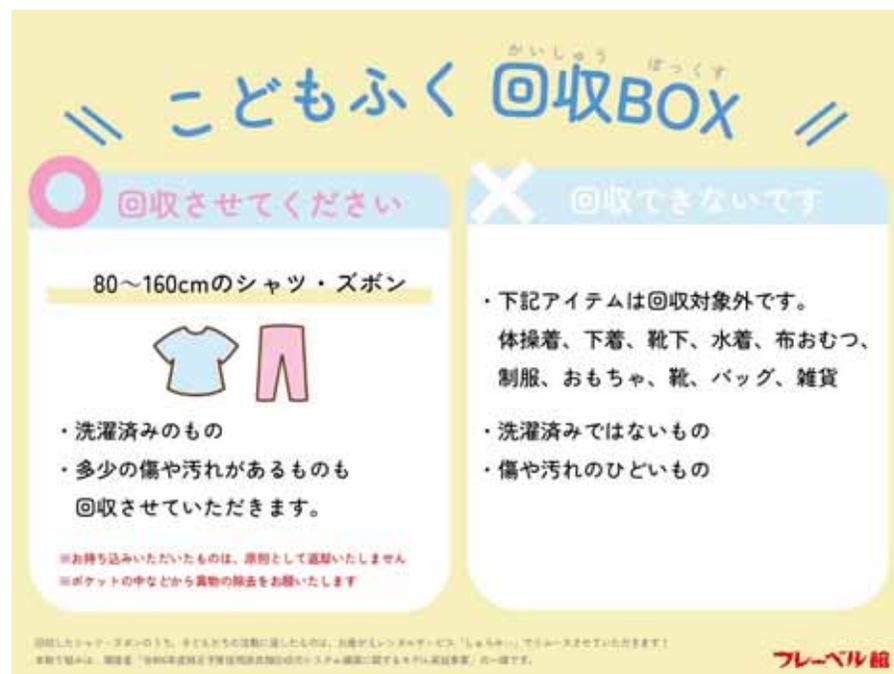
5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

啓発

A3サイズのポスターを2枚作成し、回収ボックスに掲示することで、回収を効果的に案内。
特に、事業案内のポスターはすべてひらがなで構成することで、子どもたちが取り組みの流れをより容易に理解できるように工夫。



①事業案内ポスター



②回収ルールポスター

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

子どもたち参加型 回収ボックスの設置プロセス

1. フレーベル館から施設へ
回収事業協力依頼



2. 事前調整

絵の具やローラー等
のペイントアイテム
も準備

3. 子どもたちが「しゅらみい」を着用



4. 保育者から子どもたちへ
回収ボックスについての説明（環境教育）

いらない
お洋服は、
いつも
どうしてる？



このボックスに
入れる服は、
みんなの遊びの
ためにリユース
するよ！

5. 子どもたちが回収ボックスをペイント



5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

■ 子どもたち参加型 回収ボックスの完成写真



5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

■ 子どもたち参加型 回収ボックスの完成写真

8



牧場イベントに参加した子どもたちがペイント

9



回収イベントに参加した子どもたちがペイント

10



埼玉県さいたま市・銀鈴幼稚園の
子どもたちがペイント

11



牧場イベントに参加した子どもたち
+株式会社フレーベル館社員がペイント

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

啓発

成田ゆめ牧場・埼玉スタジアム2002：
公式HPやXでの発信



西部・東戸塚S.C：
館内での回収ルールPOPの設置



フレール館 親子スペース：
会社前のポスター掲示・従業員への一斉メール



5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

回収

■保育施設ルート：

利用者（保護者）との高いエンゲージメントを活かし、予測を上回る回収スピードで進行。

施設側からの早期の「引き取り依頼」があった際には、通常のルート営業に加え、弊社の営業担当（千葉・神奈川支社等）が柔軟に対応。顧客である保育施設のスペースの圧迫を回避し、持続的な協力関係の維持に努めた。

■遊び場（施設）ルート：

回収スピードが比較的緩やかだったこともあり、回収作業を期間終了後に集約。

回収拠点	保管場所	回収頻度
保育施設	・施設内バックヤード ・近隣の営業担当店舗	月1～3回ペース
遊び場（施設）	施設内バックヤード	1回



フレーベル館	B1F資料室
--------	--------

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

選別・集計



各施設ごとに回収子ども服を計量後、袋から出し服を山積み



タグを見て、サイズ別に速やかに分類（アイテム別にも分類）



サイズ別レーンに運び、アイテム別・ルート別に最終分類
→集計内容を記録
→各種袋にまとめる。



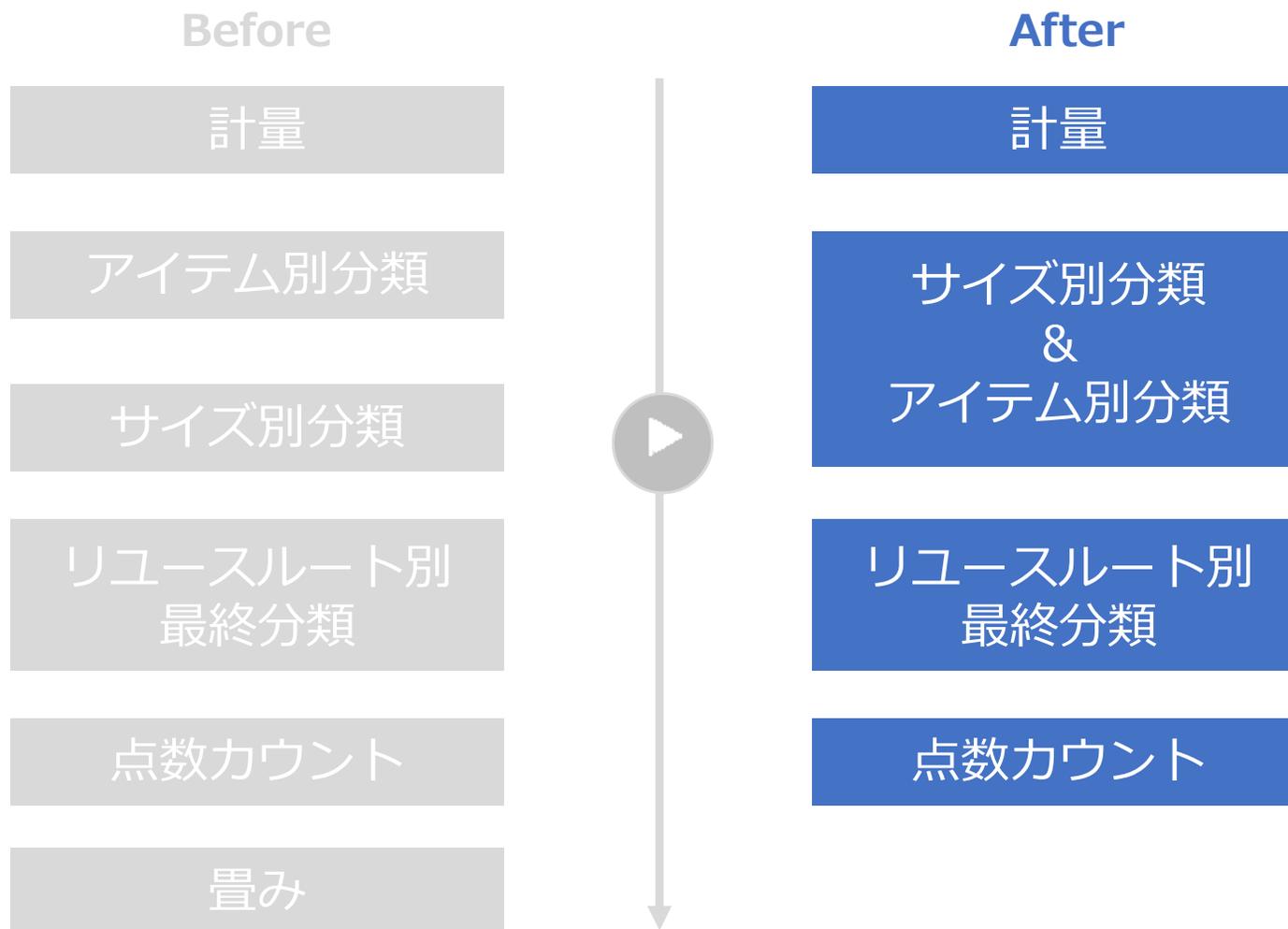
名前が書かれている場合は、該当箇所をカットするかペンで塗りつぶした。



5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

選別・集計

- **工程の順序見直し**：「アイテム別分類」と「サイズ別分類」の順序を入れ替え同時に実施することで作業効率化。
- **「畳み」工程の廃止**：次の事業者に渡す際の体裁のための「畳み」作業をプロセスから排除し、工数削減を実現。



5. 事業の成果

■ 5-1. 使用済子ども服回収検証

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

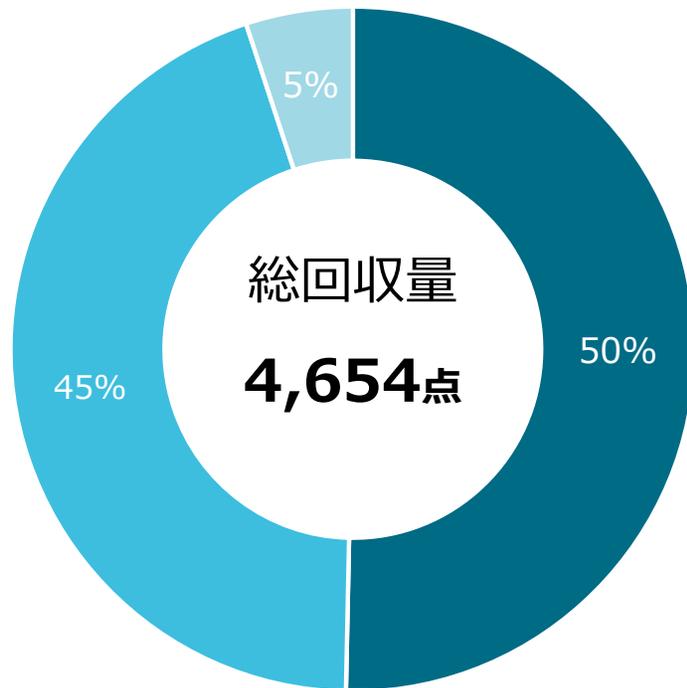
■ 5-2. 遊び場における着替えレンタル有効性検証

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

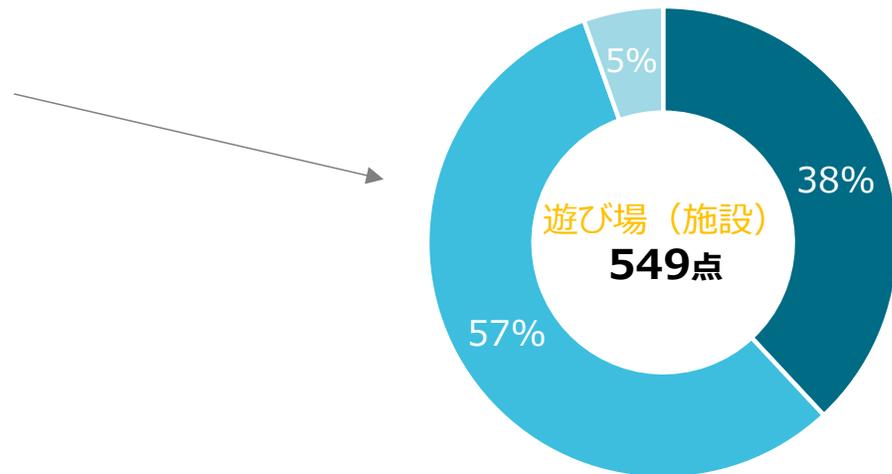
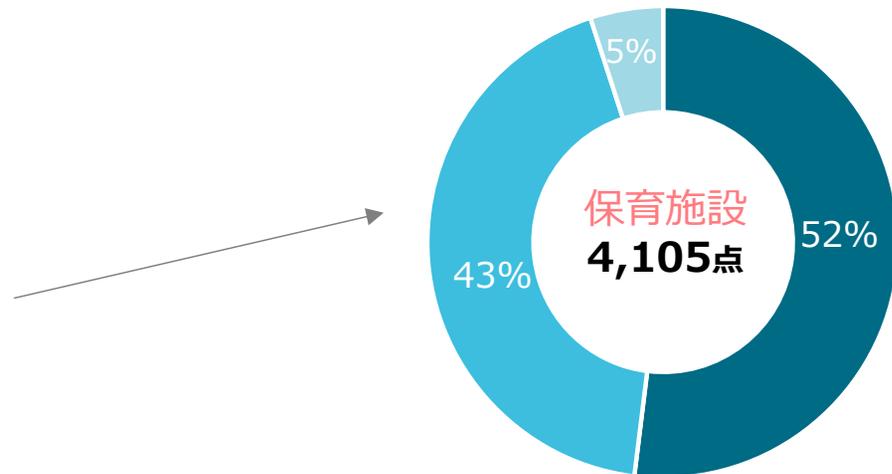
5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

■ 第一次選別結果（回収経路別）



- リユース（しゅらみい）
- リユース（譲渡会）
- リサイクル

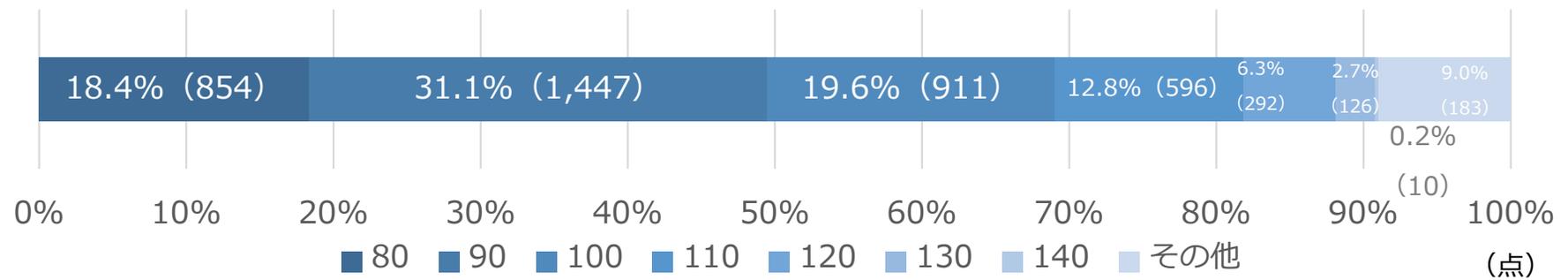


5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

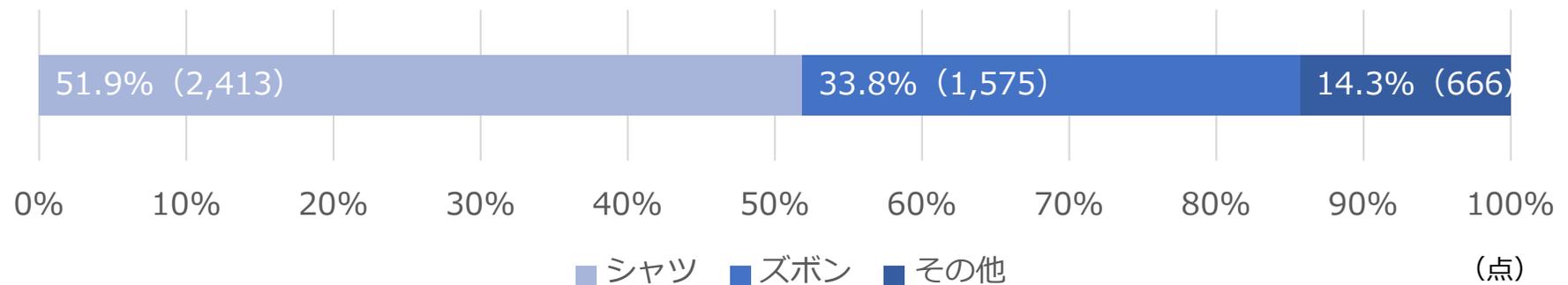
■ 第一次選別結果（属性別）

リユース・リサイクル用途問わず、回収子ども服のサイズ・品目別構成比を算出した。その傾向を以下のグラフに示す。

サイズ別



品目別



5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

■ 第一次選別結果（属性別 ※リユース限定）

品目により、「しゅらみい」リユース率の傾向が真逆となる興味深い結果が得られた。

サイズ	シャツ		ズボン		その他
	しゅらみい	譲渡会	しゅらみい	譲渡会	
80	148 (34%)	289	260 (73%)	98	59
90	364 (46%)	432	386 (69%)	173	92
100	385 (66%)	202	184 (63%)	107	33
110	216 (64%)	123	134 (59%)	94	29
120	126 (78%)	36	54 (51%)	51	25
130	65 (76%)	21	10 (33%)	20	10
140	6 (100%)	0	4 (100%)	0	0
その他					183
合計	1,310 (54%)	1,103	1,032 (66%)	543	431

n=4,419点

シャツは、フリル等の装飾が多い低年齢サイズ（80-90）（右記画像参照）よりも、シンプルなデザインが増えるサイズ（120-130）ほどリユース率が上昇した。

対照的にズボンは、誤飲防止のためあらかじめ装飾が省かれた低年齢サイズほど「保育適正（安全性・機能性）」に合致し、高いリユース率を記録した。

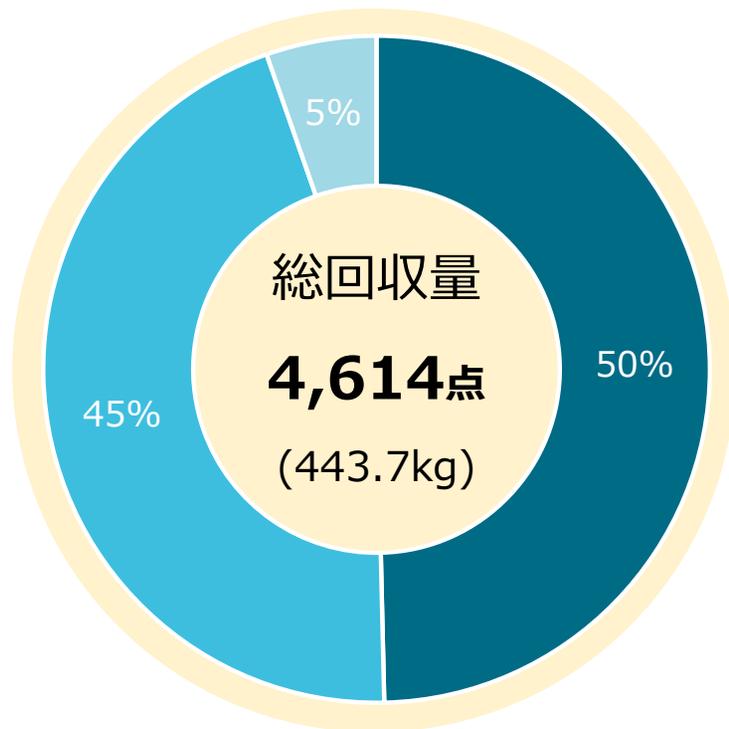
この品目特性の差を捉えることが、「しゅらみい」リユースのための効率的な回収・選別の鍵となりそうだ。



5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

■最終選別結果（リユース・リサイクル用途別）

資源循環率 **100%**、リユース率約**95%**を達成！



- リユース（しゅらみい）
- リユース（譲渡会）
- リサイクル

● リユース
（「しゅらみい」で活用）

50%
(2,290点)

● リユース
（「こども服の譲渡会」で頒布）

45%
(2,077点)

● リサイクル

5%
(247点)

※本項の合計数値の40点の差（4,614点／4,654点）は、クリーニング工程への運搬時における計数・共有漏れに起因する。ポニークリーニング工場を選別を実施した、第二次選別結果を最終確定値とする。

※異物混入はなし

※リユース（「しゅらみい」で活用）に選別された子ども服は、まずはポニークリーニング工場でストック在庫として保管・管理（2025年12月19日現在）。

5. 事業の成果

■ 5-1. 使用済子ども服回収検証

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

■ 5-2. 遊び場における着替えレンタル有効性検証

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

■ 検証概要

本事業への参加（認知）によるリユース意識の向上を確認し、利用者の行動変化の可能性を探る。

調査対象	回収ボックス設置施設（保育施設・遊び場）の保護者
調査方法	<ul style="list-style-type: none">オンライン調査（Googleフォーム）対面式シール投票（パネルボード）
調査期間	2025年8月13日～12月11日

■ 検証結果（重点項目）

検証項目（KPI）	目標	実績	達成率
リユース意識の向上 （リユースへの継続参加意向） 80%以上	80%	90%	113%◎超過達成

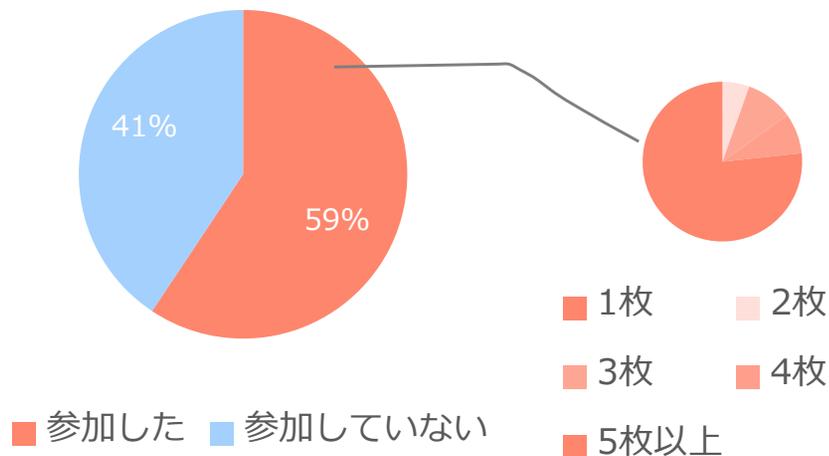
5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 本事業への協力

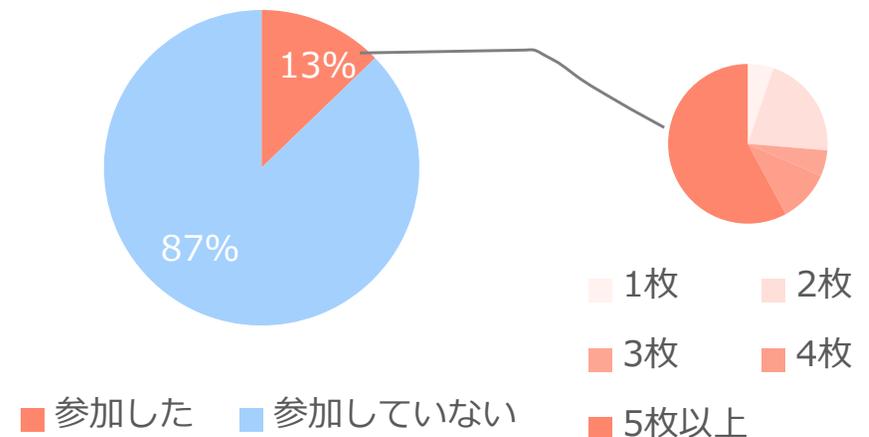
回収ボックスへの衣類の提供に、ご参加いただけましたか？

衣類の提供にご参加された方は、合計何枚の衣服を提供されましたか？

保育施設：保護者(n = 123名)



遊び場：保護者(n = 133名)



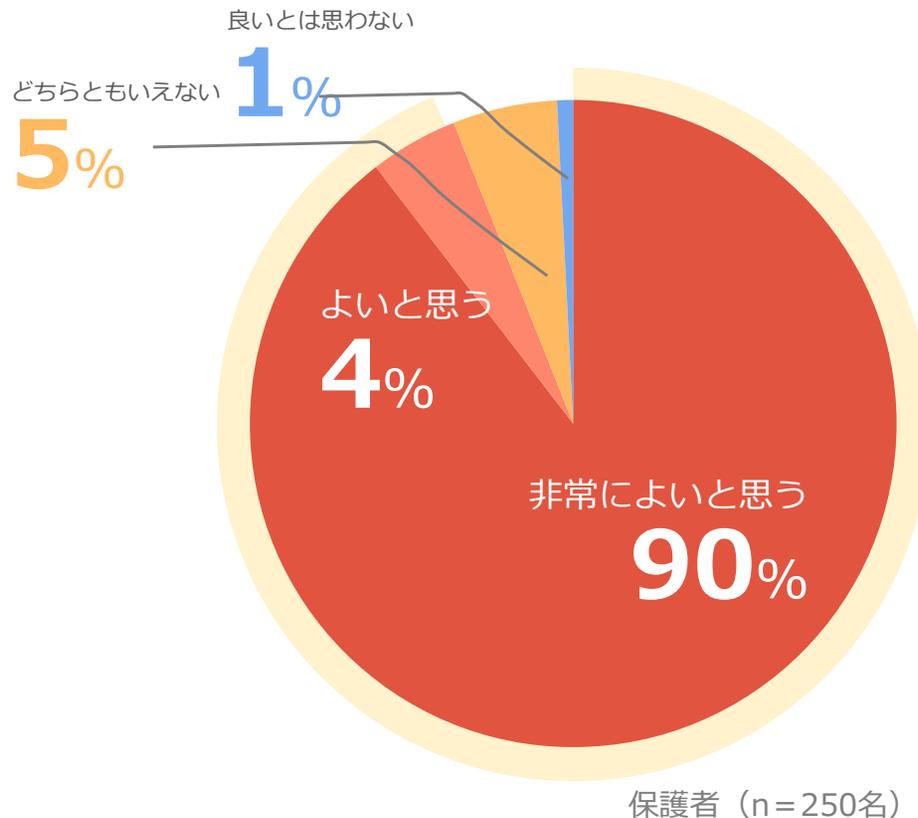
自己申告制による回収協力人数把握のため、実数との乖離が発生。

全体数の推計ではなく、アンケート回答者内の参加割合の有効データとして採用。

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 本事業への賛同

もう着ない子ども服を回収し、ダイナミックな活動の際に「汚れても大丈夫な服」としてリユースする取り組みを実施しています。どのように思いますか？（単一選択）



94% の本事業への肯定的な意識を確認

「しゅらみいへのリユースの確実性」と「子どもたちのダイナミックな遊びを応援する」という明確な目的が、保護者の共感を呼び、「非常によいと思う」「よいと思う」といった協力継続意向を強く引き出していると考えられる。

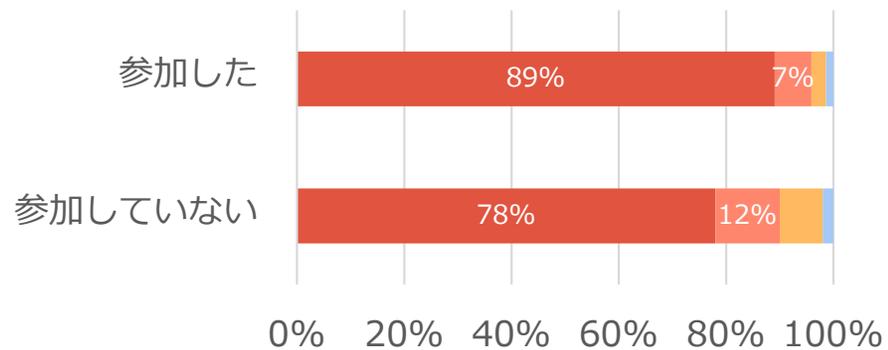
5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

＼参加有無による事業受容性／

Q. 本事業への協力

×

Q. 本事業への賛同



参加・非参加を問わず8割以上が「非常に良い」と回答しており、事業への心理的ハードルは極めて低い。

非参加層においても高い賛同が得られていることから、不参加の要因は意識の問題ではなく、回収場所やタイミングといった物理的な制約にあると考えられる。

- 非常に良いと思う
- どちらかといえば良いと思う
- どちらともいえない
- どちらかといえば良いとは思わない
- 良いとは思わない

Q.回収ボックスへの衣類の提供に、ご参加いただけましたか？

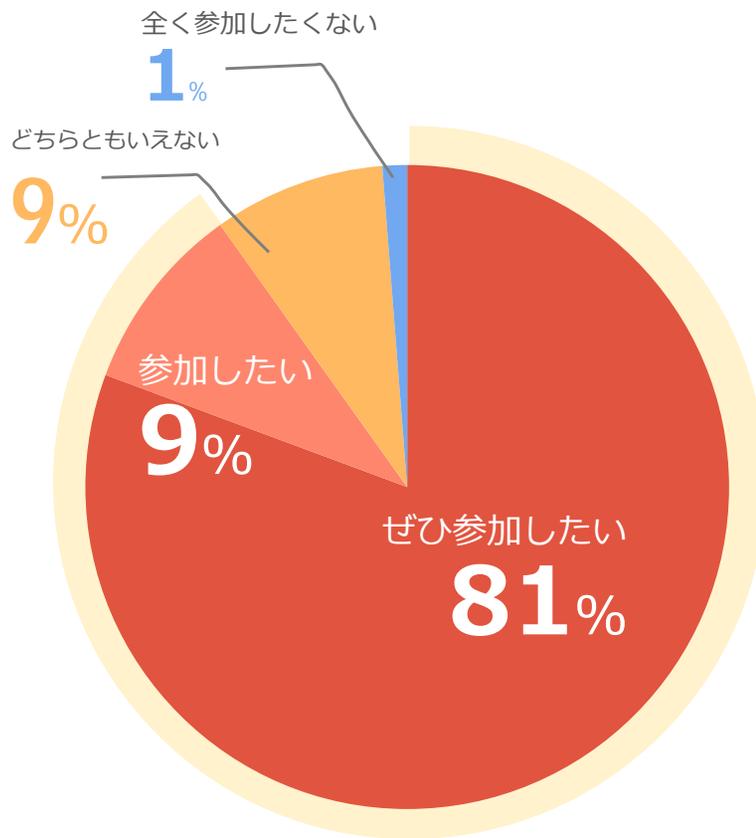
× Q.もう着ない子ども服を回収し、「汚れても大丈夫な服」としてリユースする取り組みを実施しています。どのように思いますか？

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 本事業への継続参加意向

今後、このリユースの取り組みに参加したいと思いますか？（単一選択）

（ぜひ参加したい／どちらかといえば参加したい／どちらともいえない／どちらかといえば参加したくない／参加したくない）



保護者（n=243名）

90%の本事業への継続的な参加意向を確認

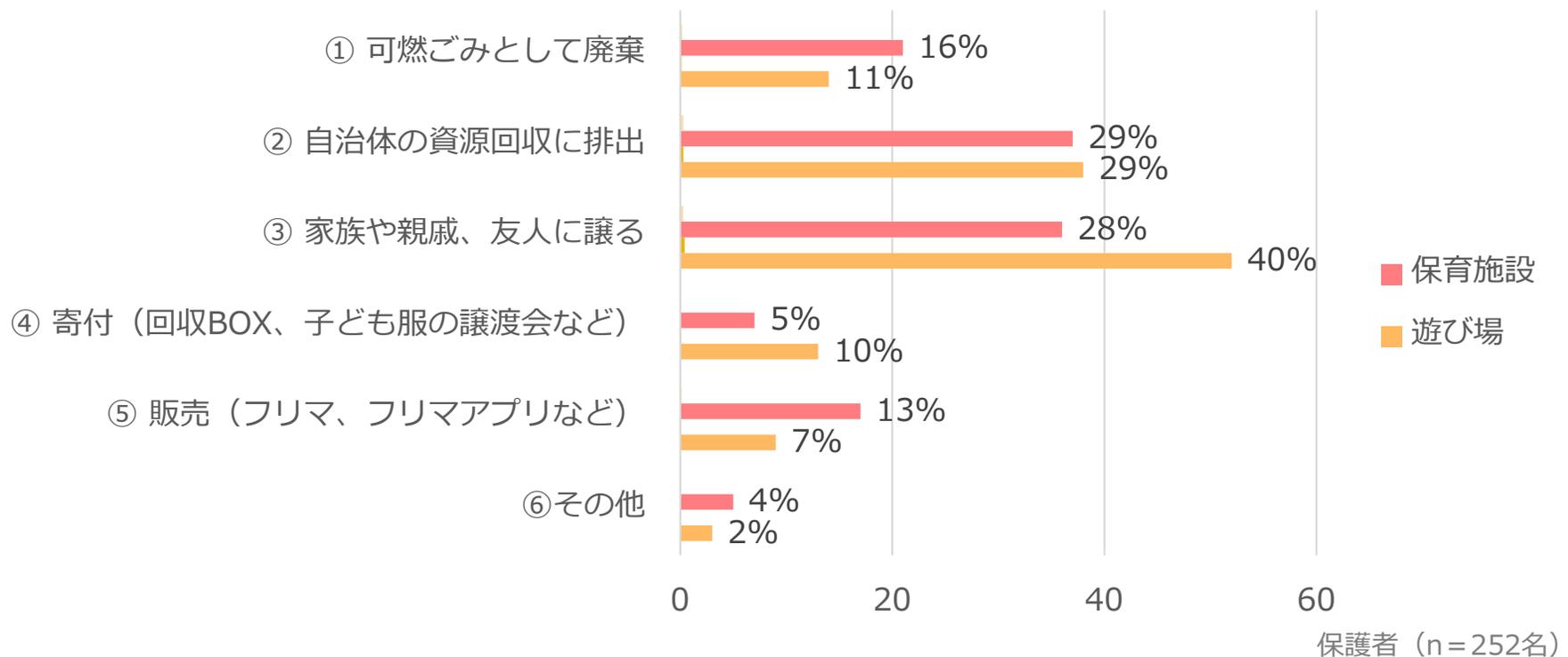
利用者の9割以上がサービス継続を希望。
衣類廃棄に対する「罪悪感」を「貢献感」へ変えることに成功した。
また、回収拠点が「日常動線」にあったことも、一般的に衣類を「ごみ」として廃棄する最大の理由である「処理に手間がかからないから」というハードルを解消したと考える。

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 普段の手放し方

不要になった子ども服は、ふだんどのように手放されることが最も多いですか？（単一選択）

（非常に良いと思う／良いと思う／どちらともいえない／あまり良いとは思わない／良いとは思わない）



普段の手放し方の上位は、調査場所（保育施設／遊び場）を問わず、「自治体の資源回収に排出（29%）」と「家族や親戚、友人に譲る（28～40%）」だった。遊び場利用者の4割が「譲渡」を選択する一方、保育施設利用者は「可燃ごみとして廃棄（16%）」や「販売（13%）」が遊び場より高く、処分の効率化や即時性を求める傾向がうかがえる。

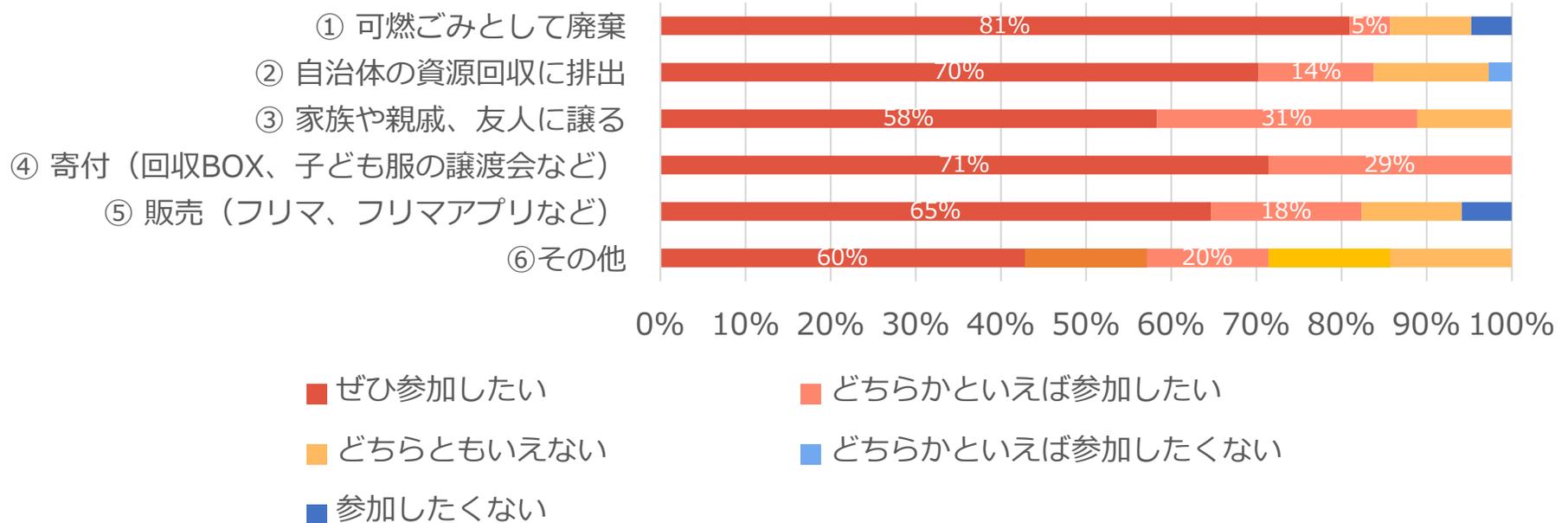
5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

＼既存行動別の継続参加意向／

Q. 本事業への継続参加意向

×

Q. 普段の手放し方



可燃ごみ廃棄層の8割以上が「ぜひ参加したい」と回答！全セグメント中で最高値を記録した。

環境省の全国調査では、衣類を廃棄する理由の69%が「手間や労力がかからないから」であるが、本事業はこの「手間」をゼロにしたことで、廃棄層をリユース意向層へと一気に引き上げたと考えられる。

Q.今後、このリユースの取り組みに参加したいと思いますか？ × Q.不要になった子ども服は、ふだんどのように手放されることが最も多いですか？

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

■ 検証概要

補足調査として、回収ボックスを設置した施設の関係者に対し、設置期間後アンケートを実施し回収システムについて分析する。

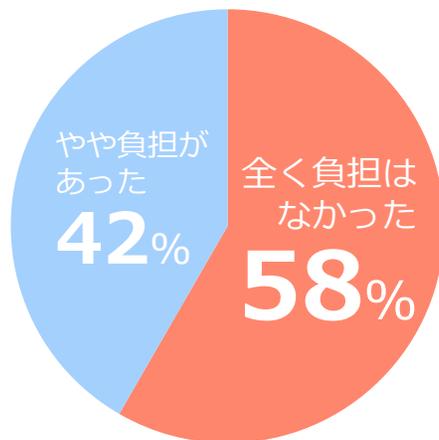
調査対象	回収ボックス設置施設（保育施設・遊び場）の運営関係者
調査方法	オンライン調査（Googleフォーム）
調査期間	2025年8月13日～12月11日

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 回収ボックス設置の負担

回収ボックスの設置・管理等に関して、ご負担はございましたか？（単一選択）

保育施設：保育者
(n=36名)



- 全く負担はなかった
- やや負担があった
- 大きな負担があった

遊び場：運営者
(n=3名)



- 全く負担はなかった
- やや負担があった
- 大きな負担があった

遊び場・運営の方には、設置に関して概ね負担なくメリットを感じていただけた（自由回答・全文）

「環境への取組としてPRできるメリットを感じました。」

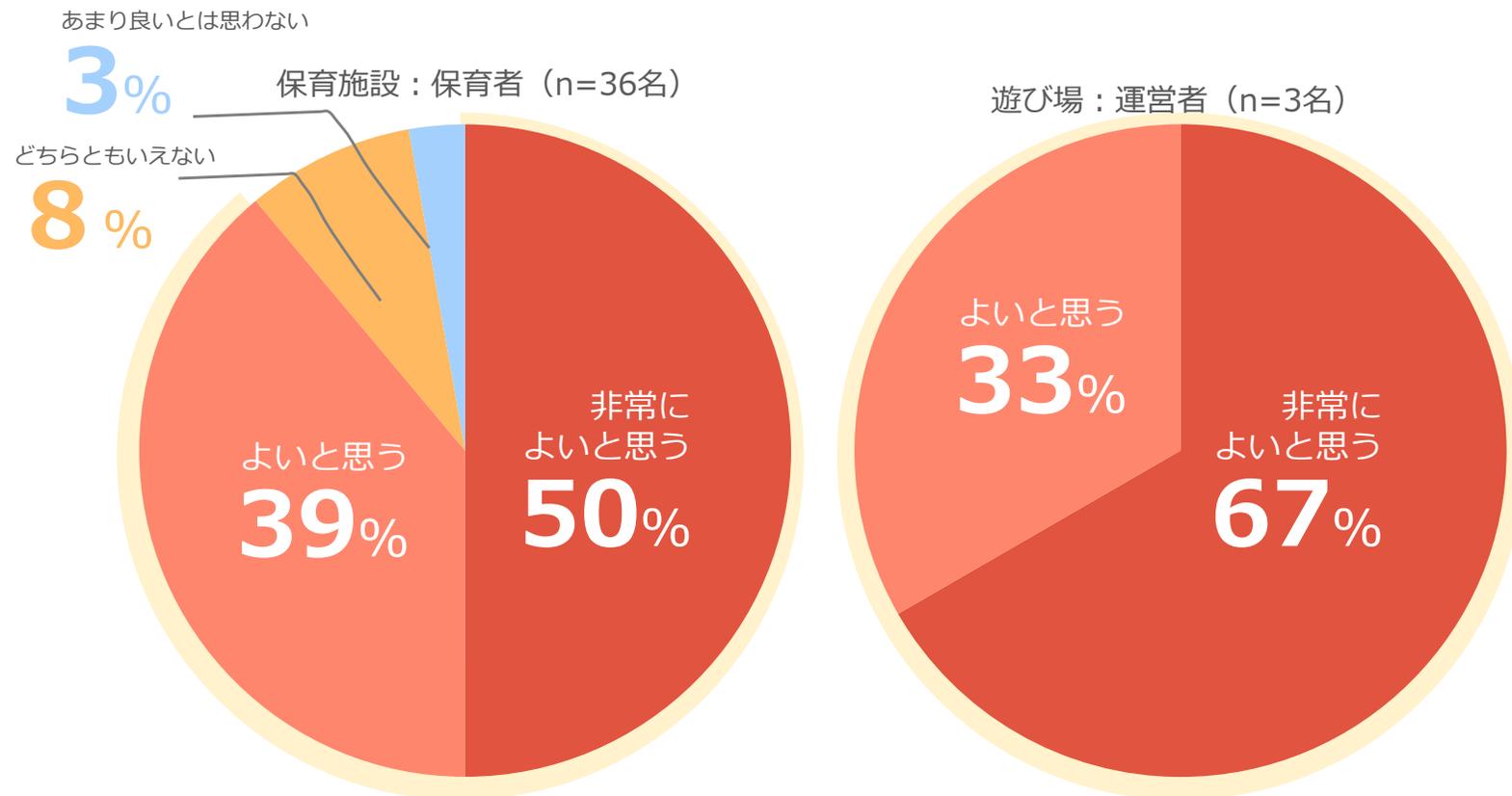
「回収ボックスの設置は当社のイメージUPにつながっていた。」

「公の施設として、SDGsに紐づけ可能な取り組みを実施することは親和性も高く、施設管理者としての評価向上につながる取組であると感じました。」

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 本事業への賛同

もう着ない子ども服を回収し、ダイナミックな活動の際に「汚れても大丈夫な服」としてリユースする取り組みを実施しています。どのように思いますか？（単一選択）

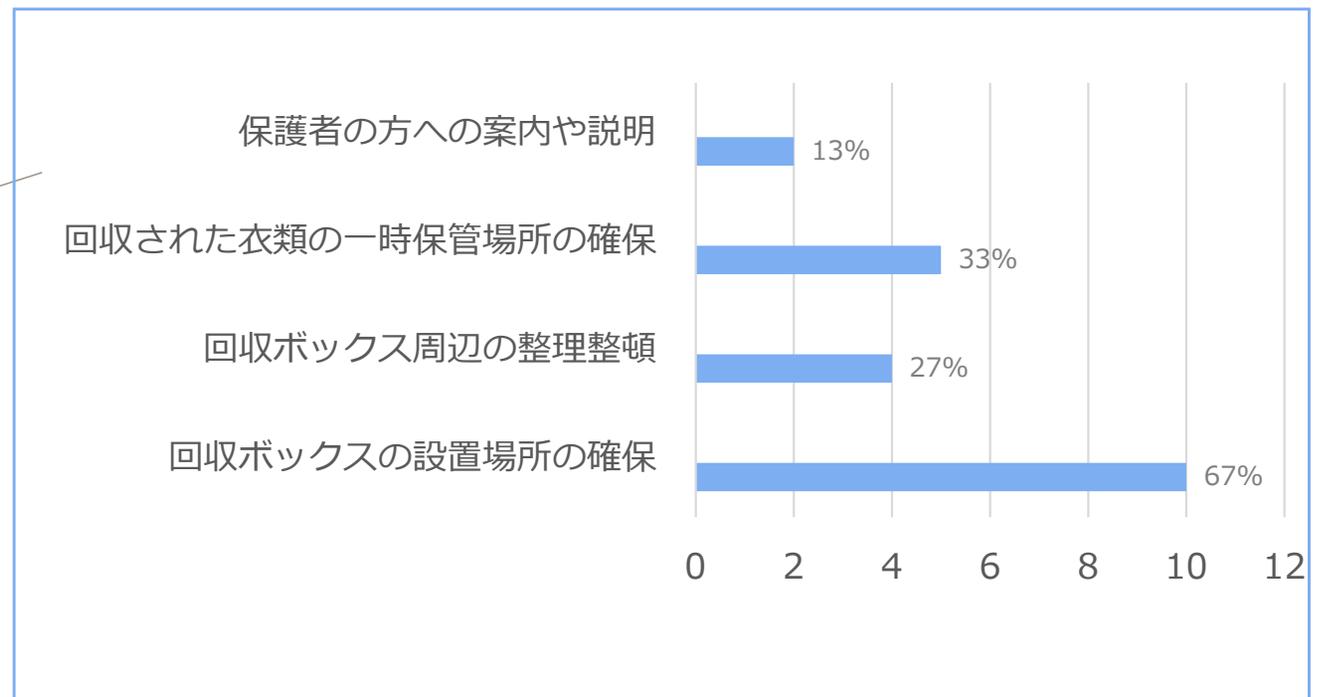
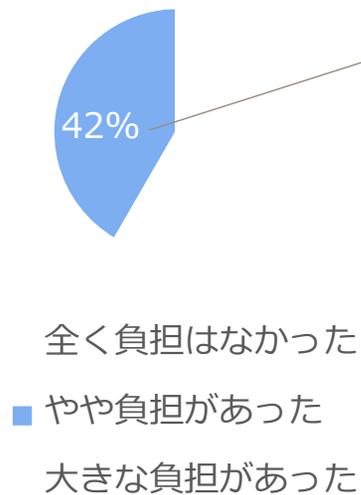


5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

Q. 回収ボックス設置の負担

「やや負担があった」「大きな負担があった」とお答えになった方にお聞きします。具体的にどのような点がご負担でしたか？（複数選択可）

保育施設：保育者
(n=15名)



5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

◎保育者の自由回答より：「通いやすい場が回収先であること」の価値の高さがわかった
「通っている保育園」への設置で、利便性があり、手間や心理的なハードルが大きく下がったことを評価！

利便性・負担軽減としての評価

- 洋服を廃棄してしまうにはもったいない・だからといって、どこかに持っていくのも面倒に感じている保護者にとって、手軽に出せるのはとても良いと思いました。
- 保護者にとって汚れた服を洗濯せずに済むという点で負担軽減、そして汚れを気にすることで遊びが制限されるということも軽減されると思う。乳児ではなく幼児にとっては良さそう。
- 普段忙しくて、なかなか出来ない子ども服を整理するきっかけになったり…リユース活動に関心をもつきっかけになったと思う。
- 子ども服はサイズアウトすると家で山積みになってしまうので…（リサイクルという観点でよいと思います。）
- 保育園の前に設置することでより用途が想像しやすくなるなど感じた
- 保護者の方も不要な洋服が活用してもらえると喜ぶ声も大きくとても良い取り組みだと思いました。

設置場所を活かした地域・コミュニティへの波及

- 園が駅の前にあるということもあり、地域の方も参加してくださり、地域の方との交流の場にもなりました。ありがとうございました。
- 近所の方なども気にかけてきて声をかけてくれたりしたところ。

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

◎保護者の自由回答より：「誰かに届くという実感」が効果をもたらすことがわかった

「単なる処分」ではなく、「再利用される」「誰かの役に立つ」という実感が、参加の意欲、環境意識の向上、そして信頼感の源泉となっている。

環境意識・倫理観の向上

- 日本特有の「もったいない」文化に沿っており、SDGsの推奨につながると感じた。「売るほどキレイではないけれど、捨てるのはちょっと」と言って持ってきてくださる方がいた。「誰かの役に立てる」という気持ちになれるのもフレーベル館さんという老舗企業が行っているからこそその信頼感が後押しになっていると思う。
- これが誰かの役に立つと思うと、リユースを気軽な気持ちでできる。
- 不要な物を捨てるのではなく、再利用することは、物を大切にしよう！という意識に繋がった。
- 古着を誰かの役に立てるかもしれないという意識を持ってもらえたと思います。服を大切に着ようという意識が高まったのではないかと思います。
- 使い道がわからない服の行き場が出来て良いと思った。
- 資源ごみとして廃棄してしまう衣類も再利用出来るのでとても良いと思う。

教育的な効果と親子の交流

- ご家庭で不要になった洋服を、成長を振り返りながら、子どもと一緒に回収ボックスに入れる姿がありました。
- 保護者の方との会話のきっかけになりました。子どもたちとリサイクルの話をする事ができてよかったです。
- 「なんだろうねこれ」の子どもの質問からものを大事にすることの大切さを話す良い機会にもなった。
- 子どもたちもSDGsという言葉を身近に感じられる良いきっかけになったと思います。
- 保護者と子どもとの回収ボックスについて会話が増えていたように感じます。
- 回収ボックスが子どもたちの手作りではっきり、意欲が湧くように感じる。

5. 事業の成果

■ 5-1. 使用済子ども服回収検証

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

■ 5-2. 遊び場における着替えレンタル有効性検証

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

前項（5-1）では、使用済子ども服を効率的に「集める」ための回収システムについて検証を行った。本項では、回収後の子ども服をどのように「活かす」かに焦点を当て、その有効性を検証する。

■ 検証概要

異なるフィールドの遊び場（施設）におけるサービス提供を通じ、着替えレンタル利用実態の調査および現場需要の検証を実施した。

対象	遊び場（施設）で「しゅらみい」を体験された子どもたちの保護者
方法	1. 実際の遊び場におけるレンタル体験 2. 子ども服についてのアンケート調査（Googleフォーム）
期間	2025年8月13日～12月11日

■ 検証結果（重点項目）

検証項目（KPI）	目標	実績	達成率
有効性実証 （着替えレンタルの継続活用意向） 80%以上	80%	無料…90% 費用負担あり…81%	113%◎超過達成 101%◎超過達成

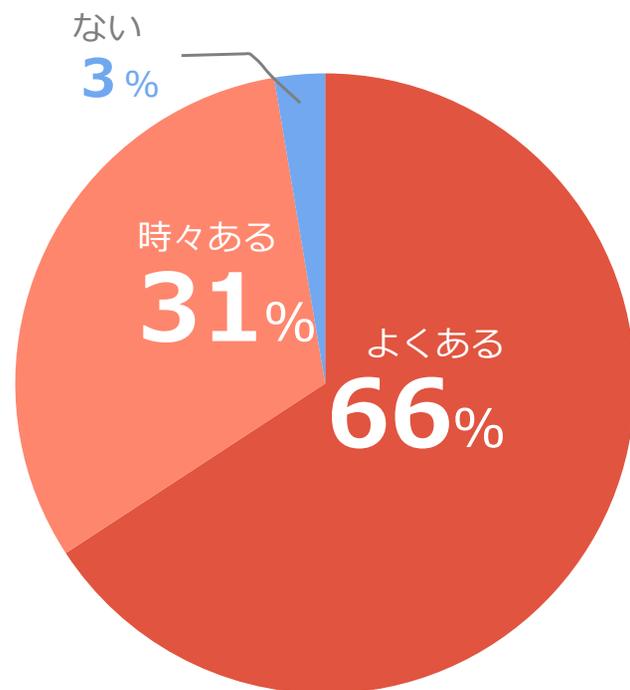
5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

	①滞在型・有料施設 牧場	②通過型・無料イベント 公園	③保育施設 親子イベント
場所	成田ゆめ牧場 (千葉県成田市)	都立府中の森公園 (東京都府中市)	認定こども園くるみこども園 (千葉県柏市)
実施日時	令和7年8月13日	令和7年11月16日	令和7年11月22日
活用機会	牧草ロールへのペイントイベント 「牧草ロールに絵をかこう」	アートワークショップイベント 「森とあそぼう」	土曜親子ふれあいイベント 「えのぐ満喫DAY」
対象	来場保護者 (回答者6名)	来場保護者 (回答者17名)	在園児保護者 (回答者15名)
検証内容	巨大キャンバスのペイント体験・その他牧場利用を通じたニーズ調査	自然素材工作・野外アートを通じたニーズ調査	保育施設で親と子が共同で制作を行う活動におけるニーズ調査

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

Q. 着替えレンタルの継続活用意向

遊び場でお子様の服が汚れたり、着替えが必要になったりした経験はありますか？（単一選択）



遊び場：保護者（n=38名）

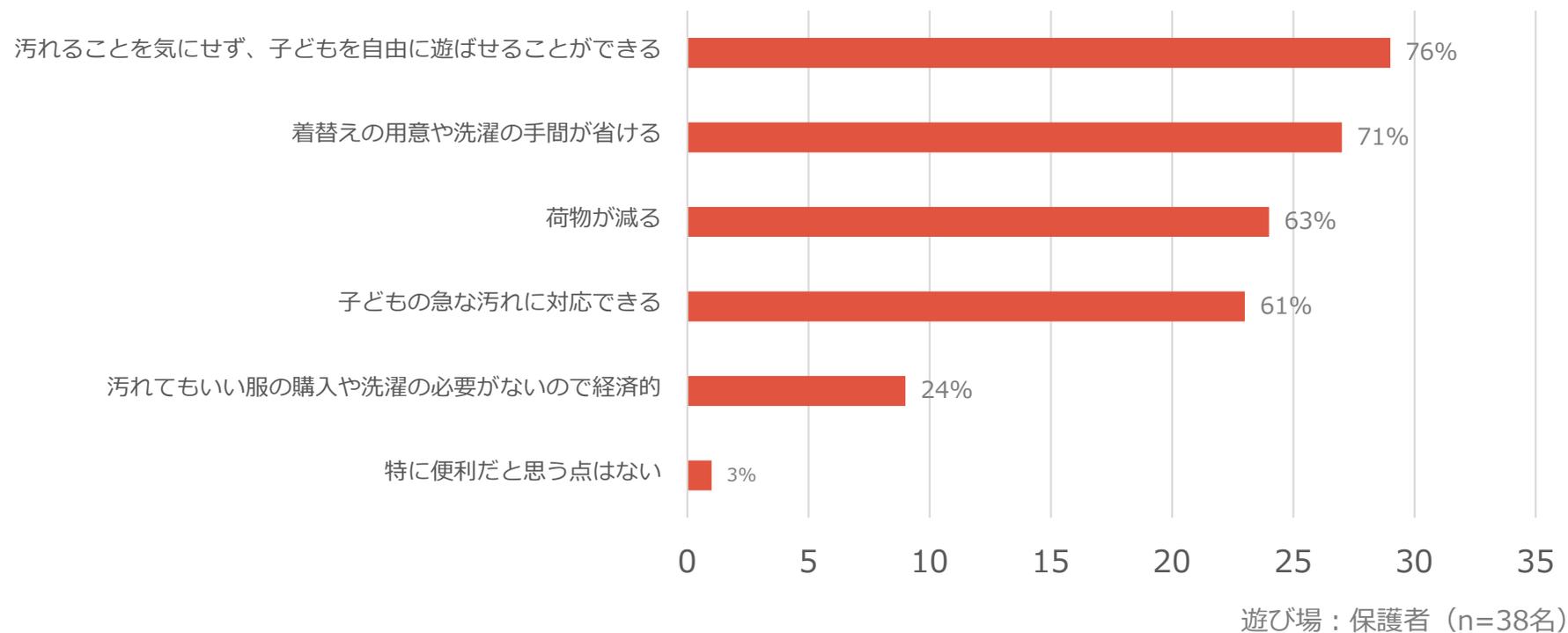
97% が
着替えの必要性を認識

「しゅらみい」はこの潜在的な負担を解消し、
汚れを気にせず成長に集中できる環境づくりのため
に極めて高い需要があることが見込まれる。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

Q. 着替えレンタルの利用メリット

レンタルサービスを利用した場合、どのような点が便利だと感じますか？（複数選択可）



保護者が本サービスに感じた価値は、単なる「着替え」以上に「精神的な解放」にあることが分かった。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの有効性検証（定性評価）

Q. 着替えレンタルの利用メリット

【自由回答】抜粋

① 子どもたちの変化：「制限のない遊び」への没頭

子ども服汚れに対する大人の懸念が、無意識のうちに子どもの探究心にブレーキをかけていた事実が浮き彫りに。

「しゅらみい」はそのブレーキを外し、子どもの非認知能力（主体性、意欲）を引き出す環境装置として機能した。

「汚れるから嫌だと言っていた遊びをやってくれた」

「信じられないくらい思いきり遊んでいました」

「普段買わない色や模様の服を借りたので、とても嬉しそうにしていた」

② 保護者の変化：「見守る余裕」の創出

アンケートの自由記述において、最も顕著だったのは「親の心理的余裕」。

本サービスが単なる子ども服の貸し出しではなく、「親子の肯定的なコミュニケーションの時間」を提供していることを証明。

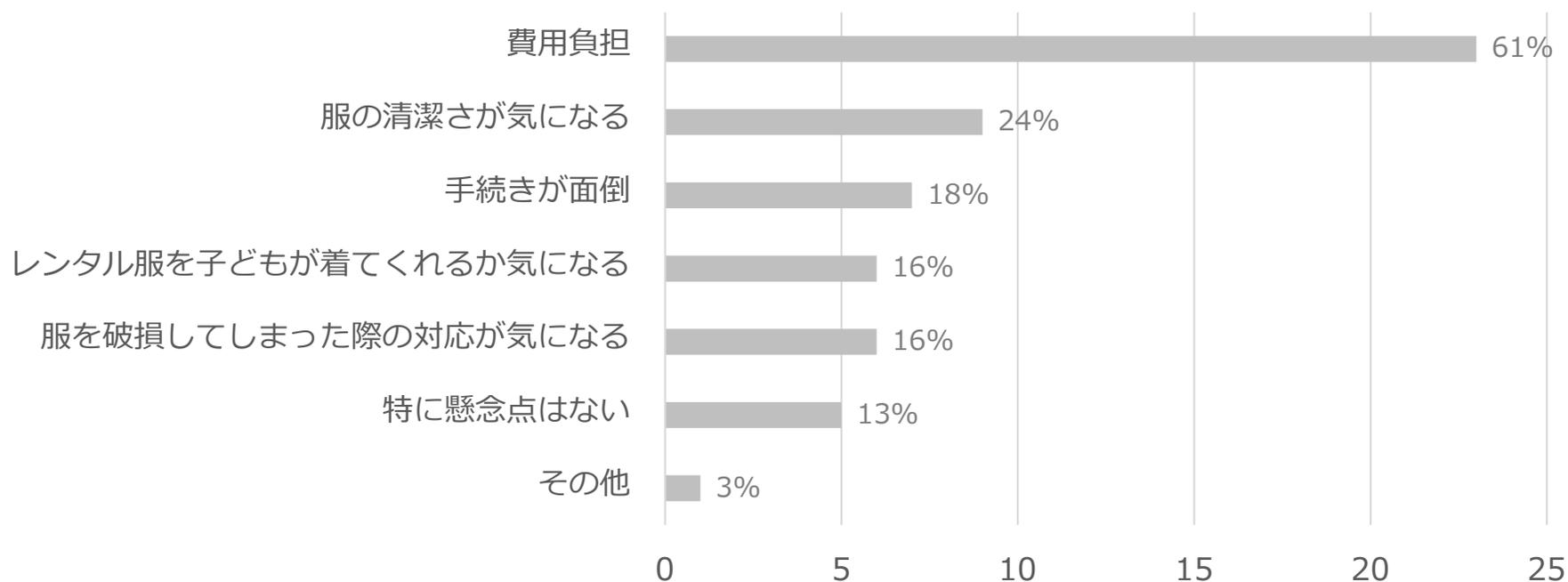
「ダメと言わなくて済むことが、親子の良好なコミュニケーションに繋がっています。」

「親側に余裕が生まれました！それにより、ダメだよなど言わなくてよかったです！」

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

Q. 着替えレンタルの懸念点

レンタルサービスを利用した場合、どのような点が懸念点だと感じますか？（複数選択可）



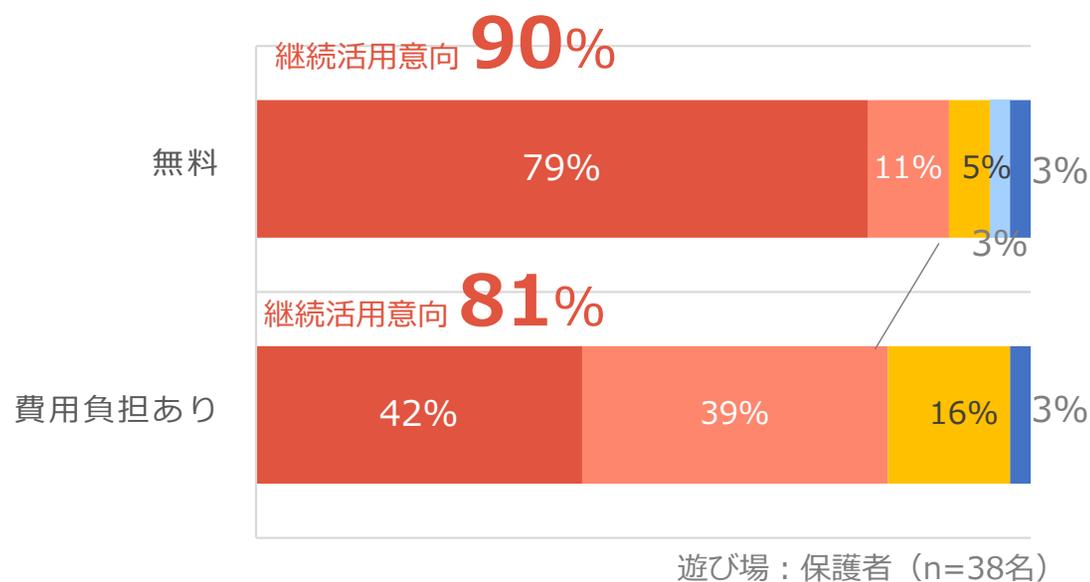
遊び場：保護者（n=38名）

利用における最大の懸念点は「費用負担（約6割）」、次いで「服の清潔さ」「手続きの手間」が挙げられた。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

Q. 着替えレンタルの継続活用意向

お子様が服が汚れる遊びをする際、「汚れても大丈夫な服」のレンタルサービスを園で利用してほしいと思いますか？（単一選択）



**80% 以上の
高い継続活用意向を確認**

無料の場合、「利用したい」「どちらかといえば利用したい」が約9割という極めて高い支持を獲得。

- 利用したい
- どちらかといえば利用したい
- どちらともいえない
- あまり利用したくない
- 利用したくない

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

①滞在型・有料施設／成田ゆめ牧場

▼イベント告知ポスター



▼イベントの様子



【自由回答】原文・全掲載

「いっぱい汚しても、こどもにやさしくなれる。」

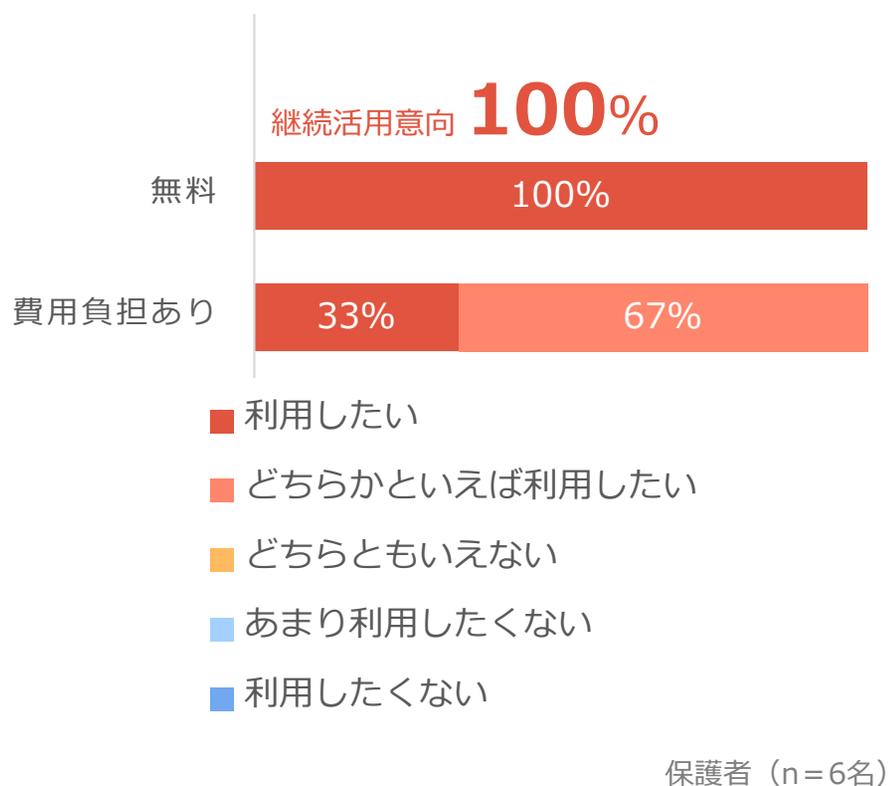
「気兼ねなくイベントに参加できました。」

「直後に絵の具を服にこぼしたので非常に助かりました」

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

①滞在型・有料施設／成田ゆめ牧場

入場料が必要で、滞在時間が長いお出かけ先。ある程度「汚れる前提」で準備して来られていると想定される。



1. 「イベント」が最大の利用動機に

当初は「一般利用」を想定していたが、実際はアートイベント等の突発的な汚れ対策としての需要が圧倒的。「汚れる準備」をしてきた客であっても、予想外のイベント参加時にはレンタルが必須となったため、満足度が高く、回答者全員が継続利用意向を示した。

2. 「動線の確保」「周知」が重要と判明

「遊び場」と「着替え場所」が離れていると、面倒さが勝り利用率が低下する。利用者の動線上に配置し、心理的・物理的ハードルを下げるのが不可欠。また、受付や場所の明示（看板・案内）が不足すると、潜在ニーズを取りこぼすことが分かった。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

②通過型・無料イベント／府中の森公園

【自由回答】原文・全掲載

1. 子どもたち自身の遊び方や楽しさの変化に関して

- 汚れてもいいので楽しそうでした
- 汚れるから嫌だと言った遊びをやってくれた
- おもいきり遊べました
- 積極的に遊べたと思う
- 気兼ねなく汚れ遊びができて楽しかったようです。
- 絵の具が服に付くことを気にせず、色を混ぜたり色塗りを楽しんでいました。
- 普段買わない色や模様の服を借りたのでとても嬉しそうにしていました。汚れも気にせず思い切り遊んでいたと思います。

2. 保護者（親）の心理的・行動的な変化

- 子供は遊び方は変わらず、親が気にせず楽しい。制止しないのでより自由に楽しめた。
- 親側に余裕が生まれました！それにより、ダメだよなど言わなくてよかったです！

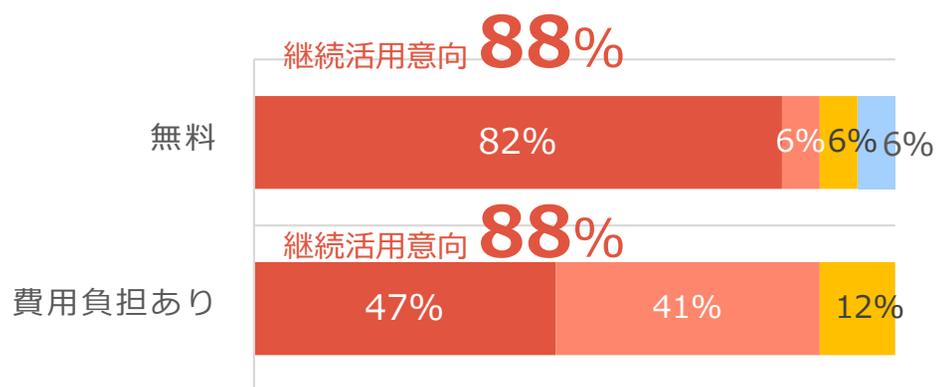
3. 今後の継続や運用に関する要望・提案

- 色々なイベントであると便利そう
- また参加したいと思います。春先の出掛けやすい時期にもまたあると嬉しい。
- 初めて利用しましたが、とてもありがたいサービスだと思います。着替えをすっかり忘れてしまったりする事もあるのでその場で借りられるのは本当に助かります。
- 汚れる前提ではなかったイベント会場で借りられたので、有り難かったです。
- 自分で申し込んで支払いをするレンタルサービスでしたら利用しないかもしれません。（日頃の生活でいっぱいなので、レンタルに費やす時間の余裕がありません。）

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

②通過型・無料イベント／府中の森公園

公園へのふらっとした来訪者も含む、準備なしで参加ができるイベント。



- 利用したい
- どちらかといえば利用したい
- どちらともいえない
- あまり利用したくない
- 利用したくない

保護者 (n=17名)

1. 有料化への抵抗感は極めて低い

無料から有料に切り替えても、利用意向は88%という高水準を維持した（「どちらかといえば」を含む）。これは、サービス自体に高い価値が認められていることを示す。

2. 動線設計の成功

受付・着替え場所・イベント会場を近接させたことで、利用者が感じる物理的・心理的ハードルを大幅に下げた。また、更衣室で着替えるのではなく私服の上から被るだけ（特に120-130サイズ）という使い方が多発。この「圧倒的な簡便さ」が利用促進し、満足度を高めた。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

③保育施設・親子イベント／認定こども園くるみこども園



5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

③保育施設・親子イベント／認定こども園くすみこども園

【自由回答】原文・全掲載

1. 子どもたち自身の遊び方や楽しさの変化に関して

- 思いっきり汚せるイベントで親子で楽しめました！！
- 信じられないくらい思いきり遊んでいました。
- あまりかわらない
- 普段遊べないペンキ遊びを楽しんでた
- 大きい子ほど、親の汚れても何も気にしなくていいという気持ちを感じ取ってる気がしました
- たくさんある服の中から自分で着たい服を選ぶのが楽しそうでした

2. 保護者（親）の心理的・行動的な変化

- 汚れても良い服があるのはとても便利だと思います。今回子どもは着替えることが気分が乗らなかったなので利用しませんでした。そうなってもいいように汚れても良い格好で参加しましたが、着替えた荷物と洗濯の量がたくさんだったので、少し大変でした。ただ活動には子どもなりに楽しんでいたのでとても良かったです。

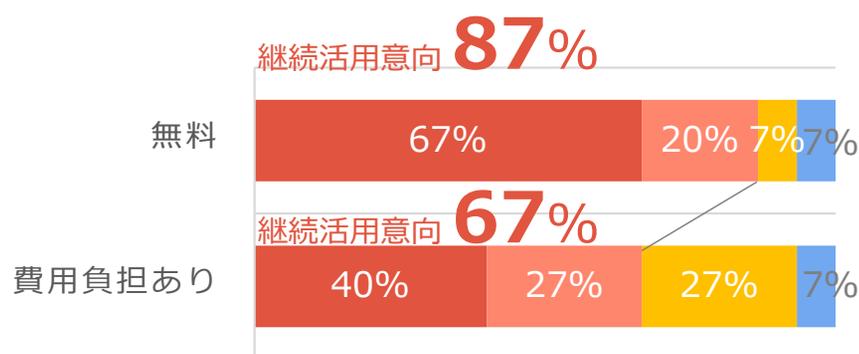
3. 今後の継続や運用に関する要望・提案

- 結局、肌着と下着も汚れてたので支払ってまで利用したいとは思わない
- 利用したいとも思わない。服の汚れも子どもの背景が見れて貴重だと思う。汚れるのが嫌な保護者は泥んこや絵の具で汚れやすい園に入園すべきじゃない。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

③保育施設・親子イベント／認定こども園くすみこども園

保護者満足を目的とした、園主催イベント。顔見知りの関係性の方々が参加する。



- 利用したい
- どちらかといえば利用したい
- どちらともいえない
- あまり利用したくない
- 利用したくない

保護者（n=15名）

1. 「安心」な環境であるゆえの需要の抑制

いつも通う保育施設で、保護者が見守ることができる環境であることが影響しているのか、「汚れを伴うイベント」への事前告知も行き届いており、利用意向が抑えられたと考えられる。

2. 心理的解放による「遊びの質」向上

親が汚れを許容することで、子供がペンキ遊び等に気兼ねなく没頭できた状況が報告された。

また、多くの服から「自分で選ぶ楽しさ」が、子供にとってのレクリエーションとなった。

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

■着替えレンタルの利用実績

2箇所で、弊社スタッフ立ち合いの元実証を行い、施設の性質によって利用実績に差異が確認された。

項目	①滞在型・有料施設 牧場	②通過型・無料イベント 公園
場所	成田ゆめ牧場 (千葉県成田市)	都立府中の森公園 (東京都府中市)
利用実績	計39着（イベント30着+その他9着） 手配300着	計88着（シャツ55着+ズボン33着） 手配140着
需要特性	水遊びや動物接触エリアでの「日常利用」需要よりも、イベント参加利用の方が上回った。	イベント参加の「ついで利用」が多数。シャツのみの利用や、私服の上から着る需要が顕在化。
回収状況	返却率100%（紛失なし） エリアが限定的で管理しやすい。	返却漏れが計4着発生。オープンな会場のため、回収リスクへの対策が課題。

- ▶ 「汚れるエリア」または「イベント受付」の直近に配置することで、利用者の衝動的なニーズを逃さない動線を確保が必須。
- ▶ オープンな会場（公園等）では、返却ボックスの視認性を高めると共に返却時の声掛け等で未返却リスクを低減する必要がある。

5. 事業の成果

■ 5-1. 使用済子ども服回収検証

5-1-1. 回収システムと啓発活動の有効性検証（定性評価）

5-1-2. 回収実績と環境負荷低減効果（定量評価）

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

■ 5-2. 遊び場における着替えレンタル有効性検証

5-2-1. 遊び場における着替えレンタルの実証体験調査（定性評価）

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

5-2-1の検証により、遊び場における着替えレンタルの高いニーズと需要（継続利用意向80%以上）が実証された。この結果をさらに深掘りし、「なぜ既存の譲渡や家庭での準備ではなく、『しゅらみい』によるレンタルが必要なのか」という問いに答えるため、5-2-2の現況調査を集計する。

■ 検証概要

対象	<ul style="list-style-type: none">・回収ボックス設置保育施設の保護者・（一部設問）回収ボックス設置遊び場の保護者
方法	<ul style="list-style-type: none">・ オンライン調査（Googleフォーム）・ （一部設問）シール投票（パネルボード）
期間	2025年8月13日～12月11日

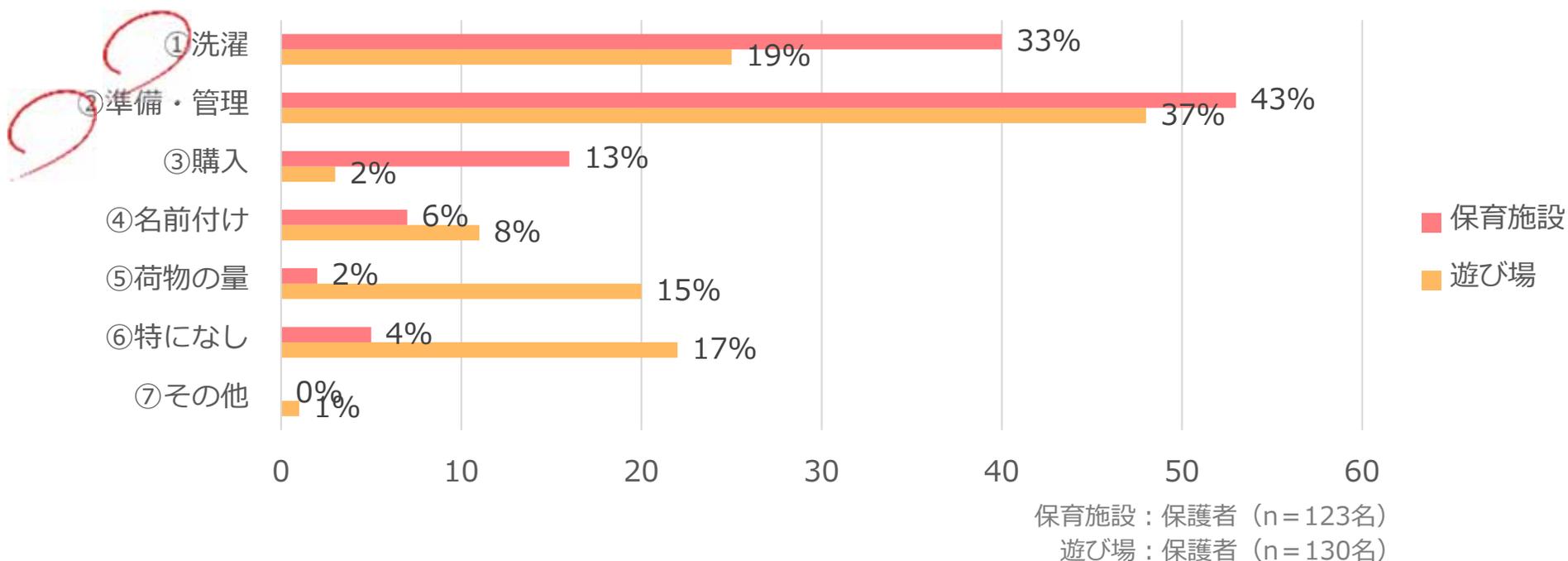
■ 検証結果：

着替えレンタルが、単なる着替えとしてではなく、「洗濯・準備という家事の代行」として機能することが確認された。

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q. 服について最も負担に感じていること

ふだんお子様の衣類について、もっとも負担に感じていることはなんですか？（単一選択）



最も負担に感じていることの上位は、調査場所（保育施設／遊び場）問わず、「準備・管理（サイズアウトした服の整理、季節ごとの入れ替えなど）」と「洗濯（泥汚れ、絵の具汚れなど、ひどい汚れへの対応）」だった。

保育施設利用者の約8割が「準備・管理（43%）」や「洗濯（33%）」を最大の負担としており、遊び場でも「荷物の量（15%）」が課題となっている。

着替えレンタルは、これら維持管理と持ち運びの負担を物理的に解消できるため、極めて高い導入ニーズがある。

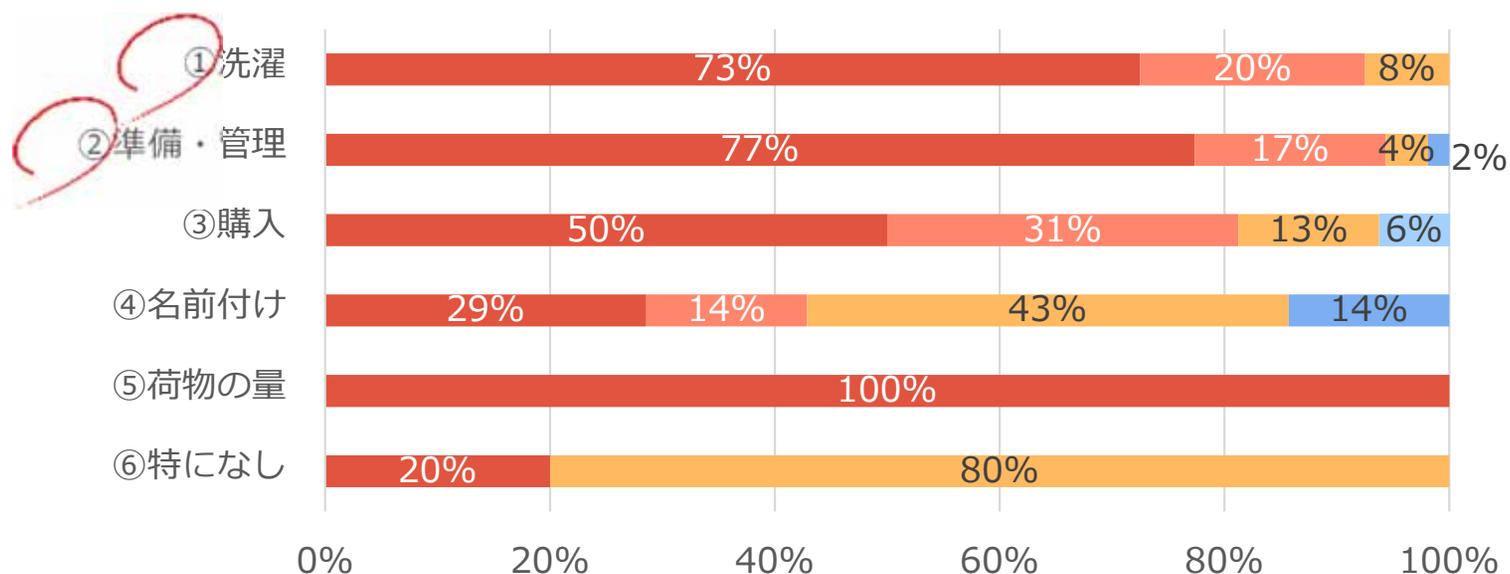
5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

＼仕組みの有効性の検証／

Q. 服について最も負担に感じていること

×

Q. リユースへの継続参加意向



■ ぜひ参加したい ■ どちらかといえば参加したい ■ どちらともいえない ■ どちらかといえば参加したくない ■ 参加したくない

保育施設：保護者（n=123名）

「洗濯や準備が面倒」という親の最大の悩みを、レンタルという仕組みで解消できるか。

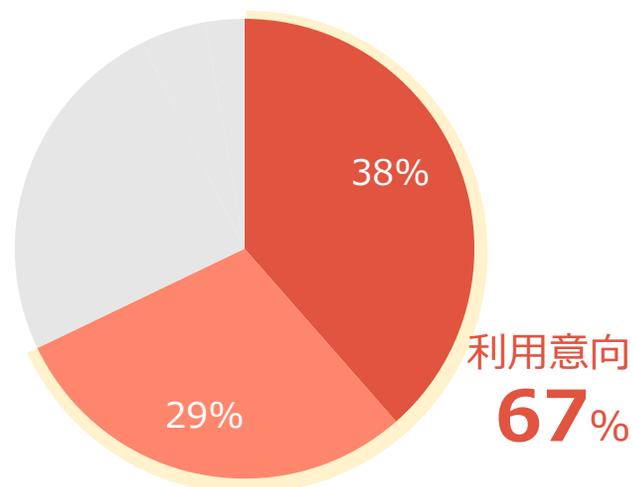
結果として、負担を感じる層の9割以上が継続を望んだことで、単なる古着の譲渡にはない「レンタルモデルならではの有効性」が証明されたといえる。

Q.ふだんお子様の衣類について、もっとも負担に感じていることはなんですか？ × Q.今後、このリユースの取り組みに参加したいと思いますか？

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q.着替えレンタルの需要

お子様が服が汚れる遊びをする際、「汚れても大丈夫な服」のレンタルサービスを園で利用してほしいと思いますか？（単一選択）



- 利用してほしい
- どちらかといえば利用してほしい
- どちらともいえない
- あまり利用してほしくない
- 利用してほしくない

保育施設：保護者（n=123名）

<利用意向が高い層の理由（自由回答・一部抜粋）>

1. 洗濯・家事の負担からの解放

最も切実なニーズであり、具体的なメリットとして最も強く支持されている。

「洗濯の手間が省けるから」「手洗いをしなくて済むため」

「泥が落ちないので、泥遊びの時はレンタル服にして欲しい」

2. 服の準備と金銭的な安心感

「汚れてもいい服」のストック確保や、購入・廃棄にかかるコストの負担軽減が期待されている。

「汚れてもいい服が常に自宅にあるわけではないから。」

「過剰な汚れの場合、破棄するしかなく購入が負担。」

「若干高い服を着せても安心です。」

3. 子どもの活動的な遊びの促進

保護者が汚れを気にすることで、子どもの遊びを制限せずに済むという心理的なメリットがある。

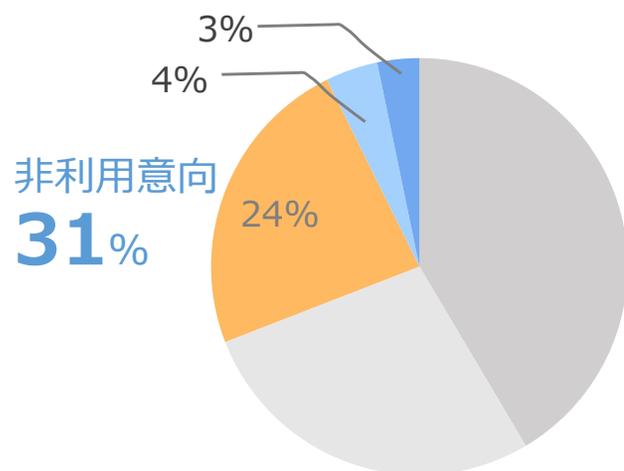
「汚れを気にせず思いっきり遊んで欲しいため」

「子ども自身、洋服が汚れることを気にするのでお借りできたら気にせず遊べる」

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q.着替えレンタルの需要

お子様が服が汚れる遊びをする際、「汚れても大丈夫な服」のレンタルサービスを園で利用してほしいと思いますか？（単一選択）



- 利用してほしい
- どちらかといえば利用してほしい
- どちらともいえない
- あまり利用してほしくない
- 利用してほしくない

<利用意向が低い層の理由（自由回答・一部抜粋）>

1. 金銭的な負担への懸念

「どちらともいえない」を含む消極的な意見の根幹は、費用が発生することへの警戒心である。

「利用料を負担するくらいなら、自分で購入・洗濯するほうが良いと考える」「プラスアルファでお金がかかるため、利用したくない。」

2. 服の衛生面・品質と代替手段の存在

レンタル服の衛生面への懸念や、自分で用意できるため必要性を感じないという意見が見られる。

「誰が何人着たかわからないものを着せたくない。」

3. 個人の楽しみや価値観との不一致

サービス利用を好まない個人的な理由や価値観が存在する。

「季節やその日の気分に合わせて、子どもと一緒に服を選ぶ楽しみがある。」「たくさん汚した服を見るのも楽しみの一つだ。」

保育施設：保護者（n=123名）

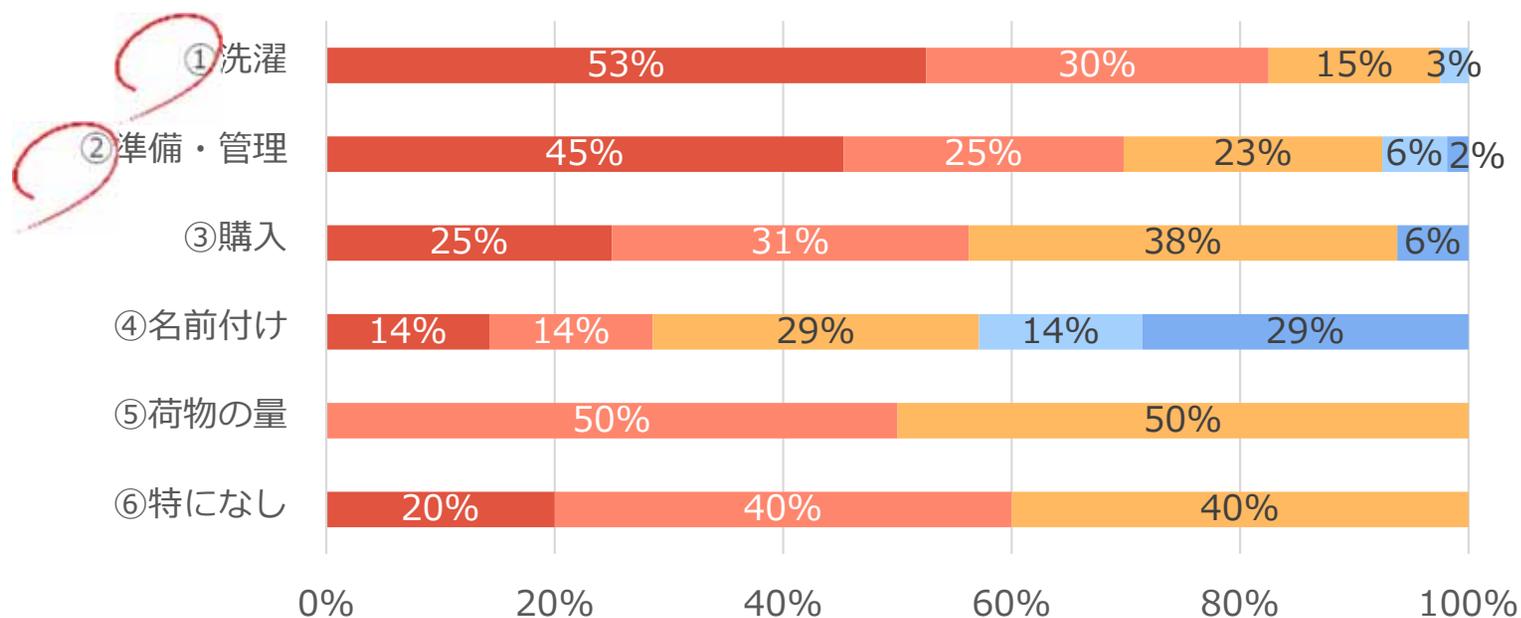
5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

＼サービス自体の需要の検証／

Q. 服について最も負担に感じていること

×

Q. 着替えレンタルの需要



■ 利用してほしい ■ どちらかといえば利用してほしい ■ どちらともいえない ■ あまり利用してほしくない ■ 利用してほしくない

保育施設：保護者（n=123名）

「洗濯」や「準備・管理」の負担を感じる層に需要が集中していることから、本サービスは「単なる衣類提供」ではなく「家事負担の解消手段」として強く求められていることがわかる。

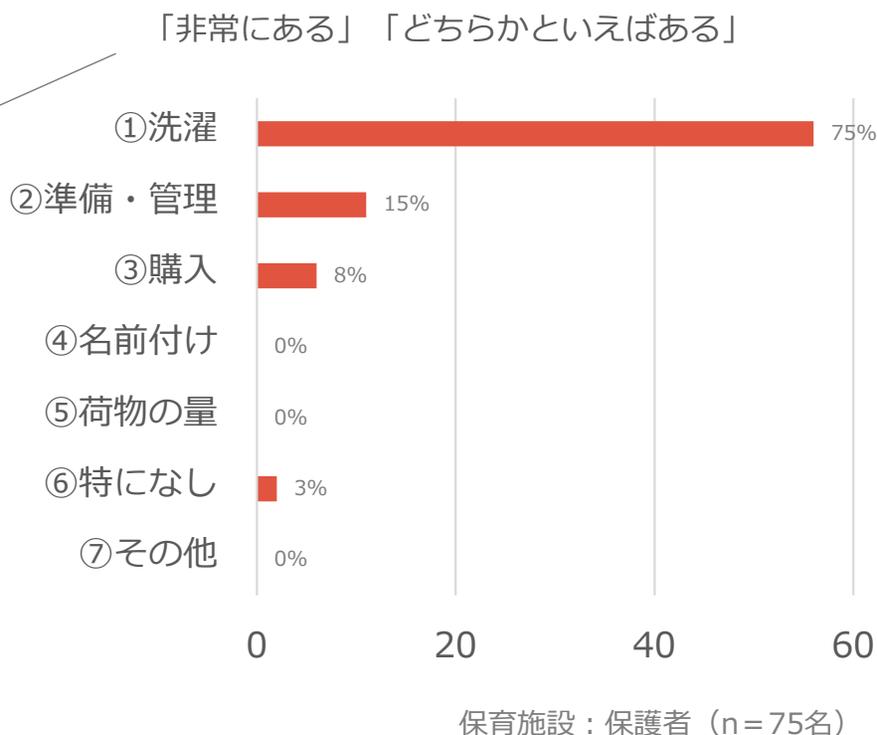
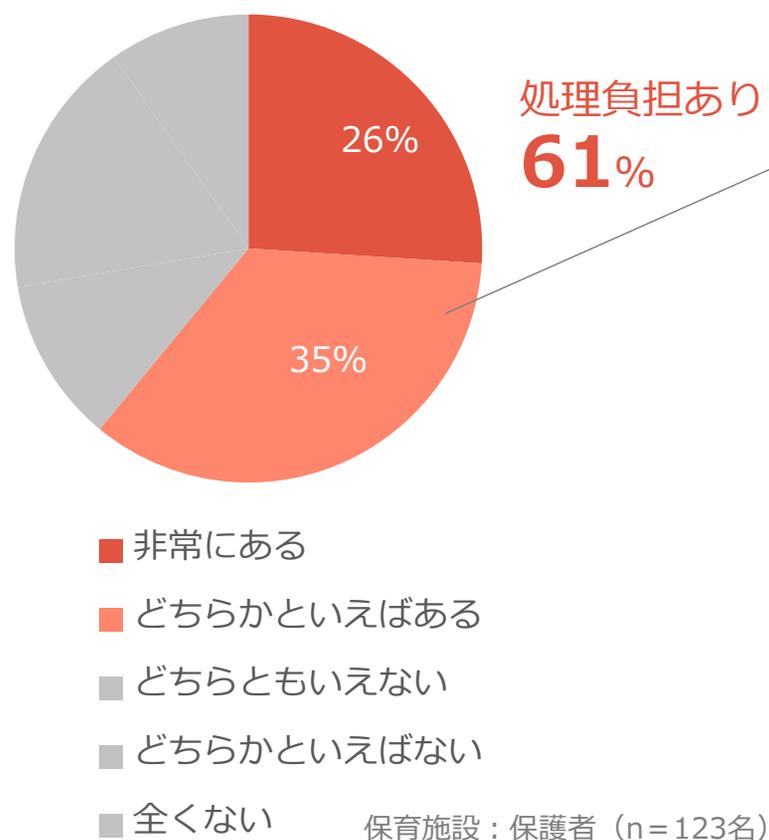
日常の困りごとに直結した利便性が、サービスとしての確かなニーズを生んでいると言える。

Q.ふだんお子様の衣類について、もっとも負担に感じていることはなんですか？ × Q. レンタルサービスを園で利用してほしいと思いますか？

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q. 「汚れてもいい服」の処理負担

「汚れてもいい服」の準備や後処理に対して、負担感がありますか？
（単一選択）

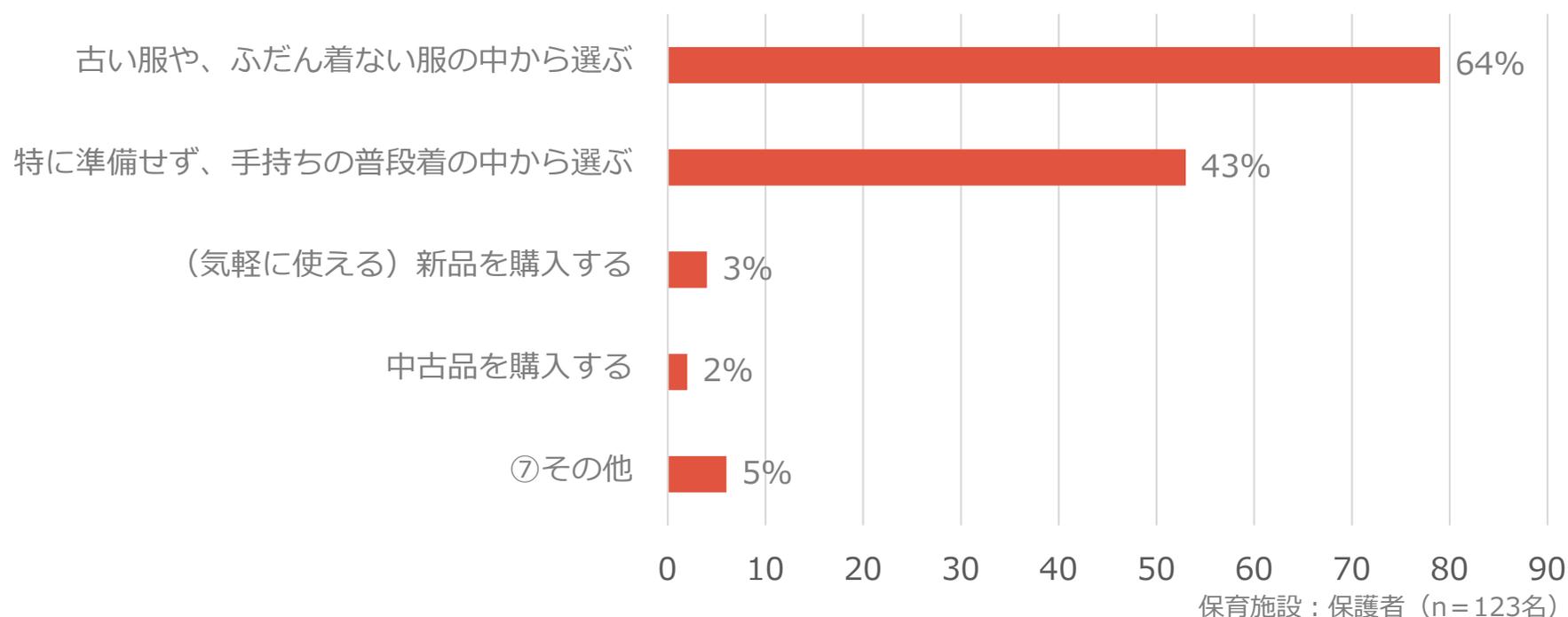


「汚れてもいい服」の処理において、「洗濯」や「準備・管理」の負担が突出している事実は、保護者が最も解決したい課題を浮き彫りにした。着替えレンタルはこの負担を直接肩代わりが可能であり、保護者の「心理的・時間的ハードル」を劇的に下げる解決策として極めて有効である。

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q. 「汚れてもいい服」の準備方法

保育施設より、「汚れてもいい服で来てください」と案内があったとき、汚れても構わない服はどのように準備されますか？特に近いものをお選びください。（複数選択可）

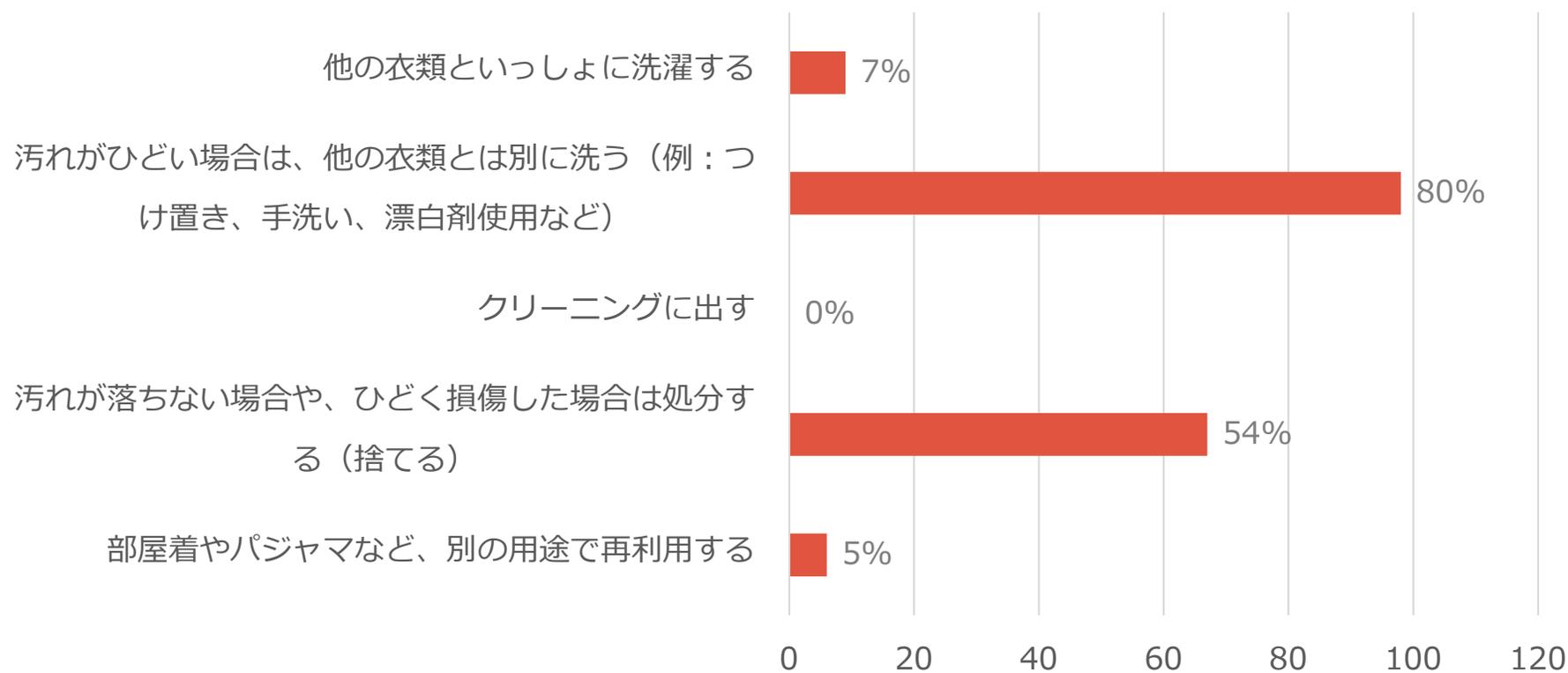


多くの保護者が、「汚れてもいい服」の対応として「古い服や普段着ない服」を充てることで対応している実態が浮き彫りに。汚れへの懸念が確認できた。

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q. 「汚れた服」の処理方法

汚れてしまった服は、そのあとどのように処理していますか？特に近いものをお選びください。（複数回答可）



保育施設：保護者（n=123名）

「汚れがひどい場合は、他の衣類とは別に洗う」が最も多く選択されており、多くの保護者が汚れた服に対して手間をかけていることが分かった。「汚れが落ちない場合や、ひどく損傷した場合は処分する（捨てる）」という回答も半数以上を占めていた。

5-2-2. 衣服の準備・管理に関する現況調査（補足調査）

Q. 「汚れた服」の処理方法

汚れてしまった服の処理に関して、特に困っていることや、こうなったら良いのと思うことがあれば、自由にご記入くださいませ。

分類	意見の概要	「しゅらみい」への示唆
洗濯・処理の手間 (最も多い懸念)	予洗いが非常に手間で、石鹼で予洗いしないと いけない。／泥汚れを落とすのに20～30分か かる。／汚れがなかなか落ちない、何度もす すぐ必要がある。／排水溝が泥まみれになる、 砂を落とすのが大変。	「しゅらみい」の（保育施設が） 「予洗いなしで返却OK」という機能 が、保護者の最大の負担を直接的に 解消する決定的なメリットとなる。
サービスの要望	有料でもいいので園で準備してほしい。／ク リーニングしてくれるサービスがあったら嬉し い。／園内着として保育園側で洗濯して使っ てくれればいいのに。	「しゅらみい」（プロのクリーン グ店が洗濯・管理を請け負うレンタ ルサービス）は、まさにこれらの潜 在的なニーズに応えるソリューション である。
廃棄・思い出	園で廃棄（雑巾とかで再利用）や持ち帰りが選 択できたら良い。／汚れた服は思い出がある が捨てづらい。	「しゅらみい」は、回収した服を 「汚れても大丈夫な冒険服」として 次世代へ繋ぐことで、「捨てる」と いう選択肢を減らし、リユース（共 有）という新たな価値を提供する。

5. 事業の成果

■ 検証結果（総括）

検証項目（KPI）	当初目標	調整後目標	実績	達成率
回収拠点数	13箇所	-	15箇所	115% ◎ 超過達成
回収量	6,000点	2,600点	4,614点	177% ◎ 超過達成
CO2排出量削減効果	約779 kg-CO2 総回収量 443.7kg × 合成繊維率 63.6% × 排出係数 2.76			

検証項目（KPI）	目標	実績	達成率
リユース意識の向上 （リユースへの継続参加意向） 80%以上	80%	90%	113%◎ 超過達成
有効性実証 （着替えレンタルの継続活用意向） 80%以上	80%	無料…90% 費用負担あり…81%	113%◎ 超過達成 101%◎ 超過達成

全項目
達成！

事業継続ロードマップの策定については、効率的な回収ルートの精査や関東圏・他施設への展開案の具体化に検討の余地を残したが、策定に不可欠な実証データおよび展開モデルの基礎材料の収集を完遂した。

6. 今後の検討課題

しゅらみい社会実装に向けたアップデート

調査の結果、保護者の子ども服への強い愛着も確認された。

今後は単なる環境負荷低減の訴求に留まらず、保護者に寄り添うリユースの在り方が求められる。

こども家庭庁が掲げる「安心と挑戦の循環」に基づき、リユースの実績に加え、「汚れを気にせず遊びに没頭できる安心が、子どもの挑戦意欲と自己肯定感を育む」という本質的価値を継続的に発信していく必要がある。



回収効率の最適化

投入段階でのサイズ分けの徹底が困難であり、手作業による仕分け工数が膨大になった。特に表記が統一されていない外資系ブランド等の選別に手間取った。

▶回収協力者の負担を抑えつつ、運用側が即座にリユースに回せる「質の高い回収フロー」の構築が不可欠である。

また、現在の回収品は幼児向けサイズ（110～140）が約20%に留まっている。

▶ニーズの高いサイズを重点的に集めるため、新規回収チャンネルの開拓が急務である。



(出所) こども家庭庁「はじめの100か月の育ちビジョン」(幼児期までのこどもの育ちに係る基本的なビジョン)

URL: <https://www.cfa.go.jp/policies/kodomo-sodachi/> (最終閲覧: 2025年12月19日)

5-1-3. 参加者の意識変容と行動変化（定性評価）

回収ボックスの最適化

1. ボックスの仕様・構造・設置に関する課題

- **サイズ・適正化の要望**：施設の規模（利用家庭数や回収頻度）に応じて、ボックスの大きさが選べるようにしたいという要望がある。（小さすぎず、大きすぎない適切なサイズ）
- **内部構造の不安定さ**：回収物の量が増えた際、ボックス内に設置したビニール袋の固定が外れてしまうため、固定方法の改善が必要。
- **安全性・誤投入防止**：0歳児などの子どもの手が届かない位置に入れ口を設けるなど、設置場所や構造に誤投入を防ぐための配慮が必要。
- **構造的な疑問**：ボックス下部の穴からの埃の侵入や、満量時の中身のはみ出しがないかといった構造的な懸念がある。

2. 運用手順・物的サポートに関する課題回収用袋の提供

- **施設側として**、ボックス内部に設置する専用の袋（ライナー）を設け、回収作業の簡便化を図りたい。
- **利用者側として**、回収用の丈夫な袋（ビニール袋以外）の提供を望む声がある。
- **混入の懸念**：回収対象外の子ども服（例：園児の私物）と混ざらないよう、管理・識別への注意が必要。

3. 利用者への周知・期間に関する課題

- **運用期間の短さ**：より長期的な設置ができれば、回収がより進むと見込まれる（定期的な継続の要望あり）。
- **利用者への周知不足**：施設側として、取り組みの利用者への周知が十分にできなかった点が反省点として挙げられている。
- **情報提供の充実**：回収している服のサイズやデザインなど、利用者からの具体的な質問に対応できるよう、リーフレットや掲示物での情報提供の充実が求められる。

7. 事業終了後の展開

本事業の結果、回収した子ども服のリユース先として「しゅらみい」が高いポテンシャルを持つことが明らかになった。同時に、「着用可能な子ども服の大量排出」という深刻な課題を現場で再認識した。この喫緊の課題に対し、以下の指針に基づき事業を推進することが、弊社の重大な使命であるとする。まずは、弊社の現行のリユーススキームの核となる「しゅらみい」の推進を図ることが重要。

リユースの可能性を深める



1. 回収先・リユース先の拡大検討

● 「しゅらみい」の市場浸透

引き続き関東圏を軸とし、子どもの活動支援に特化したリユースプラットフォームとして、その浸透に注力する。



2. 子ども向けアートプログラムの企画

本企画ではしゅらみいの利用促進を目的とし、子どもの創造性を育むアート活動プログラムを策定する。具体的には、絵の具等による汚れを伴うワークショップを設計し、汚れを気にせず着用できるリユース子ども服の新たな活用シーンを創出する。この「汚れる活動」と「リユース子ども服」の親和性を活かし、保育者の心理的ハードルを払拭することで、新たな価値提案を行う。本企画を通じて、アート体験とリユース活動を一体化させ、実体験に基づく循環型社会への理解深化と「しゅらみい」の継続的な利用拡大を狙う。

成果を広げる（チャレンジ）



1. 環境貢献の「見える化」による継続的な参加促進

本事業にご協力いただいた回収拠点に、回収実績をCO₂削減効果等の定量的データとして可視化する施設別ポスターを作成し、提供する。施設による広報活動を推奨し、保護者への貢献報告を通じて、今後の「子ども服を大切に循環させる」アクションの継続的な動機づけとする。



2. 耐久性の定量的な検証

実際に「しゅらみい」でリユースされる使用済子ども服について、「耐洗回数」の限界を定量的に測定し、その耐久性を明確に把握する。

7. 事業終了後の展開

2. 耐久性の定量的な検証

事業終了後も継続して「しゅらみい」にてリユースする子ども服の耐洗回数検証を実施計画中。以下のステップに基づき、実証を進める。

①検証手順

本検証では、以下の手順で計10着の検証対象を管理・記録します。

①対象の識別:

計10着の検証対象子ども服を選定する。

個体識別のため、各衣類に専用のワッペン（A～J）を刺繍する。

②手配・使用情報の記録:

検証対象が手配された都度、【手配先】と【使用予定内容（わかる範囲で）】を記録する。手洗いなどの特殊な洗濯を実施した場合は、その旨を備考欄へ必ず記録する。使用および洗濯の回数を、専用の記録シートと電子データで記録・管理し、関係者間で共有する。

③耐用限界の確認と記録（リユース不可判定時）:

写真撮影を実施し、耐用限界となった箇所の詳細な記録を残す。廃棄は行わず、リサイクルスキームに移行予定。

②検証スケジュール

検証は、実運用に基づいた長期的なデータ蓄積が必要であるため、2026年～対象子ども服のトラッキングを開始。

リユース効率の季節変動（半袖シーズンの需要が高い見込み）も考慮し、継続的にモニタリングを実施予定。

▼各子ども服に識別用のワッペンを刺繍



7. 事業終了後の展開

③検証条件

使用感

- ①使用感が低いもの（A長袖、F半袖）
- ②使用感が高いもの（ほつれ、目立つ毛玉など消耗が確認できるもの）（B長袖、G半袖）



汚れの目立ちやすさ

- ③汚れが目立ちにくい色柄（C長袖、H半袖）
- ④汚れが目立つため、手洗い回数が多くなりそうなもの（D長袖、I半袖）



素材

- ⑤標準的ではない素材（夏…綿ではないポリエステル／冬…スウェットではない綿のシャツ）（E長袖、J長袖）



8. 横展開へのポイント

実行性の高い回収スキームの構築

- 作業リソースの標準化と最適化：

約150kgの選別・集計作業において、計4名（最終1時間は5名）で4時間を要した（合計約17人工時間）。無理のない人員配置と作業工程を事前に計画することが、安定運用の鍵となる。

- リユース精度を向上させるターゲット設定：

回収量のみを追わず、特定の目的（例：着替えレンタル）に合致した質の高い衣類を集めるためには、回収段階での厳格なルール設定が有効。ターゲット層を絞り込み、ニーズに直結するサイズや品目を重点的に呼びかけることで選別コストを大幅に抑制できる。

「リユースの見える化」による参加意欲の醸成

本事業が、提供された子ども服が「しゅらみい」として次世代の子どもの「挑戦」を支えるためにリユースされることを具体的に明示したように、リユース先を透明化することで、提供者の心理的ハードルを下げ、社会貢献への実感を伴う継続的な参加を促すことが可能となると考えられる。

専門事業者との連携による循環の完遂

本事業の資源循環を支える上で、リユース・リサイクルの土壌・専門知識を有するゼンドラ株式会社との連携は不可欠であった。リユースに適さない子ども服の再資源化ルートまで含めた「資源循環率100%」を目指す出口戦略において、同社の知見と協力に深く感謝するとともに、こうした専門事業者との強いパートナーシップを標準パッケージ化することが、他地域への円滑な展開において極めて重要である。

「しゅらみい」の子ども服リユースがつながく、自由な遊びと健やかな循環

▼「しゅらみい」の宣材物に込めたメッセージ



いきおいよく塗られた色のはしに虹を描く
どの色も、どんな線も、きみの思うまま
どこまで世界が広がるのか、楽しみにしているよ
ずっと自由に描き続けられるように
ここで見守っているから

本事業では使用済子ども服の回収において、生活動線上に拠点を設けることでハードルを下げ、「しゅらみい」への納得感ある協力が参加者に新たな価値をもたらすという一定の効果が得られた。

特筆すべきは、「回収」の先にある「しゅらみい」の存在が子どもと大人・双方の心のブレーキを外すことである。

当初は汚れを気にしていたが吹っ切れたように遊び回る姿や、自ら服を選び感情を豊かに表出する子どもたちの変化。そしてそれをあたたかく見守る大人の背中。

これらは現状、すべてを数値として捉えきれるものではない。

しかし「しゅらみい」が架け橋となるリユースの輪は、単なる子ども服の再利用ではなく、大人と子どもに「安心」と「自由」を届け、無限の可能性を引き出すための仕組みであるといえる。本事業が、その未来を支え続ける確かな足がかりとなることを期待する。



【お問い合わせ先】 フレーベル館 しゅらみい窓口 : 03-5395-6611 / shuramii-support@froebel-kan.co.jp

衣類の回収・リペア・リユースによる地域内循環と 日本版リペアカフェの実証事業 事業報告書

実施団体名 合同会社CYKLUS ・ ハーチ株式会社

1 . 対象地域の概要

都市 / 大学	所在地	人口 / 学生数 (概数)
横浜市	神奈川県	約 3,771,000 人
大阪市	大阪府	約 2,817,000 人
神奈川大学	神奈川県横浜市	約 18,300 人
ICU (国際基督教大学)	東京都三鷹市	約 3,155 人
関西学院大学	兵庫県西宮市	約 25,700 人
青山学院大学	東京都渋谷区	約 19,900 人

2 . 事業の目的

社会全体および地域が抱える課題

日本では、年間約80万トンの衣類が供給され、約70万トンが手放され、そのうち約50万トンが廃棄されています。大量生産・大量廃棄による環境負荷が深刻な課題となっています。

現在増加している衣類回収プログラムの多くは海外輸出が中心であり、地域内での循環を前提とした小規模かつ環境負荷の少ない循環モデルの構築例はまだ限られています。

また、リペアやリメイクを施せば再使用可能な衣類が廃棄されている現状があり、これに対する具体的な解決策が求められています。

さらに、回収された衣類が地域の資源として活用される機会が少なく、地域経済の活性化や雇用創出につながっていないという点も大きな課題です。

2 . 事業の目的

1. **小さな地域内（もしくはコミュニティ内）循環モデルの構築**：既存の衣類回収モデルが全国的な回収、そして輸出による再使用が中心であるのに対し、本モデルは地域内での回収・修理・再販によるローカル循環を重視しています。
2. **リペアを中核に据えた事業モデルの構築**：リペアやリメイクなど手を加えればまだ着られるものが廃棄されている現状への解決策を提供します。
3. **メディア連動**：IDEAS FOR GOODの発信力を活かして本モデルを全国に波及させます。
4. **就労困難者の社会参加機会の創出と地域経済への波及効果**：社会福祉事業所との連携により、障がい者の就労支援と衣類循環の両立を実現します。
5. **若年層との協働による次世代育成**：大学との連携を通じて、循環型社会の担い手となる次世代人材の育成を図る教育的側面も持っています。
6. **トレーサビリティの高い循環モデル**：NFCタグを用いて衣類との思い出やストーリーを受け継ぐとともに回収後の透明性を担保してより環境的・社会的価値の高いモデルを確立する。
7. **他地域への波及**：リペアとリユース、アップサイクルなど再利用、再循環オプションを連動させたサーキュラーモデルを提供し、地域の雇用や地域経済への波及効果のある地域内循環の事業モデルを確立、パッケージ化をして全国他地域や他コミュニティへの波及を目指す。

3 . 事業の内容

Community Loops

「Community Loops」は、地域で集めた衣服を福祉事業所で分別・メンテナンスし、必要に応じてリペアして再び地域で活かす、環境省のモデル実証事業です。衣服を捨てずに、地域やコミュニティで循環させることで、環境への負荷を減らします。さらに、リペアカフェやワークショップを通じて学生や市民が集い、人とのつながりも広がる。環境にも、人にもやさしい、小さな循環をまちに育てていきます。

環境省 令和6年度補正予算 使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業

Community Loops 運営：ハーチ株式会社・合同会社CYKLUS 協力：横浜市



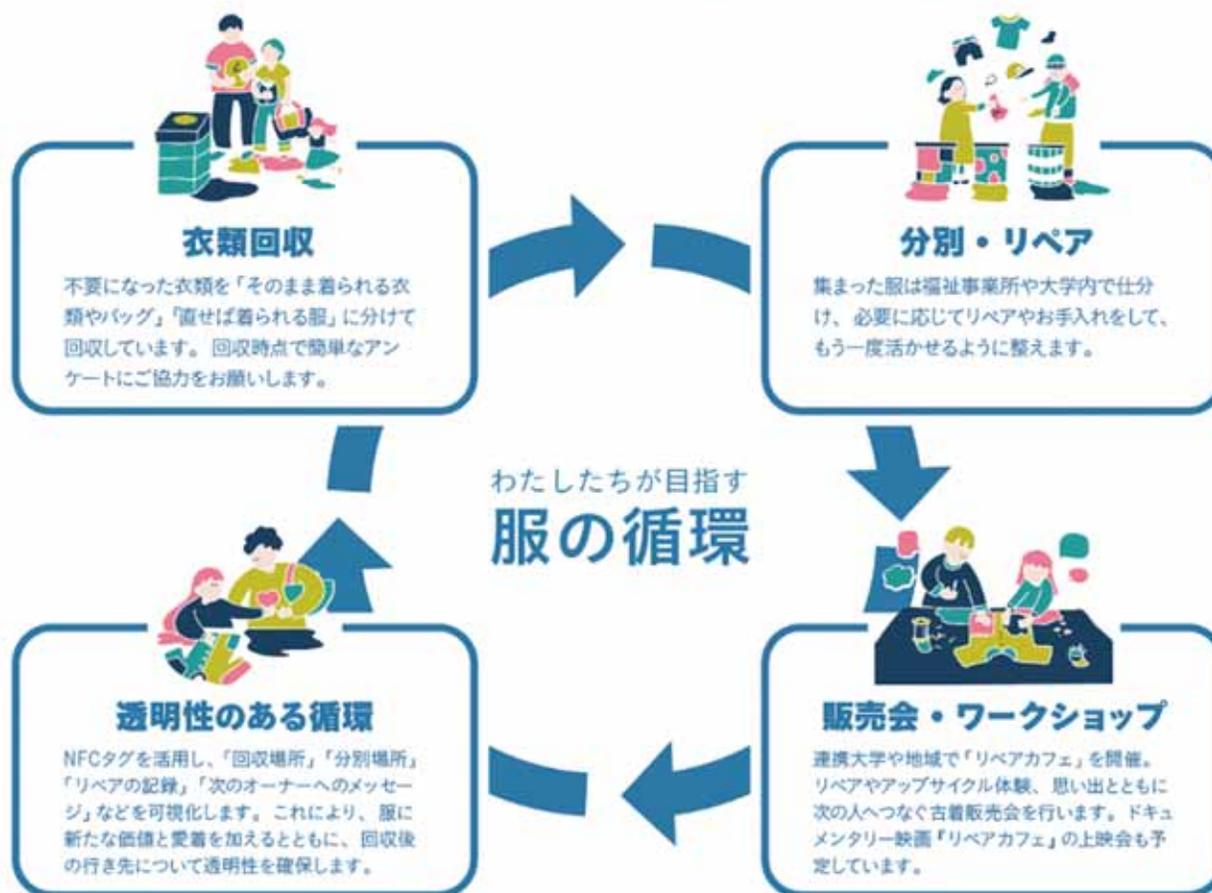
 **Harch**

CYKLUS

お問い合わせ：info@cyklus.jp

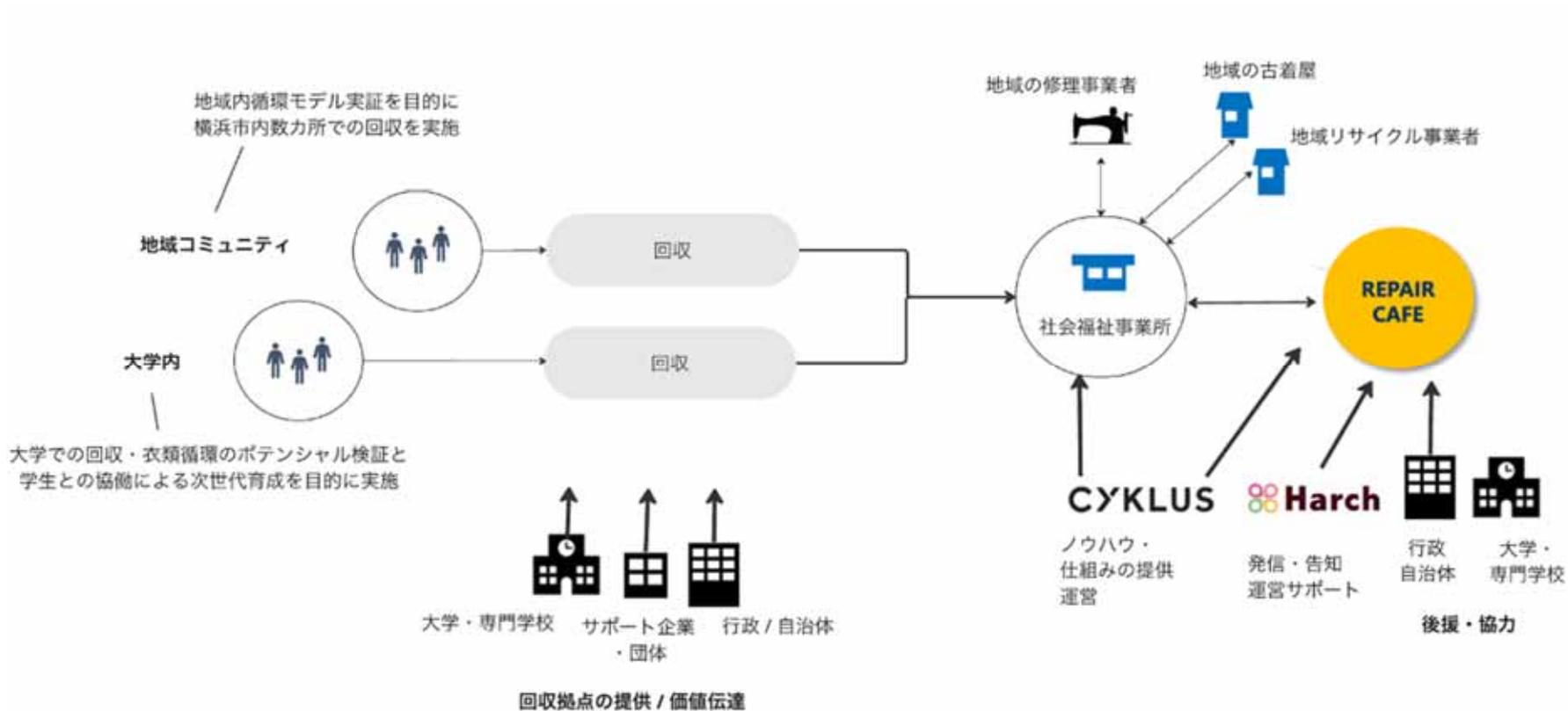
3 . 事業の内容

Community Loops



3 . 事業の内容

概要図



3 . 事業の内容

衣類の回収場所

<連携大学> 4大学

- 神奈川大学みなとみらいキャンパス
- 国際基督教大学
- 関西学院大学 西宮上ヶ原キャンパス
- 青山学院大学 Innovation Around20 イベント内

<地域コミュニティ> 6コミュニティ

- Benten103 (神奈川・横浜)
- City Lab Tokyo (東京・京橋)
- PLAT UMEKITA (大阪市)
- 共創空間 bee (大阪・梅田)
- Sameshima Coffee Roaster (大阪・京橋)
- UR都市機構ほとりで (大阪・森之宮)

回収対象

- そのまま着られる衣類やバッグ
- 直せば着られる衣類

3 . 事業の内容

リペアカフェ等イベントの実施

- 神奈川大学 みなとみらいキャンパス ファブラボみなとみらい
- 国際基督教大学 三鷹キャンパス
- 関西学院大学 西宮上ヶ原キャンパス
- 青山学院大学 Innovation Around20
- Benten103 (神奈川・横浜)
- PLAT UMEKITA (大阪市)
- 共創空間 bee (大阪・梅田)

PBL (Project Based Learning) の実施

- 神奈川大学 経営学部 道用ゼミ

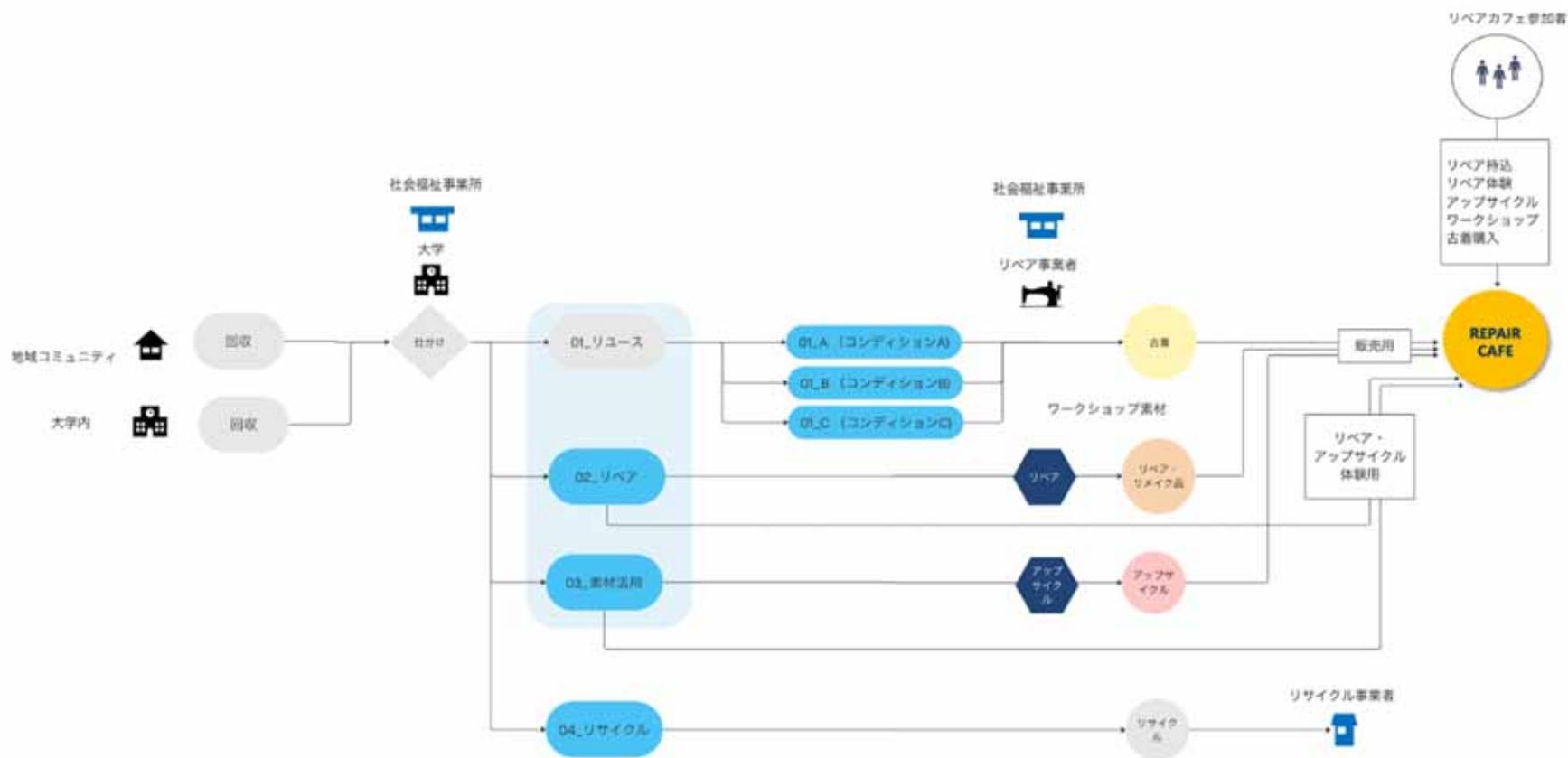
分別・仕分け・データ入力

- 就労継続支援B型事業所エールヨコハマ (神奈川県・横浜)

3 . 事業の内容

回収・分類・再利用フロー

回収した衣類やバッグは回収拠点（就労継続支援B型事業所エールヨコハマ）に集約し、
1) そのままりユースできるもの 2) リペアが必要なもの 3) 素材として活用できるもの 4) リサイクル行き に分類され、データ入力とそれぞれの古着にNFCチップを付与してトレーサビリティとストーリー共有を行う。



3 . 事業の内容

目標

回収対象人数（世帯）：550人（550世帯）

回収衣類数：約1,000着

- ・ リユース率（再販売またはそのまま使用）：50%（約500着）
- ・ リペア・リメイク率（修理して再使用）：20%（約200着）
- ・ リサイクル率（素材として再資源化）：20%（約200着）
- ・ 廃棄（サーマルリサイクル）：10%（約100着）

< 地域連携・社会福祉的效果 >

- ・ 社会福祉事業所での委託作業数：50件
- ・ 創出される作業時間：延べ250時間
- ・ 担当作業数：10名程度（障がいのある方を中心とした雇用機会）

< 教育・若年層への効果 >

- ・ リペアカフェの開催数：3回（横浜1回、大学2回）
- ・ リペア体験・ワークショップ参加者数：200名
- ・ 学生のプロジェクト参画数：20名程度（実行委員・運営含む）
- ・ アンケート回答者数：300名

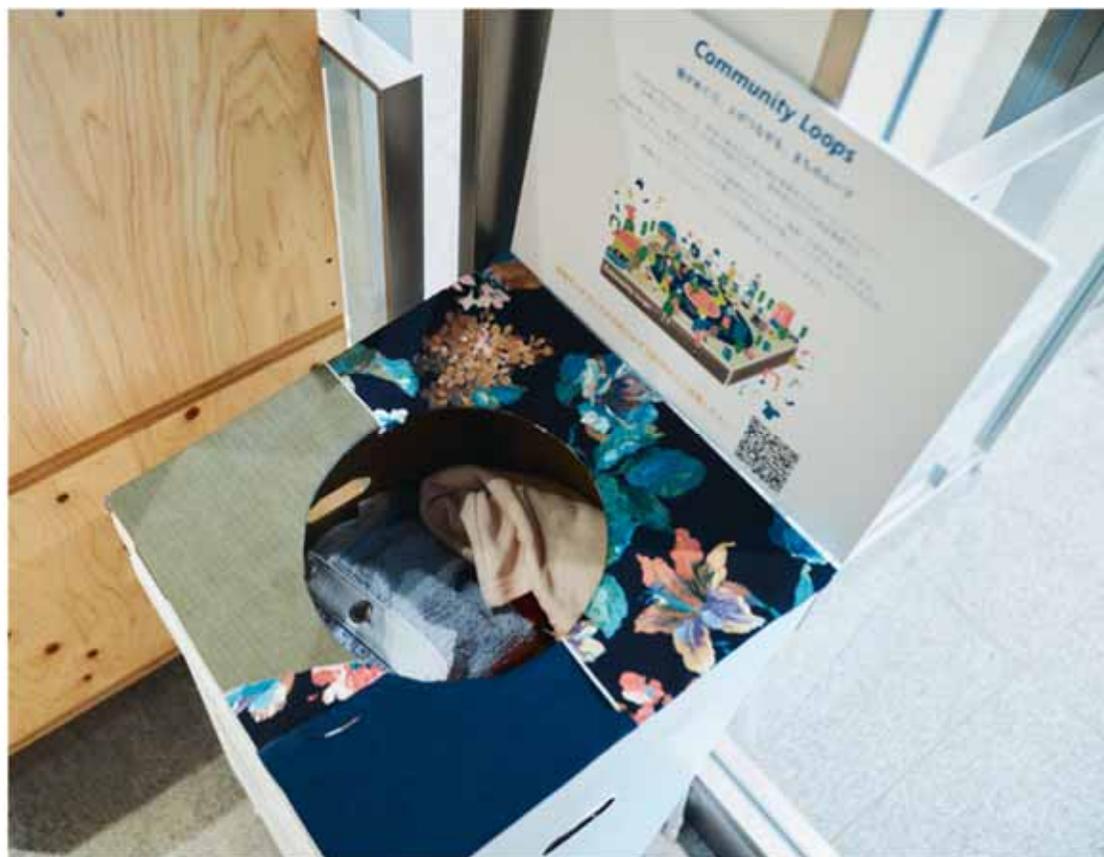
3 . 事業の内容

< 発信・全国展開の足がかり >

- 映画「The Repair Café」特設サイト訪問数：10,000PV
- IDEAS FOR GOODでの記事数：3本
- 記事閲覧数合計：50,000PV
- 本モデルを他地域に展開するためのガイドライン・実施フローを作成

3 . 事業の内容

回収BOX



- 回収時に簡単な情報入力をしてもらい、その後の行く先も追える仕組み



3 . 事業の内容

トレーサビリティとストーリー共有による価値向上



回収拠点
Link20@下北ワープ (下北沢)

回収日
2025-09-21



メッセージ
縫製や生地は結構良いので上手く着こなして欲しい!

衣類との思い出の写真

分別場所
就労継続支援B型事業所エールヨコハマ



Community Loops

回収拠点
神奈川大学みなとみらいキャンパス

回収日
2025-10-08



メッセージ
1年、2年以上着ていない服だけど、もう着ることはないと思う。
でも、まだ全然着られる状態なので、捨てたり服箱にしまっておくより、欲しい人に見てみてほしいかも。

衣類との思い出の写真

分別場所
就労継続支援B型事業所エールヨコハマ



リペア履歴

<基本情報>

- 回収場所
- 回収日
- アイテム
- メーカー / ブランド
- 回収衣類の画像

<ストーリー>

- 次のオーナーへのメッセージ
- 思い出の写真 (オプション)

<回収後のトレーサビリティ>

- 集約場所
- 再利用ステータス
- 再利用状況

3 . 事業の内容

回収Box告知内容

ご自宅で不要になった衣類を回収しています。

「Community Loops」は、地域で集めた衣服を福祉事業所で分別・メンテナンスし、必要に応じてリペアして再び地域で活かす、環境省のモデル実証事業です。

衣服を捨てずに、地域やコミュニティで循環させることで、環境への負荷を減らします。

さらに、リペアカフェやワークショップを通じて学生や市民が集い、人とのつながりも広がる。環境にも、人にもやさしい、小さな循環をまちに育てていきます。



Community Loops

服がめぐり、人がつながる、まちのループ



回収ボックスに入れる前に必ずQRコードから登録!

Community Loops



わたしたちが目指す服の循環

回収できるもの

- そのまま着られる衣服やバッグ
トップス / ボトムス / アウター / 靴物 / バッグ / 財布 / 帽子 / 小物 (金属類を除く)
- 着せば着られる服
上記のアイテムで、小さな穴あきや破れなど、少し手直しを加えればまた使える衣服 (修理が必要ないバッグ類は対象外)

注意事項

- 事前に洗濯済みのものを回収しています。
- 全体的に汚れや破れのひどいもの、匂いがついているものは対象外です。
- 下着や靴裏など肌に直接触れるものは対象外です。(TシャツはOK)

Community Loopsの取り組み概要、回収場所や回収期間、販売会やワークショップ開催情報などは、このQRコードよりご確認ください。

また、実証期間終了後(2025年12月)以降、回収実績や回収後の衣類について公開します。各コミュニティでの循環づくりの取り組みに、ご協力をお願いいたします。



4 . 事業の実施体制

< 実施体制 >

本モデル実証事業は、合同会社CYKLUSとハーチ株式会社の共同事業として実施。

合同会社CYKLUSの役割

- ・ 全体企画および運営
- ・ プロジェクトマネジメント
- ・ 社会福祉事業所との連携による回収・仕分け・修理体制の構築
- ・ 回収衣類のリペアおよびリメイク（外注へのディレクション含む）
- ・ 学生団体との連携・調整
- ・ リペアカフェの企画および運営

ハーチ株式会社の役割

- ・ 全体企画および運営
- ・ プロジェクトマネジメントサポート
- ・ メディアによる広報・情報発信
- ・ 「The Repair Café」映画の配給・上映企画
- ・ 地域団体・企業等との連携調整

4 . 事業の実施体制

回収・分別パートナー

- 就労支援B型事業所 エールヨコハマ（横浜市）

連携大学（回収・PBL・イベント実施）

- 神奈川大学
- 神奈川大学経営学部道用ゼミ
- 国際基督教大学 SDGs推進室
- 関西学院サステナビリティ推進本部公認学生団体KG SDGsキャンパスサポーター
- 青山学院大学 Innovation Around20

地域コミュニティ（回収・イベント実施）

- Benten103（神奈川・横浜）
- City Lab Tokyo（東京・京橋）
- PLAT UMEKITA（大阪市）
- 共創空間 bee（大阪・梅田）
- Sameshima Coffee Roaster（大阪・京橋）
- UR都市機構ほとりで（大阪・森之宮）

協力自治体

- 横浜市

5 . 事業の成果（サマリー）

- 回数衣類は目標1,000枚に対して944点、想定よりも**そのまま着られる衣類やバッグが多く全体の90%**を占めた。直せば着られる服が5%、リサイクル行きの衣類やバッグが6%となった。（四捨五入のため内訳の合計割合が100%と一致しない）
- 地域やコミュニティ内での回収、再利用フロー構築するモデルケースを構築する実証であったが、回収から分別、再利用準備までのスムーズな流れが確立できた。特に福祉事業所での分別・仕分け作業、データ入力までを一括して担ってもらうことで全体フローが円滑に進んだ。**今後、各地域の福祉事業所がサーキュラーの取り組みのハブとなるポテンシャルと感ずることとなった。**
- 今回、4大学の学生団体やゼミとの連携で回収とイベント実施及び学習プログラム（PBL）を実施することで、学生への学びや体験の場を作ると同時に**学生の視点でのプログラムへのフィードバックや課題についてを得ることができた。**
- 透明性とストーリー共有について、**古着を受け取る側にとっては新しい体験でもあり価値を感ずることとなったが、回収時点で自身のメッセージなどを入力する手間やモチベーションにはハードルがあり回収時アンケートは10%前後で低かった。**
- リペアカフェイベント実施により、回収だけではなく既存のアパレル産業や衣類循環の課題、そして**リペアによって長く着続けることの共感をコミュニティに育む**ことができた。そもそも衣類との向き合い方を考え直すきっかけとなった。
- イベントで趣旨を伝え共感を得ることでコミュニティリーダーから新たに取り組みが波及するケースや、回収拠点で近隣との新たなつながりが生まれたケースが見られ、**ハブとなりうる地域コミュニティから繋がりや共感が広がる可能性**を感ずた。
- 実証事業内での適切なリユースの出口までは見つけられず課題が残ったが、今後引き続き模索していく予定。今回は販売は行わなかったため経済性については検証できなかったが、今回の実証では状態が良いもの多く、**販売などの出口があれば地域コミュニティで持続的に運営することが可能な印象**となった。

5 . 事業の成果（本実証事業の成果検証）

< 定量的検証 >

- 回収衣類の分類データ（リユース／リペア／リサイクル／廃棄の分類と比率） → 90%, 5%, 6%, 0% P22参照
- カテゴリ別内訳（アウター、トップス、ボトムス、小物などの構成比） → P23参照
- 衣類の寿命延長に伴うCO₂削減量の試算（例：Tシャツ1枚を1年間延命することで約3kg-CO₂の削減）
→ 2,706 kg削減（ただしリユース可能なものが全てリユースされて新品の購入に置き換わったという前提）

< 福祉的効果 >

- 就労支援事業所の作業記録に基づく作業時間・工程数・スキル向上記録
→ 作業時間 170h, 工程数仕分け作業（NFCタグあり）201枚分、仕分け作業（NFCタグなし）213枚分
- 関係者ヒアリングによる福祉効果・満足度の定性評価 → P42参照

< 教育・意識変容の検証 >

- 学生・一般参加者への事後アンケート（リペアやサステナブルに関する意識変容） → P30, P31参照
- ワークショップ参加者の満足度評価および次回参加意向 → P30, P31参照

< 社会波及性の検証 >

- Web記事・特設ページのPV・UU・滞在時間・SNSシェア数等のメディア分析
→ 告知記事 PV 2,211, UU 1,947, PR Times 転載サイト39, 参照サイト4, 滞在時間 46秒
- 全国展開に向けた導入フローの汎用性・再現性に関する検証（他地域ヒアリング含む）
→ P48, P49参照
全国展開用「ガイドライン」骨子案については2026度中を目標に策定予定
（福祉事業所における分別フローガイドライン、リペアカフェおよび洋服交換会運営ガイドラインを想定）

5 . 事業の成果（サマリー）

Community Loops プロジェクト Short Movie



<https://youtu.be/bl0pOylnHWU>

5 . 事業の成果（衣類回収）

分類	協力パートナー		衣類回収					
			回収日数	回収数	そのままリユース可能	リペアで再利用可能	リサイクル	廃棄（サーマル）
大学	1	神奈川大学（神奈川・横浜）	71	86	75	7	4	
	2	国際基督教大学（東京・三鷹）	30	28	25	2	2	
	3	青山学院大学（東京・渋谷）	1	31	24	3	4	
	4	関西学院大学（兵庫・西宮）	14	397	353	21	23	
	小計		116	542	477	33	33	
地域コミュニティ	1	benten103（神奈川・横浜）	95	156	151	1	4	
	2	City Lab Tokyo（東京・千代田区）	10	80	78	2		
	3	PLAT UMEKITA（大阪・梅田）	36	95	81	4	10	
	4	共創空間 Bee（大阪・梅田）	29	25	21	3	1	
	5	Sameshima Coffee Roastery ANGLER（大阪・京橋）	12	26	20	3	3	
	6	UR都市機構ほとりで（大阪・森之宮）	18	20	18	1	1	
	小計		200	402	369	14	19	
	合計		316	944	845	47	52	
構成比					90%	5%	6%	
当初目標値				1,000	500	200	200	100
目標比				94%	169%	23%	26%	

・回数衣類は目標1,000枚に対して944点、想定よりも**そのまま着られる衣類やバッグが多く全体の90%**を占めた。直せば着られる服が5%、リサイクル行きの衣類やバッグが6%となった。（四捨五入のため内訳の合計割合が100%と一致しない）

・また、回収ボックスへの異物混入などは見られなかった。

・数年前から継続的に衣類やその他の不用品回収の取り組みを行なっている関西学院大学で最も多くの回収数があった。拠点ごとに回収場所や告知の方法に違いはあったが、回収量の差が生まれた主な理由としては拠点ごとのSNS等の発信力の違いが影響していると考えられる。

5 . 事業の成果（衣類回収）

アイテム	個数	
子供服・ベビー服	77	19%
Tシャツ	59	14%
パンツ	59	14%
その他	42	10%
シャツ	38	9%
セーター	26	6%
ジャケット・アウター	20	5%
スカート	18	4%
トレーナー・パーカー	16	4%
カットソー	14	3%
ワンピース	13	3%
小物	12	3%
バッグ	11	3%
ベスト	7	2%
ツーピース	1	0%
複数あり	1	0%
	414	

- ・アイテム別では子供服・ベビー服が最も多く、**サイズアウトによる着用期間の短い子供服・ベビー服を地域内で循環させるポテンシャル**を感じる事となった。
- ・その他、Tシャツやパンツなどカジュアルなアイテムが多く、その他には着物が多く含まれていた。

5 . 事業の成果（衣類回収）



シティラボ東京は、2018年に東京京橋で開設した

「持続可能なまちづくりのためのビジネス創出に向けた参加型プラットフォーム」です。

コワーキングスペースやイベントスペースといった空間の運営、各種プログラムなどの企画を通し、

サステナブルシティ形成に向けたネットワークの構築や、コラボレーションの促進のための活動を行っています。

About

いっしょに創ろう。

あしたに繋がる、
持続可能なみんなのまちを。

わたしの好きなこのまち、あなたの好きなあの景色。
わたし達の大事なこの場所が、
これからもずっと続いていくように。

「暮らす」、「働く」を支える、
明日のみんなのまちのため。
サステナブルな発想・取り組みから、
都市の課題と向き合い、ともに盛り、
ともに動く仲間がいます。

持続可能な都市や、社会づくりを目指す
お馴染みの「シティラボ東京」で、
みんなのまちの明日の話をしませんか？

01

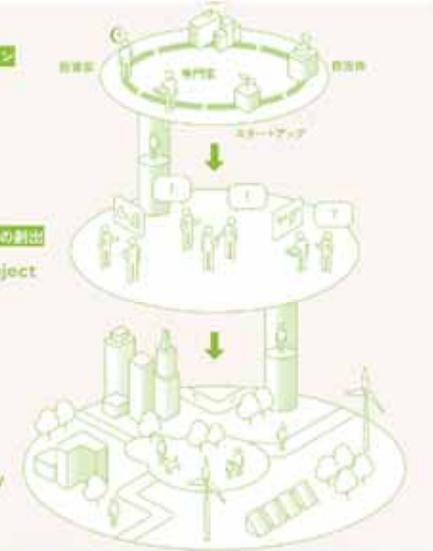
多様なコラボレーション
Sustainability
network

02

サステナブルビジネスの創出
Sustainable project

03

次世代のまちづくり
Sustainable city



City Lab Tokyo コミュニティマネージャーコメント：

今回の取り組みを通じ、衣類回収の確かなニーズや、会員・ビル利用者からの好反応を実感できた。全体的に運用までの負荷が少なく、拠点設置は実施しやすかった。

CLV（City Lab Ventures）メンバーとの協働事例として、外部から訪れる人に対して「サーキュラービジネス」「サステナブル×まちづくり」に取り組む施設であることを伝える効果もあり、施設価値向上にも寄与したと考えられる。また効果を高めるためには、同フロアのお他機関との連携も考えられる。

利用者間、そしてスタッフと会員の自然なコミュニケーションも生まれ、コミュニティ活性にもつながった。今回の実施は小規模ではあるものの、場の可能性、利用者の関心、地域との関係構築など、取り組みを通じて多くの発見を得ることができた。



5 . 事業の成果（衣類回収時アンケート）

分類	協力パートナー		アンケート回収		
			回収数	アンケート回答数	回答率
大学	1	神奈川大学（神奈川・横浜）	86	15	17%
	2	国際基督教大学（東京・三鷹）	28	12	43%
	3	青山学院大学（東京・渋谷）	31	6	19%
	4	関西学院大学（兵庫・西宮）	397	2	1%
		小計	542	35	6%
地域コミュニティ	1	benten103（神奈川・横浜）	156	41	26%
	2	City Lab Tokyo（東京・千代田区）	80	9	11%
	3	PLAT UMEKITA（大阪・梅田）	95	5	5%
	4	共創空間 Bee（大阪・梅田）	25		
	5	Sameshima Coffee Roastery ANGLER（大阪・京橋）	26	5	19%
	6	UR都市機構ほとりで（大阪・森之宮）	20		
		小計	402	60	15%
		合計	944	95	10%

・透明性とストーリー共有について、古着を受け取る側にとっては新しい体験でもあり価値を感じる事となった。

・一方で、回収時点で自身のメッセージなどを入力する手間やモチベーションにはハードルがあり回収時アンケートは10%前後で低かった。

5 . 事業の成果（衣類回収時アンケート）

メッセージ例 （次のオーナーへのメッセージや衣類との思い出など）

- 学生の頃、気に入ってはいていたジーンズ。まだらがかわいい。あまりピタッとしたジーンズをはかなくなってしまったので、寝ていました。
- アメリカで旅行に行き購入しました。デザインは好きだったけど、自分には合わなくなったので。
- 子どもの衣類はすぐ小さくなってしまいうので、部分的にでも何かにご活用いただけたら嬉しいです。
- 着心地ばっつぐん！！体型にストライプが合わなくなり、泣く泣く手放します。
- お母さんからもらった服や過去に結構使った服になってます！次の方へ生まれ変わった形で使われること楽しみにしています！
- 紺色の着物は古着で買いました。寒い冬に室内で暖房を使わずにセーターの上に着てた長着です。着物は絹だから軽くてあったかい！



5 . 事業の成果（分別作業）

福祉事業所での分別・仕分け・データ入力作業

- ① 回収衣類の荷受け検品
- ② 5つのカテゴリーに分別
- ③ データベースに入力
- ④ コメントと衣類のマッチング
- ⑤ NFCチップにデータ紐付け
- ⑥ NFCチップを入れる袋の制作、古着に付与
- ⑦ カテゴリーごとに整理・保管

分類カテゴリー

- 1) そのままりユース_全体的に状態が良い
- 2) そのままりユース_やや使用感がある
- 3) そのままりユース_全体的に使用感がある
- 4) リペアして再利用
- 5) リサイクル

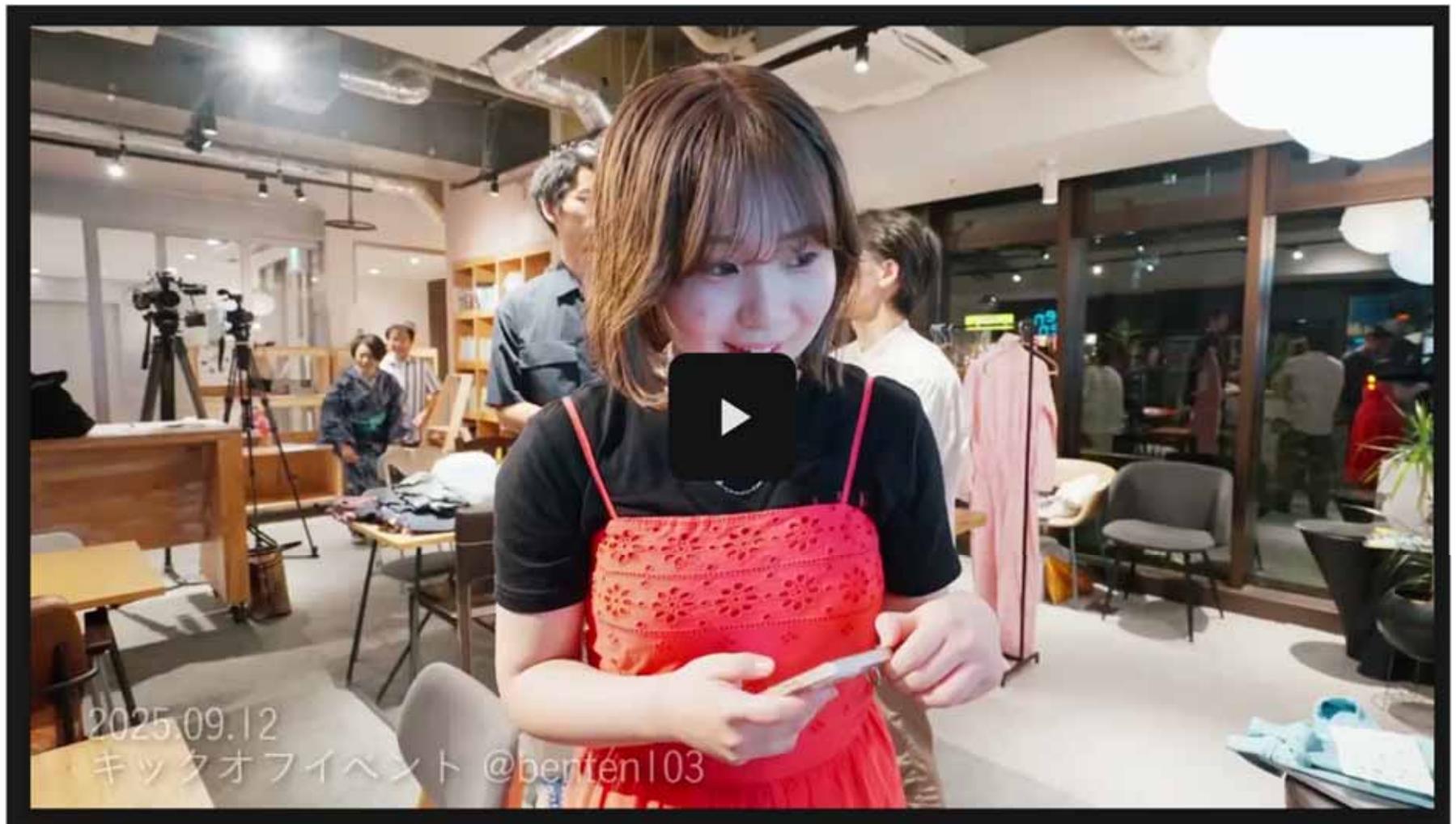


・地域やコミュニティ内での回収、再利用フロー構築するモデルケースを構築する実証であったが、回収から分別、再利用準備までのスムーズな流れが確立できた。

・特に福祉事業所での分別・仕分け作業、データ入力までを一括して担ってもらうことで全体フローが円滑に進んだ。**今後、各地域の福祉事業所がサーキュラーの取り組みのハブとなるポテンシャルと感**じることとなった。

5 . 事業の成果（透明性とストーリー共有）

トレーサビリティとストーリー共有への評価



https://drive.google.com/file/d/10JQkXMqgpycRZLzAAzei5bTDun4YjiJ/view?usp=drive_link

5 . 事業の成果（イベント実績）

分類	協力パートナー		リペアカフェイベント				その他		
			イベント実施	参加者数	衣類修理点数	リメイク点数	衣類持ち帰り	学園祭提供	児童養護施設
大学	1	神奈川大学（神奈川・横浜）	1	18			15		
	2	国際基督教大学（東京・三鷹）	1	11	10		12		
	3	青山学院大学（東京・渋谷）	1	13	15	5	8		
	4	関西学院大学（兵庫・西宮）	1	50	5	15	10	127	40
		小計	4	92	30	20	45	127	40
地域コミュニティ	1	benten103（神奈川・横浜）	2	25	4		48		
	2	City Lab Tokyo（東京・千代田区）							
	3	PLAT UMEKITA（大阪・梅田）	1	10	10		10		
	4	共創空間 Bee（大阪・梅田）	1	8	1		5		
	5	Sameshima Coffee Roastery ANGLER（大阪・京橋）							
	6	UR都市機構ほとりで（大阪・森之宮）							
		小計	4	43	15	0	63		
		合計	8	135	45	20	108	127	40

- ・ 4 大学、3 地域コミュニティで合計 8 回のリユース&リペアイベントが開催され、合計135名が参加した。
- ・ 各イベントでは洋服交換会や回収衣類の無償提供などを行うと同時にリペアサービスやリペア体験、アップサイクルワークショップなどが行われ、回収だけではなく既存のアパレル産業や衣類循環の課題、そして**リペアによって長く着続けることの共感をコミュニティに育む**ことができた。

5 . 事業の成果（イベント参加アンケート）

参加イベント Participated event	年代 Age	性別 Gender	Q4. イベント参加前はリペア・リメイクにどのような印象を抱いていましたか。また、参加後にその印象に変化はありましたか。 Has your impression changed after participating?	Q12. 社会にリペアの文化を広げるために何が必要だと思いますか？ What do you think is needed to spread the culture of repair in society?	Q13. 衣類回収や再利用の仕組みについて、どのような仕組みや取り組みがあると良いと思いますか？ What kind of systems and do you think would be good for reusing clothing?
11/11（火） 関西学院大学リペアカフェ	10代	女性	参加前はリペア・リメイクの名前すら知らなかったためどういふものなのか分からなかったが、参加後はその背景を知ることができて印象に変化があった。	リペアは難しいというイメージがあるため、そのイメージを減らすために学校教育のカリキュラムにリペア文化学習を取り入れてみたいと思った。	自治体と連携してドローンを飛ばして衣類回収を行えば、回収場所に持っていくという負担が軽減されると思う。
11/11（火） 関西学院大学リペアカフェ	20代	男性	以前も破れたデニムを直してもらったことがありましたが、今回はリペアする様子を見させていただきました。今回は少しお話しする機会もあったのですが、お話ししていく中で破れたデニムの謎が解けたり、逆に破れたデニムから私の癖が垣間見れたりして、楽しい経験でした。	気軽にリペアに触れる機会とかでしょうか	再利用の際に、元の持ち主のストーリーがわかるようなものがあると、ただ環境に良いからや安いからといった理由だけでなく、再利用に別の価値が生まれそうだと思います
11/11（火） 関西学院大学リペアカフェ	20代	女性	参加前は少し面倒臭そうだと思っていたが、実際にやってみると楽しく、面倒臭さは感じなかった。		

「以前も破れたデニムを直してもらったことがありましたが、今回はリペアする様子を見させていただきました。今回は少しお話しする機会もあったのですが、お話ししていく中で破れたデニムの謎が解けたり、逆に破れたデニムから私の癖が垣間見れたりして、楽しい経験でした。」

「リペアは難しいというイメージがあるため、そのイメージを減らすために学校教育のカリキュラムにリペア文化学習を取り入れてみたいと思った。」

5 . 事業の成果（イベント参加アンケート）

参加イベント Participated event	年代 Age	性別 Gender	Q4. イベント参加前はリペア・リメイクにどのような印象を抱いていましたか。また、参加後にその印象に変化はありましたか。 Has your impression changed after participating?	Q12. 社会にリペアの文化を広げるために何が必要だと思いますか？ What do you think is needed to spread the culture of repair in society?	Q13. 衣類回収や再利用の仕組みについて、どのような仕組みや取り組みがあると良いと思いますか？ What kind of systems and do you think would be good for reusing clothing?
11/12 (水) Plat Umekitaリペアカフェ	40代	男性	愛着ある服を着続けられるのが素敵で物を大切にしようという意識も湧いてきます		
11/12 (水) Plat Umekitaリペアカフェ	30代	女性	難しそう、だけどやってみたい！という気持ちでした。	体験の場をつくる。 修理できる前提の製品を増やす。	回収後の衣服の再配布がどこでやっているのかがよく分からない印象です。 出すだけでなく、メリットも分かりやすかったら取り組み人が増えるのかと思います。
11/12 (水) Plat Umekitaリペアカフェ	50代	女性	参加前は、リペアやリメイクを「壊れたものを直す」というシンプルなお直しの作業として捉えていました。 しかし、参加後はその印象が大きく変わりました。リペアカフェをテーマにした映画の影響もありましたが、当日のCYKLUSの皆さんや関係者、PU活運営のハチ担当の方々がつくり出すあたたかな雰囲気に触れ、「リペア」は単なる修理ではなく、「人と人をつなぐ場」だと感じるようになりました。リペアカフェの意義を、物を直すことを通じて関係を紡ぐコミュニティ活動として実感しました。	リペア文化を広げるには、「直すことの楽しさ」を身近に感じられる場づくりが大切だと思います。リペアを特別な技術ではなく、誰でも気軽に挑戦できることとして伝える工夫が必要です。 また、ファッションやライフスタイルと結びつけ、「おしゃれの一部」として発信することも効果的だと感じます。さらに、職人さんや地域、企業が連携し、リペアを支える仕組みを整えることで、モノを大切にする文化が社会に根づいていくと思いました。	CYKLUSさんが実証実験で行っている「タグ」の活用を広げることは、とても意義があると感じました。タグには、手放した人の思いやエピソード、どんなふうに着てもらいたいかななどが記されていて、単なるリサイクル情報ではなく、人と人をつなぐ温かい仕組みになっていました。 こうしたタグ付きのリサイクルが広がれば、衣類への愛着が生まれ、簡単に捨てるという意識も減ると思います。受け取る側も前の持ち主の思いに触れることで、より大切にしたいという気持ちが育つはずで、モノを介して人の想いが循環する、そんな仕組みが広がっていくと良いと思います。
11/12 (水) Plat Umekitaリペアカフェ	20代	女性	専門的な技術が必要で、お店に持って行かなければリペアできないと思っていましたが、でも、今回のリペアカフェを通じて、知識と少しのコツを知っていれば自分でも簡単なリペアができるとわかり、勇気が出ました！	簡単なリペア技術を伝えるワークショップを各地で開催すること。もうすでにたくさんのワークショップをされてると思いますが、大人になって改めて、手縫いする機会？ミシンに触れる機会を経験するとリペアのハードルがグッと下がると思います！（服の修理はお金がかかる、安い服だともう捨てるか、と私も思いがちです。）	道端とか、普段通る道に設置するのはどうでしょうか(防犯の問題がありますが、)
11/12 (水) Plat Umekitaリペアカフェ	40代	男性	リペアやリメイクは難しいものだと思っていた。参加した後も技術やセンスが必要だということは変わらないけれど、気軽に相談できる場があると良いなと思いました。	気軽に相談でき直してくれる場所 例えばカフェとかにリペアできる場所があったりすると良いなと思いました。	長く使い続けることが環境負荷が少ないということを知って、楽しく服を循環させたいです。

「リペア文化を広げるには、「直すことの楽しさ」を身近に感じられる場づくりが大切だと思います。リペアを特別な技術ではなく、誰でも気軽に挑戦できることとして伝える工夫が必要です。また、ファッションやライフスタイルと結びつけ、「おしゃれの一部」として発信することも効果的だと感じます。さらに、職人さんや地域、企業が連携し、リペアを支える仕組みを整えることで、モノを大切にする文化が社会に根づいていくと思いました。」

5 . 事業の成果（イベントレポート）

手放す、めぐる、生まれ変わる。服と物語の交換

～地域をまるごとクローゼットにする「Community Loops」&リペアカフェ～

<開催概要>

日時：2025年9月12日(金) 18:00-20:00 トーク & 服交換会

会場

場所：benten103

対象：地域コミュニティ等の一般参加者

<コンテンツ>

- ・オープニングトーク
- ・ファッションスワップタイム
- ・洋服紹介&クロストーク

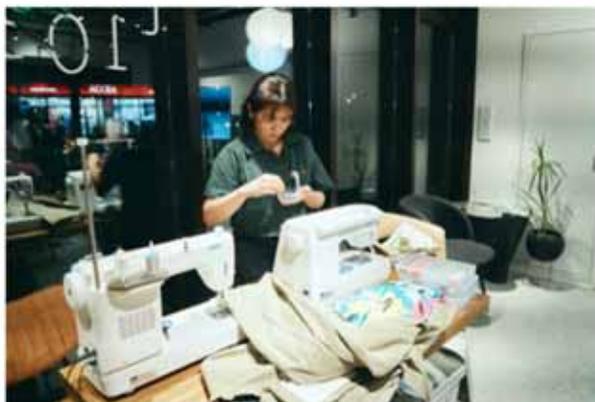
<実績>

洋服交換会 イベント参加者 14名

洋服交換点数 22点



9月12日、環境省採択の使用済み衣料回収実証事業「Community Loops」のキックオフイベントが開催され、14名の参加者が思い出やエピソードのつまった衣類を持ち寄りました。大切にしてきた着物、着なくなったお気に入りの服、家族に託された服などが、それぞれにまつわる物語と共に会場に集まりました。



5 . 事業の成果（イベントレポート）

LINK20「リペア」×「スローファッション」

<開催概要>

日時：2025年 9月21日(土) 15:00-18:00
主催：青山学院大学 Innovation Around20
場所：下北ワープ
対象：学生、一般

<コンテンツ>

- ・「リペアカフェ」上映会
- ・ミシンやワッペンによるリペア体験
- ・古着の無償提供

<実績>

参加者 13名

アパレル産業の環境問題にフォーカスし、「スローファッション」を広めるために活動している学生団体 Innovation Around 20とCommunity Loops共催によるリペアカフェイベントが開催された。Around 20が過去に回収した古着や端切れを活用して作成したオリジナルワッペンを活用したリペアやリメイクを楽しみ、「リペア」と「スローファッション」を掛け合わせを考え実践する機会となった。



5 . 事業の成果（イベントレポート）

ICU大学SDGs推進室主催「リペアカフェ」

<開催概要>

日時：2025年 11月1日(土) 13:00-16:30

場所：ICU大学 三鷹キャンパス 新D館

対象：学生

<コンテンツ>

- ・「リペアカフェ」上映会
- ・ミシンや刺繍によるリペア体験
- ・Re-dyeing projectによる染め直し展示

<実績>

参加者 7名

ICU大学SDGs推進室「エシカルファッション班」と Community Loopsの共同企画。

ドキュメンタリー映画「リペアカフェ」上映会の後、SDGs推進室によって準備されたいくつかの課題やテーマに沿ってディスカッション。アパレル産業における大量生産や大量消費の課題に向き合い、より良い社会に向けての意見交換が活発に行われた。その後のリペア体験会ではそれぞれ持ち寄ったリペア希望品をリペア職人が修理を施すとともに、自身で刺繍を行い修理およびリメイクを楽しんだ。



5 . 事業の成果（イベントレポート）

【PU活：大阪梅田でエシカルを楽しもう】長く使うファッションに踏み出そう！
やってみよう | 第3回 ファッションリペアカフェ in PLAT UMEKITA

<開催概要>

日時：2025年 11月12日(水) 18:30-20:00

場所：PLAT UMEKITA

対象：PU活参加者

<コンテンツ>

- ・ Community Loopsプロジェクトの説明
- ・ リペア・アレンジWS

参加者が持ち込んだ「直したい、捨てられない服」を、長く着続けるための修理方法やアレンジ方法を参加者と修理技術者でアイデアを共有し、技術者のサポートのもと実際に参加者が手を動かし、修理やアレンジに挑戦。

<実績>

参加者 10名

体験型共創施設PLAT UMEKITAで「エシカルテイメント」をテーマに企画されている「PU活（ぶかつ）」のイベントとして実施。PU活参加者はサステイナブル・エシカルに興味がある方が多く、サーキュラーエコノミーの知識や課題のインプットの次の段階として、自ら実践する機会の提供の場となった。大阪のファッションの中心地である梅田での開催という点においてインパクトが強く、参加者から地域コミュニティへの波及効果も見込めるイベントとなった。



5 . 事業の成果（PBLレポート）

神奈川大学道用ゼミ × CommunityLoops “Co-CreationLab” 【Phase3:拡張と総括】循環型の未来へ繋ぐ学内中間発表会

<開催概要>

日時：2025年 11月21日(金) 15:20-17:00

場所：神奈川大学みなとみらいキャンパス1Fソーシャルcommons

対象：神奈川大学道用ゼミ学生

<パネラー>

合同会社CYKLUS代表・CommunityLoops事業責任者平田健夫
横浜市横浜市脱炭素・GREENXEXPO推進局課長補佐飯島延矢様
サステナブルファッション専門家山口大人（やまぐちまさと）様

<発表会内容>

道用ゼミ 4チームの企画プロジェクト 中間発表（各10分）

パネラーから各チームへフィードバック・Q&A・ディスカッション（各5分）



ゼミの中で学んだ衣類の廃棄に関する社会課題を解決するための方法を各チームでプロジェクトとして立案、実際にプロトタイプを作成や具体的なプロダクトや枠組みの企画を行い、社会実装することでのアウトカムやインパクトを発表。学内で回収した製品で作成されたプロトタイプや、実際の運用を目指し作成されたウェブサイトは高い完成度であった。また、衣類回収やリユース品に対する若年層の率直な考えが反映された各プロジェクトは、世代間における価値観の違いに応じた心理的価値の創出の必要性が示され、社会全体へリユース事業を波及させるための収穫となった。



5 . 事業の成果（イベントレポート）

リペアカフェみなとみらい 対話編 "その服は、何を語りたがっている？"

<開催概要>

日時：2025年 11月22日(土) 13:00-15:00

場所：神奈川大学みなとみらいキャンパス FabLabみなとみらい

対象：地域コミュニティ等の一般参加者

<コンテンツ>

・「リペアカフェ」上映と感想発表

・対話ワークショップ「Listen to your Clothes」

修理したい服、手放せない物語のある衣類と向き合い、その物語を参加者同士で共有し合う対話ワークショップ

・「これから」のリペア相談会

修理方法やアイデアをリペアラーに相談し、自身で取り組めるきっかけやヒントを得る

・黒染めの展示（Re:dyeingproject提供）

<実績>

参加者 9名



モノを大切にできる意識の高い方や、ご自身で手芸や縫い物を趣味とされている方、またリペアカフェに興味のある方の参加が多く、ただ直したいというだけではなく、愛着のあるモノに対してのストーリーに共感度の高いイベントとなった。

ご自身の技術を活かして社会貢献や地域コミュニティとのつながりを作りたい方たちにとって、「リペアカフェ」という場が彼らを行動に導くためのツールとなる可能性の高さが窺えた。



5 . 事業の成果（イベントレポート）

手放す、めぐる、生まれ変わる。服と物語の交換

～地域をまるごとクローゼットにする「Community Loops」&リペアカフェ～

<開催概要>

日時：2025年 12月3日(水)

14:00-18:00 リペアカフェ

18:00-20:00 トーク&服交換会

場所：benten103

対象：地域コミュニティ等の一般参加者

<コンテンツ>

- ・リペアカフェ 参加者が持ち込んだ衣類の修理
- ・オープニングトーク
- ・ファッションスワップタイム
- ・洋服紹介&クロストーク

<実績>

修理品持ち込み 5名

洋服交換会 イベント参加者 10名

リペアカフェでは、サイズアウトした洋服や母親からもらったお気に入りの服のなどが持ち込まれ、修理を行なった。また、シニア層でリペアカフェに興味を持ち、ご自身の技術を活かしたボランティア活動をしたいと思っている方が数名来場された。縫製経験があるシニア層は多く、リペアカフェやリユース事業の中の作業など、活躍の場を作ること生きがいの創出や、他世代との交流に繋がる可能性が考えられた。



5 . 事業の成果（イベントレポート）

クローゼットに眠る服を交換しよう

開催概要

日時：2025年 12月4日(金) 19:00-20:30

場所：共創空間bee（大阪・梅田）

株式会社オカムラ オフィス内

対象：地域コミュニティ等の一般参加者

コンテンツ

- ・洋服紹介&クロストーク
- ・衣類のリペアサービス
- ・回収衣類でコーディネート対決

実績

洋服交換会 イベント参加者 5名



大学生や地域で勤務する会社員の方が参加し、Community Loopsで回収された衣類や持ち込み衣類をお互いに交換し合う洋服交換会を実施。修理したい服を直すりペアサービスも同時開催。破れたニットを修理したり、ミシンを体験する機会の提供ができ、洋服交換会でのコーディネート対決では2チームに分かれてオフィスカジュアルコーディネートアイデアを出し合った。手放された衣類も合わせ方により価値を再認識させる興味深い取り組みとなった。



5 . 事業の成果（広報・情報発信）

- ・ 「IDEAS FOR GOOD」 Community Loops事業内容告知記事掲載：2025年9月12日
－ [「服がめぐり、人がつながる。地域発の衣類循環プロジェクト「Community Loops」、横浜・東京・大阪で始動」](#)
- ・ 「IDEAS FOR GOOD」 Community Loops事業内容報告 記事掲載：2026年1月予定
- ・ webメディア「Circular Yokohama」掲載：2025年8月20日
－ [【9/12】手放す、めぐる、生まれ変わる。服と物語を交換し、地域をまるごとクローゼットにする「Community Loops」キックオフイベントが開催](#)
- ・ FM Fuji 「ACTAS」電話インタビュー取材：2025年9月22日
- ・ 神奈川大学みなとみらいキャンパス「お知らせ」掲載：2025年9月22日
－ [環境省採択プロジェクト「Community Loops」に本学が協力します](#)
- ・ webメディア「Circular Yokohama」掲載：2025年9月24日
－ [「服がめぐり、人がつながる。地域発の衣類循環プロジェクト「Community Loops」、横浜・東京・大阪で始動」](#)
- ・ KANMATCHプロジェクト公式サイト掲載：2025年11月18日
－ [服がめぐり、人がつながる、まちのループ。Community Loopsに参加しています。](#)
- ・ FMヨコハマ「Keep Green and Blue」出演：2025年11月23日-26日



5 . 事業の成果（総評）

今回の実証事業を通じて、地域内での衣類循環の仕組みづくりにおいて、社会福祉事業所をハブとし、地域のステークホルダーが協力しながら、**導入ハードルの低い衣類回収システムを構築・運用することの高いポテンシャル**を確認することができた。

また、**教育機関や自治体、まちづくり・コミュニティづくりに取り組む関係者が連携**し、仕組みの構築から運営までを担う体制が実現可能であることも明らかになった。

さらに、なぜ衣類回収が必要なのか、**リペアを含めた長期利用の価値とは何かを伝えるイベントと組み合わせることで**、消費のあり方やモノと人との関係性を見つめ直す機会を創出できることがわかった。単なる仕組みの構築にとどまらず、モノを長く大切に使い、再利用することの価値を「文化」として育んでいく重要性を強く認識する結果となった。

近年、商業施設や自治体、メーカーなどによる衣類回収の取り組みが広がり、生活動線上に回収の選択肢が生まれつつあることは大きな前進である。「捨てる」から「循環させる」へと意識が変化し、衣類が再び社会に戻る道筋が少しずつ整いつつある。一方で、不要となった衣類を効率的に大量回収し、再利用・再資源化する仕組みだけでは見落とされがちな課題も存在する。

Community Loopsでは、こうした課題に対し、「**人とモノの関係性**」を大切に**する地域内循環の視点**を組み込み、将来的には既存の仕組みの強みも活かしながら、より良い衣類循環の社会実装の可能性を継続的に模索していきたい。

Community Loops

6 . 今後の検討課題

社会福祉事業所での仕分け等作業

今回協力いただいた就労継続支援B型事業所「エールヨコハマ」は、新しい取り組みに対する柔軟性が高く、衣類の仕分け・分別といった手作業からデータ入力までを一貫して担うことができる体制を有していた。そのため、回収から管理までの一連のオペレーションを円滑に構築・運用することが可能となった。福祉事業所が地域内循環の中核を担ううえで、業務適応力と多様な作業工程への対応力が重要な要素であることが、本実証を通じて確認された。

今後、本取り組みを他地域へ横展開していくにあたっては、今回の実証で得られた知見を反映したガイドラインを整備するとともに、事業所向けのトレーニングプログラムを構築することが不可欠である。これにより、地域や事業所ごとの差異を踏まえつつ、一定の品質と効率を担保した運用が可能になると考えられる。

また、今回は実証期間が限られていたため、リペアやリメイクに関する本格的なトレーニングまでは実施できなかったが、今後、回収した衣類に付加価値を加えるリペア・リメイクサービスを福祉事業所内で担えるようになれば、回収・再利用プログラムの質はさらに高まると考えられる。福祉事業所が地域のハブとして機能することで、将来的には衣類に限らず、他の資源循環分野へと展開していくポテンシャルも有している。



6 . 今後の検討課題

NFCチップによる透明性とストーリー共有

今回の実証において、衣類回収時に利用者自身がメッセージや情報を登録するプロセスは、心理的・運用的なハードルが一定程度あることが明らかになった。一方で、回収された衣類を受け取る側にとっては、その背景やストーリーが共有されることの価値が高く、共感や納得感を高める要素となり得ることが確認された。

このことから、今後の回収モデルにおいて、回収時点で利用者に情報入力を求める設計を前提とすることは、必ずしも現実的ではない可能性がある。

一方で、DPP（デジタル・プロダクト・パスポート）など、仕組みとしてあらかじめ情報蓄積の基盤が組み込まれている場合には、ユーザーが無理なく使用履歴やエピソードを追加していき、それらが結果的にリースや再流通のタイミングで次の利用者に引き継がれる仕組みの構築が考えられる。こうした形であれば、利用者負担を抑えながら、ストーリー共有による価値創出を実現できる可能性がある。

また、透明性の確保という観点に限定すれば、必ずしもすべての衣類にNFCチップを付与する必要はない。福祉事業所において回収・仕分け・再流通の各工程を定量的にトラッキングし、後追い可能なデータ管理体制を整えることで、一定程度は代替可能であると考えられる。NFCチップの活用については、ストーリー性や体験価値を重視する場面に限定するなど、目的に応じた使い分けが今後の検討課題となる。



6 . 今後の検討課題

リペア / リメイク

リペアを施せば引き続き着用可能であるにもかかわらず、多くの衣類が廃棄されている現状を踏まえ、本実証ではリペアが必要な衣類を回収するトライアルを実施した。しかし、告知段階において趣旨が十分に伝わらなかったこともあり、回収品全体に占めるリペア対象品の割合は5%と限定的な結果となった。リペアの必要性や目的を短い告知の中で伝えることの難しさが、改めて浮き彫りとなった。（売り切れなかったリペア品・リユース品は現在はストックしており、基本的に地域内循環の可能性を探り、再利用の状況はCommunity Loops特設ページで公開予定。）

一方で、リペアカフェ等のイベントを通じて、衣類を直す楽しさや、再び着られるようになる喜びを体験として伝えることには大きな手応えがあった。参加者がリペアを「単に元に戻す行為」ではなくそれを越えた「モノとの関係性を深める体験」として捉えることで、衣類との関係性が変化する様子が確認された。

また、リペアは「誰かのものを直す」よりも、「自分のものを直す」ことに対して高い価値を感じやすい傾向があることも示唆された。今後は、衣類を手放す前の段階でリペアという選択肢に自然にアクセスできる仕組みを普及させることが重要であり、回収とリペアを明確に分けた導線設計や、リペア体験を起点とした循環モデルの構築が求められる。



6 . 今後の検討課題

教育

神奈川大学におけるPBL（Project Based Learning）では、本プログラムを題材として、衣類廃棄や地域循環といった社会課題を自分ごととして捉え、解決策を考える有意義な学びの機会となった。学生が実際の地域課題に向き合い、企画や提案を行うプロセスは、机上の学習にとどまらない実践的な教育効果をもたらした。

また、運営側にとっても、学生ならではの視点や発想に触れることで、新たな気づきやこれまで想定していなかった考え方を得る機会となり、プログラムの改善や発展につながる示唆が得られた。他大学においても、学生が主体となって企画や運営に関わることで、それぞれの大学や地域特性を反映した個性ある取り組みが展開された。

一方で、今後の課題として、もともと関心の高い学生層にとどまらず、より幅広い学生がプログラムに参加・学習できる機会をどのように創出していくかが挙げられる。選択科目や課外活動に限らず、学部横断型の取り組みや、地域と連携した実践の場を設けることが一つの方向性として考えられる。

加えて、学生同士の横のつながりを育むとともに、学生と地域コミュニティが協働する関係性をどのように構築していくかも重要なテーマである。教育と地域循環の取り組みを結びつけることで、学びが一過性の体験に終わらず、地域に根づいた持続的な活動へと発展していくことが期待される。



6 . 今後の検討課題

人の集いの場づくり

地域コミュニティにおいて、人が集い、衣類循環や資源循環について考える「場」を設けることは、高い有効性を持つことが確認された。単に衣類を循環させる仕組みを提供するだけでなく、その意義や、そもそもモノとどのように向き合うべきかを考える機会を併せて提供することは、環境的観点からも重要である。

実際、そのような対話や体験の場があれば参加したいと考える人は多く、今回の実証においても、意図的に機会を創出することで、地域内に新たなつながりや関係性が数多く生まれた。衣類回収やりペアといった行為をきっかけに、人と人が緩やかにつながり、循環を自分ごととして捉える土壌が形成されつつあることが確認できた。

一方で、こうした「場」を継続的に成立させるためには、自治体の関与や地域のリーダーの存在、そして複数の主体をつなぐハブとなるコーディネーターの役割が不可欠である。地域特性を理解し、関係者を調整しながら場を設計・運営する存在があってこそ、循環の取り組みは一過性に終わらず、地域に根づいた活動として展開していくと考えられる。



6 . 今後の検討課題

衣類回収システムについて考察

2030年までに衣類廃棄量を25%削減するためには、回収・再利用の仕組みを整備するだけでなく、市民一人ひとりの衣類との向き合い方そのものを見直していく必要がある。街の中に回収拠点が増え、「捨てる」以外の選択肢が身近になることは重要な一歩であるが、容易に手放せる環境が、同時に容易な買い替えを助長してしまう可能性も否定できない。

そのため、街での衣類回収プログラムは、単に衣類を集める仕組みとしてではなく、「なぜ回収するのか」「その衣類がその後どのように扱われるのか」を市民と共有する場として設計される必要がある。回収と同時に、長く使うことや修理すること、再利用することの意味を伝えることで、消費行動そのものを見直すきっかけを生み出すことができる。

また、回収・再利用のフローに加え、衣類を手放す前の段階で立ち止まる選択肢を社会に根づかせていくことも重要である。リペアやメンテナンス、誰かに引き継ぐといった行為を、特別なことではなく日常的な選択肢として提示することで、衣類の総量そのものを抑制していく視点が求められる。

本実証で得られた知見からは、衣類回収を起点とした取り組みが、市民の意識変容や地域内の対話を生み出す力を持つことが確認された。街の中に「考える場」や「関わる余地」を設けることで、衣類循環は単なる環境施策ではなく、暮らしや価値観に根ざした行動として定着していく可能性がある。今後は、こうした市民参加型の回収プログラムを通じて、無理なく、しかし確実に、衣類との関係性を変えていく取り組みが求められる。

7 . 事業終了後の展開

本実証事業を通じて、Community Loopsの取り組みに関心を示す企業、団体、自治体が複数現れている。本プログラムは、地域内で循環のハブとなる社会福祉事業所が存在すれば、比較的低い導入コストで立ち上げることが可能であり、一定の品質を担保した衣類を回収できれば、地域内に販売・活用の出口を見出すことで、大きな利益を前提とせずとも持続可能な運営モデルを構築できる可能性を有している。

また、本取り組みは衣類循環にとどまらず、教育的効果、福祉的価値、さらにはまちづくりの観点からも波及効果が大きい点が特徴である。例えば、福井県で地域循環を推進する「ぐるぐるふくい」では、越前町の社会福祉施設「ドリカムベース」をハブとした展開に高いポテンシャルが見込まれている。加えて、「ないものはない」というコンセプトを掲げる隠岐島・海士町からも関心が寄せられており、地域資源を活かした循環型の取り組みとの親和性が高いと考えられる。

さらに、地方都市の商業施設においては、服装専門学校と連携した取り組みの検討が進んでおり、教育機関と結びついた循環モデルの可能性も見え始めている。また、今回実証の終盤に回収拠点として協力いただいたUR都市機構「ほとりで」からは、今後、地域内循環に継続的に取り組みたいとの声が上がっており、住宅・生活圏を起点とした展開も期待される。

これらの動きを踏まえ、Community Loopsは今後も各地域の特性や既存の取り組みを尊重しながら、地域に根ざした循環モデルの社会実装を段階的に進めていくことを目指す。

8 . 横展開へのポイント

本プログラムは、地域内に循環の中核を担う社会福祉事業所とこの取り組みに賛同するステークホルダーが集まれば、大きな投資を行わずとも導入が可能であり、回収衣類の品質と行き先を地域内で確保できれば、継続的に運営できる仕組みである。すでにいくつかの団体、企業、自治体から関心が寄せられており、他地域への展開に向けた土壌が整いつつある。

横展開を進めるうえでの主なポイントとしては、まず福祉事業所における作業フローや品質基準の整理といったオペレーションルールの整備が挙げられる。加えて、関係するステークホルダーが無理なく運用できるCommunity Loopsの導入及び運用ガイドライン整備や、地域ごとの協力パートナーの発掘・関係構築が不可欠である。

また、循環の取り組みを一過性の活動に終わらせないためには、教育的視点を組み込むことが重要であり、学校や専門教育機関との連携は積極的に検討すべき要素である。導入・運営初期においては、自治体や地域のハブとなる地元企業による一定の資金的支援があることで、関係者が最初の一步を踏み出しやすくなり、結果として地域に根づいた取り組みへと発展していくことが期待される。

子ども服リユース「おゆずりぐるり」 ～市民団体と行政の協働による 使用済み子ども服の取組みの拡充と発展～ 事業報告書

特定非営利活動法人
とよなか市民環境会議アジェンダ21

2025年12月

1 . 対象地域の概要

●対象地域

大阪府豊中市

●人口等（2025年9月1日現在）【豊中市ダッシュボード】

人口：405,946人

世帯数：200,163世帯（1世帯平均 約2.03人）

●年齢構成（2025年4月1日現在）【豊中市ダッシュボード】

0～14歳：53,185人（13.1%）

15～64歳：247,540人（61.1%）

65歳以上：104,698人（25.8%）

就学前児童人口（0～5歳）18,727人（4.6%）

年少人口（0～14歳）53,185人（13.1%）

1 . 対象地域の概要

●特徴（「第2次豊中市都市計画マスタープラン」参照）

- ・市内全域が市街化区域
- ・住居系施設の割合が高く、人口の99%が駅・バスの圏内
- ・昭和30年代中頃～40年代中頃に大規模な公的住宅などが開発
- ・エリア別

北部・北東部・東部：戸建と集合住宅が比較的明確に分かれている

（イメージ）会社員を中心としたニュータウンのエリア

中北部・中部：戸建と集合住宅が混在した市街地が多くを占める

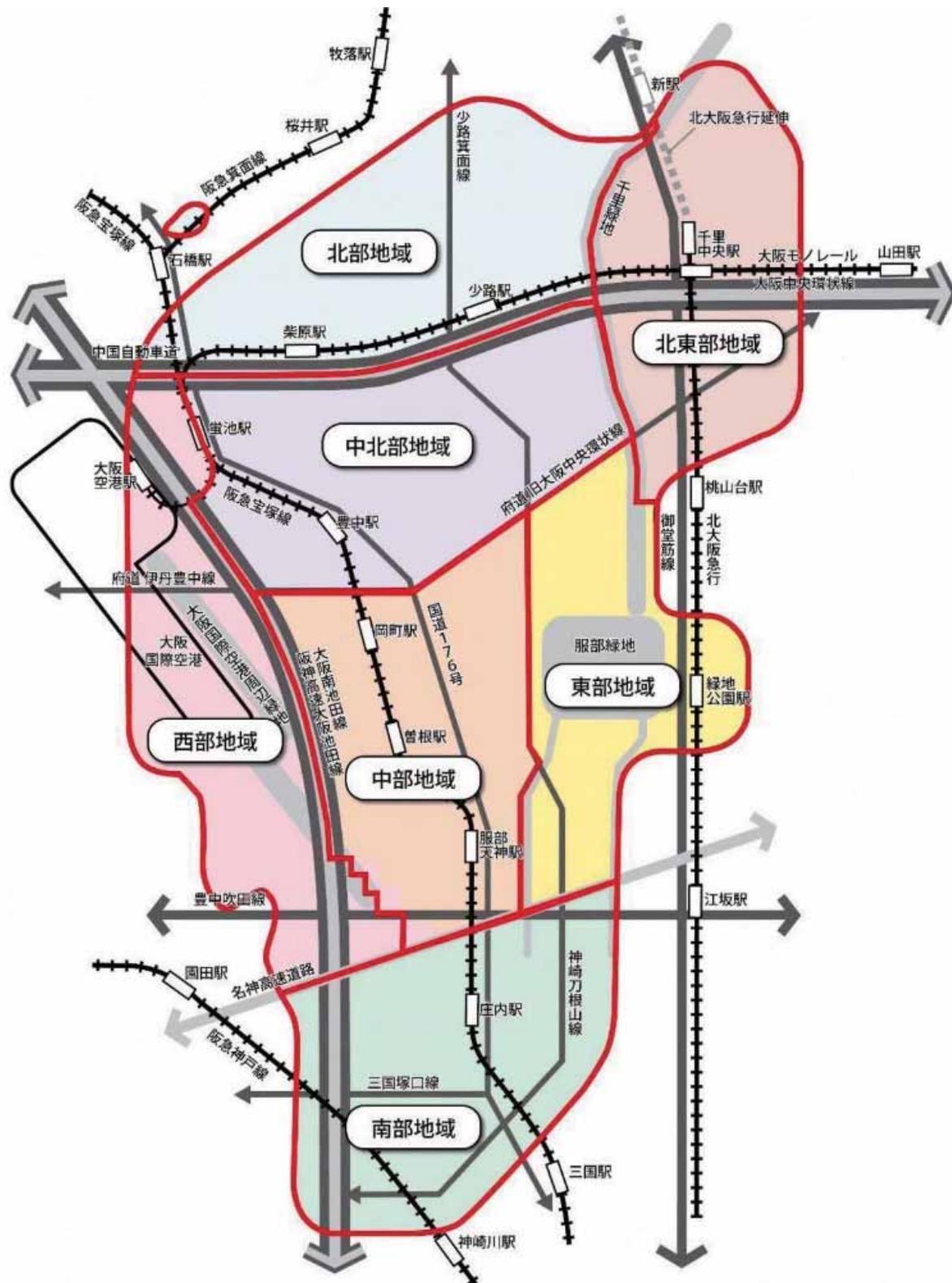
（イメージ）昔からの富裕層や転勤族などが多く住むエリア

西部：空港関連施設や工業系施設が多く立地

（イメージ）工業系で夜間人口が少ないエリア

南部：住居系施設と工業系施設が混在

（イメージ）人情ある下町エリア



2. 事業の目的 < 昨年度モデル事業の実績 >

●対象エリア

豊中市全域（豊中市内の特定のエリアに限定しない）

●対象の規模

本モデル事業の参加者合計を7,000人（人口の1.75％）に設定

※昨年度の参加人数3,540人から、ごみの減量目標と同じく「0.8％」と同じ割合の参加者数3,180人を上乗せして端数を切上げ

●現状の取組み（昨年度のモデル事業）

①子ども服リユース常設拠点での回収

既存拠点での運営（環境交流センター）

期間6月21日～12月15日

参加者647人、回収896枚、配布2,202枚

アンケート実施 12月1日～15日 回答19人

新規拠点の開設（テトラポットカフェ）

期間10月31日～12月12日

回収418枚、補充（配布分の提供）509枚



2. 事業の目的 < 昨年度モデル事業の実績 >

② イベント等の実施

イベントの開催・参加

期間	行事名	参加者	配布	回収	アンケート
6/24～28	魅力発信コーナー(6月)		208枚		
7/5～12	野畑図書館	501人	1,280枚	2,130枚	63人
8/2～8	魅力発信コーナー(8月)		149枚		
8/27～9/1	岡町図書館	682人	2,384枚	2,327枚	148人
9/28	ちゃんぷる屋台村	197人	502枚	163枚	
10/7～11	魅力発信コーナー(10月)		203枚		
10/23～30	東豊中図書館	705人	2,409枚	3,101枚	111人
11/16	とよなか市民環境展	49人		537枚	29人
11/23～24	北条公民分館文化祭	224人	1,275枚	296枚	19人
12/2～6	魅力発信コーナー(12月)		246枚		
12/7	わくわくランド	148人	740枚	158枚	25人
	合計	2,506人	9,396枚	8,712枚	395人

2. 事業の目的 < 昨年度モデル事業の実績 >

② イベント等の実施

子ども服の回収

コープ桜塚 7～11月（各月1週間のみ） 回収4,167枚

千里体育館 11月22日～12月5日 回収1,564枚

③ 小学校でのモデル実施

大池小学校

環境学習の試行（4年生） 11月1日 3クラスで約100人

子ども服の回収 10月28日～11月9日 回収1,094枚

④ 回収ボックスの制作

シミ・汚れなどのある子ども服を原材料に、再生繊維フェルト（Rebornfiber®）のボード材を制作し、そのボード材を組み立てる形で制作

※使用済みの子ども服から子ども服専用の回収ボックスを制作した事例としては初となる。



2. 事業の目的 < 昨年度モデル事業の実績 >

⑤ 子ども服の在庫整理とボランティア体験会

子ども服の在庫整理

連携団体が中心となり、環境事業所の子ども服を仕分けし、仕分け方法などを見直してコーディネーターの手引きに反映

ボランティア体験会

市内4か所で開催し、合計23人が参加、うち19人がボランティア登録

⑥ 広報・情報発信

ショップカードやリーフレットの制作、イベント等のチラシの作成
Instagramでの発信、マチカネポイントアプリでの発信



2．事業の目的

●現状の課題と対応（応募時点）

- ・（課題）常設拠点では配布枚数が増加し、子ども服の供給が不足しがちになっている。
- （対応）常設拠点にて設置する子ども服の適量や頻度について検討する。

- ・（課題）そもそも市内の家庭にある子ども服の数量等や、購入・廃棄の流れが不明。また、行政計画上の目標設定との連動も不明瞭で、活動のゴールが定まっていない。
- （対応）常設拠点やイベントの参加者を対象にアンケートを実施して、市内における子ども服の潜在的な枚数とフローを推計し、全体の概略を把握する。また、行政計画上の目標設定とも比較し、活動のゴールも検討する。

- ・（課題）子ども服に関する環境学習を市内のすべての小学校で実施する見通しが立っていない一方で、小学校へ情報提供し、希望した小学校に対して個別対応は可能である。
- （対応）小学校等に対して環境学習プログラムに関するPR用のパンフレット等を制作して案内する。

2 . 事業の目的

●現状の課題と対応（応募時点）

- ・（課題）常設拠点でシミ・汚れのある子ども服の保管が増えてきているが、多くの常設拠点では処理に伴う費用の確保や、契約手続き等のハードルが高い状況にある。
- （対応）常設拠点で保管しているシミ・汚れのある子ども服について当団体で回収し、当団体で発生したシミ・汚れのある子ども服と一緒に、「①洗濯の実施」および「②子ども服を原材料としたボード材等での活用」を行う。

3 . 事業の内容

事業目標

- ・ 期間中に子ども服23,000枚の回収 ※参加人数7,000人
- ・ 小学校の環境学習や幼稚園等での子ども服の回収をあらたに2~3か所で実施
- ・ アンケート等を通して、市内の子ども服の現状把握を行うとともに、行政計画と連動した目標値（ゴール）を設定
- ・ 常設拠点の運営を通じた子ども服の動向について検証し、子ども服配布の望ましいあり方を見出す

< 拡充・新規の取組みと考え方 >

- ・ 昨年度のモデル事業で実施した内容：「土台部分」として継続
- ・ 今回のモデル事業での新たな内容：
「土台部分」から拡充する取組み
※「土台部分」の上に「発展的部分」を積み上げていくもの

3 . 事業の内容

< 継続する取組み（土台となる取組み） >

- ①子ども服リユース常設拠点での回収と配布（環境交流センターなど）
- ②子ども服リユースイベント等での回収と配布（図書館での実施など）
- ③期間限定での回収ボックスの設置（コープでの回収など）

< 拡充する取組み >

- ①赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ
 - ・乳幼児健診や赤ちゃんのハイハイレースでの子ども服配布
 - ②小学校卒業後の家庭を見すえたアプローチ
 - ・市内の小学6年生にリーフレットを配布
 - ③小学校・こども園へのアプローチ
 - ・子ども服の環境学習用のPRパンフの制作、小学校への配布
 - ・私立幼稚園へリーフレットの配布
- ※希望の園に対しては、回収などの協力

3 . 事業の内容

<新規の取組み>

- ①新たな担い手として高校生などとの連携
 - ・高校のボランティア部と連携し、高校生企画の実施
- ②市内の子ども服の現状把握とゴールの設定
 - ・市内の子ども服の現状把握をするためのアンケートの実施
 - ・行政計画と連動した目標値（ゴール）の検討
- ③常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証（他の常設拠点と連携）
 - ・市立こども園での回収と常設拠点での回収の関係性の確認
 - ・常設拠点での季節変動の把握、設置に関する適量の検討
- ④独自の資金獲得の試行（ワークショップの実施）

3 . 事業の内容

<その他>

- ・ のぼり旗の制作（追加制作）
- ・ シミ・汚れのある子ども服の対応
（洗濯の実施、ボード材へのリサイクル）
- ・ SNSへの情報発信
- ・ 関係者での意見交換会
- ・ 事業報告書の作成（中間報告書／最終報告書の作成）

※ 「3. 事業の内容」に記載している内容について、環境交流センターの指定管理事業に位置付けて実施している取り組みを含む

4 . 事業の実施体制

●当団体

役職等	人数	役割等
事務局長	1人	<ul style="list-style-type: none">・ 環境省や豊中市との連絡調整、報告書作成・ イベント実施の調整・対応等・ 取組みの効果検証・ 関係者による意見交換会の実施等
常勤職員	1人	<ul style="list-style-type: none">・ 連携団体との調整等・ イベント実施の調整・対応等・ 各取組みの広報・情報発信等
コーディネーター	1人	<ul style="list-style-type: none">・ 子ども服の運搬、回収の対応等
非常勤職員 アルバイト	4人	<ul style="list-style-type: none">・ イベント実施時の現場対応

4 . 事業の実施体制

●連携団体（市民団体）

団体名	役割等
赤ちゃんからの ESD coral	<ul style="list-style-type: none"> ・おゆずりぐるりのSNSでの環境情報の発信 ・常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証に協力 ・常設拠点のコーディネーターとして協力 ・本モデル事業の期間中に実施する、子ども服リユースに関する意見交換会へ出席
一般社団法人 未来キャンバス きみいろ	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな担い手である高校生との連携企画の運営 ・パンフレット等の広報媒体の制作・更新に協力 ・独自の資金獲得のワークショップへの協力 ・本モデル事業の期間中に実施する、子ども服リユースに関する意見交換会へ出席
●●（個人名） ※元北条たんぽ ぽの会	<ul style="list-style-type: none"> ・シミ・汚れのある子ども服の洗濯を実施

4 . 事業の実施体制

●連携団体（行政・事業者）

団体名	役割等
豊中市環境部 家庭ごみ事業課	<ul style="list-style-type: none"> ・回収拠点で集まった子ども服の保管場所を提供し、市民団体と協働で検品や在庫管理を実施 ・イベントの際に、回収した子ども服や備品の貸出し ・市の媒体を通じた取り組みの発信に協力 ・本モデル事業の期間中に実施する、子ども服リユースに関する意見交換会に出席
豊中市環境部 ゼロカーボン シティ推進課	<ul style="list-style-type: none"> ・環境交流センターの担当課として、チラシ配布や乳幼児健診との連携等を調整 ・本モデル事業の期間中に実施する、子ども服リユースに関する意見交換会に出席
豊中市立図書館	<ul style="list-style-type: none"> ・子ども服リユースイベントの協働での開催
コープ桜塚	<ul style="list-style-type: none"> ・本モデル事業の期間中に、毎月1週間程度、店内に回収ボックス設置の協力 ・子ども服回収のポスター等を店内に掲示

※ゼロカーボンシティ推進課は、環境交流センターの指定管理事業としての実施分について、担当課として必要な対応を協力

4 . 事業の実施体制

●連携団体（学校）

団体名	役割等
箕面自由学園高校	・子ども服リユースイベントの企画・実施

●事業に協力する市民（個人）

名称	人数	役割等
ボランティア	約25人	<ul style="list-style-type: none">・回収した子ども服の仕分け作業の協力・イベント当日に会場で子ども服の補充や、回収した子ども服の仕分け・担当する常設拠点へ定期的に訪問し、子ども服の補充、在庫の確認、SNS等での発信、当団体の担当職員との連絡調整等の実施

4 . 事業の実施体制

●市民への協力要請の内容

【対象者】

- ・子育て中（または孫育て中）の市民で、子ども服を必要とする人
- ・まだ使える子ども服を手放したいと考えている人

【市民への要請内容】

- ①子ども服の回収時は、洗濯済みのものとし、シミ汚れのあるものは避けて、サイズ別に分ける。
- ②回収場所に持参した子ども服は、子ども服を自分でハンガーに設置する場合や、サイズ別の回収ボックスに分けていれる場合など、回収拠点によって異なるため、その対応に合わせていただく。
- ③イベントに参加した場合、会場で子ども服リユースのアンケートに協力する（任意）。アンケートに協力した場合は、マチカネポイントを進呈する。
- ④一部の常設拠点やイベントで実施する、市内における子ども服の潜在的な枚数とフローを推計するためのアンケートに協力する（任意）。

4 . 事業の実施体制

●豊中市との協議事項

主な協議内容

- ・ 定量的な効果検証に向けて、豊中市の子ども服データ等の提供
- ・ シミ・汚れのある子ども服について廃掃法との関係の確認
- ・ 常設拠点の開設や新たな会場でのイベント実施等について
- ・ 市内の小学校やこども園への広報活動について
- ・ 環境交流センターの指定管理事業としての実施に含むかどうかの整理

協議の方法

- ・ 本モデル事業への応募時・実施期間中に、意見交換会・個別の打合せにより豊中市との調整・協議を実施
- ・ 本モデル事業の進捗状況は、市の担当者にもメール等で適宜報告

4 . 事業の実施体制

●豊中市との廃掃法に関する確認事項（昨年度のモデル事業で整理）

子ども服の廃棄処理について

- ・当団体が主催・共催するおゆずりぐるりで発生したシミ・汚れのある子ども服について、当団体が契約している一般廃棄物処理の指定業者に引き渡すことは最も適正な方法であり、何ら問題がない。この他の方法として、豊中市伊丹市クリーンランド（清掃工場）へ自ら持ち込み処理する方法がある。なお、清掃工場へ持ち込む際、運搬する乗用車への表示までは求められていない。
- ・当団体から他の常設拠点等へ子ども服を提供し、その中にシミ・汚れのある子ども服が混ざっていた場合は、該当する服だけを返却してもらい、前述の方法で処理をするのであれば問題がない。
- ・他の常設拠点やイベントの実施主体が独自に子ども服を回収し、その中にシミ・汚れのある子ども服があった場合は、各実施主体が自分たちで前述のような方法により処理をしてもらうことになる（当団体が回収を行ったら、廃掃法違反になる）。

4 . 事業の実施体制

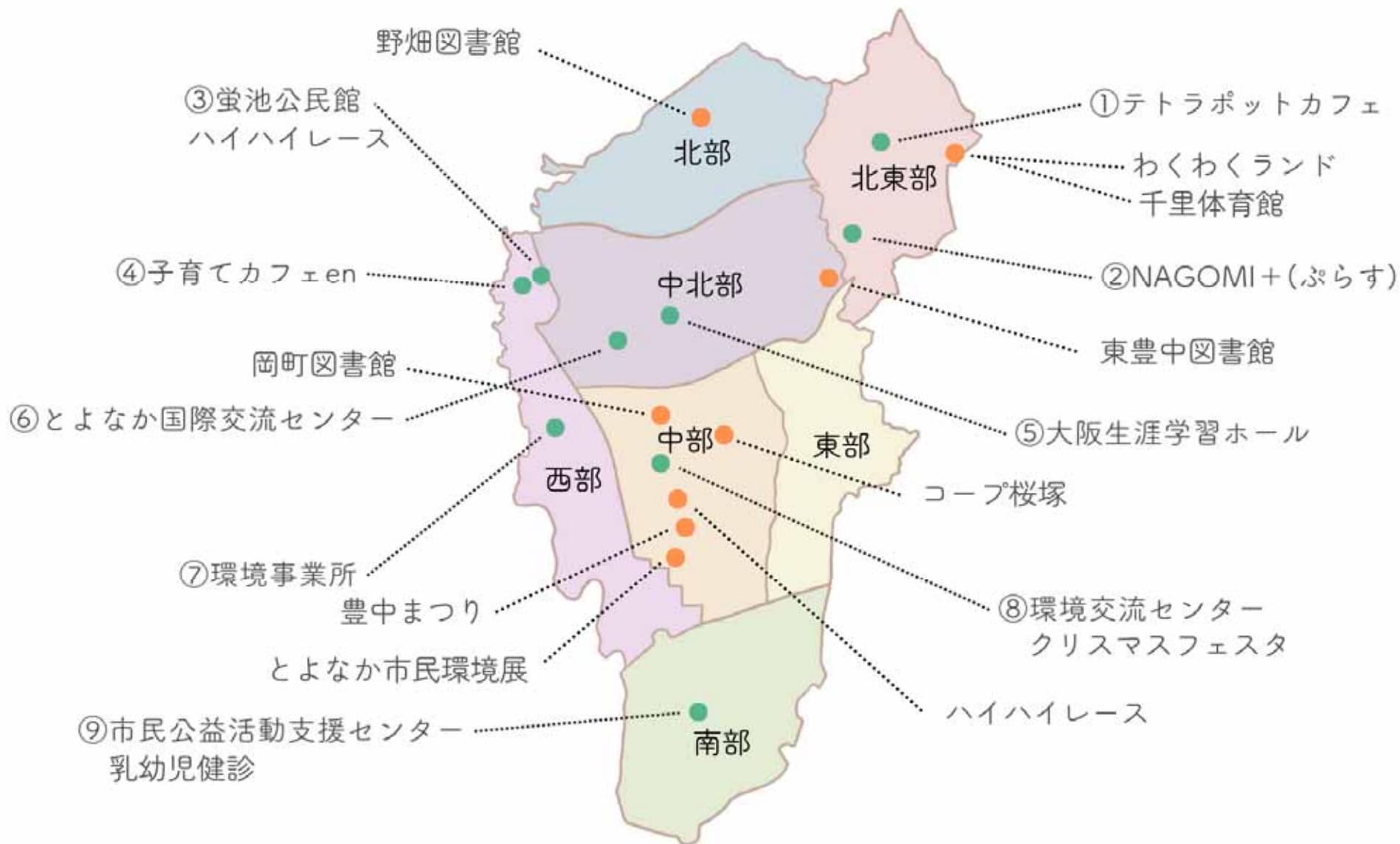
●豊中市との廃掃法に関する確認事項（昨年度のモデル事業で整理）

子ども服のリサイクルについて

- ・シミ・汚れのある子ども服について、資源循環を目的に回収し、回収した全量をリサイクルに回すのであれば、廃掃法に抵触しない。言い換えると、他の常設拠点にあるシミ・汚れのある子ども服を回収し、それらをすべてリサイクルするのであれば、回収することは差し支えない。その際、公民館などの豊中市直営の施設から回収し、リサイクルに回すことも問題ない。
- ・本モデル事業応募時に、家庭ごみ事業課に保管されている子ども服のうち、シミ・汚れのあるものを回収ボックス制作のために提供できないと回答があった。これは、こども園で回収をする際に、回収ボックスに入れる市民に対してリサイクルで活用する旨を示していないという道義的な観点から判断したものであり、廃掃法に違反するから提供できないと回答したわけではない。

5 . 事業の成果

●実施場所



5 . 事業の成果 < 継続 >

●実施結果

< 継続する取組み（土台となる取組み） >

①子ども服リユース常設拠点での回収と配布

環境交流センター

< 設置 >

- ・ハンガーラック（3台）
- ・回収ボックス
- ・展示パネル（3枚）
- ・チラシ・リーフレット等
- ・のぼり旗

< 実施 >

- ・利用者のカウント
- ・配布・回収枚数の集計



5 . 事業の成果 < 継続 >

①子ども服リユース常設拠点での回収

既存拠点での運営（環境交流センター）

期間	利用者数	回収			配布
	人数	枚数	重量	1枚重量	枚数
6/23～30	25人	529枚	60.3kg	114.0g	41枚
7/1～31	90人	442枚	54.1kg	122.4g	239枚
8/1～31	110人	279枚	32.1kg	115.1g	190枚
9/1～30	96人	188枚	22.8kg	121.3g	136枚
10/1～31	161人	364枚	41.1kg	112.9g	226枚
11/1～30	142人	518枚	76.1kg	146.9g	219枚
12/1～19	68人	285枚	44.4kg	155.8g	118枚
合計	692人	2,605枚	330.9kg	127.0g	1,169枚

5 . 事業の成果 < 継続 >

①子ども服リユース常設拠点での回収と配布

子育てカフェen（新規常設拠点）

2025年10月に子ども服のボランティアの方が個人で開設したカフェ
子育て中の親子向けの居場所で、子ども服の常設コーナーを設置
開設に際して、子ども服やハンガー・ハンガーラックなどを提供



5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

期間等	行事名	参加者	配布	回収	アンケート	マチカネP付与
7/2～6	東豊中図書館	466人	1,393枚	1,872枚	94人	91人
9/2～7	岡町図書館	557人	2,002枚	1,966枚	134人	122人
10/18	豊中まつり	195人	269枚	10枚	13人	13人
10/23～29	野畑図書館	514人	1,850枚	2,033枚	96人	85人
11/18	環境展	115人		534枚	47人	48人
12/6	わくわくランド	145人	502枚	64枚	11人	11人
合計		1,992人	6,016枚	6,479枚	395人	370人

※参加者には、関係者やボランティア等を含む

※アンケートは重複回答を除いた有効回答数

※とよなか市民環境展はおゆずりぐるりとしての実施分（回収のみ）を記載

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

(参考) 1人あたりの重量・枚数等

《回収》

行事名	全体			平均		
	枚数	人数	重量	1枚重量	1人枚数	1人重量
東豊中図書館	1,872枚	125人	241.5kg	129.0g	15.0枚	1.93kg
岡町図書館	1,966枚	130人	236.4kg	120.2g	15.1枚	1.82kg
豊中まつり	10枚	3人	0.5kg	50.0g	3.3枚	0.17kg
野畑図書館	2,033枚	161人	266.9kg	131.3g	12.6枚	1.66kg
環境展	534枚	66人	73.4kg	137.5g	8.1枚	1.12kg
わくわくランド	64枚	6人	9.0kg	140.6g	10.7枚	1.50kg
合計	6,479枚	491人	827.7kg	127.8g	13.2枚	1.69kg

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

(参考) 1人あたりの重量・枚数等

<< 配布 >>

行事名	全体			平均		
	枚数	人数	重量	1枚重量	1人枚数	1人重量
東豊中図書館	1,393枚		181.6kg	130.4g		
岡町図書館	2,002枚		242.4kg	121.1g		
豊中まつり	269枚		34.6kg	128.6g		
野畑図書館	1,850枚		261.4kg	141.3g		
環境展						
わくわくランド	502枚		75.0kg	149.4g		
合計	6,016枚		795.0kg	132.1g		

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布



東豊中図書館



岡町図書館



豊中まつり



野畑図書館



とよなか市民環境展



みんなあつまれわくわくランド

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布
参加者の年代（アンケート）

選択肢	回答数	割合
1. 10代	2人	0.5%
2. 20代	6人	1.5%
3. 30代	141人	35.7%
4. 40代	165人	41.8%
5. 50代	41人	10.4%
6. 60代	29人	7.3%
7. 70代	6人	1.5%
8. 80代以上	1人	0.3%
9. 回答しない	4人	1.0%
合計	395人	100.0%

参加者は、最も多いのが40代・次いで30代で、20代以下は2%であった。
20代以下の割合は、昨年度と同程度であった。

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服リユースにおける満足度（アンケート）

問：今回の「おゆずりぐるり」について、どれくらい満足されましたか。

選択肢	回答数	割合
1. 満足	305人	68.2%
2. どちらかという満足	104人	23.3%
3. どちらともいえない	29人	6.5%
4. どちらかという不満	3人	0.7%
5. 不満	5人	1.1%
6. わからない	1人	0.2%
合計	447人	100.0%

※実施したアンケート全体での集計（②以外のアンケートも含む）

**参加者の91%以上が「満足」「どちらかという満足」を選択しており、
昨年に引き続き非常に高い満足度が得られたことがわかった。**

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服リユースの子ども服の利用者（アンケート）

問：子ども服は、誰が使うことを考えて持ち帰っていますか。

選択肢	回答数	割合
1. 自分の子ども	238人	84.1%
2. 自分の孫	26人	9.2%
3. 自分の親戚	8人	2.8%
4. 自分の友人やその家族	6人	2.1%
5. 自分自身が使う	3人	1.1%
6. その他	2人	0.7%
合計	283人	100.0%

※実施したアンケート全体での集計（②以外のアンケートも含む）

大半は「自分の子ども」であるものの、「自分の孫」をはじめ、それ以外の対象者を想定した利用があることがわかった。

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服リユースにおける環境意識の向上（アンケート）

問：今回の「おゆずりぐるり」に参加して良かったと思う項目をすべて選んでください。（複数選択可）

選択肢	回答数	割合
1. 不要になった子ども服を手放すことができた	202人	53.2%
2. 子ども服を新たに無料で手に入れることができた	227人	59.7%
3. 子ども服のリユースという取組みを通じて、環境意識が高まった	138人	36.3%
4. 子連れでも気軽に参加でき、気分転換になった	45人	11.8%
5. 子育ての悩みなどを聞いてもらえて、気持ちが楽になった	1人	0.3%
6. その他	8人	2.1%
7. 特にない	10人	2.6%
合計	631人	

※実施したアンケート全体での集計（②以外のアンケートも含む）

**参加者の3人に1人以上が「環境意識が高まった」と回答。
子育ての気分転換につながったと回答したのは約12%と限定的であった。
いずれも昨年度の結果と大差はなかった。**

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服リユースの参加状況（アンケート）

問：これまでに豊中市内の子ども服リユース「おゆずりぐるり」の取組みに参加したことはありますか。（複数選択可）

選択肢	回答数	割合
1. 今回が初めて	117人	29.6%
2. 子ども服リユースの常設拠点に、子ども服を持って行ったことがある	117人	29.6%
3. 子ども服リユースの常設拠点から、子ども服を持ち帰ったことがある。	103人	26.1%
4. 期間限定のイベント等に、子ども服を持って行ったことがある。	132人	33.4%
5. 期間限定のイベント等から、子ども服を持ち帰ったことがある。	110人	27.8%
6. こども園での子ども服の回収に協力したことがある。	17人	4.3%
7. その他	11人	2.8%
合計	607人	

参加者の3割近くが「今回が初めて」と回答。
昨年と同じ会場でも、初めての参加が一定あったことがわかった。

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服リユースの広報手段（アンケート）

問：今回の「おゆずりぐるり」をどこで知りましたか。

答：チラシと回答

選択肢	回答数	全回答数	割合
東豊中図書館	22人	94人	23.4%
岡町図書館	43人	134人	32.1%
野畑図書館	29人	96人	30.2%
環境展	11人	47人	23.4%
クリスマスフェスタ	10人	32人	31.3%
合計	115人	403人	28.5%

※チラシを配布したイベント等について集計（②以外のアンケートも含む）

**会場により多少の差があるものの、平均して3割近くが
近隣の小学校・こども園でのチラシ配布による参加であった。**

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服リユースの広報手段（アンケート）

問：今回の「おゆずりぐるり」をどこで知りましたか。

答：マチカネポイントアプリの通知と回答

選択肢	回答数	全回答数	割合
東豊中図書館	32人	94人	34.0%
岡町図書館	27人	134人	20.1%
野畑図書館	35人	96人	36.5%
クリスマスフェスタ	12人	32人	37.5%
合計	106人	356人	29.8%

※マチカネポイントアプリの通知を活用して告知したイベント等について集計
（②以外のアンケートも含む）

**東豊中図書館を除くと、およそ3人に1人以上が
マチカネポイントアプリを見ての参加であった。**

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服イベントを開催することの施設の効果（アンケート）

問：（施設名）の利用について、教えてください。

選択肢	回答数	割合
1.（施設名）の存在を知らず、今回初めて利用した	63人	16.5%
2.（施設名）の存在は知っていたが、今回初めて利用した	44人	11.5%
3.過去に1～2回、利用したことがある	68人	17.8%
4.過去に3回以上、利用したことがある	207人	54.2%
5.わからない	0人	0.0%
合計	382人	100.0%

いずれのイベントも昨年度と同じ会場で継続実施であるが、当該施設を初めて利用した人が3割近く、昨年度と同程度の割合であった。開催施設にとって、子ども服リユースのイベントが新規の利用に一定程度の効果があることがわかる。

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服イベントを開催することの施設の効果（アンケート）

問：今回、（施設名）へはどのような交通手段で来られましたか。

選択肢	回答数	割合
1. 徒歩	75人	16.8%
2. 自転車	271人	60.6%
3. 原付・バイク	4人	0.9%
4. 路線バス	8人	1.8%
5. タクシー	1人	0.2%
6. 自家用車	75人	16.8%
7. 電車	12人	2.7%
8. その他	1人	0.2%
合計	447人	100.0%

※実施したアンケート全体での集計（②以外のアンケートも含む）

施設へのアクセスでは、自転車と徒歩で大半を占めており、地域ごとの開催により、近隣利用者を中心に構成していることがわかる。
なお、自家用車は、施設の駐車場の有無により回答に差があった。

5 . 事業の成果 < 継続 >

②子ども服リユースイベント等での回収と配布

子ども服イベントの過去の参加状況（アンケート）

問：昨年、（イベント名・施設名）で開催した際は参加されましたか。

答：初めて参加

選択肢	回答数	全回答数	割合
東豊中図書館	55人	94人	58.5%
岡町図書館	78人	134人	58.2%
野畑図書館	61人	96人	63.5%
環境展	19人	47人	40.4%
わくわくランド	5人	11人	45.5%
合計	218人	382人	57.1%

施設での開催とイベントでの出展で割合が異なるものの、施設開催では約6割、イベント参加では約4割が初めての参加であった。同じ会場・イベントでも、参加者の入れ替わりがあることがわかった。

5 . 事業の成果 < 継続 >

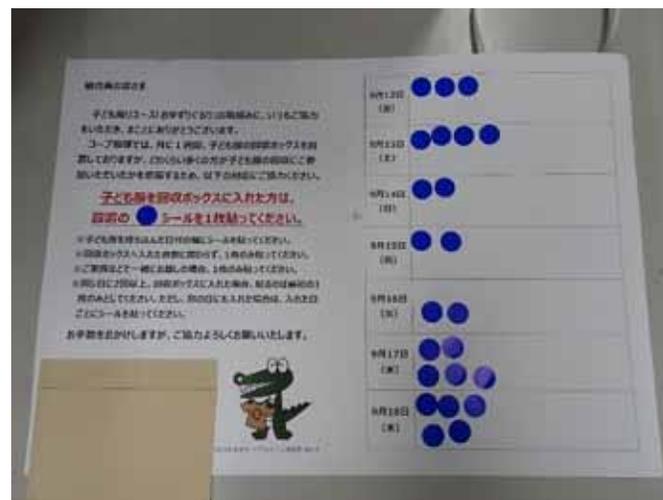
③期間限定での回収ボックスの設置

コープ桜塚

期間	回収	重量	1枚重量
7/11～17	612枚	75.7kg	123.7g
8/8～14	486枚	62.9kg	129.4g
9/12～18	717枚	110.3kg	153.8g
10/10～16	687枚	90.7kg	132.0g
11/14～20	1,377枚	195.3kg	141.8g
12/12～18	602枚	98.2kg	163.1g
合計	4,481枚	624.1kg	139.3g

※いずれも第2金曜から翌週の木曜まで

- 回収ボックスは無人対応のため、子ども服を持ち込んだ方にシールを貼ってもらうことで、回収人数の把握を試行した。



5 . 事業の成果 < 継続 >

③期間限定での回収ボックスの設置

コープ桜塚

(参考) 回収人数の試行と1人あたりの実績

《期間全体で貼られたシールの枚数》 ※：祝日

曜日	8月	9月	10月	11月	12月
金	2枚【3人】	3枚	5枚	2枚【12人】	1枚
土	2枚	4枚	1枚	5枚	3枚
日	3枚	2枚【4人】	3枚	5枚	0枚【8人】
月(祝)	2枚	2枚	4枚	7枚	0枚
火	4枚	2枚	4枚	0枚	0枚
水	2枚	5枚	2枚	2枚	1枚
木	2枚【7人】	5枚	0枚【7人】	3枚	3枚
合計	17枚【10人】	23枚【4人】	19枚【7人】	24枚【12人】	8枚【8人】

※回収ボックス付近で回収協力人数を目視でカウントする調査日を設け、シール貼り付け枚数との乖離を調査した。【】内は目視で確認された回収協力人数。

※調査日のみ合計：8枚【41人】

5 . 事業の成果 < 継続 >

③期間限定での回収ボックスの設置

コープ桜塚

《カウント日のみ》

日付	人数	枚数	重量	1枚重量	1人枚数	1人重量
8/8(金)	3人	18枚	3.2kg	177.8g	6.0枚	1.07kg
8/14(木)	7人	109枚	14.8kg	135.8g	15.6枚	2.11kg
9/14(日)	4人	54枚	8.0kg	148.1g	13.5枚	2.00kg
10/16(木)	7人	43枚	5.6kg	130.2g	6.1枚	0.80kg
11/14(金)	12人	339枚	44.5kg	131.3g	28.3枚	3.71kg
12/14(日)	8人	116枚	18.1kg	156.0g	14.5枚	2.26kg
合計	41人	679枚	94.2kg	138.7g	16.6枚	2.30kg

《人数の概算》

- ・調査日に回収に協力した人数41人に対し、シールを貼った人数が8人
- ・5.125人に1人にシールを貼ったと仮定して、期間中にシールの貼られた枚数が91枚であったため、概算人数は466.375人（≒466人）

5 . 事業の成果 < 継続 >

③期間限定での回収ボックスの設置

千里体育館

期間	回収	重量	1枚重量
11/27(木) ~ 12/4(木)	840枚	126.8kg	151.0g



5 . 事業の成果 < 拡充 >

< 拡充する取組み >

①赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ

赤ちゃんのハイハイレースでの配布

日付	場所	参加者	配布	アンケート
6/30	蛭池公民館	21人	16枚	36人
7/4		51人	34枚	25人
11/28	中央公民館	134人	69枚	36人
合計		206人	119枚	97人

※参加者数にはイベント全体のスタッフ等も含む

※各公民館のアンケートに設問を入れてもらったため、
アンケートの人数は配布に参加していない人も含む

5 . 事業の成果 < 拡充 >

①赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ 乳幼児健診での配布

日付	対象	参加者	配布	アンケート	マチカネ P付与
7/24	4か月健診	42人	61枚	8人	8人
8/7	1歳半健診	61人	64枚	6人	4人
9/25	4か月健診	76人	81枚	0人	0人
11/27	4か月健診	69人	45枚	6人	3人
合計		248人	251枚	20人	15人

※参加者数にはボランティア等も含む

- ・ 乳幼児健診と同日に同じ施設内で実施したため、乳幼児健診以外の施設利用者も参加している。
- ・ 一部の開催は、赤ちゃんのブックファースト（乳幼児健診とあわせて図書館が実施）のスペースを借りて実施。

5 . 事業の成果 < 拡充 >

①赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ

(参考) 1人あたりの重量・枚数等 (配布)

《赤ちゃんのハイハイレース》

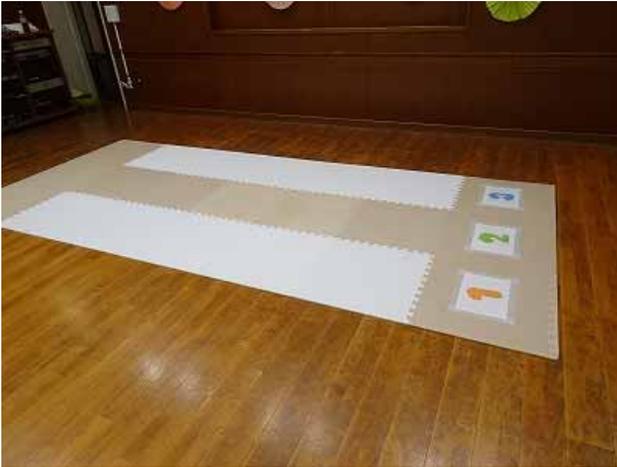
日付	全体			平均		
	枚数	人数	重量	1枚重量	1人枚数	1人重量
6/30	16枚	21人	1.1kg	68.8g	0.8枚	0.05kg
7/4	34枚	51人	3.0kg	88.2g	0.7枚	0.06kg
11/28	69枚	134人	8.9kg	129.0g	0.5枚	0.07kg
合計	119枚	206人	13.0kg	109.2g	0.6枚	0.06kg

《乳幼児健診》

7/24	61枚	42人	4.9kg	80.3g	1.5枚	0.12kg
8/7	64枚	61人	5.8kg	90.6g	1.0枚	0.10kg
9/25	81枚	76人	5.4kg	66.7g	1.1枚	0.07kg
11/27	45枚	69人	5.9kg	131.1g	0.7枚	0.08kg
合計	251枚	248人	22.0kg	87.6g	1.0枚	0.09kg

5 . 事業の成果 < 拡充 >

① 赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ



赤ちゃんのハイハイレース



乳幼児健診

5 . 事業の成果 < 拡充 >

①赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ

子ども服を持ち帰った枚数（アンケート）

	回答数	回答枚数	1人平均枚数
東豊中図書館	57人	358枚	6.3枚
岡町図書館	88人	574枚	6.5枚
豊中まつり	12人	51枚	4.3枚
野畑図書館	61人	430枚	7.0枚
わくわくランド	9人	45枚	5.0枚
クリスマスフェスタ	23人	130枚	5.7枚
乳幼児健診	17人	78枚	4.6枚
ハイハイレース(蛭池)	15人	35枚	2.3枚
ハイハイレース(中央)	14人	39枚	2.8枚

※アンケート回答で、持ち帰った枚数の合計から回答人数で割った1人平均枚数を比較

アンケート回答者に限るが、乳幼児健診やハイハイレースでは子ども服の持ち帰り枚数がイベント等と比べて少ない。子ども服リユースが主目的でないことや、必要とする子ども服の枚数が少ないことが考えられる。

5 . 事業の成果 < 拡充 >

①赤ちゃんのいる家庭へのアプローチ 参加者の年代（アンケート）

選択肢	回答数	割合
1. 10代	0人	0.0%
2. 20代	7人	12.5%
3. 30代	36人	64.3%
4. 40代	10人	17.9%
5. 50代	0人	0.0%
6. 60代	0人	0.0%
7. 70代	1人	1.8%
8. 80代以上	0人	0.0%
9. 回答しない	2人	3.6%
合計	56人	100.0%

※乳幼児健診とハイハイレースのみの集計

イベントでは2%であった20代以下の参加者が10%超えとなり、
30代の割合も大幅に増加した。
若い年代の保護者へのアプローチとして、一定の効果があった。

5 . 事業の成果 < 拡充 >

②小学校卒業後の家庭を見すえたアプローチ

昨年度のモデル事業で作成したリーフレットを更新

小学校卒業後の子どもがいる家庭にも、Instagramでの情報発信を通してアプローチすることを目的として、Instagramの紹介を追加



5 . 事業の成果 < 拡充 >

③小学校・こども園へのアプローチ

小学校へのアプローチ

昨年度のモデル事業で試験的に実施した小学校での環境学習について、市内の全小学校へPRするためのチラシを制作

子ども服リユースについて学ぶ
出前授業

授業内容
簡単なクイズ等を交えながら、服の洗濯問題、サステナブルファッション、市内の子ども服リユースの取組みなどを学びます
【主な対象】小学4～6年生
【所要時間】1～2コマ
サステナブルファッションの衣服の由来から産廃、廃棄に至るプロセスにおいて廃棄にのたけ待機可能なことも理解し、廃棄を減らし地球環境や関わる人・社会に貢献し実現の道を探る。

出前授業のメリット
● 服の生産、輸送、廃棄に環境負荷がかかっていることを学び、小学生が普段身につけている衣服の買い方・使い方・手放し方を少し変えるだけで、SDGsにつながることを実感できる
● 出前授業に合わせて校内に子ども服回収ボックスを設置し、小学生が子ども服のリユースを実践することも可能

授業を受けた先生・生徒の声
● 服を捨てるのにはみんなの同意が必要だということを知れた。(小学4年生)
● 服を「あ、これお母さん」で捨ててすぐに捨てるのはもったいないことだと知った。(小学4年生)
● 4年生の社会科の教科書にSDGsについての記載があることになり、1学期でその内容を理解し実践していることに。(先生)
● パワーポイントが非常に分かりやすく、子どもたちも理解しやすい授業だった。(先生)
● 子どもだけがなく大人も大層勉強になった。(先生)

306って何だろう?
Sustainable (持続可能な) Development (開発) Goals (目標)

出前授業の申し込み方法
申し込みは、お電話またはメールにてお願いいたします。

おゆずりぐるり
豊中市内では、市民団体と行政が70～160サイズの子どもの服を回収し、無料で配布する取組みを始めています

問合せ先
NPO法人とよなか市民環境会議アジェンダ21
TEL 06-6844-8611
MAIL jtrkyokur@toyonaka-agenda21.jp

QRコード

5 . 事業の成果 < 拡充 >

③小学校・こども園へのアプローチ

こども園へのアプローチ

更新したリーフレットを市内のこども園に配布

私立こども園（1園）で独自に回収した子ども服を受け入れ

※リーフレットの配布による効果とは関係ない

日付	全体		平均
	枚数	重量	1枚重量
10/10	52枚	7.3kg	140.4g
12/10	269枚	22.5kg	83.6g

- ・本事業とは別で活動する人が当該こども園に回収ボックスを設置するなどの取組みを行っていたが、最近は集まった子ども服の対応が滞り、子ども服の行先に困っている旨の相談を受けて、子ども服の受け入れに協力した。

5 . 事業の成果 < 新規 >

< 新規の取組み >

①新たな担い手として高校生などとの連携

高校のボランティア部と連携し、高校生企画とあわせて実施した

日付	行事名	参加者	配布	回収	アンケート	マチカネP付与
12/14	クリスマスフェスタ	170人	502枚	203枚	32人	31人

※参加者数には子ども服を担当した高校生を含む

※イベント全体の参加者数は343人（うち高校生・ボランティア等36人）

（参考）1人あたりの重量・枚数等

	全体			平均		
	枚数	人数	重量	1枚重量	1人枚数	1人重量
回収	203枚	24人	29.3kg	144.3g	8.5枚	1.22kg
配布	502枚		76.9kg	153.2g		

5 . 事業の成果 < 新規 >

①新たな担い手として高校生などとの連携

(参考) 実施に際しての主な役割分担

項目	当団体	連携団体	高校
日程・会場等との検討・調整			
企画内容の検討(子ども服以外)			
企画内容の実施準備(子ども服以外)			
チラシの作成			
広報活動(チラシ配布を含む)			
当日運営(子ども服(準備等))			
当日運営(子ども服(開催中))			
当日運営(資金獲得のワークショップ)			
当日運営(その他の企画)			

※複数の主体が関わった項目については、より主体的に実施した方を◎、補助やサポート的に関わった方を○としている

5 . 事業の成果 < 新規 >

①新たな担い手として高校生などとの連携

(参考) 高校生の感想

- ・自分たちで一から考えて作り上げたイベントで、楽しんでもらえたことがうれしかった
- ・思っていた以上にたくさんの方が来てくれて驚いたが、楽しく遊ぶことができて、非常にいい経験になった
- ・今後も地域の人たちとのつながり作りに貢献していきたい



5 . 事業の成果 < 新規 >

①新たな担い手として高校生などとの連携

高校生連携イベントの参加者（アンケート）

問：小学生以下の子どもと一緒に参加されましたか。

選択肢	回答数	割合
1. 子ども(または孫)と一緒に参加した	23人	71.9%
2. 大人だけ(自分だけ)で参加した	9人	28.1%
合計	32人	100.0%

通常の子ども服リユースのイベントと異なり、
高校生が中心となって親子参加を目的に企画したところ、
実際に参加者の約7割が親子参加であった。

5 . 事業の成果 < 新規 >

①新たな担い手として高校生などとの連携

高校生連携イベントを開催することの施設の効果（アンケート）

問：環境交流センターの利用について、教えてください。

選択肢	回答数	割合
1. 環境交流センターの存在を知らず、今回初めて利用した	10人	31.3%
2. 環境交流センターの存在は知っていたが、今回初めて利用した	2人	6.3%
3. 過去に1～2回、利用したことがある	11人	34.4%
4. 過去に3回以上、利用したことがある	9人	28.1%
5. わからない	0人	0.0%
合計	32人	100.0%

会場となった施設の初めての利用が4割近くあり、
図書館等で実施した通常のイベントよりも1割程度高かった。
高校生との連携で、施設にとっても新規利用者の獲得につながった。

5 . 事業の成果 < 新規 >

②市内の子ども服の現状把握とゴールの設定

目的：市内における子ども服の潜在的な枚数とフローを推計

実施期間：11月22日～12月10日

実施方法：メールフォームでの回答

回収数：296件（うち有効回答数287件）

豊中市内で自宅に子ども服がある方が対象！
子ども服リユース「おゆずりぐるり」の取り組みの一環として、豊中市内のご家庭にある子ども服の枚数や、子ども服の購入・廃棄についての現状把握を行うため、アンケートを実施します。

アンケート回答で
マチカネポイント
300ポイントを進呈します！

マチカネ
ポイント

【期間】 2025年11月22日～12月10日

※期間途中であっても、予定の回答数に達した時点で終了します。

【アンケート回答方法】
右のQRコードからアンケートフォームにてご回答ください。
※ポイントの付与は、期間中1世帯につき1回限りです。
※ポイントは12月中旬にアプリへ付与される予定です。


©2012豊中市 マチカネくん承認第364号

【問合せ】NPO法人とよなか市民環境会議アジェンダ21
TEL:06-6844-8611（環境交流センター内、9時～17時 / 月曜日休館）
～環境省「令和6年度補正予算 使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業」の一環で実施します～



5 . 事業の成果 < 新規 >

③常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証

市立こども園での回収

期間	回収	重量	1枚重量	処分量	割合
2023年10月	10,124枚				
2024年5月	5,431枚				
2024年10月	5,442枚	520.9kg	95.7g	1,630枚	30.0%
2025年5月	5,646枚	732.8kg	129.8g		
2025年10月	4,843枚	515.2kg	106.4g	11.1kg	2.2%
合計(直近2回分)	10,489枚	1,248.0kg	119.0g		

- ・年1回の回収であった2023年度までより、年2回に分けた2024年度以降の方がトータルの枚数は増加している。
- ・2025年10月の回収量の微減が、市内の他の影響を受けているかは要観察
- ・1枚あたりの重量は、5月は冬物、10月は夏物が集まっていることとリンクしている。
- ・年間を通じた1枚あたりの重量は、環境交流センター（常設拠点）と同程度である。

5 . 事業の成果 < 新規 >

③常設拠点の運営を通した子ども服の動向の検証
他の常設拠点の動向 (テトラポットカフェ)

月	回収	提供
8月	170枚	202枚
9月	241枚	306枚
10月	371枚	0枚
11月	538枚	354枚
12月	257枚	0枚
合計	1,577枚	862枚



※12月11日現在

※提供は、環境交流センターから運搬したもの

※配布数は数えていないが、保管場所が限られているため、回収・提供があった子ども服を順に設置していることから、回収・提供枚数と配布数は概ね連動している

- ・夏頃は回収数が少なく、10月半ばから11月にかけて回収が集中している
- ・子ども服は、カフェのスタッフが週1回、ボランティアが週1回、それぞれ曜日を分けて設置している。

5 . 事業の成果 < 新規 >

- ③常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証
他の常設拠点の動向（テトラポットカフェ）



- ・回収ボックスに入っている子ども服を無断で持ち帰る人がいるため、12月に回収ボックスを塞ぐ形で注意を書いたフタを置いたところ、回収枚数が増えた感じであった。
→実際の回収枚数は実績よりも多かった可能性もある。

5 . 事業の成果 < 新規 >

③常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証
他の常設拠点の動向 (NAGOMI+)

月	回収	配布	特記事項
8月	0枚	7枚	70枚設置
9月	0枚	7枚	
10月	25枚	32枚	環境交流センターから130枚提供
11月	30枚	39枚	
12月	0枚	8枚	144枚設置、22枚保管



※12月5日現在

- ・ 環境交流センターの提供で設置している服を入れ替えたら、回収・配布枚数ともに変化があった。
- ・ 利用者には、市役所でリーフレットをもらって知った人もいた。
- ・ 2025年春にも動きがあったため、設置の服や認知度の影響ではなく、季節の変わり目による変化の可能性もある。

5 . 事業の成果 < 新規 >

③常設拠点の運営を通した子ども服の動向の検証

他の常設拠点の動向（蛍池公民館）

月	設置	提供
7月	840枚	464枚
8月	536枚	0枚
9月	604枚	490枚
10月	458枚	0枚
11月	667枚	0枚
12月	393枚	579枚
合計	3,498枚	1,533枚



※12月8日現在

※提供は、環境交流センターから運搬したもの

※回収数は数えていないが、他からの提供がないため、設置枚数から提供枚数を引いた枚数が、概ね回収枚数と見込まれる

- ・ 季節に関わらず設置した子ども服はコンスタントに持ち帰られており、在庫の子ども服の数などを調整しながら設置している。
- ・ 子ども服は、ボランティアが週1回設置している。

5 . 事業の成果 < 新規 >

③常設拠点の運営を通した子ども服の動向の検証

他の常設拠点の動向（とよなか国際交流センター）

調査日	設置数	特記事項
9/29	80枚	うち20枚が70サイズ以下、設置を整理整頓してみる
10/7	81枚	整理整頓しても変化なし、インスタで発信
10/17	73枚	服の内容にほとんど変化なし
10/27	77枚	10枚ほど新規の服があった
11/17	100枚	12枚ほどは以前と同じだが、それ以外はすべて一新

- ・整理整頓や認知度ではなく、季節の変わり目などに動きがあると見込まれる。
- ・基本的に無人対応の常設拠点であり、設置以外に子ども服の保管等を行っていない。



5 . 事業の成果 < 新規 >

- ③常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証
他の常設拠点の動向（市民公益活動支援センター）
施設スタッフへのヒアリングのみ実施



- ・ハンガーラック1台に30着程度を設置しており、持ち帰りの頻度がバラバラのため、設置の頻度もバラバラ。
- ・すぐ隣にある子育て支援センターで回収された子ども服も同センターの常設拠点で受け入れしており、同センターでの回収と量は半々。
- ・子育て支援センター経由の子ども服は乳児のサイズがほとんどで、同センターで直接回収するのは100サイズ以上がほとんど。
- ・夏から秋にかけて春物と夏物の回収があわせて500着程度、冬から春にかけて秋物や冬物の回収はその半分程度。回収の8割は夏から秋にかけて集中している。
- ・シミ汚れはかなり少ないため問題ないが、靴や幼稚園の制服などが混ざっていることの方が困る。
- ・子ども服を1枚ずつ写真を撮影してから大量に服を持ち帰る、転売目的と思われる利用がある。

5 . 事業の成果 < 新規 >

③常設拠点の運営を通じた子ども服の動向の検証

環境交流センターから常設拠点等への子ども服の提供

提供先	提供回数	重量	枚数
テトラポットカフェ	5回	175.6kg	1,542枚
NAGOMI +	1回	20.5kg	130枚
蛍池公民館	4回	177.1kg	1,465枚
			68枚 ¹
子育てカフェen	1回	6.5kg	160枚
家庭ごみ事業課	2回	225.4kg	1,297枚
福祉支援関係	5回	17.5kg	63枚
	1回		12枚 ²
合計	19回	622.6kg	4,737枚 ³

※1 蛍池公民館へ提供したうち、68枚は重量の計測ができていない。

※2 福祉支援関係へ6回提供したうち、1回分（12枚）は重量の計測ができていない。

※3 合計のうち80枚は重量の計測ができておらず、622.6kgは4,657枚分の重量。

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行 ワークショップの実施

日付	行事名	内容	参加者	参加費	収入
10/18	豊中まつり	リユースボタンでハロウィンバッグ作り	14人	200円	2,800円
12/14	クリスマスフェスタ	服を使ったエコバッグ作り	14家族 34人	100円	1,700円

- ・ 10/18 : 昨年度のモデル事業で回収ボックスを作った際に返却されたシミ・汚れ等のある子ども服に付いていたボタン等を活用。
- ・ 12/14 : シミ・汚れ等のある子ども服を活用してエコバッグを製作。

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行



リユースボタンでハロウィンバッグ作り



服を使ったエコバッグ作り

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行

アンケートの実施

ワークショップやイベントの参加者アンケートに設問を入れる形で実施

※イベントの参加者アンケートは後半実施分のみ

問. 子ども服リユース「おゆずりぐるり」の取組みについて、応援したいと思いますか。

問. 「応援したい」を選ばれた方に質問します。どういった方法で応援したいと思いますか。

問. 「活動に対して寄付をする」を選ばれた方に質問します。寄付しても良いと思う金額を教えてください。（任意）

※今後に向けての調査であり、現時点で寄付を募集しているわけではありません。

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行（アンケートの実施）

子ども服リユースの取組みへの応援（アンケート）

問：子ども服リユース「おゆずりぐるり」の取組みについて、応援したいと思いますか。

選択肢	回答数	割合
1. 自分が利用できる(利用したい)ので応援したい	155人	76.7%
2. 自分以外の多くの人ができる(利用したい)ので応援したい	37人	18.3%
3. どちらともいえない・わからない	10人	5.0%
4. 応援したいとは思わない(応援したくてもできない)	0人	0.0%
合計	202人	100.0%

※実施したアンケート全体での集計（②以外やワークショップのアンケートも含む）

回答者の95%が取組みに「応援したい」と回答しており、
「応援したと思わない」という回答者はいなかった。

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行（アンケートの実施）

子ども服リユースの取組みへの応援（アンケート）

問：どういった方法で応援したいと思いますか。（複数選択可）

選択肢	回答数	割合
1. 子ども服の回収や配布に参加する	157人	77.7%
2. 家族や友人等に活動を紹介する	57人	28.2%
3. SNSへの投稿やフォローをする	12人	5.9%
4. ボランティアとして活動に参加する	12人	5.9%
5. 活動に対して寄付をする	3人	1.5%
6. 応援したい気持ちはあるが、具体的な行動は難しい	9人	4.5%
7. その他	0人	0.0%
合計	250人	—

※実施したアンケート全体での集計（②以外やワークショップのアンケートも含む）

※回答の対象外や無記入・無回答を省いた結果

応援の方法として「寄付をする」を選んだ人は、
わずか3人（1.5%）しかいなかった。

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行（アンケートの実施）

子ども服リユースの取組みへの応援（アンケート）

（参考）寄付する金額について

設問の選択肢で「寄付をする」を選んだ人は3人しかいなかった

一方で、選択肢を選んでいないが、金額を記入した回答が一定数あった

選択肢	回答数	1人平均額
野畑図書館	15人	320円
環境展	14人	295円
わくわくランド	2人	1,250円
クリスマスフェスタ	5人	440円
豊中まつり(ワークショップ)	0人	0円
クリスマスフェスタ(ワークショップ)	2人	100円
合計	38人	364円

寄付額は、最高2,000円、最低20円、平均は364円であった。

5 . 事業の成果 < 新規 >

④独自の資金獲得の試行（まとめ）

- ・アンケートから、子ども服リユースの参加者を対象に寄付を募ることはほとんど期待が持てず、現実的でないことがわかった。
- ・イベントでのワークショップの実施による参加費の獲得は、一定の参加を得ることができるが、実施にかかる準備・対応の手間や一度に対応できる人数などから、資金獲得の主たる方法とするのは難しい。
- ・一方で、ワークショップではボタン等の利活用や、シミ・汚れのある子ども服の活用など、リユースできない子ども服等の活用の機会として有効であることもわかった。
- ・ワークショップで参加できる人数（＝獲得できる費用）には限りがあることから、ワークショップで作ることができる制作物を事前に作り、イベント等で販売するといったことも今後の方法として考えられる。

5 . 事業の成果 <その他>

<その他>

● 広報・情報発信

チラシの作成

イベントや回収ごとにPR用のチラシを制作（A5サイズ）

環境交流センターの主催と位置付けることで、市の庁内便（学校や施設等に資料等を車両で配送する仕組み）を活用し、会場場所周辺の小学校やこども園の全児童・園児にチラシを配布

行事名	印刷枚数	主な配布先
東豊中図書館	5,500枚	小学校6校、こども園2園
岡町図書館	6,500枚	小学校9校、こども園3園
野畑図書館	5,500枚	小学校5校、こども園3園
とよなか市民環境展	3,000枚	小学校4校、こども園2園
クリスマスフェスタ	5,000枚	小学校6校、こども園4園
コープ桜塚(回収)	5,500枚	小学校7校、コープこうべ
千里体育館(回収)	4,500枚	小学校5校、こども園3園、体育館利用者

※東豊中図書館のチラシはモデル事業の採択日以前に別予算で印刷・配布

※コープ桜塚（回収）は別日程のチラシで2回配布

5 . 事業の成果 < その他 >

● 広報・情報発信

チラシの作成

モデル事業の実施を通して、市内の小学校39校中27校に1回以上のチラシを配布し、子ども服リユースについて広くPRすることができた。

エリア	エリア内の 小学校	配布した 小学校
北部	5校	5校
北東部	6校	6校
中北部	7校	5校
西部	3校	2校
中部	7校	7校
東部	5校	2校
南部	6校	0校
合計	39校	27校

※小学校区が複数のエリアにまたがる場合は、小学校の位置するエリアに分類

5 . 事業の成果 <その他>

● 広報・情報発信

広報誌への掲載

豊中市の広報誌「広報とよなか」11月号に記事を掲載
(環境交流センターの欄に、子ども服の回収を掲載)



子ども服の回収について

子ども服を回収しています
時開館日の9時～17時 内洗濯済み
で70cm～160cmの子ども服を同センタ
ー内の回収ボックスへ持ち込み 他
汚れや破れ、毛玉などがあるものや
下着、水着、靴下などは不可

8日(土)消印有効

対13組 ￥500円 申同センターHP参
照の上、はがきで同センター。11月

出店者募集

リユースバザー(12月6日(土)開催)

所記載のないものは同センター

〒561-0888 中桜塚1-24-20
☎ 06-6884-8611
FAX 06-6844-8668



環境交流センター

5 . 事業の成果 < その他 >

● 広報・情報発信

Instagramでの発信

投稿数：24件（モデル事業期間中）

フォロワー数：381件（開始時） → 544件（12月19日現在）

投稿内容：取組み紹介、イベント等の告知や報告、環境に関する発信

月	新規登録	1日の最大登録数
6月	4件	4件
7月	29件	4件
8月	26件	3件
9月	31件	4件
10月	44件	4件
11月	30件	4件
12月	6件	2件
合計	170件	

・ イベント期間中に新規登録がやや多いとはいえ、月単位で見ると登録は分散しており、コンスタントに増えている。

※表は12月9日までのもの

※登録解除もあるため、フォロワーの増加数と新規登録数は一致していない

5 . 事業の成果 < その他 >

● 広報・情報発信

マチカネポイントアプリでの発信

参加者アンケートの回答者に、豊中市のデジタル地域ポイント「マチカネポイント」を進呈。

ポイントを付与する取組みについては、アプリ内のお知らせにて告知が可能であり、一部で実施。

→ < 継続 > 図書館（3か所）開催分の告知

< 新規 > クリスマスフェスタの告知

アプリのお知らせ欄に掲載
PUSH通知でも告知が届く



マチカネポイントアプリの
スマホ画面（イメージ）
80

5 . 事業の成果 < その他 >

●シミ・汚れのある子ども服の対応

その他の物品の配布

回収対象としていないが、混入してしまった小物や大人服の配布を試行し、シミ・汚れのある子ども服もあわせて配布した。



日付	場所	参加者	配布		
			小物等	大人服	汚れ等
8/16	環境交流センター	39人	130点	38枚	45枚
12/6	わくわくランド	145人	31点		5枚

※わくわくランドは、通常の配布の際にあわせて実施

※上記の表のいずれも、今回のモデル事業以前に回収したものを配布

(今回の結果一覧や、シミ・汚れのある子ども服の動向に影響していない)

(参考) 配布数の詳細 (8/16配布分)

	重量	1点平均	帽子	くつ下	水着	スタイ カップ	新品 小物	大人	シミ 汚れ
用意	31.4kg	105.7g	21点	22点	48点	18点	26点	50枚	112枚
配布	21.5kg	100.9g	19点	19点	48点	18点	26点	38枚	45枚
残り	9.9kg	117.9g	2点	3点	0点	0点	0点	12枚	67枚

5 . 事業の成果 < その他 >

●子ども服リユースの意見交換会

7月30日、10月3日、12月9日（各1時間程度）

< 参加者 >

当団体、連携団体（豊中市、市内の各市民団体）

< 主な内容 >

モデル事業の進捗報告

課題の共有

今後の方向性についての意見交換 など

5 . 事業の成果 <その他>

● (参考) 重量の計測方法の変更

昨年度のモデル事業

- ・ 0.5kg単位で計測できるデジタル式の体重計を使用
- ・ 子ども服を入れたダンボール箱のまま計量

今回のモデル事業

- ・ 0.1kg単位で計測できるデジタル式の体重計に変更
- ・ 子ども服を入れたダンボール箱の重さを差し引いて計算



5 . 事業の成果 < 参考 >

● (参考) 他のモデル事業との関連

- ・ 他事業：青山商事株式会社「oHOHo (オホホ) CYCLE PROJECT」
- ・ 経過：大阪府の要請で豊中市が環境交流センターに回収ボックスを設置
※豊中市内では他に市役所本庁舎にも回収ボックスを設置
- ・ 整理：子ども服は既存の常設拠点にて回収し、それ以外を回収する
回収ボックス付近の掲示物は担当課（減量計画課）が作成
集まった子ども服の回収等は担当課（減量計画課）が実施
- ・ 結果：期間の途中で2回満杯になり、減量計画課がその都度回収

- ・ 回収条件が異なるため、破れた子ども服を他事業（青山商事株式会社）の回収に持ち込んだ方がいた。
- ・ 回収人数は多くなかったが、一度にごみ袋で数袋分を持ち込んだ方が複数いたため、満杯となった2回とも回収ボックスに収まらず、別で袋を預かった。
- ・ 終了後の11月は子ども服の回収ボックスに大人服の混在が多かった（関係性は不明）。



5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

事業目標

子ども服23,000枚の回収と配布、※参加人数7,000人

項目	参加者	配布	回収
常設拠点(環境交流センター)	692人	1,169枚	2,605枚
イベント実施	1,992人	6,016枚	6,479枚
回収ボックス設置(コープ桜塚)	466人		4,481枚
回収ボックス設置(千里体育館)			840枚
赤ちゃん家庭へのアプローチ(ハイハイレース)	206人	119枚	
赤ちゃん家庭へのアプローチ(乳幼児健診)	248人	251枚	
高校との連携	170人	502枚	203枚
他の常設拠点等への提供・回収		4,737枚	384枚
合計	3,774人	12,794枚	14,992枚

※コープ桜塚は概算人数

環境交流センター主体の取組みだけでは、目標枚数に及んでいない。
→豊中市内全体での子ども服の動向で確認してみる。

5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

(参考) 重量による配布・回収状況

項目	配布		回収	
	全体	1枚	全体	1枚
常設拠点(環境交流センター)	不明	不明	330.9kg	127.0g
イベント実施	795.0kg	132.1g	827.7kg	127.8g
回収ボックス設置(コープ桜塚)			624.1kg	139.3g
回収ボックス設置(千里体育館)			126.8kg	151.0g
赤ちゃん家庭へのアプローチ(ハイハイレース)	13.0kg	109.2g		
赤ちゃん家庭へのアプローチ(乳幼児健診)	22.0kg	87.6g		
高校との連携	76.9kg	153.2g	29.3kg	144.3g
他の常設拠点等への提供・回収	622.6kg	133.7g	35.3kg	91.9g
合計	1,529.5kg	132.5g	1,974.1kg	131.7g

※他の常設拠点等への提供・回収は、重量のわかっているもののみを記載

※配布の合計は、重量のわかっている範囲とし、1枚の重量は該当する11,545枚に対して計算

効果検証では、1枚あたりの重量を配布 133g、回収 132gと設定する。

5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

(参考) サイズ別の回収状況

単位：枚

	~ 70	80	90	95	100	110	120	130	140 ~	その 他	汚れ	小計
交流センター	227	305	305	170	241	270	260	186	279	180	182	2,605
東豊中図書館	150	252	231	56	220	286	212	170	207	22	66	1,872
岡町図書館	240	241	288	111	173	241	282	130	123	45	92	1,966
豊中まつり	0	1	5	2	0	0	0	0	0	1	1	10
野畑図書館	74	197	182	73	177	266	346	239	345	43	91	2,033
環境展	38	63	66	36	41	50	74	57	78	11	20	534
わくわくランド	10	11	13	5	7	5	3	0	1	3	6	64
コープ桜塚	163	391	461	170	372	469	620	612	917	150	156	4,481
千里体育館	27	91	86	17	53	99	112	109	186	30	30	840
高校との連携	8	17	18	14	15	22	39	42	23	2	3	203
他から回収	15	105	73	32	39	18	12	12	18	35	25	384
合計	952	1,675	1,728	686	1,339	1,726	1,962	1,558	2,180	521	665	14,992

5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

(参考) サイズ別の配布状況

単位：枚

	~ 70	80	90	95	100	110	120	130	140 ~	その 他	汚れ	小計
交流センター	80	89	86	62	66	122	143	188	215	0	0	1,051
東豊中図書館	93	128	162	66	169	223	170	178	208	-17	13	1,393
岡町図書館	231	236	267	106	189	244	310	187	193	2	37	2,002
豊中まつり	0	49	35	1	32	36	55	65	0	-1	-3	269
野畑図書館	103	171	155	76	168	167	322	273	411	-4	8	1,850
わくわくランド	23	32	68	18	92	79	91	26	37	31	5	502
ハイハイレース	5	52	36	13	13					0	0	119
乳幼児健診	30	59	59	39	61					0	0	251
高校との連携	8	38	35	38	46	62	53	109	115	0	-2	502
他への提供	248	751	569	144	366	497	604	461	1088	9	0	4,737
合計	821	1,605	1,472	563	1,202	1,430	1,748	1,487	2,267	20	58	12,676

5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

(参考) 1人あたりの子ども服の配布・回収状況

行事名	配布		回収	
	人数	重量	1人枚数	1人重量
イベント			13.2枚	1.69kg
コープ桜塚			16.6枚	2.30kg
ハイハイレース	0.6枚	0.06kg		
乳幼児健診	1.0枚	0.09kg		
高校との連携			8.5枚	1.22kg

※コープ桜塚はカウント日のみの実績

※配布は、配布枚数に参加者全体で割った概算

会場により枚数に多少の差があるが、平均で概ね10枚以上になる。
ただし、実態としては1人で数枚の方もいれば、複数の袋に入れて大量に
持ち込む人もおり、個人差が大きかった。

5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

豊中市内の子ども服循環の状況

本モデル事業の回収分に、他の常設拠点等の回収を加えたもの
≒ モデル事業期間中の豊中市内全体の状況

項目	参加者
本モデル事業の実施分	14,992枚
家庭ごみ事業課(こども園での回収)	4,843枚
常設拠点(テトラポットカフェ)	1,577枚
常設拠点(蛍池公民館)	1,965枚
合計	23,377枚

※本事業以外も本事業のモデル事業の期間に準じる
※常設拠点は主な場所のみとし、枚数は概算を含む

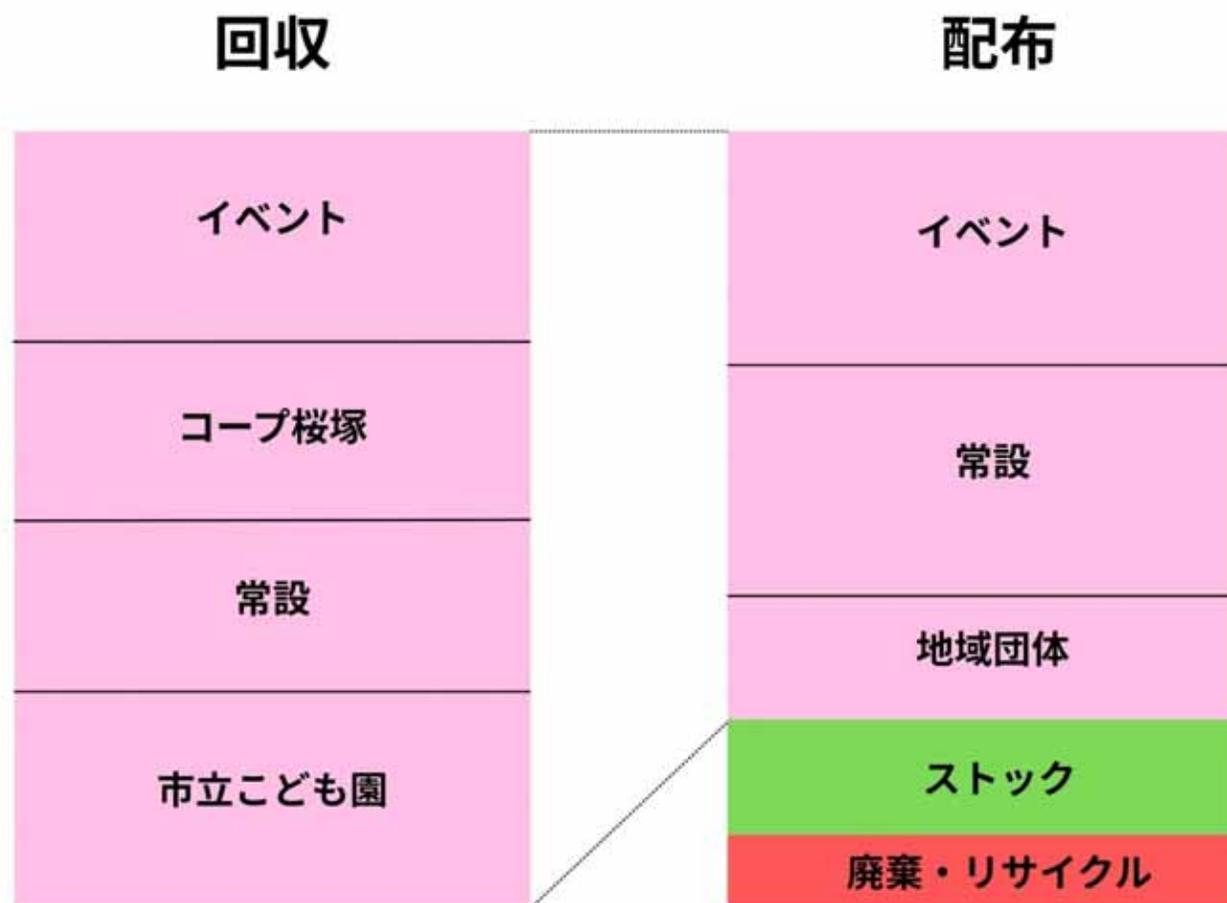
**本モデル事業以外の子ども服回収分を含めた豊中市内全体の状況としては、
モデル事業期間中に目標を達成。**

→年間を通して考えると、さらに多くの回収(循環)となっている。

5 . 事業の成果 < 達成状況 >

● 目標の達成状況

豊中市内での子ども服リユース事業の回収元・配布先のイメージ



5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

①イベントで回収・配布した子ども服による資源化可能な繊維類の削減

- ・豊中市の廃棄物処理における繊維類の割合（令和6年度・確定値）

項目	重量
可燃ごみに含まれる資源化可能な繊維類	約604トン
再生資源で回収された布類	約252トン
合計	約856トン

※資源化可能な繊維類は、豊中市家庭系ごみ排出実態調査（令和6年度）にて、可燃ごみの中の「繊維類（衣類）」の割合（1.13%）を重量化したもの

※再生資源で回収された布類は、豊中市の廃棄物処理の数値のうち令和6年度の実績値

- ・本モデル事業で回収した（廃棄されなかった）子ども服の重量

1枚あたり132 g × 回収枚数合計14,992枚 ÷ **約1.98トン**

※（参考）昨年度は1枚あたり152 g × 16,912枚 ÷ **約2.57トン**

- ・豊中市の資源化可能な繊維類に寄与した割合

1.98トン ÷ 856トン × 100 ÷ **約0.23%**

市人口405,946人 × 0.23% ÷ **約934人**

※（参考）昨年度は資源化可能な繊維類1,097トンで**約0.23%**

市人口398,192人 × 0.23% ÷ **約916人**

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

①イベントで回収・配布した子ども服による資源化可能な繊維類の削減

（参考）豊中市内全体の状況（23,377枚）としての検証

- ・本モデル事業以外の子ども服回収分を含めた（廃棄されなかった）豊中市全体の子ども服の重量

1枚あたり132 g × 回収枚数合計23,377枚 ÷ **約3.09トン**

- ・豊中市の資源化可能な繊維類に寄与した割合

3.09トン ÷ 856トン × 100 ÷ **約0.36%**

市人口405,946人 × 0.36% ÷ **約1,461人**

本モデル事業の直接実施分に限ると、
豊中市の資源化可能な繊維類の削減のおよそ0.23%に寄与した。
これは市民人口のうち、およそ934人分に相当する。
本モデル事業以外の子ども服回収分を含めた豊中市内全体の状況とすると、
豊中市の資源化可能な繊維類の削減のおよそ0.36%に寄与した。
これは市民人口のうち、およそ1,461人分に相当する。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

②イベントで回収・配布した子ども服による二酸化炭素排出量の削減

- ・豊中市の家庭部門から排出された温室効果ガス（令和5年度・確定値）
→390,110t-CO₂（排出係数は変動値による計算）

- ・服1枚あたりの製造にかかる二酸化炭素排出量
服1枚250gとした際の排出量は25.5kg-CO₂※
→1gあたり0.102kg-CO₂となる

本モデル事業で扱う子ども服（133g）の製造にかかる二酸化炭素排出量

→133g × 0.102kg-CO₂ ÷ **約13.6kg-CO₂**

- ・ **A：本モデル事業での配布により回避されたとみなす子ども服の製造**
1枚あたり13.6kg-CO₂ × 配布枚数合計12,794枚 ÷ **約174.0t-CO₂**

※環境省ホームページ「サステナブルファッション」より

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

②イベントで回収・配布した子ども服による二酸化炭素排出量の削減

・ B : 本モデル事業での配布により回避されたとみなす子ども服の廃棄

合成繊維割合※¹63.6% × 排出係数※²2.31t-CO₂ × 回収重量1.98トン
≒ **約2.9t-CO₂**

・ A + B : 本事業で削減できた二酸化炭素排出量

174.0t-CO₂ + 2.9t-CO₂ ≒ 176.9t-CO₂

・ 豊中市の家庭部門からの排出削減に寄与した割合

176.9t-CO₂ ÷ 390,110t-CO₂ × 100 ≒ **約0.045%**

市人口405,946人 × 0.045% ≒ **約183人**

豊中市の家庭部門から排出される二酸化炭素量のおよそ0.045%の削減に寄与した。
これは市民人口のうち、およそ183人分に相当する。

※1 廃棄物分野における排出量の算定方法について一廃棄物分科会（環境省）より

※2 温室効果ガス排出量算定に関する検討結果（案）（環境省）より

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

②イベントで回収・配布した子ども服による二酸化炭素排出量の削減

（参考）豊中市内全体の状況（23,377枚）としての検証

・対象となる配布枚数

豊中市内全体の回収枚数のうち、92%の21,506枚を配布と設定

※本モデル事業の実績をもとに、全体からその他とシミ・汚れを除いた割合

※ストック分（配布前）は考慮しない

・ **A：豊中市内全体での配布により回避されたとみなす子ども服の製造**

1枚あたり13.6kg-CO₂ × 配布枚数合計21,506枚 ≒ **約292.5t-CO₂**

・ **B：本モデル事業での配布により回避されたとみなす子ども服の廃棄**

合成繊維割合^{※1}63.6% × 排出係数^{※2}2.31t-CO₂ × 回収重量3.09トン

≒ **約4.5t-CO₂**

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

②イベントで回収・配布した子ども服による二酸化炭素排出量の削減

（参考）豊中市内全体の状況（23,377枚）としての検証

・ A + B : 本事業で削減できた二酸化炭素排出量

$$292.5\text{t-CO}_2 + 4.5\text{t-CO}_2 \div 297.0\text{t-CO}_2$$

・ 豊中市の家庭部門からの排出削減に寄与した割合

$$297.0\text{t-CO}_2 \div 390,110\text{t-CO}_2 \times 100 \div \text{約}0.076\%$$

$$\text{市人口}405,946\text{人} \times 0.076\% \div \text{約}309\text{人}$$

本モデル事業以外の子ども服回収分を含めた豊中市内全体の状況とすると、
およそ0.076%（市民人口309人分相当）の削減に寄与した。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

③イベントで配布した子ども服による家計の支援の効果（経済的効果）

問：持ち帰った服を購入したと考えた場合、平均して1枚あたりいくらくらいの価値があると思いますか。

	回答枚数	回答数	1枚平均額	1人平均額
東豊中図書館	357枚	56人	460.7円	2,937.1円
岡町図書館	567枚	85人	337.8円	2,253.5円
豊中まつり	51枚	12人	480.4円	2,041.7円
野畑図書館	419枚	59人	535.6円	3,803.9円
わくわくランド	42枚	8人	444.0円	2,331.3円
クリスマスフェスタ	130枚	23人	212.3円	1,200.0円
乳幼児健診	78枚	17人	982.7円	4,508.8円
ハイハイレース(蛍池)	35枚	15人	761.4円	1,776.7円
ハイハイレース(中央)	33枚	12人	1,051.5円	2,891.7円
合計	1,712枚	287人	461.0円	2,749.9円

平均で1枚あたり461円の価値となった。
昨年度は選択肢の回答を概算して506.4円であったが、
昨年度とそれほど大きな違いはなかったと言える。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

③イベントで配布した子ども服による家計の支援の効果（経済的効果）

- ・本事業での配布枚数

項目	配布枚数
常設拠点(環境交流センター)	1,169枚
イベント実施	6,016枚
赤ちゃん家庭へのアプローチ(ハイハイレース)	119枚
赤ちゃん家庭へのアプローチ(乳幼児健診)	251枚
高校との連携(クリスマスフェスタ)	502枚
他の常設拠点等への提供・回収	4,737枚
合計	12,794枚

8,057枚

- ・本事業全体での配布としては、
461円×配布全体12,794枚＝**約590万円相当**となる
- ・他の常設拠点への提供を除いた直接的な配布のみに限ると、
461円×配布全体8,057枚＝**約370万円相当**となる

昨年同様、本モデル事業を通して600万円近い経済効果があったと言える。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

回答者の年代・性別・地域別（アンケート）

選択肢	回答数	割合
1. 10代	3人	1.0%
2. 20代	6人	2.1%
3. 30代	123人	42.9%
4. 40代	106人	36.9%
5. 50代	27人	9.4%
6. 60代	18人	6.3%
7. 70代	2人	0.7%
8. 80代以上	1人	0.3%
9. 回答しない	1人	0.3%
合計	287人	100.0%

選択肢	回答数	割合
1. 女性	245人	85.4%
2. 男性	35人	12.2%
3. その他	0人	0.0%
4. 回答しない	7人	2.4%
合計	287人	100.0%

選択肢	回答数	割合
1. 北東部	34人	11.8%
2. 北中部	37人	12.9%
3. 北西部	35人	12.2%
4. 中東部	33人	11.5%
5. 中西部	76人	26.5%
6. 中部	55人	19.2%
7. 南部	17人	5.9%
合計	287人	100.0%

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

家庭にある子ども服の枚数（アンケート）

選択肢	回答数	割合
1 . 1 ~ 20枚	42人	14.6%
2 . 21 ~ 40枚	49人	17.1%
3 . 41 ~ 60枚	52人	18.1%
4 . 61 ~ 80枚	39人	13.6%
5 . 81 ~ 100枚	44人	15.3%
6 . 101 ~ 120枚	15人	5.2%
7 . 121 ~ 140枚	7人	2.4%
8 . 141 ~ 160枚	7人	2.4%
9 . 161 ~ 180枚	2人	0.7%
10 . 181枚 ~ 200枚	4人	1.4%
11 . 201枚以上	26人	9.1%
合計	287人	100.0%

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

家庭にある子ども服の枚数（アンケート）

- ・アンケートの選択肢に応じて、保有している枚数を設定

選択肢	回答数	設定枚数	保有枚数
1 . 1 ~ 20枚	42人	10枚	420枚
2 . 21 ~ 40枚	49人	30枚	1,470枚
3 . 41 ~ 60枚	52人	50枚	2,600枚
4 . 61 ~ 80枚	39人	70枚	2,730枚
5 . 81 ~ 100枚	44人	90枚	3,960枚
6 . 101 ~ 120枚	15人	110枚	1,650枚
7 . 121 ~ 140枚	7人	130枚	910枚
8 . 141 ~ 160枚	7人	150枚	1,050枚
9 . 161 ~ 180枚	2人	170枚	340枚
10 . 181枚 ~ 200枚	4人	190枚	760枚
11 . 201枚以上	26人	210枚	5,460枚
合計	287人		21,350枚

各選択肢の回答者数 × 選択肢ごとの設定枚数

→ **合計21,350枚**となる（**回答者1人あたり74.4枚**）

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

家庭にある子ども服の年代別の平均保有枚数（アンケート）

選択肢	回答数	1件平均枚数
1. 10代以下	3人	56.7枚
2. 20代	6人	56.7枚
3. 30代	123人	79.9枚
4. 40代	106人	85.1枚
5. 50代	27人	43.3枚
6. 60代	18人	33.3枚
7. 70代	2人	50.0枚
8. 80代以上	1人	30.0枚
9. 回答しない	1人	90.0枚
合計	287人	74.4枚

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

家庭にある子ども服の地域別の平均保有枚数（アンケート）

選択肢	回答数	1件平均枚数
1 . 北東部(北丘、南丘、西丘、東丘、新田、新田南、東泉丘)	34人	68.2枚
2 . 北中部(野畑、北緑丘、少路、上野、東豊台、東豊中)	37人	71.6枚
3 . 北西部(刀根山、桜井谷、桜井谷東、蛭池、大池、箕輪)	35人	73.4枚
4 . 中東部(緑地、寺内、北条、小曽根、高川、豊南)	33人	75.5枚
5 . 中西部(原田、豊島、豊島西、豊島北、中豊島)	76人	77.1枚
6 . 中部(克明、桜塚、南桜塚、熊野田、泉丘)	55人	70.7枚
7 . 南部(さくら学園、庄内西、庄内南、千成)	17人	92.4枚
合計	287人	74.4枚

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

家庭にある子ども服の項目別の枚数（アンケート）

選択肢	合計枚数	割合(%)
1. 日常的に着ている子ども服	10,384枚	48.6%
2. フォーマル服など必要な場合にだけ着る子ども服	1,310枚	6.1%
3. 家族の子どもが成長するのを待っている子ども服	4,342枚	20.3%
4. 家族に着る人がいない、手放すあてのない子ども服	2,082枚	9.8%
5. 廃棄・売却・おゆずりなどの方法で自宅から手放す予定の子ども服	3,222枚	15.1%
無回答	10枚	0.0%
合計	21,350枚	100.0%

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

家庭にある子ども服を着ている人数（アンケート）

単位：人

項目	人数								合計
	0人	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	
同居している子ども	33	102	121	26	4	0	1	0	287
別居している子ども	274	6	5	2	0	0	0	0	287
同居している孫	282	3	2	0	0	0	0	0	287
別居している孫	266	10	3	3	1	3	0	1	287
同居しているその他の人	229	49	7	1	1	0	0	0	287
別居しているその他の人	275	6	4	0	1	1	0	0	287

家庭にある子ども服の枚数と、子ども服を着ている人数から、1人あたりの子ども服の枚数を計算したい

→上記の表で、1つの項目のみを選択している回答のみを分析する

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

1人あたりの子ども服の枚数（アンケート）

選択肢	回答数	1人平均枚数
同居している子ども	200人	51.1枚
別居している子ども	1人	5.0枚
同居している孫	2人	45.0枚
別居している孫	11人	14.4枚
同居しているその他の人	2人	20.0枚
別居しているその他の人	0人	—
参考:複数の項目を回答	65人	—
参考:無回答	6人	—
合計	287人	

※当該項目のみを回答している人の集計

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

豊中市内にある子ども服の枚数（概算）

同居している子どもの1人あたりの枚数×市内の子どもの人数

※子ども服を着る子どもを0～14歳（人口53,185人）と仮定

$51.1\text{枚} \times 53,185\text{人} = 2,717,753.5\text{枚}$ （≒271.8万枚）

※本来であれば、別居している孫の子ども服の枚数も加算すべきだが、概算に活用できる統計が確認できないため、同居する子どもの枚数のみに特化して計算

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

子ども服の入手方法ごとの枚数（アンケート）

項目	回答数	合計枚数	1件平均枚数
新品を購入	253人	3,315枚	13.1枚
リユース品・古着などを購入	147人	1,359枚	9.2枚
「おゆずりぐるり」の配布でもらった	186人	2,257枚	12.1枚
友人・親戚などからもらった	169人	2,601枚	15.4枚
その他	20人	237枚	11.9枚
回答者数	271人	9,769枚	36.0枚

※平均は回答者のみの枚数

※①～⑤のいずれかに回答した人数は271人、いずれも該当しない人数は16人（5.6%）

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

子ども服の処分方法ごとの枚数（アンケート）

項目	回答数	合計枚数	1件平均枚数
ごみの日に「可燃ごみ」として出した	102人	861枚	8.4枚
ごみの日に「紙・布」として出した	75人	820枚	10.9枚
リユースショップ、メルカリなどで売った	101人	1,246枚	12.3枚
「おゆずりぐるり」の回収場所やこども園など地域での回収に持っていった	189人	2,939枚	15.6枚
友人・親戚等にゆずった	119人	1,509枚	12.7枚
その他	14人	112枚	8.0枚
合計	254人	7,487枚	29.5枚

※平均は回答者のみの枚数

※①～⑤のいずれかに回答した人数は254人、いずれも該当しない人数は33人（11.5%）

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

（参考）「可燃ごみ」として焼却される子ども服の枚数（概算）

・対象

アンケート回答者287人中、「可燃ごみ」で出したのは102人

$102人 / 287人 \times 100 \doteq 35.5\%$

子ども服を着る市内の子どもを0～14歳（人口53,185人）と仮定

そのうち、「可燃ごみ」で処分しているおよその人数

$53,185人 \times 35.5\% \doteq 18,881人$

「可燃ごみ」で出している市内全体の枚数

「可燃ごみ」で出すおよその人数×1人あたりの平均枚数

$18,881人 \times 8.4枚 \doteq 158,600枚$

1枚あたりの子ども服の重量を132gと設定

$158,600枚 \times 132g \doteq 20.93トン$

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握

（参考）環境省ホームページ「サステナブルファッション」との比較

項目	今回の調査	サステナブルファッション
入手枚数(購入枚数)	36.0枚	約20枚
処分枚数(手放す枚数)	29.5枚	約14枚
着用されない服の枚数	26.2枚	約23枚
家庭に存在する服の枚数	51.1枚	

※今回の調査では、2025年4月からアンケート回答時（2025年11月～12月に実施）までの実績であるのに対して、環境省ホームページの調査は、2024年1月～12月の実績であるため、調査時期や期間が異なっている

※どちらも1人あたりの平均枚数

※今回の調査で家庭に存在する服は、同居する子どもの1人あたりの枚数とした

※今回の調査で着用されない服は、同居する子どもの1人あたりの枚数から、「日常的に来ている子ども服」の割合の枚数を除いた残りとした

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握（まとめ①）

- ・家庭にある子ども服の枚数は、回答者1人あたりの平均は74.4枚（概算）であった。
- ・年代別の平均枚数は、10代以下・20代はいずれも平均56.7枚と少ない一方で、40代は85.1枚と突出して多くなっている。これは、年齢が上がるごとに子どもの人数が増えていることや、多様なサイズの子ども服が増えていくことが想定される。
- ・地域別の平均枚数は、南部の枚数のみ突出して多いが、回答数が他よりかなり少ないため、回答に偏りがある可能性がある。
- ・家庭にある子ども服のうち、約半数は日常的に使われており、約25%が着る人がいない・手放す予定の子ども服となっている。
- ・同居／別居、子ども／孫で区分した子ども服の枚数として、同居であれば子ども／孫の枚数に大差はなかった。一方で、別居している孫の子ども服は、祖父母宅に平均14.4枚も保有されていることがわかった。
- ・アンケート結果をもとに、豊中市内の人口から概算すると、同居している子どものための子ども服だけで271.8万枚程度があることがわかった。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（定量的な効果の評価・検証）

④市内に存在する子ども服の現状把握（まとめ②）

- ・子ども服の入手方法としては、回答者数が最も多いのが「新品を購入」、1人あたりの平均枚数が最も多いのが「友人・親戚からもらった」であり、全体の平均枚数は36.0枚であった。なお、回答者のうち5.6%は1枚も入手していなかった。
- ・子ども服の処分方法としては、回答者数・1人あたりの平均枚数ともに「地域での回収」などであり、全体の平均枚数は29.5枚であった。なお、回答者のうち11.5%は1枚も処分していなかった。
- ・豊中市内の子ども服と、環境省ホームページ「サステナブルファッション」の数値を比較すると、着用されない子ども服の枚数は同程度であるが、入手枚数・処分枚数ともに子ども服の方が多くなっている。これは、一般的な大人服と比べて、子ども服の方が成長による回転が速いことによるものと考えられる。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（リユース困難な子ども服の対応）

リユース困難な子ども服（シミ・汚れ等のある子ども服）の混入割合

	回収	汚れ		その他	
		枚数	割合	枚数	割合
環境交流センター(常設)	2,605枚	182枚	7.0%	180枚	6.9%
東豊中図書館	1,872枚	66枚	3.5%	22枚	1.2%
岡町図書館	1,966枚	92枚	4.7%	45枚	2.3%
豊中まつり	10枚	1枚	10.0%	1枚	10.0%
野畑図書館	2,033枚	91枚	4.5%	43枚	2.1%
環境展	534枚	20枚	3.7%	11枚	2.1%
わくわくランド	64枚	6枚	9.4%	3枚	4.7%
コープ桜塚	4481枚	156枚	3.5%	150枚	3.3%
千里体育館	840枚	30枚	3.6%	30枚	3.6%
高校との連携	203枚	3枚	1.5%	2枚	1.0%
他から回収	384枚	25枚	6.5%	35枚	9.1%
仕分け後に選別	—	47枚	—	—	—
合計	14,992枚	719枚	4.8%	522枚	3.5%

全体のうち通常の子ども服以外は8.3%。（シミ等4.8%、その他3.5%）
ただし、今年度の実施から、その他はすべて配布可能と見込む。

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（リユース困難な子ども服の対応）

リユース困難な子ども服（シミ・汚れ等のある子ども服）の対応

項目		枚数	重量
【A】イベント等で配布(シミ・汚れコーナーの設置)		58枚	
【A】通常の配布に戻すもの		10枚	1.1kg
【A】シミ・汚れではなく、その他へ変更		39枚	1.8kg
【A】ワークショップで活用		18枚	1.4kg
【B】洗濯の実施		366枚	42.7kg
【C】洗濯に至らないもの	日焼け・色落ちなど	34枚	29.3kg
	破れ・穴あき	41枚	
	のび・毛玉・ほつれなど	98枚	
	染みつき汚れ(洗濯困難)	43枚	
	記名あり	3枚	
【D】未実施(終盤回収分)		109枚	13.1kg
合計		819枚	89.4kg

※リユース困難な子ども服の対応は、本事業で回収したシミ・汚れのある子ども服672枚や、後から（配布時等に）シミ・汚れに選別されたもの47枚に加えて、他の常設拠点（2か所）から預かったシミ・汚れ等100枚を含むため、前スライド（719枚）と合計枚数が異なる。

※【A】その他へ変更は、他の常設拠点から預かった分に小物等が多く含まれていた

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（リユース困難な子ども服の対応）

リユース困難な子ども服（洗濯に至らない子ども服）の例



色落ち



日焼け



破れ



毛玉



染みつき

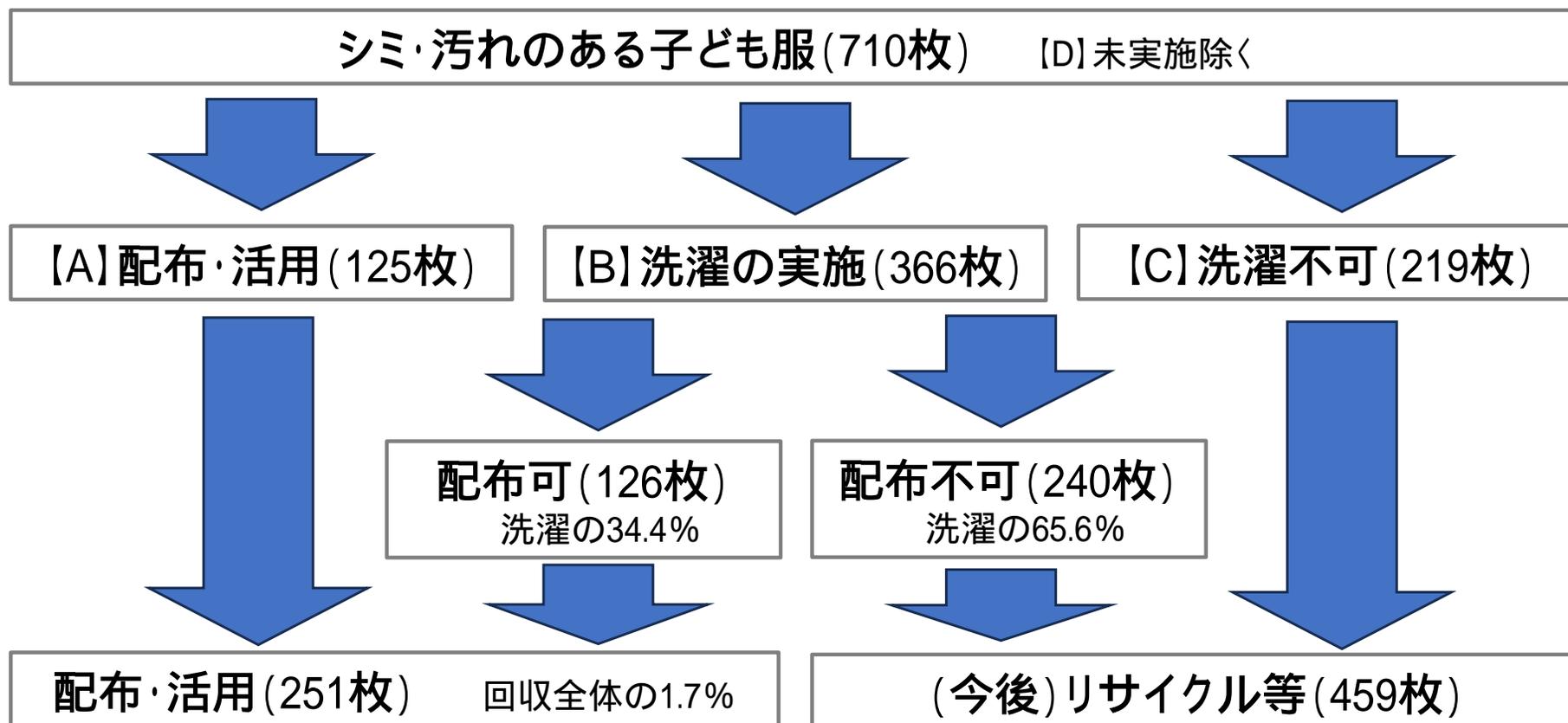


記名

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（リユース困難な子ども服の対応）

リユース困難な子ども服の対応【洗濯の実施】



洗濯により配布可能となった割合は昨年度と同程度であった。
配布活用に至った割合は本事業全体の1.7%に相当。
本事業でリユースできないのは3.1%のみ。（ 97%リユースを達成）

5 . 事業の成果 < 効果検証 >

●効果検証（リユース困難な子ども服の対応）

（参考）ボタン・ファスナーの活用

昨年度のモデル事業で子ども服をリサイクルして回収ボックスを制作
回収ボックスに約80kgの子ども服を提供

→回収ボックスに使用できないボタン・ファスナー等が返却された
今年度のモデル事業で資金獲得のワークショップにボタン等を活用

	昨年度返却分		ワークショップ使用	
	個数	重量	個数	重量
穴あきボタン	250個	79g	51個	10g
スナップボタン	731個	897g	62個	128g
その他ボタン	69個	125g	23個	40g
ファスナー	30個	537g	5個	145g
その他(ビーズ、バックル等)	—	365g	—	41g
	1,080個	2,003g	141個	364g

ワークショップの参加人数があまり多くなかったこともあり、
ボタン等の活用は重量で2割弱に留まった。

6 . 今後の検討課題

●ボランティアについて、登録制度の検討

- ボランティアに登録しても、ボランティアの機会や場所、定員が限られており、参加者が偏っている。一方で、人手が欲しい時に集まらないこともある。市内のさまざまな場所での機会作りの検討も必要。
- 昨年度のモデル事業にて、ボランティア説明会を実施し、参加者を対象に登録制度をスタートしたが、登録期限等を設けていないため、単なる登録だけに終わってしまっている人もいる。また、登録時に子ども服を転売しないとといったような誓約を取っているわけではなく、制度運用に関するルールも設定していないため、登録に関するルールを整備することが必要である。

●季節に応じた子ども服の保管

- 今年度のモデル事業を通して、秋には冬物の子ども服のニーズが高いが、回収する子ども服は夏物が大半であるなど、回収した子ども服をそのまま配布するのが難しいケースが多いことがわかった。そのため、回収した子ども服を次の季節が来るまで（半年程度）は保管し、適切なタイミングで配布することが望ましい。豊中市はすでにその運用を行っているが、より細かい仕分け作業が必要になることや、より多く保管場所が必要となるため、当団体での適切な運用の検討が考えられる。

6 . 今後の検討課題

●連携団体と常設拠点の関係性の整理

- 「おゆずりぐるり」の取組みは、子ども服リユースの取組みを行う団体等が中心となり、具体的な活動の展開を検討・実施し、現在に至っている。そうした中で、すでに取組みをしている他施設や、新たな拠点とも連携し、リーフレットに記載するような常設拠点を広げてきた。そうした中で、連携団体が直接関わっている常設拠点もあれば、情報共有等も行っていない常設拠点もあり、また、新たな拠点への協力の際は、連携団体に参加してもらうのかどうかといったことも不明確であった。
- 連携団体と常設拠点を一体とするのか、あるいは別で常設拠点ネットワークのような情報交換の場を設けるのかといった検討の余地はあるが、連携団体と常設拠点の関係性について、いずれ整理していくことが必要と考えられる。

●シミ・汚れのある子ども服を回収しない工夫の検討

- シミ・汚れのある子ども服について、今後も洗濯やリサイクルなどによる利活用を進めていくが、利活用には一定の費用や手間がかかることから、今後は回収ボックス等に入れられない工夫（PR等）についても、検討していくことが重要である。

6 . 今後の検討課題

●後から見つかったシミ・汚れのある子ども服の対応

→回収した子ども服を仕分けする際には、一斉に多量の子ども服を取り扱うため、シミ・汚れがあることに気がつかず、サイズ別に保管する子ども服の中に混ざってしまうものが少なからずある。子ども服を設置や配布する段階で、保管している子ども服を取り出したところ、シミ・汚れがあることに気がつき、設置や配布から省くものの、その時点ではいつの時点で回収した子ども服かわからなくなっていることが多い。回収→配布のカウントがイレギュラーになるため、カウント方法を確立するとともに、仕分け時の精度を高めていくことも必要になってくる。

7 . 事業終了後の展開

●今後の取組みについて（年度内）

- ・ コープ桜塚での回収は継続する。

現在、半年ごとに双方で確認することとなっており、2026年6月までは継続することとなった。

- ・ 常設拠点との連携（ボランティアによる子ども服の対応、他の常設拠点へ子ども服の提供）は引き続き実施する。
- ・ 本事業で改定したリーフレットは引き続き配布を行う。
- ・ シミ・汚れのある子ども服で、配布・活用に至らなかったものについて、リサイクル等の対応を行う。
- ・ 乳幼児健診での子ども服配布は、年度内にあと1回程度実施予定。
- ・ ボランティアについて、登録制度の検討を行う。
現時点では登録期間がなく、実施要綱等も定まっていないため。
- ・ 年度内に意見交換会を開催し、次年度に向けての検討を行う。

7 . 事業終了後の展開

●今後の取組みについて（次年度）

※連携団体との意見交換や、豊中市との協議を前提とするが、現時点では以下を想定している。

- ・環境交流センターの予算は今年度と同程度（約50万円）を確保する。
予算にはコーディネーター等の交通費を含む。
- ・本モデル事業の「継続」の取組みは、次年度も引き続き実施する。
一部のイベント実施分のマチカネポイントの費用を市の予算で確保。
- ・本モデル事業の「拡充」「新規」の取組みは、次年度の継続を検討する。
高校との連携は、継続的な関わりを前提に開始したため、基本的に次年度以降も継続していく。
- ・希望する小学校等へ子ども服リユースの出前授業を実施する。
本モデル事業で作成したチラシを定期的に案内する。
- ・次年度から改定作業を開始する豊中市の行政計画の中に、子ども服リユースの実績を指標として反映できるかを提案・調整する

8 . 横展開へのポイント

●他の自治体等への情報提供

→2025年9月に開催された「資源循環自治体フォーラム」（環境省等が主催）に参加した自治体から、後日に子ども服リユースの取組みについて問合せがあり、対応を行った。自治体により状況が異なるものの、基本的な取組みについては実施可能な内容であるため、必要に応じて情報提供を行い、各自治体へ取組みが広がっていくことが考えられる。

●子ども服以外のリユース品との連携

→今年度の実施の中で、子ども服の回収に混ざっていた小物など「その他」に特化した配布を行ったところ、非常に多くの持ち帰りがあり、また、相乗効果でシミ・汚れのある子ども服の持ち帰りも多かった。

→参加者から子ども服以外の配布についてもしばしば尋ねられるなど、参加者のニーズも高いことから、子ども服以外の物品についてもどれくらい対象を広げていくかが引き続きポイントになると考えられる。

環境と福祉の連携による 使用済衣類の循環を通じた 「地集地活」 事業報告書

実施団体名

認定NPO法人中部リサイクル運動市民の会

1 . 対象地域の概要

人口	2,340,026人 (令和7年12月1日現在)	世帯数	1,196,466世帯 (令和7年12月1日現在)
年齢構成	<ul style="list-style-type: none"> ・18～64歳までの人口が約6割を占めている 		
名古屋市の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・東京と大阪の間に位置し中京圏の中心都市 ・交通アクセスが非常に便利で名古屋駅を中心に新幹線、地下鉄が整備されている ・1999年に「ごみ非常事態宣言」が発令され、その後リサイクル活動が活発化 ・99年当初100万tだったごみ量が54万tまで減少(2024年現在) 		
本事業の対象地区	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋市内全域を対象とし、主に公共施設や大学を中心に拠点をつくる ・回収拠点の設置と合わせ、循環フェス名古屋など衣類循環の啓発イベントを実施 		
リユースの取り組み (弊会の取り組み)	<ul style="list-style-type: none"> ・リユース&リサイクルステーション(市内23か所)を開催(弊会主催) ・環福連携で進めるチャリティショップ「Re ショップ」(市内7拠点)を運営 		

人口	67,682人 (令和7年 5月現在)	世帯数	31,441世帯 (令和7年 5月現在)
年齢構成	<ul style="list-style-type: none"> ・65歳以上の高齢者が26%を占めている 		
豊明市の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋市に隣接し、都市機能と自然が調和した地域 ・落ち着いた住宅街が広がり、ファミリー層に人気 ・家庭系の一般廃棄物の排出量は年間14,097t(2024年度実績) ・そのうち資源物は2,935tで、資源物の中で衣類・布類の回収量は187t 		
本事業の対象地区	<ul style="list-style-type: none"> ・共生交流プラザカラットを拠点として、幅広く衣類循環の協力を市民に呼び掛ける 		
リユースの取り組み (弊会の取り組み)	<ul style="list-style-type: none"> ・環福連携で進めるチャリティショップ「Re ショップ」(市内1拠点)を運営 2025年9月末を持って閉店 		

2 . 事業の目的

使用済衣類に関する名古屋市の課題

- ・名古屋市の2023年度における使用済衣類の回収量は2,308tで、リサイクル率（資源化率）は10%程度となっている。
- ・古紙やびん、缶類のリサイクル率は概ね80%台を維持しており、衣類のリサイクル率が非常に低い。
- ・一方で使用済衣類のリサイクルが低調にとどまっている理由の一つに、地域での資源回収の場所と頻度が少ない点にあると考えている。
- ・集団資源回収の品目をみると、古紙に関しては、常設の古紙回収ボックスなどの設置が増えて市民の排出機会は増えているが、使用済衣類が含まれない場合がある。あったとしても古紙に比べて嵩張るため回収率が悪く、古紙回収ボックスを設置する古紙回収事業者は使用済衣類の専門ではないため、使用済衣類回収のインセンティブが働きにくい。
- ・名古屋市では1999年に発令された「ごみの非常事態宣言」後の25年間で、市民・企業・行政の連携協力により、40%のごみ減量に成功している。このことは行政との連携は実効性を伴うことを示しており、リサイクル率の低い使用済衣類の回収においても行政が市民・企業との連携強化を図ることが課題となっている。

2 . 事業の目的

課題への対応策

常設用回収ボックスの設置による回収

協力頂く施設の屋内に回収ボックスを常設し、施設営業時間帯に随時回収する

イベントを通じての回収

名古屋市の施設や公園などで開催される土日「環境イベント」や「循環イベント」を通じて使用済衣類の回収及び啓発活動を行う

回収後の使用済衣類活用方法について

環境と福祉の連携（環福連携）を目的に運営するチャリティショップでの販売

- 名古屋市内等で当会及び当会と連携する障がい者支援団体が運営するチャリティショップ（全8店舗、うち隣接豊明市1店舗）にて販売する。
- 当該チャリティショップで得られた売上は、当会の非営利活動及び当会と連携して店舗を運営する非営利団体に所属する障がい者の方々の工賃として活用する。

名古屋市内で暮らす生活困窮世帯への提供

- 当会は、名古屋市を中心にDV被害などを背景としたシングル世帯への住居支援を実践している非営利団体と連携しており、シングル世帯向けの使用済衣類の低価格販売会などを開催し、必要な衣類を必要な数量で提供する。

2 . 事業の目的

使用済衣類の循環を促進する動機づけとしての無償回収と提供

- ・使用済衣類を当会が設置する回収ボックスに市民が持ち込むことで、間接的に社会貢献活動に参加できることとなり、幅広い市民からの共感による、使用済衣類の地域循環促進を促す。
- ・イベントを通じて回収衣類を広く市民に提供し、古着の循環の輪に加わる市民を拡げる。

若手デザイナーとの連携による古着古布のアップサイクル素材に活用

- ・当会が現在進めている、古着古布のアップサイクル事業「ニューサイクルファッション（以下、NCF）」において素材として提供し、古着古布の付加価値を高めて、利用を促進する。
- ・目下、デザイナー系専門学校とのタイアップや若手デザイナーとの連携により、回収した古着古布をもとにNCFの供給システムを構築中である。具体的には専門学校カリキュラムにアップサイクルデザインを取り入れ、製品作りと販売まで取り組む。

この地域で営業する民間の古着屋へ卸販売

- ・若者の間でニーズの高い古着を民間の古着屋へ卸販売し、リユースを促進することで廃棄を削減し、あわせて当該仕組みの継続的な運営のための当会の財政基盤を確立する。

廃棄0にむけたリユース・リサイクルルートへの投入

- ・上記で活かしきれないものは全量、通常の高着問屋ルートで国内外のリユース又はリサイクルルートに乗せる。なお、リサイクルはウェス、反毛として再利用されていく。

3 . 事業の内容

全体概要

- ・ 常設回収BOXの設置と、各種イベントでの衣類循環の啓発活動（回収含む）とを組み合わせることで、この地域の衣類循環率の向上を図る。
- ・ 次世代を担う大学生が関われる仕組みを構築することで、この地域に新たな衣類循環のムーブメントをつくる。
- ・ 衣類循環と障がい者就労支援を組み合わせることで、環境と福祉両面における地域課題解決に繋げる。

具体的な取り組み内容

公共施設等への衣類回収BOXの設置

行政・大学生・企業等と連携したイベントの企画運営

回収した衣類の多用途活用

衣類循環に関する市民アンケートの実施

3 . 事業の内容

衣類の多用途活用について

- ・当該モデル事業では、通常のリユース・リサイクル以外に以下の用途への活用も想定している。

～生活困窮世帯への提供～

- ・DV被害などのシングル世帯への居住支援を実施しているNPO法人及び生活困窮世帯を抱える自治体と連携し、要請を受けた際に予め弊会で仕分け保管している衣類を低価格または無償で提供する。

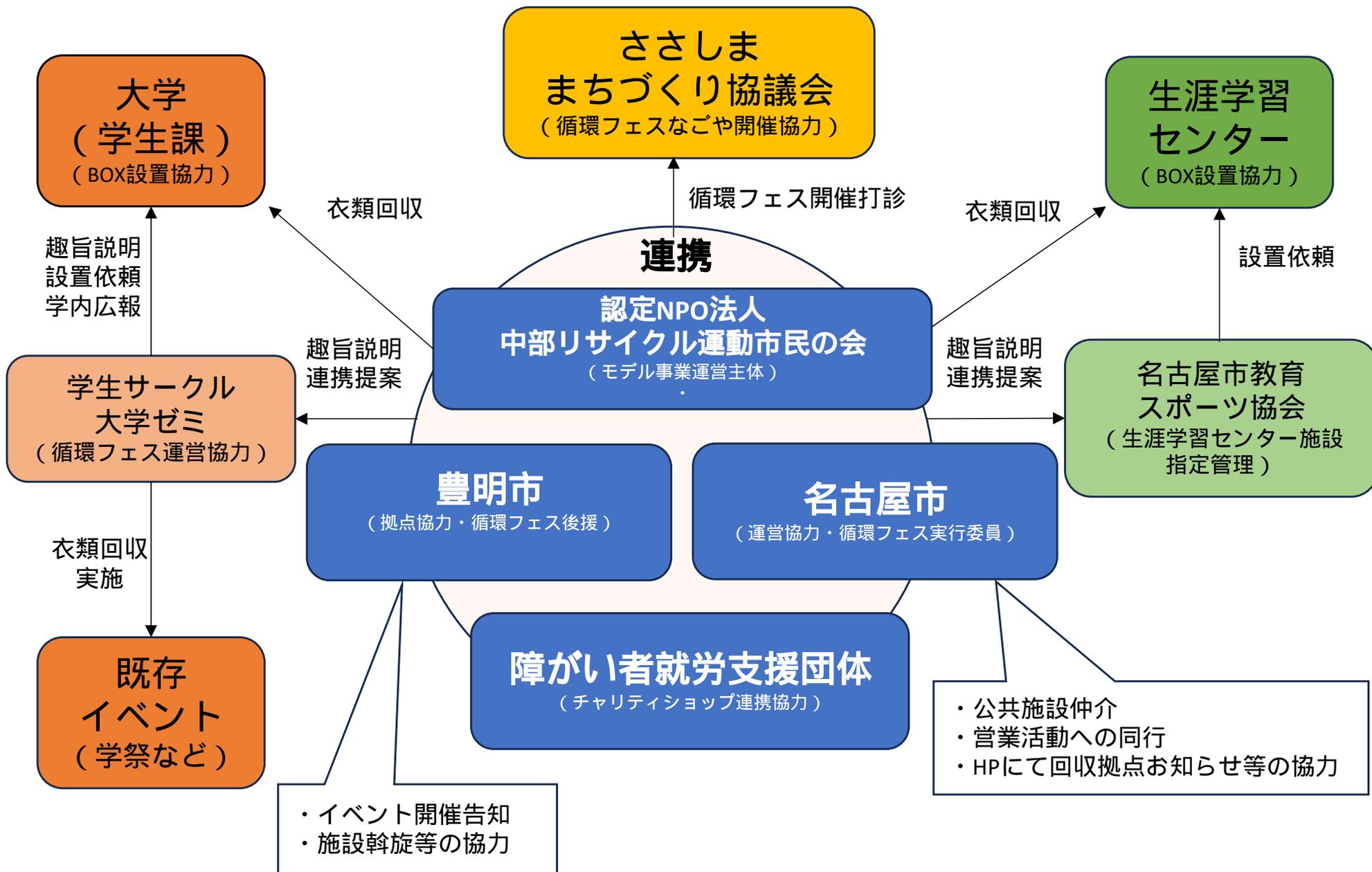
～デザイン専門学校との連携によるアップサイクル～

- ・デザイン専門学校の授業の一環として、回収した衣類のアップサイクルを行う。

4 . 事業の実施体制

団体名	役割	協議・調整の有無と内容
認定NPO法人中部リサイクル運動市民の会	運営主体	
名古屋市環境局資源循環企画課	各種団体紹介・イベント開催・ 循環フェス運営	
公益財団法人名古屋市教育スポーツ協会	BOX設置場所の提供	事務局へ設置提案及び調整
愛知大学	BOX設置場所の提供	学生課へ設置提案及び調整
愛知大学国際協力団体SEED	学生課への提案・BOX管理・普及啓発・ 循環フェス運営	
南山大学	BOX設置場所の提供	学生課へ設置提案及び調整
南山大学総合政策学部「前田ゼミ」	イベント運営 (総合政策学部25周年記念イベント)	総合政策学部教授と調整
南山大学SDGs普及啓発団体CLOVER 南山大学エコファッション	学生課への提案・申請書類の作成・ BOX管理・普及啓発・循環フェス運営	
南山大学食品ロス削減団体HANDinHAND	既存イベントでの回収	
名古屋市立大学 「伊藤ゼミGlobal Justis Project」	BOX設置場所の提供	ゼミ側からの依頼
一般社団法人ささしままちづくり協議会	循環フェス名古屋開催協力	事務局とイベント開催調整
豊明市共生社会課	回収イベント開催協力	
(株)折兼	BOX設置場所の提供	
(株)ヒューマンフォーラム	BOX「リリースキャッチ」の提供	
障がい者就労支援団体	チャリティショップでの衣類回収と販売	

4 . 事業の実施体制

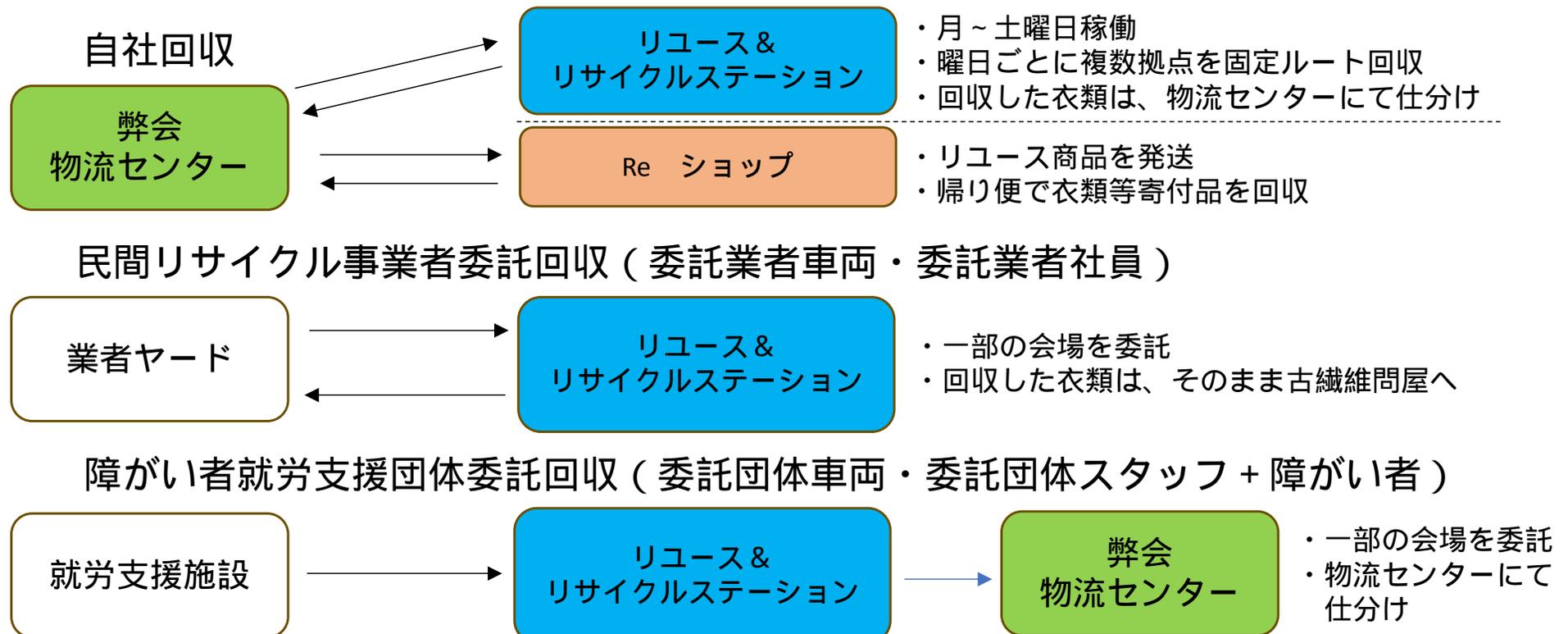


4 . 事業の実施体制

弊会基本情報（既存事業）

所有車両種類	台数	運搬 スタッフ数	衣類回収拠点種類	拠点数	衣類回収量 (24'年実績)
2t平ボディトラック	1	4名	リユース&リサイクルステーション	23	134.5t
ハイエース	2		エコロジーセンターRe 創庫あつた 物流センター併設	1	
軽ワンボックス	1		Re ショップ	7	85.3t

既存事業での衣類回収方法（3パターン）



多くの就労支援施設は、送迎用のワンボックスカーを所有しているが日中は活用されていない。それらの車両の有効活用＋障がい者の仕事づくりの一環として回収を委託。

4 . 事業の実施体制

弊会基本情報（既存事業各拠点）

リユース&リサイクルステーション（市内23か所）



チャリティショップ（市内7店舗）



エコロジーセンターRe 創庫あつた
（物流センター併設）



仕分けスペース（物流センター内）



4 . 事業の実施体制

弊会基本情報（既存事業各拠点）

会場一覧PDF「リサイクル資源を出す」

認定NPO法人中部リサイクル運動市民の会

2024年2月現在

エコロジーセンターRe☆創庫（資源回収・リユース品寄付受付・リユース商品販売）

区	施設名	営業日	営業時間	所在地
熱田区	エコロジーセンターRe☆創庫 あつた	毎日	10時～17時	熱田区八番2-19-16

リユース&リサイクルステーション（資源回収・リユース品寄付受付）

開催時間：10時～12時 ※雨天決行・荒天中止

区	会場名	開催日	開催場所
千種区	イオンタウン千種	第1・3木曜日	千種区千種2-16-13 マックスバリュ前平面駐車場
	アビタ千代田橋店	毎週金曜日	千種区千代田橋2-1-1 店舗南側平面駐車場
東区	イオンモールナゴヤドーム前店	第4木曜日	東区矢田南4-102-3 平面駐車場「イオンバイク」前
北区	ピアゴ味鋺店	毎週木曜日	北区楠3-606 店舗前駐車場東側
	オズモール大管根商店街	第1・3金曜日	北区大管根2-10-6 商店街内
	エクボ辻町店	毎週土曜日	北区辻町1-37 店舗前駐車場
西区	ヨシヅヤ名古屋名西店	第2・4月曜日 ※原則、祝日休止	西区名西2-33-8 平面駐車場東側
中村区	ピアゴ中村店	第2・4月曜日	中村区大門町27 店舗前駐輪場
	八田フランチ館	第1・3水曜日	中村区岩塚町西枝1-1 平面駐車場南
	パレマルシェ中村店	第2・4木曜日	中村区剣町1 南駐車場
昭和区	八事ハウジング	第2・4水曜日	昭和区八事本町16 駐車場
瑞穂区	パロー瑞穂店	第1・3火曜日	瑞穂区豆田町5-2 店舗前駐車場
南区	DCM元塩店	第1・3火曜日	南区元塩町4-20-1 平面駐車場北東角
	アビタ名古屋南店	第1水曜日	南区豊田4-9-47 店舗北平面駐車場
守山区	清水屋藤ヶ丘店	第1・3月曜日	守山区森孝東1-509 森孝東パーキング
	ピアゴ西城店	第2・4金曜日	守山区村合町175 店舗北側駐車場
緑区	アビタ鳴海店	毎週木曜日	緑区鳴海町伝治山3-9 平面駐車場西側出入口付近
	ピアゴ清水山店	毎週土曜日	緑区清水山1-501 店舗北側駐車場奥
	エクボもも山店	第1・3土曜日	緑区桃山4-342 店舗前駐車場西側出口横
名東区	イオン名古屋東店	第4火曜日	名東区猪子石原2-1701 店舗正面第1駐車場
	西友高針店	毎週土曜日	名東区牧の里1-401 第3駐車場
	イオンメイトピア店	毎週火曜日	名東区高間町501-1 屋上駐車場北西側
天白区	ピアゴ榑田店	毎週金曜日	天白区元榑田1-302 店舗南西奥駐車場

4 . 事業の実施体制

弊会基本情報（既存事業各拠点）

- ・ 弊会と弊会が連携する障がい者就労支援団体が運営するチャリティショップ
- ・ 市民から寄付されたリユース品の販売と寄付品（家庭の不用品）の受け取りを実施
- ・ 各拠点で受けた寄付品は全て弊会物流センターにて仕分けを実施
- ・ 弊会物流センターから毎週リユース商品を発送

店名	住所	主体
Re☆ショップあつた	熱田区八番2-19-16	弊会
Re☆ショップさくら	南区松城町2-45荒川ビル1F	弊会
Re☆ショップよしの	東区芳野3-13-2後藤ビル1F	弊会
Re☆ショップなかたbyぐるっぺ	千種区仲田1丁目9-12ワークルーム・ぐるっぺ1F	NPO法人アダージョちくさ
Re☆ショップあいおいやまbyOZ	天白区久方1丁目148番地相生山住宅52棟108番地	NPO法人あたたかいところ
Re☆ショップさくらやまby育成会さくらやま	昭和区塩付通3丁目19番地1	社会福祉法人名古屋手をつなぐ育成会
Re☆ショップこうじょう軒下店byスイーピー	北区金城町4-5	NPO法人ポパイ

4 . 事業の実施体制

弊会が運営する**既存の資源回収拠点(23か所)**と
当該モデル事業で設置した**新規衣類回収BOX(施設拠点16か所)**分布図 (名古屋市16区)



4 . 事業の実施体制

運搬についての考え方

既存拠点の運搬ルート（固定）を活用し、
新規拠点との効率的な組み合わせで新ルートを設定する。

→追加コスト・CO2発生を抑制したルートで回収可能

各拠点からの回収依頼後、1週間以内に回収する。

→拠点の負担感を軽減し、継続的な連携が可能

各拠点には、45ℓの袋で5～10袋の保管を依頼する。

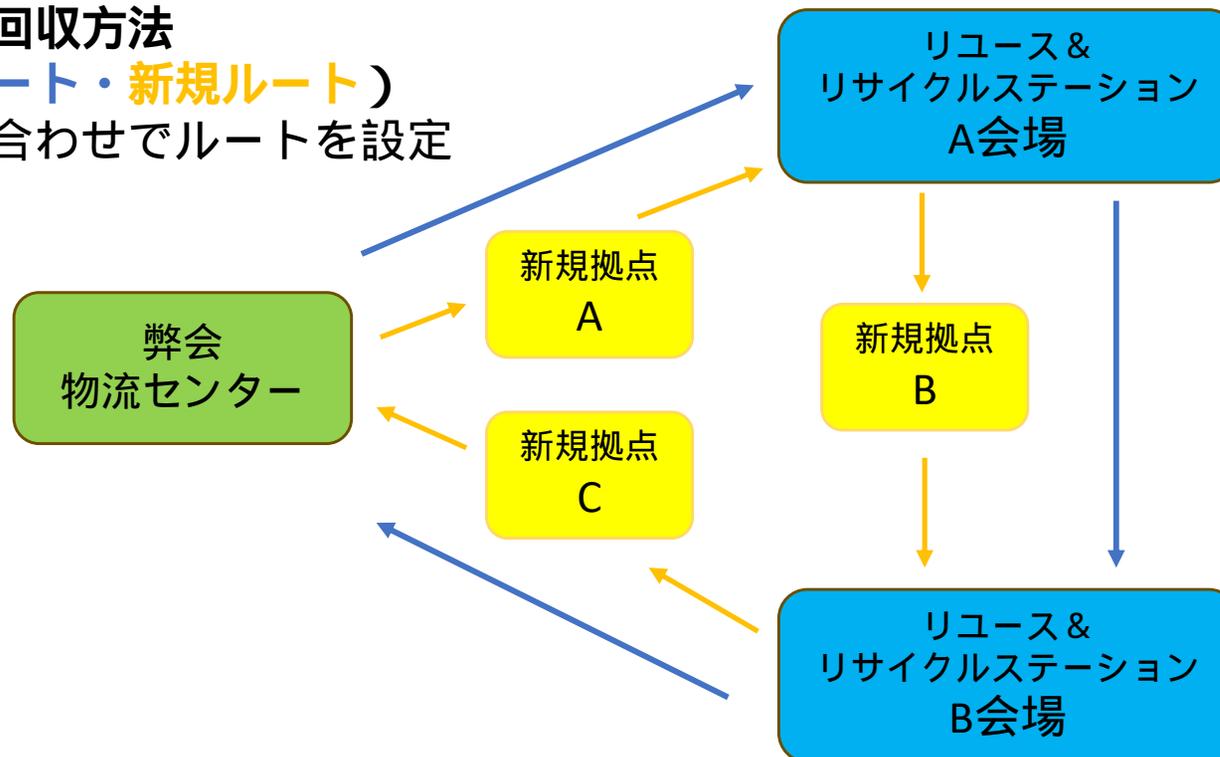
(重量換算：8kg程度/袋 →1拠点あたり40～80kg保管)

→既存拠点収集車両のすきまスペースに積み込み可能な量のため無駄のない回収が可能

新規の衣類回収方法

(既存固定ルート・新規ルート)

・最適な組み合わせでルートを設定



4 . 事業の実施体制

既存の仕組みの概要（市民の持ち込み～弊会での活用イメージ）

- ・各家庭で、リサイクル衣類とリユース衣類の分別協力を依頼している。（2009年～）
- ・下図 ～ の用途で活用している。（地域リユースを優先）
- ・市内7店舗のチャリティショップで販売し、収益は非営利活動に還元されている。
- ・市内7店舗のうち4店舗は障がい者就労支援団体との連携店舗となっており、リユース品の販売が、障がい者の仕事づくりと工賃に繋がっている。（環境×福祉）
- ・弊会で活用しきれない衣類は全量古繊維問屋へ流れており、弊会での廃棄量はゼロとなっている。

各家庭 での仕分け	持ち込み	弊会回収拠点	%		%
リサイクル衣類 (使用感:多) 全体の 約6割		チャリティショップ販売用に仕分け	25	国内リユース	38
		生活困窮世帯への提供	数十枚/年		
		イベント用として仕分け	1.5		
		アップサイクルでの活用	数十枚/年		
		民間古着屋へ売却	1.5		
		古繊維問屋へ売却	72		
リユース衣類 (使用感:少) 全体の 約4割		チャリティショップ販売用に仕分け	50	国内リユース	80
		生活困窮世帯への提供	数十枚/年		
		イベント用として仕分け	20		
		アップサイクルでの活用	数十枚/年		
		民間古着屋へ売却	10		
		古繊維問屋へ売却	20		

4 . 事業の実施体制

衣類【一次仕分け:チェック項目】

2. 首回りの汚れ

- ・黄ばみはないか

3. 全体の汚れ

- ・大きな汚れはないか
- ・やぶれはないか

5. ファスナーの動き

- ・壊れていないか
- ・固くないか



1. ポケットの中身

- ・何か入っていないか
(貴重品等はマネージャーへ)
- ・やぶれはないか

4. 袖口の汚れ

- ・汚れはないか

6. スーツ

- ・セットでない物は、
リサイクルへ
- ・ネーム有のものは、
リサイクルへ
(礼服はOK、英字のみ↓)

漢字×	山田
ローマ字○	T. Yamada
仁字○	T. Y

4 . 事業の実施体制

～ 仕分けの流れ～

- ・ステップ1：古着屋によるピックアップ
- ・ステップ2：弊会ボランティアによる仕分け

○考え方：古着屋への卸販売は、全体の10%前後ではあるが販売単価が高く、定期的な売り上げに繋がるため優先順は高い。

また、弊会のターゲット層及び仕分け基準とは異なり、そもそもあまり活用していなかった衣類であるため、双方にとってwinwinの関係性が成立している。

卸販売及びチャリティショップへの仕分けから漏れたものの中で若者向けの衣類が¥0Marek用となる。

～ ターゲット層の分類～

- ・10代～30代向けの衣類は、古着屋、循環フェス名古屋などへ
- ・それ以外（幼児用含む）は、弊会のチャリティショップでの販売へ

	対象年代	仕分け基準	活用先	活用後
回収衣類	若者向け衣類 10代～30代	デザイン・ブランド シミ汚れの有無よりデザイン性重要視	古着屋へ卸販売 古着問屋が弊会物流センターにて直接仕分け	残渣は発生しない
		デザイン・ブランド 古着卸販売ではじかれたもの	イベントで活用 ¥0Marketなど 残ったものは古繊維問屋へ売却	古繊維問屋へ
	30代以上向け	シミ・汚れなどの有無 デザイン・ブランドが良くてもシミ汚れがあればNG	弊会チャリティショップで販売 陳列したものの3～4割が実際に売れる 売れ残り品は全て古繊維問屋へ売却	古繊維問屋へ
	年代関係なく	シミ・汚れなどが多い デザイン等がターゲット層に合わないもの	古繊維問屋へ売却	

5 . 事業の成果

当該モデル事業で設置した衣類回収BOXの施設等一覧

回収場所の属性	回収場所の名称	
公共施設	1	千種区生涯学習センター
	2	北区生涯学習センター
	3	西区生涯学習センター
	4	中村生涯学習センター
	5	瑞穂生涯学習センター
	6	熱田生涯学習センター
	7	港生涯学習センター
	8	南生涯学習センター
	9	名東生涯学習センター
	10	JICA中部
	11	豊明市共生交流プラザカラット（2階）
大学等	1	愛知大学
	2	南山大学
	3	名古屋市立大学
	4	鯉城学園

5 . 事業の成果

当該モデル事業で設置した衣類回収BOXの施設等一覧

回収場所の属性	回収場所の名称	
一般施設	1	プロステーション御器所店
	2	プロステーション名東店
	3	エコロジーセンタ Re 創庫あつた
	4	Re ショップさくら
	5	Re ショップよしの
	6	日本陶磁器センタービル5階（弊社事務所）
	7	グリーンフェロー（マンション・商業施設）
	8	小島良太郎商店
イベント	1	KOZOJI ICONIC MARKET minimini
	2	Social tower Market
	3	HAND in HAND 食品ロス削減イベント
	4	環境デーなごや2025
	5	循環フェス名古屋
	6	名古屋市リユース品回収実証実験@南リサイクルプラザ
	7	豊明市共生交流プラザカラット（体育館）
	8	南山大学総合政策学部25周年記念イベント

5 . 事業の成果

衣類回収BOX設置営業用資料



環境省
令和6年度補正予算 使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業

衣類回収BOX設置のご提案

- 貴社SDGs活動の一環として
- 循環型社会実現に向けて

主催団体(問い合わせ先)
認定NPO法人中野リサイクル運動市民の会
〒461-0002
名古屋市東区代官町39-18 日本陶磁器センタービル5階
TEL:052-982-9079 担当:永田秀和
連携協力:名古屋市環境局資源循環企画課

BOX設置のメリット

- 社内SDGs活動の推進
…名古屋市内の衣類のリサイクル率はわずか10%(古紙類は80%に対し)に留まっています。衣類のリサイクル率向上は、地域のごみ減量に直結します。
- 社会貢献活動への社員参加
…社員のみなさんの参加(衣類の持ち込み)を促すことで、環境意識向上に繋がります。
- 集客増効果
…名古屋市内では古着の回収拠点が少ないため回収BOX設置による集客が見込めます。名古屋市の公式HPなどで回収拠点が紹介されます。
- 地域住民とのコミュニケーションツールに
…回収品目などの話題と共に、衣類リサイクルについてお話をするきっかけになります。

運用イメージ

- ◆ 貴社:①BOXの設置・管理 ②衣類の保管(45ℓ×5~10袋) ③回収依頼の連絡
- ◆ 弊会:①BOX準備 ②BOX設置場所告知(※循環フェス名古屋など) ③回収 ④仕分け
- ◆ 名古屋市:①BOX設置場所の告知(名古屋市HPなど)

リリースキャッチ BOXサイズ



幅 45cm
高さ 108cm
奥行 40cm

リリースキャッチ 内袋



高さ 85cm
幅 78cm

5 . 事業の成果

大学への回収BOX設置

- ・当該モデル事業内で、市内3つの大学との連携が実現した。

～設置までの流れ～

学生サークルに協力要請

学生課へのBOX設置申請（設置場所・保管場所・ポスター等の掲示場所についての申請含む）

学生サークルと管理方法協議

学生による広報とBOX管理（回収・保管・回収要請）

～必要備品～

回収BOX必要数

布台車（弊会準備 右写真）

掲示物（ポスター・回収ルールなど）

～設置からの動き～

回収衣類の収集保管（学生）

学生の負担が大きくなるため、複数名の協力が必要

学内での保管場所の確保が必須

衣類回収の呼びかけ（学生）

学生の主体的な参画が必須

回収要請（学生→弊会）

車両入校許可申請（学生）

回収（弊会）

保管場所から駐車場までの運搬は学生の協力必須

【布台車イメージ】



この台車で収集保管するため、
45 の袋で5～10袋程度積めるサイズが望ましい
今回は236 のものを使用

5 . 事業の成果

回収BOX設置場所写真（一部抜粋）

生涯学習センター



JICA中部



5 . 事業の成果

南山大学学内

- S棟3階エレベーター前
- C棟1階ゴミ箱の横
- G棟2階真ん中のごみ箱の横
- R棟入り口近くの階段横
- Q棟2階のエレベーター前



5 . 事業の成果

衣類回収・啓発イベントの開催

環境デー名古屋2025



名古屋市 リユース品回収実証実験
@南リサイクルプラザ
(2025年度 4回実施)



5 . 事業の成果

KOZOJIICONICMARKETminimini



Social tower Market



循環フェス名古屋



南山大学総合政策学部25周年記念事業



5 . 事業の成果

告知媒体

南山大学学生が作成した校内普及啓発ポスター

社会を変える力を集める

衣服の循環

「地集地活」×SDGs

いつでも誰でも気軽に参加できる！

常設

10月10日～11月28日

回収した衣類を活用する
支援先を選べる衣服回収プロジェクト

回収対象：衣類全般
(詳細は、回収BOX「回収ルール」参照)

BOX場所

- S棟3階エレベーター前
- C棟1階ゴミ箱の横
- G棟2階真ん中のごみ箱側
- R棟入口近く of 階段横
- Q棟2階のエレベーター前

このボックスに
衣類を一着からでも
気軽に入れてね！！

南山大学での衣類回収プロジェクトは、南山大学SDGs普及啓発団体CLOVERの衣類回収プロジェクトを中心とした学生が名古屋市役所、認定NPO法人中部リサイクル運動市民の会との協働により実施しています。
なお、回収効果などの検証をJSPS科研費JP21K12355（研究代者：前田洋枝 南山大学総合政策学部教授）の一環として行ないます。

問い合わせ iruikaishu.nanzan@gmail.com

除菌団体
南山大学SDGs普及啓発団体CLOVER
衣類回収プロジェクト
2025.JJ366 芦家楓

QRコード

Clothes collection rules

衣類の循環
「地集地活」×SDGs

開催期間10月10日～11月28日
南山大学SDGs普及啓発団体CLOVER
衣類回収プロジェクト

回収ルール

古着として再利用を目的とした回収を行いますので、
洗濯したものをお持ちください。

回収NG

- ・下着、肌着、靴下などは×
- ・帽子、バッグ、靴などの雑貨は×
- ・濡れている、カビなどは×

回収OK

- ・多少の毛玉、シミ、汚れ、破れは○
- ・マフラーは○
- ・着物、浴衣○

・貴重品などが入らないようご注意ください
・回収された商品の返還はできません
※集められた服は選別を行いますが、多くは古着としてそのまま再利用されます

Illustrations of folded clothes and a collection box.

5 . 事業の成果

循環フェス名古屋 ポスター

循環フェス名古屋 チラシ

古着の回収と再循環のお祭り

循環フェス

名古屋

11月02日(日) 12:00~16:30
03日(月) 10:00~16:00

場所：ささしまライブ 24 1号公園 (名古屋市中村区平池4丁目)

入場：無料 (少雨決行 (荒天中止))
※中止の場合は、11月(日) 15日時点でHPにて発表

回収したいアイテムは？
不要な衣類・羽毛ふとん・ランドセルの回収

¥0 Market
古着3点無料

遊びに来てね

Z世代と生み出す新しい"循環"のムーブメント

名古屋

古着の回収と再循環のお祭り

開催日時
2025 11.2 (日)
開場 12:00 / 開場 16:30
11.3 (月・祝)
開場 10:00 / 開場 16:00

開催場所
ささしまライブ 24 1号公園
(名古屋市中村区平池4丁目)

循環フェスでは、リユース品、リメイク品、デッドストック品など。ある人にとっては必要でなくなったモノが、必要とする人の手にわたり、地域内で再活用される『循環』を目指します！

★ ¥0 Market : 回収された古着のうち、お気に入りのものを3点まで¥0でお持ち帰りいただけるマーケットです。

★ RELEASE⇔CATCH : 使用済衣服の回収 Box 『RELEASE⇔CATCH (リリースキャッチ)』による古着の回収。手放してもよい洋服をお持ちください！

名古屋・全国の人気古着屋も多数出店予定！お買い物も楽しめます！！

リユースやリサイクルを身近に感じられるワークショップや展示を通して、楽しみながら「循環」の大切さに触れられるイベントです。会場では、環境に配慮した素材や再利用品などを取り入れた物販も行われており、実際の暮らしに取り入れられるアイテムとの出会いも楽しめます。

実行委員：中部リサイクル運動市民の会、名古屋市、株式会社ヒューマンフォーラム、株式会社折渡、株式会社成島、豊田大学、豊田大学附属 SESI 名古屋、南山大学、SDG+ 愛知教団体 CLOVER 名古屋

5 . 事業の成果

循環フェス名古屋 当日の様子

DRILL(防災と食のイベント)

循環フェス名古屋

愛大祭



5 . 事業の成果



【¥0 Market 衣類3枚無料/ひとり】



【企業ブース リペアワークショップ】



【衣類回収ブース】

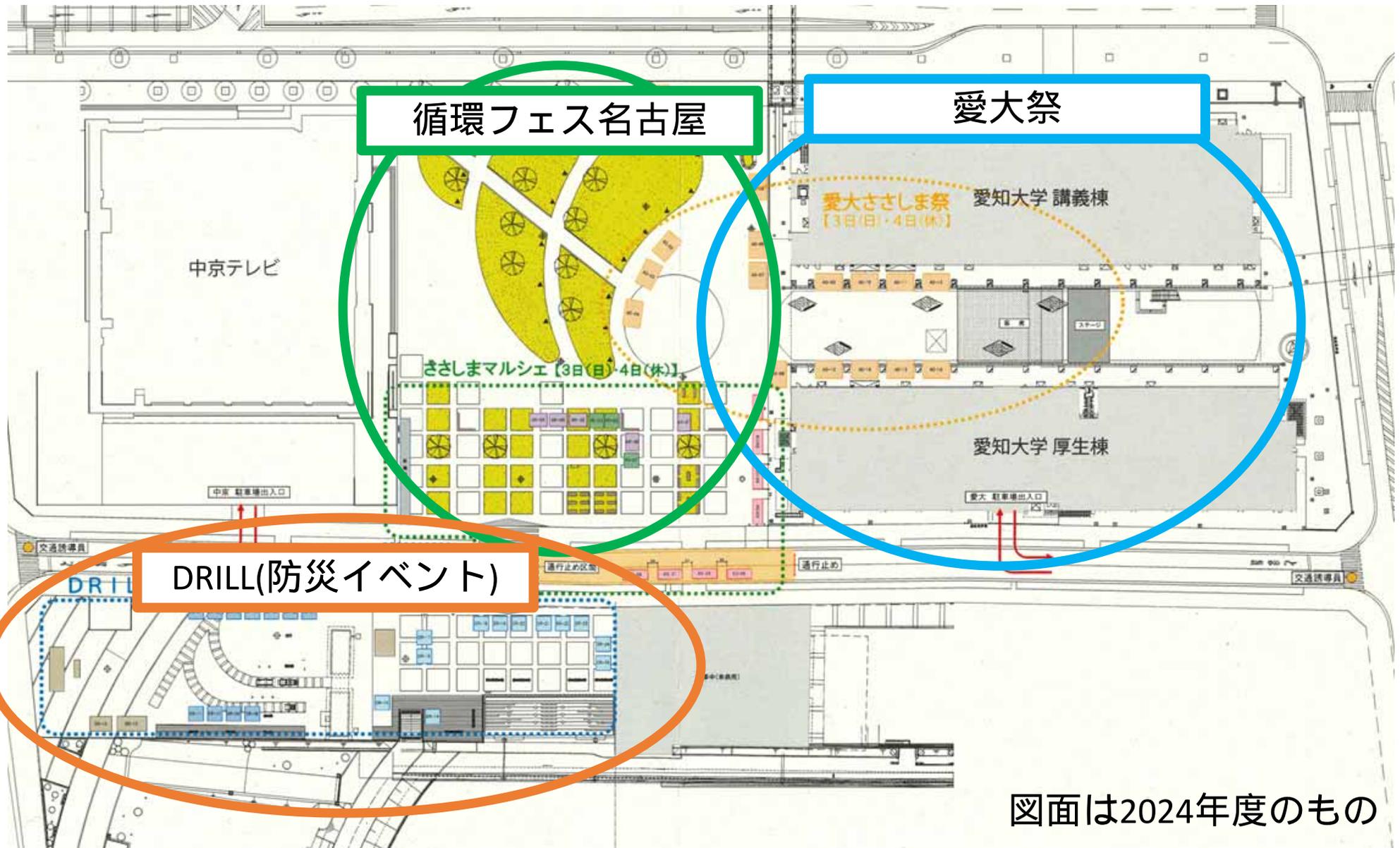


【学生ブース ラグマットづくり】

5 . 事業の成果

循環フェス名古屋 会場全体図

「愛大際」×「循環フェス名古屋」×「DRILL」の3団体による連携でイベント開催



図面は2024年度のもの

5 . 事業の成果

循環フェス名古屋 開催実績



2025年11月2・3日（日・月祝）@ささしまライブ

開催実績

- ①来場者数：約5,400人
- ②当日運営ボランティア：延べ約80名
- ③出店団体：24団体
- ④出店ブース数：43ブース
- （¥0 Market・回収ブース除く）
- ⑤古着回収量：307kg(約1,228着)
- ⑥古着リユース量：2,251着（約562kg）
- ⑦LINE登録者数：1,079人



5 . 事業の成果

循環フェス名古屋 CO2削減効果

2025年11月2,3日開催分
服の循環とCO₂削減量

①持ち帰られた服の量
約562.75kg (2251着) *

②持ち込まれた服の量
約307kg (1228着) *

③CO₂削減量
約57.85 t-CO₂

*1着250g換算

~*~*~*~*~*~*~

CO₂の削減量は

①持ち帰られた服と同量の衣類が新たに製造される場合に発生するCO₂量と
②持ち込まれた服と同量の衣類が廃棄される場合に発生するCO₂量の合計値として下記の通り算出しています。

①新規衣服の製造に係るCO₂の削減量

新製品の製造に係るCO₂排出量 * 125.5(kg/着) × リユースした衣服量(着)

⇒ 25.5(kg/着) × 2251着 = 57401 (kg-CO₂)

②使用済衣服の廃棄に係るCO₂の削減量

合成繊維割合 * 63.6% × 排出係数 * 2,287(kg CO₂/t) × 回収量(t)

⇒ 0.636 × 2,287(CO₂/t) × 0.307 t = 446.5 (kg-CO₂)

① 57400.5 (kg-CO₂) + ② 446.5 (kg-CO₂) = 57847 (kg-CO₂) ≈ 57.85(t-CO₂)

<算出根拠>

* 1 新製品の製造に係るCO₂排出量: 1着あたり25.5kg

出展: 令和2年度ファッションと環境に関する調査業務-「ファッションと環境」調査結果 (環境省)

P.16 服1着生産するにあたり排出されるCO₂は25.5kgと推計

* 2 焼却される繊維くずに占める合成繊維くず (一般廃棄物) の割合: 合成繊維割合 (2019年): 63.6%

出展: 廃棄物分野における排出量の算定方法について一廃棄物分科会 (環境省)

P.3 合成繊維割合2019年改定後: 63.6%

* 3 一般廃棄物 (合成繊維くず) の焼却に伴う排出係数: 2,287 (kg CO₂/t)

出展: 温室効果ガス排出量算定に関する検討結果 (案) (環境省)

P.164 一般廃棄物 (合成繊維くず) の焼却に伴う排出係数より

5 . 事業の成果

生活困窮世帯への物資提供

- ・当該モデル事業期間内に、DV被害世帯からの物資提供依頼はなかった。
- ・また、下記の通り生活困窮世帯への継続的な支援は実施しているが、モデル事業実施期間中の衣類提供依頼はなかった。

【生活困窮世帯への支援物資一覧 2025年4月～】

4月21日	新生児	困窮	肌着		5	こだわりなし		6月出産予定	
			チャイルドシート	新生児用					
5月16日	女性	高齢者	長袖衣類	L	5	Tシャツまたはポロシャツ		有り	
			上着	L	2	カーディガンまたはフリース		有り	
			肌着	L	5			有り	
			靴下	24センチ	5			有り	
			パジャマ上下	L	2	前開き		有り	
			バスタオル		3			有り	
			フェイスタオル		3			有り	
			コップ		1			有り	
			靴	24センチ	2	紐なし		有り	
			ズボン	L	5			有り	
7月22日	男性	高齢者	水筒(500～800ℓ程度)		1			有り	
			ハンドタオル		2			有り	
			リュックまたは手提げ(小さめ)		1	色は暗めのものがあれば		有り	
	男性	若者	水筒(500～800ℓ程度)		1			有り	
			ハンドタオル		2			有り	
			リュックまたは手提げ(小さめ)		1			有り	
12月5日	赤ちゃん	外国人	抱っこひも		1	こだわりなし			
	赤ちゃん	外国人	抱っこひも		1	こだわりなし			34

5 . 事業の成果

デザイン専門学校と連携したアップサイクル

- ・ 専門学校名古屋デザイナーアカデミーの授業の一環として、弊会が提供した素材を活用したアップサイクル授業を実施。
- ・ ここで制作した作品は、環境デーなごや、循環フェス名古屋にて展示販売を行った。



5 . 事業の成果

施設拠点回収実績

	拠点名		実施期間	回収実績 (kg)	国内リユース量 (kg)	リユース率 (%)	リサイクル量 (kg)
1	千種区生涯学習センター	新規	9/19～継続	87.35	67.30	77	20.05
2	北区生涯学習センター	新規	9/19～継続	30.70	14.65	48	16.05
3	西区生涯学習センター	新規	9/19～継続	18.45	16.35	89	2.10
4	中村区生涯学習センター	新規	9/19～継続	33.35	24	72	9.35
5	瑞穂区生涯学習センター	新規	9/19～継続	25.75	14.85	58	10.90
6	熱田区生涯学習センター	新規	9/19～継続	46.95	-	-	-
7	港区生涯学習センター	新規	9/19～継続	2.8	-	-	-
8	南区生涯学習センター	新規	9/19～継続	38.80	27.70	71	11.10
9	名東区生涯学習センター	新規	9/19～継続	41.65	31.35	75	10.30
10	JICA中部	新規	9/11～継続	58.7	46	78	12.7
11	愛知大学	新規	9/11～継続	25.9	22.40	86	3.5
12	南山大学	新規	10/10～11/28	330.18	214.6	65	115.58
13	日本陶磁器センタービル5階	新規	9/28～継続	11.25	-	-	-
14	プロステーション御器所店	新規	10/14～継続	0	-	-	-
15	プロステーション名東店	新規	10/14～継続	0	-	-	-
16	豊明市共生交流プラザ カラット <small>過去に試験的に実施</small>	継続	9/10～継続	271.3	126.6	47	144.5
17	グリーンフェロー	新規	10/2～継続	37.7	24.55	65	13.15

5 . 事業の成果

イベント回収実績

拠点名		運営主体	開催日	回収実績 (kg)	国内リユース量 (kg)	リユース率 (%)	リサイクル量 (kg)
KOZOJI ICONIC MARKET minimini	新規	学生	8/30・31	0	-	-	-
環境デーなごや2025	新規	弊会	9/12	80.1	50.7	63	29.4
名古屋市南リサイクルプラザリユース品回収実証実験	継続	弊会・名古屋市	9/21	80	39	49	41
Hand in Hand (フードロス削減イベントでの回収)	新規	学生	10/6・11/16	49.40	41.05	83	8.35
南山大学総合政策学部25周年記念イベント	新規	学生	11/2	60.5	42.35	70	18.15
循環フェス名古屋	継続	弊会	11/2・3	310.7	272.9	88	37.8
名古屋市立大学学園祭	新規	学生	11/8・9	41.2	-	-	-
豊明市カラット回収イベント	継続	弊会・豊明市	11/3	163.50	106.75	65	56.3
鯉城学園学園祭	新規	市民	11/8	10.9	8.4	77	2.5
Social tower Market	新規	学生	12/6・7	0.5	0.5	100	-
名古屋市南リサイクルプラザリユース品回収実証実験	継続	弊会・名古屋市	12/14	40	15.3	39	24.7

【施設拠点回収全体集計結果】

拠点数	総回収 (kg)	国内リユース量 (kg)	リユース率 (%)	リサイクル量 (kg)
17拠点 (新規16・継続1)	1,068.63 未仕分け分 61	630.35	63	369.48
仕分け実施分 -	1,007.63			

【イベント回収全体集計結果】

拠点数	総回収 (kg)	国内リユース量 (kg)	リユース率 (%)	リサイクル量 (kg)
10開催 (新規6・継続4)	836.8 未仕分け分 41.2	576.95	73	218.65
仕分け実施分 -	795.6			

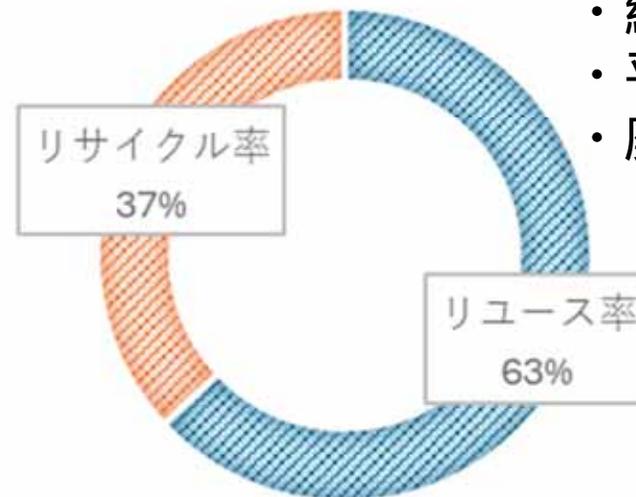
【「拠点回収」 + 「イベント回収」全体集計結果】

拠点・開催数	総回収 (kg)	国内リユース量 (kg)	リユース率 (%)	リサイクル量 (kg)
27拠点・イベント (新規22・継続5)	1,905.43 未仕分け分 102.2	1,207.3	67	588.13
仕分け実施分 -	1,803.23			

5 . 事業の成果

施設拠点実績

■ リユース率 ■ リサイクル率



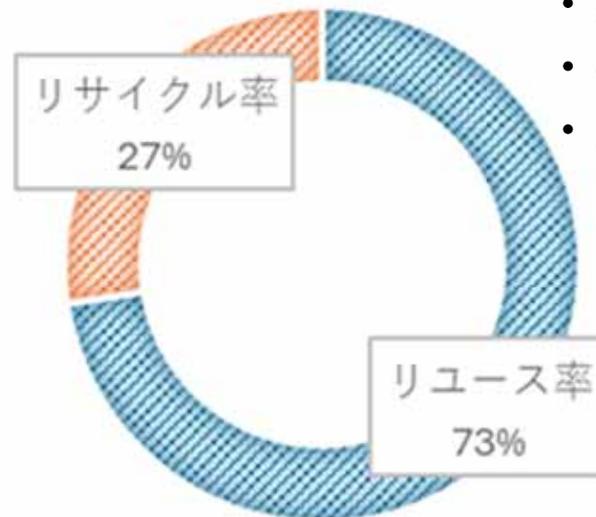
- ・ 拠点数：17施設
- ・ 総回収量：1,068.63kg
- ・ 平均回収量：63kg
- ・ 廃棄量：0kg

- ・ 施設スタッフの目が届く場所（受付前など）にBOXを設置頂いた。
- ・ 異物の混入はなく、廃棄するものはなかった。
- ・ 常設のため、設置期間が長くなれば更に認知度が上がり、利用者が増えることが期待できる。
- ・ 施設スタッフによる、主体的な声掛けが必要不可欠となる。

5 . 事業の成果

イベント実績

■ リユース率 ■ リサイクル率



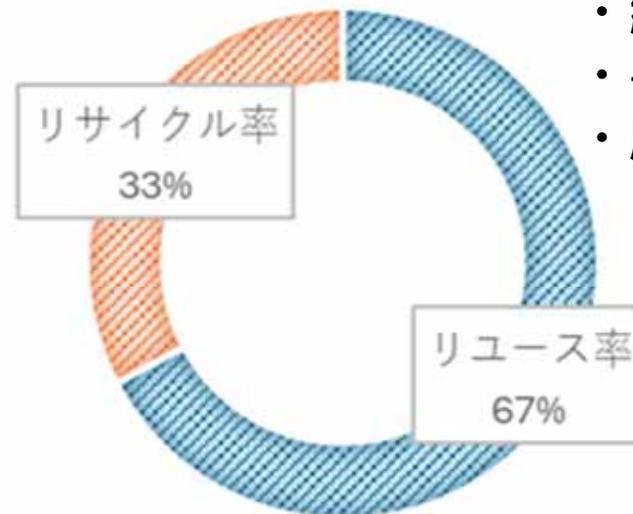
- ・ 開催数：10開催
- ・ 総回収量：836.8kg
- ・ 平均回収量：84kg
- ・ 廃棄量：0kg

- ・ 衣類循環の啓発と回収をセットで実施した。
- ・ 会場まで公共交通機関を使用してわざわざ衣類を持ち込んでくださる来場が多くいた。
- ・ そのためか、施設拠点に比べて比較的状态の良いものを持ち込んでくださる方が多かった。

5 . 事業の成果

全体実績

■ リユース率 ■ リサイクル率



- ・ 総数：17拠点・10開催
- ・ 総回収量：1,803.23kg
- ・ 平均回収量：68kg
- ・ 廃棄量：0kg

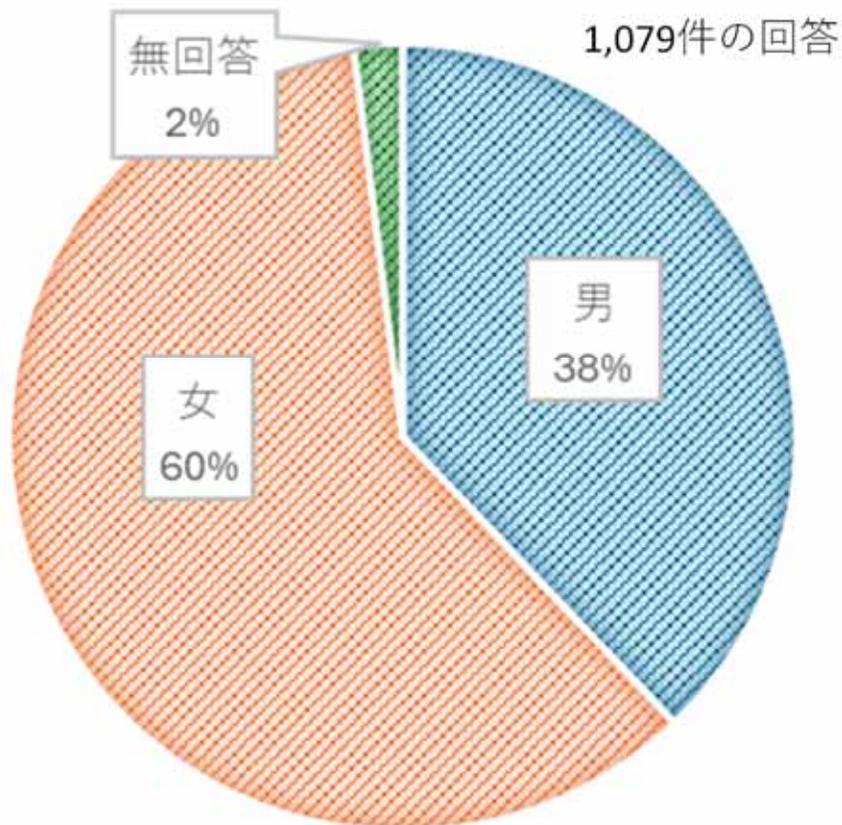
- ・ 基本的には、リユースを目的に回収の協力を呼び掛けたため、リユース率は比較的高い結果となった。
- ・ 施設もイベントも、異物の混入はなく廃棄するものはなかった。
- ・ 南山大学のように、比較的短期間でも、呼びかけ次第では平均回収量の5倍近く集められる拠点があったため、成功事例として今後の参考としたい。

5 . 事業の成果

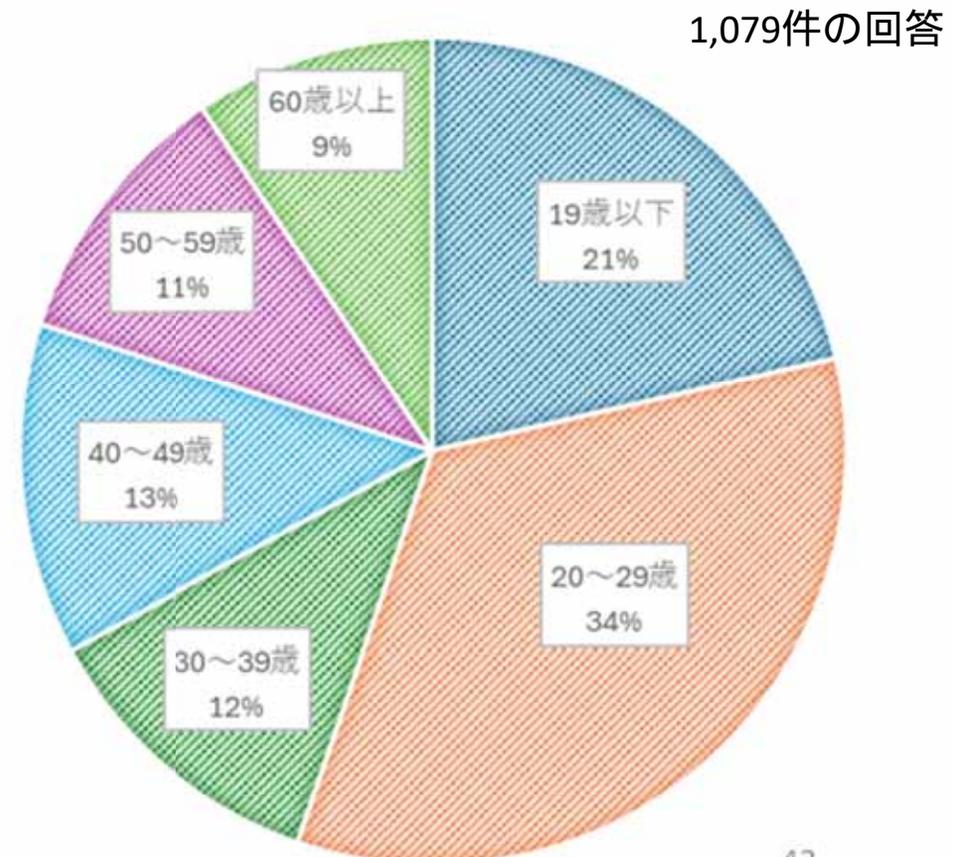
循環フェス名古屋アンケート結果（¥0Market参加者に実施）

- ・約6割が10代20代の若者世代となり、本イベントのターゲット層に向けた情報発信ができた。

性別を教えてください



年齢を教えてください

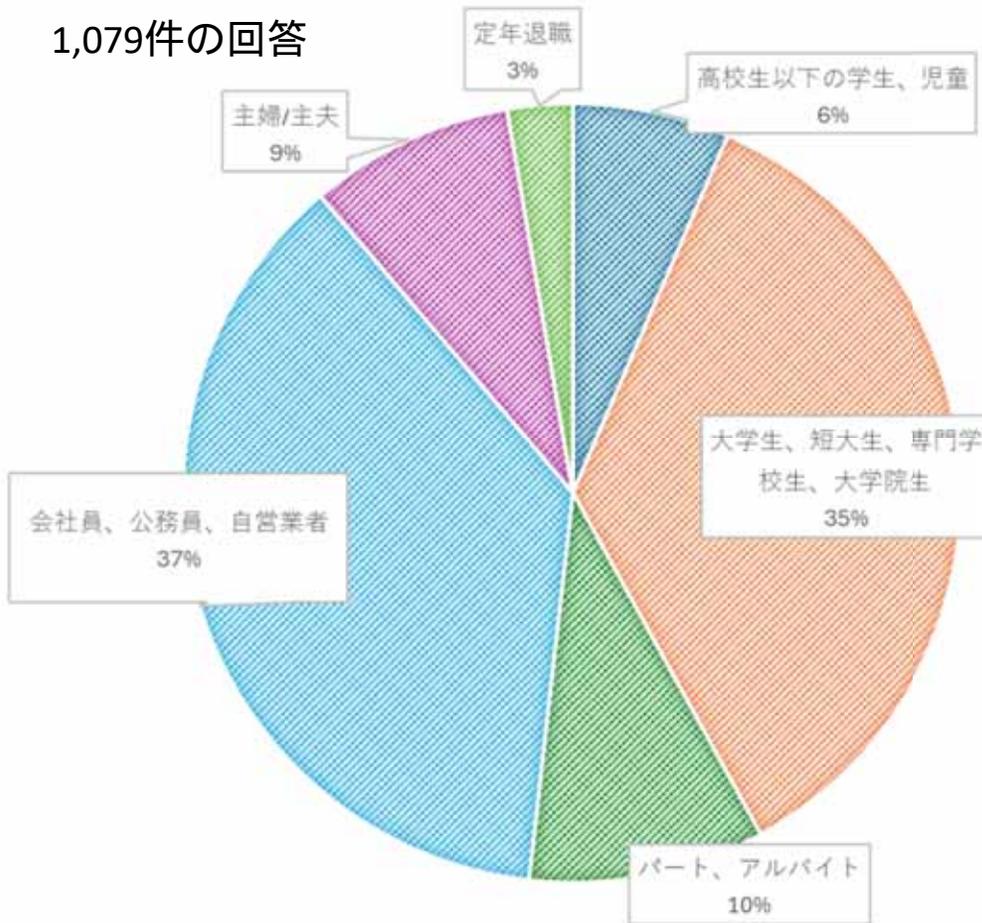


5 . 事業の成果

循環フェス名古屋アンケート結果（¥0Market参加者に実施）

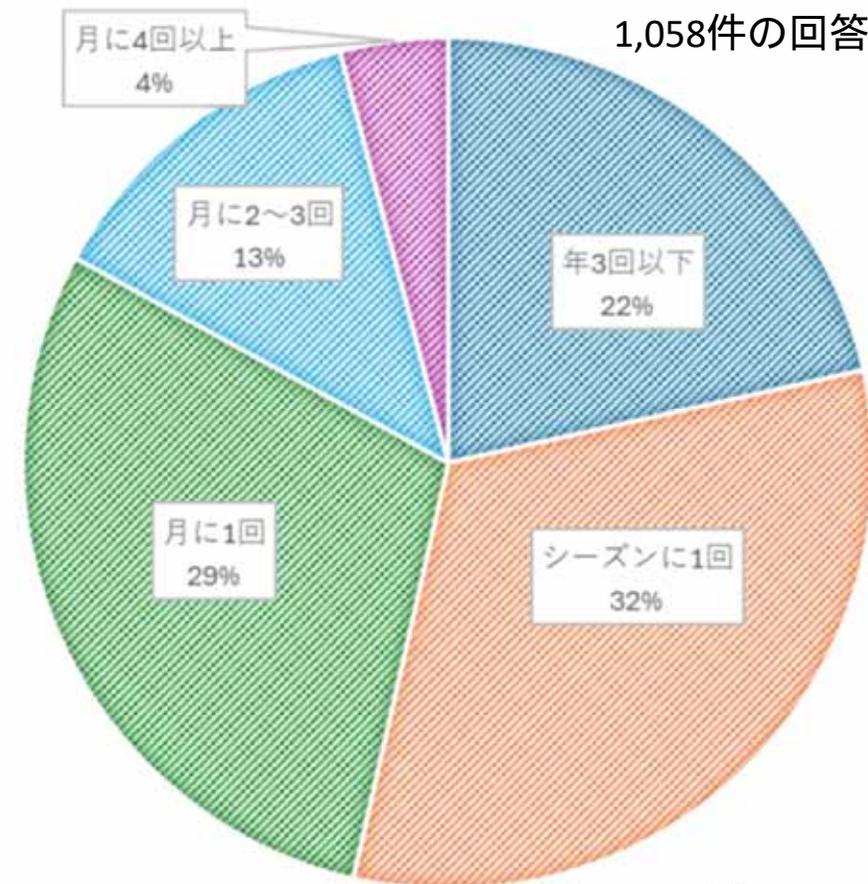
職業をおしえてください

1,079件の回答



どのくらいの頻度で洋服を購入しますか？

1,058件の回答

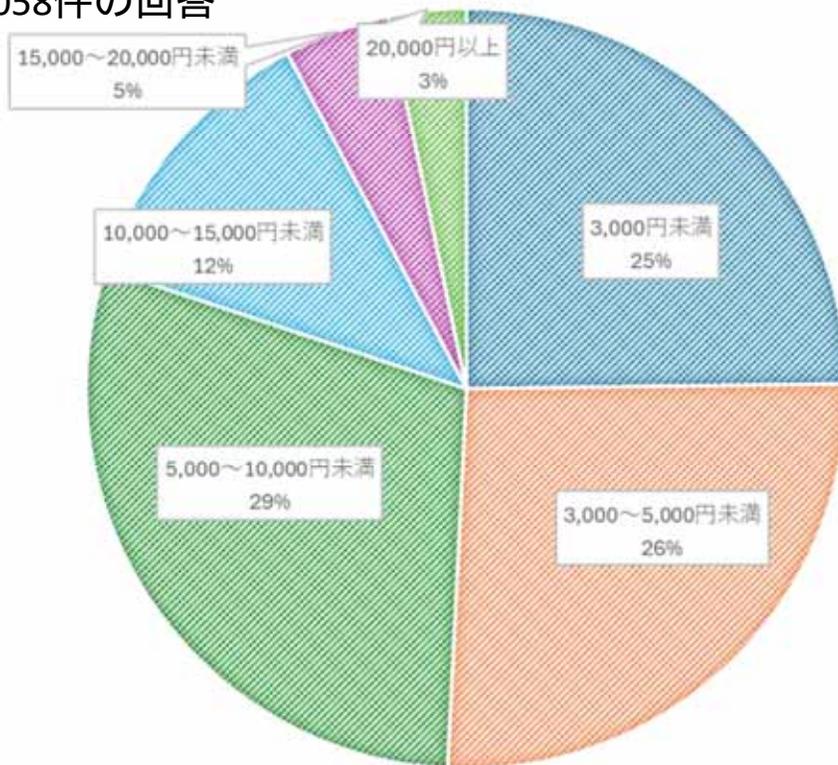


5 . 事業の成果

循環フェス名古屋アンケート結果（¥0Market参加者に実施）

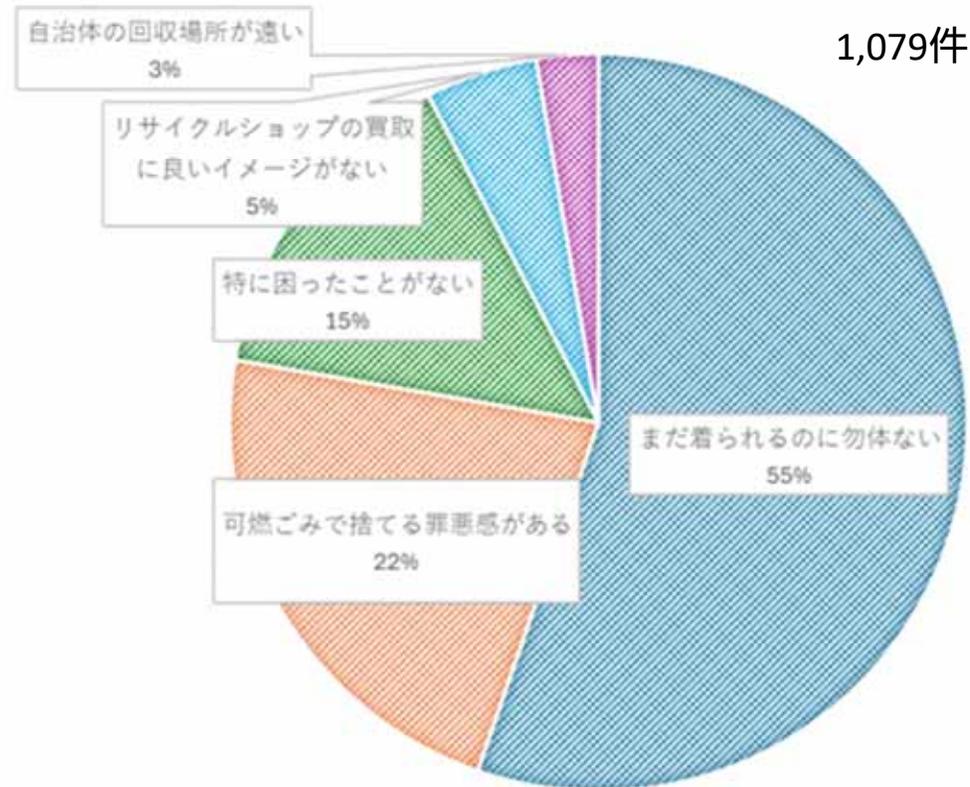
1か月に洋服の購入に使う金額は平均してどの程度か教えてください

1,058件の回答

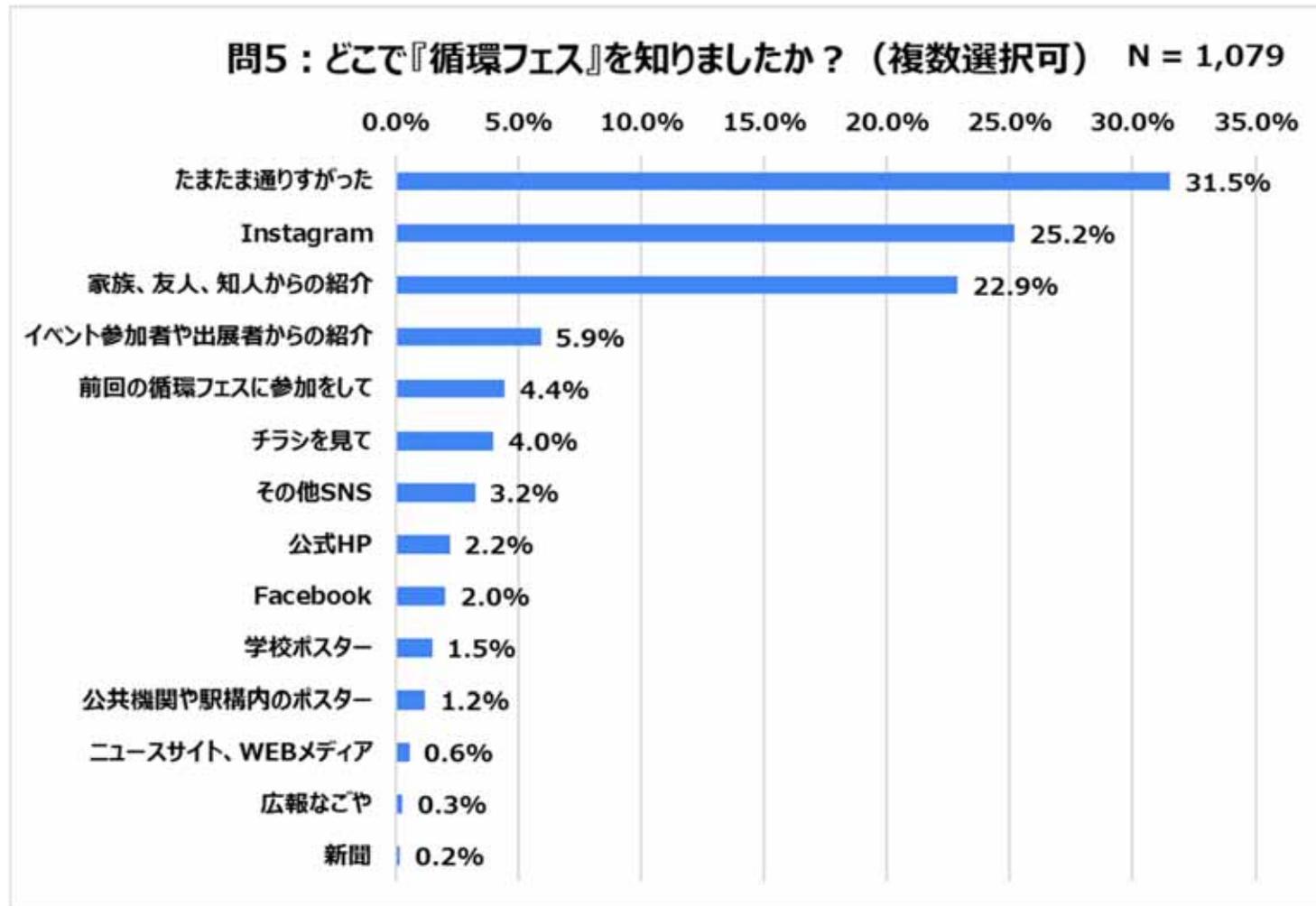


洋服を手放す際に困ることについて、最も当てはまるものを選択してください。

1,079件の回答



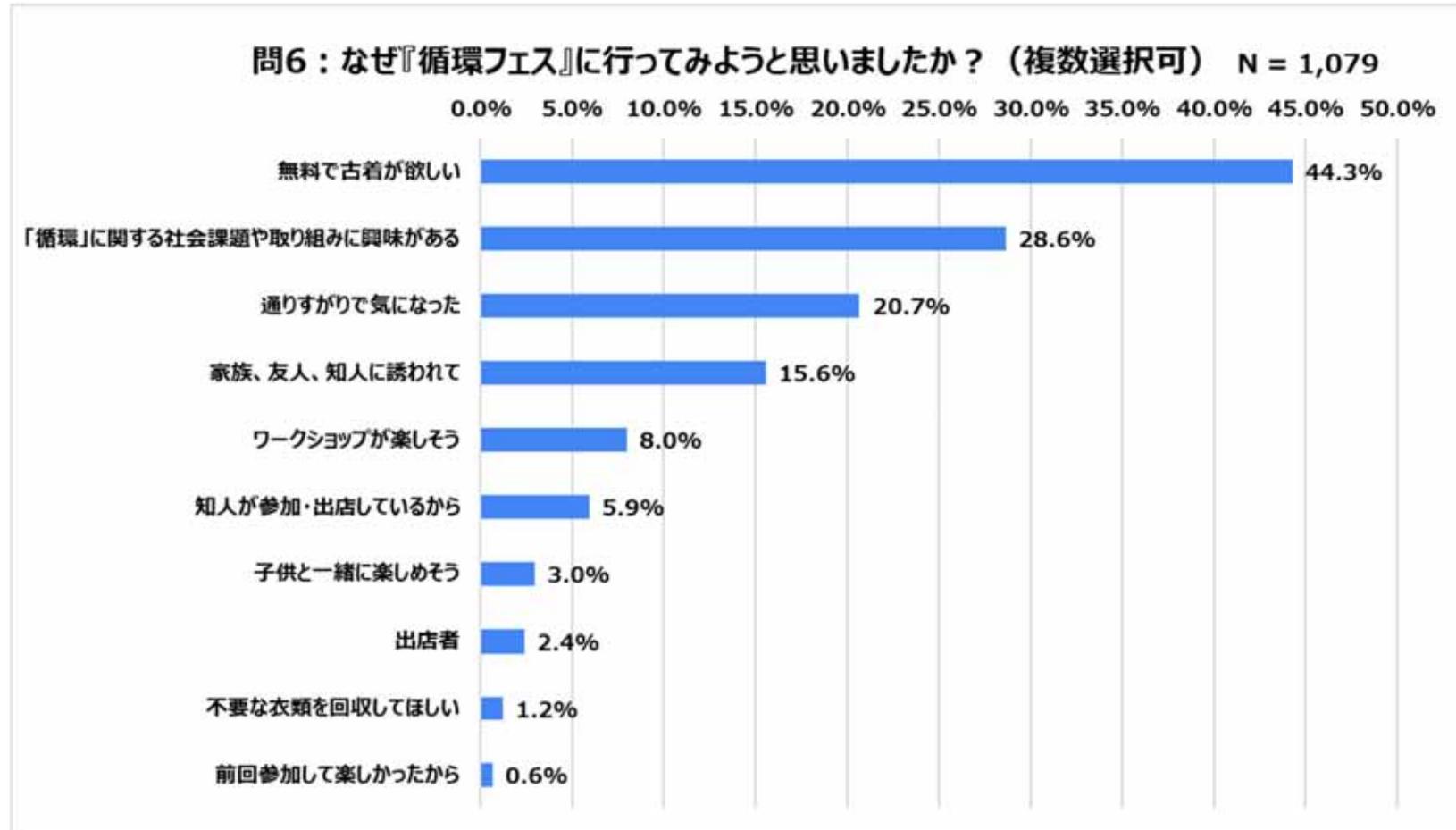
5 . 事業の成果



<自由回答（抜粋）>

- ・ 栄のリサイクルイベントに参加した時
- ・ Re倉庫訪問時のポスター
- ・ 中部リサイクル運動市民の会でアップサイクル事業に参会しています。 / 等

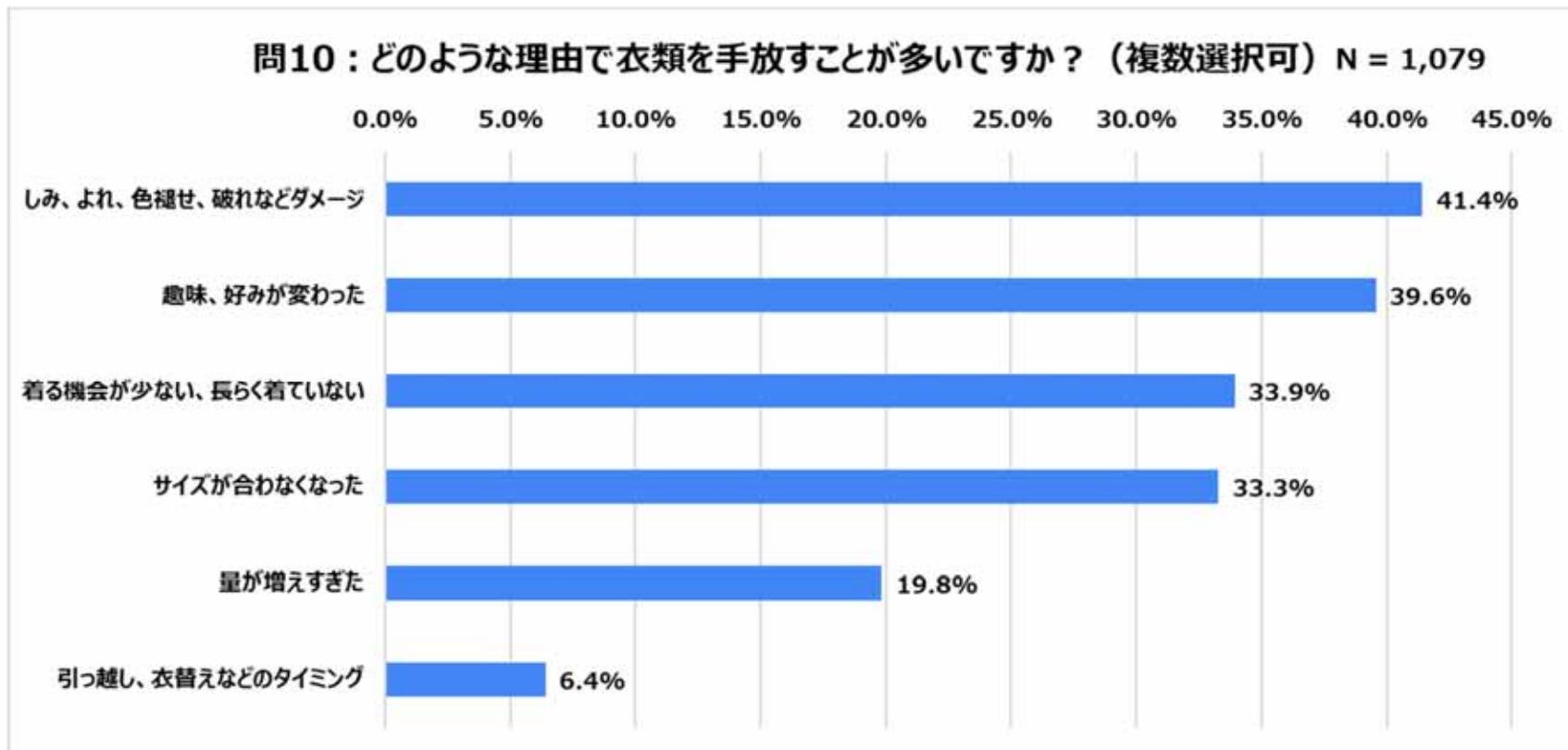
5 . 事業の成果



<自由回答（抜粋）>

- ・捨てる以外の選択肢に惹かれた
- ・古着を出して他の人の役に立ちたかったから
- ・古着を見に来たかったから / 等

5 . 事業の成果

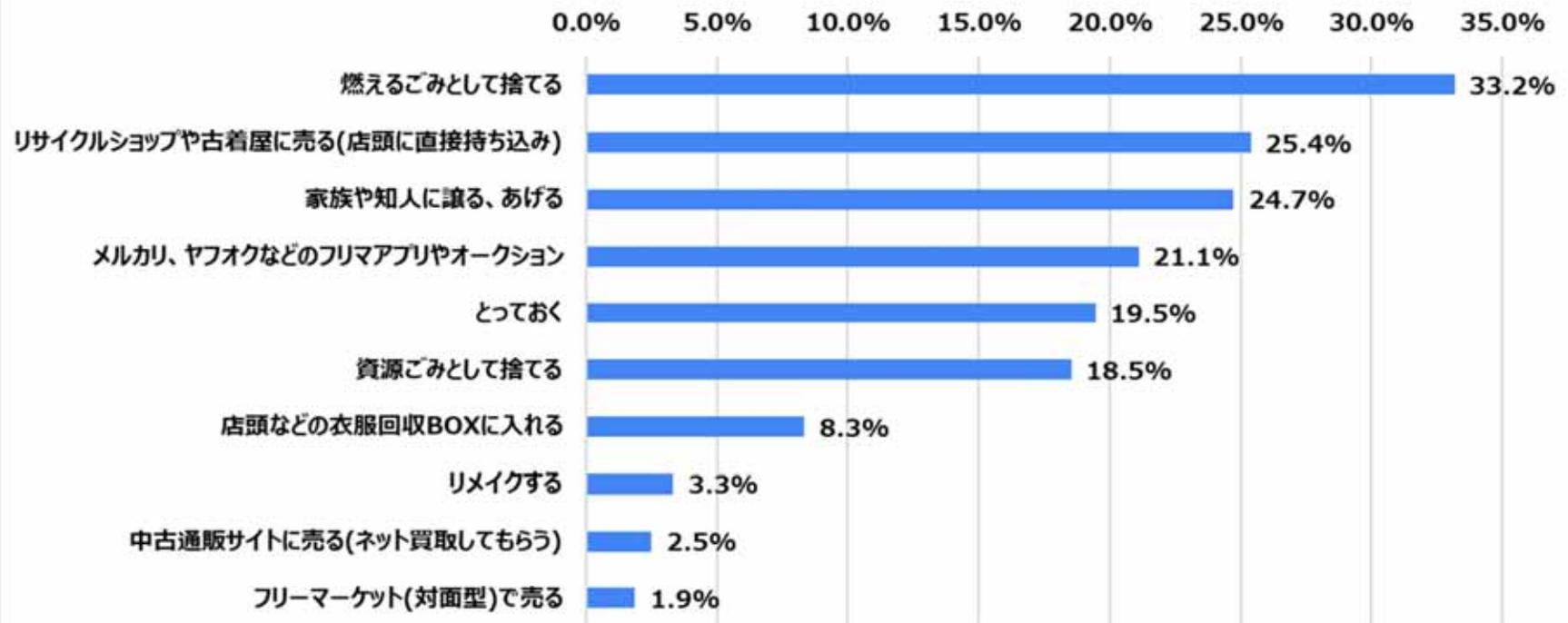


<自由回答（抜粋）>

- ・最後まで着る
- ・手放すことはない / 等

5 . 事業の成果

問11：現在、着なくなった衣服はどうしていますか？（複数選択可） N = 1,079



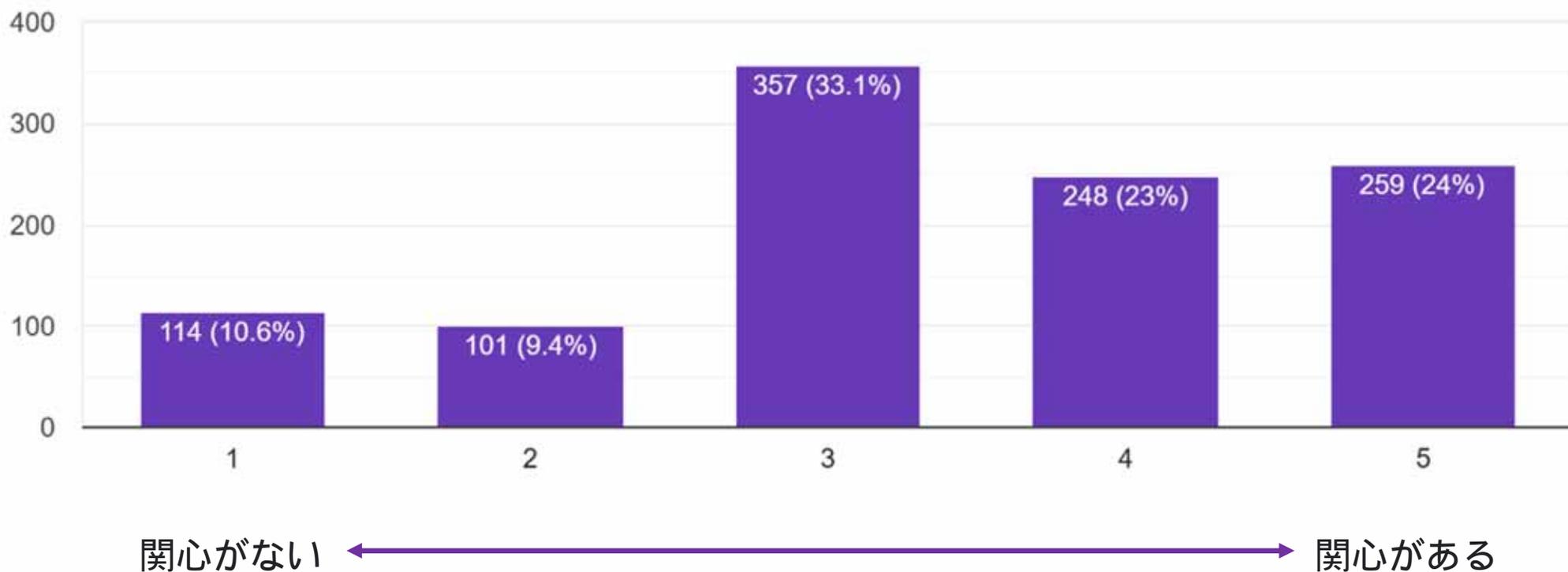
<自由回答(抜粋)>

- ・ Re創庫持ち込み
- ・ 「よしの」に持参 / 等

5 . 事業の成果

問14：ファッション業界における大量生産、大量消費について関心がありますか？

1,079 件の回答



5 . 事業の成果

収集運搬のコストについて

- ・ 弊会は、名古屋市において1980年からリユース・リサイクルの仕組みづくりを実践している。
- ・ **名古屋市内で展開している既存の資源回収ルートを活用することにより、当初想定していた通り、当該モデル事業で新設した拠点の回収を概ね無理なく実施することができた。（一部個別回収となったケースがあった）**
- ・ 市民の利便性を考えると、衣類の回収拠点は出来る限り広く展開することが今後必要と考える。
- ・ **弊会としては、既存ルートと組み合わせで無理のない回収ルートを設計することこの地域の障がい者就労支援団体が所有する送迎車両を有効活用することにより、今後新たな拠点が増えても最小限のコスト増で収集が可能であり、収集運搬が障がい者の方々の仕事づくりになると考えている。**

5 . 事業の成果（大学との連携）

- 次世代を担う学生が、社会課題を理解し、その解決に向けた取り組みに主体的に参画する機会を提供することができた。
- 学生が主体となり、ポスターの作成、授業の冒頭での取り組み紹介（下写真）などを積極的に行った結果、南山大学では予想を上回る回収量（当該事業平均回収量の5倍）を確保することができた。
- 学生が動くことで、多くの学校関係者にも衣類循環に対する理解が広がった。
- BOXの管理についても、学生が主体的に動いたことで、効率的に実施することができた。
- 学内設置に協力してくれた多くの学生が、循環フェス名古屋の実行委員としても参画してくれた。



南山大学学生による授業冒頭での呼びかけ



南山大学学生による授業冒頭での呼びかけ

5 . 事業の成果（企業との連携）

- 社員が参加できる社会貢献活動の一環として、循環フェス名古屋への協力や、回収BOX設置について関心を寄せて下さる企業もあり、今後の更なる取り組みの拡大が期待できる。
- 特に、循環フェス名古屋は若者が主体的に関わる環境イベントのため、多くの企業から趣旨に賛同いただけることが分かった。
- **当該事業により、学生×企業×行政×NPOの連携による衣類循環の輪が構築された。今後はこの輪を更に大きくするため、回収拠点の拡大と循環フェス名古屋の開催内容の充実を図りたいと考えている。**

実行委員（6団体・個人）

- 認定NPO法人中部リサイクル運動市民の会
- 名古屋市
- 株式会社ヒューマンフォーラム
- 株式会社折兼
- 愛知大学 国際協力団体SEED有志
- 南山大学 学生有志

後援（3団体）

- 豊明市
- 愛知県
- 中部地方環境事務所

協力

- THE NORTH FACE
- [patagonia](#)
- [spinns](#)
- 河田フェザー(株)
- 株式会社リバイブ など

協賛企業（10企業・団体）

- コールマン
- ささしまライブまちづくり協議会
- 株式会社中西
- NEO VINTAGE
- 株式会社中日メディアプレーン
- 株式会社福田三商
- 株式会社ものづくり文化の道
- 株式会社石川マテリアル
- 株式会社西山商店
- 株式会社ジェイ・エス・ビー

本イベントの運営費の一部は、環境省令和6年度補正予算 使用済衣類回収のシステム構築に関するモデル実証事業の助成を受けて実施しています。

循環フェス名古屋
協力企業・団体等一覧

6 . 今後の検討課題

～拠点回収について～

- ・回収BOXの設置にご協力を頂いたが、当該モデル期間中の回収量がゼロの拠点があった。
利用者が衣類を持ち込みやすい目立つPOPの制作が必要
また、拠点従業員が利用者に対して、呼びかけやすいマニュアル等の作成が必要

～大学との連携について～

- ・当該取り組みの趣旨には賛同いただけたが、環境系の学生サークルが活発でない大学ではBOXの設置に至らなかった。
学生サークルだけでなく、SDGsをテーマとしてるゼミなどを含め、幅広く連携の可能性を提案することが必要

～収集運搬について～

- ・既存の資源回収拠点の回収量が増える繁忙期が11月～12月ということもあり、当該モデル事業で新設した回収拠点からの依頼後、既存のルートに組み込むことが困難となったケースがあった。
繁忙期対策として、新設拠点の保管量がいっぱいになる前に、予め既存ルートに組み込むなど、余裕を持った対応が必要

7 . 事業終了後の展開

- 引き続き循環フェス名古屋を定期的に開催するとともに、常設拠点を増やし、回収×イベントの両面での衣類循環の輪を広げる。
- 今回の大学での取り組みをモデルとして、この地域の他大学へのBOX設置と、主体的に関わる学生グループとの連携を図る。
- 生活困窮世帯とのつながりを増やす。
- 衣類の回収業務を、障がい者の方々の仕事として提供できるよう、引き続き障がい者就労支援団体との連携を深める。
- アップサイクルについては、当該事業によりファッション専門学校の授業の一部として取り入れて頂くことができたため、関係性を深めて他の学校への横展開を検討する。

8 . 横展開へのポイント（大学との連携）

- 「環境問題」や「SDGs」をテーマとした学生サークルがあると連携がしやすい。
- 衣類は、学生にとっても身近なテーマであり、自分の普段の生活を見つめ直すきっかけにもなるため、自分ごととして捉えて取り組みやすい。
- 衣類のリサイクル施設の見学会を企画することで、学生の理解を深められる。
- 大学によっては、学内へのBOX設置等の申請に時間を要する場合があるため、予め過去の申請内容や申請書類をサンプルとして共有しておくが良い。
- BOXの設置と合わせて、学内での保管場所の確保も検討する必要がある。
- 試験期間や夏休み、学校行事の際の対応も予め検討しておく必要がある。



南山大学での衣類引き取り

8 . 横展開へのポイント（イベント開催）

【工夫点・課題等】

- ・ 地域の実情（リサイクル率の低迷など）を伝える
- ・ 回収だけでなく、循環フェス名古屋などの取り組みとセットで提案する
- ・ Z世代を巻き込むことのできるツールであることを伝える
- ・ 衣類循環は全ての人に関係がある社会課題のため、地域が一体となって解決する必要があることを伝える

【横展開のために実施すること】

- ・ 多くの自治体で衣類のリサイクル低迷は共通課題のため、回収BOXの設置と循環フェスをセットで実施することで、多くの若者や企業を巻き込むことができる強みをアピールして自治体への提案活動を行う。
- ・ 古着は他の資源と異なりファッションアイテムとして扱うことができ、若者が関心を持ちやすい。そうした特性により、「循環フェス」は従来の環境イベントに比して若者に訴求力の高いものとなっている。その点を訴え、若者との接点を持ちたい地域の企業のSDGs活動参加の場として活用していく。