



衣類の資源循環システム構築に関する 調査結果等の報告

2026年3月

環境再生・資源循環局 資源循環課



1. 「①全国どこでも分けて出せる」の方向性の具現化に向けて
 - －自治体・故繊維事業者を対象としたヒアリング調査結果
 - －使用済衣類回収のモデル構築の取組実施状況
2. 「②使えるものは譲る」「③使えるものは長く使う」の方向性の具現化に向けて
 - －生活者を対象としたアンケート調査結果
3. 「④資源を循環しやすく作る」の方向性の具現化に向けて
 - －アパレル事業者を対象としたアンケート調査結果
4. 全般に係るアクション
 - －衣類のマテリアルフローの作成

1. 「①全国どこでも分けて出せる」

－自治体・故繊維事業者を対象としたヒアリング調査結果－

自治体・故繊維事業者へのヒアリング調査結果 1 / 3

- 環境省では過年度より、自治体（令和4～7年度、計33件）及び故繊維事業者（令和5～7年度、計13件）へのヒアリング調査を実施。今年度の調査を踏まえて、ヒアリングから得られた論点ごとの調査結果は以下のとおり。

「回収システムの整備・適正処理」に関する調査結果

自治体

- ✓ 行政回収後の再資源化の実施状況について、事業者に一任しており、リユース・リサイクルの実施状況の詳細を把握していない例が多かった。一方、事業者への視察・聞き取りを実施する例も確認された。
 - 例：故繊維事業者への引き渡しを含めて資源物組合に一任している。
 - 例：古紙問屋及び引き渡し先の故繊維事業者（県外）の視察を実施している。
- ✓ （素材に関わらず）衣類の専ら物としての取扱いを認める場合、再生利用スキームを確認し、判断の根拠とする例が多かった。一方、明確な判断基準を持たないことを課題として認識する例も確認された。
 - 例：小売からの照会には、再生ルートが構築されているか（施設の有無、持込先の所在地等）より判断している。
 - 例：適正処理については事業者と都度協議を行っており、明確な判断基準を持たないことが課題である。

故繊維事業者

- ✓ 適正処理の担保の観点で、自治体の競争入札制度に対する課題意識が確認された。
 - 例：古着の選別を得意としない事業者が、適切に選別を行わず輸出してしまう場合がある。入札時に、適切に再資源化を行う事業者かどうか確認が必要。
- ✓ 輸出した中古衣料の取扱いを正確に把握する事業者は少なく、直接貿易の場合はバイヤーと情報交換し、取扱いを把握できる傾向にある。
 - 例：輸出先での中古衣料の販売状況を把握することは現実的には困難。ただし、環境や人権に配慮した販売をすることを契約に盛り込むこと等は考えられる。

自治体・故繊維事業者へのヒアリング調査結果 2 / 3

「生活者に対する情報発信（回収量増加・分別の徹底）」に関する調査結果

自治体

- ✓ 分別方法は、HPやチラシ、アプリ等を使用して生活者に周知されている。
 - 例：公式LINEアカウント、ごみ出し分別アプリ、ガイドブック等を活用。
 - 例：外国人向けにも、QR Translatorを用いて基本ルールを周知している。
- ✓ 対象外品目が出された場合に注意喚起を行う例も確認された。
 - 例：明らかに回収対象外の品目が含まれる袋については、取り残した理由を記載したステッカーを貼付し、改めて分別いただくように促進している。
- ✓ 回収量の増加に向けて、回収頻度の増加や回収タイミング（曜日等）の変更は困難であるという意見が多かった。
 - 例：予算や受け皿がボトルネックとなり、現状の回収方法の変更は困難。
 - 例：生活者への周知や、自治会でのごみ出し当番の負担増加も課題となる。

故繊維事業者

- ✓ 行政回収・集団回収による回収品の質・量の向上を求める声が多数。
 - 例：積極的な古着・古布の回収奨励を行っていただきたい。減少傾向にある集団回収については、奨励金の単価の見直しも検討いただきたい。
 - 例：民間回収だけでなく、行政回収にも質の高い衣類が集まるよう工夫が必要。
- ✓ 「資源ごみ」という用語が不適物の混入を招くという意見が挙がった。不適物の中では、特にリチウムイオン電池が使用された衣類の排出方法について、意見が挙げられた。
 - 例：「資源ごみ」という用語は「資源」なのか「ごみ」なのか曖昧である。
 - 例：空調服や電熱ベスト・電気毛布等が混入すると、発火の危険がある。

「自治体・故繊維事業者の課題」に関する調査結果

自治体の取組推進に向けた課題

自治体

- ✓ 回収の維持・拡大において、コスト・手間を課題に挙げる自治体が多かった。
 - 例：予算や受け皿がボトルネックとなり、現状の回収方法の変更は困難。(再掲)
 - 例：現状の取組を維持しつつ、民間事業者の回収の取組を発信することで、総合的に廃棄の削減を進めたい。
 - 例：逆有償であっても、ある処理単価までは焼却処理と比較してコスト面で有利であり、その限りは衣類の回収を進める方針である。

故繊維事業者の事業継続・拡大に向けた課題

故繊維事業者

- ✓ 回収品の出口の収益性の低さ・不安定さが課題として多く挙げられた。
 - 例：再生品の収益性に課題がある（反毛原料の買取価格の低下や、海外生産された廉価なウエスの輸入など）。反毛原料は電気自動車の登場で需要が減少傾向にあり、新たな再生用途の確保も望まれる。
 - 例：海外情勢の不安定さが中古衣料の輸出のリスクを高めている。受け入れ条件の変化や、需要が低下した際の在庫保管のあり方が課題となる。
- ✓ 業界全体として、人手不足・資金面の制約が課題として多く挙げられた。
 - 例：選別作業は体力や知識・経験を要する。働きやすい環境づくり（作業環境・就労条件の整備等）によって、定着率が上がっている。
 - 例：プロセスの機械化（コンベアや自動梱包機）やケミカルリサイクルの導入はハードルが高い。
- ✓ 自治体に対して、混入したごみの一定割合の返却・処理施設での受け入れを望む声が上がった。
 - 例：行政回収され廃棄せざるを得ないものは、産業廃棄物としての処理コストが負担となる。この負担を避けるために、選別工程が海外に流れることも考えられる。

1. 「①全国どこでも分けて出せる」

－使用済衣類回収のモデル構築の取組実施状況－

～自治体・事業者向け～ 使用済衣類の回収に関するグッドプラクティス集

- 「サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン」のアクションの一つの方向性として示す「全国どこでも分けて出せる」社会の実現に向けて、「使用済衣類の回収に関するグッドプラクティス集」を令和8年3月に作成。
- 想定読者は、使用済衣類回収の取組をこれから立ち上げる方、または既に実施している取組の効果を高める方法について検討する方。具体的には、地域の循環システム構築において、連携・協働を促進するコーディネーターとしての役割が期待される地方公共団体職員、および地域の関係主体（民間事業者やNPO団体等）を想定。
- 本資料では、令和5～7年度に実施したモデル事業の成果を中心に取りまとめを実施。使用済衣類の回収システム構築に向けた工夫について、全12事例を交えながら紹介している。

資料構成

- はじめに
- 使用済衣類の回収等の現状
- 使用済衣類の回収拡大に向けた工夫
- 使用済衣類の回収のグッドプラクティス
- 参考資料

回収拡大に向けた“6つ”の工夫

<持続的な取組とするために…>

- A: 有効な体制を構築する
- B: 収集運搬の効率性向上
- C: 資源としての価値を高める

<取組の効果を最大化するために…>

- D: 回収に協力しやすい拠点づくり
- E: 回収への協力者を増やす
- F: 協力行動を継続させる

「使用済衣類の回収拡大に向けた工夫」の記載イメージ

2. 使用済衣類の回収拡大に向けた工夫

A 有効な体制を構築する

回収量を増やすための体制とは

ポイント

回収に携わる関係者の連携を図り、実効的な体制をつくるのが第一

1 行政が体制構築を先導

- 地域の関係主体（小売や放物業者等）が連携することで、地域全体で生活者が協力しやすい回収システムをつくることができます。
- 行政は関係者をつなぎ、**地域内の回収体制構築を先導する役割**が期待されます。



事例1 京都市は回収ボックスを設置し、市内で循環させる「RELEASE⇔CATCH」を実施。官民連携のスキームを創出後、2年の実証・支援を経て、民間での取組の自走につながっている。

2 事業者が協調領域として連携

- 地域内に様々な回収拠点が設けられると、回収の競合関係が生まれ、生活者視点での利便性が損なわれてしまいます。
- 各主体が連携することで、**生活者の認知拡大や、収集・選別の効率化等のメリット**を得られます。



事例3 エイチ・ツー・オーリテイリング(株)・青山商事511社・6自治体(2026年3月現在)は、衣類回収を「非競争・協調領域」と捉えてパートナーシップを構築。回収ボックス名称や回収の仕組み・ツールをオープンソース化した。

3 自治体をまたいだ回収活動

- 特に小規模の自治体はリソースに限られ、単独で回収するメリットは限定的です。(廃棄物の処理及び清掃に関する法律(以下、廃棄物処理法)上の衣類の取扱いについて認識共有の上で) **周辺自治体と連携し、広域で回収活動**を行うことで、資源量の十分な確保、収集・選別の効率化等のメリットを得られます。



事例7 徳島県上勝町のゼロ・ウェイストセンターの運営主体、株式会社BIG EYE COMPANYは、徳島県内での広域での衣類回収に取り組み、再方法によっては、焼却処理よりも処理コストの軽減につながることを検証した。

グッドプラクティスの記載イメージ（6事例の詳細を掲載）

事例2 「捨てない社会をかなえる」使用済衣類回収・循環のインフラ構築に係るサーキュラシティ実証事業

実施主体	愛知県蒲郡市
概要(実施地域)	市民の生活導線上に使用済衣類回収ボックスを設置し、使用済衣類を回収、回収した衣類をリユース・リサイクルを行う官民連携事業。(蒲郡市、人口7.8万人)
回収期間	令和7年9月1日～10月31日(61日間)
回収対象衣類	トップス、ボトムス、ジャケット、コート、スカート、シャツ(※靴下・肌着類、水着、着物、制服、靴等は対象外)
主な再生手法	リユース(リユースできない衣類はリサイクル)
事業成果	回収量4,543kg(リユース:79.8%,リサイクル:18.9%)
事業のコスト	非公表

回収方法・再生方法

- ECOMMIT社のPASSTOを市内の事業者10店舗(スーパー、ホームセンター、ドラッグストア等)に設置。協力店舗は、市民の生活導線上の利用が多い店舗を市内全域から選定。(学区ごとに2～3店舗)
- 地域の収集運搬事業者である株式会社中部レットが週2回運搬し、回収拠点から蒲郡市のクリーンセンターに搬入して一時保管。株式会社ECOMMITが月1回回収し、ECOMMIT北関東事業所において選別され、リユース・リサイクルされた。

実施体制



- B 収集の効率性** クリーンセンターで一時保管し、必要積載量を確保。域内事業者との連携により小まな回収対応を実現。
- D 回収協力しやすい** 生活導線上にあり、利用者が多い店舗に回収ボックスを設置。
- F 行動を継続させる** 選別後のフィードバックデータの市民向け開示を検討。

取組の課題

- 回収が好評で、店舗スタッフの対応(回収袋の交換)をさせていただいても対応が間に合わない場合があった。店舗側の負担の調整を要検討。
- 事業継続のため、協力店舗側へのメリットの創出(認定制度など)

取組の展開状況(令和8年3月時点)
実装段階では、民間の取組として自走している。協力10店舗のうち継続していない店舗もあるが、新規に設置の要望があった店舗もある。

環境省 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

- 環境省では、令和5～7年度に「**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**」を実施。
- 令和7年度は7団体を採択し、令和7年6月23日～12月19日を期間として事業を実施した。

令和5年度・令和6年度 実施団体

年度	実施団体（5団体）	年度	実施団体（6団体）
R5	愛知県豊田市	R6	東京都中央区
	学校法人山内学園香蘭女子短期大学		愛知県蒲郡市
	京都府京都市		ゼンドラ株式会社
	株式会社京葉十二社広告社		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
	株式会社BIG EYE COMPANY		エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
			JGC Digital株式会社

(注) 令和6年度は、特に子ども服や制服等の衣服の回収を想定

令和7年度 採択団体・採択事業

実施団体（7団体）	事業名
青山商事株式会社	サステナブルファッション・プラットフォーム「oHOHo（オホホ）CYCLE PROJECT」
株式会社ビームス	循環型ファッションモデル実証事業
株式会社BIOTECHWORKS-H2	～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—
株式会社フレーベル館	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
合同会社CYKLUS	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
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	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～
認定特定非営利活動法人中部リサイクル運動市民の会	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

「oHOHo CYCLE PROJECT」(青山商事株式会社)



本事業は、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システム「oHOHo CYCLE PROJECT」の構築を目指します。

- 繊維循環に欠かせない「回収」「分別・繊維再生」「設計・製造」「物流」「販売」の各フェーズを並行的に解決するため、連携団体と共に衣類回収システムを構築する。
- 当事業は、民間企業のみではなく、大阪府や各自治体が参画した官民連携事業となります。
- 生活者の「意識変容」や「行動変容」を促進するため、共通のロゴマークを使用することにより、認知拡大を図ります。
- 当事業を契機に11月25日に「サステナブルファッションプラットフォーム協議会」を設立し、持続可能な衣類回収システムを目指します。

事業の全体像

■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

■本事業における3つの強化項目

- ①生活者参加促進と回収量増のための動機づけ
- ②多様な連携による新たな循環利用モデルの構築
- ③回収に係る物流の実証

取組の様子



商業施設等での回収ボックス設置と、梅田駅デジタルサイネージや専用Webサイトによる行動変容の喚起。大阪府民アンケート結果により、当事業の認知度は、約10%を達成。

取組の成果

- ★回収拠点：目標50拠点に対し、76拠点を設置（商業施設、行政庁舎など）
- ★回収量：約1.5ヶ月で4,972kgを回収（リユース85.8%・リサイクル14.2%）
- ★環境効果：焼却処分と比較し、CO2排出量を97%削減
- ★行動変容：「インセンティブ」よりも「利便性」が回収参加の鍵であることを実証
- ★物流分析：個配回収とルート回収の損益分岐点は、月間12t（大阪府内）

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)



※oHOHo CYCLE PROJECTは、環境省 令和9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。



01 生活者の行動変容は「利便性」が最優先

システム設計の根幹は「ごみとして捨てるより手軽」であること。インセンティブはあくまできっかけ。



02 「協調領域」としての連携

自治体の課題(量・人手)を、民間の店舗網で解決する。企業の垣根を超えた共通インフラ化が不可欠。



03 経済的持続可能性の道筋

当面は「リユース」収益＋「個配」物流で黒字化を目指す。ルート回収への移行は月間12トンが分岐点。

循環型ファッションモデル実証事業（株式会社ビームス）



国の目標である「家庭から廃棄される衣類の削減」に貢献するため、「生活者が参加しやすい衣類回収の仕組み」を検証し、その成果を広く社会に還元することを本事業の主目的とし、ビームス ライフ 横浜を中心拠点に他店舗とも連携し、①インセンティブを付与した衣類回収、②ビームス工房によるアフターケア体験、③スタッフが選定した古着・リメイク品の展示という3つの施策を実施。これらの施策を通じて、顧客の行動原理や潜在ニーズを客観的なデータとして収集・分析し、単なる資源回収にとどまらず、顧客の「愛着消費」の促進、「捨てずに託す」文化の醸成と、物販以外の新たな来店動機の創出を目指した。

事業の全体像

実施期間：11/10（月）～11/24（月・祝）

※施策②は11/17（月）スタート

【施策①】 回収システムの高度化：PASSTO導入31拠点

お客様が衣類を「捨てずに、託して」くださる動機を検証するため、衣類回収のインセンティブ（BEAMS CLUB 会員様向け行動マイルド付与）効果と、お客様の参加動機や意識を検証。さらに、回収された衣類のその後のストーリーを共有することで、お客様の信頼感を醸成した。

【施策②】 製品の長寿命化：ビームス工房（ビームス ライフ 横浜に併設）

「買って終わり」ではない関係を築くため、ビームス工房のプロの技術を活かしたアフターケア・リメイク体験ワークショップを開催。「直して長く着る」文化の価値を体験いただいた。

【施策③】 古着文化の醸成：ビームス ライフ 横浜

ビームスの強みである「目利き力」を活かし、全国のPASSTOで回収された古着をスタッフが厳選・ディレクションし、「一点モノの価値あるリメイク品」として、店頭での展示やWeb・SNSで発信し、新しいファッションの楽しみ方を提案した。

取組の様子



施策の告知物



ワークショップの様子



リメイク品&
新品MIXコーデ提案

取組の成果

CRM効果：インセンティブ進呈 **132名**。内、23名新規入会。

資源回収：月間 **428.2kg** を達成。資源循環率は **99.5%** の高水準を維持。

環境負荷：CO2排出を約 **297.2kg削減**（単純焼却比84%減）。

事業性：リペア体験の満足度 **100%**。有償化への高い支払意思額（2,000～3,000円）を確認。「自分で直す体験」に対する高い需要。

文化醸成：リメイク品購入意向率 **66.7%**。

EKOBE (エコベ) CLOSET to FUTURE～循環ファッションモデル実証事業 衣料資源地域エネルギーへ～ (株式会社BIOTECHWORKS-H2)



- **行動変容の実装**：神戸弁「ええやん」「しゃーない」を用いた衣料品分別BOXの導入で衣料品廃棄への心理的ハードルを低減して行動変容を促進
- **産官学連携体制**：企業・行政・学生によるコンソーシアムの構築、学生が企画から参画することで若年層への訴求力と環境教育効果を最大化
- **完全循環への実証**：回収品のリユース83%、残る17%のリユース不可品を資源として活用、焼却・埋立ゼロ (Zero Waste)モデルを提示
- **インフラの常設化**：イベント時だけでなく商業施設など生活動線上に常設拠点を設置し日常的な回収習慣を定着させる
- **循環の可視化とシビックプライド**：回収した服が地域のエネルギーになる過程を可視化し、「自分達の街を動かしている」という神戸市民の誇りを醸成
- **リユース不可の明確な出口**：海外に送らない (国内完結)、完全トレース (透明性)、燃やさない (再資源化) を遵守した信頼性の担保

事業の全体像

■ 回収方法：

- OPA館内・三宮センター街に「自主分別促進回収ボックス」設置。
- 三宮オーパ2 イベントスペース・三宮センター街等で学生主体の「服の循環マーケット」を開催し、イベント来街者から直接回収。



取組の様子



写真はイベント告知の内容及び、三宮センター街の回収BOX設置の様子

取組の成果

モノを大切にすることを育む教育的な側面も担った。これらの体験は、参加者に対し、リユース・リサイクル・リデュースの3Rは義務ではなく、創造的で楽しい活動であることを印象付け、意識変容を促す重要な要素となった。

消費者自らが【えーやん】【しゃーない】に分別し、衣料品廃棄について考える行動変容は市民が能動的に参加できる社会インフラにつながる。



リユース不可でどうしても廃棄から焼却処理になるものの第三の出口として、再エネ化があることを知らせることができた。

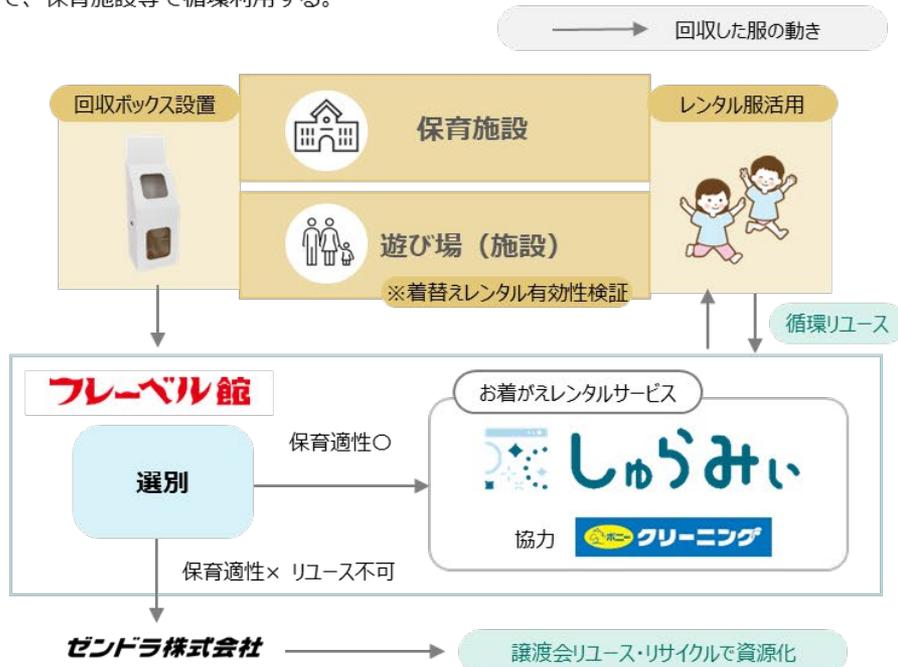
カテゴリ	BOX区分	回収実績数 (枚)	構成比	処理ルート
リユース	ええやん	2,546枚	83%	リセール交換会
リサイクル水素化原料	しゃーない	529枚	17%	ガス再エネ化 CO ₂ 削減効果

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 (株式会社フレーベル館)

- 家庭で不要となった子ども服を保育施設や遊び場等で回収し、クリーニングを経て、着替えレンタルサービス「しゅらみい」として再提供する循環型モデルの有効性を検証。
- 「汚れても安心な服」としての普及を目指し、牧場や公園、保育施設での親子イベントといった多様な利用シーンにおける実証体験調査も実施。既存サービスとは異なる環境下での受容性を分析。
- 事業で得た知見を活かし、「しゅらみい」を核としたリユース推進の協力体制を発展予定。

事業の全体像

保育施設・遊び場（その他施設）に回収ボックスを設置。集めた服は、フレーベル館が選別し、保育適性がある服は、お着替えレンタルサービス「しゅらみい」のレンタル服として、保育施設等で循環利用する。



取組の様子



子どもたちによる
「こどもふく回収BOX」制作



「しゅらみい」実証体験調査

取組の成果

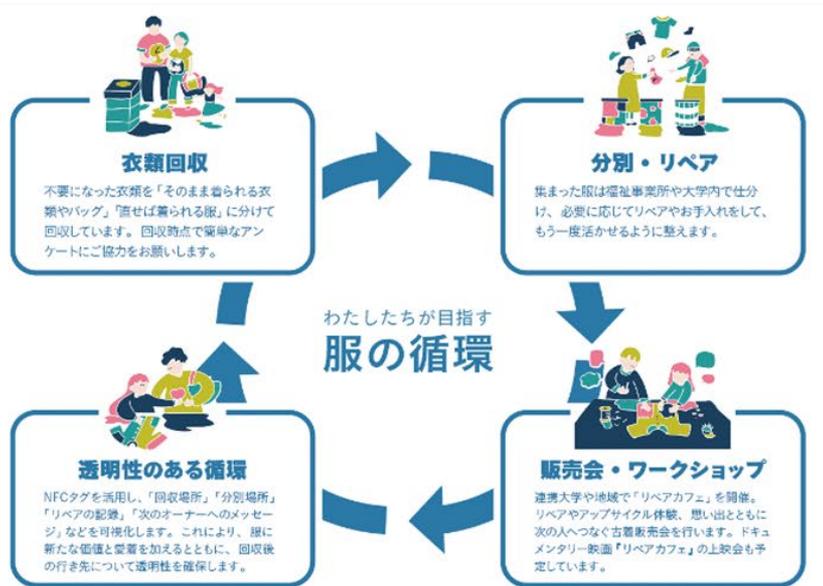
- 15拠点において子ども服4,614点を回収、約779kg-CO2の環境負荷低減効果を創出。
- 本リユース事業の継続参加意向が90%に達し、生活動線上での回収が行動変容に寄与することを実証した。
- 3拠点の遊び場での検証を通じ、洗濯負担の解消等がレンタル継続活用意向90%に繋がることを確認。着替えレンタルを子ども服のリユース先とする独自の価値を実証し、保護者や保育者から支持を獲得した。

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 (合同会社CYKLUS)

- 大学・地域コミュニティでの衣類回収を起点に、社会福祉事業所での分別・管理を行い、人が集いリペアやリユースの価値や喜びを共有する「場」を地域につくる仕組み
- NFCチップ等のデジタル技術を活用し、衣類の流れを可視化するとともに、背景やストーリーを次の利用者へと引き継ぐ透明性のある循環モデル
- 大学のPBL等を通じて学生が主体的に企画・運営に関わり、環境課題を実践的に学びながら地域と協働する教育的プログラム

事業の全体像

大学・地域コミュニティでの衣類回収、社会福祉事業所での分別・管理を行い、リペアやリユースの価値や喜びを共有する「リペアカフェ」を各地で開催。



取組の様子



大阪・梅田 PLAT UMEKITA
でのリペアカフェ



青山学院大学Innovation Around
20との「リペアカフェ」

取組の成果

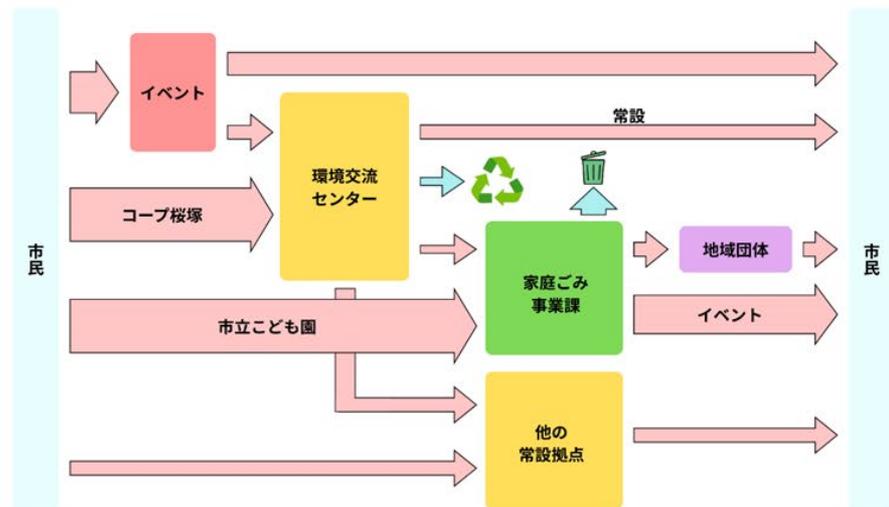
- 回収拠点10箇所（4大学、6地域コミュニティ）
- 回収衣類 944点（リユース90%、リペア5%、リサイクル6%）
※四捨五入のため内訳の合計割合が100%と一致しない。
- リペアカフェイベント開催 8回（参加者 135点、リペア数65点）
- PBL（Project Based Learning）実施（神奈川大学道用ゼミ）
- 社会福祉事業所での分別・管理業務処理数 406点

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～ (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)

- 各家庭で不要となった子ども服について、昨年度のモデル事業から継続の取組みとして、豊中市内の公共施設等の常設拠点や図書館等のイベント会場で、回収・無料配布を行った。
- 継続の取組みを土台部分とし、取組みを発展的に拡充するため、赤ちゃんのいる家庭が集まる機会での子ども服の配布や、高校生と連携した企画の実施を行った。
- さらに、新規の取組みとして、豊中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や、常設拠点での子ども服の動向把握、独自の資金獲得の試行（ワークショップ）などを行った。

事業の全体像

豊中市内では、不要となった子ども服を常設拠点やイベント、スーパー1店舗で回収するとともに、豊中市も市立こども園で回収している。回収した子ども服は、常設拠点やイベントでの配布や地域団体等への提供を通してリユースしている。



取組の様子



高校生との連携企画



資金獲得の試行実施

取組の成果

- 事業の実施状況
 - 子ども服の配布 12,794枚、回収 14,992枚、参加者 3,774人
 - 子ども服の現状把握をするためのアンケート 有効回答287件
- 事業の効果
 - 豊中市の資源化可能な繊維類の削減の約0.36%（市内全体）
 - 子ども服配布による家計支援の効果 約590万円相当（概算）
 - 豊中市内に存在する子ども服の枚数 約271.8万枚（概算）
 - 子ども服のリユース率 96.9%（本モデル期間中）

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 (認定NPO法人中部リサイクル運動市民の会)

- 名古屋市内及びその周辺自治体と連携し、広く一般市民を対象とした常設の衣類回収BOXを設置。
- また、Z世代とともに衣類循環を目的としたイベント「循環フェス名古屋」を開催し、衣類のリユース・リサイクル促進のための啓発を実施。
- 上記取り組みを継続的に実施できる体制を構築することで、この地域の衣類再利用率の向上を図った。
- 衣類循環に障がい者就労支援団体も関わることで、環境福祉両面での効果を発揮。

事業の全体像

名古屋市内・近郊の公共施設及び大学、企業店舗などでの衣類回収BOXの常設設置と、大学生と共に衣類循環を啓発するためのイベント「循環フェス名古屋」を実施。

写真下：常設回収BOX、
右：循環フェスポスター

取組の様子



南山大学での回収



循環フェス名古屋での回収

取組の成果

- 当該事業における、衣類の回収量は1,803kgで、そのうちリユース品として使用可能と判断されたものは、1,207kgと約67%となり、半数以上のものがリユース可能品であった。
- 循環フェス名古屋では、2日間で約5,400人ももの市民に来場いただき、そのうち55%が当該事業のターゲット層である10代20代の若者であった。
- 名古屋市内外合わせて30以上の拠点・イベントでの回収を実施することができた。



2. 「②使えるものは譲る」「③使えるものは長く使う」 －生活者を対象としたアンケート調査結果－

生活者アンケート調査

・衣類の購入・処分の状況やサステナブルファッションに関する取組の実践状況等を調査することを目的に、生活者を対象としたアンケート調査を実施した。

生活者アンケート調査の実施概要

<調査対象>

- 以下の条件を満たす生活者
 - ✓ 日本在住の15歳以上の男女
 - ✓ 直近の1年間（2025年1月～12月）に新品の衣服の購入金額が1円以上と回答した人
 - ✓ 直近の1年間（2025年1月～12月）に不要になった衣服を手放したことがあると回答した人

<調査方法>

- Webモニターアンケート
- また、調査にはフラグ設問を設定し、指示された選択肢以外を選択した回答は不良回答として除去した。あわせて、下記の観点等から不良サンプルとみなせる回答は除外した
 - ✓ 同一選択肢のみを回答しているもの。
 - ✓ 選択に規則性があるもの。（1, 2, 3, …と順に選択しているなど）

<調査スケジュール>

- 2026年1月5日～1月22日（スクリーニング調査を含む）

<性別・年代別 回答者数>

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計
男性	243人	301人	302人	297人	301人	302人	1,746人
女性	308人	296人	309人	293人	300人	308人	1,814人
合計	551人	597人	611人	590人	601人	610人	3,560人

サステナブルファッションの認知と関心

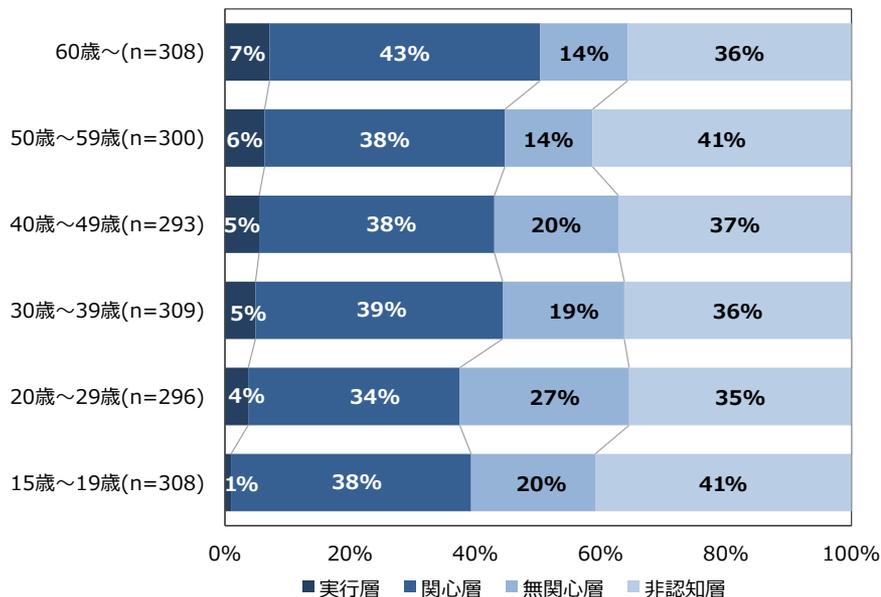
- サステナブルファッションの認知と関心の状況※1を基に、性別・年代別に実行層、関心層、無関心層、非認知層の比較を行った。「実行層＋関心層」の合計割合を比較すると、女性は60歳以上（50%）、50代（45%）、30代（44%）の順に高く、男性は20代（38%）、60歳以上（38%）、30代（35%）の順に高かった。
- まずは関心層を中心に行動変容を促し、並行して無関心層・非認知層の関心を高めていくことが有効と考えられる。

ここでの「サステナブルファッション」とは・・・

衣服の生産から流通、消費、廃棄等における持続可能性を考慮し、地球環境や関わる人・社会に配慮した取組。例えばサイクル素材やオーガニックコットンなどサステナブルな素材の選択や廃棄物の削減、再使用、再資源化の推進や支持などが含まれ、「エシカルファッション」や「スローファッション」など類似する概念も内包されることとする。

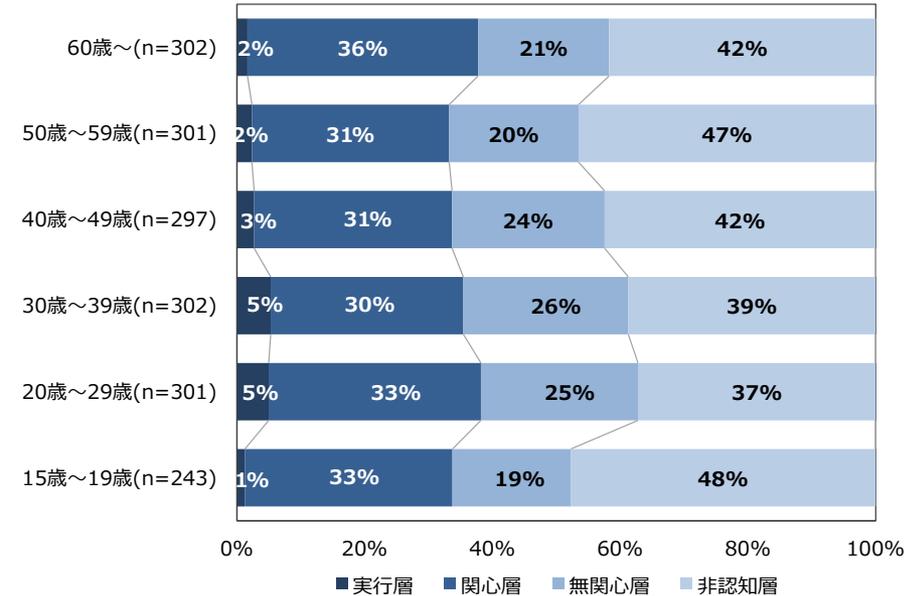
女性

(n=1,814, 単位：%)



男性

(n=1,746, 単位：%)

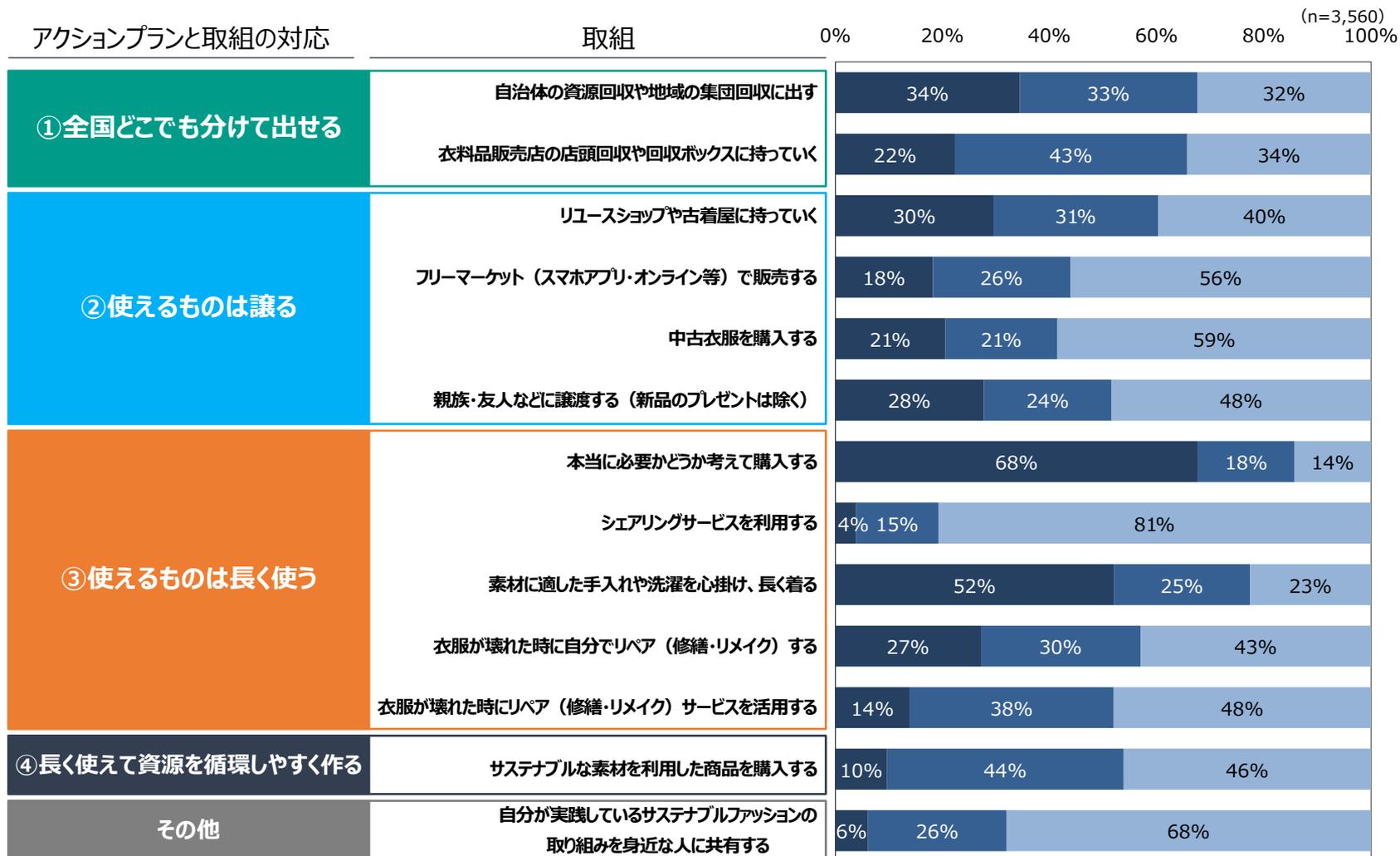


※1 「サステナブルファッション」について、以下のいずれに該当するかを聴取（単数選択）。回答に応じて、以下のとおり層に区分けしている。

- 具体的な取組を行って6か月以上である / 2. 具体的な取組を行って6か月未満である / 3. 関心があり、ここ1か月以内にできることは実行したい / 4. 関心はあるが、日常生活の中で具体的な行動は起こしていない / 5. 知っているがまったく関心はない / 6. （アンケートに回答するまで）サステナブルファッションを知らなかった
- <回答結果に応じた区分け>【実行層】1. 2.、【関心層】3. 4.、【無関心層】5.、【非認知層】6.

サステナブルファッションに関する取組の実践状況

・サステナブルファッションに関する取組の実践状況を伺った結果が以下のとおり。アクションプランの「①全国どこでも分けて出せる」と「②使えるものは譲る」に対応する生活者の取組の実践している割合は、いずれも4割以下であった。



■すでに実践している。 ■実践していないが、今後実践したいと思っている。 ■実践しておらず、実践したいとは思わない。

サステナブルファッションに関する取組の実践状況

・「すでに実践している」割合を性別・年代別に比較すると、「自治体の資源回収や地域の集団回収に出す」は10代・20代の割合が低い傾向にある点や、「②使えるものは譲る」「③使えるものは長く使う」取組において、男性よりも女性の方が実践が進んでいる取組が複数確認された。

アクションプランとの対応	取組	「すでに実践している」割合								
		全体	性別		年代別					
			男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	n=	3,560	1,746	1,814	551	597	611	590	601	610
①全国どこでも分けて出せる	自治体の資源回収や地域の集団回収に出す	34%	31%	38%	28%	29%	34%	35%	38%	42%
	衣料品販売店の店頭回収や回収ボックスに持っていく	22%	19%	26%	19%	23%	26%	25%	22%	19%
②使えるものは譲る	リユースショップや古着屋に持っていく	30%	23%	35%	26%	32%	33%	32%	30%	24%
	フリーマーケット（スマホアプリ・オンライン等）で販売する	18%	14%	22%	21%	27%	25%	17%	12%	8%
	中古衣服を購入する	21%	18%	22%	25%	21%	21%	22%	19%	16%
	親族・友人などに譲渡する（新品のプレゼントは除く）	28%	21%	34%	38%	29%	28%	26%	25%	21%
③使えるものは長く使う	本当に必要かどうか考えて購入する	68%	61%	74%	72%	70%	72%	69%	65%	60%
	シェアリングサービスを利用する	4%	4%	4%	4%	7%	4%	4%	2%	2%
	素材に適した手入れや洗濯を心掛け、長く着る	52%	45%	59%	50%	46%	50%	50%	58%	58%
	衣服が壊れた時に自分でリペア（修繕・リメイク）する	27%	22%	32%	29%	24%	27%	23%	26%	35%
	衣服が壊れた時にリペア（修繕・リメイク）サービスを活用する	14%	15%	13%	17%	13%	14%	13%	13%	14%
④長く使えて資源を循環しやすく作る	サステナブルな素材を利用した商品を購入する	10%	10%	9%	8%	13%	13%	9%	9%	7%
その他	自分が実践しているサステナブルファッションの取り組みを身近な人に共有する	6%	6%	7%	7%	9%	7%	6%	4%	4%

全体を5ポイント以上上回る

全体を5ポイント以上下回る

サステナブルファッションに取り組もうとしたときの自身の課題

- サステナブルファッションに取り組もうとしたときの自身の課題を伺った結果が以下のとおり。「**中古衣服を着ることに抵抗がある**（37%）」、「**安さを理由に、耐久性の低い商品を購入してしまう**（30%）」、「**不要な衣服をクローゼットにため込んでしまっている**（30%）」の順に、回答割合が高かった。
- 性別・年代別に比較すると、「**流行りの衣服を購入し、流行が終わると着なくなってしまう**」は年代が下がるほど回答割合が高い傾向にあり、**60代以上**で「**不要な衣服をクローゼットにため込んでしまっている**」の回答割合が高かった。

アクションプランとの対応	取組	「自身の課題として当てはまる」と回答した割合								
		全体	性別		年代別					
			男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	n=	3,560	1,746	1,814	551	597	611	590	601	610
①全国どこでも分けて出せる	不要な衣服が資源として活用できるのか分からない	19%	21%	18%	14%	14%	20%	17%	21%	28%
②使えるものは譲る	中古衣服を着ることに抵抗がある	37%	35%	39%	38%	32%	36%	38%	39%	40%
	不要な衣服をクローゼットにため込んでしまっている	30%	25%	34%	33%	23%	24%	25%	33%	39%
③使えるものは長く使う	計画性なく衝動買いしてしまう	13%	12%	14%	19%	15%	11%	10%	11%	11%
	流行りの衣服を購入し、流行が終わると着なくなってしまう	11%	10%	12%	19%	13%	12%	10%	8%	5%
	安さを理由に、耐久性の低い商品を購入してしまう	30%	28%	33%	35%	31%	36%	28%	26%	26%
	適切な手入れの方法が分からない	16%	18%	13%	21%	18%	20%	16%	11%	8%
	衣服をリペア（修繕・リメイク）する知識・技術がない	28%	28%	28%	28%	26%	27%	29%	30%	28%
④長く使えて資源を循環しやすく作る	サステナブルな素材を利用した商品に魅力を感じない	10%	12%	8%	14%	10%	9%	10%	8%	9%
その他	あてはまるものはない	16%	19%	13%	11%	19%	17%	16%	16%	14%

全体を5ポイント以上上回る

全体を5ポイント以上下回る

国や自治体、事業者に取り組んでほしい事項

- 国や自治体、事業者に取り組んでほしい事項を伺った結果が以下のとおり。「**商業施設や駅に手軽に衣服を出せる回収場所を増やしてほしい**（33%）」、「**自治体の古着・古布回収の頻度を増やしてほしい**（29%）」、「**利用しやすいリペア（修繕・リメイク）サービスを増やしてほしい**（29%）」の順に、回答割合が高かった。
- 性別・年代別に比較すると、「**③使えるものは長く使う**」と「**④長く使えて資源を循環しやすく作る**」に対応する項目で、**いずれも10代の回答割合が高かった**。また、60代以上では、「**商業施設や駅に手軽に衣服を出せる回収場所を増やしてほしい**」「**自治体の古着・古布回収の回収方法を分かりやすく発信してほしい**」の回答割合が高かった。

アクションプランとの対応	取組 n=	「国や自治体、事業者に取り組んでほしい」と回答した割合								
		全体	性別		年代別					
			男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
①全国どこでも分けて出せる	商業施設や駅に手軽に衣服を出せる回収場所を増やしてほしい	33%	29%	38%	32%	30%	30%	33%	35%	40%
	自治体の古着・古布回収の回収方法を分かりやすく発信してほしい	29%	27%	31%	25%	24%	27%	29%	32%	38%
	自治体の古着・古布回収の頻度を増やしてほしい	25%	24%	26%	21%	23%	27%	27%	27%	27%
③使えるものは長く使う	適切な手入れの方法を分かりやすく発信してほしい	26%	26%	27%	40%	28%	29%	19%	22%	19%
	利用しやすいリペア（修繕・リメイク）サービスを増やしてほしい	29%	29%	28%	37%	29%	29%	25%	25%	27%
④長く使えて資源を循環しやすく作る	商品を購入する際にサステナブルな素材を利用していることが一目で分かるようにしてほしい	21%	21%	20%	30%	18%	18%	16%	19%	22%
	企業のサステナブルな取組に関する情報をもっと発信してほしい	17%	18%	17%	24%	18%	16%	14%	14%	18%
	サステナブルな素材を利用した商品を増やしてほしい	17%	17%	17%	28%	15%	17%	16%	13%	14%
その他	あてはまるものはない	23%	26%	19%	16%	25%	24%	26%	22%	20%

全体を5ポイント以上上回る

全体を5ポイント以上下回る

3. 「④資源を循環しやすく作る」

－アパレル事業者を対象としたアンケート調査結果－

アパレル事業等における衣類の廃棄等に関する実態調査

- ・サステナブルファッションに向けたアパレル事業者の意向や、マテリアルフローの販売等のフローの精査等を主な目的とし、アパレル事業者を対象としたアンケート調査を実施した。

アパレル事業者を対象としたアンケート調査の概要

<調査対象>

- 一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会（JAFIC）および一般社団法人ジャパンサステナブルファッションアライアンス（JSFA）に所属する企業（アパレルメーカー、小売業、卸・商社）の担当者
 - ✓ 一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会（正会員：128社、賛助会員：131社）
 - ✓ 一般社団法人ジャパンサステナブルファッションアライアンス（正会員：18社、賛助会員：51社）

<調査方法>

- 調査票の電子ファイル、またはオンラインフォームによる回答

<調査スケジュール>

- 実査：2025年12月中旬～2026年1月下旬
- データクリーニング・分析：2026年1月下旬～2月下旬

<調査内容>

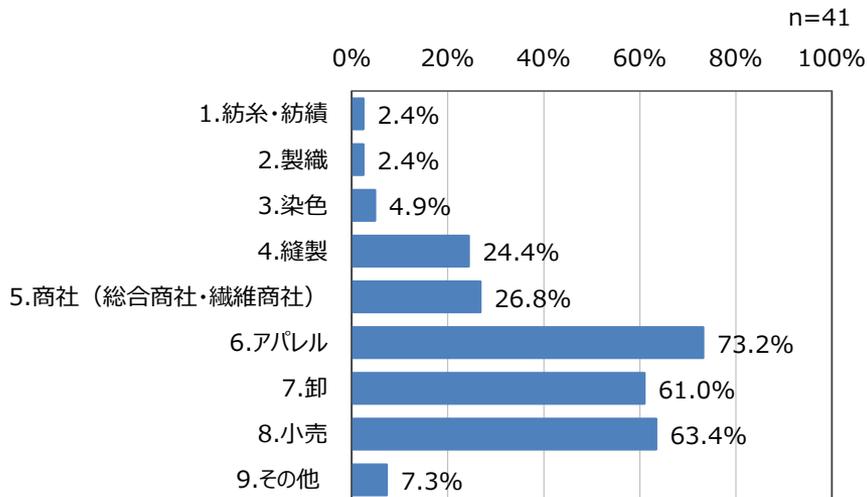
- サステナブルファッションに向けた取組状況
- 生産・販売・廃棄等に関する状況
- 環境に配慮した原料・素材の使用や、長期使用するための製品製造の取組
- 環境負荷（温室効果ガス排出量・水消費量）の把握・情報開示に関する取組
- 人権尊重

他

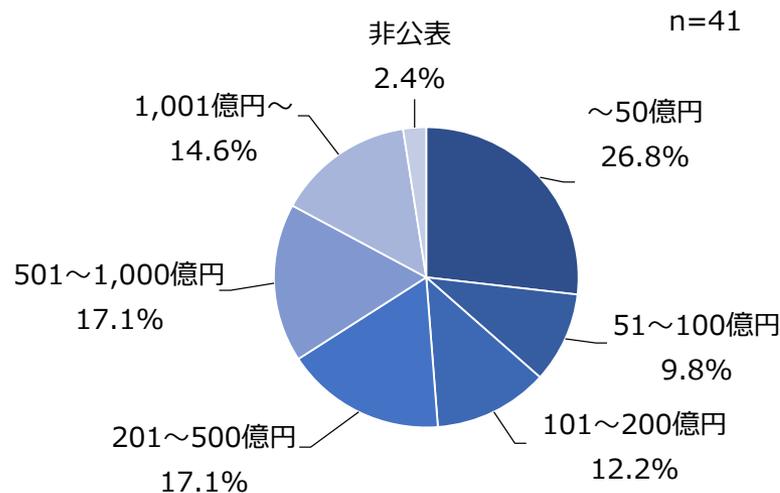
アパレル事業等における衣類の廃棄等に関する実態調査

• 調査の結果、41件の有効回答を得た。回答各社の基礎情報は以下のとおり。

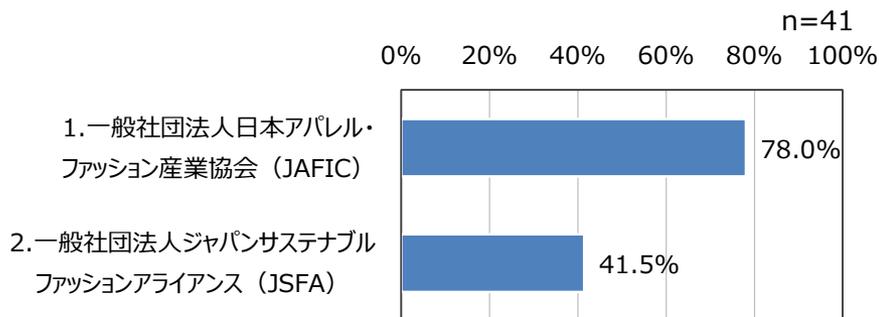
サプライチェーンの工程(OEM生産を除く) (当てはまるものすべて)



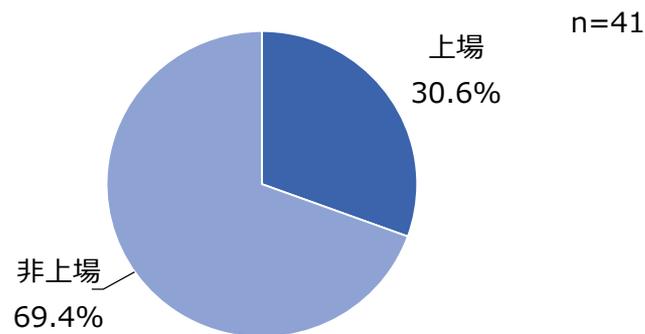
2024年度におけるアパレル事業の売上高



業界団体への所属 (当てはまるものすべて)



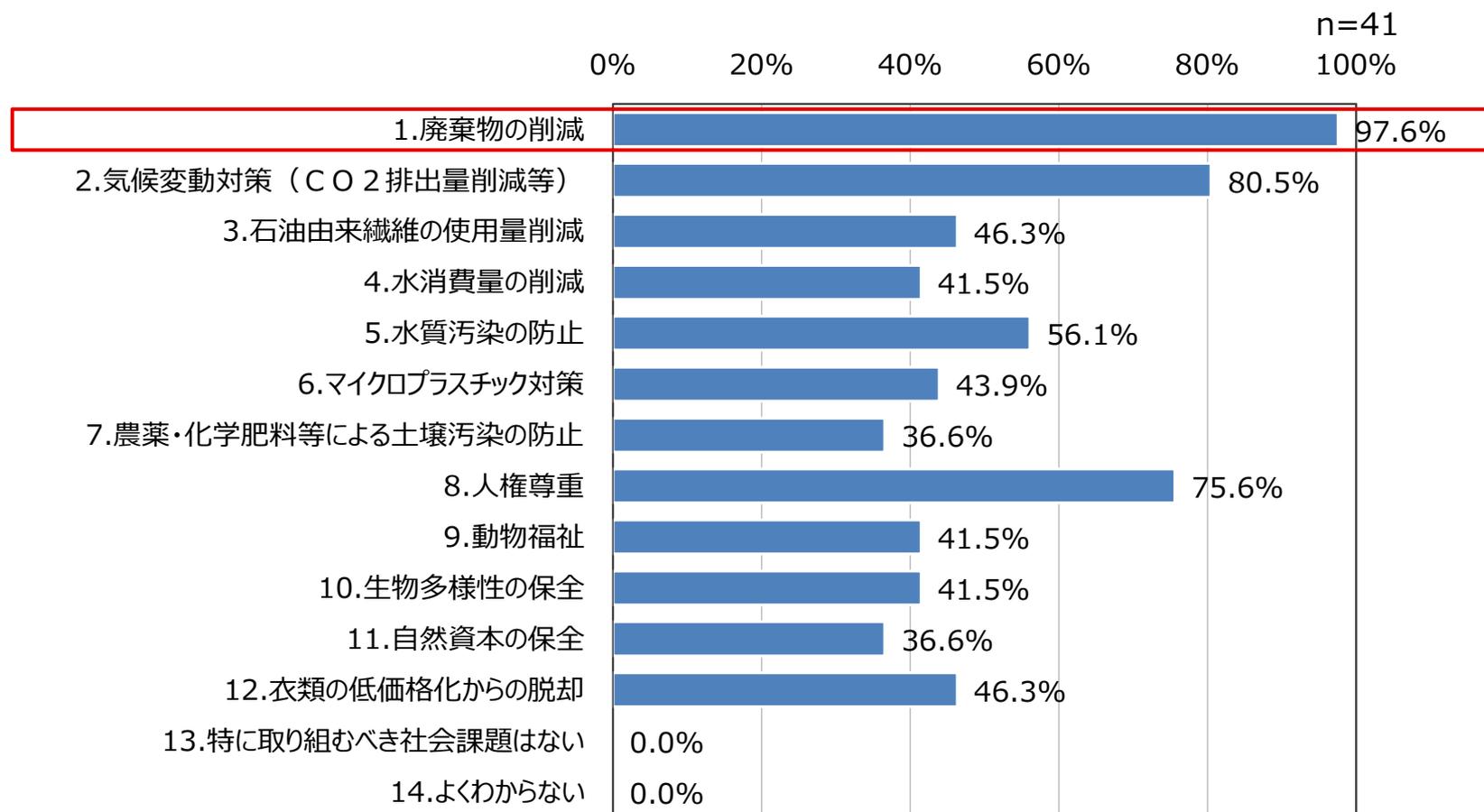
上場/非上場



ファッション企業が取り組むべき社会課題

・ファッション企業が取り組むべき社会課題を伺った結果、「**廃棄物の削減**（97.6%）」が最も重視する社会課題であった。

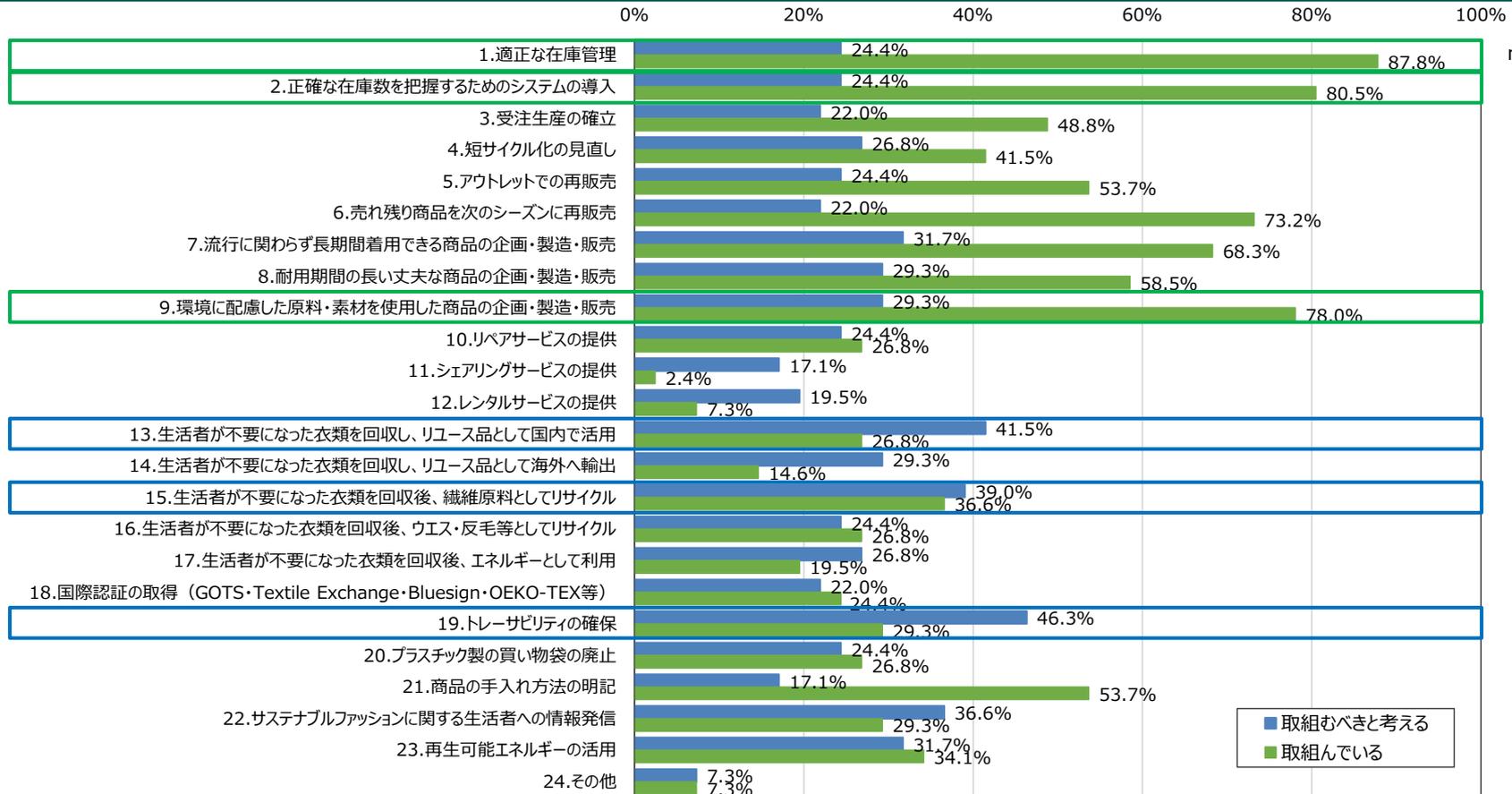
取り組むべき社会課題（当てはまるものすべて）



サステナブルな取組への意向と取組状況

- サステナブルな取組への意向と取組状況を伺った結果、「取組むべきと考える」とされた取り組みは「**トレーサビリティの確保**（46.3%）」「**衣類を回収しリユース品として国内で活用**（41.5%）」「**衣類を回収後、繊維原料としてリサイクル**（39.0%）」の順であった。
 - ✓ 一方、いずれの取組も50%を下回っていることから、先進的取組が生まれるよう、後押ししていく必要がある。
- 「取組んでいる」とされた取組は、「**適正な在庫管理**（87.8%）」「**正確な在庫数を把握するためのシステムの導入**（80.5%）」「**環境に配慮した原料・素材を使用した商品の企画・製造・販売**（78.0%）」の順であった。
 - ✓ これらの取組は、先進的取組を普及・展開しつつ、業界のスタンダードとなるように後押ししていくことが望ましい。

サステナブルな取組への意向と取組状況（当てはまるものすべて）

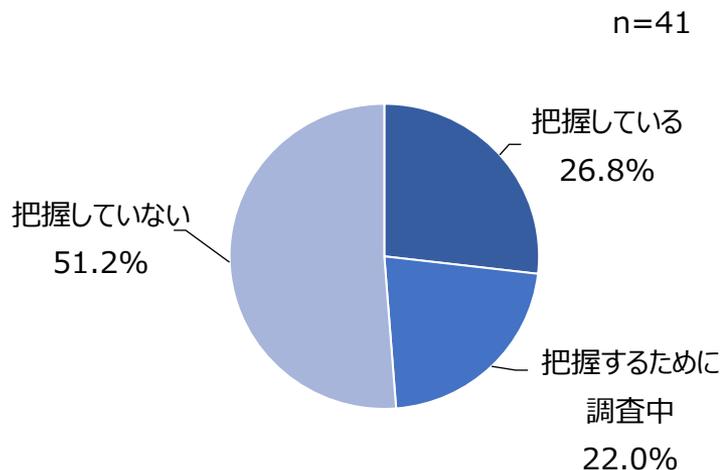


n=41

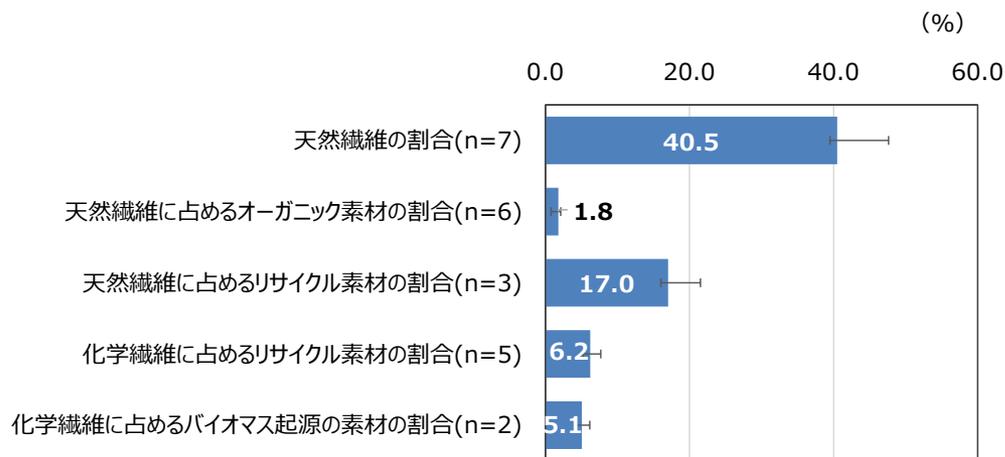
環境に配慮した原料・素材の使用状況

- 取り扱うアパレル製品の製造過程における環境に配慮した原料・素材の使用状況について、「把握している」が26.8%、「把握するために調査中」が22.0%、「把握していない」が51.2%であった。
- 回答された原料・素材の割合の平均値は、「天然繊維」は40.5%、「天然繊維に占めるオーガニック素材」は1.8%、「天然繊維に占めるリサイクル素材」は17.0%、「化学繊維に占めるリサイクル素材」は6.2%、「化学繊維に占めるバイオマス起源の素材」は5.1%であった。

環境に配慮した原料・素材の使用状況



環境に配慮した原料・素材の割合



※リサイクル素材は、廃棄された天然繊維や化学繊維、またはペットボトルなどを原料として作られた繊維を意図している。

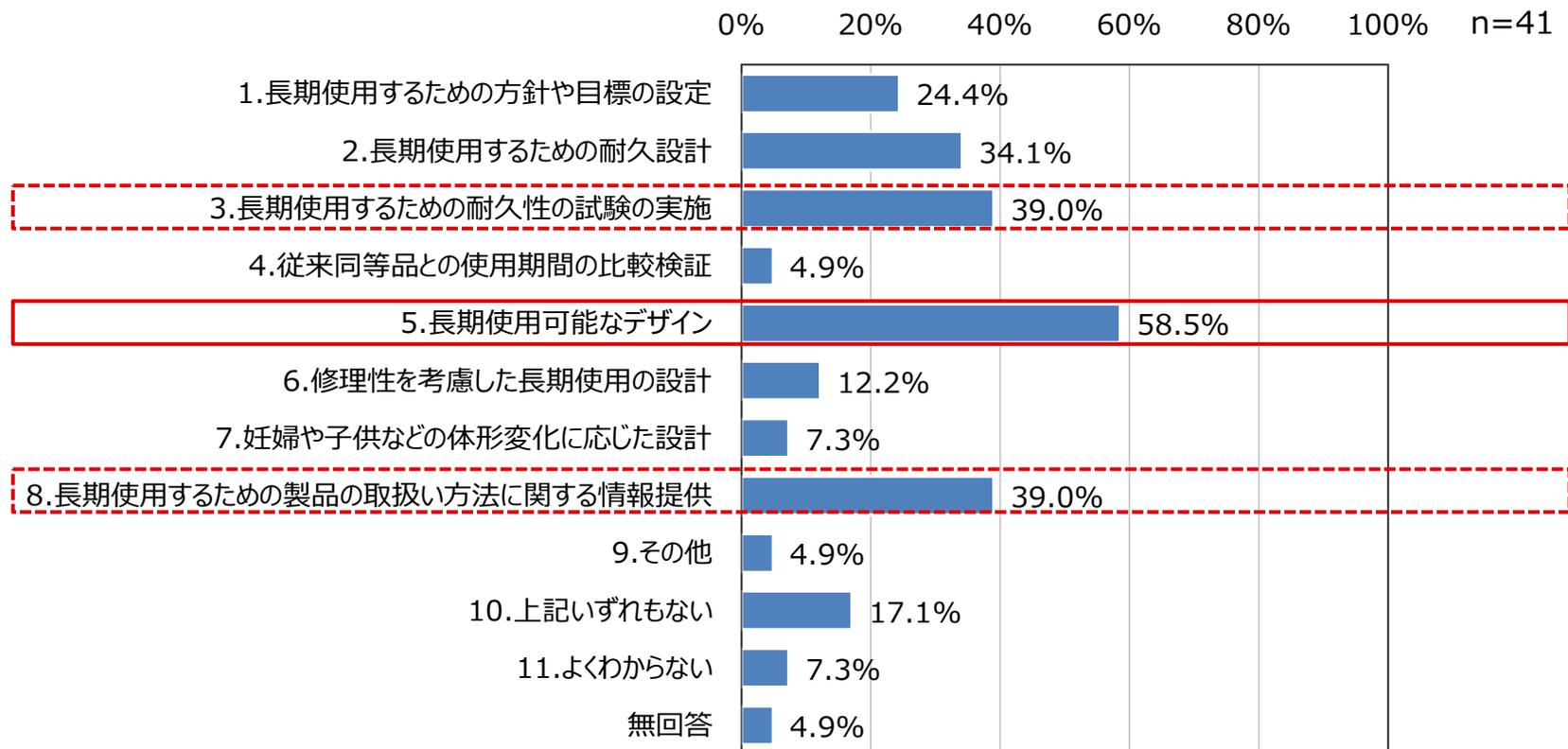
※「化学繊維に占める生分解性素材の割合」を把握している回答はなかった。

※エラーバーは標準誤差を示す。

長期使用のための取組状況

- 取り扱うアパレル製品が長期使用されるために実施している取組を伺ったところ、「**長期使用可能なデザイン（58.5%）**」が最も高く、「長期使用するための耐久性の試験の実施（39.0%）」「長期使用するための製品の取扱い方法に関する情報提供（39.0%）」と続いた。

長期使用のための取組状況（当てはまるものすべて）



※その他の回答は、「リペア部門の充実」「購入後のアフターサービス（修理やお手入れ）」

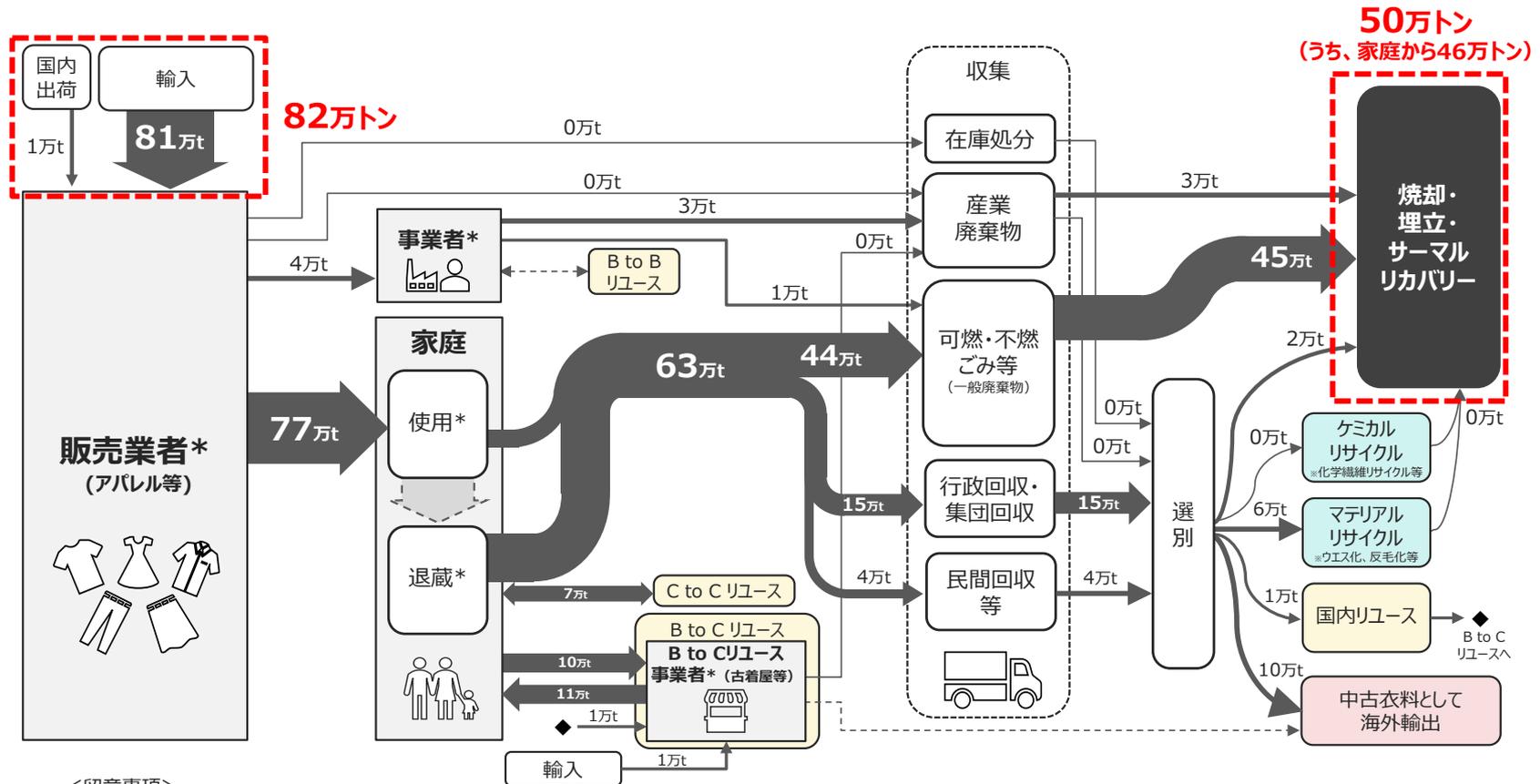
4. 全般に係るアクション

－衣類のマテリアルフローの作成－

衣類の循環の現状（マテリアルフロー）

・2025年版の衣類のマテリアルフローの作成の結果、衣類の国内新規供給量は計82万トンに対して、約6割に相当する計50万トン（うち、家庭から46万トン）が手放され、焼却等により処理されていると推計された。

2025年版 衣類のマテリアルフロー



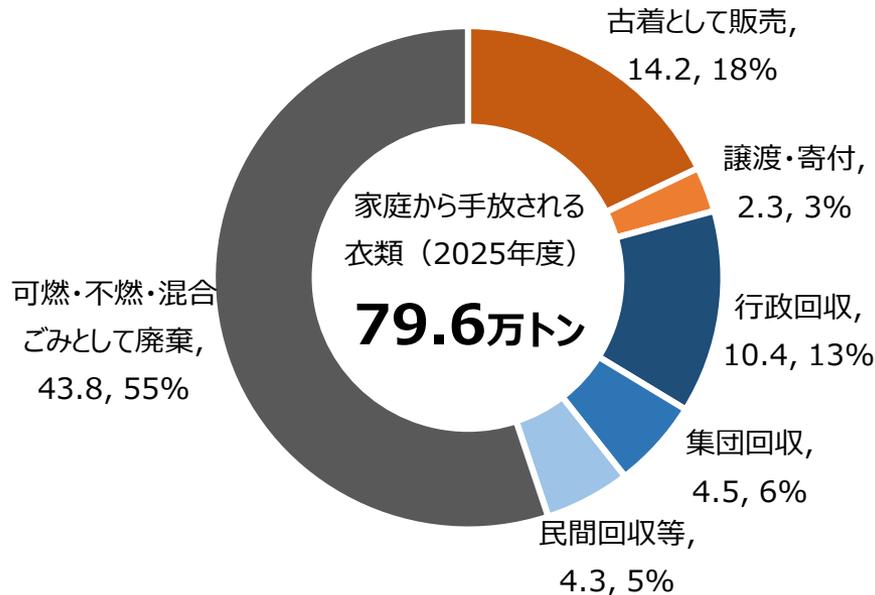
<留意事項>

- ※ 「*」印のついた主体に投入された衣類は、在庫・使用・退蔵等を理由に一定時間ストックされた後、排出されるため、推計対象年におけるインプットとアウトプットの値は一致せず、その差分がストックの年間増加量/減少量となる。
- ※ 「C to C リユース」とは、親類や友人への譲渡、バザー、フリーマーケット（オフライン）、フリマアプリ、ネットオークションを指す。
- ※ 「民間回収等」は、民間回収・下取り・下取り・海外への寄付を含む。
- ※ 点線（- ->）は値が不明なフロー。
- ※ 各合計値は、四捨五入の関係で和が一致しない場合がある。

家庭から手放された衣類の行先の割合

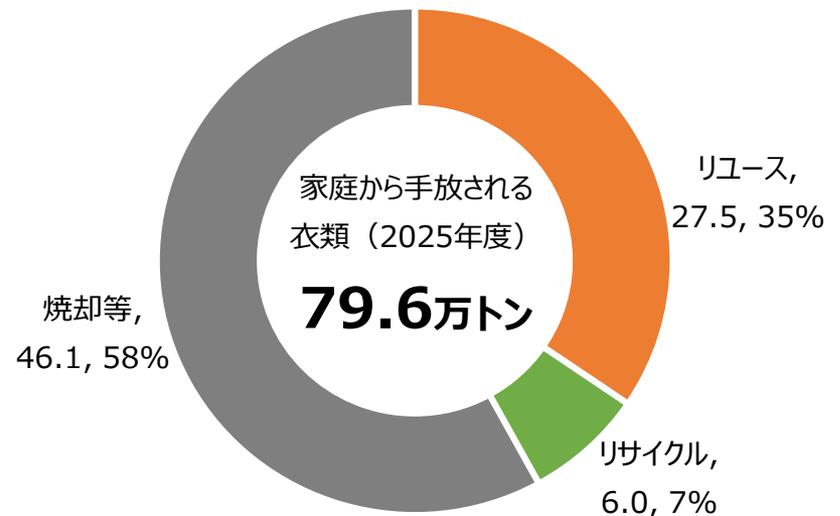
- 家庭から手放された衣類の行先の割合は、「可燃・不燃・混合ごみとして廃棄」が55%と最も割合が高く、「古着として販売」が18%、「行政回収」が13%と続いた。
- リユース/リサイクルの割合は、リユースが35%、リサイクルが7%であった。

家庭から手放された衣類の行先の割合



※家庭から手放される衣類の量は、「リユースショップ等へ販売した量」「C to Cリユース」「家庭から回収・収集される衣類の総量」の合計値
 ※「民間回収等」には、民間回収、下取り、海外への寄付を含む。

家庭から手放された衣類のリユース/リサイクルの割合

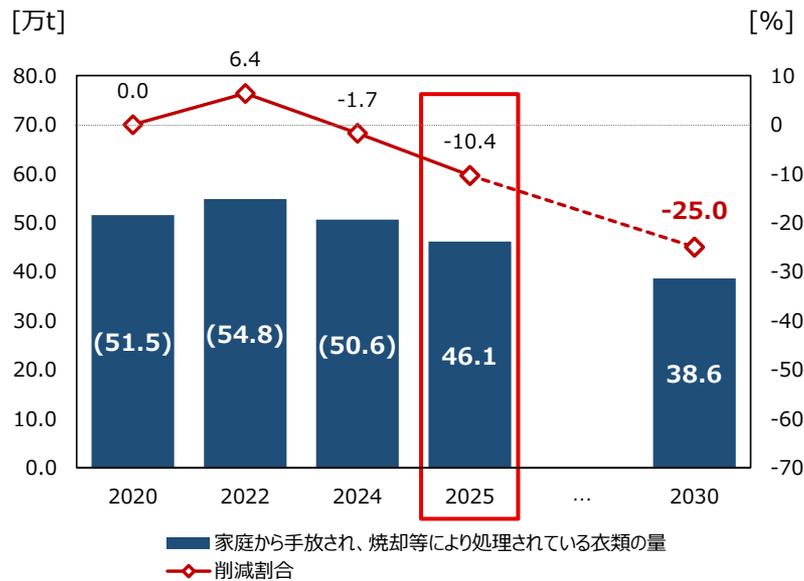


※家庭から手放される衣類の量は、「リユースショップ等へ販売した量」「C to Cリユース」「家庭から回収・収集される衣類の総量」の合計値
 ※「リユース」には、家庭からリユース事業者（古着屋等）への販売、C to Cリユース、故繊維事業者によるリユース（海外含む）を含む。

家庭から手放され、焼却等により処理されている衣類の量

- 2025年版の衣類のマテリアルフローの作成の結果、家庭から手放され、焼却等により処理されている衣類の量は**46.1万トン**と推計された。2030年度に向けて、さらに**7.5万トン**の削減が必要となる。

家庭から手放され、焼却等により処理されている衣類の量の推計結果



<推計方法の概要>

家庭から手放され、焼却等により処理されている衣類の量

- = A : 生活系可燃・不燃・混合ごみ量
- × B : 可燃・不燃・混合ごみに占める繊維類の割合
- × C : 可燃・不燃・混合ごみの繊維類に占める衣類の割合
- + D : 家庭から行政回収・集団回収・民間回収等により回収された量
- × (F : 未利用割合 + G : リサイクル割合 × 残渣割合)

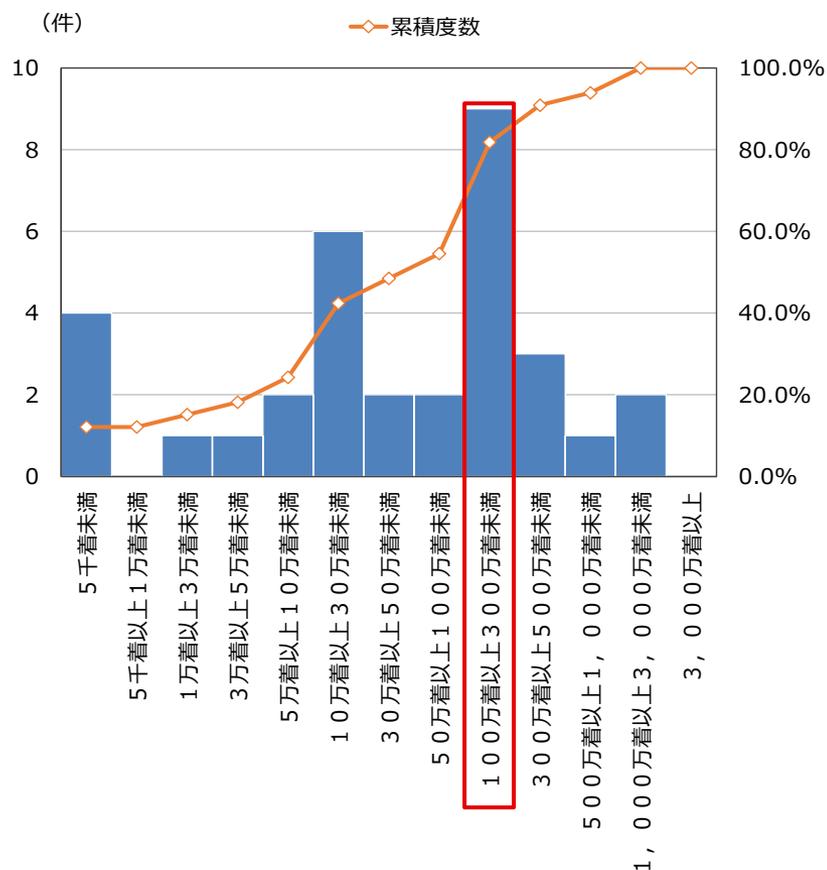
(注) グラフ中の値を()で示している2020～2024年度の推計値については、2025年度の推計と単純比較できないことに注意が必要である。理由は以下のとおり。

- ✓ 2024年以降に推計方法の見直しを実施しており、2020年・2022年版の値とは単純な経年比較ができない。
- ✓ 「繊維類に占める衣類の割合（上式のC項）」は、環境省「容器包装廃棄物の使用・排出実態調査の概要」において2024年度から調査が開始されている。本組成データは変動を含むことから、過去5年間等の移動平均により中期的なトレンドを把握することが望ましいが、2024年度は1か年の調査結果、2025年度は2か年の調査結果の平均値を採用しており、変動が十分に吸収できていないことが考えられる。今後の調査データの蓄積により、変動が吸収されることが期待されることから、中長期的に推移を確認していくこととする。

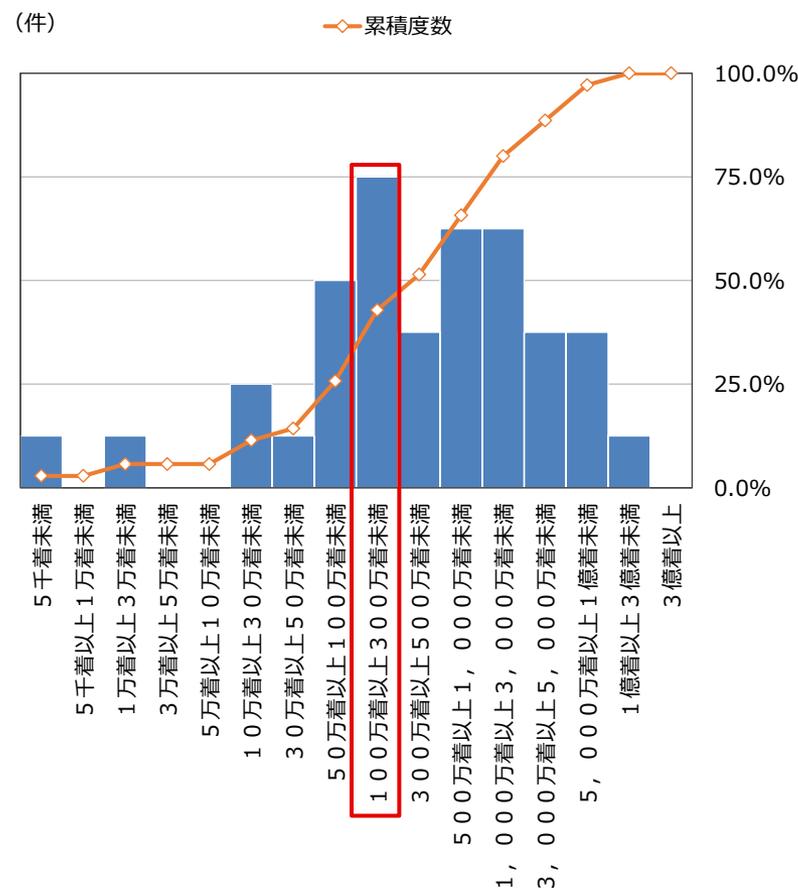
(参考) アパレル事業者アンケート…在庫等の状況

- 期首在庫と当期仕入のいずれも、「100万着以上300万着未満」との回答が最も多かった。
- 期首在庫と当期仕入のいずれも回答した事業者を対象に、回答者全体の合計量を比較したところ、期首在庫の量は当期仕入の量の18%程度に相当した。

2024年度の期首在庫の量



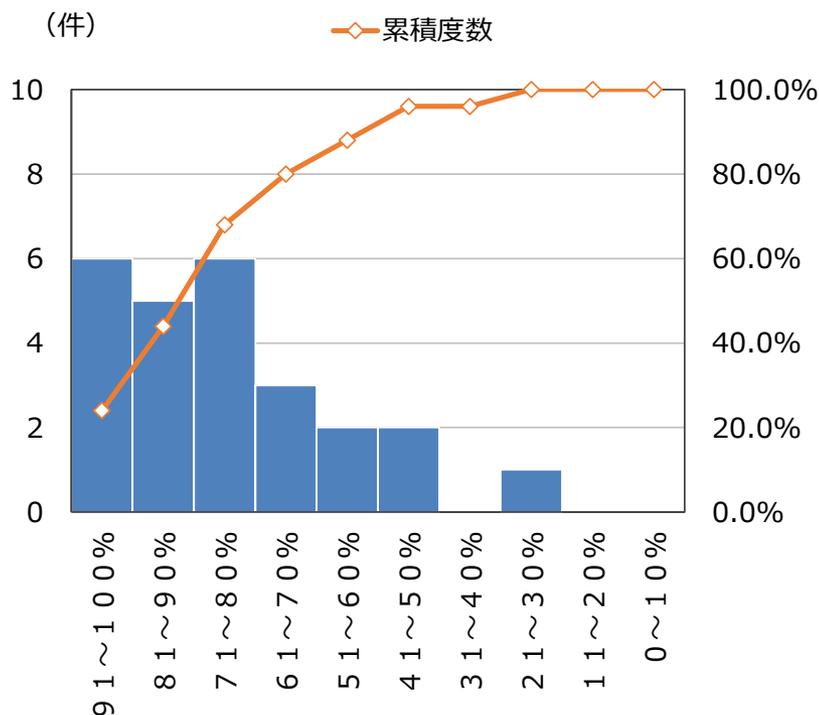
2024年度の当期仕入の量



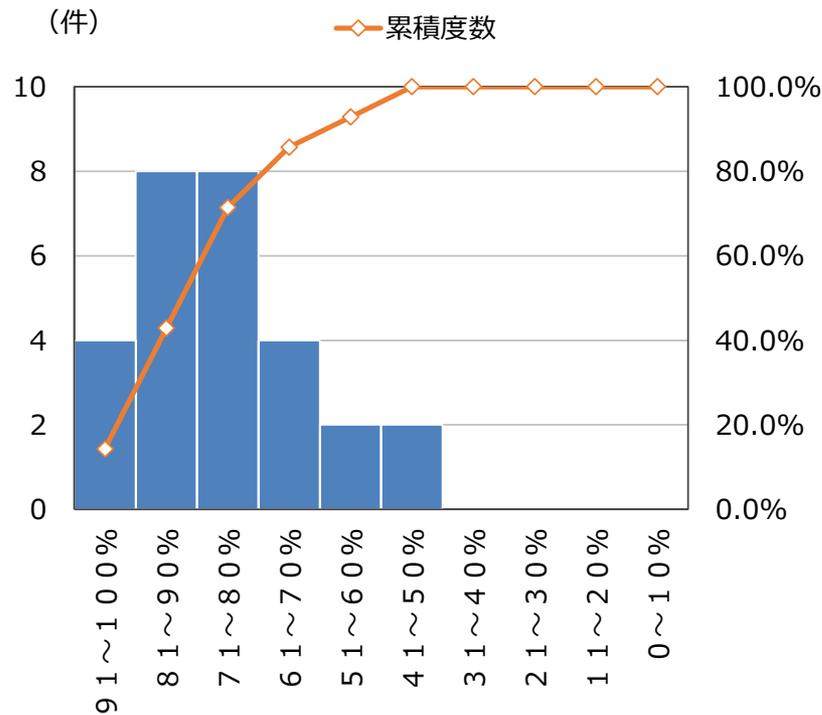
(参考) アパレル事業者アンケート…消化率

- 期首在庫の消化率は、「90%以上」の回答で44.0%、「80%以上」の回答で68.0%を占めた。
 - ✓ 期首在庫の量の回答を基に加重平均を取ると、平均消化率は75.9%であった。
- 当期仕入の消化率は、「90%以上」の回答で42.9%、「80%以上」の回答で71.4%を占めた。
 - ✓ 当期仕入の量の回答を基に加重平均を取ると、平均消化率は85.1%であった。

2024年度の期首在庫の消化率



2024年度の当期仕入の消化率



※当期仕入れと期首在庫のいずれも、「把握していない」と「無回答」を除く集計。

※消化率は値引き販売を含む、数量ベースの消化率（在庫処分業者に転売される場合は含めない）。

(参考) アパレル事業者アンケート…消化率の定義

- 本設問における「消化率」の定義は、以下のとおり想定して調査を実施している。

「2024年度の期首在庫の消化率」の定義

本設問の”消化率”の分母

2024年度期首の在庫
(2023年度までの
仕入分の売れ残り等)

2024年度の仕入
(当期仕入)

本設問の”消化率”の分子

2024年度の販売数
(期首在庫分消化)
2024年度の売れ残り等
(期首在庫分未消化)

2024年度の販売数
(当期仕入分消化)
2024年度の売れ残り等
(当期仕入分未消化)

※2024年度を当期とした場合

「2024年度の当期仕入の消化率」の定義

本設問の”消化率”の分母

2024年度期首の在庫
(2023年度までの
仕入分の売れ残り等)

2024年度の仕入
(当期仕入)

本設問の”消化率”の分子

2024年度の販売数
(期首在庫分消化)
2024年度の売れ残り等
(期首在庫分未消化)

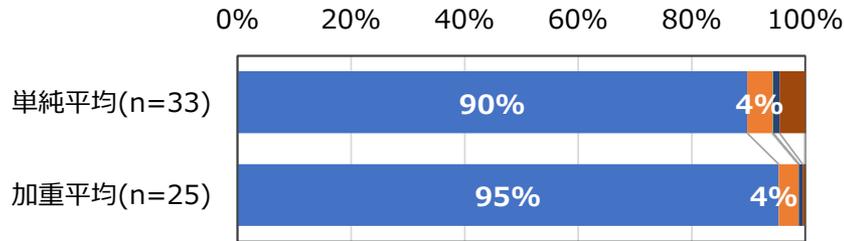
2024年度の販売数
(当期仕入分消化)
2024年度の売れ残り等
(当期仕入分未消化)

※2024年度を当期とした場合

(参考) アパレル事業者アンケート…消化できなかった製品への対応

・「次のシーズンにもう一度販売する」が最も高く、単純平均は期首在庫が90%、当期仕入が92%であった。
 ・期首在庫・当期仕入の量と消化率の回答を基に「未消化品」の量を推計し、未消化品の量に応じて加重平均を取ると、期首在庫が95%、当期仕入が99%であった。

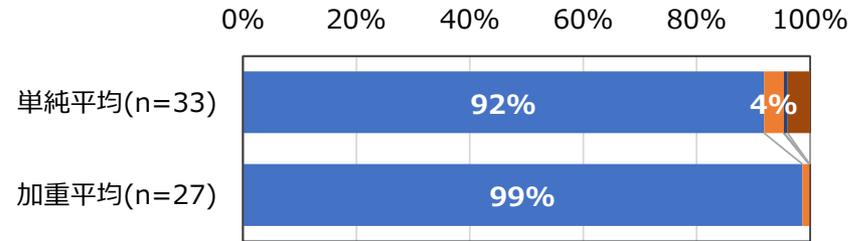
消化できなかった製品への対応（期首在庫）



- 1. 次のシーズン（2025年度）にもう一度販売する
- 2. 在庫処分業者への売却
- 3. サプライチェーン内で繊維原料として活用する
- 4. 国内での寄付・寄贈
- 5. 海外への輸出
- 6. エネルギー回収
- 7. 焼却・埋立
- 8. その他

	1. 次のシーズンにもう一度販売する	2. 在庫処分業者への売却	3. サプライチェーン内で繊維原料として活用する	4. 国内での寄付・寄贈	5. 海外への輸出	6. エネルギー回収	7. 焼却・埋立	8. その他
単純平均 (n=33)	90%	4%	0%	0%	0%	0%	1%	5%
加重平均 (n=25)	95%	4%	0%	0%	0%	0%	1%	0%

消化できなかった製品への対応（当期仕入）



- 1. 次のシーズン（2025年度）にもう一度販売する
- 2. 在庫処分業者への売却
- 3. サプライチェーン内で繊維原料として活用する
- 4. 国内での寄付・寄贈
- 5. 海外への輸出
- 6. エネルギー回収
- 7. 焼却・埋立
- 8. その他

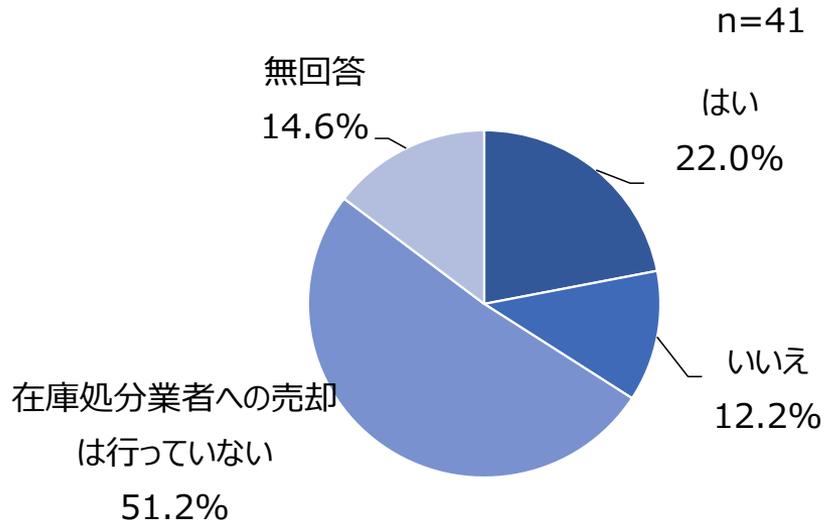
	1. 次のシーズンにもう一度販売する	2. 在庫処分業者への売却	3. サプライチェーン内で繊維原料として活用する	4. 国内での寄付・寄贈	5. 海外への輸出	6. エネルギー回収	7. 焼却・埋立	8. その他
単純平均 (n=33)	92%	4%	0%	0%	0%	0%	1%	4%
加重平均 (n=27)	99%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

※単純平均は「消化できなかった製品への対応」を回答した事業者を対象に集計しており、加重平均は、「期首在庫・当期仕入の量」、「消化率」、「消化できなかった製品への対応」をいずれも回答した事業者を対象に集計している。

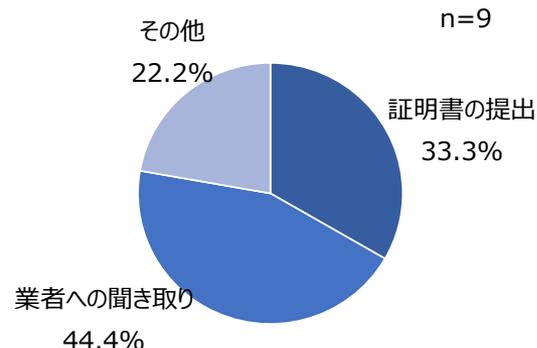
(参考) アパレル事業者アンケート…在庫処分業者における取扱い

- 在庫処分業者への売却後のリセールや再資源化等の状況について、「在庫処分業者への売却は行っていない」が51.2%、「はい（売却しており把握している）」が22.0%、「いいえ（売却しており把握していない）」が12.2%であった。
- 把握方法は、「業者への聞き取り」が44.4%、「証明書の提出」が33.3%。処理方法は「国内での再販」が多数を占める。

リセールや再資源化等の状況把握の有無



トレーサビリティの確保の方法



※その他の回答は、「販売先リストの共有」「処分業者が運営する販売店での処分」
 ※四捨五入のため合計が100%と一致しない。

売却後の処理方法

