

空き家等におけるリユース品と 廃棄物の一括戸別回収 事業報告書

実施団体名 埼玉県坂戸市

2026年1月



1 坂戸市の概要①

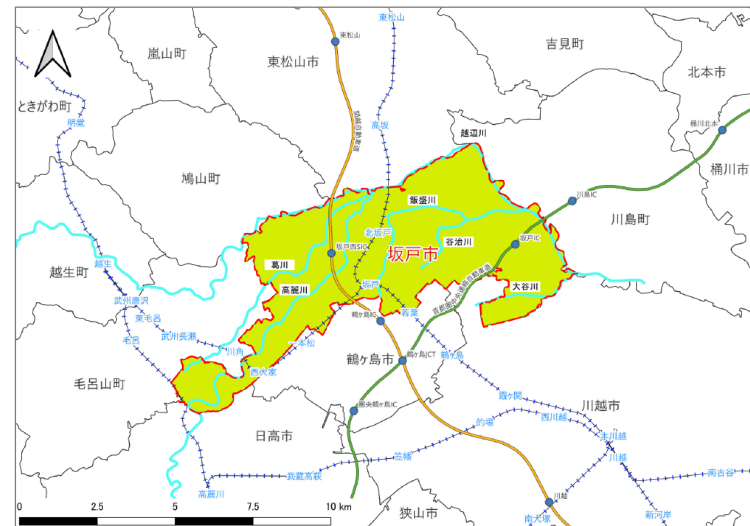
【坂戸市の地勢】

埼玉県のほぼ中央に位置し、地勢はおおむね平坦。秩父山系から清流として名高い高麗川が南西から東へ流れる緑豊かなまち。



【坂戸市の交通】

都心から45km圏の位置にあり、鉄道は東武東上線と東武越生線が通っており、駅は若葉駅、坂戸駅、北坂戸駅、西大家駅の4駅。広域道路網は、関越自動車道と首都圏中央連絡自動車道が走り、坂戸西スマートIC、坂戸ICが利用できる。



1. 対象地域の概要

【坂戸市の人口】

99,346人(令和8年1月1日現在)

男性 49,403人 女性 49,943人

※年齢構成

0～14歳 9,828人(9.9%)

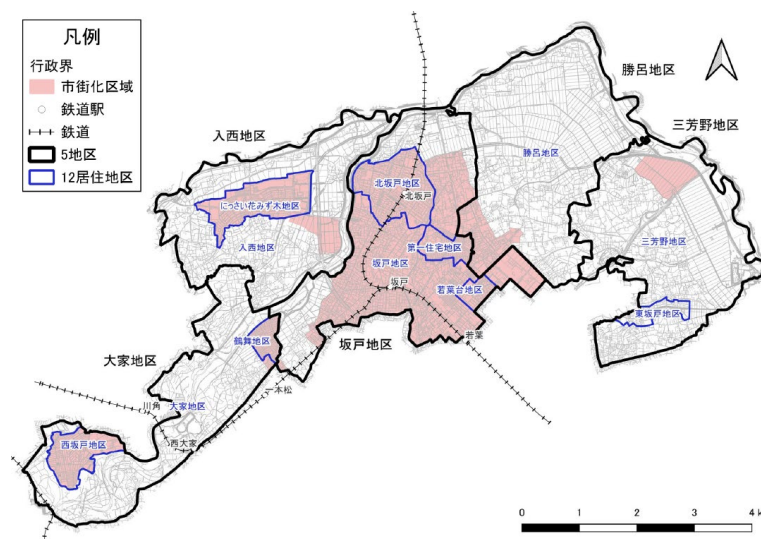
15～64歳 59,566人(60.0%)

65歳～ 29,952人(30.1%)



【坂戸市の面積】

41.02km²(令和5年10月1日現在)



1. 対象地域の概要

【これまで実施してきたリユース施策】

(1) 子育て世帯向けリユース品のマッチング事業 (令和4年度使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業)

(内容)

- 子育て世帯向けリユース品のマッチング事業
子育て世帯を対象としたアンケートにより、提供したい物品及び譲り受けたい物品の調査を実施し、上位の品目(ベビーカー、チャイルドシート、絵本等)について、マッチングを実施した。
- 民間のリユースプラットフォームの紹介
(株)マーケットエンタープライズと連携協定を締結し、同社が運営するオンラインプラットフォーム「おいくら」を紹介し、マッチング事業の対象とならない物品についてもリユースを推進した。



※モデル実証事業終了後、坂戸市西清掃センターにおいて、子育て世帯向けリユース品の無償譲渡を実施している。

1. 対象地域の概要

【これまで実施してきたリユース施策】

(2)リユース(再利用)家具等の展示販売

(内容)

- 市清掃施設におけるリユース家具等の展示販売
(令和5年4月～)

ごみの減量・リユースを推進するため、坂戸市東清掃センターで、収集した粗大ごみのうち再利用可能な家具等の展示販売を行っている。



- 東坂戸団地におけるリユース家具等の展示販売
(令和6年10月～)

独立行政法人都市再生機構と連携協定を締結し、東坂戸団地内のふれあいスペースで、再利用可能な家具等の展示販売を行っている。
(家具等の販売は、自治会が実施)



1. 対象地域の概要

【これまで実施してきたリユース施策】

(3) 株ジモティーとの連携(令和7年10月～)

(内容)

株ジモティーと連携協定を締結し、相互にごみ減量に向けたリユース啓発を実施するとともに、埼玉県で初の官民連携型リユース店「ジモティースポット坂戸店」をオープンした。



2. 事業の目的

【坂戸市の現状】

(1) 空き家の増加

本市の空き家は徐々に増える傾向があり、国が実施した住宅・土地統計調査では、令和5年現在、空き家が7,330戸、そのうち賃貸・売却目的のものを除いた空き家の数は1,470戸となっている。

また、本市住宅政策課が実態調査等により空き家として把握している戸数は、570戸（令和4年度）となっている。



	空き家(その他)	うち戸建て
総数	1,470戸	1,180戸
うち腐朽・破損あり	300戸	190戸
うち腐朽・破損なし	1,170戸	990戸

資料：住宅・土地統計調査

※空き家(その他)：賃貸・売却用及び二次的住宅を除く空き家

※腐朽・破損あり：建物の主要部分(壁・柱・床・梁・屋根等)やその他の部分に不具合があるもの

2. 事業の目的

【坂戸市の現状】

(2) 空き家所有者の課題

令和4年7月から8月までの間、本市の空き家所有者に対し、アンケート調査を実施。

調査の結果、空き家の利用状況について、所有者の4割以上が「家具・荷物等を保管している。」と回答。

また、空き家に関する困りごとを抱えている所有者の3割弱が「建物内の家財道具の処分ができない」と回答。

(3) 法律上の課題

家財道具の処分に当たっては、リユースできるものは売却し、リユースできないものは廃棄物として処分することが理想である。

しかし、買取りに必要な「古物商の許可」と、廃棄物の運搬に必要な「一般廃棄物の収集運搬許可」を同時に取得している事業者は、全国的には少数と考えられる。



リユース品と廃棄物を一括回収できる
システムの構築が必要

3. 事業の内容

【事業の名称】

戸別訪問によるリユース品と廃棄物の一括回収事業

【実施内容】

(1) 空き家所有者、市民等への周知

空き家の所有者、遺品整理・終活による身辺整理など、建物内の家財道具の整理を希望する者に対し、市広報紙への折込み、市ホームページへの掲載、空き家の所有者への通知等により本事業の周知を実施



市施設・窓口に掲示したポスター



市広報紙に折り込んだチラシ

3. 事業の内容

【実施内容】

(2) 戸別回収の受付

市窓口において、電話により訪問回収の受付を行い、連携事業者である(株)マーケットエンタープライズが、日程調整等を行う。



(3) 下見の実施

対象となる空き家等を訪問し、建物内の家財道具等の分量や、リユース可能な物と廃棄物になる物の確認を行う。
あわせて、戸別回収の実施日等に関する調整を行う。



3. 事業の内容

【実施内容】

(4) 戸別回収の実施

対象となる空き家等において、戸別回収を実施する。

回収した家財道具のうち、廃棄物として処分するものは、坂戸市東清掃センターに持ち込み、処分する。

リユース品として引き取れるものは、(株)マーケットエンタープライズの倉庫で保管・売却等を行う。



家財道具等の積込作業



東清掃センターに持ち込まれた冷蔵庫

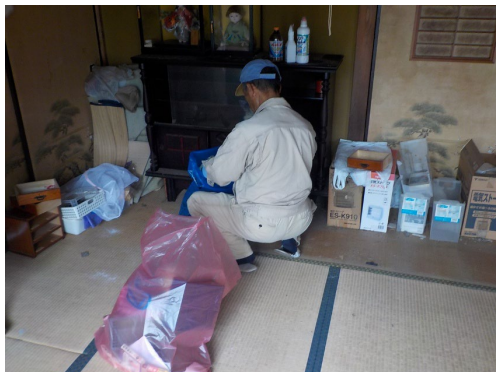
3. 事業の内容

【実施内容】

(4) 戸別回収の実施



リユースできる物を梱包



粗大ごみ以外のごみは、分別を実施



家財道具をトラックに搬入



リユース品の査定結果



回収後の室内の様子



東清掃センターに持ち込まれた家財道具

3. 事業の内容

【実施内容】

(5) 戸別回収実施者に対するアンケート調査

戸別回収に対する評価について、アンケート調査を実施する。

【実施期間】

令和7年9月8日(月)～令和7年12月26日(金)

【廃棄物処理法上の取扱い】

連携事業者である(株)マーケットエンタープライズは、坂戸市の一般廃棄物収集運搬業の許可は取得していない。



坂戸市と(株)マーケットエンタープライズとで、戸別回収実施者の空き家等から発生する廃棄物に係る収集運搬の委託契約を締結

4. 事業の実施体制

【事業参加者の役割】

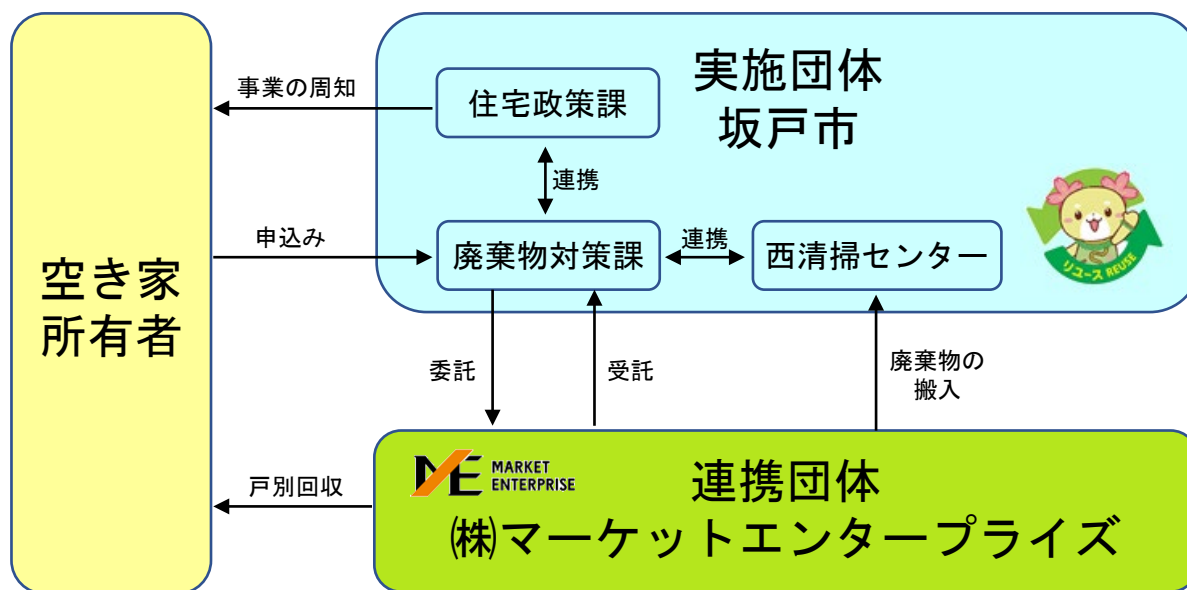
坂戸市 廃棄物対策課・・・総合窓口、連携先との調整、事業の進行管理

西清掃センター・・・廃棄物の受入れ及び処理、重量等の計測

住宅政策課・・・空き家の所有者への通知

株式会社マーケットエンタープライズ・・・下見及び戸別回収の実施、リユース品の点数、重量等の計測

【実施体制】

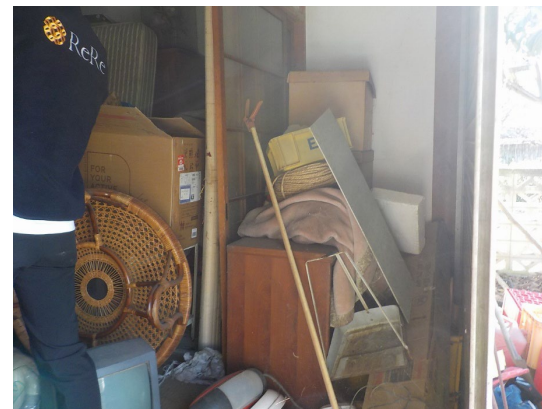


5. 事業の成果

【受付件数】

19件(当初15件+追加4件)

※下見の結果、物置として使用されている家屋で、家財道具の確認が困難であることから謝絶した事例が1件あった。

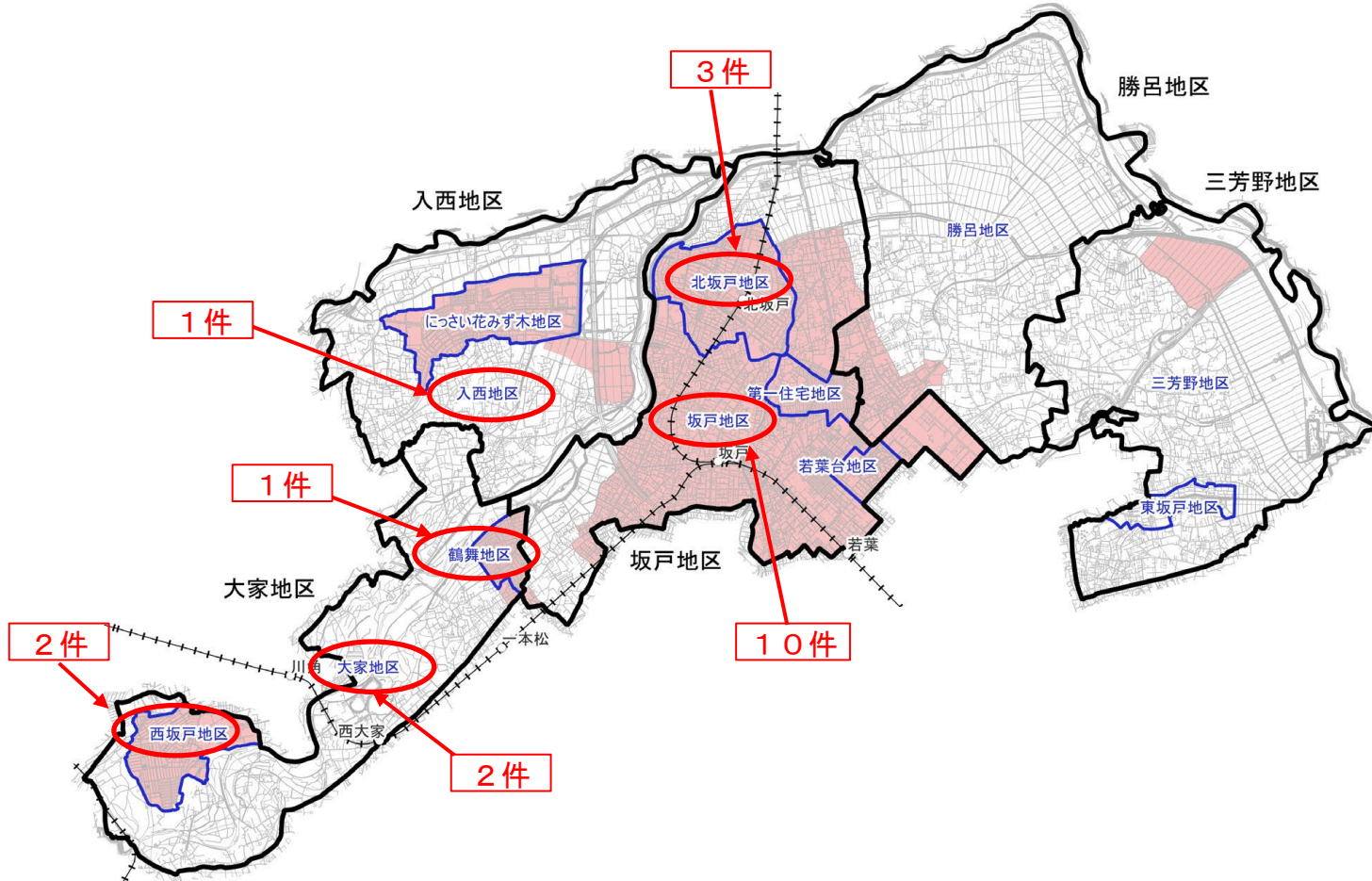


【地域の傾向】

- 市中央部(坂戸地区)が最も多い。
- 市西部(入西地区、大家地区)も一定数の申込みがあった。
- 市東部(三芳野地区、勝呂地区)からは、申込みがなかった。
- 駅からの距離は、10分~20分が最多(7件)
駅から5分以内の家屋は0件だが、10分以内は6件あった。

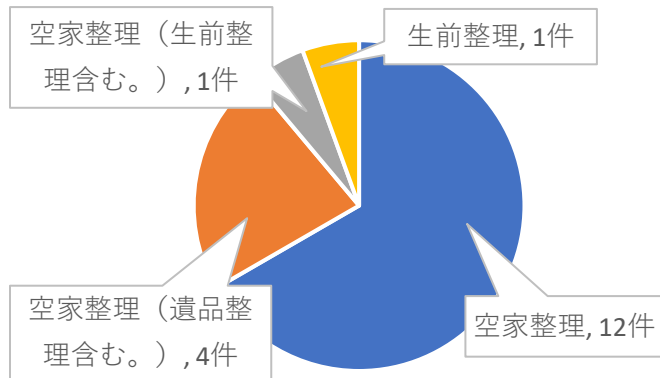
5. 事業の成果

【申込みのあった空き家の地域】

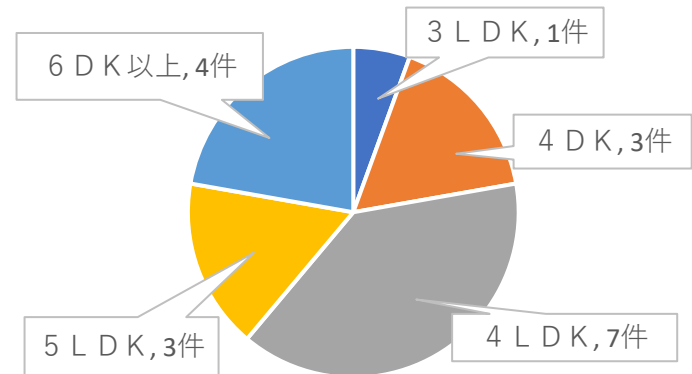


5. 事業の成果

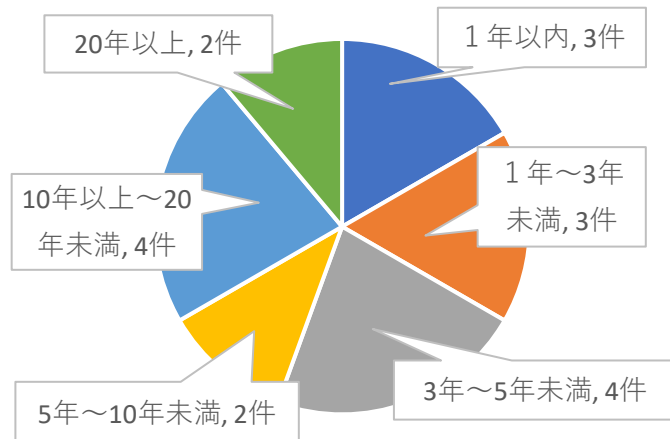
【受付区分】



【部屋の間取り】



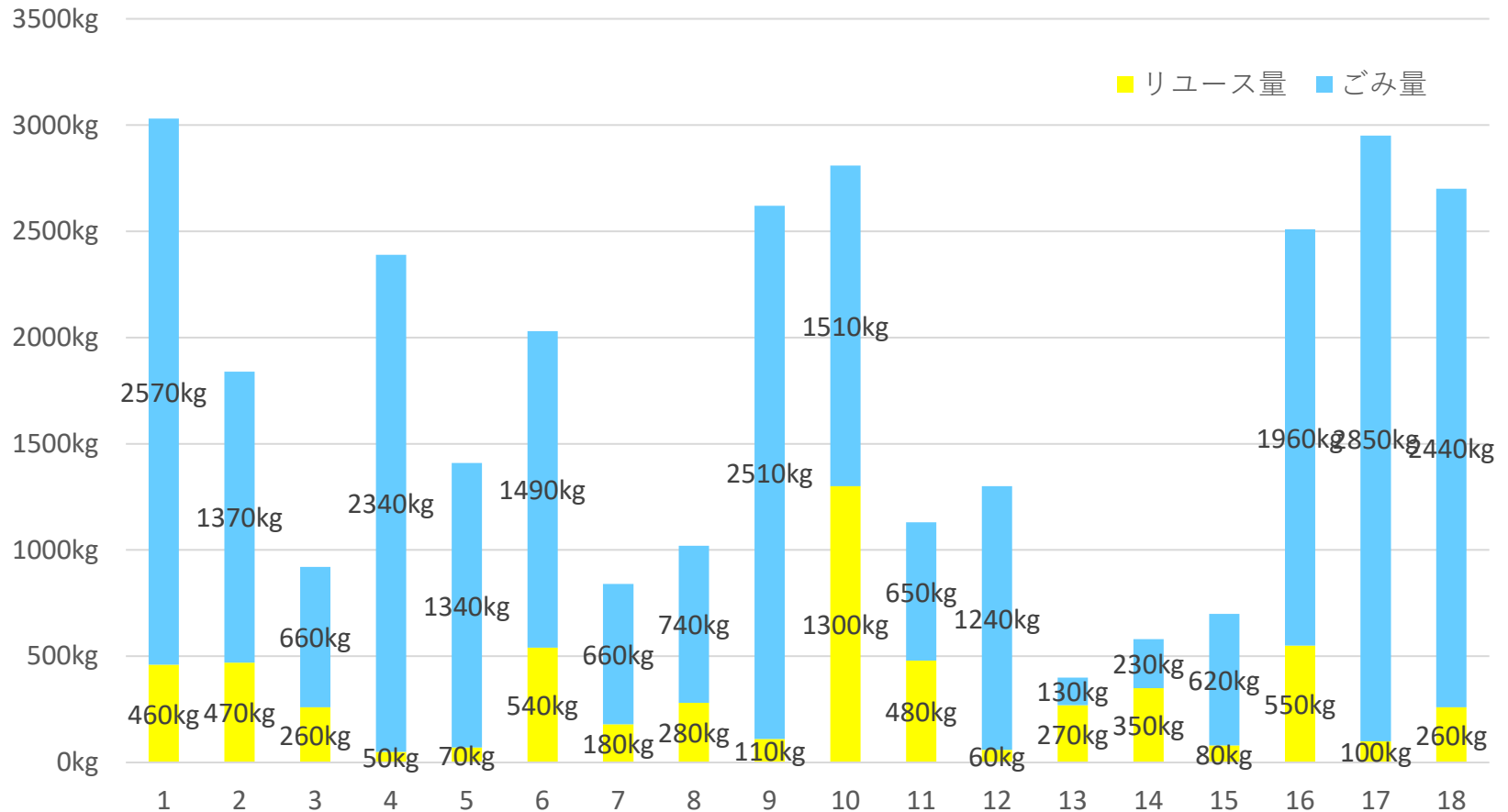
【空き家になってからの年数】



- 申請のほとんどは、空き家の整理であった。
- 間取りは、3LDKから6LDK+Sまで、様々な広さの家屋で戸別回収を行った。なお、全て戸建ての住宅であった。
- 空き家になってからの年数も、1年以内との回答が3件あった一方、20年以上との回答も2件あり、様々な事例があった。

5. 事業の成果

【戸別回収の回収量】



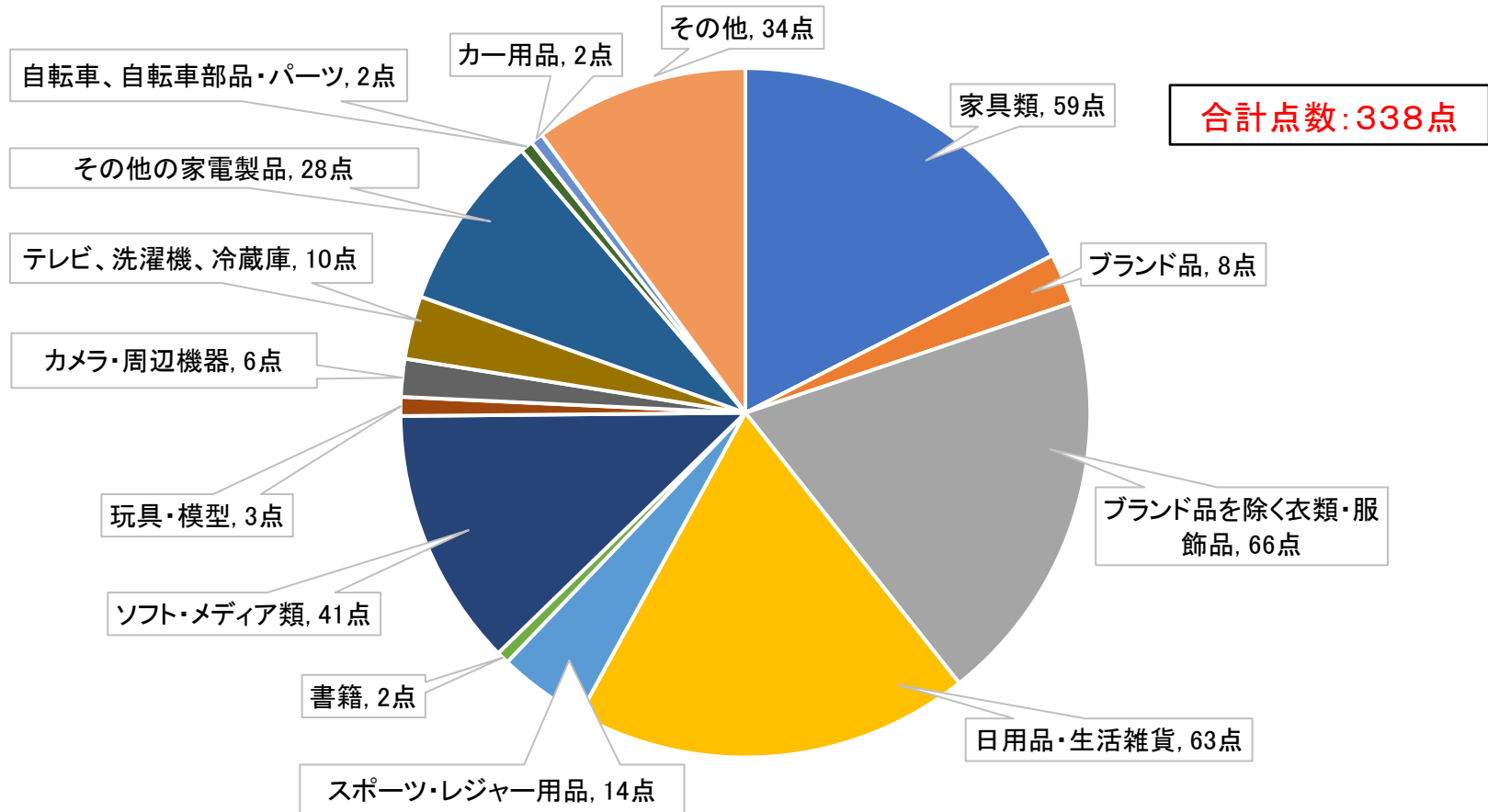
リユース量合計: 5,870kg
ごみ量合計: 25,310kg

戸別回収量合計: 31,180kg
(リユース率: 18.8%)

5. 事業の成果

【全リユース品の点数及び割合】

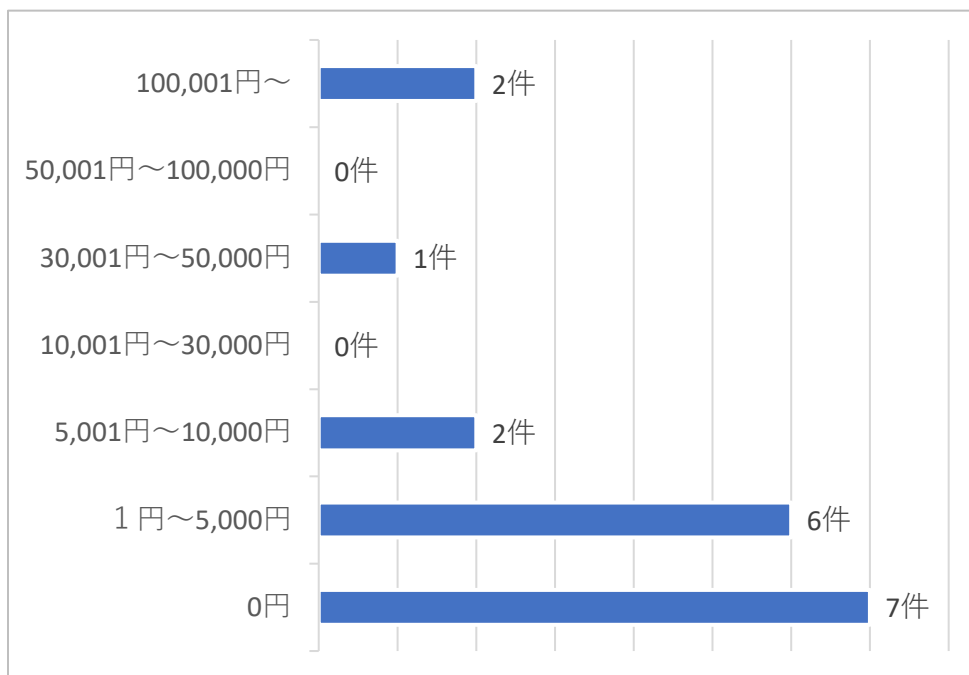
※環境省「データで見る消費者とリユース」に準じて分類



本事業でリユース品として回収した物の中に、「ベビー・子供用品」「ゲーム機器」「携帯電話・スマートフォン」「パソコン・周辺機器」「エアコン」「自動車」「バイク、原付バイク」に分類される物はなかった。

5. 事業の成果

【戸別回収申込者ごとの合計買取額】



リユース品として仕分けされたもの

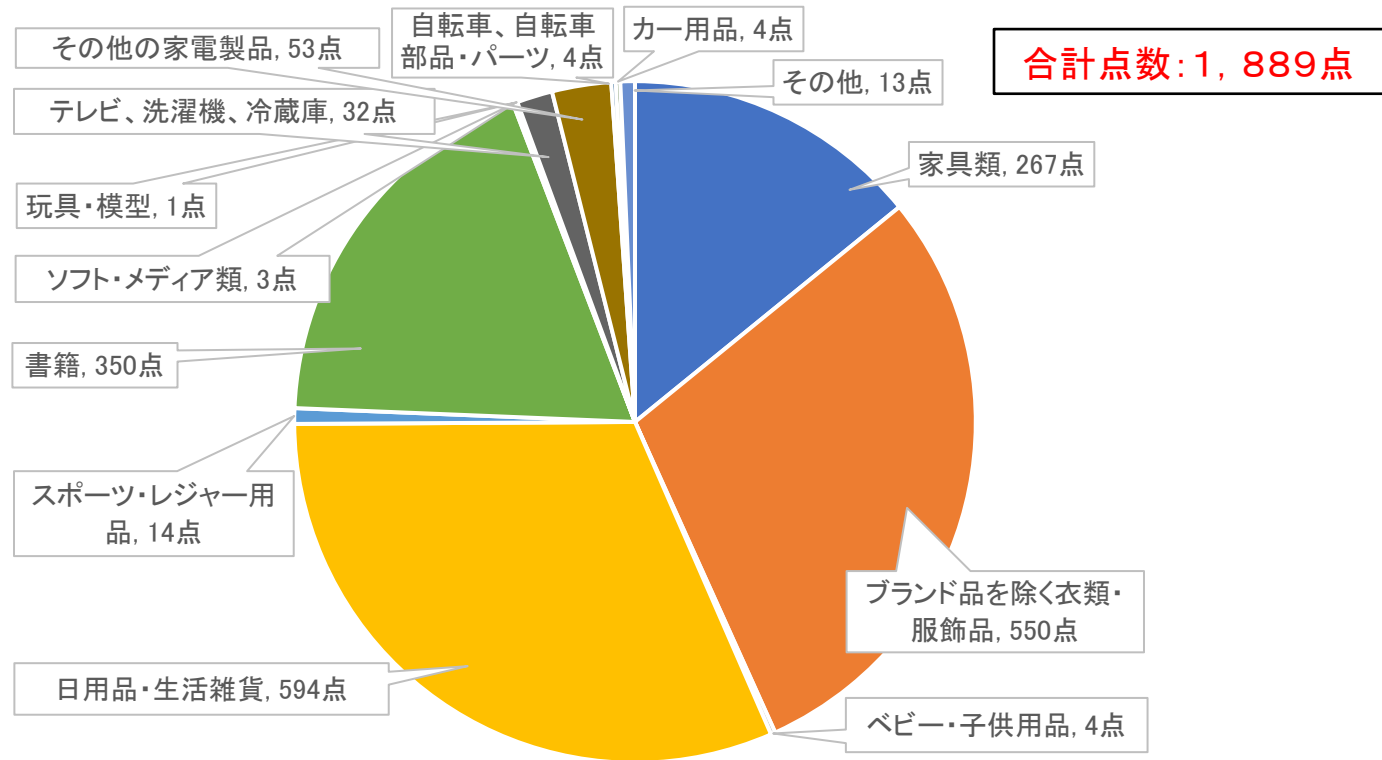
合計買取額 421,000円

- リユース品として最も多く引き取られた物は、「ブランド品を除く衣類・服飾品」であり、高額で買い取られた品物もあった。
- 2番目に多く引き取られた物は「日用品・生活雑貨」、3番目が「家具類」であるが、この2種類の品目は、ほとんどが値が付かない(0円での引取り)であった。
- 家電4品目のうち、冷蔵庫及び洗濯機は年数が古いと引取りができない物(ごみ)であったが、テレビは多少年数が経過していても、(0円ではあるが)引取りを行っていた。
- 戸別回収に至った18件中、5件が**空き巣の被害**に遭っていた。

5. 事業の成果

【全ごみの点数及び割合】

※環境省「データで見る消費者とリユース」に準じて分類



※衣類、食器等をごみとして多量に回収した場合、1種類につき「50点」として計測している。
（「ブランド品を除く衣類・服飾品」で11件、「書籍」で7件、多量の回収があった。）

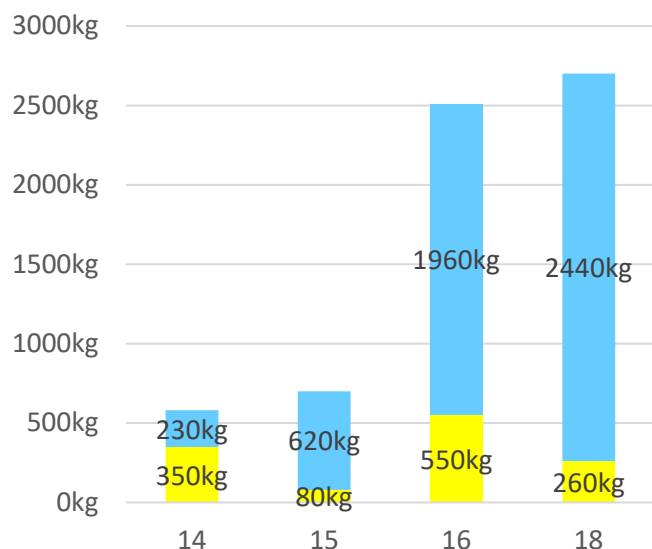
本事業でごみとして回収した物の中に、「ブランド品」「ゲーム機器」「カメラ・周辺機器」「携帯電話・スマートフォン」「パソコン・周辺機器」「エアコン」「自動車」「バイク、原付バイク」に分類される物はなかった。

5. 事業の成果

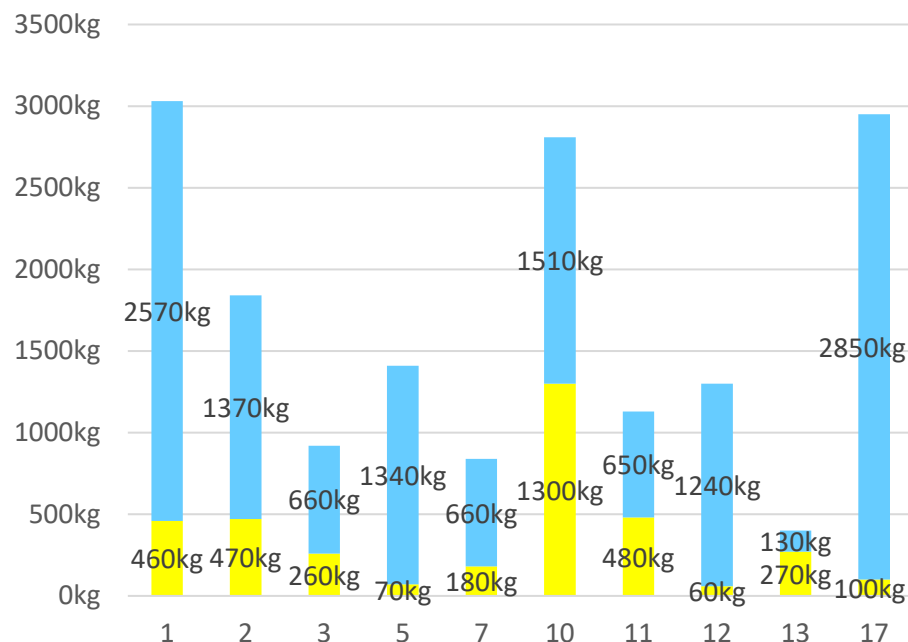
【部屋の間取りごとの回収量】

部屋の数、リビングの有無を基に、戸別回収を実施した家を3つに分類し、それぞれの特徴を分析した。

(1) 3DK又は4DK(4件)



(2) 4LDK又は5LDK(10件)



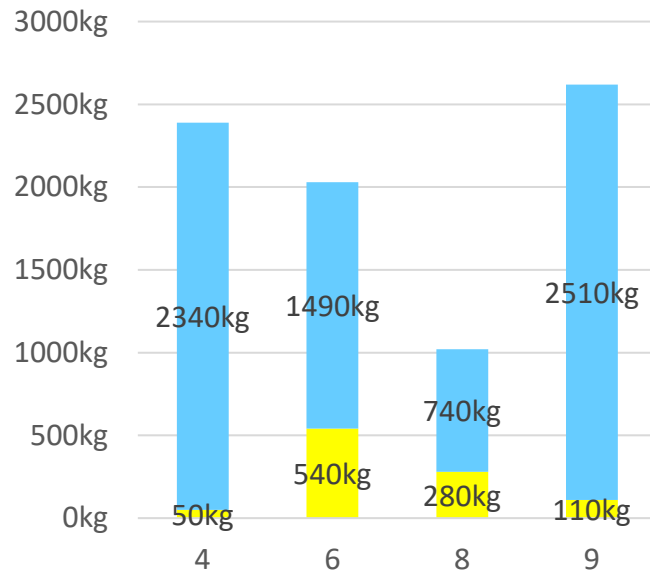
※No.13の家は、生前整理

- 部屋数の少ない家では、家財道具の回収量が両極端となっている。
- 間取りが4LDK又は5LDKの場合、家財道具の回収量は少量の事例から多量の事例まで、様々な事例があった。

5. 事業の成果

【間取りの大きさごとの回収量】

(3) 6DK以上 (4件)



家財道具の回収量が多い家では、書籍や食器が大量に残っていることが多い。

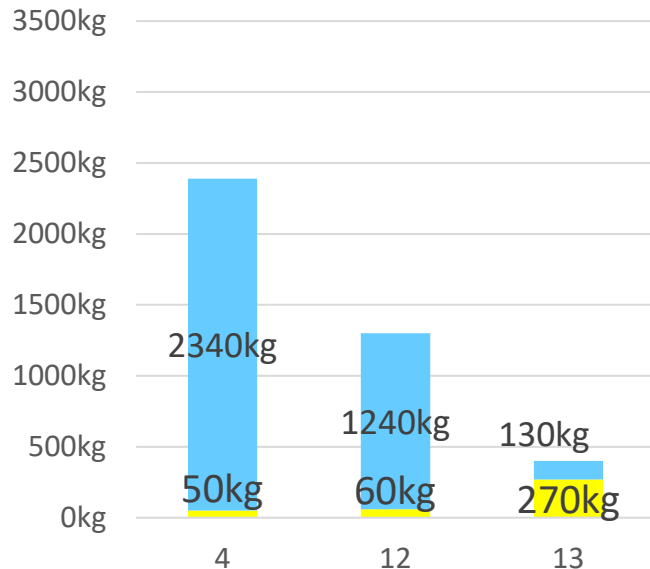
- 間取りが6DK以上ある場合、家財道具の回収量は最も少ない事例でも1トンを超えているが、4LDK又は5LDKの場合と異なり、回収量が多い事例でも2.5トン程度に留まっており、3トンを超える事例はなかった。

5. 事業の成果

【空き家になってからの年数から見た回収量】

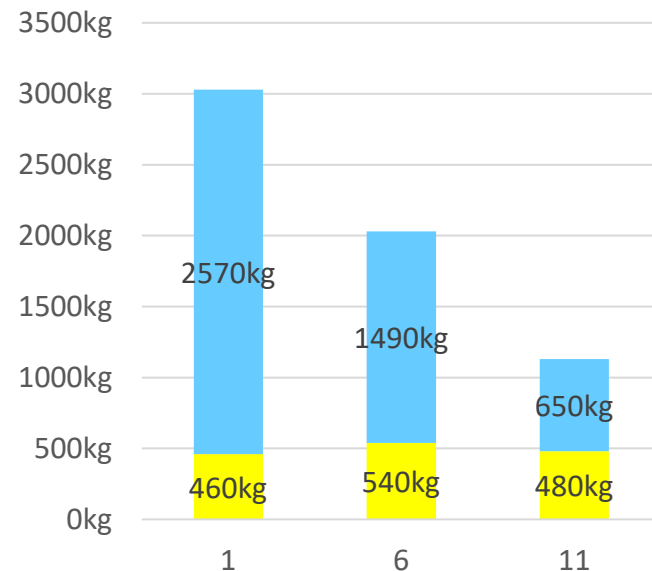
空き家になってからの年数を基に、戸別回収を実施した家を6つに分類し、それぞれの特徴を分析した。

(1) 1年以内(3件)



※No.13の家は、生前整理

(2) 1年～3年未満(3件)

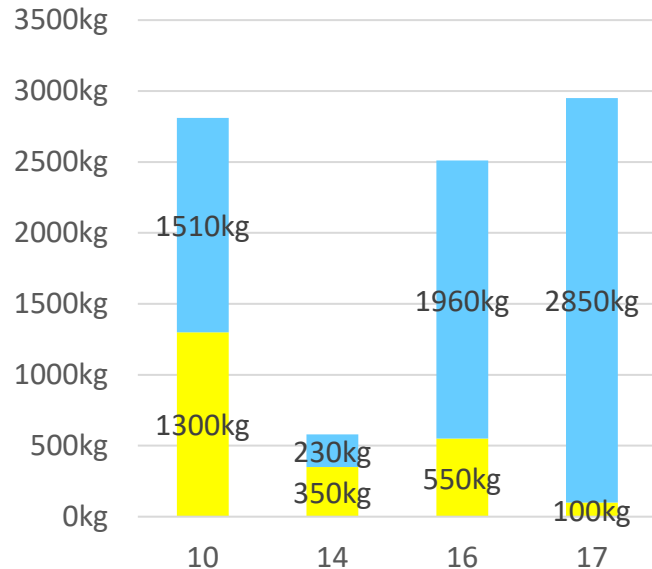


- 空き家になってからの年数が1年以内の事例では、生前整理の事例を除き、リユース量が極めて少量であった。
- 空き家になってからの年数が1年～3年未満の事例では、いずれの事例でも500kg程度のリユース量があった。

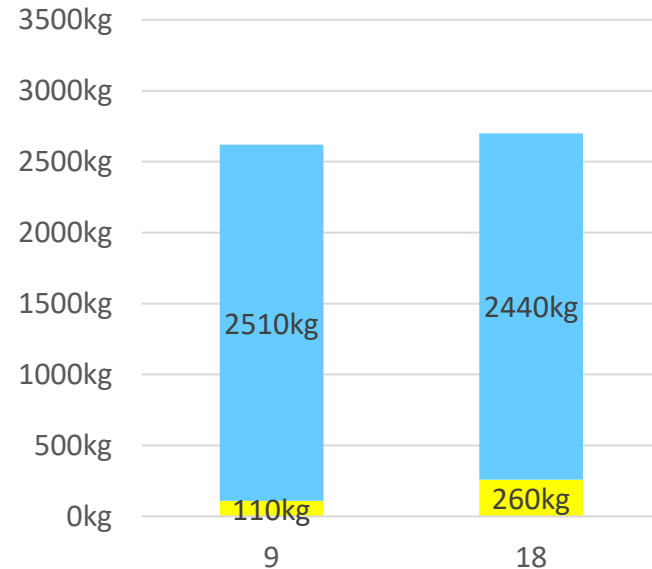
5. 事業の成果

【空き家になってからの年数から見た回収量】

(3) 3年～5年未満(4件)



(4) 5年～10年未満(2件)

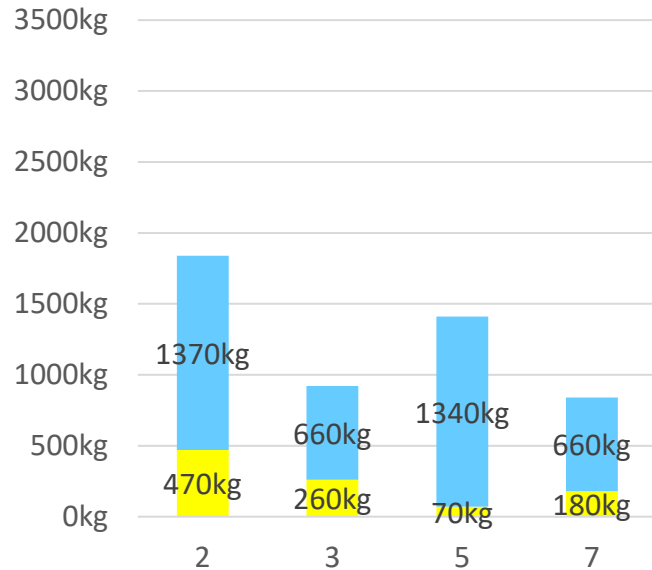


- 空き家になってからの年数が3年～5年未満の事例では、1件を除き、1年～3年未満の事例と同じく、一定程度のリユース量があった。
- 空き家になってからの年数が5年～10年未満になると、リユース量が減少する傾向が見られる。

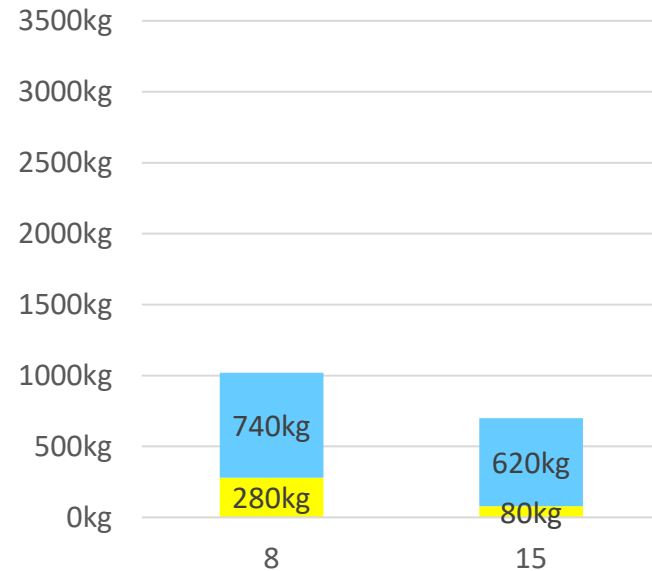
5. 事業の成果

【空き家になってからの年数から見た回収量】

(5) 10年以上～20年未満(4件)



(6) 20年以上(2件)



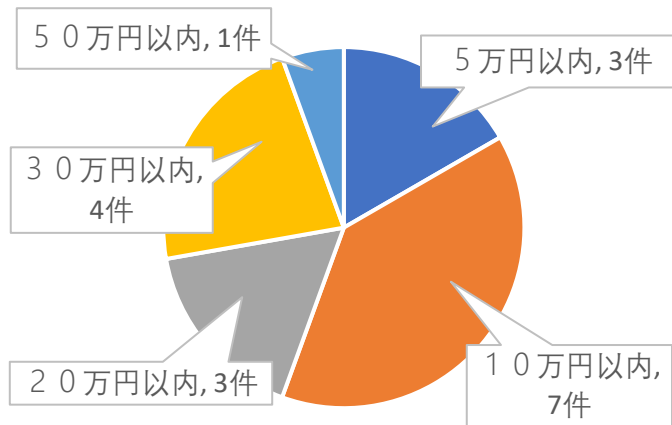
- (4)と同じく、長期間空き家になっている場合、リユース量は少量にとどまっている。



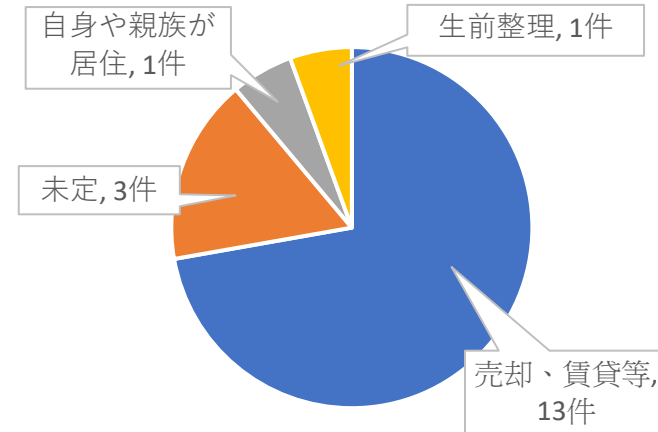
家財道具をリユース品として活用するためには、空き家になってから5年以内に家財道具の整理ができるかどうかポイントではないかと考えられる。

5. 事業の成果（アンケート結果）

【自己負担可能額】



【今後の活用方法】



- 今回の戸別回収を全額自己負担する場合、いくらまでなら支払うことが可能かという質問に対しては、「10万円以内」と回答した方が最も多かった。
- 戸別回収1件につき、12万円（2トントラック2台分。回収量が少量の場合は1台で回収、2台を超える場合は申込者の自己負担）の費用がかかっている。
- 戸別回収実施後の活用方法は、「売却、賃貸等」と回答した方が最も多かった一方、「未定」と回答した方も3件あった。

5. 事業の成果（アンケート結果）

【空き家等の管理でこれまでに実施したこと】

※複数回答可

項目	件数	項目	件数
定期的な換気を行っている。	13件	小さな家財・荷物をリユース・リサイクルショップ等に売却した。	4件
定期的に草むしり等、屋外の掃除をしている。	13件	大きな家財・荷物(2人以上で運ぶもの)を自宅等に持って行った。	0件
片付けを行い、家の中を整理した。	13件	大きな家財・荷物(2人以上で運ぶもの)をリユース・リサイクルショップ等に売却した。	0件
小さな家財・荷物を自宅等に持って行った。	11件	大きな家財・荷物(2人以上で運ぶもの)をごみとして処分した。	0件
小さな家財・荷物をごみとして処分した。	8件	何も実施していない。	0件
定期的に屋内の簡単な掃除をしている。	7件	その他	0件

- 全ての方が、何らかの形で空き家の管理を行っていた。
- 草むしりや小さな家財道具の整理を行う方が多かった一方、大きな家財道具の整理を行っている方は0人であった。

5. 事業の成果（アンケート結果）

【業者に求めること】

項目	第1位	第2位	第3位
安心感	11	4	1
費用の明確さ	3	7	1
費用の安さ	2	4	6
申込みからの連絡・対応の早さ	1	1	3
知名度、実績	1	1	0
ごみとしての処理のみならず、リユース品買取に対応	0	1	6
その他	0	0	1

- 業者に求めるものの1位には、半数以上の方が「安心感」を挙げた。
中には、モデル実証事業の応募前に家財道具の整理を別の業者に依頼したところ、まともに整理をしてくれなかったと話す方もいた。
- 2位には「費用の明確さ」を挙げる方が最も多かった。
1位と同じく、信頼できる業者かどうかポイントとなっていると考えられる。
- 3位には「費用の安さ」と「買取りに対応していること」を挙げる方が同数となった。
いずれも費用を抑えることができるかどうかポイントとなっていると考えられる。

6. 今後の検討課題

【検討課題】

★リユース品の査定ができない空き家の存在
下見に行った際に、使用していない家財道具が積み重なっており、査定を行える環境にない空き家が存在した。

★ごみの分別誤り等

戸別回収時に連携事業者がリユース品とごみとを仕分けする際、ごみの分別方法が自治体によって異なることから、分別区分が分からない場面や、誤った分別をする場面が見受けられた。

★更なるリユース等の余地

当初の想定よりも、リユース品となる家具の量が少なく、ごみとして処分していたが、本市では、リユース家具等の展示販売を行っており、ごみとして処分した家具の一部には、リユース家具としての活用が可能なものがあったと考えられる。

また、本市では、ごみとして持ち込まれた食器の一部を事業者売却している。

モデル実証事業で回収した食器の中には、本市では売却可能なものが多数あったが、連携事業者は買取りができず、ほとんどがごみとして処分された。



回収した家具の一部は、本市のリユース家具として活用

6. 今後の検討課題

【検討課題】

★他の搬入車両の滞留

回収した家財道具を市清掃施設に搬入し、積み下ろし作業を行った際、積み下ろす家財道具が多数あったため、後続の一般車両が滞留してしまう場面があった。

★戸別回収の費用に対する認識の差

本モデル事業では、1件12万円(トラック2台分)で戸別回収を行ったが、連携事業者から、「企業として利益を出すには、20万円程度の料金が必要である。」との意見があった。

連携事業者が希望する費用額と、モデル事業申込者が全額自己負担できると回答した費用額とを比較すると、18件中11件で、連携事業者の希望額がモデル事業申込者の自己負担可能額を超えてしまう結果であった。

戸別回収を実施する事業者と、空き家等の所有者との費用面の認識をどのように埋めるかが、リユースを推進していく上での課題になると思われる。



7. 事業終了後の展開

【限定許可制度の創設】

(1) 制度の概要

- 空き家の家財整理、遺品整理、生前整理など、状況を限定した一般廃棄物の収集運搬の許可を与えることとする。
- 既存の許可とは異なり、廃棄物の収集運搬業者ではなく、遺品整理業やリサイクル業者を対象とした許可制度を想定している。

(2) 許可の基準

- 既存の許可の基準をベースに、モデル実証事業の結果等を踏まえ、今後検討していく。

(3) 今後の課題

- 制度の周知(市民・事業者)
- 適切な事業者かどうかの判断

※モデル実証事業で行っている、自治体の委託によるリユース品と廃棄物の一括戸別回収の方法は、厳しい財政状況から継続は困難であると考えます。

8. 横展開へのポイント

【一括戸別回収の方法】

- 「委託」で行うか、「許可」で行うか。
- 申込者にどこまで負担させるか。

【事業者への指導等】

- 一括戸別回収を実施可能な事業者の掘り起こし
- 実施事業者に対する分別方法等の指導

【自治体独自のリユース施策等の充実】

- ごみとして持ち込まれた物の中にも、リユース可能な物がある。
- 様々な方法によるリユース等の推進が肝心

【庁内の連携】

- 空き家対策部門、防犯対策部門との連携も必要



東清掃センターでの積み下ろし作業

カーテンの注文プロセスを活用し た自宅からのリユース推進事業 事業報告書

サンローズ株式会社

2026年2月

1. 対象地域の概要

市	人口	年齢構成	地区概要	リユース施策
蒲郡市	80,680人	0~19歳:11,935人 20~39歳:13,659人 40~59歳:19,801人 60~79歳:19,627人 80~99歳:8,683人	愛知県蒲郡市は、三河湾に面する温暖な気候の港町です。観光地として知られ、竹島やラグーナテンボスなどの名所があります。温泉や海水浴、みかん栽培も盛んで、自然とレジャーが調和した街です。JR東海道本線と名鉄蒲郡線が通り、名古屋や豊橋へのアクセスも良好です。	<ol style="list-style-type: none"> 1.粗大ごみや庁内備品をフリマアプリメルカリで販売 2.衣類回収・再流通システム構築 3.「サーキュラーエコノミー（循環経済）」をまちづくりの基盤
西尾市	169,191人	0~19歳:30,490人 20~39歳:37,439人 40~59歳:46,975人 60~79歳:39,689人 80~99歳:14,541人	愛知県西尾市は、三河湾に面する自然豊かな都市で、「抹茶のまち」として全国的に知られており、西尾抹茶は高品質で、茶畑や茶業関連施設が点在します。歴史的には西尾城を中心に城下町として発展し、今も古い町並みが残ります。文化・自然・産業が調和した魅力ある町です。	<ol style="list-style-type: none"> 1.リユースプラットフォーム「おいくら」との連携 2.基本計画における4R推進の明記 3.アップサイクルプロジェクト「CRe=UP（クリーアップ）」
安城市	187,633人	0~19歳:33,251人 20~39歳:40,837人 40~59歳:53,268人 60~79歳:38,285人 80~99歳:13,464人	愛知県安城市は、西三河地方に位置し、「日本のデンマーク」と呼ばれるほど農業の近代化が進んだ都市で、農業経営のモデル地域として発展。現在は自動車関連産業などの製造業も盛んで、経済と農業が共存。市内には緑豊かな施設があり、住みやすい都市としても高い評価です。	<ol style="list-style-type: none"> 1.民間プラットフォームとリユース活動の促進に向けた連携と協力に関する協定を締結 2.ごみとして出す前に『リユース（再利用）』を検討を啓発
刈谷市	153,043人	0~19歳:27,869人 20~39歳:40,694人 40~59歳:43,851人 60~79歳:30,131人 80~99歳:10,480人	愛知県刈谷市は、西三河地方にある工業都市で、トヨタグループ関連企業を中心とした自動車産業の集積地として認知。高度な技術力と製造業が市の経済を支え、ものづくり都市として発展。刈谷ハイウェイオアシスなど、市民の憩いの場も多く、自然と都市機能が調和しています。	<ol style="list-style-type: none"> 1.ジモティー運営会社と「リユースに関する協定」を締結 2.クリーンセンター内でのリサイクルショップ運営 3.刈谷市ごみ減量化推進会議設置

1. 対象地域の概要

市	人口	年齢構成	地区概要	リユース施策
豊田市	414,512人	0~19歳:69,201人 20~39歳:97,962人 40~59歳:118,188人 60~79歳:94,487人 80~99歳:34,450人	愛知県豊田市は、県北部に位置し、トヨタ自動車の本社を中心に関連企業が集積する自動車産業都市で経済の要となります。市域は山間部から平野部まで広がり、自然に恵まれており、教育・文化・スポーツ施設も充実しており、産業と自然、都市機能が調和する住みやすい街です。	<ol style="list-style-type: none"> 1.リユース工房は市内で排出された粗大ごみを清掃修繕して「リユース家具」を展示販売する施設 2.ごみ減量・3Rへの取組」として家庭内不要品紹介制度・フリマ・リサイクル店へ情報提供を促進
半田市	117,884人	0~19歳:22,562人 20~39歳:26,524人 40~59歳:32,751人 60~79歳:26,618人 80~99歳:7,390人	愛知県半田市は、知多半島の中央部に位置し、古くから醸造業や港町として繁栄。「ミツカン」に代表される酢づくりの伝統が知られ、黒板囲いの蔵が残る「蔵のまち景観」が観光名所。現在は工業と住宅が調和し、名古屋や中部国際空港へのアクセスも良好な住みやすい都市です。	<ol style="list-style-type: none"> 1.「もったいないバザール」で、リユース品を販売・譲渡するイベントを実施 2.リユースプラットフォーム「おいくら」や地域掲示サイトジモティーとの連携
大府市	93,123人	0~19歳:18,618人 20~39歳:22,525人 40~59歳:27,297人 60~79歳:17,424人 80~99歳:7,204人	愛知県大府市は、名古屋市の南に位置し、交通の便に恵まれた住宅都市。市内には健康づくりをテーマにした「ウェルネスバレー」が整備され、医療・福祉・研究機関が集積。自然豊かな公園や農産物の直売所も多く、都市機能と自然環境が調和した暮らしやすい街として発展。	<ol style="list-style-type: none"> 1.ECOMMITと連携し、市民対象に「食器・雑貨」「工具・家電」「衣類・おもちゃ」など不要品を再利用可能なリユース品を回収 2.使用済小型家電を宅配便による申込み・集荷・仕分け・リユース
浜松市	779,453人	0~19歳:128,548人 20~39歳:159,468人 40~59歳:218,286人 60~79歳:194,782人 80~99歳:79,927人	静岡県西部に位置する浜松市は、面積が広く人口も多い政令指定都市です。音楽とものづくりの街として知られ、ヤマハやスズキなどの企業が本社を置きます。浜名湖や天竜川など自然にも恵まれ、観光や食文化も豊かで、うなぎや浜松餃子が名物です。	<ol style="list-style-type: none"> 1.プラットフォームおいくらを通じて不要品の査定・売却が可能 2. PASSTOと連携し、市民から衣類・雑貨・ホビー用品などを回収し、選別・国内外でのリユース品として再流通

2. 事業の目的

【事業の背景】

サンローズグループは東海地区を中心に全国**26**店舗を展開するオーダーカーテン専門店です。採寸と納品の**2**回訪問を行うサービススキームを活用し、家庭内の不要品リユースモデルを実証する。採寸時に回収品目一覧を案内し、回収ボックスを貸与、納品時に不要品を回収する仕組みで、回収品は拠点で集約後、**ECOMMIT**が選別・再流通を実施する。これにより、カーテン製造端材のリユース・リサイクルに加え、顧客宅の不要品を活用した新たなサービス創出を目指す。**ECOMMIT**はサンローズとの協業により、生活動線上での回収インフラ構築とラストマイル物流課題の解決を図り、新たなリユース推進モデルの実装に挑戦する。

今回参加の自治体は、サンレジャン蒲郡店・西尾店・豊田店・大府店・刈谷店・安城店・半田店・浜松高丘店の計**8**店舗で実施します。

3. 事業の内容

1. 使用済製品等のリユースに関するモデル実証事業の概略

(1) 事業の内容

サンローズグループのカーテン専門店サンレジャンでは、カーテンの採寸・納品で2度訪問する顧客サービスを活用し、不要品のリユース回収モデルを実証。

1回目の採寸で訪問時に回収ボックスを貸与し、2回目の納品訪問時に回収。集めた品はECOMMITが選別・再流通を行う。

自社端材リユースに加え、家庭からの不要品リユースへ事業を拡大する。

(2) 実施エリア・対象

サンレジャン蒲郡店・西尾店・豊田店・大府店・刈谷店・安城店・半田店・浜松高丘店で、カーテン購入顧客が月平均約30件/店を対象に10中旬～12月下旬の約3か月間リユース事業を実施予定。

訪問サービスを活用し、不要品を回収する。

引越し需要や、大掃除時期には、約半数の顧客が不要品を保有していると想定し、8店舗で計240世帯からの回収を目標とする。

3. 事業の内容

2. 事業の経緯／使用済製品等のリユース推進に向けた現状・課題、取組状況

サンローズグループは縫製工場で1日1,000枚以上のカーテンを生産し、年間40トン超の端切れ生地を排出している。

創業当初から端切れ生地の再利用に取り組み、端切れ生地を分別し、エコバッグやランチョンマットなどの雑貨製作や端切れ詰め放題販売を実施。雑貨製作に不向きな細かな生地は、反毛や再ペレット化による再生繊維化、PANECO建材ボードへの転用など多様な活用を行う。

また、再利用に不向きな異素材混入生地はドレスへのアップサイクルに活用し

、ドレスのデザインをパーツ交換可能な長寿命設計により廃棄を最小化。

さらに、当社保有のレーザーカット機でハギレをお魚型巾着に加工し、障がい者施設に縫製のみを依頼して、販売するなど地域連携も進めている。

一方、ECOMMITは、生活者の動線に身近な場所を含む、多様な回収拠点から不要になったリユース品を回収・選別・再流通し循環型社会に向けたインフラを構築している。

本事業では生活者の身近なリユース促進を目的に、サンローズグループと協働して自宅回収型リユースモデルの構築を進めている。

3. 事業の内容

3. モデル事業の実施方法等

(1) 実施スケジュール

9月～ ボックスデザインの検討・発注、具体的な回収方法の検討

10月～ 告知物の制作・配布による顧客周知、回収物流オペレーション社内周知

10月～12月 回収実証、収集・選別・リユース

1～2月 評価検証、および各自治体へ報告

7

(2) モデル事業で回収した使用済製品がリユース困難となった場合の取扱い

株式会社ECOMMITは多様な販売先ネットワークを活用し、回収品を可能な限りリユース・リサイクルへとつなげることで、資源の有効活用と再流通の最大化を実現している。

どうしてもリユース・リサイクルが難しいものについては、事業所由来の産業廃棄物として適正処分している。

3. 事業の内容

4. 回収におけるスキーム

(1) 本プロジェクトのチラシを配布

各8店舗へチラシ250枚を配布し、来客に案内を実施。

また弊社HPへ記事を掲載するとともに、プレスリリースを配信。

ご自宅の不要品を無料で回収するサービス、開始します！

ササニ製菓株式会社 × ECOMMIT

PASSTO
パストしよう。

STEP 1 対象店舗にてカーテンのご注文
対象店舗にて無料採寸・取り付けサービスを注文。
対象店舗：西馬店 / 安城店 / 刈谷店 / 豊田店 / 半田店 / マックスバリュ大府店 / 美濃原店

STEP 2 採寸時にボックスの受取
採寸で店舗スタッフがご自宅に訪問する際にサンレジャン × PASSTO 不要品回収ボックスを受け取る

STEP 3 納品時までにご自宅の不要品をボックスへ
ご注文のカーテン納品日までに、1点以上の「必須アイテム」と「同梱 OK アイテム」を入れて、アンケートに回答。
※詳細は画面をご覧ください。

必須アイテム + 同梱 OK アイテム

パストされたものは1点ずつ選別し、リユース・リサイクルします

リユース・リサイクル率 約98%
環境負荷低減にコミットします



回収できるものリスト

※必須アイテムを上記の欄に1点以上入れていただければ、「同梱 OK アイテム」を何点でも入れていただけます。
※回収時にアイテムの状態等を確認し、リユースできない商品についてお断りをさせていただきます。

必須アイテム	
※必須アイテムについては、破損している場合においても修理・部品交換等で再利用できる範囲であれば引取可能	
家電	楽器 レコーダー、スピーカー、アンプ、イヤホン・ヘッドフォン、ミシン、スマートフォン、タブレット、PC、周辺機器など NG品：ブラウン管テレビ
ゲームカメラ	おもちゃ ミニカー、鉄道おもちゃ、ブロック、人形・ぬいぐるみ、プラモデル、フィギュア、模型グッズ、トレーディングカード、ラジコン、エアガン、知育玩具、乗用玩具など NG品：本来の用途で機能できないほど壊れているモノ、遊びを成立させるパーツが足りないモノ
釣り具	ファッション雑貨 アクセサリー、サングラス、バッグ、腕時計、靴（スニーカーのみ）など NG品：スリッパ、上履き、香水、カビ・シミがあるモノ
工具	電動工具、ドライバー、ハンマー、ペンチなど
調理器具	鍋、フライパン、やかん、ボウル、キッチンツール、カトラリー、卓上コンロなど NG品：破損・欠陥があるモノ、焦り・サビがひどいモノ

同梱 OK アイテム	
衣類・小物	生活雑貨 インテリア 棚材、キーホルダー、フォトフレーム、エプロン、ギフト用品、置き時計、掛け時計、壺・置物、タオル、折り紙みせ、日記 NG品：壊れているモノ
アウトドアスポーツ用品	食器類 お皿、コップ、茶碗、湯呑 NG品：割れ・欠けがあるモノ、落ちない汚れがあるモノ
化粧品	同梱 OK アイテム詳細はこちら ▶

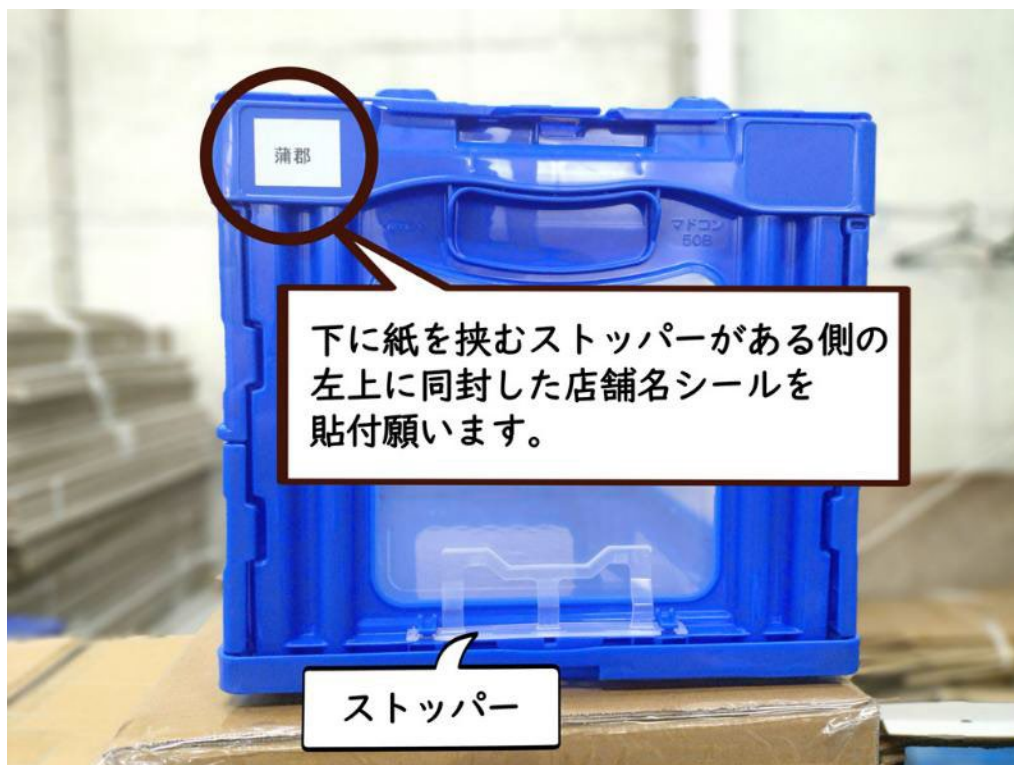
アンケートご協力をお願い



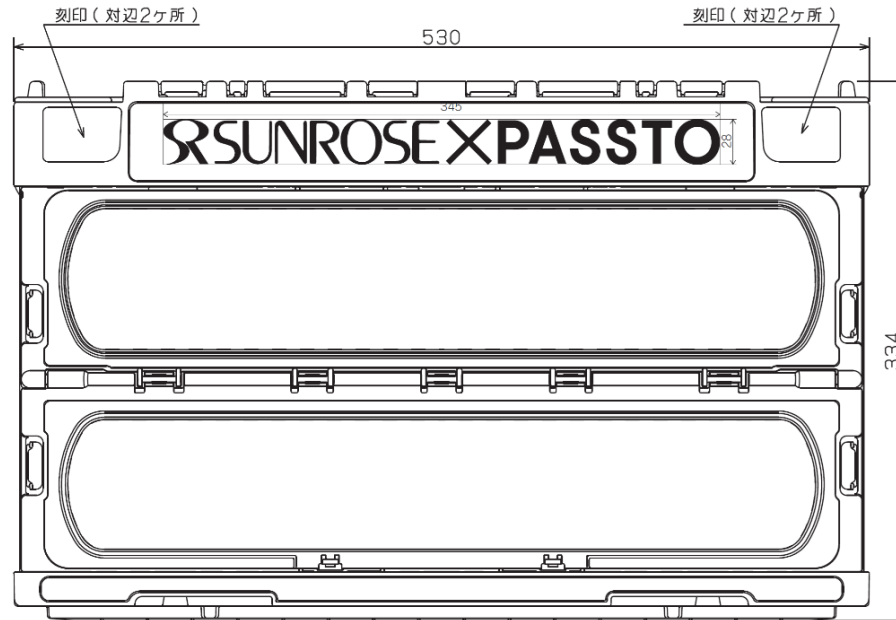
本サービスは、環境省「令和7年度使用済製品等のリユースに関するモデル実証事業」の一環として実施します。
事業の実績効果やアンケート結果は、今後のよりよいリユース事業の参考とさせていただきます。

3. 事業の内容

(2) 再利用可能なオリコンBOXを利用
回収において、使い捨てになる段ボール素材ではなく、オリジナルの印字を施したオリコンBOXを利用。回収したオリコンBOXは、当社物流センターで保管し、最寄りのECOMMITセンターから回収(車で15分ほど)



3. 事業の内容



(3) 各店でのオリコンBOXを利用状況

各店舗にて、採寸へ行く際に、車にオリコンBOXと本事業チラシを積み込み、すぐに案内できる準備を心掛けた。

また、店頭レジ付近に、キャスター付きオリコンBOXを常設。追加施策として、本事業の利用を促すため、追加でポスターを制作し各店に4枚配布。店頭購入のお客様のレジ袋にも、チラシを同封しました。よって、全てのオリコンBOXを利用する環境を整えた。

4. 事業の実施体制

サンローズ株式会社

- ・ 広報・周知
- ・ 顧客への提案（提案件数と回収件数の管理）
- ・ 回収品の収集・集約
- ・ リユース品を回収した顧客へのアンケート調査
- ・ レポートの作成

【関連団体】

株式会社ECOMMIT

- ・ 回収品目の設定、案内用のチラシデータの提供
- ・ 集約した不要品の回収、選別
- ・ 回収重量・選別結果のフィードバック

愛知県蒲郡市・愛知県西尾市・愛知県豊田市・愛知県大府市

愛知県安城市・愛知県刈谷市・愛知県半田市・静岡県浜松市

- ・ 衣類以外の回収物について、有価物として取扱いの法解釈の整理

4. 事業の実施体制

下記の詳細を加えた説明資料と次頁の図式を各自治体に送付し、事業の実施可否を確認した。

【具体的計画】

実証期間内にサンローズグループにてカーテン購入希望の顧客（法解釈の確認済みの自治体内）を対象とする。自宅を訪問して採寸するタイミングで、不要品回収ボックスを持参し、回収できる品目の案内を行う。商品納品のために再度訪問するまでの1-2週間の間に自宅にある不要品を入れてもらい、納品時に不要品を回収する。顧客とサンローズ間で発生する金銭の授受は、カーテンの注文に対してのみ発生し、不要品の回収サービスに伴う金銭授受は発生しない。

回収したものは、サンローズグループの自社物流により、1か所に集約・保管をし、一定量集まったタイミングでECOMMITの物流にて収集する。その後、ECOMMIT事業所にて計量、選別を行った後、適切な場所へ再流通する。

【回収対象品】

リユースの対象とするのは、「必須アイテム」としてアクセサリ／小型家電／おもちゃ／ホビー用品／調理器具など、「同梱アイテム」として、衣類／タオル／ファッション雑貨／生活雑貨／アウトドア／スポーツ用品／食器類などとする。「必須アイテム」を設けることで、回収物の有償性を担保し、事業性の検証を行うことができる。

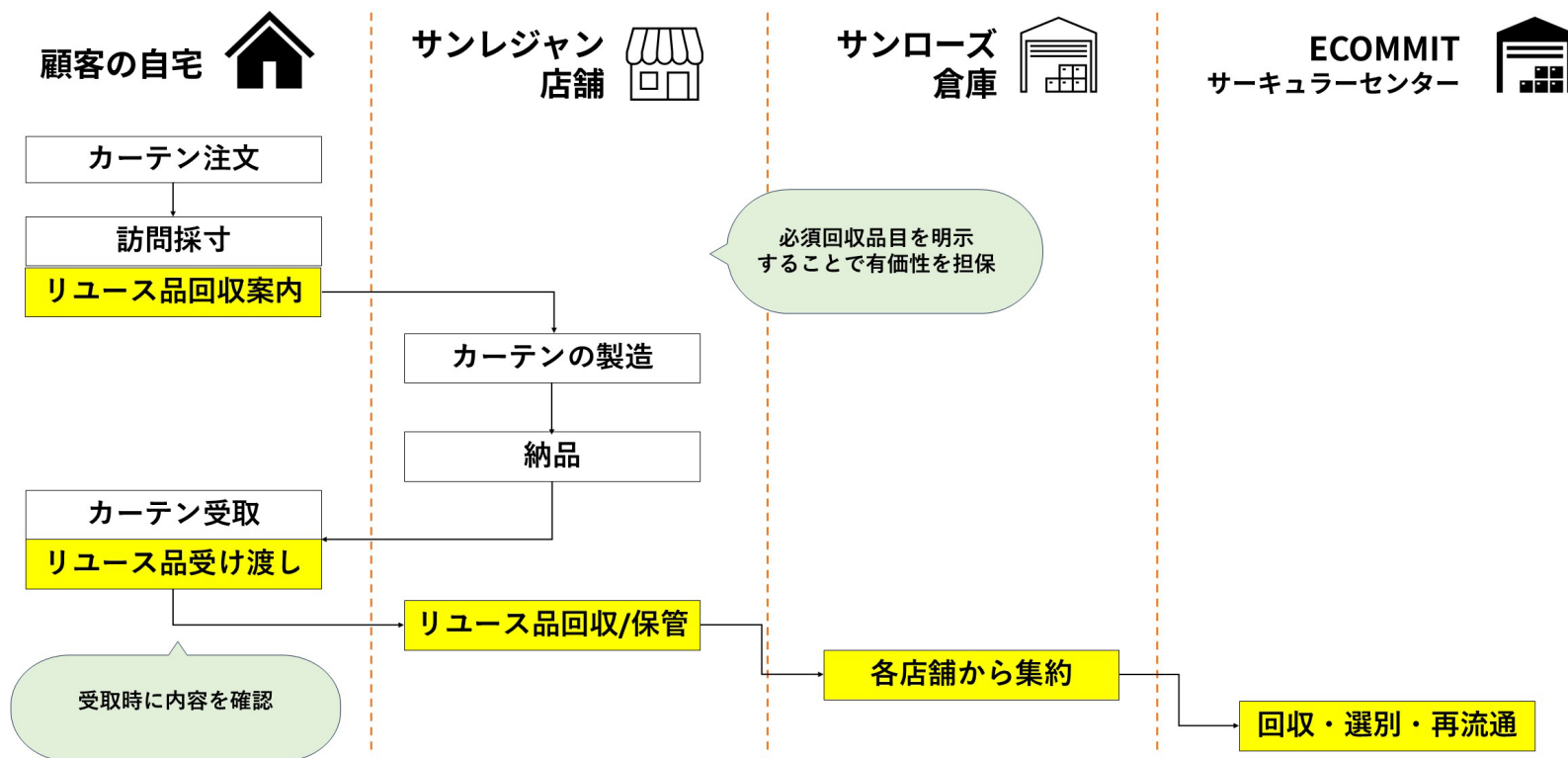
【回収した製品がリユース困難だった場合の取り扱い】

株式会社ECOMMITは多様な販売先ネットワークを活用し、回収品を可能な限りリユース・リサイクルへとつなげることで、資源の有効活用と再流通の最大化を実現している。

どうしてもリユース・リサイクルが難しいものについては、事業所由来の産業廃棄物として適正処分している。

4. 事業の実施体制

前頁の詳細を加えた説明資料と下記の図式を各自治体に送付し、事業の実施可否を確認した。



【スタッフ対応の目安時間】

企画案内：20分/件 回収および不要品の確認：30分/件 店頭設置回収ボックス確認：20分/箱

4. 事業の実施体制

ECOMMITとの何らかの接点がある自治体に対し、問い合わせを行なった。

許諾をもらった自治体

- ①蒲郡市
- ②西尾市
- ③安城市
- ④豊田店
- ⑤刈谷市
- ⑥半田市
- ⑦大府市
- ⑧浜松市

【理由】

- ・リユース品だけではなく廃棄物を回収する可能性に懸念を示す自治体がほとんどのため、チラシに「リユースできるもの」と明記すること/サンレジヤンスタッフのチェックにて廃棄物を除外することができる工夫を行うことを説明することで了解を得た。
- ・「リユース不可品」が事業所由来の産廃として処理されるのであれば特に問題ないという自治体もあった。
- ・近隣自治体の承諾状況を気にする自治体が多い。浜松市が最初に許諾した状況を示したため、他の自治体も進みやすくなった可能性も高い。

許諾をもらえなかった自治体

1件（愛知県内）

【理由】

- ・不要品無料引取りチラシはすべて違法という認識。
- ・個別事業者の取り組み内容を見て個々に可否の判断はしないけれども、市役所が違法と考えた事業者については電話で指導したり、警察に相談したりする対応をすることもある。市として新たな判断は避ける、という考えの担当者のため、本事業について明確な判断はしない。

4. 事業の実施体制

【具体的計画】

実証期間内にサンローズグループにてカーテン購入希望の顧客を対象とする。自宅を訪問して採寸するタイミングで、不要品保管用ボックスを持参し、回収できる品目の案内を行う。

商品納品のための再訪問までの1-2週間間に不要品を入れてもらい、納品時に不要品を回収する。提案した件数、不要品が実際に集まった件数の記録を行う。

本事業のチラシを持参し、「必須アイテム」と「同梱OKアイテム」を十分に説明しつつ、回収時にもチラシを持参し、お客様と回収ボックス内の品目を確認するように心がける。

回収したボックスはサンローズグループの自社物流により、1か所に集約・保管し、一定量集まったタイミングでECOMMITが収集する。その後、ECOMMIT事業所にて計量、選別を行った後、適切な販売先等へ再流通する。

4. 事業の実施体制

【利用者のアンケート実施】

本プロジェクトのチラシで案内するとともに、チラシ裏面のQRコードより約20問ほどのアンケートを実施。

店舗スタッフと相談の上、アンケート回答者へノベルティをプレゼント。ノベルティはリサイクルコットンを利用したトートバッグ。また、サンレジャンHPにて、右側バナーを利用して、本事業を案内し、利用を促進を図る。

回収できるものリスト
「必須アイテム」を1冊の中に1冊以上入れていただくだけで、「回収OKアイテム」を何品でも入れていただけます。

必須アイテム	
その他 ゲーム機、ゲームソフト、コントローラー、釣り具（ルアー・リール） <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>	その他 イヤリング、ペンダント、ネックレス、腕時計、サングラス <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>
小物 折り紙、レコーダー、Bluetoothレコーダー、アンプ、ラジオ、コンボ、ギター、ギターアンプ、イヤホン・ヘッドフォン、ミシン、カヌー（フィッシュ・チグタカ） <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>	その他 ミニカー、鉄道おもちゃ、ブロック、人形・ぬいぐるみ、プラモデル、フィギュア、模型ガンズ、ドローン、RCカー、折り紙、エアガン、玩具銃、乗用玩具 <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>
工具 電動工具、ドライバー、ハンマー、ペンチなど <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>	その他 QRコード <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>
回収OKアイテム	その他 QRコード <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>
衣類 アウター、トップス、ボトムス、こどもベビー用品、タオル <small>※品名・数量・色柄、素材、状態、サイズは問いません。回収できないモノは回収できません</small>	ファッション ヘアアクセサリー、靴、バッグ、財布、ベルト、帽子、ネクタイ、スカーフ、靴履 <small>※品名・数量・色柄、素材、状態、サイズは問いません</small>
食器 お皿、コップ、茶碗、湯杯、食器（スプーン・フォークなど） <small>※品名・数量・色柄、素材、状態、サイズは問いません</small>	その他 寝具、カーペット、マットレス、敷き布団、マット、クッション、枕、敷物 <small>※品名・数量・色柄、素材、状態、サイズは問いません</small>
玩具 ぬいぐるみ、人形、乗用玩具 <small>※品名・数量・色柄、素材、状態、サイズは問いません</small>	その他 QRコード <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>
その他 楽器、マット、ハンセック、ランタン（電気のめ） <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>	その他 QRコード <small>※品名・数量の制限はありませんが回収できるモノ/回収できないモノは回収できません</small>

アンケートご協力をお願い!

回収箱
※サービスは、無償で「名品7年連続買取店」の回収サービスを利用させていただきます。回収料は、回収料として発生します。回収料の発生は、回収料として発生します。回収料の発生は、回収料として発生します。

お問い合わせ先
 サンローズ株式会社 ☎TEL: 0533-57-4100

サンレジャン株式会社 × ECOMMIT

ご自宅の不要品を無料で回収中!

回収したものは1点ずつ選別し、リユース・リサイクルします。

対象店舗 蒲郡店 / 西尾店 / 安城店 / 刈谷店 / 豊田店 / 半田店 / マックスバリュ大府店 / 浜松高丘店

利用後、アンケートにご協力いただいた方には
100%リサイクル素材使用
トートバッグをプレゼント!

4. 事業の実施体制

【必須アイテム】

ECOMMITが事業継続できるよう、再流通の需要が高い品目を必須品目として下記の通り設定をしている。

回収できるものリスト

「必須アイテム」を1箱の中に1点以上入れていただければ、「同梱 OK アイテム」を何点でも入れていただけます。
※回収時にアイテムの状態等を確認し、リユースできない商品についてお断りをさせていただく場合がございます。

必須アイテム

※必須アイテムについては、破損している場合においても修理・部品交換等で再利用できる範囲であれば引取可能

家電

レコーダー、スピーカー、アンプ、イヤホン・ヘッドフォン、ミシン、スマートフォン、タブレット、PC、周辺機器など

NG品：ブラウン管テレビ

ゲームカメラ

ゲーム機本体、コントローラー、ゲームソフト、カメラ全般、レンズ

※付属品無しでもOK、多少の画面は割れはOK

釣り具

釣り具（ルアー・リール）

NG品：本来の用途で機能できないほど壊れているモノ
※ルアーは糸付きでもOK

工具

電動工具、ドライバー、ハンマー、ペンチなど

調理器具

鍋、フライパン、やかん、ボウル、キッチンツール、カトラリー、卓上コンロなど

NG品：破損・欠損があるモノ、焦げ・サビがひどいモノ

楽器

バイオリン、トランペット、タンバリン、電子楽器など

おもちゃ

ミニカー、鉄道おもちゃ、ブロック、人形・ぬいぐるみ、プラモデル、フィギュア、戦隊グッズ、トレーディングカード、ラジコン、エアガン、知育玩具、乗用玩具など

NG品：本来の用途で機能できないほど壊れているモノ、遊びを成立させるパーツが足りないモノ

ファッション雑貨

アクセサリ、サングラス、バッグ、腕時計、靴（スニーカーのみ）など

NG品：スリッパ、上履き、カビ・シミがあるモノ

必須アイテム詳細はこちら ▶



4. 事業の実施体制

【同梱OKアイテム】

再流通の需要はあるが、単価構造上、単独での収益確保は難しい品目について「同梱OKアイテム」として設定をしている。

同梱 OK アイテム

衣類・小物

アウター、トップス、ボトムス、こども用品、タオル、財布、ベルト、帽子、スカーフ、ネクタイ、眼鏡

NG品：靴下・肌着、水着、制服・体操着、ユニフォーム
※記名のないジャージや練習着はOK

生活雑貨 インテリア

画材、キーホルダー、フォトフレーム、エプロン、ギフト用品、置き時計、掛け時計、壺・置物、タオル、折り畳み傘、日傘

NG品：壊れているモノ

アウトドア スポーツ用品

寝袋、マット、ハンモック、電気ランタン、ラケット、グローブ、ボール、フィン、ローラースケート

NG品：ウィンタースポーツ用品、破損・欠損のあるモノ

食器類

お皿、コップ、茶碗、湯呑

NG品：割れ・欠けがあるモノ、落ちない汚れがあるモノ

化粧品

香水、未使用のメイク用品

NG品：過度な錆・汚れのあるモノ

同梱 OK アイテム詳細はこちら ▶



5. 事業の成果

1. 事業実施期間内のゴール（目標指標）設定と効果検証

（1）事業実施期間内のゴール（目標指標）

本事業では、自宅訪問時に不要品を回収し、計**2.4トン（1件平均10kg）**のリユース品回収を目指す。

これにより自治体の廃棄物削減に貢献し、資源循環率**90%**以上、国内リユース率**80%**以上を目標とする。

既存の訪問・物流体制を活用することで追加負担なく継続可能な仕組みを検証し、環境意識の低い生活者にもリユースのきっかけを提供。

家庭内の眠った資源を次の使い手に繋げ、持続的な資源循環を促進を目的とする。

（2）事業の効果の検証方法

- ・回収・リユースの持続可能な事業モデルのロードマップを作成・検討及び検証。
- ・サンローズ顧客から回収した不要品の回収量を実測で計測する。
- ・不要品を提供した顧客に対するアンケート調査の実施により、生活意識や行動変容に変化があるか、継続的な実施に対する需要等を検証する。
- ・回収した不要品を選別し、国内リユース、海外リユース、リサイクルそれぞれの割合を算出し検証する。

5. 事業の成果

(3) 事業の効果の見込み

・リユースの対象とするのは、「必須アイテム」としてアクセサリ／小型家電／おもちゃ／ホビー用品／調理器具など、「同梱アイテム」として、衣類／タオル／ファッション雑貨／生活雑貨／アウトドア／スポーツ用品／食器類などとする。「必須アイテム」を設けることで、回収物の有価性を担保し、事業性の検証を行うことができる。

・新しい商品（カーテン）を購入する際に、生活者が「自宅で手渡し」とすることで、手軽に不要品を手放しやすい環境を整えることにより、3か月で約1.2t（実測値）の回収を目指す。実証期間中の短期的なインパクトは小さいが、持続可能な循環スキームの構築を目指すことで、継続性を見込む。

・回収した不要品のうちリユース率・リサイクル率**90%**以上（リユース・リサイクルされた不要品／総回収重量）、うちリユース**80%**以上を目指し、定量的な成果を量る。

5. 事業の成果

(4) 本事業の効果の成果

今回回収された品目
生活家電
食器
調理器具
雑貨
おもちゃ
洋服
布類
ファッション雑貨
回収風袋
PC
AV機器

今回回収された店舗
サンレジヤン 刈谷店
サンレジヤン 安城店
サンレジヤン 浜松高丘店
サンレジヤン 蒲郡店
サンレジヤン 西尾店
サンレジヤン 豊田店

5. 事業の成果

(5) 本事業の効果の成果（品目ごと）

品目	重量(kg)	割合(%)
生活家電	81.14	34.5%
食器	55.06	23.4%
雑貨	38.78	16.5%
おもちゃ	16.9	7.2%
洋服	15.5	6.6%
回収風袋	7.54	3.2%
調理器具	6.72	2.9%
AV機器	4.88	2.1%
PC	3.52	1.5%
ファッション雑貨	3.48	1.5%
布類	1.6	0.7%
総計	235.12	100%

必須品目	重量(kg)	割合(%)
生活家電	81.14	69.6%
おもちゃ	16.9	14.5%
調理器具	6.72	5.8%
AV機器	4.88	4.2%
PC	3.52	3.0%
ファッション雑貨	3.48	3.0%
総計	116.64	100%

同梱OK品目	重量(kg)	割合(%)
食器	55.06	49.6%
雑貨	38.78	35.0%
洋服	15.5	14.0%
布類	1.6	1.4%
総計	110.94	100%

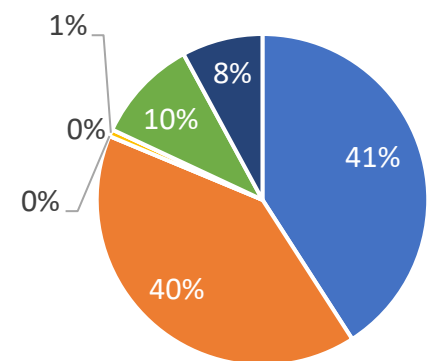
その他	重量(kg)	割合(%)
回収風袋	7.54kg	100%

※回収風袋：食器梱包用の資材など

5. 事業の成果

(6) 本事業の効果の成果

選別結果	重量(kg)	割合
01_国内リユース	96.14	40.9%
02_海外リユース	94.96	40.4%
03_再生ポリエステル	0	0.0%
04_自動車用内装材	1.6	0.7%
05_工業用ウエス	0	0.0%
98_リサイクル	23.84	10.1%
99_廃棄	18.58	7.9%
合計	235.12	100%



- 01_国内リユース
- 02_海外リユース
- 03_再生ポリエステル
- 04_自動車用内装材
- 05_工業用ウエス
- 98_リサイクル
- 99_廃棄

ECOMMIT社全体の廃棄率約3%に比較すると7.9%と高い割合になっている
原因は、重量のある品目（食器）のカビ・汚れ、割れ

5. 事業の成果

(7) 各店舗での本事業効果の成果

店舗名	重量(kg)
サンレジヤン 刈谷店	17.8
サンレジヤン 安城店	51.6
サンレジヤン 浜松高丘店	109.1
サンレジヤン 蒲郡店	16.4
サンレジヤン 西尾店	20.4
サンレジヤン 豊田店	19.82
	合計(kg)
	235.12

5. 事業の成果

サンレジヤン浜松高丘店				
	10月	11月	12月	合計
訪問数	54(15)	65(8)	118(32)	237(55)
回収	0	4	11	15
店舗回収	0	0	3	3
感想				
リユース事業を社会貢献活動に感じるスタッフが多数。				
また、お客様に喜ばれる事業として認識し、積極的に案内。				
多くの消費者が本事業を利用していただいた。				
ご年配の方はネットでのアンケートが出来ず、打ってほしいと、→紙でのアンケートもあると良かった				
ほとんどの人に言われた→紙でのアンケートもあると良かった。				
判断の難しい回収が多かった→これは？と何度も聞かれ、時間がとられた				
コンテナに詰めてから数えていることがあったので、回収品数の				
チェックもチラシに掲載があった方がよかった				
大物の場合、梱包が大変だったので大きい梱包用シートの必要性を感じた。				

※訪問数の（）内の数字は、提携業者からの紹介案件数となります。

5. 事業の成果

サンレジヤン蒲郡店				
	10月	11月	12月	合計
訪問数	27(6)	59(7)	66(7)	152(20)
回収	0	0	4	4
店舗回収	0	0	0	0
感想				
リユース事業を社会貢献活動に感じるスタッフが多数おり、また、お客様に喜ばれる事業として認識し、積極的に案内。				
しかし、接客したスタッフに不要品を任せることが敬遠されて、当初は実績にならなかったが、年末の来客増加につれて、サービス利用いただけた。				
取付後に、後日、回収して欲しいとの依頼もあり、取付後に再訪問する対応もあった。				

サンレジヤン安城店				
	10月	11月	12月	合計
訪問数	43(8)	80(27)	120(39)	243(74)
回収	2	0	0	2
店舗回収	0	5	2	7
感想				
リユース事業を社会貢献活動に感じるスタッフが多数おり、また、お客様に喜ばれる事業として認識し、積極的に案内。				
安城市民はリユースへの意識が高く感じ、サービスに興味を持っていただいたが、顔が知っているスタッフに不要品を任せることに敬遠しており、お客様より店舗での回収ボックスの設置を提案されたと報告あり。				
最終的に、訪問での回収サービスの利用もあったが、店舗での回収のほうが多い結果となった、多くの消費者が本事業を利用していただけた。				

5. 事業の成果

サンレジャン豊田店				
	10月	11月	12月	合計
訪問数	35(7)	77(10)	84(10)	196(27)
回収	0	1	0	1
店舗回収	0	0	5	5
感想				
リユース事業を社会貢献活動に感じるスタッフが多数おり、また、お客様に喜ばれる事業として認識し、積極的に案内。				
繁忙期で回収機会は多かったはずだが、実際は本業だけで手いっぱいになってしまい、案内が十分できなかった。 (特に12月)				
大掃除時期であり、受注数が増加する年末に向けて、多くの消費者が本事業を利用いただいた。				
お客様へ案内した時の反応は悪くなかったので、店舗イメージの向上に繋がったと感じる。				
よって、取り組み自体は、お客様にとって、良い取り組みだと感じた。				
回収可否の判断に時間がかかりそうで、忙しい時は面倒になってしまう。				
回収可否の判断が分からない場合は、相談先へ電話連絡するなどの対応が発生した。				

5. 事業の成果

サンレジヤン西尾店

	10月	11月	12月	合計
訪問数	22(0)	48(9)	59(7)	129(16)
回収	0	0	3	3
店舗回収	0	0	0	0

感想

また、お客様に喜ばれる事業として認識し、積極的に案内。

多くの消費者が本事業を利用していただいた。

店頭では、お声掛けや、説明が必要な為、回収数が少なかったと思う。

ただ、店舗で購入いただいたお客様の買い物袋にチラシを同封するなど、周知に努めたため、チラシはほぼ無くなった。

リサイクルの（トレーやペットボトル等）の設置がある店舗の方が、利用しやすいと感じた。

サンレジヤン刈谷店

	10月	11月	12月	合計
訪問数	26(7)	41(4)	72(6)	139(17)
回収	0	1	0	1
店舗回収	0	0	0	0

感想

本事業の内容をお客様に理解してもらうのが困難そうだった。

また、来客が少ない店舗のため、本事業サービス利用に至らなかった。

来店頂いた御客様へ告知への徹底すれば、結果が違ったと考える。

新築や若い世代への声掛けより、掛け替えの高年齢世帯へ呼びかける方が

効果はあったかもしれません。

5. 事業の成果

サンレジャン大府店

	10月	11月	12月	合計
訪問数	15(7)	36(4)	26(4)	77(15)
回収	0	0	0	0
店舗回収	0	0	0	0

感想

本事業の内容をお客様に理解してもらうのが困難そうだった。

採寸時は、お客様に伝える情報量が多いため、本事業まで伝えるのが困難という意見があった。

大府市自体は、リユース事業に積極的なイメージがあるので、市民により周知できるようなチラシ配布を実施すべきだったが、多数の店舗が存在するモール内での取り組みのため、来客の滞在時間が少ないため、案内する時間がなかった。

サンレジャン半田店

	10月	11月	12月	合計
訪問数	49(20)	73(25)	69(20)	191(65)
回収	0	0	0	0
店舗回収	0	0	0	0

感想

本事業の内容をお客様に理解してもらうのが困難そうだった。

採寸時は、お客様に伝える情報量が多いため、本事業まで伝えるのが困難という意見があった。

また、業者によるお客様紹介が多いため、訪問時にオーダーカーテンの確認事項も多いため、本サービスを案内する時間が無かった。



5. 事業の成果（回収品）

右上の画像：テレビ
(年代が新しいため、再流通可能
だったが、本来、本事業の対象品で
はない)



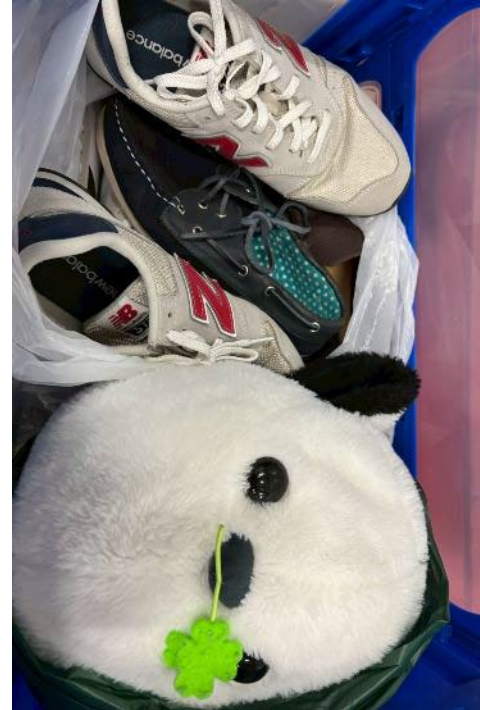
5. 事業の成果（回収品）



5. 事業の成果（回収品）



5. 事業の成果（回収品）



5. 事業の成果（回収品）



5. 事業の成果（回収品）



5. 事業の成果（回収品）



5. 事業の成果（廃棄品）

- ぬいぐるみ：過度なシミ
- シャンプー：液体は取扱不可
- 日本人形(兜)：片手が無く欠品
- 長靴：使用済み製品は取扱不可
- 日本人形(だるま)：過度なシミ



5. 事業の成果（廃棄品）

ぬいぐるみ：過度なシミ
家電(電子ピアノ・炊飯器)：黄ばみ、
汚れがあるため、リユース対象外だ
が、リサイクルの対象となるため、
資源の循環としてはOK



5. 事業の成果（廃棄品）

ぬいぐるみ：過度なシミ
かばん：汚れ、剥がれ



5. 事業の成果（廃棄品）

ぬいぐるみ：過度なシミ

お皿：破損

かばん：汚れ、剥がれ



5. 事業の成果（廃棄品）

お皿：破損
靴：汚れ、剥がれ
工具：サビ



5. 事業の成果（廃棄品）

ぬいぐるみ：過度なシミ
雑誌：書籍は取扱不可

5. 事業の成果

(8) アンケート結果

回答者	Q1. あなたの性別を教えてください。	Q2. あなたの年齢を教えてください。
12名	男性5名 女性7名	30代3名 40代4名 50代1名 60代1名 70代以上3名

Q3.あなたが本サービスを利用した店舗を教えてください。

浜松高丘店6件 安城店4件 蒲郡店2件

Q4.なぜ本サービスを利用しようと思いましたか。

リユースに出そうと思っていたものが自宅にあったから,7件

無料回収だったから,4件

自宅まで取りに来てくれて楽だから,2件

回収できるアイテムリストが魅力的だったから,2件

採寸・納品時に対応してくれるため、手間が少ないと感じたから,1件

サンレジャンの取組であり、安心感があったから,1件

Q5.本サービスで計何点の不要品を手放しましたか？

3点,2件

5点,3件

6点,1件

10点,3件

15点,1件

21点,1件

44点,1件

Q6.今回あなたがPASSTOで手放した【必須アイテム】を教えてください。
アイテムの詳細は、配布のチラシをご参照下さい。

おもちゃ,8件

家電（調理家電）,2件

調理器具,2件

ファッション雑貨（アクセサリ、サングラス、靴、バッグ等）,2件

家電（オーディオ機器）,1件

家電（生活家電）,1件

5. 事業の成果

Q7.Q6で選択したアイテムのうち、所有してから1年以内で
使用しなくなった製品はありますか？

おもちゃ,8件

調理器具,2件

ゲーム, 1件

ファッション雑貨（アクセサリ、サングラス、靴、バッグ等）,1件

家電（オーディオ機器）,1件

Q9.Q8で選択したアイテムのうち、所有してから1年以内で
使用しなくなった製品はありますか？

衣類,3件

食器,3件

小物,1件

インテリア用品,1件

生活雑貨,1件

Q11.過去1年間に購入した衣類の枚数について、
おおよその数を教えてください。

2枚,1件

10枚,1件

30枚,1件

Q13.現在保有している【衣類】のうち、
過去1年間で一度も着用していない衣類の枚数について、
おおよその数を教えてください。

1枚,1件

3枚,1件

10枚,1件

50枚,1件

Q8.今回あなたがPASSTOで手放した【同梱OKアイテム】を教えてください。
アイテムの詳細は、配布のチラシをご参照下さい。

衣類,4件

生活雑貨,3件

食器,3件

インテリア用品,2件

小物,2件

アウトドア・スポーツ用品,1件

Q10.本サービスで【衣類】を手放しましたか？

はい,4件

いいえ,8件

Q12.過去1年間に手放した【衣類】の枚数について、
おおよその数を教えてください。

2枚,1件

5枚,2件

30枚,1件

Q14. 本サービスで【衣類】を手放した理由について
当てはまるものを選択してください。

家まで取りに来てもらえるのが便利だったから,2件

捨て方がわからなかったから,1件

環境に貢献できると思ったから,1件

5. 事業の成果

Q15-a. Q14で「捨てたくなかった/捨てられなかった」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

いつか使おうと思っていたから,1件

まだキレイだったから,1件

Q15-b. Q14で「売りたいくなかった/売れなかった」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

手間がかかる/めんどくさいから,2件

Q17. Q16で、「可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄」と回答した方に質問です。その理由は何ですか？

自分が使ったものを、欲しい/買いたいと思う人がいるか不安だから, 2件

買取場所・回収場所に持ち込むことが手間だから, 1件

Q19. Q18で「捨てたくなかった/捨てられなかった」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

思い出があり捨てられなかったから, 1件

Q21.今回PASSTOで手放した【衣類以外のアイテム】について、もし本サービスがなかった場合はどのように扱っていましたか？

自治体の資源回収に出す, 1件

可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄, 1件

地域・店頭での回収に出す, 1件

コミュニティ（自治体、バザー・フリマ）、友人、知人へ譲渡, 1件

Q23.本サービスについて、改善すべき点、不安であった点等があれば教えてください。

協力した際のステッカーやノベルティがあると嬉しい。

Q16.今回PASSTOで手放した【衣類】について、もし本サービスがなかった場合はどのように扱っていましたか？

自治体の資源回収に出す, 2件

可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄, 1件

インターネットオークション・フリマアプリで販売, 1件

リユースショップで買取・引き取り, 1件

Q18. 本サービスで【衣類以外のアイテム】を手放した理由について、当てはまるものを選択してください。

家まで取りに来てもらえるのが便利だったから, 1件

「次の人につなげる」という回収サービスのコンセプトに共感したから, 1件

捨て方がわからなかったから, 1件

Q20. Q18で「売りたいくなかった/売れなかった」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

身近に売れる場所がないから, 1件

Q22.Q21で、廃棄と回答した方に質問です。その理由は何ですか？

買取場所・回収場所に持ち込むことが手間だから, 1件

ごみとして捨てるのが最も簡単だから, 1件

商品の梱包や発送が手間だから, 1件

Q24.その他ご意見・ご感想等ありましたらご記入ください。

今後もサーキュラーエコノミーを邁進して欲しい。

5. 事業の成果

Q11. 本サービスで「衣類以外のアイテム」を手放した理由について、当てはまるものを選択してください。

捨てたくなかった/捨てられなかったから,5件

家まで取りに来てもらえるのが便利だったから,3件

「次の人につなげる」という回収サービスのコンセプトに共感したから,2件
環境に貢献できると思ったから,1件

Q12. Q11で「捨てたくなかった/捨てられなかった」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

捨てることに罪悪感があったから,3件

リユースできると思っていたから,1件

まだキレイだったから,1件

何となく/存在を忘れていたから,1件

Q13. Q11で「売りたいくなかった/売れなかった」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

売れる状態ではない/売ってもお金にならなそうだと思ったから,2件

手間がかかる/めんどくさいから,2件

Q14. 今回PASSTOで手放した「衣類以外のアイテム」について、もし本サービスがなかった場合はどのように扱っていましたか？

可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄,4件

そのまま自宅で保管,2件

リユースショップで買取・引き取りしてもらおう,2件

自治体の資源回収に出す,1件

Q15. Q14で、廃棄と回答した方に質問です。その理由は何ですか？

自分が使ったものを、欲しい/買いたいと思う人がいるか不安だから,2件

買取場所・回収場所に持ち込むことが手間だから,2件

ごみとして捨てるのが最も簡単だから,1件

商品の梱包や発送が手間だから,1件

Q16. 本サービスについて、改善すべき点、不安であった点等があれば教えてください。あ
無し

Q17. その他ご意見・ご感想等ありましたらご記入ください。

リユース店で引き取ってもらえなかった新品の家電がもったいなくて捨てられなかったので、リユースしてもらえると助かります。

5. 事業の成果

(9) 総括

【良い点】

- ・ 宅配PASSTOよりも高い国内リユース率であった（一般のユーザーよりも「サンローズのオーダーカーテンを購入する層」というフィルターを一つかけることで、品質の高いものが集まりやすいという仮説をデータにより証明できた）
- ・ 浜松高丘店では2か月弱で100kg以上の回収があり、店舗規模にもよるが周知次第で可能性が大いに高まることが証明できた。

【改善点】

- ・ 割れ物が多くあったため、割れ物を入れる際に布や緩衝材で保護してもらう声掛けや工夫が必要。
- ・ 店舗によって、取り組みへの関与度が異なるため、継続する場合は再度の周知徹底が重要。
- ・ 本事業の継続を図って、スタッフへの本サービスの認知度の向上とともに、消費者への認知も恒常化できれば、回収率も向上するかと感じる。
- ・ 廃棄品の割合が多い点で、本事業のチラシを持参し、「必須アイテム」と「同梱OKアイテム」を十分に説明しつつ、回収時にもチラシを持参し、お客様と回収ボックス内の品目の確認を徹底する。

6. 今後の検討課題

1. 採寸時に不要品を回収した現状

(1) 地域によって本企画への興味が異なる

店舗での案内方法や、スタッフの意識の違いなどあるが、店舗によって、回収される不要物の量が異なる。

おって、各店舗での回収結果を共有するが、消費者の反応も含めて、報告する。同様に、回収方法にも反応の違いがあり、採寸や取付時の回収は、消費者自身が、どのような不要物を排出するか、特定できてしまうことに懸念がある模様。そのような消費者は、店頭で設置した回収ボックスのほうが利用しやすいとの反応あり。

(2) 採寸時での企画説明が困難

採寸する際に、お客様に説明する内容や、確認する内容が多いため、本企画の案内するタイミングが難しいとの意見があった。

サイズの確認や、部屋全体のコーディネート相談を受けるため、終始、カーテンに関する打ち合わせに従事するため、本企画を案内する時間が無かったとの報告もあったので、改善点を模索したいと思う。

本サービスがお客様にとって、当たり前になるまで取り組みを継続するか、もっと簡易に案内できる方法も検討していきたい。

6. 今後の検討課題

(3) 店舗によるスタッフによる取り組む熱量差

・当社での問題となるが、店舗ごとでの取り組む熱量に相違がある、本事業に前向きな店舗と、手間に感じる店舗の温度差を感じた。私の案内に問題があるかと思うので、本事業の重要性を説いていける方法を模索したい。

(4) 不要品を運搬する法的整備の確認

今回は、各自治体の理解のもと、本事業を実施することが出来たが、法律上、リユース品の運送業許可の有無確認など、法的な整備の必要性を感じる。本事業を実施する上で、各作業において、他企業との協業することにより、様々な問題解決を図りたい。

6. 今後の検討課題

2. 各自治体での反応

PASSTOとは違い、カーテンの購入者に限られるという点では、ハードルの高さを感じ、物量的なインパクトを見込むのは、非常に難しいとの反応でした。

ただ、当社において、本事業を継続することにより、当社では、恒常的に本サービスを提供する認知度が上がれば、カーテンの採寸・取付時の不要品回収サービスとともに、並行して、店頭ではPASSTO設置を実施すれば、当社での不要物回収サービスの認知が深まると感じる。

7. 事業終了後の展開

1. 社内の問題と展開案

- ・サンローズグループの工場、店舗、メーカーを往来する納品便・帰り便を利用することで、物流に関して、新たに大きな負担をかけることなく、回収可能であることを本事業で実証し、今後、他地域の店舗での横展開の可能性を検討する。

- ・自宅を訪問する企業形態をとっている企業として、リユース事業との親和性について検証し、事業期間だけでなく、自社のSDGsの取り組みとして継続の可能性を探る。

- ・本事業の結果の検証により、回収方法及び再利用までのスキームなどの分析・見直しを行った上で、回収実施エリアの増加、より循環性の高い経済性のある回収システムの導入について検討する。

7. 事業終了後の展開

- ・本事業で得られた知見をもとに、他のリユース施策との相乗効果を図り、市民や事業者においてもリユース意識を定着させ、地域全体でのごみ減量化及びリユースの推進に繋げる施策を検討する。

- ・拠点回収事業において地域で面的に実施することによる効果を示すことが可能となる。本事業の成果をまとめ、公表することで広く横展開ができ、国全体でのごみの量の削減、CO2の排出量の削減に繋がり、さらにはリユースの推進・リユース意識の定着を図る。

また、法律上、リユース品の運送業許可の有無確認など、法的な整備の必要性を感じる。他企業との協業で、問題解決を図りたい。

8. 横展開へのポイント

1. 本企画の発展性

【サービスの拡大】

・今回は、カーテンの注文プロセスを活用した自宅からのリユース推進事業であったが、店頭でオリコンボックスを置いたほうが、利用しやすいとの利用者の意見も多かった。

よって、可能なら、店舗へはECOMMITのPASSTOを設置を検討するとともに、カーテンの注文プロセスの他に、店頭での回収も実施することにより、本事業がより多くの消費者に認知するとともに、多くの方が本事業を利用してくれる可能性を感じた。

【中古カーテン】

・カーテンメーカーとして懸念する点として、中古カーテンのリユース方法を検討していきたい。カーテン自体は、10年以上使用する利用者が多い、使い古したカーテンを回収するが、生地痛みや汚れ、縫製不良などにより、再利用は非常に困難である。

こうした廃棄になってしまうカーテンの再利用方法を、素材を分離できる技術を持った企業と協力して、対応策を考えていきたい。

8. 横展開へのポイント

【引っ越し業者】

・カーテンを購入するタイミングとして、引っ越しによる需要がある、引っ越し時に、断捨離を兼ねた不要品の排出もあるので、引っ越し業者との連携も、本事業を拡大する上で新しいオプションとして考える。

【提携業者】

・提携業者である「ハウスメーカー」、「工務店」、「建築業者」など、紹介物件が多数ある、提供業者へ本事業の案内していないため、紹介物件先には、十分な案内が出来ていない状況を確認した。
次回は、提携業者も含めて、本事業の周知できる体制を構築していきたい。

8. 横展開へのポイント

2. 事業実施後の継続・展開に関する方針

【サーキュラーエコノミーの浸透】

・当社としては、リユース品の回収を店舗サービスの一環として、継続できる可能性を模索していきたいと考える。

お客様のリユース事業への認識の拡大を感じるともに、その需要の成長性も感じる。

捨ててしまうことへの背徳感より、使ってくれる人がいる喜びを伝えつつ、次の利用者へ繋げていく、ストーリーを発信していきたい。

【楽しむインテリアの普及】

・当社としては、インテリアでの提案として、リユース品によるインテリアコーディネート指南も検討していきたい。

リユース品を有効活用することにより、全体的な部屋のイメージの変更、または、より快適な生活空間を創出できるアイデアを研究していきたいと思う。