

リユース市場流通物の排出・流通実態の推計結果(1次案)

1. リユース市場流通物の排出・流通実態の推計概要

(1) 調査対象とする品目の考え方

循環型社会形成推進基本法での「再使用」の定義に基づき、リユースが行われない場合に廃棄物となると考えられるものを調査対象とする。流通量・排出量や廃棄に伴う環境影響の観点から、以下の16品目を調査対象候補とする。

図表 1 調査対象とする品目 (案)

①テレビ	②エアコン	③洗濯機・乾燥機	④冷蔵庫・冷凍庫
⑤家具	⑥衣類	⑦デジタルカメラ	⑧携帯電話
⑨ゲーム機	⑩パソコン・周辺機器	⑪書籍	⑫自転車
⑬カー用品	⑭スポーツ用品	⑮中古自動車 (※)	⑯その他 (※)

※上記品目ごとに調査を実施。既存調査の有無などによって得られるデータには差がある。

※「⑮中古自動車」については、他の品目と流通経路が異なることから、同一に取り扱うことが困難と考え、文献調査・業界団体・関係者へのヒアリングなどで可能な限り把握することを想定。

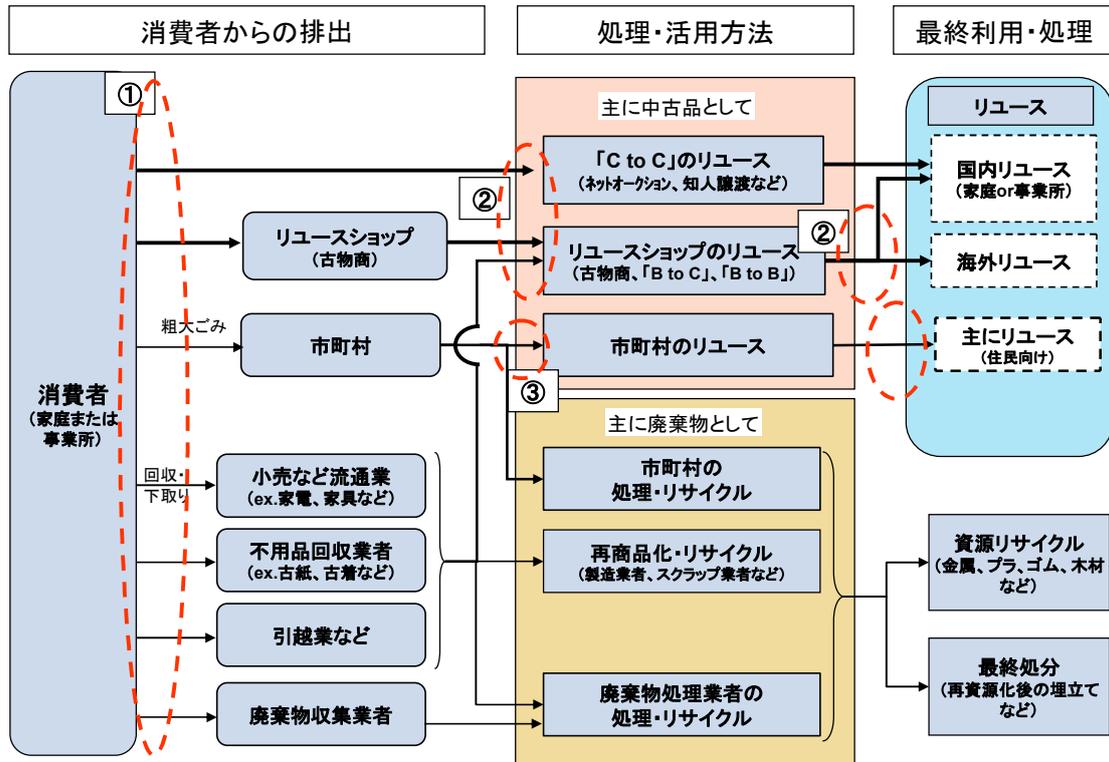
※「⑯その他」については、例えば、楽器類、CD等のソフト類などが想定され、ヒアリング調査等で可能な限り実態を把握していく。

(2) 調査の概要

一般に、使用済製品の排出からリユース・リサイクルの流れは、図表 2のように表現することができる。消費者から排出された使用済製品は、各種の経路を経て、最終的には「リユース(国内・海外)」、「資源・リサイクル」、「最終処分」のいずれとなる。

本資料においては、消費者アンケート、リユース事業者に対するアンケート調査より、流通実態を推計した結果を報告する(図表 2における①、②についての推計)。

図表 2 リユースに着目した使用済製品の流通フロー（イメージ）



※上記は一般的なフローを記載したものであり、すべての流通経路を網羅したものではない。

2. リユース市場流通物の排出・流通実態

2.1 消費者からの使用済製品の排出先について

(1) 調査方法の概要

消費者へのアンケート調査を実施し、各使用済製品が1年間にどの程度の量、どのルートに流通するのか、推計を行った。

消費者（家庭または事業所）において、不用となった使用済製品は、「自宅・物置等で保管（退蔵）」されるものの他、再使用されることを目的に「リユースショップに売却」、「ネットオークション等で売却」されるもの、「小売店に引渡・売却」、「不用品回収業者に引渡」、「引越業者に引渡」、「廃棄物処理業者へ引渡」、「地方公共団体への収集」といったルートが考えられ、消費者アンケートより推計を行った。

事前調査において、品目別に不用品発生の有無を把握し、調査総数に対する不用品発生者の割合（出現率）を求める。人口統計などを踏まえて、全国での不用品発生者数（または世帯数）を推計する。

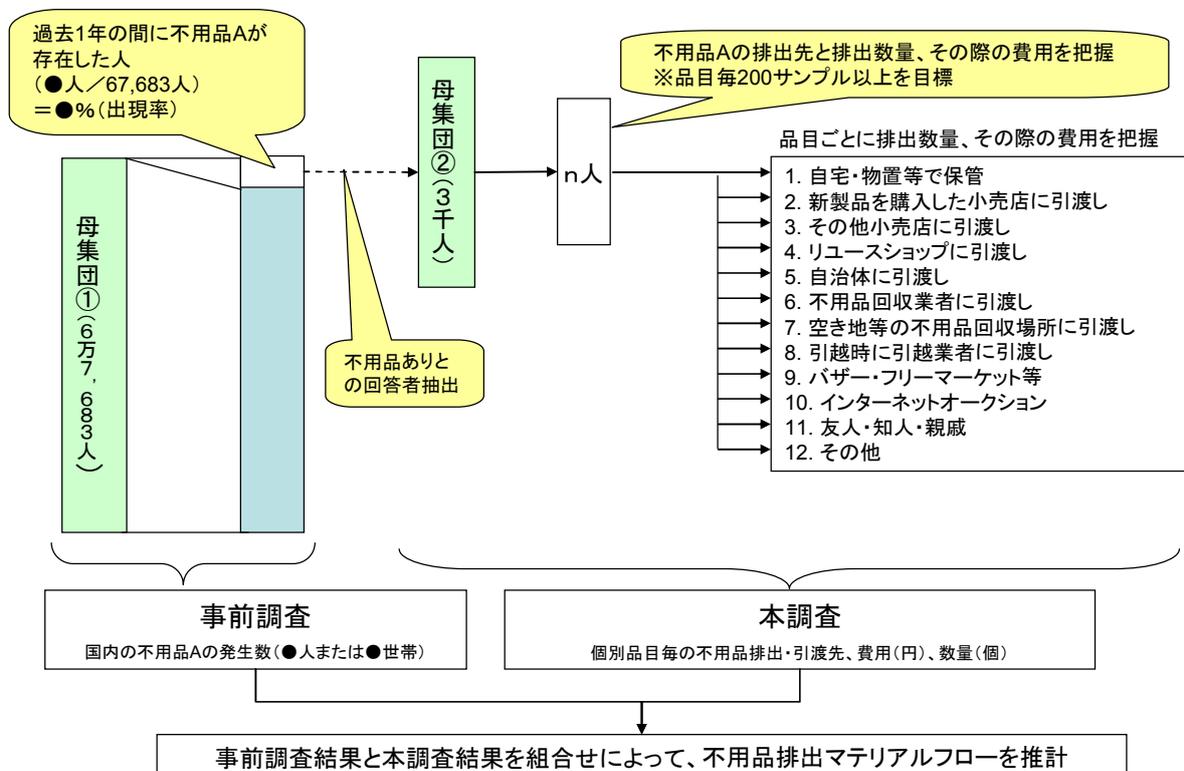
本調査は、事前調査から不用品発生ありとの回答者を抽出し、品目別に排出先・排出数量を把握し、1人あたり（または世帯あたり）の排出数量の原単位（回答の平均値、個/人、台/世帯など）を把握する。

事前調査から「（1）全国における品目別の不用品発生者数（人数または世帯数）」、本調査から「（2）排出先別の割合（％）」、「（3）排出数量（個/人など）」を推計し、それぞれを乗じることで、不用品の排出フローを推計する。

図表 3 消費者アンケート調査の目的とアウトプット

	調査項目	アウトプット
事前調査 (n=67,683)	<ul style="list-style-type: none"> ○過去1年間を対象に、品目別に不用品の発生有無を把握。 ○品目別、属性別の不用品発生の出現率(調査総数に対して、ある品目を不用品があった人の割合)を把握 	<ul style="list-style-type: none"> ○出現率をもとに、人口統計をもとに拡大推計することで、全国における品目別の不用品の発生数(または世帯数)を推計
本調査 (n=3,000)	<ul style="list-style-type: none"> ○事前調査から不用品発生ありとの回答を抽出(総数を3,000件とし、品目毎にサンプル数200以上を目標) ○品目別に不用品の排出先・数量・その際の実費用負担を把握 	<ul style="list-style-type: none"> ○品目毎に、排出先別の割合、排出個数、その際の実費用を把握する

図表 4 リユースに着目した使用済製品の流通フロー推計方法（概要）

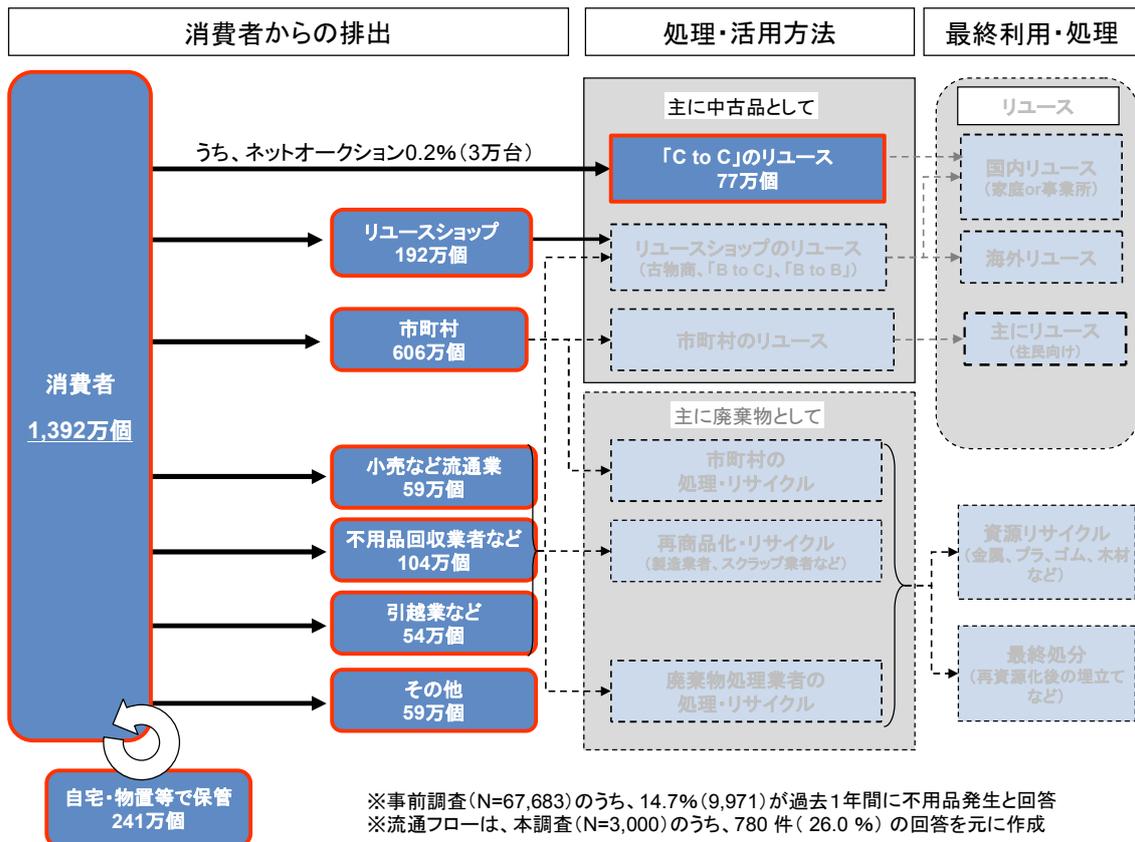


(2) 消費者からの使用済製品の排出・流通状況（推計結果）

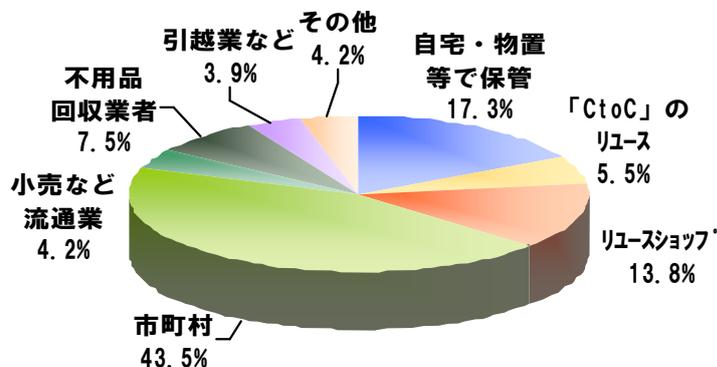
推計結果の一例として、「家具」の排出状況を図表 5、図表 6に示す。

過去1年間（平成21年12月～平成22年11月）に不用となった家具は1,392万個と推計され、うち241万個（17.3%）は「自宅・物置等で保管」されている。「市町村」に排出されるものが606万個（43.5%）と最も多く、次いで「リユースショップ」へ192万個（13.8%）、「不用品回収業者」へ104万個（7.5%）と続く。

図表 5 排出流通実態の推計結果（一次案）の例（家具の排出フロー）



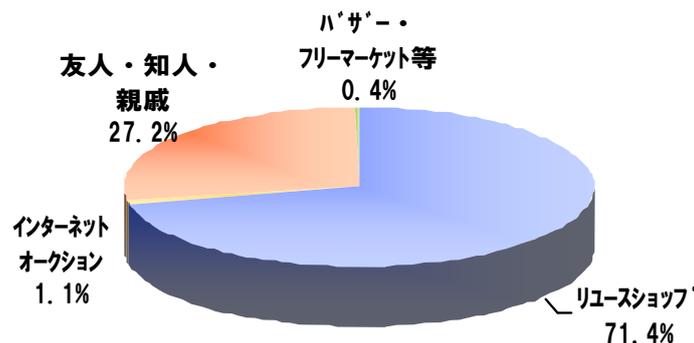
図表 6 排出流通実態の推計結果（一次案）の例（家具の排出先別割合）



リユース向けの排出としては、「リユースショップ」のほか、「C to Cのリユース」として、「インターネットオークション」、「友人・知人・親戚」、「バザー・フリーマーケット」が想定される。

リユース向けと考えられる排出先別の割合を図表 7に示す。過去1年間に、269 万個がリユース向けに排出され、そのうち「リユースショップ」が71.4%（192 万個）と最も多く、次いで「友人・知人・親戚」が27.2%（73 万個）、「インターネットオークション」が1.1%（3 万個）と続く。

図表 7 排出流通実態の推計結果（一次案）の例（家具のリユース向けの流通）



※消費者からの排出先を集計した結果。全て（269 万個）がリユース品として流通するとは限らない。（例えば、リユース業者からリサイクルに流通するものも存在すると考えられる）

排出時の費用負担を図表 8に示す。「リユースショップ」への引渡時の費用負担は、「分からない」との回答を除くと、「売却」が55.7%（平均1,195 円/台、n=48）、「無償」が32.1%、「支払い」が12.1%（平均1,100 円/台、n=6）となっている。

「小売など流通業」「不用品回収業者など」「引越業者など」については、無償の割合が最も高く、「売却」での引渡しは1割未満であった。

図表 8 排出流通実態の推計結果（一次案）の例（家具の排出時の費用負担状況）

	排出時の費用（上段：割合、回答数、下段：1台あたり平均単価）			
	売却	支払い	無償	分からない
リユースショップ （192 万個）	55.7%(n=48) (1,195 円)	12.1%(n=6) (1,100 円)	32.1%(n=29)	(n=16)
小売など流通業 （59 万個）	9.7%(n=2) (833 円)	17.7%(n=8) (350 円)	72.6%(n=32)	(n=4)
不用品回収業者など （104 万個）	2.7%(n=1) (15,000 円)	42.0%(n=14) (3,461 円)	55.3%(n=23)	(n=8)
引越業者など （54 万個）	4.0%(n=1) (2,000 円)	28.0%(n=3) (1,143 円)	68.0%(n=7)	(n=8)

※「分からない」との回答（例えば、複数の品目をまとめて引き渡したため品目ごとの単価が分からないケースなど）を除き、売却・支払い・無償の割合を算出。

※斜体は n 数が 5 以下だったもの。不用品回収業者、売却時の単価が 15,000 円/台となっており、他と比較して高い金額となっているが回答は 1 件のみであった。

同様に算出した品目別の排出流通フローの概要を図表 9に示す。(詳細は参考資料 4)

図表 9 品目別の不用品排出流通フロー推計結果 (一次案)

	過去1年の 不用品発生数	排出・引渡先の上位	リユースへの流通	
			リユースショップ	「C to C」リユース (うちネットオークション)
テレビ	2,646 万台	1) 小売など流通業(約 61%) 2) 市中回収業者など(約 14%) 3) 自宅等で保管(約 12%)	91 万台(3.4%)	74 万台(2.8%) (23 万台(0.9%))
エアコン	665 万台	1) 小売など流通業(約 64%) 2) 市中回収業者など(約 10%) 3) 自宅等で保管(約 9%)	21 万台(3.1%)	12 万台(1.7%) (1 万台(0.2%))
電気洗濯機 ・乾燥機	503 万台	1) 小売など流通業(約 63%) 2) 市中回収業者など(約 14%) 3) 自宅等で保管(約 8%)	30 万台(5.9%)	14 万台(2.7%) (1 万台(0.2%))
電気冷蔵庫 ・冷凍庫	538 万台	1) 小売など流通業(約 70%) 2) 市中回収業者など(約 8%) 3) 自宅等で保管(約 8%)	28 万台(5.2%)	21 万台(3.9%) (1 万台(0.2%))
家具	1,392 万個	1) 市町村(約 44%) 2) 自宅等で保管(約 17%) 3) リユースショップ(約 14%)	192 万個(13.8%)	77 万個(5.5%) (3 万個(0.2%))
衣類	71,011 万着	1) 市町村(約 35%) 2) リユースショップ(約 25%) 3) 自宅等で保管(約 16%)	17,522 万着(24.7%)	7,220 万着(10.2%) (2,337 万着(3.3%))
デジタルカ メラ	957 万台	1) 自宅等で保管(約 49%) 2) リユースショップ(約 14%) 3) 「C to C」のリユース(約 13%)	131 万台(13.6%)	129 万台(13.4%) (59 万台(6.2%))
携帯電話	2,331 万台	1) 自宅等で保管(約 67%) 2) 小売など流通業(約 21%) 3) リユースショップ(約 4%)	82 万台(3.5%)	53 万台(2.3%) (38 万台(1.6%))
ゲーム機	708 万台	1) 自宅等で保管(約 36%) 2) リユースショップ(約 29%) 3) 「C to C」のリユース(約 10%)	203 万台(28.7%)	74 万台(10.4%) (35 万台(5.0%))
パソコン・ 周辺機器	2,932 万台	1) 自宅等で保管(約 39%) 2) 市中回収業者など(約 15%) 3) リユースショップ(約 11%)	320 万台(10.9%)	310 万台(10.6%) (159 万台(5.4%))
書籍	118,774 万冊	1) リユースショップ(約 60%) 2) 市町村(約 12%) 3) 自宅等で保管(約 11%)	71,701 万冊(60.4%)	7,794 万冊(6.6%) (5,713 万冊(4.8%))
自転車	1,555 万台	1) 市町村(約 30%) 2) 自宅等で保管(約 27%) 3) 市中回収業者など(約 16%)	91 万台(5.9%)	121 万台(7.8%) (8 万台(0.5%))
カー用品	1,182 万個	1) 自宅等で保管(約 30%) 2) 小売など流通業(約 20%) 3) 市町村(約 17%)	70 万個(6.0%)	178 万個(15.1%) (129 万個(10.9%))
スポーツ用 品	1,153 万個	1) 自宅等で保管(約 39%) 2) 市町村(約 24%) 3) リユースショップ(約 13%)	152 万個(13.2%)	146 万個(12.7%) (59 万個(5.1%))
その他	8,919 万個	1) リユースショップ(約 32%) 2) 市町村(約 21%) 3) 「C to C」のリユース(約 20%)	2,837 万個(31.8%)	1,781 万個(20.0%) (1,269 万個(14.2%))

※推計対象期間は過去1年間(平成21年12月～平成22年11月)。

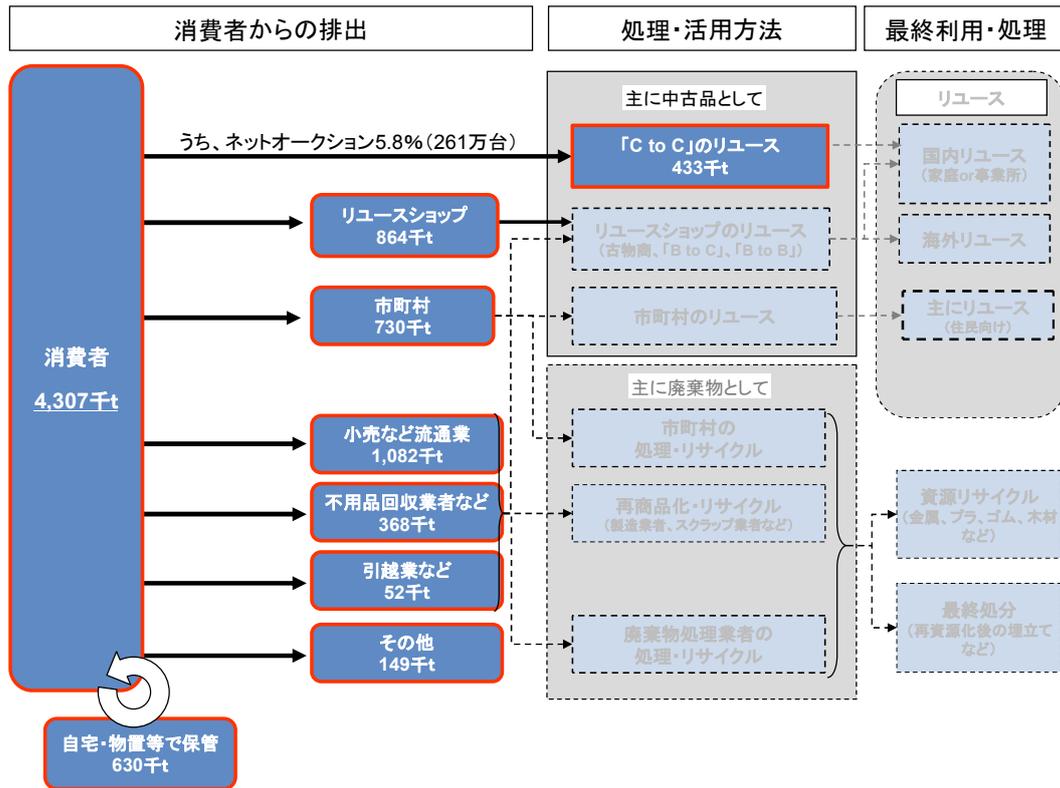
※不用品発生数には自宅等で保管されたものを含む。詳細は、参考資料4を参照。

(3) 消費者からの使用済製品の排出・流通状況（重量換算）

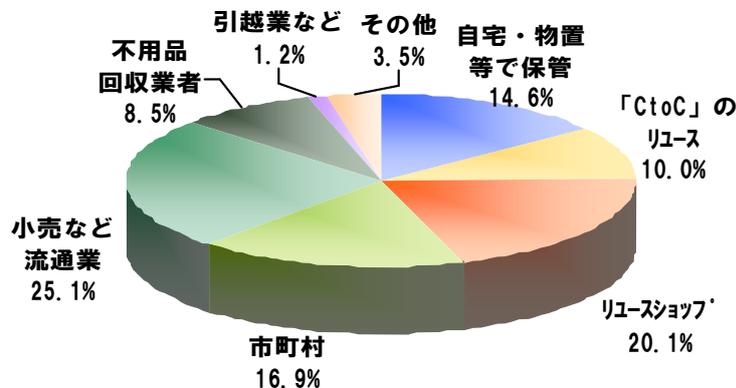
品目別に推計した排出・流通状況について、品目別の単位あたり重量（kg/台、kg/個など）を乗じて、合計した重量換算のフローを図表 10に示す¹。

総排出量は 431 万 t と推計され、うち「小売など流通業」に引き渡されるものが 108 万 t（25%）と最も多く、次いで「リユースショップ」が 86 万 t（20%）、「市町村」が 73 万 t（17%）、「自宅・物置等で保管」が 63 万 t（15%）と続く。

図表 10 排出流通実態の推計結果（一次案）（重量換算）



図表 11 排出流通実態の推計結果（一次案）（重量換算での排出先別割合）



¹ 換算に使用した単位あたり重量は、環境省「平成 21 年度 電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業」などより作成（詳細は図表 12を参照）

図表 12 重量換算のために使用した単位あたり重量 (kg/台、kg/個など)

	単位あたり重量 (kg/台(個など))	算定方法・根拠
テレビ	28.9	<ul style="list-style-type: none"> 平成 21 年度の家電リサイクル実績より 1 台あたりの重量を推計 (財団法人家電製品協会「家電 4 品目のリサイクル実施状況」より) テレビは、ブラウン管テレビ、薄型テレビの加重平均
エアコン	42.1	
電気洗濯機・乾燥機	61.1	
電気冷蔵庫・冷凍庫	33.7	
家具	21.5	<ul style="list-style-type: none"> 平成 21 年度における市町村アンケートにおけるリユース実績より推計 (n=24)
衣類	0.383	<ul style="list-style-type: none"> 「繊維製品リサイクルの現状調査報告書」(平成 19 年 2 月 独立行政法人中小企業基盤整備機構) より算出
デジタルカメラ	0.147	<ul style="list-style-type: none"> メーカーHP を参考に 1 台あたりの重量を設定 (N=8)
携帯電話	0.132	<ul style="list-style-type: none"> メーカーHP を参考に 1 台あたりの重量を設定 (N=9)
ゲーム機	0.8	<ul style="list-style-type: none"> 据え置き型、ポータブルが対象。ニンテンドーDS、PSP、Wii、プレイステーション 3、Xbox 360、それぞれの年間販売台数に応じて加重平均し求める。
パソコン・周辺機器	1.4	<ul style="list-style-type: none"> デスクトップ、ノート型を想定し、それぞれの重量は 2.19kg/台、1.02kg/台 (エコリーフより)。それぞれの国内出荷量に応じ、加重平均することで単位あたり重量を算出。
書籍	0.3	<ul style="list-style-type: none"> 社団法人全国出版協会・出版科学研究所「2009 出版指標年報」をもとに 306g と設定 (2008 年データ)
自転車	17.0	<ul style="list-style-type: none"> 財団法人自転車産業振興協会「不要自転車の回収・処理及び再資源化に関する調査報告書」(平成 16 年 3 月) をもとに、自転車 1 台あたり 17kg と設定。
カー用品	9.2	<ul style="list-style-type: none"> 主に流通しているものとして、タイヤ・ホイール、カーナビ、カーオーディオを想定し、それぞれの重量はメーカーHP 等より把握、カー用品専門リユースショップの有価証券報告書に掲載されていた品目別売上比率 (おおよそ 6:2:2) を元に、加重平均して設定
スポーツ用品	2.0	<ul style="list-style-type: none"> ゴルフ用品、アスレチックウェア、チームスポーツ用品、アウトドア、サイクルスポーツ、ラケット競技などが市場規模の上位といわれている。 このうち、スポーツウェア・シューズは衣類に、サイクルスポーツは自転車に含まれると想定。 ここでは、ゴルフ (ドライバー (n=3)、アイアン (n=3)、ゴルフセット (n=3))、ボール (野球) (n=3)、ラケット (テニス) (n=3) について、メーカーHP 等より重量を把握し、品目ごとの平均より単位あたり重量を設定。
その他	15.6	<ul style="list-style-type: none"> 上記、14 品目の単位あたり重量を単純平均。(その他の具体的な内容としては、楽器類、オーディオ類、カメラなどが想定される)

出典) 詳細は、環境省「平成 21 年度 電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業」

2.2 リユースショップにおける仕入れ・販売先の状況について

(1) 調査方法の概要

リユースショップ（リユース事業者）に対してアンケート調査を実施し、使用済製品・中古品の仕入れ・販売先が、どのルートに、どれくらいの量流通しているのか、推計を行った。

リユース事業者における仕入れ先は、「消費者（家庭）からの仕入れ」、「企業ユーザーからの仕入れ」、「同業者からの仕入れ」が想定され、リユースされるものはどのような経路で仕入れられているのかを明らかにする。

また、リユース品の販売先は「国内一般消費者」「国内企業ユーザー」「海外輸出」が考えられ、販売方法は「店頭販売」、「ネット販売」が考えられる。

図表 13 リユース事業者向けアンケートの回収状況

	発送数 (A)	無効 (B)	有効発送数 (C) (=A-B)	回収数 (D)	回収率 (E) (=D/C)
リユース事業者	1,995	174	1,821	248	13.6%

(2) リユース市場規模に占めるアンケート回答の捕捉率

回答のあった 248 件のうち、売上額（円）、うち中古品販売の割合（％）のいずれも回答が得られたものは 205 件であった^{2,3}。205 件の回答における中古品販売額（円）を合計すると 1,032 億円となる。

これは平成 21 年度の環境省調査にて推計されたリユース市場規模⁴のうち「リユースショップ・中古品販売店で購入」と推計された 4,996 億円の約 20%、リユース市場規模全体の 1 兆円の約 10%（いずれも 2009 年に推計）に相当し、商業統計における「中古品小売業（骨とう品を除く）」の年間販売額（3,452 億円、2007 年データ）の約 30%に相当する。

図表 14 リユース事業者向けアンケート回答結果（売上額の合計）

（単位：百万円）

	売上額合計 (n=211)	中古品販売額 (n=205)
合計値	145,845	103,210
最大値	19,202	19,202
中央値	100	48
最小値	1	1
平均値	691	416

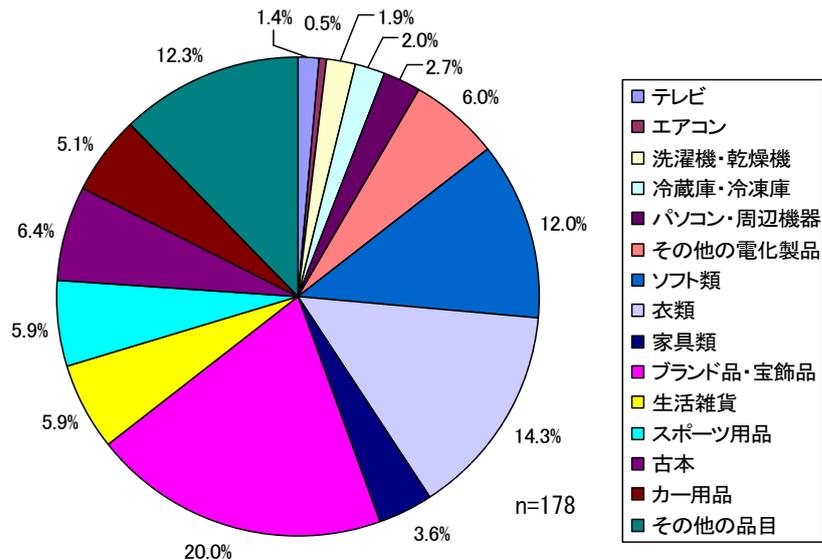
※248 件の回答のうち、37 件は売上額不明（未記入）。売上額は把握できるが、中古品販売額の割合不明が 6 件

- ² アンケート回答内容より、古美術、金券、骨とう品のみを取り扱う事業者と判断できた場合には、対象外として集計に含めていない
- ³ 売上額に記入がない場合：回答企業の HP や公開資料より把握できる場合に補足を行った。
中古品販売の割合に記入がない場合：回答企業の HP にて中古品販売の専業と確認できるものは補足を行った。
- ⁴ 環境省「平成 21 年度 電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業」。同調査において、「ネットオークションで購入」（4,541 億円）の内数として「リユースショップ・中古品販売店でのネット販売」も含まれている可能性がある。

アンケート回答で確認できた品目別の売上額を整理する。品目別の売上額が把握できた回答は 178 件、666 億円であり、多いものから「ブランド・宝飾品」(20%)、「衣類」(14%)、「その他の品目」(12%)、「ソフト類」(12%) となっている。

「その他の品目」については、楽器類、音響機材、事務機器、厨房機器などが挙げられている。

図表 15 リユース事業者向けアンケート回答結果 (品目別・売上額の割合)



※248 件の回答のうち、37 件は売上額不明 (未記入)。売上額は把握できるが、中古品販売額の割合不明が 6 件。さらに、品目別の売上割合不明が 27 件

◇ 「その他の品目」の具体的な回答

- ・ 楽器類 (ピアノ、エレクトーン、ギター、電子楽器)
- ・ 音響・スタジオ機材 (オーディオ、アンプ)
- ・ 事務機器 (机、イス、ロッカーなど、スチール家具)
- ・ 厨房機器 (ガス器具、調理器具、厨房用電化製品、シンクなど)
- ・ カメラ
- ・ 美容機器等
- ・ 携帯電話
- ・ 工具・園芸用品(建築用、工場用工具、農具など)
- ・ 釣り道具
- ・ パチンコ機、スロット機 / など

(3) リユースショップにおける仕入れ・販売先の状況

1) リユース事業者の販売先別割合

① リユース事業者の販売先別割合の集計方法

販売先別の売上額の割合は、数式 1より集計する。個別のアンケート回答より、「中古品の売上額 (S)」に「品目別の売上割合 (C)」を乗じることで「品目別の中古品売上額 (=S×C)」を推計する。その上で、「品目別・販売先別の売上割合 (T)」を乗じ、全ての回答を合計することで「品目別・販売先別の売上額 (F)」を算出する。

数式 1 品目別・販売先別の売上額の集計方法

$$F_{ik} = \sum (S_j \times C_{ji} \times T_{ik})$$

※Fは品目別・販売先別の中古品売上額 (円)

※Sは中古品の売上額 (アンケート回答) (円)

※Cは品目別の売上割合 (%) (※ (S×C) は品目別の中古品売上額 (円) となる)

※Tは品目別・販売先別の売上割合 (%)

※iは対象となる品目

※jは回答企業 (回答は 187 件であり、j は 1~187)

※kは販売先 (「一般消費者」「法人・事業者ユーザー」「他の中古品取扱業」「海外 (輸出)」「その他」)

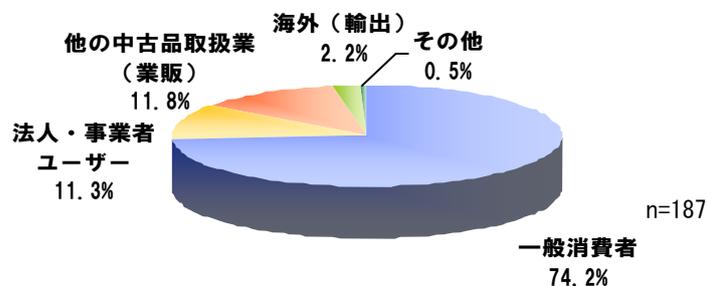
② リユース事業者の販売先別割合の集計結果

アンケート回答より販売先別割合を集計した結果を図表 16に示す。

リユース事業者の販売先について、「一般消費者」が 74%を占め、次いで「他の中古品取扱業 (業販)」が 12%、「法人・事業者ユーザー」が 11%、「海外 (輸出)」が 2%と続く。

「その他」の具体的な内容としては、「オークション・市場での販売」「レンタルでの販売」などの回答があった。

図表 16 リユース事業者の販売先について (全品目合計、金額ベースの集計結果)



※品目別・販売先別の売上額合計に、品目別の回答がなく全体での販売先別の割合を回答しているものを集計した結果。

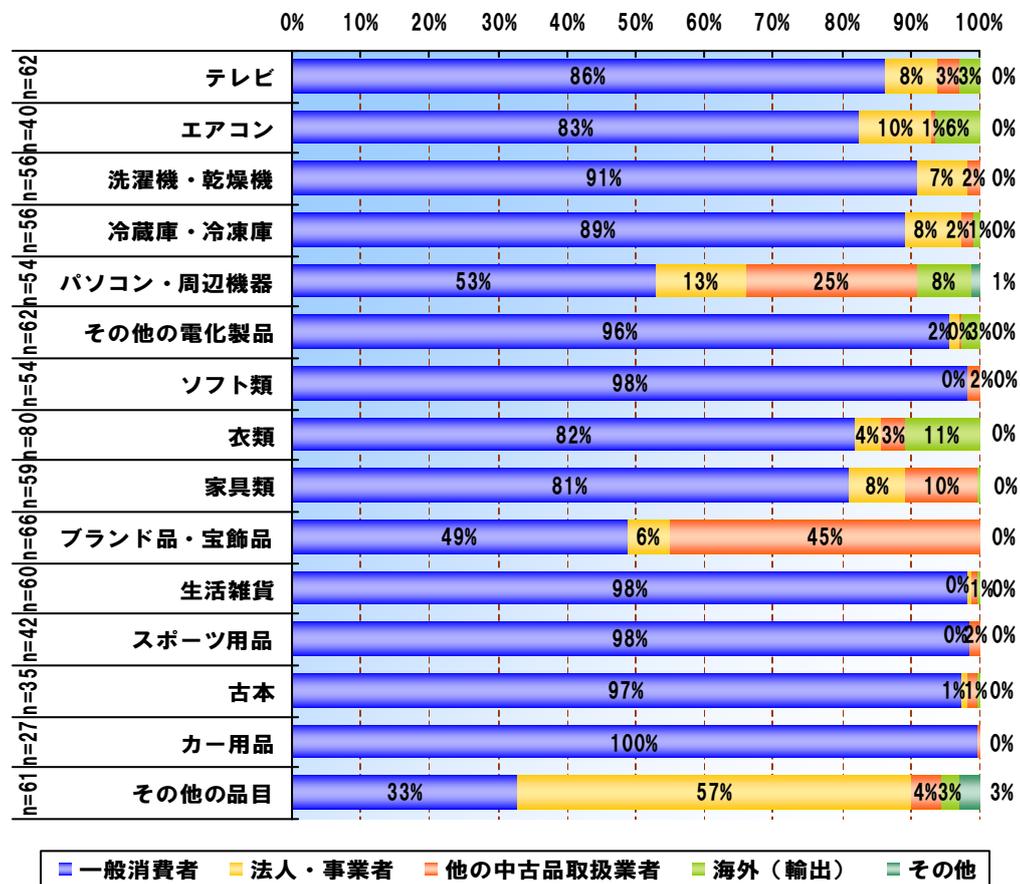
◇「その他」の具体的な回答（販売先）

- ・ 同業者間のオークション・市場
- ・ レンタル販売
- ・ 特定の事業者・店舗に販売 / など

同様に、品目別にみた際に特徴的な点として、以下のような点が挙げられる。

- ・ 「パソコン・周辺機器」、「ブランド品・宝飾品」において、「他の中古品取扱業者（業販）」の割合が他と比べて高い。（それぞれ25%、45%）
- ・ 生活家電（テレビ、エアコン、洗濯機、冷蔵庫）、その他家電製品、ソフト類、生活雑貨、スポーツ用品、古本、カー用品などは一般消費者向けの販売が多い。

図表 17 リユース事業者の販売先について（品目別、金額ベースの集計結果）



2) リユース事業者の販売方法別割合

① リユース事業者の販売方法別割合の集計方法

販売方法別の売上額の割合は、基本的には販売先別割合と同様の方法で、数式 2より集計する。個別のアンケート回答より推計される「品目別の中古品売上額 (=S×C)」に、「品目別・販売方法別の売上割合 (U)」を乗じ、全ての回答を合計することで「品目別・販売方法別の売上額 (G)」を算出する。

数式 2 品目別・販売方法別の売上額の集計方法

$$G_{ik} = \sum (S_j \times C_{ji} \times U_{il})$$

※G は品目別・販売方法別の売上額 (円)

※S は中古品の売上額 (アンケート回答) (円)

※C は品目別の売上割合 (%) (※ (S×C) は品目別の中古品売上額 (円) となる)

※U は品目別・販売方法別の売上割合 (%)

※i は対象となる品目

※j は回答企業 (回答は 177 件であり、j は 1~177)

※l は販売方法 (「店頭販売」「ネット販売」「その他」)

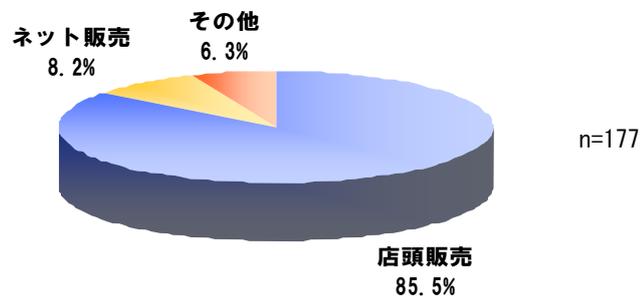
② リユース事業者の販売方法別割合の集計結果

アンケート回答より品目別・販売方法別の売上額を集計した結果を図表 18に示す。

リユース事業者の販売方法について「店頭販売」が約 86%と大部分を占めている。「ネット販売」は約 8%、「その他」が約 6%となっている。

「その他」の具体的な内容としては、「オークション・市場」「訪問販売・外商」「他社に委託して販売」などの回答が挙げられている。

図表 18 リユース事業者の販売方法について (全品目合計、金額ベースの集計結果)



※品目別・販売方法別の売上額合計に、品目別の回答がなく全体での販売方法別の割合を回答しているものを集計した結果。

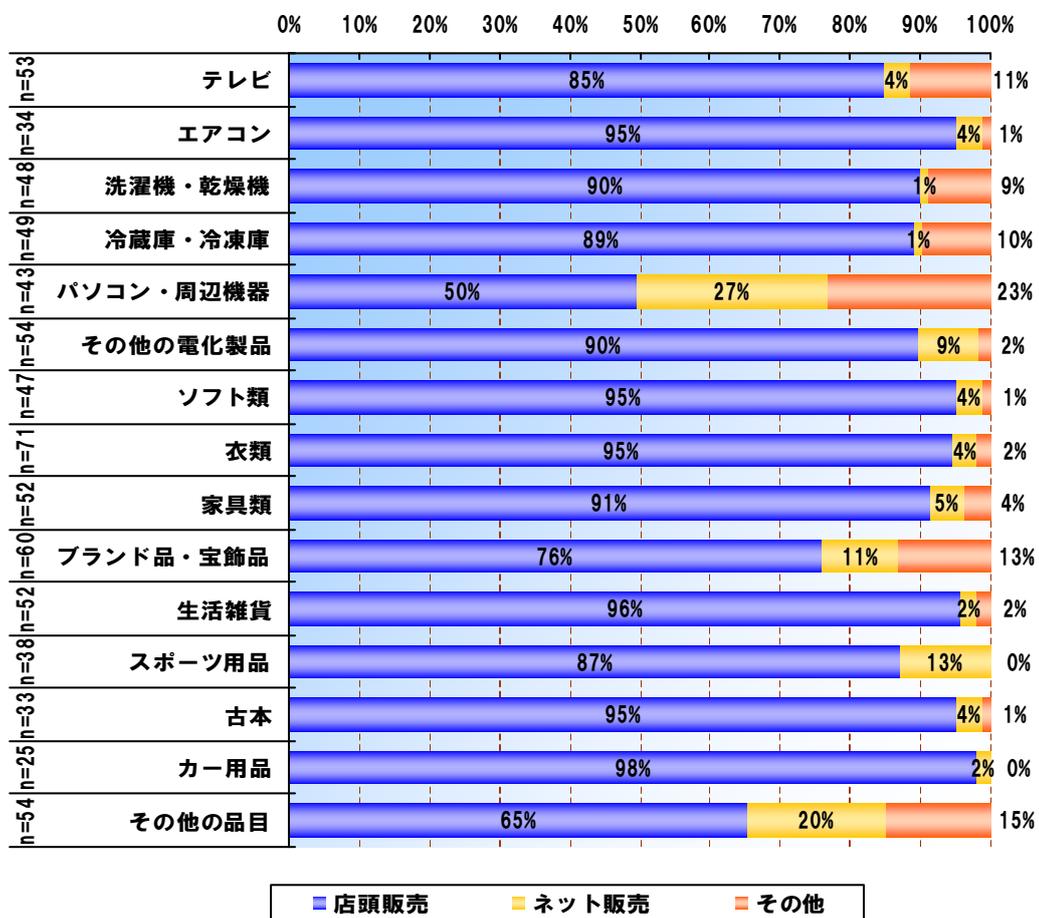
◇「その他」の具体的な回答（販売方法）

- ・同業者間のオークション・市場
- ・訪問販売・外商
- ・他者に委託して販売
- ・ボランティアに譲渡
- ・テレマーケティング / など

品目別に見ると、特徴的な品目としては、以下のものが挙げられる。

- ・「パソコン・周辺機器」は「ネット販売」（27%）、「その他」（23%）の割合が他と比較して高い。

図表 19 リユース事業者の販売方法について（品目別、金額ベースの集計結果）



3) リユース事業者の仕入元の割合

① リユース事業者の仕入元別の割合の集計方法

仕入元別の割合についても、基本的には販売先別割合・販売方法別割合と同様の方法で、数式 3より集計する。ただし、アンケート調査においては、仕入金額の把握は困難であったため、中古品売上額にて代用して仕入元別の割合を推計する。

個別のアンケート回答より推計される「品目別の中古品売上額 (=S×C)」に、「品目別・仕入元別の割合 (U)」を乗じ、全ての回答を合計することで「品目別・仕入元別の金額 (G)」を算出する。

数式 3 品目別・仕入元別の売上額の集計方法

$$H_{ik} = \sum (S_j \times C_{ji} \times R_{il})$$

※G は品目別・販売方法別の売上額 (円)

※S は中古品の売上額 (アンケート回答) (円)

※C は品目別の売上割合 (%) (※ (S×C) は品目別の中古品売上額 (円) となる)

※R は品目別・仕入元別の金額割合 (%)

※i は対象となる品目

※j は回答企業 (回答は 187 件であり、j は 1~187)

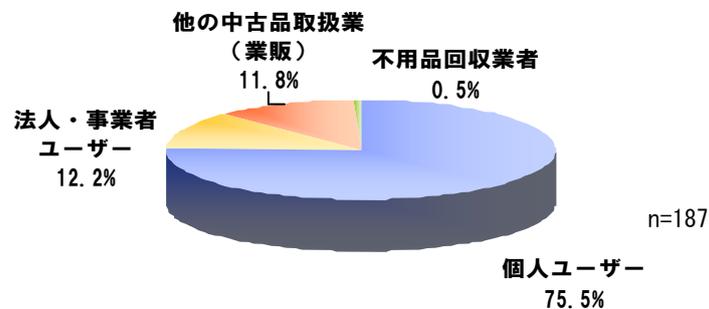
※l は仕入元 (「個人ユーザー」「法人・事業者ユーザー」「リース業」「他の中古品取扱業 (業販)」「不用品回収業者」)

② リユース事業者の仕入元別割合の集計結果

アンケート回答より品目別・仕入元別の金額を集計した結果を図表 20に示す。

商品の仕入元について「個人ユーザー」が約 76%、次いで「法人・事業者ユーザー」が約 12%、「他の中古品取扱業」が約 12%となっている。

図表 20 リユース事業者の仕入れ状況について (全品目合計、金額ベースの集計結果)



※品目別・仕入元別の合計に、品目別の回答がなく全体での仕入元別の割合を回答しているものを集計した結果。

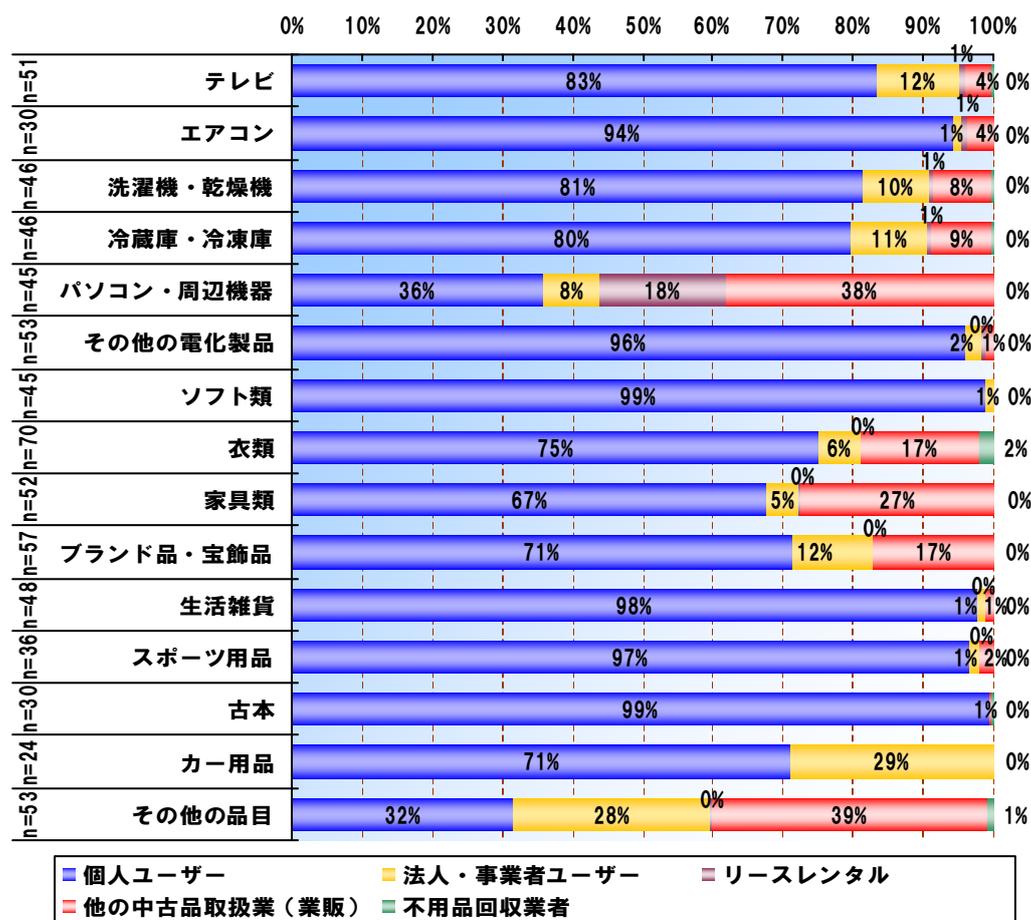
※「法人・事業者ユーザー」にリース業を含む

※仕入れ金額は把握できないため、中古品売上額で代用して推計

品目別に見ると、以下のような特徴が挙げられる。

- ・「エアコン」「その他の電化製品」「ソフト類」「生活雑貨」「スポーツ用品」「古本」は消費者からの仕入れが9割以上を占めている。
- ・「パソコン・周辺機器」は「他の中古品取扱業」（38%）、「リース・レンタル」（18%）の割合が他と比較して高い。

図表 21 リユース事業者の仕入れ状況について（品目別、金額ベースの集計結果）



※品目別では、法人・事業者ユーザーのうち、リース業の割合を把握している。

(以上)