

平成23年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会 報告書 (概要版)

- ・本資料は「平成23年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」の内容の一部を抜粋し、整理したものです。
- ・報告書は環境省ウェブサイトより入手できます。(<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse>)

- 
- 本事業は、環境保全上の効果の点からも推進することが望ましいリユースに関する様々な取組みの活性化を図るため、市町村とリユース業者との連携によるリユースモデル事業の実施、他の業界におけるリユースの事例調査、リユース業界の更なる優良化方策の検討等を通じて、今後のリユース推進に向けた課題や支援策を検討することを目的とする。

 - 具体的には以下3つの調査・事業を実施
 - 1 市町村とリユース事業者との連携によるリユースのモデル事業
(6モデル地域において市町村とリユース事業者等が連携してリユース事業を実施)
 - 2 他の業界におけるリユース事例調査
(他業界の事業者(リース業者、引越業者、ビル管理会社等)とリユース事業者との連携事例を調査し、リユース業界に求める要件を整理)
 - 3 リユース業界の更なる優良化方策について
(リユース業者による優良化に向けた取組の方向性を検討・整理)

 - 実施に当たっては、研究者、関係業界等の有識者の方を構成員とした研究会を開催、調査項目及び調査結果について、多角的な検討をいただいた。

平成23年度のリユース促進事業の概要

研究会での検討事項

更なるリユースの推進方策

市町村リユースモデル事業

市町村とリユース業者等が連携して、リユースを行うモデル事業を実施。
(6地域にて実施)

下記の2つの方式を実施し、効果の検証、課題整理を通じて、今後の推進方策を検討。

地域内事業者リスト方式

市町村回収後選別方式

リユース業者の他の業界とのリユース事例調査

他業界の事業者(リース業者、引越業者、ビル管理会社等)とリユース事業者との連携事例を調査し、リユース拡大に向けた方策・課題等を整理。

リユース業者の優良化に関する検討

品質確保、トレーサビリティの確保及びコンプライアンス等の観点を含めて、リユース業者による優良化に向けた取組を、リユース業界団体との意見交換等を通じて検討、その結果を本研究会にて報告。

ガラスびんリユース推進方策の検討・調査

「びんリユースシステムの在り方」に関してとりまとめを実施。また、びんリユースシステムを構築している既存の成功事例を整理・事例集としてまとめた。

ガラスびんリユース実証事業

自治体や事業者等の関係者が連携し地域内でびんリユースを促進するための実証事業を実施。

九州硝子壺商業組合内
Rびん推進九州プロジェクト
(福岡地区)

びん再利用
ネットワーク
(新宿区)

郡山市容器リユース推進
協議会(福島県)

(株)吉川商店
(全国28都府県)

廃棄されていたものをリユースへ

リサイクルされていたものをリユースへ

市町村とリユース事業者との連携によるリユースのモデル事業 モデル事業の実施概要

- 平成22年度の調査より、市町村が収集する粗大ごみ等の1～2割程度が、中古品として利用が可能とのデータが得られており、使用済製品等のリユースを促進することは廃棄物の処分量の削減が期待できる。
- 一方、市町村において使用済製品等のリユースを促進するには、市町村の人員等の体制や保管場所、ノウハウ等の不足についての対応が必要であり、この対応策の一つとして、リユース事業者の知見を活用することが指摘されている。
- そこで、市町村とリユース事業者が連携し、使用済製品等のリユースを進めるモデル事業を6地域で実施、「地域内事業者リスト方式」と「市町村回収後選別方式」の2方式で実施した。

市町村における使用済製品等のリユース推進時の課題・問題点とリユース事業者との連携による効果(例)

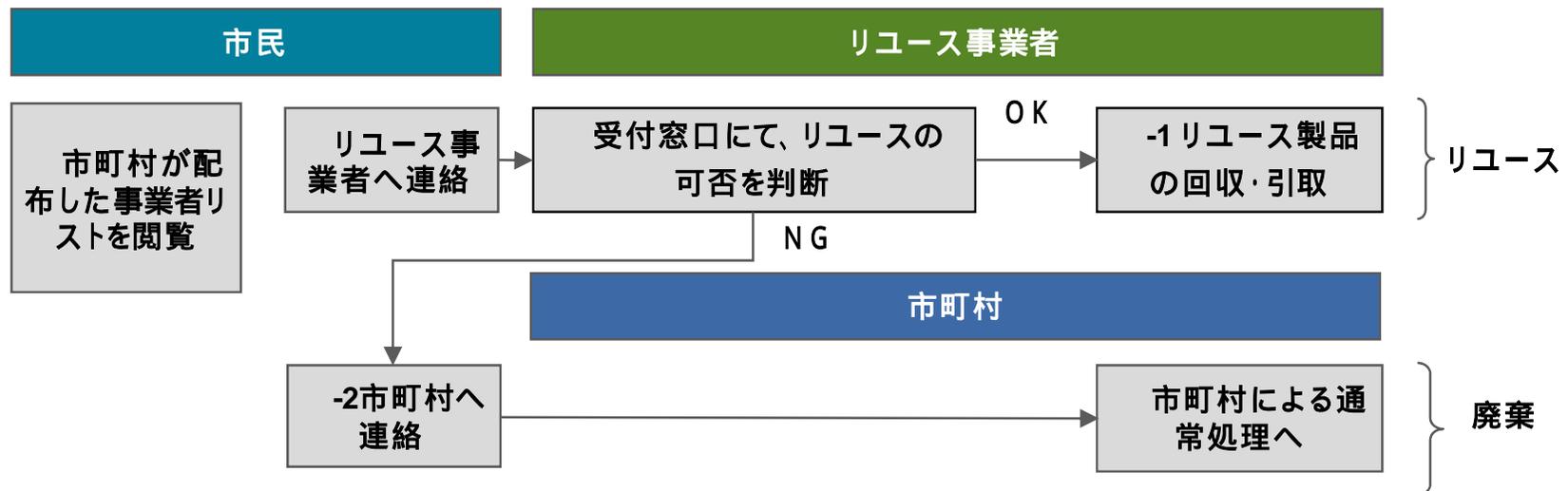
リユース推進時の課題・問題点	リユース事業者との連携による効果(例)
排出者のリユース意向確認	リユース事業者が直接、取引を行うことで不用となる
製品の品質保証が出来ない	リユース事業者が他の取扱い製品と同様に品質保証を行う
リユース品の需給バランスの調整	リユース事業者が需給バランスの調整を実施
保管スペースの不足	保管スペースは不用となる
収益構造の改善	リユースに関連する支出が減少し、販売収益が入る
ノウハウ・人員の不足	リユース事業者がノウハウ・人員を担う

連携するリユース事業者は、リユース業の業界団体であるジャパン・リサイクル・アソシエーション(JRCA)、日本リユース機構(JRO)及び日本リユース業協会(JRAA)の各会員事業者を中心に協力を得た。

リユースモデル事業「地域内事業者リスト方式」の概要

- 「地域内事業者リスト方式」は、市町村が地域内のリユース事業者を選定し、店舗の概要、買取基準、利用方法等を紹介するちらし等を作成、各世帯に配布する。使用しないまま保管されている製品などをごみとして出す前に、リユース事業者の活用を促すものである。
- 具体的な情報・製品の流れは、市民が市町村から配布されたちらし等を閲覧し、リユース事業者へ直接・連絡をする。リユース事業者はリユース品として買取可能な場合は、回収・買取を行い、買取ができない場合には、市民に改めて市町村へ粗大ごみ等処理の連絡を依頼する。
- リユース品としての買取方法は、店頭買取(市民が店舗に持参する)、出張買取(リユース事業者が市民宅に訪問する)、宅配買取(製品を宅配便で送る)の3つの方法が考えられる。

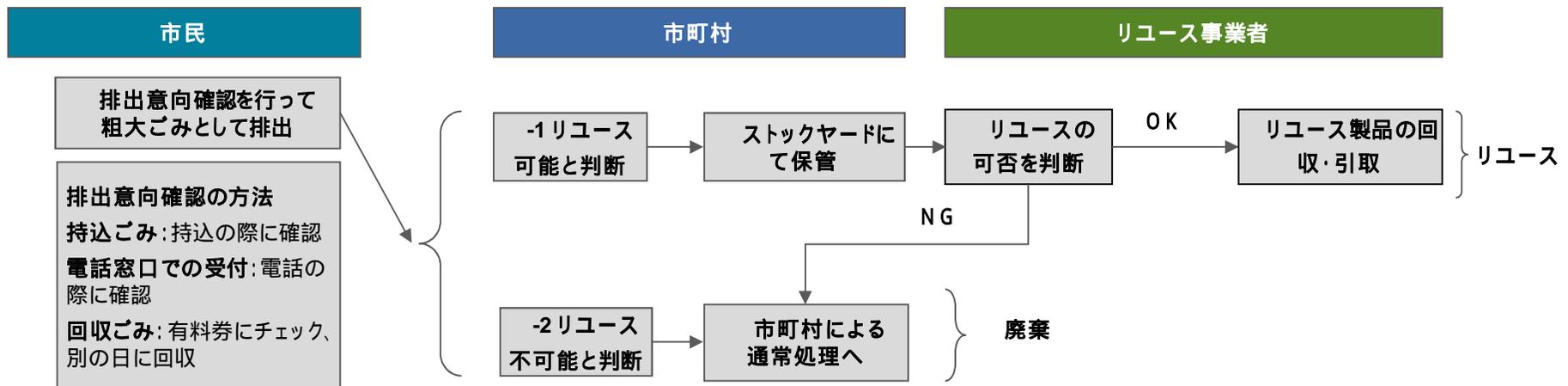
「地域内事業者リスト方式」の流れ(イメージ)

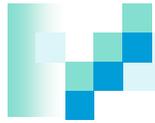


リユースモデル事業「市町村回収後選別方式」の概要

- 「市町村回収後選別方式」は、市町村が粗大ごみ等として回収した物について、リユース事業者が市町村のストックヤード等で検品し、リユース品として買い取りできると判断したものを市町村から買い取るものである。
- 具体的な情報・製品の流れは、市民から「リユースしてもよい」との意向を確認できた粗大ごみ等のうち、市町村がリユース可能と考えられるものを選別・ストックヤードで一時保管する。保管したもののうち、リユース事業者がリユース可能だと判断した製品を回収・引取る。リユース不可と判断された製品は通常の粗大ごみ等の処理を行う。

「市町村回収後選別方式」の流れ(イメージ)

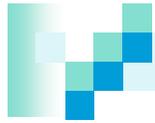




「地域内事業者リスト方式」の実施地域(4地域)

- 「地域内事業者リスト方式」は、愛知県大府市、大阪府泉大津市、群馬県明和町、東京都世田谷区、4市区町において、リユース事業者の協力を得て、モデル事業を実施した。

	人口・世帯数	モデル事業の概要
愛知県大府市	人口8.6万人 3.5万世帯	【地域内事業者リスト方式】 <ul style="list-style-type: none">・市内・近隣地域に立地するリユース事業者、市民が利用できる宅配型リユース事業者を紹介(12店舗)。店頭買取、出張買取、宅配買取の状況を実証。・ちらしは12月15日から1週間程度かけて全戸に配布。また、公共施設等にもちらしを設置。・ポスターは1月から公共施設等に掲示。
大阪府泉大津市	人口7.7万人 3.3万世帯	【地域内事業者リスト方式+相談窓口設置】 <ul style="list-style-type: none">・市内・近隣地域に立地するリユース事業者を紹介(2店舗)。店頭買取、出張買取の状況を実証。・市に相談窓口を設置し、ちらしを見た市民からの質問・相談等に対応し、適切な利活用を促した。・ちらしは、11月下旬から1週間程度かけて全戸に配布。また、公共施設等にもちらしを設置。・ポスターは12月から公共施設等に掲示。
群馬県明和町	人口1.2万人 0.4万世帯	【地域内事業者リスト方式+相談窓口設置】 <ul style="list-style-type: none">・近隣地域に立地するリユース事業者を紹介(1店舗)。店頭買取、出張買取の状況を実証。・町に相談窓口を設置し、ちらしを見た町民からの質問・相談等に対応し、適切な利活用を促した。・ちらしは、町の広報誌とともに、12月10日から1週間程度かけて全戸に配布。・ポスターは、12月から公共施設等、町の有料ごみ袋を販売している店舗などで掲示。
東京都世田谷区	人口83.9万人 43.7万世帯	【地域内事業者リスト方式】 <ul style="list-style-type: none">・区内・近隣地域に立地するリユース事業者、区民が利用できる宅配型リユース事業者を紹介(24店舗)。店頭買取、出張買取、宅配買取の状況を実証。・ちらしは、12月11日(日)に世田谷区全域を対象に新聞折込にて配布。



「市町村回収後選別方式」の実施地域(2地域)

- 市町村回収後選別方式は、神奈川県秦野市、京都府綾部市、2市において、リユース事業者の協力を得て、モデル事業を実施した。

	人口・世帯数	モデル事業の概要
神奈川県 秦野市	人口17.0万人 7.0万世帯	【市町村回収後選別方式(自己搬入)】 <ul style="list-style-type: none">・ 市民から自己搬入された粗大ごみのうち、リユース品として買取可能性があるものを担当者が一次選別し、保管。・ 一次選別された製品を、リユース事業者が査定し、リユース品として買取できるものを市から購入。・ リユースに対する意向は、自己搬入粗大ごみの受付時に、リユース同意書へ署名してもらうことで確認。
京都府 綾部市	人口3.6万人 1.4万世帯	【市町村回収後選別方式(戸別収集+自己搬入)】 <ul style="list-style-type: none">・ 戸別収集する粗大ごみ等、市民から自己搬入された粗大ごみ等の中から、リユース品として買取可能性があるものを担当者が一次選別し、保管。・ 一次選別された製品を、リユース事業者が査定し、リユース品として買取できるものを市から購入。・ 戸別収集は排出する市民立ち会いのもと実施されるため、リユースに対する意向は収集時に確認。



リユースモデル事業の利用状況・効果の把握方法

- モデル事業を通じてリユースされた量(リユースショップにて市民から買取した実績、市町村が回収後にリユースショップが買取した実績)を把握、あわせて、モデル事業を通じてリユースショップを利用した住民、事業期間中に使用済製品が発生したがモデル事業を利用しなかった住民、協力いただいたリユース事業者などを対象にアンケート調査・インタビュー調査を行い、モデル事業の取組の効果や課題を整理した。

- 具体的には、以下の方法より実績・実態を把握し整理した。

- モデル事業を通じた利用状況の把握

- (協力いただいたリユース事業者から報告いただいた利用実績より把握)

- モデル事業利用者、住民向けアンケート調査

- (モデル事業を通じてリユースショップを利用した人、及び、モデル事業の利用有無に関わらず、モデル事業を実施している市区町に在住する住民を対象としたアンケート)

- 協力いただいたリユース事業者向けアンケート調査・インタビュー調査

- (モデル事業を通じて、どのような成果・課題があったかを把握)

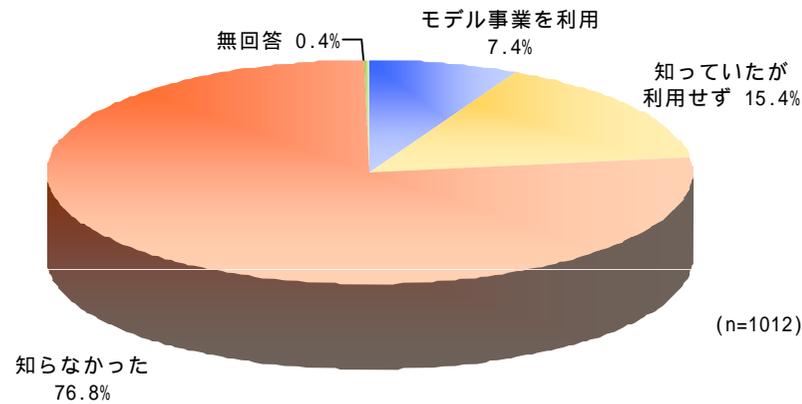
利用状況及びアンケート調査の詳細については、研究会報告書参照。

- 加えて、使用済製品のリユースを推進しようとする市町村の担当者に向けて「モデル事業と同様の事業を実施する際のポイント」を取りまとめた。

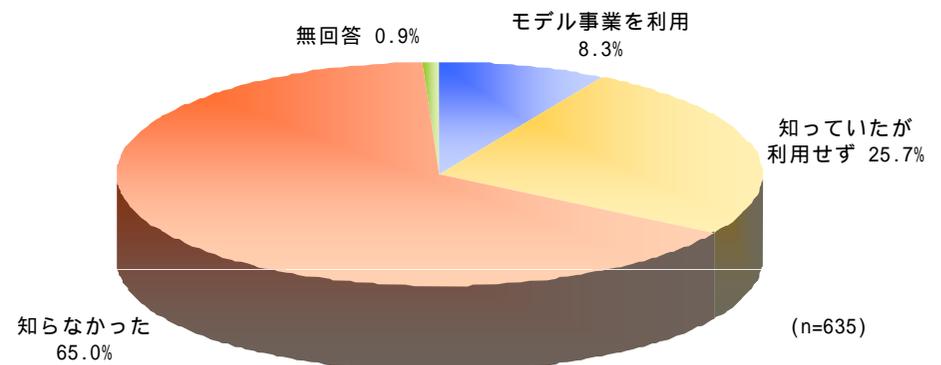
モデル事業の認知・利用状況(「地域内事業者リスト方式」)

- 住民向けアンケートの結果によれば、ちらしの配布によって、1.5～4割程度(16.0%～42.3%)の人がモデル事業について認知しており、0.5～1.5割程度(4.1%～16.4%)の人が実際にリユースショップを利用した。

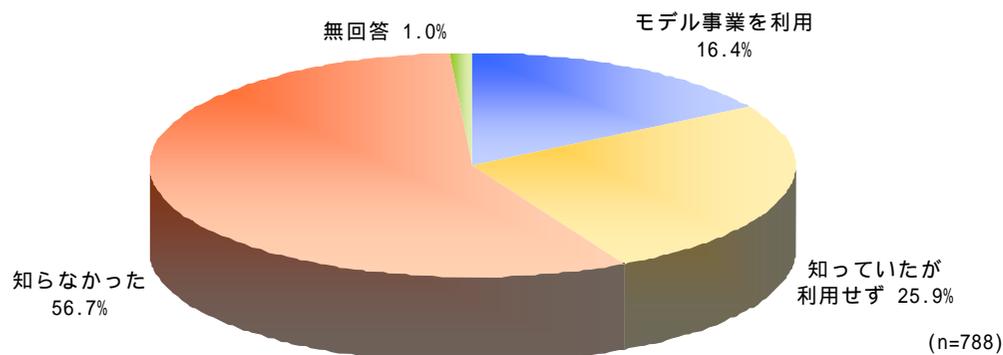
モデル事業の認知・利用状況



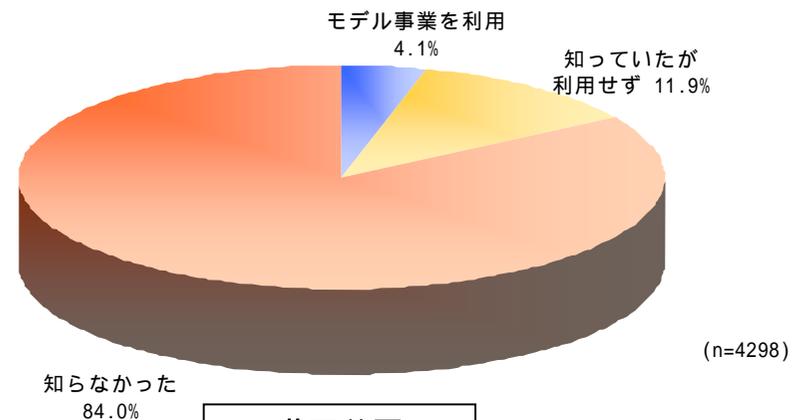
大府市



泉大津市



明和町

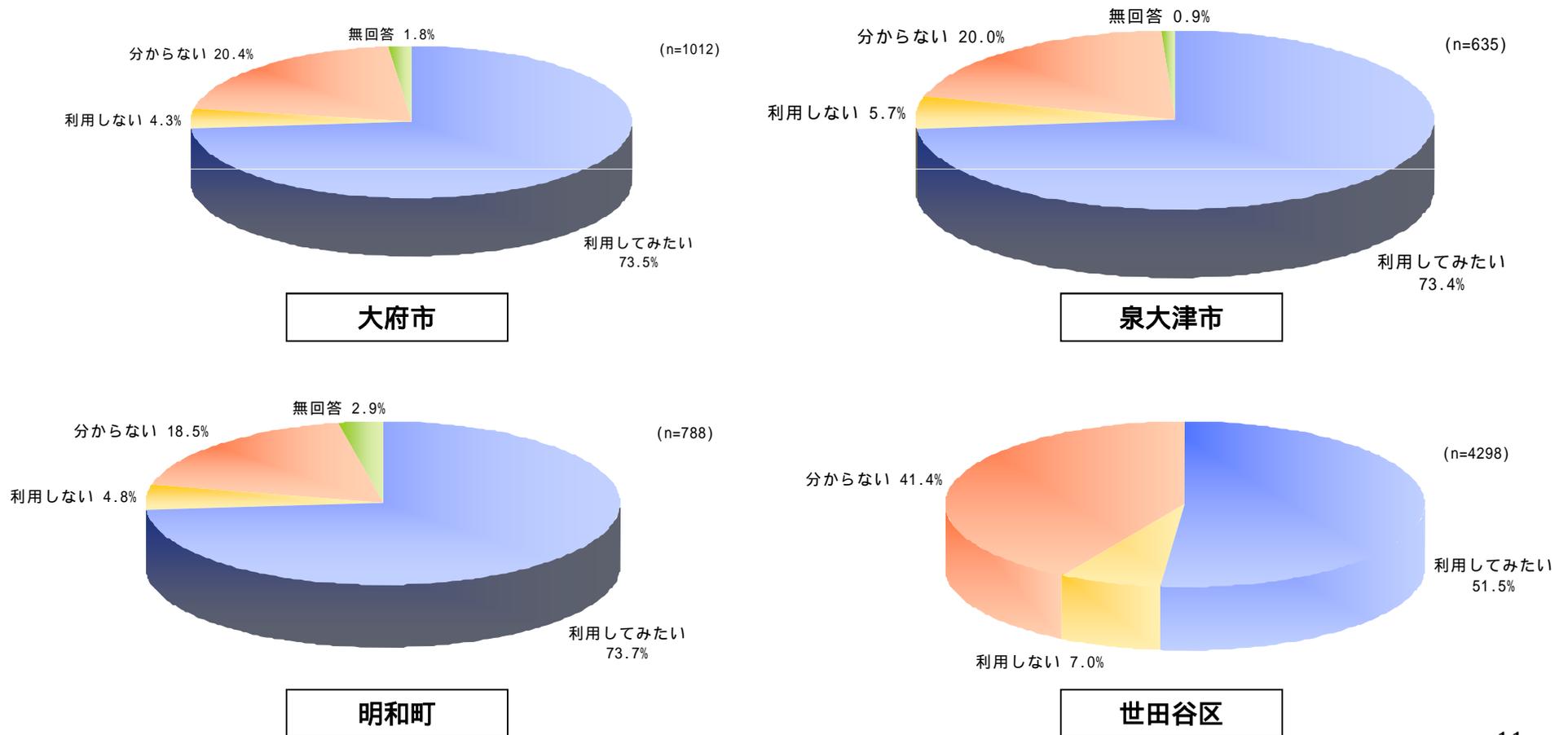


世田谷区

モデル事業の利用意向（「地域内事業者リスト方式」）

- モデル事業が継続された場合の利用意向について、5～7割の人は「モデル事業が継続されれば利用してみたい」との回答であり、今後もリユース事業者と連携しつつ継続していくことが望まれている。

モデル事業が継続された場合の利用意向





「地域内事業者リスト方式」の成果と課題

■ モデル事業の認知・利用状況

- 各地域とも市町村がちらし等を配布することで、住民によるリユースショップ利用促進が確認された。
- 住民向けアンケートの結果によれば、1.5～4割程度(16.0%～42.3%)の人がモデル事業について認知しており、0.5～1.5割程度(4.1%～16.4%)の人が実際にリユースショップを利用した。

■ リユース事業者の連携意向

- 紹介する店舗数が多かった大府市、世田谷区に比べて、1～2店舗を紹介した泉大津市、明和町の方がちらし配布等の効果を実感しており、また今後の連携意向も高い傾向にある。
- 一方、住民アンケートの結果からは「多くの店舗を紹介して欲しい」との要望が寄せられており、リユース事業者にメリットを実感してもらいつつ、住民のニーズに応えるための工夫、具体的にはモデル事業以上の広報PRの手段・頻度等を検討する必要がある。

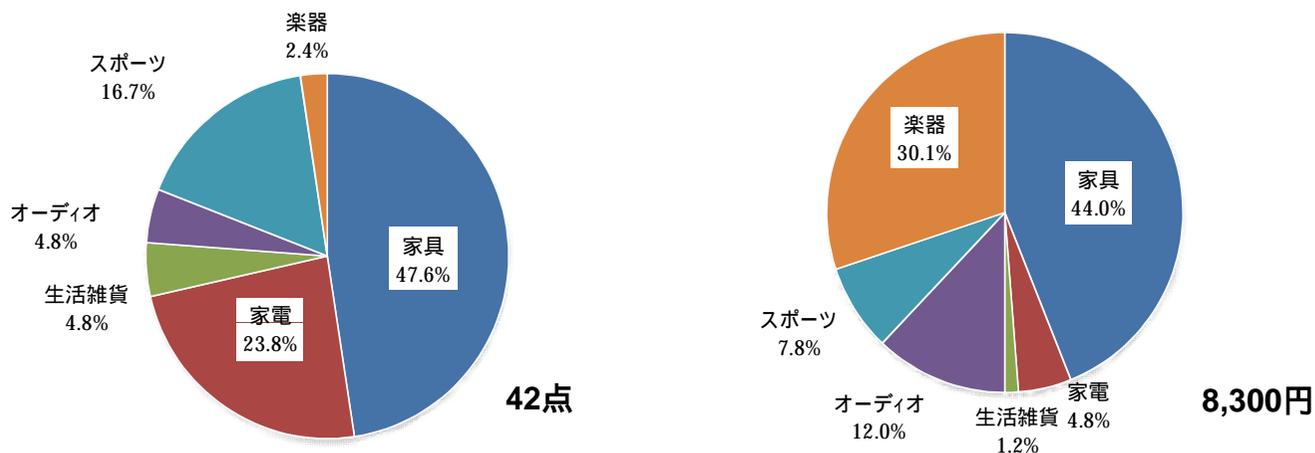
■ 住民のモデル事業利用意向・今後の啓発方策

- 住民アンケートの結果からは、5～7割の人は「モデル事業が継続されれば利用してみたい」との回答。今後もリユース事業者と連携しつつ継続していくことが望まれている。
- 住民への啓発は継続していくことが求められるが、ちらしの作成・配布には一定以上の予算が必要であり、継続した啓発のためには工夫が必要となる。例えば、広報紙の活用、市のウェブサイトの活用など、できるだけ予算を抑えた状況でも継続できるための工夫が必要である。
- 本モデル事業でのリユースは「リユース事業者において買取りでき、中古品として販売できる製品」のみが対象となっており、「リユース事業者で買取りはできないが、再使用・リユースできる製品」はリユースされておらず、更なるリユースの余地があると考えられる。
- 更なるリユース促進に向けて、リユース事業者と行政はそれぞれの適切な役割分担に応じて取組みを進める必要がある。行政においては、例えば、行政のリユースプラザ等の利活用促進、住民同士を仲介する不用品交換掲示板、インターネットオークションを活用した販売先のマッチング、フリーマーケットの開催支援など、さまざまなリユース促進方策を組み合わせ進めていくことが望ましい。

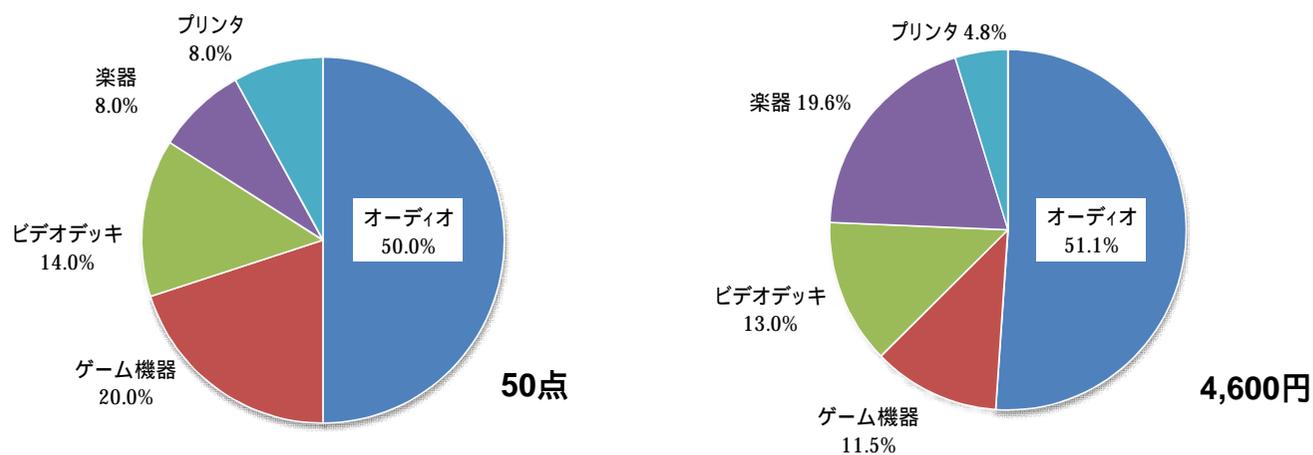
リユース事業者による買取実績(「市町村回収後選別方式」)

- 秦野市では「家具」「家電」を中心に42点(8,300円)が買取、綾部市では「オーディオ」「ゲーム機器」を中心に50点(4,600円)が買取された。

秦野市での買取製品の種類(点数)及び金額の内訳



綾部市での買取製品の種類(点数)及び金額の内訳





「市町村回収後選別方式」の成果と課題

■ 排出者の意向確認

- いずれの地域においても、受付・処理費用徴収時に排出者と市職員が対面する機会があり、その際にちらし等を用いて、事業概要を説明の上、リユースすることへの承諾を得た。リユースすることを拒否する住民はごくわずかであり、大部分の排出者からは承諾を得られた。
- 承諾の方法としては、リユースすることに対する同意書への署名を求める方法(秦野市)、リユースを希望しない場合に署名を求める方法(綾部市)のいずれにおいても、問題なく実施できた。

■ リユースの実績について

- 事業期間中、リユース事業者による買取を3回実施、秦野市では「家具」「家電」を中心に42点が買取、綾部市では「オーディオ」「ゲーム機器」を中心に50点が買取された。これらはモデル事業を実施していなければ、粗大ごみとして処理されていたものであり、廃棄物の排出抑制効果と捉えることができる。

■ リユース事業者の連携意向

- いずれの地域のリユース事業者からも、市から買い取った製品の数量・品質に対しては「期待通り」または「期待以上のもの」との評価であった。
- 事業への改善点としては、「住民への普及啓発・利用促進」、「市で一時保管する製品の基準の精査・精度向上」といった点が挙げられた。一時保管する製品の基準・精度については、今回モデル事業での意見交換・調整において徐々に精査・改善されつつある。
- いずれのリユース事業者「今後も継続して事業を実施したい」との意見が得られており、今回モデル事業を契機に継続して事業実施していくことが望まれる。
- 地域内事業者リスト化方式と同様、「リユース事業者で買取りはできないが、再使用・リユースできる製品」はリユースされていない。更なるリユース促進に向けて、リユース事業者と行政はそれぞれの適切な役割分担に応じて取組みを進める必要がある。



他の業界におけるリユース事例調査

- リース・レンタル業、引越業()、ビル管理業など、使用済製品が一定量発生する可能性がある事業者とリユース業者の連携事業の事例を抽出、状況の調査を行い、廃棄物削減効果やリユース拡大に向けた課題等の整理を行う。
 - インタビュー調査・文献調査より、製品・情報・費用の流れを整理した上で、リユース業者と他の業界との役割分担、連携の経緯・きっかけ、連携による成果・課題などを把握した。

- 新製品を販売する小売店やメーカーにおいて、リユースに積極的に取り組んでいる事業者も存在する。これら事業者のリユースの取組の概要を把握し、新製品市場と中古品市場との関係について事例調査より把握を試みる。
 - インタビュー調査・文献調査より、製品・情報・費用の流れを整理した上で、リユースの取組みの経緯・きっかけ、リユースの取組みによる新製品販売・製造への影響・効果などを把握した。

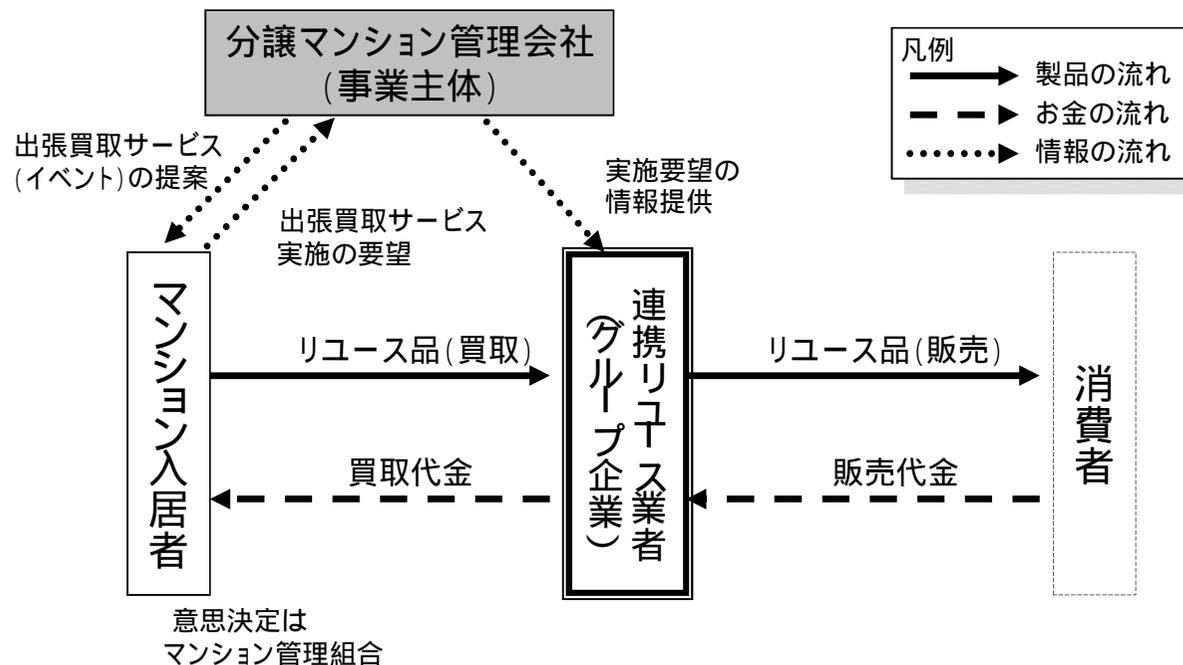
引越においては、廃棄物の処理はあくまで引越依頼者の責任で処理するものであり、引越業において使用済製品が発生するものではない。

リユース業者と他の業界の連携事例概要(例)

分譲マンションでの出張買取サービス(マンション管理会社との連携)

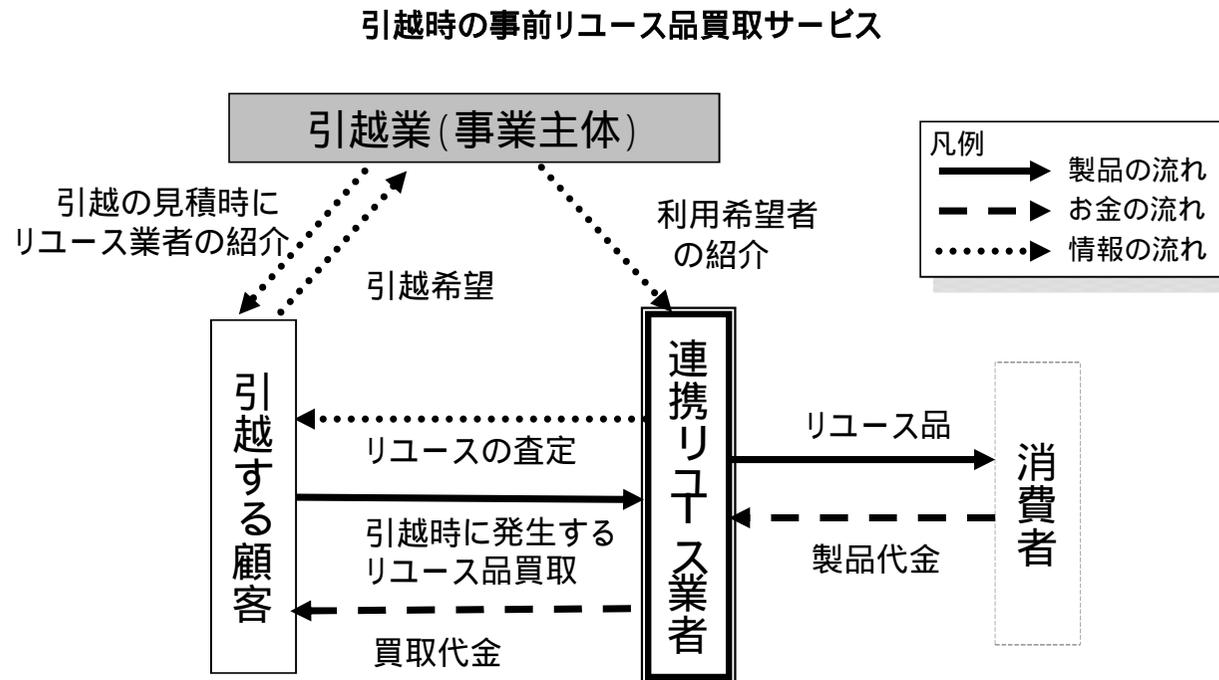
- 分譲マンション管理会社(事業主体)、リユース業が連携する事例。マンションの施工会社も含めて、グループ企業。
- 事業主体が管理する新築分譲マンションの購入者に対して、リユース品の出張買取サービスを案内し、マンション内に会場を設けて買取サービスを実施している。住民は引渡の手間・費用が不要となり、マンション管理会社はサービス向上、リユース業者は効率的な仕入れが可能となる。
- リユースを目的とした買取サービスであり、リユースできないものは引き取らない。

分譲マンションでの出張買取サービス(グループ企業連携)



引越時の事前リユース品の買取サービス(引越業との連携)

- 引越業(事業主体)、リユース業の連携する事例。
- 引越の見積時にリユース品の買取サービスを紹介し、サービス利用希望者にリユース業者を紹介している。
- 引越する顧客は、リユース品を販売することで、引越料金そのものが安くなり、引越業は顧客サービスの向上に繋がる。これにより他の引越業との差別化を図ることができる。また、リユース業者は効率的な仕入れが可能となる。
- 同様のスキームで廃棄物収集業も紹介している。



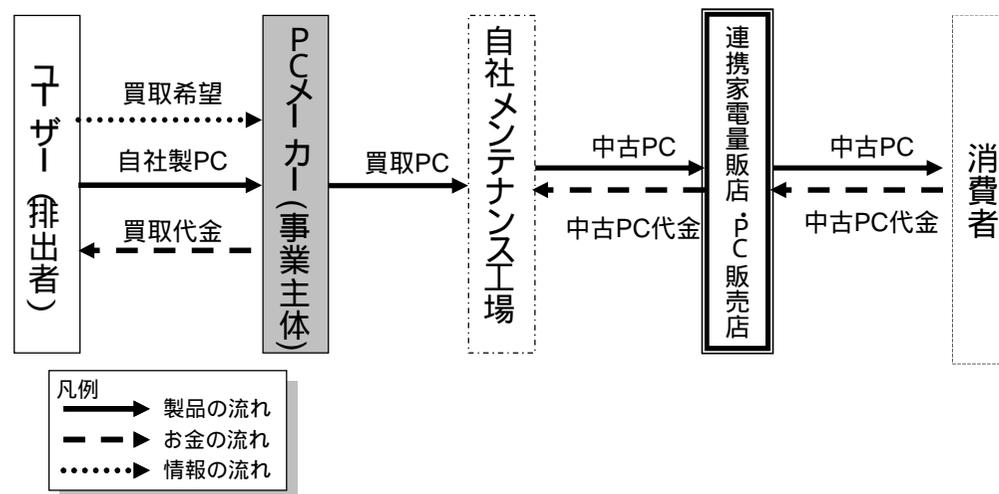
事業主体は、同様のスキームで、廃棄物収集業も紹介している。

新製品を主に取り扱う事業者におけるリユース事例概要

PCメーカーによる中古品の再生販売

- PCメーカーが、自社製品を買い取り、メンテナンス・再生し、中古PCとして販売する事例である。
- 自社製の一般ユーザーを対象に買取サービスを実施している(法人向けは全メーカーが対象)。中古PCとして再生するため、買取対応機種を明示しており、リユースできない製品は資源有効利用促進法に基づいてリサイクル処理している。
- 買取ったPCは、自社工場にて動作確認、ハードディスクのフォーマット(データ消去)、外観のクリーンアップなどを施した上で、OSと必要なソフトウェアをインストールし、取扱説明書を電子マニュアル、または紙媒体で添付している。
- 顧客に実物を確認してもらうため、連携する家電量販店やパソコン販売店の店頭で販売する。また、購入後6ヶ月間もしくは1年間の無償修理保証やコールセンターの利用など新品と同様のサービスを利用できる。
- ユーザーは使用済PCを販売でき、PCメーカーは顧客サービスの向上とリユース品販売による新たな顧客の獲得が可能となる。

PCメーカーによる中古品の再生販売





他の業界におけるリユース事例調査(まとめ)

■ リユース業者と他の業界の連携の成果について

- リース・レンタル業における連携事例では、リユース業・リユース業界団体と連携することで一度に大量の商材を取り扱えるなど、本業でのサービス向上・商機拡大につながっている。
- マンションでの出張買取、引越時のリユース品買取は、顧客へのサービスメニューの1つとして実施している。一部の事例においては、リユースの取組みをコストだけで評価すると収益は出ていないが、本業へのメリットがあるため実施しているとのことである。

■ 新製品を主に扱う事業者における成果

- 書店における事例では、顧客サービスの一環として中古本の買取を開始している。中古品販売による新本販売への影響については検証中とのことであった。
- PCメーカーにおける事例では、自社製中古PCの再生販売を行っている。再生販売事業そのものも収益が上がっていることに加え、中古品の取扱店舗では新品販売数が増加することが確認されている。

■ 連携先事業者を選定した理由・リユース業者への要件

- 連携先リユース事業者を選定する際の要件としては、取扱品目の種類・買取基準、対応エリア、信頼できる企業かどうか、トレーサビリティが確保されているかなどがポイントとして挙げられている。

■ 実施における留意点、課題など

- 消費者(排出者)がまだ使用できると考えている製品と、リユース業者がリユース品として買取りできる製品の間にはギャップがあり、結果的に仲介している事業主体においてクレーム処理が必要になった事例も存在するため、連携時には、企画・計画段階において、買取基準について十分な理解・共有をはかった上で事業化を行うことが必要不可欠な条件となる。



リユース業界の更なる優良化方策について (優良化方策検討の背景と目的)

- **リユースショップの利用促進のために必要な事項**
 - 平成22年度調査では、リユースショップを利用しない一般消費者からは「どのお店が良いか分からない」、「引き取ってくれるものが分からない」、「お店に入りにくい」といったリユースショップ利用に対するネガティブな意見も挙げられている。
 - また、一般消費者や他の業界がリユース業界に求める要件としては、購入・引渡時の価格に対する意見以外では、「第三者による優良事業者の認定」、「法令遵守・コンプライアンス体制の整備」、「引取時のサービスの充実(数量、品目、タイミング)」、「購入した製品への保証」といった意見が挙げられており、これらのネガティブな意見や消費者の求める要件に対応していくことが更なるリユース促進に必要と考えられる。
- **リユース業における法令遵守の徹底**
 - 平成23年、大手リユース業において、盗品であるとの疑いを認めたにもかかわらず、万引き犯人に換金を許してしまうといった事案が発生した。
 - また、不用品回収業者の中には、古物営業法や廃棄物処理法の許可を得ないで、消費者から違法に使用済製品やリユースに適さない廃棄物を回収・引取る不適正・違法な事業者が存在しており、一般消費者との間でトラブルを起こしている。
 - 消費者からの信頼回復・獲得のため、不適正・違法な事業者との明確な差異化のため、リユース業界として改めて法令遵守の徹底を図っていく必要がある。
- **リユース業の更なる優良化について**
 - リユース業界団体における既存の優良化に向けた取組を踏まえつつ、消費者がこれまで以上に安心してリユースショップを利用できるよう、リユース業の更なる優良化について検討を行う。



リユース業界の更なる優良化方策について (まとめ)

- リユース業界団体との意見交換及び、研究会での議論を踏まえて、リユース業界の更なる優良化に向けた今後の取組方針について整理を行った。

(1) 各業界団体での取組みの推進と情報共有

- リユース業界団体では、業界の更なる優良化に向けて、様々な取組みが進められている。
- 今後も各業界団体で優良化に向けたさまざまな取組みを実施していく予定であるが、相互にどのような取組みを実施しているのか継続して共有を図っていくとともに、連携が図れるものについては相互に協力し、リユース業界全体の更なる優良化を図っていく。

(2) リユース業界内での優良化に向けた取組みの周知・徹底

- 業界団体を通じた周知はもちろん、業界団体に加盟していない事業者も含めて情報発信を業界団体及び行政が連携して行っていく。

(3) 消費者に対するリユースの啓発推進、情報発信

- 消費者におけるリユースに対する理解・認知度は十分とはいえず、行政、リユース業界団体、学識者・研究者、市民団体などが連携し、継続的に実施していくことが必要である。

(4) リユース業が遵守すべきガイドラインや基準の検討

- 「消費者が安心してリユースショップを利用できる」ことを目的に、リユース事業者に求められる要件、遵守すべき内容などを、ガイドラインや基準として整理することを検討する。

(5) 廃棄物処理法等のリユース業界を取り巻く法的環境の整理

- リユース業を取り巻く法的環境の整理を行い、リユース業における法令遵守を徹底し、他の不適切な事業者との差異化を明確にする必要がある。