

使用済製品等のリユース促進事業研究会（第9回）

議事概要

1. 開催概要

(1) 日時・場所

日時：平成24年11月9日（金） 10:00～12:00

場所：TKP 東京駅ビジネスセンター1号館 ホール5A

(2) 議事

- 1) 市町村における使用済製品リユースモデル事業の事業計画について
- 2) リユース品の流通状況・市場規模の調査の実施方針について
- 3) リユース促進のために必要な数値・データについて
- 4) リユースのあり方に関する検討方針について
- 5) 今後のスケジュール

(3) 出席委員

三橋規宏（座長）、小野田弘士、加藤正、佐々木創、杉研也、田崎智宏、手塚一郎、長沢伸也、長谷川拓、波多部彰、服部美佐子、藤田惇（以上、敬称略）

(4) 欠席委員

佐々木五郎（以上、敬称略）

(5) 配布資料

資料1 研究会名簿

資料2 市町村における使用済製品リユースモデル事業について（事業計画）

- － 1 愛知県大府市
- － 2 大阪府泉大津市
- － 3 東京都町田市

資料3 リユース品の流通状況・市場規模の調査について

資料4 リユース促進のために必要な数値・データについて

- － 1 リユース促進のために必要な数値・データについて
- － 2 第三次循環計画における指標データ

(第76回中央環境審議会循環型社会計画部会 資料(平成24年11月7日))

資料5 リユースのあり方に関する検討方針(案)

ー1 リユースのあり方に関する検討方針(案)

ー2 第三次循環型社会形成推進基本計画(案)

(第76回中央環境審議会循環型社会計画部会 資料(平成24年11月7日))

資料6 今後のスケジュール

参考資料 第8回 使用済製品等のリユース促進事業研究会 議事概要

(6) その他

会議は公開で行われた。

2. 議事概要

(1) 市町村における使用済製品リユースモデル事業の事業計画について

【事務局(環境省 鍋谷室長補佐)】

(資料2に基づき、説明が行われた。)

【手塚委員】

- ・ 各自治体によって作成しているちらしの内容にばらつきがある。外部委託しているかの違いもあるかと思うが、泉大津市が配布予定のちらしには文字が欠けている等の未完成な部分が見られるため、大府市のちらしなども参考に印刷するのがよいのではないか。

【事務局(環境省 鍋谷室長補佐)】

- ・ 配布した資料は現時点の案であり、デザインなどは外部委託を含めて改善する予定と聞いている。

【服部委員】

- ・ 泉大津市と町田市の事業計画では市民団体と協働して実施する予定となっているが、市民団体への費用は発生しないのか。

【事務局(環境省 鍋谷室長補佐)】

- ・ いずれにおいても支払いは予定していない。
- ・ 泉大津市では、モデル事業実施前から市と協力して不用品あっせん掲示板を運営して

いた消費者問題研究会と協働する予定である。このモデル事業を進める上での支出は予定していない。

- ・ 町田市では、モデル事業実施前から粗大ごみの修理・販売を実施していたまちだエコライフ推進公社と協働する予定である。このモデル事業を進める上での支出は予定していない。

【三橋座長】

- ・ 泉大津市では Yahoo!バザールと連携する予定である。ヤフーにとって、このような地方自治体との連携は初めての取り組みになるのか。

【長谷川委員】

- ・ Yahoo!バザールは、「競り」で価格が変動する Yahoo!オークションと異なり、固定価格で商品を売買できる仕組みである。オークションの利用には不正防止のために本人確認を厳密に実施し手間を要するが、Yahoo!バザールではより簡易な手続きで利用することができる。
- ・ 今回の連携はヤフーにとって初めての試みである。2012年10月1日に開始した Yahoo!バザールの不用品をもっと簡単に出品してもらうという趣旨に合致した取組であると考えている。

【加藤委員】

- ・ 泉大津市の事業では、不用品あっせん掲示板、Yahoo!バザールで取引が成立するまでの間、利用者が自宅に不用品を保管する期間が発生することに留意すべきである。
- ・ 町田市の事業では、利用者がまちだエコライフ推進公社に不用品を持ち込む仕組みであるが、家の外まで持ち出すことができない高齢者などへのサポートが必要である点を留意すべきである。
- ・ 参考までに、市川市では高齢者、身障者を対象に大型家具の屋内からの搬出を手伝う大型ごみサポート収集制度を実施している。

【三橋座長】

- ・ これらの委員からの意見は、事務局から各自治体に伝えていただいた上で事業を実施してほしい。

【藤田委員】

- ・ 事業の実施中に寄せられた市民からの要望や、発生したトラブルの内容についてはリユース業界3団体と情報を共有していただきたい。業界団体に所属する会員企業への指導を行うなどしてリユース品の受け入れ体制を整備し、環境を整えていくことが重

要であると考える。

【杉委員】

- ・ 日本リユース業協会の会員が町田市と大府市の事業で協力しているが、すべての会員企業の賛同は得られなかった。これは一部の会員からは事業採算性に対して疑問の声が寄せられているからである。両市にて実施されるモデル事業において事業採算性が確保されることが、同様の事業を展開・促進していくためには重要である。
- ・ いずれの市もモデル事業の広報・周知を重視し、広告費に費用をかけた事業計画になっている。モデル事業を成功させるために、環境省からも本事業の取組の全国的な周知にご協力いただきたい。

【三橋座長】

- ・ 本事業の実施結果から、地方自治体とリユース業者による新しい形の連携の成果と課題を明らかにするとともに、消費者の声を把握することで、どのような方法が消費者にとって取組みやすいリユースの形であるかを検討していただきたい。

【オブザーバー（経済産業省リサイクル推進課 瀧屋係長）】

- ・ リユース目的で取引された商品の最終的なフローを把握するために、町田市で回収された不用品について、リユース業者に引き渡したリユース品の販売先（国内あるいは国外）や資源物として販売した資源物の売却先（国内あるいは国外）などの実績報告を依頼することが望ましい。

【三橋座長】

- ・ 今後、各自治体から取り組みの中間報告はあるのか。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 12月～1月に開催を予定している第10回研究会で中間報告をさせていただく。

(2) リユース品の流通状況・市場規模の調査の実施方針について

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

(資料3に基づき、説明が行われた)

【波多部委員】

- ・ リユース店における新古品の取り扱いの状況を考えると、同じ新古品であっても商品の性質や仕入先・消費者のニーズにより新古品と明示するものと明示しないものがあるため、新古品のみを確実に分類することは難しいと言える。例えば新古品である倒

産品・返品等のうち、衣類等は仕入先の要望により中古品として販売される場合がある一方で、天板が曲がっている程度のコタツは店舗にて修理して新古品として販売している。

- ・ 新古品の取り扱い状況の情報提供などは、日本リユース機構として協力することができる。

【杉委員】

- ・ アンケートの対象者を検討するにあたっては、一般消費者に対象を限った場合、法人による工作機械、医療機器や厨房機器などの単価の高いリユース品の購入動向が含まれないことを勘案すべきである。
- ・ アンケートの対象からは、新古品を除いてもよいのではないか。一般消費者は、リユースショップで購入したとしても新品であることを認識して新古品を購入していると考えられるからである。ただし、古物営業法の古物の定義には新古品も含まれるため、現場の店舗では混乱が起きることが懸念される。

【長沢委員】

- ・ 一般消費者が新古品という言葉を理解できるかは疑問であるため、「未使用品」という言葉を併記してはどうか。
- ・ 「未使用品」という言葉は、「新品」と称することができない並行輸入したブランド品に対して使用されており、消費者に馴染みがあると考えられることから、併記することで「新古品」という言葉が理解されやすくなるのではないか。

【手塚委員】

- ・ 今回の調査では、慣習的で定義が明確でない言葉である新古品は対象から除くので、消費者に分かりやすく注意喚起したいという趣旨か。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ リユース市場がない場合に新古品が廃棄物になるとすれば、本調査の対象にするべきではないかと考える。ただし、新古品のフローを想定することは困難であり判断が難しいため、調査対象に新古品を含めるべきかについて委員の皆様からご意見をいただければ。

【手塚委員】

- ・ 本調査と他の調査を比較するのであれば、他の調査における新古品の扱いとの整合性をとることが重要ではないか。

【藤田委員】

- ・ 新古品としてどこまでの商品を含めるのか、議論が必要であろう。リユース品を業者間で取引する市場では、リユース業者が純正の新品を購入し販売している実態がある。これらをリユース業者が再販する場合は、新古品となるのか。他にも、傷等を修理した未使用の商品を新古品として扱うか。といった論点が考えられる。

【長谷川委員】

- ・ アンケートの対象をエンドユーザーに限ってしまうと、個人以外の取引が含まれないために正しい市場が把握できないのではないかと。Yahoo!オークションも個人以外の利用者が多く、車のパーツなどは、自動車修理業者等が顧客からの中古品利用の希望を受けて購入している。
- ・ アンケートの調査対象品目の「衣類」にブランド品が含まれる形の設定は、一般消費者にはわかりにくいのではないかと。ブランド品を含むことを明記するか、ブランド品を別項目で設定するのが良いのではないかと。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 委員の皆様のご意見を踏まえて、中古品と新古品を分けて把握できれば良いと考える。消費者がその分類を正確に行えるかという課題はあるが、何らかの形で把握し、分析時にデータの取り扱いを検討できるようにしたい。

【手塚委員】

- ・ 中古自動車・バイクを今回のアンケート対象から除く理由として、車検制度と流通経路に関する記述があるが、両者の理由には関連はないという理解で良いか。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 車検制度により流通台数の把握ができていうことと、流通経路が他のリユース品と異なることをアンケート対象から除く理由として挙げている。

【藤田委員】

- ・ JRCA 会員企業では、車、中古バイクや原付について、顧客からメーカーや排気量などの注文を受け、オークションで購入し販売する事業を実施している事業者もいる。

【三橋座長】

- ・ 車検制度によって、中古自動車などの台数把握は可能であると思うが、金額の把握が難しいかもしれない。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 中古車売買は個人間よりもディーラーが仲介するケースが多いため、商業統計のデータが流通の実態に近いと考えられる。今後、文献などで精査したい。

【田崎委員】

- ・ 中古自動車を対象外とする理由は、他に利用可能な情報があることを理由とするのが適切ではないか。エンドユーザーを対象としたアンケートにするのであれば、流通経路が異なることは理由にはならず、また単価の幅が大きいことは他の品目についても言えることであるため、理由にはならないのではないか。
- ・ ただし、他の情報が存在するのであれば、アンケート結果の拡大推計のチェックを行うことができるので、中古自動車もアンケートの対象に加えると良いのではないか。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 拡大推計結果の確認に活用するという観点を踏まえ、中古自動車を対象とするかを含めて調査設計を進めさせていただく。

【杉委員】

- ・ ブランド品は、日本リユース業協会会員を含むリユース業者の売上高上位企業の多くが取り扱っており、売上の規模も大きいことから、通常の中古品とは別に把握するほうがよい。
- ・ 新古品、未使用品にはブランド品が多く、売上高の多くを占めていることにも注意が必要である。
- ・ CD・ゲームソフトなどのソフト・メディア系については、取扱量が減少しているとはいえ、全体に占める割合は大きいので個別に把握した方がよいであろう。

【長沢委員】

- ・ ブランド品は、「欧米のラグジュアリーブランド」と注釈を付けることで一般消費者が判断しやすいようにすると良いのではないか。
- ・ 「ブランド品」という分類を設けるべきである。ラグジュアリーブランド品では靴の取扱量が多いが、靴が「衣類」の品目に入るという現在の分類は理解しにくい。ラグジュアリーブランド品には、「服」「時計・宝飾」「服飾品（アクセサリ、小物、ベルト、ブレスレット）」「靴」などが該当するが、いずれも「衣類」の分類に含まれるとは考えにくいものである。

【三橋座長】

- ・ 調査対象品目として他に調査すべき品目があればご提案いただきたい。

【杉委員】

- ・ 「スポーツ用品」は、アウトドアグッズなどの「レジャー用品」と合わせた品目にすれば、消費者がイメージしやすいと思われる。
- ・ 「時計」は別途品目として調査するのがよいであろう。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 調査対象品目の候補としては、ベビー用品や赤ちゃん玩具、また高齢者向けの介護・福祉系商品がある。現在のリユース状況を踏まえて調査対象に追加すべきかについてご意見をいただきたい。

【手塚委員】

- ・ 資料3の7ページに記載された「品目に関する補足説明」について、実際にアンケートにも同様の説明を記載する予定か。
- ・ 調査対象品目の「その他」は、具体的な品目名を記載したほうが良いということか。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 平成21年度の調査時には記載しており、できる限り詳細に記載したほうが正確な回答が得られると考える。

【杉委員】

- ・ 介護用品とベビー用品の取り扱いはあるが、日本リユース業協会でも金額を把握していない。いずれもリユースのニーズは限られており、シェアは大きくないと考えられる。ベビー用品は祖父母が新品で購入することが多く、介護用品については大規模に事業を実施している例は知られていない。

【波多部委員】

- ・ ベビー用品のうち、ベビーカーやベビーベッドは対象としても良いのではないかと。使用年数が限られているが頑丈であるため、売りに出す消費者が多く、汚れを落とせば売れ行きも良い。
- ・ キッチン用品や食器などはリユースショップでも扱っており、高齢者がよく購入しているので、「日用品」として追加しても良いのではないかと。

【手塚委員】

- ・ 「その他」の例に中古CDが含まれているが、CDの市場規模は縮小していることから、DVD・ブルーレイ等の実態に即した例示をするほうが分かりやすい。

【杉委員】

- ・ 「デジタルカメラ」は、「カメラ」とすべきではないか。デジタル以外のカメラも数多くリユースされている。

【三橋座長】

- ・ さらに追加の提案があれば、事務局に個別に提案いただきたい。

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

- ・ 対象品目については、ご意見を踏まえて環境省と協議を行い、委員の皆様にもメールで確認していただいたうえで調査を実施する。
- ・ 杉委員よりご指摘いただいた通り、今回のアンケート対象は一般消費者をエンドユーザーと見なしており、オフィスなどの企業・事業者が行うリユースについては把握ができない。平成22年度にリユース業者を対象としたアンケートにおいて販売先の比率を把握しているため、これらも踏まえてリユース市場の全体像を把握していきたいと考えている。

【小野田委員】

- ・ 今回のアンケートでは、中古品を購入した場合についてのみを聞くという設計であり、例えばカメラを買う時に中古品と新品のどちらを選択するか、という点について把握するものではないという認識でよいか。
- ・ 今回の議論は消費者の購買行動やリユース品の売れ行き等に関するものが主となっていた印象を受ける。アンケートの目的が混乱していると思われるので、アウトプットを明確にし、設計内容を整理すべきである。

(3) リユース促進のために必要な数値・データについて

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 小川）】

(資料4-1に基づき、説明が行われた。)

(4) リユースのあり方に関する検討方針について

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

(資料5-1、5-2に基づき、説明が行われた。)

【三橋座長】

- ・ 循環型社会推進基本計画においてリユースが強く位置づけられたのは、今回が初めてではないか。

【環境省 眼目室長補佐】

- ・ 平成 24 年 4 月に第四次環境基本計画が閣議決定され、2R の位置づけがより強く打ち出された。それを踏まえ、第三次循環型社会形成推進基本計画（案）においても 2R を強調した内容になっている。
- ・ 今後、この研究会やパブリックコメントのご意見を踏まえて作成していきたいと考えているので、計画（案）に記載された文章の表現や、深めるべき将来像についてご指摘いただきたい。

【三橋座長】

- ・ 第三次循環型社会形成推進基本計画（案）に追加すべき考え方、文章があればご意見いただきたい。

【杉委員】

- ・ 「第 1 章 第 2 節 取り組むべき課題」の中に、「リユース品を積極的に生活に取り入れていこうという動きがある」という記載があるが、消費者においてリユース品を排出するという意識はまだ不十分であることから、捨てるのではなくリユース品として流通させるということに対する意識啓発についても記載するのがよいのではないか。

【田崎委員】

- ・ 「健全なリユース市場」という表現について、本研究会でリユース業に対する消費者の意識・認識として、「故障したものを買うのではないか」「価格が適正ではないのではないか」などといった意見が挙がっている。本研究会でその課題に対して議論した結果を踏まえ、「安心してリユース品を購入できる健全なリユース市場」などの表現を用いることが望ましい。
- ・ リユース品のエンドユーザーとして想定される一般消費者、事業者、政府のうち、政府に関する記述がない。つまり、地方公共団体や国が自らリユース品を購入するということが書かれていない。
- ・ グリーン購入法にリユースの観点を取り入れるなど、国のリユース品の取り扱い方針について率先して行動するというメッセージを期待する。

【加藤委員】

- ・ 自治体の 2R の政策については具体的な取組例が少ない。リデュースはリサイクルよりも優先されるものであるが、具体的な取組みとしてはマイバッグの推奨、普及・啓発以外の施策を実施できていないという現状があり、市民に対して更に普及・啓発を行っていく必要がある。

- ・ 一方で、このような市民レベルでの普及・啓発の取組には限界があり、事業者の取り組みをもう少し進める必要があると感じている。100円ショップや、低価格商品の流通が広がっているが、2Rを阻害する面もあり流通構造の全体から検討する必要があるだろう。

【藤田委員】

- ・ 消費者庁が管轄する「特定商取引に関する法律」の改正がリユース促進の阻害要因となることが懸念される。改正は、悪質な貴金属等の売買を行う業者対策として準備が進められてきたが、訪問買取りに対して適用される8日間のクーリングオフ制度の対象が、貴金属に限らずすべての物品が対象となったことで、リユース業者の出張買取りも規制の対象となってしまった。リユース品という付加価値の低いものを8日間も保管するということは現実的に難しいため、出張での買取りはできなくなる事態が生じてしまう。リユース業の商品は出張買取りが90%、店舗持込が10%程度であり、買取りができないことはリユース業者にとって死活問題である。
- ・ リユース研究会の座長の名前において、リユース促進の阻害の実態を伝える要望書を提出していただければと考える。

【三橋座長】

- ・ 問題提起として承る。

【長沢委員】

- ・ 基本計画（案）の13ページにある「不必要な容器包装はなくなり」という記述は、本質的にはリターナブル容器を推奨することであると考えられる。例えば、現状のびんビールの価格は缶とほぼ同等、または高いこともあるくらいであり、購入は進まず、リユースにはつながらないという問題がある。流通そのものを見直す必要がある。シャンプー等の詰め替え製品と新品のボトルについても同様である。
- ・ リユースの促進には、例えば「新品税」などの仕組みで、メーカー、消費者にインセンティブを働かせることが必要である。
- ・ 同計画（案）に記述がある「製品の長寿命化」は可能ではあるが、部品が法定保管年数を過ぎると、メーカーで修理対応の部品が保管・ストックされておらず修理が不可能となってしまうという問題がある。長寿命化を図るのであれば、修理の体制も合わせて考えるべきである。リユース促進のためには、抜本的な改革が必要であると考えられる。

【三橋座長】

- ・ 新品税などの実現は難しいかもしれないが、取組みの促進には大胆な発想も必要である。

【服部委員】

- ・ リユース促進を阻害する1つの要因としてメーカーの責任がある。長沢委員がご指摘のような背景もあり、家電製品は修理費が高く、家電リサイクル料金も後払い制であるため、リサイクル費用がメーカーの製造費用として内部化されていない。また、リサイクルする制度・仕組みは出来ているが、長寿命化・長く使うための制度・仕組みとなっていない。
- ・ 国内での長寿命化が難しいのであれば、製造から7年以内であり、途上国で使用可能な中古家電等は、輸出することで長寿命化を図ることを計画に位置づけていただきたい。メーカーの責任をしっかりと位置づけた上で、国際的な資源循環を進めていくことが重要である。
- ・ 今日、配布させていただいた「リユースを進めよう」というパンフレットは私たちのNPOが作成したものである。消費者目線で、リサイクルとの違いやリユースの意義を理解してもらうために作ったもので、研究会で議論している内容とも重なるので参考にさせていただきたい。

【事務局（環境省 永島室長）】

- ・ 循環型社会計画部会にて、計画（案）に対して産業界などから挙げられた意見として、循環型社会の構築と経済との両立が可能なのかという問題提起があった。重要な視点であると考えます。

(5) 今後のスケジュールについて

【事務局（三菱UFJリサーチ&コンサルティング 加山）】

(資料6に基づいて、説明が行われた。)

(6) 閉会

(以上)