

## リユース関連事業者との意見交換会について（報告）

## 1. 意見交換会の概要

平成 27 年 1 月 23 日（金）にリユース関連事業者との意見交換会を開催し、使用済製品等のリユース推進に向けて意見交換を行った。

参加団体は、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）、日本リユース業協会（JRAA）、リネットジャパングループ株式会社、ヤフー株式会社の 3 団体 2 社。使用済製品等リユース促進事業研究会 三橋規宏座長にもご出席いただいた。

図表 1 リユース関連事業者との意見交換会の開催概要

件名：リユース関連事業者との意見交換会

日時：平成 27 年 1 月 23 日（金）16:00～18:00

場所：TKP 東京駅大手町カンファレンスセンター 22 階 D 会議室

出席者：

< 使用済製品等のリユース促進事業研究会 座長 >

三橋 規宏 千葉商科大学 名誉教授

< リユース関連事業者 >

藤田 惇 一般社団法人ジャパンリサイクルアソシエーション 代表理事

加藤 親男 一般社団法人ジャパンリサイクルアソシエーション 事務局

波多部 彰 一般社団法人日本リユース機構 代表理事

宮崎 隆 日本リユース業協会 専務理事

杉 研也 日本リユース業協会 事務局

山根 秀之 リネットジャパングループ株式会社 執行役員

杉本 亨 ヤフー株式会社 ヤフオク！カンパニー サービス推進本部

リユース推進部 部長

望月 貴仁 ヤフー株式会社 ヤフオク！カンパニー ヤフオク！サービス推進本部

ビジネスドライブ室 R2O 推進

< 事務局（環境省） >

庄子 真憲 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長

谷貝 雄三 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長補佐

川崎 直也 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長補佐

玉井 和仁 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室 係長

山崎 剛 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 主査

加藤 昂紀 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室 専門員

## 2. 主なご意見について

事前にリユース関連事業者の方から頂いた意見をもとに、以下の項目に分けて意見交換をいただいた。意見交換会の場でいただいたご意見を項目別に整理する。

### 意見交換会でご意見をいただいた論点

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>(1) リユースに関する普及啓発について</li><li>(2) リユース品の排出・流通の促進について</li><li>(3) リユース品の利用・購入の促進について</li><li>(4) 地域でのリユース促進（市町村等との連携について）</li><li>(5) リユース事業者のコンプライアンスの徹底（関係法令の遵守、必要に応じた見直し）</li><li>(6) 関連サービス（遺品整理業、片付け業など）における不適切な事業者の排除</li><li>(7) 海外リユースについて</li><li>(8) リユース効果の定量化</li><li>(9) リユースの推進・進捗状況を把握するための指標の設定・整理</li></ul> |
|--|

#### (0) 全般について（リユースに関する現状認識について）

リユース促進に向けて、これまでもいろいろと議論しているところであるが、そろそろ次のステップに進む時期ではないか。いつまでも検討・議論していても進まない。

BtoB と BtoC、国内と海外、一般消費財とブランド品の違いなど、論点が混在しているのが問題である。

#### (1) リユースに関する普及啓発について

リユースに関する情報が十分に発信できていない、発信されていないことが促進を阻んでいる。一部自治体ではリユース事業者を紹介するちらし等作成しているが、多くの自治体では“特定の企業を優遇することになる”という点を懸念して実施されない。

リユースの啓発・PR について、エコ・環境負荷低減という点だけでは限界がある。「豊かな消費、リーズナブルなコスト」といった点を強調していくことがリユース促進に繋がるのではないか。

過去1年間に4割の人がリユースをしたとの結果があるが、この4割の人がどのような人なのか注目すべきである。多くは低所得者層（年収300万円以下）である。

学校教育は長期的な視点では有効であるが、リサイクルを主に教育している自治体との間には温度差があるのではないか。

消費者に安心して利用していただくため「消費者のリユース全般相談窓口110番」を設置した。消費者からの相談・苦情を踏まえて、対象事業者を指導している。

#### (2) リユース品の排出・流通の促進について

リユース品の排出・流通の促進が最も重要である。数兆円規模のリユース品が家庭内に眠っているとの推計もある。まずは利用者数を増やしていくということが重要である。

例えば、リユースポイント制度のようなもので、リユースの価値・重要性を一度体験してもらおう機会を作るのが良いのではないか。

リユース品の排出・流通の促進においては、本人確認の効率化も必要ではないか。特にインターネット事業者については求められる。

一方、古物営業法の趣旨を考えると、安易に本人確認を簡素化するべきではない。万が一、盗品であった場合には返還義務などが生じる。

本人確認について、女性は嫌がる・抵抗がある傾向にある。

企業、特に大企業になればなるほど、リユースに関心があっても、組織の定めた従来からのルール・体制を踏襲する傾向にあり、リユース品として排出しがたい傾向にある。また、コンプライアンスの観点からもリサイクルを優先する傾向にある。企業向けにガイドライン等を提示することで促進できないか。

公設市場のように、行政が支援するようなリユース品市場を設けて、健全な取引を促すというのも効果的ではないか。市民が安心して利用できる。

### (3) リユース品の利用・購入の促進について

リユース品の排出・流通促進がまずは重要ではないか。

### (4) 地域でのリユース促進（市町村等との連携について）

市町村との連携について、モデル事業を実施しているが衣類等の品目に偏っている。様々な製品を対象に連携していくことが必要ではないか。

モデル事業等においても、民間事業者を巻き込んだ上で公募されると良いのではないか。

### (5) リユース事業者のコンプライアンスの徹底（関係法令の遵守、必要に応じた見直し）

リユース事業者のコンプライアンスの徹底がリユース促進にどのような影響があるのか。不用品回収・遺品整理業の中に、確かに悪徳業者はいるかも知れないが、高齢者等にとっては便利である利用されている。悪いことであると言い切れない。取り締まることで新たな社会問題が発生する可能性もあろう。むしろどのように認めていくかという検討も必要ではないか。

製品ごと・主体ごとに法律が異なるためリユース促進を阻害しているところがあるのではないか。

リユース品の排出・流通の促進においては、本人確認の効率化も必要ではないか。特にインターネット事業者については求められる。（再掲）

リアル店舗事業者を中心としたリユースが議論の中心になるが、時代の流れに沿って、インターネットを通じた無店舗事業者の小委員会などを、関係官庁含め設定し、定期的に議論していくような取り組みもご検討頂きたい。

一例を挙げれば、古物営業法においては、新しくネットオークションが対象の古物競りでは、

本人確認で携帯電話へのSMS到達確認で良いとなる等、ITが制度に取り入れられているが、ネット買取には認められていない等の課題がある。それらをリユース促進の観点で議論、提案をしていきたい。

一方、古物営業法の趣旨を考えると、安易に本人確認を簡素化するべきではない。万が一、盗品であった場合には返還義務などが生じる。(再掲)

本人確認について、女性は嫌がる・抵抗がある傾向にある。(再掲)

#### (6) 関連サービス(遺品整理業、片付け業など)における不適切な事業者の排除

リユース事業者のコンプライアンスの徹底がリユース促進にどのような影響があるのか。不用品回収・遺品整理業の中に、確かに悪徳業者はいるかも知れないが、高齢者等にとっては便利である利用されている。悪いことであると言い切れない。取り締まることで新たな社会問題が発生する可能性もあろう。むしろどのように認めていくかという検討も必要ではないか。(再掲)

不適切な遺品整理業とはどのような形態が違法で、何をして良いか、何をしてはならないのか明確にするべきではないか。

#### (7) 海外リユースについて

「価値の高い商品は国内、価値が低い製品が海外」というのは現実に即していない。実際には、日本の高品質、高価格製品が海外で販売されている。

海外リユースはなくてはならないものと考えており、推進していくべきと考える。海外リユースにおいて何が良くて、何が悪いのか明確にする必要があるのではないか。

#### (8) リユース効果の定量化

リユース業界のビジネス規模が把握できれば新たにリユース産業に参入する事業者も増えていくであろう。

ビジネス規模を推計する際には、品目別、経過年数も必要である。特に拡大傾向にある品目、例えば、携帯電話、家電等は重要である。その上で、品目別に、新品の%がリユースされており、それがいくらか取引されているかというデータがあるとよい。

B to Bについては、複数回転売されることもあるので、全体像を把握することは難しいであろう。

#### (9) リユースの推進・進捗状況を把握するための指標の設定・整理

リユース市場規模など毎年推計されるとリユース促進のために重要なデータとなる。

(以上)