

## 我が国におけるリユースの現状と今後の方向性（案）

## &lt;本資料の位置づけ&gt;

平成30年春に予定されている「第四次循環型社会形成推進基本計画」の策定に向け、第三次循環計画策定（平成25年5月）以降のリユース関連政策の進捗と課題について整理したもの。特に、「リユース政策の今後の方向性」（15ページ以降）について、ご意見をいただきたい。

## &lt;本資料の構成&gt;

1. “リユース”を取り巻く状況 ..... 1
2. 第三次循環計画で示された課題と同計画の下での関連施策の進展 ..... 13
3. リユース政策の今後の方向性 ..... 15
- （参考）第三次循環型社会形成推進基本計画におけるリユース関連の記述 ..... 21

## 1. “リユース”を取り巻く状況

## 【本項目のポイント】

- （1）平成27年の国内リユース市場規模<sup>1</sup>は約3.1兆円（自動車・バイクを除くと約1兆円）で、3年前と比較して微増～横ばいで推移。品目によって傾向は大きく異なる。
- （2）平成26年の国内のリユース事業者の販売総額から見た市場規模は約2,800億円（自動車・バイクを含まず）で、7年前と比較して減少傾向にあり、事業所数はさらに減少している。一方、一事業所あたり販売額は増加しており、大規模化の傾向にある。
- （3）消費者の行動について、過去1年間のリユース品購入経験者の割合は3割強で減少傾向、売却経験者の割合は4割程度で横ばい推移。利用者の裾野を広げていく余地がある。
- （4）地方自治体のリユースの取組は、自治体ごとに温度差があるが、取組のタイプとしては、自らリユース品を収集・販売、住民同士のリユース機会を創設、住民に対してリユース事業者の利用を促進、自ら率先的にリユース品の排出・利用を実施、に大別される。
- （5）使用済製品等のリユースの流通チャネルは多様化しており、中でも、インターネットオークションやフリマアプリなどインターネットを通じた流通が増加している。

<sup>1</sup> 一般消費者の最終需要ベース

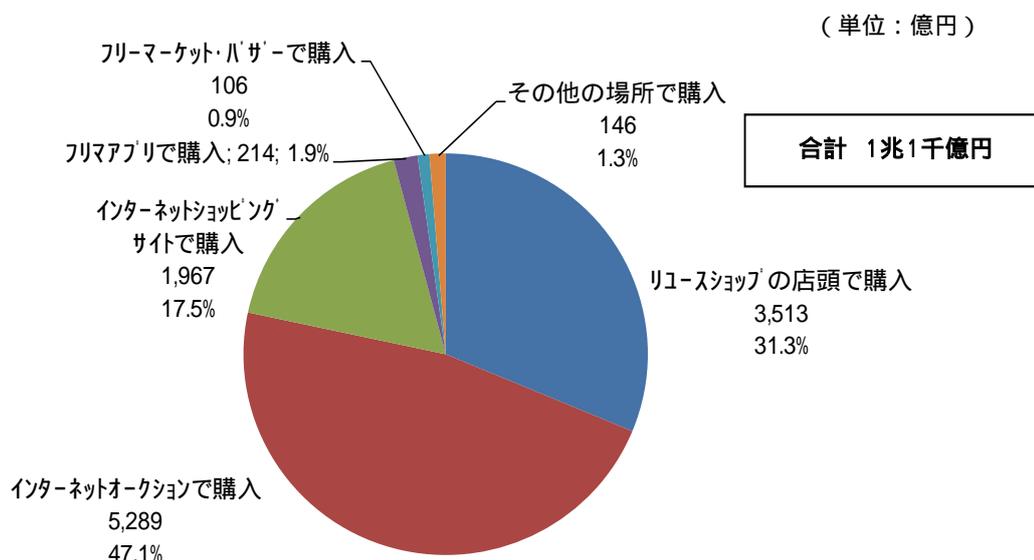
### (1) 一般消費者の最終需要ベースでのリユース市場規模

「自動車」、「バイク、原付バイク」を含むリユース市場（一般消費者の最終需要ベース）は約 3兆1千億円(31,425億円)と推計され、品目別に見ると、「自動車」が最も多く全体の57.6%(18,112億円)、次いで「バイク、原付バイク」(6.6%、2,076億円)と続く。

「自動車」「バイク、原付バイク」を除くリユース市場規模（最終需要ベース）は約1兆1千億円(11,237億円)と推計され、購入先別に見ると「インターネットオークションで購入」が最も多く5,289億円(47.1%)、次いで「リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入」が3,513億円(31.3%)、「インターネットショッピングサイトで購入」が1,967億円(17.5%)であり、この3つの購入方法で全体の9割以上を占める。

品目別に見ると、「ブランド品」の割合が最も大きく(16.8%、1,887億円)、「ブランド品を除く衣類・服飾品」(7.7%、866億円)、「パソコン周辺機器」(7.5%、844億円)、「書籍」(7.0%、787億円)、「ソフト・メディア類」(6.5%、734億円)と続く。

図表 1 購入先別のリユース市場規模（最終需要ベース）の推計結果（自動車、バイクを除く）



消費者の購入量から推計した値であり、国内における個人消費者のリユース市場規模である。事業者が購入するリユース品・中古品は含まれない(例えば、建設機械、医療機器、特殊車両などの事業・産業用途、オフィス・事務所等で利用する家具、電化製品など)。

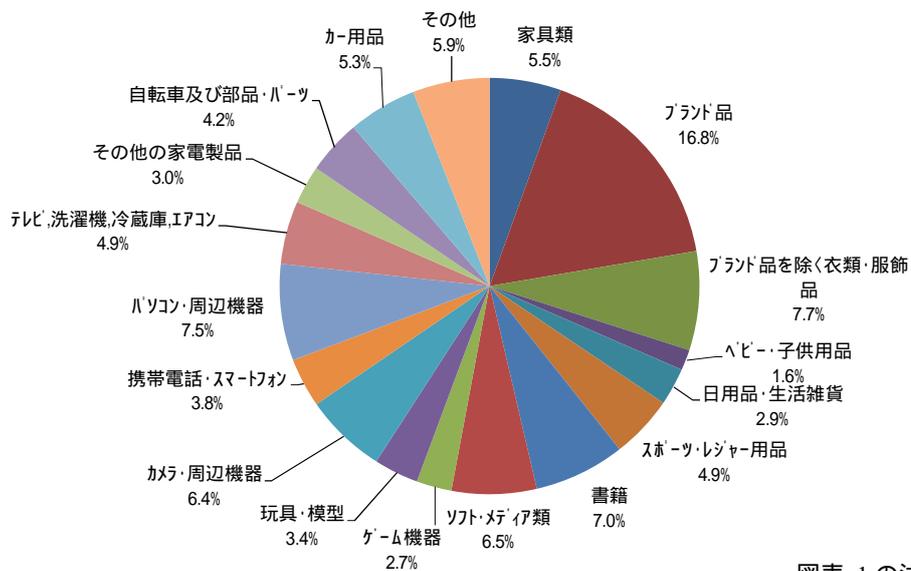
国内の消費者でのリユース品・中古品の購入状況であり、海外でのリユースは含まれていない。

上記推計には、未使用品・新古品を含む。骨とう品は含まれていない。

表記上、小数点以下を四捨五入しているため、グラフ上の数字の合計が合わない場合がある。

出典)平成27年度使用済製品等のリユース促進事業報告書

図表 2 リユース市場（最終需要ベース、自動車、バイクを除く）に占める品目ごとの割合



図表 1 の注書きを参照のこと

図表 3 平成 27 年と平成 24 年の市場規模推計結果の比較（品目別）

品目分類	市場規模（億円）		H27 - H24 増減額	H27 / H24 増減率	H27 / H24 増減
	平成27年度 推計	平成24年度 推計			
携帯電話・スマートフォン	428	201	227	113.1%	
カメラ・周辺機器	714	466	248	53.2%	
テレビ、洗濯機、冷蔵庫、エアコン	552	408	144	35.4%	
バイク、原付バイク	2,076	1,706	370	21.7%	
家具類	617	515	102	19.9%	
その他の家電製品	334	291	43	14.6%	
玩具・模型	386	342	44	12.7%	
カー用品	595	538	57	10.7%	
ブランド品	1,887	1,774	113	6.4%	
ゲーム機器	303	289	14	4.9%	
自動車	18,112	17,454	658	3.8%	
自転車、自転車部品・パーツ	475	483	-8	-1.8%	
スポーツ・レジャー用品	547	558	-11	-2.0%	
ベビー・子供用品	181	191	-10	-5.0%	
日用品・生活雑貨	325	354	-29	-8.2%	
ブランド品を除く衣類・服飾品	866	983	-117	-11.9%	
パソコン・周辺機器	844	983	-139	-14.1%	
ソフト・メディア類	734	897	-163	-18.1%	
書籍	787	994	-207	-20.9%	
その他	662	1,621	-959	-59.2%	
合計	31,425	31,047	378	1.2%	
合計(その他除く)	30,763	29,426	1,337	4.5%	
(上記うち、自動車、バイク、原付バイク、その他除く)	10,575	10,266	309	3.0%	

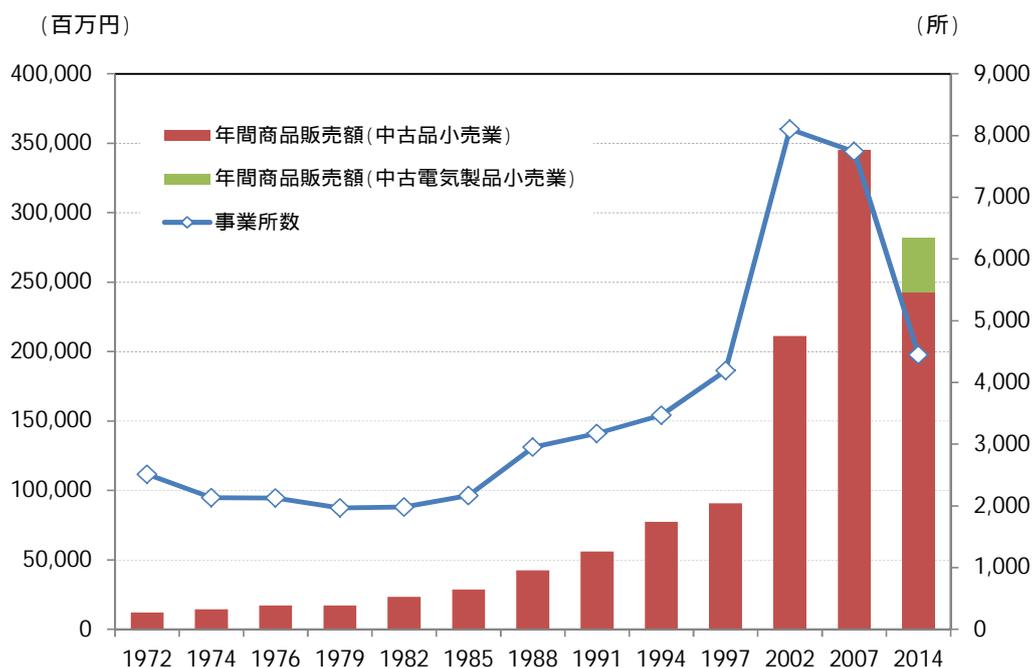
増減 3%未滿を横ばいとし黄色矢印、3%以上増加を青色矢印、3%以上減少を赤色矢印で表記  
出典) 平成 27 年度使用済製品等のリユース促進事業報告書

## (2) リユース事業者の販売額から見たリユース市場規模の推移

商業統計表によれば、2014年（平成26年）の中古品小売業（骨とう品を除く）の年間販売額は2,817億円、事業所数は4,448所となっている。2007年（平成19年）の調査時点（年間販売額3,452億円、事業所数7,741所）と比較して、年間販売額で約18%、事業所数で約43%減少している。

一事業所あたりの年間販売額で比較すると、2014年が63百万円/所、2007年が45百万円/所となり、この期間に42%増加している。

図表4 中古品小売業（骨とう品を除く）の年間商品販売額の推移（商業統計表）



平成26年度調査より、業種分類の変更があり「6098 中古品小売業(骨とう品を除く)」の内数であった「5933 中古電気製品小売業」が新設されている。

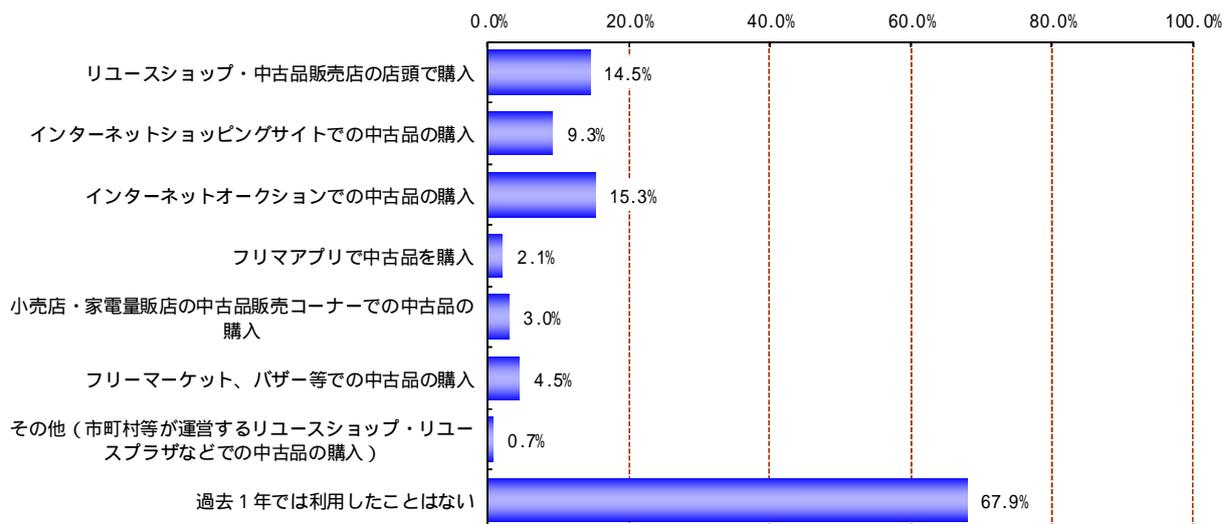
(<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-1/pdf/4h26k-sangyoubunruitaisyou.pdf>)

出典) 商業統計表

### (3) 消費者のリユース品の購入・売却に関する行動

消費者を対象とするアンケートから、過去1年間における、中古品の購入経験を把握した。中古品の購入経験としては、「過去1年では利用したことはない」が最も多く67.9%、次いで「インターネットオークションで購入」が15.3%、「リユースショップ・中古品販売店で購入」が14.5%、「インターネットショッピングサイトでの中古品の購入」が9.3%と続く。「フリマアプリで中古品を購入」との回答は2.1%であった。

図表 5 過去1年間における中古品の購入経験（複数回答、平成27年） (n=49,407)



出典) 平成27年度使用済製品等のリユース促進事業報告書

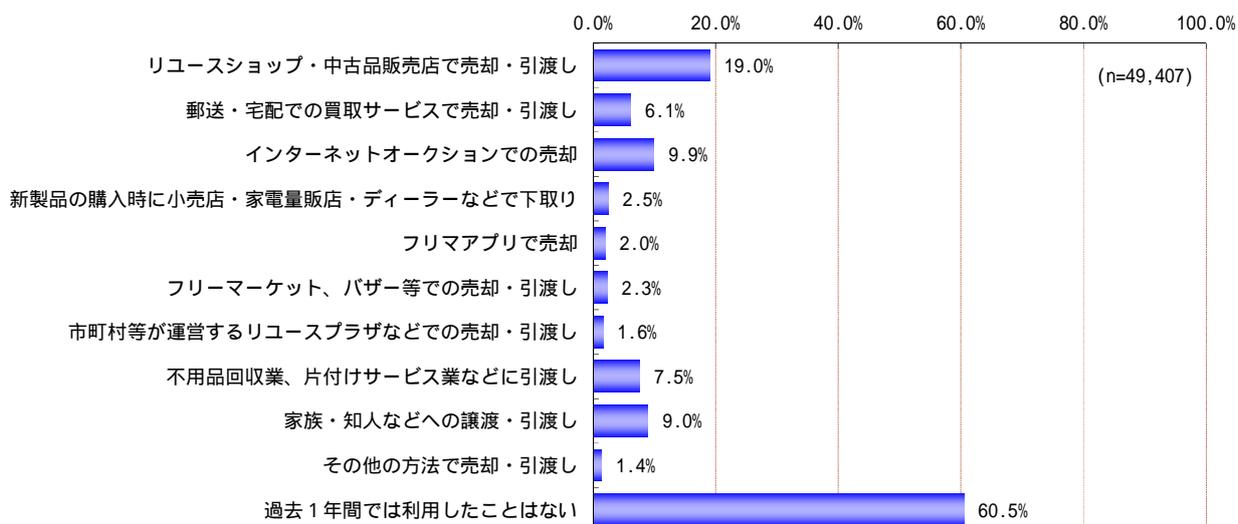
平成24年度調査と比較すると、全体の傾向は大きく変わっていないが、「過去1年では利用したことがない」との回答は4.6ポイント増加(63.3%→67.9%)した。これは「書籍」、「ソフト・メディア類」での中古品の購入経験者数が減少していることが主たる要因と考えられる。

過去1年間における中古品の購入経験	平成21年度調査	平成24年度調査	平成27年度調査
リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入	19.7%	16.3%	14.5%
インターネットショッピングサイトでの中古品の購入	-	11.8%	9.3%
インターネットオークションでの中古品の購入	23.0%	17.1%	15.3%
フリマアプリで中古品を購入	-	-	2.1%
小売店・家電量販店の中古品販売コーナーでの中古品の購入	8.0%	3.8%	3.0%
フリーマーケット、バザー等での中古品の購入	-	6.7%	4.5%
その他(市町村等が運営するリユースショップ・リユースプラザなどでの中古品の購入)	3.4%	0.8%	0.7%
過去1年では利用したことがない	60.1%	63.3%	67.9%

出典) 使用済製品等のリユース促進事業報告書(平成27、24、21年度)

また、同じく消費者を対象とするアンケートから、過去1年間における、自らが使わなくなった製品の売却・引渡し経験を把握した。自らが使わなくなった製品の売却・引渡しは、「過去1年間で利用したことはない」が最も多く60.5%、次いで「リユースショップ・中古品販売店での売却・引渡し」が19.0%、「インターネットオークションでの売却」が9.9%、「家族・知人などへの譲渡・引渡し」が9.0%、「不用品回収業、片付けサービス業などに引渡し」が7.5%と続く。「フリマアプリで売却」との回答は2.0%であった。

図表 6 過去1年間における自らが使わなくなった製品の売却・引渡し（複数回答）



出典) 平成27年度使用済製品等のリユース促進事業報告書

平成24年度調査と比較すると、全体の傾向は大きく変わっていないが、「過去1年では利用したことがない」との回答は2.8ポイント増加(57.7%→60.5%)した。これは中古品の購入経験と同様、「書籍」「ソフト・メディア類」の売却・引渡しが減少していることが主たる要因と推測される。

過去1年間における自らが使わなくなった製品の売却・引渡し	平成21年度調査	平成24年度調査	平成27年度調査
リユースショップ・中古品販売店で売却・引渡し	21.9%	21.1%	19.0%
郵送・宅配での買取サービスで売却・引渡し	-	6.3%	6.1%
インターネットオークションでの売却	15.0%	12.7%	9.9%
新製品の購入時に小売店・家電量販店・ディーラーなどで下取り	6.0%	2.9%	2.5%
フリマアプリで売却	-	-	2.0%
フリーマーケット、バザー等での売却・引渡し	-	3.6%	2.3%
市町村等が運営するリユースショップ・リユースプラザなどでの売却・引渡し	5.8%	1.4%	1.6%
不用品回収業、片付けサービス業などに引渡し	-	8.0%	7.5%
家族・知人への譲渡・引渡し	-	5.6%	9.0%
その他の方法で売却・引渡し	-	-	1.4%
過去1年間では利用したことがない	61.3%	57.7%	60.5%

出典) 使用済製品等のリユース促進事業報告書(平成27、24、21年度)

#### (4) 地方自治体におけるリユースの取組

##### 1) 地方自治体のリユースの取組の類型

地方自治体のリユースの取組は、大別すると、自らリユース品を収集・販売、住民同士のリユース機会の創設、住民に対してリユース事業者の利用を促進、自ら率先的にリユース品の排出・利用を実施、の4タイプに類型化される。

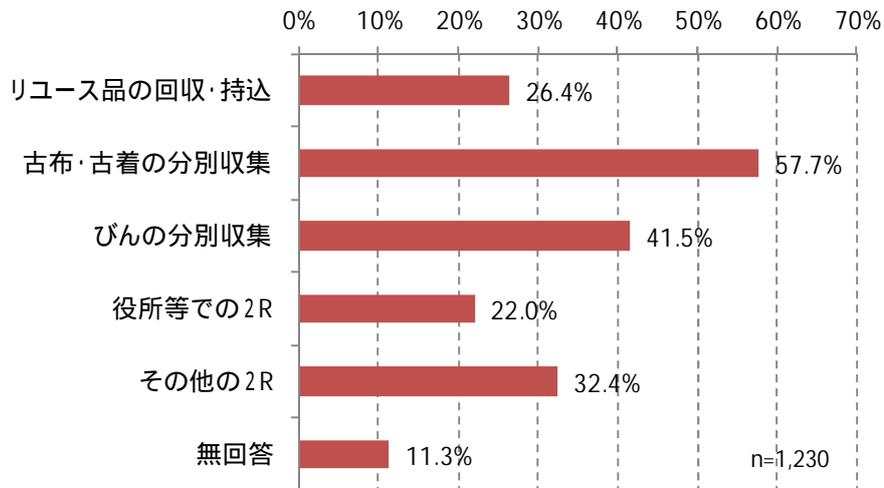
図表 7 地方自治体の使用済製品等のリユースの取組の類型

類型	取組の概要
自らリユース品を収集・販売	市町村が粗大ごみ等として回収した物について、リユース品として利用できるものを選別、市町村自身（または公社等に委託）で住民向けに販売・譲渡、またはリユース事業者に販売する取組み。 また、粗大ごみ等ではなく、リユース品として回収する事例もあり。
住民同士のリユース機会を創設	住民同士がリユースする機会・きっかけを作るもので、“庁舎内の掲示板またはウェブ上にて譲りたい人と欲しい人を結びつける”、“住民同士が不用品を交換するイベントの開催する”、“常設スペースを設けて住民同士の交換を促進する”などの取組がある。
住民に対してリユース事業者の利用を促進	市町村が地域内のリユース業者を選定、店舗の概要、買取基準、利用方法等を紹介するちらし、ウェブサイト等を作成し、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、リユース業者の活用を促す取組み。 また神奈川県ではリユース事業者の認証制度を運用、利用を促している。
自ら率先的にリユース品の排出・利用を実施	自らも事業者としてリユース品の排出・調達を率先することであり、グリーン購入を通じてリユース製品を優先的に調達、また不用となったもの（オフィス家具、OA 機器、公用車等）をリユース品として売却（または譲渡）する取組み。

##### 2) 地方自治体におけるリユースの取組状況

環境省が平成 25 年度に実施したアンケートによれば、回答のあった全国 1,230 自治体の 2 R 活動の取組状況は、「古布・古着の分別収集」が 57.7%と最も多く、次いで、「びんの分別収集」が 41.5%であった。また、収集した粗大ごみからのピックアップ、リユースを前提とした収集、リユース品の住民の持ち込みなどといった「リユース品の回収・持ち込み」が、26.4%を占めている。

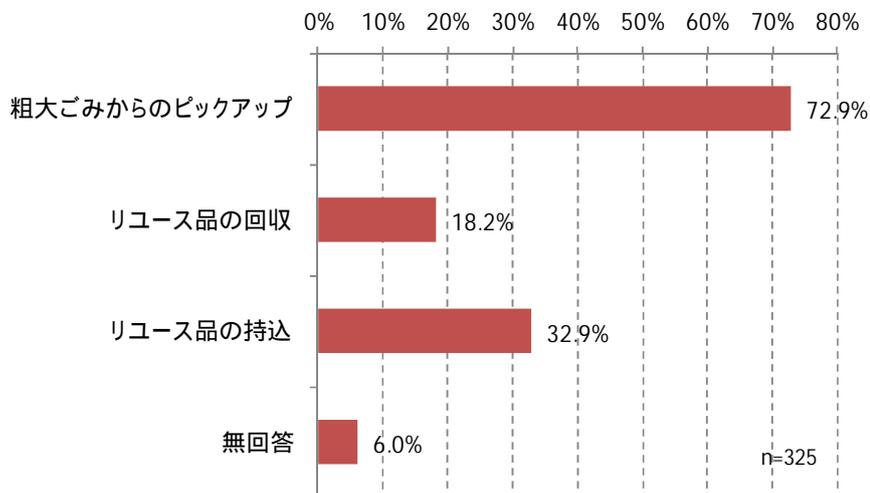
図表 8 市町村における 2 R 活動の取組状況



出典)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」より作成

また、「リユース品の回収・持ち込み」を実施していると回答した 325 の市町村におけるリユース品の回収の方法としては、「粗大ごみからのピックアップ」が 72.9%と最も多く、次いで「リユース品の住民による持ち込み」が 32.9%、「リユース品を住民から連絡を受けて回収」が 18.2%となっている。

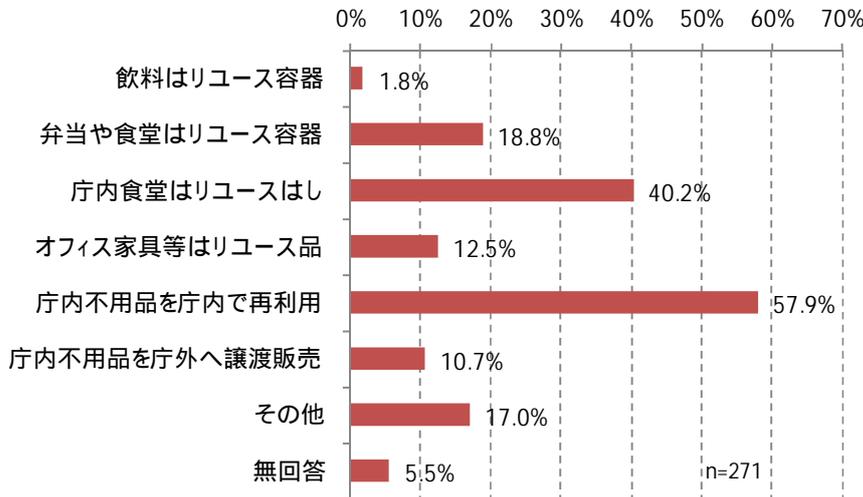
図表 9 市町村におけるリユース品の回収の方法



出典)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」より作成

さらに、「役所等での2R活動」を行っているとは回答した271の市町村に活動の内容を尋ねたところ、「庁内不用品を庁内で再利用」が57.9%と最も多く、次いで、「リユースはし」の利用となっており、「庁内不要品を庁外へ譲渡販売」は1割程度であった。

図表 10 役所等での2R活動

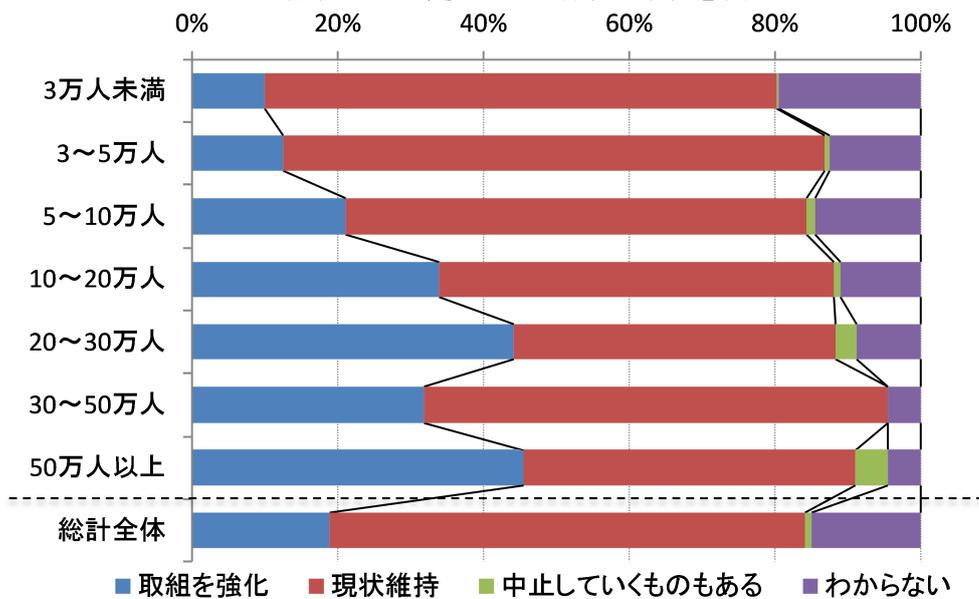


出典)「平成25年度総合的な2Rシステムの構築に向けた調査・検討業務報告書」より作成

今後の2R活動の取組意向については、全体で見ると「取組を強化」が18.9%、「現状維持」が65.3%、「中止していくものもある」が0.9%、「わからない」が15.0%となっている。

人口規模別にみると、人口規模の小さい自治体より大きな自治体の方が「取り組みを強化」と回答した割合が高い傾向にある。

図表 11 今後の2R活動の取組意向



出典)「平成25年度総合的な2Rシステムの構築に向けた調査・検討業務報告書」より作成

## (5) 多様化するリユースの流通チャネル

リユース品の流通方法としては、従来はリユース事業者が消費者等から対面で買い取り、対面で販売する流通方法（対面での C to B to C）が中心であったが、近年ではインターネットオークション（ヤフオク！など）、フリマアプリ（メルカリなど）などインターネットを通じて消費者同士が直接売買を行う流通（C to C）、インターネットで申込み、宅配便でリユース品を引き取るサービス（ネットオフなど）での流通が増えている。これらは利用者にとって利便性が高く、特に近年、フリマアプリについては、若年層を中心に利用が拡大している。

また、対面でのリユース品流通においても、いわゆるリユースショップが回収・販売を行う形式にとどまらず、流通業・メーカーがその回収主体となる取組も多数存在し、例えば、アパレルメーカーが販売店にて古着を回収・リユースする取組、家電量販店が買い替え時に古い家電製品を買い取りリユースする取組、PC メーカーが自社の使用済製品を回収し OS の再インストール等してリユース品として販売する事例もある。

図表 12 使用済製品のリユースを促進する主な手段

消費者から見たリユース方法	概要
リユース事業者を利用 （購入、販売）	古物営業法に基づく、リユース事業者による買い取り・販売。買い取りは店頭買い取り、自宅等への出張買い取り、宅配買い取りなど様々な形態があり、販売も店頭販売、インターネット販売などの形態がある。
宅配買取サービス（販売）	消費者が宅配便でリユース品を送り、リユース事業者にて現物を確認して査定、買い取りを行う。
インターネットオークション を利用（購入、販売）	リユース事業者も利用するが、個人間でのやりとりにも利用される。インターネットオークションサイト等を通じて、売買を行う。主にせり売で販売される。製品の授受は宅配などを利用することが多い。行政機関向けのサービスとして官公庁オークション。
フリマアプリを利用 （購入、販売）	主にスマートフォンを使ったサービスであり、個人間でのやりとりにも利用される。インターネットオークションと異なり売買時の価格は固定。手軽に利用できる。
インターネットショッピング サイトで中古品購入	インターネット上で中古品を購入。リユース事業者の販売に加え、サイト運営会社が販売代行を行うサービスもある。販売価格は固定。新品購入時に、同一製品のリユース品での出品情報（在庫・価格等）を提示してくれるサイトもあり。
フリーマーケット・バザーなど を利用	主に個人間でのやりとり。公園・広場等のスペースに出店される。地方自治体等が主催するものもある。
地方自治体等が運営するリ ユースプラザや不用品交換の 仕組みを利用	住民から不用品を引き取りリユース品として販売。引取方法や販売・譲渡方法には様々な形態がある。また、掲示版等を利用して、住民間の不用品交換を促進する仕組みもある。

出典) 第 18 回使用済製品等のリユース促進事業研究会 (資料 5)

図表 13 流通業・製造業等が主導するリユース事例

	事例概要
PC メーカーの主導するリユース	<p>リース期間が終了した PC、下取りした中古 PC などを、メーカーがチェック、OS 再インストール等を経て、リユース品として再販する仕組み。保証期間が設定されている。</p> <p>同様の取組が複数の PC メーカーで実施されており、例えば、「NEC Refreshed PC」、「IBM Refreshed PC」、「Apple 認定整備済製品( Apple Certified Refurbished Products )」など。Apple においては、PC 以外にもタブレット ( iPad ) も同様に販売している。</p>
小売業の主導する衣類リユース	<p>主に新品の衣類を販売する小売業が、消費者から古着を買い取りまたは無償で引き取り、検査・クリーニングの上で再販、または寄付する取組。複数の小売業で実施されており、例えば、衣類のオンライン販売を展開する ZOZOTOWN では、ZOZOUSUED というサービスを展開、宅配便を使って消費者から古着を買い取り、オンラインにて再販している。</p>
製造・販売事業者が主導する家具リユース	<p>家具の製造・販売を行う事業者が、消費者からの下取り ( 新製品の購入時、買い換え ) または買い取りを行い、メンテナンス・修理を行った上で、再販する取組。例えば、大塚家具では下取り・買い取りした製品を、100% 出資子会社のリンテリア株式会社にて検品、メンテナンス、修理の上、再販を行っている。</p>

## 2. 第三次循環計画で示された課題と同計画の下での関連施策の進展

### (1) 第三次循環型社会形成推進基本計画で示されたリユースに関する課題<sup>2</sup>

第三次循環型社会形成推進基本計画（平成 25 年 5 月閣議決定）において、循環型社会形成に向けて取り組むべき課題の 1 つとして「2 R の取組がより進む社会経済システムの構築」が挙げられている。

同計画では、「2 R（リデュース、リユース）を可能な限り推進することが基本」とされ、そのために「製品の製造段階を含めて、生活やビジネスなど社会経済のあらゆる場面において、2 R の取組を推進する余地がないか改めて検討し、可能な限り 2 R を社会システムに組み込んでいくことが求められる」と記載されている。

また、「健全なリユース市場を構築し、拡大していくこと」が課題として挙げられており、政策的に「ライフスタイルの変革を後押し」するとともに、「事業者においても、長寿命化や省資源化など、2 R を目標とした製品づくりやサービスの提供」が求められるとしている。

### (2) 第三次循環型社会形成推進基本計画の下でのリユース関連政策の進展

環境省では平成 22 年度より「使用済製品等のリユース促進事業研究会」、また平成 25 年度より「総合的な 2 R システムの構築に向けた調査」を実施、リユース促進に向けて様々な調査・検討、施策を実施してきた。

第三次循環型社会形成推進基本計画が策定された平成 25 年度以降では、消費者のライフスタイル変革に向けた情報発信として、消費者向けパンフレット「ご家庭で使わなくなった製品はリユースショップを活用しましょう」（平成 25 年度）、「リユース読本」（平成 28 年 5 月）の公表・発信等を行うとともに、2 R の取組事例等に関する公開シンポジウムを開催（平成 26 年 3 月、平成 27 年 3 月）また、平成 29 年 2 月 12 日にはリユース促進に向けた一般市民向けのイベント「みんなリユースしてるってよ！」を開催した。

また、事業者によるリユース製品の活用促進に向けた情報発信としては、事業者向けに「オフィス等から発生する使用済製品リユースのための手引き」（平成 28 年 5 月）を発売した。

さらに、地域でのリデュース・リユース促進のための取組としては、3 R 行動見える化ツールの改良及び簡易版ツールの作成（平成 26 年度）、「リデュース・リユース取組事例集」、「リデュース・リユース データブック」を公表・発信（いずれも平成 28 年 3 月）等を行った。

一方、リユースに係る健全なビジネス市場の形成のための取組としては、法令遵守体制の徹底に向け、リユース業界に関わる関係法令（環境関連法（平成 25 年度）環境関連法以外（平成 26 年度））を整理したほか、リユース業界団体との意見交換会等を継続して実施、優良化方策等を検討した（平成 26、27 年度）。

また、平成 23 年度から 26 年度まで市町村との使用済製品リユースモデル事業を実施、その成果を「市町村による使用済製品等のリユース取組促進のための手引き」（平成 27 年 7 月）として取りまとめた。

<sup>2</sup> 第三次循環型社会形成推進基本計画 第 1 章 第 2 節（取り組むべき課題）より、リユースに関連する記載の一部を紹介。詳細は「（参考）第三次循環型社会形成推進基本計画におけるリユース関連の記述」（20 ページ以降）も参照のこと。

<消費者のライフスタイルの変革に向けた情報発信>

消費者向けパンフレット「ご家庭で使わなくなった製品はリユースショップを活用しましょう」  
(平成 25 年度)

NPO / NGO 等が地域のイベント等で使用可能なポスターの作成 (平成 26 年度)

2 R の事例等に関する公開シンポジウムの開催 (平成 26 年 3 月 27 日、平成 27 年 3 月 17 日)

「リユース読本」(平成 28 年 5 月)

リユース啓発イベント「みんなリユースしてるってよ！」の開催 (平成 29 年 2 月 12 日)

<事業者によるリユース商品の活用促進に向けた情報発信>

「オフィス等から発生する使用済製品リユースのための手引き」(平成 28 年 5 月)

<地域でのリデュース・リユースの取組促進のための取組>

3 R 行動見える化ツールの改良及び簡易版ツールの作成 (平成 26 年度)

「市町村による使用済製品等のリユース取組促進のための手引き」(平成 27 年 7 月)

「リデュース・リユース取組事例集」(平成 28 年 3 月)

(平成 26 年 3 月に作成した事例集を更新して公表)

「リデュース・リユース データブック」(平成 28 年 3 月)

<リユースに係る健全なビジネス市場の形成>

リユース業界団体との意見交換会において、優良化方策を検討 (平成 26、27 年度)

「リユース業界を取り巻く環境関連法の法的環境整理」及びリユース事業者向けパンフレット  
(平成 25 年度)

「リユース業界に関わる関係法令 (環境関連法以外) の整理」(平成 26 年度)

「リユース業界の信頼性維持・向上のための取組について」(平成 28 年度)

<リユース促進に向けたモデル事業>

平成 25 年度 (前橋市、葉山町)

平成 26 年度 (八王子市、逗子市、武豊町)

平成 27 年度 (NPO 法人 sopa.jp、NPO 法人中部リサイクル運動市民の会)

<リユース市場に関する調査>

中古衣類の海外リユースに関する実態調査 (平成 26 年度)

インターネットオークション、宅配リユースに関する実態調査 (平成 26 年度)

リユース市場規模推計 (消費者の最終需要ベース) (平成 27 年度 (同様調査を平成 24 年度、平成 21 年度も実施))

<その他 (調査研究) >

我が国全体の 2 R 取組状況把握のための指標の検討 (平成 27 年度)

### 3. リユース政策の今後の方向性

#### 3.1 基本的な考え方

(リユース政策の意義)

3R(リデュース、リユース、リサイクル)のうち、リサイクルについては、個別リサイクル法の施行等により、一定程度進展しつつある一方で、製品の適正な継続使用の促進を通じた廃棄物の減量化(リデュース、リユース)については、より一層の促進が必要である。

第三次循環型社会推進基本計画においても、リサイクルより優先順位の高い2R(リデュース・リユース)の取組がより進む社会経済システムの構築の必要性が謳われた。特に、リユースについては主要な循環産業の一つとして位置づけ、リユース品が広く活用されるとともに、リユースに係る健全なビジネス市場の形成につながるよう取組を進めていくことが重要とされたところであり、同計画の下、前項で見たような政策が進められてきた。

リユース促進は、我が国の資源生産性の向上、廃棄物の発生抑制、温室効果ガスの排出削減<sup>3</sup>等に寄与するものであり、また、20世紀後半に形成された大量消費・大量廃棄型かつワンウェイ型のライフスタイルから、循環を基調とした生活の豊かさと環境の保全を両立させたライフスタイルに転換していくためにも、使えるものはリユースするというマインドを社会として育てていくことは非常に重要なことと考えられる。

(今後のリユース政策に必要な考え方)

従来のリユース促進政策は、消費者・事業者等に対してリユース品の排出を促す(市場に多くのリユース品を流通させる)、リユース品の購入・利用を促す(流通したリユース品の需要を喚起する)という2つの切り口・断面を捉え、それぞれを促進することに注力してきた。

しかし、今後は、これらの切り口・断面だけに着目して施策を推進するのではなく、欧州でのCircular Economy(CE)<sup>4</sup>の考え方のように、より大局的な視点に立ち、あらゆるものを資源・資産として捉え、繰り返し、循環的な利用を図っていくことで、“徹底的に資源・資産としての価値を使いきっていく”、“製品のライフサイクルでの価値において、人為的に使用期間が短縮される、または他者のニーズがあるにも関わらず廃棄されるものをなくす”という観点から施策を展開していくべきである。

また、消費者の視点から見れば、ある製品(より正確には“ある機能”)を必要とした際に、「新品を買う」以外の選択肢(具体的には、リユース品の購入、リース品・レンタル品の利用、シェアリングサービスの活用等)が用意されている場面を増やしていくべきである。

<sup>3</sup> 温室効果ガス排出量の削減について、ライフサイクルアセスメントにおいて使用時の消費電力量が多く、省エネ性能が著しく向上している電化製品については例外となる場合もある。

<sup>4</sup> CE(Circular Economy)とは、貴重な資源の有効利用と再利用・再生利用等の一層の推進による資源の損失の防止、資源の再生利用等の方向性に基づいた新しいビジネスモデルの構築、雇用の創出と経済成長、環境配慮型の製品設計と産業振興の相互協力を通じた廃棄物ゼロの実現、温室効果ガスと環境への負の影響の削減等を包含する考え方。CEは、Resource Efficiency(RE)達成のための重要なテーマの1つとして位置づけられる。

## 3.2 施策のイメージ

### (1) リユース品の売買のみに限定されない、より多角的な 2R の推進

欧州委員会は 2015 年 12 月に Circular Economy (CE) に向けた移行を促すため新たな Circular Economy Package (CEP) を発表した。

CE の考え方は、あらゆるものを資源・資産として捉え、繰り返し、循環的な利用を図っていくことで、徹底的に資源・資産としての価値を使いきっていく、製品のライフサイクルでの価値において、人為的に使用期間が短縮される、または他者のニーズがあるにも関わらず廃棄されるものをなくすといったものであり、リユースやリサイクルのみならず、リファービッシュ (Refurbish)<sup>5</sup>やリマニファクチャリング (Remanufacturing) といった、より多角的な取組を、複合的かつ重層的に展開すべきことが提唱されている。

国内のリユース事業者においても、業態の多様化が求められており、リユース品の売買のみならず、事業領域を拡大し、リサイクル、リペアなども行う事業者も増えている。また、リユース事業者からも、リユース品の売買のみに特化するのではなく、広く循環型社会の推進に寄与するための包括的な政策が求められている。

同時に、国内の新製品を製造するメーカーにおいても、多角的な 2R 推進に向けた取組が進みつつある。リファービッシュ、リマニファクチャリングに積極的なメーカーも出てきており、また、リユース及びリユース市場についても、消費者が製品を買換える際の受け皿となり新製品の販売にも好影響があるとの認識から、肯定的に捉えるメーカーも出てきている<sup>6</sup>。

こうした動きも踏まえ、我が国において、従来からのリユース品の売買促進策に止まらず、より多角的に 2R を推進するための施策を実施・展開していくべきではないか。

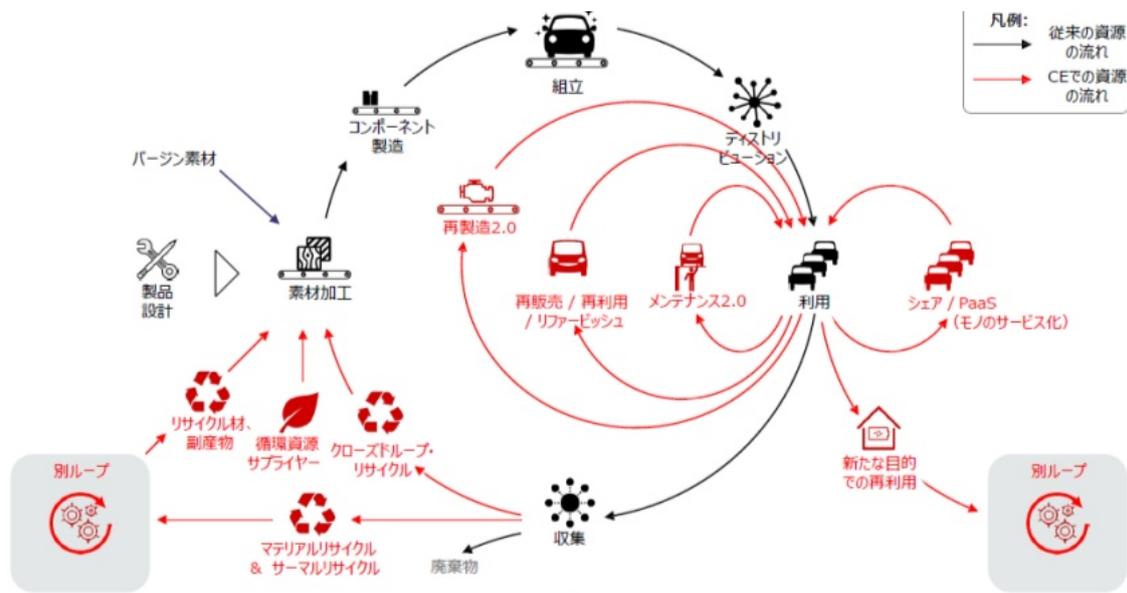
また、それに合わせ、2R の市場規模を補足するデータについても、これまでのもの (商業統計表、経済センサスの公的統計や、環境省が実施した一般消費者の最終需要ベースのリユース市場規模のデータ) に加え、シェア、レンタル、リース、リファービッシュ、リマニファクチャリング等の幅広い 2R 関連取組の経済的効果を何らかのかたちで把握する手法の検討が必要ではないか。

---

<sup>5</sup> リファービッシュ、リマニファクチャリングは、一般に、使用された製品や部品を分解、洗浄、修理などし、新品と同じ水準の製品に仕上げることを指す。明確な定義はない。自動車部品では「リマニファクチャリング」「リビルド」、PC などの IT 機器では「リファービッシュ」、建設機械では「リマン」などと呼ばれる。

<sup>6</sup> すべてのメーカーが肯定的ということではなく、特定の製品・品目によっては、新製品の販売減を懸念して、リユース市場に否定的なメーカーも存在するとの意見もある。

図表 14 Circular Economy の概念図



出典) 経済産業省 平成 27 年度地球温暖化問題等対策調査「IoT 活用による資源循環政策・関連産業の高度化・効率化基礎調査事業 報告書」平成 28 年 3 月 (アクセンチュア株式会社)

## (2) リユースとリサイクルを一体的に進めるための方策の検討

過去に環境省が実施してきた「市町村との使用済製品等のリユースモデル事業」(平成 23～26 年度)の評価や、研究会での意見として、“リユース品の買取りを希望して持参しても、買い取ってもらえない場合に持ち帰らざるを得ないことのデメリットが大きい”ことがリユースの促進を阻害する課題であることが指摘されている。このため、適法性・適正性の確保を前提とした上で、消費者が使用済み製品を引き渡す際の「リユース」と「リサイクル」の垣根を低くすることが出来れば、より多くの使用済み品をリユースとして活用できる可能性がある。

現状、廃棄物収集運搬業の許可業者とリユース業者とが連携する事例<sup>7</sup>や、古着、古本等のいわゆる「専ら物」を対象とした事例<sup>8</sup>などにおいて、リユースとリサイクルのワンストップサービスが提供されている例もある。廃棄物処理法に基づく規制との関係にも十分に留意しつつ、更なる展開の可能性について検討していくべきではないか。

<sup>7</sup> 一般廃棄物、産業廃棄物のいずれの事例も存在しており、廃棄物収集運搬業の許可業者とリユース業者が連携する事例に加え、廃棄物収集運搬業の許可業者自らがリユースも行う事例もある。

<sup>8</sup> 例えば、宅配買取サービスにおいては、古着、古本についてリユース品として買取できないものをリサイクルする事例がある。消費者から見れば、リユース・リサイクルのワンストップサービスと言える。古着、古本は、一般的に専ら物として廃棄物収集運搬業の許可が不要。

### (3) 環境保全以外の社会課題解決の手段としてのリユースの推進

リユースの取組は、循環型社会形成・廃棄物の発生量削減といった環境保全上の効果があるのみならず、社会的弱者への就労機会の提供、社会的取組を行うための原資の調達手段、安価な商品の提供によるセーフティネットの提供といった効果ももたらしうるとの指摘がある。

社会的弱者への就労機会の提供としては、例えば、地方自治体において家具類の再生工程においてシルバー人材を活用する事例や、企業等から提供を受けた使用済 PC の再生工程が障がい者の就労機会となっている事例などがある。

また、社会的取組を行うための原資の調達手段としては、例えば、鯖江市とヤフー株式会社とが連携した「サバオク」では、市民から提供をされたリユース品をインターネットオークションで販売、その売上を地域の環境活動に活用する事例などがある。

また、安価な商品の提供によるセーフティネットの提供としては、リユース品は、一般に、新品に比して安価に提供されるものであることから、リユース品の流通拡大は、低所得世帯の生活改善に資する側面も有している。

以上のような観点を加味し、環境問題にとどまらない広範な社会課題解決のための手段としてのリユースの活用をより積極的に推進するべきではないか。

図表 15 リユースの環境保全以外の効果・機能の評価（例）

リユースの効果・機能		具体的な事例
社会的弱者への就労機会の提供	シルバー人材の雇用創出	地方自治体の進めるリユースにおいて、家具類の再生工程においてシルバー人材センターの活用した取組が数多く見られる（例えば、町田市など）
	障がい者就労支援	企業等より使用済 PC の提供を受け、再生 PC として地域活動団体等に提供、再生工程が障がい者の就労機会となる活動。（例えば、認定 NPO 法人イーパーツなど）
社会的取組を行うための原資の調達手段	地域活動支援	鯖江市とヤフーとが連携した「サバオク」では、市民から提供されたリユース品をインターネットオークションで販売、その売上を地域の環境活動に活用する活動
	寄付・チャリティー等	市民から寄付された、まだ使用できる製品をボランティア等の協力を得て販売し、その収益を非営利活動に活用する仕組み。日本チャリティーショップ・ネットワークが設立され活動。
	学校教育支援	企業等より提供を受け、再生 PC・タブレット等を活用し、学童における教育プログラムに活用する活動。（NPO 法人 sopa.jp など）
安価な商品の提供によるセーフティネットの提供	低所得世帯への生活改善	リユース品は、一般に、新品に比して安価に提供されるものであることから、リユース品の流通拡大は、低所得世帯の生活改善に資する側面も有している。
	途上国支援など	衣類等をはじめ、不要になった製品を寄付・チャリティーとして集め、途上国へ寄贈・支援に活用している取組など。

リユースの効果・機能及び事例は一例。他には、例えば、災害時にリユース品が当面の生活を支えるケースもある。また、各活動事例は複数の効果・機能を有することもある。例えば、サバオクの取組は市民からの寄付・チャリティーの側面も持っており、また環境教育に活用される面では学校教育支援の側面も持つ。

#### (4) 社会の成熟化を踏まえた退蔵品等のリユース促進に向けた取組

現在、日本中の多くの家庭には、既に大量の退蔵品が存在すると想定されており、社会全体が成熟化・高齢化を迎える中で、その傾向は、さらに進展するものと予想される。

それら退蔵品のうち、まだリユース品として利用可能なものが、適切なタイミングでリユース市場に提供されれば、資源の有効利用に繋がるが、逆に、多くの退蔵品を保有したまま、その所有者が亡くなったような場合には、その相続人（ひいては、地元市町村）が、退蔵品由来の大量の廃棄物の処理に苦慮することも懸念される。

こうしたことを踏まえ、退蔵品のリユースへの排出を如何に促進するかについても検討が必要ではないか。

#### (5) 国・地方公共団体等のグリーン購入等におけるリユース品調達の推進

第三次循環基本計画では、国、地方公共団体の役割として「自らも事業者として、グリーン購入やグリーン契約などを通じてリユース製品、リサイクル製品等の優先的な調達など循環型社会の形成に向けた行動を率先して実行する。」と記載されているところであり、国、地方公共団体等に対しては、使用済製品のリユース品としての売却（公有財産売却）とリユース製品の優先的な調達の両面において、率先した実行が期待される場所である。

公有財産のリユース品としての売却はインターネットオークションの仕組み<sup>9</sup>も活用しつつ一定程度前進が見られているが、リユース製品の率先調達については一部の事例<sup>10</sup>を除き、思うように進んでいないのが現状である。

グリーン購入法の特定調達品目へのリユース製品の位置付けについての検討やガイドラインの整備等も含め、引き続き推進していく必要があるのではないか。

#### (6) リユース業界のコンプライアンスの徹底（消費者が安心・安全に繋がる環境整備）

リユースを推進していくためには、消費者・事業者が、引渡し・購入のいずれの場面においても、安全・安心に利用できるための環境整備が必要である。そのためにも、リユース事業者のコンプライアンスの徹底は最低限必要なことである。

これまでリユース事業者との意見交換会を継続的に開催するとともに、リユース業界に関する関係法令の整理（「リユース業界を取り巻く環境関連法の法的環境整理」（平成 25 年度）、「リユース業界に関わる関係法令（環境関連法以外）の整理」（平成 26 年度））を行ってきた。コンプライアンスについては、今後とも、リユース事業者との意見交換や要望等を行うとともに継続していくことが求められる。

インターネットでのリユース品の取引に着目すると、現状でも、ネット取引サービスを提供している事業者自身による自主的なサイトパトロール等が講じられているが、一方で、適正な事業

<sup>9</sup> 例えば、インターネットを活用した公有財産の売却では「Yahoo!官公庁オークション」がある。

<sup>10</sup> 地方公共団体におけるリユース品の調達事例としては、高知県黒潮町が再生 PC を随意契約にて調達（2014 年）。再生 PC 調達のきっかけは、OS の一斉更新が必要となった際、調達予算の確保のため。再生 PC の利用期間は 2 年ほど短くはなるが、新品 PC での調達に比して 3 分の 1 程度の費用で調達。

者か否かの判別が、消費者からはつきにくいので、何らかの情報共有の強化が必要との声もあり、官民連携の上、引き続きの取組が必要ではないか。

また、リユース品の輸出に着目すれば、リユース目的で輸出された使用済み電気電子機器等がバーゼル条約上の不法取引に該当する等して問題となるケースも増えているところであり<sup>11</sup>、輸出を行うリユース事業者の更なるコンプライアンス強化を図るための取組も、必要ではないか。

---

<sup>11</sup> 補足：平成 28 年 5 月 15 日に主要先進 7 か国(G7)富山環境大臣会合において採択された「富山循環フレームワーク」においては、電気電子廃棄物を具体例としつつ、その輸出入の適正化を図ることにより、国際的に協調して資源効率性や 3R に取り組むという強い意志が示されている。  
シップバックの相手国・地域としては香港、マレーシア等のアジア諸国・地域が大半を占めている。

## 第三次循環型社会形成推進基本計画

### 目次

はじめに	1
第1章 現状と課題	3
第1節 現状	3

#### 1 循環型社会形成をめぐる国内外の情勢

(中略)

他方で、循環基本法における優先順位がリサイクルよりも高い2 R (リデュース・リユース) (注6)の取組が遅れているほか、廃棄物等から有用資源を回収する取組も十分に行われているとは言えず、それらを的確に把握する指標も十分に整備されていない。

#### 第2節 取り組むべき課題

##### (1) 2 Rの取組がより進む社会経済システムの構築

天然資源の消費を抑制し、環境への負荷をできる限り低減していくためには、リサイクルに先立って、2 R (リデュース、リユース)を可能な限り推進することが基本とされなければならない。

このため、製品の製造段階を含めて、生活やビジネスなど社会経済のあらゆる場面において、2 Rの取組を推進する余地がないか改めて検討し、可能な限り2 Rを社会システムに組み込んでいくことが求められる。

そのような取組の一環として、家庭ごみの1人1日当たりの排出量を削減すべく、容器包装の削減やリターナブルびんの使用などに加え、生活全体においてリデュース、リユースを押し進めていく必要がある。

(中略)

また、生活用品を中心に国民の間にも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広がっていることを踏まえ、健全なリユース市場を構築し、拡大していくことが課題である。さらに、このような2 Rの動きを促進するには、2 Rを始めとする3 Rの取組効果や循環利用された循環資源の行方を消費者が明確に把握できるようにして、ライフスタイルの変革を後押しする必要がある。

事業者においても、長寿命化や省資源化など、2 Rを目標とした製品づくりやサービスの提供が求められる。

第2章 循環型社会形成に向けた取組の中長期的な方向性・・・・・・15  
第1節 自然界における循環と経済社会における循環が調和する社会・・・・・・15

(中略)  
我が国が目指す循環型社会は、従来の大量生産・大量消費型の経済社会から大きく転換し、自然界から取り出す資源と自然界に排出する廃棄物の質と量を自然環境が許容できる範囲内に抑えた、持続可能な活動が行われる社会である。  
この社会では、自然の恩恵と脅威に対して謙虚さを保ち、一度自然界から取り出した枯渇性資源は、製品寿命の長期化やリユース、リサイクルにより、有用な「社会ストック」として経済社会ですでにできるだけ長く有効活用されるとともに、バイオマスなどの再生可能資源はその再生スピードの範囲内で活用される。これにより、大気、水、土壌、生物等の中の物質循環が健全化し、自然界における循環と経済社会における循環の間で調和が保たれることになる。

第2節 3R型ライフスタイルと地域循環圏の構築・・・・・・15

20世紀後半に形成された大量生産・大量消費型かつワンウェイ型のライフスタイルから、循環を基調とした生活の豊かさと環境の保全を両立させたライフスタイルに転換し、低炭素社会や自然共生社会とも統合された持続可能な社会の形成を目指す。  
この社会では、「足るを知る」意識が浸透し、リデュースが進み、リユース製品が定着するようになる。例えば、不必要な容器包装はなくなり、詰替用製品や再生品、食品ロス削減のために量を調節できるメニューやフードバンク活動(注15)が普及し、家庭においても食べ残しの減少、エコ・クッキング(注16)などの調理の工夫、生ごみの肥料化や分別などの取組が進む。生活用品や衣類をはじめとしたあらゆる物が健全なリユース市場を通じて、次なる所有者に引き継がれてゆく。リユース商品は、人手と時代を経たことが新しい価値を生み、リユースできない衣服なども仕立て直され、新たな役割を与えられる。住まいは、長期にわたって使用可能な質の高い住宅が設計され、世代を越えて活用される。また、建築物をリフォームするなどして古い住宅や、空き家も大事に使用される。新しい商品の購入・所有にこだわらないリースやレンタル、長期間使用していくための修理や維持管理などへの需要も高まる。カーシェアリング(注17)やハウスシェアなど、モノの「共有」が所有形態の一つとして定着し、共有を通じた人と人とのつながりにも新たな価値観が見出される。さらに、買い物や食事の宅配サービス時に通い箱(使い捨てでない配送箱)の使用や食器・容器包装のリユースがしっかりと行われるなど、高齢化社会・単身世帯化に対応した3R活動が営まれる。

第3節 資源効率性の高い社会経済システムの構築・・・・・・17  
第4節 安全・安心の実現・・・・・・18  
第5節 国際的取組・・・・・・18

第3章 循環型社会形成のための指標及び数値目標	20
第1節 物質フロー指標	23
1 目標を設定する指標	23
2 目標を設定する補助指標・推移をモニターする指標	26
(1) 入口	26
(2) 循環	28
(3) その他	29
第2節 取組指標	29
1 入口	29
(5) 2Rの取組状況	
以上の指標に加え、国民のリデュース・リユースに対する取組状況を計測するため、レジ袋辞退率(マイバッグ持参率)、詰替・付替製品の出荷率、 <u>びんのリユース率、リユース・シェアリング市場規模の推移</u> をモニターする。	
2 循環	31
3 出口	31
4 その他	32
第3節 今後の検討課題等	35

第4章 各主体の連携とそれぞれに期待される役割	37
第1節 各主体の連携	37
第2節 各主体の役割	37

(1) 国

(中略)

また、自らも事業者として、グリーン購入やグリーン契約などを通じてリユース製品、リサイクル製品等の優先的な調達など循環型社会の形成に向けた行動を率先して実行する。

(2) 地方公共団体

(中略)

例えば、廃棄物の分別収集の徹底、一般廃棄物処理の有料化などによる廃棄物の減量化、廃棄物会計の導入・公表、ほとんど再生利用が進んでいない生ごみ等の一般廃棄物の再生利用や熱回収のさらなる推進、容器包装リサイクル法に基づき収集した廃ペットボトル等の国内での再生利用の促進、バイオマスなどの循環資源の地域内での活用推進、有害物質に関する適切な管理・モニタリングの実施、地域における環境教育・環境学習の場の提供、環境に配慮したグリーン製品・サービスや地産商品の推奨・情報提供、地域内の廃棄物処理事業者、リユース・リサイクル事業者の指導・育成、違法な廃棄物処理を行う者に対する指導などの取組により、地域における循環型社会の構築が進展し、環境への負荷が低減されることになる。

さらに、国同様、自らも事業者として、また地域の環境保全と産業振興を促進する立場から、グリーン購入やグリーン契約などを通じてリユース製品、リサイクル製品等の優先的な調達など循環型社会の形成に向けた行動を率先して実行することも期待される。

(3) 国民

(中略)

これらのことを踏まえ、例えば、ごみの減量化や分別排出の実施、廃棄物、廃家電等の適正なルートでの排出、マイバッグ・マイボトルの利用、詰替製品・簡易包装・リユースびんの選択等による容器包装の削減、食材の使い切りや、過度な鮮度志向の抑制等による食品ロスの削減、レンタル・リース・中古品の積極的活用、木材等の再生可能な資源を利用した製品や再生品の優先的な購入などの取組を積み重ねていくことで、環境負荷が低減されることになる。

(4) NGO/NPO等

(5) 大学等の学術・研究機関

(6) 事業者

製造業者、小売事業者等

製造事業者についての記載

(中略)

なかでも、環境配慮設計の徹底は重要であり、製品製造段階で減量化すれば、その分、資源の投入量や廃棄物の発生量が抑制されることになる。また、原材料素材の表示や解体しやすい設計を行うことで、効率的にリユース・リサイクルを行うことが可能となる。

小売事業者についての記載

また、小売事業者は消費者に近い事業者として、特に一般廃棄物削減に係る取組への貢献が求められる。例えば、リユース製品、リサイクル製品等の積極的な販売、簡易包装の推進、牛乳パックや食品容器、小型家電等の店頭回収、マイバッグの推奨などの取組を進めることにより、家庭や事務所から排出される廃棄物が削減される。

第5章 国の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 41

第1節 取組の基本的な方向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 41

排出者責任に基づくリサイクルや適正処分の徹底や、拡大生産者責任に基づく製品製造段階からの環境配慮設計を引き続き推進する。  
また、2 Rの取組がより進む社会経済システムを構築するための取組を進める。

廃棄物等を貴重な資源として捉え、そこから有用な資源を回収したり、エネルギー源として利用したりするなど、その有効活用を図ることとし、資源確保の観点を強化する。また、海外では適正な処理が困難で資源戦略上価値の高い廃棄物等については、我が国への輸入を積極的に行う。

有害物質の混入防止・適正処理、廃棄物処理体制の充実、有害物質情報に関する情報共有と関係者間の意思疎通・理解の促進、不適正輸出に係る水際対策の強化などの安全・安心の観点からの取組を拡充する。

循環型社会の形成に向けた取組が、(ア)2050年までに80%の温室効果ガスの排出削減を目指すという地球温暖化対策の目標や、(イ)生物多様性に関する世界目標である愛知目標に貢献することも念頭に、低炭素社会づくり・自然共生社会づくりとの統合的取組を進める。

地域循環圏の形成に向けて、一定の地域内で循環させることが適当な循環資源については、それぞれの地域の特性や地域に住む人と人とのつながりに着目し、適正な規模で循環させることができる仕組みづくりを進める。

グリーン・イノベーションを推進し、循環産業の発展を促す。

廃棄物・リサイクル関係の各個別法の運用・見直しにあたっては、各個別法間の連携も考慮しつつ、2 R（リデュース・リユース）の推進、有用資源の回収、安全・安心の確保など、本計画の内容を踏まえ、総合的かつ計画的に行う。

アジアをはじめとする途上国において循環型社会を形成するための取組や、地球規模での循環型社会を形成するための国際的取組を積極的に推進する。さらに、これらの取組とも連携しつつ、静脈産業をはじめとする循環産業の海外展開を積極的に支援する。

第2節 国内における取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42

1 「質」にも着目した循環型社会の形成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42

(1) 2 Rの取組がより進む社会経済システムの構築・・・・・・・・・・・・ 42

リサイクルより優先順位の高い2 R（リデュース・リユース）の取組がより進む社会経済システムの構築を目指して、以下の取組を進める。

社会経済システムとして2 Rを推進すべく、国民・事業者が行うべき具体的な2 Rの取組を制度的に位置付けることを検討する。

2 Rの取組を進めるためには、川下の消費者のライフスタイルの変革に加えて、容器包装の削減・軽量化、長期間使用することのできる製品の開発、リターナブル容器の利用等の川上の事業者の積極的取組を社会的費用にも配慮しつつ推進することが必要となる。このため、これらの取組を行っている事業者が社会的に評価される仕組みづくり等を進める。

また、持続的に消費者の行動を促すことができるよう、地域における消費者、事業者、

NPO、地方公共団体等の各主体間の連携等のあり方について検討する。

リユースを主要な循環産業の一つとして位置付け、リユース品が広く活用されるとともに、リユースに係る健全なビジネス市場の形成につながるよう、盗品販売など事業者の不適正行為防止のための法令遵守体制(コンプライアンス)の徹底はもとより、リユース品の性能保証など消費者が安心してリユース品を利用できるような環境整備を推進する。

また、経済活動に適合し、2 R にビジネスベースで取り組む象徴的な事例を創出・定着させることを目的に、社会実験として、事業者等による先進的取組を支援する。

「3 R 行動効果の見える化」として、リサイクルも含めて、個々の消費者・小売店をはじめとする事業者が実際に取り組むことができる3 R 行動とその効果を分かりやすくまとめ、きめ細やかに情報提供する。また、3 R 行動効果の結果を簡易に販売促進や環境報告書への記載などに活用できるようにし、取組実施のインセンティブとする。

国民の「もったいない」という文化、意識を活かし、消費者、各事業者が連携して、食品廃棄物、容器包装の削減などフードチェーン全体の改善に取り組む。

長期にわたって使用可能な質の高い住宅ストックを形成するため、長期優良住宅認定制度の運用、認定長期優良住宅に対する税制上の特例措置の活用を促進する。

- (2) 使用済製品からの有用金属の回収・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43
  - (3) 水平リサイクル等の高度なリサイクルの推進・・・・・・・・・・・・ 44
  - (4) 有害物質を含む廃棄物等の適正処理システムの構築・・・・・・・・ 45
  - (5) 災害時の廃棄物処理システムの強化・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
- 2 低炭素社会、自然共生社会づくりとの統合的取組・・・・・・・・・・・・ 48

リユースや長期使用は一般的には望ましいが、家電製品等については近年エネルギー消費効率が大きく高まっており、場合によってはリユースや長期使用がエネルギー消費の拡大につながることを踏まえ、リユースや長期使用による各種環境負荷の低減がバランスを取って効果的に実現されるよう、その参考となる指針の策定を検討する。

- 3 地域循環圏の高度化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49
- 4 循環資源・バイオマス資源のエネルギー源への利用・・・・・・・・・・ 51
- 5 循環産業の育成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 52
- (1) 廃棄物等の有効活用を図る優良事業者の育成・・・・・・・・・・・・ 52

リユース市場の拡大に向けて、優良なリユース事業者の育成とリユース品の品質の確保に向けた取組を促進する。

循環資源を用いた再生品等の品質や安全性を高めていくとともに、そのブランド化等により競争力強化を図る。

また、リユース製品やリサイクル製品等の品質・安全性・環境負荷低減効果についてわかりやすく提供・表示する、エコマーク等の環境ラベリング等の取組を促進する。

国自らが率先して、グリーン購入・グリーン契約に取り組む、リデュース・リユース製品にも重点を置いて3 R 製品等を調達するとともに、環境に配慮したサービスや再生可能エネルギー等を積極的に利用する。

- ( 2 ) 静脈物流システムの構築・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 53
- 6 廃棄物の適正な処理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 54
  - ( 1 ) 不法投棄・不適切処理対策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 54
  - ( 2 ) 最終処分場の確保等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 55
- 7 各個別法の対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56
- 8 環境教育等の推進と的確な情報共有・普及啓発・・・・・・・・・・ 59
  - ( 1 ) 環境教育等の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 59
  - ( 2 ) 3 Rに関する情報共有と普及啓発・・・・・・・・・・・・・・ 59

地方公共団体、事業者など様々な主体が構成員となっている3 R活動推進フォーラムとの共催で、3 R推進全国大会を開催し、3 Rに関する各種取組の紹介や循環型社会推進功労者の表彰等により、国民の意識向上や具体的な行動を促す。よりきめ細やかな活動を実施するため、ブロック単位での3 R推進地方大会も開催する。さらに、様々な分野の団体が集まり、国及び自治体とも連携しつつ「リデュース・リユース・リサイクル推進功労者表彰」等の活動を行っているリデュース・リユース・リサイクル推進協議会等の民間団体と今後も連携し、なお一層の国民の意識向上や具体的な行動を促す活動を続ける。

- 第3節 国際的取組の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 61
  - 1 3 R国際協力の推進と我が国循環産業の海外展開の支援・・・・・・・・ 61

OECD、UNEP 持続可能な資源管理に関する国際パネル、UNEP 国際環境技術センター (IETC) (注 36)、短寿命気候汚染物質削減のための気候と大気浄化のコアリション (CCAC) (注 37)、バーゼル条約の活動等に積極的に参画し、3 R・廃棄物処理に関する制度・技術や、リユース製品やリサイクル製品等をはじめとする持続可能な消費と生産に関する取組、物質フロー指標等に関する我が国の最新の知見・取組を反映させるなど国際的な情報発信を強化する。

- 2 循環資源の輸出入に係る対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 63

- 第4節 東日本大震災への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 64
  - 1 災害廃棄物の処理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 64
  - 2 放射性物質に汚染された廃棄物の処理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 65

- 第6章 計画の効果的实施・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 66
  - 第1節 関係府省間の連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 66
  - 第2節 中央環境審議会での進捗状況の評価・点検・・・・・・・・・・・・ 66
  - 第3節 個別法・個別施策の実行に向けたスケジュール (工程表)・・・・ 66

(以上)