
**令和6年度
使用済衣類回収のシステム構築に関する
モデル実証事業 最終報告**

～サステナブルファッション・プラットフォーム構築に向けて～

2024年12月

oHOHo CYCLE PROJECT
(申請者：エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社)

INDEX

1. サステナブルファッション・プラットフォーム構築に向けて

2. 環境省モデル実証事業（事業概要）

- ① 環境省モデル実証事業概要
- ② 協業メンバー
- ③ 取り組みの特徴

3. 環境省モデル実証事業（最終報告）

- ① 最終報告概要
- ② 各回収拠点の担当者より
- ③ 投入時アンケートから
- ④ 選別結果とCO2排出削減効果
- ⑤ マーケットニーズに合ったリサイクル製品の開発の検討に向けて
- ⑥ 広報・PR
- ⑦ 多様な企業・地方自治体との協業によるインパクト

4. 今後に向けた提言

5. 今後のスケジュール

1.サステナブルファッション・プラットフォーム構築に向けて

① 私たちが目指すこと

地域社会の豊かな未来の創造へ貢献するため

「捨てる」から「つなぐ」へ

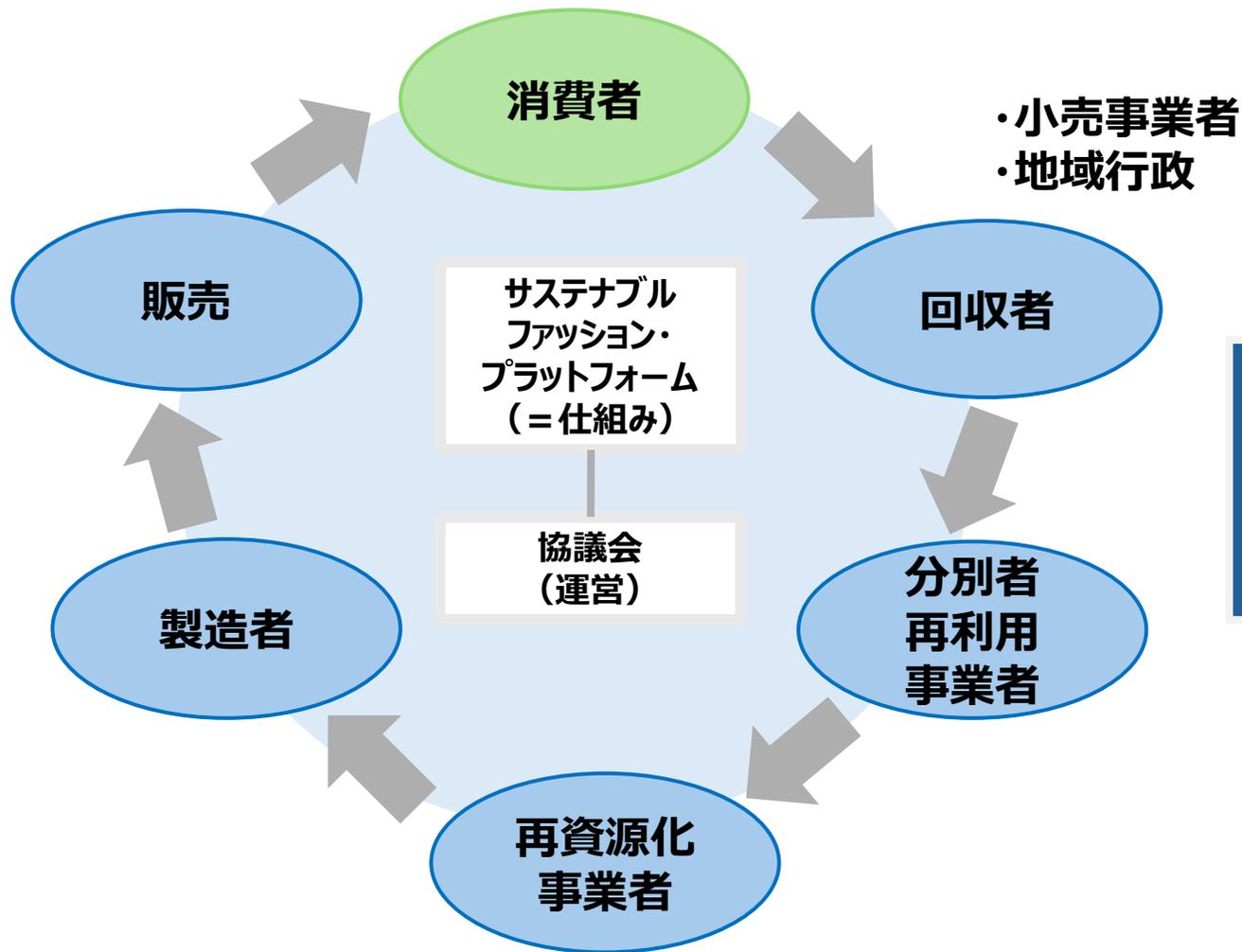
未来に向けた新たな価値を創造したい

そのために、廃棄物が発生しない社会を築いていく仕組みとして
地域共創型サーキュラーエコノミーの実現を目指します。

地域住民の方も含めた共感の輪を拡大し、参画パートナーを増やすため、
「目に見える」「手の届く」「地域ごとのサイズ感にあった」を大切に活動したいと
考えています。

※「地域共創」・・・地域住民や行政、学校、企業、そしてそこで働くひとたちも含めて参画し、
手を携えて協業することを活動の基軸にした活動のこと

② サステナブルファッション・プラットフォーム



まずは、大阪で事業活動を行う事業者および行政、地域住民を中心に共創。
結果、CO2排出削減にも寄与。

→「大阪モデル」を確立

地域の企業や行政が連携してモデルを構築することで、地域経済の活性化にもつながると考えており、サステナビリティと経済性の両立を図る上で重要と考えています。

効率・効果的で、かつ、持続可能なエコシステムを構築（見える化）

2.環境省モデル実証事業 (事業概要)

① 環境省モデル実証事業概要

② 協業メンバー

③ 取り組みの特徴

(参考) ロゴマークのコンセプト／特設サイト

① 環境省モデル実証事業概要

1. 事業概要	衣類における効率的かつ効果的で持続可能なサーキュラーシステムの構築を目指し、大阪府および賛同企業と協業して、不要となった衣類を回収・選別後、再販やマーケットニーズに合ったリサイクルへとつなげます。
2. 実施事業名称	<p>oHOHo(オホホ) CYCLE(サイクル) PROJECT(プロジェクト) "みんな微笑む「すてない」未来へ"</p>  <p>(1) コンセプト 『水都・大阪』から、流れ続ける水流のごとく、モノの流れも持続可能に。水脈のように多様で変化に富んだ新たなサーキュラーシステムを地域の皆さまと共創していきます。</p> <p>(2) ロゴマーク (ロゴマークの意味) 水の循環をイメージし、水の分子構造になぞらえることで、地域の方々が手を取り合い新たに共創する姿を表しています。</p>
3. 協業自治体・企業	大阪府、H2Oほか 2 市・9社
4. 実証期間	2024年6月～2024年12月
5. 特設サイト	https://ohoho-cycle.jp/

② 協業メンバー

協業メンバー	本社	代表者名	役割
青山商事株式会社	広島県福山市	青山 理社長	衣類の回収等
Earth hacks株式会社	東京都渋谷区	関根 澄人社長	CO2排出削減量の算定等
株式会社イチ・ツー・オー商業開発	大阪市西成区	今井 康博社長	衣類の回収等
イチ・ツー・オー リテイリング株式会社	大阪市北区	荒木 直也社長	プロジェクトマネジメント等 (事務局)
大阪府	大阪府中央区	吉村 洋文知事	広報および普及・啓発等
JR西日本SC開発株式会社	大阪市北区	橋本 修男社長	衣類の回収等
吹田市	大阪府吹田市	後藤 圭二市長	衣類の回収、 広報および普及・啓発等
帝人フロンティア株式会社	大阪市北区	平田 恭成社長	回収した衣類の再資源化、 製造・販売に向けた協働等
株式会社阪急阪神百貨店	大阪市北区	山口 俊比古社長	衣類の回収等
阪急阪神不動産株式会社	大阪市北区	福井 康樹社長	衣類の回収等
ファイバーシーディーエム株式会社	堺市	西村 信久社長	各拠点からの衣類の回収・ 選別およびリユース（再販）等
藤井寺市	大阪府藤井寺市	岡田 一樹市長	広報および普及・啓発等
株式会社MILKBOTTLE SHAKERS	大阪市西区	喜多 泰之社長	プロジェクトマネジメントサポート等

③ 取り組みの特徴

① サプライチェーンが一体となった取り組み (非競争領域・協調領域)

衣類回収拠点においては本来競争関係にある他社とも協働・共創
入口部分だけでなく、出口部分（再資源化・商品化）の事業者との
パートナーシップ構築

② 都道府県との共創（大阪府）

市町村レベルではなく、都道府県と連携している事例は少ない

③ 回収拠点側のコストを抑制

回収衣類をリセール（国内・海外）することを明確に発信、
循環にリセールを組み込むことで、衣類回収等にかかるコストを抑制

④ 仕組み・ツールをオープンソース化

回収ボックスを保有しない事業者は、当社の回収ボックス名称
「フクのツナギ箱」の利用を共有化

⑤ 具体性とモデル性

(参考) ロゴマークのコンセプト／特設サイト



【特設サイト】

<https://ohoho-cycle.jp/>



【コンセプト】

私たちの地球とは水の惑星であり、その循環の上に多くの命が成り立っています。水は自由な変化に富み、時に潤いを、時に癒しを、時に恵みを与えてくれます。それはまさに生命の豊かさです。

私たち人類はその豊かさを享受するため、水と共に暮らしやすい循環経路や仕組みを築いてきましたそしてそこに、文明・文化を宿してきました。

そして今、ここ『水都・大阪』から、私たちの新たな試みがスタートします。豊かさに向かって流れ続ける水流の如く、モノの流れも持続可能に。

豊かさの象徴だと思い込んでいたリニアエコノミー（直線型社会）から、地域社会が潤うようなサーキュラーエコノミー（循環型社会）へ。

水脈のように多様性と変化に富み、地域の皆さまと共創できる新しいサーキュラーシステム。

3. 環境省モデル実証事業 (最終報告)

①最終報告概要

(参考) 大阪府下の回収拠点

(参考) 回収状況

(参考) 回収ボックスについて

②各回収拠点の担当者より

③投入時アンケートから

④選別結果とCO2排出削減効果

⑤マーケットニーズに合ったリサイクル製品の開発の検討に向けて

⑥広報・PR

⑦多様な企業・地方自治体との協業によるインパクト

① 最終報告概要

取り組み		内容	当初目標		結果	今後の課題
i	回収拠点を協働展開	<p>企業・官民の枠を超え回収拠点を協働で展開、消費者視点での統一的な情報提供（情報多様化による消費者の困惑緩和）</p> <p>期 間：2024年10月9日(水)～12月1日(日)（54日間） ※拠点により異なる。詳細は別紙参照</p> <p>ポイント： ● 共通のロゴ、ツールを製作 ● 大阪府内で圧倒的な店舗数を有する青山商事との協業（府内全43店舗） ● 梅田エリアでの競合と協業（ルクア、阪急阪神百貨店、HEP）</p>	協働回収拠点数	50拠点	65拠点 (目標比130%) ※単日イベント1拠点含	<ul style="list-style-type: none"> ● 生活の行動範囲内でアクセスしやすい回収拠点の拡大 - 地方自治体との連携（市役所ほか公共施設） - オフィスやマンションでの回収の可能性 ● 小売店舗に衣類を持ち込んでもらうための動機付け
			回収量目標	5,000kg ※下取りスーツ含	4,932kg (目標比98.6%) ※下取りスーツ含	
ii	回収・選別の一元化	<p>回収された衣類を選別する技術を持ち、国内最大規模の工場（大阪府泉南市）を有するファイバーシーディーエムで一元的に実施することで効率的な回収からの循環を実現</p> <p>ポイント： ● 回収された衣類を有価物として売買取引 ● 大阪府市町村へ取り組みの説明会実施（大阪府主催） ● 回収、国内外でのリセール(※)、リサイクル・サーマルリカバリーに分け割合を算出 ※経済合理性をもたせるためにリユースの中でもリセールに注力</p>	事業全体で回収量の把握及び有効利用・処理量の選別割合を算出		事業全体に加え、回収拠点別に回収量及び選別割合を算出	<ul style="list-style-type: none"> ● 大阪府各市町村の理解を得ながらの巻き込み ● プラットフォームの中核を担うハブとしての安定的な運営、リセール・リサイクルルートの開拓と、それに伴う選別精度の向上 ● 回収に伴うロジスティクスの効率化
iii	効果の測定と可視化	大阪府が事業連携協定を締結しているEarth hacksが提供する、シンプルかつ訴求力のある「デカボスコア®」の活用	回収場所までの移動手段や（リユースについて）新品との代替率等を考慮した評価		 <p>27,209 ↓ 648 (kgCO2e)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● プラットフォーム全体での排出量も含めた効果測定（回収・輸送・再販等の過程）
iv	回収後の活用検討	再利用（リユース）可能な衣類は、ファイバーシーディーエムが保有するショップ等でリセール。また、マーケットニーズに合ったリサイクル製品の開発の検討も行い、その製品に見合った再資源化事業者・製造者の開拓を行い、可視化する。	再資源化事業者・製造者開拓・可視化		<p>協業メンバーの多様なネットワークから再資源化事業者・製造者の可視化までを実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 繊維to繊維のリサイクル技術を保有する帝人フロンティアを中心とした多様なパートナーと連携し製品としての出口を検討 ● 多様な企業とのビジネスネットワーク形成とコラボレーション推進（再資源化、製造、販売）のためのExchange Meetingを実施

(参考) 大阪府下の回収拠点

回収期間は事情により変更する場合があります。●印が自治体、★印が企業です。

自治体・企業名	回収拠点	回収期間
●大阪府	大阪府咲洲庁舎	10月9日～12月1日
●吹田市	吹田市役所、 資源リサイクルセンター（くるくるプラザ）	10月9日～12月1日
★青山商事株式会社	洋服の青山、THE SUIT COMPANY、 WHITE THE SUIT COMPANY、 UNIVERSAL LANGUAGE MEASURE'S (府内全43店舗)	10月9日～12月1日
★株式会社 エイチ・ツー・オー 商業開発	カナートモール住道「アイ・クローゼット」	10月9日～12月1日
	イズミヤショッピングセンター「アイ・クローゼット」 (和泉中央、河内長野、くずはモール、福町、 松原、八尾)	11月1日～12月1日
★JR 西日本 SC 開発 株式会社 (JR 西日本ショッピング センターカンパニー)	ルクア大阪、天王寺ミオ	11月1日～11月20日
	吹田グリーンプレイス	10月21日～10月30日
	アルピ住道	11月1日～11月10日
★株式会社 阪急阪神百貨店	阪急うめだ本店、阪神梅田本店、阪急メンズ大阪、 千里阪急、高槻阪急スクエア	10月9日～12月1日
★阪急阪神不動産 株式会社	HEP FIVE、ロサヴィア	11月1日～12月1日

※単日イベント（ふじいでら市民まつり）での回収

●藤井寺市	藤井寺市役所前ふれあい広場	11月23日
-------	---------------	--------

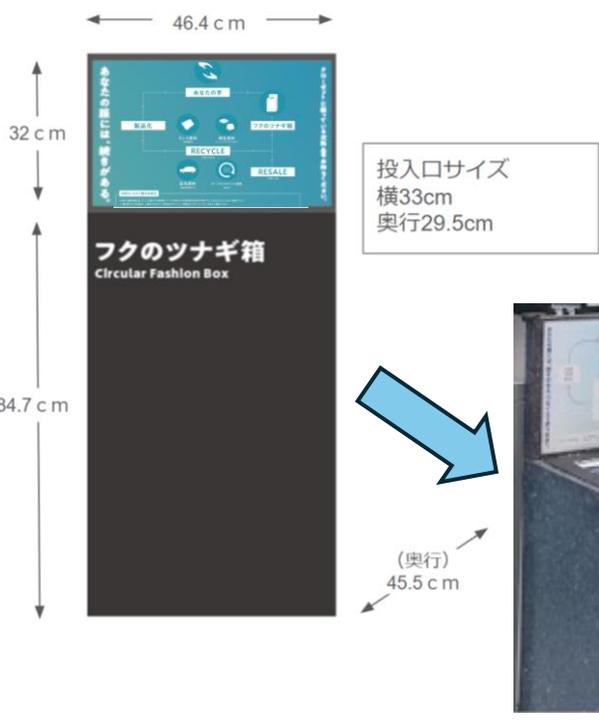


既存の取り組み

実証期間のみの取り組み

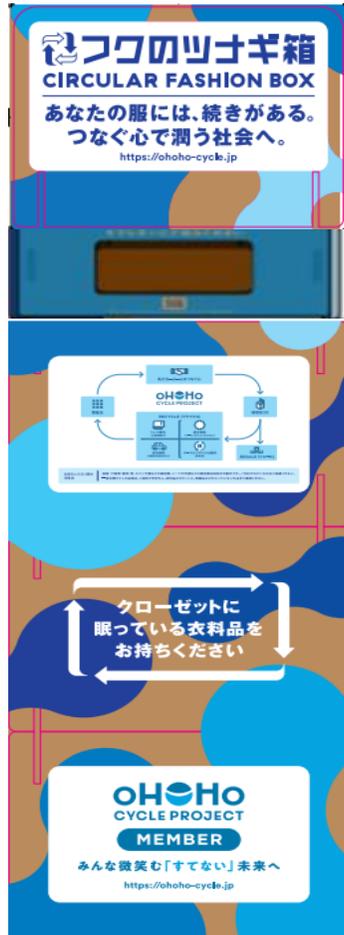
オープンソース型

阪急阪神百貨店



各社運用型

青山商事様



→他社の商業施設にも「フクのツナギ箱」が設置されます

外寸430×430×1200
内径350×350×(前方900/後方1050)

時期、場所、対象について

- ・実証期間がちょうど衣替えの時期で、通常期より回収量が多かった
- ・当初の想定通り、都心よりも郊外、来店頻度がより高い場所で回収量が多い
→ 習慣的に来る場所のほうが持って来るハードルが下がる、一度見て回収を知り次回来店時に持ち込み
➡ 通勤客や施設従業員の通り道に設置するのが効果的、オフィスビルやマンションも効果が高いのでは

広報・周知方法について

- ・読売新聞を見たお客様からの電話問い合わせが数件あり、掲載後1週間ほど回収量が増えた
- ・寄り付き顧客が日頃チェックしている、各拠点のメディアでの告知が効果的
- ・回収は常設であっても、周知拡大キャンペーンなどを定期的実施すると良いのでは

異物投入状況

- ・ゴミが投入されてしまった拠点：3店舗（都心拠点に多い傾向）
- ・回収不可品や、未洗濯衣類が投入された拠点もあり
→ 一旦は回収・選別業者が買い取り、状態によっては洗濯後再販も

今後の課題

- ・回収できるもの/できないものを例示したPOPを掲出できると良いのでは
- ・引き取りオペレーションのシステム化
- ・回収BOXが溢れないよう移し替え、仮保管、引き渡しなど人手が要るので、繁忙期などは調整が必要では

概況

- ・回答必須にしておらず、回答に対する動機付け施策が不十分であったため回答数が約20件と非常に少なかった
- ・(アンケートに回答した)参加者の約8割が30,40代
- ・男女比や世帯構成には有意差があまり見られない
- ・持ち込み数は2,3枚が約半数、10枚程度が約4割
- ・約半数の人が、持ち込み理由に「状態が悪くなった」約2割が「トレンドが合わなくなった」と回答(3年以上前に購入されたものが約9割)

環境負荷軽減への貢献

- ・通勤経路での投入が多かったからか、公共交通機関の使用が約7割、次いで自転車が多い
- ・約6割の参加者は、このプロジェクトがなければ可燃ごみとして処分していた

今後の課題

- ・アンケート回答も含め、投入を楽しんでいただける仕掛けの検討
- ・理由として「状態が悪くなった」が多いためリユースや繊維to繊維以外も含めた出口の創出が必要
- ・長く使えるような商品設計や、修理・メンテナンスの制度確立、処分方法の適切な案内などサプライチェーン全体での取り組み改善が望まれる

回収量4,932kgのうち、1,732kg（下取りスーツ3,200kgを除く）について、選別と効果測定を実施

※リユース（国内店舗・海外輸出用一般衣類）リサイクル（ウエス製品・反毛原材料・ポリエステル再生原料等）

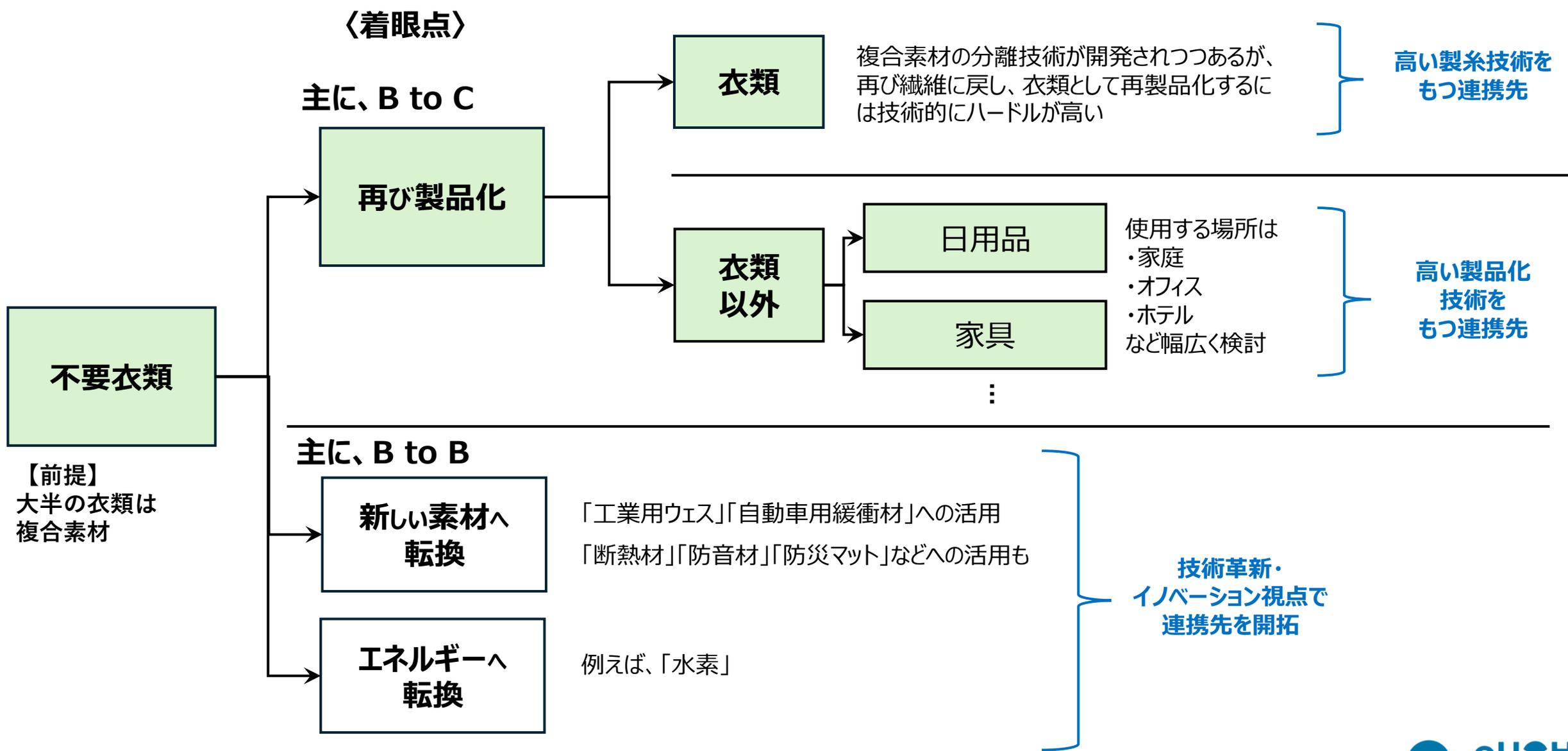
	リユース	リサイクル	サーマルリサイクル	合計
重量	1,445.9kg	232.8kg	53.3kg	1732.0kg
割合	83.5%	13.4%	3.1%	100.0%



●CO2排出削減量： 26,560kgCO2e（27,209kgCO2e → 648 kgCO2e）

●シナリオ：

- ・衣類は、化学繊維由来：天然素材由来を2:1と仮定
- ・家庭から回収拠点への交通手段、1人あたり持ち込み点数は、投入時アンケートの結果をもとに推定
- ・リユース品は、廃棄し新規に製造した場合と、洗濯した場合を比較
- ・リサイクル品は、廃棄し新しい繊維から製造した場合と、リサイクル場へ輸送し再資源化処理した場合を比較
- ・サーマルリサイクルは、通常焼却と比較



9月3日（火） 近畿経済産業局 資源エネルギー環境部 環境・資源循環経済課
Rethink Designプロジェクトよりインタビュー

FCDM、帝人フロンティア、MILKBOTTLE SHAKERS、H2Oリテイリング

9月4日（水） H2Oリテイリング プレスリリース、大阪府、Earth Hacksも同時発信

10月1日（火） 日本百貨店協会 環境・社会貢献委員会にて取り組みを発表

10月4日（金） H2Oリテイリング プレスリリース、大阪府、吹田市も同時発信

10月4日（金） 読売新聞夕刊で掲載

「衣類のリサイクル、官民がタッグ…大阪府や流通大手のエイチ・ツー・オーリテイリングなど」

<https://www.yomiuri.co.jp/local/kansai/news/20241004-OYO1T50023/>

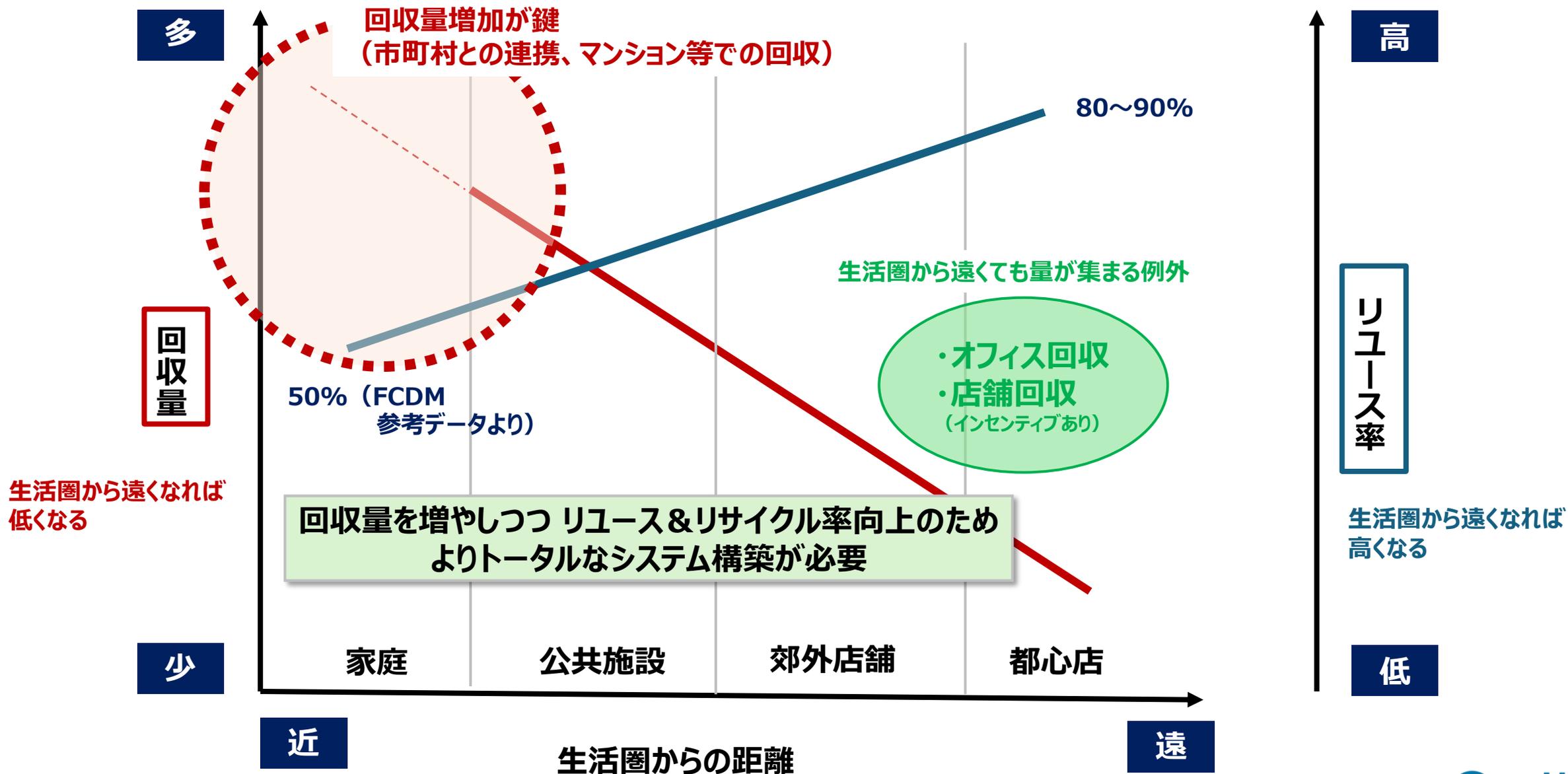
10月10日(木)～ 織研新聞にてインタビュー記事掲載（全3回）

⑦ 多様な企業・地方自治体との協業によるインパクト

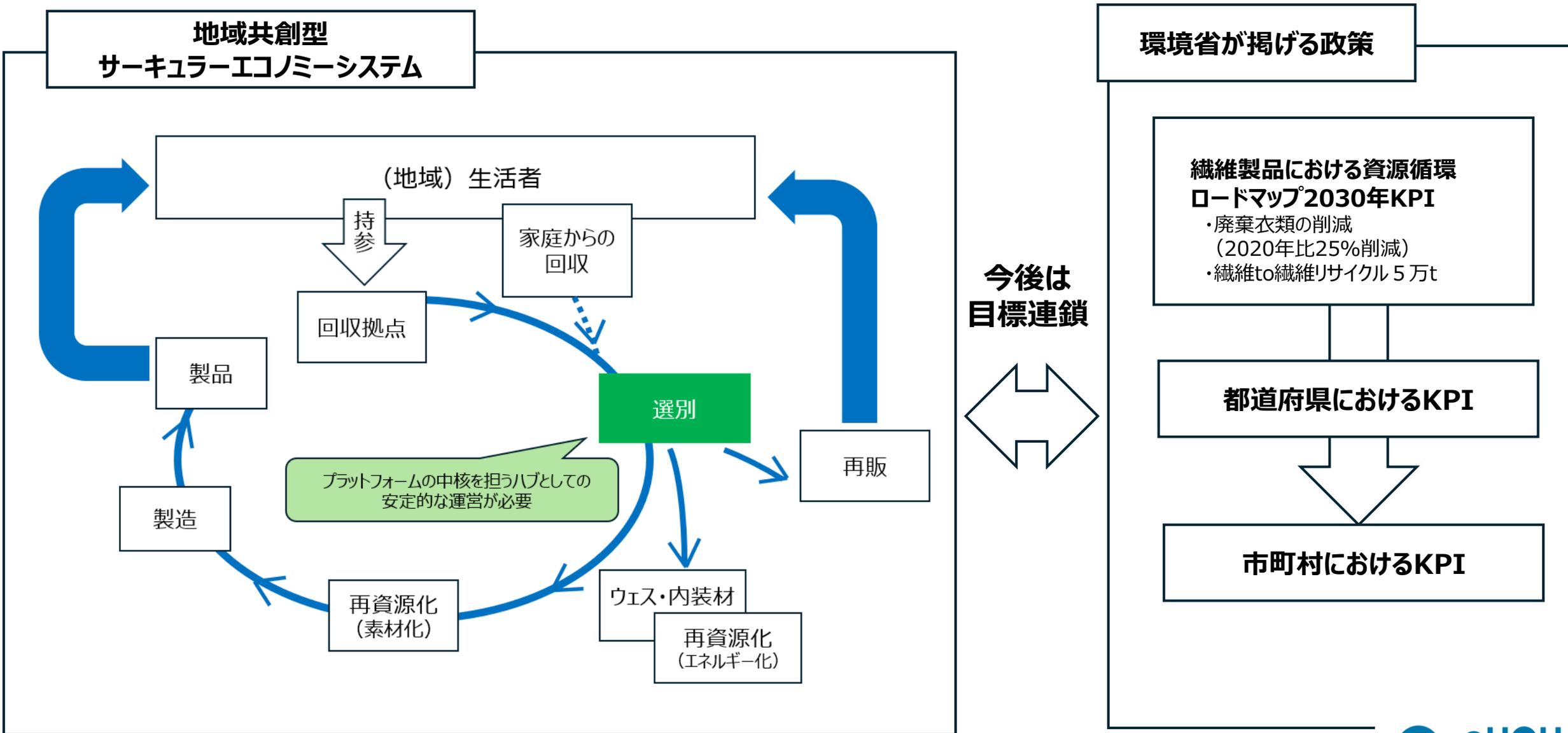
協業メンバー	協業による実証事業におけるインパクト
吹田市	・市役所と公共施設の2拠点での回収実施による市民への認知拡大⇒今後常設での回収実施を希望
藤井寺市	・地域イベントでの回収のトライアル実施
株式会社エイチ・ツー・オー商業開発	・大阪府内全13店舗（衣類販売直営店舗）での協業による認知拡大（環境省モデル実証事業を機に常設回収開始）
Earth hacks株式会社	・スポーツチーム（ガンバ大阪）のSDGs取り組みと連携した衣類回収 ⇒生活者の参画意識を高める新たなインセンティブとなる可能性
阪急阪神不動産株式会社	・梅田エリアでの協業 ・エリア特性の異なる多様な場所での回収実施（梅田、茨木）
株式会社MILKBOTTLE SHAKERS	・実証事業における効果的な販促、プロモーションの提案
大阪府	・H2Oリテイリングとの包括連携協定に基づく協業 ・大阪府内市町村との連携及び説明会の開催
JR西日本SC開発株式会社	・梅田エリアでの協業 ・エリア特性の異なる多様な場所での回収実施（梅田、天王寺、吹田、住道） ⇒今後のスケラビリティを検討するうえでの示唆 ・自社プロジェクトで得た知見や可能性の共有
帝人フロンティア株式会社	・資源循環システムに対する課題提起と幅広い知見からのアドバイス ・市町村との連携についての必要性について提言
青山商事株式会社	・大阪府内全43店舗での協業による認知拡大⇒今後関西広域への拡大の中心的な位置づけ
ファイバーシーディーエム株式会社	・多岐にわたる回収拠点からの衣類引き取り対応 ・回収拠点別のトレーサビリティ実施 ⇒今後のプラットフォームの実効性をより高めるうえでの示唆
株式会社阪急阪神百貨店	・「フクのツナギ箱」のキャッチコピー等のオープンソース化 ・回収衣類の物流の効率化（各店別からセンター集約へ） ・阪急うめだ本店メインウィンドウでの情報発信
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社	・包括連携協定に基づく大阪府との協業、地方自治体との連携 ・oHOHo CYCLE PROJECTのコンセプト&ロゴ制作及び商標登録

4. 今後に向けた提言

回収拠点別の選別割合から見てくると



サステナブルファッション・プラットフォームの理想形



5. 今後のスケジュール

5. 今後のスケジュール

2024

2025

2030

サステナブル
ファッションの
価値浸透

衣類の廃棄問題の解決
新たな資源の投入を抑制

「大阪モデル」の
広域・横展開

4月～

プラットフォーム
設置
(大阪モデル)

6月上旬～12月末

環境省
モデル実証
事業

消費者の教育・啓発 - サステナブルツアーも企画

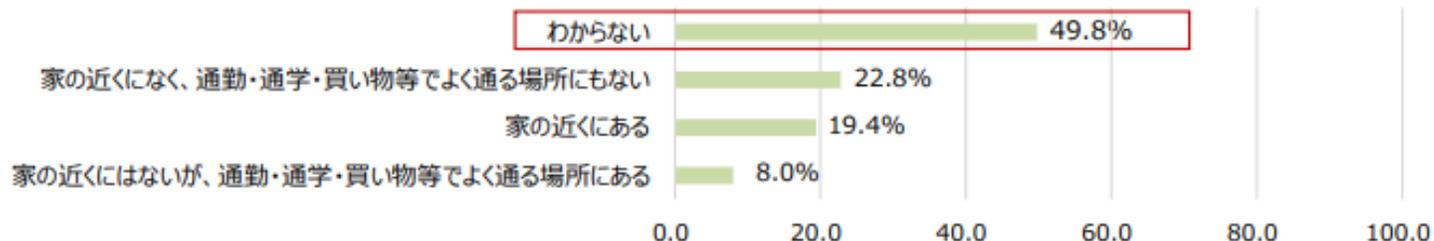
協業パートナーを段階的に拡大

回収した衣類の再利用・リサイクル方法の確立

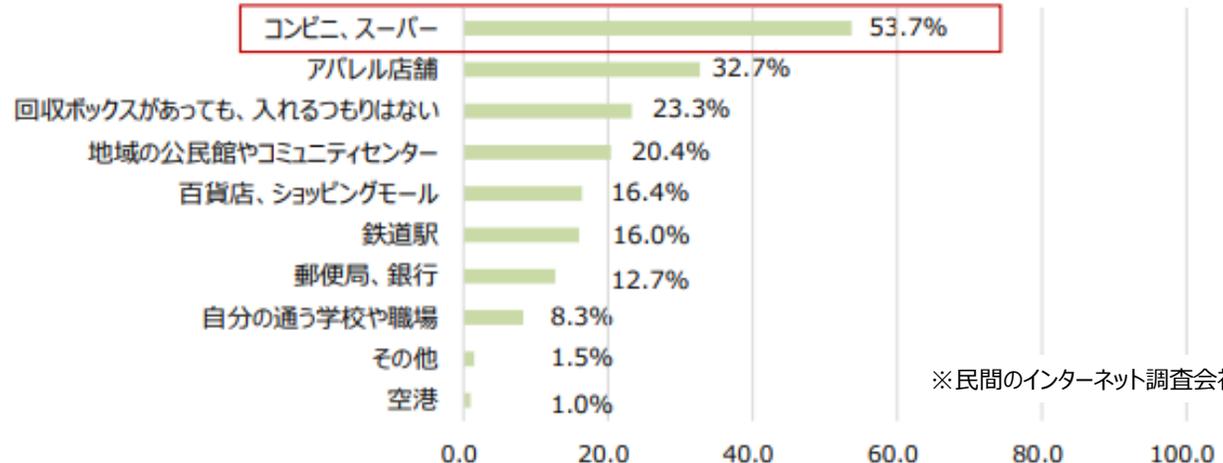
參考資料

3. 府民のサステナブルファッションの取組状況等について（アンケート調査結果）

●身の周りでの衣服の回収場所（自治体・店舗を問わない）の有無について（N = 1,000）



●期待する衣服の回収ボックスの設置場所について（N = 1,000）



※民間のインターネット調査会社が保有するモニターを対象としたアンケート調査結果

- 身の周りでお衣服の回収場所の有無については、「家の近くにある」、「家の近くにはないが、よく通る場所にある」と答えた割合が約30%ほどにとどまり、「家の近くになく、よく通る場所にもない」と答えた割合は約20%、「回収場所がわからない」と答えた割合が約半数ほどあり、衣服の回収がされていることについて認知していない可能性がある
- 期待する回収場所としては、コンビニ、スーパーと回答した割合が高く、生活に身近な場所への設置の期待が高い
また、「回収ボックスがあっても、入れるつもりがない」と回答した割合が約20%あり、啓発が必要である