

地域の課題解決をサポートする

CEコマースガイドブック



経済産業省
関東経済産業局

はじめに

これまでの経済は、大量生産・大量消費・大量廃棄といったリニアエコノミー（一方通行）のモデルであったものの、世界的なマテリアル需要増加に伴う資源枯渇リスク、資源が一部の国に集中していることによる供給途絶リスクなどの資源制約、廃棄物処理やCO2排出削減などの環境制約の強化に伴い、世界ではサーキュラーエコノミー（循環経済、以下CE）への移行が求められてきています。

特にCEのなかでもCEコマース※は既にある製品を使い続けることで廃棄量を抑え、製品の稼働率を高め、製品の利用期間や寿命を延ばすなど、資源生産性の向上に大きく貢献するビジネスであるとともに、ライフスタイルの転換を促進することにつながります。また、リサイクルと比較して、エネルギーコストが少なく、環境負荷も低いことが特徴です。

※CEコマースとは、①物品の稼働率を高める（シェアリング・サブスクなど）、②物品の利用期間を延ばす（リユース・二次流通仲介など）、③物品の寿命を延ばす（リペア・アップサイクルなど）などに該当するビジネスを指します

リユースやサブスクリプション、シェアリングといったCEコマースは、地域への親和性が高いサービスと考えています。

これらCEコマースを活用することにより、住民の利便性やウェルビーイングの向上に寄与することに加え、廃棄物問題やインフラの老朽化、廃校・空き家問題など、地域が抱える課題に対しても資源循環のアプローチで解決する可能性を秘めています。

地域が抱える課題や困りごとを理解し、地域ごとにきめ細やかな取組ができる自治体の皆様にこそ、CEコマースを知っていただき、地域で活用いただきたいと考えています。

本ガイドブックは、自治体の皆様が地域にCEコマースを取り込んでいく上で、最初の一步を踏み出すきっかけにさせていただくことや取組み始めてからの伴走支援ツールとして作成しました。

自治体の皆さまがCEコマースへの理解を深めるだけでなく、実際にCEコマースを活用するステップやCEコマース事業者との連携パターンを紹介するとともに、単なる事例集ではなく、CEコマースのビジネスモデルごと、地域特性ごとの取組の方向性を例示するなど、自治体の皆様ができるだけ活用イメージを持っていただけるよう工夫しました。

また、CEコマース事業者にとっても、自治体との連携時のポイントや課題について理解が深まるポイントをまとめていますので、自治体・CEコマース事業者双方に活用いただき、今後、CEコマースの地域実装が加速することを期待しています。本ガイドブックが自治体をはじめ、地域でCEコマースの活用を推し進めていく皆さまの一助となれば幸いです。

令和8年3月

関東経済産業局 環境・資源循環経済課

もくじ

1. CEコマースとは何か

CEコマースとは何か	P.7
従来のリニア(直線型)な資源の流れや、 リサイクルのみの対応では不十分な理由	P.8
リニアからサーキュラーへの構造転換方法と 地域にもたらされる3つの効果	P.9
CEコマースには どんなビジネスモデルがある?	P.10
各ビジネスモデルの詳細と想定効果	P.11
各モデルにおけるリニアから サーキュラーへの構造転換方法	P.12
各ビジネスモデルの代表事例	P.13

2. CEコマース推進の流れ

自治体が主体となってCEコマースを 推進する際の対応事項	P.15
自治体がCEコマースによって 解決したい地域課題とは?	P.16
自分の地域では どのCEコマースを推進すべき?	P.17
CEコマース事業者の選定に 重要な3つの観点	P.18
希望の連携を実現するための 理想的な自治体の体制	P.19
CEコマース事業者との 連携方法7パターン	P.20
各CEコマースモデルと連携方法 7パターンの対応表	P.21
CEコマース事業者との 連携した際のフロー	P.22

取組の拡大により目指すビジョンと 想定される課題	P.23
CEコマース事業者と連携した際の想定課題 を乗り越えるための工夫	P.24
CEコマース推進における、 自治体の立ち位置	P.25
循環の支援企業・団体	P.26

Appendix.

国内のCEコマース先進事例

国内のCEコマース事業者の紹介

各CEコマースモデルの地域特性との関係性
(詳細版)

本ガイドブックのサマリ

CEコマース(サーキュラーエコノミーコマース)の実践方法

■自治体がCEコマースに取り組む際には、①方向性の明示 ②担当者の推進 ③部門間の連携
④CEコマース事業者との交流 ⑤持続体制の整備がポイントとなる

■住民の年齢層・所得層・世帯構成や引越し頻度などの特性に応じて適するモデルが異なる

例1:引越し頻度が高く単身者が多いベッドタウン地域は家具・家電のシェアリングの実施を推奨

例2:ごみの分別を細かく、丁寧に行うことができ、かつ処理場の運営などの課題感も大きい地方の地域では自治体回収品リユースを推奨

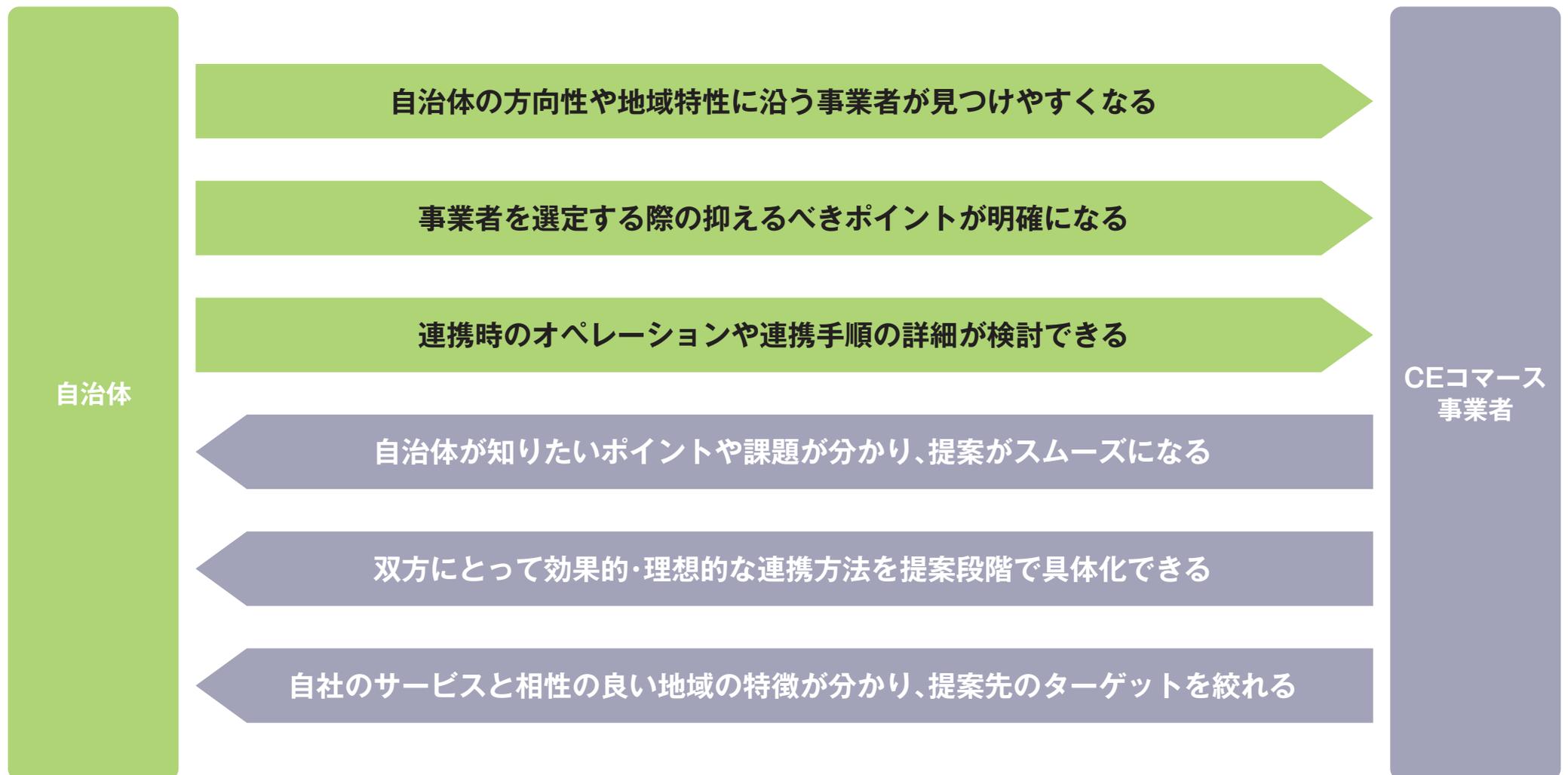
■CEコマース事業者を選定する際には、事業の透明性・公平性・持続性の3つの観点が非常に重要となる

■CEコマース事業者との連携には7パターン程度あり、地域で目指すビジョンやCEコマース手法により、適する連携方法が異なる

■持続可能なCEコマースの実施に向けては、循環に関する地場企業の巻き込みや、循環を支援するメディアや金融、業界団体などの外部ステークホルダーとのコミュニケーションも大事な要素となる

CEコマースガイドブックの意義

本ガイドブックをご利用いただくことで、CEコマースへの理解を深めるだけでなく、実践に向けたステップも知ることができます。自治体職員の皆さまには、CEコマース事業者との連携方法をご理解いただけるほか、CEコマース事業者の皆さまにとっても、自治体と連携する際のポイントや課題の理解を深めていただける内容であると想定しています。



1.CEコマーースとは何か

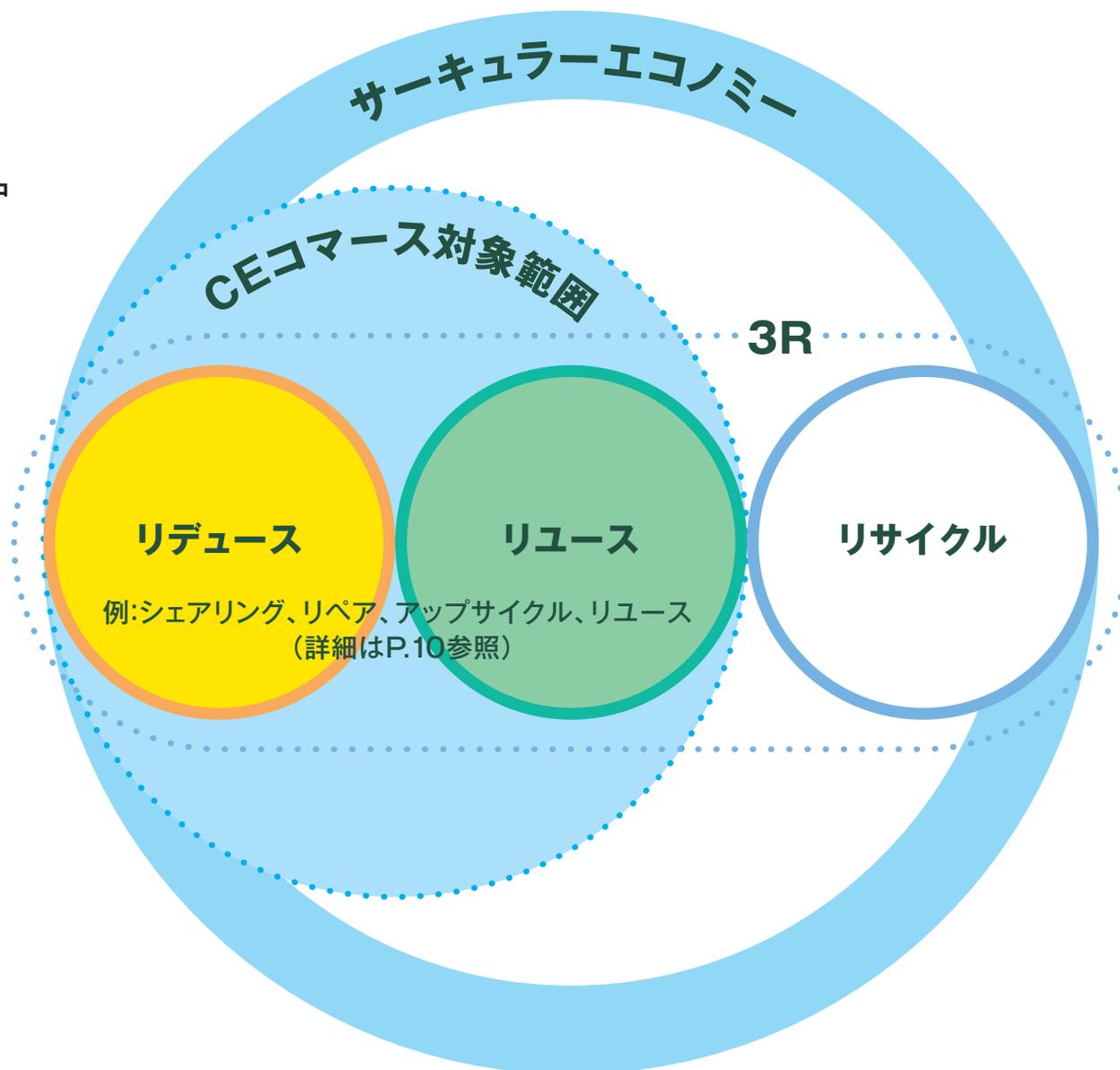


CEコマースとは何か

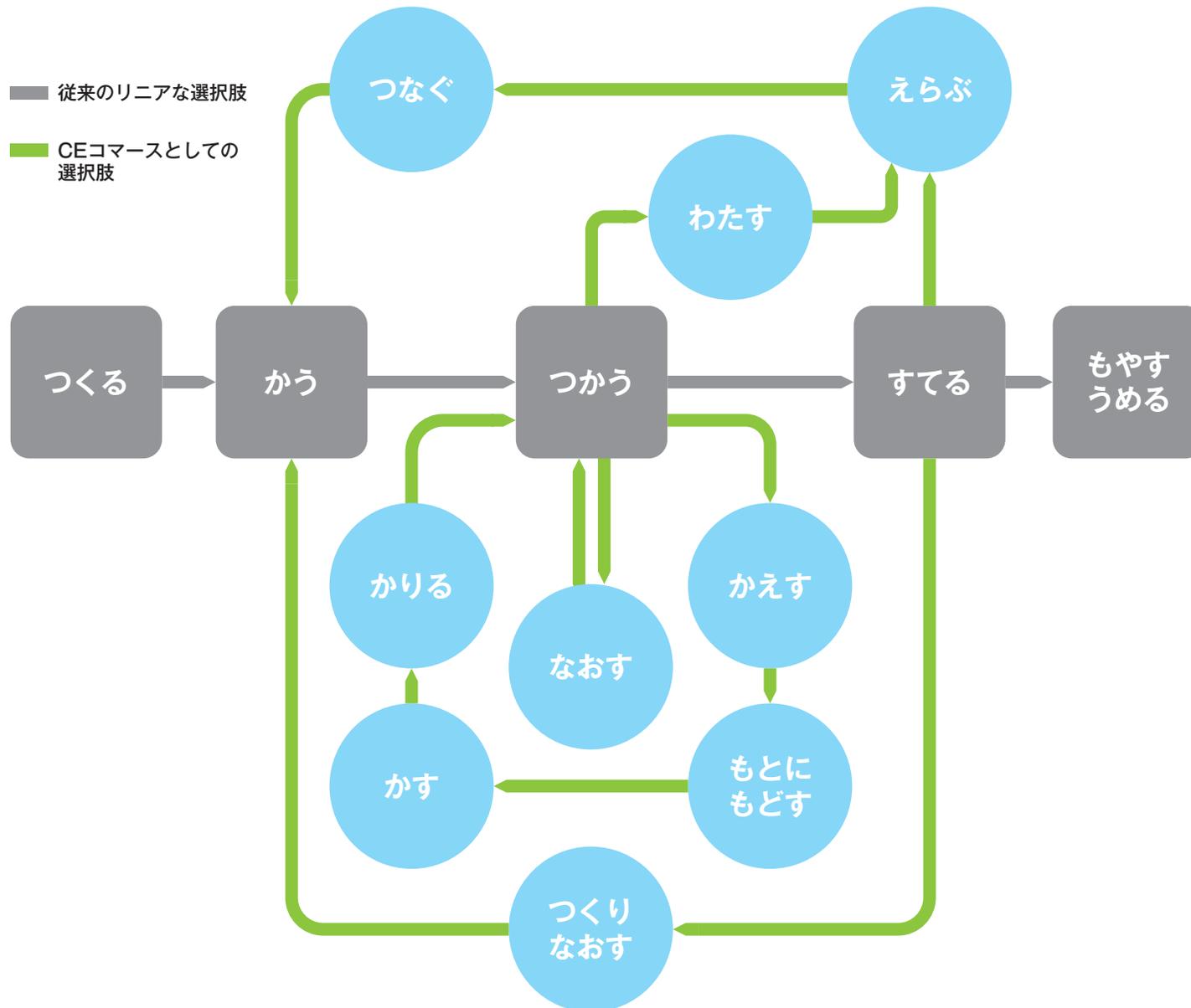
CEコマースは3R(リデュース、リユース、リサイクル)の中でもリデュース・リユースを事業スキームとして体现し、

- ① **物品の稼働率を高める**
- ② **物品の利用期間を延ばす**
- ③ **物品の寿命を延ばす**

などを通じてサーキュラーエコノミー(CE)に貢献するビジネスが対象となる。



従来のリニア（直線型）な資源の流れや、リサイクルのみの対応では不十分な理由



【サーキュラーエコノミーの必要性】

大量生産・大量消費の継続は、原材料の調達難や価格高騰を招き、安定した経済活動を阻害するとともに、環境負荷も増加させる。

リニアな選択肢から脱してサーキュラーな選択に移行する必要がある



【リサイクル対応の限界】

リサイクルは工程が多く、汚れ・油分の洗浄に追加エネルギーを要し環境負荷が高い。廃棄物処理法と既得権益が絡む供給網で参入障壁が高く、革新的ビジネスモデル創出が難しい。

リサイクルだけでは環境・経済面で最適解ではない可能性がある



【変革への方向性】

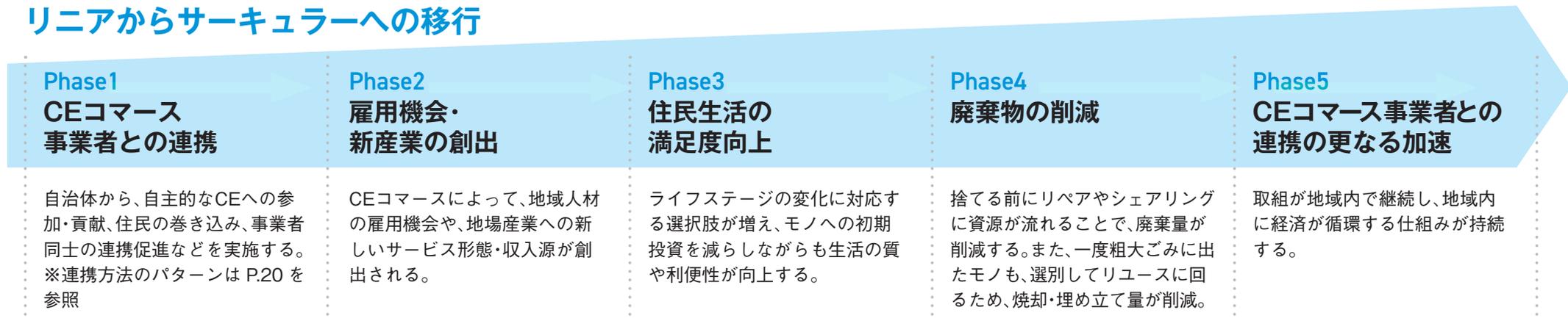
CEコマースにより消費者・排出者との接点が増えることで、関係者の新たなニーズを発掘することができ、新ビジネス展開が可能になる。新構造の創出・活性化で、住民やベンチャー企業の参加が促進され、環境・資源の保全のためのより良い選択肢が生まれる。

リサイクル以外のサーキュラーな選択（CEコマース）の浸透が必要

リニアからサーキュラーへの構造転換方法と地域にもたらされる3つの効果

CEコマースの推進により、主に地域の経済、環境、そして住民のウェルビーイングにインパクトをもたらします。そのため、初手のCEコマース事業者との連携というハードルを越えて一歩踏み出すことで、地域のあらゆる社会課題解決に貢献する手段としても活用することができます。

リニアからサーキュラーへの移行



経済的な効果

雇用機会の創出

地場企業の
受注機会の創出

自治体の
廃棄物処理負担軽減

地域の魅力向上による
販わい創出

ウェルビーイングへの効果

生活の利便性向上

コミュニティの創出

多様な生活
スタイルの実現

環境への効果

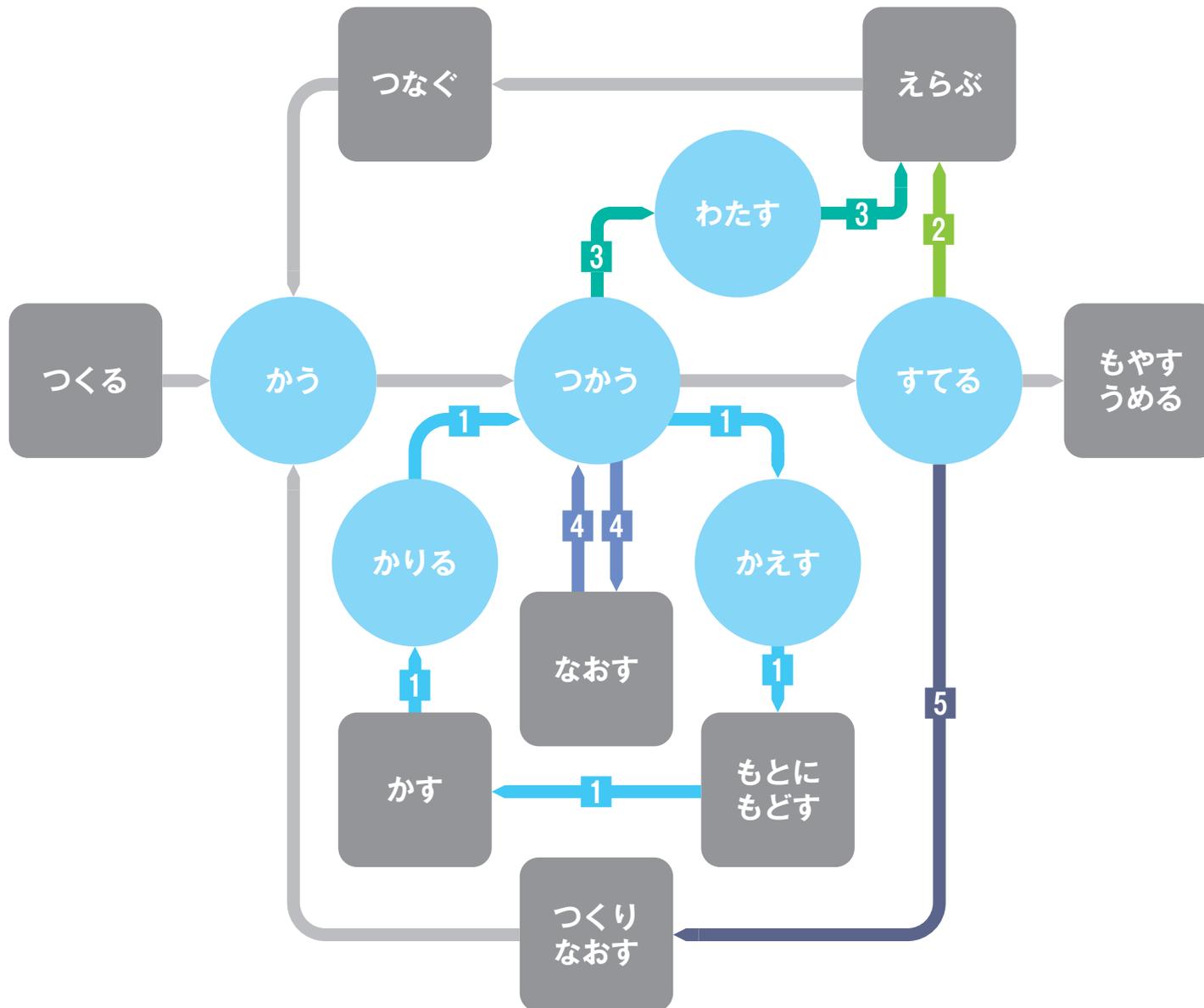
廃棄物量の削減

焼却や埋め立て軽減によるCO2排出量の削減

地域景観向上

CEコマースにはどんなビジネスモデルがある？

サーキュラーへの構造転換に向け、CEコマース(リサイクルを含まない)としての資源の流れは、主に5つのビジネスモデルに該当すると考えられます。



物品の稼働率を高めるモデル

1暮らし支援シェアリング

物品の利用期間を延ばすモデル

2自治体回収品リユース

3住民参加型リユース

物品の寿命を延ばすモデル

4地域人材活用リペア

5未利用資源アップサイクル

各ビジネスモデルの詳細と想定効果

ビジネスモデル	詳細	想定効果
物品の稼働率を高める 1 暮らし支援シェアリング	仕事や生活に関わる動産・不動産を利用者が必要なタイミングで必要な期間のみ借りて返せるモデル ※サブスクリプションを含む	可処分所得を増やしなが 多様な働き方や 生活スタイルを実現する ウェルビーイング 効果大!
物品の利用期間を延ばす 2 自治体回収品リユース	自治体の粗大ごみの中から二次流通できる資源をピックアップして再利用に回すモデル	既存回収ルートを活用しながら 廃棄物処理量を減らす 環境効果大!
3 住民参加型リユース	住民がまだ使える製品を回収ボックスなどに持ち込むことで、二次流通業者に渡すことができるモデル	住民の環境意識を高めながら 地域内の環境活動を増やす
物品の寿命を延ばす 4 地域人材活用リペア	修理スキルを持つ職人と、修理したい製品を持つユーザーをマッチして修復・メンテナンスできるモデル	大切な持ち物を長持ちさせるニーズを満たしながら 地域の仕事を生み出す 経済効果大!
5 未利用資源アップサイクル	かつては廃棄されていた資源を地域のブランドや資源のストーリー性を付加して再生するモデル	廃棄物量を減らしながら 地域の魅力や地場企業の 新ビジネス創出につなげる

各モデルにおけるリニアからサーキュラーへの構造転換方法

	自治体×CEコマース事業者連携	雇用機会・新産業の創出	住民生活の満足度向上	廃棄物削減	地域内経済活性化
1 暮らし支援 シェアリング	<p>自治体:生活支援の選択肢として住民へ周知、自治体の率先利用</p> <p>CEコマース事業者:製品をシェア・サブスクで貸し出す</p>	<p>シェアリング・サブスクリプションなど、地域内で新しいサービス形態が普及する</p>	<p>ライフステージに合わせた選択肢が増えることにより、住民の生活利便性が向上する</p>	<p>借りる選択の普及により、まだ使える家具や家電などの廃棄量が減る</p>	<p>中小企業にもシェアリングやサブスクリプションという新しい形でのビジネスが広がる</p>
2 自治体回収品 リユース	<p>自治体:クリーンセンターなどに場所を設け、選別作業を実施</p> <p>CEコマース事業者:粗大ごみからの回収品をメンテナンスし、リユースに回す</p>	<p>粗大ごみからリユースに回せる物を選別する人材など、新しい雇用機会が生まれる</p>	<p>通常通り廃棄した粗大ごみが自治体主導でリユースに回っていることで、「環境にやさしい街」の住民としての当事者意識が芽生える</p>	<p>粗大ごみとして回収された物のうち、焼却や埋め立てに回る「廃棄物量」が削減</p>	<p>地域内のリユース意識や需要が高まると、取組のスケールも広がり、選別人材などの新たな雇用機会につながる</p>
3 住民参加型 リユース	<p>自治体:不用品回収ボックスなどの設置場所を提供</p> <p>CEコマース事業者:不用品を回収・メンテナンスしリユースに回す</p>	<p>商業施設・公共施設・商店街に回収ボックスを置くと、来訪頻度が上がり「ついで来店」を誘発し、微小でも継続的なトラフィックが増加</p>	<p>住民は粗大ごみの回収日に縛られず、不用品をいつ持ち込んでも引き取ってもらえるので、利便性が向上</p>	<p>不用品回収ボックスの利用が習慣づくことで、一人当たりの廃棄物排出量が減る</p>	<p>リユースの意義や効果が周知され、地域内でのエシカルな行動が広まる</p>
4 地域人材活用 リペア	<p>自治体:地域の職人を紹介</p> <p>CEコマース事業者:職人の情報をプラットフォームに掲載</p>	<p>職人の実績や技術が周知され、受注機会が増える</p>	<p>住民がリペアを依頼する際に様々な職人から選ぶことができ、対応製品も増えるので、利便性が向上</p>	<p>消費者が簡単にリペアという選択をできるようになり、廃棄物量が減る</p>	<p>リペアの選択肢が地域内で好評になり、職人のビジネスが拡大する</p>
5 未利用資源 アップサイクル	<p>自治体:未利用資源を特定し、関係する地場企業を紹介</p> <p>CEコマース事業者:未利用資源を廃棄せず価値化させるアップサイクルの方法を検討・実施</p>	<p>廃棄されていた未利用資源を活用した商品を開発することで、自治体や地場企業に新たな収益源がもたらされる</p>	<p>地域内の資源から開発された独自のアップサイクル品が生まれ、住民の愛着増加にもつながる</p>	<p>未利用資源を捨てずに再利用/再加工されるため、地域内の廃棄量が減る</p>	<p>各産業で未利用資源のアップサイクルによる新商品開発という新しいビジネスの形が広まることで地域産業の活性化につながる</p>

各ビジネスモデルの代表事例

対象となる製品	CEコマースの実現の方法				
	モノの稼働率を高める (シェアリング)	モノの利用期間を延ばす (リユース)		モノの寿命を延ばす (リペア・リメイク)	
	1暮らし支援 シェアリング	2自治体回収品 リユース	3住民参加型 リユース	4地域人材活用 リペア	5未利用資源 アップサイクル
家電					
家具	例:(株)クラス	例:(株)ECOMMIT ※クリーンセンターでの回収	例:(株)ECOMMIT ※PASSTO、イベント回収	例:ユアマイスター(株)	
雑貨					
衣類	例:(株)エアークローゼット				例:(株)スマイルズ
容器包装	例:(株)カマン				
住宅	例:(株)アドレス				

Appendix内で参照できる
各CEコマース事業者の情報

事業内容の詳細と自治体との希望の連携方法
バリューチェーンの全体像と地域への効果

【CEコマース事業者紹介①】株式会社クラス ◎ CLAS

会社概要	自治体との連携方法
<p>【事業内容】 家具や家電、雑貨の循環型シェアプラットフォームを運営。 ・個人向け家具と家電のレンタルサービス(CLAS) ・法人向けオフィス機器・事務用品(CLAS Biz) ・不要品回収サービス(CLAS-Biz/3P連携)</p> <p>【ユースケース】 ・ライフスタイルに合わせた生活支援に… ➢ 産後約1か月、子育て費用を大幅に削減、高品質な家具・家電を安心して利用可能 ➢ 法人向けオフィス機器・事務用品 ➢ 子育て支援：子どもの成長や家族構成の変化に合わせて、最新鋭の家具を柔軟に活用 ➢ 法人・地域社会の活動支援に… ➢ イベント(出張)：多くの職員がレンタル品を導入することで、必要の高品質な家具・家電を確保可能</p>	<p>【連携の具体例】 ■ 自治体との連携性向上 (市民館、移住促進など) ➢ 家具や家電の提供で、導入コスト削減/長寿命化/家具交換の環境づくり/少子化対策などの効果も期待 ■ 地域社会の活動支援(イベント支援、出張品) ➢ 自治体・NPOなどへの提供、転売品/古い品回収/持参品、修理品/不要品回収/家具・家電の回収 ■ 自治体との連携に関する事例 ➢ イベント支援：地域社会の活動支援に活用されており、地域への貢献、出張品によるイベント参加の増加など ➢ イベントの開催に際しては、自治体との連携により、必要の高品質な家具・家電を確保可能</p>

【CEコマース事業者紹介①】株式会社クラス ◎ CLAS

認知 → サービス提供・利用 → 回収・回収 → メンテナンス・保管

認知	サービス提供・利用	回収・回収	メンテナンス・保管
<p>「買う」「替える」は簡単！ 必要な家具・家電をレンタル可能</p> <p>個人向け提供 ・個人向け家具・家電のレンタルサービス ・法人向けオフィス機器・事務用品のレンタルサービス</p> <p>施設 ・自治体・NPOなどへの提供 ・イベントでの提供</p>	<p>購入品が少くない設備利用で、 様々な家具・家電をレンタル可能</p> <p>個人としての利用 ・個人向け家具・家電のレンタルサービス ・法人向けオフィス機器・事務用品のレンタルサービス</p> <p>法人や公共施設としての利用 ・自治体・NPOなどへの提供 ・イベントでの提供</p>	<p>不要になった家具・家電を回収 回収品を再利用/リユース</p> <p>リユースの活用 ・自治体・NPOなどへの提供 ・イベントでの提供</p> <p>アップサイクル ・不要品をリサイクルして再利用 ・リユース品の提供</p>	<p>家具・家電のメンテナンス・修理 ・メンテナンス・修理サービス</p> <p>メンテナンス・保管 ・家具・家電のメンテナンス・修理 ・メンテナンス・修理サービス</p>

2. CEコマース推進の流れ



自治体が主体となってCEコマースを推進する際の対応事項

地域課題解決に最大限に貢献するCEコマースを実現するため、CEコマースとの連携を検討する際には、以下の5ステップを参考にさせていただきます。

方向性
明示

STEP 1 課題の特定・ 目標設定

課題を整理する
ビジョンを明確化する

CEコマースにどのような地域への効果があるのかを知る (P.9、11)
地域内で特に解決したい課題はなにか知る (P.16)

担当者
推進

STEP 2 連携可能性の 検討

CEコマースの事業を知る
地域特性とCEコマース
手法を結びつける

どのようなCEコマースのビジネスモデルや
事例があるのかを知る (P.10-11、Appendix)
地域特性に応じたCEコマースのモデルとはなにかを知る
(P.16-17、Appendix)

各部門
連携

STEP 3 連携に向けた 準備

CEコマース
事業者の選定
連携の体制構築

3つの重要観点(透明性・公平性・持続性)から、連携したい
CEコマース事業者候補を検討する (P.13、18)
正式な窓口や首長との連携など、必要な体制を整備する (P.19)

CEコマース
事業者
交流

STEP 4 取組の実施

CEコマース
事業者との対話
連携した取組の実施

CEコマース事業者との連携方法のパターンを知る (P.20-21)
効果の拡大を見据えて地場企業・団体の巻き込みを想定したうえで、
まずは自治体とCEコマース事業者で取組を実施する (P.22)

持続体制
整備

STEP 5 効果の拡大

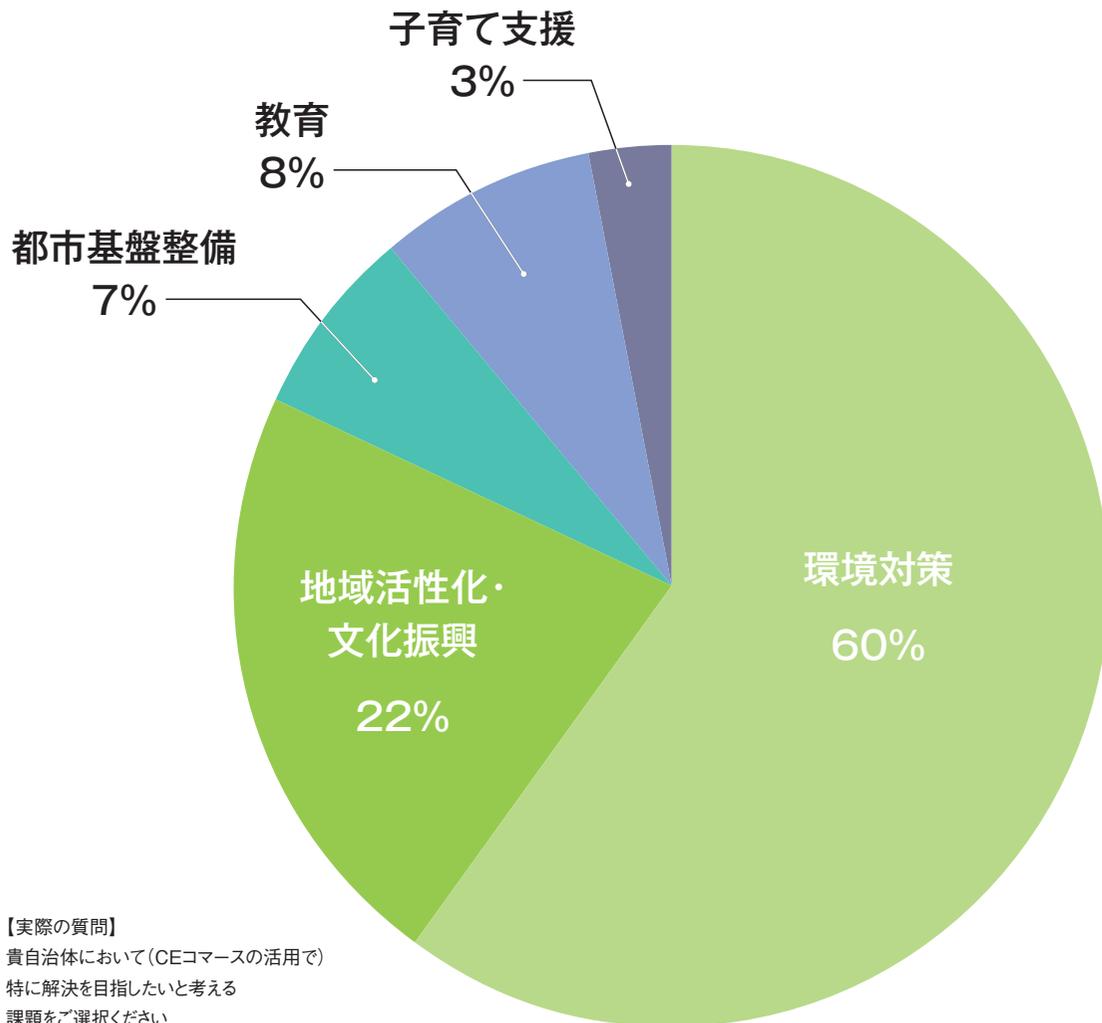
地場企業・団体の巻き込み
支援機関との
コミュニケーション

地域ビジョンの実現のために巻き込むべき地場企業・団体の洗い出し
や持続的な連携を可能にするための工夫をする (P.23-24)
効果拡大時の課題解決に必要な支援機関を知り、どのような関係性を
構築すべきなのかを検討する (P.25-26)

自治体がCEコマースによって解決したい地域課題とは？

広域関東圏でCEやCEコマースに関連する取組を先行して推進している31自治体を対象に、アンケートを実施しました。その結果、CEコマースを推進する目的として、環境対策以外にも地域活性化や文化振興、都市基盤整備なども検討できることが分かります。

CEコマースで解決したい社会課題



【実際の質問】
貴自治体において(CEコマースの活用で)
特に解決を目指したいと考える
課題をご選択ください

【自治体のコメント】

環境対策

粗大ごみを回収・リユースし廃棄物を減らすことで、公設廃棄物処理施設の小型化など、より経済的な行政運営に寄与すると予想されるため(A市)
リユースを促進することで、廃棄物の量が減り、焼却に伴う二酸化炭素排出量が減少するため(B市)

地域活性化・文化振興

人口減少が急速に進む中で空き家は増加しており、その有効活用は喫緊の課題であるから(C市)

都市基盤整備

道路や上下水道などの維持管理費を縮減するうえで、長寿命化は打開策の柱になると考えられるから(D市)

教育

特に観光地という側面から事業系廃棄物の排出量が高く、観光に関わる事業者や、訪れる観光客の廃棄物排出を減らす協力をしていただきたいため(E市)

子育て支援

短期間のみ利用するベビー用品の購入や排出を減らし、子育ての利便性を高められると考えるため(F市)

自分の地域ではどのCEコマースを推進すべき？

第一章でご紹介した5つのCEコマースモデルは、地域や住民の特徴に応じて適性が異なり、特に地域の世帯構成や引越し頻度、自治体の粗大ごみ回収制度によって大きく変わります。

CEコマースモデル	相性の良い地域/住民の傾向 ※CEコマース事業者へのヒアリングや学術論文などに基づく	理由
1暮らし支援シェアリング	引越し頻度が高い(特に1-5年に一度のペース) 所得が比較的高い 単身世帯が多い	モノの買い替えが多く、 短期間での利用ニーズが高い
2自治体回収型	クリーンセンターとの連携が可能 住民の分別ガイドライン順守が徹底している (回収品目数が多いなど)	自治体(委託先の回収業者)が回収後、 再利用に回すモノの選別がしやすい
3住民参加型	自治体の廃棄物回収頻度が低い 人口が集中する拠点がある地域 (住民の多くが利用する駅やスーパーなど)	生活の動線が決まっていて、 利便性や快適さの観点で需要が高い
4地域人材活用リペア	引越し頻度が低い ファミリー層や高齢者が多い 修理・メンテナンスに関わる人材が多い	買い替えのニーズが低く、モノを長く 使う文化が浸透しやすい。 また、地場産業を活かすことができる
5未利用資源アップサイクル	地域のビジョンやブランディング方針が明確、 または解決したい課題が明確である	地域特有の商品開発により、 買い手に魅力を感じてもらいやすい

▶詳細はAppendix参照

CEコマース事業者の選定に重要な3つの観点

数あるCEコマース事業者の中から一者に絞る際には、透明性・公平性・持続性の3つの観点を意識した選定が重要になります。

透明性

住民が理解しやすい 透明性の確保!

サプライチェーンの全体像を明確化することで、最終的には焼却や埋立の削減という環境効果につながっていることが理解しやすくなる。

一部分の工程での環境効果や経済効果が見えにくくても、総合的にはメリットにつながることが理解できると、住民や地場企業、公共機関の参画促進に貢献できる。

公平性

公平で効率的な 連携体制の構築!

横断的な組織体制の整備と、官民連携窓口での公募の実施により、自治体が案件を募集し、CEコマース事業者が応募・提案できる仕組みを構築する。
従来の煩雑さやたらい回しを解消し、連携プロセスを簡素化する。

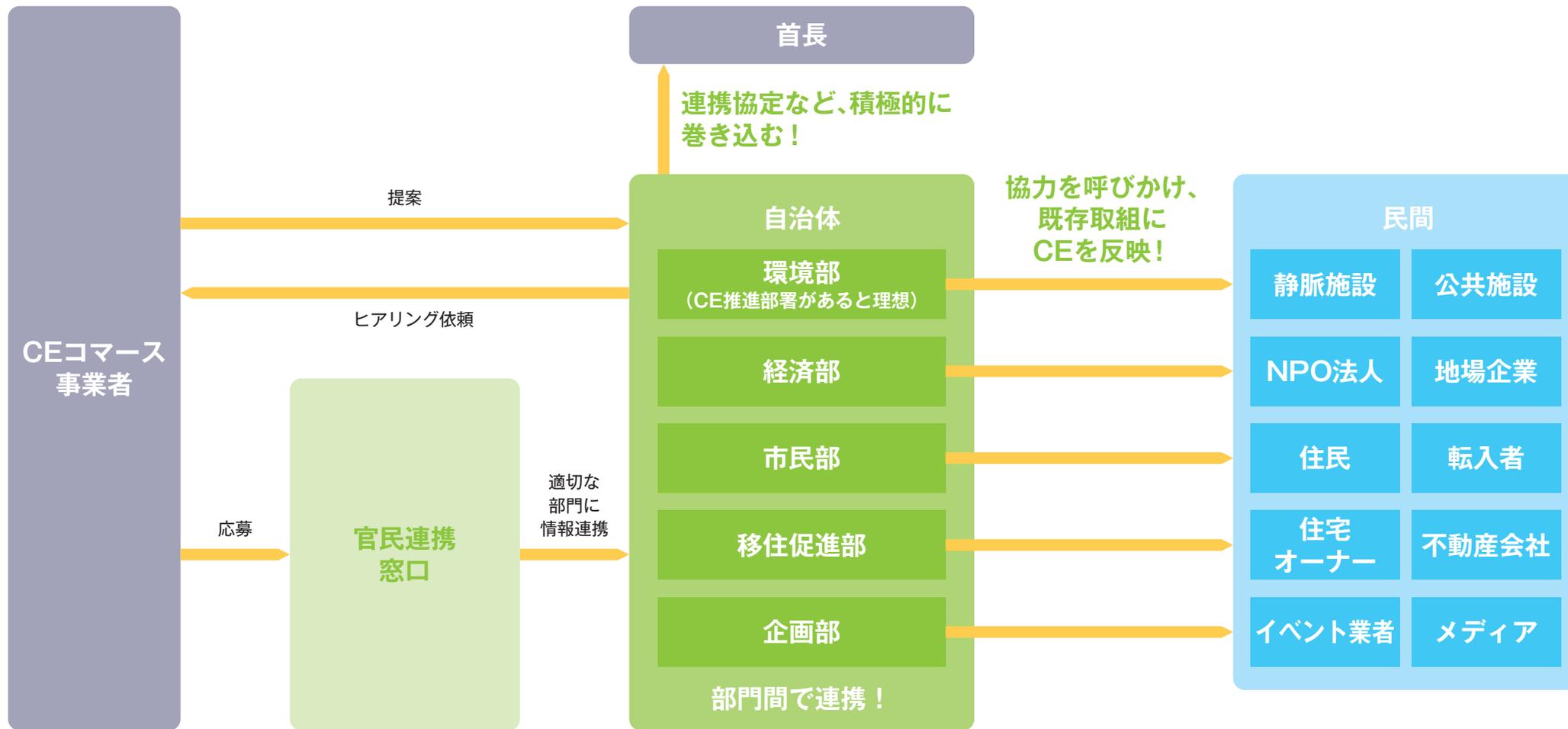
持続性

支援機関の活用や制度設計で 持続可能性を強化!

支援機関(補助金、マイスター制度、業界団体など)を活用することで、自治体やCEコマース事業者単独でのリソース不足を防ぐ。

また、環境負荷の高い選択肢に規制をかける制度設計により、地元企業の参画や、住民への認知拡大にもつながり持続性が向上する。

希望の連携を実現するための理想的な自治体の体制



透明性

窓口への応募フォーマットで知りたい項目を応募者へ質問できるため、事前にサプライチェーンの全体像が明確化する。

公平性

正式な窓口を通すことで、行政として選定する(さらにどの部門が主に担当するかについても)理由付けが得られる。

持続性

部門間の連携、地場企業・団体との連携が取れて、地域内で自立した取組推進が広がる。

CEコマース事業者との連携方法7パターン

自治体とCEコマース事業者の連携方法を主に7つのパターンと3つのタイプ
(CONTRIBUTE、CHANGE、COLLABORATE)に分類しています。

	連携の方向性		自治体のアクション	連携の具体例
CONTRIBUTE 自主的な参加・貢献	1	自治体の率先行動	公共調達を実施し、CE製品の利用を積極的に進める	例:日用品や耐久品のシェアリング 職員のリユース容器利用やイベント時のシェアリング製品利用、など
CHANGE 住民の巻き込み	2	環境負荷の高い 選択肢の規制強化	環境負荷素材/製品の利用に規制をかけ、環境製品利用を促す	例:リユース容器のシェアリング 飲食店やイベントでの使い捨てプラスチックの利用を規制し、リユース容器を導入する、など
	3	廃棄の利便性向上	自治体回収以外にも、利便性の高い廃棄の選択肢を提供する	例:住民参加型リユース 廃棄の選択肢の一つとして、二次流通事業者が家庭から出るリユース可能な不用品を回収する、など
	4	CEの考え方・ 選択肢の啓蒙	イベントや広報活動を通じてCEの重要性や効果を啓蒙する	例:地域人材活用リペア ごみ案内などにリペアの選択肢を掲載し、捨てる以外のオプションを周知する、など
COLLABORATE 事業者同士の連携促進	5	静脈オペレーションの 効率化・高度化	廃棄物の中から再利用に回せる資源のピックアップを促進する	例:自治体回収品リユース クリーンセンターに集まる廃棄物を高度選別し、二次流通事業者が回収する、など
	6	未利用資源の活用	遊休施設・資源を洗い出し、CEコマース事業者へ提供する	例:未利用資源アップサイクル まだ使える地域内の素材/製品を再加工し、地域のブランド品へと再生する、など
	7	地場産業との シナジー創出	地域内の企業・団体同士の連携を促進させる	例:住宅のシェアリング 地域のコミュニティと連携してシェア住宅滞在者向けに生産活動体験を提供する、など

▶ 各連携方法で描ける地域のビジョンはP.23を参照

各CEコマースモデルと連携方法7パターンの対応表

ビジネスモデルごとにCEコマース事業者との最適な連携方法は異なるため、以下の対応表にて、最も可能性の高い連携方法をまとめています。

連携のパターン	CEコマースの実現の方法					
	モノの稼働率を高める (シェアリング)		モノの利用期間を延ばす (リユース)		モノの寿命を延ばす (リペア・リメイク)	
	1暮らし支援シェアリング		2自治体回収品 リユース	3住民参加型 リユース	4地域人材活用 リペア	5未利用資源 アップサイクル
	住宅	住宅以外				
1自治体の率先行動	◎	◎		◎		
2環境負荷の高い 選択肢の規制強化		◎				◎
3廃棄の利便性向上		◎		◎		
4CEの考え方・ 選択肢の啓蒙		◎		◎	◎	
5静脈オペレーションの 効率化・高度化			◎			
6未利用資源の活用	◎					◎
7地場産業との シナジー創出	◎		◎		◎	◎

CEコマース事業者との連携した際のフロー

CONTRIBUTE 自主的な参加・貢献

- 1 環境部などにて、**庁舎内での消耗品や廃棄物の現状を調査し、CE製品・サービスの導入可否や優先順位を明確化する**
- 2 環境負荷への貢献度合いや地域のビジョンを基に、**調達基準を明確化する**
- 3 地域特有のニーズ(既存取組との親和性など)に合う具体的な導入方法をCEコマース事業者と協議する
- 4 まずは一部門から導入できるよう、CE製品やサービス利用を推奨するガイドライン・マニュアルを作成する
- 5 職員によるCE製品利用を開始する
- 6 職員の**利用データやフィードバックを収集し、課題や効果をCEコマース事業者とともに整理する**
- 7 利便性や効果を自治体外部(住民や地域内企業)へも発信する
- 8 庁舎内でのCE製品利用の定期的な効果測定を行い、環境部を中心に**改善案を継続的に検討する**

CHANGE 住民の巻き込み

- 1 企画部や環境部、市民部にて、**CE取組や環境製品の普及方法を検討する**(企画部なら…)住民向けの啓発キャンペーンやイベントの企画、など(市民部なら…)住民向けの公共サービスとして市役所やHP上で周知、など(環境部なら…)一般廃棄物回収オペレーションとの連動や、環境負荷製品の規制によるリユース容器利用の推奨、など
- 2 取組を地域で浸透させるための**中長期的なロードマップ**をCEコマース事業者と描く
- 3 CEコマース事業者とともに、**具体的なオペレーションの実現可能性**や協力を得たいステークホルダーの有無を確認
- 4 担当部門により、1で検討した地域への普及方法を実施する
- 5 住民へのアンケートなどを通して**図る取組効果や反響をもとに、PDCAを回し、中長期的な取組へと拡大を進める**

COLLABORATE 事業者同士の連携促進

- 1 環境部や経済部が地域内での**既存取組やビジョンとの親和性を考慮し、実施するCE取組を検討**
- 2 CEコマース事業者と具体的なオペレーションや必要なステークホルダーの検討を通して実現性を見極める
- 3 地域内で**巻き込みを検討できる企業・団体・公共施設をリストアップ**
※この際に、NPO法人などと連携し、企業を紹介してもらうことも一案
- 4 CEコマース事業者とともに、巻き込むステークホルダーと実現可能性を検討
- 5 3者で運用に向けた環境を整備する
- 6 担当部門が主体となり、1で検討した取組を実施する
- 7 CEコマース事業者によって**図る取組効果をもとに、取組内容や成果を住民向けに発信する**
- 8 取組の持続に向け、**近隣自治体とも連携し、広域でのCEコマース活用を検討する**

取組の拡大により目指すビジョンと想定される課題

連携の方向性		取組の定着・拡大を通じた地域のビジョン	連携において特に意識すべき要素		
			透明性	公平性	持続性
1	自治体の率先行動	定常的な環境製品の公共需要が定着する地域	◎	◎	
2	環境負荷の高い 選択肢の規制強化	環境に配慮した制度設計が整っていて、 CEに関わる事業者がフィールドとして 参入しやすい地域		◎	◎
3	廃棄の利便性向上	住民の利便性とサステナブルな 暮らしが両立する地域	◎		◎
4	CEの考え方・ 選択肢の啓蒙	環境製品に需要が生まれ、 CEに関わる事業者が活躍できる地域		◎	◎
5	静脈オペレーションの 効率化・高度化	循環産業を育てながら 財政負担を抑える仕組みのある地域	◎		◎
6	未利用資源の活用	地域内外の企業が魅力を感じて フィールドとして挑戦しやすい地域	◎		◎
7	地場産業との シナジー創出	地場産業がCEを活用し、CEに関わる 事業者の経済機会の幅が広がる地域		◎	

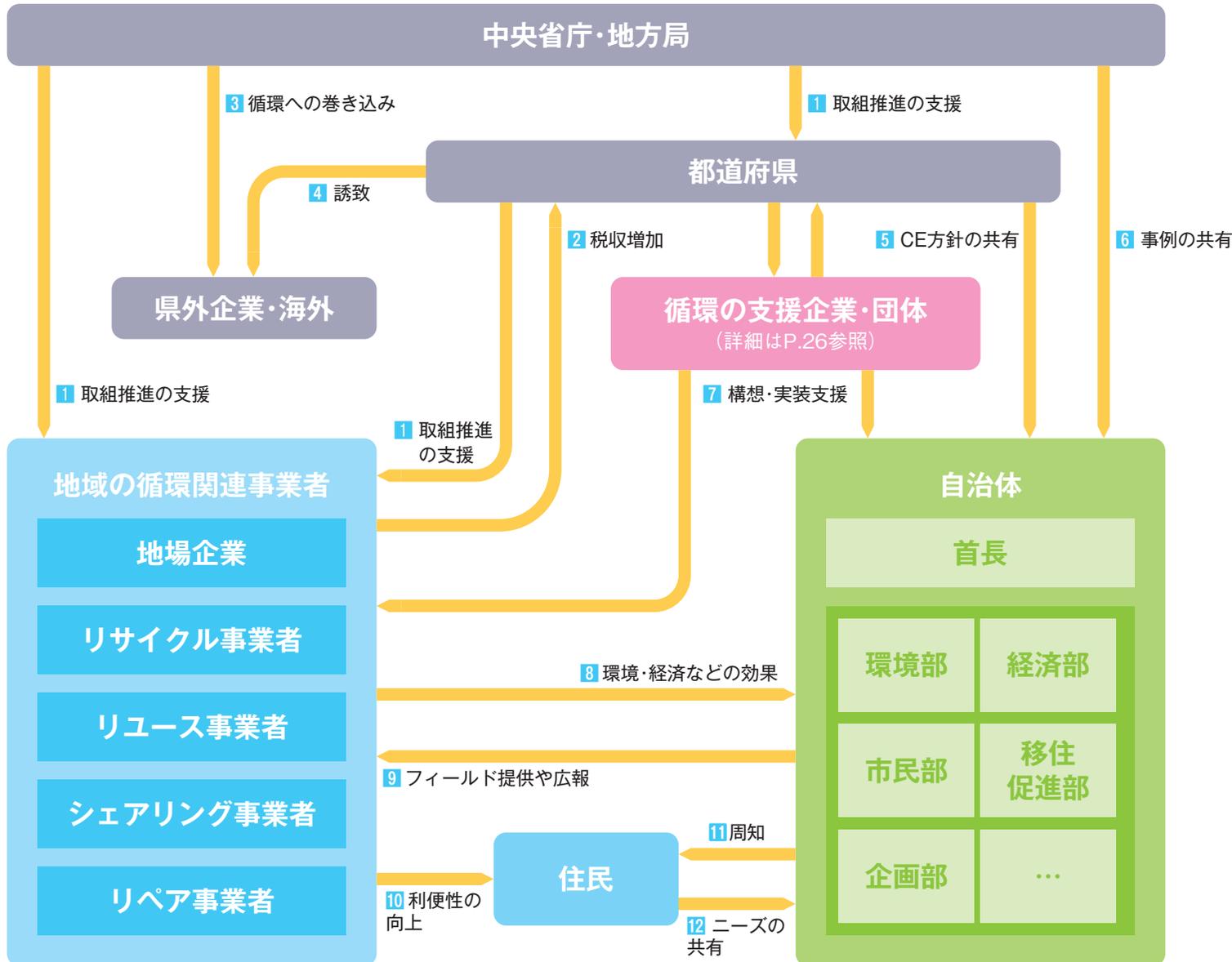
▶ 課題に対する工夫は次頁を参照

CEコマース事業者と連携した際の 想定課題を乗り越えるための工夫

連携の方向性 (連携時の自治体アクション)		課題を乗り越えるための工夫		
		透明性	公平性	持続性
1	自治体の率先行動 (行政によるCE製品の利用)	調達した製品の使用状況や効果を 定量的に測定し、定期的に公表	公共調達基準を明確化し、 公募で複数のCEコマース事業者が 平等に参加できる場を設ける	
2	環境負荷の高い 選択肢の規制強化 (製品素材の利用規制)		規制対象となる地場企業・飲食店など には移行期間を設け、廃プラスチック 削減などの支援策を提供	規制対応の経済的ハードルを下げる ため、補助金制度を導入
3	廃棄の利便性向上 (ごみ回収とCEコマースの連動)	CEコマース事業者と協力して 廃棄物の行方を追跡し、回収・再利用 プロセスを(オンラインなどで)公開		利用者の声や口コミなども サービス案内と併せて広報
4	CEの考え方・ 選択肢の啓蒙 (イベントなどでの周知)		広報する前に、自治体の 関連パートナーシップ制度などへ CEコマース事業者を登録	単発の広報のみでなく公共的な 自治体のサービスとして 浸透させる方法を相談
5	静脈オペレーションの 効率化・高度化 (クリーンセンターでの選別回収)	廃棄物がどのように再利用されて いるのかを明確化するため、 定期的に現場でデータを収集		有価物の販売収益を事業運営に 還元する仕組みをつくる
6	未利用資源の活用 (CEコマース事業者への資源提供)	地域内で再生されている 未利用資源と販売場所などを 定期的にHPなどで紹介		地域の商工会議所と連携し、 地域ブランドを育成することで 市場を拡大
7	地場産業との シナジー創出 (企業同士の紹介)		公平な公募プロセスを導入し、 連携先の選定基準を公表	

CEコマース推進における、自治体の立ち位置

自治体(特に基礎自治体)でCEコマースを推進する際には、ここまでご紹介してきたCEコマース事業者との連携に関する検討のみでなく、都道府県や中央省庁との連携、住民との関わり、そして循環を支援する企業や業界団体とのコミュニケーションも重要な要素となります。



- 1 取組推進の支援
 - ▶ 都道府県に対するGX交付金
 - ▶ 企業に対する認証・利用者インセンティブ設計
- 2 循環型設備投資・売上増加による税収増加
- 3 広域的な循環への巻き込み
- 4 誘致
- 5 情報発信・方針の共有
- 6 CEコマース事業者との接点創出、先進事例の共有
- 7 連携先の紹介・取組のPR
- 8 廃棄物量の削減、リユース販売収益、地域の魅力向上、調達費削減
- 9 フィールドの提供、ルールの整備、取組のPR、住民ニーズの連携
- 10 生活の豊かさ、利便性の向上
- 11 事業の周知
- 12 ニーズの共有

循環の支援企業・団体

自治体がCEコマースによる地域課題解決/地域ビジョン達成に取り組む際や、CEコマース事業者が地域参入を目指す際などには、「循環の支援企業・団体」をうまく活用することで、求める地域・組織の姿の実現につながる可能性があります。自分の地域・組織でのCEコマース活用にご興味がある方、既に取り組んでいるが課題がある方、まずはもう少し知りたい方も、ぜひ各者へお問い合わせください。

サーキュラーパートナーズ(CPs)

連絡先: <https://www.cps.go.jp/contact>

【関連活動内容】

CE全般に寄与する事業者・自治体を会員に持ち、各分野の専門家による検討会を実施
国内をリードするCE事例の紹介や先進した検討内容を共有

【支援範囲】

関連事業者や過去事例の紹介、CEコマース業界の最新動向の共有

一般社団法人 シェアリングエコノミー協会

地域共生事業部
連絡先: city@sharing-economy.jp

【関連活動内容】

シェアリング事業者やCEに取り組む自治体を会員に持ち、定期的なイベントや検討会にて示唆を提供

【支援範囲】

シェアリング事業の事例紹介、自治体への会員事業者の紹介
官民連携によるシェアリングサービス導入に関するアドバイザー

ハーチ 株式会社

連絡先: <https://harch.jp/contact>

【関連活動内容】

住民へのCE普及や事業の効果測定指標などを用いて事業を伴走
循環経済専門メディアやアイデアマガジンなどでCE関連取組情報を発信

【支援範囲】

メディアを通じた情報発信支援、リサーチ、イベント・ワークショップ企画、事業化支援、インパクト評価など

三井住友信託銀行 株式会社

サステナビリティ推進部
テクノロジー・ベースド・ファイナンスチーム
連絡先: csr@smtg.jp

【関連活動内容】

CENP1号ファンドの運営を通じ、CEコマース含むサーキュラーエコノミー・ネイチャーポジティブ領域の
スタートアップ発掘・投資を支援。CEコマース運営に必要なファイナンススキームの構築

【支援範囲】

技術・政策・金融の融合により、自治体のCE移行とCEコマース事業者の成長を同時に加速する伴走支援

合同会社 デロイトトーマツ

OI&DSユニット
連絡先: <https://www.deloitte.com/jp/ja/contact/contact-us.html>

【関連活動内容】

企業のサーキュラー戦略策定、循環型設計・資源循環スキーム構築、トレーサビリティやマテリアルパスポートなどの
デジタル基盤整備、実証伴走を展開。経産省などと連携し、CPs事務局運営にも関与

【支援範囲】

関連事業者や過去事例の紹介、補助金事業などへの応募に向けた情報提供、CE戦略策定などの支援

Appendix.



国内のCEコマース先進事例



国内のCEコマース先進事例（1/2）

暮らし支援シェアリング

鎌倉市

【内容】

鎌倉市では、鎌倉駅付近の店舗を中心に、地域共通型リユース容器シェアリングサービス「Megloo」を実施。ユーザーは無料でリユース容器を使用でき、利用後に対象店舗であればどこにでも返却可能。

【効果】

- ✓ テイクアウト容器ごみの削減
- ✓ テイクアウト容器のコスト削減
- ✓ 使い捨て容器利用に対する罪悪感の払拭

[参考](#)

自治体回収品リユース

松戸市

【内容】

松戸市では、松戸市リサイクルセンター内に、再生家具室「リユース工房 くりんくる」を設立し、家庭から出る粗大ごみを選別し、再生・販売している。障がい者就労施設と連携し、利用者による洗浄や補修を行う。

【効果】

- ✓ 粗大ごみの処理量削減
- ✓ ごみが価値となり、地域の経済性を生み出せる
- ✓ 選別～販売までの工程における雇用の創出

[参考](#)

住民参加型リユース

高崎市

【内容】

高崎市では、リユースセンターにて、住民を対象に一般家庭から排出される不要な素焼きの植木鉢・壺・レンガなどの交換会を実施。通常埋立処分される素焼きを価値へと転換している。

【効果】

- ✓ 埋立処分量削減
- ✓ 新製品購入費の削減
- ✓ 埋立処分の回避による費用削減
- ✓ 住民のコミュニティの場の創出

[参考](#)

国内のCEコマース先進事例（2/2）

地域人材活用リペア

滋賀県

【内容】

滋賀県では、複数の自治体と連携し、**捨てられた家具を回収・修理し、再販売**を実施。
修理された家具は、大津市に所在する「クラフトマンカレッジ」にて、一般住民向けに販売。

【効果】

- ✓ 粗大ごみの処理量削減
- ✓ 処理費用の削減
- ✓ 製品寿命の延長
- ✓ リペアにおける職人の受注機会増加

[参考](#)

未利用資源アップサイクル

那須町

【内容】

那須町では、生乳からバターを製造する過程で発生するスキムミルク（脱脂粉乳）を煮詰めてミルクジャムとし、ゴーフレット生地でサンドした菓子「バターのいところ」を開発。
通常廃棄されている未利用食材を利活用。

【効果】

- ✓ 食品ロスの削減
- ✓ ごみからの価値創出で、地域への経済性創出
- ✓ 地域ブランドとしての愛着向上
- ✓ 観光地としての魅力増加

[参考](#)

国内のCEコマース事業者の紹介 (本ガイドブック作成にご協力いただいたCEコマース事業者を掲載)



会社概要

【事業内容】

家具や家電、雑貨の循環型シェアリングプラットフォームを運営。

- 個人向け家具と家電のレンタル・サブスク「CLAS」
- 法人向けオフィス構築・移転「CLAS Biz」
- 不動産物件向け「CLASホームステージング」

【ユースケース】

■ ライフスタイルに合わせた生活支援に・・・

- 金銭的メリット： 初期費用を大幅に抑え、高品質な家具・家電を必要な時だけ安価に利用
- 自由な利用： 引越しや転入、空き家・公営住宅への入居時も、買い揃える負担なく身軽に生活を開始
- 子育て世帯支援： 子どもの成長や家族構成の変化に合わせて、最適な備品へ柔軟に交換

■ 法人・地域社会の活動支援に・・・

- ベンチャー・DX支援： オフィス開設やテレワーク導入時の初期コストを抑制し、必要な備品を即座に設置

自治体との連携方法

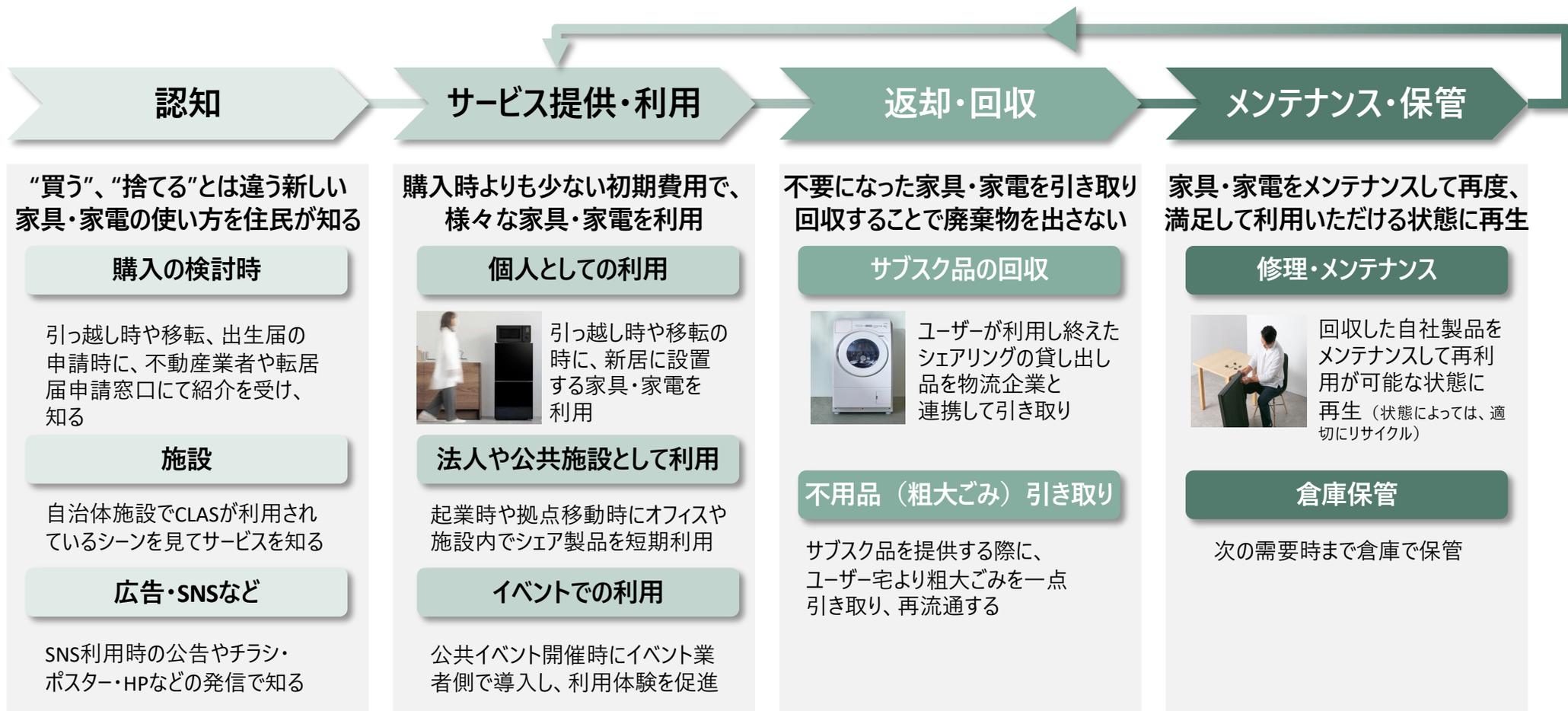
【連携の具体例】

- 住民サービスの利便性向上（市民部、移住促進部など）
 - 転入時や出生時の窓口で、購入コスト削減や成長に応じた**家具交換の選択肢としてチラシ配布などの案内**を実施
- 地域全体の廃棄物削減・リユース促進（環境部）
 - **自治体HPなどで紹介**。転居時の「捨てない選択肢」を提示し、まだ使える家具や家電を循環させることで、自治体のごみ減量目標の達成を支援
- 静脈オペレーションの効率化・地域活性化（環境部）
 - **返却物の洗浄・物流拠点を地域に設置**し、雇用の創出と物流効率の高度化を図る

【自治体との連携に関する希望】

- イベント出展・登壇などの短期的な連携となってしまうと、地域への環境・経済・ウェルビーイング効果へ結びつきにくい
 - イベントなどの連携企画時には、なるべくその先の**中長期的な連携についても先に検討**したい

【CEコマース事業者紹介①】株式会社クラス



想定効果

ウェルビーイングへの効果

- ライフスタイルやライフイベントに応じて利用したい家具・家電を、捨てる・長く持つ、という制約なく好きな時に利用できる

経済効果

- 引っ越し時の初期費用は最大**95%OFF**、新規オフィスの設立時も**定額の2%**
- 廃棄物量**38%削減**に伴い、**廃棄物処理コスト削減**

環境効果

- **粗大ごみの排出量の削減**
- 従来の売り切り型ビジネスと比較して、**CO2排出量36%削減**

会社概要

【事業内容】

洋服のレンタル・シェアリングサービス「airCloset」を運営。

- ・ スタイリストによりパーソナライズされたアイテムをサブスク型でレンタルし、気に入った洋服は購入することも可能
- ・ 品質やトレンドの観点で基準を満たさないがまだ着られる洋服はエコセールにて再販売

【ユースケース】

■ 出産・育児の際の支援として・・・

- （利用者として）出産後、体形が変わってしまったがまた変わるかもしれない、その時々自分にフィットする服を無駄なく賢く選びたい

■ 働く女性の支援として・・・

- （利用者として）フルタイム勤務で忙しく、買い物に行く時間やお金を節約したいが、ファッションを楽しみたい

■ 環境に関連するイベントの際に・・・

- （自治体や企業として）環境教育コンテンツとして活用したい

自治体との連携方法

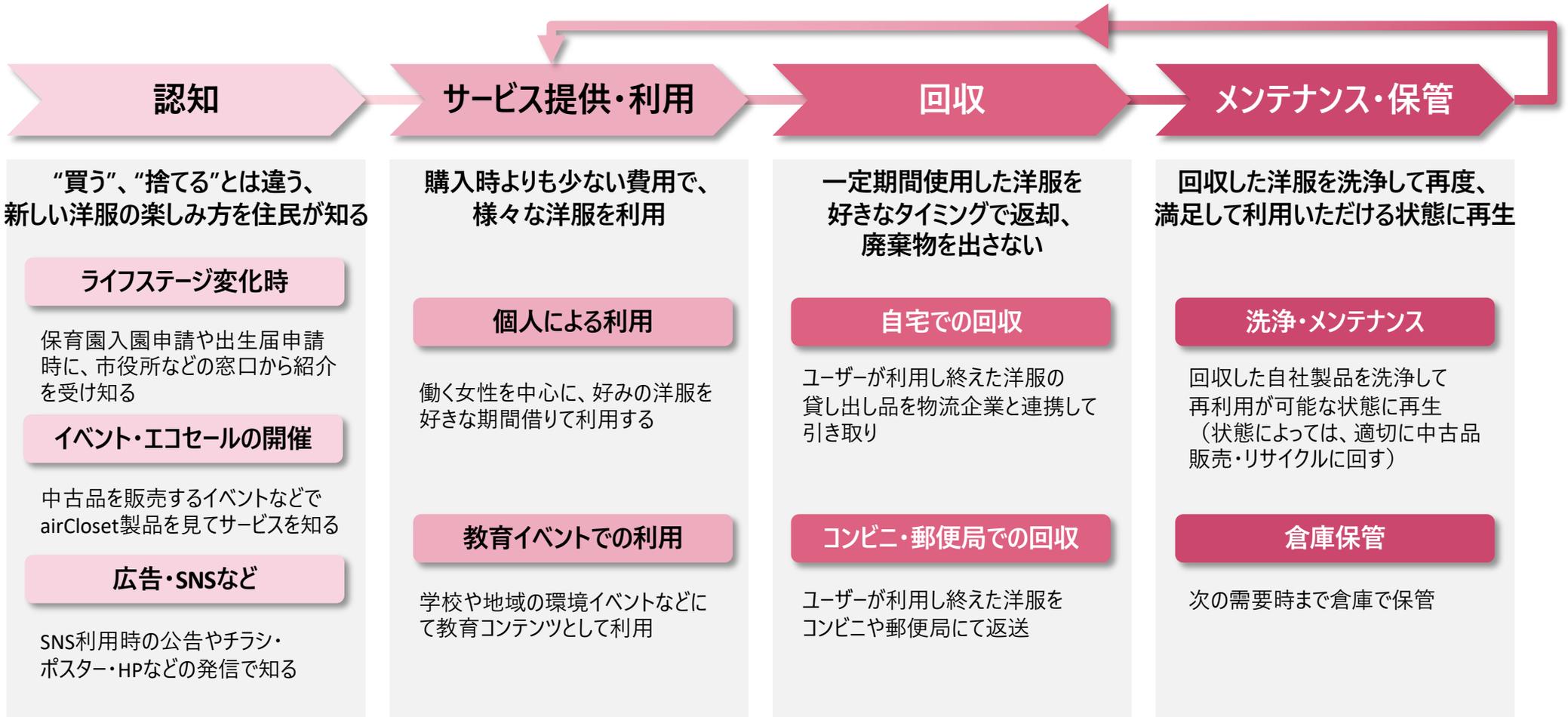
【連携の具体例】

- 自治体の率先行動（環境部、市民部、企画部など）
 - 自治体の職員が女性支援・子育て支援・環境貢献などの様々な文脈でシェア服を主体的に着用し、利便性を周知する、など
- CEの考え方・選択肢の啓蒙（市民部）
 - 子育て支援プラットフォームなどにて、自治体が提案する支援策としてサービスを紹介する、など
- CE型物流基盤の提供（環境部、企画部、経済部など）
 - 地域のCE事業者・CE事業を開始したい事業者に物流プラットフォームを提供できる

【自治体との連携に関する希望】

- 単発の連携に留まらず、中長期的な協力体制の構築に向けた連携方法を共に模索させていただきたい
- 環境貢献の観点はもちろん、住民の皆さまの利便性向上や生活支援という切り口で、市民部などの関連部署とも幅広く協力させていただきたい

【CEコマース事業者紹介②】 株式会社エアークローゼット



想定効果

ウェルビーイングへの効果

- ライフスタイルに応じてパーソナライズされた洋服を好きな期間とタイミングで利用できる
- 経済的負担なくお試しや、必要な期間だけ利用できる

経済効果

- 廃棄物量が27%削減するため、処理コスト削減
- 洋服一着分の値段で3着以上の洋服のレンタルが可能

環境効果

- 従来の買い切り時と比較して、1人当たりの**19%削減CO2排出量**

【CEコマース事業者紹介③】 株式会社カマン

会社概要

【事業内容】

飲食店やイベント会場でリユース容器を提供し、回収・洗浄まで一括で対応する「Megloo（メグルー）」を運営。

- ・ スマートフォンアプリやQR/RFID技術を用いたデジタル管理システムにより、街中の対応店舗ならどこでも返却できたり、オペレーションの効率化を行っている

【ユースケース】

■ 環境貢献につながる消費の選択として・・・

- （自治体として）廃棄よりもリサイクル、リサイクルよりもリユース&リデュースを啓蒙だけでなく実践へ落とし込みたい。市の職員として、まずは庁舎内から、主体的にプラ削減を目指したい

■ 紙やバガス製容器代替策として・・・

- （飲食店オーナーとして）商店街で飲食店を運営していて、環境配慮でテイクアウトに紙やバガスを使っているが、容器がふにゃふにゃになったり、結局ごみが出てしまう

■ 環境配慮を実践へ落とし込みたい際に・・・

- （イベント運営者として）環境配慮やSDGsを謳っているが大量のごみを排出しているので、少しでも変えていきたい

自治体との連携方法

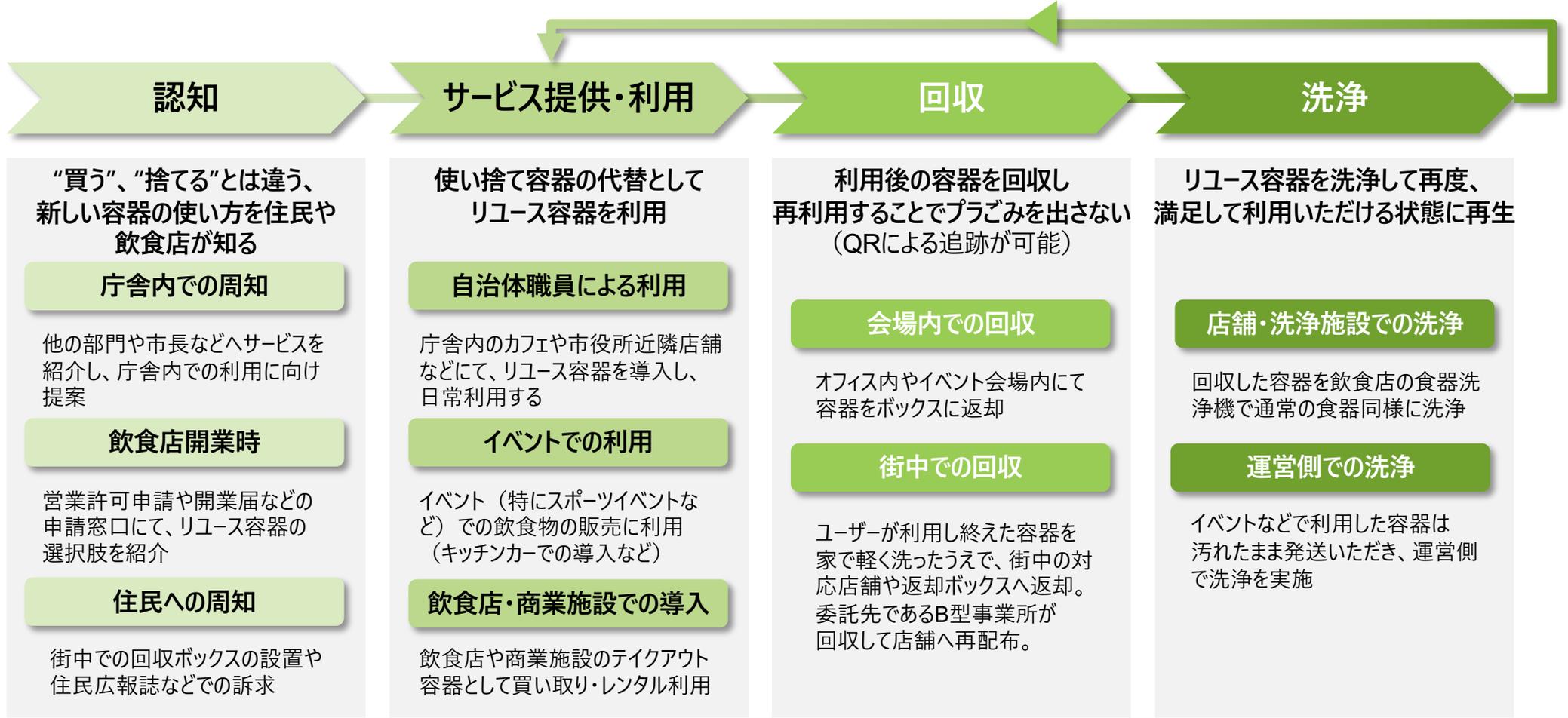
【連携の具体例】

- 自治体の率先行動（環境部）
 - 職員が周辺でテイクアウトする際に積極的なリユース容器利用を呼びかける。庁舎内にも返却ボックスを設置。
- 環境負荷の低い選択肢の推奨（環境部）
 - 後援イベントでの使い捨てプラスチック利用を規制し、マイ容器推奨とリユース容器導入の補助

【自治体との連携に関する希望】

- まずは自治体主催イベントでリユース容器をご体験いただき、職員・飲食店・住民の皆さまに容器循環の取り組みをご理解いただく機会としていただきたい
- 次のステップとして、イベント時における使い捨てプラスチックごみの削減に向けた施策（リユース推奨や導入補助制度の検討など）について、ご一緒に検討いただきたい
- さらに日常的な利用定着に向けては、返却ボックスの設置場所の選定や対応店舗への普及促進など、地域の実情に即した仕組みづくりにお力添えいただきたい

【CEコマース事業者紹介③】 株式会社カマン



想定効果

ウェルビーイングへの効果

- 地域参加意識を芽生え、コミュニティ強化につながる
- 多くの店舗でのサービス利用で、世代を超えた教育・啓発につながる

環境効果

- CO2排出量は使い捨て紙製の容器と比較して90%削減

経済効果

- 1か月に換算すると100円、4回使えば一回25円となり、プラ容器と同程度のコスト

会社概要

【事業内容】

住宅のサブスクリプション（定額多拠点居住）サービス「ADDRESS」を展開。

- 空き家や空き部屋を自由に住み替えながら暮らせる仕組みを提供
- 物件のオーナーが「家守」として地域の魅力を宿泊者に発信

【ユースケース】

■ 二拠点居住支援として…

- （利用者として）都心と地方の半々で、拠点を増やした生活をしたい。観光だけでなく地域の文化を内側から体験したい

■ 住民の活動の支援として…

- （家守として）地元でコーヒーの焙煎所を経営しているが、地元の魅力を伝えながら訪問者数増加を目指したい

■ 空き家の活用法として…

- （自治体として）地域内の空き家を利活用して、解体を減らしたい

自治体との連携方法

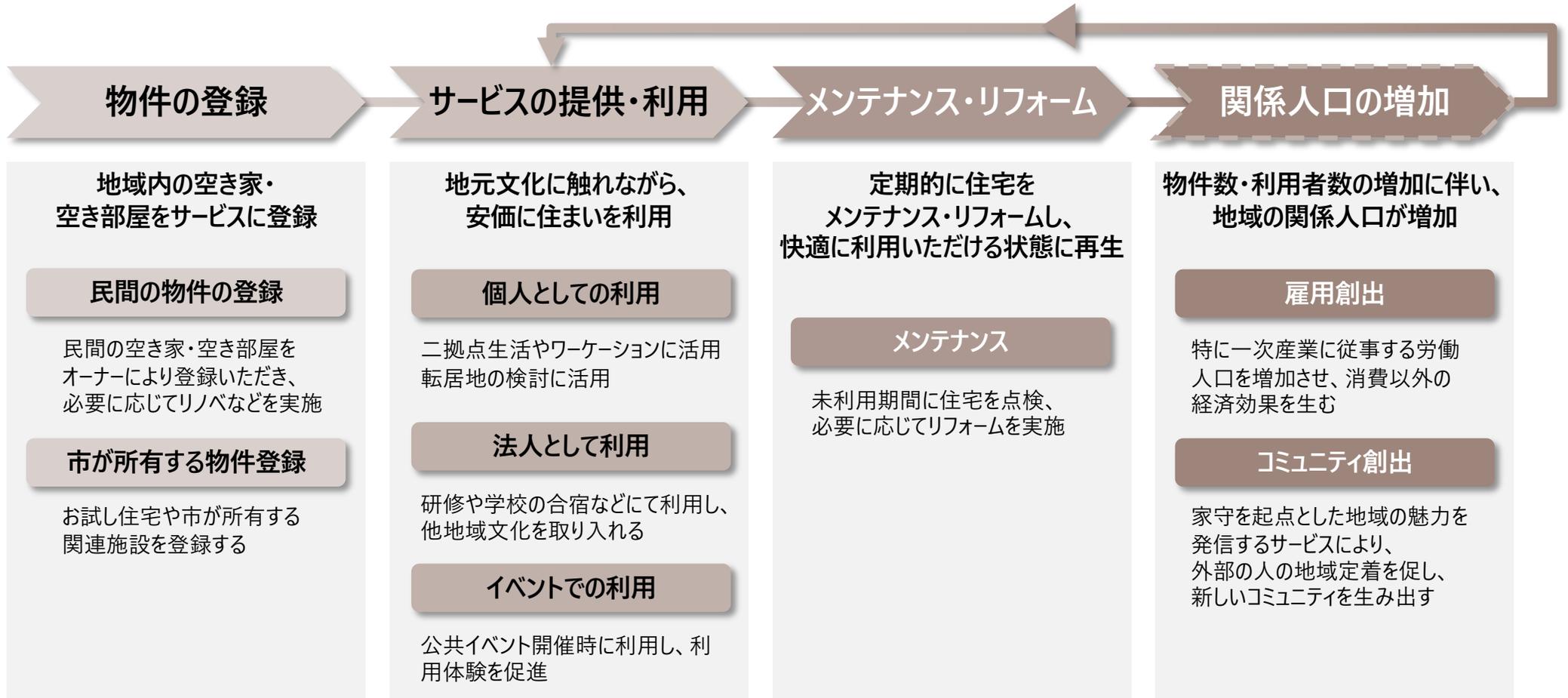
【連携の具体例】

- 未利用資源の活用（移住促進部）
 - 空き家や空き部屋の処分に困っている住民にプラットフォームをご紹介いただく
 - 自治体が所有する宿泊施設や民間に貸し出している関係施設を登録いただく
- 地場産業とのシナジー創出（経済部）
 - 商工会やJAなど、一次産業と関わる団体との橋渡しとなっただき、本サービス内で連携して生産者人口や関係者人口増加に向けてご協力いただく

【自治体との連携に関する希望】

- 空き家を活用した多拠点居住の拠点づくりを進めているため、空き家の利活用やリフォームに関する制度、地域側の受け入れ体制づくりなどについて、自治体の皆さまと柔軟にディスカッションしながら進めていきたい
- 単発の取り組みに留まらず、地域との継続的な関係人口の創出や地域コミュニティとの接続も含め、中長期的な視点での連携をご一緒したい

【CEコマース事業者紹介④】 株式会社アドレス



想定効果

ウェルビーイングへの効果

- ▶ 外部流入が増え、コミュニティ創出につながる
- ▶ ただの観光客でなく、地域に貢献する滞在者が増え、地域文化の強化が実現する

環境効果

- ▶ 全国291件の遊休資産を利活用し、空き家の解体や住宅新築に伴うCO2の排出を抑制

経済効果

- ▶ 関係人口増加に伴う生産者人口の増加（ユーザーの13.41%が地域の生産活動に貢献）

会社概要

【事業内容】

様々な方法で幅広い品目の**不要品を有価物として回収し、選別のうえ再流通**し、品目ごとの選別結果と販売先、廃棄割合をレポートिंग

【回収方法】

- 地域のクリーンセンターに持ち込まれたモノを「リユース品」として回収
- 公共施設から発生する不要品を「リユース品」として回収
- 住民向けリユース品回収イベントを実施し、持込まれたリユース品を回収
- リユース品回収ボックス「PASSTO」を設置し衣類・雑貨を回収
- 対応製品：家電、家具、楽器、電動工具・手工具、おもちゃ・ゲーム類、衣類・ファッション雑貨、食器・キッチン用品、スポーツ・アウトドア用品

自治体との連携方法

【連携の具体例】

【クリーンセンターでの回収の場合】

- 静脈オペレーションの効率化・高度化（環境部）
 - クリーンセンターから、再利用可能な廃棄物を回収し、事業所に輸送し、120品目以上に選別

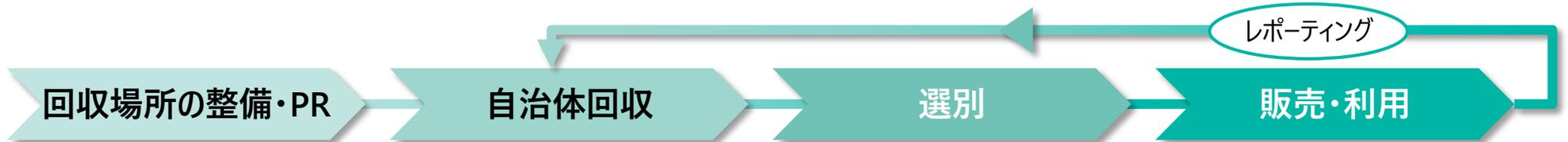
【PASSTOでの回収の場合】

- 自治体の率先行動
 - 庁舎内や公民館にて回収ボックス「PASSTO」を設置し、衣類や雑貨の回収を実施
- 不要品を手放す際の利便性向上（環境部）
 - 自宅まで不要品の宅配回収などを実施し、費用と手間を掛けずに自宅に眠っている不要品を引取り

【自治体との連携に関する希望】

- **回収に必要な資材保管場所を確保**いただきたい
 - リユース品を積み込む回収用カゴ台車（無償貸与）を8～14台保管できるスペース
- **幅広い品目の回収**が可能
 - 楽器、家電、工具、食器・キッチン雑貨、スポーツ・アウトドア用品など幅広い品目を回収し、廃棄総量を削減

【CEコマース事業者紹介⑤】 株式会社ECOMMIT (クリーンセンターでの回収) ECOMMIT



回収場所の整備・取組のPR

クリーンセンター内の場所確保



かご台車を保管する場所を確保

公共施設内の不要品を把握



買い替えに廃棄予定の品目を選定

効果の周知・透明性の保証



家庭で廃棄した粗大ごみがリユースに回される流れや資源量を可視化し、公式HPなどで公開

自治体回収

市民による持込みごみの中からまだ使える不要品を回収

クリーンセンターでの回収



市が運営するクリーンセンター内にECOMMITのカゴ台車を置き回収

公共施設から回収



公共施設内の1か所に集約された不要品を回収

選別

回収した衣類を120品目以上に細かく選別

クリーンセンタースタッフによる選別



ECOMMITが提示する品目表に基づき、現場スタッフが選別

販売・利用

様々な販路での再流通・利用

サイトで販売

自社のオークションサイトで最適な顧客に販売

外部ルートで販売

バイヤーや海外コンテナ向けなど、複数のレイヤーで長年信頼関係のある顧客へ販売

想定効果

ウェルビーイングへの効果

- ▶ 地域参加意識を芽生え、コミュニティ強化につながる (リユースを通じた共感形成)

経済効果

- ▶ クリーンセンターの施設長寿命化に寄与
- ▶ 廃棄コスト：40円/kg以上の削減効果
※自治体の一般廃棄物基本計画に準じる

環境効果

- ▶ 年間廃棄量を削減
→約30 t /年削減 (人口10万人規模)
- ▶ クリーンセンターへの持込みごみのうち、約5%を削減

【CEコマース事業者紹介⑤】株式会社ECOMMIT (PASSTO/イベント回収)

ECOMMIT

レポート



回収場所の設置・PR

回収場所の設置・取組のPR

回収ボックスの設置環境整備



市内施設にて不要品回収できるPASSTOボックスの設置場所を検討

住民への周知



不要品をいつでも持ち込める利便性の高い手段としてHPなどにて紹介

※宅配での不要品回収



不要品を梱包し、費用と持ち込みの手間を掛けず、集荷によって不要品を回収

住民の持ち込み

住民によって持ち込まれた不要品を回収

回収ボックスでの回収



市内施設や街中にPASSTOボックスを設置し、住民が不要品を投函 ※宅配回収は別途

イベントでの回収



イベント当日に市民が不要品を持ち寄り、その場で回収

選別

回収した衣類を120品目以上に細かく選別

ECOMMIT事業所での選別



クリーンセンター以外の場所で回収された不要品をECOMMIT社にて詳細選別

販売・利用

様々な販路での再流通・利用

サイトで販売

自社のオークションサイトで最適な顧客に販売

外部ルートで販売

バイヤーや海外コンテナ向けなど、複数のレイヤーで長年信頼関係のある顧客へ販売

想定効果

ウェルビーイングへの効果

- ▶ 自宅の一角を占めていた不要品（まだ使えるが使わなくなってしまったモノ）をリユース品として手放すことで、日常生活のQOLが向上

経済効果

- ▶ クリーンセンター/リサイクルセンターでの粗大ごみ処理量がへり、運搬や処理コストを削減できる

環境効果

- ▶ 年間廃棄量を削減
→約30 t /年削減
(人口10万人規模)

会社概要

【事業内容】

モノをリペア・メンテナンスしたい依頼者と修理・クリーニングのプロをマッチングするプラットフォームサービス「YOURMYSTAR」（個人・法人対応）を運営。
メディア「ワタシト」も運営しており、企業・団体のサーキュラーエコミー関連取組の周知活動を行っている。

【ユースケース】

- 地域に根付く文化・伝統の継承支援に・・・
 - （消費者として）代々使ってきた漆器が欠けてしまったが、捨てるのはもったいないのでどうにか修理したい
- 修理メンテナンスビジネスの受注機会増、雇用増に・・・
 - （事業者として）修理やハウスクリーニング・設備メンテナンスをしているが、新規顧客への周知や、受注機会の繁閑差による雇用判断に課題を感じている
- 地域内の粗大ごみ削減の施策として・・・
 - （自治体として）家庭から出る粗大ごみの処分に困っており、持続利用を促進することで廃棄量を削減したい

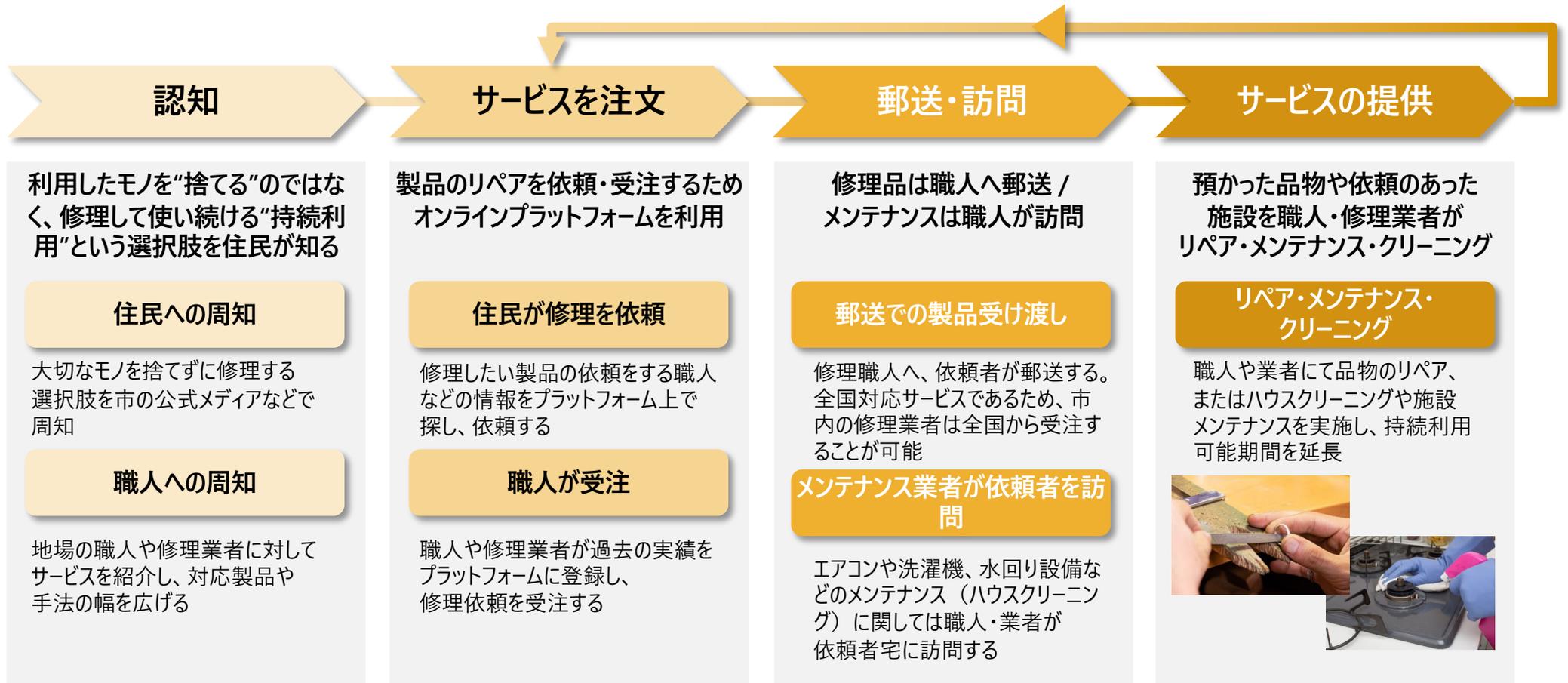
自治体との連携方法

【連携の具体例】

- CEの考え方・選択肢の啓蒙（市民部）
 - 住民向けのごみ回収案内HPやチラシにて、捨てない選択肢としてサービスを紹介する
- 地場産業とのシナジー創出（経済部）
 - 地域のマイスター登録制度やNPO法人などと連携して、リペア職人や業者を紹介いただき、受注機会増加に向け、プラットフォームに掲載する

【自治体との連携に関する希望】

- 「捨てない社会」を地域から実現し、持続利用文化を定着させる
 - 修理やメンテナンスを日常の選択肢として広げ、廃棄を前提としない持続可能な地域社会の実現に貢献する
- 地域の技術と仕事が循環する地域社会
 - 修理やメンテナンスに関わる職人・事業者の活躍機会を広げ、**環境と地域経済の両立につながる循環型の地域づくり**を自治体とともに推進する



想定効果

ウェルビーイングへの効果

- 大切なモノを長期間利用でき、**利用者のウェルビーイング向上**
- 地域内の職人・事業者とのつながりが生まれ、**地域への愛着や当事者意識の創出**
- 修理・メンテナンスを通じて**職人の技術が受け継がれ、モノを長く大切に使う暮らしの文化が地域に育まれる**

経済効果

- 地域内でのリペアビジネスの**盛り上がりによる雇用創出**
- 多様な物品が地域内で直せる状態を生み出すことによる**地域の価値向上**

環境効果

- 約180万世帯の地域において、世帯の1%が年1回リペアを選択した場合、年間約1.8万件のリペアが創出され、**約440トンのCO2排出が削減**

会社概要

【事業内容】

複数事業を展開しながら、**地域に眠るモノや資源の“背景価値”を活かした新たな商流を創出。未活用資源の文脈を再編集し、主催するマーケットイベントで販売**するなど、企画立案からPR・販売支援まで一貫して提供可能。

事業例：ものづくり業界の倉庫に眠る在庫や地域・文化に光を当て新たな商流を生み出す「PASS THE BATON MARKET」を定期開催

【ユースケース】

■ 文化・伝統技術の継承支援に・・・

- 地域の伝統的工芸品を地域産品としてPRしながら文化や技術を継承したい（参考事例：「デデデデンサン」プロジェクト）

■ 地域の作り手や特産物のPRとして・・・

- 地域の作り手を支援しながら地域の特産品をうまくPRしたい（参考事例：福島商工会連合会ECサイト「シオクリビト」）

■ 廃材や端材の利活用として・・・

- 産業廃棄物などの中には、別の形で利用できるような端材もあるので活用したい（参考事例：「ぱちゅざぼとんまーけつと」企画）

自治体との連携方法

【連携の具体例】

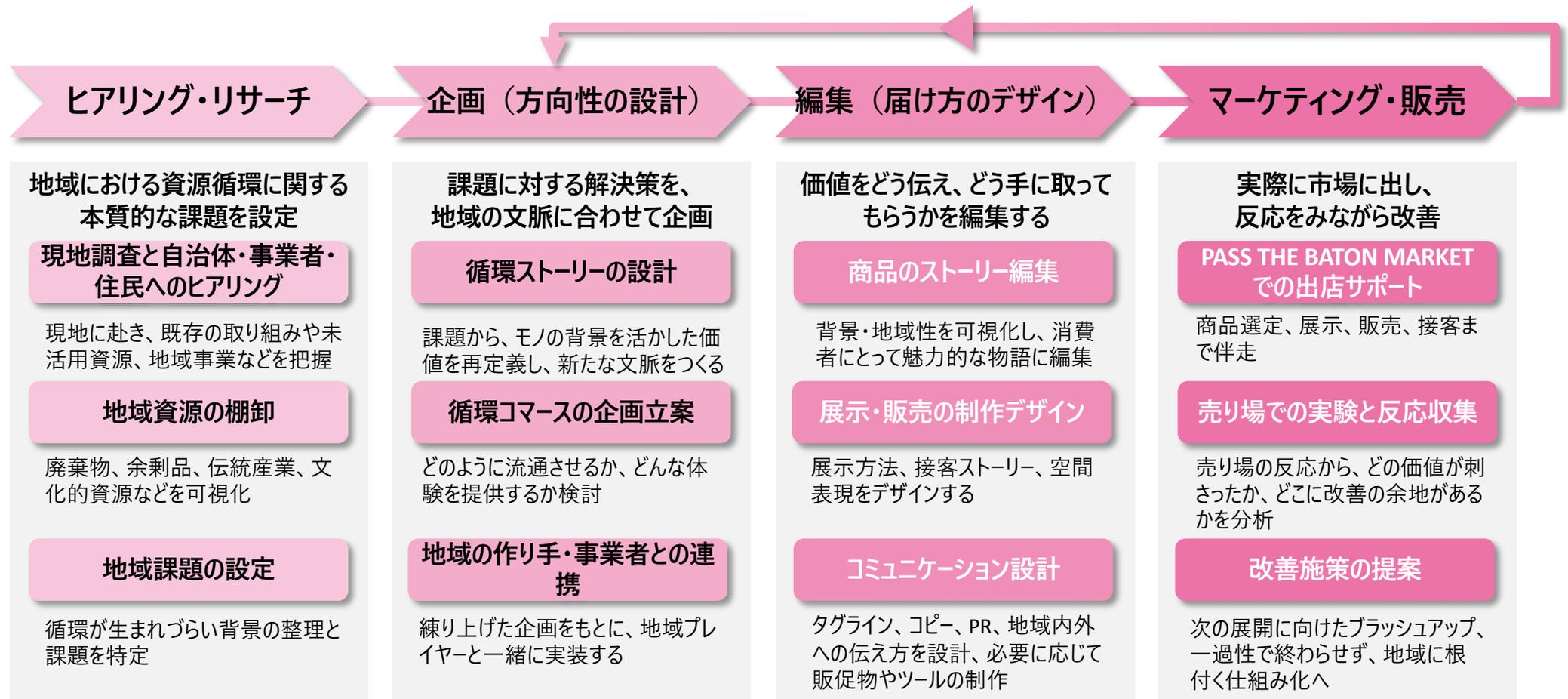
- 未利用資源の活用（環境部、経済部）
 - 地域内で発生している**まだ使える資源の課題を把握し、地域の新たな価値へと変える方法**を検討する
- 地場産業との連携（経済部、企画部）
 - **製造現場で生まれる余剰生産物や端材**を独自の視点で再編集し、PR・販売する

【自治体との連携に関する希望】

- **本質的な課題抽出のプロセス設計から伴走**することで、地域独自のユニークな解決策をともに考え、形にすることを得意としている
- 部署ごとの役割や達成すべき目標もある中、必要に応じて横の連携をはかりながら、**本来あるべき地域の姿をともに考えていきたい**
- 既にやる事が決まっているプロジェクトよりも、何をどうしていいかわからない課題の方がワクワクします！

【CEコマース事業者紹介⑦】株式会社スマイルズ (PASS THE BATON の例)

Smiles:



想定効果

環境効果

- 地域内での資源循環が進み、廃棄物削減につながる

経済効果

- 地域資源を価値化し、新たな収益機会や産業連携を生む

ウェルビーイングへの効果

- 地域住民・事業者が“関わる喜び”を感じられる循環が生まれる
- 地域全体での一体感や環境意識の向上

各CEコマースモデルの地域特性との関係性(詳細版)



①暮らし支援シェアリングが普及しやすい住民/地域特性

シェアリングを検討するにあたっては、引越し頻度や所得、世帯構成への着目が重要となります。

	家具・家電	衣類	住宅
年齢	31-40歳 ➢ 新しい選択肢に柔軟な世代かつ製品ニーズが高い	30-50歳 ➢ 新しい選択肢に柔軟な世代であり、ファッショントレンドへの関心も大きい	20-50歳 ➢ リモートでの働き方への変化とともに幅広い世代でニーズ
所得	平均収入以上の中・高所得者 ➢ 平均所得が低いほど投資先を慎重に選ぶ傾向がある	中所得者 ➢ 時間帯効果を重視する層への広まり	“節約”よりも体験重視型のため、所得との相関が弱い
職業	ホワイトカラー ➢ 教育レベルが高いほどPSSビジネスモデルにおけるサステナビリティ要素への理解がある	オフィスワーカー・クリエイティブ職 ➢ 私服で働く女性へのニーズが最も高い	ライター・エンジニア・Webマーケターなど ➢ 場所を選ばずに、PCのみあれば働ける職種
引越し頻度	1-3年に一度 or 3-5年に一度 ➢ 関係性はU字曲線となり、年一回以上の高頻度または5年に一回未満の低頻度にはニーズが低い	相関は弱い	年一回以上の高頻度 ➢ ノマドとして一拠点にとどまらない層へのニーズが高い ※ファミリー層では例外あり
世帯構成	単身者 ➢ 引越し頻度との相関や選択の自由度に関係	単身者・共働き世帯 ➢ 個人向けサブスクは家族世帯での利用は向かない	単身者・ファミリー層 ➢ 2拠点での柔軟な生活スタイルを好む層

※公開データの他、当局調査事業にて実施した自治体およびeコマース事業者へのアンケート・ヒアリング結果を基に傾向を記載

出所：[Jing Lu thesis spring 2021](#)、[Online Clothing Rental Market Size, Share | CAGR of 8.8%](#)、[Unlocking a Pathway to Fashion Circularity: Insights into Fashion Rental Consumption and Business Practices | MDPI](#)、[Why Millennials and Gen Z Choose Shared Living - Coliving.com](#)

②自治体回収品リユースが普及しやすい住民/地域特性

自治体回収でのリユースにおいては、クリーンセンターの規模や分別ガイドラインの詳細さが重要な観点となります。

	自治体回収品リユースに適した住民/地域特性の傾向
年齢	30-50代が多い地域 ➤ 家族形成であり住み替えや家具更新が集中する世代
引越し頻度	3-5年以内の住み替え率が高い ➤ 再利用可能な粗大ごみが多い
世帯構成	子育て世帯・共働き世帯 ➤ 家具や衣類の買い替えが多い
地域内設備	クリーンセンターの規模が大きい ➤ 多様な粗大ごみを保管、選別するための余剰スペースを有している
住宅環境	戸建てや集合住宅が混在 ➤ 大型の粗大ごみが出やすい
分別状況	ガイドラインの順守が厳しく、分別品目数も多い ➤ ガイドラインが徹底しており、リユースに回せる品質である可能性が高い

※当局調査事業にて実施した自治体およびCEコマース事業者へのアンケート・ヒアリング結果を基に傾向を記載

③ 住民参加型リユースが普及しやすい住民/地域特性

住民参加型リユースでは、住民の明確な生活動線の有無や自治体の廃棄物回収頻度によって需要が変わります。

	住民参加型リユースに適した住民/地域特性の傾向
年齢	20-40代が多い地域 ➤ 特に衣類の回転率が高く、行動コストへの耐性がある
引越し頻度	引越し頻度との関連が低い ➤ 日常回転が重要になる
世帯構成	単身者 ➤ 主に衣類の整理ニーズが高く、持ち込み余力もある
人口密度	人口密度が高い（人口が集中する拠点がある） ➤ 回収ボックス1基当たりの回収量が多く回収効率が高い
住宅環境	生活動線が明確 ➤ 駅前など、より多くの人々が「ついでに持っていける」場所がある
回収頻度	自治体の廃棄物回収頻度が低い ➤ すぐに捨てられないため、回収ボックスへの持ち込みの需要が高まる

※当局調査事業にて実施した自治体およびCEコマース事業者へのアンケート・ヒアリング結果を基に傾向を記載

④地域人材活用リペアが普及しやすい住民/地域特性

リペアは地域内に修理の人材がいることが条件となり、その他引越し頻度が低い世帯への需要が高い傾向にあります。

※地方での需要は高いものの、供給量不足という課題が残る

	都市部の場合	地方の場合
年齢	高齢者 ▶ オンライン注文が向かず、店舗の多い都市部修理店舗を利用	若者 ▶ 商業施設が遠いことから、オンライン利用が促進
所得	中・高所得者 ▶ 価格競争や高級品修理の共有が多い	低所得者 ▶ 節約志向で買い替えが少ない
職業	ホワイトカラー ▶ 都市部の修理ビジネスは高級品を対象としていることが多い	技能系・工芸職 ▶ モノを長く修理しながら使う文化が浸透（DIYも同様）
引越し頻度	引越し頻度の低い定住者 ▶ 引越し頻度が低いほど修理・維持投資が増える	
世帯構成	ファミリー世帯・高齢者の単身者 ▶ 使い慣れたモノを長く使う文化が浸透	

※公開データの他、当局調査事業にて実施した自治体およびeコマース事業者へのアンケート・ヒアリング結果を基に傾向を記載

出所：[Using Home Maintenance and Repairs to Smooth Variable Earnings](#)、[Consumers and self-repair](#)、[Increasing repair of household appliances, mobile phones and clothing](#)、[Unpicking the Gender Gap](#)、[Drivers of the consumers' intention to use repair services](#)

⑤未利用資源アップサイクルが普及しやすい住民/地域特性

未利用資源アップサイクルは地域特性を問わないが、地域のビジョンまたは課題が明確であると実施しやすい特徴があります。

	ブランディング目的の場合	課題解決目的の場合
自治体体制	地域全体でのビジョンが明確 ➢ 地場企業同士の横の連携がとりやすい	地域内の課題が明確 ➢ 環境・地域活性化・都市基盤構築などの課題が明確
産業の集積特性	産業集積度（HHI）が高い ➢ 地域としてブランディングしたい方向性が明確	相関は弱い
一般/産業廃棄物量	相関は弱い	廃棄物量が多い ➢ 廃棄負担が高く、廃棄しない選択肢へのニーズが高い
未利用資源の発生構造	特定産業・自然由来 ➢ 「○○の副産物」という説明が可能	生活系・事業系ごみ ➢ 処理量・処理費が課題
地域のアイデンティティ	歴史・産業・自然などのストーリー性がある ➢ 観光・産業PRで使われる言葉が固定	相関は弱い
引越し頻度	定住率が高い ➢ 住民活動が長期継続	引越し・転入出が多い ➢ 対象住民が頻繁に変わり、ブランディング要素が根付きにくい

※当局調査事業にて実施した自治体およびCEコマース事業者へのアンケート・ヒアリング結果を基に傾向を記載



発行元 関東経済産業局 環境・資源循環経済課
電話番号 048-600-0292
メールアドレス bzl-kanto-ce@meti.go.jp