

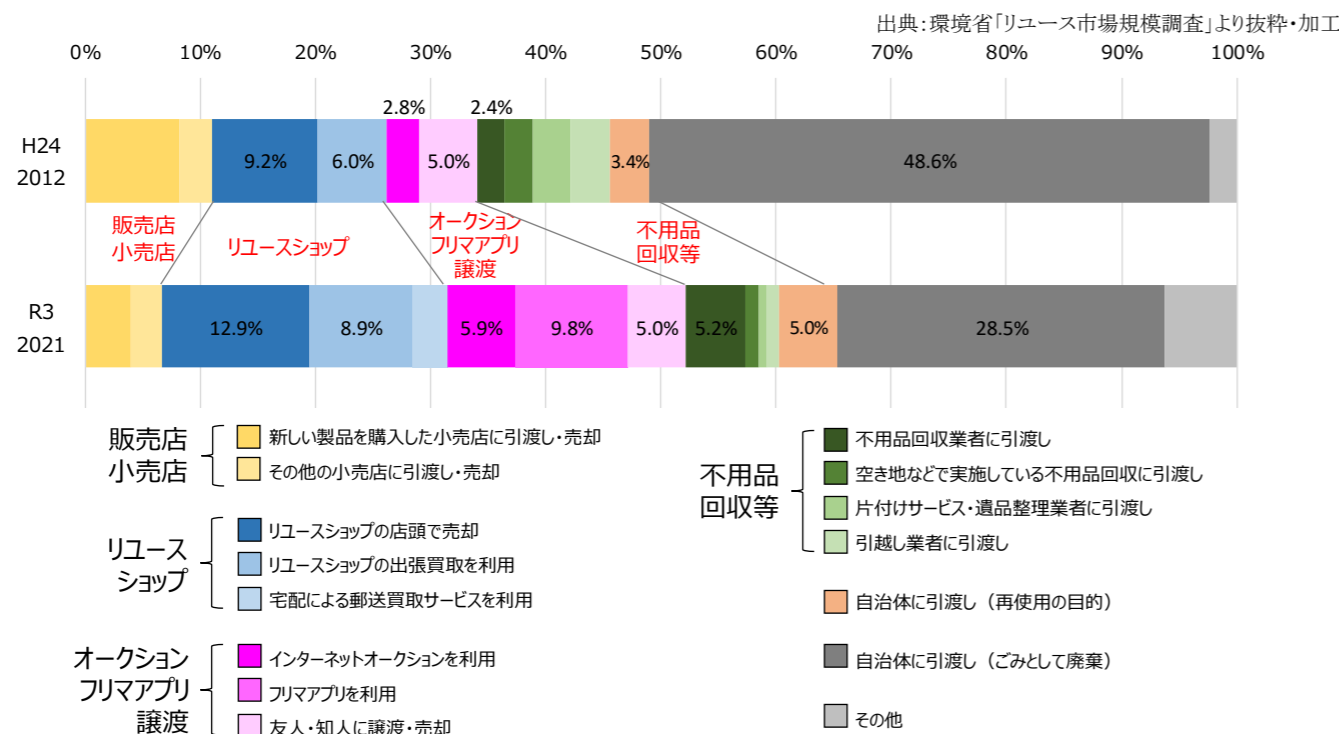
4. リユース品流通の変化

- リユース品の流通としては、従来は事業者が消費者から対面で買い取り、対面での販売が中心であったが、近年はインターネットを通じた流通が増加
- また、インターネットを活用して、消費者同士が直接取り引きを行う流通が増加

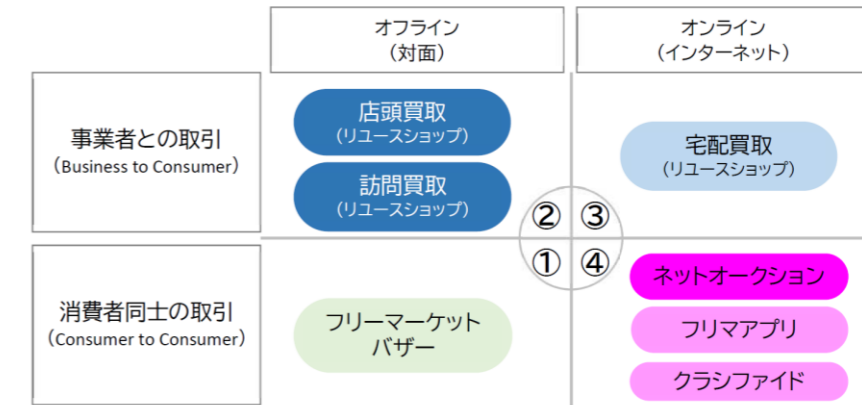
■リユース品流通方法

流通方法	概要	主な例
フリーマーケット バザー	公園や広場等のスペースに出店される。 主に個人間でのやりとり。	地域やPTAの主催
リユースショップ	古物営業法に基づくリユース事業者による買取・販売。 店頭・出張・宅配など様々な買取があり、販売も店頭・インターネット販売などの形態がある。	ハードオフ(H5) 2ndstreet(H8)
インターネット オークション	出品された商品に利用者が入札をする。 品物の授受は宅配などを利用することが多い。 リユースショップも利用するが、個人間にも利用される。	ヤフオク!(H10)
クラシファイド	利用目的や地域ごとに分類された広告をまとめた掲示板サイト。 対面でのやりとりが多く、不用品については無償の場合もある。	ジモティー(H23)
フリマアプリ	インターネット上のフリーマーケット。 出品者が価格を設定し、買い手が当該価格での購入を希望することで取引が成立する。個人間のやりとり。	メルカリ(H26) ラクマ(H26) PayPayフリマ(R1)

■不用になった家具類の排出・引き渡し先(個数割合、自宅・物置等で保管を除く割合)



■リユースチャンネル全体図

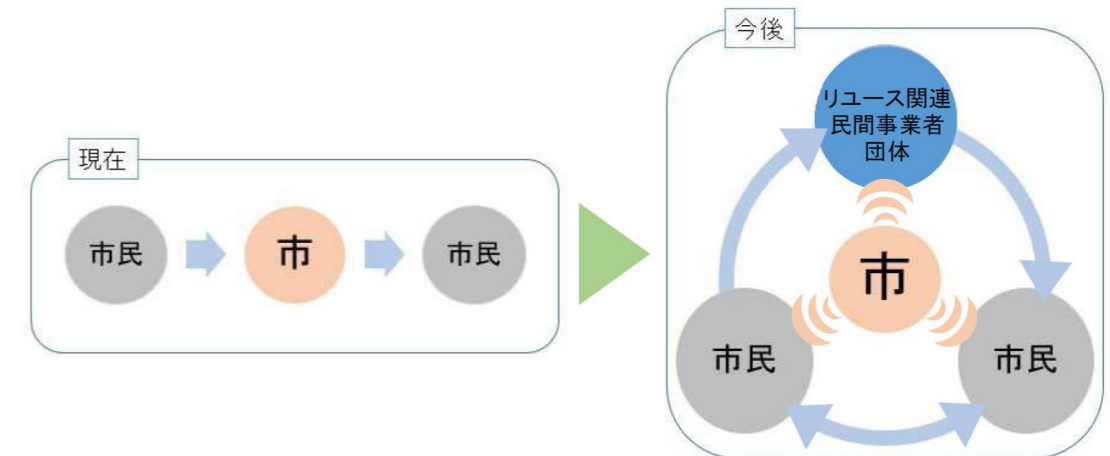


5. 今後のリユース推進施策の方向性

- 市の役割としても、「リユース品排出チャンネルの多様化」への対応が必要
- 一般廃棄物処理基本計画にも、「民間事業者や市民団体の取り組みとの連携」を掲げる

■ リユースに取り組む民間事業者や団体と連携を図りながら、「社会全体でのリユースの機運を高める幅広い施策を進める。」

■取り組みのイメージ



6. リユースの推進にかかる具体的な取り組み(案)

- リユースに関する活動の普及・周知
- リユースショップの利用促進に向けた情報の提供
- リユースに向けたきっかけづくり(フリマアプリの使い方講座等)
- ごみの削減や環境教育に関する施設見学や啓発資料の充実 など