③　リユースの推進

＜政策説明＞

「環境省におけるリユース促進の取組について」

環境省

環境再生・資源循環局 資源循環課

課長補佐　寺野 怜伺

衣替えのこころがけ

環境省
Ministry of the Environment

環境省におけるリユース促進の取組について

環境省　環境再生・資源循環局　資源循環課

令和８年10月

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS　Re-Style　服のらくデコ活　つなげよう、支えよう 森里川海　Plastics Smart　脱炭素ポータル

リユース促進に関するこれまでの環境省の取組（概要）

環境省

■リユースとは、**３Rの中でも、発生抑制（リデュース）に次ぐ、優先順位の高い取組**。
■リユースの促進は、製品の使用期間の長期化や廃棄物の発生抑制に寄与するとともに、製品製造時、廃棄時の資源消費・環境負荷を回避することにもつながるもの。

使用済製品リユースに関する実態調査

○使用済製品等のリユース促進事業研究会を平成22年～平成28年度までの期間、20回の検討会を開催。
○リユース市場規模調査（一般消費者の最終需要ベース）の推計（３年ごと、2012、2015、2018、2021、2024年に実施）
○消費者のリユースに関する意識調査（３年ごと）
○リユースによる環境負荷低減効果の算定（2010年度）
○リユースによって生じる経済へのインパクト分析（2010年度）

コンプライアンスの向上

○リユース業界の法令順守のため、事業者向け、消費者向けのパンフレットを作成（2013年度）
○リユース業に関係する法令についての取りまとめ報告書の作成（2014年度）



先進的な取組の応援（モデル事業）

○市町村及び、その他NPO法人等を対象としたリユースのモデル事業を実施（2011～2015年度）
○使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業の実施・支援（2022～2025年度）

広報資料、手引き等の作成

○消費者向けホームページ・パンフレットの作成（2022、2023年度）
「意外と知らない「リユース」の世界　自分・社会・地球にやさしい消費行動」

○市町村向けリユース手引き策定（2025年度）
：市町村で取組が進むよう、市町村のリユース取組を類型化し手順を紹介

○リユース読本（2015年度）
：リユースの認知度向上に向けて、メリットや方法、関連データを紹介

○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（2015年度）
：リユース品として排出するときや、リユース品を活用するときのコツを紹介

○その他各種リサイクル法におけるガイドラインの作成
・太陽電池モジュールの適切なリユース促進ガイドライン（2021年度）
・小売業者による特定家庭用機器のリユース・リサイクル仕分け基準作成のためのガイドラインに関する報告書（2008年度）



１．再生資源供給サプライチェーンの強靭化（重要鉱物、金属資源等）

<メタルリサイクル推進戦略>

・我が国の自律性・不可欠性の向上に向け、**我が国産業の国際競争力の確保を前提**として、今後確保に注力すべき重要鉱物、金属資源等について**2030年までの再生材供給の目標（需要に占める再生材の割合等）を設定。また再生資源使用製品の付加価値に関する国際標準づくりに取り組む。<マクロアプローチ>**

鉄　：鉄スクラップを**高品位化する処理能力約200万トン/年を目安に、追加的に国内で確保**
アルミ：展伸材(板・棒製品)の国内生産量の**約４割を目安に、再生アルミ原料由来に**
銅　：国内で生産される銅（電解銅）の**約３割を、再生資源由来に**
永久磁石：国内供給される永久磁石原材料の**約３割を、リサイクルで**
※上記以外についても、再生材供給の拡大可能性に関する調査、推計を実施。

・以下の資源回収、再資源化等の強化策等を時間軸で整理 **<ミクロアプローチ>**

（１）再資源化拠点等の構築・ネットワーク形成

・投資促進のための多角的な**経済的支援スキームの構築（予算面、金融面等）（制度的措置を含む）**
　➢前処理・保管（備蓄機能を含む）・再資源化・製錬等の**拠点整備・ネットワーク形成**
　➢都市鉱山からのレアメタル、レアアース等の製錬・分離精製、解体選別などの**技術開発**
　➢**資源循環産業の振興（事業規模拡大、高度リサイクルの事業性確保等）**
　➢太陽光パネルリサイクル体制整備、リチウムイオン電池の再資源化、高品質再生プラスチック製造のための高度選別施設の整備　等
・使用済物品（鉄スクラップ、永久磁石等）の回収・選別、再資源化、再生資源を用いた製品製造に係る**実証・技術開発等の実施、スキーム整備**　等
・経済的支援スキームによる支援等により、**2030年までに官民で約１兆円の投資**を目指す

（２）動静脈連携（製造業と資源循環産業）による産業競争力強化

・再資源化事業等高度化法に基づく、**製造業への再生材供給等に係る事業認定（３年で100件以上）**
・再生プラスチック等の需給拡大に向けた支援・ルール整備（容器包装を由来とした**高品質な再生プラスチック供給に向けた動静脈連携取組**等の促進、改正資源有効利用促進法に基づく**再生材の需要創出及び環境配慮設計の促進**）
・**自動車製造業における再生プラの利用拡大**のためのロードマップの実施（**再生材利用認証スキーム、再生プラ集約拠点構想、鉄やアルミへの横展開**（産官学コンソーシアム））
・再生材品質保証等のためのトレーサビリティ確保に向けた**情報流通プラットフォームの実装**
・戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）における**プラスチック資源循環システム構築に係る研究開発実証**
・**AI、ロボットによる作業負荷軽減・生産性向上、外国人育成就労・特定技能制度の活用**も含めた担い手の育成

（３）循環資源の海外流出の抑制

・不適正スクラップヤード対策、使用済物品の輸出確認制度・国内再生原則の創設（**廃棄物処理法等改正案**）
・**金属スクラップ等の国内資源循環促進のための海外流出抑制策**（関係機関（環境・経産・税関等）が連携した**水際での対応の一層の強化**等）

（４）一般消費者等の再生材の受容性向上と需要拡大に向けた環境整備

・製品製造に当たっての**段階的な再生材利用の数値義務化**とあわせた**インセンティブ創出**
・再生材利用製品に係る**公共調達の推進**
・消費者受容性検証のための**実証**
・サーキュラーパートナーズ（CPs）を通じた**資源循環の高度化と社会実装の推進**
・**CEコマース市場拡大**のため取組を促進

（５）社会的課題への対応

・**太陽光パネルリサイクル推進法案**（判断基準の段階的強化）、**リサイクル費用低減と処理体制の整備**
・「リチウムイオン電池総合対策パッケージ」に基づく、**分別回収の徹底や再資源化**の促進

２．日本をハブとする国際資源循環ネットワークの構築

・**G7、日米、クアッド、日ASEAN等**での合意を深化させ、我が国の強みを生かして国際資源循環体制を構築（**重要鉱物等リサイクルに関する同志国連携**）
・ASEAN主要国において、**E-waste/バッテリーの回収や適正解体等に関する法令整備、民間連携**等を支援
・バーゼル法に基づくE-scrap等の**輸入手続の迅速化**（電子化により、数カ月→１カ月）

３．地域循環資源の徹底活用による地域活性化

・資源循環に取り組む**自治体の底上げ**、地域の**資源循環ビジネスの創出**等支援
・地域資源を活用した**地域脱炭素の推進**等、意欲的な自治体の取組支援
・**「リユース等の促進に関するロードマップ」**に基づく取組の推進
・**農山漁村のバイオマス資源**の徹底活用、**まちづくり・インフラ整備**における資源循環の推進
・**食品ロス削減、食品リサイクル**の推進、**持続可能な航空燃料（SAF）**の供給・利用の促進
・サステナブルファッション、**使用済紙おむつリサイクル**の推進

４．資源循環分野の国際ルール形成

・企業の情報開示スキームである「グローバル循環プロトコル（GCP）1.0」の**企業現場や金融機関での活用**、企業の意見を踏まえた**バージョンアップを主導、国際標準化の取組**

５．循環経済を国民運動に

・**「循環経済パートナーシップ（J4CE）」、「サーキュラーパートナーズ（CPs）」、「資源循環自治体フォーラム」**等を活用した主体間連携の推進
・**「GREEN×EXPO 2027」**の会場での資源循環の取組と情報発信

抜粋

リユース等の促進に関するロードマップ
（令和８年３月公表）

【背景】使用済製品のリユース推進の意義・メリット

- 使用済製品のリユース推進の意義・メリットは多岐に渡るが、①廃棄物の減量・処理費削減、②CO_2排出削減・資源有効活用、③生活者の所得増加・消費拡大・QOL向上、④経済・雇用へのプラスの効果、⑤コミュニティの活性化・社会貢献などが挙げられる。

①製品の使用年数の延長による廃棄物の減量・処理費削減

〇社会全体での製品使用年数が延長され、長期的な視点で廃棄物を減量。
〇市区町村等のごみ処理費用の削減にも寄与。

②製品の廃棄・製造にかかるCO_2の排出削減、資源の有効活用

〇製造・廃棄に伴うCO_2が削減。
※ただし、使用時にエネルギーを消費する家電製品等については、新製品の省エネ性能が向上している場合、使用時のCO_2排出量が大きくなるため留意。
〇エシカル消費の推進や、製品に含まれるレアアース等の資源も含めた資源有効活用にも貢献。

③生活者の所得増加・消費拡大・QOLの向上

〇リユース品の購入・販売による生活者の可処分所得の増加。
〇新品では購入が困難な生活者にとっても、手の届く価格帯で必要な製品が入手でき、QOLが向上する場合もある。

④リユース拡大による経済・雇用へのプラスの効果

〇リユース業者等の販売額増加。
〇安心して売却できる適正なリユース市場の存在が、新製品への購買意欲の増加及び市場確立・拡大につながる。
〇インバウンドによるリユース品購入、海外へのリユース品（ユーズド・イン・ジャパン）販売の拡大など、外貨獲得にもつながる。

⑤地域・コミュニティの活性化・社会貢献

〇地方自治体、リユース業者、NPO等が連携した地域のリユース活動・イベント等は、地域コミュニティの交流の場となり、地域活性化に貢献。リユースを通じて持続可能なライフスタイル、環境問題等を学ぶ機会にもなる。
〇リユースを通じた社会貢献活動面でのメリットも存在。（例えば、学校等に寄附、担い手として障がい者雇用を推進など）
〇ヴィンテージ品や骨とう品等のように文化的価値が高い製品を受け継ぎ、価値を保存する側面もあり。

「目指すべき将来像」と「取組指標」

- 環境省では、**2040年までの「目指すべき将来像」**として、**「適正なリユース市場の創出」、「リユースの裾野の拡大」、「リユースを「当たり前」に」**を設定。
- 「目指すべき将来像」の実現の達成度合いを測るべく、**取組指標として「リユース市場規模」、「リユース業者等と協働取組を行う自治体数」、「生活者におけるリユースの実施率」**を設定。それぞれに2030年までの達成を目指した意欲的な指標上の目標も設定した。また、指標上の目標を設定せず、継続的に測定することで、リユースに関する実態把握や施策検討の参考指標として、「リユース重量・点数」を設定した。

目指すべき将来像（2040年まで）	取組指標	2030年までの目標	現状値（2024年）	参考指標
適正なリユース市場の創出 環境負荷低減に資する取組を実施する、優良なリユース業者が評価される安全・安心なリユース市場の形成	リユース市場規模	4兆6千億円（32%増）	3兆5千億円	リユース重量・点数
リユースの裾野の拡大 より多くの使用済製品が地域で循環され、豊かな暮らしにも資する取組が全国で展開・地域実装される社会の構築	リユース業者等と協働取組を行う自治体数	約600自治体（倍増）	約300自治体	
リユースを「当たり前」に 生活者、自治体、事業者等が製品を長く大切に使うライフスタイル・ビジネスモデルの定着	生活者におけるリユースの実施率	50%（国民の半数）	40.8%	

（※）参考指標「リユース重量・点数」については、2030年までの目標は定めない

リユース等の促進に関する課題及び対応する「施策」

環境省

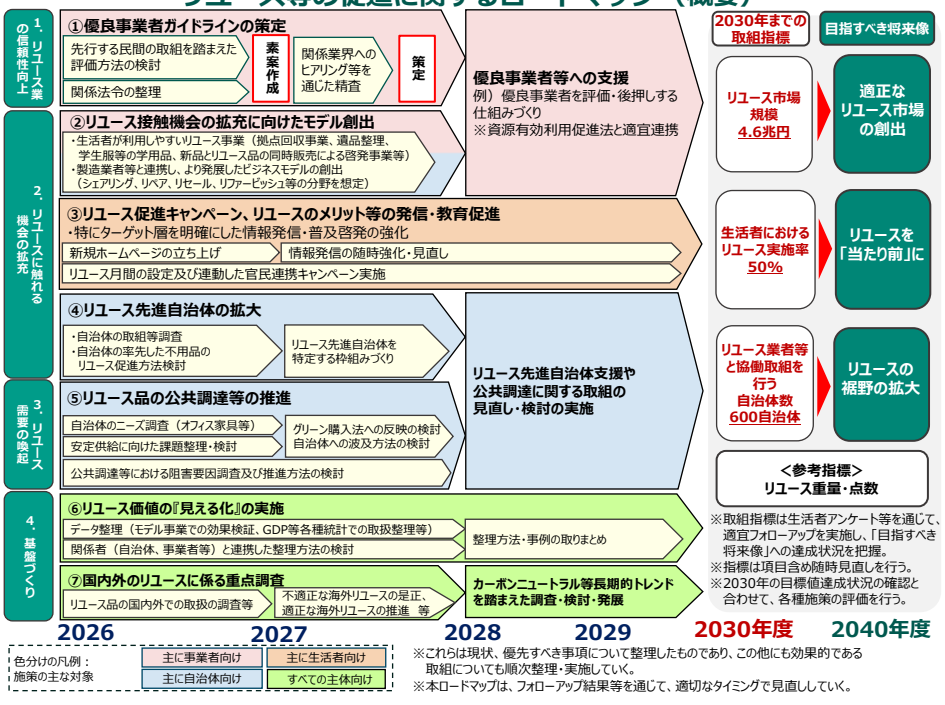
【施策の方向性（４つの分類）】

- 「目指すべき将来像」を実現するため、課題を以下４つの方向性に大別して、具体的な施策を推進していく。

課題	施策の方向性（具体的な施策）
• 不適正事業者の存在によるリユース業界の信頼性の低下。 • 法令を遵守し、環境へ配慮した取組を実施している優良事業者が適切に評価される仕組みがない。	**１．リユース業の信頼性向上** （具体的な施策） ○ 優良事業者ガイドラインの策定
• 生活者がリユースに接触する機会が少ない。 • シェアリングやリペアなども含めたリユースに関する政策支援が不十分。 • リユースに関するメリットや回収場所等の周知が不十分であり、使用済製品が回収に回っていない。 • 情報・ノウハウ・費用・人手等の不足により、リユースに取り組む自治体が少ない。	**２．リユースに触れる機会の拡充** （具体的な施策） ○ リユース接触機会の拡充に向けたモデル創出支援 ○ リユース促進に関する各種キャンペーン、リユースのメリット等の発信・教育促進 ○ リユース先進自治体の拡大
• 国・自治体が公共調達でリユース品を購入している事例が少ない。	**３．リユース需要の喚起** （具体的な施策） ○ リユース品の公共調達等の推進
• リユース価値（環境保全上の効果等）に関する情報が未確立。 • リユース推進にあたり法令上の課題が指摘されており、また、海外でのリユース品の取り扱い状況の把握が不十分である。	**４．リユース促進に向けた基盤づくり** （具体的な施策） ○ リユース価値の『見える化』の実施 ○ 国内外のリユースに係る重点調査

※2030年までの取組指標の目標値の達成状況確認と合わせて、各種施策の取組状況について評価を行う。

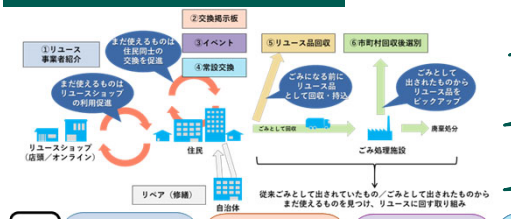
リユース等の促進に関するロードマップ（概要）



市町村による使用済製品等のリユース取組推進のための手引き（概要）

○　これまで環境省が実施・支援してきた「使用済製品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」等の成果を踏まえ、他の市町村への展開・波及のために、市町村におけるリユースの取組方法、実施・展開する際のポイント・留意すべき点などについて整理を行いました。
○　取組方法を６つ（①～⑥）に大別するとともに、関連事業者等との連携により効果的・効率的にリユースが推進ができるケースもあることから連携の視点（⑦）について整理しました。

市町村におけるリユースの取組方法



【ポイント①】
人口規模の小さい自治体向けのポイントが記載

【ポイント②】
担当職員が取り組みやすいよう、各方式の段取りチェック表を用意

【ポイント③】
各方式におけるコスト／ベネフィットの具体例が整理されている

方式	①リユース事業者紹介	②交換掲示板	③イベント	④常設交換	⑤リユース品回収	⑥市町村回収後選別
利点	○地域内のリユース産業育成に繋がる ○追加的なスペースや人員を必要としない	○住民同士の交流に繋がる ○追加的なスペース・人員を必要としない ○民間事業者の連携・協力が得られうる	○住民団体の活動の活発化に繋がる ○住民同士の交流に繋がる	○住民同士の交流に繋がる ○常設スペースの有効利用に繋がる ○住民にとって利便性が高い	○ごみ処理量の削減に直接的に繋がる ○売却収入を得ることができうる	○ごみ処理量の削減に直接的に繋がる ○売却収入を得ることができうる
要件	○協力的なリユース業者 ○印刷・配布用の予算確保	○ホームページで掲示板設置するための予算確保 ○継続的な広報	○イベントの運営スタッフの確保（住民団体等のボランティアなど）	○常設交換に使用できるスペースの確保 ○運営スタッフの確保	○回収体制の構築	○ストックヤードの確保 ○人員の確保
事例	東京都世田谷区 群馬県明和町 埼玉県坂戸市 岩手県矢巾町 大阪府東大阪市	東京都練馬区 神奈川県葉山町 神奈川県座間市	京都府亀岡市	愛知県武豊町 岡山県真庭市 徳島県上勝町	東京都八王子市 福島県郡山市 京都府京都市 長野県松本市 岩手県矢巾町 神奈川県川崎市	千葉県松戸市 神奈川県川崎市 愛知県蒲郡市
共通	⑦（共通）関連事業者との連携によるリユース促進					

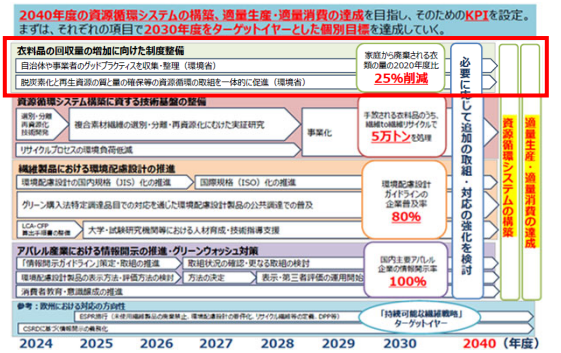
抜粋

サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン
～2030年廃棄量25%削減に向けて～
（令和８年３月公表）

1．アクションプラン策定の背景・趣旨

- 繊維製品は、原材料調達～製造～利用～廃棄の過程で多くの温室効果ガスを排出し、化学物質の使用や水資源の消費、合成繊維由来のマイクロプラスチックの海洋流出等の環境負荷をもたらすことから、業界全体の持続的な発展のためには、大量生産・大量消費・大量廃棄から脱却し、循環経済を実現していくことが不可欠である。
- 政府は、繊維製品の資源循環システムの構築に向けた課題解決の方向性の検討を実施し、2024年6月には「繊維製品における資源循環ロードマップ」が策定された。本ロードマップ及び第５次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月閣議決定）においては、「2030年度時点において、家庭から手放される衣料品のうち、廃棄されるものを2020年度比で25%削減する。」等の政府目標を掲げた。
- この度、家庭から廃棄される衣類の削減目標の達成に向けた具体的な取組を「サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン」として取りまとめ、関係省庁が連携し、幅広い関係者の協力を得つつ、強力に推進していく。

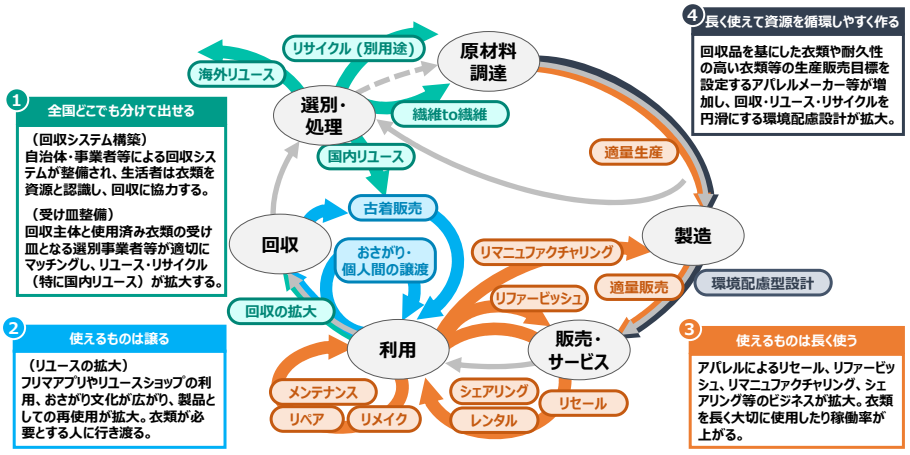
繊維製品における資源循環ロードマップ



2．サステナブルファッションの推進を通じて目指す姿

- 家庭から廃棄される衣類の削減目標の達成に向けて、「①全国どこでも分けて出せる」「②使えるものは譲る」「③使えるものは長く使う」といった方向性が挙げられ、また、それらの具現化に当たっては「④長く使えて資源を循環しやすく作る」といった製造側の対応も必要となる。
- 目標達成に向けて、各施策を進展させ、下図に示すような将来像の実現を目指していく。

目標達成に向けた将来像

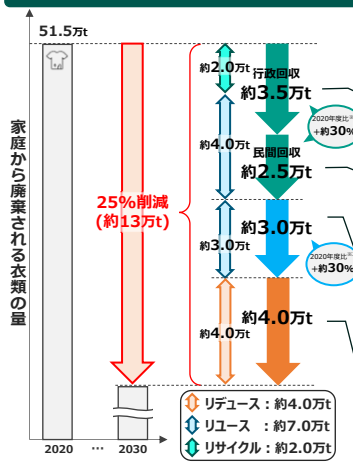


3．2030年25%削減目標の達成イメージ

環境省

•リデュース・リユース・リサイクルに資すると考えられる「①全国どこでも分けて出せる（衣類の回収システム・受け皿の整備）」「②使えるものは譲る（リユースの拡大）」「③使えるものは長く使う（稼働率向上・寿命延長の取組の拡大）」の３つの方向性の具現化を通じて、2030年25%削減目標の達成を目指す。

2030年25%削減目標の達成の目安



① 全国どこでも分けて出せる（衣類の回収システム・受け皿の整備） 回収 ▶ リユース リサイクル

＜行政回収の拡大＞
現在、全国の65%で実施されている行政回収が70%に拡大（人口カバー率）し、既に実施されている行政回収が115%に増加した場合、約4.1万トンの増加が見込まれる。（うち、14%が焼却・埋立された場合、約3.5万トン。）

＜民間回収の拡大＞
小売店等における回収ボックスの設置が全国に広がった場合（約8,000件の回収拠点に相当）、約2.6万トンの回収量の増加が見込まれる。うち、1%が焼却・埋立された場合、約2.5万トン。）

② 使えるものは譲る（リユースの拡大） リユース

＜リユースの拡大＞
フリマアプリを介したリユース等の世帯間のリユース、及び、リユースショップ（古着屋等）を介したリユースの取引量が30%（2020年度比）拡大した場合、約3万トンのリユース量増加が見込まれる。
（他に、引っ越しや遺品整理等のタイミングにおける回収・リユースも想定される。）

③ 使えるものは長く使う（稼働率向上・寿命延長の取組の拡大） リデュース

13万トンのうち、①②以外の約4万トンをリデュースにより達成する。
※生活者の行動変容によって、シェアリングやレンタル等の拡大による衣類の「稼働率向上」、メンテナンスやリペア等の拡大による衣類の「寿命延長」の効果により、廃棄量の減少が起こると想定される。

※1 **2020年度時点の行政回収量＋民間回収量**は、2020年版マテリアルフローの算出過程で使用する値に加え、一部データ（下線）は2024年版マテリアルフローで使用する係数を用いて推計。
｛布類の直接資源化量・中間処理後再生利用量・集団回収量（18.7万t）×布類に占める衣類の割合（91%）＋下取り・民間回収（4.2万t）｝×再生割合（86%）＝**18.3万t**。
※2 **2020年度時点のリユース量**は、2020年版マテリアルフローより把握。再販売（古着屋・フリマなど）（8万t）＋親類や友人へ譲渡（2.6万t）＝**10.6万t**。

4．サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン（概要）

環境省



※ 約8,000拠点に相当と推計
※ 行政回収＋民間回収の約6万tは、約4万t:リユース、約2万t:リサイクルされるものと推計。

国のアクション（家庭から廃棄される衣類の削減目標の達成に向けた施策）

① 全国どこでも分けて出せる

☑ 解消すべきボトルネック：行政回収によるコスト増加、廃棄物としての取扱い（専ら物）に関する自治体の理解促進
▶ **1-1．行政回収による衣類資源の質・量の向上**
✓ 効果的な回収を実現できている事例のポイント整理など、行政回収の実践的なガイドラインの策定
✓ 行政回収にかかるコスト低減に向けた支援

☑ 解消すべきボトルネック：「資源」であることが十分に生活者に認識されていない、故繊維事業者等の地域偏在
▶ **1-2．民間回収の全国展開、マッピング等による回収拠点の見える化**
✓ 民間回収拠点増加により「衣類は資源」と実感する機会の創出・拡大、行政回収空白地域の穴埋め
✓ 回収を身近に感じるためのマッピングによる全国の衣類回収拠点見える化促進

☑ 解消すべきボトルネック：使用済み衣類の資源価値の低下、手作業による選別作業の生産性の低さ
▶ **1-3．再資源化量増加に向けたプロジェクト等の支援、新たな再資源化手法に関する調査・検討等**
✓ 繊維to繊維リサイクル事業や関連研究・調査の推進

② 使えるものは譲る

☑ 解消すべきボトルネック：「リユース」が手軽な選択肢として認知されていない、リユース品への抵抗感
▶ **2．リユース等の促進に関するロードマップを踏まえた施策の推進**
✓ 別途策定する「リユース等の促進に関するロードマップ」に基づき、他の使用済製品と合わせて施策を推進

③ 使えるものは長く使う

☑ 解消すべきボトルネック：ウルトラファストファッションの普及
▶ **3．衣類を長く大切に使う機運の醸成、生活者の行動変容の促進**
✓ 若年層を対象とした、サステナブルファッションに関心の高い繊維・アパレル関係企業、業界団体及び各種イベント（例：2027年国際園芸博覧会）等と連携したサステナブルファッションキャンペーンの実施
▶ **2．リユース等の促進に関するロードマップを踏まえた施策の推進　※再掲。シェアリング、リペア等の推進**

国のアクション（目標達成に向けた環境整備等のための施策）

④ 長く使えて資源を循環しやすく作る

☑ 解消すべきボトルネック：複合素材繊維の使用等による難リサイクル性、繊維to繊維リサイクルのコストの高さ
▶ **4．環境配慮製品の販売促進、需要創出に関する環境整備**
✓ 環境配慮設計ガイドラインの普及啓発、グリーン購入法による公共調達推進を契機とした需要喚起、脱炭素製品等の定義や表示の在り方の検討

全般に係るアクション

✓ KPI達成度に関するフォローアップ、国際動向の注視、各種取組に関する調査検討、人材の育成と活用

※ 各施策については経済産業省、消費者庁等の関係省庁とも連携して実施する。
※ これらは現状、優先すべき事項について整理したものであり、この他にも効果的である取組について、順次整理・実施していく。
※ 本アクションプランは、フォローアップ結果等を通じて、適切なタイミングで見直ししていく。

～自治体・事業者向け～　使用済衣類の回収に関するグッドプラクティス集

環境省

- 「サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン」のアクションの一つの方向性として示す「全国どこでも分けて出せる」社会の実現に向けて、「使用済衣類の回収に関するグッドプラクティス集」を令和８年３月に作成。
- 想定読者は、使用済衣類回収の取組をこれから立ち上げる方、または既に実施している取組の効果を高める方法について検討する方。具体的には、地域の循環システム構築において、連携・協働を促進するコーディネーターとしての役割が期待される地方公共団体職員、および地域の関係主体（民間事業者やNPO団体 等）を想定。
- 本資料では、令和５～７年度に実施したモデル事業の成果を中心に取りまとめを実施。使用済衣類の回収システム構築に向けた工夫について、全12事例を交えながら紹介している。

資料構成

0. はじめに
1. 使用済衣類の回収等の現状
2. 使用済衣類の回収拡大に向けた工夫
3. 使用済衣類の回収のグッドプラクティス
4. 参考資料

回収拡大に向けた“６つ”の工夫

＜持続的な取組とするために…＞
- A：有効な体制を構築する
- B：収集運搬の効率性向上
- C：資源としての価値を高める

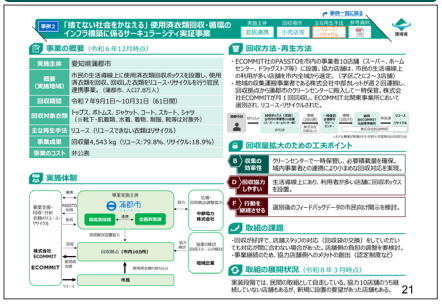
＜取組の効果を最大化するために…＞
- D：回収に協力しやすい拠点づくり
- E：回収への協力者を増やす
- F：協力行動を継続させる

「使用済衣類の回収拡大に向けた工夫」の記載イメージ



12

グッドプラクティスの記載イメージ（６事例の詳細を掲載）



21

15

各種キャンペーンについて（リユース・ファッション）

16

リユース促進キャンペーンの開始
リユースポータルサイトの開設

～チューコスパ！LIFEを始めませんか～

環境省

〇令和８年10月から消費者のリユース実施率の向上を図るため、リユース促進キャンペーンを開始。
〇中古品をはじめとするリユース品を“コストパフォーマンスの良い選択肢”として、前向きに暮らしへ取り入れるライフスタイル「チューコスパ！LIFE」を提案。

背景

物価上昇や価値観の多様化により
モノの選び方が変化

↓

リユース品には、
いまだ「節約」「新品の代替」というイメージ

↓

リユース品を、我慢ではなく
コスパよく前向きに暮らしへ取り入れる選択肢へ

↓

事業者・自治体・国民の皆様とともに、「チューコスパ！LIFE」を暮らしの中へ広げていきます。



※本キャンペーンでのリユースとは、中古品を購入することだけではなく、
いいものを買う・長く大切に使う等、リペア、リファービッシュ、シェアリング等の広義のリユースを指す。

リユースポータルサイト・チューコスパ専用サイトの開設

〇令和８年10月にリユースに関する施策情報を取りまとめたポータルサイトの開設
〇併せて「チューコスパ！LIFE」専用サイトを開設し、ポスター、ロゴなどの普及啓発用資材を配布
（※使用には申請が必要）

リユースに関する情報は「リユースポータルサイト」





リユースポータルサイト

キャンペーンの詳細は「チューコスパ！LIFE」専用サイト

チューコスパ専用サイトへ



ツール使用申請の紹介ページ



ツールの使用申請はコチラ

サステナブルファッション・キャンペーンについて

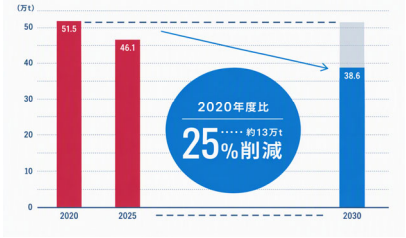
サステナブルファッション・キャンペーンについて

2024年６月経済産業省策定
繊維製品における資源循環ロードマップ

2024年８月閣議決定
第五次循環型社会形成推進基本計画

2026年３月環境省策定
サステナブルファッションの推進に向けたアクションプラン

家庭から廃棄される衣服量と削減目標



行政回収 約3.5万t
民間回収 約2.5万t
約3.0万t
約4.0万t
25%削減（約13万t）

①全国どこでも分けて出せる（衣類の回収システム・受け皿の整備）
②使えるものは譲る（リユースの拡大）
③使えるものは長く使う（稼働率向上・寿命延長）
衣類を長く大切に使う機運醸成、生活者の行動変容促進
④長く使えて資源を循環しやすく作る

「質の良い衣服を大切に着る」「衣服は資源として次の世代/人/ものへ」といった価値観の醸成を図り、
日本におけるサステナブルファッションを推進することを目的として、**サステナブルファッションのキャンペーンを実施**する。

官民連携で社会的ムーブメントを形成
生活者へのイメージ定着
新たな需要喚起
環境負荷低減モデルの構築

サステナブルファッション・パートナー制度の設立



- キャンペーンに併せ、**サステナブルファッションを目指し取組を進める企業・団体・自治体等**による**官民合同の連携体制構築等の場**として、**サステナブルファッション・パートナー制度を新たに設立**。
- パートナー会員が参画する総会やイベントの実施を通じ**パートナー会員の有機的な交流**を促す他、パートナー会員の取組を環境省のHP上で掲載・周知予定。
- **パートナー会員**は８月６日募集開始（通年募集）、10月５日現在**121者**
（企業：89、団体：26、自治体：5、その他団体：1）

趣旨	○サステナブルファッションを目指し前進的に取組を進める企業・団体・自治体等間で情報共有し、相互連携しながら生活者の意識醸成を図り、サステナブルファッションの推進に寄与するもの。
制度の運営	○総会を年１回開催。パートナー企業等同士の情報共有・交流の場として活用。 ○その他、パートナー制度として以下を実施。 ・パートナーが参画するイベントの開催（GREEN×EXPO等）。 ・パートナー同士の交流・マッチングの促進。 ・環境省HPでのパートナー企業等の紹介及び各種記事の作成。 ○事務局は、経済産業省・消費者庁の協力を得て、環境省等が行う。



第1回サステナブルファッション・パートナー総会の様子

サステナブルファッション・キャンペーンのキャッチコピー・ロゴ

- キャンペーンを官民連携で一体的に推進するため、使用するロゴマーク・キャッチコピーの公募を実施。
- **-「衣替え」をきっかけにクローゼットから循環をはじめよう-** をコンセプトに2026年６月５日～７月12日に公募、**ロゴは93件、キャッチコピーは721件の応募**をいただいた。
- 審査委員会における審査によって、受賞作品を選定の上、最終的なキャッチコピー・ロゴを決定。

キャッチコピー

優秀賞

衣替えは、
服の進路相談！

もみじさん
（山梨県）

優秀賞

捨てるか、迷う「衣替え」。
活かし、つなげる「心がけ」。
この先も、わたしや、
誰かの「お供だね」。

中山一路さん
（埼玉県）

優秀賞

愛着は、いちばんの
サステナブル

福島憲子さん
（東京都）

ロゴ

優秀賞



前田貴行さん
（東京都）

最優秀賞



nacocoさん
（福岡県）

優秀賞



松本隆浩さん
（山形県）

明日から私たちが取り組める５つの　”衣替えのこころがけ”



衣替えの こころがけ

- 今持っている服を長く大切に着よう
- リユース(再利用)でファッションを楽しもう
- 先のことを考えて買おう
- 作られ方をしっかり見よう
- 服を資源として再活用しよう

店頭販促物やチラシに



回収ボックスに



店内のPOPに



レシートに



キャンペーン全体イメージ

サステナブルファッションのムーブメントを起こし、サステナブルファッションの需要喚起と、行動変容につなげる

2026年10月 **秋の衣替え** → 2027年５月 **春の衣替え** → ７～８月 → 10月 **秋の衣替え**

パートナー制度募集（通年）

国

- **総会の開催 キャンペーン開始**
- 全国紙・Webメディア発信
- ５月頃にサステナブルファッションの発信集中期間を設定
- SNS配信開始
- **横浜グリーンエクスポ サステナブルファッション展示開催**
  - 時期：7/30水～8/3土
  - 会場：マクニカグリーンテックメッセ
  - 規模：約450m²
- **総会**

パートナー（例）

- 既存取組を**キャンペーンと連動して開催いただき**、現場・HP・SNS等での発信
- サステナブルファッション発信集中期間にあわせ、**全国各地のアパレル店舗、百貨店・ショッピングセンター・展示会**などで**関連イベントを集中展開**

更なる活動

- **全国での集中的なイベント実施**（店頭ポスター/POPにロゴ＋コピー掲出　等）
- SNSでの相互言及（クロス投稿）
- インフルエンサーを巻き込んだCM・メディア発信

- 全国各地での動きを、横浜グリーンエクスポで一つに結集

※ 出展機会の提供に当たっては、会場規模や展示構成、公平性等を踏まえ、調整予定

- **横浜グリーンエクスポ後も、ムーブメントの継続・定着に向けた更なる活動**

（参考）サステナブルファッション・キャンペーン　ホームページ

以下ホームページにて、ロゴのダウンロード、パートナーや取組の一覧（※随時更新）を掲載しております



https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/campaign/