

A person's hands are holding a tablet computer. The tablet has a QWERTY keyboard on its screen. The time 13:24 is displayed at the top of the screen. The background is a wooden desk with a smartphone and a card lying on it.

第2回サーキュラーエコノミーサロン 企業・自治体の連携によるCEコマース推進



加藤佑（Harch Inc. 代表取締役）

2015年12月にハーチ株式会社を創業。社会をもっとよくする世界のアイデアマガジン「IDEAS FOR GOOD」を創刊、編集長に就任。2020年より循環経済専門メディア「Circular Economy Hub」、横浜で「Circular Yokohama」を展開。2024年から東京都にて「Circular Startup Tokyo」を展開。企業・自治体のサステナビリティ推進、サーキュラーエコノミー移行支援に従事。B Corp。インパクトスタートアップ協会正会員。英国ケンブリッジ大学サステナビリティ・リーダーシップ研究所 “Sustainable marketing, media and creative”修了。東京大学教育学部卒。ニッコー株式会社・社外取締役。

サーキュラーエコノミーに関する主な役割

- ・ 大学院大学至善館 Circular Futures Design Center センター長・特命准教授
- ・ JST・COI-NEXT 金沢大学「再生可能多糖類植物由来プラスチックによる資源循環社会共創拠点」参画企業
- ・ JST・COI-NEXT 慶應義塾大学「リスペクトでつながる『共生アップサイクル社会』共創拠点」慶應義塾大学SFC研究所所員
- ・ 「すてるデザイン-持続可能な社会をつくるアイデア」（永井一史＋多摩美術大学 すてるデザインプロジェクト）執筆協力
- ・ 神奈川県横浜市・ヨコハマSDGsデザインセンター・サステナビリティ・サーキュラーエコノミー担当
- ・ 愛知県蒲郡市・サーキュラーシティプロジェクトアドバイザー
- ・ 埼玉県・サーキュラーエコノミー推進分科会アドバイザー



An aerial photograph of a city, likely Tokyo, with a large green park in the center. The city is densely packed with buildings, and a river or canal winds through the park area. The sky is overcast with large clouds. The text "CEコマースとは?" is overlaid in the center of the image.

CEコマースとは？

日本のサーキュラーエコノミー政策をめぐる動き（2020ー）

内閣	環境省	経済産業省	農林水産省	国土交通省
2020/10：カーボンニュートラル宣言		2020/5：循環経済ビジョン2020		
		2021/1：サーキュラー・エコノミーに係るサステナブル・ファイナンス促進のための開示・対話ガイダンス	2021/5：みどりの食糧システム戦略	
	2021/3：循環経済パートナーシップ（J4CE）	2021/3：循環経済パートナーシップ（J4CE）		
	2022/4：プラスチック資源循環法			
2023/10：サーキュラーエコノミーに関する車座対話		2023/3：成長志向型の資源自律経済戦略		
		2023/12：サーキュラーエコノミーに関する産官学のパートナーシップ（Circular Partners）		
2024/7：循環経済に関する関係閣僚会議設置	2024/5：第六次環境基本計画 2024/5：再資源化事業等高度化法			
2024/8：サーキュラーエコノミーに関する車座対話	2024/8：第五次循環型社会形成推進基本計画			2024/11：循環経済拠点港湾（サーキュラーエコノミーポート）検討会
2024/12：循環経済（サーキュラーエコノミー）への移行加速化パッケージ	2025/4：改正資源有効利用促進法施行	2025/3：繊維製品の環境配慮設計ガイドライン 2025/5：CEコマースビジネス推進のためのガイド	2025/1：農林漁業を核とした循環経済先導地域づくり	
2026/4：循環経済行動計画				2026/8：「サーキュラーエコノミーポート」29港を選定

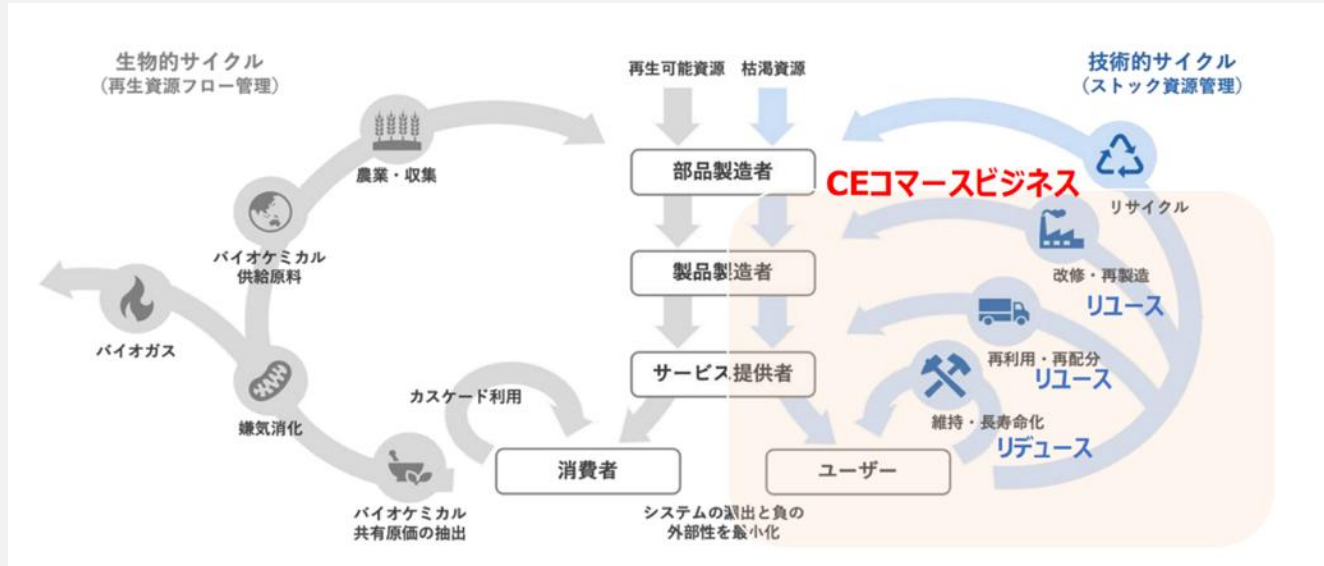
環境省：資源の有効な利用の促進に関する法律の一部改正（2026年4月施行）

	項目	概要
1	再生資源の利用義務化	再生資源の利用義務を課す製品を指定し、生産量が一定規模以上の製造事業者等に対し、当該製品における再生資源の利用に関する計画の提出及び定期報告を義務化。利用義務が課される「特定再生資源利用促進製品」として、自動車（輸入車を含む）家電4品目（エアコン、テレビ、冷蔵庫、洗濯機）プラスチック容器包装（※飲食料品用のうち指定PETボトルを除くもの、および医薬品等を除く）が指定。※義務対象となる事業者の規模は、年間製造・販売量が1万トン以上が目安
2	環境配慮設計の促進	資源有効利用・脱炭素化の促進の観点から、特に優れた環境配慮設計（解体・分別しやすい設計、長寿命化につながる設計等）の認定制度を創設。
3	GXに必要な原材料等の再資源化の促進	事業者による回収・再資源化が義務付けられている製品について、高い回収目標等を掲げて認定を受けた事業者に対し、廃棄物処理法の特例措置（適正処理の遵守を前提として業許可不要）を適用。
4	サーキュラーエコノミーコマースの促進	シェアリング等のサーキュラーエコノミーコマース事業者の類型を新たに位置付け、当該事業者に対し、資源の有効利用等の観点から満たすべき基準を設定。

出典：「脱炭素成長型経済構造への円滑な移行の推進に関する法律及び資源の有効な利用の促進に関する法律の一部を改正する法律案」が閣議決定されました
<https://www.meti.go.jp/press/2024/02/20250225001/20250225001.html>

CEコマースとは？

- ・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現し、物品の稼働率を高める、物品の利用期間を延ばす、物品の寿命を延ばす等を通じてCEに貢献するビジネスが対象となる。
- ・CEコマースビジネスとは、企業等の事業活動がサーキュラーエコノミー（CE）への貢献につながるビジネスのことを示す。



出典：CEコマースビジネス推進のためのガイド

<https://www.cps.go.jp/sfsites/c/sfc/servlet.shepherd/document/download/069GA000019crAEYAY>

①物品の稼働率を高める

- ・シェアリング（サブスクリプション含む）
- ・レンタル（サブスクリプション含む）
- ・リース

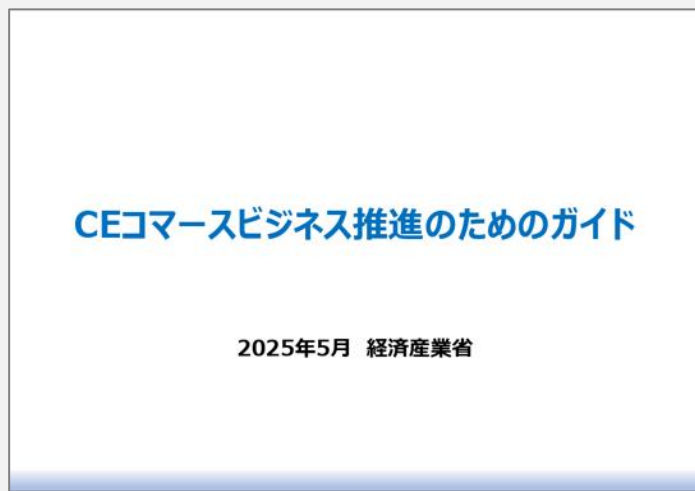
②物品の利用期間を延ばす

- ・二次流通仲介
- ・中古品売買
- ・リース（再掲）

③物品の寿命を延ばす

- ・リペア・メンテナンス・レストア・クリーニング
- ・リメイク・リノベーション
- ・リマニュファクチャリング・リファバービッシュ

CEコマース ビジネス推進のためのガイド (2025年5月・経済産業省)



CEコマースビジネスの概要、CE貢献の考え方とビジネスモデル、ビジネスモデル別の推進ガイド、取組事例を提示。

URL :
https://www.cps.go.jp/assets/doc/top/circular_cecommerce_guideline.pdf

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 (2026年5月・関東経済産業局)



自治体のCEコマース活用やCEコマース事業者との連携パターンの紹介、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。

URL :
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/recycle/circular_economy/data/ce_commerce_guidebook.pdf

CEコマース 公共調達事例集・ガイドブック ーコスト削減と環境配慮を実現する公共調達ガイドー (2026年8月・経済産業省)



CEコマース調達の流れ、CEコマース調達方針の策定、サービス選定方針、仕様書雛形、CEコマース調達事例などを提示。

URL :
https://www.cps.go.jp/assets/doc/top/circular_cecommerce_procurement_guideline.pdf

CEコマースのビジネスモデルと想定効果

ビジネスモデル		
物品の稼働率を高める	詳細	想定効果
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しながら 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

URL：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

https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/recycle/circular_economy/data/ce_commerce_guidebook.pdf

CEコマースのビジネスモデルと自治体との相性

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

・一時滞在（観光等）
が多い自治体とシェア
リングサービス
・価格 × 使用頻度

・回収効率（高密度）
・回収品質（年収など）
・住民属性（年齢など）

・地域のコモンズや地域の
象徴を軸とする製品

URL：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
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/recycle/circular_economy/data/ce_commerce_guidebook.pdf

CEコマースの推進に向けた自治体と企業の役割

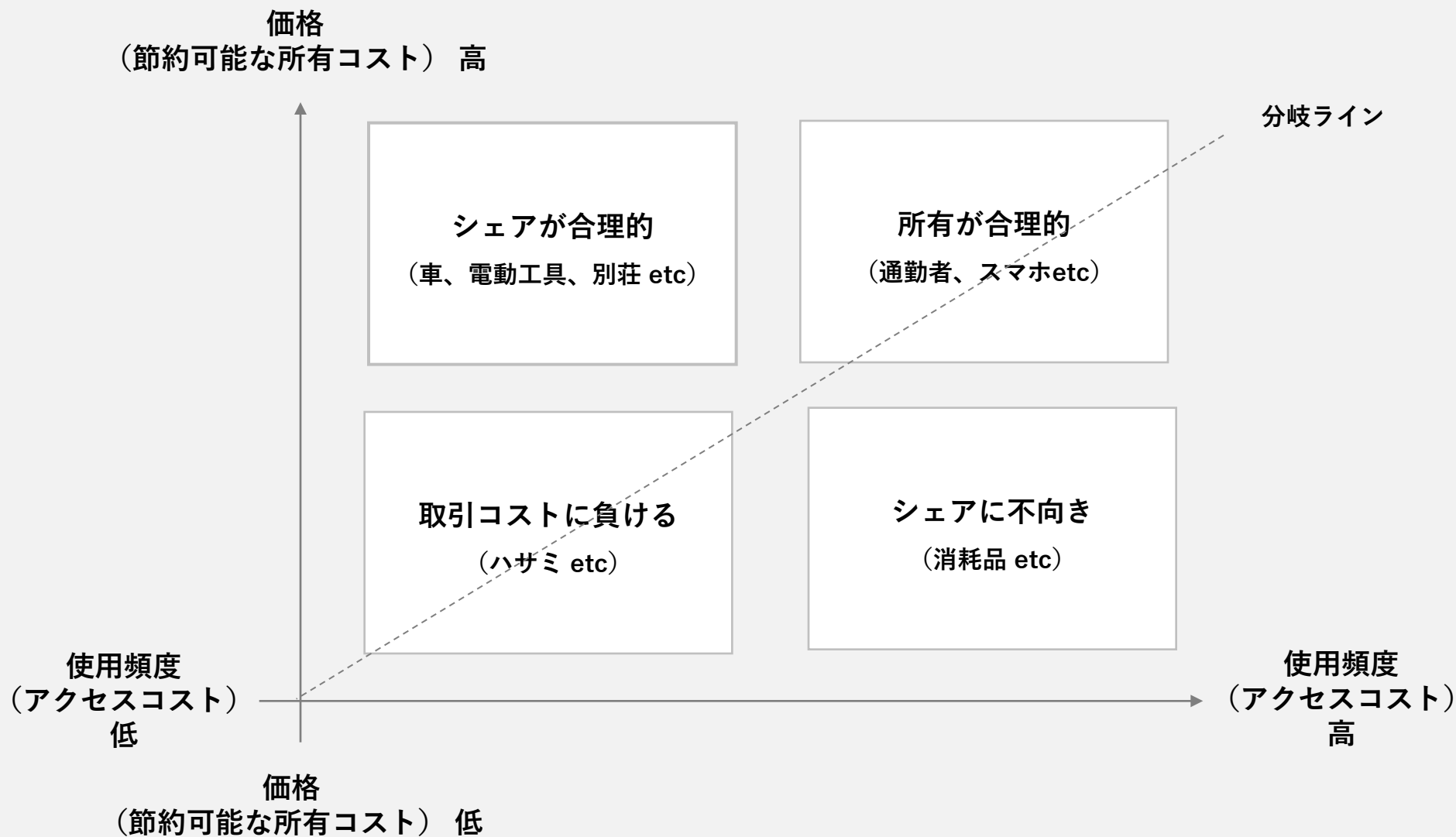
自治体：公共調達・補助金・規制強化・意識啓発 etc

企業：地域連携による事業モデル構築・課題共有・インパクト可視化 etc

	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
	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
CHANGE 住民の巻き込み	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
COLLABORATE 事業者同士の連携促進				

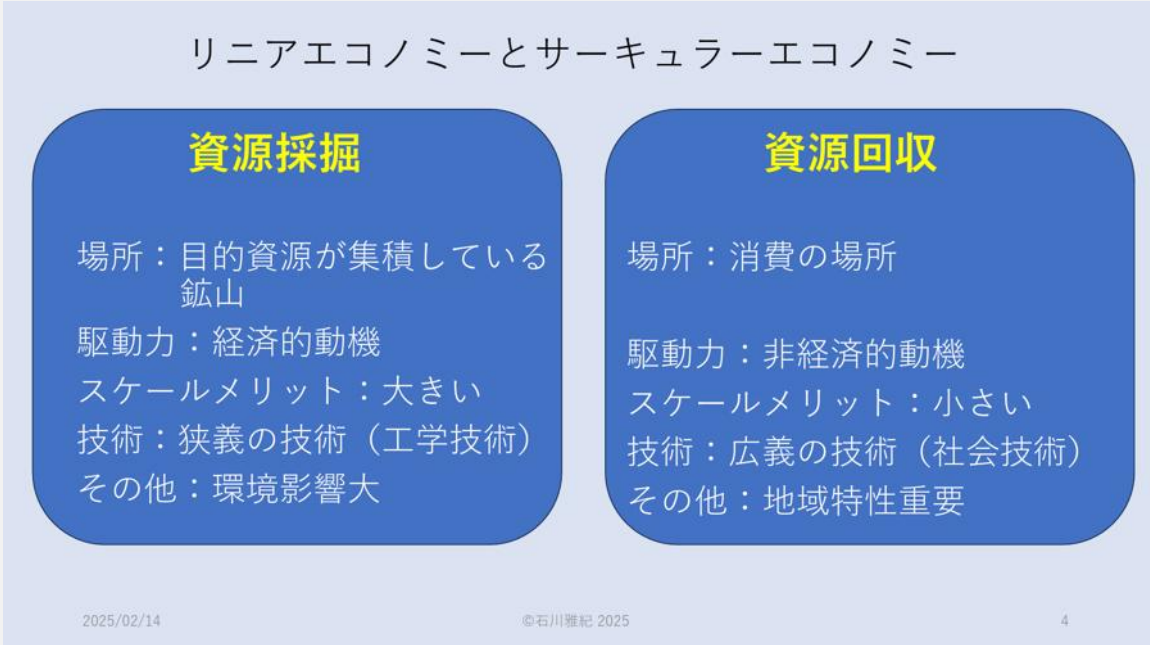
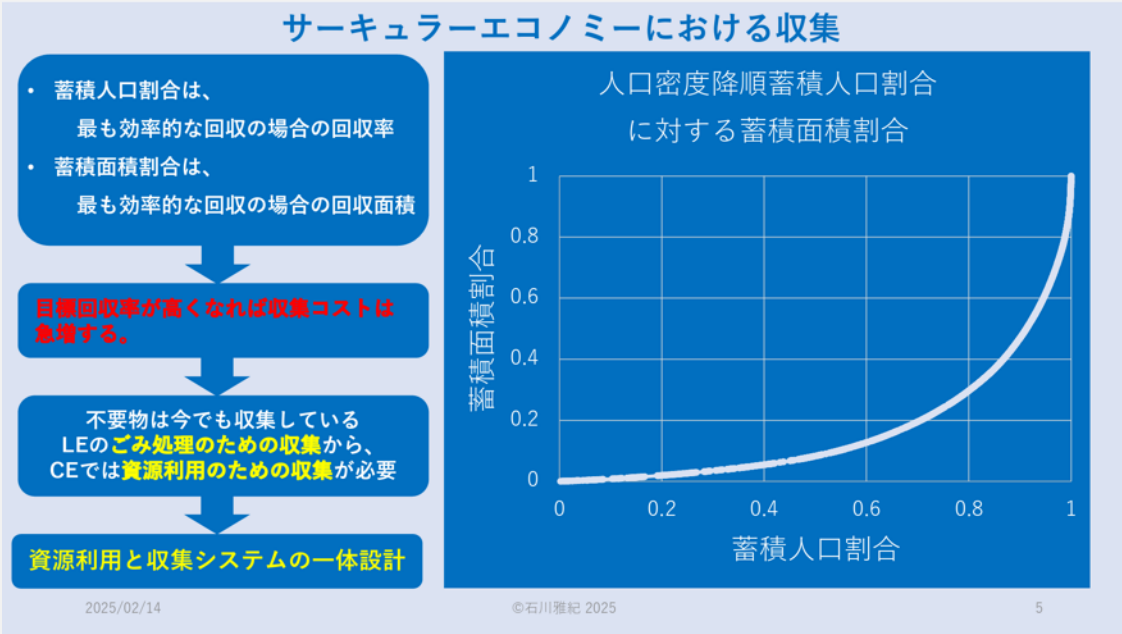
URL：地域の課題解決をサポートするCEコマースガイドブック
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/recycle/circular_economy/data/ce_commerce_guidebook.pdf

CEコマース（シェアリングサービス）とプロダクトの相性



回収人口カバー率を100%に近づけようとするほど、回収面積が指数関数的に増加する（コストが増える）

サーキュラーエコノミーには広義の技術（社会技術）が必要
＝ 企業と自治体の連携の必要性



出典：埼玉県「サーキュラーエコノミー(CE)の先進事例（ 叡啓大学・石川雅紀アドバイザー）（PDF：5,618KB）」
https://www.pref.saitama.lg.jp/documents/263543/0214_1_kouen.pdf

CEコマース（リペア）における Physical Durability（物理的耐久性）と Emotional Durability（情緒的耐久性）



Physical Durability

(物理的耐久性)

Desire for Repair

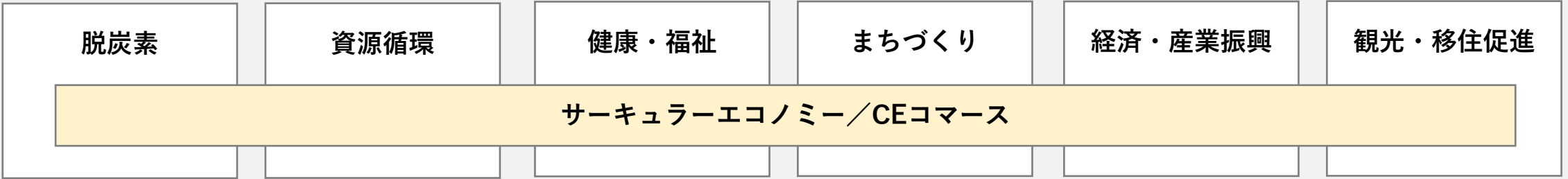
(リペア欲求)

Emotional Durability

(情緒的耐久性)

CEコマースがもたらす地域にもたらすインパクト

環境	社会	経済
・ 脱炭素 ・ 廃棄物削減 ・ 快適な住環境の実現・まちの美化 ・ 生物多様性保全・再生 ・ 生活者の環境意識・行動変容	・ 地域のつながり増加・孤独の解消 ・ 住みがい・生きがい・働きがいの向上 ・ シビックプライドの向上 ・ 健康寿命の延長（精神・身体） ・ 防犯・防災（空き家・団地活用など） ・ 教育	・ 地域内雇用の増加（修理業など） ・ 地域内経済循環の増加 ・ 観光・関係・移住人口の増加 ・ 自治体コスト削減（廃棄物処理 etc） ・ 自治体の収入増加（二次流通 etc）



CEコマースの推進に向けた課題とポイント

循環型インプット

- ・アクセス（供給量・安定供給性）
- ・コスト（収集・分別・再資源化コスト含む）
- ・再生材に対する複雑な規制・基準
- ・品質（耐久性・機能性・化学物質汚染など）
- ・再生材に対する消費者のイメージ

製品寿命の延長

- ・故障した製品・素材を返却するという概念に顧客を巻き込むこと
- ・産業用再製造への準備と人件費
- ・売上ロジックの変更（売切りモデルから製品ライフスパン全体における価値提供）

シェアリングプラットフォーム

- ・需要と供給を同時に見つけること
- ・様々な顧客層に提供される際の共有リソースのカスタマイズの必要性
- ・消費者の所有権の移転に対する心理的障壁

再資源化

- ・製品材料含有量に関する知識の欠如、モジュラー・循環型の製品デザインの欠如、リサイクルに関する規制
- ・リバース・ロジスティクスの構築。廃棄物は分散しており、収集コストがかかり効率的な再資源化が難しい

製品としてのサービス

- ・企業の投融資評価モデルが従来型の製造・販売モデルに紐づいている
- ・As a Service モデルはキャッシュフローを根本的に変えるため、多額の先行投資が必要になる

出典：Sitra "SUSTAINABLE GROWTH WITH CIRCULAR ECONOMY BUSINESS MODELS" 元に作成
https://media.sitra.fi/app/uploads/2022/12/sitra_sustainable_growth_with_circular_economy_business_models.pdf

Education 啓発	Innovation イノベーション	Regulation 規制
・ 市場（需給）の創造 ・ 文化（習慣）の創造	・ 技術のイノベーション ・ 意味のイノベーション	・ 入口（設計） ・ 出口（廃棄物）

By Collaboration（産官学民連携）



ありがとうございました。