



2024.11

---

**IMPACT  
PROGRESS  
REPORT**

---

**ECOMMIT**

## CONTENTS

---

1. CEOメッセージ	p3
2. ECOMMITが解決したい課題	p4
3. ECOMMITが目指す社会	p8
ECOMMITが描くインパクトストーリー	p11
4. ECOMMITのMission Statement／事業概要	p13
5. 現状のインパクト	p21
6. 課題と中長期ターゲット	p31
7. パートナーシップ／会社概要	p35
8. IMPACT PROGRESS REPORT発行にあたって	p38

## 資源循環のインフラ構築で、地球1個分の資源で持続可能な社会を目指す

ECOMMITが目指すのは、資源の大量消費をおさえ、地球1個分の適正な量で私たちの暮らしが持続可能である社会です。そのためには、社会にある資源の価値を落とさず、最大限かつ適正に循環させていくことが不可欠です。



ECOMMITが目指すべき社会をより鮮明にしたのが、2011年に、リサイクル産業の街といわれた中国グイユを訪れた時のことです。劣悪な環境の中で多くの女性や子どもたちが日本製の家電ごみを解体して金属を取り出す姿を目の当たりにし、この状況のなかで誰かが莫大な富を得ていることを見過すことはできませんでした。


これをきっかけに、適正な資源循環を実現するために行動しなければならぬと強く感じ、それからECOMMITは環境と経済を両立するためのビジネスを徹底的に追求してきました。回収した不要品は、一点ずつ丁寧に選別し環境負荷が低い国内でのリユースを優先に、リユースがどうしても難しいものをリサイクルするための再流通の仕組みを構築。また、不要品の回収から追跡が可能なトレーサビリティの自社開発を行い、リユースやリサイクルの循環によってCO2排出削減に繋がることを可視化できるよう取り組んでいます。

さらに、不要品を回収する資源循環サービス「PASSTO（パスト）」をはじめとする当社のインフラサービスを通して、大手不動産会社や商業ディベロッパー、日本郵便や自治体など連携し、国内3,500箇所を超える回収拠点を確立しています。

しかし、これでもまだスタートラインに立てたばかりです。国際的にもものを循環させなければ「循環商社」としての本当の価値を發揮できません。日本と中国、ASEAN諸国など地域を横断した国際資源循環のインフラをつくり、そのノウハウを世界中に広げていく必要があります。これにより、日本が世界のものづくり大国になった時のような、今度は循環産業の盛り上がり再び起きると信じています。

株式会社ECOMMIT 代表取締役CEO 川野輝之





## 2. ECOMMITが解決したい課題

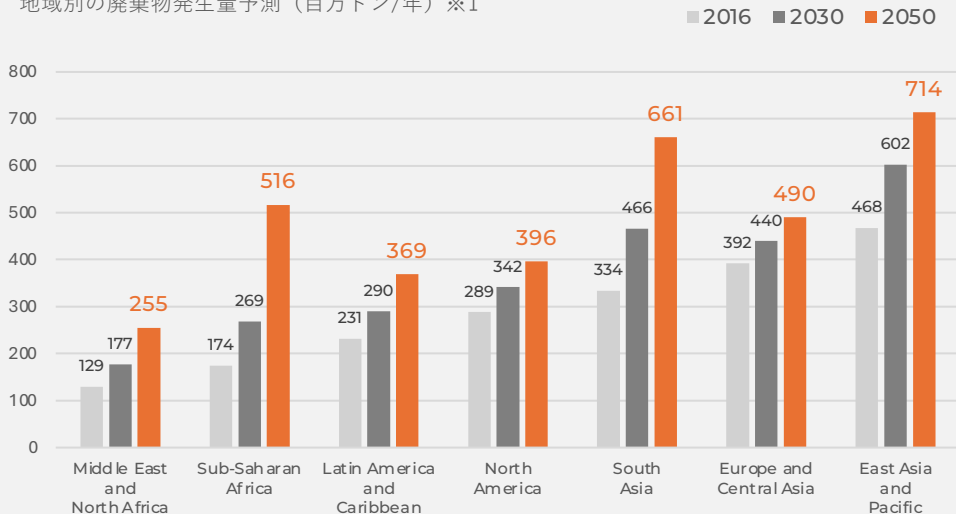
## 大量廃棄の時代に

世界のごみは年々増加しており、2050年までに約70%増加すると予測されています（2016年比）※1。

これは、世界で人口が今後も増え続けるのに比例して、消費量と廃棄量が増加することに起因します。

日本のごみの排出量は、人口減少に伴って今後大きく増えることはない一方、ごみ処理費用は増加傾向にあります※2。

地域別の廃棄物発生量予測（百万トン/年）※1



私たちの生活に身近な例として、衣類は気軽に購入でき、気軽に廃棄されるようになっていきます。

環境省が発表したサステナブルファッションに関する調査によると、不要な衣類の手放し方の68%がごみとして廃棄され、その量は年間47万トンに達しています※3。

また、環境省のアンケート調査を踏まえた報告書によると、過去1年間で「使わなくなった・不用になった」物があったかの質問に対して、割合が最も多かったのは「書籍」（30.9%）に次いで「衣類・服飾品（ブランド品を除く）」（24.4%）となっています※4。

## 2. ECOMMITが解決したい課題

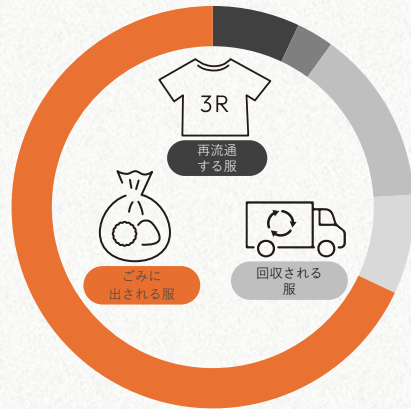
## 「捨てる」ことの手軽さ

消費の機会と比べて、循環のインフラは充実していない現状があります。リユースショップやフリマアプリなどが普及する一方で、環境省が発表したサステナブルファッションに関する調査では、衣類に関して未だ7割近くの人々が「手間や労力、費用がかからないから」という理由で、ごみとして廃棄しています。<sup>※3</sup>

## 不要な衣類の手放し方

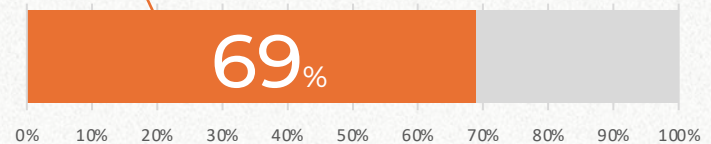
約47万トン

(可燃・不燃ごみに出される衣服の総量)



## 可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄する理由

処理に手間や労力、費用等がかからないから



アンケートによると私たちが衣服をごみとして廃棄してしまう理由の殆どは「手間や労力がかからない」からです。労力や手間をかけずに、生活者にもメリットがある形で再利用・資源化を促す手段が求められます。

## 2. ECOMMITが解決したい課題

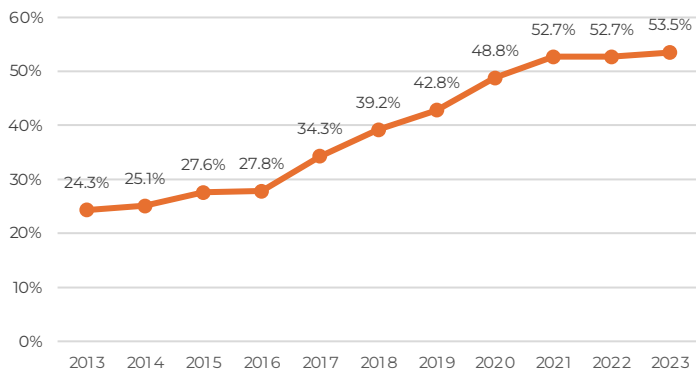
## 「新たに買う」ことの手軽さ

ものを手放す手間や労力が廃棄の要因となっている一方で、ものを手にいれる手軽さは即配サービスやECサイトの充実などによって、急速に進化を続けています。この進化に対して、資源循環のための「循環のインフラ」が追いついていないことが問題であると考えています。

■2023年の二人以上の世帯におけるネットショッピングを利用した世帯の割合は53.5%となり、2002年の調査開始以来、過去最高水準だった前年（52.7%）を上回りました（図1-1）<sup>※5</sup>。  
 コロナ禍以降の2023年も伸長しており、生活者のEC利用の浸透がうかがえます。

家計消費状況調査年報（令和5年）より：二人以上の世帯におけるネットショッピングを利用した世帯割合の推移

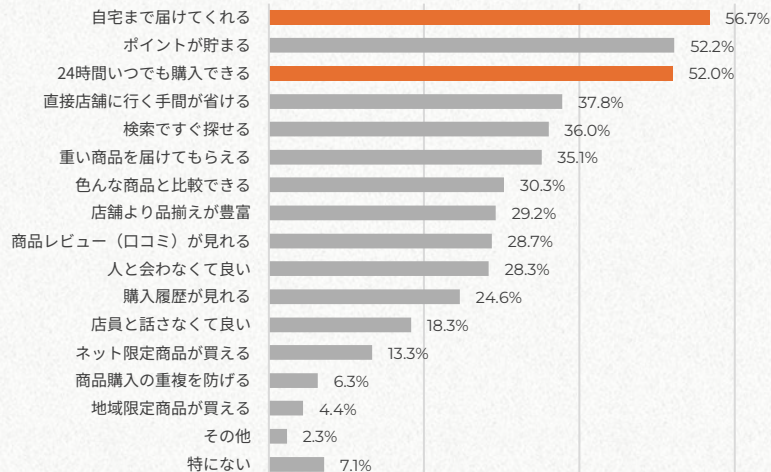
Q. あなたの世帯では、今月1か月間（1日～末日）に、インターネットを利用して商品・サービスを購入しましたか。（インターネットを情報収集のみに利用した場合は含めないでください）



ネットショッピングとは、世帯におけるインターネットを通じた財（商品）やサービスの購入をいう。

■インターネットで商品購入サービスを利用した経験者は、自宅まで届けてくれる点やいつでも購入できるといった、「新たに買う」ことの手間を省く利便性に関する満足度が高く、生活者起点でニーズの高いサービスが今後重要。<sup>※6</sup>

Q. インターネットで商品を購入する際に良かった点をすべて教えてください。





A young sapling with several green leaves is growing out of a moss-covered log in a forest. The background is a soft-focus green forest with sunlight filtering through the trees.

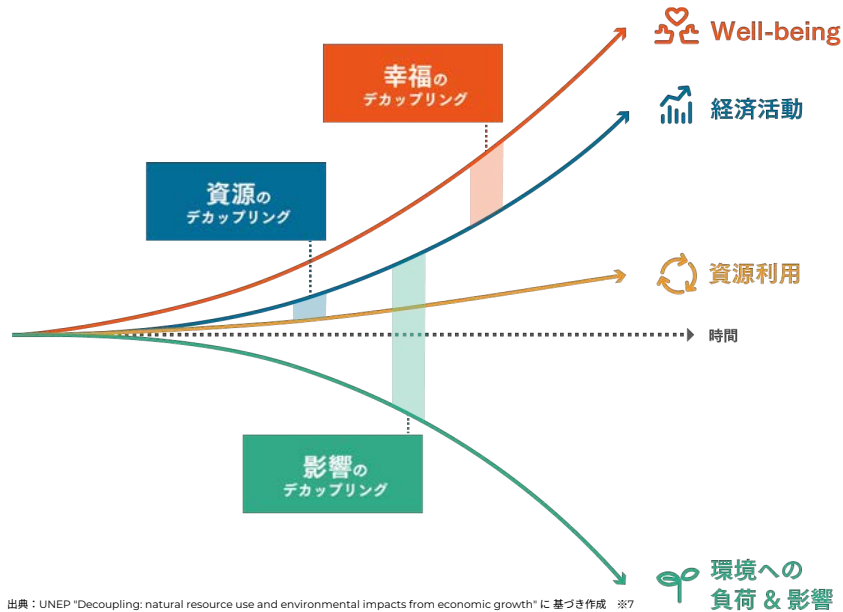
### 3. ECOMMITが目指す社会



## 3. ECOMMITが目指す社会

## 地球1個分の資源で持続可能な社会へ

ECOMMITは、地球1個分の資源で豊かに暮らせる社会の実現を目指しています。それは、当たり前聞こえますが、今では当たり前でなくなりました。日本の生活水準で世界中の人が暮らすと、地球2.9個分の資源が必要と試算されています。私たちの唯一無二の地球「1個分」の資源で暮らすこと、それができる社会の仕組みを実現していきたいと考えています。



出典：UNEP "Decoupling: natural resource use and environmental impacts from economic growth" に基づき作成 ※7

日本人と同じ生活スタイルを  
世界中の人がした時に必要な地球の数は

**2.9**個分

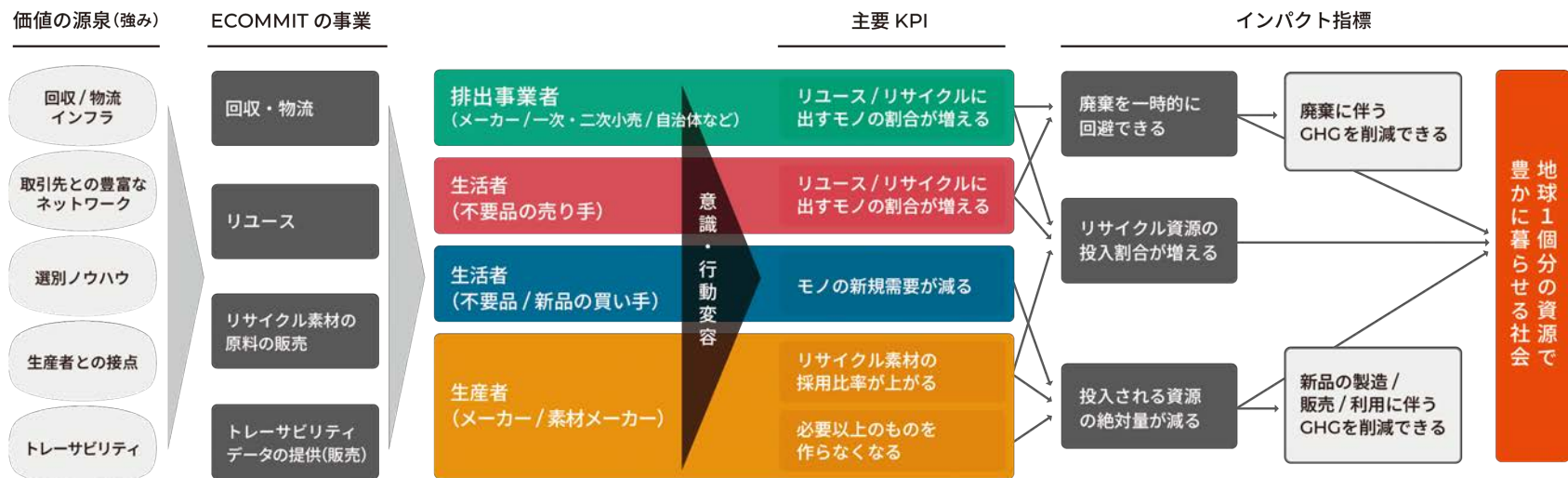


世界中の人が日本人と同じ水準の生活を送ると、  
地球は2.9個も必要と試算されています ※8

3. ECOMMITが目指す社会

# 目指す社会への道なり

「地球1個分の資源で豊かに暮らせる社会」を実現するために、ECOMMITではバリューチェーンにおける「廃棄の回避」「投下資源におけるリサイクル資源の割合増加」「投下資源の絶対量の削減」という3つの変革が必要だと考えています。そのためにECOMMITは、不要と判断されたものから「廃棄」の割合を減らし、リユースやリサイクルで循環するものを増やしていくことから始め、最終的にものづくりのあり方やバリューチェーン全体の変革を起こすことに取り組んでいます。



GHG: 温室効果ガス (Greenhouse Gas)

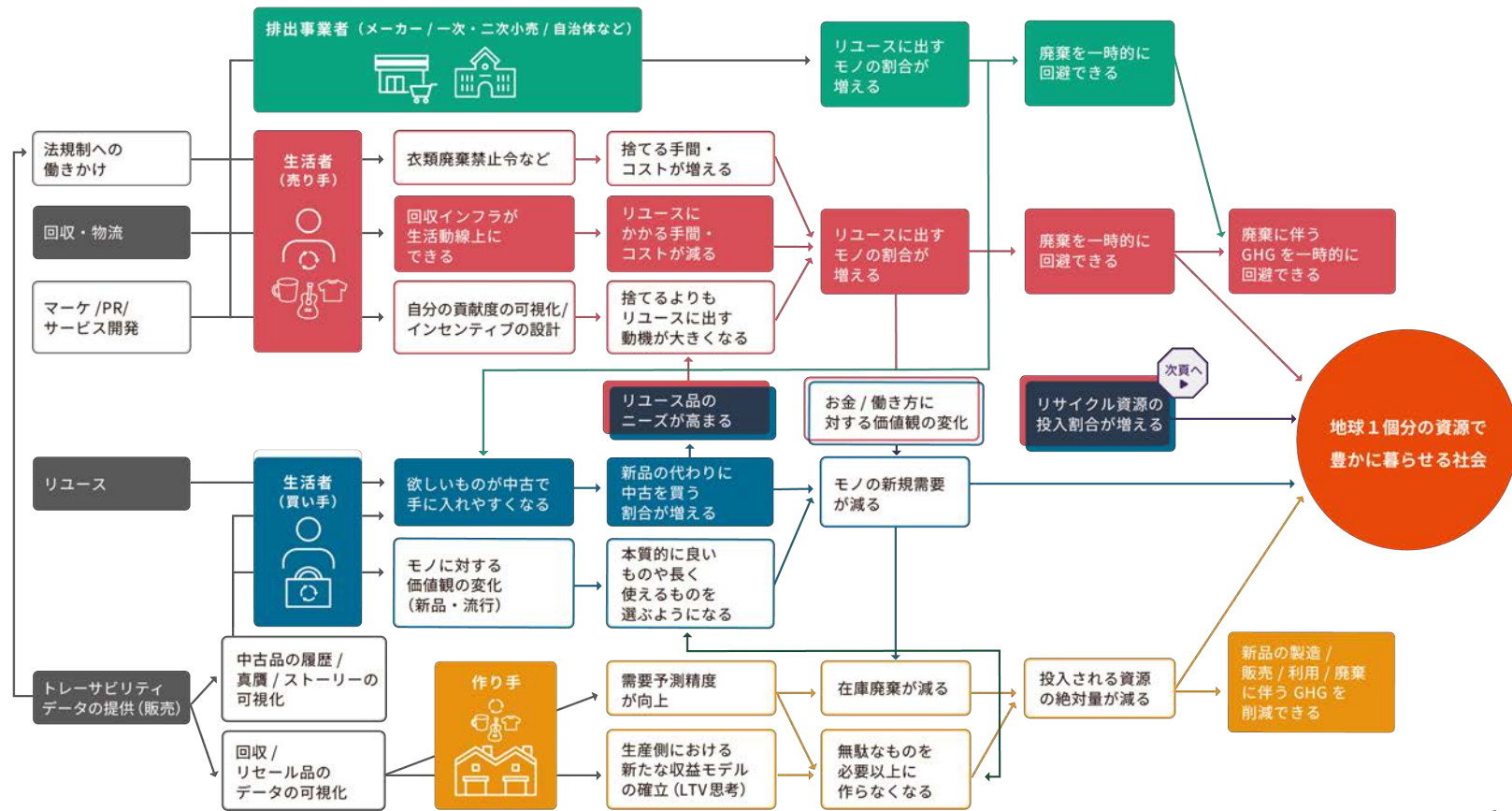
ECOMMITが描くインパクトストーリー：リユース

ECOMMITが現在起こしている変化  





 ECOMMITがこれから起こす変化

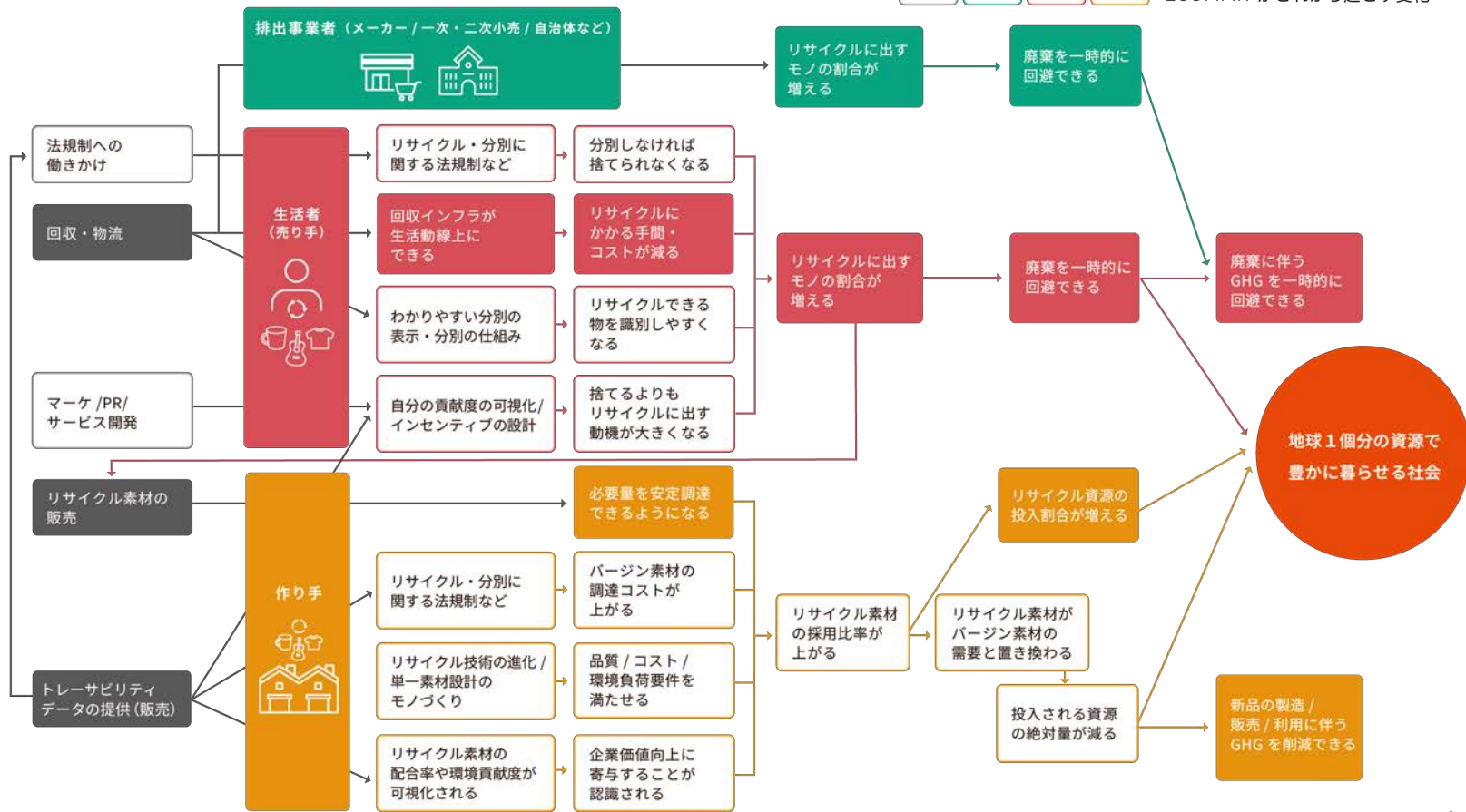


ECOMMITが描くインパクトストーリー：リサイクル

ECOMMITが現在起こしている変化  




 ECOMMITがこれから起こす変化





A photograph of a clothing store or warehouse. In the foreground, there are several metal racks filled with various garments, including coats and dresses, many of which are wrapped in clear plastic. In the background, several people are visible, some wearing face masks, engaged in work or browsing. The setting appears to be a large, well-lit space with a high ceiling and a wall of windows with vertical bars. A white text box is overlaid on the center of the image.

#### 4. ECOMMITのMission Statement／事業概要

これらの変革を実現させるため、私たちは「捨てない社会をかなえる」をビジョンに掲げ、「不要なものに価値を見出し、資源をつなぐインフラになる。」ことをミッションに事業を推進しています。

# ECOMMIT

### VISION

捨てない社会をかなえる。

### MISSION

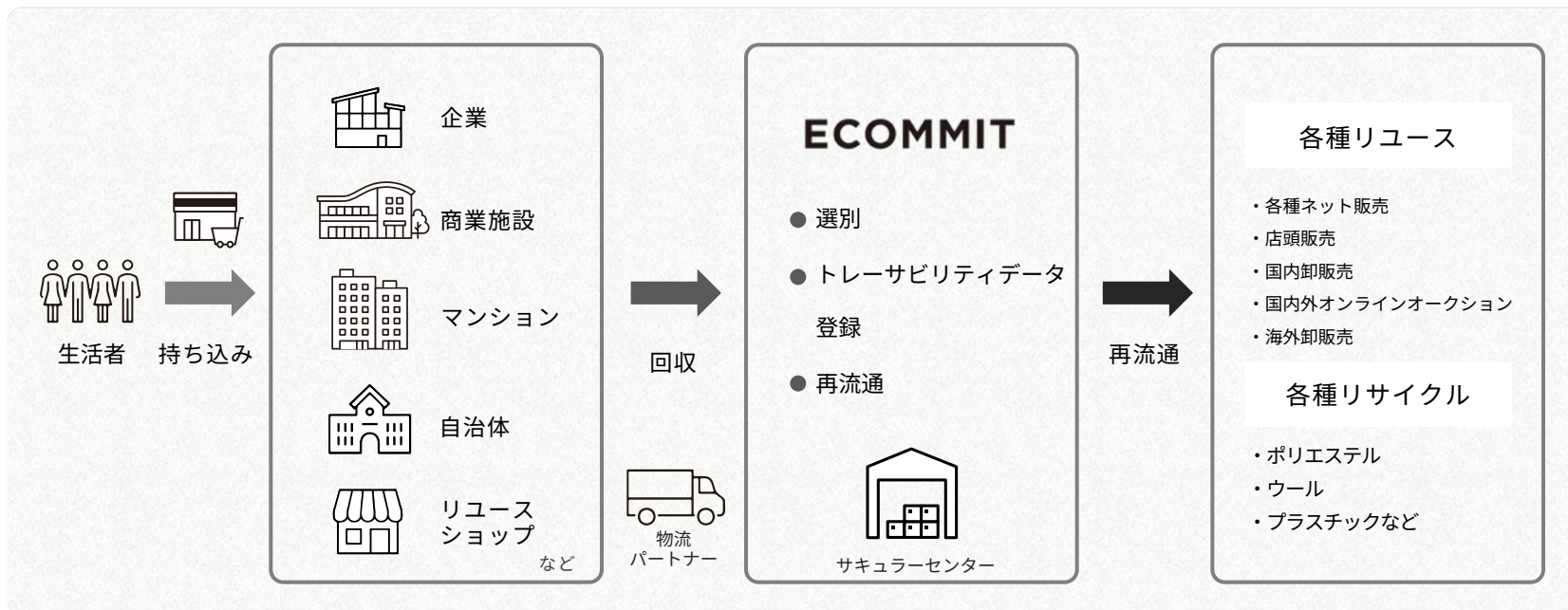
不要なものに価値を見出し、  
資源をつなぐインフラになる。

### VALUE

- 1 最後まで価値をあきらめない。
- 2 Think HOW.
- 3 「捨てない」を実践する。
- 4 何よりも安全を重んじる。
- 5 本音で話す。チームで乗り越える。

## ECOMMITの事業

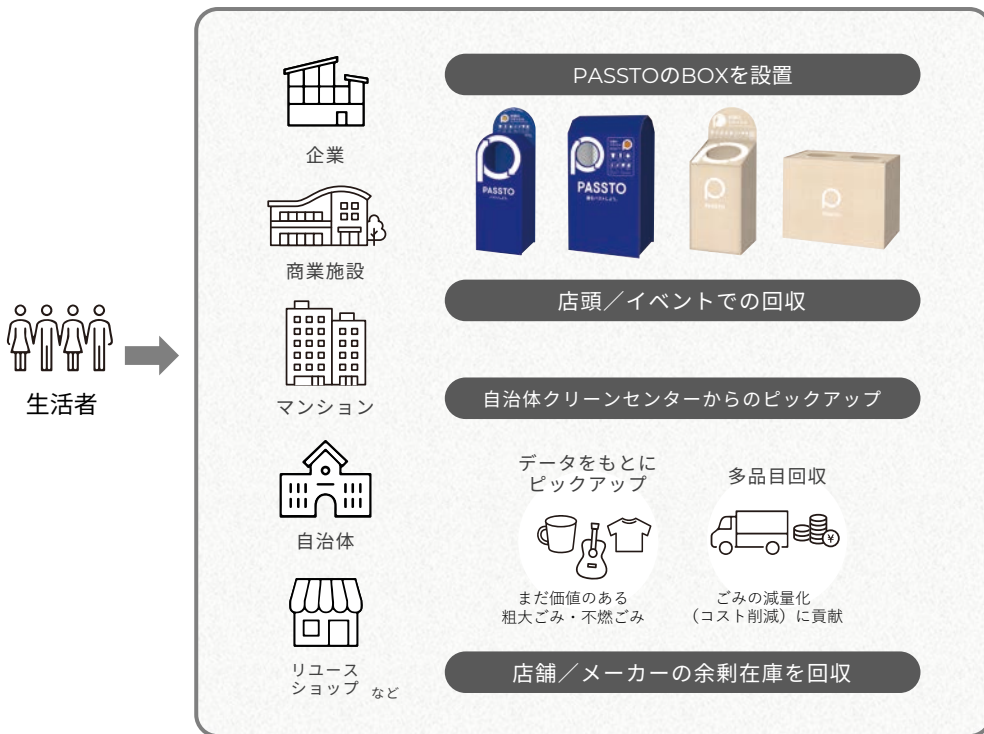
ECOMMITの事業は「回収事業」「選別事業」「リユース事業」、および「リサイクル事業」の4つの事業から成り立っています。それぞれの事業については、次のページ以降で詳しく紹介します。





## 回収事業

ECOMMITの回収事業は「PASSTO（パスト）」をはじめとして、様々な場所に多様な回収拠点をつくることで、資源循環の入り口の選択肢を増やしています。



PASSTOは、不要品を再活躍させる「リユース・リサイクル」の循環を促進するECOMMITのサービスの1つです。生活者の身近な場所に回収拠点をつくることで、捨てる以外の選択肢を提供し、環境貢献を身近な行為にすることを目指しています。PASSTOでは、全国で衣類・ファッション雑貨・ホビー用品を対象にした回収を行っています。

現在、ECOMMITの回収拠点は全国に約3,500拠点あります。PASSTOの回収ボックスを設置しているマンションや郵便局、商業施設などに加えて、店頭やイベント、企業と連携した回収などにより、多くの生活者からの回収が可能となっています。

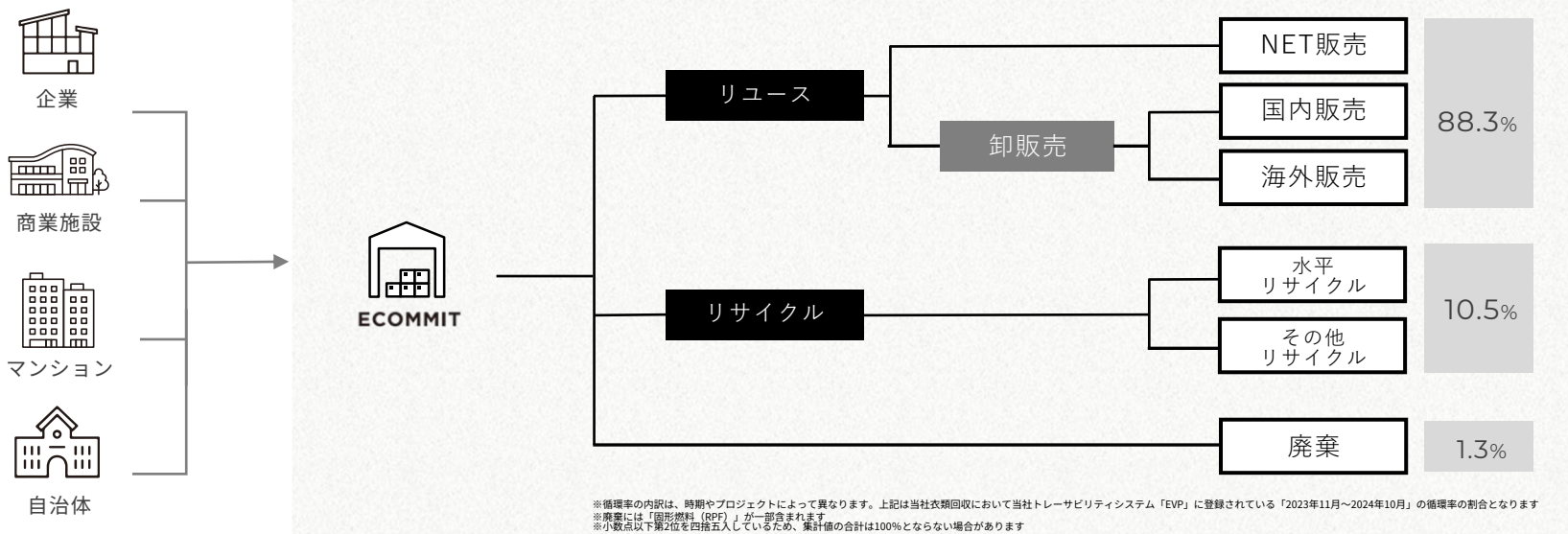
その他にも、自治体との連携により、クリーンセンターに集められた廃棄物から、まだ使える製品をレスキューしています。その他にも、まだ使えるものを生活者がごみとして排出する前に直接持ち込む「リユース品回収の日」によるイベント回収を行なっています。これにより、地域の焼却・埋め立て処分量の削減、そしてごみ処理費用の削減にも貢献します。現在、全国各地の市町村や広域処理組合と累計で約60件の取引や連携協定の締結、実証事業等を行なっています。

また、アパレルメーカー、リユース事業者等からの余剰在庫の回収を行う事業などもあります。



## 選別事業

ECOMMITの選別事業では、創業から培ったノウハウを基にした100種類以上の選別品目に基づいて、プロピッカーが精緻な選別を行っています。再流通先の顧客やパートナーと連携し、「最後まで価値をあきらめない」視点で選別を行うことで、高い資源循環率を達成しています。例えば衣類は、リユースが約9割、リサイクルが約1割という循環率で、衣類の廃棄は約1%、衣類以外（家電や雑貨等）でも廃棄を約10%におさえる工夫をしています。



独自の基準に基づく  
丁寧な選別

回収した製品は、「状態」、「ブランド」、「製造年」、「素材」、「着用シーズン」などの様々な情報を基に選別されます。顧客ニーズにあわせて多くのものを優先的にリユース品として再流通させ、リユースに不向きな製品でも素材等に応じてリサイクルし、徹底的に資源循環させることを追求しています。

## リユース事業

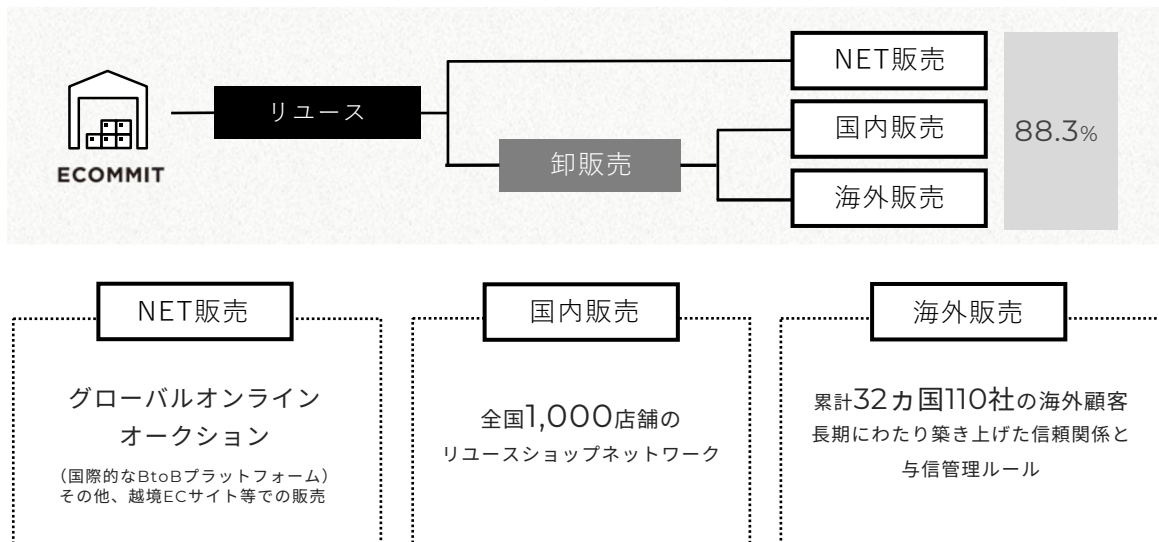
ECOMMITのリユース事業では、長年の取引により構築した国内外の多岐に渡る取引先と連携し、製品の需要に応じて、様々な顧客に販売しています。

幅広い販売チャネルを駆使した

リユース品の販売

ECOMMITのリユース事業では製品の価値を最大化するため、まずはモノの価値を最大化し、環境負荷を低く抑えるためにも、国内市場へ卸した後、海外市場に卸しています。また、オンラインオークションをはじめインターネット上での販売にも力を入れています。

その他、商品価値を最大化するため、顧客の要望に応じた衣類のアソートパッケージを設計したりもしています。本拠地である鹿児島では、直営店舗「ECOBASE KAGOSHIMA」を構えています。



## リサイクル事業

ECOMMITのリサイクル事業では、リユース製品としての流通が難しいと判断した回収品を、国内の事業者・商社等と協力し、再生繊維やフェルトなどの再生素材の原料として再利用しています。

### リユースできない製品も

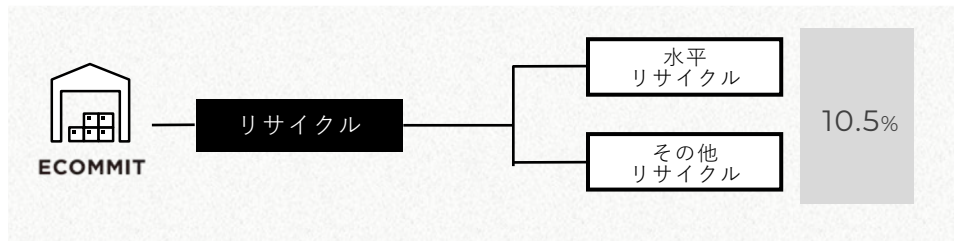
#### 再生素材の原材料としての価値を追求

##### 水平リサイクル

リサイクル事業のひとつとして、リユースできない製品を再生素材の原材料として供給するという出口の開拓を、国内商社等と協業して行なっています。特に、ECOMMITで回収した衣類の中でポリエステルを原料とする衣類は、伊藤忠商事株式会社のリサイクルポリエステルブランド「RENU」における水平リサイクルによって、資源循環を実現しています。また、ウール製品は、パートナーである三星毛糸株式会社社の技術によって再生ウール「ReBirth WOOL」として循環しています。

##### その他のリサイクル（カスケードリサイクル）

リサイクル事業における他の出口として、混紡製品などの繊維原料としての再生が難しい故衣料品について、フェルト等の製品素材にリサイクルするなど、選択肢を広げています。故衣料品を原料に製造されたフェルト等は、自動車部品として利用されています。その他、綿100%の場合は、機械の油、汚れ、不純物などを拭きとるときに使う布（工業用ウエス）の原材料として活用されています。



### フェルト等について

古着を裁断し繊維状にほぐすことで、繊維としての再生が難しい混紡製品もフェルト生地等の原料に再生させています。この再生綿を「反毛」と呼びます。自動車の内装に採用されており、フロアカーペットとトランクの防音材といった部材に使用されています。<sup>※9</sup>



参照元： <sup>※9</sup> ECOMMIT社がリサイクルパートナーとして業務提携を行なっているFANS(エフアンドエイノウンワープズ)社の自動車資材に関する情報を参考/画像引用 <https://www.fanscorp.co.jp/product/car/>

ポリエステル100%のリサイクル  
**RENU**について

ECOMMITが回収した衣類のうち、「ポリエステル100%」の製品は、伊藤忠商事株式会社のリサイクルポリエステルブランド「RENU」のプロジェクトを通じて再生繊維に生まれ変わります。RENUは、ファストファッション大手をはじめ、ラグジュアリーからスポーツまで多くのブランドに採用され、ファッション産業の誰もがプロジェクトに参加できるようにRENUは糸、生地、製品いずれの形で提供しています。ECOMMITで回収した衣類のうち、2023年10月～2024年9月中には約6.5トンの衣料を廃棄から救い、資源循環を推進しています。




“Renu Our Fashion”

RENUを使用した商品の一例

左: ファミリーマート (コンビニエンスウェア) / 右: エストネーション (参考商品)



A photograph of a dense forest with tall, thin trees. Sunlight filters through the canopy, creating a dappled light effect on the forest floor. The ground is covered in green moss and fallen branches. A white rectangular box is overlaid in the center of the image, containing the text "5. 現状のインパクト".

## 5. 現状のインパクト



## 5. 現状のインパクト

## アクセシビリティの拡大 拠点の広がりとその多様性

身近な生活導線上をはじめ、回収拠点の多様化をすすめることは、拠点の増加とともに、社会における資源循環へのアクセシビリティを高める指標として重要であると考えています。

ECOMMITの回収拠点（一部のみ）

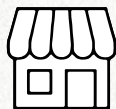


自治体連携 約 **60** 件

(広域処理組合・施設等を含む)

公共施設 約 **40** 箇所

(市役所・公民館等)

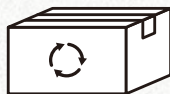


リユースショップ  
約 **850** 店舗



レジデンス

約 **100** 物件  
(約 **25,000** 戸)



宅配PASSTO  
約 **4,000** 個



アパレルショップ 約 **1,150** 店舗

商業施設 約 **230** 店舗

(GMS/スーパー/ドラッグストアなど)

郵便局 約 **35** 箇所

ホームセンター 約 **20** 店舗

百貨店 約 **15** 店舗

駅/駅ビル 約 **15** 箇所

上記以外にも、店頭回収・イベント回収・オフィス・クリーニング店等での回収を行なっています/2024年10月時点の累計

## 5. 現状のインパクト

## 多様な循環可能品目 123品目以上に及ぶ取り扱い商品

全国の回収拠点からの年間回収量は約12,000t（過去最大の2019年実績）。回収品目は衣類のほかに、ホビー用品、家電、家具、生活雑貨といった、123品目に及ぶ不要品を幅広く回収しています。リユースの衣類だけでも、S,A,B,C,Dといったランク別の選別に加えて、国内外の取引先から依頼される要望にあわせて、アソートを行います。



## 衣類

トップス、ボトムス、ジャケット・コート、スカート、シャツ 等



## ファッション雑貨

アクセサリ、ベルト、かばん、財布、腕時計、帽子、サングラス、ネクタイ、メガネ、髪ざり 等



## ゲーム・おもちゃ

ゲーム機、ゲームソフト、プラモデル、フィギュア、ラジコン、ミニカー、鉄道玩具、ブロック、プラモデル、ラジコン、ぬいぐるみ、知育・乗用玩具 等



## 雑貨

スポーツ用品（バット、ラケット、ボール等）、楽器、アウトドア用品、スーツケース、釣り具、ヘルメット 等



## 電動工具・手工具

インパクトドライバー、電動ドリル、サンダー、チェーンソー、ブロワー、ドライバー、ハンマー、ニッパー、のこぎり 等



## 家具・インテリア

タンス、クローゼット、テーブル、イス、ソファ、本棚、ベッド、食器棚、絨毯、照明器具、壺、カーペット、置物、絵画、額縁、時計 等



## 食器・キッチン用品

お皿、茶碗、コップ、湯呑、フォーク、包丁、鍋、フライパン、やかん、その他の食器、キッチンツール 等



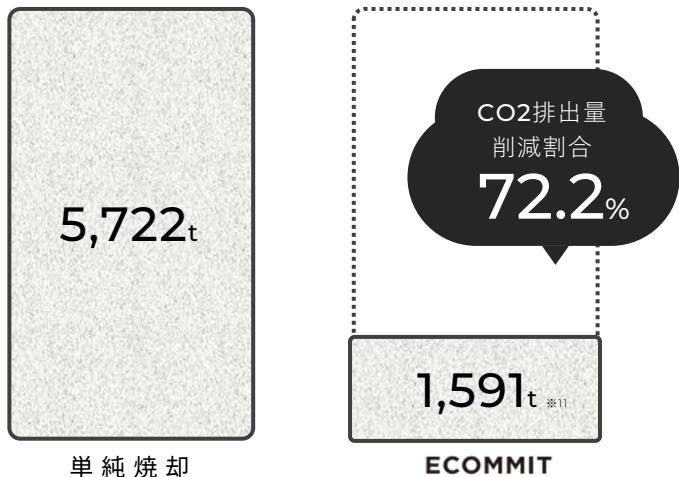
## 家電

電子レンジ、炊飯器、掃除機、空気清浄機、プロジェクター、プリンター、乾燥機、アイロン、食洗機、テレビリモコン、PC周辺機器、DVDレコーダー、オーディオ、音楽プレーヤー、ラジカセ、ミニコンポ、スピーカー、カメラ 等

壊れ、破れ、欠品、ひどい汚れ、カビなどがある場合は、引き取り不可となります。また、ご依頼の内容によっては、上記製品においても、取扱いが難しい場合がございます。

5. 現状のインパクト

環境インパクト



ECOMMITが回収した衣類を単純焼却した際に生じるCO2排出量と、ECOMMITで選別し資源循環した際に生じるCO2排出量の比較では、76.1%のCO2排出量を削減できています。具体的には、単純焼却では約5,722トンのCO2が排出される一方で、ECOMMITで資源循環した場合には約1,369トンにとどまります。

さらに、ECOMMITが回収・選別した衣類を資源循環した際に発生するCO2に、ECOMMITの事業活動により生じるscope1及びscope2<sup>※10</sup>に関連するCO2を加えたCO2排出量は約1,591トンとなり、単純焼却のCO2排出量（約5,722トン）と比較して、72.2%のCO2排出量を削減できています。

※10 scope1：直接排出（自社での燃料の燃焼等）、scope2：エネルギー起源の間接排出（他者から供給された電気、熱の使用）

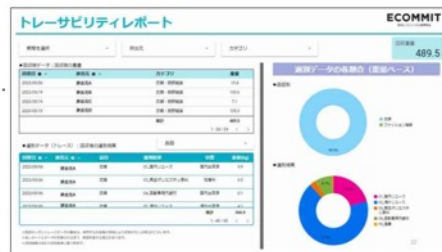
※11 算出条件

- ・当社における、衣類の年間取扱量過去最大値の6940.7トン（2020年1月～12月実績）を基に計算。
- ・当社2024年の衣類選別基準の最新データに沿った分別結果（衣類について、リユース88.3%、リサイクル10.5%、廃棄1.3%）を適用。
- ・scope1及びscope2に関連するCO2を加えて計算。
- ・衣類の輸送に係るCO2排出量も含む。また、海外出荷分の衣類は海外輸送（タイ国港までの輸送）における、CO2排出量を加えて計算している。
- ・単純焼却した場合のCO2排出量計算は環境省による繊維焼却時の化学繊維割合と原単位を使用。

トレーサビリティ

ECOMMITは、回収拠点ごと・回収品目ごとの回収重量、それらが選別されどこに向けて出荷されたのかを登録する独自のトレーサビリティシステム「EVP」の開発に2014年から取り組んできました。

これは、誰かにごみを押し付け、環境負荷や健康被害に加担してはいけないという強い危機感と、資源循環産業の未来にはトレーサビリティ不可欠だという強い想いからです。





## 5. 現状のインパクト

## PASSTO設置による生活者の意識・行動変容

回収拠点にリユース品を出すという行動がどんな意味を持つのか。

ECOMMITが起こしたい変化を起こせているかどうか、探るための第一歩として、

PASSTOするとポイントが貯まる、佐賀市「さすてなポイント」ユーザーにアンケートを実施しました。



「PASSTO(パスト)」が展開するイオンモール佐賀大和店の衣類回収ボックス利用ユーザー（さすてなポイントの登録ユーザー）に調査を行いました。(回答数155件)その結果、衣類回収ボックス利用ユーザーの73%が40～60代の女性で、61%が「環境に貢献できること」を理由に利用し、43%が衣類回収ボックスの利用を目的として設置店舗へ来館していることがわかりました。

また、衣類を手放す手段として、環境省が実施した調査に比べて廃棄する割合が少なく、リユース（再販売、寄付、譲渡）や回収サービス利用の割合が多いことも明らかになりました。

本アンケートの全ての結果は以下プレスリリースをご参照ください  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000049.000067508.html>

#### <調査概要>

調査期間：2023年12月28日～2024年01月14日

実施対象者：資源循環サービス「PASSTO(パスト)」が展開するイオンモール佐賀大和店設置の衣類回収ボックス利用者・さすてなポイント登録者

実施方法：インターネットを利用した（LINEチャットから投稿）アンケート調査

回答者属性：

・男性：11%、女性：88%、回答したくない：1%

・年代割合

男性 20代：0%、30代：3%、40代：3%、50代：1%、60代：4%、70代以上：0%

女性 20代：5%、30代：8%、40代：27%、50代：31%、60代：16%、70代以上：3%

回答件数：155件

5. 現状のインパクト

# 1人あたり（年間平均）の衣類消費・利用状況

環境省実施の調査<sup>※3</sup>と比較すると、PASSTOユーザーは、一人あたり年間の衣類購入枚数は少なく、手放す枚数が多いことが明らかになりました。



生活者

衣類回収ボックス利用者

出典：環境省  
「サステイナブルファッション」

Q.

あなたが過去1年間に新しく購入した衣類の枚数をお選びください。



購入枚数

約 **18** 枚

8枚少ない

約 **10** 枚

Q.

あなたが過去1年間で手放した（廃棄・古着販売・譲渡など）衣類の枚数をお選びください。



手放す服

約 **15** 枚

6枚多い

約 **21** 枚

Q.

あなたが今お持ちの衣類のうち未着用の衣類の枚数をお選びください。



着用されない服

約 **35** 枚

27枚少ない

約 **8** 枚

それぞれの設問で「50枚以上」との回答については、平均値ではなく最低値である「50枚」を算定に用いた

「PASSTO(パススト)」を展開するイオンモール佐賀大店の衣類回収ボックス利用ユーザー（さすてなポイントの登録ユーザー）の調査結果（回答数155件）  
参照元：※3 環境省「サステナブルファッション」（2022年度調査）

## 5. 現状のインパクト

### 衣類を手放す手段

また、衣類を手放す手段として、環境省調査<sup>\*3</sup>では「廃棄」する割合が68%であるのに対し、本調査で衣類回収サービスを利用するユーザーの「廃棄」割合は25%に留まりました。衣類回収ボックスを利用するユーザーは、リユース（再販売、寄付、譲渡）や回収サービスを利用する割合が75%で、廃棄以外の選択肢を認知して活用していることが明らかとなりました。

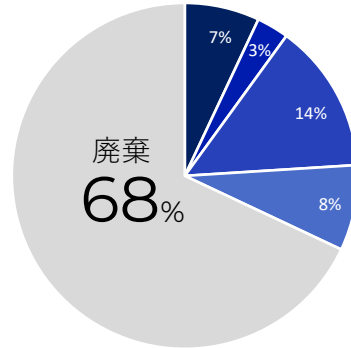


Q.

あなたが保有していた衣服の手放し方についてお伺いします。  
衣服の手放し方としてあげられる以下の7項目からお選びください。

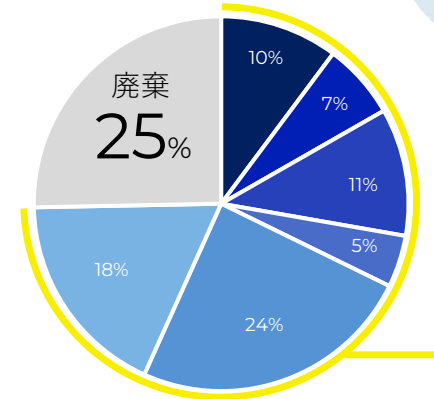
#### 生活者

出典：環境省「サステナブルファッション」



- 古着として販売
- 譲渡・寄付
- 地域・店頭での回収
- 資源回収
- 可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄

#### 衣類回収ボックス利用者



リユースや  
資源回収を活用

75%

- 再販売(古着屋・フリマ等の利用)
- 寄付
- 友人・知人・家族へ譲渡
- 下取りに出す(メーカーによる回収を利用)
- 企業/NPOの回収ボックスへ投函
- 自治体による資源回収(衣類リサイクル)を利用
- 廃棄

\*PASSTO(パスト)を展開するイオンモール佐賀大和店の衣類回収ボックス利用者(さすてなポイントの登録ユーザー)の調査結果(回答数155件)

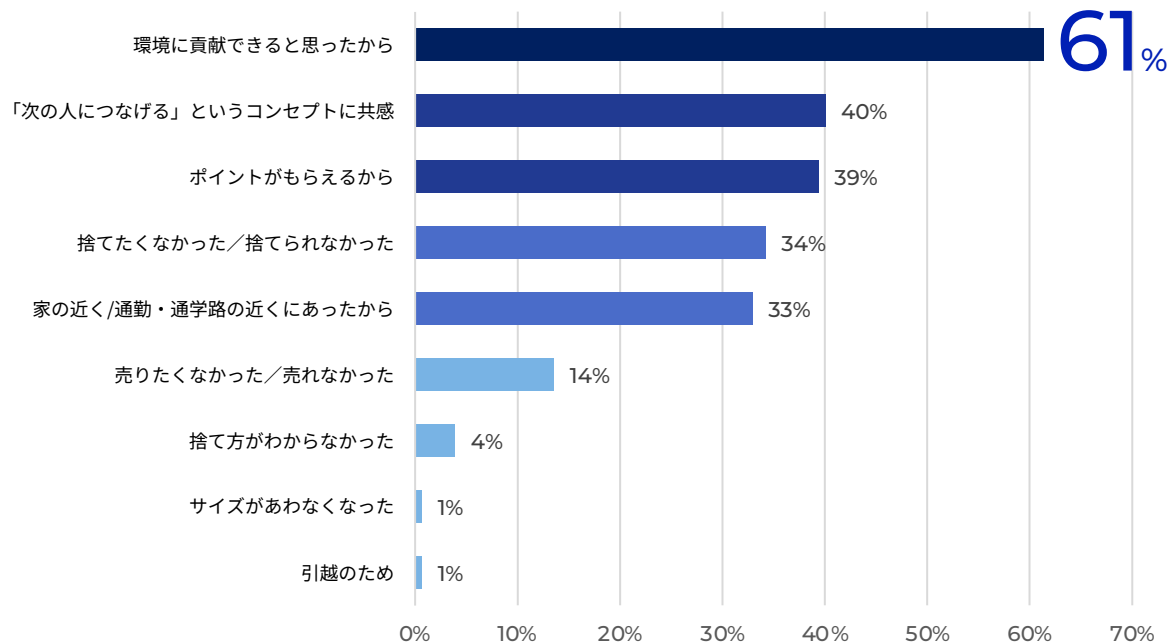
## 5. 現状のインパクト

## 衣類回収ボックスの利用動機

回収ボックスを利用する動機として、61%以上が「環境に貢献できる」という理由を回答し最も多く、続いて「コンセプトへの共感」が多くありました。

Q.

衣類回収ボックスに投函した理由について当てはまるものを選択してください  
(複数回答可)



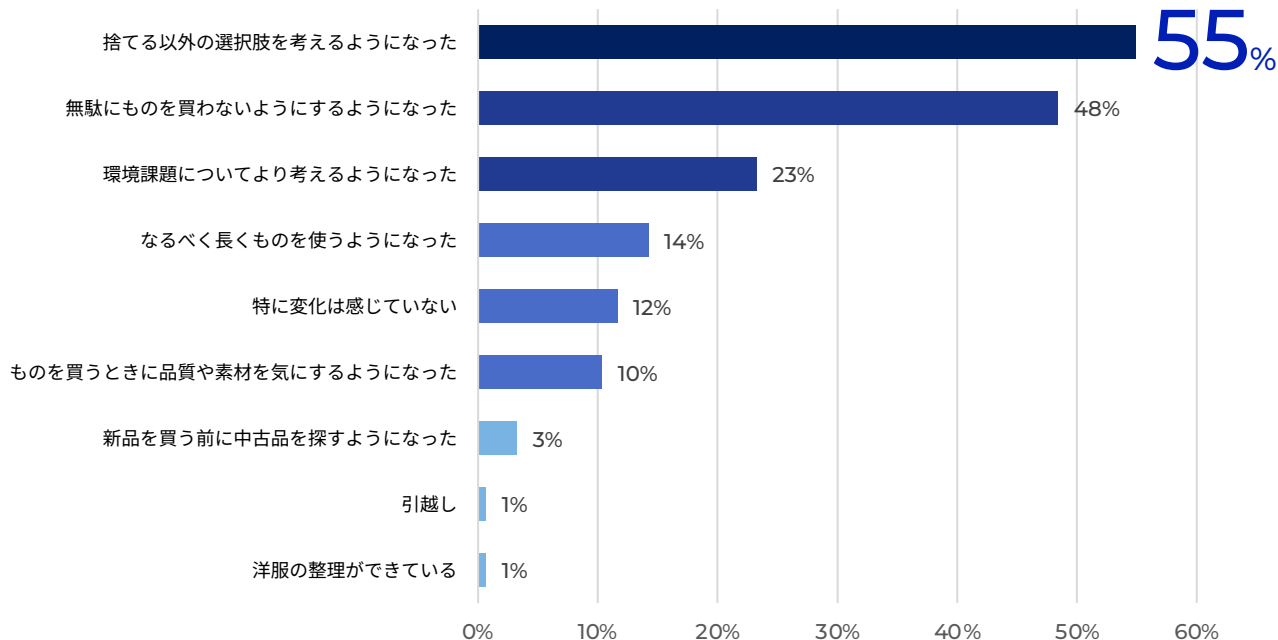


## 衣類回収ボックスの利用による意識変化

衣類回収ボックス利用後の意識変化として「捨てる以外の選択肢を考えるようになった」「無駄に買わないようにするようになった」というコメントが多くみられました。上記の回答結果のとおり、本来「購入する際は新品を買う」消費者層であっても、衣類回収サービスを利用する過程で、買い方やものとの付き合い方に意識の変化が生まれることがわかりました。

Q.

あなたがこの1年間で衣類回収ボックスをご利用いただいた経験を通じて、ものの手放し方や手に入れ方に変化はありましたか？  
もしあった場合には、どのような変化がありましたか。  
(複数回答可)



## 5. 現状のインパクト

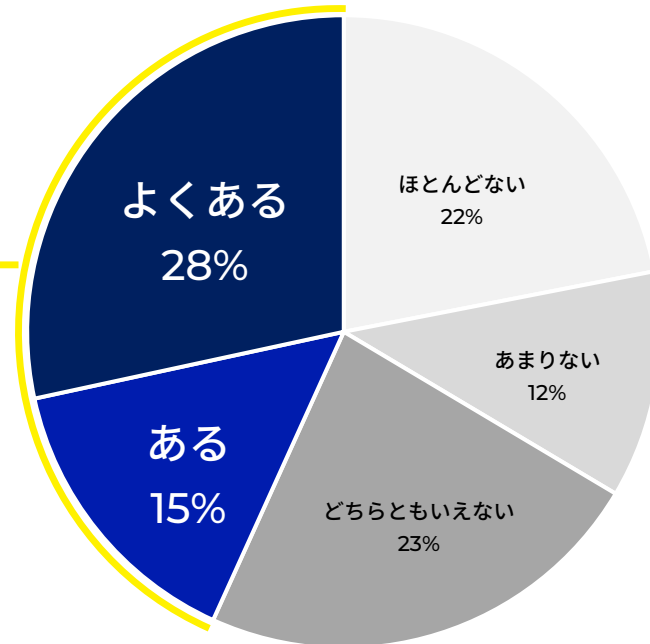
## 衣類回収ボックスの活用傾向について


「これまでに回収ボックスに投函することを目的に商業施設に来館されたことはありますか」という質問に対して、43%が「ある」または「よくある」と回答し、衣類回収ボックス利用が、設置店舗への来館動機になっていることがわかりました。

Q.

あなたは、これまでにこの回収ボックスに投函することを目的に商業施設に来館されたことはありますか。

「衣類回収ボックス」  
利用のために  
設置店舗へ来館  
43%

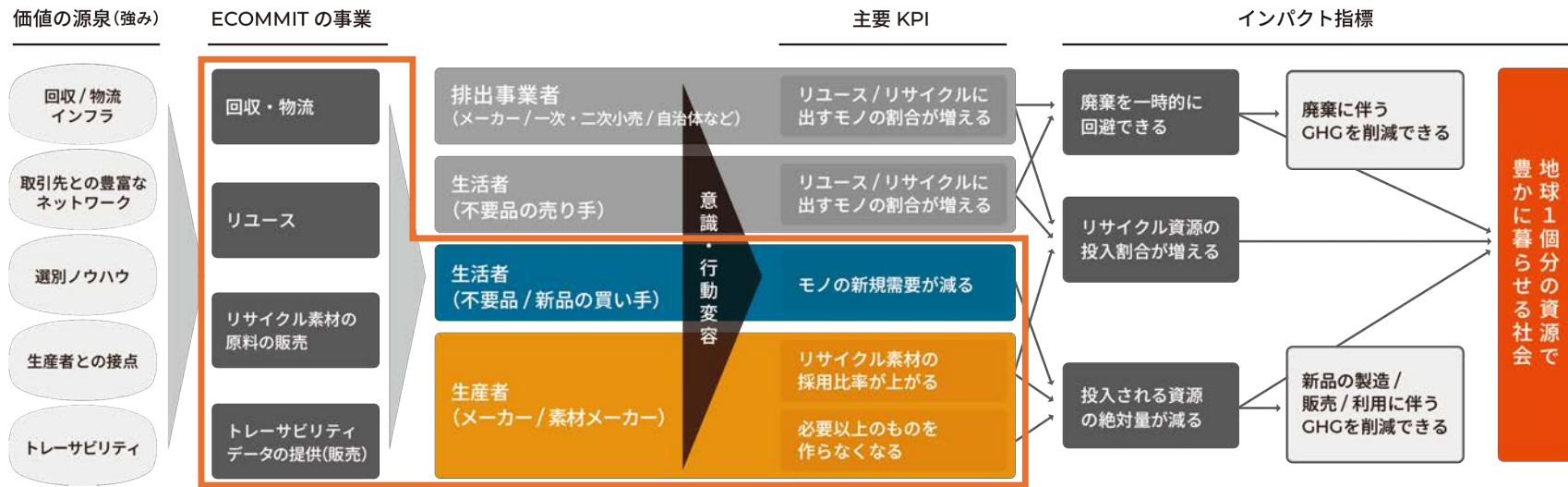


A background image of a sunset or sunrise over a mountain range. The sky is filled with soft, wispy clouds in shades of blue, purple, and orange. The mountains in the foreground are silhouetted against the bright horizon. A white rectangular text box is centered in the middle of the image.

## 6. 課題と中長期ターゲット

6. 課題と中長期ターゲット

ものづくりのあり方を変えるためのアプローチ



循環型社会を実現するためには、廃棄量の削減だけでなく、ものづくりの在り方を根本的に変えるアプローチが非常に重要です。ものづくりにおける天然資源の投入量を減らすためには、製造・生産者側との連携が不可欠で、ECOMMITはこの課題に対して中長期的に以下の取り組みを行っています。

1) 生活者のリユース品への関心が高まることで、ものづくりの生産者（メーカー）も、長く使える製品やリユースを前提としたものづくりへシフトしやすくなる動きをつくり出します。ECOMMITは、PASSTOをはじめとする生活導線上的資源循環の仕組みを整え、生活者の意識と行動の変容を促す文化を醸成します。実際に、ECOMMITは一部のアパレルメーカーと、販売した衣類を回収し、再びそのアパレル店舗にて再販するという「リセール」の仕組みを構築し、事業を開始しています。

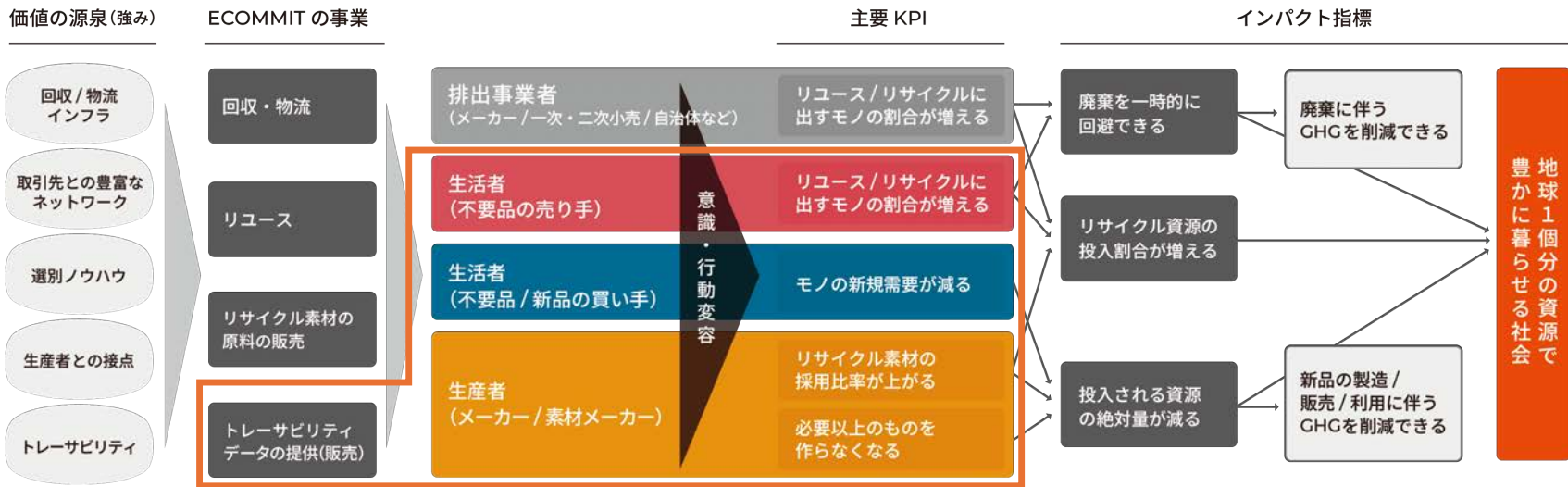
2) 製造・生産者にリサイクル素材・再生原料を安定的に供給できる仕組みを整えることで、リサイクル素材を使用するメーカーが増えることに貢献します。これにより、天然資源の投下量を減らし、環境負荷を低減したものづくりへ移行することが可能になります。

3) トレーサビリティの確保も重要です。生産した商品がその後どのように循環しているかをデータで追跡することで、適量生産を志向したものづくりが実現し、循環型ものづくりへの移行が進みます。また、リサイクル素材がどこからきたものなのかを可視化することも、リサイクル素材の活用を後押しする仕組みとなります。これらのアプローチを通じて、ECOMMITは中長期的な視点で循環型ものづくりの発展を支えます。



6. 課題と中長期ターゲット

# トレーサビリティの更なる進化と追求



ECOMMITは、トレーサビリティシステムを通じて提供するデータや追跡可能な範囲を拡大し、循環型のもづくりへのアプローチを強化しています。現在、回収された場所ごと・品目ごとの再流通先をデータ登録し、可視化できるようトレースしていますが、ものづくりへのアプローチを行うためにはまだ十分ではありません。

たとえば、海外に卸販売したものがどのように現地の生活者の手に渡るかを追跡することは、業界全体としてもまだ実現ができていません。ECOMMITは現在、国際資源循環の実現のために、まずはタイに拠点を設定し、海外での再流通も追跡できるように取り組んでいこうとしています。そのようにして得られたデータを生産者にフィードバックし、循環型のもづくりをさらに推進していきます。


6. 課題と中長期ターゲット

「資源循環インフラ」としての拡大へ



ECOMMITは、「廃棄になる量を減らす」ために、生活者の「資源循環を選ぶ」利便性向上を目指し、回収拠点の拡大に取り組んでいます。現在全国約3,500拠点ある回収拠点ですが、まだ十分ではありません。既に設置している郵便局やマンション、商業施設といった生活導線上の拠点や、自治体と連携した「リユース品回収の日」などに加え、他のアクセスポイントを検討する必要もあります。また、2024年に試験導入を始めた、自宅へリユース品の引き取りを手配できる「宅配PASSTO」に代表される、「新たに買うことの手軽さ」に追いつくインフラの構築にも挑戦していきます。

さらに、回収量の増加に対応するためには、人の手のみで選別作業を行うには限界があります。現在はすべて手動で行われている選別作業を、自動選別技術の開発と実装によって効率化し、より多くの回収量に対応できる選別キャパシティを確保することに取り組んでいます。最終的にもものづくりのあり方まで変えていくためにも、まずはMISSIONにも掲げる「資源をつなぐインフラ」としての機能・キャパシティの拡大が急務となります。



## 7. パートナーシップ／会社概要

## 7. パートナーシップ

## パートナーシップを通じて循環型社会の実現を推進

ECOMMITはサーキュラーエコノミーの推進や、繊維産業のサステナビリティ推進など、事業が貢献する分野における業界団体やプラットフォームでも活動しています。



#### ジャパンサステナブルファッションアライアンス (JSFA)

JSFAは、ファッション産業が自然環境及び社会に与える影響を把握し、ファッション及び繊維業界の共通課題について共同で解決策を導き出し、サステナブルなファッション産業への移行を推進することを目的とした企業連携プラットフォームです。

<https://jsfa.info/>



#### エレンマッカーサー財団

ECOMMITは、循環型経済への世界的な移行を加速させるために活動しているエレン・マッカーサー財団コミュニティの一員です。

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>



#### 循環経済パートナーシップ (J4CE)

J4CEは、環境省、経済産業省、経団連が創設した、国内の企業を含めた幅広い関係者の循環経済への更なる理解醸成と取組の促進を目指した官民連携推進の団体です。

事例掲載：<https://j4ce.env.go.jp/member/274/>



#### 環境省 「デコ活」宣言

2050年カーボンニュートラル及び2030年度削減目標の実現に向け、脱炭素につながる国民・消費者の行動変容、ライフスタイル変革を協力を後押しする国民運動「デコ活」に、ECOMMITも取り組むことを宣言しました。(2024/4/29に宣言)



#### 経済産業省 CPs (サーキュラーパートナーズ)

CPsは、経済産業省が設立した、サーキュラーエコノミーの実現を目指し、産官学の連携を促進するためのパートナーシップです。

<https://www.cps.go.jp/member-list>



京都超SDGs  
コンソーシアム

#### 京都超SDGsコンソーシアム

京都超SDGsコンソーシアムは、持続可能性・SDGs概念や基盤技術・システムの社会実装や展開を念頭に置いて、京都を中心に先駆的なSDGsコミュニティを創出する産学公連携体です。

<https://eco.kyoto-u.ac.jp/sdgs/kyoto-times/op/>

#### TOKYOサーキュラーエコノミーアクション

#### 東京都 TOKYOサーキュラーエコノミーアクション

東京都民・事業者・関係団体・自治体等が一体となって、サーキュラーエコノミーへの移行を実現する活動である「サーキュラーエコノミーアクション」において、2R (リデュース、リユース) ビジネスや水平リサイクルに取り組む企業としてECOMMITの取組が紹介されています。

事例掲載：<https://www.circulareconomy.metro.tokyo.lg.jp/efforts/company-initiative>



## 7. 会社概要

### ECOMMITについて

ECOMMITは「捨てない社会をかなえる」ために、ものが循環するインフラをビジネスで実現する循環商社です。全国7箇所にも自社の循環センターを持ち、不要になったものを回収・選別・再流通しています。さらに、“ものの流れ”をデータ化する自社開発のトレーサビリティシステムにより、リユース・リサイクル率の算出や、CO2排出量の削減割合のレポートまで行うことで、企業や自治体のサステナビリティ推進に向けたサービスを包括的に提供しています。

- (1) 会社名：株式会社ECOMMIT
- (2) 代表取締役CEO：川野 輝之
- (3) 所在地：鹿児島県薩摩川内市水引町2803
- (4) URL： <https://www.ecommit.jp/>
- (5) 設立：2008年10月1日

### 受賞履歴

#### 2023年

- EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー 2023 ジャパン、Regional Vitalization Leader 部門を受賞
- 環境省主催、第11回グッドライフアワードにて「実行委員会特別賞SDGsビジネス賞」を受賞
- crQlr Awards 2023にて、審査員賞「Power from Bottom Up Prize」を受賞

#### 2024年

- ICCサミット FUKUOKA 2024 最高峰ピッチ「カタパルト・グランプリ」で優勝
- 資源循環インフラ「PASSTO」が2024年度グッドデザイン賞を受賞

## 目指す社会への一步を、ここから。

私たちの今の社会・経済の仕組みによって生まれる負の外部性を内省化すること、経済モデルをリニアエコノミーからサーキュラーエコノミーへ転換していくこと、この地球の限られた資源、あるいは地球自体が、私たちにとって代えがたいコモンズであるということ、これを再認知し、社会の仕組みに落とし込むということ・・・。唯一無二の地球上で、私たちが未来も暮らし続けるために、必要な変化の量の多さと、大きな「社会のしくみ」という壁の前に、日々無力感を禁じ得ません。

ECOMMITは小さな会社です。私たちが今、救えている資源の量もたかが知れています。今回このレポートを発行するにあたり、ECOMMITとして目指す社会像、そこまでの道のりとなるインパクトストーリー（一般的には「ロジックモデル」や「Theory of Change」と呼ばれます）をまとめ、すでに取り組み始めていること、これから取り組む必要があることを整理しました。まだまだ、目指す道のは遠く長く、インパクトを出しているとは言い切れない。進む速度も、もどかしいほど速くない。でも、そこへ向けて着実に今も一步を歩んでいる。そんな、重たい一步で大地を踏み締める思いを込めて、「IMPACT “PROGRESS” REPORT」としました。

目指す未来に向かって、今の私たちの現在地をみなさまと共有し、仲間と一緒に歩みを早めることでしか、実現しない未来がある。2050年カーボンニュートラルは不可能だという科学者の見解も出ています。私たちが生きている間に、人間社会のあり方を自主的に転換していくことは奇跡に近いことなのかもしれません。そんな中、資源循環の「インフラ」となろうとするECOMMITの挑戦は、きっと他にも手法がある中で、あえてなぜそこで勝負をするのかと言いたくなるほど茨の道です。人も、トラックも、設備も、場所も、インフラになろうと思うと必要なものばかり。足りないものを超えて実現していくには、きっと、このレポートで表現したインパクトストーリーの「まだ白い」部分に、みなさまのインプットが加わり、さらにストーリーの具体性が増していく、そんなプロセスなのだと思います。

この地球に共に暮らす一人として、ぜひ同じ挑戦に加わってください。

株式会社ECOMMIT 上席執行役員CSO 兼 ESG推進室長 坂野 晶

