

令和5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

高齢者の力でリユース推進！
粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業

事業報告書

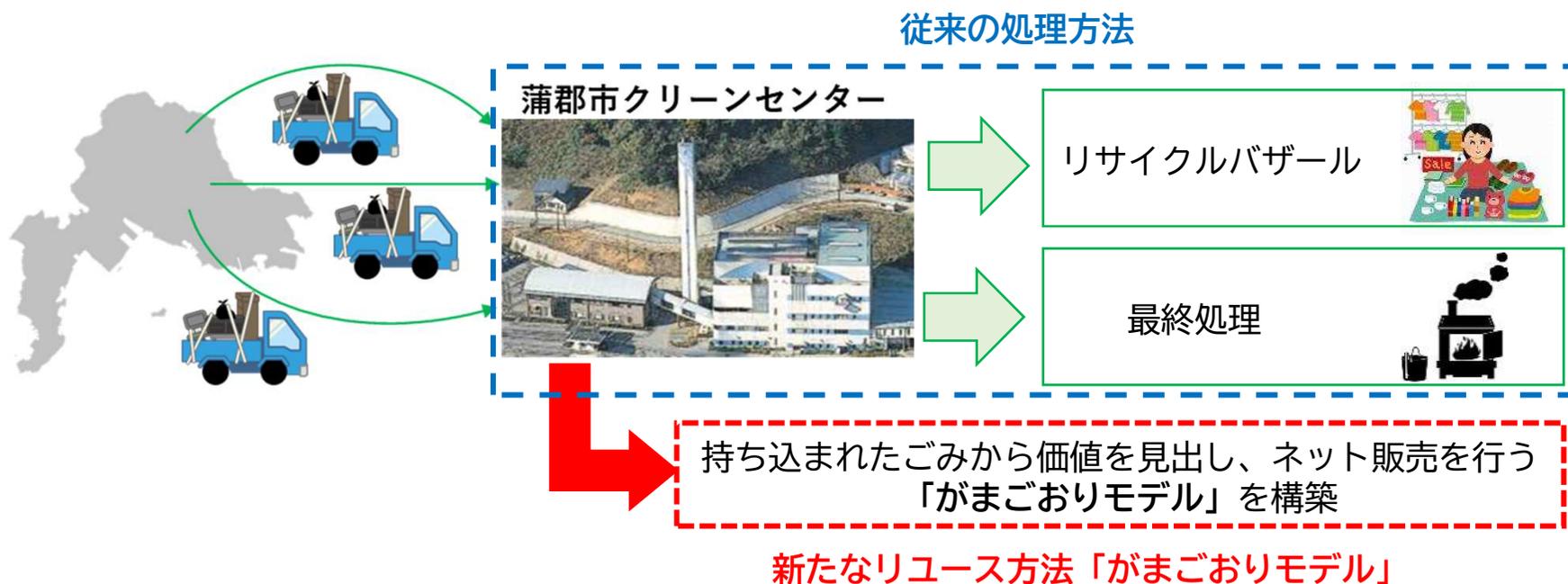
実施団体名 蒲郡市

2024年2月

< 事業の全体概要 >

事業の概要と目的

- 市民から持ち込まれた粗大ごみを選別し、リユース可能な資源を商品として「メルカリShops」にて販売
- シルバー人材センターへ委託することで出品量を増やし、粗大ごみのリユースを積極的に実施することで市民のリユース意識の向上につなげ、また、雇用を創出する
- 委託業務を「がまごおりモデル」としてワンパッケージ化することで、他の自治体へ横展開を図る



<目次>

1. 対象地域の概要
2. 事業の目的と具体的な取組
3. 事業の内容および実施期間
4. 実施体制
5. 事業の成果と課題
 - ネット販売
 - リユース講座
 - アンケート
 - その他
6. 事業終了後の継続方針
7. 横展開のポイント

参考資料

1. 対象地域の概要

蒲郡市の概要

人口	78,199人 (令和5年10月1日現在)	世帯数	33,499世帯 (令和5年10月1日現在)
年齢構成	総人口に対する年少人口比率が11.6%、生産年齢人口比率が58.4%、老年人口比率が30.0%で、少子高齢化が進行		
蒲郡市の特徴	<ul style="list-style-type: none">■愛知県に属し、本州のほぼ中心に位置する海辺の観光地■市内に4つの温泉地を有し、風光明媚な景観が特徴■年間32,000tのごみが排出され、市民一人当たりのごみの量は約1,144gで愛知県内の全54市町村のうちワースト4位■循環経済型の都市を目指し、令和3年11月に「サーキュラーシティ蒲郡」を表明		
本事業の対象地区	市民の粗大ごみを受け付けているごみ処理施設「蒲郡市クリーンセンター」を中心拠点とし、市民のリユース意識の向上を促す取組であるため市域全体の33,499世帯を対象とする		
リユース施策	<ul style="list-style-type: none">■ごみ処理場に持ち込まれる粗大ごみや市役所内の備品を「メルカリShops」にて販売■「メルカリShops」で一定期間売れなかったものや大型のごみ等は入札方式によるリサイクルバザールを開催■家庭内の不要だがまだ使える物品を一時的に保管する箱「メルカリエコボックス」を市民へ配布（令和4年5月から開始）■フリマアプリ「メルカリ」の出品の操作を覚えていただくメルカリ教室の開催■市立学校において不要になった制服を下級生や新1年生などに販売するバザールを開催■ごみの分別を含むごみ出しマナー教室を市の職員が講師となり小学校など幼少期から地域における高齢者まで幅広く開催		

2. 事業の目的と具体的な取組

事業目的と具体的な取組

- 自治体自らが率先してリユース事業を実施することで、市民のリユース意識の向上を図るとともに、まだ使用できるリユース品の排出ルートの多様化を図る
- Eコマースプラットフォーム「メルカリShops」への出品・販売業務を（公社）蒲郡市シルバー人材センターへ業務委託することにより、出品数やリユース率の向上、ネット販売ノウハウの習得、雇用の創出を図る
- 本事業を「がまごおりモデル」としてワンパッケージ化することで、他の自治体等へ横展開し易い事業モデルを構築する

目的	取組	効果検証方法
市民のリユース意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> ■チラシの作成・配布 ■リユース講座の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ◆チラシの配布枚数 ◆リユース講座参加者アンケート ◆市民アンケートの実施・検証
出品数・リユース率の向上	<ul style="list-style-type: none"> ■出品・販売業務の業務委託 ■業務フローチャートの作成による業務フローの見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ◆出品数、販売数、販売量(kg)の算出 ◆業務フローの作成・改善
ネット販売ノウハウの習得	<ul style="list-style-type: none"> ■メルカリ等利用実績のない作業者の事業参画 	<ul style="list-style-type: none"> ◆作業者へのヒアリング ◆リユース講座での体験発表
雇用の創出	<ul style="list-style-type: none"> ■出品・販売業務の業務委託 	<ul style="list-style-type: none"> ◆事業モデルの持続可能性判断
他自治体への横展開	<ul style="list-style-type: none"> ■出品・販売業務のワンパッケージ化による「がまごおりモデル」の構築 ■事業を収益化するための分析 	<ul style="list-style-type: none"> ◆備品・出品チェックリストの作成 ◆収支計算

3. 事業の内容および実施期間

事業名

高齢者の力でリユース推進！
粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル化事業

事業の内容および実施期間

- 市内から蒲郡市クリーンセンターに持ち込まれた粗大ごみを選別し、まだ使えるものを商品として「メルカリShops」にて販売する事業を（公社）蒲郡市シルバー人材センターに業務委託し、ネット販売を行う実証事業を10月、11月は配送、12月は現地引き取りで3か月間行った。
- 実証事業に携わった作業員によるリユース講座を1月に行い、実証事業で蓄積されたネット販売の出品ノウハウを市民へ拡大し、市民のリユース意識の向上を図った。
- 市民を対象としたアンケート調査を2月に実施し、市民のリユース意識等を調査した。

実施事業	実施内容	10月	11月	12月	1月	2月
ネット販売	(公社)蒲郡市シルバー人材センターにより、蒲郡市クリーンセンターに持ち込まれた粗大ごみのネット販売実証事業の実施	配送モデル	配送モデル + 商品値下げ	現地引き 取りモデル		
リユース講座	事業に参加した作業員によるリユース講座を開催し、リユース意識の向上を図る					
アンケート	アンケートを実施し、市民のリユース意識を定量的に把握する					

3. 事業の内容および実施期間

配送モデル (10月~11月実施)

蒲郡市クリーンセンターにて粗大ごみを引き取り、まだ使えそうなものを一時保管場所へ移動

(公社) 蒲郡市シルバー人材センター



- ・リユース品の選定
- ・検品作業
- ・「メルカリShops」出品
- ・梱包作業



2300万人※が利用する国内最大のフリマサービス
=リユース率の向上

環境清掃課 (クリーンセンター) にて商品確認・配送

※ 2024年6月期 第1四半期決算短信 決算説明資料
(<https://pdf.irpocket.com/C4385/MH4b/aRze/Gjgz.pdf>)

シルバー人材センターへの業務委託
=高齢者のネット販売ノウハウ取得

メルカリの利用
=ネットワーク外部性の享受

配送での販売
=マーケットの拡大



委託業務内容



【①出勤】
・貸与物と鍵の受取り
※参考資料1



【②商品選定】
・一時保管庫からリユース可能なものを選定



【③出品準備】
・検品、清掃、撮影、採寸、価格調査、梱包資材選定
※参考資料2



【④出品作業】
・メルカリShopsにて出品作業
※参考資料3



【⑤発送準備】
・売れたものを確認・梱包
・集荷番号貼付、運搬
※参考資料4



【⑥検査・配送】
・市の職員の検査
・テープ止めして配送

3. 事業の内容および実施期間

現地引き取りモデル（12月実施）

蒲郡市クリーンセンターにて粗大ごみを引き取り、まだ使えそうなものを一時保管場所へ移動

(公社) 蒲郡市シルバー人材センター



- ・リユース品の選定
- ・検品作業
- ・「メルカリShops」出品



2300万人※が利用する国内最大のフリマサービス
＝リユース率の向上

環境清掃課（クリーンセンター）にて商品確認・引渡し

※ 2024年6月期 第1四半期決算短信 決算説明資料
(<https://pdf.irpocket.com/C4385/MH4b/aRze/Gjgz.pdf>)

シルバー人材センターへの業務委託
＝高齢者のネット販売ノウハウ取得

メルカリの利用
＝ネットワーク外部性の享受

現地引き取りでの販売
＝大きく、重たい商品も販売可能



委託業務内容



【①出勤】
・貸与物と鍵の受取り
※参考資料1



【②商品選定】
・一時保管庫からリユース可能なものを選定



【③出品準備】
・検品、清掃、撮影、採寸、価格調査、梱包資材選定
※参考資料2



【④出品作業】
・メルカリShopsにて出品作業
※参考資料3



【⑤検査・引渡し】
・市の職員の検査
・購入者へ引渡し

4. 実施体制

事業参加者の役割

■蒲郡市 企画政策課 サークュラーシティ推進室：総合窓口、連携先との調整等全体調整

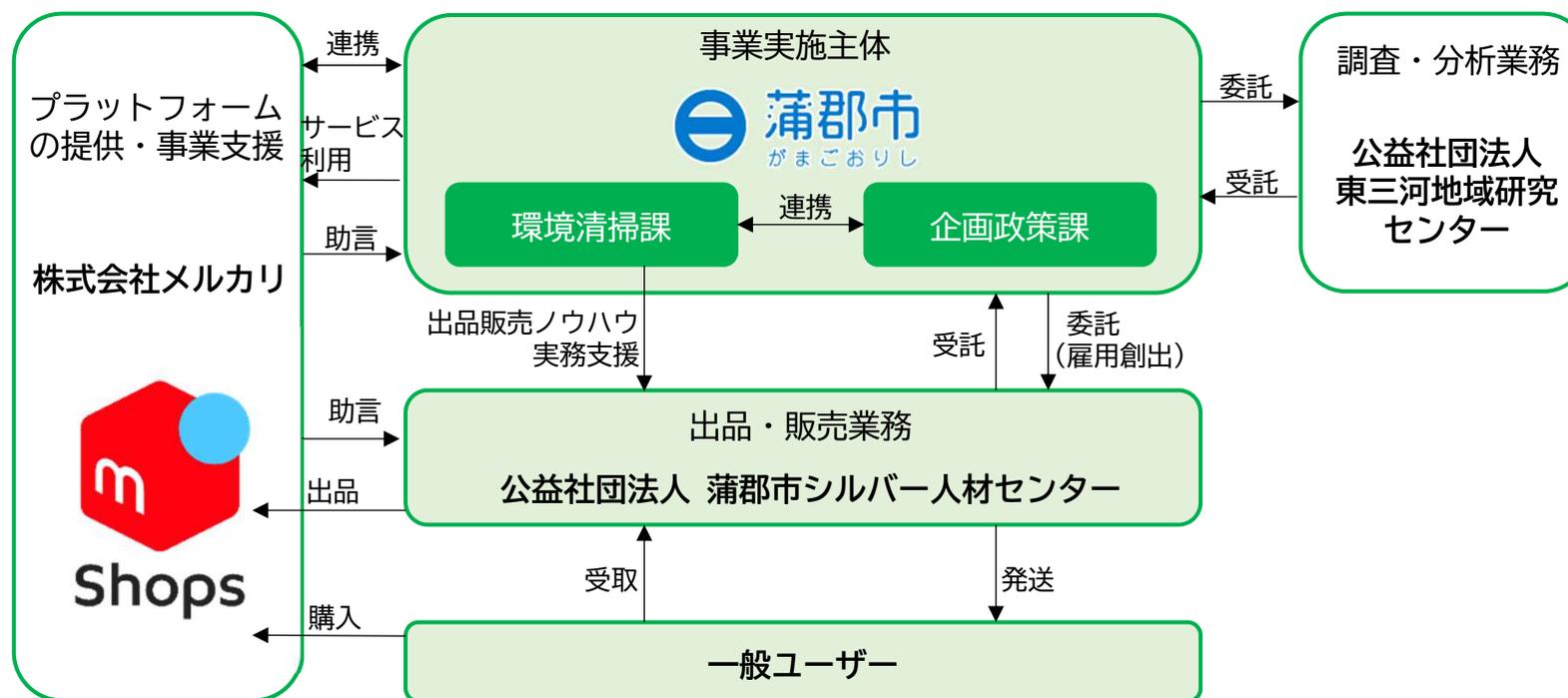
環境清掃課：リユース可能品の選定、検品、出品等実務支援

■公益社団法人蒲郡市シルバー人材センター：リユース可能品の選定、検品、出品等の出品・販売業務の請負

■株式会社メルカリ：「メルカリShops」運営に係る助言、他自治体へ展開するための協議、広報の支援

■公益社団法人東三河地域研究センター：事業全体への助言、業務フローや収支、ごみ削減量等各種分析業務及び事業実績のとりまとめや報告書作成支援

事業実施体制



5. 事業の成果と課題

■実施した3つの事業（ネット販売、リユース講座、アンケート）等について、それぞれ以下の観点から事業の成果と課題を整理した。

【ネット販売】

- 主要指標に関する分析
 - － 主要指標による成果検証
 - － 主要指標による単月の成果検証
 - － 主要指標に対する成果と課題
- 収支計算等に関する分析
 - － 収支計算による検証
 - － 損益分岐点
 - － 収支計算による課題抽出と対応方法の検討
 - － 収益化のシミュレーション
- 商品・商圏分析
 - － 商品分析
 - － 商圏分析
 - － 商品・商圏分析による課題抽出と対応方法の検討
- 業務フロー分析
 - － 業務フロー分析
 - － 業務フロー分析による課題抽出と対応方法の検討
- 作業者ヒアリング

【リユース講座】

- 参加者の声
- アンケート結果

【アンケート】

- アンケート調査結果

【その他】

- チラシによる周知
- メディア掲載による周知

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による成果検証（令和5年10月1日～12月28日）

- 本事業で販売・出品業務を外部委託したことにより、出品数は202品（前年同月比+184品）、販売数は79品（前年同月比+69品）、販売重量は172.6kg（前年同月比+94.5kg）、CO2削減量は133.8kgCO2（前年同月比+73.3kgCO2）、販売金額は188,170円（前年同月比+173,070円）となった。
- 出品数は出品業務の委託により大幅に増加した。一方、出品数に対する販売数の割合は今年度モデル事業が39.1%（=本モデルにおけるリユース率）で、昨年の55.6%から16.5ポイント減少した。
- 本モデルにおけるリユース率は、出品可能なもの（=出品したもの）のうちリユースされたもの（=売れたもの）の割合と定義する。
品数ベース：39.1% 重量ベース：29.7%

本事業の実績（令和5年10月1日～12月28日）					
出品数	202品	販売数	79品	販売重量(実測値)	172.6kg
CO2削減量※	133.8kgCO2		販売金額	188,170円	

※ 環境省HPの排出係数を利用
排出係数はごみ固形燃料（RDF）の生成を想定し係数0.775を利用

参考 本事業取組前の実績

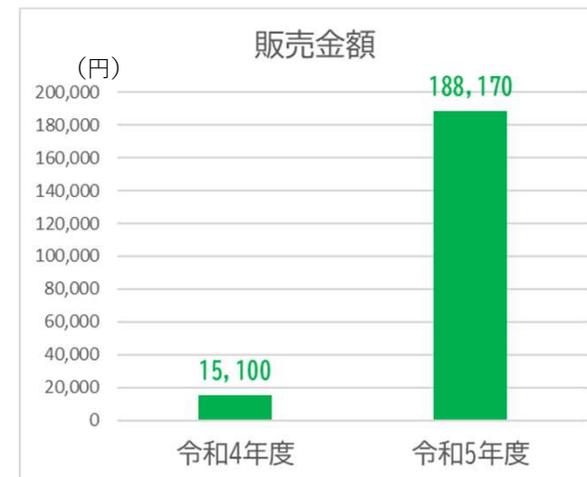
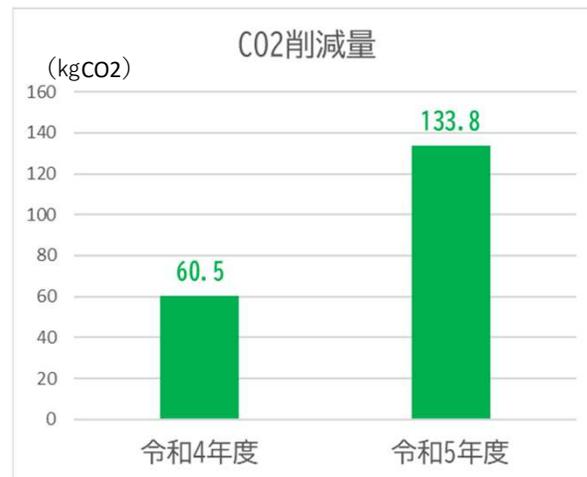
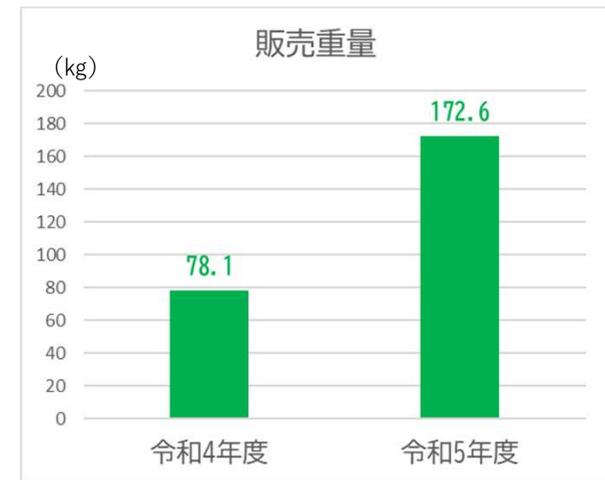
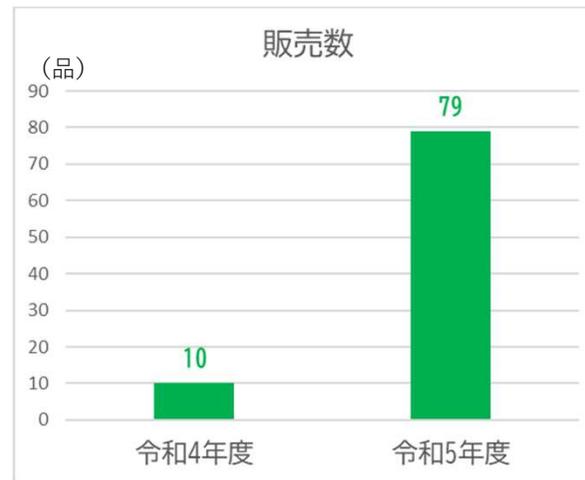
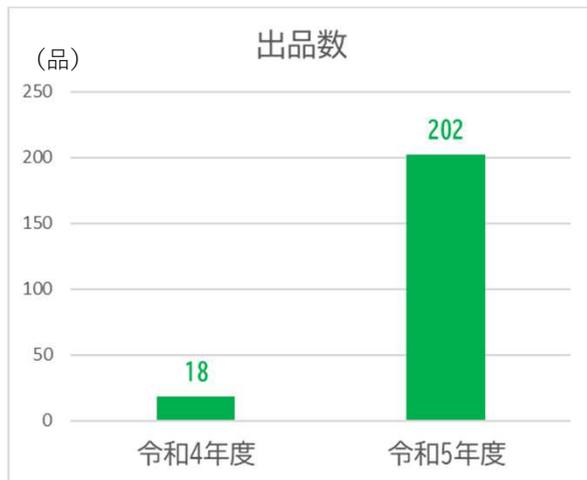
前年同月の取組実績（令和4年10月1日～12月28日）					
出品数	18品	販売数	10品	販売重量(実測値)	78.1kg
CO2削減量	60.5kgCO2		販売金額	15,100円	

※ 前年販売数は令和5年1月、3月に2品ずつ、計4品が販売された

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による成果検証（令和5年10月1日～12月28日）

- 令和5年度の主要5指標においては、蒲郡市の職員によって運営していた令和4年度と比較すると、大幅に増加した
- 販売重量及びCO2削減量の増加率が他の指標と比較して鈍化した要因としては、令和4年度は現地引き取りのみで実施していたことで、比較的重量のある商品を販売していたことが考えられる



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による単月の成果検証（10月～12月）

■ 10月は配送モデルで実施し、単月の主要指標の結果は以下のとおりであった。

本事業の実績（10月「配送モデル」）					
出品数	64品	販売数	11品	販売重量(実測値)	17.6kg
C02削減量※	13.6kgC02		販売金額	28,010円	

■ 11月は配送モデルで実施し、一定期間売れなかったものに対して値下げ対応を行った。

■ 値下げ作業が発生したことにより出品数は前月比6品減少したものの、販売数は26品増加（10月出品分含む）し、販売数の増加に伴い販売重量やC02削減量、販売金額も増加した。

本事業の実績（11月「配送モデル+値下げ対応」）					
出品数	58品	販売数	37品	販売重量(実測値)	70.5kg
C02削減量※	54.6kgC02		販売金額	73,110円	

■ 12月は現地引き取りモデルで実施した。

■ 現地引き取り販売によりマーケットが縮小し、販売数は前月比6品減少したものの、重量やサイズの大きな商品の販売が可能となったことで販売重量、C02削減量は増加した。

■ 作業者の慣れにより出品数は大幅に増加した。

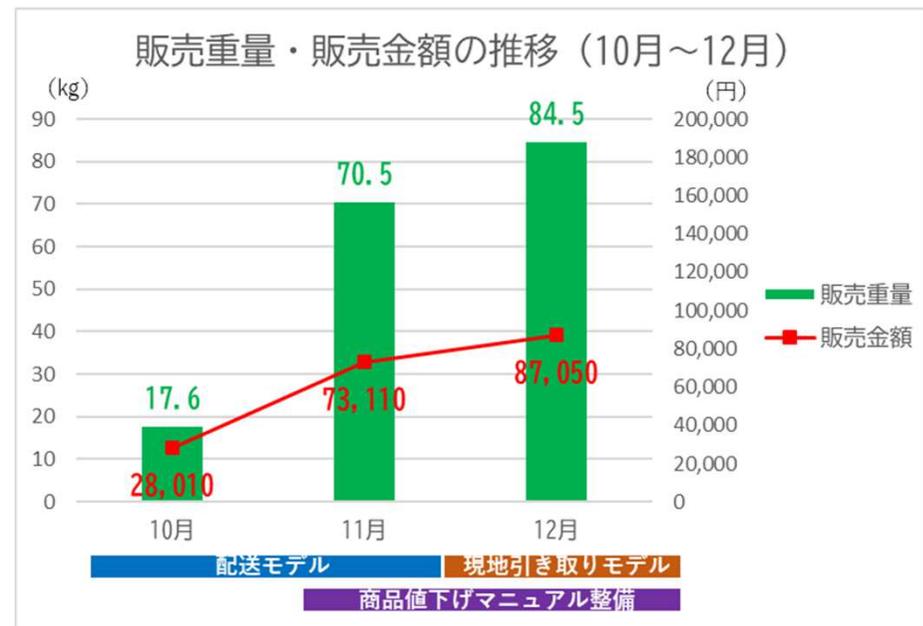
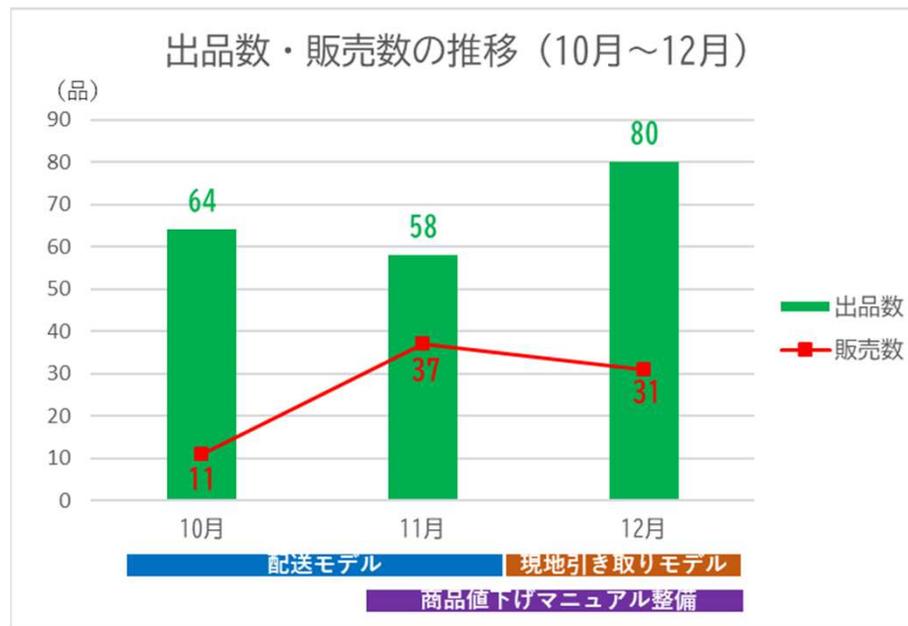
本事業の実績（12月「現地引き取りモデル」）					
出品数	80品	販売数	31品	販売重量(実測値)	84.5kg
C02削減量※	65.5kgC02		販売金額	87,050円	

※ 環境省HPの排出係数を利用
排出係数はごみ固形燃料（RDF）の生成を想定し係数0.775を利用

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標による単月の成果検証（10月～12月）

- 出品数は11月に商品値下げマニュアルの整備による値下げ工程が発生したことや、12月以降の現地引き取りモデルへの変更に伴う準備のため減少したが、12月には作業者の慣れにより出品目標を達成。
- 販売数は、配送モデルで商品値下げを実施した11月の販売実績が最も多く、前月出品していない10月が最も少ない。
- 販売重量は現地引き取りモデルに変更した12月が最も多く、それに伴いCO2排出量の削減効果も上昇したと考えられる。
- 販売金額は販売数が最も多かった11月より現地引き取りモデルへ変更した12月が最も大きく、重量のある商品が高額で販売できたことや、配送料の削減によって価格競争力が上がったことなどが考えられる。



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

主要指標に対する成果と課題

指標	成果・課題
出品数 (202品)	◆委託開始当初は作業員も不慣れなことや、販売方法変更による出品取り下げがあったことなどから目標としていた出品数（月80品）に届かなかったが、3カ月目には目標出品数が達成できた。期間中に出品可能品の枯渇はなく、マニュアル化して作業員の経験（慣れ）により出品数が増加することが考えられる。
販売数 (79品)	◆配送による販売が思うように伸びなかった。理由として配送料が加算されると粗大ごみとして出された商品の特性上、商品の価値に見合う価格設定が比較的困難であった。
販売重量 (172.6kg)	◆配送で行っていた月は、多くの方にリーチできた半面、大きさ、重量の制限があり、重量は伸びなかった。現地引き取りで行った月は販売重量も伸びている。商品選定によるところが大きい。
CO2削減量 (133.8kgCO2)	◆重量に比例している数値であるが、一定の効果は得られた。配送・現地引き取りの選択によっても大きく左右される指標である。
販売金額 (188,170円)	◆人件費分を賄うまでの売上は確保できていないが、削減できたごみの量（処理するための経費の回避）、CO2削減量、市民へのリユース意識の醸成を加味すると十分価値のある事業である。

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収支計算による検証（10～12月実績）

- 収入188,170円に対し支出が463,129円で、274,959円の損失計上
- 現地引き取りと変動費を抑えた12月には損失が減少したため、収益性では現地引き取りモデルの方が収益化できる可能性がある
- 配送モデルでは配送料負担が大きい

収入の部

項目	金額	備考
売上	¥188,170	配送料を含む
合計	¥188,170	

支出の部

項目	金額	備考
メルカリ手数料	¥18,817	販売価格(送料込)×10%
振込手数料	¥600	
ダンボール	¥2,520	1個84円
エアークッション	¥1,393	37m利用
配送料	¥53,270	
人件費	¥386,529	2人、交通費・消費税込
合計	¥463,129	

収入金額合計	¥188,170
支出金額合計	¥463,129
差し引き金額	¥-274,959

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収支計算による検証（10～12月実績）

- 10月～12月は単月で損失計上
- 11月は値下げを実施し売上増加し、売上は10月比2.6倍の73,110円まで増加したものの、販売利益は前月比-11,183円の-122,706円 ※値下げ基準は参考資料5参照
- 12月は梱包用ダンボールとエアークッションについては排出された資源ごみを再利用し、消耗品費を抑制
- また、12月は配送料負担軽減のため現地引き取りモデルにて実施し、売上増加、変動費も大幅に減少
- 12月は損失幅が抑えられたため、収益面では現地引き取りモデルが良いと考えられる
- ごみ処理にかかる費用は、1kgあたり35.5円（概算）であることから、各月費用減少効果も考えられる

10月	
売上	¥28,010
収入計	¥28,010
メルカリ手数料	¥2,801
振込手数料	¥200
ダンボール	¥924
エアークッション	¥363
配送料	¥12,180
人件費	¥123,065
費用計	¥139,533
差し引き金額	¥-111,523

11月	
売上	¥73,110
収入計	¥73,110
メルカリ手数料	¥7,311
振込手数料	¥200
ダンボール	¥1,596
エアークッション	¥1,030
配送料	¥39,860
人件費	¥145,819
費用計	¥195,816
差し引き金額	¥-122,706

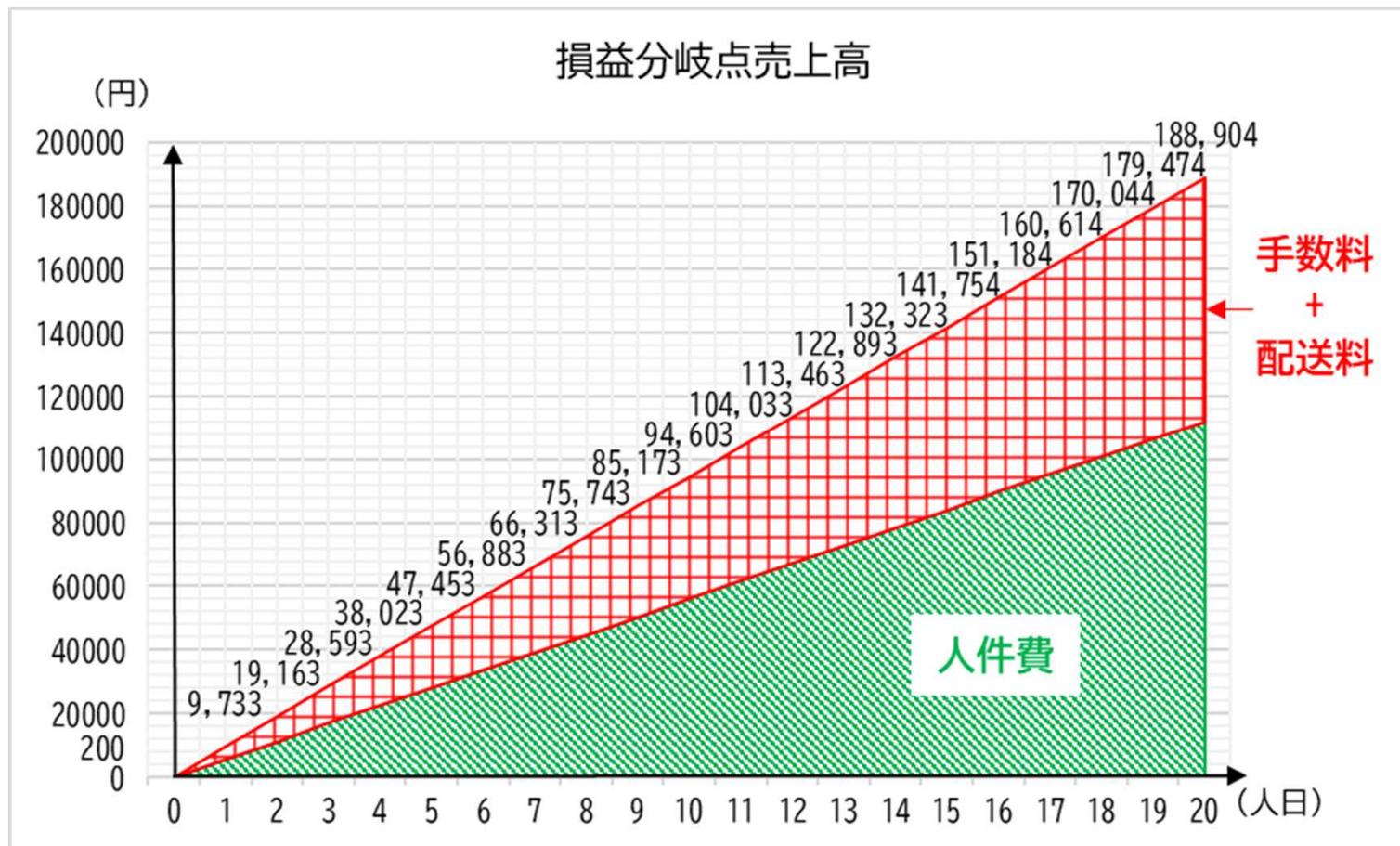
12月	
売上	¥87,050
収入計	¥87,050
メルカリ手数料	¥8,705
振込手数料	¥200
ダンボール	¥0
エアークッション	¥0
配送料	¥1,230
人件費	¥117,645
費用計	¥127,780
差し引き金額	¥-40,730

注：12月は原則現地引き取りのみだが、東京都から郵送依頼があり対応

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

損益分岐点（配送モデル）

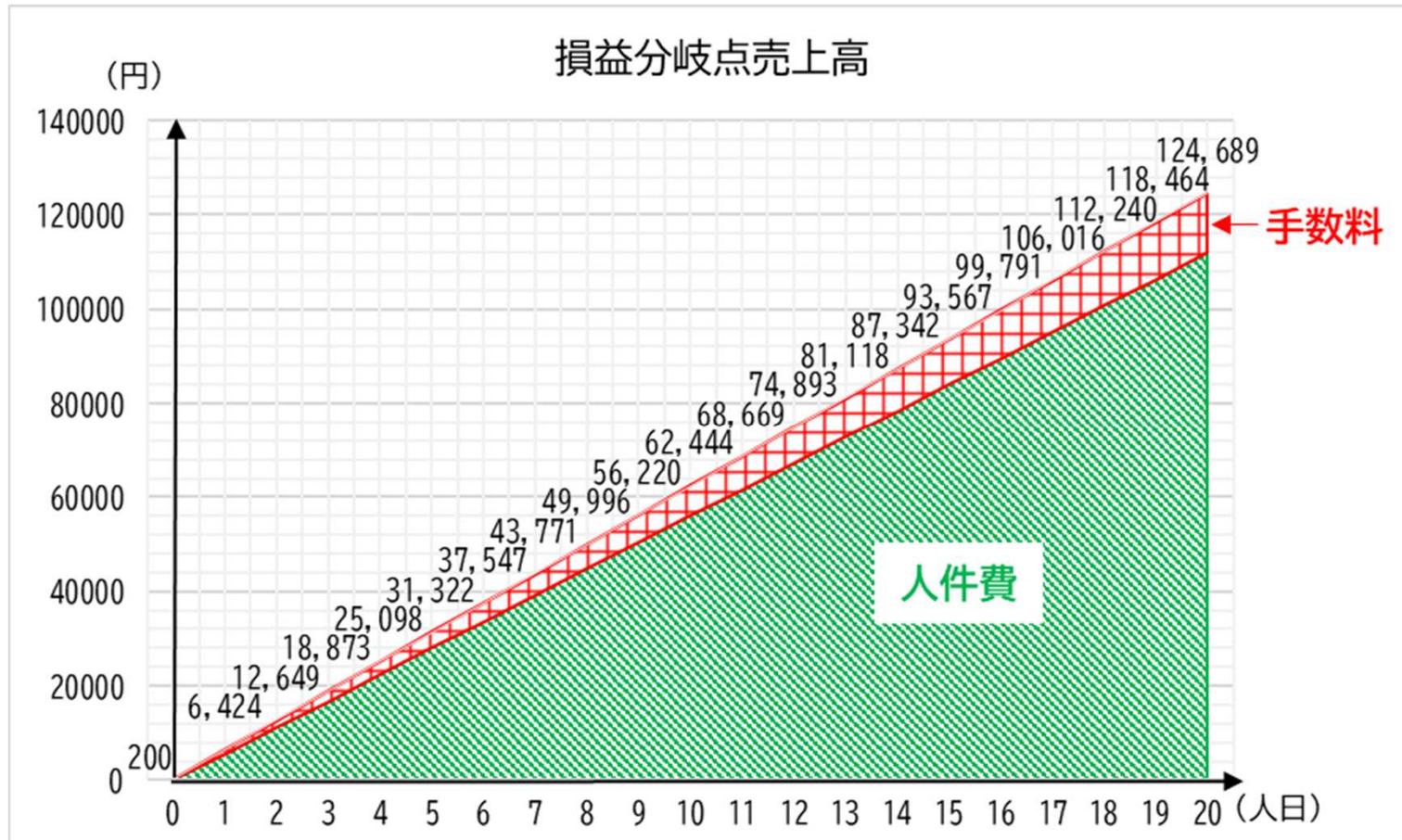
- 1日当たり4時間、2名、週3回（月・水・金）、10日/月で作業
- 10月、11月の売上は101,120円、配送料は52,040円で販売額の51.5%を配送料が占めた
- 1人日当たり人件費は5,602円（交通費込）で、20人日（80人時）作業した場合の損益分岐点売上高は188,904円
- 10月、11月の平均販売価格は2,107円（送料込）であったことから、**約90品/月**の販売が必要



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

損益分岐点 (現地引き取りモデル)

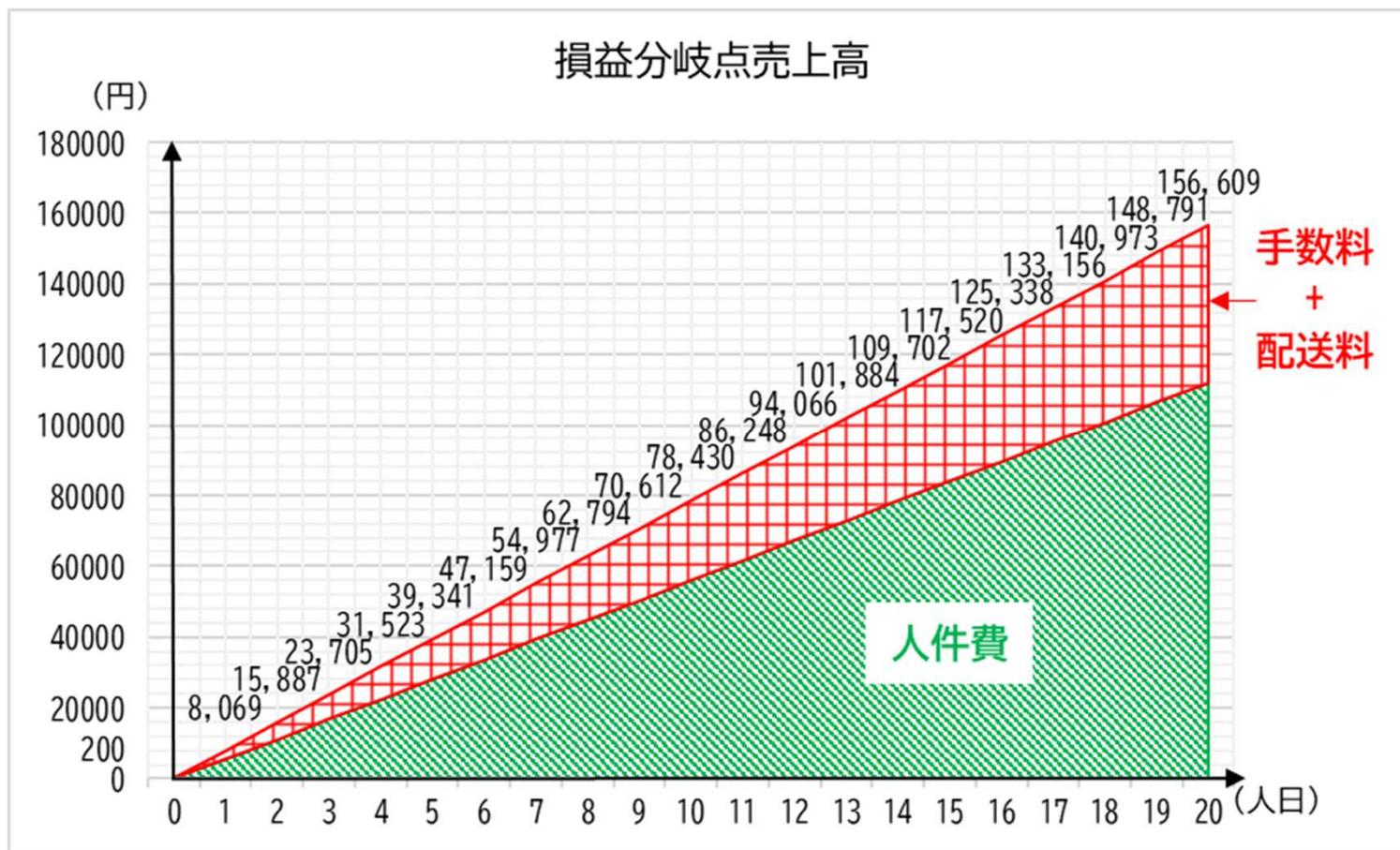
- 1日当たり4時間、2名、週3回(月・水・金)、10日/月で作業
- 1人日当たり人件費は5,602円(交通費込)で、20人日(80人時)作業した場合の損益分岐点売上高は124,689円
- 現地引き取りモデル(12月)の1品出品にかかる人件費は117,645円÷80品=約1,470円
- 12月の平均販売価格は2,808円であったことから、20人日で**約45品/月**の販売が必要



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

損益分岐点 (ハイブリッドモデルの概算)

- 1日当たり4時間、2名、週3回（月・水・金）、10日/月で作業
- 1人日当たり人件費は5,602円（交通費込）で、20人日（80人時）作業した場合の損益分岐点売上高は156,609円
- 10月～12月の平均販売価格は2,382円であったことから、20人日で約80品/月の販売が必要



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収支計算による課題抽出と対応方法の検討

課題	対応方法の検討
消耗品費の削減	<ul style="list-style-type: none"> ◆梱包用段ボールは、市民から出された段ボールの利用は可能か ◆エアークッションは市民が持ち込む古紙等で対応できないか ※11月より持ち込まれるダンボールの再利用を開始 ※12月より古紙の利用によりエアークッションの利用を停止
配送料の削減	<ul style="list-style-type: none"> ◆現地引き取り販売の検討 ※12月より現地引き取りの実証を実施
人件費の見直し	<ul style="list-style-type: none"> ◆適正人員（作業回数、作業時間）の検討 ◆適正配置の検討
損益分岐点売上高の確保	<ul style="list-style-type: none"> ◆販売金額＝販売単価×販売数量 ◆リユース促進のため販売数量確保の検討⇨出品数増加策の検討

■ごみ処理量が大きく減少した場合、処理費用の減少が見込まれる

■令和3年の蒲郡市の一般廃棄物処理にかかる処理費用は1 kg当たり35.5円であった。

参考 蒲郡市の一般廃棄物処理にかかる処理費用（令和3年実績）

ごみ処理経費（千円）	総排出量（t）	1 kg当たり処理費用（円/kg）
1, 139, 476	32, 135	35.5

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

収益化のシミュレーション（12月の売上ベース）

- 一方で売上高を12月と同額とすると、人件費を78,145円に抑える必要があり、これは作業者を1人減らすか、作業者の業務時間を凡そ半減させる必要がある。
- 作業者を1人減らしたり、業務時間を半減させて売上を維持させることは困難であるが、作業習得により業務時間の短縮は考えられる。収益面だけでなく、CO2の削減効果やリユース意識の向上、作業者のリユースノウハウの取得等を踏まえ、事業規模を決定することが有効だと考えられる。

収入の部

項目	金額	備考
売上	¥87,050	配送料を含む
合計	¥87,050	

支出の部

項目	金額	備考
メルカリ手数料	¥8,705	販売価格(送料込)×10%
振込手数料	¥200	
ダンボール	¥0	1個84円
エアークッション	¥0	
配送料	¥0	
人件費	¥78,145	2人、交通費・消費税込
合計	¥87,050	

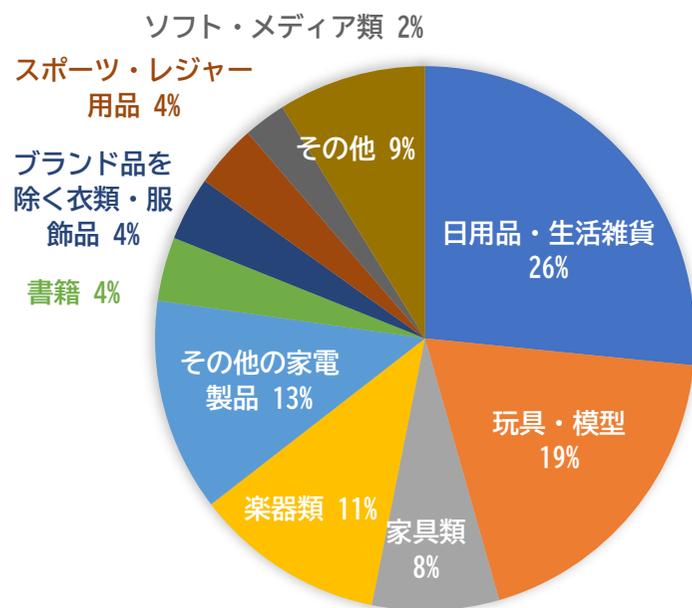
収入金額合計	¥87,050
支出金額合計	¥87,050
差し引き金額	¥0

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（10月～12月）

- 販売品目は日用品・生活雑貨が最も多く（26%）、次いで玩具・模型（19%）、家電製品（13%）であった。
- 環境省のリユース市場規模調査結果の市場規模推計と結果が異なった要因は、市場規模の大きな商品は粗大ごみとして出されることが少ないことなどが考えられる。
- 一方、売れた79品については72品が環境省のリユース市場規模調査の項目に分類できたため、環境省のリユース市場規模調査で挙げられている項目の商品を積極的に出品することが有効だと考えられる。

本事業における販売個数と割合



※品目は環境省「リユース市場規模調査」に準ずる

	販売数(個)	出品数(個)	売れやすさ	販売利益
日用品・生活雑貨	21	56	△	×
玩具・模型	15	30	○	○
家具類	6	16	△	△
楽器類	9	15	○	○
その他の家電製品	10	21	△	△
書籍	3	5	○	△
ブランド品を除く衣類・服飾品	3	6	○	×
スポーツ・レジャー用品	3	11	×	△
ソフト・メディア類	2	6	△	×
その他	7	36	×	○
合計	79	202		

売れやすさ ○…購入率50%以上 △…30%以上50%未満 ×…30%未満

販売利益 ○…5,000円以上利益が出た商品がある △…1,000～5,000円 ×…すべて1,000円未満

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れた商品の例：日用品・生活雑貨）

商品名：カメラ三脚
価格：1,500円

配送のみ、現地引き渡し不可  蒲郡市



商品名：コーヒーポットセット
シルバー食器
価格：2,200円

配送のみ、現地引き渡し不可  蒲郡市



商品名：ごみ箱
価格：600円

現地引取りのみ・配送いたしません  蒲郡市



商品名：キャリーワゴン
価格：3,750円

現地引取りのみ・配送いたしません  蒲郡市



商品名：タイヤ型掛け時計
価格：1,500円

配送のみ、現地引き渡し不可  蒲郡市



商品名：花瓶 ガラス 青ライン
価格：400円

現地引取りのみ・配送いたしません  蒲郡市



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れた商品の例：玩具・模型）

商品名：ゴジラフィギュア
価格：10,000円

現地引取りのみ・配送いたしません 蒲郡市



商品名：ワンピースフィギュア
価格：2,880円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：ディズニードール
価格：2,930円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：麻雀牌
価格：1,600円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：囲碁セット
価格：2,080円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：しんじゆく 看板
価格：7,500円

現地引取りのみ・配送いたしません 蒲郡市



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れた商品の例：その他家電製品）

商品名：ラジオ
価格：2,050円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：ジューサー
価格：2,300円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：ジューズミキサー
価格：1,500円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：ヘアードライヤー
価格：1,500円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：ハンディターボクリーナー
価格：1,980円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



商品名：ノンオイルフライヤー
価格：2,630円

配送のみ、現地引き渡し不可 蒲郡市



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（売れなかった商品の例）

商品名：Leg majic
価格：800円
特徴：大量に持ち込まれるが、出品しても売れなかった



商品名：琴 カバー付き
価格：4,000円
特徴：楽器類は全体的に買われやすいが、
琴、大正琴は売れない



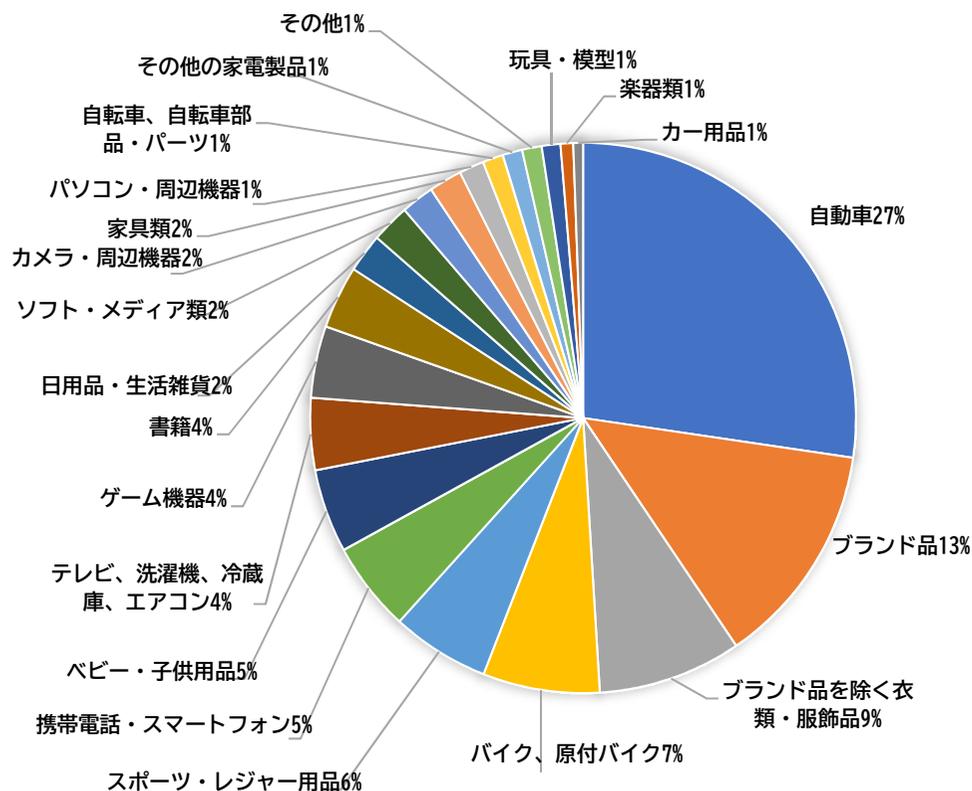
5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（参考：リユース市場分析）

- 環境省のリユース市場規模調査によると、フリマアプリの市場規模は全体で1,893億円（推計）
- 品目別では、自動車、ブランド品、ブランド品を除く衣類・服飾品の順で市場規模が大きく、需要のあるものを率先してリユースすることが粗大ごみの削減量の増加につながると考えられる

フリマアプリの品目別リユース市場規模の推計

(億円)



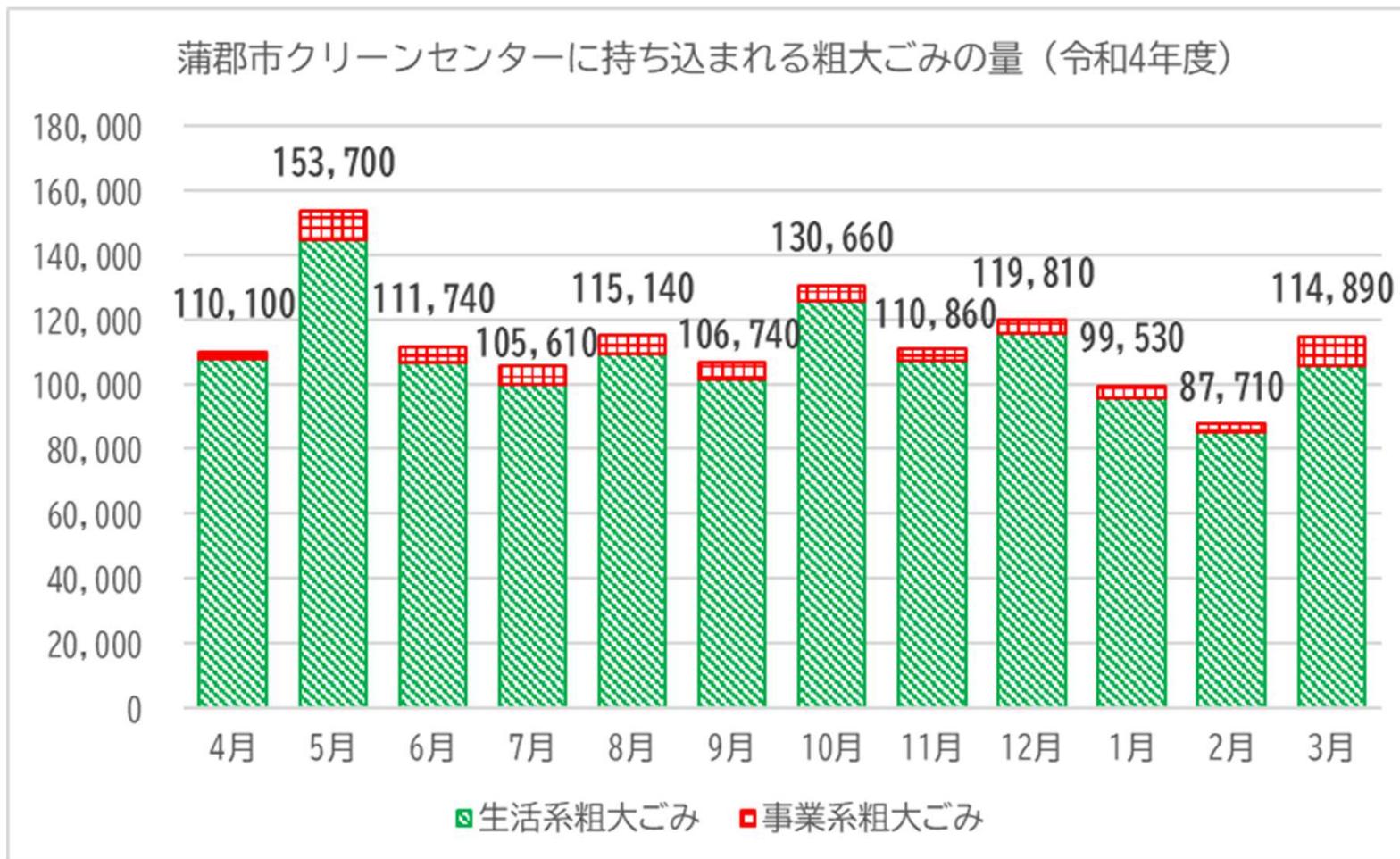
自動車	517
ブランド品	250
ブランド品を除く衣類・服飾品	161
バイク、原付バイク	131
スポーツ・レジャー用品	110
携帯電話・スマートフォン	100
ベビー・子供用品	93
テレビ、洗濯機、冷蔵庫、エアコン	80
ゲーム機器	80
書籍	70
日用品・生活雑貨	43
ソフト・メディア類	43
カメラ・周辺機器	37
家具類	37
パソコン・周辺機器	28
自転車、自転車部品・パーツ	23
その他の家電製品	22
その他	22
玩具・模型	21
楽器類	14
カー用品	11
合計	1,893

出典：環境省「令和3年度リユース市場規模調査」より作成

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品分析（参考：商品在庫の推計）

- 10月～12月における実証事業の期間中、出品する商品の枯渇は見られなかった。
- 令和4年度では10月、12月の粗大ごみの持ち込みが比較的多く、過去の在庫があったことから、通年事業では枯渇する可能性が考えられる。

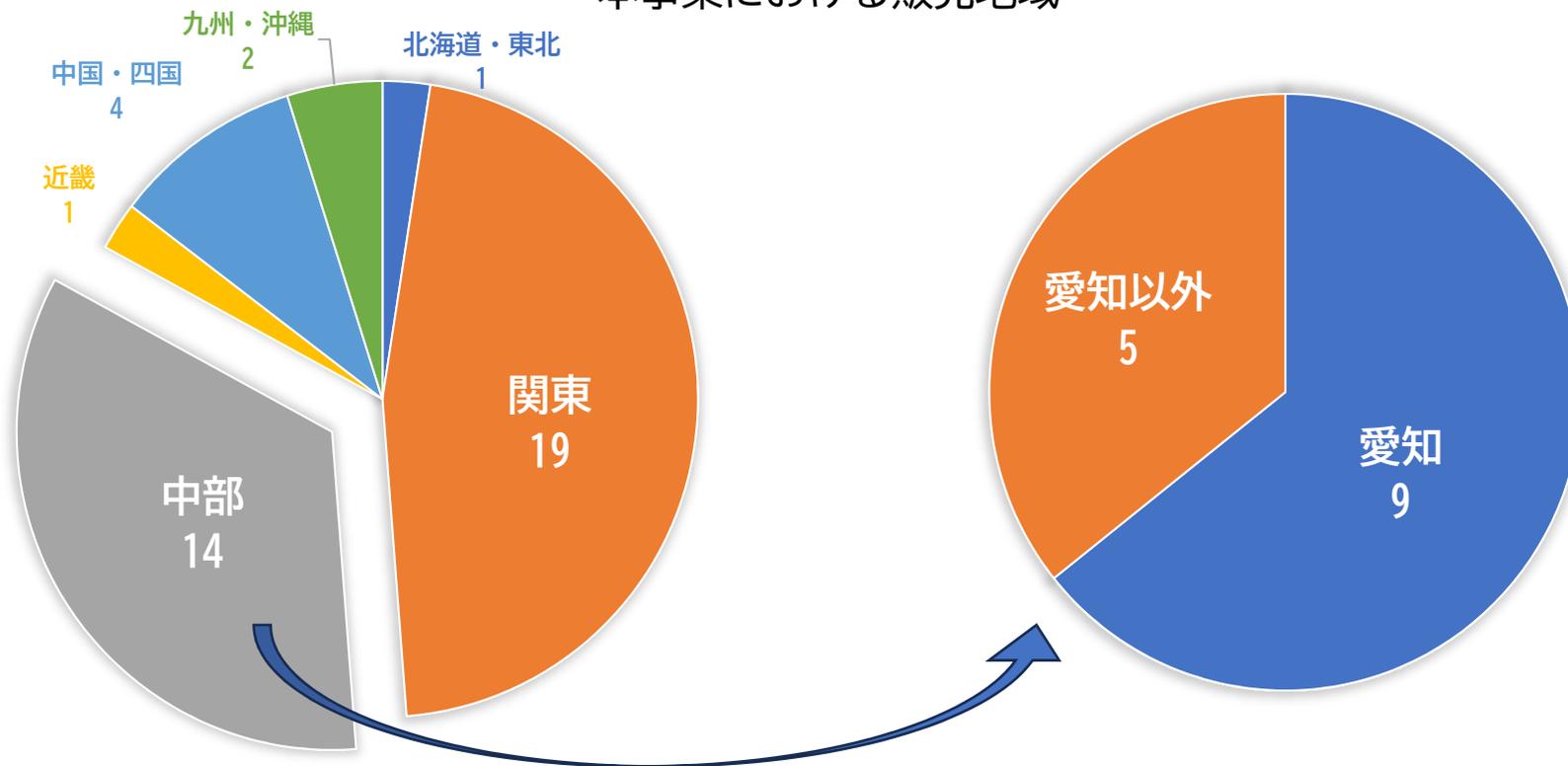


5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商圈分析 (10月～11月 配送モデル)

- 本事業における販売地域は、関東地方が19件で最も多く、次いで中部地方が14件、中国・四国地方が4件であった。
- 中部地方の64.3%にあたる9件は愛知県内へ販売された。
- 現地引き取りモデルのみにした場合、一番大きなマーケットである関東地方からの購入が減少し、機会損失が発生することが懸念される。
- 配送モデルの場合は中部・関東地方へ広く発信することが有効

本事業における販売地域

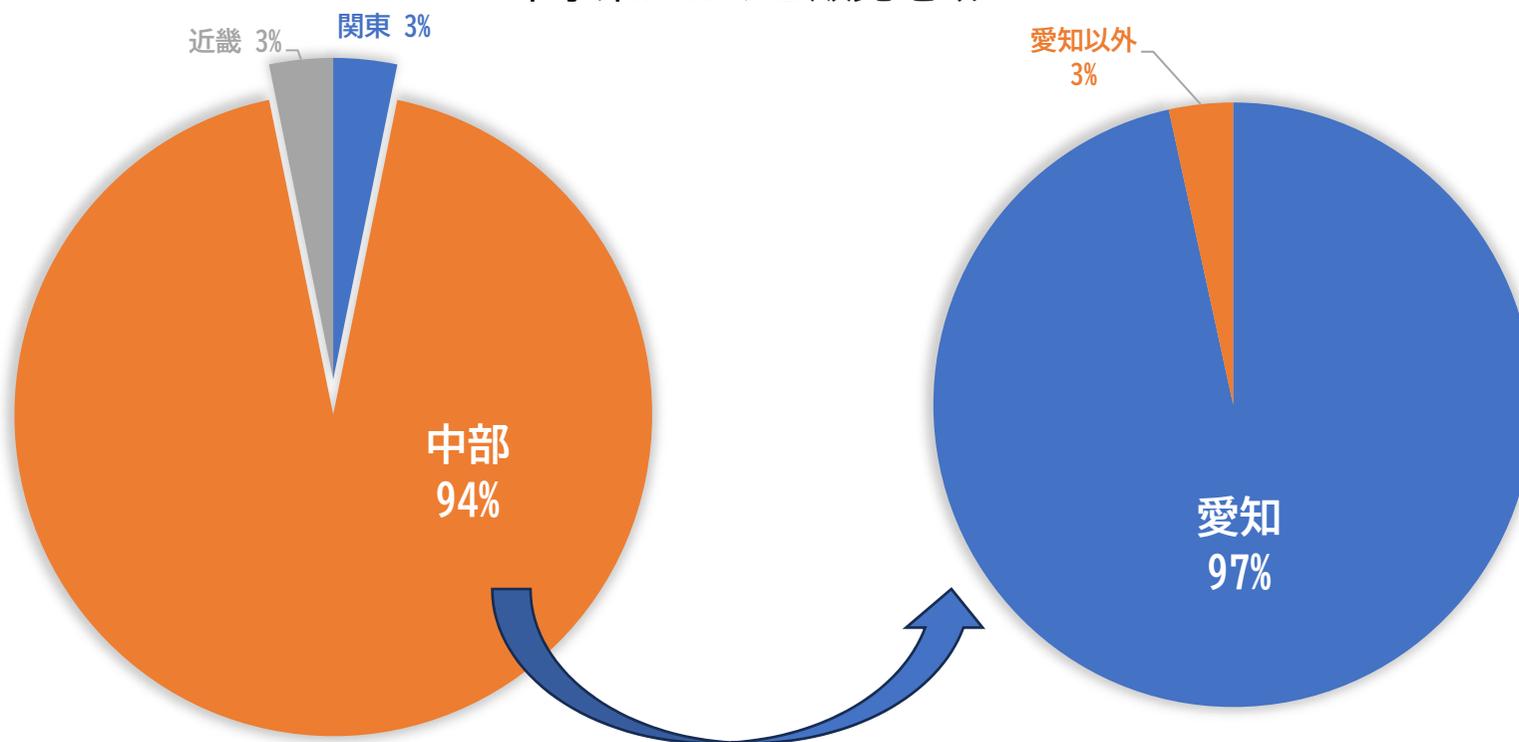


5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商圏分析 (12月 現地引き取りモデル)

- 関東への販売は東京都で、配送にて対応
- 近畿への販売は大阪府で、名古屋市の知人が引き取り
- 商圏は大幅に狭くなったものの、引き取りにより販売時の制限（サイズ・数量等）がなくなったことで販売金額や重量は増加した
- リユース品の地産地消モデルとして期待ができる

本事業における販売地域



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商圏分析 (12月 現地引き取りモデル)

本事業における県内販売地域



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

商品・商圈分析による課題抽出と対応方法の検討

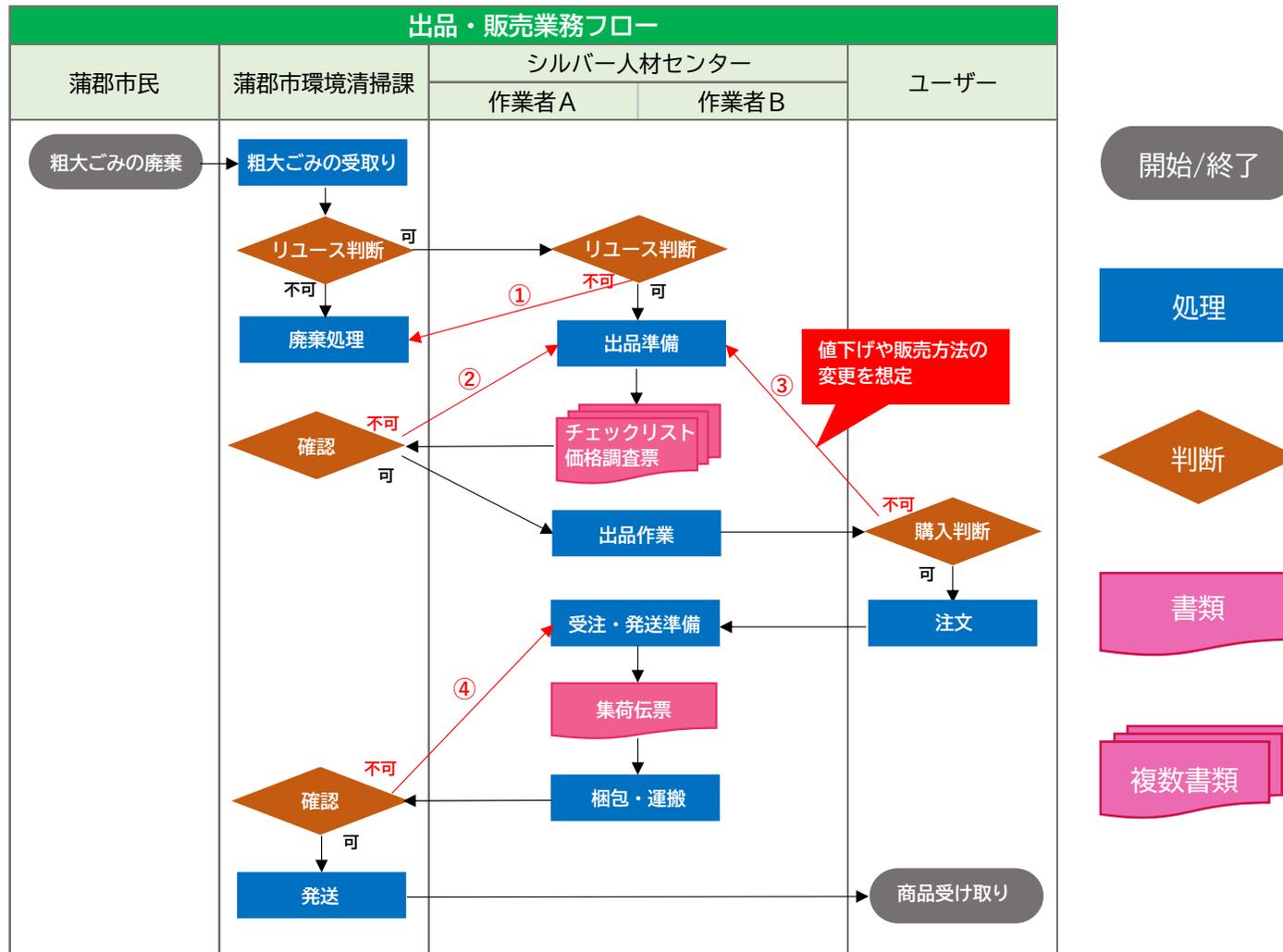
- 現地引き取りモデルの方が、配送モデルと比較して配送料がかからないことによる価格競争力は向上
- タッチポイント増加のためには出品頻度の増加や定期値引き、チラシ等広報活動が有効
- 商品選定には実績データの収集・活用に加え、作業者のノウハウが重要
- 販売モデルごとに商圈を分析し、低費用で効果的な広報活動を検討

課題	要因	対応方法の検討
適正な販売額の算出	<ul style="list-style-type: none"> ■ ブランドや型番が分かる商品ではなく、適正価格の算出が困難 ■ 配送料上乗せによる価格競争力の低下 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 価格決定マニュアルの検討 ※参考資料6 ◆ 現地引き取り販売の検討 ※12月に現地引き取りモデルを実施
タッチポイントの増加	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザーの購買意思決定が迅速である可能性が高いため、より多くのユーザーにより多くの回数閲覧してもらう取組が有効 ■ フォロワー数増加のため、チラシやメディアなどの広報活動が有効 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 値引き等通知機能の有効活用 ◆ チラシの作成・配布
商品選定	<ul style="list-style-type: none"> ■ 出品数に対する販売数の比率が本モデル事業実施以前と比較して大幅に減少したことから、商品選定の精度向上が有効 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品データの蓄積・活用の検討 ◆ 商品選定マニュアル作成の検討
マーケットの把握	<ul style="list-style-type: none"> ■ 現地引き取りや配送で商圈が大きく異なるため、販売先地域データの蓄積・活用が有効 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 商品・商圈分析の実施

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

業務フロー分析

- 赤矢印①～④工程にて部門を超えた手戻りが発生するため、部門内でのチェック体制の構築やマニュアル化などにより、判断不可とならないための取り組みが有効。
- ①、②、④工程は市のチェック前に別の作業員でチェックする体制を構築するなど、市の確認で不可とならないように取り組み、③工程は、値下げの時期や価格を事前にマニュアル化することで作業時間を短縮。



5. 事業の成果と課題【ネット販売】

業務フロー分析による課題抽出と対応方法の検討

- 各工程での蒲郡市による確認は必須であるため、市の確認前に別の作業員による確認や作業をできる限りマニュアル化することで効率化が図れる。

課題	要因	対応方法の検討
工程①	■蒲郡市のごみ処理施設職員によってリユース可能か判断し、更に本モデル作業員によって判断するため手戻り工程が発生する可能性	◆リユース判断機能の集約化 ◆リユース判断場所の検討
工程②	■出品業務におけるチェック機能が蒲郡市役所のみにあるため、手戻り工程が発生する可能性	◆作業員によるチェック体制構築の検討
工程③	■販売方法を変更(現地引き取り対応等)する場合手戻り工程が発生 ■値下げ対応により値下げ事務が発生	◆事業モデルの構築 ◆適正価格判断機能の強化
工程④	■梱包作業後に市役所職員による確認工程があるため、手戻り工程が発生	◆作業員によるチェック体制構築の検討 ◆市役所職員の確認作業の場所等の検討

5. 事業の成果と課題【ネット販売】

(公社) 蒲郡市シルバー人材センター 作業者ヒアリング

ヒアリング項目	作業者A	作業者B
事業を通じた課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 配送だと規定サイズのダンボールに入る商品に限られるため、どのくらいの大きさものがダンボールに入るのか、感覚を掴むまで苦勞した。 ・ 持ち込まれたダンボールを再利用するようになってからは箱を作り直す手間もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ もともと「メルカリ」は知っていたが利用したことはなく、難しいものだと思っていたが、やってみると簡単で特に苦勞したことはなかった。 ・ 現地引き取りか配送かで一長一短だと思うが、現地引き取りは買ってくれた方の感想が直接聞けるので、やりがいにはつながると思う。
事業の感想	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最初に売れた時は本当にうれしかった。 ・ 売る人も買う人も世間も良しの事業だと感じた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 非常に楽しく仕事をさせていただいた。 ・ 不要なものが必要な人のところで利用されることはとても良い。 ・ 梱包がキレイだというお褒めの言葉を頂いた時はうれしかった。
今後のリユースについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後事業が続くのであれば是非参加させていただきたい。 ・ 自分でも「メルカリ」を利用して出品したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後も是非参加したい。 ・ 自分でも「メルカリ」をすぐに利用したい。

5. 事業の成果と課題【リユース講座】

参加者の声

開催日時：2024年1月16日（火） 14:00～

開催場所：蒲郡市生きがいセンター（愛知県蒲郡市神明町22-2）

参加人数：15名

開催内容：市内のごみの現状、本モデル事業の報告、本モデル事業参加の感想、質疑応答 等



- ・ 事業に参加した感想としては仕事内容は難しくなく、非常に面白い仕事であった。本事業では、個人や家庭で不要になったものを必要な方へリユースという形で橋渡しができ、ごみの削減を通じて環境にやさしい活動のお手伝いできた。
- ・ 非常に良い活動であり、今後も事業が継続されることを期待する。また、今後も継続される際には、この事業に引き続き参加させていただきたい。

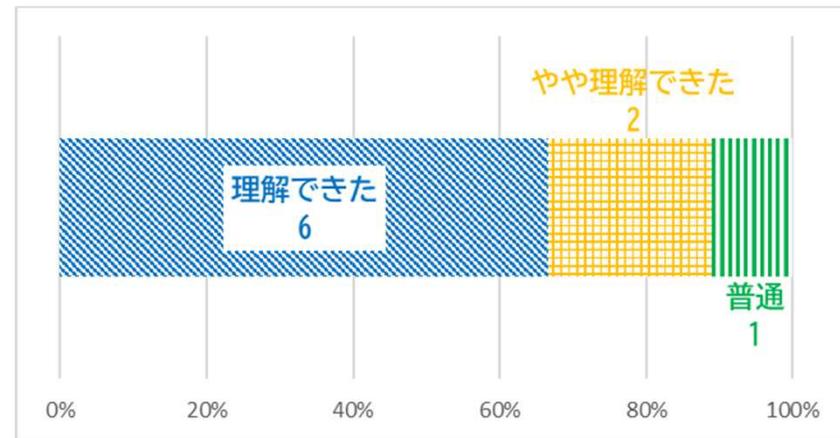
5. 事業の成果と課題【リユース講座】

リユース講座参加者アンケートの結果

回答者数：10名（うち有効回答数9）

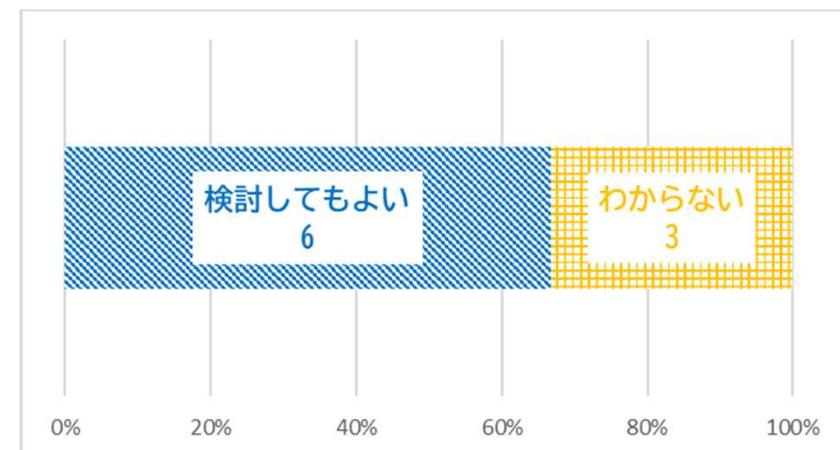
問. リユース講座に関する理解度をお聞かせください。

項目	回答数	%
1 理解できた	6	66.7
2 やや理解できた	2	22.2
3 普通	1	11.1
4 やや分からなかった	0	0.0
5 分からなかった	0	0.0
合計（有効回答数）	9	100.0



問. もしご自身でも家庭で出た不要なものをメルカリなどのフリマアプリに出品できるのであれば、やってみたいと思いますか。

項目	回答数	%
1 ぜひやってみたい	0	0.0
2 検討してもよい	6	66.7
3 興味ない	0	0.0
4 わからない	3	33.3
5 すでにやっている	0	0.0
合計（有効回答数）	9	100.0



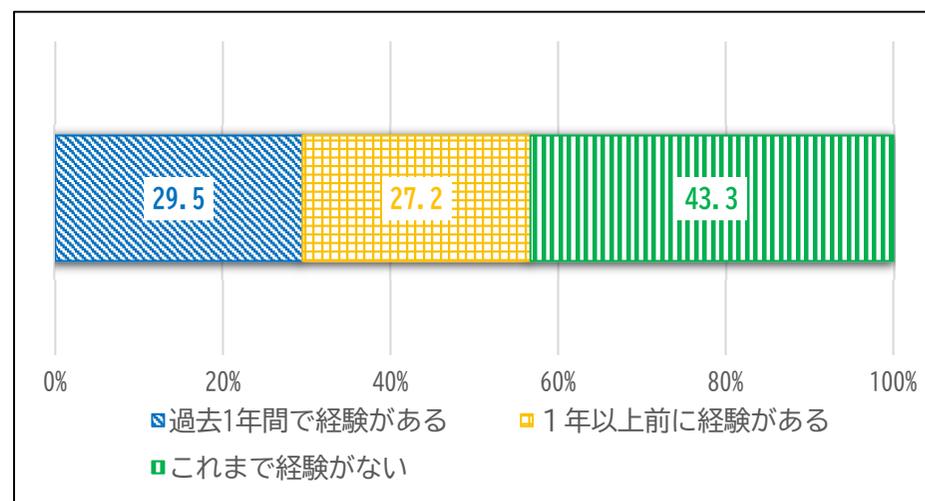
5. 事業の成果と課題【アンケート】

アンケート調査結果

目的：蒲郡市民のリユース意識やリユース事業の認知度を調査し、今後のリユース事業や意識啓発の参考にすることを目的として実施するもの
調査対象：蒲郡市民のためのポイ活アプリ「がまポイント」をインストール済みの方
調査方法：「がまポイント」を利用したアンケート調査
標本数：3,357人（令和6年2月21日現在 アプリインストール済みの方）
回収数：941人
回収率：28.0%
調査期間：令和6年2月1日～令和6年2月14日

問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、自身が使わなくなった製品の売却・引渡し等の経験はありますか。

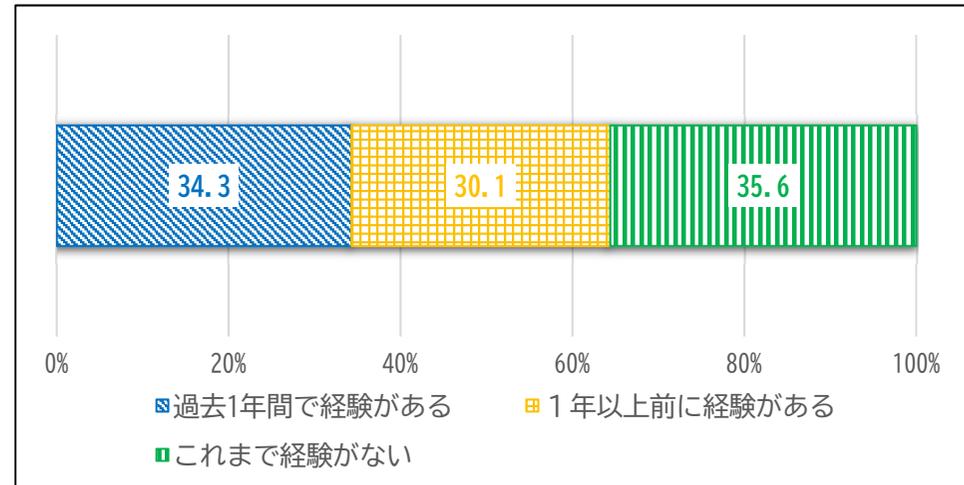
	項目	回答数	%
1	過去1年間で経験がある	278	29.5
2	1年以上前に経験がある	256	27.2
3	これまで経験がない	407	43.3
合計（有効回答数）		941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

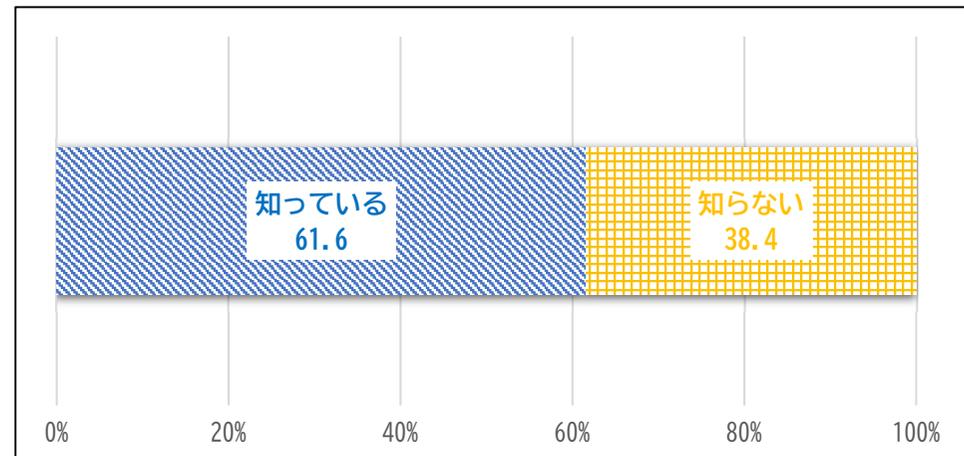
問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、中古品（他の人が使わなくなった製品）の購入・受取等の経験はありますか。

項目		回答数	%
1	過去1年間で経験がある	323	34.3
2	1年以上前に経験がある	283	30.1
3	これまで経験がない	335	35.6
合計（有効回答数）		941	100



問. 蒲郡市のリユース事業“メルカリShops”について”メルカリShops”を知っていますか。

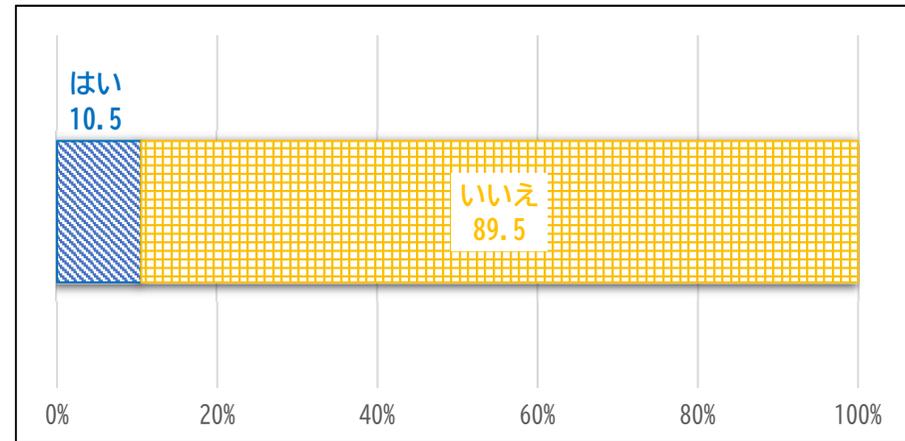
項目		回答数	%
1	知っている	580	61.6
2	知らない	361	38.4
合計（有効回答数）		941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

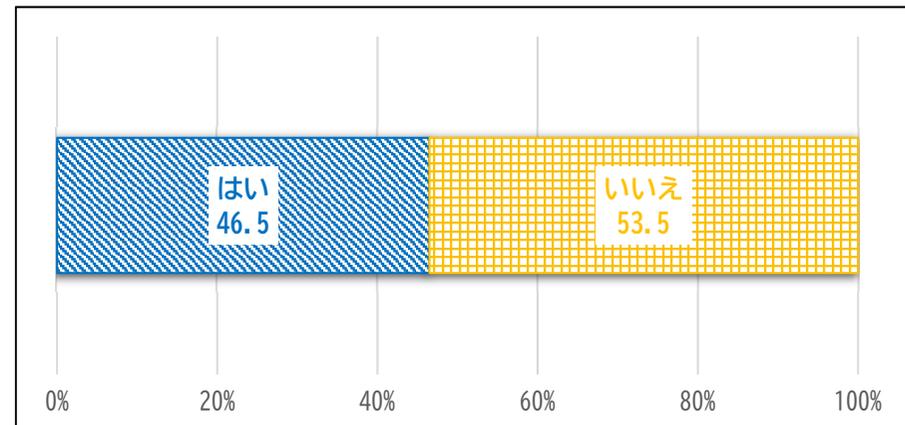
問. 蒲郡市のメルカリShopsを利用（Shops閲覧等含む）したことがありますか。

項目		回答数	%
1	はい	99	10.5
2	いいえ	842	89.5
合計（有効回答数）		941	100



問. 蒲郡市が行っている取り組みを知って誰かに譲ったり、バザーに出すなどご自身がリユースするという意識は変わりましたか。

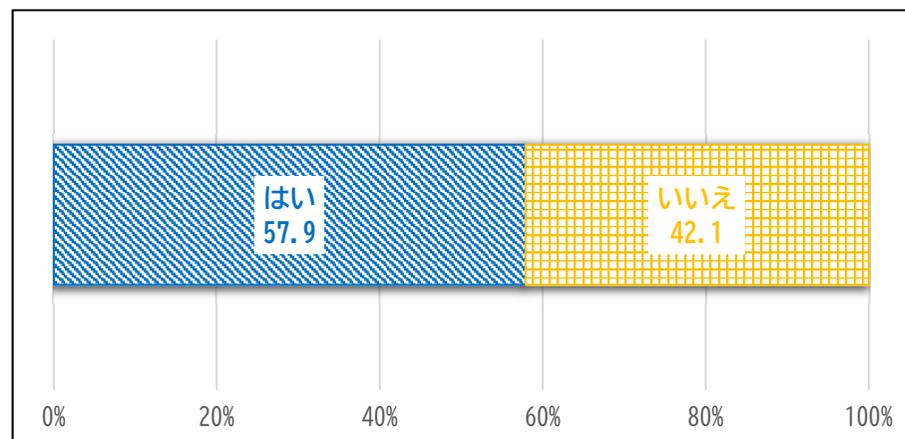
項目		回答数	%
1	はい	438	46.5
2	いいえ	503	53.5
合計（有効回答数）		941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

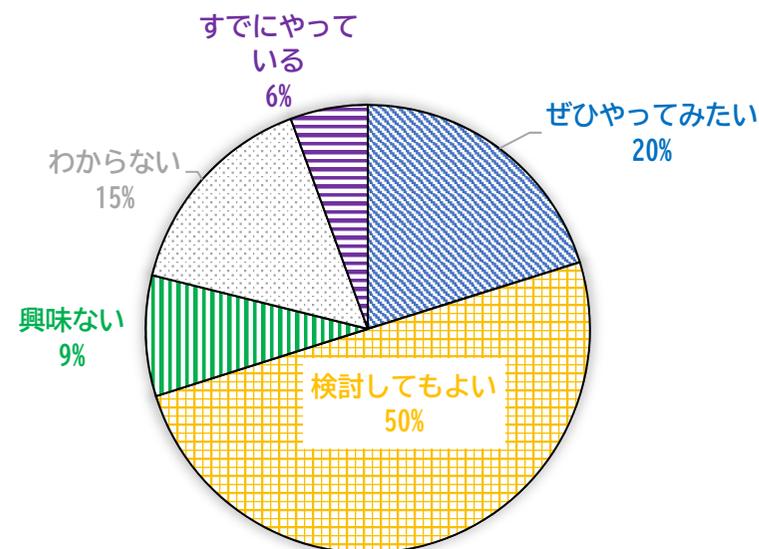
問. 蒲郡市のメルカリShopsの商品は、そのほとんどは一度、ごみとしてクリーンセンターに持ち運ばれたものです。このことについて知っていましたか。

項目		回答数	%
1	はい	545	57.9
2	いいえ	396	42.1
合計（有効回答数）		941	100



問. 蒲郡市のメルカリShopsは令和4年度の売上が92,800円、売上個数は49品でした。もしご自身でも家庭で出た不要なものをメルカリなどのフリマアプリに商品を出品して売ることができれば、やってみたいと思いますか。

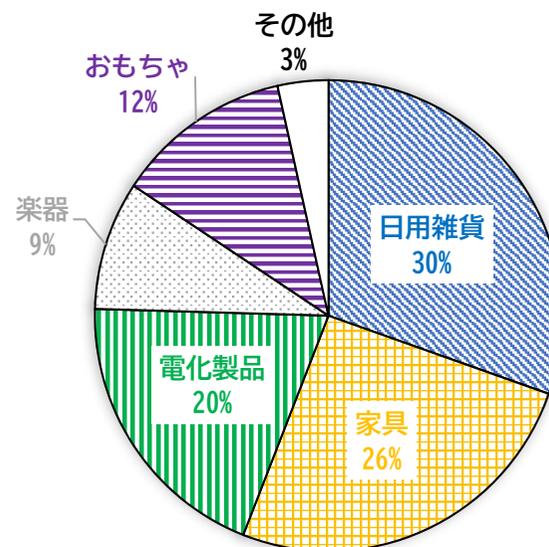
項目		回答数	%
1	ぜひやってみたい	190	20.2
2	検討してもよい	470	49.9
3	興味ない	82	8.7
4	わからない	146	15.5
5	すでにやっている	53	5.6
合計（有効回答数）		941	100



5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 今後蒲郡市のメルカリShopsでどのような商品があったら良いと思いますか。下の項目から選んでください。

	項目	回答数	%
1	日用雑貨	563	59.8
2	家具	473	50.3
3	電化製品	361	38.4
4	楽器	164	17.4
5	おもちゃ	226	24
6	その他	65	6.9
	合計（有効回答者数）	941	100

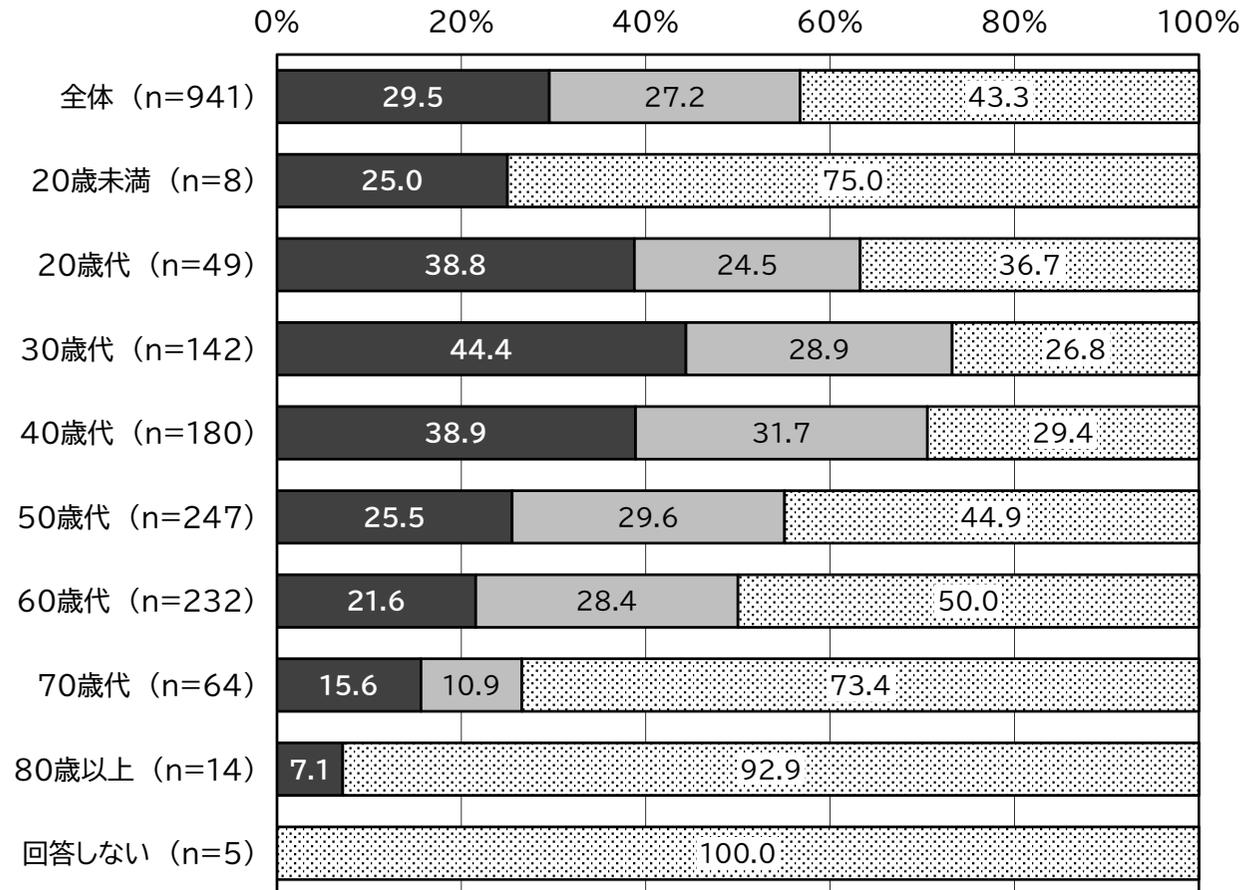


- ✓ 中古品の購入実績がある人は、販売実績のある人より多く、マーケットはあると考えられる。
- ✓ 「メルカリShops」を知っている人が61.6%いるのに対し、蒲郡市の「メルカリShops」を利用（閲覧含む）した人は10.5%と低く、利用促進の取組が必要。
- ✓ リユース意識の変化があった方が46.5%いるため、今後アンケート調査等によりリユースの活動状況を測ることで本事業の潜在的な効果がみられる。
- ✓ 日用雑貨や家具、電化製品などニーズの高かった商品については、本事業で得たノウハウと併せて出品することで、リユースの向上につながると考えられる。

5. 事業の成果と課題【アンケート】

アンケート結果（年代別集計）

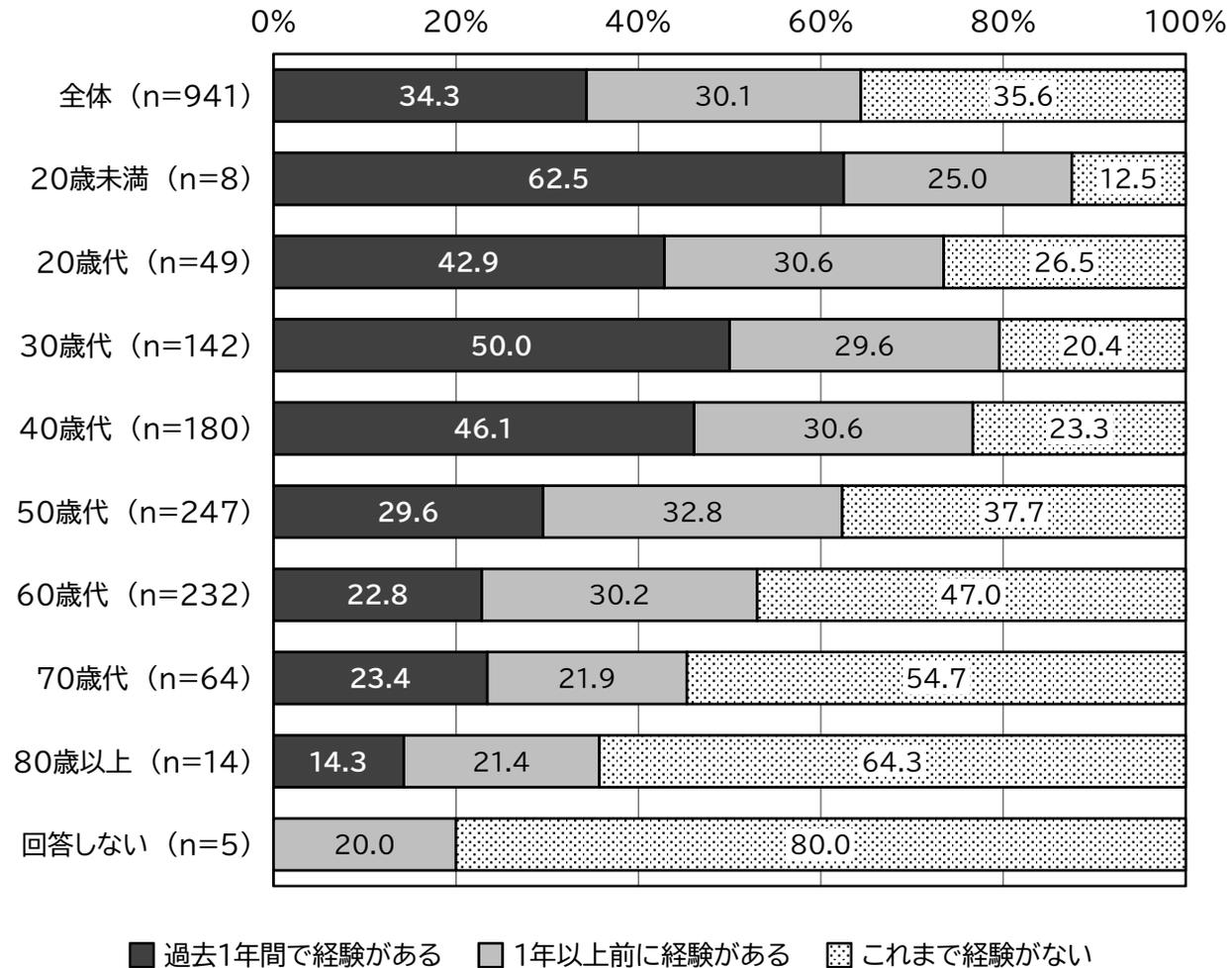
問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、自身が使わなくなった製品の売却・引渡し等の経験はありますか。



■ 過去1年間で経験がある □ 1年以上前に経験がある ▨ これまで経験がない

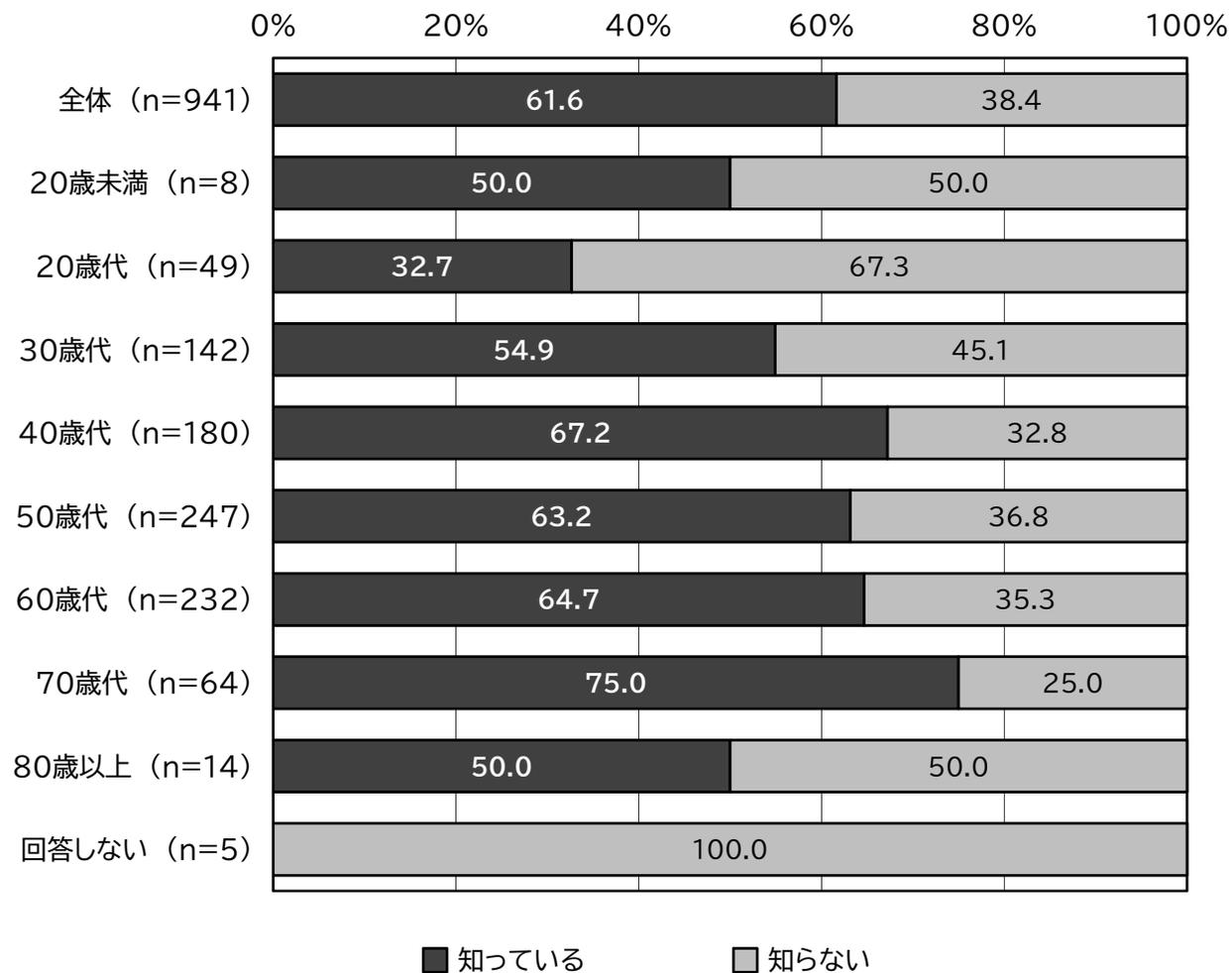
5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等を通じて、中古品（他の人が使わなくなった製品）の購入・受取等の経験はありますか。



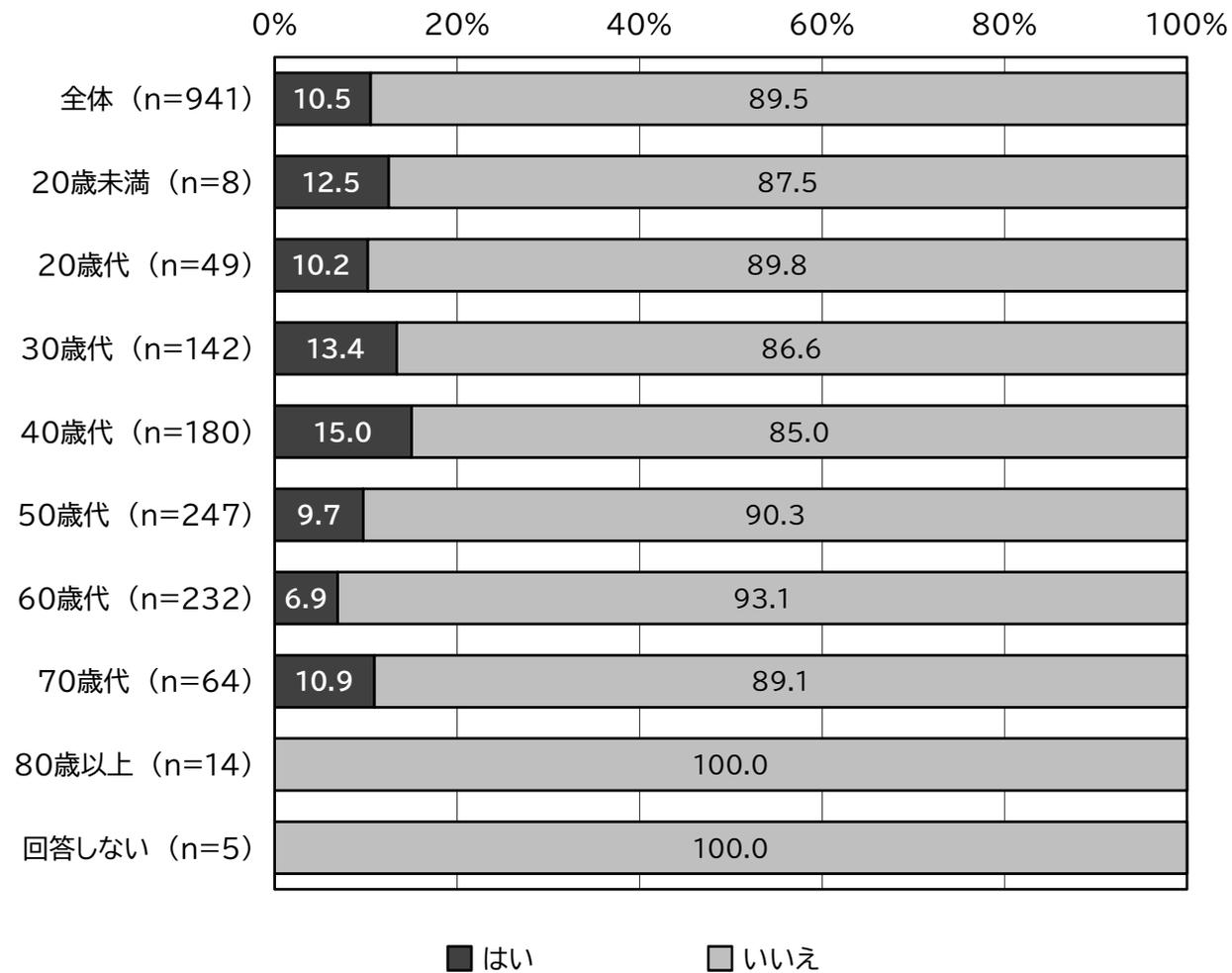
5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 蒲郡市のリユース事業“メルカリShops”について
”メルカリShops”を知っていますか。



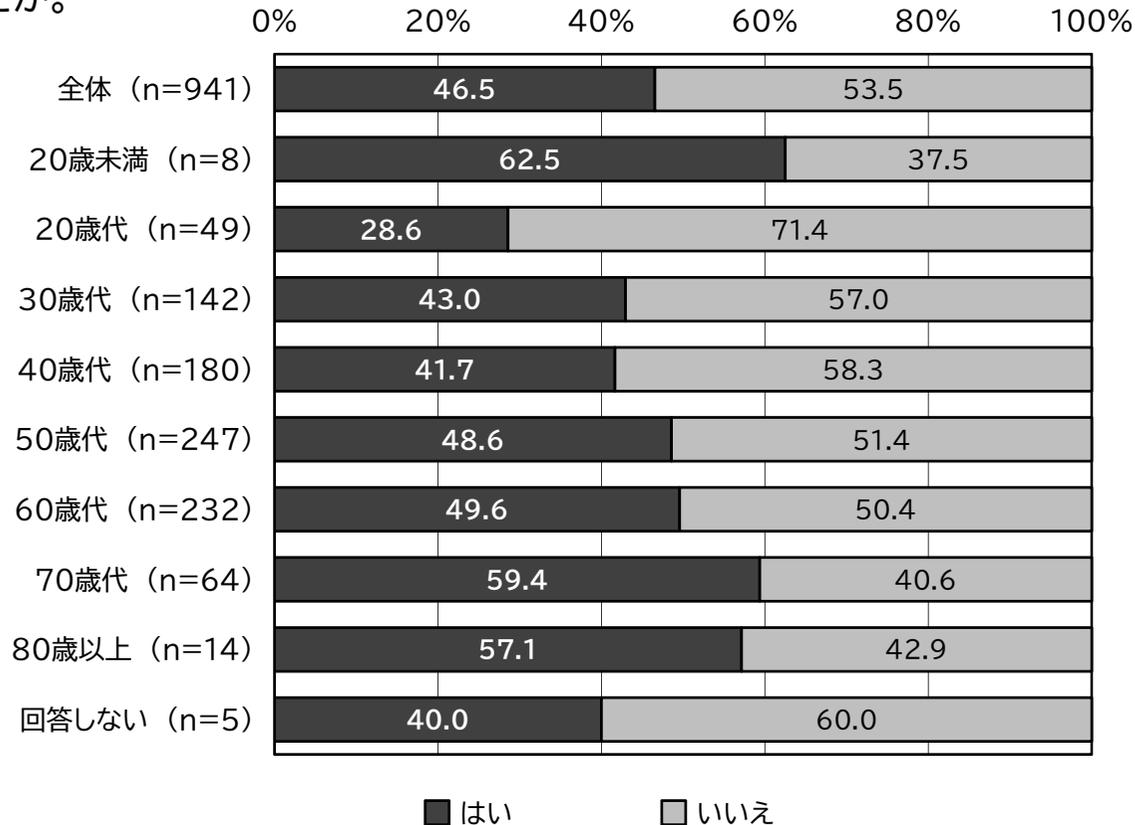
5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 蒲郡市のメルカリShopsを利用（Shops閲覧等含む）したことがありますか。



5. 事業の成果と課題【アンケート】

問. 蒲郡市が行っている取り組みを知って誰かに譲ったり、バザーに出すなどご自身がリユースするという意識は変わりましたか。



- ✓ リユースショップ・フリーマーケット、フリマアプリ等の利用については若年層の利用率が高く、どの世代も販売実績より購入実績が多い。
- ✓ “メルカリShops”の認知度は70歳代が最も高い一方、利用実績は40歳代が最も多い。どの世代も認知度と利用実績に大きな乖離があるため、利用促進策が有効。
- ✓ リユース意識の変化については標本数の少ない20歳未満を除けば、年代が上がる程意識変化が見られた。

5. 事業の成果と課題【その他】

チラシによる周知

■作成枚数	30,000枚	市内施設配布 (2,000枚)	公民館 (1,500枚)
■配布場所	市内世帯回覧 (5,000枚)	市内教育施設 (1,500枚)	その他 (窓口・イベント等) (20,000枚)

蒲郡市の公式アカウント /
メルカリShops Shops
 をご利用ください!

不要なものを個人間で売買できる人気のフリマアプリ「メルカリ」。実は、令和4年度から蒲郡市でも「メルカリShops」の公式アカウントを運用しているのをご存知ですか？
 販売しているのは、市のクリーンセンターに粗大ゴミなどとして持ち込まれた「まだ使えるもの」。お得な掘り出し物が見つかるかも!? ぜひご利用ください!

蒲郡市公式アカウントを早速使ってみよう



売れ残りホビーアイテム

 ¥1,900	 ¥2,250	 ¥3,000
 ¥1,000	 ¥1,980	 ¥2,550
 ¥1,650	 ¥1,000	 ¥8,000

※販売している商品はすべて一点物です。売り切れの際はご容赦ください。

●蒲郡市のゴミの量

年間 約 32,000t	市民一人当たり 約 1,144g
25mプール ※長さ25m×幅12m×高さ1mで計算 約 107 杯分!	愛知県の全54市町村の中で ワースト4位!

市のクリーンセンターに持ち込まれるゴミの中でも、粗大ゴミは近年増加傾向にあり、年間約1,200tが廃棄されています。
 このままでは既存の最終処分場はあと6年で満杯になることが予想されており、ゴミの量を減らすことは喫緊の課題となっています。

タイムリミットはあと**6年**...!!
 なんとかしんと!

●令和4年度「メルカリShops」売上実績

売上高	92,800円
売上件数	49品
粗大ゴミ等削減量	約650kg

売上金は、廃棄物の削減のため市の環境美化事業に関する費用として大切に使用させていただきます。

「メルカリShops」の取り組みが、環境省による自治体モデル実証事業に採択されました。

蒲郡市の「メルカリShops」の取り組みは、神奈川県藤沢市、東京都八王子市の取り組みとともに「令和6年度環境消費品等のリユースに関する自治体モデル実証事業」に採択されました。
 今後蒲郡市は、「メルカリShops」を活用し、他の自治体にも導入しやすい事業モデルを構築することが期待されています。

蒲郡市は、サーキュラーシティの実現を目指しています。

資源を採掘して生産、消費、廃棄するという従来のリニア・エコノミー（直線型経済）や、廃棄物をどう有効活用するかというリサイクル・エコノミーとは異なり、そもそも廃棄物が出ない仕組みをつくる経済モデルのことを「サーキュラーエコノミー（循環型経済）」と呼びます。
 蒲郡市は、このサーキュラーエコノミーを地域全体で推進する「サーキュラーシティ」の実現を目指しています。

お問い合わせ先 蒲郡市役所 環境清掃課 TEL: 0533-57-4100 FAX: 0533-57-3924

5. 事業の成果と課題【その他】

メディア掲載による周知

■モデル事業期間前後に以下のメディアで取り上げられた。

2023年8月20日 東愛知新聞

リユースモデルの実証事業に 蒲郡市粗大ごみのネット販売 高齢者らと協力

蒲郡市は18日、今年度の環境省「使用済製品などのリユースに関する自治体モデル実証事業」に採択されたと発表した。10〜12月にフリマサイト「メルカリ Shops」を活用して実証事業に取り組み、【林太一朗】

事業名は「高齢者の力でリユース推進！粗大ごみのネット販売によるサーキュラーエコノミーモデル実証」。市は昨年5月から、メルカリと関連会社のソラソウと協力し、まだ使用できる粗大ごみを「メルカリ Shops」で販売している。椅子など60点を出品し49点が売れた。今回は働きたい高齢者の力を借り、公民連携椅子など出品する蒲郡市メルカリ Shops から

による取り組みに切り替えることで運搬や検品などのマンパワーを確保し、粗大ごみリユースの割合を向上させる。また、事業の収支のバランスや費用対効果を検証する。ごみの量の削減や市民の意識向上、持続可能なリユースの仕組みを全国の自治体に展開できるモデルを構築する。

サーキュラーシティ推進室の杉浦太律さんは「蒲郡の取り組みは全国の自治体も注目している。地域の高齢者と協力して実証事業に取り組みたい」と話した。

市は2021年、循環経済をまっすぐに組み込み、積極的に推進する都市「サーキュラーシティ」を目標として掲げ、メルカリや市内外の事業者と協力してSDGs（持続可能な開発目標）やリユースの推進などに取り組んでいる。

2023年10月26日 リサイクル通信

リサイクル通信 中古・リユースビジネスに関する総合ニュースサイト

愛知県蒲郡市、メルカリ活用 「財源」と「雇用」リユースが生む

環境省の実証実験 シルバーが活躍

愛知県蒲郡市は昨年5月より、メルカリショップで状態の良い粗大ごみを販売する試みを続けている。今年10月から蒲郡市シルバー人材センターと連携し、販売を強化する実証実験を開始。シルバー人材の活用により、月間6品の出品を、100品まで増やす。

による取り組みに切り替えることで運搬や検品などのマンパワーを確保し、粗大ごみリユースの割合を向上させる。また、事業の収支のバランスや費用対効果を検証する。ごみの量の削減や市民の意識向上、持続可能なリユースの仕組みを全国の自治体に展開できるモデルを構築する。

株式会社メルカリ
オウンドメディア「merpoli」

merpoli
メルカリグループの政策企画ブログ

自治体連携 寄付の取組 インタビュー merpoliとは プレスリリース/掲載実績 編集部/主な執筆者

2023-08-16 1. ビックアップ 2. 経過実況 2-1 自治体連携

蒲郡市とメルカリの連携事業が、環境省の実証事業に採択！

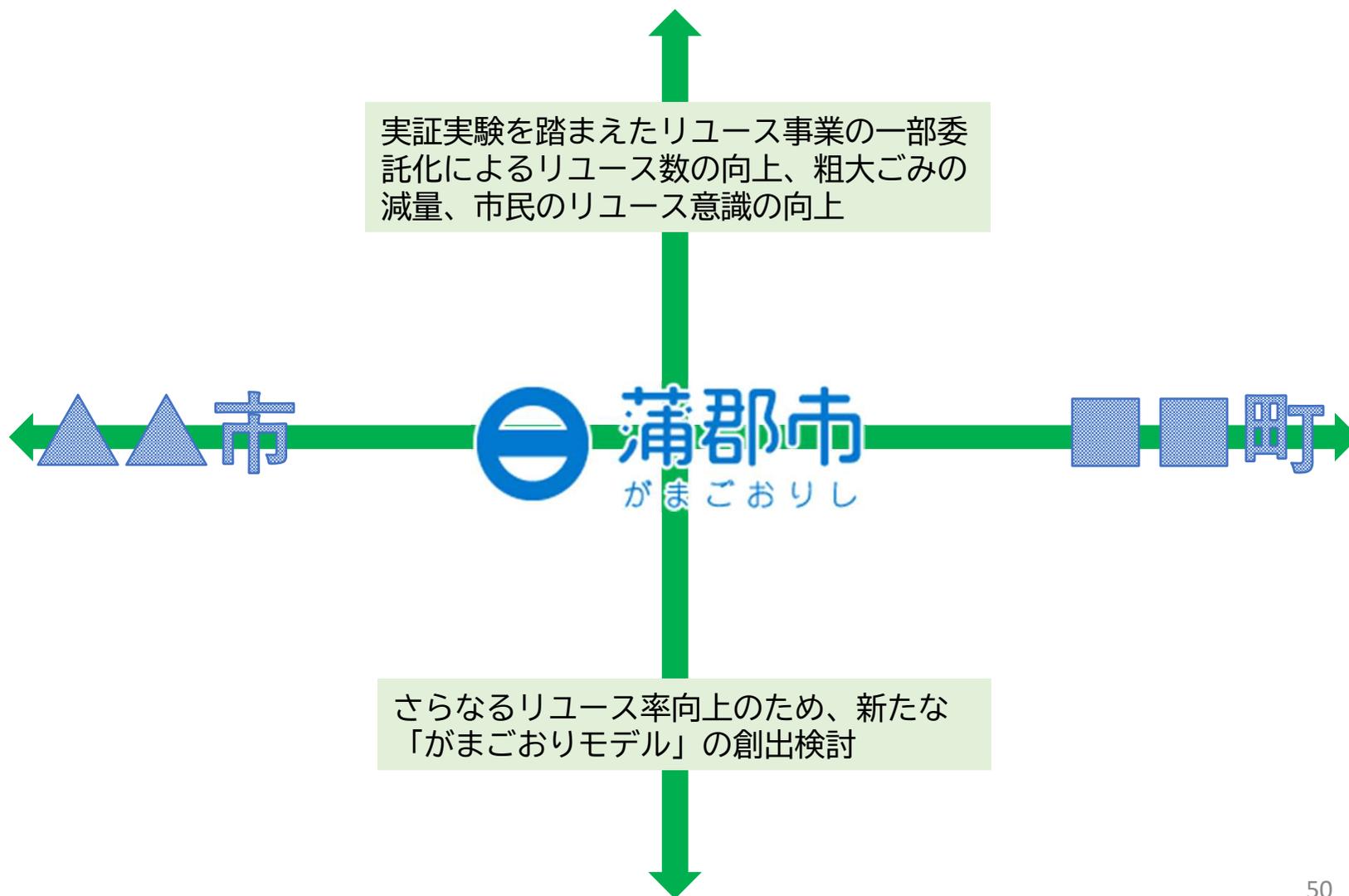
自治体と連携したリユース促進の取り組みを開始

mercarri

6. 事業終了後の継続方針

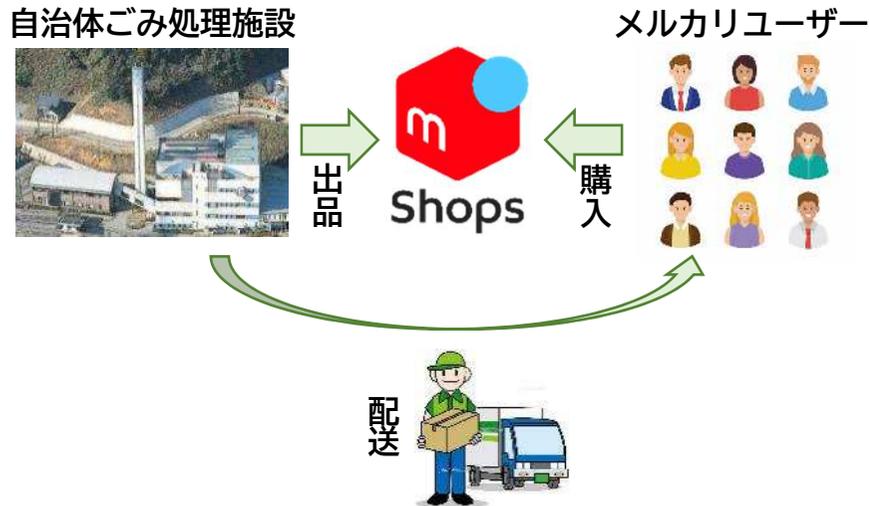
事業継続方針と今後の展開

- 情報開示による他の自治体への横展開だけでなく、蒲郡市としても本事業の継続と新たなモデル構築を検討し、縦軸・横軸へリユースの取組を広げる



7. 横展開のポイント

配送モデル（10～11月実施）



利用しやすい自治体の例

- ・人口が密集していない地域

配送モデルのメリット

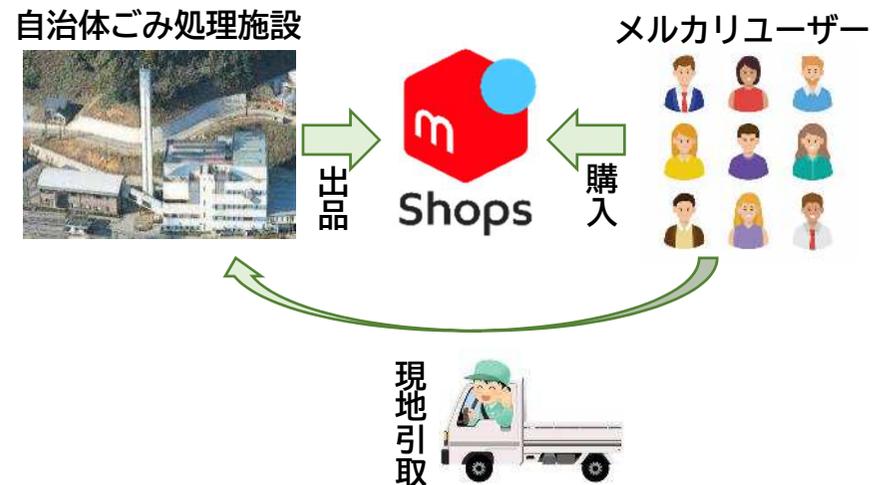
- ・マーケットが限定されず、メルカリの有するネットワーク外部性を最大限享受できる
- ・ユーザーが引き取りに行く手間がない
- ・リユースの取組を広範囲に発信できる

配送モデルのデメリット

- ・配送料がかかる
- ・サイズや重量の制限がある
- ・配送工程が発生し、作業負担が増加する



現地引き取りモデル（12月実施）



利用しやすい自治体の例

- ・周辺地域を含め人口が集中し、道路ネットワーク等利便性の高い地域

現地引き取りモデルのメリット

- ・配送料がかからず、サイズ、重量に制限がない
- ・配送工程がなく、出品量の増加が期待できる
- ・地域内循環が可能で、地域内のリユース意識の向上が期待できる

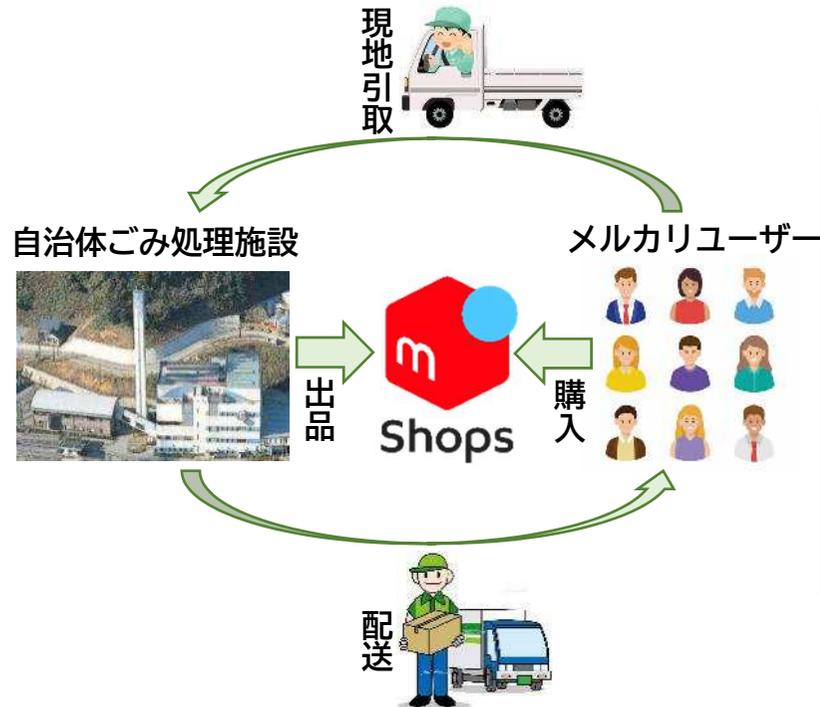
現地引き取りモデルのデメリット

- ・周辺地域にマーケットが限定される
- ・ユーザーが引き取りに行く手間がかかる
- ・引き渡し時に人員が必要



7. 横展開のポイント

配送と現地引き取りの「ハイブリッドモデル」の検討



想定される利用しやすい自治体の例

- ・売上を向上させたい地域



想定されるハイブリッドモデルのメリット

- ・サイズや重量が規定値以内の商品はマーケットを拡大できる
- ・サイズや重量が規定値以上の商品も現地引き取りで出品できる
- ・リユースの取組を広範囲に発信できる

想定されるハイブリッドモデルのデメリット

- ・配送と現地引き取りで価格が異なるため、どちらで出品するかのルール決めが必要（サイズ・重量・価格等）
- ・作業工程や必要人員が増加する懸念がある

出品ルール決めの必要性が想定される項目

- サイズ・・・例：「らくらくメルカリ便」で送れるサイズに限定する、100サイズまでに限定する等
※参考資料7
- 重量・・・例：「らくらくメルカリ便」で送れるサイズに限定する、10kgまでに限定する等
※参考資料7
- 価格・・・例：価格調査によって算出した価格から配送料を差し引いた際、〇〇円以上の利益が見込める商品のみを配送する等

7. 横展開のポイント

取組方法ごとの費用目安と効果例

	配送モデル	現地引き取りモデル	ハイブリッドモデル
人件費	112,040円/月 (80人時/月)		
その他費用 ※目標売上達成時	76,864円/月 手数料+配送料	12,649円/月 手数料	44,569円/月 手数料+配送料
目標売上 (損益分岐点売上高)	188,904円/月 2,107円を90品(注)	124,689円/月 2,808円を45品(注)	156,609円/月 2,382円を80品(注)
CO2削減効果	どのモデルでもごみが減少し、商品寿命が長期化するためCO2削減効果がある。ハイブリッドモデルでは、重量の大きな商品を販売できるため、より効果が高まる可能性がある。		
ごみ処理費用の 軽減効果	ごみが減少することで、ごみ処理費用の軽減効果が期待できる。令和3年度の蒲郡市のごみ処理にかかる費用は1kg当たり35.5円であった。		
購入者の リユース意識	広範でのリユース意識啓発が可能	ターゲットを絞ってリユース意識啓発が可能	広範でのリユース意識啓発が可能
出品業者の リユース意識	出品作業に参画することによりリユースノウハウを習得することができるため、シルバー人材センター等不慣れな世代の方に委託することが有効。今回の事業では作業員2名とも経験がなかったものの、今後自分で出品したいと回答し、意識の向上につながった。		
その他の効果	メルカリユーザーが対象となるためネットワーク外部性を最大限享受でき、より多くの方にアプローチができる	引き取りに来るため商業や観光との連携が考えられるとともに、地域のごみを地域で減らす「リユース品の地産地消」ができる	配送モデルと現地引き取りモデルの「いいとこどり」ができるが、出品事務が煩雑化する

(注) 販売価格は本モデル事業の平均値を利用し、ハイブリッドモデルは本事業をもとに推計した。また、現地引き取りモデルは送料がかからないため販売価格は安くなるが、重量のあるものやサイズの大きいものを出品できるため平均販売価格も上昇した。

参考資料

参考資料1 チェックリスト

貸出・返却チェックリスト

貸与物

- PC、iPad
- Wi-Fiルーター
- ガムテープ
- 軍手
- タオル
- はかり
- エアークッション
-
-
-

返却物

- PC、iPad
- Wi-Fiルーター
- ガムテープ
- 軍手
- タオル
- はかり
- エアークッション
-
-
-

参考資料2 価格調査票

令和5年 月 日

価格調査票①

商品名

*他の商品と区別がつくようお願いします（色や特徴も書いてください）

参考にしたサイト ・メルカリ ・その他（ ）
売済みの最低価格 （ ）円
・同一商品 ・類似商品

上記価格×0.5+1,150円 ()円

備考

令和5年 月 日

価格調査票②

商品名

*他の商品と区別がつくようお願いします（色や特徴も書いてください）

参考にしたサイト ・メルカリ ・その他（ ）
売済みの最低価格 （ ）円
・同一商品 ・類似商品

上記価格×0.5+1,150円 ()円

備考

参考資料

参考資料3 出品チェックリスト

出品チェックリスト（☑ができたら次の工程へ進む）

【商品選定・採寸・計量】

- 商品は100サイズ段ボールに入りますか
- 縦、横、奥行きで採寸しましたか
- 計量しましたか、9.5kgより軽いですか

——— 配送の場合のみ

【検品】

- 傷、汚れはありませんか
(ある場合 まだ使えますか 怪我はしませんか 両方☑で次)
- 商品として使用して壊れませんか

イスや乗り物：実際に乗る

家電：通電しランプが点くか、異臭や異音はないか、実際に使えるか
食器：持って壊れないか、手触りは良いか、セットが揃っているか
他：ファスナー、取手、内袋すべて中身を確認したか

- 住所や名前、シールがついていませんか
- 使用するのに別途必要なものはありますか ※電池やライターのオイル等
(ある場合 商品名にも明記しましたか ☑で次)

【清掃】

- タオル、濡れタオルで清掃しましたか

【写真撮影】

- 電気をつけて、カーテンを開けて明るくしましたか
- 正面、裏面、横、底面、上、中の写真を撮影しましたか
- 傷、落書きがある場合ズームして撮影しましたか
- 箱が付属している場合、箱を並べて撮影しましたか
- 折りたたみ商品は折りたたみ前後で写真を撮影しましたか
- 組立商品は、組み立て前後で写真を撮影しましたか
- 付属物、説明書も撮影しましたか

【価格調査】

- 価格調査票にて調査をしましたか

【保管】

- 出品後は決められた出品区画へ商品を移動しましたか

参考資料4 配送チェックリスト

配送チェックリスト（☑ができたら次の工程へ進む）

【配送準備】

- メルカリShops上で売れた商品の確認をしましたか
- アプリ上で配送作業をし、配送番号を確認して貼付しましたか
- 最後の清掃をしましたか
- 最後の検品をしましたか
- エアークッションで商品を保護しましたか
- ダンボールに入れましたか
- 古紙で固定しましたか
- 古紙は異臭や汚れがありませんか

【配送最終確認】

- 市の職員と、中身を確認しましたか
- 市の職員と、配送番号を確認しましたか
- テープ止めをしましたか

参考資料

参考資料5 値下げマニュアル

商品値下げのルールについて

1 値下げ条件【1回目の値下げ】

以下の条件を満たすものについて、値下げを行うこと。

出品から2週間が経過しているもの

2 計算方法

現在の販売価格×0.7（100円未満の端数は切り捨て）

ただし値下げ後の最低販売価格は1,500円とする（採算割れ防止のため）

具体例1

現在の販売価格 3,300円

$3,300 \times 0.7 = 2,310 \text{円} \div 2,300 \text{円}$ 値下げ後販売価格2,300円
(△1,000円)

具体例2

現在の販売価格 1,600円

$1,600 \times 0.7 = 1,120 \text{円}$

…値下げ後の最低販売価格1,500円なので

値下げ後販売価格1,500円

(△100円)

3 運用開始

令和5年11月1日（水）より順次開始する

4 値下げ条件【2回目の値下げ】

以下の条件を満たすものについて、値下げを行うこと。

1回目の値下げから2週間が経過しているもの

5 計算方法

現在の販売価格×0.7（100円未満の端数は切り捨て）

ただし値下げ後の最低販売価格は1,500円とする（採算割れ防止のため）

具体例1

現在の販売価格 2,300円

$2,300 \times 0.7 = 1,610 \text{円} \div 1,600 \text{円}$ 値下げ後販売価格1,600円
(△700円)

具体例2

現在の販売価格 1,600円

$1,600 \times 0.7 = 1,120 \text{円}$

…値下げ後の最低販売価格1,500円なので

値下げ後販売価格1,500円

(△100円)

6 運用開始

令和5年11月15日（水）より順次開始する

参考資料

参考資料6 販売価格決定マニュアル

内規

【メルカリ shops への出品に係る運用マニュアル】

(R4. 美化衛生担当)

1 商品回収から出品、引渡にあたっての注意事項

(1) 商品回収

- ・各家庭からクリーンセンターへ、リユース可能な粗大ごみ等の持ち込みがあった際には、クリーンセンター現業職員が出品して良いか声掛けし、承諾を得た上で出品対象とすること
- ・市民からの出品依頼については、出品しない可能性を伝えながら廃棄物として受け取ること。(原則、募集しない。)
- ・工作室へ搬入し、検品・簡易清掃を行い、台帳管理すること

(2) 出品

- ・商品選定・価格決定後に課内決裁を行った後に出品開始すること。
- ・出品後は、毎日一度は購入通知が来ていないか確認すること。

(3) 商品引渡

- ・商品引渡時にはスマホ画面の提示等により購入通知を確認(本人確認)、商品を確認していただき、受領証にサインをもらう。
- ・商品引取後の返品には応じない。

2 価格設定について

価格設定のベースとなる同品目、同程度の商品の販売価格、最低落札価格などの参考価格をメルカリやオークションサイトなどから探し、商品状態等により分類し下表により価格を算出する。

【商品の状態】

	A(良い)	B(まあまあ)	C(悪い)
商品の状態(キズ・汚れ等商品の劣化具合)	×0.9	×0.7	×0.5

【付加価値等】

	A(高い付加価値等の見込み)	B(ある程度見込まれる)	C(少々見込まれる)
商品の付加価値、希少価値が見込まれるもの	バザール対象	協議	×1.5

【掲載後の値下げ】

	掲載～6か月	6か月～8か月
	1.0	当初の×0.7

8か月経過したら取り下げ。リサイクルバザールへ出品する。リサイクルバザール後

残った商品をリサイクルショップへ売却。その後残ったものは廃棄する

※楽器等の値段設定が難しい商品はリサイクルバザール(オークション形式)で出品。

※その他、このマニュアルに掲載のない事項については、課内協議により運用する。

内規

3 相手と連絡がつかない時のキャンセル方法について

購入通知後、1度目の連絡。

→1週間の間に何ら反応がない場合、購入通知の翌日を1日目として7日経過した翌日に「至急ご連絡ください。本日中にご連絡ない場合はキャンセル申請します。」の連絡。→翌日キャンセル申請。【R4. 8. 15 追記】

参考資料

参考資料7 らくらくメルカリ便の送料・梱包サイズ

中～大型サイズ

- 宅急便をご利用ください
- 送料は、**包装資材を含めた荷物の縦、横、高さの合計と重さ**によって異なります
 - ※縦・横・厚さの3辺合計が160cm以内である必要があります
 - ※180サイズ以上はメルカリ便では取り扱いがありません
 - ※すべて全国一律の税込料金です
 - ※[集荷で商品を発送する場合](#)、取引ごとに集荷料¥30が発生します

サイズ (重さ)	料金
60サイズ (2kgまで)	750円
80サイズ (5kgまで)	850円
100サイズ (10kgまで)	1,050円
120サイズ (15kgまで)	1,200円
140サイズ (20kgまで)	1,450円
160サイズ (25kgまで)	1,700円

- 専用の梱包材はありません。規定サイズに収まる梱包資材をご用意ください
 - ※他通販サイトの商標、ロゴ等が表示された箱は利用できません
 - 参考：「[他通販サイトや他社の商標、ロゴ等の利用](#)」

※メルカリShopsガイドHPより（2024年1月時点）