

第2回 CE コマース ワーキング・グループ

議事録

日時	2026年2月6日(金) 10:00~11:30
場所	対面開催
参加委員	梅田委員、末吉委員、町野委員、山本委員

○梅田座長       それでは定刻となりましたので。ただ今より第2回 CE コマースワーキング・グループを開催いたします。司会座長の梅田と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。委員の皆様におかれましては、ご多忙のところ、ご出席賜り誠にありがとうございます。本ワーキング・グループは対面で開催し、ワーキング・グループの様子はYouTubeでライブ配信しております。まず、開会にあたりまして、経済産業省 GX グループ資源循環経済課の三牧課長より一言ご挨拶をお願いいたします。

○三牧課長       ご紹介いただきました経済産業省資源循環経済課の三牧でございます。委員の皆様におかれましては、大変お忙しい中お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。このワーキングはじめ、様々な要請にご協力いただきまして、この場を借りて感謝させていただきます。CE コマースですけれども、検討会の方で、業界の皆様から色々なご意見、課題とかそれに対してこういう政府の支援ができないとか、色々なご意見いただきまして、それを元に事務局と我々の方で課題の整理と対象案みたいなものを作らせていただきました。今日はそれに対して忌憚なきご意見をいただければと思います。この分野、一つ一つのビジネスも非常にインパクトが大きいものも多いですし、一般の方々も巻き込んだビジネスも多いということで、非常に外部性もあるところもあるのかなと思いますので、多様な業界なので、分類とか、どの様に横串を刺してやるのかなど、その辺りなかなか悩んでいるところではございますけれども、一つの叩き台というところで、色々ご意見をいただきまして、それを元にまた予算要求等にもつなげていければと思いますので、今日は何卒よろしくお願い申し上げます。以上です。

○梅田座長       三牧課長ありがとうございました。では、議事に先立ち、事務局から委員の出欠状況および本日の配布資料の確認をお願いいたします。

○近藤補佐 GX グループ資源循環経済課の近藤でございます。委員の出欠状況につきましては、本日は梅田座長、末吉委員、町野委員、山本委員の四名全員が会場にてご出席いただいております。次に、本日配布の資料の確認に移らせていただきます。本日の資料ですが、資料1から資料3までの計3種類の資料がございますので、ご確認いただければと思います。

○梅田座長 近藤補佐、ありがとうございます。本日はまず事務局からこれまでの議論の内容について振り返りを行って、次にこれまでの調査を受けて整理した課題と支援策案の方向性について説明いただきます。その後に自由討議を進められればと思います。それでは議事を進めさせていただきます。まず事務局より近藤補佐、よろしく申し上げます。

○近藤補佐：資料3につきましてご説明させていただきます。次のページ申し上げます。こちら（P3）、これまでの経過を示してございますけども、昨年10月と12月に委託事業において実施しました業界団体や事業者からの課題やニーズをヒアリングいたしまして、CE コマース検討会にて検討を行ったところでございまして、それを踏まえまして、本日はワーキングとしてご議論いただきまして、今後の方向性を取りまとめたいというところでございます。

こちら（P4）、いつも使っておりますCE コマースの対象サービスのスコープについてですが、ご参考として添付させていただいております。こちら（P5）、今回の規制対象およびその支援策の対象候補を示したものになります。対象サービスとしては、賃貸、修理・加工、中古販売。対象製品としましては、それぞれ家電4品目、一般衣料品、オフィス家具、複写機というところでございます。こちら（P7）、先ほど申し上げたことのステップを示したものでございますので、次のページ（P8）でお願いいたします。

まず賃貸における課題といたしまして、こちらの通りまとめてございます。4つの区分で整理したものになります。特に認知形成・集客の項目としまして、サービス自体の認知等や、そもそも資源循環に資するものであることの認知度の不足というものが挙げられますし、新規利用者の獲得の難しさという点が挙げられています。回収等の項目といたしましては、レンタル品やリース品の未返却、料金の未払い、物流にかかるコストや効率的な物流網の構築の難しさ、利用後の整備にかかるコスト、また修理を行える人材や連携先の確保の難しさという点が挙げられてございます。次のページ（P9）お願いいたします。

修理・加工における課題につきまして、まずリペアについてございますけれども、こちら3つの区分で整理したものになります。特に認知形成・集客の項目としまして、サービスの利用が習慣化されていない、修理するよりも新品に買い替える消費者が多いといったことが挙げられています。修理の項目としましては、技術者の減少や高齢化、また育成にかかる時間とコスト、商品輸送や部品等の管理といったオペレーションコストが挙げられるほか、一般衣料品の分野におきましては、事業者の規模が小さく個別にリペア機能を保有することの難しさ、技術者や委託先間での技術の標準化をすることの難しさなどが挙げられます。また、家電四品目では高品質な部品の調達、安全性の確保が要求されるものを修理についての難しさという点が挙げられてございます。次のページ（P10）お願いいたします。

リマン・リファービッシュについてでございますけれども、こちら3つの区分で整理したものになります。特に認知形成・集客の項目としまして、再生品にかかる認知理解や資源循環に資するものであることの認知の不足。また、販売の項目としましては、複写機について新品信仰が強く、再生品の利用が進まないというところが挙げられてございます。次のページ（P11）お願いいたします。

リユースにおける課題としましては、五つの区分で整理してございます。特に回収の項目としまして、回収量の確保、回収コスト、物流費、廃棄物処理法の規制が挙げられるほか、家電4品目では家電リサイクル法やとの整合性、また、リユースも透明性の確保の必要性が挙げられてございます。また、選別・査定の項目としまして、選別・査定のコスト、回収したもののリユースできないものが多いというところが挙げられますし、また一般衣料品では、高度な選別ができる事業者が少なく、連携先の確保が難しいというところが挙げられます。補修の項目としましては、補修コスト、人材不足が挙げられます。また、在庫管理の項目としては、在庫管理・倉庫コストというところでございまして、再販売の項目としましては、リユース品よりも新品の購入、また、リユース品が資源循環に資するものであることの認知の不足というところが挙げられるところでございます。次のページ（P12）お願いいたします。

先ほどの課題を左の方に項目として挙げておりまして、右に事業者業界からのニーズとしまして、整理したものでございます。上から、利用者の普及・啓発が必要なものというところと、認証・ラベリング、利用者への経済的インセンティブ、また、補助金、あとは実証事業といったようなところが挙げられまして、詳細な点は、そちらの例示しておりますようなボツで書いてございますところが、細かいところで挙げら

れているところがございます。次のページ（P13）お願いいたします。

リペアに関しまして整理したものがこちらでございまして、こちらも利用者への普及・啓発、認証・ラベリング、利用者への経済的インセンティブ、補助金、あとは実証事業というところで、項目を整理してございます。次のページ（P14）お願いいたします。

リマン・リファーマービッシュにつきましては、こちら左に二項目についてと、右のニーズとしまして、利用者への普及・啓発、認証・ラベリング、公的機関による CE コマース利用というところが、挙げられてございます。次のページ（P15）をお願いいたします。

リユースにつきましては、利用者への普及・啓発、認証・ラベリング、利用者への経済的インセンティブ、公的機関による CE コマースの利用と補助金、実証事業という項目で整理してございます。次のページ（P16）お願いいたします。

以上のことを踏まえまして、今後の CE コマース活性化に向けた方向性ということで、案としてこちらのほうにまとめてございます。次年度実施する支援の方向性、今後検討対象となり得る支援策を整理してございます。次年度の方向性案というところで上段に特にニーズが高い支援策として、認知・普及啓発に関しましては、CE コマースの認知・利用促進、啓発の実施というところがございますし、CE コマース製品・サービスのイメージ向上のための広報の実施、また、研究開発・実証事業支援に関しましては、産官学連携による自律型資源循環システム強靱化促進事業の補助金などを活用しました支援としてございます。下に早期に着手が必要な支援策として、エコマークの新規商品類型に CE コマースの内容の追加提案、グリーン購入法への CE コマース利用の追加提案、また、公共調達促進の促進・周知としております。ただ、こちらにつきましては、エコマーク・グリーン購入法、それぞれ関係行政庁、関係機関でございますので、そちらと今後調整をしていくというところで考えてございます。

一番下の今後の検討対策となる支援策につきましては、製品・サービスの安全性・信頼性を担保する認証・ラベリング、利用者向けのインセンティブ措置、公共調達の促進・周知、また、人材育成、メーカー・小売・CE コマース間の連携とソフト面での支援などとしてございます。

次（P17）が参考資料になりますけれども、先ほどの産官学連携による自律型資源循環システム強靱化促進事業の概要を説明したものでございまして、こちら補助の内

容につきまして、③としてリユース、リファビッシュ等の CE コマース促進のための技術開発、実証及び商用化にかかる設備投資等を支援するというところで、こちら補助率としまして、中小企業等が 1/2 以内、大企業の 1/3 以内となっております。

次の資料（P18）は、今グリーン購入法で記載されている、および公的機関の調達実績というところで、ヒアリングなどを通じまして整理したものになってございます。以上が資料 3 のご説明になります。

○梅田座長 近藤補佐、ありがとうございました。確認になりますけれども、P17 の③の青字については、既に進んでいるというところでよろしいですね。

○近藤補佐 はい。

○梅田座長 はい、ということです。それではですね、今、近藤補佐の方から、委員の皆様から、業間団体や事業者からのご意見を踏まえた支援の方向性をご紹介いただきました。これについてご意見、ご質問を募りたいと思います。ご質問がある委員がいらっしゃれば、ご発言いただければと思います。この後は、自由討議となっております。それでは末吉委員お願いいたします。

○末吉委員 ご説明どうもありがとうございます。私からいくつかご質問と意見がございます。P16 の CE コマースの活性化に向けた方向性案のところいくつかございまして、まず一つが、支援策の方向性案は、大きく次年度の方向性案と、今後検討対象となり得る内容に分けて整理がされているわけでありまして、この整理の仕方がどのような背景があるのかご説明いただきたいなど。例えばですけれども、公的機関での利用促進という支援に対しては、次年度はグリーン購入法への CE コマース利用の追加の提案があります。今後の検討対象のところ、公共調達の促進ですとか周知というものが書いてあり、これは制度更新の時系列に沿ったものと推測できるんですけども、一方で、今後検討対象のその他のところにある、人材育成支援やソフト面の支援について、こちらはもしかしたら次年度の研究開発・実証事業支援に含めることも可能なのではないかと思われました。ハードの効率化とともに、やはりソフトの強化、機械よりも人的資源の方が高い効率性を以て作業が出来る分野もあるのではないかなと思っています。なので、時系列に沿って分けるべきものとそうでないもの、同時に実施可能なものという観点から整理の方向性について是非ご教示いただければと思います。

もう一点は、これは念のための確認になるんですけども、支援策の方向性の時期

についても、各業態のニーズが反映されているのかというところです。例えば、インセンティブについては次年度に入っていないんですけども、利用者を増やすために効果のある支援策というのは、既に認知度が高い業態であれば次年度に実施していくということもあり得るのではないかと、その方が活性化に寄与するのではないかと考えます。一方で、ご説明いただいた中でもインセンティブが悪用されたりですとか、初回のインセンティブ目当てで利用者が定着しないというような事例もございますけれども、業態ごとに有効な支援策と時期が方向性に反映されているのかどうかということも是非教えていただければと思います。

あともう2点、リユースの観点になるんですけども、次年度の方向性でグリーン購入法へのCEコマース利用の追加の提案というところですね、この内容には公的機関が使用済みの製品を手放す方法についても、廃棄ではなくまずはリユース品として手放すことも提案されていくのかどうかということもお伺いしたいなと思います。これに併せて、公的機関がどのサービス・事業者と契約したらよいかを示す優良事業の認定や優良事業者の要件というものも、次年度に検討していく予定があるのかというところも是非確認させていただければと思います。

最後にインセンティブの議論については、どこから原資を捻出するのかというところが、最終的には事業者間のみで持続的に捻出していかなければいけないと思いますので、仕組みの検討が必要なのではないかと思います。その文言が特に示されていないので、ここで意見として言わせていただきました。

最後、加えて全体的に需要創出のための消費者や最終顧客の視点が若干不足しているように思いますので、この辺りはまた次のラウンドでと思っています。一旦以上です。

○梅田座長           ありがとうございます。では、葉山補佐お願いします。

○葉山補佐           ありがとうございます。資源循環経済課の葉山です。最後の消費者の点はまた次のラウンドということなので、その前の三点について先にお答えさせていただきます。まずP16の次年度と今後検討対象というところで一つフェーズを分けている理由についてです。おっしゃる通り、一つは時系列的な問題があります。特に公共調達なんかは末吉委員もおっしゃったように、まずは追加の提案というところで環境省様含め手続き的なところがないと、具体的な調達というフェーズには行けませんので、まずは制度面の整備を先んじてやりたいとして、次年度のところはそこから書かせていただいております。制度が整備されれば、各自治体や行政機関が具体的に調

達をする時には製品ごとの基準も出てくると思うんですね。そういったところについては、今後のところでも記載させていただいておりますけれども、調達ガイドラインというところで、今回まさに判断基準も策定していきますので、そこからさらにもう一段上の取組として、こういったサービスであれば資源循環という面において、より大きく寄与するのかというところを、ガイドラインの中にも具体的に書き込みをしていき、公的機関が調達すべき製品というものをガイドライン上に策定していくということを、さらに今後のところには書いていきたいと思っています。

二点目に質問頂いた点についてもここで答えさせていただくと、おっしゃるように優良事例・モデルケースの作成はあり得ると思っております、検討自体は次年度から出来るとは思うんですけれども、実際に例えば調達をするという行動までを考えると、実際の行動を見てみないと、自治体がどのような調達をして、その際にぶつかった課題みたいなものも含めてモデルケースでは入れこむ必要があるかなと思います。そのため、時系列的には長く設定しているというところになります。頂いていた公的機関が手放す方法、こちらも非常に重要な点だと思っております。経産省内でしっかり出来ているのかというところを自制する必要もあるかと思うんですけれども、そういったところはグリーン購入法ですと、調達する時の話がメインで、当然調達すると手放すフェーズが同時に出てくると思いますので、そこがこの法律上なりガイドラインでどこまで書き込めるかについても、環境省とも調整は必要になりますが、少なくともガイドライン上なり、モデルケースのところでは、調達と手放すフェーズ、両方において対応が必要かなと思いますので、是非そこは今後の検討事項に入れさせていただければと思っています。

また、一点目の質問のところ、例えばご指摘いただいたようなソフト面の支援が出来るところは次年度からではないか、というところ。今後のところに入れていく主旨としましては、ニーズのところはまだ十分に追いきれていないというのも正直あります。例えば、人材育成というものが、具体的にどういった人材で、どういった機関であればそういったものを育成できるのか。それは例えば少し専門学校的な、そういったプログラムを創設するようなこともお考えとして以前お声としては頂戴しているんですけれども、ではそれがどれぐらいのボリュームになってくるのか。やはり行政で支援をするということになると、一つのニーズということではなく、それなりにポテンシャルというか、ニーズの大きさを精査した上で、必要な支援を検討していく必要があると思いますので、そこはまだ十分に検討ができていないので、我々の検討のリードタイムという意味でも、次年度ではなく今後のところとして位置付けさせてい

ただいております。ただ、おっしゃるように仮に例えば研究開発的なところ、実際に人が動く R&D というよりかは、機械面の R&D については先ほどご紹介した補助金でも支援はできますので、切り分けて考える必要があると思うんですけども、そういった進め方を現時点では想定しているというところで、この仕様上は明記をさせていただきます。

おっしゃるように、インセンティブにつきましては、どのようにインセンティブを、誰にどういった形で入れるかというのも非常に重要な論点だと思っていて、消費者の視点が抜けているというご指摘ありましたけども、消費者に対してインセンティブを入れるのか、それとも事業者が事業環境をより安定的にする上で、今ハードルになっているところが、例えば金銭的なところがあるのだとしたら、そこを費用面で支援するのか等いくつかやり方はあると思います。いずれにしても、やはりイニシャルの支援を補助金でも、その後補助金がなくなってしまったら、なかなか安定的にできなかったというのは、我々としても望んでいることではありませぬので、どの様に持続可能な仕組みとするか、それはイニシャルの支援の有効性みたいなところも最初にデザインをしていかないと描けないところだと思いますので、そういったところも少し時間を要するかなというところで、今後のところにさせていただきます。一応、ご質問いただいた点はお答えをしております。

○三牧課長 　少し補足させていただくと、今後の検討は自前でやる前提で進めているところがあるので、事業者が来年度使える予算は、中小企業庁やサービス政策課など他の課にもあるかと思っておりますので、そういったところの情報を集めてしっかりと提供するといったところは、次年度やっていければと思います。ただ、どうしても葉山が申したようにこの業界特有の課題に対してリーチするとなると、もう少し情報収集やニーズの深堀は重要だと思っておりますので、そういう意味でこうした整理になっているというところでございます。

○梅田座長 　ありがとうございます。今の論点で、ソフト面を支援することが大事で、P17 の施策は良いものを作っていただいたと思うんですけども、やはり技術開発・設備投資はやや古典的な視点が強いと思うので、ソフト面を組み合わせることもこの分野では特に大事だと思うので、その辺をうまくやっていただければと思います。

○三牧課長 　インセンティブも財源も、業界や企業間なんかうまく調達できるとあれですけど、我々がある程度補助金取ってくるとなると、どうしてもこうやって徐々

に認知が上がって、そのうちインセンティブがなくても卒業できますといった、その辺りのロジックが結構詰められると思うので、その辺りのイニシャルコスト、どの位顧客が増えてきたら損益分岐点を越えてくるのかなど、その辺りもう少し整理が必要かなと思うので、また業界の皆様にご協力いただければなと思っております。

○梅田座長　　ということは、葉山補佐・三牧課長も言われたように、もう少し掘りこまない、なかなかクリアなニーズの姿が見えてこないというのが現状かと思うんですけども、そういう意味ではまずはこういう支援策の方向性を打ち出していただいたんですけども、来年度以降も掘りこんでいくという理解でよろしいですか。

○三牧課長　　一つは令和9年度の要求を夏までにしないといけないので、そこに向けてまず検討を進めて、ただ、一つの政策で全て解決するというよりは、認証や色々なパッケージでしっかりとそれぞれの課題にリーチしていく必要があるかと思えます。この辺りも含めて、ワーキングでもそうですし、業界の方とも意見交換をしっかりとやっていければと思います。

○梅田座長　　その辺りは是非よろしく願いいたします。では、町野委員お願いいたします。

○町野委員　　私からは、認証・ラベリングのところで、一つ確認の質問と、あと意見を申し上げたいと思います。このP16のスライドで、次年度の方向性案の認証・ラベリングと、今後の検討対象となり得る支援策の認証・ラベリングで二つありまして、確認なんですけれども、下の方の認証・ラベリングというのは今後、判断基準・省令が出来ることになると思うので、そこの紐づけがされるものという理解でよいのかというのが確認の質問になります。

これは両方に関係するものになりますが、エコマークが一つあると。グリーン購入は、これはラベリングの方には書いてないんですけども、グリーン購入法も適合品みたいなラベルが確かあるんですよ。加えて、その後別の種類のラベルもまた検討しているということになると、結構色々な種類のものが混在することになるんじゃないかなという懸念があります。この環境ラベル、いくつか種類がありまして、エコマークというのはタイプIの第三者認証がある一番取るのが大変なもので、この前事前説明でお伺いしたところ、これは多分基準を作ることに結構時間がかかって、さらにそれに申請をして取るのにも時間がかかるので、多分マークを取るのに数年単位で結局かかるようなタイプのものだというふうに理解しています。グリーン購入法についても、これはおそらく調達基準を変えたりと、調整が必要なものになり時間がそこ

そこにかかるので、この次のフェーズで早めに進めるということで入れていただいているのだと思います。ただ時間軸としてはゆっくりだなというのが私の感覚なのと、エコマークやグリーン購入法適合品が、消費者の認知度向上や情報提供、選択に資するものになっているのかが若干疑問なところです。建築物省エネ法のラベルがあるんですけれども、これはかなり参考になるのかなと思っており、第三者認証と自己認証のどちらでもラベルを付けることができるので、厳密なものでなくとも自己認証でもラベルを取ることができ、これは義務なのでどの事業者も行う必要があるのですが、省エネの星マークで表示するなど、提供される情報量が多いので、この程度までできると認知度向上や選択に資するものという観点からは良いのではないかと思いましたが、使う側としてもハードルの高いものと自社で自己認証するというように、事業者側の選択肢が増えるので、ラベルについては今後各ラベルの役割や、何を目的にラベルを付与するのかも含めて検討いただくのがよいのかなと思いましたが。

○梅田座長       ありがとうございます。では、葉山補佐お願いいたします。

○葉山補佐       ありがとうございます。一点目の今後の検討に入っている認証・ラベリングの点について、まだこれから具体的に検討はしていきますが、おっしゃる通り判断基準を作るので、そこから要素としては抽出して、どういう基準であれば認証・ラベリングをつけるのかといったところは一定、定性的・定量的な評価は当然必要になってくると思いますので、そこは連動性を持たせていきたいと思っています。

二点目のところ、我々不勉強なところがあるのでマークが乱立しても仕方がないですし、消費者がマークがあるから商品を買おうとなるかについては、広報含め不足しているところかと思しますので、マークの目的と役割の整理は一定この並行して次年度のところでやっていかなければいけない点だと考えておりますし、おっしゃるように自己宣言のようなものも選択肢の一つとしては幅広く取り得るものだと思います。とはいえ、一定の基準を設け、その基準を満たした場合にインセンティブとしてマークを付ける、また、例えば先ほどのインセンティブ支援も、マークを取れている人に限ってインセンティブ化するような形で底上げを図っていくというような支援の方向性もあり得ると思いますので、そこはマークの役割を何にするのかというところもセットで検討する必要があるかなと思しますので、エコマークとグリーン購入品ラベル以外の手法も勉強しながら、しっかりと検討させていただければと考えております。以上です。

○三牧課長       葉山が申し上げたように、最初はどうしても底上げの効果の方が大き

い。自分も以前、省エネやグッドデザインを担当していたことがあります。そこまですべて消費者訴求する仕組みにするには時間がかかると思っています。葉山が申し上げた通り、これを取らないと補助金を受けられないであるとか、また、業界自身のレベルを上げて、プラス多少のお墨付きというところで、省エネやグッドデザインは製品が並んでいるところに付いているから目立つと思うんですが、CE コマースは製品が並んでいてどうしようかと選ぶ機会がなかなかないところもあるかと思うので、ラベリングの基準の策定に時間を要するのであれば、まずは国のサイトで紹介する等のやり方も含めてしっかりと検討したいと思います。

○梅田座長       ありがとうございます。省庁連携で上手くやる必要があると思いますし、グリーン購入については私も委員を務めています。ラベルはあまり気にしないし、一般消費者はそれを見て買うというのはなかなか。エコマークの方がまだイメージはつきますね。

○三牧課長       省エネも省エネ法でトップランナーで付けているんですけども、やはり消費者に受けるのは省エネ大賞受賞等の方。需要創出とか、消費者の方が買ってみようとなるかはなかなか簡単ではないと思いますけれども、しっかりと考えたいと思いますし、グッドデザインでもサーキュラー的なことも入れたりしているので、こうした既存の枠組みとうまく連携してやるというのもアイデアとしてあるのかなと思うので、しっかりと考えてまた相談させていただければと思います。

○梅田座長       ありがとうございます。そうですね、グッドデザインでCE コマース部門を作ってもらえることも良いかもしれないですね。では、山本委員お願いします。

○山本委員       どうもありがとうございました。私もエコラベルのお話をしたいなと思っています。P16のスライドで言いますと、次年度にエコマークを進めていただくことは良いかなと、町野委員のおっしゃっていた通りかなと。今後検討対象となるというところも確かに設定されている中で、先ほど葉山補佐からも話がありましたが、マークの乱立みたいなのが、やはり訴求にも影響すると思っています。今、沢山マークがありますよね。例えばCE 課の案件でも、リチウムイオン電池のところでもマークの話が出てくる中で、大きなものはまだ貼る場所があるかもしれませんが、CE コマースの対象となるものに貼る場所もないですし、マークの形も色々かと思っていますけれども、それから国際的に必ず貼らなければならないものというのは、安全性の面からもあるかと思っていますので、来年エコマークを進めていただくことは良いと思うんですけども、今後と言わず他のマークとの整合性とか、どういうものがあって、ど

ういうものが少なくともやらなければいけなくて、重複や無駄がないような形でどのようなマークにすればよいのかというような検討は、次年度に是非やっていただけると良いのではないかなと思いました。CE課の他の案件とも整合的で、出来れば環境省や安全・安心の方も含めた上で、どういう形があり得るかの検討は早めにされた方が良いのではないかなと感じたところです。

これが一つ目でして、二つ目が、P5の対象製品の件に関して、これは今後色々文章に落とし込んでいく際にもう少し明瞭になるという理解で良いんですかね。一般衣料品と言ったときに何が含まれるのかということについて、私はまだ詳しくは分からないんですけれども、この辺りの定義ですとか、家電4品目というのは非常に分かりやすいと思うんですけれども、オフィス家具も金属製の収納家具・棚となっているときに、一般衣料品とは何なのかなと。バッグも入るのか、何が入るのかといったところがどの辺りでクリアになってくるのかとか、今後P16の中での対象製品の拡大の検討もいずれ俎上に載ってくると考えて良いのか、ということですね。現状、この対象製品の定義についても、どの程度厳密にやるのか、それとも幅広くできるものからどんどんやってほしいというスタンスなのかなというのはP17の補助金のところにも影響してくるかなと思っています。もし今、事業者がこの③を応募したいと思ったら、先ほどの対象製品に当てはまるかどうかということをも確認して、応募する必要があると考えるべきなのかなということも含めて、この4つの箱の定義というのはどの様にお考えか、お伺いしたいところです。もう一点あるんですけれども、今のところで一旦終わりとしたいと思います。

○梅田座長      ありがとうございます。はい、では葉山補佐お願いします。

○葉山補佐      一点目の、おっしゃる通りマークの整合性、町野委員にもご指摘いただきました。そこはもう次年度からすぐに着手できることですので、早急に整理をして、スケジュールが後ろ倒しにならないようにしっかりとやってまいります。

二点目の対象製品については、パワーポイント資料上では分かりやすく一般的な用語で書かせていただいていますけれども、法律上では、例えば判断基準の対象製品が何であるかというのは「製品群×判断基準」という掛け算の形で今後出ていくものになりますので、法律上でしっかりと明記されていくことになります。法律上の用語もかなり専門的で、人によってはなかなか読みづらいというところもあると思いますので、そういったところは次年度、ガイドラインの策定等で是非カバーしていければと思っています。対象製品の拡大というのも、おっしゃる通り今後の検討の論点には

上がってくると思います。まずはこの4製品からということで、衣料品なんかも追加をしないといけないわけですが、毎年もちろんここに限らず資源法の対象製品については随時見直しをしていく必要があると思いますので、その中でCE コマース含め検討していくということだと思っています。

P17の補助金は、この時点では個々の製品群との紐づきは明確にはありません。ですので、むしろ補助金自体は幅広く、色々な製品、CE コマースに係る設備投資を応援しようということで創設したのになりますので、今は紐づけをしていませんけれども、例えば先ほどのインセンティブの話であったように、ある特定の製品についてより高い取組を求めるといようなことを、今後のインセンティブの方策として挙げる場合には、こういった補助金の中でそういった製品を含め、より高い基準で取組まれている方には加点をするですとか、少し段付けをするということは可能性としてあり得ると思いますので、将来的にはそういうことも検討していくということだと思いません。

○山本委員 一つ確認して良いですか。今の点について少し確認したいんですけども、③の技術開発・実証。この辺り先ほどお話があったように、必要なのだと思いますけれども、「及び商用化」という記載にソフトの案件を入れていく余地はあるのでしょうか。例えば、先ほどインセンティブの話もありましたが、なかなか難しいと思うのでどこで、誰に、どういう風にといところを、例えば小さく実験のようなものをして、どういう形のインセンティブをしたらこういうように売上に影響があったみたいなのを、エビデンスを作っていくような取組なんかもこの商用化の範囲で補助として提案していくというのは、この事業の趣旨に合うのかという点を確認させていただきたいです。

○葉山補佐 ありがとうございます。この事業がGX 経済移行債を原資としているものになりまして、これは資源循環にかかわらずなんですけども、GX 経済移行債は投資原則というものがあります。もちろんCO2削減の観点はず求められることと、あとは産業競争力強化という点も非常に厳しく求められていくところなので、その競争力強化というのをさらに具体的に言うと何なのかといところは、一つは技術革新性みたいのところ、もう一つは例えばビジネス革新性みたいのところという項目にも、落とし込みはできると思うんですけども、そこの紐付きが、今、山本先生がおっしゃった点をどういうふうにロジックで説明できるかという点が、少しハードルになってくるかなという印象はあります。ですので、先ほどの回答にも近いことに

なりますが、やはりニーズのところと、それによる効果というところの深掘りが、事業者含め、もう少し進めたところで、仮に先ほど申し上げたような投資原則に合致する案件もあると。それがそれなりにニーズが高いということであれば、ここの部分の中身のその枠組みの見直し含めて必要な事項だと思いますので、やっていくということだと思います。

○梅田座長      その辺り切り拓いていただけるとよいのではないかと思います。では末吉委員、お願いいたします。

○末吉委員      町野委員からラベルの話が出ましたので、私からも少しだけ意見を申し上げますと、2025年の時点で一般の生活者のエコマークの認知度は8割以上です。20代・30代になると9割ぐらいになるということで、エコマークの認知は非常に高い。例えばですけれども、FSCの認証では33%とか、国際的な認証と比べてもエコマークは非常に認知度が高いです。とはいえ、認知されているから手に取るかというのは、また別の問題ではあるんですけれども、エコラベル・エコマーク含めてサステナブルな認証ラベルについては中学や高校の教科書にも掲載されています。今の大人たちよりはこれからの未来の若者たちは、ラベルに関して一定の知識を持ち合わせて社会に出ていく。また、サステナブルやエシカルなものを欲しいと考えている潜在的な消費者は実は意外と多く、消費者が選べるようにするため、あるいは消費者から選ばれるようにするためにもラベルは大切に、同時に製品の保証や品質、背景のストーリーを表示していくことも非常に重要であると考えます。今、環境省の方でも環境表示のあり方に関する検討会が開かれています。乱立するラベルを整理し、消費者にとってよりわかりやすく手に取ってもらうためにはどうしたらいいのか検討がされていますので、そちらとの連携を是非お願いできればと思います。

需要創出でいえば、消費者の利便性を追求してそこに必要な政策検討が欲しいと考えます。「新しいもの、新しい素材でないと嫌だ」というネガティブなイメージをなくしていくためにも、製品品質の表示だけでなく中古品の省エネの情報等その裏にある情報を積極的に開示し、消費者の手元に届けて行き、なぜその製品が良いのかを知ってもらうことも重要だと思います。また、リサイクル材を使用したもののほうが今後新品よりも安くなっていくとか、そういった世界観を創るために一定割合を義務化していく等、色々あると思うんですが、やはり合わせ技で進めていくしかないのかなと感じています。

あと消費者の視点で言いますと、リペアについては是非とも皆さんに一度、体験の

機会を持ってほしいと思っています。これは私だけではなく、私が今まで関わってきた多くの生活者がおっしゃっているのは、今は新品の購入と同じぐらいの金額がかかるから修理には出さないと。でも修理が安い金額でできるのであれば、やりたいとのこと。実際に修理を体験した人たちは、「こんなにも新品さながらに戻ってくるのか」という驚きとともに、一度やるともう一度やりたい、と思う方が多いように思います。ですので、1回目の体験をする機会をどうつくるか、どう後押しできるかということで、先ほども話に出ていましたが、補助金を一時的に出すといったプッシュのための補助金があればありがたいと思います。

利用者の経済的インセンティブという記載も、P13にありましたが、フランスのリペアの補助金制度が参考になると思います。EPR（拡大生産者責任）で生産企業から集めた資金を財源にして、そのお金をリペアの補助金に充てているといったスマートな仕組みなんですね。今、環境省が開催している「持続可能で循環型であるファッションに関する検討会」があるかと思うんですけども、その中の循環型ファッションのアクションプランでも初めて、EPRの検討が明記されていることを確認しています。こうしたことが合わせて進んでいくと良いと思っています。アメリカ発の、iFixitという修理のプラットフォームがあります。これはビジネスとしても非常に好調な業績を維持しているということで、こうした新しい独自のビジネスモデルを展開している、順調な企業の分析の実施も必要だと思います。修理する権利の法規制が追い風となり、業績が良いということを聞いていますし、消費者自身が自分で直せるといった楽しさもあり非常に好調だということを聞いております。

あとは回収のところ而言えば、消費者からモノを集めることが非常に重要となってくるので、そこは地域、自治体によるリユースのプラットフォームや、マンション内のリユースプラットフォーム等の回収システムの整備も地道に広げていくということしかないと思います。また、利便性や信頼性を確保したイベントの開催なども有効であると考えます。以上です。

○梅田座長      ありがとうございます。では、葉山補佐お願いいたします。

○葉山補佐      ありがとうございます。まず、最初に頂いていたラベルの件について、おっしゃるように、ラベルを認知しているから、購入手動に繋がるのかという点については、大きな課題だと思っています。そこがやはり先ほどおっしゃっていたように、インセンティブの付け方をセットにするとか、事業者の方もラベル以外にもより消費者に訴求するような方法とセットで進めていかないと、ラベルだけでは当然

十分ではないと思いますのでF、そこは少しパッケージの出し方については来年度検討をしていかないといけない点だと思います。おっしゃっていたように、例えば教育的な側面で、将来の消費者になる世代からしっかりと訴求をしていくことも息の長い話にはなりますが、重要な論点だと思います。その点はCE教育についても今年度から広報の一環として取り組んでいますけれども、次年度も継続的に子どもだけではなく一消費者である親御さんですとか、企業の方についても十分な認知があるわけではなく、CEの認知度は5割も行っていないと聞いておりますので、この点も含め教育は必要だと思っております。

二点目におっしゃっていた、中古品の裏にあるストーリーもセットで出していくという点で、昨年万博を9月に開催した際に、リペアをした洋服について修理をした方が、どの様に布やボタン一つを調達してきたかとストーリーとセットで展示をしました。実際にいらっしゃったお客様の声としてあった、そういうものを具体的に示してくれると、ただの服であっても、その裏にある背景を含めてこれだけ手間がかかっているものなんだ、というところがより鮮明に分かるということも、ラベル以外の一つの商品の見せ方だとは思いますが、ある種マーケティング的な手法も必要かもしれませんが、こうした点も訴求の一つの方策として企業とも議論させていただきたいと思っております。

また、リペアの体験の機会について、リペア以外の事業者からも一回目のハードルの高さという点が、どのCEコマース手法にしても共通の課題としてある、と検討会の場でもヒアリングさせていただいたお聞きした声として大きかったかなと思います。おっしゃるように、制度的に組み込んでしまうことが最も強制的なやり方になりますし、日本ではインセンティブで誘導していくといった手法を取ることが多いので、先ほどおっしゃっていたようなインセンティブの仕方のところで手法を組み込む、ただいつまでも実施することはできないので、他方でどのように自走する仕組みも並行していくのかという点が、一番財源確保との関係でも難しいところですので、勉強させていただいている海外事例を、どのように日本式に上手く当てはめられるかといった観点で見なければと思っております。

回収についてもおっしゃる通り、様々なループが必要だと思います。+αで信頼性の確保もそうですし、その後使っていただくためには、情報面も含めてトレーサビリティ、情報面も併せてセットで持つておかないと、将来的にリサイクルの際に製品情報が最初から取得できていた方が、価値としても高まりやすいと思っておりますので、回収

の仕組みとセットで情報のトレースの仕方については、他ワーキングでも検討している分野であり、CE コマースももう少し深掘することを次年度検討していることもありますので、その点もご報告させていただけたらと思います。

○三牧課長 お話を伺っていて非常に難しいなと思います。リペアを一度体験するところのように戻ってくるんだ、という話がありましたが、そういう意味で、消費者の意識を変えないといけないという点はあるつつも、どうしても短期的なインセンティブにより、経済性でやってみてくださいってところで、CE コマースをこの短期的に伸ばすって意味では、インセンティブを通じてまずはどんどん進めていく一方で、やはり消費者が結局それで変わらないと、また元に戻ってしまうところもあるので、教育の話もありましたが、政策として短期的に CE コマースを伸ばすというところのウェイトと、やはり消費者の意識もしっかりと変えていき、こうした取組を習慣化していくってところのバランスも非常に難しいなと感じました。ただ両方進めていかないと、多分根付いていかないと思います。難しいですけど、どうなんですかね。今 CE コマースを使っている方は、やはり経済性の観点で利用している方の方が多いのかなと思うので、それをどう本質的な意識に変えていくかというところは、事業者さんというよりは、我々も含めてしっかり考えないといけないのかなと思いました。

○末吉委員 ありがとうございます。一筋縄にはいかないところかと思いますがけれども、若い人たちが CE コマースを利用する理由としては、新品よりも安いということもあると思います。それに加えて、ただ単に棚に並んでいるものを買うという以外の体験での楽しさが大きいのかなと思います。需要創出に関して、流通や小売業者への訴求や CE コマースを後押し出来る支援も必要なのかなと思います。実験的にコープさんがある店舗で、これまで店内各所に置いていた認証ラベルのついた環境に配慮した製品をまとめ、特設コーナーを作ったんですね。今までお店にバラバラといろんなところに置いてあったラベル付きの製品を、一同に集めてお客様にとって分かりやすいように配置をして販売をしたら、売り上げが少しアップした、という結果も出ているそうです。ですので、いかにお客様との接点となる店舗がきちんとコミュニケーションをして伝えてくださるかということも、重要なポイントかなとは思っています。

○三牧課長 ありがとうございます。流通・小売との連携や、自身も富山県でフェムテックに取り組んでいた際に、福利厚生等と連携してまずは体験してもらう等、どのように消費者にリーチするかについては、CE コマースの製品・サービスは陳列でき

ないという点での課題もあるかと思しますので、色々と研究できればと思います。

○山本委員 関連して、神奈川大学のみなとみらいキャンパスに「ファブラボみなとみらい」という施設がありまして、個人では買えないような機械をご自由に使っていただける、修理をしたりですとか、リサイクル材で何かを作ったりといったことを公開しているんですね。予約は必要なんですけれども、お子さん向けのイベントもやっており、こうした接点も大事だと思うので、上手く利用していただけると良いのかなと思しましたので、ご参考まで。

○三牧課長 先日一緒に講演をしたんですが、日立さんがそういったリペア社会のデザインをするという小冊子を作っており、今の修理の施設含め、こうした取組と上手く連携できると良いのかなと。我々ももう少し調べてみます。

○梅田座長 ありがとうございます。ファブラボは世界的なネットワークで、自分たちで物を作ることが出来るような工房です。町野委員、お願いします。

○町野委員 葉山さんの方からガイドラインの話がいくつか出ていたんですけれども、このガイドラインに今後どういうことを書くかや、これは判断基準のまた下位に位置づけられるものなのか、それとももう少し広い形でいろいろ書き込んでいくのか。もしイメージがおありのようでしたら、教えていただくと助かります。

○葉山補佐 判断基準の下位に位置づけられるような形にはなると思います。ただ、純粋に判断基準の解説書みたいな形というよりも、もう少し幅広くはなると思っていて、先ほどおっしゃっていた、例えばラベリングや公共調達の方で、どういった製品がより良いのかといったところで、定量的な基準や、定性的であってもこの程度の水準が必要だろうみたいなところも、明らかにしていけないと思うんですが、そのベースになるような形でガイドラインも整備できると、文章がいくつもあり、皆さん読みづらいみたいなことにもならないので、その辺の整合性はこれから検討いたしますけども、狙いとしてはそういったものにもしていけると良いなと考えております。

○梅田座長 ありがとうございます。私からも聞こうと思っていましたが、ガイドライン期待大ですね。

○山本委員 少し逸れてしまうかもしれませんが、P11の挙げていただいたものの中で、中古品売買のリユースに関して、家電の話があるかと思します。こちら近藤補佐や町野委員など皆さんと検討している部分もあるかと思うんですね。ここにさらっ

と書いてあるんですが、回収の下のところや、家電4品目として書いてある辺り等、大変難しい問題、かつ重要な問題だなと思っています。この辺りの、法の中での狭間に落ちてしまっている、あるいは接合と接合の間で上手く機能しない部分があるかと思っています。経産省さんだけの守備範囲でもないようなところではあるんですが、こうした面は、是非 CE コマースの場の中でもご検討いただきたく、P16の中では上手く当てはまっていないのかなという気がしていて、制度的に上手くいっていない齟齬みたいなものをならしていく取組というのも、是非お願いしたいなと思うんですけどもその辺りについてはいかがでしょうか

○梅田座長       ありがとうございます。では、近藤補佐お願いします。

○近藤補佐       今の家電4品目の話で言いますと、皆さんご参加いただいています。が、いかに色々な事業者がいらっしゃって、また製造メーカーもいらっしゃると。難しい点としては、電気用品安全法や製造物責任法といった関係法令が外にあるといったところを、包括的にリユース促進する上で、どういうものが必要かといったガイドラインを考えてございます。我々として、各規制法令のところに踏み込むわけではなく、事業者がやりやすい環境であったり、消費者が特に家電製品では、安全・安心の担保という点が非常に重要になりますし、そういったところを家電の方ではまず取りまとめをしまして、それを参考に色んな製品が展開していけば良いかなというところで今取組を進め、来年でそういったところを進めていこうと考えてございます。

○梅田座長       他はいかがでしょう。活発で時間が無くなってまいりましたけれども、もうマックス1ラウンド位かと思いますが、もし何かあれば是非お願いしたいと思います。

○山本委員       今回、この検討会とワーキング・グループで衝撃だったのが、盗難の話です。盗難されるモノが高いので、結果として盗難した人が得したモノを、善良な利用者が支払っているという構造だと思うんですね。これについても、やはり犯罪というのは、CE課さんの外なのかもしれないですけども、是非何か情報共有を促進するような枠組みや、悪いことをする人を締め出せるようなことは早急に検討したほうが良いのかなと感じています。

○葉山補佐       ありがとうございます。私も話は衝撃的でした。ただ、おっしゃるように、弊課ではscope的に難しい課題でもあったりするので、警察庁によくご相談をしないといけない分野かなと思います。検討会には毎回オブザーバーとしてご参加いただいております、課題自体は共有出来ているかと思います。古物営業法もそうです

し、通常国会の新しい法律で、届出だとか身分証を確認して未然に防止するという方策も検討されていたりするので、彼らの方でも恐らく既存のツールだとか、施策の中で CE コマースに係る盗難も対処できるものは、もしかしたらあるかもしれないので、そこはよくご相談して知恵を出していけたらと思います。

○梅田座長 末吉委員、お願いします。

○末吉委員 リユースとか CE コマースというのは、ただ単にモノがぐるぐる回るという循環の話だけではなく、モノの繋がりを起点として、人とか社会を繋ぎ合わせる手段という側面もあると思うんですね。価値の意味づけをしていくと、より消費者にも届けやすくなるのではないかなと思っています。

○三牧課長 やはり消費者の意識を変えるということも、体験やモノを手元に置くだけでなく、それを通じて色んな人と繋がるということも大事だと思います。そういう視点も、どのように業界に広げていくか、そういうサービスにしていくか、という点について、自身がクールジャパンをやっていた際には、感性にどう響くか、ということをやっていたので、そう意味では共通することもあるかと思いますが、他の施策の事例も調べながら。そういう意味では、身分証のチェック等は消費者になかなか強く言えない事業者に対して、基準に書いてあげることで、経産省が厳密にやるように言っている、といったところは入口として出来るかなと思いますが、それ以外に何が出来るのかについても、しっかりと検討したいと思います。末吉委員からの意見は宿題としては大きなところにはなりますが、全体のマーケットの中でどれだけ理解してもらえるか、全員を変えていくというのはなかなか難しいところがありますので、CE コマースのターゲットと通常の購入するような層と、CE 課としては 100%を目指したいんですが、まずはどの位ということも考えて、再生材利用ではどこかで見極めて全体像を描かないといけない話があるので、こちらもやはり消費者に対して、まずは中長期でこの位といったイメージは持つておく必要があるかと思いますが、この辺りも是非ご知見頂ければと思います。

○末吉委員：ありがとうございます。CE コマースは、消費者にとって今まで当たり前である消費のパターンを大きく変えていく可能性があると思っています。我々は今、価値の大転換を目指しているということで、まずはこのスタートを嬉しく思います。ありがとうございます。

○梅田座長：ありがとうございます。その他の委員の皆さん、よろしいですかね。それでは時間も参りましたので、本日の議題はすべて終了いたしました。皆さん大変活

発なご議論をいただきまして、誠にありがとうございました。

言わずもがなですが、CE コマースは非常に反響の大きく、最後末吉委員に締めていただきましたけれども、期待の大きい分野ですので、ここは力を入れてやっていただきたいところだと思います。知れば知るほど多様な業態があって、多方面からの考慮が必要などとても大変なミッションではあると思いますが、是非ここはやっていただきたいと思います。末吉委員のご意見とも関係するのですが、これまで大量生産して使い捨てが当たり前でした。テレビを修理しなくなったのはいつ頃ですかね。昔はテレビは修理する物だったんですが、そういったことが無くなって、製品の質が良くなったからというところもありますけれども、使い捨てが長期間刷り込まれてきたものを、ここで一回解除しましょう、そういう文化に変えていこうという話ですので、非常に息の長いことが必要だと思いますので、短期的・集中的にしっかりとやっていただくことと、長期的にやることと棲み分けながら進めていただければと思います。

最後に、閉会にあたりまして経済産業省 GX グループ 資源循環経済課の三牧課長より一言ご挨拶を頂ければと思います。

○三牧課長      ありがとうございます。エコマークやエコラベルの話もありましたけれども、消費者の意識を変えていくことも含め、短期的にまず一回目をやってもらうこと含めて、消費者目線としてこのサービスをどういうものにしていくのか、まずどうすることで今手を出しにくいなということなのかを、もう一度精緻に分析して、どうしたら二回目、三回目とやっていただけるようになるのかは、やはり我々もしっかりと考慮して、施策を設計していく必要があるのかなというところが一点と。

盗難の話もありましたが、業界ごとにまとめた課題にはなっていますが、扱っているモノや顧客によっても課題は変わってくるので、我々の中でまとめて施策というところもありますし、他の分野でも色々な施策がありますので、その中でも CE コマースの課題解決に繋がるようなものを見つけて、効果があるような形に変えてもらうということもあるかと思いますが、我々も視野を拡げながら、引き続き業界全体をしっかりサポートしていければと思いますので、今日は忌憚なきご意見をありがとうございました。宿題を沢山いただきましたので、引き続き、ただ一方でスピード感も持ってやっていければと思いますのでよろしく願いいたします。ありがとうございました。

○梅田座長      ありがとうございました。では最後に事務局より連絡事項のご案内をお願いいたします。

○近藤補佐　　本日の議事録につきましては、委員の皆様にご確認いただいた後、経済産業省ウェブサイトに掲載する予定でございますので、引き続きご協力のほど、よろしくお願いたします。

○梅田座長　　それでは、第2回 CE コマースワーキング・グループを終了いたします。本日はどうもありがとうございました。

以上