

1. 背景と目的

近年、日本では循環型社会形成に向けて様々な取り組みが行われている。環境省[1]では、「循環型社会推進基本法」が交付され、より徹底した 3R 対策が必要とされている。3R の中でもリデュース、リユースの優先順位が高く、平成 22 年度には「使用済み製品等のリユース促進事業研究会」が開催され、この一環として事業者のリユース促進を目的とした各種の検討が進められてきた。2016 年の環境省の調査[2]では、オフィス家具・機器（以下、オフィス家具等）の中古品の購入、使用済み製品のリユースとしての引渡しとともに、6 割を超える事業者及び官公庁、地方自治体で実績がないという結果であった。また、中古品を購入したことがない理由として、品質面の不安と品質保証の不十分さが多く挙げられた。さらにリユースとして引渡ししたことがない理由としては、「そもそも検討したことがない」、「リユース事業者に関する情報がなかった」という意見が上位に挙げられた。しかしながら実際にオフィス家具等の中古品購入やリユースとしての引渡しに影響する要因は明らかにされていない。

そこで本研究では、リユース行動を「中古品購入と売却・寄付等（以下、リユース）」と定義し、オフィス家具等のリユース行動に影響する企業行動の要因を明らかにする。さらにリユース市場の制度や対策の認知と意向変化の関係についても明らかにし、事業者のリユース行動促進に寄与することを目的とする。

2. 研究方法

調査にはインターネット調査（ジャストシステム社の Fastask）を使用した（先着締切方式）。初めにスクリーニング調査を 2020 年 11 月に実施、公務員、経営者・役員、会社員、自営業に職業を絞り男女年齢層（30 歳以上）がほぼ均等になるように割り付けた（配信数：20,122 名、回収数：4,301 名）。さらに回答者から、オフィス家具等のリユース行動の経験の有無により 3 で述べる 6 タイプを抽出し、各 100 名を回収目標として、男女年齢層がほぼ均等になるように割り付け、本調査を実施した（配信数：753 名、回収数：621 名、回収率：82.5%）。

スクリーニング調査では、職場でのオフィス家具等の購入・処分の経験の有無や中古品に対する意識などを尋ねた。本調査では、回答者が経験したオフィス家具等の購入・処分の一つの事例について製品の種類や数量、職場規模、重視点や環境配慮に対する当時の意識等を共通で尋ね、中古品購入またはリユース経験者にはこれまで中古品購入やリユースに至らなかった時の理由も尋ねた。

また、現時点のリユース市場の制度や対策の認知について尋ねるとともに、それらの内容の説明後のリユース行動に対する意向の変化についても尋ねた。

3. リユース行動に影響する要因

ここではオフィス家具等のリユース行動経験の有無により以下のように 6 つのタイプを抽出した。購入については、オフィス家具・機器いずれかの中古品を多量購入したことがある人（以下、購入経験あり）、新品のオフィス家具・機器いずれかの個別購入もしくは多量購入をしたことがある人のうち、いずれの中古品も購入していないが、それらの中古品購入（個別または多量）を検討したことがある人（以下、購入検討あり）、新品のオフィス家具・機器いずれかの個別購入もしくは多量購入をしたことがある人のうち、オフィス家具・機器いずれも中古品購入の検討に関わったことがない人（以下、購入検討なし）の 3 タイプを購入タイプとして抽出した。リユースについては、オフィス家具・機器いずれかを一度に多数リユースしたことがある人（以下、リユース経験あり）、オフィス家具・機器いずれかの個別もしくは多量廃棄・リサイクルをしたことがある人のうち、オフィス家具・機器いずれかのリユース（個別または多量）を検討したことがある人（以下、リユース検討あり）、オフィス家具・機器いずれかの個別もしくは多量廃棄・リサイクルしたことがある人のうち、オフィス家具・機器いずれもリユースの検討に関わったことがない人（以下、リユース検討なし）の 3 タイプを処分タイプとして抽出した。今回の調査では、購入経験あり群とリユース経験あり群の職場人数は 51 名以上の比較的大規模な職場が多かった。

オフィス家具等のリユース行動に影響する要因について、「環境配慮に対する個人意識」と「環境活動に対する社内状況」の 2 つの変数群を用いて分析を行った。まず個人意識変数について、購入時と処分時の主な担当者のみを対象に、個人の中古品取引サービス等の利用の程度や環境配慮に対する意識に関する項目を挙げ 4 段階評価で尋ね、クラスカル・ウォリス検定を行った。また社内状況変数について、社内の過去のリユース行動実績や社内マネジメントの厳しさ、社内環境活動に関する項目を挙げマルチアンサーで尋ね、 χ^2 検定を行った。これらの結果のうち主なものを購入・処分タイプ別に表 1、表 2 に示す。なお、個人意識変数については肯定的回答割合の数値を示す。

表1 購入タイプにおける要因分析の結果

個人意識変数	中古品取引サービスの利用	中古品使用への抵抗がない	環境配慮の取り組みへの関心
購入経験あり	81%	81%	85%
購入検討あり	48%	65%	61%
購入検討なし	17%	35%	33%
χ^2	49.834	33.252	35.345
p値	.000	.000	.000
社内状況変数	中古品購入の実績	購入製品の品質保証が必要	環境マネジメントシステム等の導入
購入経験あり	39%	38%	30%
購入検討あり	19%	9%	10%
購入検討なし	10%	6%	5%
χ^2	27.773	45.439	28.455
p値	.000	.000	.000

表2 処分タイプにおける要因分析の結果

個人意識変数	中古品取引サービスの利用	他人に使用されることに抵抗がない	環境配慮の取り組みへの関心
リユース経験あり	75%	87%	82%
リユース検討あり	47%	59%	63%
リユース検討なし	29%	44%	32%
χ^2	30.856	26.421	28.308
p値	.000	.000	.000
社内状況変数	リユースの実績	情報セキュリティの不安視	環境マネジメントシステム等の導入
リユース経験あり	40%	33%	40%
リユース検討あり	11%	27%	13%
リユース検討なし	13%	10%	5%
χ^2	29.746	18.140	43.427
p値	.000	.000	.000

表1、表2の結果より、オフィス家具等の購入や処分に深く関わる人の中古品取引の経験の豊富さや環境配慮への意識の高さ、また社内の環境活動の積極性がオフィス家具等のリユース行動に影響を与えている要因であると考えられる。さらに社内マネジメントの厳しさについて購入経験あり群とリユース経験あり群で高い数値となっており、想定していた関係と逆であった。これはリユース経験あり群で比較的大規模な職場の回答者が多いため、規模の大きな企業の方が手続きが厳しくなるためではないかと推察される。

4. リユース市場の制度・対策の認知と情報提供の影響

現在リユース市場で取り組まれている制度等を挙げ、それらの利用度・認知度を「1) 利用したことがある」、「2) 利用したことはないが、内容は知っている」、「3) 詳細は知らないが、聞いたことはある」、「4) 全く知らない」の4段階評価で尋ねた。1の割合を利用率、1+2の割合を認知率とした。次に各制度等の詳細を説明後、3もしくは4と回答した人のみを対象に、回答事例当時にそれらの制度等を認知していればオフィス家具等のリユース行動の可能性があったかを4段階評価で尋ねた。そしてその肯定的回答割合を意向変化とした。これらの結果を表3に示す。

表3 リユース市場の制度・対策の利用率・認知率と意向変化

	利用率	認知率	意向変化	利用率	認知率	意向変化
	優良リユース販売店認証制度・優良店認証制度			RITEA認定情報機器リユース取扱事業者		
購入経験あり	36%	74%	52%	41%	70%	38%
購入検討あり	7%	49%	53%	12%	45%	42%
購入検討なし	2%	14%	36%	1%	9%	35%
	製品仕様・状態が掲載されたインターネット・ショッピングサイト			リユース品の返品・交換制度		
購入経験あり	42%	79%	64%	46%	75%	70%
購入検討あり	15%	57%	50%	10%	49%	50%
購入検討なし	5%	24%	38%	2%	15%	40%
	古物商			RITEA認定情報機器リユース取扱事業者		
リユース経験あり	36%	82%	50%	40%	74%	42%
リユース検討あり	19%	61%	32%	21%	51%	31%
リユース検討なし	23%	55%	32%	3%	14%	51%
	JROリユース電子マニフェスト			団体所属のリユース業者のリスト		
リユース経験あり	33%	74%	37%	39%	74%	48%
リユース検討あり	6%	39%	35%	9%	38%	31%
リユース検討なし	0%	8%	51%	0%	5%	52%

表3より、購入検討なし群とリユース検討なし群で古物商の認知率以外は利用率、認知率ともに3割未満で低い数値であった。またタイプによる意向変化の違いをクラスカル・ウォリス検定で分析した結果、有意な差はなく、概ね3~5割程度となった。これらの結果から、オフィス家具等のリユース行動促進には各制度や対策の認知率を高めることが重要であると考えられる。さらに新品と中古品が並列して表示されるネットショッピングサイトやリユースの手続きが一貫して行えるサイトの作成など、中古品購入やリユースを検討したことがない事業者に対しても有効な情報発信をしていく必要がある。

5. 結論

オフィス家具等のリユース行動に影響する要因として、購入・処分担当者的中古品取引の経験の豊富さや環境配慮に対する意識の高さ、また社内の環境活動への積極的な取り組み姿勢が考えられる。リユース市場の制度や対策について、購入検討なし群とリユース検討なし群で認知率、利用率ともに低かった。またそれらの制度等の認知によるリユース行動の意向変化はタイプ間の差はなく、概ね3~5割程度であった。今後オフィス家具等のリユース行動促進のためには、リユース市場の制度や取り組みのさらなる周知が必要であり、リユース行動未経験の事業者に対して有効な情報発信をしていくことが課題として挙げられる。

6. 参考文献

- [1] 環境省 HP, 循環型社会・3R 関連, <https://www.env.go.jp/recycle/circul/index.html>
- [2] 環境省, 2016, 「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」
<http://www.env.go.jp/press/files/jp/102938.pdf>
(いずれも 2021-2-2 確認)