

# 廃家具再商品化の循環経済

## —— 滋賀県が進める Repair-Challenge

尾上 怜

滋賀県  
琵琶湖環境部  
循環社会推進課



### 1. 滋賀県における サーキュラーエコノミーの取り組み

滋賀県では、2025年度からサーキュラーエコノミー（以下、CE）の取り組みの一環として、一般廃棄物として処理されている廃家具類に着目した実証事業「Repair-Challenge」を実施している。

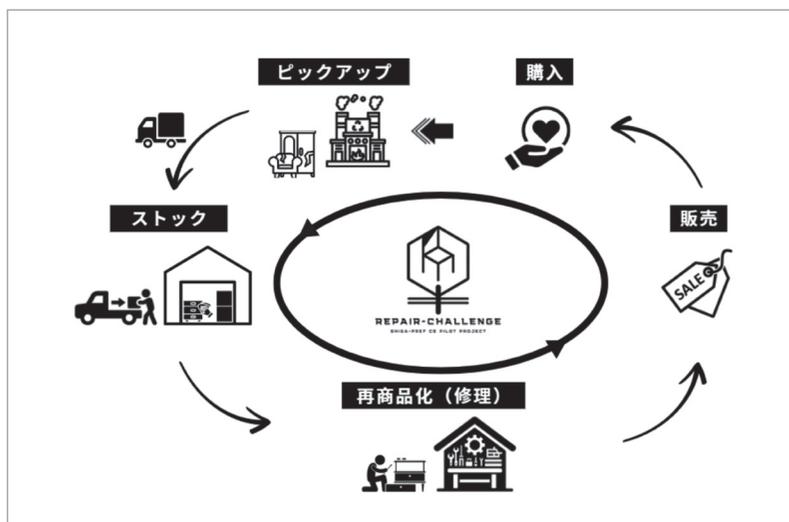
本事業では、処分の現場で発生する廃家具類を起点に、再商品化や販売に至るまでの工程や基礎情報について、実際の運用を通じて把握することを目的としている（図）。

一般廃棄物由来の資源を循環につなげていくためには、官民がどのように役割分担し関与し得るのが重要な要素である。このために、制度

面や現場運用上の制約に加え、経済性がどのように民間参入に影響するのかを整理する必要がある。こうした点を踏まえ、本事業では、再商品化を含めた持続的な循環経済の仕組みを検討する上で必要となる前提条件を確認している。

本稿では、その取り組みの概要と、運用を進める中で見えてきた状況について整理する。

図 Repair-Challengeの流れ



## 2. 「リペア」に注目

---

本県がCEの取り組みを検討する過程で、着目したのが「リペア」である。

リペアは、製品を修理しながら長く使い続ける取り組みであり、循環経済の中核的要素の一つである。一方で、製造やリサイクルと比べると、政策的な位置付けや事業としての成立性について整理された事例は多くない。

本事業の対象としては廃家具類を設定した。これは、家具がリペアとの親和性が高い品目であることに加え、本県において処分の現場で良質な廃家具類が一定量廃棄されている状況が確認されていたためである。あわせて、分別や破碎といった処理工程において手間を要しやすいという特性も併せ持つことから、処分と再商品化の両面における課題を検証する対象として位置付けた。

滋賀県は、かつて多くの宿場町を有し、近江商人に代表される商業地が点在していたという歴史的背景を持つ。このような地域性から、長く使われてきた良質な家具が残っており、これも本事業実施における背景条件の一つとなっている。

こうした経緯を踏まえ、地域に内在するポテンシャルを生かしつつ、サーキュラーエコノミーにおける長期利用・長寿命化の可能性を検証する取り組みとして、Repair-Challengeを開始した(図)。

## 3. 廃棄物から再商品化への起点

---

廃家具類は、家庭から不要品として排出され、多くの場合、粗大ごみとして市町により収集・処分される。戸別回収や持ち込み、予約制回収、粗大ごみ収集イベントなど、排出・収集の形態は市町ごとに異なるが、いずれも一般廃棄物として適正処理が行われている。

本事業では主として、住民から排出され、市町の処理工程(収集運搬を含む)の中で集まった廃家具類について、市町が処理責任を有する一般廃棄物であることを前提に、

市町の承諾を得た上で、県が現地(清掃工場等)で状態等を確認し、市町と協議の上で再商品化の可能性があるものを選定し、「ピックアップ」を行っている(各自治体につき週1回程度)。

本事業には現在、県内11市町および広域行政組合(対象人口:約58万人)が参画しており、ピックアップ点数は約120点/月である。市町による回収形態や施設上の制約により、自治体間でピックアップ量には大きなばらつきが見られる。また、本事業が対象とする廃家具という特性上、「人口が多い自治体ほどピックアップ数が多い」とは限らないことが確認されている。

事業開始当初は現地で偶発的に出会う家具に依存する側面が大きく、ピックアップの量や質、種類にばらつきがあった。戸別回収や持ち込みを中心に、状態の良い家具が含まれる場合もあれば、該当する家具がほとんど見られない場合もあり、一定の量を安定的に確保することは容易ではなかった。

そこで、一部の参画自治体において、県によるピックアップに先立ち、再商品化できる可能性のある廃家具類をおおむね1週間分事前に取り分けておく「小ストック」という工夫を行った。その結果、1回当たり20~30点程度の安定したピックアップが可能となった。

小ストックの形成にあたっては、本事業で得られた販売結果等の情報を参画自治体にフィードバックし、「どのような家具が再商品化や販売につながりやすいか」といった視点を共有している。画一的な基準を設けることは難しいものの、こうした情報提供と現場での密なコミュニケーションを重ねることで、ピックアップの質や量の向上につながっている。

## 4. 「直せるか」と「直すべきか」

---

ピックアップされた廃家具類は、県が費用を負担した形でストック拠点へ運搬される。

本事業では、まず家具の状態や構造を確認した上で、再商品化の可否や修理内容について検討を行っている。この段階では、単に修理が可能かどうかだけでなく、修理に要する手間やコスト、販売時の想定価格との関係を踏まえた判断が求められる。

実際に、ピックアップされた廃家具類のうち、修理を行って再商品化に至るものは全体の約1割程度にとどまっている。多くの場合、釘の増し打ちや接着剤による再固定、簡易的な調整といった比較的軽微な修理が中心である。

一方で、大規模な修理や部材交換、再塗装など、いわゆるリファビッシュに近い対応が必要となる家具も存在する。しかし、修理に多くの時間や費用をかけたとしても、必ずしも販売につながるとは限らない。実際に、大掛かりな修理を行ったものの、想定した価格での販売が難しく、結果として採算が合わなかった事例も確認されている。

修理の過程で、当初想定していなかった不具合が顕在化する場合もある。例えば、座面の割れを接着によって圧着補修していた際に、経年劣化の影響もあり、同じ座面の別の箇所が割れてしまったケースがあった(写真1)。このような場合、追加の補強によって使用可能な状態に戻すことは理論上可能であっても、販売価格とのバランスを考慮すると、修理を継続すべきかどうかの判断が必要となる。

また、同種・同型の家具であっても、状態の差によって修理に要する手間は大きく異なる。例えば、昭和初期の学習機のように同じ構造のものが多数排出される場合でも、簡易な修理で市場に出せるものと、多くの手間をかけなければならないものが混在する。この場合、仕上がりに大きな差が生じないため、販売価格に大きな差を付けることは難しく、結果として修理に手間を要した家具ほど利幅が小さくなる傾向がある。

こうした点から、本事業では「直せるかどうか」だけでなく、「直すべきかどうか」を判断する視点が重要であることが明らか

になってきた。修理の技術的可否に加え、再商品化後の利用や販売を見据えた判断が、工程全体の成立性に大きく影響する。ストックから再商品化(修理)に至る工程は、単なる中間工程ではなく、その後の販売や事業全体の持続性を左右する重要な局面である。



写真1 修理途中で断念した椅子(修理途中で座面が別に割れた事例)

## 5. 再商品化した家具の行方

再商品化された家具は、月に一度の販売会を通じて一般の消費者に提供している。販売は期間を区切った形で実施しており、来場者の反応や購買行動を直接把握するための検証の場として位置付けている。

販売価格は、修理内容や状態、同種品の市場価格などを踏まえて設定しているが、高価格帯ではなく、数千円から1万円前後を中心とした比較的低価格帯としている。これは、再商品化品としてどの程度受け入れられるのかを確認するとともに、販売実績を通じて、再商品化された家具に最低限どの程度の価値が付与され得るのかを把握するためである。

本事業では、これまでに4回の販売会を実施している。来場者数は延べ907名、売上点数は541点、売上金額は115万1千円であった。また、近隣府県からの来場者も確認されており、回を重ねるごとに来場者数が増加している。

販売会では、来場者を対象にアンケート調査を実施している。その結果、再商品化品であること自体を理由に購入を控える傾



写真2 再商品化（修理等）され販売された家具類

向は強く見られず、修理や再使用に対する心理的な抵抗感は比較的小さいことが確認されている。購入の判断にあたっては、価格や状態に加え、デザインや一点物として

の個性、実物を確認できることが重視されている。

また、販売状況を見ると、全ての再商品化品が同様に購入されるわけではなく、デザインやサイズ、用途によって反応に差が見られる。一般的な住環境に取り入れやすく、用途が明確な家具は比較的选择しやすい一方で、修理に一定の手間をかけたものであっても、意匠性やサイズの関係から購入に至らないケースも見られている。

さらに、来場者の中には、家具や古物に関心の高い愛好家層や古物商など、一定の専門性を有する層が含まれている。これらの層によって複数点をまとめて購入する行動も確認されており、再商品化品の需要を下支えする存在となっている。価格の安さのみを目的とした購買ではなく、素材や構造、希少性といった観点から価値を見いだす購買行動が見られる点は特徴的である。

こうした販売結果は、単に売上を把握するためのものではなく、前段階である再商品化やピックアップの判断を振り返る材料として活用している。どのような家具が購入につながったのか、どの程度の修理内容が受け入れられたのかといった情報を整理し、次回以降の工程にフィードバックすることで、事業全体の検証を進めている。

## 6. 今後も長期利用・長寿命化に資する仕組みを検証

本事業を通じて、一般廃棄物として処理される家具類を起点とした再商品化の可能性とともに、再商品化製品となる前提条件に対する理解が進んできた。特に、一般廃棄物の処理現場におけるピックアップについては、法令上の整理や適正処理の担保、場内管理の観点から、民間事業者にも広く開放することは容易ではない。一方で、行政が関与することで、法制度や現場運用との整合を図りながら、一定の柔軟性を持った対応が可能となることが確認された。

また、再商品化を継続的に行う上では、単一自治体の範囲にとどまらず、行政界を越えた広域的な連携が、量の確保やコスト面に加え、ピックアップの効率を高めていく上でも重要となる。県が関与することにより、複数自治体の処理現場を横断的に捉えた調整や、回収頻度・方法の工夫が可能となり、結果として単位当たりの回収効率を向上させる余地が生まれる。こうしたスケールメリットを生かした運用が可能となる点は、本事業を通じて得られた示唆の一つである。

加えて、ピックアップされた家具を再商品化し、市場につなげていく工程においては、修理や販売に関するノウハウを有する民間事業者の関与が欠かせない。再商品化の手法や物流、価格設定や販売方法といったピックアップ以降の一連の工程は、循環経済における「経済」の側面を担う領域であり、付加価値の創出や事業としての持続性を左右する要となる部分である（写真2）。

Repair-Challengeは、行政が全てを担う取り組みではなく、廃棄物処理という入口部分と、再商品化・販売という民間の力が発揮される領域とをつなぎ、その接点を実証的に整理する取り組みである。本事業を通じて得られた事実を基に、今後も長期利用・長寿命化に資する仕組みについて検証を重ねていく。