

## 無印良品「ReMUJI」が仕掛ける地域の循環拠点



株式会社良品計画（無印良品）は1980年に「わけあって、安い。」をキャッチコピーに誕生。大量消費・大量生産の時代において、素材の選択や工程の点検、包装の簡略化という3つの原則を大切に、「これでいい」と思える理性的な満足感を提供してきた。2021年からは第二創業とし、生活の基本となり、生活者はもちろん、環境にも、社会にも、生産者や地域にも役に立つ、本当に必要な商品・サービスだけを、手取りやすい価格で提供している。また、ESGのトップランナーとなることを掲げ、資源循環や地域分散型の取り組みを推進しており、国内外で幅広く店舗を展開中。

## 無印良品 イオンモール橿原を拠点とする資源循環活動「ReMUJI」の5つの取り組み

無印良品では、2010年に衣料品の回収を、2015年に「染めなおした服」の販売を開始した。2025年からは資源循環の取り組み全体の総称を「ReMUJI」とし、「無印良品 イオンモール橿原」を循環の旗艦店と位置づけている。

同店では、①衣類や生活雑貨等の「資源回収」、②回収品をクリーニング・リペアして販売する「リユース回収品と販売」、③検品工程で弾かれたり返品されたりした「わけあり品販売」、④国内外から仕入れ修繕した「古家具販売」、⑤古紙回収ではなく次の読者へ繋ぐ「古本販売」の5つを展開。さらに、工房でのリペアサービスや対象地域での大型家具の出張回収なども実施し、限りある資源を無駄にせず、ものを長く大切に使い続けるための仕組みを構築している。

## ✓ 消費者へのサーキュラーエコノミーの伝え方

無印良品は、消費者が我慢して中古品を選ぶのではなく、「これがいい」と納得して選べるよう、多様な価値を提案するコミュニケーションを図っている。例えば、わけあり品は機能に問題がないことを説明し、手頃な価格で提供。また、不用品回収時には金銭的なインセンティブをあえてほとんど設けず、取り組みやブランドコンセプトへの共感によって参加してもらう仕組みとしている。

店舗を「地域のコミュニティセンター」と位置づけながら、「タウンミーティング」を定期開催し、消費者と対等な立場で意見交換を行い寄せられた声を実際のサービスに反映させることを目指している。ペットボトルのフタ等を使ったワークショップや、服を物々交換する「おさがりくらぶ」などのイベントを通じて、自然な形で循環に参加できる機会も創出。また、他企業と連携し、ダンボールハウスによる紙の循環サイクルの展示なども行い、地域顧客への認知向上を図っている。



## ✓ 作り手（製造事業者）へのサーキュラーエコノミーの伝え方

無印良品の商品を作る製造事業者は、無印良品の品質基準に合致する製品を作らなくてはならない。

一方で、製造工程の中ではその基準に満たさず廃棄されてしまう。そこで、無印良品は廃棄されてしまう商品を仕入れ、店舗で販売している。この取り組みは製造事業者の廃棄コスト削減や悩み解消につながっている。

その他にも、回収品のクリーニングを輸送等の社会コストを抑えるため店舗に近い地域の事業者と連携して取り組んでいる。



## 株式会社良品計画（無印良品 イオンモール橿原）

〒634-0836 奈良県橿原市新堂町241番地1  
ウエスト・ビレッジ内

URL: <https://www.muji.com/jp/flagship/aeonmall-kashihara/>

無印良品