

「再生家電」の市場動向に注目

◆家電メーカーや家電量販店による「再生家電」事業が活発化

家電分野のサーキュラーエコノミー(CE)の取り組みとして、使用済み家電を活用するリユース事業が活発化している。家電分野のCEは、使用済み家電の部素材を分別・再利用するリサイクルが主で、リサイクル率は約9割に達する。一方、再生品を活用するリユースは広がりを見せていた。しかし、物価高や環境問題への関心の高まりを受け、リユース家電が消費者の選択肢として浮上している。

リユース家電は、中古品販売店が買い取り、そのまま販売するのが一般的だが、最近はメーカーや販売店が製品を回収して機能や性能を点検し、修理や整備を経て販売する「再生家電」や「リファービッシュ品」などと呼ばれるリユース家電が注目されている。新品より1~3割安価で、保証期間は変わらない。

24年4月、パナソニックは、自社の再生品を取り扱う [Panasonic Factory Refresh事業](#) に本格的に乗り出すと発表した。23年12月から洗濯機などを販売しており、24年9月までにキッチン家電など10分野を対象を拡大する。20年から消費者や賃貸住宅向けに提供している自社の家電サブスクサービスにも活用する。

家電量販店のヤマダホールディングスは、14年から使用済み家電を回収し、リユースやリサイクルをグループ内で完結する仕組みの構築を進めている。全店舗の1/3の約300店で再生家電を販売しており、冷蔵庫、洗濯機などの大型家電を中心に24年度に年間19万台、26年度までに30万台の生産体制を整備する。

◆企業はリユース家電市場の拡大を前提とした取り組みが必要

世界のリユース家電市場は拡大している。調査会社Statistaは、23年は440億ドル、30年には1,110億ドルに達すると予測する。欧米では、メーカーの再生品の販売のほか、公的基準に則って修理・整備した再生品を販売する企業が台頭する。電化製品の長期利用のために部品交換などの修理が簡単にできる設計をメーカーに求める「[修理する権利](#)」や「[EUバッテリー規則](#)」などの法整備も進む。

CEの実現に向け、製品のライフサイクルに関わる企業は、リサイクルに加えてリユースも前提とした製品や事業の設計が重要になりそうだ。 【新井佳美】