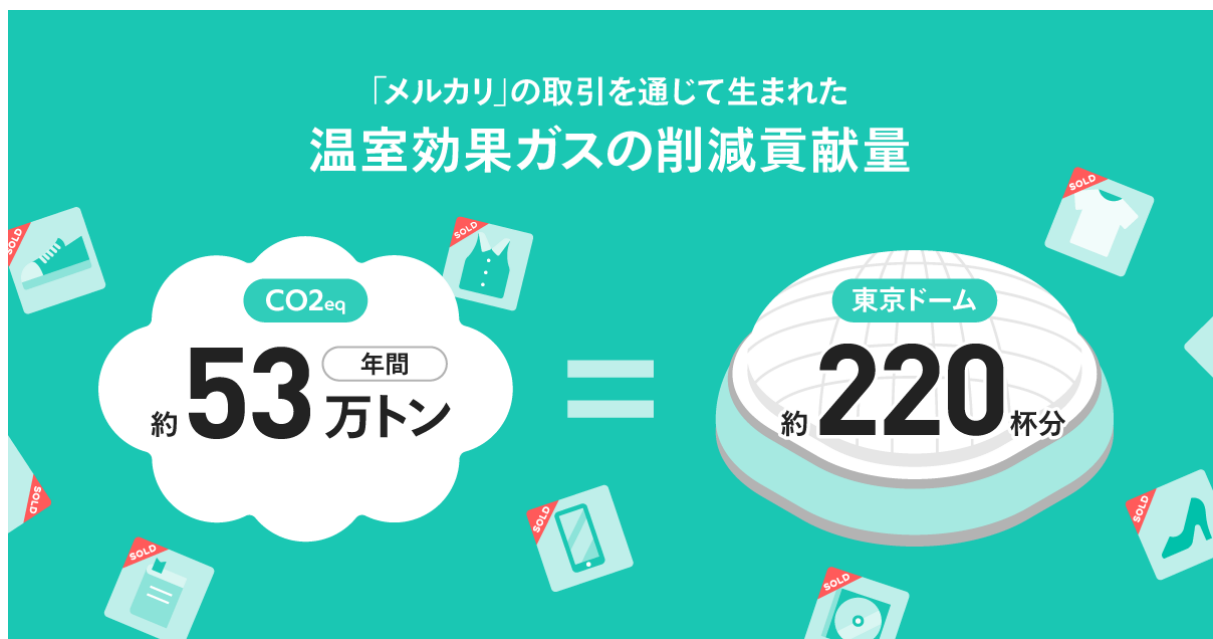


メルカリと東京大学、「メルカリ」の取引による 温室効果ガスの削減貢献量を算出 ～日米合計で年間約53万トンの温室効果ガスの排出を回避～

株式会社メルカリ(代表取締役社長:山田進太郎 以下、メルカリ)と国立大学法人東京大学インクルーシブ工学連携研究機構(機構長:川原圭博教授、略称:東京大学RIISE)は、フリマアプリ「メルカリ」の取引を通じて生まれた温室効果ガス(GHG)の削減貢献量(以下、削減貢献量)の算出を行いましたのでお知らせします。



メルカリでは限りある資源が大切に使われる循環型社会の実現を目指し、事業や企業活動を通じてさまざまな取り組みを実施しています。この度、その活動の一環としてメルカリと東京大学RIISE社会連携研究部門「価値交換工学」(以下、「価値交換工学」)は合同で、「メルカリ」の取引を通じて生まれた削減貢献量の算出^{※1}を行いました。

なお、「価値交換工学」は東京大学RIISEとメルカリの研究開発組織「mercari R4D」が世界中の人々がフェアでスムーズな価値交換を行える社会の実現を目指し2019年に設置した研究部門です。本取り組みは、「価値交換工学」の研究「持続可能な消費・生産の実現に向けた製品・サービスシステムの利用:中古製品の消費価値(研究:文多美)」の一環として行っています。

※mercari R4Dの詳細についてはこちらをご覧ください:<https://r4d.mercari.com/>

■「メルカリ」の取引を通じて生まれた削減貢献量

「衣類(レディース・メンズ・キッズ・ベビー)」、「スニーカー(レディース・メンズ・キッズ)」、「電子機器(PC・スマートフォン・タブレット)」、「本・漫画・雑誌」、「CD・DVD・BD(ブルーレイディスク)」5つのカテゴリ※2を対象に削減貢献量の算出を行った結果※3、「メルカリ」を通じて日米合計で年間約53万トンの温室効果ガスの排出を回避できることがわかりました。これは東京ドーム約220杯分の容積に相当します。※4

カテゴリ別でみると、「メルカリ」で年間取引量が最も多い「衣類」単体では年間約43万トンの温室効果ガスの排出を回避することができました。これは、「衣類」の取引1件あたりの削減貢献量に換算すると、約9.3kgに相当します。

カテゴリ別「メルカリ」の取引を通じて生まれた削減貢献量

- 衣類: 426,952トン (JP: 360,472トン、US: 66,481トン)
- スニーカー: 50,902トン (JP: 40,283トン、US: 10,619トン)
- 電子機器(PC・スマートフォン・タブレット): 32,580トン (JP: 23,166トン、US: 9,415トン)
- 本・漫画・雑誌: 16,418トン (JP: 15,985トン、US: 433トン)
- CD・DVD・BD: 3,007トン (JP: 2,915トン、US: 92トン)



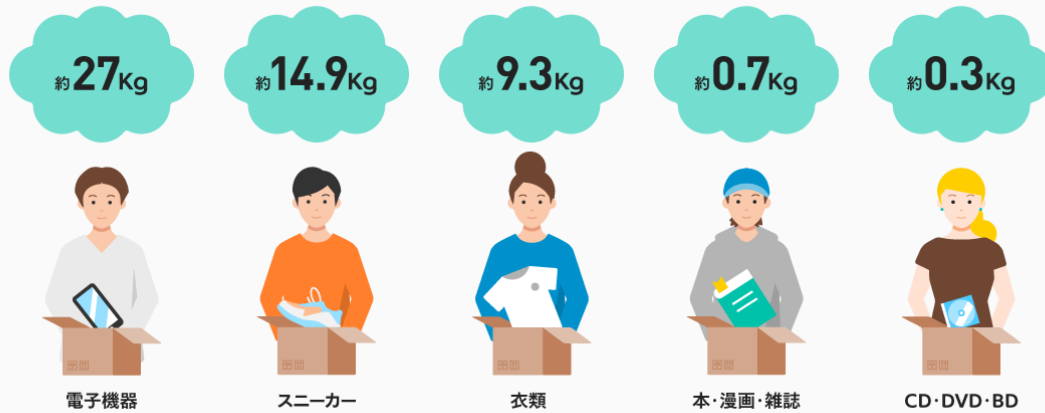
カテゴリ別 「メルカリ」の取引を通じて生まれた1件あたりの削減貢献量

- 衣類: 約9.3kg
- スニーカー: 約14.9kg
- 電子機器(PC・スマートフォン・タブレット): 約27kg
- 本・漫画・雑誌: 約0.7kg
- CD・DVD・BD: 約0.3kg

「メルカリ」の取引を通じて生まれた
1件あたりの温室効果ガスの削減貢献量[※]

カテゴリー別

※CO2eqとして算出



なお、今回の削減貢献量の算出に当たっては、当該カテゴリーで取引された商品が新品の代わりに利用されることで温室効果ガスの排出を回避できると仮定し、生産・流通・使用・廃棄などの製品ライフサイクルを考慮し、メルカリのお客さま同士の配送に係る温室効果ガス排出量や、メルカリのお客さまアンケート結果から算出した使用頻度や使用年数等を用いて推計しています。

※5※6

■「メルカリ」での出品を通じて廃棄を回避できた衣類の重量

また、メルカリで不要品が出品されたことで回避できた衣類廃棄量(重量)は日本だけでも約4.3万トンでした。これは日本で1年間に捨てられる衣類の重量48万トンの約9%に相当します。^{※7}使わなくなった衣類も、捨てずにメルカリで出品したり購入したりすることによって、環境負荷を減らし、循環型社会の実現に近づくことができます。

「メルカリ」での出品を通じて
廃棄を回避できた衣類の重量

日本のみ



日本で1年間に捨てられる衣類の総量48万トンの約9%に相当

今後もメルカリと東京大学RIISEは、さまざまな連携を通じて、限りある資源が大切に使われる循環型社会の実現を目指してまいります。

※1 US版メルカリは、JP版メルカリのデータの算出に用いた論拠を参照にメルカリ独自に算出

※2 2022年4月-2023年3月におけるJP版メルカリとUS版メルカリの「レディース」「メンズ」「キッズ・ベビー」(スニーカー含む)、「PC」「スマートフォン」「タブレット」「本」「漫画」「雑誌」「CD」「DVD」「BD」のカテゴリーで取引完了となった中古品を対象商品に設定

※3

・新品代替中古品のリユースによるGHG削減貢献量＝新品使用によるGHG量－商品リユースによるGHG量
＝(中古品相当の新品件数×新品GHG排出量)－(中古品件数×中古品GHG排出量)
・電子機器のリユース(商品寿命の延長)によるGHG排出削減効果＝
新品のみ使用によるGHG量－商品リユースによるGHG量＝(新品のみによる使用件数×新品GHG排出量)－
(新品～中古品利用で商品寿命の延長による商品件数×新品～中古品利用のGHG排出量)

※4 ドーム 1 杯分の二酸化炭素 : 約2436t-CO₂ (東京ドームの容積: 124万m³=124 万 kL, 1mol=22.4L=44g-CO₂,
出典: 東京ドーム <https://www.tokyo-dome.co.jp/faq/dome/>)

※5 メルカリお客さまアンケート概要

【衣類・スニーカーカテゴリー】

・期間 : 2023年1月30日～2月3日
・対象者:メルカリアプリ上で衣類カテゴリーで出品または購入した方
・方法 :メルカリアプリ内調査
・回答者数:出品者18,137人、購入者13,696人

【電子機器カテゴリー】期間 : 2023年1月19日～1月25日

・対象者:メルカリアプリ上で電子機器カテゴリーで出品または購入した方
・方法 :メルカリアプリ内調査
・回答者数:出品者16,174人、購入者10,699人

【本・音楽カテゴリー】

・期間 : 2023年6月26日～7月2日
・対象者:メルカリアプリ上で本・音楽カテゴリーで出品または購入した方
・方法 :メルカリアプリ内調査
・回答者数:出品者4,264人、購入者2,812人

※6 GHG排出量の算出に用いた物質・エネルギーのGHG量は主にLCIデータベース「IDEA v3.2」より引用

※7 2022年4月-2023年3月におけるメルカリJPの「レディース」「メンズ」「キッズ」カテゴリーで出品完了した商品数より算出。衣類の重量は、経済産業省のデータを参照。(出典:経済産業省「繊維産業活性化対策調査」
<https://warp.da.ndl.go.jp/collections/info.ndljp/pid/1621320/www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g20523b01j.pdf>)

以上

【メルカリ概要】

会社名:株式会社メルカリ
所在地:〒106-6118 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
事業内容:スマートフォン向けフリマアプリ「メルカリ」の企画・開発・運営
代表者名:山田進太郎

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社メルカリ PR 担当:笠(りゅう)

※メルカリのロゴ・アイコン利用につきましては以下のページをご確認ください。

<https://www.mercari.com/jp/logo-guidelines/>

東京大学 大学院工学系研究科 広報室