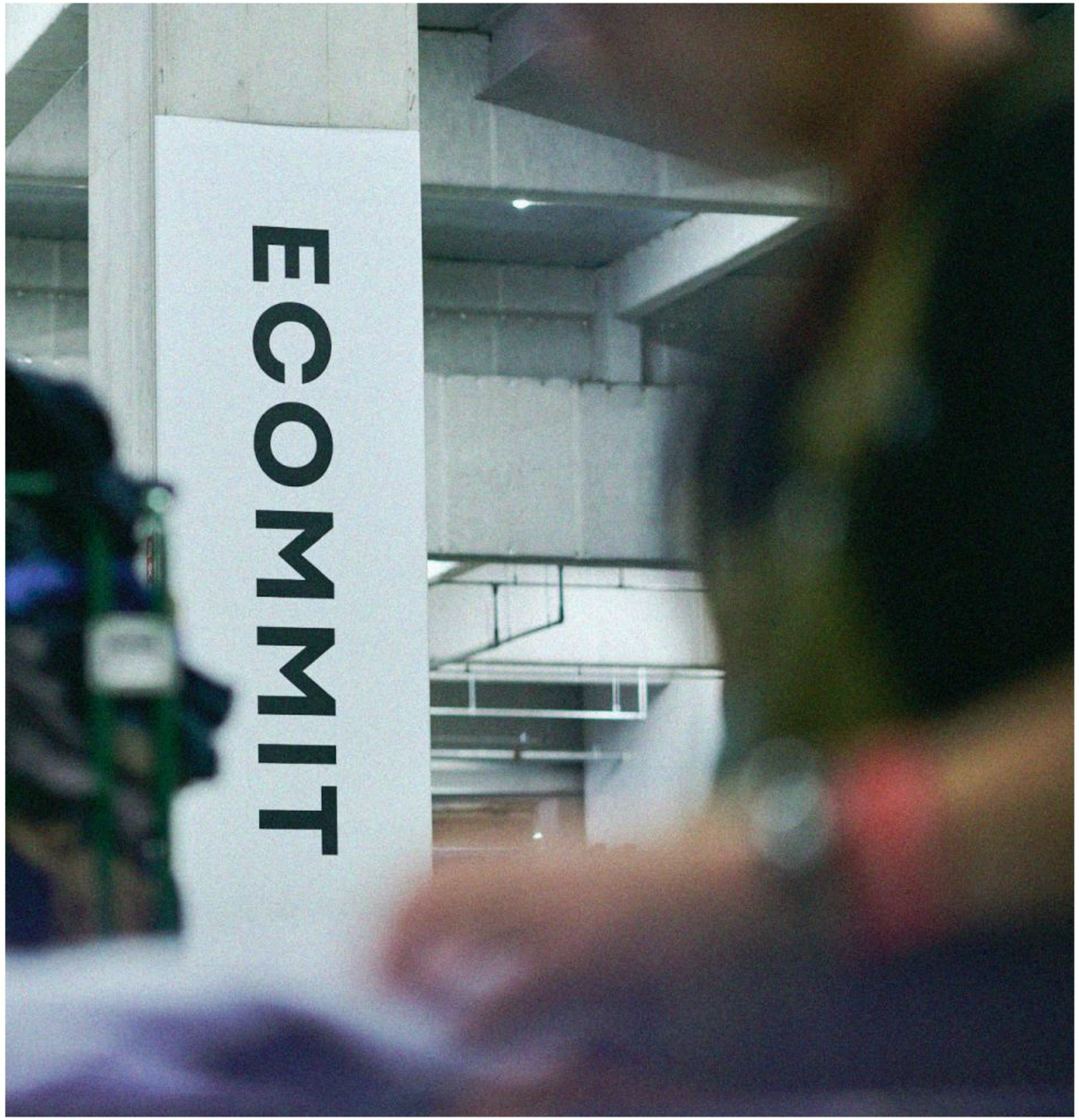
Vol.2 2026.10

Impact Progress Report

ECOMMIT





代表取締役CEO
川野 輝之

CEO MESSAGE

世界の課題に、地道なインフラ構築から挑む

ECOMMITは、2007年、鹿児島で生まれました。創業当初は、日本の農業機械や建設機械の中古品を海外へ輸出する事業からのスタートでした。しかし、創業間もなくリーマンショックが起こり、会社は一気に経営危機に陥ります。生き残るために始めたのが、家電スクラップのリサイクル事業でした。当時の私たちは、不要になった家電を集め、海外へ販売することを「エコ」だと信じていました。
けれど、事業を続ける中で、生まれた疑問。「なぜ、ごみともいえるような家電がお金になるのか。」
その答えを自分の目で確かめるため、2011年、私は中国のある村を訪れました。そこで目にしたのは、日本から送られた大量の家電と、劣悪な環境の中、有害な薬品を使いながら解体作業をする女性や子どもたちの姿でした。
その現実を目の当たりにしたとき、私は初めて、本当の意味で「環境と経済を両立させる」とは何なのかを突きつけられました。正しい循環を、事業として持続可能な形で実現する。その覚悟を「ECOMMIT」という社名に刻み、その後15年間、現場で試行錯誤を重ねてきました。

そして今、世界は再び大きな変化の中にあります。世界各地で戦争・紛争が続き、先行きの見えない不確実な時代を迎えています。エネルギーや資源、物流を取り巻く環境も大きく揺れ動き、その影響は私たちの暮らしや経済にも及んでいます。環境と経済の両立は、決して理想を掲げるだけでは実現できない、ますます難しいテーマになっています。それでも、だからこそ私たちは、この挑戦から逃げることはできないと考えています。
この2年弱、ECOMMITは大きく成長し、組織としての力も、事業としての可能性も大きく広がりました。PASSTOは全国へ広がり、企業や自治体、地域の皆さまとの取り組みも加速度的に増えています。一方で、循環のインフラは、拠点をつくれば完成するものではありません。一つひとつのモノを回収し、選別し、最適な場所へ届け、もう一度価値として循環させる。現場での地道な積み重ねがあって初めて、社会の仕組みは変わっていきます。海外の市況が変化する中でも、私たちはその一つひとつに向き合いながら、着実に前へ進もうとしています。
鹿児島の小さな挑戦から始まったECOMMITが、今、より大きな社会の変化に挑もうとしています。この挑戦が、私自身の人生の中だけで完結するとは思っていません。だからこそ、焦らず、しかし一日も止まることなく、今日より明日、明日よりその先へ。毎日の「プログレス」を積み重ねていきます。
いつか、「昔は、たくさんのものを捨てていたらしいよ」と子どもたちが語る未来を、本気でつくるために―。



Table of Contents

01 ECOMMITの軌跡と継承

02 ECOMMITが目指す社会

03 Our Progress

04 Circularity as a Service(CaaS)
- イネーブラーとしてのECOMMITへ

05 課題とこれから

06 パートナーシップ/会社概要



1

ECOMMITの軌跡と継承



上席執行役員
Chief Circularity Officer 兼 循環連携室長
坂野 晶

01. ECOMMITの軌跡と継承：CCO MESSAGE

激動の社会の中で、旗を立てる、ということ

このレポートの第一版を発行してから、ECOMMITを取り巻く環境も、私たち自身も、大きく変化しました。
事業は大きく成長し、それを支える組織や体制も進化してきました。生活者が不要になったものを手放す「入り口」は多様になり、回収したものを次につなぐ「出口」も広がっています。単に回収したものを再流通させるだけでなく、トレーサビリティを通じて、その先にあるものの流れを可視化し、資源循環の仕組みそのものを変えていく。その取り組みは、少しずつ、しかし確実に広がっています。

そして今、私たちの役割は、回収・再流通の仕組みを提供することにとどまりません。アパレルをはじめとするものづくり企業が、従来の大量生産・大量消費を前提とした仕組みから転換する。そのためのインフラとデータを提供し、企業のトランジションを支えるイネーブラーへと進化しています。さらに、事業の成長だけでは変えられない社会の仕組みにも目を向け、政策・制度への働きかけを強化しています。

一方、国際情勢の不安定化や経済安全保障への関心の高まりなど、社会の優先順位は大きく変化しています。環境政策が後退しているように見える局面もありますが、資源循環はもはや環境負荷を減らすためだけの取り組みではありません。資源の安定確保と持続可能な経済を支える、社会の基盤そのものです。
社会情勢によって、資源循環を語る言葉や、その意義を説明する文脈は変わるかもしれません。しかし、限りある資源を前提に、経済活動と環境負荷を切り離し、次の世代も豊かに暮らせる社会をつくるという課題そのものが、なくなるわけではありません。むしろ、社会の関心や政策の優先順位が揺れ動くときこそ、長期的に必要な変化を見失わず、実現に向けて歩み続ける存在が必要なのだと思います。

だからこそ、私たちは旗を立てる。それは、すべての答えを持っているという宣言ではありません。社会の変化を待つのでも、目の前の潮流に合わせて目指す方向を変えるのでもなく、必要だと信じる未来を示し、その実現に向けて事業をつくり、仲間を増やし、社会の仕組みに働きかけ続けるという意思表示です。
もちろん、ECOMMITだけで社会を変えられるわけではありません。今回の IMPACT PROGRESS REPORT は、私たちがどこまで進んできたのかを示すと同時に、これから何を変えていく必要があるのかを改めて社会に示すものでもあります。これがまた、多くのみなさまとともに、さらなる挑戦への一歩となることを願って、第二版となるこのレポートをお届けします。

01. ECOMMITの軌跡と継承

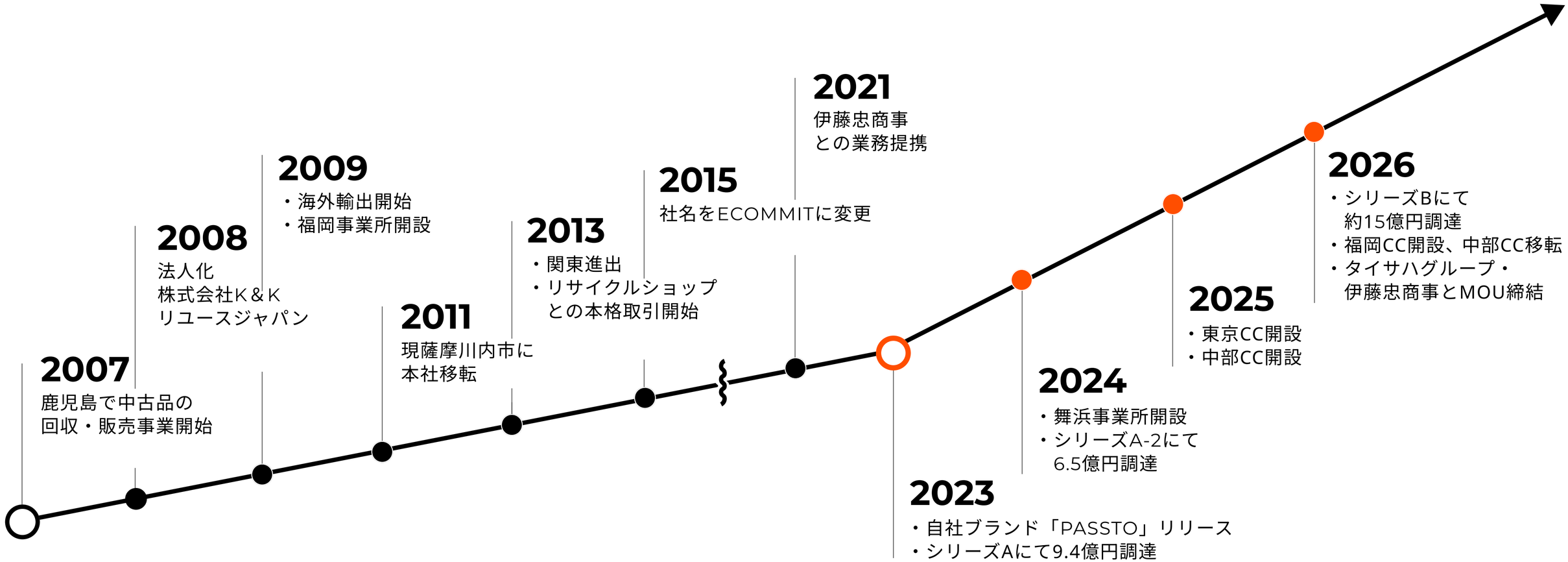
2007年に創業、2008年に法人として鹿児島でスタートしたECOMMITは、18年間を選別オペレーションや中古品の国内外販売網など、資源循環のインフラとなる基盤を構築してきました。この積み上げてきた経験をもとに、2021年に伊藤忠商事・繊維カンパニーとの業務提携を皮切りに、成長産業としてのスタートアップに転身。日本だけではなくアジア、そして世界へ資源循環を当たり前のインフラとする挑戦が始まっています。

創業期

販売網、システム開発、アセット構築に注力した15年

第二創業期

スタートアップとしてギヤチェンジ





01. ECOMMITの軌跡と継承

「ECOMMIT PRIDE」を新たに策定

ECOMMITの矜持を示す「ECOMMIT PRIDE」を、2026年、新たに策定しました。
「ECOMMIT PRIDE」は、創業以来、創業者の川野が大切にしてきた想いや、ECOMMITの歩みの中で受け継がれてきた価値観を言葉にしたものです。その背景には、これまでの挑戦や歩みを振り返り、私たちらしさを見つめ直した「ECOMMIT STORY」があります。「捨てない社会をかなえる」という大きな挑戦に向けて、一人ひとりが自ら考え、判断し、行動するための共通の指針として根づかせていきます。

VISION

捨てない社会をかなえる

MISSSION

不要なものに価値を見出し、
資源をつなぐインフラになる

新たに策定したPRIDE

未来を、望む。
大きな未来を信じ、目の前の仕事と
その未来を自ら繋ぎ、意思を持って挑む。

道を、拓く。
前例や答えがなくても、自らが先頭に立ち、
失敗を恐れず立ち上がり進み続ける。

熱を、灯す。
自らが火種となり、熱を伝播させ、
１社では届かない大きな未来を手繰り寄せる。

PRIDE01

未来を、望む。

目先の ビジネスを超えた大きな未来を望む。
「地球の未来を良くしたい」という存在意義が根底にある私たち。



PRIDE02

道を、拓く。

どんなに難しくても、一歩一歩踏み出し続ける。
その小さいけれど確かな一歩があるから今のECOMMITがある。



PRIDE03

熱を、灯す。

ECOMMITの溢れ出る熱に、これまで多くの応援者が集ってくれた。社会を背負い、その想いをまっすぐに伝え続ける。
多くの方々の共感と応援に支えられながら、挑戦を続けていく。それが、これからも変わらないECOMMITの在り方。



01. ECOMMITの軌跡と継承

新たな体制で望む、第二創業のメインステージへ

2026年4月、ECOMMITは新たな執行役員の就任により、経営・執行体制を強化しました。代表取締役CEOの川野輝之、上席執行役員CBOの山川咲、同CCOの坂野晶に加え、新たに執行役員として樋浦 直樹（執行役員 循環オペレーション本部 本部長）、石野 悟史（執行役員 回収プラットフォーム開発本部 本部長）、加藤 朋之（執行役員 CTO）の3名が就任しました。

事業の拡大とともに、創業以来、代表の川野が大切にしてきた理念や事業を、創業者個人の力だけでなく、組織全体で継承し、発展させていくことが重要になっています。

新たな執行体制では、回収、循環オペレーション、販売など、事業を構成する各領域の責任と役割を明確にし、それぞれの専門性を活かしながら、部門を横断して事業を推進する体制を整えています。

創業から積み重ねてきた想いと事業基盤を次の世代へとつなぎ、組織として持続的に成長する新たなステージへ。ECOMMITは、社会全体の資源循環を支えるインフラのさらなる発展を目指していきます。



ECOMMITが目指す社会

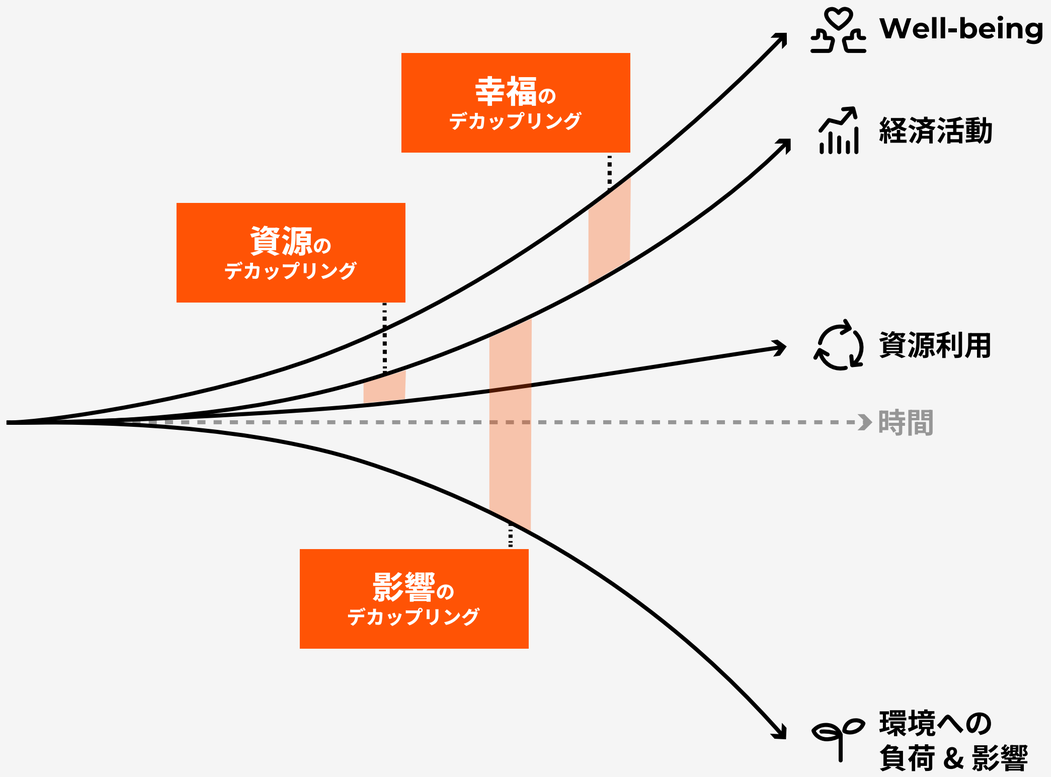
2



02. ECOMMITが目指す社会

地球１個分の資源で持続可能な社会へ

ECOMMITは、地球1個分の資源で豊かに暮らせる社会の実現を目指しています。それは、当たり前に聞こえますが、今では当たり前でなくなってしまったことです。日本の生活水準で世界中の人が暮らすと、地球2.7個分の資源が必要だと試算されています。私たちの唯一無二の地球「1個分」の資源で暮らすこと、それができる社会の仕組みを実現していきたいと考えています。



※参照元：UNEP "Decoupling: natural resource use and environmental impacts from economic growth" (2011)

日本人と同じ生活スタイルを
世界中の人がした時に必要な地球の数は

2.7個分

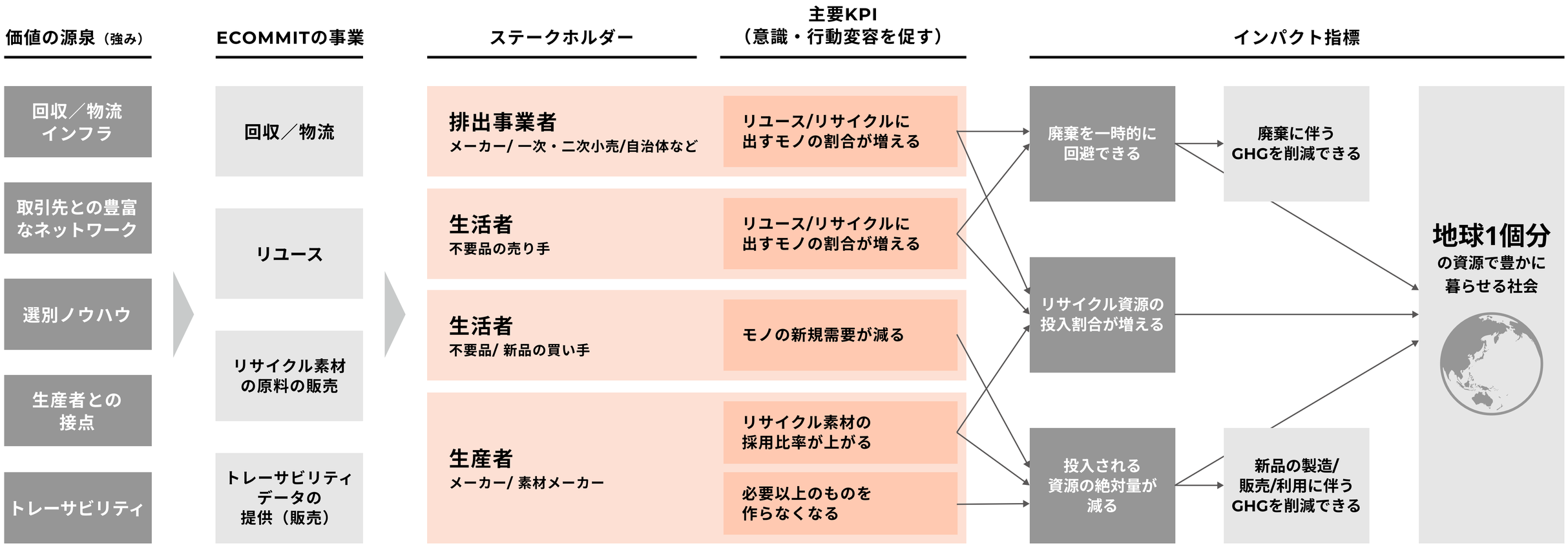


※参照元：Global Footprint Network "National Footprint and Biocapacity Accounts" (2023 edition, with data for 2019)

02. ECOMMITが目指す社会

目指す社会への道のり

「地球1個分の資源で豊かに暮らせる社会」を実現するために、ECOMMITではバリューチェーンにおける「廃棄の回避」「投下資源におけるリサイクル資源の割合増加」「投下資源の絶対量の削減」という3つの変革が必要だと考えています。そのためにECOMMITは、不要と判断されたものから「廃棄」の割合を減らし、リユースやリサイクルで循環するものを増やしていくことからはじめ、最終的にものづくりのあり方やバリューチェーン全体の変革を起こすことに取り組んでいます。



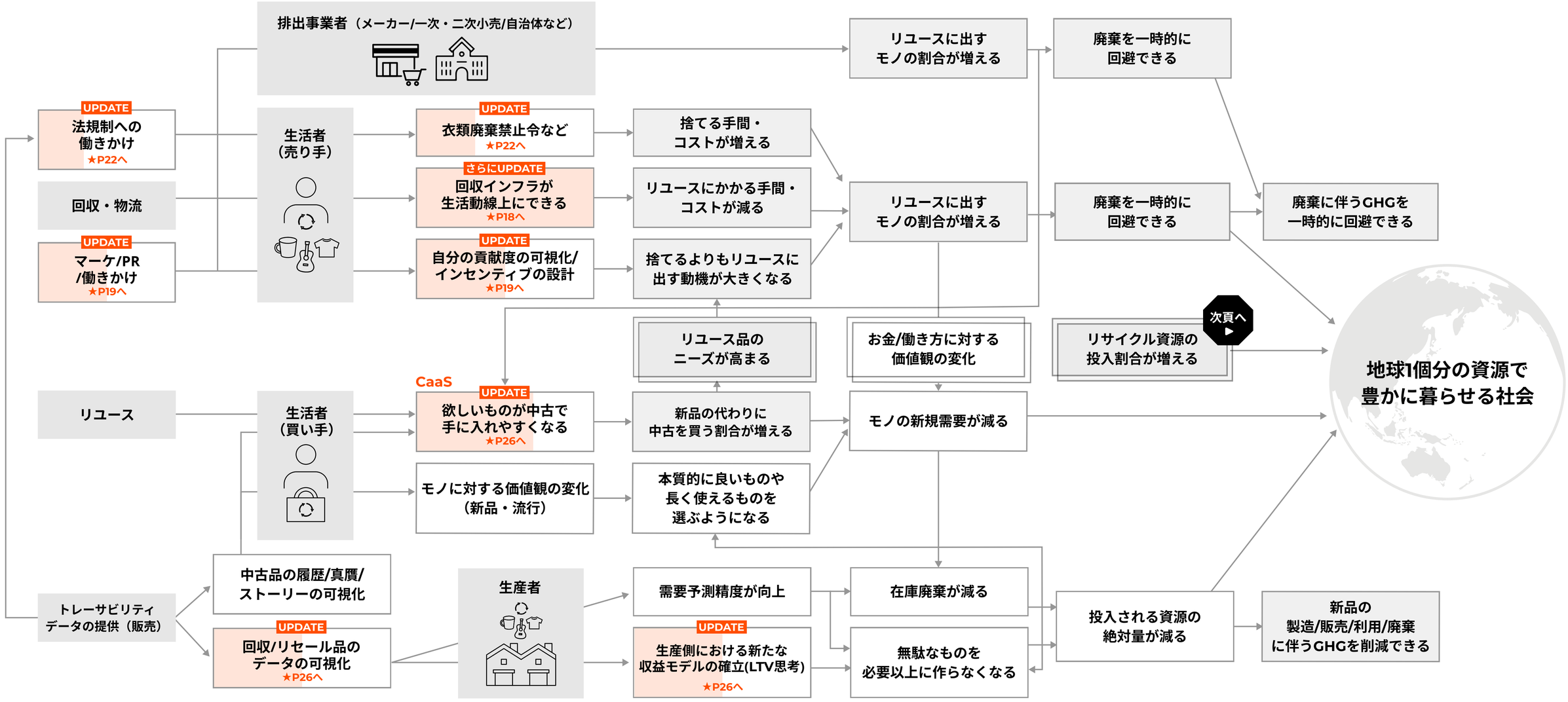
ECOMMITが現在起こしている変化　ECOMMITがこれから起こす変化

※前回のレポート以降、「起こし始めた変化」にUPDATEラベルを貼っています。

02. ECOMMITが目指す社会　2022年のレポートにおけるインパクトストーリーはこちら

ECOMMITが描くインパクトストーリー：リユース

ECOMMITとしてより強く法規制等の制度設計への働きかけを開始するとともに、回収インフラの強化・アクセシビリティの強化に取り組み、さらに、生活者が自分の行動による貢献を体感できる機会の設計にも取り組むことで、リユースの入り口を広げてきました。また、ものづくりをする生産者とともに、リユース品を手にする機会を増やすこと、リセールへの取り組みによるデータの活用等にも取り組み始めました。



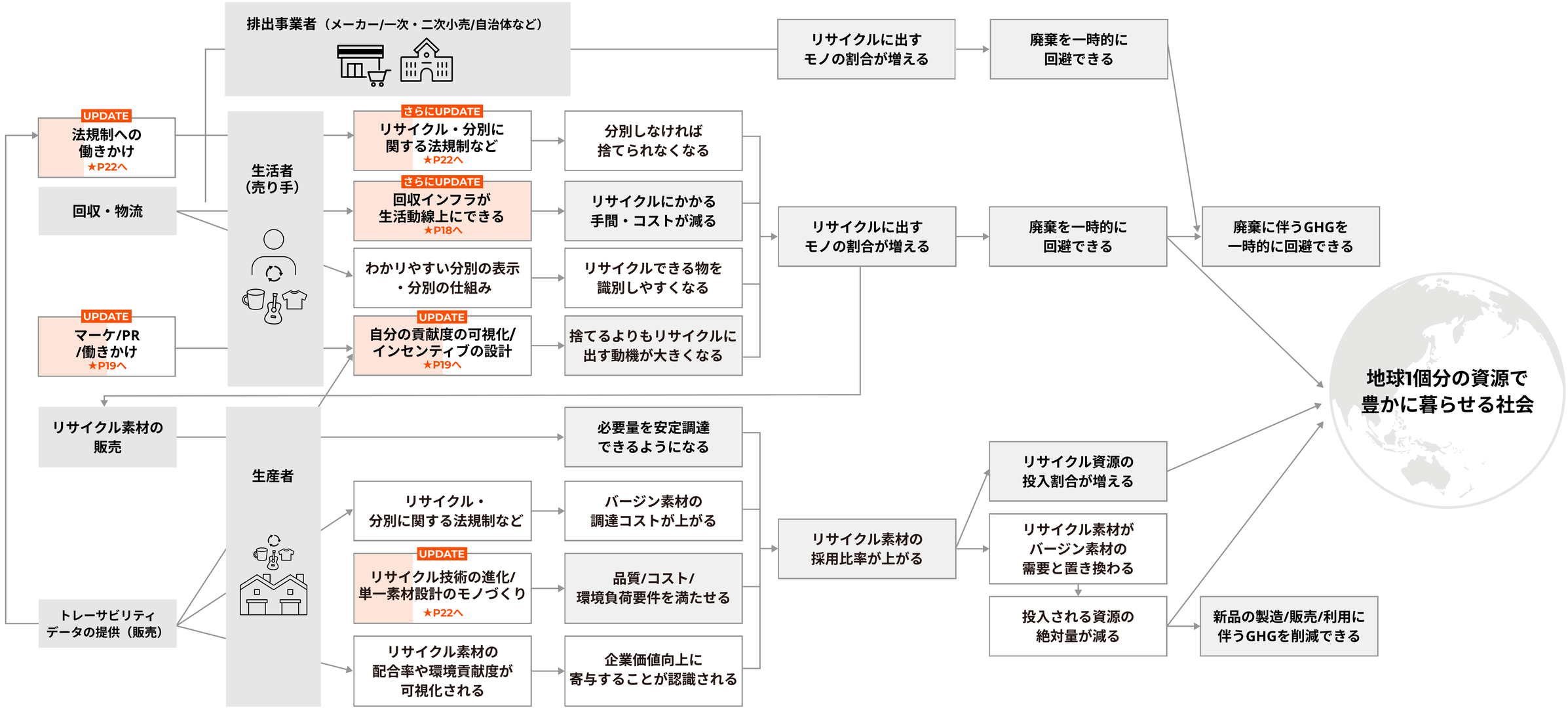
ECOMMITが現在起こしている変化　ECOMMITがこれから起こす変化

※前回のレポート以降、「起こし始めた変化」にUPDATEラベルを貼っています。

02. ECOMMITが目指す社会　2022年のレポートにおけるインパクトストーリーはこちら

ECOMMITが描くインパクトストーリー：リサイクル

リサイクルの領域においても、リサイクル技術を持つパートナーとの連携強化をはじめ、生産者とともにリサイクル原料のものづくりへの活用もすすめてきました。また、政策領域においてもリサイクル材がより活用されやすくなるような制度設計へのアプローチもすすめています。





3

Our Progress

03. Our Progress

ECOMMITの事業

ECOMMITの事業は、「回収」「選別」「リユース・リサイクル」の大きく3つの領域で構成されています。不要になったものの回収から選別、リユース・リサイクルまでを一貫して担い、「捨てない社会」の実現に向けた循環インフラを構築しています。回収事業においては、この2年間で、資源循環へのアクセシビリティが大きく向上しました。PASSTOをはじめとする回収拠点は、商業施設やマンション、アパレル店舗を中心に全国約8,200カ所へ拡大。宅配PASSTOの提供も開始し、より身近な場所から循環のきっかけをつくっています。年間回収量は17,100トンに達し、うち衣類は13,680トンと、国内の衣類廃棄量の約3%に相当する規模となりました。回収量の拡大とともに、選別・再流通のオペレーションも高度化させることで、衣類の循環率98%以上を維持し循環の質と量を両立させています。



生活者



持ち込み
集荷依頼



企業



商業施設



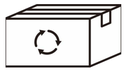
マンション



自治体



リユース
ショップ



宅配
PASSTO

など

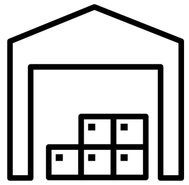
回収



物流
パートナー

ECOMMIT

- 選別
- トレーサビリティー
  データ登録
- 再流通



再流通

各種リユース

- 各種ネット販売
- 店頭販売
- 国内卸販売
- 国内外オンライン
  オークション
- 海外卸販売

各種リサイクル

- ポリエステル
- 綿
- プラスチックなど

全国**8,200**拠点/年間**1.7**万t

全国**7**拠点

循環率**98**%以上



03. Our Progress 回収インフラが生活導線上にできている

自宅へ集荷「最も手軽で身近な手放す動線」への挑戦

資源循環を、一部の人だけの特別な行動ではなく、誰もが日常の中で選べるものにするためには、不要品を「循環につなぐ」ための選択肢を、生活者のもっと身近な場所へ広げていく必要があります。
2025年9月、その動線を生活者のさらに身近な場所へと広げるため、「PASSTO」の公式アカウント・LINEミニアプリの提供を開始。日常的に利用されているLINEから「宅配PASSTO」を申し込むことができ、自宅にいながら無料で不要品を手放すことができるようになりました。2026年9月にはLINE公式アカウントの友だち登録者数が7万人を突破し、毎月2,000名以上が「宅配PASSTO」を利用しています。回収拠点を増やすだけでなく、「自宅」という最も身近な場所からも手放せるようにする。資源循環へのアクセシビリティを高め、生活者がそれぞれの暮らしに合った方法で、不要品を「捨てる」のではなく「次へつなぐ」ことを選べる社会を実現しています。





最も身近な動線を目指すパートナーシップ

「宅配PASSTO」は、LINEヤフーが運営する「サストモ」との実証実験を経て、本格提供を開始しました。ECOMMITが培ってきた資源循環の仕組みと、LINEヤフーが持つ生活者との接点を掛け合わせることで、自宅から不要品を手放し、循環につなげられる新たな仕組みをつくってきました。こうした共創は、中部電力ミライズやアパレルブランドをはじめ、さまざまな企業とのアライアンスへと広がっています。電気や洋服など、生活者が日常的に利用するサービスや商品販売の中に、不要品を「捨てる」のではなく「循環につなぐ」という選択肢をつくる。企業がすでに持つ生活者との接点を、新たな「循環への入口」に変えていくことで、これまで資源循環との接点がなかった人にも、参加の機会を広げています。
LINEヤフーとECOMMITによる「宅配PASSTO」の取り組みは、企業との共創によって新たな価値を生み出した事例として評価され、「Forbes JAPAN Xtrepreneur AWARD 2025」のサーキュラーエコノミー賞を受賞しました。

アライアンスで広がる宅配PASSTO。連携先のユーザー接点は合計約2,500万人規模に

宅配PASSTOは、生活者との接点を持つさまざまな企業やアパレルブランド、自治体との連携を拡大しています。

【宅配PASSTOでの連携企業（一部抜粋）】
LINEヤフー 、中部電力ミライズ、河田フェザー、ヤマト インターナショナル、ビームス
他、各自治体との連携等



アクションに対する貢献度の可視化





河田フェザーやクロコダイルとの回収キャンペーン





03. Our Progress

貢献度の可視化・インセンティブ　マーケ/PRの働きかけ

「PASSTO」は、不要品を手放す「アクセシビリティ」を高めるだけでなく、循環へのアクションを続けたくなる体験の設計にも取り組んでいます。そのひとつが、PASSTO LINE公式アカウントの「MY PASSTO LOG」です。「宅配PASSTO」を利用して不要品を手放すと、利用回数やアクションに応じて「Thanks Flower」が貯まり、集めた数に応じてステージアップ。ステージをクリアするごとに、気候変動などの影響で絶滅の危機にさらされている動物をテーマにしたイラストをコレクションすることができます。
小さな達成感を積み重ねていくことで、自分の行動がより良い未来につながっていることを実感でき、次のアクションへとつながっていく。循環への参加を「楽しみながら自然と続けられる体験」へと変えていくことを目指しています。
さらに、循環への参加を後押しするインセンティブ設計も進めています。アパレルブランドやリサイクルパートナーと連携し、不要品を手放すことでクーポンなどの特典を提供。
河田フェザーとの取り組みでは、回収したダウン製品をリサイクルダウンとして循環させ、参加者には商品購入時に使えるクーポンを提供しました。また、クロコダイルとの連携では、衣類回収に参加した方へ全国の対象店舗で使える1,000円OFFクーポンを提供。多くの方にクーポンが利用され、店舗への来店促進につながるとともに、ブランドロイヤリティの向上にも寄与していると評価されています。「手放しやすい」から「手放したくなる」へ。
PASSTOは、循環への参加の間口と裾野が広がる仕組みづくりを続けています。

Story of PASSTO 宅配パストをした方のコメント

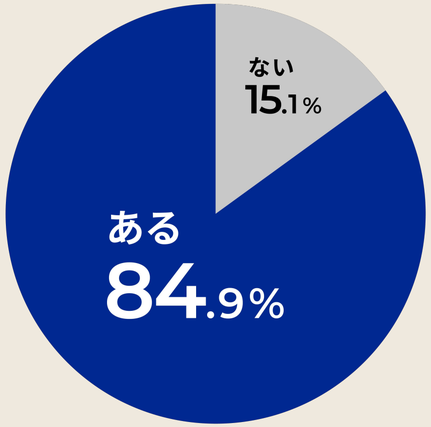


03. Our Progress 自宅の退蔵品調査

生活者の8割以上が、売るほどではないが「捨てるのはもったいない不要品」を保有

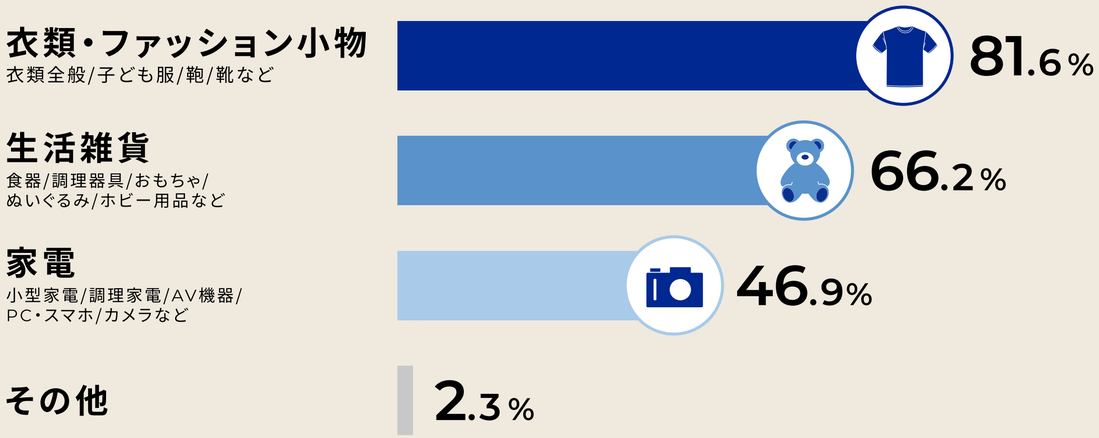
ECOMMITは2026年2月に生活者アンケートを通じて、自宅の退蔵品（不要品）の実態を調査しました。(回答数1,110件)
その結果、8割以上が、売るほどではないが「捨てるのはもったいない不要品」があると回答しました。また、このような不要品は「自宅に保管されたまま」になるケースが最も多く約4割を占めることが分かりました。
本調査を通じて「売る」と「捨てる」の間に「もったいない不要品」が多く存在し、自宅に保管されたままの「退蔵物・退蔵品」として循環されず家庭内に滞留している実態が明らかになりました。

Q ご自宅の不用品の中で、「売るほどではないが、捨てるのはもったいない」不要品（衣類・ファッション小物・生活雑貨・小型家電等）はありますか？



84.9%の人が
捨てるのはもったいない不用品は「ある」と回答

Q ご自宅にある不要品のうち、該当するカテゴリーを全て選んでください。（複数回答可）



調査概要

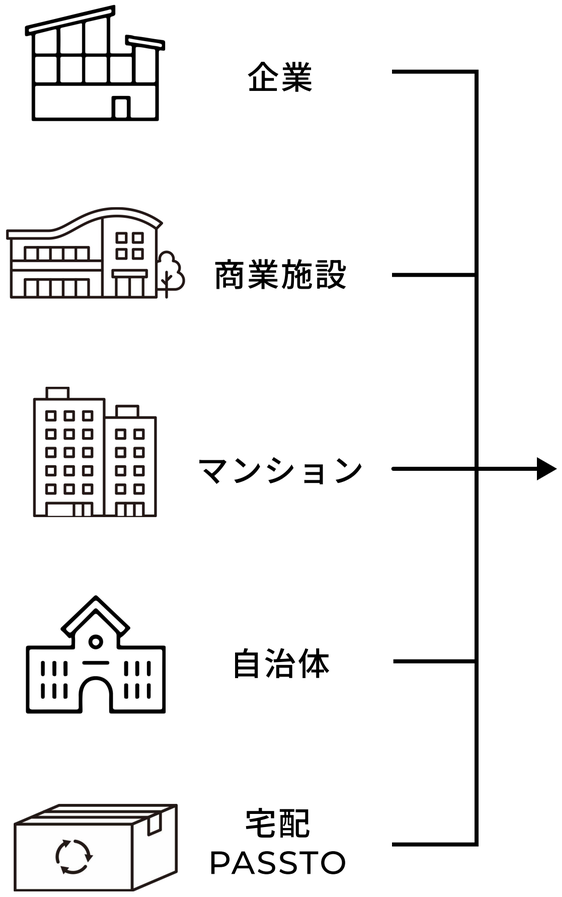
【ライフスタイルに関するアンケート】
調査期間：2026年2月3日 ～ 2026年2月21日
実施対象者：
実施方法：インターネット調査
回答者属性：
・男性：50%、女性：50%
・年代割合　20歳～29歳 20%、30歳～39歳　20%
　40歳～49歳　20%、50歳～59歳 20%、60歳以上 20%
回答件数：1,110件

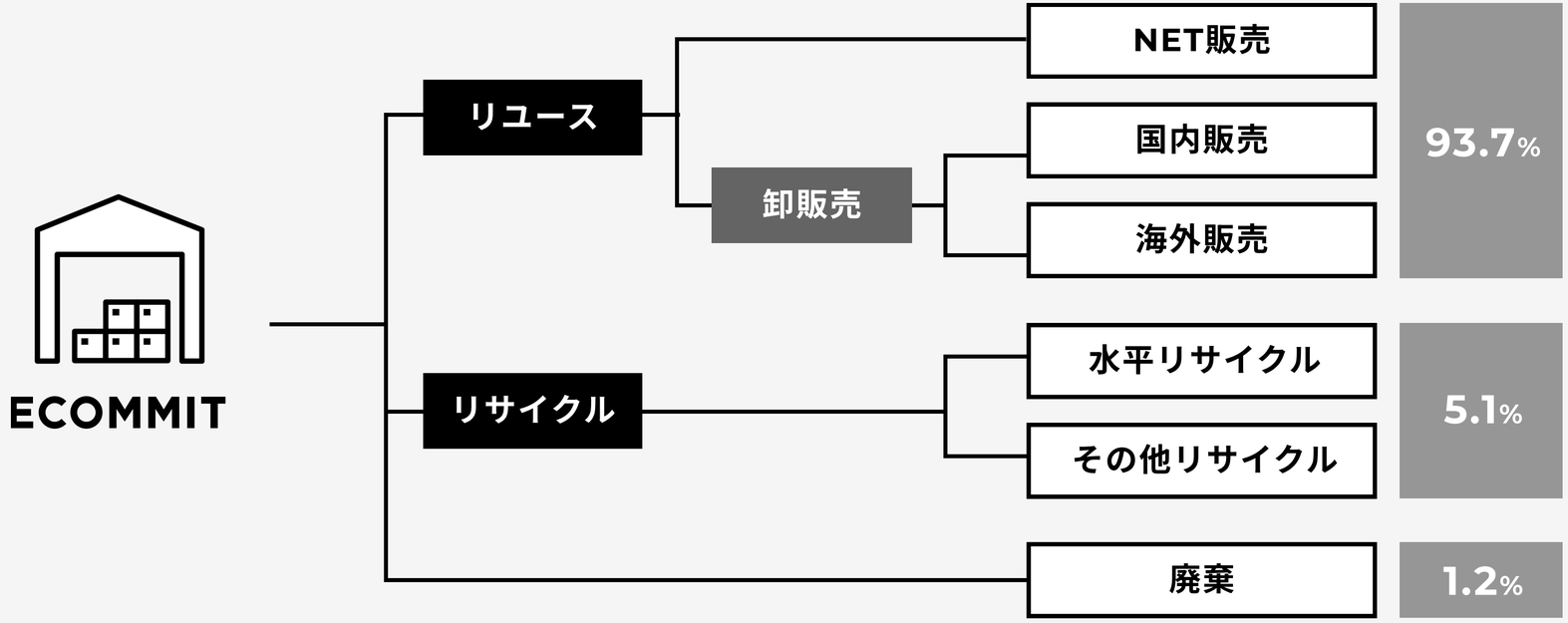
モニター提供元： 株式会社ジャストシステム（fastask）

03. Our Progress

選別から再流通へ 全体のスループット強化

ECOMMITの選別では、創業から培ったノウハウを基にした100種類以上の選別品目に基づいて、プロピッカーが精緻な選別を行っています。再流通先の顧客やパートナーと連携し、「最後まで価値をあきらめない」視点で選別を行うことで、高い資源循環率を達成しています。ECOMMITが選別する衣類のうち、約9割以上がリユース、約5%がリサイクルされ、廃棄率はわずか1.2%。98%以上という高い資源循環率を維持しています。





※循環率（リユース・リサイクル率）の内訳は、時期やプロジェクトによって異なります。上記は当社独自回収における衣類の「2024年10月1日～2026年9月30日」の循環率の内訳です。
※上記は、アパレルブランド向けCaaS（Circularity as a Service）における選別実績を含みます。
※廃棄には「固形燃料（RPF）」が一部含まれます。

独自の基準に基づく丁寧な選別

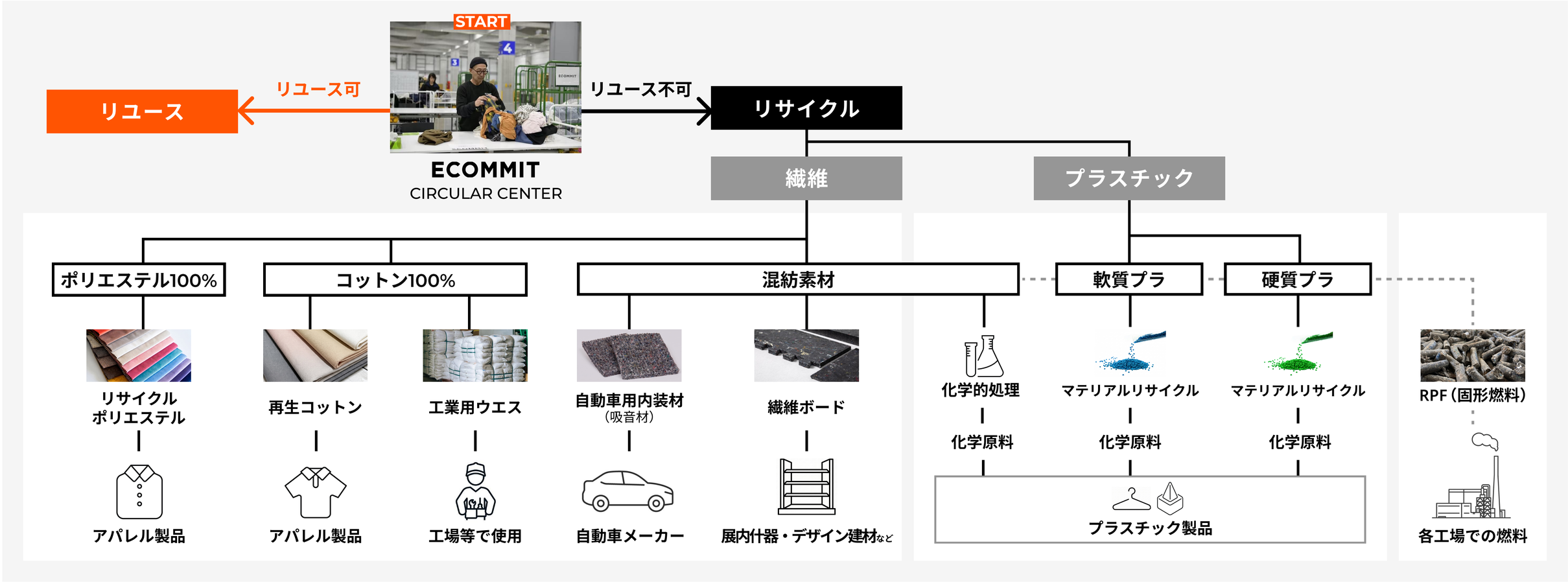
回収した製品は、「状態」、「ブランド」、「製造年」、「素材」、「着用シーズン」などの様々な情報を基に選別されます。顧客ニーズにあわせて多くのものを優先的にリユース品として再流通させ、リユースに不向きな製品でも素材等に応じてリサイクルし、徹底的に資源循環させることを追求しています。

03. Our Progress

リサイクルルートの多様化

リサイクル技術の進化　法規制への働きかけ

ECOMMITでは多様なパートナーとともに、リサイクルルートの多様化を実現しています。
私たちが取り扱うものの量が増えるということは、リユースだけでなく、リサイクルにまわるものの量も相対的に増えるということです。ECOMMITはリユースを優先した選別を行っていますが、リサイクルの出口が安定しなければ包括的な資源循環インフラの確立は望めません。そのため、様々な技術を持つパートナーと連携し、「捨てない」選択肢の拡大に挑戦しています。これからも技術を持つパートナーとの連携にとどまらず、リサイクル材の活用がすすむための政策へのアプローチなど複合的な取り組みを進めてまいります。



※回収量の多い繊維・プラスチックのリサイクルルートのみ抜粋

03. Our Progress

3拠点のサーキュラーセンターを新たに開設・移転拡張

全体のスループット強化

ECOMMITは2025年から、福岡・中部・東京の3拠点でサーキュラーセンターを開設・移転しました。サーキュラーセンターは、全国約8,200か所のPASSTOや企業・自治体などの拠点から回収された衣類や雑貨等を大規模に受け入れ、回収・選別・データ化・再流通までを一気通貫で担う、ECOMMITの循環インフラの中核拠点です。回収されたものを、その状態や需要に応じて最も価値が高く、環境負荷の少ない循環ルートへつなぐことで、資源の価値を最大化しています。

2025年4月に開設した東京サーキュラーセンターは、ECOMMIT最大規模の拠点であり、今後はDXや選別の自動化等を推進するフラッグシップ拠点として位置付け、人とテクノロジーを融合した次世代の循環センターを目指しています。



【サーキュラーセンターが担う役割】

❶ 循環の入口として、全国から資源を受け入れる

企業・自治体などの拠点から回収された衣類・雑貨等が集まり、資源循環が始まる起点となっています。

❷ 一点一点の価値を見極め、最適な循環ルートへつなぐ

回収品はECOMMITの選別を担う「プロピッカー」が状態や需要を確認しながら細かく選別しています。衣類は、国内リユース、海外リユース、繊維リサイクル、エネルギー利用など、そのものにとって最も価値の高い循環ルートへ振り分けられています。衣類の約98%以上がリユース・リサイクルされ、廃棄物の削減と資源循環の両立を実現しています。

❸ 循環データを蓄積・可視化

サーキュラーセンターは物流・選別施設であるだけでなく、循環データを蓄積・活用する拠点でもあります。回収場所、品目、循環ルート、CO_2排出削減量、リユース率・リサイクル率などをトレーサビリティシステムで管理し、企業や自治体へ循環実績として提供しています。これにより、「ものの流れ」を可視化し、商品設計やサプライチェーンにも循環の視点を取り入れるために役立てることを目指しています。





東京サーキュラーセンター センター長

成田 絵里

東京での事業所立ち上げ時の求人への応募をきっかけに2013年入社。現場での選別オペレーションの構築をはじめ、国内外の販路開拓や人材マネジメントなどを経て、2025年、東京サーキュラーセンター立ち上げとともにセンター長に就任。

03. Our Progress

東京サーキュラーセンター センター長インタビュー

私が入社したのは、ECOMMITの事業所が東京に進出した直後の2013年のことです。回収量が急激に増えていくなか、「これはもっと価値がある。もったいない」という思いで、狭い構内のなかトラックのパワーゲートの上で衣類選別を始めました。

当時は、どうすれば次の使い手につなげられるのか、手探りの毎日でしたが、試行錯誤を重ねながら取り組んだ再流通の仕組みは、今の東京サーキュラーセンターのオペレーションの原点になっています。

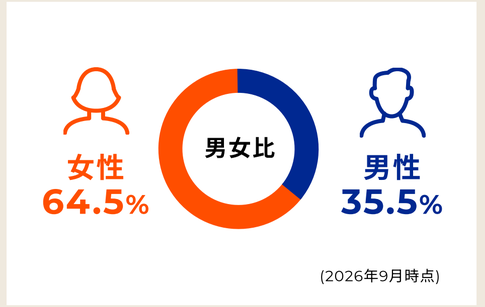
現在、東京サーキュラーセンターは、2025年のオープン以降、規模を約3倍に拡張しています。そして今、自動選別に向けた第一段階のレイアウトへと進化しています。
これからは、これまで培ってきた選別のオペレーションをさらに磨き上げながら、テクノロジーを活用して効率化できるところは進めていく。その一方で、人にしかできないことに、一人ひとりがより集中できる環境をつくっていきたいと考えています。

そんななかでも、私が変わらず大切にしていることがあります。
それは、現場で働く一人ひとりが主役でいられることです。
そして、この仕事をしている自分自身を「かっこいい」と思える現場をつくること。
これからも、現場から新しい可能性を生み出しながら、ものの価値を次の誰かへつないでいく。

それが、私のずっと変わらない目標です。







ECOMMITのサーキュラーセンターで働く人
※社員・パート・アルバイトの在籍者の男女比

4

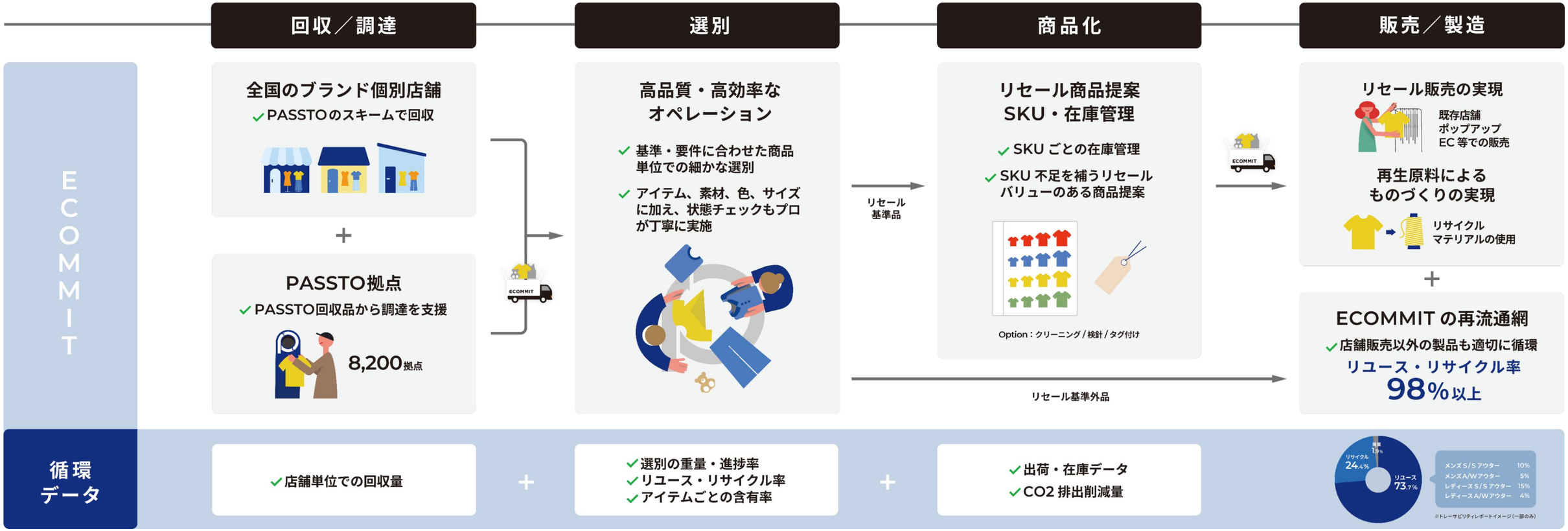
Circularity as a Service(CaaS)
- イネーブラーとしてのECOMMITへ

04. CaaS: Circularity as a Service | 概要

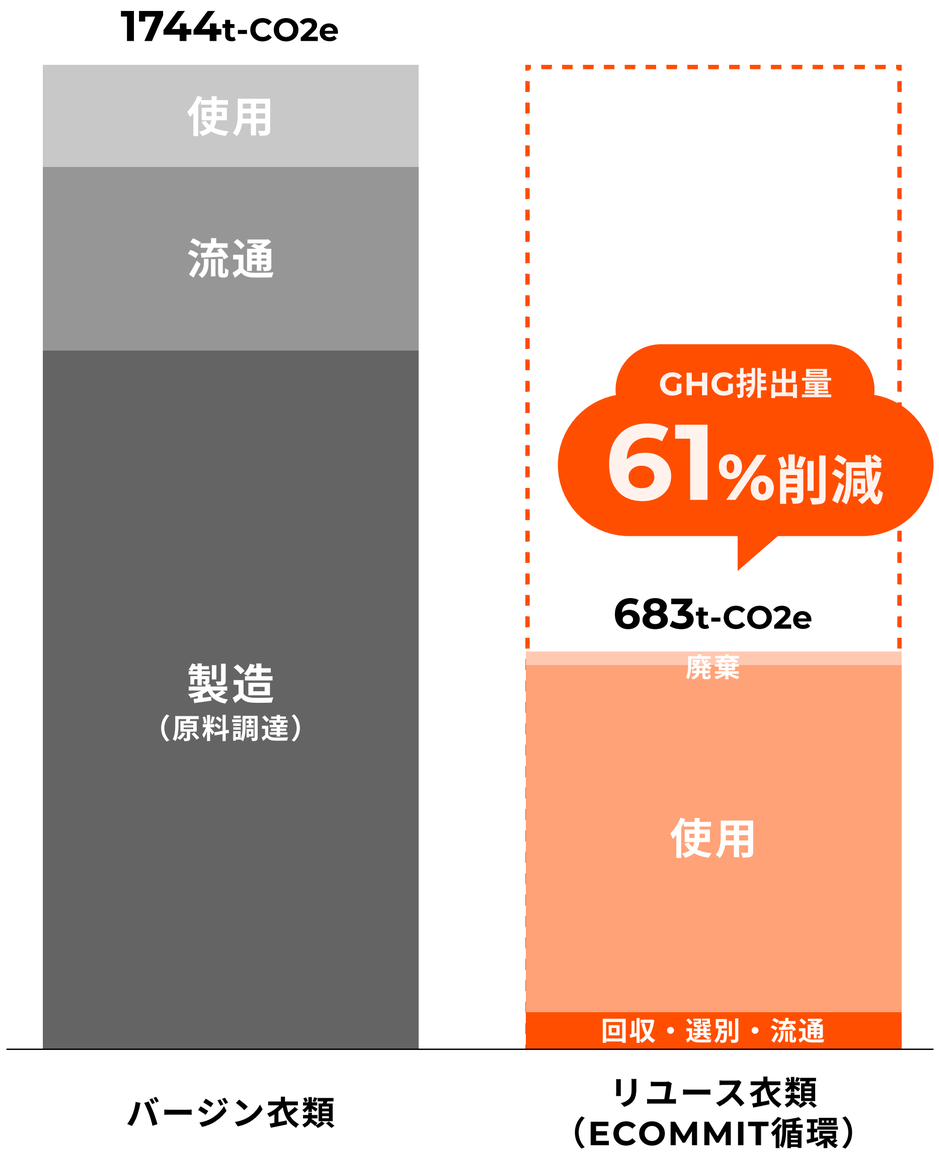
ものづくりをする側と一緒に

回収/リセール品のデータの可視化　生産者における新たな収益モデルの確立　新しいものが中古で手にいれやすく

ECOMMITは、全国に広がる回収網、高度な選別技術、国内外の再流通ネットワーク、トレーサビリティシステムなど、これまで培ってきた循環のアセットを活用し、企業のサーキュラーエコノミーへの移行を支える「CaaS（Circularity as a Service）」を提供しています。まず注力しているのが、アパレル・ファッション産業です。企業やプラットフォーマーなど、産業の上流に位置するさまざまなプレイヤーと連携し、製品の回収から、その先のリユース・リサイクルまでを一気通貫で設計。業界をリードする企業との取り組みを通じて、循環を個別の施策から、事業の仕組みそのものへと変えていきます。参画企業や回収拠点をさらに広げながら、アパレル・ファッション産業を起点に、あらゆる産業のサーキュラーエコノミーへの転換を推進する。そのイネーブラーとなることが、ECOMMITのCaaSが目指す姿です。



温室効果ガス排出量比較（t-CO2e）



04. CaaS: Circularity as a Service｜インパクト

ECOMMITの循環により ライフサイクル全体でのGHG排出量約61%削減

ECOMMITが提供するアパレル向けCaaS（Circularity as a Service）では、回収した衣類をサーキュラーセンターで選別し、リユース衣類として再流通します。リユース衣類を選ぶ人が増えることで、新たな衣類の製造に伴うバージン資源の使用を抑制します（代替効果）。
バージン資源を使用した新たな衣類（バージン衣類）は、海外で原料調達と製造がなされ、国内に輸入され流通を経て、消費者にわたり、使用されます。それらのプロセスで排出される温室効果ガス（以下、GHG）と比較すると、リユース衣類の回収・選別・流通、使用、廃棄までに排出されるGHGの排出量は、約61%を削減される計算になります。
440トンの衣類を対象とした場合、バージン衣類では約1,744t-CO2eのGHGが排出される一方で、ECOMMITで循環し、リユースした場合には約683t-CO2eのGHGの排出に留まります。

計算方法

ECOMMITがアパレル向け事業において、1アパレルブランド向けに提供したサービスにて回収した、2024年3月から2025年12月の合計719トンの衣類を対象に、そのうちリユース対象となった440トンの新品代替効果を算出している。
Moon, 2024の論文で1着あたりのGHG排出量が算出された12アイテムカテゴリ粒度に、ECOMMITの選別アイテムカテゴリを対応させ、それらのアイテムが新品の場合（バージン衣類）とリユース品の場合（ECOMMITによるサービス提供後のリセール衣類）のGHG排出量の比較を行った。

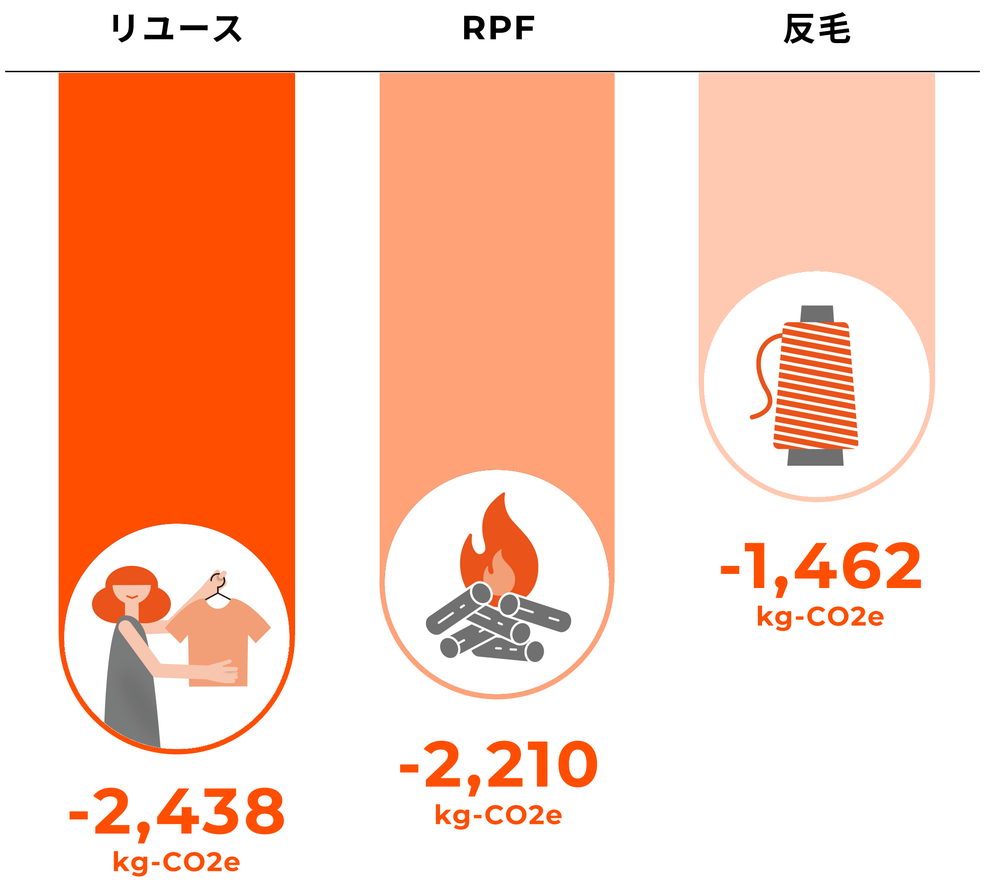
前提条件

- 新品：平均3.1年使い、計23.7回着用
- リユース品：平均3.2年使い、計84.5回着用　＊リユース品の方が着用回数が多いことに留意
- 排出量データ: Moon, 2024がIDEA v3.2を使用して算出
- 代替率：国内リユース品についてはMoon, 2024のアイテムカテゴリごとの代替率0.816~0.927を、海外寄贈品については代替率0.5を採用

Moon, D. (2024). Promoting sustainable practices: Exploring secondhand clothing consumption patterns and reductions in greenhouse gas emissions in Japan. Sustainable Production and Consumption, 45, 294–305. https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.01.007

回収1tあたりのバージン製造代替による温室効果ガス排出削減量

（kg-CO2e）



ECOMMITの選別後のルート別GHG削減効果

現在、アパレル向けCaaSで回収された衣類は、選別後にリユース品として再流通されるルート、フェルト原料である反毛にリサイクルされるルート、固形燃料であるRPFの原料となるルート等が存在します。
これらルート別に、回収量1tあたりのバージン製造代替効果を算出すると、リユースが2,438kg-CO2e、反毛が1,462kg-CO2e、RPFが2,210kg-CO2eのGHG排出量削減効果が示されています。反毛ではバージンコットン製造を、RPFでは石炭を代替するものとして削減効果を計算しています。
リユースについて、国内リユースはMoon, 2024の研究から導出された代替率を、海外寄贈については保守的に代替率0.5として計算を行っています。
また、本レポートの引用元であるMoon, 2024の論文では、C2Cのプラットフォーム利用者を対象に、バージン衣類とリユース衣類の使用回数と使用頻度をアンケートに基づき算出した結果、リユース衣類の使用回数・頻度がバージン衣類よりも高く設定されています。
そのため、それらを引用した本結果においてもバージン衣類よりもリユース衣類のGHG削減効果が相対的に低く算出されていると考えられます。

リファレンス

・反毛について
原単位：Shen, L., Patel, M.K. (2010). Life cycle assessment of man-made cellulose fibres. Lenzinger Berichte, 88, 1–59. Table 17, p.41、より綿製造過程について引用。代替率は50%を仮定。

・RPFについて
原単位：IPCC (2006). 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories, Volume 2 (Energy), Chapter 2, Table 2.2, p.2.16 燃料種：Other Bituminous Coal 値：94,600 kg CO2/TJ（net calorific basis）,より
RPFの単位発熱量：https://www.jrpf.gr.jp/rpf-1より6,000kcal／kg 石炭を4.18605 kJ/kcalでKJ換算し、その後MJ/kgに換算。

・リユースについて
国内リユースについては、Moon, D. (2024). Promoting sustainable practices: Exploring secondhand clothing consumption patterns and reductions in greenhouse gas emissions in Japan. Sustainable Production and Consumption, 45, 294–305. https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.01.007 とし、海外寄贈については代替率50%を仮定。

andSTHD×ECOMMIT特別対談

価値がめぐる循環の先にある、ファッション産業の未来

衣料品回収は、いまや多くのアパレル企業が取り組む活動となった。しかし、回収はゴールではない。回収した衣類をもう一度価値へつなぎ、その過程で得られた知見を、次のものづくりへ還元する。
アンドエスティHDは、グループ企業の取り組みである資源循環活動「Play Cycle!（プレイサイクル）」と、サーキュラーエコノミー事業として店舗展開をする「OFF STORE（オフストア）」を通じて、循環を経営へ実装し始めている。循環は環境への貢献活動だけではなく、未来の企業価値を生み出す仕組みになり得るのか。アンドエスティHD サステナビリティ推進室長・深川氏と、循環インフラを担うECOMMIT Chief Circularity Officer 坂野が、循環型ファッションの現在地とその先に描く未来について語った。



株式会社ECOMMIT
上席執行役員 Chief Circularity Officer
兼 循環連携室 室長

坂野 晶

日本初の「ゼロ・ウェイスト宣言」を行った徳島県上勝町の廃棄物政策を担うNPO法人ゼロ・ウェイストアカデミー元・理事長。2019年世界経済フォーラム年次総会（通称ダボス会議）共同議長。2020年より一般社団法人ゼロ・ウェイスト・ジャパンにて循環型社会のモデル形成に取り組む。2021年、脱炭素に向けた社変革を起こす人材育成プログラムGreen Innovator Academyを設立。2023年より株式会社ECOMMITに参画。関西学院大学総合政策学部卒、京都大学大学院地球環境学修士。2025年より至善館大学院大学 循環未来デザインセンター共同センター長。世界経済フォーラムが選ぶ2025年のYoung Global Leaders。

株式会社アンドエスティHD
コーポレート本部
サステナビリティ推進室長
兼　株式会社WeOur取締役

深川 智子

2005年新卒入社。店長、エリアマネジャー、支店長を経て2019年に経営企画室へ異動し、持続可能な社会と事業成長の両立を考慮したサステナビリティ経営を推進。2024年、サステナビリティ推進室の新設とともに同室室長に就任。2025年より株式会社WeOur取締役を兼任。

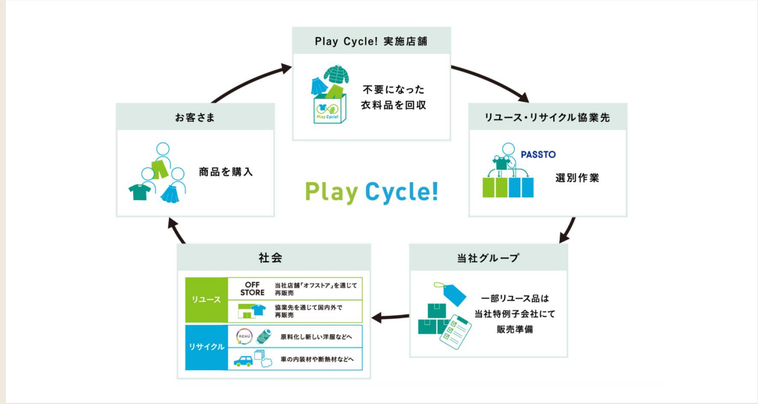
「Play Cycle!」が目指したのは、"続けられる循環"

坂野　まず、アンドエスティHDとして、取り組まれている資源循環の仕組み「Play Cycle!」がどのような背景から生まれたのか、お聞かせいただけますか。

深川　「Play Cycle!」は、クローゼットに眠る衣料品を回収し、リユース・リサイクルを通じて、お客様とともに資源循環の輪を広げていく当社グループの資源循環活動です。活動がスタートした2016年当初は、商業施設等で期間限定の衣料品回収イベントを実施し、環境負荷低減のアクションに参加してくださったお客様へクーポンをお渡しする取り組みでした。その後、2021年よりGLOBAL WORK（グローバルワーク）の数店舗で回収ボックスの常設を開始すると、活動に共感した社内の他ブランドから「私たちも参加したい」という声が上がり始めました。参加ブランド・店舗が徐々に増え、現在では、約200店舗の規模へと広がっています。一方で、活動の拡大とともに新たな課題も見えてきました。
一つ目は、回収量増加に伴う店舗の作業負荷の問題です。衣料品回収はお客様との重要な接点ではあるものの、回収量が年々増加していくにつれ、仕分け・発送作業の負荷など店舗運営面における負担が大きくなっていました。

二つ目は、活動そのものの「持続可能性」です。社会にとって良い取り組みでも、続けられなければ意味がありません。また、経済性が伴わなければ、将来的に取り組みを拡大させていくことも難しい。 そこで私たちは、「Play Cycle! を、持続可能な仕組みへともう一段アップデートしよう」と考えました。

単なる回収活動ではなく、社会性と事業性を両立できる仕組みを叶えるべく、新たな循環のパートナーを探し始めたのです。



アンドエスティHDの循環の仕組「Play Cycle!」

「誰と組むか」が、循環の未来を決める



坂野　そのタイミングで私たちとお話する機会をいただいたんですよね。最終的に、一緒に取り組もうと決めていただいた理由は何だったのでしょうか。

深川　いくつかの要素が積み重なり、「ECOMMITとなら挑戦できる」と思えました。一番大きかったのは、川野社長をはじめとする皆さんの「想い」です。ファッション産業における循環の仕組みづくりは、誰も歩いたことのない道を進む挑戦です。だからこそ重要なのは、「どんな仕組みか」よりも、「誰と歩むか」。ECOMMITの皆さんからは、「循環を本気で社会へ実装したい」という強い意志が伝わってきました。その姿勢に、まず共感しました。

そして実際にサーキュラーセンターの現場を見学したとき、その印象は確信へと変わりました。一着一着、人の目で丁寧に選別する。リユースを最大限優先し、その先にリサイクルを位置付ける。さらに、回収した衣類の行き先を最後まで追跡できるトレーサビリティが整備されていました。私たちが目指すのは、回収することではなく、お客様からお預かりした衣類を責任を持って次の価値へつないでいくことです。その考え方と、ECOMMITの仕組みが一致していたことも後押しとなりました。

また、回収から発送に至るまでのオペレーションがシンプルな仕組みで成り立っており、課題の一つであった、回収量増加に伴うオペレーションの負荷を軽減できることも大きな決め手でした。

循環は、お客様だけでなく、ともに取り組む現場スタッフにまで受け入れられて初めて社会に根付いていくと考えるからです。

その意味でも、ECOMMITは私たちが描いていた循環モデルを実現できるパートナーだったのです。

循環は、コストではない。
OFF STOREが証明した「事業として成り立つ循環」

坂野　新しいスキームへ移行してから、実際にどのような成果を感じられていますか。



深川　大きな成果として感じられたことは、サーキュラーエコノミー事業が初年度から利益を生み出したことでした。

「循環は社会貢献ではなく、事業として成立する。」そのことを数字で示すことができたことで、少しずつ社内の空気も変わりはじめています。循環を「良いこと」として捉えるだけではなく、「事業として伸ばしていくもの」という認識が着実に広がりつつあると実感しています。

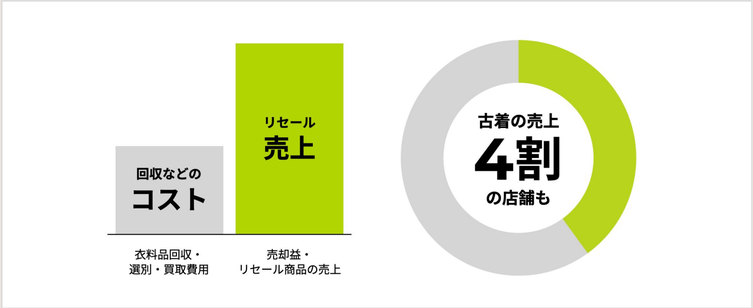
坂野　まさに、そこが非常に大事ですよね。社会課題への取り組みが、利益を生み、事業として自立する。そこまで実現できて初めて、本当に社会へ広がっていくのだと思います。

深川　そうですね。ただ、回収量が増えれば良い、という話ではありません。入口を広げることも重要ですが、回収した衣類をどのように社会へ戻していくのか。その出口をどう広げていくかが重要です。私たちは、シーズンアウト品や古着をリーズナブルな価格で再びお客様に提供する「OFF STORE」という店舗を軸に、新たなファッションの楽しみ方や選択肢をお届けしながら出口を広げています。

ECOMMITにも、独自の販路を活かしてリユース・リサイクルの出口をさらに広げていただく。お互いが事業を成長させながら循環全体を育てていくことが必要だと思っています。

坂野　お互いが事業を成長させながら、ともに循環を広げていくことが、社会を変えていく力になると考えています。製造小売企業として、循環とものづくりのつながりについては、どのように考えていますか？

深川　回収した衣類やリユース事業から得られたデータや気付きを、ものづくりへと還元していくことも重要です。どんな商品が長く着られているのか。どんな素材が循環しやすいのか。お客様は何に価値を感じているのか。「Play Cycle!」を通じて、販売後の商品やお客様のクローゼットとつながることは、ものづくりを含めたサプライチェーン全体へ知見を還元するための仕組みになると考えています。



衣類回収の売却・リセールにおける収益性について

坂野　ECOMMITは回収と再流通という「静脈」から始まった会社ですが、社長の川野もずっと「ものづくりを変えたい」と言っています。ただ、私たちはものづくりの「動脈」には知見が少なく、まだ見えていないことも多くあります。どんなデータがあれば商品企画へ活かせるのか。どんな情報があれば、循環型のものづくりへつながるのか。そこは、ぜひ一緒に考えていきたいと思っています。

深川　製造小売企業として、商品企画から販売後の循環までを含むライフサイクル全体で捉え、最適な循環の仕組みをつくることが重要です。そのためにも実現したい姿を共有し、バックキャストで考え、今やるべきことをECOMMITとともに着実に進めていきたいと思っています。

「環境のため」だけでは、人は動かない。循環を文化に変える「Play」の思想

坂野　取り組みを進める中で、お客様の反応や、新たに見えてきたことはありましたか。

深川　一番感じているのは、お客様の価値観そのものが変わってきていることです。
新品か中古かという垣根なく、「自分が好きなものを、自分らしく楽しみたい。」そう考えるお客様が確実に増えています。
サーキュラー事業を通じて、私たちはその変化を実感しました。OFF STOREでも、「こんなに多くの古着を手に取っていただけるんだ。」という驚きと発見がありました。
長年、ファッション業界は魅力的な新商品をいかに揃えるかというサプライチェーンで動いてきましたが、お客さまの方が一歩先を進んでいる。私たちはその価値観の変化を、 事業を通じて後押ししていく役割があると考えています。



坂野　店舗で働く従業員の皆さんの視点から、変化を感じられることはありますか。

深川　循環の入り口を担うことも、販売員である自分たちの役割なのだと感じるスタッフが増えてきました。
以前より、「販売した服は、その後どうなるんだろう。」という声を現場から聞いていました。
お客様のクローゼットで役目を終え、再び店舗へ戻ってきた服を、次の誰かへ価値をつないでいく。「Play Cycle!」を通じて販売の先の循環まで役割を担うようになったことは、現場にとって社会や環境への貢献を自分ごととして捉えられるだけでなく、販売員としての役割が広がったという大きな変化を感じられているのではないかと思います。

坂野　最近、私たちは「消費者」という言葉ではなく、「循環者」という言葉を使うことがあります。捨てる人ではなく、次へつなぐ人。不要になった衣類を回収ボックスへ持ってきてくださることも、循環を支える大切な役割です。一人ひとりが循環の担い手になれる。そんな社会が少しずつ生まれてきているのだと思います。

深川　そうですね。実際に、過去の回収イベントでは自社ECサイト「and ST」の会員データから、興味深い傾向も見えてきています。購入頻度が高いお客様ほど、衣料品回収への参加率が高い傾向があったのです。企業やブランドへの共感やエンゲージメントといった結びつきが、お客様の循環への参加を促す動機となり、さらには新たなファンづくりにもつながっているのではないでしょうか。一方で、循環型社会の実装に向け、行動変容を促すべく特にアプローチが必要なのは、その外側にいる無関心層です。そのために重要なことは、「環境に良いことだから、参加してください。」というメッセージではないと思っています。

坂野　そこは、私たちも非常に難しいテーマだと感じています。環境への関心が高い人だけが参加する仕組みでは、循環を社会全体に広げていくことはできません。「環境に良いから」ではないとすれば、無関心層の人たちが思わず参加したくなるきっかけを、企業はどうつくっていけばいいのでしょうか。アンドエスティHDが目指す循環活動のあり方とあわせて、お聞きしたいです。

深川　私たちは、共感やワクワクの気持ちから生まれる自主的な循環活動を、新たなカルチャーとしてつくり上げていきたいと考えています。環境や社会に良いことだからという理由だけでは共感の輪は広がらず、長続きもしません。サステナブルな選択肢が、日々ファッションを楽しむ中で自然に組み込まれていることが、アンドエスティHDグループが掲げるミッションである「Play fashion!」の世界観であり、私たちが目指す持続可能なファッションのあり方です。

坂野　ここまでお話ししてきたような循環の仕組みを、日本の中だけで完結させるのではなく、世界へどう広げていくかという視点も大切だと思っています。



ECOMMITも今、アジアをはじめとした海外への展開を見据えていますが、日本には、ものを大切に使い、その価値を最後まで活かしていく文化があります。こうした日本ならではの価値観や循環の仕組みを生かしながら、世界に発信できるモデルをつくっていけるのではないでしょうか。

深川　大切なのは、成功事例をオープンにしながら、業界全体で共有していくことです。企業ごとに循環の仕組みをつくるのではなく、みんなで循環型社会を構築していく。その中心に、ECOMMITのような循環インフラがあり、アパレル企業がそれぞれの強みを持ち寄る。そんなエコシステムができれば、日本発の循環モデルを世界へ広げていけると信じています。



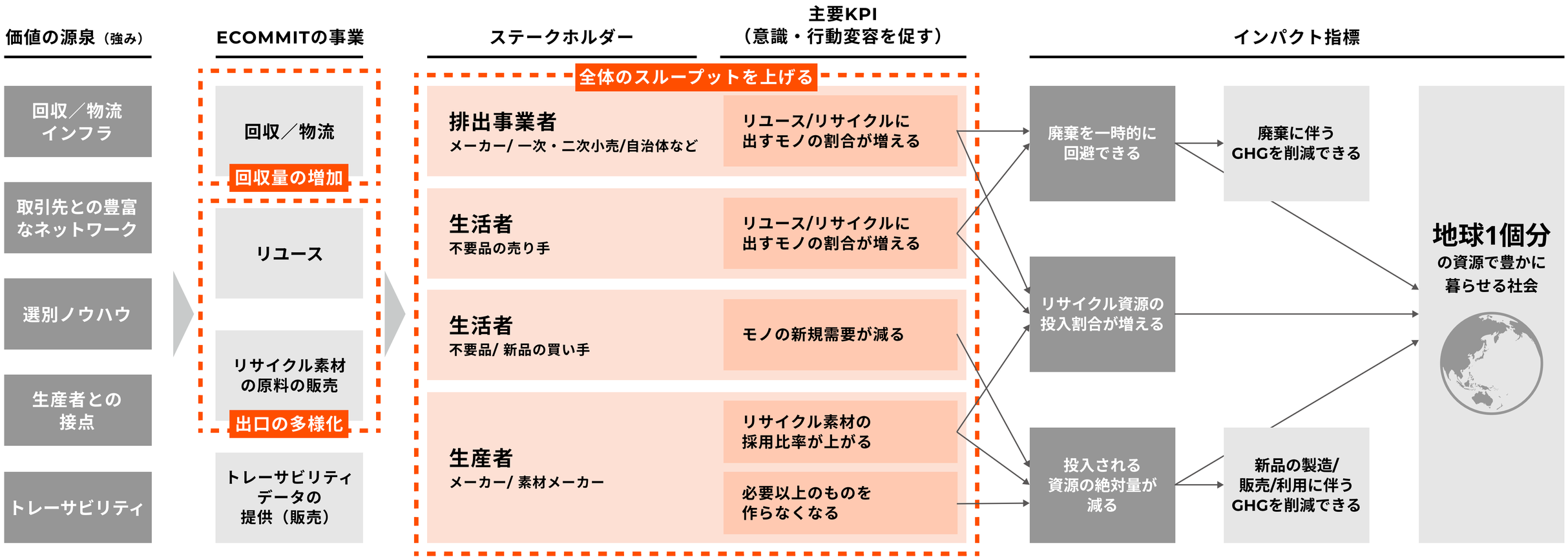
5

課題とこれから

05. 課題とこれから

循環のスループットの加速と拡大へ

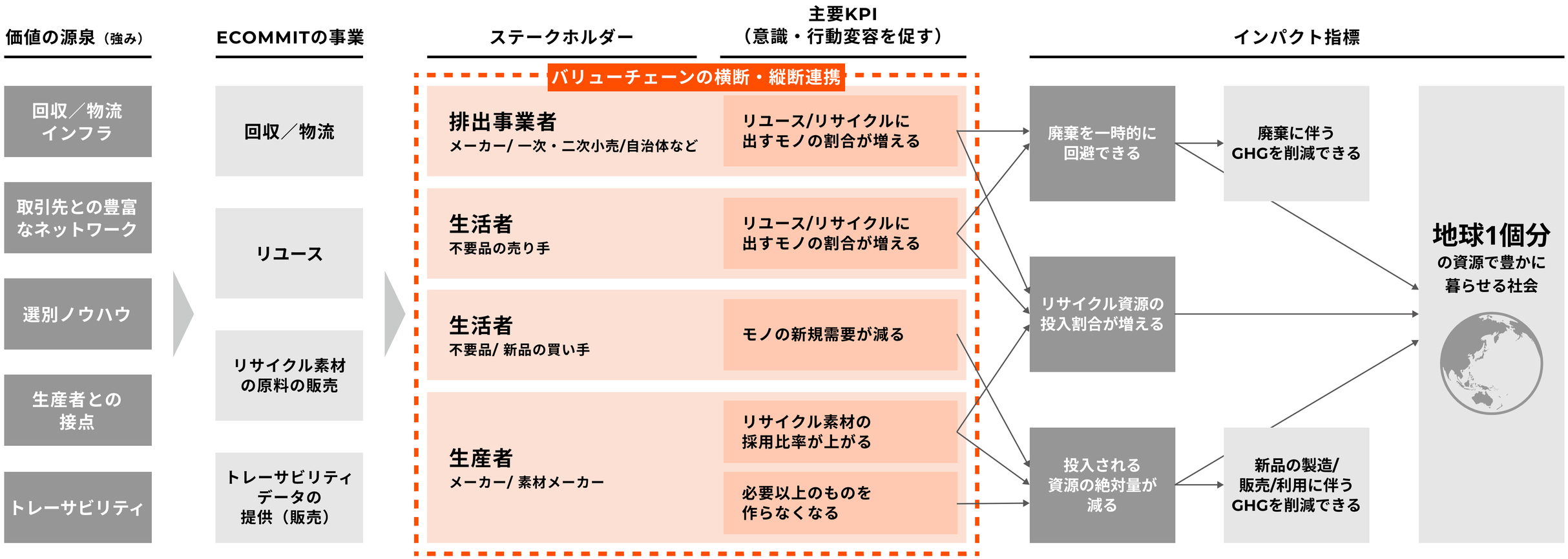
資源循環を確実にしていくためにも、より多く、より太く、循環のスループットを高めていく必要があります。そのためには、圧倒的な循環の入り口、つまり「捨てる」接点を代替する回収の仕組みが必要です。このレポートで紹介した自宅集荷や多様な接点構築はもちろん、生活の当たり前になる循環インフラが必要なのです。
また、たくさんものが集まるということは、それだけ出口が必要になります。国内リユース市場の拡大はもちろんですが、リサイクル資源としてものを作る側への再接続が欠かせません。
これは、私たちが新たなものづくりの入り口まで、バリューチェーンを逆から再設計し、資源のスループットを担保しにいくという新たな挑戦です。
さらに、ものづくりのバリューチェーンがグローバルであるように、私たちのバリューチェーンもますますグローバルに裾野を広げる必要があります。海外における拠点開発への挑戦も、その第一歩です。そして、それらのスループットを確実なものにしていくためには、ECOMMITの心臓部でもあるサーキュラーセンターにおける効率化・自動化はもちろん、その先にある「人が担う価値」の先鋭化への追求も続きます。



05. 課題とこれから

循環のイネーブラーとして

日本政府は2026年4月、「循環経済に関する関係閣僚会議」において、サーキュラーエコノミー（循環経済）への移行を加速させるための「循環経済行動計画」を正式決定しました。循環経済、「サーキュラーエコノミー」への移行は、もちろん簡単なことではありません。１社、１業界で取り組むことは難しく、「動静脈連携」をはじめ様々な業界横断の協業が求められます。「動静脈連携」とは、ものをつくり供給する「動脈」と、使い終わったものを回収し循環・処理する「静脈」が連携することを指します。この連携がしっかり出来上がっていなければ、リサイクル材が生産側で使用されない、あるいはそもそもリサイクルできない設計になっているといった問題に繋がります。しかしECOMMITが目指すのは、さらにその先への連携です。まさに、CaaSという事業開発において、バリューチェーンの横断・縦断連携に挑戦しています。また、ものづくりの拠点がアジアを中心にグローバルに広がる現在、資源循環も国内だけで完結するものではありません。国境を越えた連携によって、資源の価値を最大限に生かす国際資源循環の仕組みづくりが求められています。あらゆる産業が循環型へとトランジションしていく上で、その移行のための「イネーブラー」になること。それが、ECOMMITが資源循環のインフラを担うことによって、「捨てない社会をかなえる」一つの大きな貢献の方法だと考えています。





6

パートナーシップ / 会社概要

06. パートナーシップ／会社概要

パートナーシップを通じて循環型社会の実現を推進

ジャパンサステナブルファッションアライアンス（JSFA）
JSFAは、ファッション産業が自然環境及び社会に与える影響を把握し、ファッション及び繊維業界の共通課題について共同で解決策を導き出し、サステナブルなファッション産業への移行を推進することを目的とした企業連携プラットフォームです。
https://jsfa.info/

エレンマッカーサー財団
ECOMMITは、循環型経済への世界的な移行を加速させるために活動しているエレン・マッカーサー財団コミュニティの一員です。
https://www.ellenmacarthurfoundation.org/

循環経済パートナーシップ（J4CE）
J4CEは、環境省、経済産業省、経団連が創設した、国内の企業を含めた幅広い関係者の循環経済への更なる理解醸成と取組の促進を目指した官民連携推進の団体です。
事例掲載：https://j4ce.env.go.jp/member/274/

環境省　「デコ活」宣言
2050年カーボンニュートラル及び2030年度削減目標の実現に向け、脱炭素につながる国民・消費者の行動変容、ライフスタイル変革を協力に後押しする国民運動「デコ活」に、ECOMMITも取り組むことを宣言しました。（2024/4/29に宣言）

サーキュラーパートナーズ（CPs）
サーキュラーパートナーズ（CPs）は、サーキュラーエコノミーに野心的・先駆的に取り組む国、自治体、大学、企業、業界団体及び関係機関・関係団体等が一体となり、有機的な連携を促進する産官学連携の枠組みです。
https://www.cps.go.jp/

一般社団法人インパクトスタートアップ協会（ISA）
ECOMMITは、「社会課題の解決」と「持続可能な成長」を両立し、ポジティブな影響を社会にもたらすことを目指す一般社団法人インパクトスタートアップ協会の第五期正会員へ加盟しました。
https://impact-startup.or.jp/

東京都　TOKYOサーキュラーエコノミーアクション
東京都民・事業者・関係団体・自治体等が一体となって、サーキュラーエコノミーへの移行を実現する活動である「サーキュラーエコノミーアクション」において、２R（リデュース、リユース）ビジネスや水平リサイクルに取り組む企業としてECOMMITの取組が紹介されています。
事例掲載：https://www.circulareconomy.metro.tokyo.lg.jp/efforts/company-initiative

一般社団法人シェアリングエコノミー協会
「Co-Society ～シェア（共助・共有・共創）による持続可能な共生社会～」をビジョンに掲げ、2016年1月設立以来、シェアリングエコノミーを支える唯一の業界団体として、法的な整備をはじめとする様々な取り組みを実施しています。
https://sharing-economy.jp/ja/

06. パートナーシップ／会社概要

ECOMMITについて

会社名：株式会社ECOMMIT
代表取締役CEO：川野 輝之
所在地：鹿児島県薩摩川内市水引町2803
URL： https://www.ecommit.jp/
設立： 2008年10月1日

株主・資本業務提携先

伊藤忠商事株式会社／株式会社Kips／日本郵政キャピタル株式会社／株式会社NCBベンチャーキャピタル／
グローバル・インフラ・マネジメント株式会社／NIPPON EXPRESSホールディングス株式会社／鎌倉投信株式会社／
みずほキャピタル株式会社／株式会社サザビーリーグ／中部電力株式会社／株式会社オリエントコーポレーション／
株式会社メルカリ／シンプレクス・キャピタル・インベストメント株式会社／ゆうちょアセットマネジメント株式会社／
株式会社NTTドコモ・ベンチャーズ／オリックス・キャピタル株式会社／TOPPANホールディングス株式会社／
パーソルベンチャーパートナーズ合同会社／株式会社インターリレイト

受賞履歴

2023年
・EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー 2023 ジャパン、Regional Vitalization Leader 部門を受賞
・環境省主催、第11回グッドライフアワードにて「実行委員会特別賞SDGsビジネス賞」を受賞
・crQlr Awards 2023にて、審査員賞「Power from Bottom Up Prize」を受賞

2024年
・ICCサミット FUKUOKA 2024 最高峰ピッチ「カタパルト・グランプリ」で優勝
・資源循環インフラ「PASSTO」が2024年度グッドデザイン賞を受賞

2025年
・「Forbes JAPAN Xtrepreneur AWARD 2025」のサーキュラーエコノミー賞を受賞



ECOMMIT IMPACT PROGRESS REPORT vol.2
発行：株式会社ECOMMIT