

平成23年度 資金管理業務に係るユーザー理解活動計画

1. 平成22年度 活動実績

平成21年度実施のアンケート調査などの広聴活動で得られた情報を参考にしながらユーザー理解活動の訴求点である①リサイクル料金の使われ方、②ユーザーの自動車リサイクルシステムとの関わり方などをユーザーとの接点を通じてわかりやすく伝える活動を行った。主な活動は次のとおり。

- (1)①リサイクル料金の使われ方、②ユーザーの自動車リサイクルシステムとの関わり方などの訴求点を反映したチラシを作成し、ユーザーを始めとした関係団体・自治体などへ配布した。
- (2)自動車リサイクルの実績を伝える活動としてポスターを作成し、関連団体・自治体などに掲出いただいた。
- (3)エコプロダクツなどのイベントへ出展し、環境意識の高いユーザーへ自動車リサイクルをPRした。
- (4)本財団ホームページを閲覧するユーザーが知りたい事項を探しやすくするため、ホームページ検索機能を改良した。
- (5)携帯電話用モバイルサイトに掲載するユーザー問い合わせ電話番号を目立つように配置変えし、更に広聴活動でニーズありとされる事項を掲載した。
- (6)新たな自動車ユーザーへ自動車リサイクルの認知を目的として全国自動車教習所の待合室に設置されたテレビジョンで自動車リサイクルに関する動画を配信した。
- (7)定点観測の観点で自動車リサイクルの認知度調査を行った。
- (8)その他、年間通じてマスコミや団体等への情報提供・交換を行った。

2. 活動の振り返り

- (1)これまでは、事業者のユーザー配布用として訴求点を反映したチラシを作成・提供してきたが、事業者によるユーザーへの説明しやすさ、説明を受けるユーザーの理解のしやすさにポイントを置き、自動車リサイクルの全体的な仕組みを説明するなど、自動車リサイクルを理解してもらうためのチラシ・ポスターへと工夫する必要がある。
- (2)自動車リサイクルの仕組み・実績をわかりやすく説明して欲しいとの要望が寄せられており、「平易な表現を使う」、「丁寧に説明する」という視点で、活動内容を見直す必要がある。
- (3)小・中・高の学校授業で自動車リサイクルが取り扱われ、学ぶ学生が親である自動車ユーザーとの接点として重要な役割を担いつつあるが、本財団ホームページに掲載する説明内容は難しい言葉・漢字が多用され、閲覧する学生の視点で難解になっている点の見直しが必要である。また、イベント会場では、来場者から「子供でもわかるような資料を作って欲しい」などの意見があり、これらニーズに応える必要がある。
- (4)イベント来場者からは、「実物があつたほうがよい」「もっとゆっくり見たいのでスペースを広げて欲しい」などの意見が寄せられ、注目を集め、興味ある展示会場づくりが求められている。
- (5)平成22年度実施のアンケート結果では、若年層・女性の認知度が低くなっている傾向が観られ、ターゲットを絞るなどの活動についても検討が必要である。

3. 平成23年度 活動計画

- (1)活動の概要
平成23年度の活動は、先述の振り返りおよび広聴活動で得られたニーズを参考にしながら、ユーザー理解活動の訴求点である①リサイクル料金の使われ方、②ユーザーの自動車リサイクルシステムとの関わり方などをユーザーとの接点を通じてわかりやすく伝える活動を行う。活動の概要は次のとおり。
 - 1) 事業者がユーザーに説明する際に使用するチラシを使いやすく改訂する。
また、説明を受けたユーザーがチラシを見て思い出すような構成に改訂する。
 - 2) 自動車リサイクルを学校授業で学ぶ学生が自動車ユーザー（親）との接点として重要な役割を担いつつある点、また学校関係者からの情報提供に係る問い合わせが増えている点を踏まえ、具体的な取組みを掲載する本財団ホームページをわかりやすく改訂する。
 - 3) 各種イベント来場者がファミリー層であることに着眼し、チラシ・ポスターをわかりやすく作成する。（これまで事業者配布用を使用していた）
また、問い合わせ電話番号およびホームページURLの文字が小さい、目立たないとの意見に応えた対応を行う。
 - 4) エコプロダクツ出展における振り返りを踏まえ、「来て・見て・体験」を実現し、関係者と協力しながら自動車リサイクルのPRを推進する。

(2)活動内容と予算

主な活動内容は次のとおり。その他、ユーザーとの接点を通じて地道な活動を継続して実施する。

#	プラン	活動ポイント	ターゲット	実施時期	予算(万円)
1	チラシの改訂	・自リシステムに係る丁寧な解説を追加 ・親子向けチラシ作成 ・問い合わせ窓口等を目立たせる	全般 親子	11月以降	【今後実施する会の調了情報を得るため、公開。資金管理業】
2	ポスターの改訂	・一部古い情報の更新 ・問い合わせ窓口等を目立たせる	全般 (販売店等ツール)	11月以降	
3	ホームページ改訂 (携帯モバイルサイトの改訂含む)	・親子向けページ追加 ・リサイクル実績への丁寧な解説を追加 ・使用方法から画面遷移や掲載情報の見直し	全般 若年層	10月	
4	イベント出展・参加	・東京モーターショー、エコプロダクツ ・来て:キャラクター活用等、見て:3品目展示等、 ・体験:デモ等	環境への関心 あるユーザー 親子	12月以降	
5	自動車教習所での動画放映	・全国教習所(約300校) ・8月:大学生、3月:高校生に対象絞込み	新ユーザー	8月・3月	
6	認知度調査(定点観測)	・過去3ヶ月以内に自動車を購入した方	全般	3月	
7	予備	・チラシ、ポスターの増刷対応等	－	－	
合 計					