

平成 24 年度 ユーザー理解活動計画

1. 平成 23 年度の活動実績

平成 23 年 3 月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) **チラシ・ポスター作成・配付**
説明を受けるユーザーの理解のしやすさや事業者によるユーザーへの説明のしやすさにポイントを置き、ユーザー理解活動の訴求点を反映したチラシ・ポスターを作成・配布。
- (2) **ホームページ(コンテンツ追加)**
昨年度実施したイベントへの来場者から「子どもにもわかるような資料を作って欲しい」との意見や学校関係者からの情報提供等の問合せが増えている状況を受け、小学校先生の意見を聞きながら学校授業等で使用できるクイズ形式の子ども向け Web ページを作成・掲載。
- (3) **イベント出展・参加**
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に自動車リサイクルをPR。
- (4) **自動車教習所での活動**
新たな自動車ユーザーへ自動車リサイクルの認知向上を目的として、全国自動車教習所の待合室に設定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。
- (5) **認知度調査**
定点観測の観点で自動車リサイクルの認知度を調査。
- (6) **その他**
年間通じてマスコミや団体等へ情報提供・交換を行った。

2. 活動の振り返り

- (1) **チラシ・ポスター作成・配付**
小学生の意見を反映した子ども向けチラシ 29 万枚と一般向けのチラシ 15 万枚を作成し関連団体・自治体・各種イベント等を通じて配布した。子ども向けチラシは、リサイクルの大きな流れがひと目でわかるように図解を取り入れるなど工夫した結果、事業者からの要望が一般向けチラシの約 2 倍に達した。今後もユーザー視点で受け入れやすさを調査・研究し、分かりやすいチラシ等を作成・配布する。
- (2) **ホームページ(コンテンツ追加)**
自動車リサイクルクイズをエコプロダクツなどのイベントで使用し、わかりやすく理解活動を行った。また、平成 23 年 12 月から本財団ホームページに掲載し、平成 23 年 3 月末までの 4 ヶ月間で約 1,800 件のアクセスがあった。今後は、自動車リサイクルの情報がつまった本財団ホームページの周知活動が必要である。
- (3) **イベント出展・参加**
昨年度振り返りを反映した「来て・見て・体験」を推進した。また、エコプロダクツ出展の自動車メーカーおよび一般社団法人自動車再資源化協力機構の人的協力を得て集客に注力した結果、昨年の 4 倍になる約 2 千人の来場者を獲得した。エコプロダクツ来場者からは、催した自動車リサイクルクイズなどがわかりやすく、理解を深めたなどのコメントを得たものの、展示物の文字が小さい・文字が多い、来場者の動線上に障害物があるなど、更に改善が必要である。
- (4) **自動車教習所での活動**
昨年度行った自動車教習所の実態確認により、教習生が多くなる 8 月(大学生)・3 月(高校生)にポイントを絞り、昨年までは 1 回/年だった動画配信を 2 回/年に増やし、効果的に活動を行った。今後は、配信する動画について新たな方針に沿った内容へと見直しが必要である。
- (5) **認知度調査**
自動車を購入した 1,100 人のうち 992 人(90.2%)が、自動車リサイクル法について「どんな仕組みか概要を知っている」「聞いたことがある」と回答(昨年度実績 91.2%)し、同水準であることを確認した。ただし、30 歳以上の認知度が 93.2%であるのに対して、18 歳から 29 歳までの若者の認知度は 76.3%と認知差が見られたことから、若者の認知向上に向けた取組みが必要である。

3. 平成 24 年度の活動方針

平成24年度からは、これまでの広聴活動で得られた情報に基づいた広報活動を継続して取り組みながらも、これまでの自動車ユーザーとの接点におけるリサイクル料金支払時の基本説明では理解の深化が難しい、自動車リサイクルの必要性および自動車ユーザーの自動車リサイクルシステムとの関わり方等の内容へとカ点を移し、特に若者の年代が多い自動車ユーザー予備軍に対して理解活動を推進するものとする。

4. 平成 24 年度の活動計画

平成 24 年度の実活動内容は次のとおり。

#	プラン	活動ポイント	ターゲット	時期	目標	予算	前年比
1	チラシ・ポスター等の作成・配布	・文章の削減と図解等によるわかりやすいツール作成 ・ホームページのコンテンツ閲覧への導入を促す ・より多くの方に配布できるルートの開拓	自動車ユーザー予備軍等	11 月 (配付は通年)	30 万枚 /1 種類	600 万円	150%
2	ホームページ	・リサイクルスキームを表現したコンテンツの追加 ・より多くの方の閲覧を目的としたアプローチ方法や自動車ユーザー予備軍を意識した活動を推進 (例: イベントでの紹介や広報ツールを利用した教育機関への直接の送付による周知等)	自動車ユーザー予備軍等	11 月	6,000 アクセス (年間)	100 万円	50%
3	イベント出展・参加	・エコプロダクツへの出展 ・日本における自動車リサイクルを紹介 (来て: キャラクター活用等、見て: 3 品目展示等、体験: キッズページ操作等)	自動車ユーザー予備軍等、環境への関心ある方	12 月	2 千人 動員	600 万円	100%
4	自動車教習所での活動	・平成 24 年度方針に基づく映像の制作 ・全国教習所での映像放送(8 月、3 月)	自動車ユーザー予備軍等	8 月 3 月	300 校	600 万円	170%
5	認知度調査	・定点観測	自動車ユーザー	3 月初旬	1,100 サンプル	100 万円	100%
6	予備費		-	-	-	100 万円	22%
合 計						2,100 万円	-