



別冊

(報告) 17年度ユーザー理解活動

2018年6月7日

公益財団法人自動車リサイクル促進センター

《目次》

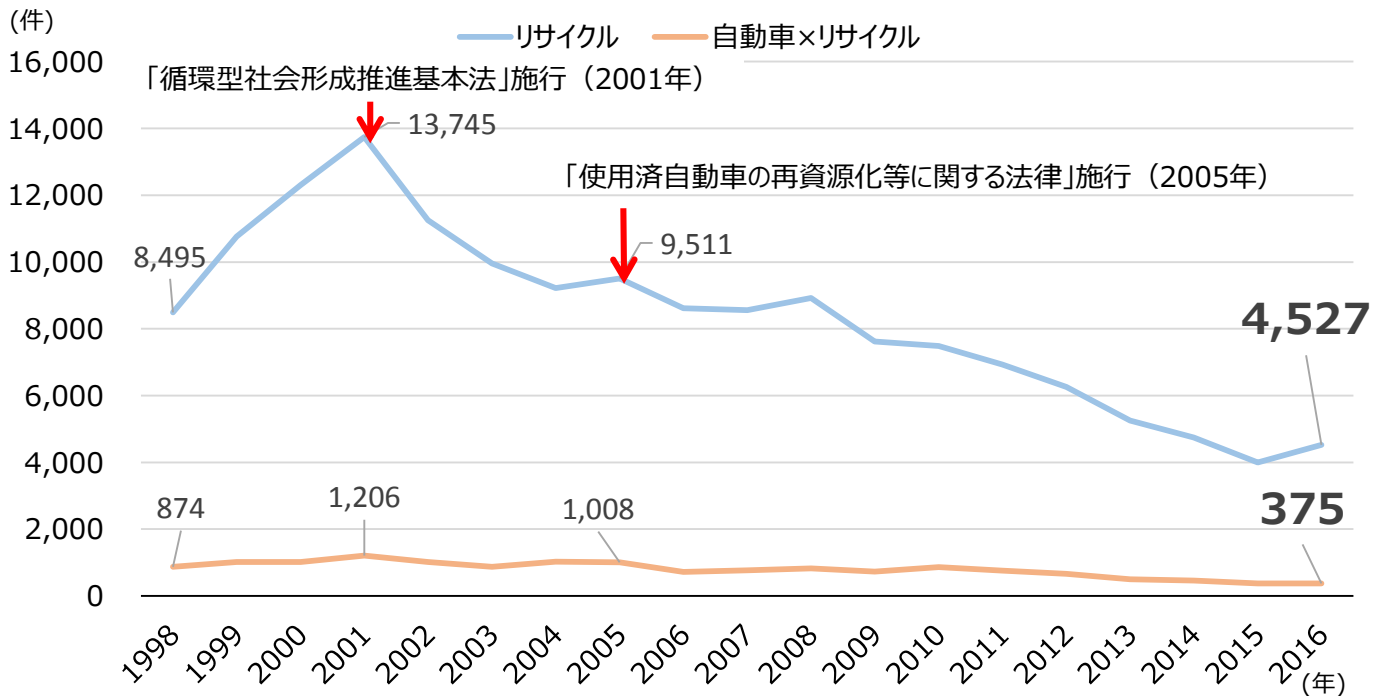
1. メディアにおける報道量の現状	P2
2. ユーザー理解活動の計画	P3
3. ホームページによる分かりやすい情報発信	P4
4. ニュースリリースの配信	P5
5. 各種イベントでの取組	P6
6. 新聞メディアを利用した取組	P10
7. 小学生の学校教育と連動した取組	P12
8. 将来のユーザーへの情報提供の取組	P14
9. 外国からの視察団への対応	P15
10. 自動車ユーザーの認知状況	P16
11. ユーザー理解活動の予算執行結果	P18

1. メディアにおける報道量の現状

リサイクルに関する法制度が定着するに従い、「自動車リサイクル」だけではなく、「リサイクル」全般についてのメディアが取り扱う報道量が減少している。

活動計画の立案にあたり、2001年の「循環型社会形成推進基本法」の施行以降の「リサイクル」に関するメディアの記事件数を調べた。

＜「リサイクル」「リサイクル×自動車」に関する記事件数の推移＞



※記事件数の検索には、データベース「日経テレコン」を使用。

※調査対象メディアは、「日本経済新聞朝刊」「日本経済新聞夕刊」「日経産業新聞」「日経M」（流通新聞）」「日本経済新聞電子版ニュース」「日本経済新聞電子版セクション」「日経ヴェリタス」「日経金融新聞」「日経地方経済面」「日経プラスワン」「朝日新聞」「読売新聞」「毎日新聞」「産経新聞」

以上の状況から次の課題が考えられる。

- ①自動車リサイクルの取組が一般紙に取上げられることがほとんどない
⇒情報を広めるための環境整備と地道なアプローチが必要
- ②業界ニュースの範疇を超えるメディアへの掲載が見られない
⇒興味を持たれるコンテンツの開発が必要
- ③各種取組について、メディアの取り扱いが単発になっている
⇒継続性のある取組の仕掛けが必要

2. ユーザー理解活動の計画

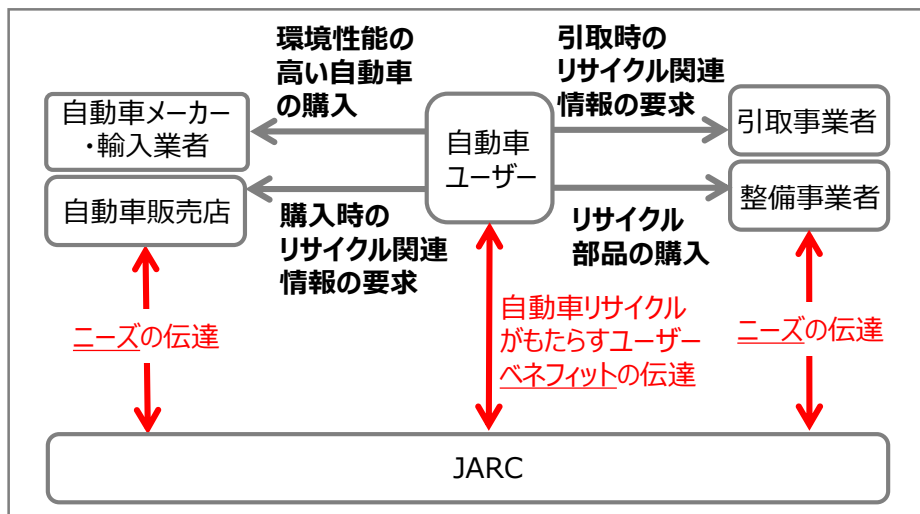
2017年度、ユーザー理解活動の取組の方向性は、以下のとおり。

ユーザーを始めとした自動車リサイクルの関係者のニーズを把握しつつ、これまでの取組の改善を行いながら次の方向性で取組を進める。

- 身近なところから、ユーザー視点で分かりやすい情報へと改善を行う。
- 専門紙以外の一般紙及びインターネットメディアへの情報掲載を広げる。
- 全国満遍なく、環境関連イベントに出展・参加し、自動車リサイクルの取組・成果の認知向上の機会を創出する。
- 小学生に向けた環境教育と連動した理解活動の基盤を構築し、小学生の体験学習を通じて保護者・先生の学ぶ場を提供する。そして、教育機関、自治体、メディア等への情報拡散と、ベストプラクティスの共有を図る。
- 地域メディアや自治体とのリレーション構築に向けて、コミュニケーションの幅を広げる。
- ユーザーとの接点において、自動車リサイクルを説明する事業者支援のために関係団体間と連携強化を図る。

<概念図>

新たな切り口により情報発信・共有の高度化を図る



3. ホームページによる分かりやすい情報発信

6/1、リニューアルしたJARCホームページの下、広報映像やリサイクル博士のキャラクターなどを活用しながら、年間通じて分かりやすい情報発信に取り組んだ。

(1) リニューアルしたホームページのコンセプト

旧Webサイトについての主な意見

- 情報が多く、目的とする情報が探しにくい
- 自動車リサイクルの取組やJARCの取組が見えない
- 文字が多く、難解な用語も多く分かりにくい

新Webサイトのコンセプト

- 対象を主に自動車ユーザー向けとし、サイト構成を整理、分かりやすい導線を確保
- 循環型社会に向けた自動車リサイクルの内容にシフト、JARC取組の積極的発信
- 文字を少なく、画像や絵を多用、用語を統一

(2) デザイン・内容



- ・旧来より明るくポップなイメージで統一
- ・文字サイズや配色等、高齢者の方にも配慮したデザイン
- ・目的とする情報が分かるように、サイト構成を見直した
- ・博士の日記を通じて、JARCの主な取組を積極的に発信



JARC取組例

愛媛県の要請を受け、自動車リサイクル情報システム利用の講師として、事業者向け研修会に参加。7月25日から27日の3日間、総勢183の参加事業者に対して、情報システムの利用について説明し、質疑に応えた。

01.自動車リサイクルの概要	06.リサイクル部品
02.自動車リサイクルができた背景	07.これまでの成果
03.自動車リサイクルの仕組み	08.最富りのリサイクル事業者
04.リサイクル料金	09.よくあるご質問
05.指定法人業務	10.用語集

- ・お問い合わせをメニューに設置
- ・少ないクリック数で目的のコンテンツへ誘導
- ・ユーザーの目的に沿ったコンテンツを整備
- ・"よくあるご質問"と"事業者検索"を設置

4. ニュースリリースの配信

インターネットメディアでの自動車リサイクルに関する情報の露出を高めるために、ニュースリリース配信を合計13件行った。その結果、インターネットメディアに709件記事掲載され、幅広くユーザーの注目度を上げる取組を行った。
なお、この掲載実績を広告換算すると約2億6千万円となる。

(1) リリース情報と広告換算(参考値)

	配信日	リリース情報	掲載数 (件)	広告換算* (万円)
1	7/27	“自動車リサイクルデータBook”公表	52	1,853
2	8/3	“環境広場さっぽろ”出展	56	1,645
3	9/5	事業者情報の確認・変更のオンライン画面提供開始	62	7,092
4	9/13	“環境デーなごや中央行事”出展	52	1,658
5	9/21	自治体向け基礎知識研修順次開催	53	1,631
6	10/6	“あきたエコ&リサイクルフェスティバル”に出展	55	1,521
7	10/10	“エコテクノ2017”に出展	54	1,611
8	11/2	“松江市環境フェスティバル”出展	54	1,555
9	12/6	“エコプロ2017”に出展	59	1,612
10	12/22	改善した引取業者向け情報システム 提供開始	54	1,501
11	1/15	小学生「クルマのリサイクル」作品コンクール開催	52	1,453
12	2/14	モバイル端末に対応したユーザー向け情報システム提供開始	53	1,467
13	2/16	“まつやま環境フェア2018”に出展	53	1,467
合計			709	26,068

*メディアに記事掲載された際の露出効果を、同じ枠を広告として購入した場合の広告費に換算したもの

(2) ニュースリリース配信方法

自動車産業記者会、ペンクラブ、共同通信PRワイヤー(*)を活用しメディアへ配信。

また地方イベントへ出展に際しては、地域の記者クラブなどへ投函。

➤ 掲載メディア (一例)

毎日新聞、朝日新聞、四国新聞、京都新聞、奈良新聞、山形新聞、福井新聞、沖縄タイムスプラス、紀伊民報、千葉日報、宮崎日日新聞、新潟日報、茨城新聞、徳島新聞、福島民友、紀伊民報、山梨日日新聞、河北新報、上毛新聞、秋田魁新報、下野新聞、週刊女性PRIME、AFP BBNews、楽天 NEWS、Google ニュース、Impress Watch Headline、excite ニュース、J-CAST ニュース、CNET Japan、

5. 各種イベントでの取組

札幌・秋田・東京・名古屋・京都・松江・松山・北九州で開催された各種イベントにキャラバンしながら出展・参加し、主として自動車ユーザーに向けて情報提供を行い、理解普及を行った。また、出展に際しては、地域メディアや自治体との情報共有の取組により、メディアの報道ニュース等に取り上げられることができた。

(1) 各種イベントへの出展・参加実績

各種イベントへの出展・参加計画は下表のとおりである。

	開催地域	名称	開催予定日	規模	MAP
①	北海道 札幌市	環境広場さっぽろ 2017	8月4日 ～6日	約3万人	
②	愛知県 名古屋市	環境デーなごや2017 中央行事	9月16日	約15万人	
③	秋田県 秋田市	第17回あきたエコ&リ サイクルフェスティバル	10月7日 ～8日	約3万人	
④	福岡県 北九州市	エコテクノ2017	10月11日 ～13日	約3万人	
⑤	島根県 松江市	2017松江市環境フェ スティバル	11月5日	約1万人	
⑥	京都府 京都市	京都環境フェスティバル 2017	12月9日 ～10日	約3万人	
⑦	愛媛県 松山市	環境モデル都市まつや ま環境フェア2018	2月17日 ～18日	約2万人	
⑧	東京都 江東区	エコプロ2017	12月7日 ～9日	約17万人	

(2) 取組状況

- 開催日：8/4～6日
- 場所：北海道札幌市
- 名称：環境広場さっぽろ
- 来場者数：約3万人
- 天気：晴れ

- ① ・開演前から300人程度の行列あり。来場者のほとんどが親子連れ。
 ・来場者からの注目を高めるため、自動車リサイクル博士（着ぐるみ）を活用。
 ・札幌市下水道河川局が主催する“ゆるキャラと打ち水大作戦”の主要キャラクターとして登場。



ゆるキャラ打ち水大作戦



来場者との交流

- 開催日：9/16
- 場所：愛知県名古屋市
- 名称：環境デーなごや
- 来場者数：約9万人
- 天気：雨

- ②
- ・台風の影響により開演前から大雨。
 - ・主にリサイクルの取組やリサイクル料金の用途などについて、広報映像やパネルなど既存の広報ツールを活用してPR。
 - ・自動車リサイクル博士（着ぐるみ）は、雨によりフル活動はできなかったものの、来場者や出展他団体のキャラクター等と交流。



個別に説明



来場者との交流

- 開催日：10/7～8
- 場所：秋田県秋田市
- 名称：あきたエコ&リサイクルフェスティバル
- 来場者数：約2.4万人
- 天気：雨のち晴れ

- ③
- ・雨模様であったが、会場が駅前アーケードのため、多くの方が来場。
 - ・主にリサイクルの取組やリサイクル料金の用途などについて、広報映像やパネルなど既存の広報ツールを活用してPR。
 - ・来場者からの注目を集めるよう、自動車リサイクル博士（着ぐるみ）を活用し、来場者や出展他団体のゆるキャラ等と交流を図った。



主催者と共に自動車リサイクルPR活動



来場者との交流

- 開催日：10/11～13
- 場所：福岡県北九州市
- 名称：エコテクノ2017
- 来場者数：約3万人
- 天気：晴れ

- ④
- ・多くのビジネスマンや大学生が来場。
 - ・環境イベント主催者と連携しながらポイントラリーの中継点の役割を担うことで、来場促進を図った。
 - ・地域記者クラブ、メディアへの事前の根回しが功を奏し、TVQ九州放送の取材を受け、報道ニュースの番組で取り上げられた。



「TVQ九州放送」の取材



写真提供・TVQ九州放送

- 開催日：11/5
- 場所：島根県松江市
- 名称：松江市環境フェスティバル
- 来場者数：約1万人
- 天気：晴れ

- ⑤
- ・ポイントラリーの中継点の役割を担うことで、来場促進を図った。
 - ・NHK松江放送局の取材を受け、ニュースに取上げられた。
 - ・自動車リサイクル博士（着ぐるみ）は、来場者や出展他団体のキャラクター等と交流。



自動車リサイクルPR活動

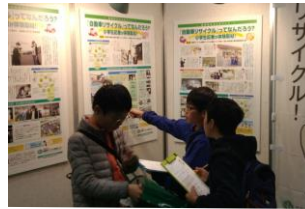


出典・NHK松江放送局

出典：京都府Twitter

- 開催日：12/7～9
- 場所：京都府京都市
- 名称：京都環境フェスティバル2017
- 来場者数：約3万人
- 天気：晴れ

- ⑥
- ・様々なステージイベントが用意され、多くの家族連れが来場された。
 - ・イベントへの出展に際しては、自動車リサイクルの関係者の協力を得て入手した銅・アルミなどの現物を展示した。
 - ・京都府公式の"Twitter"や"Facebook"に掲載され、情報拡散に取り組んだ。



来場者との交流



来場者との交流

- 開催日：2/17～18
- 場所：愛媛県松山市
- 名称：松山環境フェスティバル2018
- 来場者数：約2万人
- 天気：晴れ

- ⑦
- ・“農林水産まつり”のイベントも併設され、多くの家族連れが来場された。
 - ・来場者からの注目を集めるよう、自動車リサイクル博士（着ぐるみ）を活用した。
 - ・小学生新聞の記事を掲示し、自動車リサイクルの関係者による取組をPRするとともに、来場者*からの質問に対応した。
 - *リサイクル料金の使われ方など



来場者との交流



来場者との交流

- 開催日：12/7～9
- 場所：東京ビックサイト
- 名称：エコプロ2017
- 来場者数：約16万人
- 天気：晴れ

「エコプロ2017」に出展し、ユーザーが負担しているリサイクル料金の使われ方や循環型社会に向けた関係者の取組や成果を、パネルや動画で紹介した。

また、実際にリサイクル工程で回収された金属などを提示する見学ゾーンやリサイクル工程で生まれた再生プラスチックを使った飾りものを制作する体験ゾーンを設け、楽しい学びの場を用意した。

当日は、環境学習の一環として、小学生から大学生を始めとした幅広い層が来場された。また、多くの外国人も来場された。

いその(株)の協力を得て、クルマ由来を含む再生プラスチックを利用した体験学習の場を設け、クリスマスワークショップを実施した。予め、メディアとのコミュニケーションを図ったことにより、様々なメディアの取材を受けるなど自動車リサイクルの情報拡散に取り組んだ。



体験学習用の再生プラスチック



来場者との交流

⑧



体験学習の様子(マラカス作り)



来場者との交流



(株)共同通信社の取材の様子

(参考) PRブースの概略図



6. 新聞メディアを利用した取組

環境や自動車に関連する情報が増えるタイミングの10月から翌年1月にかけて、幅広くユーザーの認知向上を目指した全国的な新聞広告を3回展開した。この結果、JARCが出展した各種イベントなどにおいて、記事を見た方からの意見を得るなどの反響を確認することができ、幅広く注目度を上げる取組ができた。

(1) メディア媒体の選定

幅広い対象に信頼性が高い情報発信ができる新聞メディアを選択した。

<表 メディアの特徴>

媒体	特徴（一例）
新聞広告	<ul style="list-style-type: none">・社会的な信頼度の高いメディアであり、信頼性の高い形で情報の訴求が可能。・「全国」「地域」を対象にした幅広いターゲットへの訴求が可能。・「文字情報」「イラスト」などを使用し、読ませる表現が可能。
TVCM	<ul style="list-style-type: none">・「全国」「地域」を対象にした幅広いターゲットへの訴求が可能。・映像を用いることで、効果的なイメージの訴求が可能。・新商品告知やキャンペーン告知には向いているが、伝達可能な情報量は限定。
雑誌広告	<ul style="list-style-type: none">・ターゲットを絞った情報発信が可能。・「文字情報」「写真」「イラスト」を使用し、読ませる表現が可能。・掲載までに比較的長い時間を要する。
ラジオCM	<ul style="list-style-type: none">・パーソナリティを通じて、親和性の高い形で情報の訴求が可能。・地域密着型の展開が可能な反面、視聴者層が限定。・低コスト・短期間でのオンエアが可能。
インターネット広告	<ul style="list-style-type: none">・訴求対象の細かいセグメンテーションが可能。・費用対効果の把握が可能。・世の中での話題を醸成し、信頼性やイメージを訴求するには限界。

(2) 新聞媒体の選定の考え方

幅広い対象への効率的な伝達手法を検討した結果、全国紙と地方紙を組み合わせることで展開することとした。

大都市中心

大都市圏の自動車ユーザー
にアプローチ

全国紙（朝刊）
発行部数：約900万部
（読売新聞）

全国紙（朝刊）
発行部数：約270万部
（日本経済新聞）

地方中心

地方の自動車ユーザー
にアプローチ

地方紙（朝刊）
発行部数：約1600万部
（全地方紙で展開した場合）

(3) 主な訴求点

- ・第1弾（掲載日：11月20日）
 “①リサイクル実効率をメインにした記事”
- ・第2弾（掲載日：12月4日）
 “②リサイクル料金の使途”をメインにした記事
- ・第3弾（掲載日：1月15日）
 “③使用済自動車の資源的価値”をメインにした記事

(4) 企画記事の内容

全国紙と地方紙*の合計約6,000万部に以下の広告記事を掲載し、自動車ユーザーに向けた情報提供を行った。

<ダミー記事>



[掲載箇所]

<企画記事例>



<*掲載した一般紙>

- 【全国紙】(2紙、約1,170万部)
 読売新聞、日本経済新聞
- 【地方紙】(21紙、約820万部)
 北海道新聞、東奥日報、岩手日報、河北新報、秋田魁新報、山形新聞、
 福島民報、福島民友、中日新聞、京都新聞、日本海新聞、
 山陰中央新報、山陽新聞、中国新聞、山口新聞、中国新聞、徳島新聞、
 四国新聞、愛媛新聞、高知新聞、沖縄タイムス、琉球新報

7. 小学生の学校教育と連動した取組

(一社) 日本自動車工業会を始めとした自動車リサイクルの関係者と共に、小学生に向けた体験学習の場を提供し、小学生やその保護者の認知向上と理解促進に取り組んだ。そして、この取組で得られたコンテンツを活用して、地域メディアや自治体などを通じて、地域住民への情報拡散にも取り組んだ。

(1) 背景

小学5年の社会科で学ぶ自動車リサイクルは、日本の基幹産業の“自動車”の中で紹介されている。

情報の受け手の小学生自らが、循環型社会に向けた自動車リサイクルの取組を正しく知り、興味を持ってもらい、日本の産業や環境保全などに現状や将来について考えるための基礎情報の提供が必要である。

(2) 目的・狙い

“子ども記者”が取材者となり、小学生の目線で自動車リサイクルの取組をわかりやすく伝えることにより、次の効果を期待する。

- 小学生とその保護者、学校の先生の認知向上と理解の促進。
- 地域住民、地域自治体、地域メディアなどの読者への情報拡散。
- 関係する事業者間でのベストプラクティスの共有。

(3) 実施概要

- ①小学生新聞「子ども記者」による現場取材を実施：(9月～11月)
- ②全国小学校に向けた壁新聞を配付・掲示を実施：(12月)
- ③自動車リサイクルについての作品コンクールを実施：(1月～3月)

<9月から11月にかけて掲示した小学生向けの企画記事>



9/30：解体事業者の取組(第1回) 10/30：破碎事業者、ASR処理事業者の取組(第2回) 11/27：自動車メーカーの取組(第3回)

自動車リサイクルの関係者による工夫や努力などの取組について、小学生とその保護者の理解を深め、幅広くユーザーに関心を持ってもらえるように、全国小学生を対象とした“クルマのリサイクル”に関する作品の募集を行った。全国から8,263作品の応募を受け、（一社）日本自動車工業会を始めとした関係者の協力を得ながら厳正に選定した入賞作品について表彰式を行った。

(1) 開催概要

- 【主 催】公益財団法人自動車リサイクル促進センター
- 【テーマ】「自動車リサイクル」についてみんなに知ってもらいたいこと
- 【募集内容】「自動車リサイクル」をテーマにした標語・ポスター
- 【選考基準】創造力(子どもらしさ)、表現力(作品の質)、伝達力(正しい理解)



(2) 結果概況

最優秀賞	山上 心愛	神奈川県 秦野市立本町小学校 5年生
JARC賞	佐藤 尚美	千葉県 我孫子市立我孫子第三小学校 5年生
小学生新聞社賞	荒川 桜子	鹿児島県 義務教育学校 出水市立鶴荘学園 6年生
審査員特別賞	後藤 健	岩手県 一関市立涌津小学校 1年生
	村尾 和奏	島根県 雲南市立木次小学校 1年生
	今田 渚	広島県 福山市立久松台小学校 5年生

この他、優秀賞50名、団体賞10校が選ばれた。

最優秀賞



JARC賞

乗りきった！
最後の仕事
リサイクル

<表彰式の状況>



8. 将来のユーザーへの情報提供の取組

運転免許教習所に通う将来のユーザーに対して、リサイクル料金の支払やその用途など、クルマ社会における自動車リサイクルへの関わり方について、運転免許学科教本（約82万部）に掲載し、若年層の認知を高める取組を行った。

(1) 背景

自動車リサイクルに関し、相対的に若年層の認知度が低い傾向にあることを踏まえ、ターゲットを絞った情報提供を行う必要がある。

この若年層の認知向上に向けた取組が、更に自動車リサイクルの安定・発展に資するもの。

(2) 情報提供のリーチポイント

“自動車取得ニーズ”、“若年層”などのキーワードに関連して、ターゲットを絞ることができ、運転免許教習生に着眼。

免許区分	保有者数	
第一種免許 (普通のみ)	約5,500万人	
	新規	約105万人
	更新	約1,800万人

自動車教習所に通う高校生、
専門学校生、大学生など
*8割程度が18~25歳の若者

* 警察庁が公表する平成23年度運転免許統計に基づき試算

また、情報伝達の手法を検討した際、全ての教習生の手元に一定期間残る学科教本への情報掲載が効果的。

(3) 具体的な取組

取組に際しては、大手運転免許学科教本制作会社の協力を得て情報掲載。

【(株)トヨタ名古屋教育センター】

* 発行部数：約82万部（2016年度）

みんなの参加で実現する自動車リサイクル社会!

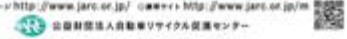
今や私たちの生活になくてはならないクルマですが、長くお世話になって、その役割を終えた愛車あるクルマを手放すときが来ることになります。役割を終えた愛車を地球環境に負荷を与えることなく、たいせつな資源として無駄なくリサイクルすることは、地球に住む私たちのたいせつな役割であり、運転マナーやエコドライブと同様に車社会における私たちのマナーです。



クルマはこうやってリサイクルされるんです。



お問い合わせURL: <http://www.jarc.or.jp/> | お問い合わせ: <http://www.jarc.or.jp/m>



掲載例

9. 外国からの視察団への対応

日本の自動車リサイクルシステムを学ぶためにJARCを訪問した、韓国(6/12)、台湾(9/20)、マレーシア(11/2)の視察団と情報交流を行った。交流にあたっては、日本の自動車リサイクルシステムの取組や成果について自動車リサイクルの関係者と連携しながら情報提供を行った。

(1) 韓国視察団への対応

- ・日時：6月12日（月）13:30~16:00
- ・場所：JARC
- ・来訪者：韓国環境公団
東北大学大学院
- ・対応者：JAMA、ASRチーム、JARP、METI、JARC
- ・交流内容：日本の自動車リサイクルの紹介
韓国の自動車リサイクルの紹介



(2) 台湾視察団への対応

- ・日時：9月20日（水）10:00~12:00
- ・来訪者：環保署回收基管會
台灣産業服務基金會
台灣豐田通商股份有限公司
- ・対応者：JAMA、ASRチーム、JARP、METI、JARC
- ・交流内容：日本の自動車リサイクルの紹介
台湾の自動車リサイクルの紹介



(3) マレーシア視察団への対応

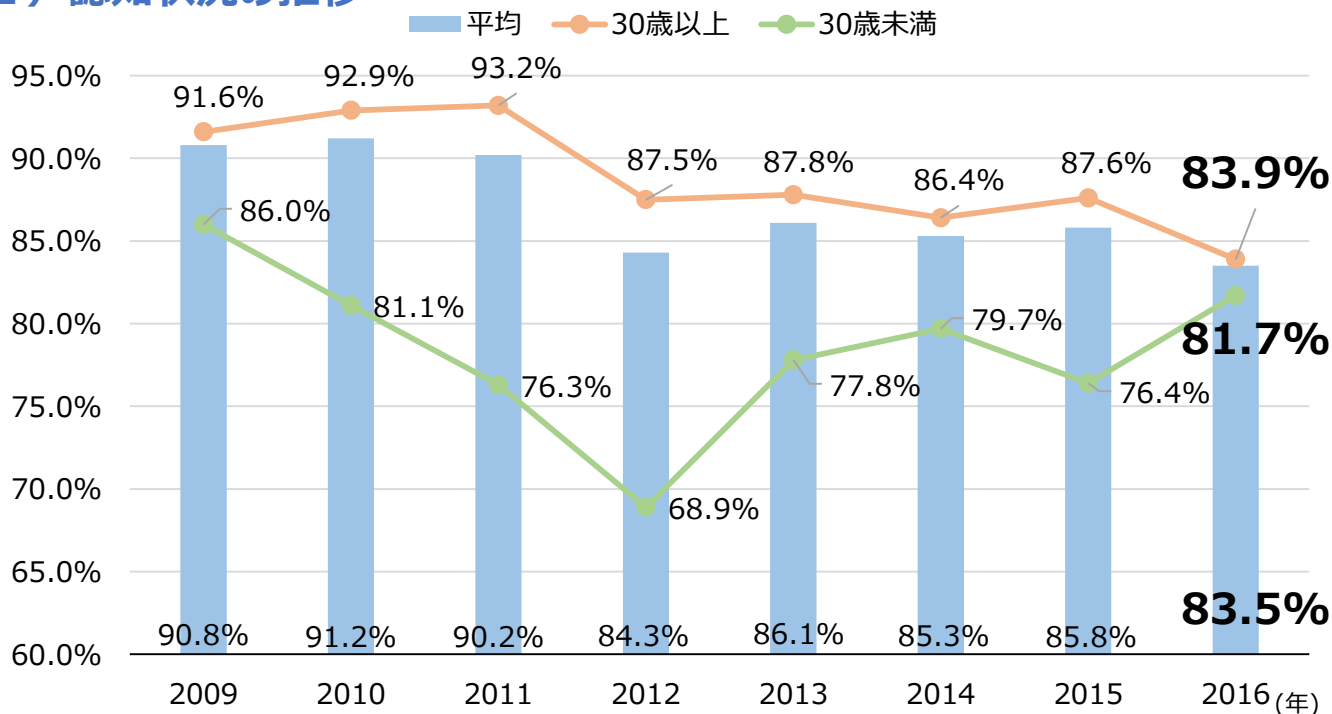
- ・日時：11月2日（木）14:30~15:30
- ・来訪者：マレーシア投資開発庁
- ・対応者：JAMA、ASRチーム、JARP、METI、JARC
- ・交流内容：日本の自動車リサイクルの紹介
マレーシアの自動車産業の紹介



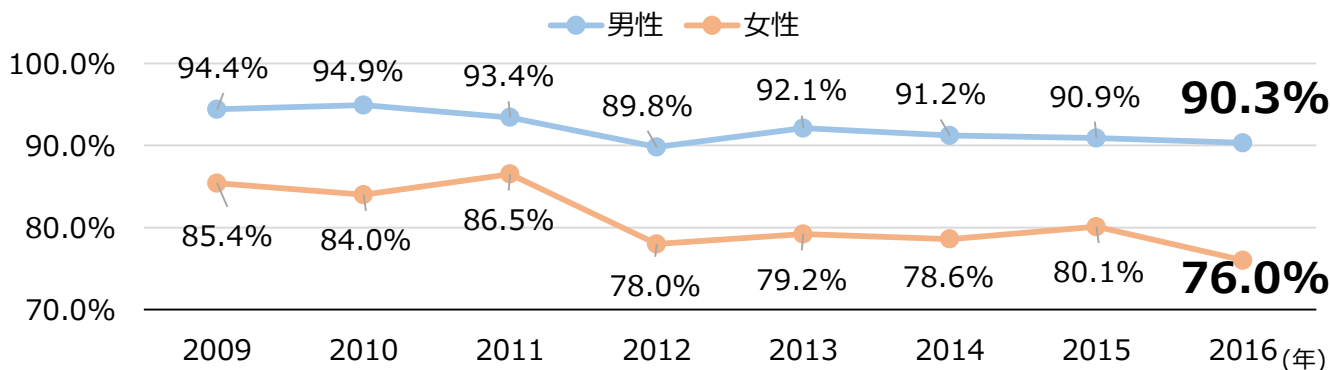
10. 自動車ユーザーの認知状況

約84%の自動車ユーザーが自動車リサイクルを認知（2016年度調査）。
相対的に若年層の認知度が低く、男性より女性の認知度が低い傾向にある。

（1）認知状況の推移



（2）男女別の認知状況



●対象：3ヶ月以内に自動車を購入した全国18歳以上の男女を対象

●調査法式：インターネット調査方式

●抽出方法：インターネット調査会社のインターネットパネルから無作為抽出

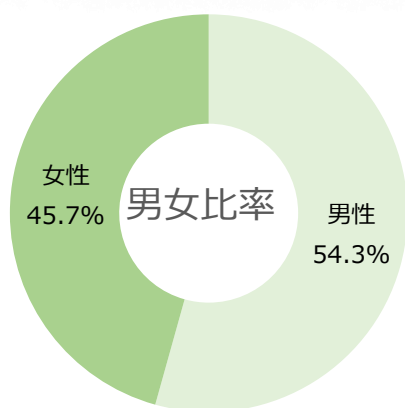
*各年度年齢別免許保有割合(出典：警察庁)に応じて対象者を抽出し、1,100件を無作為抽出。

*本アンケート調査は(公財)自動車リサイクル促進センターの委託事業として楽天リサーチ株式会社が実施

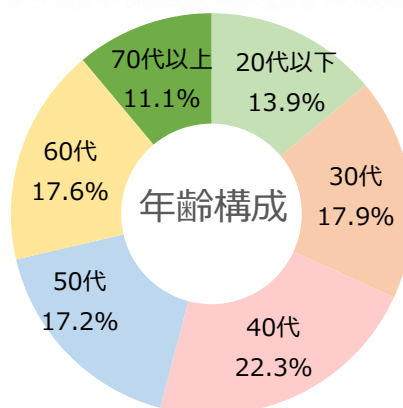
ユーザーを対象とした認知調査に関し、これまでの資金管理業務諮問委員会における様々なご意見を踏まえ、まず、これまでと異なる調査会社にて、認知調査を行った。その結果、77.3%のユーザーが自動車リサイクルを認知している結果となった。相対的に若年層の認知が低く、男性より女性の認知が低い傾向にあり、この結果は、これまでの調査結果と同じ傾向がうかがえる。

(1) 回答者の属性

平成28年度運転免許統計(2017年3月に警察庁が公表)で示された男女比率、年齢構成の比率を用いて割付を行い、無作為抽出を行った。

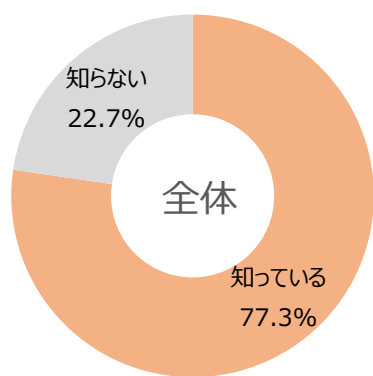


男女比率

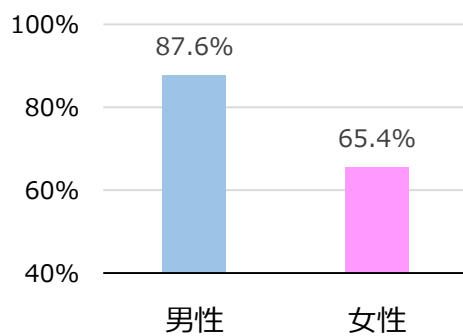


年齢構成

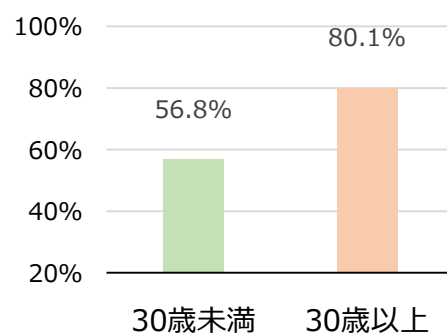
(2) 認知状況(n=1,485)



認知状況



男女別認知状況



世代別認知状況

- 対象：3ヶ月以内に自動車を購入した全国18歳以上の男女
- 調査法式：インターネット調査法式
- 抽出方法：インターネット調査会社のインターネットパネルから無作為抽出
- * 各年度年齢別免許保有割合（出典：警察庁）にて割付し、1,485件を無作為抽出
- * 本アンケート調査は(公財)自動車リサイクル促進センターの委託事業として株式会社インテージが実施

1 1. ユーザー理解活動事業の予算執行結果

2017年度におけるユーザー理解活動に要した費用の決算額は、23,269万円。予算執行率は88.8%であった。

予算差異△2,931万円の要因は、主として各種活動に要する費用を価格競争などにより抑えたことによるものである。

なお、この理解活動費は、特預金と繰越金から負担される。

＜ユーザー理解活動に要した費用の内訳＞

(単位：万円)

#	取組の方向性	実施した施策	予算額 ①	決算額 ②	差異 ②-①
1	全国万遍なく、環境関連イベントに出展・参加し、自動車リサイクルの取組・成果の認知向上の機会を創出する	<ul style="list-style-type: none"> ● 出展・参加する全国8ヶ所の地域イベントを通じてユーザー理解普及 ● 地域メディアなどとのリレーション構築による地域ユーザーへの情報拡散 ● 広報ツール制作（着ぐるみ・チラシ・ポスター等） 	2,000	1,725	△275
2	若年層に向けた情報発信を強化する	<ul style="list-style-type: none"> ● 小学生の学校教育と連動した取組による関心度Up ● 運転免許教習生に向けた情報提供による若年層の認知向上 	6,000	5,014	△986
3	各種メディアを活用して露出を高める取組を行う	<ul style="list-style-type: none"> ● 全国紙・地方紙を組み合わせた企画記事の展開による注目度Up 	13,000	12,661	△339
		<ul style="list-style-type: none"> ● ニュースリリースの積極的配信による露出Up ● その他のパブリシティ活動 	0	0	0
4	身近なところから、ユーザー視点で分かりやすい情報へと改善を行う	<ul style="list-style-type: none"> ● JARCホームページを活用した分かりやすい情報発信と改善 ● 新たに制作するユーザー向けの広報冊子の展開を通じて理解普及 	1,000	549	△451
5	自動車リサイクルの現状や実態の変化等を把握する	<ul style="list-style-type: none"> ● ユーザーの認知状況の把握 ● 各種ユーザーニーズの把握 	200	351	151
6	広報・PRの専門家を助言や支援を受けながら、質の高い情報を、効果的に発信する	<ul style="list-style-type: none"> ● 効果的な取組の助言・実務支援 ● リスク低減の観点での助言 ● 情報発信の効果検証 	4,000	2,970	△1,030
合計*			26,200	23,269	△2,931

*合計額には、人件費・管理費等を含まない

予算執行率：88.8%

<http://www.jarc.or.jp/>