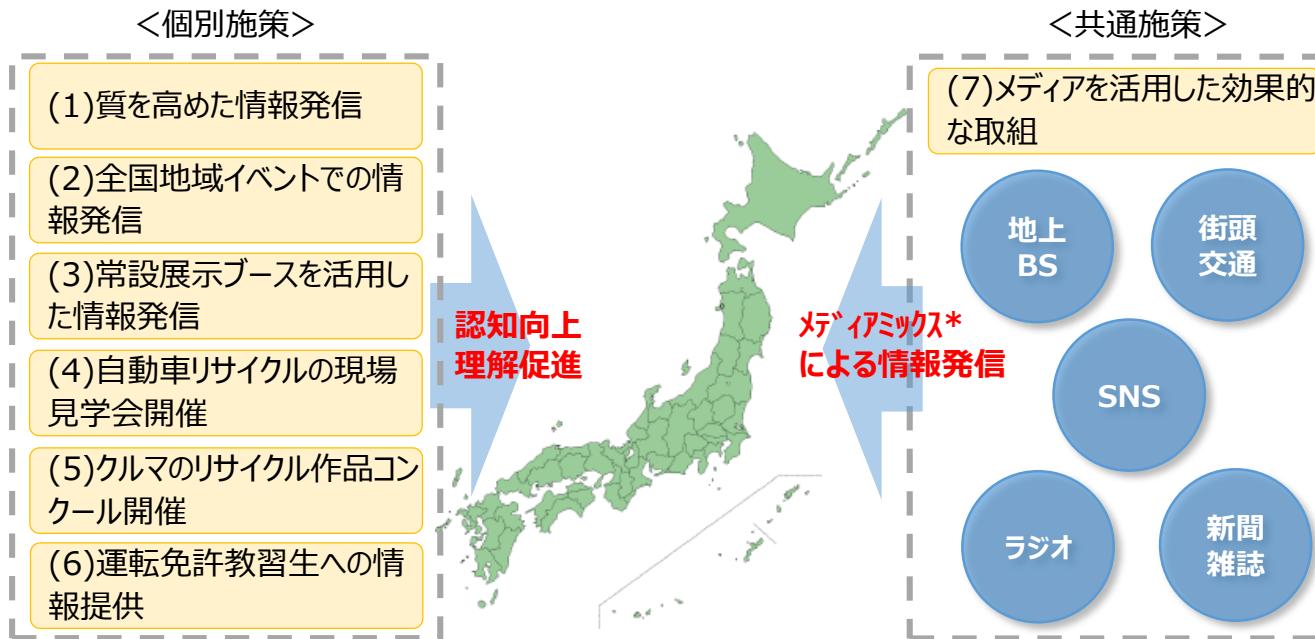


2019年度 ユーザー理解活動計画

1. 取組の方向性

(1) 情報発信の取組

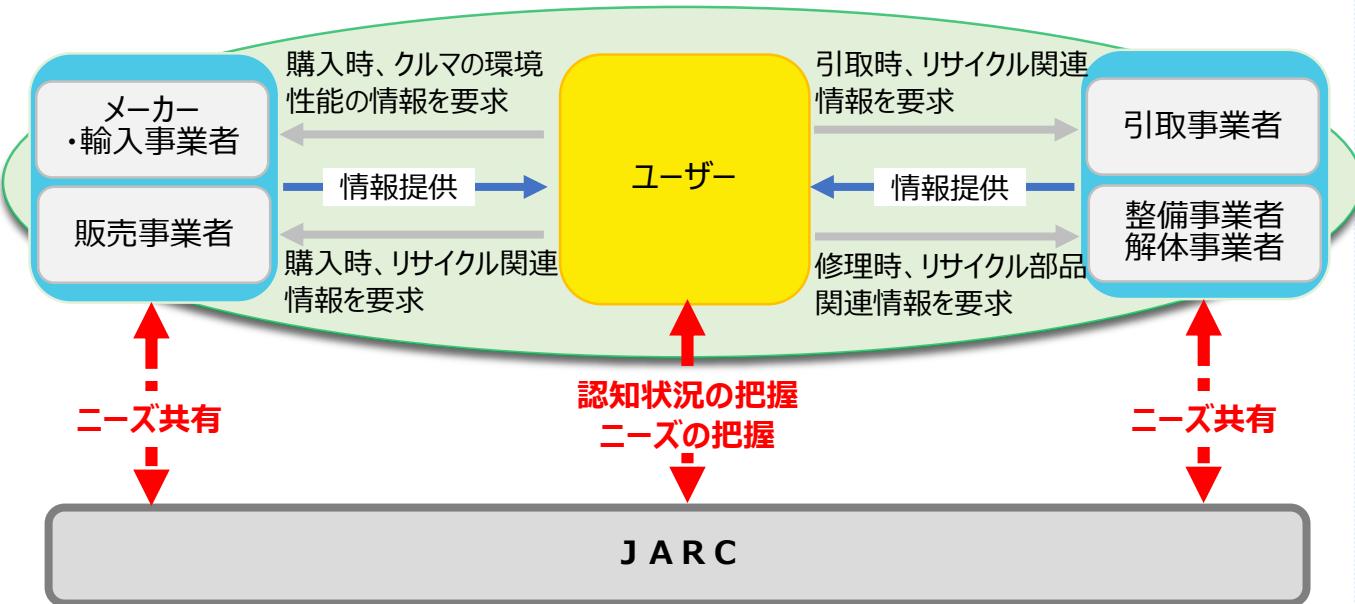
ユーザーにとって利便性が高く、コスト効率が良い手法を用いて、質の高い情報を提供する。そして、これに電子メディアを活用した取り組みを加えることで新たなターゲットにアプローチを行い、ユーザーを含む国民一人ひとりに質の高い情報を提供する。



*メディアミックスとは、個別施策の効果をより高めるために、新聞、テレビ、雑誌、SNSなどのメディアを組み合わせる行う広告活動。

(2) 情報収集の取組

ユーザー向けの情報の質を高め、効果的に情報が届けられるように、ユーザーの自動車リサイクルの認知状況や自動車リサイクルの関係者のニーズを把握する。



2. 主な取組例 (一例)

[各種イベント、常設展示ブースを活用した取組]

全国15ヶ所のイベントに出展し、来場者への理解普及活動に取り組む。

ブロック	開催地	出展月(予定)	来場者数の規模
北海道	札幌	8月	約3万人
東北	秋田	8月	約3万人
	仙台	9月	約1万人
関東	東京	12月	約16万人
	横浜	5月	約14万人
	水戸	6月	約1万人
北陸	石川	8月	約3万人
中部	岐阜	11月	約1万人
	名古屋	9月	約15万人
近畿	京都	12月	約3万人
中国・四国	姫路	9月	約1万人
	松江	11月	約1万人
九州	広島	6月	約0.5万人
	北九州 福岡	10月 10月	約16万人 約4万人

[小学生とその保護者を対象とした理解活動の取組]

自動車リサイクルの関係者と共に、小学生とその保護者の認知向上と理解促進に取り組む。そして、ここ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と共に情報拡散に向けて取り組む。



[PR動画を使った共感を得る取組]

各種イベントへの出展のタイミングでPR動画を配信する。

地上デジタル	ブロック	配信局数	配信予定月	延べ接触者数(推計)
	北海道	1局	8月頃	約1,200万人
東北	6局	8月頃	約1,900万人	
関東	BS予定	11~12月頃	約4,800万人	
北陸	5局	8月頃	約1,700万人	
中部	3局	9月頃	約3,600万人	
近畿	1局	9月頃	約4,700万人	
中国・四国	7局	5~6月頃	約2,500万人	
九州・沖縄	8局	10月頃	約3,100万人	
BS	ブロック	配信局数	配信予定月	延べ接触者数(想定)
	全国	1局	4~3月	約1億4千万人

環境イベントへの出展タイミングで全ての都道府県でCMを配信

全国をカバーし、配信価格が安価なBS放送の中で、視聴率が高い、ニュース・報道番組にてCMを配信

<配信する30秒・60秒CM>



*総務省が公表する“世帯数”、テレビ普及率などのデータに基づき、接触者数を推計