



別冊

# (報告) ユーザー理解活動の取組状況

2019年12月20日

公益財団法人自動車リサイクル促進センター

## 《目次》

1. 2019年度ユーザー理解活動の計画 …… P2
2. 情報の質を高める取組 …… P3
3. インターネットメディアでの露出を高める取組 …… P5
4. 全国の環境イベントでの取組 …… P6
5. 新聞折込チラシを利用した取組 …… P8
6. P R 動画を使った関心を得る取組 …… P10
7. 小学生とその保護者を対象とした取組 …… P11
8. クルマのリサイクル作品コンクール開催 …… P13
9. 活動費の執行状況(上半期) …… P14



# 1. 2019年度ユーザー理解活動の計画

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。また、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関係者のニーズを把握する。

## (1) 情報発信の取組

<個別施策>

- (1)質を高めた情報発信
- (2)全国地域イベントでの情報発信
- (3)常設展示ブースを活用した情報発信
- (4)自動車リサイクルの現場見学会開催
- (5)クルマのリサイクル作品コンクール開催
- (6)運転免許教習生への情報提供

認知向上  
理解促進



メディアミックス\*  
による情報発信

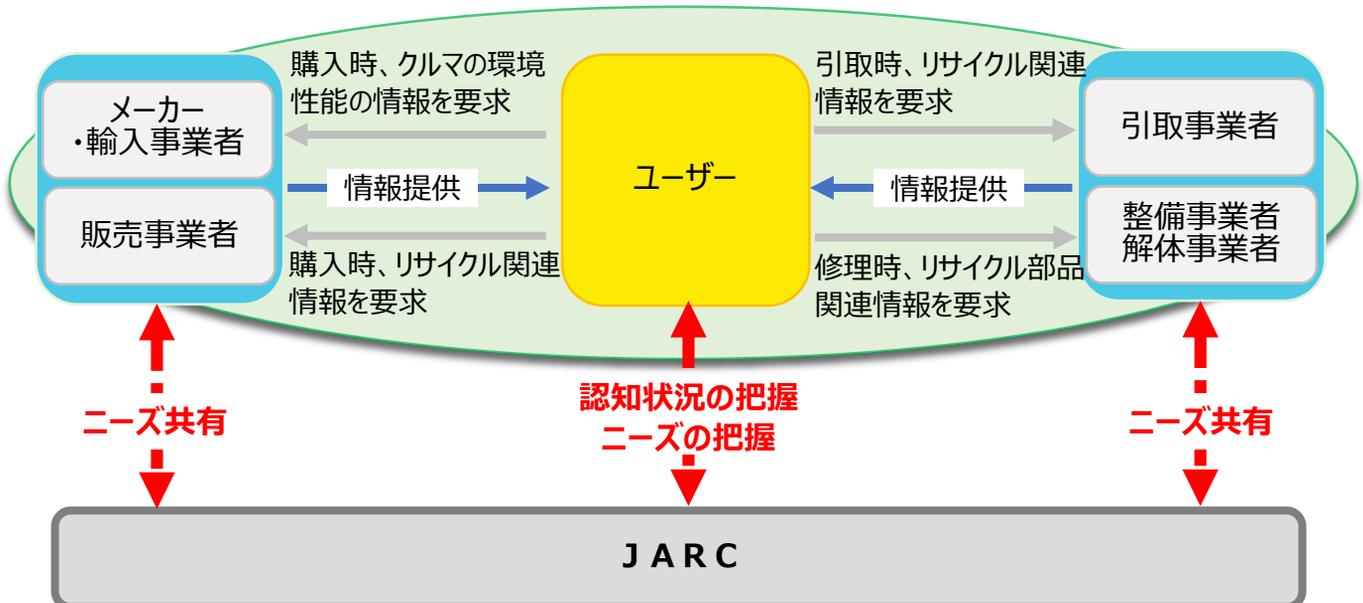
<共通施策>

(7)メディアを活用した効果的な取組



\*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



# 2. 情報の質を高める取組

ユーザーの関心事に応じたコンテンツ創りに取り組み、メディアを通じて幅広くユーザーに届ける取り組みを行っている。

## (1) 循環型社会に向けた自動車リサイクルの取組に関する記事

11/8、SDGsやESGに関心を持つユーザー層に向けて、循環型社会の実現に向けた自動車リサイクルの取組に関する記事を日経ESGに掲載した。(記事の詳細は、[こちら](#))

**自動車リサイクル促進センター**

世界に誇る日本の自動車リサイクルシステム(ジャロシクル)

阿部 知和氏  
自動車リサイクル促進センター  
専任理事 (COO)

循環型社会への動きを先導

自動車リサイクル促進センター (JARC) は、2004年に設立された。当時はESG(環境・社会・ガバナンス)の意識がまだ低かった。...

(提供：日経BP社)

## (2) 自動車リサイクル情報システムに関する記事

9/5、情報システムに関心を持つユーザー層に向けて、自動車リサイクル情報システムに関する記事を日経コンピュータに掲載した。(記事の詳細は、[こちら](#))

**SDGsを支えるITシステム**

銀行クラスの大規模情報システムが日本の自動車リサイクル制度を支える

SDGs(持続可能な開発目標)が世界的に大きな注目を集めているが、実は、日本の自動車リサイクル制度は、自動車リサイクルのITシステムを支える。特筆的なのは、車の購入者が支払ったリサイクル料金を、車庫から引き出す仕組み(プロセダ、エプソック、シムラダスト)の高度化に定まっていること。その料金や3品目の処理状況などの情報を管理する自動車リサイクル促進センター(JARC)は、これをITシステムに搭載したデータベースを構築し、センターでの効率的な運用で、制度の円滑な運用を担っている。

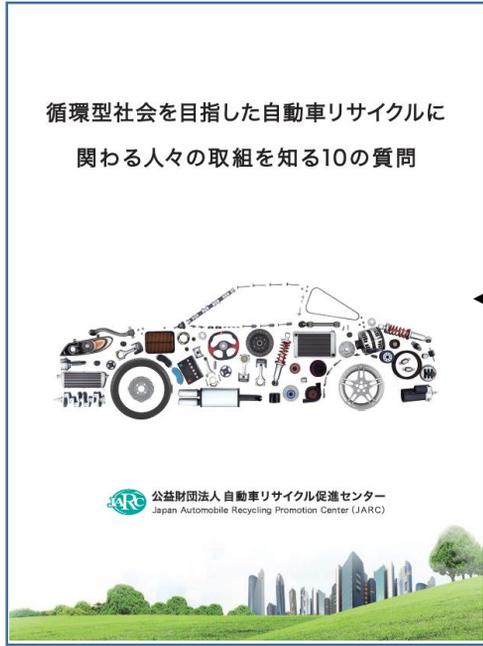
銀行クラスの大規模情報システムが日本の自動車リサイクル制度を支える

SDGs(持続可能な開発目標)が世界的に大きな注目を集めているが、実は、日本の自動車リサイクル制度は、自動車リサイクルのITシステムを支える。特筆的なのは、車の購入者が支払ったリサイクル料金を、車庫から引き出す仕組み(プロセダ、エプソック、シムラダスト)の高度化に定まっていること。その料金や3品目の処理状況などの情報を管理する自動車リサイクル促進センター(JARC)は、これをITシステムに搭載したデータベースを構築し、センターでの効率的な運用で、制度の円滑な運用を担っている。

(提供：日経BP社)

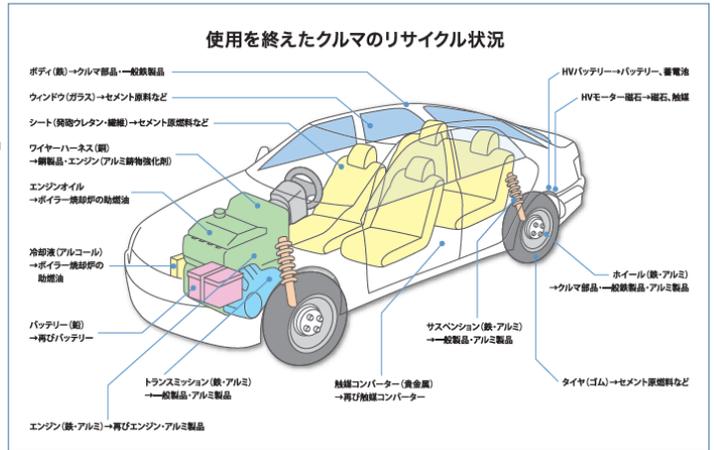
### (3) 自動車リサイクルに関する広報冊子を見直し

9/30、18年度実績を反映したユーザー向けの自動車リサイクルに関する広報冊子の見直しを行った。(広報冊子は、[こちら](#))



### 追加した情報例

使用を終えたクルマの各パーツや素材のリサイクル状況を示す概念図



### (4) 運転免許学科教本への掲載情報の見直し

ユーザーを対象とした自動車リサイクルに関する認知状況の調査を行った結果、相対的に若年層の認知が低い傾向にある。18歳から25歳の若者が占める運転免許教習生にターゲットを提供しているコンテンツの見直しを行った。



### “運転免許学科教本”掲載

**クルマのリサイクル 次の100年のために**

ユーザーを始めとしたクルマに関わる全ての人々による努力と工夫により、使用済みとなったクルマのほとんどが資源に戻り、回収された資源はクルマだけでなく、様々な製品に使われています。

**こうやってリサイクルされるんです**

ユーザーはクルマを買うときリサイクル料金を支払います。

ながーく大切に買ったクルマもいつかは使わなくなります。

ユーザーは使わなくなったクルマを引取業者に引き渡します。

クルマのほとんどがリサイクル!

金属を原材料に戻してリサイクルします。残ったシュレッダーダストと呼ばれるゴミも原材料に戻したり、熱源として再利用します。

フロントを抜き取って破壊します。エアバッグ類を安全に取り外します。

使える部品を取り分けてリサイクル部品として使います。

クルマのボディをシュレッダー機で破碎します。金属類は鉄、銅、アルミなどに分別します。

**素材リサイクル**  
金属類は再生資源として様々な製品に使われます。

**シュレッダーダストのリサイクル**  
ゴムやプラスチックなども原材料に戻したり、熱源として再利用します。

**部品リサイクル**  
エンジンやドア・トランスミッションなど使える部品は、リサイクル部品として使われます。

国立環境研究所環境教育センター

シュールでかわいい博士の活動はこちら

循環型社会の実現へ JARC 公益財団法人自動車リサイクル促進センター

### 3. インターネットメディアでの露出を高める取組

2019年4月から10月末までにニュースリリースを**20件**配信し、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取組を行った。その結果、ネットメディアに**1,064件**の記事が掲載された(広告換算:約3億円)。

#### (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)
11 件	4月 ～ 7月末	<a href="#">「クルマのリサイクル」作品コンクール受賞者の表彰式を開催</a> <a href="#">平成31年度事業計画を策定</a> <a href="#">自治体向け基礎知識研修を5/10から全国9ヶ所で実施</a> <a href="#">岡山市に「新自動車リサイクルデータセンター」を開局</a> <a href="#">国内初のCBI認証付きサステナビリティボンドに投資</a> <a href="#">JICA発行のソーシャルボンドに投資</a> <a href="#">「自動車リサイクルデータBook 2018」本日公表</a> 他4件	586	16,651
12	8/6	<a href="#">JARC「環境広場さっぽろ2019」に出展</a>	55	1,506
13	8/23	<a href="#">JARC「いしかわ環境フェア2019」に出展</a>	51	1,497
14	8/27	<a href="#">JARC「第19回あきたエコ&amp;リサイクルフェスティバル」に出展</a>	52	1,500
15	8/29	<a href="#">JARC「エコフェスタ2019」に出展</a>	52	1,500
16	9/10	<a href="#">JARC 住宅金融支援機構発行のグリーンボンドに投資</a>	54	1,506
17	9/11	<a href="#">JARC「環境デーなごや2019 中央行事」に出展</a>	53	1,503
18	9/25	<a href="#">JARC「ひめじ環境フェスティバル2019」に初出展</a>	53	1,503
19	10/18	<a href="#">JARC 東京都発行のグリーンボンドに投資</a>	56	1,533
20	10/24	<a href="#">JARC「環境フェスティバルふくおか2019」に初出展</a>	52	1,500
合 計			1,064	30,198

\*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) 掲載メディア例

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、他

#### 配信したリリース例



## 4. 全国の環境イベントでの取組

2019年度は、昨年度の11ヶ所から**15ヶ所**へと各地域の環境イベントの出展回数を増やし、全国をキャラバンしながら自動車リサイクルの取組についての理解活動を行っている。そして、出展に際しては、地域メディアや自治体との情報共有を行いながら地域住民へ情報発信を行っている。

### (1) 環境イベントへの出展計画と認知に関するアンケート結果

	開催地	名称	開催月	規模感 (万人)	認知度*		Map
					18年度	19年度	
①	横浜	かながわEコ107Eスタ	5月	14.0	71%	70%	<p>先回報告済</p>
②	水戸	水戸市環境フェア	6月	1.3	-	68%	
③	広島	「環境の日」広島大会	6月	0.4	-	69%	
④	札幌	環境広場さっぽろ	8月	2.6	68%	69%	
⑤	金沢	いしかわ環境フェア	8月	2.6	68%	67%	
⑥	秋田	あきたEコ&リサイクルフェスティバル	9月	2.0	70%	72%	
⑦	仙台	Eコフェスタ仙台	9月	1.0	70%	75%	
⑧	名古屋	環境デー-なごや	9月	11.0	74%	80%	
⑨	姫路	ひめじ環境フェスティバル	9月	1.4	-	63%	
⑩	福岡	環境フェスティバルふくおか	10月	4.0	-	65%	
⑪	松江	松江環境フェスティバル	11月	1.0	71%	65%	
⑫	岐阜	岐阜市Eコフェスタ	11月	1.0	-	-	
⑬	北九州	Eコライブステージ	11月	15.0	-	-	
⑭	京都	京都環境フェスティバル	12月	2.8	71%	-	
⑮	東京	EコEコ	12月	16.0	79%	-	

\*自動車リサイクル制度について、「どんな仕組みか概要を知っている」「名前を聞いたことがある程度」を選択した回答者の割合

### (2) 取組状況

#### ⑥ 秋田市イベント

- 日程：8/31(土)、9/1(日)
- 会場：秋田駅前アゴラ広場(晴れ)
- 来場者：約3.0万人
- アンケート回収数：1,074件  
内自動車1-サー：765件(71%)
- 認知状況：72%



## ⑦ 仙台市イベント

- 日程：9/1(日)
- 会場：勾当台公園(くもり)
- 来場者：約1.2万人
- アンケート回収数：499件  
内自動車1-ガー：338件(68%)
- 認知状況：75%



## ⑧ 名古屋市イベント

- 日程：9/14(土)
- 会場：久屋大通公園(晴れ)
- 来場者：約14万人
- アンケート回収数：706件  
内自動車1-ガー：480件(68%)
- 認知状況：80%



## ⑨ 姫路市イベント

- 日程：9/28(土)
- 会場：大手前公園(くもり)
- 来場者：約1.2万人
- アンケート回収数：626件  
内自動車1-ガー：457件(73%)
- 認知状況：63%



## ⑩ 福岡市イベント

- 日程：10/26(土)、27(日)
- 会場：ふれあい広場(晴れ)
- 来場者：約4.5万人
- アンケート回収数：1,480件  
内自動車1-ガー：942件(64%)
- 認知状況：65%



## ⑪ 松江市イベント

- 日程：11/4(月・祝)
- 会場：くにびきメッセ(くもり)
- 来場者：約0.8万人
- アンケート回収数：580件  
内自動車1-ガー：497件(86%)
- 認知状況：65%

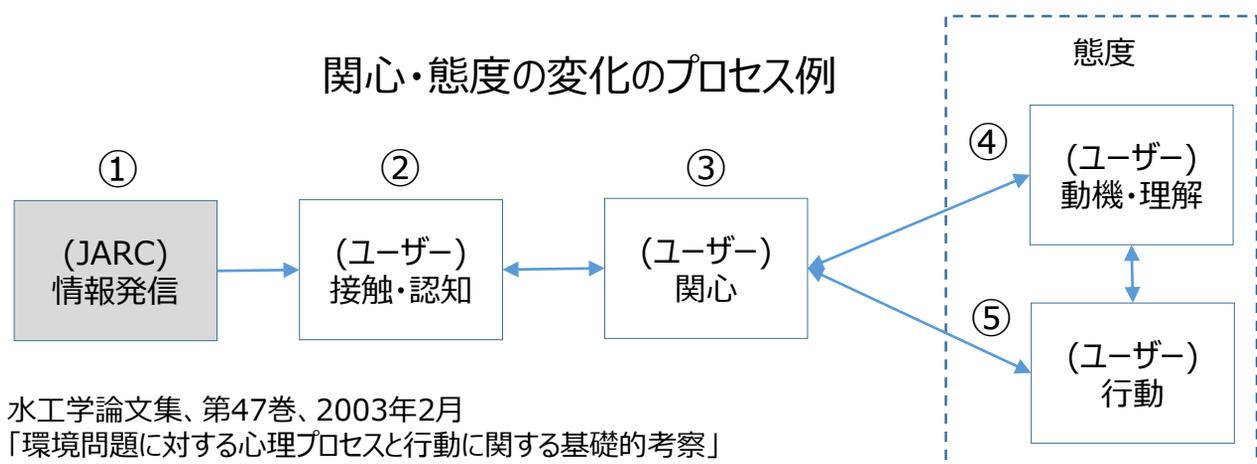


## 5. 新聞折込チラシを利用した取組

地域イベントへの出展のタイミングで、その開催地域で主要な新聞媒体を使って折込チラシを配布した。結果、チラシを配布した地域からのJARCウェブサイトへのアクセス数は、昨年同期と比べて**3～4倍**であった。また、地域イベントにチラシを持参した方の割合は、配布枚数に対して**0.01～0.02%**であった。

### (1) 基本的な考え方

ユーザーの関心を広げていくためには、関心・態度についてのプロセスを細分化し、取組の効果を確認していく必要がある。



水工学論文集、第47巻、2003年2月  
「環境問題に対する心理プロセスと行動に関する基礎的考察」  
を参考にして細分化した

### (2) 実施計画

札幌市、名古屋市、福岡市の3都市で新聞折込チラシを利用した取組を下表のとおり実施し、この取組によるユーザーの関心・態度の変化を確認する。

実施都市	実施日	利用媒体	発信部数	変化プロセスにおける確認項目
札幌市	8/10	北海道新聞	32万部	●新聞折込チラシに気がつく(接触・認知) ●資源循環・環境保全に関心をもつ(関心) ●ウェブサイトを訪問・閲覧する(行動、動機・理解) ●イベントに来場・参加する(行動、動機・理解)
名古屋市	9/14	中日新聞	50万部	
福岡市	10/25	西日本新聞	28万部	

### (3) 取組結果

チラシを配布した地域からのJARCウェブサイトへのアクセス数は、昨年同期と比べて3～4倍のアクセスがあった。また、地域イベントにチラシを持参した方の割合は、配布枚数に対して0.01～0.02%であった。

実施都市	配布枚数	アクセス数* (前年同期)	回収枚数 (反応率)
札幌市	32万枚	332件 (82件)	32枚 (0.01%)
名古屋市	50万枚	886件 (303件)	88枚 (0.02%)
福岡市	28万枚	374件 (99件)	66枚 (0.02%)

\* 配布地域からのJARCウェブサイトへのアクセス数 (配布日から4日間の計測値)

#### 札幌市で配布したチラシ



表



裏

#### 名古屋市で配布したチラシ



表



裏

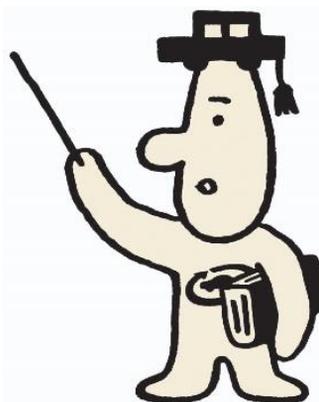
#### 福岡市で配布したチラシ



表



裏

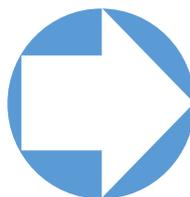


## 6. PR動画を使った関心を得る取組

“映像”と“音”によるわかり易いメッセージの配信を通じて、自動車ユーザーを含む国民一人ひとりの関心を得る取組を行っている。地上デジタル放送によるスポットCMを配信した結果、**延べ9,313万世帯**の視聴者に情報を届ける取組を行った。なお、BSデジタル放送によるタイムCMの配信については、現在計測中である。

### (1) スポットCM 配信 環境イベントへの出展のタイミングでPR動画を配信している。

ブロック	対象世帯数 (単位：万世帯)	配信局数	配信期間	延べ視聴世帯数 (単位：万世帯)
北海道	277	2局	7/17-8/13	870
東北	373	6局	8/5-9/1	1,102
関東	-	-	-	未実施
北陸	302	5局	7/29-8/25	816
中部	673	3局	8/18-9/14	2,245
近畿	960	2局	9/1-9/28	2,108
中国・四国	512	7局	5/26-6/9	995
九州・沖縄	665	8局	9/30-10/27	1,177
合計	<b>3,762</b>	<b>33局</b>	<b>182日間</b>	<b>9,313</b>

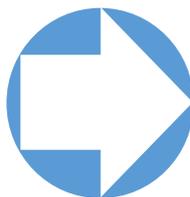


\*ブロック ⇒ 地上デジタル放送の配信エリア毎にPR動画の配信地域を編成

\*対象世帯数 ⇒ 2018年度日本国世帯数（総務省）5,801万世帯から関東ブロックの世帯数を除いた

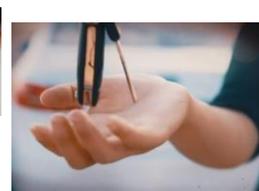
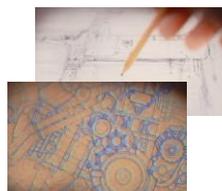
### (2) タイムCM 配信 日時を固定し、特定の番組の視聴者層に向けてPR動画を配信している。

ブロック	対象世帯数 (単位：万世帯)	配信局数、番組名 (チャンネル、番組時間)	配信期間	延べ視聴世帯数 (単位：万世帯)
全国	4,287	1局、BS7ch LIVEプライムニュース (BS7ch、平日20時から)	4~9月	10,876
		1局、日経プラス10 (BSテレビ東京、平日22時から)	10~3月	計測中
合計	<b>4,287</b>	<b>2局</b>	<b>262日間</b>	<b>計測中</b>



\*2019年度 BS視聴可能世帯数（ビデオリサーチ）：4,286.8万世帯

<配信30秒動画>



# 7. 小学生とその保護者を対象とした取組

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、小学生の体験学習の場を4回提供し、小学生とその保護者の認知向上と理解促進に取り組んだ。また、体験学習の情景を編さんした壁新聞を全国小学校（約2万校）に配付し、学校教育に役立つ情報提供に取り組んだ。

## (1) 背景

多くの小学校では、日本の工業生産と関連して、国民生活を支える自動車産業に関わる人々の工夫や努力の取組の一つとして、自動車リサイクルが授業の中で取り上げられている。

JARCは、多くの子ども達が、循環型社会に向けた自動車リサイクルの取組を正しく理解し、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ついて考えるための基礎情報を提供していくこととしている。

## (2) 見学会実施計画

見学月	内容	協力団体	掲載月
6月	解体事業者の取組	日本自動車リサイクル機構	9月
7月	破碎事業者の取組	日本自動車工業会、ASRチーム(TH,ART)	
8月	販売事業者(引取業者)の取組	日本自動車販売協会連合会	10月
8月	自動車メーカーの取組	日本自動車工業会	

## (3) 掲載記事 (10/10掲載：販売事業者取組編、製造事業者取組編)



拡大した記事はこちら <https://www.jarc.or.jp/news/5958/>

## <見学会の様子>



愛媛日産自動車(株)宮西店様(愛媛県)での見学の様子

トヨタ自動車(株)堤工場様(愛知県)での見学の様子

## (3) 掲載記事 (10/24掲載:自動車リサイクル総集編)

4回に亘って行った現場見学の総集編を読売KoDoMo新聞で展開した。  
また、当該総集編を10/31 読売新聞朝刊(都内版)でも展開した。

**広告特集** 企画・制作 読売新聞社広告局

**ユーザーのリサイクルの窓口**  
**販売 整備 引き取り**

愛媛県松山市 愛媛日産自動車宮西店

ユーザーが車を購入する際、ユーザーのリサイクル窓口についてくるリサイクル券。ユーザーも車のリサイクルに協力しているのです。

ユーザーの住所と自動車の販売店、この設備がある販売店に届けてもらいます。

自動車店では設備も備わっています。ここでは使用済みの車や引き取り出した部品をばらばらにし、修理に使っています。

使用済みの車でも使える部品は丁寧に取り出します。

解体 再利用

愛媛県松山市 オートパーツ 伊地知

取り出した部品はきれいに洗って再び道路に生まれ変わります。日本産車からの部品は合わせて対応するシステムがあります。

**読売KoDoMo自動車リサイクル新聞**

# 車のほとんどをリサイクル

日本は自動車のリサイクル大国。子ども記者たちは、全国の自動車工場や解体事業者などをめぐり、さまざまなリサイクル作業を見学することで、使われなくなった車のほとんどが資源として再利用されていることを知りました。これまでの取材をまとめて報告します。

解体して再資源

愛媛県松山市 金城産業

砕いて分けて再資源

破砕 分別

愛媛県松山市 金城産業

詳しくは 9月12日、10月10日の「読売KODOMO新聞」をご覧ください。

環境を考えたクルマづくり

メーカー

愛知県豊田市 トヨタ自動車堤工場

リサイクル車も廃車のために、解体してリサイクルして再利用されています。

工場で使用する電機は太陽光発電を利用するなど、環境に優しい工夫がこめられています。

環境を考えたクルマづくり

メーカー

愛知県豊田市 トヨタ自動車堤工場

リサイクル車も廃車のために、解体してリサイクルして再利用されています。

工場で使用する電機は太陽光発電を利用するなど、環境に優しい工夫がこめられています。

JARC 公益財団法人自動車リサイクル促進センター Japan Automobile Recycling Promotion Center / JARC

<https://www.jarc.or.jp> 自動車リサイクル促進

拡大した記事はこちら <https://www.jarc.or.jp/news/6004/>



## 9. 活動費の執行状況（上半期）

2019年4月から9月末（上半期）の期間で、ユーザー理解活動に要した費用は、9,846万円（上半期 執行率：75.0%）であった。  
 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	施策例	年度 計画額	上半期		
				計画額 ①	決算額 ②	執行率 ②/①
1	全国万遍なく、環境関連イベントに出展し、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"> <li>●全国環境イベントでの情報提供の取組</li> <li>●地域メディアと連携した情報拡散の取組</li> <li>●新聞折込チラシの展開</li> </ul>	3,200	1,620	1,330	82.1%
2	若年層に向けた情報発信を強化する	<ul style="list-style-type: none"> <li>●小学生とその保護者を対象とした取組</li> <li>●自治体と連携した情報拡散の取組</li> <li>●運転免許教習生に対する取組</li> </ul>	6,100	3,390	1,998	58.9%
3	各種メディアを活用して露出を高める取組を行う	●メディアミックスによる効果的な取組	13,000	7,850	5,964	76.0%
		<ul style="list-style-type: none"> <li>●ニュースリリースの積極的配信</li> <li>●その他のパブリシティ活動</li> </ul>	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"> <li>●ウェブページを活用した情報発信と改善</li> <li>●広報ツールの制作（チラシ・ポスター等）</li> <li>●常設展示物の制作</li> </ul>	2,770	192	477	248.7%
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"> <li>●ユーザーの認知状況の把握</li> <li>●各種ユーザーニーズの把握</li> </ul>	330	80	76	95.2%
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"> <li>●効果的な取組の実務支援</li> <li>●リスク低減の観点での支援</li> <li>●情報発信の効果検証 他</li> </ul>	800	0	0	-
合計			26,200	13,132	9,846	75.0%

\*合計額には、人件費・管理費等を含まない

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