

3年間、ユーザー理解活動の取組状況 (2017年度・2018年度・2019年度)

公益財団法人 自動車リサイクル促進センター

2020年12月14日

《目次》

1. ユーザー理解活動計画	・・・ P2
2. ユーザー理解活動に要した費用実績	・・・ P3
3. ユーザー理解活動の主要な取組みサマリー	・・・ P4
(参考) ユーザー理解活動の取組み例	・・・ P5

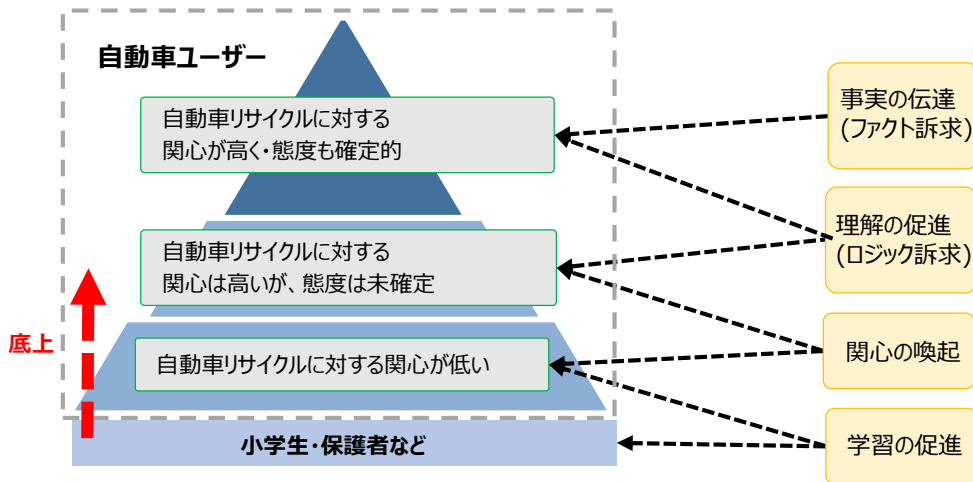
1. ユーザー理解活動計画

JARCは、2016年9月の合同会議の結果を踏まえ、2017年度から2019年度の3年間、自動車リサイクルの更なる発展に向けて、関係主体間の連携を図りながら、自動車ユーザーのための理解活動に取り組むこととしている。

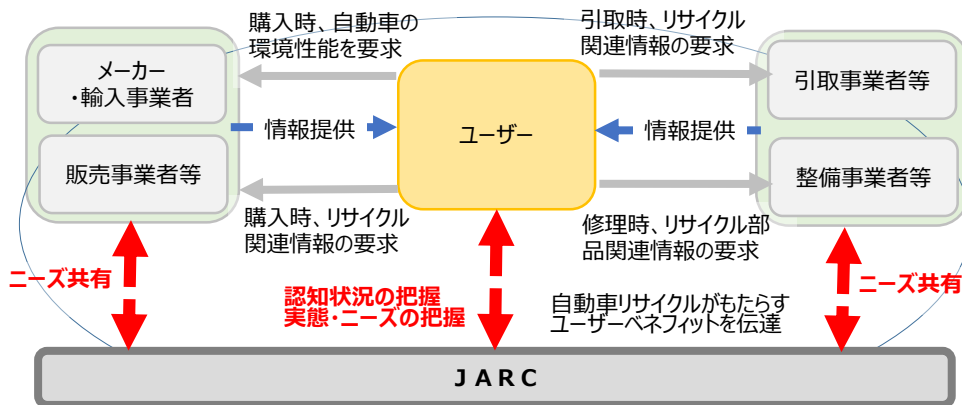
ユーザーの関心・態度に合わせた取組み

＜ターゲットの関心・態度＞

＜狙い＞



関係主体と共に取り組む情報発信の概念図



具体的な施策例

- 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
- ②若年層に向けた情報発信を強化する
- ③各種メディアを活用して露出を高める取組を行う
- 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
- ⑤自動車リサイクルの現状や実態の変化等を把握する 等々

展開イメージ

メディアミックス*
による情報発信

点の取組みを
面の取組みに
拡大していくイメージ



2. ユーザー理解活動に要した費用実績

2017年4月から2020年3月までの3年間におけるユーザー理解活動に要した費用は、7億4千772万円。予算執行率は95.1%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＞

#	取組の方向性	施策例	3年間 予算 計画	3年間 費用 実績	年度		
					2017	2018	2019
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	●自治体と共に取り組む地域イベントへの出展 ●常設展示施設での情報提供 他	7,200	5,639	1,725	1,550	2,364
2	若年層に向けた情報発信を強化する	●関係者と共に取り組む現場見学会 ●クルマのリサイクル作品コンクール ●自動車教習所での情報提供	18,200	15,325	5,014	4,423	5,888
3	各種メディアを活用して露出を高める	●ユーザーの関心事に応じた情報提供 ●PR映像による関心喚起に向けた情報提供	39,000	44,167	12,661	14,523	16,983
		●ニュースリリースの積極的配信 ●その他のパブリシティ活動	0	0	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	●公式ウェブページ等での情報提供 ●チラシ・ポスター等の広報ツールの制作 ●自動車リサイクル実績冊子の制作	5,540	3,298	549	499	2,250
5	自動車リサイクルの現状や実態の変化等を把握する	●ユーザーの認知状況の把握 ●各種ユーザーニーズの把握	860	503	351	76	76
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	●新規取組の実務支援 ●リスク低減の観点での支援 ●情報発信の効果検証 他	7,800	5,841	2,970	2,343	528
合 計			78,600	74,772	23,269	23,414	28,089

*合計額には、人件費・管理費等を含まない。 ユーザー理解活動に要した費用は特預金と繰越金から負担される。

3. ユーザー理解活動の主要な取り組みサマリー

	2017年度	2018年度	2019年度
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	●全国8ヶ所の地域イベントに出展。 ●イベント出展に際して、地域メディアとリリース形成に向けて取組みを実施。 ●着ぐるみ・チラシ・ポスター等、地域イベントで使用する広報ツールを制作。	●全国11ヶ所の地域イベントに出展。 ●イベント出展に際して、地域メディアと連携した情報拡散の取組みを実施。 ●大阪市が運営する環境施設に自動車リサイクルの常設展示を開設。	●全国15ヶ所の地域イベントに出展。 ●イベント出展に際して、主要都市3ヶ所で合計110万枚のチラシを展開。
若年層に向けた情報発信を強化する	●自動車リサイクル現場見学会を2回開催。その様子を小学生新聞で3回（30万部）展開。全国小学校2万校へも展開。 ●“クルマのリサイクル作品コンクール”を開催。8,263作品の応募を受けた。 ●運転免許学科教本（82万部）に掲載。	●自動車リサイクル現場見学会を4回開催。その様子を小学生新聞で5回（90万部）展開。全国小学校2万校へも展開。 ●“クルマのリサイクル作品コンクール”を開催。7,357作品の応募を受けた。 ●運転免許学科教本（79万部）に掲載。	●自動車リサイクル現場見学会を4回開催。その様子を小学生新聞で3回（125万部）展開。全国小学校2万校へも展開。 ●“クルマのリサイクル作品コンクール”を開催。6,779作品の応募を受けた。 ●運転免許学科教本（79万部）に掲載。また、新たに制作した動画コンテンツを教習所250カ所で配信。
各種メディアを活用して露出を高める取組を行う	●全国紙と地方紙の合計6,000万部に広告記事を掲載。 ●合計13件のニュースリリースを配信。その結果、ネットメディアに709件転載。	●映像と音による分かりやすいPR動画を制作し、テレビメディアで1,088回配信。 ●合計24件のニュースリリースを配信。その結果、ネットメディアに1,370件転載。	●PR動画をテレビメディアで2,327回配信。 ●ユーザーの関心事に応じたコンテンツを制作。合計11万部の定期刊行物で展開。 ●800万部にてコンクール入賞結果を周知。 ●合計28件のニュースリリースを配信。その結果、ネットメディアに1,515件転載。
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	●6/1、リニューアルしたホームページの下、年間通じて分かりやすい情報発信を実施。	●“ゆるきゃら クランプリ”に初出場。自動車リサイクルの関係者の協力を得て、2,383票の投票を獲得。	●“ゆるきゃら クランプリ”に出場。自動車リサイクルの関係者の協力を得て、1,734票の投票を獲得。
自動車リサイクルの現状や実態の変化等を把握する	●認知度調査の結果、77.3%であった。 ●地域イベントで回収した7,191件のアンケートから各種ニーズを把握。	●認知度調査の結果、74.2%であった。 ●地域イベントで回収した10,803件のアンケートから各種ニーズを把握。	●認知度調査の結果、70.6%であった。 ●地域イベントで回収した15,451件のアンケートから各種ニーズを把握。
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	●「自動車リサイクル」に関する記事情報の露出は延べ1,146件であることを確認。また、情報への接触者は延べ1億8,949万リーチポイントであることを確認。	●「自動車リサイクル」に関する記事情報の露出は延べ2,872件であることを確認。また、情報への接触者は延べ3億3,344万リーチポイントであることを確認。	●「自動車リサイクル」に関する記事情報の露出は延べ5,960件であることを確認。また、情報への接触者は延べ9億6,823万リーチポイントであることを確認。

(参考) ユーザー理解活動の取組み例 その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

【例1】地方公共団体と連携した地域イベントでの情報発信

2017年度から2019年度までの3年間、主として地方公共団体が主催する地域イベントに**34件**出展。地域ユーザーの理解普及に取組み、**33,445件**のアンケートを回収。

	開催地	名称	アンケート 回収数累計	年度		
				2017	2018	2019
①	札幌	環境広場さっぽろ	3,000	✓	✓	✓
②	秋田	あきたI&Rリサイクルフェスティバル	3,065	✓	✓	✓
③	仙台	IJフェスタ仙台	1,026	-	✓	✓
④	水戸	水戸市環境フェア	529	-	-	✓
⑤	東京	IJプロ	7,691	✓	✓	✓
⑥	横浜	かながわIJ10フェスタ	2,524	-	✓	✓
⑦	金沢	いしかわ環境フェア	2,244	-	✓	✓
⑧	長野	信州環境フェア	967	-	✓	-
⑨	岐阜	岐阜市IJフェスタ	487	-	-	✓
⑩	名古屋	環境デーなごや	1,885	✓	✓	✓
⑪	京都	京都環境フェスティバル	2,971	✓	✓	✓
⑫	姫路	ひめじ環境フェスティバル	626	-	-	✓
⑬	松山	まつやま環境フェア	1,170	✓	✓	-
⑭	松江	松江環境フェスティバル	1,536	✓	✓	✓
⑮	広島	「環境の日」広島大会	508	-	-	✓
⑯	北九州	IJライブステージ	1,037	-	-	✓
		IJテカ	699	✓	-	-
⑰	福岡	環境フェスティバルふくおか	1,480	-	中止	✓
⑱	那覇	県民環境フェア	0	-	中止	-
合 計			33,445	8か所	11か所	15か所

活動状況（一例）



①札幌



②秋田



③仙台



⑤東京



⑥横浜



⑦金沢



⑧長野



⑩名古屋



⑪京都



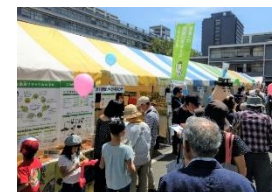
⑫姫路



⑬松山



⑭松江



⑮広島



⑯北九州



⑰福岡

(参考) ユーザー理解活動の取組例 その2

②若年層に向けた情報発信を強化する

【例2】関係者と連携した小学校教育に資する情報発信

関係者とともに、小学生とその保護者を対象とした体験学習を**10回**実施。そのコンテンツを活用して自動車ユーザーの関心喚起に向けた取組みを推進。

1) 概況 20年度は下表の自動車リサイクル六団体と共に理解普及に取組む。

情報発信のポイント	協力いただく関係団体
自動車製造業者の取組み	一般社団法人日本自動車工業会
自動車販売事業者の取組み	一般社団法人日本自動車販売協会連合会
オークション会場の取組み	一般社団法人日本中古車販売協会連合会
自動車整備事業者の取組み	一般社団法人日本自動車整備振興会連合会
破碎事業者、ASR処理事業者の取組み	一般社団法人日本鉄リサイクル工業会
解体事業者の取組み	一般社団法人日本自動車リサイクル機構

2) 過去の体験学習例 (2017年度から2019年度までの3年間)

19年度



トヨタ自動車(株)様



愛媛日産自動車(株)様



(株)オートバックス伊地知様



金城産業(株)様

18年度



(株)日産自動車様



東京トヨタ(株)様



大山商事(株)様



(有)昭和メタル様

17年度



(株)本田技研工業様



(株)マテック様

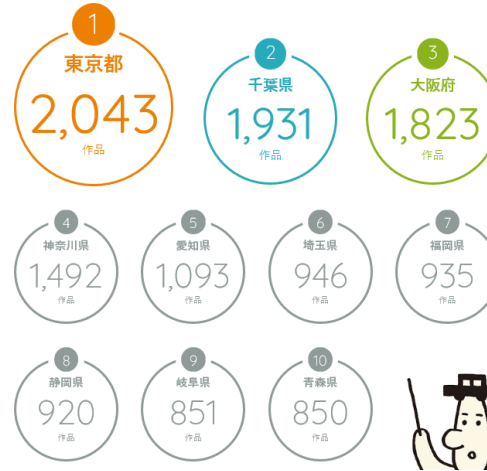


【例3】“クルマのリサイクル作品コンクール”を主催

2017年度から2019年度までの3年間、全国から**22,399件**の作品を受領。そして、関係者の協力を得て入賞作品を選定し、入賞者の表情式を実施。

1) 概況

全国都道府県別
応募実績トップ10 (2017~2019年度 全3年度合計)



コンクールの詳細は次のURL参照

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

2) 入賞作品例 (学年は当時)



北海道 6年生
太田こみさん



神奈川県 5年生
山上心愛さん



東京都 3年生
佐藤真穂さん

ギアチェンジ！
未来につなげ
リサイクル

千葉県 6年生
鈴木杏佳さん

乗り終わり
未来へつなぐ
リサイクル

福岡県 5年生
浦倉祐くん

乗りきった！
最後の仕事
リサイクル

千葉県 5年生
佐藤尚美さん

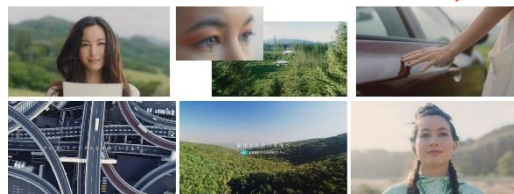
(参考) ユーザー理解活動の取り組み例 その3

③各種メディアを活用して露出を高める取組を行う

【例4】ニュースリリースの積極的配信

2017年度から2019年度までの3年間、ニュースリリースを**65件**配信。
結果、インターネットメディアに記事が**3,594件**転載。

リリース情報 (一例)



PR動画全国公開



作品コンクール表彰式の状況

*掲載メディア例

47NEWS、共同通信社、共同通信デジタル、北海道新聞、デーリー東北、河北新報、秋田魁新報、山形新聞、福島民友、茨城新聞、上毛新聞、千葉日報、さんにちEye、新潟日報、福井新聞、岐阜新聞、伊勢新聞、京都新聞、奈良新聞、AGARA紀伊民報、SHIKOKU NEWS、徳島新聞、高知新聞、富山毎日、みやび、沖縄タイムス、AFPBB News、週刊女性PRIME、エコノミスト、FM FUKUOKA、exciteニュース、Infoseekニュース、StartHome、J-CASTトレンド、インターネットコム、CNET Japan、ZDNET Japan、等々

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

【例5】情報の質を高め、分かりやすくする取組み

写真や絵などのグラフィックを使い、分かりやすい情報へと身近なところから改善。
また、タイムリーに活動状況や各種数値情報を発信。



＜災害対応のまとめページ＞

令和元年8月豪雨に関して必要とされる情報を取りまとめた掲示

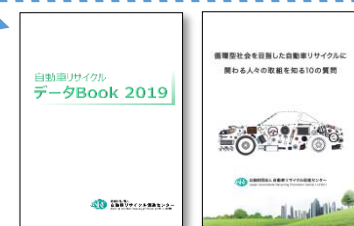
- ・被災車両に関するよくある質問
- ・被災車両を扱う事業者の皆さま
- ・各省庁等からの連絡事項



11月22日、熊本県熊本市にて第4回目（全4回）の自治体向け自動車リサイクル関連ステップアップ現場研修を、経済産業省、環境省、（一社）自動車再資源化協力機構…（略）



11月4日、松江市で開催された「2019松江市環境フェスティバル」に出展しました。松江市環境フェスティバルは、「みんなで創る環境…（略）」



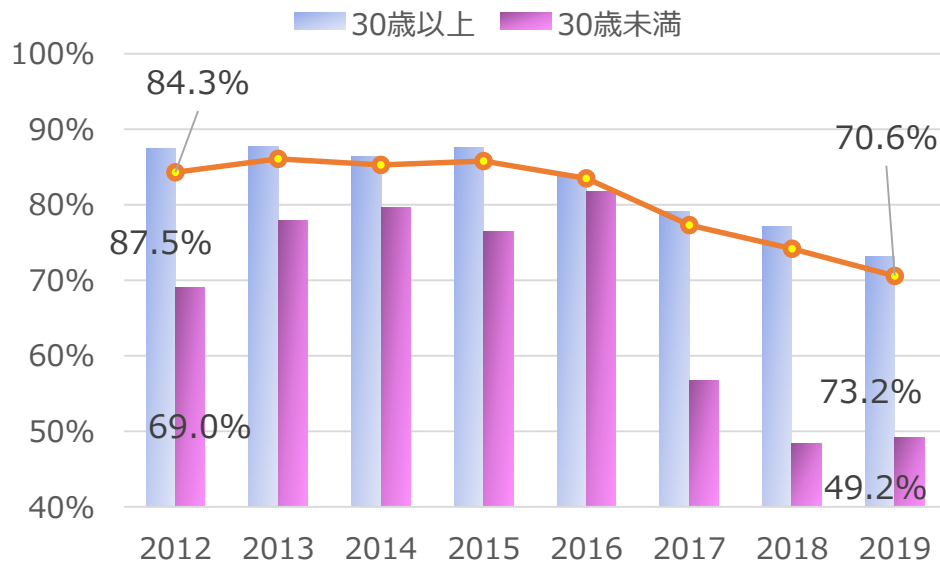
(参考) ユーザー理解活動の取り組み例 その4

⑤自動車リサイクルの現状や実態の変化等を把握する

＜ユーザーの自動車リサイクルに関するアンケート調査結果＞

ユーザーを対象とした認知状況を調べた結果、認知度は年々低下傾向にある。特に、30歳未満は他年代と比べて認知度が顕著に低い。自り法施行時の広報活動の効果が薄れ、また、新規ユーザー層が自動車リサイクルの情報に接する機会が減少しているためだとみている。

(図) 自動車リサイクルに関する認知度の推移



*次の設問への回答のうち、「1.どんな仕組みか概要を知っている」と「2.名前を聞いたことがある」と答えた方の割合

(設問) あなたは、2005年から施行された「自動車リサイクル制度」をご存知ですか。
(回答) 1.どんな仕組みか概要を知っている 2.名前を聞いたことがある 3.まったく知らない

＜自動車リサイクル関連情報への接触状況（概算）＞

「自動車リサイクル」についてのメディア媒体への露出状況、及び発信した情報へ接触数を調査会社の協力を得て調査を行い、これを試算した。結果、17年度から19年度の3年間で、合計9,978件、「自動車リサイクル」のキーワードを含むメディア媒体を確認した。また、延べ換算の想定値ではあるが、広報・理解活動の取り組みによる情報への接触数が約14億9,116万リーチポイントであることを確認した。

- データベース（日経テレコン・meilwater）等の情報をもとに調査。
- 調査手法は、調査会社の独自のもの。
- リーチポイントとは、情報に接触した人数を、延べ数で現したもの。各メディアの接触者の延べ人数を、発行部数や視聴率から推量し、日別、媒体別で算出。
- 映像での報道ニュースの情報やインターネットで掲出される情報は、検索が難しいため、確認できる範囲で調べた結果である。

【リーチ数の算出方法】

	テレビ番組 テレビCM	番組世帯視聴率 × 視聴可能世帯数 × 世帯内平均人数 = リーチポイント
	新聞記事	発行部数 × 世帯内平均回読人数 × 新聞閲読率 = リーチポイント
	雑誌記事	発行部数 = リーチポイント
	ネット記事	ユニークユーザー数 = 情報接触人数
	リアル	アンケート回収数・想定来場者数・想定接触者数

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