

(報告) ユーザー理解活動の取組状況

公益財団法人 自動車リサイクル促進センター

2021年12月17日

《目次》

1. 2021年度ユーザー理解活動の計画	・・・	P2
2. ユーザーの関心事に応じた情報発信の取組み	・・・	P4
3. 公式ウェブサイトを利用して幅広くユーザーに情報を届ける取組み	・・・	P6
4. オンラインページを活用した普及啓発の取組み	・・・	P9
5. 小学生とその保護者を対象とした環境学習の支援	・・・	P10
6. 中止した第4回「クルマのリサイクル作品コンクール」表彰式の代替策	・・・	P12
7. 活動費の執行状況(上半期)	・・・	P13

1. 2021年度ユーザー理解活動の計画 その1

【目的】

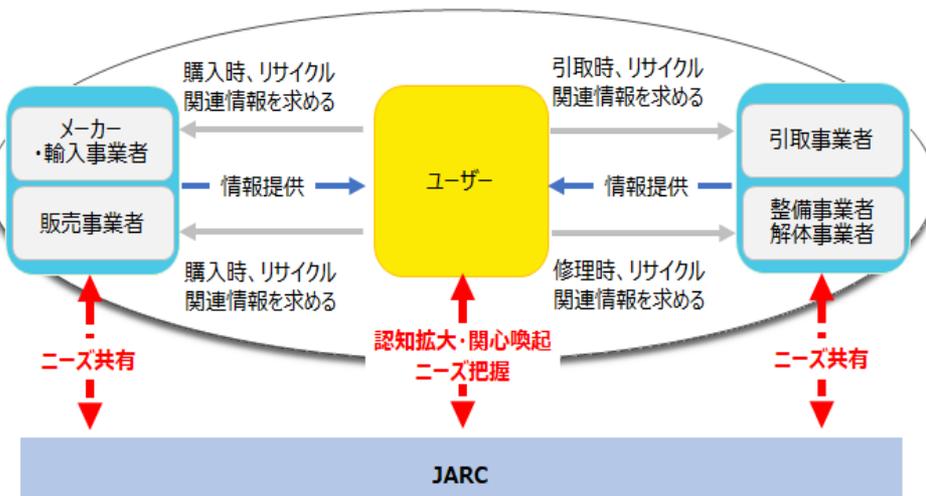
- 2015年11月から6回に亘り行った自動車リサイクルの関係者による情報発信・共有の在り方等に関する議論を踏まえ、ユーザー理解活動を通じて**自動車リサイクル制度の安定運用**を図り、そして自動車売買時におけるリサイクル料金の収受など**ユーザーと事業者間の円滑な取引に寄与**していくことを目的とする。

【取組みの方針】

- 地域・年齢などのターゲットの特性を意識するとともに、コスト効率が良い手法を用いて、質の高い情報を提供していくことにより、ユーザーの認知拡大と関心喚起を図る。
- SDGsなどによる人々の意識の変化やライフスタイルの変化をはじめとした自動車を取り巻く環境変化により顕在化した新たな課題に対応した施策を展開する。

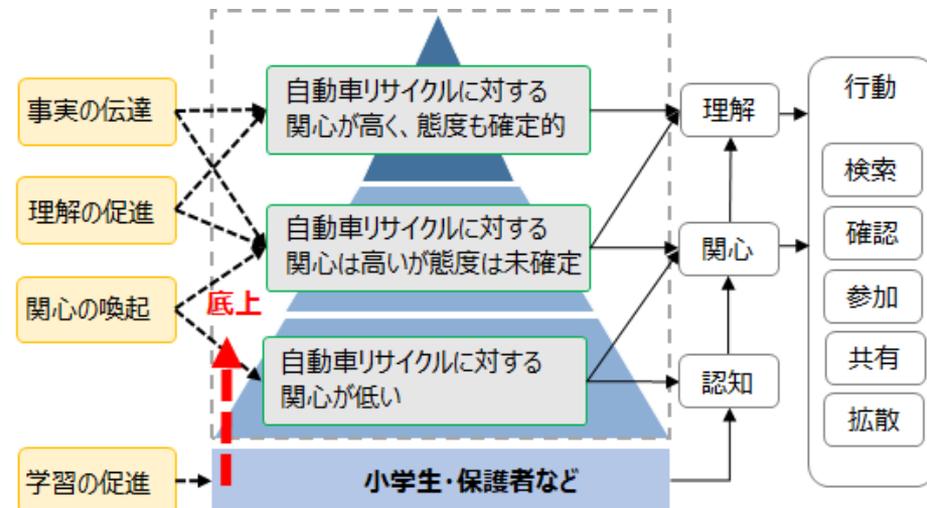
ユーザー理解活動の目的に関する概念図

- 自動車リサイクル制度の安定運用
- ユーザーと事業者間の円滑な取引に寄与



ユーザーの関心・態度に合わせた展開図

<狙い> <ターゲットの関心・態度> <効果プロセス例>



1. 2021年度ユーザー理解活動の計画 その2

取組みの方向性とターゲットの関係

(凡例) ●：新規取組み、○：継続取組み、◎：重点取組み

取組みの方向性	取組例	区分	主なターゲット					
			～10代	20代	30代	40代	50代	60代～
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 分かりやすい情報へと改善を推進 ➤ ユーザーニーズに応じた情報発信 ➤ タイムリーに情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ウェブページ掲載情報の改善 ・ ちらしなどの広報ツールの改善(*1) 	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		○	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域ユーザーの知る機会の創出 ➤ 地域ユーザーの認知拡大・関心喚起 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域イベントへの出展・参加 ・ 常設展示施設での情報発信 ・ オンラインページの設置及び発信 	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		○	✓	✓	✓	✓	✓	
		●	✓	✓	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 子どもたちの学びの機会創出 ➤ 子どもの保護者・教育関係者の認知拡大・関心喚起 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関係者の努力・工夫を紹介 ・ 学校教育に役立つ情報提供 ・ 作品コンクール実施 	◎	✓	/	✓	✓	/	/
		◎	✓	/	✓	✓	/	/
		◎	✓	/	✓	✓	/	/
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 若年層の認知拡大・関心喚起 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運転免許学科教本への情報掲載 ・ 教習所での動画コンテンツの配信 	○	✓	✓	/	/	/	/
		◎	✓	✓	/	/	/	/
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 施策の相乗効果を得るメディアの活用 ➤ 音と映像による関心喚起 ➤ ユーザーの関心事に応じてユーザーの知る機会の創出 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ニュースリリースの積極配信 ・ 動画等コンテンツの配信 ・ 定期刊行物による情報発信 ・ ネットメディアの活用(SNS等) 	○			✓	✓	✓	✓
		○			✓	✓	✓	
		◎			✓	✓	✓	
		●	✓	✓	✓	✓	✓	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ ユーザーニーズや施策による変化把握 ➤ 施策の改善に向けた基礎情報の収集 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 認知度調査、効果測定 等(*2) 	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓

*1 必要な時（自動車購入時、修理時、廃車時等）に必要とする情報

*2 定点観測で行うアンケート調査等

2. ユーザーの関心事に応じた情報発信の取組み その1

11/20、driver（発行部数：約18万部、発行：株式会社八重洲出版）へ自動車リサイクルに関する企画記事を掲載し、自動車に関心もつ30代から50代のユーザーの認知拡大と関心喚起を図った。

*記事URL：<https://www.jarc.or.jp/renewal/wp-content/uploads/2021/11/89a601dc5a6d9e0800ce21246765b6ce.pdf>

クルマのリサイクルの流れとは

- 天然資源の使用を削減したり、リサイクルのしやすさを意識したクルマ造りを行う
- クルマを買うときにはリサイクル料金を支払う
- 長く大切に乗り続けるよう整備したり、中古車としてリユースを促進する
- 使わなくなったクルマは引き取り業者に引き渡す
- フロン類を抜き取って無害化。エアバッグ類は安全に取り外す
- 使える部品を取り外して、中古部品として使用する
- 残った車体などはシュレッダー機で破砕する
- 金属を原材料に戻してリサイクル。残ったシュレッダーダスト（プラスチックやゴムなど）も原材料に戻したり、燃料として再利用する

●自動車メーカーが回収するリサイクル料金は、投資目的？

リサイクル料金は、投資目的？

リサイクル料金は、投資目的？

リサイクル料金は、投資目的？

自動車リサイクル料金の行方

どう使われているか知ってる？

自動車リサイクル博士が指南！

洗濯機や冷蔵庫などの家電製品と同じように、クルマについても必ず必要なのがリサイクル料金。新車であれ中古車であれ、必ず支払っているのだが……。どう使われているのか？ そもそもクルマのリサイクルとはどんなものなのか？ 自動車リサイクル促進センター（JARC）に聞いてみた！

文＝編集部 イラスト＝村上隆行（サイゴ・オフ）

自動車リサイクル促進センター
https://www.jarc.or.jp

いつ、誰が、どうやって支払っている？

リサイクル料金を最初に支払った所有者 → 次の所有者 → 最終所有者

預託金（リサイクル料金相当額） → 車間価値 → 支払い → 車間価格

※ユーザーが支払う中古車売買代金の中には車間部分の価値とリサイクル料金相当額が含まれる

項目	金額
シュレッダーダスト	6000円～1万8000円程度
エアバッグ類	
フロン類	
情報管理料	130円
資金管理料	290円

リサイクル料金の額は、メーカーや輸入業者が「クルマの価値」、「エアバッグの個数」、「カーエアコンの搭載の有無」などによって1台ごとに設定される料金。自動車リサイクル促進センターが回収料を受け付けて設定する「情報管理料」と「資金管理料」が加わった、合計4種類の料金で構成されている。

じつはクルマはリサイクルしやすい

自動車メーカーはリサイクルのことを考えた車体設計や解体しやすいクルマの設計を行っている。さらに解体業者が安全かつ効率的にエアバッグ類の処理を行うように、国際標準規格（ISO規格）に対応したエアバッグ類の処理設備（ワーク）を備えている。エアコンに変わる気体もこれまでのR12から地球温暖化係数の低いR134aに地球温暖化係数の低いR1234zeに置き換わりつつある。遠くまで取り送ることを考えているのだ。

【メーターなどを付けるパネル】
運転席のメーターなどが壊れたパネルは、解体時に工具や機械を使って取り外しやすい構造になっている。

【バンパー】
バンパーも解体時に工具や機械などで取り外ししやすい構造にしている。解体時でも取れることなくキレイに外せる。

【解体しやすい端子】
電線を通すための「ハーネス（電線）」は、工具や機械を使って取り外しやすくなっている。

次世代の課題…「バッテリーのリサイクル」

電気自動車が増えれば、課題になるのはリチウムイオンバッテリーのリサイクル。じつはクルマに搭載されるのは非常に高品質なため、自動車として使えなくなると産業廃棄物の電気自動車へのリユースが求められている。自動車メーカーは回収システムを整備している。

●自動車メーカーが回収するリサイクル料金は、投資目的？

リサイクル料金は、投資目的？

リサイクル料金は、投資目的？

リサイクル料金は、投資目的？

3. 公式ウェブサイトを利用して幅広くユーザーに情報を届ける取組み

JARCの公式ウェブサイトを利用して、自動車リサイクルの取組みや活動状況をタイムリーに発信している。



11月4日、第4回「クルマのリサイクル」作品コンクールで団体特別賞を受賞した沖縄県竹富町立波照間小学校を訪問し、表彰しました。
 ※新型コロナの影響により中止とした表彰式の代替の取組みです。



10月29日、第4回「クルマのリサイクル」作品コンクールで審査員特別賞を受賞した京都府長岡京市立長岡第六小学校 奥野楓果さんを表彰しました。
 ※新型コロナの影響により中止とした表彰式の代替の取組みです。



10月28日、第4回「クルマのリサイクル」作品コンクールで最優秀賞を受賞した静岡県川根本町立中央小学校 坂口快月さんを表彰しました。
 ※新型コロナの影響により中止とした表彰式の代替の取組みです。



大阪市の環境施設にて2020年度の「クルマのリサイクル」作品コンクール入賞作品を展示しました。
(10/20から10/31までの期間、1,152人が来場)
 期間：10月20日から11月30日
 会場：大阪環境産業振興センター
 所在地：大阪市住之江区南港北2丁目1-10



2021年4月から10月までの期間、ニュースリリースを**合計13件**行い、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取組みを行った。結果、インターネットメディアに**680件**の記事が掲載された。また、新たにSNS活用によるユーザーの自動車リサイクルに関する情報への接触機会の拡大を図っている。

(1) リリース情報と広告換算(参考値)

	配信日	内容	掲載数 (件)	広告換算*1 (万円)	SNS配信結果 (件)		
					表示回数	クリック数	いいね数*2
1	4/10	令和3年度事業計画を策定	52	1,415	—	—	—
2	5/21	鉄道建設・運輸施設整備支援機構 発行のサステナビリティ bond に投資	53	1,207	—	—	—
3	6/23	国際協力機構発行のソーシャル bond に投資	55	1,433	—	—	—
4	6/25	東京都発行のソーシャル bond に投資	54	1,421	—	—	—
5	7/9	東日本高速道路株式会社 発行のソーシャル bond に投資	52	1,415	—	—	—
6	8/6	川崎市発行のグリーン bond に投資	45	1,189	—	—	—
7	8/13	「自動車リサイクルデータ Book 2020」を公表	53	1,418	395,476	494	10
8	9/1	第5回「クルマのリサイクル」作品コンクール開催	54	1,423	399,551	455	5
9	9/10	東京都住宅供給公社発行のソーシャル bond に投資	54	1,420	—	—	—
10	10/8	長野県発行のグリーン bond に投資	53	1,420	—	—	—
11	10/14	北九州市発行のサステナビリティ bond に投資	53	1,870	—	—	—
12	10/15	東京都発行のグリーン bond に投資	52	1,483	—	—	—
13	10/22	神奈川県発行のグリーン bond に投資	50	1,406	—	—	—
合計			680	18,519	795,027	949	15

*1 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 配信情報に「いいね」をしたユーザーの数

(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



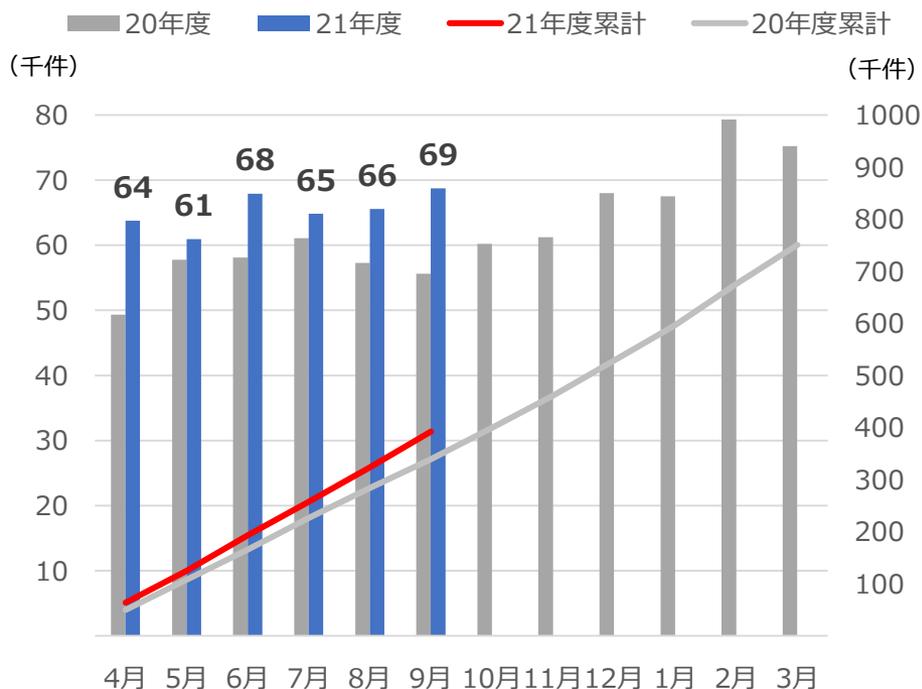
2021年4月から9月における公式ウェブサイトへのアクセス数は**392千件**（前年同期115.5%）であった。18歳から34歳までの若い層や女性のウェブサイトへのアクセスが増えている。

(1) ウェブサイトへのアクセス状況

(単位：千件)

	2019年度 (第1Q-2Q)	2020年度 (第1Q-2Q)	2021年度 (第1Q-2Q)
アクセス数	314	339	392

(2) ウェブサイトへのアクセス数の推移

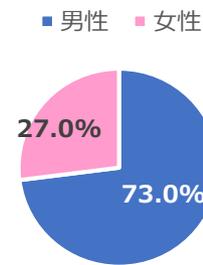


(3) 男女比

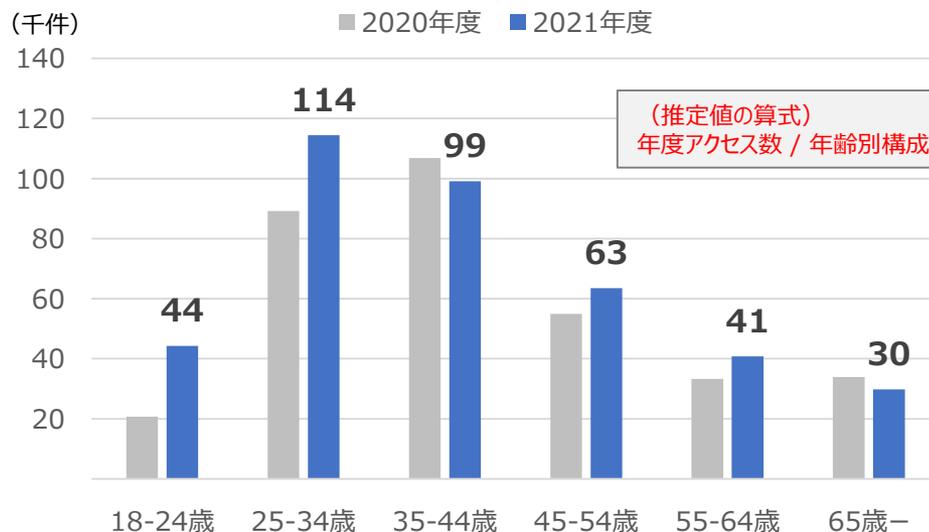
2021年度 (4月~9月)



(参考) 2020年度(4月~9月)



(4) 年齢別アクセス数 (推定値)



4. オンラインページを活用した普及啓発の取組み

- 10月29日、地域イベントで展示しているコンテンツを何時でも・何処でも、分かりやすく閲覧・視聴できる自動車リサイクルのオンラインページ（自動車リサイクルタウン）の初版をリリースした。
- 現在、新型コロナの影響により、全国各地域で催される環境イベント等は、オンラインによる事例が増えており、直接ユーザーとコミュニケーションを図れる機会が減少している。今後、幅広くオンラインページへの集客に取組み、これをユーザーと自動車リサイクルをつなぐコミュニケーションの結节点的な機能として活用していく。

(1) 企画概要

- ターゲット：ユーザー（特に地域イベントの来場者を想定）
- 背景：新型コロナの影響により地域を跨ぐ移動の制限がある全ての場面で直接ユーザーと接する機会が減少している車をインターネットで購入する方式が試されている
- コンセプト：多くのユーザーが自動車リサイクルと繋がる場を提供したい必要な情報を必要ときに必要とするユーザーに届けたいオンライン化が進む環境イベントの各種ニーズに対応したい自動車リサイクルについての学習の機会を創出したい

(2) オンラインページの概要

自動車リサイクルタウン <https://www.jarc.or.jp/recycletown/>



<概念図>



	ご利用のポイント（一例）
アンケート	自動車リサイクルについてのアンケートに答えるページです。
美術館	自動車リサイクルを表現した小学生制作の作品が観覧できます。
工場	動画により自動車リサイクルの現場の体験ができます。
新聞社	連載記事により自動車リサイクル関わる人々の努力と工夫が学べます。
小学校	学校の授業形式で全てのコンテンツが視聴できます。
チャレンジの館	学んだことを活かしてみんなでクイズに挑戦してみましょう！

- 稼働時間：原則24時間365日（メンテナンス日除く）
- ご利用推奨環境：Google Chrome、Firefox、Internet Explorer、Safari、Edgeの最新版（IEは11以上）
モバイルOSがAndroid、iOSの最新バージョン



5. 小学生とその保護者を対象とした環境学習の支援

自動車リサイクルの関係者との協議の結果、小学生とその保護者を対象とした現場のリアル見学会の代わりにして、一部リモートによる代替策を加えた取組みを進めている。

(1) 代替策・取組み概況

今年度は、リアル見学会の代わりにして、一部、リモートによる取材方式を織り込み、現場の取組みを発信した。

観点	ご協力をいただいた関係団体・事業者	
自動車製造事業者の取組み	日本自動車工業会	三菱自動車（愛知県岡崎市）
自動車販売事業者の取組み	日本自動車販売協会連合会	神戸マツダ 神戸本店（兵庫県神戸市）
オークション会場の取組み	日本中古車販売協会連合会	JU長野：長野県中古自動車販売商工組合（長野県塩尻市）
自動車整備事業者の取組み	日本自動車整備振興会連合会	大三宅自動車：サービス工場マツダオートザム 倉敷中央（岡山県倉敷市）
解体事業者の取組み	日本自動車リサイクル機構	石上車輛 恵庭工場（北海道恵庭市）
破碎事業者の取組み	日本鉄リサイクル工業会	青南商事 青森工場（青森県青森市）

<取組み概況>

おたずねした会社

社名：石上車輛
 住所：本社（北海道札幌市）
 恵庭工場（北海道恵庭市）

自動車を中心としたリサイクルに関する仕事を通じ、地球環境を守ることに貢献を自覚しています。

ホームページ：https://www.ishigami.co.jp/

リサイクルクイズ

解体工場や地球温暖化防止のために行う作業はどれ？

- ① フロンガスの回収
- ② エアバッグの処理
- ③ ガソリンの抜き取り

石上 剛社長

石上車輛 恵庭工場

おたずねした会社

社名：青南商事
 住所：本社（青森県弘前市）
 青森工場（青森県青森市）

自動車リサイクルを中心に、金属やプラスチックなど幅広いリサイクル事業を行っています

ホームページ：http://www.seinan-group.co.jp/

リサイクルクイズ

使用済みの車から鉄や銅、アルミニウムなどを回収した残りはすべて埋め立て処理される。○か×か？

青南商事 安東元吉社長

青南商事 青森工場

おたずねした会社

社名：神戸マツダ
 住所：本社（兵庫県神戸市）
 神戸本店（兵庫県神戸市）

新車の販売やユーザーのサポートのほか、地域貢献や環境保全などにも取り組んでいます

ホームページ：https://www.mazda-hgr.co.jp/

リサイクルクイズ

ユーザーは車の「リサイクル料金」をいつ払うでしょう？

- ① 買うとき
- ② 売るとき
- ③ 使い終わったとき

神戸マツダ 西藤 秀俊様

神戸マツダ 神戸本店

おたずねしたところ

社名：JU長野
 （長野県中古自動車販売商工組合）
 住所：長野県塩尻市

オークションをとおして車の再利用を促進しているほか、交通通見支援なども行っています

ホームページ：http://www.junagano.or.jp/

リサイクルクイズ

オークションで車を買った人は、前のユーザーが「リサイクル料金」を支払っているため、自分もリサイクルのための費用を負担しなくてもいい。○か×か？

JU長野 天和 渡 部長

JU長野
長野県中古自動車販売商工組合

(2) 事業者の取組みを紹介したコンテンツ

【解体事業者編】

This infographic details the disassembly process of vehicles. It features a central theme of 'Progress! For the sake of the future Earth! Advance! Car Recycling' (進め! くるまの進め! くるまの). Key sections include:

- Space 1: Before Disassembly (事前処理)**: Initial steps and safety measures.
- Space 2: Mechanical Disassembly (機械で「解体」)**: The use of heavy machinery to dismantle the vehicle.
- Space 3: Worldwide Recycling (世界で「再利用」)**: How parts are recycled globally.
- Space 4: Recycling Fees (リサイクル料金)**: Information on fees and regulations.

 The right side features a large vertical banner: 'Reuse parts and reuse them' (使える部品を再利用). The bottom right includes contact information for JARC and a QR code.

※記事のPDF版 : <https://www.jarc.or.jp/trend/10972/>

【破碎事業者編】

This infographic focuses on the crushing and recycling of vehicle parts. It features a central theme of 'Progress! For the sake of the future Earth! Advance! Car Recycling' (進め! くるまの進め! くるまの). Key sections include:

- Space 1: Careful Crushing (細かく砕く「破碎」)**: The process of shredding metal parts.
- Space 2: Recycling by Type (種類ごとに「分別・回収」)**: Sorting materials for specific recycling paths.
- Space 3: Recycling Fees (リサイクル料金)**: Information on fees and regulations.

 The right side features a large vertical banner: 'Birth of new resources' (生まれかわる資源たち). The bottom right includes contact information for JARC and a QR code.

※記事のPDF版 : <https://www.jarc.or.jp/trend/10986/>

【販売事業者編】

This infographic discusses the role of sales businesses in vehicle recycling. It features a central theme of 'Progress! For the sake of the future Earth! Advance! Car Recycling' (進め! くるまの進め! くるまの). Key sections include:

- Space 1: User's Important Role (ユーザーの大切な役割! 「リサイクル料金」)**: The importance of paying recycling fees.
- Space 2: Eco-friendly Recycling (エコな車リサイクル)**: Promoting environmentally friendly recycling practices.
- Space 3: Correct Handling of Airbags and CNG (エアバッグやプロパンガスを正しく処理するために)**: Safety and environmental protocols for hazardous materials.
- Space 4: Recycling Fees (リサイクル料金)**: Information on fees and regulations.

 The right side features a large vertical banner: 'Recycling is essential' (リサイクルのかけはし). The bottom right includes contact information for JARC and a QR code.

※記事のPDF版 : <https://www.jarc.or.jp/trend/11087/>

【オークション編】

This infographic highlights the role of auctions in vehicle recycling. It features a central theme of 'Progress! For the sake of the future Earth! Advance! Car Recycling' (進め! くるまの進め! くるまの). Key sections include:

- Space 1: Auctions Connect Buyers and Sellers (売りたい人と買いたい人をオークションが結ぶ!)**: How auctions facilitate the sale of vehicles.
- Space 2: Car Recycling Fees (出品される車をすみずみまでデタッチ)**: Ensuring proper recycling of all vehicle components.
- Space 3: Recycling Fees (「リサイクル料金」は買った人にバトンタッチ)**: The transfer of recycling fees to the buyer.
- Space 4: Recycling Fees (リサイクル料金)**: Information on fees and regulations.

 The right side features a large vertical banner: 'Car recycling and push' (車の再利用をあと押し). The bottom right includes contact information for JARC and a QR code.

※記事のPDF版 : <https://www.jarc.or.jp/trend/11184/>

6. 中止した第4回「クルマのリサイクル作品コンクール」表彰式の代替策

新型コロナの影響に留意し中止とした第4回「クルマのリサイクル作品コンクール」の表彰式（2021年3月27日）の代替策を受賞者の保護者及び受賞者の学校関係者と協議・調整を行った。その結果を踏まえ、個別に入賞者を訪問・表彰を行っている。

【実施概要】



【標語の部】最優秀賞
坂口快月さん



【標語の部】審査員特別賞
田村亜弥奈さん



【ポスターの部】審査員特別賞
奥野楓果さん



団体賞
東京都品川区立八潮学園



団体特別賞
鹿児島県指宿市立利永小学校



団体特別賞
沖縄県竹富町立波照間小学校

7. 活動費の執行状況（上半期）

2021年4月から9月（上半期）までにユーザー理解活動に要した費用は、7,260万円（執行率67.1%）であった。主として計画していた地域イベント等が中止又は延期になったために執行率は低くなった。

＜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（第1Q・2Q）		
				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"> ●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 	2,350	974	215	22.0%
2	若年層に向けた情報発信を強化する	<ul style="list-style-type: none"> ●関係者と共に取り組む自動車リサイクルの紹介 ●作品コンクールを通じての理解普及 ●自動車教習生の認知拡大 	8,050	4,313	1,599	37.1%
3	各種メディアを活用して露出を高める	<ul style="list-style-type: none"> ●動画配信による認知拡大と関心喚起 ●ユーザーの関心事に応じた情報提供 	12,500	4,500	4,697	104.4%
		<ul style="list-style-type: none"> ●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	-
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"> ●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 	1,650	930	645	71.5%
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 ●情報発信の効果検証 他 	650	100	84	84.1%
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"> ●新規取組の実務支援 ●リスク低減の観点での支援 他 	1,000	0	0	-
合 計			26,200	10,817	7,260	67.1%

*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。

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