

(報告) 2025年度 ユーザー理解活動

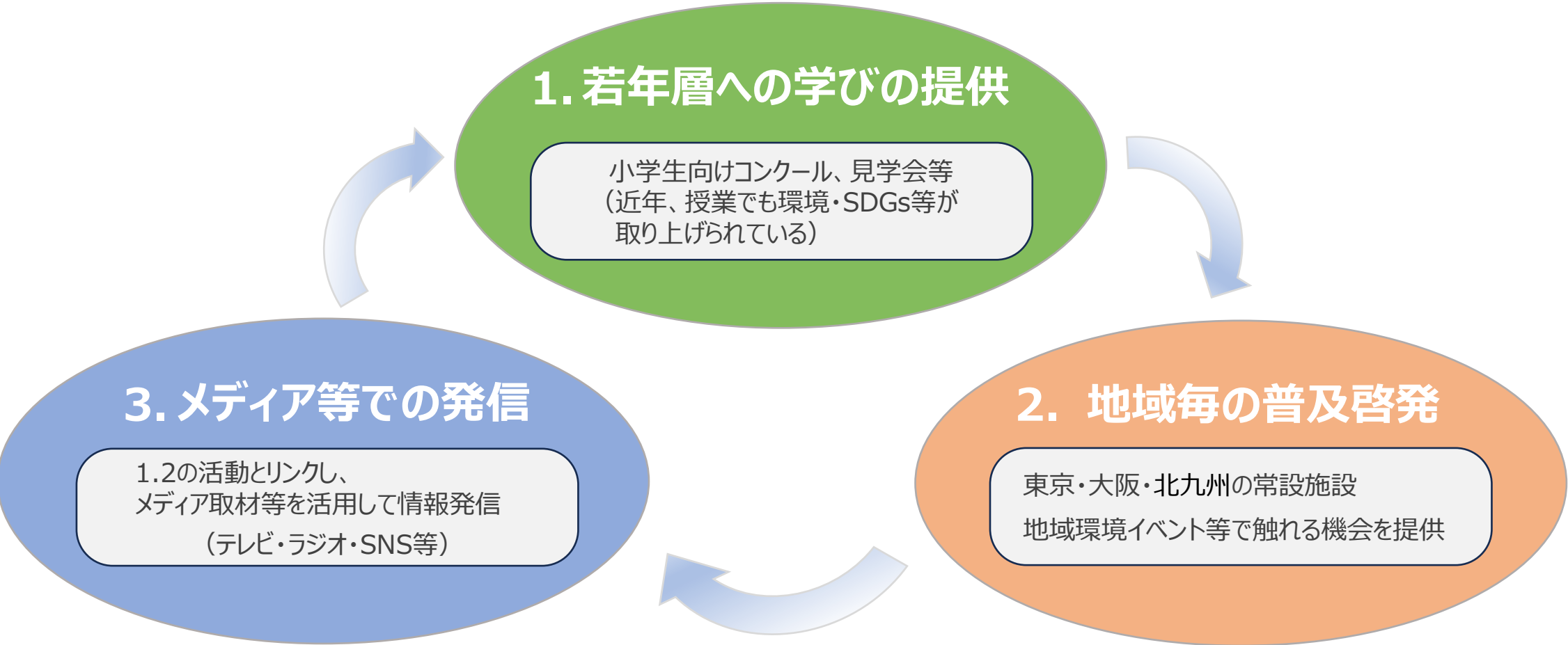
公益財団法人 自動車リサイクル促進センター

2026年6月3日

1. ユーザー理解活動 概要	 P 2
2. ユーザー理解活動に要した費用	 P 3
3. 活動詳細	
(1) 地域毎の普及開発	 P 4
(2) 小学生への学びの提供	 P 5
(3) 若年層への学びの提供	 P 9
(4) メディア等での発信	 P10
4. まとめ	 P11

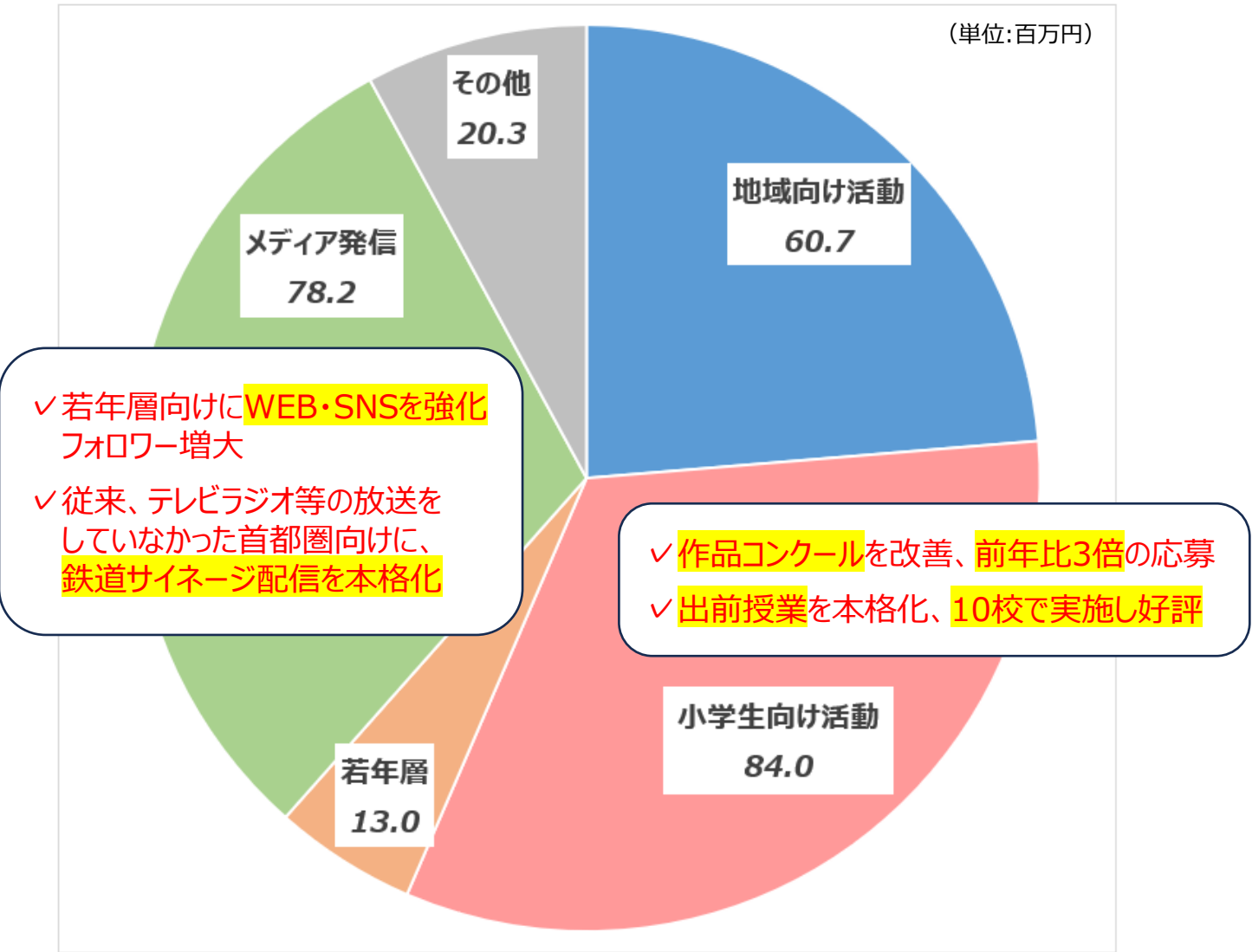
1. ユーザー理解活動 概要 (リマインド)

2021年7月自動車リサイクルに関する合同会議（産業構造審議会，中央環境審議会）の「自動車リサイクル制度の施行状況の評価・検討に関する報告書」の提言に基づき、**幅広い観点からユーザーの理解を促進**するため、関係者間の連携を促進しつつ、より透明性の高い情報発信を行う。また、ユーザーと事業者間の円滑な取引に寄与するため、制度における**ユーザーの役割について普及啓発**に取り組む。



2. ユーザー理解活動に要した費用

- 予算 **2.62** 億円に対し実績は **2.56** 億円 (97.8%)。予算を有効活用し **小学生向け・メディア発信等に注力・改善**し成果を得た。



(単位:百万円)

予算分類	予算 ①	実績 ②	執行率 ②/①
地域向け活動	63.0	60.7	
地域イベント	20.0	19.8	
高速SA配信	35.0	33.6	
常設展示 他	8.0	7.3	
小学生向け活動	81.5	84.0	
見学会・こども新聞	30.0	29.5	
作品コンクール	36.5	39.5	
出前授業	15.0	15.0	
若年層 (免許取得年齢層)	16.0	13.0	
免許教本	11.0	9.2	
大学生見学会	5.0	3.8	
メディア発信	75.4	78.2	
TVラジオ	62.4	52.2	
WEB・SNS	8.0	15.0	
鉄道サイネージ (トレインTV)	5.0	11.0	
その他	26.1	20.3	
認知度調査	4.0	4.0	
その他 (印刷物,保守契約等)	17.1	16.3	
予備費	5.0	0.0	
予算総計	262.0	256.2	97.8%

3 -(1). 地域毎の普及啓発

- 地方公共団体等が主催する地域イベント13か所に出展。 約1万4千人が当財団ブースへ来場。出展の様子はSNS等で発信。
- 地域の学習施設3カ所 (自治体からご要望) で、夏休み児童向けのワークショップを実施。 (漫画活用講座 + 自動車の廃材由来のインクを使用した工作)

地域イベントへの出展

エリア	イベント名	開催月日
北海道	環境広場さっぽろ	7/26-27
関東	八王子環境フェスティバル	6/15
	エコフェスひたち	6/28
	エコプロ	12/10-12
北陸	ふるさと環境フェア	9/27
	とやま環境フェア	10/11-12
	いしかわ環境フェア	11/1-2
中部	環境デーなごや中央行事	9/13
近畿	京都環境フェスティバル	2/11
中国・四国	「環境の日」広島大会	6/15
	まつやま環境フェア	10/25-26
九州	環境フェスタかごしま2025	10/18-19
	環境フェスティバルふくおか	10/25-26



福井



北海道



鹿児島

学習施設でのワークショップ

自治体	学習施設	開催日
入間市	入間市産業文化センター	7/19
東京都中央区	東京都中央区立環境情報センターエコノバ	8/10
東京都板橋区	東京都板橋区立リサイクルプラザ	8/16



入間市産業文化センター



東京都中央区立
環境情報センターエコノバ



東京都板橋区立
リサイクルプラザ

3 -(2). 小学生への学びの提供① 事業者見学会

- 小学生を対象にした事業者見学会を6回実施。 見学会実施に際してはメディア誘致による情報拡散に取り組んだ。
- 同見学会とリンクする企画として、小学生新聞に記事を掲載 (発行部数 140万部)。

製造事業者	販売事業者	オークション会場	整備事業者	解体事業者	破砕事業者
ダイハツ工業 (京都)	富山ダイハツ販売 (富山)	JU青森 (青森)	カーメッセiSHii (香川)	永田プロダクツ (山形)	マテック (北海道)
見学会の様子					
					
小学生新聞への掲載					
					

3 -(2). 小学生への学びの提供② 第9回「クルマのリサイクル作品コンクール」(1/2)

コンクールの魅力を向上するため、小学生に人気のインフルエンサーを審査員に起用、各作品が印刷された記念品の配布等の改善により

★前年度比 約3倍 の、応募数：15,915 作品 / 562団体（前年 4,915作品 / 160団体）の応募を受領した。

昨年度の応募減少を踏まえ、23年度は応募したが24年度は応募しなかった89校にヒアリングを実施し、改善策を盛り込み。

主なヒアリング課題		主な改善施策
①	作品を出す児童が少ない ✓児童目線で魅力が 乏しい (一目で分かる 売りが無い)	参加賞として、 自分の作品が印刷された記念品を配布
②		小学生に人気1位のインフルエンサーを 審査員に起用
③		選外作品もSNSやWebで公開
④	他のコンクールを優先される ✓学校への フォロー・アプローチが 多い他コンクールを優先	見送り校へ改めてご挨拶 継続参加校へのお礼ご挨拶
⑤	応募スケジュールが遅い	2学期開始前に各学校にチラシで通知
⑥	小学校での 取組規模が減っている (先生不足等)	小学校以外に、絵画教室を訪問・開拓



自分の作品が
印刷された
記念品の例



3 -(2). 小学生への学びの提供② 第9回「クルマのリサイクル作品コンクール」 (2/2)

【最優秀賞】



リサイクル
未来へつなぐ
私の責任

札幌市立
資生館小学校6年
縄 乃々香さん

東京都北区立
滝野川第三小学校5年
二川 誠一郎さん

【小学生新聞賞】



相模原市立
上鶴間小学校6年
前田 琥太郎さん

リサイクル
資源循環
加速中

埼玉県北本市立
北小学校4年
坪井 穂果さん

3 -(2). 小学生への学びの提供③ 出前授業

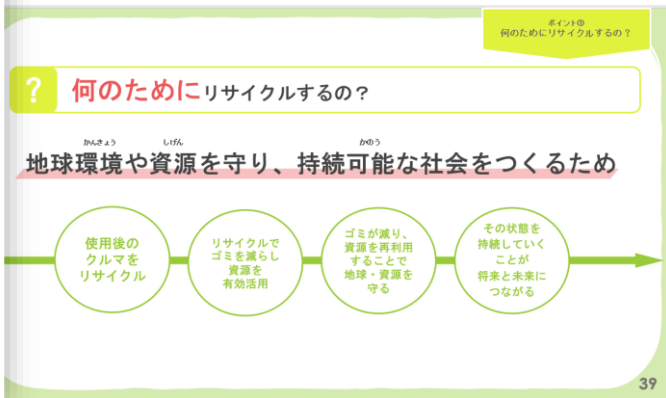
- 小学5年生でのSDGs授業に合わせ出前授業を実施。昨年度のトライアルを踏まえ、**児童の関心を惹く漫画教材を中心に構成**。
★ 見学会・作品コンクールへの応募校 (出前授業のご要望校) を対象に、本年度は**10校で実施し好評**を得た。

小学生を対象にした出前授業



昨年度に各小学校に配布した漫画教材を活かし読み聞かせ(ミニお芝居)・動画や資料・児童の意見発表などを組み合わせた授業としている。

先生・児童の皆さんより、授業の最後まで興味をもってSDGs/循環型社会への理解が深まると、好意的な意見をいただいている。



3 -(3). 若年層への学びの提供 大学生,新たに運転免許を取得する方を対象とした活動

- 大学生を対象にした解体現場の見学会を4回実施。見学会実施に際してはメディア誘致による情報拡散に取り組んだ。
- 自動車リサイクルの情報を掲載した運転免許学科教本を約75万部配付。

大学生への知る機会の提供

参加大学	協力事業者	開催日
立命館大学	KMI 株式会社	12/17
立教大学	リバー 株式会社	12/19
山口大学	株式会社 シーパーツ	1/22
神奈川大学	株式会社 啓愛社	1/29



KMI 株式会社



リバー株式会社

新たに運転免許を取得する方への情報提供

未来の地球のために!進め!クルマのリサイクル
循環型社会の実現に向けたクルマのリサイクルの取り組みを知ろう!

楽しく学べるクルマのリサイクル
特設ページ OPEN

自動車リサイクルタウンへ
行ってみよう!

それぞれの建物では、冊子や映像、リサイクルの現場を
体験できるツアー、クイズやコンクール作品など
様々なコンテンツが見られるよ。

各賞品は原材料に戻して
様々な製品に使われます。

残ったシュレッダーダストは
ユーザーが支払った
リサイクル料金を使って
さらに原材料に製しなり
熟成として再利用されます。

残った車体などは
シュレッダー機で
粉砕されます。

まだ使える部品は
取り外して中古部品として
流通されます。

ユーザーが支払ったリサイクル料金を使って
エアバッグ等は取り外して
販売されます。

天然資源の使用を少なくしたり
リサイクルのしやすさを意識したクルマが
つくられています。

クルマを買うとき
リサイクル料金をとして
約6,000-18,000円を支払います。

ユーザーは車を長く
大切に乗ります。車検のとき
リサイクル部品を
使うようにします。

リサイクルは部品を使うことのメリット
廃棄物の削減 資源の節約
自動車部品は 部品よりも
エコロジー 部品が
自然に分解。

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。

ユーザーが支払ったリサイクル
料金を使って、フロンガスは回収して
再利用されます。

詳しくは自動車リサイクル促進センター HP まで

JARC 公益財団法人 自動車リサイクル促進センター <https://www.jarc.or.jp/>

運転免許取得者の内、
20代以下の割合は
約79%。

若年層を中心に、
訴求する活動を行う。

学科教本掲載

3 -(4). メディア等での発信

- ニュースリリースを40件配信。当該情報がネットメディア2,990媒体に転載。（推定接触者 817万人）
- テレビ地上デジタル放送で896本配信。ラジオ放送1,189本配信。
- ★ 首都圏を補完する媒体として鉄道サイネージでの配信を広範囲に6社16路線で実施。
- ★ 若年層向けにSNS (インスタグラム) も活用。

ニュースリリースの配信

News Release

第9回「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

特別審査員・小島よしおさんが登場！
「小島よしお賞」授与とネタ披露で受賞者を祝福

第9回「クルマのリサイクル」作品コンクール 表彰式

公益財団法人自動車リサイクル促進センター（所在地：東京都港区、代表理事：梶田周士）は、2026年3月25日（水）、《もみアガ会館》において第9回「クルマのリサイクル」作品コンクールの表彰式を開催しました。

このコンクールは、小学生が自動車リサイクルについて学んだことを知ってほしいと作品にすることで、循環型社会の実現に向けた自動車リサイクルの取組の推進を図ることを目的としています。日本全国の児童や若者から作品が寄せられ、審査の結果、各部門の最優秀作品32点ずつが選ばれ、表彰式では各部門の上位入賞者に賞状と賞金が贈られました。

また表彰式には、本コンクールの特別審査員を務めるお笑い芸人の小島よしおさんが登場しました。「小島よしお賞」の受賞者には、小島さんからの直接賞状が授与され、受賞者および来場者へ、作品づくりに貢献したことを称えるメッセージが贈られました。さらに会場ではネタも披露され、終始あたたかな雰囲気の中、受賞者にとって記憶に残る表彰式となりました。

News Release

2026 ESG FINANCE AWARDS JAPAN SPECIAL

自動車リサイクル促進センター（JARC）環境省 主催
「ESG ファイナンス・アワード・ジャパン」特別賞を受賞

公益財団法人自動車リサイクル促進センター（所在地：東京都港区、代表理事：梶田周士、以下「JARC」）は、環境省が主催する「第7回 ESG ファイナンス・アワード・ジャパン」において、特別賞を受賞しました。

※ 環境省ウェブサイト <https://www.env.go.jp/special/esg/2026.html>

「ESG ファイナンス・アワード・ジャパン」は、ESG 金融または環境・社会事業に積極的に取り組み、インパクトを与えた機関投資家、金融機関、仲介業者、企業などについて、その先進的な取り組みを表彰し、広く社会で共有し ESG 金融の普及・拡大につなげることを目的に、環境省が2019年度に創設した表彰制度です。

JARC は、自動車リサイクル料金を原資とした ESG 投資や ESG 債券市場の発展を目的とした「発行体とのエンゲージメント」等を積極的に進めており、このたび、それらを評価いただき特別賞を受賞しました。

JARC は、今後も他の機関となるサステナブルファイナンスに取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

インターネットメディア例

CNET Japan、ZDNET Japan、RBB TODAY、共同通信デジタル、Response、ZAKZAK、週刊女性PRIME、exciteニュース、Infoseekニュース、J-CAST ニュース、毎日スタイル 他

テレビ・ラジオ等による情報発信

区分	地域	放送局	接触者数計画
テレビ (地上)	関東を除く 全国	関東を除く全国 特に、認知度の低い 傾向の見られる地域 (過去5年平均) に、 重点して配信 2025重点配信 ・富山・福井・滋賀 ・広島・三重	1億3,000万人
ラジオ	全国	TOKYOFM、 TBSラジオ、ニッポン放送	1億7,000万人

鉄道サイネージによる情報発信

鉄道 サイネージ	関東圏 ・ 首都圏	鉄道6社（JR東日本、 小田急、京王、西武、東武、 東京メトロ）の16路線
-------------	-----------------	---

SNS (インスタグラム) の活用

4. まとめ

- 最新のユーザー認知度(全年齢)は約80%, 若年齢(30歳未満)は約70%。

*ユーザー認知度・・・全国で調査時点から3か月以内の自動車購入者を対象とし自動車リサイクル法の認知度を調査

理解活動の効果もあり認知度は上昇傾向だが、若年層の更なる向上のため、

- ✓ 若年層はSNS/インターネットの認知が高いため、これらを強化する。
- ✓ 上記 SNS/インターネットの強化と共に、
首都圏では鉄道サイネージの活用を強化する。

鉄道サイネージ



SNS



- 将来リサイクルの核を担う児童・生徒に向け、
資源循環の重要性も盛り込んだ学びの機会拡大に注力する。

出前授業



コンクール



- テレビCM/鉄道サイネージで利用するCM動画について、2020年に作成したものから新たなコンセプトでリニューアルを行う。
(4~5年程度での見直しが一般的であり、放映権の年間更新料も発生している)
→ 本年度コンセプト企画 / 予算化(概算2,000万)、次年度新CM作成

／以上

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