

# 普及啓発活動への取組み

平成30年12月10日

一般財団法人家電製品協会

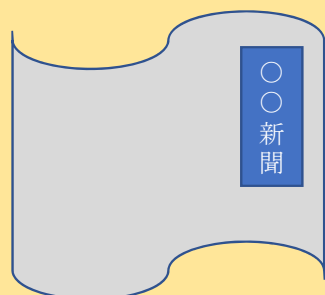
# 家電製品協会における普及啓発活動

## 普及啓発活動の目的

消費者や事業者に対し本法律の意義等を明確にし、特定家庭用機器（家電リサイクル対象品目）の適正な排出（排出方法・料金）に対する理解を周知していく。

## 主な媒体

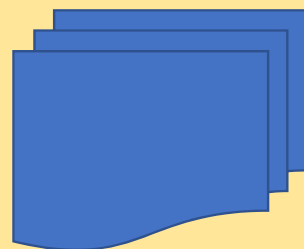
新聞(一般紙)



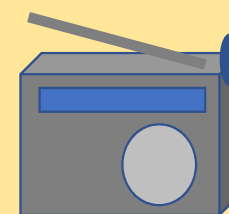
チラシ



冊子



ラジオ



映像広告

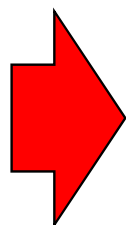


# 家電製品協会における2016年までの主な広報・広告媒体

	媒体	特徴	課題
1	新聞(一般紙)広告	広く宣伝が出来る(視覚)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>効果が限定的</b> (見た人・聴いた人のみ) となってしまう</li> <li>➤ <b>家電リサイクル法の詳細を伝えることは困難</b></li> <li>➤ <b>効果測定が出来ない</b></li> </ul>
2	冊子等	特定の方へ詳しく宣伝が出来る	
3	ラジオCM	広く宣伝が出来る(聴覚)	
4	シネアド(映画広告)	テレビCMに比べインパクト(大画面・大音量)や上映前の意識高揚により認知率や理解度が望める	
5	家製協ホームページ「これで解決!家電リサイクル」	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>家電リサイクルの仕組みを詳しくご案内出来る</b></li> <li>➤ <b>アンケートによる情報収集が可能</b></li> <li>➤ 問合せにも対応できる</li> <li>➤ アクセス数(PV・UU)の把握できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>効果が限定的</b> (サイト訪問者のみ)</li> </ul>

課題

- ◆効果が限定的
- ◆詳細を伝えることが困難
- ◆効果測定が出来ない



改善策

各広告媒体により広く知らせ、「これで解決!家電リサイクル」サイトへ誘導し、家電リサイクルの仕組みを理解して頂くと共に、各媒体活用後の同サイトのアクセス数を測定し各広告の評価を行っていく。

## インターネット活用により期待される効果

- 何時でも最新の情報を見ただけ
- 環境さえあれば何処でも見ただけ
- 効果の測定・検証が可能となる
- アンケート等の拡張性が見込める

# 2017年からの普及啓発カレンダー

普及啓発方法		平成29年 (2017年)								平成30年 (2018年)							
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
Web広告	マイナビウーマン			6/26~8/6													
	マイナビニュース			6/28~8/21													
SNS	年末商戦							12/8~12/21	◆								
	引越し									2/9~3/15	◆						
	エアコンリニューアル												5/24~5/30	◆			
リスティング	試行	4/24~6/1															
	エアコン・繁忙			6/9~7/31													
	引越し										2/2~5/13						
ラジオ	TOKYOFM															7/23~8/16	◆

# インターネットを活用した普及啓発活動(WEB広告)

## 目的

「これで解決！家電リサイクル」への誘導強化と適正排出啓発

## マイナビ活用のポイント 2016年2月-3月にも実施し評判が良かったことも選定の理由

- 訴求ターゲットの絞込み  
マイナビウーマン：20、30代女性  
マイナビニュース：持ち家、購買欲が高い、ファミリー層
- アンケート(マイナビウーマン) が実施可能

## ➤ 実施内容

「エアコンシーズン＆お盆の帰省時の実家の片付け」をテーマに広告を掲載。また、不用品(無料)回収業者利用に潜む違法性、危険性を合わせて案内。

⇒①マイナビウーマン(7ページ) : 2017.6.26～8.6(42日間)

②マイナビニュース(6ページ) : 2017.6.28～8.21(55日間)

## ➤ 試行ポイント

「読んでもらう」ことを目的とした広告により読了状況や脱落ポイント等の情報を収集できる仕組みで実施

⇒約半数のユーザーが読了

# ①マイナビウーマン：【マンガ】この夏こそ実践したい！実家の親が待ち望んでいる“意外な親孝行”ってに……



★ポイント  
マンガで家電リサイクルを取上げ、あわせて無料回収業者に対する注意喚起を実施した。



## ② マイナビニュース：帰省する人必見！意外なことが親孝行に……



自分の部屋が物置に！中には、母が処分できずに困っていたテレビがあった。



パソコンで処分方法を検索



指定引取場所へ自分で持ち込むには郵便局で事前に料金を振り込む必要があることを知る。



料金を振り込み指定引取場所へ出かける



指定引取場所へテレビを引き渡し処分完了

**あらずじ**  
実家へ帰省すると、自分の部屋が物置となっており、中には母が処分できずに困っていたテレビがあった。パソコンで処分方法を調べ、自分で指定引取場所へ持込み処分完了。帰省時、意外な親孝行が出来た。



# インターネットを活用した普及啓発活動(SNS)

## ➤ 実施内容

SNSを活発に利用する20～30歳代層を主な対象に、「家電4品目の廃棄」に関する動画を2種類作成し配信(Facebook、Twitter)

⇒ 1回目：年末商戦対応:2017.12.8～12.21(14日間)

2回目：転勤・就職の引越対応:2018.2.9～3.15(35日間)

3回目：エアコン廃棄時期対応:2018.5.24～5.30(7日間)

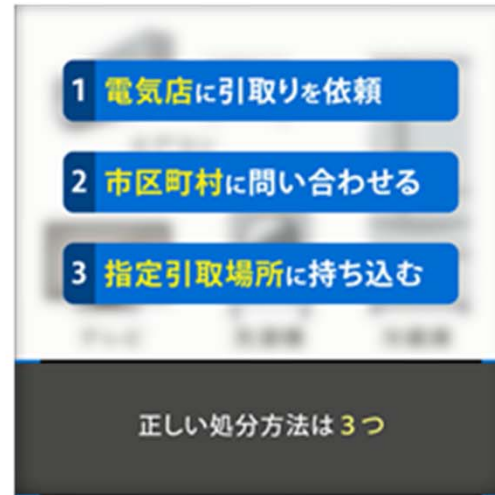
	動画題名	訴求ポイント
動画A (30秒)	あなたは知っていた？家電4品目の「正しい処分方法」	家電リサイクルの方法をPR
動画B (30秒)	大掃除の前に要チェック！よく見る不用品回収業者とのトラブルが続出している！？	不用品回収業者とのトラブルへの注意喚起

## ➤ 試行ポイント

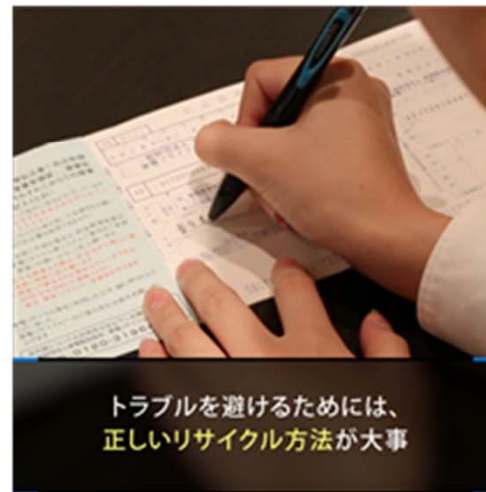
表現の異なる(「動画A」と「動画B」)、動画を配信しどちらの切り口の方が興味を持っていただけるかを測定した。

⇒完全視聴率は、Facebook A(16%) > Facebook B(14%) > twitter A(13%) > twitter B(12%)であった。また、30歳以上の女性の完全視聴率が18%と最も高かった。

■配信動画A「あなたは知っていた？家電4品目の「正しい処分方法」編（30秒）」



■配信動画 B 大掃除の前に要チェック！よく見る不用品回収業者とのトラブルが続出している！？編 (30秒)



## ラジオを活用した普及啓発活動（ラジオ）

### 実施内容

エアコン需要期を迎え家電リサイクル品の引取量が増大するタイミングを捉え、**適正排出を訴求するために「これで解決！家電リサイクル」をPRするラジオCM**を実施した。

⇒「2018.7.23～8.16」にTOKYOFMにて20秒CMを32回、120秒CMを1回実施

数年にわたり実施しており、内容を変えて定期的に行うことにより『**想起率の向上**』を目指して実施



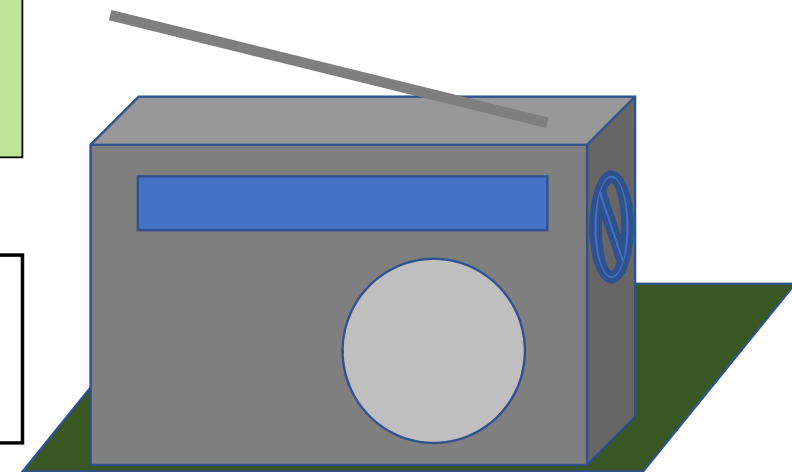
ラジオCM

一句編

家電昔話洗濯機編

家電昔話冷蔵庫編

家電昔話リサイクル編



# リ스팅広告を活用した普及啓発活動 1

## リ스팅広告とは

リ스팅広告とは、検索エンジンでユーザーがあるキーワードで検索した時に、その検索結果に連動して上部へ表示される広告

検索 エアコン 処分

エアコン格安処分／処分量に応じたお得なプランあり  
広告 [www.〇〇.jp](#) ▼  
見積り無料！ 格安で処分します。親切・丁寧に対応いたします。

即日／不用品回収 | 軽トラパック詰め放題が 20,000 円  
広告 [www.〇〇.jp](#) ▼  
定額・明朗会計で安心。どんな不用品でも迅速対応。トラック圏内どこでも。

【地域最安値】家電の処分 24 時間対応します！  
広告 [www.〇〇.com](#) ▼  
お電話一本！ 近くを走っている軽トラックがすぐにうかがいます。お得な定額プランも

エアコン引取り | 関東内どこでも／不用品軽トラ積み放題プランあり  
広告 [www.〇〇.com](#) ▼  
エアコン買い取ります。関東全域に対応！ 各種不用品の軽トラ積み放題 15,000 円から。

家電リサイクル法(特定家庭用機器再商品化法)(METI/経済産業省)  
[www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/kaden\\_recycle/index.html](#) ▼  
家電リサイクル法とは一般家庭や事務所から排出された家電製品(エアコン、テレビ(ブラウン管、液晶・プラズマ)、冷蔵庫・冷凍庫、…)

これで解決家電リサイクル  
<https://www.kaiketsukr.com/> ▼  
こんな時はどうすればいいの？  
家電リサイクルで迷ったら、このサイトで解決します。

## リ스팅広告欄

※検索エンジンのイメージでAEHAで作成

エアコン格安処分／処分量に応じたお得なプランあり

広告 [www.〇〇.jp](#) ▼

見積り無料！ 格安で処分します。親切・丁寧に対応いたします。

即日／不用品回収 | 軽トラパック詰め放題が 20,000 円

広告 [www.〇〇.jp](#) ▼

定額・明朗会計で安心。どんな不用品でも迅速対応。トラック圏内どこでも。

【地域最安値】家電の処分 24 時間対応します！

広告 [www.〇〇.com](#) ▼

お電話一本！ 近くを走っている軽トラックがすぐにうかがいます。お得な定額プランも

エアコン引取り | 関東内どこでも／不用品軽トラ積み放題プランあり

広告 [www.〇〇.com](#) ▼

エアコン買い取ります。関東全域に対応！ 各種不用品の軽トラ積み放題 15,000 円から。

## リスティング広告を活用した普及啓発活動 2

### インターネットを活用した普及活動の課題

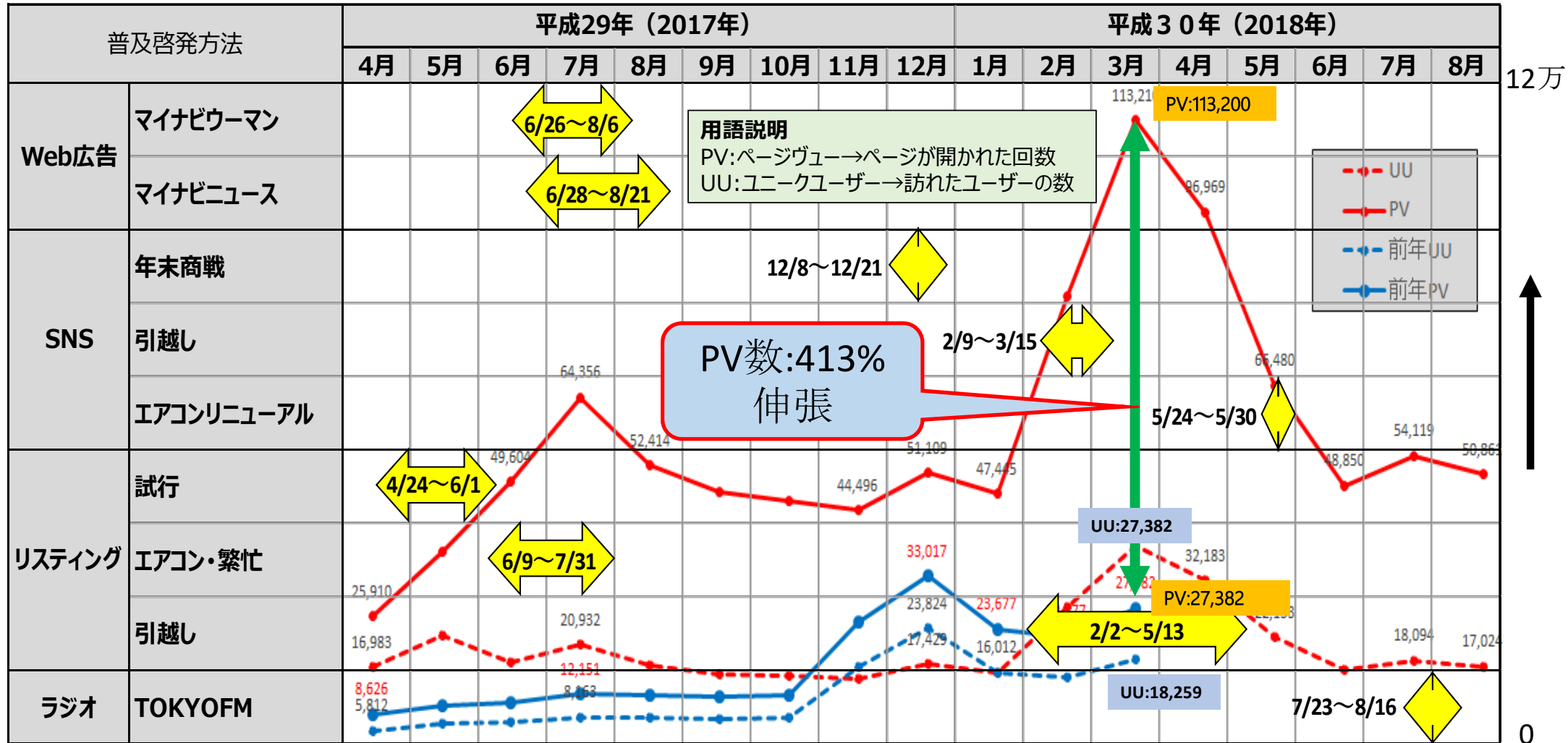
検索者に「これで解決！家電リサイクル」を見て、家電4品目の適正排出をご理解頂きたいが、検索の結果、当サイトより掲載順位が高い違法な回収業者サイトへ誘引され、誤った処分をしてしまうケースや金銭トラブルに巻き込まれるケースがある。

### 改善策

購買量が増える時期は、ネット検索数も増加することから、この時期を狙いリスティング広告を行い、検索結果として表示される当サイトの掲載順位を上げ、当サイトへ導線を確認し、課題を軽減させていく。

	シーズナリティー	実施期間
第1弾	試行（検索用語・組合せ検討）	2017年4月24日～6月1日
第2弾	ボーナス+エアコン買い替え	2017年6月9日～7月31日
第3弾	転勤・就職等に伴う引越し	2018年2月2日～5月13日

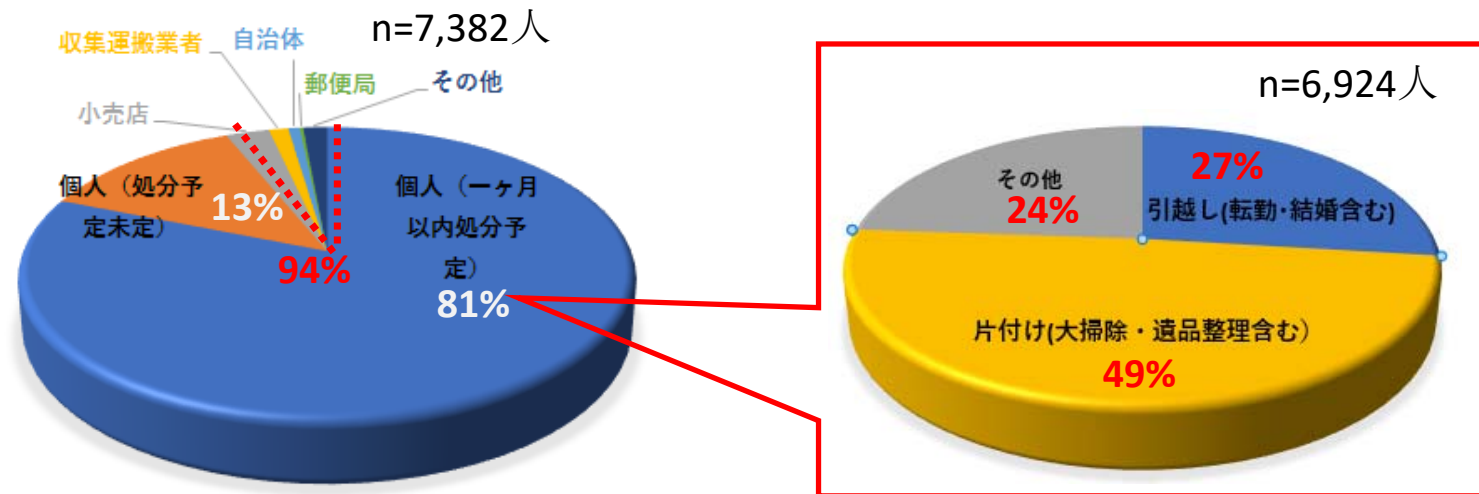
# 普及啓発と『これで解決！家電リサイクル』のアクセス状況



# サイト内アンケート結果からのサイト訪問者の特徴

調査期間	2017年3月～2018年3月
対象	「これで解決!家電リサイクル」サイトのリサイクル料金検索者（任意アンケート）
回答者人数	7,382人（男性62%：女性38%）、（個人94%：小売店・その他6%）

## 調査して判った事



- リサイクル料金検索のための訪問者のうち94%が個人の方であった。
- 個人訪問者(n=6,924人)の内、一ヶ月以内に処分を予定している方は86%であった。
- 処分するきっかけは、片付け(大掃除・遺品整理含む) 49%、引越し(転勤・結婚等含む) 27%、その他24%という状況であった。



# 今後の普及広報活動の展開について

## 基本方針

「これで解決！家電リサイクル」のより一層の使い易さ・わかり易さの改善を進めていくと共に、同サイトへの誘導策としての普及広報活動をより効率的かつ効果的に推進する。

## 今後の進め方（適正排出を促す効果的な活動方法）

ライフイベント(大掃除・引越し・購入需要期) に合わせたリスティング広告により、家電4品目処分を予定している方を「これで解決!家電リサイクル」サイトへタイミングよく誘導し、適正な処分方法・手順を周知していく。

リサイクルの始まりは正しい処分から  
これで解決!家電リサイクル



エアコン



テレビ

リサイクルの始まりは  
正しい処分から



END



冷蔵庫・冷凍庫

洗濯機・  
衣類乾燥機



家電リサイクル法に基づき、正しい処分方法をご案内します。