

2018 年度 自動車リサイクルの高度化等に資する
調査・研究・実証等に係る助成事業

自動車リサイクルに関する消費者への周知活動

報告書

2019年3月

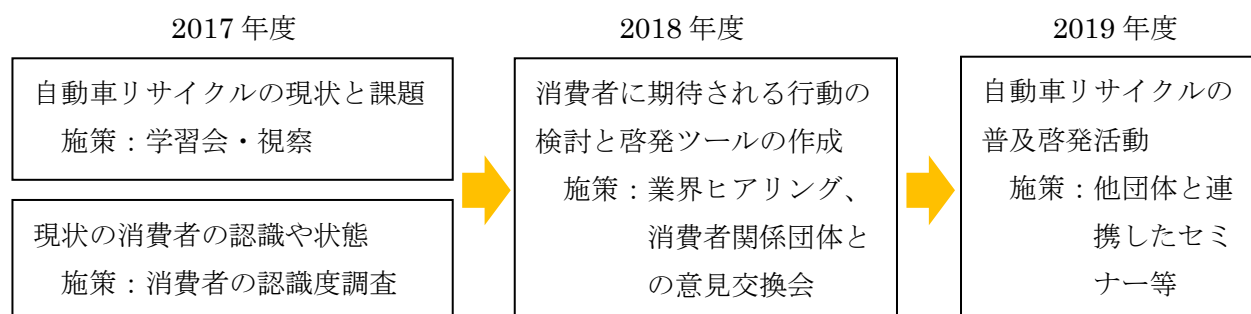
公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

担当者連絡先

担当者名	: 村上 千里
部 門	: 環境委員会
電話番号	: 03-6434-1125

はじめに

本事業は、自動車リサイクルに関する現状と課題、消費者の責任等を周知することによって、自動車リサイクルへの積極的参加および環境配慮設計の自動車の購入等、消費者の責任ある行動を促進し、循環型社会の実現に寄与するべく、3 ヶ年で事業を実施するものである。



2 年目に当たる 2018 年度は、昨年度に行ったアンケート調査結果をふまえ、自動車リサイクルについて消費者に訴求すべきポイントを整理し、不明な点を業界団体にヒアリングした上で、啓発ツールとして小冊子を制作した。また、次年度の普及事業のあり方について、本会の支部及び消費者団体や環境学習センターの参加を得、意見交換会を開催した。

1. 業界ヒアリングの実施

訪問日程	訪問先
2018 年 9 月 5 日（水）	一般社団法人 日本 ELV リサイクル機構
2018 年 9 月 19 日（水）	一般社団法人 日本自動車整備振興連合会（JASPA）
2018 年 10 月 3 日（水）	一般社団法人 日本自動車販売協会連合会（自販連）
2018 年 10 月 10 日（水）	一般社団法人 日本損害保険協会

2. 消費者団体等との意見交換会

開催日時： 2018 年 12 月 2 日（日）13:00～15:30

参加団体： NACS 地方支部（6 支部）、主婦連合会

（一社）全国消費者団体連絡会、（一財）消費科学センター

（公財）消費者教育支援センター、板橋区立エコポリスセンター

3. 啓発ツールの制作

小冊子「もっと自動車リサイクル」（A5 版 16 ページ、カラー、5000 部）

および電子ブックを制作



目 次

1. 助成事業の計画	1
1. 1 自動車リサイクル業界における事業の位置付け・背景	
1. 2 事業の実施内容	
1. 2. 1 事業計画概要	
1. 2. 2 事業の実施体制	
1. 2. 3 事業の実施スケジュール	
2. 助成事業の報告	5
2. 1 助成事業実施結果	
2. 1. 1 業界ヒアリングの実施	
2. 1. 2 消費者団体等との意見交換会	
2. 1. 3 啓発ツールの制作	
2. 2 実施結果を踏まえた考察	
3. 2019 年度以降の助成事業展開	22
3. 1 想定する事業の内容	
3. 2 事業の実施体制	
3. 3 事業スケジュール（工程表を含む）	
3. 4 資金計画	
3. 5 当初計画からの変更点	
資料編	26
啓発用小冊子	

1. 助成事業の計画

1. 1 自動車リサイクル業界における事業の位置付け・背景

使用済自動車の再資源化等に関する法律（以下、自動車リサイクル法）の公布（2002年7月）から15年がたち、有価で処理できない物のリサイクルや、不法投棄車両の撤去等、私達の生活環境の改善に成果が見えてきている。しかし、資源循環型社会の実現に向けて、自動車の長期使用や中古部品の活用、環境配慮設計がなされた自動車の選択等、消費者の理解と責任ある行動が伴わないと進まない重要な課題は積み残されたままである。

業界による調査では、自動車リサイクル法の認知度は所有者では8割に上るといわれている¹。しかし、自動車を購入しない消費者は、自動車リサイクル法の存在の認知も危ういと思われる。そして双方ともに移動や運輸等で自動車の恩恵は受けているにも関わらず、自動車リサイクルの仕組みや、リサイクルの実施状況、今後の自動車の進化に伴う資源循環に関する課題等に関し、十分な情報を得ておらず関心を持ちにくいという現状がある。

1. 2 事業の実施内容

上記のような背景をふまえ、本事業は、自動車の所有・非所有にかかわらず、若年層を含むすべての消費者に対し、自動車リサイクルに関する現状と課題、消費者の責任等を周知することによって、自動車リサイクルへの積極的参加および環境配慮設計の自動車の購入等、消費者の責任ある行動を促進し、循環型社会の実現に寄与することを目的とする。

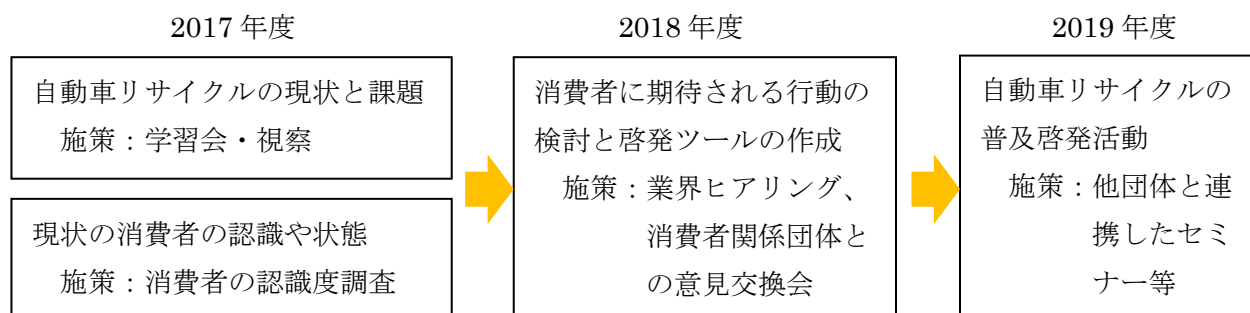
1. 2. 1 事業計画概要

（1）3年間の事業概要

本事業は、2017～19年度の3年間の事業とする。

- ・2017年度 自動車リサイクルに関する現状と課題を把握し、消費者の認識度調査を実施する
- ・2018年度 2017年度調査結果を踏まえ、自動車リサイクルの現状と課題解決のために消費者に期待される行動を検討し、消費者向け自動車リサイクル啓発ツールを制作する
- ・2019年度 2018年度に作成した自動車リサイクル啓発ツールを活用した普及啓発活動を全国展開する

¹ 「自動車リサイクルに関する自動車所有者へのアンケート調査結果」自動車リサイクル促進センター（JARC）：平成24年度84%、平成26年度85%、2017年度77%となっている。



(2) 2018 年度の事業概要

2017 年度の結果を受け、2018 年度には、2019 年度の普及啓発活動に使用する啓発ツールを開発した。ツールの開発に当たっては、リユース・リビルト部品関連事業者団体及び自動車販売事業者等にヒアリングを行ったうえで掲載内容を精査するとともに、消費者団体等との意見交換会を開催し、ツールの形や普及方法等を検討した。

① 業界ヒアリングの実施（4 か所）

目的：

- ・啓発ツールに掲載する内容を検討するため、2017 年度に懸念として挙がっていたリユース・リビルト部品の品質や安全性、保証等についてのより詳しい情報を得る。
- ・自動車販売店には、店頭での啓発ツールの活用について相談し、協力を得やすい形態や使い方についての意見を得る。

訪問先： 整備事業者の団体、解体事業者の団体、カーディーラー、損害保険会社

② 消費者団体等との意見交換会（1 回）

目的： 普及啓発事業のパートナーとして、啓発方法に関する意見交換

参加者： 消費者団体および NACS 支部のキーパーソン 10 名程度

③ 啓発ツールの制作

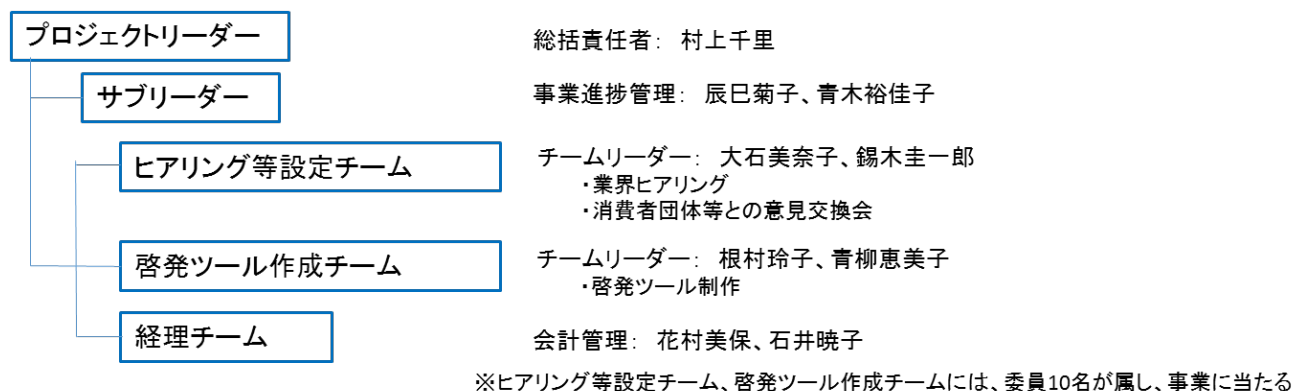
形態： 小冊子（A5 版 16 ページ、カラー、5000 部）＋電子ブック

ターゲット： 18 歳以上の消費者

内容： 自動車リサイクル法のことだけでなく、資源利用の現状をふまえ、リユース部品・リビルト部品や未来における自動車の課題などに触れ、「私たちができること」を考えられるツールとする

1. 2. 2 事業の実施体制

2018 年度は以下の体制で実施した。



1. 2. 3 事業の実施スケジュール

2017 年度（2018 年 1 月～6 月）の事業は以下の通り実施した。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	備考
学習会および見学会	↔						有識者、業界関係者
認識度調査							株式会社インテジリサーチ
調査設計		↔					
一般消費者聞き取り調査		↔					
webアンケート調査				↔			
NACS会員アンケート調査				↔			
調査票集計・分析					↔		
調査結果報告書作成						↔	

2018 年度（2018 年 7 月～2019 年 3 月）の事業スケジュールは以下の通り計画した。

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業界ヒアリング			↔						
消費者団体等意見交換会						↔			
啓発ツール 企画、執筆	←						→		
啓発ツール デザイン				←				→	
啓発ツール 印刷								↔	
電子ブック化、web掲載									↔
次年度事業検討、報告書作成							←	→	

2. 助成事業の報告

2.1 助成事業実施結果

2. 1. 1 業界ヒアリングの実施

(1) 業界ヒアリングの目的と訪問先

＜目的Ⅰ＞啓発ツールに掲載する内容を検討するため、2017 年度に懸念として挙がっていたリユース・リビルト部品の品質や安全性、保証等について整備事業者、解体事業者の団体よりそれぞれ情報を得る。

訪問先：一般社団法人日本 ELV リサイクル機構

選定理由：使用済自動車の適正処理を通じて社会に貢献することを目的として、日本自動車工業会・自動車リサイクル促進センター・自動車再資源化協力機構などの関係団体と協力しながら、「自動車リサイクル士制度」等の活動に取り組んでおり、自動車リサイクル法に基づく使用済自動車の適正処理に関する正しい知識を有している組織と考えた。

訪問先：一般社団法人日本自動車整備振興連合会（JASPA）

選定理由：自動車の適正な点検・整備を通じて、くるま社会の安全確保、公害防止及び地球環境の保全、並びに自動車ユーザーの利便の向上を推進するため、自動車の整備に関する設備の改善及び技術の向上を促進しており、自動車整備に関する正しい知識を有している組織と考えた。

＜目的Ⅱ＞自動車ユーザーにとって身近な自動車販売店における情報提供の現状や、啓発ツールの活用や普及協力の可能性についての情報を得る。

訪問先：一般社団法人日本自動車販売協会連合会（自販連）

選定理由：自動車の健全な普及と流通・環境面等の諸問題の改善、整備を図ることを目的に設立された自動車ディーラーの全国組織であり、販売時やアフターケア時の消費者への情報提供について情報や協力が得られる組織と考えた。

＜目的Ⅲ＞啓発ツールに掲載する内容を検討するため、リユース・リビルト部品の活用や保険商品等に関する情報を得る。

訪問先：一般社団法人日本損害保険協会

選定理由：損害保険会社の業界団体であり、かつ自動車リサイクル部品活用推進キャンペーンを実施している自動車リサイクル部品活用推進会議の事務局を担っている組織であることから、自動車保険及びリサイクル部品普及活動に関する情報や協力が得られる組織と考えた。

(2) 実施概要

・訪問先と訪問日程

目的	訪問日程	訪問先
I	2018 年 9 月 5 日 (水)	一般社団法人 日本 ELV リサイクル機構
I	2018 年 9 月 19 日 (水)	一般社団法人 日本自動車整備振興連合会 (JASPA)
II	2018 年 10 月 3 日 (水)	一般社団法人 日本自動車販売協会連合会 (自販連)
III	2018 年 10 月 10 日 (水)	一般社団法人 日本損害保険協会

※個別ヒアリング結果については資料編 1. に掲載 (非公開)

(3) 主なヒアリング内容

ヒアリングを開始する前に、それぞれの訪問先の Web など进行参考に、目的 I、II、III に沿ってヒアリング項目を検討、整理したうえで、選定した訪問先に出向き、ヒアリングを実施した。

目的 I：一般社団法人日本 ELV リサイクル機構

一般社団法人日本自動車整備振興連合会 (JASPA)

【組織概要】

【リサイクル部品について】

- ① リユース部品・リビルト部品の定義
- ② リユース部品・リビルト部品を使用するメリット
- ③ 消費者への訴求、PR の状況
- ④ 消費者がリユース部品・リビルト部品を利用したい場合の問合せ先
- ⑤ 消費者の選択状況、課題
- ⑥ 品質や安全性の確保策 (JIS 化、第三者認証、認定マーク、等)
- ⑦ 環境負荷削減効果 (定量的、定性的)

目的 II：一般社団法人日本自動車販売協会連合会 (自販連)

【組織概要】

【リサイクル部品について】

- ③ 消費者への訴求、PR の状況
- ⑤ 消費者の選択状況、課題
- ⑥ 品質や安全性の確保策 (JIS 化、第三者認証、認定マーク、等)

【本冊子を使った広報・普及の可能性】

目的 III：一般社団法人日本損害保険協会

【組織概要】

【リサイクル部品について】

② リユース部品・リビルト部品を使用するメリット

③ 消費者への訴求、PR の状況

⑤ 消費者の選択状況、課題

【本冊子を使った広報・普及の可能性】

(4) ヒアリング結果

■リサイクル部品について以下のような知見を得ることができた。

① リユース部品・リビルト部品の定義（国の定義との共通認識）

・整備の現場では統一の用語を使っているわけではないことが分かったが、それでは消費者が混乱するので、啓発用冊子では国の定義（JARC の定義も同じ）をもとに解説することとした。

※一般社団法人日本自動車リサイクル部品促進センター ウェブサイトより

<https://www.japra.gr.jp/cms/recycling>

・リユース部品：使用済自動車から利用できる部品を取外し分解等の手を加えず、目視・現車・テスター等による点検を行い清掃・美化を施し商品化された再利用の部品。

・リビルト部品：使用済自動車から取外した部品や修理の際に発生した交換部品等をベースに磨耗・劣化した構成部品を新品と交換、再組立しテスターを用いて品質確認を行い商品化された再生利用の部品。

② リユース部品・リビルト部品を使用するメリット

・消費者にとって、新品部品よりも安価である、資源の有効活用である、CO2 の削減効果がある、といったメリットがある（⑦も参照）。

③ 消費者への訴求、PR の状況

・損保協会では、自動車関連団体と共にポスター・チラシを作成、全国の整備工場等に配布し、リサイクル部品の普及啓発を図るキャンペーンを毎年 10 月 1 日から 2 ヶ月間行っている。

・整備工場では多くの場合まずは新品から紹介し、ユーザーから出来るだけ安く済ませたい、リユース部品・リビルト部品を使いたいという要望があれば対応していることをふまえ、ユーザーが「リサイクル部品を使いたい」と表明することが大切である。

④ 消費者がリユース部品・リビルト部品を利用したい場合の問合せ先

・消費者はディーラーもしくは個々の整備工場に問い合わせる。

・リユース部品・リビルト部品を EC サイトで購入することも可能だが、自分で購入後に整備工場に持ち込んでも、対応できない場合がある。

⑤ 消費者の選択状況、課題

・消費者が自動車リサイクル法にのっとり、「リユース・リビルト部品を使いたい」と望めば、ディーラーは対応してくれる（現在は、経済的な理由から活用されている）。

・ディーラーの感覚では、リユース・リビルト部品自体の供給が十分でないことが、ボトルネックになっている。必要なタイミングで手に入らないことも要因の一つである。

⑥ 品質や安全性の確保策（JIS 化、第三者認証、認定マーク、等）

- ・2008 年から（一社）日本自動車リサイクル部品協議会で、リユース部品の業界基準（最低基準、保証基準・品質基準の標準化）が作成されている。
- ・（一社）日本自動車リサイクル部品協議会では、リユース部品に認証シールを作成し、貼付している。
- ・リユース部品のラベリングが、TS（標準仕様書）まではできた（2018 年）。

⑦ 環境負荷削減効果（定量的、定性的）

- ・「自動車リサイクル部品主要 20 部品の新品部品と比較した場合の CO2 削減効果数値」(Ver. 1705)を参考にする。

■冊子を活用した広報・普及の可能性について、以下のような意見をいただいた。

【自販連】

- ・web に冊子発行のニュースを掲載することは可能である。
- ・CSR に熱心なディーラーさんにモデル的に協力いただくことはできるかもしれない。

【損保協会】

- ・協会の環境プロジェクトチームから保険会社の環境部門に情報提供をすることはできるかもしれない。

（5）事業に活かすことができる知見等

ヒアリングの結果から、本事業に活用することができそうな知見を以下のように整理した。

＜自動車リサイクル全般の普及啓発について＞

- ・自動車という製造物を資源循環の視点で考えると、出来る限り無駄なく長期的に使用し、ごみを削減させること、CO2 削減にもつながることを、広く消費者が知ることが必要である。
- ・自動車の製造、解体、整備等に関わる事業者、車両保険等の商品を販売する保険会社、そして消費者のステイクホルダーが、「資源を無駄なく使う」ことの当事者である意識を共通して持つことが重要である。本事業で作成した冊子をこのような関係者に知っていただくことも重要な啓発活動である。

＜リサイクル部品の利用促進について＞

- ・ユーザーから「安く修理したい」等の要望があった場合や事業者側からリサイクル部品の利用を提案するケースもあるが、個々の事業者の対応は様々であり、全てのユーザーにリサイクル部品の紹介がなされているわけではない現状がある。
- ・保険がきく場合は安くなくとも良いため、ユーザーが新品を望む傾向にある。
- ・タイミング良くニーズに合った部品が見つからないため、リサイクル部品の活用度が低いという状況を生んでいる。
- ・これらのことから、消費者の意識を変えるためには、消費者に近いディーラーや整備事業者、あるいは保険会社が、リサイクル部品の活用について情報提供するとともに、NACS のような消費者団

体も資源循環の視点で自動車を捉えることの重要性について、消費者教育の一環として普及していくことが期待されていることを再認識した。

- 消費者への普及啓発の一方で、リサイクル部品が現状より入手しやすくなるよう、解体事業者と整備事業者がより緊密に連携し、ネット検索の環境整備を整える必要があると考える。そのような動きを作ってもらえるよう業界に働きかけることも大切な活動であると認識した。

2. 1. 2 消費者団体等との意見交換会

(1) 意見交換会の目的

- ・自動車リサイクルの現状と課題、消費者ができることの共通理解を得る。
- ・3年目の消費者普及に向けての方法やアイデアをいただく。

(2) 実施概要

開催日時： 2018年12月2日（日）13:00～15:30

会 場： 全国婦人会館 2階 会議室

<スケジュール>

- 13:00 開会挨拶
- 13:05 事業概要、意見交換会の目的説明
- 13:20 自己紹介（1人1分程度）
- 13:45 冊子の概要説明（説明資料：原寸カンパ）
- 14:05 質疑応答
- 14:20 休憩
- 14:30 啓発活動のアイデア出しのためのディスカッション（A・Bの2グループ）
ディスカッションテーマ
 - ・冊子の紹介（webやニュースレター等）の可能性
 - ・冊子の配布（組織、拠点スペース、イベント等）の可能性
 - ・冊子を使った講座の企画の可能性
 - ・その他
- 15:00 共有、全体ディスカッション
- 15:20 アンケート記入
- 15:30 終了

(3) 意見交換会参加団体

NACS 地方支部（6支部）および消費者団体等（5団体）。

<ご出席の団体と依頼理由>

主婦連合会 事務局長 河村真紀子氏

※全国規模の消費者団体であり、3Rなど環境に関する活動も盛んである。

（一社）全国消費者団体連絡会 事務局 中本純子氏

※全国大小種々な消費者団体を束ねる組織。消費者団体のキーパーソンが理事会に参画している。

（一財）消費科学センター 高橋裕子氏

※中高生への消費者教育を行っている団体。一般消費者に向けた消費者大学も開催している。
(公財) 消費者教育支援センター 専務理事 富岡秀夫氏

※消費者教育の専門機関として教育研修プログラムや教材の制作・普及活動等を行っている。
板橋区立エコポリスセンター 企画広報担当 深須祐子氏

※自治体が設置した環境学習センター。地域の小中学生や住民の環境学習の拠点となっている。

<NACS 支部>

九州支部	副支部長	林真実氏
中国支部	研修委員長	石倉央氏
西日本支部	環境問題研究会委員長	児仁井みどり氏
中部支部	事業委員会	伊藤昌伸氏
東日本支部		花本のぞみ氏
東北支部	支部長	大西二郎氏

※NACS が会員活動として普及啓発を行う際、各地域の核となるのが支部。全支部に参加を依頼し、日程調整がつかなかった北海道支部以外から参加を得た。

<NACS 環境委員会>

村上、青木、大石、辰巳、大矢野、石井

(4) 意見交換会 議論の概要

意見交換を通して出された意見は以下の通り。

①質疑応答の中でいただいた意見

- ・今回、この冊子を見て、修理の際にリサイクル部品を選択できるということをはじめて知った。
- ・中古車にリサイクル部品をもっと活用すべきだと思う。
- ・冊子で情報提供する際、消費者（非所有者）には、広く情報提供し知ってもらう。所有者にはリサイクル部品を使ってもらう、と分けたほうが良いのではないかな。
- ・自分の車を修理工場に出すとき、修理工場中古部品に対する情報とアドバイスが得られること、修理の際中古部品の選択ができること、これらが大切ではないかな。
- ・リユース部品とリビルト部品の違いをはっきりしたほうが良い。消費者はよく分かっていない。
- ・リサイクル部品というと、エネルギーがかかるイメージがある。リサイクル部品でなくリユース部品だということを、シンプルに前面に出してよいのではないかな。
- ・リユース部品やリビルト部品といったものがあるということを知ってもらうことが大切。

②グループディスカッションでいただいた、協力いただける可能性のある啓発のアイデア <冊子の紹介に関して>

- ・会議や講座などで紹介する。
- ・会報誌などの紙媒体、HP などの Web 媒体、メールニュース配信の際に紹介する。

＜冊子の配布に関して＞

- ・会員団体や個人会員への配布物に同封する。
- ・主催学習会やセミナーなどで配布する。
- ・大学の環境系の学部に置く。
- ・大学生イベントで配布する。
- ・損保会社、自動車関連事業者に配布する。
- ・免許更新センターに設置する。

＜冊子を使った講座の企画に関して＞

- ・自動車リサイクル単独ではなく、環境（3R、家電リサイクルなど）をテーマとした消費者教育の 1 つとして取り上げる。
- ・消費生活アドバイザー資格の更新研修としてテーマ化する。
- ・損保協会の出前講座の 1 つとしてテーマ化する。
- ・部品など実物の紹介ができる見学会を兼ねた勉強会を企画する。

＜その他＞

- ・期間限定ではなく恒常的に使えるポスターを製作し、配布する。
- ・消費生活展等へのブース出展で紹介する。
- ・交通安全協会とコラボしたイベント等を開く

（５）事業に活かすことができる知見

＜自動車リサイクル全般の普及啓発について＞

- ・リユース部品やリビルト部品の存在を広く消費者に知ってもらうことが大切である、ということは共通認識とすることができた。
- ・冊子の配布や Web およびニュースレター等での紹介などの協力を得ることができたことがわかった。
- ・ただし、講座などを活用し、説明しながら手渡すことがより有効であることが指摘された。

＜冊子を活用した講座のあり方について＞

- ・冊子の内容が難しいという意見が複数名から上がった。理由は、最初から自動車リサイクルの話になっており、車が何からできているのか、資源はどうして循環させなくてはならないのかなど、消費者が入りやすい情報提供が最初にもっとあった方がよい、とのこと。セミナーなどで説明を行う際は、その点をカバーすることが必要だと認識した。
- ・講座を開催する際は、リサイクル工場の見学会をあわせて行うことで学びの質を高め、自らの実践や普及活動へのモチベーションにつながる事が指摘された。

2. 1. 3 啓発ツールの制作

(1) 目的

啓発ツールは、本事業 3 年目にあたる 2019 年度の普及啓発事業を円滑に進めるために、自動車の所有者・非所有者を問わず、自動車リサイクルにおいて「私たちができること」を考えられるツールとすることを目的として制作した。

(2) 作業工程

制作は以下のスケジュールでおこなった。

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
啓発ツールの形態検討									
冊子制作									
構成（台割）案検討確定									
外注先選定									
監修依頼先検討									
原稿文案検討作成									
デザイン調整									
校正									
印刷									
電子ブック作成、 ウェブサイト公開準備									

(3) 形態

前年度報告書に記載した以下 2 案について、表 1 の通り考慮すべき項目ごとに検討した。

案A 小冊子＋電子ブック（A5 版 16 ページ、カラー、5000 部）

案B すごろくゲームポスター（A1 判（両面）＋普及啓発方法の解説冊子、カラー、5000 部）

検討のプロセスを表 1 に整理した。結果として、案 A を採用することとした。なお、冊子作成に当たり、外注先については、見積もり額に妥当性があることから、今回も過去 2 冊作成したグリーンコンシューマーシリーズと同じデザイン会社に依頼することとした。その結果、同じキャラクターを使用できることとなった。

表 1. 啓発ツール 2 案の比較表

考慮すべき項目	案 A 冊子+電子ブック	案 B すごろくゲームポスター
制作する物	①冊子	①すごろくゲームポスター（両面） 表面は遊ぶ面 裏面は補足説明
	②電子ブック	②指導者用の詳細な解説冊子
		③すごろくの遊び方及び、普及啓発用ツールとして使う際の簡易マニュアル
広報媒体	web プレスリリース	
掲載できる情報量	ある程度まとまった量	1 コマにワンセンテンス。当方の思惑通りにストーリーを（コマの進め方）作れるか、意図通りにコマを読んでもらえるか疑問
作業量	ある程度、予測可能	想像しえない
文章を書けるか	書ける	作り方がネット上で掲載されているようだが、冊子とは異なるスキルが必要と思われる
ラフデザイン	担当にて台割たたき台準備済み	ラフデザインを描けるのか？デザイナーに依頼するにしても、素案を提示する必要あり
伝えたいことを訴求できるか	可能	自動車の一生に関しては、コマを進めていく過程で一目瞭然だが、他の情報は困難ではないか
普及啓発方法	過去 2 冊の経験を踏襲。マンネリの感は否めない	新鮮だが、初めての取り組みなため研究が必要
配布方法	NACS 会報との同包可能	ポスターは NACS 会報との同包は無理

(4) ターゲット

昨年度のアンケート結果からは、女性や若年層が自動車リサイクルに関する認識度が低い傾向にあることがわかった。また、自動車リサイクルについて「よく知らないが聞いたことがある」層は、自動車の運転者よりも同乗者であることが推測された。

本事業の目的として、自動車の所有・非所有に関わらず自動車リサイクルへの積極的参加を促すことを挙げている。そのため自動車所有者に加え、自動車所有者予備軍の若者及び同乗者として自動車購入に影響を与える層の 3 者を普及啓発冊子のターゲットとした。作成にあたり、年齢を設定した方が内容や表現を検討し易いことから、自動車免許取得年齢である「18 歳以上の消費者」とした。

(5) 内容

①構成（台割）案の検討

- ・冊子全体の流れとしては、自動車は資源の塊であることから、排気ガスや燃費だけでなく、廃棄段階に関心を持つことが大切であることを伝えた上で、自動車リサイクルにおいて「私たちができること」を伝えることとした。
- ・そのため導入部では、廃棄・リサイクルのステージを認識してもらえるよう自動車のライフサイクル「自動車の一生」を示すこととした。
- ・自動車リサイクルにおいて「私たちができること」については、委員会メンバーで考えた結果、次の1)～6)の項目が挙げた。
 - 1) 廃棄・リサイクル意識を高めること
 - 2) 自動車リサイクルについて知ること
 - 3) 自動車リサイクル部品を選択すること
 - 4) 使用済自動車は正規ルートに乗せること
 - 5) 環境配慮型設計の自動車を使うこと
 - 6) 未来における自動車の課題を知ること
- ・上記項目ごとに、昨年度のアンケート結果及びリサイクル事業者視察結果を踏まえ、具体的な掲載内容について更なる検討を行った。
- ・併せて、執筆に際し不足している情報をあぶり出し、ヒアリング項目に付け足すこととした。

■項目ごとの検討結果

1) 廃棄・リサイクル意識を高めること

<アンケート結果より>

- ・「(Q5) 消費者の車社会に対する環境意識」のうち、使用済自動車の廃棄時への意識は「使用済自動車（廃車）の不法投棄をなくす（14.2%）」、「自動車のリサイクルをすすめる（13.7%）」と少ない。

<具体的な掲載内容>

- ・自動車のライフサイクルにおける廃棄・リサイクル意識の醸成のために、わかりやすい情報提供と啓発活動が必要である。
- ・自動車は資源の塊。鉄、アルミ、銅。プラスチック、ゴムなど、1台にどれくらい使われているか、年間どれくらいになるかをデータで示してはどうか。

<不足情報>

- ・鉄、アルミ、銅、プラスチック、ゴムなど、1台当たり使用量のデータ

2) 自動車リサイクルについて知ること

＜アンケート結果より＞

- ・「(Q9) 自動車リサイクルの認知」では、使用済自動車がリサイクルされていることを「よく知っている」が 15.3%、「よく知らないが聞いたことはある」が 41.0%、「知らない」が 43.6%である。よく知らない以下の回答をした割合を合計すると 84.6%となり、自動車リサイクルに関する認知が低いことが明らかになった。
- ・「(Q10) 自動車リサイクルの工程に関する認知」をみると、自動車保有者 (Q6) や自動車リサイクル認知者 (Q9) は、自動車リサイクルの内容等の理解度は全体的に高いが、エアバッグ処理や ASR 処理については低く半数程度が挙げたにとどまっており、一層の周知が必要である。
- ・「(Q11) 自動車リサイクル料金の負担者」では、リサイクル料金の負担者を「購入者」と認識している人は 88.2%
- ・「(Q12) 自動車リサイクル料金の使途」では、料金の使途を有価物やリユース部品、リビルト部品の再利用に使われていると答えた割合が高く、リサイクル料金が使われている 3 品目に対する認識は低い。これを車の保有者別にみると、保有・非保有に関わらず、リサイクル料金の使途の回答割合はほとんど変わらない。このことから、リサイクル料金が使われている 3 品目についての情報提供が必要である。

＜具体的な掲載内容＞

- ・自動車がどのようにリサイクルされているのか車の解体図を使って説明してはどうか。
- ・自動車リサイクルの工程をわかりやすく示す（特にエアバッグ処理や ASR 処理）。

＜不足情報＞

- ・特になし

3) 自動車リサイクル部品を選択すること

＜アンケート結果より＞

- ・「(Q14)自動車リサイクル部品選択の認知度」では、回答者の 8 割以上の人が、リサイクル部品を選択できることを知らないと答えている。
- ・「(Q15)自動車リサイクル部品利用のイメージ」では、リユース部品を使用することをプラスイメージで捉えている人が多いといえる。一方、リユース部品の使用は安全面、品質面、保証面で不安が残ると、マイナスイメージで答えた人の割合もそれぞれ 3 割程度いる。
- ・「(Q16) 自動車リサイクル部品の利用意向」では、種類別で聞いているが、「利用したい」と回答したのはバスを除き 6～9%。バスは 11.9%。「(Q17) 利用したくない理由」では、どの車種も「安全面」「品質面」に不安を感じている。

<具体的な掲載内容>

- ・リユース・リビルト部品はどこにあるか
- ・リユース・リビルト部品を選んで使用することは資源の有効利用、省エネルギーに貢献すること
- ・ユース・リビルト部品を選ぶためにはどうしたらよいか
- ・安全を図る部品基準はあるのか、使っても安全なのか
- ・リユース・リビルト部品を使うことで特約の付く保険商品の紹介をしたらどうか
- ・リユース・リビルト部品についてどのような広報がされているのか

<不足情報>

- ・上記全てが不足している

4) 使用済自動車は正規ルートに乗せること

<アンケート結果より>

- ・「(Q18) 資源有効利用のために、私たちができること」では、2 番目が「廃車時、部品選別や粉砕処理を適切に行う業者に引き取ってもらう (35.3%)」であった。しかし、現実には不法投棄された車の存在もある。

<具体的な掲載内容>

- ・廃車に出す時の方法、正しい出し方

5) 環境配慮型設計の自動車を使うこと

<アンケート結果より>

- ・「(Q18) 資源有効利用のために、私たちができること」では、「長寿命設計された自動車を選ぶ (41.6%)」が最も多く、3 番目が「自動車リサイクルに積極的に取り組んでいる企業の車を選ぶ (31.3%)」であった。

<具体的な掲載内容>

- ・現時点では決められず

<不足情報>

- ・業界の動向

6) 未来における自動車の課題を知ること

※勉強会からの知見であり、アンケート結果はない。

<具体的な掲載内容>

- ・未来における自動車では、新しいリサイクル課題が出る（リチウムイオン電池、燃料電池、強化プラスチック等）

<不足情報>

- ・未来における自動車とは一般的にはどのようなものを指すのか。

②構成案（台割）の確定

①での検討を踏まえ、以下の構成とした。

- ・はじめに 環境と自動車
- ・私たちができること 1（4 ページ）：①－1）、2）、4）より
自動車リサイクルについて知り、長く愛用したら、適正に廃車処理をしよう。
- ・私たちができること 2（4 ページ）：①－3）より
リサイクル部品について知り、責任をもって選択しよう。
- ・私たちができること 3（1 ページ）：①－3）、5）より
購入時だけでなく、サービスを利用する際にもリサイクルの視点を持つことは重要な
ので自家用車以外の自動車リサイクルの状況も知ろう。
- ・私たちができること 4（1 ページ）：①－5）より
環境配慮設計の自動車について知り、そういった視点も持って選択しよう。
- ・情報提供（1 ページ）：①－6）より
未来の自動車とその普及に伴って生じるであろうリサイクルの課題の紹介。
- ・おわりに（1 ページ）

③原稿文案検討作成

1) 執筆について

- ・構成案（台割）に従い、ページごとに担当者（執筆者）を決め作成した。
- ・執筆にあたっては、昨年度の勉強会、リサイクル業者視察結果及び、本年度のヒアリング結果を活かすことを申し合わせた。
- ・自動車リサイクルの工程では、JARC の動画を QR コードでつなぐこととした。
- ・ラフデザインと原稿案ができた段階で、（公財）自動車リサイクル高度化財団及び監修者へ提出した。
- ・文案の推敲を重ねながらページレイアウトの検討も行い、ほぼ固まった段階で監修者に 2 回目のチェックを実施していただいた。

2) タイトルについて

- ・冊子タイトルについて、事業申請時は「自動車リサイクルの輪を回せ（仮称）」、構成（骨子）作成時は「とめるな 自動車リサイクル（仮称）」としていたが、検討を行った結果、「もっと 自動車リサイクル」とすることとした。理由としては、自動車リサイクルは法律に基づくシステムがしっかりしていて問題ない、と言われているが、もっと資源を大切に使う必要がある、そのために消費者ができることを本冊子は示しているためである。

- ・「もっと」できることがあるよ、「もっと」資源の有効利用のために考えて行動しよう、というメッセージを込めた。

3) 監修者について

- ・一般財団法人持続性推進機構理事長の安井至氏に冊子の監修をお願いすることとした。
- ・理由は、環境全般に造詣が深く、循環型社会構築にむけた大きな潮流の中でのアドバイスをいただけること、ご自身が車をはじめさまざまな環境配慮製品に関心を持ち、利用者の視点も持ちながら普及啓発につながる活動をされておられること、などによる。

<プロフィール>

安井 至（やすしいたる） 東京大学名誉教授、国連大学元副学長

平成 2年 7月 東京大学生産技術研究所 教授

平成15年12月 国際連合大学 副学長着任 （平成19年12月末まで）

平成20年 1月 （独）科学技術振興機構 研究開発戦略センター 上席フェロー

平成21年 4月 （独）製品評価技術基盤機構 理事長 平成27年3月まで

平成27年 7月 （一財）持続性推進機構 理事長

専門分野：環境科学（環境負荷総合評価、ライフサイクルアセスメント、環境材料、グリーンケミストリー評価尺度、エネルギー・環境論、地球環境の国際的な動向と日本の特異性）

著書：「市民のための環境学入門」丸善（1998）、「環境と健康 誤解・常識・非常識」丸善（2001）など多数

928万アクセス超えのHP <http://www.yasuienv.net/>

<いただいたご意見>

- ・初回は、CE=Circular Economy 的な発想の必要性を指摘された。冊子では、自動車レベルでの循環を示す中古車を、全編を通じて強調することとした。
- ・2回目は特段の意見は無かった。

（6）冊子の完成

デザイナーとの調整を経て、2019年2月15日に印刷入稿、3月11日に納品。

（7）電子ブックの作成とウェブサイト掲載

3月下旬に電子ブック納品。3月末日までにNACSのウェブサイト内環境委員会のページに掲載した。

2.2 実施結果を踏まえた考察

(1) 事業の有効性

＜申請時に想定した事業の有効性＞

- ・本事業では、自動車所有者だけではなく、若年層・非所有者も含めたすべての消費者に対し、持続可能な社会に向けた自動車リサイクルや資源循環に関する関心を高め、行動を促す啓発活動を行う。
- ・それにより、消費者による廃車時のリサイクルへの協力のみならず、中古部品の活用や環境配慮設計のされた自動車の選択などを通して、自動車リサイクルの活性化、ひいては持続可能な社会の形成への貢献を目指す。

＜本年度事業実施後に得られた効果＞

- ・NACS がこれまで制作してきた啓発冊子グリーンコンシューマーシリーズは、NACS 会員のみならず消費者団体等からわかりやすく親しみやすいと好評を得ている。今回の冊子もそのシリーズと位置づけ、形態やデザインを踏襲したことから、自動車所有者だけではなく、若年層・非所有者も含めたすべての消費者を対象とした、わかりやすく親しみやすい自動車リサイクルの啓発冊子を作成することができた。

(2) 事業の実現性・継続性

＜申請時に想定した事業の実現性・継続性＞

- ・今回の事業では、消費者の意識調査（web アンケート、会員アンケート）のデザインスキル、回収率の向上、課題の整理、事業者等へのヒアリングによる実態把握、消費者を念頭に置いたわかりやすく親しみやすい冊子の企画・編集、周知のための講座/ワークショップの企画運営、全国の消費生活アドバイザー等とのネットワークなどに関する知見・経験を活かし、記載した活動を効果的に実現する。

＜本年度事業実施後に得られた効果＞

- ・啓発冊子作成にあたっては、2.1.3（5）①②で記載した通り、2017 年度事業の結果を活かしたことで、伝えたいことを効果的に伝えられる構成にすることができた。
- ・消費者に対し、より積極的に自動車リサイクルに参加するよう働きかけるために必要な情報を整理し、ヒアリング調査で情報収集したことで、疑問や不安をある程度クリアし、冊子を作成することができた。
- ・これまで NACS 環境委員会の啓発冊子「グリーンコンシューマーシリーズ」のデザインを手掛けてきたデザイナーに冊子制作を依頼することができ、やわらかく明るい雰囲気、親しみやすい冊子を完成することができた。

(3) 事業の発展性

＜申請時に想定した事業の発展性＞

- ・消費者に自動車リサイクルの取り組みの実体や課題、消費者の責任等を周知することで、
 - ① 自動車は資源の塊であり、廃車後のリサイクルは資源循環の意味で非常に重要であることの理解が広がる
 - ② リサイクル技術の向上によってより多くの貴重な資源の回収が可能となることを理解する消費者が増えることで、リサイクルに積極的に取り組む良質な事業者（メーカー、ディーラー、リサイクル事業者等）が評価される環境が生まれる
 - ③ フロントガラスやバンパーなどリユース部品の活用度が向上し、リユース部品市場が広がる
 - ④ 放置自動車問題が認識され、回収を促す取り組みが広がる
 - ⑤ リサイクルを容易にするデザインや、持続可能な開発による素材の使用等、環境に配慮した自動車を評価し選択する消費者が増えるなどの好影響を生み出すことが考えられる。
- ・周知のための講座/ワークショップは、NACS 主催のもののみならず、関係する消費者団体や消費生活センターなどが開催する勉強会等への講師派遣、大学や高校等への出前授業などへの横展開も期待できる。

＜本年度事業実施後に得られた効果＞

- ・①～⑤の変容を生み出すためのきっかけとなる情報や呼びかけを、冊子の中にちりばめることができた。
- ・意見交換会で得た知見をいかして 2019 年度の事業を組み立てることで、申請時に記載した波及効果を生み出せるような事業展開に持っていこうとしている。

(4) 事業の効率性

＜申請時に想定した事業の発展性＞

- ・小冊子は、上記調査（2017 年度のアンケート調査）結果をふまえ、更に消費者や業界関係者との意見交換会やヒアリング、現場視察を重ね、自動車リサイクルの輪が回るための問題点・課題を整理した上で制作するため、より効果的な内容とすることができる。
- ・小冊子の配布およびセミナーの開催を、NACS 会員が所属する地方支部を核として行なうことで、全国の消費者・潜在ユーザーにまで、より広く自動車リサイクルに対する認識を効果的・効率的に普及することができる。

＜本年度事業実施後に得られた効果＞

- ・小冊子は、丁寧な調査や検討を行って効果的な内容とすることに注力した。効果的な小冊子を作成することで、普及段階での効率が上がると期待している。
- ・意見交換会で NACS 支部及び消費者団体や環境学習センターなど、次年度の普及活動の協力者からの意見や提案をいただき来年度の事業計画に活かした。これによって、来年度事業の効率性を高めることに役立つと期待している。

3. 2019 年度以降の助成事業展開

3.1 想定する事業の内容

2018 年度の成果物である啓発用小冊子『もっと自動車リサイクル』を活用し、2019 年度は自動車リサイクルに関する普及啓発活動を展開する。具体的には①セミナー等で使用する説明ツールの作成、②東京でのシンポジウム、③地方でのリサイクル工場見学を兼ねたセミナーなどを開催する。また、④NACS 会員 2800 名とそのネットワークを活かした冊子の配布を行う。

普及に当たっては、NACS 環境委員会及び支部のみならず、2018 年度にヒアリングに協力いただいた自動車リサイクル関連事業者団体や、意見交換会に参加いただいた消費者団体、環境学習センター等の協力を得て実施する。当初予定していたエコプロには出展せず、当該予算は東京におけるシンポジウムの開催と、地方セミナーにおけるリサイクル工場の見学に計上することとする。なお、計画変更の理由については 3. 5. 参照のこと。

(1) 説明ツールの作成

- ・ 目 的：セミナーなどで投影しながら講義をするためのツールとして作成
- ・ 期 間：4 月～6 月
- ・ 形 態：パワーポイント
- ・ 内 容：冊子の内容に、若干の補足や写真を加える予定

(2) シンポジウムの開催

- ・ 目 的：グリーンコンシューマー、エシカルコンシューマーにつながる活動の実践者に、自動車の環境配慮とリサイクルに関する情報を提供するとともに、普及啓発ツールの紹介を行う。
- ・ 日 時：2019 年 10 月頃
- ・ 会 場：東京都内（くるまプラザなど）
- ・ 対 象：消費者団体、環境教育団体、自動車関係団体等 80 名程度
- ・ テーマ：「SDGs 時代の自動車を考えよう～資源循環の視点から（仮）～」
- ・ 主 催：NACS
- ・ 協 力：グリーン購入ネットワーク、消費者団体連絡会、自動車工業会等、関係団体に共催を呼びかける

(3) 地方セミナーの開催（2 か所）

- ・ 目 的：グリーンコンシューマー、エシカルコンシューマーにつながる活動の実践者に、自動車の環境配慮とリサイクルに関する情報を提供するとともに、普及啓発ツールの紹介を行う。
- ・ 日 時：9 月～11 月頃
- ・ 開催場所：2 か所程度（東北、九州を想定）

- ・対 象：地域の消費者団体、環境教育団体、自動車関係団体等 20 名程度
- ・テーマ：「SDGs 時代の自動車リサイクル～消費者にできることを考えよう（仮）～」
- ・主 催：NACS（現地開催事務局：NACS 支部）
- ・内 容：講座＋リサイクル工場の見学（オブション）

（４）冊子の配布と効果測定

①配布先

- ・NACS 会員に配布 約 2,800 部
 - ・消費者団体、環境学習センター等への配布 20 部×10 団体程度＝200 部
 - ・支部・会員経由での消費者センター等への配布 50 部×20 か所程度＝1000 部
 - ・2018 年度ヒアリング先である自動車リサイクル関連事業者団体経由で協力可能な企業への配布
- ＜追加配布先＞

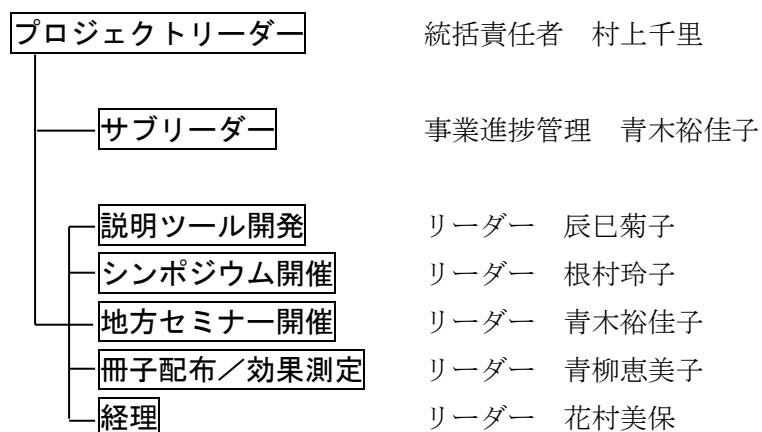
- ・会員への冊子配布時に、講座開催やイベント出展など、冊子を活用した活動を募り、希望者に無償提供する。
- ・関係団体に冊子および電子ブックの発行を紹介していただき、ウェブ上での閲覧、ダウンロードを推奨する。

②効果測定

- ・会員への冊子発送時にアンケート実施を行う。（web フォームでの実施を予定）
- ・冊子の配布先及び冊数、追加等を管理する。
- ・シンポジウムおよび講座では、イベントの効果に関するアンケートを実施する。

3. 2 事業の実施体制

2019 年度は以下の体制で実施する。なお、各事業には環境委員会メンバー9 名が分担して従事する。



3. 3 事業スケジュール（工程表を含む）

2017年度、2018年度のスケジュールは1. 2. 3に掲載の通り。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
説明ツールの開発	←→											
シンポジウムの開催	←準備→						★開催					
地方セミナーの開催		←準備→				★開催		★開催				
冊子配布／効果測定			★配布	←フォロー→					効果測定			
報告書作成									←→			

3. 4 資金計画

2019年度助成申請の見積 積算根拠（4月～翌年3月）							算定年度 2019年度 （12ヶ月）	
勘定科目		単価	時間	人数	日・回	計	算目計	（参考：時間数）
1) 人件費		12,000	1	227	人日	2,724,000	2,724,000	2000円×6時間×227日
2) 事業費		単価	件	人数	日	計	算目計	
謝金	(2)シンポジウム講師謝金	20,000	1	5	1	100,000	100,000	受講者5名
旅費	(2)シンポジウム各支部から一人招致	40,000	1	6	1	240,000		
	(3)地方セミナー 本部からの参加旅費	40,000	2	2	1	160,000	400,000	
借送料	(2)シンポジウム会場費	180,000	1	1	1	180,000		
	(3)地方セミナー会場費	30,000	2	1	1	60,000		30,000円×2か所
	(3)地方セミナー見学会バス借り上げ	80,000	2	1	1	160,000	400,000	80,000円×2か所
消耗品費	文具、インクカートリッジなど	8,000	1	1	1	8,000	8,000	
会議費	(2)(3)シンポジウム、地方セミナー 水、菓子等	7,500	1	1	1	7,500		
	(3)地方セミナー 会場への手土産等	5,000	1	1	1	5,000	12,500	
印刷製本費	(2)シンポジウム資料印刷費	10	50	100	1	50,000		10円×50ページ×100冊
	(4)冊子発送カバン印刷費	10	2	2,800	1	56,000		10円×2ページ×2800枚
	報告書印刷費	30	100	10	1	30,000	136,000	30円×100ページ×10冊
通信運搬費	(3)小冊子郵送料	68	2,800	1	1	193,200		68円(ヤマト)×2800通
	(3)小冊子郵送料(ゆうメール)	350	30	1	1	10,500		1kg以内350円×30か所送料
	(3)小冊子郵送料(宅配)	1,300	20	1	1	26,000		宅配費1300円×20か所送料
	(2)シンポジウム直接運搬	2,600	3	1	1	7,800		宅配費1300円往復×3箱
	(3)地方セミナー直接運搬	2,600	1	2	1	5,200		宅配費1300円往復×2か所
	(4)保管冊子運搬	1,300	20	1	1	26,000	268,700	200冊箱×20箱の倉庫からの移動
雑役料費	(2)記録作成	100,000	1	1	1	100,000		
	(4)冊子保管料(4000冊、4月～6月)	10,000	1	3	1	30,000		
	(4)webアンケート作成、集計外注費	50,000	1	1	1	50,000		
	(4)発送作業外注費	13.5	2,800	1	1	37,800	217,800	
⑤ 共同実施費	なし					0		
3) 一般管理費	経理等事務局一般管理(15%)	640,050	1	1	1	640,050	640,050	
	平成31年度 助成金申請額					4,907,050	4,907,050	

3. 5 当初計画からの変更点

2018 年度の事業結果をふまえ、以下のとおり 2019 年度の事業計画を変更する。

【当初計画】

- ・前年作成の小冊子を全国消費者に郵送・配布する(NACS 会員約 2800 名を含む)
- ・この啓発用小冊子を活用して、全国で啓発セミナーを開催する。その際参加型学習の手法を取り入れたワークショップ・プログラムを開発する。啓発セミナーは NACS 支部 3 ヶ所を予定。さらにエコプロ展にこれまでの成果をパネル展示するとともに、エコプロ展で消費者とのコミュニケーションおよび普及活動を展開する。
- ・その他の消費者団体と連携し、勉強会や地域の消費者センターへの冊子の設置等により、広く消費者に対して自動車リサイクルに関する情報提供に努める。



【変更計画】

- ・小冊子の配布は当初予定通り。
- ・地方セミナーの開催は 2 か所とし、エコプロ出展を取りやめ、より幅広い参加者を集めるシンポジウムを東京で開催することとする。
- ・地方セミナーは参加型手法を取り入れたワークショップではなく、地域にある自動車リサイクルの現場である解体工場の見学を組み込むこととした。
- ・セミナー開催のためのツールとして、冊子の内容の説明パワーポイントを作成することとした。
- ・冊子の配布および情報提供は当初の予定通り。

<2019 年度事業の変更理由>

- ・ヒアリングの結果から、自動車における資源循環をより高度に行うためには、自動車の製造、解体、整備等に関わる事業者、車両保険等の商品を販売する保険会社、そして消費者のステイクホルダーが、「資源を無駄なく使う」ことの当事者である意識を共通して持つことが重要であることを認識した。このことをふまえ、本事業をこのような関係者に知っていただく機会となるよう、地方でのセミナーのみならず、東京でシンポジウムを開催することとした。
- ・エコプロ展では滞留時間が短く十分な情報伝達が難しいこと、一部の関係者は自らの出展で忙しいことなどから、別の機会での開催が効果的であると考え、エコプロ展での普及活動を取りやめた。
- ・講座を開催する際は、リサイクル工場の見学会をあわせて行うことで、参加者のモチベーションアップにつなげることができるとの指摘があったことをふまえ、参加型ワークショップではなく、見学会を組み合わせることとした。
- ・意見交換会では、資源循環の重要性やリサイクルの必要性など、消費者が関心を持ちやすい情報提供が最初にもっとあった方がよい、との指摘があった。このことをふまえ、セミナーなどでの説明ツールとして、冊子に盛り込みきれなかった点もカバーできるプレゼンテーション・ツール（パワーポイント）を作成することとした。

資 料 編





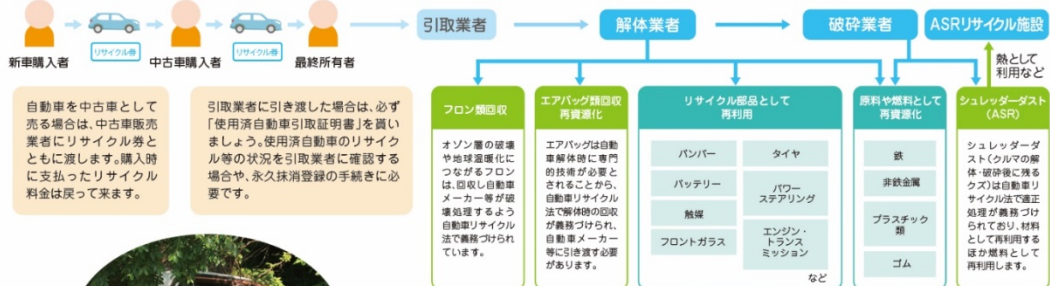
使われなくなった自動車はどうなるの？

“資源のかたまり”である自動車は長期使用した後、自動車リサイクル法に従って専門の業者が処理をすることで、再び“資源”になります。自動車のリサイクルは、私たちが使用済自動車(廃車)をきちんと引取業者に引き渡すことから始まります。

使えなくなった車を処分して、使用済自動車は資源や部品としての第2の人生をスタートさせるんだね！



自動車を購入する時、自動車リサイクル法に従ってリサイクル料金を支払い、リサイクル券を受け取ります。リサイクル券は最終所有者まで引き継がれます。



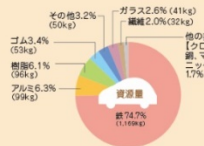
一番やってはいけないのは、空き地などに自動車を放置すること。中古車としてのリユースも、使用済自動車としてのリサイクルもされず、大切な資源が無駄になります。また、エンジンオイルによる土壌汚染、周辺の環境にも悪影響を与えます。



自動車は資源のかたまり

自動車は2〜3万点の部品から製造され、グラフのように様々な資源が使われています。

ガソリン車新車高材組成(重量約1600kgを想定)
(出典)再生資源利用等の進んだ自動車へのインセンティブ
制度(取組)検討(第1期)より
平成29年9月 経済産業省製造産業局自動車課 環境省
環境再生・資源循環局環境リサイクル推進室



P3

P4

リサイクルの施設を見学しました！

自動車リサイクルの実際の工程、使用済自動車のフロンやエアバッグの処理、部品取りから解体、圧縮、破砕、ASRのサマルリサイクルまでを見学しました。



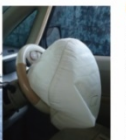
フロン類

フロンの種類等に回収機を用いて、ポンペに回収後、指定業者が、フロン類破壊処理業者まで運び処理します。



エアバッグ類

未作動のエアバッグ類を取り出し、指定引取場所に運搬する取外回収が主ですが、装備された状態で作動させる車上作動処理を見学しました。処理後、車内に取りつけられたまま、次工程に進みます。



シュレッダーダスト(ASR)

プレスされた自動車を破砕機にて粉砕し、金属等を回収。残りのASRは、焼却を促進する材料として使用されます。一般的に飛灰は廃棄物になりますが、ここではさらに有効利用すべく精錬所に出荷していました。



使用済自動車の再資源化等に関する法律(自動車リサイクル法)について

2005年1月に施行される前から、使用済自動車は有用な金属・部品を含むため、解体業者や破碎業者間の売買を通じてリサイクルが行われていました。しかし、金属などの素材や部品としてリサイクルした後に残るシュレッダーダスト(ASR)は埋立処分でした。処分場は逼迫し、処理費が高騰しただけでなく、車の不法投棄・不適正処理も発生しました。一方、カーエアコン冷媒のフロン類を確実に破壊処理することや、爆発性があるために専門技術を要するエアバッグ類の処理も十分に進みません

でした。こうした背景のもとに、循環型社会形成推進基本法に基づく個別法として2002年7月に制定されました。この法律では車のリサイクルについて車の所有者、自動車メーカー・輸入業者、引取業者・フロン回収業者・解体業者・破碎業者の役割を明確化しています。ASR、フロン類、エアバッグ類の処理費用は車の所有者が負担することになっています。

P5

P6

私たちに
できること
2



リサイクル部品について知ろう

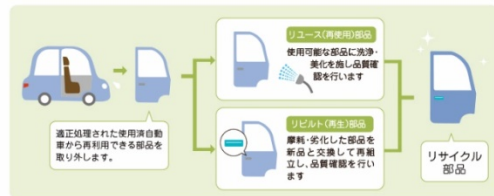
使用済自動車(廃車)を処理する過程で取り外した部品は、リサイクル部品として点検や修理の際に利用できます。リサイクル部品を利用することは資源の有効利用につながるほかCO₂削減に貢献します。

リサイクル部品は
お財布にも
やさしいんだって



リサイクル部品って何？

リサイクル部品にはリユース部品とリビルト部品があります。



自動車リサイクル部品活用推進キャンペーン

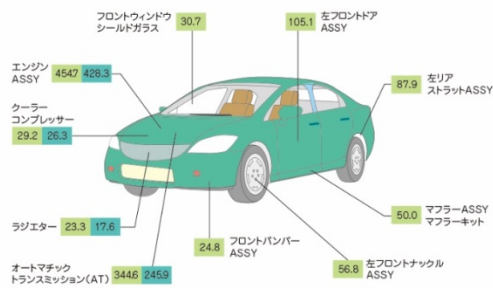
自動車リサイクル部品に関わる団体が集まって、毎年10月1日～11月30日まで行っています。



リサイクル部品を選べるとどんないいことがあるの？

リサイクル部品を使えば、新品部品を使うよりもCO₂排出量が削減されます。

リサイクル部品を新品部品と比較した時のCO₂排出削減数値(kg-CO₂)
[2005年式、1500cc、4ドアセダンタイプの車]



ASSYとはassemblyの略で、パーツ単体ではなく複数の部品が組み合わされた構成部品です。
出典: Green Point Club Ver.1605

3R政策と自動車リサイクル

循環型経済システムを構築するための基本的な考え方は、3R(①Reduce(リデュース:廃棄物の発生抑制)、②Reuse(リユース:再使用)、③Recycle(リサイクル:再資源化))で、優先順位は①から順になっています。自動車リサイクル法という③のリサイクルのことかと誤解しがちですが、「使用済自動車の再資源化等に関する法律」が正式名称。3Rの考えをもとに作られています。

す。リサイクル部品を利用することは、法の中でも消費者の責務として書かれており、①②につながる行動の一つです。現状、リサイクル部品を利用するには課題が多いのも事実ですが、中古車に新品部品を付けることが経済性や環境面への影響など総合的に考えた際、果たして合理的な選択なのか？考えてみることも必要ではないでしょうか。



P7

P8

リサイクル部品のことを良く知って使おう

リサイクル部品を使いたいと思ってても、新品とは異なり、必要な部品がすぐ手に入るのか、またその品質は大丈夫なのかなど不安があります。

良質なリサイクル部品が適切に利用できる市場が形成されるように「自動車リサイクル部品の利用促進のためのガイドライン」(2002年5月国土交通省)が策定されています。

リサイクル部品の基準と補償について

補修部品には、自動車メーカーや部品メーカーが生産する新品部品と、使用済自動車から取り外したリサイクル部品とがあります。どちらも道路運送車両の保安基準に適合することになっています。

独自の基準に基づき商品化されたリユース部品に認証シールを付けている団体もあります。例えば、一般社団法人日本自動車リサイクル部品協議会では、右のような「品質保証」認証シールを使っています。



リサイクル部品の製造物責任は

リユース部品	リビルト部品
供給する事業者	再生品を製造又は加工した事業者

使用されたリサイクル部品により損害が生じた場合は、リユース部品では供給する事業者が、リビルト部品では再生品を製造又は加工した事業者が製造物責任を負います。

どう自動車から取り外された部品なのかわかるの？

部品の履歴を表示するJIS規格等はまだまだありません。しかし、軽自動車及び普通・小型乗用車のリユース部品のうち、ボンネット、ドア、フェンダ、バックドア及びトランクリッドについては、その状態や回収した車の情報などについて、「TS D0008」(2018)*で表記方法が規定され、公表されています。

*TSとは商業JIS制定の可能性があると判断され、公表される標準文書のこと。



使いたい時は、どうしたらいいの？

自動車の点検・修理をする時、ディーラーや整備工場の人に「リサイクル部品を使いたい」と相談してみましょう。

上記ガイドラインでは、自動車整備事業者等はユーザーに対し、リサイクル部品を紹介すること、必要な部品がすぐ見つからない場合でも、しばらく待つと入荷する可能性があること等を説明することが示されています。



自動車は安全が第一です。リサイクル部品を選ぶときは、部品の点検内容や保証内容について確認し、自分でしっかりと考えて決めましょう。現状は認証シールのある部品はそれほど多くはないようですが、消費者が「欲しい」と声を出すことで、安心できる部品の供給が増えることが期待できます。



P9

P10

私たちにできること 3

移動や輸送のサービスを利用する時に考えてみよう、調べてみよう

私たちは移動や宅配便などを通して、さまざまな自動車(バスやトラックなどを含む)を利用しています。サービスを利用する時も、リサイクルに積極的な事業者を選びたいですね。

TAXI **Bus** **TRUCK**

バスやタクシー、運送業などの事業者の環境への取り組みは、各社のウェブサイトなどに掲載されています。自動車リサイクルに関する記載はあまり見られないのが現状です。

リサイクルに熱心なのはどこだろう？ 企業はもっとアピールしてほしいな。

Carsharing

近年、複数の人が自動車を共同で所有・利用するカーシェアリングが都市部を中心に広がっています。マイカーを持たないライフスタイルの広がり、自動車の台数自体を抑制し、資源消費を減らすことにもつながります。また、事業者の中には、エコマークを取得しているところもあります。

カーシェアリングのエコマーク

エコマークは、商品の一生を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品につけられる環境ラベルです。カーシェアリングの認定基準には、提供する自動車の燃費や排ガスに関する基準のほか、廃車時には適正に廃棄・リサイクルすることなどが必須項目となっています。また、リサイクル部品の活用が奨励されています。

11

P11

私たちにできること 4

自動車を購入する時に調べてみよう、確認しよう

自動車を買う時にどんな選択があるのでしょうか？
電気自動車？自動運転などの性能？デザイン？価格？燃費？
それとも環境配慮設計？一緒に考えてみましょう。

資源問題、忘れないで

リサイクルしやすい設計なのか、再生材料が使われているのかなど、カタログでは見つけられない情報を比較するには、グリーン購入ネットワーク(GPN)の「エコ商品ねっと」が便利です。

新車？中古車？
1台の自動車を長く使うことがなによりも資源消費の削減につながります。したがって中古車を選ぶことは環境配慮の観点からも重要な選択です。

自動車リサイクル料金の確認、忘れないで

契約書の内訳に自動車リサイクル料金が記載されていることを確認し、「預託証明書(リサイクル券)」を受け取ったら大切に保管しましょう。

リサイクルは私たちができる資源確保策

鉱物資源には枯渇問題と共に、供給の不安定性と環境負荷という重要な問題が存在します。日本は多くの鉱物資源を海外からの輸入に頼っており、その確保は資源国の政治動向や国際資源獲得競争に大きく影響を受けます。また、資源を地下から採掘する時や精錬時などに排出される多量の鉱物残渣など隠れた地球環境への負荷も忘れてはならない問題です。このような、リサイクルは唯一私たちが関わることのできる資源確保策です。

12

P12

これからの自動車とリサイクル、そして私たちの暮らし

SDGsの目標達成を目指す年であり、パリ協定の日本の約束期限でもある2030年にはどのような自動車が走っているのでしょうか？
私たちは今、大きな変化の中にいます。
ちょっと楽しみです。

次世代自動車は重くなる傾向にあります。一方、燃費向上に向け、樹脂や炭素繊維などを使う車体軽量化の研究開発が進んでいます。しかし、これら新素材はリサイクルが難しく、更なるチャレンジが必要です。

自動車メーカーではバイオ素材の活用や、自動車リサイクルから得られた資源を使うなど、地下から新たに掘り出した資源を極力使わない社会を目指しています。

メッセージ

NACSからの

今もこれからの暮らしにも、なくてはならない自動車。だからこそより安全で、省エネで、クリーンで、そして資源を大切に使用ったものであってほしいと願います。

そのためには私たち消費者も、利便性や燃費だけでなく、資源循環にも関心を持ち、できることを考え行動していくことが大切です。

わからないことは事業者に関きながら、少しでも環境負荷の少ない商品やサービスを選んでいきたいですね。

「商品の一生を知ろう もっと自動車リサイクル」
制作：公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)環境委員会
監修：安井至 一般財団法人持続性推進機構理事長 東京大学名誉教授
本書は、公益財団法人自動車リサイクル高度化財団の助成を受けて制作しました。
本書は電子ブックとして右のQRコードからご覧いただけます。紙複製・転載

発行：2019年3月
発行所：公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-17-14 全国婦人会館2F
TEL:03-6434-1125 e-mail:nacs-ecology@nacs.or.jp http://nacs.or.jp/
NACSは、消費生活に関する日本最大の専門家団体です。

13

P13

P14