

家電リサイクル認知度調査の概要

【目的】

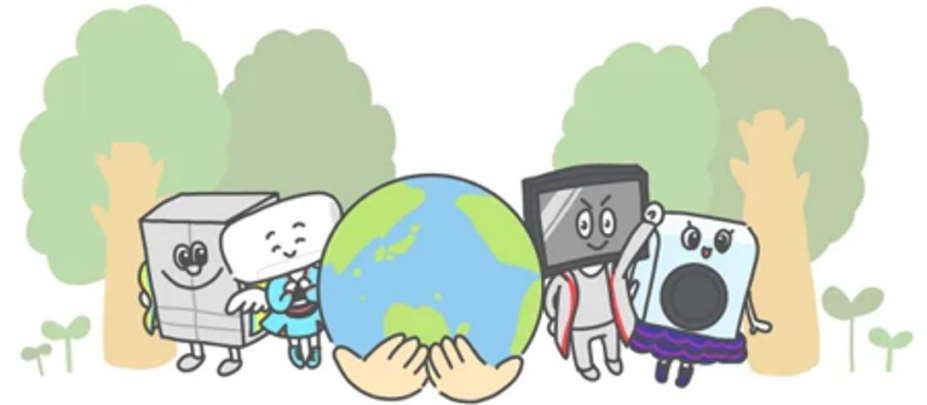
家電リサイクルに関する普及啓発活動を行うにあたり、世間の「家電リサイクル」に対する認知度がどの程度であるかを、把握することが重要であると考え、年齢別・性別・地域別などの属性別に調査を行い調査で得られたデータを分析することで、認知度向上のための施策立案の材料としたい。

【調査方法及び期間】

調査方法：ネットリサーチWeb調査

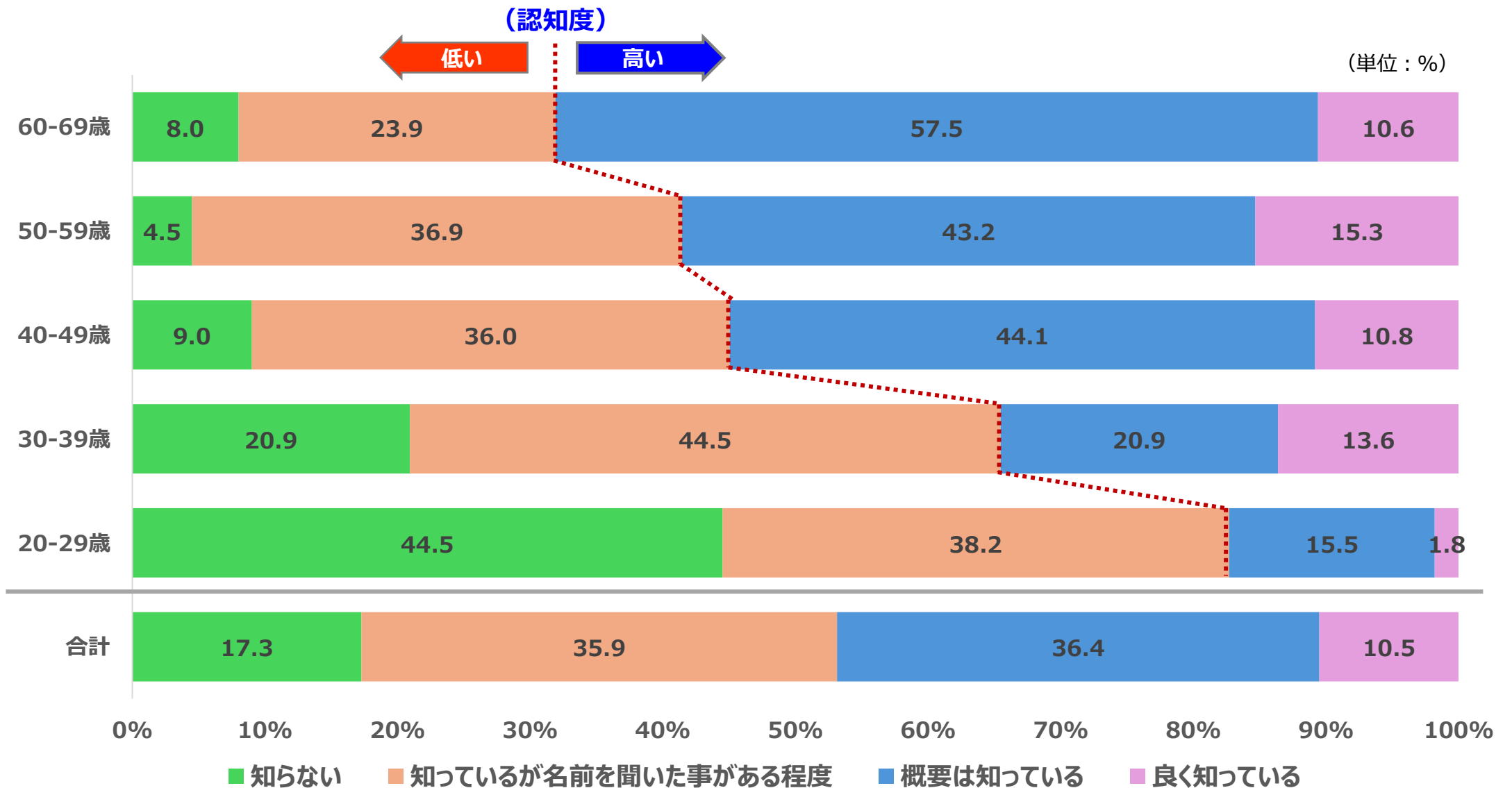
調査期間：2024年10月11日（24H）

回答者：調査にご協力いただいた任意ユーザー
（全国男女,555名）



家電リサイクル認知度調査結果

Q：『家電リサイクル法』をあなたはご存じですか？



家電リサイクル認知度調査結果

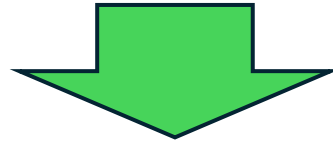
【調査結果から】

20代、30代が「家電リサイクル」を知らない、聞いたことがある程度と他の年代に比べ圧倒的に認知度が低いことが判明。

- ・20代：知らない44.5%、聞いたことがある程度38.2%
- ・30代：知らない20.9%、聞いたことがある程度44.5%



この結果は、20代、30代が家電リサイクル法対象品目のエアコン・テレビ・冷蔵庫・洗濯機の買い替えシーンを経験していないことが大きく影響しているとも考えられる。



近い将来、買い替えを経験する際に、処分方法等に困らないためにも20代、30代への「家電リサイクル」に対する認知度向上を図り、全体の底上げを行う必要がある。

【施策】

20代、30代をターゲットとした、普及啓発活動を推進

- ・ターゲティングの行動に合わせたSNS（YouTube、X）動画配信による啓発
- ・実施時期 2024年12月1日から配信開始

今後、定期的な認知度調査を継続し「家電リサイクル」の認知度向上に努めてまいります。

家電リサイクル認知度調査 課題への対応

【対応】

ネット検索履歴より、家電製品の『購入を検討している』、『捨てようとしている』人を抽出、
2024年12月1日よりSNSターゲティング（能動型発信） 配信開始

① スマホ検索履歴より

家電の『購入を検討している』
『捨てようとしている』人を抽出

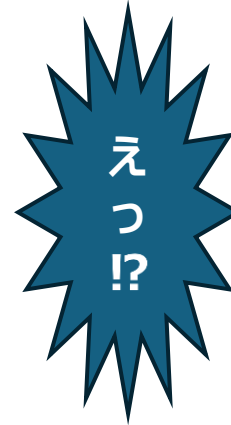


② SNSターゲティング広告

（読んでもらえるマンガ広告）



③ 気づき



④ 特設LPで行動促進

（誘導）※LP:ランディングページ

<https://www.aeha-kadenrecycle-lp.com/>



※参照：▶YouTube

「家電リサイクル」啓発用パラパラ漫画（4本作品連続版）

<https://www.youtube.com/watch?v=SuUfqrcuINk>

