

資料 2 自賠制度等の周知活動について

令和6年5月24日

- ・自賠制度の理解促進に向けて、令和5年度は高速道路のSA・PAや道の駅等で自動車ユーザーに対する広報を行うとともに、新たに開設した特設サイトへの誘導等の取組を継続して実施。
- ・さらに、関係機関・団体等からの協力を頂きつつ、自賠制度の積極的な周知活動を実施。

【自賠制度の積極的な周知活動】

●高速道路のSA・PA



動画広告放映状況
(高速道路SA)

・NEXCO東日本やNEXCO中日本、NEXCO西日本の各SA・PAにおいて、デジタルサイネージによる広告を掲出。
(令和5年10月～)

・阪神高速道路や四国高速道路、首都高速道路の各SA・PAにおいて、ポスター・チラシを設置。
(令和5年11月～)

●道の駅・教習所等

全国1,200駅の道の駅や、各地域の運転免許センター、各ディーラー等においてもポスター・チラシを設置。
(令和5年11月～)

今後も、関係機関のイベントや施設等を利用して、自動車ユーザーに対する自賠制度の認知度向上に向けた取り組みを進める。

保険契約時のチラシの同封

自賠責保険の契約者に対するチラシ配布
約1,100万枚配布 ※
※令和5年2月～4月 累計



<自賠責保険証(裏面)>

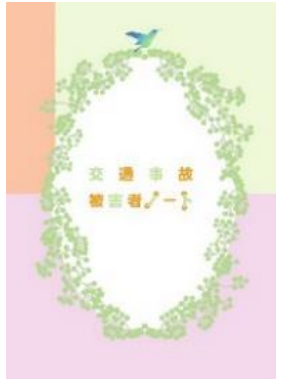


自賠責保険証の記載変更

自賠責保険証の裏面において、新たな賦課金導入に関する説明を追記

新たな賦課金導入について紹介

<交通事故被害者ノート>



交通事故被害者ノート

ナスバ主管支所や都道府県の犯罪被害者向けの総合的対応窓口など、全国約250カ所の関係機関に配布。

ナスバの認知度向上に向けた広報活動について①

ナスバの知名度向上に向けた動画を制作し、各メディアを通じた広報事業を展開することで、ナスバの更なる認知度向上を図る。

テレビCM

- 圧倒的なリーチ力を活かして幅広くナスバの認知を訴求するため、テレビを活用した広報を実施。
- 3月11日～20日までの間、全国のテレビ局(日テレ系、TBS系)において、ナスバCMを放送。

<支援編>



<防ぐ・守る編>



デジタル広告

- TVを視聴しない人(≒若年層)に対して認知度を高めるため、デジタル広告を実施。
- 3月12日～28日までの間、以下のメディアを活用した広告を実施
SNS:LINE、Twitter等
WEB:yahoo、Google、You Tube
その他:Tver、Amazon



交通広告

- 通勤・通学など移動中のターゲットを狙った認知訴求を図るため、交通広告を実施。
- 3月18日～24日までの間、首都圏及び京阪神の主要駅・電車内で広告を実施
(首都圏)
JR東日本:山手線、中央線等の電車内
東京メトロ:銀座線、丸ノ内線等の電車内及び主要駅構内
(京阪神)
JR西日本:大阪環状線、JR京都線等
大阪メトロ:御堂筋線、中央線の電車内及び主要駅構内

<JR山手線内>



<大阪 東梅田駅構内>



ナスバの認知度向上に向けた広報活動について②

この他、ナスバにおいても認知度向上に向けた取り組みを実施。

ナスバによる知名度向上に向けた取り組み

○全国に向けた情報発信

- ・全国ネットワークのラジオ番組において、ナスバ理事長等が出演し、ナスバが行う被害者支援や事故防止対策に関する取り組みを紹介

＜ラジオ番組に出演するナスバ中村理事長とナスバちゃん＞



ニッポン放送「週間なるほど！ニッポン」(ラジオ番組)
(https://www.1242.com/harenosuke/harenosuke_blog/20240319-314238/)

○ 地元イベント等に参加した取り組み

＜地元ラジオ番組に出演した広報活動(2023年11月)＞

- ・群馬支所において、地元ラジオ番組に出演し、ナスバの被害者援護業務に関する広報を実施したほか、高崎駅前においてナスバの周知活動を実施。

＜札幌雪祭りに参加したPR活動(2024年2月)＞

- ・札幌主管において、札幌雪祭りに参加し、多くの来訪者に対してナスバを知るきっかけ創りを創設。

＜「まつり宮崎」に参加したPR活動(2024年2月)＞

- ・宮崎支所において、「第10回まつり宮崎」(宮崎市)に参加し、ナスバブースを設け、情報発信を実施したほか、地元テレビ局の情報番組に出演し、ナスバの業務内容に関する周知活動を実施。

ナスバの認知度について

- 国土交通省が実施したアンケート調査によると、ナスバの認知度については、回答者の約3割がナスバを「知っている」「名前を聞いたことがある」と回答。
- 一方で、ナスバを「知っている」との回答者は全体の1割程度であり、また、地方部や中高年齢層における認知度が低い傾向にある。
- 今後も、広報の専門家(広告会社)の知見やテレビ等のメディアを活用しつつ、今回のアンケート調査結果を踏まえ、着実な認知度向上が図られるよう広報事業に取り組む。

<自賠制度等の認知度に関するアンケート調査>

調査手法:インターネット調査

調査実施日:令和6年3月26日~29日

対象者:全国の16~79歳男女

関連業種(自動車関連業、保険業、広告業、調査業)は排他

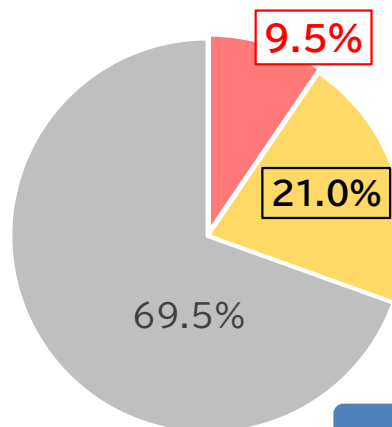
回収数:3,081件

ナスバの認知度

Q:あなたは「NASVA(ナスバ:自動車事故対策機構)」をご存じですか。

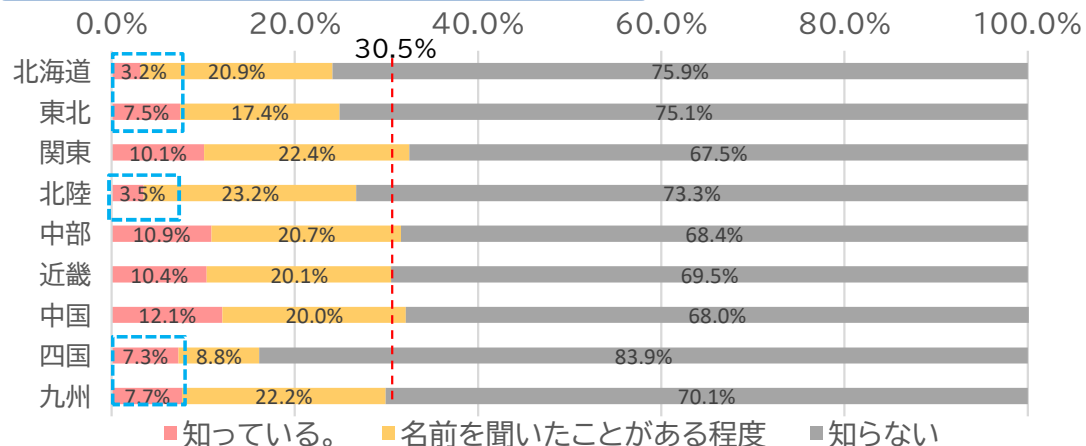
ナスバの認知度

(令和4年度) (令和5年度)
14.4% → 30.5%
約15ポイント増



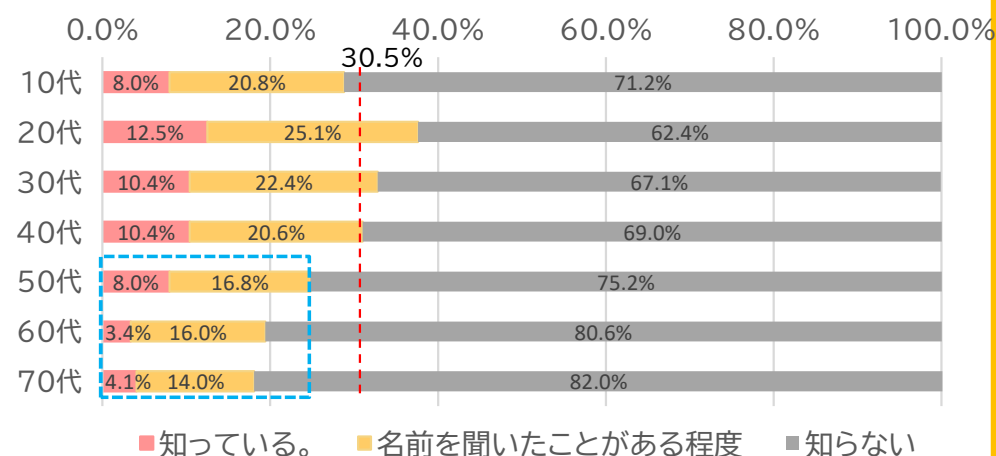
- 知っている。
- 名前を聞いたことがある程度
- 知らない

地域別 ナスバの認知度



地方部でのナスバ認知度が低い傾向

年代別 ナスバの認知度



中高年齢者(50代~70代)の認知度が低い傾向

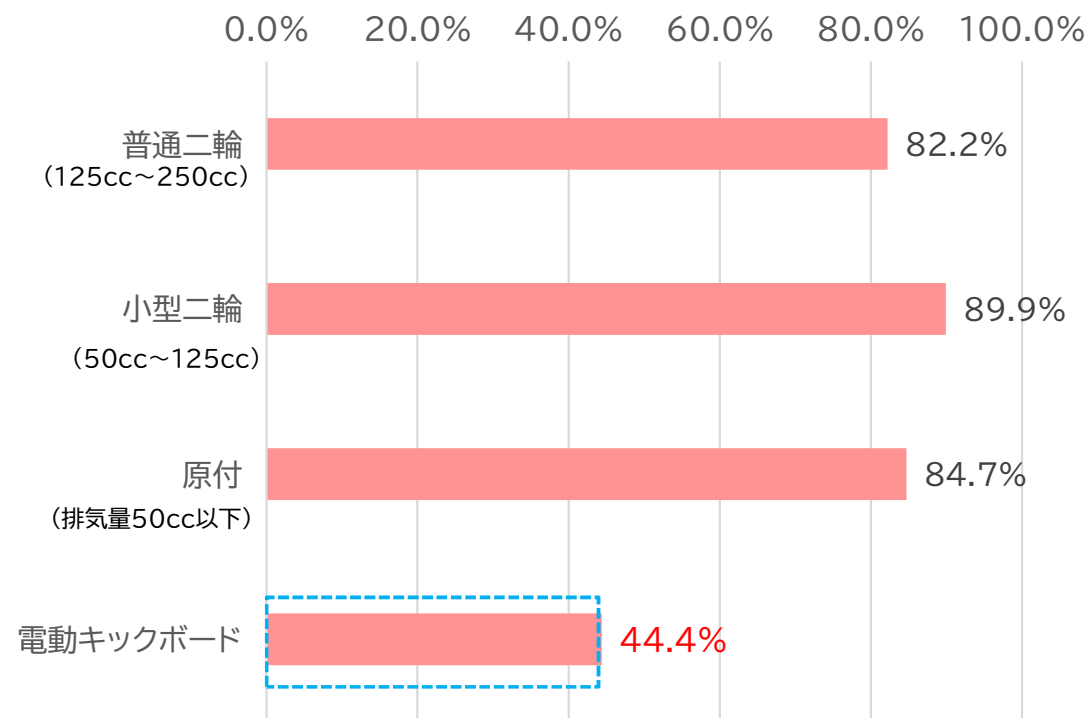
自賠責保険の加入促進について

- 電動キックボードの自賠責加入率は、他の車種と比較して圧倒的に低い状況。
- また、近年、新たな移動手段として利用が広がっている「ペダル付き原動機付自転車」についても、自賠責の加入義務に関する認知度が低い。
- 引き続き、広報の専門家(広告会社)の知見やWEB・SNS等のメディアを活用しつつ、電動キックボードやペダル付き原動機付自転車について、自賠責の加入に関する積極的な啓発活動を図る。

自賠責保険の加入について

Q:あなたが所有している車両の「自賠責保険・共済」の加入状況をお選びください。

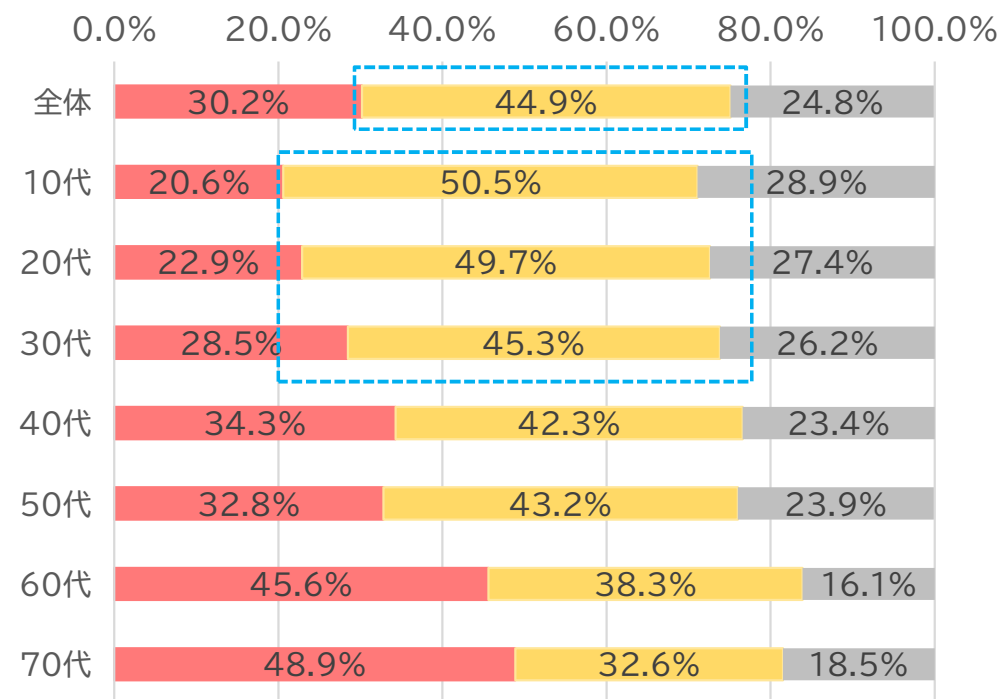
バイク・原付について「加入している」回答者の割合



電動キックボードの加入率は、他の車種に比べて圧倒的に低い。

Q:ペダル付き原動機付自転車についても、自賠責保険・共済に加入する必要があることについてご存じですか。

ペダル付き原動機付自転車に関する自賠制度の認知度



■知っている。■知らない。■ペダル付き原動機付自転車が分からない。

自賠責の加入義務に関する認知度が全体的に低く、特に若年層を中心に低い。