

今年度の自賠制度周知等の取り組みについて

令和6年11月15日

- 国土交通省では、毎年9月を自賠責加入促進に向けた重点実施期間として位置づけており、様々な広報媒体を活用した広告を展開することで、自動車ユーザーに対して自賠責加入を促す取組を実施。

自賠責の加入促進に向けた広報

- 自賠責の加入促進に向けたポスター・チラシを作成
- 全国の自治体や自動車教習所、免許センター、大学等に配布

- 東京、神奈川、大阪の主要駅にポスターを掲出



- WEBやSNSを活用し、関連ワードによるターゲティング広告等の実施



モペットも自賠責が必須【国土交通省】 | フル電動自転車、電動バイク、ペダル付き原動機付自転車と呼ばれる「モペット」は...

国土交通省

広告 閉じる



この他、

- ・ 新たにモペットの自賠責加入を促す特設ページを開設
- ・ 各都道府県警察と連携しつつ、街頭検査活動も実施し、無保険車に対して指導

モペットの利用者は、特に若者を中心に自賠責加入義務の認知度が低く、自賠責の加入促進が課題であるところ、若者に訴求するため、若者が多く集まる渋谷・原宿エリア等で広告を掲載

渋谷エリアにおける屋外広告

多くの若者が集まる渋谷センター街等において、自賠責の加入促進に向けて作成したポスター(2デザイン)の屋外広告を掲示(令和6年9月1日~14日)



大阪におけるバス停広告

大阪市内のバス停45か所にて、ポスター同様デザインの商品を掲出(令和6年9月9日~22日)



原宿における屋外広告

ファッションの流行の発信地である原宿において、自賠責の加入促進に係る巨大屋外広告を掲示(令和6年9月2日~14日)



(令和6年度)ナスバによる認知度向上に向けた取組について

今年度においても、以下の取組を進めることにより、ナスバの認知度向上に図っている。

国民に対する周知活動

●地元プロスポーツとの連携した取組

ナスバの地域特性を活用し、多くの集客が見込まれる地元プロスポーツとの連携により、ナスバの業務紹介を実施。



新潟アルビレックスとの連携



サンフレッチェ広島との連携

●親子含む幅広い世帯層に向けた広報の取組

親子が参加できるイベントに出展し、幅広い層に対してナスバの取組を紹介。



こども霞が関見学デー



Happy Mama Festa

●その他、TV番組・CMを活用した広報に取り組む予定

自動車事故被害者へのアウトリーチを意識した周知活動

●日弁連に向けた取組

10月に、自動車事故被害者の相談を受ける日弁連交通事故相談センターの担当弁護士向けの研修において、ナスバの被害者支援制度に関する取組を紹介する講義を実施。



●被害者支援に関する情報発信

被害者救済のメッセージを込めたポスター・チラシを新たに制作し、関係機関に配布。



その他(ナスバに関する情報発信)

●ナスバ「タグライン」の創設

国民に向けて、ナスバの思いを表現したタグラインを作成

めざすのは、自動車事故ゼロの社会。



※タグライン:組織の思いやビジョンを身近な言葉で端的に表現するもの