

資料2 自賠制度等の周知活動について

令和7年6月13日

- 自賠制度の理解促進に向け、屋外広告やポータルサイトの運営を実施したほか、モペット等の自賠責加入促進に関して関係省庁と協力し事業者が取り組むべきガイドラインを策定、さらに、加入促進に係る動画を制作しSNS等でのデジタル広告やイベントにおける広報活動を実施。

屋外広告等

- 自賠責の加入促進に向けたポスター・チラシを作成し、関係機関との連携による広報の取組みに加えて、訴求力が高い都市圏を中心とした屋外広告を実施。
- その他、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を実施。



<令和6年度ポスター>



<屋外広告>



<WEB広告>

ポータルサイトの運営

- 自動車事故による被害者支援や事故防止対策及び賦課金の必要性等を簡潔に分かりやすく伝えるためのポータルサイトを運営。
- 在留外国人及び外国人による事故の増加を踏まえ、ポータルサイトの多言語化に対応。



<自賠責保険・共済ポータルサイト>

モペット等の自賠責加入促進のための取り組み

《ガイドラインの策定》(令和6年11月)

- ペダル付き電動バイク等に関して、関係事業者が取り組むべき交通安全対策について警察庁をはじめとする関係機関と協力し、「自動車又は一般原動機付自転車に該当するペダル付き電動バイク及びキックボード様の立ち乗り型電動車の交通事故を防止するための関係事業者ガイドライン」を策定。
- 本ガイドラインにおいて、販売者に対する自賠責保険加入対策の実施を規定。

《自賠責加入促進広報》

- 若年層にも届くようなストーリー仕立ての展開の動画を作成し、Youtubeでの配信等デジタル広告(LINE、Yahoo広告等)に活用。
- 大規模イベントに出展し、若年層に向けた自賠責加入促進に係る広報を実施。
- 今後も各種イベント等機会を捉えて本動画を活用した周知活動を予定。



<加入促進動画>

ナスバの認知度向上に向けた広報活動について

- ナスバの知名度向上に向け、デジタル広告の活用やイベントへの出展、情報誌への掲載等を実施。さらに、関係機関との連携を強化し、ナスバやナスバが取り組む被害者支援制度の周知活動を実施。

デジタル広告の活用

《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、ナスバTVCMを放送



<支援編>



<防ぐ・守る編>

《屋外広告》

- 都心部のデジタルサイネージやショッピングモール等の館内サイネージ活用し、屋外広告を実施。

《交通広告》

- 通勤・通学など移動中の認知訴求を図るため、交通広告を実施。



<屋外広告>



<交通広告>

イベントや情報誌での周知活動

《各種イベントへの出展》

- ナスバの地域特性を活用し、各地で開催しているイベントへの出展や、多くの集客が見込まれる地元プロスポーツチームとの連携により、ナスバの業務紹介を実施。



<新潟アルビレックスとの連携>



<地域イベントへの参加>

《情報誌への掲載》

- 日経ビジネスやJAF Mate(自動車ユーザー向け機関誌)において、ナスバやナスバの支援等について掲載し、幅広い層への情報発信を実施。



<日経ビジネス>



<JAF MATE>

関係機関との連携

《警察等との連携》

- 被害者支援を担当する警察官向けの講義内において、ナスバの取り組みを紹介するとともに、運転免許センターにおいてナスバの被害者支援制度に関する情報発信を実施

《医療機関等での周知》

- 医療機関や地方自治体等の関係機関に対し被害者救済に係るポスターやリーフレットを配布し、被害者支援制度を周知。

《日弁連の研修》

- 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。



<日弁連研修>

ナスバの認知度について

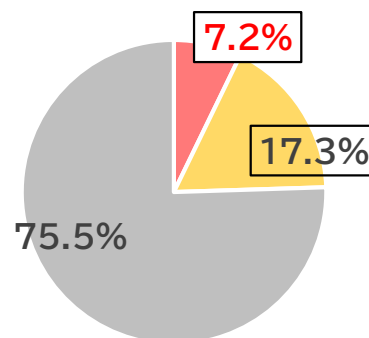
- 国土交通省が実施したアンケート調査によると、ナスバの認知度については、回答者の約2.5割がナスバを「知っている」「名前を聞いたことがある」と回答。
- 一方で、ナスバを「知っている」との回答者は全体の1割を下回っており、また、地方部や中高年齢層における認知度が低い傾向にある。

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

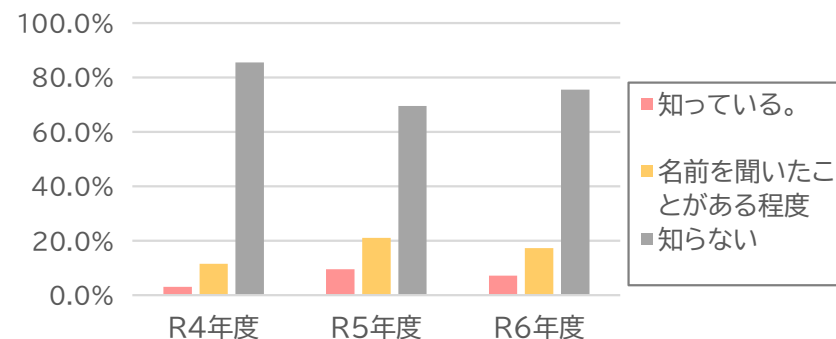
(令和4年度) (令和6年度)
14.4% → 24.5%
約10ポイント増



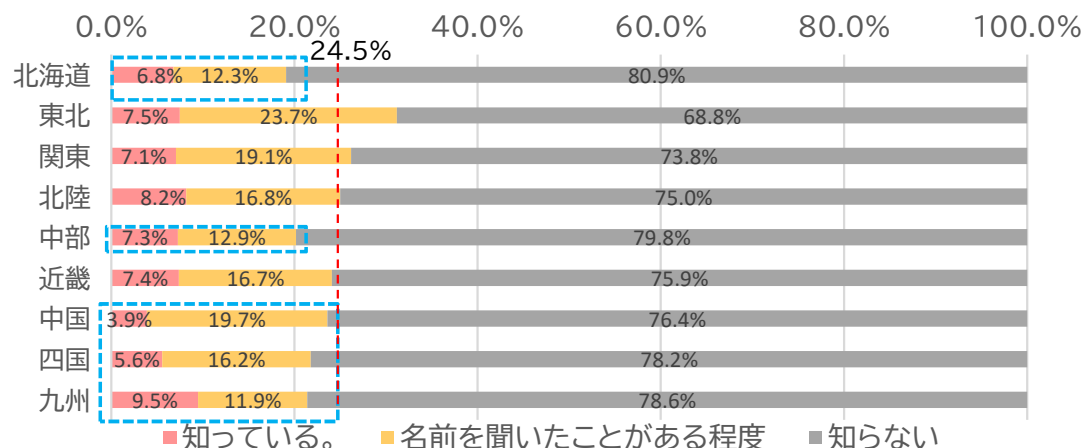
調査概要

- 調査手法 インターネット調査(楽天インサイトパネル)
- 調査実施日 令和7年1月16日～22日(7日間)
- 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 3,266件

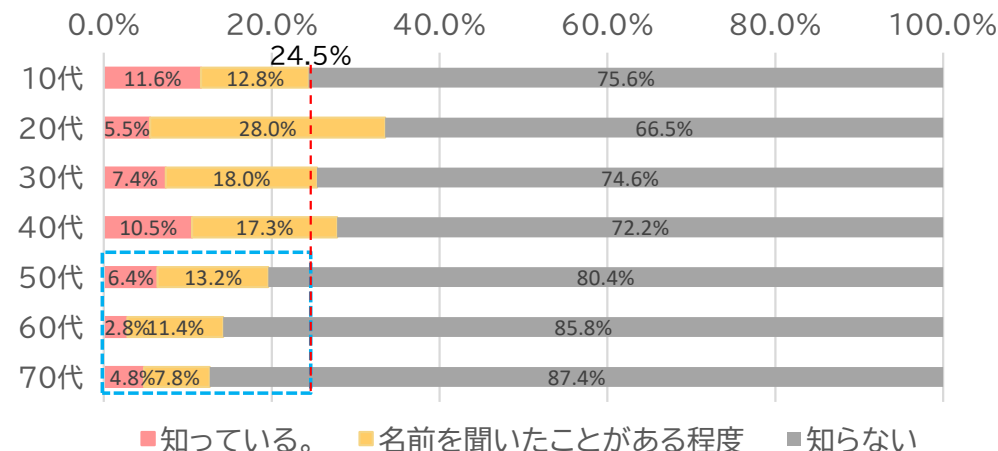
全体推移



地域別 ナスバの認知度



年代別 ナスバの認知度



特に地方部でのナスバ認知度が低い傾向。

※回答者における居住地の偏りを補正するため、各数値は若干変動する余地がある。

中高年齢者(50代～70代)の認知度が低い傾向。