資料2　自賠制度等の周知活動について

令和7年7月31日

令和6年度における自賠制度の理解促進に向けた取り組みについて

国土交通省

○　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＞

令和6年度におけるナスバの認知度向上に向けた広報活動について①

国土交通省

○ 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。

＜アルビレックス新潟との連携＞

＜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＞

令和6年度におけるナスバの認知度向上に向けた広報活動について②

国土交通省

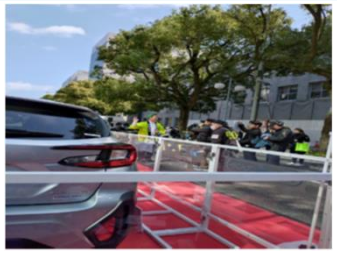
○ 自動車アセスメントについて、パンフレットの作成・配布やナスバのホームページ・SNSでの情報提供とともに、以下の広報を実施した。

1. 全国のイベント等における広報活動

- 全国各地の交通安全関係等のイベントへの出展等を行い、一般の自動車ユーザーの関心が高く集客効果のある試験車両の展示や試験映像の放映等にあわせて、ナスバ全体の広報も実施。自動車アセスメントを糸口にナスバ全体の認知度向上につながるような取組を行った。

  - 令和6年度実施件数：102件
    （うち車両展示：17件）

試験車両の展示



交通遺児等の作品展示

ナスバちゃん(マスコットキャラクター)の塗り絵

運転適性診断体験

2. 報道関係者等の誘致

- 令和6年5月に自動車アセスメント表彰式を開催し、報道関係者を招いて取材を受けるとともに、オンラインでも表彰式の様子を配信。また、一般の自動車ユーザー向けに、配信を録画した内容を自動車アセスメントの公式YouTubeチャンネルで公開した。

表彰式の様子

- 令和6年11月に当年度より新たに開始した「新オフセット前面衝突試験」について、報道関係者を招いて試験のデモンストレーションを実施した。

取材の様子

令和７年度における周知活動

国土交通省

○　令和7年度における自賠制度に関する周知活動やナスバ認知度向上に資する取組について、以下の広報活動を実施予定。

自賠責制度に係る広報の取組み

● 警察と連携した取組（令和7年4月～）

・警察と連携して、ペダル付き電動バイク等に対する街頭取締り及び利用者に対し自動車損害賠償責任保険・共済の促進を目的としたキャンペーンを実施。（令和7年4月）
・教習所や免許センターでのリーフレットの配布を拡充予定。

●販売店等への指導（令和7年4月～）

・令和6年11月策定のガイドラインに基づき、ネット販売事業者や中古車販売事業者に対する周知を強化。（協議会への参加、ポータルサイトでの案内等）

●屋外広告、デジタル広告等を活用した周知（夏・秋頃）

・新たにポスター・リーフレットを作成し、関係機関（販売店、免許センター、教習所、高等教育機関など）への配布、屋外広告等を実施予定。

・昨年度末に作成した加入促進動画を活用し、Youtubeでの配信等デジタル広告、シネアド、イベント等での放送を実施予定。

＜屋外広告イメージ＞

＜加入促進動画＞

ナスバ認知度に係る広報の取組み

● テレビCM・デジタル広告等を活用した周知（秋・冬頃）

・ナスバ認知度が低い地方部のテレビC枠や映画館のシネアドにおいてナスバCMを放映することで重点的にアプローチを図る。

● 情報誌へのインタビュー記事の掲載（秋・冬頃）

・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。

● 警察等関係機関と連携した取組

・交通事故被害者と接する機会が多い、警察、医療機関、日弁連、地方公共団とナスバとの関係性の構築のため、ナスバの業務紹介を行う機会を拡充。

（具体例）

・一部の運転免許センター等において、自動車ユーザーに対し、ナスバCMの放映やナスバ業務紹介パンフレットの配布を行う機会を拡充
・地方公共団体とナスバの関係性構築のためのルートづくり
例）国交省の地方公共団体連絡会（とんび会）での業務紹介

● 屋外広告、イベント等での取組

・引き続き、ナスバと連携を図りながら、広告会社の知見を活用し、有効な屋外広告やイベントへの出展等により幅広い層に対して、ナスバの取組を紹介。

（具体例）

・日本自動車会議所が主催する「交通安全。アクション2025」にナスバが出展し、来場者に対しナスバの取組を周知

ワーキンググループで出た主なご意見等について（広報関係）

国土交通省

項目	事業名等	内容	対応の方向性
広報	被16　事故被害者へのアウトリーチ強化・ユーザー理解促進事業	• 作成したPR動画等は非常に質の高いものであるが、これらの媒体をどのように活かすか、広報活動において様々なプラットフォームの活用を検討いただきたい。 • YouTubeやAmazonPrime等、様々なプラットフォームに広告を掲出することを検討すべきではないか。	• 委託事業者（広告会社）の知見や令和6年度の政策レビューの結果等を踏まえ、より効果的な広報活動を実施すべく、これまでの取組みに加えてAmazonPrimeやTVer等の動画配信サービスへの広告掲載、Instagramへの投稿等、新たなプラットフォームを活用し、更なる自賠責制度の周知及びナスバの認知度向上に努める。
		• ナスバの広報に関して、自動車事故被害者や遺族等の当事者と連携することにより、ナスバの必要性がより伝わるのではないか。	• ナスバの認知を高めるため、当事者の方々の協力を仰ぎ講演会や広報イベント等を実施しており、より訴求力の高い広報活動を実施するため、更なる連携について検討する。
		• ナスバの認知度向上について、ナスバが実施する自動車アセスメントは自動車ユーザーの関心が高く、JAFMate等の広報媒体も活用いただきたい。	• 多くの購読者を有する出版物等とのタイアップは広報手段として非常に有効であると認識しており、昨年度に引き続き、今年度も関係誌への掲載含め、自動車アセスメント事業等ナスバの認知度向上に資する広報活動を検討する。
		※自賠責制度の周知に関するアウトカムの追加について	• 自賠責に係る広報の効果を検証すべく、ナスバ認知度に係るアウトカムに加えて以下を設定する。「広報活動実施期における自賠ポータルサイトへの月平均アクセス数について、通常期と比較し約2倍以上のアクセス数を図る」