

満タン & 灯油プラス1缶運動

2021年度 実績報告書

災害でも **満タンで安心**

灯油プラス1缶で安心



満タン & 灯油プラス1缶運動!

地震 台風 大雪

大きな災害が起きると…

ガソリンスタンドに長蛇の列 売り切れや機能停止 停電 立ち往生

様々なトラブルに見舞われます。

もしもの時のために **燃料は満タンで安心♪ 灯油プラス1缶で安心!**

エアコンで快適♪ 車中泊もできる! 車でスマホやノートPCが充電できる! 灯油ストーブであっかん♪

日本は災害の多い国です。普段から災害に備えましょう。

燃料メーターが半分になったら満タンに。灯油は1缶多めに。

『満タン & 灯油プラス1缶運動』を私たちは展開しています。

主催：全石連・東海和泉石油組合
協賛：石油連盟、公益社団法人全日本トラック協会、日本ガソリン計量機工業会
後援：内閣府防災担当（防災委員会）、東京エネルギー・国土交通省

お問い合わせ先
全石連 企画課 広報係
〒100-0004 東京都千代田区千代田7-14-10
mailto:manutan-undo@zensekiren.or.jp
TEL: 03-5561-1111

詳しくはこちら <http://www.zensekiren.or.jp/manutan-undo>



参加状況（SS・ローリー）

参加SS

	参加SS	普及啓発
北海道	1,140	66
青 森	398	27
岩 手	392	26
宮 城	456	32
福 島	560	37
秋 田	336	22
山 形	322	23
新 潟	762	53
長 野	500	44
群 馬	450	33
栃 木	323	31
茨 城	799	54
千 葉	758	51
埼 玉	742	51
東 京	824	57
神奈川	639	45
静 岡	784	53
山 梨	298	20
愛 知	1,112	61
三 重	368	29
岐 阜	555	36
富 山	268	20
石 川	145	16
福 井	120	13

	参加SS	普及啓発
滋 賀	206	14
京 都	318	22
大 阪	779	66
奈 良	178	12
和歌山	252	18
兵 庫	344	57
岡 山	495	37
広 島	582	38
鳥 取	143	10
島 根	40	18
山 口	298	24
徳 島	206	18
高 知	262	20
愛 媛	383	26
香 川	295	19
福 岡	669	41
大 分	359	25
佐 賀	100	14
長 崎	320	23
熊 本	61	29
宮 崎	339	24
鹿児島	637	44
沖 縄	200	19
合 計	20,517	1,518

元売会社・トラック協会 ローリー協力台数

	協力台数	ステッカー 新規配布数
ENEOS	1,048	107
出光昭和シエル	750	861
コスモ	449	
太陽	99	50
キグナス	10	16
トラック協会	1,019	263
合計	3,375	1,297

自治体等への石油組合の取り組み

自治体等が本運動の趣旨を理解し、積極的に推進、紹介する事例があった。

◆自治体との共同推進

- 石油組合が自治体に本運動を積極的にPRしたことにより、都道府県や各自治体のホームページ（岩手県一戸町、長野県小布施町、静岡県袋井市等）、広報誌（北海道浜頓別町、千葉県南房総市等）に本運動が掲載された。
- ホームページや広報誌では、日ごろから、災害（地震、停電等）に備え、「災害時に役立つアイテムの確認、準備」に加えて、「車の燃料メーターが半分程度になったら満タンにする」、「灯油は1缶多めに備えておく」（『満タン&灯油プラス1缶運動』）ことを心がけるように普及啓発が行われた。

＊過去の実績

HP、広報誌への掲載…北海道、山形県、長野県木島村、群馬県、栃木県、千葉県、山梨県、福井県、奈良県奈良市、福岡県福岡市、大分県等

掲載例



(岩手県一戸町)



(千葉県南房総市)

◆マスコミ等でのP R事例

日頃からの組合とマスコミ関係先等との情報交換やキャンペーン等を通じ、本運動を積極的にP Rした効果として、満タン&灯油プラス1缶運動が全国的に広がりを見せた。

東京：「組合まつりinTOKYO」で満タン&灯油プラス1缶運動をPR



東京：「国際オートアフターマーケットEXPO」
で満タン&灯油プラス1缶運動をPR



石川：「イオンモール白山」で満タン&灯油
プラス1缶運動をPRする「満タン運動
展」開催



福井：県の防災パネル展に参加し、満タン&
灯油プラス1缶運動をPR



広島：地元RCC中国放送のテレビ・ラジオ
で満タン運動PRをした広島石商



P R ツール

10種類のツールを活用し満タン運動のP Rを行った。

満タン&灯油プラス1缶運動P Rツール

【1.屋外用のぼり】



【2.S S店頭掲示用ポスター】



【3.小型ローリー用マグネットステッカー】



【5.スタッフ用バッジ】



【7.スタッフ用マニュアル】



【4.大型ローリー用シール】



【6.スタッフ用マスク】



【8.組合員向けホームページ】



【9.消費者向けホームページ】



災害時に
買い求めパニックが発生



供給不足が発生



満タンで
安心



車が満タンであれば



車を避難場所として活用できる

A photograph showing the interior of a car, specifically the back seat area. Two people are lying down, covered with blankets, appearing to be sleeping. The car's interior lights are on, and the overall atmosphere is cozy and secure.

灯油がプラス1缶あれば



65%の人が
「災害時に燃料の入手に困った」
経験があります。

■時刻以外に消費する工業、商業、娯楽、福祉、経済での消費者アンケート

Q. 水害や台風などの災害で車の燃料、灯油の入手に困ったことがありませんか？

2010年10月1日



災害時に備える住民拠点SS

[illegible]

自給・自産性のある加工品・素材等
(塩漬・燻製・漬物・天婦羅等)

住民拠点SS
設置目標

全国
15,000カ所

ガソリンスタンドは「エネルギー供給の最後の砦」として使命感を持ち、
災害に備えた訓練を行っています。

また、ご来店のお客様に「番タン&灯油プラス1年運動」の啓発に努めています。



三、特征



图 18-1-10

大型タンクローリー車でのステッカー P R

元売会社管理下の2,356台、トラック協会会員の管理下で1,019台、計3,375台の大型タンクローリーの車体後部に統一ステッカーシールを貼り、ドライバー等にPRした。
(台数は2018年9月時点。以後、追加・張替が実施されている)

E N E O S : 1,048台

A white tanker truck with ENEOS branding. The tank features a large red and orange ENEOS logo. Text on the tank includes "満タンで安心" (Full tank,安心), "灯油プラス1で安心" (Kerosene Plus 1,安心), and "安全安心" (Safety,安心). A green rectangular sticker is visible on the rear of the tank.

出 光 : 750台

A white tanker truck with Idemitsu branding. The tank features a large red Idemitsu logo. Text on the tank includes "満タンで安心" (Full tank,安心), "灯油プラス1で安心" (Kerosene Plus 1,安心), and "安全安心" (Safety,安心). A green rectangular sticker is visible on the rear of the tank.

コスモ石油 : 499台

A white tanker truck with Cosmo Oil branding. The tank features a large red and blue Cosmo Oil logo. Text on the tank includes "満タンで安心" (Full tank,安心), "灯油プラス1で安心" (Kerosene Plus 1,安心), and "安全安心" (Safety,安心). A green rectangular sticker is visible on the rear of the tank.

太陽石油 : 99台

A white tanker truck with SOLATO branding. The tank features a large blue and black SOLATO logo. Text on the tank includes "満タンで安心" (Full tank,安心), "灯油プラス1で安心" (Kerosene Plus 1,安心), and "安全安心" (Safety,安心). A green rectangular sticker is visible on the rear of the tank.

キグナス石油 : 10台

A white tanker truck with KYGNUS branding. The tank features a large blue and yellow KYGNUS logo. Text on the tank includes "満タンで安心" (Full tank,安心), "灯油プラス1で安心" (Kerosene Plus 1,安心), and "安全安心" (Safety,安心). A green rectangular sticker is visible on the rear of the tank.

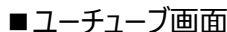
<http://www.zensekiren.or.jp/mantan-undo>

■ホームページ掲載内容



●また、本運動のツイッターやユーチューブアカウント、でも、本動画のPRを行いました。

■ ツイート



普及啓発事業：テレビCM

(1) 放送期間：2021年9月1日（水）～30日（木）

キー局（日本テレビ・テレビ朝日・TBS・フジテレビ）で合計14本放映

(2) CM内容

2019ミス・ティーン・ジャパン グランプリの受賞者でモデル・女優として今後活躍が期待される宮部のぞみさんを起用し、30秒の動画で本運動の主旨・燃料備蓄の必要性を伝えました。



(3) 放送一覧

放送局	番組名	放送日	開始	終了	世帯視聴率	個人視聴率
日本テレビ	news every.3部	9月8日	17:53	19:00	10.9	5.9
日本テレビ	news every.3部	9月20日	17:53	19:00	10.9	6.3
日本テレビ	news every.3部	9月24日	17:53	19:00	9.1	4.8
TBS	教えてもらう前と後	9月6日	22:00	23:07	4.1	2.3
TBS	【新】バナナサンド 2 時間 S P	9月28日	19:00	20:57	6.8	4.2
フジテレビ	人志松本の酒のツマミになる話	9月10日	21:58	22:52	8.6	5.2
フジテレビ	S-PARK	9月18日	0:35	1:15	2.8	1.4
フジテレビ	土曜はナニする！?	9月18日	8:30	9:55	5.8	3.2
フジテレビ	ボクらの時代	9月12日	7:00	7:30	4.7	2.3
フジテレビ	ボクらの時代	9月26日	7:00	7:30	4.2	2.0
テレビ朝日	羽鳥慎一モーニングショー	9月1日	8:00	9:55	8.6	4.9
テレビ朝日	羽鳥慎一モーニングショー	9月14日	8:00	9:55	10.8	5.4
テレビ朝日	羽鳥慎一モーニングショー	9月30日	8:00	9:55	10.0	5.1
テレビ朝日	サンドウィッチマン&芦田愛菜の博士ちゃん	9月11日	18:56	19:54	9.0	4.7
					個人視聴率合計	57.7

計14本（全て30秒提供） 視聴率（％） エリア：全国

推計視聴人数：

個人全体視聴率57.7×約118万人(視聴率1%の人口) = 約68,086,000人

普及啓発事業：P R 動画のW E B 配信

- 満タン運動のCM動画（30秒）を下記9媒体・ネットワークで配信し、満タン運動ホームページに誘引。

配信ネットワーク：グーグル、ヤフー



動画サイト：ユーチューブ、Tver、GYAO!、ABEMA



SNS：ツイッター、インスタグラム、フェイスブック



- 配信期間：9月1日～10月31日の2ヶ月間
- 配信回数：4377万回（視聴完了数：1119万回）
- ホームページアクセス数（ページビュー）：277,450PV

イベントなどでのPR

- 組合まつり：12月2日～3日
（会場：東京国際フォーラム・ホールE）



- 国際オートアフターマーケットEXPO2022：3月9日～11日
（会場：東京ビッグサイト西1・2ホール）



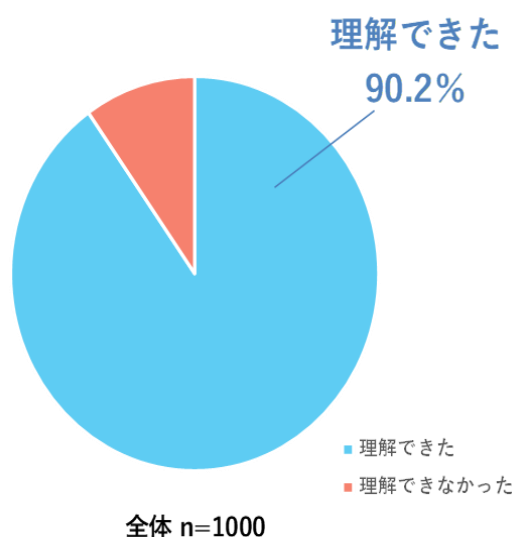
効果測定について 消費者の評価

- 満タン&灯油プラス1缶運動の認知度、理解度及び災害時の備えとしての効果を中心に全国のドライバー1,000人に対して、Web上でアンケートを2021年10月から実施し、集計を行なった。
- 本運動の認知度は、コロナ禍によりSS店頭でのチラシ配布が取り止めとなった影響が大きいと考えられるが、全体で11.9%となり昨年度比5.7%の低下となった。一方で、理解度は90.2%、効果があると思うは87.1%と概ね高い評価の回答を得た。また、「生活者の安心・安全啓発になる」が84.5%となり、消費者の安心・安全につながる運動であることが改めて確認された。

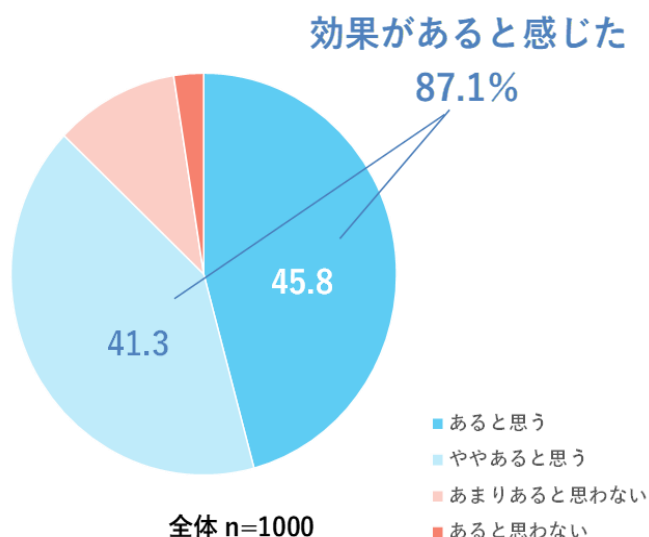
施策閲覧による「満タン運動」効果・理解浸透

- ✓施策閲覧後における「満タン運動」の目的・効果を理解できた人は90.2%。
- ✓施策閲覧後における「満タン運動」の効果を実感した人は87.1%。

◆ 「満タン運動」目的・効果理解度



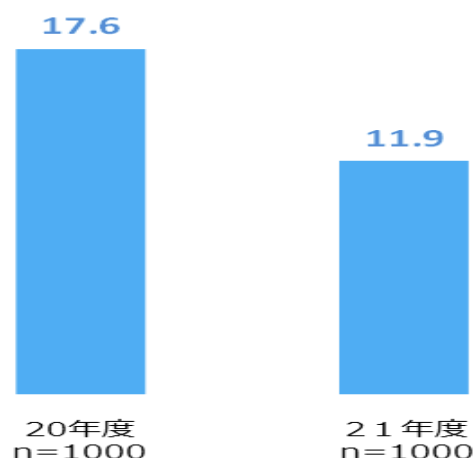
◆ 「満タン運動」効果実感度



「満タン運動」認知率（昨年比較）

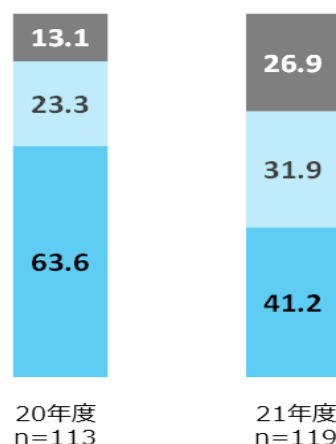
- ✓「満タン運動」認知率は11.9%で、20年度事後調査から5.7pt低下。
- ✓「満タン運動」今年認知率は41.2%で、20年度事後調査から9.2pt低下。
（施策の継続性により、昨年以前認知者の割合が高くなっている可能性がある）

◆「満タン運動」認知率



◆「満タン運動」認知時期

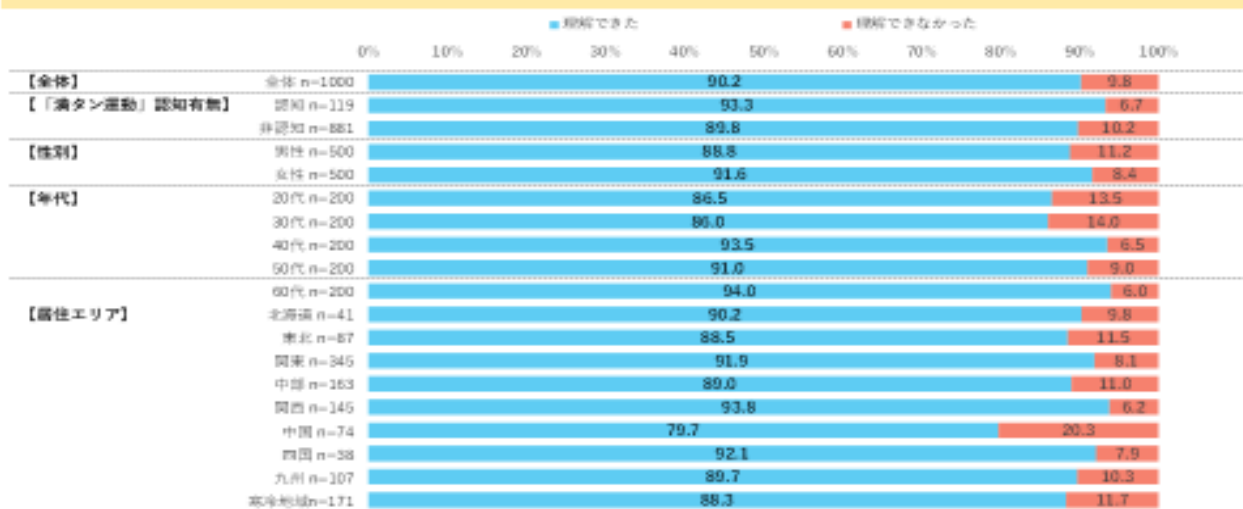
■今年 ■昨年 ■それ以前



「満タン運動」の目的・効果に対する理解度

満タン運動に関するTVCM・動画広告やポスターをご覧になった上で、満タン運動の目的・効果は理解できましたか。

- ✓「理解できた」が90.2%、大半が「満タン運動」の目的・効果を理解している。
- ✓認知層は93.3%、非認知層は89.8%となった。
- ✓居住エリア別で見ると、中国居住者では「理解できた」が79.7%で比較的低い。



結果総括 認知経路

認知経路、「テレビCM」「テレビ番組」を合計した「テレビ関連」が25.2%と最も高い数値となった。

「テレビ関連」「インターネット関連」認知の性年齢比較

テレビ関連（テレビCM/テレビ番組）

年齢 Min…20代：6.1% **Max…50代：42.8%**

性別 Min…男性：16.4% **Max…女性：39.1%**

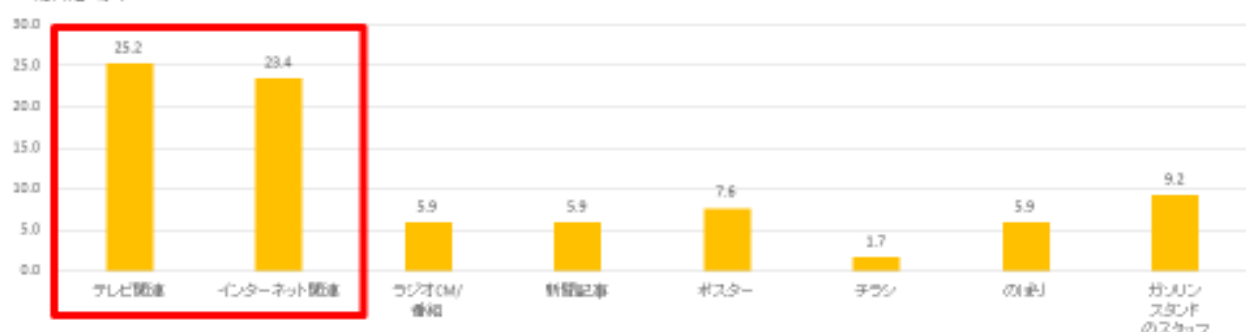
インターネット関連（インターネット/WEBサイト/SNS/デジタル広告）

年齢 Min…60代：14.3% **Max…20代：39.4%**

性別 Min…女性：21.8% **Max…男性：37.0%**

年齢、性別ともにテレビ・デジタルの両方を実施したことで補完し合うことができており、認知きっかけの大部分を担うことができた。

■認知きっかけ



結果総括 クリエイティブ

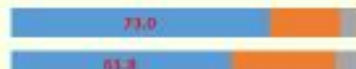
クリエイティブは、30秒で「満タン＆灯油プラス1缶」運動を紹介するCMを制作。



「内容が分かりやすい動画である」
「情報・内容が信頼できる」

肯定73.0%

肯定61.8%



■一部コメント抜粋

【女性60代】災害に備えるために普段から心掛けてはいることだが、改めてそうしようと思わせてくれる内容のCMだと思った。

【女性40代】車が渋滞している映像を見て、2011年の震災のことを思い出した。あれから10年が経ち、ガソリンスタンドに行けなかった記憶が薄れつつある今、この「満タン運動」というのは大切な考え方だなと思った。CMは、女性が清楚な雰囲気の人で印象の良いCMと感じた。

動画の発信内容・分かりやすさについて **肯定的な数値と意見**を得ることができた。