

満タン & 灯油プラス1缶運動

2020年度 実績報告書



参加状況（SS・ローリー）

参加SS

	参加SS	普及啓発
北海道	1,175	50
青 森	398	27
岩 手	391	26
宮 城	462	32
福 島	610	37
秋 田	339	22
山 形	322	22
新 潟	781	53
長 野	556	45
群 馬	450	30
栃 木	480	31
茨 城	806	54
千 葉	768	51
埼 玉	753	51
東 京	828	57
神奈川	654	45
静 岡	802	54
山 梨	300	20
愛 知	1,114	61
三 重	369	29
岐 阜	561	37
富 山	275	20
石 川	220	16
福 井	194	11

	参加SS	普及啓発
滋 賀	205	14
京 都	320	22
大 阪	784	54
奈 良	180	12
和歌山	194	18
兵 庫	350	57
岡 山	496	37
広 島	585	37
鳥 取	150	10
島 根	40	18
山 口	330	24
徳 島	240	18
高 知	263	20
愛 媛	388	26
香 川	289	19
福 岡	669	41
大 分	359	25
佐 賀	205	14
長 崎	342	23
熊 本	469	29
宮 崎	331	24
鹿児島	641	44
沖 縄	200	19
合 計	21,638	1,486

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	130
出光昭和シェル	750	666
コスモ	449	
太陽	99	100
キグナス	10	10
トラック協会	1,019	521
合計	3,375	1,427

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

(1) 自治体の備蓄キャンペーンとの連携

◆北海道

2018年9月に発災した北海道胆振東部地震の教訓等を踏まえ、平時からの十分な備えの重要性が改めて認識された。

そのため、日ごろから、災害（地震、停電）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チラシを作成し広く周知を実施した。

* 過去の実績

ポスター、チラシ等の制作…奈良県大淀町、高知県等

もしもの時のための普及啓発チラシ
(北海道)

(2) 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、自治体のホームページ（福岡市）、広報誌（千葉県大網白里市、山梨県大月市）に本運動が掲載された。

* 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、大分県等

広報誌（千葉県大網白里市）

ホームページ（福岡県福岡市）

広報誌（山梨県大月市）

(3) 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：社会的理解促進に向け協調した
石油連盟杉森会長と全石連森会長



東京：ニッポン放送のインタビューを受ける
川端石油の所長



千葉：県総務部を訪問し満タン運動趣旨
をPRする千葉石商



宮城：FM 仙台の番組で満タン運動をPRす
る佐藤理事長



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



宮崎：満タンでいつでも安心&タイヤ交換
キャンペーンを実施した宮崎石商



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。

協賛、後援名義を掲載したツール

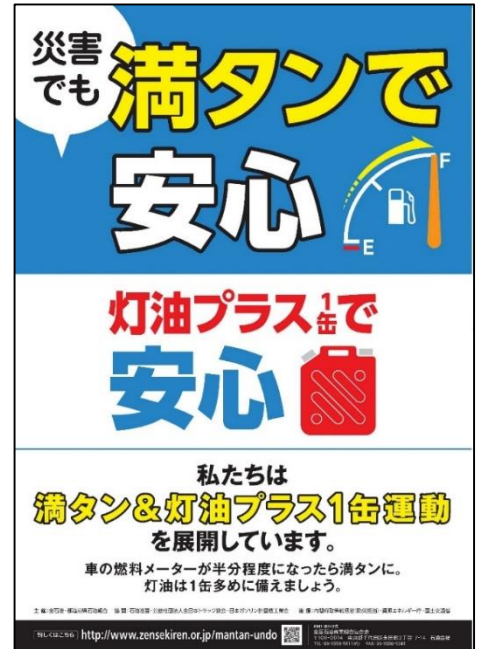
【1.屋外用のぼり】



【2.小型ローリー用マグネットステッカー】



【3. S S店頭掲示用ポスター】



【4.大型ローリー用シール】



【5.スタッフ用バッジ】



【6.消費者向けP Rチラシ】



【7.スタッフ用マニュアル】



【8.組合員向けホームページ】



【9.消費者向けホームページ】



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

コスモ石油 : 449台



出光昭和シェル : 750台



キグナス石油 : 10台

太陽石油 : 99台



普及啓発事業：P R動画のW E B配信

- 満タン運動をテーマに制作したP R動画（70秒程度）3作品をW E B広告で配信する
- 配信期間：9月1日～10月31日の2ヶ月間 配信回数4 1 1万回

■ NewsTV Networkによる動画配信イメージ



普及啓発事業：バナー広告の配信

- 車に関する属性（車の所有、車関係の趣味など）を有するユーザーに満タン運動のバナー広告をS N Sを使って広告配信する：8 8 8万回配信
- バナー広告からスマホ用に新設したホームページにリンクを張り、満タン運動の目的等をP Rする
- 実施期間：9月1日～10月31日の2ヶ月間

NewsTV Network & びFacebook

NewsTV Network及びFacebookの視聴ユーザーにバナー広告を配信。

動画



静止画
バナー



ターゲットに動画配
信

後日、動画視聴者に対し
てのみバナーを配信

Twitter & Instagram

Twitter及びInstagramの配信ターゲットにバナー広告を配信。

動画



静止画
バナー



ターゲットに動画配
信

NewsTVターゲットに準
じバナーを配信

満タン運動ホームページにリンク

普及啓発事業：ラジオCM

(1) 放送期間：2020年9月1日（火）～30日（水）

ニッポン放送系列AM32局による毎日17時台に1回放送

(2) CM内容

効果音：地震発生時の揺れる音（ガシャン、ガシャン）

ナレーター：もしも今、おおきな地震が起きたら。

もしも今、車に乗っていて、ガソリンがほぼ無い状態だったら。

ガソリンが満タンだったら、家にいる家族のもとへ戻れたかも。

効果音：家族が帰宅する様子（ただいま～ お帰り～ 大変だったね）

ナレーター：知らない人がたくさんいる避難所ではなく、車の中で過ごせたかもしれない。

効果音：木枯らしの音（ヒュー、ヒュー）

ナレーター：もしも今、真冬の寒い時期で、家の灯油が空っぽだったら。

灯油があと1缶あれば、あたたかく過ごせていたかも。

ナレーター：全国のガソリンスタンドで、満タン＆灯油プラス1缶運動を実施しています。
全国石油商業組合連合会からのお知らせでした。（40秒）

(3) 放送局一覧：AM局

地区	放送局名	地区	放送局名
北海道	STVラジオ	滋賀	東海ラジオ放送
青森	青森放送	京都	大阪放送
岩手	IBC岩手放送	大阪	大阪放送
宮城	東北放送	奈良	大阪放送
福島	ラジオ福島	和歌山	和歌山放送
秋田	秋田放送	兵庫	大阪放送
山形	山形放送	岡山	RSK山陽放送
新潟	新潟放送	広島	中国放送
長野	信越放送	鳥取	山陰放送
群馬	ニッポン放送	島根	山陰放送
栃木	ニッポン放送	山口	山口放送
茨城	ニッポン放送	徳島	四国放送
千葉	ニッポン放送	高知	高知放送
埼玉	ニッポン放送	愛媛	南海放送
東京	ニッポン放送	香川	西日本放送
神奈川	ニッポン放送	福岡	九州朝日放送
静岡	静岡放送	大分	大分放送
山梨	山梨放送	佐賀	九州朝日放送
愛知	東海ラジオ放送	長崎	長崎放送
三重	東海ラジオ放送	熊本	熊本放送
岐阜	東海ラジオ放送	宮崎	宮崎放送
富山	北日本放送	鹿児島	南日本放送
石川	北日本放送	沖縄	ラジオ沖縄
福井	福井放送		

効果測定について 消費者の評価

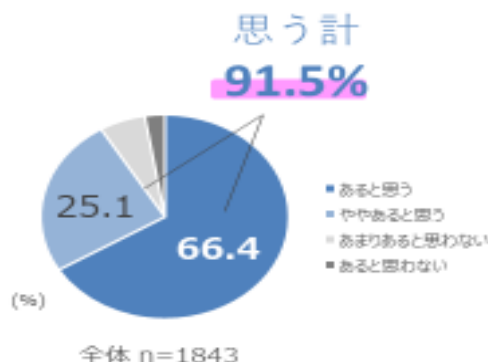
満タン&灯油プラス1缶運動の認知度、理解度及び災害時の備えとしての効果を中心に全国のドライバーに対して、S S店頭で配布したQRコード付きチラシとWeb上でアンケートを2020年10月から実施し、集計を行なった。

本運動の認知度は全体で17.6%（Web）であったが、理解度は97.3%（Web）、災害に備えて満タン機会を増やす（満タンにすべき）は87.6%（チラシ）、91.7%（Web）、効果があると思うは91.5%（チラシ）、93.0%（WEB）と高評価の回答を得た。

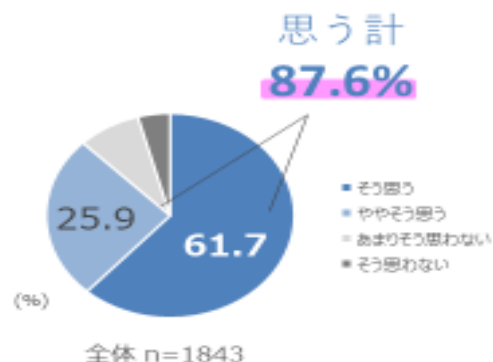
QRコード付きチラシアンケート サマリ

- ✓ 「災害時の備えとして効果がある」と思った方が91.5%
- ✓ 「今後災害に備えて満タンの機会を増やそう」と思った方が87.6%

▼満タン運動は災害時の備えとして効果があると思うか



▼今後災害に備えて満タンの機会を増やそうと思うか



Copyright (c) KYODO KOKORUSHA Co., Ltd All Rights Reserved.

S S 店頭配布チラシ（QRコード付き）



Copyright (c) KYODO KOKORUSHA Co., Ltd All Rights Reserved.

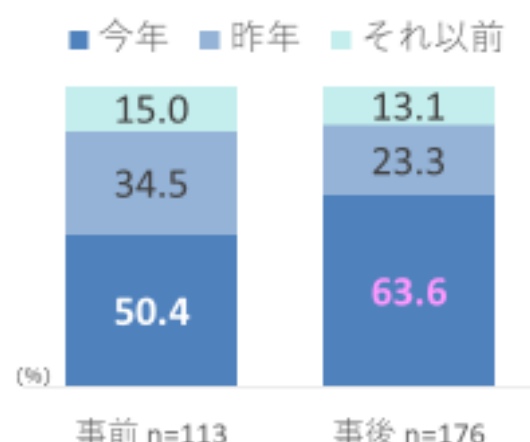
Webアンケート サマリ

- ✓ 「満タン運動」の認知率は、施策の実施前後で6.3%向上した
- ✓ 施策実施後調査では、認知者に占める「今年知った」割合が高くなった

▼認知率



▼認知時期



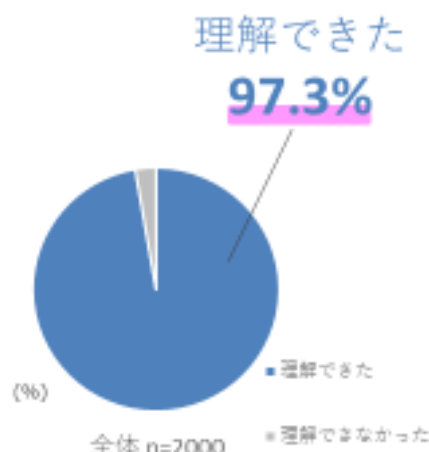
11

Copyright (c) KYODO KOKORUSHA Co., Ltd All Rights Reserved.

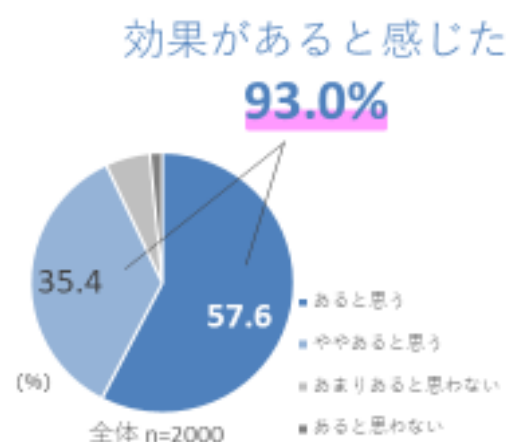
Webアンケート サマリ

- ✓ 施策閲覧で97.3%が「満タン運動」の効果が理解できたと回答
- ✓ 施策閲覧で93.0%が「満タン運動」に効果があると感じたと回答

▼効果理解



▼効果があると感じるか



12

Copyright (c) KYODO KOKORUSHA Co., Ltd All Rights Reserved.

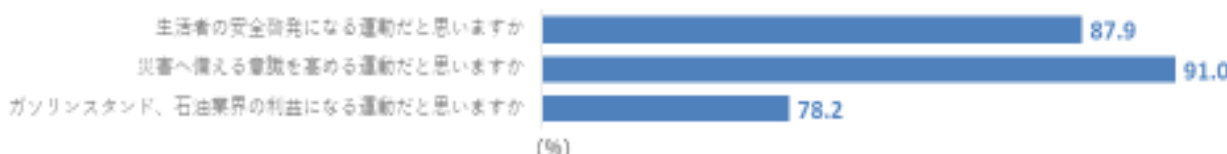
Webアンケート サマリ

- ✓ 「満タン運動」の効果のいずれも80%以上が賛同できると回答
- ✓ 「満タン運動」のイメージは災害対策の意識啓発が最も高く91.0%

▼賛同する「満タン運動」の効果



▼「満タン運動」のイメージ



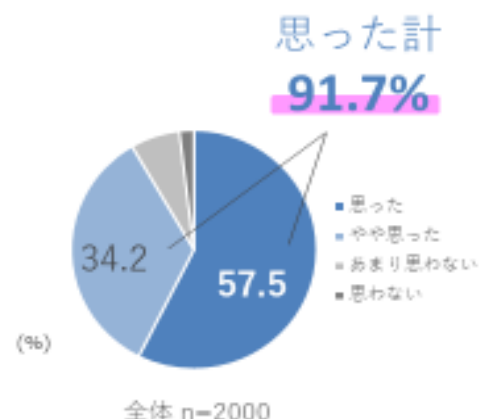
13

Copyright (c) KYODO KOKORUISHA Co., Ltd All Rights Reserved.

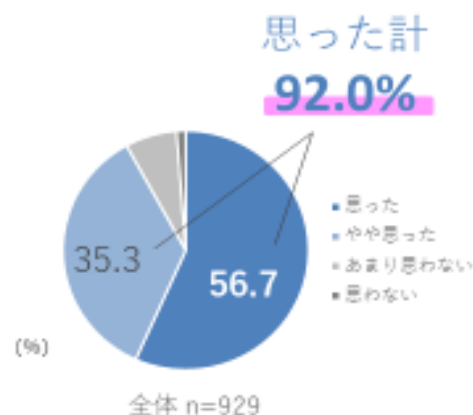
Webアンケート サマリ

- ✓ 「車に給油するとき満タンにすべき」と思った方が91.7%
- ✓ 「灯油を多めに保管すべき」と思った方が92.0%

▼車に給油するとき満タンにすべきと思ったか



▼灯油を多めに保管すべきだと思ったか



14

Copyright (c) KYODO KOKORUISHA Co., Ltd All Rights Reserved.