

■平成25年度地方都市ガス事業天然ガス化促進対策調査
(都市ガス安全情報広報事業(需要家等に対する広報))
事業報告書

平成26年3月17日

事業の目的

消費段階等における都市ガス事故を低減するため、
需要家等（一般ガス需要家、業務用ガス需要家）
に対して都市ガスの安全使用等に関する広報活動を行うことを目的とする。

一般的な政府機関係広報と異なり、
都市ガスの安全使用について
確実に国民に伝えるために、

わかりやすく・継続で啓発することが重要である。

上記をふまえ

- (1) 効果的に広告媒体を活用した広報活動
- (2) 都市ガスの安全使用に関する認識調査
- (3) 広告効果の検証
- (4) 委員会の設置・運営

を実施した。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.1 事業目的

24年度事業の整理と、25年度の事業の在り方

【昨年度平成24年度広報のポイントのまとめ】

戦術①:新規パンフレット「**安心チェック**
の6つのポイント」を作成。

戦術②:都市ガス事業者209社と直接
つながるための施策として、
「**パンフレット有償分譲**」を実施。

戦術③:「ガスの安全見直し隊」トップ
ページを生かしつつマイナー
チェンジで**HPを改良**。

戦術④:**次世代層**が見ても理解しやす
い**DVD**を作成。

戦術⑤:ラジオ・雑誌・新聞による広報
活動に**更なる工夫**を実施。



【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.1 事業目的

24年度事業の整理と、25年度の事業の在り方

24年度認識調査結果のまとめと、次年度以降の課題

【24年度一般需要家調査より】

- ・ 換気をしないガス機器の使用が、一酸化炭素中毒につながる可能性の認知は高く(89.5%)また、その特徴である「死に至る」可能性や「無色・無臭」という特徴も認知されている。
- ・ 換気の必要性は感じられているものの、ガス器具の接続具や接続部分に関する意識は低下傾向にある。
- ・ ガスメーターの安全装置の操作に関しては、昨年(震災後)の調査に比べると低下しており、停止時の対策としても「自分で復帰作業を行う」と「ガス会社へ連絡する」が逆転している。
- ・ 都市ガスへの心配は過去数年にわたって、1位「ガス漏れ」、2位「火災・地震対応」となっているが、ポイント差が縮まっており、一方で「電気との比較(節電/優位性)」注目が伺える。

【24年度業務用需要家調査より】

- ・ 換気をしないガス機器の使用が、一酸化炭素中毒につながる可能性の認知は、ほぼ100%(98.0%)一般需要家に比べて一酸化炭素中毒への知識は高い。
- ・ 換気設備の点検・ガス機器の点検は昨年よりも減少するも昨年調査が震災後であったことを考慮すると、大幅な意識低下があったとも言い難い。
- ・ 点検していない理由は、昨年1位の「安全と思う」から昨年2位の「点検の仕方がわからない」と逆転している。
- ・ 都市ガス警報器の設置状況は昨年よりも減少するも、引き続き増加傾向にある。



懸案であった一般需要家における、ガストーブ・ファンヒーター使用時における換気率は向上した。しかし、まだ十分に徹底されている状態ではなく25年度も『わかりやすく、継続での広報』が必要とされた。

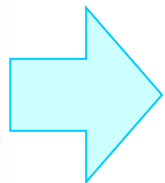
【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.2 事業内容

更にわかりやすく・継続して広報するために

■平成25年度 都市ガス安全広報 コミュニケーション キーワード



更にバージョンアップ!



ガスの安全
あなたと一緒に
見直したい!

- ☑ガスの使用に関する安全対策は、いくら経済産業省ガス安全室や都市ガス事業者が訴えても、需要家が実施しなければ意味がない。
- ☑需要家ひとりひとりが安心チェックを『自分ごと化』となるよう、『あなたと一緒に』見直したい!とし、更にバージョンアップした展開とした。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.2 事業内容 更にわかりやすく・継続して広報するために

■平成25年度 都市ガス安全広報 メインビジュアル



☑キャンペーン
キャラクターを採用し、**強いメッセージ**となるようデザイン化した。

☑キャラクターを採用することで、より**親近感がありアイキャッチ効果の高いもの**とした。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1. 2 事業内容

更にわかりやすく・継続して広報するために

女優 **麻尋(まひろ)えりか**さんを起用し、**キャンペーンキャラクターとして展開した。**

ERIKA MAHIRO

1984年10月1日生(28歳)

出身地 富山県

富山市奥田中学校を卒業後、
2000年に宝塚音楽学校に入学。
双子の妹2人は現在、宝塚歌劇団に在籍中。
夢羽美友(月組) 夢花らん(花組)
2002年宝塚観劇団に入団
宝塚での芸名は「麻尋しゅん」
男役ホープとして早くから注目を浴びる。
入団翌年の新人公演では、エチオピアの王女アイダ(娘役)
『ベルサイユのばら』のオスカル役などの主演を努めた後、
『アンナ・カレーニナ』のヴィロンスキー役で主役に抜擢される。
どの役も確かな役作りと豊かな歌唱力で高い評価を得る。
2009年 “新しい世界に挑戦したい”という思いで退団を決意。

退団後は

TBS連続ドラマ「おひとりさま」にレギュラー出演

TBS「侍チュート！」ゲスト出演、

テレビ朝日系「土曜ワイド劇場」

映画「歌うヒットマン！」(東京国際映画祭 特別招待作品)

2010年～ 花王「めぐりズム～蒸気でホットアイマスク～」 「めぐりズム～温熱シート～」のCMに出演

2011年～ 富山県「とやまパープルリボン キャンペーン2011」キャンペーンキャラクター

2012年10月 富山県「鉄道の旅」

2012年12月【G】FINAL PERFORMANCE —ULTIMATE SYMPHONY—場所:渋谷DESEO

2013年8月 テレビ東京 水曜サスペンス「密会の宿10」



※麻尋えりかさんの使用契約期間
は1年間とします。平成25年10月～
26年9月を想定。

■ (1) 効果的に広告媒体を活用した広報活動
① 交通広告による広報

①交通広告による広報

■4大都市ガス事業者エリアにて、交通広告を実施。

地区	番号	線名	種類	名称	掲出予定	規格	デザイン	納品数量	備考	掲出開始日(作業期間)
東京	①	東京メトロ全線	中吊りポスター	シングル	12月9・10日	B3	A	3,300	銀座線、日比谷線、千代田線、半蔵門線、丸の内線、東西線、有楽町線、副都心線、南北線、東葉高速、埼玉高速	12/9(月)スタート (前日作業)
	②	JR東日本	トレインチャンネル	CM動画	12/9～15日	15秒	CM			12/9(月)スタート
大阪	③	大阪市営地下鉄	中吊りポスター全車	シングル	12月9・10・11日	B3	A	1,450	長堀鶴見緑地線、今里筋線、ニュートラムを除く	12/9(月)スタート (前日作業)
	④	大阪市営地下鉄	窓上ポスター 1～26号	シングル	12月1ヶ月	25.6×54.0	B	1,340	長堀鶴見緑地線、今里筋線、ニュートラムを除く	12/1(日)スタート (1～6日作業)
名古屋	⑤	名古屋市営地下鉄	中吊りポスター全線	シングル	12月9・10日	B3	A	900		12/9(月)スタート (前日作業)
	⑥	JR東海	A額面ドア上名古屋セット	シングル	12月1日(2日)～31日	B3	A	630		12/2(月)スタート (当日作業)
	⑦	名鉄	額面まど上	シングル	12月3日～31日(1月7日) 年末終了日が越年します	28.0×51.5	B	1,100		12/3(火)スタート (当日作業)
福岡	⑧	福岡市営地下鉄	中吊りポスター 空港線・箱崎線	シングル	12月9・10・11日	B3	A	156	七隈線は、中ぶり設定無し	12/9(月)スタート (前日作業)
	⑨	福岡市営地下鉄	窓上ポスター全線	シングル	12月1日～31日	25.7×51.5	B	224		12/1(日)スタート (当日作業)

■赤色が中吊りポスター 青色が窓上ポスター 黄色がCM動画

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

①交通広告による広報

■中吊りポスター(デザインA)による広報ビジュアル

2ページ一覧表における、①③⑤⑥⑧ ※⑥はドア上B3サイズのためデザインAにて実施

掲載デザイン

中吊りポスター掲載例



☑あたかも雑誌広告のようなレイアウトを行い、注意喚起を図った。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

①交通広告による広報

■窓上ポスター(デザインB)による広報ビジュアル
2ページ一覧表における、④⑦⑨

掲載デザイン

窓上ポスター掲載例



ガスの安全
あなたと一緒に
見直したい!

日頃のチェックで
快適 & 安全!

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

あなたの日頃のチェックで
ガスを快適 & 安全に
お使いいただけます。

「日頃のチェック」で事故は防げます。
みなさま一人ひとりがガス機器や接続具に
日頃から注意して、快適 & 安全にガスを使いましょう。

ガスの
安全チェックの
ポイント
ご紹介!

ポイント1
ガス機器を
使うときは
必ず換気を!

ポイント2
ガス漏れ、CO中毒の防止に
警報器の
取り付けを!

ポイント3
ガス機器の接続は
形状に合った
適切な接続具を!

ガスを快適 & 安全にお使いいただくため、皆様のご理解とご協力をお願いします。

ガスの安全見直し隊 詳しい「ガスの安全チェックのポイント」はコチラ▶ **ガスの安全見直し隊** 検索

☑今回のキャンペーンデザインを踏襲、
窓上のため細かい
文字は入れず、HP
への誘導を図った。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

①交通広告による広報

■東京地区で、15秒CMを流せる「JRトレインチャンネル」を実施。
2ページ一覧表における、②

媒体名	線名（駅名）	種別	形態	期間
トレインチャンネル	山手線 中央線 京浜東北線 京葉線 埼京線	スポットCM	15秒動画	1週間



山手線・中央線

申込 一般申込………3ヶ月前1日
長期事前申込…4ヶ月前1日（年2回 4～9月分、10～3月分）

■トレインチャンネルについて

	編成	カバー率				仕様
		4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	
山手線	49編成（ADトレイン分3編成除く）	100%	100%	100%	100%	15インチ×1編成11両96面
中央線快速	55編成（ADトレイン分3編成除く）	100%	100%	100%	100%	15インチ×1編成10両80面
京浜東北線	80編成（ADトレイン分3編成除く）	100%	100%	100%	100%	17インチ×1編成10両80面
京葉線	21編成（ADトレイン分3編成除く）	100%	100%	100%	100%	17インチ×1編成10両80面
埼京線	32編成（ADトレイン分3編成除く）	6月導入	9月50%	12月80%	1月100%	17インチ×1編成10両80面

製作・納品 納品に関しましては規定の仕様があります。（別途仕様書をご確認下さい）

その他 ・車両点検・事故等でダイヤ変更、運行日数が減る場合がありますのでご了承下さい。

（料金変更の対象にはなりません。）

「スーパー枠」：1週間に対し最大で3素材を入れ込み、その複数素材を様々な形で放映できるオプションです。

使用料金（税別）…¥300,000/週（順番くりかえし・曜日指定・時間帯指定など）



京浜東北線・京葉線・埼京線

●トレインチャンネル 放映時間

山手線………1ロール約17分台

中央線・京浜東北線・京葉線…1ロール約22～23分台

※女性専用車両には放映されません。

①交通広告による広報

■JRトレインチャンネルで放映した、15秒CM。



ガスの安全
あなたと一緒に
見直したい!

①
ガスを使うときは、
必ず換気を!

②
ガス警報器の
取り付けを!



目頃から
注意して
ガス機器を
お使いください!

経済産業省
からの
お願いです!

①交通広告による広報 東京外口全線

■東京メトロ 中吊 （掲出期間：2013年12月9日～10日枠） 銀座線



■東京メトロ 中吊 （掲出期間：2013年12月9日～10日枠） 丸ノ内線



【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

実施掲載写真

②交通広告による広報 JRトレインチャンネル

■JR東日本 トレインチャンネル （掲出期間：2013年12月9日～15日枠） 山手線



■JR東日本 トレインチャンネル （掲出期間：2013年12月9日～15日枠） 京浜東北線



③④交通広告による広報 大阪市営地下鉄

■大阪地下鉄 中づり （掲出期間：2013年12月9日～11日枠） 御堂筋線



■大阪地下鉄 まど上 （掲出期間：2013年12月9日～11日枠） 御堂筋線



⑤交通広告による広報 名古屋市営地下鉄

■名古屋地下鉄 中づり （掲出期間：2013年12月9日～10日枠） 東山線



⑥⑦交通広告による広報 JR東海 名古屋鉄道

■JR東海 ドア上 （掲出期間：2013年12月1日～31日枠） 東海道本線



■名鉄 まど上 （掲出期間：2013年12月3日～31日枠） 名鉄本線



⑧⑨交通広告による広報 福岡市営地下鉄

■福岡地下鉄 中づり （掲出期間：2013年12月9日～11日枠） 空港線



■福岡地下鉄 まど上 （掲出期間：2013年12月1日～31日枠） 空港線



【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

交通広告による広報 推計視認者数

平成25年度都市ガス安全情報広報事業(需要家等に対する広報) 交通広告の推計視認者数

広告デザイン	地域	路線名	掲出方法	掲出期間(日)	1日あたりの乗降者数(人)(※1)	視認率(※2)	視認エリア(※3)	放映時間	放映時間率(※4)	推定視認者数(人)(※5)	合計(人)
	東京	東京メトロ全線	中吊りポスター (全車両、1車両につき1枚)	2	16,780,188	11.6%	1/4	—	—	486,625	850,297
	大阪	大阪市営地下鉄	中吊りポスター (全車両、1車両につき1枚)	3	4,667,865	11.6%	1/4	—	—	203,052	
	名古屋	名古屋市営地下鉄	中吊りポスター (全車両、1車両につき1枚)	2	2,271,024	11.6%	1/4	—	—	65,860	
		JR東海	ドア上ポスター (全車両、1車両につき1枚)	30	378,200	7.4%	1/8	—	—	52,475	
	福岡	福岡市営地下鉄 (空港線・箱崎線)	中吊りポスター (全車両、1車両につき1枚)	3	972,063	11.6%	1/4	—	—	42,285	
	大阪	大阪市営地下鉄	窓上ポスター (全車両、1車両につき1枚)	31	4,667,865	7.0%	1/8	—	—	633,079	892,723
	名古屋	名鉄	窓上ポスター (全車両、1車両につき1枚)	28	1,760,807	7.0%	1/8	—	—	215,699	
	福岡	福岡市営地下鉄(全線)	窓上ポスター (全車両、1車両につき1枚)	31	324,021	7.0%	1/8	—	—	43,945	
	東京	山手線	トレインチャンネル (全車両、全車両にて放映)	7	6,359,456	70.6%	全域	1ロール 16分55秒 あたり 15秒	1.48%	232,230	773,916
		中央線		7	6,220,408	70.6%	全域	1ロール 22分55秒 あたり 15秒	1.09%	167,680	
		京浜東北線		7	9,918,610	70.6%	全域	1ロール 22分55秒 あたり 15秒	1.09%	267,370	
		京葉線		7	1,664,218	70.6%	全域	1ロール 23分40秒 あたり 15秒	1.06%	43,440	
		埼京線		7	2,293,276	70.6%	全域	1ロール 22分25秒 あたり 15秒	1.12%	63,197	

(※1)朝日広告社調べ (※2)東急電鉄視認率調査結果より
中吊り : 11.6%(1枚当たり)
ドア上 : 7.4%(1枚当たり)
窓上 : 7.0%(1枚当たり)
TOQビジョン : 70.6%

(※3)全路線、1車両9ドアと仮定。
 <中吊りポスター : 1/4> <ドア上ポスター : 1/8> <窓上ポスター : 1/8> <トレインチャンネル : 全域>

(※4)15秒/1ロール時間
 山手線 : 15秒/1,015秒 率 1.48%
 中央線 : 15秒/1,375秒 率 1.09%
 京浜東北線 : 15秒/1,375秒 率 1.09%
 京葉線 : 15秒/1,420秒 率 1.06%
 埼京線 : 15秒/1,345秒 率 1.12%

(※5)全ての人が、乗車した路線で降車したと仮定し、「乗降者数÷2」として乗車数を算出。

■ (1) 効果的に広告媒体を活用した広報活動
② インターネットによる広報

②インターネットによる広報

■業務用需要家向けインターネットバナー広告を、『ぐるなびPROfor飲食店』で実施。
12月一か月間バナー広告を掲載。



飲食店向けサイト「ぐるなびPRO」は飲食店のオーナーシェフ・店長などが情報収集や自店のHP更新のためにアクセスするサイトです。



・ログイン前バナー
1ヶ月5枠ローテーション

掲載バナー



・すべてのバナー広告は
ガスの安全見直し隊
サイトへリンク設定。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

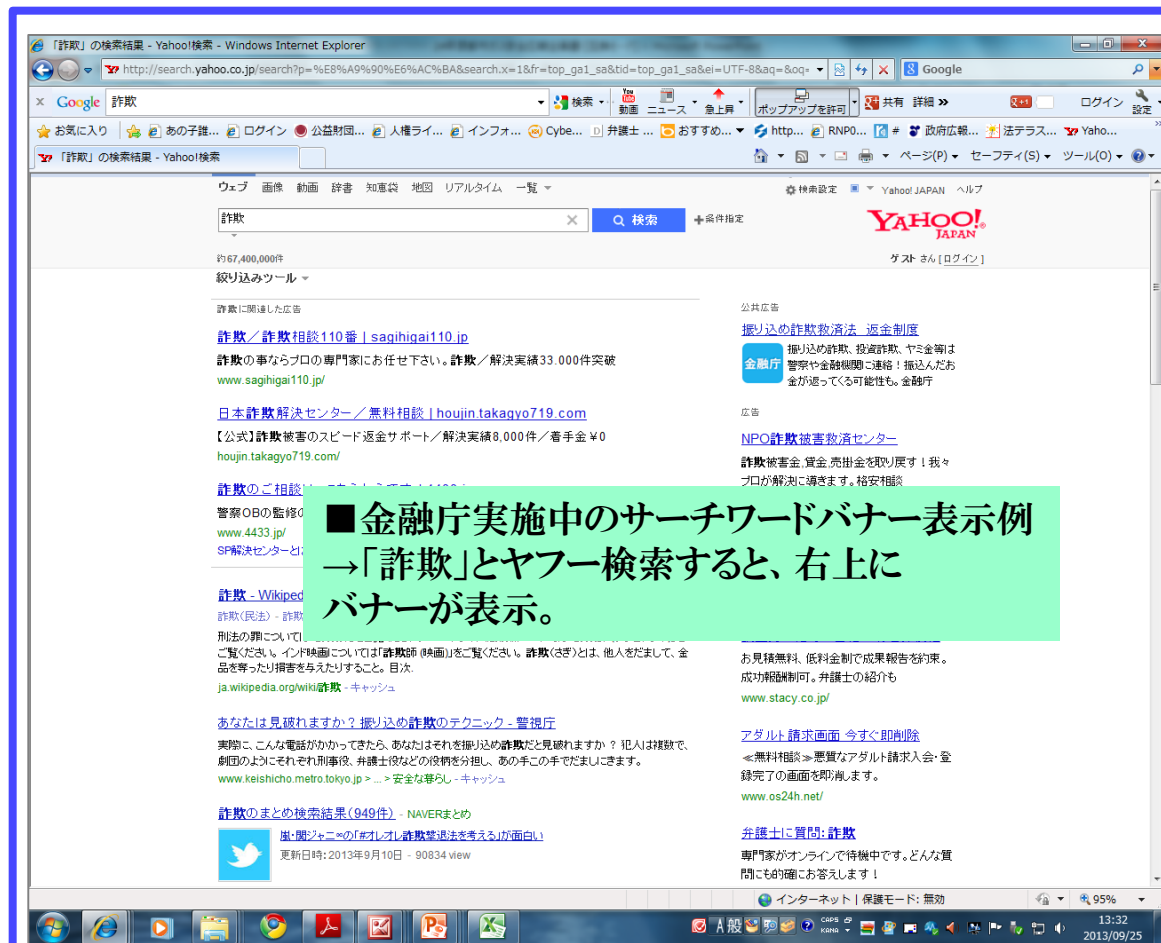
②インターネットによる広報

■Yahoo! とGyao!において、費用対効果の高いメニューを選定。
年齢を絞った展開を行い効率的に高齢者への広報到達を実施。

	商品	期間	imps	備考
①	Yahoo!検索 サーチワードバナー 公共広告専用(PC版、モバイル版)	1か月間 (毎月1日掲載開始、末日掲載終了)	-	
②	Yahoo! JAPAN ネットワーク デモグラフィックターゲティング プライムディスプレイ(55歳～)	12月2日～12月29日	5,000,000	最低出稿量500万imps～ 平日掲載開始
③	Yahoo! JAPAN ネットワーク デモグラフィックターゲティング プライムディスプレイ(65歳～)	12月2日～12月29日	5,000,000	最低出稿量500万imps～ 平日掲載開始
④	Yahoo! JAPAN デモグラフィックターゲティング イーストスクエア&テキスト(55歳～)	12月2日～12月29日	5,000,000	最低出稿量500万imps～ 平日掲載開始
⑤	Yahoo! JAPAN デモグラフィックターゲティング イーストスクエア&テキスト(65歳～)	12月2日～12月29日	5,000,000	最低出稿量500万imps～ 平日掲載開始
⑥	GyaO! プライムディスプレイ(アニメ指定)	12月2日～12月29日	1,000,000	最低出稿金額50万円～ 平日掲載開始

②インターネットによる広報

■①Yahoo! Japan検索 サーチワードバナー 公共広告専用(PC版)
 ヤフー検索で「ガス」を検索した場合、必ず右上に公共広告枠が表示される広告枠。
 12月1ヶ月間掲載



公共広告

[振り込め詐欺救済法 返金制度](#)

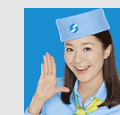
金融庁 振り込め詐欺、投資詐欺、ヤミ金等は警察や金融機関に連絡！振込んだお金が返ってくる可能性も。金融庁

広告

[NPO詐欺被害救済センター](#)

掲載バナー

[ガスの安全あなたと見直したい](#)



ガスを使うときは必ず換気を！ガス警報器の取り付けを！ 経済産業省

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

②インターネットによる広報

■②③Yahoo! Japanネットワーク デモグラフィックターゲティング プライムディスプレイ (55歳～)ユーザーの年齢層に合わせて広告掲載を実施。**55歳以上～ 65歳以上～** を選択し、高齢者へ向けたバナー広告を展開。平成25年12月2日から4週間

Yahoo! JAPAN ネットワーク デモグラフィックターゲティング
プライムディスプレイYAHOO!
JAPAN

本商品は、ユーザーの性別または年齢区分を指定、もしくは性別と年齢区分の両方を組み合わせた指定による広告掲載が可能です。プロモーションに応じたユーザーを限定することで、訴求内容やクリエイティブをより最適化できます(モデリング手法を用いてYahoo! JAPANユーザーの性別・年齢を判別し広告を訴求します。Yahoo! JAPAN IDでログインしているユーザーは登録情報をもとに性別・年齢を判別します)。特定のユーザー向けプロモーション等にぜひご利用ください。

広告掲載イメージ



掲載バナー



※コンテンツページは予告なく変更されることがあります

有効期間

2013年10月7日(月)～2014年1月5日(日)

掲載場所

Yahoo! JAPANのトップページを除くページおよびパートナーメディアを対象にプライムディスプレイを掲載します。
※一部対象外のページがあります。
※パートナーメディアの掲載面は、Yahoo!アドゲートの「ネットワークパートナー一覧」を別途ご確認ください。

掲載期間

5日間～1か月間を自由設定(平日掲載開始)

ターゲット

- ・グループA: 性別(男性/女性)
- ・グループB: 年齢(13-17/18-20/21-24/25-29/30-34/35-44/45-54/55-64/65-)
- ・グループC: 性別と年齢の組み合わせ(上記より1つずつ組み合わせることが可能です)

掲載タイプ

インプレッション保証型
500万インプレッション以上を自由設定

料金

- ・性別または年齢によるターゲティング: 0.3円/インプレッション
- ・性別と年齢の組み合わせによるターゲティング: 0.35円/インプレッション
- ※110の最低購入金額は10万円です。
- ※複数ターゲットを組み合わせるご購入の場合、合計インプレッションを上記料金にてご購入できます。
- ただし、掲載期間が同日掲載開始、同日掲載終了の場合に限ります(同一グループ内限定です)。

広告仕様

詳細は最新の入稿規定の「プライムディスプレイ」のページを別途ご確認ください。

入稿

入稿および原稿変更の期限は、最新の入稿規定を別途ご確認ください。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

②インターネットによる広報

■④⑤Yahoo! JAPAN デモグラフィックターゲティング イーストスクエア&テキスト(55歳～)
 ユーザーの年齢層に合わせて広告掲載を実施。**55歳以上～ 65歳以上～** を選択し、高齢者へ向けた広告表示を展開。平成25年12月2日から4週間

Yahoo! JAPAN デモグラフィックターゲティング イーストスクエア&テキスト

YAHOO!
JAPAN

Yahoo! JAPANの豊富なページビューを効果的に活用できる商品です。Yahoo! JAPANのトップページを除くページを対象に、イーストスクエア&テキストを掲載します。本商品は、ユーザーの性別または年齢区分を指定、もしくは性別と年齢区分の両方を組み合わせた指定による広告掲載が可能です。プロモーションに応じたユーザーを限定することで、訴求内容やクリエイティブをより最適化できます(モデリング手法を用いてYahoo! JAPANユーザーの性別・年齢を判別し広告を訴求します。Yahoo! JAPAN IDでログインしているユーザーは登録情報をもとに性別・年齢を判別します)。特定のユーザー向けプロモーション等にぜひご活用ください。

掲載バナー

有効期間 2013年10月7日(月)～ 2014年1月5日(日)

広告掲載イメージ

掲載場所 Yahoo! JAPANのトップページを除くページを対象にイーストスクエア&テキストを掲載します。
※一部対象外のページがあります。

掲載期間 5日間～1か月間を自由設定(平日掲載開始)

ターゲット
・グループA:性別(男性/女性)
・グループB:年齢(13-17/18-20/21-24/25-29/30-34/35-44/45-54/55-64/65-)
・グループC:性別と年齢の組み合わせ(上記より1つずつ組み合わせることが可能です)掲載タイプ インプレッション保証型
500万インプレッション以上を自由設定料金
・性別または年齢によるターゲティング:0.04円/インプレッション
・性別と年齢の組み合わせによるターゲティング:0.05円/インプレッション
※110の最低購入金額は10万円です。
※複数ターゲットを組み合わせるとご購入の場合、合計インプレッションを上記料金にてご購入できます。
ただし、掲載期間が同日掲載開始、同日掲載終了の場合に限ります(同一グループ内限定です)。

広告仕様 詳細は最新の入稿規定の「イーストスクエア&テキスト」のページを別途ご確認ください。

入稿 入稿および原稿変更の期限は、最新の入稿規定を別途ご確認ください。



ガスの安全あなたと見直したい
 ガスを使うときは必ず換気! ガス警報器の取り付けを! 経済産業省

イーストスクエア & テキスト

※コンテンツページは予告なく変更されることがあります。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

②インターネットによる広報

■⑥GyaO! プライムディスプレイ(アニメ指定)

ユーザーのカテゴリーに合わせて広告掲載を実施。**アニメ指定**とし、**若年層へ向けたバナー**広告を展開。平成25年12月2日から4週間

GyaO! プライムディスプレイ 各カテゴリー指定

YAHOO! JAPAN

日本最大級の映像配信サービスGyaO! のご指定のカテゴリー(映画、ドラマ、音楽、アニメ、お笑い、バラエティおよびトップ面以外のスポーツ) ページ以下を対象に、表現力あるクリエイティブを表示可能なプライムディスプレイを掲載します。

有効期間	2013年10月1日(火)～2013年12月31日(火)
掲載場所	GyaO! のカテゴリートップを除く、指定のカテゴリーページ以下を対象にプライムディスプレイを掲載します。 ※一部対象外のページがあります。 ※以下のカテゴリーよりご指定ください。 映画、ドラマ、音楽、アニメ、お笑い、バラエティ・スポーツ
掲載期間	5日間～1か月間を自由設定(平日掲載開始)
掲載タイプ	インプレッション保証型
料金	0.5円/インプレッション ※110の最低購入金額は50万円です。
広告仕様	詳細は最新の入稿規定の「プライムディスプレイ」のページを別途ご確認ください。
入稿	入稿および原稿変更の期限は、入稿および原稿変更の期限は、最新の入稿規定を別途ご確認ください。
注意事項	- 在庫状況については弊社営業担当までお問い合わせください。 - 弊社の掲載基準にそぐわない広告表現は変更していただく場合があります。 - ご入稿いただく広告原稿については、必ず著作権者からの許諾を得たものをご用意ください。 - 一部掲載をお断りする業種もあります。詳しくは弊社営業担当まで随時お問い合わせください。 - 大容量のバナーが実際に表示されるユーザーは、帯域判別に一定以上の帯域と認定された場合のみになりますので、ご注意ください。 - 保証インプレッション数範囲を超えて発生した掲載不具合は、賠償および補填措置の対象外です。 - 免責事項に関しては最新の入稿規定のページをご参照ください。

広告掲載イメージ



掲載バナー



※コンテンツページは予告なく変更されることがあります。

■ (1) 効果的に広告媒体を活用した広報活動
③ その他追加メディアによる広報

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

③テレビスポット広告(BS11)による広報

■BS放送局BS11(イレブン)にて、**テレビスポット広告**を放映。
平成25年12月1か月間、15秒CMを合計30本(回)放送。



BS11

BSイレブン

ステーションコンセプトは「ゆったりじっくりオトナチャンネル」
 (Mature&Sophisticated Channel)で、基本的には**50代以上の視聴者**
 を**主なターゲット**としている。「テレビの原点に立ち返る」という編成方
 針で、ニュース・報道コンテンツやトーク番組が比較的多いのも特徴であ
 る。一方では、全国放送かつ地上波民放キー局を親会社に持たない、とい
 う特性を活かし、**地方在住の10～20代をターゲットにした「深夜アニメ**
の大量投入」方針も明確である。また、独自の報道部門(報道局)を持っ
 ており、これは独立系民放局としては極めて珍しい。

掲載CM



■過去の委員会で懸案事項であった
テレビスポット広告を本年度初めて実施。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

③テレビスポット広告(BS11)による広報

スポットCMスケジュール表

放送局 BS11

広告主 経済産業省
放送期間 12月1日(日曜日)～12月31日(火曜日)

契約記号 契約No.
広告会社 株式会社 朝日広告社 TEL 03-3547-5650 担当 宮内

CM素材名								10桁コード				秒数	素材略号	素材種類	在/送	備考											
ガスの安全あなたと一緒に見直したい！篇								P026=AK1311				15	B1		送済		素材:11/22送り										
																				12/1 (日)							
放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号				
																				20:00	PT	15	B1				
12/2 (月)				12/3 (火)				12/4 (水)				12/5 (木)				12/6 (金)				12/7 (土)				12/8 (日)			
放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号				
15:30	PT	15	B1	22:00	PT	15	B1	18:00	PT	15	B1	20:00	PT	15	B1	19:00	PT	15	B1	10:00	PT	15	B1				
20:00	PT	15	B1									22:00	PT	15	B1	21:00	PT	15	B1								
12/9 (月)				12/10 (火)				12/11 (水)				12/12 (木)				12/13 (金)				12/14 (土)				12/15 (日)			
放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号				
22:00	PT	15	B1	13:00	PT	15	B1	20:00	PT	15	B1	15:30	PT	15	B1					20:00	PT	15	B1				
				21:00	PT	15	B1													10:00	PT	15	B1				
12/16 (月)				12/17 (火)				12/18 (水)				12/19 (木)				12/20 (金)				12/21 (土)				12/22 (日)			
放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号				
				19:00	PT	15	B1	21:00	PT	15	B1					13:00	PT	15	B1	15:00	PT	15	B1				
12/23 (月)				12/24 (火)				12/25 (水)				12/26 (木)				12/27 (金)				12/28 (土)				12/29 (日)			
放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号				
19:00	PT	15	B1					21:00	PT	15	B1	19:00	PT	15	B1	20:00	SB	15	B1	15:00	PT	15	B1				
																				8:00	PT	15	B1				
12/30 (月)				12/31 (火)																							
放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号	放送時刻	種別	秒数	素材略号				
13:00	PT	15	B1																								

③テレビスポット広告(BS11)による広報

■BS11で放映した、15秒CM。



ガスの安全
あなたと一緒に
見直したい!

①
ガスを使うときは、
必ず換気を!

②
ガス警報器の
取り付けを!



目頃から
注意して
ガス機器を
お使いください!

経済産業省
からの
お願いです!

③新聞広告(毎日新聞)による広報

■毎日新聞にて全7段新聞広告を実施。
12月11日(水)毎日新聞読者に初めて訴求。



掲載デザイン

ガスの安全 あなたと一緒に 見直したい!

あなたの「日頃のチェック」で事故は防げます。
みなさま一人ひとりが、ガス機器や
接続具に日頃から注意して、
快適 & 安全にガスを使いましょう。

ポイント1
ガス機器を
使うときは
必ず換気を!

ポイント2
ガス漏れ、CO中毒の防止に
警報器の
取り付けを!

ポイント3
ガス機器の接続は
形状に合った
適切な接続具を!

ポイント4
使用していない
ガス栓の誤開放に
ご注意ください!

ポイント5
日頃からガス機器・換気設備の
定期的な清掃・
メンテナンスを!

ポイント6
古いガス機器は
安全型ガス機器に
早めに交換を!

ガスを快適 & 安全にお使いいただくため、皆様のご理解とご協力をお願いします。

詳しくはこちら▶ **ガスの安全見直し隊** ▶ ガスの安全見直し隊 ▶ 検索

日頃のチェックで
快適 & 安全!

■ (1) 効果的に広告媒体を活用した広報活動
④パンフレットによる広報

①パンフレットによる広報

- 一般需要家向けパンフレットをデザイン変更。
- ：昨年度作成した、ガスを快適&安全にお使いいただくための6つのポイントをリニューアルした。



①パンフレットによる広報

○一般需要家向けパンフレットをデザイン変更。

：敷地内経年管（敷地内に埋設された古いガス管）の取替えを主に訴求した。

「ガス臭い」、「警報器が鳴った」などの異常を感じたら、すぐガス事業者へ連絡を！

▲「ガス臭い」ときは、火気厳禁！換気扇や電灯のスイッチは、着火源となるので絶対に手を触れないでください。
▲窓や戸を大きく開けて、ガス検・メーター・ガス検を確かめてください。

お宅前 → ご住所 → ご近所の目標 → その場の状況

地震や火災の時も、あわてずに！
まず、ご自分の安全を確保したあとに行動してください。

ガスの事故がなくなるよう
皆様のご理解とご協力をお願いします。

ガスの安全見直し隊

ガスの安全見直し隊 検索 経済産業省
http://www.sse.go.jp/

お問い合わせ先

ガスをご利用のみなさまへ 経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

**古くなった「ガス管」は
早めのお取り替えを**

何年目かな？！

**敷地内の古くなったガス管は、
早めにお取り替えください！**

ご存じですか？
敷地内の「ガス管」は
あなたの資産です。

- 敷地内のガス管は、お客様の資産であり交換費用はお客様の負担になります。詳しくは、最寄りのガス事業者へお問合せください。
- ガスを安心してご利用いただくために、お客様の協力をお願いいたします。

のガス管 ← **道路側のガス管**
お客様の資産 ← ガス事業者の資産

進行しています。 腐食に強いガス管です。

交換

腐食に強いガス管は、腐食や地震に強く、長寿命にも貢献します。敷地内にある古いガス管を交換します。なお交換費用はお客様の負担になります。詳しくは、最寄りのガス事業者へお問合せください。

ポリエチレン管
ポリエチレン管埋設機
埋設機をビーム状で掘削

①パンフレットによる広報

○一般需要家向けパンフレットをデザイン変更。

：敷地内経年管（敷地内に埋設された古いガス管）の取替えを主に訴求
特に、マンション、学校、病院などの建物所有者に向け新設した。

「ガス臭い」、「警報器が鳴った」などの異常を感じたら、すぐガス事業者へ連絡を！

▲「ガス臭い」ときは、火気厳禁！換気扇や電灯のスイッチは着火源となるので絶対に手を触れないでください。
▲窓や戸を大きく開けて、ガス栓・メーターガス栓を開めてください。

お名前 → ご住所 → ご近所の目録 → その場の状況

地震や火災の時も、あわてずに！
まず、ご自分の安全を確保したあとに行動してください。

ガスの事故がなくなるよう
皆様のご理解とご協力をお願いします。

ガスの安全見直し隊

ガスの安全見直し隊 広報 経済産業省
http://www.aew.tl.go.jp/

お問い合わせ先

マンション、学校、病院などの建物所有者のみなさまへ

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

**古くなった「ガス管」は
早めにお取り替えを**

経年目かな？！

▲多くの方が利用する建物のガス漏れ事故を防ぐために
敷地 **古くなったガス管は、お取り替えください！**

ご存じですか？
敷地内の「ガス管」は建物所有者の資産です。

- 敷地内のガス管は、お客様の資産であり交換費用はお客様のご負担になります。詳しくは、最寄りのガス事業者へお問合せください。
- ガスが安心してご利用いただくために、お客様のご協力をお願いいたします。

敷地内のガス管の資産 → 道路側のガス管 ガス事業者の資産

交換

腐食に強いガス管です。

ポリエチレン管、鋼管や銅管に比べ、高圧利用にも適応でき、腐食に強い天然素材のガス管をご提供します。なお交換費用はお客様の負担になります。詳しくは、最寄りのガス事業者へお問合せください。

①パンフレットによる広報

○業務用需要家向けパンフレットをデザイン変更。
:換気に対する認識向上、ガス機器・給排気設備の手入れ、ガス・CO
警報器の普及促進を主に訴求した。

⚠️[ガス臭い]、[警報器が鳴った]などの異常を感じたら、すぐガス事業者へ連絡を!

ガス臭いと感じたら、ガスが漏れている恐れがあるので、火災は絶対に避けてください。また換気扇・電灯のスイッチ等は火災となるので絶対に手触れないでください。CO(一酸化炭素)を検知する警報器が鳴った場合は、CO中毒を引起こす恐れがあります。下記の換気とあわせてガス事業者へ連絡してください。

- ガス機器の使用を中止
- ドアや窓を開けて換気
- メーカーや販売店などに製品の点検・修理の依頼

お名前 → ご住所 → ご近所の目録 → その状況

地震や火災の時も、あわてずに! ます、ご自分の安全を確保したあとに行動してください。

ガスの事故がなくなるよう 皆様のご理解とご協力をお願いします。

ガスの安全見直し隊

ガスの安全見直し隊 検索 経済産業省
http://www.sse.go.jp

お問い合わせ

重要なお知らせ
店舗の経営者・店長・従業員のみさまへ

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

ガス機器を使用する時は、新鮮な空気が必要です。換気扇を回し必ず換気を!

うっかり換気を怠ると、ガス機器が不完全燃焼を起こし一酸化炭素(CO)中毒事故が起こる恐れがあります。

(お店で働く従業員の皆様だけでなく、来店されたお客さまにも影響を及ぼす恐れがあります)

ガス機器の正しい使い方をこころがけ、安全で快適な厨房にしましょう。

ガス機器は、一般の家庭用と異なり、火力が強いものが設置されるのが特徴であり、ガスを多量に燃やします。スロットの取り違いをすることで、危険な一酸化炭素(CO)中毒や火傷等の事故に繋がります。定数のお客さまが来店されることから、換気にガスを使っている方以外にも被害が広がる恐れがあります。ガス機器を使うときは必ず換気をする。日頃からガスを扱う従業員のみならず一人ひとりが、ガスの安全な使用に努めていただきたいと思います。

飲食店のみなさまへ

ポイント3
日頃からガス機器・換気設備の定期的な清掃・メンテナンスを!

事故防止 一人ひとりが注意して!

給排気設備を点検!

給気口を物でふさがない!

ガス機器の点検・清掃は、定期的に行う必要があります。またガス機器・換気設備は古い機種といると劣化が著しく、事故の原因になることもあります。ガス機器メーカー等へ定期的なメンテナンスの依頼をお願いします。

CO警報器の付け方!

一酸化炭素(CO)を検知すると警報器でお知らせするよう設置をお願いします。

設置場所には注意し、必ずCOの検知率を確認してください。

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

①パンフレットによる広報

- 他工事事業者向けパンフレットをデザイン変更。
 :敷地内他工事の注意喚起を主に訴求した。



①パンフレットによる広報

- 塗装事業者向けパンフレットをデザイン変更。
- ：養生作業上の注意喚起を主に訴求した。

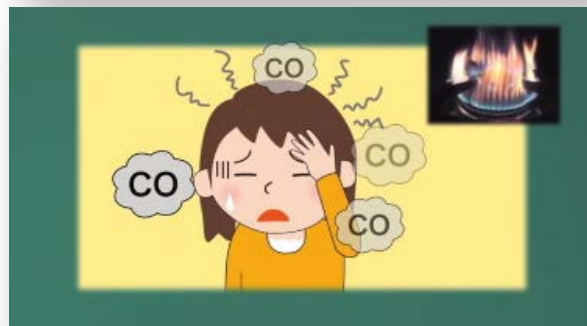
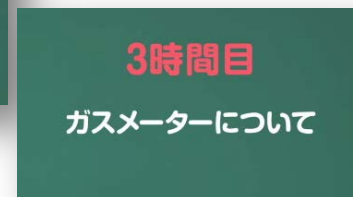
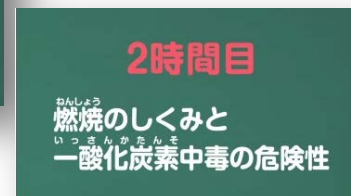
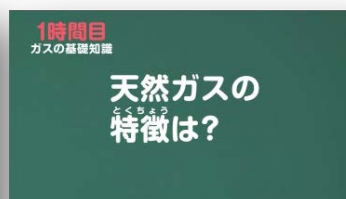


■ (1) 効果的に広告媒体を活用した広報活動
⑤DVDによる広報

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

②DVDによる広報

●オール電化住宅の普及により子供の火に触れる機会が減っていることを考慮し、小・中学校への出張教育の教材として、またはファミリー層が集うガス展等のイベント時等に活用できるDVDを製作。具体的には、都市ガスに関する基礎知識や燃焼の仕組みなど、都市ガスの基本的な概要や便利さを学べる他、安全見直し隊キャンペーンサイトの一般需要家向けページを参考に、ガスの使用上の注意点も理解できるような内容とした。



■ (2) 都市ガスの安全使用に関する認識調査

■ (3) 広告効果の検証

【1 事業の目的、内容及び実施方法】 1.3 事業実施方法

(2) 都市ガスの安全使用に関する認識調査

●ガス需要家の都市ガスの安全に関する認識等を把握するため、需要家等に対するアンケート調査を企画、実施すると共に、得られた調査結果を分析し取りまとめた。

アンケート調査は、全国の一般需要家(約1,000名程度)及び業務用需要家(約500名程度)に対して実施するものとし、インターネットや郵送等による調査法により実施。

なお、当該調査は過去調査からの経年変化を確認するためのものでもあるため、具体的なアンケート項目については経済産業省ガス安全室と相談して決定した。

●調査設計

①一般需要家：全国、計1000名 WEB調査

- ・20～69才の一般男女個人で都市ガス利用者
- ※男女比率は前年度と同様に、男20：女80とした

②業務用需要家：全国計500名 WEB調査

- ・下記の業態に属する店舗のオーナーおよびガス機器使用者
総合レストラン、ラーメン店、中華料理店、料理・飲食店、そば・うどん店、惣菜・弁当店、菓子・パン店、クリーニング店、美容院・理容店

	調査地域							合計
	北海道	東北	関東・甲信越	中部・東海・北陸	近畿	中国・四国	九州・沖縄	
一般需要家	100s	100s	200s	200s	200s	100s	100s	1000s
業務用需要家	50s	50s	100s	100s	100s	50s	50s	500s

■本年度からは、業務用需要家に対してもWEB調査を実施し、
効率的な調査を実施。

※調査結果は別添資料①