

2025年度 満タン&灯油プラス1缶運動活動計画 概要版

全石連/満タン&灯油プラス1缶運動 P T



企画コンセプト

既存コンテンツのブラッシュアップ×デジタルでの発信強化

ポイント

- 昨年度は、**20-30代の認知低下が顕著**であったため、既存コンテンツであるキャラクター「**全石レン**」を活用し、**デジタルコンテンツの強化**を図る。
- 一方、満タン運動のWEBサイトは**SEO対策によりアクセス好調**なため、全石連独自の記事コンテンツの制作により、**オウンドメディアを強化**。ユーザーの更なるファン化を試みる。
- **上記2軸の企画を通じて**、既存の情報を継続的に発信するのではなく、**より良く伝える方法を設計**し、「満タン運動」が**ポジティブに伝わる発信へと進化**させていく。
- **若年層を中心に**、防災への興味関心の有無にかかわらず、**全世代の認知拡大**を図る。
- 本企画にて作成したコンテンツ等を**PRフック**とし、**メディア露出の獲得**を試みる。

2025年度満タン運動メイン施策

<施策1> アイドルユニット話題化施策

全石連発・業界初！アイドルユニット“ふるちゃーじ”による 普及啓発動画制作



- ・「全石レン」を主軸に、「ガソリン満タン」「灯油プラス1缶」担当キャラクターを新たに設定
- ・「満タン運動」を楽しく伝える全石連発・業界初のガソリンスタンドアイドルユニットを結成し、話題性を創出
- ・ミュージックビデオ風動画を通じて、より感覚的に本運動のメッセージを伝えることが可能に

<施策2> オウンドメディア強化施策

有識者インタビューによる全石連オリジナル記事制作



9月
ライフスタイル
アドバイザー
瀧本真奈美さん



10月
消防士
河野賢治郎さん
柳田広太さん



11月
アウトドアライフ
アドバイザー
寒川ハジメさん



12月
協和石油販売
株式会社
中市隆幸さん

- ・本サイト独自の記事コンテンツを作り出し、オウンドメディアとしての価値向上を試みる
- ・専門家や有識者のインタビューを中心に独自性を持った記事コンテンツを制作
- ・SEO記事により集客したファンの離脱を防ぎ、本運動の更なる関心を高め、ユーザーをファン化させる

その他、今年度新たに取り組む施策

施策名	概要
①交通広告	<ul style="list-style-type: none"> ・乃木坂駅構内にて交通広告掲出（11/5-1/28） ・相鉄線車内でのデジタルサイネージにて15秒CM配信（9/1-9/28）
②ポッドキャスト制作・配信	<ul style="list-style-type: none"> ・全石レンの声で10分程度のコンテンツを5週連続で配信。また、JFNに加盟する全国のFMラジオ局（全38局）にて定時のお知らせとともに、ポッドキャスト番組の告知を実施。
③自動車教習所でのチラシ配布	<ul style="list-style-type: none"> ・約30カ所の教習所にて様々な世代にアプローチを実施（岩手県、山形県、栃木県、茨城県、千葉県、長野県、静岡県、岐阜県、島根県、岡山県、福岡県、長崎県、全12県）。
④はまっこ防災プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜市内の公立中学校に向けて発行される5万部の防災学習冊子への記事出稿。 ・横浜市内の公立中学校2年生に向けた職業講話（12/8）の実施。
⑤防災スイーツの製作	<ul style="list-style-type: none"> ・5年間保存が可能な焼き菓子ガレット。イベント用のノベルティとしてオリジナルパッケージで製作。
⑥フリーペーパーへの広告出稿	<ul style="list-style-type: none"> ・湘南ビーチFMが発行するフリーペーパー「湘南ビーチFMマガジン」に3か月間掲載（5万部）。 ・逗子、葉山、鎌倉、大船、藤沢、辻堂、茅ヶ崎、横須賀を中心に、およそ100店舗に設置。

前年度から継続して取り組む施策

施策名	概要
⑦ SNSを活用した情報発信施策	<ul style="list-style-type: none"> ・クイズに答えてオリジナルノベルティグッズが抽選で当たるXの消費者参加型キャンペーンを実施。 ・SEO対策記事のうち人気記事をコンテンツ化してYoutubeショートで配信（新）。
⑧ 各種広告施策	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS（Youtube、X）やWEBにて防災等に興味関心の高い層に動画を配信する。また、本施策と相性の良いエンタメ系に強いマスメディアである「東京MX」にてスポットCMを出稿。
⑨ 各種PR施策	<ul style="list-style-type: none"> ・リリース配信計2回（9・11月）、4大マスメディア＋WEB制作関係者300以上にアプローチを実施。 ・ラジオ日本「マツラジ」（新）・RSKラジオ（新）への出演、TREND NEWS CASTERでの配信。
⑩ 広島エフエム 防災ハンドブックへの協賛	<ul style="list-style-type: none"> ・広島エフエムが制作している「防災ハンドブック」に協賛し、満タン運動の紹介ページを設けてもらう。 さらに、ラジオ番組出演で満タン運動をPRする。
⑪ 全国の防災関連イベントへの出展（10カ所を予定）	<ul style="list-style-type: none"> ・新潟、北海道、神奈川、岡山、奈良、東京（有楽町）、福島、愛知、愛媛、東京（有明）での防災イベントなどに石油連盟と隣接出展し、出展の効果を高める。ガソリンのギフト券などを景品に抽選会を実施する（動画視聴・Xフォロー）
⑫ WEBサイトのオウンドメディア活用	<ul style="list-style-type: none"> ・SEO対策として、防災に関する豆知識などユーザーに読んでもらえる記事コンテンツをコラム形式で継続的にアップする。
⑬ セルフSS POSへの動画掲出	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度実施したENEOS、出光興産、コスモ系 SSで動画掲出。
⑭ 高速道路のSA・PAでのポスター掲示	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度と同様、ネクスコ東日本、中日本、西日本管轄のSA（サービスエリア）・PA（パーキングエリア）の各デジタルサイネージにて、「満タン&灯油プラス 1 缶運動」のポスターデータを掲出する。
⑮ 効果測定（WEB調査）	<ul style="list-style-type: none"> ・WEBで満タン運動の認知度、理解度などを調査する。