

山口県健康福祉部 医務保険課 御中

(株) ケイ・アール・ワイ・サービスステーション
代表取締役 西本 恵三
周南市一番町 4177番地

業務実施報告書

特定健診受診勧奨強化広告 実施計画作成・実施及び広告素材作成業務について、業務が完了しましたので報告します。

目次

1 令和6年度ツールデザイン制作	4
2 テレビ・ラジオCMの制作・放送	5~9
3 スーパーマーケット店舗内の告知	10
4 特設サイト	11~15
5 イベントでの啓発活動	16
6 効果測定アンケート・分析	17~25

1 令和6年度ツールデザイン制作

【制作物 ドラッグストア用紙袋】



仕様：長355×胴幅210 底幅130
数量：13,600枚
配布先：県内56店舗に240枚ずつ納品（残数は本社に納品）
用途：買い物時に購入者へお渡しいただいた

2 テレビ・ラジオCMの放送

【テレビCM（春）】

期 間 5月22日～6月14日

放送局	KRY山口放送 tysテレビ山口 yab山口朝日放送	A×7本、SB×7本、B×10本、C×11本 計35本 A×2本、SB×6本、B×3本、C×2本 計13本 A×3本、SB×2本、B×5本、C×5本 計15本
-----	----------------------------------	---

【ラジオCM（春）】

期 間 5月22日～6月14日

放送局	KRY山口放送 FMYエフエム山口	特A×5本、A×5本 計10本 A×10本
-----	----------------------	--------------------------

【パブリシティ】

媒体	放送局	放送日時		放送時間	番組名	放送尺	放送形態
テレビ	KRY	5月29日	水	11：25～11：30	わくわくチャンネル	60秒	原稿読み
ラジオ	FMY	5月30日	木	15：00～19：00	COZINESS	60秒	原稿読み
ラジオ	KRY	6月4日	火	12：00～16：00	お昼はZENKAIラジタイム	60秒	原稿読み



COZINESS
— FM YAMAGUCHI —

Mon-Thu 15:00-18:55
DJ Yoshiko Yamato
Mail: coz@fmy.co.jp

【テレビCM（秋）】

期 間 9月1日～10月31日

放送局	KRY山口放送 t y sテレビ山口 y a b山口朝日放送	A×23本、SB×23本、B×30本、C×29本 計105本 A×12本、SB×9本、B×12本、C×5本 計38本 A×11本、SB×16本、B×13本、C×17本 計57本
-----	--------------------------------------	--

【ラジオCM（秋）】

期 間 9月1日～10月31日

放送局	KRY山口放送 FMYエフエム山口	特A×10本、A×10本 計20本 A×20本
-----	----------------------	----------------------------

【パブリシティ】

媒体	放送局	放送日時	放送時間	番組名	放送尺	放送形態
ラジオ	FM山口	9月5日	木	15：00～18：55	COZINESS	60秒 原稿読み
テレビ	KRYTV	9月5日	木	11：25～11：30	わくわくチャンネル	60秒 原稿読み
ラジオ	KRYラジオ	9月16日	月	12：00～16：00	お屋はZETTAIラジタイム	60秒 原稿読み
テレビ	yab	9月26日	木	13：45～	ナビテレ	90秒 ご出演
テレビ	tys	10月5日	土	10：20～10：45	ちぐまや家族Plus ²	60秒 原稿読み
テレビ	KRYTV	10月16日	水	11：25～11：30	わくわくチャンネル	60秒 原稿読み

※yabの「ナビテレ！」は収録による出演



COZINESS
- FM YAMAGUCHI -

Mon-Thu 15:00-18:55
DJ Yoshiko Yamato
Mail coz@fmy.co.jp

【サイネージでの映像配信】

期 間 10月1日～10月31日

場 所 山口駅入口交差点（山口アポロガス 山口営業所前）

回 数 1回15秒素材を150回程度/1日 （計4,650回程度）



【動画コンテ】



ふく
「40歳以上の方！
もう健診は
受診しましたか！」

対象者の方々
「いろいろあって……」

ふく
「面倒くさがっちゃダメ！」

NA女
「幸福の一步はまず受診
（ナナバ・ジンノヒツハマツシテイマツル）」

ふく
「受診はお早めに！！」

【テレビCMコンテ】

春の健診（本人向け）

イメージ	セリフ・ナレーション
	ふく 「40歳以上の方！ 健診の通知が届いたら 受診してくださいね！」
	ナレーション女性 「幸福の一歩はまず受診」
	ふく 「無料で受診できますよ」

秋の健診（本人向け）

イメージ	セリフ・ナレーション
	ふく 「40歳以上の方！ もう健診は 受診しましたか！」
	対象者の方々 「いろいろあって………」
	ふく 「面倒くさがっちゃダメ！」
	NA女 「幸福の一歩はまず受診」
	ふく 「受診はお早めに！！」

秋の健診（周りの人向け）

イメージ	セリフ・ナレーション
	ふく 「40歳以上の方！ もう健診は 受診しましたか！」
	対象者の方々 「いろいろあって………」
	ふく 「周りのみんなも 受診をススメて！」
	NA女 「幸福の一歩はまず受診」
	ふく 「受診はお早めに！！」

【ラジオCM原稿（春）】

NA女 市町国民健康保険からのお知らせです。

男性 「40歳以上の方！

健診の通知が届いたら

受診してくださいね！」

「健康状態を確認する

チャンスですよ」

NA女 対象者には受診券が送付されます。

受診・安心・特定健診

男性 「無料で受診できますよ」

NA女 市町国民健康保険からのお知らせでした。

3 スーパーマーケット店舗内の告知

■店舗内BGM 30秒コマーシャル原稿

(ナレーターは女性、下線部分はCM音源を使用)

受診、安心、特定健診！

40歳以上の方、もう健診は受診しましたか？
「いろいろあって・・・」
面倒くさがっちゃダメ！

幸福の一步はまず受診
受診はお早めに

年に一度、特定健診を受診して、
健康で楽しい毎日を過ごしましょう！
市町国民健康保険からのお知らせでした。

■実施店舗

①マルキュウ・アルク・サンマート

期間①：5月20日～6月30日

期間②：9月1日～10月31日

回数：30分に1回放送（店舗それぞれの営業時間内）

店舗：県内のマルキュウ、アルク、サンマート全79店舗

②まるき

期間①：5月20日～6月30日

期間②：9月1日～10月31日

回数：60分に1回放送（店舗それぞれの営業時間内）

店舗：県内全29店舗

4 特設サイト

期 間 令和6年4月1日～令和7年3月31日

コンテンツ

- ①みなし健診とは？
- ②お住まいの地域の健診の情報
- ③特定健診を受けていない方へ
- ④お知らせ
- ⑤特定健診って？
- ⑥アンケート
- ⑦レノ丸の健診動画（ショートバージョン、ロングバージョン）
- ⑧レノファ河野選手動画（ショートバージョン、ロングバージョン）
- ⑨クイズ（初級・中級・上級）

【サイトデザイン】

4 特設サイト 特定健診を受診しますか？アンケートページ

4 特設サイト 特定健診を受診しますか？アンケートページ

山口県・市町国民健康保険・
山口県国民健康保険団体連合会

みんなし健診とは？ お住まいの地域の
特定健診を
受けない方へ お知らせ 特定健診って？ >



幸福の一步は健診から！

お近くの健診情報をこちら >

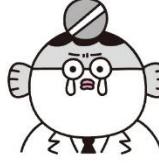
みんなし健診とは？ | お住まいの地域の健診の情報 | 特定健診を受けていない方へ

© 2024 特定健診特設サイト・山口県国民健康保険団体連合会

山口県健康保険団体連合会 〒753-8501 山口県山口市東町1番1号 / TEL: 083-933-2925

山口県・市町国民健康保険・
山口県国民健康保険団体連合会

みんなし健診とは？ お住まいの地域の
特定健診を
受けない方へ お知らせ 特定健診って？ >



特定健診って？ >

みんなし健診とは？ | お住まいの地域の健診の情報 | 特定健診を受けていない方へ

© 2024 特定健診特設サイト・山口県国民健康保険団体連合会

山口県健康保険団体連合会 〒753-8501 山口県山口市東町1番1号 / TEL: 083-933-2925

山口県・市町国民健康保険・
山口県国民健康保険団体連合会

みんなし健診とは？ お住まいの地域の
特定健診を
受けない方へ お知らせ 特定健診って？ >



具合が悪くなったら、病院に行けばいいでしょ！

生病の時は、自宅でゆっくり過ごしていましょう。
具合が悪くなってきたら病院をでても、自分の都合で医療を受けることが叶わない場合があります。
医療機関を受けるときは、医師から自分で医療を受けることが一番です。

特定健診を受診しますか？

やっぱり受診する それでも受診しない

特定健診を受診しない理由は？

- 自分は元気だから大丈夫！
- 忙しくて時間がない
- 通院せんたら受けなくて良いのでは？
- 去年受けたから、今年いいでしょ！
- やっているからメタボは問題ないでしょ？
- コロナが怖いから健診は控えようかな
- 具合が悪くなったら、病院に行けばいいでしょ！

みんなし健診とは？ | お住まいの地域の健診の情報 | 特定健診を受けていない方へ

© 2024 特定健診特設サイト・山口県国民健康保険団体連合会

山口県健康保険団体連合会 〒753-8501 山口県山口市東町1番1号 / TEL: 083-933-2925

山口県・市町国民健康保険・
山口県国民健康保険団体連合会

みんなし健診とは？ お住まいの地域の
特定健診を
受けない方へ お知らせ 特定健診って？ >



コロナが怖いから健診は控えようかな…

生病をされた近畿の受診者は、舟にかかるる病気を発症してしまう可能性があり、かっててあります。
安心情報を発信せんとしている医療機関は医療や消毒など感染対策をしっかりと行っていますので、安心して受診してください。

特定健診を受診しますか？

やっぱり受診する それでも受診しない

特定健診を受診しない理由は？

- 自分は元気だから大丈夫！
- 忙しくて時間がない
- 通院せんたら受けなくて良いのでは？
- 去年受けたから、今年いいでしょ！
- やっているからメタボは問題ないでしょ？
- コロナが怖いから健診は控えようかな
- 具合が悪くなったら、病院に行けばいいでしょ！

みんなし健診とは？ | お住まいの地域の健診の情報 | 特定健診を受けていない方へ

© 2024 特定健診特設サイト・山口県国民健康保険団体連合会

山口県健康保険団体連合会 〒753-8501 山口県山口市東町1番1号 / TEL: 083-933-2925

4 特設サイト お知らせ・特定健診って?・クイズ(初級)

お知らせ

【特定健診クイズ】初級

※複数回答がなっています

*記述の欄です





再生 YouTube

レノ丸
特定健診をやってみた

Q 特定健診の対象者は何歳～74歳まででしょうか？

回答を入力

Q 特定健診は併列に届出した検査でしょうか？

回答を入力

Q 特定健診のキャラクターの名前は？

回答を入力

Q 特定健診にかかる費用は？

回答を入力

Q フィードバック

1/1 ページ フォームを閉じる

Google フォーム

4 特設サイト クイズ（中級・上級）

【特定健診クイズ】中級

※ 質問が複数になっていています

*必須の質問です



Q 特定健診とは何に着目した検査でしょうか？ *

内部器防風把頭

腹部触診

うつ

Q BMI（体格指数）は何の目安になるでしょうか？ *

運動適度

肥満度

痢軟程度

Q メタボリックシンドロームの基準の一つと考えられているものはどれ？ *

基底心拍数

基底体温

夜泣症候群

Q 特定健診の頻度は？ *

年1回

年2回

3年に1回

Q 40歳以上の人々は郵便での健康診断結果や回収率での検査結果を市町に提出することことで、特定健診を受けたとみなすことができる？

できる

できない

選択 1/1 ページ フォームをクリア

このコンテンツは Google が運営または運営するものではありません。本行為の発表・利用規約・プライバシー
ポリシー

Google フォーム

【特定健診クイズ】上級

◎ お読みの方へ（ナレーター）

＊お読みの際は、下記のナレーション用語を読み上げてください。



Q 特定健診の概要について行われる特定健診検査は、2つに区分があります。＊
「検査的検査」、「情報収集」。残りの一つは何でしょうか？

○ ポートフォリオ

○ 紅熱びびり検査

○ お読み用語

Q 本人用ドックを受けた人は特定健診を受診したみなしとは何ですか？

○ かう

○ みんなでことができる

○ みんなでこはせない

Q 健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる状態のことを何といいますか？

○ 健康状況

○ 健康問題

○ 健康状態

Q メタボリックシンドロームは「ひと組たよな病気」として「死の四重奏」といつ葉書。＊
それが並んではまらないものはどうでしょ？

○ 糖尿

○ 便秘

○ 血圧高値

○ 肥満症

○ 白内障

Q 「死の四重奏」に並んでこそ「死の五重奏」といばれ、さらに生活習慣病を＊
美化して生活文化をささげて脚固くなるものなどはどうでしょ？

○ 飲酒

○ 不衛

○ 喫煙

○ 運動

○ ストレス

Q 特定健診で自己が基準、次り気弱、コレステロールが基準、血圧自己が基準と＊
判断されただがタクリックシンドローム判定で赤印が当たったため生活習慣の＊
改善が必要ないでしょ？

○ お笑

○ おおお

Q 生活習慣病予防対策で最も優先度の高い項目はどれでしょ？

○ 睡眠

○ 血圧

○ 運動

○ 飲酒

○ 食生活実態

Q 1kgランニングで消費できるカロリーは？

○ 730kcal

○ 830kcal

○ 930kcal

○ 1030kcal

Q 5kmランニングで消費できるカロリーは？

○ 300kcal

○ 400kcal

○ 500kcal

次回 ナレーション用語 ページ ナレーション用語 フォーム

このクイズはGoogle Formsで作成されたものです。正解回答・結果確認・スコア表示機能を付けています。

Google フォーム

5 yabふれあいフェスタでの啓発活動

日 程 10月7日（土）・8日（日）
両日10:00～17:00

内 容 パネル展示
血管年齢測定・骨密度測定
着ぐるみのグリーティング
番組内での60秒生出演
ステージ上でのPRコーナーに出演

参加人数 476名（1日目210人、2日目266人）



5 yabふれあいフェスタでの啓発活動（アンケート結果）

■アンケートまとめ

1. ブース来場者

1日目	2日目	計
210人	266人	476人

（※配布物の配布数より）

1日目、2日目の来場者数はおよそ

2. アンケート回答 来場者 476人中 419人回答

質問1：あなたは過去1年間に、健診等（健康診断、健康診査及び人間ドック）を受けましたか。

受けた					受けていない	
338人						
市町の健診	勤め先等（家族の勤め先を含む）の健診	後期高齢者医療の健診（75歳以上）	その他の健診（がん検診のみ受診等）			
66人	219人	12人	41人	81人		

質問2：健診を受けた方におたずねします。健診を受けたきっかけは何ですか。

毎年受けているから	勤め先で受けなければならぬため	自分の健康状態を把握するため	周りに受けた方がよいと言われたから	その他
104人	189人	28人	1人	12人

質問3：健診を受けていない方におたずねします。健診を受けない理由は何ですか。※多重回答有

医療機関にかかっているから	今後受ける予定	健康状態に自信があり、必要性を感じないから	面倒だから	その他
28人	19人	7人	21人	10人（忙しい2人）

質問4：健診を受けていない方におたずねします。動画やチラシをご覧になってどう思われましたか。

①受診したい			②受診してもいい		
必要性を感じたから	無料だから	不安だから	時間があれば	会場が近ければ	誰かと一緒になら
15人	12人	4人	19人	7人	1人
③どちらでもない			④やっぱり受診したくない		
8人		時間がないから		健康だから	面倒だから
		-		2人	

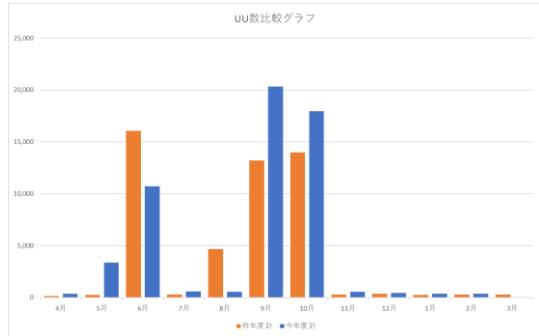
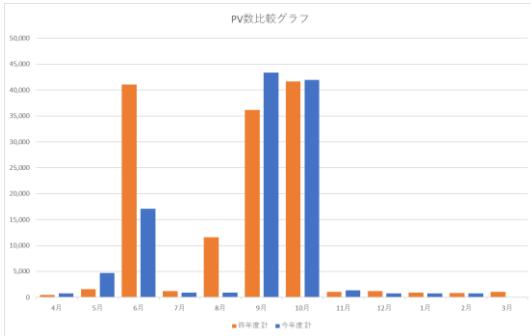
・アンケート回収率は88%で昨年よりも高い回収率であった（昨年63%）

・健診等の受診率は81%と高い数値となっている（昨年81%）

6 特設サイトのアクセス状況

ページ名	4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月		2024年度合計		
	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	PV	UU	
トップページ	184	105	4,017	3,095	15,932	10,236	155	95	138	89	41,979	19,933	40,599	17,455	717	169	239	72	162	77	145	69	144	71	104,411	49,483	
特設診察って？	44	29	46	41	124	111	27	23	25	17	173	139	144	117	16	10	9	8	22	14	27	19	28	24	685	535	
みんな健診とは？	332	261	340	258	508	387	629	486	591	464	489	392	527	429	447	347	449	360	379	282	348	259	274	212	5,313	4,013	
各市の健診情報	46	36	143	91	212	176	38	27	33	25	321	267	311	221	63	21	19	15	37	14	67	33	52	34	1,342	924	
受診する	18	15	58	50	108	84	19	14	6	6	143	116	122	95	37	7	7	6	45	9	20	12	6	6	589	408	
受診しない	9	7	5	4	11	8	2	2	3	3	17	9	12	11	2	2	2	1	35	5	11	5	3	2	112	56	
特設診察を受診しない理由は？	32	18	31	24	83	55	18	6	18	15	86	53	84	64	21	17	11	7	24	11	35	16	24	16	467	290	
通院だから受診なくていいの？	13	7	5	5	10	7	5	3	6	6	10	9	6	6	5	5	2	2	6	5	7	6	2	2	77	59	
具合が悪くなったら、病院に行けばいいでしょ！	13	8	2	2	15	14	14	14	8	8	8	6	16	12	3	3	9	9	16	10	12	9	6	3	122	94	
忙しくて時間がない	11	2	1	10	8	1	1	4	4	4	6	7	6	1	1	2	2	2	6	2	7	7	3	3	60	43	
健せいなからダメとは到底ないでしょ？	19	12	26	20	12	11	7	7	10	9	12	9	13	9	6	4	9	8	7	5	12	9	3	3	136	105	
自分が云々だから大丈夫	17	8	4	4	10	9	4	3	8	6	10	7	13	10	2	2	6	6	4	3	6	6	2	2	86	63	
コロナ例のから健診は見えようかな…	7	5	3	3	5	4	9	7	11	11	4	4	1	4	2	2	4	2	10	7	3	2	2	61	49		
去年受けたから、今年はいいでしょ！	8	5	2	2	4	4	3	3	5	4	4	3	4	3	0	0	2	1	3	3	9	9	1	1	45	35	
特設診察クイズ	18	15	8	8	47	37	7	7	12	10	62	49	61	51	11	11	9	7	23	16	25	16	11	10	294	235	
お知らせ	6	4	1	1	7	5	2	2	2	2	2	2	3	5	4	3	1	4	2	9	2	13	7	5	2	60	29
今年度計	777	314	4,699	3,382	17,093	10,708	940	609	880	575	43,326	20,316	41,925	17,950	1,336	540	783	449	788	384	747	358	566	319	113,860	53,702	
昨年度計	450	137	1,575	249	41,058	16,057	1,185	284	11,624	4,666	36,131	13,222	41,641	13,995	1,079	277	1,191	351	932	266	806	276	1,091	289	138,763	47,738	
比	327	237	3,124	3,133	23,905	-3,249	-245	325	-10,744	-4,094	7,195	7,094	284	3,954	16,871	263	-408	98	-144	118	-59	82	-525	30	-24,903	5,964	

PV・・・ページ閲覧数
UU・・・新規閲覧者数 (PVの内数)



【アクセス結果における広告効果の分析】

前半の広報について

- 5月は昨年度よりも早めに告知を開始したこともあり、また直接特設サイトへ流入できる媒体を活用していたためアクセス数が大きく伸びた。
- 一方で、6月は昨年度よりも早めに告知を終了したこともあり、ひと月のアクセス数は減少した。
- 強化月間として広告を実施した期間のアクセス数は通常時の約12倍となった。

後半の広報について

- 強化月間である9月・10月ともにアクセス数が伸びている。
要因としては前半で記載していることと同様に、直接特設サイトへ誘因する媒体の活用が影響していると考えられる。
- 全体として、PVは減っているが新規閲覧者となるUUが増えているため昨年よりも広い範囲で告知できたと思われる。
- 強化月間として広告を配信した期間のアクセス数は通常時の約46倍となった。

6 集団健診時アンケート

令和6年度の広告では春（5月・6月）と秋（9月～11月）に分けて実施しています。テレビCMを中心とした告知、Yahoo広告・TVerを活用したWeb広告を、実施した。

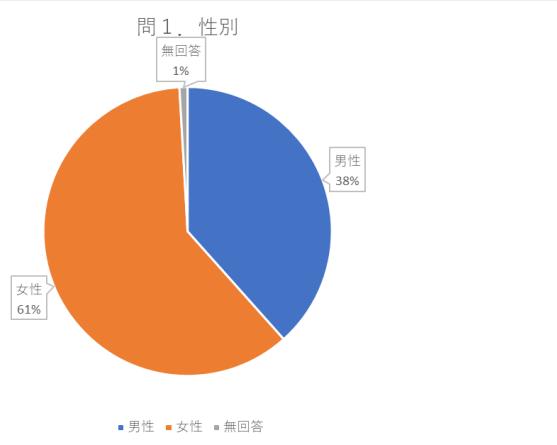
- 実施時期 2024年4月～12月
- 実施方法 各市町の集団健診時に参加された方を対象に実施
- 回答数 回答者数…1,763名
- 回答者性別 男性…677人、女性…1,070人、無回答…16人
- 回答者年齢 40～44歳…73人、45～49歳…63人、50～54歳…86人
55～59歳…99人、60～64歳…247人、65～69歳…502人
70～74歳…659人、75歳以上…33、無回答…1人
- 回答者職業 自営業…190、農林水産業…61、会社員…23
パート・アルバイト…376、派遣社員…8、家事専業…242
無職…799、その他…49、無回答…15

- アンケート項目
(19.20P参照)
 - 1.性別
 - 2.年齢
 - 3.職業
 - 4①.普段、見たり聞いたりしているメディアを教えてください
(該当するものすべてに○をつけてください。)
 - 4②.その中で特定健診の広告（またはふく先生）を見た（聞いた）
ことのあるもののすべてに○をつけてください
 - 5.今年受診したきっかけは何ですか。
(該当するものすべてに○をつけてください。)

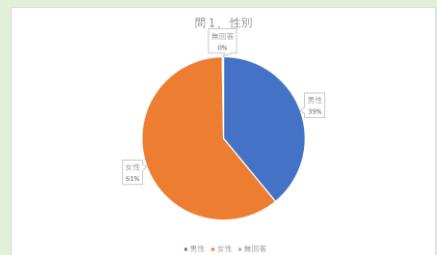
【集団健診時アンケート結果】

性別

R6年度



R5年度



	男性	女性	無回答
R6	38.4%	60.7%	0.9%
R5	37.3%	61.4%	1.3%

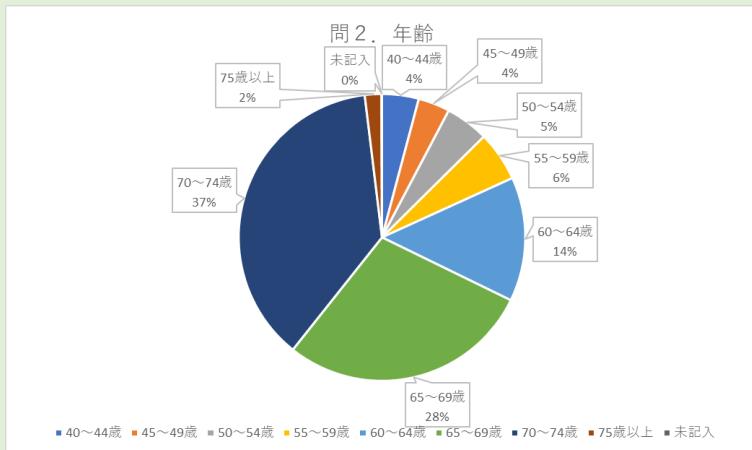
【アンケート結果分析】

→昨年度と比較しても女性・男性の割合は同程度で変化は見られない。
引き続き女性が高い傾向にある。

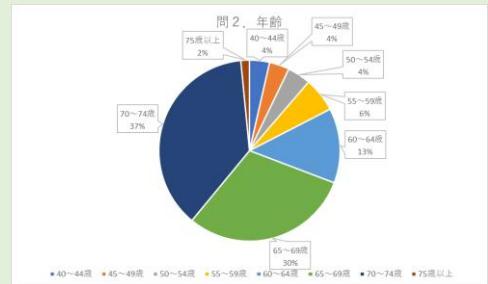
【集団健診時アンケート結果】

年代

R6年度



R5年度

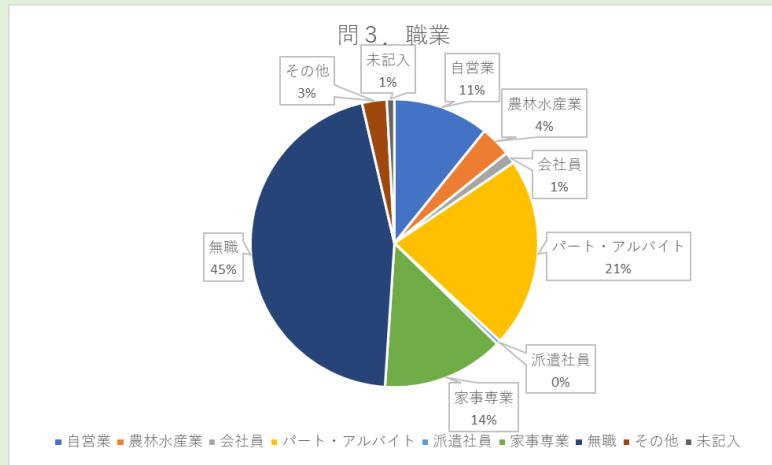


	40-44歳	45-49歳	50-54歳	55-59歳	60-64歳	65-69歳	70-74歳	75歳以上	未記入
R6	4.1%	3.6%	4.9%	5.6%	14.0%	28.5%	37.4%	1.9%	0.1%
R5	4.1%	3.7%	4.6%	4.8%	13.2%	28.4%	37.8%	1.4%	1.9%

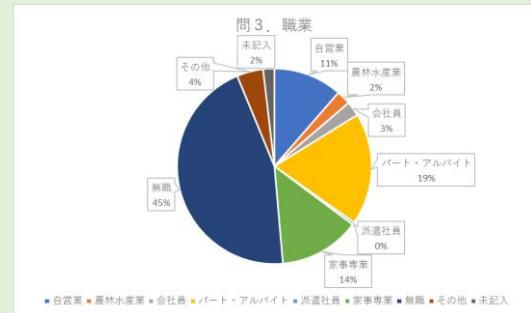
【アンケート結果分析】

→昨年度と比較しても集団健診受診者の年齢構成費にも変化は見られない。
定年退職がきっかけとなるのか、60代への受診率が高い傾向が続いている。

R6年度



R5年度



	自営業	農林水産	会社員	パート アルバイト	派遣社員	家事専業	無職	その他	未記入
R6	10.8%	3.5%	1.3%	21.3%	0.5%	13.7%	45.3%	2.8%	0.9%
R5	11.4%	2.4%	2.4%	18.6%	0.4%	13.5%	45.1%	4.4%	1.9%

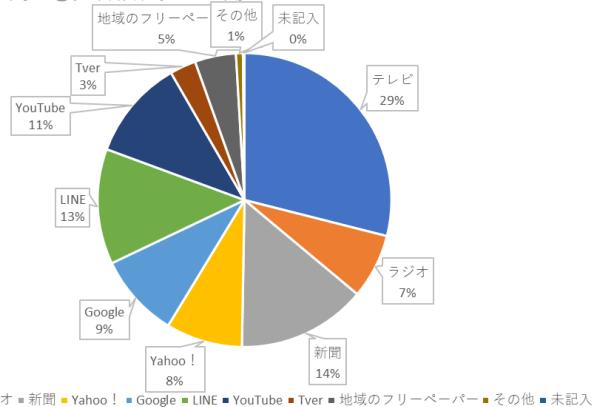
【アンケート結果分析】

→R5年度と比較して農林水産業が1.1%、パートアルバイトが2.7%伸び
会社員の割合が1.1%減少した。

普段見聞きしている媒体

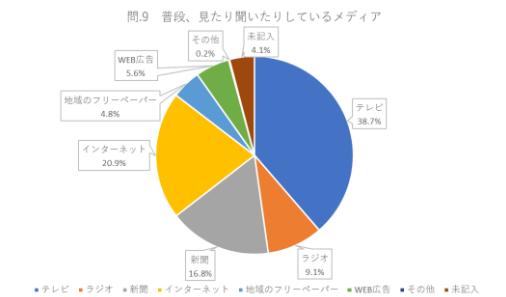
R6年度

問4 ①. 普段、見たり聞いたりしているメディア



R5年度

問9 普段、見たり聞いたりしているメディア



	テレビ	ラジオ	新聞	Yahoo!	Google	LINE	YouTube	Tver	地域のフリーペーパー	その他	未記入
R6	28.9%	7.1%	14.2%		8.4% 9.2%	12.7%	11.0% 2.9%		4.5%	0.8%	0.2%
R5	38.7%	9.1%	16.8%		20.9%		5.6%		5.6%	0.2%	4.1%

【アンケート結果分析】

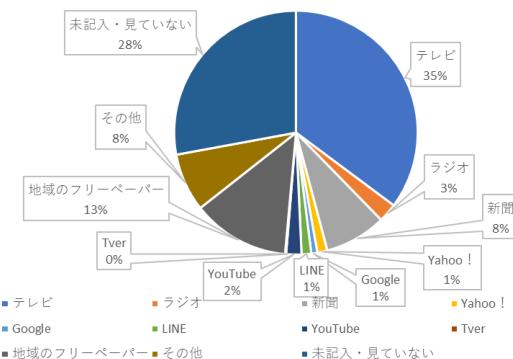
→2023年：テレビが38.7%と最も多く、次いでインターネット20.9%

→2024年：テレビが28.9%と最も多く、次いでWeb広告26.6%

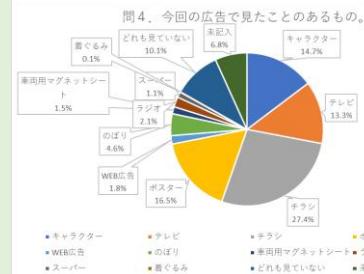
→2024年では、LINEとYouTubeの利用が増加し、インターネットの中でも
今年度増やした媒体の活用が多くみられます。
Webへの新規アクセス数上昇の一因と考えられます。

R6年度

問4 ②. 今回の広告で見たことのあるもの。



R5年度



	テレビ	ラジオ	新聞	Yahoo!	Google	LINE	YouTube	Tver	地域のフリーペーパー	その他	未記入	
R6	48.8%	3.5%	11.3%	1.8%	1.1%	1.8%	2.8%	0.2%	18.0%	10.7%	38.7%	
R5	13.3%	2.1%	27.4%	16.5%	14.7%	4.6%	1.8%	1.5%	1.1%	0.1%	6.8%	10.1%
	テレビ	ラジオ	チラシ	ポスター	キャラクター	のぼり	Web広告	マグネットシート	スーパー	着ぐるみ	未記入	どれもみていらない

【アンケート結果分析】

→アンケート内容が変更したことで明確な比較にはならないですが
テレビの割合が大幅に増えており、継続的にCMを放送し続けたことによる
認知度向上も影響していると思われます。

→Web・SNS広告については他媒体に比べてLINE広告が多く利用され、広告の
認知度も高かったため、次年度以降も有効と考えられる。

【Web広告出稿数一覧】

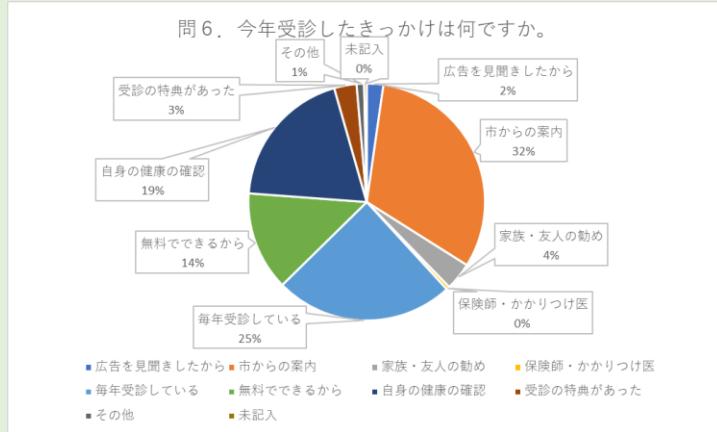
Yahoo!広告	表示回数	クリック数	クリック率
合計	30,833,108	92,627	0.30%

LINE広告	表示回数	クリック数	クリック率
合計	2,599,805	45,549	1.75%

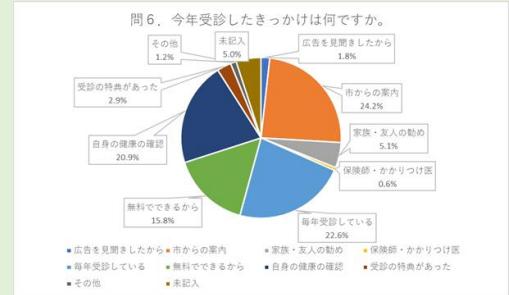
YouTube広告	表示回数	クリック数	平均視聴率
合計	1,708,671	105	95.04%

Tver広告	表示回数	クリック数	平均視聴率
合計	118,296	91	93.75%

R6年度



R5年度



	広告を見聞きした	市からの案内	家族・友人の勧め	保健師・かかりつけ医	毎年受診している	無料で受診できるから	自身の健康の確認	受診の特典があった	その他	未記入
R6	2.3%	31.7%	3.8%	0.4%	24.5%	13.5%	19.4%	3.1%	1.0%	0.4%
R5	1.8%	24.2%	5.1%	0.6%	22.6%	15.8%	20.9%	2.9%	1.2%	5.0%

【アンケート結果分析】

→昨年度と比較して、広告を見聞きしたことをきっかけとして受診をする方が微増ではあるが増えており、継続して発信し続けた効果が見えてきたと推察される。

→また、市町からの案内の影響力が非常に高いため、市町から受診券が届いていることを周知していくことで、受診促進につなげる一助となる可能性がある。