

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4-1-77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での告知	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

毎週 金 正午-4:00

## 【テレビCM（秋）】

期 間 9月1日～10月31日

放送局	KRY山口放送	A×23本、SB×23本、B×30本、C×29本 計105本
	t y sテレビ山口	A×12本、SB×9本、B×12本、C×5本 計38本
	y a b山口朝日放送	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	特A×10本、A×10本 計20本
	FMYエフエム山口	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	お昼は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 <sup>2</sup>	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】

<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>	<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>
<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>	<p>国民健康保険</p> <p>特定健診対象者 <b>40歳～74歳</b> ※対象者以外も受診することができます。</p>
<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>	<p>国民健康保険</p> <p>対象者の方々 「いろいろあって……」</p>
<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>	<p>国民健康保険</p> <p>「ダメかも」 「ダメかも」</p>
<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>	<p>市町国民健康保険 特定健診 あなたもあなごもあなごも 必ず受診</p>
<p>ふくもまの町の医師役</p> <p>国民健康保険</p> <p><b>特定健診</b></p>	<p>市町国民健康保険 特定健診 あなたもあなごもあなごも 必ず受診</p> <p><b>受診無料</b> ※市町国民健康保険 特定健診 ※市町国民健康保険 特定健診</p>

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  
※市町国民健康保険 特定健診 必ず受診







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
 <p>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！」</p>	
 <p>特定健診対象者 <b>40歳～74歳</b> <small>※対象者は受診券が送付されています。</small></p>	
 <p>ふく 「受診券が届いたら 必ず受診」</p>	
 <p>市町国民健康保険 特定健診 あなたのために家族のためにも <b>まず受診</b></p>	ナレーション女性 幸福の第一歩はまず受診
 <p>市町国民健康保険 特定健診 あなたのために家族のためにも <b>受診無料</b> <small>※1回1回健診は無料です。お住まいの市町の窓口へ</small></p> <p>ふく 「無料で受診できますよ」</p>	

## 秋の健診（本人向け）

イメージ	セリフ・ナレーション
 <p>ふく 「40歳以上の方！ もう健診は 受診しましたか！」</p>	
 <p>特定健診対象者 <b>40歳～74歳</b> <small>※対象者は受診券が送付されています。</small></p>	
 <p>対象者の方々 「いろいろあって……」</p>	
<p>【本人向け】</p>  <p>ふく 「面倒くさがっちゃダメ！」</p>	
 <p>市町国民健康保険 特定健診 あなたのために家族のためにも <b>まず受診</b></p>	NA女 幸福の第一歩はまず受診 <small>※1回1回健診は無料です。お住まいの市町の窓口へ</small>
 <p>市町国民健康保険 特定健診 あなたのために家族のためにも <b>受診無料</b> <small>※1回1回健診は無料です。お住まいの市町の窓口へ</small></p> <p>ふく 「受診はお早めに！！」</p>	

## 秋の健診（周りの人向け）

イメージ	セリフ・ナレーション
 <p>ふく 「40歳以上の方！ もう健診は 受診しましたか！」</p>	
 <p>特定健診対象者 <b>40歳～74歳</b> <small>※対象者は受診券が送付されています。</small></p>	
 <p>対象者の方々 「いろいろあって……」</p>	
<p>【周りの人向け】</p>  <p>ふく 「周りのみんなも 受診をススメて！」</p>	
 <p>市町国民健康保険 特定健診 あなたのために家族のためにも <b>まず受診</b></p>	NA女 幸福の第一歩はまず受診 <small>※1回1回健診は無料です。お住まいの市町の窓口へ</small>
 <p>市町国民健康保険 特定健診 あなたのために家族のためにも <b>受診無料</b> <small>※1回1回健診は無料です。お住まいの市町の窓口へ</small></p> <p>ふく 「受診はお早めに！！」</p>	



【ラジオCM原稿（春）】

N A 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」

N A 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での告知

#### ■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②9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】



## みなし健診とは

#### 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・市町村民俗伝承課・  
山口県国民健康保険日津連合会

みんし健診とは？

お住まいの地域の  
健診の情報を  
提供しています！

特定健診を  
受けていない方へ

特定健診って？

### 特定健診を受けない理由は？



自分は元氣だから大丈  
夫！



忙しくて時間がない



通院中だから受けな  
くて良いのでは？



去年受けたから、今年  
いいでしょ！



やせているからメタボ  
は関係ないでしょ？



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！

みんし健診とは？

お住まいの地域の健診の情報を

特定健診を受けていない方へ

<http://www.city.yamaguchi.lg.jp/kyosei/kyosei/kyosei.html>  
山口県国民健康保険日津連合会 〒750-8502 山口県日津市連合会 TEL (083-933-2822)

山崎博 代表取締役社長兼会長  
山崎弘典 代表取締役社長兼副会長

山崎博 代表取締役社長兼会長  
山崎弘典 代表取締役社長兼副会長

山崎博 代表取締役社長兼会長  
山崎弘典 代表取締役社長兼副会長

忙しい時間がない

仕事で忙しい、時間がないという悩みです。  
会社で忙しくて子どもと遊ぶ時間や家族と過ごす時間がないという悩みはよくあります。  
育児と仕事を両立させるための時間がないという悩みです。

特定分野を受託しますか？

やっぱり受託する

それとも受託しない

特定分野を受託しない理由は？

- 担当は仕事が終わらないから
- 忙しくて時間がない
- 担当が仕事が終わらないから
- 担当が仕事が終わらないから
- 忙しくて時間がない
- 担当が仕事が終わらないから
- 担当が仕事が終わらないから
- 忙しくて時間がない
- 担当が仕事が終わらないから

山崎博 代表取締役社長兼会長  
山崎弘典 代表取締役社長兼副会長

山崎博 代表取締役社長兼会長  
山崎弘典 代表取締役社長兼副会長

山崎博 代表取締役社長兼会長  
山崎弘典 代表取締役社長兼副会長

[illegible][illegible]

## 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 お知らせ・特定健診って？・クイズ（初級）



## 4 特設サイト クイズ (中級・上級)

## 【特定健診クイズ】中級

解答が隠れています

---

\* 必須の質問です \*

Q 特定健診とは別に検目した被験者でしょうか？ \*

- ☐ 内臓脂肪症候群
- ☐ 糖尿病
- ☐ うつ

Q BMI（体格指数）は何の目安になるのでしょうか？ \*

- ☐ 運動強度
- ☐ 肥満度
- ☐ 睡眠尺度

Q メタボリックシンドロームの要因の一つと考えられているものはどれ？ \*

- ☐ 脂質異常群
- ☐ 高血圧症群
- ☐ 夜尿症群

Q 特定健診の頻度は？ \*

- ☐ 年1回
- ☐ 年2回
- ☐ 3年に1回

Q 40歳以上の人が施設での健康診断結果や医療機関での検査結果を市町に提出するときに、所定欄空欄を受けたとみなすことができる？

- ☐ できる
- ☐ できない

戻る


1/1 ページ
フォームをクリア

このコンテンツは Google が提供または承認したものではありません。 本コンテンツの提供・利用に関して、ご了承ください。

## 【特定健診クイズ】上級

問題が解けたらポイントアップ  
▶ 本日の得点です

---



Q 特定健診の結果に応じて行われる特定保健指導は、2つの区分があります。 \*

「服薬の支援」、「習慣改善」のうち一つは待てでしょうか？

☐ サボートラブル  
☐ 動機づけ支援  
☐ 継続支援

Q 人間ドックを受けた人は特定健診を受検したとみなすことはできるでしょう？ \*

☐ あらすことばである  
☐ あらすことばでない

Q 健康上の理由で日常生活が制限されることなく生活できる期間のことを何といいますか？ \*

☐ 健康寿命  
☐ 身体年齢  
☐ 健康寿命

Q メタボリックシンドロームと似たような概念として「関心領域」といって \*

あるが当てはまらないものはどれでしょうか？

☐ 体重  
☐ 血圧値  
☐ 血中脂質  
☐ 喫煙率  
☐ 居住地域

Q 「民の健康画」に加えることで「民の五層画」となり、さらに生活習慣病を \*  
 減少させる画素化を必要とする画素となるものはどれでしょうか？

☐ 飲料  
☐ 不眠  
☐ 食習慣  
☐ 便秘  
☐ ストレス

Q 特定健診で血圧が高め、実行運動、コレステロール値が高め、血糖値が高めと \*  
 診断されたがメタボリックシンドローム判定では対象外であったため生活習慣の改善が必要ないでしょうか？

☐ 必ず  
☐ 不要

Q 生活習慣病予防対策で最も優先度の高い項目は何でしょうか？ \*

☐ 体重  
☐ 血圧値  
☐ 便秘  
☐ 飲酒  
☐ 喫煙率

Q 保体費 1 kg 減らすのに必要生活習慣力リットルは？ \*

☐ 2,000kcal  
☐ 4,000kcal  
☐ 12,000kcal

Q 1km ランニング消費できるカロリーは？ \*

☐ 300kcal  
☐ 500kcal  
☐ 700kcal

完了

次のページ
フォームをクリア

このコンテンツは Google 検索エンジンによって提供されています。また、このコンテンツは、[第三者による複製・転載](#)や、[不正な利用](#)が行われる可能性があります。

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ないため	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

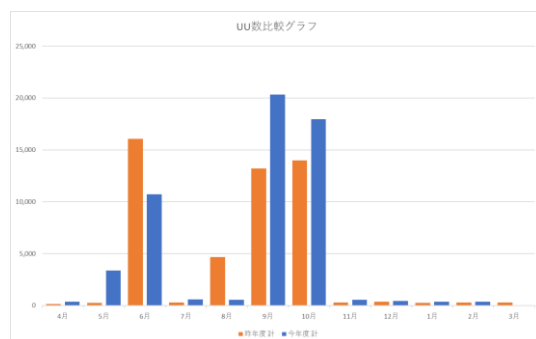
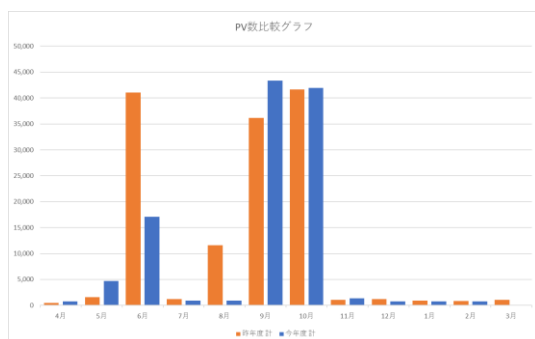
・アンケート回収率は 88%で昨年よりも高い回収率であった（昨年 63%）

・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	10,238	155	95	138	89	41,979	19,933	40,599	17,435	717	169	239	72	162	77	145	69	144	71	104,411	49,483
特定健診って？	44	28	46	41	124	111	27	23	25	17	173	130	144	117	16	10	9	8	22	14	27	19	28	24	685	535
みなし健診とは？	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
各市町の健診情報	46	30	143	91	212	170	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	115	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
特定健診を受診しない理由は？	32	18	31	24	83	94	18	6	16	15	86	53	84	64	21	17	11	7	24	11	35	16	24	16	467	290
健診中から受けてくれないのでは？	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
具合が悪くなったから、病院に行けばいいでしょ！	13	8	2	2	15	14	14	14	8	9	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	7	2	1	10	8	3	1	4	4	6	6	7	6	1	1	2	2	6	2	7	7	3	3	60	43
履せているからメタボは関係ないでしょ？	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
自分は元だから大丈夫	17	8	4	4	10	8	4	3	8	6	10	7	13	10	2	2	6	6	4	3	6	6	2	2	86	63
コロナが怖いから健診は控えようかな…	7	5	3	3	5	4	9	7	11	11	4	4	1	1	2	2	4	2	10	7	3	2	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
特定健診タイズ	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	6	7	5	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	3	1	4	2	9	2	13	7	5	2	60	29
今年度 計	777	374	4,699	3,382	17,093	10,708	940	609	880	572	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	13,996	1,079	277	1,191	351	932	266	806	276	1,091	289	138,763	47,738
比	327	237	3,124	3,133	-2,365	-5,34	-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

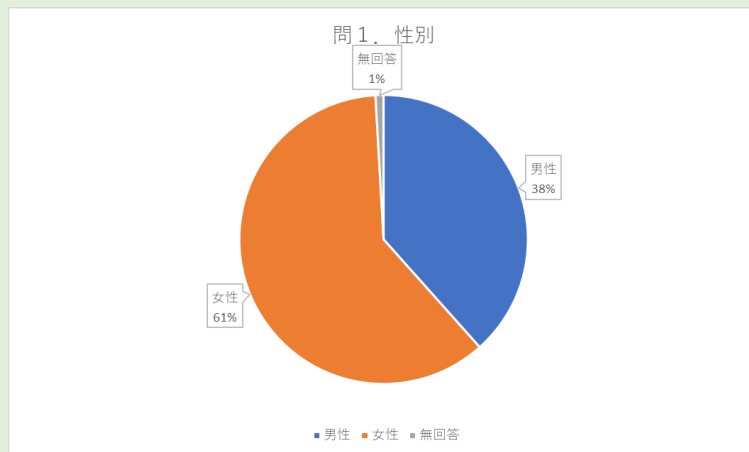
令和6年度の広告では春（5月・6月）と秋（9月～11月）に分けて実施しています。  
テレビCMを中心とした告知、Yahoo広告・TVerを活用したWeb広告を、実施した。

- 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。)

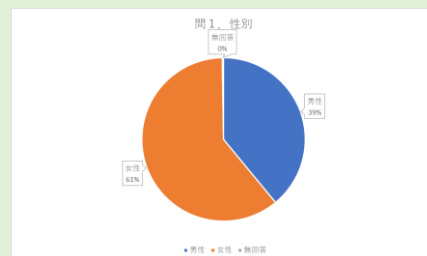
## 【集団健診時アンケート結果】

### 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%

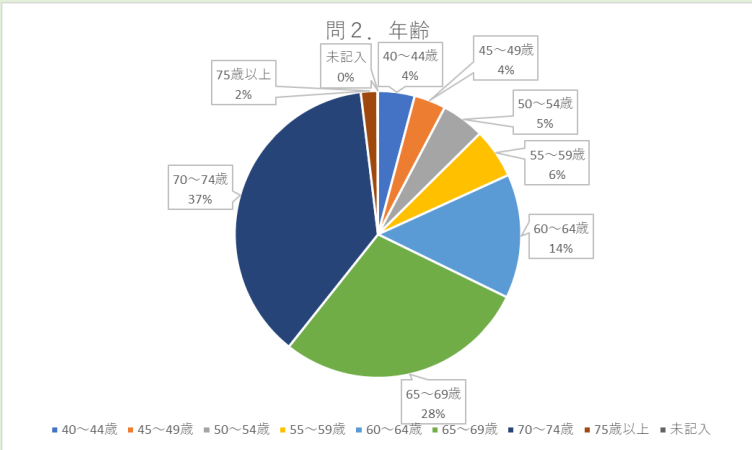
## 【アンケート結果分析】

→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。

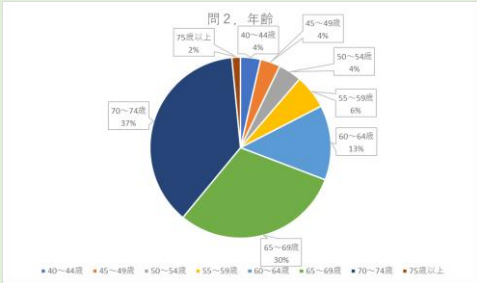
【集団健診時アンケート結果】

年代

R6年度



R5年度

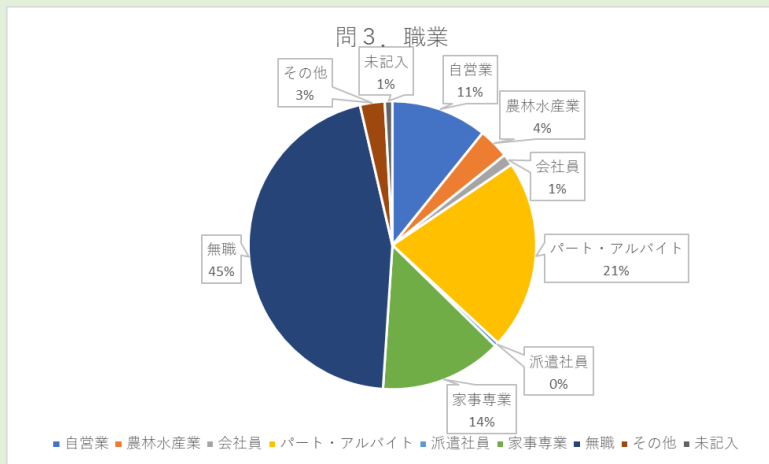


	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75歳以上	未記入
R6	4.1%	3.6%	4.9%	5.6%	14.0%	28.5%	37.4%	1.9%	0.1%
R5	4.1%	3.7%	4.6%	4.8%	13.2%	28.4%	37.8%	1.4%	1.9%

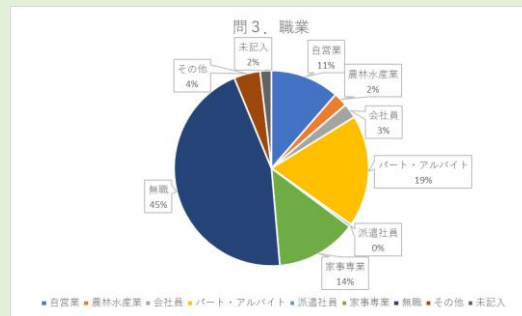
【アンケート結果分析】

→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～の受診率が高い傾向が続いている。

## R6年度



## R5年度

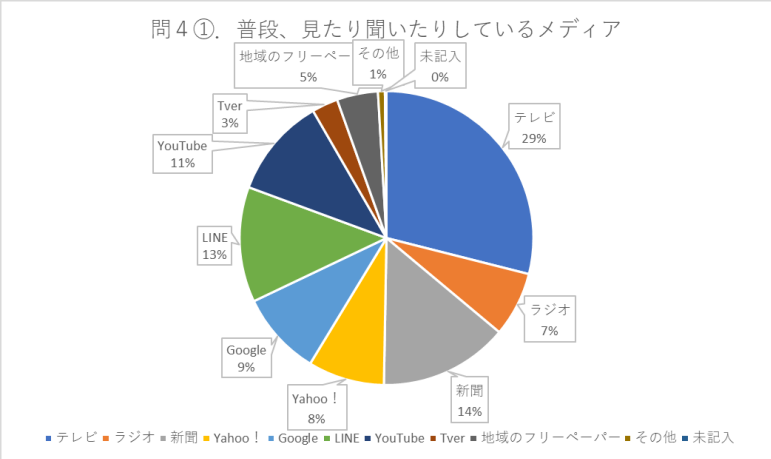


	自営業	農林水産	会社員	パート アルバイト	派遣社員	家事専業	無職	その他	未記入
R6	10.8%	3.5%	1.3%	21.3%	0.5%	13.7%	45.3%	2.8%	0.9%
R5	11.4%	2.4%	2.4%	18.6%	0.4%	13.5%	45.1%	4.4%	1.9%

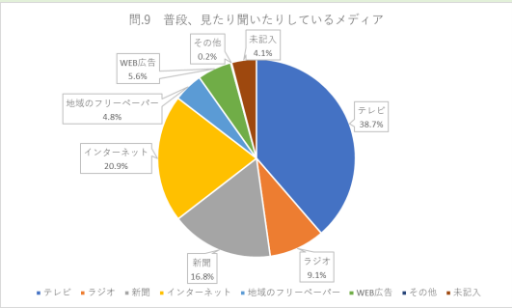
## 【アンケート結果分析】

→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。

R6年度



R5年度



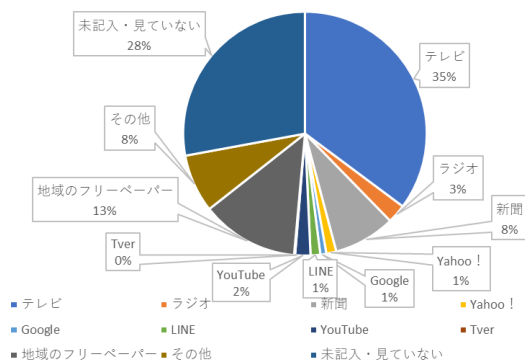
	テレビ	ラジオ	新聞	Yahoo!	Google	LINE	YouTube	Tver	地域のフリーペーパー	その他	未記入
R6	28.9%	7.1%	14.2%	8.4%	9.2%	12.7%	11.0%	2.9%	4.5%	0.8%	0.2%
				17.6%		26.6%					
R5	38.7%	9.1%	16.8%	20.9%		5.6%			5.6%	0.2%	4.1%
				インターネット		Web広告					

【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。

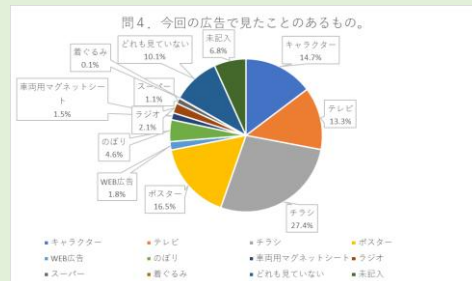
## R6年度

問4②. 今回の広告で見たことのあるもの。



## R5年度

問4. 今回の広告で見たことのあるもの。



	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	どれも見ていない

## 【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。

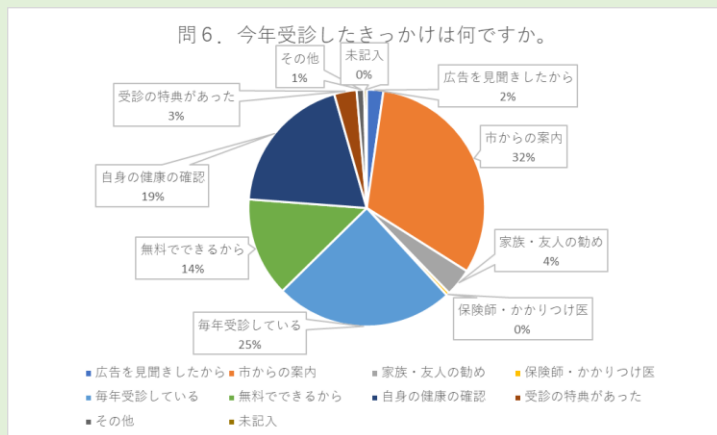
→Web・SNS広告については他媒体に比べてLINE広告が多く利用され、広告の認知度も高かったため、次年度以降も有効と考えられる。

## 【Web広告出稿数一覧】

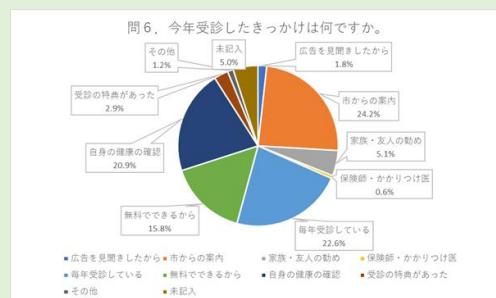
Yahoo! 広告	表示回数	クリック数	クリック率
合計	30,833,108	92,627	0.30%
LINE 広告	表示回数	クリック数	クリック率
合計	2,599,805	45,549	1.75%
YouTube 広告	表示回数	クリック数	平均視聴率
合計	1,708,671	105	95.04%
Tver 広告	表示回数	クリック数	平均視聴率
合計	118,296	91	93.75%



## 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	保険師・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。