

令和4年度 薬物乱用防止デジタル広報啓発事業

令和4年度は令和3年度によりよい成果を挙げたクリエイティブ(広告やウェブサイトの素材)を活用し、広告量と掲出媒体を拡大した広報啓発を実施。さらに新しい取り組みとして、より分かりやすく認知させるための啓発動画を作成し、広報を検証。

<p>目的</p>	<p>若年層等の大麻検挙数が増加している背景から、インターネット上での行動に応じた広報啓発を展開することで、訴求対象者に対して誤解無く「大麻は有害」であることを認知させ、薬物の乱用を防ぐことを目的とする。</p>
<p>実施内容</p>	<p><u>デジタル広報戦略の策定</u> 効果を狙うターゲット(訴求対象者)を具体化し、その層に適したコミュニケーション設計として、メッセージやクリエイティブプランと、媒体種別と掲出量・効果見込を含むメディアプランを作成</p> <p><u>啓発コンテンツの作成</u> クリエイティブプランに基づき、実際に掲出するクリエイティブ(広告バナーやテキスト、ウェブサイト、動画)を製作</p> <p><u>デジタル広告の配信</u> メディアプランに基づき、広告を掲出し、期間内のモニタリングを実施</p> <p><u>効果検証・分析</u> 仮説に基づき、広告の効果やウェブサイトに流入した利用者の行動を分析し成果を検証し、翌年度の事業で行うべきことの示唆を示す</p>
<p>事業結果概要</p>	<p>前年の成果を生かし接点の幅と深さを拡大</p> <p><u>事業期間</u> 令和4年11月～令和5年3月</p> <p><u>広告出稿期間</u>： 令和5年1月19日～2月末日 (1.5ヶ月間)</p> <p><u>出稿メディア</u>： Google/Yahooリスティング広告, Google/Yahooアドネットワーク, Twitter, Facebook, Instagramに加えて、厚労省公式Facebook/Twitterアカウント、厚労省HPでのお知らせ等オウンドメディア**の活用</p> <p><u>得られた成果</u> 1.5ヶ月という短期間で、約5200万回(昨年度と同条件前提で1.8倍)ユーザの手元で広告が表示。広告に触れたユーザのうち26万人が自らの意思でウェブサイトに流入する行動を起こした(昨年度と同条件前提で1.5倍)</p>

**オウンドメディア：自組織が所有・運営する媒体（SNSなどのプラットフォーム上の公式アカウントも含む）

令和4年度

オウンドメディアや動画の活用によるリーチ幅の拡大と啓発コンテンツの検証で
基本のカタを深化させる

動画を含む啓発コンテンツ

正しい知識を伝える大麻情報サイト

知ってる？ 

大麻のホントの話

「ホントにどうなるのかわかる」

Movie



「ホントにどうなるのかわかる」

公式Twitterアカウント

厚生労働省 @MHLTwitter · 1月30日

【知っていますか？大麻のホント】SNSなど身近なインターネットの世界には大麻に関する誤解がたくさんあふれています。

「あやしい」「不安」少しでもそう感じたときに立ち止まるよう、正しい知識を特設サイトでチェックしましょう。

■知ってる？大麻のホントの話
mhlw.go.jp/seisakunitsuit...



266 436 270 66.1万