

令和6年度 薬物乱用防止デジタル広報啓発事業

令和6年度は、イラストレーターを起用し、若年層と親和性の高いサイト・広告クリエイティブを制作。過年度検証された配信効率が良い媒体を中心に広告展開。その結果を、インターネットアンケート調査にて測定

目的	<ul style="list-style-type: none"> 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
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年5月31日～令和7年3月31日 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 広告配信期間1：令和6年9月17日～10月16日 ▶ 広告配信期間2：令和6年12月23日～令和7年1月31日
実施内容	<p><u>デジタル広報戦略の策定</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ターゲット(訴求対象者)を具体化し、その層に適した発信内容と手法を設計 <p><u>啓発コンテンツの作成とデジタル広告展開</u></p> <ul style="list-style-type: none"> [1] 若年層と親和性の高いイラストレーターを起用し、大麻に関する正しい情報を掲載する特設サイトを設置 [2] 特設サイトに誘因するために、SNS等の広告媒体にて静止画広告を展開 [3] イラストを活用した動画を制作し、YouTubeにて動画広告を展開、動画視聴を促す <p><u>効果検証・分析</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 特設サイトへの遷移数や、広告のクリック率、動画視聴数等を分析し成果を検証 広告接触者に絞り、インターネットアンケート調査を実施。「大麻の考え方の変化」に寄与した広告の影響を測定
実施結果	<p><u>出稿メディア</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 静止画広告：X、Meta(Instagram、Facebook)、マイナビ、みん就 動画広告：YouTube <p><u>得られた成果</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 特設サイトへの遷移数は、約8.6万回 YouTube広告では、約800万回の動画視聴。その内、視聴完了数は約200万回 事業全体で、計約2,000万回程度の広告表示 本事業の広告認知者の14.6%が「大麻を悪いもの」と態度変容した結果に。

[1] 特設サイト



[2] 静止画広告



[3] YouTube広告

