

令和7年度 総合評価書

分野横断的に実施している政策の評価について

令和8年3月

政策統括官（総合政策担当）付 政策立案・評価担当参事官室

1. 本評価書の対象

評価対象：厚生労働省における施策の効果的な周知について

- 厚生労働行政は、国民の日々の暮らしに密着し、一つひとつの政策の動向が幅広い層の生活に大きな影響を与えるものであると同時に、一人ひとりの置かれた状況に応じ、届けるべき施策メニューも多様である。どれだけ良い施策を作ったとしても、必要な方に情報が届き、認知され、利用してもらわなければ、その施策の効果は減弱してしまうことから、施策の周知広報活動の質の向上は、厚生労働行政にとって分野横断的な重要課題である。
- 厚生労働省の所掌する政策は、少子高齢化をはじめ、社会構造の変化への対応はもとより、足元の経済情勢の変化を踏まえ、短時間で制度や事業の運用に変更が生じることも多く、そうした中で、施策の周知にあたっては、その対象者に対して、正確・確実・迅速、そして分かりやすく伝達されるようにすることが必要となる。
他方で、その周知は、限られた時間・リソース（予算・人手）の中で行うことが求められる。
- 周知にあたっては、厚生労働省本省から直接発信するもののほか、地方支分局（都道府県労働局、地方厚生局）、地方自治体、その他関係機関等を通じて行われるものも多いが、これらの機関においてもリソースに限りがあるため、施策に応じた効果的な周知方法を本省において選択する必要がある。
- 上記を踏まえ、厚生労働省の施策の周知のあり方として、現状、どのような施策でどのような手法等がとられているか（近年の改善点等含む）等を調査し、周知を介する機関（支分局、自治体等）や周知先（企業、個人等）、新規施策に係るものか定例（例年）ものか等の観点も含め整理・分析した上で、今後のより適切・効果的な手法につなげるべく、「厚生労働省における施策の効果的な周知について」を評価対象として取り上げる。

2. 本評価書の目的

- 周知広報の目的は、情報の受け手に施策を理解してもらい、その行動変容を促し、目指すべき政策効果の実現につなげることにある。
- 周知広報の実施に当たり、検討すべき課題は、主に以下のとおりと考えられる。
 - ・情報を届けるべき相手にどのようにアプローチし、届けることができるか。【課題①】
 - ・伝えるべき内容をどのように理解してもらうか。【課題②】
 - ・どのように行動変容に結びつけるか。【課題③】
- 現在、SNSなどの新たなチャンネルも、施策の周知広報において重要な位置付けを持つに至っている。厚生労働省関連での近年の取組状況の分析を通して、こうしたトレンドも踏まえた工夫や重視しているポイントなどを明らかにすることにより、今後、省全体の施策の周知広報に係る有効性を高める手法や、実績評価の適切なあり方を探る素材となることを目指す。

3. 評価書のフォーカス

- 厚生労働省における周知広報の趣旨・目的については、概ね、制度の理解を広め、対象者に支援を行き渡らせる観点、あるいは、一定のルールの遵守を確保する観点に大別される。
周知広報は、その趣旨・目的に応じて、その望ましいあり方も異なると考えられることから、本評価書では、主要な周知広報の趣旨・目的を以下のように分類¹し、評価分析を加えることとした。
その上で、類型ごとに近年の取組事例を参照し、講じられてきた工夫や改善点などを取り上げ、主に上記2.で示した課題①～③の視点を軸に、厚生労働省における今後の周知広報の高度化に資する共通要素を探ることに焦点を当てていく。

類型1 制度・事業の理解促進

- ① 新たな（改正後の）支援制度・事業、助成金等の活用促進、または、新たな（改正後の）規制・ルールへの対応の促進・確保の観点から、短期間に集中的・重点的な周知を図る。
(事例) マイナ保険証、社会保険の適用拡大、業務改善助成金
- ② 理念・意義等を含め、制度の基礎的な内容等を継続的に発信し、理解促進を図る。
(子ども・若者への教育的アプローチを中心に、当事者意識の醸成、制度の信頼性を高める。)

¹ 厚生労働行政全体を見渡した場合、このほか、厚生労働省や地方自治体等から、恒常的に、各制度の重要事項等について、広く一般向けの周知が行われているとともに、各地域で各種相談支援を担う関係機関等から、個別の相談ニーズに応じた支援施策の紹介が行われている。

(事例) 社会保障教育、労働法教育、年金広報

類型2 政策目的と連携した特定のテーマに関する機運醸成、関心喚起

(事例) 共育プロジェクト、介護のしごと魅力発信等事業

類型3 日常生活上での具体的な行動変容を促進。または、不適切な行動の抑止

(事例) 医師の働き方改革・上手な医療のかかり方、薬物乱用防止

※一つの施策で周知目的が重複する場合があります。上記の各事例の分類は、本評価書における便宜的なものである。また、各事例は、今後、厚生労働行政における周知広報活動で共通して直面し得る課題や、取組の充実に向けた示唆を得るために分析対象としており、本評価書は、各施策内容そのものを評価対象とするものではない。

4. 厚生労働省における施策の周知の取組状況

(1) 厚生労働省全体の周知広報活動の概況

- 周知広報の手法・ルートについては、以下のように大別される。
 - ①新聞、テレビ、インターネットニュース、雑誌やラジオなど、マスメディアを通じて伝達される場合
 - ②厚生労働省が自ら、また、地方自治体等を介して、直接、情報を届ける場合
- 施策の周知広報の方法としては、引き続き、マスメディアの活用が重要であり、各政策担当部局において、プレスリリースの作成や記者会見、勉強会の実施など、マスメディアとの円滑なコミュニケーションを通じ、正確かつ分かりやすい記事・ニュースの発信につなげる努力が必要である。
- 他方、近年では、上記①の手法・ルートを補完する形で、自らが情報発信の主体となり、その内容・タイミングなどをコントロールできる「オウンドメディア」の重要性も高まっている。上記②の直接、情報を届ける手法としては、従来のリーフレット・ポスター等のほか、厚生労働省ウェブサイト、特設サイトやSNS公式アカウントの活用など、複数の方法が用られる。
- 厚生労働省においては、X、Facebook、YouTube、note、LINE、WEB マガジン「厚生労働」などを活用している。地方支分局を含め、厚生労働省が運用するSNS は、令和8年2月時点で、Xで164アカウント、Facebookで44アカウント、YouTubeで93アカウン

ト存在している。また、厚生労働省大臣官房総務課広報室が運用する SNS アカウントのフォロワー数は、X で 100 万人、Facebook で 30 万人、YouTube で 22 万人という状況にあり、他省庁と比較してもフォロワーを多く獲得している。

- また、近年、大臣官房総務課広報室において、民間人材を積極的に登用し、各政策担当部局における周知広報の質の向上等を支援する取組を強化している。
 - ・厚生労働省ウェブサイトの改善に向けた助言
 - ・分かりやすい資料作成（プレスリリース、メールマガジン等）の助言
 - ・公式 SNS の運営、発信内容の助言
 - ・周知広報物（チラシ、ポスター等）のデザイン全般の助言、イラスト素材の提供 等

（２） 類型別の周知広報の取組の状況

類型 1-①

- 短期間に集中的・重点的な周知が求められる中で、どのような形で、周知広報の工夫や必要な配慮を行うかが主な課題と考えられる。
 - ※課題①（情報を届けるべき相手にどのようにアプローチし、届けることができるか）関連
 - ※課題②（伝えるべき内容をどのように理解してもらうか）関連
 - ※課題③（どのように行動変容に結びつけるか）関連

① マイナ保険証

- 医療 DX の基盤となるマイナ保険証（健康保険証として利用登録したマイナンバーカード）の利用を促進するため、政府や医療関係者、保険者等が一丸となって取り組み、令和 3 年 10 月の本格運用以降、医療機関・薬局におけるオンライン資格確認の導入を進めるとともに、国民及び医療機関等向けにマイナ保険証の周知広報を集中的に行ってきた。
- 令和 6 年 12 月 2 日から、従来の健康保険証の新規発行が終了し、令和 7 年 12 月 1 日までで全ての健康保険証の有効期限が満了した。現在は、マイナ保険証を基本とする仕組みへ移行しており、令和 7 年 12 月時点で、マイナ保険証の利用登録者数は約 9,042 万人（マイナンバーカード保有者の約 9 割）、マイナ保険証の利用率は 63.24% となっている。
- 公的医療保険の被保険者資格を確認する書類の取扱い変更は、広く国民の日常生活に大きく影響するものであり、現在に至るまで、あらゆる広報のチャネル・機会を活用して周知を実施している。

- 周知広報に当たっては、マイナ保険証のメリット（過去の診療・薬剤データに基づき、より良い医療が受けられる等）、利用に必要な手続や使い方をわかりやすく伝えるとともに、マイナ保険証をお持ちでない方には資格確認書が交付されることなども含め、マイナ保険証への移行に寄せられる不安の声への丁寧な対応を図っている。

また、政府広報や他省庁とも連携して国民への周知を図りながら、従来の健康保険証の新規発行終了や、国民健康保険や被用者保険など、各医療保険制度での健康保険証の有効期限満了といった節目のタイミングを念頭に、テレビCM、厚生労働省のウェブサイト・SNSを通じた取組と併せて、全国の医療機関・薬局や、各保険者・地方自治体を通じた周知広報を展開したところである。

- 医療機関を通じた周知広報に当たっては各種リーフレット等の資材の提供等に加え、これまでにない取組として、行動科学やデザインの有識者の助言を受けつつ、ポスター等の掲示場所をはじめ、窓口での呼びかけから、院内での案内、次回利用のリマインドに至るまで、受診時の患者の動線に着目した施設内設計を少数の医療機関に協力いただきながら実証テストを実施し、その結果を踏まえ、自然とマイナンバーカードを使える環境を整える効果的な手法を具体的に紹介するガイドブックを作成し、ポスター等の掲示素材とあわせ全医療機関・薬局に郵送した。

- 特に報道の増加が見込まれた各医療保険制度での健康保険証の有効期限満了のタイミングでは、それぞれ事前にマスコミに対する記者勉強会を開催し、正確な情報を理解し報道いただけるよう丁寧に説明した。

- 定期的に厚生労働省アカウントのSNSを通じてマイナ保険証に関連する投稿を行い、特に報道の増加が見込まれた時期は、それに比例してSNS検索の増加も予想されることから、検索者に厚生労働省からの正しい情報が伝わるよう頻繁に投稿した。

- 自治体に対しては、厚生労働省からポスター、リーフレットのほか、自治体のSNS等でそのまま活用可能なデジタル広報資材を提供し、地域の状況に応じたマイナ保険証の利用促進を支援してきた。

- また、高齢者や障害者等の配慮を要する方及びその家族・支援者への周知にあたり、関係団体に対して、マイナ保険証を保有しない方やその利用が困難な方は、資格確認書で保険診療が可能であること等を認識いただくために個別に説明を行い、動画収録したものをウェブサイト上に公開するとともに、団体から要望があった手話・字幕付きの説明動画等も展開するなどした。

② 社会保険の適用拡大

- 令和2年の年金制度改正により、一定の要件を満たす短時間労働者（パート等）への社会保険が適用される対象企業が、従来の従業員501人以上の企業から、①令和4年10月から、従業

員数 101 人～500 人の企業、②令和 6 年 10 月から、従業員数 51 人以上の企業にまで拡大することとなったところ。

- 数多くの中小企業において、新たに対象となる短時間労働者への社会保険適用手続の円滑な実施が重要な課題となっている。さらに、令和 7 年の年金制度改正により、今後さらに従業員数 50 人以下の企業についても、順次、短時間労働者への社会保険の適用拡大が行われる予定。
- 令和 2 年の年金制度改正法施行に当たり、令和 3 年から「社会保険適用拡大」特設サイトを設置し、集中的な周知広報を展開。令和 5 年から「被用者保険の適用拡大に関する効果的な広報のためのアドバイザー会議」を開催し、広報等の有識者の助言を得ながら、関連広報のあり方の改善につなげている。
- 特設サイトでの周知広報に当たっては、過去の適用拡大時の対象企業における対応状況のアンケート調査で把握された好事例を基に、社内で導入に向けた検討や説明の難度が高いと考えられる分野について、実践的な支援ツールを作成・提供している。
 - ・従業員向けには、ポイントを伝えるショート動画の掲載とともに、本人や配偶者の扶養の範囲内で働く方向けのチラシでは、社会保険加入メリット、加入による手取り収入の変化シミュレーションや、加入前後の保障の違いについて、情報量を絞り、簡潔に伝えるコンテンツとして、家族へ相談する際の参考となるものを作成・提供している。
 - ・また、人事労務管理者向けには、社内説明のプロセスを念頭に、経営層、現場責任者及び従業員等に対し、それぞれの立場に応じた適切な説明を計画的に行えるようにサポートする手引き書「社会保険適用拡大のこんなとき どうする 手引き」とその解説動画を作成・公表している。
 - ・特設サイトへの合計アクセス件数は、累計で 1, 908 万回（令和 7 年 12 月末日時点）に到達している。

③ 業務改善助成金

- 持続的な賃上げを定着に向け、最低賃金の引上げを後押しし、中小企業・小規模事業者の生産性向上支援などの賃上げしやすい環境整備に積極的に取り組むことが重要課題となっている。
- 厚生労働省においては、令和 7 年度予算において生産性向上に資する設備投資等を支援する助成金をはじめ、労働市場全体の賃上げを支援する「賃上げ支援助成金パッケージ」を取りまとめ、賃上げに向けた環境整備に取り組んでいるところである。

このうち、業務改善助成金については、賃金引き上げに関する代表的な支援施策の 1 つであり、事業場内で最も低い時間給（事業場内最低賃金）を一定額以上引き上げ、生産性向上に資する設備投資等（機械設備の導入、人材育成・教育訓練や国家資格者によるコンサルティング）を

行う中小企業・小規模事業者に、その設備投資等に要した費用の一部を助成する制度である。一定の要件を満たすと、助成上限額・助成対象経費の特例的な拡充が受けられる。

- 令和6年度の支給決定件数は17,616件であり、業種別では、宿泊業・サービス業、卸売業・小売業、医療・福祉業、製造業、生活関連サービス業の順に多い。また、設備投資等の内容は、POSレジシステムの導入、福祉車両・貨物自動車の導入、勤怠管理システム・セルフオーダーシステムの導入の順に多い。
- 厚生労働省本省では、省ウェブサイトでは業務改善助成金の申請書作成支援ツールや、「生産性向上のヒント集」として、同助成金を活用して、生産性向上・賃上げを実現した事例集を周知している。中小企業庁の「賃上げ・最低賃金対応支援サイト」においても助成金を周知している。
- また、例年、年度始めに、都道府県労働局から管内の労使団体や業界団体等に対して、団体の広報誌やウェブサイト等への掲載について協力依頼を行うとともに、同助成金をはじめとする各種賃上げ支援施策について、企業向けのセミナーや地方版政労使会議など、多様な機会を捉えて周知広報を行っている。加えて、助成金に関する問合せについて、フリーダイヤルのコールセンターを設置している。
- さらに、各都道府県の最低賃金改定の発効のタイミング（10月1日から順次発効）に合わせて、厚生労働省本省から、最低賃金の履行確保と各種賃上げ支援施策の活用に関する周知・広報への協力依頼を中央の労使団体や各業界団体等を実施している。
- なお、業務改善助成金等の各種賃上げ支援施策については、働き方改革や経営改善に係る地域の相談先（働き方改革推進支援センター、よろず支援拠点）等でも案内が行われている。

類型1-②

- この類型では、特に子ども・若者への教育的な取組に当たり、制度の意義や役割等を含め、自分事として深い理解をどのように促していくかが、主要な課題と考えられる。

※課題②（伝えるべき内容をどのように理解してもらうか）関連

① 社会保障教育

- 次世代の主役となる若者には、社会保障の意義を知り、必要な時に制度を使えるようにすること、自分事として社会保障を考えてもらうことが重要である。

- 厚生労働省においては、平成 23 年以降、累次の検討会²を開催し、社会保障教育の教材等の作成・改善に取り組んできたが、効果的かつ継続的に社会保障教育を進めて行くためには、教育現場との連携は欠かせない。検討会においては、委員として現任教員が参画し、教育現場へのヒアリングを行うなど、教育現場の実情に合わせたものになるように努めてきた。
- 平成 30 年公示（令和 4 年 4 月入学の高校 1 年生から実施）の学習指導要領³の公民科「公共」及び家庭科「家庭基礎」において、社会保障に関する記述が充実されたことを受け、現場の教師が授業で社会保障教育を実施しやすくなるように、指導者用マニュアル（人生 100 年時代の社会保障を考える「主体的・対話的で深い学び」実現のための高校生向け社会保障教育指導者用マニュアル）を作成・公表し、モデル授業（50 分×2 コマ）とその指導上の留意点を示している。
- また、令和 5 年度から、社会保障に関する授業の導入として活用できるストーリー形式の教材や、授業でそのまま流せるような映像教材を作成・公表している。この教材を通じて、若者が困難な出来事に直面した状況（ケガで長期入院する／事故で車イスが必要な生活となる／突然の解雇で仕事と住まいを失う）を追体験しながら、困り事に応じた相談窓口や支援制度等について、政府のウェブサイトを活用して調べることが可能となっている。
これらの教材等は、教育現場で、教員の授業プランに応じて柔軟にアレンジできるよう、ダウンロードや編集が可能な形で厚生労働省ウェブサイトで公表している。また、教材の周知を目的としてリーフレットを作成し、文部科学省を通じて公民科・家庭科指導主事会及び公民科関連学会に対し周知を実施している。
- 社会保障教育の推進に当たっては、より効果的に行うためには、各分野との連携が欠かせない。上記の教育現場との連携はもとより、金融経済教育の視点からも、社会保障教育との連携の重要性が示されており、社会保障制度の意義・位置づけに十分に留意しつつ、効果的な教材の作成・周知などについて、金融経済教育推進機構と連携している。

② 労働法教育

- 近年、就業形態の多様化などが進む中、若者が、労働関係の法制度に関する最低限の知識と、問題が生じた場合の相談窓口の存在など、実際に知識を活かして適切な行動をとる能力を身につけておくことが重要となっている。

² 社会保障の教育推進に関する検討会（平成 23 年～平成 26 年）、社会保障教育モデル授業等に関する検討会（令和 3 年～令和 4 年）、社会保障教育推進事業（令和 4 年）、社会保障教育の推進に関する検討会（令和 5 年～）

³ 「公共」において、「少子高齢社会における社会保障の充実・安定化（略）に関わる現実社会の事柄や課題を基に、（略）国民福祉の向上に寄与したりする役割を政府などが担っていること（略）について理解」と明記されている。また、「家庭基礎」においても、生涯を見通し主体的に生活するため、「生涯を通して家族・家庭の生活を支える福祉や社会的支援について理解すること」「生涯を見通した生活における経済の管理や計画」等の重要性について、「社会保障制度などと関連付けて考察」すること等について、実践的・体験的な学習活動を通じた授業が実施されることとなっている。

- こうした状況を受け、厚生労働省において、就職を控えた学生や若者向けのハンドブック「知って役立つ労働法～働くときに必要な基礎知識～」を作成している（多言語にも対応）。
また、アルバイトを始める年代の高校生・大学生にも手に取りやすいハンドブック「知ってあり？まんが知って役立つ労働法 Q&A」（以下「労働法 Q&A」という。）を作成している。
- これらのハンドブックは、①働き始める前に知っておくべきこと（求人内容、労働契約、内定取消）、②働くときのルール（賃金、労働時間、休暇・休日、社会保険・労働保険、就業形態など）、③仕事を辞めさせられるとき、辞めるとき（解雇、退職）の3章にまとめ、働く上で疑問や悩みがある場合の相談窓口も紹介している。
- 「労働法 Q&A」については、全国の高校やハローワークなどに配布している（令和6年度には6700カ所に配布）。また、義務教育段階におけるICT端末の整備完了を踏まえ、令和6年度には、動画版を新たに作成し、高校生などが、よりアクセスしやすいコンテンツとして、厚生労働省ウェブサイトへの掲載とともに、SNSでの発信も行っている。
- また、平成30年公示の高等学校の学習指導要領の「公共」で、「仕事と生活の調和という観点から労働保護立法についても触れること」と規定されたことを踏まえ、高等学校などの教員向けに指導者用資料「『はたらく』へのトピラ～ワークルール20のモデル授業案」を作成し、生徒に身近なアルバイトから、労働契約、困ったときの対応など様々なテーマを取り上げ、労働法に詳しくない教員にも取り扱いやすい授業案を用意している。
- また、大学などの指導者用資料「『働くこと』と『労働法』～大学・短大・高専・専門学校生等に教えるための手引き～」を作成している。モデル授業のテーマについて、高校生向けと比べて、より周辺知識を掘り下げ、また、就職活動やインターンシップという大学生など特有のイベントに対応した内容とし、授業や新入学時のガイダンス、就職活動開始前のオリエンテーションなどで利用できるものとしている。また、社会保険労務士や教員を起用した解説動画を作成し、省ウェブサイトに掲載し、学校や自治体などに広く周知を行っている。
- さらに、中学校・高等学校・大学などからの要望に応じて、都道府県労働局やハローワークの職員、労働問題に関する有識者や過労死された方のご遺族などを学校に派遣し、労働関係法令や過労死などの労働問題に関する講義を実施している（令和6年度には、1,792回実施）。

- 令和7年に実施された高校生対象のアンケートの調査結果⁴を基に、社会保障教育・労働法教育の経験と、社会保障制度・労働施策への関心度・理解度との関係についてみると、教育の経験がある場合には関心度・理解度が高くなる傾向が見られ、教育の経験が関係制度・施策への関心度・理解度を高める可能性が示唆される。

<関心度>

		関心が高い	関心が中程度	関心が低い
社会保障	教育経験あり	29.3%	40.5%	30.2%
	教育経験なし	25.8%	26.6%	47.7%
労働施策	教育経験あり	40.5%	40.1%	19.4%
	教育経験なし	32.9%	34.8%	32.3%

<理解度>

		理解度が高い	理解度が中程度	理解度が低い
社会保障	教育経験あり	38.2%	36.2%	25.6%
	教育経験なし	25.8%	23.8%	50.4%
労働施策	教育経験あり	47.2%	22.7%	30.1%
	教育経験なし	30.4%	21.4%	48.2%

③ 年金広報

- 働き方の多様化、高齢期の長期化が進む中、老後の所得保障や退職後の生活設計の情報に対するニーズは高まっている。年金制度については、生涯にわたり関係する制度であり、様々な広報媒体を適切に用いて、情報を正確に伝え、理解を得ていくことが重要である。
- また、個別制度の仕組みや各個人の状況の情報提供にとどまらず、人生で避けることのできない長生き・障害・死別といったリスク（年金制度の場合は稼得能力の喪失）に対して、社会全体で連帯して備える社会保障の大きな枠組みの中で、貯蓄ではなく保険の考え方を基本に構築されている公的年金の意義や位置付けを理解してもらい、公的年金に対する国民の信頼感の向上を図ることも重要であり、子どもの頃から生涯を通じた年金教育の取組を進めることも必要である。

⁴ 令和6年度少子高齢社会等調査検討事業において、若者の社会保障・労働施策に関する意識を調査するため、高校生（1～3年生）を対象に、Web アンケート調査を実施。調査時期は2025年1月。有効回答数は3000。関心度及び理解度に係る数値の出典は、令和7年版厚生労働白書 図2-1-6、図2-1-7、図2-1-9及び図2-1-10。

- このような観点から、年金制度の広報については、制度改正内容の周知広報とともに、幅広い世代を念頭に、年金の基本的な仕組みに関する広報、生涯を通じた年金教育や、自らの年金の見える化の推進に重点的に取り組んでいる。
- また、年金広報のあり方全般について専門的助言を得るため、広報やデザイン分野を含む有識者が参画する年金広報検討会を平成31年から開催し、本検討会での議論を踏まえ、年金広報・教育の改善に継続的に取り組んでいる。

<年金の基本的な仕組みの広報、年金教育の主な取組>

- 小中学生を中心に、子ども達が年金を楽しく学ぶための教材「学研まんがひみつ文庫 特別編 年金のひみつ」を制作し、電子書籍として掲載するとともに、全国の小中学校及び公立図書館へ提供している。
- また、令和元年度から、高等学校や大学を対象に年金対話集会を開催している。厚生労働省の職員と語り合うことを通じ、学生が年金について考えるきっかけにするとともに、学生の意見や要望を今後の年金行政に活かすことを目的としており、学校の授業時間の中で、学生の理解度やニーズに応じたテーマを設定の上、実施している。実施数は増加傾向にあり、令和7年度は26校（大学25校、高校等1校）で32回（大学・大学院27回、高校等5回）開催している。また、年金対話集会への出席者へのアンケート（令和7年度；五段階評価）では、満足しているが93%、理解できたが88%となっている（いずれも5段階評価の4点、5点の回答割合の合計）。
- さらに、近年、SNSの利用が拡大し、事実に基づいた発信もあれば、事実と異なる発信や一部のみを取り出した発信もあり、年金制度についても、誤解を生じさせかねない情報の拡散があった場合、SNSを比較的多く利用する若者を中心に年金制度への不信感を惹起する懸念がある。
- このため、厚生労働省においても、XやYouTubeショート動画等のSNSを活用し、ショート動画の配信等を通じて、年金制度・財政の基本をわかりやすく、かつ、信頼できる情報として発信し、省ウェブサイトによる詳細な説明に誘導するなどの取組を行っている。
- また、令和2年度からは、より幅広く若年層に訴求できるように、著名なインフルエンサーであるQuizKnockとのコラボ動画を制作し、YouTubeを通じた広報を開始している。
全4作で
 - ・年金制度の意義や年金財政に関する基礎的な考え方
 - ・老齢年金の受給資格・計算方法や公的年金シミュレーターの利用方法

- ・障害年金、遺族年金にフォーカスし、公的年金制度が老後のためだけにあるのではなく、現役世代における様々なリスクをカバーしていること
- ・iDeCo等の私的年金に加入した場合の年金額の動向

などを解説しており、502万回視聴（令和8年3月9日現在）されるなど、大きな反響があった。

- また、これらの動画シリーズの展開に当たっては、SNS等で視聴者から寄せられたコメントを踏まえ、次回のコンテンツを検討するなど、情報の受け手とのコミュニケーションを取りながら企画が行われていた。
- さらに、令和6年から、年金教育特設サイト「QuizKnockと一緒に年金を知ろう！」を新たに公開し、QuizKnockとの全面タイアップで制作した中高生向けの教育教材や、QuizKnockによる解説動画などを、中学校や高等学校の教育現場でICT教育とも関連付けて活用できるようにしている。

<年金の見える化の推進>

- 厚生労働省では、自身の年金記録や受給見込額が確認できる従来の「ねんきん定期便」や「ねんきんネット」の取組に加え、将来の受給見込額を簡易に試算できるツールとして、「公的年金シュミレーター」の公開を令和4年から開始している。

将来受け取れる受給見込額を固定して表示するだけではなく、個々人の働き方や暮らし方の変化に応じた様々なパターンの受給見込額を簡単な入力で試算・表示することが可能であり、随時、機能追加を行っている。令和8年2月末日現在、1,168万回利用されている。

- また、様々な年金広報の取組とも連動しており、前述の社会保険適用拡大特設サイトにおいて、公的年金シュミレーターの二次元バーコードや利用案内を掲載し、対象者が社会保険に加入したときの年金額の変化を試算できるようにしている。公的年金シュミレーターはウェブからアクセス可能で、将来の働き方を入力して試算可能であることから、年金制度加入前の学生でも利用するため、前述の中高生向け年金教材でも、公的年金シュミレーターを取り上げ、学生が働き方の変化などに伴う将来の年金額の変化をイメージしながら、年金の仕組みを理解できるようにしている。加えて、老後の資金計画の参考となるように、民間サービスとも連携を可能とし、民間事業者のアプリの中でも試算を行えるなど、金融経済教育分野との連携も進められている。

類型2

- この類型では、特に無関心層に対して、まずは、周知内容の認知、関心の喚起を促すためのアプローチをどのように展開するかが、対応が難しい主要な課題と考えられる。

※課題①（情報を届けるべき相手にどのようにアプローチし、届けることができるか）関連

① 共育（トモイク）プロジェクト

- 「共育（トモイク）プロジェクト」は、平成 22 年度より実施してきた「イクメンプロジェクト」の後継事業として、令和 7 年 7 月よりスタートし、男女ともに希望に応じて仕事と家事・育児を両立し、「共に育てる」に取り組める社会を目指す広報事業である。
- 「イクメンプロジェクト」は、男性労働者が育児をより積極的に行うことや、育児休業を気兼ねなく取得できるよう、機運醸成を図ることを目的としていたところ、約 15 年間の活動や累次の育児・介護休業法改正を経て、男性の育児休業取得率は令和 6 年度時点で 40%を超えた一方で、育児休業取得期間や家事関連時間に男女間で大きな差があることや、職場における男性の働き方の課題は依然として残ったままである。
- このため、引き続き男性の育児休業の取得促進を図りながら、育児休業の取得を男女の家事・育児分担見直しの具体的な「きっかけ」とすること、男性の家事・育児参画を阻害している「働き方の見直し」等に取り組み、「職場」も「家庭」も“脱ワンオペ”を図ることで、家庭だけではなく、職場ひいては社会全体で共に子育てすることを目指している。
- 特に、“企業”へのアプローチを主軸に、雇用環境・職場風土の改善等、多くの企業が「共育て」しやすい環境作りに積極的に取り組めるよう、これまで以上に、企業・職場における実践を後押しする形で周知広報を展開していく。
- 共育（トモイク）プロジェクトの特設サイトを展開し、企業が活用できる研修資料やツール、個人・家庭向けのツールを発信している。
- また、企業・団体向けセミナーを実施し、男性の育児休業だけでなく「柔軟な働き方の導入」「長時間労働の是正」「職場環境の改善」など、更なる両立支援の取組の推進を訴求している。
個人向けには、家庭での家事・育児分担の見直しや、働き方の見直しにつなげられるよう、「家事・育児の見える化」や「（家庭での）タスクシェア」等の普及啓発を展開している。
- さらに、企業版両親学級（企業が主体となり、従業員とそのパートナーが、育児休業の必要性や働き方、家庭内での役割分担など、仕事と家庭の両立のための知識を学び、考えるきっかけとする場）の取組の促進を図るため、妊娠期（育休取得前）や（育休からの）復職期など、従業員の状況に合わせ、各企業がすぐに活用できる動画・テキスト教材や、社内での開催マニュアル等を発信している。

- 令和7年7月のプロジェクト立ち上げに当たっては、子育て支援やワークライフバランスの推進に取り組み、また、発信力も高い有識者をプロジェクト推進委員に委嘱し、協働して取り組む体制を構築した。
- 立ち上げのPRイベントでは、「イクメン」の認知度の広がりも念頭に、新旧プロジェクトの推進委員が参加する記者会見を実施し、マスメディアを積極的に誘致することにより、リニューアルの趣旨、新プロジェクトの狙い・コンセプトをスタート時から広く認知されることに効果的な取組であったと考えられる。
- さらに、同月末には、年1回の男性育休取得率の公表という、メディアの注目が集まるタイミングを活用し、共育（トモイク）プロジェクトの取組として「若年層における仕事と育児の両立に関する意識調査」結果公表の会見を Web 配信で行っている。若年層の生の声（約7割が、家庭と仕事（キャリア）の優先順位付け、育休取得や育児・家事において「性別は関係ない」と回答など）を発信し、主に企業に若手人材の確保・定着に「共育」の推進が不可欠と訴求する効果的な機会とした。

② 介護のしごと魅力発信等事業

- 介護人材確保にあたっては、介護職員の処遇改善、離職防止・定着支援・生産性向上、外国人材の受入環境整備等とともに、人材の裾野の拡大を進め、多様な人材の参入促進を図ることが必要である。
- このため、平成30年度から、イベント、各種メディア、SNS等を活かした取組を通じて、全国に向けた情報発信を行うことにより、多くの方々が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持ち、理解を高めるとともに、その仕事の魅力を感じられるようにすることを目的として「介護のしごと魅力発信等事業」を展開。
- 特に、現場の視点から、現役の介護職員などが主体となり、自らの声で仕事の魅力・やりがい・誇りを発信するコンテンツと、発信力のある事業者の連携により、事業効果の最大化を図っている。

<国事業としての取組>

(i) 広く全国に向けた取組

- 小中高を対象とした出前講座
介護の現場で活躍する方々も講師となり、生徒の関心が高いICT・介護ロボット等の活用事例も取り入れつつ、介護の仕事の魅力を伝える。

- 中高生向けに技能五輪全国大会（エキシビション）の取材動画の作成
技能五輪全国大会に福祉系高校の生徒が出演し、そこでの学びを通じた意識の変化や成長を描く動画を作成し、SNS を活用して拡散を図っていく。
- 30代～50代以上の層（子育て層・子育てが一段落した層）へのオンラインセミナー
介護の仕事の魅力・やりがいとともに、多様な働き方を推進する事業者の紹介等を通じて、具体的なイメージが湧きやすい内容のセミナーを開催。
- メディア発信を通じた主なアプローチ
まだ職業として想定に入れていない若年層をメインターゲットに、人気ファッション・カルチャー雑誌とタイアップし、各地の若手介護職のルポ等の特集記事を紙面・Web で展開し、「仕事としての介護」を考えるきっかけの創出を図る。

（ii）ネット広告を活用した取組

- 介護のしごと魅力発信ポータルサイトの運営等
介護をテーマとした漫画や、他業種から介護職に転じた方のインタビュー動画など、関心が低い層に対してもアプローチしやすいコンテンツを掲載。これらのコンテンツを SNS での広告にも活用し、サイトへの誘導を図る。
また、一定の関心を持った場合に、介護の仕事を理解し、具体的なアクションを促進できるように、介護現場における処遇改善やテクノロジーの導入状況、具体的な仕事内容や介護職に就く方法などを同サイト内で紹介。

（iii）介護職発信の取組

- 介護職自らの情報発信等
自らの声で発信できる現役介護職をアンバサダーとして認定し、その生の声を核にしたコンテンツを通して介護の魅力を全国に発信し、ブランディング強化を図る。全国の介護職のポートレート撮影を始めとする様々なコンテンツを作成し、それらをトークショーなどの PR 活動に活用。
また、これらのコンテンツについて、上記の他の魅力発信の取組の中でも連携して情報発信。

<各都道府県での取組>

- 地域医療介護総合確保基金を活用し、各自治体が地域の実情に基づき、テレビ・ラジオ等での広告、学校等での講習会の開催の取組を実施。また、国事業においても好事例の横展開を促進。

類型 3

- この類型では、どのようにターゲット層の日常生活上の意識や行動の変容に具体的に結びつけていくかが、主要な課題と考えられる。

※課題③（どのように行動変容に結びつけるか）関連

① 医師の働き方改革・上手な医療のかかり方

- 日本の医療は、医師の長時間労働によって支えられきた側面があり、医師の働き方改革は、医師自身が健康に働くことのできる環境整備のみならず、医療を受ける立場にある患者・国民に対し、質の高い安全な医療を持続可能な形で提供する体制を維持していく上での重要な取組である。
- 医師の時間外労働時間に上限を設ける制度が令和6年4月から施行されているが、これまでの医師の長時間労働の背景としては、国民の医療のかかり方も課題の一つと捉えられ、上手な医療のかかり方の推進が必要となっている。
- 厚生労働省において、省ウェブサイトで一般向けの「「医師の働き方改革」を考える」のページを設け、医師の勤務実態等のデータの紹介とともに、診療時間内での受診や、チーム医療、タスク・シフト/シェア、複数主治医制などへの理解・協力を求めている。
- 医療機関の受診機会の多い高齢者や、その家族をメインのターゲットと想定し、広報のイメージキャラクター（竹中直人氏）と医師の働き方改革応援キャラクター（ドクニャン）を設定の上、医師の働き方改革への理解・協力を促すテレビCMを展開。また、応援キャラクターを活用し、患者の立場での行動変容へ繋げることを目的とした解説動画を厚生労働省 YouTube にて公開している。
- また、医療機関の受診時に広く患者に訴求できるように、イメージキャラクターを活用したポスター・リーフレット・バナーを作成し、医療機関や都道府県に提供。また、調剤薬局のデジタルサイネージ広告も展開した。
- さらに、患者の立場での具体的な行動変容を周知広報する「上手な医療のかかり方」プロジェクトについては、特設サイトを設置している。また、令和6年11月から「上手な医療のかかり方」大使として川栄李奈氏を迎え、各種の周知広報を展開している。
- 主に、かかりつけ医を持つことの重要性のほか、受診に迷ったときに利用できる電話相談事業（救急安心センター事業【#7119】、子ども医療電話相談事業【#8000】）や、全国の医療機関や薬局を検索できる医療情報ネット（ナビイ）について普及啓発している。また、これまで

に、高齢者層も念頭に置いたテレビCM、ラジオ番組とのタイアップや、若年層を意識したSNS広告等も実施してきたところである。

- さらに、広く全国の自治体や医療機関を通じた周知広報をサポートするため、ポスター、リーフレット等の広報資材を行うとともに、「上手な医療のかかり方アワード」で上手な医療のかかり方の啓発などの優れた取組や、医療従事者の負担軽減に向けた優れた取組、若年層に対する医療受診の教育に関して優れた取組を毎年、厚生労働省が表彰し、各地域で適正な医療のかかり方の普及に貢献した団体等の好事例普及に取り組んでいる。
- 上記の周知広報を重ねる中で、救急安心センター事業【#7119】や子ども医療電話相談事業【#8000】の認知度（令和6年度）は、前年度比で【#7119】は11.1ポイント上昇（令和6年度：53.9%）、【#8000】は7.2ポイント上昇（令和6年度：42.3%）していた。

② 薬物乱用防止

- 薬物乱用対策については、令和5年8月に策定した「第六次薬物乱用防止五か年戦略」に基づき、政府を挙げて取り組んでおり、違法薬物の不正流通の遮断、薬物事犯の取締などとともに、乱用拡大防止のための広報・啓発活動が重要施策の1つとなっている。
- 青少年層への啓発
近年若年層における薬物乱用が問題となっていることから、子どもの発達段階に応じて、薬物乱用防止に関するパンフレットや教材を作成・配布している。令和6年度には、小学校6年生の保護者向け123万部、高校卒業予定者向け108万4千部、青少年（有職・無職少年）向け18万4千部を各学校等に配布した。
また、全国の小学校、中学校及び高等学校で実施される「薬物乱用防止教室」に対応し、要請に基づき講師派遣を行い、専門の教材を基に普及啓発を図るとともに、SNS等を活用して、薬物乱用の弊害などを情報発信を行っている。
- 地域における国民的啓発活動
また、学校教育のみならず、社会全体の規範意識の向上を図る観点から、『ダメ。ゼッタイ。』普及運動（運動期間：6月20日～7月19日）をはじめ、関係省庁や都道府県と連携し、全国の関係機関・団体の協力を得ながら、国民的な啓発活動を展開している。
- 薬物乱用防止デジタル広報啓発事業（令和3年度～）
近年、30歳未満の若年層による大麻の乱用が急激に拡大しているが、その背景としてSNS等において「大麻は身体に無害」といった誤情報の流布や、大麻の密売を持ちかけるような投稿が行われていることが一因と考えられる。

このため、若年層のうち、インターネット上の行動に基づいて大麻に関心を持っていそうな者をターゲティングし、その者のSNS等に若年層が興味を持ちそうな広告を配信し、大麻に関する厚生労働省の特設サイトに誘引し、大麻に関する正しい知識を広め、乱用の未然防止を目指す取組を実施している。

令和6年度には、夏期・冬期にそれぞれ約1ヶ月広告展開し、約1,140万回、ユーザーの手元で静止画広告が示され、約8.6万人が静止画広告をきっかけに、能動的に厚生労働省の啓発コンテンツに流入した。同期間に展開された動画広告については、約820万回、ユーザーの手元で表示され、うち約214万回は最後まで視聴された。

5. 事例から見える効果的な周知広報のポイント

類型別に行った事例分析を踏まえ、上記2. で示した課題①～③の視点を軸に、厚生労働省における今後の周知広報の高度化に向け、留意すべき点などを明らかにしていく。今後、これらの留意点を踏まえ、各政策担当部局における周知広報や、大臣官房総務課広報室における支援の取組の強化につなげていくことが望ましい。

(1) 周知広報に関して留意すべき基礎的事項

○ 取り上げた事例では意識した取組が概ね実施されていると考えられるが、周知広報内容の如何によらず、前提として、以下の点に留意した展開が求められる。

○ 周知広報の具体的なターゲット（誰に対してのものか）を明確にした上で、当該ターゲットに訴求するために効果的な媒体や表現方法を選択することが必要である。

個人への周知については、世代等によって多く活用されている媒体や関心事項が異なることを踏まえ、当該ターゲットで多く利用されている媒体の選択・活用が求められる。

また、企業・事業主への周知については、業種や規模によってニーズや関心が異なるため、情報の切り口を調整することや、業種横断的にきめ細やかなアプローチが必要なケースでは、関係業界団体等との連携が重要となる。

○ 発信情報へのアクセスしやすさの確保という観点も重要である。 デジタル広報においては、SNSを通じて、簡単で理解しやすいコンテンツ（ショート動画等）をきっかけに、本省ウェブサイト等での詳細な情報へ誘導するなど、活用するメディア間の連携が重要となる。

また、誰にもやさしい広報媒体となるように、ユニバーサルデザインを意識した展開が求められるほか、主軸となる広報媒体へのアクセスに不自由を感じる方々への対応も意識し、多言語対応を含め、アクセス方法の多様化への適切な配慮が求められる。

- さらに、投じることができるリソースとの兼ね合いもあるが、不特定多数への情報発信手法と併せて、特定の対象者へのアウトリーチ型での周知広報（厚生労働省職員等による学校での教育・対話の活動など）についても、情報の受け手への情報伝達の深さや、政策立案側の広報内容の改善に向けた検討機会の創出等の観点を踏まえ、積極的な展開が望ましいと考えられる。

（２）各事例での特徴的な取組を踏まえた今後の周知広報の充実に向けた示唆

＜周知広報の戦略や具体策の検討プロセスについて＞

- 【類型１－②】の子ども・若者への教育的な取組に当たり、独自に検討組織を立ち上げ、実践する現場や広報・デザイン等の有識者の参画を得ながら、戦略や具体的なコンテンツ・手法の検討を行っている。また、実施状況の検証、改善のサイクルを回しており、このような一連のプロセスをベースに周知広報活動を展開することが、その有効性を高める重要な要素と考えられる。（関係事例；社会保障教育、年金広報）
- 【類型１－①】の短期の集中的・重点的な取組に当たっても、
 - ・ 広報等の有識者が参画するアドバイザー会議の助言を得ながら、過去の同種改正時の対応に係る好事例をベースに、支援を受ける側の情報ニーズを汲み取り、特設サイトのコンテンツの設計を行った事例（関係事例；社会保険の適用拡大）などから、周知広報の円滑な実施に向け、できる限り事前の検討プロセスを丁寧に踏んでいくことが重要と考えられる。

＜無関心層等とのタッチポイント設定について＞

※課題①（情報を届けるべき相手にどのようにアプローチし、届けることができるか）関連

- 周知広報のターゲット層の中で、もともと当該施策に関心を持ち、情報を取りにくる層はごく少数であることが多く、無関心層に対して、周知内容の認知、関心の喚起、そして、理解促進に向けたアプローチをどのように展開するかが極めて難しい課題である。
- そうした中で、
 - ・ ターゲット層に認知度の高い広報媒体とのタイアップ企画を展開する事例（関係事例；介護のしごと魅力発信等事業）
 - ・ ネット上の行動から誤った認識を持っている可能性が高い者を特定した上で、集中的に啓発動画等を配信する事例（関係事例；薬物乱用防止）

など、ターゲット層の日常生活の中で自然と発生し得るタッチポイントを効果的に設定する工夫が重要である。

<他機関との連携強化について>

※課題①（情報を届けるべき相手にどのようにアプローチし、届けることができるか）関連

※課題②（伝えるべき内容をどのように理解してもらうか）関連

○ 効果的かつ効率的な周知広報の展開に当たっては、厚生労働分野の取組のみで完結させるのではなく、他分野の関係機関との連携も極めて重要と考えられる。

○ 特に【類型1-②】の子ども・若者への教育的な取組では、制度等を深く理解してもらうために、学校教育（授業）の中での展開が必要不可欠であり、文部科学省との連携が欠かせない。

また、中小企業経営支援、金融経済教育や、青少年健全育成等に係る普及啓発のように、関連領域において重点的な取組が行われる場合、連携を図ることにより、厚生労働省が展開する周知広報の内容を認知してもらう機会の拡大などの効果が期待される。（関係事例；業務改善助成金、社会保障教育、労働法教育、年金広報、薬物乱用防止）

<情報の受け手への働きかけの工夫について>

※課題③（どのように行動変容に結びつけるか）関連

○ 厚生労働省の情報発信について、直接的な情報の受け手が、最終的に届けるべき相手である場合ばかりではなく、例えば、企業、学校や医療機関に対して、新たな対応を求めたり、学校教育の中での展開を依頼するケースでは、人事労務管理者から社内関係者への説明・周知、教師から生徒・学生への授業や、医療機関内での患者への案内という、次なるプロセスが存在する。

○ こうしたケースにおいて、

- ・人事労務管理者が円滑に社内プロセスを経るために必要な説明ツールをコンテンツとして提供する事例（関係事例；社会保険の適用拡大）
- ・現場の教師が、十分な前提知識を持っていない場合でも、授業プランを立てやすいように指導マニュアルや、そのまま授業で活用可能な教育素材を提供する事例（関係事例；社会保障教育、労働法教育、年金広報）
- ・全国の医療機関への広報資材の提供に際して、行動科学やデザインの有識者の助言の下、少数の医療機関を対象に実証テストを行った上で、受診時の患者の動線に着目し、自然と

マイナ保険証を使ってもらうための施設内設計や声掛けの方法を紹介するガイドブックを作成し、協力依頼を行った事例（関係事例；マイナ保険証）などを踏まえると、情報の受け手側に発生する情報ニーズをイメージしながら、それに対応した周知広報のコンテンツ・手法を採用する取組が重要である。

<デジタル広報における広聴機能について>

○ 多くの周知広報の事例において、わかりやすくコンパクトなメッセージや動画等を配信し、施策内容の認知や関心を持つ入口として、SNSの活用が広がっている。

そうした中で、

- ・【類型1－②】の子ども・若者への教育的な取組において、YouTubeでの発信内容に対する視聴者の反応を踏まえて、続編のコンテンツ決定が行われた事例（参考事例；年金広報）
- ・【類型1－①】の短期の集中的・重点的な取組においても、当該施策に関心が高まり、SNS上での検索が増える見通しがある場合に、SNS発信の頻度を上げ、正しい情報の周知を図った事例（参考事例；マイナ保険証）

などを踏まえ、一旦、情報発信をした後も、それがどのように受け止められているのか、また、関連した誤情報の拡散といった事態も想定し、デジタル広報の取組でも、広聴機能を発揮（ソーシャルリスニング）し、情報の受け手とのコミュニケーションを通じて、発信内容の改善につなげる取組が重要と考えられる。