

# 若年層を対象とした年金広報の取組について （インフルエンサー施策）

令和8年6月23日

厚生労働省 年金局総務課年金広報企画室

Ministry of Health, Labour and Welfare of Japan

## ◆目的

- ・ 若年層（特に10代～20代）の年金制度に関する認知度の向上を図る。

## ◆対象

- ・ 普段、年金制度に関する情報に触れる機会が少ない若年層（特に10代～20代）。

## ◆手段

- ・ 若年層の利用率が高いInstagram等において、社会保険や金融に関する情報を日頃から発信しているなど、年金制度について発信するのに相応しいインフルエンサーを複数名登用し、厚生労働省が指定するテーマに関する投稿を各自で作成して投稿してもらう。
- ・ 初回は試行的に、インフルエンサー2名、各3回の投稿を想定。効果測定を行い、結果を基にその後の事業実施の検討を行う。

### <テーマ案>

- 公的年金制度の概要・意義（2階建て、3つの年金給付（老齢・障害・遺族）、人生のリスクに備える保険など）及び私的年金
- 国民年金と厚生年金（加入要件、保険料など）
- 3つの年金給付（老齢、障害、遺族）及び公的年金シミュレーター

## 第22回年金広報検討会（令和8年3月17日）における主なご意見の概要

- フォロワー属性、普段の発信内容とのコンテンツ親和性、人間的信頼が極めて重要。ミドルインフルエンサー＋マイクロインフルエンサーの組合せなど、複数人での重層的接触が現実的。
- インパクトは強いが「面白かった」で終わる可能性が高い。教育現場では、情報を鵜呑みにせず、正確性や多角的理解につなげられるかが重要。
- ターゲット設定が粗い。具体的なペルソナ設定が必要。
- 課題（ペイン）を先に社会に認識させるその後に解決策を提示するというPR設計がある。「どう話題をつくり、広げるか」という設計が重要。
- 炎上のリスクを十分認識し、炎上対応やリスク評価の専門的知見を持つ委員とも連携しながら、慎重に進める必要がある。

## インフルエンサーを活用する理由

- ◆ 若年層（10代～20代）は、テレビ・紙媒体よりもSNSを主たる情報取得手段としており、従来型の広報では十分にリーチできていない可能性がある。
- ◆ 特に年金制度については、制度が複雑である、自分ごととして認識されにくいといった理由から、**自発的に情報に接する機会が限定的**である。
- ◆ このため、若年層が日常的に接している**SNS上において情報提供を行う**ことが有効と考えられる。
- ◆ また、**信頼性及び親和性の高い発信主体となるインフルエンサー**を選定し、活用することにより、以下の効果が期待される。
  - フォロワーとの関係性に基づく高い訴求力・共感性・アルゴリズムによる拡散効果（潜在層へのリーチ）
  - コメント等を通じた双方向的な関心喚起
- ◆ このように、従来の広報を補完する手段として、SNSにおいてインフルエンサーを活用することにより、**若年層に対して公的年金制度の概要、意義、役割等を知るきっかけを提供する**ことを通じ、年金制度の認知向上を図る。

# ツールの選定理由及び効果測定について

## ◆Instagramを利用する理由

- 若年層の多くがSNSから情報収集をしているが、SNSのうちLINE、YouTubeに次いでInstagramの利用率が高く、特に10代、20代のInstagram利用率は70%を超えている。
- Instagramのフィード投稿は画像+キャプション（文章）がベースで、視覚的なアプローチが可能。
- 内容ベースフィルタリング機能があり、ハッシュタグやキャプションによってターゲット層が普段接する投稿と類似しているとアルゴリズムに認知させられれば、ターゲット層に届きやすくすることも可能。

## ◆効果測定

- 今回はInstagramにおいて収集できる以下の指標を用いて効果分析を行い、次回以降の検討材料とする。具体的な内容はスライド9で議論。

リーチ数、インプレッション数、エンゲージメント数、エンゲージメント率、いいね数、リポスト数、コメント数及びその内容、シェア数、保存数 等

## インフルエンサーの選定基準

◆公的年金制度の概要、意義、役割等を知るきっかけを提供できるような信頼性及び親和性の高いインフルエンサーを選定するため、以下のような基準を設定。

- フォロワー数：5万人以上10万人以下の者。
- 普段から社会保険や金融についての情報を発信しているなど、年金制度について発信するのに相応しい者。
- 国民年金保険料及び厚生年金保険料等の租税公課の未納がない者。
- 公的年金制度の不名誉となるような行為をしない者。
- 厚生労働省情報セキュリティポリシー、各SNS利用規約、その他の関連法令等を遵守する者。

## 第22回年金広報検討会を踏まえて（コンテンツ親和性及びペルソナ設定）

- ◆本施策は試行的な位置付けであり、加えて「年金」というテーマは、専門性が高く誤解を招きやすい特性、さらには炎上リスク等を踏まえると、適切に対応可能なインフルエンサーの母数自体が限定的であると考えられる。
- ◆このため、「コンテンツとの親和性」を優先軸とした上で、後続的にペルソナ適合性を確認する二段階のアプローチを採用する。具体的には、以下のとおり。
  - ① 年金に関する情報発信を適切に行うことができる複数のインフルエンサーの抽出
    - ・ 厚生労働省が設定したテーマに従いインフルエンサーが下書きを作成し、厚生労働省が2回確認。
    - ・ 各フォロワー層から閲覧されやすいタイミングに承認された内容を投稿。
    - ・ 投稿内容は各インフルエンサーの特色を活かした文言、画像等を作成し、キャプションに「#年金」「厚生労働省」を含める。  
また投稿1枚目の画像及びキャプションに、Instagramの利用規約及びブランドコンテンツポリシー並びに景品表示法その他関係法令等に従い「（#）プロモーション」、「（#）広告」等、本投稿が厚生労働省のPRである旨を明記。
  - ② 当該インフルエンサーのフォロワー属性や投稿に対する反応の分析
  - ③ 上記分析結果を踏まえ、実際にどのペルソナ層にリーチしているかの検証
- ◆このような設計とすることで、情報発信における齟齬や契約不履行のリスクを低減しつつ、本事業の目的である「若年層に対する認知向上」を、より確実に達成できるものと考えられる。

## 第22回年金広報検討会を踏まえて（炎上リスクへの対応）

- ◆本施策における炎上リスクへの対応策として、以下の取組を想定している。
  - ・インフルエンサーの選定にあたり、過去の発信内容や活動実績を踏まえ、炎上リスクが相対的に高いと認められる者については提案段階で除外する。
  - ・必要に応じて契約相手方の法務チェック体制を活用し、発信内容の適法性・妥当性の確認を行う。
  - ・投稿内容については、必要に応じて事前に有識者の助言を仰ぐなど、内容の適切性を十分に担保する。
- ◆さらに、仕様書においては、インフルエンサーの要件として以下を規定している。
  - ・国民年金保険料及び厚生年金保険料等の租税公課の未納がない者。
  - ・公的年金制度の不名誉となるような行為をしない者。
  - ・国家公務員法99条の趣旨を踏まえ、年金制度の信用を傷つけ、又は公務全体の不名誉となるような行為をしてはならない（本案件とは直接関係しない、メディア出演や他SNSでの活動を含む。）。
- ◆これらの対応により、発信に伴うリスク低減を図るとともに、公的施策としての信頼性を確保することを目的とする。

## ご議論いただきたい事項

- ◆ Instagramにおいて収集できる以下の指標のうち、どの指標を効果測定に用いるのが適切か。
  - リーチ数：コンテンツを表示したユニークアカウントの数
  - インプレッション数：コンテンツを表示した延べ回数
  - エンゲージメント数：コンテンツに対してとったアクション（いいね、コメント、保存、シェアなど）の回数
  - エンゲージメント率：コンテンツに対する反応率（エンゲージメント数 ÷ リーチ数またはフォロワー数）
  - いいね数：コンテンツに対して「いいね」を押した回数
  - リポスト（再投稿）数：コンテンツを再投稿した回数
  - コメント数及びその内容：コンテンツに対してコメントした回数及びその内容
  - シェア数：コンテンツをシェア（ストーリーズ再投稿またはDM送信）した回数
  - 保存数：利用者がコンテンツを保存（ブックマーク）した回数
- ◆ その他、全体を通じ留意すべき点やお気づきの点等があれば、ご意見をいただきたい。