

公的年金の分かりやすい情報発信モデル事業検討会

市町村における国民年金手続促進モデル事業

第8回検討会資料

dentsu

電通パブリックリレーションズ

第8回検討会でご検討いただきたい事項

本日の検討会では、市町村における国民年金手続促進用の制作物に関する調査のご報告をさせていただき、制作物の今後の活用方法をご検討いただきたいと考えております。

議案①

パンフレット・映像・ポスター資料案のモデル事業モニタリング実施報告

P.5

訴求テーマ/内容一覧

パンフレット	①公的年金の基礎知識
	②国民年金加入の手引(学生)
	③国民年金加入の手引(一般)
	④国民年金保険料の免除・猶予
	⑤障害年金
	⑥遺族年金
	⑦老齢年金
	⑧納付方法
動画	映像資料 (1)年金加入手続
	映像資料 (2)免除・猶予手続促進
	映像資料 (3)障害年金
	映像資料 (4)老齢・遺族年金
ポスター	A案
	B案

1. 制作物の再確認



2. クリエイティブ調査内容・結果

アンケート・調査概要

調査目的

本事業における制作物（パンフレット・動画・ポスター）をより効果的かつ受容性の高いものとする
こと、また、適切かつ最大限効果的に活用するために、公的年金被保険者側の視点における制作物に
対する評価やあるべき姿を聴取。

調査概要

- 市町村任意アンケート（P. 7～）
調査サンプル数： 112サンプル
調査エリア： 全国
調査対象： 市町村年金ご担当者
調査期間： 2015年1月16日～30日
- インターネット調査（P. 14～）
調査サンプル数： 216サンプル
調査エリア： 全国
調査対象者： 20才～59才の男女
調査期間： 2015年1月20日～22日

首都圏	20代	30代	40代	50代	計
男性	14	14	14	14	56
女性	13	13	13	13	52
合計	27	27	27	27	108

その他	20代	30代	40代	50代	計
男性	14	14	14	14	56
女性	13	13	13	13	52
合計	27	27	27	27	108

※首都圏：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県

設問項目

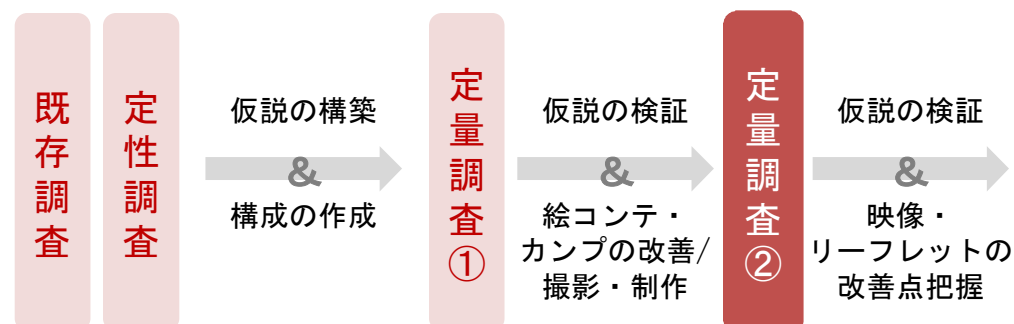
<市町村>

- わかりやすいテーマ/わかりにくいテーマ
- 改善ポイント

<一般生活者>

- 動画・パンフレット・ポスターの印象
- 動画・パンフレットによる行動喚起
- 動画・パンフレットの拡散意向
- 動画・パンフレットとの接触ポイント
- 動画・パンフレットとの接触時期

本調査の立ち位置



2. クリエイティブ調査内容・結果：市町村

○全1,741市町村を対象に、任意でアンケート調査を行い、以下の質問を行った。

【パンフレット】

Q1：わかりやすかったテーマ

Q2：わかりやすかった点（自由回答）

Q3：わかりにくかったテーマ

Q4：わかりにくかった点（自由回答）

Q5：新たに加えてほしい内容、省略・簡略化してもいい内容（自由回答）

Q6：パンフレットのボリュームについて

【動画】

Q1：わかりやすかったテーマ

Q2：わかりやすかった点（自由回答）

Q3：わかりにくかったテーマ

Q4：わかりにくかった点（自由回答）

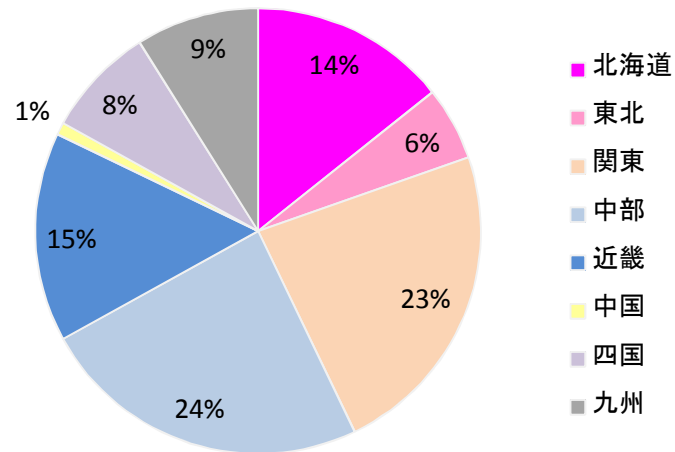
Q5：動画の長さについて

市町村任意アンケート 回答者属性

■ 調査期間: 2015年1月16日(金)～1月30日(金)

■ 回収数: 112市区町村

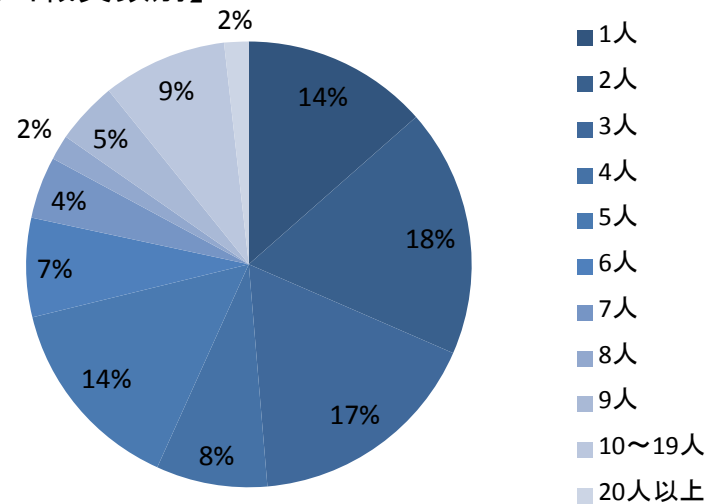
【地域別】



【市区町村別】

都市区分	回答数	割合
政令指定都市(20)	6	5.4%
中核市・特例市(83)	14	12.5%
東京都特別区(23)	1	0.9%
人口5万人以上(439)	47	42.0%
人口5万人未満(1,176)	44	39.3%

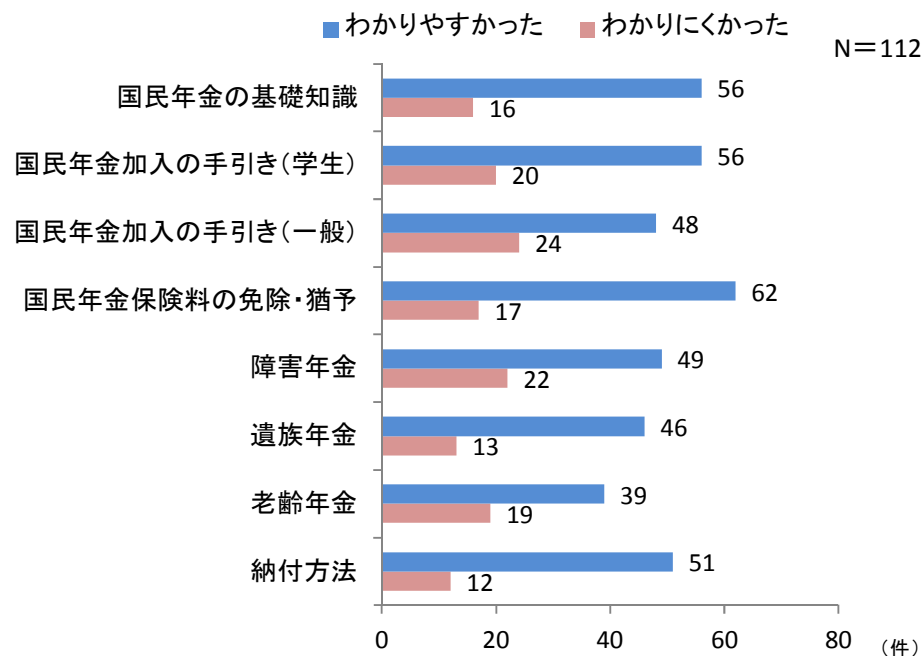
【窓口担当職員数別】



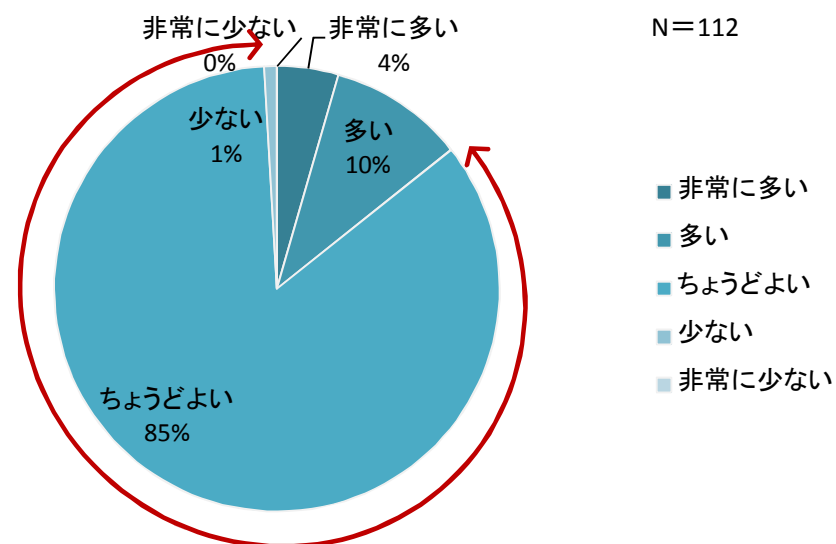
パンフレット編

- ・ 8種類のパンフレットいずれも、「わかりやすかった」が「わかりにくかった」を大幅に上回る。特に「免除・猶予」は、大きな差。
- ・ 「わかりにくかった」が最も高かったのは「加入の手引（一般）」。「年金手帳が届く」といった表現などが誤解を与えかねない、などの指摘があり、今後修正が必要。
- ・ パンフレットの量は、8割以上が「ちょうどよい」と回答。量としては問題がないと思われる。

■わかりやすかったテーマ/わかりにくかったテーマ



■パンフレットの量



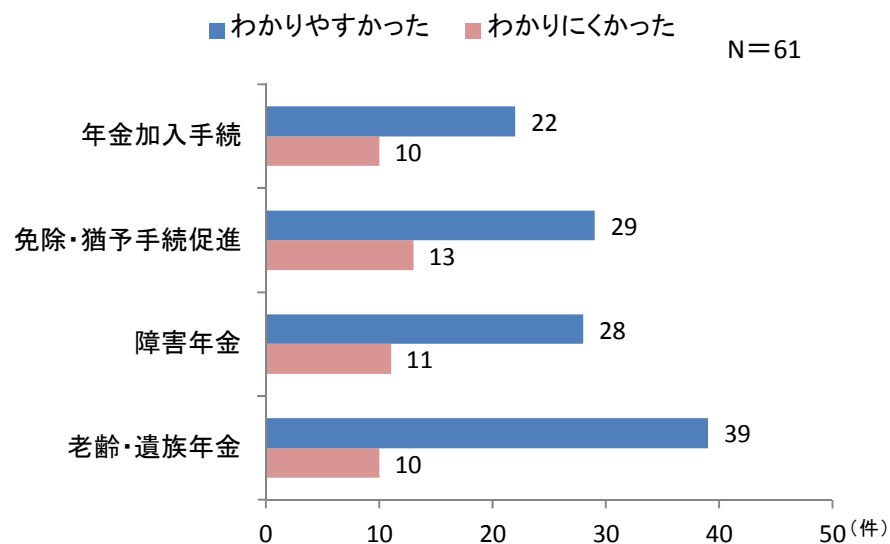
パンフレット編

	いただいたご意見・ご要望(抜粋)	改善方針
内容	(加入手続: 一般) ・「年金手帳が届く」とすると申請のたび手帳が届くような誤解を受けかねない (加入手続: 学生) ・交通事故死傷者数の対比がわかりにくい ・20代の受給者は新規裁定者の場合多くが先天的な傷病によるものと思われ、ミスリードを誘うべきではない (障害年金) ・障がい認定日についても触れてほしい	■誤解を招きそうな表現の改善 ■正確性の向上 ■都度、厚生労働省と協議のうえ随時加筆修正
表現	(基礎知識) ・「扶養されている妻・夫」とあるのに、イラストは母子でわかりにくい ・「市町村区」「市区町村」が混在 ・結婚、出産はデリケートな話題なので注意が必要 (加入手続: 一般) ・「扶養者(夫)」は、「扶養者(配偶者)」にすべき (障害年金) ・「障がい者になってしまったら・・・」というのは悪いことのようなイメージなので表現を変えた方がよい (免除・猶予) ・「猶予と追納ってナニ？」というタイトルはわかりにくい。猶予や追納という言葉すら知らない人が多いと思われるので、もう少し判りやすい表現に変えた方がよい	■文言・表現を統一 ■より平易な表現に修正 ■都度、厚生労働省と協議のうえ随時加筆修正
活用方法	・モノクロ4Pでしか出力できないことを前提にしてほしい ・自身の市区町村のイメージキャラクター、ゆるキャラ、市のネームをパンフレットに加えて印刷したいので、加工する余地を残してほしい	■マニュアルを作成 ・本パンフレットの制作コンセプトの説明 ・出力方法説明 ・市区町村役所・役場以外での活用事例の紹介と提案 ・著作権の取り扱い明記 など ■パワーポイントで納品することで、編集の自由度を高める(加工、編集方法もマニュアルに明記)

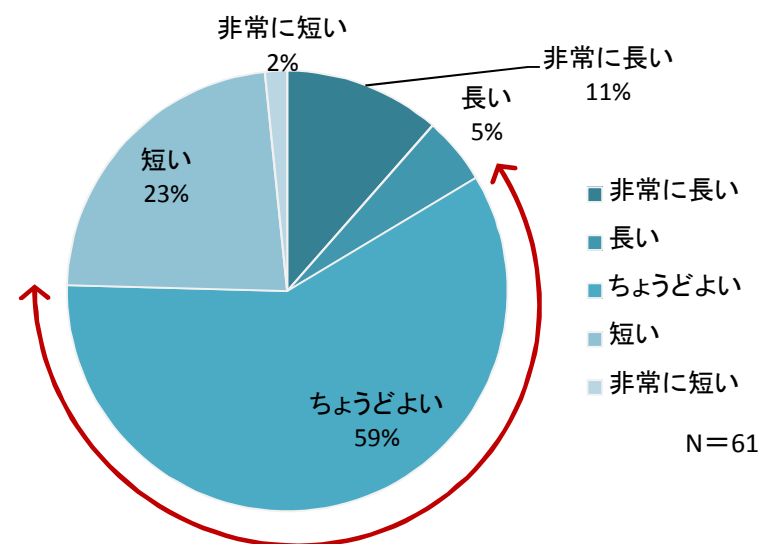
動画編

- 4種類の動画いずれも、「わかりやすかった」が「わかりにくかった」を大幅に上回る。特に「老齢・遺族年金」は、大きな差。
- 「わかりにくかった」が最も高かったのは「免除・猶予手続促進」。「テロップ等で伝えたいことを補足するとよい」などのご意見をいただく。
- 動画の長さは、6割が「ちょうどよい」と回答。長さは問題がないと思われる。

■わかりやすかったテーマ/わかりにくかったテーマ



■動画の長さ



動画編

	いただいたご意見・ご要望(抜粋)	改善方針
内容	(全体) ・年金給付については、市区町村窓口にお問い合わせいただいても対応ができなかったりすぐに案内できないことが多いため、問い合わせ先を安易に市町村とするのは避けてほしい (加入手続) ・手続の際に最低限必要な書類(年金手帳、退職日が判るもの等)の案内も必要では (障害年金) ・要件の説明が早く、人物が小さいので、最後に一覧表などを記載すると良いのでは (免除・猶予) ・前年度の所得により審査されることや失業等の場合は特例があることも少し加えた方が良い	■都度、厚生労働省と協議のうえ随時修正
表現	(全体) ・テロップ等で伝えたいことを補足すると良い ・テンポが早い (老齢・遺族) ・年金をもらう日は「必ずやってくる」と断言すべきではない	■テロップ、字幕の追加 ■都度、厚生労働省と協議のうえ随時修正
活用方法	・市区町村の役所・役場の窓口では音を流せない場合が多いので、映像だけで使用できるようにしてほしい ・役所・役場では動画自体流せないで、ほかの活用方法も考えてほしい ・インターネットの動画サイトに流しても、「年金」と検索する人は殆どいないと思われるため、もっと人々の目に触れるような工夫をしてほしい	■マニュアルを作成 ・本動画の制作コンセプトの説明 ・市区町村役所・役場以外での活用事例の紹介と提案 ・著作権の取り扱い ■動画PRの提案

2. クリエイティブ調査内容・結果：一般生活者

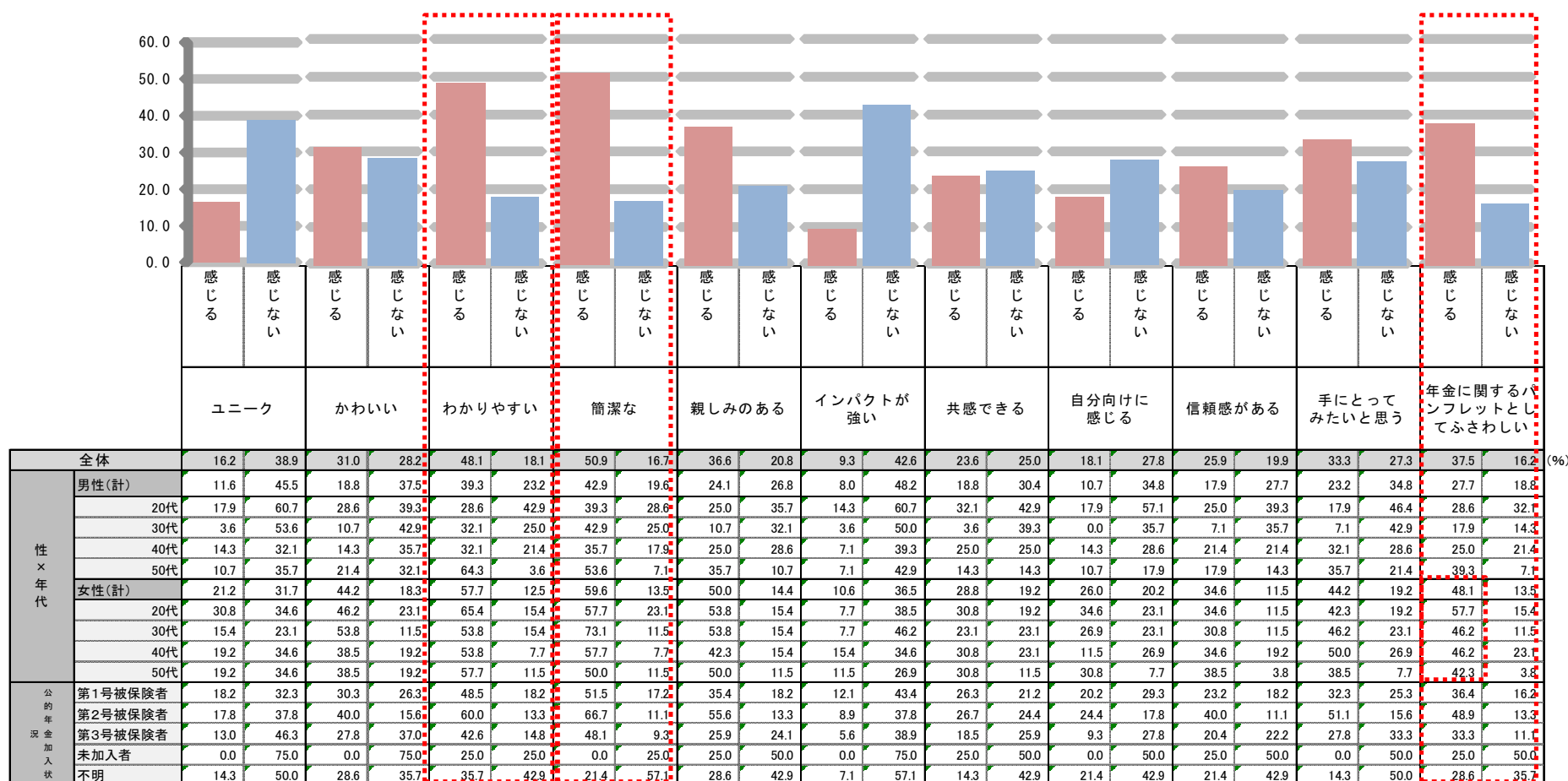
パンフレットについて

4-1. 調査結果：パンフレットの印象

16

- 「簡潔な」が最も高く、50.9%が「感じる」と回答。「わかりやすい」（48.1%）、「年金に関するパンフレットとしてふさわしい」（37.5%）が続く。
- 特に、女性は「手にとってみたいと思う」「年金に関するパンフレットとしてふさわしい」「信頼感がある」において男性より高く、半数以上が「年金に関するパンフレットとしてふさわしい」と回答し、特に20代女性は6割近くを占めている。本パンフレットが女性に対して親和性、信頼性が高い様子がうかがえた。

Q. これらのパンフレットを見て受けた印象について、下記それぞれの程度そう感じたかをお知らせください。



※感じる・・・とても感じる＋まあ感じる
感じない・・・あまり感じない＋全く感じない

- ・ ポジティブな意見は、わかりやすい・親しみやすい・絵や図などのデザインが良いという意見が多数を占めた。また、ターゲット別にパンフレットの種類が分かれている点についての評価も高かった。
- ・ 一方で、興味がわからない、目を引かないという意見もあり、パンフレットの種類についても、多すぎてどれを選べばよいかわからないという側面も示された。
- ・ 年金制度や国家への不信感についても声が寄せられ、パンフレットだけでは動かすことのできない層の存在が浮き彫りとなった。

Q. これらのパンフレットを見て感じたことについて自由にお書きください。

ポジティブな意見（意見数：113）

- 分かりやすい
 - ・ 年金について簡潔にまとめてあると思った（男性20代／第2号被保険者）
 - ・ 読みやすく内容もわかりやすい（男性40代／第1号被保険者）
- 親しみがもてる・手に取りたくなる
 - ・ 文字がすくないためとつきやすい（女性30代／第2号被保険者）
 - ・ 年金など、国がかかわるパンフレットなどは堅苦しいものが多くて読みづらいが、これなら手に取って読もうと思える。（女性20代／第2号被保険者）
 - ・ 絵が飛び込んできて興味がひかれるのと、お父さんが亡くなって・・みたいなショッキングな言葉があるので手に取る人が多いと思う。絵は好感がもてるし、内容もわかりやすい。（男性30代／第1号被保険者）
- デザイン・イラストが良い
 - ・ 年金パンフレットにしては珍しく絵や図が多いこと（男性20代／第2号被保険者）
 - ・ ほのぼのとしたイラストと円グラフなどが見やすいと思いました。（女性40代／第2号被保険者）
- 自分向けに感じる
 - ・ 絵がかわいいのと、左上の文章が、自分にあてはまったり、もしものことを考えたりすると、右のページをみてみたいと思う。（女性20代／第2号被保険者）
 - ・ 絵柄が可愛く、誰向けのパンフレットなのかが分かりやすかった。自分向けのものは手にとってみたくなる。（女性20代／不明）
- もっと早く読みたかった
 - ・ 納付年齢に達する前に理解できる機会があったら良いと思う（男性40代／第1号被保険者）
 - ・ なんて義務教育時代から説明がないのか、と思った（男性30代／第2号被保険者）
- もっと知らせるべき
 - ・ わかりやすく書かれているのでもっと配布したほうが良いと思う（男性50代／第2号被保険者）
 - ・ わかりやすいので、広く読んでほしい（男性50代／第2号被保険者）
- 種類が分かれています
 - ・ 種類別に分かれていますので理解しやすい（男性30代／第2号被保険者）
 - ・ 年齢や就職・障害者・死亡などでの様々な場合にあったパンフレットなのでどれが自分に合っているか選べていいと思った。（女性50代／第3号被保険者）
- その他
 - ・ 今までよく分からないまま年金を支払っている人が多いと思うので（若いころは特に）、成人したときや、就職前の学生のときにこんなパンフレットを読んでいるとよかったなあと思います。どこかにおいてあるよりも、自宅に送られてくるものは必ず目を通すので効果的な気がします。障害や遺族年金のことも、あまりよく知らなかったので市役所や年金事務所などにあると手に取る人が多いのではと思います。（女性30代／第2号被保険者）
 - ・ かわいくわかりやすく良いと思う。いかにパンフレットを見てもらえる配布方法ができるかが課題だと思います。（女性40代／第1号被保険者）
 - ・ イラスト中心に説明がされていてとてもわかりやすい。誰に対するアピールなのか、もっとわかりやすくするために、最初のページにタイトルをつけたほうがよい。（女性50代／第3号被保険者）

ネガティブな意見（意見数：16）

- 年金への不信感
 - ・ 頻繁に制度設計が変更され、支給水準が下がってきているので、年金に対する不信が高まっているので、パンフレットにどれだけ説得力を持たせられるのか疑問。（男性30代／第1号被保険者）
 - ・ 年金の信頼度を上げる役には立ちそうにない（男性20代／第2号被保険者）
- 国への不信感
 - ・ 国はなぜ無駄金を使うのかと憤りを感じる。（男性30代／不明）
 - ・ 税金の無駄遣い（女性30代／第3号被保険者）

改善点として検討すべき意見（意見数：42）

- 分かりづらい
 - ・ とても分かりやすそうに書いているが、計算方法や結局特になるかどうか分かりづらいと感じた。（男性20代／第1号被保険者）
- インパクトに欠ける
 - ・ ややインパクトに欠けるので、その気になってみないと内容まで把握しないだろうと思った。（男性30代／第1号被保険者）
 - ・ もっと目を引くパンフレットにしてほしい。（女性50代／第1号被保険者）
- 種類が多すぎる
 - ・ 種類が多くて、何を読めばいいのかわからない。（男性50代／第2号被保険者）
 - ・ 対象者別にいろいろ分かれているが、今、必要な冊子がどれなのかを選ぶのが面倒。でもそれさえ読めばあとは簡潔にまとめている。（女性40代／第3号被保険者）
- 要望・改善点
 - ・ 字が小さいところはもう少し大きくしたほうが良いと思う。（男性20代／第2号被保険者）
 - ・ 文字読むの苦手だから動画にして欲しい（女性30代／第3号被保険者）
 - ・ 若い年代から年金のことを知ってもらうためには、年代に合ったシンプルで分かり易いものから作って欲しい。色々なことが書いてあったら読む気がなくなる。（女性50代／第1号被保険者）
- その他
 - ・ 説明不足。年金として積み立てたかねをどう運用しているか、一切説明がなく、不誠実。集めた金は、何にどれだけ使っているんでしょうか？株式購入にもつかってますよ、しっかり運用してまずよって書けばいいのに。利益も損失も、明示するべき。国家権力を使って徴収しているんだから。（女性30代／第3号被保険者）
 - ・ 「年金」にどれだけ種類があって、自分がどれに該当するかを把握している人間は少ないと思う。資料が大量に送られてきても見る人は少ない。年金定期便に該当すると思われる資料を同封するなど、パンフレットを作る、特定の場所に置いておくなどだけでなく、情報を発信していくことが必要だと思う。（女性30代／第2号被保険者）

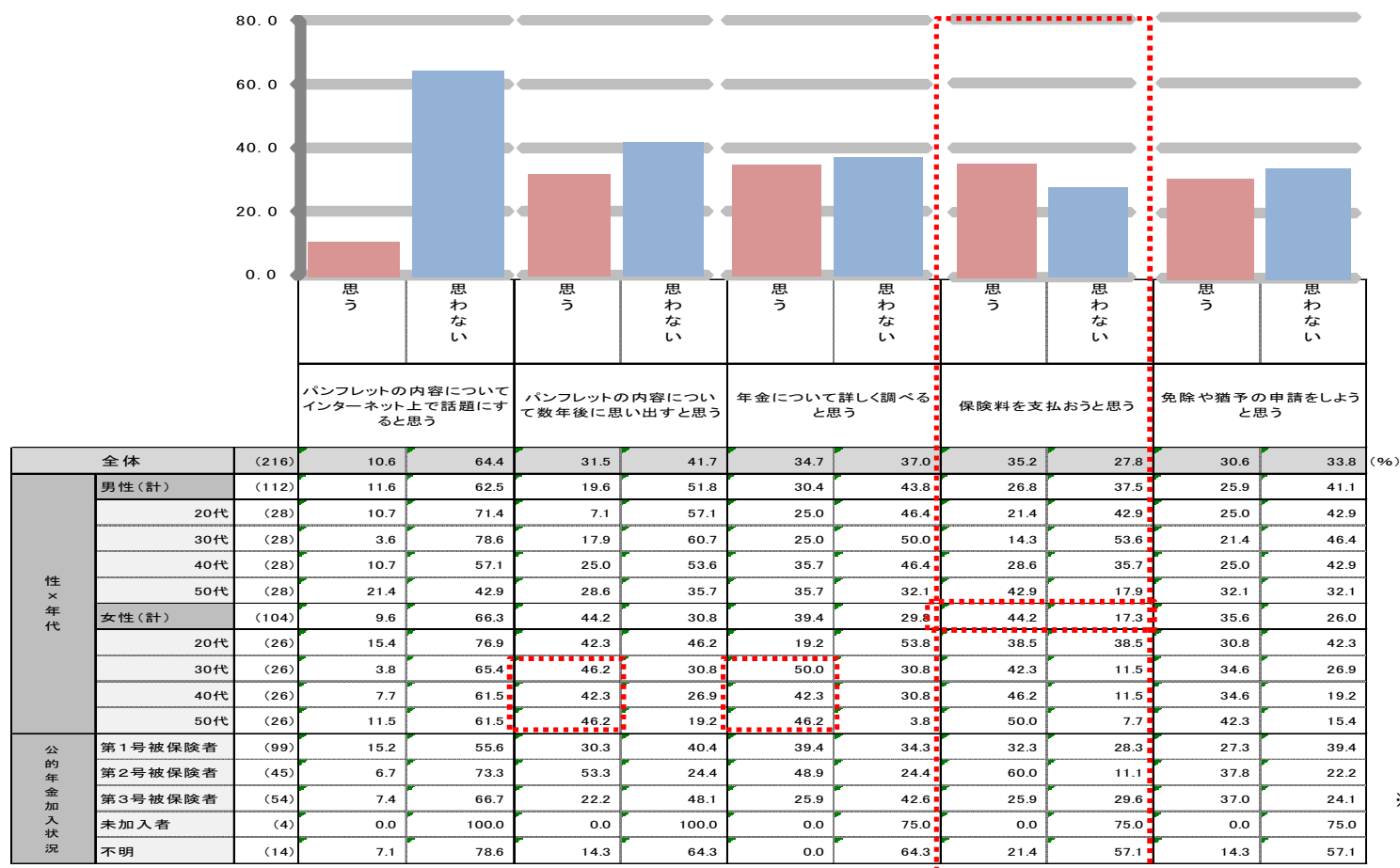
特になし（意見数：45）

4-3. 調査結果：パンフレットによる行動喚起

18

- 「保険料を支払おうと思う」と回答したのは35.2%で、「思わない」を上回った。「年金について詳しく調べと思う」「免除や猶予の申請をしようと思う」などでは「思う/思わない」が拮抗している。
- 男女で比較すると、女性のおよそ半数が「保険料を支払おうと思う」と回答しており、パンフレット閲読をきっかけに保険料の納付を行うとしている。さらに、「パンフレットの内容について、数年後に思い出す」や「年金について詳しく調べる」ことに対して、30代以上の女性の約半数が「思う」と回答しており、特に女性にとって、パンフレットが一定の印象を残し、行動を促すきっかけになっている様子がうかがえる。
- 一方でおよそ3割弱が「思わない」と回答しており、パンフレットによる制度認知では納付をしない（＝断固として納付をしない）層の存在がうかがえる。

Q. これらのパンフレットを読んだら、どのような行動を起こすと思いますか。下記それぞれについて、どの程度そう思うかお答えください。

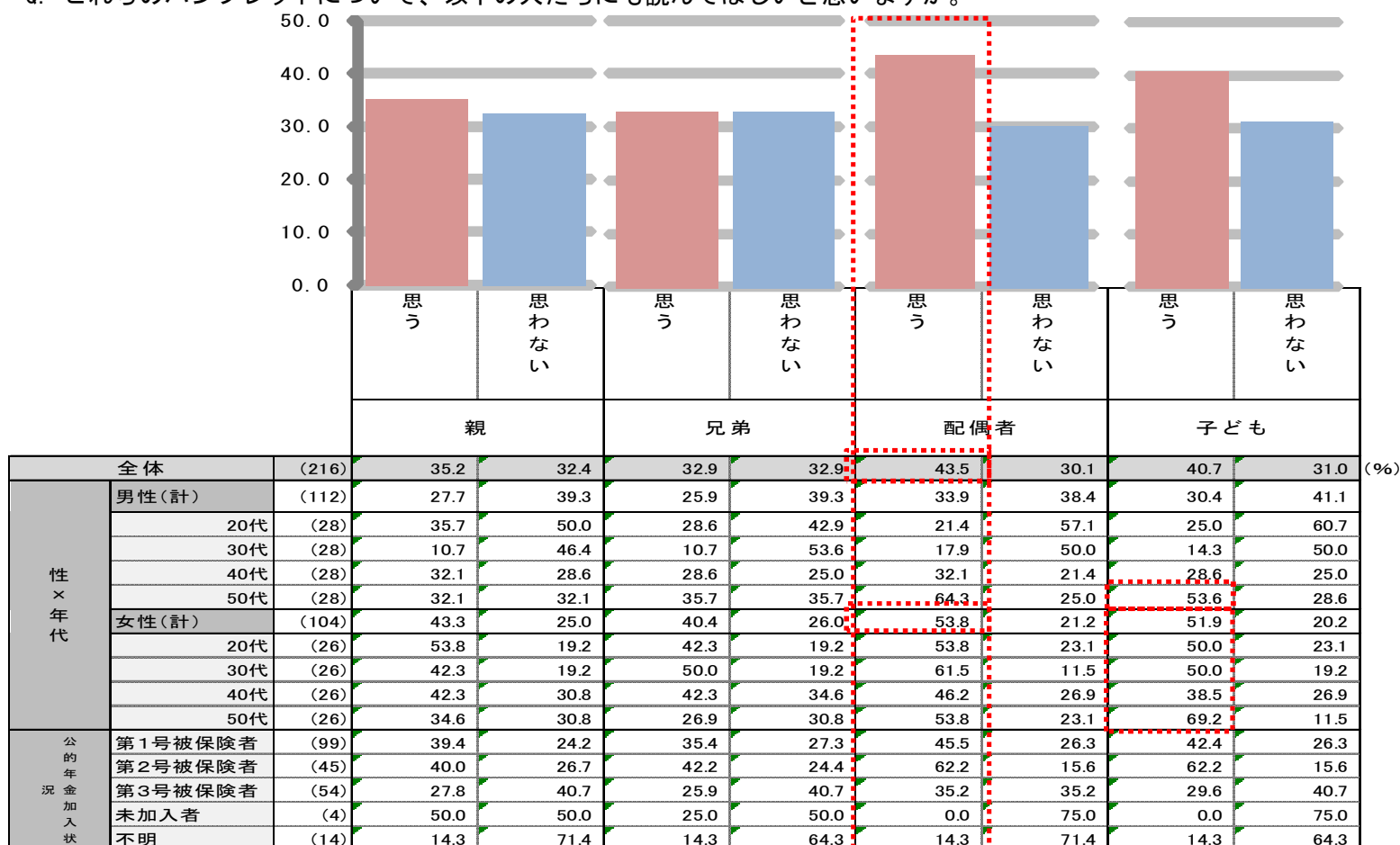


4-4. 調査結果：パンフレットの共有意向

19

- 「配偶者」が最も高く、43.5%。「子ども」（40.7%）「親」（35.2%）が続く。
- 男女で比較すると、「配偶者」や「子ども」は女性の半数以上が読んでほしいと「思う」と回答しており、年金パンフレットに関する夫婦間、家族間での会話は、女性発信であることが多い傾向。
- 性年代で比較すると、男性の50代では「配偶者」（64.3%）、「子ども」（53.6%）が高い。「子ども」は50代女性も7割と高く、親が20歳前後になった子どもに読んでほしいと考えている様子がうかがえる。

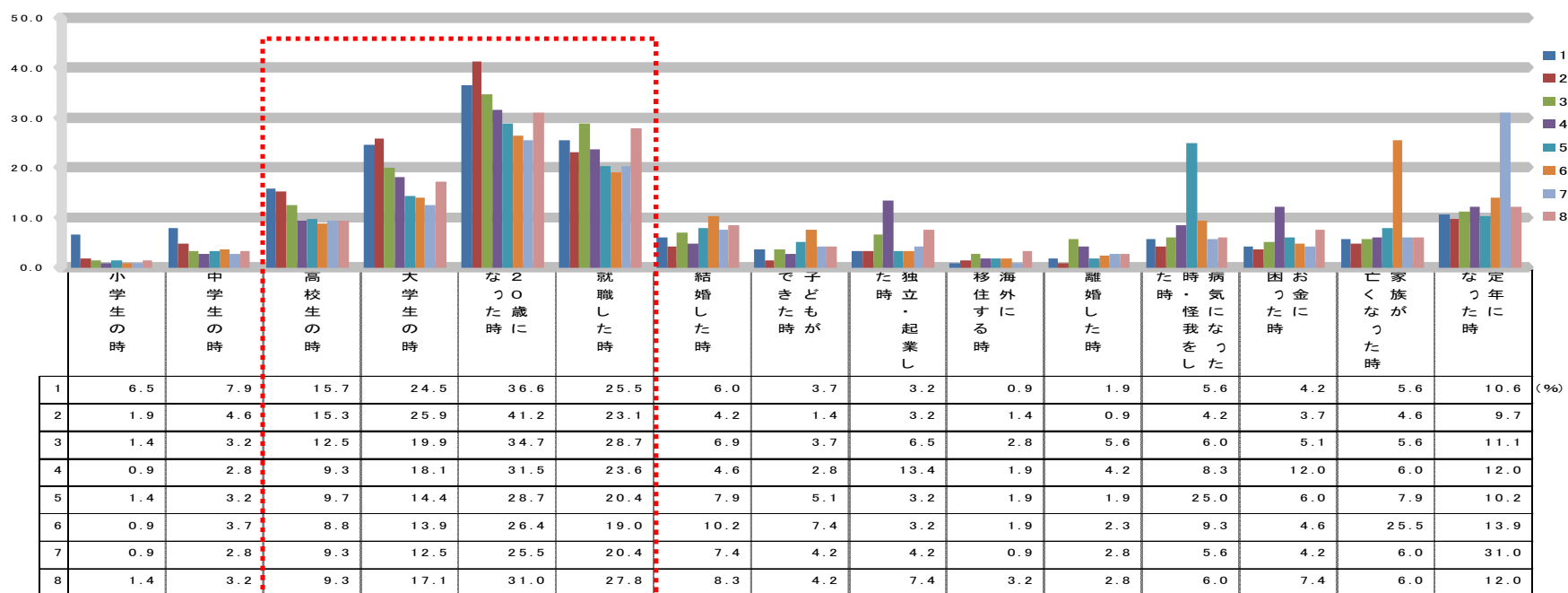
Q. これらのパンフレットについて、以下の人たちにも読んでほしいと思いますか。



※思う・・・とても思う＋まあ思う
思わない・・・あまり思わない＋全く思わない

- どのようなときに読みたいかを聴取したところ、8種類どのパンフレットにおいても、「20歳になった時」が最も高く2.5～4割程度。「就職した時」が2～3割程度で続く。
- 「小学生の時」「中学生の時」については、すべてのパンフレットにおいて1割を下回っているが、「高校生の時」「大学生の時」「20歳になった時」「就職した時」など**加入年齢の前後の接触意向が高く、高校生意向が年金に関する情報発信の適齢期**であることがうかがえる。
- 「**お金に困った時**」の「**免除・猶予制度**」パンフレットの**閲読意向は1割強**に留まり、「免除・猶予制度」はお金に困った（＝納付が困難）際に利用できる制度であることを想起させるための工夫が、引き続き必要と考えられる。

Q. それぞれのパンフレットについて、どのような時に読んでみたい（読みたかった）と思いますか。

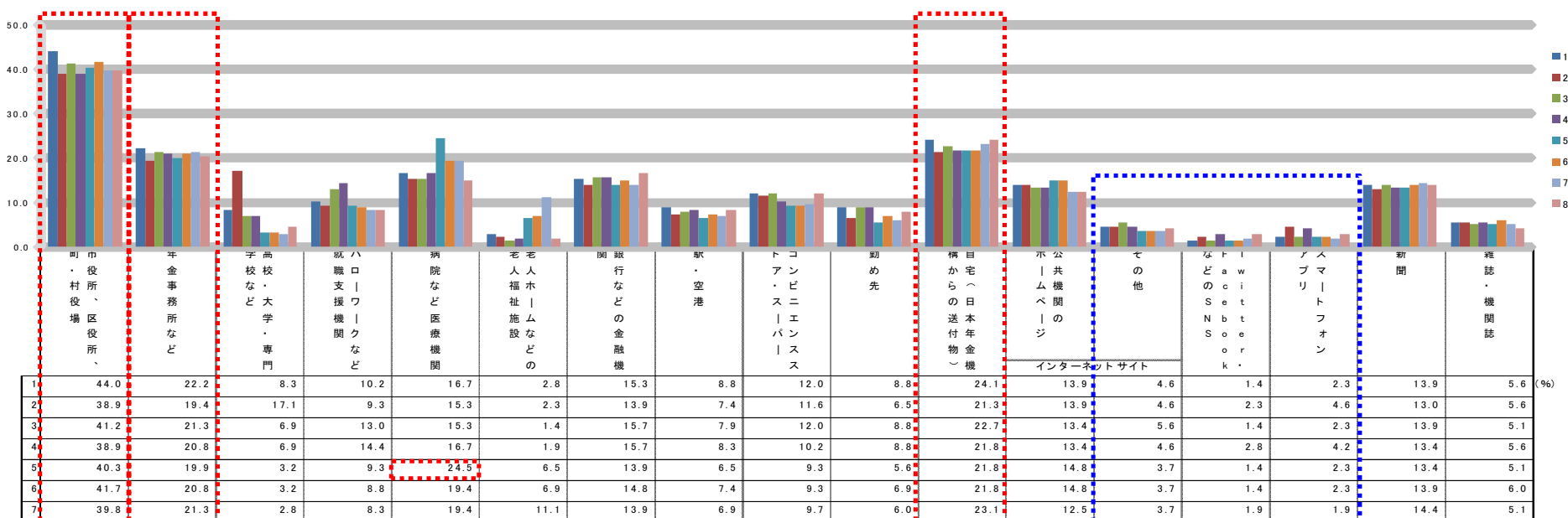


4-5. 調査結果：パンフレットとの接触ポイント

21

- 8種類どのパンフレットにおいても、「市役所、区役所、町・村役場に置いてあったら読んでみたい（読みたかった）」が最も高く4割前後。
- 「自宅（日本年金機構からの送付物）」が2割強、「年金事務所など」が2割前後で続く。
- 「障害基礎年金」パンフレットにおいては、4人に1人が「病院など医療機関」と回答。
- 「インターネットサイト（公共機関のホームページ以外）」「Twitter/FacebookなどのSNS」「スマートフォンアプリ」はすべて5%を下回っており、“電子データ”よりも“実物”での閲読意向の高さがうかがえる。

Q. それぞれのパンフレットについて、どこに置いてあると読んでみたい（読みたかった）と思いますか。



「インターネットサイトにパンフレットがあったら読んでみたい（読みたかった）」と答えた回答者に対し、具体的にどのようなサイトで読んでみたい（読みたかった）かを聴取。

- ・ 日本年金機構のホームページや、市役所・区役所などの公的機関のホームページで読みたいという意見が多くを占めた。
- ・ 一方で、金融機関・保険会社のホームページや専門サイトなど、信頼がおけそうなホームページで読みたいという意見もあった。
- ・ 目につきやすいという点で、ポータルサイトやネット広告と答える声もあった。

Q. これらのパンフレットをインターネットサイトで読んでみたい（読みたかった）とお答えいただいた方にお伺いします。具体的に、どのようなサイトで読んでみたい（読みたかった）か、ご自由にお答えください。（日本年金機構のホームページ、専門家による解説サイトなど）

● 公的機関のホームページ

- ・ 地方自治体のHP（男性40代／第1号被保険者）
- ・ 日本年金機構のホームページ、市役所のホームページ（女性20代／第3号被保険者）

● 金融機関・保険会社のホームページ

- ・ 各クレジットカード会社（男性30代／第1号被保険者）
- ・ わざわざ年金機構のホームページを開かなくても保険などの比較サイトなど。（女性50代／第1号被保険者）

● 専門サイト

- ・ 家庭の経済負担などを扱っている財テク等のサイト（男性40代／第2号被保険者）
- ・ 年金Q&A等の専門サイト（男性40代／第2号被保険者）
- ・ サイトは特にどこでもいいと思いますが、専門家による解説サイトなどが個人的にはすんなり読めるかなと思いました。可愛いパンフレットで読みやすいと思います。（女性30代／第3号被保険者）

● ポータルサイトやネット広告

- ・ ヤフー等のポータルサイトからリンクされていれば良いと思う。（男性40代／第1号被保険者）
- ・ こんなにいろいろな種類のパンフレットの準備があるとは思っていませんでした。企業の広告のようにネットのはしの方に表示されるとよいと思います。検索したサイトにより自動的に適したパンフレットが表示されるしくみ。（女性40代／第2号被保険者）

● その他

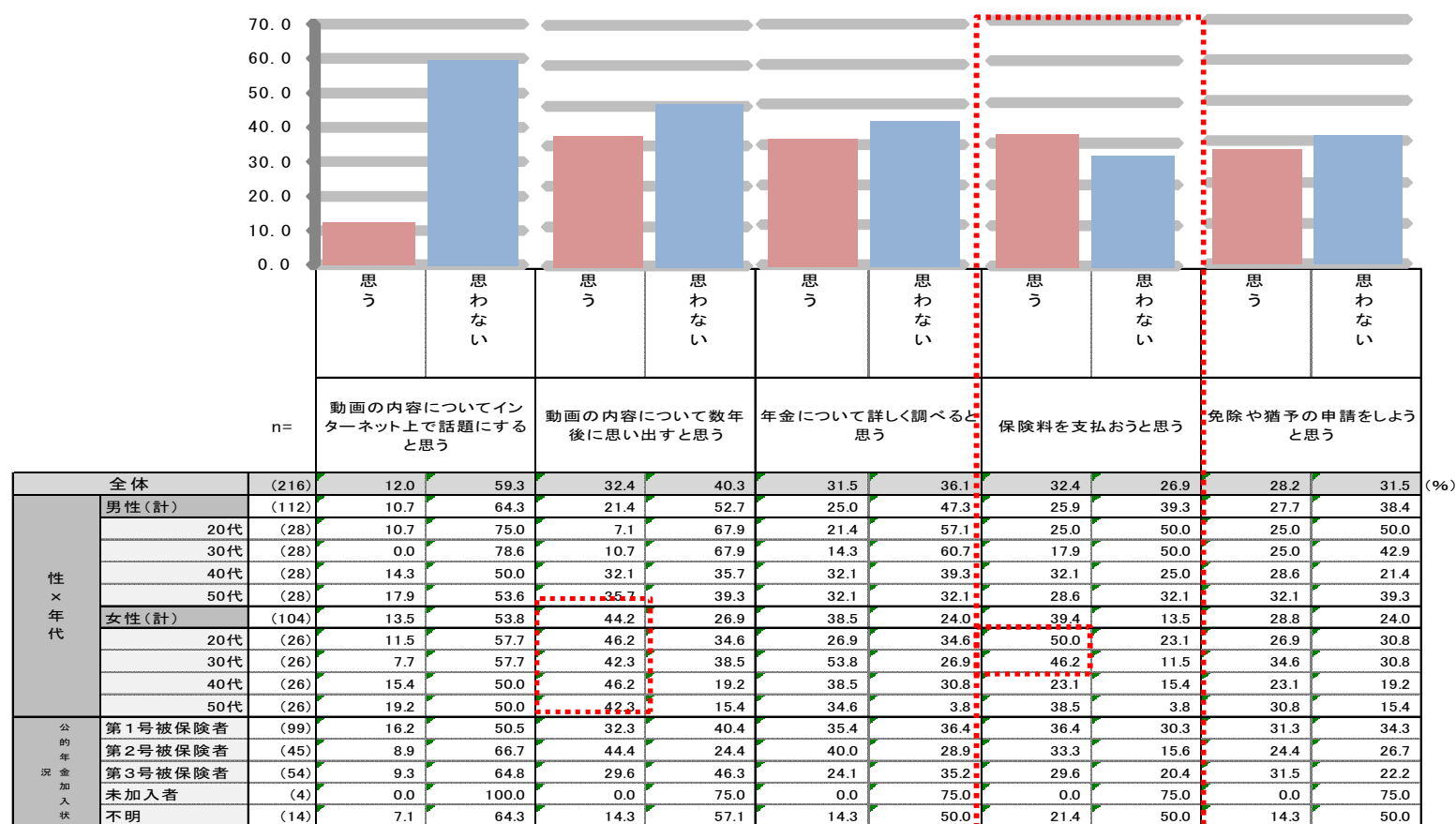
- ・ 年金について調べている時に出てきたら読むと思った。わかりやすい言葉で解説してくれる、高校生・大学生向けのサイトだと良い。（女性20代／不明）
- ・ 個人のブログなどで見たい。（男性20代／第1号被保険者）

動画について

4-10. 調査結果：動画による行動喚起

- 「保険料を支払おうと思う」と回答したのは32.4%で、「思わない」は26.9%。女性20～30代のおよそ半数が「思う」と回答し、若年女性の納付意向促進に効果があることがうかがえる。
- 男女で比較すると、「動画の内容について数年後に思い出す」で女性の半数近くは「思う」と回答し、「思わない」を20ポイント近く上回った。

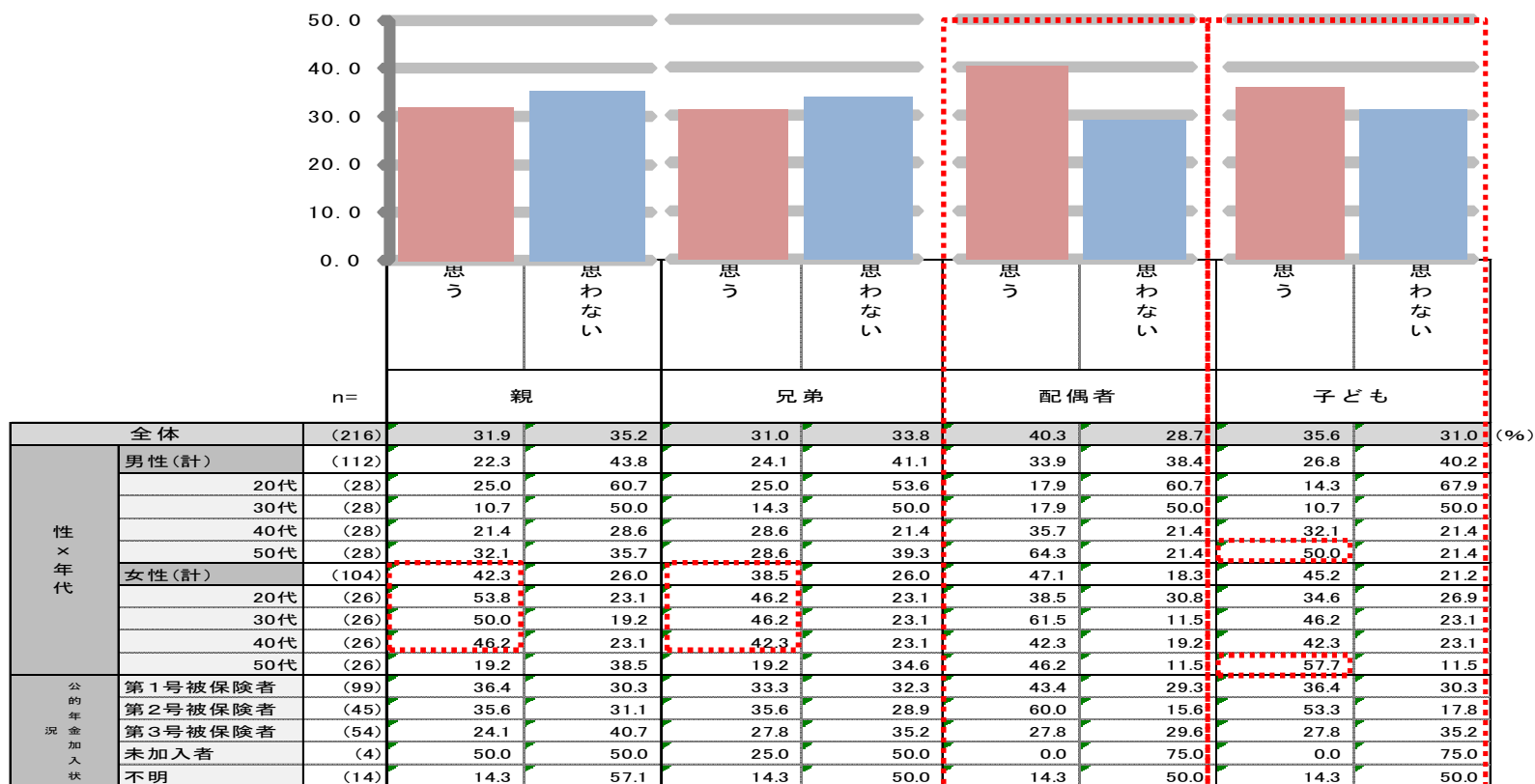
Q. これらの動画を見て、以下の行動をしてみたいと思いますか。



※思う・・・とても思う＋まあ思う
思わない・・・あまり思わない＋全く思わない

- 「配偶者」が40.3%で最も高く、「子ども」が35.6%で続く。特に「第2号被保険者」は、「配偶者」が6割、「子ども」が5割強と、家族に対する拡散意向の強さがうかがえる。
- 男女で比較すると、女性20～40代では「親」「兄弟」が全体に比べて10～20ポイントほど高く、拡散意向の強さ（＝動画への信頼・評価の高さ）が感じられる。「子ども」については、男女ともに50代で高く半数が子どもに見てほしいと感じていることがわかった。パンフレット同様、加入年齢に近いと思われる子どものいる親が子どもに読んでほしいと思っている様子が見える。

Q. これらの動画について、以下の人たちにも見てほしいと思いますか。



※思う・・・とても思う＋まあ思う
思わない・・・あまり思わない＋全く思わない

- ・ ポジティブな意見は、パンフレット同様、わかりやすい・親しみやすいという意見が多数を占めた。
- ・ 一方で年金についてもっと調べてみたいという、パンフレットではあまりなかった回答が多くみられた。
- ・ ネガティブな意見については、尺が長いためにコンパクトにまとめてほしいという意見が多く、また年金への不信感が増すと言った声もみられた。

Q. これまでの動画を見て感じたことについて自由にお書きください。

ポジティブな意見（意見数：111）

- 分かりやすい
 - ・ シンプルな作りだが簡単明瞭に分かるようになっていと思う。特に電車内のトレインチャンネルで流れていたら、知らず知らず内容が頭に入ってくると思う。（男性30代／第1号被保険者）
 - ・ わかりやすかった。普段は年金について考えていないが、こういうものを見ると年金のことを思い出し、もっと知っておきたいと感じる。（女性20代／不明）
 - ・ わかりやすいので、若い人の関心度が上がると思う。（男性50代／第2号被保険者）
 - ・ お年寄りにわかりやすく作られていていいとおもいます。（女性50代／第3号被保険者）
- 親しみがもてる・手に取りたくなる
 - ・ 初めて見たのもっといろいろな場面で見られるようになると年金について身近に感じるような気がする。（女性50代／第3号被保険者）
- デザイン・イラストが良い
 - ・ ポスターと同じだが、イラストが可愛く、見る側の敷居が低いのが好印象。知識を深める第一歩としてはとても良いと思う。（女性30代／第2号被保険者）
- 年金に加入すべき、納付すべきと感じた
 - ・ 自分のことだけでなく残された家族のためにも年金へ加入すべきと思いました。（男性40代／第2号被保険者）
- もっと早く見たかった
 - ・ 納付年齢に達する前に見たかった（男性40代／第1号被保険者）
- もっと知らせるべき・人に勧めたい
 - ・ もっと広く広報すべきだと思う（男性50代／第2号被保険者）
 - ・ 制度について詳しく知らない人に勧めようとかんじたら（男性20代／第2号被保険者）
- 自分でも調べてみようと思う
 - ・ 年金について調べてみようと思った。（女性30代／第2号被保険者）
 - ・ 内容もシンプルで見た目にもわかりやすいと感じました。年金について疑問がある人の目に留まりやすいと思います。自分で詳しく調べてみようと思うので（または問い合わせ）とても良いと思います。（女性30代／第2号被保険者）
 - ・ シンプルでわかりやすいし、その時々に関係するものを調べてみようと思いました。（女性40代／第3号被保険者）
- その他
 - ・ 普段は気に止まらなくても、何かの折に、自分がそういう場面に遭遇したときに思い出したり、調べたりすると思う。（女性30代／第2号被保険者）
 - ・ ある程度年齢を行くとみんなが知ってることもかもしれないけど社会人になってすぐはわからなかったことなのでポスターとかではなくきちんと学校で教える必要のあることだと思う。（女性40代／第1号被保険者）
 - ・ 20から年金を払うのであれば、高校生から年金について1時間でもいいので授業で、払うとどうなるか、はらわないとどうなるかなど教えたほうが良いと思う。働くようになっても、しきみを知らないで、専業主婦になったら3号に手続とか海外に行く場合とかそういった事も皆が目にするテレビのcmや電車のテレビで伝える義務があると思う（女性50代／第3号被保険者）

ネガティブな意見（意見数：11）

- 動画に対する不信感
 - ・ 年金が必要、プラス要素のみしか伝えてないのが不信感がある（男性30代／第2号被保険者）
 - ・ なににだと思う。という表現がひっかかった。支払われるかもしれませんなどという曖昧な表現も、支払をしなくなる原因の一つ。まったく信用できない。（男性30代／第1号被保険者）
- 年金に対する不信感
 - ・ 年金への信頼を回復させる要素はまったくなかった（男性20代／第2号被保険者）
 - ・ 今後年金はもらえるのかが疑問です（女性30代／第2号被保険者）

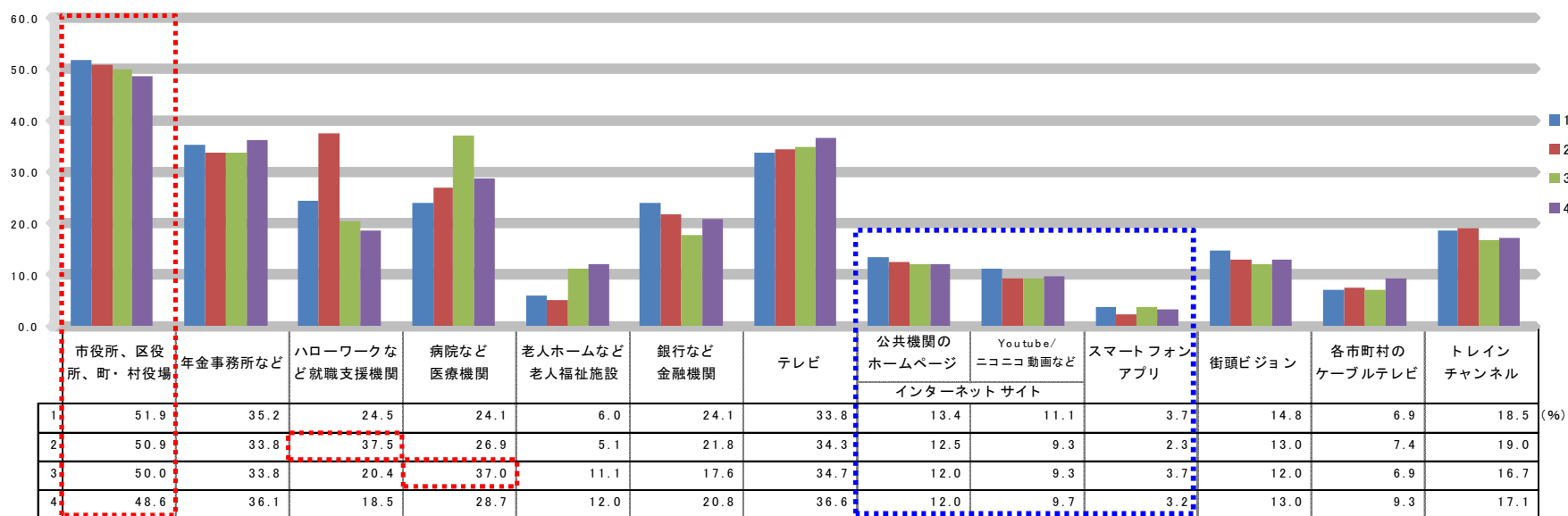
改善点として検討すべき意見（意見数：47）

- 長く感じる
 - ・ 長い。もっとコンパクトにまとめてほしい（男性50代／第2号被保険者）
- イラストが良くない
 - ・ 絵が幼稚すぎる（男性40代／第2号被保険者）
 - ・ 簡潔でわかりやすいと思うがアニメーションのキャラクターがお粗末過ぎる。（男性40代／第1号被保険者）
- インパクトに欠ける
 - ・ あまり詳しい内容を流すよりもきっかけとなるようなインパクトな絵や言葉があると良いと思う。（女性50代／第1号被保険者）
- 硬い
 - ・ 硬いのでとつきにくい（男性50代／第2号被保険者）
 - ・ ナレーションがかたくなる（女性50代／第3号被保険者）
- 自分向けに感じない
 - ・ 分かりやすいけど、親しみがわからないというか、自分のこととしてあまり考えられない（女性20代／第1号被保険者）
- 要望・改善点
 - ・ 若い世代にアピールするならゲーム・アニメ等でコラボやオマージュして、もうすこしやわらかいイメージを持たせたほうが良いかもしれない。
 - ・ 動画だと具体的な事例が余り見えてこないの、パンフレットと合わせて流せば良いと思う。（男性20代／第1号被保険者）
 - ・ 事例を揚げたときにもっとゆっくり丁寧にして欲しい。（女性40代／第1号被保険者）
- その他
 - ・ ナレーションは女性の方が良い。どのくらいの費用がかかっているのかが気になる。（男性50代／第1号被保険者）
 - ・ 遺族年金のくだりの描写には、もう少し配慮が必要だと思う。「災害で支払えない」のくだりの描写がわかりづらかった（女性20代／不明）

特になし（意見数：47）

- 4種類どの動画においても、「市役所、区役所、町・村役場」が最も高く5割前後。
- 「年金事務所など」「テレビ」が3割強で続く。
- 「免除・猶予手続促進」に関する動画では、「ハローワークなど就職支援機関」。「障害年金」に関する動画では「病院など医療機関」がどちらもおよそ4割弱と、他の動画に比べて高くなった。
- 「インターネットサイト（公共機関のホームページ・Youtube/ニコニコ動画など）」「スマートフォンアプリ」など、PCや携帯電話での視聴が主になるものについては1割前後と、他のチャンネルに比べて低く、バーチャルではなくリアルでの接触が求められていることがうかがえる。

Q. それぞれの動画について、どこで流れていけば見たいと思いますか。



「インターネットサイトにパンフレットがあったら読んでみたい（読みたかった）」と答えた回答者に対し、具体的にどのようなサイトで読んでみたい（読みたかった）かを聴取。

- ・パンフレット同様、日本年金機構のホームページや、市役所・区役所などの公的機関のホームページで見たいという意見が多く、また目につきやすいという点でポータルサイトやネット広告で見たいという声があった。
- ・動画サイトについても親和性が高いためか、ニコニコ動画やYoutubeなどの声が多くあった。
- ・その他、転職サイトや結婚サイトなど、人生の節目に関係がありそうなサイトがあげられた。

Q. これらの動画をインターネットサイトで視聴したいとお答えいただいた方にお伺いします。具体的に、どのようなサイトで視聴したいか、ご自由にお答えください。（日本年金機構のホームページ、専門家による解説サイト など）

●公共機関

- ・年金機構や市区町村のHP。（男性40代／第1号被保険者）
- ・市役所HPや各種手続き検索で視聴できるとよい（女性40代／第1号被保険者）
- ・住んでいる市のHP（女性50代／第3号被保険者）
- ・年金専用サイト（男性40代／第2号被保険者）

●ポータルサイト・ネット広告

- ・サイトではなく広告バナーで流したらいいと思う（男性30代／第2号被保険者）
- ・主要ポータルサイトにバナーをはり各ページに飛ぶ方法がいいと思います（男性40代／第2号被保険者）
- ・宣伝広告でさわりの部分だけ流せば目にとまり自分で年金機構などのホームページを見たいと思う。（女性50代／第1号被保険者）
- ・ヤフーにバナーを貼り、そこからリンクして視聴したいです。（男性40代／第2号被保険者）
- ・ヤフーなど、年金自体を調べていないけれども日常よく目にするサイト（女性30代／第3号被保険者）

●ニコニコ動画・Youtube

- ・ニコニコ動画、Youtube等の若い世代に対して、アピールしたほうが良いと思う。（男性20代／第2号被保険者）
- ・Youtubeのコマーシャル（女性20代／不明）

●SNS

- ・ツイッター・フェイスブックのSNSで興味を引くのも良いと思う。（男性20代／第2号被保険者）

●その他

- ・病院、建築サイト（女性20代／第2号被保険者）
- ・転職サイトや、結婚サイトなど（女性30代／第2号被保険者）

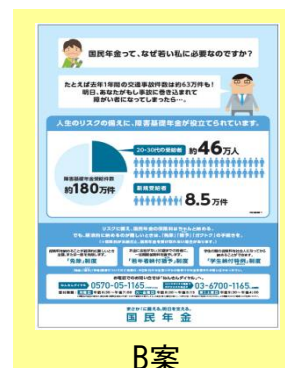
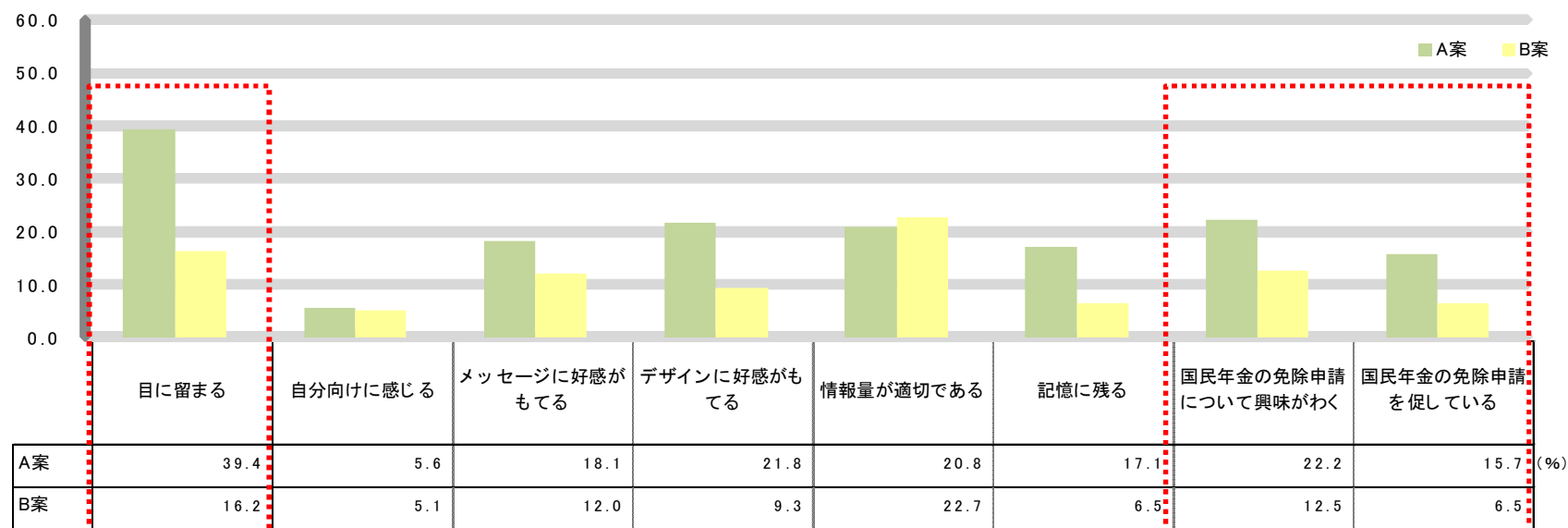
ポスターについて

3-2. 調査結果：ポスターの印象

30

- 「情報量が適切である」を除くすべての項目において、A案がB案よりも高くなった。
- 「目に留まる」において、A案が39.4%、B案が16.2%と、20ポイント以上の差が開いた。
- 「国民年金の免除申請について興味がわく」はA案が22.2%、B案が12.5%。
- 「国民年金の免除申請を促している」は、A案が15.7%、B案が6.5%となった。

Q16. それぞれのポスターについて感じたことをすべてお選びください。



- ・ メリット・デメリットをしっかりと書くことで免除・猶予の申請を促すという声が多くみられた。
- ・ また受け手に響く内容にするため、ターゲットを明確にし、その人の背景に沿ったメッセージにすべきという意見もあった。

Q17. このポスターは、経済的な理由で国民年金の保険料を納めたくても納められない方のために免除・猶予の制度があることをお知らせし、免除・猶予の申請を促すために作成しています。どのようなポスターであれば、免除申請をするために市役所、区役所、町・村役場に行くと思いますか。ご自由にお答えください。

● メリットをアピールする

- ・ 「お得になる」という文言を付ければ良いと思う。
- ・ 後々、お金が余分にかからない事をわかりやすく明記すれば、免除申請をするために市役所などに行くと思います。
- ・ 申請することがメリットになると感じた人は、免除申請に行くのではないか。
- ・ 免除申請をするメリットを、具体例をあげて説明する。

● デメリットを明記する

- ・ 年金を納めなかった場合のリスクについて書いてあったらいいと思う
- ・ 保険料を納めなかった場合のデメリットをもっと強調してもいいと思う。
- ・ 未納のままとなぜいけないのか、不都合なことは何か、の理解を促す内容ではない。ほったらかしにしておくのが役所側にとって不都合だから免除申請の意志を確認するための都合が目的で本人にとってのメリットが伝わらない
- ・ 年金を払わないリスクをもっと強烈に訴えてほしい
- ・ 時に年金未納で差し押さえされることがあるよ、とお知らせする。（国家権力をちらつかせる）

● 免除・猶予という言葉のアピールする

- ・ 免除の文字が大きい
- ・ 免除・猶予という言葉を目前に。

● ターゲティングする・共感を呼ぶ内容にする

- ・ A案のように、支払いのできない人の心情を代弁したようなフレーズがあると、行動したくなると思う。
- ・ 自分自身が一度思ったことがあるシンプルな気持ちを全面的に打ち出していくといいと思います。
- ・ 自分の状況と当てはまる内容が、簡潔に記されているもの。
- ・ 自分に該当すると思わない限り、気に止まらないと思うので、どんな人が該当するかを明記した方がいいと思う。
- ・ 保険料を納付できないことが気にかかっている人にとってビビッた惹句が大きく書かれていけば行くようになるのではないかな。
- ・ ポスターにもあるが、実際に収める事が出来ない人のシチュエーションを、分かりやすく心に響く文言で見せる必要があると思う。また、未納になっていることで、今現在は問題ないが、老後や有事の際に困ることになる場合があると言う事を分かってもらう。

● 手続き手順を明記する

- ・ どのような手続き手順なのかわかればいい
- ・ 免除までの流れの説明が書いてあったほうがよい。

● その他

- ・ ポスターの内容より設置場所が問題でしょう。
- ・ 若者に人気のあるタレントを使う
- ・ 情報としては十分だと思う。年金不信のような人は、何をしても行かない。
- ・ Aのようなわかりやすく、シンプルなポスターと、タイプ別診断テストのようなyesかnoかで進めていくマップのようなもの。どのような手続きをするべきか、診断結果で分かるようにすると良いと思います。
- ・ 学生向けに、大学や専門学校に掲示。国民年金は払うということを教育の場で教えるのはどうか
- ・ 二次元バーコードをつけて、このポスターの情報を取り込んだ時に役所の案内が持ち主の住まいのそばを認識し、役所案内を表示するなどの工夫があるとよいのでは
- ・ ポスターを見るかどうか問題だともうから、コンビニにでも貼った方がいいと思う

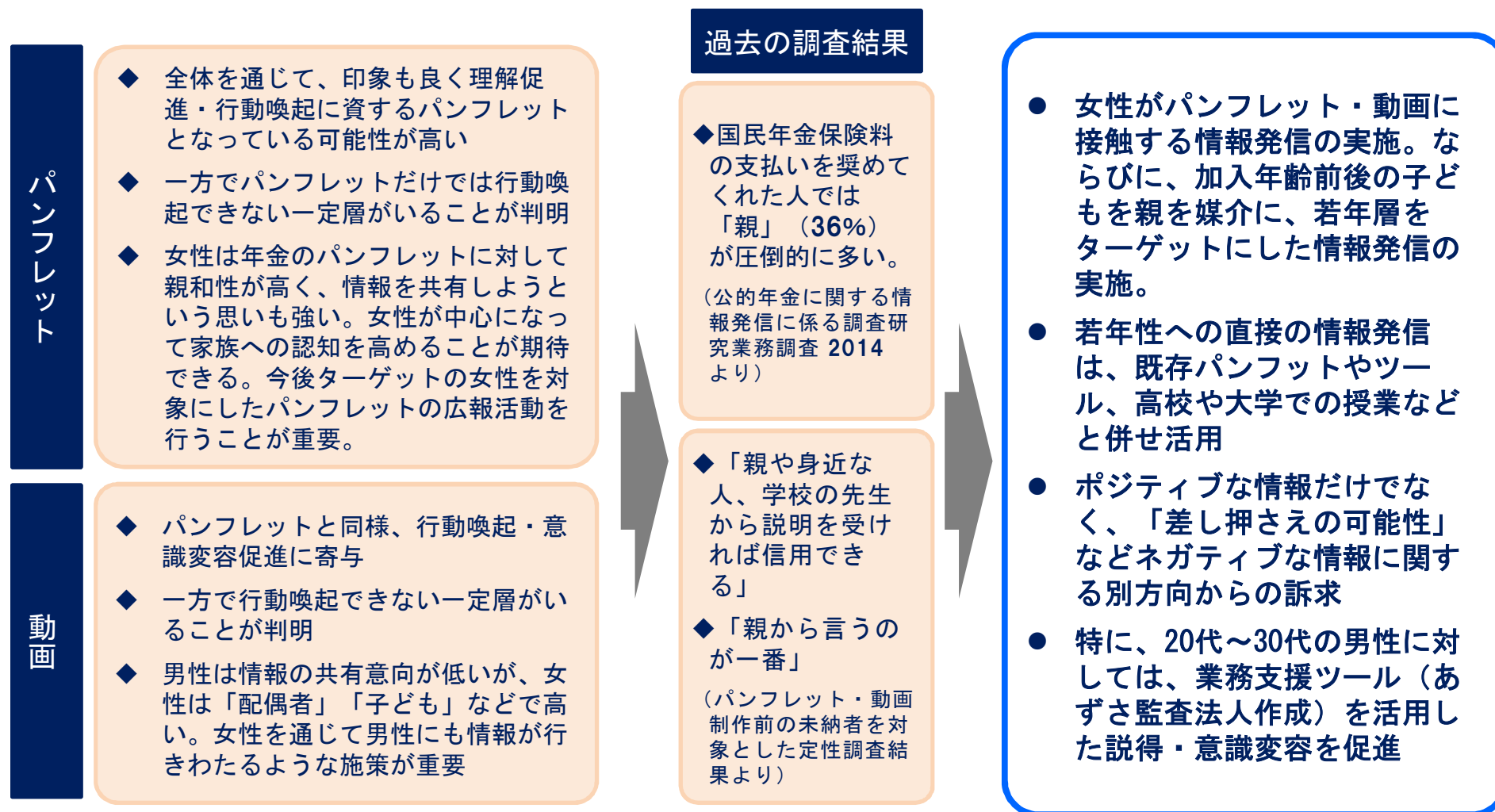
3. 分析結果

印象	簡潔 50.9%	わかり易い 48.1%	■ 女性は「手にとってみたいと思う」「年金に関するパンフレットとしてふさわしい」「信頼感がある」において男性より高く、半数以上が「年金に関するパンフレットとしてふさわしい」と回答。特に20代女性は6割近くを占め、本パンフレットが女性に対して親和性、信頼性が高い様子がうかがわれた。
行動喚起	支払おうと思う 35.2%	支払おうと思わない 27.8%	■ 「保険料を支払おうと思う」と回答したのは35.2%で、「思わない」を上回った。「年金について詳しく調べようと思う」「免除や猶予の申請をしようと思う」などでは「思う/思わない」が拮抗している。 ■ 男女で比較すると、女性のおよそ半数が「保険料を支払おうと思う」と回答しており、パンフレット閲読をきっかけに保険料の納付を行うとしている。さらに、「パンフレットの内容について、数年後に思い出す」や「年金について詳しく調べる」ことに対して、30代以上の女性の約半数が「思う」と回答しており、特に女性にとって、パンフレットが一定の印象を残し、行動を促すきっかけになっている様子がうかがえる。 ■ 一方でおよそ3割弱が「思わない」と回答しており、パンフレットによる制度認知では納付をしない（＝断固として納付をしない）層の存在がうかがえる。
共有意向	配偶者 43.5%	女性 53.8%	■ 「配偶者」が最も高く、43.5%。「子ども」（40.7%）「親」（35.2%）が続く。 ■ 男女で比較すると、「配偶者」や「子ども」は女性の半数以上が読んでほしいと「思う」と回答しており、年金パンフレットに関する夫婦間、家族間での会話は、女性発信であることが多い傾向。 ■ 性年代で比較すると、男性の50代では「配偶者」（64.3%）、「子ども」（53.6%）が高い。「子ども」は50代女性も7割と高く、親が20歳前後になった子どもに読んでほしいと考えている様子がうかがえる。
	子ども 40.7%	50代男性 50.0% 50代女性 57.7%	

- ◆ 全体を通じて、印象も良く理解促進・行動喚起に資するパンフレットとなっている可能性が高い
- ◆ 一方でパンフレットだけでは行動喚起できない一定層がいることが判明
- ◆ 女性は年金のパンフレットに対して親和性が高く、情報を共有しようという思いも強い。女性が中心になって家族への認知を高めることが期待できる。一方、50代は男女とも「子ども」へ伝えたい意識が高い。今後ターゲットの女性ならびに親を対象にしたパンフレットの広報活動を行うことが重要

行動喚起	支払おう と思う 32.4%	支払おう と思わない 26.9%	■ 「保険料を支払おうと思う」と回答したのは32.4%で、「思わない」は26.9%。女性20～30代のおよそ半数が「思う」と回答し、若年女性の納付意向促進に効果があることがうかがえる
共有意向	配偶者 40.3%	女性 47.1%	■ 「配偶者」が40.3%で最も高く、「子ども」が35.6%で続く。特に「第2号被保険者」は、「配偶者」が6割、「子ども」が5割強と、家族に対する拡散意向の強さがうかがえる。 ■ 男女で比較すると、女性20～40代では「親」「兄弟」が全体に比べて10～20ポイントほど高く、拡散意向の強さ（＝動画への信頼・評価の高さ）が感じられる。「子ども」については、男女ともに50代で高く半数が子どもに見てほしいと感じていることがわかった。パンフレット同様、加入年齢に近いと思われる子どものいる親が子どもに読んでほしいと思っている様子<u>が</u>うかがえる。
	子ども 35.6%	50代男性 50.0% 50代女性 57.7%	
接触ポイント	市町村等 49～52%	スマート フォン 10～12%	■ 8種類どの動画においても、「市役所、区役所、町・村役場」が最も高く5割前後。 ■ 「インターネットサイト（公共機関のホームページ・YouTube/ニコニコ動画など）」「スマートフォンアプリ」など、PCや携帯電話での視聴が主になるものについては1割前後と、他のチャンネルに比べて低く、バーチャルではなくリアルでの接触が求められていることがうかがえる。

- ◆ パンフレットと同様、行動喚起・意識変容促進に寄与
- ◆ 一方で行動喚起できない一定層がいることが判明
- ◆ 男性は情報の共有意向が低い、女性は「配偶者」「子ども」などで高い。女性を通じて男性にも情報が行きわたるような施策が重要
- ◆ 男性でも、50代は「子ども」への共有意識は高い。加入年齢に近い子どもの親への広報活動にも効果が期待



第9回 検討会	市町村における国民年金等の手続 促進に係る情報発信モデル事業	国民年金保険料の給付促進に係る 情報発信モデル事業
	■ パンフレット 修正版ご確認 ■ 映像 修正版ご確認 ■ ポスター ご確認 ■ 制作物の周知・拡散方法	■ 講義教材 修正版ご確認 ■ 映像 修正版ご確認