

主要課題と目的

「就職フェア」への来場者数減少と来場者の高齢化傾向に歯止めをかけたい。

福祉人材センターの知名度の向上を図りたい。

方針

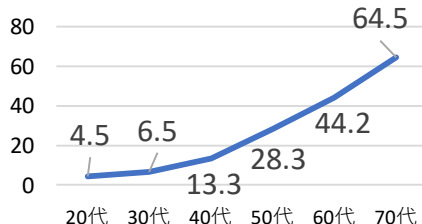
【限られた財源による広告効果の最大化】

【ターゲットとなるコア世代に向けた出稿先の再編】

【若年層に対する訴求力の向上】

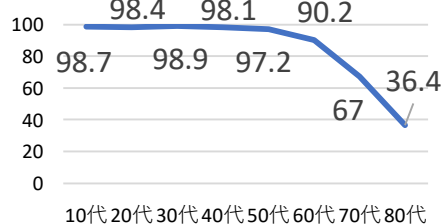
原状

新聞行為率(=新聞購読率)(%)



2020厚労省「国民生活調査」参照

年齢階層別インターネット使用率(%)



2023総務省「通信利用動向調査」参照

取組み

【限られた財源による広告効果の最大化】

★広報手段の採用にかかる予算の再配分

- 新聞広告の大幅削減
- 交通広告の大幅削減
- 求人誌広告等の大幅削減 等、オフライン広告の大幅な縮小

【ターゲットとなるコア世代に向けた出稿先の再編】

★オンライン広告の積極採用

- リスティング広告の実施
- エリアターゲティング広告の実施
- 広告プラットフォームの多様化 等、オンライン広告の拡大

【若年層に対する訴求力の向上】

★SNS等を活用した広告の実施及びグッズ等の配布

- instagram,LINEアカウントを開設しLPに誘導
- インフルエンサーによる広報の実施
- インフルエンサーと直接出会う場を提供（フェア会場）
- バレンタイングッズの開発と配布等来場者特典の設定



▲前年比140%動員増を記録