

背景・目的

就職フェア開催の周知にあたり、以前から広告を掲載していた地域の情報誌(フリーマガジン)が令和7年6月をもって廃刊となったため、新たな広報手法を検討する必要が生じた。これを機に、今まであまりアプローチできていなかった層を含めた幅広い年代に対して情報を発信していくとともに、福祉人材の裾野拡大に向けて、SNS等の新たな媒体を活用した。

取組① Tver広告



■配信

- エリア：7市12町
(福祉人材センター所管エリア)
- ターゲット：18歳以上
- 配信期間：令和7年11月1日(土)～17日(月)

デバイス	表示回数	100%再生回数
スマホ・PC・CTV	33,838	31,725

● 年齢層別配信結果(上位4位)

- ① 50～59歳 11,713回(35%) ② 40～49歳 8,754回(26%)
③ 30～39歳 6,264回(19%) ④ 20～29歳 5,476回(16%)

■効果(特設ページ表示回数)

開設期間	R6第2回フェア (R6.10.15～11.5)	R7第2回フェア (R7.10.24～11.18)
表示回数	662	323

取組② Instagram広告

■配信

- エリア：7市12町(福祉人材センター所管エリア)
- ターゲット：20歳代～60歳代
- 広告表示種類：フィード、ストーリーズ、リール、発見タブ
- 配信期間：令和8年2月16日(月)～3月2日(月)

デバイス	表示回数	クリック数
スマホ・PC	206,545	1,347

● 年齢層別配信結果(上位4位)

- ① 45～54歳 54,527回(27%) ② 35～44歳 41,435回(26%)
③ 55～64歳 39,371回(19%) ④ 25～34歳 37,848回(18%)

■効果(特設ページ表示回数)

開設期間	R6第3回フェア (R7.2.18～3.18)	R7第3回フェア (R8.2.13～3.3)
表示回数	537	2,202

効果

福祉人材センターや就職フェアを周知するにあたり、新たな広告媒体を活用したことで、今まであまりアプローチできていなかった年齢層に対して一定の効果があつた。また、Instagram広告では、就職フェア特設ページの表示回数が大幅に増加し、来場者アンケートにおいても、来場動機として「Instagram広告」と回答した方が6名おり(16%)、効果的な広報を展開することができた。