



- 動画による認知拡大を最優先としつつ、具体的な支援行動につながるよう、二次目標として**特設サイトに誘導するための仕掛け・取り組みも盛り込む**

※R7は認知拡大を目的とし、YouTube広告とX広告を実施

- 三大都市圏などの県外向けだけでなく、**県内向けの風化防止対策を強化する**

- 主要キャンペーン期間（豪雨2年、地震3年）以外の期間も含め、**効果的・効率的なプロモーションを追求する**

観点)

- ・令和7年度は、広告配信していない間に公開した動画の再生回数が極端に少なく、制作した動画を有効活用できないケースがあった
- ・広告配信対象の母数が多い県外と、母数が少ない県内で同じ期間に同条件で広告を配信していたが、変える必要はないか
- ・広告の需要が高まり、配信単価が通常に比べて高くなる年末に広告資源を集中投下することが効率的なのか

- 動画などのコンテンツが継続的に増えていく中、**特設サイトの視認性・回遊性を向上させるとともに、訪問者の動きを分析し、分析をふまえて効果測定・サイトの改善ができるようにする**