

令和6年度地方における孤独・孤立対策推進事業交付金 事業実施報告書

【事業内容】

●孤独・孤立対策関連事業の実施

(1) 事業の概要

埼玉県において、より孤独感が高い傾向にあるとされる若い世代を対象に、YouTubeで「自分の心を守るために。頼ることは、誇らしいこと。」というメッセージを発信しながら、埼玉県孤独・孤立対策ポータルサイト及び埼玉県孤独・孤立対策官民連携プラットフォーム会員の取組を紹介する普及啓発広告を配信した。

配信後は視聴傾向を分析し、結果を今後の施策に活用することとしている。



(2) 事業実施の経緯・背景及び目的

令和5年2月に実施した「埼玉県人々のつながりに関する調査」において、20代～40代の若い世代に孤独感が高い傾向にあるという結果が出たことを受け、当該世代に対し、孤独・孤立対策の取組に対する関心を高めること及び「支援を求めることは良いこと」というメッセージを発信することを目的に、当該世代を主な対象とした普及啓発広告を作成しYouTubeで配信することとした。

また、今後の孤独・孤立対策を効果的に推進するため、視聴傾向を分析し、施策に活用することとした。

(3) 事業の成果及び工夫した点

1年の中でより孤独感が高まるとされる12月に、孤独・孤立対策啓発イベント「つながるSAITAMA フェスタ」の開催とあわせて、約1か月間の広告配信を行った。

広告の視聴回数は30万回を超え、50%以上の視聴者が広告を最後まで視聴した。また、埼玉県孤独・孤立対策ポータルサイトのアクセス数は通常時の2倍以上となり、多くの方の孤独・孤立対策に対する関心を高められたと考えられる。

(4) 事業の課題と次年度に向けての展望

20代～40代の現役世代の視聴者維持率は62%と高い傾向であった。同世代の登場人物が出るドラマ仕立ての構成が効果的だったと思われるため、次年度も引き続き同様の構成とし、よ

別紙2

り現役世代に届くよう、配信時間帯や広告媒体の検討を行う。

一方で、視聴回数は高齢世代が多かった。広告はユーザーの関心や過去にアクセスしたウェブサイト等をもとに表示されるため、高齢者の孤独・孤立に対する関心が高いことが考えられる。今年度は若い世代を主な対象として施策を実施したが、次年度以降は、高齢者を焦点とした施策も検討していく。

また、多くの方が埼玉県孤独・孤立対策ポータルサイトのアクセスしてくれるようになったため、より充実した、必要な情報にアクセスしやすいポータルサイトに改修し、情報発信を行っていく。