

平成27年国勢調査広報における新たな広報媒体

1. LINE

2. Facebook

3. Adjust

1. LINE

LINEとは？

スマートフォンで通話やチャットなどが無料で楽しめるコミュニケーション・サービス(アプリ)。「友だち」として登録しているユーザーとのやりとりを行うことができるほか、有名人や企業などと友だちになったりできる「公式アカウント」などがある。文字のほか、スタンプ※によるやりとりが大流行している。2013年4月30日現在、国内利用者数は4,500万人を超える。

LINE広報で期待される効果

- 無料スタンプを提供することにより、国勢調査に関心のない者に対して、国勢調査について知る「きっかけ」を与える
- 「友だち」登録したユーザーに対して、直接情報提供を行う
→調査困難な若年層、ビジネス層に対するアプローチ
- スタンプの利用、拡散により「センサスくん」の認知度を高め、他の広報媒体への意識を上げる

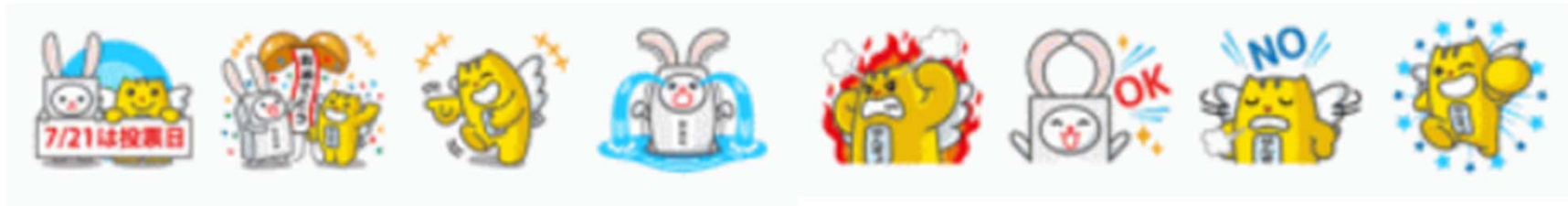
※ LINEスタンプとは？



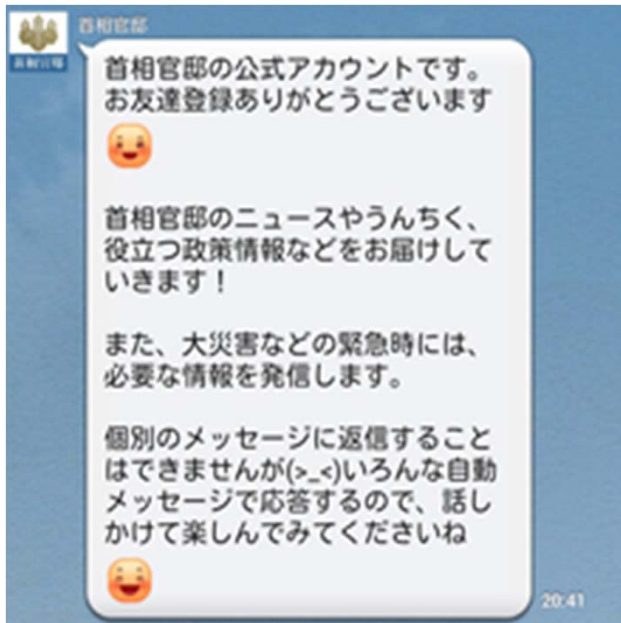
メールの絵文字のように、やりとりに利用するキャラクター画像。LINEがオリジナルで発行しているスタンプの他、有料で提供されるキャラクター及び企業がブランドPR等のために無料で提供するスタンプが存在する。

無料キャラクタースタンプは「使ってもらえる広告」！！

【参考】「総務省 参院選2013 めいすいくん&箱うさ」無料スタンプ
(友だち追加でスタンプを提供)



1. LINE



利用方法

○公式アカウントを設定し、同時にスタンプの配布を行う(「友だち」登録への誘導)

○「友だち」に対して、メッセージ送付を行う。メッセージはオンラインの管理画面により、自身で作成、投稿する

コスト

公式アカウント設定：1000万円(12週間、7メッセージ送付)

スタンプ配布：1500万円(4週間、8種類のスタンプ)

※いずれも税別価格

2. Facebook

Facebookとは？

世界最大のSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)。実名で登録したユーザーが友人との交流(情報の共有やメッセージの交換等)を行うほか、企業、ブランド、有名人や同好会等組織などが設定した「Facebookページ」を通して交流を図ることができる。

2013年7月8日現在、国内利用者数は1,960万人を超える。

Facebook広報で期待される効果

○開設した「国勢調査Facebookページ」に「いいね！」と言ったユーザーの行動が、友人のページに表示されることにより、国勢調査ページが広く拡散される

○広報サイトへの誘導

○「いいね！」の数や書き込み内容により、国民の反応を把握する

○国民との距離を縮め、親近感を増加させる

2. Facebook



利用方法

○「Facebookページ」を設定し、情報提供を行う。ページの管理はオンラインの管理者用パネルにて自身で作成、編集する

○「Facebookページ」へ「いいね！」をするユーザーを増やすよう、当該ページ自体を他の広報媒体でも周知し、宣伝する

コスト

「Facebookページ」開設：無料

「Facebook広告」掲載：期間、インプレッション数に応じて予算を任意設定

3. Adjust

Adjustとは？

対象とするターゲットを絞り、それにふさわしいウェブサイトへ広告を配信するサービス。(株)電通の子会社である(株)サイバー・コミュニケーションズによって運営される。広告配信先となるウェブサイトは、新聞・ニュース、金融・ビジネス、総合ポータルサイト、テレビ・ラジオ、スポーツ・芸能、生活情報、IT等の様々なジャンルに渡り、年齢、性別、志向別に対象を絞ることが可能。

Adjust広報で期待される効果

- 若年層、ビジネス層、主婦層、高齢層など広報の訴求対象にピンポイントに情報を提示する
- Facebookページ及び広報サイトへの誘導
- 親近感を増加させる

3. Adjust



コスト
インプレッション数、
期間、サイズにより、
予算を任意設定

利用方法、パッケージ例

○対象層を設定、それにふさわしいパッケージを選択し、広告配信を依頼する

【パッケージ例】
(主婦パッケージ)
クックパッド、オレンジページnet、
きょうの料理、こどもと遊ぼう、等

(ビジネスブロードパッケージ)
日本経済新聞電子版、毎日jp、
時事ドットコム、47NEWS、tenki.jp、
ゴルフダイジェストオンライン、等