

2024 年度 WG4 活動報告(サマリー)

2025 年10月6日 健康長寿産業連合会 WG4

WG4 では、国民の健康リテラシー向上に資する啓発活動に取り組んでいます。

2024 年度は、若年層(新入社員～4 年目を中心とした Z 世代)の新しい価値観を基に Well-being 視点に基づいたヘルスリテラシー向上策として、会員企業自治体との地域課題を踏まえたヘルスリテラシー向上に取り組みました。

そのフィールドとして、仙台市が市民向けに運営する Instagram「だてきち」を活用、同市と WG4 が共同で、1 か月間にわたりプレコンセプションケアに関するコンテンツ配信を実施しました。

WG4 では、企画の提案・実行サポートを実施、また配信終了後は、自走運用を実現するための運用マニュアルやガイドライン等をまとめ、健康長寿産業連合会会員企業へ配布提供いたします。

本報告では、その取り組み内容と成果についてまとめています。

1. 実施概要

- 時期:2025 年 3 月(3 月 14 日、19 日、26 日、28 日の計 4 本投稿)
- 媒体:仙台市健康福祉局健康政策課運営 Instagram「だてきち」公式アカウント
- テーマ:プレコンセプションケア(国際女性デーに連動)
- 内容:レシピ動画・啓発コンテンツを Instagram リール形式による情報発信
- URL:https://www.instagram.com/datekichichi_sendai/

2. 具体的な SNS 施策

- ターゲットの絞り込み
 - 健康経営度調査項目にもなった「プレコンセプションケア」に関するコンテンツを発信。
プレコンセプションケアについて発信をしているアカウントが少ないため、ヘルスリテラシーの中でも、若年層女性にターゲットを絞り運用を実施。(アカウントのターゲットを絞る方が、フォロワー増加が見込みやすい)
- 動画の作成の工夫
 - Instagram 内でおすすめ表示の音楽や親しみやすいイラストを使用
 - (これまで「だてきち」ではリール投稿が少なかったため)リール投稿の実施と、3 秒以内にシーンが切り替わる構成で、飽きずに最後まで見てもらえる工夫 など
- アカウントプロフィールの変更
 - 「だてきち」アカウントのプロフィールを、よりキャッチーに親しみやすく、何を発信しているかわかりやすいように調整。
 - emoji を加えることで、視覚的な親近感や楽しさを演出 など
- ストーリーズの活用
 - 投稿内容をストーリーズにも掲載することで、投稿したことのお知らせにもつながる
 - ストーリーズ機能(質問、アンケート、クイズ、投票)を活用し、フォロワーとの交流を促す など

3. 数値成果

指標	投稿前(2025/1/18~2/16)	投稿後(2025/3/14~4/6)	増加量
閲覧数	2,215 回	23,629 回	約 10.7 倍
いいね数	7	62	約 8.9 倍(過去最大)
フォロワー数	403 人(2/16 時点)	487 人(4/6 時点)	+84 人(+20.8%)

- 閲覧数といいね数は本施策実施前と本施策実施中の一定期間で比較
- いいね数は「3 桁」には届かなかったが、過去最高の 7 いいねから大幅改善。
- フォロワー数は限られた投稿数(4 本)にも関わらず+84 人増。
- 自治体アカウントではフォロワー500 人が一つの目安とされる中、到達目前。
(※フォロワー数:2025 年 8 月 1 日現在 505 人)

4. 仙台市役所内での反応

- リール形式で短く、テンポがよいため、流し見でも「プレコン」という概念が自然と入ってきた。
- 役所っぽくなく、世間的にはなじむ。おしゃれな動画で若い女性好み。
- 調理動画を動画で見られることが「自分もやってみたい」という意欲につながった。
- 文字が動画に重なる表現に見慣れておらず、内容が頭に入りにくかった。
- 後半の動画展開が早く、内容を十分に把握しきれないという声があった。キャプションや概要欄での補足が望まれる。

5. 将来的に、運用を自走するための施策提供

- 運用マニュアルとガイドラインの提供
- 投稿テンプレートとデザイン素材の提供
- コンテンツカレンダーの事前作成
- 数値記録シートの共有

以上