

事業完了報告書（大阪府教育委員会）

調査研究期間等

調査研究期間	委託を受けた日 ～ 令和7年3月12日
調査研究事項	<p>≪委託研究：夜間中学における教育活動充実に係る調査研究≫</p> <p>Ⅱ. 広報・相談体制の充実に関すること</p>
調査研究のねらい	<p>○ 義務教育の学びを必要とする大阪府民が、夜間中学についての情報をよりスムーズに得ることができ、府内の夜間中学に就学できるようにするため、より効果的な広報の手法について研究を進める。</p> <p>このねらいのために業者と連携し、ターゲティング広告の手法を採り入れ、夜間中学を必要としている方がどこに居住しているか、どのような年齢層の方が夜間中学の学びを求めているのか等、ターゲットを明らかにし、今後の広報展開に資するものとしたい。</p>
調査研究の成果	<p>○ インターネット広告の活用について</p> <p>①目的</p> <p>今までに制作したポスター・チラシという広報媒体を活用した広告に加えて、より夜間中学での学びを必要としている層をターゲット層として定め、ピンポイントに広報活動を展開していく手法について研究した。</p> <p>②実施内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンライン広告用のバナー作成（10月・11月） オンライン広告で使用するバナーのデザインを検討し、表示場面を想定の上、3種類のサイズで作成した。 ・業者選定とディスプレイデザイン作成等の準備（10月・11月） ターゲティング事業者を選定し委託契約を結び、ターゲット層を選定するためのキーワードや広報期間、インターネット上に掲載するディスプレイデザインの検討を行った。業者を含めて検討した結果、特定のキーワードを検索したインターネットユーザーに広告を表示する方法は、夜間中学の認知度の低さや多言語対応が現状困難であることを鑑みると、広告表示が限定的になることが予想されるため、今回は、特定のキーワードに絞らずにYahoo!ディスプレイに表示することで、多数のユーザーが見ることができるディスプレイ広告を採用した。 ・インターネット広告の内容方針の確定と運用開始（12月・1月） 令和7年度入学案内の開始にあわせて、配信期間を12月2日

から1月31日とし、地域は大阪府内、年齢は15歳以上に表示されるよう全年齢の男女を配信条件に、期間中のバナークリック総数を14000回以上と設定し運用を開始した。設定条件に合うユーザーに無作為に、Yahoo!ディスプレイ広告としてYahooのページにバナーが表示されるようにし、バナーをクリックすると、府ホームページの夜間中学案内のページにつながるように設計した。

③調査研究の総括

(1) 成果と課題

最終的にバナーの表示回数は1700万回、クリック回数のはのべ5万回を超えた。分析結果からは、どの年齢層からも府のホームページにアクセスしてもらえたことがわかった。特に40代以上のアクセス数が多く、その中でも40～44歳、55～59歳の層からが多かった。また、地域別に見ると、各市町村からのアクセスがあったが、その中でも夜間中学設置市を含む地域はクリック率がやや高い傾向が見られた。また、表示回数やクリック率の高い市町村を把握することができた。時間帯で見ると、午前中からアクセスされているが、特に22・23時の時間帯のアクセス数が多かった。バナーを表示させる地域もAIが傾向を分析するとの業者の説明であったため、バナー表示の特に多かった市町村には、個別に働きかけていきたい。

なおディスプレイ広告では、18歳未満が一括して分類され、15歳から18歳の年齢層にどれだけ届いたかが把握できないため、この年齢層についての把握は課題である。

(2) 総括と今後の展望

紙媒体（ポスター・チラシ）以外の新たな広報手段として、インターネット広告は今回はじめての試みであったので、業者からの報告があるまで、どのくらいの方に情報が提供できるかが不安であった。バナー作成の手順や表示方法など手探りで進めたが、もしまた機会があれば、さらなる表示の方法（一度ディスプレイ広告をクリックされた方へ繰り返し広告を表示する等）も検討したい。

また、ディスプレイ広告を表示された方が夜間中学につながったかどうかの追跡は研究期間外になるため、最終的な状況把握は次年度以降になる。

調査研究をふまえた今後の取組み方針としては、令和7年5月に実施する府独自の実態調査において、府内のどの市町村から何人がどの夜間中学に入学したのか、ターゲティング広告がどれだけ入学希望生に届いたか、また、生徒の国籍や年代、夜間中学を知り入学するに至った経緯等について確認し、令和7年度の取組みに生かしたい。