

令和 7 年度国債広告について トップリテラー会議用説明資料

2025/06/09

dentsu

株式会社 電通東日本

広告の趣旨・目的

(1) 背景・考え方

令和6年度は広告の目的を販売促進とし、メインターゲットを既存の主な購入者層である50歳以上とし、個人向け国債等の購入を目的とした金融機関店舗（WEBサイト含む）への誘導を図ることとしたところ。令和7年度も同様のアプローチで、個人向け国債等の商品性の魅力を訴求し、購入につながる広告展開を実施することとする。

(2) 目的

販売促進。既存の主な購入層である50歳以上の世代をメインターゲットに、金融機関店舗（WEBサイト含む）への誘導を図る広告を行いつつ、勤労世代や若年層も含めた購入者層の拡大を目指す。

(3) 訴求対象とアプローチ

- ①メインターゲットの既存の主な購入者層である50歳以上の世代については、テレビCMや新聞広告等を中心に活用し、金融商品の購入経験・未経験等を考慮しつつ、購入判断を促すような広告を実施する。
- ②メインターゲット以外の勤労世代や若年者層については、SNSやインターネット広告等を中心に活用し、金融商品の購入経験・未経験等を考慮しつつ、認知・商品理解を促すような広告を実施する。
- ③金融商品購入経験者には、金融資産ポートフォリオにおけるローリスクの中核的な商品として、金融商品購入未経験者には、投資判断をする上で必要な個人向け国債等の商品性等を丁寧にわかりやすく説明し、投資の入口に適した商品としてアピールする。
- ④訴求対象を具体的に想定し、それぞれの訴求対象に最も有効な表現を使用する。
また、訴求対象に応じて、媒体を使い分けることも可とする。

個人向け国債の広報のターゲット

令和7年度の広報では、50代以上をメインターゲット、勤労世代及び若年者層をサブターゲットに設定。
金融商品購入経験を踏まえてゴールを設定し、最適な広報施策を展開することで購買につなげる

メインターゲット

サブターゲット

金融商品購入経験者

50歳代以上

金融商品や個人向け国債の
主な購入層であり買い増しや
償還後の再購入を促進

個人向け国債に対する
共感から購買意欲を向上。
金融機関への誘導を行う

金融商品購入経験者

勤労世代や若年層

金融商品や個人向け国債の
購入経験があり購買意向が
高いため積極的にアプローチ

国債の生活価値を伝え
ポートフォリオに加える。
金融機関への誘導を行う

金融商品購入未経験者

50歳代以上

個人向け国債を知っており
商品性や魅力について
知識を保有している

個人向け国債に対する
共感から購入検討につなげる。
金融機関への誘導を行う

金融商品未購入経験者

勤労世代や若年層

個人向け国債の認知及び
魅力のスコアが低く
認知向上が必要な層

個人向け国債に対する
共感から購入検討につなげる。
金融機関への誘導を行う

購買意向が高い

購買意向が低い

母数が少ない

母数が多い

広報コンセプト

「^イ現在^マのこの幸せを、^サこの^キ未来もずっと。」

ささやかな今の暮らしを続けるために、今個人向け国債を選ぶ。

すでにメッセージとして発信され、広報資産となっている

「国債には愛がある（KOKUSAIにはAIがある）」も踏まえて

「“安心な将来”に向けた支えとなる金融商品」という本質価値を軸に、

生活者が求める生活に寄り添った広報展開を行うことで共感を獲得。

個人向け国債の購入意欲を向上し、金融機関への訪問を促進することで販売に貢献

わたしの幸せ、 このまま続け。

目の前にある愛おしい時間にふと想う。
将来も同じように味わいたい幸せを
今よりすこし積極的に守っていこう。
話してみませんか、個人向け国債のこと。



全体スケジュール

戦略・コンセプトに基づき、訴求対象に合ったメディア施策を効果的なタイミングで実施。
特にデジタル施策においては、逐次PDCAを検証しながら、効率的な運用を徹底する事で、行動変容を促進する。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
インターネット広告					配信							
SNS広告・動画広告					配信							
公式アカウント運用	運用・投稿											
WEBサイト					公開・運用							
WEBサイト新規コンテンツ (47都道府県・メディアタイアップ)					公開・運用							
テレビCM					オンエア				オンエア			
テレビパブ					オンエア/配信							
TVer					オンエア/配信				オンエア/配信			
ポスター・パンフレット類			配布									
新聞広告					掲載				掲載			
PR取材撮影			実施									
新聞記事広告 (読売新聞)									掲載			
週刊誌タイアップ (週刊新潮)									掲載			
ラジオタイアップ (TOKYO FM)					放送				放送			
					※時期調整中				※時期調整中			

個人向け国債TOP デザイン趣意

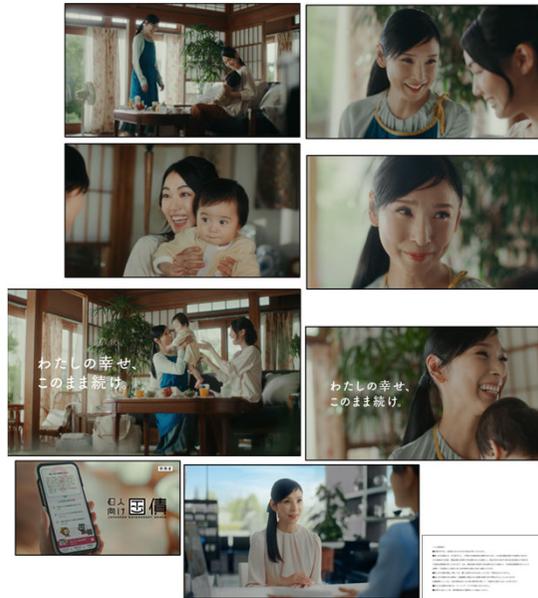
安心できる資産のカタチである国債、それを端的に表現するために
曲線を中心とした形状を多く採用し、優しいUIに。

分かり易い表現を用い、ナビゲーションやページ内のテキストには、
淡い色に丸みを帯びたゴシックをゆったりと配置することで、堅すぎず国債を身近なものへと印象づける。



テレビCMクリエイティブ

〈8月募集：娘の新しい家族編〉



黒木さん 立派な母親になっちゃって…

娘 まだまだ、元気でいてね！

黒木さん 当然でしょ！

黒木さん(心の声) わたしの幸せ、このまま続け。

黒木さん(心の声) 暮らしを守る「個人向け国債」。
詳しくは、お近くの金融機関へ。

〈12月募集：息子の新社会人編〉



黒木さん おはよう。もう立派な社会人ね！

息子 少しは楽しませないかね！笑

黒木さん …なに言ってんのよ。

黒木さん(心の声) わたしの幸せ、このまま続け。

黒木さん(心の声) 暮らしを守る「個人向け国債」。
詳しくは、お近くの金融機関へ。

テレビCMの実施方針

メインターゲット&サブターゲットそれぞれが、テレビCMを通じて大切な人との会話を生み出す。メインとサブターゲットへのリーチ効率最大化展開

CM放送内容

【期間】 夏：25年8月7日～8月20日（計14日間） ※現状予定

冬：25年12月8日～12月21日（計14日間） ※現状予定

【出稿パターン】 全日型（5時00分～24時00分）

【放送量】 夏/冬 ともに100PRP

新聞広告

わたしの幸せ、このまま続け。

目の前にある愛おしい時間にふと想う。将来も同じように味わいたい幸せを今よりすこし積極的に守っていかう。話してみませんか、個人向け国債のこと。

満期までずっと元本割れなし
元本も利子も国がお支払い
ご購入も中途換金も1万円から
最低金利保証0.05% (年率)
年12回毎月発行

詳しくはお近くの金融機関窓口でご相談ください。

〇/〇(〇)募集開始 [募集期間] 令和0年0月0日(月)～令和0年0月00日(金)
※金融機関によっては、募集期間内であっても募集を終了する場合があります。

<p>変動10 利率は半年毎に変動します。償還期限：令和15年7月15日</p> <p>第159回債 変動金利型10年満期</p> <p>初回の利率の適用利率 (年率) [税引前] 0.00% [税引後] 0.000%</p>	<p>固定5 利率は満期まで変わりません。償還期限：令和10年7月15日</p> <p>第147回債 固定金利型5年満期</p> <p>利率 (年率) [税引前] 0.00% [税引後] 0.000%</p>	<p>固定3 利率は満期まで変わりません。償還期限：令和8年7月15日</p> <p>第157回債 固定金利型3年満期</p> <p>利率 (年率) [税引前] 0.00% [税引後] 0.000%</p>
--	---	--

スペシャルムービー公開中
個人向け国債



わかりやすいパンフレットもご用意しております。
※税引後の利率は、20.315%の税金が差し引かれた利率であり、小数点第3位未満を切り捨てて表示しています。※発行日：令和5年7月18日 ※発行価格：額面金額100円につき100円 ※償還金額：額面金額100円につき100円(中途換金時と同じ) ※最低額面金額1万円 ※利払日：年2回(毎年1月15日及び7月15日)

個人向け国債
JAPANESE GOVERNMENT BONDS
元本割れなし 国が発行 1万円から購入可能

◆年率

募集告知の実施方針

全国の地方紙を網羅する全国地方紙連合会と連携し、ブロック紙・地方紙計47紙(約1,300万部以上の発行部数)を活用。新聞広告(半3段モノクロ広告を夏/冬 募集開始日当日朝刊)を掲載してリーチを伸長させる。

新聞広告内容

- 【掲載紙】全国ブロックと地方紙 47紙
- 【掲載時期】夏：25年8月7日(木) ※現状予定
冬：25年12月8日(月) ※現状予定
- 【仕様】半3段・モノクロ(各期1回掲載)

ポスター/パンフレット/チラシ

金融機関の要望を踏まえ、各種営業支援ツールを作成



個人向け国債 ポスター/チラシ

その「もしも」にも、あの「まさか」にもゼロともしない。そんな数々の安心感こそ、個人向け国債の一番の魅力。まだまだ続くその人生に、ゆるぎない大きな安心をひとつ。

01 期間ゼロ！元本割れなし
02 元本も利息も国がお支払い
03 運用利率0.05%（年利）
04 1万円から購入可能
05 年12回毎月発行

詳しくはお近くの金融機関窓口でご相談ください。

商品名	期間	元本割れ	運用利率
10年定期付戻債	10年	なし	0.05%
5年定期付戻債	5年	なし	0.05%
3年定期付戻債	3年	なし	0.05%

ライフプランに合わせて3つの商品から選べます。

STEP 1 元本割れなし
STEP 2 元本も利息も国がお支払い
STEP 3 運用利率0.05%（年利）

詳しくはお近くの金融機関窓口でご相談ください。

個人向け国債の商品性の比較

STEP 1 取扱金融機関をチェック！
STEP 2 持ち物を準備して、金融機関へ
STEP 3 専用口座を開設してよいよ購入！

個人向け国債ユーザーになりました！

個人向け国債 パンフレット(A4巻三つ折)



法人や団体でも買える 新窓販国債

詳しくはお近くの金融機関窓口でご相談ください。

新窓販販売方式
● 5万円購入で3億円まで購入できます。
● 毎月購入できます。
● 市場でいつでも売却が可能です。

新窓販国債 ポスター/チラシ

国債は、お近くの金融機関でお求めいただけます。

国債	10年定期付戻債	5年定期付戻債	3年定期付戻債
償還方法	償還金	償還金	償還金
利率	発行時に市場実況に基づき事前決定	固定利率	固定利率
購入単位	1万円単位	1万円単位	1万円単位
発行	毎月12回発行	毎月12回発行	毎月12回発行

マンガもわかる！個人向け国債

個人向け国債の商品説明用リーフレット

個人向け国債商品説明用リーフレット

広報戦略の指針

ターゲットに興味喚起から金融機関への誘導・購買促進を図るため、

個人向け国債の全体広報で投下されるTVCMや新聞広告などの訴求と合わせ、
全体広報と同一の文脈を用いながら、地方に特化させた広報展開を行う

さらに

アプローチ方法の方針

3つのエリアに対して、個人向け国債の商品性理解を促すことはもちろん
個人向け国債の自分ごと化＝自分に関係のある金融商品であるという気づきを与える

個人向け国債の全体広報（コンセプト・各種広告展開）

全体広報と連動した
地方プロモーション エリア①福島県

全体広報と連動した
地方プロモーションエリア②長野県

全体広報と連動した
地方プロモーションエリア③富山県

全体広報と地方プロモーションを分断せず、統一広報展開として全体広報の戦略を受けた施策を展開

地方プロモーションの年間展開

令和7年度の地方プロモーションは、福島・長野・富山の3エリアで展開。
 広報コンセプトに基づき、各地域の特性に合った施策を効果的なタイミングで実施する事で、行動変容を促進する。

