

令和 7 年度広報計画（案）について

広報基本方針

1. 趣旨・目的

全国健康保険協会（以下「協会」という。）では、これまで、保険料率、財政状況、健康保険給付、健康づくりや医療費適正化の取組等について、ホームページや広報チラシ等を活用した広報に取り組んできたところ。

その際、協会設立時からの都道府県単位で自主自律の運営を行うとの方針に従い、保険料率広報などの一部の広報を除き、支部自らの創意工夫に基づき支部中心の広報を実施してきた。

同時に、第5期保険者機能強化アクションプラン（令和3～5年度）のもと、本部・支部間において統一かつ効率的な広報を推進するため、「協会けんぽ GUIDE BOOK」「保健事業～健康づくりへのサポート～（動画）」などの全支部共通広報資材を作成するなどの取組も進めた。

一方、厳しさを増す財政状況の中で、協会の運営を将来にわたって円滑に実施していくためには、協会財政の状況や健康づくり等の取組の内容・意義について、加入者・事業主により一層の理解を求めていく必要がある。また、各種制度改正に対応した周知広報への積極的な取組も求められている。

こうした状況から、今後、戦略的で効果的な広報の充実が強く求められるが、協会の広報対象は約4,000万人の加入者、約250万事業所と非常に多い。この特性を踏まえ、

- ①加入者や事業主の視点に立った分かりやすい広報を
- ②広報テーマや対象に応じた多様な手法を組み合わせながら
- ③本部・支部間の一層の連携と役割分担に基づき、統一的、計画的及び効果的に実施するため、本基本方針を策定する。

2. 基本姿勢

(1) 加入者・事業主目線で、分かりやすくアクセスしやすい広報を強化

加入者・事業主（以下「加入者等」という。）の視点に立ち、加入者等にとって分かりやすい表現で、レイアウトやデザイン等見やすさにも配慮した広報を行う。また、発信した情報へのアクセシビリティの向上に努める。

(2) テーマに応じ多様な広報媒体や手法を組み合わせ、効果的な広報を強化

「何を」「誰に」「どのように」伝えるか意識し、広報テーマや対象に応じた広報媒体や手法を選定したうえで、効果的な広報を実施する。従来から実施してきたチラシやメールマガジン等に加え、ホームページを情報発信の中核として位置付け、その内容の充実やアクセシビリティの向上に取り組むとともに、SNSを活用した多様な広報に取り組む。

(3) 本部は統一的観点から、支部は地域・職域特性を踏まえ、連携して広報を強化

本部と各都道府県に所在する支部という協会の組織特性を活かし、

- ・本部は、統一的に使用可能な広報コンテンツの作成等、全国で一律に周知すべき内容を中心とした広報を実施する
 - ・支部は、本部の広報及び、支部における地域・職域特性を踏まえ、事業計画との整合を図りながら、関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」や、加入者にとって身近な存在である健康保険委員を活用して、きめ細かな広報を実施する
- との役割分担のもと、連携して広報を行う。

(4) 評価・検証・改善のプロセス（PDCAサイクル）を回す

協会が実施する広報について、加入者、事業主、関係団体、健康保険委員等の意見を踏まえ、不断の改善を図る。

3. 広報テーマ

協会が取り組むべき主な広報テーマは以下のとおり。

(1) 健康づくりの取組

健診、保健指導、重症化予防といった健康づくりについて、加入者のQOLの向上などの意義に係る理解促進・取組推進が図られるよう広報に取り組む。

(2) 健康保険制度や各種給付金等の申請方法等の周知

加入者等の協会に対する信頼の基盤である迅速かつ円滑な事務処理を実現すべく、健康保険制度や各種給付金等の申請方法等について周知する。

(3) 協会の財政状況、医療費適正化等の取組

毎年度の保険料率広報のみならず、楽観視できない協会の財政状況や将来の見通し、保険料率の上昇を抑えるための医療費適正化等の取組等について周知・啓発し、協会の運営に対する加入者等の理解を深める。

(4) 制度改正などに対応したタイムリーな情報発信や周知

医療保険制度の改正等の動向を踏まえ、加入者等が円滑に保険診療や必要なサービスを受けられるよう、時宜に応じた周知広報に取り組む。

4. 広報計画の策定・実施

本部及び支部は、本方針及び当該年度の本部及び支部事業計画を踏まえ、広報計画を毎年度策定し、実施する。

(1) 本部広報計画

- ・当該年度の広報の取組方針を提示
- ・当該方針に基づき、本部として取り組む事項を提示
- ・当該年度における最重点広報テーマを選定
- ・当該年度における重点広報テーマを複数選定
- ・当該年度、制度改正などにより集中的に周知すべき広報テーマがある場合には、特別広報テーマを設定
- ・それらのテーマについての具体的な広報対象、手法、実施時期を記載
- ・最重点広報テーマ及び特別広報テーマに係る予算については、支部保険者機能強化予算とは別に措置

(2) 支部広報計画

- ・当該年度の広報の取組方針を提示
 - ・当該方針に基づき、支部として取り組む事項を提示
 - ・当該年度の最重点広報テーマに係る具体的な取組・実施時期を記載（※）
 - ・当該年度の重点広報テーマから支部の地域・職域特性を踏まえ重点的に広報すべきものを選定し、具体的な取組・実施時期を記載（※）
 - ・特別広報テーマが設定されている場合は、当該テーマに係る具体的な取組を記載（※）
- （※）関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」や健康保険委員の活用策、地元メディアへの発信について、取組内容に必ず記載

5. 推進体制

本方針を含め、広報に関する重要事項を審議するため、本部に広報委員会を置く。

6. その他

本方針については、アクションプランの改定に合わせて、見直しの必要性を検討し、必要に応じて改定する。

0. はじめに

昨年策定した広報基本方針や令和7年度の本部事業計画を踏まえ、以下の内容を定める「令和7年度本部広報計画」を策定する。計画に掲げた事項を着実に実践し、健康づくりや医療費適正化などの協会の使命について、本部・支部で統一的・計画的に周知・広報を行い、加入者・事業主の一層の理解を得ていく。

- ・当該年度の広報の取組方針
- ・当該年度、協会が最も周知に力を入れる広報テーマである「最重点広報テーマ」を選定
- ・当該年度、協会が周知に力を入れる広報テーマである「重点広報テーマ」を複数選定
- ・当該年度、制度改正などにより集中的に周知すべき広報テーマがある場合には、「特別広報テーマ」を設定 等

1. 令和7年度の取組方針

令和7年度の広報においては、令和6年12月以降、協会の象徴的存在である健康保険証が新規に発行されなくなる中、協会の運営を将来にわたって円滑に実施していくとともに、協会が保険者機能を更に強化し、発揮していくためには、協会の認知度向上に今まで以上に取り組む必要がある。そこで、協会の認知度向上のため、愛称「協会けんぽ」や協会の社会的役割をあらゆる機会をとらえて積極的にアピールする。

また、今後の協会における広報の基礎固めとして、更なる利便性やわかりやすさの向上のため、ホームページ全面リニューアルに向けた作業を着実に進めるとともに、加入者へ直接情報を届けることが可能なSNS（LINE）等の活用が令和6年度から始まったところ、令和7年度はLINEの安定的な運用やSNSを活用した多様な広報を進めていく。

1. 令和7年度の取組方針

その上で、令和7年度の各広報テーマを以下のとおり定めることとする。

最重点広報テーマ（当該年度、協会が最も周知に力を入れる広報テーマ）は、

・「令和8年度保険料率改定」

・「健診体系の見直し（※）」

（※）現役世代への取組をより一層推進する観点から、人間ドックに対する費用補助、生活習慣病予防健診の一般健診について、新たに20歳、25歳、30歳を対象とする（胃・大腸がん検診の検査項目を除く）等を行うことから、特に拡充内容を含め積極的に周知・広報を行う

とする。

重点広報テーマ（当該年度、協会が周知に力を入れる広報テーマ）は、

①「財政状況」

②「医療費適正化」（ジェネリック医薬品・バイオシミラー（バイオ後続品）の使用促進）

③「医療費適正化」（上手な医療のかかり方）

④「健診」

⑤「特定保健指導」

⑥「重症化予防」

⑦「コラボヘルス」（事業所との協働による健康づくりの重要性）

⑧「申請書の分かりやすい記入方法」

⑨「電子申請の利用促進」

⑩「チャットボット・LINE等の利用促進」

⑪「SDGsに資する協会の取組」

とする。

特別広報テーマ（制度改正などにより集中的に周知すべき広報テーマ）は、

令和6年度に引き続き、「マイナンバーカードと健康保険証の一体化」とする。

2. 令和7年度の広報取組方針に基づく本部における取組

取組	取組内容
認知度向上	<ul style="list-style-type: none"> 協会の認知度を把握するための手法を検討の上、実施し、現状を把握する。また把握した現状を踏まえ、協会にとって効率的・効果的な広報媒体の活用方法について検討し、整理を行う。 愛称「協会けんぽ」や協会の社会的役割（SDGsに資する取組を含む。）をあらゆる機会をとらえて積極的に周知する。 協会けんぽの認知度向上、本部・支部で統一感のある広報を行うため、イメージづくりに資するコンテンツを制作し、積極的に使用する。
利便性向上	<ul style="list-style-type: none"> ホームページについて、より高いアクセシビリティ・ユーザビリティを実現するために全面リニューアルに向けた作業を着実に進める。 令和6年度に拡充したチャットボットについて、よりの確な案内ができるよう、随時加入者目線での見直しを行う。 令和8年1月にサービスインを予定している電子申請について、加入者や事業主が正確な知識のもと安心して利用できるよう、幅広く周知する。
SNS (LINE)	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年11月から開始した全支部での実施において、安定的に運用できるよう支援するとともに、支部の配信支援策として、全支部共通で使用可能なコンテンツを作成する。

令和7年度を取組方針

令和7年度の千葉支部広報計画においては、

- 協会の象徴的存在である健康保険証が令和6年12月に新たに発行されなくなったことから、協会の認知度向上に今まで以上に取り組む。
- また、協会の最重点広報テーマとして設定された「令和8年度保険料率改定」及び令和8年度より実施する「健診体系の見直し」の周知・広報に積極的に取り組む。
- 重点広報テーマとしては、戦略的保険者機能の更なる発揮に向け、「医療費適正化(ジェネリック医薬品・バイオシミラー(バイオ後続品)の使用促進)」「医療費適正化(上手な医療のかかり方)」「コラボヘルス」に係る広報を設定し取り組むこととする。
- さらに、特別広報テーマとして、令和7年12月には発行済みの健康保険証が使用できなくなることから、令和6年度に引き続き「マイナンバーカードと健康保険証の一体化」にかかる広報を設定し、マイナ保険証の利用促進に取り組むとともに、健康保険証が使用できなくなった後の混乱を防ぐため、資格確認書等の制度周知に取り組む。
- 加えて、令和6年度より実施してきた当支部の抱える健康課題(メタボリックシンドロームのリスク保有率が高い、喫煙率が高い)の解決に向けた「生活習慣改善」を促す広報について継続実施するほか、地域・職域特性を踏まえ実効性のある効果的な広報を併せて実施する。
- そのほか、各種広報媒体をより多くの加入者に閲覧してもらうための取組や、支部担当者の広報作成能力の向上のための人材育成を図る。

本計画に掲げた事項の実践を通じ、当支部の抱える課題を解決を図るため、計画的に周知・広報し、加入者・事業主の一層の理解を得ていく。

「最重点広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
健診体系の見直し	<ul style="list-style-type: none"> 医療費の適正化及び加入者の健康の保持増進をより一層推進するため、更なる健診・保健指導の実施率向上と重症化予防対策の充実を図るとともに、就労等により生活習慣が変化する20代から健康意識の醸成を図り、加入者の自主的な健康増進及び疾病予防の取組を推進する。 令和8年度においては、現役世代への取組をより一層推進する観点から、被保険者の健診体系の見直しを行うこととしていることから、積極的に周知・広報を行う。 	加入者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> WEB広告・新聞広告の実施 県内商業施設等におけるデジタルサイネージ広告 健康保険委員・健診機関へチラシ配布 マスコミへのプレスリリース 	令和8年1月～

※「令和8年度保険料率改定」については、令和8年度保険料率に関する運営委員会等での議論などを踏まえ実施する。

「重点広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
医療費適正化 (ジェネリック医薬品・バイオシミラー(バイオ後続品)の使用促進)	<ul style="list-style-type: none"> ジェネリック医薬品の使用促進を図るため、千葉県・薬剤師会・健保連と協働しオール千葉体制で千葉県全域に対し効果的な広報を実施する。 	加入者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> 関係団体と連携し、電車内中吊り広告を実施 	令和7年11月
医療費適正化 (上手な医療のかかり方)	<ul style="list-style-type: none"> 従前の紙媒体でのリーフレットでは周知された人数、読まれた回数も限られるため、電子媒体によるリーフレットを作成し、ホームページに掲載することで、より多くの人に上手な医療のかかり方について周知を図る。 	加入者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> 電子データによるリーフレットを作成したうえでHPIに掲載 	2か月ごと (年6回)

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
コラボヘルス	<ul style="list-style-type: none"> 千葉支部の健康課題(メタボリックシンドロームのリスク保有率が高い、喫煙率が高い)の解決に向けた「生活習慣改善」を促す広報を実施する。 	健康宣言事業所の事業主・被保険者	<ul style="list-style-type: none"> リーフレット、HP、メルマガ、納入告知書同封チラシ等による広報の実施 	随時
	<ul style="list-style-type: none"> 千葉支部の健康課題(メタボリックシンドロームのリスク保有率が高い)のうち特にターゲットとなる業態である運輸業の加入者に対して、トラック協会等と協働し「生活習慣改善」を促す広報を実施する。 	事業所の業態が「運輸業」に該当する事業主・被保険者	<ul style="list-style-type: none"> 関係団体と連携し、団体発行の広報誌等に記事掲載を実施 	令和7年度上期

「特別広報テーマ」に係る実施計画

テーマ	目的	メインターゲット	実施内容	実施時期
マイナンバーと健康保険証の一体化	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年12月以降、健康保険証が発行されなくなったことを踏まえ、引き続きマイナ保険証利用を呼びかける。 併せて、健康保険証が発行されなくなった後の混乱を防ぐため、資格確認書や資格情報のお知らせの使用方法など、マイナンバーカードと健康保険証の一体化に伴う変更点についても周知する。 	加入者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> リーフレット、HP、メルマガ、納入告知書同封チラシ等による広報の実施 	通年 (11月迄に重点的に実施)

令和7年度 広報スケジュール(概要)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
協会けんぽの 主な事業及び 広報計画にお ける広報テーマ	<ul style="list-style-type: none"> R7年度事業開始 保険料率の改定(任継) 	<ul style="list-style-type: none"> 【特】マイナ保険証広報 	<ul style="list-style-type: none"> 【特】マイナ保険証広報 	<ul style="list-style-type: none"> R6年度事業報告、決算発表 	<ul style="list-style-type: none"> 【重】健康課題(咀嚼・喫煙)広報 ・高額療養費上限額引き上げ 	<ul style="list-style-type: none"> 【重】健康課題(咀嚼・喫煙)広報 	<ul style="list-style-type: none"> ・被扶養者資格再確認業務 	<ul style="list-style-type: none"> 【重】上手な医療のかり方月間 【重】ジェネリック医薬品広報 ・健康保険委員表彰伝達式 	<ul style="list-style-type: none"> 【特】健康保険証の利用終了(マイナ保険証に一本化) 	<ul style="list-style-type: none"> ・医療費通知の発送 ・電子申請等の導入開始 ・健康保険委員オンデマンド研修会配信 	<ul style="list-style-type: none"> 【最】令和8年度保険料率の決定 	<ul style="list-style-type: none"> 【最】保険料率の改定 ・予算・事業計画の決定 【最】健診体系の見直し(R8年度健診申込の開始)
定期広報 <ul style="list-style-type: none"> ・けんぽだより ・社会保険ちば ・ルマガ、HP、LINE 	健康保険制度、保健事業、医療費適正化、インセンティブ制度、保険料率などを周知											
各種広報紙 <ul style="list-style-type: none"> ・協会けんぽちば ※健康保険委員向け ・健康経営®応援マガジン ※健康宣言事業所向け 		協会けんぽちば		協会けんぽちば		協会けんぽちば		協会けんぽちば		協会けんぽちば		
	健康経営® 応援マガジン			健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン		健康経営® 応援マガジン		
マスコミ関係	プレスリリース(随時)等、メディアへの働きかけ											
										新聞広告 (【最】健診体系の見直し)	新聞広告 (【最】保険料率)	
研修会、 セミナー等 <ul style="list-style-type: none"> ・健康保険委員研修会 ・その他説明会 など 	各種研修会や説明会の講師(随時)											
		算定基礎 説明会						健保委員 表彰伝達式		健保委員 オンデマンド研修会配信		
広報ツール	全支部共通広報動画(YouTube)											
	協会けんぽ GUIDEBOOK											
	電子リーフレット (【重】医療費適正化等)		電子リーフレット (【重】医療費適正化等)		電子リーフレット (【重】医療費適正化等)		電子リーフレット (【重】医療費適正化等)		電子リーフレット (【重】医療費適正化等)		電子リーフレット (【重】医療費適正化等)	電子リーフレット (【重】医療費適正化等)
その他								電年中吊り等 (ジエリック広報)				

※各月の具体的な広報事項は参考資料1「令和7年度千葉支部広報実施計画(案)」を参照

千葉支部作成の主な広報媒体について

1. けんぽだより 【毎月20日頃に送付】

- ・毎月年金機構から県内の各事業所に送付する納入告知書に同封するチラシ
- ・サイズはA4両面(紙面2ページ)(1回のみA3両面二つ折り(紙面4ページ))
- ・送付事業所数:約102,500社に送付(R7年1月現在)

2. メールマガジン 【毎月第2金曜日に配信】

- ・千葉支部作成記事のほか、千葉県から提供される「ちば健康コラム」を掲載
- ・送付件数:7,275件(R7年1月配信実績)

3. LINE 【毎月2回(15日・25日)に配信】 NEW

- ・季節の健康情報や制度改正等のタイムリーな情報を配信
- ・友だち登録数:403人(R7年2月末現在)

4. 協会けんぽちば 【四半期に一度(5月、8月、10月、1月)送付】

- ・健康保険委員向け広報紙
- ・健康保険委員数:8,443名(R6年12月末時点)
- ・サイズはA3両面二つ折り(紙面4ページ) + 各種チラシ、広報ツール等

5. 健康経営® 応援マガジン 【四半期に一度(4月、7月、9月、12月)送付】

- ・健康宣言事業所向け広報紙
- ・健康宣言事業所数:2,002事業所(R6年12月末時点)
- ・サイズはA4冊子(紙面20~30ページ) + 各種チラシ、広報ツール等

6. 社会保険ちば(原稿提供) 【HPは毎月更新、広報誌は四半期に一度発行】

- ・千葉県社会保険協会ホームページ及び広報誌
- ・「協会けんぽ千葉支部からのお知らせ」を掲載、
- ・サイズはA4(HPは紙面2ページ、広報誌版は紙面1ページ)
- ・発行部数:13,000部(R5年度事業報告書より)

《けんぽだより》



《協会けんぽちば》



《LINE(イメージ)》



《健康経営® 応援マガジン》



《参考》 令和7年度千葉支部事業計画(案) (広報関係抜粋)

(1) 基盤的保険者機能の盤石化

I) 健全な財政運営

- ・ 今後、更に厳しさが増すことが予想される協会の保険財政について、協会決算や今後の見通しに関する情報発信を積極的に行う。

II) 業務改革の実践と業務品質の向上

② サービス水準の向上

- ・ OJT及び研修の実施による相談業務の品質向上を図り、加入者や事業主からの相談・照会についての的確に対応する。加えて、加入者のニーズを踏まえたわかりやすい広報を行い相談業務の効率化に繋げる。

III) DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進

① オンライン資格確認等システムの周知徹底

- ・ 医療DXの基盤であるオンライン資格確認等システムについて、制度の概要やメリットを加入者・事業主に周知する。特に、2023(令和5)年1月より運用が開始された「電子処方箋」については、重複投薬の防止など、良質かつ効率的な医療の提供に繋がることから、加入者・事業主にその意義を理解いただけるよう、様々な広報媒体を活用し、周知する。

③ 電子申請等の導入

- ・ 2026(令和8)年1月の電子申請等の導入に向けて加入者や事業主が正確な知識のもと安心して利用できるよう、事業主・加入者に対して幅広く広報を行う。

(2) 戦略的保険者機能の一層の発揮

II) 健康づくり

③ 特定保健指導実施率及び質の向上

- ・ 特定保健指導実施率が高い事業所の取組事例集を活用し、経年的に利用のない事業所へ特定保健指導を利用することの重要性について周知広報するとともに、利用勧奨を行う。

III) 医療費適正化

① 医療資源の適正使用

i) ジェネリック医薬品の使用促進

- ・ 関係団体等との協力連携の強化を図りオール千葉体制での取組を推進し、統一感を持った広報を展開する。

iii) 上手な医療のかかり方

- ・ 医療資源の適正使用の観点から、かかりつけ医・かかりつけ薬局を持つことの意義、時間外受診・はしご受診の問題点、セルフメディケーションの推進やリフィル処方箋の仕組みについて、加入者への周知・啓発を図る。

③ インセンティブ制度の実施及び検証

- 加入者及び事業主にインセンティブ制度の仕組みや意義を理解いただけるよう、ホームページやメールマガジン、事業所あての広報チラシ等を活用し周知広報を行う。
- 関係団体を通じた周知広報として、商工会議所等への訪問説明や広報誌への記事掲載依頼を行う。

IV) 広報活動や「顔の見える地域ネットワーク」を通じた加入者等の理解促進

- 協会の運営の持続可能性を維持するためには、医療費適正化の意義や健康づくり等の協会の取組内容について、加入者・事業主に正確に理解していただくことが必要である。
- このため、統一的・計画的・効果的な広報の取組を強化し、協会として目指すべき広報の姿を示す「広報基本方針」に基づき、具体的な広報内容・広報スケジュールを提示する「支部広報計画」を策定し、実施する。
- 具体的には、
 - i. 加入者・事業主目線で、分かりやすく、アクセスしやすい広報を実施するためホームページの充実を図り、SNS(LINE)による情報発信を推進する
 - ii. 広報テーマに応じた広報資材の活用と多様な広報媒体や手法を組み合わせた効果的な広報を実施する
 - iii. 地域・職域特性を踏まえ、関係団体との「顔の見える地域ネットワーク」や、加入者にとって身近な存在である健康保険委員を活用して、きめ細かな広報を行う
 - iv. 評価・検証・改善のプロセス(PDCAサイクル)を回すことを基本姿勢とし、協会の財政状況や医療費適正化・健康づくり等の取組について、地元メディアを活用したより積極的な発信を行い、加入者・事業主に一層の理解・協力を求めていく
- 「令和7年度支部広報計画」に基づき、特に、最重点広報テーマの「令和8年度保険料率改定」、「健診体系の見直し」(現役世代への健診事業の拡充)について、加入者・事業主の一層の理解を得ていけるよう、広報内容や方法を工夫の上、本部・支部で一体的に広報を行う。
- 健康保険委員についてホームページやメールマガジン、SNS(LINE)、事業所あての広報チラシ等を活用し委嘱拡大に取り組む。
- 健康保険委員活動の活性化を図るため、健康保険委員向けの研修会の充実や広報誌等を通じたタイムリーな情報提供を行う。また、更に健康保険委員の活動を活性化させる取組について検討する。

※広報の実施等に関して直接的な記述がある部分のみを抜粋