

令和8年度支部広報計画・予算（案）

「もしも」と「いつも」に安心を。



令和8年1月20日
全国健康保険協会富山支部

1. 令和8年度の取組方針

① 協会及び協会の事業に関する認知度の向上

全支部共通の最重点広報テーマ（協会が最も周知に力を入れる広報）や支部重点広報テーマ（協会が周知に力を入れる広報）について周知を図る。

特に最重点広報テーマは本部が作成した広報資材を活用し、統一的な広報を行う。

② 加入者・事業主に協会への共感が広がる環境づくり

協会の認知度向上を図るため、コミュニケーションロゴやタグライン（協会の役割や事業の特徴を効果的に発信するための短いフレーズ）を積極的に活用する。また、協会の愛称である「協会けんぽ」や社会的な役割（SDGsを含む）について、様々な機会を捉えて周知する。

③ 広報チャネルの強化

加入者や事業主に広く情報を届ける手段として健康保険委員やメールマガジン、L I N E、協会けんぽアプリなど登録者数の増加を図る。

④ 広報担当者の育成

本部の研修に積極的に参加するなど広報担当者の育成を進める。

2. 最重点広報テーマ（全支部共通）

全支部共通広報テーマについては本部から示された各広報テーマごとの予算が決められており、支部が効果的と考えられる広報媒体を選択して実施する。

広報テーマ	実施概要	メインターゲット	主な広報媒体	実施時期
令和9年度保険料率改定 (インセンティブ制度の周知を含む)	令和9年度都道府県単位保険料率及び保険料率設定の仕組み、インセンティブ制度（健康づくり及び医療費適正化につながる取組）、こども・子育て支援金制度について周知する。	加入者・事業主	新聞広告・納入告知書同封チラシ・チラシ	令和9年2～3月
健診体系の見直し (現役世代への健診事業の拡充)	現役世代への健診事業の拡充についてWEB広告等で周知する。	加入者・事業主	WEB広告・納入告知書同封チラシ・健康保険委員広報誌	令和9年1～3月
健康保険制度の意義や協会の役割等への共感が広がる環境づくり	加入者や事業主が協会や協会の役割に関心を持ち、共感し、協会の事業に協力する関係を構築するため、協会の役割や提供価値を周知する。	加入者・事業主	新聞広告・納入告知書同封チラシ・チラシ	令和8年7月～
電子申請・けんぽアプリの利用促進	電子申請の開始やメリット、利用方法等を継続的に広く周知する。	加入者・事業主・社会保険労務士	新聞広告・納入告知書同封チラシ・チラシ	通年

3. 支部重点広報テーマ（支部ごとに選定）

支部ごとの特性を踏まえ、重点的に広報すべきテーマ10個の中から選定して実施する。
予算は支部保険者機能強化予算を活用し、実施する。

広報テーマ	実施概要	メインターゲット	主な広報媒体	実施時期
医療費適正化	医療資源の適正使用の観点から、ジェネリック医薬品・バイオシミラーの使用促進、かかりつけ医・かかりつけ薬局を持つことの意義、ポリファーマシー（多剤服用の有害事象）、時間外受診（#7119、#8000もあわせて）・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等について周知する。	加入者	WEB広告・納入告知書同封チラシ・健康保険委員広報誌	通年
特定保健指導	被保険者の特定保健指導の実施率37.5%及び被扶養者の特定保健指導の実施率26.3%の達成に向けて、特定保健指導の意義や効果等を周知する。	特定保健指導対象者及び事業主・健康保険委員	納入告知書同封チラシ・メールマガジン	通年
ポピュレーションアプローチ	支部において代謝（血糖）リスクが健康課題であることやリスク改善・予防の重要性について周知を図る。	加入者・事業主	WEB広告・LINE・メールマガジン	通年
LINEの利用促進	あらゆる機会に登録勧奨を行い、登録者数の増加を図る。	加入者・事業主	納入告知書同封チラシ・メールマガジン・関連団体広報誌	通年

4. 最重点広報予算

広報テーマ	広報媒体	予算	実施時期
令和9年度保険料率改定 (インセンティブ制度の周知を含む)	① 新聞 ② チラシ	① 1,789,150円 ② 198,000円	① 令和9年2～3月 ② 令和9年2～3月
健診体系の見直し (現役世代への健診事業の拡充)	WEB広告	1,980,000円	令和9年1～2月
健康保険制度の意義や協会の役割等への共感が広がる環境づくり	① 新聞 ② チラシ	① 1,789,150円 ② 198,000円	① 令和8年7月～ ② 通年
電子申請・けんぽアプリの利用促進	① 新聞 ② チラシ	① 427,900円 ② 56,925円	① 令和8年7月～ ② 通年