

令和7年度 秋田支部 保険者機能強化予算執行状況について



令和 8 年 7 月 8 日
全国健康保険協会秋田支部

令和7年度 秋田支部医療費適正化等予算執行状況一覧

分野	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率
医療費適正化対策経費	2,974	1,667	56.1%
広報・意見発信経費	7,179	4,860	67.7%
計	10,153	6,527	64.3%

令和7年度 秋田支部保健事業予算執行状況一覧

分野	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率
健診経費	15,499	9,919	64.0%
保健指導経費	3,557	2,415	67.9%
重症化予防事業経費	9,206	6,392	69.4%
コラボヘルス事業経費	3,663	1,904	52.0%
その他の経費	5,081	4,293	84.5%
計	37,006	24,923	67.3%

令和7年度 秋田支部特別枠予算執行状況一覧

分野	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率
企画部門関係	2,503	2,503	100.0%
保健部門関係	9,148	8,147	89.1%
計	11,651	10,650	91.4%

1. 令和7年度 秋田支部医療費適正化 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
医療費適正化対策経費	企画部門 関係	継続	WEB広告による 医療費適正化広報	2,158	874	40.5%	○	- 医療費適正化にかかる7つのバナー※を作成し、WEB広告を実施(※かかりつけ医、時間外受診、ジェネリック医薬品、整骨院・接骨院のかかり方、バイオシミラー、減塩啓発、子どもの医療費) - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - ジェネリック医薬品使用割合は上昇し、時間外受診に関する指標はわずかだが減少している。X広告(約0.01%)とLINE広告(約1.5%)のクリック率を鑑みると、LINE広告に力を入れる方が良いと考える。内容を調整しながら事業を継続していく。
		継続	子育て世代への 医療費適正化に関する広報	816	793	97.2%	○	- 県内の子育て情報誌等を利用した医療費適正化に関する広報を実施 - 子育て情報誌「MamaFami」・秋田さきがけコミュニティマガジン「郷」に時間外受診や減塩促進記事を掲載し、一定の効果をj得ている。

※支部評価・・・執行率及び実施状況・評価などを総合的に判断した評価

1. 令和7年度 秋田支部医療費適正化 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
広報・意見発信経費	紙媒体による広報	継続	納入告知書同封広報誌「健康保険あきた」の作成	1,656	878	53.0%	○	- 定期広報誌として納入告知書に同封し、約17,000の加入事業所に配布 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。
		継続	任意継続資格取得・療養費申請セットの作成	242	79	32.6%	○	- 郵送化促進のため、申請書、記入例、返信用封筒をセットにした郵送申請セット作成し、使用状況を鑑みながら、事業所等に設置 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 電子申請の導入により令和8年度は実施しない。
医療費適正化対策経費	企画部門関係	継続	運動啓発動画等の作成	1,746	1,716	98.3%	○	- 運動に関する専門家(スポーツトレーナーなど)を起用し、「職場でできる+10(プラス・テン)運動」をテーマに動画を作成。YouTube広告を実施 - 総再生回数は約1.7万回/全4種類と前年度(464回/全6種類)を上回った。運動習慣要改善者の割合の減少を目指し、引き続き事業を実施する。

1. 令和7年度 秋田支部医療費適正化 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
広報・意見発信	その他の 広報	継続	支部ホームページ 掲載コンテンツを 活用した広報活動	1,883	1,834	97.4%	○	- 秋田県内の大学教授や管理栄養士等の専門家監修の健康に関するコラム、レシピを作成し、健康保険委員向け広報誌やメールマガジンに掲載 - 今後は、LINEを活用し、多くの加入者に見てもらえるよう周知に力を入れる。
		継続	作成済み素材を活用 した各種広報(ポス ター3種、動画等)	1,505	326	21.7%	△	- 令和6年までに作成した各種広報資材を活用し、健診受診勧奨や加入者のヘルスリテラシー向上を図るためにYouTube広告やポスター等を作成した。 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - ポスターの減りが少なく、作成済みポスター3種類のうち、2種類の作成をしなかった。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
健診経費	事業者 健診の 結果デー タ取得	継続	事業者健診データの 提供に係る「同意書」 の取得	116	65	56.0%	○	- 秋田県総合保健事業団協力のもと、同団体の年次健診案内に勧奨文書と同意書を同封 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。
		継続	事業者健診結果デー タ取得等業務委託	5,615	4,185	74.5%	○	- 外部委託業者からデータ未受領事業所に勧奨を実施 - 健診結果取得件数:5,452件、データ入力件数:6,246件
	集団健診	継続	被扶養者を対象とし た協会けんぽ 主催の無料の集団健 診	2,250	1,500	66.7%	○	- 被扶養者特定健診の集合健診を計32日間実施。健診受診者数は2,126名 - 大館市協力のもと、大腸がん検診の同時実施案内を送付し、37名が大腸がん検診を受診 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 前年より健診日数が5日、受け入れ枠も65名増加。無料・有料オプション健診との同時受診が加入者にとっても受診の動機付けと考え、現状維持したうえで、健診機会の幅を広げる。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
健診経費	健診受診 勧奨等	継続	生活習慣病予防健診 および特定健診の支 部独自健診案内	1,418	550	38.8%	○	- 生活習慣病予防健診や特定健診の案内送付時に、健診実施機関一覧を掲載した支部独自の印刷物を同封 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 計14,172事業所へ送付。生活習慣病予防健診受診率は増加(R6:57.6% R7:59.6%)した。
		新規	生活習慣病予防健診 の集合案内送付によ る受診勧奨	891	619	69.5%	○	- 公共施設で開催する集合健診の実施期間の情報を記載したDMを秋田支部加入事業所へ送付 - 令和8年度は、健診制度の拡充により、項目が多岐にわたることから、加入者が見てわかりやすいよう工夫をする。また、検診車で一般健診以外の検査項目が受診可能であることの周知・さらなる受診者数及び受診率向上をはかる。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
健診経費	健診受診 勧奨等 経費	継続	年次健診案内送付前 の健診案内送付	1,155	182	15.8%	○	- 生活習慣病予防健診の予約が早期に終わってしまう健診機関があるため、年次案内が届く前でも予約が可能であることを周知するダイレクトメールを送付。 - 仕様を変更した。(封入封緘作業なし) - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 計14,172事業所へ送付。生活習慣病予防健診受診率は増加(R6:57.6% R7:59.6%)した。契約している健診機関のみではこれ以上の受診率向上が見込めないことから、検診車を利用した集合健診周知など幅広い内容で広報を行う。
		継続	市町村集団健診への 特定健診受診勧奨	845	297	35.1%	○	- 大仙市との協働事業として、集合型のがん検診同時実施の日程も掲載したDMを作成。地区別の健診開催日に合わせて被扶養者の自宅に送付 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 計2,524件送付。被扶養者の特定健診受診率は前年より減少(R6:31.2% R7:24.9%)したが、大仙市の集団健診勧奨対象者の約33%が受診していることから一定の効果があったと考える。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
健診受診	健診受診 勧奨等 経費	継続	特定健診未受診者に対する受診勧奨	853	378	44.3%	○	「さきがけ医療ガイド」に健診受診勧奨広報を掲載 - 受診券の期限を強調した受診勧奨を送付 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 受診券を受け取った対象者の健診受診率が向上した。(R6:8.5% R7:19.3%)広報にナッジを取り入れた結果、多くの反応があったため、令和8年度も効果のある広報を実施する。
		継続	40歳に到達した女性被扶養者への健診受診勧奨	273	179	65.6%	△	- 令和8年度に40歳に到達する女性被扶養者に健診受診券の送付予告及び受診勧奨チラシを送付し、健康意識の向上を目的とした乳がん自己検診グローブを同封 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 秋田県の被扶養者が減少していることと比例して、受診率も減少しているため、わかりやすく興味を引く内容で勧奨していく。
		継続	バスラッピング広告を用いた健診受診勧奨	1,760	1,760	100.0%	○	- 秋田市内を走る路線バスに健診受診勧奨に関する広告を掲載。実施から3年経過したため、当年度は広告デザインを変更した。 - 公共交通機関であるバスは街中で目にする機会が多く、啓発効果が見込まれるため、引き続き実施する。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
保健指導経費	保健指導 利用勧奨 経費	継続	特定保健指導勧奨 案内(通常)	638	179	28.1%	○	- 保健指導事業所への案内や保健指導面談に使用するリーフレットを作成 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった - アウトソースの併用により、支部送付が減少した。 - 初回面談率の向上につながっている。
		継続	特定保健指導勧奨 案内(年次)	553	261	47.2%	○	- 保健指導事業所への案内や保健指導面談に使用するリーフレットを作成 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - アウトソースの併用により、支部送付が減少した。 - 初回面談率の向上につながっている。
		継続	大規模事業所、受け入れの悪い事業所への特定保健指導利用勧奨	726	688	94.8%	△	- 特定保健指導のメリットや理解度を深める支部独自のチラシやリーフレットを作成し、大規模 事業所等に発送 - 事業所への訪問件数は増加(R6:2,936件 R7:3,474件)したが、訪問受け入れ率は低下(R6:74.6% 令和7年:65.1%)した。指導者の実績や保健指導の中断率が下がらないようしっかり管理し、支部内研修やアポイントの知識や技術の習得により、保健指導終了者を減らさないよう努めていく。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
重症化予防事業経費	未治療者 受診勧奨	継続	未治療者受診勧奨	8,107	5,531	68.2%	○	- 要治療域対象者への文書勧奨(一次勧奨)、要治療域のうち、より重症域と判定された対象者へ文書と事業所へ電話での勧奨(二次勧奨) - 要治療域且つ、eGFR60未満対象者へ電話 勧奨 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 文書勧奨:6,978名、電話勧奨は1,915件のうち1,223名へ直接入電(応答率63.9%)。治療による受診率は減少(R6:38.3% R7:36.6%)しているが、全国的には高い受診率を維持している。 - 受診率を伸ばすためには、健診機関による当日勧奨と経営者の理解を得ることが重要と考え、事業を展開していく。
		継続	血圧高値の方への受診勧奨	605	472	78.0%	○	- 血圧などに関する注意喚起のリーフレットを生活習慣病予防健診実施機関に送付し、健診当日に血圧高値の方へ配布していただく事業 56健診実施機関へ約19,500枚配付。対象者の半数以上が岩盤層のため、引き続き、健診機関の医療従事者から0次勧奨をしていただくよう依頼する。
		継続	事業所への未治療者受診勧奨	421	371	88.1%	○	- 健診結果が要検査、要治療なら必ず医療機関への受診が必要なことを伝えるチラシを送付 - 治療による受診率は減少(R6:38.3%R7:36.6%)しているが、健診の年次案内に同封しているため、多くの事業主・事務担当者の目に留まるため一定の効果は得られている。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
重症化 事業経費	重症化 予防対策	継続	糖尿病性腎症患者の 重症化予防対策	73	18	24.7%	○	- 大館市立病院の糖尿病性腎症患者に、糖尿病指導療法士の資格を持つ保健師・管理栄養士が保健指導を実施 - 対象者が少なく、実施回数が限られた。 - 専門医が少なく、院内スタッフの業務量との兼ね合いで賛同がなかなか得られない。
コラボ ヘルス事業 経費	コラボ ヘルス事業	継続	健康経営宣言事業所の 拡大及び宣言取組み支援	3,225	1,647	51.1%	○	- 健康経営宣言基本モデル未移行の事業所に文書勧奨(標準化された割合:78.0%) - 健康づくりの支援として、健康情報誌「四季のけんこう」の定期配付や事業所の要望に応じた健康づくり簡易ポスターや健康パネルを提供 - R6より健康づくりDVDの貸し出しを実施 - 協定締結先による健康経営セミナーを後援し、宣言事業所に周知 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。また、勧奨チラシ等を一部自前で作成した。 - 各種素材を用いた勧奨、訪問等を実施し、宣言事業の増加を目指す。
		継続	運輸業団体と連携した コラボヘルス事業	438	257	58.7%	○	- 運輸業に特化した広報誌「ニュースレター」を四半期毎に発行し、バス協会、トラック協会、ハイヤー協会加盟の事業所に配付 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 業態別医療費で見ると減少傾向にあるが、健康リスクに関する指標は依然高いままである。広報誌の活用や健康経営宣言事業を通じて、リスク抑制を図りたい。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
その他の経費	その他の保健事業	継続	地方自治体と連携した健康づくりイベントによる啓発事業	965	771	79.9%	○	・ R7.10「秋田市民健康フォーラム」を秋田市と共催 ・ R7.11「受動喫煙防止秋田フォーラム」を秋田県、秋田県医師会等と共催 ・ R8.3「新入社員合同入社式」(秋田雇用開発協会主催)で、健康づくり啓発資料を配付 ・ イベント参加者の年齢層に偏りがあるため、SNS等を活用しながら効果的な広報を考える。関係団体と連携しながら、県民のニーズを考えイベントを実施する。
		継続	受動喫煙防止啓発による禁煙促進事業	1,309	923	70.5%	○	・ 秋田市発行の母子手帳に、受動喫煙の害についての広告を掲載 ・ 秋田市内の全小中学生に配布される広報誌に、受動喫煙防止啓発広告を掲載 ・ 秋田県と共同で受動喫煙防止施設登録認定事業を実施。登録施設にはミニのぼりとステッカーを配付 ・ 被保険者数5名以上の事業所へ三次喫煙ポスターとステッカーを配付 ・ 受動喫煙に関する啓発をはじめ、こどもへの啓発、健康教育は継続して実施していきたい。
		継続	歯と口腔の健康づくり事業	779	667	85.6%	○	・ 秋田県歯科医師会と歯科健診を実施。 ・ アンケート結果は概ね好評。口腔の健康が全身への健康管理につながることを周知し、事業を継続する必要がある。

2. 令和7年度 秋田支部保健事業 主要事業の予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
その他の経費	その他の保健事業	継続	健康リスク抑制にかかる秋田大学との共同研究	1,285	1,495	116.3%	○	・ R5に実施したトラックドライバーを対象とした栄養調査の結果を分析し、R7.5開催の協会けんぽ調査分析フォーラムにて結果を報告 ・ 予算超過分は同じ区分から流用 ・ R7.12に新たなアンケートを実施したため、その集計とフィードバックを実施する。運輸業の医療費や生活習慣病リスク因子保有率は他業種と比べ減少傾向。
		新規	子ども健康教育に関する事業	743	437	58.9%	○	・ 子どもの健康に関する冊子を作成し、R7.10の子ども健康会議に参加した小学生に配布。R7.12には県北地域の小学校(対象:小学5.6年生)にも配布 ・ 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 ・ 秋田県PTA連合会と関係性を保ちつつ、県央・県南地域への展開、各種イベントや出前講座の実施を検討する。

3. 令和7年度 秋田支部特別枠 予算執行状況

分野	区分	新規 継続	事業名	予算額 (単位:千円)	執行額 (単位:千円)	執行率	支部 評価	実施状況・評価、改善点など
特別枠	企画 部門関係	新規	SNSを活用した減塩 促進広報	2,503	2,503	100.0%	△	- 血圧・脂質リスク因子保有率が5年連続全国ワースト1位であることを県民に知らせ、減塩啓発のきっかけづくりとなるような動画を作成。特に数値の高い県北地域にTVer広告、秋田県内全域にはYouTubeノンスキップابل広告、X広告を実施 - 県北地域限定のため、実際に目にすることがなく、再生回数のみでは効果検証が難しい。地域を変え継続する。
	その他の 保健事業	継続	関係団体と連携した 健診や検診車の積極 的広報	7,844	7,542	96.1%	○	- 検診車を紹介する動画(15・60秒をそれぞれ6種類)を作成し、15秒動画を用いて秋田県内でデジタルサイネージ広告、YouTubeノンスキップابل広告を実施。 - 検診車で受診者数が増加(R6:2,461人 R7:4,337人)。令和8年度も実施。
		継続	業種を絞った「たば こ」への意識調査	1,304	605	46.4%	○	- たばこに関する意識調査を総合工事業に属する事業所(被保険者50名以上)の被保険者へ実施。約5,000枚配布のうち、約950件回答 - 業者間での価格競争の結果、契約金額が安価となった。 - 調査結果を分析し、フィードバックや関係団体へ展開していく。