

令和 8 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。

令和8年度本部広報計画

1. 令和8年度の取組方針

(1) 取組方針

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、保険者機能を更に強化し、発揮していくため、令和8年度の広報では、令和7年度に実施した認知度調査の結果（※）を踏まえ、①協会及び協会の事業に関する認知度の向上、②加入者・事業主に協会への共感が広がる環境づくり、③広報チャネルの強化、④広報担当者の育成を取組方針として定める。

（※）協会及び協会の基本的な事業は、一定程度認知されている一方、行動に繋がる水準での認知に至っていない。
また、協会に対する関心や共感が不足しており、事業協力への基礎となる共感形成ができていない。

それを踏まえ、これまで実施してきた協会の事業を周知する広報に加え、健康保険制度の意義や協会の役割を周知する広報等を組み合わせた多様な広報を展開する。

【参考__広報基本方針（令和6年4月策定、一部抜粋）】

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

(2) 取組方針に基づき本部として取り組む事項

<p>①認知度の向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> 協会及び協会の事業に関する認知度を把握する。 <u>最重点広報（協会が最も周知に力を入れる広報）、重点広報（協会が周知に力を入れる広報）及び特別広報（制度改正などにより集中的に周知すべき広報）を設定し、メリハリのある広報を実施する。</u> 新規加入時の広報強化やキャンペーン（例：健康増進普及月間、禁煙週間）の機会を活用した協会全体で同一テーマによる広報等、効果的な広報に資するよう取り組む。
<p>②共感が広がる環境づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> <u>健康保険制度の意義や協会の役割を周知するためのメッセージを整理するとともに、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）</u>を使用し、全支部で統一して訴求するためのコンテンツを作成する。 協会の愛称である「協会けんぽ」や協会の社会的な役割（SDGsを含む）について、様々な機会を捉えて周知する。
<p>③広報チャネルの強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 周知する事業に即した効果的な広報チャネルや訴求内容を選定する。 職場（事業主や総務・人事担当者、健康保険委員、健康宣言事業所等）を通じた広報の強化を図るため、<u>職場から加入者に対する広報チャネル</u>を整理する。 リニューアル後のホームページの安定運用に取り組むとともに、より高いアクセシビリティ・ユーザビリティの実現に向けて、ホームページに掲載する情報の整理を行うとともに、チャットボットの機能拡充を図る。 <u>けんぽアプリやSNS等を活用し、加入者に直接情報を発信する。</u> 加入者・事業主に広く情報を届ける手段として<u>新たなSNSの活用の検討</u>を進める。
<p>④広報担当者の育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> 広報の質の向上に向けて、<u>研修等の機会を通じて広報担当者の育成</u>を進める。 本部・支部や支部間での<u>広報担当者で連携・コミュニケーションの強化</u>を図るため、広報事例やノウハウ等の棚卸を実施し、共有方法を整理する。

(3) 最重点広報、重点広報、特別広報

令和8年度の最重点広報、重点広報及び特別広報は以下のテーマを設定する。

最重点広報テーマ（協会が最も周知に力を入れる広報テーマ）

- ① 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）
- ② 健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）
- ③ 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
- ④ 電子申請・けんぽアプリの利用促進

重点広報テーマ（協会が周知に力を入れる広報テーマ）

- ① 財政状況
- ② マイナ保険証の利用促進
- ③ 医療費適正化
- ④ 健診
- ⑤ 特定保健指導
- ⑥ 重症化予防
- ⑦ コラボヘルス
- ⑧ ポピュレーションアプローチ
- ⑨ チャットボットの利用促進
- ⑩ LINEの利用促進

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）

制度改正等の状況を踏まえて適宜対応する。

2. 最重点広報

① 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）

詳細は、令和9年度保険料率に関する運営委員会の議論等を踏まえ、別途整理する。

② 健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）

項目	本部	支部
キーコンセプト	<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9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、被扶養者の健診体系の見直しを行うこととしていることから、その内容について周知を図る。 <p>【具体的な見直し内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> 被扶養者の健診について、被保険者に対する見直し後の人間ドック健診や生活習慣病予防健診と同等の内容に拡充する。なお、現行の特定健診の枠組みは維持する。 	
メインターゲット	加入者（特に被扶養者）・事業主	
主な広報媒体	HP（特設ページ）・けんぽアプリ・WEB 広告・新聞広告・ガイドブック	チラシ・LINE・メールマガジン・新聞 広告・健康保険委員広報誌・関係団体 広報誌
実施時期	令和9年1月～	

③ 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

項目	本部	支部
キーコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> 協会及び協会の基本的な事業の認知は一定の割合（70%前後）に達している一方、協会に対するイメージにおいては「特になし」と回答した者（42.2%）が最も多く、協会の役割が加入者・事業主に十分に理解されていない。 また、社会保険料負担への不満が着目される中、社会保険制度や健康保険制度への正しい理解は、社会保障として自身が加入している保険が提供する価値、保険料負担への納得感、しいては協会の存在意義の認識につながる。加えて、認知度調査の結果においては健康保険制度の周知へのニーズが一定あることが判明している。 さらに、健診や特定保健指導、重症化予防（未治療者への受診勧奨）等の協会の事業は、加入者・事業主が事業を一定認知している一方、実施率は低調となっており、行動に繋がる水準での認知に至っていないが、実施率の向上に当たっては、認知率の向上に加え、その土台として事業協力への基礎となる共感形成が重要。 そうしたことを踏まえ、加入者・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。なお、協会は国民皆保険の一翼を担う組織であり、協会の役割の周知に当たっては健康保険制度の意義等についても併せて周知する。 	
メインターゲット	加入者・事業主	
主な広報媒体	HP（特設ページ）・WEB広告・ガイドブック	チラシ・LINE・メールマガジン・新聞広告・交通広告・セミナー開催時等に活用するブース装飾物・テレビCM（一部支部）
実施時期	令和8年7月～	

④ 電子申請・アプリの利用促進

項目	本部	支部
キーコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> 令和8年1月からの電子申請の導入により、加入者・事業主の利便性向上や負担軽減、記入誤り等を削減することが可能となるため、電子申請の開始やそのメリット、利用方法等を継続的に広く周知する。 けんぽアプリを経由した電子申請が可能になることから、電子申請の案内と合わせて、電子申請の利用の際にけんぽアプリのダウンロードを推奨するよう周知する。 各種給付金の申請が必要となるタイミングが加入者にとって様々であることから、当面、可能な限り、協会が作成する広報物に、一言、電子申請の案内を記載し、あらゆる機会をとらえて周知する。 	
メインターゲット	加入者・事業主・担当者・健康保険委員・社会保険労務士	
主な広報媒体	HP・ガイドブック・チラシ	チラシ・LINE・メールマガジン・健康保険委員広報誌・研修会
実施時期	通年	

令和8年度を取組方針

(1) 取組方針

令和8年度の千葉支部広報計画においては、①協会及び協会の事業に関する認知度の向上、②加入者・事業主に協会への共感が広がる環境づくり、③広報チャネルの強化、④広報担当者の育成を取組方針として定める。

【参考__広報基本方針（令和6年4月策定、一部抜粋）】

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。

(2) 支部広報計画

- ・年度の広報の取組方針を提示
- ・方針に基づき、支部として取り組む事項を提示
- ・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

(2) 取組方針に基づき千葉支部として取り組む事項

①認知度の向上	<ul style="list-style-type: none">・ 最重点広報である「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）」「健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）」「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」「電子申請・けんぽアプリの利用促進」を中心に積極的な広報に取り組む。・ 特に、健診実施率が協会全体と比較して極めて低調であることを踏まえ、「健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）」の広報に合わせて、健診実施率の支部間比較や、健診実施率が保険料率に影響する仕組み（インセンティブ制度）があること等の周知を図ることで、実施率の改善に取り組む。・ 重点広報である「ポピュレーションアプローチ」については、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、咀嚼能力が低い）の解決に向けて、医療費・健診結果データの分析結果等を踏まえたターゲットとする業態や年代を中心とした実効性のある「生活習慣改善」を促す広報を実施する。また、令和6年度最重点広報として行った「健康づくりサイクルの定着」（毎年確実に健診を受診し、健診結果に応じた行動（特定保健指導の利用や医療機関への早期受診）をとることの重要性の周知を図る）について漫画を活用したわかりやすい資料を作成し、健診案内と併せて広報を行う。
②共感が広がる環境づくり	<ul style="list-style-type: none">・ 特に特定保健指導実施率や健康宣言事業所数の伸びが鈍化していることを踏まえ、当支部が実施するこれらの取組に対する協力への基礎となる共感形成を図るべく、「コミュニケーションロゴ」や「タグライン」を使用し、最重点広報である「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」に積極的に取り組む。・ なお、取り組むにあたっては、千葉支部・埼玉支部・東京支部・神奈川支部の一都三県の支部の加入者の約8割がそれぞれの都県に居住している特性を踏まえ、「一都三県支部合同による広報」を実施する。

③ 広報チャネルの強化	<ul style="list-style-type: none"> まずは既存広報である <u>メールマガジン、LINE、納告チラシ、健康保険委員会報誌等</u> の各種媒体による広報を確実に実施する。また、<u>ニュースリリース</u> を積極的に実施し、協会の認知度を高めつつ、<u>地域・職域の健康課題</u> や各種実施率が低調である <u>保健事業</u> について広く周知を図る。 さらに、令和8年1月にリリースされる <u>けんぽアプリの普及</u> に向けて、<u>電子申請の利用促進</u> と合わせて <u>健康保険委員への勧奨</u> を実施する。
④ 広報担当者の育成	<ul style="list-style-type: none"> 加えて、広報が単調かつ硬直化しないよう、部署を横断した編成による <u>広報プロジェクトチーム（広報委員会）</u> を設置し、広報内容の調整や調達における仕様書の精査、校正作業等に支部全体で関与し、広報業務における質の向上を図ることで広報担当者の育成に取り組む。

2. 最重点広報（全支部共通）

テーマ	実施概要	メインターゲット	実施内容	実施時期
① 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)	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	被保険者・事業主	チラシ・ポスター・LINE・メールマガジン・新聞広告・健康保険委員広報誌・関係団体広報誌	令和9年2～3月
② 健診体系の見直し (現役世代への健診事業の拡充)	<ul style="list-style-type: none"> 令和9年度より実施する被扶養者の健診体系の見直しについて周知する。 被扶養者の健診実施率の改善に向けて、地方第一紙を活用した広報と合わせて実施率の現状と合わせた記事掲載を実施する。 	加入者(被扶養者)・事業主	チラシ・ポスター・LINE・メールマガジン・新聞広告・屋外広告・WEB広告・健康保険委員広報誌・関係団体広報誌	令和9年2～3月
③ 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	<ul style="list-style-type: none"> 電車による通勤が日常的な一都三県(東京、埼玉、千葉、神奈川)において、ターミナル駅等を活用したサイネージ広告や電車内中吊り広告、ショート動画や漫画、診断コンテンツ等を利用したジオターゲティング広告による広報を実施する。(一都三県支部合同広報) 	一都三県で通勤する協会加入外の者を含む広く一般	交通広告、WEB広告	令和8年9～12月
④ 電子申請・けんぽアプリの利用促進	<ul style="list-style-type: none"> 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。 けんぽアプリを経由した電子申請が可能になることから、電子申請の利用の際にけんぽアプリのダウンロードを推奨するよう周知する。 	加入者・事業主・担当者・健康保険委員・社会保険労務士	チラシ・LINE・メールマガジン・健康保険委員広報誌・関係団体広報誌・研修会	通年

3. 重点広報

テーマ	実施概要	メインターゲット	実施内容	実施時期
ポピュレーションアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> 千葉支部の健康課題となっている業態(医療費・メタボリスク等が高い業態)の一つである運輸業の被保険者の多くが車利用者であることを踏まえ、車利用者への有効な広報手段である県内キー局へのラジオCMを活用した医療費適正化及び生活習慣改善等に関する啓発広報を実施する。 	事業所の業態が「運輸業」に該当する事業主・被保険者(加入者)	ラジオCM	通年
	<ul style="list-style-type: none"> 千葉支部において健診時の問診結果より咀嚼能力が低い者が多いことが健康課題となっており、R7年度はその要因分析及び対策案の検討を行ったところ。その上で口腔内の健康リスクが生じる前に歯科検診を受診することが有効な対策と考え、加入者への定期的な歯科検診を受診するよう勧奨チラシを作成し健康宣言事業所・健康保険委員等に配布や地元メディアを活用した周知広報を行う。 	健康宣言事業所の事業主・健康保険委員(及びその従業員と家族)・加入者	チラシ・LINE・メールマガジン・新聞広告・健康保険委員広報誌	R8年6月
	<ul style="list-style-type: none"> 喫煙者に対する禁煙啓発事業を推進するとともに、若年層において喫煙を開始することを防止する取組も重要となっているため、主に大学生などの若年層向けの禁煙啓発リーフレットを作成して配布することで、喫煙者の増加の抑制を図る。大学での配布や健診機関において一般健診(若年)の受診者へ配布する。 	大学生、一般健診(若年)の受診者	リーフレット	R8年7月
	<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。また、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会報誌への記事掲載を行い周知広報を図る。 	健康宣言事業所の事業主・被保険者 事業所の業態が「運輸業」に該当する事業主・被保険者	チラシ・リーフレット・LINE・メールマガジン・健康保険委員広報紙・関係団体広報誌	随時
健診	<ul style="list-style-type: none"> 健診受診率の向上及び健康づくりサイクル(「①日々の健康づくり」「②毎年の健診受診」「③健診結果に応じて、問題が無ければ健康づくりを継続、生活習慣の改善が必要であれば特定保健指導を利用する、医療機関への受診が必要であれば早急に受診する」)の定着に向けて、漫画リーフレットを作成し、R8年度健診案内送付時に同封する。 	被保険者・被扶養者(健診受診対象者)	リーフレット	随時

令和8年度 広報スケジュール(概要)

※【最】最重点広報テーマ
【重】重点広報テーマ

	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 主な事業等	・R8年度事業開始 ・保険料率の改定 (任継)	・子ども・子育て 支援金徴収開始	・長期収載品(後発 医薬品のある先発 医薬品)の選定療養 の拡大	・R7年度事業報告、 決算公表	・高額療養費制度 見直し		・被扶養者資格 再確認業務	・健康保険委員 表彰伝達式		・健康保険委員 オンデマンド 研修会配信	・【最】R9年度健康 保険料率の決定	・【最】R9年度健康 保険料率の改定 ・R9年度事業計画・ 予算の決定 ・【最】健診体系の見 直し(R9年度健 診申込の開始)
定期広報 ・けんぽだより ・社会保険ちば ・丸マガ、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											
健康保険委員 向け広報 ・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	
健康宣言事業 所向け広報 ・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 ※事業所カルテ同封			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											新聞広告掲載 【最】R9年度保険料率 【最】健診体系の見直し
関係団体等 ・市政だより ・関係団体会報誌 など	健康経営等や各種共催セミナー案内等の記事寄稿											記事・広告掲載 【最】R9年度保険料率 【最】健診体系の見直し
その他広報等	広報チラシ 他 (【最】電子申請・けんぽアプリの利用促進)											
	ラジオCM (【重】医療費適正化・生活習慣改善等の啓発)											
	健診案内同封リーフレット (【重】健康づくりサイクル)											
	全支部共通広報動画 (YouTube)											
	協会けんぽ GUIDEBOOK	広報チラシ (【重】定期歯科検診勧奨)	広報リーフレット (【重】若年層向け禁煙啓発) (【重】健康課題周知)	電車内広告・WEB広告 (【最】健康保険制度の意義や協会の役割への共感が広がる環境づくり) ※一都三県支部(埼玉・千葉・東京・神奈川)合同広報								広報リーフレット (【最】R9年度保険料率) (【最】健診体系の見直し)

※各月の具体的な広報事項は参考資料1「令和8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106,600社に送付(R8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:7,875件(R8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:4,454人(R8年1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:9,278名(R7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:2,730事業所(R8年1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:12,000部(R6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8年度千葉支部事業計画(案) (広報関係記載部分抜粋)

(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・照会について迅速かつ的確に対応する。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。

⑤ 債権管理・回収と返納金債権発生防止の強化

- ・ オンライン資格確認を有効に活用させるため、事業主からの加入者の資格関係の早期かつ適正な届出について、日本年金機構や社会保険労務士会と連携し、周知広報を実施する。

III) DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進

① マイナ保険証による保険診療の周知徹底

- ・ 医療DXの基盤であるマイナ保険証について、利用率等のデータ分析結果を踏まえてターゲットングをしながら効果的に、加入者・事業主にマイナ保険証の制度の概要やメリットなどの広報を行う。
- ・ 「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。

② 電子申請等の推進

- ・ 加入者の利便性の向上や負担軽減の観点から、2026(令和8)年1月にスタートした電子申請について、利用率向上のため加入者・事業主及び関係団体等に対して積極的な広報を行う。特に、健康保険委員及び社会保険労務士会については、利用率向上に寄与することから、より一層の働きかけを強化する。
- ・ 電子申請については、2026(令和8)年1月からスタートしたけんぽアプリからも利用できることから、電子申請の広報に併せて、けんぽアプリのダウンロード推奨について周知する。

(2) 戦略的保険者機能の一層の発揮

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

- ・ ジェネリック医薬品使用割合(数量ベース)80%以上を維持するため、各種広報等による普及活動や県の審議会等において積極的な意見発信を行うとともに千葉県薬剤師会と連携を図りながら「医療機関・薬局向け見える化ツール」及び「医薬品実績リスト」等を活用した、調剤薬局等に対する働きかけを推進する。

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)やけんぽアプリ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8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9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)」、「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」、「電子申請・けんぽアプリの利用促進」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。
- ・ また、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)を使用し、「協会けんぽ」の認知度向上やSDGsに資する活動を含めた協会の社会的役割の理解促進に取り組む。
- ・ 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。