

令和8年度秋田支部広報計画（案）

1. 当該年度の広報に関する取組方針及び主に取り組む事項

令和8年度の秋田支部広報計画は、①健康づくりサイクルの定着、②協会けんぽの認知度向上を中心に取り組む。

- 協会の最重点広報テーマである「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」について、各種関係団体に広く、様々な広報媒体を用いて広報を行う。
- 重点広報テーマについては、健康づくりサイクルの定着を重点課題と捉え、「健診」、「特定保健指導」、「重症化予防」、「コラボヘルス」に係る広報を設定し取り組むこととする。
- 秋田支部の健診イメージキャラクター「けんしんくん」を各種媒体に展開し、親しみやすいイメージで関心を引き、統一感のある広報を実施する。
- 納入告知書同封チラシや、健康保険委員向け広報誌等による紙媒体に加え、Web広告やLINE、メールマガジンなど、情報を届けたい対象に応じた媒体を選定することで、加入者ヘタイムリーで直接届く広報を実施する。
- 秋田支部における健康課題等のデータ分析結果について、県や市町村、関係団体に説明し、各広報誌に掲載していただくことにより、県民のヘルスリテラシー向上を図る。
- 上記の事業を地元メディア（プレスリリースや記者への情報提供）へ積極的に発信する。

本計画に掲げた事項の実践を通じ、秋田支部が抱える課題を解決するため、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。

2. 最重点広報（全支部共通）

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
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）	・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（結果順位だけでなく、健康づくりの取組が保険料の引き下げにつながることをわかりやすく）、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・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1月～
② 健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）	・令和9年度から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。	加入者（被扶養者）・事業主・健康保険委員	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	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	・加入者及び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	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	令和8年7年～
④ 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。 ・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

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
健診	全体の健診受診率は全国平均より高いが、事業者健診のデータ取得率で補っており、生活習慣病予防健診受診率は例年低迷している（令和6年度 53.2% 全国38位）。近年では、健診受け入れ数も減少しており、受診機会の確保は長年の課題である。そのため、LINE等による健診機関の空き状況などタイムリーな情報提供を実施する。また、検診車の魅力を伝えるプロモーション動画を用いてWeb広告やデジタルサイネージを利用した広報を実施する。	加入者・事業主	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・Web広告・デジタルサイネージ	通年
特定保健指導	令和4年度に策定した標準モデルに沿った特定保健指導の利用案内を徹底し、実施率への影響が大きいと見込まれる事業所等に実効性のある利用勧奨を実施する。また、健康づくりサイクル（保健指導）に係る動画を作成しWeb広告やデジタルサイネージを利用した広報を実施する。	加入者・事業主	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・Web広告・デジタルサイネージ	通年
重症化予防	要精密検査・要治療者の医療機関受診率を上げるには、加入者及び事業主のリテラシーの向上を図る必要がある。そのため、受診に対する理解の醸成や受診しやすい職場環境作りの働きかけを実施する。また、健康づくりサイクル（重症化予防）に係る動画を作成しWeb広告やデジタルサイネージを利用した広報を実施する。	加入者・事業主・担当者	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・Web広告・デジタルサイネージ・トップセールス	通年
コラボヘルス	秋田支部の健康リスクは、「血圧」・「脂質」において男女ともに例年全国ワースト上位となっている。また、秋田県のがん及び脳血管疾患死亡率も全国ワースト上位となっており、生活習慣の改善が急務となっている。そのため、好事例の取組を横展開することで、健康経営を通じた健康づくりを推進する。また、健康経営宣言の標準化を踏まえた広報を行うことで質の向上を図る。	事業主	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・セミナー・トップセールス	通年

4. 特別広報

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
制度改正等の状況を踏まえて適宜対応する（現時点で設定なし）				