

# 令和8年度 広島支部 広報計画（案）について



# 広報計画策定の趣旨について

協会けんぽでは、本部において「広報基本方針」及び「本部広報計画」を、支部において「支部広報計画」を作成し、本部・支部で統一的・計画的に周知・広報することで、加入者・事業主の一層の理解を得ていくこととしている。

## 本部

## 広報基本方針（抜粋※詳細は参考資料1-1のとおり）

### 趣旨・目的

協会けんぽでは、これまで、都道府県単位で自主自律の運営を行うとの方針に従い、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。今後、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り、さらに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、基本方針を策定する。

### 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
- (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

### 広報テーマ

- 1 健康づくりの取組
- 2 健康保険制度や各種給付金等の申請方法等の周知
- 3 協会の財政状況、医療費適正化等の取組
- 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

### 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。

# 広報計画策定の趣旨について②

## 本部

## 本部広報計画（抜粋※詳細は参考資料1-2のとおり）

### 取組方針

- 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

R7本部にて実施した認知度調査結果を踏まえ策定

### 最重点広報・重点広報テーマ

最重点広報テーマ…赤文字 重点広報テーマ…青文字

- ①R 9 保険料率改定
- ②健診体系の見直し
- 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
- 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
- ⑩LINEの利用促進

## 支部

## 支部広報計画（詳細はP3～）

# 令和8年度広島支部における広報に関する取組方針及び主に取り組む事項について

令和8年度の支部広報計画においては、本部広報計画に基づき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。

## ①協会及び協会の事業に関する認知度の向上

協会及び協会の事業の認知度の向上に当たっては、最重点広報テーマ及び重点広報テーマを中心に以下の取り組みを行う。

### 最重点広報

本部の設定した4つのテーマについて、複数の広報媒体を活用し広報に取り組む。

- ・特に、広島支部としては被保険者健診実施率がKPIに達していないこと等を踏まえ、令和9年度より実施する被扶養者の健診事業の拡充をはじめとした「健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）」の広報に併せて、令和8年度より実施する人間ドック補助事業及び若年層の受診機会拡充等の周知を図ることで、実施率の向上に取り組む。
- ・「電子申請・けんぽアプリの利用促進」についても、加入者に対し利用促進を行う他、事業所、関係団体及び健康保険委員を通じた加入者への利用勧奨を実施する。
- ・いずれも、定期広報物への掲載を行う他、ターゲティングが可能であるWEB広告を中心に広報を行う。

### 重点広報

- ・広島支部の抱える課題に着目し、「医療費適正化」「重症化予防」「コラボヘルス」「健診」に係る広報を特に注力して取り組む。
- ・個別アプローチ及び集団へのアプローチを併用することで、加入者全体のヘルスリテラシーや医療財政に対する理解度向上及びターゲット層への行動変容を図る。
- ・広島支部が先行実施しているこども健康教育事業については、当該事業を通じて協会及び協会の事業に関する認知度の向上にも繋がるよう効果的に実施する。

## ②加入者・事業主に協会への共感が広がる環境づくり

共感が広がる環境づくりに当たっては、事例を交えた情報発信や、広島支部加入者や事業所が健康課題等を自分事として捉えることができるような広報により、加入者及び加入事業所の行動変容に向けた動機付けを行う。

## ③広報チャネルの強化

広報チャネルの強化については、まずは既存の広報媒体であるメールマガジン、LINE、納告チラシ、健康保険委員会報誌等の各種媒体による広報を確実に実施する。

また、ニュースリリースを積極的に実施し、報道機関に対するアプローチを強化することで協会の認知度を高めるとともに、ターゲティングが可能である複数のWEB広告媒体を活用し、最重点広報テーマや重点広報テーマについて幅広く広報を実施する。

## ④広報担当者の育成

広報担当者の育成については各グループから選出された職員で編成される広報委員会を活用し、広報媒体を活用した広報や、健康保険委員研修会等の事業実施内容や実施方法について広報委員が積極的に関与するようにし、広報担当者の育成に取り組み、広報業務における質の向上を図る。

# 最重点広報テーマにおける令和8年度広島支部実施概要等について

本部の設定した4つのテーマについて、複数の広報媒体を活用し広報に取り組む。

・特に、広島支部としては被保険者健診実施率がKPIに達していないこと等を踏まえ、令和9年度より実施する被扶養者の健診事業の拡充をはじめとした「健診体系の見直し（現役世代への健診事業の拡充）」の広報に併せて、令和8年度より実施する人間ドック補助事業及び若年層の受診機会拡充等の周知を図ることで、実施率の向上に取り組む。

・「電子申請・けんぽアプリの利用促進」についても、加入者に対し利用促進を行う他、事業所、関係団体及び健康保険委員を通じた加入者への利用勧奨を実施する。

・いずれも、定期広報物への掲載を行う他、ターゲティングが可能であるWEB広告を中心に広報を行う。

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（健康づくり及び医療費適正化につながる取組）、子ども・子育て支援金制度について周知する。	被保険者・事業主	納告チラシ・LINE・メールマガジン・新聞広告・関係団体広報誌・ニュースリリース	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）	・現役世代への健診事業の拡充について、ターゲットを意識した媒体を活用して周知する。	加入者・事業主・事業所担当者・健康保険委員	納告チラシ・LINE・メールマガジン・健康保険委員広報誌・関係団体広報誌・健康保険委員研修会・動画広告・ニュースリリース・WEB広告	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・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。共感を形成するための施策として、事例を交えた情報発信や、広島支部加入者や事業所が健康課題等を自分事として捉えることができるような広報を行う。	加入者・事業主・事業所担当者・健康保険委員	納告チラシ・LINE・メールマガジン・健康保険委員研修会・ニュースリリース・WEB広告	通年
④ 電子申請・けんぽアプリの利用促進	・電子申請が開始したことについてやメリット、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をダウンロードするよう周知する。	加入者・事業主・事業所担当者・健康保険委員・社会保険労務士	納告チラシ・LINE・メールマガジン・健康保険委員広報誌・関係団体広報誌・健康保険委員研修会・ニュースリリース・WEB広告	通年

定期広報物（納告チラシ・メルマガ等）、ニュースリリース、WEB媒体を活用し広報

# 重点広報テーマにおける令和8年度広島支部実施概要等について

当支部の抱える課題に着目し、「医療費適正化」「重症化予防」「コラボヘルス」「健診」に係る広報を特に注力して取り組む。個別アプローチ及び集団へのアプローチを併用することで、加入者全体のヘルスリテラシーや医療財政に対する理解度向上及びターゲット層への行動変容を図る。

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
医療費適正化	上手な医療のかかり方のポイントに関する通知書送付等の個別アプローチ及び集団へのアプローチを併用することで、加入者全体のヘルスリテラシーや医療財政に対する理解度向上及びターゲット層への行動変容を図る。	・広島県内の住民 ・一定の条件に該当する者	納告チラシ・LINE・メール マガジン・ニュースリリース	通年
重症化予防	健診受診後、血圧、血糖（代謝）、脂質のリスク保有者における受診勧奨文書送付等の個別アプローチ及び集団へのアプローチを併用することで、加入者全体のヘルスリテラシー向上及びターゲット層への行動変容を図る。	加入者・事業主	納告チラシ・LINE・メール マガジン・ニュースリリース ・加入者への個別通知	通年
健診	健診受診に関する勧奨文書送付等の個別アプローチ及び集団へのアプローチを併用することで、加入者における健診事業の認知度向上及びターゲット層への行動変容を図る。	加入者・事業主	納告チラシ・LINE・メール マガジン・ニュースリリース ・交通広告・加入者への 個別通知	通年
コラボヘルス	近年、健康宣言事業所数の伸びが鈍化していることを踏まえ、未宣言の事業所に対し、ひろしま企業健康宣言エントリーをすることのメリットについて発信することで、健康宣言事業所数を伸ばす。また、既存の宣言事業所に対し、健康経営を継続するためのフォローアップ内容について発信し、利用を促進することで、従業員の健康度の向上を図る。	健康宣言事業所 加入者・事業主	健康宣言事業所広報誌・ヘルスケア通信簿・ラジオ（番組）・ニュースリリース	通年

定期広報物（納告チラシ・メルマガ等）、ニュースリリース、WEB媒体を活用し広報。健診に関しては、制度の拡充を踏まえ交通広告による県民への広い制度周知を実施予定。