

# 令和2年度健康保険委員アンケート 集計結果報告

---

## ◆ 目的

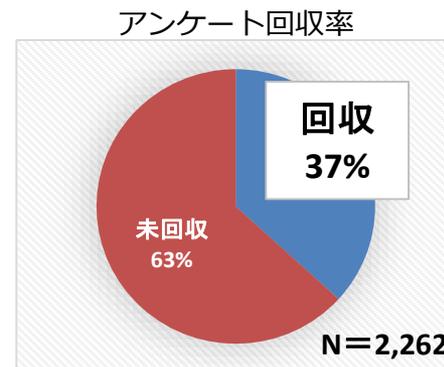
健康保険委員委嘱事業所に対するアンケートを実施することにより、加入者の要望や満足度を把握し、今後岩手支部が実施する広報および事業運営の一助とする。

## ◆ 対象者と実施方法

- 対象者 : 健康保険委員委嘱済みの2,262事業所
- 送付方法 : 令和2年6月発行の健康保険委員向け広報誌「ハピネス」に同封
- 実施期間 : 令和2年6月20日～令和2年7月17日まで  
(FAXによる回収)

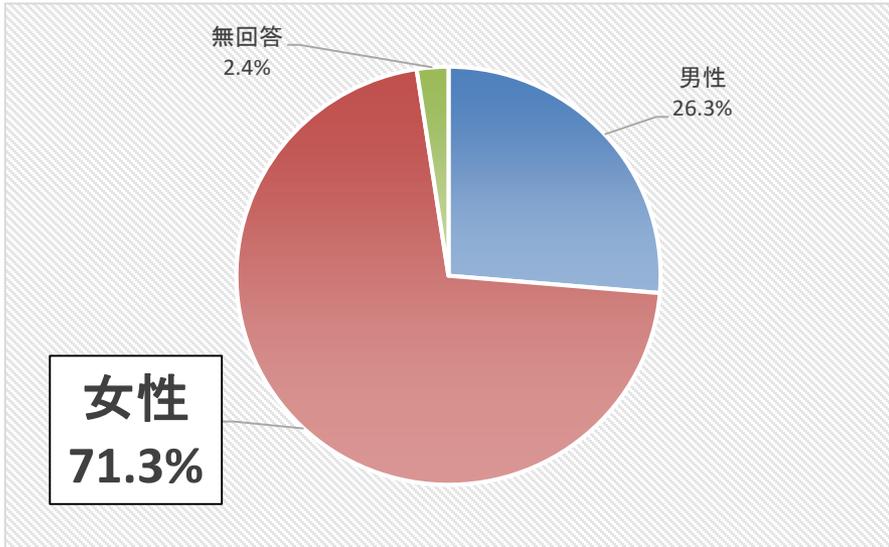
## ◆ 回収結果

- 回収率 : **約37%** (2,262事業所のうち832事業所)

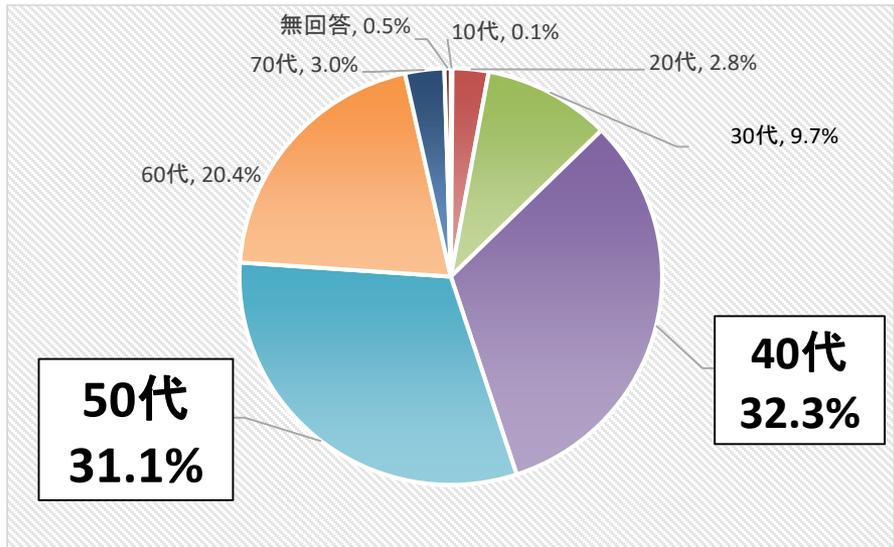


# 回答者の属性について

## 性別



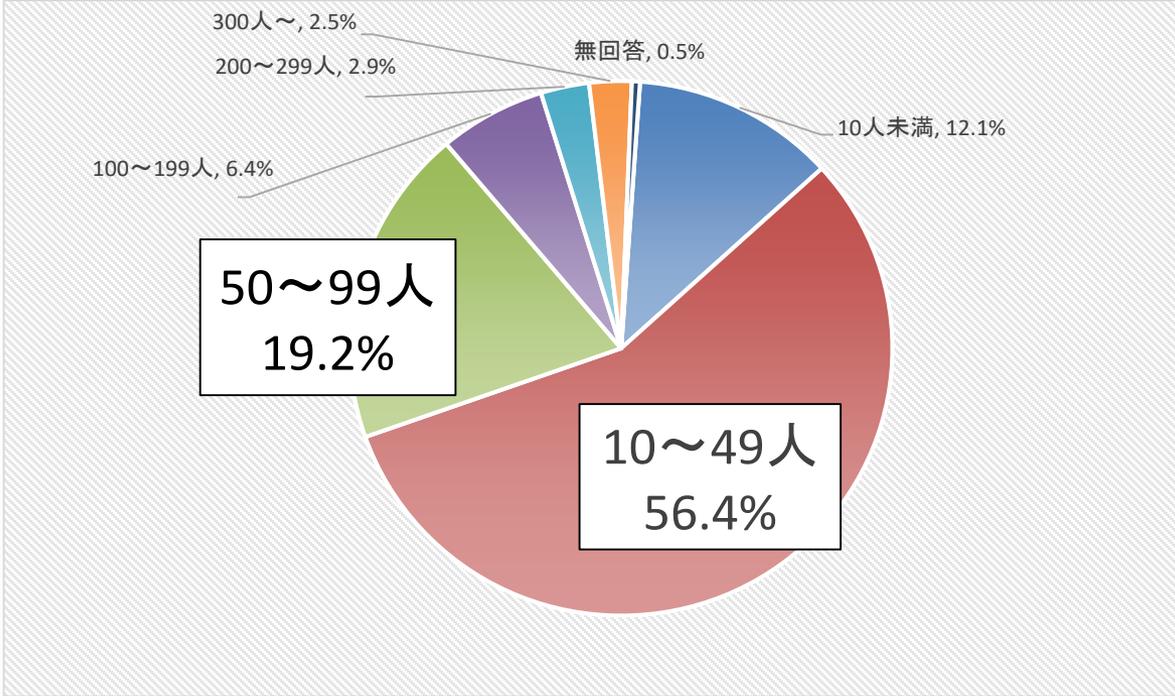
## 年齢層



- 回答者の約7割が女性
- 回答者の約6割を40～50代が占める

# 回答者の属性について（続き）

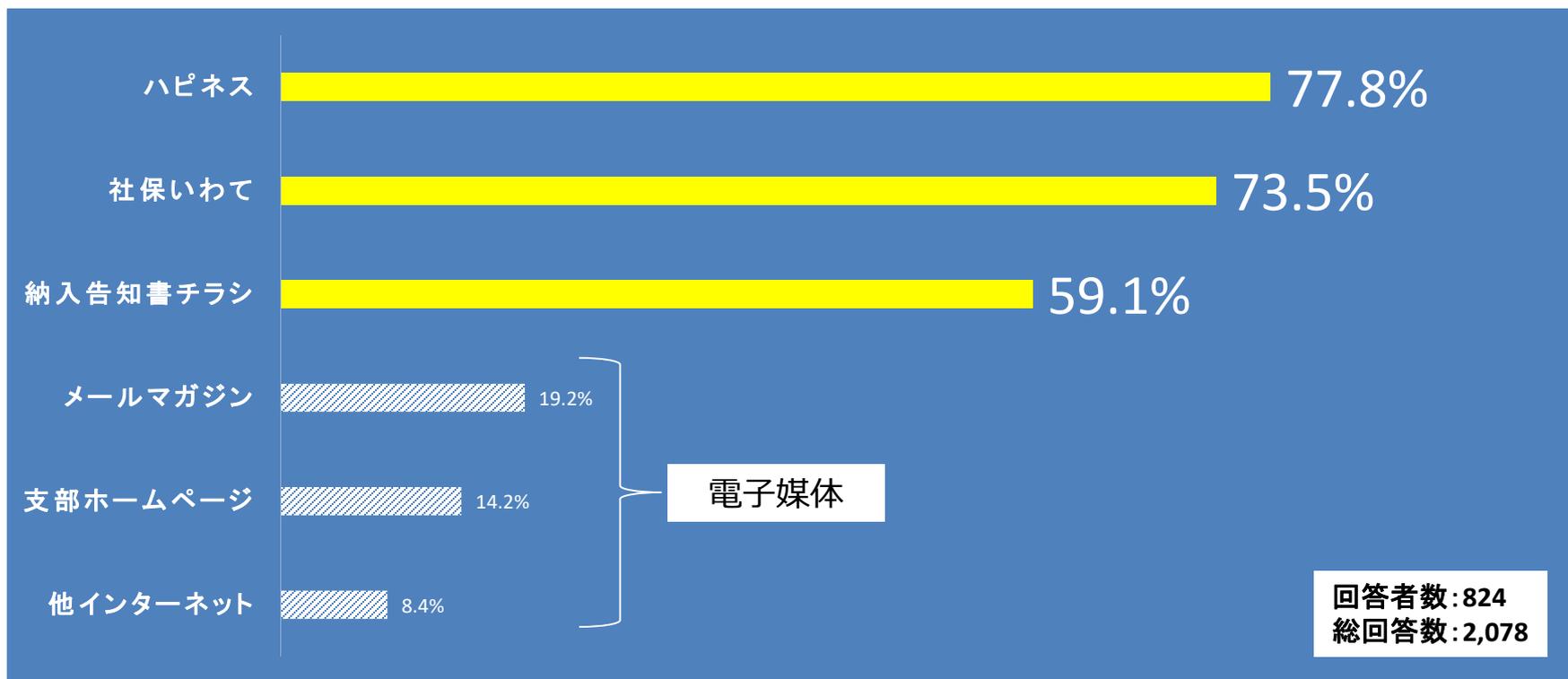
## 1.事業所規模（被保険者数）



• 被保険者数10~99人の事業所が約8割を占める

## よく見る広報媒体について

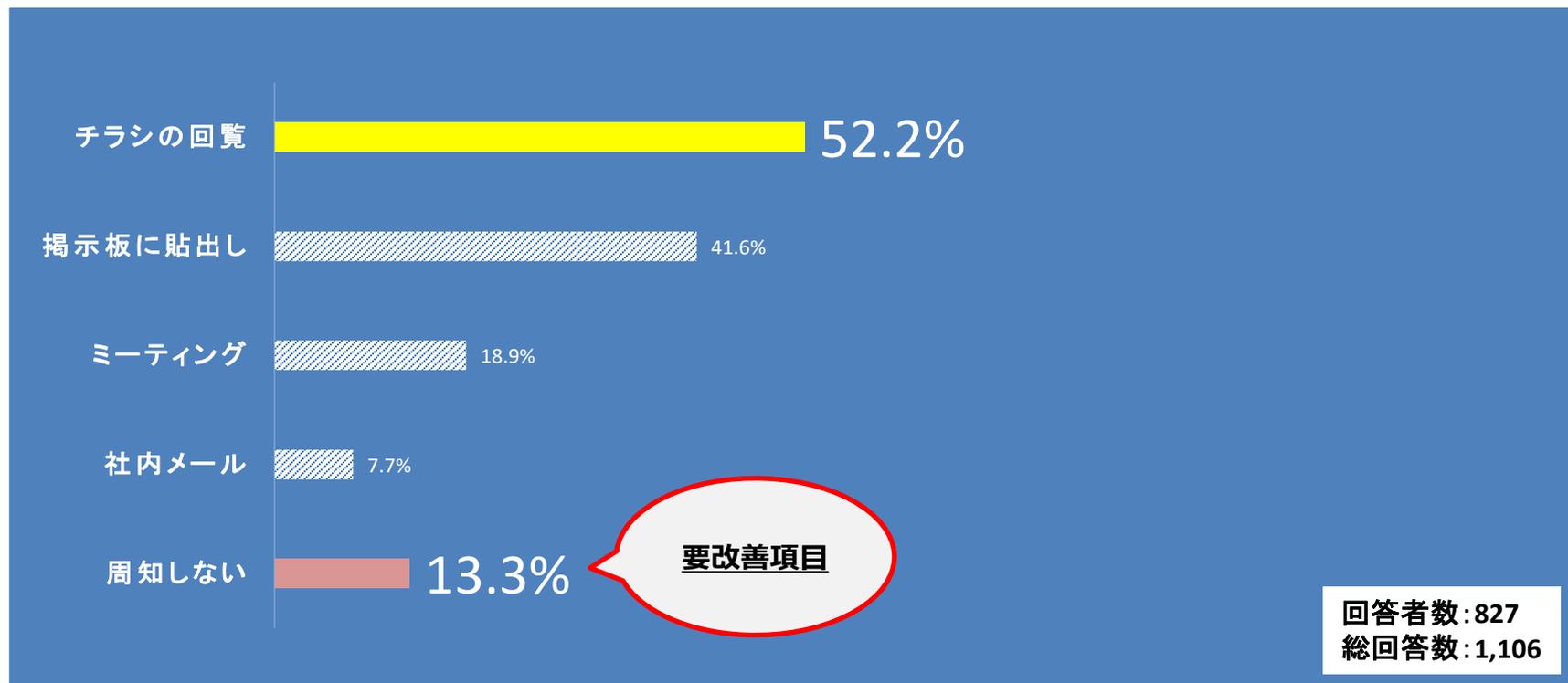
2.岩手支部から情報発信している広報媒体で、よくご覧になるものを3つお選びください。



- 比較的広報規模の小さいハピネス・社保いわてが、全事業所配布の納入告知書チラシを上回っている
- 電子媒体（メールマガジン、ホームページ等）の広報は2割に満たない

## 社内の周知方法について

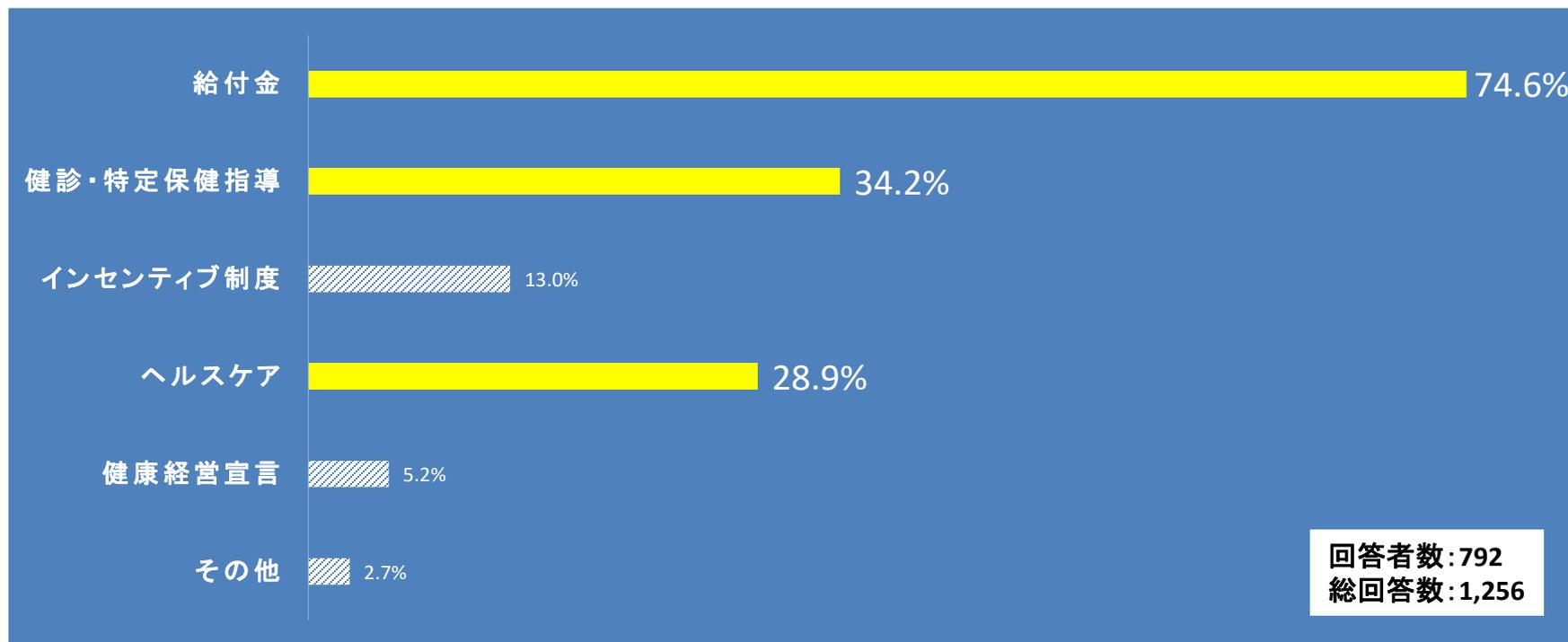
### 3.従業員様への主な周知方法をお選びください。(複数回答可)



- ちらしの回覧が回答者の半数以上を占めており、ミーティングは2割に満たない
- 広報物を周知しない事業所が1割以上ある

## 広報を充実させてほしい分野

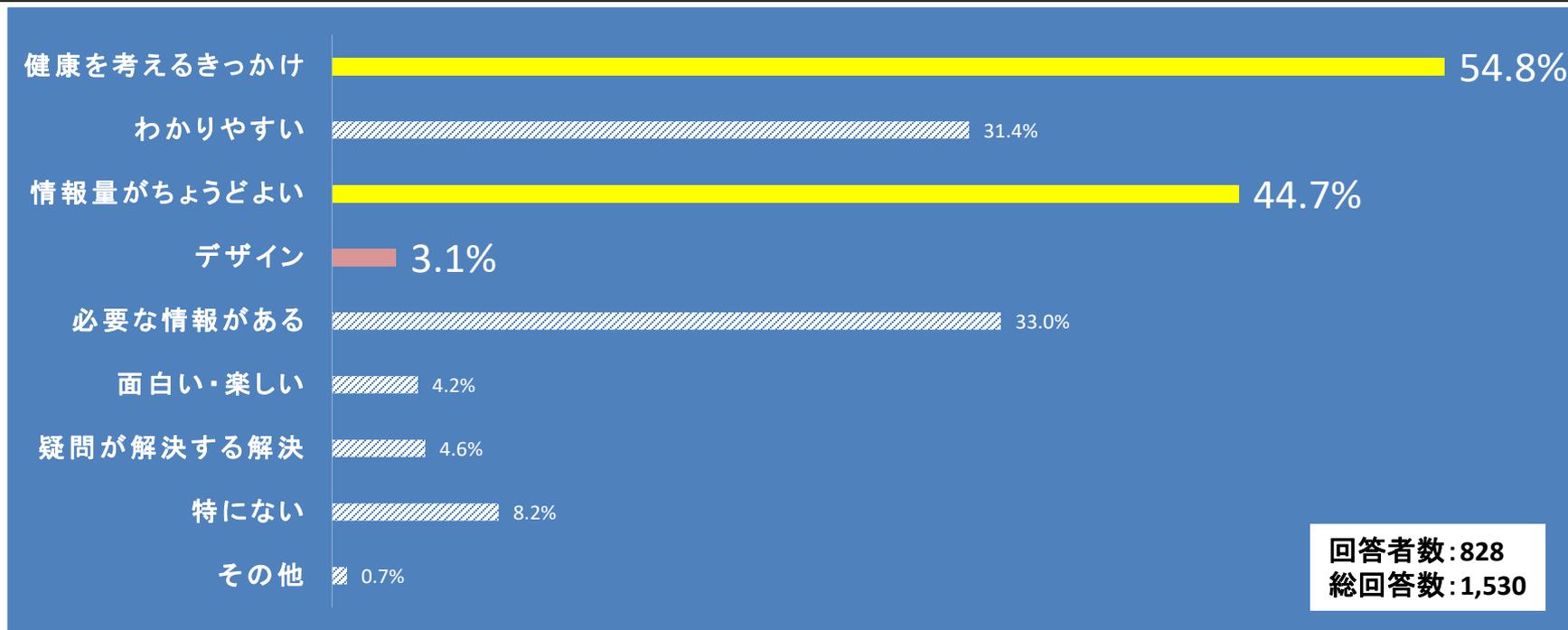
4.岩手支部の広報の内容で、充実させてほしい分野をお選びください。(複数回答可)



- ・ 給付金に関する広報については7割を超えている
- ・ 健診および保健指導、ヘルスケアなどの健康面に関する項目は約3割

## 広報紙について（満足）

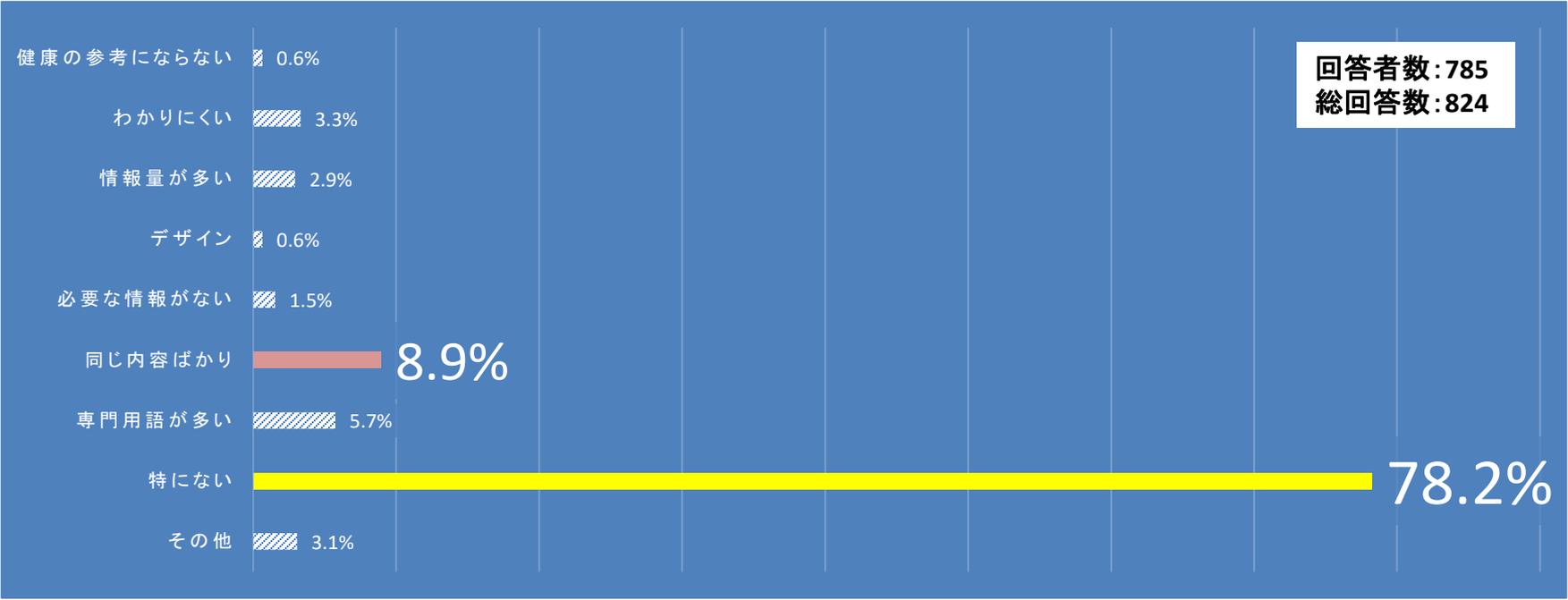
5-1.岩手支部が情報発信している広報紙（納入告知書同封チラシ、ハピネス等）についてあなたが満足している点をお選び下さい。（複数回答可）



- ・ 約半数の回答者が健康を考えるきっかけになることや、情報量に満足している
- ・ デザインに関する満足度は約3%に留まる

# 広報紙について（不便・不満）

5-2.岩手支部が情報発信している広報紙（納入告知書同封チラシ、ハピネス等）についてあなたが不便や不満を感じている点をお選びください。（複数回答可）



- 約8割の回答者が不便、不満を感じる部分はないと回答
- 他選択肢はそれぞれ1割に満たないが、「同じ内容ばかりである」という回答が8.9%と、比較的割合が大きい

## 年齢層×よく見る広報物

### 年齢層とよく見る広報物をクロス集計し、年齢層ごとのよく見る広報物を数値化したもの

※年齢層を回答がなかったものは集計に含めない  
 ※10代および20代については回答少数のため統合

	10～20代	30代	40代	50代	60代	70代
ハピネス	79.2%	72.8%	76.2%	74.5%	81.8%	84.0%
社保いわて	54.2%	65.4%	68.4%	74.5%	81.8%	88.0%
納告チラシ	70.8%	56.8%	56.1%	54.8%	68.2%	52.0%
メルマガ	25.0%	16.0%	21.6%	20.1%	13.5%	20.0%
ホームページ	16.7%	17.3%	17.8%	12.7%	9.4%	8.0%
他インターネット	16.7%	7.4%	7.8%	7.3%	9.4%	4.0%
回答者数	24	81	269	259	170	25

- ハピネスは世代を通じて7割を超え、社保いわては60～70代で8割を超える
- メールマガジンは10～20代の割合が多く、ホームページは30～40代で比較的多く散見される

## 事業所規模×周知方法

事業所規模と広報物の周知方法をクロス集計し、事業所規模ごとの周知方法の違いを見る

※事業所規模の回答がなかったものは集計に含めない

	10未満	10～49	50～99	100～199	200～299	300～
ミーティング	12.9%	6.0%	2.5%	5.7%	0.0%	0.0%
チラシ回覧	91.1%	78.7%	68.1%	81.1%	70.8%	76.2%
掲示板貼出し	10.9%	35.0%	43.1%	32.1%	33.3%	42.9%
社内メール	2.0%	2.3%	1.3%	7.5%	12.5%	14.3%
周知なし	8.9%	13.0%	15.6%	11.3%	8.3%	4.8%
回答者数	101	469	160	53	24	21

- 10人以上の事業所では、3割～4割が掲示板を活用している
- 200人未満の事業所に比べ、200人以上の事業所は社内メールでの周知割合も比較的大きい
- 事業所規模にかかわらず、周知方法はチラシ回覧がメインである

## 事業所規模×充実してほしい分野

事業所規模と広報物の充実を希望する分野をクロス集計し、  
事業所規模ごとの必要な情報等の違いを見る

※事業所規模の回答がなかったものは集計に含めない

	10未満	10～49	50～99	100～199	200～299	300～
給付金	67.3%	71.0%	73.8%	58.5%	83.3%	81.0%
健診・特定保健指導	30.7%	33.5%	31.3%	35.8%	29.2%	28.6%
インセンティブ	9.9%	9.4%	16.9%	20.8%	29.2%	19.0%
ヘルスケア	25.7%	26.0%	30.6%	34.0%	33.3%	28.6%
宣言	3.0%	4.5%	7.5%	3.8%	8.3%	4.8%
その他	5.9%	2.3%	1.3%	3.8%	0.0%	0.0%
回答者数	101	469	160	53	24	21

- 特に100人以上の事業所が、インセンティブ制度に関する広報の充実を希望している
- 健診関係やヘルスケアに関しては事業所規模によつてのばらつきはあまりなく、それぞれ約3割である

## まとめ

### 1. 広報媒体について

- 紙媒体での広報は一定数認知されている状況であり、継続した周知を実施していきたい
- 一方で、デザインの面での満足は得られていなかったため、原稿案作成時から、より見やすいレイアウトや興味を引き付けるような見出しの作成が必要である
- 電子媒体について、活用があまりなされていない現状であるため、内容の見直しや電子媒体による広報（メールマガジン等）の周知拡大を積極的に行っていくことが求められると史料する

### 2. 事業所内の周知および周知方法について

- 社内の周知方法に関する項目の集計結果では、周知を行っていない事業所が全体の13.3%となった
- 事業所担当者レベルで広報が留まらないよう、社内の回覧や掲示板を活用した周知を促すための文言追加等を検討したい
- 広報内容の重複による回覧の省略も考えられるため、同じ題材であっても表現方法を変更することや、多様な視点から記事の作成をしていくことが求められていると推察される  
(参考：広報物を周知しないかつ不満点で「同じ内容ばかり」と回答したのは8事業所)

### 3. 次年度以降の広報計画策定について

- 充実希望の多い給付金や健診・特定保健指導の広報は継続して実施し、ヘルスケア等の健康情報も広報題材とすることを検討したい（データヘルス計画については令和元年度実施済み）
- インセンティブ制度については比較的規模の大きい事業所の関心が見られたため、引き続き広報を実施していく
- 情報量（記事数等）については現状から増やしすぎず、記事の重複をなるべく避けながら、コントロールしていくことが重要

## その他 自由記述欄

### 従業員への主な周知方法

毎月のメールマガジンを印刷して給料袋にいれています。

すべてではなく必要と判断したもののみ

### 広報で充実させてほしい分野

自己負担限度額認定

現状満足

現時点で内容に満足している

健康保険制度について

新型コロナウイルス保険適用

喫煙

資格取得の対象者、不要対象者に必要な書類について広報してほしい

宣言、健保委員のアンケートやチェックシートの提出依頼が度々あるので、まとめて依頼してほしい。

毎年のドックの結果を全員で共有、治療通院を第一に！食物の野菜、量の増す事を各自に（畑作り等）

全ての記事、簡単に要約だけにしてほしい

## その他 自由記述欄

### 満足している点

がん検診の重要性、喫煙の健康被害

忘れていたことなど、再確認できるので助かってます。

知っているような事だったとしても、改めて確認すること事ができる。

健康川柳面白いです。

掲示できるようなチラシタイプだと、回覧以外にも気にかけてもらいやすい

他の企業の取組みが知れて参考になる

同じ内容でも提出書類に係る情報は毎回忘れずに提出することが出来るので助かります。

毎年のドックの結果を全員で共有、治療通院を第一に！食物の野菜、量の増す事を各自に（畑作り等）

がん検診の重要性、喫煙の健康被害

## その他 自由記述欄

### 不便・不満を感じる点

一般の従業員向けの掲示用あるとよい（パソコンないスマホない人が多い）

協会けんぽ 出張窓口の終了

季節の健康レシピを楽しみにしていましたので、残念です。

文章が長すぎてわかりにくい。図解や色づかいでわかりやすくしてほしい。見出しが「ご案内」ではなく、インパクトのあるような（何？）と思わせるようなもので色も重要さをアピールする色をお願いします。

専門用語が多いというより、一度二度読んでもなかなか十分に理解できない。今日は例えば「インセンティブ」米印を付けて再度説明いただけると理解されやすいのではないのでしょうか

社会保険料額の変更を見逃さないようどこかに大きく掲示してほしい（子ども子育て拠出金も）

郵便料金を抑えるために定型にするのはいかがでしょうか？また、この内容であればメルマガでもよいと思います。

チラシの色があまり興味をかきたてない

コピーして配布できるようなリーフレットがあると助かります。

感染予防のための手洗いの仕方等のポスターを配布するなど、いま必要な情報を発信してもらいたい。

矛盾した回答になりますが、情報量を減らせればもっと見やすくなると思いますし、今の情報量で紙面が広くなればそれはそれで見やすくよいと思います。詰め込みすぎると、読むのがつかれるので、余白スペースがあるほうが安心します。

本当に必要な情報、特に改正に伴う情報の提示が欲しい。（わかりやすい年金支給について）

A4の封筒で出す必要があるのか。経費のむだ使い。花巻事業所がなくなり不便 届出用紙が変更になったり、必要の場合はどうすればいいのか。

事務上、注意すべき点を知らせてほしい。