

京都支部の広報事業について

令和5年7月18日
令和5年度 第1回評議会

支部の広報活動における課題の整理・3か年の広報方針の策定と目標の設定

支部の広報活動においては、下記のような課題があったため、令和3年度より、PRコンサルティングにかかる業務委託を活用し、**3か年にわたって中長期的な広報計画を作成**し、改善を図っている。

支部の**広報課題**と課題に応じた**方針の策定**

① 広報活動が事業ごと・単年度ごとの取り組みとなり、継続性がない

▶ **方針1:一貫性を持った中長期型広報戦略**

② 情報過多で説得的、広報資材のターゲットインサイトが見えてこない

▶ **方針2:ターゲット視点での情報発信**

③ 計画→実行→効果検証→改善という健全なPDCAが回っていない

▶ **方針3:健全なPDCAが回る強固な広報基盤づくり**

対応する施策：

- ・3か年の**中長期型広報戦略**の策定と実行（P3）
- ・**コンセプト**に沿った一貫性のある広報活動（P5）

広報計画における目的と、目的を達成するための方針の整理

PRコンサルティング事業者の知見を活用しながら、広報計画を整理した。

【広報計画における目的】

京都支部事業の認知度向上、ブランディング

各事業を推進しやすくなるためには、支部の認知度やイメージの向上、**支部事業の価値**の訴求が必要である。

〈訴求したい当支部のイメージ・価値〉

協会けんぽ京都支部は、保有するデータやノウハウを活用し、保健事業等を通して、加入者や事業所等に対して“今の数値、状況をお知らせ”し、また、現状を“よりよくするサポート体制”があり、また“寄り添い型のコミュニケーションを提供する組織である”ことを訴求したい。

【目的を達成するための基本方針（1）】

(1) 届いてほしいターゲットに届ける広報の実施

〈目標〉ターゲットの属性ターゲットの心理を理解し、メッセージを届けることができるようになること
コアターゲットの周辺（事業所・地域・社会）を意識し、効果的にコアターゲットへ情報を伝播できるような手法を検討・実施する。

【目的を達成するための基本方針（2）】

(2) 今後に関わる基盤（情報インフラ・職員のスキル・メディア等との繋がり）の拡充

①事業所とのコミュニケーション、メディアとのコミュニケーションを活用した広報活動

〈目標〉「京都の健康」に関する情報提供元として、報道関係者や関係団体からの認知を獲得する。

・事業所との繋がり強化

広報活動を通し、事業所とのコミュニケーションを活性化させることを目指している。

・第三者メディアとの繋がり強化

ターゲットへのアプローチ方法（コミュニケーション方法）に偏りを持たせないようにするため、多様な方法による発信を行う必要があるということから、今後さらに第三者メディアから求められるコンテンツ作りや発信手法を活用する。

②広報活動における情報インフラ（HP、LP（特設ページ）、紙媒体）等の整備・改良

〈目標〉既存の自社メディアの課題を抽出し、改善するPDCAサイクルを回せるようになること。

③広報活動における職員の知識・ノウハウの蓄積

〈目標〉協会内での情報収集、情報整理などの基礎的な活動が自立してできるようになること。

広報計画イメージ

3か年の中長期型広報戦略と目指すべき姿

基本方針と3か年計画

ブランディング(協会の認知度向上、価値の向上)

目指す姿(3か年計画終了時にあるべき姿)

京都支部事業のイメージを向上させること、現在値のコンセプトの認知度を向上させること

- ・コンセプトの積極活用や、自社メディア・プレスリリース、チラシなどのターゲットの目につくところでのデザインの統一感を意識する。
- ・達成目標としては、アンケートなどの数値の変化を追うことが適切。
- 京都支部事業のイメージ、現在値のコンセプトの認知度に関するアンケートの結果をもとに課題を抽出、改善できるようになることが必要。

R3

R4

R5

広報の基盤づくり (情報インフラ面・スキル面)

目指す姿(3か年計画終了時にあるべき姿)

- ・システム面: **自社メディアの適切な管理**
→無料ツールや外部委託先を利用して課題を抽出し、改善するPDCAサイクルを担当者レベルで回せるようになること。
- ・スキル面: **自立した発信活動**
→協会内での情報収集、情報整理などの基礎的な活動が自立してできるようになること。
プレスリリースを例に挙げると、制作、配信、記者へのプロモート活動が自立してできるようになること。

ターゲット視点での情報発信 (加入者個人、事業主、社会の 3つの視点からのコミュニケーション)

目指す姿(3か年計画終了時にあるべき姿)

ターゲットの属性の他、**ターゲットの心理を理解できていること**

- ・ターゲットの属性は目につきやすいが、ターゲットの心理は後回しになりがち。
- ・心理を捉える一つの指標としては「加入者の悩みの深さ」等がある。
- ・悩みの深さによって、広報の手法や、メッセージを変える(工夫する)ことにより、ターゲット視点での情報発信に近づく。
- ・心理を知るためにはアンケートや定性調査(インタビュー)等が適切。
- 最終的には、悩みの深さまで捉えたペルソナ像を広報のターゲットに対して設定できるようになることが必要。

2. 広報計画 -コンセプトに沿った一貫性のある広報の実施-

コンセプト 「現在値 (いま)」をみよう



コンセプト使用例

健診を受けて
健康の「現在値 (いま)」をみよう

コラボヘルスを推進して従業員や会社の「現在値 (いま)」をよりよくしよう

医療費の「現在値 (いま)」をみて、
ジェネリック医薬品を使用するなど、
医療保険制度を維持するためにできることを考えよう

生活の中からみえる数値を意識いただく
動画や特設サイトを制作。
性別・年代は同じである3人のモデルの生活習慣とそれにかかわる数字を見せながら、視聴者に自身の生活習慣について気づきを持っていただくことがテーマです。

特設サイトイメージ



脂質・塩分・カロリー
(保健G管理栄養士と
連携して作成)

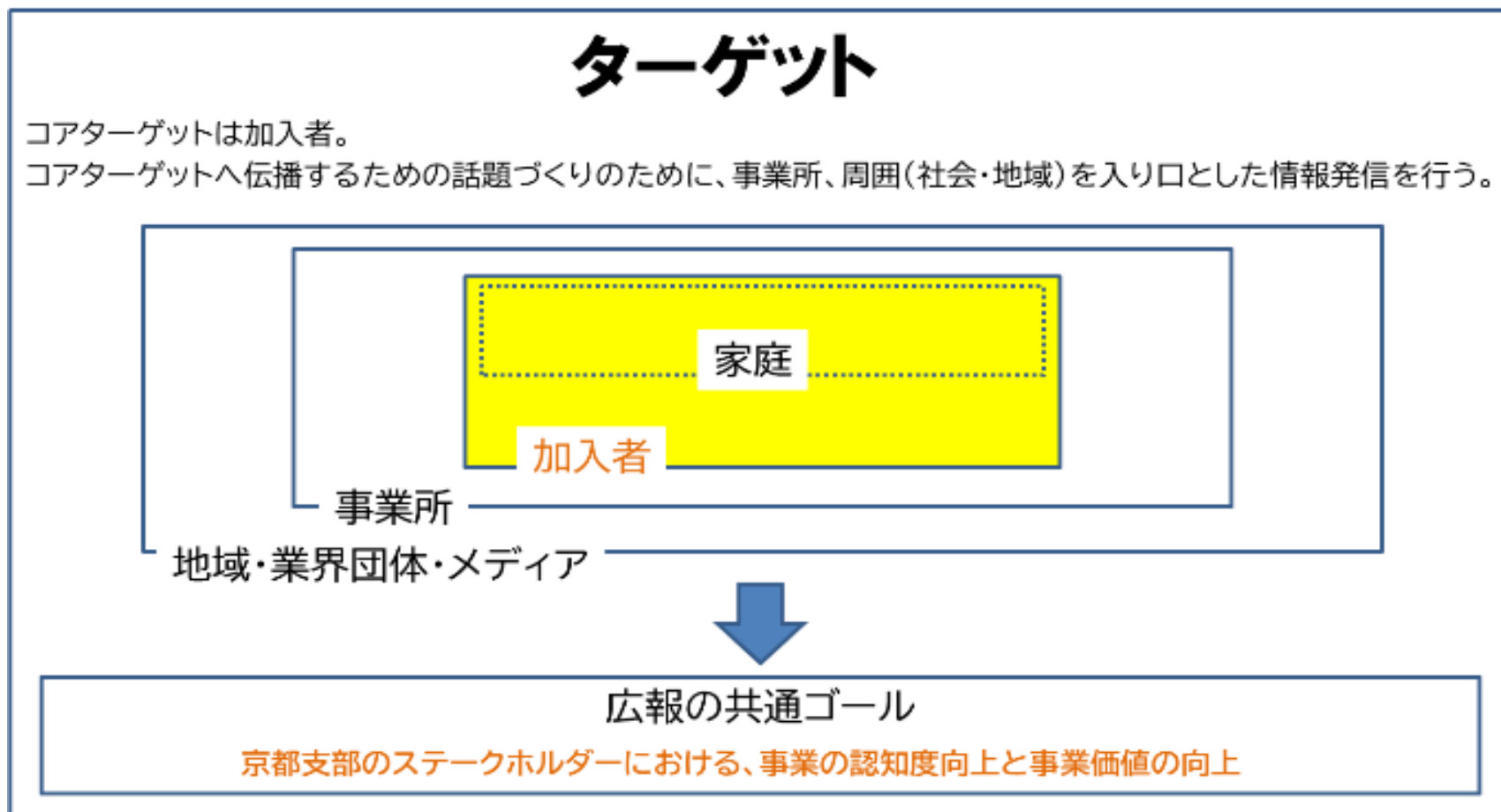


2.広報計画 -その他：ターゲットを意識した広報-

■メディアや事業所等の、第三者の発信力を活用したターゲットへの情報発信

・これまでの支部は直接加入者個人に対し、協会が発信するのみであった。これでは情報の伝わり方に偏りがでてしまう。
→加入者の周囲への啓発を行い、コアターゲットである加入者に情報を伝播させる計画を策定、実施。(図1)
具体的には、メディアの発信力を活用することを狙ったプレスリリースや個別プロモート、事業所の発信力を活用することを狙った、宣言事業所とのコラボ座談会等の記事化を行っている。

(図1)

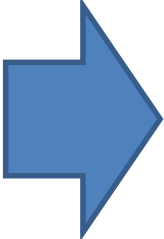
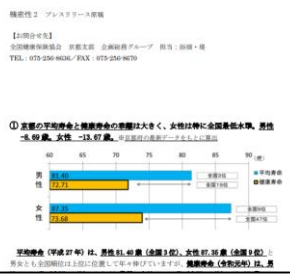
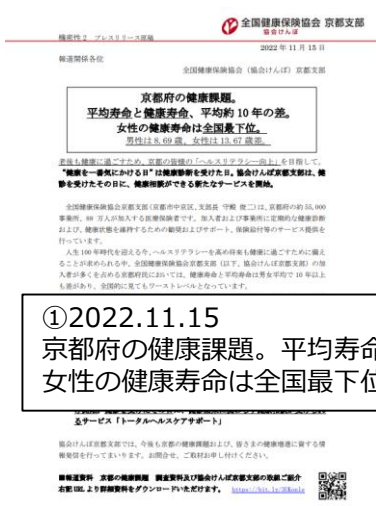


3.具体的施策 -令和4年度施策一覧-

| 実施施策 | 概要 | 施策ごとの結果（効果） |
|--|--|--|
| 報道機関向けアプローチ （ニュースリリースの作成・配信） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 配信サイト@PRESSを使用し、作成したニュースをWEB配信を3回実施（R4年11月15日・R5年1月16日・R5年3月8日） ・ 1月分から府政記者クラブへも持ち込み | 令和3年度はメディア掲載に繋がらなかったが、令和4年度は複数のメディア掲載に繋がった。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 医療専門職メディア“保健指導リソースガイド”（2回）で紹介 ・ 京都新聞（初の取材対応も実施）にて記事化 ・ 教育家庭新聞 ・ KBS京都（2回）、保健、医療専門誌「へるすあっぷ21」へ掲載（転載ではない）・予想を上回る掲載数であった。 |
| メディアタイアップ① （記事型広告） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 京都新聞WEBタイアップ（R4年11月10日） ・ 地元メディア記者とのコミュニケーションを行うことで、メディア側が必要とする情報はどのようなものであるのかについて理解を深めることができた。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 合計インプレッション数（表示されたのみの件数）：3,051,511件 ・ PV数（中身を閲覧した件数）：2,725PV ・ 初めて京都新聞の記者と接触することができ、コネクションの足掛かりができた他、メディアが求める情報について理解を深めることができた。 |
| メディアタイアップ② （記事型広告） | <ul style="list-style-type: none"> ・ シティリビング京都WEBタイアップ（R5年1月25日） ・ 事業所担当者様（宣言事業所）と京都支部との座談会の様子をプロが取材 | <ul style="list-style-type: none"> ・ PV数（ページ訪問数）：1,798PV ・ アンケート応募数：594件 ・ 平均ページ滞在時間4分43秒（※同期間サイト内平均1分39秒） ・ タイアップ記事の平均ページ滞在時間が4分43秒と、平均の3~4倍とかなり高い数値となった。 |
| 自社メディアの充実 | <ul style="list-style-type: none"> ・ LP（特設サイト）ページ制作3件（R4年11月15日・R5年1月25日・R5年3月8日） ・ ライター取材を導入：支部保健師への取材 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 期間中総ページビュー4,657PV 1日平均36PV（2023/3/23集計時点）（R3年度は3,000件） ・ ニュースリリース、メディアタイアップ、定期広報誌発行やメルマガ配信時に、ページへの流入導線を配置 |
| 内部体制の強化① | 委託事業者による広報研修（R5年3月8日） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 支部広報委員のスキルの向上が図れたとともに、次年度の定期広報誌の連載企画に役立てた。 |
| 内部体制の強化② | 委託事業者による広報資材改良（4点） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 普段使用しているチラシやDMを添削いただくことにより、第三者の視点から広報物の課題に気づききっかけとなった。 |

3. 具体的施策 – 報道機関向けアプローチ① (ニュースリリースの作成・配信) –

「健康の現在値(いま)」を見る”ための啓発等に向けて、協会けんぽ京都支部の保有する分析データや事業告知に関してニュースを作成、京都の健康に関する課題提起や注意喚起について等、社会性の高い情報づくりを意識してリリースした。



リリース手法と結果

①アットプレス (ニュース配信サイト) 配信
 →20サイトに自動転載+転載先のメディアの保有するSNS (Twitter) のフォロワー数計6,521件に表示
 →保健・医療専門メディア**保健指導リソースガイド**

②個別プロモート(委託先によるメディアへのニュース送付や架電)
 →KBS京都テレビ「**勇さんのびわ湖バイタル研究所**」(トーク番組)

①2022.11.15
 京都府の健康課題。平均寿命と健康寿命、平均約10年の差。
 女性の健康寿命は全国最下位。男性は8.69歳、女性は13.67歳差

② 遅れも健康で過ごせぬに、ヘルスケアレー向上サポートを全国に先駆け、**開始、健康を受けたその日に、健康相談に関わらず健康相談が受けられるサービス、「1対1ヘルスマネジメントサポート」**

2.健康の実行計画を促すサービス。
 健康はご自身の健康のチェックを行い、メンタルケアに注いでいくことが重要です。協会けんぽ京都支部では、今年も暮らしと健康に過ごしていくためのサポートとして、健康相談をネットにした健康相談(1対1ヘルスマネジメント事業)を開始しました。



※出典：保健指導リソースガイド 2022.11.22掲載
 URL：https://tokuteikenshin-hokensidou.jp/news/2022/011736.php

3. 具体的施策 – 報道機関向けアプローチ③ (ニュースリリースの作成・配信) –

リリース② (2023.1.16配信)



全国健康保険協会 京都支部
協会けんぽ

2023年1月16日

全国健康保険協会 (協会けんぽ) 京都支部

報道関係各位

協会けんぽ京都支部の30歳以上の加入者を対象に調査分析
約半数⁽⁶⁰⁾が「生活習慣病」または、その「予備群」の可能性。

【調査概要】(協会けんぽ) 京都支部、世帯員1人の加入者399,092人のうち、
199,474人(約50%)が40歳以上の加入者(約199,474人)です。

加入者の健康促進には、「職場」の環境を「健康」にすることが鍵。

① 40歳以上加入者の約半数⁽⁶⁰⁾が「生活習慣病」または、その「予備群」の可能性。

協会けんぽ京都支部の40歳以上の加入者(399,092人)を対象として、健診結果及びセプト(国家補償等受診状況)をもとにした特定保健指導対象者の健康課題を調査分析。健診受診の有無や医療費の状況等を踏まえて属性によりグループに分類し、改善に向けた事業を実施。調査の結果、約半数に及ぶ、199,474人(49.96%)が、一定のリスク因子を持っていることが分りました。これは、加入者ご自身の健康計画が確認できていない、生活習慣病およびその予備群リスクが、改善し得ない状態に陥っています。

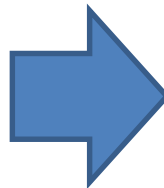
■グループの分類

1. 特定保健指導対象者 (98,457人)
2. 特定保健指導予備群 (208,017人)
3. 特定保健指導対象者 (11,995人)
4. 医療機関受診回数増加対象者 (156,298人)
5. 健康完全受診対象者 (69,895人)
6. 治療中断者 (369人人)
7. 生活習慣病 状態不明者 (12,981人)



■「生活習慣病」またはその「予備群」と想定し健康サポートを強化。

② 2023.1.16.
協会けんぽ京都支部の40歳以上の加入者を対象に調査分析。
約半数が「生活習慣病」または、その「予備群」の可能性



リリース手法と結果

①アットプレス (ニュース配信サイト) 配信
→24サイト自動転載+転載先のメディアの保有するSNS (Twitter) のフォロワー数計28,974件に表示
→保健指導リソースガイド (医療職者メディア)
→教育家庭新聞

②職員による記者クラブ (府政・経済) 持ち込み
→京都新聞紙面、WEB (取材対応あり)
→KBS京都「きょうとDAYS」(ニュース番組)

③個別プロモート(委託先による送付や架電)

保健指導リソースガイド

事業、学校、地域の保健指導に活用するための！保健指導スタッフ応援サイト

HOME > ニュース > 【特定健診】40歳以上の半数は生活習慣病がその予備群 健診受診率の引き上げと、働く人のヘルスリテラシーを向上することが課題に

2023年01月17日

40歳以上の健康保険の被保険者の約半数は、生活習慣病あるいはその予備群である可能性がありますが、協会けんぽ京都支部の調査で明らかになりました。

元来府では、特定健診(メタボ健診)を毎年受診しているという人の割合は、男性で30%、女性で27%と伸び悩んでおり、とくに、女性40~49歳では7割弱が「受診したことがない」と回答しています。

そこで、協会けんぽ京都支部では、京都で働く

※出典：保健指導リソースガイド 2023.1.17掲載
URL：https://tokuteikenshin-hokensidou.jp/news/2023/011883.php

40歳以上の府内で働く人と数倍 半数が生活習慣病と予備群

健康課題も夫婦で似てくる

【特定健診】40歳以上の半数は生活習慣病がその予備群 健診受診率の引き上げと、働く人のヘルスリテラシーを向上することが課題に

2023年01月17日

調査結果を解説する

数字だけでは見えない真実



■「生活習慣病」またはその「予備群」と想定し健康サポートを強化。

※出典：京都新聞 2023.2.7朝刊

3. 具体的施策 – 報道機関向けアプローチ③ (ニュースリリースの作成・配信) -

機密性2 プレシキリース原稿

全国健康保険協会 京都支部
協会けんぽ 京都支部

2023年3月9日

報道関係各位

全国健康保険協会(協会けんぽ) 京都支部

【令和5年度4月から変更する協会けんぽの健康保険料率と事業内容】

京都の加入者の健康保険料率は10.09%と令和4年度から上昇。

料率算定の基礎となる医療費がコロナ禍以前の水準に。

生活習慣病予防健診の費用補助率がさらに10%上乘せへ(62%→72%)

京都の加入者医療費の約3割は生活習慣病によるものと判明しており、健診の受診率、若いうちからの健康意識が大切であるといえます。

全国健康保険協会京都支部(京都市中京区、支店長 守屋 俊二、以下、協会けんぽ京都支部)は、京都府の約55,000事業所、28万人が加入する医療保険者です。健診(生活習慣病予防健診)の健康増進、発症後の健康サポート(発症後健診)等の実施や、「健康の存在値(いま)を見よう」広報プロジェクトを通じた保健事業等の実施、健康づくりに関する啓発を行うことで、健康保険料率の低減に資する取り組みを進めています。

【トピック】

① 令和5年度の健康保険料率が医療費などを基に決定。2040年の保険給付は1.7倍の試算も。

② 医療費の約3割(※2)が生活習慣病にかかる医療費。生活習慣病を早期に発見いただくための健診(生活習慣病予防健診)の補助率のアップを実施。

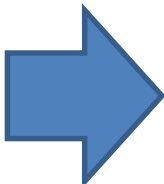
③ 生活習慣病は35歳頃から有病率が上昇。京都府「健診を受けよう」の健康サポート事業「トータルヘルスケアサポート」を推進する他、

③2023.3.8.
京都の加入者の健康保険料率は10.09%と令和4年度から上昇。
料率算定の基礎となる医療費がコロナ禍以前の水準に。
生活習慣病予防健診の費用補助率がさらに10%上乘せへ(62%→72%)

機密性2 プレシキリース原稿

① 令和5年度の健康保険料率が医療費などを基に決定。
2040年の保険給付は1.7倍の試算も。*2018年-2040年
令和5年度の健康保険料率(京都支部)は10.09%(令和4年度 9.95%)及び自費保険料率(全国一律)は1.22%(令和4年度 1.16%)、納付は本年3月分4月納付分から変更になります。*任意継続被保険者は4月分6月納付のみです。
健康保険料率は、加入者みなさまの医療費に基づき算出されます。令和5年度健康保険料率の計算の基礎となる医療費(令和3年度医療費)の伸びは4.7割(前年度比)という分析結果となり、全国的にみても医療費の伸びが大きかったといえます。また、医療費がコロナ禍以前の水準に戻ったこともわかっています。
今回の保険料率の上昇はコロナ禍による被診行動の影響が大きかったことと生活習慣病ですが、京都の協会けんぽ加入者の医療費の増と減と、令和3年度に比べて、60歳以上の医療費全体の割合が高くなったという分析結果もあります。協会けんぽ京都支部では、若いうちからの生活習慣病で発症率に留意し、重症化を防ぐことができる生活習慣病の予防に向けた取り組みを行っています。

●2040年の保険給付は1.7倍の試算。*2018年-2040年
日本の1人当たり医療費は、年齢を重ねるごとに高くなる傾向があります。今後、2025年以降の世代が75歳以上となり、2040年には65歳以上の人口がピークを迎えることで、2018年に比べ高くなっていく世代別の保険給付も、2040年には約1.7倍まで増加することが見込まれています。(国全体における医療費)



リリース手法と結果

①アットプレス(ニュース配信サイト)配信
→27サイト転載

②職員による記者クラブ(府政・経済)持ち込み
→産経新聞紙面(速報リリース内容も併せてTEL質問あり)

③個別プロモート(委託先による送付や架電)→
へるすあつぷ21

全国健康保険協会京都支部

協会けんぽ
Report

**データを使って地域と連携し
健康づくりの気運を高める**

全国健康保険協会(協会けんぽ)京都支部は、京都府の約55,000事業所、28万人が加入する医療保険者です。健康増進、発症後の健康サポート等の実施や、「健康の存在値(いま)を見よう」広報プロジェクトを通じた保健事業等の実施、健康づくりに関する啓発を行うことで、健康保険料率の低減に資する取り組みを進めています。

【トピック】

① 令和5年度の健康保険料率が医療費などを基に決定。2040年の保険給付は1.7倍の試算も。

② 医療費の約3割(※2)が生活習慣病にかかる医療費。生活習慣病を早期に発見いただくための健診(生活習慣病予防健診)の補助率のアップを実施。

③ 生活習慣病は35歳頃から有病率が上昇。京都府「健診を受けよう」の健康サポート事業「トータルヘルスケアサポート」を推進する他、

【トピック】

① 令和5年度の健康保険料率が医療費などを基に決定。2040年の保険給付は1.7倍の試算も。

② 医療費の約3割(※2)が生活習慣病にかかる医療費。生活習慣病を早期に発見いただくための健診(生活習慣病予防健診)の補助率のアップを実施。

③ 生活習慣病は35歳頃から有病率が上昇。京都府「健診を受けよう」の健康サポート事業「トータルヘルスケアサポート」を推進する他、

【トピック】

① 令和5年度の健康保険料率が医療費などを基に決定。2040年の保険給付は1.7倍の試算も。

② 医療費の約3割(※2)が生活習慣病にかかる医療費。生活習慣病を早期に発見いただくための健診(生活習慣病予防健診)の補助率のアップを実施。

③ 生活習慣病は35歳頃から有病率が上昇。京都府「健診を受けよう」の健康サポート事業「トータルヘルスケアサポート」を推進する他、

【トピック】

① 令和5年度の健康保険料率が医療費などを基に決定。2040年の保険給付は1.7倍の試算も。

② 医療費の約3割(※2)が生活習慣病にかかる医療費。生活習慣病を早期に発見いただくための健診(生活習慣病予防健診)の補助率のアップを実施。

③ 生活習慣病は35歳頃から有病率が上昇。京都府「健診を受けよう」の健康サポート事業「トータルヘルスケアサポート」を推進する他、

3. 具体的施策 - メディアタイアップ施策① (京都新聞) -

京都新聞WEB

「どう生きる？ 人生100年時代協会けんぽ京都支部「健康の現在値 (いま) をみよう」プロジェクト」

記事型広告 (広告出稿料を支払い、メディア記者へ取材申し込みを行う手法) という手段を活用し、**第三者視点で意見を伝えることで説得力のある情報発信を目指した**。記事では、「長く健康でいるポイントと、それに対して協会けんぽはどのようなサポートをしているのか」について取り上げた。

- ・ 京都新聞とのタイアップでは協会職員 (広報担当) へのインタビュー記事を掲載。
- ・ 合計インプレッション数 (表示されたのみの件数) : 3,051,511件
- ・ PV数 (中身が閲覧された件数) : 2,725PV
- ・ その他手法のメリット: 支部HP、特設ページに比べ、メディアの発信力により**検索ワードにかかりやすくなる効果がある**。また、記者とコミュニケーションを取ることができることから、メディアが求める情報について理解を深めることができる。

The screenshot shows a news article on the Kyoto News website. The main headline is "どう生きる？ 人生100年時代協会けんぽ京都支部「健康の現在値 (いま) をみよう」プロジェクト【特報PR】". The article features a large blue circular chart titled "国民健康意識の現状" (Current Status of National Health Awareness) with the following data:

- 生活習慣病が全体の3分の1以上を占める (33.3%)
- 感染症発生率 (12.6%)
- 心疾患 (6.5%)
- 新発がん (5.8%)
- 高血圧発生率 (5.6%)
- 糖尿病 (3.8%)
- その他 (65.7%)

 The article also includes a table titled "健康意識に関する調査結果" (Survey Results on Health Awareness) and a line graph showing trends in health awareness from 2015 to 2020. The text discusses the importance of health management in the 100-year life expectancy era and the role of the Association for a Long and Healthy Life (All Japan Life Insurance Association).

3. 具体的施策 -メディアタイアップ施策② (シティリビング京都WEB) -

シティリビングWEB京都 「35歳は健康の曲がり角? ! 今こそ京都の女性の健康を考えよう」

京都新聞WEBタイアップ施策同様、記事型広告という手段を活用した。記事では、「京都の女性の健康寿命は全国最下位」であることを受け「今こそ女性の健康を考えよう」という内容について取り上げた。

- ・ 京都新聞と同様、メディアタイアップ記事広告という手法を採用し、シティリビング京都において、生活・暮らしの面から発信。また、**京都府の女性が健康寿命最下位ということから女性向けの情報発信が必要であるとし、読者の7割が女性である上記メディアを採用した。**
- ・ 手法のメリットは前述のとおり。加えて、本施策では**事業所担当者(宣言事業所)に、協会事業のインフルエンサー的役割を発揮いただきたいと考え、事業所との座談会を行っての様子を記事化することとした。**
- ・ 協会からの出演は支部保健師が行うことで、“協会けんぽには保健師が常駐しており、府民の健康づくりを推進している”ことをアピールした。

The screenshot shows a multi-column web page layout. The main headline is '35歳は健康の曲がり角?! 今こそ京都の女性の健康を考えよう'. Below the headline, there are several sections: 'イマドキ健康サイズ', '企業の取り組みをクローズアップ', and 'プレゼント付きアンケートはコチラ'. The article text is interspersed with images of people and icons. On the right side, there are two smaller articles: 'イマドキ健康サイズ' and '女性特有のがんについて 男女を問わず学ぶ'. At the bottom, there is a 'けんぽNEWS' section with a '特設サイトはコチラ' button and a 'メールマガジンの登録はコチラ' button.

3.具体的施策 -自社メディアを充実させるための施策（LP制作）-

本部および京都支部の公式サイトの内容を、一般向けに分かりやすくまたは補完するコンテンツを集約するサイトとして、LP（特設サイト）の役割を設定。

- ・さらにリリースやメディアタイアップ記事と同期した内容のコンテンツを作成、展開した。
- ・コンテンツ制作においては、**支部保健師の協力のもと拡充した。**“**健診結果の見方**”“**特定保健指導を受けてみた**”などの企画において、健診を受けた後の行動を促すという、京都支部の課題に応じたコンテンツを作成した。
- ・今後も内部の知見、リソースを活用した事業所および加入者の行動を促すコンテンツを掲載し、啓発に資するウェブサイトとして展開を検討する。

あなたの健康に大事なこと。

定期的に健康を確認すること。

健康の現在値(いま)、見えますか？



身体の中は目に見えない。だから、
健康の現在値(いま)を正しく知ろう

MENU

- ① まずは暮らしを振り返る >
- ② からだを知る >
- ③ 生活習慣病は突然に >
- ④ 健康保険料の有効活用 >
- ⑤ 現在値(いま)をみる >

- ② 健診結果の見方（向き合い方）にフォーカスした記事
- ③ 特定保健指導で行われる**対話の内容**にフォーカスした記事
- ④ 保険料の有効活用にフォーカスした記事
- ⑤ 健診（生活習慣病予防健診のご案内）

3.具体的施策 -支部職員の広報研修の取り組み・既存の広報物（チラシ・DM）改良の取り組み-

【支部職員向け広報研修】

広報活動における**職員の知識・ノウハウの蓄積**を目的として支部職員を対象とした広報研修を実施した。

- ・主に支部の広報委員、企画総務グループ広報担当を対象とし実施した。
- ・情報収集、情報整理などの基礎的な活動が自立して行えるようなプログラムを行った。
- ・令和4年度は「加入者目線とは何か」についてをテーマに、既存の広報物の改良ポイントや情報開発について学習した。
(令和3年度は「ナッジ理論」という行動経済学について学習した。この理論に基づき、加入者の自発的な行動を促すためのノウハウを身に付けることができた。)

【広報物改良の取り組み】

既存のチラシやDM等の改良アドバイスを受託者から受け、改良に取り組んだ。

- ・下の特定健診受診勧奨DMの改良例が、メディア（日経ビジネス2022/5/23発売号）に掲載された。
- ※受託者が、行動経済学特集の一例として取材を受ける形での掲載
- ・学習したことを活かし、取り組み実施後においては支部の職員が自発的に広報物を見直す動きがみられる。

特定健診受診勧奨DM Before

無料! 特定健診のご案内

日程: ○月○日 (○)
会場:
予約締切日: ○月○日 (○)
ご予約先はコチラ!

京都工場保健会
☎ 000-000-0000

特典 今回なら特定健診に下記の検査が全て付いて無料!
貧血検査・糖尿検査・痛風検査・膵臓検査・腎臓検査

受診までの流れ
↑上記健診機関へ電話で予約
受診券(※)・保険証等を持参のうえ受診

注意事項
この案内が届いた時点で、すでに健診を予約済み、受診済み、または資格喪失している場合は行き違いとなりますのでご注意ください。

この文章はなくても通じるので、カット

これは、申し込んだ後の話なので、サラッと「当日は受診券と保険証を持参してください」でよいと考えます。

「※受診券について」と赤矢印はなくても文意が通じますのでカット

矢印で誘導するのではなく、「予約は京都工場保健会へ(予約締切は○月○日)」と一体化した方が見やすいです。

注意事項ではないのでパーごとカット

After

無料! 特定健診のご案内 令和4年度

日程
会場

特典 今回なら特定健診に下記の検査が全て付いて無料!
※新型コロナウイルスの影響により会場等が変更となる場合があります。

ご予約先
予約締切日

| ▶ 特定健診検査項目 | | | |
|------------|--------|-------|------|
| 診察等 | 問診 | 身体計測 | 血圧測定 |
| 血中脂質検査* | 肝機能検査* | 血糖検査* | 尿検査 |

▶ 注意事項
●当日は受診券と保険証等をご持参ください。
●この案内が届いた時点で、すでに健診を予約済み、受診済み、または資格喪失している場合は行き違いとなりますのでご注意ください。

5.令和5年度の方針

健康づくりにおけるステークホルダーとの「データを使ったコミュニケーション」の構想

協会けんぽ京都支部の、社会との関係性の深化と明示

これまでの取り組みにおいては、加入者に対しての情報発信はもちろん、特に加入者へ適切に情報が伝播するように、**加入者の周囲**（特に**事業所と地域メディア**）とのコミュニケーションを拡充させながら推進してきたところである。

今後は、上記のようなステークホルダーとの連携を継続して拡充させるとともに、さらに業界団体等との連携を深め、業界の課題解決を健康づくりの面からサポートする。

また、それを社会に対して明示することで、支部における事業の認知度の向上、ブランディングにつなげたいと考えている。

コミュニケーションを強化するうえでさらに重点を置く団体について

運輸業（その他運輸業、道路貨物運送業）の事業所ならびに関係事業所団体

（京都府トラック協会・京都府バス協会・京都府タクシー協会）

〈重点を置く理由等〉

加入事業所の健康診断等のデータを業態別に分析したところ、冠動脈疾患リスク（吹田スコア、相対危険度）が京都支部平均より高いという健康課題があることがわかっているため。

〈到達目標〉

- ・運輸業における加入者の冠動脈疾患リスク低減に向けた生活習慣改善についての啓発
- ・トラック協会の「働きやすい職場認証制度」等の認証制度とあわせた健康経営を進める事業所の拡大とフォローアップ

コラボイメージ：事業所との座談会の実施、採録、記事化

働く環境が健康であるために、重視されていること等について聞き取り、コンテンツを作成することを検討。

「健康白書」の作成

これまでの支部の統計情報については、加入者にとってわかりにくいものであった。

保有するデータをよりわかりやすくみせるため、令和5年度「健康白書」（広報用データブック）の作成により、保有するデータをわかりやすく発信することを予定している。

支部の広報ツールとして、医療・健康に関する分析データを取りまとめ、京都支部の健康状態が見える化し、加入者に京都の「現在値（いま）」を確認いただき、加入者のヘルスリテラシーを高めるためのもの。