

## 令和8年度 宮城支部広報計画（案）について

---

- |                  |            |
|------------------|------------|
| 1. 令和8年度 広報の取組方針 | ..... 1ページ |
| 2. 令和8年度 最重点広報   | ..... 2ページ |
| 3. 令和8年度 重点広報    | ..... 3ページ |

# 令和8年度宮城支部広報計画（案）

## 1. 令和8年度 広報の取組方針（案）

令和8年度の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。

### 【主に取り組む事項】

①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。また、重点広報である「コラボヘルス」については、生活習慣病リスクや一人当たり医療費が高い業種の業界団体と積極的に連携し、新たな健康づくり事業を展開するとともに共同で広報を行う。また、健康宣言事業所向けに実施している出前講座を通して、協会の認知度を向上を図るための広報に取り組む。

②共感が広がる環境づくりに当たっては、特に特定保健指導実施率や健康宣言事業所数の伸びをさらに増加させていく必要性を踏まえ、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。

③広報チャネルの強化及び④広報担当者の育成に当たっては、まずは既存広報であるメールマガジン、LINE、納付チラシ、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、地方自治体・業界団体・地元メディアなどとの「顔の見える地域ネットワークの構築」を積極的に推進し、協会の認知度を高めつつ、地域・職域の健康課題や各種実施率が低調である保健事業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けんぽアプリの普及に向けて、電子申請の利用促進と合わせて健康保険委員への勧奨を実施する。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広報委員会を活性化させ、広報内容などについて支部全体で関与し、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。

# 令和8年度宮城支部広報計画（案）

## 2. 最重点広報（案）

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）、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・HP・新聞広告・健康保険委員広報誌・関係団体広報誌・研修会	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	・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、実施率の現状と合わせてニュースリリースを実施する。	加入者（被扶養者）・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・健康宣言事業所広報誌・関係団体広報誌・研修会	令和9年 1～3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	・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。	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・健康宣言事業所広報誌・研修会	令和8年7月～
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。 ・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・健康宣言事業所広報誌・関係団体広報誌・研修会	通年

# 令和8年度宮城支部広報計画（案）

## 3. 重点広報（案）

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	時間外受診の割増料金、#8000（子供医療電話相談事業）、はしご受診、スイッチOTC医薬品などについて、育児世代や年齢など、効果的な対象者となるようセグメントを変更しながらWEB広報を実施する。	加入者	WEB広告（電子媒体）	令和8年8月～ 令和9年3月
医療費適正化	本部提供の情報提供ツールを使用し、医療機関及び使用割合の低い薬局に対して、自機関の使用割合が記載されたお知らせを送付する。また、院外処方の医療機関においては処方薬に対するジェネリック医薬品の使用の有無を把握しがたいことから、院外処方の医療機関に対しても同様のお知らせを送付する。	医療機関、薬局	通知文書（紙媒体）	令和8年10月
コラボヘルス	道路貨物運送業の一人当たり医療費及び生活習慣病リスクは、いずれも地域差指数も含めて全国平均より高い状態が続いている。そのため、道路貨物運送業の事業所のほとんどが加盟するトラック協会が発行する会報誌（電子ブック）に業種の健康課題に応じた健康啓発記事を掲載する。	道路貨物運送業の 事業主及び被保険者	電子ブック（電子媒体）	通年
コラボヘルス	健康宣言事業所の健診受診率及び特定保健指導実施率は、健康宣言していない事業所に比べて高い現状にある。当該受診率等の向上には、健康経営宣言の推進が効果的なことから、職場健康づくり宣言の普及・定着に向けて、健康経営に特化したタブロイド紙を作成し、事業所に配付する。	事業主	タブロイド紙（紙媒体）	令和9年2月
コラボヘルス	宮城支部は、健康宣言事業所・健康宣言未宣言事業所に関係なく男女ともに血圧・代謝・脂質リスクがいずれも全国平均が高い状態が続いている（R6支部スコアリングレポート）。健診結果をもとにターゲット（性別・年代・地域）を絞ったうえで、血圧リスク・代謝リスク・脂質リスクそれぞれに特化した健康啓発動画等による広報を実施する。	被保険者	WEB広告（電子媒体）	令和8年10月～ 令和9年3月