

令和3年度

新潟支部重点広報について

今年度の重点広報

加入者への周知を図るとともに、協会けんぽの取り組みや名称の更なる浸透を図ることを目的に広報を行う。

1、上手な医療のかかり方

- (1) 保険証の早期回収・返納
- (2) 限度額適用認定証の使用促進
- (3) 時間外受診の抑制

2、健康づくりの推進

- (1) 健康経営
- (2) インセンティブ報奨金制度

企画競争を行い、受託業者を決定した。

企画競争を行い受託業者を決定

今年度重点広報用のオリジナルキャラクター

「協会けんぽ部屋ヘルシー相撲三兄弟」

が各種媒体で重点広報を説明

①新聞、②テレビ、③ラジオ、④WEB、⑤専用サイト、⑥リーフレット

The illustration features three sumo wrestlers in a dynamic pose. The central wrestler is the largest and has a speech bubble that says, "僕たち3兄弟が協会けんぽの重点事業をわかりやすく紹介するよ" (We three brothers will introduce the key business of Association Kenpo in an easy-to-understand way). To his left is a smaller wrestler with a speech bubble: "一度見たら忘れられない印象的なキャラクター" (A character you won't forget after seeing it once, an impressive character). To his right is another smaller wrestler with a speech bubble: "愛嬌があり親しみの湧くキャラクター" (A character with charm and a character that evokes affection). Each wrestler has a name tag: "三男 限度富士" (Third son, Limit Fuji), "次男 返納山" (Second son, Return Mountain), and "長男 検診丸" (Elder son, Checkup Maru). A large red circle with the character "案" (Idea) is overlaid on the central wrestler. On the far left, a vertical banner reads "協会けんぽ部屋ヘルシー相撲三兄弟" (Association Kenpo Room Healthy Sumo Three Brothers). At the bottom left, text explains the promotional content: "広報内容である「上手な医療のかかり方」を相撲の「取組」にかけて紹介、「健康づくり推進」は彼らの稽古や食事などの生活シーンを通じて紹介します。" (The promotional content is "How to use medical services skillfully", which will be introduced through the "sumo" (sumo) "grouping", and "Health promotion" will be introduced through their training or eating scenes, etc.).

①新聞

新聞広告

新潟日報

朝刊 新潟県内発行部数 約401,000部

県内において圧倒的な読者数を誇り
加入者である想定ターゲットにアプローチ
しやすい媒体。事業の説明だけでなく
健康づくり推進も新聞の信頼性が有効

新潟日報朝刊にて継続的に広報する理由とは…

A

想定ターゲットである加入者(事業主・被保険者・被扶養者)の
健康づくり世代(40歳以上)が特に接する機会が多く、
信頼性の高い広告媒体であることから事業広報に適している

B

広報期間が2021年10月から2022年3月までの6ヵ月という
長期に渡るため、新潟県民に継続的に発信することで
リマインダー効果(思い出させる)が期待できる

加入者に
協会けんぽ様の
重点事業を
定期的に発信し、
周知を図ります

掲載サイズ及び掲載回数

2段1/2 モノクロ 6ヵ月連続掲載 (2021年10月~2022年3月)
年極め契約としますので 1ヵ月3~4本掲載予定(合計18本~24本)

掲載内容(予定)

10月 時間外受診の抑制

11月 インセンティブ制度①

12月 限度額認定証の使用促進

1月 インセンティブ制度②

2月 保険証の早期回収・返納

3月 保険証の早期回収・返納

②テレビ、③ラジオ

テレビ



20代30代に人気の高いテレビ局。報道番組にも定評があり事業主世代の視聴も多い。



幅広い世代に人気のテレビ局で、地域に根ざした情報発信に定評がある。

テレビCMを活用して継続的に広報する理由とは…

A	<p>幅広く県民に周知・浸透させるメディアとして</p> <p>圧倒的な発信力があり、新聞広告閲覧世代との親和性も高くデジタルメディアでカバーしきれない幅広い層をフォローできる</p>	<p>加入者に向けて テレビを活用することで 広く広報の内容を 周知させます</p>
B	<p>スポットCMの他に、地域に密着した情報番組内の</p> <p>パブリシティ枠の併用により、更なる発信力を発揮します</p>	

	スポットCM枠	パブリシティ枠
UX	72本	スーパーJにいがた
NST	64本	スマイルナビゲーション

ラジオ

ラジオCM 地域に密着したメディアであり、またクルマ社会である新潟において加入者に到達しやすいラジオを活用し広報します



新潟県内で最も聴取率が高いラジオ媒体であり、クルマでの通勤時に聞かれる頻度が高いため加入者層にアプローチしやすいメディア。



高い年齢層の聴取者が多く、音楽よりもニュースやトークが持ち味のメディアであるため、事業の内容を説明する媒体として通しています。

ラジオを活用し広報する理由とは…

A	<p>スポットCMを継続的に発信することにより長期の広報期間も周知の浸透を図ることができる</p>	<p>加入者に向けて ラジオを活用することで 広くさらに掘り下げて 告知することができる</p>
B	<p>ラジオ媒体の「会話するメディア」という大きな特性を使い事業内容をじっくり説明できる他、疑問点などを対話形式でわかりやすく&親しみやすく説明できる</p>	

FM-NIIGATA 20秒CM52本
聴取率の高い朝の通勤時間中心に放送

BSNラジオ 8分特別コーナー6回
番組告知スポット60本程度

④WEB、⑤専用サイト

WEB広告

マスメディアに触れる機会が少ない加入者に向けて各種WEB広告を展開



各WEB広告は、事業内容を詳しく掲載した専用サイトに誘導する

専用サイト

各広告を補う形で、事業内容を詳しく紹介・解説した専用サイトを開設する

An advertisement for the Keio Kenpo Department. It features three sumo wrestlers in a yellow background. The central wrestler is the largest and has a red circle around him with the character '安' (An) written in red. To his left is a smaller wrestler with a sign that says '限度富士' (Gendo Fuji) and '三男' (San'ya). To his right is another smaller wrestler with a sign that says '検診丸' (Kenshin Maru) and '長男' (Chō'ya). A speech bubble from the right wrestler says '僕たち3兄弟が協会けんぽの重点事業をわかりやすく紹介するよ' (We three brothers will introduce the key business of Keio Kenpo in an easy-to-understand way). At the top, it says '全国健康保険協会 協会けんぽ' (National Health Insurance Association Keio Kenpo). On the left, a vertical banner says '協会けんぽ部屋' (Keio Kenpo Department) and 'ヘルシー相撲三兄弟' (Healthy Sumo Three Brothers). At the bottom, there are two boxes: '稽古編 健康づくりは日々大切' (Practice Edition: Health building is important every day) and '実践編 上手な医療のかかり方' (Practice Edition: How to get good medical care). On the right side, there is vertical text: '協会けんぽ部屋のヘルシー相撲三兄弟が、上手な医療のかかり方や日々の健康づくりを紹介！ 毎日のちょっとした成果が大きな成果となる！' (The healthy sumo three brothers of the Keio Kenpo Department introduce how to get good medical care and daily health building! Small achievements every day become big achievements!).

⑥リーフレット

リーフレット
信頼の紙媒体でも「健康づくりの推進」、「上手な医療のかかり方」を広報

A3二つ折り両面

協会けんぽ新潟支部からのお知らせです

協会けんぽ支部
健康七ヶ条

健康づくりの促進
「早期発見・改善・治療に努めるべし！」
「お薬は賢く、おトクに選ぶべし！」
「食生活の改善を促すべし！」
「毎日少しずつ運動すべし！」

上手な医療のかかり方
「保険証は早期回収・返納すべし！」
「不要不急の時間外受診は控えるべし！」

インセンティブ制度とは
健康づくりの成果が、おトクに還元されます。

令和3年度
健康づくりの成果が、おトクに還元されます。

全国健康保険協会 新潟支部
富田から
http://www.kyokaihanpo.or.jp/

健康づくりの推進
「早期発見・改善・治療に努めるべし！」
「お薬は賢く、おトクに選ぶべし！」
「食生活の改善を促すべし！」
「毎日少しずつ運動すべし！」

上手な医療のかかり方
「保険証は早期回収・返納すべし！」
「不要不急の時間外受診は控えるべし！」

インセンティブ制度とは
健康づくりの成果が、おトクに還元されます。

令和3年度
健康づくりの成果が、おトクに還元されます。

全国健康保険協会 新潟支部
富田から
http://www.kyokaihanpo.or.jp/

健康づくりの推進
「早期発見・改善・治療に努めるべし！」
「お薬は賢く、おトクに選ぶべし！」
「食生活の改善を促すべし！」
「毎日少しずつ運動すべし！」

上手な医療のかかり方
「保険証は早期回収・返納すべし！」
「不要不急の時間外受診は控えるべし！」

インセンティブ制度とは
健康づくりの成果が、おトクに還元されます。

令和3年度
健康づくりの成果が、おトクに還元されます。

全国健康保険協会 新潟支部
富田から
http://www.kyokaihanpo.or.jp/

健康づくりの推進
「早期発見・改善・治療に努めるべし！」
「お薬は賢く、おトクに選ぶべし！」
「食生活の改善を促すべし！」
「毎日少しずつ運動すべし！」

上手な医療のかかり方
「保険証は早期回収・返納すべし！」
「不要不急の時間外受診は控えるべし！」

インセンティブ制度とは
健康づくりの成果が、おトくに還元されます。

令和3年度
健康づくりの成果が、おトくに還元されます。

全国健康保険協会 新潟支部
富田から
http://www.kyokaihanpo.or.jp/

実施スケジュール

	10月			11月			12月			1月			2月			3月		
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
オリジナルキャラクターを活用することで、各媒体に一貫性を持たせ、より高い成果を目指す																		
新聞広告 (新潟日報)	日報 2段 1/2	時間外診療の抑制 3本～4本		日報 2段 1/2	インセンティブ制度1 3本～4本		日報 2段 1/2	限度額適用認定証の 使用促進 3本～4本		日報 2段 1/2	インセンティブ制度2 3本～4本		日報 2段 1/2	保険証の 早期回収・返納 3本～4本		日報 2段 1/2	保険証の 早期回収・返納 3本～4本	
テレビCM	時間外診療の抑制			時間外診療の抑制			限度額適用認定証の 使用促進			限度額適用認定証の 使用促進			保険証の 早期回収・返納			保険証の 早期回収・返納		
テレビ パブリシティ	● UX スーパー にいがた																	● NST スマイル ナビゲーション
ラジオ (FM-NIIGATA)	時間外診療の抑制			インセンティブ制度1			限度額適用認定証の 使用促進			インセンティブ制度2			保険証の 早期回収・返納			保険証の 早期回収・返納		
ラジオ (BSN)	● 時間外診療の抑制			● インセンティブ制度1			● 限度額適用認定証の 使用促進			● インセンティブ制度2			● 保険証の 早期回収・返納			● 保険証の 早期回収・返納		
WEB広告	時間外診療の抑制			インセンティブ制度1			限度額適用認定証の 使用促進			インセンティブ制度2			保険証の 早期回収・返納			保険証の 早期回収・返納		
専用サイト							広報期間中随時更新											
効果測定				● 翌月レポート提出			●			●			●			●		●
その他			●	リーフレット10月29日(金)納品														