

コミュニケーションロゴ・ タグラインの導入について



令和 8 年 1 月 29 日
全国健康保険協会

1. 背景

- 協会の加入者及び加入事業所は、住んでいる地域や会社の業種、規模等が様々であることから、他の保険者と比べて疾病等のリスクを多様な加入者同士が支え合っているという特徴を持っている。人口減少・少子高齢化という社会構造や医療を取り巻く環境が大きく変化する中で、健康保険の運営を安定的に行い、加入者の健康増進を図るという保険者が果たすべき役割は大きくなっています。協会がその役割を果たしていくためには、協会の取組の内容や意義について一層の関心・共感を持っていただけるよう、加入者・事業主とのコミュニケーションを深めていく必要がある。
 - そうした中、マイナ保険証の導入によって、令和6年12月より健康保険証の新規発行が停止され、象徴的な存在となっていた水色の健康保険証の配付が終了。水色の健康保険証は、加入者・事業主と協会を繋ぐ「接点」となっていたため、加入者・事業主とのコミュニケーションを深めていくための新たな「接点」が必要と考え、全国健康保険協会管掌健康保険の愛称である「協会けんぽ」をモチーフに、新たな「接点」として「コミュニケーションロゴ」及び「タグライン」を制作（※）したもの。
- （※）「コミュニケーションロゴ」及び「タグライン」は、本部及び47支部を代表した職員によるワークショップを開催する等、協会の職員が主体となって制作した。



2. コミュニケーションロゴのコンセプト

- 協会の「協」のつくりの力三つは「竜（きょう）」と言い、力をあわせる、力をひとつにするという意味。「竜（きょう）」をモチーフに、幸福の象徴である三羽の「青い鳥」が力を合わせ、健やかで安心な生活を築き、輝く明日へと羽ばたく様を表現。
- また、青色は誠実さや冷静さを象徴する色であり、公共性の高い制度としての「確かな信頼感」や「安心して任せられる存在感」を表現するとともに、わずかに緑みを帯びた水色に近いトーンとすることで、清潔感や安心感を与えると同時に健やかさや制度の透明性を想起させる色とした。



協の右の力三つ「竜（きょう）」の意味は、
力をあわせる。力をひとつにする。

3. タグラインのコンセプト

- 協会の2つの機能である「保険」と「保健」を、一般の方にもわかりやすい「もしも」と「いつも」という言葉に置き換えて表現。また、タグラインに込めた想いを紐解くステートメントを作成。

「もしも」と「いつも」に安心を。

ステートメント

人生100年時代。
やりたいことにいろいろと挑戦できる時代です。
けれども、長い人生の中で、
自分や家族、大事な人の健康、医療や介護、老後の生活など、
将来について不安を感じことがあるかもしれません。

あなたの人生を守ること。
それは、あなたの今を守り続けること。
あなたが病気やケガで困ったとき、
全国に広がるいちばん身近なセーフティネットとして、
大きな安心を届けることはもちろん、
人生100年時代だからこそ、毎日の健康づくりを支え、
あなたが安心して、生き生きと暮らせる土台でありたい。

「もしも」だけではなく、「いつも」の安心も考える。
あなたが羽ばたく未来へ。
協会けんぽは、どんなときも寄り添い、伴走し続けます。

4. 今後の展開

- 今般制作した「コミュニケーションロゴ」及び「タグライン」は、ホームページやSNS、広報紙、イベントなどの各種広報において順次切替を進め、加入者・事業主とのコミュニケーションを深めていく。

最重点広報（健診体系の見直し）



HP (R8.3リニューアル予定)



けんぽアプリ (R8.1リリース)

