

## 保健事業にかかる報告について

---

北海道保健福祉部健康安全局国保医療課  
令和5年（2023年）2月

# 道が実施する保健事業 (R4)

## ① 特定健診受診率向上対策事業概要

勸奨対象者：全道の40歳以上の国保被保険者

対象時期：令和4年11月～令和5年2月

事業形態：(株)キャンサーズキャンと(株)電通北海道のコンソーシアムとの委託業務

### (1) キャンペーンの統一ロゴ作成

- 当キャンペーン用に共通のキャッチフレーズを制作
- すべての媒体で一貫したメッセージを投げ掛け、「特定健診を受けよう」から、危機感と義務感を加えた「特定健診うけなくちゃ！」とすることで、「必ずうけなくちゃいけない」ものであることを強く印象づけ
- 薬局勸奨、ラジオ及びWEB広告に共通してラジオパーソナリティーの「顔」を押しだし、訴求効果を最大化する

### (2) 薬局からの受診勸奨

- 昨年の事業結果から、広報掲示だけではなく、薬剤師からの受診勸奨を受けることが、受診の行動変容を促すことがわかった
- より薬剤師が被保険者に声かけしやすい環境構築をすることにより、効果を最大化する

### (3) ラジオ及びWEBによる広報

#### 【ラジオによる広告】

- 聴取者が特定健診受診層とマッチしやすい
- 特定のターゲットに集中しての刷り込みが可能
- パーソナリティーへの感情移入度が高い
- 社会的メッセージの啓発・機運づくりに強い媒体

#### 【WEBによる広告】

- ターゲットセグメントによりきめ細やかなアプローチが可能
- 可視化可能な抜群の費用対効果

### ○薬局受診勸奨概要

札幌市・北見市・岩見沢市及びその周辺の「北海道健康づくり支援薬局」を中心とした薬局における、薬剤師等による受診勸奨

・今年度参加薬局数

札幌市 277件 北見市 33件 岩見沢市 61件

※参考 昨年度参加薬局数 札幌市のみで160件

### ○ラジオCM概要

4局(HBC、STV、AIR-G'、northwave)による合同キャンペーン

- ・20秒スポットCM 160本
- ・パブリシティ 9本
- ・ミニコーナー 8回

### ○WebCM概要

- ・yahoo!への広告 約29,000回(想定)
- ・Youtubeへの投稿  
動画再生回数 約62,000回(想定)