

令和7年度特定健康診査実施率向上広報事業について

事業概要・概要

- 新潟県において、市町村国民健康保険被保険者（以下「市町村国保被保険者」という。）の特定健康診査（以下「特定健診」という。）の令和5年度実施率は45.9%であり、国の市町村国保の目標値である60.0%に到達していない。
- 市町村国保被保険者の特定健診実施率60.0%を達成するために、特定健診の受診を促すテレビCM、ラジオCM及びWEB広告等の広報を実施する。

契約相手方・契約額・事業内容

- 契約相手方：株式会社北都
- 契約額：9,999千円（※国交付金を活用）
- 事業内容
 - ①WEB広告及びテレビCM用の動画制作 ②WEB広告用のコンテンツ制作及び配信
 - ③特定健診用ホームページの構築 ④株式会社新潟放送（以下「BSN」という。）とのタイアップ企画
 - ⑤キャッチコピーの制作 ⑥運用管理

実施した広報概要

テレビCM

- イメージキャラクターに「スーパーササダンゴマシン」さんを起用
- 「40歳から74歳はとくけん世代」「特定健診でお得に健康」という今回制作したキャッチコピーの普及をねらい、BSNにてテレビCMを放送した。（令和7年10月～11月まで放送）

▼実際に放送されたテレビCM



▼キャッチコピー



WEB CM



▲実際に配信されたWeb CM

- テレビCMの内容をもとに、市町村ごとのWEB動画を制作し、40～74歳を対象に居住市町村に合わせたWEB動画を配信した。

【実施内容】

- ・媒体: YouTube、Google、Instagram、TVer
- ・期間: 令和7年10月～令和8年2月配信

YouTube広告

表示回数

2,732,013回

視聴回数

1,007,088回

Googleディスプレイ広告

表示回数

7,345,225回

視聴回数

51,906回

Instagram広告

表示回数

447,003回

クリック数

4,188回

TVer広告

表示回数

111,939回

■用語解説■

- ・表示回数.....広告が表示された回数
- ・視聴回数.....広告動画が視聴された回数 ※広告動画を最後まで視聴した場合に視聴回数としてカウント
- ・クリック数.....広告がクリックされた回数

特設サイト制作

- 特定健診の対象者が受診につながるよう、特定健診実施機関や費用等が掲載された市町村ごとの特設サイトを制作した。

→ 新潟市向けバナー画像の例



→ 新潟市向けサイト画面の例



→ 市町村ごとの選択が可能



各種番組タイアップ企画 (BSN)

- BSN新潟放送のラジオCM、ラジオ番組、テレビ番組への当課職員の出演や取材企画を実施した。

<ラジオCM>

「とくけん世代」であるスーパーササダンゴマシンさん、遠藤麻理さん、近藤丈靖さんを起用したラジオCMを放送した。

【放送時期】

- ・スーパーササダンゴマシンさん出演(令和7年10月～令和8年1月放送)
- ・遠藤麻理さん、近藤丈靖さん出演(令和7年10月～11月放送)

<ラジオ番組>

ラジオCM出演の3人が、自身のラジオコーナーで健康や健診に関する体験談を交えた話や特定健診の必要性等を周知した。

【番組内容】

- ・スーパーササダンゴマシンのセツパン(令和7年10月3日、10月10日放送)
- ・近藤丈靖の独占ごきげんアワー(令和7年10月28日放送)
- ・四畳半スタジオ(令和7年11月18日放送)

<テレビ番組>

柏崎市の集団健診会場を取材。リポーターが特定健診を体験しながら、短い時間で気軽に受診できること等を周知した。

【番組内容】

- 「土曜ランチTVなじラテ」番組内の「Buzzラテ」(令和7年11月1日放送)