資料5－4

第2回X会議資料

プラチナ市役所プロジェクト

特定健診受診率向上のための封筒デザインの提案について

2026年11月24日

担当者：都市ブランド創造局 観光にぎわい部 インバウンド課　菅原 千春
都市ブランド創造局 総務文化部 総務課　宮田 和明
上下水道局 水道部 設計課 技術係　高尾 光
政策局 DX・AI戦略室　益元 陽平
教育委員会事務局 学校支援部 施設課　大森 翔太

サマリー

検討のきっかけ、背景（なぜ、検討する必要があるのか？）

- 訪問業務中、郵便物が溢れるポストを目撃し、“市からの重要なお知らせが他の郵便物に紛れ、うっかり見落としてしまう”という市民の困りごとがあるのではないかと気づいた。
- 特に、本市の特定健診受診率は全国平均を下回る現状に着目。
- 特定健診は自分の健康状態を知り、生活習慣の改善や必要な治療につなげる機会として、市民の健康への関心と継続的な受診を促す必要があると考えた。

【ターゲット（ペルソナ）】



・40代　自営業　男性
・国保加入者
・毎日仕事や育児で多忙

・特定健診の封筒が届いていることは把握しているが、開封していない
・現在のところ病状なし

現状

健診のメリットや必要な情報を見落としている

対象者に応じてお知らせの内容を変えるなど工夫をしているが開封されないことも。結果として重症化したケースもある。

課題

開封・内容確認と受診を促す工夫が必要

自分に関係する大切な案内であることに加え、健診が将来の健康や暮らしを守ることにつながると伝える。

目指す姿

全員が継続的な健診と必要な治療が受けられる

対象者が案内をきっかけに自身の健康を考え、継続的に健診を受け、その結果を生活習慣の改善や必要な治療につなげている。

解決策の提案

封筒の文言・文字の大きさ・封筒の色・情報配置を見直す。健診の意義と受診に向けた行動を分かりやすく伝え、自身の健康を考え、受診するきっかけをつくる。

導入後は、対象者の反応と受診状況を確認し、改善につなげる。

現状分析　－特定健診とは？－

□ 特定健診とは

生活習慣病の予防のために、対象者（４０歳～７４歳）の方にメタボリックシンドロームに着目した健診を行うもの。生活習慣病の発症リスクが高く、生活習慣の改善による生活習慣病の予防効果が多く期待できる方に対して、専門スタッフ（保健師、管理栄養士など）が生活習慣を見直すサポート（特定保健指導）を行っている。

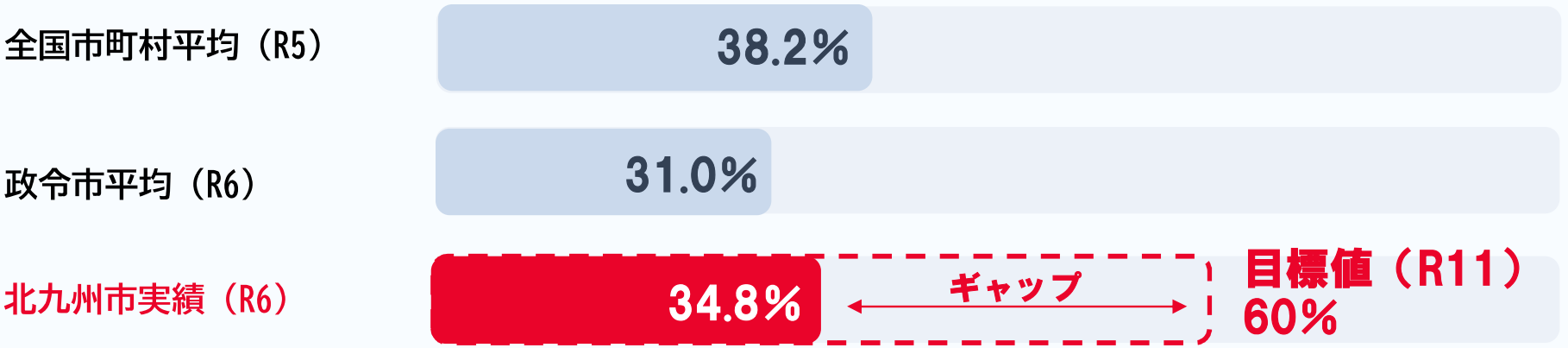
□ 主な対象者

北九州市国民健康保険に加入する４０～７４歳の市民

□ 実施の目的

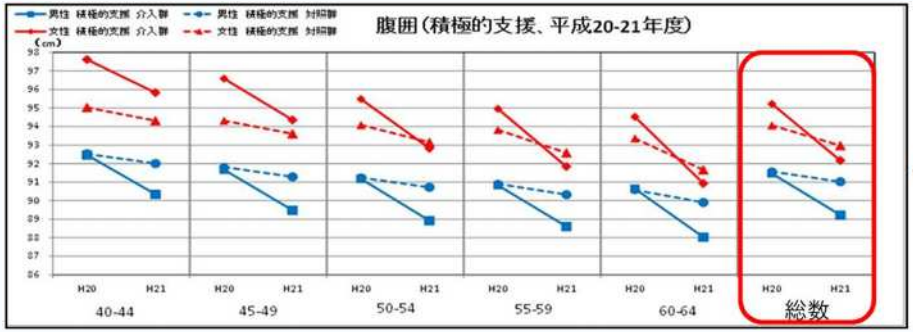
糖尿病等の生活習慣病の予防対策及び健康の保持増進に寄与すること。

□ 北九州市の受診率



現状分析　－特定健診・特定保健指導の効果－

特定健診を受診することで、生活習慣改善に関する特定保健指導につながり、運動習慣や食生活、喫煙といった生活習慣が見直されることで、腹囲や体重など生活習慣病に関連する数値の改善効果が確認されている。

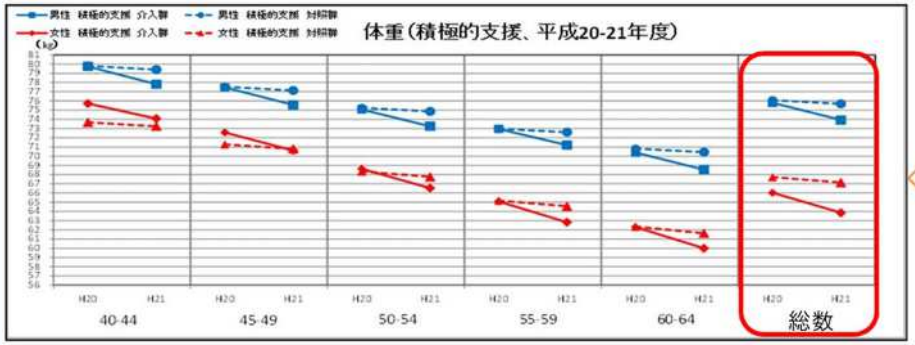


【腹囲】

男性では約2.2cm（平成20-21年度）
約1.7cm（平成21-22年度）
約1.2cm（平成22-23年度）

女性では約3.1cm（平成20-21年度）
約2.2cm（平成21-22年度）
約1.7cm（平成22-23年度）

の減少

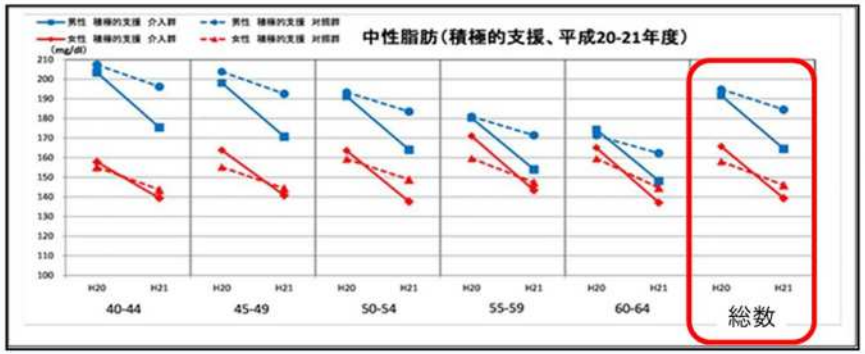


【体重】

男性では約1.9kg（平成20-21年度）
約1.3kg（平成21-22年度）
約1.0kg（平成22-23年度）

女性では約2.2kg（平成20-21年度）
約1.6kg（平成21-22年度）
約1.2kg（平成22-23年度）

の減少



【脂質（中性脂肪）】

男性では約27.2mg/dl（平成20-21年度）
約23.3mg/dl（平成21-22年度）
約17.2mg/dl（平成22-23年度）

女性では約26.4mg/dl（平成20-21年度）
約22.9mg/dl（平成21-22年度）
約18.8mg/dl（平成22-23年度）

の減少

出所：厚生労働省「特定健診・保健指導の医療費適正化効果等の検証のためのワーキンググループ」について

現状分析　－現在の取組－

北九州市では、特定健診の受診率向上に向け、受診券の送付に加え、対象者の特性に応じた通知や、電話・訪問、医療機関と連携した受診勧奨など、多様な働きかけを行っている。

受診券の送付・受診情報の提供

対象者に特定健診受診券を送付。封筒には、受診に必要なものや問い合わせ先、医療機関・集団健診の案内につながるQRコード欄を設け、受診に必要な情報を提供している。

対象者の特性に応じた受診勧奨

受診履歴や健康意識等のデータを分析し、対象者を分類。年2回ナッジ理論を活用し、対象者の特性に応じたメッセージによる勧奨を行っている。



複数の接点を通じた働きかけ

区役所の専門職による電話・訪問や、かかりつけ医を通じた受診勧奨に加え、市政だより・ホームページ等での広報、地域の健康づくり活動と連携した周知を行っている。

➡対象者に応じた通知や複数の接点による勧奨等により、
受診率は政令市平均を超えるものの、令和11年度の受診率の目標値とはギャップがある。

現在の取組に加え、他都市の案内封筒に関する取組事例を参考に、
対象者が封筒を開封する段階で関心を持ち、同封した情報を十分に活用することで
受診率向上につながる取組みについて検討する。

現状分析　－他事例調査－

他自治体では、情報の絞り込みや伝え方、行動の手順を工夫している。開封や受診につながった事例と、表現が不安・不快感を招いた事例から、北九州市のデザインに取り入れる視点を整理する。

□ 静岡市

令和7年度に、特定健診受診券の封筒にナッジを活用。表面では無料で受診できることを太字で強調し、裏面では受診までの流れを3ステップのイラストで示している。

【Before】



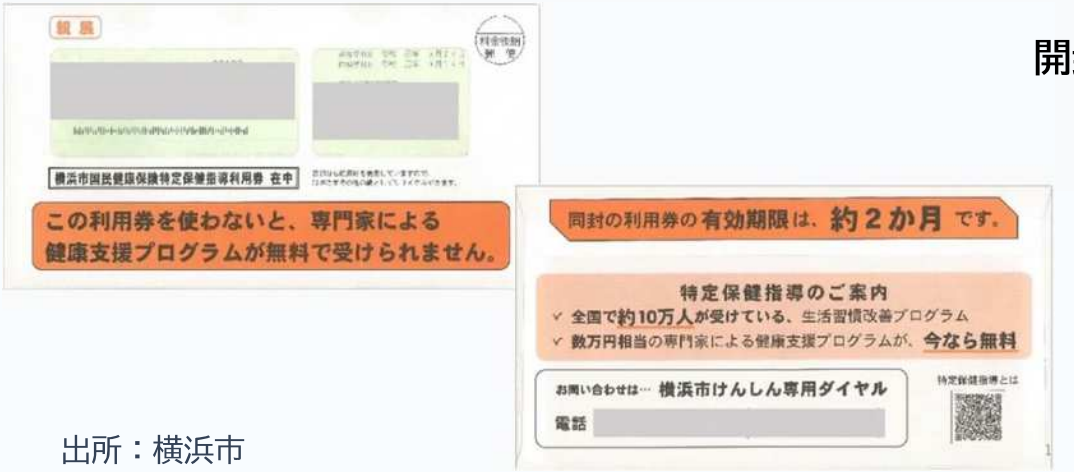
【After】



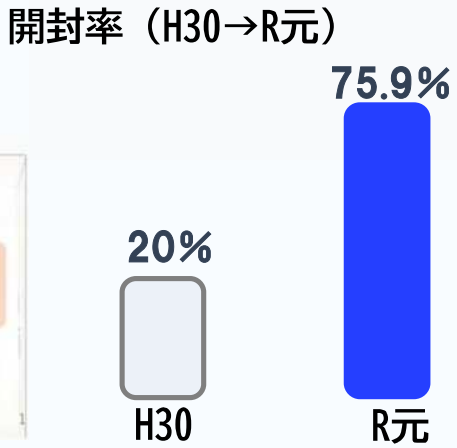
出所：静岡市（掲載画像は令和8年度版）

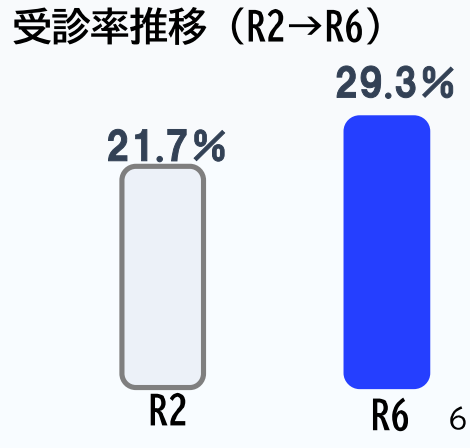
□ 横浜市

特定保健指導の案内封筒について、文字数を減らし、情報配置を整理。利用することで得られる金銭的なメリットなどを示し、開封を促した。令和元年度の聞き取りでは、前年度に比べ**開封率が約56ポイント上昇**した。



出所：横浜市





解決策
（提案内容）

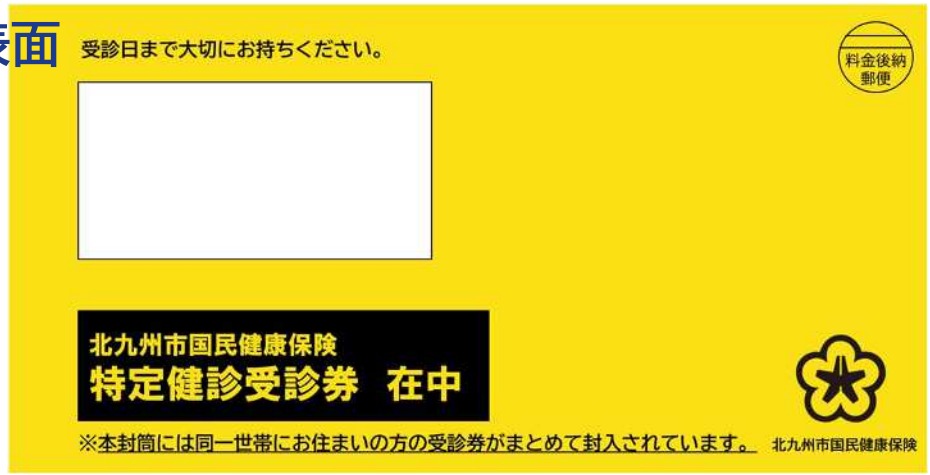
事業概要:「届く」を「動く」に変える健診案内事業

事業概要

特定健診受診券の封筒を、自身の健康を考え、その場で日程確認や予約に進めるデザインへ見直す。
デザインについては現在校正中のため、他都市の事例や外部等を踏まえて、今年度末までに新調する予定。

【Before】

表面



裏面



【After】

デザイン校正中

想定されるリスク

メッセージの受け止め方、スマートフォンを使わない人への配慮、効果の把握という3つの観点から、想定されるリスクと対応策を整理する。

想定されるリスク	対応策
① 目を引く表現が、不信感や不安につながる 大きなQRコードや強いメッセージが、広告・不審な郵便物と受け取られたり、過度に不安を与えたりする。	健康や将来の暮らしへの関心を促す、前向きで分かりやすい表現を用いる。導入前に対象者へデザイン案を示し、不安や誤解を招かないか、日程確認や予約をしてみたいと思えるかを確認する。
② スマートフォンを使わない人に情報が届きにくくなる QRコードを中心とした案内により、機器の操作に不慣れな人などが行動しづらくなる。	電話での問い合わせ先や同封案内の確認を促す文言を併記する。文字の大きさや読みやすさにも配慮し、紙・電話でも受診につながる案内を確保する。
③ デザイン変更の効果が分からない 受診率は他の勧奨や受診環境にも左右されるため、封筒による効果を判断しにくい。	発送後の受診状況を前年度の4月～6月と比較する。あわせて、QRコードへのアクセス状況を確認し、他の受診勧奨や受診環境の変化も踏まえて評価する。

実施計画(ロードマップ)

所管課や関係機関と調整し、封筒デザインを具体化する。発送後は、案内への反応と受診状況を検証し、次年度以降の改善につなげる。

フェーズ1（～R8.11）

設計・関係者調整

・所管課とデザイン案・封筒の色・印刷仕様を調整

・対象者にメッセージの印象や分かりやすさを確認

・比較方法・評価指標・必要なデータを整理

フェーズ2（～R8.12）

デザイン確定・制作準備

・医師会等との調整を経て、デザインを確定

・QRコードの読み取りやリンク先、電話案内を確認

・校正・印刷を行い、発送に向けて準備

フェーズ3（R9.2）

受診券発送・効果検証

・新デザインの封筒を使用して受診券を発送

・QRコードへのアクセス状況を把握し、受診状況を前年度の4月～6月と比較

フェーズ4（～R9）

評価・改善

・中間結果を次回のデザイン・印刷仕様に反映

・その時点で把握できる受診実績に基づき評価

・検証結果に基づき、継続・展開方法を検討

期待される効果・評価指標（KPI）

受診率を主な成果指標とし、健康への関心やQRコードの利用状況も把握する。前年度との比較や発送後の調査により、目標の達成状況と改善点を確認する。

定量的指標

1. 送付対象者の特定健診受診率
   前年度4月～6月の受診率を上回る

2. 封筒のQRコード経由のアクセス数
   ○件

※目標値や集計期間は、前年度の実績や取得可能なデータを踏まえ、発送前に設定する。

市民が実感できる定性的効果

- ✓ 健診を、自分の健康や将来の暮らしを考えるきっかけにできる。
- ✓ 思い立ったときに日程や受診方法を確認でき、先送りを減らせる。
- ✓ 毎年の健診を、健康状態の変化を確かめる機会として捉えられる

導入後の効果検証

新デザインの封筒で一斉発送し、発送後の受診状況を前年度の4月～6月と比較する。あわせて、QRコード経由のアクセス数を把握し、他の受診勧奨や受診環境の変化も踏まえて、効果と改善点を確認する。

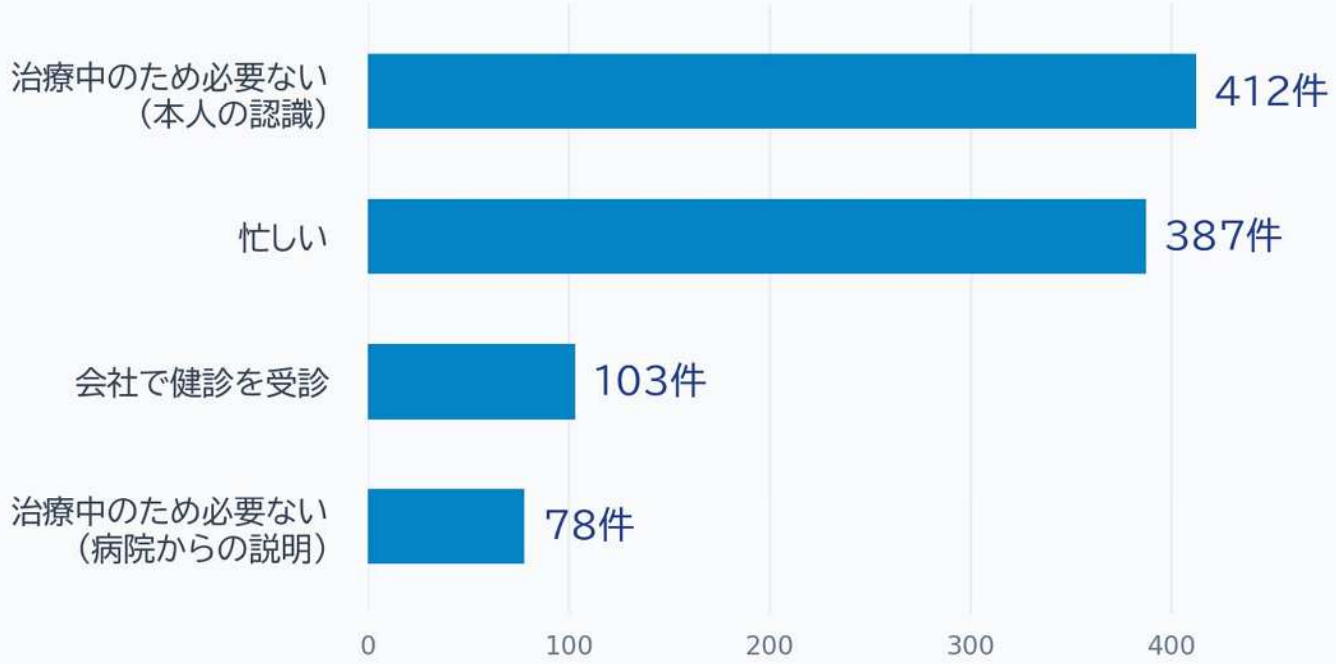
参考資料

現状分析　－アンケート・ヒアリング調査－

未受診者への聞き取りでは、「治療中のため必要ない」という認識や「忙しい」という理由が多く見られる。受診につなげるには、健診の必要性への理解と、忙しい中でも行動に移しやすい案内が求められる。

主な未受診理由

令和7年度の区役所職員の電話・訪問による受診勧奨時の聴取



※主な理由を抜粋。未受診者全体の割合を示すものではない。