



## ① ダイレクトメール(DM)による訴求の強化

第1号被保険者に厚生労働省と連名で国民年金基金のメリット等を周知するDMを送付する。同封チラシについても、QRコードを積極的に活用してウェブサイトへの導線を確保するものへと変更し、資料請求や照会に迅速、かつ、きめ細かな対応を行う。

【発送数】約570万件

【発送時期】6月、9月、12月、1月、3月

## ② テレビ広告の実施

DM発送時期に合わせて、テレビCMを実施し、国民年金基金制度の認知度の向上を図る。

【テレビCM】6月、9月、1月に実施予定。

## ③ インターネットを活用した広告・情報発信

検索サイト(Google、Yahoo!) SNS (facebook) や動画共有サイト(YouTube)を活用したインターネット広告などを引き続き実施する。

動画共有サイト(YouTube)の専用チャンネルを活用し、テレビ広告動画や制度説明の動画などを公開し、幅広い世代を対象に国民年金基金制度の認知度の向上及び理解の促進を図る。

## ④ オンラインセミナーの開催

「国民年金基金・iDeCo共同オンラインセミナー」を開催し、第1号被保険者に対する両制度の周知及び理解の促進を図る。



## ⑤ ポスター・パンフレットによる周知

基金制度のポスター・パンフレットや国民年金基金とiDeCoの両制度を紹介するパンフレットを用いて金融機関及び年金事務所に配布し、周知を引き続き図る。



## ⑥ 広報キャラクター・愛称・ロゴの活用



国民年金基金の広報キャラクター「kokky(コッキー)」をパンフレット、チラシ、ホームページ、粗品などで積極的に活用し、キャラクターの認知度の向上と国民年金基金制度の周知、普及を図る。また、制度周知のための動画コンテンツを更に充実させる。

## ⑦ ホームページの充実

国民年金基金連合会、各国民年金基金のホームページのコンテンツ及びインターフェースの充実を図る。

また、令和8年12月の限度額の引上げの積極的な周知を含め、この充実を通じて、国民年金基金に関する情報提供を強化していく。

