

# 駅から歩くウォークラリーを活用した日常密着型ヘルスケアの仕組み構築 及び課題明確化と解決のための調査事業

実施地域：JR秋葉原駅周辺（東京都）

コンソーシアム代表団体：株式会社ジェイアール東日本企画

参加団体：株式会社ハピタスクア、特定非営利活動法人メタボランティア

## 事業のミッション

JR東日本が持つ既存のウォークラリーのコンテンツ「駅から歩くウォークラリー」をベースに、地域密着／日常生活密着型のヘルスケアの仕組みとして、疾病予防等の効果検証も含めた実証を行う。併せて、利用者のヘルスケアデータの取得・フィードバック、インセンティブ付与等の機能拡充を図り、「駅」という公共施設と駅周辺地域との連携も実施した。本年度はJR秋葉原駅を中心に2か月間の実施・検証を行い、駅等の公共施設を拠点とした事業モデルとして、他地域への波及に寄与する知見を得た。

## 事業概要

駅から歩くウォークラリー、ヘルスケアアプリ、ヘルスケア効果の評価を組み合わせた仕組みを構築し、駅そのもの、周辺地域との連携をベースにイベントを展開した。これらを通して、他駅や拠点への拡大、地域と連携した拡大、また企業や医療機関などの重要ターゲットと連携する上で必須となる基盤を構築し、今後の展開に繋がる知見を取りまとめた。

最も日常に密着した運動の一つであるウォーキングを活用したヘルスケア事業を幅広いターゲットに展開していく上で、本実証で実施した参加・促進策、ITの仕組み、ヘルスケアアプリの連携、ヘルスケア効果の科学的評価手法などを活用していく。

## 事業で得られた成果

- 参加：登録者540名（目標対比+40名）と目標は達成したが、認知効果の高い駅を活用したとしてもマス周知だけでは参加に至る効率率は非常に低く、ターゲットを絞った周知（例：オリンピック選手との連携イベント）やファンを抱える特定のコンテンツとの連携（例：メイドとのウォークラリー、秋葉原独自の文化活用）と組み合わせることによって初めて認知・理解から行動、つまり参加へ遷移率が向上した。
- 踏破：実際にコースを踏破してもらい、想定距離を歩いてもらう上では、前項目（参加）記載内容

- に加え、例えばシステムの適切な設定、アカウント設定等（例：GPS許容範囲65mが適切）によるユーザビリティの高さが鍵を握る。
- 継続：リピート率34.4%（目標対比+4.4%）、リピートユーザーの平均踏破回数3.94回（全ユーザー平均2.01回）と、リピートに繋がりますればその後の継続性は非常に高かった。実際にユーザーの声から個別の定性情報を分析した結果、口コミによる波及効果が継続促進には非常に重要であることが示唆された。
- 今後の展開：以上の参加・踏破・継続のノウハウに加え、求めるヘルスケア効果のためのエビデンスに基づいた目標設定レベル（Fig.3③、詳細は報告書参照）を活用することによって、リピートユーザーを獲得する基盤にできると考えている。

## 成果の展開・活用の可能性

まずは今後、早期に成功事例を構築し、Fig.4に示す主な展開ターゲット、さらには一般に広くウォークラリーそのものの認知度、ウォークラリーによるヘルスケア効果についてのイメージを広めていくことが重要である。今回の実証の成果をそのまま活用可能なA～Cに加え、D・Eに対しても、それぞれの特性に合わせて本実証で構築済みの基盤を組み合わせたビジネスモデルを構築していく。関連企業のマーケティング活動との連動や予算の活用によって、事業としてのウォーキングヘルスケアの展開が可能になる。

小さくとも具体的な成功事例の構築を通じて本実証で得た知見を更に深め、その実績を波及させる形で、各駅や各地域の状況や資源に合わせてウォークラリーの仕組みをカスタマイズし、普及展開を図る。具体的な先行事例として、JR東日本グループの関連企業、これまでも業務実績のある東北地方、東海地方の複数の自治体、健康経営に力を入れる大手メーカー等の企業をはじめとした展開先候補との共同検討を既に開始しているところである。

Fig.1 事業モデル図



Fig.2 参加者データ

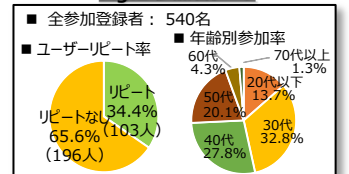


Fig.3 本実証で構築し、今後活用していく仕組み

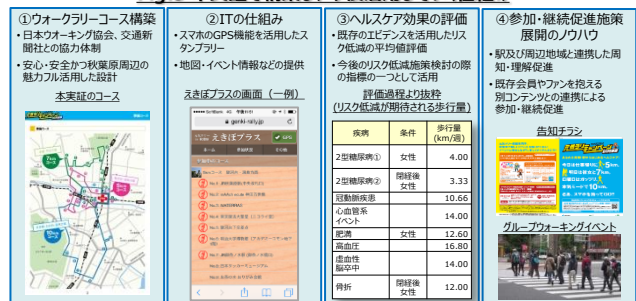


Fig.4 今後の展開

