

# 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：** 株式会社ハビタスケア、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

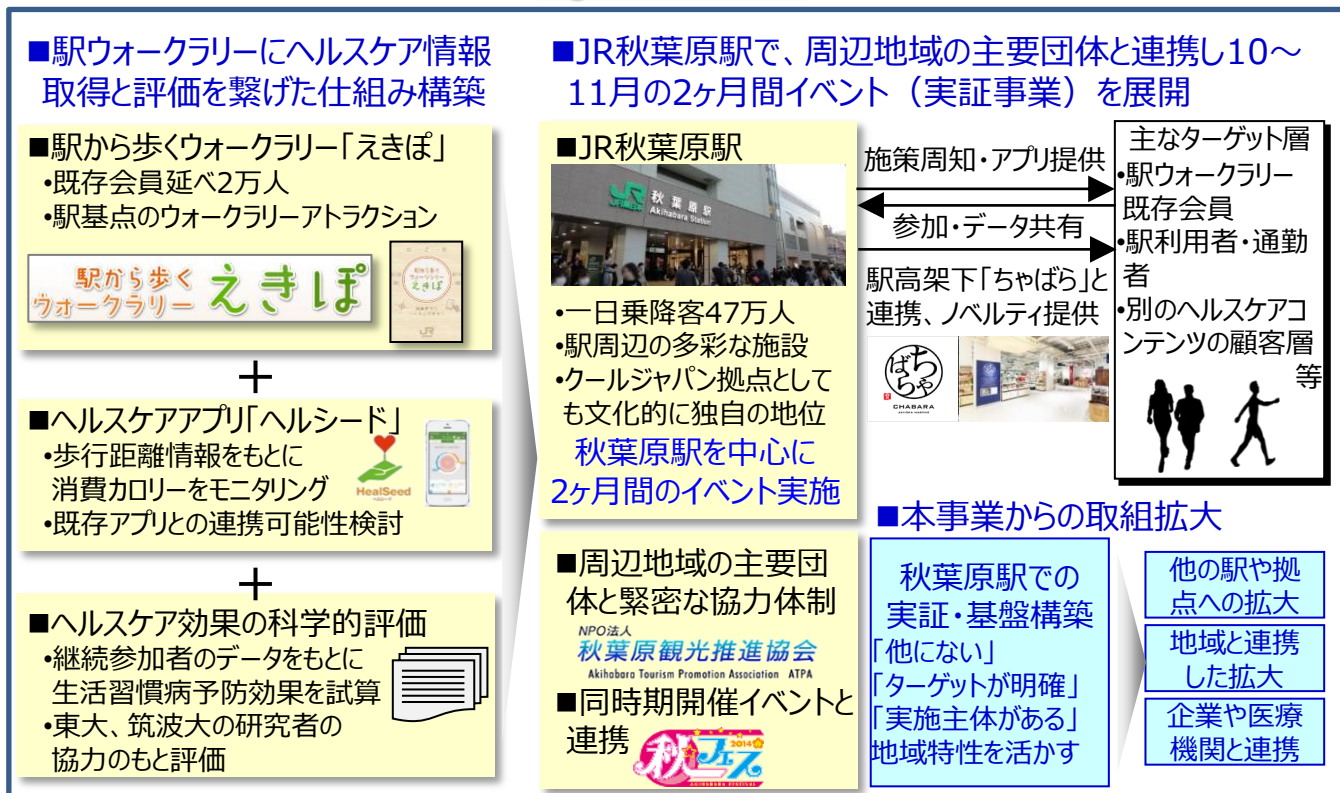
駅から歩くウォークラリー、ヘルスケアアプリ、ヘルスケア効果の評価を組み合わせた仕組みを構築し、「駅」という公共施設と駅周辺地域の商店街等と連携した、地域密着／日常生活密着型のヘルスケアの仕組みとして、疾病予防等の効果検証も含めた実証を行う。本年度はJR秋葉原駅を中心に2か月間の実施・検証を行い、駅等の公共施設を拠点とした事業モデルとして、他地域への波及に寄与する知見を得る。

## 事業概要

まず、実証のための仕組みとして、JR東日本が持つ既存のウォークラリーのコンテンツである、駅から歩くウォークラリー「えきぼ」をベースに、今回の実証用の仕組みである「えきぼプラス」を新規に構築した。これと既存ヘルスケアアプリ「ヘルシード」とのAPI連携実証、ハビタスケアによるヘルスケア効果の科学的評価を組み合わせ、さらに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ったものである。

次に、構築した仕組みの実証手段として、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。

Fig.1 事業モデル図



本事業の実際の展開においては、JR秋葉原駅、NPO秋葉原観光推進協会、駅高架下の逸品専門店「ちゃばら」などの周辺商業施設と連携策を個別に検討した。

今後の展開に繋げる上で、これら個別検討で得られた知見や、2ヶ月間の実証期間内での詳細なPDCA検討結果等の重要なノウハウが得られた。

# 事業で得られた成果

## 【事業成果概要】

- 参加: 登録者540名 (目標対比+40名)。
- 参加行動に繋がる周知手法としては、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) 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することが明確化された。
- 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、周知・コンテンツ連携に加え、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: リポート率34.4% (目標対比+4.4%)、リポ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、リポートに繋がらさえすれば**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。

今後の展開として、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、リポートユーザーを獲得する基盤にすることができると考えている。ウォークラリーを活用したヘルスケア事業展開に具体的に活用することができる仕組みとして以下が上げられる (Fig.3)。

- ① ウォークラリーコース構築: 日本ウォーキング協会等との協力体制による安心・安全かつ地域の魅力をフル活用した設計
- ② ITの仕組み: スマホGPSを活用したスタンプラリー、地図・イベント情報などの提供基盤
- ③ ヘルスケア効果の評価: 既存のエビデンスを活用したリスク低減評価、リスク低減施策検討の指標として活用可能
- ④ 参加・継続促進施策展開のノウハウ: 駅・周辺地域と連携した周知・理解、既存会員やファンを抱える別コンテンツとの連携

Fig.3 本実証で構築し、今後活用していく仕組み

①ウォークラリーコース構築  
本実証のコース

②ITの仕組み  
えきほプラス画面 (例)

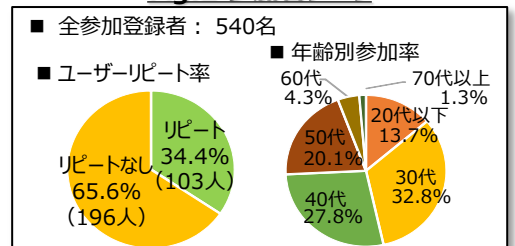
③ヘルスケア効果の評価  
評価過程より抜粋 (リスク低減が期待される歩行量)

疾病	条件	歩行量 (km/週)
2型糖尿病①	女性	4.00
2型糖尿病②	閉経後 女性	3.33
冠動脈疾患		10.66
心血管系イベント		14.00
肥満	女性	12.60
高血圧		16.80
虚血性脳卒中		14.00
骨折	閉経後 女性	12.00

④参加・継続促進施策展開のノウハウ  
告知チラシ

グループウォーキングイベント

Fig.2 参加者データ



## 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。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.4 今後の展開

主な展開先ターゲット × サービス構築の基盤 (本実証で構築済)

A 秋葉原駅以外の他駅

F ウォークラリーコース設定

- 地域の魅力をフル活用
- 安心・安全な設計

B 自治体の観光事業との連動

G 専用ITシステム構築

- ヘルスケア情報モニター
- 参加/継続促進

C 医療費を抑えたい自治体

H ヘルスケア効果の評価

- 専門家と連携した評価
- 他サービス・健診と組み合わせ

D 医療費を抑えたい企業

E 医療機関、介護施設

ターゲットに合わせたビジネスモデル(以下は一例)

- ターゲットの特性に合わせて、本事業で構築した基盤を組み合わせさせてサービス化

