

「aruku& for オフィス」事例-30代メタボの参加率が2倍以上、メタボ判定者も減少！

【朝日新聞健保様】参加者の行動心理を考慮した「歩き」を促す設計が成果を生む！

凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス、本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：早川 礼 ※1）が運営するウォーキングアプリ「aruku&（あるくと）」（※2）は、aruku&の企業向けサービス「aruku& for オフィス」（※3）を導入している朝日新聞健康保険組合（以下、朝日新聞健保）様に、aruku&の活用方法についてお話をお聞きました。

朝日新聞健康保険組合



朝日新聞健保様は、加入者に向けたウォーキングイベントを長きにわたって実施され、精力的に健康増進への取り組みをされています。そんな朝日新聞健保様が企業向けサービス「aruku& for オフィス」を導入されたのは2018年の秋。ウォーキングイベントの開催と健康診断の時期をリンクさせ、結果に繋がるよう様々な取り組みをされています。今回は、ウォーキングイベントを手掛けられている国柄氏、吉田氏にお話をお聞きました。

—「aruku&」企業向けサービスの導入の背景についてお聞かせください。

朝日新聞健保では、もともと、食事や口腔衛生などの生活習慣を改善するプログラムを実施しており、ウォーキングイベントはその施策の1つでした。

最初は紙で告知をし、各々の歩数を自己申告で記録用紙に記入してもらう形で行っていました。その後、様々なWEBサービスが登場したことを機に、歩数計を配布して自己申告でWEBサイトに入力してもらう形式も実施しました。aruku&を導入したのは、2018年です。実は、導入するまでしばらく検討していたんです。aruku&はアプリですので、スマートフォン保有者でないと参加できない。また、特に女性は家事をする時にスマホを身につけないことが多いなど、公平性の面で懸念していました。ですが、スマートフォンの普及率も上がってきましたし、やってみよう。

aruku&導入後、参加者が1割以上増加！

—実際にイベントを実施されて、影響はいかがでしたか？

結果、クレームは少なかったですし、参加者も増えました。それまでは2,000名ほどの参加でしたが、aruku&を導入した直後のイベントでは2,300名が参加し、1割以上増えた計算になります。

当初2回は、1日平均6,000歩を達成ラインとしていましたが、参加者の歩数の実績から、2019年の春のイベントでは目標歩数を7,000歩と引き上げました。秋のイベントも参加者には頑張ってもらって達成してほしいです。



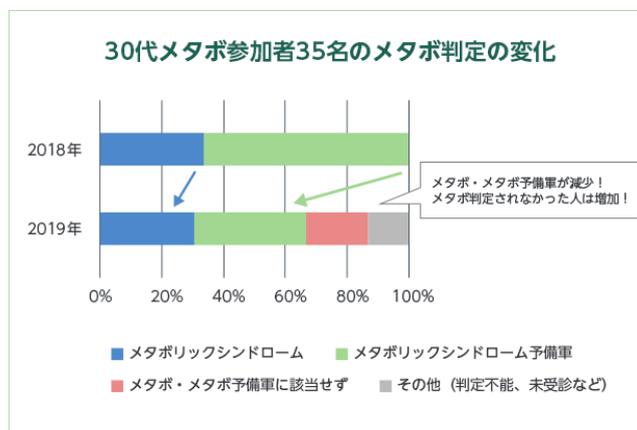
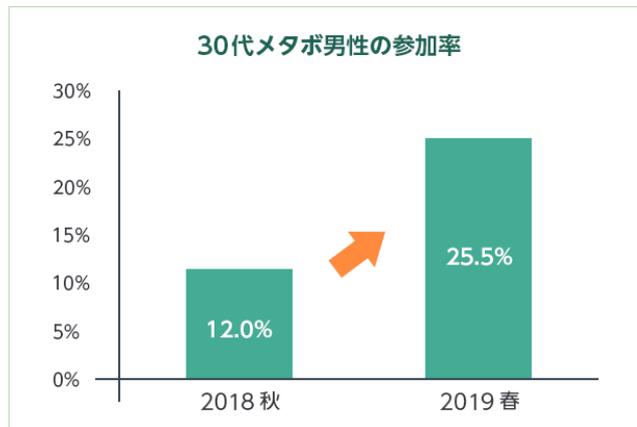
—参加者の皆様からの反応はありましたか？

「aruku&にはまっています」という声は聞きますね。また「aruku&が好きなファンを集めて自分たちでイベントを実施したい」と言われ、実際にイベントを独自企画された方もいました。私達のオフィス内では、「今日の歩数はどうだ」「あの人は二駅分ほど歩いているらしいね」といったコミュニケーションがあり、活性化していると思います。

特別なインセンティブで 30 代メタボ判定者が減少！参加率は 2 倍以上へ！

—健康増進に繋がっている実感はありますか？

30 代のメタボ率が改善しました。一般のグループとは別に、健康診断でメタボ判定を受けた 30 代だけのグループを作っていて、目標を達成した方にはインセンティブを上乗せしました。ウォーキングイベントは若い人の参加率が低い傾向がありますので、30 代の若い世代の参加率を上げ、40 代になる前に改善させる狙いがありました。結果、参加率は 2018 年秋と比較して 2 倍以上になり、メタボおよびメタボ予備軍判定者も減少しました。



イベントは健康診断の直前に実施！

—ウォーキングイベントの設計についてお聞かせください。

朝日新聞社自体が健康経営宣言をしていることもあり、目標はしっかり設定をしています。朝日新聞社では、健康診断を春と秋で年に 2 回実施しており、ウォーキングイベントはその直前に実施しています。運動習慣を身につけ少しでも健康診断の結果に寄与できれば、という思いでタイミングを決めました。

また、社内食堂で食事を終えた社員がエレベーターではなく階段を使って移動するよう、ぼたろう（aruku&の公式キャラクター）のシートポスターを貼って階段へ誘導しています。階段には、歩きを応援する内容のシートポスターを貼っています。やはりメタボ率の減少など明確な目標がありますので、そのためのアクションプランとして、行動心理も考慮しながらこういった施策に取り組んでいます。

インセンティブは、やはりモチベーションになるよう毎回検討しています。かつてはオリジナルのイラストを使用したグッズ、野菜セットや果物を用意したこともあり、今後もしっかりと検討していきたいです。



行動心理を考慮したユニークな取り組みが光る

—運営体制や管理画面についてはいかがでしょうか？

ウォーキングイベントは長年にわたって実施してきたため慣れており、特に困ることなく運営しています。管理画面は、好きなタイミングで歩数を CSV に出力することができるので、使い勝手がいいですし役立っています。タイムリーで分かるところがいいですね。特に使いにくいことはないです。

—今後 aruku&を利用して実施されたいことがありましたらお聞かせください。

今後は、加入事業所と連携して、より参加者を増やしていきたいです。今は事業所により参加率に差があり、健康への課題を抱えている事業所ほど参加率が低い傾向があるように思います。歩くことは私達にとって身近なものですし、より参加率を上げるため、設計を工夫しながら継続していきたいです。

—ありがとうございました。

aruku&の企業向けサービス「aruku& for オフィス」は、健康経営を目指す団体のため、社員や職員の健康増進施策としてご活用いただけるよう、2016年のサービススタート時から提供している法人向けサービスです。2019年7月には無料トライアル版をリリースしました。ONE COMPATHは、今後もますます多くの企業や団体の支援を強化し、2020年度までに500社の導入を目指します。



ONE COMPATH

※1 「株式会社 ONE COMPATH」について

地図検索サービス「Mapion」、電子チラシサービス「Shufoo!」などデジタルメディアの運営を中心に事業展開する凸版印刷株式会社のグループ会社。2019年4月1日、株式会社マピオンから社名変更し、それまで凸版印刷が運営していた「Shufoo!」等の事業を承継しました。「Mapion」「Shufoo!」のほか、ウォーキングアプリ「aruku&（あるくと）」、位置情報ゲーム「ケータイ国盗り合戦」、コミュニケーションアプリ「ふたりの」等を運営しています。
<https://onecompath.com/>

※2 「aruku&（あるくと）」について

2016年11月より、株式会社 ONE COMPATH（当時、株式会社マピオン）が運営している、「歩くことが楽しくなる」仕掛けが満載のウォーキングアプリです。アプリ内に登場する様々な住民キャラクターに話しかけるとミッションが出され、クリアすると、地域名産品などが当たるプレゼントキャンペーンに応募できます。健康増進施策を進める自治体や企業、家族や友人同士などチームでの参加も可能。ユーザー数は60万人(2019年9月現在)で、男女問わず20代から50代まで幅広くご利用いただいています。 <https://www.arukuto.jp/>

※3「aruku& for オフィス」について

健康経営を目指す団体のため、社員や職員の健康増進施策としてご活用いただけるよう2016年の「aruku&」サービススタート時から提供している法人向けサービスで、社員・職員の歩数のチェックだけでなく、所属対抗戦や個人戦などで歩数を競うウォーキングイベントを実施することができます。2019年7月には無料トライアル版もリリースしました。

「aruku& for オフィス」ご紹介サイト：<https://www.arukuto.jp/biz/freetrial/>

- * 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。
- * ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

■ お問い合わせ先 ■

■ 株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

広報（戸田、千野、金原、小西） press@onecompath.com TEL : 03-3769-3501