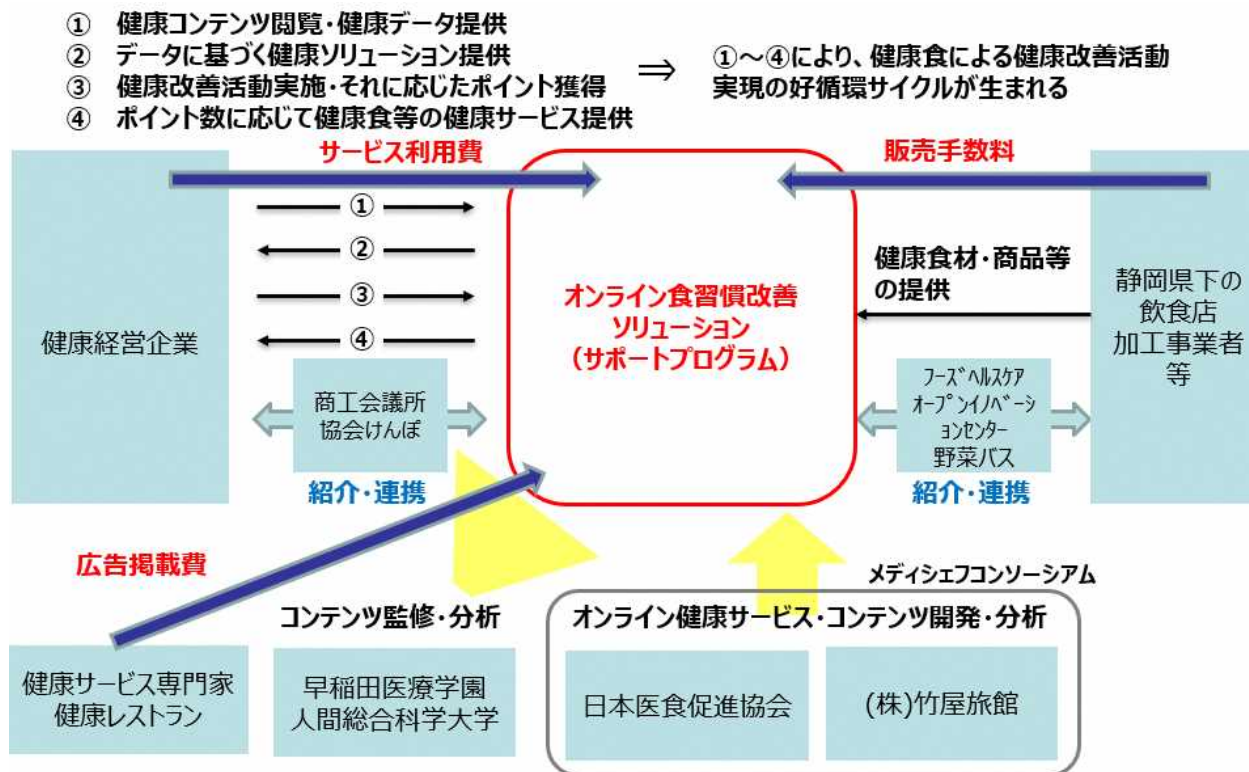


事業主体	株式会社竹屋旅館（代表機関） 早稲田医療学園 人間総合科学大学（共同機関）
実施テーマ	健康経営に関心のある企業の社員向けに健康食を始めとしたオンライン健康食ソリューション提供事業
事業概要	<p>健康経営推進企業に、以下のオンラインサービスの提供を行うモデルを構築した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン上で、食習慣改善コンテンツ（例.栄養士等監修デイリーレシピ、メディシェフ講座、地域の食材情報、専門家へのQ&amp;A、運動コンテンツ等）を提供。</li> <li>・利用者は個人アカウントを保有し、コンテンツ閲覧や健康維持活動を行うことでポイントを獲得。楽しみながらの健康改善に加え、ポイントは地域のヘルスケアサービス事業者の景品等との交換が可能。</li> <li>・企業は社員の健康改善により健康保険料負担軽減、農家・飲食店はユーザーに健康食関連商品等を提供することで売上貢献・宣伝に繋げることを目指す。</li> </ul>

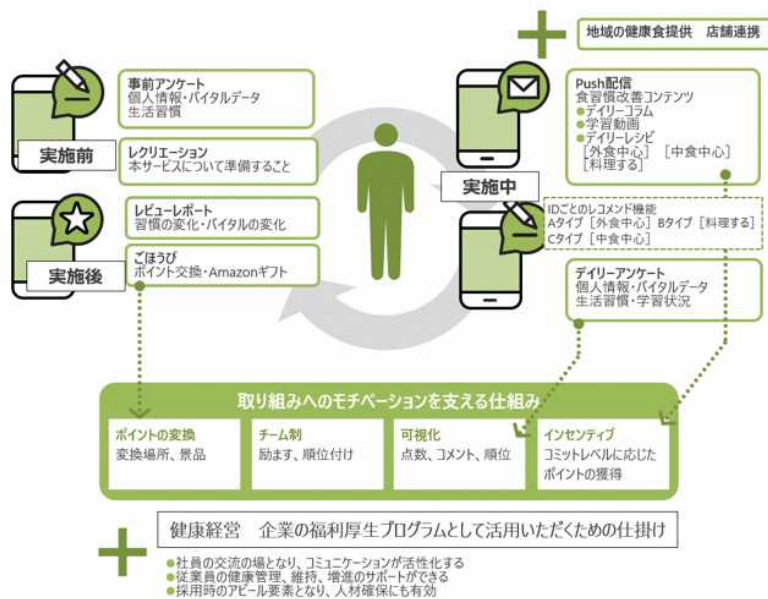


## 食習慣改善コンテンツ

コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食習慣改善に取り組むための基礎知識提供として、楽しみながら学べる「専門家監修デイリーコラム」</li> <li>・利用者の事前アンケートの結果をもとにした食習慣にあわせた「デイリーレシピ（中食・外食）」</li> <li>・個々の食習慣にあわせた、栄養士監修の「中食の選び方」「外食の選び方」動画コンテンツ</li> <li>・在宅、オフィス内でも簡単にできる10分弱の「運動コンテンツ動画」</li> <li>・地域にて健康食メニュー等を提供する飲食店・ヘルスケア事業者らの紹介</li> </ul>
アンケート & レポート	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人情報・バイタルデータ・生活習慣・学習状況について、実施前・実施中・実施後それぞれについて実施</li> <li>・アンケート結果に基づいた個人レポート&amp;企業レポートを提供</li> </ul>
モチベーションを支える仕組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポイント・インセンティブ制度</li> <li>・チーム制：参加者を数名のチームにし、「励ましあう」ムードをすることで、利用者の継続率を向上</li> </ul>

### 企業向けに「LINE」を活用した食習慣改善プログラムを開発

健康コンテンツ+地域情報+レポート+専門家レビューまでを全てオンラインで提供



# トライアル実証の内容・成果

## トライアル実証の概要

- 実施期間：**3カ月** 2020年度は1カ月であったが、**継続性を確認するため3カ月に延長して実施**
- 対象者：企業に勤務する20～60代の男女 **計101名**
  - 食生活が乱れがちな男性を中心としつつも、解析データの有用性を高めるため、女性の参加や健康的な生活を送っている方も参加頂いた。
- 実施内容
  - ・事前アンケート・キックオフMTGを経て、3か月のオンライン食習慣改善ソリューションを体験。中間時・終了時に管理栄養士よりアンケートに基づくフィードバックを提供。
  - ・オンライン上で健康食関連コンテンツを毎日提供。利用者はコンテンツ閲覧や健康維持活動（健康を意識した生活を送る）等を行うことでポイント獲得。
  - ・コミュニケーション活性化のため、月に1度のイベント（やさいバス・健康弁当体験）を実施。
  - ・実施前、実施中、実施後のアンケートをもとに、本サービスの有用性を検証。

## トライアル実証の結果

### ■ 定量評価（健康改善評価・食事満足度評価）

- ・BMIが有意に低減し、食の満足度が有意に向上
- ・食事満足度が有意に改善し、嗜好軸、コミュニケーション軸ともに有意に向上
- ・地域の食情報、職場での食を介した交流も食事満足度には関係しており、ともに有意に向上

### ■ 定性評価（参加者の声）

（参加者）スタッフ間で食習慣を知ることで、**ライフワークバランスが改善**（企業経営者）チームで取り組む仕組みであることから、従業員の健康意識向上に加え、**「経営課題の解決」にも直結する。**  
 （地域事業者より）今回参加した企業から、**モニター実証以外の場でも依頼を頂き、ビジネスに繋がった。**

### 健康改善評価

	OW	12W	有意差
体重	62.9±12.6	62.1±12.6	p<0.05
BMI	22.8±3.1	22.5±3.2	p<0.05

### 食事満足度評価

	OW	12W	有意差
食事時間が楽しい	3.22±0.83	3.62±0.67	p<0.001
食事がおいしく食べられる	3.44±0.74	3.72±0.60	p<0.01
食事の時間が待ち遠しい	2.91±0.94	3.43±0.80	p<0.001
食事の雰囲気は明るい	3.03±0.81	3.43±0.76	p<0.001
日々の食事に満足している	2.96±0.87	3.46±0.76	p<0.001
食べたいものを食べている	3.25±0.70	3.54±0.63	p<0.01
総満足度	18.8±3.8	21.2±3.3	p<0.001

## 実施した事業の考察

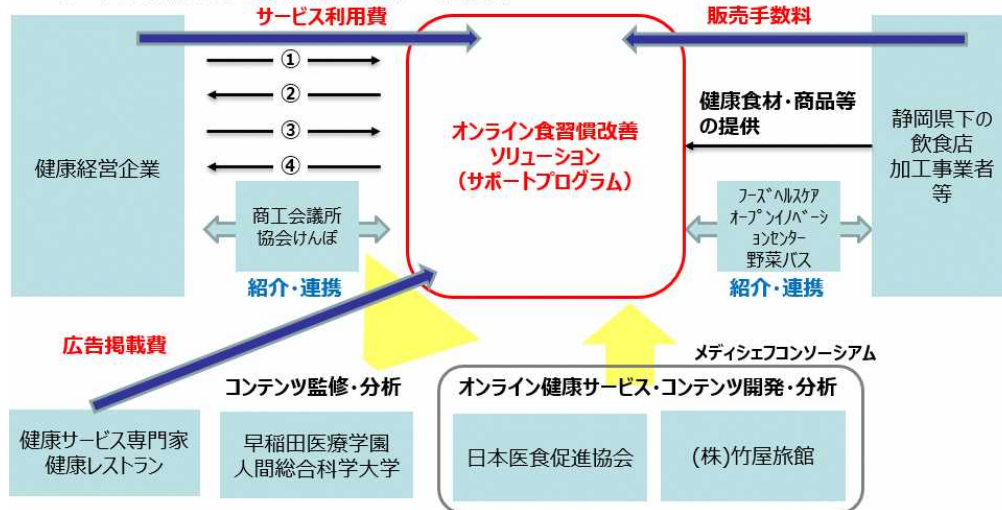
・本サービスの提供価値として以下の有用性が推察され、**「サービス利用料」の収益が期待できる。**

- I) 「体重・BMI」の適正化、食事満足度にも良好な効果を有し、楽しみながら健康維持・増進を行えること
- II) コミュニケーション活性など経営課題解決に寄与する
- III) 地域事業者にとっても自社商品のPRや販売の有益な場となり、地域経済活性化に寄与する

・地域密着型情報の発信において様々な事業者との連携が構築され、**「コンテンツ紹介料」「食販売手数料」が期待できる。**

**上記より、本サービスの提供価値は十分に見込まれ、費用体効果的にも十分に採算を見込むことはできる。**

- ① 健康コンテンツ閲覧・健康データ提供
  - ② データに基づく健康ソリューション提供
  - ③ 健康改善活動実施・それに応じたポイント獲得
  - ④ ポイント数に応じて健康食等の健康サービス提供
- ⇒ ①～④により、健康食による健康改善活動実現の好循環サイクルが生まれる



事業化に向けて

## 今後の展開

販売促進に軸足を。健康経営推進企業への重点的なプロモーションに加え、toC向けの展開も視野に

1. 経営支援機関と連携し、健康経営推進企業へのPR
  - ・静岡商工会議所や保険会社と共にセミナー等を開催し、見込み企業を取り込んでいく。
  - ※「ふじのくに健康づくり推進事務所」認定企業先などへのアプローチ
2. 医療関係機関と連携し、健康経営推進企業へのPR
  - ・協会けんぽや健康保険組合など健康・病気に関わる団体や検診センターとも連携していく。
3. 行政機関と連携し、toC向けのサービス展開
  - ・実証結果をエビデンスとして地方自治体と連携した行政施策として展開していく。