

**令和 5 年度**  
**ヘルスケア産業基盤高度化推進事業**  
**(ヘルスケアビジネス創出推進等事業)**

**報告書**

令和 6 年 3 月 29 日  
株式会社日本総合研究所

## 目次

|          |                                                                    |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>ヘルスケアベンチャー企業等のためのワンストップ相談窓口「Healthcare Innovation Hub」の運営..</b> | <b>3</b>  |
| 1.1      | 事業実施の背景・目的 .....                                                   | 3         |
| 1.2      | 実施事項.....                                                          | 3         |
| 1.3      | 事業の成果 .....                                                        | 24        |
| 1.4      | まとめ.....                                                           | 27        |
| <b>2</b> | <b>「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト」の開催.....</b>                               | <b>28</b> |
| 2.1      | 事業実施の背景・目的 .....                                                   | 28        |
| 2.2      | 実施事項.....                                                          | 28        |
| 2.3      | 事業の成果 .....                                                        | 46        |
| 2.4      | まとめ.....                                                           | 48        |
| <b>3</b> | <b>地域でのヘルスケアビジネス創出・水平展開の調査、支援 .....</b>                            | <b>51</b> |
| 3.1      | 事業実施の背景・目的 .....                                                   | 51        |
| 3.2      | 実施事項.....                                                          | 51        |
| 3.3      | 事業の成果 .....                                                        | 58        |
| 3.4      | まとめ.....                                                           | 62        |
| <b>4</b> | <b>全国の地域版協議会への定期的な情報発信及びアライアンス会合の企画・運営支援 .....</b>                 | <b>64</b> |
| 4.1      | 事業実施の背景・目的 .....                                                   | 64        |
| 4.2      | 実施事項.....                                                          | 64        |
| 4.3      | 事業の成果 .....                                                        | 71        |
| 4.4      | まとめ.....                                                           | 72        |
| <b>5</b> | <b>業界団体等が自主的にヘルスケアサービスに関するガイドライン等の策定に係る支援 .....</b>                | <b>74</b> |
| 5.1      | 事業実施の背景・目的 .....                                                   | 74        |
| 5.2      | 実施事項.....                                                          | 74        |
| 5.3      | 事業の成果 .....                                                        | 76        |
| 5.4      | まとめ.....                                                           | 79        |
|          | <b>参考資料 .....</b>                                                  | <b>81</b> |

## 1 ヘルスケアベンチャー企業等のためのワンストップ相談窓口

### 「Healthcare Innovation Hub」の運営

#### 1.1 事業実施の背景・目的

我が国の高齢化率は世界最高水準にまで高まり、老化に伴う疾患や生活習慣病への対策が喫緊の課題となっている。そのため、国民の健康・医療に対する様々なニーズに対応する新たなヘルスケアサービスを社会に実装することで、予防・進行抑制・共生型の健康・医療システムや新産業の創出・活性化の基盤となるイノベーション・エコシステムを構築し、健康長寿社会の実現を図ることが重要である。経済産業省では、「健康・医療新産業協議会」において策定した「健康・医療新産業創出に向けたアクションプラン 2022」に基づき、ヘルスケアベンチャー企業等によるイノベーション創出を促進するため、官民の取組に関する情報を統合し連携を促すとともに、民間からの積極的な投資や事業連携が起こるような支援策、地域や職域の課題に応えるヘルスケアビジネスモデルを確立するための取組を総合的にサポートし、地域におけるヘルスケア産業が全国に展開へのサポート及び成果連動型民間委託契約方式（PFS、ソーシャル・インパクト・ボンド含む）の普及に向けた環境整備を強化することとしている。

本事業は、ベンチャー企業等を含むヘルスケアビジネス創出の育成に必要な基盤を総合的に整備することで、ヘルスケア分野でのイノベーションを促進し、社会課題の解決及び国民の健康増進に資する新たなヘルスケアサービスの社会実装を実現することを目指す。

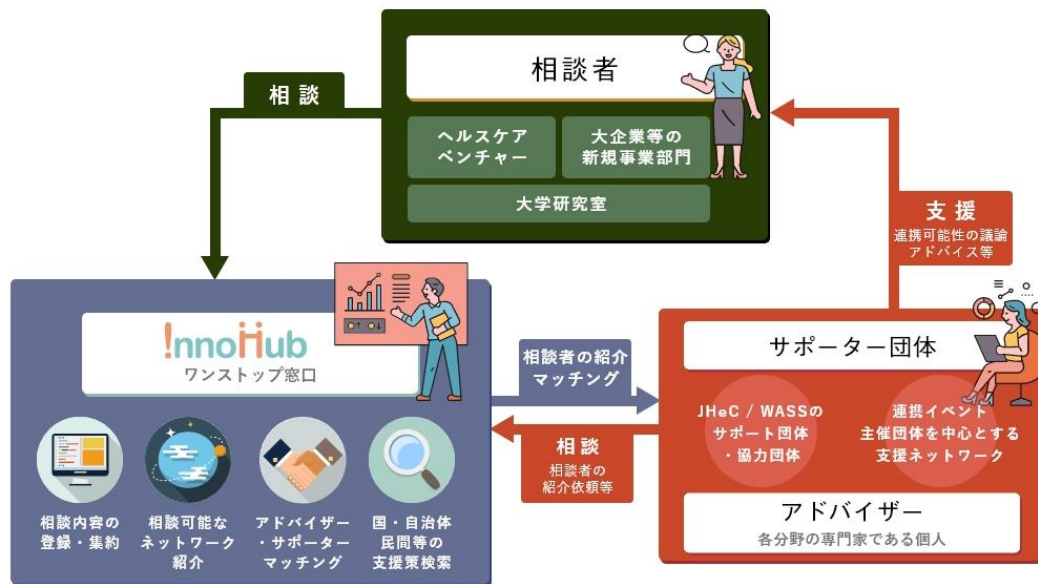
「Healthcare Innovation Hub」（以下、InnoHubという。）は、令和元年7月に設置された、ヘルスケアやライフサイエンスに関わるベンチャー企業等の相談窓口である。ヘルスケアベンチャー企業やアカデミア等からの相談を受け、相談内容に応じて専門家（InnoHub アドバイザー）や事業会社（InnoHub サポーター団体）、関係省庁等への情報提供を行うなど、多様なネットワークを活用してワンストップでベンチャー企業等を支援するものである。

#### 1.2 実施事項

##### 1.2.1 相談対応・効率的かつ効果的支援に向けた調査

メール等を通じてベンチャー企業等からの相談（資金調達、販路開拓など）を受け付け、メール・電話等で内容のすり合わせを行った後、相談者の要望に応じて適切な支援策・支援人材・支援ネットワーク等の紹介や助言等を行った。

図表 1-1 InnoHub 全体像イメージ



出所：InnoHub ホームページ

#### (1) InnoHub アドバイザー・サポーター団体

InnoHub では、相談者の課題解決のために助言を行うInnoHub アドバイザー、および相談者と共同研究、実証フィールド提供、資金調達等を支援するサポーター団体によるサポート体制を構築している。

2024 年 3 月 29 日で登録されているアドバイザーの一覧を以下に示す。

図表 1-2 InnoHub アドバイザー一覧

| 氏名     | 所属・肩書                                                                                                                                  |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 阿久津 靖子 | 一般社団法人日本次世代型先進高齢社会研究機構 代表理事<br>MT ヘルスケアデザイン研究所 代表取締役                                                                                   |
| 上田 悠理  | Healthtech/SUM 統括ディレクター(メディア・日経新聞共催)<br>株式会社 Confie 代表取締役社長<br>医療法人向生會 理事長                                                             |
| 加藤 浩晃  | デジタルハリウッド大学大学院 徳仁教授<br>東京医科歯科大学 臨床教授<br>アイリス株式会社 共同創業者・取締役副社長 CSO                                                                      |
| 木村 亮介  | ライフタイムベンチャーズ 代表パートナー                                                                                                                   |
| 清峰 正志  | Kicker Ventures, LLC CEO                                                                                                               |
| 小島 清顕  | Smith, Gambrell & Russell, LLP (略称：SGR 法律事務所) パートナー<br>MEDISO 非常勤サポーター<br>IDEC 横浜企業経営支援財団・海外サポートデスク登録<br>ジョージア州日米協会理事<br>ジョージア州日本商工会理事 |



|        |                                                  |
|--------|--------------------------------------------------|
| 斉藤 正行  | 一般社団法人全国介護事業者連盟 理事長<br>一般社団法人日本介護ベンチャー協会 代表理事    |
| 白坂 一   | 特許業務法人白坂 創業者<br>株式会社 AI Samurai 代表取締役社長          |
| 城野 洋一  | スタートアップアドバイザー                                    |
| 曽山 明彦  | 一般社団法人ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン (LINK-J) 常務理事 |
| 田嶋 清孝  | スタサポ会計ラボ<br>田嶋清孝公認会計士事務所 所長                      |
| 西村 由美子 | メディカル・ジャーナリスト                                    |
| 根本 鮎子  | アクアシス法律事務所                                       |
| 野口 憲一  | 東北大学 東北メディカル・メガバンク機構 特任教授                        |
| 福島 智史  | 株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズ ディレクター                    |
| 藤原 選   | EY 新日本有限責任監査法人 企業成長サポートセンター シニアパートナー             |
| 松田 怜佳  | JIC ベンチャー・グロス・インベストメンツ株式会社 パートナー                 |
| 松永 昌之  | BIOSPIRE 株式会社 CEO                                |
| 守屋 実   | 株式会社守屋実事務所 代表取締役                                 |
| 山本 浩平  | 東京医科歯科大学医歯学総合研究科人体病理学分野・シニアイノベーションプロモーター教員       |
| 吉澤 美弥子 | 一般社団法人スタートアップ労働衛生推進協会 代表理事                       |

また、各 InnoHub アドバイザーに対して、以下の内容について議論を行うための面談を実施し、今年度の相談対応業務に活用した。

- ・ アドバイザーとして、ご協力いただけるご相談内容・テーマ
- ・ 最近の InnoHub アドバイザーとしてのご相談対応状況
- ・ InnoHub 運営に対するご意見

**図表 1-3 InnoHub アドバイザー面談の実施**

| 氏名     | 日時                               | 実施方法               |
|--------|----------------------------------|--------------------|
| 阿久津 靖子 | 2023 年 6 月 29 日 (木) 17-18 時      | Webex              |
| 上田 悠理  | 2023 年 6 月 23 日 (金) 13-14 時      | Webex              |
| 加藤 浩晃  | 2023 年 6 月 20 日 (火) 11-12 時      | THIRD CLINIC GINZA |
| 木村 亮介  | 2023 年 6 月 22 日 (木) 13-14 時      | Webex              |
| 清峰 正志  | 2023 年 6 月 15 日 (木) 9 時-9 時 45 分 | Webex              |
| 小島 清顕  | 2023 年 6 月 20 日 (火) 9-10 時       | Webex              |
| 斉藤 正行  | 2023 年 6 月 29 日 (木) 13 時半-14 時   | Webex              |
| 白坂 一   | 2023 年 6 月 29 日 (木) 11-12 時      | Webex              |
| 城野 洋一  | 2023 年 6 月 28 日 (水) 10-11 時      | Webex              |
| 曽山 明彦  | 2023 年 6 月 19 日 (月) 11-12 時      | Webex              |
| 田嶋 清孝  | 2023 年 6 月 13 日 (火) 10-11 時      | Webex              |
| 西村 由美子 | 2023 年 6 月 19 日 (月) 9-10 時       | Webex              |
| 根本 鮎子  | 2023 年 6 月 19 日 (月) 17-18 時      | Webex              |
| 野口 憲一  | 2023 年 6 月 14 日 (水) 14-15 時      | Webex              |
| 藤原 選   | 2023 年 6 月 13 日 (火) 10-11 時      | Webex              |
| 松田 怜佳  | 2023 年 6 月 30 日 (金) 17-18 時      | Webex              |
| 松永 昌之  | 2023 年 6 月 14 日 (水) 16-17 時      | Webex              |
| 守屋 実   | 2023 年 7 月 11 日 (火) 15-16 時      | Webex              |
| 吉澤 美弥子 | 2023 年 7 月 10 日 (月) 17-18 時      | Webex              |

サポーター団体は、2024 年 3 月 29 日時点で 256 団体が登録されている。業種別の団体数および団体の一覧を以下に示す。

図表 1-4 InnoHub サポーター団体数（業種別）

| No. | 業種               | 団体数        |
|-----|------------------|------------|
| 1   | 公的機関/自治体など       | 29         |
| 2   | コンサル/監査法人        | 29         |
| 3   | その他              | 28         |
| 4   | VC               | 23         |
| 5   | 通信・システム          | 18         |
| 6   | 製薬メーカー           | 17         |
| 7   | 保険               | 16         |
| 8   | 医療機器メーカー         | 15         |
| 9   | 業界団体・その他団体       | 15         |
| 10  | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 12         |
| 11  | その他メーカー          | 12         |
| 12  | 士業（弁護士、弁理士等）     | 10         |
| 13  | 大学・研究機関          | 9          |
| 14  | 金融               | 9          |
| 15  | 商社               | 7          |
| 16  | 広告               | 3          |
| 17  | 食品メーカー           | 2          |
| 18  | 福利厚生支援           | 1          |
| 19  | ゼネコン             | 1          |
|     | <b>合計</b>        | <b>256</b> |

図表 1-5 InnoHub サポーター団体一覧

| No. | 業種         | 企業・組織名                         |
|-----|------------|--------------------------------|
| 1   | コンサル/監査法人  | 有限責任あずさ監査法人                    |
| 2   | VC         | かながわサイエンスパーク（KSP）              |
| 3   | コンサル/監査法人  | Public Intelligence Japan 株式会社 |
| 4   | VC         | 一般社団法人 TX アントレプレナーパートナーズ       |
| 5   | 医療機器メーカー   | 帝人ファーマ株式会社                     |
| 6   | 保険         | SOMPO ホールディングス株式会社             |
| 7   | 通信・システム    | KDDI 株式会社                      |
| 8   | 製薬メーカー     | 小林製薬株式会社                       |
| 9   | 医療機器メーカー   | 富士フイルム株式会社                     |
| 10  | 公的機関/自治体など | 工業技術研究院                        |
| 11  | その他        | 一般財団法人日本ヘルスケア協会                |

|    |            |                                       |
|----|------------|---------------------------------------|
| 12 | 製薬メーカー     | 田辺三菱製薬株式会社                            |
| 13 | 公的機関/自治体など | 島根県                                   |
| 14 | 医療機器メーカー   | 株式会社ワコール                              |
| 15 | 大学・研究機関    | 日本医療政策機構                              |
| 16 | 保険         | 住友生命保険相互会社                            |
| 17 | 製薬メーカー     | ロート製薬株式会社                             |
| 18 | 食品メーカー     | 江崎グリコ株式会社                             |
| 19 | 業界団体・その他団体 | ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン (LINK-J) |
| 20 | その他        | 株式会社デジタルガレージ                          |
| 21 | コンサル/監査法人  | グロービッツ FDA コンサルティング                   |
| 22 | 広告         | 竹田印刷株式会社                              |
| 23 | VC         | 三菱 UFJ キャピタル株式会社                      |
| 24 | 医療機器メーカー   | 株式会社日立製作所                             |
| 25 | 公的機関/自治体など | 高石市健幸のまちづくり協議会                        |
| 26 | 公的機関/自治体など | 東京都                                   |
| 27 | 通信・システム    | ソフトバンク株式会社                            |
| 28 | 金融         | SMBC 日興証券株式会社                         |
| 29 | 保険         | 日本生命保険相互会社                            |
| 30 | 業界団体・その他団体 | 一般社団法人日本バイオデザイン学会                     |
| 31 | 公的機関/自治体など | 仙台フィンランド健康福祉センター                      |
| 32 | 金融         | 株式会社みずほ銀行                             |
| 33 | VC         | 新生キャピタルパートナーズ株式会社                     |
| 34 | 保険         | 第一生命保険株式会社                            |
| 35 | コンサル/監査法人  | サナメディ株式会社                             |
| 36 | コンサル/監査法人  | 株式会社メディヴァ                             |
| 37 | 商社         | センチュリーメディカル株式会社                       |
| 38 | 保険         | MS&AD インシュアランスグループホールディングス株式会社        |
| 39 | 医療機器メーカー   | カイゲンファーマ株式会社                          |
| 40 | 医療機器メーカー   | JOHNAN 株式会社                           |
| 41 | VC         | ジャフコ グループ株式会社                         |
| 42 | 製薬メーカー     | 大正製薬株式会社                              |
| 43 | 医療機器メーカー   | オムロンヘルスケア株式会社                         |
| 44 | 公的機関/自治体など | 福井県                                   |
| 45 | 製薬メーカー     | シミツホールディングス株式会社                       |
| 46 | VC         | ANRI                                  |
| 47 | 保険         | 三井住友海上火災保険株式会社                        |
| 48 | 保険         | 大同生命保険株式会社                            |
| 49 | VC         | Beyond Next Ventures 株式会社             |

|    |                  |                           |
|----|------------------|---------------------------|
| 50 | 商社               | 豊田通商株式会社                  |
| 51 | 保険               | あいおいニッセイ同和損害保険株式会社        |
| 52 | 製薬メーカー           | ノバルティスファーマ株式会社            |
| 53 | 医療機器メーカー         | 株式会社フィリップス・ジャパン           |
| 54 | 保険               | 三井住友海上あいおい生命保険株式会社        |
| 55 | その他              | 株式会社ハーフ・センチュリー・モア         |
| 56 | 保険               | アフラック生命保険株式会社             |
| 57 | 業界団体・その他団体       | 一般財団法人日本規格協会              |
| 58 | 製薬メーカー           | 興和株式会社                    |
| 59 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 日本調剤株式会社                  |
| 60 | 業界団体・その他団体       | 日本セルフケア推進協議会              |
| 61 | 金融               | 三菱 HC キャピタル               |
| 62 | コンサル/監査法人        | 合同会社ソシオタンク                |
| 63 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 医療法人社団ブラタナス               |
| 64 | 通信・システム          | 一般社団法人医療データベース協会          |
| 65 | 通信・システム          | メドピア株式会社                  |
| 66 | 通信・システム          | TC3 株式会社                  |
| 67 | 公的機関/自治体など       | 松本市役所                     |
| 68 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 一般社団法人日本ヨガメディカル協会         |
| 69 | コンサル/監査法人        | 株式会社沖縄 TLO                |
| 70 | 保険               | 明治安田生命保険相互会社              |
| 71 | コンサル/監査法人        | 株式会社インディー・ジャパン            |
| 72 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 医療法人健和会                   |
| 73 | 業界団体・その他団体       | 神戸市                       |
| 74 | 公的機関/自治体など       | ウェルネスバレー推進協議会（愛知県大府市・東浦町） |
| 75 | 製薬メーカー           | アステラス製薬株式会社               |
| 76 | 製薬メーカー           | 小野薬品工業株式会社                |
| 77 | 製薬メーカー           | ヤンセンファーマ株式会社              |
| 78 | コンサル/監査法人        | 株式会社 HORBAL               |
| 79 | 公的機関/自治体など       | 札幌市                       |
| 80 | 医療機器メーカー         | 一般社団法人日本医療機器産業連合会         |
| 81 | 金融               | 三井住友ファイナンス&リース株式会社        |
| 82 | コンサル/監査法人        | プレモパートナー株式会社              |
| 83 | 食品メーカー           | 森永製菓株式会社                  |
| 84 | 公的機関/自治体など       | 公益財団法人大阪産業局               |
| 85 | 福利厚生支援           | 株式会社イーウェル                 |
| 86 | 公的機関/自治体など       | 豊田市役所/豊田地域医療センター          |
| 87 | 公的機関/自治体など       | 福岡地域戦略推進協議会               |

|     |                  |                           |
|-----|------------------|---------------------------|
| 88  | 金融               | 株式会社大和総研                  |
| 89  | コンサル/監査法人        | 株式会社メプラジャパン               |
| 90  | VC               | 新潟ベンチャーキャピタル株式会社          |
| 91  | コンサル/監査法人        | デロイト トーマツ コンサルティング合同会社    |
| 92  | その他              | アリオン株式会社                  |
| 93  | VC               | デフタ・キャピタル                 |
| 94  | 通信・システム          | 株式会社インターネットイニシアティブ        |
| 95  | 公的機関/自治体など       | 公益財団法人京都高度技術研究所           |
| 96  | 医療機器メーカー         | オリンパス株式会社                 |
| 97  | 製薬メーカー           | ファイザー株式会社                 |
| 98  | 保険               | 東京海上日動火災保険株式会社            |
| 99  | その他              | 株式会社 iPS ポータル             |
| 100 | 大学・研究機関          | 国立大学法人東京医科歯科大学            |
| 101 | 医療機器メーカー         | テルモ株式会社                   |
| 102 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 医療法人さわらび会                 |
| 103 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 渥美坂井法律事務所・外国法共同事業         |
| 104 | 公的機関/自治体など       | 秋田県                       |
| 105 | コンサル/監査法人        | 株式会社 JTB 総合研究所            |
| 106 | その他メーカー          | トヨタ自動車株式会社                |
| 107 | VC               | 株式会社慶應イノベーション・イニシアティブ     |
| 108 | その他メーカー          | 株式会社日鉄ソリューションズ            |
| 109 | その他              | 一般社団法人中国経済連合会             |
| 110 | 業界団体・その他団体       | WOMB Business Incubator   |
| 111 | 公的機関/自治体など       | 宇部市                       |
| 112 | 公的機関/自治体など       | 京都市                       |
| 113 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 株式会社アビタシオン                |
| 114 | その他              | 株式会社よんやく                  |
| 115 | 医療機器メーカー         | 株式会社松永製作所                 |
| 116 | 大学・研究機関          | 国立大学法人 東北大学               |
| 117 | その他メーカー          | 東洋紡株式会社                   |
| 118 | 大学・研究機関          | 名古屋大学                     |
| 119 | 業界団体・その他団体       | 公益財団法人中国地域創造研究センター        |
| 120 | 通信・システム          | 株式会社 JMDC                 |
| 121 | 大学・研究機関          | 学校法人日本医科大学                |
| 122 | その他              | Vivid Creations Pte. Ltd. |
| 123 | 公的機関/自治体など       | 広島県 商工労働局                 |
| 124 | ゼネコン             | 株式会社竹中工務店                 |
| 125 | 商社               | 伊藤忠商事株式会社                 |

|     |                  |                           |
|-----|------------------|---------------------------|
| 126 | その他メーカー          | 積水ハウス株式会社                 |
| 127 | 医療機器メーカー         | 京セラ株式会社                   |
| 128 | コンサル/監査法人        | さつきアドバイザリー株式会社            |
| 129 | 大学・研究機関          | 国立研究開発法人国立循環器病研究センター      |
| 130 | その他              | 大阪ガス株式会社                  |
| 131 | その他              | 阪急阪神ホールディングス株式会社          |
| 132 | その他              | 株式会社ルネサンス                 |
| 133 | 通信・システム          | 株式会社 Medii                |
| 134 | 金融               | GCA ヘルスケア株式会社             |
| 135 | コンサル/監査法人        | 株式会社 Michele              |
| 136 | 通信・システム          | 東日本電信電話株式会社・ビジネスイノベーション本部 |
| 137 | 業界団体・その他団体       | 一般社団法人 JMPR               |
| 138 | VC               | 一般社団法人日本スタートアップ支援協会       |
| 139 | その他              | インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社     |
| 140 | その他              | 株式会社ニコリオ                  |
| 141 | 公的機関/自治体など       | 神奈川県                      |
| 142 | その他              | 株式会社メディカルプリンシプル社          |
| 143 | 製薬メーカー           | イーザイ株式会社                  |
| 144 | VC               | エイトローズベンチャーズジャパン          |
| 145 | その他メーカー          | エア・ウォーター株式会社              |
| 146 | その他              | ヒューリック株式会社                |
| 147 | その他              | 株式会社アマテラス                 |
| 148 | 製薬メーカー           | ユーシービー・ジャパン株式会社           |
| 149 | その他メーカー          | 株式会社リコー                   |
| 150 | 通信・システム          | 株式会社 NTT ドコモ              |
| 151 | 通信・システム          | IBM BlueHub               |
| 152 | VC               | DBJ キャピタル株式会社             |
| 153 | 公的機関/自治体など       | デンマーク王国大使館                |
| 154 | コンサル/監査法人        | 株式会社 LYST                 |
| 155 | コンサル/監査法人        | EY 新日本有限責任監査法人            |
| 156 | コンサル/監査法人        | 株式会社ゼロワンブースター             |
| 157 | 通信・システム          | 株式会社野村総合研究所               |
| 158 | 保険               | メットライフ生命保険株式会社            |
| 159 | その他              | コニカミノルタ株式会社               |
| 160 | 広告               | 株式会社博報堂                   |
| 161 | その他              | Co-Studio 株式会社            |
| 162 | 製薬メーカー           | 大塚製薬株式会社                  |
| 163 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 社会福祉法人善光会 サンタフェ総合研究所      |

|     |                  |                        |
|-----|------------------|------------------------|
| 164 | コンサル/監査法人        | 介護ライフ株式会社              |
| 165 | 商社               | 三井物産株式会社               |
| 166 | 医療機器メーカー         | 株式会社アイキャット             |
| 167 | その他メーカー          | 花王株式会社                 |
| 168 | VC               | 株式会社ディーブコア             |
| 169 | VC               | 大鵬イノベーションズ合同会社         |
| 170 | その他              | 森トラスト株式会社              |
| 171 | コンサル/監査法人        | インタートラスト・マネージメント株式会社   |
| 172 | 大学・研究機関          | 国立研究開発法人国立長寿医療研究センター   |
| 173 | 通信・システム          | セキュアエイジ 株式会社           |
| 174 | 公的機関/自治体など       | 北九州市                   |
| 175 | 業界団体・その他団体       | 一般財団法人日本品質保証機構         |
| 176 | コンサル/監査法人        | JPRO CONSULTING OFFICE |
| 177 | VC               | 株式会社 DG Daiwa Ventures |
| 178 | その他              | 株式会社アースキー              |
| 179 | 業界団体・その他団体       | 日本 IT 特許組合             |
| 180 | 金融               | 株式会社ユニコーン              |
| 181 | VC               | HOXIN 株式会社             |
| 182 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 法律事務所 ZeLo・外国法共同事業     |
| 183 | VC               | 株式会社 TNP パートナース        |
| 184 | 商社               | 双日株式会社                 |
| 185 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 増井総合法律事務所              |
| 186 | 大学・研究機関          | 東京女子医科大学先端工学外科学        |
| 187 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 山本特許法律事務所              |
| 188 | 金融               | 株式会社 FUNDINNO          |
| 189 | 保険               | 三井住友海上プライマリー生命保険株式会社   |
| 190 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 古橋総合法律事務所              |
| 191 | その他メーカー          | アナログ・デバイスズ株式会社         |
| 192 | 商社               | 株式会社メディパルホールディングス      |
| 193 | 製薬メーカー           | 日本ベーリンガーインゲルハイム株式会社    |
| 194 | コンサル/監査法人        | MINLABO 合同会社           |
| 195 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 長島・大野・常松法律事務所          |
| 196 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | THIRD CLINIC GINZA     |
| 197 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 医療法人医仁会 武田総合病院         |
| 198 | 保険               | RGAX LLC               |
| 199 | その他              | 株式会社理研鼎業               |
| 200 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | ウチカラクリニック              |
| 201 | 通信・システム          | 医療 AI プラットフォーム技術研究組合   |

|     |                  |                          |
|-----|------------------|--------------------------|
| 202 | 士業（弁護士、弁理士等）     | 弁護士法人 GVA 法律事務所          |
| 203 | コンサル/監査法人        | キーヴィット・サイエンティフィック        |
| 204 | 通信・システム          | 東京コンピュータサービス株式会社         |
| 205 | 公的機関/自治体など       | 八王子市役所                   |
| 206 | その他              | 京都リサーチパーク株式会社            |
| 207 | VC               | 早稲田大学ベンチャーズ株式会社          |
| 208 | VC               | DCI パートナース               |
| 209 | 公的機関/自治体など       | 駐日英国大使館                  |
| 210 | VC               | 小野デジタルヘルス投資合同会社          |
| 211 | その他              | 株式会社地域ヘルスケア連携基盤          |
| 212 | その他メーカー          | 株式会社 LOHASTYLE           |
| 213 | 製薬メーカー           | 株式会社ティムス                 |
| 214 | 業界団体・その他団体       | NPO まもるをまもる              |
| 215 | コンサル/監査法人        | クアルテック・ジャパン・コンサルティング株式会社 |
| 216 | 公的機関/自治体など       | 盛岡市                      |
| 217 | その他メーカー          | 阪神化成工業株式会社               |
| 218 | その他              | 株式会社 Keep up             |
| 219 | 公的機関/自治体など       | 高知県                      |
| 220 | 通信・システム          | 株式会社ラック                  |
| 221 | 士業（弁護士、弁理士等）     | SGR 法律事務所                |
| 222 | 保険               | 株式会社かんぼ生命保険              |
| 223 | 医療機器メーカー         | カーディナルヘルス株式会社            |
| 224 | 通信・システム          | 株式会社シグナルトーク              |
| 225 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 国立がん研究センター中央病院           |
| 226 | 大学・研究機関          | 国立がん研究センター東病院            |
| 227 | 公的機関/自治体など       | 渋谷区                      |
| 228 | その他メーカー          | 東洋ガラス株式会社                |
| 229 | VC               | XVC 有限責任事業組合             |
| 230 | コンサル/監査法人        | i Access Consulting 合同会社 |
| 231 | コンサル/監査法人        | 東北大学ナレッジキャスト株式会社         |
| 232 | 広告               | 株式会社エバーセンス               |
| 233 | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 医療法人社団たいようのき             |
| 234 | 商社               | ユアサネオテック株式会社             |
| 235 | 業界団体・その他団体       | 医療系産学連携ネットワーク協議会         |
| 236 | その他              | はれの日サロン(アイビスティ有限会社)      |
| 237 | 製薬メーカー           | ヒュオンスグローバル               |
| 238 | 公的機関/自治体など       | 次世代スマートヘルス・ラウンドテーブル大阪    |
| 239 | VC               | 日本ベンチャーキャピタル株式会社         |



|     |              |                                      |
|-----|--------------|--------------------------------------|
| 240 | コンサル/監査法人    | 株式会社 DiveDot                         |
| 241 | その他          | SOULA 株式会社                           |
| 242 | 士業（弁護士、弁理士等） | SK 弁理士法人                             |
| 243 | 金融           | 株式会社三菱 UFJ 銀行                        |
| 244 | 業界団体・その他団体   | Nucleate                             |
| 245 | 通信・システム      | 富士ソフト株式会社                            |
| 246 | その他          | ては〜とホールディングス株式会社                     |
| 247 | その他メーカー      | ベクタービルダー・ジャパン株式会社                    |
| 248 | 士業（弁護士、弁理士等） | ボライト法律事務所                            |
| 249 | 業界団体・その他団体   | 一般社団法人 Medical Excellence JAPAN(MEJ) |
| 250 | 業界団体・その他団体   | ライフサイエンスインキュベーション協議会                 |
| 251 | コンサル/監査法人    | 株式会社インターリンク                          |
| 252 | コンサル/監査法人    | 株式会社メディカルラボパートナーズ                    |
| 253 | 公的機関/自治体など   | 徳島県                                  |
| 254 | その他          | 株式会社イシカワコーポレーション                     |
| 255 | 公的機関/自治体など   | 横浜市経済局イノベーション推進課                     |
| 256 | 公的機関/自治体など   | やまぐちヘルスラボ（山口県・山口市）                   |

## （２）相談対応

InnoHub ホームページで受け付けた相談について、リーガルチェック終了後、詳細な相談内容の確認を実施した。

相談者とのやり取りについては、個別カルテを作成し、やり取りの記録を残した。また、進捗が滞っていないかを確認し、必要に応じて相談者へのリマインドを実施した。

ただし、あくまでも InnoHub への相談は任意であり、相談者を過度に追いかける運用は性質に合わないと考え、執拗に連絡を繰り返すことはしなかった。

受け付けた相談内容については、弊社ヘルスケア分野を専門とするコンサルタントが確認し、お悩みの解決パターンを事前に検討し、その上で、文字には表れにくい相談者の詳細意向を確認した上で、InnoHub アドバイザー・InnoHub サポーター団体への紹介、関連イベントの紹介など対応策を相談者とすりあわせを実施した。その後、相談ケースによって InnoHub アドバイザーや InnoHub サポーター団体への対応可否を確認・連絡し、結果を相談者へフィードバックした。なお、アクション決定後、相談者と InnoHub アドバイザー、InnoHub サポーター団体間での議論内容については、相談者と支援者にやり取りを任せる形式を採用した。

また、相談者の情報を適切に管理し、関係者への共有を可能にするため、個別カルテを一覧化して資料にまとめ、定期的に経済産業省へ共有した。

### 1.2.2 情報更新・発信、調査等

#### （１）InnoHub ホームページの運用

InnoHub として常設の HP を運用し、関係機関等が主催するイベントなどに関する情報の更新・発信を行った。HP 閲覧者にとっての利便性を高め、より分かりやすい効果的な情報発信に努める観点から、適宜見直しを行った。

図表 1-6 InnoHub ホームページ



出所：InnoHub ホームページ

InnoHub サポーター団体が主催・共催するイベント等の情報を収集し、ホームページ及び（2）にて後述するメルマガジン（以下、メルマガという）にて発信を行った。情報発信を行った関連イベント数は、90 イベントであった（2024 年 3 月 29 日時点）。

#### （2）メルマガの配信

InnoHub への相談者、アドバイザー、サポーター団体ならびに一般の方に向けてメルマガによる情報発信を行った。配信対象は 2023 年 3 月 29 日時点で 1,153 名であった。メルマガでは関連施策やイベント等の案内、新規に追加されたサポーター団体等のお知らせを行った。基本的には隔週での配信としたが、必要に応じて臨時配信も行った。

#### （3）関連資料の作成

資金調達等のヘルスケアベンチャーに関する基礎的なスライド作成や、毎月の InnoHub の活動結果報告のための資料作成を行った。

#### （4）地方経産局と連携した InnoHub 出張相談会および説明会の実施

InnoHub 相談窓口の利用は東京都のベンチャー企業が中心であり、地方からの利用者数は少ない。地方からの相談者数を増やすべく、各地方経済産業局と連携をして、各地方で InnoHub 出張説明会および相談会を実施することを企画した。

まずは、以下の進め方で開催地域を絞り込んだ。

図表 1-7 開催地域の絞り込み方法

| 5月末                                                                                                                                                                  | 6月～7月中旬                                                                                                                                                                   | 7月下旬～8月上旬                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <b>デスクトップ調査</b><br>デスクトップ調査にて、候補となる地域・大学に関する情報を収集<br>A) 旧帝大学（産学連携機能が比較的整備されておりニーズ低と想定）以外の大学発ベンチャーの多い大学<br>B) ヘルスケア領域のスタートアップ支援を実施する自治体<br>C) 地方経産局のヘルスケアスタートアップ支援の動向 | <b>アンケート調査</b><br>地方経産局に対して、説明会開催に関する意向をメールベースのアンケートにて探索する <ul style="list-style-type: none"> <li>地方経産局に協力的に動いていただける地域が、地域への波及効果は高いと考える（地域の自治体や大学も巻き込んでいただく想定）</li> </ul> | <b>ヒアリング調査</b><br>アンケート調査の結果を踏まえ、開催意向の高い地方経産局に対してヒアリング調査を行う |

デスクトップ調査では、A) 旧帝大学（産学連携機能が比較的整備されておりニーズ低と想定）以外の大学発ベンチャーの多い大学、B) ヘルスケア領域のスタートアップ支援を実施する自治体、C) 地方経産局のヘルスケアスタートアップ支援の動向を調査し、広島県を中心とする中国地方、東北大学以外の東北地方、中部地方の日本海側を有力候補とした。

図表 1-8 デスクトップ調査結果サマリ

|                        |               | A) 大学発ベンチャー                                                                             | B) 自治体                                                                                     | C) 地方経産局                                                                  |
|------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 取り組みがあり、ニーズが期待されるエリア   | 広島県を中心とする中国地方 | <ul style="list-style-type: none"> <li>広島大学ではバイオ・ヘルスケア、医療機器領域では全国トップクラスの数を輩出</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>広島県、岡山市、宇部市等で取り組みが見られる</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>中国エリア全体で取り組みを実施している</li> </ul>     |
| 取り組みがなく、掘り起こしが期待されるエリア | 東北大学以外の東北地方   | <ul style="list-style-type: none"> <li>東北大学以外では目立った取り組みが見られない</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>仙台市以外では、秋田県がスタートアップ支援を積極的に実施されようとしているところ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>取り組みは仙台に集中しており、手薄と想定</li> </ul>    |
|                        | 中部地方の日本海側     | <ul style="list-style-type: none"> <li>目立った取り組みが見られない</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>目立った取り組みが見られない</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>取り組みは東海エリアに集中しており、手薄と想定</li> </ul> |

出所：各種調査結果を基に日本総研作成

次に、各地方経産局に対して説明会等の開催意向を探るため、アンケートを作成し、メールベースで回収を行った（回答期間：6月下旬～7月中旬）。

図表 1-9 アンケート調査項目

| アンケート調査項目案          |                                                                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.ヘルスケア関連ベンチャー支援の現状 | a. 現状実施している施策（デスクトップ調査を提示）についての効果<br>b. 現状実施している施策（デスクトップ調査を提示）についての課題認識                                            |
| 2.出張相談会への興味関心       | a. 出張相談会開催に対する興味関心（オンライン開催/オフライン開催）<br>b. 出張相談会に対する期待<br>c. 地域の参加者集めにご協力をお願いする場合、どのような方にお声がけいただき参加いただけそうか（自治体名や大学名） |

回答のあった経産局のうち、課題認識や相談会への関心、実現可能性の観点から開催見込みのない沖縄総合事務局を除く、6の経産局に対して、追加ヒアリング調査を実施した。

図表 1-10 アンケート結果概要とヒアリング実施日

| 経産局     | 課題認識 | 相談会への関心 | 実現可能性 | ヒアリング実施日              |
|---------|------|---------|-------|-----------------------|
| 北海道経産局  | △    | △       | ○     | ▶ 2023年8月1日(火)14-15時  |
| 東北経産局   | ○    | ○       | ○     | ▶ 2023年8月7日(月)13-14時  |
| 関東経産局   | 回答無し |         |       | ▶ (実施せず)              |
| 中部経産局   | ○    | ○       | ○     | ▶ 2023年7月21日(金)10-11時 |
| 近畿経産局   | ○    | ?       | ○     | ▶ 2023年8月1日(火)13-14時  |
| 中国経産局   | ○    | ○       | ○     | ▶ 2023年7月20日(金)10-11時 |
| 四国経済産業局 | ○    | ○       | △     | ▶ 2023年7月26日(金)15-16時 |
| 九州経産局   | 回答無し |         |       | ▶ (実施せず)              |
| 沖縄総合事務局 | ×    | ×       | ×     | ▶ (実施せず)              |

○：あり、△：一部あり、×：なし、？：未回答・不明

出所：アンケート結果を基に日本総研作成

各経産局に対するヒアリング調査では、アンケート結果に関する詳細な聞き取りと、出張相談会等を開催する場合の開催方法について議論した。ヒアリング調査結果の概要は以下に示す通りである。

図表 1-11 ヒアリング調査結果概要

| 経産局    | ヒアリング調査結果抜粋                                                                                                                                                                              |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 北海道経産局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現状の施策でスタートアップ支援は事足りており、差別化が難しく人を集められるか疑問。</li> <li>・ 一方で、地方の企業・大学へのイノハブの周知は可能。</li> </ul>                                                       |
| 東北経産局  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 管内に関心ある企業があれば協力させていただきたい。まずはその他のベンチャー企業や大学関係の関係部署に共有し、確認したい。</li> <li>・ いきなり出張相談を実施するのではなく、まずは支援側への周知をすると想定。</li> </ul>                         |
| 中部経産局  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「NALIC」「メディカルメッセ名古屋」など連携可能なイベントあり。<br/>※「メディカルメッセ名古屋」に出展する際には出展料がかかり、応募締め切りは11月20日。</li> <li>・ アドバイザー加藤先生の登壇を想定したセミナーも仮案だが企画中。</li> </ul>       |
| 近畿経産局  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関心があり、良かったら来年度以降継続しての実施も考えられる。</li> <li>・ 実施にあたり、自治体内での既存のベンチャー支援との差別化点を考えたい。</li> <li>・ 地方の企業・大学へのイノハブのメルマガによる周知も可能。</li> </ul>                |
| 中国経産局  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現状自治体がイノハブに食いついていないため、経産局と一緒に山口県や山口市や岡山大学を周って話をする必要がある。</li> </ul>                                                                              |
| 四国経産局  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出張相談会に関心はあるが企業を多く集めることが難しく、それでも構わないのであればぜひ開催してほしい。</li> <li>・ イノハブが十分に認知されていないため、まずはオンラインなどで取り組みの母体と話しつつ、ベンチャー企業へも周知していくアクションになると想定。</li> </ul> |

ここまでの調査結果を踏まえ、経産省担当者との議論の上総合的に判断し、また、各経産局担当者との調整を行い、以下の開催方法で InnoHub 出張相談会および説明会を実施することとした。

図表 1-12 InnoHub 出張相談会および説明会の概要

| 地方経産局 | 実施方法             | 内容                                                                                                                                       |
|-------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 中部経産局 | 出張相談会・説明会        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2023年11月22日開催「次世代技術が拓く健康・医療産業セミナー（主催：中部経済産業局）」にて InnoHubの施策紹介と出張相談会を開催した。</li> </ul>            |
| 近畿経産局 | 出張相談会・説明会        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2024年1月30日開催「大阪ヘルスケアDX事業創出コンソーシアム（事務局：BCC(株)、公益財団法人大阪産業局）」にてInnoHubの施策紹介と出張相談会を開催した。</li> </ul> |
| 中国経産局 | 自治体・大学とのディスカッション | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2023年12月12日・13日・15日に、鳥取大学、岡山大学、広島大学、広島県、山口市・山口県、島根県の担当部署へInnoHubの施策紹介とディスカッションを実施した。</li> </ul> |
| 四国経産局 | 自治体等とのディスカッション   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2024年2月21日開催「健康しこく分野横断情報交換会（四県および産総研の担当者会議）」にて、InnoHubの施策紹介とディスカッションを実施した。</li> </ul>           |

中部経済産業局が主催する「次世代技術が拓く 健康・医療産業セミナー」では、InnoHub の施策説明と出張相談会を実施した。本セミナーでは、InnoHub アドバイザーの加藤先生も同席し、講演と出張相談会での一部対応を行った。出



張相談会では、合計で 7 社の相談を受け付け、事務局からのアドバイスや InnoHub サポーター団体の紹介を実施した。

図表 1-13 次世代技術が拓く 健康・医療産業セミナー パンフレット

[illegible]

近畿経済産業局と共同し、BCC（株）、公益財団法人大阪産業局が主催する「大阪ヘルスケア DX 事業創出コンソーシアム」において、InnoHub の施策紹介と出張相談会を実施した。合計で 9 社の相談を受け付け、事務局からのアドバイスや InnoHub サポーター団体の紹介を実施した。

図表 1-14 大阪ヘルスケア DX 事業創出コンソーシアム プログラム

◆13：30～13：35（5分）

## 開会挨拶

B C C株式会社 代表取締役社長 伊藤 一彦

◆13：35～13：40（5分）

## 大阪ヘルスケアDX創出推進事業の概要説明

公益財団法人大阪産業局 ヘルスケア・アクセラレーター 小野 恭義

◆13：40～14：25（45分・質疑応答含）

基調講演

## ビジネスのDXにはAIの活用が必須な時代に！？

株式会社エル・カミノ・リアル代表取締役 木寺 祥友氏

WebメディアJBpressにおいてAIやチャットGPTの最新情報を発信している木寺氏より、AIでできること、できないこと、注意すること、AIを活用するための基本情報をお話しいたします。

◆14：25～15：10（45分・質疑応答含）

講演

## 薬局DXによる未来のカタチ

ファルメディコ株式会社 代表取締役社長 狭間 研至氏

薬局3.0を掲げ、訪問薬剤師の重要性を高める等、さまざまな新しい価値提案を行ってこられた【薬局DX推進コンソーシアム】を創設し、薬局のDX推進をめざして実証実験から規制改革に向けて日々邁進されています。旧来の良さを残しつつ、最新の技術を活用し効率を高め、人口減社会に臨む方向性についてお話しいただきます。

◆15：10～15：20 休憩

◆15：20～15：50（30分）

## 【個別伴走支援企業事例発表3社】（各社10分）

◆15：50～16：00（10分）|

## Healthcare Innovation Hubのご紹介・個別相談会案内

## 神奈川県未病産業研究会のご紹介・個別相談会案内

◆15：50～16：00（10分）

## 閉会挨拶

<希望者のみ：当日受付>

16：00～17：00

Healthcare Innovation Hub個別相談会

神奈川県未病産業研究会個別相談会

出所：大阪ヘルスケア DX 創出推進事業ホームページ

中国地方では、中国経産局の協力のもと、岡山大学研究協力部産学連携課、広島県商工労働局イノベーション推進チーム、山口県産業労働部イノベーション推進課、広島大学 学術・社会連携室オープンイノベーション本部産学連携部、島根県商工労働部産業振興課、鳥取大学研究推進機構研究戦略室の各担当者に対して、InnoHubの施策紹介と意見交換を行い、InnoHubの周知を行った。

図表 1-15 中国地方における訪問先

| 訪問日時           | 訪問先       |                                                                                                                                  |
|----------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12月12日火曜日 11時～ | 岡山大学      | <ul style="list-style-type: none"> <li>研究協力部 産学連携課 専門員 吉田様、主査 船倉様</li> <li>大学院ヘルスシステム統合科学研究科 准教授 志水様、仙石様</li> </ul>              |
| 12月12日火曜日 15時～ | 広島県       | <ul style="list-style-type: none"> <li>商工労働局 イノベーション推進チーム 井上様、松野様</li> <li>医工連携推進員 松浦様（株式会社Medlarksを起業、叡啓大学で講師もされている）</li> </ul> |
| 12月13日水曜日 10時～ | 広島大学      | <ul style="list-style-type: none"> <li>産学連携企画グループリーダー 松井様</li> <li>リサーチ・アドミニストレーター 田中様</li> </ul>                                |
| 12月13日水曜日 14時～ | 山口県       | 産業労働部 イノベーション推進課 次世代産業推進班 主査 益本様、幸坂様                                                                                             |
|                | 山口市       | 商工振興部 ふるさと産業振興課 新事業支援担当 赤野様、谷野様                                                                                                  |
|                | やまぐちヘルスラボ | 統括マネージャー 中谷様                                                                                                                     |
| 12月15日金曜日 10時～ | 鳥取大学      | <ul style="list-style-type: none"> <li>医学部付属病院 新規医療研究推進センター 研究実用化支援部門 部門長 准教授 古賀様</li> </ul>                                     |
| 12月15日金曜日 16時～ | 島根県       | <ul style="list-style-type: none"> <li>商工労働部 産業振興課 課長補佐（イノベーション推進）上東様</li> <li>イノベーション推進係 主幹 岩田様、荒木様</li> </ul>                  |

当日のアジェンダは以下の通りに設定をした。

- ・ 意見交換の背景・目的の共有
- ・ InnoHub/JHeC のご紹介
- ・ 各団体の活動内容やヘルスケア・ライフサイエンス産業育成にあたっての課題認識、InnoHub との連携意向に関するヒアリング・意見交換

以下に各団体から伺った連携意向についての概要を示す。



図表 1-16 InnoHub に対する各団体の連携意向

|                   | サポーター団体としての連携意向・支援内容                                                                                                                                                         | 相談者ご紹介に関する意向・内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 広島県               | <ul style="list-style-type: none"> <li>既にサポーター団体に登録済み</li> <li>医工連携プロジェクトでは、ひろしまヘルスケア実証フィールドの仕組みがあり、県内の大学や病院、施設で実際に商品の評価・改良が可能であり、県外企業でも活用可能。Magic Shieldsも活用している</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>医工連携プロジェクトにおけるヘルスケア分野の案件としては、フェムテック関連や眼科（遠隔スクリーニング）のご相談がある。広島県だけで対応しきれないものなどについてはInnoHubの活用について考えたい</li> <li>ひろしまユニコーン10という支援プログラムに参加されているスタートアップや、広島大学発のブランチパイオ（ゲーム編集ツールを使ったプラットフォーム）等について、InnoHubサポーター団体とのマッチングも有用ではないかと感じる</li> <li>その他、広島県で支援している・広島県に相談がある方について、InnoHubを活用してスタートアップ支援ができればよい</li> </ul> |
| 山口県、山口市、やまぐちヘルスラボ | <ul style="list-style-type: none"> <li>やまぐちヘルスラボとしてサポーター団体登録を検討したい</li> <li>個人会員1,800人を対象とした実証フィールドの提供が可能である</li> </ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>InnoHubと連携することで、やまぐちヘルスラボで対応しきれない相談などはカバーできる可能性がある</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                |
| 島根県               | <ul style="list-style-type: none"> <li>既にサポーター団体に登録済み</li> <li>島根ヘルスケアビジネスコミュニティ（注力していたヘルスケアサービスのみならず、モノ作りも含めた支援に展開）のご紹介や、イベントの情報発信を行いたい</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>今後、島根ヘルスケアビジネスコミュニティへの参加企業勧誘のための企業訪問の際にInnoHubを紹介したい</li> <li>資金調達におけるファンドとの接点には苦労しているため、InnoHubの活用場面としてイメージを持った</li> </ul>                                                                                                                                                                                  |
| 岡山大学              | (特になし)                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>ヘルスケア関連のご相談があった場合の案内先としてInnoHubを認識したため、何件かまずはご紹介してみたいと思う</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                          |
| 広島大学              | (特になし)                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>連携可能性を模索したい企業を紹介してほしいといった学内からの相談の場合、県などに相談するだけでなく、InnoHubを活用することでより幅広い可能性を模索できるかもしれない。うまく活用できればと感じた</li> </ul>                                                                                                                                                                                               |
| 鳥取大学              | <ul style="list-style-type: none"> <li>InnoHubの取り組みを講座で紹介する時間を設けることもできる。連携して周知していくためにも、サポーター団体としての登録を検討したい</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>InnoHubについてイメージもできたため、大学内の研究者・起業家に案内したい</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                           |

また、各団体から InnoHub に対して、体制・機能・広報の強化について意見を伺った。

図表 1-17 InnoHub に対する依頼事項・期待

|    | InnoHubへの依頼事項・期待                                                                                                                                                           |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 体制 | サポーター団体                                                                                                                                                                    |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>地方でヘルスケア関連の取引先を持っている、地銀がサポーター団体に入っていないが、このあたりのネットワークを増やすと地方からの相談も増えるのではないかと。創業融資を受けている金融機関で案内をしてもらえれば、相談件数は増えそうである（岡山大学）</li> </ul> |
| 機能 | 支援フェーズの絞り込み                                                                                                                                                                |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>様々スタートアップ支援がある中で、ブランディングをはっきりしてもらえると案内しやすい。ヘルスケア分野というだけでなく、例えば得意な事業フェーズを定義してもらえるとよい（岡山大学）</li> </ul>                                |
| 機能 | 伴走支援                                                                                                                                                                       |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>スポット支援では、知見は得られるが、繰り返し説明をすることに時間がかってしまい、また、大学としてもフォローアップの手が回らなくなってしまう問題がある。ある程度の期間継続してメンタリングしてくれるような仕組みがあるとありがたい（岡山大学）</li> </ul>   |
| 機能 | アカデミアシーズを基にした連携                                                                                                                                                            |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>大学が持つシーズをたくさんのサポーター団体に診てもらい、共同研究化に対して手助けをしてもらうなど、アカデミアにあるシーズを活用してもらえる仕組みがあるとよい。ただし、知財化されていないシーズの場合には、開示範囲などは検討は必要（岡山大学）</li> </ul>  |
| 広報 | 紹介パンフレット                                                                                                                                                                   |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業訪問の際に簡単に紹介できる、A4表裏程度のInnoHub紹介パンフレットがあるとよい（島根県）</li> </ul>                                                                        |

四国地方では、四国 4 県と産総研四国センターと共に「健康しこく分野横断情報交換会」に出席し InnoHub の施策紹介を行うとともに、四国の各県のヘルスケア施策の取り組みについて意見交換を実施した。

図表 1-18 健康しこく分野横断情報交換会 議事次第

| 令和 5 年度“健幸”しこく分野横断情報交換会（アライアンス会合）<br>議事次第                                 |                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 日時：令和 6 年 2 月 21 日（水）14:00～15:30                                          |                                                                                                                   |
| 場所：高松サンプポート合同庁舎 北702会議室<br>（香川県高松市サンプポート 3 番 3 3 号<br>高松サンプポート合同庁舎北館 7 階） |                                                                                                                   |
| 1 開会・事務連絡（14:00～14:05）                                                    |                                                                                                                   |
| 2 各機関からの取組説明（14:05～15:00）                                                 | <p>内 容：ヘルスケア分野における各機関の取組内容（事業・施策等）について</p> <p>説明順：四国経済産業局<br/>徳島県<br/>香川県<br/>愛媛県<br/>高知県<br/>産業技術総合研究所四国センター</p> |
| 3 ヘルスケア施策（令和5年度補正予算事業等）およびHealthcare Innovation Hub に関する説明（15:00～15:20）   |                                                                                                                   |
| 4 意見交換（15:20～15:30）                                                       |                                                                                                                   |
| 5 解散（15:30）                                                               |                                                                                                                   |

### 1.2.3 支援ネットワークの拡充、ニーズ調査・分析

令和 5 年度の新規登録のサポーター団体の一覧（35 団体）を以下に示す。

図表 1-19 令和 5 年度新規登録のサポーター団体一覧（登録日順）

| 登録日       | 業種               | 企業・組織名         |
|-----------|------------------|----------------|
| 2023/4/25 | 保険               | 株式会社かんぽ生命保険    |
| 2023/5/23 | 医療機器メーカー         | カーディナルヘルス株式会社  |
| 2023/5/26 | 通信・システム          | 株式会社シグナルトーク    |
| 2023/6/5  | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 国立がん研究センター中央病院 |
| 2023/6/5  | 大学・研究機関          | 国立がん研究センター東病院  |

|            |                  |                                      |
|------------|------------------|--------------------------------------|
| 2023/6/14  | 公的機関/自治体など       | 渋谷区                                  |
| 2023/7/6   | その他メーカー          | 東洋ガラス株式会社                            |
| 2023/7/6   | VC               | XVC 有限責任事業組合                         |
| 2023/7/6   | コンサル/監査法人        | i Access Consulting 合同会社             |
| 2023/7/6   | コンサル/監査法人        | 東北大学ナレッジキャスト株式会社                     |
| 2023/8/9   | 広告               | 株式会社エバーセンス                           |
| 2023/8/9   | 医療機関・調剤薬局・介護関連施設 | 医療法人社団たいようのき                         |
| 2023/10/26 | 商社               | ユアサネオテック株式会社                         |
| 2023/11/21 | 業界団体・その他団体       | 医療系産学連携ネットワーク協議会                     |
| 2023/12/8  | その他              | はれの日サロン(アイビスティ有限公司)                  |
| 2023/12/15 | 製薬メーカー           | ヒュオンスグローバル                           |
| 2023/12/27 | 公的機関/自治体など       | 次世代スマートヘルス・ラウンドテーブル大阪                |
| 2023/12/27 | VC               | 日本ベンチャーキャピタル株式会社                     |
| 2023/12/27 | コンサル/監査法人        | 株式会社 DiveDot                         |
| 2024/12/27 | その他              | SOULA 株式会社                           |
| 2024/1/10  | 士業（弁護士、弁理士等）     | SK 弁理士法人                             |
| 2024/1/22  | 金融               | 株式会社三菱 UFJ 銀行                        |
| 2024/1/22  | 業界団体・その他団体       | Nucleate                             |
| 2024/1/22  | 通信・システム          | 富士ソフト株式会社                            |
| 2024/1/22  | その他              | ては〜とホールディングス株式会社                     |
| 2024/1/25  | その他メーカー          | ベクタービルダー・ジャパン株式会社                    |
| 2024/2/8   | 士業（弁護士、弁理士等）     | ポライト法律事務所                            |
| 2024/2/20  | 業界団体・その他団体       | 一般社団法人 Medical Excellence JAPAN(MEJ) |
| 2024/2/20  | 業界団体・その他団体       | ライフサイエンスインキュベーション協議会                 |
| 2024/3/1   | コンサル/監査法人        | 株式会社インターリンク                          |
| 2024/3/1   | コンサル/監査法人        | 株式会社メディカルラボパートナーズ                    |
| 2024/3/12  | 公的機関/自治体など       | 徳島県                                  |
| 2024/3/12  | その他              | 株式会社イシカワコーポレーション                     |
| 2024/3/25  | 公的機関/自治体など       | 横浜市経済局イノベーション推進課                     |
| 2024/3/26  | 公的機関/自治体など       | やまぐちヘルスラボ（山口県・山口市）                   |

InnoHub への新規サポーター団体の追加、InnoHub の PR、支援ネットワークの拡充等にあたり、前述の地方経産局と連携した InnoHub 出張相談会および説明会、後述するジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット 2023 への出展を行った。

#### 1.2.4 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト（JHeC）受賞者等への伴走支援・フォローアップ・分析

JHeC2024 ビジネスコンテスト部門におけるグランプリ受賞者であるバイオチューブ株式会社に対して、最終審査会終了

後にフォローアップ支援を実施した。フォローアップ支援では、受賞者が抱える事業推進上の課題を聴取・分析し、InnoHub の機能を活用した解決方法について検討を行った。

フォローアップ支援における全体の流れを以下に示す。フォローアップ支援の面談はオンラインで行った。

- ① 事前に InnoHub で支援可能な内容例を提示（メールベース）
- ② 面談実施（課題認識・支援希望の聴取）
- ③ InnoHub ネットワークでの引き合わせ／必要に応じた 2 回目以降の面談

また、上記①にて提示した InnoHub で支援可能な内容例は以下の通りである。

- 共同研究先探索：InnoHub サポーター団体として登録されている医療機関等の紹介可能性の探索
- 事業開発にあたってのアドバイザー/企業担当者とのディスカッション設定
- 資金調達に向けた VC との面談設定：今後の資金調達に向け VC がどのような考えを持っているかを知るため/調達の可能性を探索するためのディスカッションを設定
- InnoHub 事務局（ヘルスケア領域のコンサルタント）との壁打ちディスカッション：事前に悩んでいるポイントを共有いただき、それを基にディスカッションを実施
- 知財戦略検討：特許に関する知見を有する InnoHub アドバイザーの紹介
- 法規制的な観点でのアドバイス提供：法律に関する知見を有する InnoHub サポーター団体

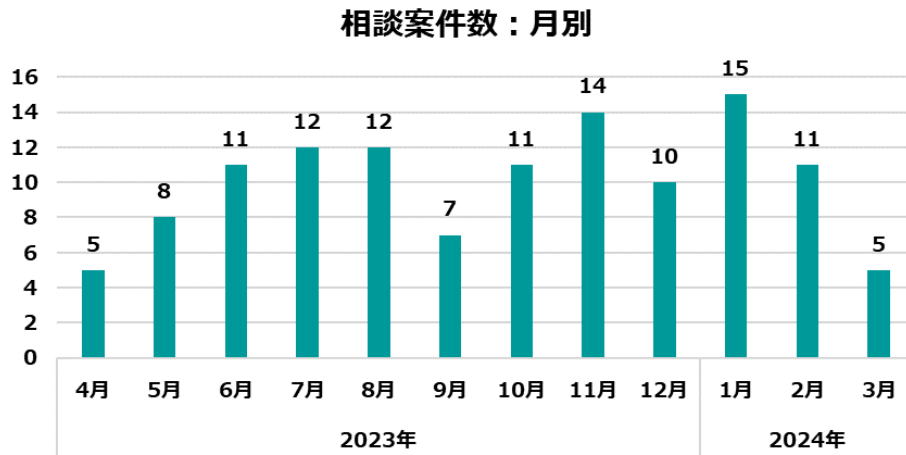
上記の支援可能な内容例については、バイオチューブ株式会社が直面していた課題に合致するものが複数あり、ビジネスコンテスト部門に登壇する企業に対する支援として充足性の高いものと推察される。実際の支援として、バイオチューブ株式会社の課題に対して解決すべき優先順位を検討し、InnoHub のネットワークを活用した支援を進めたが、最終的に同社の意向により今年度は InnoHub サポーター団体等との引き合わせは行わないこととなった。今後、InnoHub でのフォローアップを再開できるよう、バイオチューブ株式会社との面談内容・対応状況については InnoHub の個別カルテを作成し、経済産業省へ報告を行った。

## 1.3 事業の成果

### 1.3.1 InnoHub への相談件数・相談内容

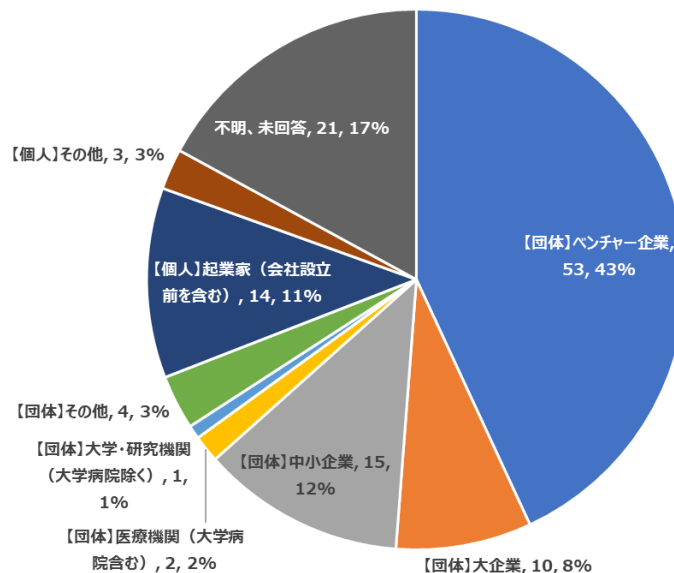
2023 年 4 月～2024 年 3 月 29 日までの InnoHub への相談件数は下記の通り。月次平均 10 件の相談を受け付けた。

図表 1-20 InnoHub への相談件数推移 (n=121)

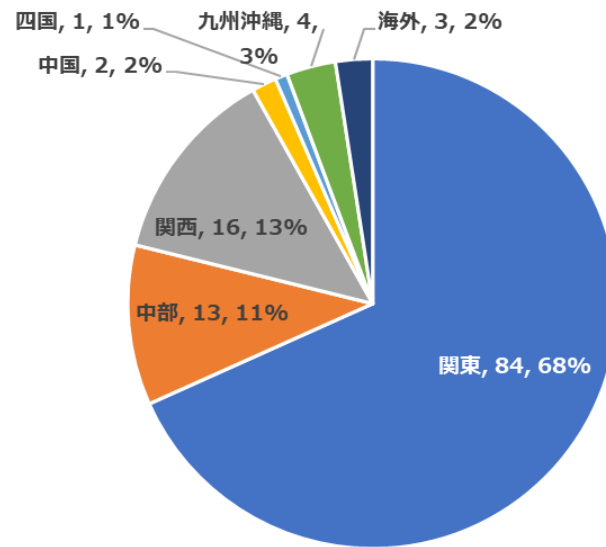


InnoHub への相談の 43%は創業から 10 年未満の企業（ベンチャー企業）からであった。続いて、中小企業からの問い合わせが 12%であった。また、相談者の所在地としては、関東が一番多く 68%を占め、うち東京が 85%（全体の 59%）であった。

図表 1-21 InnoHub への相談件数推移 (n=121、単位：相談件数)

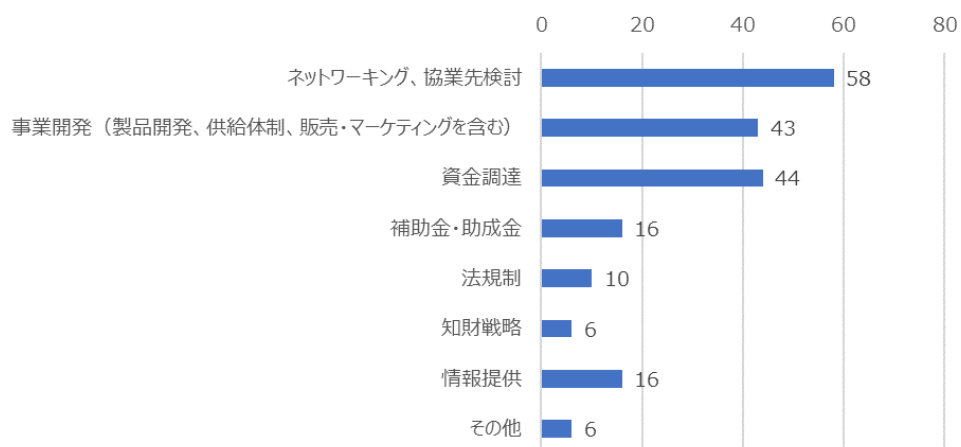


図表 1-22 InnoHub 相談者の所在地（n=121、単位：相談件数）



相談内容内訳は以下の通り。特定の InnoHub サポーター団体と協業・連携可能性についてディスカッションをしたいといったネットワーキング、協業先検討に関する相談が一番多かった。続いて、自社で開発している製品やサービス、ビジネスプランのブラッシュアップを支援してほしい・壁打ち相手になってほしいといった事業開発 2 番目に多かった。なお、相談内容によっては、複数の内容を含むケースもあり、その場合は、双方でのカウントとなっている。

図表 1-23 相談内容内訳（n=121、単位：相談件数）



### 1.3.2 InnoHub サポーター団体登録数

ヘルスケア分野に関心があり、ベンチャー企業含め外部との連携に積極的な企業や団体、自治体を InnoHub サポーター団体として応募し登録を受け付けた。令和 5 年度に新規登録のサポーター団体が 35 団体あり、2024 年 3 月 29

日時点で、256 団体の登録があった。

### 1.3.3 InnoHub への相談を通じたマッチング事例

令和 5 年度の 121 件の相談のうちアドバイザーとのマッチングを希望する相談が 31 件あり、そのうち 25 件で承諾、延べマッチング数は 52 件となった。また、サポーター団体とのマッチングを希望する相談が 42 件あり、そのうち 30 件で承諾、延べマッチング数は 60 件となった。

また、MEDISO へ紹介した相談は 3 件、MEDISO より紹介を受けた相談は 1 件だった。

### 1.3.4 地方経産局での InnoHub 相談会および説明会

InnoHub 相談会および説明会の当日に、情報発信・相談対応を行った他、開催後に以下の新しい InnoHub サポーター団体の登録があった。

中国地方：やまぐちヘルスラボ（山口県・山口市）

四国地方：徳島県

## 1.4 まとめ

今年度は、ヘルスケア産業創出に向け、特に東京以外の地域に対する InnoHub の認知度向上に繋がる活動に注力するとともに、相談業務対応を行った。今後、より InnoHub が活用されるためには、更なる情報発信の強化が必要と考える。

### (1) InnoHub 出張相談会の継続的開催

今年度実施した InnoHub 出張相談会では、中部地方では 7 件、近畿地方では 9 件の相談があった。これは、InnoHub の認知がまだまだ不足していること、また、InnoHub に対する潜在的ニーズを持つ個人・企業が全国に多く存在している可能性を示唆していると考ええる。来年度以降も、例えば今年度 InnoHub の施策を周知した中国地方や四国地方で、InnoHub 出張相談会を開催することが有効な施策であると考ええる。

### (2) InnoHub のブランディングの強化

InnoHub 出張相談会および説明会、相談対応を通じて、InnoHub の特長に関する問い合わせが多くあった。InnoHub の他、各地域に様々なヘルスケアベンチャー支援の仕組みが存在していることを踏まえると、それらとの明確な差別化と地域の施策との連携が必要になると考える。

そのため、InnoHub の様々な大企業や多くの全国の自治体とワンストップで繋がる点、明確な特長であり、これらのサポーター団体を強化するための情報発信（InnoHub や経産省が主催するイベント以外での情報発信や上述の InnoHub 出張相談会の継続的開催等）が必要になると考える。また、地域に様々な支援施策を改めて整理し、連携すべき支援施策に対しては連携方法を協議すべきであると考ええる。

### (3) 関連する相談窓口などの情報連携強化

厚生労働省医療系ベンチャー・トータルサポートオフィス（MEDISO）や、医療機器開発支援ネットワーク（MEDIC）などとの相談業務における連携について、今年度は 4 件にとどまっており、以前より減少傾向にある。各相談窓口と定期的に会議体を設け、情報連携強化策や役割分担を改めて議論することで、ヘルスケア産業創出に繋がる連携を強化すべきと考える。

## 2 「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト」の開催

### 2.1 事業実施の背景・目的

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト 2024（Japan Healthcare Business Contest 2024、以下 JHeC2024）は、①ヘルスケア分野における課題解決に挑戦している優れた個人・団体・企業等の表彰を通して社会の認知度を上げ、②大企業・ベンチャーキャピタル等とのビジネスマッチングを促進することで、それら個人・団体・企業等の成長を促すことを目的として開催するビジネスコンテストである。

JHeC では、登壇者に対して、様々な分野における有識者（審査員）との質疑を通じた事業アイデア・シーズのブラッシュアップ機会の提供や、プレゼンテーションを聴講するサポート企業による応援意思表明などマッチング機会の提供を行うことで、ヘルスケア分野における起業や事業化の促進に繋がるよう企画・運営を行った。

### 2.2 実施事項

今年度で第 9 回目となる JHeC2024 の開催に向け、コンテスト全体の企画・設計を実施するとともに、登壇するファイナリスト・セミファイナリストのサポートに関心の高いサポート団体の募集、ヘルスケア分野を対象としたピッチイベントの募集、協力団体の連携を図りながら、当日の開催・運営を実施した。また、JHeC2024 では、Youtube を用いたセミファイナリスト・ファイナリストの発表の公開や X を用いたサポート団体応募など、支援企業とセミファイナリスト・ファイナリストとの接点の場を増やす工夫をすることで、ヘルスケアベンチャーの事業推進に寄与できるよう努めた。

#### 2.2.1 企画・公募

##### 2.2.1.1 審査員の選出

本コンテストを実施するにあたり、ヘルスケア業界についての深い知見と実績を有する有識者より、審査員を選出した。審査員には、登壇者のプレゼンテーションを様々な視点から評価を行っていただくため、起業家・投資家・医師など専門領域に多様性が出るよう有識者の選出時に考慮した。

最終的な審査員は経済産業省と協議の上、図表 2-1、図表 2-2 の通り決定した。審査員には、一次プレゼン審査／最終プレゼン審査における登壇者のプレゼンテーションへの評価に加え、ファイナリスト及びセミファイナリストを選定する際の評価項目についても意見の提供を受けた。



図表 2-1 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査 審査員

| 氏名       | 所属                          | アイデア<br>コンテスト部門 | ビジネス<br>コンテスト部門 |
|----------|-----------------------------|-----------------|-----------------|
| 青木 武士 氏  | 株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ        |                 | ○               |
| 飯村 康夫 氏  | 厚生労働省                       | ○               | ○               |
| 上田 悠理 氏  | 株式会社 Confie                 |                 | ○               |
| 宇留野 義治 氏 | JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社 |                 | ○               |
| 鈴木 大祐 氏  | ソニーベンチャーズ株式会社               | ○               |                 |
| 濱崎 洋一郎 氏 | インフォコム                      | ○               |                 |
| 藤岡 雅美 氏  | 経済産業省                       |                 | ○               |
| 松田 怜佳 氏  | JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社 | ○               |                 |
| 水口 怜斉 氏  | 経済産業省                       | ○               |                 |
| 山本 浩平 氏  | 東京医科歯科大学                    | ○               | ○               |

※氏名 50 音順

図表 2-2 ビジネスコンテスト部門最終プレゼン審査 審査員及び講評者

|     | 氏名       | 所属                                 |
|-----|----------|------------------------------------|
| 審査員 | 大石 佳能子 氏 | 株式会社メディヴァ                          |
|     | 加藤 浩晃 氏  | デジタルハリウッド大学大学院                     |
|     | 木村 亮介 氏  | ライフタイムベンチャーズ                       |
|     | 斉藤 正行 氏  | 一般社団法人全国介護事業者連盟                    |
|     | 鈴木 はな絵 氏 | JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社        |
|     | 曽山 明彦 氏  | 一般社団法人ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン |
|     | 西村 由美子 氏 | —                                  |
|     | 長谷川 宏之 氏 | 三菱UFJキャピタル株式会社                     |
|     | 藤原 選 氏   | EY 新日本有限責任監査法人                     |
| 講評者 | 松田 怜佳 氏  | JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社        |
|     | 山本 浩平 氏  | 東京医科歯科大学                           |

※氏名 50 音順

### 2.2.1.2 JHeC2024 企画設計・準備

応募事業者、応募者を募集するにあたり、コンテストへの応募資格や応募内容、応募方法、主な審査基準、審査の流れ等に関する事項を記載した「応募要項」、及び、募集要項の内容に沿って記入する所定の「エントリーシート」を作成した。応募要項内のそれぞれの事項に関する記載内容（抜粋）は以下のとおりである。

#### 1) 応募内容

JHeC2023 では、昨年度と同様に、アイデアコンテスト部門とビジネスコンテスト部門の2部門制とした。アイデアコンテスト部門およびビジネスコンテスト部門の各部門の応募内容は以下の通り設定した。

##### 【アイデアコンテスト部門】

健康・医療・介護などのヘルスケア領域において、あなたが解決すべきだと考える課題と、その課題を解決するためのアイデアを広く募集します。

##### 【ビジネスコンテスト部門】

健康・医療・介護などのヘルスケア領域において、社会課題を解決し、ヘルスケアの未来を描き実現する新規事業を募集します。

#### 2) 応募資格

アイデアコンテスト部門およびビジネスコンテスト部門における各部門への応募に際しての資格要件は、以下の通りとした。

##### 【アイデアコンテスト部門】

- 主たる提案者が、製品・サービスなどのプロトタイプ有無に関わらず、将来的に起業を目指している（起業の具体的な予定有無は問わず、起業するマインドを有していること）、あるいは事業化を目指していること。※社会人・学生（年齢）は問わない。
- ヘルスケア分野における課題の解決につながるアイデアを有していること。
- 最終プレゼン審査・表彰式に参加できること。
- 暴力団、暴力団員でないこと及びこれらに関係を有していないこと。

##### 【ビジネスコンテスト部門】

- 法人格を有する団体・企業及びそれらに所属するプロジェクトチーム、若しくは、個人事業主であること。
- ヘルスケア分野における社会課題の解決につながる製品・サービスのプロトタイプあるいは上市済みの製品・サービスを有していること。
- 一次プレゼン審査、及び、最終プレゼン審査・表彰式に参加できること。
- 暴力団、暴力団員でないこと及びこれらに関係を有していないこと。

#### 3) 応募方法

Healthcare Innovation Hub のウェブサイト内に JHeC2024 ウェブサイト (<https://healthcare-innohub.go.jp/jhec2024>)（図表 2-3）を構築し、その中で応募方法（図表 2-4）を公開した。応募者は、JHeC2024 ウェブサイトより応募要領およびエントリーシートを各自でダウンロードし、エントリーシートを作

成した。作成したエントリーシートは JHeC2024 事務局宛にメールに添付し提出した。



図表 2-3 JHeC2024 ウェブサイト（トップ画面）

1. 応募要領・エントリーシート（ES）をダウンロードしてください。

※アイデアコンテスト部門エントリーシートの「Ⅲ 応募アイデアの詳細」にある「注意2）」については記載を削除し、「注意」のみとさせていただきますが、応募用紙に記載いただく内容や審査の観点には変更はございません（8月17日）

アイデア コンテスト部門

ビジネス コンテスト部門

※必ず、応募する部門の応募要領・エントリーシートをダウンロードしてください

2. 応募要領をよくご確認くださいの上で、エントリーシートを作成してください。

3. エントリーシートを下記のメールアドレスにご送付ください。

E-mail : [UN\\_6497.group@jri.co.jp](mailto:UN_6497.group@jri.co.jp)

受け取りが確認でき次第、ご連絡を差し上げます。

図表 2-4 JHeC2024 ウェブサイト内に掲載した応募方法

#### 4) 応募者募集

応募に関する周知を目的としてフライヤー（図表 2-5）の作成ならびに、メールマガジン、SNS 投稿用の原稿を作成し、InnoHub アドバイザー等とのネットワークを活用して広報を行った。加えて、国内のベンチャー支援のエコシステム拠点や起業家育成プログラムに対しても周知協力を呼び掛けた。

また、応募者に対して JHeC2024 への関心を高めるため、JHeC のこれまでの実績や応募のメリット等を紹介

する募集概要資料（図表 2-6：左図）や、昨年度の受賞者紹介資料（図表 2-6：右図）を作成し、JHeC2024 ウェブサイトに掲載した。



# Japan Healthcare Business Contest

## 2024

### Japan Healthcare Business Contest (JHeC)とは？

経済産業省は、ヘルスケア産業が迎えている課題・抱えている課題を支援するため、ヘルスケアに関連するスタートアップや若手事業者、団体・個人等と連携し、事業創出に必要な資金を供給し、優秀事業者の顕彰等を機動的に行なうことでヘルスケア分野におけるエコシステム構築を目指しています。

その一環として、2025年度から「ジヤパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(Japan Healthcare Business Contest(簡称: JHeC))」を実施しており、今年度で9回目の開催となります。

「ジヤパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHeC)」は、ヘルスケア分野における課題解決に挑戦している優れた個人・団体・企業等の顕彰を通じて社会の認知度を上げ、文・医・薬・医療・ベンチャー・キャピタル等とのビジネスマッチングを促進することで、それぞれの個人・団体・企業等の成長を促進することを目的としています。

### 開催概要

#### アイデアコンテスト部門

**発表内容**

発表：健康・介護などのヘルスケア領域において、解決すべきだと考える課題と、その課題を解決するためのアイデア

を最優秀者より発表いたします。

#### ビジネスコンテスト部門

**発表内容**

発表：健康・介護などのヘルスケア領域において、社会課題を解決し、ヘルスケアの未来を描き実現する新規事業

を最優秀者より発表いたします。

#### スケジュール

| 最終プレゼン審査<br>(7/14) | 2023年10月20日(金)<br>13:00~17:00 予定<br>会場：東京・介護などのヘルスケア領域の大規模なスタートアップを支援するための一助となる予定 |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 表形式                | 2024年11月16日(火)<br>13:00~18:00 予定<br>会場：東京・介護などのヘルスケア領域の大規模なスタートアップを支援するための一助となる予定 |

※最終審査の掲載順は上表、発表者情報につきましては近日常にホームページにて公開予定です。

#### スケジュール

| 一次プレゼン審査<br>(6/27/14) | 2023年10月19日(木)<br>13:00~17:00 予定<br>会場：東京・介護などのヘルスケア領域の大規模なスタートアップを支援するための一助となる予定 |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| フレンドリーな審査<br>(7/14)   | 2024年11月16日(火)<br>13:00~18:00 予定<br>会場：東京・介護などのヘルスケア領域の大規模なスタートアップを支援するための一助となる予定 |

※一次審査の掲載順は上表、発表者情報につきましては近日常にホームページにて公開予定です。

ホームページはこちら



イベント全額について

ジヤパン・ヘルスケアビジネスコンテスト2024開催費

E-mail: [JHC\\_2024@jheco.jp](mailto:JHC_2024@jheco.jp)

協賛の企業等について

協賛企業名 協賛：エー・ピー・ヘルスケアヘルスケア事業

E-mail: [ap-hc@ap-hc.jp](mailto:ap-hc@ap-hc.jp)

© 2024 Japan Healthcare Business Contest

図表 2-5 JHeC2024 募集のフライヤー

## アイデアマンインタビュー

PMO 山崎 一氏



山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 竹下 崇徳氏



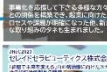
竹下崇徳氏は、株式会社竹下興業の代表取締役社長。竹下興業は、不動産業界のリーダーとして活躍している。竹下崇徳氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 山崎 一氏



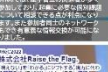
山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 山崎 一氏



山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 竹下 崇徳氏



竹下崇徳氏は、株式会社竹下興業の代表取締役社長。竹下興業は、不動産業界のリーダーとして活躍している。竹下崇徳氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 山崎 一氏



山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

## アイデアマンインタビュー

## アイデアマンインタビュー

PMO 山崎 一氏



山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 竹下 崇徳氏



竹下崇徳氏は、株式会社竹下興業の代表取締役社長。竹下興業は、不動産業界のリーダーとして活躍している。竹下崇徳氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 山崎 一氏



山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 山崎 一氏



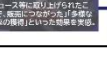
山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 竹下 崇徳氏



竹下崇徳氏は、株式会社竹下興業の代表取締役社長。竹下興業は、不動産業界のリーダーとして活躍している。竹下崇徳氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

PMO 山崎 一氏



山崎一氏は、株式会社山崎の代表取締役社長。山崎は、日本最大級の不動産仲介会社である。山崎一氏は、不動産業界のリーダーとして活躍している。

Q「JHeCを知った背景、応募したきっかけ、JHeCへの期待感について教えてください。」

JHeCを知った経路としては、アクセラレーションプログラムなどのイベントに参加する中で、他の参加者から教えてもらった、アクセラレーションプログラムから雇ったメンバーを通じて知ったのが最初のきっかけでした。広まったきっかけは、彼らの会社における大規模な大会や社会への貢献について語られてもらいたいと考えたからです。弊社は、造血幹細胞を用いて再生医療等製品を作る事業なのですが、造血幹細胞は特別な細胞で、国では規制が多く製品化を進めるためには社会への周知ができればという思いで広まりました。

圖表 2-6 JHeC2024 募集概要資料（左図）・JHeC 受賞者紹介資料（右図）

## 5) 主な審査基準

アイデアコンテスト部門およびビジネスコンテスト部門における審査基準は以下の通りとした。

### 【アイデアコンテスト部門】

- アイデアにおける着眼点・視点の斬新さ
- 困り事を抱える対象・困り事の内容が具体的に設定されているか（仮説含む）
- アイデアにおける内容・解決策の具体性
- アイデアの実現可能性

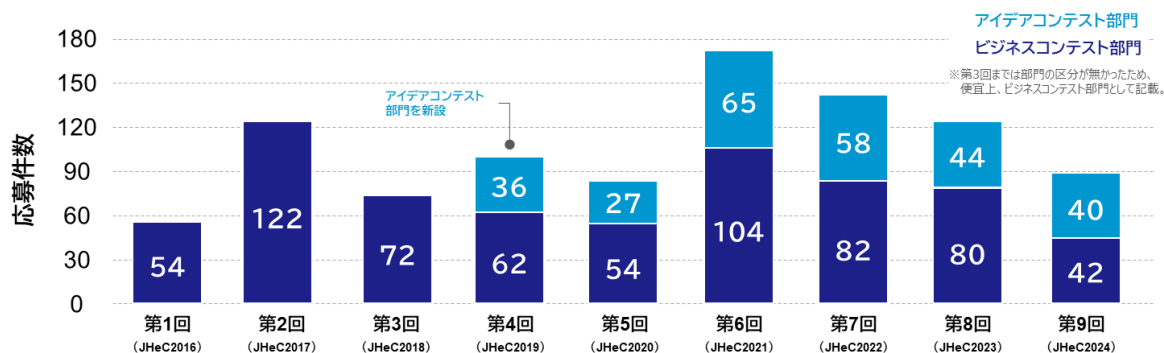
### 【ビジネスコンテスト部門】

- 課題設定の的確性
- 社会的課題に対するインパクト
- 成長性・将来性（資金調達計画や持続可能なビジネスモデルを含む）
- ソリューションにおける新規性・革新性

## 2.2.1.3 書類選考

応募総数は 82 件であり、内訳としては、ビジネスコンテスト部門 42 件、アイデアコンテスト部門 40 件であった。昨年度および一昨年度に続き応募総数としては減少する結果となった（図表 2-7）。

ビジネスコンテスト部門とアイデアコンテスト部門それぞれについてエントリーのあった応募書類を対象に、応募要項に記載した審査基準を基に書類審査を行った。書類審査は事前のスクリーニング審査を行った後、主催である経済産業省との協議の上、最終的にビジネスコンテスト部門より 10 社、アイデアコンテスト部門より 8 名を通過者として選定した。



図表 2-7 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテストの応募件数推移

## 2.2.2 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査の企画・運営

JHeC2024 のアイデアコンテスト部門最終プレゼン審査ならびにビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査は、オンラインライブ配信による公開審査とし、本事業受託者である株式会社 日本総合研究所内の会議室を使用して 2 日間で開催した。開催概要ならびに当日のタイムテーブルは以下の通りである。

図表 2-8 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査 開催概要

|         |                                                                                                                                                                  |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 日時      | <ul style="list-style-type: none"> <li>2023年10月19日（木）13:00～17:00：ビジネスコンテスト部門<br/>一次プレゼン審査</li> <li>2023年10月20日（金）13:00～17:00：アイデアコンテスト部門<br/>最終プレゼン審査</li> </ul> |
| 会場      | 株式会社日本総合研究所 大崎オフィス                                                                                                                                               |
| 主催      | 経済産業省                                                                                                                                                            |
| 参加費用    | 無料                                                                                                                                                               |
| 開催方法    | 会場現地及びライブ配信のハイブリッド開催<br>（登壇者・審査員のみ現地参加とし、視聴者はオンライン参加のみとした）                                                                                                       |
| 当日の視聴者数 | <ul style="list-style-type: none"> <li>アイデアコンテスト部門：87名</li> <li>ビジネスコンテスト部門：130名</li> </ul>                                                                      |

図表 2-9 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査プログラム

| 時間          | プログラム        |
|-------------|--------------|
| 13:00～13:04 | 開会挨拶         |
| 13:04～13:07 | 審査員紹介        |
| 13:07～14:44 | プレゼンテーション：5名 |
| 14:44～15:05 | 休憩           |
| 15:05～16:42 | プレゼンテーション：5名 |

図表 2-10 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査プログラム

| 時間          | プログラム        |
|-------------|--------------|
| 13:00～13:04 | 開会挨拶         |
| 13:04～13:07 | 審査員紹介        |
| 13:07～14:28 | プレゼンテーション：4名 |
| 14:28～14:50 | 休憩           |
| 14:50～16:11 | プレゼンテーション：4名 |

JHeC2024 では、ビジネスコンテスト部門より 10 社、アイデアコンテスト部門より 8 名がプレゼンテーションを実施した。ビジネスコンテスト部門においては、10 分間のプレゼンテーションの後、審査員による 7 分間の質疑応答を行なった。また、アイデアコンテスト部門においては、8 分間のプレゼンテーションの後、審査員による 10 分間の質疑応答を行なった。これらプレゼンテーション・質疑応答の内容から、審査員は審査基準に基づいて採点を行った。登壇したセミファイナリスト・ファイナリストは下記の通りである。

図表 2-11 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査登壇者

| 登壇順 | 氏名（敬称略） | 所属                    | 発表タイトル                                                     |
|-----|---------|-----------------------|------------------------------------------------------------|
| 1   | 石川 大介   | レグセル株式会社              | 自己免疫疾患・移植拒絶・炎症性疾患の根治を目指した、高機能で安定な誘導型制御性 T 細胞療法の創製          |
| 2   | 舘野 勉    | 株式会社クラブネッツ            | 介護事業者と利用者/利用者家族のコミュニケーションプラットフォームの作成                       |
| 3   | 佐藤 洋一   | iSurgery 株式会社         | 胸部 X 線写真から骨密度を推測する AI 医療機器による、骨粗鬆症診療の革新                    |
| 4   | 浦上 悟    | EMC Healthcare 株式会社   | 園児の睡眠を見守る、AI 搭載カメラ型午睡チェックシステム「ベビモニ」                        |
| 5   | 細田 莞爾   | PRD Therapeutics 株式会社 | 希少疾患にも有効な新規脂質代謝制御薬の開発                                      |
| 6   | 中山 泰秀   | バイオチューブ株式会社           | 体内で集める第 3 の幹細胞治療による再生医療の一般化への第一歩：下肢救済                      |
| 7   | 浅井 しなの  | 株式会社 asai             | 経血成分を解析して健康状態をみる検査キットの開発                                   |
| 8   | 檜山 和寛   | MediTech 株式会社         | 医用画像転送システム Drs' HotLine を使用した、医師の働き方改革への貢献および救急医療充実化の同時達成化 |
| 9   | 関 まりか   | 株式会社 MamaWell         | パーソナル助産師によるデータに基づいた母子の健康伴走サービス                             |
| 10  | 飯野 航平   | 株式会社 MentaRest        | メタバースでメンタルを整える「MentaRest」                                  |

※所属は応募当時の内容を記載

図表 2-12 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査登壇者

| 登壇順 | 氏名（敬称略） | 所属                      | 発表タイトル                                                                               |
|-----|---------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | 山崎 美紗   | 産業能率大学<br>経営学部経営学科      | AYA 世代のがんとキャリアの経験談共有サイト                                                              |
| 2   | 岸野 洋祐   | Mizen Telas             | A I スマート口臭センサーの開発による口臭リスクと健康状態の見える化                                                  |
| 3   | 嘉数 好哉   | 医療法人 威堂会<br>歯ならび矯正クリニック | 低剛性ワイヤーを使用した「痛み」の少ない矯正治療の普及                                                          |
| 4   | 牧原 正樹   | 株式会社 DeaLive            | 『がん患者とその家族向け がん治療副作用予測と症状管理および栄養摂取サポート事業』                                            |
| 5   | 関口 翔斗   | 国立大学法人東京農工大学            | 肺がん患者と医師に優しい、「気泡の流動を活用した」内視鏡生検技術の確立                                                  |
| 6   | 関 ふみか   | 玉川大学 教育学部               | Wonder Inner プロジェクト                                                                  |
| 7   | 岩田 和之   | 株式会社ニッシリ                | どんな素材にも貼りつくシリコン製テープを巻くだけで、日常で使用しているものを誰でも簡単にその場で D I Y。介護福祉の課題解決を道具・自助具を使った自助の推進で図る。 |
| 8   | 川中 碧人   | —                       | 癌に悩む困っている全ての人に、オンライン癌相談を通じて医療情報とカウンセリングを提供し、納得のいく治療と穏やかな生活を送るサポートするサービス              |

※所属は応募当時の内容を記載

プレゼンテーション審査実施後に、審査員による審査会を実施した。各審査員による採点結果から登壇者の順位付けを行い、アイデアコンテスト部門の上位3名を優秀賞として選定した。また、ビジネスコンテスト部門は上位6社をファイナリストとして選定した。アイデアコンテスト部門の優秀賞受賞者ならびに、ビジネスコンテスト部門のファイナリストは以下の通り。

**図表 2-13 JHeC2024 アイデアコンテスト部門 優秀賞受賞者**

| 登壇者氏名（敬称略） | 所属              |
|------------|-----------------|
| 山崎 美紗      | 産業能率大学 経営学部経営学科 |
| 牧原 正樹      | 株式会社 DeaLive    |
| 関口 翔斗      | 国立大学法人東京農工大学    |

※記載順はアイデアコンテスト部門最終プレゼン審査会における登壇順

**図表 2-14 JHeC2024 ビジネスコンテスト部門 一次プレゼン審査通過者（ファイナリスト）**

| 登壇者氏名（敬称略） | 所属                    |
|------------|-----------------------|
| 佐藤 洋一      | iSurgery 株式会社         |
| 浦上 悟       | EMC Healthcare 株式会社   |
| 細田 莞爾      | PRD Therapeutics 株式会社 |
| 中山 泰秀      | バイオチューブ株式会社           |
| 浅井 しなの     | 株式会社 asai             |
| 飯野 航平      | 株式会社 MentaRest        |

※記載順はビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査会における登壇順

審査会後には、アイデアコンテスト部門の優秀賞受賞者3名に対するフォローアップとして、表彰式での受賞者プレゼンに向け、発表資料のブラッシュアップや、当日を想定したプレゼンテーション・質疑応答の実施、および希望者に対しては現在のアイデアを実用化するための検討事項具体化等のメンタリングを実施した。本フォローアップは全体で約2ヵ月に渡り実施しており、実施概要を以下に示す。また、面談の中で InnoHub サポーター団体あるいはアドバイザーへの相談について希望が確認された場合には、希望先への打診を行い、面談の設定についてもフォローを実施した。



図表 2-15 アイデアコンテスト部門 優秀賞受賞者に対するフォローアップ概要

|                                        | 実施内容                                                                                                                                                                                                          | フォローアップ実施者                                                                                      |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 検討状況把握・<br>ブラッシュアップを目的とした<br>フォローアップ面談 | <ul style="list-style-type: none"> <li>現状のプレゼン資料構成、ブラッシュアップにおいて悩んでいる点について登壇者からのレビュー</li> <li>登壇者からのレビュー内容に対するアドバイスの提供</li> <li>InnoHub サポーター団体／アドバイザーへの相談・連携意向の確認、適切な打診先に関する議論</li> </ul> ※希望者に対しては、複数回の面談を実施 | <ul style="list-style-type: none"> <li>JHeC2024 事務局<br/>(株式会社日本総合研究所)</li> </ul>                |
| 模擬プレゼンを目的とした<br>フォローアップ面談              | <ul style="list-style-type: none"> <li>1 回目の討議内容を踏まえてブラッシュアップした資料によるプレゼン実施</li> <li>プレゼン内容を受けたアドバイスの提供</li> </ul>                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>経済産業省</li> <li>JHeC2024 事務局<br/>(株式会社日本総合研究所)</li> </ul> |

### 2.2.3 最終プレゼン審査の企画・運営

#### 1) JHeC2024 サポート団体募集

JHeC2024 サポート団体は、ノウハウ・サービス・資金・人材等により JHeC2024 に登壇するビジネスコンテスト部門ファイナリスト/アイデアコンテスト部門優秀賞受賞者のビジネスに対する支援や、連携に関心を持つ企業・自治体・大学等の団体を指している。過去には、登壇者の海外展開支援などサポート団体からの支援によってビジネスの拡大につながった事例もあり、今年度も JHeC2024 サポート団体を募集した。登録企業は以下の通りである。

図表 2-16 JHeC2024 サポート団体一覧(五十音順)

| サポート団体名 |                          |    |                          |
|---------|--------------------------|----|--------------------------|
| 1       | ANRI 株式会社                | 57 | 公益財団法人日本ヘルスケア協会          |
| 2       | DBJ キャピタル株式会社            | 58 | 高知県                      |
| 3       | DCI パートナース               | 59 | 神戸市                      |
| 4       | DG Daiwa Ventures        | 60 | 興和株式会社                   |
| 5       | EY 新日本有限責任監査法人           | 61 | 国立研究開発法人<br>国立循環器病研究センター |
| 6       | 株式会社 FUNDINNO            | 62 | 国立大学法人東京医科歯科大学           |
| 7       | HOXIN 株式会社               | 63 | さつきアドバイザー株式会社            |
| 8       | i Access Consulting 合同会社 | 64 | 札幌市役所                    |
| 9       | IBM BlueHub              | 65 | サナメディ株式会社                |
| 10      | JOHNAN 株式会社              | 66 | サバラ 株式会社                 |
| 11      | JPRO                     | 67 | 渋谷区                      |
| 12      | KDDI 株式会社                | 68 | 島根県                      |
| 13      | Kievit Scientific        | 69 | 住友生命保険相互会社               |
| 14      | 株式会社 LYST                | 70 | 株式会社ゼロワンブスター             |

|    |                          |     |                         |
|----|--------------------------|-----|-------------------------|
| 15 | MINLABO 合同会社             | 71  | センチュリーメディカル株式会社         |
| 16 | MS&AD インシュアランスグループ       | 72  | 双日株式会社                  |
| 17 | 株式会社 NTT DX パートナー        | 73  | 第一生命保険株式会社              |
| 18 | SMBC 日興証券株式会社            | 74  | 大同生命保険株式会社              |
| 19 | Smith Gambrell Russell   | 75  | 大鵬イノベーションズ合同会社          |
| 20 | S O M P Oホールディングス株式会社    | 76  | 高石市健幸のまちづくり協議会          |
| 21 | 株式会社 TNP スレッズオブライト       | 77  | 株式会社地域ヘルスケア連携基盤         |
| 22 | 株式会社アイキャット               | 78  | 株式会社デジタルガレージ            |
| 23 | アイビスティ有限会社               | 79  | 株式会社デフタ・キャピタル           |
| 24 | 渥美坂井法律事務所・外国法共同事業        | 80  | テルモ株式会社                 |
| 25 | 株式会社アビタシオン               | 81  | デンマーク王国大使館              |
| 26 | 株式会社アマテラス                | 82  | 東京海上日動火災保険株式会社          |
| 27 | アリオン株式会社                 | 83  | 東京女子医科大学                |
| 28 | 一般財団法人 松本ヘルス・ラボ          | 84  | 東北大学ナレッジキャスト株式会社        |
| 29 | 一般社団法人 TX アントレプレナーパートナーズ | 85  | 東洋紡株式会社                 |
| 30 | 一般社団法人医療データベース協会         | 86  | 豊田市                     |
| 31 | 一般社団法人 中国経済連合会           | 87  | トヨタ自動車株式会社              |
| 32 | 一般社団法人日本抗加齢医学会           | 88  | 株式会社ニコリオ                |
| 33 | 一般社団法人日本セルフケア推進協議会       | 89  | 日本ベンチャーキャピタル株式会社        |
| 34 | 伊藤忠商事株式会社                | 90  | 野村ヘルスケア・サポート&アドバイザー株式会社 |
| 35 | 医療 AI プラットフォーム技術研究組合     | 91  | 株式会社ハーフ・センチュリー・モア       |
| 36 | 医療法人医仁会武田総合病院            | 92  | 株式会社博報堂                 |
| 37 | 医療法人健和会 奈良東病院            | 93  | 阪神化成工業株式会社              |
| 38 | 医療法人社団たいようのき             | 94  | 古橋総合法律事務所               |
| 39 | 医療法人社団プラタナス              | 95  | ブレモパートナー株式会社            |
| 40 | 株式会社インディー・ジャパン           | 96  | 弁護士法人 GVA 法律事務所         |
| 41 | インフォーム マーケッツ ジャパン株式会社    | 97  | 弁護士法人山本特許法律事務所          |
| 42 | ウェルネスバレー推進協議会            | 98  | 株式会社みずほ銀行               |
| 43 | エア・ウォーター株式会社             | 99  | 株式会社三菱 UFJ 銀行           |
| 44 | エイトローズベンチャーズジャパン         | 100 | 三菱 UFJ キャピタル株式会社        |
| 45 | 大阪府スマートシティ戦略部            | 101 | 株式会社三菱総合研究所             |
| 46 | 大塚製薬株式会社                 | 102 | 未病産業研究会                 |
| 47 | 株式会社沖縄 TLO               | 103 | 株式会社メディヴァ               |
| 48 | 小野薬品工業株式会社               | 104 | 株式会社メディパルホールディングス       |
| 49 | カーディナルヘルス株式会社            | 105 | 有限責任 あずさ監査法人            |
| 50 | カイゲンファーマ株式会社             | 106 | 横浜市役所                   |
| 51 | 京セラ株式会社                  | 107 | 株式会社よんやく                |

|    |                       |     |                                       |
|----|-----------------------|-----|---------------------------------------|
| 52 | 株式会社グロービッツ・ジャパン       | 108 | ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン (LINK-J) |
| 53 | 株式会社慶應イノベーション・イニシアティブ | 109 | 株式会社理研鼎業                              |
| 54 | 公益財団法人大阪産業局           | 110 | 株式会社ルネサンス                             |
| 55 | 公益財団法人京都高度技術研究所       | 111 | ロート製薬株式会社                             |
| 56 | 公益財団法人 仙台市産業振興事業団     | 112 | 早稲田大学ベンチャーズ株式会社                       |

※企業名 50 音順

## 2) 連携イベントの募集

連携イベントは、JHeC 或いは他イベントにエントリーした登壇者を相互のイベントに紹介するなど、JHeC と連携しているイベントを指している。様々なイベントと連携を図ることにより、エントリーした登壇者が成長できる環境を提供することを目指し、本年度も各関連イベント主催者に協力を依頼し、連携イベントを募集した。JHeC2024 における連携イベントは下記の通りであり、合計 14 イベントであった。

図表 2-17 JHeC2024 連携イベント一覧

| 連携イベント名                                                                         | 開催日程                  | 開催場所                    |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| 第 6 回ヘルスケアベンチャー大賞                                                               | 2024 年 10 月 25 日      | 日本橋ライフサイエンスハブ           |
| Global Tech Innovator                                                           | 2023 年 11 月 16 日      | オンサイト及びオンライン            |
| Healthtech/SUM                                                                  | 2023 年 12 月 11 日～12 日 | 室町三井ホール&カンファレンス         |
| HVC KYOTO (Healthcare Venture Conference KYOTO)                                 | 2024 年 7 月            | 京都リサーチパーク               |
| MEDISO                                                                          | 通年                    | —                       |
| Rise Up Festa                                                                   | 2024 年 7 月 1 日        | 大阪                      |
| X-DOJO                                                                          | 未定                    | オンライン                   |
| ZAKONE Night                                                                    | 毎月開催                  | 虎ノ門ヒルズレジデンシャルタワー 4FARCH |
| ウェルネスバレー版アイデアボックス                                                               | 通年                    | オンライン                   |
| ヘルスケア IT 2024                                                                   | 2024 年 2 月 20 日～22 日  | 東京ビッグサイト東ホール            |
| 健康医療ベンチャー大賞                                                                     | 2023 年 12 月 10 日      | 日本橋高島屋三井ビルディング日本橋ホール    |
| 【第 15 回】人事、労務アップデートセミナー～弁護士があなたの疑問にお答えします～問題社員への対応マニュアル特別編 (問題社員の対応のお悩みにお答えします) | 2024 年 2 月 7 日        | オンライン                   |

|                                      |            |                  |
|--------------------------------------|------------|------------------|
| Beyond 米国進出シリーズ～その1：人材採用、資産取得、紛争対応～  | 2024年2月20日 | パソナスクエア          |
| ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン（LINK-J） | 通年         | リアル・オンライン・ハイブリッド |

### 3) 協力団体

今年度は、厚生労働省に加えて文部科学省も協力団体に加えることとした。

厚生労働省では、医薬品・医療機器・再生医療等製品の実用化を目指すベンチャーを支援する相談事業（MEDISO）やマッチング機会を提供するジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミットなど、医療系ベンチャーを育てるエコシステム確立のための施策に取り組んでいる。厚生労働省と連携することで、JHeC2024のファイナリストに対して、開催後に必要な支援を提供することを目的とした。

また、文部科学省の後援を仰ぐことで、学生の参加を活発にすることを狙った。本コンテストの対象者は社会人に限らず高校生・大学生などの学生も含まれており、こうした学生の参加を促すことでアントレプレナーシップ教育に繋がる。加えて、学生にとっては文部科学省の後援名義があることで平日でも学校へ届出を提出することで、欠席扱いにならずにJHeCへ参加できるため、参加のハードルを下げられることが期待される。

### 4) JHeC2024 最終プレゼン開催・運営

今年度は昨年度に続き、ビジネスコンテスト部門の最終審査に加え、アイデアコンテスト部門の優秀賞受賞者のプレゼンテーションを行った。ビジネスコンテスト部門では、各登壇者によるプレゼンテーションの後、審査委員の質疑応答を実施した。アイデアコンテスト部門では、優秀賞受賞者3名によるプレゼンテーションの後、講評者による講評を実施した。また、ビジネスコンテスト部門・アイデアコンテスト部門に共通して各登壇者によるプレゼンテーションの後、サポート団体による支援表明（支援を希望する登壇者に対する手挙げ）を実施した。

表彰式後には、登壇者・サポート団体・審査員等の関係者が参加する懇親会を開催し、交流の場を設けることで、より活発なネットワーキングを促進した。

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト 2024 最終審査貴の開催概要は下記の通りである。

図表 2-18 JHeC2024 最終プレゼン審査会 開催概要

|         |                                 |                                          |
|---------|---------------------------------|------------------------------------------|
| 日時      | 2024 年 1 月 16 日 (火) 13:00~18:00 |                                          |
| 場所      | 大手町三井ホール                        |                                          |
| 主催      | 経済産業省                           |                                          |
| 協力      | 厚生労働省、文部科学省                     |                                          |
| 当日の視聴者数 | 来場者 73 名、オンラインでの視聴者 126 名       |                                          |
| 参加費用    | 無料                              |                                          |
| タイムテーブル | 13:00~13:10                     | オープニング<br>(主催挨拶として経済産業大臣政務官 吉田 宣弘 様のご挨拶) |
|         | 13:10~13:15                     | 審査員・サポート企業紹介                             |
|         | 13:15~15:35                     | ビジネスコンテスト部門：ファイナリストプレゼンテーション             |
|         | 15:35~16:15                     | アイデアコンテスト部門：優秀賞受賞者プレゼンテーション              |
|         | 16:35~17:00                     | グランプリ発表・表彰式                              |
|         | 17:00~17:05                     | クロージング                                   |
|         | 17:05~17:25                     | フォトセッション                                 |
|         | 17:30~18:30                     | 懇親会・ネットワーキング                             |

プレゼンテーションでは、書類審査及びプレゼン審査を通過したビジネスコンテスト部門ファイナリスト 6 社と、アイデアコンテスト部門優秀賞受賞者 3 名が登壇した。ビジネスコンテスト部門は、10 分間のプレゼンテーションの後、審査員による 7 分間の質疑応答を行った。アイデアコンテスト部門は、ファイナリストによる 8 分間のプレゼンテーションの後、講評者による 3 分間の講評を行った。

プレゼンテーション終了後、ビジネスコンテスト部門の審査員によって審査基準に基づき採点を行い、最も点数の高かった登壇者をグランプリとして選出した。審査員による採点の結果、ビジネスコンテスト部門のグランプリはバイオチューブ株式会社を受賞し、その他の 5 社は優秀賞を受賞した。

図表 2-19 JHeC2024 最終審査会 登壇者一覧

| 部門          | 登壇順 | ファイナリスト                          | 発表タイトル                                      |
|-------------|-----|----------------------------------|---------------------------------------------|
| アイデアコンテスト部門 | 1   | 株式会社 DeaLive<br>牧原 正樹 氏          | がん患者とその家族向け がん治療副作用<br>予測と症状管理および栄養摂取サポート事業 |
|             | 2   | 産業能率大学 経営学部<br>山崎 美紗 氏           | AYA 世代のがんとキャリアの経験談共有サイト                     |
|             | 3   | 東京農工大学<br>関口 翔斗 氏                | 肺がん患者と医師に優しい、<br>「気泡の流動を活用した」内視鏡生検技術の確立     |
| ビジネスコンテスト部門 | 1   | バイオチューブ株式会社<br>中山 泰秀 氏           | 体内で集める第 3 の幹細胞治療による<br>再生医療の一般化への第一歩：下肢救済   |
|             | 2   | iSurgery 株式会社<br>佐藤 洋一 氏         | 胸部 X 線写真から骨密度を推測する<br>AI 医療機器による、骨粗鬆症診療の革新  |
|             | 3   | PRD Therapeutics 株式会社<br>細田 莞爾 氏 | 希少疾患にも有効な新規脂質代謝制御薬の開発                       |
|             | 4   | 株式会社 MentaRest<br>飯野 航平 氏        | メタバースでメンタルを整える「MentaRest」                   |
|             | 5   | 株式会社 asai<br>浅井 しなの 氏            | 経血成分を解析して健康状態をみる検査キットの開発                    |
|             | 6   | EMC Healthcare 株式会社<br>浦上 悟 氏    | 園児の睡眠を見守る、AI 搭載カメラ型午睡チェックシステム<br>「ベビモニ」     |

図表 2-20 グランプリ表彰式の様子  
(左：経済産業省 山影雅良 氏、右：バイオチューブ株式会社 中山 泰秀 氏)



## 5) 副賞・特別賞

グランプリ発表と合わせ、サポート団体からグランプリ企業へ贈られる副賞、及び、サポート団体が独自に選出したファイナリストへ贈られるサポート団体賞の受賞者が発表された。

図表 2-21 副賞及びサポート団体賞一覧

| 賞                          | サポート団体名                               | 受賞ファイナリスト             |
|----------------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| 副賞提供団体<br>(グランプリ企業へ<br>授与) | ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン (LINK-J) | バイオチューブ株式会社           |
|                            | 株式会社グロービッツ・ジャパン                       |                       |
|                            | i Access Consulting 合同会社              |                       |
|                            | 株式会社ルネサンス                             |                       |
|                            | 国立大学法人東京医科歯科大学                        |                       |
|                            | 弁護士法人 GVA 法律事務所                       |                       |
| サポート団体賞<br>提供団体            | Kievit Scientific                     | PRD Therapeutics 株式会社 |
|                            | 大阪府次世代スマートヘルス分野のスタートアップの支援に係るラウンドテーブル | 株式会社 MentaRest        |
|                            | IBM BlueHub                           | 株式会社 MentaRest        |
|                            | インフォーママーケットツジャパン株式会社                  | ファイナリスト全員             |
|                            | さつきアドバイザリー株式会社                        | バイオチューブ株式会社           |
|                            | 株式会社アマテラス                             | EMC Healthcare 株式会社   |
|                            | 住友生命保険相互会社                            | 株式会社 MentaRest        |
|                            | 弁護士法人 GVA 法律事務所                       | 株式会社 asai             |
|                            | 有限責任 あずさ監査法人                          | 株式会社 MentaRest        |

## 2.2.4 「ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット」への出展

### (1) JHVS2023 の概要

JHVS2023 の開催概要を以下に示す。

図表 2-22 JHVS2023 の開催概要

|     |                                      |
|-----|--------------------------------------|
| 名称  | ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット 2023 (JHVS2023) |
| 開催日 | 2023 年 10 月 11 日(水)~13 日(金)          |
| 場所  | パシフィコ横浜                              |
| 主催  | 厚生労働省 (医政局医薬産業振興・医療情報企画課ベンチャー等支援戦略室) |

### (2) 出展の目的

出展の目的を以下に示す。



図表 2-23 JHVS2023 出展の目的

|                             |                                                                                                                                 |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| InnoHub/JHeC の紹介            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● InnoHub/JHeC の広報を行い、来場者への周知を行う。</li> <li>● JHeC2024 の広報を実施し、JHeC 参加者募集に努める。</li> </ul> |
| JHeC における過去受賞者・ファイナリストによる展示 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● JHeC における過去受賞者に対して、PR 機会の増加を目的として、InnoHub ブースの中で、事業紹介、製品・サービスの説明を行う。</li> </ul>        |

### (3) 出展の準備

InnoHub ブースでの出展にあたり、2 小間での申請を行うとともに、以下の備品を JHVS2023 指定業者よりレンタルした。

図表 2-24 JHVS2023 出展におけるレンタル備品

|               |     |
|---------------|-----|
| 角テーブル/白       | 1 台 |
| システム展示台 A     | 3 台 |
| 卓上カタログスタンド    | 1 台 |
| 液晶モニター 27 インチ | 1 台 |

また、当日ブース内で掲示する InnoHub ポスターを昨年度作成したものをベースに以下の通り作成し、A0 サイズで印刷を行い、会場へ持参した。あわせて、当日手交可能な InnoHub や JHeC2024 に関する紹介資料を印刷し、会場へ持参した。

図表 2-25 ポスター外観

The figure shows two posters for InnoHub/JHeC. The left poster is a large A0 size with a blue and green background, featuring the text 'つながる、イノバブ。' and '相談サービス' and 'サポーター団体募集'. The right poster is a smaller A1 size with a white background, featuring the text '相談サービス' and 'サポーター団体募集' and 'サポート団体登録の3つのメリット'.



#### (4) 当日の出展内容

当日は、InnoHub のサービスを紹介したポスターを掲示する他、来場者に InnoHub や JHeC の紹介を行った。併せて、JHeC2023 の各社プレゼン動画を液晶モニタにて放映紹介した。

また、JHVS2023に出展した3社を以下に示す。いずれも、JHeC2023におけるグランプリまたは優秀賞受賞者であり、JHVS2023 内の InnoHub ブースの中で、事業紹介を行った。

**図表 2-26 JHVS2023 出展 3 社の概要**

| 出展社名              | JHeC 結果                         | 事業概要                                         |
|-------------------|---------------------------------|----------------------------------------------|
| セレイドセラピューティクス株式会社 | JHeC2023 ビジネスコンテスト部門<br>グランプリ受賞 | 「細胞で未来を変える」白血病治療に向けた次世代の細胞治療製品の開発            |
| 株式会社 Buzzreach    | JHeC2023 ビジネスコンテスト部門<br>優秀賞     | 治験のデジタル化の一つである DCT（分散型臨床試験）における新規プラットフォームの開発 |
| 株式会社 Medi-LX      | JHeC2023 ビジネスコンテスト部門<br>優秀賞     | 看護代替実習ツール：教育用電子カルテ「Medi-EYE」の提供              |

また、JHVS SHOWCASE 2023 において、ピッチ発表を行った。InnoHub には 90 秒の発表枠を 2 枠いただけたため、セレイドセラピューティクス株式会社に 1 枠を提供し、残りの 1 枠で、InnoHub の紹介と株式会社 Buzzreach と株式会社 Medi-LX の発表を行った。

#### (5) 出展の結果・振り返り

InnoHub の出展にあたっての結果と振り返りは以下に示す通りである。次年度以降出展する際には、以下の点に留意する。

- ・ 展示台や英語版紹介資料といった準備物を用意する
- ・ 出展希望時に共同出展する企業分の JHVS SHOWCASE の枠を依頼する

**図表 2-27 InnoHub の出展にあたっての結果・振り返り**

|                | 振り返り・来年度に向けての修正点                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| InnoHub への来場者数 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ InnoHub 担当者は合計 50 名弱の方と、InnoHub・JHeC に関するお話・アピールができた</li> </ul>                                                                                                                                                                 |
| ブース準備物         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ InnoHub のテーブルが狭すぎた <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 共同出展者 3 社と同様の展示台を準備する</li> </ul> </li> <li>・ 海外からの来場者とのコミュニケーションをとる機会があった <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ポスター・紹介資料は英語版を用意することも想定する</li> </ul> </li> </ul> |
| 共同出展者          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 90 秒ピッチについては、出展希望時より共同出展者に登録すると、3 社全員に 90 秒ピッチの枠をいただける可能性があったと伺った <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 出展申し込み時点で、共同出展者として登録を行い、90 秒ピッチ希望をお伝えする</li> </ul> </li> </ul>                                                       |

また、共同出展を行った 3 社に対してアンケート調査を行い、以下の結果を取得した。各社とも、新たな顧客接点を構築

できたことはメリットであるとする。一方で、来年度以降に向けた改善点として、以下の点に留意する。

- ・ 出展にあたっての予算を拡充し、ブースの拡大や、各社の社名板の作成等を検討する
- ・ 各企業にパートナーリングシステム（JHVSに参加される方とのマッチングシステム）を早めに活用いただけるよう、共同出展者の決定と出展手続きを早期に実施する

図表 2-28 共同出展 3 社に対するアンケート結果

|               | セライトセラピューティクス株式会社                                                                                                                                                                                                          | 株式会社Buzzreach                                         | 株式会社Medi-LX            |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------|
| お話ができた企業数     | ・ 20社程度                                                                                                                                                                                                                    | ・ 36社以上                                               | ・ 10社程度                |
| 良かった点         | ・ 過去に面談したことはあるが直近ではコンタクトを取っていない/取れていない企業とも、情報交換と出来た                                                                                                                                                                        | ・ 製薬企業や患者以外に新たなミライクの反応意見を得ることができた。新たな集患チャンネルのヒントを得られた | ・ 具体的な協業のお話に繋がった案件があった |
| 改善点、その他お気づきの点 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出展社一覧にInnoHubの名前だけでなく、当社名も掲載してほしい</li> <li>・ もっとブースを広くしてもらえると良い</li> <li>・ ブースに掲示する社名板はInnoHubと3社まとめて1つではなく、企業ごとに用意してもらえるとありがたい</li> <li>・ パートナリングシステムをもっと早くから使えるとよかった</li> </ul> | ・ 素晴らしいイベントだった                                        | ・ 特になし                 |

## 2.3 事業の成果

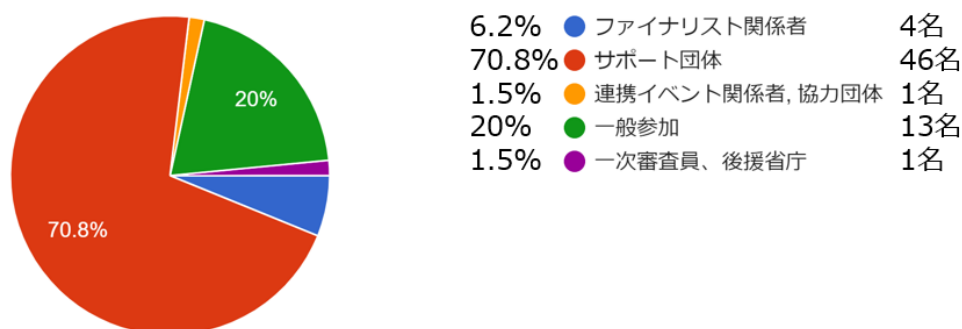
### 2.3.1 JHeC2024 来場者アンケート結果

視聴者への Web アンケートを実施し、65 件の回答が得られた。この回答を基に以下の内容を整理する。

#### 1) オンライン視聴者の属性

アンケートの回答が得られたうちの、インライン視聴者の属性は以下の通りである。

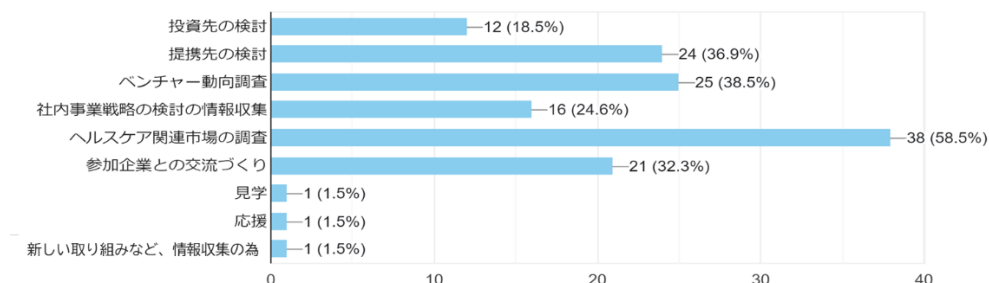
図表 2-29 オンライン視聴者の内訳(n=65)



## 2) 視聴目的

視聴目的のアンケート結果は以下の通りであった。参加企業との交流づくり目的が最も多く、次いで、ベンチャー企業の動向調査を目的として視聴していることが分かった。

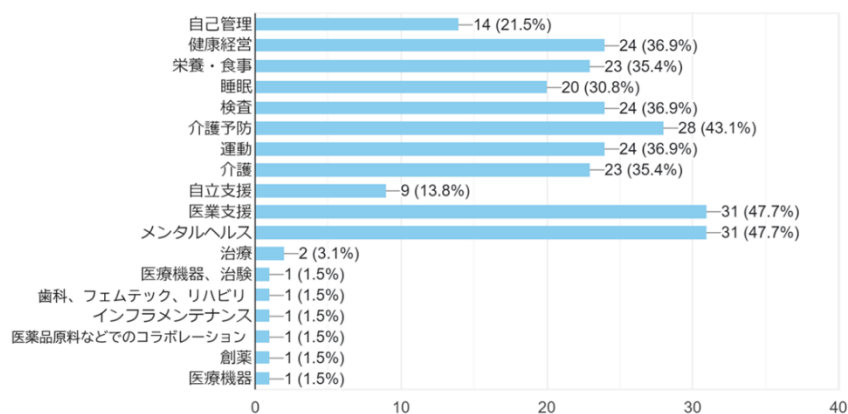
図表 2-30 来場の目的 (n=65 複数回答可)



## 3) 関心の高い分野

関心の高い分野のアンケート結果は以下の通りである。ヘルスケアビジネスにおいて視聴者の関心が高い分野は「医薬支援」「メンタルヘルス」であることが分かった。

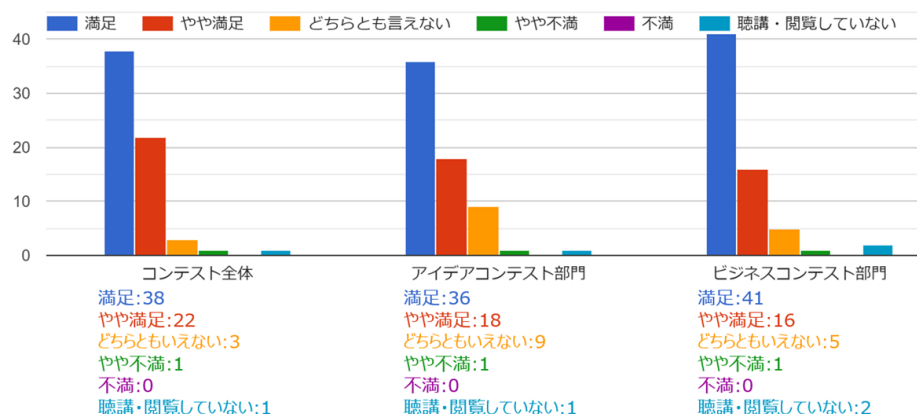
図表 2-31 関心の高い分野 (n= 65 複数回答可)



#### 4) 満足度

コンテスト全体の満足度は、回答者の回答者の 92%が、満足（満足、やや満足）という回答であった。

図表 2-32 コンテスト全体の満足度（n= 65）



#### 2.3.2 ファイナリスト・セミファイナリストへのフォローアップ

JHeC2024 終了後、ファイナリストへのフォローアップとして、ファイナリストに対して最終プレゼン審査で応援表明を行ったサポート団体に関する情報提供・マッチング支援を実施し、希望者には InnoHub による支援提供を行った。また、グランプリを受賞したバイオチューブ株式会社へはフォローアップ面談を実施した。フォローアップ面談では、JHeC2024 終了後の事業展開上の課題を詳細に徴取し、それぞれの課題を解決するための方法検討・最適な InnoHub サポート団体の提案、引き合わせに向けた支援を行った。

また、PR の場として JHeC2024 ビジネスコンテスト部門のセミファイナリスト及びファイナリストにおける希望者を対象とし、2024 年 2 月 20 日～22 日に開催されたヘルスケア IT 2024 への出展機会および催事内で開催されるセミナーでのプレゼンテーションの機会を提供した。これは、JHeC2024 連携イベントであるヘルスケア IT2024 運営事務局からの提案により実現した。最終的に、セミファイナリストから 1 社、ファイナリストから 2 社が展示およびプレゼンテーションを行った。

図表 2-33 ヘルスケア IT2024 登壇者一覧

| No. | 区分        | 企業名            | 登壇者      |
|-----|-----------|----------------|----------|
| 1   | ファイナリスト   | 株式会社 asai      | 浅井 しなの 氏 |
| 2   | セミファイナリスト | MediTech 株式会社  | 檜山 和寛 氏  |
| 3   | ファイナリスト   | 株式会社 MentaRest | 飯野 航平 氏  |

※企業名 50 音順

#### 2.4 まとめ

JHeC2024 の運営を通して、ヘルスケア分野で企業を目指す人材あるいは新規性の高い事業を推進する企業にスポットライトを当て、大企業やベンチャーキャピタル等とのマッチング機会に繋がる場を提供することができた。ビジネスコンテ

ストにおいては将来性の高い企業が広く市場に対してアピールする場となり、アイデアコンテスト部門においては今後の事業化を目指す登壇者にとって今後のビジネス化を促進する場になったものとする。また、アイデアコンテスト部門においては学生の登壇者もあり、こうした将来のヘルスケアビジネスの発展を担う人材においては将来の起業に向けた貴重な機会になったものと思われる。

また、JHeC2024 全体を振り返り、運営・開催における今後の改善点についても下記の通り示す。次年度以降の企画・運営においては、これらの課題を踏まえた実施が望まれる。

### 1) 応募者数の確保

JHeC2024 での応募者数は、ビジネスコンテスト部門が 42 件、アイデアコンテスト部門が 40 件であった。応募者数は JHeC2021(ビジネスコンテスト部門 104 件、アイデアコンテスト部門 65 件)をピークに減少し続けており、特に昨年度(ビジネスコンテスト部門 80 件、アイデアコンテスト部門 44 件)と比較して、ビジネスコンテスト部門の応募が半減している。

本年度の応募者数が減少した理由の一要因として、「他の支援策の増強」が想定される。昨今、ベンチャーが活用できる補助金や支援プログラムは増えており、コンテストで露出を高めることに労力を割くのではなく直接的な支援を受けられる事業やプログラムへの申請に注力したいと思うベンチャー企業が増えている可能性があると考えられる。

従って、登壇者に対するサポートを JHeC でも更に手厚く実施することが期待される。InnoHub の機能を活用した支援は既に実施しているが、例えば、事業受託者（コンサルティング会社等）が最終審査会後に伴走支援を行い、事業を推進する上で検討が進んでいない各種調査や仮説検証を支援するといった取り組みが有用だと考える。

### 2) サポート団体による現地参加者の増大

前年度と同様に対面とオンラインのハイブリッド開催であったが、本年度の来場者数はサポート団体/ファイナリスト関係者/一次審査員/InnoHub 関係者を合わせて 73 名であった。開催後の懇親会は登壇者とサポート団体が対面で交流を深める貴重な場となることから、より多くのサポート団体に現地参加いただけることが望ましい。

対応策の一つとして、現地でしか参加できないコンテンツを用意することが想定される。具体的には、各分野の有識者である審査員あるいは InnoHub アドバイザーによるヘルスケア分野に関するパネルディスカッションを実施することで、サポート団体が現地参加するモチベーションに繋がることを期待される。

### 3) 審査基準の再考

JHeC においては直近数年の審査基準を大きくは変更してない。JHeC2024 においても、これまでと同様の審査基準を踏襲したが、審査員との議論を行う中で、「事業シーズとともに、経営者としての資質や、マネジメント体制、営業体制など、ベンチャー企業の成長の可否には多くの要素があるため、それらを反映させたい」といった意見が挙がった。

運営体制に関する評価については、企業が登壇するビジネスコンテスト部門が対象となる。審査基準において、現行の審査基準に対して「運営体制」に関する評価項目を追加することで、体制面から見た成長性を評価することができる。

#### 4) サポート団体を巻き込む企画の新設

JHeC2024 では、サポート団体における「ベンチャー企業支援等に関する取り組み」に関して、希望があった企業から PR 動画を提出いただき、それを最終審査会の中で配信することを行った。サポート団体からは自社に関して発信する機会に対して満足度の高い声をいただいている。今後も、サポート団体を巻き込むような企画を継続的に実施することで、イベント全体としての活性化が期待される。具体的には、サポート団体が提供するベンチャー企業等の支援プログラムを活用する有望な企業の募集・マッチング機会の提供や、サポート団体が連携を期待するシーズと親和性の高い JHeC 応募者とのマッチング（ファイナリストだけではなくセミファイナリストや書類選考を通過できなかった企業を含む）が想定される。サポート団体からも JHeC をマッチングのハブとして活用してもらったことが一案として考えられ、こうした仕組みは JHeC 応募者にとっても有益な機会となるため【1）応募者数の確保】に記載した応募者の増大にも繋がるものと思われる。

### 3 地域でのヘルスケアビジネス創出・水平展開の調査、支援

#### 3.1 事業実施の背景・目的

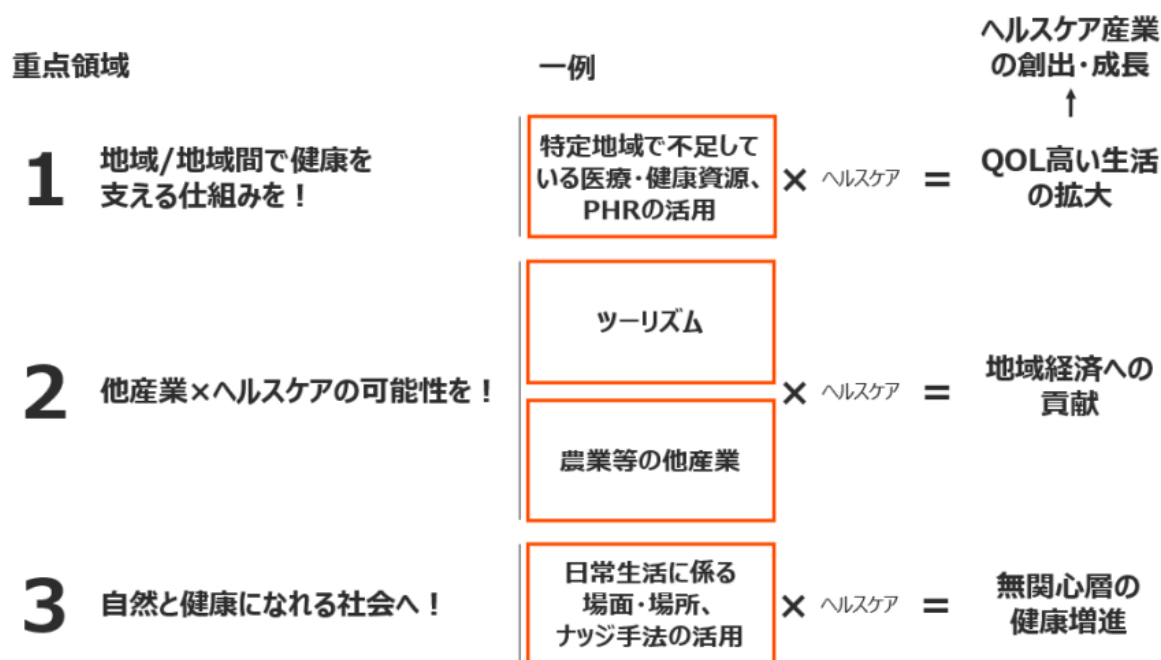
本事業では、各地域の人口や健康状態、財政状況等の特性に応じたヘルスケアビジネス創出に向けたビジネス実証を支援し、各類型における成功事例を創出し、国がその成果をとりまとめて全国への成果普及を目指している。経済産業省では、2014 年度より、地域の抱える課題をヘルスケアサービスの社会実装により解決していくための実証事業を実施し、前年度の 2022 年度には、PHR を活用した介護予防事業等、7 件について実証を行った。しかし、実証地域だけの取り組みとして継続されることが多い、社会実装に至る事例が少ない、類似する内容の実証が多い、という課題があった。そこで、2023 年度の本事業では、社会課題の解決及び国民の健康増進に資するヘルスケア産業の拡大を目指し、①地域で実装されているヘルスケアサービスの他地域への横展開の可能性を検証する調査、②新たなヘルスケアサービスの社会実装の実現可能性を検証する調査を募集し、実証に基づく効果検証を行った。また、米国で進むプライマリ・ケア再構築の動きを把握し、中長期的な視点から日本における米国型プライマリ・ケアモデルを参考とした新たなヘルスケアサービス創出の可能性検討や、地域医療体制に与える影響などを把握することを目的に、米国でのプライマリ・ケアモデルの実態を把握した。

#### 3.2 実施事項

##### 3.2.1 実証事業の公募、採択及び契約締結

経済産業省との契約締結後、公募要領を作成し、事業概要や応募書類とともに弊社ホームページにて公開した ([https://www.jri.co.jp/seminar/230430\\_606/detail/](https://www.jri.co.jp/seminar/230430_606/detail/))。また対象サービス領域として、3 つの重点領域を設定した（図 3-1）。さらに水平展開が可能で産業創出への波及効果が高い事業を優先採択するものと定めた。

図表 3-1 ヘルスケアサービスの重点領域



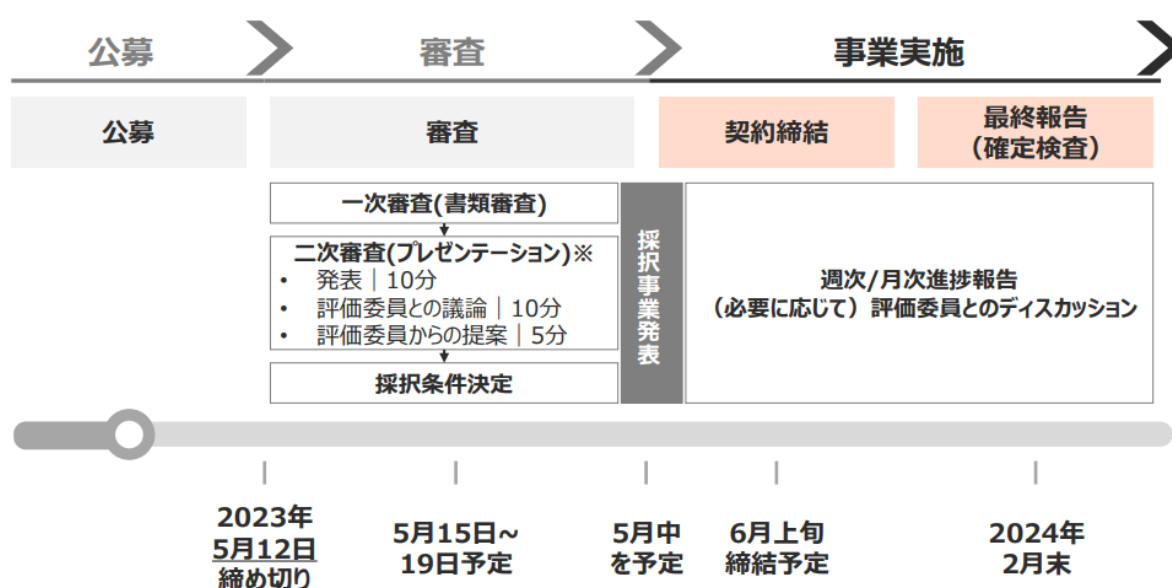
出所：日本総研作成 地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業 公募要領

公募説明会は以下の概要にて開催した。82 名から説明会参加の申し込みがあり、当日は 70 名の参加があった（同一企業から複数名申し込み・参加したケースを含む。）。

|    |                                                  |
|----|--------------------------------------------------|
| 日時 | 2023 年 04 月 21 日 14:00～15:00（※受付開始 13:45～）       |
| 場所 | オンライン開催（オンライン）                                   |
| 内容 | 本事業の内容、手続きについて<br>※本事業への応募にあたって、公募説明会への出席は必須ではない |
| 講師 | 経済産業省<br>株式会社日本総合研究所                             |

公募スケジュールは図 3-2 のとおり定め、一次審査（書類審査）と、二次審査（プレゼンテーション、一次審査通過者のみ）を実施し、経済産業省との協議のうえ採択事業者を決定した。

図表 3-2 公募のスケジュール



出所：日本総研作成 地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業 公募要領概要版

一次審査（書類審査）の概要は以下のとおりである。25 団体より応募があり、うち 12 団体を一次審査通過とした。

|        |                                                                                                                                                               |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 書類提出締切 | 2023 年 5 月 12 日正午<br>メールでの送付、あるいは、CD-R の場合は郵送もしくは宅配便にて提出                                                                                                      |
| 提出書類   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 公募申請書（様式 1）</li> <li>● 提案書（様式 2）</li> <li>● 見積書（様式 3）</li> <li>● 申請受理票（様式 4）</li> <li>● 代表団体の直近 3 年分の財務諸表</li> </ul> |
| 審査方法   | 書類による提案内容の審査<br>経済産業省、日本総合研究所担当者が、協議のうえ決定した 3 つの視点（後述）において全応募事業の評価をそれぞれ行った。評価結果を持ち寄り、協議のうえで一次審査通過団体を決定した。                                                     |



|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 評価の視点と採点方法 | <p>以下の3つの視点から提案内容の評価を行った。各項目は10点満点とし、それぞれに異なるウエイトを設け、合計100点満点にて点数を算出した。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 着眼点の良さ（評価ウエイト：3） <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 事業内容の新規性はあるか。</li> <li>➤ 事業を水平展開する際の課題が明確となっているか。</li> </ul> </li> <li>2. ヘルスケアビジネスに与えるインパクトの大きさ（評価ウエイト：5） <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 事業実施により期待される効果が明確、かつ、インパクトが大きいのか。（規模）</li> <li>➤ 事業実施により、影響を及ぼす関与者が多いか。（すそ野の広がり）</li> </ul> </li> <li>3. 成果創出への体制整備状況（評価ウエイト：2） <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 事業期間が短い中で成果が出せる体制となっているか。</li> <li>➤ 事業が効率的に実施できるような工夫が示されているか。</li> </ul> </li> </ol> |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

二次審査（プレゼンテーション）の概要は以下のとおりである。一次審査を通過した12団体すべてが二次審査に参加した。

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施日時       | 2023年5月26日13時～17時                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 実施方法       | <p>評価委員会・事務局：対面を基本に、オンラインを併用</p> <p>申請者：オンライン</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 審査方法       | <p>プレゼンテーションによる提案内容の審査</p> <p>申請者のプレゼンテーションと、評価委員会（後述）との質疑応答・ディスカッションに基づき、各委員が3つの視点において評価を実施した。評価委員には事前に申請団体の提案書と二次審査概要表を送付し、各申請団体の事業概要についてご確認いただいたうえで二次審査にご参加いただけるよう依頼した。すべての申請団体に対する評価終了後、質疑応答評価の結果をとりまとめ、総合調整のうえ、採択候補者を決定した。</p> <p>&lt;1団体ごとのタイムスケジュール&gt;</p> <p>以下のスケジュールにて12団体の審査を行った。（1団体最大10分）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 申請者によるプレゼンテーション（最大2分）<br/>申請者は応募書類 提案書（様式2）の「提案内容のサマリ」を中心に、申請事業についてアピールする。</li> <li>● 質疑応答・ディスカッション（最大8分）<br/>委員は申請者に対して質問を行う。また委員と応募者でディスカッションを行う。</li> </ul> |
| 評価の視点と採点方法 | <p>評価の視点は一次審査に同じである。</p> <p>採点は0、1、2、4、5点の5段階（最大5点）にて行った。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 評価委員会      | <p>本事業の評価委員会の委員は以下のとおりである（敬称略、五十音順）。経済産業省 山崎様以外の委員については、「採択事業が、よりよい事業となるようにこの一年間われわれとともに考えてくれそうな方」という視点から、日本総合研究所より推薦させていただき、協議のうえで決定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福岡市 福祉局 総務企画部 福岡100推進課 推進係長 中園 久夫</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|  |                                                                                                                                                                                 |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ インフォコム株式会社 ヘルスケアイノベーション事業本部 本部長<br/>濱崎 洋一郎</li> <li>・ EY 新日本有限責任監査法人 パートナー<br/>藤原 選</li> <li>・ 経済産業省ヘルスケア産業課 課長補佐<br/>山崎 牧子</li> </ul> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

二次審査を経て、以下のとおり 4 つの採択事業者を決定した。なお、株式会社 JTB と湯野浜 100 年株式会社は株式会社 JTB 総合研究所と同様にヘルスツーリズムの実証を予定しており、二次審査において評価が高かったため、JTB 総合研究所の再委託先とした。そして、「地域資源（温泉、農業）を活用したヘルスツーリズム創出実証」として 3 社が各々に事業を展開しながら、成果をまとめて示していくこととした。各採択事業者とは、経済産業省・日本総合研究所担当者を交えた協議により実証事業内容を調整のうえ、本事業における契約を締結した。

| 代表団体              | 事業名                                           |
|-------------------|-----------------------------------------------|
| 株式会社 e-MOTIONS    | 笑いと運動によるフレイル予防促進の調査検証                         |
| 株式会社 JTB 総合研究所    | 地域資源（温泉）を活用したヘルスツーリズム創出実証                     |
| 株式会社 JTB          | JTB アグリワーケーション事業 を活用した農業ヘルスケアの全国展開に向けた推進事業    |
| 湯野浜 100 年株式会社     | 湯野浜ヘルスケアビジネス構築事業                              |
| そらいいな株式会社         | 離島地域におけるドローンによる処方薬配送モデルの検討                    |
| 株式会社北海道二十一世紀総合研究所 | 商業施設や企業との共創による、働く世代の健康無関心層向けの「医療機関の新ビジネス」創出実証 |

### 3.2.2 実証事業のコンサルティング

実証事業の適切な推進のため、通年にわたり事業運営に対する指導、助言、進捗状況の管理及び各実証事業の成果の取りまとめ等を行った。

事業進捗は以下の方法にて各事業者へ報告をお願いした。また下記の報告方法に加え、事業者—日本総合研究所間の適宜の打合せや、担当者間の日々のメールや電話によるコミュニケーションにより進捗の把握や意見交換などを実施した。

#### ① 週次報告

2023 年 9 月 1 日より毎週金曜日正午を締切として、各事業者から日本総合研究所担当者宛にメールにて 1 週間ごとの事業進捗の報告を実施いただいた。また報告を受けた内容は、翌週火曜日の経済産業省—日本総合研究所間の週次定例会にて共有した。週次報告の報告項目は以下のとおりである。

- (1) 今週の事業実施内容
- (2) 現状の事業課題
- (3) 今週の費用発生実績

代表団体及び参加団体の「事業費」と「再委託費」について、契約や発注に至ったもの、または相手先への支払いをおこなったものの実績

- (4) 今後開催予定の委員会・会議・イベント等（予定日時・場所）
- (5) 次週の事業実施予定

- (6) 次週の費用発生予定
- (7) 広報等社会的に提供される情報
- (8) 相談事項

## ② 月次報告

毎月最終週に、各事業者から経済産業省、地方経産局、日本総合研究所に対してオンライン会議にて報告いただいた。各事業者には実施計画に基づいた、事業進捗がわかる資料を PowerPoint にて作成いただき、10分程度でプレゼンテーションを実施頂いた。残りの時間で質疑応答とディスカッションを実施した。

各月次報告の開催概要は以下のとおりである。なお、中間報告会、最終報告会、現地視察実施月については、内容が重複するため実施しなかった。また事業者の負荷低減と、実証活動に専念いただくために、月次報告会開催頻度を調整した。アライアンス会合や視察の場などを活用し実証状況の共有を努めた。

| 8 月 月次報告会 |                                                                                                    |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施日時      | 2023 年 8 月 22 日                                                                                    |
| 実施方法      | オンライン                                                                                              |
| 参加者       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採択事業者</li> <li>・ 経済産業省</li> <li>・ 日本総合研究所（事務局）</li> </ul> |
| タイムスケジュール | 11:00～11:30 e-MOTIONs<br>11:30～12:00 そらいいな<br>13:30～14:00 北海道二十一世紀総合研究所<br>14:00～15:00 ツーリズム 3 社   |

| 9 月 月次報告会 |                                                                                                                                        |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施日時      | 2023 年 9 月 26 日 （そらいいなのみ 9 月 29 日に実施）                                                                                                  |
| 実施方法      | オンライン                                                                                                                                  |
| 参加者       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採択事業者</li> <li>・ 経済産業省</li> <li>・ 地方経産局</li> <li>・ 日本総合研究所（事務局）</li> </ul>                    |
| タイムスケジュール | 2023 年 9 月 26 日<br>11:00～11:30 e-MOTIONs<br>11:30～12:00 北海道二十一世紀総合研究所<br>15:00～16:00 ツーリズム 3 社<br>2023 年 9 月 29 日<br>13:30～14:00 そらいいな |

## ③ 現地確認

各事業者の実証の場へ日本総合研究所の担当者が訪問し、事業の状況の確認を行った。訪問スケジュールは以下のとおりである。事業の実際や利用者の様子を確認し、事業への理解を深めるとともに、改善点や課題を

認識し事業者と共有することで、事業のブラッシュアップを目指した。

| 事業者名              | 訪問日                     | 備考                                              |
|-------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| 株式会社 e-MOTIONS    | 2023 年<br>11 月 15, 16 日 | 15 日に山形市、16 日に横手市での運動教室の様子を視察。                  |
| 株式会社 JTB 総合研究所    | 2023 年 12 月 1 日         | 鳴子温泉での活動を視察。                                    |
| 株式会社 JTB          | 2023 年 11 月 30 日        | 高知県での農作業の様子を視察。                                 |
| 湯野浜 100 年株式会社     | 2023 年 11 月 14 日        | 湯野浜温泉での活動を視察。                                   |
| そらいいな株式会社         | 2023 年 11 月 20 日        | 実証場所である玉之浦診療所、福江薬局での配送の様子や、久賀診療所での実証についてヒアリング。  |
| 株式会社北海道二十一世紀総合研究所 | 2023 年 10 月 10 日        | 次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合の実施と合わせて実施。商業施設での取組を視察。 |

#### ④ 中間報告

実証期間の中間期に以下の概要にて報告会を実施した。発表資料は事前に事務局より各事業者へ PowerPoint のフォーマットを配布し、これに沿って作成いただいた。資料は事務局の各事業担当者が主体となって確認し、評価委員には完成した資料を事前に配布した。

|           |                                                                                                                                                                                                               |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施日時      | 2023 年 11 月 27 日 14:00～17:00                                                                                                                                                                                  |
| 実施方法      | オンライン                                                                                                                                                                                                         |
| 参加者       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採択事業者</li> <li>・ 本事業評価委員会（中園委員、濱崎委員、藤原委員）</li> <li>・ 経済産業省</li> <li>・ 地方経産局</li> <li>・ 日本総合研究所（事務局）</li> </ul>                                                       |
| タイムスケジュール | 14:00～ ご挨拶（経済産業省）<br>14:03～ 採択事業の概要、中間報告の趣旨 ご説明（事務局）<br>14:05～ （株）北海道二十一世紀総合研究所 発表<br>14:40～ そらいいな（株） 発表<br>15:15～ 休憩<br>15:25～ （株）e-MOTIONS 発表<br>15:55～ （株）JTB 総合研究所 発表<br>16:40～ 最終報告を含む今後のスケジュール等の確認（事務局） |

当日は各評価委員より率直な意見やアドバイスをいただくことができた。特に評価委員は、採択事業者を決定する二次審査依頼、本事業と密に関わってはいなかったため、事業のわかりにくい部分（狙いや意図が伝わりにくい点など）や、より工夫ができそうな部分について、客観的な視点からの意見をいただくことができた。日々事業者とやり取りしている事務局にはなかった視点でアドバイスを頂戴できた点が非常に有用だったと考える。

また、各事業者には中間報告会にて得られたアドバイスや意見をもとに、①他領域展開に向けての課題と、今後の活動展開に向けて本報告会で得られた示唆、②本報告会で明らかになった、最終報告に向けての検討事

項と、今後のアクションについて、「地域実証中間報告後のアクション整理」として資料を作成いただいた。これにより、各事業者は評価委員等からのアドバイスをよく理解し、最終報告に向けてすべきことを明確にすることができたと考える。

## ⑤ 最終報告

最終報告は以下の概要にて実施した。当報告会は各事業者との契約満期である2月29日の約1か月前に設定し、各事業者が報告会にて評価委員会から得たアドバイスや要望を踏まえて、事業のブラッシュアップを行えるようにした。また中間報告会と異なり最終報告会では地域版ヘルスケア産業協議会関係者や Healthcare Innovation Hub 関係者にメールマガジン等で声をかけ、オブザーバーを募った。これにより、より広く事業に関心を持ってもらうことを目指した。

中間報告会と同様、各事業者には PowerPoint のフォーマットを配布し、これに沿って当日の発表資料を作成いただいた。中間報告会時に頂いたアドバイスや、定めたアクションプランに対してどのように活動してきたのかも合わせて発表いただいた。資料確認や事前の委員への共有も、中間報告会と同様に実施した。

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施日時      | 2024年1月26日 14:00～17:00<br>(採択事業者、オブザーバーは16:35まで)                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 実施方法      | オンライン                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 参加者       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採択事業者</li> <li>・ 本事業評価委員会（中園委員、濱崎委員、藤原委員）</li> <li>・ 経済産業省</li> <li>・ 地方経産局</li> <li>・ 日本総合研究所（事務局）</li> </ul> オブザーバー： <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域版ヘルスケア産業協議会関係者（自治体などのご担当）</li> <li>・ Healthcare Innovation Hub サポーター団体</li> </ul> <div style="text-align: right;">ほか</div> |
| タイムスケジュール | 14:00～ 開会の挨拶（経済産業省）<br>14:04～ 最終報告の趣旨 ご説明（事務局）<br>14:05～ （株）北海道二十一世紀総合研究所 発表<br>14:35～ そらいいな（株） 発表<br>15:05～ 休憩<br>15:15～ （株）e-MOTIONs 発表<br>15:45～ （株）JTB 総合研究所 発表<br>16:30～ 閉会（経済産業省）<br>16:35～ 総括ディスカッション   今後のヘルスケア産業創出支援について                                                                                                     |

最終報告会では最後に30分ほど総括ディスカッションの時間を設け、採択事業者とオブザーバーを除いたメンバーにて、今後のヘルスケア産業の創出支援について各評価委員よりご意見をいただいた。本事業では、単独地域での事業創出ではなく、他地域への水平展開の可能性を検証することを掲げて事業者の支援を実施してきたが、①ヘルスケア産業創出に向け国として行うべき支援、②個別テーマでの支援だけでなく、ヘルスケアビジネス・ヘルスケア産業の創出に必要な環境整備として有効な支援の在り方について伺い、以下のような意見をい

ただいた。

【今回の事業における課題】

- ・ 全体を通じて思っていたより効果が感じられなかった。
- ・ プロダクトマーケットフィットができておらず、ビジネス化としては厳しい印象であった。
- ・ スタートアップや新規事業の信頼性の薄さや実績のなさ、法規制の厳しさ・グレーゾーンの扱いの難しさといった、事業設定の難しさを感じた。

【ヘルスケア産業創出にむけて国/行政として行うべき支援】

- ・ 都市部の富裕層など特定層の健康投資を促すような事業に対する支援の検討
- ・ マネタイズや診療報酬でのカバーが難しい事業の行政におけるあり方の検討
- ・ 個別事業支援よりもスタートアップ支援の拡充
  - 労働基準法等の古くからの法規制の改革によるスタートアップが事業をしやすい環境の整備
  - 自治体ごとの基準の違い、グレーゾーンの存在などの是正・一本化
- ・ 国民が健康になれる新たなサービスに対する（自治体レベルではなく）国としての大々的な話題作り

### 3.2.3 米国プライマリケアビジネス実態調査等

日米ともに持続可能なヘルスケアの実現が喫緊の課題となっている。この課題に対処すべく米国では、ヘルスケア制度改革と民間企業のビジネスモデル改革が大変活発に起きている。ここに至るまでの環境変化において重要な契機になっているのは、オバマ大統領（在職期間：2009～2017 年）による医療制度改革であるが、その前からイノベーションの兆しは多く見られていた。本調査では、特に、近年プライマリケアサービスへの参入が活発化している小売企業の動向に注目し、小売企業大手が買収したベンチャーが提供する、プライマリケアサービスに焦点をあて、実態の把握に努めた。

調査結果の詳細は、参考資料 5 として整理している。

## 3.3 事業の成果

それぞれの事業者から得られた成果は以下のとおりである。本事業では、上述の各種報告会や適宜の打ち合わせにより、各事業者の進捗や課題を密に把握しながら事業を進めることができた。特に実証期間の前半では進捗が芳しくない事業者もあったが、事業者の背景を理解しながら介入を調節したことで、進捗の後押しができたと考える。例えば JTB 総合研究所のツーリズム事業では、本来別々であった 3 つの事業者の提案を組み合わせる一つのツーリズム実証事業としたため 3 事業者の連携や認識合わせが課題にあったが、事務局と 3 事業者による打合せを頻回に実施したことで、これらを促進することができた。

また本事業では社会実装性を高め水平展開を重視していくことが重要なテーマであり、これに合わせて実証内容の調整や、実証期間後のアクションプランの策定につなげる介入ができたと考える。公募時から水平展開を重視している旨を公表していたものの、いずれの事業者も本事業での実証内容が他地域に展開しうる可能性を言及することとどまっており、水平展開の実証を十分に盛り込んでいるものはなかった。経済産業省の介入もあり、最終的には各事業者に期間内に一定の具体的な水平展開実証を実施していただくように計画調整をいただくことができた。例えば、北海道二十一世紀総合研究所の健康になれる商業施設を目指す取り組みでは、当初は小樽内での取組に注力することを想定し、水平展開の可能性がある地域として高岡を挙げ、相互視察を行う計画を盛り込むこととどまっていた。これに対して小規模でも小樽以外の地域で実証を行うことを要望し、結果的には小樽で実施している一部の取組を高岡で実装して利用者から好感触を得ることができ、他地域への水平展開性に期待が持てる結果を得ることができた。

社会実装、ビジネス化の観点については、特に評価委員から率直な意見やアドバイスを得ることができた。これらが各事業者のより具体的なアクションプラン検討の一助になったと考える。

以上のように本事業を通じて評価委員、経済産業省、事務局が介入したことで、水平展開性を限定的ながらも実証し、社会実装に向けた前進につながったものと考ええる。

#### ① 株式会社 e-MOTIONS

本事業は、「お笑い芸人の活用」「口頭指示を伴わない運動指導」という、従来の健康づくり・介護予防事業とは一線を画す取り組みを全国3箇所で開催し、身体活動に対する不快の要素を打ち消し、事業そのものを『エンタメ化』する事で、自治体が健康づくり・介護予防事業を行う上で最も課題となっている健康・運動無関心層の取り込みを目指した。

事業採択から事業開始までが短期間であった為、周知・募集活動に十分な時間が掛けられず、健康無関心層の取り込みまでは至らなかった。また、今回のプログラムでは「お笑い」と「運動指導」のパートを分けて実施を行ったが、より一体感を持たせるためにお笑い運動指導を一体化したプログラムを開発する必要があるのではないかというコメントもあった。3ヶ月隔週での実施という身体機能の維持・向上に資する頻度に満たない実施であった事による、身体機能の向上が見られなかった事や、身体機能評価などに時間がかかるといった点の改善は課題として挙げられる。

他方で、参加者の変化として、主観的健康度は全会場で維持・向上したことが確認でき、アンケート結果では回答した全員が健康づくりへの関心が高まったという結果が得られた。事業そのものを『エンタメ化』することは、主観的健康感や健康づくりへの関心を高めることに寄与する、また、友人などを誘う参加者もあり、回を追うごとに参加者が増えていったことも確認できた。これらは、単に運動指導のみを行う介護予防事業とは大きく異なる点であり、プロモーション方法によっては、健康無関心層の取り込みに資するものであると考えられ、従来の健康づくり・介護予防事業への参加が必要な方を『誘導』する事業としての可能性が示唆された。

今後は、『エンタメ化』の要素をさらに精緻化すべく、プログラムのネーミングや無関心層にも届く周知方法、身体活動を行うという印象を排除した場所の選定方法などのプログラム自体の精緻化と、自治体事業として実施する場合のビジネスモデルの確立に向けた検討を進め、複数地域での事業実施に向けた検討を進める。

#### ② 株式会社 JTB 総合研究所、株式会社 JTB、湯野浜 100 年株式会社

本事業は、3 事業者がそれぞれの地域（JTB 総合研究所：鳴子温泉郷、JTB：高知県安芸市奈半利町、湯野浜 100 年：湯野浜温泉）で異なる実証事業（JTB 総合研究所：温泉×睡眠、JTB：農業支援、湯野浜 100 年：就労×長期滞在）を組み合わせ実施した。そして、①旅行を通じた健康や行動変容についてのエビデンスを得る、②プログラムの造成・販売・提供に際しての受入地域やコーディネーター（旅行会社等）の課題・ニーズを整理し、地域においてより効果的なプログラム造成につなげる、③ヘルスツーリズムのターゲット層に応じたアプローチ方法を整理し普及拡大につなげることを目的に事業を行った。

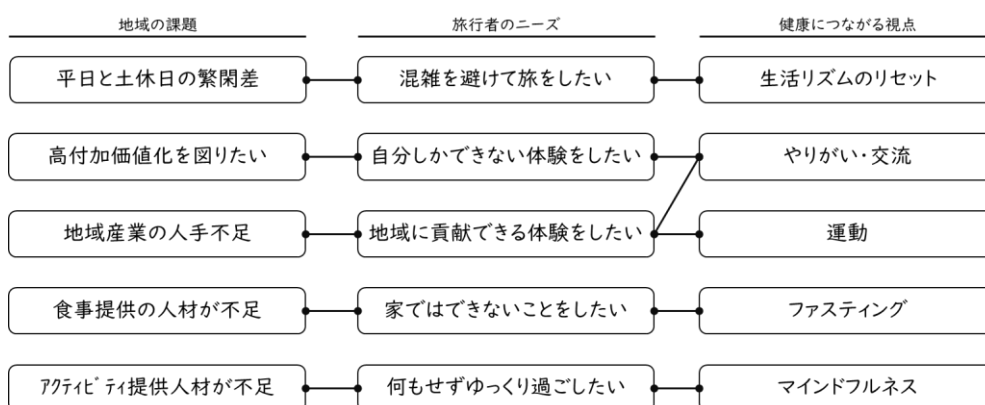
①に関して、いずれの地域においても、主観的健康は全体的に良化した傾向がみられた。特に、「疲労感」「肩こりや腰痛」「目の疲れ」で改善しており、デスクワークに従事する方にとって、温泉や農作業が一定の効果を発揮した可能性がある。客観的健康に関しては、JTB 総合研究所が実施した脳波による睡眠の結果には湯治と日常で有意差がなかった。湯野浜 100 年が実施した唾液によるストレスチェックでは、ツアー期間中でも日によって値にばらつきとあることが示された。そのため、医師のお墨付きなど、法人顧客や旅行会社への販売で「健康効果がある」といえるエビデンスを打ち出すことは難しいと考えられる。一方で、主観的健康への満足度は高まって



おり、個人旅行者に対して癒やしやリラックスを訴求することが可能なことが示された。

③に関して、JTB 総合研究所が実施した実証では湯守と対話できることが満足度に寄与していたが、対応できる人に限りがあるため受入のキャパシティを増やせなかった。JTB の農業支援では天候や農作物の生育状況にツアーの実施が左右されてしまい、また湯野浜温泉では食事環境が少ないという課題があった。そのため、旅行を通して健康になれる環境を提供するためには、無理のない受入体制を検討し、地域の受入キャパシティに応じて事業として成り立つプログラムを検討する必要がある。ヘルスツーリズムは、従来のマストツーリズムとはターゲット層や提供価値が異なり、より深く地域と関わることも健康につながるため、図表 3-3 のように地域の課題解決と旅行者の楽しみを両立できないか考えることが有効である。

図表 3-3 地域課題の解決と旅行者の健康を両立できる例



出所：株式会社 JTB 総合研究所「地域資源（温泉）を活用したヘルスツーリズム創出実証」

③に関して、今回実証した 3 事業は、いずれも個人での参加がほとんどだった。個人にとっての旅行の価値は、健康よりも旅行そのものの価値が重視されることが、事後アンケートより明らかになっている。そのため、食事や宿の質、他ではできない体験（例：農業体験や旅館の仕事体験など、観光である必要はない）など、プログラムの差別化・磨き上げが求められる。法人向けプログラムの可能性に関しては、業務命令ではないワーケーションに会社が関与する仕組みとして、福利厚生による補助が考えられるが、現状、ツーリズムによる健康効果に関する医学的なエビデンスが得られていないため、「健康増進のためのおすすめ」として会社（あるいは福利厚生代行会社）から案内されることは考えにくい。大手福利厚生代行会社では、宿泊費補助を年間〇千円・〇回まで、といった形で提供していることが多く、企業が関与するとしたら宿泊費補助による間接的な支援が考えられる。

### ③ そらいいな株式会社

本事業は、長崎県五島市の離島・へき地診療所を対象に、ドローンによる処方薬配送を行うものである。従来の診療所内の院内処方体制を、①中心市街地の薬局での調剤と、診療所の患者へのオンライン服薬指導の実施、②処方薬のドローンによる配送を組み合わせることで代替し、治療選択肢の増加と患者利便性の向上、診療所スタッフの工数低減、診療所の廃棄薬材料の削減を目指した。また本事業の収益性を考察し、継続可能なビジネスモデルの検討を目指した。

技術的にドローンによる処方薬の配送は可能であったが、従来の院内処方と比較してドローン配送の場合には薬局からドローンの拠点までの配送・発射準備、荷物の投下、投下場所から個宅配送の時間が発生するため、所要時間の長さや個宅配送の人手やコストが課題となることが分かった。診療所での処方薬受け取りを希望する



患者の意見も少なくなかった。

オンライン服薬指導に関しては、患者満足度は高く、また薬局スタッフの負担感も小さかった。今後、オンラインの活用により、離島・へき地における薬剤師の参画促進や治療選択肢拡大が期待できる。

また診療所スタッフからは、薬剤の発注・在庫管理や、梱包、会計の負担軽減への期待を確認できた。試算の結果、同市の久賀診療所では薬価換算で年間約 5 万円、玉之浦診療所では約 36 万円の廃棄薬コストが発生しており、これらのコストの削減が期待できる。

本事業の社会実装には、ドローンによる医薬品配送の規制が大きくかわってくる。配送できない薬剤があるほか、悪天候の場合には就航制限がある。また投下地点の検討や、投下後の荷物の受け渡し体制の構築が必要のほか、暑熱下での配送や冷蔵薬の配送も検証していく必要がある。さらに配送コストをどのように補っていくか、コストの低減も含めて検討していく必要がある。

今後について、同社は現状、航空法において LV3 飛行（無人地帯上空の飛行）が可能である。LV4 であれば、軒先への投下や、飛行経路の最適化、完全オンデマンド配送が実現可能となるためこれを目指すほか、現在の規制をめぐって関係省庁との面談を実施していく。また現在の配送事業を五島市内で展開し、さらに長期的には拠点を他地域に展開して配送圏を拡大し、複数地域への対応と収益化を目指す。

#### ④ 株式会社北海道二十一世紀総合研究所

本事業では、健康になれる商業施設を目指した実証として、小樽市内の商業施設（ウイングベイ小樽）を主なフィールドとし、地域医療機関（北海道済生会）を主体とし、ヘルスケア企業との共創を図りながら、働く世代を中心とした健康無関心層等に対するアプローチと介入による行動変容を促進するモデル実証を行った。健康無関心層へのアプローチのため、コンテンツの開発やプロモーションにはナッジ理論を活用し、また医療機関が商業施設と連携することで、患者以外の住民とのタッチポイントを増やすことを目指した。

商業施設において作成した LINE 公式アカウントを通じた LINE クーポンや健康関連情報の配信、商業施設内でのイベント企画などを実施した結果、多種多様な無期限のクーポン等よりコンテンツを絞った有効期限付きクーポンや企画ものの方が利用・参加率が高いこと、睡眠や姿勢改善、運動継続といったコンテンツへの関心が高いことが分かった。また、自社製品のプロモーションや実証の機会としてこうした事業を利用したいという声も聞かれ、企業連携の拡大の可能性が明らかになった。

さらに、クーポンやポイント付与の仕組みにより、一人当たりの平均来店ポイント（平均来店回数）は 1.6（11 月末）から 5.6（2 月末）に増加し、商業施設への来店促進に寄与した。LINE 登録者を対象にしたアンケート調査でも、本 LINE をきっかけに健康を意識した人は 74%、また北海道済生会の活動を知った人は 79%に上った。さらに LINE を通じて提供した情報やイベントが健康の悩みの解決につながった人は 78%に上り、健康無関心層に対する関心の向上や健康関連の悩みの解決に寄与することができた。

また同事業では、水平展開として済生会小樽病院が実施しているワンコイン健診「ちよこつと健診」を済生会高岡病院でも実施した。同病院の近隣には商業施設「イオンモール高岡」があり、同施設内にちよこつと健診の券売機を設置した。初日より一定数の利用があり、職員のモチベーション向上や健康情報の提供機会の増加にもつながっている。

今後も商業施設と医療機関と連携しながら取り組みを継続していくとともに、住民とのタッチポイント確保や健診/検診受診率に悩む自治体や保険者のプロモーションへの活用からさらなる水平展開を目指す。

### 3.4 まとめ

本事業では各事業者が一定の成果を上げる中で、ヘルスケアビジネス創出の課題や難しさも明らかになった。ヘルスケアビジネス/ヘルスケア産業創出に向けて、国が地方と連携しながら、裾野を広げての新規事業発掘と、ビジネス化実現や独り立ちの後押しを、バランスよく支援していくことが必要である。本実証事業では、他地域への水平展開の可能性を検証することを掲げて事業者の個別事業に対して支援を実施した。各事業者が複数地域での実証や、水平展開に向けたアクションプランの検討などを行い、一定の成果を挙げることができた。一方で、評価委員からはビジネス化の観点からは厳しい印象もいただき、その理由としてプロダクトマーケットフィットの不十分さが挙げられている。本事業の採択事業者の決定においては、着眼点の良さや期待できるビジネスインパクトの大きさ、短い実証期間内での実現可能性を視点に評価を行ったが、顧客課題の解決可能性や市場への受け入れられやすさという点については、厳しい評価は行ってはいなかった。また採択後の事業内容の調整においても、ターゲットの絞り込みなどの要望は事業者に対して示したものの、基本的には事業者の考えを尊重する形とした。一部の事業において、ターゲットが絞り込めておらず事業の焦点がぼやける、ターゲットは絞り込んでいるもののそのターゲットを選んだ理由や事業との結びつきが不明瞭、といった事象が生じており、こうした点が、評価委員が「プロダクトマーケットフィットができていない」と感じた一要因になっているものとする。ビジネス化の観点からプロダクトマーケットフィットは必須であり、国として①実証事業において、ビジネス化の確度が高い、プロダクトマーケットフィット達成可能性が高い事業や事業者を厳密に選定し支援する、②ユニークな事業をすくい上げ、実証事業を通じてプロダクトマーケットフィット達成に向けた事業内容の検討・調整等を密に行い支援する、といった対応が可能と考える。

さらに、本事業を通じて、スタートアップや新規事業の信頼性や実績の乏しさ、法規制やグレーゾーンの扱いの難しさといった課題感も明らかになった。前者については、採択事業者である e-MOTIONs の事業において、経済産業省の介入により吉本興業本社とのつながりを構築することができ、事業の横展開性を支援することができた。このような、スタートアップや新規事業と大手企業をつないでいく役割を今後も国が積極的に担うことが、ヘルスケアビジネス創出を後押ししていくと考えられる。後者については、ドローンによる配送を行うそらいいの事業で特に直面した課題であった。法の見直しは様々な利害関係者が絡み、一朝一夕に実現できるものではないが、スタートアップや新規事業が直面する法規制の実情を、このような実証事業を通じて把握していくことは重要であり、こうした声を集めて解決策を検討していくことはヘルスケアビジネス創出の後押しになると考える。またグレーゾーンについても、すでにグレーゾーン解消制度による対応が進められているところではあるが、まだ自治体ごとの基準の違いや、窓口による見解のばらつきなどに苦勞するスタートアップは多く存在しているとの声もあった。これらの是正や窓口の一本化など、さらなるグレーゾーン解消の強化に取り組むことも、ビジネス創出の支援に繋がると考える。

また評価委員から、国が推したい事業領域を具体的に設定し、その領域に対して集中的な支援や、国が大々的な話題作りを行うことの提案があった。本実証では3つの重点領域を定めて事業の公募を行い、例としてツーリズムやPHRの活用などを挙げたが、事業領域は絞り込みすぎずに幅広く募集を行った。例えば、都市部の富裕層の健康投資を促すような事業など、より具体的なテーマを定めて実証事業者や支援をすることで、特定領域の産業を活性化できる可能性が高まると考える。その一方で、テーマや領域を限定しすぎると、目新しい事業や、想像していなかったような事業を見出す可能性がなくなってしまう。よって、注力したい特定領域・テーマを定めての集中的支援・広報活動と、目新しい事業を発掘し支援する活動の双方をバランスよく実施していくことが必要である。

加えて、本事業では、一定の意義がありながらもマネタイズの難しさを痛感した事業も多く存在した。ビジネス化を目指す以上マネタイズは必須であり、マネタイズしうる事業に対して積極的に支援してビジネス化を加速することも一つだが、マネタイズに困難がある事業に対して一定の軌道に乗るまでの手厚い支援を行うことも、国として行える支援の一つだと考える。

これらの支援を行う上で、国と地方経済産業局の連携が必須であるとする。地域に根差したビジネス化の可能性が高い有望な事業や、ユニークな着目点を持った事業などの情報を集め、そうした事業者と継続的に深く関わることができることは、地方経済産業局でこそないうることである。後述する次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合では、他地域の良い事例を知りたいという意見が多く寄せられたが、この会合を地域の事例共有の場かつ、自身の地域の事例を積極的に探し集める動機として活用することができると思う。各地方経済産業局の事例収集と、国と地方経済産業局の連携を加速することで、新規ビジネスのシーズの発掘とビジネス化実現の加速が実現できると期待できる。

以上のように、国が地方経済産業局との連携の下で、新規事業発掘とビジネス化実現をバランスよく支援していくことで、ヘルスケアビジネス創出が加速していくものとする。

## 4 全国の地域版協議会への定期的な情報発信及びアライアンス会合の企画・運営支援

### 4.1 事業実施の背景・目的

健康寿命延伸分野の市場創出及び産業育成は、国民のQOL（生活の豊かさ）の向上、国民医療費の抑制、雇用拡大及び我が国経済の成長に資するものと考えられる。

このため、健康寿命延伸分野における民間の様々な製品やサービスの実態を把握し、供給・需要の両面から課題や問題点を抽出・整理し、対応策を検討するため、「日本再興戦略」に基づき、官民一体となって具体的な対応策の検討を行う場として、平成25年4月、「健康・医療戦略推進本部」のもとに「次世代ヘルスケア産業協議会」が設置された。経済産業省は同協議会の事務局を務めるとともに、関連施策を推進している。

本事業では、次世代ヘルスケア産業協議会の活動の推進のため、全国の地域版協議会への定期的な情報発信を行うとともに、ヘルスケア産業の創出に向けた有機的な連携を図るための情報共有の場としてアライアンス会合を実施した。

また、協議会の設置から長い年月が経過しており、その間のヘルスケア産業を取り巻く環境が大きく変化してことから、全国の地域版次世代ヘルスケア産業協議会の状況を把握した。

### 4.2 実施事項

全国の地域版次世代ヘルスケア産業協議会や関係省庁から受託者に情報発信の依頼があった場合に、最低月1～2回程度の頻度で既存のメーリングリストを活用した配信を行った。また、ヘルスケア産業の創出に向けた有機的な連携を図るための情報共有の場として第6回次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合を行った。経済産業省と協議の上、企画、運営、登壇者や参加者への連絡、調整などを行った。

#### 4.2.1 次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合

次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合は、ヘルスケア産業創出に向けた連携を図るための情報共有の場である。第6回となった本年度の会合は、「自然と健康になれる社会」をテーマに、以下の概要にて実施した。本年度は新型コロナウイルス感染症の流行も落ち着きを見せ各種行動制限も緩和されたことを受けて、アライアンス会合としては初めて、事業の現地視察を盛り込む形で会合を実施した。視察対象は本事業において実証中であった上述の（株）北海道二十一世紀総合研究所による「商業施設や企業との共創による、働く世代の健康無関心層向けの『医療機関の新ビジネス』創出実証」におけるウイングベイ小樽での取組であった。講演や視察を基に、参加者がナッジを体感し、気づきを持ち帰ることを目指した。当日は運営関係者・事務局を除き、現地にて59名、オンラインで41名の参加があり、当初の見込みより多くの方に参加いただくことができた。

|            |                                                                                                                                                    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施日時       | 2023年10月10日13:00～16:30                                                                                                                             |
| 開催場所       | グランドパーク小樽（商業施設ウイングベイ小樽直結）                                                                                                                          |
| 実施方法       | 現地とオンラインのハイブリッド開催（フィールドワークは現地参加者のみ参加可能）                                                                                                            |
| 参加者・参加者の募集 | 次世代地域版ヘルスケア産業協議会関係者や、Healthcare Innovation Hubのメールマガジン登録者に対して宣伝を行い、参加者を募集した。<br>また、経済産業省、地方経産局、日本総合研究所（事務局）も参加した。<br>登壇者については当日プログラム（図表4-1）を参照のこと。 |

図表 4 1 第 6 回次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合 プログラム

| 時刻    | 時間  | 内容                                                                 | 登壇予定者                                                                             |
|-------|-----|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 13:00 | 30分 | 開会あいさつ<br>ヘルスケア産業政策の現状と今後の方向性                                      | 経済産業省ヘルスケア産業課長<br>橋本泰輔<br>係長 鶴山あかね                                                |
| 13:30 | 10分 | 地域での実証事例の紹介  <br>商業施設や企業との共創による、働く世代の健康無関心層向けの<br>「医療機関の新ビジネス」創出実証 | (株)北海道二十一世紀総合研究所<br>調査研究部長 河原岳郎氏                                                  |
| 13:40 | 20分 | パネルディスカッション  <br>医療機関と商業施設の連携による健康なまちづくりの実現の可能性                    | 北海道済生会 常務理事<br>櫛引久丸氏<br>(株)小樽ベイシティ開発 代表取締役社<br>長 橋本茂樹氏<br>(株)SHARE 代表取締役<br>佐伯輝明氏 |
| 14:00 | 40分 | インプット   ヘルスケア分野でのナッジ実装事例ワークショップ                                    | NPO法人PolicyGarage 副代表理事<br>横浜市職員 高橋勇太氏                                            |
| 14:45 | 5分  | 社員のメンタルヘルス対策等に<br>森林（もり）のプログラムを活用しませんか                             | 林野庁 森林利用課 山村振興・<br>緑化推進室 室長 諏訪幹夫氏                                                 |
| 14:50 | 20分 | 休憩 + 移動                                                            |                                                                                   |
| 15:10 | 60分 | フィールドワーク   ウイングベイ小樽実証視察                                            |                                                                                   |
| 16:10 | 20分 | グループディスカッション   気づきの共有                                              |                                                                                   |
| 16:30 | -   | 解散 ※名刺交換/ネットワーキング                                                  |                                                                                   |

オンライン併用

出所：日本総研作成

また本会合の終了後、参加者に対しアンケートを実施した。アンケート回収数は 39 件であり、うち 3 分の 1 がオンライン、3 分の 2 が現地参加者による回答であった。アンケート結果は以下のとおりである。

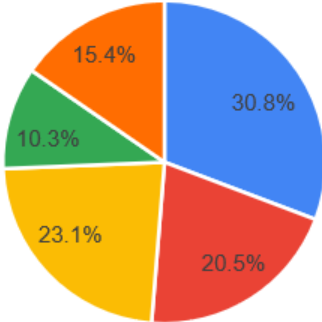
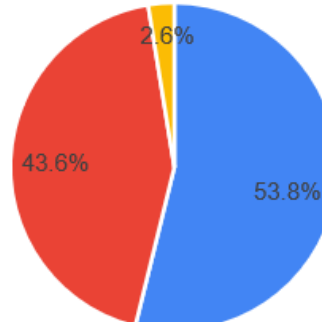
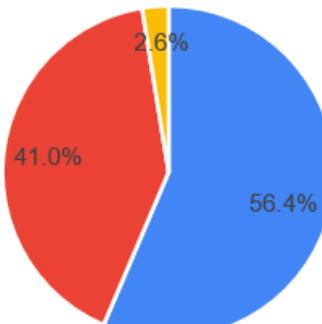
当初は地域版次世代ヘルスケア産業協議会加入団体を中心に参加の声掛けを行っていたが、集めることのできる参加者に限りがあることから、Healthcare Innovation Hub のネットワークの活用や、北海道経産局の尽力により、当初の想定以上の方に参加いただくことができた。実際にアンケート回答者の 2 割が、自治体や地方経産局以外でかつ地域版次世代ヘルスケア産業協議会に加入していない団体の者であった。また回答者の約 7 割が北海道からの参加者となっており、他都府県からの参加は 1、2 名にとどまった。

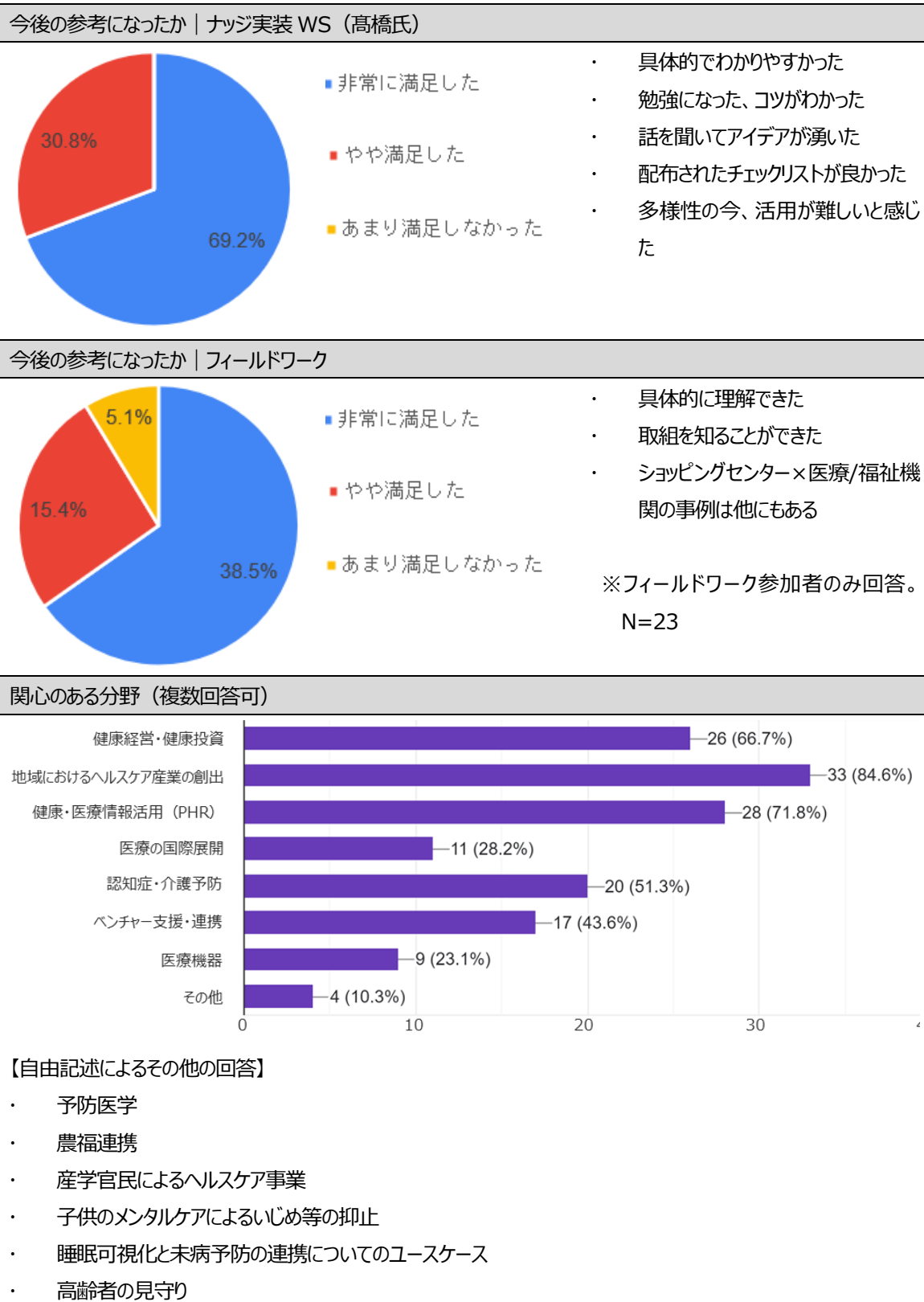
フィールドワークを交えた今回の開催方法については、実際に見ることができることで、印象を強めることができる点は好意的に受け止められていた。一方で、進行や時間の使い方には若干の不満の声があった。

プログラムの中で最も好評であったものは、NPO 法人 Policy Garage の副代表理事を務め、横浜市職員でもある高橋勇太氏によるナッジ実装事例ワークショップであった。具体性とわかりやすさが高い満足度に繋がった。

小樽での実証に尽力している北海道済生会の櫛引氏、(株)小樽ベイシティ開発の橋本氏、(株)SHARE の佐伯氏によるパネルディスカッションでは、医療機関と民間企業が連携する意義や、連携における信頼の重要性などを伝えることができた。一方で、パネリスト情報を参加者の手元に用意していなかった点や、込み入った内容に対して確保出来た時間が限定的であった点は反省が残った。

関心のある分野や今後取り上げてほしいテーマについて得られた回答を確認すると、本事業の趣旨でもある「地域におけるヘルスケア産業の創出」に最も関心が集まっていると一方で、具体的な関心領域となると、予防医学や農福連携、子供のメンタルケアや睡眠と健康など、かなり幅広い分野が挙げられた。

| 参加目的                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・ 情報収集</li><li>・ ネットワーキング、人材交流</li><li>・ ナッジの勉強、実践の把握</li><li>・ 他地域の動向把握</li></ul>                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 回答者の属性                                                                                                                                                                                                                                                     | 回答者の所属地域                                                                                                                                                                                                                            |  |
|  <ul style="list-style-type: none"><li>■ 地域版次世代ヘルスケア産業協議会に加入して「いる」企業・団体</li><li>■ 地域版次世代ヘルスケア産業協議会に加入して「いない」企業・団体</li><li>■ 自治体</li><li>■ 地方経済産業局</li><li>■ その他</li></ul> | <div>北海道 27 名 (69.2%)</div> <div>青森 1 名 (2.6%)</div> <div>岩手 1 名 (2.6%)</div> <div>秋田 2 名 (5.1%)</div> <div>東京 2 名 (5.1%)</div> <div>富山 2 名 (5.1%)</div> <div>静岡 1 名 (2.6%)</div> <div>大阪 2 名 (5.1%)</div> <div>山口 1 名 (2.6%)</div> |  |
| 開催方法の満足度                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|  <ul style="list-style-type: none"><li>■ 非常に満足した</li><li>■ やや満足した</li><li>■ あまり満足しなかった</li></ul>                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 具体的な取組を知れた</li><li>・ 目で見たことで印象に残った</li><li>・ 実際に見ることで気づきが得られた</li><li>・ 実証の取組を体験できるとよかった</li><li>・ フィールドワークの進行・時間の使い方がわかりにくかった</li></ul>                                                    |  |
| 今後の参考になったか   パネルディスカッション                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|  <ul style="list-style-type: none"><li>■ 非常に満足した</li><li>■ やや満足した</li><li>■ あまり満足しなかった</li></ul>                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 民間企業の限界もある。医療機関との連携意義がわかった</li><li>・ 信頼関係の重要性がわかった</li><li>・ 自分の地域では規模的に実施が難しいと感じた</li><li>・ パネリスト情報が手元に欲しかった</li><li>・ 時間が短すぎた</li></ul>                                                   |  |





| 今後取り上げてほしいテーマ（自由記述）                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・ AI を活用したヘルスケアの最新事例</li> <li>・ 健康経営</li> <li>・ スマート・ライフ・プロジェクト ～健康寿命をのばそう～</li> <li>・ 具体的に収益があがっている事例の紹介</li> <li>・ 予防医学</li> <li>・ 認知予防</li> <li>・ ストレスマネジメント</li> <li>・ インクルーシブによるヘルスケア</li> </ul>                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 睡眠と健康</li> <li>・ 若年性認知症に関する企業の認識と正しい理解に向けた取組事例教育機関との連携</li> <li>・ 健康無関心層へのアプローチの成功例</li> <li>・ 介護事業の連携や成果の具体的事例</li> <li>・ 地域の優良事例について、詳しく聞きたい</li> <li>・ 介護政策関連のテーマ</li> <li>・ マネタイズ</li> <li>・ デジタル田園都市構想のウェルビーイング</li> </ul> |
| アライアンス会合の運営などへのご意見（自由記述）                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新規事業のモデルケースをもっと勉強したい。フィールドワークのみの単発の勉強会などもあってよいと思う。</li> <li>・ 毎回、具体的事例を基にした有用な情報提供があり、非常に参考になっている。今のまま続けてほしい。</li> <li>・ 現地参加では、ネームプレートなどがあると、より名刺交換をしやすかったのではと感じる。</li> <li>・ 「やや満足」「やや参考」と選択したが、取組を直接見聞きすることができ、全体的に昨年より良かった。</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                          |

#### 4.2.2 地域版次世代ヘルスケア産業協議会アライアンス事務局メール配信

本メールは、希望する地域版次世代ヘルスケア産業協議会の関係者への情報発信を目的に配信している。当年度の配信回数は 33 回となった。

当年度より、Healthcare Innovation Hub（通称:InnoHub）の事務局を本事業で担っていたことから、隔週を目途に InnoHub 関連イベントの情報の配信を始めた。InnoHub 関連イベントとは、ベンチャー企業等の相談者に対して支援を行う事業会社や投資家、自治体等の団体である「サポーター団体」が主に開催するものである。内容としては、先端技術、法制度、知財、マーケティングなどのセミナーや、ヘルスケア関連の展示会、全国のヘルスケア関連の公募事業などで、主にヘルスケア産業に取り組む方を対象としているもので、地域版次世代ヘルスケア産業協議会の関係者にも有用な情報であると考えた。

配信内容は、以下の通りである。

| 配信回数   | 配信日          | 配信内容                                                                                                          |
|--------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vol. 1 | 2023 年 4月20日 | 1. 令和 5 年度地域版次世代ヘルスケア産業協議会アライアンス事務局について<br>2. 地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業の公募について<br>3. ヘルスケア分野における PFS/SIB の相談窓口のご案内 |
| Vol. 2 | 2023 年 5月9日  | 1. 令和 5 年度ヘルスケア産業国際展開推進事業の公募について                                                                              |
| Vol. 3 | 2023 年 5月12日 | 1. PHR サービス事業協会（仮称）会員募集開始<br>2. 令和 5 年度「ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（PHR 利活用推進等に向けたモデル実証事業）」に係る実証事業者の公募について               |
| Vol. 4 | 2023 年 5月18日 | 1. お気軽にご相談ください！「PFS/SIB 個別相談のご案内」                                                                             |
| Vol. 5 | 2023 年 6月8日  | 1. 【参加者募集】健康経営・研修・福利厚生担当向け「モニターツアー」のご案内                                                                       |



|          |               |                                                                                                      |
|----------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vol. 6   | 2023 年 7月14日  | 1. 「健康・医療新産業協議会健康投資WG（第9回）」開催のお知らせ                                                                   |
| Vol. 7   | 2023 年 7月20日  | 1. InnoHub 関連イベントのご案内開始について<br>2. InnoHub 関連イベントのご案内                                                 |
| Vol. 8   | 2023 年 8月2日   | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                                |
| Vol. 9   | 2023 年 8月4日   | 1. 【高知県】ガバメントピッチのお知らせ                                                                                |
| Vol. 1 0 | 2023 年 8月16日  | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                                |
| Vol. 1 1 | 2023 年 8月22日  | 1. 第 6 回地域版次世代ヘルスケア産業協議会アライアンス会合開催のお知らせ<br>2. 「健康経営銘柄 2024」及び「健康経営優良法人 2024」の申請受付開始のお知らせ             |
| Vol. 1 2 | 2023 年 8月24日  | 1. 【参加者募集】健康経営・研修・福利厚生担当向け「モニターツアー」のご案内<br>2. 神戸リサーチコンプレックス協議会第 10 回企業発表会                            |
| Vol. 1 3 | 2023 年 8月30日  | 1. 【！9月5日〆切！】第6回地域版次世代ヘルスケア産業協議会アライアンス会合開催のお知らせ<br>2. InnoHub 関連イベントのご案内                             |
| Vol. 1 4 | 2023 年 9月5日   | 1. 経済産業省主催「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト（JHeC）2024」のご案内                                                        |
| Vol. 1 5 | 2023 年 9月12日  | 1. 「2023 年度経済産業省 PFS/SIB セミナー～アウトカムで地域社会を変える～」開催のお知らせ                                                |
| Vol. 1 6 | 2023 年 9月13日  | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                                |
| Vol. 1 7 | 2023 年 9月27日  | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                                |
| Vol. 1 8 | 2023 年 10月27日 | 1. 第 6 回次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合の開催報告<br>2. 神戸リサーチコンプレックス協議会第 11 回企業発表会のご案内<br>3. InnoHub 関連イベントのご案内 |
| Vol. 1 9 | 2023 年 11月8日  | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                                |
| Vol. 2 0 | 2023 年 11月14日 | 1. 浜松ヘルステックシンポジウム 2023                                                                               |
| Vol. 2 1 | 2023 年 11月22日 | 1. ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト 2024 サポート団体・連携イベント募集/一般視聴登録のお知らせ<br>2. InnoHub 関連イベントのご案内                     |
| Vol. 2 2 | 2023 年 11月27日 | 1. 神戸リサーチコンプレックス協議会シンポジウム 12/13（水）開催「エピジェネティック年齢って何？ -エイジング研究の今-」                                    |
| Vol. 2 3 | 2023 年 11月29日 | 1. 【ご案内】令和 5 年度「ガバメントピッチ」聴講者募集について（関東経済産業局）                                                          |
| Vol. 2 4 | 2023 年 12月5日  | 1. 「健康・医療新産業協議会健康投資WG（第10回）」開催のお知らせ<br>2. 「ACTION！健康経営【自治体カンファレンス】12/25（月）」開催の                       |

|          |               |                                                                                          |
|----------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |               | お知らせ                                                                                     |
| Vol. 2 5 | 2023 年 12月9日  | 1. 2024 年 1 月 11 日「2023 年度経済産業省地域・社会課題解決を起点としたビジネス拡大セミナー」開催！                             |
| Vol. 2 6 | 2023 年 12月21日 | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                    |
| Vol. 2 7 | 2024 年 1月15日  | 1. 経済産業省「令和 5 年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（ヘルスケアビジネス創出推進等事業）地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業」の採択事業者による最終報告のご案内 |
| Vol. 2 8 | 2024 年 1月31日  | 1. “クアオルトかみのやま”企業交流会のご案内                                                                 |
| Vol. 2 9 | 2024 年 2月8日   | 1. InnoHub 関連イベントのご案内<br>2. JHeC2024 アーカイブ配信のお知らせ                                        |
| Vol. 3 0 | 2024 年 2月14日  | 1. 【お知らせ】2/28(水)大丸福岡天神店東館エルガーラ 5 階で開催！「インクルーシブデザインでつながる未来：共創から生まれる新たな価値」                 |
| Vol. 3 1 | 2024 年 2月15日  | 1. 神戸リサーチコンプレックス協議会第 12 回企業発表会 最新！ヘルスケアアプリ・サービスの進化エーテンラボ×アシックス ―継続のために習慣化・データ活用―         |
| Vol. 3 2 | 2024 年 3月7日   | 1. InnoHub 関連イベントのご案内                                                                    |
| Vol. 3 3 | 2024 年 3月12日  | 1. 「令和 5 年度静岡県ヘルスケアビジネスセミナー」の御案内                                                         |

#### 4.2.3 地域版協議会の在り方検討

全国の地域版次世代ヘルスケア産業協議会の状況を把握するため、2023 年 7 月～8 月にかけて、北海道経済産業局、東北経済産業局、中部経済産業局、近畿経済産業局、中国経済産業局、四国経済産業局の合わせて 6 つの経済産業局に以下の 3 点についてヒアリングを行った。

- ・ 管内の地域版次世代ヘルスケア産業協議会の活動状況
- ・ 管内の地域版次世代ヘルスケア産業協議会と経済産業局との接点や連携実績
- ・ 管内の地域版次世代ヘルスケア産業協議会への期待

ヒアリング結果の概要は、以下のとおりである。なお、協議会や経済産業局の名称は匿名性の観点から省略する。

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 活動状況 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 管内のとある 2 つの協議会の活動は特に活発である。</li> <li>・ 協議会の担当者の熱量があり、運営が自走している。</li> <li>・ どの協議会も苦戦している印象はある。ある協議会は、既存事業が新型コロナウイルスの影響で続けることが困難となり、活動休止となった。また別の協議会は、活動領域をヘルスケア特化とするのではなく、医療に拡大することを模索している。</li> <li>・ 8 月の総会をもって一旦閉会する協議会がある。もう 1 つの協議会も積極的に動いているようではない。</li> <li>・ 管内の 4 つの協議会は活動が活発であるが、そのうち 2 つは首長の方針変更が要因で、活動量が以前より減った。</li> <li>・ 管内の 2 つの協議会とは、適宜やり取りを行っているが、それ以外の協議会の</li> </ul> |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | 状況については、あまり把握していない。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 経済産業局との接点や連携実績 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 適宜意見交換し、活動状況は把握している。</li> <li>・ 定期的に会議を持つなどの関係性はある。</li> <li>・ 年 1 回の PR 資料更新時に、各協議会と会話する。</li> <li>・ 週に何度も連絡をとっている。協議会の自立性を重んじるため、適度な距離感を意識している。</li> <li>・ 基本的には、年 1 回の PR 資料更新とアライアンス会合でのやり取りのみである。</li> </ul>                                                                                                                                     |
| 期待             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経産局が、協議会に参加し、情報発信することが第一。次のステップとして、他の経済産業局の管内の地域と連携を考えているが、検討中の段階である。</li> <li>・ ある協議会のアイデアボックスの活動のように医療現場、介護現場等々のニーズからスタートする製品づくりを進めたい。</li> <li>・ 協議会の事務局である自治体と、継続的な関係作りをしていきたいとは思っている。</li> <li>・ 各協議会・地域の事情を踏まえつつ、地域に合わせて各協議会の建付けを定めることに賛同する。</li> <li>・ 今後、連携できていない協議会とは接点を持てるように働きかけを行いたい。所感ではあるが、管内の地域で地域版アライアンス会合を実施するのは良い取組と思った。</li> </ul> |

#### 4.3 事業の成果

第 6 回次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合は、地域の取組を実際に目で見ることのできるフィールドワークを組み込んだ初の試みのもと、現地・オンライン参加者併せて 100 名の方に参加いただき、盛況のうちに終えることができた。北海道経産局の皆様のご尽力と、募集対象を次世代地域版ヘルスケア産業協議会外にも広げることが大きな要因であったと考える。一方、北海道からの参加者が大半を占めており、他の地域からの参加者が非常に少なかった点は課題として残った。開催地が北海道であったことを考えると北海道からの参加者が多くなることはやむを得ないが、全国規模で実施する会合であるため、開催地以外の地域からもより多くの方にご参加いただけることが望ましい。

またフィールドワークの実施については、実際の取組を見ることができる点については好評価をいただいた一方で、時間の使い方や進行、見ることができた一方で体験の要素がやや乏しかった点についてはご指摘いただいた。短い準備期間の中で（株）北海道二十一世紀総合研究所に視察ができる段階まで環境を整えていただくことができた反面、フィールドワークの進行に関して細かい指示や確認を実施しなかった点や、体験コンテンツまでは準備が及ばなかった点は反省が必要である。

ナッジ実装事例ワークショップやパネルディスカッションは、双方とも高い満足度を得ることができた。一方で、「自身の地域での実装は難しい」という声をいただいた。ナッジの実装や、民間企業と医療機関の信頼構築と連携は、様々な試行錯誤や苦労のもとで実現されていくものであるため、難しさを認識いただいたこと自体は、正しく事業や活動の実態が伝えることができた結果だと考える。アライアンス会合のプログラムとして、ワークショップの内容とフィールドワークの連携をより高めた内容にする、パネルディスカッションの進行について見直す、といった改良の必要性はあるが、ビジネス創出の可能性とそこにある苦労を会合内で具体的に伝えることが来たことは今回の一つの成果であった。次のステップとして、難しいからで

きない、で終わらずに、難しいなりにチャレンジしてみようと思える示唆やネットワークを本会合から提供できることが望ましいと考える。

またアライアンス会合の内容に関して、単なる事例紹介ではなく、成功事例や優良事例、モデルケースを知りたいという意見が多くみられた。また実際に見ることのできるフィールドワークを含め、今後も会を継続してほしいという意見がみられ、会合開催については好意的にみられていることが明らかになった。今回得られたご意見や学びから、進行や内容をブラッシュアップして本会合を継続していくことが望まれていると考える。

地域版協議会の在り方検討においては、各経済産業局のヒアリングを通じて、2 点の示唆を得られた。1 点目は、比較的活動量の多い地域版次世代ヘルスケア産業協議会は、経済産業局と定期的なコンタクトを取るなど頻繁に連携していることである。2 点目は、地域版次世代ヘルスケア産業協議会によって“ヘルスケア産業”という領域の捉え方が異なるという点である。

1 点目に関して、地域版次世代ヘルスケア産業協議会の活動量が多いことと、経済産業局との連携が頻繁であることが必ずしも直接的な因果関係にあるとは言えない。ただし、協議会の活動量が多くなれば、行政との接点や協力が必要になる場合も増え、その結果、協議会は管内の経済産業局と連携する機会が増えると考えられる。そして、経済産業局と頻繁に連携することで、さらに協議会の活動に良い影響もたらされ、協議会の活動に対して好循環が生まれる。そのため、地域版次世代ヘルスケア産業協議会と地方経産局との定期的な連携は重要である。

2 点目に関して、地域版次世代ヘルスケア産業協議会は、“ヘルスケア産業”という名前が付いている通り、その活動範囲がヘルスケア産業に限定されると捉えられる。そのため、協議会は“ヘルスケア産業”の領域の中で活動を進めようとするが、協議会によって“ヘルスケア産業”の捉え方が異なることがわかった。1 番大きな捉え方の違いは、公的保険「外」の商品・サービスのみを“ヘルスケア産業”と捉えるか、公的保険「内」の商品・サービスも含めて“ヘルスケア産業”と捉えるかである。どちらの定義が正しいかは関係なく、“ヘルスケア産業”の捉え方によって自らの協議会の活動の領域を限定してしまう、あるいは広汎なものとしすぎてしまう可能性がある。“ヘルスケア産業”の捉え方に関わらず、各協議会の環境に合わせて、活動領域を定義することが重要である。

#### 4.4 まとめ

第 6 回次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合の開催を通じて、会合の継続開催を望む声が明らかになった。参加者は地域におけるヘルスケア産業の創出を念頭に、情報収集やネットワーキングを目的に会合に参加している。その関心領域は多岐にわたるが、いずれも優良事例やモデルケースに対するニーズが高い。第 6 回の会合では（株）北海道二十一世紀総合研究所の取組視察を盛り込んだ。同社の事業における医療機関や商業施設との関係は長年にわたるものであった一方で視察内容は本実証事業にて取り組みを開始したばかりの内容が中心であり、優良事例やモデルケースを知りたいというニーズには応えできていなかったものとする。アライアンス会合に初めて現地視察を盛り込み、参加者が実際に見ることの意義を感じたことで、優良事例に対するニーズを喚起できた側面もあったとみる。

また今回の会合では、ナッジ実装や医療機関と民間企業の連携の実態について伝えることができた。これらの重要性や苦勞を正しく伝えることができた一方で、参加者からは地域での実装の難しさを感じる声をいただいた。例えばワークショップでナッジについて説明したのちにフィールドワークで優良実装事例を見せるなど、ワークショップとパネルディスカッション、フィールドワークを密に連携させることで、難しそうだ自身の地域でも実装してみたい、実装できそうである、という思いにつなげることを目指すことが必要だと考える。地方経産局や自治体、協議会が連携し、地域の優良事例やモデルケースを発掘・育成し、持ち回りなどでアライアンス会合での視察候補地の提案などを行うようにすれば、より期待値に見合う会合

の継続や、地域の優良事例育成のインセンティブ向上、国としての優良事例の蓄積と会合を通じたノウハウの展開に繋が  
り、国全体のヘルスケア産業の創出を加速しうと考える。

さらに、今回は次世代地域版ヘルスケア産業協議会外部の方からも参加を募ったことでより多くの方にお集まりいただ  
いたが、ヘルスケア産業のネットワークを拡大する意図で、今後も協議会メンバーに限らずに間口を広げることが望ましいと  
考える。

国と地域、協議会内外とで連携していくことで、事例の収集と蓄積、会合のブラッシュアップ、ネットワークの拡大を目指  
し、ヘルスケア産業創出を加速していくことが、今後の次世代地域版ヘルスケア産業協議会アライアンス会合に期待され  
る役割と考える。

地域版次世代ヘルスケア産業協議会においては、設立から数年経過している協議会が多く、設立当初の役割から求  
められる役割が変わってきている協議会もある。そのため、全国にある協議会の役割を画一的に刷新するのではなく、各  
協議会を取り巻く環境（例：地域におけるステークホルダーの課題や求める価値）を鑑みて、各協議会それぞれの状況  
に応じた役割や活動領域を再考することが適切である。再考の場として、経済産業局が協議会との意見交換の打ち合  
わせを設けるか、あるいはアライアンス会合を活用することが考えられる。

## 5 業界団体等が自主的にヘルスケアサービスに関するガイドライン等の策定に係る支援

### 5.1 事業実施の背景・目的

経済産業省では、ヘルスケアサービスが広く普及していく段階である状況を踏まえ、「健康・医療戦略」（2020 年 3 月 27 日閣議決定 2021 年 4 月 9 日一部変更）や「健康・医療新産業創出に向けた『アクションプラン 2021』」（2021 年 7 月 健康・医療新産業協議会）に基づき、ヘルスケアサービスの品質評価の仕組みについて、業界ごとや業界横断の自主的な認証制度・ガイドライン（以下、「業界自主ガイドライン」という。）策定等を促し、継続的な品質評価の取組を進めている。具体的には、ヘルスケアサービスを提供する業界団体等が策定するガイドラインや認証制度のあり方を提示することを目的とした「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」（以下、「指針」という。）を 2019 年 4 月に取りまとめ、2021 年 6 月に改訂している。

本事業では、指針を踏まえ、ヘルスケアサービスを提供する事業者が属する業界団体等が自主的にヘルスケアサービスに関するガイドライン等の策定に際し、支援を行うことを目的とした。

### 5.2 実施事項

ヘルスケアサービスを提供する事業者が属する業界団体等において、指針を踏まえた業界自主ガイドラインの新規策定又は改訂をするための取組を支援した。具体的には、新規策定においては 1 件の業界団体、改定においては 4 件の業界団体の支援を行った。また、2024 年 2 月に業界自主ガイドラインの新規策定又は改訂している業界団体関係者向けに、サービス標準化の活用類型の紹介や、「品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくり」に向けた業界団体同士のネットワーキングのための会合を初めて開催した。

#### 5.2.1 業界自主ガイドラインの新規策定支援

ヘルスケアサービスの中でも、睡眠に係る商品・サービスについては、多様なものが世に出るようになり、利用者が安心して商品・サービスを利用できる環境整備が必要となっている。しかしながら、「睡眠の質」が改善したかどうか、その有効性を定量的に評価する方法は標準化されておらず、各社が独自の方法で評価している。利用者にとっては「品質」の高い商品やサービスを検討することが難しいという課題があり、事業者にとっても目指すべき開発ゴールの設定が難しいことが課題になっている。

Sleep Innovation Platform は、寝具・寝装品、食品、運動など様々な業界の事業者や睡眠に係る商品・サービスについて熟知するアカデミアが加入し、睡眠ソリューション関連サービスの性能評価と質の向上のためにガイドラインの策定を行うコンソーシアムである。本事業においては、Sleep Innovation Platform の事務局を務める西川株式会社に業務委託し、上述のガイドラインの策定において必要な、睡眠に係る製品・サービスに知見のある有識者や弁護士にヒアリングを依頼した。

#### 5.2.2 業界自主ガイドラインの改定支援

「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」では、「有効期間については、長くとも 2 年間とし、有効期間内であっても、必要に応じて随時見直しを行うべきである。」としている。そのため、本事業では見直しが必要な業界自主ガイドラインの改定の支援を行った。改定の支援を行った業界団体は、以下の通りである。

| 業界団体               | ガイドライン名称                |
|--------------------|-------------------------|
| 一般社団法人日本ホームヘルス機器協会 | 健康増進機器認定要領              |
| 一般社団法人日本フィットネス産業協会 | FIA 加盟企業施設認定制度          |
| 一般社団法人日本保健指導協会     | 特定保健指導サービスガイドライン        |
| 一般社団法人遺伝情報取扱協会     | 個人遺伝情報を取扱う企業が遵守すべき自主基準* |

\*業界団体として過去に数回の改訂を行っているが、現時点では「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」を踏まえて策定・改定されていることを業界団体として自己宣言をしてない。

改定の支援内容として、業界団体が改定された業界自主ガイドライン案に対して、指針への適合有無を判断し、適合が認められなかった場合、改定方針のアドバイスを提供した。具体的には、指針への適合有無を判断するためのチェックシート（図表 5-1）を作成し、本チェックシートのなかで指針の各項目に対する策定・改定へのアドバイスを業界団体に提供した。また、必要に応じて会議を設定し、本チェックシートをもとに業界団体へアドバイスをを行った。

**図表 5-1 指針への適合有無を判断するためのチェックシート**

|                            | チェック項目（あり方を引用）                | ガイドラインにおける記載 | 確認結果 | コメント |
|----------------------------|-------------------------------|--------------|------|------|
| 業界自主ガイドライン等を策定する際に踏まえるべき観点 | ア 透明性：                        |              |      |      |
|                            | イ 客観性：                        |              |      |      |
|                            | ウ 継続性：                        |              |      |      |
| 業界自主ガイドライン等に入れるべき項目の骨子     | 1 ガイドライン策定の趣旨・背景              |              |      |      |
|                            | 2 ガイドラインの適用範囲                 |              |      |      |
|                            | 3 ヘルスケアサービスの品質を確保するための仕組み     |              |      |      |
|                            | 4 ガイドラインで使用する用語及び定義           |              |      |      |
|                            | 5 想定される仲介者及び利用者               |              |      |      |
|                            | 6 ヘルスケアサービス事業者が遵守すべき事項とその実施体制 |              |      |      |
|                            | 7 保持しておくべきエビデンスの内容とその開示体制     |              |      |      |
|                            | 8 仲介者、利用者に情報提供すべき内容や広告表示のあり方  |              |      |      |
|                            | 9 関係する法令・制度、標準規格、業界自主ガイドライン等  |              |      |      |
|                            | 10 ガイドラインの有効期間                |              |      |      |

### 5.2.3 業界自主ガイドラインに関する会合の開催

2024 年 2 月 16 日に、経済産業省にて業界自主ガイドラインの新規策定又は改訂している業界団体関係者（13 団体 29 名参加）向けに会合を開催した。会合の前半では、経済産業省国際標準化より「サービス分野における標準化推進のポイント」と題して講演を行った。会合の後半では、参加者の所属する業界団体が重ならないようにグループに分かれて、意見交換を実施した。意見交換では、「自己紹介」「ガイドラインを策定したきっかけや背景」「ガイドラインを策定したことによるメリット」「ガイドラインに準拠した商品・サービスが利用者から選ばれているか」「ガイドラインに準拠した商品・サービスが利用者から選ばれるための工夫」「制度の目的である『品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくり』を目指すためには何をすればよいか」の 6 つのテーマを設けた。そして、最後に各グループの代表者に「制度の目的である『品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくり』を目指すためには何をすればよいか」のテーマに関してグループで出てきた意見を共有いただいた。

図表 5-2 業界自主ガイドラインに関する会合の開催

日時：2月16日（金）13時～15時

場所：経済産業省 別館

参加者数：13団体29名（参加いただいた業界団体は右図の通り）

プログラム：

| 時間    | 実施内容                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13:00 | 開会のあいさつ（ヘルスケア産業課）                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 13:05 | 経済産業省国際標準課による講演<br>「サービス分野における標準化推進のポイント」                                                                                                                                                                                                                                   |
| 13:30 | 業界団体同士の意見交換 ※参加者の所属する業界団体が重ならないようにグループに分かれて実施<br>■ 意見交換テーマ（各テーマ10分程度）<br>✓ 自己紹介<br>✓ ガイドラインを策定したきっかけや背景<br>✓ ガイドラインを策定したことによるメリット<br>✓ ガイドラインに準拠した商品・サービスが利用者から選ばれているか<br>✓ ガイドラインに準拠した商品・サービスが利用者から選ばれるための工夫<br>✓ 制度の目的である「品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくり」を目指すためには何をすればよいか |
| 14:40 | 各グループで出てきた意見の共有                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 14:55 | 閉会のあいさつ（ヘルスケア産業課）                                                                                                                                                                                                                                                           |

| 項目  | 参加業界団体                    |
|-----|---------------------------|
| 知/測 | PHRサービス事業協会               |
| 測   | 日本保健指導協会                  |
| 測   | 遠隔健康医療相談適正推進機構            |
| 測   | 遺伝情報取扱協会                  |
| 運動  | 日本フィットネス産業協会              |
| 睡眠  | 日本寝具寝装品協会                 |
| 睡眠  | 睡眠ヘルスケア協議会                |
| 睡眠  | Sleep Innovation Platform |
| 遊・学 | 国際メディカル・コーディネート事業者協会      |
| 癒   | 日本エステティック機構               |
| 癒   | 日本エステティック業協会              |
| 癒   | 日本リラクゼーション業協会             |
| 住   | 日本ホームヘルス機器協会              |

## 5.3 事業の成果

### 5.3.1 業界自主ガイドラインの新規策定支援

西川株式会社による報告書は、参考資料6：西川株式会社「ガイドライン策定に係るヒアリング報告書」を参照。

### 5.3.2 業界自主ガイドラインの改定支援

チェックシートに基づき、改訂されたガイドラインについては、経済産業省 HP に公開予定。

### 5.3.3 業界自主ガイドラインに関する会合の開催

業界自主ガイドラインに関する会合の参加者 29 名に対して、事後アンケートを実施した。

前半の経済産業省国際標準課による講演に対して、「非常に参考になった」「参考になった」と回答した人が、93%だった。後半の業界団体同士の意見交換に対して、「非常に参考になった」「参考になった」と回答した人も、同じく 93%だったが、なかでも特に「非常に参考になった」という意見が 90%と多かった。

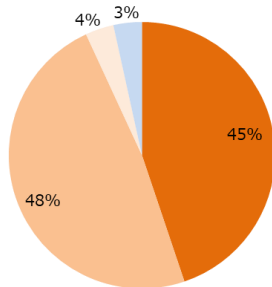
業界自主ガイドラインを改定する予定ですかという質問に対して、「改訂し継続したい」が 73%、「自主ガイドライン以外の施策を含め検討したい」が 20%だった。



図表 5-3 アンケート結果①

Q:経済産業省国際標準課による講演は、今後の業務の参考になりましたでしょうか。(N=29)

1. 非常に参考になった 2. やや参考になった  
3. あまり参考にならなかった 4. 未回答

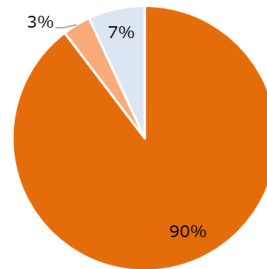


【理由】(一部抜粋)

- ・ ベースとなる考え方を教えていただき、他業種での実例を示していただいたため
- ・ 標準化はヘルスケアガイドラインでも同様であり、考え方を再確認できた
- ・ 標準化の7類型は存じ上げず参考になりました
- ・ 時間が短く理解まで達することが出来なかった
- ・ 短時間でかみ砕けなかった

Q:業界団体同士の意見交換は、今後の業務の参考になりましたでしょうか。(N=29)

1. 非常に参考になった 2. やや参考になった  
3. あまり参考にならなかった 4. 未回答

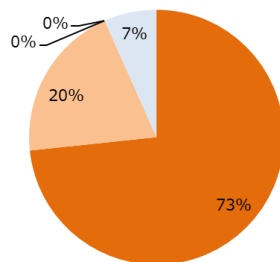


【理由】(一部抜粋)

- ・ 他団体のガイドラインに対する課題や価値を高めるにあたっての問題意識を知ることができた
- ・ 異業種での意見交換で共通の悩みを出し合えて大変有意義であった
- ・ 他業界の取り組みを聞いたり、質問を受けたりする中で、学び・気づきがあった
- ・ 異業種の団体の方々のやり方が考えていたものと大きく違いとても参考になりました

Q:今後も自主ガイドラインを改訂する予定ですか。(N=29)

1. 改訂し継続したい  
2. 自主ガイドライン以外の施策も含め検討したい  
3. 改訂しない可能性がある  
4. 改訂しない  
5. 未回答



【理由】(一部抜粋)

- ・ ニーズや環境・時代変化により、内容を変えていく必要があるため
- ・ 消費者の方へエビデンスを持ったガイドラインに則った適正なサービス・商品の提供を続け、不適切なサービスを排除するためには必要だと考える
- ・ 情報を吸い上げ、継続するよう努めたい
- ・ JIS化を含めて検討してまいります
- ・ これから作成するフェーズ

次年度以降の業界自主ガイドラインに関する会合で、取り上げてほしいテーマや内容については、特に「消費者への認知施策」や「業界団体やその他の成功事例」が多くあった。

図表 5-4 アンケート結果②

Q:次年度以降の業界自主ガイドラインに関する会合で、取り上げてほしいテーマや内容がございましたら自由にご記入ください。

【自由記述】

消費者への認知施策

- ・ガイドラインの認知方法
- ・生活者に浸透したガイドライン実例を事業者より発表
- ・消費者の認知度向上
- ・普及、浸透策
- ・訴求の具体的方法
- ・ヘルスケアガイドラインロゴの認知

業界団体やその他の成功事例

- ・今回の会合を受けて、各団体の成功事例などを共有
- ・定期的な開催により、成功例の共有ができるようにいただければと考えます
- ・品質を認定／認証する仕組み（方法論や事例）
- ・ガイドライン準拠のメリット・施策について
- ・うまくいかなかった事例の共有
- ・国際基準のノウハウ・事例

行政との連携

- ・業界ガイドラインの意義・必要性を高めるための行政との連携
- ・省庁を超えた横の話ができればありがたい
- ・経産省のバックアップ

業界自主ガイドラインの制度

- ・自主ガイドライン（マーク）の広告規制
- ・ガイドラインの緩和あるいは規制の事例施策
- ・自主ガイドラインの位置づけ、規格化など段階がある中かどうか

その他の制度・法律

- ・特保や機能性表示食品のような制度に近いもの
- ・薬機法、景表法など法律について

ガイドラインの作成方法

- ・各団体のガイドライン制作上の工夫

その他

- ・同じテーマでまた参加させていただきたいです

「業界自主ガイドラインに関わらず、品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくりのために我々は何をすべきか」についての会合におけるグループごとの発表とアンケートでの結果を以下の通り、まとめた。

図表 5-5 品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくりの手法

| 手法の類型            | 実施主体 |    |     | 手法の概要                                                                          | 出所        |
|------------------|------|----|-----|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                  | 団体   | 行政 | 消費者 |                                                                                |           |
| 会員企業の獲得          | ●    | ●  |     | どの業界も参入障壁が低いため、悪徳事業者が多く参入している。会員企業やガイドラインに遵守した製品を増やす必要がある。                     | Fグループ     |
|                  | ●    | ●  |     | 質の高い事業者が集まる業界にするために、新規参入の事業者がガイドラインの社会的意義認知・普及させて、業界全体の活動を盛り上げる。               | C・E       |
| 消費者ニーズの吸い上げ・充足   | ●    |    |     | 商品・サービスが消費者に選ばれるために、サービスの多言語対応を行う。                                             | D         |
|                  | ●    |    |     | ガイドライン作成時に、供給者側から出していく認定と、消費者意見をうまく組み合わせていくことが必要である。                           | A         |
| 消費者への信頼拡大        | ●    | ●  |     | （各業界団体のガイドラインを監修・認定している委員が消費者から認知されていないため、）経産省が評価委員の任命をして、その委員が各業界団体の認証制度に携わる。 | F         |
| 消費者へのガイドラインの認知拡大 | ●    | ●  |     | 消費者に各業界にガイドラインがあることを説明し理解してもらう。                                                | C         |
|                  | ●    | ●  |     | 各団体の活動やガイドラインの制度（ロゴマークも含む）を行政のHP上やYouTube、イベントで紹介して、消費者の認知に繋げる。                | D・F・アンケート |
|                  |      | ●  |     | 経産省ガイドラインオリンピックを実施し、制度のPRをきっかけをつくる。                                            | アンケート     |
| 消費者リテラシーの向上      | ●    | ●  | ●   | 消費者リテラシーを向上させる。                                                                | アンケート     |
| 認定制度の新設          |      | ●  |     | 行政が分かりやすいお墨付き（例：モンドセレクション、トクホ）のわかりやすくシンプルな制度を設立して、ある一定のレベルを達成することを促す施策を展開する。   | B・C・アンケート |
|                  |      | ●  |     | 経産省ヘルスケアガイドラインロゴマークの使用緩和をする。                                                   | アンケート     |
| 制度の整備            |      | ●  |     | 景品表示法上、成果や効果を表示できずにグレーな表現しかできないため、あるエビデンスがあれば表現できる表示を明確にする。                    | F         |
|                  |      | ●  |     | 企業への情報公開の徹底（自由化）する。                                                            | アンケート     |
|                  |      | ●  |     | 経営環境に関して優位な状況を作っていくことが必要だと考える。ガイドライン遵守のための補助金や、融資、減税などの政策をお願いできるとよい。           | D         |
| 評価モデル指標の作成       | ●    | ●  |     | お客様の満足度のようなサービスの種類に関わらず評価するモデル・指標をつくる。                                         | B         |

## 5.4 まとめ

①業界自主ガイドラインに取り組んでいる業界団体、②業界自主ガイドラインに取り組んでいない業界団体、③仲介者・消費者の3者の主体の現状と問題、問題の原因を図表5-6に整理した。①の業界団体は、策定したガイドラインを準拠している業界内の企業が少なく、あるいは減っているという問題を抱えている。②に関しては、ガイドラインの策定をしていない業界が複数あるという問題がある。その2つの問題の背景として、業界自主ガイドラインに関する会合のアンケート結果からも出ていた通り、業界団体が業界自主ガイドラインに準拠するメリットが小さいという共通の原因が考えられる。業界団体・企業に対するメリットは、業界自主ガイドラインに準拠する商品・サービスが仲介者・消費者から選ばれることが最たるものであると考える。しかしながら、③仲介者・消費者の問題にも記載されているように、ガイドラインに準拠している商品・サービスに対して、仲介者・消費者が安心を感じて、選んでいる環境になっているは言い難い。このボトルネックとなっている問題を解消することで、①②の業界団体と③仲介者・消費者の問題が解決され、品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれるような環境づくりが進むと考える。

そのため、業界団体やアカデミアへの業界自主ガイドラインが活用されていくためには、業界自主ガイドラインを遵守した業界団体の製品やサービスが③の仲介者・消費者から選択される仕組みを検討する必要がある。

図表 5-6 業界団体と消費者における業界自主ガイドラインに係る問題とその原因

| 主体                                          | 現状                                   | 問題 ※目指す姿と現状のギャップ                                                               | 問題の原因                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| あり方に基づいたガイドライン策定を進めている業界団体                  | 更新するかを悩んでいる業界がある（例：寝具寝装品協会）          | 業界団体が策定したガイドラインを準拠している業界内の企業が少なく（減っている）                                        | ガイドラインを準拠する企業のメリットが小さい<br>業界団体の普及活動が積極的とはいえない、また普及方法にも改善の余地がある<br>業界団体に一部の事業者しか加入しておらず、“業界”を代表している団体とはいえない状態である                                                                                                                     |
|                                             | あり方を準拠しているとして経産省HPで公開されているガイドラインは7件  | 新規・更新が円滑に進んでいない                                                                | 改訂後の「あり方」で記載すべき内容が明確になったため、業界団体がそれに基づいて改訂をするのが難しくなった<br>政策の方向性（業界自主ガイドライン）の目的を理解していない                                                                                                                                               |
| ガイドライン策定を進めていない業界団体                         |                                      | ガイドラインの策定をしていない業界が複数ある                                                         | ガイドラインを準拠する業界・企業のメリットが小さい<br>制度を認知していない                                                                                                                                                                                             |
| 企業にとって最も大きなメリットは、仲介者・消費者から自社の商品・サービスが選ばれること |                                      |                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                     |
| 仲介者・消費者                                     | 品質の確保されたヘルスケアサービスが選ばれる環境になっているとはいえない | <b>ボトルネック（仮説）</b><br>ガイドラインに準拠している商品・サービスに対して、仲介者・消費者が安心を感じて、選んでいる状況にはまだなっていない | 制度に準拠している商品・サービスに対して、安心を感じてもらい、選んでもらう仕掛けになっていない<br>企業がガイドラインを準拠していることを示す見せ方に改善の余地がある<br>業界団体が策定したガイドラインを準拠している業界内の企業が少なく（減っている）ので、選ばない<br>ガイドラインの策定をしていない業界が複数あるので、選ぶとしても選ばない<br>制度・ロゴマークを認知していない（消費者はあくまでもガイドラインだけを認知していればよいかは要議論） |

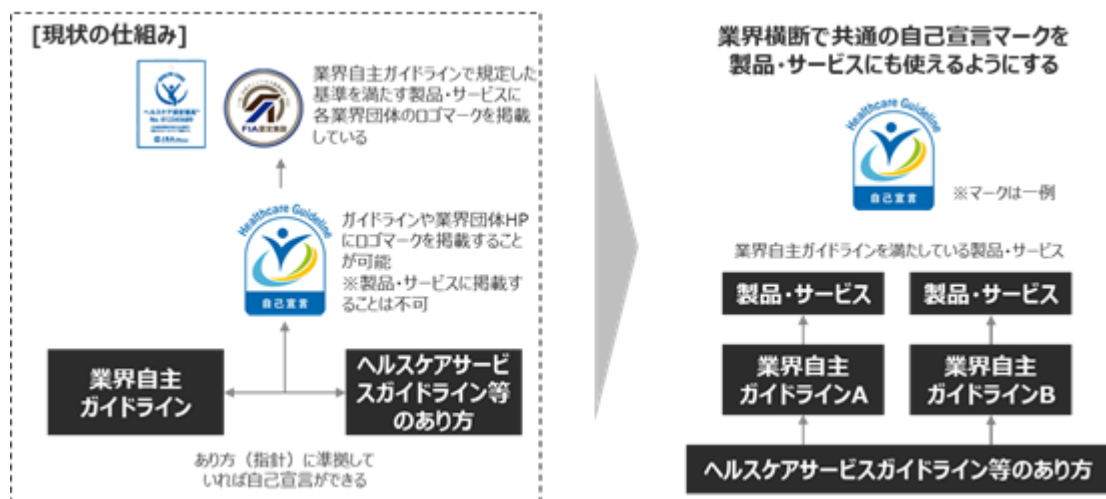
業界自主ガイドラインを遵守した業界団体の製品やサービスが仲介者・消費者から選択されるためには、業界自主ガイドラインの制度に対する認知度や制度に遵守している商品・サービスであれば品質が確保されており安心して利用できるというブランドイメージを確立する必要がある。

現状では、業界自主ガイドラインを策定・改定すると、業界自主ガイドラインや業界団体ホームページに「Healthcare Guideline 自己宣言」のロゴマークを掲載することが可能である。そして、業界団体は、「Healthcare Guideline 自

己宣言」のロゴマークは、業界自主ガイドラインで規定した基準を満たす製品・サービスに直接掲載することはできず、代わりに各業界団体のロゴマークを掲載している。

しかし、業界団体ごとにロゴマークが作られることで、ヘルスケアサービスに係るロゴマークが増え続け、その結果世の中に仲介者・消費者から認知されることが難しくなることが考えられる。そのため、業界自主ガイドラインに遵守した製品・サービスに対しては、業界横断で共通の自己宣言マークを掲載できるような仕組み（図表 5-7）が必要である。

図表 5-7 業界自主ガイドラインを遵守した業界団体の製品やサービスが選択される仕組みの案



以上

## 参考資料

参考資料1：株式会社 e-MOTIONS「笑いと運動によるフレイル予防促進の調査検証」

参考資料2：株式会社 JTB 総合研究所「地域資源（温泉）を活用したヘルスツーリズム創出実証」

参考資料3：そらいいな株式会社「離島地域におけるドローンによる処方薬配送モデルの検討」

参考資料4：株式会社北海道二十一世紀総合研究所

「商業施設や企業との共創による、働く世代の健康無関心層向けの「医療機関の新ビジネス」創出実証」

参考資料5：ネットパイロティング株式会社「米国プライマリケアビジネス実態調査」

参考資料6：西川株式会社「ガイドライン策定に係るヒアリング報告書」



笑いと運動による  
フレイル予防促進の調査検証  
事業実施報告書

株式会社e-MOTIONS

2024年2月29日

# 概要

- 本検証では、株式会社e-MOTIONsが持つプロのトレーナーが行うエビデンスに基づく運動指導ノウハウと、株式会社ミレニアの持つ効果的な自治体事業運営ノウハウを基に、吉本興業所属の「住みます芸人」によるエンターテインメント要素を掛け合わせることで、**健康無関心層・無意識層が『自ら参加したくなる、楽しい運動教室/フレイル予防プログラム』の構築を目指し、地域の保健・予防事業の啓発力の向上と市民の参加率・継続率の増加を目指した効果検証を実施し、次年度以降における本検証内容の水平展開に向けたプログラム構築を図る。**
- また、「笑い」の要素が健康や認知機能にもたらすプラスの効果は医学的にも示されているところであるが、本検証では、未病・予防領域における社会実装実績では国内トップレベルのミレニアが持つ認知機能の定量評価技術『あたま健康チェック®』を活用し、「身体機能の維持」のみならず、**社会課題である認知症予防を目指した「認知機能の維持・向上」に関する効果検証も実施した。**

## 参加団体とその役割

### ➤ 株式会社e-MOTIONs

- ・ プロジェクトリーダーとして、本検証全体の企画・運営を統括し連携団体との調整も担当。
- ・ 運動プログラムの立案、運動指導が行えるトレーナーの教育と派遣、運動教室の企画・運営を担当。

### ➤ 株式会社ミレニア

- ・ もの忘れの訴えのない健康な方から受けられる、国内初の認知機能スケール「あたまの健康チェック®」を提供。
- ・ アンケート調査項目の立案、PHRアプリ「NOBORI」との連携基盤の提供。
- ・ 自治体事業受託実績に基づく効果的な運営ノウハウ・ツールを提供。

### ➤ 吉本興業株式会社

- ・ 運動教室での演出企画提案。
- ・ 秋田県住みます芸人「きり亭たん方」ならびに「ちえす」、山形県住みます芸人「ソラシド」、兵庫県住みます芸人「モンスーン」の派遣。

### ➤ 株式会社SMILE PLACE

- ・ 宝塚市エリアにおける周知活動、自治体との調整、トレーナー派遣ならびに運動教室運営を担当。



# 事業内容

募集要項：3都市の市内在住の65歳以上の要介護認定を受けていない方

3カ月間（週1回、計6回）の運動教室に参加できる方

本調査検証への参加同意をいただける方

参加者数：88名（予定人数100名）

実証期間：2023年10月17日～2023年12月28日

会場：

【山形市】山形市中央公民館（山形県山形市七日町1-2-39）

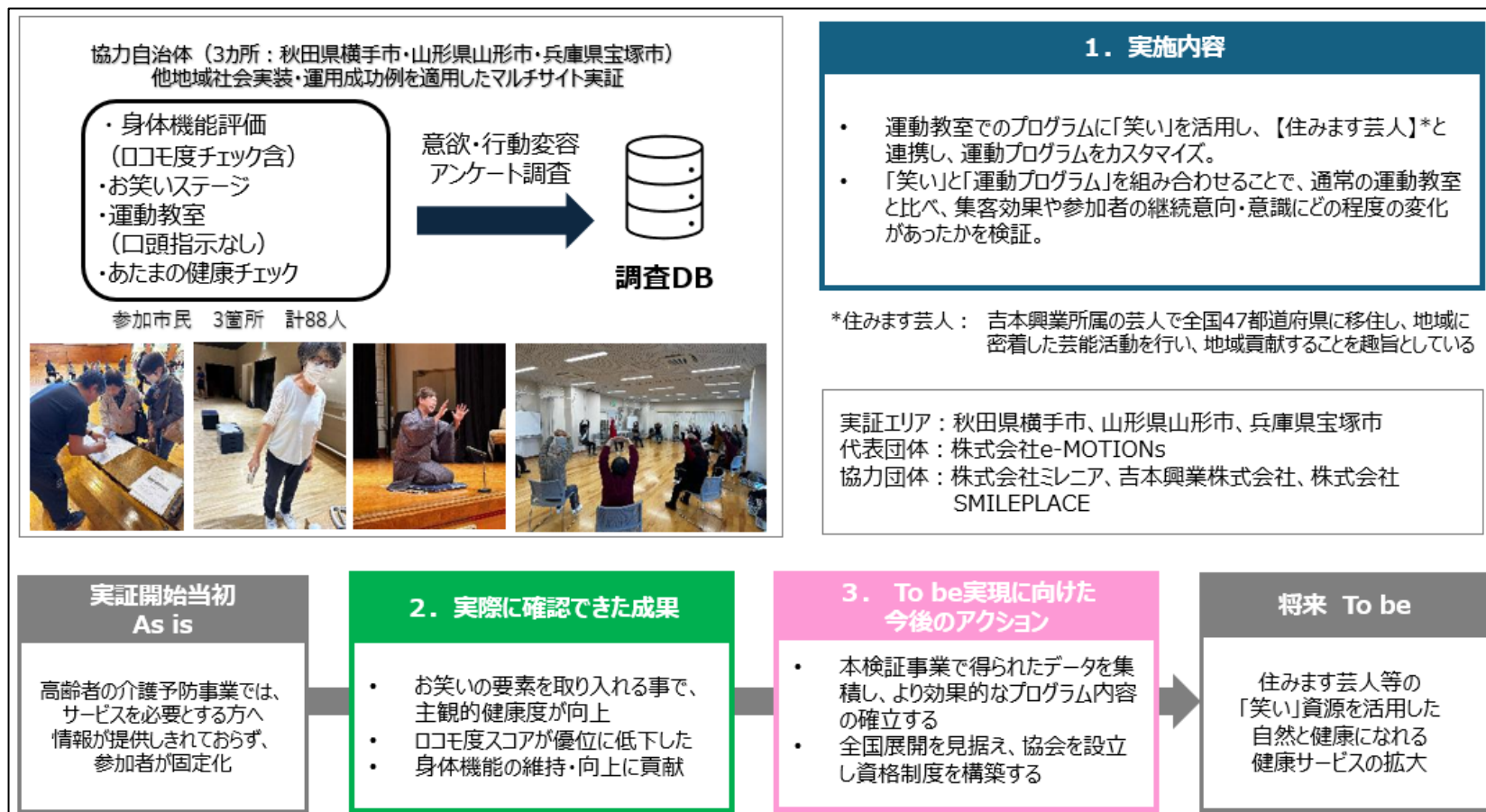
山形市総合スポーツセンター（山形県山形市落合町1）

【横手市】平鹿体育館（秋田県平鹿町浅舞字覚町後131-2）

浅舞地区交流センター講堂（秋田県平鹿町浅舞字覚町後140）

【宝塚市】宝塚市立中央公民館（兵庫県宝塚市末広町3-53）

## 事業の全体像





## 既存の介護予防事業モデルとの特異点

お笑い芸人と一緒に運動



「お笑い」が持つエンタメ要素によって、運動に苦手意識も持つ層や、健康無関心層に対して興味を持たせ、参加を促す。

口頭指示を伴わない運動指導



口頭指示が無い為、労作感無く教室が進められる。また、視覚情報は左脳系、聴覚情報は右脳系で処理される為、脳機能の活性化が期待出来る。

「運動機能」と「認知機能」の  
両面からアプローチ



通常の介護予防事業では、身体機能が認知機能かのどちらかに対する介入となるが、両方事業として実施可能なモデルである。

介入事業、把握事業の  
両面で実施可能



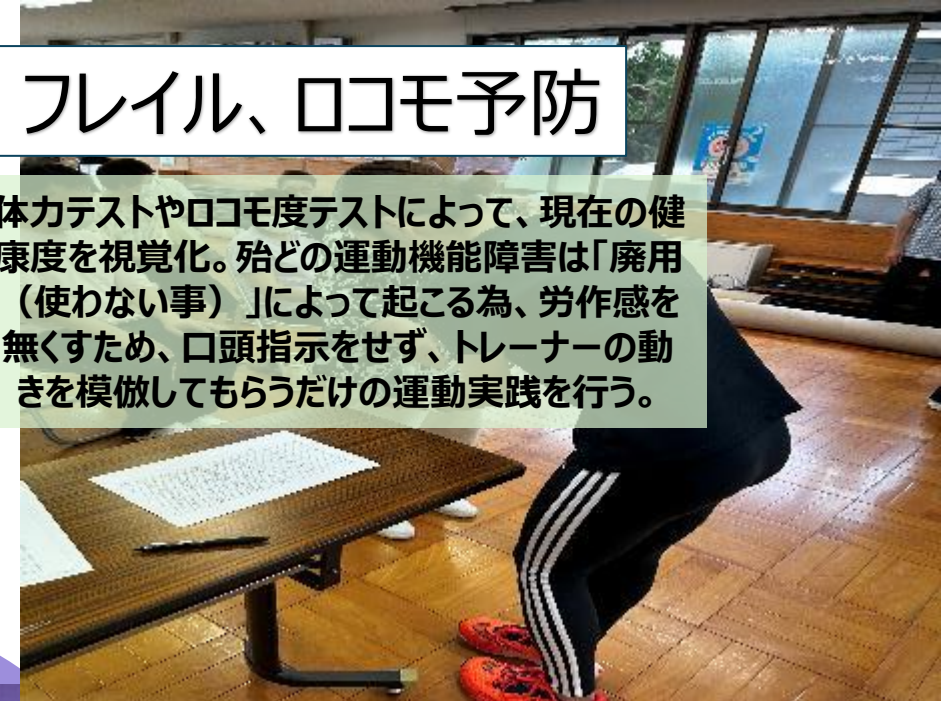
単回・複数回での実施、評価項目の選定によって、介護予防教室の実施としては勿論、実施前の実態把握事業としても実施が可能。



カラダ

フレイル、ロコモ予防

体カテストやロコモ度テストによって、現在の健康度を視覚化。殆どの運動機能障害は「廃用（使わない事）」によって起こる為、労作感を無くすため、口頭指示をせず、トレーナーの動きを模倣してもらうだけの運動実践を行う。



認知機能評価

「あたまの健康チェック」により、認知症になる以前の物忘れ程度の認知機能の低下まで可視化。

目に見えずらい「認知機能」の定期的なチェックの重要性を自覚。

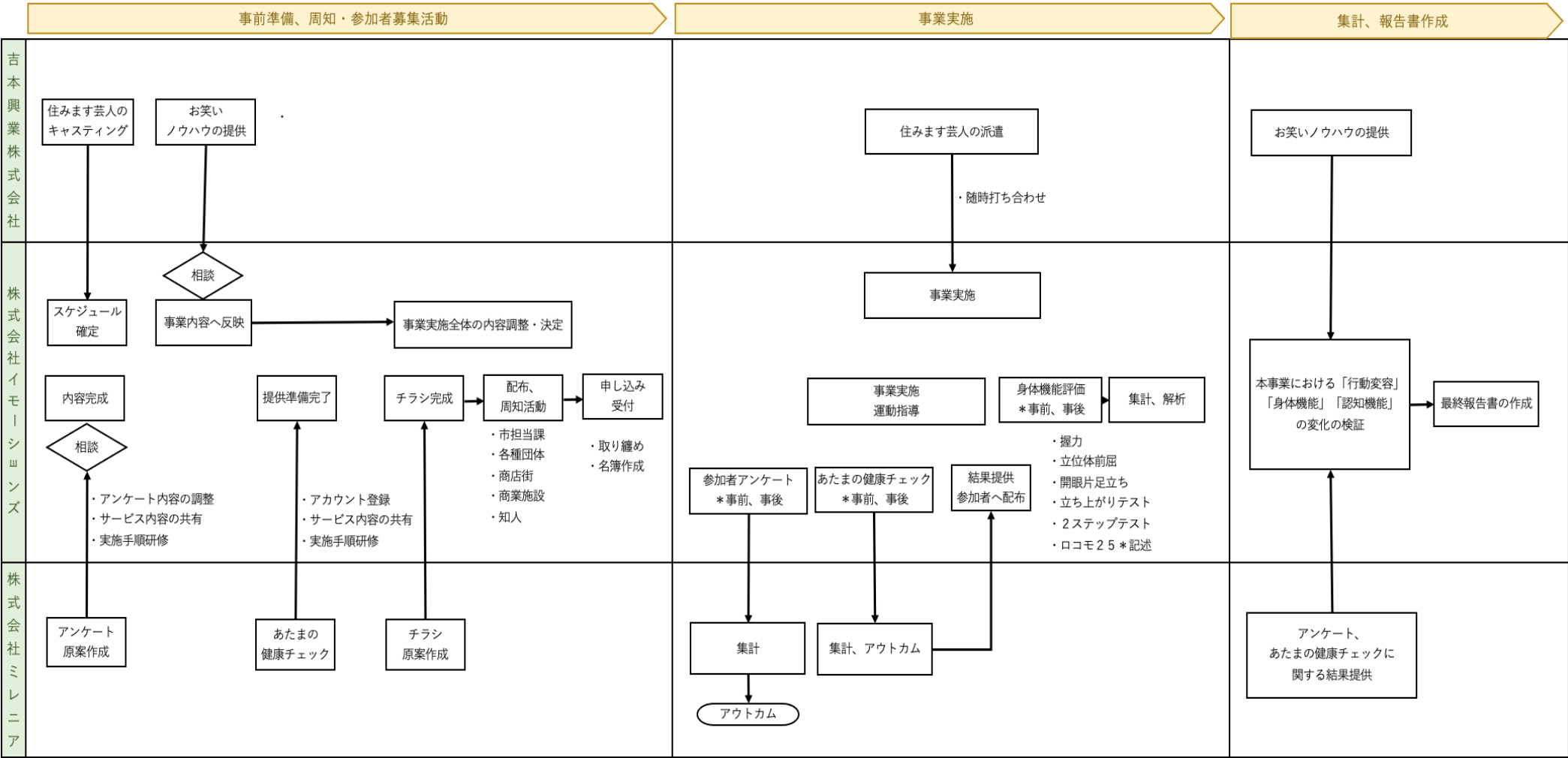
アタマ

ココロ

行動変容

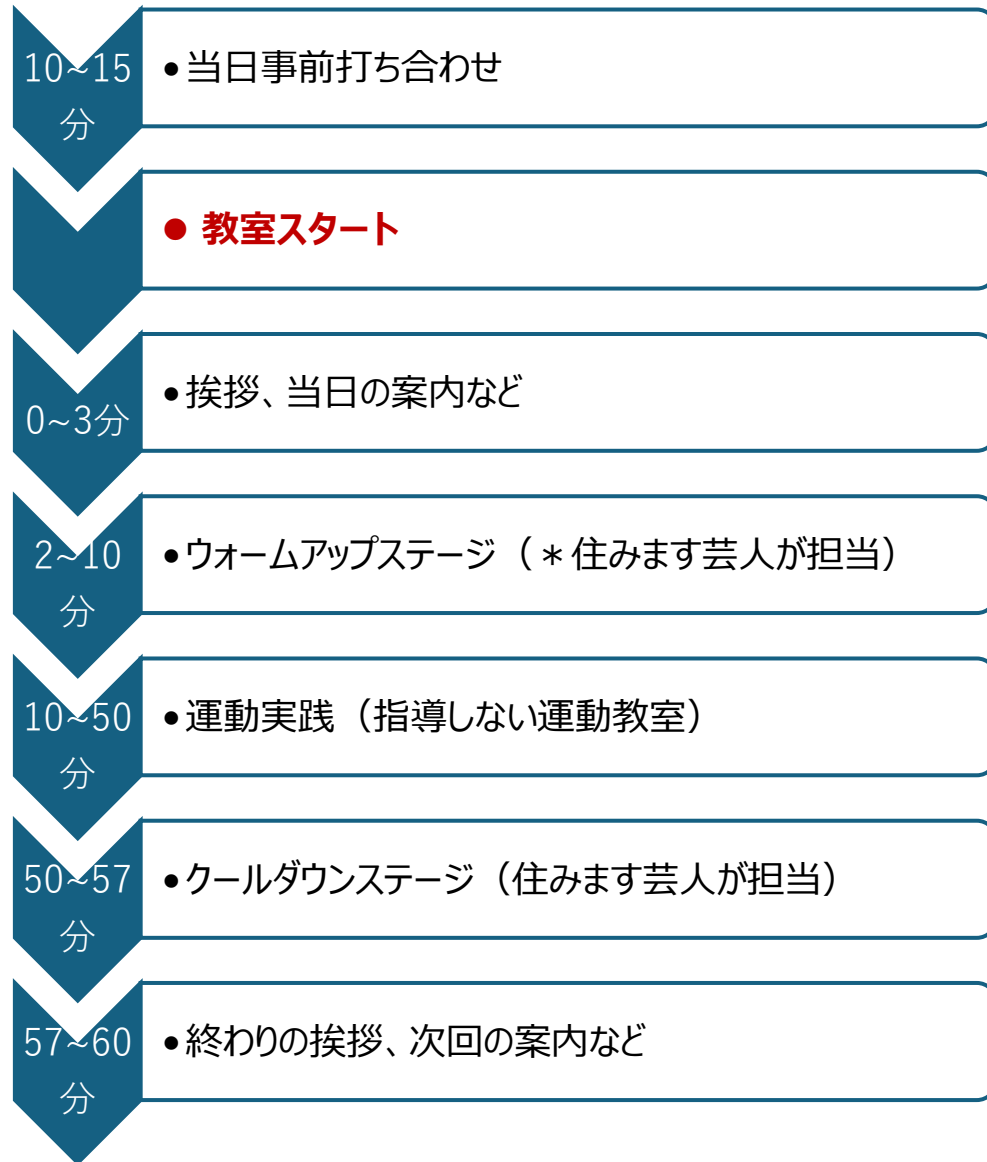
「お笑い」がある事で、参加に対する心理的な障壁を低下させる。また、笑うという行動自体が体調（主観的健康度）を良くするというエビデンスも多くあり、参加するだけで体調が良くなる、という空間を作り上げる。

事業フロー



## 1-1実施事項

### 実施スケジュール



## 1-2効果検証方法

### 評価項目

#### ①身体機能評価（前後比較）＊会場にてトレーナーが実施

- 立位体前屈（柔軟性）
  - 開眼片足立ち（平衡性）
  - 握力（筋力）
  - 立ち上がりテスト（下肢筋力）
  - 2ステップテスト（歩行能力）
  - ロコモ25（介護危険度）
- ＊全項目初月、3ヶ月目の2回実施

#### ②認知機能評価（前後比較）＊コールセンターより電話で実施

- あたまの健康チェック（初月・3ヶ月目の2回実施）

#### ③アンケート（前後比較）＊会場にて実施

- アンケート（初回・終回の2回実施）

#### ④主観的健康度（全体推移）＊会場にて実施

- 5段階調査票（毎回取得）

#### ⑤定着率（全体推移）＊会場にて実施

- 申込者に対する当日参加者の割合

## 総評：①身体機能評価、④主観的健康度推移

- 身体機能評価については、事後評価を初回評価実施者のみ行った為、標本数が少なく数値にばらつきが出てしまい、比較が困難な項目が多かった。
- 主観的健康度（体調）は3都市全てにおいて維持・向上が見られた。
- 下肢・上肢筋力、歩行能力、は向上を示したが、上肢筋力は低下が見られた。
- 口コミ25は記述式であり、カットオフ値の16に対して初回平均値が男性4.5、女性5.9とかなりの低値を示していた為、特に女性群で数値は上昇したが正常範囲内で留まっている。

### ➤ 主観的健康度（体調）推移：平均

| 項目：平均 | 第1回  | 第2回  | 第3回 | 第4回  | 第5回  | 第6回  |
|-------|------|------|-----|------|------|------|
| 横手市   | 2.3  | 1.7  | 2.0 | 1.7  | 1.4  | 1.3  |
| 山形市   | 2.2  | 2.2  | 1.6 | 1.8  | 2.0  | 1.7  |
| 宝塚市   | 2.6  | 2.3  | 2.4 | 2.4  | 2.7  | 2.6  |
| 3都市全体 | 2.36 | 2.06 | 2.0 | 1.96 | 2.03 | 1.86 |

\*【評価尺度】1：とても良い 2：良い 3：ふつう 4：あまり良くない 5：良くない



➤ 体力測定：3都市全体

| 項目       |            | 開眼片足立ち(秒)             | 立位体前屈(cm)  | 握力(kg)                | 2ステップ°(cm) |
|----------|------------|-----------------------|------------|-----------------------|------------|
| 初回<br>男性 | 平均値<br>標本数 | 右：43.9 / 左：35.3<br>10 | 4.1<br>10  | 右：32.1 / 左：32.3<br>10 | 233<br>12  |
| 終回<br>男性 | 平均値<br>標本数 | 右：57.7 / 左：36.7<br>9  | 2.5<br>9   | 右：40.5 / 左：41.2<br>9  | 262<br>11  |
| 項目       |            | 開眼片足立ち(秒)             | 立位体前屈(cm)  | 握力(kg)                | 2ステップ°(cm) |
| 初回<br>女性 | 平均値<br>標本数 | 右：30.4 / 左：29.9<br>35 | 0.51<br>35 | 右：22.8 / 左：20.6<br>35 | 193<br>62  |
| 終回<br>女性 | 平均値<br>標本数 | 右：34.6 / 左：36.8<br>28 | 7.76<br>28 | 右：21.9 / 左：20.9<br>30 | 222<br>46  |

## ➤ 体力測定：3都市全体

| 立ち上がりテスト       | 片足40cm | 両足10cm | 両足20cm | 両足30cm |
|----------------|--------|--------|--------|--------|
| 初回男性<br>標本数：13 | 6      | 4      | 3      | 0      |
| 終回男性<br>標本数：11 | 7      | 2      | 2      | 0      |
| 初回女性<br>標本数：57 | 28     | 17     | 8      | 4      |
| 終回女性<br>標本数：45 | 23     | 12     | 7      | 3      |

|                |       | ロコモ25スコア*記述 |
|----------------|-------|-------------|
| 初回男性<br>標本数：14 | 平均スコア | 4.5 : 14    |
| 終回男性<br>標本数：9  |       | 2.9 : 9     |
| 初回女性<br>標本数：59 |       | 5.9 : 59    |
| 終回女性<br>標本数：46 |       | 6.7 : 46    |

## 測定方法と対応する体力構成要素

【身体機能】 会場にてトレーナーが計測を担当、教室参加前後で評価を行い、結果票を紙面で提供。

- 立位体前屈〔柔軟性、動的安定性〕
  - 立位姿勢から前方に上体を倒し、床と指先の距離を測定。低値ほど身体機能が高い。
- 開眼片足立ち〔平衡性〕
  - 目を開いた状態で両手を腰に当て、安定して片足で立てた秒数を記録する。（左右）
  - \* 最大値＝60秒。高値ほど身体機能が高い。
- 握力〔筋力＊上肢〕
  - 両足を揃えて立った状態から握力計を握り、把持した最大値を記録する。高値ほど身体機能が高い。（左右）
- 立ち上がりテスト（ロコモ度テスト）〔筋力＊下肢〕
  - 40cm,30cm,20cm,10cmの台から、両足・片足で立ち上がれるかを測定。立ち上がった最も低い高さを記録する。
  - 片足、低値であるほど身体機能が高く、ロコモ度リスクが低い。
- 2ステップテスト（ロコモ度テスト）〔歩行能力〕
  - 両足を揃えた状態から2歩踏み出し両足を揃え、その距離を記録する。高値ほど身体機能が高く、ロコモ度リスクが低い。
- ロコモ2.5＊記述（ロコモ度テスト）
  - \* ロコモ度テスト＝日本整形外科学会が提唱する、3種類のテスト結果によりロコモティブシンドロームのリスクを判定するもの。
  - 所定の記録用紙を準備し、思い当たる項目にチェックを付けスコアリングする。低値程ロコモ度リスクが低い。
  - \* 最大値0、最低値100、カットオフ値16



総評：②認知機能評価

- 参加総数88名の内、70名が受検した。受検者70名の内、初回・終回の2回とも受検出来た受検者36名の60%以上で認知機能の改善が確認された。
- 認知機能低下群14名では、「ボランティア等の地域活力に参加している率が低い」という特徴が見られた。
- 認知機能低下群14名の内、100%(14名)が元気な頃からの認知機能チェックが予防意識・意欲の向上に繋がると回答し、87%（12名）が定期的な再チェックを希望した

| 項目                                         | 初回                          | 終回                           |
|--------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| <u>認知機能：</u><br>全数（男/女）<br>正常(男/女)：低下(男/女) | 70件(14/56)<br>(12/48)：(2/8) | 39件(9/30)<br>35(7/28)：4(2/2) |
| 60歳代（男/女）<br>正常(男/女)：低下(男/女)               | 15件(6/9)<br>(6/9)：(0/0)     | 7件(4/3)<br>7(4/3)：0(0/0)     |
| 70歳代（男/女）<br>正常(男/女)：低下(男/女)               | 42件(3/39)<br>(2/34)：(1/5)   | 25件(2/23)<br>24(1/23)：1(1/0) |
| 80歳代以上（男/女）<br>正常(男/女)：低下(男/女)             | 13件(5/8)<br>(4/5)：(1/3)     | 7件(3/4)<br>4(2/2)：3(1/2)     |

## 認知機能評価方法、アンケート収集方法

### 【認知機能】あたまの健康チェック®

日時予約制による電話での評価を実施し、紙面で結果レポートを提供した。

### 【アンケート】

教室の所回と終回において、心身の状態や参加動機、ライフスタイル、予防知識や予防意欲等に関する調査に対して参加者には紙面回答を受けた後、アンケートシステムへ入力の上集計を行った。

## 総評：④アンケート調査（前後比較）

|     | 初回 | 終回 |
|-----|----|----|
| 回答数 | 79 | 63 |

- 市の健康相談窓口を利用してみたいと、回答する率が53ポイント上昇
- 市が実施する保健指導、栄養指導を受けてみたい、と回答する率が54ポイント上昇
- 市の健康づくり・介護予防教室に参加してみたい、と回答する率が50ポイント上昇
- 毎日の活動量や周囲に対する関心が高まった、と回答する率が38ポイント上昇
- 毎日の生活が退屈だと感じる事が減った、と回答する率が70ポイント上昇
- 家にいるより外出したり何か新しいことをしたい、と回答する率が79ポイント上昇
- 終回アンケートに回答した63名（100%）が、自身の健康づくりに関心が高まったと回答
- 終回アンケートに回答した54名（87%）が、この運動教室以外で健康維持・増進のために意識的に運動するようになったと回答

## 総評：⑤参加者数

- 事業採択から事業終了までの期間が短く、実証・検証期間を確保する為に周知・申込期間を短かくせざるを得なかった（周知、募集期間約2週間）。しかしながら、この短期間の中でも90名近くの参加者を集められた事は、本プログラムに対する興味・関心の高さが伺えた。
- 3会場とも、事前申込段階では、10～20名程度の申し込みであったが、回を重ねるごとに友人や知人を誘って参加する参加者が増えたことで、終了時点では、3倍近くの参加者となった会場もあった。
- 途中離脱者や1回のみの参加者は、各会場1～5名発生したが、会場での聞き取りによると、当初より予定が入っていた日程であったなどの理由が主であった。
- 募集の際、特定の団体や既存事業の参加者を中心に声かけを行った宝塚市に比べて、複数のコミュニティや団体に声かけを行った横手市、山形市が、事業開始時の申込人数は少なかったが、最終的には先行した宝塚市を上回る結果となった。この事は、多方面、他属性に対して周知活動を行う事の重要性を示唆するものであった。
- 他の介護予防事業では、参加者が回を追うごとに増えることはあまり見られず、『エンタメ化』したことが、友人・知人を誘って一緒に参加したいという気持ちに作用したとも考えられる。この点は、他の介護予防事業のプログラムとは異なる特徴としての参加に対する訴求につながると考えられる。

|           | 参加者<br>(事前申込) | 通期参加<br>全ての回に出席 | 途中参加 | 途中離脱<br>(1回のみの参加も含む) |
|-----------|---------------|-----------------|------|----------------------|
| 横手市：33人   | 17人           | 7人              | 16人  | 4人                   |
| 山形市：30人   | 11人           | 4人              | 19人  | 1人                   |
| 宝塚市：25人   | 19人           | 10人             | 6人   | 5人                   |
| 3都市全体：88人 | 47人           | 21人             | 41人  | 10人                  |

# 考察

- 今回の事業では、「お笑い芸人の活用」「口頭指示を伴わない運動指導」という、従来の健康づくり・介護予防事業とは一線を画す取り組みを全国3箇所で実施し、身体活動に対する不快の要素を打ち消し、事業そのものを『エンタメ化』する事で、自治体が健康づくり・介護予防事業を行う上で最も課題となっている健康・運動無関心層の取り込みを目指した。
- 事業採択から事業開始までが短期間であった為、周知・募集活動に十分な時間が掛けられず、健康無関心層の取り込みまでは至らなかった。また、今回のプログラムでは「お笑い」と「運動指導」のパートを分けて実施を行ったが、より一体感を持たせるためにお笑いと運動指導を一体化したプログラムを開発する必要があるのではないかというコメントもあった。3ヶ月隔週での実施という身体機能の維持・向上に資する頻度に満たない実施であった事による、身体機能の向上が見られなかった事や、身体機能評価などに時間がかかるといった点の改善は課題として挙げられる。
- 他方で、参加者の変化として、主観的健康度は全会場で維持・向上したことが確認でき、アンケート結果では回答した全員が健康づくりへの関心が高まったという結果が得られた。事業そのものを『エンタメ化』することは、主観的健康感や健康づくりへの関心を高めることに寄与する、また、友人などを誘う参加者もあり、回を追うごとに参加者が増えていったことも確認できた。これらは、単に運動指導のみを行う介護予防事業とは大きく異なる点であり、プロモーション方法によっては、健康無関心層の取り込みに資するものであると考えられ、従来の健康づくり・介護予防事業への参加が必要な方を『誘導』する事業としての可能性が示唆された。
- このことから、今後の課題として、①プログラムのネーミングや周知方法、実施場所、内容といったプログラム自体の精緻化と、②実証事業・把握事業として、また運動器・認知機能改善など、地域支援事業を含めた介護予防事業における位置づけを明確にすることが必要と考える。
- 今後は、自治体の介護予防施策の有用なモデルとなるように、健康無関心層の行動変容に関する調査とプログラム内容自体の精緻化を進める。

# 今後の事業化に向けた課題

## ①プログラム内容の精緻化

- 本プログラムは「お笑い」というエンタメ要素を取り入れながらも、真に介護予防（ロコモ・フレイル・認知症）に資するエビデンスに基づいた内容である、という事が一番のポイントであるが、エビデンスの打ち出し（データや根拠）がより必要であると思われる。また、自治体向けのプログラムを想定している為、公費を使用するに相応しいプログラム内容、エビデンスの提示、ネーミングの再考が必要となる。
- プログラムは、お笑いと運動実践のみを指すのでは無く、無関心層を取り込む為の募集活動や会場の選定方法、事業後の活動継続のフォローアップまでを一気通貫で行う事を想定している。**プログラム内容の精緻化と並行して、地域の介護予防に資する再現性の高いプログラムを提供出来る環境を構築する為に、普及・教育までを見据え、効果と質の担保の側面からも、有資格制度とする事が望ましいと考えられる。**

## ②ビジネスモデルの確立

- 市区町村単位で行われている健康づくり・介護予防事業では、大きく分けて「身体機能維持・向上」「認知機能維持・向上」といった介入事業、「行動変容」「身体機能・認知機能評価」に分けられ、今回の取り組みでは介入事業として大きな成果は得られなかったが、把握事業として貢献出来る可能性は示された。**今後はプログラムを内容を精緻化し介入事業としても機能させる事で、既存事業で不足している運動無関心層の参加を促しながら本質的な介護予防が出来るモデルとして、市区町村の健康づくり、介護予防事業に採用される可能性が高いと考える。**
- 通常、市区町村単位の健康づくり・介護予防事業では、年度で決められた予算内での実施となり、KGIやKPIといった達成目標とはかけ離れた実施内容（頻度、人数、期間など）となっている場合が殆どである。本体、予防とは「その事態が起きない様、前もって防ぐ事」と定義されており、組まれた予算内で実施するという性質のものではない。そのような観点からも、全国の自治体で本質的な介護予防が出来ている自治体は殆ど無いと考えられる。**PFSやSIBといった、成果に連動した形での取り組みを提案し、こちらが事業の実施から評価、予算取りまでを一気通貫して担う事で自治体の業務負担を軽減しながら介護予防・健康づくり事業が実施可能な事を提案し、事業採択に繋げる。**



# 本モデルの今後の展開



「エンターテインメント」の  
要素を取り入れた  
エビデンスに基づいた  
画期的な運動プログラム

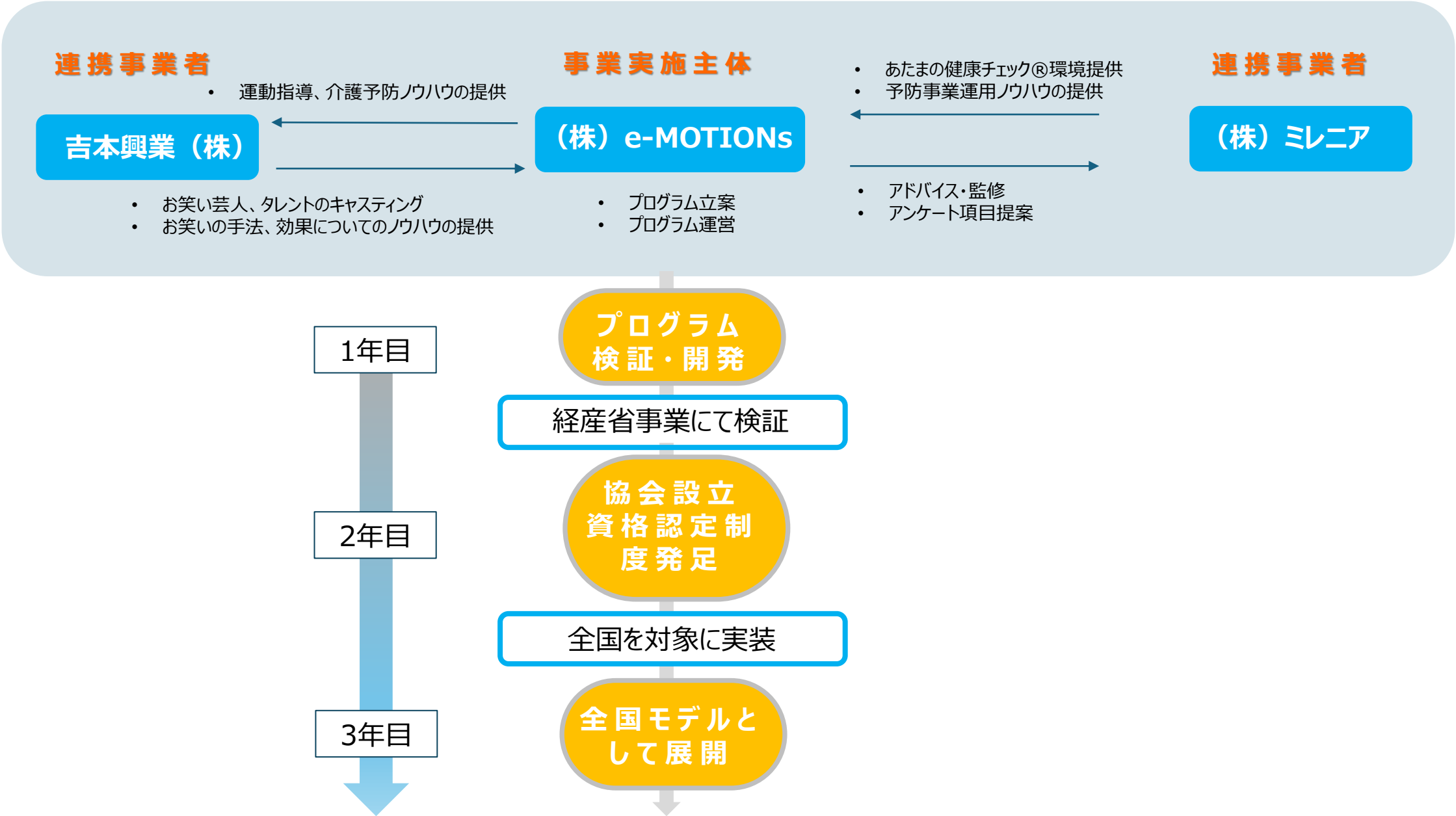


自治体向けの健康づくり・介護予防  
(総合事業、一般介護予防)  
に対するパッケージサービスの構築、  
提供



協会設立、有資格制度とし、  
本プログラムの  
教育、普及活動を展開

# 事業者毎の役割と今後の展開像





# 参考資料

## 実証実施スケジュール

| 実施内容                                          | 横手市会場<br>住みます芸人：<br>きり亭たん方 / ちえす | 山形市会場<br>住みます芸人：<br>ソラシド | 宝塚市会場<br>住みます芸人：<br>モンsoon |
|-----------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 教室の説明、挨拶<br>体力測定、アンケート<br>あたまの健康チェック®予約       | ①10/19(木) 9:30 – 11:30           | ①10/18(水) 9:30 – 11:30   | ①10/17(火) 9:30 – 11:30     |
| 測定結果のお渡し<br>体力測定、アンケート*初回欠席者<br>お笑い×運動 プログラム① | ②11/2(木) 10:00 – 11:00           | ②11/1(水) 10:00 – 11:00   | ②10/31(火) 10:00 – 11:00    |
| お笑い×運動 プログラム②                                 | ③11/16(木) 10:00 – 11:00          | ③11/15(水) 10:00 – 11:00  | ③11/14(火) 10:00 – 11:00    |
| お笑い×運動 プログラム③                                 | ④11/30(木) 10:00 – 11:00          | ④11/29(水) 10:00 – 11:00  | ④11/28(火) 10:00 – 11:00    |
| 体力測定、アンケート<br>あたまの健康チェック®予約                   | ⑤12/14(木) 10:00 – 11:00          | ⑤12/13(水) 10:00 – 11:00  | ⑤12/12(火) 10:00 – 11:00    |
| 測定結果のお渡し<br>お笑い×運動 プログラム④                     | ⑥12/28(木) 9:30 – 11:30           | ⑥12/27(水) 9:30 – 11:30   | ⑥12/26(火) 9:30 – 11:30     |

## 測定方法①

【身体機能】 会場にてトレーナーが計測を担当、教室参加前後で評価を行い、結果票を紙面で提供。

- 立位体前屈〔柔軟性、動的安定性〕
  - 立位姿勢から前方に上体を倒し、床と指先の距離を測定。低値ほど身体機能が高い。
- 開眼片足立ち〔平衡性〕
  - 目を開いた状態で両手を腰に当て、安定して片足で立てた秒数を記録する。（左右）
  - \* 最大値＝60秒。高値ほど身体機能が高い。
- 握力〔筋力＊上肢〕
  - 両足を揃えて立った状態から握力計を握り、把持した最大値を記録する。高値ほど身体機能が高い。（左右）
- 立ち上がりテスト（ロコモ度テスト）〔筋力＊下肢〕
  - 40cm,30cm,20cm,10cmの台から、両足・片足で立ち上がれるかを測定。立ち上がった最も低い高さを記録する。
  - 片足、低値であるほど身体機能が高く、ロコモ度リスクが低い。
- 2ステップテスト（ロコモ度テスト）〔歩行能力〕
  - 両足を揃えた状態から2歩踏み出し両足を揃え、その距離を記録する。高値ほど身体機能が高く、ロコモ度リスクが低い。
- ロコモ2.5＊記述（ロコモ度テスト）
  - \* ロコモ度テスト＝日本整形外科学会が提唱する、3種類のテスト結果によりロコモティブシンドロームのリスクを判定するもの。
  - 所定の記録用紙を準備し、思い当たる項目にチェックを付けスコアリングする。低値程ロコモ度リスクが低い。
  - \* 最大値0、最低値100、カットオフ値16

## 測定方法②

### 【認知機能】あたまの健康チェック®

日時予約制による電話での評価を実施し、紙面で結果レポートを提供した。

### 【アンケート】

教室参加前後において、心身の状態や参加動機、ライフスタイル、予防知識や予防意欲等に関する調査に対して参加者には紙面回答を受けた後、アンケートシステムへ入力の上集計を行った。

## 主観的健康度調査シート

今日の調子を教えてください

1

よい



2

まあよい

3

ふつう



4

あまり  
よくない

5

よくない



当日受付時に毎回聴取。当日の健康度を指差しにて回答して頂いた。

➤ 体力測定（都市別）：横手市

| 項目       |            | 開眼片足立ち(秒)             | 立位体前屈(cm)  | 握力(kg)                | 2ステップ(cm) |
|----------|------------|-----------------------|------------|-----------------------|-----------|
| 初回<br>男性 | 平均値<br>標本数 | 右：60 / 左：60<br>2      | 5<br>2     | 右：34.6 / 左：32.1<br>2  | 254<br>4  |
| 終回<br>男性 | 平均値<br>標本数 | 右：58.9 / 左：25.9<br>1  | 0<br>1     | 右：41.5 / 左：42<br>1    | 301<br>3  |
| 項目       |            | 開眼片足立ち(秒)             | 立位体前屈(cm)  | 握力(kg)                | 2ステップ(cm) |
| 初回<br>女性 | 平均値<br>標本数 | 右：31.4 / 左：30.4<br>14 | 3.33<br>14 | 右：24.4 / 左：21.5<br>14 | 208<br>23 |
| 終回<br>女性 | 平均値<br>標本数 | 右：31.4 / 左：30.4<br>14 | 3.33<br>14 | 右：24.4 / 左：21.5<br>14 | 208<br>23 |

➤ 体力測定（都市別）：横手市

| 立ち上がりテスト       | 片足40cm | 両足10cm | 両足20cm | 両足30cm |
|----------------|--------|--------|--------|--------|
| 初回男性<br>標本数：2  | 1(50%) | 0      | 1(50%) | 0      |
| 終回男性<br>標本数：3  | 2(67%) | 0      | 1(32%) | 0      |
| 初回女性<br>標本数：18 | 7(39%) | 9(50%) | 2(11%) | 0      |
| 終回女性<br>標本数：18 | 9(50%) | 6(33%) | 3(17%) | 0      |

|                |       | ロコモ25スコア*記述 |
|----------------|-------|-------------|
| 初回男性<br>標本数：3  | 平均スコア | 3           |
| 終回男性<br>標本数：3  |       | 3.3         |
| 初回女性<br>標本数：21 |       | 7.6         |
| 終回女性<br>標本数：18 |       | 6.6         |

➤ 体力測定（都市別）：山形市

| 項目   |            | 開眼片足立ち(秒)            | 立位体前屈(cm) | 握力(kg)               | 2ステップ(cm) |
|------|------------|----------------------|-----------|----------------------|-----------|
| 初回男性 | 平均値<br>標本数 | 右：15.9 / 左：14.6<br>2 | 13<br>2   | 右：34.5 / 左：34.5<br>2 | 238<br>2  |
| 終回男性 | 平均値<br>標本数 | 右：34 / 左：28<br>1     | 0<br>1    | 右：47 / 左：47<br>1     | 235<br>1  |
| 項目   |            | 開眼片足立ち(秒)            | 立位体前屈(cm) | 握力(kg)               | 2ステップ(cm) |
| 初回女性 | 平均値<br>標本数 | 右：48.8 / 左：46.9<br>8 | 0<br>8    | 右：23.5 / 左：20.4<br>8 | 188<br>26 |
| 終回女性 | 平均値<br>標本数 | 右：38.5 / 左：45.5<br>4 | 13<br>4   | 右：22.4 / 左：20.3<br>5 | 186<br>16 |



## ➤ 体力測定（都市別）：山形市

| 立ち上がりテスト       | 片足40cm  | 両足10cm | 両足20cm  | 両足30cm |
|----------------|---------|--------|---------|--------|
| 初回男性<br>標本数：2  | 2(100%) | 0      | 0       | 0      |
| 終回男性<br>標本数：1  | 0       | 0      | 1(100%) | 0      |
| 初回女性<br>標本数：26 | 15(59%) | 5(19%) | 3(11%)  | 3(11%) |
| 終回女性<br>標本数：16 | 9(56%)  | 3(19%) | 3(19%)  | 1(6%)  |

|                |       | ロコモ25スコア*記述 |
|----------------|-------|-------------|
| 初回男性<br>標本数：2  | 平均スコア | 8           |
| 終回男性<br>標本数：1  |       | 14          |
| 初回女性<br>標本数：22 |       | 4.5         |
| 終回女性<br>標本数：18 |       | 8.7         |

➤ 体力測定（都市別）：宝塚市

| 項目   |            | 開眼片足立ち(秒)           | 立位体前屈(cm) | 握力(kg)                | 2ステップ(cm) |
|------|------------|---------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| 初回男性 | 平均値<br>標本数 | 右：47.8 / 左：34<br>6  | 9.25<br>6 | 右：30.1 / 左：31.6<br>6  | 218<br>6  |
| 終回男性 | 平均値<br>標本数 | 右：60 / 左：39.4<br>7  | 7.5<br>7  | 右：33.2 / 左：35.4<br>7  | 231<br>7  |
| 項目   |            | 開眼片足立ち(秒)           | 立位体前屈(cm) | 握力(kg)                | 2ステップ(cm) |
| 初回女性 | 平均値<br>標本数 | 右：18 / 左：18.9<br>13 | 0<br>13   | 右：20.8 / 左：19.8<br>13 | 184<br>13 |
| 終回女性 | 平均値<br>標本数 | 右：37.5 / 左：38<br>11 | 3<br>11   | 右：20.8 / 左：18.6<br>11 | 197<br>11 |

## ➤ 体力測定（都市別）：宝塚市

| 立ち上がりテスト       | 片足40cm | 両足10cm | 両足20cm | 両足30cm |
|----------------|--------|--------|--------|--------|
| 初回男性<br>標本数：9  | 3(33%) | 4(44%) | 2(22%) | 0      |
| 終回男性<br>標本数：7  | 5(71%) | 2(29%) | 0      | 0      |
| 初回女性<br>標本数：13 | 6(46%) | 3(23%) | 3(23%) | 1(8%)  |
| 終回女性<br>標本数：11 | 5(45%) | 3(27%) | 1(9%)  | 2(19)  |

|                |       | ロコモ25スコア*記述 |
|----------------|-------|-------------|
| 初回男性<br>標本数：9  | 平均スコア | 4           |
| 終回男性<br>標本数：5  |       | 8.8         |
| 初回女性<br>標本数：16 |       | 5.4         |
| 終回女性<br>標本数：10 |       | 5           |

## ➤ アンケート内容・結果①

| 問                                                   | 回答                                                                        |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 運動はお好きですか？                                          | はい 60名（79%） / いいえ 16名（21%）                                                |
| 元気な頃からご自身の「あたまの健康」状態を知ることは、予防に対する意識向上につながると感じますか    | はい 76名（100%） / いいえ 0名（0%）                                                 |
| 生活習慣や運動習慣が「あたまの健康維持」に関係していることをご存じですか                | はい 61名（87%） / いいえ 9名（13%）                                                 |
| お笑いやバラエティーがお好きですか                                   | はい 61名（91%） / いいえ 6名（9%）                                                  |
| 今回、ご参加に際して「お笑い」の要素が参加のキッカケであったと感じますか                | はい 54名（81%） / いいえ 13名（19%）                                                |
| 今回の「お笑い×運動」教室は、参加しやすかったですか                          | はい 63名（100%） / いいえ 0名（0%）                                                 |
| 教室内で、お笑い芸人と楽しむ健康づくりはのご感想はいかがでしたか                    | 楽しかった 36名（57%） / まあまあ 23名（37%）<br>あまり楽しめなかった 4名（6%）                       |
| 以前に参加したことのある、通常の運動教室等と比べていかがでしたか                    | より楽しかった 26名（43%） / 変わらない 18名（30%）<br>楽しめなかった 1名（2%） / 参加歴なし 16名（26%）      |
| 今回の参加を通じて、新しい知識の習得はありましたか                           | 生活習慣と認知機能の関係 6名（17%） / 運動の種類 9名（26%）<br>運動習慣と認知機能の関係 17名（49%） / ない 3名（9%） |
| 楽しみながら参加できる「運動教室」は、普通の「運動教室」に比べて参加意欲や継続意識が湧くと感じましたか | はい 57名（93%） / いいえ 4名（7%）                                                  |
| 楽しい「運動教室」であれば、運動習慣を身につける良いキッカケになると思いますか             | はい 62名（98%） / いいえ 1名（2%）                                                  |

## ➤ アンケート内容・結果②

| 問                                                             | 回答                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 今後もお笑い芸人が参加する「お笑い×運動」教室があれば、次回も継続して参加したいと感じますか                | はい 54名（86%） / いいえ 9名（14%）                                                           |
| お笑い要素を取り入れ、楽しく参加した場合、「運動は面倒くさい」という印象が和らぐと感じられましたか             | はい 58名（92%） / いいえ 5名（8%）                                                            |
| お笑い芸人と楽しく取り組めるプログラムであれば、他の地域でも取り入れるべきだとおもいますか                 | はい 60名（98%） / いいえ 1名（2%）                                                            |
| 「笑い」や「楽しい」という感情が、健康づくり活動を始める最初の原動力になると感じますか                   | はい 62名（100%） / いいえ 0名（0%）                                                           |
| 身体測定を通じてご自身の変化を確認することは運動を継続する意欲に影響すると思いましたか                   | はい 59名（97%） / いいえ 2名（3%）                                                            |
| 元気な頃からご自身の「あたまの健康」状態を知るとは、「あたまの健康」維持したいという意識や意欲向上につながると感じましたか | はい 62名（100%） / いいえ 0名（0%）                                                           |
| 今後同様の機会があれば、あたまの健康チェック® で定期的にご自身の「あたまの健康」状態をチェックしてみたいですか      | はい 54名（89%） / いいえ 7名（%）                                                             |
| 「あたまの健康」状態を維持・向上するため、今後取り組みたいものを選択してください                      | 運動習慣 53名 / バランスよい食事 40名 /<br>質の高い睡眠 28名 / お口のケア 18名 /<br>社会参加・活動 34名 / リスク要因の治療 14名 |
| 健康づくりや運動習慣のないご友人にも「お笑い×運動」教室への参加をオススメしたいと思いましたが               | はい 58名（95%） / いいえ 3名（%）                                                             |
| 今回の「お笑い×運動」教室の周知、募集の案内は分かりやすかったですか                            | はい 42名（68%） / いいえ 18名（%）                                                            |
| 今回の「お笑い×運動」教室の参加受付、教室スケジュール、運営体制にご満足いただけましたか                  | 大変満足 11名（18%） / 満足 37名（61%）<br>どちらともいえない 11名（18%） / 不満 3名（5%）                       |

## ➤ アンケート調査：自由回答

- 市から発信するものは、メディア等で情報を得ています。運動に苦手意識があっても実行実線できる今回の教室の取り組みはとても良かったです。年金暮らしには無料もありが良かったです。コロナが５類になった今、市でも各町内のいきいきサロン(社協?)だけでなく、市内の講堂やホールを有効活用し、「お笑い×運動」を継続して行ってほしいと感じました。
- 会場の提供だけでなく、もっと官民が連携することで市民の健康寿命が延びるのではと感じました。あたまの健康チェックで現実を思い知らされました(涙)
- 落語は楽語に通じる。もうちょっと時間を長くって欲しかった。
- 今回参加できありがとうございました。「お笑い」と「運動」を一緒に行う事で、大変楽しかったです。トレーナーのトークを交えながらの運動に、とても関心シマシタ。話しながら、次々に運動が進んでましたね。不満、しいて言うなら時間短かったかな？また開催されるのであればまた参加したいです。「楽しく」できる運動最高でした！！
- 楽しい教室でした
- 楽しかったです。
- 体力測定するまでの待ち時間の件ですが、殆どの人が何をする事もなく時間が流れた様でした。せっかく集まったのにちょっとしたレクリエーションとかクイズ用紙みないのを配布し、待ち時間を有効に楽しく過ごしたかったです。
- イスに座っての運動が狭くて出来なかった。測定時の待っている人の空き時間の無駄(寒い!)
- 途中参加の場合、スケジュール(流れ)がわかりにくい
- 身体想定最初と最後の数値を知りたい。お疲れ様でした。
- ありがとうございました。毎日の継続を心掛けたいです。
- ウォーキングを取り入れてほしい
- 毎回楽しく参加、ありがとうございました。
- 笑いが不足したと思います。筋肉体操の割合が少なかったと思います。リズムや音楽要素をプラスすると楽しめる。
- 募集案内はもっと早くしていただきたいです。
- お世話の方々のご苦勞に感謝します。ありがとうございました。

## 書式、広報物等

本検証に際しては、別紙添付にある以下の書式ならびに広報物等を3都市で用いた。

### 【準備物】

- 参加受付票
- 参加者管理表
- 参加同意説明文書
- 同意書
- 参加者募集チラシ
- アンケート冊子（初回・終回）
- あたまの健康チェック® 予約受付票

# 【報告書】 地域資源（温泉・農業）を活用した ヘルスツーリズム実証事業

令和6年2月  
株式会社JTB総合研究所



# 目次

---

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| 1. 本事業の目的・概要                | p. 2   |
| 2. 共通アンケートによる分析             | p. 7   |
| 3. 今後の水平展開の方向性              | p. 28  |
| 別紙：地域資源を活用したヘルスツーリズムの導入に向けて | p. 34  |
| 4. 「寝・湯治」実証事業（宮城県東鳴子温泉）     | p. 47  |
| 5. 長期ステイプログラム（山形県湯野浜温泉）     | p. 75  |
| 6. JTBアグリワーケーション®（高知県）      | p. 106 |

## 事業の背景

地域資源を活用したヘルスツーリズムに関連して、以下の通り利用者（旅行者）・受入地域双方のニーズや課題が見受けられる。

|      |          |                                                                                                                                                                                                            |
|------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 利用者  | 消費者・旅行者  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 健康に対する関心が高まっている</li> <li>● 市場の多様化が進み、地域の魅力をより深く楽しみたいというニーズも現れている</li> </ul>                                                                                       |
|      | 企業（法人旅行） | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 健康経営優良法人に認定される企業が増えているなど、健康経営への関心が高まっている</li> <li>● コロナ禍をきっかけとして、場所にとらわれない自由な働き方が広がっており、ワーケーション等を取り入れている企業が増えている</li> <li>● 働き方改革が進み、平日の休みが取りやすくなりつつある</li> </ul> |
| 受入地域 |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 平日と土日の繁閑差を縮めることや、リピーター化等によって、宿泊施設の生産性を高める必要がある</li> <li>● 新たな観光コンテンツにより、差別化や高付加価値化に取り組む必要がある</li> <li>● 人口減少・高齢化により、地域の観光や農業の担い手不足が課題となっている</li> </ul>            |

旅行を通してリフレッシュしたり、食事や睡眠時間・入浴といった健康に良い生活習慣を体験したりすることで、旅行の思い出と相まって「日常でも健康を意識しよう」といった気づきにつながり、日常での行動変容の可能性が期待できる。

ヘルスツーリズムは医療行為ではなく、日頃のストレスや心身の不調といった未病状態の人をターゲットにしたものであり、特にストレスや心身の負担を感じていると考えられる働く世代（20代～50代程度）をターゲットにした実証を行う。

## 事業の目的

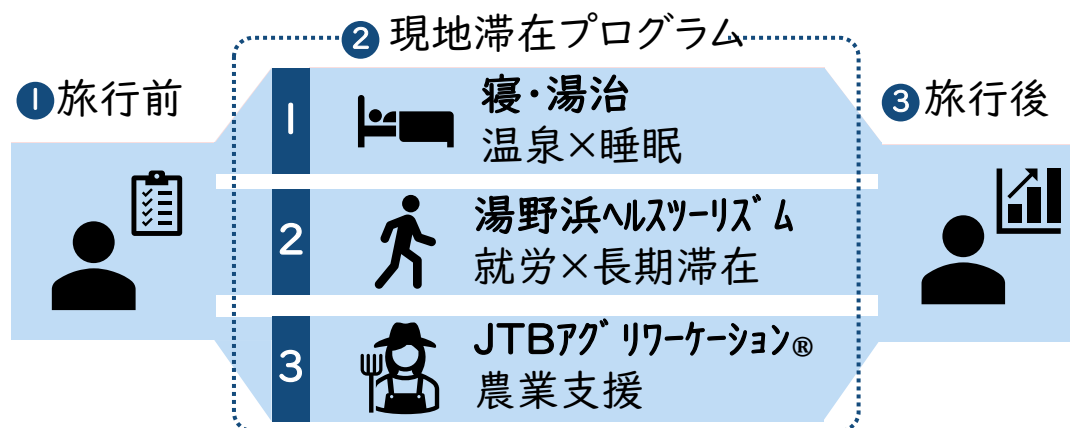
本事業の実証を通して、以下の通り利用者・受入地域双方の課題・効果を整理する。

|             |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 利用者         | 消費者・旅行者  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● プログラムを通して、健康状態が改善されるか。また、健康に関する行動変容につながるか</li> <li>● プログラムの内容や費用などは、旅行者のニーズを満たしているか</li> <li>● ヘルスツーリズムに関心のある層は何か。どのような課題やニーズがあるか</li> </ul>                                                                                                |
|             | 企業（法人旅行） | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業の健康経営等の取組において、ヘルスツーリズムと親和性の高い領域はあるか</li> <li>● 法人旅行や福利厚生等でヘルスツーリズムを導入する場合の可能性と課題は何か</li> </ul>                                                                                                                                            |
| 受入地域        |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ヘルスケアの視点で地域資源をどのように活用すればよいか、他地域への展開をふまえた検討の枠組みを整理する</li> <li>● 受入側の課題解決や高付加価値化にも貢献するヘルスツーリズムのあり方を検討する</li> <li>● 受入にあたっての負担や課題を整理し、持続可能な受入体制に向けたポイント・留意点を整理する</li> </ul>                                                                    |
| ヘルスケア産業への貢献 |          | <p>これらの視点を通して、ヘルスツーリズムの横展開に向けて、ヘルスケア産業としての方向性・示唆を抽出する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 旅行を通じた健康や行動変容についてのエビデンスを得る</li> <li>● プログラムの造成・販売・提供に際しての受入地域やコーディネーター（旅行会社等）の課題・ニーズを整理し、地域においてより効果的なプログラム造成につなげる</li> <li>● ヘルスツーリズムのターゲット層に応じたアプローチ方法を整理し、普及拡大につなげる</li> </ul> |

## 事業の概要

本事業は、3地域で異なる実証を組み合わせ実施した。各プログラムの概要は以下の通り。

### 実証の流れ



### ヘルスケアに関する調査の手法

- ① 旅行前 共通アンケート+個別調査事項
- ② 現地 プログラム体験+個別の効果測定
- ③ 旅行後 共通アンケート+個別調査事項

### 各プログラムの概要

|   | 地域      | 期間  | 主な体験     | 主な計測   |
|---|---------|-----|----------|--------|
| 1 | 鳴子温泉郷   | 3日間 | 温泉・リラックス | 脳波(睡眠) |
| 2 | 湯野浜温泉   | 1週間 | 就労体験     | ストレス   |
| 3 | 高知県奈半利町 | 6日間 | ゆずの収穫    | ストレス   |

#### 実証開始当初 As is

- ①現役世代の睡眠不足
- ②高齢者就労の多様性の欠如/旅館従事者の減少
- ③農業経営者の労働力不足

#### 2. 実際に確認できた成果

- ・主観的な健康は改善の傾向
- ・参加費については、②③は仕事の対価で安くなるが、それでも交通費等を割高に感じる層が一定数存在
- ・地域との関わりにつながる気づきが副次的な効果として確認

#### 3. To be実現に向けた 今後のアクション

- ・事後の継続的な声掛けなど、効果の定着を図るしかけの検討
- ・満足度の高い参加者の状況・意見を深掘りし、ターゲットを明確化
- ・「健康以外」の観点で各プログラムの訴求ポイントを明確化

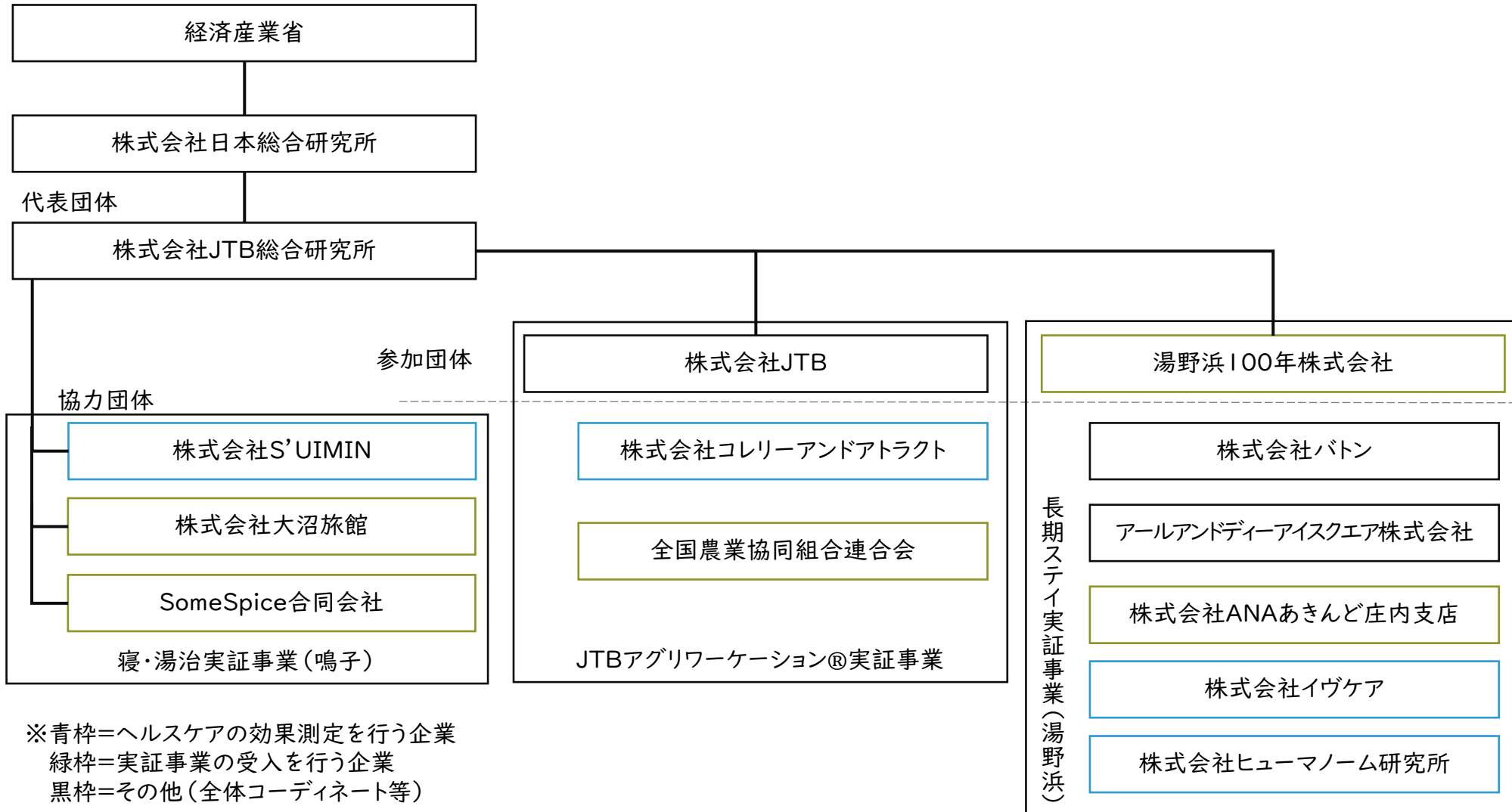
#### 将来 To be

参加者の心身の健康増進と、観光・農業等の地域産業の活性化両立の実現

# 1. 本事業の目的・概要

## 本事業の組織体制

本事業は、3地域で異なる実証を組み合わせるため、以下の実施体制をとっている。



## 1. 本事業の目的・概要

# 3つの実証における結果の概要

主観的なストレス度合いはいずれも改善傾向がうかがえたが、客観的な指標による変化はあまりみられなかった。

|                    | 参加者層                                                                                                                         | 健康・行動変容効果                                                                                                                                                             | その他の実施結果                                                                                                                                                    | 今後の方向性                                                                                                                                                                       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 鳴子<br>(睡眠)         | <ul style="list-style-type: none"><li>20～50代が幅広く参加した</li><li>テレワークできる職種の方が多い(フリーランス、IT系等)。</li></ul>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>脳波による睡眠は、自宅と湯治中で有意差がなかったが、主観的な睡眠の質はやや良くなっていた</li><li>寝る環境を整える重要性を実感してもらえた可能性</li><li>健康に係る行動変容効果は一部の項目で確認</li></ul>             | <ul style="list-style-type: none"><li>2泊の滞在のため中日にできるアクティビティを提供したが、実際に参加したのは数名だった</li><li>参加者の属性から、ワーケーションとの親和性が高かった。一方で、仕事をしすぎて十分に休めなかった人がいたことは課題</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>まずは宿泊プランとして、手軽に計測体験をできる形で販売</li><li>企業の小規模な旅行の受入(ワーケーション合宿等)に掛け合わせる方向性を検討</li><li>個人でできるワーケーションプランを検討(フリーランス等場所にとらわれず働ける方向け)</li></ul> |
| 湯野浜<br>(長期ステイ)     | <ul style="list-style-type: none"><li>30代を中心に参加。仮説と異なり、シニア層の参加に至らなかった</li><li>ANAからの参加が多く、仕事のスタイルや地域との関わり方が有利に働いた。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>ストレスチェックでは、疲労感などの項目で改善傾向</li><li>毛髪による中長期的なストレスには有意差がなかった</li><li>1週間滞在中の唾液を計測したところ、3～4日目ですトレス低下傾向があり、最終日にかけて再び上昇する傾向</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>宿の食事メニューの関係で食事提供を行わなかったことが、不便だったとの回答があるが、ファスティングとの掛け合わせも検討できる</li><li>労働力としては、複数回通って習熟する必要がある</li></ul>               | <ul style="list-style-type: none"><li>企業との連携を深め、定期的に通う関係人口を増やしていく</li></ul>                                                                                                  |
| JTBアグリワー<br>ケーション® | <ul style="list-style-type: none"><li>20～50代が幅広く参加した</li><li>農作業に関心のある方の参加も目立つ(将来就農を検討している方など)</li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>疲労感やストレスで改善の傾向</li><li>身体を動かせることが特に評価されている</li></ul>                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>天候や作物の生育状況に左右されるため、地域内で多くの連携先を確保するか、全国複数地域で展開することが望ましい</li><li>受入れキャパを増やすのが難しい</li></ul>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>開催頻度を高め、参加機会を増やす</li></ul>                                                                                                             |

## 共通アンケート 結果まとめ

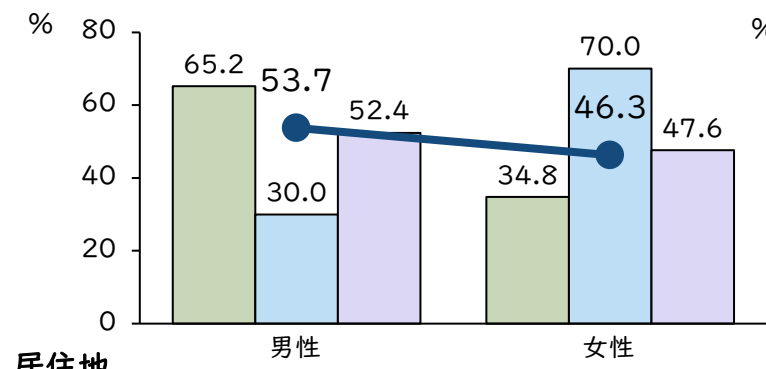
旅行者のニーズとして、旅行そのものの魅力が優先されることが、計測結果として主観的な健康指標（特に疲労や目・肩の疲れ等）の改善がみられることから、「癒やし」「リラックス」を訴求した旅行プログラムとして、非日常感・ふだんできない体験等を訴求する方向性がよいと考えられる。

|                    |                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 参加理由               | <ul style="list-style-type: none"><li>魅力的な宿泊施設（湯野浜・鳴子）、安心できる会社（アグリ、鳴子）など、品質が保証されていることも参加を後押ししている。</li><li>仕事を組み込んだ湯野浜・アグリでは、費用の安さも魅力となっている。</li></ul>                                                    |
| 健康増進施策             | <ul style="list-style-type: none"><li>事前アンケートで職場の取組を、事後アンケートで職場への要望を聞いて比較したところ、「ワークライフバランスの推進」「睡眠」「ワーケーション」などが増えた。プログラムへの参加を通して、これらの意義を感じた方が多かったと考えられる。</li></ul>                                        |
| ツアーへの期待と実際         | <ul style="list-style-type: none"><li>ツアーへの期待は「ふだんできない体験」が最も多く、その満足度も高かった。</li><li>鳴子・湯野浜はアンケート以外の計測も提供したため、アグリワーケーションよりも「健康増進」「健康に関する測定」の期待が高くなった。</li><li>食事や参加者同士の交流等は、元の期待も低かったが、満足度も低かった。</li></ul> |
| 主観的健康              | <ul style="list-style-type: none"><li>主観的健康は全体的に良化した傾向。</li><li>特に、「疲労感」「肩こりや腰痛」「目の疲れ」で改善しており、デスクワーク等に従事する方にとって、温泉や運動が一定の効果を発揮した可能性がある。</li></ul>                                                        |
| 満足度・ヘルスツーリズムに求めること | <ul style="list-style-type: none"><li>全体的に満足度は高いが、一部交通費を含めた旅費全体に見合った価値がやや不満との意見も。</li><li>ヘルスツーリズムに求めることは、リラックスなど<a href="#">旅行全般に求める要素が優先度が高く、健康効果のエビデンスよりも関心が高い</a>。</li></ul>                         |

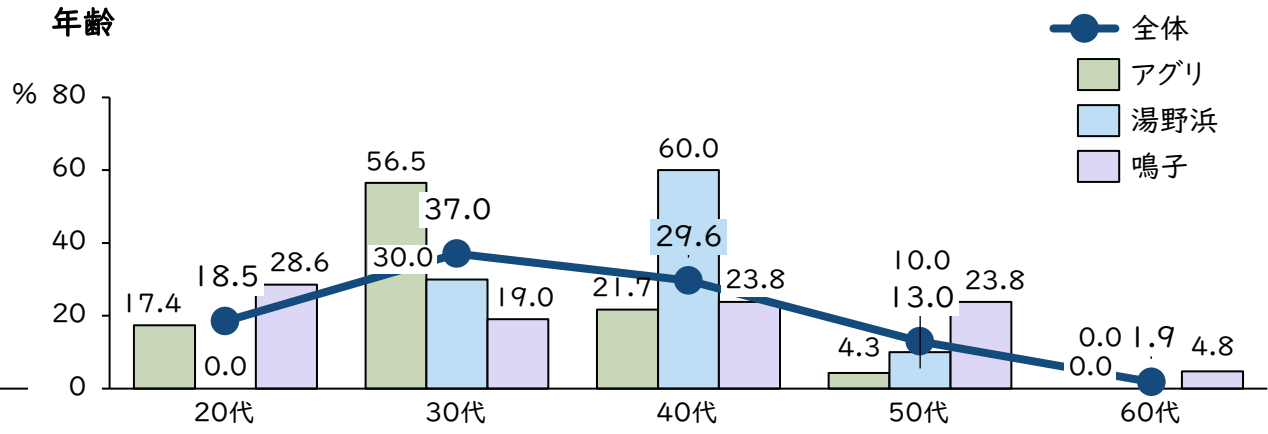
# 共通アンケート (参加者概要)

参加者の属性は以下の通り。湯野浜は会社員が多く、鳴子は自営業や経営者など、会社員以外の方が多い。

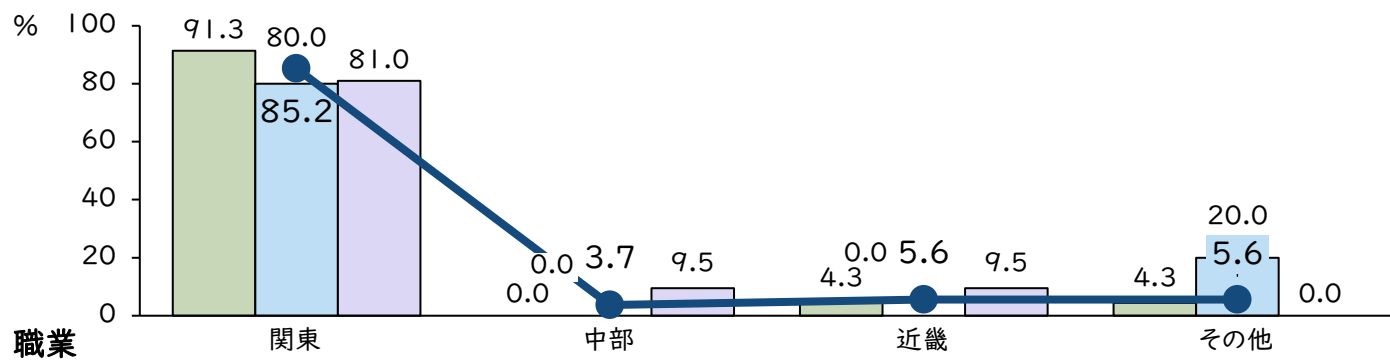
性別



年齢

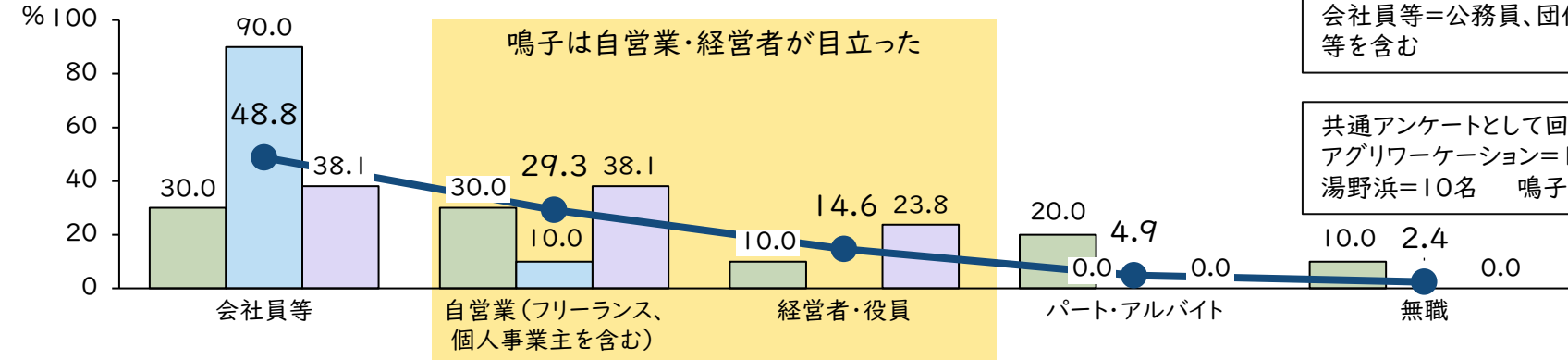


居住地



関東=茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川  
中部=新潟・富山・石川・福井・山梨・長野・岐阜・静岡  
近畿=三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山  
その他=上記以外

職業



鳴子は自営業・経営者が目立った

会社員等=公務員、団体職員等を含む

共通アンケートとして回答いただいた方が対象  
アグリワーケーション=10名  
湯野浜=10名 鳴子=21名 計41名

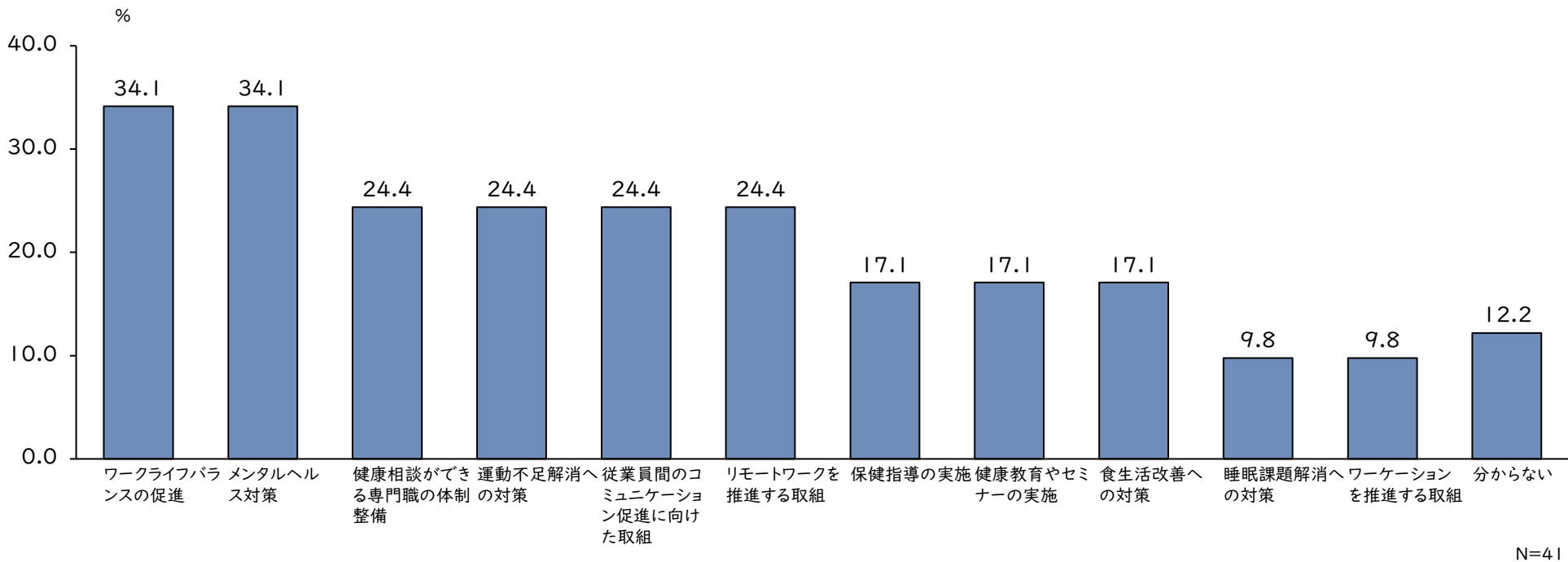
N=41



## 事前アンケート

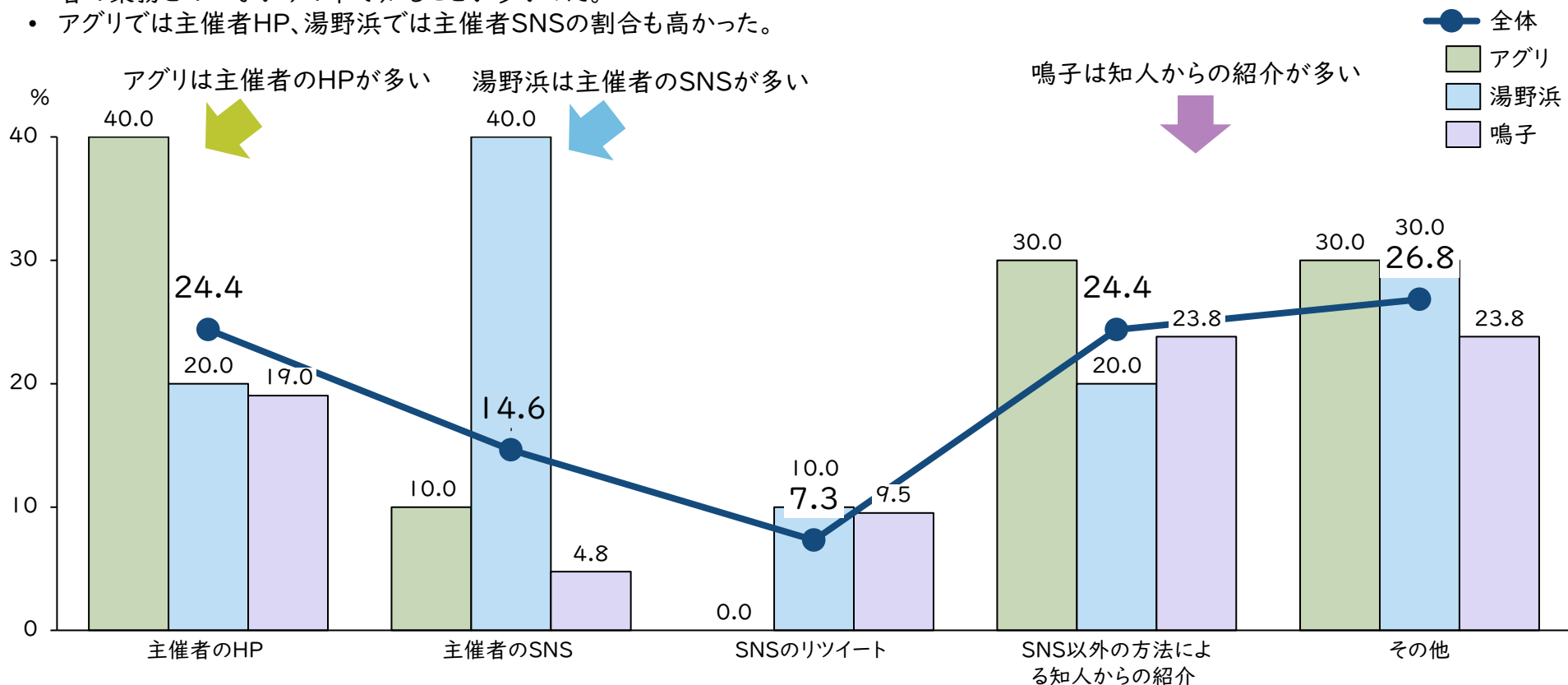
あなたの職場で取り組んでいる従業員の健康に関する活動についてあてはまるものをすべてお選びください。

- 参加者の職場で取り組んでいる従業員の健康に関する活動は、「ワークライフバランス」「メンタルヘルス対策」が上位だが、3割程度。積極的な取り組みはあまり多くない。



今回、このツアーを知ったきっかけについて、あてはまるものをすべてお選びください。

- ・ ツアーを知ったきっかけは、「主催者のHP」または「SNS以外の方法による知人からの紹介」が24.4%と高い。その他においては、主催者の業務とのつながりの中で知ることが多かった。
- ・ アグリでは主催者HP、湯野浜では主催者SNSの割合も高かった。



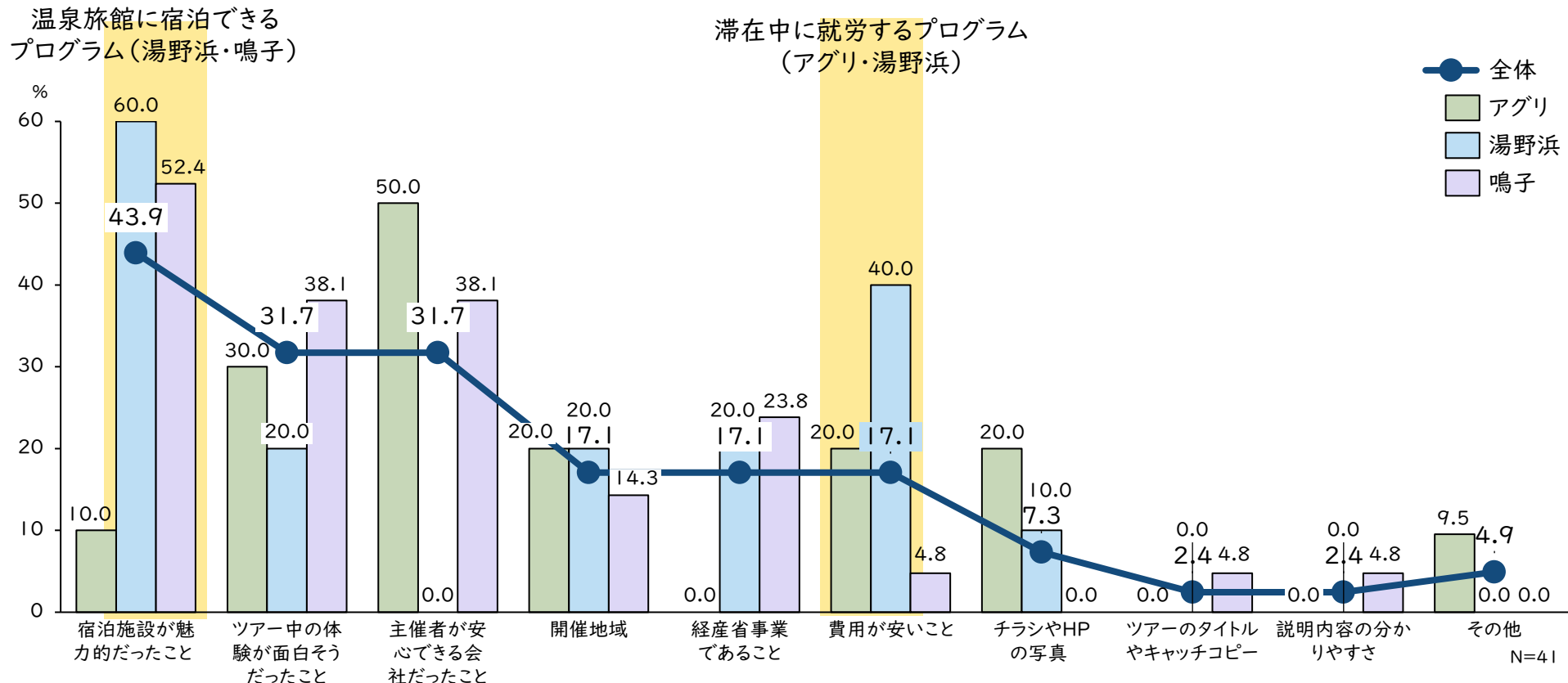
【その他回答】

チラシ(アグリ)  
 農家のおしごとナビ(アグリ)  
 求人サイト(アグリ)  
 湯野浜100年計画のホームページ(湯野浜)  
 社内ポータルサイト(湯野浜)

大沼さんからのご紹介(鳴子)  
 プレスリリース(鳴子)  
 大学講義内での紹介(鳴子)

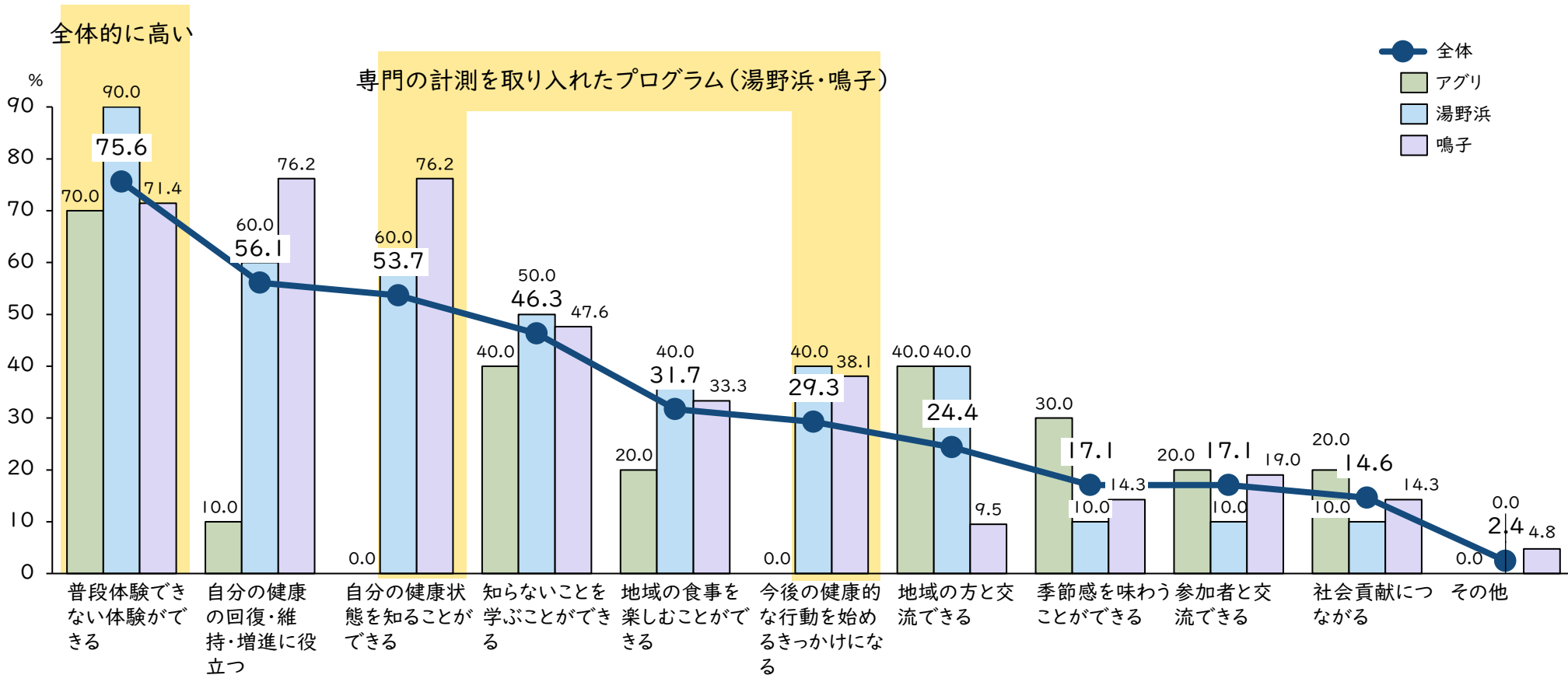
本ツアーに興味を持っていたポイントについて、あてはまるものをすべてお選びください。

- 各ツアーに興味関心を持つきっかけは、「宿泊施設が魅力的だったこと」が最も多く、43.9%。次いで「ツアー中の体験が面白そうだった」「主催者が安心できる会社であったこと」が31.7%であった。宿泊施設を含む内容が大きな要素を含むが、モニターツアーにおいては、開催会社も選択の要因となることが分かった。
- アグリでは、「主催者が安心できる会社であったこと」、湯浜と鳴子では「宿泊施設が魅力的であったこと」がそれぞれ多かった。



本ツアーに期待していることについて、あてはまるものをすべてお選びください。

- ・ ツアーに期待していることは、「普段体験できない体験ができる」が75.5%と最も高い。次いで、「自分の健康の回復・維持・増進に役立つ」「自分の健康状態を知ることができる」が約5割。健康への期待が高いことが分かる。
- ・ アグリや湯野浜では「普段体験できない体験ができる」、鳴子では「自分の健康の回復・維持・増進に役立つ」「自分の健康状態を知ることができる」がそれぞれ最も多い。

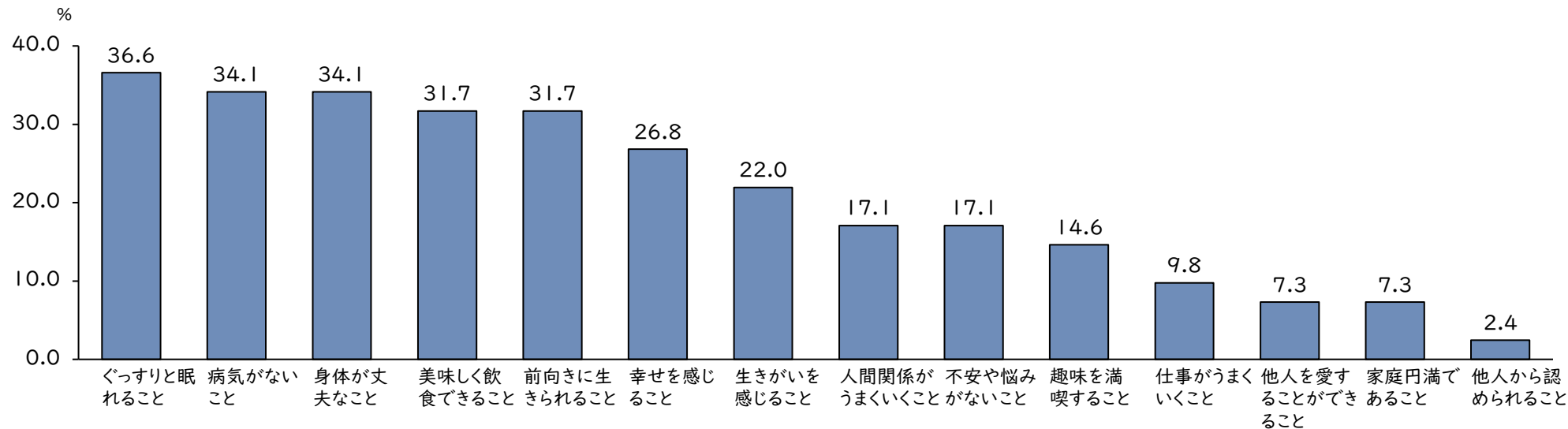


N=41

## 事前アンケート

あなたが健康観を判断するに当たって、重視する項目を上位3つまで選んでください。

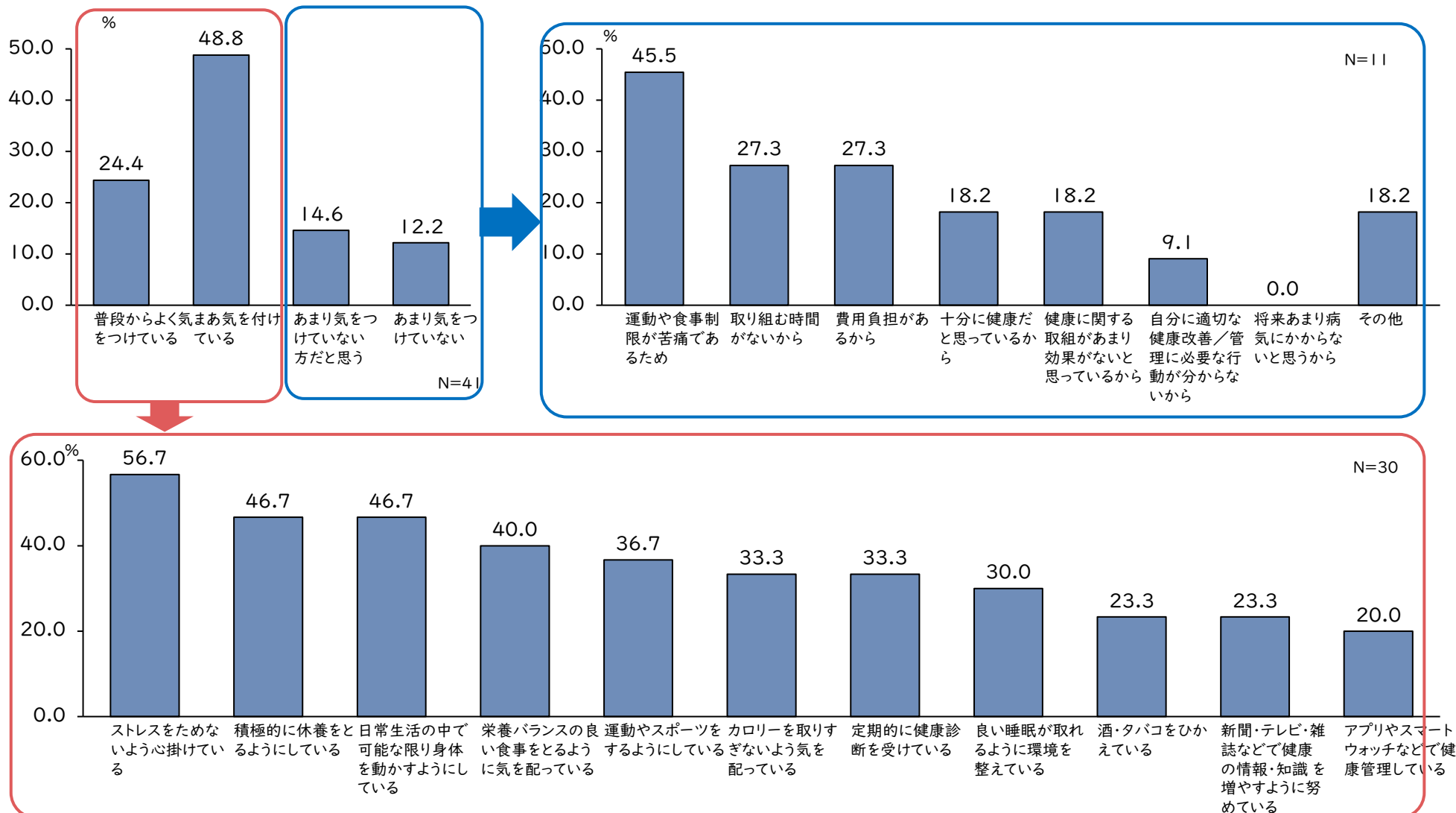
- 健康感の判断においては、「眠れること」が最も多く36.1%、次いで「病気がないこと」「身体が丈夫なこと」といった身体的なことを重視する傾向が高かった。「前向きに生きられること」「幸せを感じる」といった心理的なことはやや少なくなるが、それぞれ31.7%、26.8%であった。



N=41

## あなたは普段、健康について気をつけていらっしゃいますか。それはどんなことですか？

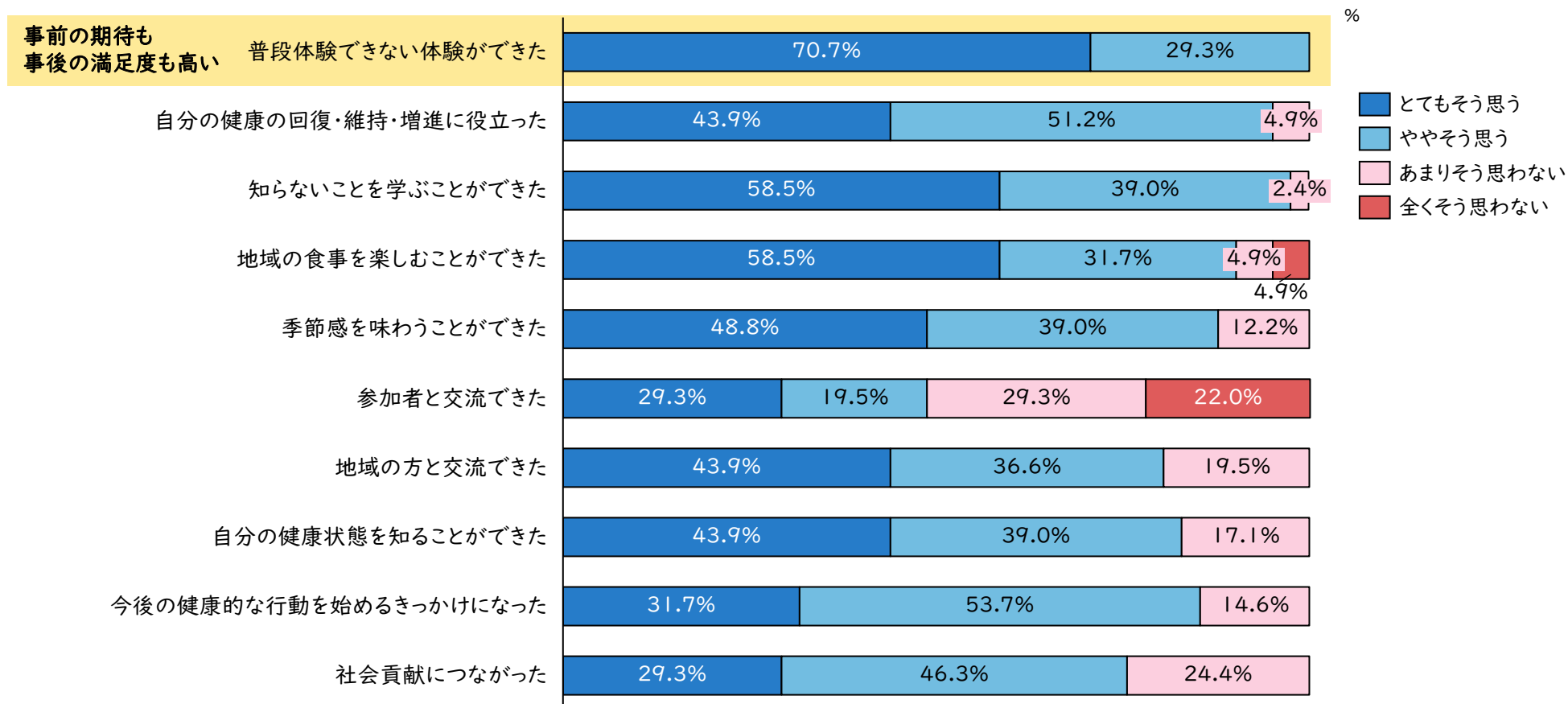
- 普段健康に気を使っている人は、「よく気を付けている」・「まあ気を付けている」を合わせると73.2%と約7割を超えを超える。健康に気を付けている人は、「ストレスをためないよう心掛けている」「積極的に休養を取るようになっている」と心理的なケアを心掛ける傾向が高かった。健康に気を得受けていない人は、「運動や食事制限が苦痛」が45.5%と最も高く、次いで、時間や費用の課題が多かった。



## 本プログラムの感想について教えてください

- プログラム参加の感想は、「普段体験できない体験ができた」が、とても思う・やや思うを合わせて100%となり、本モニターツアーが非日常的内容であったことがうかがえる。「健康の回復・維持・増進に役立った」や「健康状態を知ることができた」「今後の健康的な行動を始めるきっかけになった」が8割を超え、ヘルスツーリズムとしての満足度が高いことが分かる。参加者や地域の方との交流においては、今回のツアー内容としてあてはまらないものもあるため、やや低い値となった。

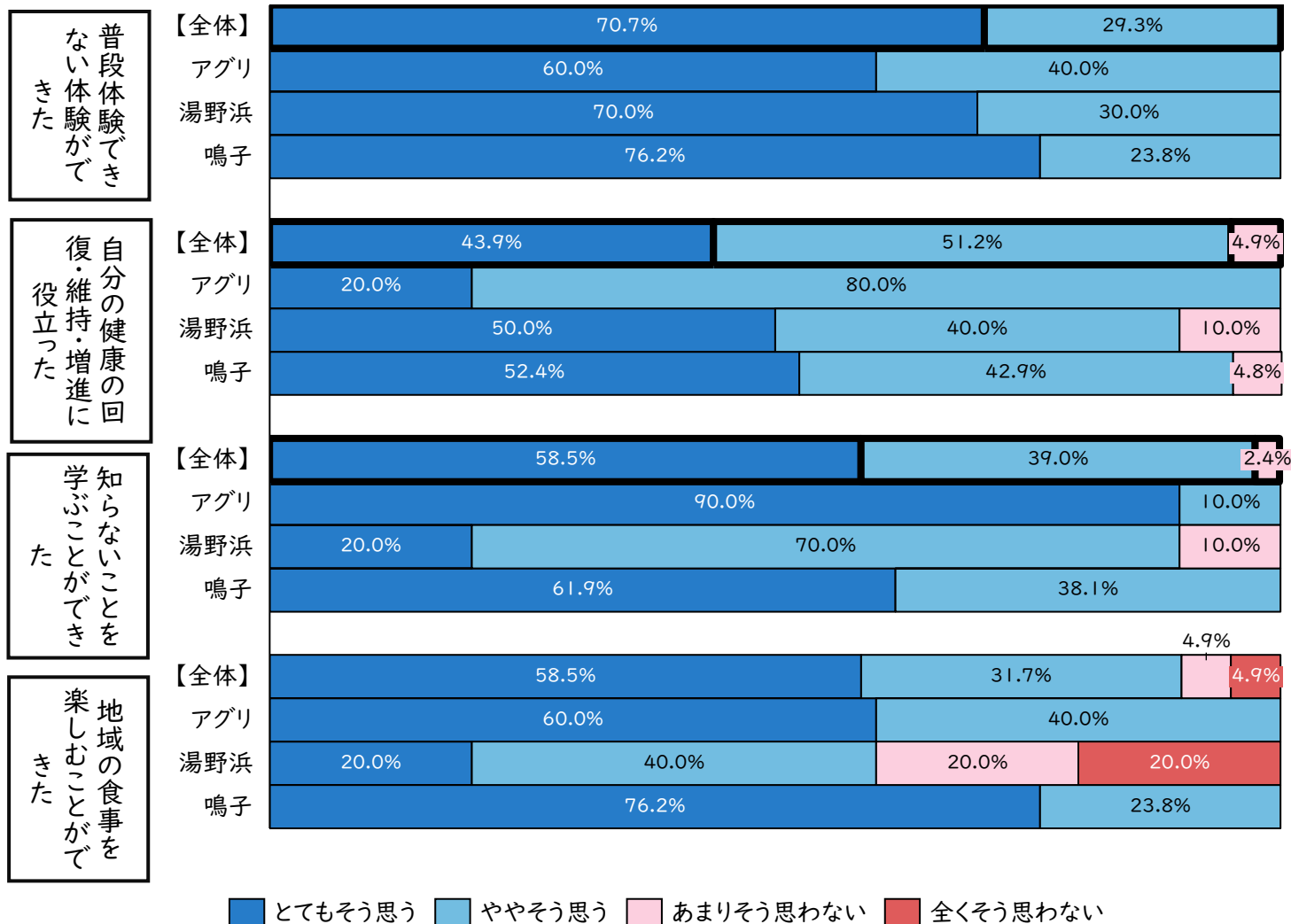
### 全体



# 本プログラムの感想について教えてください

- 参加モニター別でみると、アグリプログラムにおいて「自分の健康の回復・維持・増進に役立った」の「とてもそう思う」は20%とやや低いが、「知らないことを学ぶことができた」は90%の方が「とてもそう思う」と回答。アグリプログラムは学びの要素が大きいといえる。
- 「地域の食事を楽しむことができた」は湯野浜で約20%、「季節感を味わうことができた」はアグリで約20%と低い傾向にある一方、鳴子は「とてもそう思う」がそれぞれ76.2%、66.7%と高い。鳴子は、一般的な「旅行」としての魅力もあることが分かる。

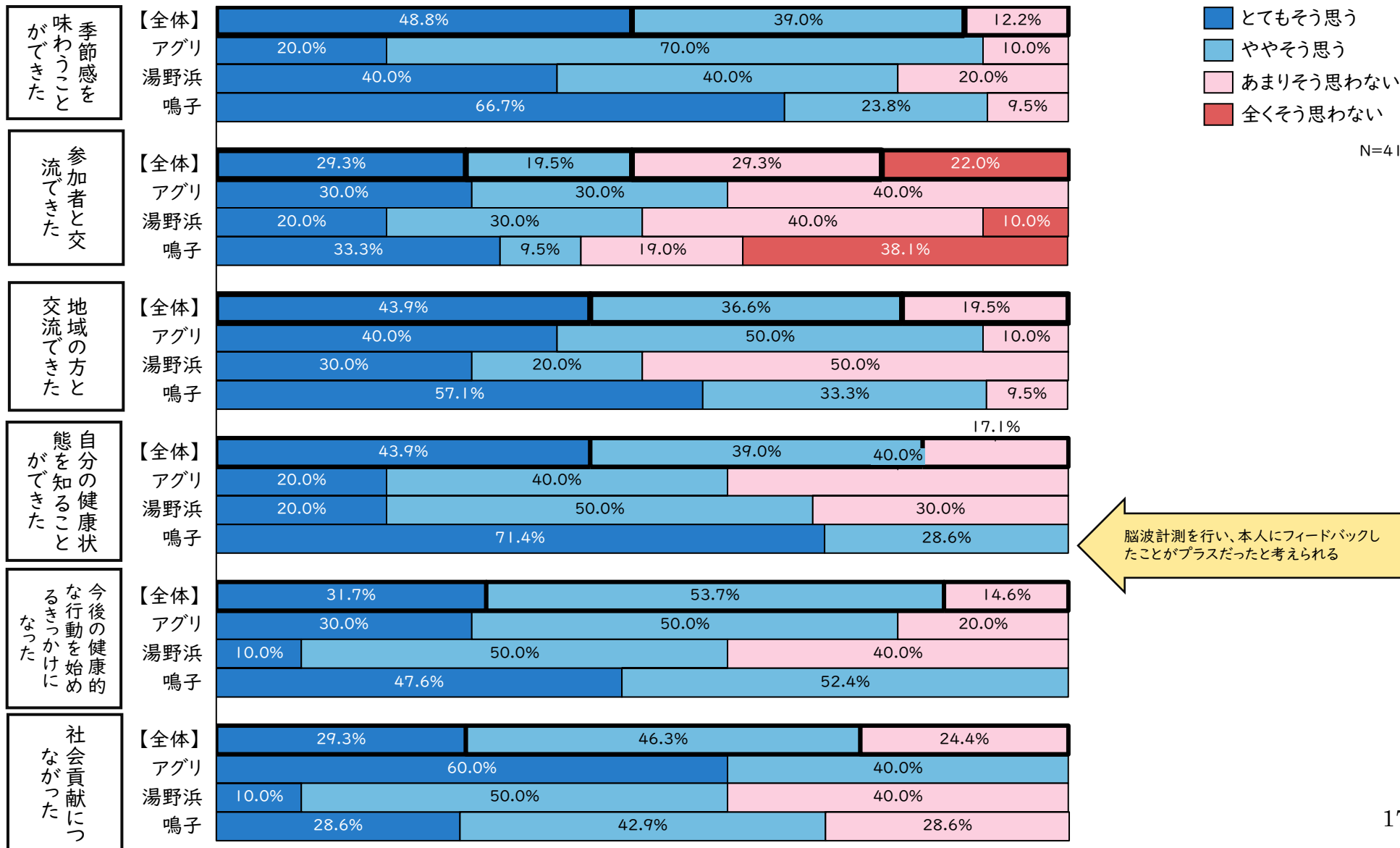
N=41



N=41



- 今回、脳波計で睡眠測定をした鳴子へ参加した71.4%が「自分の健康状態を知ることができた」について「とてもそう思う」と回答している。

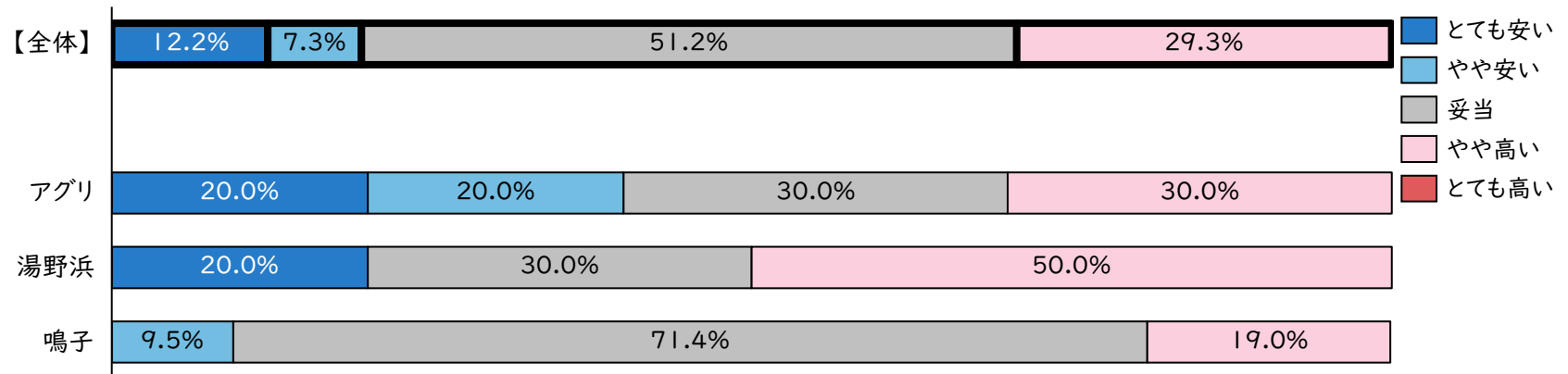


## 今回体験していただいたプログラムの内容に対する、費用感について教えてください。

- 今回はモニターツアーということもあり、費用感は「とても安い」～「妥当」を合わせて7割。一方、費用感として「やや高い」と回答した割合も約3割であった。
- 湯野浜は「やや高い」と回答する割合が他より高く50%であったが、「とても安い」と回答した割合も20%と高い。鳴子は「妥当」が71.4%と最も高い。
- 「とても安い」～「妥当」と回答した理由としては、働いた分の対価があること（アグリ・湯野浜）、睡眠測定があることや宿泊施設の環境（鳴子）が、特に付加価値として感じられた様子。
- 「やや高い」と回答した理由としては、自費で支払う交通費の時期的な価格が多かった。

%

N=41



とても  
安い

- 往復の航空券と個室の宿泊費を合算すれば、この参加費は破格に安いと思う。（アグリ）
- 給与がツアー代金を上回った為。（アグリ）
- 4時間の業務で、しかも誰でもできるお仕事だったので、温泉利用・宿泊無料は破格だと思います。（湯野浜）
- 宿泊費がかからないのがとても大きい為。（湯野浜）
- 通常の宿泊でさえ体感価値に比べて割安に感じるうえ、自分の睡眠の状態まで調べられるので、とても安いのではないかと思います。（鳴子）

やや  
安い

- 働いた分のお給料をもらえるので。（アグリ）
- 農作業した分の対価がもらえるので。（アグリ）
- 地域クーポンを4000円分ももらえた為、滞在中の食事やお土産など、宿泊費と交通費以外の費用がかからなかった。アクティビティにも参加させてもらえ、部屋もアップグレードしてもらえた。食事美味しく、温泉にはいつでも入れてコストパフォーマンスが大変良かった。（鳴子）

## 今回体験していただいたプログラムの内容に対する、費用感について教えてください。

妥当

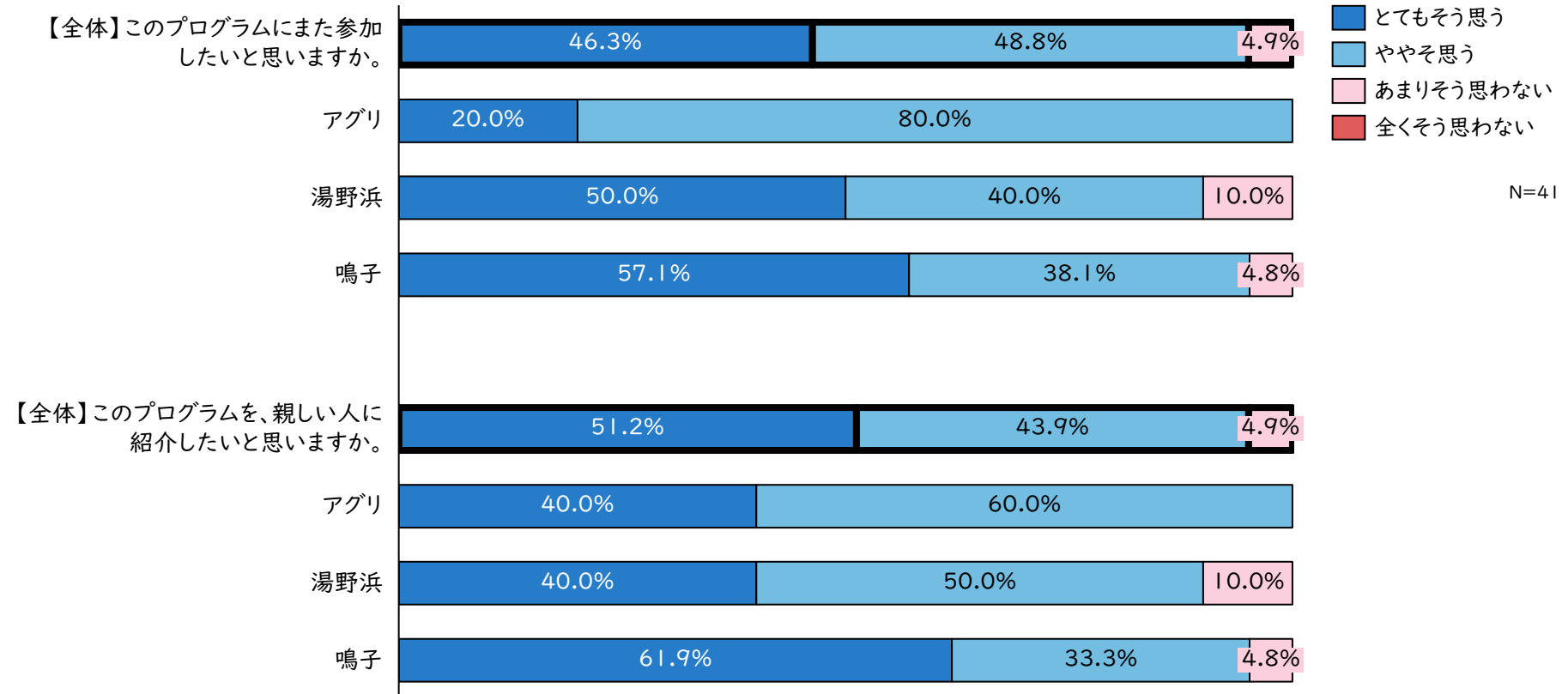
- ・ 値引ツアーへの参加を目的としていないので。(アグリ)
- ・ 額とツアー内容が釣り合っていたと思いました。(アグリ)
- ・ 宿泊が無料な点は良かった。(湯野浜)
- ・ 交通費や現地飲食、アクティビティは個人の差異があるので固定費である移動・飲食のみは妥当。(湯野浜)
- ・ 同レベルのツアーと比較して妥当だから。(湯野浜)
- ・ 宿泊費と交通費がかかりましたが、測定に関する費用がかからなかったため。(鳴子)
- ・ プログラムには払っていませんが、宿の値段として。(鳴子)
- ・ 2泊3日で3万円。1日1万円と計算した場合、それだけの価値がある刺激をいただけた。また、3日という区切りはあるが、日常に持ち帰ることができる情報が多く、そう言った意味では投資額に対して持ち帰るものがそれ以上多いと感じた。(鳴子)
- ・ 基本的には安いと思っているが、自身の都合だが、東京発着ではなかったのも移動にかかる交通費が高く、かつ移動時間が長かった。大沼さん発案とのことなので致し方ないが、湯治場所が複数あると良かったなと感じる。(鳴子)
- ・ 自宅からの交通費、宿泊費は当然なので。(鳴子)
- ・ お宿で温泉や美味しい食事、参加者のみなさんとのお話などとてもリフレッシュするとともに、自分の睡眠計測結果を知ることができ、気を付けるポイントなどフィードバック頂けたためです。(鳴子)
- ・ 検証にかかる費用が無かったため。(鳴子)
- ・ 特に別途料金が発生してるわけではないので難しいですが、少なくともアクティビティの価格などは妥当なのかなと思ってました...!(鳴子)
- ・ 新幹線代がかかるが、宿がよかったため。(鳴子)
- ・ 金額だけ見ると高いかもしれないが、旅館大沼さんの宿泊費を考慮すると妥当、もしくは少し安いくらいだと感じる。(鳴子)
- ・ 温泉とお食事、宿の環境がよかったので。(鳴子)
- ・ 普段は体験できない湯治の体験と共に健康増進につながる睡眠状態の把握をすることでできて、お得感を感じたため。(鳴子)
- ・ 適切だと感じた。(鳴子)
- ・ 初めての試みで比較対象がない。(鳴子)
- ・ 睡眠の計測と温泉に満足しています。(鳴子)

やや高い

- ・ 年末シーズンということもあり想定よりも交通費が高かった。(湯野浜)
- ・ 宿泊費、交通費自己負担の見返り(金額)がわかりにくい。(鳴子)
- ・ 1人での宿利用でどうしても割高にはなってしまう、交通費がそれなりにかかる、というところで、そのような回答になりました。(鳴子)
- ・ 普通に宿泊ということなので、モニターとして受けることとあまり連動性がないように感じた。(鳴子)
- ・ 普段の疲れをリセットできる機会になるので妥当な金額だと思います。(鳴子)

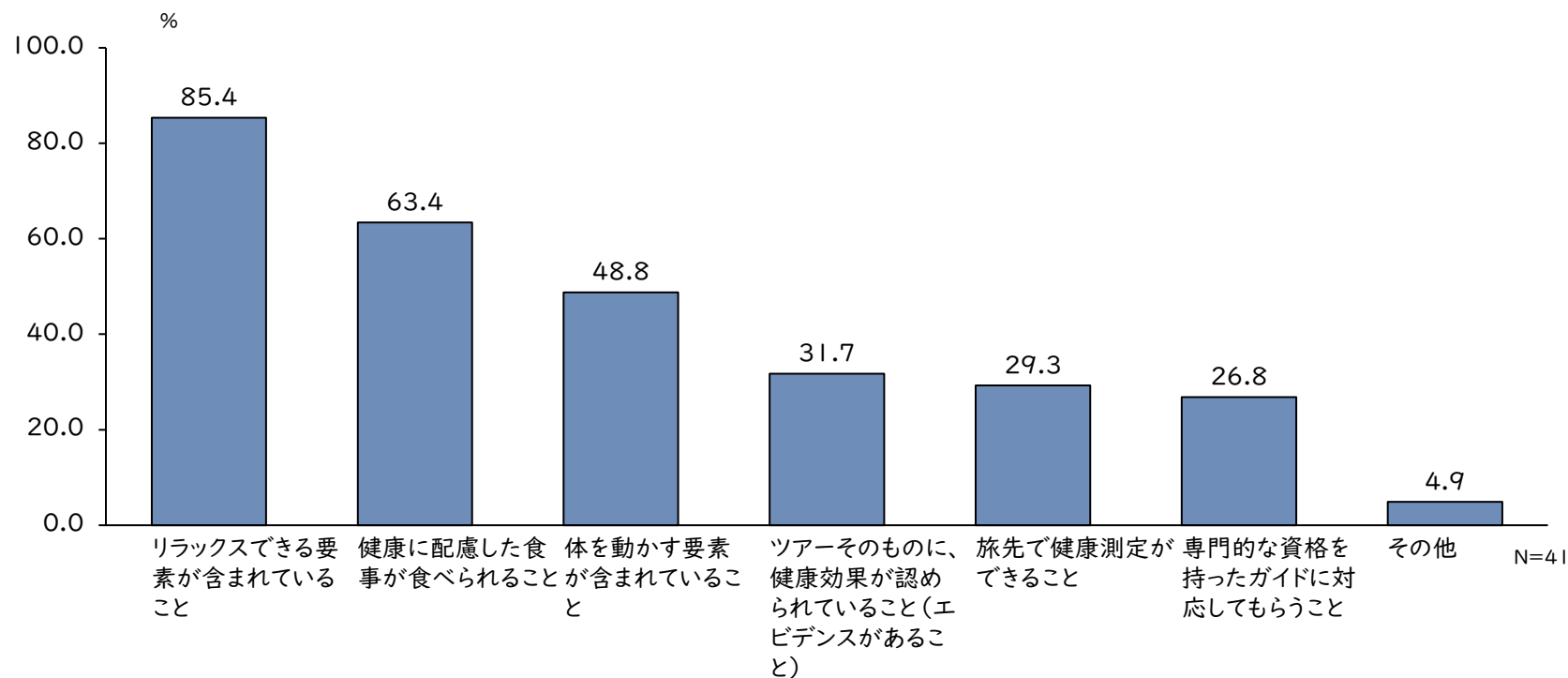
## 事後アンケート 満足度について

- ヘルスケアの計測については、「結果が分かりやすかった」「健康への意識が高まった」における「とてもそう思う」「ややそう思う」が8割を超え、健康への意識づけにつながった。「心身の負担が少なかった」「データの結果に信頼性があると思った」は7割程度であった。



## 旅を通じて健康になったり、健康への意識が高まるような旅行において、重要視するポイントは？

- ヘルスツーリズムとして重要視しているのは、「リラックスできる要素が含まれていること」が85.4%と最も高く、次いで「健康に配慮した食事が食べられること」(63.4%)、「身体を動かす要素が含まれていること」(48.8%)が高い。健康の3要素である運動・栄養・休養の項目が高かった。一方、ツアー自体の健康エビデンスや旅先で健康測定ができることはおよそ3割程度であった。



### 今回のツアーにおける「よかった点」を具体的にお聞かせください。

- ・ アグリでは、普段と異なる農作業に挑戦し、異なる背景を持つ人々と交流しながら新鮮な体験ができたこと、またこの経験は地域貢献と自己成長に繋がったことなどが挙げられた。
- ・ 湯野浜では、非日常的な体験と、毎日の温浴がリフレッシュに繋がったことや、旅館のスタッフや客との交流による満足感をあげる人が多かった。
- ・ 鳴子では、温泉旅館での滞在を通じて、自身の睡眠データを詳細に把握し、健康管理の視点を明確化することができたこと、また、自然豊かな環境でのリラクゼーション、美味しい食事、素敵な旅館との触れ合いも心地よく、心身のリフレッシュにつながったことなどが良かった点として挙げられた。

#### アグリ

- ・ 普段とは全く異なるお仕事ができたこと。
- ・ 普段ではすることのない農作業を楽しみながらできたこと。
- ・ 農家さんや他の参加者と交流できたこと。普段とは違う環境で仕事をする事ができたこと。
- ・ 性別も年齢もキャリアも居住地も異なる人たちと一週間も関わって新鮮だった。
- ・ 普段生活をしていてなかなか触れる事のない体験が出来たのは貴重な経験になったと思いました。
- ・ 給与がツアー代金を上回った事。自分の知らない仕事を知る事が出来た事。
- ・ 地域に貢献できたと感じられること。
- ・ 農家の方と触れ合えていろいろと学べたこと。
- ・ 普段とは違う仕事として取り組みができたので新鮮でフレッシュな気持ちになった。

#### 湯野浜

- ・ 滞在中、毎日温浴施設の利用ができた点。
- ・ 滞り場所が海の目の前、普段泊まることのできない旅館であることは、非日常感を感じれました。
- ・ 7泊分の宿泊料がかからず、とても素敵な温泉宿に泊まる事が出来、温泉も入り放題でたった点。また旅館で働いている方やお客様との交流が、普段自身が関わっている方々とは異なりとてもゆったりと穏やかでいらっしゃる方が多く、コミュニケーションを取る中でとても癒された。
- ・ 温泉に毎日入れたこと。(複数回答有)
- ・ 今回私は普段勤めている会社業務の後に参加させていただきました。また、紹介者で推奨しているファスティングプログラムも同じ7日間だったため併用してツーリズムに参加いたしました。1日通してドリンクのみの日が3日間ありまして、その期間は疲労感もありましたが、就寝前と起床時に温泉へゆっくり浸かることができたため、特段体を酷使した感じはしなかったです。普段の勤務が1日休みのときは、温泉や近辺をドライブしてとてもリフレッシュ出来ました。秋のタイミングでツーリズムに参加できたのもリラックスできてとても良かったと感じています。旅館の業務も毎日違ったお仕事ができてとても楽しかったです。一流の旅館のお料理や配膳の裏方の様子が見れたことと、美味しく楽しそうにしているお客様の様子をスタッフ側の視点で見ることができたのも貴重な経験になりました。
- ・ 期間中はとてもリラックスできた。ゆっくり寝れた。湯治としては1週間くらい滞在できることが必要とあらためて感じた。
- ・ 思い立ったら温泉にすぐ入れること 日常では経験できない宿泊施設の業務を経験できたこと



## 今回のツアーにおける「よかった点」を具体的にお聞かせください。

鳴子

- ・自分の睡眠に関する詳細なデータとアドバイスが得られたこと。
- ・睡眠測定データを確認できたので、漠然ともっていた不安がなくなった。今後の健康管理が明確になった！
- ・短い滞在で様々な人たちと触れられた事、鳴子温泉という街に触れられた事、良い宿に泊まれた事、
- ・湯治の良さを知ることができた。山荘で自然と四季を感じることができた。睡眠の質や量を見える化していただけて、とても面白かった。
- ・見れる数値の種類数が思っていた以上だったので良かった。大沼さんの考えなど伺えて良かった。睡眠に対して困っている時だったので客観的なデータでみれたのは良かった。
- ・寝具にもこだわりがあり 食事も(大沼さんのところはいつもそうですが)ヘルシーで 何より最高の温泉、鳴子界隈の雰囲気、自然が心地よかったです。
- ・あたたかいお宿の皆様、素晴らしい温泉、美味しいお食事、美しい景色の数々に心がほっこりいたしました・自分の睡眠を見直すことができました。・参加者の皆様、事務局の皆様との出会いにも大変刺激を受けました・身体だけでなく、精神面でもとてもリフレッシュできました(一歩ひいた状態で自分を見直すことができたと思います)
- ・旅館の質・旅行先・睡眠測定のきっかけになった・安価で睡眠測定ができた・趣味が増えた
- ・自分自身健康デバイスのOuraリングをつけていたりはそののですが、それよりも精度高く自分の睡眠を見直すきっかけになってよかったです。意外と気にしてなかった深い睡眠が明らかに少ないと分かったのが新鮮でした。
- ・ファスティング、宿、湯治がよかった。
- ・宿の方のホスピタリティ・事前の自宅での測定と宿での測定があったので、比較ができた・電車でいきましたが、めったにのらない、単線の電車から見える景色がとても新鮮、ひさしぶりに異世界にいったようでドキドキした
- ・宿泊先と食事などはとても良かったと思います。睡眠のデータもとても役立ちました。
- ・旅先で健康的なことをする上で、専門家の監修のもと、数値として測れることが良かった。ただやっただけではなく、フィードバックがあることが大事だと感じた。
- ・健康状態を客観的に把握できる 滞在中の自由度が高い
- ・睡眠の質を考えるきっかけになった
- ・睡眠データを活用して専門家からアドバイスをもらい、その内容を踏まえて仲間と対話をして結果の理解を深めることが出来た点。
- ・計測結果がすぐ見れた
- ・選定された宿がとても良かった。泉質も、いつでも温泉に入れるところも、浴室が複数あり無料で貸し切りできるところも良い。ワーケーションにも対応している。公共交通機関だけで行くことができ、飲食などにも不自由はない。湯巡りも可能。
- ・デバイスを装着することでリラックスできないかと心配していたが、全く影響はなかった
- ・湯治を楽しめる点。地域を満喫できる点。
- ・結果を観測できて感動しました。

## 今回のツアーにおける「改善すべき点」を具体的にお聞かせください。

- ・ アグリでは、健康意識の向上のためのエビデンス、農作業日数の選択肢、作業の均等な割り振り、参加者数の増加、料金の見直し、ワーケーション時間の拡大などが改善点として挙げられた。
- ・ 湯野浜は、事前の説明不足からやや不安に感じたことや、食事や移動手段が限定的であったことに対する改善の期待が上がった。
- ・ 鳴子は、計測デバイスの装着による睡眠への影響、寝具や服装への配慮、食事や活動時間の自由度、計測データに基づくフィードバックの提供など、より快適で効果的な体験のための改善点があげられた。

### アグリ

- ・ 健康的になると立証されたエビデンスがあるとより意識が高まる。
- ・ 農作業の日数を参加者が選べるようにして欲しい。
- ・ 旅行中に農作業に参加できる日数を選べるようにしてほしい。(観光をもう少ししたい)
- ・ 収穫ばかりの人と、選別ばかりの人、もう少し均等に作業を割り振ってほしかった。
- ・ もう少しツアーに参加される方がおられたらよかったかなと思いました。
- ・ 料金をもう少し安くしていただけたらなと思いました。
- ・ ワーケーションができる時間をもう少し欲しかった
- ・ 料金をもう少し安くしてほしい。

### 湯野浜

- ・ 事前説明会への出席ができていなかったのも、直前まで詳細説明が何もなく不安になった。特に服装に指定がある場合には早めに教えて頂きたかった。
- ・ 車を持っていた自分にとっては問題なかったですが、移動機会や選択肢が限られている方は食事やアクティビティの機会が少ないのではと感じました。
- ・ 食事が自由に取れる環境ではないため補助を出してほしい(または現物支給。) 交通費補助も、私は特に大丈夫ではあったが、参加者によっては出すべきではないかと思う。
- ・ ヘルスツーリズムとうたっているのに 食事がなさすぎる。せめてオプションでも用意すべき、移動手段がなさすぎるレンタカーなど用意すべき、なにもできない。リモートワークするには部屋に机等がない。
- ・ 業務する上での服装や持参するものなどをあらかじめお知らせいただけると良かったかなと思いました。
- ・ 食事への配慮が欲しかった 受け入れ態勢がもっと浸透してほしかった。
- ・ 食事の用意は有料でもあった方がよい。近隣の移動手段が欲しい。
- ・ 食事の確保に苦慮した。近隣の店の営業時間、コンビニも強風の悪天候時は行くのが大変。館内で購入できる選択肢があると嬉しい。
- ・ 食事の手配が非常に困難であった。立地環境などからも、配慮の上有料でもいいので、手配できる環境を整えるべきだと思う。
- ・ 食事提供の選択肢を設けた方がよい →夜はカップ麺中心の生活になっていた レンタカーの貸出等、交通手段の提案があった方がよい。



## 今回のツアーにおける「よかった点」を具体的にお聞かせください。

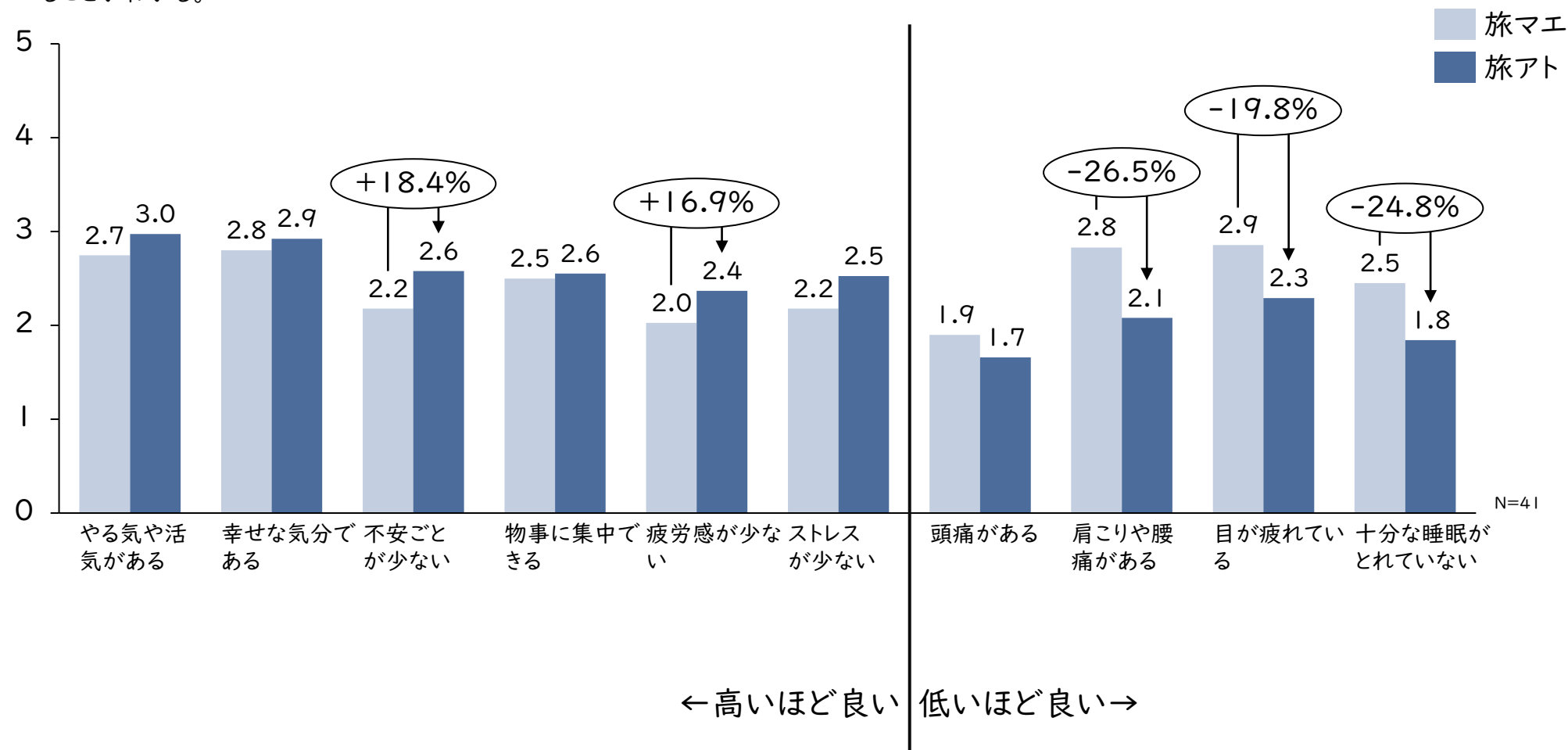
鳴子

- ・ 測定器を付けたまま夜中にトイレに行く(部屋にトイレなし)のが、やや辛かった モニター参加することのメリットの見える化
- ・ デバイスの準備に注意を払った。最初は良くわからず戸惑ったので、説明書を何度も読んだ。
- ・ 湯沼が寒かったくらいで、概ね良かった。2泊3日は湯治を行う本番というより、きっかけづくりだと思うので、文化・歴史・情緒を得るきっかけがよりあると素晴らしいと思います
- ・ 計測装置を旅館で貸していただけると、参加者は身軽でより参加しやすいかな、と思った。運動の要素をもう少し入れるのもありかと思う。
- ・ もう少し事前に流れやタイミングなど教えてほしかった。事前に意図など伺った上で、睡眠薬を飲んでいるので、計測日は飲まずに計測するなども検討したかった。湯治1日目は移動で疲れていた&初めての場所での宿泊なので計測せず、2泊3日として2日目から計測するなどもあっても良かった。
- ・ 検査用の装置をつけるとやはり最初は気になるので 心身への負担はまったくなし?にはしませんでした。すぐ寝られるタイプなので、さほど関係なかった気がします。ただ浴衣に装置のクリップをいくつかつけると取れそうだったり腕がまくれ上がったりの、形?素材?にこだわったパジャマもあるといいと思いました。
- ・ 差し出がましいと思いますが・・・あくまで個人の感想になります。最近食事にとっても興味が有り、お宿でも大変美味しいお食事を頂いたの、その際に栄養価などがわかると更に健康によいことを実感できるプログラムになるのではないかと思います。
- ・ 旅行までの案内に少し不安があった
- ・ 温泉旅館の朝ごはんが個人的に苦手、時間が決まってる分早起きで睡眠不足に感じました。結果、朝食を意識しなければもう少し寝れたのになと思いました。その辺り朝食はなしだったり、自分のタイミングで取れるとありがたいです。日常で計測はちょっとだけハードルが高かったです。
- ・ 睡眠測定がうまくできなかった。
- ・ ・12月に行ったのですが、参加できるアクティビティが11月までになってしまっていたという点が少々残念でした。
- ・ 宿泊と睡眠モニターの関連性があまり感じられなかった。普通に宿泊して、モニターは別にできてもよいかもと感じました。料金的にも割引とかが特にあるわけではないので。
- ・ やはり器具をつけると、感覚的にもかもしれないが安眠した気がしなくなってしまう。可能であれば、機器と頭のシールをコードで結ばなくても、遠隔で繋がってくればより寝やすくて嬉しい。
- ・ すみません、特にないです…。
- ・ デバイスを装着することが眠りの妨げになってしまった
- ・ 計測機器のつけ心地があまりよくなく寝にくく感じた点。
- ・ 計測デバイスの装着がそこそこ大変
- ・ 改善すべきとは思わないが、夜に眠るために昼寝をできなかったり、計器のために寝返りが打てないのがつらかった。あと、アクティビティで出かけるより、ホントは部屋でゴロゴロしていたかったです。
- ・ 睡眠の計測のしやすさ
- ・ 少し眠りづらかったです。

## 事前・事後比較 - 主観的健康

現在のあなたの状態を教えてください。

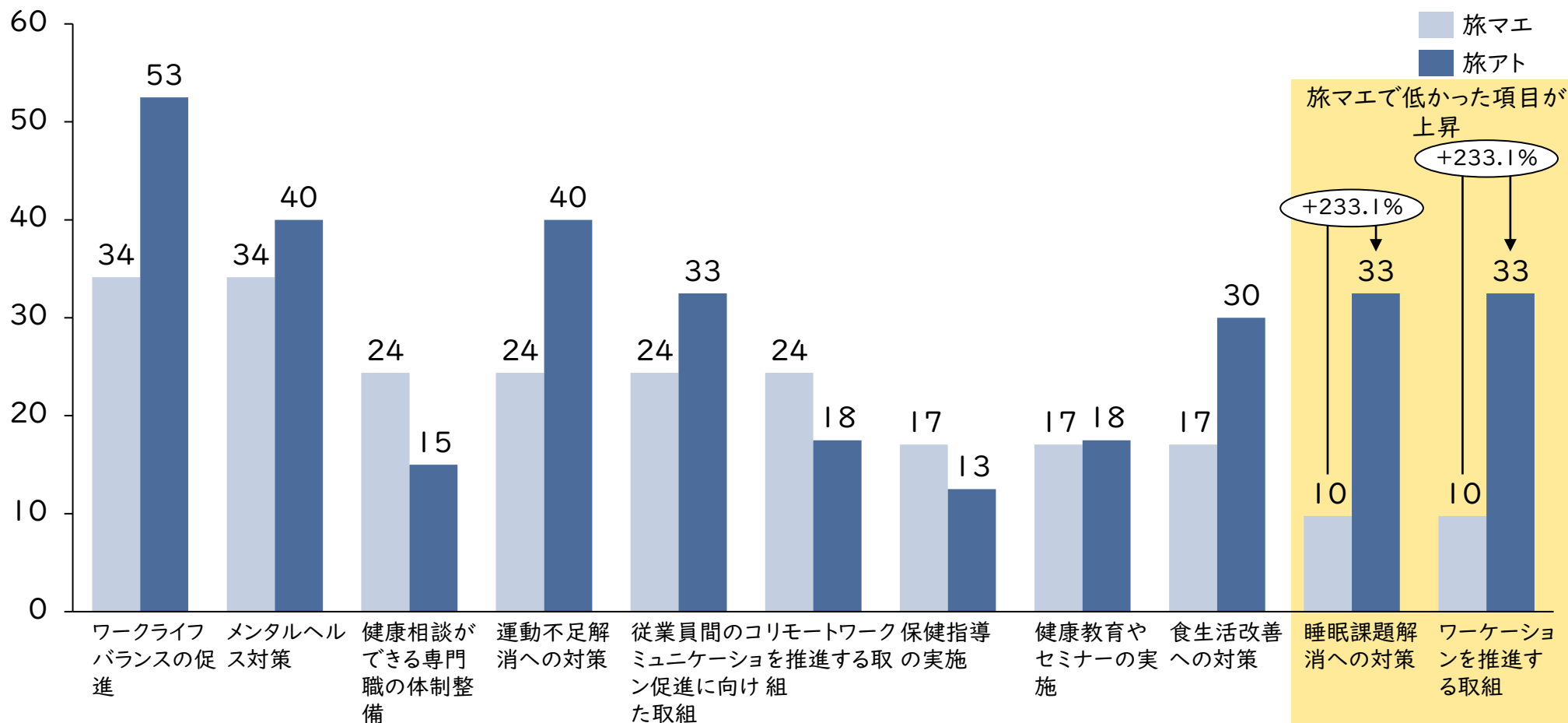
- 今の健康状態をツアー前後で比較すると、ツアー後の方が、「不安ごとが少ない」「疲労感が少ない」といった割合が増え、「肩こりや腰痛がある」「目が疲れている」「十分な睡眠がとれていない」といった割合が減少した。ツアー後の方が、主観的な健康感がよくなっていることがわかる。



# 事前・事後比較 - 職場の健康増進施策

あなたの職場で取り組んでいる(旅マエ)／今後新たにに取り組んでほしい従業員の健康に関する活動についてあてはまるものをすべてお選びください。

- ・ 旅アトで「今後職場で取り組んでほしい健康に関する活動」としては、「ワークライフバランス」「メンタルヘルス対策」「運動不足解消への対策」が多い。
- ・ 現在取り組まれている活動と、これから取り組んでほしい活動の差が大きいのは、「睡眠課題解消への対策」「ワーケーションを推進する取組」となっており、これらは今回のモニターツアーの影響がもたらしていると考えられる。



### 3. 今後の水平展開の方向性

## 3事業のまとめ

|                   | 湯野浜                                                                                                          | アグリ                                                                                                                                  | 鳴子                                                                                                                                |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 健康効果              | <ul style="list-style-type: none"> <li>社会に貢献できる⇒主観的健康</li> <li>日常を離れて長期ステイにより心身がリフレッシュできる</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>身体を動かすことができる</li> <li>心身ともにリフレッシュできる…自然の中で作業(運動)できて、日常が忘れられる</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>自分の健康状態を可視化できる</li> <li>湯守との交流</li> <li>温泉で心身をリラックスさせられる</li> </ul>                        |
| 旅行としての楽しさ         | <ul style="list-style-type: none"> <li>旅館の手伝いなど、なかなかできない経験ができる</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>ほかではできない体験ができる</li> <li>農業を学べる</li> </ul>                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>温泉旅館に泊まれる</li> </ul>                                                                       |
| 受入側効果             | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域(旅館等)の人材確保</li> </ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>農作業の人材確保</li> </ul>                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>平日の需要創出</li> </ul>                                                                         |
| 健康効果を高めるしかけ       | <ul style="list-style-type: none"> <li>ファスティングなど「1週間自宅ではできないことに挑戦する場」と位置づけ</li> <li>地域の人と交流できるしかけ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>雨などで農作業ができなくても身体を動かせる場を提供する</li> <li>ストレッチなど健康を感じられる仕組み</li> <li>体力計測など健康を可視化する仕掛け</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>湯守とアセスメントが受けられる</li> </ul>                                                                 |
| 受入課題              | <ul style="list-style-type: none"> <li>食事環境⇒ファスティング、買物送迎</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>天候に左右される</li> <li>農作物の生育状況に左右される⇒種類を増やす・エリア内で広げる</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>計測機材の運用</li> <li>日中の過ごし方</li> </ul>                                                        |
| 健康課題              | <ul style="list-style-type: none"> <li>1週間経つとストレス解消効果が低下する傾向がある</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>農業ならではの健康効果が明確ではない(他の運動との違いがわかりづらい)</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>医師ではないので診断はできない</li> <li>あまり統制できない(睡眠効果が出ない)</li> </ul>                                    |
| 価値提供の課題           | <ul style="list-style-type: none"> <li>1週間はハードルが高い</li> <li>交通費や食事代を高いと感じる層も</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>交通費や宿泊費を高いと感じる層もいる</li> </ul>                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2泊ではハードルが高いと感じる層も</li> <li>睡眠計測だけでは遠出のメリットにならないのでは…</li> </ul>                             |
| ターゲット仮説<br>実際との違い | <ul style="list-style-type: none"> <li>学生⇒来訪なし(※免許合宿とセット)</li> <li>シニア⇒いきなり長期ステイは難しい</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>将来的に就農してみたい方もいる</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>睡眠に課題を感じている方</li> <li>会社員で休暇取得しやすい方</li> </ul>                                             |
| 実際の来訪者層           | <ul style="list-style-type: none"> <li>働き盛りの方(ANAのCAさんなど) … <u>休暇が取りやすい</u>、庄内に行きやすい</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>20~30代の方が多く、会社員ではない方が多い</li> </ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>テレワークできる人たち(フリーランス、IT系など) ⇒ <u>ワーケーション</u>とセットで提供</li> <li>温泉に関心のある方</li> </ul>            |
| BtoB販路            | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業と提携してボランティア休暇等に組み込むなど</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>法人向けプログラム(<u>チームビルディング</u>)などとセットにすることが考えられる)</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>少人数の研修ではアリかだが、計測の機材繰りの課題は残る</li> <li>× 福利厚生、健康開発プログラム…</li> <li>エグゼクティブ向けのプログラム</li> </ul> |
| BtoC販路            | <ul style="list-style-type: none"> <li>リピーター戦略?</li> </ul>                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>アグリワーケーションの会員向け</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>旅館のリピーター向けの特別プラン?</li> </ul>                                                               |

### 3. 今後の水平展開の方向性

## 企業ヒアリングの概要

健康経営優良法人に認定され、本業と親和性の高い企業3社の健康経営担当者にヒアリングを行い、「寝・湯治プログラム」を中心に、ヘルスリズムプログラムの法人向け販売に向けた示唆を頂いた。

|                 | A社                                                                                                                                                                                                  | B社                                                                                                                                                                                                                                                                                             | C社                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 業種・従業員数*        | 旅行業／約2万人（グループ全体）                                                                                                                                                                                    | 製造業／約2千人（連結では約7千人）                                                                                                                                                                                                                                                                             | 情報通信業／約500人                                                                                                                                                                                                   |
| 健康経営の状況<br>睡眠課題 | <ul style="list-style-type: none"> <li>社員の睡眠に対する満足度が低いことは課題と認識している</li> <li>睡眠については、セミナーや計測機器の貸出などを行っている。あくまでも多くの方に発信することが目的のため、モニターとして参加いただき、その成果を広く共有することを前提としている。特定の方を対象として支援するのは難しい。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ウォーキングイベントが人気だが、どうしても社員には関心の濃淡はある</li> <li>睡眠については、ある製造拠点で従業員全員にセミナーを受講してもらったことも。<a href="#">従業員の睡眠に対する関心は高い</a></li> <li>労務管理の重要性が高まっており、睡眠も重要だが、<a href="#">従業員のプライベート（業務外の過ごし方）までは踏み込みづらい</a></li> <li>健康状態の悪い従業員に、手軽に通えるジムの会費を補助する施策が好評。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツ庁のスポーツエールカンパニーにも認定されている。オフィスの一角にフィットネスコーナーを設けるなど、運動機会の提供に努めている。</li> <li>従業員は睡眠への関心は高い。しかし、睡眠に関する施策としてセミナー以外が難しいと感じている。</li> </ul>                                 |
| 本業における睡眠・温泉     | <ul style="list-style-type: none"> <li>ワーケーションプランを企業向けに提案しているが、チームビルディング等の需要が高く、健康増進に関心のある企業は少ない</li> <li>日帰りの現地滞在プランをパーツとして地域支店で造成しており、それらの組み合わせでオーダーメイドの法人旅行にできる。</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>良い睡眠につながる設定ができる機器を家庭用に研究・開発した。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業向けにワーケーションプランの提供を行っている。チームビルディング等の需要が高く、<a href="#">健康増進に関心のある企業は少ない</a>。</li> <li>ヨガやヘルシーな食事等も提供したが、あまり利用が伸びなかった。</li> <li>しかし、参加してみると心身がすっきりしたという意見が多い。</li> </ul> |
| ヘルスリズムに求めること    | <ul style="list-style-type: none"> <li>健康の観点で紹介するには、医師のエビデンスが不可欠。</li> <li>着地型の旅行商品であれば、<a href="#">手配・販売の収益を確保できる値付けと、それに見合った価値の提供</a>が必須。コンセプトの明確化が必要。</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>計測しただけでは効果が出たと言えないのでは。ジムの支援のように、「改善に対する支援」でないと、健康経営の観点で推奨することが難しい。</li> </ul>                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>エビデンスをとるなら、滞在中の過ごし方を統制するなどしないと効果が見えにくいのでは。</li> </ul>                                                                                                                  |
| プログラムに対する意見など   | <ul style="list-style-type: none"> <li>医師のお墨付きがないものを紹介するのは難しい。</li> <li><a href="#">福利厚生のカフェテリアプランに組み込む場合は、通常の旅行商品造成と同じ流れになるが、健康に関してエビデンスの必要性には変わらない。</a></li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>コンセプトを明確にすることが重要。<a href="#">チームビルディング等の企業課題に寄り添った提案が必要</a>ではないか。</li> </ul>                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>合宿プログラムの場合、費用対効果の説明が障壁となるが、<a href="#">場所を変えて会議をすることは有意義</a>。1泊膝詰めで議論することで、チームメンバーの人となり分かる。一度試して、効果が分かれば賛成するのでは。</li> </ul>                                            |

\*従業員数は各社公式Webサイト等を参照した。

### 3. 今後の水平展開の方向性

## 健康保険事業との連携可能性について

A社の健康保険組合に対して、寝・湯治プログラムを中心に、ヘルスツーリズムの企業への導入についてヒアリングを行った。

#### 健康に関する課題

- 健康経営優良法人を維持するためにも、各種取組を通して健康経営を進めている。
- 十分な質の睡眠を取れている従業員が、他の会社比べて低いのがA社特有の課題。

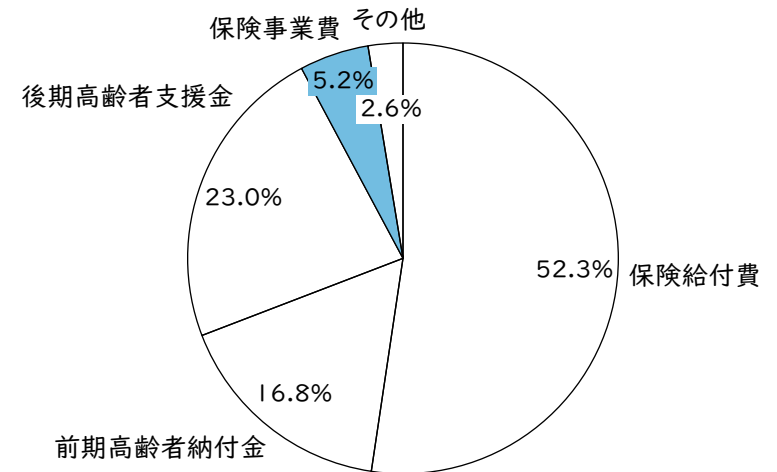
#### 自主事業について

- アプリを使ったウォーキングイベント等を行っている。関心の高い社員と、そうでない社員の差が生まれてしまうのはやむを得ないと感じている。
- 睡眠については、昨年度に睡眠の専門家をお招きして講演会を行った。
- 計測デバイスの貸出によって睡眠の状態を測ってもらうモニターを行った。多少お金がかかる取組については特に、個人の健康のためだけに使うものを会社の保険で拠出するのは難しい。そこで、モニターの方は参加体験記を提出することを必須とし、モニターに参加できなかった方への普及も見込んでいる。
- 他社も同様だとは思いますが、健康関連予算は限られている。

#### 本プログラムに対しての意見

- 販路やターゲット・コンセプトが明確でないと売れないのではないかな。
- プログラムの効果について医師のエビデンスがない点と、一人当たり料金が高くなってしまう点が障壁。少なくとも保険組合でそこまでの規模を負担ことは難しい

健康保険組合が自由に使えるお金はごく一部に限られる



出典：健康保険組合連合会「令和4年度（2022年度）健保組合予算編成状況について」  
([https://www.kenporen.com/toukei\\_data/pdf/c\\_hosa\\_r04\\_kumiaisuchi\\_07\\_01.pdf](https://www.kenporen.com/toukei_data/pdf/c_hosa_r04_kumiaisuchi_07_01.pdf))



### 3. 今後の水平展開の方向性

## 法人向けプログラムの可能性

温泉地で働き世代の方が湯治をする場面を、以下の通り整理した。

| 旅行目的             | 時間の扱い          | 費用負担                  | 参加者        | 目的                                                                   | 宿泊ニーズ                                  |
|------------------|----------------|-----------------------|------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 休暇               | 休暇             | 個人負担<br>(※会社による補助も可能) | 個人(家族、友人…) | ・リフレッシュするため                                                          | ・宿泊施設としてのニーズと一致                        |
| ワーケーション<br>(個人的) | 勤務時間中は<br>業務扱い |                       |            | ・どうしても仕事をしなければいけないが、旅行に出かけたいため<br>・新しい環境でアイデアを生むため                   | 上記に加え、仕事ができる環境があると良い                   |
| 社員旅行             | 休暇(会社命令の場合は勤務) |                       | 全社・部署全体    | ・社員の親睦を深めるため<br>・社員の福利厚生の一環として                                       | 懇親会の会場、親睦を深める仕掛け                       |
| 研修・合宿            | 業務             | 会社負担                  | チーム・部門     | ・社員の親睦を深めるため(チームビルディング等)<br>・場所を変えて議論することで、新しいアイデアを生み出したり、学習効果の定着を図る | ・チームビルディングのプログラム<br>・会議室<br>・オフィス環境 など |
| 視察               | 業務             |                       | 担当者数名      | ・地域・企業の先進的な取組を学ぶため                                                   | ・地域関係者との意見交換の場                         |

ワーケーション環境に求められるもの

- 個室(Web会議や電話等ができる)  
※コワーキングスペースの場合も
  - 電源コンセント、延長コード
  - 椅子・机
  - Wi-fi\*
  - ライトやホワイトボードなどの貸出
- \*会社規定で外部ネットワークを使えない企業もあるため、必須ではない

今回は個人での参加がほとんどだったため、休暇または個人的なワーケーションとして訪れる方が多かった。

業務命令ではないワーケーションに会社が関与する仕組みとして、福利厚生による補助が考えられるが、現状、健康に関する医学的なエビデンスが得られていないため、「健康増進のためのおすすめ」として会社(あるいは福利厚生代行会社)から案内されることは考えにくい。

大手福利厚生代行会社では、宿泊費補助を年間〇千円・〇回まで、といった形で提供していることが多く、企業が関与するとしたら宿泊費補助による間接的な支援が考えられる。

### 3. 今後の水平展開の方向性

## 個人向けプログラムの可能性

- 今回実証した3事業は、いずれも個人での申し込みを想定するものであった。
- 個人にとっての旅行の価値は、健康よりも旅行そのものの価値が重視されると考えられる（事後アンケートでも確認）。食事や宿の質、他ではできない体験（※農業体験や旅館の仕事体験など、観光である必要はない）など、差別化・磨き上げが求められる。

#### 参加者から得られた示唆＜旅行として＞

- **旅行そのものの楽しさ**  
宿や食事など、旅行自体としての価値が必要。
- **入口を作る**  
アグリワーケーションを知っている方、鳴子温泉郷の常連自身や常連のSNS投稿、職場の紹介など、「自分や身近な人が知っている地域」という安心感が重要。
- **トータルコストに見合う価値**  
交通費込みのコストに見合った価値の提供を意識する。首都圏をターゲット市場とする場合、遠方の地域では相対的に不利になるが、就労と組み合わせるなど、費用を抑える工夫は可能。
- **参加者・地域の人との交流**  
健康について、旅館の湯守と話し合ったり、参加者同士で相談できると良い。なお、個人向け商品では、同じプランで泊まっている人が他にいない、という状況も想定されるため、参加者同士の交流は保証しづらい

#### 販売について（旅行商品の場合）

- **エビデンスのないものを健康に良いとは言えない**  
医学的な検証は、本事業ではできなかった。企業として推奨するにはハードルが高い（旅行商品としての販売も含む）。
- **発生ベースで手配する旅行商品**  
発生ベースで手配する契約であれば、小規模な事業者やニッチな商品でも取り扱いが可能な場合も。

#### ヘルスツーリズムを訴求する方向性

- 医学的エビデンスの取得には時間と労力がかかるため、まずは旅行自体の楽しさと掛け合わせて訴求する  
温泉→リラックス、心身を癒やせる  
農作業→運動
- 旅行商品にこだわらない（特に個人向けの場合）。宿泊プランの方が、旅行会社経由と比べて裁量が大きい。  
なお、「仕事を手伝う」「何もしない」など、旅行中の輸送を必要としない場合は、宿泊プランとして販売しやすい。  
※アグリワーケーションは、農場との移動に係るバスを旅行会社が手配
- 実感が持てる場面の演出・・・話し合う、感覚を共有するなど、交流をベースにした機会づくりにより、主観的健康にプラスに働く可能性がある。旅行自体の楽しさを実感した方に、プラスで健康の効果も感じて頂くことが、価値の提供につながるのでは。



### 3. 今後の水平展開の方向性

## 各実証の商品化イメージ

各プログラムの特性に応じた法人・個人向けプログラムの方向性を、以下の通り検討した。

|                                                                                                                           | 湯野浜                                                                                                                                                                                                                                        | アグリ                                                                                                                                                                                                                                                         | 鳴子                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 日数                                                                                                                        | 4日～1週間<br>※地域への貢献効果とストレス解消に必要な期間を勘案                                                                                                                                                                                                        | 4日～1週間<br>※地域への貢献効果と参加しやすさを勘案                                                                                                                                                                                                                               | 1泊～3泊(脳波計測は1～2晩)<br>※湯治としては連泊を推奨するが、計測体験としては手軽さを重視する                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 受入人数                                                                                                                      | 同時に数名まで(仕事の数に応じて)                                                                                                                                                                                                                          | 同時に10～20名程度まで                                                                                                                                                                                                                                               | 同時に数名～10名程度まで                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>赤枠</b> =個人向け<br><b>青枠</b> =法人向け<br><br>1. コンセプト<br>2. ターゲット<br>3. 健康体験・期待される効果<br>4. 主な行程<br>5. 販路<br>6. 実証内容との違い(改善点) | 1. 日常を離れ、ゆったりと過ごせる地域に貢献する満足を得られる(ファスティングを体験できる)<br>2. 首都圏在住で移住や地域での副業等に関心のある方<br>3. 早寝早起き・朝食等による生活改善／地域の人との交流<br>4. 希望に応じて、朝夕の調理補助等か日中の清掃・地域の仕事等1日数時間の就労を組み合わせる<br>5. 宿泊施設のWebサイトや公式サイトなど、元々接点のある方へ案内<br>6. 地域の方と交流できる場を設ける(賄いの時間で会話をするなど) | 1. 身体を動かし、普段できない体験ができる地域に貢献する満足を得られる<br>2. 全国の農業に関心のある方<br>3. 身体を動かすこと／早寝早起き・朝食等による生活改善／地域の人との交流<br>4. 農作業の手伝い<br>※初日はガイダンス、中日に自由時間等<br>5. JA全農やJTBのWebサイト<br>※経験者に、他地域や他季節の再訪を促す<br>6. ストレッチや準備運動等、安全に運動できる仕組みを取り入れる<br>事前・事後の健康指標をその場で比較し、成果を確認できる機会を提供する | 1. 温泉地でゆったり過ごせる(湯治の体験)・睡眠の可視化や、健康相談ができる<br>2. 首都圏中心に、湯治に興味はあるが体験したことがない方／健康に課題を感じる方<br>3. 睡眠の計測+湯守との対話<br>規則正しい生活、温泉による暖まり<br>4. 到着時・起床時(またはチェックアウト時)に湯守と対話<br>日中は何かもしないかテレワークを基本とするが、事前の不安を和らげるため地域での体験(軽い運動等)の選択肢を提示しておく<br>5. 旅館の公式サイト・SNSなど<br>*計測をオプションとする場合、予約サイト等で通常のプランと同様に販売可能<br>6. 事前もなく、計測は1晩のみで手軽に体験 |
|                                                                                                                           | 1. 上に同じ<br>+ 企業の社会貢献ができる<br>2. ANAなど、地域と関わりのある大企業<br>3. 上に同じ<br>4. 基本は上に同じ<br>個別に参加する場合、テレワーク等と組み合わせても良い。<br>数名のグループで参加する場合、地域関係者との意見交換等を行う<br>5. 連携先企業のイントラ等<br>※成果を広報活動に活用し、企業・地域のWin-Winを目指す                                            | 1. 上に同じ + 企業の社会貢献ができる<br>+ チームの親睦が深まる<br>2. チームビルディング研修(10名程度)<br>地域貢献研修(10～20名程度)<br>3. 上に同じ<br>4. 基本は上に同じ<br>研修がメインで、農業体験は2日間程度。<br>もしくは早朝に農作業を行い、日中は研修<br>5. 旅行会社の法人営業担当者による紹介<br>6. ※実証では農作業のみだったが、チームビルディングと組み合わせたプログラムは販売実績あり                         | 1. 上に同じ + チームの親睦が深まる<br>2. チームビルディング研修(10名程度)<br>3. 上に同じ + 環境を変えてアイデアが湧くことも期待できる<br>4. 基本は上に同じ。日中の過ごし方として研修やテレワーク等を組み合わせる<br>※睡眠結果についてシェアすることに抵抗感を感じる方もいるため、全体では睡眠に関するガイダンスのみとする。<br>5. 旅行会社の法人営業担当者による紹介<br>6. ※実証では個別の宿泊だったが、団体で対応できるよう会議・テレワーク場所を確保                                                            |

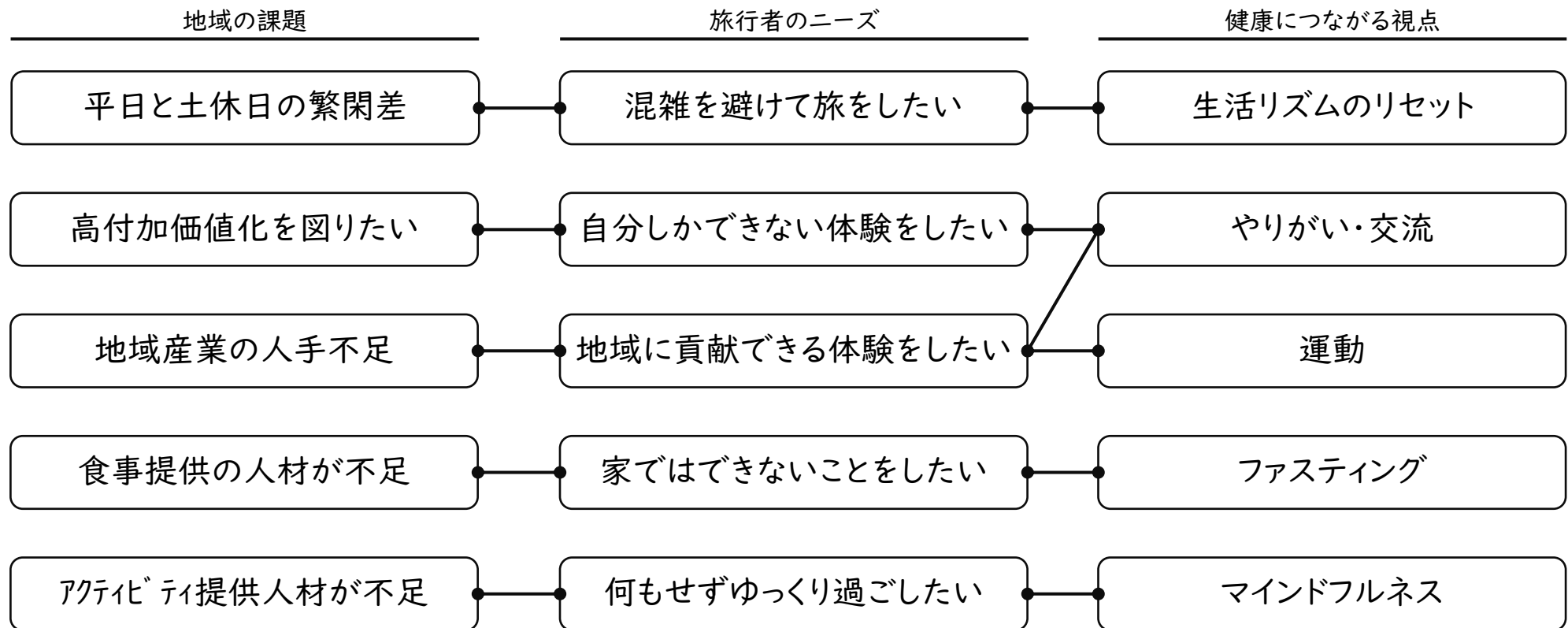
# 地域資源を活用したヘルスツーリズムの 導入に向けて

経済産業省「令和5年度地域ヘルスケアビジネス水平展開事業」

## 健康な地域と健康な旅行者の両立に向けて

- ✓ 旅行を通して健康になれる環境を提供するには、旅行先の地域の環境が持続可能に保たれている必要があります。
- ✓ 無理のない受入体制を検討し、地域の受入キャパシティに応じて事業として成り立つプログラムを検討しましょう。
- ✓ ヘルスツーリズムは、従来のマストツーリズムとはターゲット層や提供価値が異なり、より深く地域と関わることも健康につながります。地域の課題解決と旅行者の楽しみを両立できないか考えてみることも有効です。

### 地域課題の解決と旅行者の健康を両立できる例



## 地域と旅行者のWin-Winを実現するために

- ✓ 受入地域と旅行者の健康を両立するために、注意すべき事項を整理しました。

### 受入側の視点

- 自然や食など、地域資源を活かしたものである
- 現場でサービスを提供する方は誰か明確になっている  
もしくは、セルフサービスで体験できる
- 受入できる人数の上限が把握できている
- 提供できない条件（繁忙期や自然条件など）が設定されている
- 現場で対応するスタッフは、プログラムの趣旨を理解している
- 料金は、サービス提供に係る人件費を含めても黒字になる  
または、損益分岐点（最少催行人員）が明確になっている

### 旅行者の視点

- 自然や食など、地域に行かなければできない体験を含んでいる
- 特に都市部では体験できない要素がある  
また、都市部との環境の違いを活かしている
- ターゲット層が明確になっており、ニーズに対する仮説がある
- 健康になれるストーリー（仮説）がある  
特に、ハイライト（旅で最も印象に残る部分）となる体験がある
- 心身への負荷が大きすぎない（一般の参加者に向けて）  
心身の状況によって参加できない状況が明確に設定されている
- 効果をうたう場合は、エビデンスがある

# 販売方法の選び方

- ✓ 旅行商品などとしてヘルスツーリズムを提供する際は、以下の販売方法が考えられます。
- ✓ それぞれにメリット・デメリットがあり、地域の実態や目指す方向性に応じて使い分けことが有効です。
- ✓ **赤字**で示したように、現地スタッフは通常業務との兼務が想定されるため、受入を効率化することが重要です。

## 地域課題の解決と旅行者の健康を両立できる例

|           | ツアー（(交通+)宿泊+体験）                                                                                                          | 着地型プログラム                                                                                                | 宿泊プラン                                                                                                      |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 提供主体・業法   | 旅行会社が手配・販売<br>➡ 旅行業法が関わる                                                                                                 | プログラム提供主体もしくは地元のDMO・旅行会社等が販売                                                                            | 宿泊事業者において手配・販売<br>➡ 旅行業法は不要*                                                                               |
| 稼働日数      | ツアーが催行されたときのみ<br>➡ 季節ものやイベントに適する                                                                                         | 季節やガイドの都合に応じて柔軟に設定可能                                                                                    | 宿泊施設の都合に応じて柔軟に設定可能だが、通年を想定                                                                                 |
| 1回の人数     | 最少催行人員～定員                                                                                                                | 数名程度                                                                                                    | 1組～可能                                                                                                      |
| 現場対応      | 添乗員+ <b>現地スタッフ</b>                                                                                                       | ツアーガイド                                                                                                  | <b>宿泊施設のスタッフ</b>                                                                                           |
| 主な販路      | ①個人向け(募集型企画旅行)<br>②法人向け(受注型企画旅行)                                                                                         | 主に個人向け                                                                                                  | 主に個人向け                                                                                                     |
| メリット      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社による販路拡大</li> <li>・添乗員と現地対応を分担できる</li> <li>・旅行会社に仕入れてもらうため赤字になりにくい</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域主導で始められてイニシャルコストが小さい</li> <li>・料金や催行日などを柔軟に決められる</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな商品や組織を作らずに取り組める</li> <li>・宿泊施設の増収や新たなターゲット層の確保が期待できる</li> </ul> |
| デメリット・留意点 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・①催行されないリスクがある</li> <li>・②団体の要望に応える必要</li> <li>・旅行会社の求める水準を満たす必要がある</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者に認知されにくい</li> <li>・リードタイムが短く、直前まで催行できるかわからない場合もある</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・通常プランと並行して提供するため、提供に係る負荷が大きくなるおそれがある</li> </ul>                    |

\*駅から宿の無償での送迎等を除いて、輸送を伴う場合などは旅行業が必要になります。

## コンセプトの設定

- ✓ 健康に関するコンセプトとして、「旅を通して健康になれる」ことがまず考えられますが、旅行時のコンディションの違い（天候、周囲の客室のうるささ、本人の体調・・・）によって健康効果を提供できない可能性もあり、「健康になれる」と謳うことはリスクにもなりえます。
- ✓ 一方で、「健康に関する体験ができる」というコンセプトであれば、「計測を体験する」「専門家との交流から気づきを得る」「健康的な地域の暮らしを体験する」といった体験のプロセス自体が価値になります。
- ✓ どちらのコンセプトも一長一短ですし、片方しかできないわけでもありません。地域の状況やこれまでの調査結果をもとに選ぶのが良いでしょう。

### 健康に関する体験ができる

- 健康状態を測定するデバイスの体験など、  
「家でできないこと」を体験できる  
➡ 計測結果に基づくアドバイスなど、「交流」の要素がある
- 身体に良さそうな体験ができる

### 健康になれる

- 健康に効果のあるプログラムが提供される  
➡ エビデンスが明確にあり、同じ手順で提供されている

- ベースとして、旅行の楽しさを担保することが欠かせません。「健康になるために旅行する」ニーズは限られており、“リラックス”“癒やし”といったキーワードの方が訴求力を持っています。それらに紐づく要素を旅行の一連の体験中にちりばめることが満足につながります。
- 「豪華な食事」「贅沢な体験」などに限らず、「自然の風景を眺めてゆったり過ごせる」「地元の郷土料理を味わえる」なども魅力となりえます。自社（自地域）が提供できる強みが“刺さる”ターゲット層を設定することが効果的です。

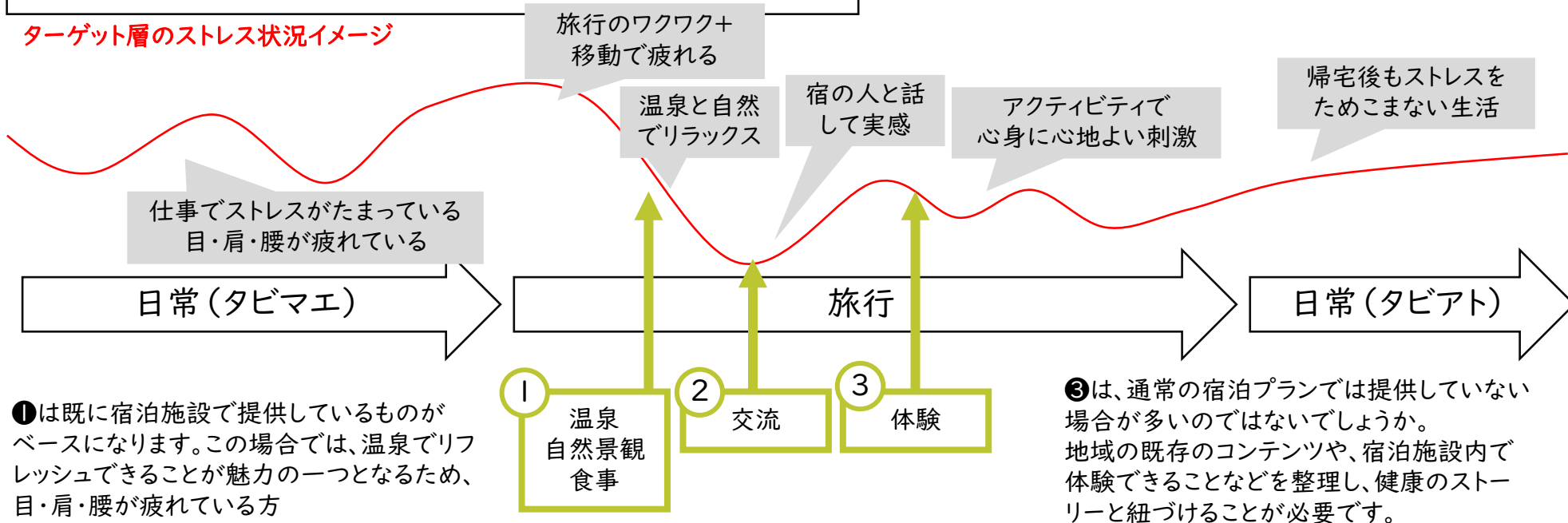
## ストーリーの設定

- ✓ ターゲット層を具体的に考えながら、心身がリフレッシュするプロセスを考えます。
- ✓ 仮説を設定したら、到着から出発までの一連の流れの中で、どんな体験をし、どのように感じるか仮説を設定します。

### ターゲット層の例

- 30～40代、働き盛りの方
- 都市部でデスクワーク中心の仕事に従事。慢性的に疲れがたまっている

### ターゲット層のストレス状況イメージ



①は既に宿泊施設で提供しているものがベースになります。この場合では、温泉でリフレッシュできることが魅力の一つとなるため、目・肩・腰が疲れている方  
⇒デスクワークに従事する方をターゲット層に設定しました。

③は、通常の宿泊プランでは提供していない場合が多いのではないのでしょうか。地域の既存のコンテンツや、宿泊施設内で体験できることなどを整理し、健康のストーリーと紐づける必要があります。

②は、比較的小金をかけずに提供できますが、宿泊客にどうなってもらいたいのか、いつどんな仕掛けがあると良いかを考えて場面設定を考えておく必要があります。タビアトの効果を考えて、持ち帰ってもらえることがあったら望ましいです。健康に関する助言を行う場合は、様々な注意点があります。



## ① 宿泊施設の環境・サービスを見直す

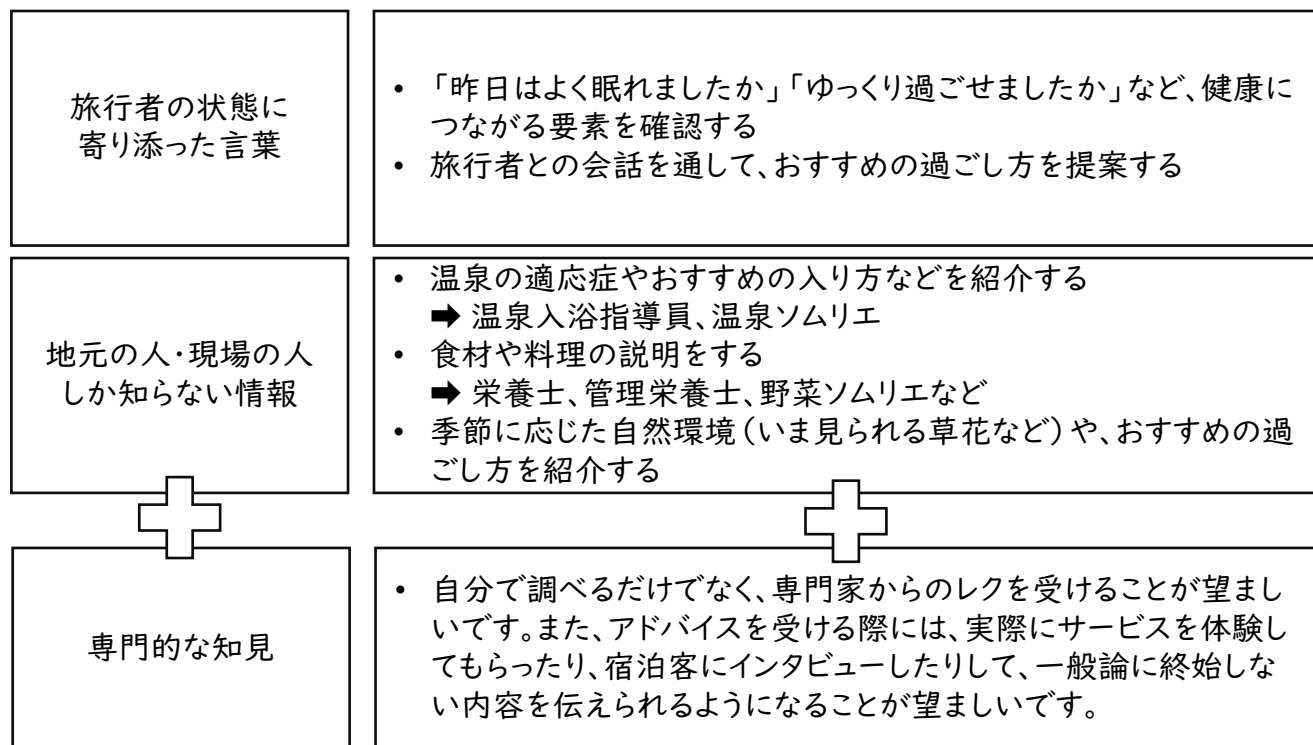
- ✓ 健康へのストーリーに合致するよう、宿泊施設のサービスを見直してみましょう。
- ✓ 特別対応をするのではなく、どのような点が健康につながると考えられるか、強みを確認することが重要です。
- ✓ ここまでは、健康に関するエビデンスとは関係なく、“**健康的な雰囲気**”をつくる**ことが目的**で、**ヘルスツーリズムを提供するための環境整備**として必要なことです。

| 構成要素の例 | 健康につながる視点                                                                                                                                    | 無理ない対応方法の例                                                                                                                                                                                                      |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 温泉・風呂  | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 温泉の適応症と禁忌症</li><li>・ 温泉の温度や入浴方法</li><li>・ 貸切風呂など、リラックスして入れる環境</li><li>・ 露天風呂など、自然環境を楽しめる環境</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 温泉の適応症や、効果的な入浴方法を紹介する</li><li>・ ゆったりと温泉を楽しめるよう、一部の時間で貸切や女性専用などのサービスを提供する</li><li>・ 混雑する時間帯を知らせ、空いている時間帯へ誘導する</li></ul>                                                  |
| 客室     | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 快適に過ごせる環境（温度や湿度、部屋の明るさなど）</li><li>・ 寝具や寝間着（浴衣等）の質</li><li>・ 飲み物や茶菓子</li></ul>                        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 良い睡眠がとれるコツを紹介する</li><li>・ 館内着や枕などを選べるようにする</li><li>・ 地元でとれた果物やお茶などを提供する。地域の名物であることや、昔の人の活用方法などのエピソードを紹介する</li></ul>                                                     |
| 食事     | <ul style="list-style-type: none"><li>・ ヘルシーな食事内容（野菜や魚を中心に、旬の食材を取り入れているなど）</li><li>・ 量が多すぎない</li><li>・ 食事の時間帯（規則正しい生活）</li></ul>             | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 通常プランよりも品数を減らしたプランや、メインメニューを選べるプランなどを用意する（特別メニューではなく、引き算を中心に対応）</li><li>・ ご飯・汁物・デザートなどでハーフバイキングを取り入れ、旅行者が量をコントロールできるようにする</li><li>・ 食材や料理の説明をする（昔の人の知恵や栄養価など）</li></ul> |
| 自然環境   | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 森林や水のある風景など、日常（ここでは、都市部の生活など）で得られない環境</li></ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 宿の周りを軽く散策できることなどを紹介する</li><li>・ 景色が良く見える部屋に案内する。到着が日中であればカーテンや障子を開けておく</li></ul>                                                                                        |



## ② 交流の場を設ける

- ✓ 健康は主観的な要素も重要で、「気づき」を通して大きく変わる場合があります。また「気づき」を日常生活に取り入れることで、旅行後も健康的な習慣が実践できるなど、“旅の力”を活用した健康へのアプローチに期待できる部分は多いです。
- ✓ 現地の人との交流は「気づき」の重要なきっかけであり、宿泊プランとして販売する場合はまず宿のご主人などとの会話が考えられます。特別な場面を設けなくても、



**！ プライバシーを確保しましょう** 旅行者から、健康に関する悩みを打ち明けられることがあるかもしれませんが、不特定多数のお客様の目に触れるフロントデスクではなく、ソファやラウンジなどで話すなど、健康に関する話題をする場所に注意しましょう。もちろん、健康状態についてあれこれと詮索するのはNGです。

**！** アドバイスは法に抵触しない範囲で！

医師法によって、医師以外は医療行為をできないと定められています。患者の個別の状況に応じて判断をすると、医療行為に該当する可能性が高くなります。

○医療行為ではない例

- ・健康に関する情報提供（一般論を説明）
- ・受診を勧める行為

・計測結果を伝える（判断を伴わない）

※たとえば、患者がAパターンに分類された際、Aパターンの方の疾病リスクが平均どれくらいかを伝えるなど（個人ではなく、該当するグループの情報なので個別判断ではない）

- ・軽い応急措置や血圧等の測定など

○医療行為に該当する例

- ・専門的な知見に基づき、個別の判断をする

医学的な見地のアドバイスが必要であれば、地域内または遠方からオンラインで参加できる医師と連携を図るのも有効です。目指す効果に応じて、法令を遵守しながらサービス内容を検討しましょう。

### ③ 体験を提供する

- ✓ 地域で提供できる体験を、整理してみましょう。宿泊プランとして提供する場合、1回あたりの利用者が限られるため、「特別なプログラムを実施する」ことは考えにくいでしょう。地域の既存の取組を健康に紐づけて整理し、参加者の方におすすめを提示できるようにしましょう。

#### 体験を提供する視点

- 「何もすることがないのでは」「退屈しないか」といった不安を解消し、予約につなげる
- 何気ない体験も、プログラム化できる
- 旅行者が、自宅や近所でできないことはすべて体験になる
- いつでも提供可能な体験が望ましい
- セルフサービスでもよい

#### 健康に紐づく要素の分解

#### 効果を高める工夫

- 時間帯を変える  
例) 早朝に行き、1日をスッキリ迎える
- 場所を変える  
例) 眺めの良い所で行い、リフレッシュ効果を目指す
- 
- 

#### <リスト化の観点>

以下の観点で整理すると、希望するプログラムが見つけやすくなるのではないのでしょうか。

- 体験の内容による整理  
(自然系、運動系、インドア系…)
- 宿泊施設内で提供している／外部で提供している(予約不要)／外部で提供している(要予約)

| 要素1 | 要素2 | 要素3 | 要素4 |
|-----|-----|-----|-----|
| ○   | ○   | △   | △   |
| ◎   | -   | ○   | △   |
| △   | ◎   | ○   | ○   |
| -   | -   | ◎   | ◎   |
| ○   | ○   | △   | △   |

#### 体験プログラムの基本的な確認事項

- 屋外の場合、雨天時の代替案があるか
- 季節性のものの場合、実施期間はいつか
- 宿泊施設や駅などから会場へのアクセスは
- ケガをしていたり、運動制限があるときに参加できるか。参加できない条件はあるか
- 事前予約が必要な場合、いつまでに申し込めば良いか
- 一般の参加者と相乗りで参加する場合、満員で参加できない場合はないか。一緒に参加する人がどんな人か、事前にわかるか

## 事前・事後の比較

- ✓ 健康への効果を確認するために、事前・事後で比較できる指標があると、参加者も自分の変化が確認できます。
  - 指標は、その場の状況によって変わらないようなものが望ましいです。
- ✓ 最も簡易的に行える指標が、アンケートです。アンケート調査の手法について、下記の通り整理しました。
- ✓ アンケートのほかにも、計測デバイスの結果を比較したり、同じ検査を受けてもらうなどにより、同じ基準で比較ができます。

### メリット

- 特別な設備を必要とせず、お金をかけずにできる
- 回答結果を定量的に示すことができる
- 回収方法によっては、結果がすぐにわかる

### デメリット

- 回答者の気持ちに左右されたり、バイアスがかかる  
例) 事後アンケートだからとりあえず「良くなった」と回答しておこう…  
と思われる、正確なデータが得られなくなる
- 詳細な情報は得られない

把握したい内容に応じて、適切に手法を使い分けましょう

### 紙のアンケート

#### メリット

- 紙を回収することで、回収漏れを防げる  
例) チェックアウト時に用紙を回収する
- 自由記述を丁寧に書いてもらえる可能性がある

#### デメリット

- 集計に手間がかかる
- 回答ミスが起こりやすい

### Webアンケート

#### メリット

- いつでも回答できる
- 集計が簡単、リアルタイムで結果を見られる
- 回答ミスや回答忘れを防げる

#### デメリット

- その場で答えてもらえない場合、忘れられてしまうことも

### 対応

- 事前・事後の比較であることを隠す、事前アンケートの内容を忘れるくらい間隔を空けるなど
- 数値の良しあしを評価するものではない、正直に答えてほしい、などと伝える
- 聞き取り(インタビュー)などによって詳しい情報を補う

既存の調査票を使うことで、客観性を担保できます。その際は、内容を全く変えないことと、出典を明記することが必要です。

(例)

- ストレスチェック(厚生労働省) <https://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/anzeneisei12/index.html>
- 簡易抑うつ症状尺度(QIDS-J) <https://www.cbtjp.net/qidsj/>
- OSA睡眠調査票MA版(日本睡眠改善協議会) [https://www.jobs.gr.jp/osa\\_ma.html](https://www.jobs.gr.jp/osa_ma.html)

# 販売に向けて 販路の検討

- ✓ 商品化にあたっては旅行業法が、広告宣伝にあたっては薬機法や景表法などが関わってきます。
- ✓ 商品化にあたって、旅行商品として売り出す場合には、下記のような基本情報を整理しておく必要があります。ただし、多くの旅行商品が発生ベースで手配されるため、予約が入らない限り売れません。また、予約が入っても満室等によって受けられない場合もあります。宿泊施設が宿泊プランの一つとして健康プログラムを提供する場合は、法令による制限はありません。

販路が広がる



旅行商品として  
発売する際に  
必要な情報

旅行商品として・・・宿泊や交通を伴うサービスを  
宿泊事業者以外が提供する場合。旅行業法の資格が必要

宿泊プランとして・・・宿泊事業者が自ら提供する場合、資格不要です。  
ただし、交通はつけられません。

その他・・・計測機材のレンタルや、日帰りの体験等であれば、資格は必  
要ありません。

タリフの記載内容(例)

- ツアータイトル
- ツアーの概要
- 行程
- 料金(1名あたり又は1グループあたり)  
料金に含まれるものと含まれないもの(現地までの交通費など)  
オプション(あれば)※例:+1,500円で昼食つきプランなど
- 所要時間
- 定員/最少催行人員  
最少催行人員に満たない場合の取扱い(追加支払いで対応可など)
- 定休日・受入可能時間帯(開始時間が決まっていればその時間)
- 場所・アクセス
- 施設の設備、外国人・障がい者・子ども連れ・アレルギー等の対応
- 支払い方法
- 予約の期限
- キャンセルポリシー(〇日前まで無料、〇日前から〇%など)
- 緊急時の対応

**!** 「健康に良い」と謳うのはかなり慎重に  
サプリメントや健康食品の分野では、「痩せる」「〇〇が治る」など、健康効果を偽ったり大げさに宣伝することを禁止しています。

<ガイドラインに記載されたNG例(一部)>

- 「薬に頼らず治せる」と表示すること
- 一部の有効成分が入っているだけなのに、商品全体が健康に良いかのように表示すること
- 肯定的なクチコミ数件を示すだけで、全員に効果があるかのように示す

参考:消費者庁(2013/2021一部改訂)  
「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」

([https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant\\_advertisement/assets/representation\\_cms214\\_221205\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant_advertisement/assets/representation_cms214_221205_01.pdf))

## ターゲット層に応じた販売のポイント

- ✓ 旅行や宿泊の商品として販売するので、基本的な旅行や宿泊の価値を満たしていなければ、満足につながりません。
- ✓ 「旅行や宿泊の価値」は画一的なものではありません。  
たとえば、ファスティングを行う宿泊プランは、「家ではつつい食べてしまってファスティングができない」「仲間と一緒に頑張れる」「専門のインストラクターに教えてもらえる」といった価値を提供することで、「わざわざ泊まる理由」を作りだしています。
- ✓ 企業と連携したプログラムなど、特定の販売先が決まっている場合は、そのニーズに丁寧に答えることが欠かせません。

### 健康につながる価値 (例)

- 身体を動かすことができる
- 健康状態を計測できる
- 生活習慣や悩みについて、相談できる

### 旅行や宿泊の価値 (例)

- 清潔で快適な部屋で過ごせる
- 気持ちよく出迎えてもらえる
- まわりの自然風景を眺められる
- 宿の人や地元の人と交流できる

### 企業ニーズの例

- ミーティングや研修ができるよう、会議室がある  
もしくは、食堂が食事時間帯以外で使える
- 椅子、机、ホワイトボード、プロジェクターなどが利用できる
- チェックイン／アウトの時間を柔軟に調整できる
- 請求書支払いに対応している

↓

自社の施設ですべて賄うことが難しければ、地域の公共施設を借りたり、提携できる企業の設備を貸してもらったりしましょう。

わざわざその地域に行く理由があるか？ を考えることが重要です。

健康の観点で「行く理由」が明確でなければ、旅行としての魅力の部分で訴求していくことがいっそう重要になります。

<「行く理由がある」例 ※健康観点で>

□ 家ではできないこと

(例:家庭用を買うのはためられるような高価な機器を体験できる)

□ 仲間とともに過ごせる(例;ファスティングプログラム)、地域の人たちと交流ができる(例:地域の課題解決を手伝うプログラム)

□ 他人だからこそ話せる悩みを聞いてもらえる、相談に乗ってもらえる

□ 季節ごとの過ごし方が用意されている(→通いたくなる仕組みにもつながる)

□ リフレッシュした時間を過ごせる



- ## 磨き上げの視点

- ## 横展開の視点

- ヘルスケアプログラムを作る上では、専門の知見をもつ組織との連携も不可欠です。



# 寝・湯治実証事業 (宮城県鳴子温泉郷)

株式会社JTB総合研究所

## 本事業の背景・目的

### 1 社会的側面からの事業背景・目的

日本人の睡眠時間は平均約7.7時間と、OECD諸国の中で最低水準にある。睡眠不足は生産性の低下を招き、日本全体で15兆円もの経済損失が生まれているとする研究もある。慢性的な睡眠不足は自覚しづらいため、心身の疲れをリフレッシュし、日常の過ごし方を見直す機会を提供することが、健康な社会をつくる上で重要となる。

国内では健康立国への取組が進む中で、企業においては健康経営に取り組む重要性が認知されている。健康経営優良法人の認定社数は急速に増えており、一部の取組から「当たり前」に転換する兆しが見えている。の認定基準の一つに「心身の健康増進を目的とした旅行（ヘルスツーリズム）を通じた運動知識の向上と運動機会の提供」もあるように、社員の健康増進、ひいては生産性向上のためにヘルスツーリズムの導入は企業にとっての課題でもある。なお、働き方改革とテレワークの普及によって今までよりも出かけやすくなったことは追い風要因である。

温泉地での過ごし方は、昭和40年代頃まで、農林漁家が心身の不調を整える「療養」目的で長期滞在する「湯治」が主流だった。しかし近代医学の普及や働き方の変化により湯治文化はすたれつつある。現代の働き方に合わせて、2～3泊程度の滞在で心身をリフレッシュする「保養・休養」の湯治を提案することが、温泉地の再活性化に求められている。

本事業は、温泉地での滞在を通して働き世代の睡眠改善をはかり、社会全体の生産性向上・健康増進と、温泉地の活性化を目指すものである。

### 2 当該分野における産業創出の視点からの事業背景・目的

ヒトの睡眠は脳波で定義されるが、計測には検査入院が必要な上、全国300施設程度でしか対応していなかった。ウェアラブル端末で脳波を測定できることで、誰でも・どこでも測定することが可能となった。健康増進のためには、「気づきに基づく行動変容」が重要である。非日常の環境に身を置き、「良い睡眠がとれて、心身がリフレッシュできた」という実感を持つことがツーリズムと掛け合わせる意義で、旅行後のより良い日常につながる。

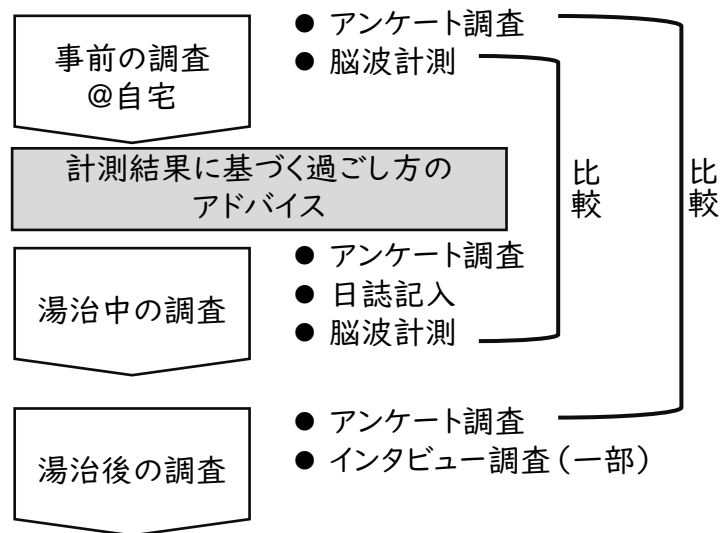
これまで経験的にしか言われてこなかった「温泉に行くときよく眠れる」ことが客観的に把握されれば、温泉地の「現代人のニーズにあった湯治場」としての役割の強化にもつながる。入浴と地域資源の活用（農業体験、山歩きなど、自然の中での軽い運動や、瞑想・坐禅など）を組み合わせる睡眠改善を図る2泊3日の滞在を「寝（シン）・湯治」と位置付け、旅行者（働き世代）・温泉地・ヘルスケア産業それぞれの活性化を目指す。

- ・ 旅行者：睡眠の改善を実感し、心身をリフレッシュし、より良い日常生活を過ごす
- ・ 温泉地：「泊まるだけ」の温泉旅行を脱却し、「その温泉地に行く理由」を創出（地域資源により横展開可能）
- ・ ヘルスケア産業：測るだけでなく、改善の実行まで一体となったサービス提供をすることで、実感価値を高め、慢性的な疲労が蓄積している働き世代の利用を伸ばす。



## 調査設計・プログラム設計の考え方

### <調査の流れ>



- 同じ調査を、自宅と旅館で行ってもらうことで、結果の違いを比較する構成とした。
- 事前アンケートと事後アンケートでも同じ質問を聞いて回答結果の違いを分析した。なお、旅行後1週間をめぐりに案内し、効果が「その場限り」ではないことを担保した。

### <プログラム設計の考え方>

#### 1. 個人客を対象とする

実際の地域の提供体制を再現する、参加者の日程を優先する、ゆっくり過ごしてもらい、などの理由から、モニターツアー形式ではなく希望する日程でばらばらに泊まっていただく形式とした。  
なお、睡眠に集中できるよう、1名での参加とした。

#### 2. 2泊3日で湯治を体験

移動しない「中日」を設けることで、ゆったりと過ごしてもらい。脳波計測に際しても、1番だけでは正確性が下がるため、自宅・湯治2晩ずつ計測してもらった。

#### 3. 地域資源を活用した体験

地域の自然や文化を活かしたプログラムを、特に中日を想定して提供した。自宅での睡眠レポートをふまえて、おすすめの体験を変えるなど、良い睡眠に寄与する方向性を検討した。

#### 4. 自分なりの過ごし方

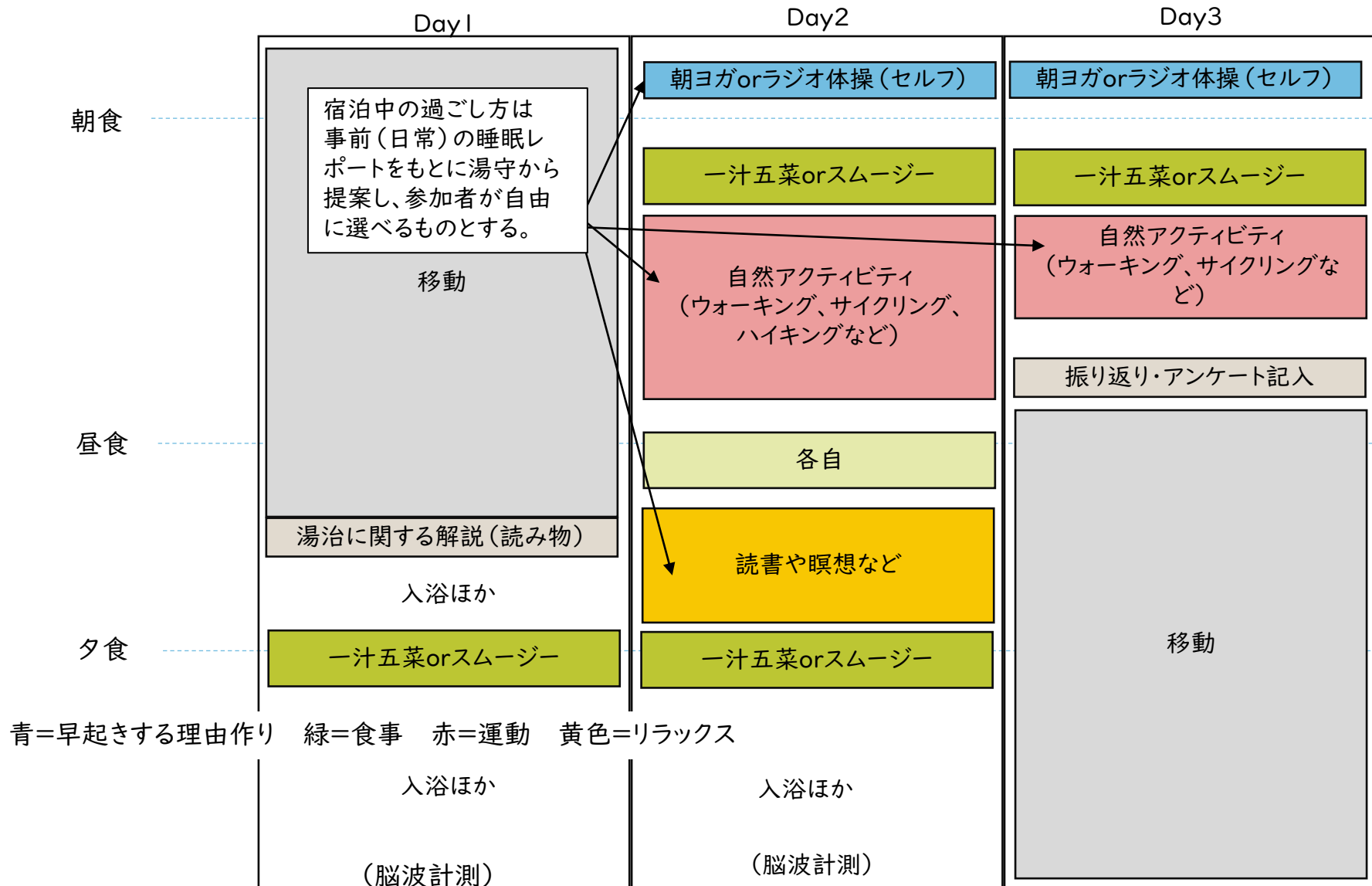
従来のモニターツアー等と異なり、一人でのんびりと過ごしてもらうことを重視した。過ごし方は各自に任せ、テレワーク等も可能とした。ただし、夕方のカフェイン摂取や、夜の飲酒など、睡眠によくないことは控えるように書面で案内した。

#### 5. 湯守との交流

湯治の過ごし方や、脳波レポートの見方・アドバイスについて湯守からアドバイスをもらうようにした。これによって、湯治している実感を持たせる効果も目指している。

## プログラムの検討 - 過ごし方の想定イメージ

2泊3日の滞在中において、以下の過ごし方を想定し、比較的短時間で身体的な負荷が適切なアクティビティを検討した。



## プログラムの検討 - 睡眠への貢献を意識したプログラムの見直し

良い睡眠につながる要素を分解し、各プログラムとの紐づけを測った(検討結果は次頁の通り)。

### 4. 健康づくりのための睡眠指針 ～快適な睡眠のための7箇条～

#### (1) 快適な睡眠でいきいき健康生活

快適な睡眠で、疲労回復・ストレス解消・事故防止

睡眠に問題があると、高血圧、心臓病、脳卒中など生活習慣病のリスクが上昇

快適な睡眠をもたらす生活習慣

～定期的な運動習慣は熟睡をもたらす

～朝食は心と体のめざめに重要、夜食はごく軽く

#### (2) 睡眠は人それぞれ、日中元気はつらつが快適な睡眠のパロメーター

自分にあった睡眠時間があり、8時間にこだわらない

寝床で長く過ごしすぎると熟睡感が減る

年齢を重ねると睡眠時間は短くなるのが普通

#### (3) 眠る前に自分なりのリラックス法、眠ろうとする意気込みが頭をささえる

軽い読書、音楽、香り、ストレッチなどでリラックス

自然に眠たくなってから寝床に就く、眠ろうと意気込むとかえって逆効果

ぬるめの入浴で寝付き良く

#### (4) 目が覚めたら日光を取り入れて、体内時計をスイッチオン

同じ時刻に毎日起床

早起きが早寝に通じる

休日に遅くまで寝床で過ごす、翌日の朝がつかなくなる

#### (5) 午後の眠気をやり過ごす

短い昼寝でリフレッシュ、昼寝をするなら午後3時前の20～30分

夕方以降の昼寝は夜の睡眠に悪影響

長い昼寝はかえってぼんやりのもと

#### (6) 睡眠障害は、専門家に相談

睡眠障害は、「体や心の病気」のサインのことがある

寝付けない、熟睡感がない、充分眠っても日中の眠気が強い時は要注意

睡眠中の激しいいびき、足のむずむず感、歯ぎしりも要注意

まず、健康づくりのための睡眠指針をもとに、比較的短期間で改善が見込めそうな要素を抽出した

次に、S'UIMIN社で「ぐっすり睡眠スコア®」が開発されたことに伴い、その評価基準4観点に沿って検討を行った。

→ 詳細は次頁



### 睡眠の量

① 睡眠時間・・・リラックスできる体験

### 睡眠の質

② 睡眠安定度・・・適度な刺激を与える体験

③ 深いノンレム睡眠・・・同上

④ レム睡眠・・・リラックスできる体験

#### 4. 寝・湯治実証事業

### プログラムの検討 - 睡眠への貢献を意識したプログラムの見直し

前頁に記載した観点から、地域資源を活用したアクティビティの睡眠に対する影響を以下の通り整理した。

| カテゴリ | カテゴリの説明                                                              | 名称             | 予約先   | 所要時間 | 時間帯  | 料金<br>(事務局負担) | 運動 | リラックス | 朝活 | 食事 | 睡眠の量 | 安定度 | 深いノンレム | レム | 睡眠改善のストーリー                                                              |
|------|----------------------------------------------------------------------|----------------|-------|------|------|---------------|----|-------|----|----|------|-----|--------|----|-------------------------------------------------------------------------|
| 自然   | 鳴子の自然資源を満喫するアクティビティ。軽度のアクティビティにより運動習慣のない方も楽しく体を動かして、運動習慣を作るきっかけを目指す。 | 町歩き程度の軽いウォーキング | なし    | 0.5  | いつでも | 0             | ●  | ●     | ●  |    |      | ●   | ●      |    | 何もない町だというけれど、歩いているとなんだか楽しい。ぐるっと回るだけだから、知らない町でも迷わない。ついつい足が進んでしまう。        |
| 自然   |                                                                      | サイクリング         | なし    | 1    | いつでも | 0             | ●  | ●     |    |    |      | ●   | ●      |    | 歩くとき遠いけれど、車では味気ない。「ちょっとそこまで」を運動に変えて、秋風を全身で感じよう。                         |
| 自然   |                                                                      | 潟沼でSUP         | (SUP) | 2    | 日中   | 3,000         | ●  | ●     |    |    |      | ●   | ●      |    | 魚も棲まない強酸性の青。落ちたらどうしようという不安はいつの間にかなくなり、必死に櫂を漕ぐ。強張っていた足がほぐれ、自然体で湖面に立つ。    |
| 自然   |                                                                      | 奥の細道ウォーク       | SS    | 4    | 日中   | 11,000        | ●  |       |    |    |      | ●   | ●      |    | 源義経も松尾芭蕉も通ったという古道。足元ばかりを見ていないで、ふと顔を上げると、木々や空が感じられます。                    |
| 自然   |                                                                      | 鳴子ダムでカヌー体験     | SS    | 3    | 日中   | 15,000        | ●  |       |    |    |      | ●   | ●      |    | 広い湖に浮かび、風と湖面のゆらめきを全身で受け止める。心は軽く、腕や肩は重く。明日は筋肉痛かもしれません。                   |
| 文化   | 文化系の体験。無心になれる時間でリラックスする。スマホやPCの画面を見つめている時間を少しでも減らし、寝つきを良くする。         | こけしの絵付け        | SS    | 1    | 日中   | 3,000         |    | ●     |    |    |      | ●   | ●      | ●  | 無心に絵筆を動かすと、いつの間にか時間が経っていました。こんなに画面をみなかったのはいつぶりだろう。                      |
| 文化   |                                                                      | お抹茶            |       | 1    | 日中   | 0             |    | ●     |    |    |      |     |        |    | 暖かいお抹茶でほっと一息つく時間。女将と話しながらお茶を頂くと、心が少し軽くなるかもしれません。                        |
| 文化   |                                                                      | マインドフルネス       | なし    | 1    | 朝推奨  | 0             |    | ●     | ●  |    |      | ●   | ●      | ●  | 山荘で、自分のペースで心を解き放ってみてください。頭の中をグルグルと駆け巡っていたあれこれが、2ふっと軽くなるかもしれません。         |
| その他  |                                                                      | 読書・俳句（湯よみ文庫）   | なし    | 1～   | 日中   | 0             |    | ●     |    |    |      | ●   | ●      | ●  | 本を読んでいると、いつの間にか眠くなることはありませんか。旅館の本棚や、持ってきた本を、好きな時間に開いてみてください。            |
| 温泉   | 温泉資源を活かした体験。暖まりからの温度差で寝つきが良くなるか                                      | 温泉めぐり          | なし    | 1～   | 日中   | 1,000         |    | ●     |    |    |      | ●   | ●      | ●  | 鳴子の宿の人は、みんな話し好き。「2時間は身体が火照ったままなんだよ」なんて言われて、本当にそうだから驚く。なんだか身体にいいことをした気分。 |
| 温泉   |                                                                      | ふかし湯で昼寝        |       | 0.5  | 日中   | 0             |    |       |    |    |      |     |        |    | 昼寝すると夜眠りにくくなる                                                           |
| その他  | 朝起きる目的をすることで、早起きして日光を浴びる習慣をつける。                                      | ラジオ体操          | なし    | 0.5  | 朝推奨  | 0             |    |       | ●  |    |      | ●   |        | ●  | 誰も見ていないから、間違ってたって恥ずかしくない。小学生に戻った気分です。肩を大きく回せば、朝の冷たい風がひんやりと私を目覚めさせてくれる。  |
| その他  |                                                                      | ノルディックウォーキング   | なし    | 1    | 朝推奨  | 0             | ●  |       | ●  |    |      | ●   | ●      |    | 棒を持って歩くだけでしょ？ そう思っていたら大違い。全身を動かすから、ちょっと歩くだけでもいい運動だと実感できます。              |
| 食    | 食事量を減らし、眠りを深くする。                                                     | ファスティング        | なし    | -    | いつでも | 0             |    |       |    | ●  |      | ●   | ●      |    | 「意外と食べなくてもいいんだ」と思える3日間。身体に溜まった老廃物をお湯に流す気持ちで、湯治しながら胃腸をリセットしよう。           |

\*SS=SomeSpace (外注先企業) ※資格を持つネイチャーガイド



# 宿泊モニター募集中

# 寝・湯治

2023 10月10日 - 11月30日

宮城県・鳴子温泉郷

睡眠計測をしながら温泉旅館で宿泊する実証事業を行います。

眠りの質が気になる...

最近 疲れがたまっている...

温泉地でのんびり過ごしたい

筑波大発スタートアップ・S'UIMIN社の最新脳波計測デバイスを体験いただき医師監修の睡眠レポートをお渡しします。

宮城県・鳴子温泉郷で100年続く湯治宿「旅館大沼」で2連泊。5代目湯守が、あなたに合わせた過ごし方をご提案します。



- ファスティングプラン
- 一汁五菜プラン

ご予約はお電話で  
お願いします。  
☎ 0229-83-3052



## お申込みから参加までの流れ

事前のアンケートにご協力ください。



日常生活での睡眠を計測します(2晩)

2~3週間程度

睡眠レポートに基づき、温泉地でのおすすめの過ごし方を湯守がご提案します。



宿泊中の睡眠を計測します(2晩)

アンケートやインタビュー調査にご協力ください。

お申込はこちらから



<https://questant.jp/q/naruko>

本事業は、経済産業省「令和5年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（ヘルスケアビジネス創出推進等事業）地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業」採択事業（株式会社日本総合研究所受託）です。

詳しい内容は  
次頁をご覧ください。

## モニター宿泊中の過ごし方(例)

### Day 1

14時頃 「旅館大沼」へ到着、チェックイン（入浴など自由時間）  
18時頃 夕食  
夜 脳波計測デバイスを装着して就寝

### Day 2

7時頃 ラジオ体操など軽い運動  
8時頃 朝食  
アクティビティ【自由選択】  
12時頃 昼食（各自）  
アクティビティ【自由選択】  
18時頃 夕食  
夜 脳波計測デバイスを装着して就寝

### Day 3

7時頃 ラジオ体操など軽い運動  
8時頃 朝食  
10時頃 アンケート記入・チェックアウト  
帰宅

滞在中のアクティビティは、良い睡眠につながる事が期待できるものを、事前の睡眠計測結果を参考にしながら、湯守がご提案します。  
ご参加者様にて自由にお選びいただき、お楽しみください。  
<プログラム一例>

周遊バイキング



山荘でフナ焼



世界一おいしい



©(公社)宮城県観光連盟

食事プランは2種類からお選びいただけます。

※写真はイメージです。



一汁五菜プラン  
(夕食の例)

ファスティングプラン  
(玄米甘酒スムージー)



## Q & A

### 日程は決まっていますか。

ご参加者様のご都合に合わせて、日程は自由にお選びいただけます。ただし、土日祝日などは満室等により予約をお受けできない可能性があります。申込フォーム記入の前後に、旅館大沼へ宿泊の予約をお願いいたします。

### 宿泊は、ツアー形式で行うのですか。

モニターツアーの形式は取っておりません。ご参加者様のご都合の良い日程でご宿泊ください。他のモニター宿泊者と日程が重複する可能性はありますが、一緒に行動していただく必要はありません。

### 参加費用はどのくらいかかりますか。

現地までの交通費、宿泊費、滞在中の食費等はご参加者様のご負担となります。モニター宿泊は特別プラン(2泊4食付き36,000円)で宿泊していただきます。なお、東京駅から最寄駅までの交通費は、新幹線利用で往復約24,000円程度です。

### 食物アレルギーには対応していますか。

可能な限り対応しますので、予約時にご相談ください。

### 平日に休むのは難しいため、テレワークをしながら滞在中でも良いですか。

現地でのアクティビティは自由選択ですので、テレワークをさせていただいても構いません。ただし、実証事業の趣旨に照らし合わせて、適度な範囲でお願いします。

### 複数名での参加はできますか。

複数名でもお申込みいただけます。良い睡眠を取っていただけるよう、一人部屋をご用意いたします。また、個人情報保護の観点から、お申込みはご本人様よりお願いいたします。

### 応募者が多数の場合、どのように参加者を選びますか。

基本的には先着順となりますが、モニターの募集条件等と照合してよりふさわしい方を優先する可能性もございます。応募結果にかかわらず、お申込みいただいたすべての方に事務局よりご連絡をいたします。

### 申込期間は決まっていますか。

定員に達次第申込フォームを閉鎖します。メチは2023年10月中旬～下旬頃を予定しています。

## 参加者に配布した資料(抜粋)

## 睡眠の量

- **寝付きを良くすることで、「布団に入った時間」と「実際に眠り始めた時間」の差を縮めることができます。**リラックスできるアクティビティを取り入れてみてはいかがでしょうか。
- 就寝前の深部体温や、生活リズムを整えることなども、寝付きをよくすることにつながります。



## 安定した睡眠

- **適度な疲労や緊張**によって、深い眠りが期待できます。身体を動かしたり、ふだんしないことに挑戦してみてもいいのではないでしょうか。
- アクティビティだけでなく、**就寝の環境や、寝る前の行動を見直す**ことも、質の高い睡眠につながります。たとえば、お酒を飲むと、寝付きがよくなったように感じるかもしれませんが、眠りが浅くなってしまうのです。

▼ 深いノンレム睡眠

- 睡眠の前半に現れることが多いため、寝付きをよくして、深い眠りにつくことが重要です。**心身のリラックスや程よい疲労感**などが良いでしょう。

## レム睡眠

- 睡眠の後半に現れるため、**睡眠時間を長くすること**と、途中で起きてしまわずにぐっすり寝ることが重要です。
- **リラックスできる**アクティビティや、睡眠時間を早める（夜更かししない）ことが良いでしょう。

## モニター宿泊の過ごし方 in 鳴子温泉郷

## モニター宿泊への持ち物

- ✓ **活版印刷デザインズ(Informagraft)**  
※活版で印刷されているので、紙に浸透されている印刷物ではありません。
- ✓ 仕様のアメリカン(露点・タネ・スタート・リヤー・ダブ)は埋め穴ではなく、点打機で打つタイプは埋め穴ではない。

宿泊料に含まれないもの

- ✓ 優良代…おすすめのランクス車は、湯守にお尋ねください。
- ✓ 新車代など
- ✓ 下場の全運賃

## 宿泊中・宿泊後のお願い

- 【参加中に注意いただきたいこと】
- ✓ 日本へは初めて、初めての参加し方を教えてください。
  - ✓ 参加に際しては「事前登録」と「事前登録費」の両方を必ずお支払いください。
  - ✓ 英語版の資料は「英語版資料」のダウンロード、印刷してご参加ください。
- 【参加後の注意いただきたいこと】
- ✓ 事後アンケート……ご登録メールにてご案内いたします。
  - ✓ シェアード……ご参加に必要となる資料がご登録後、事務局より別途ご連絡させていただきます。



## 湯守よりご挨拶

● 実行事項には多岐にわたるが、本日は言うべきは、甲府におけるいかに電子選  
票機は、1996年あたりから普及していったかである。

生活スタイル・遊ぶスタイルの両面で豊楽のホリカワは、かなり変わっているが、毎日忙しく動いている動物士佐田に会って、ホリカワが、やることは変わらないと信じている。場所・ホリカワに会ったら、日本のスタイルやファッションから地味な田舎暮らしに話題を換えることで、少しは心も軽くなるのでは、という。

呼吸が滞ったこの時期は、自然やとした空気に身体が浸れるように動作を止めさせる(10)。

結果に訪かるにはアアでも恨まず、骨一つで自分自身に肉を食ふんたに、ある輩  
連さんが訪してくれました。

「愚者の愚は、まづやがてなりでカデカが後続します。」

[illegible]

熱路入道 九代目福平 大藏 傳次

## 湯治中の過ごし方

編集者の選定方法は、読者の意向が第一で、毎日選んでリレーしてあるように、ポイントをもとめてみました。

- 1 日常を忘れてリラックスしよう  
仕事で疲れたことによる「乾燥肌」が気になっている。汗腺のブロックャーが原因だから、マイペースに蒸気してみればいい。
- 2 栄養と休養で、身体を回復させよう  
忙しい日々が続いた身体で、下痢の症状が生じた原因がわからない。腸を癒す飲みを買い込んで、ちゃんと身体に言い分ける。
- 3 睡眠の質を下げることには要注意  
飲み会が楽しくて遅くなってしまった。翌朝の頭痛は、睡眠の質を下げたせいかもしれない。なるべく早く眠らなう。
- 4 テラークはほぼほどにして、湯治を楽しもう  
熱帯気候に慣れた人の体にも、乾燥の気をつける必要が。リフレッシュの樹皮を最大限に活用して欲しい。
- 5 自分にあった温泉の入り方を探そう



## 睡眠レポートと過ごし方

この事では統計的変動、あるいは人口の増加、選抜中の過剰した数の発生による、他の原因によるものと区別する必要があります。

### 睡眠の量

- 環境をよくなることで、「有用に入った時局」と実際に近い給付の増減の差を減らすことができて、リテラシーであるアクティブシティを創りだしていくことができていくでしょう。
- 既述の環境価値が、生活リズムと密なところとなっても、身体だけでなく心とつながりだします。

### ● 安定した睡眠

- 経路の多岐と簡便によって、高い乗り心地を得てきます。身体が弛み上がり、たふたふとした状態で乗れてみてはいかがでしょうか。
- フラットに滑るだけでなく、鉄道の屈折や、ゆるやかな曲動を見逃さずとも、急な急な曲動にも対応できるように、お尻を低くして、身体がぶくぶくたふたふたに揺られるように乗ると、乗り心地がよくなります。

### ▼深いノンレム睡眠

- 遠視の瞳には現れることが多いが、密着させてくると、深い黒い影がつくことが多くて、**近視の瞳はフラットな面**という感覚などはないという。

### ▲レム睡眠

- 記事の後半に現れるが、睡眠時間と多く関係すること、途中で起きてしまうことが多くて寝ることが重要で、
- リラックスしてあるアクティブなタイプ、睡眠時間を多くとる人が少ないことが多くあてはまる。



こんなときは、湯守にご相談を。

- [illegible]





# アクティビティのご紹介

※写真はイメージです。

予約が必要なものについては、事務局・橋本まで事前にご連絡ください。  
日程等によっては、お受けできない可能性もあるので、ご容赦ください。

凡 例  
睡眠の量  
安定した眠り  
深いノンレム睡眠  
レム睡眠



## 軽いウォーキング



予約不要

いつでも

30分～

日中、特に朝に日光を浴びながら体を動かすことで、体内時計がリセットされ、その晩の寝つきが良くなります。

運動強度：軽



## 奥の細道ウォーク\*



要予約

9時半集合

約5時間

奥の細道ウォークでは、歴史と自然が織りなす風景を歩きながら、心と体をリフレッシュ。古道を辿りながら、適度な運動で心身ともに疲れを癒し、ぐっすりとした質の高い眠りのきっかけとしましょう。

運動強度：中

\*動きやすい服装でご参加ください。



## 潟沼パックラフト\*



要予約

9時半集合

約3時間

晴れた日にはエメラルドに透き通った水面を楽しめます。鳴子ダムに比べてお手軽に体験できますが、心身のリフレッシュにつながるでしょう。

運動強度：中

\*用具は貸し出しますが、動きやすい服装でご参加ください。



## サイクリング



予約不要

いつでも

30分～

景色を見ながらのサイクリングは、適度な疲労感とリラックス効果を得られます。その晩、深く安定した睡眠が期待できます。

運動強度：軽～中



## カヌー体験\*



要予約

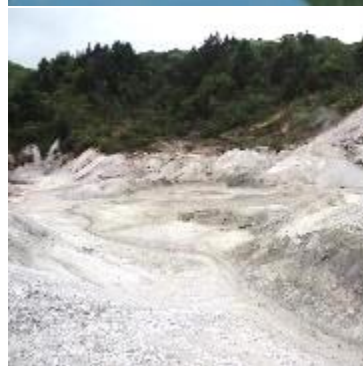
9時半集合

約3時間

鳴子ダムでのカヌー体験は、水面を滑る爽快感と静寂な自然が魅力。適度な運動で心も体をリセットされることで、深く心地よい眠りが期待できます。

運動強度：中

\*用具は貸し出しますが、動きやすい服装でご参加ください。



## 温泉の沢歩き\*



要予約

9時半集合

約3時間

天然の温泉が流れる沢を歩きます。ぬるめのお湯を足で感じながら無心になって全身を動かし、心地よい疲れと爽快感に包まれます。

運動強度：中～強

\*用具は貸し出しますが、動きやすい服装でご参加ください。



## 森林浴(ガイド付き)\*



要予約

要問合せ

約2時間

日中、特に朝に日光を浴びながら体を動かすことで、体内時計がリセットされ、その晩の寝つきが良くなります。

運動強度: 軽

\*動きやすい服装でご参加ください。



## マインドフルネス



予約不要

いつでも

30分~

マインドフルネスの実践は、心を静め、今ここに集中することで心身がリラックスします。呼吸を意識することが、寝つきの改善やゆったり安定した睡眠につながることでしょ



## 温泉巡り



予約不要

いつでも

30分~

心地よい眠気は、身体の深部体温が下がるタイミングで訪れます。温泉めぐりでしっかりと体を温めた後宿でゆっくりしながら深部体温を下げていくことで、いつもよりずっと熟眠感のある眠りとなるかもしれません。



## ルディックウォーキング



予約不要

7時頃

30分~

自然の中での全身運動は、身体に適度な疲労感を与え、心のリフレッシュにもつながります。デスクワークで疲れた平日の眠りと違い、ぐっすり安定した眠りになるかもしれません。



## こけしの絵付け



要予約

10時~17時

40分~70分

無心で絵筆を動かすと、心の中の喧騒が静まり、高いリフレッシュ効果が期待できます。寝つきが早くなり、たっぷり眠ることでレム睡眠もしっかり確保できるかもしれません。

詳細: 桜井こけし店

(<https://sakuraikokeshi.jp/>)



## 読書・俳句



予約不要

いつでも

30分~

読書や俳句の時間は、心が静まり、言葉に集中できるマインドフルな時間となるでしょう。明るいディスプレイからも離れることで、寝つきの改善や深い睡眠が期待できます。



## ラジオ体操



予約不要

朝推奨

30分~

朝、光を浴びながら体を適度に動かすことができるラジオ体操は、体内時計のリセットやその晩のスムーズな寝つきのきっかけとなります。



## ファスティング



要予約

\*事前にファスティングプランで  
ご予約いただいた方が対象です。

就寝前の飲食が睡眠に悪影響を及ぼすように、消化器の活動と睡眠は密接な関係があります。ファスティングによって睡眠の質が改善し、朝起きたときのすっきり感が期待できます。



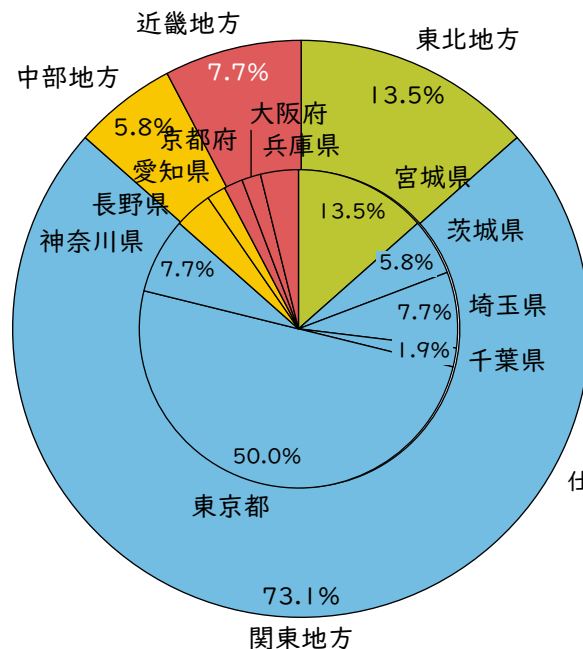
## 参加者の募集 - 実際の反応／課題

- ✓ 申込フォームの結果をみると、今回の募集対象外だった方からの申込も散見された。
- ✓ 申込を行ったが参加しなかった方（申込者）と、実際にプログラムに参加した方（参加者）を比較すると、前者の方がニュースサイト経由で知った方が多く、ニュースリリースの広報効果を確認できた。一方で、参加者は「友人・知人の紹介」「その他」（旅館大沼からの紹介）が多く、元々の知り合いや利用者などの方が、実際の参加につながりやすいことが確認できた。

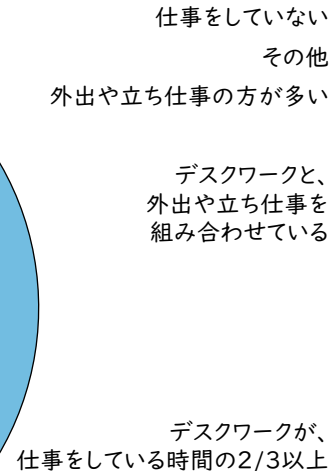
想定以上に申込から実際の予約まで至らなかったため、参加者の制限を緩和させた

- 20～40代⇒20～50代に緩和・・・働き世代に対する効果を測定するため
- 首都圏⇒宮城県外の方・・・転地効果を確認するため
- デスクワークが多い方（1/2以上）

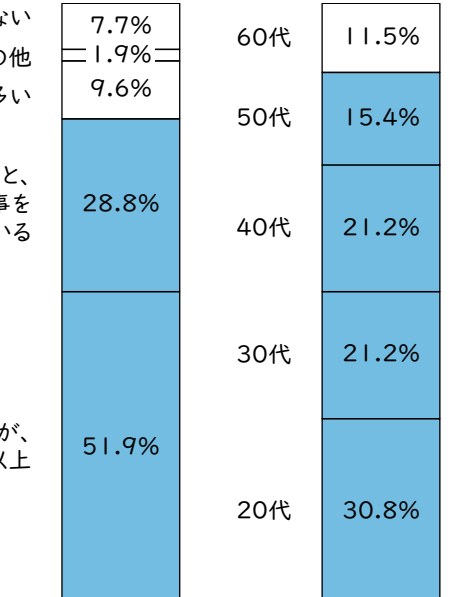
居住地



仕事の形態

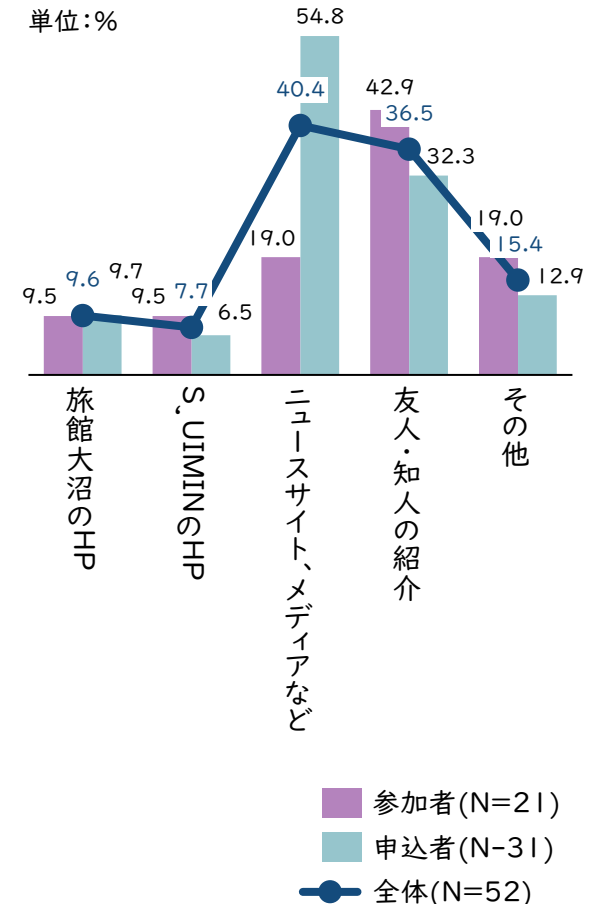


年代



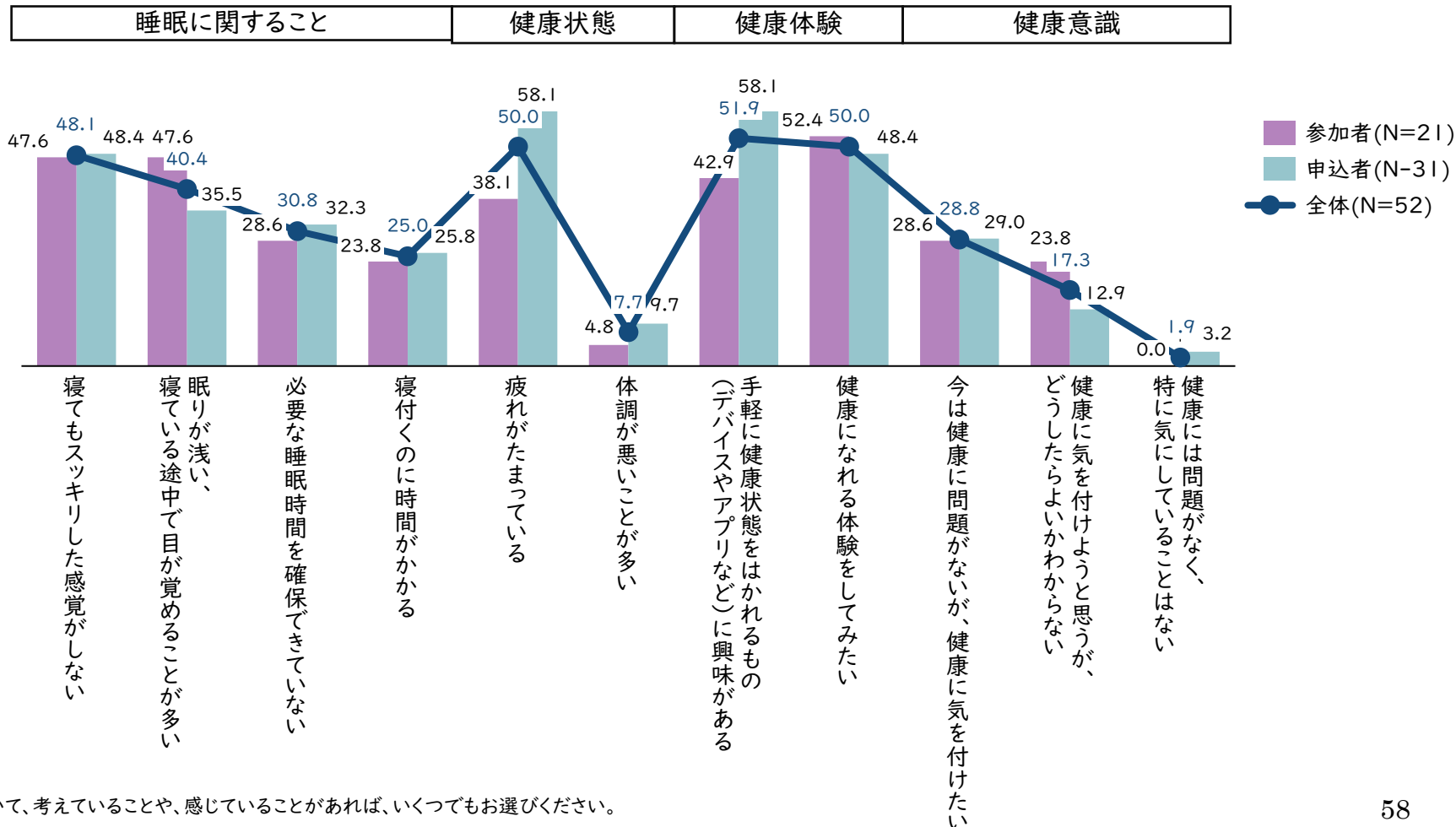
本プログラムを知ったきっかけ

単位：%



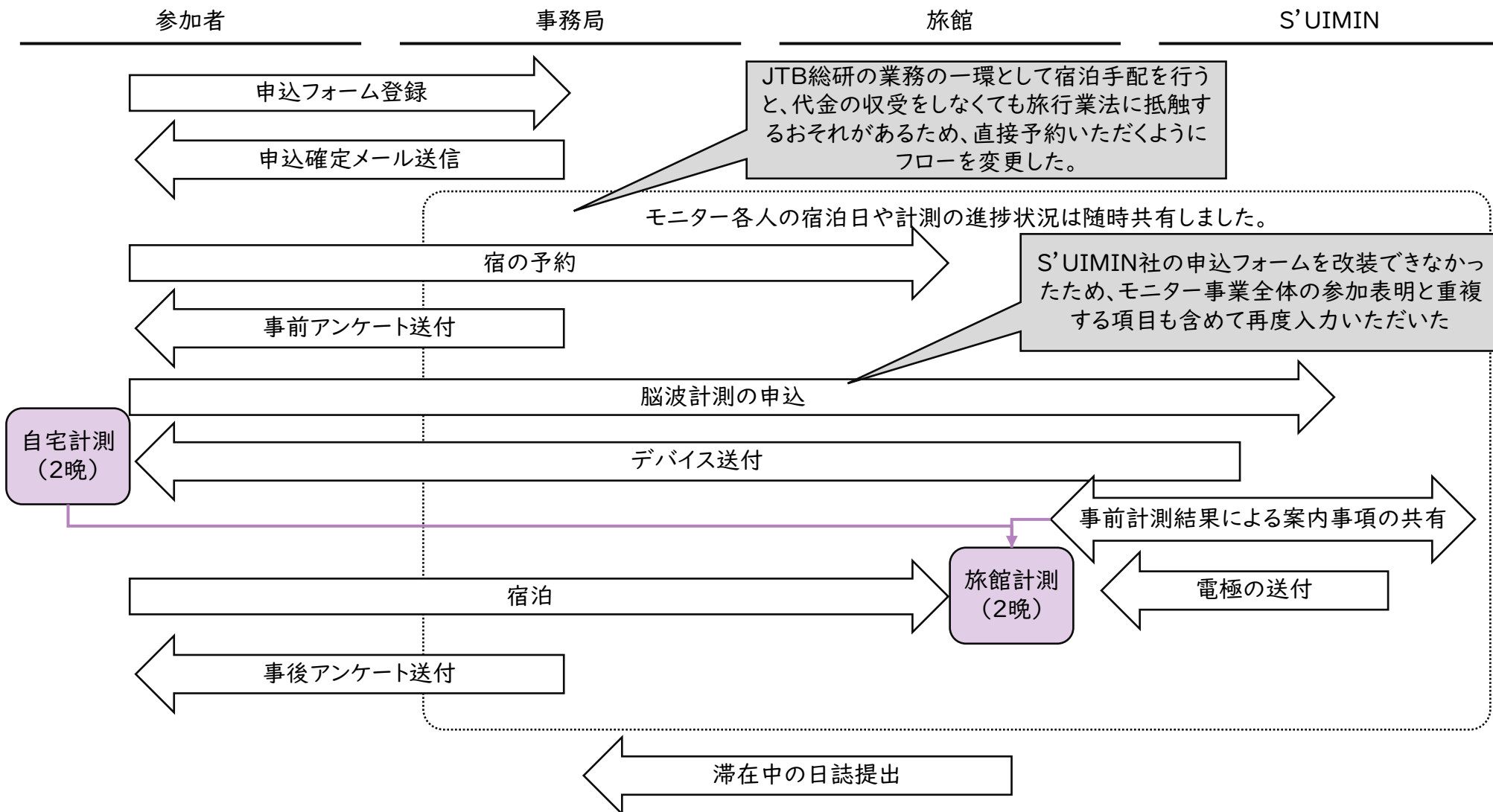
## 参加者の募集 - 実際の反応／課題

- ✓ 睡眠や健康に関する課題をみると、①慢性的な疲労がたまっている（寝てもスッキリした感覚がしない、疲れがたまっている）  
②健康に関する体験をしてみたい（手軽に健康状態をはかれるものに興味がある、健康になれる体験をしてみたい）の2つの事項が目立つ。
- ✓ 睡眠に関する課題は、参加者で「眠りが浅い・寝ている途中で目が覚める」が多く、申込者で「疲れがたまっている」「手軽に健康状態を測れるものに興味がある」が多い。
  - デバイスを体験したいというコメントは複数みられたが、自宅でも計測できることや、2泊の宿泊を伴うことなどが障壁になったと考えられる。
  - 日程の調整ができなかった方も多く、「疲れがたまっている」層は忙しくて3日間の休みを取ることが難しいことも考えられる。



## 参加者との連絡・調整

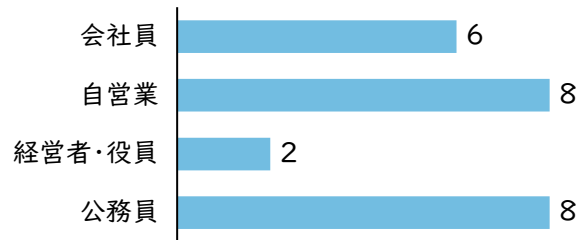
参加者との連絡調整は、下図の通り行った。グレーで記載した通り、参加者の負担が増える部分があったことで、一部の申込者の離脱につながったことも考えられる。



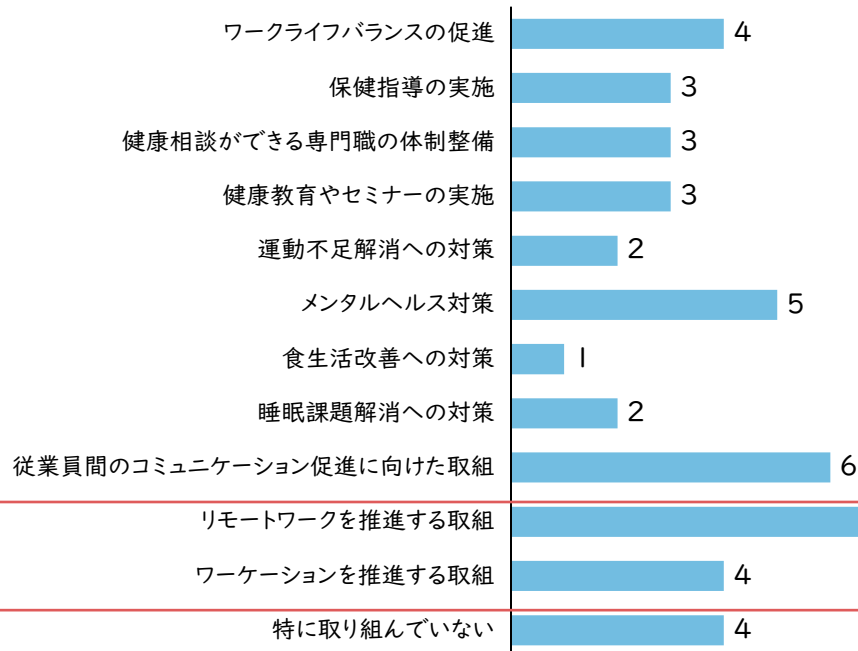
## 事前アンケート結果 - 参加者の属性・申込の経路

- ✓ 平日の滞在を含むこともあり、「リモートワーク推進」「ワーケーション推進」がされている企業からの参加者が目立った。
- ✓ 本プログラムを知ったきっかけは、Webと、「SNS投稿以外の友人・知人からの紹介」が多い。旅館大沼の常連客と、ニュースリリースを見て初めて訪問した方とおおよそ半々になっており、テーマへの関心と、旅館の取組への関心が集客につながったと考えられる。

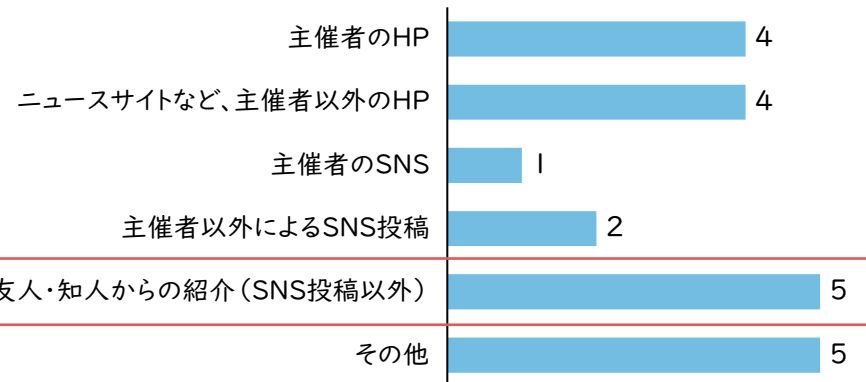
## 職業



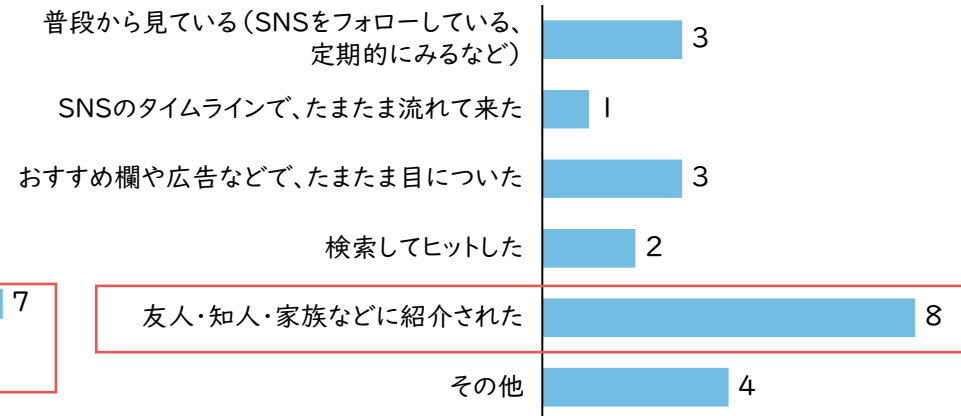
## 職場の健康に関する取組



## 本プログラムを知ったきっかけ



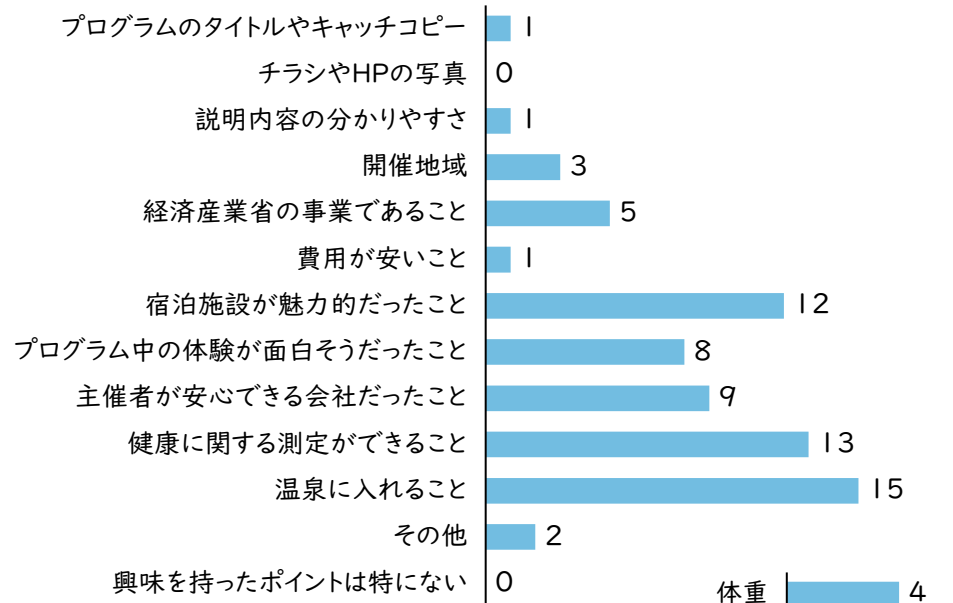
## その情報を入手した経路



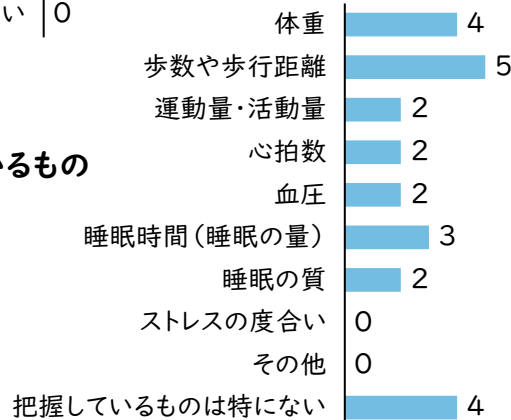
## 事前アンケート結果 - 興味を持った点・本プログラムに期待すること

- ✓ 興味を持った点は「温泉に入れること」「健康に関する測定ができること」「宿泊施設が魅力的だったこと」が多く、温泉(湯治)もしくは睡眠に関心を持って申し込んだ方が多いと考えられる。
- ✓ 健康の条件としては、「病気がないこと」「身体が丈夫なこと」「ぐっすりと眠れること」が上位となり、睡眠が健康の条件として認識されている。

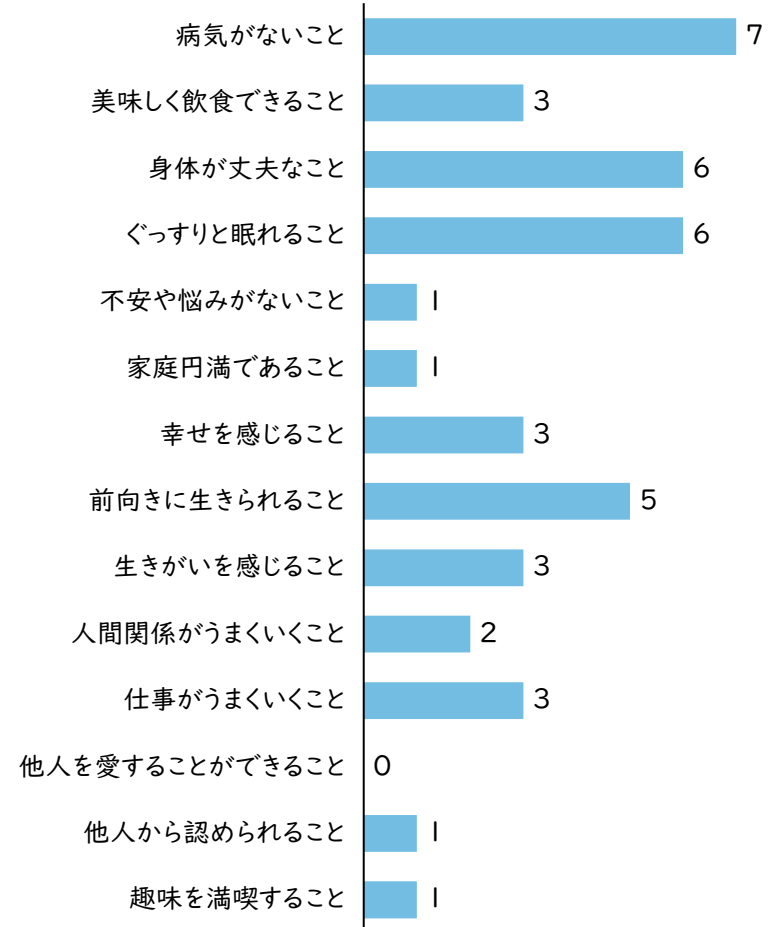
## 興味を持った点



## デバイスやアプリ等で把握しているもの



## 健康の条件と考えるもの(3つまで)



## 事前アンケート結果 - 睡眠課題・日頃の健康行動

- ✓ 睡眠について、事前アンケートで尋ねたところ、最も状況が悪かったのは「寝る直前まで、スマホ・テレビ・PCなどの画面を見ている」で、過半数の方が「いつもそうしている」と答えた。
- ✓ 事前・事後の比較で良化したのは、「就寝前2時間以内に夕食を取る」「寝室の温度や湿度を調整する」「寝る直前まで照明を明るくして過ごす」など。いずれも、旅館での快適な睡眠体験が行動変容につながった可能性も考えられる。

## 睡眠課題・良い睡眠に向けた工夫

N=21

就寝前の2時間以内に夕食をとる

朝食を食べない

午前中から眠気がある

寝る直前まで、スマホ・テレビ・PCなどの画面を見ている

入浴はせず、シャワーだけで済ませる

寝る直前まで、照明を明るくして過ごしている

お酒を3合以上飲む

カフェイン入りの飲み物がないと、集中力がもたない

軽く汗ばむ程度の運動をしている

寝室の温度や湿度を調整している

歩行と同程度か、それ以上の運動を1時間以上している

デバイスやアプリを使って、健康状態を把握している

栄養バランスの良い食事をとっている

スコア

2.7

2.6

2.5

3.5

2.5

3.4

1.7

2.6

2.1

2.4

2.5

2.2

3.0

スコア

2.1

2.7

2.4

3.4

2.1

2.9

1.5

2.4

2.3

2.9

2.3

1.9

3.1

差分

-0.7

0.1

-0.1

-0.1

-0.3

-0.5

-0.2

-0.2

0.1

0.4

-0.1

-0.3

0.1

\*全くそうでない=1点~とてもあてはまる=4点とした点数

## 当日のプログラム

### ▼モニターの方につけてもらった日誌

当日は、参加者に旅館で日誌を渡し、1日の行動記録をつけてもらった。

主な記入内容は以下の通り。

- 温泉が気持ちよかった（旅館大沼は館内に多くの浴場をもっているのが特色のため、「〇〇の湯に入った」という内容も目立つ
- 旅館の周りを散策した
- 食事が美味しかった
- 早朝に目が覚めて温泉に入った
- 旅館の湯守などと話した
- テレワークをした

| 1日目 | 月 | 日 |        |
|-----|---|---|--------|
|     |   |   | タイムライン |
|     |   |   | 所感など   |
| 6時  |   |   |        |
| 7時  |   |   |        |
| 8時  |   |   |        |
| 9時  |   |   |        |
| 10時 |   |   |        |
| 11時 |   |   |        |
| 12時 |   |   |        |
| 13時 |   |   |        |
| 14時 |   |   |        |
| 15時 |   |   |        |
| 16時 |   |   |        |
| 17時 |   |   |        |
| 18時 |   |   |        |
| 19時 |   |   |        |
| 20時 |   |   |        |
| 21時 |   |   |        |
| 22時 |   |   |        |
| 23時 |   |   |        |
| 24時 |   |   |        |



## 4. 寝・湯治実証事業 広報活動等

PRTIMESでニュースリリースを行ったところ、6,000PV・1,300クリック以上を獲得し、大きな効果を得た。

睡眠×温泉の実証事業「寝（シン）・湯治」のモニターを募集します



得られた示唆: ニュースリリースを出すことで、思わぬ反響につながることも。ただし、転載記事はコントロールできないため、広報リスクもある。

10/6リリース⇒10/9に1度目のピーク



6,079 ページビュー  
4,803 訪問者数(UU)  
21 転載サイト  
1 フォロワー

※PRTIMES社ダッシュボードより  
(S'UIMIN社のアカウントより画像提供)

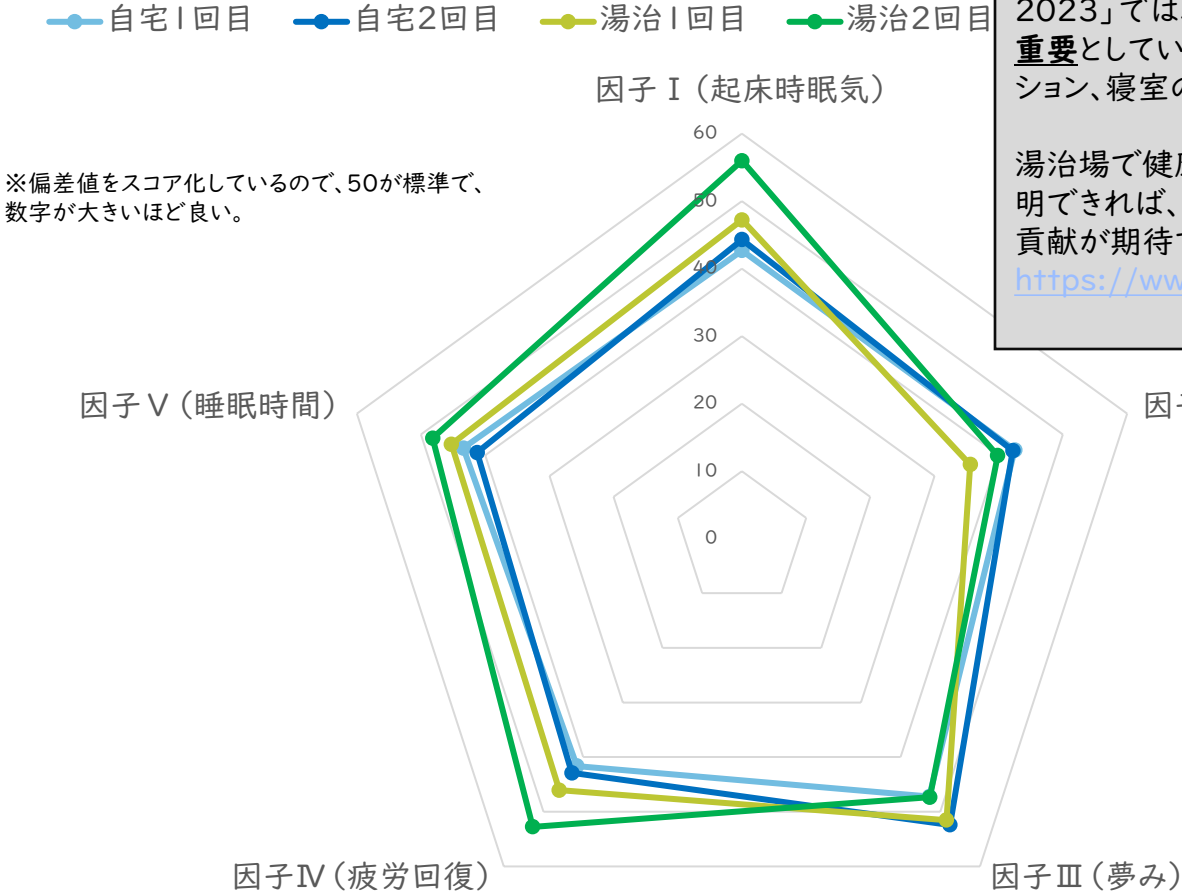
※マクロミル社のダッシュボードより

※2023年2月時点の数字ですが、10月中旬以降は1日0～数PV程度のため図を省略しています。

4. 寝・湯治実証事業

# 健康に関する効果 - OSA睡眠調査票 (MA版)

主観的な睡眠の質を評価するOSA睡眠調査票では、「起床時の眠気」「疲労回復」「睡眠時間」でやや改善傾向がみられた。一方、「入眠と睡眠維持」「夢み」は大きな違いがなく、「温泉に入るとすっと寝付ける」という経験則は確かめられなかった。



参考:2023年12月に発表された「健康づくりのための睡眠ガイド2023」では、「睡眠休養感」を得ることが睡眠時間の確保と同じくらい重要としている。そのために、生活習慣の見直しや、寝る前のリラクゼーション、寝室の快適さ、し好品のとり方などを見直すとされている。

湯治場で健康的な滞在環境を体験することで休養感が得られることを証明できれば、実際の睡眠の質はあまり変化しなくても、一定程度健康への貢献が期待できる。

<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/001181265.pdf>

※4晩すべて記入いただいた10名が対象。  
起床時に記入を忘れると後から答えるのが難しいため、回収方法の改善は今後の課題となる。

|       | 因子I (起床時眠気) | 因子II (入眠と睡眠維持) | 因子III (夢み) | 因子IV (疲労回復) | 因子V (睡眠時間) |
|-------|-------------|----------------|------------|-------------|------------|
| 自宅1回目 | 42.7        | 42.5           | 47.2       | 41.6        | 43.4       |
| 自宅2回目 | 44.3        | 42.2           | 52.4       | 42.9        | 41.3       |
| 湯治1回目 | 47.2        | 35.6           | 51.6       | 46.1        | 45.3       |
| 湯治2回目 | 56.0        | 39.8           | 47.4       | 52.8        | 48.2       |

調査票は、(一社)日本睡眠改善協議会作成のものをWebフォームに転記して使用しました。

## 健康に関する効果 - OSA睡眠調査票 (MA版)

OSA睡眠調査票 (MA版) に、自由記述で感想を書いてもらった。うまく眠れなかったとして、デバイスをつけて寝ることへの違和感や、旅館という慣れない環境、室温や音などの外的要因などがあった。

## 自宅1回目

- 初めてデバイスを装着したため、慣れない点があり寝付くのに時間がかかった。痰が多かったのか、苦しくなることが前半にあった。心臓がバクバク鼓動していた。次の日集中できなかった。※特に後半
- たまに目が覚めていたのを覚えているが、2時間に1回くらいだったのがわかった。
- 夜中2回トイレに起きた
- 計測初日でからだに何かをつけた状態ということに対して違和感があった。テープが貼られてる感じ、コードでの軽い絡まりを感じていた分、若干睡眠が浅いような気がした。起床後朝寝を30分ほどした。
- なかなか寝つけず、寝付けた後にも一度すぐに目覚めてしまったように思います。また夜中?明け方?に身体が熱かったです。
- 直前まで仕事に追われPCを見続けていたからの睡眠であったため、頭が覚醒しているようで寝つきが悪かった。眠りも浅いように感じた。
- 翌日つまり今日は仕事がないので、起きなければというプレッシャーがなかった。珍しく7時間寝ることができました。

はじめてデバイスを装着するので違和感があったという意見が散見される

## 自宅2回目

- 2回目については、入眠までの時間以外は完璧だった。1日目の睡眠が浅かったため、2日目の睡眠が深くなった? (恒常性) ただ、身体の凝りは取れなかった。
- 22時まで仕事で、かつ、その後りんごを半分食べたりした。興奮状況でもあったのか、なかなか寝付けなかった。朝は、6:30に一度起きたがすぐに二度寝をした。
- 夜中に1回トイレに起きた
- 朝は、6:30に一度起きたがすぐに二度寝をした。
- 昨夜あまりよく眠れなかった反動からか今日は途中で起きることが少なかったように思います。(一昨日頭痛で薬を飲んだため、今日実施いたしました)
- 翌日仕事のある状態で測定 時間としてはもっと寝ていられる余裕があったが目が覚めてしまて眠れなかった。なかなか眠くならず、寝る時間自体が遅くなった。前日運動はしたが深い睡眠の時間は増えないという印象。

## 湯治1回目

- 慣れない環境、浴衣、デバイス装着等で全然寝れなかった。昼食から夕食までの時間が短く、消化までに時間がかかった気がする。寝る前に風呂に入ったのが原因かもしれない。
- 環境が変わり、少し慣れないことから睡眠の質も少し下がった感じがする。
- すーっと寝入り、パッと起きた感じ。睡眠も深かった。からだが軽い感じがする。朝食のスムージー後くらいに軽い頭痛を感じる。今までで1番いい睡眠だった感じがする。
- (自分の意識では) 寝付くまでに非常に時間がかかった夜中にトイレに起きた
- 夜中に身体が暑くて?目が覚めました。
- 前日に睡眠時間が短く、日中移動中1時間昼寝してしまいました。

旅館という慣れない環境でうまく眠れなかったという意見も。なお、旅館での計測が先になった方もいるため、デバイスに慣れなかった方もいる。

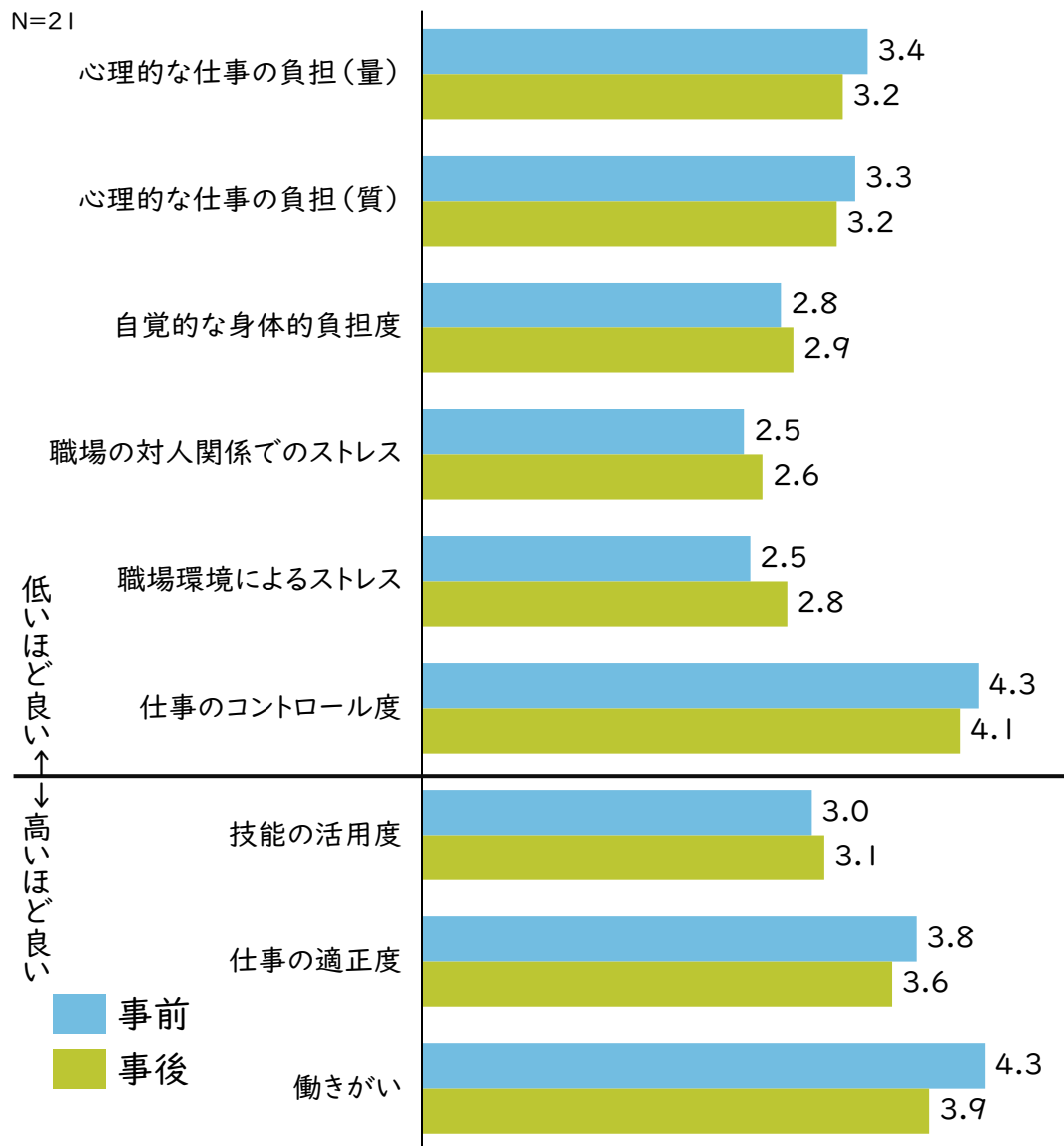
## 湯治2回目

- ご飯の消化ができないまま、床についたため、寝るのが遅くなった気がする。中途覚醒が多かった。慣れない環境デバイスの装着が原因か。温泉の効果マッサージをしたので、起床後の身体の疲れがまるで違う。普段覚醒後すぐに全身に力が入ってる気がするが、今はない。起床後すぐに食欲がそんなに無いのは久しぶり。今回は浴衣ではなく、自分の服で寝た。浴衣で寝るのはストレスだった。
- 温泉に沢山入り、マッサージを受けたが、体の芯が緊張しており、起きたときの感覚は普段と変わらない感じがします。
- 稀にみる強風で、外の風の音やドアや窓が揺れる音がすごく、3:00くらいに目が覚めた。寝起きが悪かったわけではないが、強風の怖さが強かった。悪夢を2回見て、一つは逃げている夢、一つは髪の毛が抜ける夢だった。
- 夜中にトイレに起きた トイレに行きたくなくて朝目が覚めた
- ひょう?や風の音で夜中に何度か起きたような気がします。枕は普段どおり寝初めから外しました。
- 部屋の気温と寝具の調整がうまくいかず、途中暑くて目が覚めた。前日足が寒かったので足が出ないように毛布を置いたのでその分暖房の設定を変えるべきだったかもしれない。

部屋の環境や、外の風の音など、外的要因で眠れなかったという感想も。

## 健康に関する効果 - ストレスチェック

事前・事後アンケートでは職場のストレスチェック簡易版の一部項目を実施したが、事前・事後で大きな変化はなかった。



\*各要素1～4つの質問文で構成され、回答内容をスコア化した上で、素点換算表にて1～5の5段階評価にしたもの。

変化が出なかった要因として考えられること

- 事後アンケートの回収(督促)に時間を要し、湯治の効果が薄れた頃の回答が多かった
- 事後アンケートの実施時期が年末(12月)～年度末となり、仕事が忙しくなったことでストレスが増えやすい状況下にあった

# 睡眠に関する効果 - 脳波計測

睡眠計測の結果について、旅館滞在中と自宅の結果を比較したが、有意な差はなかった。

| ID | 睡眠判定 |    |    | ぐっすり睡眠スコア® |       |        |
|----|------|----|----|------------|-------|--------|
|    | 自宅   | 旅館 | 比較 | 自宅         | 旅館    | 比較     |
| 1  | E    | E  | →  | 725.5      | 660.0 | -65.5  |
| 2  | A    | B  | ↘  | 816.0      | 492.5 | -323.5 |
| 3  | B    | C  | ↘  | 643.5      | 494.5 | -149.0 |
| 4  | B    | A  | ↗  | 653.0      | 667.0 | 14.0   |
| 5  | B    | B  | →  | 694.0      | 636.5 | -57.5  |
| 6  | A    | B  | ↘  | 671.0      | 577.5 | -93.5  |
| 7  | B    | A  | ↗  | 669.0      | 771.0 | 102.0  |
| 8  | B    | A  | ↗  | 618.5      | 713.5 | 95.0   |
| 9  | D    | B  | ↗  | 627.0      | 519.0 | -108.0 |
| 10 | B    | A  | ↗  | 732.0      | 752.5 | 20.5   |
| 11 | D    | D  | →  | 388.5      | 438.0 | 49.5   |
| 12 | B    | C  | ↘  | 618.0      | 491.0 | -127.0 |
| 13 | B    | B  | →  | 586.0      | 553.0 | -33.0  |
| 14 | B    | B  | →  | 862.5      | 805.5 | -57.0  |
| 15 | B    | C  | ↘  | 926.0      | 648.5 | -277.5 |
| 16 | B    | C  | ↘  | 603.0      | 704.5 | 101.5  |
| 17 | C    | B  | ↗  |            |       |        |
| 18 |      |    |    |            |       |        |
| 19 |      |    |    |            |       |        |
| 20 | C    | B  | ↗  |            |       |        |
| 21 | A    | B  | ↘  |            |       |        |

- 睡眠判定：  
変化なし5名、悪化8名、良化7名
- ぐっすり睡眠スコア®：  
自宅平均677.1、旅館平均：620.3 差分-56.8



※ぐっすり睡眠スコア®は、脳波等のデータからAIが睡眠の質を判定するもの。A~Eの総合評価は、医師の分析によるもの。  
※スコアは2日分の平均のため、0.5刻みとなっている。

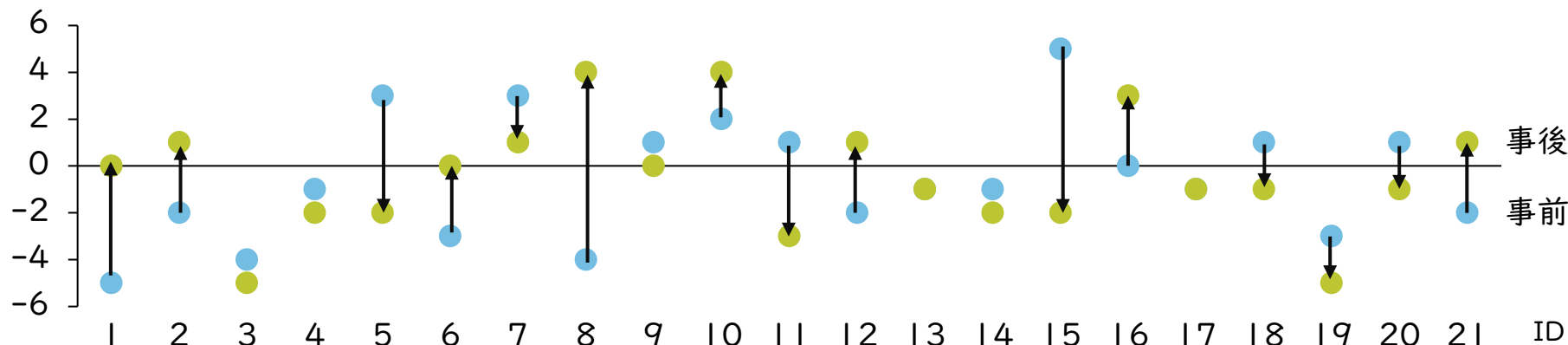
## 睡眠に関する効果 - プレゼンティーズム

- 自分と同じ仕事をしている人のパフォーマンス水準と比べた自分の状況を比べたところ、平均で0.1ポイント良化したが、良化した方と悪化した方が混在しており、有意差とまでは言えない。
- ぐっすり睡眠スコアの比較とも連動しておらず、主観的なパフォーマンス発揮状況と、実際の睡眠の状況に関わりが見出せなかった。  
要因として、事後アンケートの回収時期が遅れたことや、睡眠不足以外の要因がパフォーマンスに与える影響も考えられることなどがあげられる。

### ぐっすり睡眠スコア®の差分(旅館-自宅)

224 -185 -7 -24 -337 -197 -104 -3 70 295 142 -334 276 47 431 99

### 睡眠満足度の差分\*



\*WHO Health and Work Performance Questionnaire (short form)日本語版の抜粋による。 ©WHO 2013

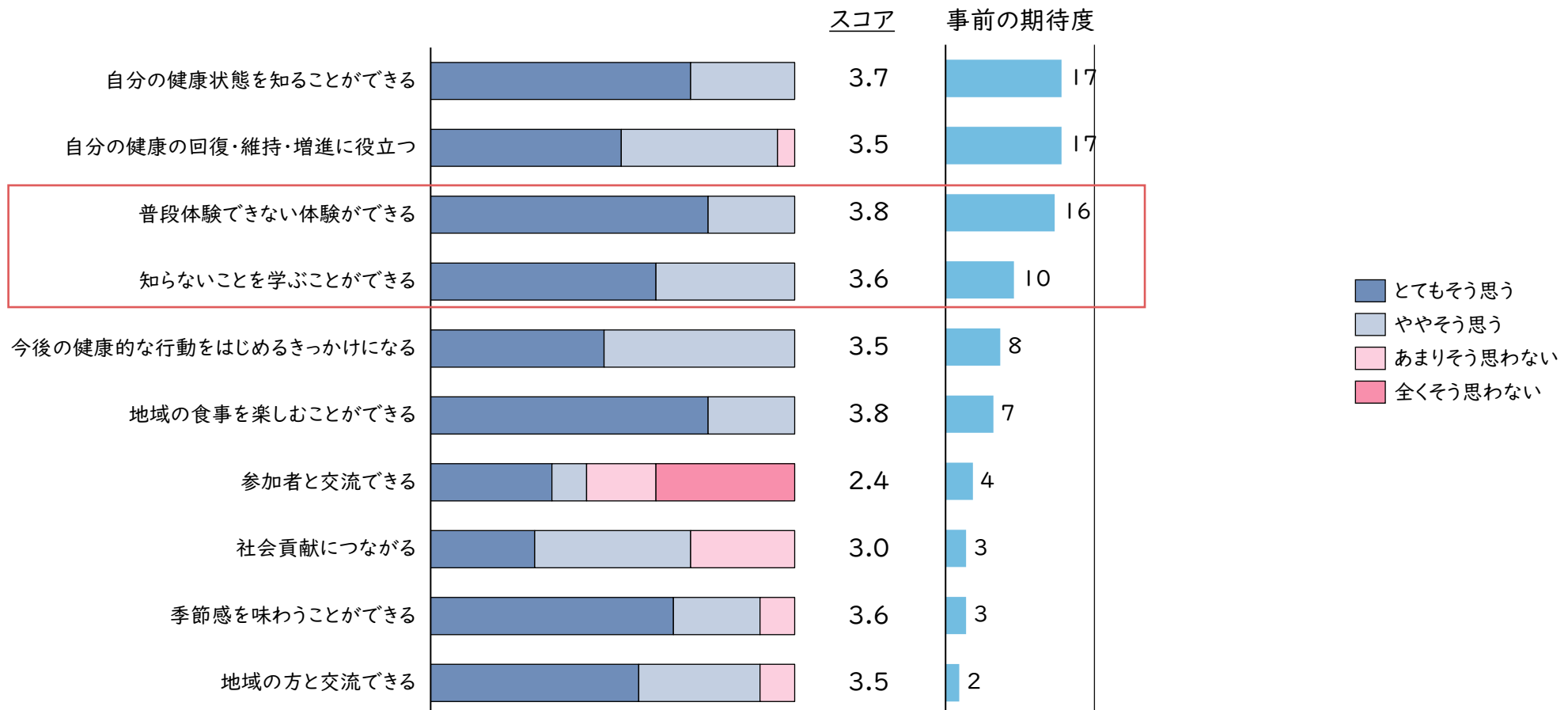
以下の3つの質問のうち、「平均(1問目)」と「直近4週間(3問目)」の差分を比較した。マイナスが大きいほど、パフォーマンスが低下しているといえる。

- 0 があなたの仕事において誰でも達成できるような仕事のパフォーマンス、10 がもっとも優れた勤務者のパフォーマンスとした 0 から 10 までの尺度上で、あなたの仕事と似た 仕事において多くの勤務者の普段のパフォーマンスをあなたはどのように評価しますか？ ※あなたご自身のことではなく、周りの方のパフォーマンスについてご回答ください。
- 先ほどと同じ尺度で、過去1~2年間のあなた自身のパフォーマンスをどう評価しますか。※転職などをした方は、転職前のことも含めてご回答ください。
- 先ほどと同じ尺度で、直近4週間(28日間)のあなた自身のパフォーマンスをどう評価しますか。



## 本事業の成果 - 事前事後比較(プログラムの期待と感想)

- ✓ 本プログラムに期待することは「自分の健康の回復・維持・増進」「自分の健康状態を知る」「ふだん体験できない体験」が多く、[脳波計測が珍しいサービスであることもプラスに働いたと考えられる](#)。
- ✓ 事後アンケートでは、期待が高かった上位3項目は、いずれも肯定的な回答が目立った。
- ✓ 否定的な回答が多かった「参加者と交流できる」については、モニターツアー形式ではなく個人で宿泊いただくためやむを得なかった(事前の期待も高くない)。
- ✓ 「地域の食事を楽しむことができる」が全体で最も高くなり、宿泊施設のサービスの高さが評価頂けた。

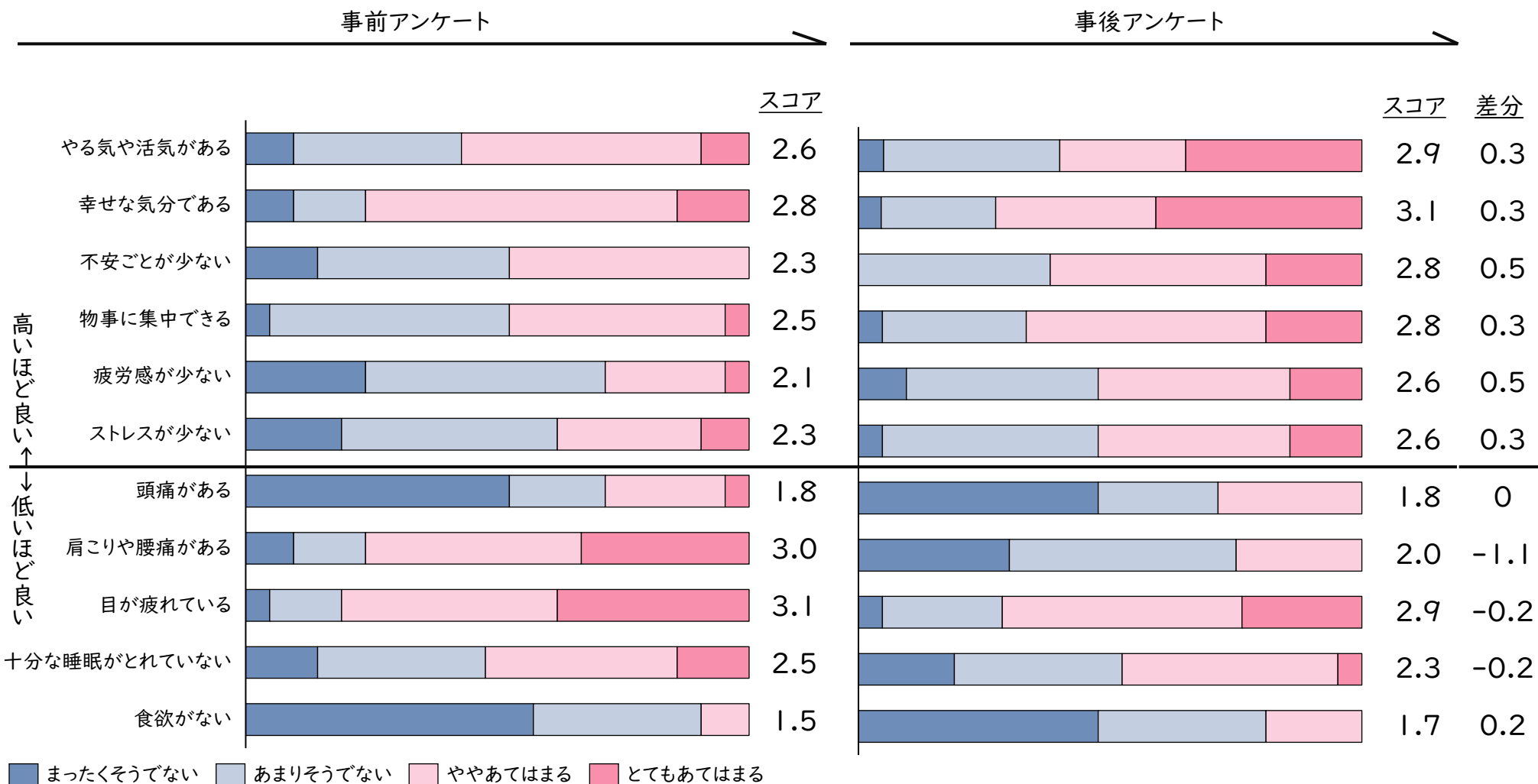


事前は、「本プログラムに期待するもの」を複数選択で、事後は「本プログラムの感想」として各項目1つずつ選択で回答いただいた。



## 本事業の成果 - 事前事後比較(主観的健康)

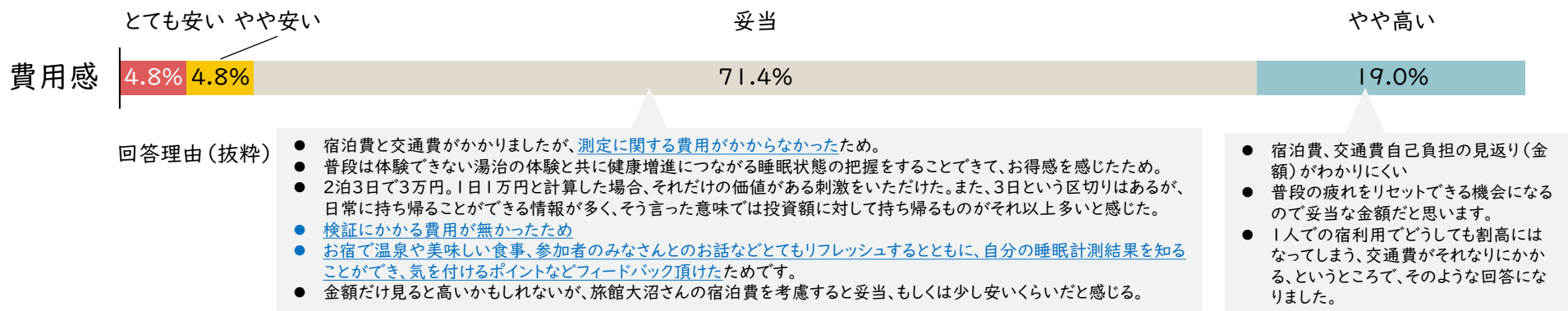
- ✓ 主観的健康について聞いたところ、「疲労感」「肩こりや腰痛」「目の疲れ」等でスコアが低く、デスクワーク等の疲れがたまっていると言える。
- ✓ 事後アンケートで最も変化が大きかったのは「肩こりや腰痛」で、4点満点で1.1ポイント良化した。一方、睡眠は0.2ポイント悪化した。



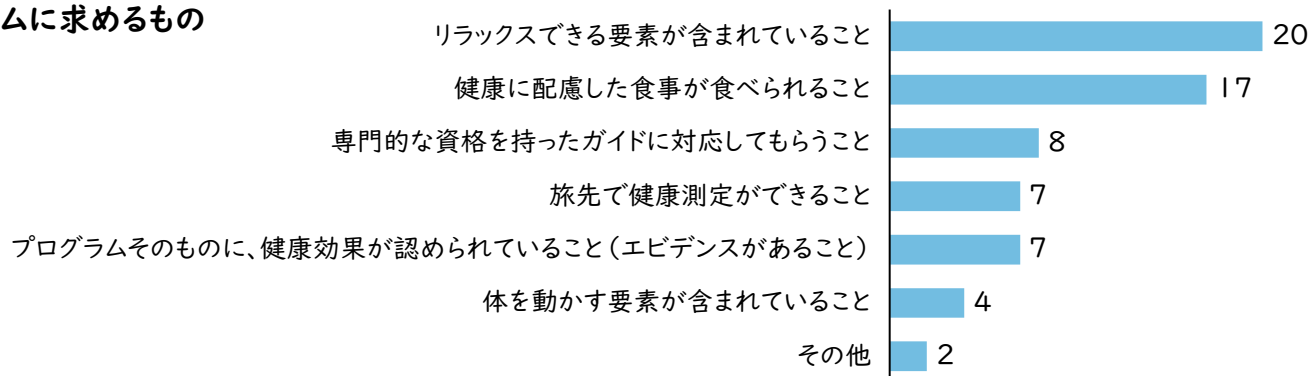
\* 全くそうでない=1点~とてもあてはまる=4点とした点数

## 4. 寝・湯治実証事業 事後アンケートより

- ✓ 価格は「妥当」がほとんどだった。理由としては、宿泊施設のサービスの良さと、計測に係る費用がなかったことが目立った。
- ✓ 再利用意向・推奨意向は、いずれも高い水準となった。
- ✓ ヘルスツーリズムに求めるものは「リラックスできる要素が含まれていること」が最も多く、温泉に関心が高い参加者層らしい結果といえる。



### ヘルスツーリズムに求めるもの



## 4. 寝・湯治実証事業 インタビュー調査

参加者の一部に対してインタビュー調査を行った。結果は下記の通りで、「何もしない過ごし方」「湯治体験」「睡眠の可視化」等が価値と考えられる。

|                | Aさん(20代女性)                                                                                                                                                                                                                                                                | Bさん(60代男性)                                                                                                                                                                                                                                                  | Cさん(50代女性)                                                                                                                                                                                  |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 普段の旅行に対する価値観   | <ul style="list-style-type: none"> <li>出張が多い仕事で、旅行も良くいく方。</li> <li><u>環境を変えることが贅沢</u>に感じる。高級なサービスかどうかより、歴史の積み重ねを体験できることを重視</li> </ul>                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>関東の別荘にはよく行くが、特定の旅行先にいることはない。別荘では読書などをするほか何もしないことが多い。</li> </ul>                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>温泉に元々興味があった</u>。コロナ前は海外旅行が多く、リトリート体験をすることも多かった。</li> <li>温泉にはいききかけがあまりなかった。</li> </ul>                                                            |
| 本プログラムを知ったきっかけ | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>知り合いの方が参加するとSNSで投稿しているのを見て</u>、元々温泉に興味があったので、申し込んだ。その人と同じ日程で行けなかったら、申し込んでいなかったかもしれない</li> </ul>                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>元々湯治に興味があった</u>。仕事が落ち着いたら行ってみたかった。</li> <li>Facebookのおすすめで流れてきて申し込んだ。</li> </ul>                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ある参加者の知り合いで、Facebookに参加する旨投稿していたので気になった。</li> <li>距離はあまり気にならなかった。温泉の雰囲気が伝わってくる写真に惹かれた。</li> </ul>                                                    |
| 参加した感想         | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>何もしない時間を過ごすことに価値</u>を感じた。</li> <li>日常に戻ったらあつという間で、ふだんいかにせかせかと過ごしているか実感できた</li> <li><u>空気感が自分とあっていて</u></li> <li>湯治場は病気を治すイメージが合ったが、思ったよりも明るい雰囲気だった。人がいきいきしていることが印象的</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>長期滞在のイメージがあったので、2泊で食事付は手軽だと感じた。</li> <li>1日3回入浴し、他の時間は散歩して過ごした。ガイドのおすすめスポットにも行ってみた。</li> <li>会社を経営していた。危険の多い業種のため、健康管理の重要性を痛感している。<u>経営者として、福利厚生の一環に湯治を提供するのはアリ</u>。人間ドック付きの宿泊プランに似ているのではないかな。</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>温泉の他にすることがなかった</u>。全身が冷えてしまい、温泉に入って体をほぐすのを繰り返した。慣れない環境だったこともあり、睡眠の改善には至らなかった。</li> <li><u>自分の身体を整える大切さを感じた</u>。自分に合った整え方は、まだ見つけられていない。</li> </ul> |
| 脳波計測について       | <ul style="list-style-type: none"> <li>最初は計測機に違和感を感じたが、慣れた</li> <li>測定結果が分かりやすかった。<u>よく眠れたという実感をデータでも示せた</u>のが良かった。</li> <li><u>(S'UIMIN社の担当者・参加者とディスカッションして)睡眠が人によって違う、人それぞれだとわかった</u>。1対1のカウンセリングでは受け流してしまったと思う。2泊目である程度参加者となじんでからディスカッションだったので、睡眠の話をしやすかった。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>はじめに別室で湯守と個別に話した。脳波レポートの見方や、湯治の仕方も教えてもらった。湯治の仕方はYoutube動画で予習していたが、<u>ご主人に丁寧に説明してもらえたのは良かった</u>。</li> <li>はじめは機材の使い方がわからなかった。</li> <li>ふだんは飲酒の習慣があるため、自宅での計測は良くないと思っていた。<u>データでも裏付けられ、寝る前の酒量を減らそうと思った</u>。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>はじめは機材をつけていることが気になったが、意外と眠れた。スコアも意外と悪くなくて安心した。</li> <li>計測は+5千円程度までなら許容できる。<u>自宅での計測や、泊数などを選んで、もう少し手軽な形でいい</u>のではないかな。</li> </ul>                    |
| 宿・地域について       | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光温泉地とも、山の中の秘湯とも違う、ちょうど真ん中らへんのイメージ。都市部の温泉施設のように人工的に自然を演出するのではなく、自然の中に温泉施設がある雰囲気が良かった。</li> <li>駅が近くて交通の便は不便に感じなかった。</li> </ul>                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>カヌー体験に参加したが、ガイドも良かった。普段やらない体験ができた。</li> <li>泉質が温泉らしくとてもよかった。</li> </ul>                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li><u>湯守の方と話して、温泉に誇りを持っていることを感じ、良い温泉だと思った</u>。</li> <li>温泉がメインの町で、魅力的なお店は少なかった。</li> <li>ヨガなどの体験や、雨の日のプログラムが必要。普段はアクティビティに参加しないが、メニューは必要</li> </ul>     |
| 再訪意向など         | <ul style="list-style-type: none"> <li>フリーランスなので、仕事は調整できる。また参加したい。今度は湯治プログラムを作る側で鳴子に訪れたい</li> </ul>                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>計測費用は、宿代+5千円くらいなら許容できる。年に1回くらいの計測なら良い。睡眠以外のデータもほしい</li> </ul>                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>人から誘われたら行くかもしれない。山荘でリトリートプログラムがあれば行ってみたいかもしれない。現地での過ごし方は柔軟だと良い。</li> </ul>                                                                           |
| その他            | <ul style="list-style-type: none"> <li>ファスティングプランに参加した。感覚が研ぎ澄まされる感覚があり、ムダに食べなくても良いという感覚になれた。湯治とファスティングは一緒にやりたい。日々、仕事に追われて食事が雑になっているのではないかと感じた。</li> </ul>                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>今回の訪問を機に、温泉にはまった。癒やされる、無防備で過ごす、安心・リラックスなどを魅力に感じる。</li> </ul>                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行に行くと、往復の移動で疲れてしまう。温泉成分入りの入浴剤で自宅でも温泉気分を味わえるなどすると良いのでは、</li> </ul>                                                                                   |

# 本実証から得られた示唆・今後の方向性

- ✓ まずは旅行としての楽しさを担保し、癒やしやリラックスなど、温泉に期待される価値をフックに健康に対する可視化・気づきの機会を提供する
- ✓ 「健康になれること」を訴求するのは難しいため、「健康状態を可視化する」「相談に乗れる」ことを健康に関する提供価値とする。
- ✓ 法人向けプログラムに関しては様々な障壁があり、主カテゴリーにはしづらいと考えられる。合宿研修などは提供可能でも競合が多く、湯治や睡眠計測による差別化が刺さりづらい。企業に紹介してもらい、睡眠に課題のある従業員に個人で来訪してもらう等の接点が有効と考えられる

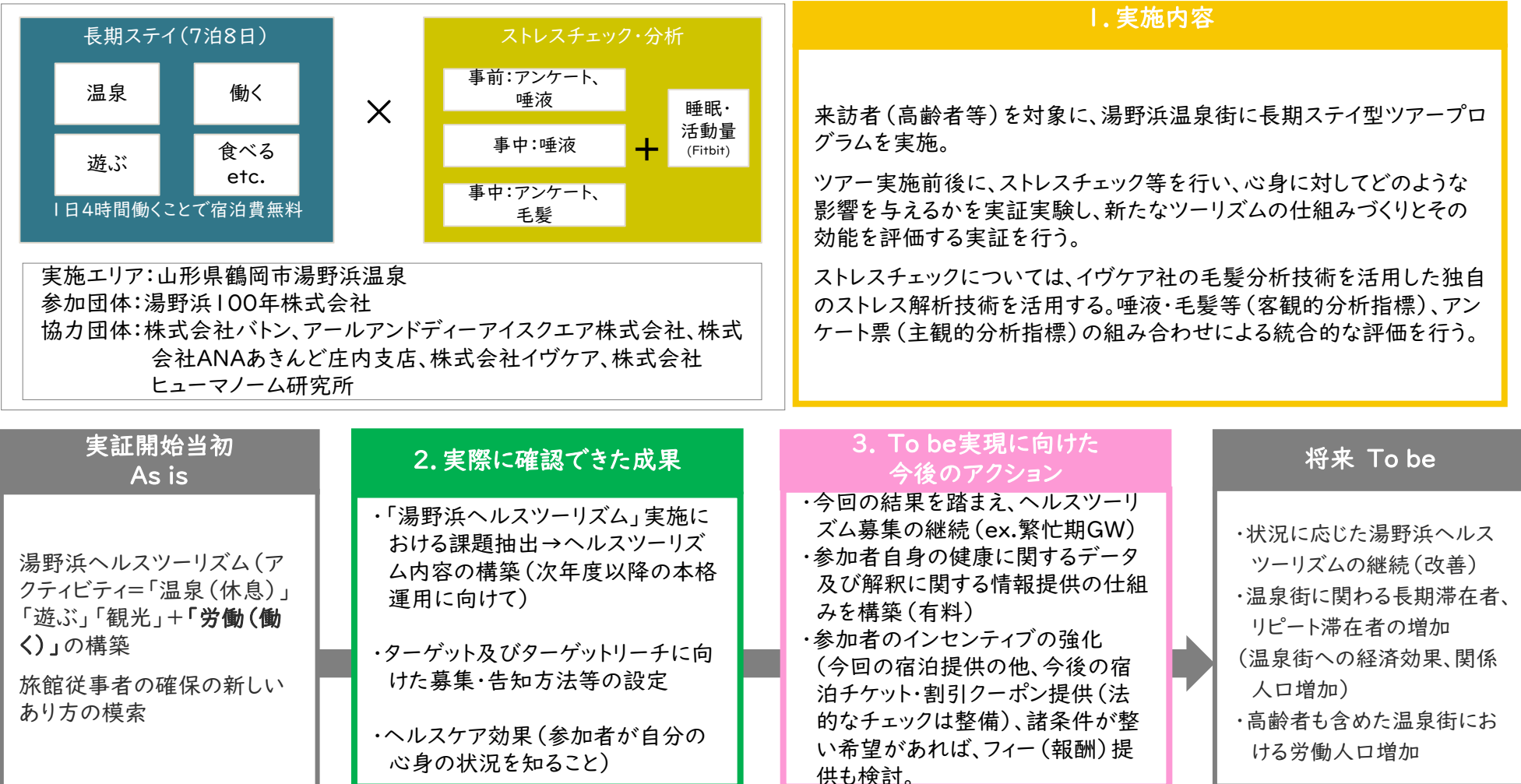
|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 健康への影響       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 脳波による睡眠の結果には、湯治と日常で有意差がなかった（良くなった方もいるが、悪くなった方もいる）</li> <li>● しかし、主観では睡眠への満足度が高まっている。アンケートによる主観的健康指標もやや改善の傾向があるが職場のストレスチェック指標では有意差がなかった。</li> <li>● 行動変容については、寝室の環境を整えるなどがやや改善。旅館で体験したことを家に持ち帰っていると考えられる</li> </ul> <div> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 医師のお墨付きなど、法人顧客や旅行会社への販売で「<u>健康効果がある</u>」といえるエビデンスを出すことは難しい</li> <li>■ 主観的な眠りの満足度は高まっており、個人旅行者に対して<u>癒やしやリラックスを訴求する支え</u>になると考えられる</li> <li>■ 寝室の環境などは、宿でガイダンスを行うなど「よく眠れた実感」の場面で伝えるなど、意識してもらう機会を作る</li> </ul> </div> |
| 提供に際しての課題    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 睡眠計測の機材繰りに苦戦した。宿に据え置く場合、一度に稼働できる台数に課題がある</li> <li>● <u>湯守と対話できることが満足度に寄与</u>していたが、対応できる人に限りがあるため受入キャパを増やせない</li> <li>■ 布団や客室の温度など、外的な要因によって睡眠の満足度は左右されるため、特に環境の良い部屋を確保するなどの対策が望ましい</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 個人向け販売に向けた示唆 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>旅行としての魅力が最も重視</u>される（食事や温泉の質など）。リラックスや癒やしなどが健康関連では重視される。</li> <li>■ 旅館の常連さんなど、既に宿の価値を感じている方にとっては、「新しい湯治プログラム」として受け入れられやすい一方で、「睡眠」「湯治体験」等によって新たな顧客層へのリーチが確認できた（課題を感じている方）</li> <li>■ 連泊による「<u>現代版湯治</u>」を体験しやすいのは、<u>テレワークできる方や、柔軟に働けるフリーランス等が向いている</u></li> <li>■ <u>睡眠計測に係る費用の受容性は課題となる</u>ため、計測回数を減らしたり、コストカット（機材を据え置きにして輸送費を抑えるなど）する工夫が必要。また、宿泊費とセットで提示することも価格受容性には有効と考えられる</li> </ul>                                                                                          |
| 法人向け販売に向けた示唆 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <u>医師によるエビデンスのないものは「健康効果がある」とうたえない</u></li> <li>■ 合宿型のワーケーション等のニーズはあるが、<u>企業課題の解決が前提</u>となる（健康効果を重視する企業は現状少ないため、まずはチームワークや新しいアイデアの創出などの求められる価値を確実に提供することが重要）</li> <li>■ 企業課題の解決に際しては、オフィスからの距離や設備などで東京近郊のリゾートホテル等が競合となる。</li> <li>■ 健康経営に係る予算は限られており、特定の従業員を旅行に連れて行くことは公平性の観点からも難しい</li> <li>■ <u>企業と連携して発信し、社員の利用を促進する（BtoBtoC）など、団体旅行以外のプログラムも提案する</u></li> </ul>                                                                                                                   |

# 長期ステイ構築事業 (山形県湯野浜温泉)

湯野浜100年株式会社

## 5. 長期ステイ実証事業（湯野浜温泉）

### （1）事業の全体像





### （2）事業目的等

#### ① 背景・目的

山形県鶴岡市湯野浜温泉街（湯野浜エリア）において来訪者（高齢者等）を対象に、長期ステイ（労働＋余暇）によるストレスチェック等を行い、心身に対してどのような影響を与えるかを実証実験し、新たなツーリズムの仕組みづくりとその効能を評価する実証を行う。まだ、確立されていない現代の新・湯治（ヘルスケアサービスの）の仕組みを構築（内容とそれらが心身に与える影響）することを目的に実施する。

ヘルスツーリズムの確立によって、長期的に温泉街に関わる滞在者が増えることで、温泉街への経済的寄与、関係人口の増加によるまちの活力向上や、高齢化が進む一方、平均寿命、健康寿命が伸びているという背景もある。これは、年齢を重ねてもなお、生産的な活動が出来る人の増加を意味しており、一般的には、高齢者は生産的な人材として認識されていないのが現状でもある。このことを解決し、超高齢社会を迎えた日本における『働く』ことの社会システムの構築を目指す。

本事業においては、長期ステイ（労働＋余暇）型のプログラムの有効性や可能性を確かなものとするため、現段階では未だ潜在的な本ツーリズムの対象者を発掘する。どのような層が参加意欲を触発されるのかを整理し、対象者を顕在化していく。また、これらを通じて温泉街における新たなヘルスツーリズムの持続的プログラムを提供するための諸条件等を整理する。

#### ② 期待される効果

- ・温泉で働くことによる、ストレスの変化についての把握（ヘルスケア効果）
- ・本ヘルスツーリズムは、どのようなターゲット層の方々に反応が良いか（プログラムのターゲット層の把握）
- ・旅館や街が持続的にプログラムを提供するために必要な条件はなにか



### （3）具体的な実施内容・実施計画 - ①実施概要・スケジュール

| 実施項目           | 目的                                                                                                                                                                                          | 実施内容                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①ツアープログラム作成    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者各世代が対応できると想定されるツアープログラムの組成（期間、お仕事体験内容・時間帯等）</li> <li>・湯野浜温泉エリア全体で受け入れるツアープログラムの組成（余暇、旅館間連携）</li> <li>・「自分の健康について知る」ことを魅力に感じてもらう内容とする。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ツアープログラムづくり</li> <li>・7泊8日（参加日程は、参加者の希望を受け入れる（調整有り））</li> <li>・1日4時間のお仕事体験の対価として宿泊費のみ無料</li> <li>・旅館のお仕事については、時間別に4種類準備（参加者の希望を受け入れる）</li> <li>・ストレスチェックの内容決定（唾液、毛髪等で実施）</li> </ul> |
| ②ツアー募集         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・湯野浜ヘルスツーリズムの募集が初めての試みであるため、どのような媒体が有効なのかを検証、また今後どのような媒体が必要なのかを研究</li> <li>・各世代の参加が可能な募集媒体に対する募集を実証実験</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>○募集チラシ（要項）の作成</li> <li>○応募申し込み、ケア専用窓口の設置</li> <li>○募集メディアの確定と募集の実施</li> <li>*募集に当たっては、JTB総研・JTBの皆さまにもご協力いただき、実施。</li> </ul>                                                          |
| ③ツアー実施         | —                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・10/30より適宜（参加者希望期間）実施</li> <li>*定員10名は達成済み（12/30終了）</li> </ul>                                                                                                                       |
| ④ストレスチェック実施と分析 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ツアー参加による心身への影響を知る</li> </ul>                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・共通アンケートに独自の設問を追加し事前事後アンケート（JTB総研）の実施</li> <li>・唾液と毛髪、活動量に関する調査実施</li> <li>・分析等実施</li> </ul>                                                                                         |
| ⑤全体会議の実施       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業遂行に向けた情報共有、改善点等の検討</li> </ul>                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・7日～10日に一度実施（リモート）</li> <li>・その他に必要な応じて都度実施</li> </ul>                                                                                                                               |

### （3）具体的な実施内容・実施計画 - ①実施概要・スケジュール

| 実施項目                     | 2023年                                                                              |    |                                                                                      |                                                                                     |                                                                                       |     | 2024年                                                                                 |    |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
|                          | 7月                                                                                 | 8月 | 9月                                                                                   | 10月                                                                                 | 11月                                                                                   | 12月 | 1月                                                                                    | 2月 |
| ①ツアープログラム作成              |  |    |                                                                                      |                                                                                     |                                                                                       |     |                                                                                       |    |
| ②ツアー募集                   |                                                                                    |    |   |                                                                                     |                                                                                       |     |                                                                                       |    |
| ③ツアー実施                   |                                                                                    |    |                                                                                      |  |                                                                                       |     |                                                                                       |    |
| ④ストレスチェック実施と分析           |                                                                                    |    |                                                                                      |                                                                                     |    |     |                                                                                       |    |
| ⑤報告書等の作成                 |                                                                                    |    |                                                                                      |                                                                                     |  |     |  |    |
| ⑥全体会議の実施<br>*都度及び定例週1程度) |                                                                                    |    |  |                                                                                     |                                                                                       |     |                                                                                       |    |

## 5. 長期ステイ実証事業（湯野浜温泉）

# （3）具体的な実施内容・実施計画 - ②ツアープログラム作成

### ◆ツアープログラム作成

#### ○募集内容

#### 1. 目的

山形県鶴岡市湯野浜温泉街（湯野浜エリア）において来訪者を対象に、長期ステイ（労働＋余暇）によるストレスチェック等を行い、心身に対してどのような影響を与えるかを実証実験し、新たなツーリズムの仕組みづくりとその効果を評価する実証を行います。

#### 2. ツアー概要

- 本ツアーでは、以下のプログラムを実施します。
- ・参加者は、旅館で働いていただきつつ、余暇を自由に楽しんでいただく内容となっています。働いていただくことの対価は宿泊料（入湯料込み）です。
  - ・働く時間（4時間／日）です。それ以外は自由時間です（オプションのアクティビティメニューを準備しております）。
  - ・参加者は、本ツアーに参加したことがどのように身体に影響を与えるかのストレスチェックにご協力いただきます。

#### （1）期間

2023年10月10日～11月30日（内、7泊8日）  
＊参加者の希望する日程（7泊8日）でご参加いただけます。  
内部共有事項）滞在日程はオーダーメード

#### （2）場所（宿泊先・働く場所）

亀や（住所：山形県鶴岡市湯野浜1丁目5-50）  
竹屋（住所：山形県鶴岡市湯野浜1丁目9-25）  
いさごや（住所：山形県鶴岡市湯野浜1丁目8-7）  
＊参加者の宿泊先、働く場所については、事務局で振り分けさせていただきます。

#### （3）働く内容（参加者の希望を伺い、事務局でも調整し決定）

- ①07時～11時 4時間 朝食・チェックアウト
- ②09時～13時 4時間 清掃
- ③14時～18時 4時間 駐車場案内・チェックイン
- ④17時～21時 4時間 配膳

#### 3. 募集内容

（1）募集条件 どなたでもご参加いただけます。

（2）募集人数 10名

（3）費用（自己負担）

- ・お住まいの場所から鶴岡駅もしくは庄内空港までの往復交通費。
- ＊鶴岡駅、庄内空港まではお迎えに上がります。
- ・滞在中の食事、自由時間で余暇を過ごす各種費用。

#### （4）ツアーイメージ

- 1日目：13:00集合、ガイダンス（滞在中のスケジュール、働く内容の説明、館内案内、担当者紹介等）
- 2日目：4時間旅館の仕事に従事、他自由時間
- 3日目：4時間旅館の仕事に従事、他自由時間
- 4日目：4時間旅館の仕事に従事、他自由時間
- 6日目：4時間旅館の仕事に従事、他自由時間
- 7日目：4時間旅館の仕事に従事、他自由時間
- 8日目：10:00-11:00ガイダンス後、解散

#### 4. 参加条件

- ・7泊8日連泊して参加できること
- ・ストレスチェック（事前事後アンケート、毛髪（事後）、唾液（毎日3回）、フィットビットを活用した活動情報（睡眠等）の提出に協力が可能なこと

## 5. 長期ステイ実証事業（湯野浜温泉）

### （3）具体的な実施内容・実施計画 - ③ちらしの作成・配布



**遊ぶ×働く＝健康**

**YUNOHAMA HEALTH TOURISM**

**期間**  
2023年10月10日  
～  
11月30日（内、ご希望の7泊8日）

**1週間、温泉旅館でお仕事体験と引き換えに無料※1で宿泊！  
ストレスチェックとFitbit※2で効果測定しよう！**

※1：滞在中の食費および最寄りの交通機関（鶴岡駅または庄内空港）までの往復交通費は自己負担となります。  
※2：Fitbitは健康管理やフィットネスにかかわるデータを測定できるウェアラブル端末で、本企画で使用いただく端末は事務局にてご用意いたします。

#### 宿泊＆お仕事体験！

山形県鶴岡市の湯野浜温泉に無料で1週間宿泊！期間中は、毎日4時間ずつ温泉旅館でのお仕事体験に従事していただきます。

#### 温泉街を楽しむ！

滞在中、1日4時間のお仕事体験以外は自由時間となります。  
ゆっくり温泉に入ったり、湯野浜の町を散策したりと、余暇時間の使い方はあなた次第。現地で楽しめるアクティビティメニューもご用意しておりますので、好きな方法で楽しんでください！

#### 自分の健康について知る！

今回の滞在が心身にどんな影響を与えたか、ストレスチェックとFitbit（スマートバンド）を使った効果測定を実施いたします。  
自分の心と体のことを知って、今後の健康維持に役立てよう！



※計測に使用していただくFitbitは事務局にてご用意いたします。

本プログラムは経済産業省「令和5年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（ヘルスケアビジネス創出推進等事業）地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業」採択事業（株式会社日本総合研究所委託）であり、労働・余暇の長期ステイが心身に与えるかを検証する実証事業です。

#### 楽しみ方、いろいろ！

自由時間が多いので、参加者のニーズに合わせて自由に楽しんでいただけます。  
自分なりの楽しみ方を見つけよう！

どうせなら自宅にこもってないで、海辺の町で温泉につかって仕事したい！



宿泊する客室は個室でwifi完備。早朝からお仕事体験をすれば、午後は自分のお仕事や自由時間に充てられます。  
休日はお仕事体験を夕方からにすれば、朝から様々なアクティビティを楽しむことも！



まだまだ元気だし長期滞在も興味あるけど、ガッツリ労働はちょっと遠慮したいなあ…

リタイア後、



お仕事体験は1日4時間だけで、難しい業務はありません。  
体を動かした後はゆっくり温泉に入って体を癒やし、Fitbitを使って体調をチェック！  
普段とは一味違う旅の体験をお楽しみください。



長期で地方に滞在してみたいけど、学生だから費用面が心配…；；



自己負担は鶴岡駅または庄内空港までの往復交通費と日々の食事だけ。滞在中の各種アクティビティは実費になりますが、上手にやりくりして、湯野浜をじっくり探索してみてくださいね！



#### お仕事体験

お仕事体験は7泊8日の内、到着日と出発日を除く6日間、右記①～④のいずれかの業務を担当していただきます。  
参加者のご希望を伺った上で事務局にて調整し、担当いただく業務を決定させていただきます。日によって担当業務・担当時間が異なる場合がございます。

- ① 07:00～11:00 朝食提供、チェックアウト業務
- ② 09:00～13:00 清掃業務
- ③ 14:00～18:00 駐車場での案内業務、チェックイン業務
- ④ 17:00～21:00 配膳業務



## 5. 長期ステイ実証事業（湯野浜温泉）

### （3）具体的な実施内容・実施計画 - ③ちらしの作成・配布

#### 一週間のモデルプラン

滞在中の過ごし方は千差万別！  
自由に予定を立てて楽しんでください。

**DAY 1**  
鶴岡駅に到着後、無料の送迎で宿泊先の旅館へ。  
ガイドランスで、滞在中のスケジュールやお仕事体験の説明を受けたり、館内や担当者を紹介される。  
明日からのお仕事体験もがんばろう！

**DAY 2**  
今日からお仕事体験！  
夜の配膳のお仕事を通して、庄内の食文化を知ったり、旅館のおもてなしの心から仕事の気づきを得たり。リゾートバイトとも違う、貴重な体験ができていると実感。

**DAY 3**  
午前中は散歩ついでに持参したノートPCで、出先のカフェにて仕事の対応。場所が変わると普段の仕事もまた違った感覚でできるから不思議。  
午後はお仕事体験で、我が家のようにお客様をおもてなし！

**DAY 4**  
今日は朝から清掃のお仕事体験。  
お掃除を通して旅館の色々な気配りを知る。  
午後からはのんびり白浜を散歩して「日本の夕陽百選」に選ばれた絶景を堪能。  
こんな風に景色を楽しんだのは久しぶりかも。

**DAY 5**  
朝のお仕事体験の後、予約しておいたレンタサイクルでひと山超えて善賢寺へ。  
自然に囲まれた荘厳なお寺にて心を整える。旅館に帰ってからは温泉とサウナで体も整えて、スッキリした気持ちで就寝！

**DAY 6**  
今日は朝からバスで加茂水族館へ。  
見事なクラゲの展示に癒やされる。  
併設のレストランで昼食をいただいた後は、旅館に戻って夕方のお仕事体験。  
お客様へのご案内もすっかり板についてきた！

**DAY 7**  
最終日の今日は、お仕事体験以外は旅館でのんびり過ごす。  
何もしてないのに不思議と心が軽くなる感覚。  
最後の夕食は奮発して亀やの料理を注文！  
味わいながら、ここでの生活に思いを馳せる。

**DAY 8**  
最後のガイドランスでお世話になった旅館の方々に別れをつけて、鶴岡駅まで送迎してもらおう。駅が近くにつれて名残惜しさに泣きそうな気持ちになる。  
ありがとう湯野浜。きっとまた来るね！

#### オンライン説明会のご案内

参加を迷ってる方、詳細が知りたい方に向けて、事前オンライン説明会を実施いたします。

※本プログラムの参加にオンライン説明会への参加は必須ではありません  
※ご都合が合わない場合は個別にご対応いたしますのでお問い合わせください

- ・10月7日（土）15:00～16:00
- ・10月10日（火）18:00～19:00
- ・10月24日（火）18:00～19:00

※いずれも内容は同じ



オンライン説明会お申し込み  
https://yunohama.peatix.com

#### プログラム概要

|               |                                                                                                                                                                              |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 目的            | 山形県鶴岡市湯野浜温泉街（湯野浜エリア）において来訪者を対象に、長期ステイ（労働＋余暇）によるストレスチェック等を行い、心身に対してどのような影響を与えるかを実証実験し、新たなツーリズムの仕組みづくりとその効果を検証する実証を行います。                                                       |
| 期間            | 2023年10月10日～11月30日（内、参加者のご希望の7泊8日）                                                                                                                                           |
| 宿泊場所<br>お仕事体験 | 参加中は、下記のいずれかの宿泊施設にご宿泊いただきます。どの施設に滞在いただくかは、事務局にて調整の上、決定いたします。<br>● 亀や（山形県鶴岡市湯野浜1丁目5-50）<br>● 竹屋ホテル（山形県鶴岡市湯野浜1丁目9-25）<br>● 游水亭いさごや（山形県鶴岡市湯野浜1丁目8-7）<br>※お仕事体験は宿泊先の施設にて実施いたします。 |

#### 募集要項

|              |                                                                                                                                                                                                                |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 応募条件         | 下記「参加条件」にご承諾いただける方で、どなたでもご参加いただけます。                                                                                                                                                                            |
| 募集人数         | 10名<br>※定員に達した場合、募集を終了させていただく場合がございます                                                                                                                                                                          |
| 費用           | 宿泊費無料 ※以下は自己負担となります<br>・お住まいの場所から鶴岡駅もしくは庄内空港までの往復交通費<br>※鶴岡駅、庄内空港までは無料で迎えに上がります<br>・滞在中の食事、自由時間で余暇を過ごす各種費用<br>※滞在中の食事のオプション及び自由時間で余暇を過ごすアクティビティメニューを準備中                                                        |
| 参加条件         | ・7泊8日連続して参加できる方<br>・ストレスチェック（詳細は下記参照）にご協力いただける方<br>・滞在前から滞在後にかけて、Fitbitの常時着用にご協力いただける方<br>・スマートフォンへの専用アプリのインストール、およびアプリ経由でのデータ提供にご協力いただける方<br>※データ結果は、参加者個人にお返しします<br>※個人情報取り扱いについては別紙の申し込み用紙をご参照ください          |
| ストレスチェックについて | 滞在前・滞在中・滞在後のストレス状態の変化を測定するため、下記の提供にご協力いただきます。<br>・事前および事後のアンケート回答<br>・事後の毛髪（3センチ程度の長さが必要）の採取 ※専用のキットを使用します<br>・事前および滞在中の唾液の採取（1日2回） ※専用のキットを使用します<br>・滞在前～滞在後の睡眠・活動量等のデータ ※Fitbit（事務局にてご用意）および専用アプリ（無償）より取得します |

#### お申し込み方法

別紙の申し込み用紙に記入の上、メールまたはFAXでお申し込みいただくか、WEBサイト上の応募フォームからお申し込みください。



#### 主催 湯野浜100年株式会社

ANA あきんど株式会社  
アールアンドディー・アイスクエア株式会社  
株式会社イグケア  
株式会社バトン  
株式会社ヒューマノーム研究所

#### 【お問合せ】 株式会社バトン

☎電話 : 050-6861-6373（平日 9:00-18:00）  
✉e-mail : yunohama@baton.asia  
🌐WEBサイト : https://yunohama.hp.peraichi.com/

## 5. 長期ステイ実証事業（湯野浜温泉）

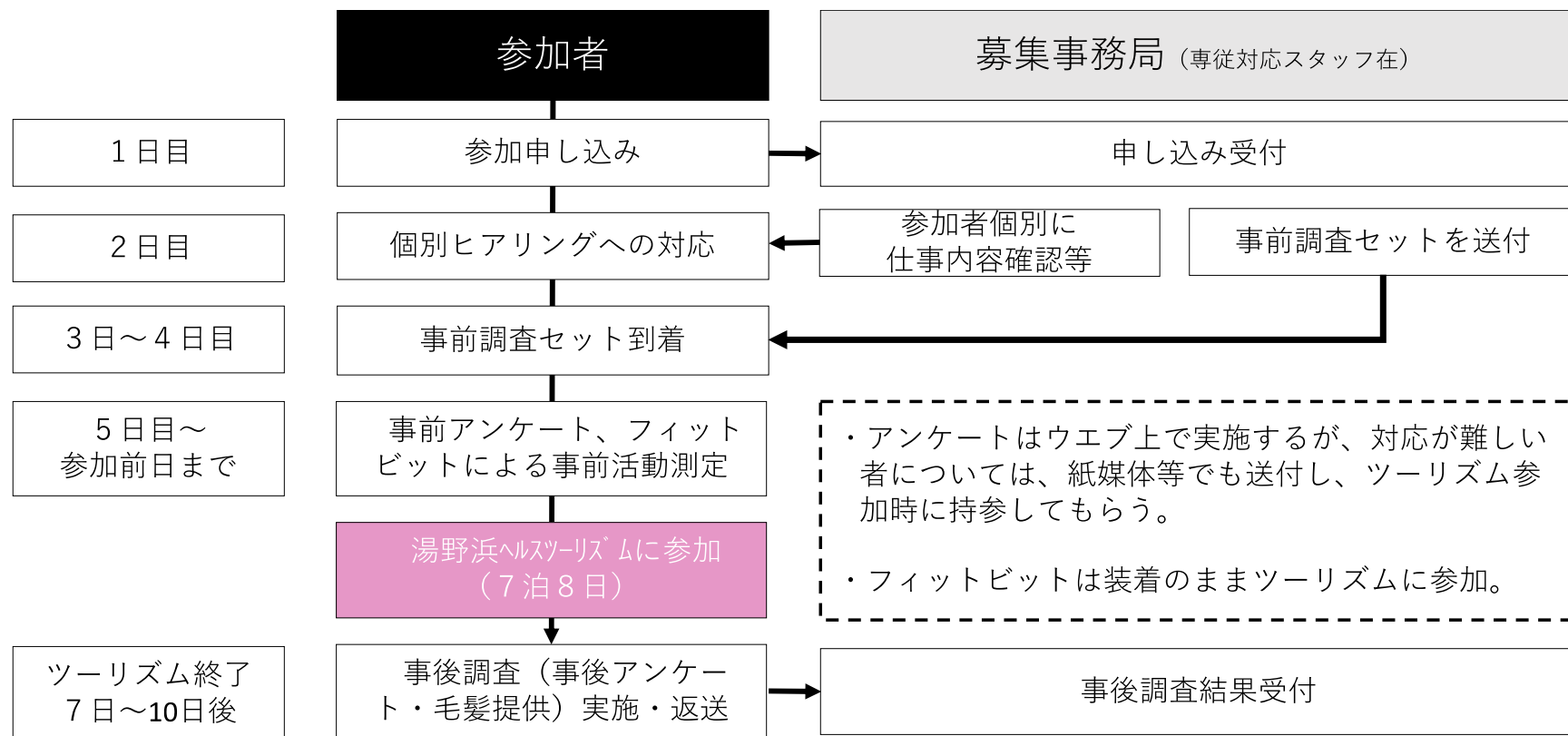
### （3）具体的な実施内容・実施計画 - ④ツアー募集

募集については、以下の通り実施した。

| 募集媒体                                                      | アクセス数等         | 対象者                                              | 募集想定数 |
|-----------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------|-------|
| 湯野浜100年ウェブサイト（Instagram含）<br>過去の湯野浜に取引あるお得意先（メール等）        | 約2000          | ・年齢層多様（学生からシニア層まで）<br>・特性としては「居住先が湯野浜エリア近郊」      | 2     |
| ANA職員向けサイト                                                | 約1900          | ・20代から50代までの職業人                                  | 3     |
| 福島県大熊町への募集要項配布<br>東京都、埼玉県内UR団地に募集要項配布                     | 約2150<br>約2000 | ・独居シニア層<br>・このエリアのまちづくりに関わる層                     | 2     |
| ANAあきんどサイト（ブルーアンバサダーInstagram追加）                          | 約5000          | ・旅行が趣味（比較的富裕層）<br>・温泉旅行に興味があり<br>・地域・まちづくりに興味があり | 5     |
| JTB総研のルートを活用させていただき連携による募集                                | -              | ・旅行が趣味（比較的富裕層）<br>・温泉旅行に興味があり                    |       |
| 各旅行サイト、SNSへの投げ込み式募集（こちらを行うため、<br>募集リーフレット内容をウェブ化したサイトを設定） | 約2000          | ・地域に関心がある層<br>・温泉旅行に興味がある層                       |       |
| その他（大手企業（UR都市機構、サントリー）への投げかけ）                             | 約50            |                                                  | -     |

## （3）具体的な実施内容・実施計画 - ⑤ツアーの実施

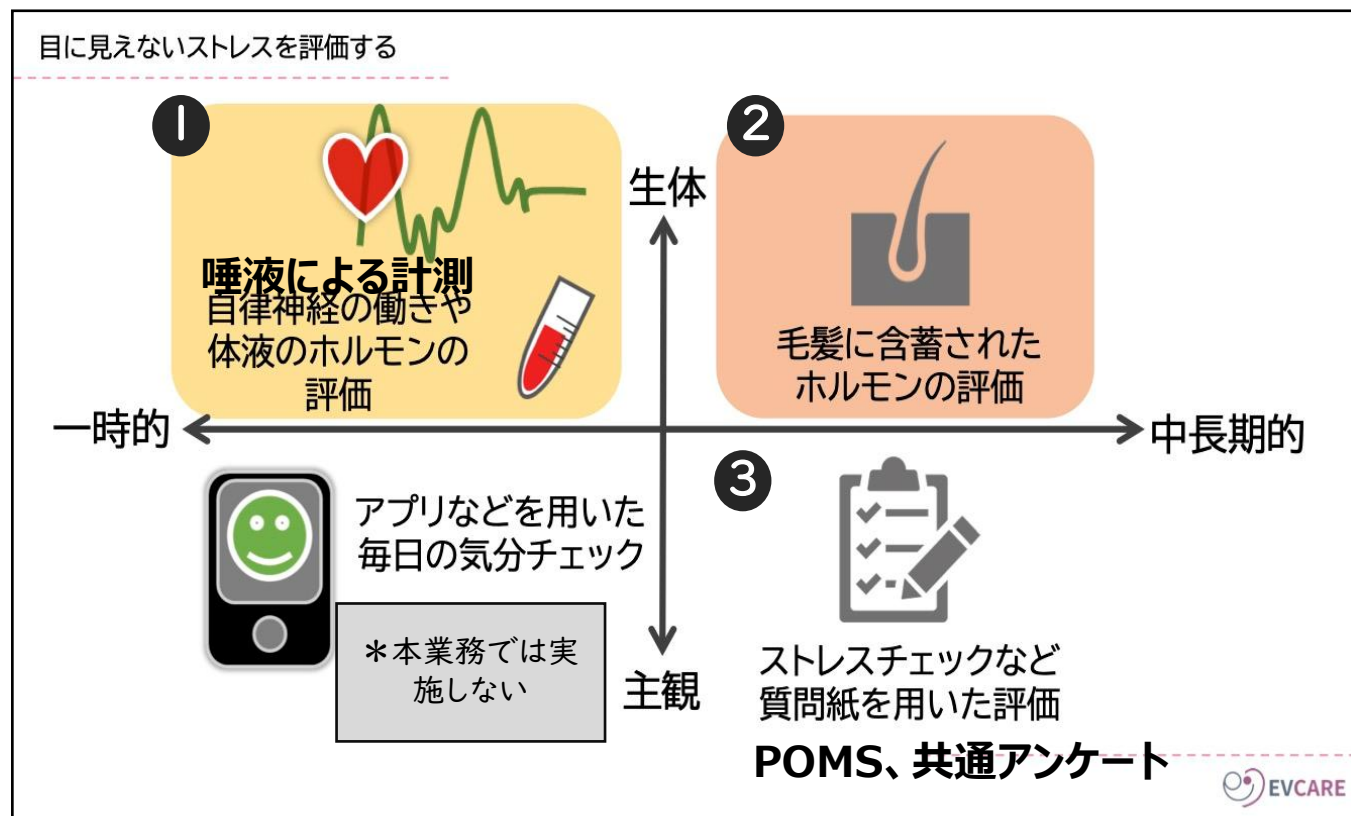
ツアーについては、以下の通り実施した。





### （3）具体的な実施内容・実施計画 - ⑥ストレスチェック実施と分析

本事業では、参加者の①唾液及び②毛髪の提供を受け、生体な分析により客観的評価、③アンケート調査（POMS（Profile of Mood States）（簡易版））による主観的調査を実施した。



+

今回、左記、  
**①②③**を補足する  
ために、fitbitを活用  
し睡眠・活動量の変  
化についてもデータ  
を取得した。

## （3）具体的な実施内容・実施計画 - ⑥ストレスチェック実施と分析

### a) ストレスチェックの概要（「毛髪」と「唾液」でわかること(客観的指標)）

|       | 1. 唾液サンプル                                                                                                                                                       | 2. 毛髪サンプル                                                                 |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 測定目的  | ヘルスツーリズム期間内のストレス度の変化を検証すること                                                                                                                                     | ヘルスツーリズムに参加することにより、日常生活で感じているストレス度に変化はあるのかを検証すること。                        |
| 測定物質  | コルチゾール：ストレスホルモン<br>CgA：ポジティブなストレス（ユーストレス）指標                                                                                                                     | コルチゾール：ストレスホルモン<br>DHEA：抗ストレスホルモン                                         |
| 仮説    | ヘルスツーリズムの前半は日常とは異なる空間で過ごすことによるストレスでコルチゾールは上昇するが、数日が経過すると徐々にコルチゾールは低下していく可能性がある。非日常の空間にCgAは前半は減少するものの、徐々に上昇していくと推測される。                                           | ヘルスツーリズムに参加をすることで、ストレスが軽減＝コルチゾールは減少し、ストレスに抵抗する力が高まりDHEAは上昇すると仮説としては推測される。 |
| 結果の活用 | 冷凍での配送が必要で会ったりと、参加者への負担も多いため、モデルを拡げる場合には工夫が必要となる。<br>ただし、今回の実証試験の結果を検証する際に、何日間が最も効果的であるか、ヘルスツーリズムでどういう過ごし方をすることでストレス度に変化が生じるか等、滞在中の変化がみやすく、よりよいプランを検討する材料となりうる。 | ヘルスツーリズム自体の価値付け（参加者にあまり負担がなく、検査しやすい）<br>モデルを拡げる場合にもパッケージとして提供しやすい。        |

## （3）具体的な実施内容・実施計画 - ⑥ストレスチェック実施と分析

### b) ストレスチェックの概要（（POMS（Profile of Mood States）（簡易版））によるアンケート調査の実施）

#### 3. アンケート票（定性的分析）

|       |                                                                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 測定目的  | ヘルスツーリズム期間内のストレス度の変化を主観的側面からアプローチし検証すること                                                            |
| 実施方法  | 参加者によるPOMS（簡易版アンケート調査票）への回答                                                                         |
| 仮説    | 湯野浜ヘルスツーリズムの実施が始めての試みであり、緊張・抑うつ・怒り・活気・疲労・混乱の6因子がどのように変化するかは、未知数であった。が、緊張、活気、混乱の因子に変化があるのではないかと推測した。 |
| 結果の活用 | 今回は、POMSを採用し実施したが、これに限らず、湯野浜独自の項目も検討し、今後も主観的アンケート調査は実施し、参加者の変化に関するデータを蓄積していくことが重要。                  |

### c) ストレスチェック（補足データの取得）の概要）

#### 睡眠・活動量データ

|       |                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------|
| 測定目的  | 唾液・毛髪サンプル、アンケート票による測定を補完するために実施。                    |
| 実施方法  | 参加者にfitbit（ウェアラブル端末）を装着してもらい、睡眠・活動量を把握する。           |
| 仮説    | ー（他のデータを補完するものであるために、仮説は設定しない。）                     |
| 結果の活用 | 他のデータ分析結果が有意に生じた時の睡眠量等の変化を把握することで、ヘルスツーリズムの効果を補足する。 |

## 5. 長期ステイ実証事業（湯野浜温泉）

### （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ①募集について 10人/約15,100人

- 地方の温泉街で働きながら余暇を過ごしてもらうというヘルスツーリズムの実施について、募集をすることが、当該エリアとしても初めての試みであったため、募集の方法についても手探り状態であった。
- 効果があったものとしては、ANAの広報ツール及び湯野浜100年のウェブサイト及び過去に宿泊したことがある方々へのメール等を通じて参加するという者が多い傾向にあった。
- 今回、時間が無い中での募集であったため、検討する時間や休暇等のタイミングをあわせることが難しく、余裕をもって募集をしたほうが良いという意見も大手企業へのヒアリングにて明らかになった。
- 今回、高齢者（60代以上）を対象に募集を行ってみたが、結果「0人」であった。参加できない理由を把握し今後のツーリズム組成に活かしていく。

| 募集媒体                                                  | アクセス数等         | 対象者                                              | 募集想定数 | 参加者数 |
|-------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------|-------|------|
| 湯野浜100年ウェブサイト(Instagram含)<br>過去の湯野浜に取引あるお得意先(メール等)    | 約2000          | ・年齢層多様(学生からシニア層まで)<br>・特性としては「居住先が湯野浜エリア近郊」      | 2     | 4    |
| ANA職員向けサイト                                            | 約1900          | ・20代から50代までの職業人                                  | 3     | 4    |
| 福島県大熊町への募集要項配布<br>東京都、埼玉県内UR団地に募集要項配布                 | 約2150<br>約2000 | ・独居シニア層<br>・このエリアのまちづくりに関わる層                     | 2     | 0    |
| ANAあきんどサイト(ブルーアンバサダー<br>Instagram追加)                  | 約5000          | ・旅行が趣味(比較的富裕層)<br>・温泉旅行に興味があり<br>・地域・まちづくりに興味があり | 5     | 1    |
| JTB総研のルートを活用させていただき連携による募集                            | —              | ・旅行が趣味(比較的富裕層)<br>・温泉旅行に興味があり                    |       | 0    |
| 各旅行サイト、SNSへの投げ込み式募集(こちらを行うため、募集リーフレット内容をウェブ化したサイトを設定) | 約2000          | ・地域に関心がある層<br>・温泉旅行に興味がある層                       |       | 0    |
| その他(大手企業(UR都市機構、サントリー)への投げかけ)                         | 約50            |                                                  | —     | 1    |

## （４）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ①募集について

【高齢者（60代以上）を対象とした参加できない理由について（ヒアリング）】

■期間について

・自分は1週間はあけられない、とにかく1週間空けられない、1週間長い、2泊3日・3泊4日なら行きたいかも、

■仕事について

・私は仕事は全然問題ないけどリタイアした人は不安じゃない？でもすぐに出来るの清掃くらいかな、お年寄り仕事内容が不安、高級旅館だからフロントとか敷居が高くてその辺のマナーとか不安

■食事について

・これで朝ごはんだけとかついてたら印象違う、自炊ができるのか不安、コンビニ弁当になりそう、向こうで何が食べられるのか宿は高そうだから周辺にお店とかあるのかな

■ターゲットについて

・ターゲットどの世代、若者で友達同士で申し込めば行ける人いそう、でもリゾートバイトとかじゃないから若者も期間が長いときついかも、ひとり旅慣れている人じゃないと行けない、旅慣れてないときついよね

■滞在について

・向こうでうろうろするのもお金かかるかな、向こうでアテンドしてくれる人が欲しい、どこが目的かわからない、観光をめぐるにもかなりアクティブな人じゃないと面倒くさい、めぐるにも車が必要とかその辺大変そう

■アピールポイントについて

・部屋の写真とかチラシにたくさん載せて欲しい、オーシャンビューとか、惹かれるポイントをたくさんチラシに載せて欲しい、年配の人向けだと説明が足りない、宿に泊まることが1番の魅力だから宿の良さをチラシにもっと出して欲しい←いろいろ理由があるのかな、宿をWEBで見るとすごい宿なのにそれがチラシで伝わってこない

■その他について

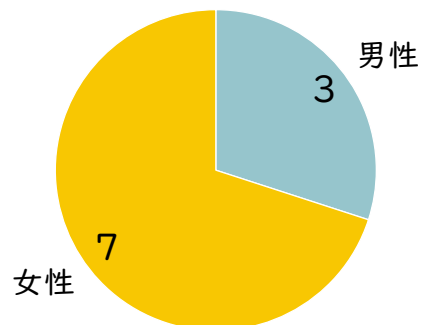
・居候的な感じで宿にいずらそう、スタッフとお客さんの中間的な存在でお客さんにも宿内で合いづらいお風呂とかも気を使いそう、家族で参加したらどうなの、スキースノボとか冬山籠る人にはいいかも

## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ②参加者属性

- 今回の参加者の属性は、女性が7割、東京に居住している40代、30代を中心とした会社員の方が多い傾向にあった。
- 今回、60代以上の高齢者の参加も念頭においていたが、参加に繋がらなかった。今後、例えば、会社員の40代、50代が本ツーリズムに継続して参加することにより、定年後、60代に突入してからも参加するというマインドを醸成させることはできると推測される。

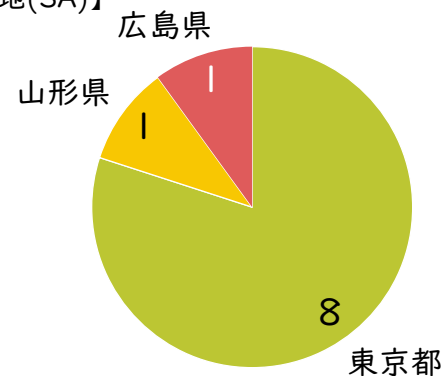
【性別(SA)】

単位：人



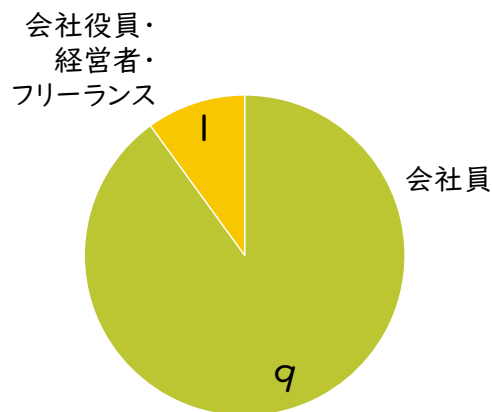
【居住地(SA)】

単位：人



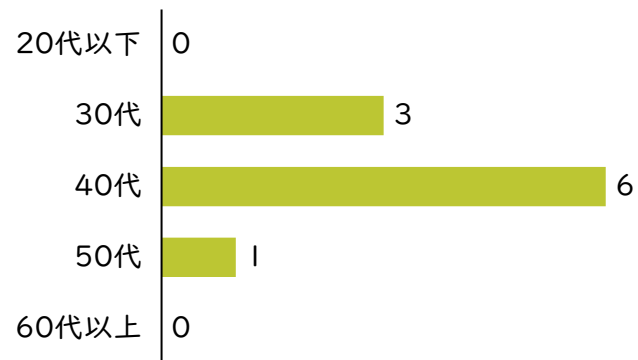
【職業(SA)】

単位：人



【年齢(SA)】

単位：人



## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ②参加者属性（働き方）

- ✓ 参加者は、下記の働き方の中から仕事を希望（複数可能）。
- ✓ 結果として、サービス業に従事していない方は、1から3日までは研修、4日目以降慣れてくる。ただし、もともとサービス業に従事している方々は、1日目から旅館業の仕事について対応可能（今回はANAの方々も参加したため、その方々は1日目から対応可能であった）。

### ○働き方

- ①07時～11時 4時間 朝食・チェックアウト
- ②09時～13時 4時間 清掃
- ③14時～18時 4時間 駐車場案内・チェックイン
- ④17時～21時 4時間 配膳

### ○実際の働き方のパターン

- ・概ね3つの動きに区分された。

|    |                                                    |
|----|----------------------------------------------------|
| 1名 | ・リモート会議等（本業）があるため、朝2時間、夜2時間の働き方を希望                 |
| 3名 | ・1週間の中で、とにかく①～④の働き方にチャレンジ希望（旅館の仕事に合わせて、自由時間を設定）    |
| 6名 | ・①のみを希望し、昼間～夜は自由に行動したい。もしくは④のみを希望し、朝から昼間は自由に行動したい。 |



## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ③アンケート結果

### ● 【本ツアーの満足度】

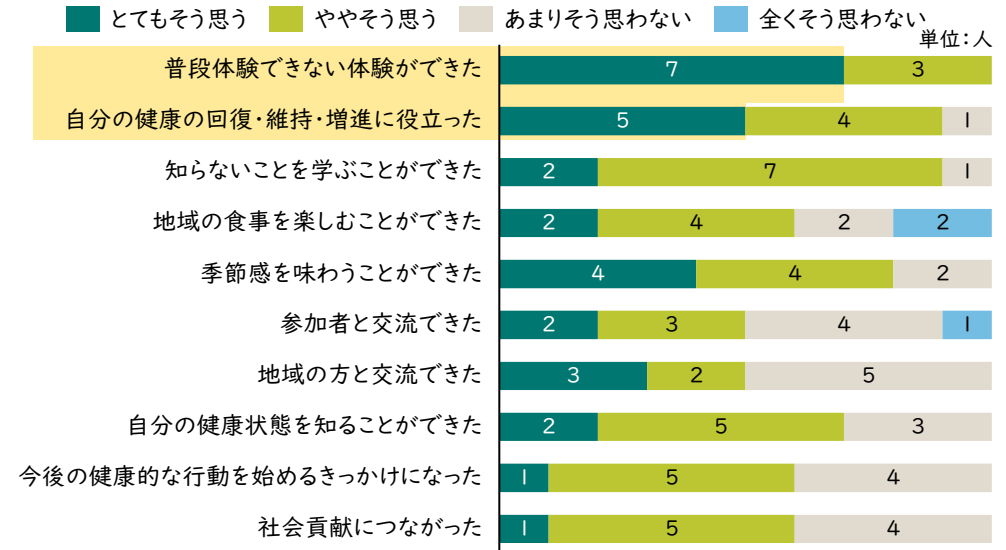
- ・「普段体験できないことができた」「自分の健康の回復・維持・増進に役立った」が特徴的であった。

### ● 【ツアーの費用面（交通費・滞在費等自己負担分）】

「やや高い」が5人、「妥当」が3人、「非常に安い」が2人と様々な回答。具体的には以下の通り。食事がついていない点、交通費などが割高であるという課題は挙げられた一方、宿泊費及び温泉無料という点については、妥当という評価であった。

- ・宿泊が無料な点は良かった
- ・交通費や現地飲食、アクティビティは個人の差異があるので固定費である移動・飲食のみは妥当。
- ・3食分の食事の補助が一切無かった
- ・食事が無い
- ・4時間の業務で、しかも誰でもできるお仕事だったので、温泉利用・宿泊無料は破格だと思います。
- ・無給で働いて、宿代が無料であっても、食事がなかったため、交通費に対しての価値が微妙に感じた。
- ・交通費飛行機代が高い
- ・宿泊費がかからないのがとても大きい為
- ・同レベルのツアーと比較して妥当だから
- ・年末シーズンということもあり想定よりも交通費が高かった。

### 【本ツアーの満足度】



### 【費用面】



## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ③アンケート結果

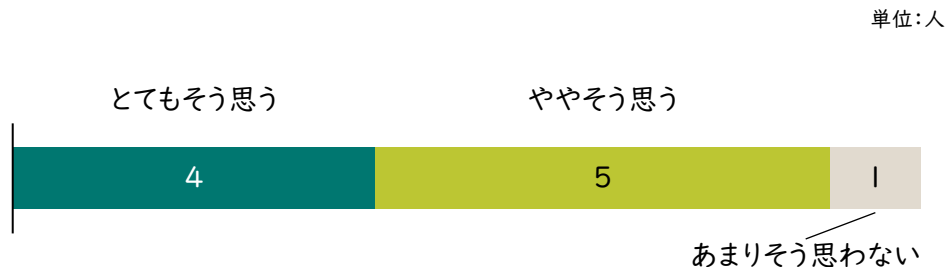
### 【再来意向】

・「ややそう思う」「とてもそう思う」が9名であり、内、1名はすでに来訪を予約済みである。



### 【紹介意向】

・「ややそう思う」「とてもそう思う」が9名となっている。



### 【参加してよかった点】

・滞在中、毎日温浴施設の利用ができた点。（複数回答有り）

・滞在場所が海の目の前、普段泊まることのできない旅館であることは、非日常感を感じれました。

・7泊分の宿泊料がかからず、とても素敵な温泉宿に泊まる事が出来、温泉も入り放題だった点。また旅館で働いている方やお客様との交流が、普段自身関わっている方々とは異なりとてもゆったりと穏やかでいらっしゃる方が多く、コミュニケーションを取る中でとても癒された。

・ファスティングプログラムも同じ7日間だったため併用してツーリズムに参加いたしました。1日通してドリンクのみの日が3日間ありまして、その期間は疲労感もありましたが、就寝前と起床時に温泉へゆっくり浸かることができたため、特段体を酷使した感じはしなかったです。普段の勤務が1日休みのときは、温泉や近辺をドライブしてとてもリフレッシュ出来ました。秋のタイミングでツーリズムに参加できたのもリラックスできてとても良かったと感じています。旅館の業務も毎日違ったお仕事できてとても楽しかったです。一流の旅館のお料理や配膳の裏方の様子が見れたことと、美味しく楽しそうにしているお客様の様子をスタッフ側の視点で見ることができたのも貴重な経験になりました。

・期間中はとてもリラックスできた。ゆっくり寝れた。湯治としては1週間くらい滞在できることが必要とあらためて感じた。

＊来訪者のリピート需要を狙っているため、上記の回答は有効  
思い立ったら温泉にすぐ入れること 日常では経験できない宿泊施設の業務を経験できたこと

## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ③アンケート結果

- ・前述の良かった点をまとめると、いつでも温泉を利用できること、宿泊施設の充実などが挙げられた。また、改善点としては、食事への配慮や交通移動などが挙げられた。

### 【改善点（抜粋）】

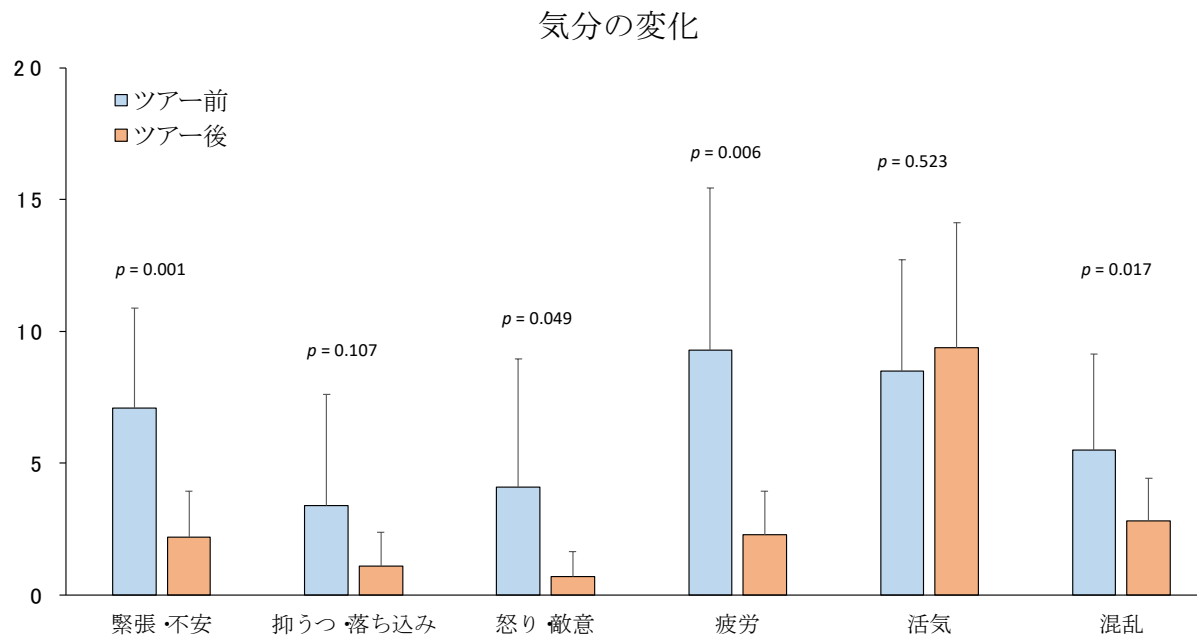
- ・車を持っていた自分にとっては問題なかったですが、**移動機会や選択肢が限られている方は食事やアクティビティの機会が少ないのではと感じました。**
- ・**食事が自由に取れる環境ではないため補助を出してほしい(または現物支給。)** 交通費補助も、私は特に大丈夫ではあったが、参加者によっては出すべきではないかと思う。
- ・ヘルスツーリズムとうたっているのに **食事がなさすぎる**。せめてオプションでも用意すべき、移動手段がなさすぎるレンタカーなど用意すべき、なにもできない。リモートワークするには部屋に机がない。
- ・**食事への配慮が欲しかった** 受け入れ態勢がもっと浸透していてほしかった
- ・**食事の用意は有料でもあった方がよい**。近隣の移動手段が欲しい。
- ・**食事の確保に苦慮した**。近隣の店の営業時間、コンビニも強風の悪天候時は行くのが大変。館内で購入できる選択肢があると嬉しい。
- ・**食事の手配が非常に困難であった**。立地環境などからも、配慮の上有料でもいいので、手配できる環境を整えるべきだと思う
- ・**食事提供の選択肢を設けた方がよい** →夜はカップ麺中心の生活になっていた レンタカーの貸出等、交通手段の提案があった方がよい

## (4) 実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック(定量分析)

### a) 定性的な分析結果(アンケート調査分析)

・POMS (Profile of Mood States) (簡易版) を活用し、緊張・抑うつ・怒り・活気・疲労・混乱の6因子を同時に測定。

#### 気分の変動



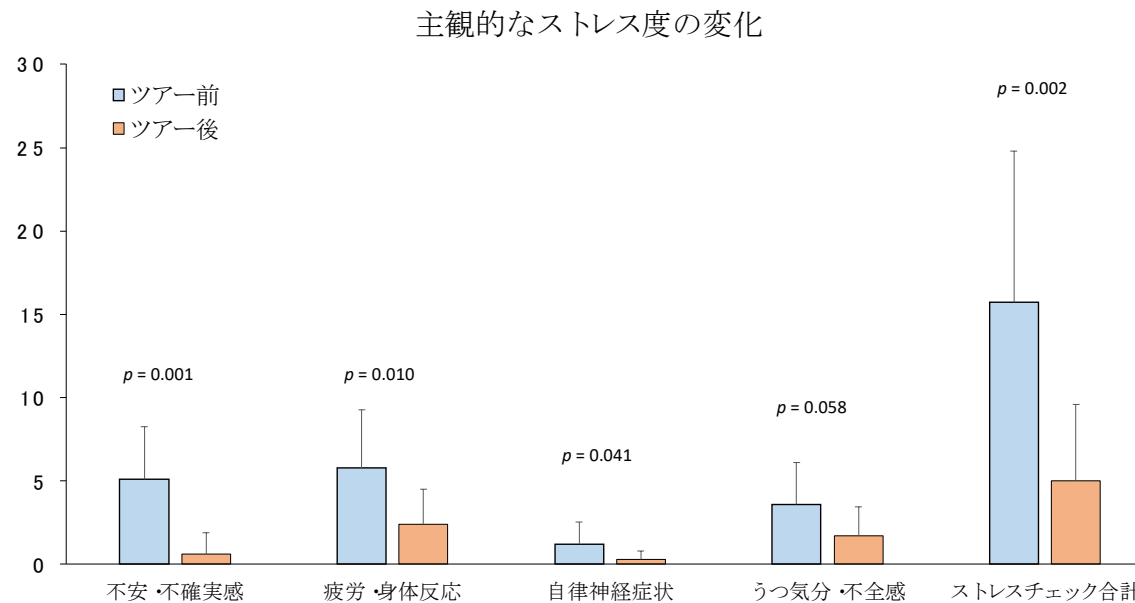
ツアーに参加することにより「抑うつ・落ち込み」「活気」以外の項目で、  
気分が有意に改善した

## (4) 実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック(定量分析)

### a) 定性的な分析結果(アンケート調査分析)

・POMS (Profile of Mood States) (簡易版) を活用し、緊張・抑うつ・怒り・活気・疲労・混乱の6因子が同時に測定。

#### 主観的なストレス評価の変動



ツアーに参加することにより「うつ気分・不全感」以外の項目で、  
主観的なストレス度が有意に低下した

## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

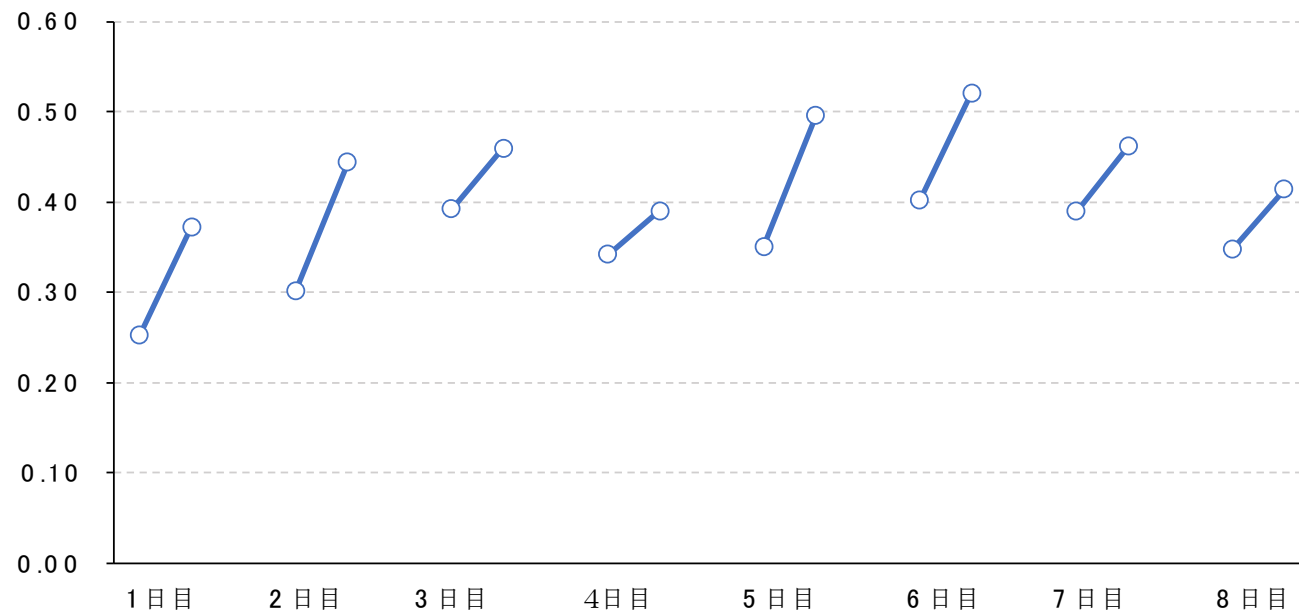
### b) 定量的な分析結果（唾液）

○分析結果（唾液中コルチゾール濃度の推移）

唾液中コルチゾール（ $\mu\text{g/dL}$ ）濃度の推移

唾液中コルチゾール濃度の推移については、数値が高いほうがストレスが高い。その状況をふまえて、結果をみると、

- ・1日目（ツアー前日）からツーリズム2日目（初日）にかけて、上昇する。これは環境の変化によるストレスがかかったと推測される。
- ・4日目で低下、しかし5日目に上昇し、その後また減少する。滞在中の疲れが出て、上昇するものと推測される。
- ・ツーリズムに慣れてくることで、ストレスは低下する。



## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

### b) 定量的な分析結果（唾液）

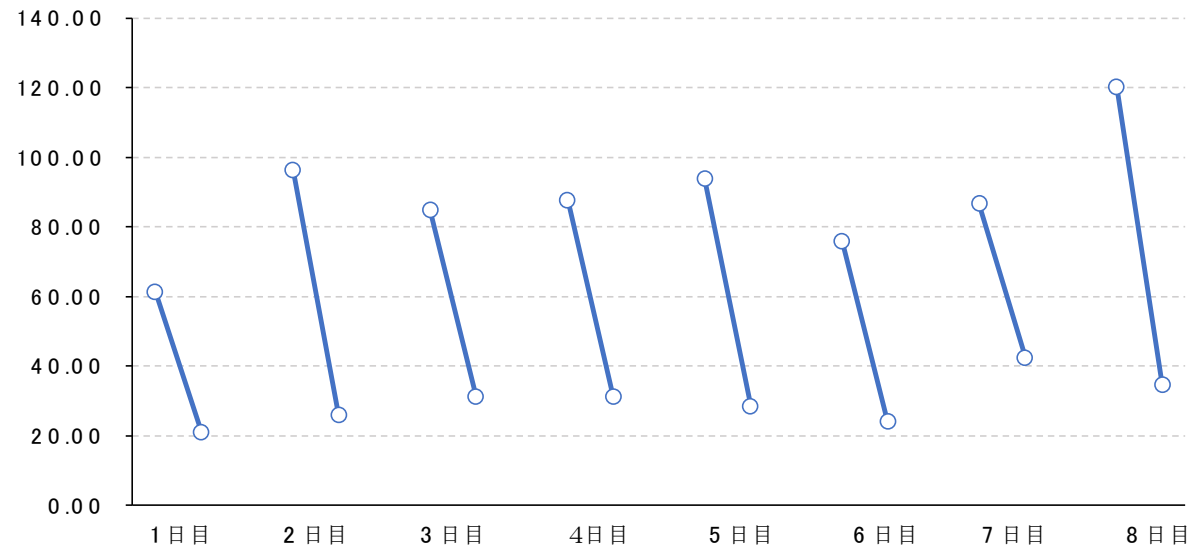
#### ○分析結果（唾液中クロモグラニンA濃度の推移）

・唾液中クロモグラニンA濃度の推移については、数値は、気分の高揚を示すものである。

・1日目（ツアー前日）から旅行1日目から2日目にかけて上昇。旅行に対する気分の高揚による影響と推測される。

・旅行3日目で下がり、安定する。最終日上昇する。この結果については、「最終日」であることから高揚する場合と、抗ストレスの上昇することによって、高揚する場合もあるが、今回はどちらの可能性もあり今回のサンプル数では判断できない。

唾液中クロモグラニンA  $\mu\text{mol/mL}$ 濃度の推移



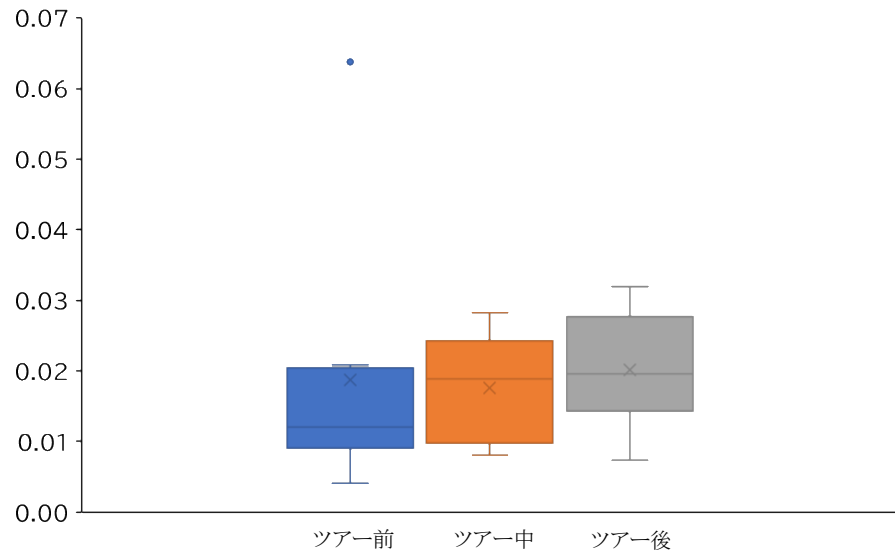


## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

### c) 定量的な分析結果（毛髪）

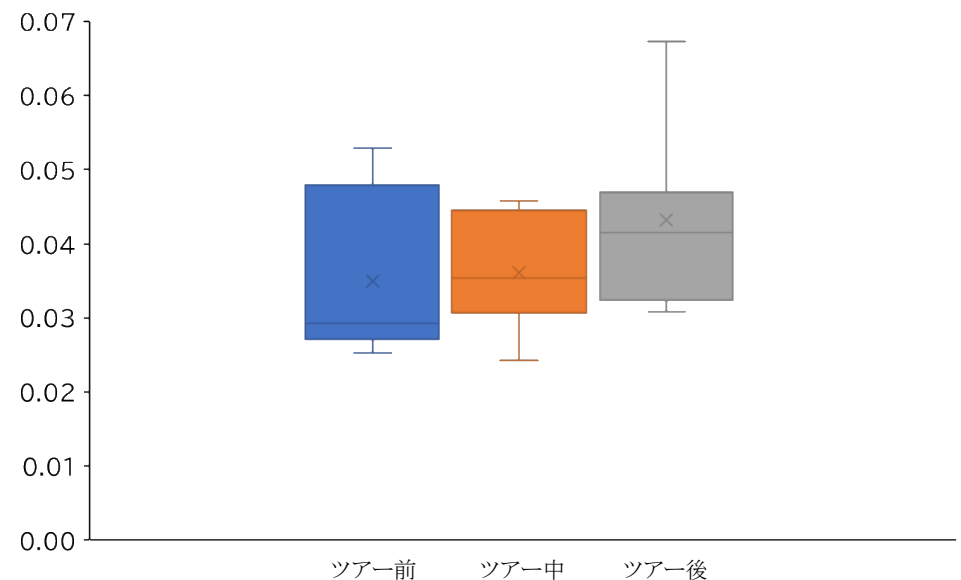
#### ○分析結果（毛髪中のホルモン量の推移）

毛髪中コルチゾール量(pmol/mg)の推移



- ・統計的な差異はなし。ストレスそのものには変化はないという範疇である。
- ・若干、ツアー前よりツアー中&ツアー後で中央値は上昇している。今回のサンプルだけでは結論づけることはできないが、日常とは異なる環境によるストレスによるものとも考えられる。

毛髪中DHEA量(pmol/mg)の推移



- ・統計的な差異はなし。
- ・ツアー前よりツアー中、ツアー後で徐々に中央値は上昇している。ストレスそのものには変化はないが、抗ストレス反応は、ツーリズムに参加してより上昇している傾向はある。

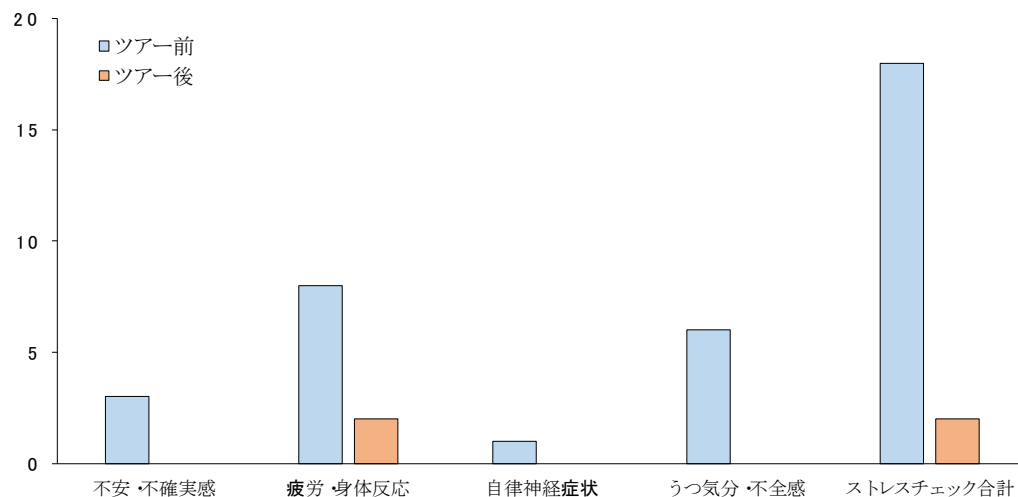
## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

### d) 特徴的な結果の事例

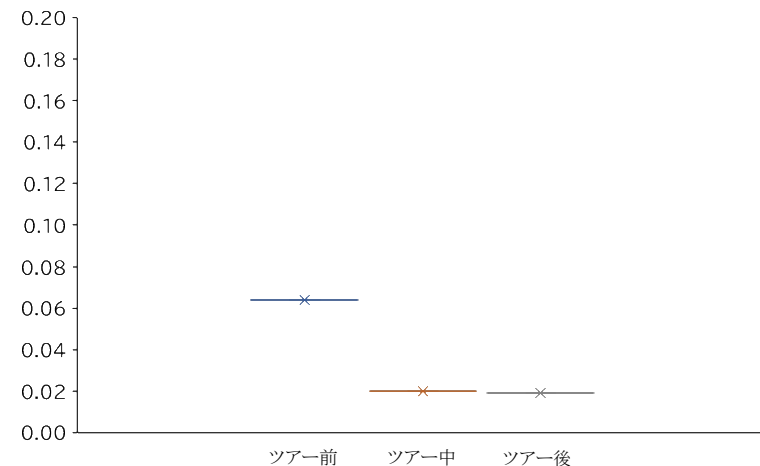
A氏（男性・40代・会社員）

- ・ストレスコーピングの「**回避的対処**」の得点が非常に高い＝不快な出来事から逃避して、ストレスを対処する傾向が強い。
- ・ストレス対処の傾向から、旅行という「非日常での生活」が対処方法としてマッチしていたからか、主観的にも、生体データでもストレス度が低減している。

主観的なストレス度の変化



毛髪中コルチゾール量(pmol/mg)の推移



## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

### 結果総括

- ・今回のようなヘルスツーリズムへの参加により、単なる気分の改善に留まらず、主観的なストレス度が有意に低下する可能性が示唆された。
- ・旅行初日では、旅行による気分の高揚が認められる一方で、非日常によるストレス度の上昇も認められる可能性がある。  
→ 旅行初日は少しゆったりと過ごすプランを仕組むことができる方が良いのではないかな。
- ・旅行4～5日目くらいで疲労感からか少しストレス度の上昇が認められる可能性がある。  
→ 中日頃にゆったりと過ごすようなプランを仕組むことが良いのではないかな。
- ・旅行という非日常で過ごすということによるストレスはあるかもしれない。しかし、その一方でヘルスツーリズムにより抗ストレスも上昇している。ストレスそのものを低減することは難しくても、そこに立ち向かう力を養う効果があるのではないかと推測される。
- ・ストレスコーピングの傾向をみると、ヘルスツーリズムの効果により、よりポジティブに働く人が創出される可能性がある。  
→ 改善し、パターン化して、プランを検討することは、有益であろう。

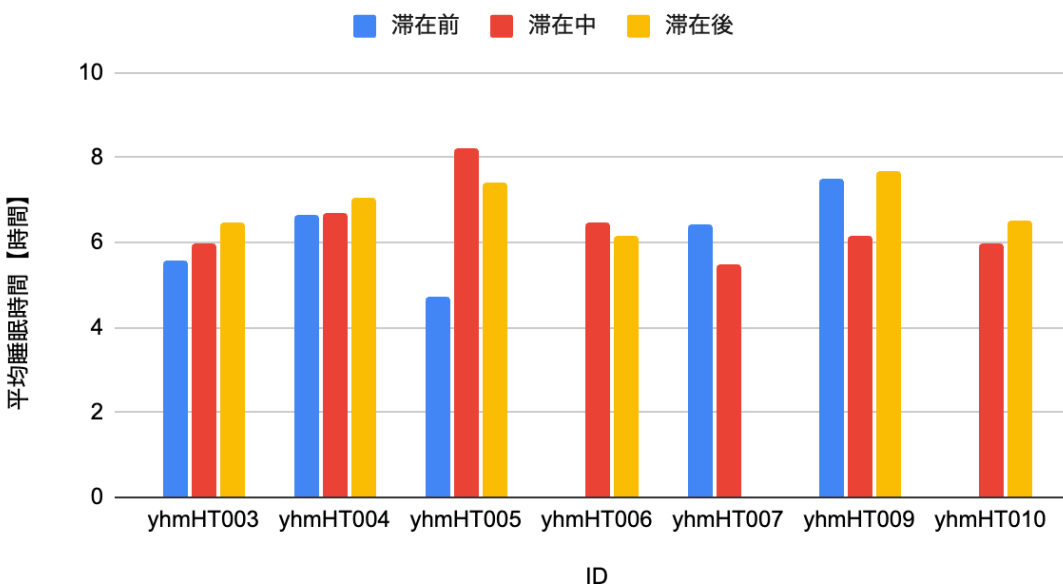
## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

### d) 睡眠・活動量チェックについて

- ・FitBitの睡眠や活動量等のデータは、それ自体のみではストレスに関する数値は得ることはできず、全体のストレスチェックの分析を補完するものとなる。
- ・滞在中のデータが一定時間以上記録されている参加者に対し分析を行った。

#### ○睡眠時間

#### 睡眠時間

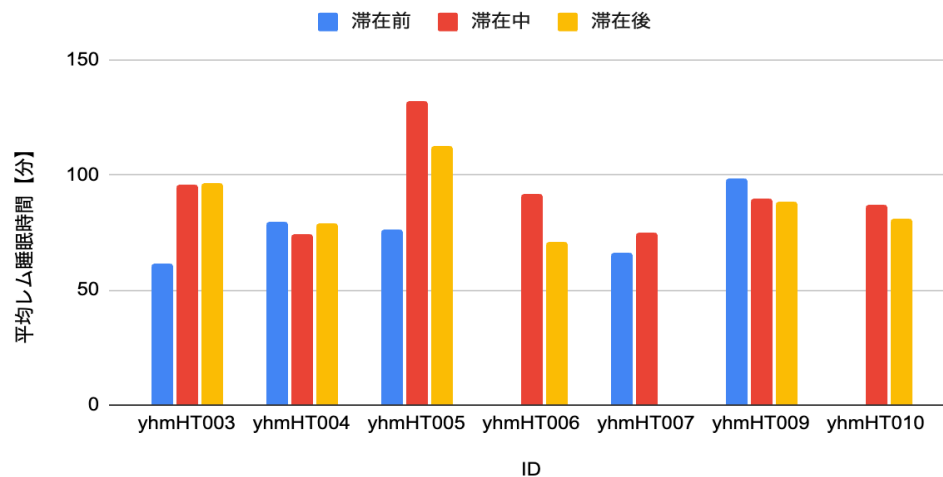


## （4）実際に確認できた成果・効果検証結果 - ④ストレスチェック（定量分析）

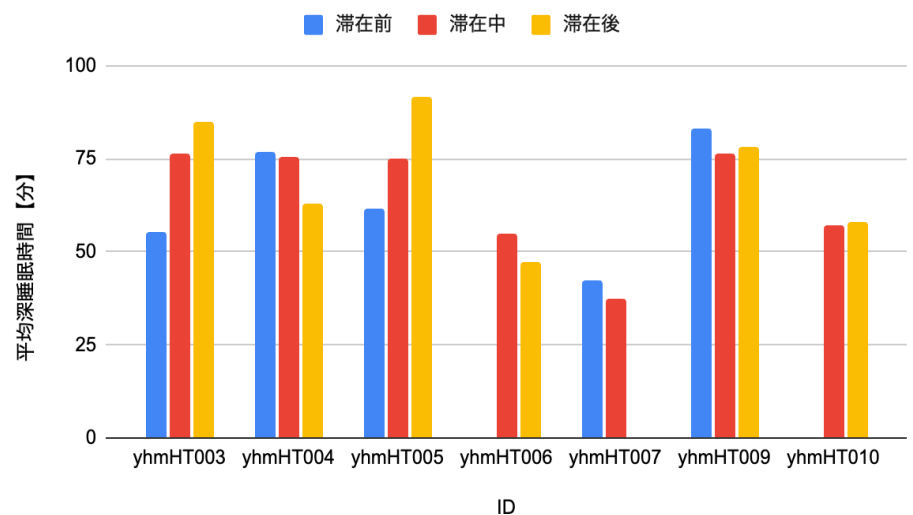
### d) 睡眠の質

- ・睡眠の質の部分は、睡眠時間と連動した増加がみられる。
- ・「温泉」×「働く」ということで、睡眠時間が伸び、質も向上したと推測される。

#### レム睡眠時間



#### 深睡眠時間



## （5）成果を踏まえた今後の水平展開に向けたアクション

| 水平展開・他地域展開に向けての課題                                                                    | 今後のアクション                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>今回の湯野浜ヘルスツーリズム（プログラム）組成に向けたの課題への対応</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>（参加者から寄せられた課題：食事について（近辺に食事場所が少ない、有料でもよいのでつけてほしいなど））今後の検討課題として、プログラムとして、食事を提供する場合、参加者が期待しているのは日常食事なのか、旅先で期待する豪華な食事、健康になるための食事なのかを精査・調査し、今後、ニーズに応じてツアー料金に乗せるといったツアーパッケージも検討する。</li> <li>（参加者及び参加できなかった者からの寄せられた課題：高額な交通費について）フライトや電車による交通費が高いことについては、今回、自動車で来訪した者の満足度（滞在中の過ごし方・移動手段を持っていることも含め）が高い傾向にあったため、その情報も広報・告知の際に伝えていく。</li> <li>（受け入れ側として気づいた課題：過ごし方について（湯野浜及び鶴岡を堪能するしくみが参加者任せだった））湯野浜の余暇の過ごし方について、魅力を提示しきれなかった。また、例えば、過去、エクゼクティブクラスが喜んだツアー（寒いことや不便なことが面白い）を例示し地域独自の楽しみ方のリテラシーも高める。</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>需要の拡大（質と量）について</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>今後も募集方法・告知・広報を検討し、不特定多数を集めることのノウハウも蓄積していきたい。がー長一短には難しい面もあることも把握（今回の課題に全て対応できないため）。このため、現状の環境でも参画したいと思う人、湯野浜にとって必要な人（特定少数を積み重ねる）を集める形も同時並行的に実施する（今回で湯野浜を楽しんだ人から集めたテーマ「ファスティング」「サーファー」等）。</li> <li>リピート人材も丁寧に対応していきたい。</li> <li>今回、温泉効果は把握でき、今後も、数値としてストレスチェックが必要なユーザーに対しては、有料で今回のストレスチェックを含めたツアーパッケージを提供（富裕層向け）する。</li> </ul>                                                                                                                                                                         |

## （5）成果を踏まえた今後の水平展開に向けたアクション

| 水平展開・他地域展開に向けての課題                                                                                   | 今後のアクション                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>温泉で働くことによる、ストレスの変化についての把握（ヘルスケア効果）</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>これまでも、湯野浜温泉においては、定量的に分析することを実施してきた（湯野浜温泉源泉の効能、働くひとの活動量（fitbit）及び腸内細菌分析等）を実施してきた。今回は、ツアー参加者のストレスチェックを定量的に実施した。これらのデータは今後も蓄積していく。</li> <li>参加者の「自分の身体を知る」というテーマは掲げながら、「働く」「温泉」「楽しむ」「食べるetc.」のツーリズムを行い、定性、定量的にストレスの変化は把握していく。</li> <li>ただし、分析においては、今回はツアー代金に設定しなかったが、今後は、その付加価値を告知・宣伝しつつ、オプションとして、料金を付加することを検討していくこととなる。</li> </ul>                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>本ヘルスツーリズムは、どのようなターゲット層の方々に反応が良いか（プログラムのターゲット層の把握）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>反応が良かったのは、前述の通り、4時間仕事を行い、残りは自由に行動することができると楽しめる方々であった。その例としては、「サーファー」の方であり、乗用車で来訪することで、自由時間の楽しみ方を自ら創出できる方、また、「ファスティング」をこの機会に実施する目的で来訪した方は、今回のツーリズムが食事付きではないことが、来訪者のメリットとなった。このように、現状のツーリズムメニューでもご自身の都合に合わせて参画したいと思う人がいることが把握できた。まずは、現状の環境でも参画したいと思う層を引き続き、把握していく。</li> <li>また、今回ANA社員の参加があったが、サービス業に従事しているため、旅館の仕事にもすぐに対応でき、即戦力になった。このように、湯野浜にとって必要な者に積極的にアプローチする。いずれにしても、今後、短期的には、特定少数のターゲット層を小さく積み重ね、不特定多数のターゲット層にもつなげていく。</li> </ul>                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>旅館や街が持続的にプログラムを提供するために必要な条件はなにか</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>今後も、経験を積み重ね、課題とその対応策について経験値を積んで行く。（小さくとも継続、経験値を上げていく。）</li> <li>ヘルスツーリズムを今後も提供するためには、湯野浜エリアとして「（湯野浜までの）交通費が高いこと」「周辺に飲食店やコンビニが少ない」「車がないと自由に移動ができない」等の課題については、すぐには対応策は提供できない。これらを、楽しめたり、参加者が不便さを納得できる要素の変えていく。そのためには、そのエリア内の人材の育成が必要となる。外部からきた方を触発し、滞在期間を有意義なものとする。</li> <li>*また、今後、関連する湯野浜において、実施する内容（予定）<br/>「湯野浜100年大学」の開校及び「サービス学部」の開設による、サービス従事者のスキル・モチベーション向上と、期間労働者の即戦力化のための学習素材作りを実施。これらの構築により、ヘルスツーリズムの参加者に、旅館の働き方研修（有料）プログラム構築にもつなげる。</li> </ul> |



# 「JTBアグリワーケーション®実証事業

株式会社JTB ビジネスソリューション事業本部 第四事業部  
西澤 淳貴

# JTBアグリワーケーション®のコンセプト

「旅行も仕事も農業にも挑戦しよう」をコンセプトに「旅行のついでに農業ツアー」や「91農業（9割本業、1割農業）」の推進により新たな労働力を確保します。



農業生産者の人手不足は大きな社会問題です！  
旅先でのアグリワーケーションで  
地域のチカラになろう！

旅先で農業

好きな地域で  
ワーケーション

観光・旅行  
自然を満喫

地域との交流  
地方創生に貢献



人・企業・地域を繋げる！  
「地方創生」への貢献事業



## 「JTBアグリワーケーション®」の概要と、本実証の目的

2021年の本事業開始以降、農家の支援のみならず農業支援事業を通じた企業経営課題の解決を図るべくJTBとJA全農は連携協定を結び、「JTBアグリワーケーション®」事業をスタートさせています。農家だけでなく、参加者や地域にとってのメリットもあり、さらには「交流」にも発展しています。

「JTBアグリワーケーション®」は、ワーケーションと農業を組み合わせ、農業の人手不足と企業の新たな働き方をマッチングし、地域における関係人口の拡大に貢献する仕組みです。「旅行も仕事も農業も楽しもう!」をコンセプトに、旅先での「1 Day Work」として新たな農業支援に繋がります。

今回の実証事業を通して、「JTBアグリワーケーション®」の他地域への横展開を目標に【「旅行」と「農作業」を組み合わせることによってツアー参加者の健康意識の変容に繋がるか。】の根拠を可視化するために実証事業に参加させていただきました。

「JTBアグリワーケーション®」とは

<https://www.jtbbwt.com/business/service/solution/travel/inspection-tour/agriworkcation/>

# 「JTBアグリワーケーション®」農業支援事業を活用した企業経営課題の解決

## CSR/CSV

- ・労働力不足（社会課題）解決への貢献
- ・人、企業、地域を繋げる「地方創生」への貢献

## SDGS

- ・持続可能な農業への貢献
- ・食の尊さ、食品ロスの理解啓蒙



## 健康経営

- ・農作業を通じた心と体の健康
- ・ホワイト500認定への架け橋



## 働き方改革

- ・副業/ワーケーション×農業
- ・リスキリングへの転用

## 人材育成

- ・農作業を通じたチームビルディング
- ・コミュニケーション、組織力、モチベーションの向上

## ESG経営

- ・ESG投資(s) ソーシャルへの貢献
- 人的資本開示への対応

**農業支援事業は企業経営課題に貢献！**



# 事業の全体像



## 1. 実施内容

旅先で副業として農作業を行うJTBアグリワーケーション®が健康にどのような影響をもたらすか、効果を与えるか。高知県安芸市奈半利町を舞台にJTBアグリワーケーション®を設定し、旅行×ゆずの収穫作業実施にて参加者にアンケートを実施し効果検証を行う。

実証エリア：高知県安芸市奈半利町  
参加団体：株式会社JTB  
協力団体：全国農業協同組合連合会、JA高知

## 実証開始当初 As is

「旅行＝リフレッシュ」、「農業＝健康」の認識はあるが組み合わせた場合健康にどのような影響を与えるかの実証データが無い。

## 2. 実際に確認できた成果

- ・参加者の意識の部分で、ツアー終了後の健康意識の向上には繋がった。
- ・「健康的になりたい」というのを目的にツアーに参加するのではなく、「農作業」のように別の目的があって参加していることが確認できた。

## 3. To be実現に向けた 今後のアクション

- ・企業・学校に営業  
＝研修・合宿としての参加促進
- ・身体への影響が分かるデータの集積
- ・JTBアグリワーケーション®の認知拡大に向けた販売促進、募集含めた事業の安定化を実施していく。

## 将来 To be

「旅行×農業＝健康促進、地域貢献」の認知拡大によって人手不足の解消、関係人口の拡大を実現する。

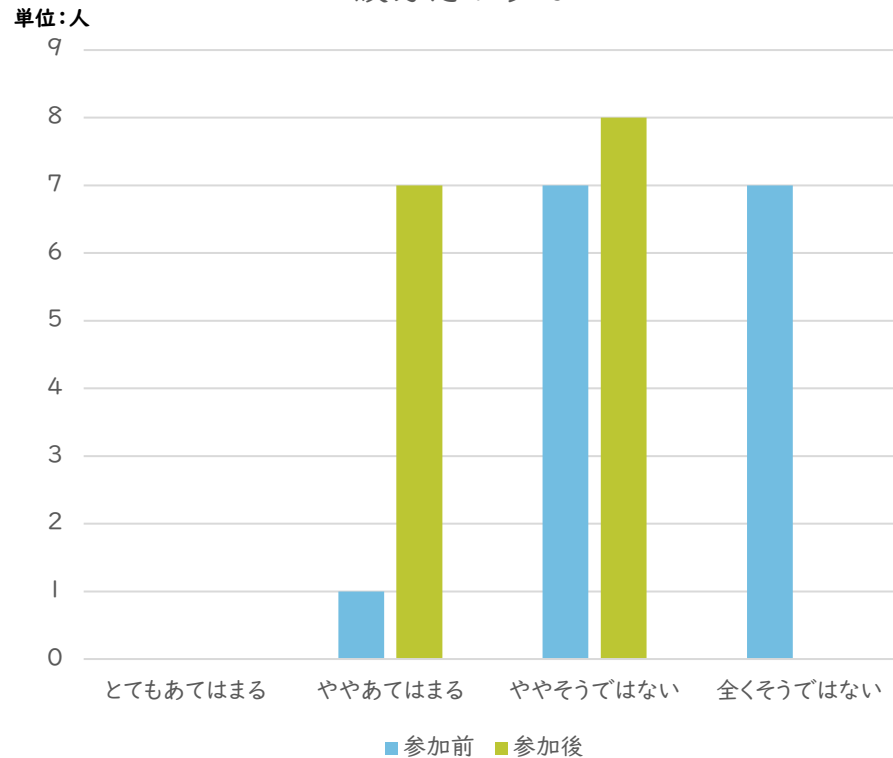
## 具体的な実施内容

| 実施項目                         | 目的                           | 実施内容                                  |
|------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|
| ① 農家(全農様)との調整<br>(人数・作業内容など) | 旅行先及び作業内容の確認                 | 農家さん及び全農さんとの<br>ミーティングを実施し決定。         |
| ②旅行期間設定                      | 泊数・募集人数・旅行代金などを設定            | ①に基づき各種交通手配・設定                        |
| ③募集チラシ作成                     | ・参加者募集<br>・必要事項ご案内           | 画像データの収集や管理<br>必要な持ち物を掲載              |
| ④参加者募集                       | 世間への周知                       | SNS・訪問営業<br>農業法人との連携による募集             |
| ⑤アンケート内容精査                   | 旅行＋農業＝健康のエビデンス取得             | JTB総研との打ち合わせし、<br>アンケート内容設定           |
| ⑥事業実施                        | 1ページ目記載の                     | 旅先でゆずの収穫作業を行っていただく<br>旅行前と旅行後にアンケート実施 |
| ⑦アンケート実施                     | 旅行×農業が健康にどのような<br>影響を与えるかの調査 | WEBアンケートの配信                           |
| ⑧報告書作成                       | 上記の成果と反省をご報告                 | JTB総研への提出                             |

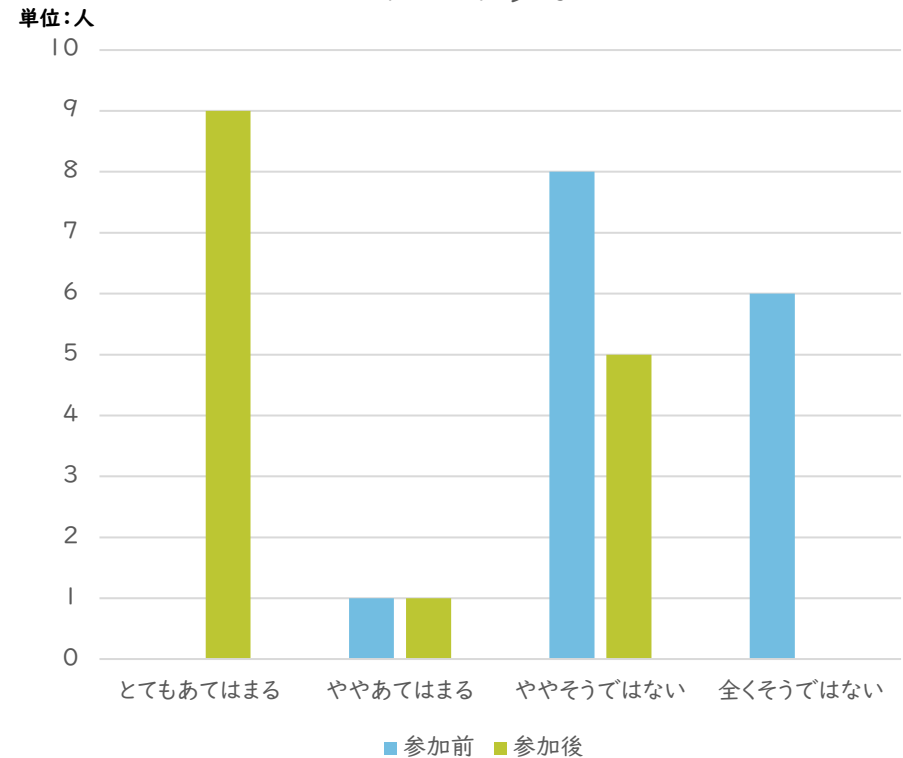
## 実際に確認できた成果

- ✓ 事前・事後アンケートの結果を比較すると「疲労感が少ない」「ストレスが少ない」の項目で肯定的な回答の割合が増えており、日常生活を離れて農作業に取り組むことが疲労やストレスの緩和につながっていると考えられる。

疲労感が少ない



ストレスが少ない





## 実際に確認できた成果

- 参加者からの意見として、身体を動かすという意識のもとに参加した成果というより、「自然の中での作業による気分転換」や「日常業務を忘れて作業ができたこと」など農業を行うことによって、健康は後から付いてきている(目的が健康的になるではない)ことが検証した結果分かった。

【質問内容】農業体験をすることで、リフレッシュやストレスの軽減になりましたか？

どのようなことが、リフレッシュやストレス軽減に役立ちましたか？具体的に教えてください。(自由記述)

【回答】※抜粋

- |                                             |
|---------------------------------------------|
| ・外で農作業を行うことにより心身共にリラックスできました。               |
| ・仕事を忘れて農作業に集中できたこと。                         |
| ・普段とは違う環境、仕事内容、他の参加者との関わりが、できたこと。           |
| ・日々自然の中で開放感あふれた。                            |
| ・自然の多い場所でリラックスして作業出来た事がいいリフレッシュとなったと感じます。   |
| ・普段自分が口にしている食材がどのように流通しているかの『作る』の部分を体験出来た事。 |
| ・外での作業は気分が良かったため                            |
| ・体を動かせたから                                   |
| ・体を動かしたこと                                   |
| ・仕事を忘れて農作業に集中できたこと。                         |

# 今後の水平展開に向けたアクションプラン

| 水平展開・他地域展開に向けての課題                                                                                                                                  | 今後のアクション                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>事業の安定化<br/>ツアー期間中、作業のお休みの日が少ないかつ雨天等によりお休みの日が急遽変わる事もあり、参加者にとって観光に充てる時間が少ないかつ急な変更の可能性もあるため予定が立てづらい</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>現状、参加者に体験ではなく作業をしていただくという目的で、作業日数についてJTB側で決めているが、参加者自身で選択できるツアーも開催を検討し、より参加しやすい、新たなニーズを獲得しやすい形がとれればと思う。</li> </ul>                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>事業の拡大<br/>(生産者、参加者双方への認知拡大)</li> </ul>                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>新規参加者に対してはメディアを利用した販売促進を定期的に行い、新規参加者を募集する。</li> <li>過去に参加していただいた方にはリピーター特典を付けるなど継続参加を促す施策を実施する。</li> <li>生産者に対しては、全農や各行政と連携した事業の認知拡大を実施する。</li> </ul>                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>JTBアグリワーケーション®(旅行+農作業)の健康促進のエビデンス</li> </ul>                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>今回は意識のみの調査でしたが、実際にFitBitなどを活用して身体にどのような変化が起きるのかの検証を行ってまいりたいと思う。</li> </ul>                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ツアー参加者へのご案内内容<br/>(作業内容や作業時期、農作物等によって参加者へのご案内が異なる。)</li> </ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>農家さんの農作物ごとに日々の作業内容について複数農家及びJA全農にヒアリングをさせていただき、悪天候の際や作業内容によってどのような服装や持ち物が必要なのかなどを整理していく。</li> <li>参加者へのご案内の際に、募集チラシに掲載するのみではなく、面接時や「旅のしおり」などでもご案内を行い、参加前の理解を深める</li> <li>農家さんに協力をいただき、「農作業説明動画」の制作に着手し、参加者の農作業のイメージと実際に行う作業内容のイメージ齟齬が生まれないようにする。</li> </ul> |



# 離島地域におけるドローンによる 処方薬配送モデルの検討

五島ドローンコンソーシアム  
そらいいな株式会社  
国立大学法人長崎大学



# 実施事業の背景と目的

## ◆ 離島・へき地診療所における課題認識

- 診療所によっては周辺に薬局が無く、薬物加療を要する患者様向けに院内処方を実施
- 上記体制における主な課題
  - ① 薬剤管理工数
    - 診療所の限られた人員で在庫・需給の管理を実施する必要がある、工数負荷が大きい。
  - ② 薬剤廃棄の発生
    - 当該地域の患者数によっては、医薬品の最小発注単位との兼ね合いにより、発注全量を使い切る前に使用期限を向かえ、廃棄せざるを得ない薬剤が発生。
  - ③ 処方薬のラインナップ
    - 受診者数が限定される中、多くの薬剤の種類及び、在庫を持つことは難しく、調剤が可能な医薬品に限りあり

# 参考：へき地の定義と診療所の設置基準

へき地とは、「無医地区※<sup>1</sup>」、「準無医地区※<sup>2</sup>（無医地区に準じる地区）」などのへき地保健医療対策を実施することが必要とされている地域

- ※1）無医地区とは、原則として医療機関のない地域で、当該地区の中心的な場所を起点としておおむね半径4kmの区域内に50人以上が居住している地区であって、かつ容易に医療機関を利用することができない地区（へき地保健医療対策等実施要綱より）
- ※2）準無医地区とは、無医地区ではないが、これに準じて医療の確保が必要と都道府県知事が判断し、**厚生労働大臣が適当と認めた地区**（へき地保健医療対策等実施要綱より）
- ※3）「無医地区」及び「準無医地区」を有する都道府県は千葉県、東京都、神奈川県、大阪府を除く43道府県

出典：厚生労働省令和4年度第2回医療政策研修会 第2回地域医療構想アドバイザー会議 資料8

# 参考：へき地の定義と診療所の設置基準

## 設置基準

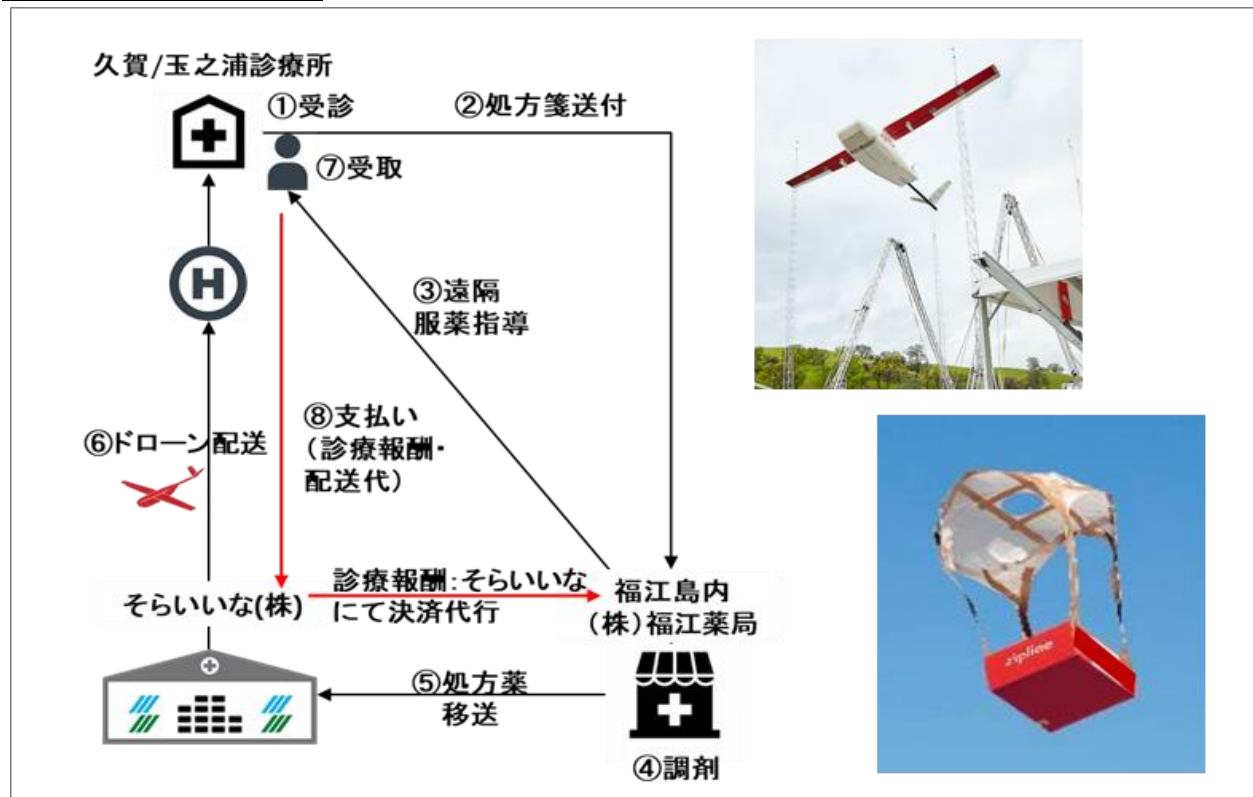
都道府県知事は、次の設置基準に基づき、必要と判断した地区にへき地診療所を設置する。

- ア ヘき地診療所を設置しようとする場所を中心としておおむね半径4kmの区域内に他に医療機関がなく、その区域内の人口が原則として人口1,000人以上であり、かつ、診療所の設置予定地から最寄りの医療機関まで通常の交通機関を利用して（通常の交通機関を利用できない場合は徒歩で）30分以上要するものであること。
- イ 次に掲げる地域で、かつ、医療機関のない離島（以下「無医島」という。）のうち、人口が原則として300人以上、1,000人未満の離島に設置するものであること。
  - （ア）離島振興法（昭和28年法律第72号）第2条第1項の規定により離島振興対策実施地域として指定された「離島の地域」
  - （イ）奄美群島振興開発特別措置法（昭和29年法律第189号）第1条に規定する「奄美群島（鹿児島県奄美市及び大島郡の区域）」
  - （ウ）小笠原諸島振興開発特別措置法（昭和44年法律第79号）第4条第1項に規定する「小笠原諸島」
  - （エ）沖縄振興特別措置法（平成14年法律第14号）第3条第3号に規定する「離島」
- ウ 上記のほか、無医地区等においてへき地診療所の設置が必要と都道府県知事が判断した地区に設置する。

出典：厚生労働省令和4年度第2回医療政策研修会 第2回地域医療構想アドバイザー会議 資料8

# 実施事業の背景と目的

## 事業の全体像



### 1. 実施内容

- 個人への処方薬配送・遠隔服薬指導の受容可能性を検証するため、固定翼ドローンを用いた配送実証を実施。
- 医療従事者の課題解決につながるか、院外処方に関する患者の意向を確認し、水平展開に向けた課題を整理。将来的には、他の物資輸送も含めビジネスモデル確立を目指す。

実証エリア：長崎県五島市

代表団体：株式会社そらいいな

参加団体：長崎大学離島医療研究所

協力団体：五島市国保健康政策課

五島市国民健康保険久賀診療所

五島市国民健康保険玉之浦診療所

株式会社福江薬局

### 実証開始当初 As is

離島・へき地診療所では、処方頻度や経済的理由から常備されている医薬品の種類と数量が制限

### 2. 実際に確認できた成果

- 診療所：
  - ① 処方選択肢の増加
  - ② 在庫不足時のバックアップ効果
  - ③ スタッフの負荷・工数低減
- 患者：薬剤師による服薬指導享受

### 3. To be実現に向けた今後のアクション

- 処方薬配送ビジネスモデルの確立
- 削減コスト・享受メリットの数値化
- 各主体からの徴収額の検討
- 実装/他拠点展開時間軸の整理

### 将来 To be

- 離島・へき地診療所での
- 医療の質向上
- 診療所における薬剤管理・調剤業務の省力化
- 地理的な医療格差の是正



# 実施事業の詳細

## ◆ 五島市内公設診療所と今回実証の対象先

- 院内処方診療所
- 院外処方診療所
- ▲ 出張診療所（医師非常勤）

五島市国保  
久賀診療所

五島市国保  
玉之浦診療所

- ・ 院内処方先3診療所のうち、以下2施設を対象

### 五島市国民健康保険 久賀診療所

- ・ 久賀島の概況
  - ・ 人口261人（高齢化率：57.7%）
  - ・ 診療所受診者：3~7名/日

### 五島市国民健康保険 玉之浦診療所

- ・ 玉之浦地区の概況
  - ・ 人口1,175名（高齢化率：58.6%）
  - ・ 診療所受診者：約30名/日

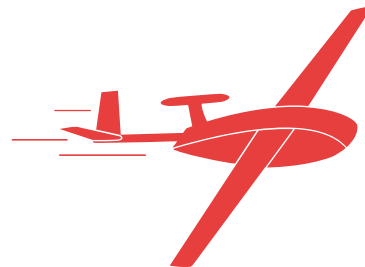
# 実施事業の詳細

## ◆ 活用するドローンの詳細と実績



米国Zipline社製ドローンシステム

## 機体の性能



飛行速度：時速100km



可搬重量：約1.75kg/機

複数機の連続飛行で重量に対応



航続距離：約160km超

配送圏：拠点を中心に半径80km



耐候性：風14m/s 雨50mm/h

就航率：90%超(22年1月~@五島)

# 実施事業の詳細

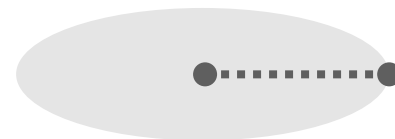
## ◆ 活用するドローンの詳細と実績



## 配送方法



専用BOXを上空から投下



投下精度：半径10m



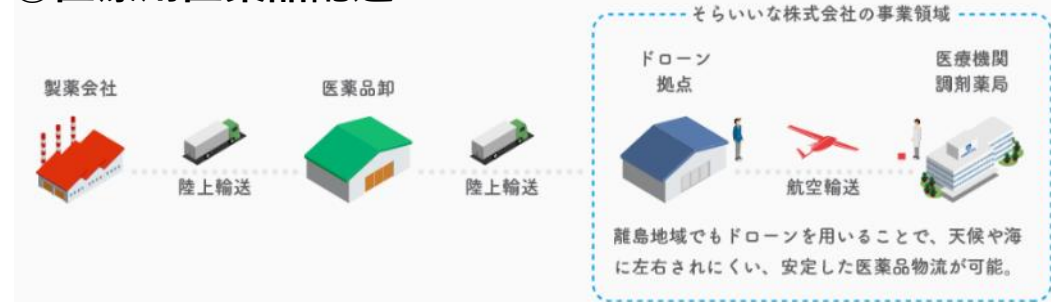
## ◆Zipline社 海外取り扱い商材例

- 血液製剤、医療用医薬品、ワクチン、検体等  
(配送実績：約94万回以上) ※24年3月現在

# 参考：そらいいな株式会社の既存事業と実績

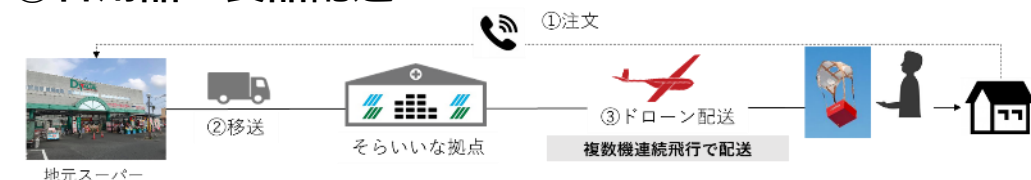
## ◆ そらいいな（株） 既存事業

### ① 医療用医薬品配送

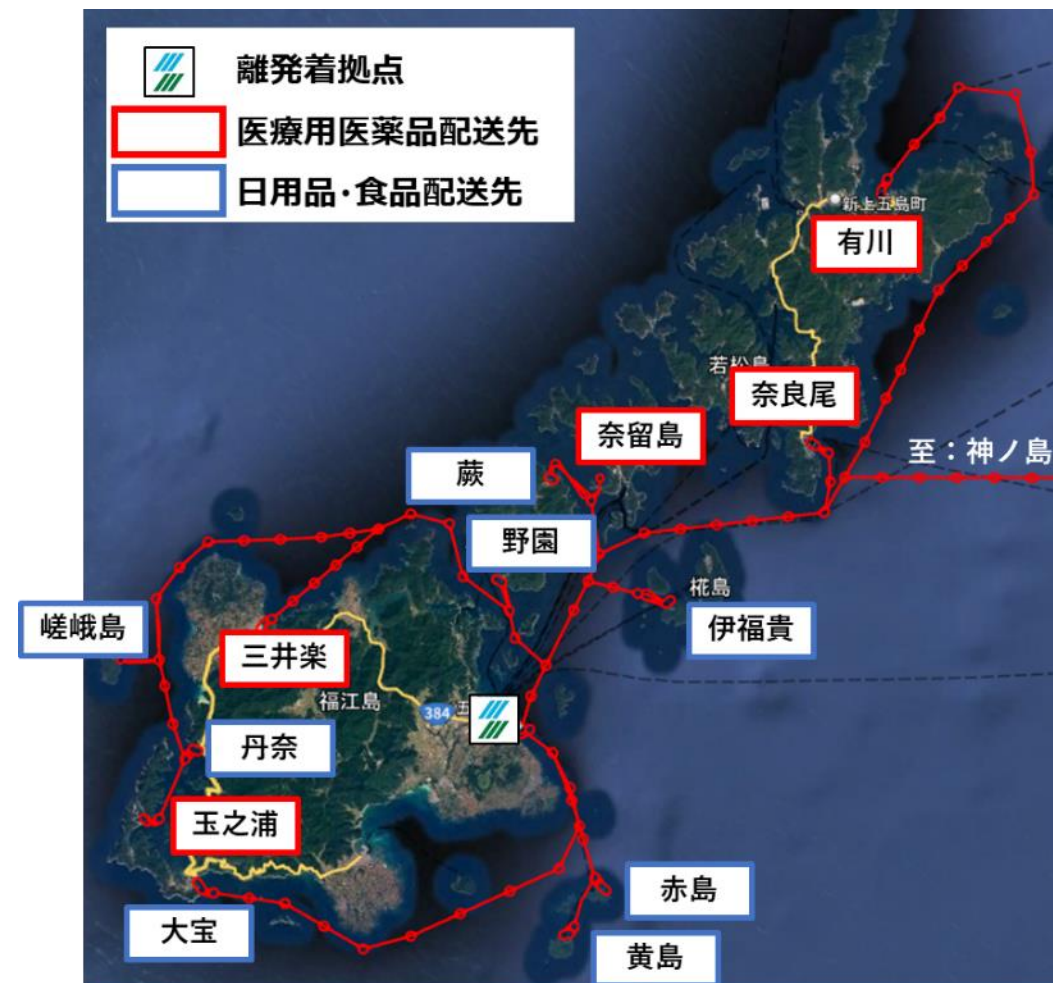


- ・ 医薬品卸様の配送効率化ニーズ、医療機関様のオンデマンド取り入れニーズに対応
- ・ 注文後、最短1~2時間で配送

### ② 日用品・食品配送



- ・ 居住地から離れた中心市街地にある商店の買い物ニーズに対応
- ・ 複数機同時飛行にて、最大6kg程度の重量に対応



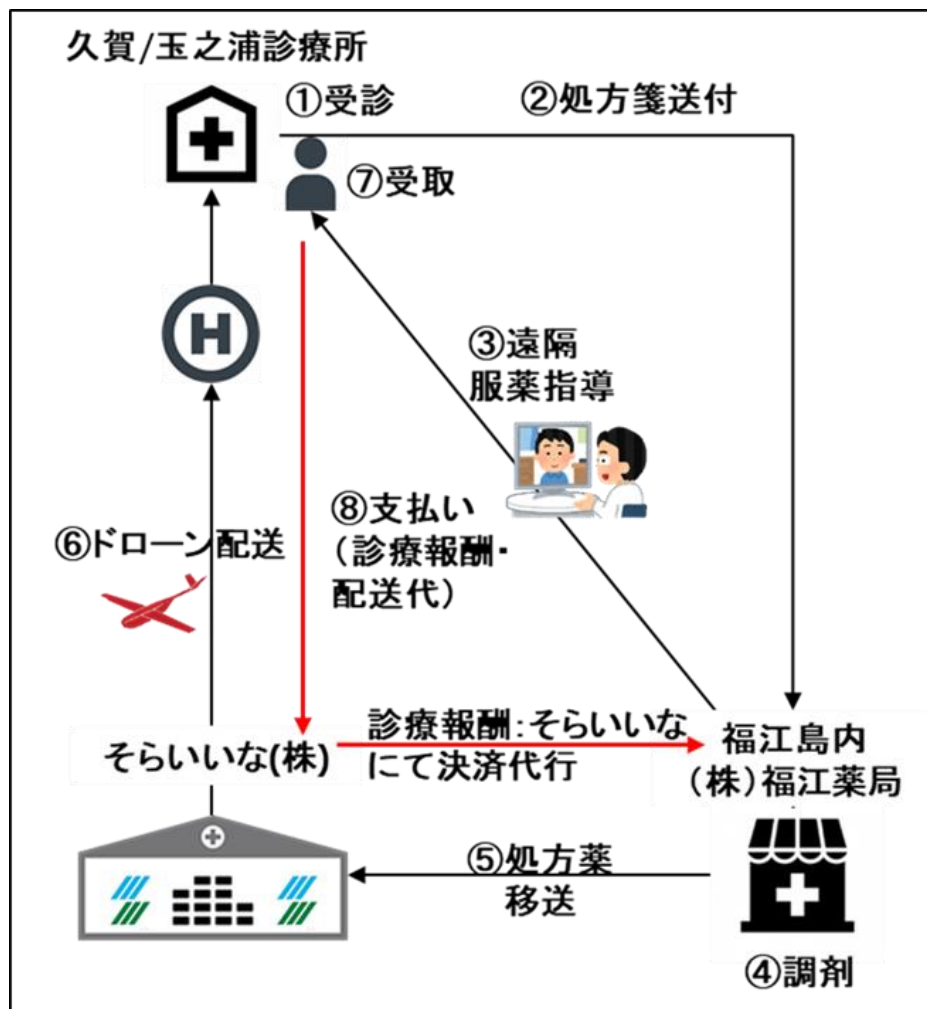
### 令和5年1月~12月実績

- ・ 医薬品配送：延べ737品目、1,234点（内、劇薬164品目）
- ・ 日用品・食品配送：延べ約200品目



# 実施事業の詳細

## ◆ 実証モデルと手順



## ◆ 実証時の実施手順

事前準備：実証参加者の勧誘及び、参加同意書取得

- ① 患者様が診療所を受診。処方箋を受け取り
- ② 処方箋を中心市街地の薬局にFAX送付
- ③ 薬局で調剤を実施
- ④ 診療所の患者様とオンラインで繋ぎ、服薬指導を実施
- ⑤ 指導後、医薬品をそらいいな（株）拠点に移送
  - ・ 患者様は診療所から帰宅
- ⑥ そらいいなドローンで最寄りの投下場所まで配送
- ⑦ そらいいなスタッフが、投下場所から患者様自宅へ配送
- ⑧ そらいいなスタッフが、処方薬代金を徴収し薬局へ移送

# 実施事業の詳細

## ◆ 実証モデルの手順詳細



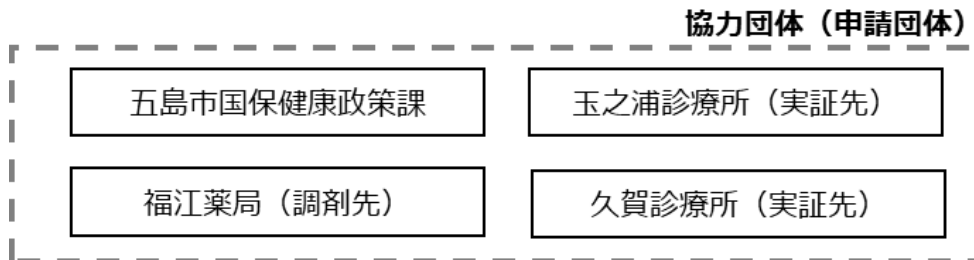
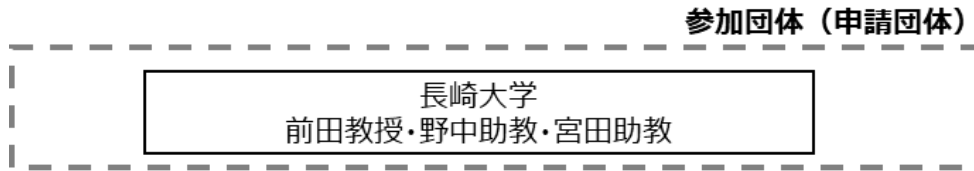
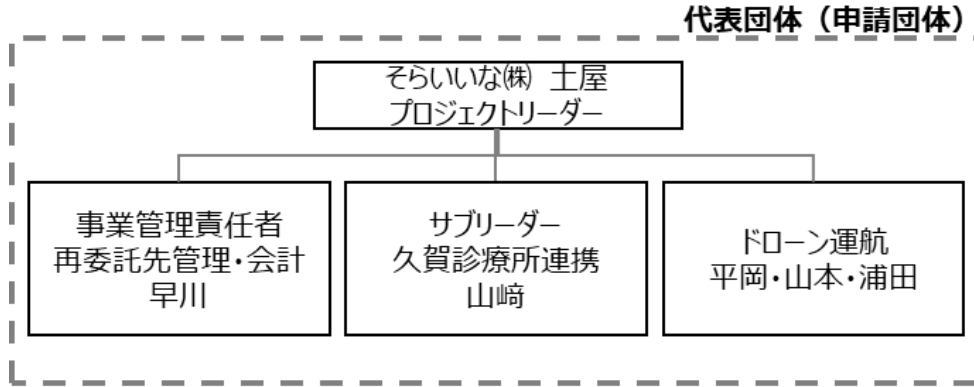
- 拠点→久賀島投下場所：約10分(約13km)
- 拠点→玉之浦投下場所：約35分(約55km)

### ● 具体的な実施方法

- ◆ オンライン服薬指導：福江薬局、各診療所にタブレット端末・モニターを設置し、Zoomシステムを用いて実施。患者様は、各診療所にて受診後、同診療所内にて福江薬局とオンラインで接続し、処方薬の調剤完了後に、福江薬局からオンライン服薬指導を受けた。
- ◆ ドローン配送：そらいいな（株）の固定翼ドローン機及び、専用の梱包箱を使用。処方薬は、福江薬局からそらいいな担当者が引き取りを行った。到着後、そらいいな担当者は、薬局担当者と処方薬の包装に異常なきことを確認し、速やかに梱包箱へ格納及び、機体への積載を行った。ドローンは、事前に定められた経路を自動で飛行し、定められた地点にて梱包箱を自動投下し、配送を行った。投下配送場所からは、そらいいなスタッフにより、陸送で各患者の自宅まで配送を行った。配送体制については、事前に業務手順書を作成の上、長崎県薬務行政室との協議、承認の下、実施した。
- ◆ 処方薬・配送費支払い：患者は、自宅での処方薬の受取時、そらいいな担当者に、福江薬局に対する診療報酬の支払いを行った。支払いは、そらいいなが決済代行を行い、回収後、福江薬局に移送した。

# 実施事業の詳細

## ◆ 関係者と役割分担



| 担当者名<br>役職       | 役割                      | 当該事業<br>推進比率 | 保有するノウハウ・<br>能力・実績                                                                                     | 作業内容                                                                                     |
|------------------|-------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 土屋浩伸・<br>配送統括責任者 | プロジェクト<br>リーダー          | 40%          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ドローン飛行許可取得</li> <li>医薬品配送業務手順書作成</li> <li>関係省庁・自治体折衝</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>手順書作成</li> <li>工程最終化</li> <li>進捗マネジメント</li> </ul> |
| 山崎亮              | サブリーダー                  | 30%          | <ul style="list-style-type: none"> <li>新規事業開発支援</li> <li>事業者間連携</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>医療関係者連携</li> <li>久賀島内準備推進</li> </ul>              |
| 早川奈津子            | 会計担当                    | 20%          | <ul style="list-style-type: none"> <li>経理業務</li> <li>ドローンオペレーション</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>事業進捗管理</li> <li>会計管理</li> </ul>                   |
| 平岡龍太             | ドローン運航<br>統括            | 10%          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ドローン関連設備管理</li> <li>ドローンオペレーション</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>ドローン配送準備、<br/>配送現場管理</li> </ul>                   |
| 前田隆浩教授           | 医療関係者連<br>携推進<br>実証事業評価 | 2%           | <ul style="list-style-type: none"> <li>遠隔医療の導入・指導実績</li> <li>ドローン配送の実証実績</li> <li>データ解析</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>関係者間連絡・調整</li> <li>事業課題抽出、考察</li> </ul>           |
| 野中文陽助教           | 実証事業評価                  | 5%           | <ul style="list-style-type: none"> <li>遠隔医療の導入・指導実績</li> <li>ドローン配送の実証実績</li> <li>データ解析</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート実施・解<br/>析、事業課題抽出、<br/>考察</li> </ul>         |
| 宮田潤助教            | 実証事業評価                  | 5%           | <ul style="list-style-type: none"> <li>遠隔医療の導入・指導実績</li> <li>ドローン配送の実証実績</li> <li>データ解析</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート実施・解<br/>析、事業課題抽出、<br/>考察</li> </ul>         |



## ◆ 想定効果と検証方法

### ● 診療所：アンケート・ヒアリングの実施にて効果検証

1. 処方選択肢の拡充：処方実績のない医薬品が、期間中に処方された（または選択肢に上がった）か検証
2. 薬剤管理工数：実証期間中に削減された処方・受発注工数を基に、年間の削減可能工数を算出し検証
3. 薬剤廃棄：不動態在庫の金額及び、年間廃棄額を基に、院外処方化による廃棄削減効果額を想定し算出

### ● 住民：アンケート・ヒアリングの実施にて効果検証

- ・ 院外処方の利便性、懸念点等に対するアンケート・ヒアリングを実施。
  - ✓ 効果想定例：従来、五島市の中心地市街地まで移動し、処方を受けていた医薬品が、各地域で受領できる場合の移動時間・負荷の軽減、など。
  - ✓ 懸念点想定例：処方・移送に係る所要時間が増えること、オンライン服薬指導に対する不安・懸念点、など。
  - ✓ 継続利用に対する観点：利便性の向上に対し、院外処方化による診療報酬の増加、ドローン配送による配送料の増加が許容されるか、など。

# 実施スケジュール

## ◆ 実施スケジュール

| 実施事項                            | 成果物         | 担当者・団体        | 2023年6月 |   |    |    |    | 7月 |    |    |    |    | 8月 |    |    |    | 9月 |    |    |    | 10月 |   |    |    |    | 11月 |    |    |    | 12月 |    |    |    | 2024年1月 |   |    |    |    | 2月 |    |    |    |  |
|---------------------------------|-------------|---------------|---------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|---|----|----|----|-----|----|----|----|-----|----|----|----|---------|---|----|----|----|----|----|----|----|--|
|                                 |             |               | 1       | 5 | 12 | 19 | 26 | 3  | 10 | 17 | 24 | 31 | 7  | 14 | 21 | 28 | 4  | 11 | 18 | 25 | 2   | 9 | 16 | 23 | 30 | 6   | 13 | 20 | 27 | 4   | 11 | 18 | 25 | 1       | 8 | 15 | 22 | 29 | 5  | 12 | 19 | 26 |  |
| (1)実施事項1：各工程における業務手順書の作成        |             |               |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ① そらいいなドローンによる処方薬の取り扱い、配送体制     | 業務手順書       | そらいいな（株）      |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ② 薬局からそらいいな拠点までの処方薬配送体制         | 業務手順書       | 福江薬局          |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ③ そらいいな拠点から久賀診療所までの配送体制         | 業務手順書       | そらいいな（株）      |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ④ 薬局・診療所間の処方箋発行、送付体制            | 業務手順書       | 福江薬局、久賀診療所    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ⑤ 薬局・診療所間の遠隔服薬指導体制              | 業務手順書       | 福江薬局、久賀診療所    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| (2)実施事項2：実施体制に対する長崎県薬務行政室との協議   |             |               |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ① そらいいなドローンによる処方薬配送体制に対する協議     | 体制に対する承認の取得 | そらいいな（株）・長崎大学 |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ② 薬局からそらいいな拠点までの処方薬配送体制に対する協議   | 体制に対する承認の取得 | そらいいな（株）・長崎大学 |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ③ そらいいな拠点から久賀診療所までの配送体制に対する協議   | 体制に対する承認の取得 | そらいいな（株）・長崎大学 |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ④ 薬局・診療所間の処方箋発行、送付体制に対する協議      | 体制に対する承認の取得 | そらいいな（株）・長崎大学 |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ⑤ 薬局・診療所間の遠隔服薬指導体制に対する協議        | 体制に対する承認の取得 | そらいいな（株）・長崎大学 |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| (3)実施事項3：実施スキームの実装に向けた準備        |             |               |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ① 処方薬代・配送料決済システムの要件定義           | 要件定義書       | そらいいな（株）      |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ② 処方薬代・配送料決済システムの開発・実装          | 決裁システム      | そらいいな（株）      |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ③ 久賀島内の協力者への声かけ、同意取得            | 実施同意書       | 久賀診療所・長崎大学    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ④ 遠隔服薬指導用デバイスの導入・設置・試験          | 遠隔服薬指導体制の確立 | 全団体           |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ⑤ ドローンによる処方薬配送料金案の検討・協議・設定      | 料金体制の確立     | 全団体           |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ⑥ リハーサル（診療、処方箋の発行から処方薬の受領、決済まで） | 実証実施体制の確立   | 全団体           |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| (4)実施事項4：実証実施                   |             |               |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ① ドローン配送による処方薬の院外処方化実証（予備日込み）   | 効果検証、課題抽出   | 全団体           |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ② アンケート実施・結果取りまとめ               | 効果検証、課題抽出   | 全団体           |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ③ 評価指標値の検証                      | 効果検証、課題抽出   | 全団体           |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ④ 報告書まとめ                        | 効果検証、課題抽出   | そらいいな（株）      |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |
| ⑤ 横展開時の拠点展開案のまとめ、市場規模調査         | 横展開時の市場規模算出 | そらいいな（株）      |         |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |     |    |    |    |         |   |    |    |    |    |    |    |    |  |

# 実証後の展開可能性について

## ◆ そらいいな事業との掛け合わせによる他地域展開

- そらいいな（株）：広域配送ドローンを活用した事業展開を検討
  - 処方薬配送：収益性に寄与する場合、ユースケースの一つとして横展開を検討
    - ✓他拠点での展開の例：へき地診療所の多い中国・四国地方を対象とし、拠点を岡山県岡山市南区付近に設置と仮定すると、周辺の5県(岡山・広島・兵庫・香川・徳島)計76箇所の診療所を1つの拠点からの配送圏に収めることが可能
  - 本実証を通じ、へき地診療所向け処方薬配送事業を行う際の収益性、課題を明らかにする
- そらいいな（株）の目指す姿
  - ✓ 高齢化、過疎化が進展する日本社会において、同様の課題を抱える地域に対し、本事業を横展開することで、住民が居住地に居ながらにして利便性を維持・向上させ、継続的に質の高い医療の受診が可能となる体制の一助とする

# 実証結果

## ◆ 実証期間

- 久賀診療所：10/3(火)~11/2(木)の間、計14日間
- 玉之浦診療所：11/6(月)、11/20(月)、12/4(月)、12/18(月)、計4日間

## ◆ 実証結果

- 実証参加者：久賀診療所38名、玉之浦診療所24名
  - 内、玉之浦11/6(月)予定の2名は、14m/s超の強風のためドローン配送を断念し、陸送に切替え
  - 全日程において、医薬品の品質等にかかわるトラブルはなし

## ◆ 実証結果

- ・ 診察終了から薬が手元に届くまでの所要時間の比較
  - ・ 院内調剤：10～20分（混雑状況による）。一包化の場合、さらに10分程度を追加で要した
  - ・ 本実証
    - ・ 薬局からそらいいな拠点までの配送・発射準備：約15分
    - ・ ドローンの発射から投下：久賀約10分、玉之浦で約35分
    - ・ 投下場所からの個宅配送：さらに約10分程度
    - ・ 飛行時間帯の制約（航空法対応の為）から調剤直後の発送はできなかったため、実証スタッフが予め時間帯を確認の上、投下地点より個宅配送を行った。

# 実証結果③

## ◆ 配送薬剤の分類

|                           | 延べ<br>人数 | 種類 |
|---------------------------|----------|----|
| A 消化管と代謝作用                | 31       | 22 |
| B 血液と造血器官                 | 7        | 6  |
| C 循環器系                    | 53       | 21 |
| D 皮膚科用薬                   | 2        | 3  |
| G 泌尿生殖器系と性ホルモン            | 5        | 4  |
| H 全身ホルモン製剤、性ホルモンとインスリンを除く | 1        | 1  |
| J 全身用抗感染薬                 | 1        | 1  |
| L 抗悪性腫瘍薬と免疫調節薬            | 0        | 0  |
| M 筋骨格系                    | 30       | 7  |
| N 神経系                     | 12       | 10 |
| P 抗寄生虫薬、殺虫剤と防虫剤           | 0        | 0  |
| R 呼吸器系                    | 3        | 3  |
| S 感覚器                     | 7        | 3  |
| V その他                     | 0        | 0  |

- 事前に同意取得し実証を行ったため慢性疾患治療薬が多かった
  - A：制酸薬・便秘薬・糖尿病治療薬
  - C：降圧薬・利尿薬
  - M：鎮痛薬・湿布
  - N：鎮痛薬・睡眠薬（向精神薬に該当しないもの）
- 即時配送が望まれる薬（例：J 抗菌薬）は、今回あまり配送されていない

## ◆ 配送対応事例

- 今回の医薬品配送では、以下のような処方にもドローン配送での対応を実施
  - 漢方薬（1包2.5g）を70包
  - 皮膚科用剤の軟膏150g
  - 鎮痛作用のある外用薬100mL
  - 外用鎮痛薬（湿布）63枚
  - 錠剤 計420錠
- ドローン1基に梱包しきれなくても、連続して2基・3基発射すれば、無理なく配送可能。

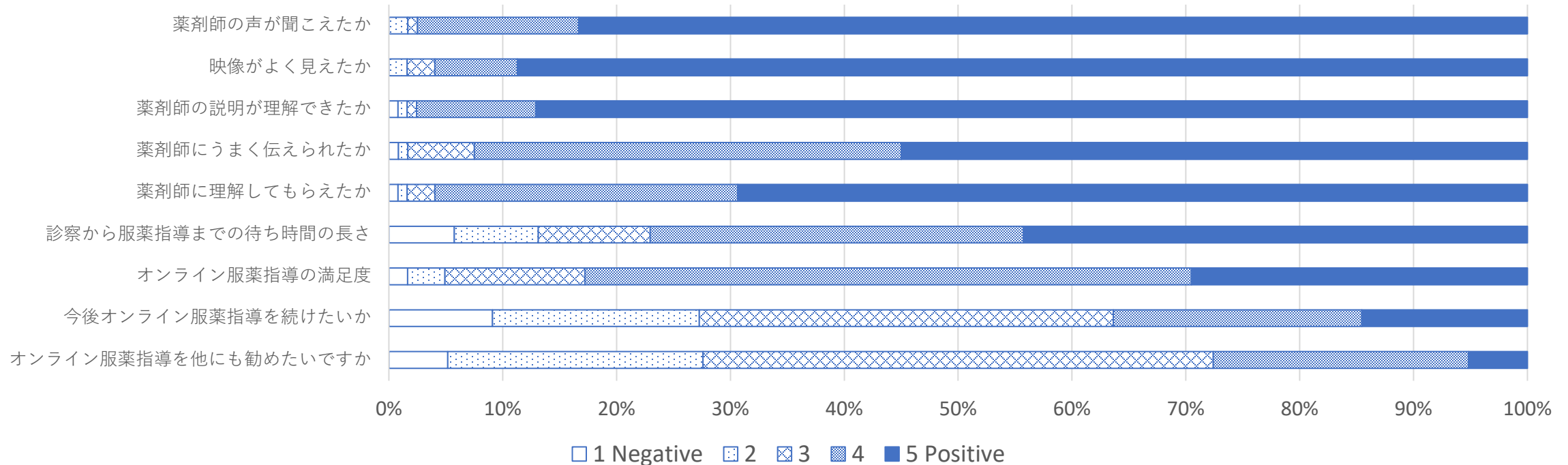


## ◆ 医薬品発注データと廃棄薬リストについて

- 久賀診療所
  - 薬剤費：約6,000,000円/年
  - 廃棄薬コスト：2023年の薬価換算で約50,000円/年
- 玉之浦診療所
  - 薬剤費：約30,000,000円/年
  - 廃棄薬コスト：2023年の薬価換算で約360,000円/年
- 薬剤費は2022-2023年度実績、廃棄薬コストは研究期間中の廃棄薬リストをもとに年単位で推計
- いずれも注射薬などの「院内で治療に使う薬」を含む

## 実証結果⑥

### ◆ 患者様へのアンケート結果：オンライン服薬指導について

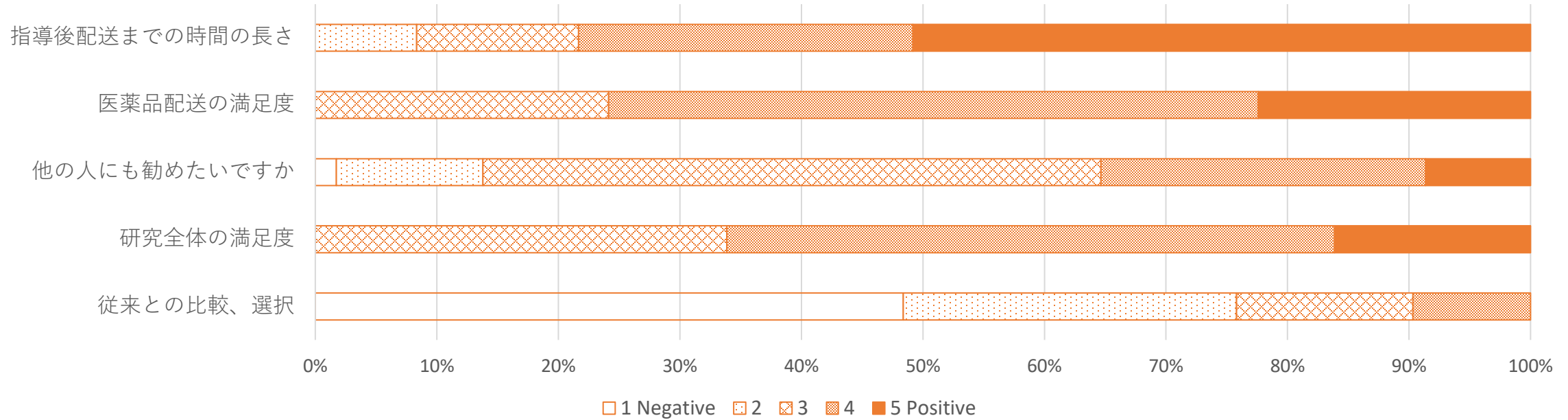


- 自由回答（抜粋）
  - 薬剤師と話ができて良かった（3名）
  - 対面の方が良い（1名）

男性32名、女性30名（内、独居21人）  
 年齢：46-96歳（平均77.3歳）  
 ・ 質問に対して2個の選択肢を回答した者については、それぞれの選択肢を「0.5人が選択」したものととして割合を算出した。

# 実証結果⑦

## ◆ 患者様へのアンケート：医薬品配送について



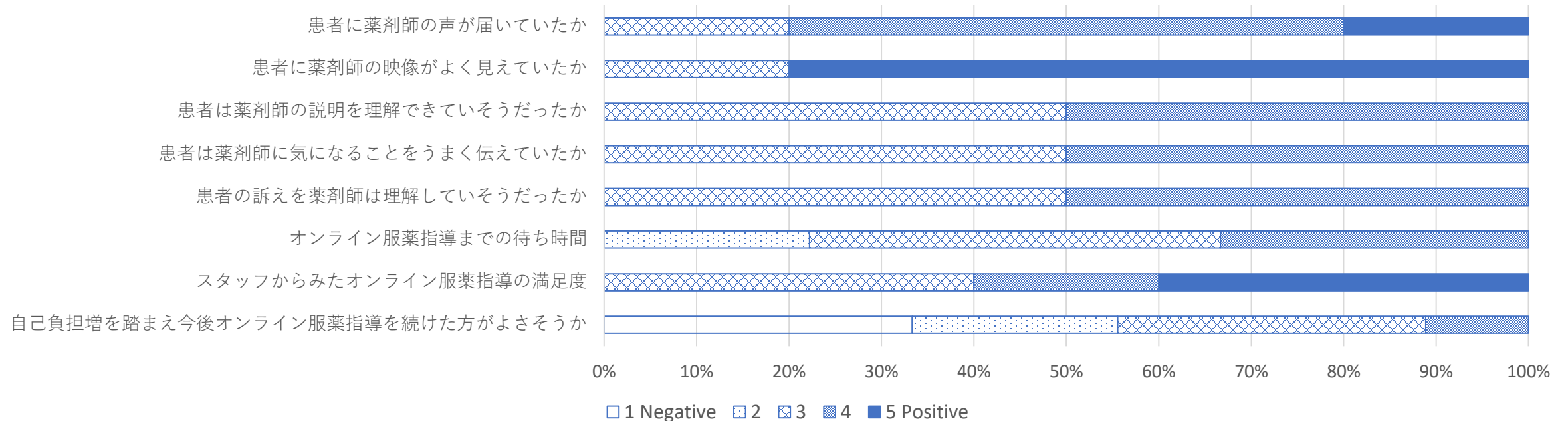
- 医薬品の品質
  - 95.6%が「問題なし」
  - 「問題あり」と回答した者の回答理由を確認したところ、1名は回答間違い、残りは未回答であった。
- 自由回答（抜粋）
  - その場でもらえる方が良い（8名）
  - 薬剤師と相談できてよい（2名）
  - 診療所がそのようにするなら受け入れる（3名）

男性32名、女性30名（内、独居21人）  
年齢：46-96歳（平均77.3歳）

- 質問に対して2個の選択肢を回答した者については、それぞれの選択肢を「0.5人が選択」したものとして割合を算出した。

## 実証結果⑧

### ◆ 診療所スタッフ様へのアンケート：オンライン服薬指導について

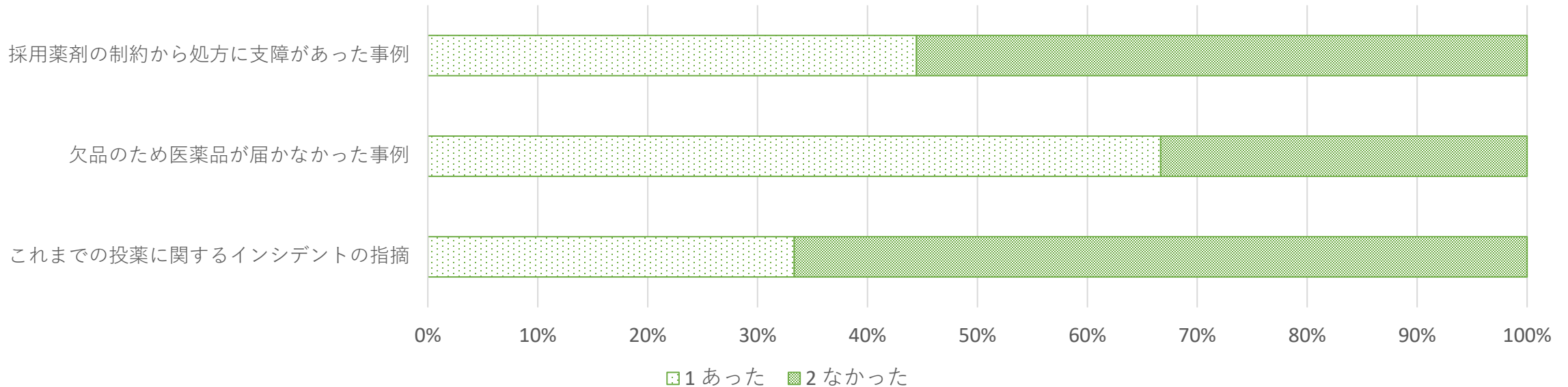


- 自由回答（抜粋）
  - 薬の内容説明は、（本実証のように）薬剤師がした方がよい（2名）

- 医師1名、看護師兼事務2名、看護師4名、事務2名より回答を得た。
- 調査客体数が少ないため職種ごとの解析は見合わせた。
- 2回回答した者がいたため、当該スタッフの回答内容は後で回答したものを集計に用いた。

## 実証結果⑨

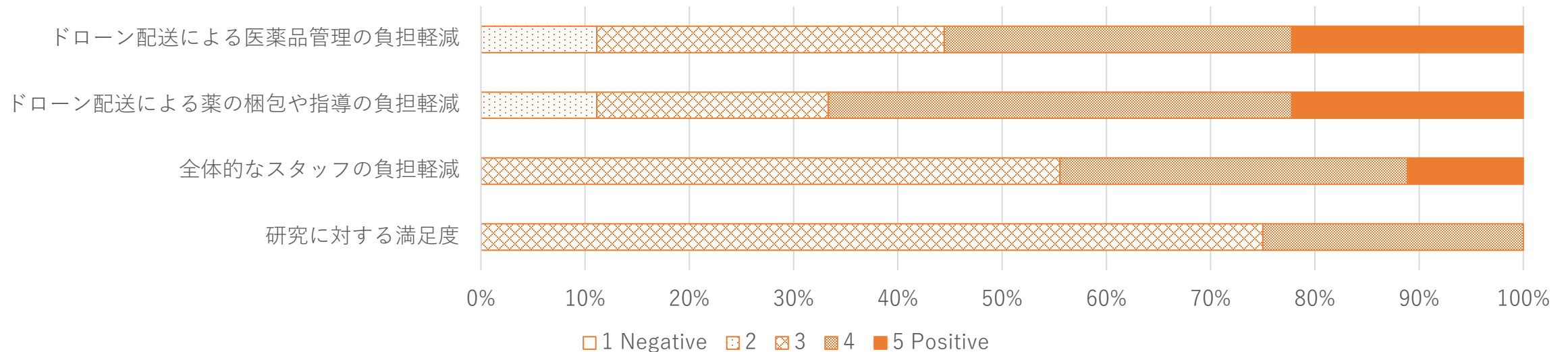
### ◆ 診療所スタッフ様へのアンケート：これまでの院内処方について



- 医師1名、看護師兼事務2名、看護師4名、事務2名より回答を得た。
- 調査客体数が少ないため職種ごとの解析は見合わせた。
- 2回回答した者がいたため、当該スタッフの回答内容は後で回答したものを集計に用いた。

# 実証結果⑩

## ◆ 診療所スタッフ様へのアンケート：今回の院外処方について



- 毎回院内処方が良い：2名
- 時々院外処方が良い：3名
- 毎回院外処方が良い：1名
- 自由回答（抜粋）
  - 在庫管理の負担軽減、出荷調整への対応軽減（3名）
  - 薬の梱包作業や一包化に関わる負担が減る（3名）

- 医師1名、看護師兼事務2名、看護師4名、事務2名より回答を得た。
- 調査客体数が少ないため職種ごとの解析は見合わせた。
- 2回回答した者がいたため、当該スタッフの回答内容は後で回答したものを集計に用いた。

## ◆ 薬局スタッフ様へのアンケート

- 調査客体数が2と少ないため集計を見合わせた。
- 主な意見：
  - オンライン服薬指導に関する新たな負担は感じなかった。
  - 機器使用にあたって、（患者側に）介助者が必要と感じた。



# まとめ：満足度調査結果

## ◆ 結果のまとめ

- ドローンを用いた医薬品（処方薬）配送は技術的に可能。
- 所要時間の長さや自宅配送の人手やコストについて課題あり。

## ◆ 満足度調査結果

- 患者様
  - オンライン服薬指導の満足度は高い。
  - 診療所での受け取りを希望する意見が少なくない。
- 診療所スタッフ
  - 薬剤の発注・在庫管理や、梱包や会計の負担軽減への期待あり。
  - 患者さんの受け入れに関する懸念あり。
- 薬局スタッフ
  - オンライン服薬指導への負担感は小さい。
  - 患者さん側に介助が必要ではという意見あり。

# まとめ：期待される効果

## ◆ 期待される効果

1. 離島・へき地における薬剤師の参画の促進
2. 離島・へき地における治療選択肢の拡大
3. 薬剤師や薬局の効率的な配置
4. 診療所における院内調剤業務の軽減
5. 診療所における薬剤発注・在庫管理業務の軽減
6. 診療所における廃棄薬コストの削減

## まとめ：期待される効果②

### ◆ 期待される効果

#### 1. 離島・へき地における薬剤師の参画の促進

- 医師と薬剤師のダブルチェックにより、安全性の向上や処方薬剤の適正化が図れる。
- 禁忌の見落とし防止、ポリファーマシーの改善など
- 参考：日本薬剤師会. 医薬分業とは. <https://www.nichiyaku.or.jp/activities/division/about.html>

#### 2. 離島・へき地における治療選択肢の拡大

- 院内処方では選択できる医薬品に限られるため、院外処方が可能になれば、より多様な患者さんへの対応が可能となる。

#### 3. 薬剤師や薬局の効率的な配置

- 離島・へき地のようにリソースが限られる場合、質を維持したまま拠点を集約化することが可能になる。

## まとめ：期待される効果③

### ◆ 期待される効果

#### 4. 診療所における院内調剤業務の軽減

- 薬の梱包や一包化に関する診療所スタッフの業務負担は大きく、その軽減が期待できる。
- 調剤薬局と比べ、コスト面から機械による自動化が進みづらいため、安全性の面で課題がある。

#### 5. 診療所における薬剤発注・在庫管理業務の軽減

- 通常時の対応に加え、昨今では薬の供給停止や出荷制限もあり、診療所スタッフの業務負担は大きい。
- 常備薬が減ることで、省スペース化が可能になる。

#### 6. 診療所における廃棄薬コストの削減

# 参考：各診療所、薬局の分包機

久賀診療所



福江薬局濠前店



玉之浦診療所



- 久賀診療所
  - 手動簡易分包機（モナパックOT-3）
  - 一度に7包を分包
- 玉之浦診療所
  - 自動分包機（PACKMATE Stala21S）
  - 一度に21包を分包
- 福江薬局濠前店
  - 自動分包機（Crestage-Lite-P）
  - 一度に45包を分包

# まとめ：社会実装に向けた課題

## ◆ 社会実装に向けた主な課題

- 悪天候による就航制限
  - 強風（14m/s超）、大雨（50mm/h超）、降雪
  - 気候区分の異なる地域（特に豪雪地帯）での横展開についてはさらなる検討が必要
- 投下地点の検討
  - レベル3飛行の場合、沿岸部に制限される
  - 投下場所からの配送のために人手やコストがかかる
  - レベル4飛行実装後は、地形や周囲建造物による制約のない範囲で、診療所や居住地への投下が可能になる。
    - 診療所そば：診療所スタッフの監視下で投下ができ、医薬品の手渡しや金銭の受け渡しが可能。
    - 患者様宅：投下場所での監視、医薬品の確認、金銭の受け渡しに関して方策を講じる必要あり。

## まとめ：社会実装に向けた課題②

### ◆ 医薬品投下後の受け渡し体制のシステム化

- 投下場所での監視
  - 投下場所の安全確保、第三者の拾得防止
  - 投下された医薬品の確認
  - 破損がないか、温度変化等による劣化がないか（品質保証体制の確立）
- 金銭の受け渡し
  - 薬局や配送業者への支払い方法の整備
  - 電子決済、診療所における集金代行など
  - 現状ではICTリテラシーに依存しない方法の構築も必要



## まとめ：社会実装に向けた課題③

### ◆ 暑熱下での検証や冷蔵保管の薬に関する検証

- 保冷剤を同梱する場合、梱包できる容積が減る。
- 自動温度記録計などを用い、適温を維持したままの配送が可能かを検証する必要がある。

### ◆ 配送コストをどのように賄うか

- ドローンの配送コストは、主に発射拠点の維持費や人件費（固定費）であり、配送回数が多いほど1フライトあたりのコストは低減する
  - 構想案：他の事業での収益、配送回数を確保し、1フライト当たりのコストを低減する
- 患者本人からの徴収
  - 自己負担額の増加から、経済的な困窮や受診控えを招く恐れがある。
- 地方自治体や保険者による補填
  - 地方自治体や保険者はもちろん、納税者や被保険者（住民）の理解も必要である。

# 今後の展開の可能性に対する検証

## ◆ 法規制面の課題：航空法の制約

|             | LV3飛行（そらいいな現状体制） | LV4飛行（目指す姿）                                                                                                           |
|-------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 飛行可能空域      | 無人地帯上空（海上・山間部など） | 有人地帯上空                                                                                                                |
| 道路交差・民家上空飛行 | ×<br>要補助者設置      | ○                                                                                                                     |
| 荷物配送場所の利便性  | ×<br>最寄りの港湾部など   | ○<br>軒先配送可                                                                                                            |
| 必要条件        | 飛行許可申請/承認        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第一種型式認証（機体要件）</li> <li>・ 一等飛行ライセンス（オペレーター要件）</li> <li>・ 飛行許可申請/承認</li> </ul> |

### ・ LV4飛行で新たに出来るようになる事

①軒先への投下配送（利便性向上）、②完全オンデマンド配送の実現、③飛行経路の最適化

各条件の対応難易度は高いがレベル4早期実現を目指し対応を継続

# 参考：LV4飛行経路イメージ



他拠点展開時の対応必須事項（配送拡大と収益性に直結）

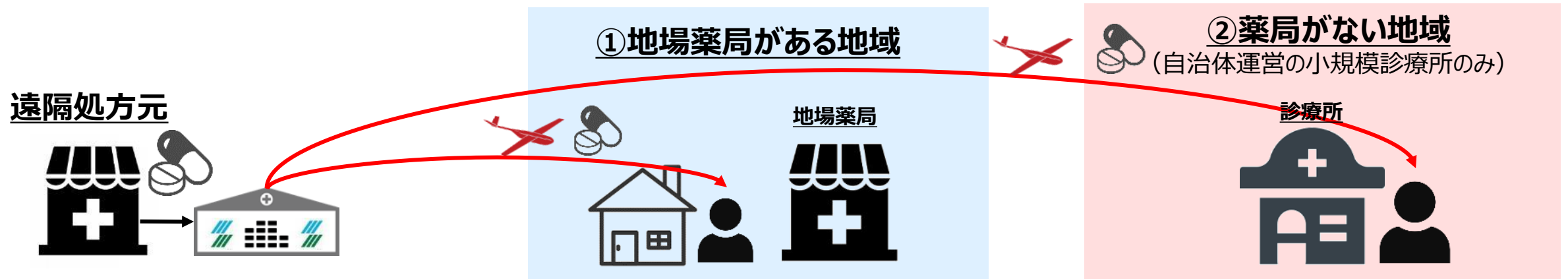
## 今後の展開の可能性に対する検証②

### ◆ 法規制面の課題：「ドローンによる医薬品配送に関するガイドライン」による制約

- 「流通上厳格な管理が必要な麻薬・向精神薬、覚醒剤・覚醒剤原料、放射性医薬品及び毒薬については、当面の間、ドローンを用いた配送は避けること。」と記載あり
- 今回実証時の事例
  - 参加者同意取得時に、向精神薬（睡眠導入剤等）を処方されている方は対象外とした
    - 院内処方と院外処方の併用はできない為、向精神薬が配送不可の場合、すべてのお薬を従来通り院内処方で対応頂く必要がある為
- 今後の課題と対応
  - 恒常的な院外処方化の為には、可能な限りドローンの配送品目に制約が無い状態を実現する必要がある
  - より厳格な受取時のルール案及び、配送体制案の策定を以って、関係省庁（厚生労働省、国土交通省航空局）と面談を実施

# 今後の展開の可能性に対する検証③

## ◆ 処方薬配送に際する薬剤師会様の懸念事項



- ①のケース：薬剤師会様の懸念あり
  - ・ 配送先周辺の薬局の売上に影響が出ることを懸念
- ②のケース：今回の実証で各種効果を検証

※ 今後の展開：セントラル調剤等の動向も見極めながら、地域特性を考慮し事業モデルを要検証



# 今後の展開の可能性に対する検証④

## ◆ 患者様にとっての変化点に対する課題

|           | 従来（院内処方）の体制  | 実証時の体制           |
|-----------|--------------|------------------|
| 診察体制      | 診療所の医師が対面で実施 | 診療所の医師が対面で実施     |
| 服薬指導体制    | 診療所の医師が対面で実施 | 薬局の薬剤師がオンラインで実施  |
| お薬の受け渡し体制 | 診療所内での受け取り   | 帰宅後、配送担当者からの受け取り |

### ● アンケート結果からの考察

- ・ オンラインでの服薬指導体制については、患者様にとって大きな問題が無く、診療所側に補助人員がいれば、高齢の方でも問題なく対応できる可能性が示唆された
- ・ 一方で、約3割の患者様が、今後のオンライン体制の継続については、ネガティブな回答であった
- ・ また、お薬の受け渡しに対しては、その場で受け取れた方がよい、との自由記述が複数見られた。そらいいな従来事業においても、食品配送サービスの利用者から「届く時間を気にして過ごさなければならない」との声もあり、追って配送がなされる体制には受取側の自由度に課題がある
- ・ 上記点は、継続的な体制の導入後、慣れによって薄れていく点もあると思われるが、導入初期段階においては、現場でのケアを丁寧を実施する必要性が示唆された
- ・ また、軒先配送実装時には、非対面でのお薬代の支払い方法の実装が課題となる

## ◆ 短期的な検討事項：1. 五島市内各診療所での展開

### ・ 五島市国保健康政策課担当者様との面談での確認事項

- ・ 市内の常駐医師がいるある島の診療所においては、退任後の体制が課題となっている
- ・ 今回の体制での更なる長期的な検証については前向き
  - ・ 上記診療所での対応案
    1. 医師への提案を行い、同意が取得できれば、24年度で院外処方化の長期的な検証を行う
    2. 実証での確認効果を踏まえ、長期的な体制を協議する際の一助とする
  - ・ 久賀診療所、玉之浦診療所での対応案
    - ・ 診療所敷地内への投下配送経路を作り、院外処方薬を診療所で受け渡す体制を試す



# 事業展開ビジネスモデル②

## ◆ 短期的な検討事項：1. 五島市内各診療所での展開

### 玉之浦診療所：敷地内投下経路案



### 想定効果

- 処方薬到着まで診療所で待機いただく形となるが、受渡しの課題、支払いの課題は解消される
- 長期的な継続により、課題・効果のさらなる検証が期待される

### 実現性

- 飛行経路の設定：LV3飛行における道路交差時の条件緩和方法について航空局と協議、整理済み
- 市内薬局との体制構築：患者が処方先を選べる体制を構築する必要がある。各薬局への同意取得を今後実施（過去アンケート：オンライン服薬指導については約7割の薬局様が実施に前向き）

# 事業展開ビジネスモデル③

## ◆ 短期的な検討事項：1. 五島市内各診療所での展開

- ビジネスモデルについて

- 課金対象先候補

- 患者様：配送料の徴収
  - 純粋な負担増となる為、実施希望されない方が増える懸念あり
- 調剤薬局様：配送料の徴収
  - 他地域事例：競合薬局との差別化を図るため、配送料を薬局が負担し、オンライン処方体制を導入している事例あり。
- 行政：診療所運営コストの低減、廃棄費削減等の効果に対し、一部を業務委託費として頂く
  - 効果額については、長期的な検証で見定める必要あり
  - 五島市担当者：行政からの課金については、今後の継続協議をお願いしたい

**さらなる長期間の実証を行い、課金モデルの精緻化を実施予定**

# 事業展開ビジネスモデル④

## ◆ 短期的な検討事項：2. 五島市モバイルクリニック事業との連携

### モバイルクリニックの実際

①患者自宅付近へ  
モバイルカーを配車



②患者がモバイルカーへ  
乗車(看護師がサポート)



③モバイルカー内で  
看護師によるバイタル測定



遠隔聴診



診たい部分の観察

④医師によるオンライン診療



(診療所にいる)医師の画面

診療のサポートの指示

### モバイルクリニック（移動診療車）の目的と概要

- 主な目的：通院にかかる移動が困難な患者に対し、手軽にオンライン診療を提供すること
- 概要：患者の自宅付近に医療機器を搭載した専用車両が出向き、同乗している看護師によって車内からテレビ電話をつなぎ、病院内の医師によるオンライン診療や、薬剤師によるオンライン服薬指導を実施
  - 社会実装を見据えたDoctor/Pharmacist to Patient with Nurseの遠隔医療セットを配送
  - 車両内の看護師が医師の指示に従って必要な処置を行うことができる他、患者自身でオンラインツールを使用することなく、より確実に現実的な診療が実施可能

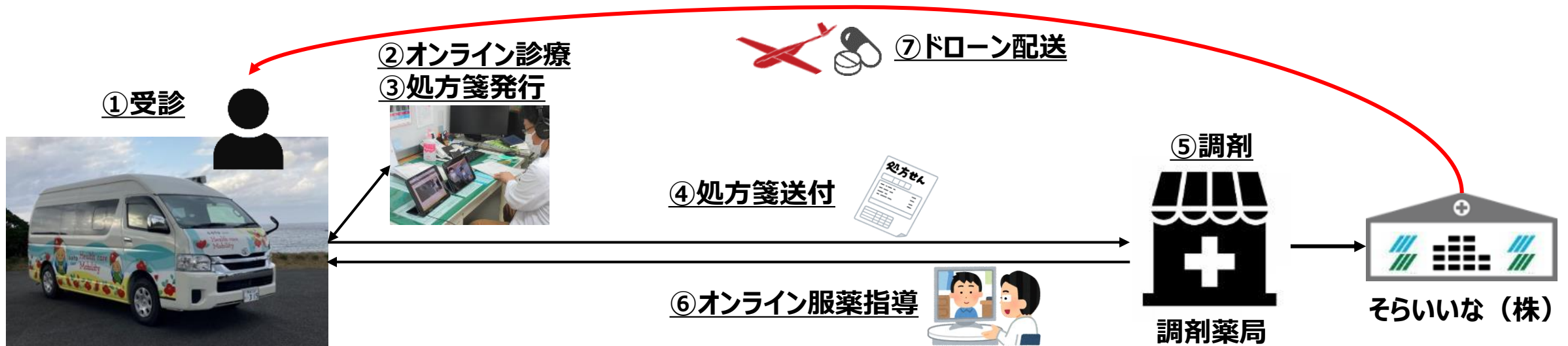
2023年1月の開始以降、玉之浦地区を中心に**30名以上**の患者が定期利用中



# 事業展開ビジネスモデル⑤

## ◆ 短期的な検討事項：2. 五島市モバイルクリニック事業との連携

- モバイルクリニック診察先への処方薬配送



### 連携による想定効果

- 診察後の迅速な処方薬の配送による患者利便性の更なる向上
- 通院が困難な患者様向けの処方選択肢の増加
- へき地で導入が進む医療MaaS（モバイルクリニック）の発展的活用モデルの開発

五島市/長崎大学と連携可能性について協議を実施

# 拠点展開ビジネスモデル

## ◆ 長期的な実装モデル案：他拠点展開時の想定ビジネスモデル

- ・ 診療所運営の負荷低減に際し、行政から月額での業務委託費を徴収
- ・ そらいいな既存事業との掛け合わせにて収益化

## ◆ 長崎市に拠点を設置した場合の配送圏イメージ



※ LV4飛行前提

## 実施体制案

- ・ ヘキ地診療所向け処方を拠点周辺薬局様にて対応し、複数地域への院外処方化を実施する

## 課金体制案

- ・ 運営コストの低減、廃棄費削減等の効果に基づき算出
- ・ 従来のそらいいな配送事業と併せて収益化

## 課題

- ・ 処方元が拠点のある自治体に紐づくことに対する懸念

経済産業省「令和5年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業  
(ヘルスケアビジネス創出推進等事業) 地域ヘルスケアビジネス水平展開等推進事業」

# 商業施設や企業との共創による、働く世代の健康無関心層向けの 「医療機関の新ビジネス」創出実証 【報告書】

2024年2月



株式会社  
北海道二十一世紀総合研究所

# 目次

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 1. 事業目的 .....                     | 3  |
| 2. 事業の全体像 .....                   | 4  |
| 2. 事業概要と成果目標 .....                | 5  |
| 4. 今年度の取組と成果 .....                | 8  |
| 【1】LINEを起点とした住民とのタッチポイントの確保 ..... | 8  |
| 【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進に係る実証 .....  | 10 |
| 【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開 .....  | 24 |
| 4. 成果のまとめと今後の展開 .....             | 32 |



# 1. 事業目的

## ■ 健康になれる商業施設を目指した実証

小樽市内の商業施設（ウイングベイ小樽）を主なフィールドとし、地域医療機関（北海道済生会）を主体とし、ヘルスケア企業との共創を図りながら、働く世代を中心とした健康無関心層等に対するアプローチと介入による行動変容を促進するモデル実証を行う。

## ■ 実証に向けた基本的な考え方

### 1. ナッジ理論の活用（P5参照）

- 健康無関心層のタッチポイント確保や健康無関心層でも使いたくなるヘルスケアコンテンツの開発、効果的なプロモーション方法の検討にあたりナッジ理論を活用する。

### 2. 医療機関によるビジネスモデルを想定

- 医療機関は、患者以外の住民とタッチポイントを確保することで、中長期的な健診や診療による収益の確保に繋がる可能性があることから、未病分野の取組に対するモチベーションが働きやすいことが想定されるため、医療機関を中心としたビジネスモデルを想定する。

### 3. 商業施設やヘルスケア事業者との共創

- 多くの住民が利用する商業施設において、医療機関やヘルスケア事業者が多様なヘルスケアコンテンツを提供する仕組みを検討する。

### 4. 水平展開

- 本実証成果や北海道済生会の済生会ビレッジ（P6参照）の事業成果をもとに他地域への水平展開を進める。

実証エリア：北海道小樽市

代表団体：株式会社北海道二十一世紀総合研究所

参加団体：北海道済生会、小樽ベイシティ開発、(株)SHAREほか

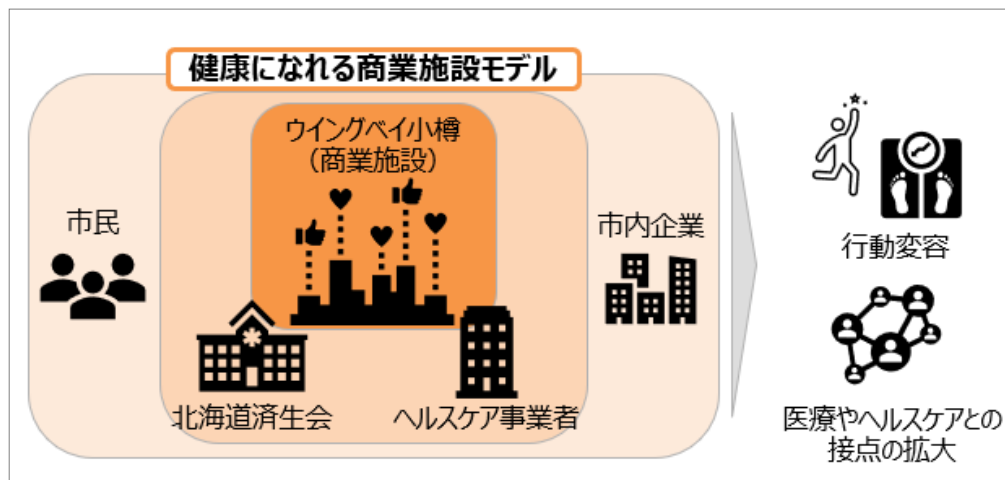
協力団体：小樽市、協会けんぽ北海道、小樽商工会議所



【ウイングベイ小樽までの交通アクセス】

- JR札幌駅～JR小樽築港駅間(ウイングベイ小樽直結)  
快速電車(JR函館本線下り)で25分
- JR小樽駅～JR小樽築港駅間(ウイングベイ小樽直結)  
快速電車(JR函館本線下り)で6分
- 車 札幌～小樽間 ■ 高速道路使用で30分  
札幌～小樽間 ■ 一般道路使用で45分

## 2. 事業の全体像



### 1. 実施内容

- 小樽市内の商業施設「ウイングベイ小樽」を拠点に医療機関と共創し、ナッジ手法を有効活用した①商業施設内でのヘルスケアサービス開発、②商業施設内の空間等と効果的なプロモーション方法の確立、③医療専門職による効果的な介入の確立に向けた実証を行い、「健康になれる商業施設」モデル創出を行った。

実証エリア：北海道小樽市

代表団体：株式会社北海道二十一世紀総合研究所

参加団体：北海道済生会、小樽ベイシティ開発、(株)SHAREほか

協力団体：小樽市、協会けんぽ北海道、小樽商工会議所

### 実証開始当初 As is

人口減少・高齢化による  
医療・介護費の増大や  
生産年齢人口の減少により  
従来の経済・社会システムの  
維持が困難

### 2. 実際に確認できた成果

- 住民とのタッチポイントの確保
- テーマ性のある企画への感応度が高いことの確認
- 産業保健師による従業員への介入効果の確認
- 医療機関の中長期的なメリットに繋がる横展開画の作成
- 本事業によって、参加者の商業施設の来店頻度向上、医療機関の認知度向上、健康課題解決に寄与したことを確認。

### 3. To be実現に向けた 今後のアクション

#### 【次年度】

- 本実証結果を踏まえたウイングベイ小樽における事業実装
- 本事業で策定した計画に基づく、済生会小樽病院×イオンモール高岡による実証事業の実施
- 済生会本部と連携した新たな横展開先の調査、実証計画の策定
- 北海道ヘルスケア産業振興協議会と連携した本実証成果のPR、道内での横展開候補先の調査

### 将来 To be

ヘルスケア・予防医療との  
接点が身近に  
健康への意識を持ち、  
行動につなげられる  
住み続けたいまちへ

### 3. 事業概要と成果目標

#### 今年度の取組

##### 【1】LINEを起点とした住民とのタッチポイント確保に係る実証

- ①LINE公式アカウント「ウエルネス知恵袋」の作成
- ②ウエルネス知恵袋の登録促進

##### 【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

- ①クーポンで気軽に体験できるコンテンツラインアップ化
- ②学びと体験の拠点「きつずてらすDIVE」でのイベント
- ③ヘルスケア企業のテストフィールド提供によるコンテンツ充実
- ④来店・クーポン利用ポイントの付与
- ⑤ウォーキングコースを活用したデジタルスタンプラリー等の実施
- ⑥健康経営を推進する企業従業員に対する取組

##### 【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

- ①済生会高岡病院における「ちょこっと健診」の導入実証
- ②済生会小樽病院「ちょこっと健診」利用促進イベントの実施
- ③北海道済生会による未病分野への取組による収益シミュレーション

#### 成果目標

健康無関心層～維持期まで多様な行動変容ステージの住民とのタッチポイントを確保する手法の確立

- 本事業に賛同するヘルスケア企業等の確保可能性の検討
- 住民の多様なニーズに対応するヘルスケアコンテンツのラインナップ化
- コンテンツの効果的な利用促進方法の確立
- コンテンツ利用等を通じた住民の健康行動促進や商業施設、医療機関の求心力拡大

- 未病分野参入に関心がある医療機関の確保、同機関における実証開始
- 未病分野参入による収益効果の可視化

# 本事業におけるナッジ理論の活用について

- ・本事業では「ナッジ理論」を活用し、健康づくりについて直感的に「やってみたい」という動機付けを行い、健康づくりのチャレンジを促進するコンテンツを提供した。

## 【ナッジとは？】

人々を強制することなく、望ましい行動に誘導するようなシグナルまた「仕組み」と定義され、「ひじで軽くつく」「知らず知らず」「そっと後押し」などの意味もある。

本事業ではナッジ理論の代表的なフレームワークである「EAST」をおもに活用した。

### EAST の枠組み

| カテゴリー      | 内 容                     | 意 味                                                                                   |
|------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Easy       | 簡単である                   | 簡単にする、手間を省くことを意味します。例えば、運動しやすくする、体を動かしやすくする、などです。Easy は、ナッジを応用した取組を行う上で、最も重要な要素となります。 |
| Attractive | 魅力的である                  | 魅力的であったり、魅力的に思わせたり、お得にしたりすることを意味します。魅力的な工夫や仕掛けは参加率などに影響します。                           |
| Social     | 社会規範となっている<br>(皆が行っている) | 社会的であること、主に、社会規範や皆がやっていることを意味します。広くとらえれば、運動や身体活動をしやすい環境をつくることも含まれます。                  |
| Timely     | 時期は適切である                | 時期を適切にすることを意味します。告知などの広報活動をする場合にも、Timely を意識すると効果的です。                                 |

資料：ナッジを応用した 健康づくりガイドブック  
(帝京大学大学院公衆衛生学研究科)



# 済生会ビレッジについて

- ・ 北海道済生会では、介護・福祉に関する様々な機能をウイングベイ小樽に集約化（済生会ビレッジの設置）。
- ・ 済生会ビレッジでは、制度に基づくサービス以外に、医療専門職による健康相談、ウェルネスチャレンジ事業やフードバンク事業等の制度の枠を超えた事業も展開している。

## 済生会ビレッジ【住民の健康づくり、社会的処方への推進拠点】

### 高齢者介護や障がい者福祉制度に関するサービス機能

#### 発達支援事業所

きつずてらす  
きつずてらす2号店

#### 地域ケアセンター

小樽市南部地域包括支援センター

居宅介護支援事業所「はまなす」  
(特定相談支援・障害者相談支援事業所)

済生会訪問看護  
ステーション

※本年中にウイングベイ小樽内にリハビリ特化型デイサービス事業所を開設予定

### 制度外のサービスや事業高齢者介護や障がい者福祉制度に関するサービス機能

- ウェルネスチャレンジ（ウォーキングラリー、健康チャレンジ+10（健康経営推進）、キッズチャレンジ）
- 相談支援（無料定額診療、無料健康相談）
- 医療情報（ちょこっと健診等）
- フードバンク事業（生活困窮者支援、事業を通じた繋がりづくり。施設内に保管庫も整備予定）
- 介護予防教室の実施など（市委託による高齢者の保健事業・介護予防の一体化事業）

※レンタルキッチン事業も検討中



# 4. 今年度の取組と成果【1】LINEを起点とした住民とのタッチポイント確保に係る実証

## 背景

- これまでのヘルスケアサービスの利用者や行政等の健康づくり施策の参加者は、健康行動ステージのうち「実行期」「維持期」が中心。
- 健康寿命の延伸や医療・介護費の削減といった社会的アウトカムの達成に向けて、「無関心層」「関心層」などへのアプローチが課題。

## 目的

- モバイルメッセージアプリケーションとして普及しているLINEを活用し、①健康「無関心期」～「維持期」まで様々な行動変容ステージの住民とのタッチポイントを確保できるか検証。

## 実施内容

- ①LINE公式アカウント「ウエルネス知恵袋」の作成  
幅広い行動変容ステージの住民の登録を促進するためナッジを踏まえた以下の工夫を行った。

「E」(EASY)

LINEがプラットフォーム  
(インストールの必要性なし)

「A」(Attractive)

専用キャラクター「ウイングベイバー」の作成  
(健康づくりっぽくない訴求)

ヘルスケアではなく「ウエルネス」をコンセプトに  
(同上)

- ②ウエルネス知恵袋の登録促進

LINE広告を中心に登録を促進した。

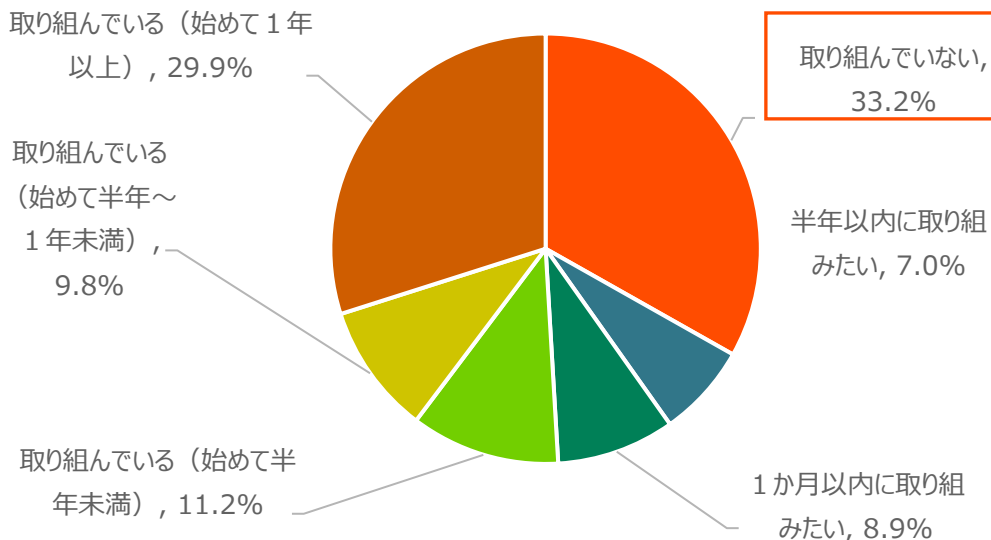


## 4. 今年度の取組と成果【1】LINEを起点とした住民とのタッチポイント確保に係る実証

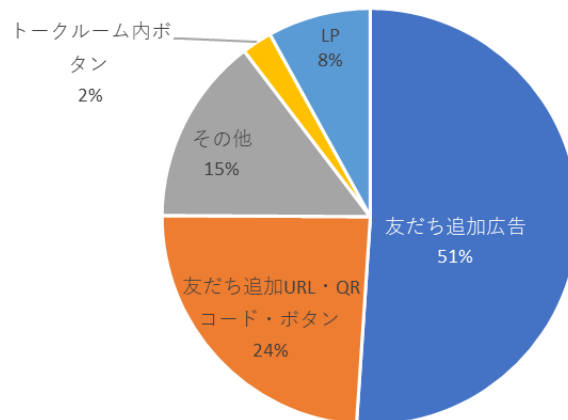
【多様な健康行動変容ステージの住民とのタッチポイントを確保することができた】

- ウェルネス知恵袋の登録者数を確保（2月28日現在で918名）
- LINE登録時のアンケート情報から、健康無関心層・関心層を含めて様々な行動変容ステージの住民とのタッチポイントを確保できた  
（LINE登録時のアンケート調査結果：n=428）

健康のために取り組んでいるか？



LINE登録者の追加経路



無関心層の割合が最も多い  
まだ取り組んでいない層が半数を占める

【アンケート回答者のプロフィール】

- 男性35.7%、女性61.7%
- 20～50代で75.6%
- 小樽在住58.6%、札幌在住32.0%
- ウイングベイ小樽の利用状況（月2回以下で53.7%）
- 健康で関心があること（肩こり・腰痛、ダイエット、睡眠の質）



# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

## ①クーポンで気軽に体験できるコンテンツラインアップ化

### 背景

- 北海道済生会がウイングベイ小樽において、住民の健康づくりを目的に実施してきたサービス（ウォーキングプログラムや健康相談など）は、おもに高齢者の利用が中心であり、働き世代への訴求が課題。
- ウイングベイ小樽を中心に、働き世代を中心とする健康無関心層等が利用したくなるヘルスケアコンテンツが不足している。

### 目的

- 商業施設内で提供可能であり、かつ健康無関心層でも利用ハードルが低いヘルスケアコンテンツを抽出し、LINEクーポンとしてラインナップ化。
- LINEのリッチメニューでクーポン一覧をいつでも確認を可能とすることや、ウイングベイバーによる「つぶやき」によるコンテンツ利用促進効果を検証する。

### 実施内容

ア クーポン利用可能なコンテンツラインアップ（次頁）  
「A」（Attractive）

- ヘルスケアコンテンツを「エクササイズ・グルメ」「健診・測定」「エトセトラ」に分類。
- 無料・安価で利用できるコンテンツを用意

イ LINEリッチメニューで「クーポン一覧」を作成  
「A」（Attractive）

- 使用可能な様々なクーポンがボタン一つで確認可

ウ ウイングベイバーによる「つぶやき」配信

テンプレート（右図例参照）配信によりリテラシー向上やコンテンツ利用を促進。画像タップで詳細情報を閲覧できるようにした。

「A」（Attractive）

- キャラクターによる特徴あるコメント作成



メニュー



## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

### ①クーポンで気軽に体験できるコンテンツラインアップ化

**実施結果** ア クーポン利用可能なコンテンツラインアップの作成  
協力機関が限定されたが、一定程度のコンテンツはラインナップできた。（下記ご参照）

スマートスタジオ小樽  
by(株)SHARE  
(パーソナルトレーニングジム)

- ・体組成測定（無料で何度でも）
- ・個別指導付き20分フィットネス（2か月分の会費が500円で）
- ・「華花」レシート持参。「パワープレート10分体験」（無料で何度でも）
- ・姿勢チェック、運動機能チェック

中華料理「華花」  
by小樽ベイシティ開発(株)  
(中華料理店)

- ・低糖質坦々麺の開発・期間限定で提供
- ・ミニサラダを期間限定で提供
- ・ベジチェック実施で低糖質担担麺の割引
- ・ランチ後の血糖値上昇を抑えよう。コーヒー無料券（月1回まで）

オタルボウル  
by小樽ベイシティ開発(株)  
(ボウリング場)

- ・ランチ後の血糖値上昇を抑えよう。華花をご利用の方は1ゲーム無料。
- ・子どもの運動不足解消にボウリング。子ども限定1ゲーム無料
- ・運動習慣とコミュニケーションにボウリング。企業従業員1ゲーム無料

ちょこっと健診  
by北海道済生会  
(医療機関)

- ワンコインから気軽に受けられる健診サービス
- ・血液検査、尿検査、骨密度測定、血管年齢測定

ウイングベイウォーキング  
by北海道済生会  
(医療機関)

- ・施設内のウォーキングコース利用でポイント付与。
- ・月1回のウォーキングアプリ登録者の歩数競争

ぷりもぱっそSHOP  
by北海道済生会  
(就労支援事業所)

- ・栄養管理食「Dr.Dish」（サンマルコ食品）の販売（600円で提供）
- ・お買い物で障がい児者の就労を支援。10%割引クーポン



# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

## ①クーポンで気軽に体験できるコンテンツラインアップ化

実施結果

- イ LINEリッチメニューで「クーポン一覧」を作成し利用促進
- 多種多様なクーポンをリッチメニューから「いつでも確認・利用」できるメリットを訴求することで、利用促進を図ったが、十分な成果は得られなかった。
- 改善に向けて確認できたこと
- 単純に選択肢を与えすぎた状態となり、「クーポン利用の動機づけ」が不足していることがわかった。

|   | クーポンの種類                                     | クーポン<br>総ビュー数 | クーポンビュー<br>ユーザー数 | クーポン<br>保存ユーザー | クーポン<br>利用ユーザー |
|---|---------------------------------------------|---------------|------------------|----------------|----------------|
| ① | 済生会小樽病院のちょこっと健診。予約不要、約20分で終了！！              | 141           | 58               | 5              | 0              |
| ② | いつでも10%OFF。プリモSHOPでのお買い物で障がいのある方の就労支援に貢献！   | 158           | 102              | 16             | 0              |
| ③ | 食べて痩せる？中華料理店華花のレシート持参で「パワープレート」10分間無料       | 60            | 44               | 4              | 0              |
| ④ | 食べて痩せる？中華料理店華花を利用後の方は1ゲーム無料                 | 63            | 28               | 6              | 0              |
| ⑤ | 毎月1回2ゲームまで200円。大人の新しい運動習慣と社内イベントにボウリングはいかが？ | 133           | 65               | 17             | 1              |
| ⑥ | 小学生以下無料。子どもの運動不足をボウリングで解消。                  | 261           | 116              | 23             | 0              |
| ⑦ | コーヒー無料券。ランチ後血糖スパイクを抑制                       | 89            | 72               | 13             | 8              |
| ⑧ | 入会金＋2か月間の会費が500円！20分フィットネス                  | 54            | 37               | 5              | 0              |
| ⑨ | 無料・予約不要。10分でできる運動機能チェック                     | 26            | 22               | 5              | 1              |
| ⑩ | 無料・予約不要。10分でできる姿勢診断！！                       | 38            | 29               | 7              | 3              |
| ⑪ | 無料・予約不要。たった5分の体組成測定                         | 45            | 26               | 5              | 2              |

※③～⑥のクーポンビューユーザー数は延べ人数

# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

## ①クーポンで気軽に体験できるコンテンツラインアップ化

実施結果

### ウ ウイングベイバーによる「つぶやき」配信

- 睡眠に関する投稿は全般的に閲覧率は高く、運動では「姿勢改善」「運動を継続する」テーマの閲覧率が高い傾向となった。

### ■URLクリック統計（訪問人数/URL送信人数の割合で並び替え） ※青「睡眠」、緑「運動」、黄色「食」

| 詳細ページのタイトル                             | URLクリック数 | URLクリック人数 |                |         |      |                  |                |
|----------------------------------------|----------|-----------|----------------|---------|------|------------------|----------------|
|                                        | URL送信回数  | 総クリック数    | クリック数<br>／送信回数 | URL送信人数 | 訪問人数 | 訪問人数<br>／URL送信人数 | 訪問人数<br>／友だち総数 |
| ダイエット成功のカギ！“睡眠の質”の上げ方                  | 1609回    | 157回      | 9.80%          | 816人    | 117人 | 14.30%           | 9.10%          |
| 運動を習慣化してキレイな身体づくりを！～姿勢を改善するには？         | 960回     | 117回      | 12.20%         | 746人    | 74人  | 9.90%            | 5.70%          |
| 合わない運動をしても続かない！自分に合った運動方法を選ぶ！          | 1882回    | 121回      | 6.40%          | 906人    | 86人  | 9.50%            | 6.70%          |
| ダイエット中でもお酒を飲みたい！ダイエット中でもお酒を楽しむコツとは！？   | 1012回    | 98回       | 9.70%          | 842人    | 75人  | 8.90%            | 5.80%          |
| 理想の睡眠時間は5時間6時間？！最適な睡眠時間の見つけ方           | 1090回    | 93回       | 8.50%          | 894人    | 74人  | 8.30%            | 5.70%          |
| 腸活で便秘解消ダイエット！腸内環境を改善する食べ物とは！？          | 1007回    | 81回       | 8%             | 873人    | 71人  | 8.10%            | 5.50%          |
| パワーナップ！お昼寝は仕事のパフォーマンスアップに効果的！？         | 979回     | 83回       | 8.50%          | 887人    | 67人  | 7.60%            | 5.20%          |
| 有酸素運動と無酸素運動の特徴と使い分けを解説！                | 1073回    | 82回       | 7.60%          | 897人    | 66人  | 7.40%            | 5.10%          |
| 睡眠の質を高めて仕事のパフォーマンスアップ！                 | 565回     | 36回       | 6.40%          | 565人    | 35人  | 6.20%            | 2.70%          |
| 陸での運動だけじゃない！上手に水中運動も活用しよう！             | 681回     | 42回       | 6.20%          | 681人    | 41人  | 6%               | 3.20%          |
| 軽視されがちなウォーミングアップとクーリングダウン。実は意外と大事！！    | 419回     | 31回       | 7.40%          | 419人    | 25人  | 6%               | 1.90%          |
| あぶらはダイエットの敵！？【管理栄養士コラム】                | 995回     | 62回       | 6.20%          | 887人    | 51人  | 5.70%            | 4%             |
| ウォーキングは誰でも簡単にはじめることができる万能な運動！          | 1039回    | 60回       | 5.80%          | 889人    | 50人  | 5.60%            | 3.90%          |
| 冬場でも大切な水分補給。ちゃんと水分摂っていますか？             | 707回     | 40回       | 5.70%          | 707人    | 33人  | 4.70%            | 2.60%          |
| ダイエット成功のカギはリバウンドをしないこと！リバウンドのメカニズムとは！？ | 517回     | 29回       | 5.60%          | 516人    | 23人  | 4.50%            | 1.80%          |
| 睡眠不足で糖尿病罹患のリスクが高まる！？睡眠と糖尿病の関係性と快眠の5要素  | 607回     | 30回       | 4.90%          | 606人    | 27人  | 4.50%            | 2.10%          |



## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

### ②学びと体験の拠点「きつずてらすDIVE」でのイベント

#### 背景

- ・ウイングベイ小樽内で、イベント等を開催できる空間として、北海道済生会が運営する「きつずてらすDIVE」（発達支援事業所）の活用が可能となった。
- ・①のクーポン以外のコンテンツの拡充が必要。

#### 目的

- ・LINE登録者の健康づくりへの関心テーマに対して、学びと体験の機会を提供するイベントを開催し、イベントを契機としたクーポンの利用促進や参加者同士のコミュニティ形成を図る。

#### 実施内容

- ・定員10名に対し、10名（女性8名、男性2名）の参加があった。
- ・塩こうじが簡単に作れて、どんなメニューにも活用できるため、日常に取り入れやすいことが喜ばれていた。

- ・定員10名に対し、13名（女性10名：男性3名）の参加があった。
- ・「子どもに良いおやつ」という視点がこれまであまりなかった方も多く、講演内容も日常に取り入れやすいものが多く、喜ばれていた。

## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

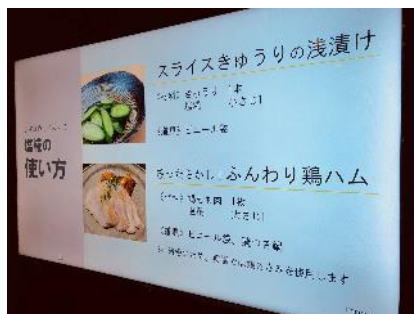
### ②学びと体験の拠点「きつずてらすDIVE」でのイベント

#### 実施結果

- いずれのイベントとも定員の参加者が確保することができた。
- ①では、「クーポン利用の動機づけ」の不足が課題となっていたが、今のような「企画もの」のように、テーマ、時間、内容を制限した取組の方が参加しやすいという仮説が得られた。

#### 【ナッジ理論の活用】

「E」(Easy)「面倒な要因を減少させる」＝「選択肢を与え過ぎない、完全に自由な状態にしない」ことに  
寄与したと考えられる。





## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

### ③ヘルスケア企業へのテストフィールド提供によるコンテンツの充実

#### 背景

- ・ウエルネス知恵袋の登録者に対するヘルスケアコンテンツの充実に向けては、北海道済生会やウイングベイ小樽のテナントだけでは限界があり、外部のヘルスケア事業者の協力が必要。
- ・一部のヘルスケア事業者では、自社の商材のテストマーケティングのフィールドを求めている。

#### 目的

- ・北海道ヘルスケア産業振興協議会（当社事務局）の会員や当社と関わりのある企業が、ウエルネス知恵袋登録者に対して無料・安価で、テストマーケティングを実施。
- ・今後のヘルスケアコンテンツの確保に向けて、ヘルスケア企業によるテストマーケティングのフィールドとしての活用可能性を検討。

#### 実施内容

ア 冷凍ヘルシー弁当（Dr.Dish）の試行販売  
・サンマルコ食品(株)が開発。済生会ビレッジ内のぷりもぱっそSHOP（就労支援事業所）により試行販売（割引価格で提供。期間中70食程度販売）

イ 置き換えダイエット企画の実施  
・LINE登録ユーザーを対象に、4週間、平日の1食をDr.Dishに置き換えていただくモニター企画を実施。（3名が参加。体重・血液検査のデータを提供）

ウ 血糖コントロールの動機づけ企画の実施  
血糖値の変動を可視化し、血糖コントロールの動機づけサービスである「血糖コーチング」（SOMPOひまわり生命社）サービスを提供した。（10名が参加）





# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

## ③ヘルスケア企業のテストフィールド提供によるコンテンツの充実

- 今回コンテンツを提供した企業以外でも、テストフィールドや自社商品のプロモーションの場として、本事業のような取組に参画したい企業が数多くあった。
- このことから、ウェルネス知恵袋におけるヘルスケアコンテンツの充実に向けて、ヘルスケア企業との連携可能性が確認できた。
- また、(株)SHAREは本事業に賛同あるいは企業としてのメリットを感じていただき、後述するウイングベイウォーキングコースの利用促進に向けて、「ウォーキングステーション」の開設や「糖尿病予防に関するイベント」の開催、中華料理華花で開発した「低糖質担担麺」のプロモーションを実施いただくなど、企業の主体的な活動にもつながった。

### 実施結果



「スマートウォーキングステーション」とは、ウイングベイ小樽の中にある室内ウォーキングをする方向けの施設です。荷物を預けたり、ストレッチをしたり、ウォーキング後にマシンマッサージを受けることができます。北海道No.1パーソナルトレーニングジムチェーン（スマートスタジオ・スマートウェイ）を展開する株式会社SHAREが運営しています。外での歩行が難しくなる北海道の冬。ぜひ「スマートウォーキングステーション」をご活用ください。



**スマートウォーキングステーション**

<場所> ウイングベイ小樽 5階 1階  
スマートスタジオ小樽

<営業> 11:00-19:00 (月～土曜日)  
(8時～12時・14時)

<料金> 無料 (入場券は別途必要)

興味がある方は「ウォーキングステーション」にお越し下さい。  
スタッフにお声がけいただくと、詳細を説明します。

入会とお考えの方へ、会員登録、お申し込み、お問い合わせ、体験レッスン、お申し込み、お申し込み

ダイエット中でも食べられる中華料理をご紹介します!  
ウイングベイ小樽にある華花で期間限定で食べられるヘルシーメニュー

スマートスタジオ管栄栄先生 オススメ

**担々麺**

今月末までのお得なキャンペーン

漫画・動画で知るパワープレート

野菜がとれるヘルシー担々麺



冬の「おとなとシニア」の

**体力測定会**

in ウイングベイ小樽

参加費 無料

下段の全てを、無料でお試し・ご参加いただけます!

**骨密度測定**

骨密度は、心臓や脳や筋肉のようには定期的に検査する機会がありませんが、骨密度が低下している状態が続くと、骨折などのリスクが高まります。骨密度測定は、骨の健康状態を確認するための大切な検査です。この機会にぜひチェックしてください。

**ロコモ度チェック**

ロコモティブシンドローム（通称ロコモ）とは日常生活の「立つ」「歩く」といった動作が難しくなっている状態のことです。4段階で評価するロコモ度チェックから自分のレベルを確認し、この機会にまずはチェックを!

**体組成チェック**

正しく運動をすることで体組成は正常に保たれる必要があります。体組成や脂肪量に悩んでいる方は、この機会にチェックをしてみましょう!

**医師の特別講演 13:30～14:15**

**ウォーキングが血糖値を改善するってホント?**

小樽なかがきクリニック 内科クリニック 中野 先生

**ウォーキング応援**

ウイングベイ小樽に「スマートウォーキングステーション」ができました! 糖尿病の予防・改善にしたい方、ぜひ「ウォーキングステーション」で「ストレッチ・ウォーキング・マシンマッサージ」を受けていただくことができます。

2月10日(土曜日) 10～15時

会場: メディカルフィットネス小樽  
小樽市東港1-1 ウイングベイ小樽 5階 1階

内容: ①骨密度測定 ②ロコモ度チェック ③体組成測定 ④ウォーキングステーションご案内 ⑤医師の特別講演  
費用: 無料 (骨密度測定は別途費用がかかります) (会場費なし)  
参加費: 無料

# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

## ④来店・クーポン利用ポイントの付与

背景

これまでウイングベイ小樽では、来店等によるポイント付与の仕組みは実施していなかった。

目的

来店やクーポン利用に対するポイントを付与し、商品との交換が可能なポイント制度を導入し、こうしたインセンティブが来店促進につながるか検証する。

実施内容

LINE公式アカウントのショップカード機能を用いて、ウイングベイ小樽への来店やクーポンの利用などに対してポイントを付与し、25ポイント、50ポイントごとに商品券（中華料理華花）と交換できるようにした。

### 「A」(Attractive) ポイントによるインセンティブ



実施結果

一人当たり平均来店ポイント（平均来店回数）は、11月末の1.6から2月末時点で5.6に増加し、ウイングベイ小樽への来店促進に寄与した。

|            | 11月末時点 | 12月末時点 | 1月末時点 | 2月末時点 |
|------------|--------|--------|-------|-------|
| 有効カード      | 260    | 338    | 361   | 386   |
| 発行済みカード    | 260    | 339    | 366   | 399   |
| 付与ポイントの合計  | 1,718  | 2,827  | 3,578 | 4,161 |
| 来店ポイント     | 418    | 1,137  | 1,773 | 2,231 |
| カード取得ボーナス  | 1,300  | 1,690  | 1,805 | 1,930 |
| 発行済み特典チケット | 2      | 16     | 36    | 60    |
| 使用済み特典チケット | 1      | 6      | 9     | 20    |
| 使用率        | 50.0%  | 37.5%  | 25.0% | 33.3% |
| 平均来店ポイント   | 1.6    | 3.4    | 4.8   | 5.6   |



## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

### ⑤ウォーキングコースを活用したデジタルスタンプラリー等の実施

#### 背景

- ・ウイングベイ小樽において北海道済生会がウォーキングコースを設置しているが、利用者は高齢者が中心であり、利用者も限定されつつあった。
- ・歩くだけではなく「歩く質（歩幅や速度）」に介入したいがその効果的な手法の確立が課題であった。

#### 目的

ウォーキングコースの認知度向上や様々な世代のウイングベイ小樽の買い物客が、自然と歩いたり、歩く質の向上に繋がる仕組みづくりを検討する。

#### 実施内容

#### ア ウォーキングコース内のサイン設置

- ・「歩く質」の向上や、子どもが楽しんでもらえるよう、足跡等のシールをウォーキングコース内の床に設置した。
- 「E」(Easy) 特定の情報提供なくいつの間にか歩幅を広げて歩いてもらう工夫

#### イ デジタルスタンプラリー「ウイングベイを探せ」

- ・ウイングベイウォーキングの認知度向上、ヘルスリテシーの向上を目的に、歩きながら18スポットのQRコードからクイズに答えてスタンプを貯め、得点に応募できるイベントを開催した。【1月25日～2月25日】

「E」(Easy) スマホがあれば参加可  
(アプリインストールの必要性なし)

「E」(Easy) 期間中いつでも参加できる

「A」(Attractive) スタンプをためて賞品があたる

「S」(Social) 親子や友達と一緒に参加できる

「T」(Timely) 新年お年玉企画として実施



# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

## ⑤ウォーキングコースを活用したデジタルスタンプラリー等の実施

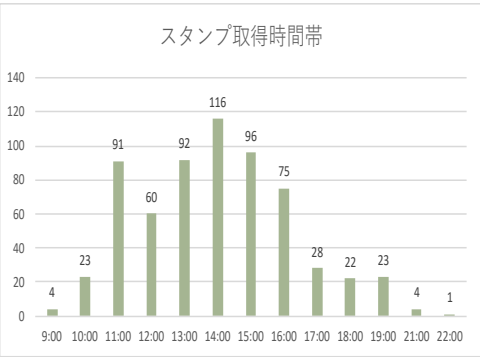
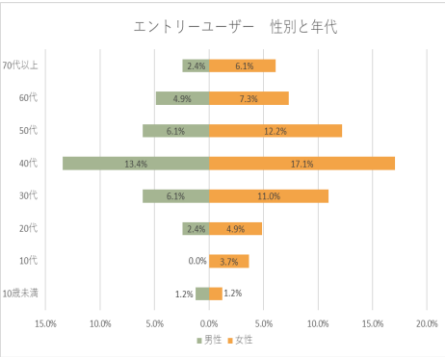
実施結果

### 【ウォーキングコース内のサイン設置】

・子どもがシールの上を歩いたり、シールのある場所で子ども同士で遊ぶ光景が数多く見られていた。

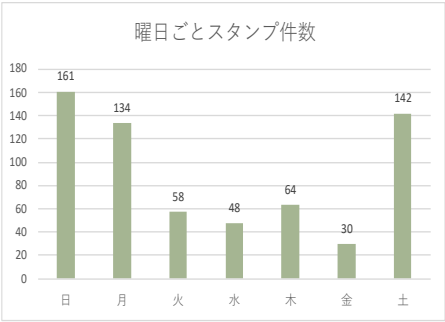
### 【スタンプラリーの実績】

・期間中合計84名の参加があり、土日の利用が多かった。本事業のターゲットである働き世代（30-50代）が64.3%を占め、LINE登録者の属性子どもとの参加も一定数あったと想定される。



### デジタルスタンプラリーのクイズ

| No. | クイズ                                                                    |
|-----|------------------------------------------------------------------------|
| 1   | 済生会小樽病院が提供している「ワンコイン」「最短20分」で気軽に健康チェックができるサービスの名称は何？                   |
| 2   | 済生会ビレッジのケアセンターで実施している健康相談。毎週何曜日に開催している？                                |
| 3   | 北海道済生会がウイングベイ小樽やみどりの里で、発達障害のある子ども（0～18歳まで）向けに支援しているサービスの通称は何？          |
| 4   | ウイングベイでウォーキングを楽しんでもらいたい。そんな思いから設置された「スマートウォーキングステーション」で提供していないサービスは？   |
| 5   | 北海道済生会の就労支援事業所ぶりもばっさが運営する「ぶりもショップ」で特別価格で販売しているヘルシー冷凍弁当の名称は何？           |
| 6   | ウイングベイ小樽には「ウイングベイウォーキング」と呼ばれるウォーキングコースがあります。このうち最も距離の長いAコースの全長はどのくらい？  |
| 7   | 糖尿病などの生活習慣病予防やダイエットのために、血糖値を急に上げ過ぎないことが重要です。血糖値を上げない取組として間違っているものは何？   |
| 8   | 発祥地はフィンランド。今年8月には函館で世界大会が開催され、ウイングベイ小樽に常設会場が設置されたスポーツとは？               |
| 9   | 腸は「第2の脳」と言われ、腸の調子は睡眠の質やストレス、ダイエットや美容にも影響を与えます。「腸の調子を良くする」対策と関係のないものは何？ |
| 10  | 働いている方の配偶者（母親など）などを中心とする「被扶養者」の健康診査の受診率（2020年）は、何%でしょうか？               |
| 11  | 朝スッキリ目覚めるための夜の過ごし方で、「正しいもの」は何ですか？                                      |
| 12  | ウイングベイ小樽でクーポンやポイントを使ってお得に「カラダ」「ココロ」を整えたり、子どもが遊べる環境整備を目的に運営しているLINE名は？  |
| 13  | ボウリングは楽しみながら全身運動できるスポーツですが、ボウリング3ゲーム（約30分）のカロリー消費は散歩の何分に相当するでしょう？      |
| 14  | ウォーキングするとき「ゆっくり歩き」と「早歩き」を交互に3分ずつ行うことで、筋力・持久力を高めることが推奨されています。その歩き方の通称は？ |
| 15  | 身体活動量が多い人は、生活習慣病になるリスクが低いと言われています。大人（20～64歳）の場合、歩数で考えた時の目標歩数はどのくらい？    |
| 16  | 階段を利用することで消費できるカロリーは、通常のウォーキングの消費カロリーの何倍でしょうか？                         |
| 17  | 北海道済生会がウイングベイ小樽（5番街1階）につくった「健康福祉ゾーン」の名称は何？                             |
| 18  | ウイングベイ小樽が北海道済生会と一緒に進めている「多世代が健康で快適に暮らせること」を目指した構想の名称は何？                |



## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

### ⑥健康経営を推進する企業従業員に対する取組

#### 背景

- ・本事業では働く世代を主なターゲットと設定しており、コンテンツの利用促進に向けた企業への効果的なアプローチ方法を検討する必要があった。
- ・小樽市内には健康経営を推進したいものの、社内のマンパワーやノウハウの不足により従業員の健康増進に向けた効果的な施策の企画・運営が不十分な企業が多い。

#### 目的

従業員の健康増進に向けた本事業で開発したヘルスケアコンテンツの利用促進方法を検証する。

#### 実施内容

ア 外部産業保健師による健康相談・アドバイス  
・小樽市内の企業（5社）21名の従業員を対象に、丸山産業保健師（株）ホスキュア代表）が期間中2～3回面談を実施した。

イ スマートウォッチを活用した健康行動の促進  
・小樽市内の企業（7社）33名の従業員にスマートウォッチ（fitbit）の装着を依頼し、ウェルネス知恵袋（LINE）にて、期間中、毎週の睡眠、歩数、ゾーンのデータと、前週と比べた変化を報告いただくことで、行動変容に繋がるか検証した。

「A」（Attractive）働く世代の関心が高い睡眠の質の可視化

「S」（Social）複数の企業従業員が参加する仕組み

「T」（Timely）ダイエットニーズが高い時期での開催

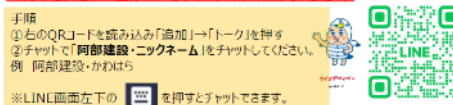
#### 企業への周知チラシ

LINEに登録して好きな時に好きなメニューをお得に利用するだけ  
ウイングベイ小樽に行って体の調子を整えよう

- ・ウイングベイ小樽では、期間限定で、皆さまのコンディションを整えるお得なサービスを提供します。
- ・サービスをご利用いただき、ご自身やご家族の健康にお役立てください。

①LINE公式アカウント「ウェルネス知恵袋」にご登録下さい（全員）

無料・割引クーポンやポイントをためてお楽しみください！  
11月中を目途にご登録ください。（ご登録の登録も大歓迎！）



②ウイングベイ小樽で体組成測定をしてください（全員）

健康結果ではわからない、あなたの体の状態を測定します。  
12月15日までを目途にご自身のタイミングでウイングベイにお越しください。

場所：ウイングベイ小樽5階51階 スマートウェイ・スマートスタジオ小樽店  
期限：2023年12月15日までを目安とします  
内容：①体組成計（Inbody）による体組成測定と解説  
②参加者は、お好きなだけ1ヶ月間店舗を利用いただけます

【ご希望者、対象者限定】

③スマートウォッチを装着してください（5名程度）

スマートウォッチを装着いただき、日々の活動量を企業間競争します。  
※装着して過ごすだけ。定期的にLINEでランキング情報が提供されます。  
※機器は11月中に郵送。同封マニュアルを参考に準備をお願いします。

④産業保健師による面談を受けてください（該当者2～3名）

産業保健師（丸山さん）による面談（1回20分×3回程度）を実施します。

■実施主体（問い合わせ先）  
株式会社二十一世紀総合研究所 担当 河原  
電話 011-231-3053 メール kawahara@h21.co.jp  
■連携機関 北海道済生会、小樽市保健所

#### LINEでの情報発信例

先週の比較報告フォームの結果をお伝えすると

はい（改善した） : 50.0%

変わらない : 16.7%

いいえ（悪くなった） : 33.3%

という素晴らしい結果でした！

「はい（改善した）」とお答えいただいた方が、さらに増えました👏本当に素晴らしいです👍👍

今週も引き続き、報告フォーム3つの内2つ以上が「はい」になるように意識してみてください👍

引き続き、毎週、月曜日から水曜日の間に、先週分の上記3データのスクリーンショットを送ると「前回との比較報告フォーム」にお答えくださいますよう、お願いします🙏





## 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

### ⑥健康経営を推進する企業従業員に対する取組

#### ア 外部産業保健師による健康相談・アドバイス

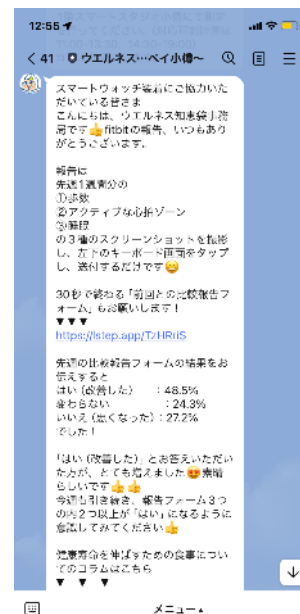
- 通常の保健指導のプロセスと異なり、今回の実証では、生活者にとって馴染みのある「LINE」によって常に健康にまつわる何らかの情報が発信され、具体的に提案できるコンテンツがあったことで、行動変容促進に繋がった。
- コンテンツを紹介する際に、「ポイント」や「クーポン」のワードで、相談者の「お得そう」「せっかくなら」という気持ちを刺激し、挑戦した相談者もいた。
- 体組成チェック、スマートウォッチは多くの相談者が活用し、日々のモニタリングや健康行動に繋がっていた。
- 行動に移せていない相談者を後押しする存在（保健師）と、実際のツールの組み合わせが効果的な行動や意識の変化に繋がったと要因の一つと考えられる。

#### イ スマートウォッチを活用した健康行動の促進

- 実証後半になるにつれて、前週と比べてデータが「改善した」割合が高くなり、「睡眠・歩数のスコアを先週よりも良くする」と動機づけが高まったこと、報告方法を単純化したことが結果につながった。

#### 【健康相談対象者（21名）の結果】

- なんらかの行動変容があった人 16名
- 行動変容はないが安心を得られた人 1名
- 結果を確認できていない人 4名
- ベジチェック体験者 1名
- スマートスタジオ体験者 2名
- ドクターディッシュ体験者 1名
- 血糖コーチング体験者 1名
- 中華料理華花 体験者 2名



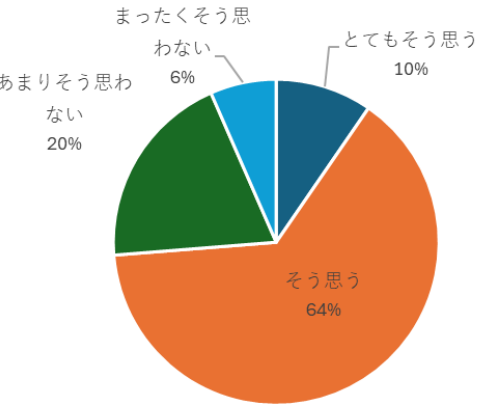


# 4. 今年度の取組と成果【2】ヘルスケアコンテンツの開発と利用促進方法に係る実証

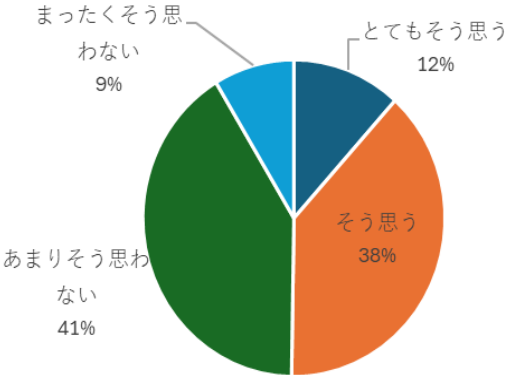
## ■事業成果に関するアンケート結果（ウエルネス知恵袋登録者を対象としたwebアンケート調査）

- 本事業の取組を通じて、ウイングベイ小樽の来店頻度増や済生会の取組の認知度向上、健康課題の解決の効果が確認できた。

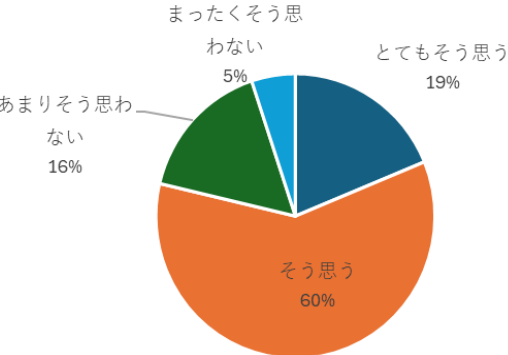
ウエルネス知恵袋をきっかけに健康づくりを意識したり生活習慣の改善等に取り組みましたか？【n=196】



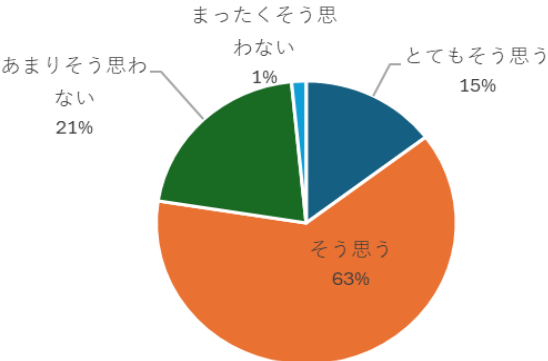
ウエルネス知恵袋をきっかけにウイングベイの来店頻度は増えましたか？【n=196】



ウエルネス知恵袋をきっかけに北海道済生会の活動について認知度が高まりましたか？【n=196】



ウエルネス知恵袋の機能や企画・イベントを通じて、あなたの健康の悩みの解決に繋がりましたか？【n=196】



# 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

## ① 済生会高岡病院における「ちょこっと健診」の導入実証

背景

- ・済生会小樽病院では、健康診断受診の動機づけや、未病段階での住民とのタッチポイントの確保などを目的に特定の検査項目についてワンコインで受診できる「ちょこっと健診」を実施している。
- ・これまでの済生会小樽病院の取組や本事業について、商業施設（イオンモール高岡）に近接し連携が可能な済生会高岡病院が関心を示し、「ちょこっと健診」と「健康相談」について実証することとした。

目的

- ・済生会高岡病院がイオンモール高岡において、「ちょこっと健診」券売機の設置と、住民向けの健康相談を定期的の実施し、今後の事業化に向けて検討する。

■ 券売機設置場所及び販売時間  
設置場所：イオンモール高岡 東館 イオンホール前  
2階エスカレーター横  
販売時間：イオンモール高岡の営業時間に準ずる

■ 健診実施場所及び受付時間  
実施場所：済生会高岡病院のドック健診センター  
実施時間：平日 14:00～16:00  
(祝祭日・年末年始を除く)  
実施開始：2024年2月2日～

実施内容

**ちよこっと健診のご案内**

健康診断の必要性は理解しながらも「忙しい」「時間が無い」といった理由でなかなか健康診断を受けられない方におすすめの健康診断が「ちょこっと健診」です。気になる項目だけ検査して、結果は郵送で自宅に送られますので、気軽に受診することが出来ます。

| 健診メニュー                                                        | 料 金    |
|---------------------------------------------------------------|--------|
| 1 糖尿病が気になる方<br>(血糖、HbA1c)                                     | 500円   |
| 2 肝臓が気になる方<br>(AST(GPT)、ALT(GPT)、γ-GPT)                       | 500円   |
| 3 腎臓が気になる方<br>(血中BUN、血中肌酐、血中尿素窒素)                             | 500円   |
| 4 心臓が気になる方<br>(血中コレステロール、血中LDLコレステロール、血中HDLコレステロール、血中トリグリセリド) | 500円   |
| 5 腎臓機能が気になる方<br>(血中クレアチニン、血中尿素窒素、eGFR)                        | 500円   |
| 6 尿酸が気になる方<br>(尿酸)                                            | 500円   |
| 7 おしっこ(尿)が気になる方<br>(尿糖、尿蛋白、尿潜血)                               | 500円   |
| 8 前立腺がんが気になる方<br>(PSA)                                        | 1,000円 |
| 9 大腸が気になる方<br>(便中ヒトヘパトウイルス2 便潜血)                              | 1,000円 |
| 10 胃のじりり感・胸焼けが気になる方<br>(便中ヒトヘパトウイルス2 便潜血)                     | 1,500円 |
| 11 心臓機能・血管年齢が気になる方<br>(HRV、HRP)                               | 2,000円 |
| 12 血糖・肝臓・腎臓・血圧・尿酸・尿酸                                          | 2,500円 |
| 13 大腸・腎臓・血圧・尿酸・尿酸                                             | 3,500円 |

【ちょこっと健診の流れ】

受付時間：平日 14:00～16:00  
(祝祭日・年末年始を除く)

① 券売機で利用券を購入  
② 券売機で利用券を読み取り、申込書を入力  
③ 検査結果を郵送  
④ 検査結果を自宅に郵送  
⑤ 検査結果を自宅に郵送

※ 1回の検査で複数項目の検査を受けることができます。検査項目は「ちょこっと健診」のメニューをご覧ください。  
※ あくまで健康診断の範囲で行われる検査であり、病状についての診断や治療法は医師の診察が必要です。

【お問合せ先】 済生会高岡病院 健康相談センター  
〒933-8529 高岡市二丁目387-1 電話 0766-21-3871(直通)

**まちかど保健室のご案内**

地域の皆さまを対象とした「無料健康相談」を行っています。  
健康に関する様々な悩みや不安、悩みなど、また、健康増進・疾病予防・介護予防など、ご本人、ご家族様を問わず、看護師が広く対応させていただきます。  
気になることがございましたら気軽に立ち寄り下さい。

実施場所：イオンモール高岡 東館 2F イオンホール前  
窓口時間：毎週金曜日 14:00～16:00(祝祭日・年末年始を除く)

健康診断の結果や  
医療機関受診に関すること

赤ちゃんから高齢者まで  
の健康に関する相談

健康づくりの相談

生活習慣病予防に  
関すること

【お問合せ先】  
済生会高岡病院  
〒933-8529 高岡市二丁目387-1  
TEL 0766-21-3871

# 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

## ①済生会高岡病院における「ちょこっと健診」の導入実証

- 初日に健診券5枚、相談は5人（4組）の実績があり、その後もコンスタントに利用があり、手ごたえを感じている。
- 健診を通じて住民とのタッチポイントを確保するという目的が職員にも共有され、実績も伴ってきていることもあり、モチベーションが上がっている。
- 男女・年代共に幅広い市民の健康相談があり、診療相談やちょこっと健診に関する情報提供が多くなっている。
- イオンモール高岡もホームページで広報協力してもらったほか、ローカルテレビ局や新聞社の取材も入った。

### 【今後】

- 健康相談というプライバシー保護の観点から、パーティションの設置なども検討する。
- 券売機を置いただけでは訴求が弱いため、デジタルサイネージを設置し、ちょこっと健診について情報提供を行う。
- 小樽病院を参考に魅力的なチラシを作成したい。
- 高岡病院院長からは、更年期向けのメニュー化、わかりやすいポップの掲示などリクエストがある。
- 今後は、小樽で検討している「女性まると健診」のように、健診項目をパッケージ化し、「これを受診しておけばよい」と感じてもらえるようメニューを工夫する。
- 小樽で成果があった健診促進イベントを今後実施する等、ちょこっと健診のさらなる利用促進策を展開していく。

【ちょこっと健診実績】

| 令和5年度 |       | 2月 |        |
|-------|-------|----|--------|
| 項目    | 単価    | 件数 | 金額     |
| 糖尿病   | 500   | 5  | 2,500  |
| 肝臓    | 500   | 1  | 500    |
| 脂肪    | 500   | 1  | 500    |
| 貧血    | 500   | 1  | 500    |
| 腎臓    | 500   | 2  | 1,000  |
| 痛風    | 500   | 0  | 0      |
| 尿     | 500   | 1  | 500    |
| 前立腺   | 1,000 | 1  | 1,000  |
| 大腸    | 1,000 | 1  | 1,000  |
| ピロリ菌  | 1,500 | 1  | 1,500  |
| 心臓血管  | 2,000 | 4  | 8,000  |
| セット①  | 2,500 | 4  | 10,000 |
| セット②  | 3,500 | 0  | 0      |
|       |       | 22 | 27,000 |

【まちかど保健室実績（毎週金曜日開催）】

|    | 2月2日（金） | 2月9日（金） | 2月16日（金） |
|----|---------|---------|----------|
| 件数 | 5       | 6       | 8        |

| 令和5年度     | 2月（件数） |
|-----------|--------|
| ちょこっと健診   | 7      |
| 受診状況      | 0      |
| 診療相談      | 9      |
| 医療福祉      | 1      |
| 薬の相談      | 0      |
| インフォメーション | 0      |
| その他       | 3      |
| 合計        | 20     |

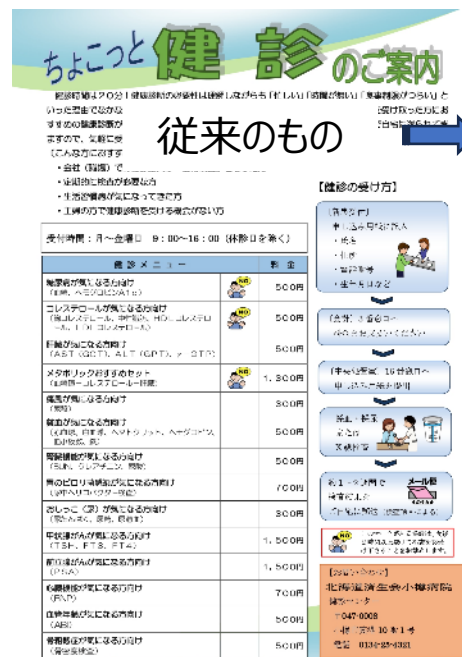
## 背景

## 目的

- ・済生会小樽病院並びに横展開先の済生会小樽病院におけるちよこつと健診利用促進策を検討するため、ちよこつと健診のプロモーション用制作物の作成、並びに利用促進イベントを実施した。

## 实施内容

- ## 「50代過ぎたら」で自分事化を促進





## 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

### ② 済生会小樽病院の「ちょこっと健診」利用促進イベントの実施

#### イ ちょこっと健診の利用促進イベント

- ・50歳以上の女性をターゲットに企画・実施
  - ・子育てや仕事などで忙しく、自分の健康にそこまで気に掛けることがなかった女性に「ご自愛しよう」というメッセージ
- 「S」(Social) サークルという文言により、「みんなで参加」で動機づけ。

#### ■ 第1回イベント

- ・女性が気になり始める「骨粗鬆症」をテーマ設定し、ちょこっと健診の「骨密度検査」の利用を促進

#### ■ 第2回イベント

- ・血液検査「ツアー」と銘打ったセミナー「E」(Easy)

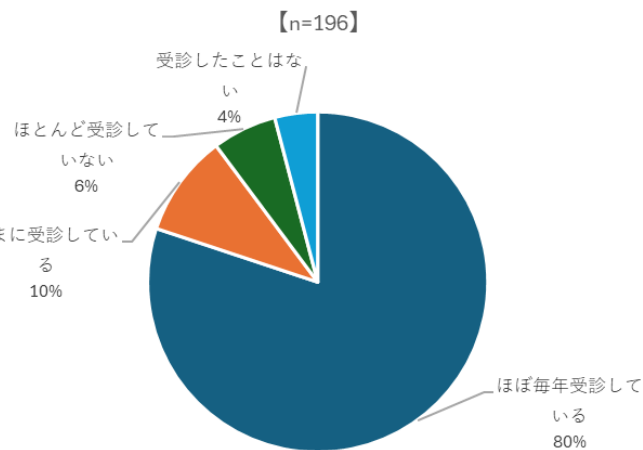
済生会の健康相談日(2月27日)に、検査結果を持参し個別アドバイスを受けてもらうように誘導(デフォルトオプションの導入)

「A」(Attractive) ツアーというコンセプトで面白そうを訴求。  
「S」(Social) みんなで検査すれば怖くないを訴求。

※LINE登録者向けアンケートでは「健診を毎年受診していない人」は2割を占めていた。



年に1回健康診断(人間ドック含む)を受けていますか?



## 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

### ② 済生会小樽病院の「ちょこっと健診」利用促進イベントの実施

ご自愛宣言サークルvol.1 ～骨の健康術を学ぶ編～

- ・定員10名に対し、10名の参加申し込みがあった。
- ・当日参加者のうち、数名の女性（民生委員など）から今後のイベント周知協力やイベント講師の担当など、ウエルネス知恵袋の活動について協力したいという打診があった。

ご自愛宣言サークルvol.2～血液検査ツアー女性編～

- ・定員10名に対し、10名の参加申し込みがあった。
- ・当日は大雪の影響で7名の参加となった。このうち5名はこれまで健診をほとんど受けていない女性であり、未受診者の健診へのきっかけづくりに繋がった。
- ・また、済生会ビレッジでの健康相談日（2月27日）に結果を持参しアドバイスを受けることを「デフォルト」設定し、5名の参加申し込みを受け付けた。

実施結果





# 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

## ③北海道済生会による未病分野への参入による収益効果のシミュレーション

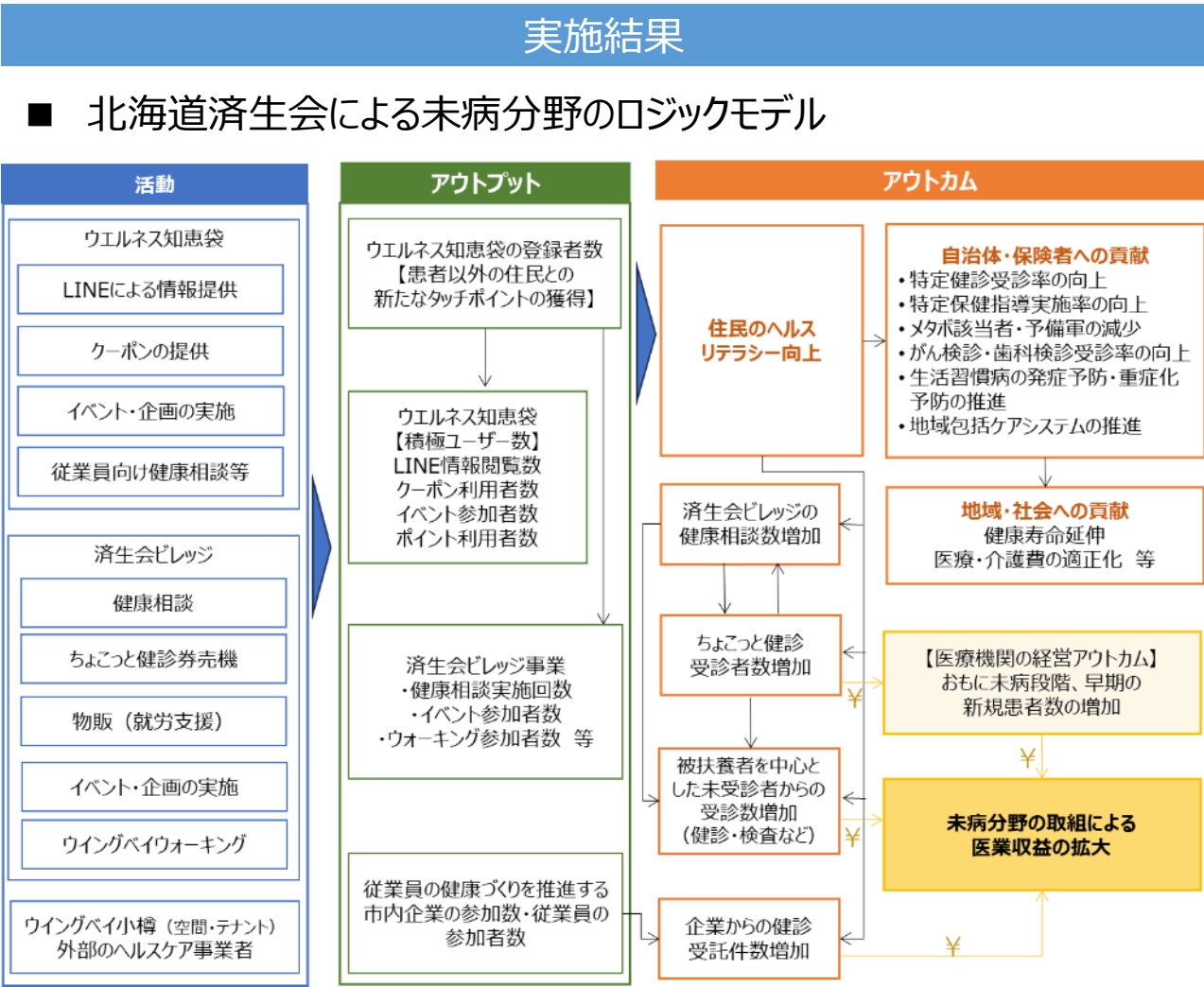
背景

- ・北海道済生会のように医療機関が未病分野に参入する事例は全国的に少ない。
- ・今後、医療機関に対して当該分野に参入を促進するためには、参入による収益的なメリットを提示することが必要。

目的・実施内容

ア 北海道済生会の取組をモデルに未病分野に取り組む意義（社会的インパクト）と医療経営へのメリットを示すロジックモデルを作成する。

イ ロジックモデルを参考に、北海道済生会による未病の取組による病院への収益を試算する。



## 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

### ③北海道済生会による未病分野への参入による収益効果のシミュレーション

#### ■ 健診収益の実績

- ・済生会ビレッジが2021年3月に開設され、2021年度以降、健診（ちょこっと健診含む）や、ちょこっと健診の利用者数・健診収益は拡大している。
- ・ちょこっと健診収益は、健康相談などの済生会ビレッジの取組を通じて収益が大幅に拡大した。
- ・さらにビレッジでの取組は、新規患者数の確保にもつなげている。

|                 | 2020年度     | 2021年度     | 2022年度     | 2023年度     | 伸び率（%） | 備考            |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|--------|---------------|
| 健診利用延べ人数        | 5,201      | 5,807      | 6,357      | 6,646      | 27.8   | 伸び率は2020⇒2023 |
| 健診収益（円）         | 47,658,698 | 57,796,795 | 65,084,173 | 67,226,422 | 41.1   | 同上            |
| ちょこっと健診利用延べ人数   | 264        | 274        | 425        | 602        | 128.0  | 同上            |
| ちょこっと健診収益       | 178,800    | 190,200    | 297,900    | 378,600    | 111.7  | 同上            |
| 病院              |            | 148,000    | 202,400    | 203,400    | 37.4   | 伸び率は2021⇒2023 |
| ビレッジからの送客       |            | 42,200     | 95,500     | 175,200    | 315.2  | 同上            |
| ビレッジでの健康相談件数    |            | 76         | 84         | 113        | 48.7   | 同上            |
| ビレッジの取組による新期患者数 |            |            | 47         | 58         | 23.4   | 伸び率は2022⇒2023 |
| 外来新規患者数         |            |            | 44         | 50         | 13.6   |               |
| 入院新規患者数         |            |            | 3          | 8          | 166.7  | 同上            |
| ビレッジによる新規健診受診者数 |            |            | 36         | 30         | -16.7  | 同上            |

## 4. 今年度の取組と成果【3】医療機関による未病分野参入促進に向けた水平展開

### ③北海道済生会による未病分野への参入による収益効果のシミュレーション

#### ■ロジックモデルに基づく年間収益のシミュレーション

##### 【健診収益】

済生会ビレッジが開業し、2021年度以降、年平均6,522,575円、収益が増加している。

##### 【新規患者数の確保による収益増】

- ・ 済生会小樽病院における平均在院日数や単価等を用い、新規患者数の確保による収益を試算した。
- ・ 済生会ビレッジの取組を通じた入院や外来の新規患者数の増加により、入院患者増による収益（推定値）は2023年度で5,922,000円、外来患者増による収益（推定値）は9,721,223円となった。

|                             | 2021年度     | 2022年度    | 2023年度    |
|-----------------------------|------------|-----------|-----------|
| 健診収益の前年度からの純増分（円）           | 10,138,097 | 7,287,378 | 2,142,249 |
| ビレッジの取組による新期入院患者増による収益（推定値） | -          | 2,220,750 | 5,922,000 |
| ビレッジの取組による新期外来患者増による収益（推定値） | -          | 8,554,677 | 9,721,223 |

算定式：各年度別患者数×1人あたりの単価×平均在院日数（平均通院回数）

#### ■ 2023年における済生会小樽病院の実績

- 入院患者の一人1日あたり単価 49,350円
- 入院患者の平均在院日数／年 15日
- 外来患者の一人1日あたり単価 11,339円（初診料は含まれていないため）
- 外来患者の平均通院回数／年 17.2回（推定値：外来患者延べ人数／初診外来患者数）

## 5. 成果のまとめと今後の展開

### 【1】小樽での実証成果

- 最初に、「健康無関心層等とのタッチポイント」の確保に向けて、LINEの活用及びナッジを踏まえた様々なプロモーション手法が有効であることが確認できた。
- 次に健康無関心層を含めた様々なリテラシーや健康へのニーズを有する住民が利用したくなる様々なヘルスケアコンテンツを開発、提供を試みた。
- コンテンツのラインナップ化にあたり、本事業の趣旨・目的を理解しつつ、ビジネスとして一定のメリットを見出すことができる企業の確保が課題として想定されたが、企業のテストマーケティングや商品PRができる機会と捉える企業も一定程度存在し、企業との連携でコンテンツを充実させる可能性を確認した。。
- 本事業ではヘルスケア企業と繋がりがある北海道ヘルスケア産業振興協議会の協力を得られた。他地域で展開する場合は、「地方版次世代ヘルスケア産業振興協議会」のような組織の協力を得ることが必要である。
- こうして開発したヘルスケアコンテンツをLINE登録者に対してプロモーションを行った。ここでもナッジを活用し、登録者の利便性確保を目指し「いつでも好きな時にコンテンツを確認」できるよう、LINE機能の工夫を行ったが、無料・安価に利用できるクーポンの利用にはつながらず、クーポンを利用する動機づけの不足が課題となった。
- 一方、登録者の関心が高い健康のテーマを設定したイベントは、参加者の確保に繋がり、クーポンとは異なり「選択肢を与え過ぎない」要素が重要であることがわかった。
- また、企業従業員に対する産業保健師によるコンテンツの利用促進も一定の成果を得られた。
- これらの取組の結果、LINE登録者の健康課題解決に繋がるとともに、ウイングベイ小樽への利用頻度の増加、北海道済生会の取組の理解促進にもつながった。
- また、LINE登録者の中で、ヘルスケアコンテンツの周知協力やイベントでの講師を担いうる市民の方との繋がりができたことも成果の一つであり、こうした「ウェルネス知恵袋」の応援団となりうる方のネットワーク構築は今後の重要な課題でもある。

## 5. 成果のまとめと今後の展開

### 【1】小樽での実証成果

成果①様々な健康ニーズを有する住民との  
タッチポイントの確保（LINE登録者数）

取組 多様なヘルスケアコンテンツ開発  
■気軽に無料・安価に利用できるお試しコンテンツ

取組 LINEアカウント「ウエルネス知恵袋」の作成  
■ウエルネスというキーワード／キャラクターの作成 等

成果②健康への関心テーマに絞った取組への  
感応度が高いことが分かった

取組 リッチメニューから「いつでも確認・利用」できる訴求  
（クーポンの利用が進まなかった）

取組 時間、内容を制限した「企画もの」の充実

成果③提案できるコンテンツがあることで、保健  
指導による効果を高めることが確認できた。

取組 産業保健師による従業員への個別介入

成果④健診未受診者に対して、LINE登録と  
健診利用促進イベントの参加に繋がった。

取組 LINEアカウント「ウエルネス知恵袋」の作成（再掲）  
ちよこっと健診促進イベントのプロモーションや実施  
内容の工夫

成果⑤本事業の取組を通じて、ウイングベイ小樽の来店頻度増や済生会の取組の認知度向上、健康課題の解決の効果が確認できた（アンケート結果）

## 5. 成果のまとめと今後の展開

### 【2】実証成果の水平展開

- 医療機関が主体となるビジネスモデル確立に向けては、患者以外の様々な市民とのタッチポイント確保ができることに加えて、市民のヘルスリテラシーを高めることで、健診・検診や早期受療に繋げて収益を確保することが必要となる。
- そのため、健診の利用促進に向けた効果的な方法を検証を目的に、ナッジを踏まえた制作物の作成やイベントを開催した。その結果、イベントでは健診未受診者が多く参加し（タッチポイントの確保）、医療専門職の健康相談に繋がった。こうした取組を継続することにより、健診の利用促進に繋がることが期待される。
- これまでの北海道済生会の取組や小樽での実証内容・成果を、他の医療機関への水平展開することを目的に、商業施設が近接するなど、小樽と事業環境が類似する済生会高岡病院において、一部事業の実証を目指した。済生会高岡病院において、未病分野に参入する意義や、中長期的なメリットなどを理解いただき、北海道済生会が実施している「ちょこっと健診」「健康相談」をイオンモール高岡において実証を開始した。
- 実証の成果が少しずつ得られ、病院内の様々な関係者の士気の向上にもつながり、次年度以降は「ウェルネス知恵袋」を参考としながらLINEを活用した住民とのタッチポイント確保と効果的な情報発信などを進めていく予定である。
- さらに、本実証の水平展開をさらに促進するため、住民とのタッチポイント確保に繋がる各種取組を通じた健診関連の収益や新患患者の確保の収益の確保に繋がることを占めすロジックモデルの作成と収益シミュレーションを試みた。当該分野の参入により、中長期的には、一定程度の収益が得られるものと考えられる。
- これらの成果が今後、北海道さらには全国の医療機関や地域で広がることに期待したい。



## 5. 成果のまとめと今後の展開

### 【3】今後の展開

- 本実証の成果は、今後、基本的に北海道済生会及び当社が引継ぎ、小樽ベイシティ開発（ウイングベイ小樽の運営企業）との役割分担を進めながら、実装に向けて取組を継続していく。
- また、済生会本部においては、北海道済生会の取組や本事業成果の水平展開に向けて、今後数年間の予算を用意し、高岡を含めて横展開可能な医療機関を対象に実証さらには実装を推進する。
- 弊社は、本事業で培ったノウハウやネットワークを活用しながら、小樽での取組推進や全国各地での横展開に向けて、以下の活動に取り組む。
  - ① 商業施設と医療機関が連携した住民に対する効果的なヘルスプロモーション実施（LINE作成・運用、イベント企画・運営、インパクト評価等）に関する企画・実施の請負やコンサルティング
  - ② 上記の取組の実施体制構築に向けたコンサルティングやコーディネート 等
- 今回の事業成果は、無関心層等とのタッチポイント確保や、特定健診や検診受診率の向上が課題ととなっている自治体や保険者のヘルスプロモーションにも十分活用できるものと考えており、こうした機関に対しても以下の活動を通じて横展開を推進していきたい。
  - ① 想定ターゲット  
自治体：小樽市及び北海道ヘルスケア産業振興協議会会員の道内自治体、当社が計画策定等で関わりのある道内自治体など  
保険者：協会けんぽ北海道支部（協議会会員）、北洋銀行健康保険組合など
  - ② アプローチ方法
    - ・北海道ヘルスケア産業振興協議会や北海道経済産業局との共催による本事業成果報告イベントの開催
    - ・自治体による効果的なヘルスプロモーションに向けたモデル事業予算を持つ北海道庁への情報提供
    - ・北海道ヘルスケア産業振興協議会との連携により、自治体職員を対象としたヘルスケア関連業務の棚卸と解決方向を検討する勉強会の開催 など

令和 5 年度  
ヘルスケア産業基盤高度化推進事業  
(ヘルスケアビジネス創出推進等事業)  
米国プライマリケアビジネス実態調査  
報告書

令和 4 年 12 月 28 日

ネットパイロティング株式会社

## 目次

|     |                          |    |
|-----|--------------------------|----|
| 1   | 米国プライマリケアビジネス実態調査等 ..... | 3  |
| 1.1 | 事業実施の背景・目的 .....         | 3  |
| 1.2 | 実施事項および前提情報の整理 .....     | 4  |
| 1.3 | 事業の成果 .....              | 10 |
| 1.4 | まとめ .....                | 16 |
| 2   | 参考資料 .....               | 18 |

## 1 米国プライマリケアビジネス実態調査等

### 1.1 事業実施の背景・目的

#### 1.1.1 背景

日米ともに持続可能なヘルスケアの実現が喫緊の課題となっている。この課題に対処すべく米国では、ヘルスケア制度改革と民間企業のビジネスモデル改革が大変活発に起きている。

ここに至るまでの環境変化において重要な契機になっているのは、オバマ大統領（在職期間：2009～2017 年）による医療制度改革であるが、その前からイノベーションの兆しは多く見られていた。

例えば、伝統的な支払い方式である「診療時支払い」（FFS：Fee for Service）に変わる支払い方式として、「包括支払い」（PPS：Prospective Payment System）が登場したのは、1983年であった。この年にメディケア（米国における高齢者および障害者向け公的医療保険制度）パート A（病院への支払い）に PPS が採用され、その後民間医療保険においても、包括支払い方式を採用する保険が増加した。PPS の下では、保険の支払い額と医療支出との差額が医療提供者の報酬になるため、医療支出を抑制するという新たな行動原理をもたらした。その結果、医療保険支払者が医療提供の管理を強化する（医療へのアクセス及び医療給付の内容を制限する）、いわゆる「マネージドケア」が普及していった。また 1970 年代から始まった<sup>1</sup>「人頭払い」

（Capitation, Capitated Payment System）も、1997 年にメディケアに採用され、有効な支払い方式として拡大していった。

1992 年には、メディケアパート B（医師の診療報酬）に段階的に資源準拠相対評価尺度（RBRVS：Resource-Based Relative Value Scale）が導入された。RBRVS では、手技・処置ごとに 3 つの相対値（①医師技術料＜技術提供にかかる時間、技能や身体的な労力など＞、②医師以外の人件費、材料費、間接費用、③医事訴訟保険額）が設定され、それに基づいて支払額が計算される。相対評価点数の見直しや支払額計算のための係数（地域格差係数など）の見直しにより、社会情勢の変化に対応できる柔軟な制度運営が可能となっている。

2006 年には、メディケア支払諮問委員会（MedPAC：Medicare Payment Advisory Committee）の会合で、Elliott Fisher 博士と Glenn Hackbarth 博士が最初に ACO（Accountable Care Organization）モデルのコンセプトを提言した。これは、各地域で行われていた先行的な取り組みをモデルとして取り上げたものであった。ACO とは、患者に対してコーディネートされた高品質のケアを提供するために自主的に集まった医師、病院、その他の医療提供者のグループである。ACO の登場は、ケアの遂行において、コストのマネジメント（マネージドケア）に加え、質の向上（バリューベースドケア）にも焦点が当てられるようになったことを示している。

2010 年の医療制度改革法（ACA：Affordable Care Act）の成立を経て、メディケア・メディケイドサービスセンター（CMS：Centers for Medicare and Medicaid Services、米国保健福祉省傘下の行政機関）は 2011 年に CMS イノベーションセンターを設立。同センターは、2012 年に最初のパブリック（公的）ACO のプログラムである「メディケア共有貯蓄プログラム」（MSSP（Medicare Shared Savings Program））を開始した。以降、多くのパブリック ACO プログラムが開始されている。他方、プライベート（民間）ACO は、民間健康保険者が組織するものであり、保険加入集団の特性に応じてオーダーメイド的に ACO のヘルスケアプロバイダーを組み立てている。このようなパブリックおよびプライベート双方の ACO によるバリューベースドケアのための試みが、多くのイノベーションを生み出している。

以上のように米国では、ACA 成立前からあったイノベーションの種が、ACA 成立後に加速度的に開花しているといえる。しかしながら、米国におけるこのようなイノベーションの実態は、日本ではあまり身近なものではなく、議論されることも少ない。そこで、米国の実態を把握・整理し、その情報を民主化し、広く議論しあうことこそが、今後の日本のヘルスケアの持続可能性において必要不可欠であると考え、当該調査の着想に至った。

図表 1 法制度改革の一例

| 年    | 概要                                                                   |
|------|----------------------------------------------------------------------|
| 1983 | メディケアに「包括支払い」(PPS: Prospective Payment System) が導入される                |
| 1992 | メディケアに資源準拠相対評価尺度 (RBRVS: Resource-Based Relative Value Scale) が導入される |
| 1997 | メディケアに「人頭払い」(Capitation、Capitated Payment System) が導入される             |
| 2006 | メディケア支払諮問委員会で ACO が提言される                                             |
| 2010 | 医療制度改革法 (ACA: Affordable Care Act) の成立                               |
| 2011 | メディケア・メディケイドサービスセンター (CMS) が CMS イノベーションセンターを設立                      |
| 2012 | CMS が「メディケア共有貯蓄プログラム」(MSSP (Medicare Shared Savings Program)) を開始    |

出所：筆者作成

### 1.1.2 目的

米国のプライマリケア領域におけるサービスの実態を調査する。特に、近年プライマリケアサービスへの参入が活発化している小売企業の動向に注目し、小売企業大手が買収したベンチャーが提供する、プライマリケアサービスに焦点をあてる。

## 1.2 実施事項および前提情報の整理

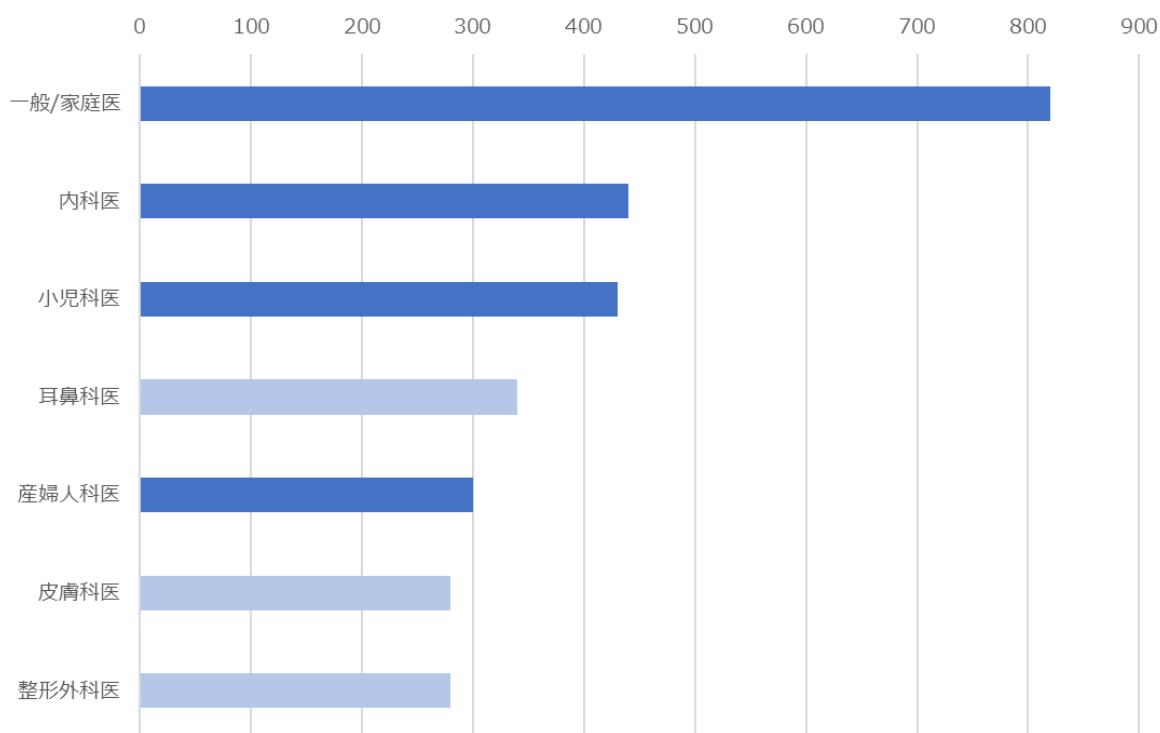
デスクリサーチによる一次・二次資料の調査・整理を行った。さらに必要に応じて実地調査を行った。特にサービスプロセスにおいては、対面やオンライン等の顧客接点情報を収集し、整理・分析を行った。

### 1.2.1 米国におけるプライマリケアの定義

本調査の調査対象であるプライマリケアとは、米国家庭医協会 (AAFP: American Association of Family Physicians) <sup>2)</sup>によると、「個人のヘルスケアに関するニーズの大部分について、医師および医師のヘルスケアチームにより提供される包括的でアクセシブルなヘルスケアサービス」である。また、同協会はプライマリケアの役割として、「患者のヘルスケアへの入り口として」、「患者が必要なあらゆるヘルスケアサービスについて継続的にその中心的な役割を果たし」、「専門医による治療やその他必要なサービスとのコーディネーションを行う」としている。つまり、患者の最初のコンタクトであり、以降継続的にハブとして機能するのがプライマリケアであると言える。

「あらゆるヘルスケアサービス」で中心的な役割を果たすプライマリケアだが、実際に、プライマリケア医が対応している症状は多岐に渡る (図表 2) ことが、調査結果からも明らかである。

図表 2 ICD-10 診断コード数による診療範囲 プライマリケアと特定の医師専門分野



出所： National Ambulatory Medical Care Survey (NAMCS), 2016<sup>3</sup>より作成

また、「あらゆるヘルスケアサービス」には、症状の診断、治療のみならず、予防医療、健康増進、メンタルヘルスの領域も含まれる。定期健康診断を実施し、運動・食生活・睡眠・タバコ・飲酒などの生活習慣についてのカウンセリングを実施しうつ病や不安障害に対するスクリーニングを実施し、メンタルヘルスに対しての介入も行う。

### 1.2.2 プライマリケアのサプライヤー

プライマリケアは医師、および（大部分の州では）ナースプラクティショナーによって提供されている。プライマリケアを提供する医療資格者をプライマリケア医（PCP：Primary Care Physician）と呼ぶが、これは資格名では無い。一般に PCP として認められている専門医資格は以下の通りである。

- ◇ Internal medicine/Internists: 内科医。大人対象。急性・慢性疾患。
- ◇ Family medicine: 家庭医。全年代対象。
- ◇ Pediatricians: 小児科医。21 歳未満対象。
- ◇ Geriatricians: 老人科医。66 歳以上対象。
- ◇ Obstetrician-gynecologists (OB-GYN): 産婦人科医。
- ◇ Osteopathic medicine: オステオパシー医。
- ◇ Nurse practitioner (NP): 実践看護師。州により許可されている業務範囲が異なる。
- ◇ PA (physician's assistant): 医師の監督下で医療行為を行う医療資格者。



上記の中で、実態としては、主に内科医、家庭医、実践看護師により、プライマリケアは担われている。なお、オステオパシー医とは、診療範囲は内科医と似ているがカイロプラクティックなども含めたよりホリスティックなアプローチをおこなう専門家であり、医師免許とは別の資格を有する。カイザー・ファミリー財団によると、プライマリケアに関わる医師数は 2023 年 9 月時点で約 52 万人、米国実践看護師協会（AANP : American Association of Nurse Practitioners）によると、2022 年時点の全米の実践看護師数は約 38.5 万人で、うち 88.0%がプライマリケアの資格を有し、実際に 70.3%がプライマリケアに関わっている。

実践看護師に許可されている医療行為の範囲は州により異なり、大きく 3 つに分類される。

- ✧ フルプラクティス：医師の監督無しに、診察・診断、検査指示、薬の処方等あらゆる医療行為が可能。（一部の州では、医師の監督のもとでの特定年数・内容の経験や追加の研修を要件とする。）フルプラクティス州では独立開業も可能。
- ✧ 限定的プラクティス：医師の監督無しで許可されている医療行為と、医師の監督が必要な医療行為がある。医師が開業している施設内であれば、フルプラクティス同様の医療行為が許可されている州もある。
- ✧ プラクティス制限：全ての医療行為について、医師の監督が必要。経験年数等により、段階的に制限を緩める州もある。

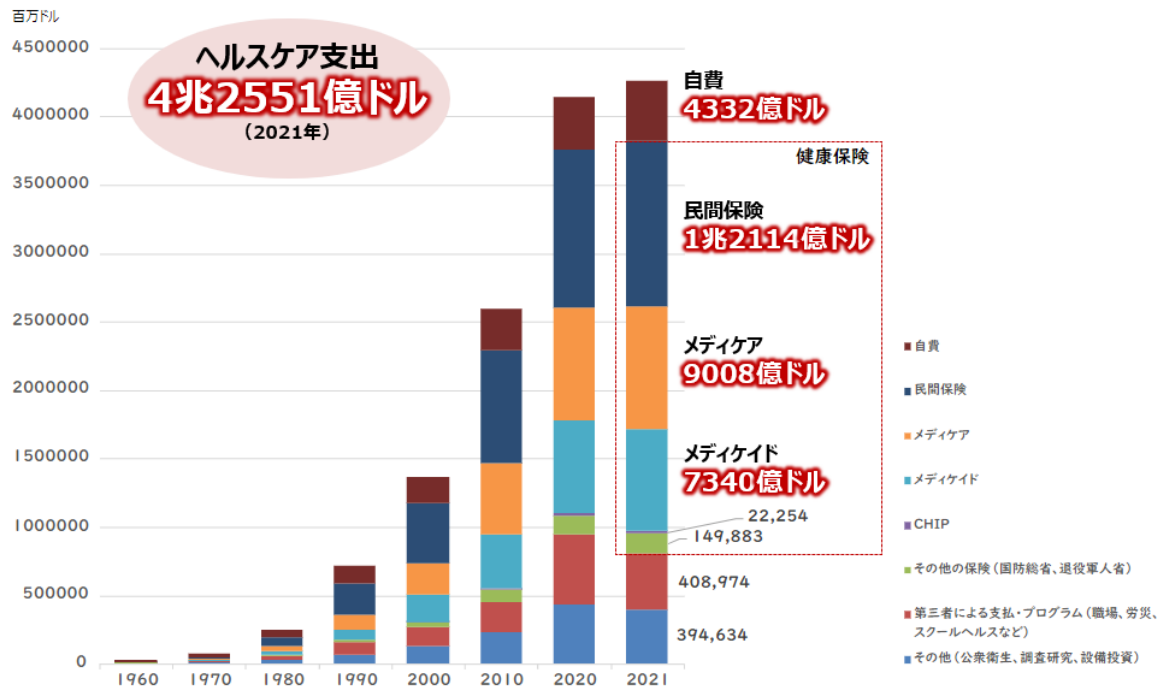
1980 年代、都市部以外での深刻な医師不足に対応するために、実践看護師の権限を拡大する州が増え、1994 年までに 5 つの州でフルプラクティスが許可された。2023 年現在は、33 の州でフルプラクティスが許可されている。

### 1.2.3 キャピテーションとマネージドケア

支払い方式や報酬の評価指標、組織（ネットワーク）などさまざまな面でヘルスケア制度改革や民間企業のビジネスモデル改革が起き、米国ヘルスケア産業をダイナミックに変化させているが、なかでもマネージドケアとバリューベースドケアの普及は、医療費の削減や医療成果の向上に寄与している。マネージドケアとバリューベースドケアの普及にあたっては、公的保険での採用が大きな契機となっている。

米国のヘルスケア支出は 4 兆 2551 億ドル（2021 年）で、そのうち公的保険であるメディケア（高齢者および障害者向け公的医療保険制度）およびメディケイド（低所得者向け公的医療保険制度）は、それぞれ 9008 億ドル、7340 億ドルと、全体の 4 割弱を占める大規模なセクターである。

図表 3 米国ヘルスケア支出



出所：CMS の統計データ<sup>4</sup>より作成

そのため、メディケア・メディケイドで採用された手法が民間セクターに伝播したり、メディケア・メディケイドにおける医療サービスの提供により蓄積された経験が民間セクターでのビジネスの拡大に生かされたりするなど、官民間のシナジーが米国のヘルスケア産業のイノベーションを牽引している。さらに 2011 年に設立された CMS の下部組織である CMS イノベーションセンターがそれを加速する役割を担っている。同センターは、メディケア・メディケイドにおけるイノベーションを推進する目的でさまざまなプログラムを立案、運営しているが、新たなプログラムを創設することで、民間の先行事例を広く市場に伝播させたり、イノベーションの成果を検証したりしている。

1970 年代から始まった「人頭払い」(Capitation、Capitated Payment System) も、1997 年にメディケアに採用されたことで本格的に広まった。支払い方式としてキャピテーションを採用したメディケアアドバンテージは、メディケアから認可された民間医療保険会社が運営するマネージドケア型プランである。マネージドケア自体は 1920 年代から存在し、1970 年代に健康維持組織 (HMOs : Health Maintenance Organizations) の登場で一般化した概念だが、1980 年代後半から 1990 年代前半にかけて医療費の暴走を抑制する効果があるとして普及した<sup>5</sup>。

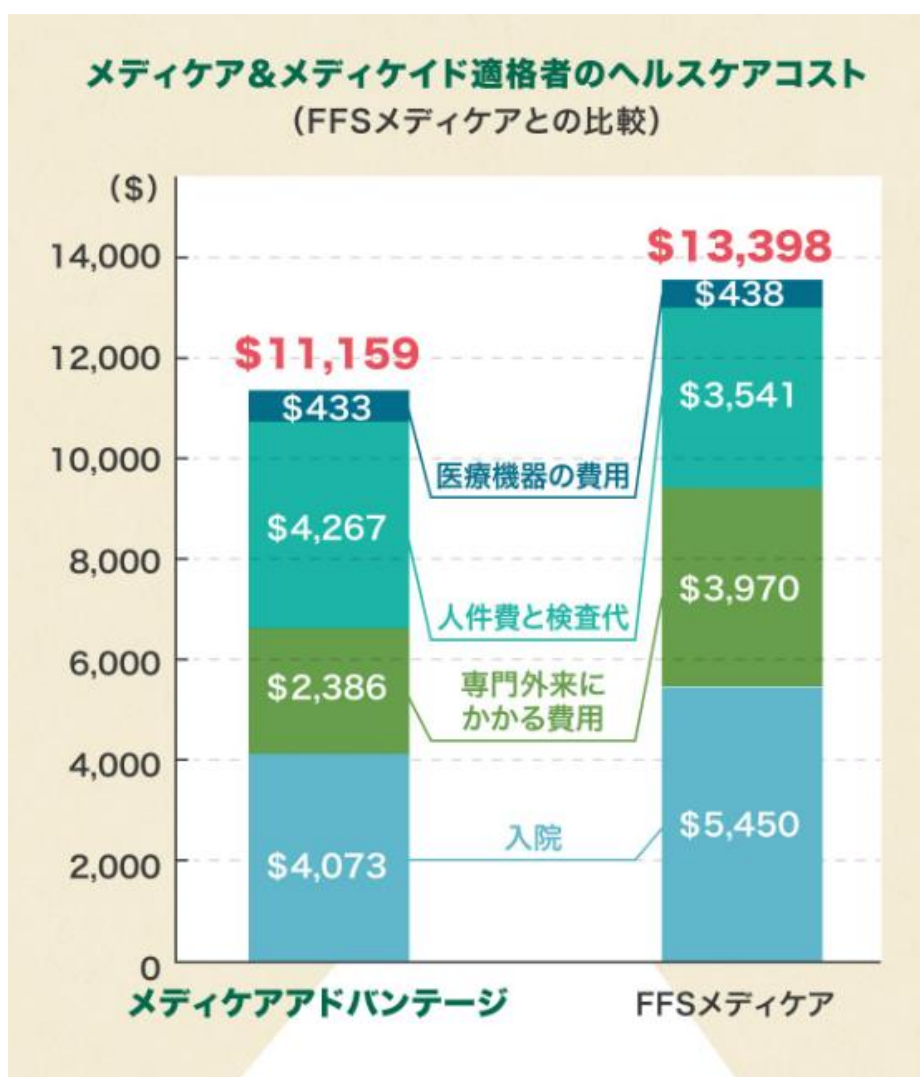
メディケアアドバンテージは、メディケアの中のパート C と呼ばれるものであり、その他にパート A (病院への支払い) およびパート B (医師の診療報酬) (パート A・B はオリジナルメディケアと呼ばれる)、パート D (処方箋薬への支払い) などがある。オリジナルメディケアは伝統的な費用払い出し方式 (Fee for Service : FFS) により運用されているが、メディケアアドバンテージは、メディケアと契約済みの民間の保険会社によってオリジナルメディケアの給付金を提供する。

オリジナルメディケアの FFS における平均医療支出は一人当たり年間 12,000 ドルであり、うちプライマリケアプロバイダーが受け取る割合は 5%程度 (年 600 ドル)、伝統的なプライマリケア

の間接費は 60～70%になるため、利益は 1.5～2%（年 180～240 ドル）となる。そのため、FFS においてプライマリケアプロバイダーが収支を成り立たせるためには、最低 1000 名の患者を受け入れる必要がある<sup>6</sup>。

これに対してキャピテーション方式で運用されているメディケアアドバンテージでは、プライマリケアプロバイダーは一人当たり年間 12,000 ドルのほぼ同額を受け取るため、病院への入院や不要な紹介を減らせば、プロバイダーはその分の粗利を得ることができる。2015 年の調査では、メディケア&メディケイド適格者のヘルスケアコストは、キャピテーションモデル（メディケアアドバンテージ）において FFS モデルよりも 16.7%低く、差額は 2,239 ドルにも上った<sup>7</sup>。

図表4 メディケア&メディケイド適格者のヘルスケアコスト  
（メディケアアドバンテージと FFS メディケアとの比較）



出所：Avalere Health（2018）より作成

以上のように FFS に対してキャピテーションは、医療ネットワークを通じて医療サービスの利用管理とコスト抑制を目指すマネージドケアにおいて、非常に有効な支払い方法として機能している。

#### 1.2.4 バリューベースドケアと ACO

マネージドケアがコスト抑制に焦点をあてるのに対し、医療の品質（医療成果や患者満足度など）により焦点をあてるバリューベースドケア（VBC：価値に基づくケア）が、2000 年代に台頭してきた。2000 年以降も、地方の市場寡占、高度治療の採用や過剰利用、薬剤費の適切なチェックの不足などから国の医療費が上昇し続けたため、民間・政府の双方が支援する VBC プログラムが誕生した<sup>8</sup>。以降、米国の行政および民間企業は、コスト削減だけではなく、医療の品質（医療成果、医療提供者のパフォーマンス、患者体験・満足度など<sup>9</sup>）の向上にも、果敢に挑戦し続けている。

CMS の VBC の取り組みは 2005 年に遡るが、本格的な推進は、2011 年のメディケアメディケイドイノベーションセンター（CMMI：The Center for Medicare and Medicaid Innovation）の設立が契機といえる。2010 年に医療費負担適正化法（ACA：The Patient Protection and Affordable Care Act of 2010）が可決され、ACA は、新しい VBC プログラムを設計およびテストするために、CMMI を設立した。CMMI は 2011 年に Pioneer ACO モデルとして最初の ACO プログラムを開始して以来、革新的プログラムを開発することでメディケア・メディケイドにおけるバリューベースドケアを推進している。

CMMI によって実施されている 50 以上のプログラムのうち、最も大きなプログラムの 1 つはアカウントブルケア組織（ACO：Accountable Care Organization）である<sup>10</sup>。ACO は、①地域や職域を対象に、②医療サービスをネットワーク化して、③医療の質とコストの最適化に目標と責任を持つ。そのため、ネットワーク内の医療提供者に対し、一定の医療品質と患者満足度の基準を満たしながら全体的な支出を削減するよう支援する。IDS（Integrated Delivery System：統合型医療提供システム）などの医療ネットワークが ACO になることができるが、メディケア・メディケイドの分野では、ACO の主体を既存の医療ネットワーク以外にも広げていこうとする動きが見られる。ACO はメディケア・メディケイドの品質向上と費用削減において多くの成果を出しており、米国における医療費削減政策の重要な推進力となっている。

ACO の具体的な機能を見てみたい<sup>11</sup>。まず、ACO が患者にとっての価値とコストを最適化するようなヘルスケアサービスを提供するために、医療サービスのプロバイダーおよび提供サービスをネットワーク化し、統合する調整機すること（ケアコーディネーション）。さらに、ヘルスケアのパフォーマンスが正しく計測・評価・管理され、ネットワーク内外（患者、保険会社、メディケア・メディケイドなど）に共有される（説明責任を果たす）ために、パフォーマンス評価指標を計測・管理するシステムを運用すること（パフォーマンス測定）。最後に、パフォーマンスを上げるためには、対象とする地域や職域の集団における疾病リスクを低減するために、Population Health Management を行う仕組みを構築し、実践することである（集団健康マネジメント）。

2022 年に発表された ACO REACH は、前身のグローバルおよびプロフェッショナル直接契約（GPDC：Global and Professional Direct Contracting）の患者のケア体験の向上という目的に加えて、医療・健康の公平性や医療プロバイダーのガバナンス、参加組織の透明性などを増強したプログラムである。品質（医療品質やケアの顧客満足度など）評価により儲け（節約分分担金）が割引されたり、高いパフォーマンスにボーナスが支払われたりする。後述するオークストリートヘルスは GPDC に参加し高い成果を上げるとともに、ACO REACH にも継続参加している。ワンメディカルは、新規参入プロバイダーとして ACO REACH に参加している。

### 1.3 事業の成果

#### 1.3.1 小売企業のプライマリケア市場への参入

前述（1.2.2）したプライマリケアのサプライヤーの規制緩和に加えて、近年、プロバイダー（プライマリケア提供組織）領域への企業参入も拡大している。このことは、ヘルスケア制度改革とそれに応じた民間企業のビジネスモデル改革によるものといえる（1.1.1 参照）。新たなプレイヤーとして、保険会社による垂直統合やヘルスケアテクノロジーベンチャー、小売企業などがシェアを拡大しており、2030 年までには米国プライマリケア市場の 30%を占めるようになるとも予想される<sup>12</sup>。特に、小売企業は近年、プライマリケアサービスへの参入が活発化しているだけでなく、プライマリケアを提供するベンチャーを買収するなど、この市場でのプレゼンスを増している。そこで、主要な小売企業 4 社がどのようにプライマリケア市場への参入してきたのかを概観してみたい。

#### ■ CVS Health Corporation（CVS ヘルス）

CVS ヘルスは 2006 年に、店舗内ウォークインクリニックチェーンのミニッツクリニックを買収し、アージェントケア市場に参入した。買収当時の 83 拠点から 2023 年時点の 1200 拠点へと、拠点数を順調に拡大している。さらに 2019 年からはプライマリケア拠点としてヘルスハブというクリニック業態を開発し、CVS ファーマシー店舗内に 900 拠点以上（2023 年時点）を設けている。さらに 2023 年には、メディケア領域においてアドバンスドプライマリケアを提供するオークストリートヘルスを 95 億ドルで買収しており、プライマリケア市場でのプレゼンスを確固足るものにしつつある。

#### ■ Walgreen Company（ウォルグリーン）

ヘルスハブがスタートした 2019 年にウォルグリーンは、プライマリケアの全国的大手プロバイダーであるビレッジ MD と業務提携し、プライマリケアサービスのビレッジメディカル<sup>13</sup>の共同出店を開始した。ビレッジメディカルは 2023 年時点で 680 拠点到達している。2022 年にはビレッジ MD の株式保有比率を 53%に引き上げ同社の最大の株主となった。また 2023 年にビレッジ MD は、アージェントケアクリニックおよびプライマリケアクリニックを運営するサミットヘルス（2800 拠点）を買収している。

#### ■ Amazon.com（アマゾン）

アマゾンは 2019 年に法人福利厚生向けのプライマリケアサービスアマゾンケアを開始したが 2022 年末をもってサービスを終了している。しかしながらそれより少し前の 2022 年 7 月には、アドバンスドプライマリケアを提供するワンメディカルを 39 億ドルで買収すると発表しており、プライマリケア事業への関与を継続する姿勢を示していた。2023 年 2 月には買収が完了し、プライム会員向けにサブスクの医療サービス（月額 9 ドルまたは年額 99 ドル）の提供を開始した。2022 年 11 月にはバーチャル診療サービスアマゾンクリニックの提供を一部の州で開始し、2023 年 8 月には全米 50 州に拡大すると発表している。また、2018 年に買収したオンライン薬局ピルパックをベースに、オンライン薬局アマゾン ファーマシーのサービスを 2020 年に開始している。

## ■ Walmart Inc. (ウォルマート)

ウォルマートは 2019 年に医療サービス拠点ウォルマートヘルスを立ち上げ、ヘルスケア分野に進出した。2021 年には遠隔医療プロバイダーの MeMD を買収し、サービス名をウォルマートバーチャルヘルスケアに変更、バーチャル医療サービスに進出した。2022 年にはユナイテッドヘルスグループと 10 年間の契約を締結し、メディケア受益者へのバリューベースの医療サービス提供を開始している。2020 年には保険販売分野に乗り出し、メディケア保険プランを販売するウォルマート保険サービスを設立した。ウォルマートヘルスは、2023 年 12 月現在、アーカンソー州、フロリダ州、ジョージア州、イリノイ州、テキサス州に約 50 のセンターを開設しており、今後はアリゾナ州、ミズーリ州、その他のさまざまな地域に進出し、2024 年末までにセンターの総数を 75 以上に増やす予定である。

### 1.3.2 Oak Street Health (オークストリートヘルス : OSH)

#### 概要とビジネスモデル

2012 年に設立され、瞬く間に投資家の注目を浴びるようになった新興のプライマリケアプロバイダーであるオークストリートヘルス (OSH) は、2023 年に CVS ヘルス に買収され、傘下となった。①メディケア受益者を対象とし、②強化型プライマリケアを提供するイノベーターとして、赤字経営 (2022 年度は 21 億 5,500 万ドルの売上に対して 5 億 1,000 万ドルの赤字) ながらもその収益性が見込まれ、CVS ヘルスによる買収金額は 95 億ドルに上った。

同社は、CMS が 2020 年に開始した ACO モデルである GPDC)モデルに参加し、目覚ましい業績を上げた企業である。2020 年度には 513 の参加事業体のうち、節約率 (16.86%) 第 4 位を獲得し、翌 2021 年度には、53 の参加事業体のうち最高の純節約額、第 2 位の純節約率 (15.47%)、第 3 位の総貯蓄率 (17.78%) を達成した。結果、GPDC によるメディケア節約額は、2021 年度の期間で 7,000 万ドルに上った。

同社の 2022 年時点でのセンターごとの収益構造は図表 5 のとおりである。2022 年時点ではセンターごとの患者数は平均 1301 人 (うちマネージドケア対象患者約 7 割、FFS<Fee For Service>対象患者約 3 割)、PCP (プライマリケア医 : Primary Care Physician) 数平均 3.7 人となっており PCP 一人あたり平均 349 人の患者を受け持っている。センターのキャパシティやサービスモデルはセンターあたりの患者数は 2000~4000 名に設計されており、実際にセンターが成熟すればするほど収益性が改善している。同社のビジネスモデルは、センターの設立が増え、成熟したセンターの割合が一定数に達する段階で黒字化を見込むものとなっている。

図表 5 センターあたり売上高 単位 : 千ドル **エラー! リンクが正しくありません。** 出所 : オークストリートヘルスアニュアルレポートより作成

OSH は、次のようなプライマリケアの課題に対処する。まず PCP が患者一人ひとりに対して十分な時間を持つことができないという点である。FFS では医師が担当する患者数は平均して 2000 人以上であり、相当の負荷となっている。これに対して OSH モデルでは PCP は平均 349 人の患者を担当し、理想的なケアモデルでは、500 名以下を担当する<sup>13</sup>ものと想定している。負荷が大幅に減ることによって一人ひとりの患者により多くの時間を割くことができる。また FFS では、診察室の外ではケアの時間を持たないが、OSH モデルではケアの調整やケアギャップの解消、積極的なケ



アプランの立案にプロバイダーの時間の 1/3 を費やす<sup>14</sup>など、非対面でも患者のケアのための時間を持つ。

次にプライマリケア以上の支援が受けられないことが挙げられる。FFS では健康を左右する社会的要因についてほとんど焦点をあてることがないが、OSH モデルでは行動保健、調剤、在宅支援、健康プログラム、ソーシャルワーカーによる支援などを重視する。例えばソーシャルワーカーは、医療チームと協力して総合的に患者さんを診ている。患者の社会的ニーズを満たすため、状況を確認し、必要なリソースとつなげる役割を果たす。さらに、患者が短い期間で再入院が必要になった場合には根本原因解析を行う必要があるなど、重症化予防のために患者のモニタリング責任の一端を担う。

最後に、テクノロジーの活用範囲が限定的・断片的であるという点である。FFS では請求と記録管理に重点を置いた限定的な電子医療記録を使用するが、OSH では、ケアモデル運営に最適化された独自技術のプラットフォーム Canopy を利用している。スタッフは Canopy を 1 日あたり 4 時間使用している<sup>15</sup>。

### サービスプロセス

次に、同社のサービスプロセスについて、顧客接点のやり取りを整理してみたい。以下は、患者が OSH を訪問し、どのような説明を受け、どのような流れでサービスを受けるのかについて構造化したものである。

患者担当マネージャーやソーシャルワーカーは OSH のゴールと役割をきちんと理解し、説明できていること、PCP の診療以外の時間を、これらのメンバーが対応し、PCP の時間を効率化すると同時に顧客体験を向上させていることが、特筆すべき点である。

#### ■ 入会時（初回受診）

初めての患者に対して、まずは患者担当マネージャーが対応する。対応の流れや患者に対する説明事項は以下のとおりである。

##### シーン 1：患者対応マネージャーによる対応

◇ 以下の説明を実施

- OSH のゴール：コミュニティに貢献すること
- OSH のサービス
  - ◇ 施設の機能：コミュニティルーム、検査室など
  - ◇ 車椅子対応カーでの送迎サービス
  - ◇ 24 時間 365 日対応の電話サービス
  - ◇ 予約時間の設定（待ち時間なし）、滞在間の短縮（1～1.5 時間程度）
  - ◇ 入院時・退院時のフォロー
  - ◇ コミュニティルームでのアクティビティ
  - ◇ AARP（アメリカ退職者協会）の提携（会員は AARP のベネフィットを享受できる）
  - ◇ 患者対応マネージャーの役割：保険契約に対する患者サポート
  - ◇ ソーシャルワーカーの役割：在宅医療のサポート、引越の相談、カウンセラーの紹介など

➤ サービスの流れ

- ◇ 初回訪問：OSH の理解を深めていただくための説明&質疑応答 → 医療チームとの面会 → バイタルのチェック&既存健康履歴の確認
- ◇ 2回目：検査
- ◇ 3回目：検査結果の確認とそれに基づいたケア計画の提案
- ◇ 4回目以降：計画に沿った受診

◇ 質疑応答

シーン2：医療チーム（PCP）による対応

◇ 問診

■ 入会時（2回目の受診）

初回の説明で OSH への入会を希望する場合、2回目の訪問をする。

シーン1：患者対応マネージャーによる対応

- ◇ PCP の変更手続き（保険会社への架電と変更依頼）と完了 → OSH への加入 ※PCP は特定の人物が代表として登録される。OSH の（いずれかの）医師が PCP となる。

◇ 質疑応答

シーン2：医療チーム（医療アシスタント）による対応

◇ 検査

◇ 問診

シーン3：フロントデスクによる対応

- ◇ 本日の診断記録の確認
- ◇ 次回予約の取得 ※20 分刻みで予約可能

■ 入会時（3回目の受診）

検査結果の確認

シーン1：患者対応マネージャーによる対応

- ◇ 担当変更の説明（前回担当の患者対応マネージャーが新クリニックへ異動したため）
- ◇ 検査結果の書面提示

シーン2：医療チームによる対応

- ◇ 検査結果に問題がないためなし

シーン3：受付スタッフによる対応

- ◇ 次回予約の取得・送迎サービス利用希望の確認

■ 体の不調時の受診

膝の痛みについて PCP との面会

シーン1：医療チーム（PCP）による対応

- ◇ 症状や生活習慣、運動状況の口頭確認
- ◇ 膝の診察
- ◇ 膝のストレッチの実演

◇ 予防接種状況の口頭確認 → 記録データの確認

◇ 予防接種の希望確認

#### シーン 2：医療チーム（看護師）による対応

◇ 予防接種の実施

### ■ 誤請求の相談

エージェントケア受診後、SMS で請求を受領したため、OSH に相談。

#### シーン 1：患者担当マネージャーによる対応

◇ 患者の代理としてエージェントケアクリニックへの架電

➤ エージェントケアクリニックが正しい保険情報を保有しているか確認

➤ エージェントケアクリニックに対して患者の保険プランを説明

#### シーン 2：エージェントケアクリニックによる対応

◇ 保険情報の再確認 ※保険情報を保有しているはずだが誤請求が起きる原因について詳細についてはち

◇ 請求有無の確認

### 1.3.3 One Medical（ワンメディカル）

#### 概要とビジネスモデル

2007 年にハーバード卒内科医の Tom Lee がサンフランシスコに設立したクリニックが始まりであるワンメディカルは、2023 年に 39 億ドルでアマゾンに買収された。Lee 氏は、年会費ベースで、デジタルヘルスケアサービスに 24 時間 365 日アクセスできるようになる会員サービスモデルを構築した。設立初期は消費者に向けて個人会員の勧誘をしたが、それではスケール化が難しいと判断し、個人会員も受けつつ、企業顧客にターゲットをシフトしている。

このモデルは、（1）患者は医療へのアクセスが制限されている、（2）雇用主にとって従業員の健康を支援するような魅力的で手ごろな福利厚生プランがない、（3）プロバイダーは管理の煩雑さや業務過多が見られる、（4）医療ネットワークはケアサービスの調整に手こずっている、といったヘルスケアサービスの課題に対して解決策を提示するものであった。

創業時から投資ラウンド等での資金調達を行い、2018 年にはプライベートエクイティ企業のカーライルグループから 3.5 億ドルを調達した。2020 年にはナスダックに上場し、2.45 億円を調達、2021 年にはメディケア受給者を対象としたバリューベースド・プライマリケアサービスを提供するアイオラヘルスを買収した。

ヘルスケアサービスを「競合」ではなく「パートナー」と位置付け、プラットフォーム統合に投資。スペシャリストや他のサービスとの連携を容易にした。また、データサイエンティストを雇用し、データからの様々なインサイトを得ると同時に、会員にパーソナライズされたサービスを提供し、雇用主にも情報提供する。2019 年の特定日で見ると、プラットフォーム上で会員に対して提供されたアクションアイテム（予防医療につながる行動提案）は 130 万件に上り、そのうち 69%が完了されていた<sup>16</sup>。管理業務・プロセスマネジメントのための必要なソフトウェアも自前で開発している。

現在は全米に 125 以上の施設を有し、会員数 79 万 6000 人、契約法人数は 8500 以上に上る。

## サービスプロセス

従業員教育が行き届いており、会員では無い、予約なしの来訪者による質問への回答も非常に丁寧かつ正確である。訪問したバージニア州のクリニックでは、会員サービスの内容、費用についての詳細情報はもちろん、強みである「当日予約」、「全拠点利用可能」、「院内検査」について、特に丁寧な説明があった。

以下は、患者がワンメディカルを訪問し、どのような説明を受け、どのような流れでサービスを受けるのかについて構造化したものである。

### ■ 問い合わせ時

ウォークインの患者に対する受付の対応は以下のとおりである。

#### シーン1：受付による対応

◇ 以下の説明を実施

- 会員制サービス（会員制アプリで利用できる機能など）の説明
- サービスの利点の説明
  - ・ 当日予約可能
  - ・ 全国どこでも受診可能
  - ・ クリニック内に検査機能を保有
  - ・ ウェルネス指導が可能
- 新規登録キャンペーンの紹介 → Web サイトへ誘導
- 質疑応答

### ■ 会員登録後

会員になった後の受診経験は以下のとおりである。

#### シーン1：アプリ登録

- ◇ オンラインで会員登録、登録メールの指示に従いアプリダウンロード
- ◇ アプリ上で「疲れやすい」という受診理由を入れると居住地近郊のワンメディカルクリニックにて予約可能な医師・ナースプラクティショナーのリストが表示（当日、翌日予約可能な枠も複数）

#### シーン2：受診

- ◇ 受診当日、受付で聞かれたのは名前と生年月日のみ
- ◇ 担当医師が受付に出迎え、受診
- ◇ 血液検査をすることになり待合室で待機中に、アプリ上に担当医師から受診結果に関するメッセージ表示
- ◇ 血液検査の結果は翌朝アプリ上に表示

### 1.3.4 事例総括

以上 2 社はそれぞれ異なるドメインにおいて異なるアプローチでバリューベースドケアを推進している。両社とも 2023 年から始まった ACO REACH に参加しており、今後の動向を注視したい。

図表6 オークストリートヘルスとワンメディカルの比較

|               | オークストリートヘルス         | ワンメディカル                |
|---------------|---------------------|------------------------|
| 創業            | 2012 年              | 2007 年                 |
| グループ          | CVS ヘルス (2023 年～)   | アマゾン (2023 年～)         |
| サービスドメイン      | メディケア受益者に対するプライマリケア | 法人 (+個人) に対するデジタルヘルスケア |
| 収益モデル         | キャピテーション            | 会費                     |
| バリューベースドケアの手段 | チームによる役割分担          | IT                     |

出所：筆者作成

#### 1.4 まとめ

米国では、ヘルスケア制度改革と民間企業のビジネスモデル改革が、有機的に作用し合いながら、スパイラルに進行している。民間企業の成功事例が政策に取り込まれ CMS (CMMI) のモデルとして提供され、これらのモデルに参加することで民間企業がさらなる経験値を積んでいくというプロセスが、特に ACA 成立以降、早いペースで進んでいる。

特に、医療の質の向上を推進するバリューベースドケアにおいて重要な役割を担うアカウントプルケア組織 (ACO) では、新たなビジネスモデルやサービスモデルを推進する企業が成功を収めているケースが散見される。本プロジェクトでは、そのうちの一部企業を概観した。

成功している (=市場評価が高い) これらの企業では、「患者のヘルスケアに対するエンパワーメント」が進んでおり、それは、①医療アクセスの改善、②接客品質の向上により、推進されていた。

##### ①医療アクセスの改善

例えばオークストリートヘルス (OSH) では、チーム医療によって患者の医療アクセスを大きく改善していた。患者担当マネージャーやソーシャルワーカーなどが医療サービスを提供するチームの一員となり、患者に対する説明や情報収集、質疑応答を行い<sup>17</sup>、適切な専門家につなげたり、プライマリケア医 (PCP) の診療時間を効率化・短縮したりする。また、施設内イベントの開催、コミュニケーションルームの設置、送迎サービスの提供、患者担当マネージャーの設置などにより施設へのアクセスを容易にしている。

ワンメディカルでは、アプリが PCP による診療の前後のタッチポイントとなることで、医療アクセスを向上させていた。

##### ②接客品質の向上

次に OSH では、患者担当マネージャーや PCP にいつでもアクセスできるように 24 時間 365 日対応の電話サービスを設けたり、必要であれば電話でフォローしたりすることで、患者による自身のヘルスケアへのコミットを高めていた。施設へアクセスする心理的・物理的な障害を下げることも、患者の関与を高めている。ワンメディカルでは、アプリがデータ解析に基づいたパーソナルなアクションアイテム (予防医療につながる行動) を提案し、患者はそれを選択することで自身のヘルスケアを推進していくという仕組みになっている。

接客品質が高いことも挙げられる。OSH では、「彼らが患者に対して何をしてくれるのか」ということを患者担当マネージャーが繰り返し説明していた。OSH のゴールと医療チームのメ

ンバーの役割をきちんと理解し説明することができていた<sup>18</sup>。社歴が浅いメンバーでも同様であった。ワンメディカルでも、受付の情報提供は丁寧かつ正確であった。

プライマリケアサービスを提供する ACO であるこれらの企業では、医療アクセスを改善し、患者のコミットを高め、接客品質を上げることで、患者へのエンパワーメント⇨患者にヘルスケアのコントロール権限を委譲している。それがひいては医療品質と顧客満足を高める（＝バリューベースドケアの成果が上がる）ので、企業収益にもつながっていくという制度・体制が構築されている。この 2 社でもエンパワーメントのアプローチが大きく異なるように、手法は各社さまざまである。そこにイノベーションの余地が大きくあり、それを推進する CMMI などの制度的枠組みが存在する。

本プロジェクトを通じて、プライマリケアや ACO に携わる企業のビジネスモデルやサービスモデルの構造を整理していくこと、各モデルを成り立たせている要素を整理することで、ヘルスケアサービスにおいてイノベーションを起こすためのヒントが得られることが示唆された。

各企業は多様なビジネスあるいはサービスモデルを形成しているため、その事例を蓄積していくことで、バリエーションを生み出す要因を分析することができるだろう。しかしながら、制度等ビジネス環境の違いにより、米国プライマリケアのイノベーションの成果をそのまま日本のヘルスケア産業に適用することは難しい（例えば、医療機関に対して、診療成果を上げたり、医療費を削減したりすることへのインセンティブを提供すること、患者集団ごとの医療費の統計値や目標値を算出することなど）が、部分的な適用や日本におけるイノベーションのヒントとすることは可能といえる。実際に、看護師が顧客対応の多くの部分を担い、前裁きをすることで、医師の診察時間の短縮につながるという試みも行われている<sup>19</sup>。これは OSH のチーム医療の成果と通じるものがある。IT（ユーザーアプリ）による顧客接点の効率化も、参考にできる部分が多い。

米国プライマリケアの動向観察は、日本のヘルスケア産業にとって非常に重要な情報を提供するといえよう。これらの情報が、日本のヘルスケア産業における持続可能性の改善に少しでも寄与することを期待したい。



## 2 参考資料

### <調査情報>

OSH の患者担当マネージャーやソーシャルワーカーは、OSH のゴールと役割、施設内外のフォロー体制、入院後のケア、医療チームによるモニタリングなどを、きちんと説明することができていた。以下にその全文を掲載する。

#### ■ 患者担当マネージャー

「私たちのゴールは、こちらのコミュニティに貢献することです。プライマリケア提供施設であるだけでなく、コミュニティルームを設置しているのはそのためです。今日は PCP にも会って頂きます。検査室もあるので、血液検査もできますし、心電図もできます。24 時間対応の電話サービスもありますから、ER に行くような状態ではないが、相談したいことがあれば、いつでも電話して頂けます。医師や NP が交代で電話対応をしています。病院に行くように、或いは後日クリニックに来るように指示をする場合もあります。その後、こちらから電話をかけて、しっかりフォローします。例えば、私たちの患者が入院した場合も、保険会社から通知がありますので、こちらから患者に連絡をします。退院後は、クリニックに来てもらい、病院からの書類とご本人の状態を確認し、専門医への継続受診が必要であれば、それがきちんとなされているかもチェックし続けます。」

#### ■ ソーシャルワーカー

「会員になると、医療スタッフがあなたの健康状態をモニタリングし始めます。会員になった時点で過去の病歴情報を取り寄せますから、その内容によって、必要な検査をして、状態が安定しているのか悪化しているのかを見極めます。糖尿病、高血圧、脳血管障害、腎臓病、末梢神経障害、神経障害、精神病など、様々な病気を抱えた患者さんがいます。薬の処方が適切か、処方された薬をきちんと服用しているか、副作用が無いかどうかも確認します。そこからは定期的な管理により、患者さんの症状が悪化しないように、入院する必要が生じないようにモニタリングするのです。私たちはこれを「ウェルケア」と呼んでいます。患者さんが、最善の状態で生活できること、必要な社会的、金銭的サポートが受けられていること、きちんと食事が摂れていること。私たちは、それらを確認し、モニタリングし、患者さんが精神的にも身体的にも安定して生活できるようにサポートします。」

また、チームおよびメンバーの役割に対する理解が深く、必要に応じて他メンバーに患者をつなげることができていた。ソーシャルワーカーは、医療ニーズと社会的ニーズの双方をチームでカバーしている点を次のように紹介している。

#### ■ ソーシャルワーカー

「私のオークストリートヘルスでの役割として、医師、NP、MA といった医療スタッフと協力して患者さんを総合的に診るということをしています。医療スタッフは医療ニーズという側面から、私は社会的ニーズという側面から患者さんを診ているのです。例えば重い病気になった時、「なぜ自分なんだろう」「自分は何も悪いことをしていないのに」といった感情から非常に不安定になる患者さんがいます。そんな時、医療スタッフから、「この患者さんはいつもと様子が違う」という報告があがってきます。私の出番です。話を聞いて、状況を確認し、必要なリソースと繋ぎます。患者さんが最適なりソースを活用して、健康的な生活を送れるようなサポートを提供する、それが私の役割です。」

また、社会的ニーズを担当するチームメンバーとして、コミュニティヘルスワーカー（CHW）を

紹介している。ソーシャルワーカーと CHW の 2 名が連携して活動することを患者に説明し、名刺を渡している。

#### ■ ソーシャルワーカー

「例えば、患者さんが入院、そして退院して自宅で使っている歩行器に不具合があると連絡をくれたとします。そのような場合、CHW が患者さんのご自宅を訪問します。状況によっては、患者さんのご自宅からオンラインで私に繋いで、CHW が歩行器を見せながら問題の箇所を説明してくれます。同じく、退院後、中村さんが訪問介護を受けているとします。でも、訪問介護士に、問題があったとします。例えば、いつも遅刻をする、など。CHW が、訪問介護の約束時間に患者さんの自宅を訪問します。そして、介護士が時間通りに来ないことを確認し、改善を求めるのです。このように、患者さんの味方として、二人で活動します。」

#### <参考文献>

- AAFP (米国家庭医協会) . <https://www.aafp.org/about/policies/all/primary-care.html> (2023/12/1 参照)
- Avalere Health. [https://bettermedicarealliance.org/wp-content/uploads/2020/03/BMA\\_Avalere\\_MA\\_vs\\_FFS\\_Medicare\\_Report\\_0.pdf](https://bettermedicarealliance.org/wp-content/uploads/2020/03/BMA_Avalere_MA_vs_FFS_Medicare_Report_0.pdf) (2023/12/1 参照)
- Bain & Company. <https://www.bain.com/insights/primary-care-2030/> (2023/12/12 参照)
- CMS. <https://www.cms.gov/priorities/innovation/key-concepts/accountable-care-and-accountable-care-organizations> (2023/12/1 参照)
- CMS.gov. <https://www.cms.gov/data-research/statistics-trends-and-reports/national-health-expenditure-data/historical> (2023/12/12 参照)
- ICD-10 <https://www.graham-center.org/content/dam/rgc/documents/publications-reports/reports/PrimaryCareChartbook2021.pdf>
- M&A Online.  
[https://maonline.jp/articles/what\\_kind\\_of\\_company\\_is\\_onemedical\\_acquired\\_by\\_amazon220725](https://maonline.jp/articles/what_kind_of_company_is_onemedical_acquired_by_amazon220725)  
(2023/12/18 参照)
- Medical Economics. <https://www.medicaleconomics.com/view/capitation-payment-model-has-potential-to-rein-in-costs-while-improving-outcomes> (2023/12/15 参照)
- National Council on Disability. <https://www.ncd.gov/policy/appendix-b-brief-history-managed-care>  
(2023/12/15 参照)
- National Center for Health Statistics.  
[https://www.cdc.gov/nchs/ahcd/datasets\\_documentation\\_related.htm](https://www.cdc.gov/nchs/ahcd/datasets_documentation_related.htm) (2023/12/24 参照)
- オークストリートヘルスアニュアルレポート各年
- Oak Street Health Presentation. [http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc\\_presentations/2022/06/final/OSH\\_WilliamBlairConf\\_Presentation\\_Final.pdf](http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc_presentations/2022/06/final/OSH_WilliamBlairConf_Presentation_Final.pdf) (2023/12/1 参照)
- Oak Street Health Presentation. [http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc\\_presentations/2022/06/final/OSH\\_WilliamBlairConf\\_Presentation\\_Final.pdf](http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc_presentations/2022/06/final/OSH_WilliamBlairConf_Presentation_Final.pdf) (2023/12/1 参照)
- Oak Street Health Presentation. [http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc\\_presentations/2022/06/final/OSH\\_WilliamBlairConf\\_Presentation\\_Final.pdf](http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc_presentations/2022/06/final/OSH_WilliamBlairConf_Presentation_Final.pdf)

tion\_Final.pdf (2023/12/1 参照)

Peal Health. <https://pearlhealth.com/blog/healthcare-insights/history-of-value-based-care/> (2023/12/15 参照)

Seeking Alpha. <https://seekingalpha.com/article/4476532-oakstreethealth-osh-long-term-economics-potential-multibagger>

損保ジャパン日本興亜総研レポート. <https://www.sompo-ri.co.jp/wp-content/themes/sompori/assets/pdf/qt66-2.pdf> (2023/12/1 参照)

以上

---

<sup>1</sup> Medical Economics. <https://www.medicaleconomics.com/view/capitation-payment-model-has-potential-to-rein-in-costs-while-improving-outcomes> (2023/12/15 参照)

<sup>2</sup> AAFP (米国家家庭医協会). <https://www.aafp.org/about/policies/all/primary-care.html> (2023/12/1 参照)

<sup>3</sup> National Center for Health Statistics. [https://www.cdc.gov/nchs/ahcd/datasets\\_documentation\\_related.htm](https://www.cdc.gov/nchs/ahcd/datasets_documentation_related.htm) (2023/12/24 参照)

<sup>4</sup> CMS.gov. <https://www.cms.gov/data-research/statistics-trends-and-reports/national-health-expenditure-data/historical> (2023/12/12 参照)

<sup>5</sup> National Council on Disability. <https://www.ncd.gov/policy/appendix-b-brief-history-managed-care> (2023/12/15 参照)

<sup>6</sup> Seeking Alpha. <https://seekingalpha.com/article/4476532-oak-street-health-osh-long-term-economics-potential-multibagger>

<sup>7</sup> Avalere Health. [https://bettermedicarealliance.org/wp-content/uploads/2020/03/BMA\\_Avalere\\_MA\\_vs\\_FFS\\_Medicare\\_Report\\_0.pdf](https://bettermedicarealliance.org/wp-content/uploads/2020/03/BMA_Avalere_MA_vs_FFS_Medicare_Report_0.pdf) (2023/12/1 参照)

<sup>8</sup> Peal Health. <https://pearlhealth.com/blog/healthcare-insights/history-of-value-based-care/> (2023/12/15 参照)

<sup>9</sup> CMS. <https://www.cms.gov/priorities/innovation/key-concepts/accountable-care-and-accountable-care-organizations> (2023/12/1 参照)

<sup>10</sup> ACO のコンセプトは、2006 年のメディケア支払諮問委員会 (MedPAC) の会合で最初に提言され、翌 2007 年に発表された論文において概念が広められたとされる。そして 2010 年には、各地域で先行的な取り組みが行われたことが実績となって、ACA (The Patient Protection and Affordable Care Act of 2010) に導入された。

<sup>11</sup> 損保ジャパン日本興亜総研レポート. <https://www.sompo-ri.co.jp/wp-content/themes/sompori/assets/pdf/qt66-2.pdf> (2023/12/1 参照)

<sup>12</sup> Bain & Company. <https://www.bain.com/insights/primary-care-2030/> (2023/12/12 参照)

<sup>13</sup> Oak Street Health Presentation. [http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc\\_presentations/2022/06/final/OSH\\_WilliamBlairConf\\_Presentation\\_Final.pdf](http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc_presentations/2022/06/final/OSH_WilliamBlairConf_Presentation_Final.pdf) (2023/12/1 参照)

<sup>14</sup> Oak Street Health Presentation. [http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc\\_presentations/2022/06/final/OSH\\_WilliamBlairConf\\_Presentation\\_Final.pdf](http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc_presentations/2022/06/final/OSH_WilliamBlairConf_Presentation_Final.pdf) (2023/12/1 参照)

<sup>15</sup> Oak Street Health Presentation. [http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc\\_presentations/2022/06/final/OSH\\_WilliamBlairConf\\_Presentation\\_Final.pdf](http://q4live.s25.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/801682165/files/doc_presentations/2022/06/final/OSH_WilliamBlairConf_Presentation_Final.pdf) (2023/12/1 参照)

<sup>16</sup> M&A Online. [https://maonline.jp/articles/what\\_kind\\_of\\_company\\_is\\_onemedical\\_acquired\\_by\\_amazon220725](https://maonline.jp/articles/what_kind_of_company_is_onemedical_acquired_by_amazon220725)

---

(2023/12/18 参照)

<sup>17</sup> 患者担当マネージャーやソーシャルワーカーは、OSH のゴールと役割、施設内外のフォロー体制、入院後のケア、医療チームによるモニタリングなどを、きちんと説明することができていた。例え入社後間もなくとも同様であった。

<sup>18</sup> チームおよびメンバーの役割を理解し、必要に応じて他メンバーに患者をつなげることができていた。

<sup>19</sup> おおこうち内科クリニックの事例。 <https://www.tv-tokyo.co.jp/plus/business/entry/202310/14026.html> (2023/12/27 参照)。

# ガイドライン策定に係るヒアリング報告書

2024 年 1 月 31 日 西川株式会社

Sleep Innovation Platform®(以下「SIP」という。) が策定した、睡眠サービスの品質チェック基準ガイドラインの初案に対して、6 名の有識者によるヒアリングを行ったため以下に報告する。本ヒアリングを受けて、2024 年 2 月末までのガイドライン初版完成を目指す。

| 確認(ヒアリング)対象物                  |                                                                                                            |                                                                                                                               |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 対象                            | 睡眠サービスの品質チェック基準ガイドライン初案<br>※別添:『WG1 ガイドライン案～第 12 回(2024 年 1 月 11 日)までの内容～』                                 |                                                                                                                               |
| 対象概要                          | 睡眠ソリューション関連事業者について、消費者の睡眠の質の向上その他消費者の利益に資するために、一定の科学的根拠をもって、それらの安全性、機能性その他の性能評価を行い、またそれらの適正な表示・広告等を行うための指針 |                                                                                                                               |
| 確認(ヒアリング)対象者                  |                                                                                                            |                                                                                                                               |
| 1                             | ハーバード大学医学部客員教授、ソルボンヌ大学医学部客員教授、奈良県立医科大学医学部客員教授、信州大学特任教授、事業構想大学院大学理事・教授<br>医学博士 根来 秀行 氏                      |                                                                                                                               |
| 2                             | 東京医科大学精神医学分野兼任准教授<br>医師・医学博士 志村哲祥 氏                                                                        |                                                                                                                               |
| 3                             | スタンフォード大学医学部精神科教授<br>スタンフォード大学睡眠生体リズム研究所(SCNL)所長<br>医学博士 医師 精神科医睡眠専門医 西野 精治 氏                              |                                                                                                                               |
| 4                             | 筑波大学国際統合睡眠医科学研究機構(WPI-IIIS)<br>機構長・教授 柳沢 正史 氏                                                              |                                                                                                                               |
| 5                             | 筑波大学国際統合睡眠医科学研究機構(WPI-IIIS)<br>教授 徳山 薫平 氏                                                                  |                                                                                                                               |
| 6                             | 筑波大学国際統合睡眠医科学研究機構(WPI-IIIS)<br>研究員 鈴木 陽子 氏                                                                 |                                                                                                                               |
| 確認(ヒアリング)結果 <1:根来氏> ※第 4 章を確認 |                                                                                                            |                                                                                                                               |
| 1                             | コメント                                                                                                       | <第 4 章><br>一般的な内容で、特に問題点はないと思われる。他の章とのバランスで、研究をより深く行う場合、Institutional Review Board(IRB)や constant routine などについてさらに記載追加するとよい。 |
|                               | 対応                                                                                                         | 第 4 章第 1 節第 1 項「基本的な考え方」の冒頭に「倫理審査委員会(IRB)で                                                                                    |

|                                             |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             |      | の研究概要、試験概要の登録とその承認が必要である旨」を追加する。                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2                                           | コメント | <全体><br>日本語的、専門的に多少調整してもよいかもしれない点は散見されましたが、この章に限っていえば特に修正しなくてよいと思われます。                                                                                                                                                                                                           |
|                                             | 対応   | 以下志村氏、柳沢氏の校正内容を反映する。                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 確認(ヒアリング)結果 <2:志村氏> ※コメントに対する各対応は柳沢氏と検討を行った |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 1                                           | コメント | <第2章第1節第1項「睡眠ソリューション」><br>「アルコールを含有する飲料」を睡眠ソリューションの対象外としているが、果汁や果実には微量のエタノールが含まれる。また、サブリとして使う場合に溶媒として少量含まれてしまう場合もあります。そのため、「酒類」と規定するか、あるいは「0.X%以上のエタノールを含有する飲料」等と具体的に閾値を設定した方がいいのではないかと。(現実的には0.15%?)<br>参考:オレンジジュースは0.1%アルコール <sup>1</sup> 、果実は平均0.15% 熟成が進むと高まる <sup>2</sup> 。 |
|                                             | 対応   | 「アルコールを含有する飲料」という表現を「アルコール飲料 <sup>3</sup> 」に変更する。                                                                                                                                                                                                                                |
| 2                                           | コメント | <第2章第1節第2項「SIP 準拠睡眠ソリューション」><br>「不眠症などの疾病の診断を受けていない人」を本ガイドラインの対象から外すとしているが、「不眠症等の疾病」だと範囲が不明確なので、「不眠症等の睡眠障害」に変更するのはどうか?                                                                                                                                                           |
|                                             | 対応   | 「不眠症などの睡眠障害」に変更する。                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 3                                           | コメント | <第4章第2節第1項第3目「特別に考慮すべき点」><br>「PSG」という表現が使われているが、侵襲・拘束のない1ch脳波計だけを使用した終夜脳波測定も「PSG」と形容する場合があるため、「フル PSG」と明記したほうがよい。                                                                                                                                                                |
|                                             | 対応   | 本目における「PSG」の表記を削除する。                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 4                                           | コメント | <第4章第2節第2項第2目「被験者の選択」><br>日中の習慣的なカフェインも睡眠に強い影響を及ぼす薬剤なので言及すべき。例:「毎日400mg以上のカフェインを習慣的に摂取する者」など                                                                                                                                                                                     |
|                                             | 対応   | 睡眠に影響を及ぼす可能性のある生活習慣例として「カフェイン」を追加する。                                                                                                                                                                                                                                             |
| 5                                           | コメント | <第4章第2節第2項第2目「被験者の選択」>                                                                                                                                                                                                                                                           |

<sup>1</sup> [https://www.customs.go.jp/ccl\\_search/info\\_search/foodstuffs/r\\_61\\_06\\_j.pdf](https://www.customs.go.jp/ccl_search/info_search/foodstuffs/r_61_06_j.pdf)

<sup>2</sup> [https://www.jstage.jst.go.jp/article/shokueishi1960/33/6/33\\_6\\_619/\\_pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/shokueishi1960/33/6/33_6_619/_pdf)

<sup>3</sup> 酒税法でいう「酒類」に当たるもので、同法の「アルコール分1度以上の飲料をいう」の定義に該当するもの



|   |      |                                                                                                                                                                                                                       |
|---|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |      | 「アルコールを週に 3 回以上、日本酒換算で 1 合(ビール:中瓶 1 本、ウイスキー:ダブル 1 杯、焼酎:0.6 合)以上を習慣的に飲む者」に関する言及を、<br>「試験研究期間中および試験研究期間前一定期間においてその摂取制限ができない場合」などの但し書を追加するのはいかがでしょうか？<br>(たばこ/カフェインも同様)                                                  |
|   | 対応   | (柳沢氏コメント)<br>習慣化されている者は、試験期間前、中限定的に摂取量を限定することで、禁断症状などが生じ、逆に睡眠評価に影響を及ぼす可能性がある。そのため、本目の内容(書き方)を全体的に変更することが好ましい。<br>(対応)<br>考慮すべき事項をその程度や制限期間まで具体的に言及するのではなく、「睡眠に影響を与える可能性がある生活習慣や、属性例」として羅列し、試験の目的に応じて適宜考慮が必要である旨を紹介する。 |
| 6 | コメント | <第 5 章第 4 節「推奨可能な表示例」><br>表示項目「R の TST 中%」の表示例を「睡眠の質が高まった(REM 睡眠が増加した)」としているが、REM 睡眠の増加=睡眠の質 UP、というコンセンサスはないと考える。むしろストレス環境下や REM 睡眠が増加してしまう睡眠障害で REM が増加することもあるため、これは表示例としては不適當ではないか。                                 |
|   | 対応   | (柳沢氏コメント)<br>R の TST 中%の増加により睡眠の質が高まることは学術的にも証明されており、現状の表示例は一般的であるといえる。ただし今回の指摘のような状況があることも事実なため、このようなパターンを但し書として追記する形が好ましい。<br>(対応)<br>現状の表示例に対して但し書を追加する。                                                           |
| 7 | コメント | <第 5 章第 4 節「推奨可能な表示例」><br>表示項目「入眠潜時」の表示例「寝つきが短くなった」は正しくは「寝つきがよくなった/寝付くまでの時間が短くなった」                                                                                                                                    |
|   | 対応   | 「寝つきが短くなった」を「寝つきがよくなった/寝付くまでの時間が短くなった」に変更する。                                                                                                                                                                          |
| 8 | コメント | <第 5 章第 4 節「推奨可能な表示例」><br>表示項目「睡眠段階移行回数」の表示例「睡眠が安定した」について、移行回数の少なさに睡眠医学的意味はないと考える。たとえば N2 が全体的に深ければ N2-N3 への移行回数は増えまる一方で、逆に浅めであれば N3 への移行回数は減る。しかしこれは睡眠の深さとは逆相関していますし、安定性が                                            |

|                                |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                |      | 損なわれていることを意味しているわけでもない。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                | 対応   | <p>(柳沢氏コメント)</p> <p>一般的には睡眠が浅い段階へのステージ移行は回数が少ないほど好ましく、睡眠が安定したといえる。また、睡眠の質を評価する上で「睡眠の安定性」に対する言及は必要かつ、それを示す表示項目は「睡眠段階移行回数」が好ましい。</p> <p>一方で、本指摘はもっともで、N2 が長く N3 が取れていない睡眠課題者にとっては、N2⇔N3 の移行回数が増えながら N3 の時間が伸びていくことは、睡眠段階移行回数としては増加するものの睡眠の質は高まる(すなわち睡眠段階移行回数が減る≠睡眠の質が高まる)という判断になる。</p> <p>とはいえ、「睡眠の質」という観点で逆転が起こるのであって「睡眠の安定性」という意味では「不安定化した」という言い方になるため現状の表示例で問題ないを考える。</p> <p>また、本項目の定義を「回数」としているが「頻度」がより好ましい。</p> <p>(対応)</p> <p>表示項目を「睡眠の安定性」に変更し、定義を「浅い段階へのステージ移行頻度(回数/TST)」に変更。表示例は現状維持する。</p> |
| 確認(ヒアリング)結果 <3:西野氏>            |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1                              | コメント | <p>所定の倫理委員会での研究概要、試験概要の登録とその承認の項目が抜けている。資金源、利益相反状況の明記はその一部で、まず倫理委員会で、研究概要、試験概要の登録と承認が必要です。これはデータベースへの研究概要、試験概要の登録とはべつものでその前に実験の承認受ける必要がある。利益相反も大事だが、実験プロトコルにおいての人権、倫理に対する配慮が第1。日本はこのあたりがあまり、倫理委員会の承認を受けていないような実験結果が広告に載っていたりする。これは学術的にはアウトで、学会発表も、論文の出版もできない。所定の倫理委員会の承認なしでは 次項の研究概要、試験概要の登録ももちろんできない。</p>                                                                                                                                                                                         |
|                                | 対応   | <p>第4章第1節第1項「基本的な考え方」の冒頭に「倫理審査委員会(IRB)での研究概要、試験概要の登録とその承認が必要である旨」を追加する。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2                              | コメント | <p>&lt;全体&gt;</p> <p>thick な部分と thin な部分があり、統一がとれていない。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                | 対応   | <p>柳沢氏と調整する (確認(ヒアリング)結果&lt;4:柳沢氏&gt;)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 確認(ヒアリング)結果 <4:柳沢氏> ※徳山氏、鈴木氏同席 |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1                              | コメント | <p>&lt;第1章「趣旨」&gt;</p> <p>本ガイドラインの読み手は誰か、誰に対するガイドラインで読み手に何を伝えたいのかが分かりにくい。また、本ガイドラインの「必要性(背景)」と「概要」を</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|   |      |                                                                                                                                                                                                              |
|---|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |      | 切り離したほうが分かりやすい。<br>(徳山氏コメント)<br>ディスクレーマー要素が多く織り交ぜられていることで趣旨がぼやけた印象になっている。                                                                                                                                    |
|   | 対応   | 趣旨の内容を以下調整する。<br>・「背景」と「概要」を切り離し、概要では目次構成に対する解説を追加する。<br>・SIPに関する説明は文中からきり離し、背景の最後に参考情報として記載する。<br>・免責事項については趣旨から切り離し、ガイドラインの最後に「免責事項」として別途提示するようにする。                                                        |
| 2 | コメント | <第2章第1節第2項「SIP 準拠睡眠ソリューション」><br>「①不眠症等の疾病の診断を受けていない人(未成年者、妊産婦、及び授乳婦を除く)を対象として、」という表記は「不眠症などの疾病の診断を受けている未成年者、妊産婦、及び授乳婦を含む」になるが問題ないか？また、「未成年者、妊産婦、及び授乳婦」を除外することを意図した場合、除外する必要があるか？(むしろこのような方を対象とする商材もあるのではないか) |
|   | 対応   | 業界別に再確認し、修正を行う。                                                                                                                                                                                              |
| 3 | コメント | <第3章「睡眠ソリューション関連事業者の責務」><br>羅列している各種法令、規格、ガイドライン等はすべて正式名称表記に統一する。                                                                                                                                            |
|   | 対応   | 正式名称に統一する。                                                                                                                                                                                                   |
| 4 | コメント | <第4章第1節第4項「既存情報との同等性の考え方」><br>例「マットレスの厚みの違いは機能性に影響を与えない場合は同等とみなせる」について、「厚みの違い」が機能性に影響を必ず与えるのではないか。                                                                                                           |
|   | 対応   | 本例を削除する。                                                                                                                                                                                                     |
| 5 | コメント | <第4章第2節第1項第1目「安全性」><br>「食品の場合」で記載している「代表的な安全性試験の例」に関する内容が他とトーンが異なり違和感がある(いわゆる Thick な個所)。参考文献の紹介にとどめ、具体的な記述はなしでいいのではないか？                                                                                     |
|   | 対応   | 参考文献を脚注に追加し、具体的な記述は削除する。                                                                                                                                                                                     |
| 6 | コメント | <第4章第2節第1項第2目「有効性評価開発における相」><br>「Phase1/2」という表現が医療的な臨床試験を連想させる。前述の第1目ですでに「安全性」について言及しているため、本第2目は「有効性評価試験」に限定して良いのでは。                                                                                         |

|    |      |                                                                                                                                                                                                              |
|----|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 対応   | 本目のタイトルを「有効性評価試験方法」に変更し、「開発相」に関する内容を削除する。                                                                                                                                                                    |
| 7  | コメント | <p>&lt;第4章第2節第2項「個々の有効性評価試験をデザインする上で考慮すべき点」&gt;</p> <p>具体的なOK例、NG例を提示していった方が、読み手に取ってわかりやすい。(誤解が生じにくい)</p>                                                                                                    |
|    | 対応   | 業界別にOK例、NG例を追加する。                                                                                                                                                                                            |
| 8  | コメント | <p>&lt;第4章第2節第2項第2目「被験者の選択」/第3目「被験者への行動規制」&gt;</p> <p>全体的に「考慮が必要」と記載しているものの、読み手からすると「本来は被験者から除外/規制すべき」として受け取られる表現がされている。睡眠ソリューションは治療薬・機器ではないものの、睡眠改善を目指すソリューションであるため、「除外すべき」といわれるものが対象/タイミングとなる事例が多いのでは。</p> |
|    | 対応   | ・一部内容を第4章第2節第1項第3目「特別に考慮すべき点に移行する・睡眠に影響を与える可能性のある要素を紹介し、被験者の選択や、行動の規制、測定期間を設定する上で配慮が必要であるといった内容に変更する。                                                                                                        |
| 9  | コメント | <p>&lt;第4章第2節第2項第2目「被験者数の選択」&gt;</p> <p>サンプルサイズの検定を行う上で、「検出力(検定力)」「効果量」については必要に応じてパイロット試験から算出したうえで、サンプルサイズ検定を行うべきである旨を言及すべき。</p>                                                                             |
|    | 対応   | 本説明を追加する。                                                                                                                                                                                                    |
| 10 | コメント | <p>&lt;第4章第2節第2項第8目「偏りを最小にする方法又は評価する方法」&gt;</p> <p>CONSORTに関する記述が唐突に感じる。</p>                                                                                                                                 |
|    | 対応   | 本内容は、参考情報として脚注に移行する。                                                                                                                                                                                         |
| 11 | コメント | <p>&lt;第5章第1節「基本的な考え方」&gt;</p> <p>冒頭の1文が長くて読みづらい。</p>                                                                                                                                                        |
|    | 対応   | 2文に分ける。                                                                                                                                                                                                      |
| 12 | コメント | <p>&lt;付録1&gt;</p> <p>「離床回数/時間、規則性」については「A～C」の判定区別がないのであれば、一律「○」として「A～C」の判定基準とは別に紹介するとよい。</p>                                                                                                                |
|    | 対応   | 別途表記する。                                                                                                                                                                                                      |
| 13 | コメント | <p>&lt;全体&gt;</p> <p>業界別の言及が様々な文章量で途中途中に入り込んでいるため、全体を通した内容が読みにくい。(全体を指す個所、業界別の個所がわからなくなる)</p>                                                                                                                |

|    |      |                                                                                                                               |
|----|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |      | 一部、業界を区切っているものの、実際は共通して言えるような内容が見受けられる。(例:第4章第2節第1項第3目「特別に考慮すべき点」、第5章第3節「睡眠ソリューション分類別の表示・広告に関する留意事項」など)                       |
|    | 対応   | 業界別の内容を極力共通内容として統一するよう再調整する。そのうえで、業界別記述が必要な個所はフレーム(背景色有)など、本文と区別したデザインにする。                                                    |
| 14 | コメント | <全体><br>ガイドライン内で紹介されている参考文献や出典については、クリックしたらリンクできるようにするとわかりやすい。                                                                |
|    | 対応   | リンクを貼るよう設定する。                                                                                                                 |
| 15 | コメント | <全体><br>睡眠ソリューションは「医薬品、医薬部外品、医療行為」を対象外としているため、「臨床試験」や「患者」という表記は誤り。                                                            |
|    | 対応   | 「臨床試験」を「研究」・「試験」に変更する。「患者」を「被験者」に変更する。                                                                                        |
| 16 | コメント | <全体><br>契約書や規約のような硬い文調で淡々とまとめられているが、「睡眠ソリューション開発事業者に参考にしてもらうこと」が目的であれば、読み進めやすいように適宜説明用の図や具体例を交えながら、口語的な文調でかみ砕いた表現にしたほうが良いのでは？ |
|    | 対応   | WG1のメンバーで再検討する。                                                                                                               |

以上