

アバターを活用した専門家による  
働く女性のウェルビーイング向上のための  
サポート実証事業





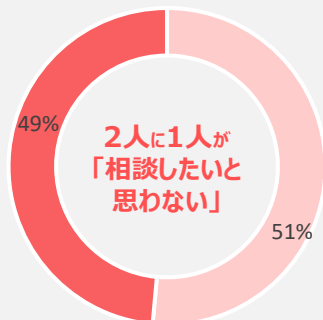
事業テーマ

“アバター”というテクノロジーを活用し、  
働く女性が助産師に  
“フラット”に相談ができる環境を提供する

# 事業設計の背景① ～相談のハードル～

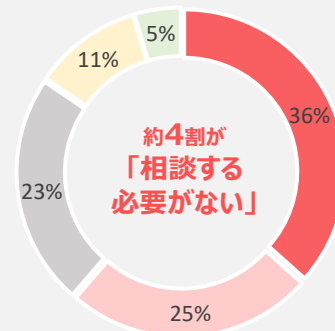
※アンケート：『働く女性に関するWEB調査』より  
【調査対象】全国の事業会社で働く女性20歳～65歳を対象(N=400)  
【調査期間】2022年3月23日～3月30日  
【調査方法】ネットリサーチ(調査機関:株式会社ネオマーケティング)

女性特有の健康課題や女性に多く現れる症状について、産業医（助産師や保健師など有資格者も含む）など相談できる相手がいたとしたら相談したいと思いますか。



- 相談したいと思う・やや相談したいと思う
- あまり相談したいと思わない・相談したいと思わない

「あまり相談したいと思わない」「相談したいと思わない」と回答した理由は何ですか。



- 必要ないと感じている
- 理由なし
- その他
- プライバシー
- 恥ずかしい

## アンケートの結果

約半数が「相談したいと思わない」

そして、その理由の約4割が「相談する必要性を感じない」「相談するような症状がない」と回答

||

専門家への相談は、症状がある場合にのみ行くべきだというイメージ

まずは、専門家に相談することへのハードルを下げることが重要

>>Technology

# アバター

### ■アバターの有用性①:秘匿性

ビデオ通話のような人ならではの温度感がありつつも、自身の姿が相手から見えず、秘匿性の高い環境を作りだす。

プライバシーが担保されているため、相手からの見られ方を気にすることなく、気軽な相談から深刻な悩みまで、話しやすくなるという効果が期待できる。

### ■アバターの有用性②:印象の操作

自身の姿を隠すだけでなく、見た目を好印象なものに変えることもできる。

人と人がコミュニケーションを図る際、視覚情報が55%という割合で影響を与えていることは心理学上でも示されている(メラビアンの法則)ため、相手に好印象を与えるアバターを活用すれば、より安心感や親しみのある相談が可能となる。



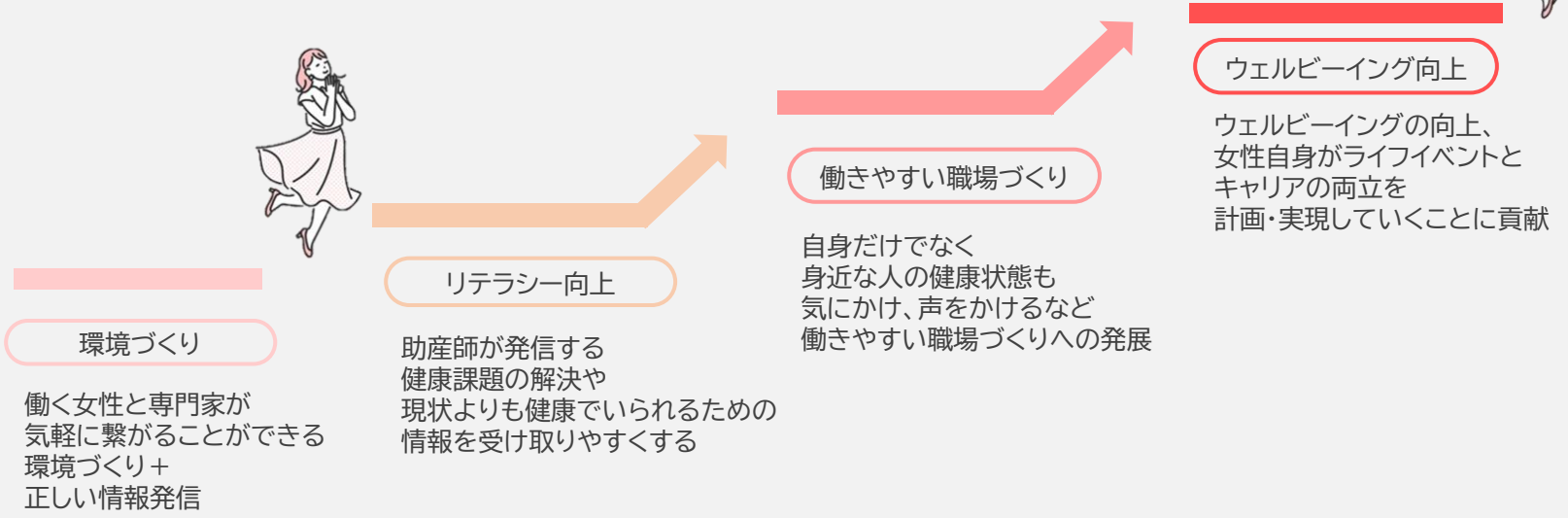
# 事業目的

## 目指す個人の変容

- ・働く女性達が自身の身体に関心を持ち続け、健康課題に大きく悩まされることなく、長く働き続ける
- ・自分自身で本当に必要な情報やケアを取捨選択できる力をつける

## 目指す社会の変容

- ・自身でライフイベントとキャリアの両立を計画・実現し適切に対処できる女性を増やす





01.

アバターを活用し、  
女性達の一生涯に寄り添う医療・保健の専門家である助産師と  
気軽にコミュニケーションできるきっかけを作り  
働く女性のウェルビーイングの実現に繋げる

02.

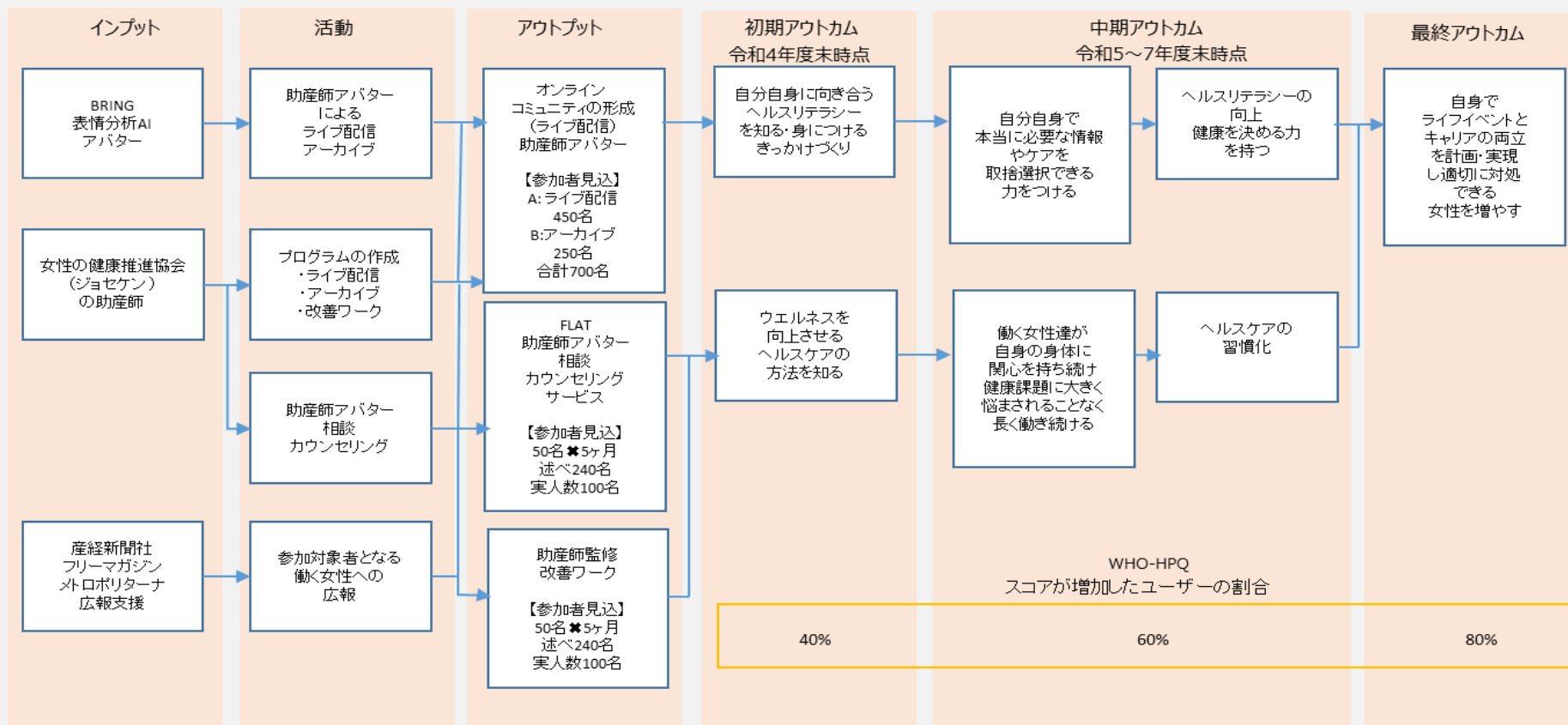
健康課題を感じない世代・時期からの  
将来的な予防行動へのつながりを目指した  
アバター助産師によるオンラインコミュニティの形成

03.

女性特有の健康課題、デリケートな内容等の課題を  
秘匿性があるアバターにより、  
気軽に相談できることによる早期介入、即時性ある課題解決

# 事業目標 ②

## 中長期ロジックモデル



## 実施内容① ～提供コンテンツ～

### アバターカウンセリング

アバターの活用で、少し言いづらい悩みや顔出しでは恥ずかしい内容も安心してご相談いただけます。

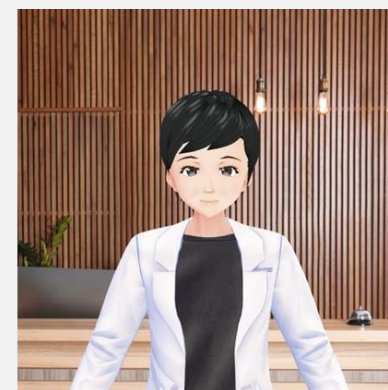


相談者

双方アバターの見え方となり会話

プライバシー性を保った状態のため、  
本音が言いやすい状態での対話をオンラインで実現

アバターの有用性を検証



助産師

### セミナー/ライブ配信

女性の健康に関するセミナーや、ライフステージに応じた体調管理など、知っておくと役に立つ情報を助産師からお話します。ご自身では何の症状も感じていなくても、何か不調を抱える友人・同僚や将来の自分のために役立つ情報をお届けします。まずは自身の身体に関心をもつ習慣作りから始めます。

### 個人向けワーク

それぞれの悩みや体にあったワークをご提供します。女性特有の健康課題に限らず、肩こりや冷え性改善のワーク等もごございます。疲れた身体を少しでもラクにするために、気軽に取り組んでいただけるものを集め、日常的に意識して改善に取り組んでもらえるよう促します。

## 実施内容② ～成果指標・測定方法～

### 成果指標

#### ■セミナー・ライブ配信

- ・ヘルスリテラシーが向上した参加者の割合
- ・HLS-14(14-item health literacy scale)

#### ■アバター相談

- ・HLS-14(14-item health literacy scale)
- ・GHQ-12(新納ら, 2001)

+ 共通指標①( WHO Health and Work Performance Questionnaireの設問B9-11)・共通指標②

### 成果測定の方法

#### ■セミナー・ライブ配信

事前アンケートと事後アンケートを実施。

#### ■個人向けアバター相談カウンセリング

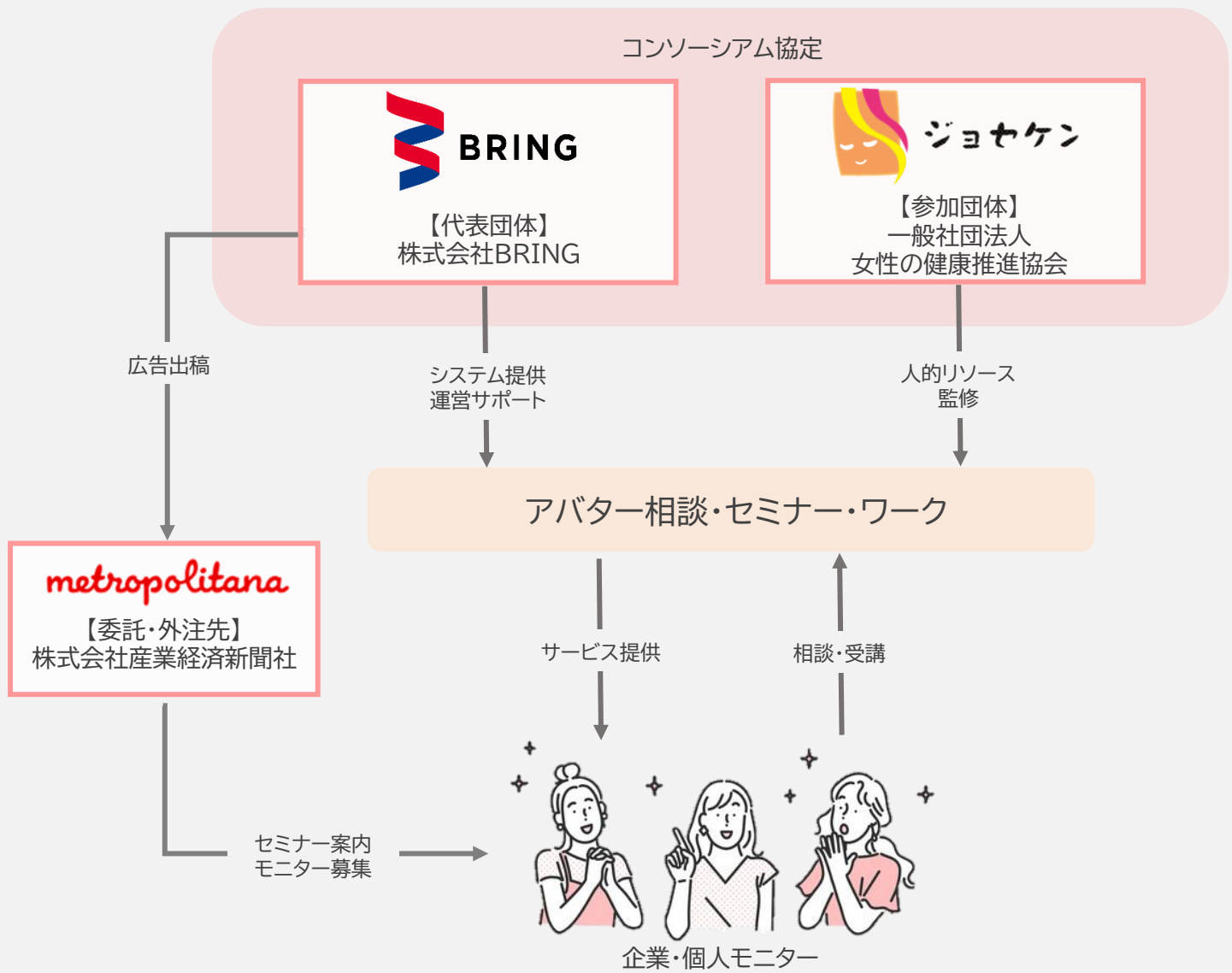
・事前アンケートと事後アンケートを実施。

・アバターの有用性を測るために、4パターンでの比較(無作為割付)・検証を行う。

#### 【検証のパターン】

- ①(相談者)アバター ⇔ (被相談者)アバター
- ②(相談者)アバター ⇔ (被相談者)生映像
- ③(相談者)生映像 ⇔ (被相談者)アバター
- ④(相談者)生映像 ⇔ (被相談者)生映像

# 実施体制



# 実施スケジュール

実施事項			2022年						2023年		
			6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
1.個人向け オンラインコミュニティ (ライブ配信・アーカイブ)	1-1実証参加者募集	内容・デザイン準備	→								分析 報告書 作成
		個人参加 メトロポリターナ等				1回	2回目				
	1-2セミナー実施	準備(資料・受付)	→								
		ライブ大規模配信 (100名規模)				9月		11月			
		ライブ配信 (50名規模)			月1回*2回		月2回*3回				
		アーカイブ			→						
	1-3成果測定	事前アンケート (参加募集時)		→							
		事後アンケート &相談カウンセリング申			→						
2.個人向け アバター相談カウンセリングA	2-1助産師オリエン		→								
	2-2実施			→							
	2-3成果測定	事前及び事後アンケート		→							
3.個人向け アバター相談カウンセリングB	3-1実施	助産師オリエンは2-1で兼ねる		→							
	3-2成果測定	事前及び事後アンケート		→							
4.個人向け 改善ワーク	4-1内容準備		→								
	4-2実施	効果測定は、上記2.3で兼ねる		→							

## ( 事業者プロフィール )



### 株式会社BRING

東京都中央区銀座5丁目12番5号 白鶴ビルディング2F

1975年3月3日設立

アイデア×テクノロジーの力で、世の中に好循環を生み出す循環テクノロジーカンパニー

- ・小売店・量販店の店頭における課題発見から企画・運用までのトータルサポート
- ・販売促進のためのプロモーション企画、SNSマーケティング
- ・業界不問のDX化推進サポート
- ・遠隔接客システム「バタラクsignage」提供
- ・アバターコミュニケーションサービス「バタラクcloud」提供



### 一般社団法人女性の健康推進協会

東京都中央区日本橋小網町18-16 # 705

2020年12月15日設立

一般社団法人女性の健康推進協会(ジョセケン)は助産師による女性の健康増進を目的とし設立しました。

- ・ジョセケン ウーマンウエルネス プログラム(JWWP)の提供
- ・女性の健康経営や健康分野における助産師によるアセスメント及びコンサルティング
- ・助産師、看護師等による相談業務、アドバイザー、講師コーディネート等
- ・助産師を主体としたコミュニティ運営
- ・女性の健康分野における助産師による市場調査及びその分析、研究、開発



実証実験にご興味のある企業様、  
協業できそうな企業様がいらっしゃいましたら是非ご連絡ください！



株式会社BRING スタートアップ推進課



[vataraku@bring-corp.jp](mailto:vataraku@bring-corp.jp)



03-6260-6916

