

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





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



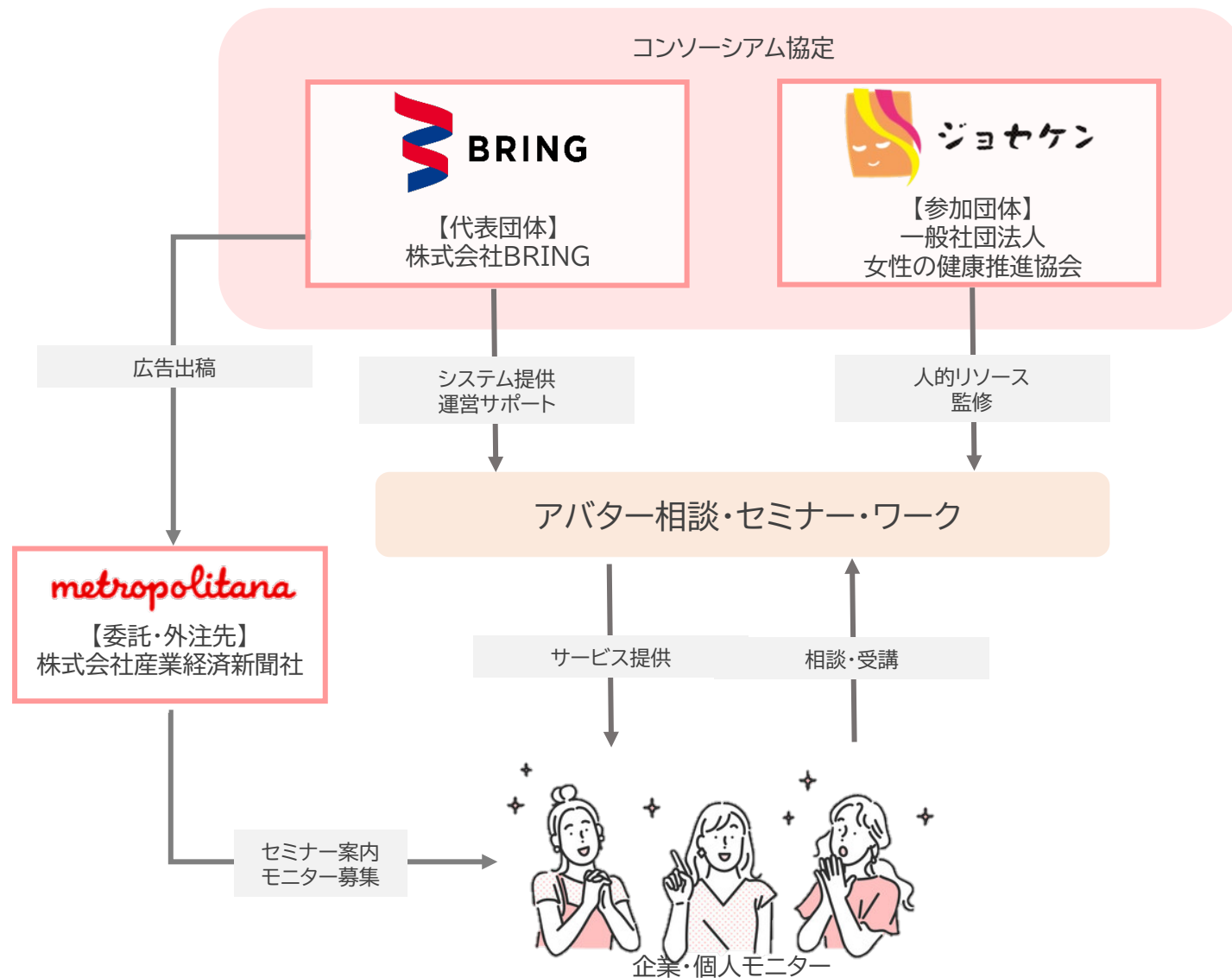
一般社団法人女性の健康推進協会

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



事業計画

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



アバターで気軽に相談！



flat.は助産師による女性のためのサービスです。

女性特有の健康課題にはさまざまなものがあり
そしてそれはライフステージに応じて変化していきます。

頑張る皆さんが、より健康で楽しい毎日を送れるよう
助産師が味方となり、サポートしていきます。

● セミナー・アーカイブ

知る

YouTubeやzoomなどで匿名参加可能な形式でセミナーを開催。
助産師がアバターの姿で登壇し、
普段聞きづらい悩みや質問などをコメントできるような
オンラインイベントを主に開催。

● 助産師へのアバターカウンセリング

向き合う

アバターの姿で素顔を見せずに、気軽に、助産師に相談ができます。
オンラインで直接悩みを相談することで
より深いパーソナルなアドバイスが可能となります。

● 助産師監修の個人向け改善ワーク

整える

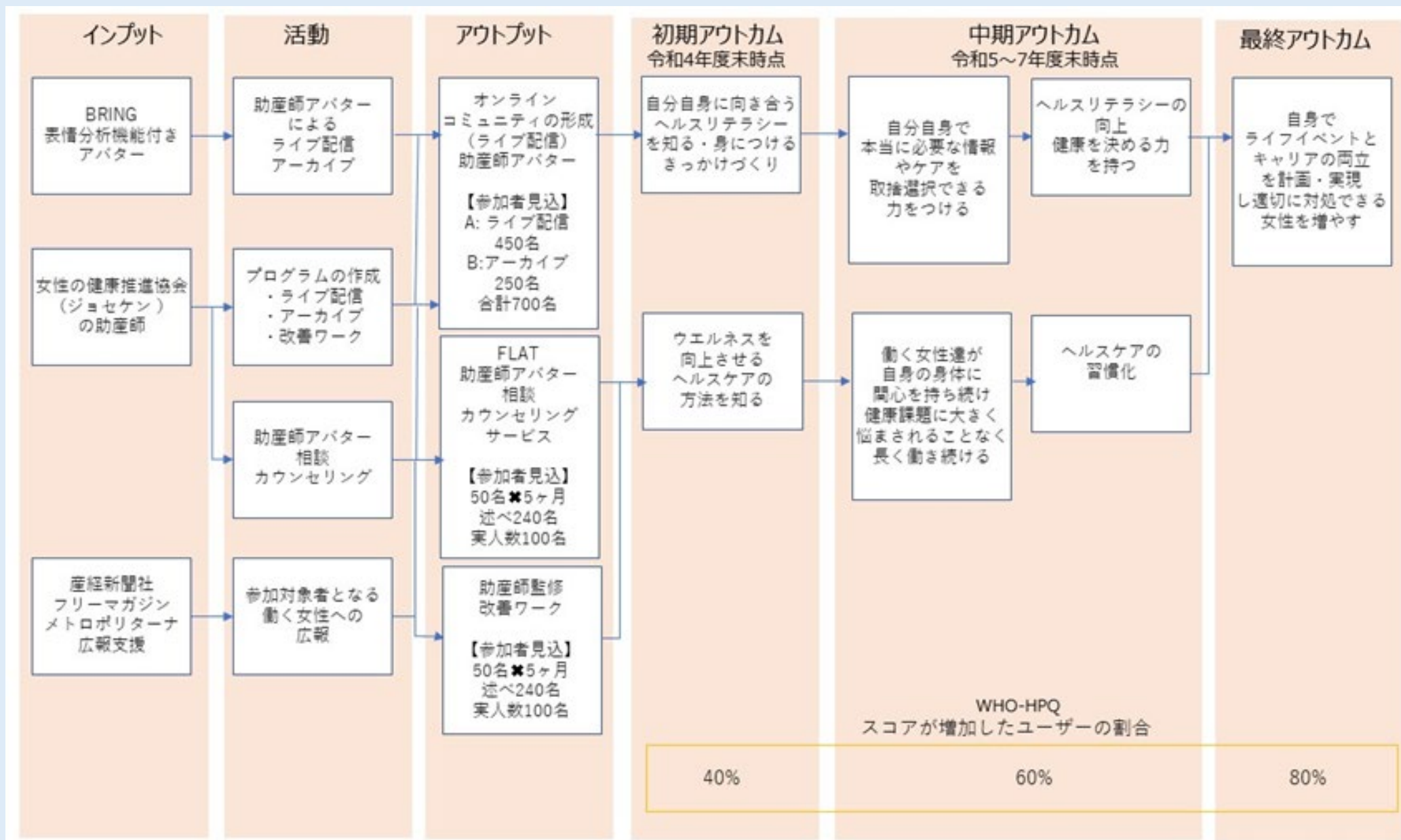
オンライン相談で受けた相談内容、症状を元に
その人の悩みの改善に役立つワークの動画コンテンツをお送りします。
手軽にできる体操やストレッチ、マッサージなどを中心とし、
習慣化のお手伝いをいたします。

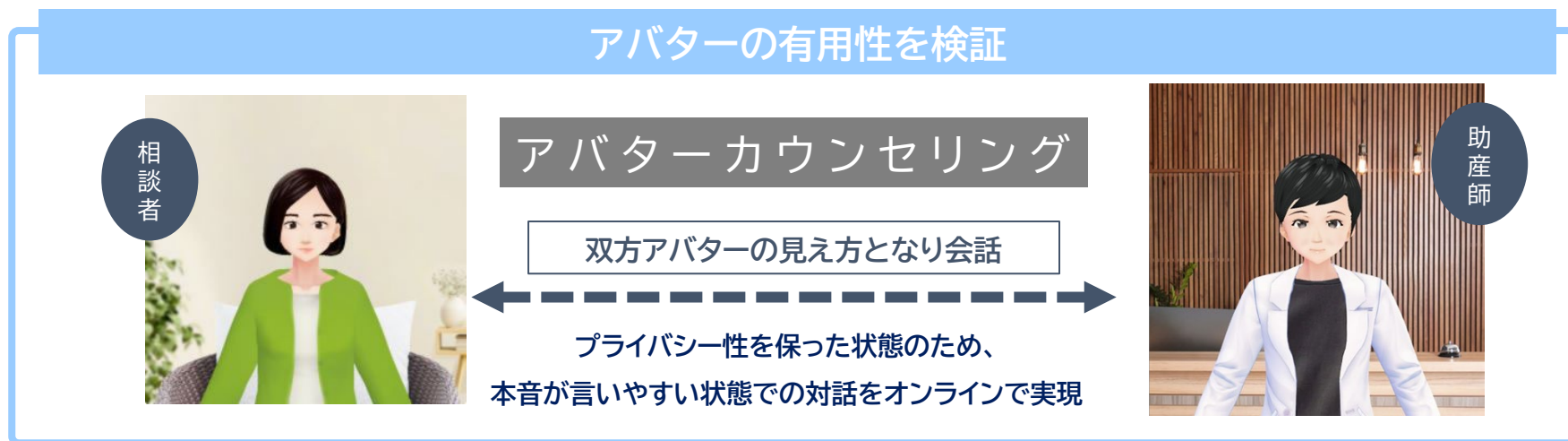
★ 習慣化や健康意識の向上・・・ウェルビーイング

実証参加者募集

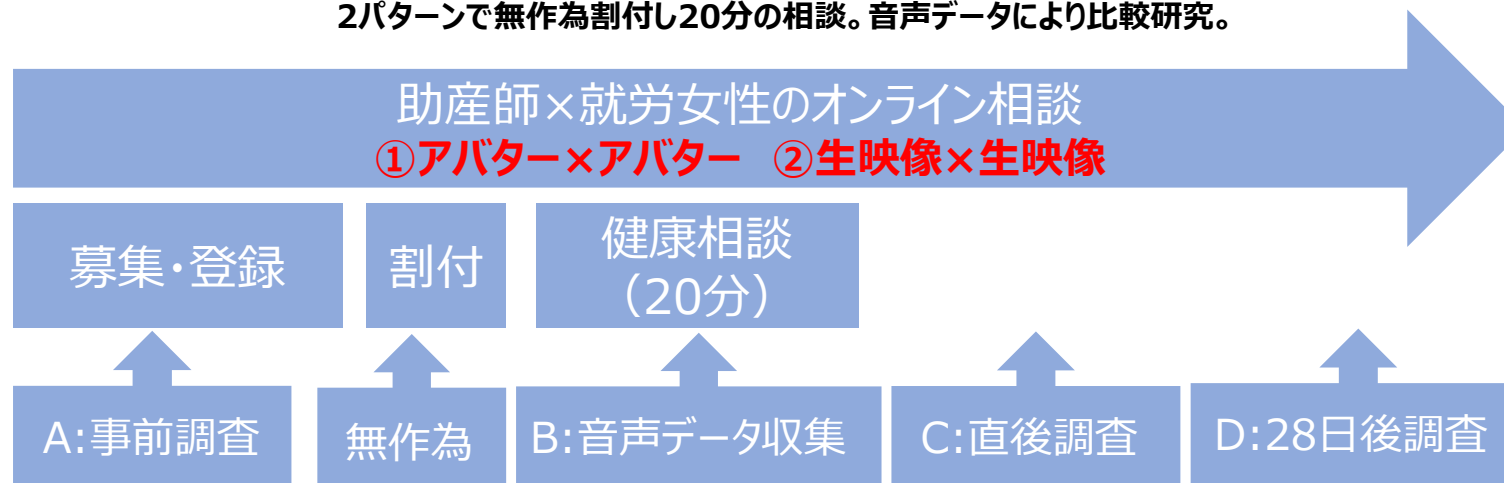
実証

事業目標





助産師×就労女性を ①アバター×アバター ②生映像×生映像
2パターンで無作為割付し20分の相談。音声データにより比較研究。



実施事項		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
告知・集客	メロポリターナ等 記事掲載			コラム	コラム					
オンラインセミナー	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							分析 報告書 作成		
アバターカウンセリング										
改善ワーク										

計画に基づく実施事項

実証参加者募集

◎事業参加者を募るための企業へのアプローチ・働く女性を対象とするメディア中心の広報活動

営業活動

広報

9社に対しアプローチ

トライアル：1社 従業員組合の発信。
企業としてのセミナー受講・従業員のモニター参加協力

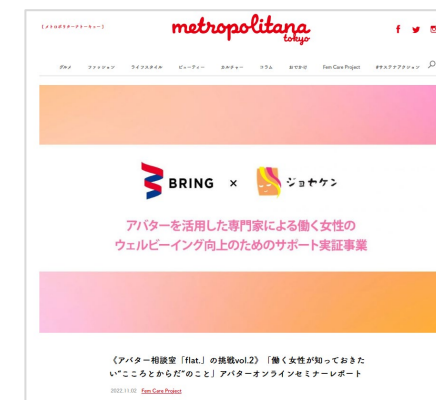
営業協力：2社 その企業が持つクライアントに対する
積極的な営業・サービス案内へのご協力

社内告知：5社 担当者個人のつながりや部署内のメンバーへの
事業参加についての案内協力

●8/10号メトロポリターナ：
metro-P セミナー告知



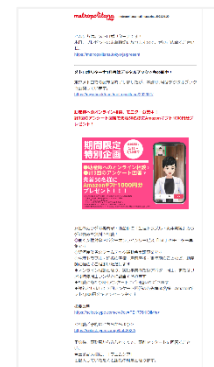
●9/19・11/2・12/2
メトロポリターナWEBコラム



●10/4 産経新聞・THE SANKEI NEWS



●メトロポリターナ メールマガジン



◎オンライン相談へのアクセス実現増加を図った30分程度のライトなセミナー・アーカイブ配信

ライブ配信(ランチタイムに観れるミニセミナー)

09.21.WED 12:10 START!

86回 視聴

10.13.THU 12:10 START!

46回 視聴

11.22.Tue 12:10 START

14回 視聴

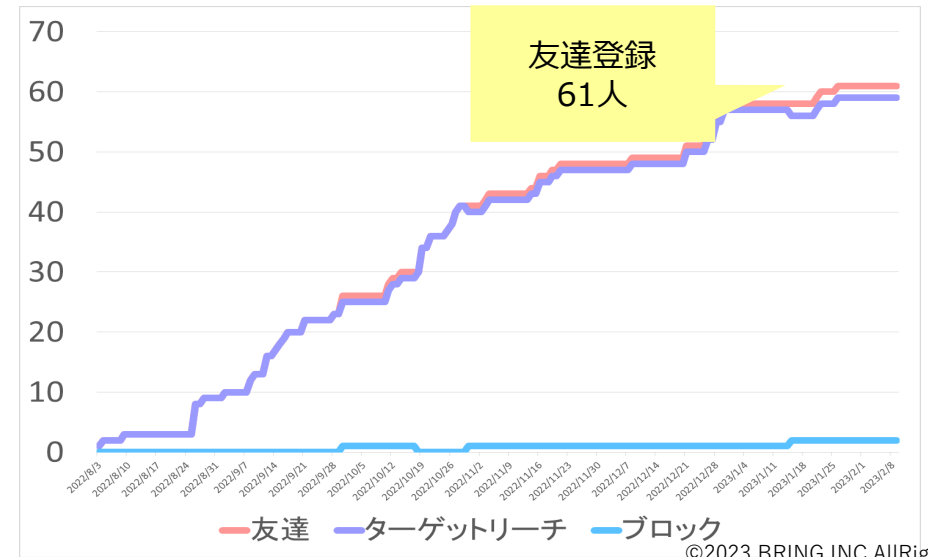
12.06.Tue 12:10 START

10回 視聴

LINEによるアーカイブ配信



ミニセミナーは、アーカイブとして活用。
オンライン相談へのきっかけとなるように
LINEからいつでも手軽にアクセスができるよう設計。



◎オンライン相談へのアクセス実現増加を図った視聴者参加型のオンラインセミナー

ライブ配信（大型セミナー）

- 8/26 働く女性が知っておきたい“こころとからだのこと”
一般・個人向けに開催

30名
参加

働く女性が知っておきたい“こころとからだ”のこと
～働く女性のライフステージにおける健康課題と対処について
健康課題がある人もない人も一緒に考えるヘルスリテラシーとウェルビーイング～
2022.08.26. 18:30～ @Zoom
アバター助産師 ふんぶん

- 10/19 働く女性が知っておきたい“こころとからだのこと”
健康経営研究会との共同開催

50名
参加

BRING × ショケン × 株式会社ビゼル
ケーススタディ編
働く女性が知っておきたい
“こころとからだ”のこと
～働く女性のライフステージにおける健康課題と対処について。
健康課題がある人もない人も一緒に考えるヘルスリテラシーとウェルビーイング～
セミナー中はQ&Aより、皆様からのご質問を入力いただけるようになっております。
匿名可で、質問内容は他の視聴者の方には見えません。
セミナー中何かが気になることがあれば、お気軽にご質問ください。
2022-10-19 10:58:37

- 11/30 働く女性が知っておきたい“こころとからだのこと”
従業員組合の組合員向け開催

65名
参加

働く女性が知っておきたい
“こころとからだ”のこと
～働く女性のライフステージにおける健康課題と対処について。
健康課題がある人もない人も一緒に考えるヘルスリテラシーとウェルビーイング～
助産師Vtuberが
登場します！

【講師のアバター登壇】

参加意欲の向上・アバターとのコミュニケーションのイメージを持ってもらうことを狙いとし、講師である助産師が親しみやすさのあるアバターで登壇。

【インタラクティブ性】

セミナー途中で投票機能を活用したクイズの実施やリアクションボタンの設置などオンラインだが、視聴者を置いてきぼりにさせないような工夫を行った。



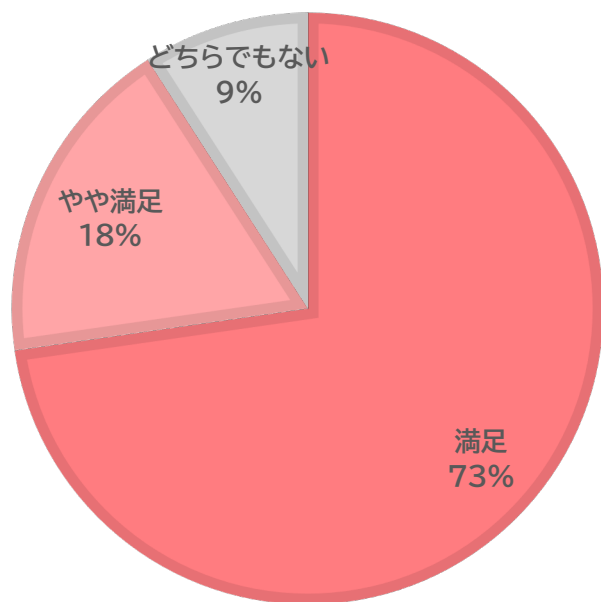
Q1.女性の一生で分泌される女性ホルモンの量はどれくらい？

- ①ティースプーン1杯分
- ②ペットボトル1本（500ml）分
- ③バケツ1杯分

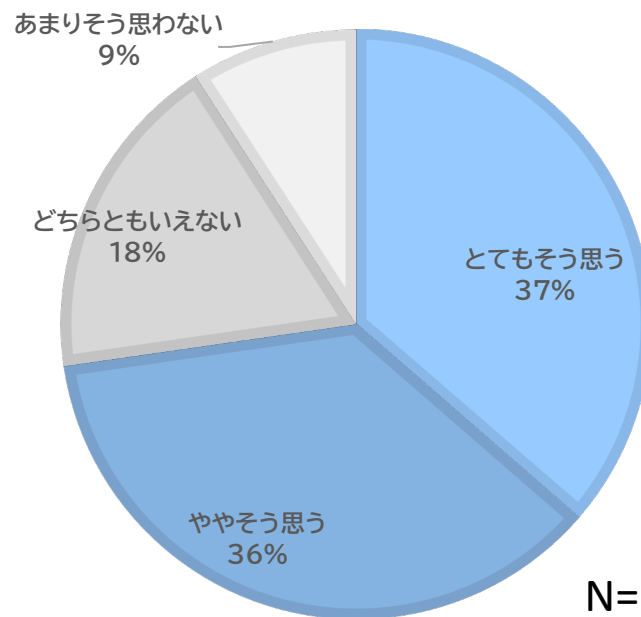
8/26開催 一般・個人向けセミナー

実際に健康課題を抱えている方と、将来や周囲のために知識をつけておきたいという方の両方が参加された。
働く女性のライフステージにおける健康課題と対処について、“健康課題がある人もない人も一緒に考える”というコンセプトで実施。

「助産師Vtuberによるセミナー」で、
どの程度ご満足いただけましたでしょうか？



アバターによる相談についてお伺いします。
自身の姿を見せず相談ができるため、心理的
ハードルが軽減できると思いますか？



N=11

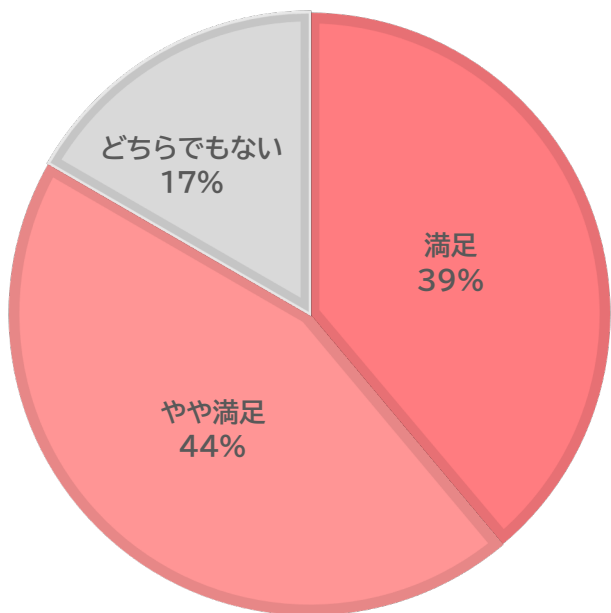
アンケートコメント

- ✓ 終始明るい雰囲気です助産師さんの存在を身近に感じました。
- ✓ アバター講師ははじめてだったが、
自分がアバターになって相談するイメージがつかしました。
- ✓ 想像以上に聞きやすかった。
アバターでかしまらずに話が聞けた。
- ✓ 専門家の話を直接聞く機会があまりないので
良い機会であるのと、親しみやすかった
- ✓ 相談のハードルが下がった気がします。

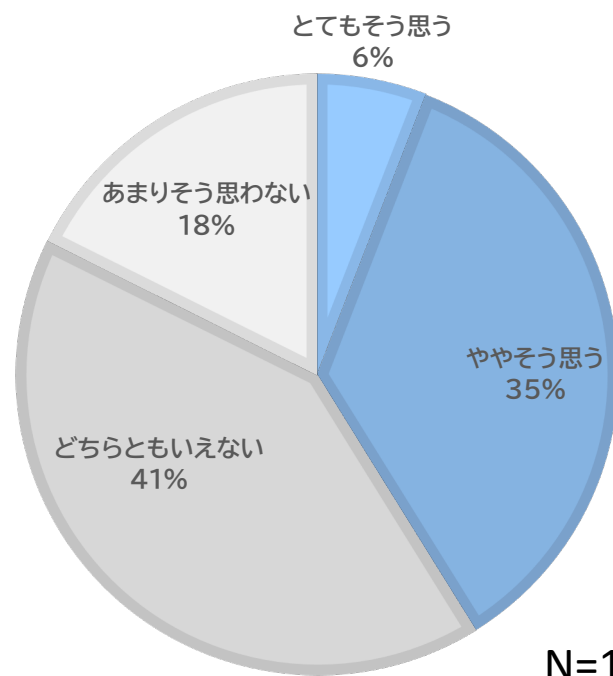
10/19開催 健康経営担当・管理職・人事向けセミナー

健康経営を支援している企業担当者、人事・総務、管理職の方が中心の参加となったため女性に起こりうる健康課題とその対処法と共に、それらをサポートする企業としての取り組み方や、互いに理解し合える職場環境のポイントについてを中心に取り上げた。

「助産師Vtuberによるセミナー」で、どの程度ご満足いただけましたでしょうか？



アバターによる相談についてお伺いします。自身の姿を見せず相談ができるため、心理的ハードルが軽減できると思いますか？



N=19

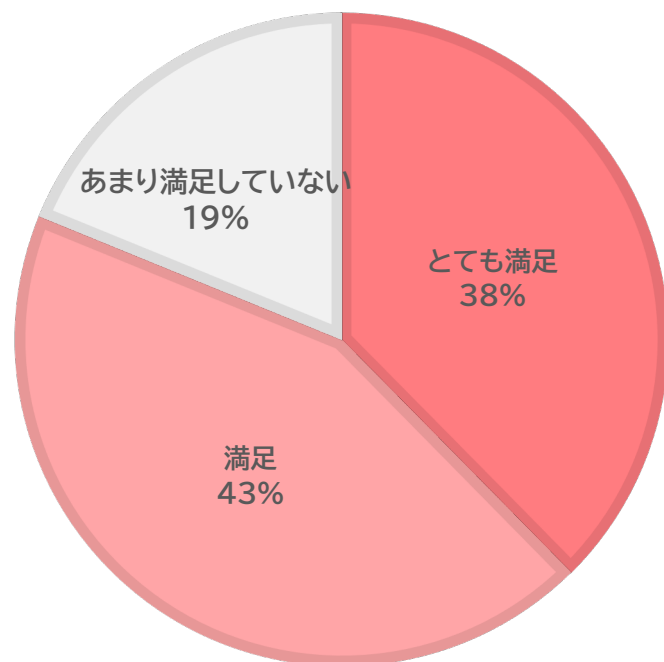
アンケートコメント

- ✓ 対話で進むので、おしゃべりしている雰囲気を楽しめました。
- ✓ クイズなど交えることで**集中力を保ったまま参加**できた。
- ✓ Vtuberの動画自体初めて視聴したが、**話が聞きやすく勉強**になった。
- ✓ 働き盛りの若い女性向けなのかと思いましたが「人生100年時代、更年期のあとの人生も長い」と言われハッとしました。

11/30 従業員組合員向けセミナー

従業員組合を通した組合員向けのセミナーとなった。
本事業の本筋である「アバターの特性」や「個別相談をすることのメリット」・助産師が過去に受けた相談例なども発信し、
実証参加への関心度が上がるように工夫→本事業におけるBtoBtoCモデルのテスト実施へと進めた。

本セミナーはどの程度満足でしたか？
(従業員組合作成アンケートより)



アンケートコメント

- ✓ 気軽に問合せしにくい話題の為、今後も定期的に開催 頂けると嬉しいです。
- ✓ 先入観が入らないので、純粋に**専門家からのお話を聞ける良さ**がありました。
- ✓ クイズ等適度に参加できる要素があり、**テンポも良く60分があっという間だった。**

計画に基づく実施事項

アバターの有用性の実証

オンライン相談予約・実施件数

【当初の計画】

1月中旬までを予約期間とし、

実施件数 : 100件 (アバター50・リアル50)



【結果】

・実施件数 : 102件 (アバター52・リアル50)

・予約件数 : 113件(キャンセル率:9.73%)

※予約期間を1月末まで延長

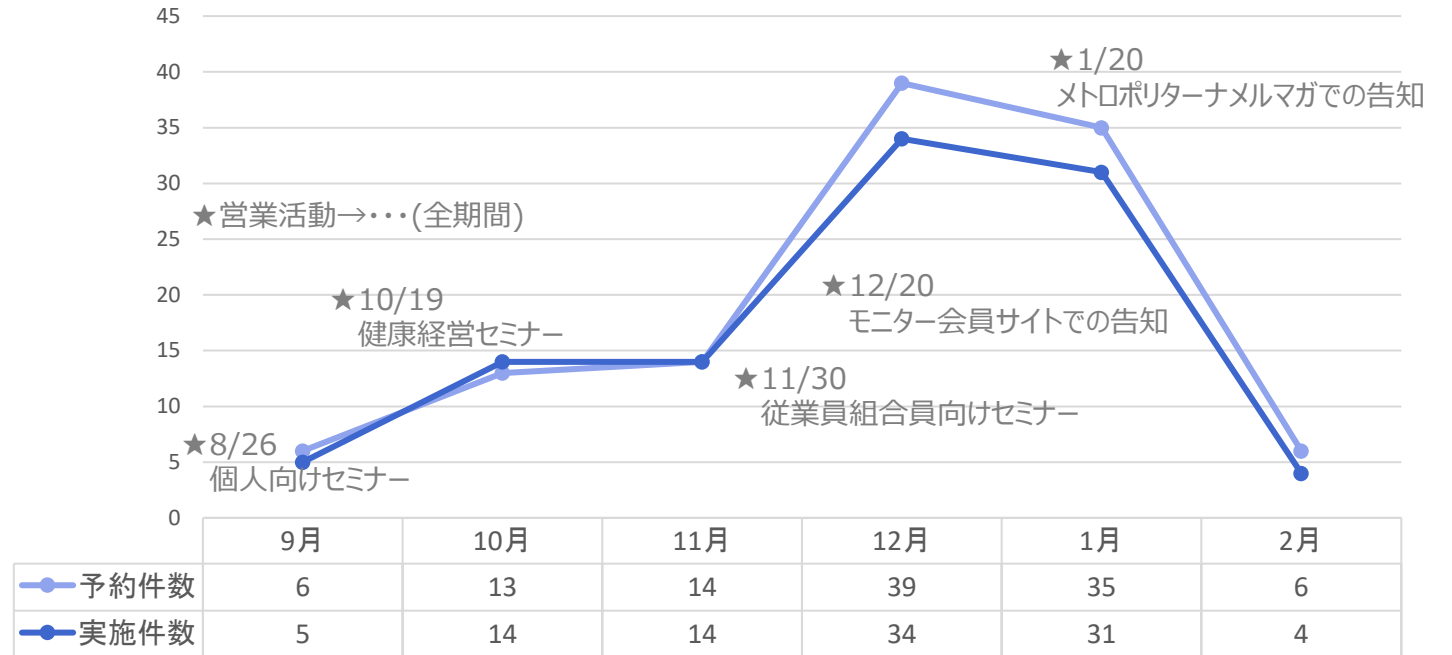
アンケート回答数

・事前アンケート : 回答97件 (回収率95%)

・相談直後アンケート : 回答90件 (回収率88%)

・28日後アンケート : 回答82件(回収率86%)

予約・実施件数の推移



52名が
アバター×アバターで
カウンセリングを実施

相談者



アバター×アバター

双方アバターの見え方となり会話



助産師



50名が
リアル×リアルで
カウンセリングを実施

相談者



リアル×リアル

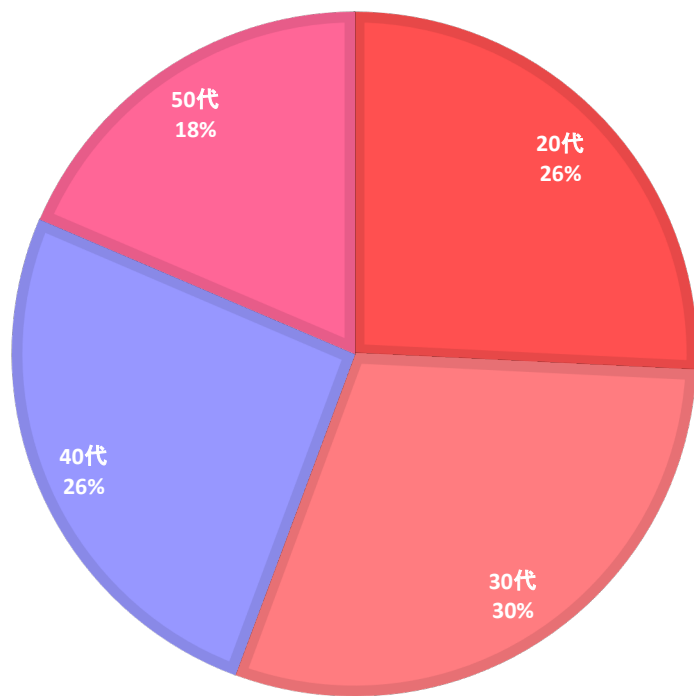
双方顔出しで会話



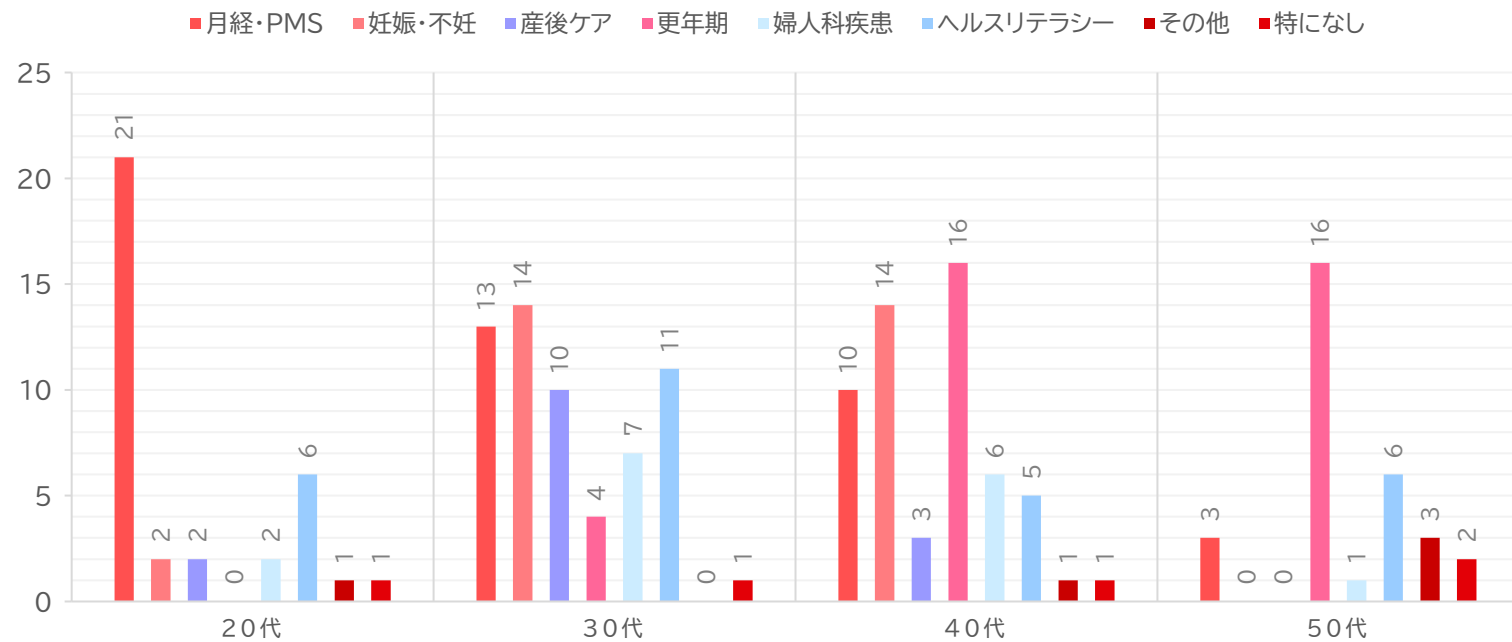
助産師



<年代>



<健康課題>

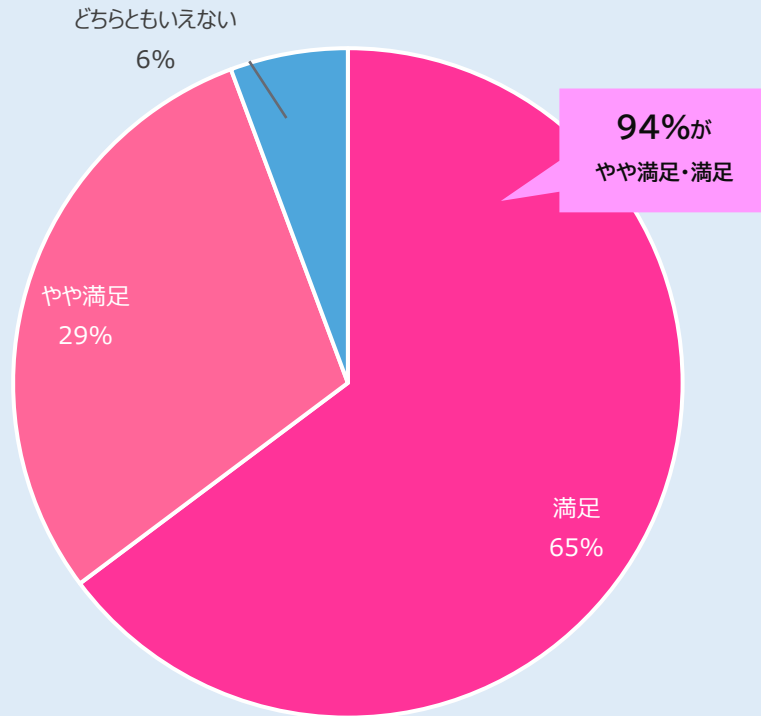


(N=97)

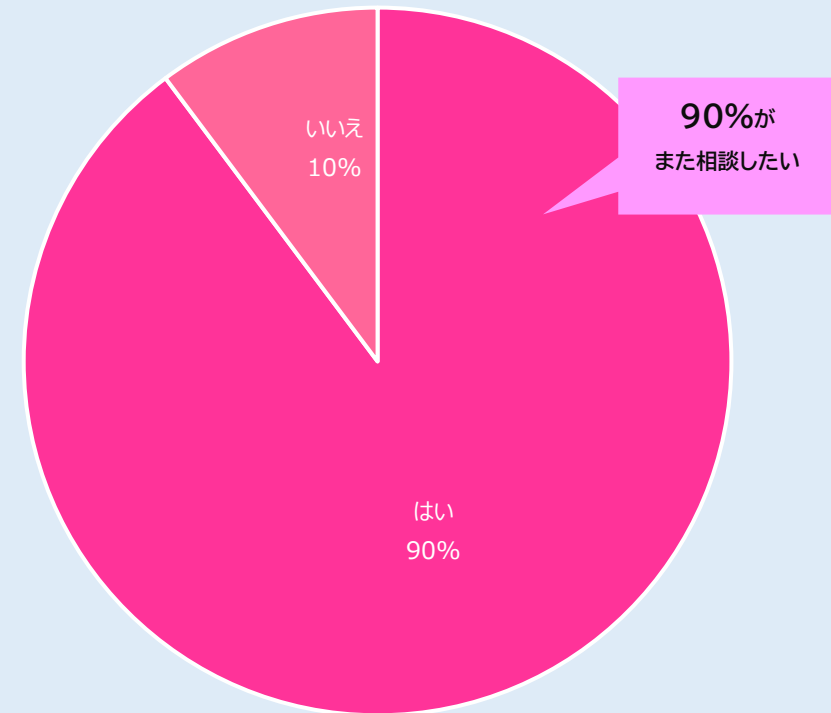
事業成果

満足度・リピートを求める割合はいずれも高い結果に

相談の満足度はどの程度でしたか？



また相談したいと思いますか？



◎事業参加者さまからの声

✓ **気楽**になりました。

✓ 初対面の人と顔を合わせるのが苦手な人や、**外出したくない人はリモートで気軽に相談できる事**はとても良いと思いました。

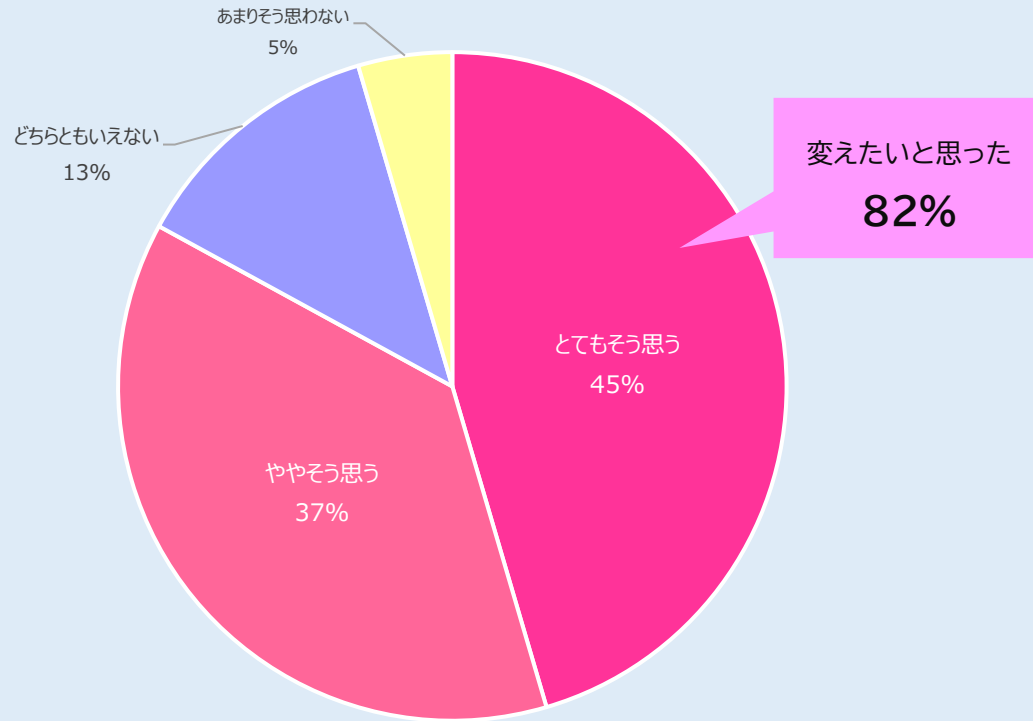
✓ 特別重い症状や病気の疑いがあるわけではなかったのですが、**相談するほどのことはないな**と思っていたのが正直なところでしたが、**カウンセラーさん側から色々聞いていただく中で、自分ではあまり意識していなかったことが体調に影響していたり、少し見直すだけで、生理の悩みが改善される可能性があることもわかって、ためになりました。**

✓ **話しやすい雰囲気**だったので、どんどん聞いてみたいことが出てきて、定期的に相談したいと思いました。

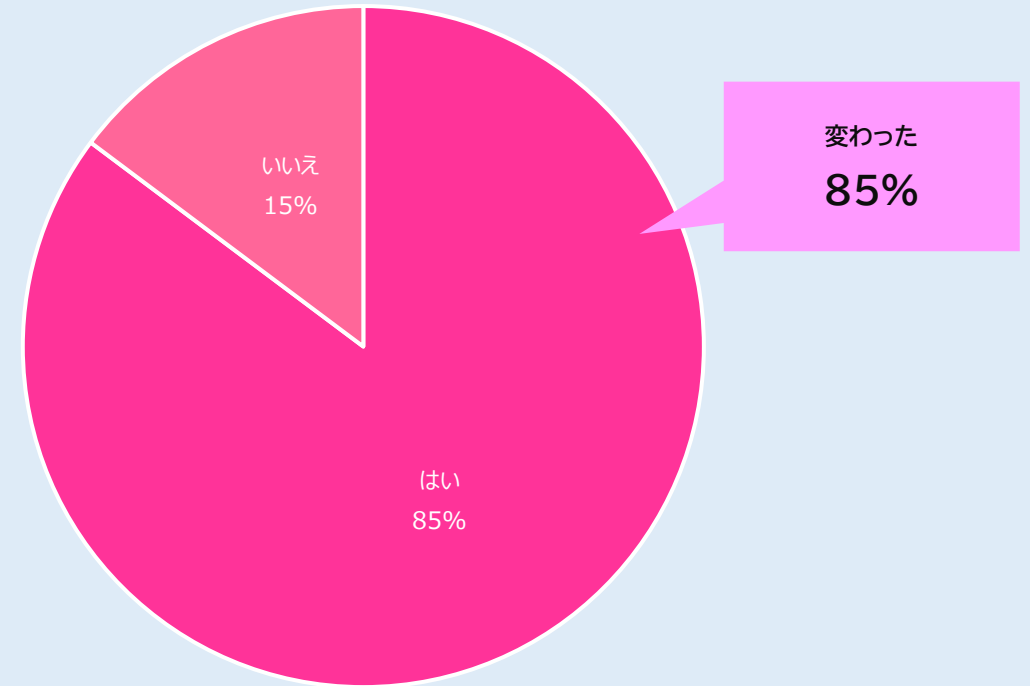
✓ **話を聞いてくれたこと、そして、受け止めてくれた時点で少しホッとしました。病院に行くほどでもないし、さらに婦人科に行くのはちょっと躊躇してしまうところがあったので、少しの不調であれば、オンラインで相談できるのはとてもありがたい**と思いました。

オンライン相談によって意識に変化があった人が多数

相談によって意識や生活で変えたいと思ったことはありましたか？



相談によって意識が変わりましたか



◎意識・生活の変容があった点

【考え方や心構え】

- ✓もっと自分を受け入れる
- ✓ポジティブで気軽な気持ちになれた。
- ✓今からおびえててもなってみないとわからないものなのだなと、楽観的になりました。

【運動や生活改善】

- ✓運動や食事など、本やテレビではなく、自分と1on1で言ってくれたからこそ、自分ごととして取り組みたいと思った
- ✓冷えを改善しなきゃなと真剣に考えることができた。
- ✓白い砂糖を減らすこと、ゆっくり湯船に浸かるという、自分の状況に合わせたアドバイスについて実践したいと思った

【医療機関への受診・検査】

- ✓病院での検査
- ✓婦人科を受診することに、躊躇していましたが、ホルモン療法などを、知ることができて、よかった。

サービス利用前後で、ヘルスリテラシーのスコアが増加した割合が77%に

・女性のヘルスリテラシーTOTAL

	before	after
平均値	63.61	67.94
中央値	62.50	68.50
改善した人数とその割合	61人 (77%)	

- ※第一因子: **健康情報の入手や選択・専門家への相談・実際の行動**から構成
- ※第二因子: 月経周期の把握、月経の予測、月経時の不快への対処の項目で構成
- ※第三因子: 月経・不妊・婦人科疾患・避妊など知識から構成
- ※第四因子: 避妊や性感染症予防をパートナーと話し合う項目から構成

・第一因子【女性の健康情報の選択と実践】

	before	after
平均値	27.04	28.89
中央値	27.00	29.50
改善した人数とその割合	48人 (61%)	

・第二因子【月経ヘルスケア】

	before	after
平均値	14.99	16.28
中央値	16.00	17.00
改善した人数とその割合	44人 (56%)	

・第三因子【女性の身体に関する知識】

	before	after
平均値	15.46	16.23
中央値	15.00	16.00
改善した人数とその割合	44人 (56%)	

・第四因子【パートナーとの性相談】

	before	after
平均値	6.26	6.44
中央値	7.00	7.00
改善した人数とその割合	28人 (35%)	

N=79(有効回答数)

●助産師によるオンライン相談カウンセリング <共通指標>

サービス利用前後で、絶対的プレゼンティズムの改善が約50%

共通指標①	有効回答数: 79人		
	Before	After	
絶対的プレゼンティズム	平均値	56.33	65.19
	中央値	60.00	70.00
	改善した人数とその割合	42人 (53.2%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	1.01	0.97
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	29人 (36.7%)	



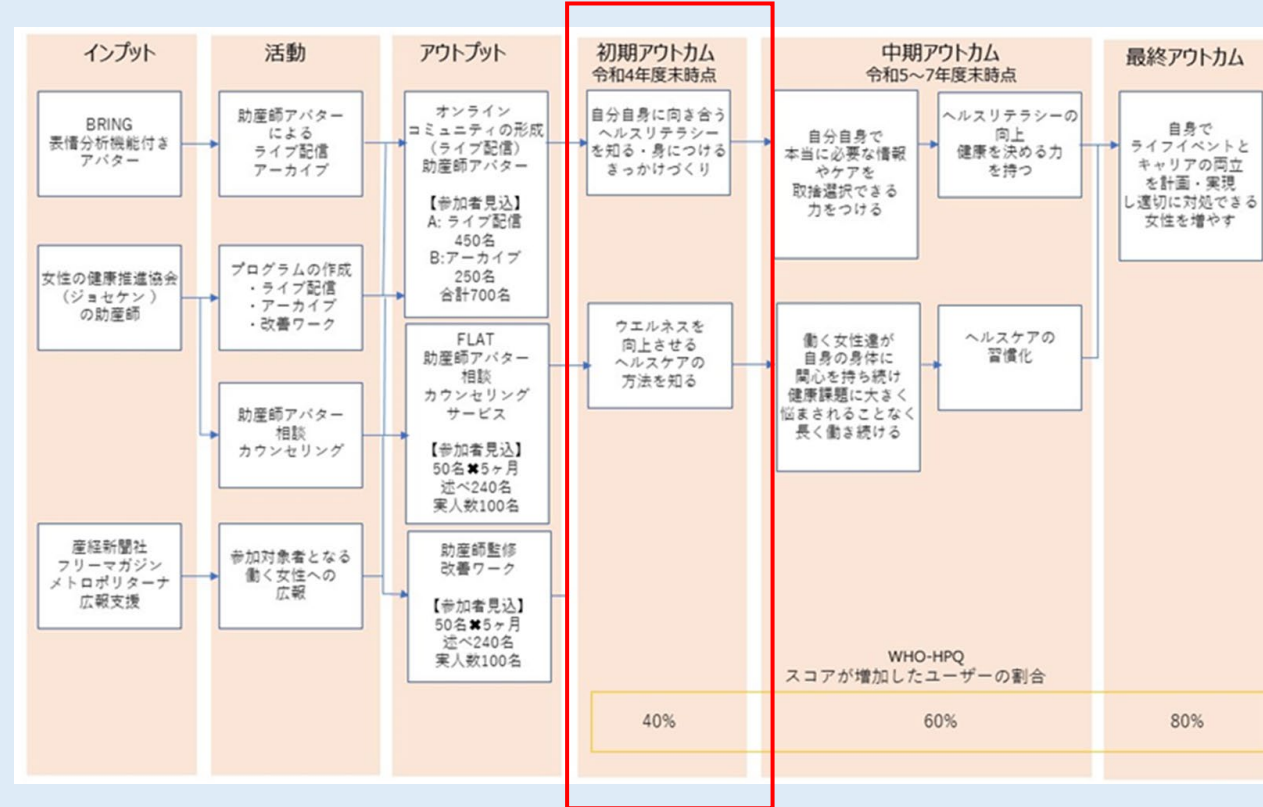
初期アウトカム目標
改善した割合を40%としていたが53.2%で達成

共通指標②	有効回答数: 79人		
	Before	After	
健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	平均値	2.44	2.96
	中央値	2.00	3.00
	改善した人数とその割合	21人 (26.6%)	
解決策/緩和策の認知	平均値	3.30	4.19
	中央値	3.00	4.00
	改善した人数とその割合	38人 (48.1%)	
解決策/緩和策の実施	平均値	1.67	2.13
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	37人 (46.8%)	
解決策/緩和策のアウトカム	平均値	0.57	0.78
	中央値	0.00	0.00
	改善した人数とその割合	25人 (31.6%)	
他者・組織への相談先の認知	平均値	3.51	4.20
	中央値	3.00	4.00
	改善した人数とその割合	36人 (45.6%)	
他者・組織への相談の実施	平均値	1.28	1.56
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	27人 (34.2%)	
他者・組織への相談のアウトカム	平均値	0.84	1.06
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	22人 (27.8%)	

●助産師による相談カウンセリング<成果>

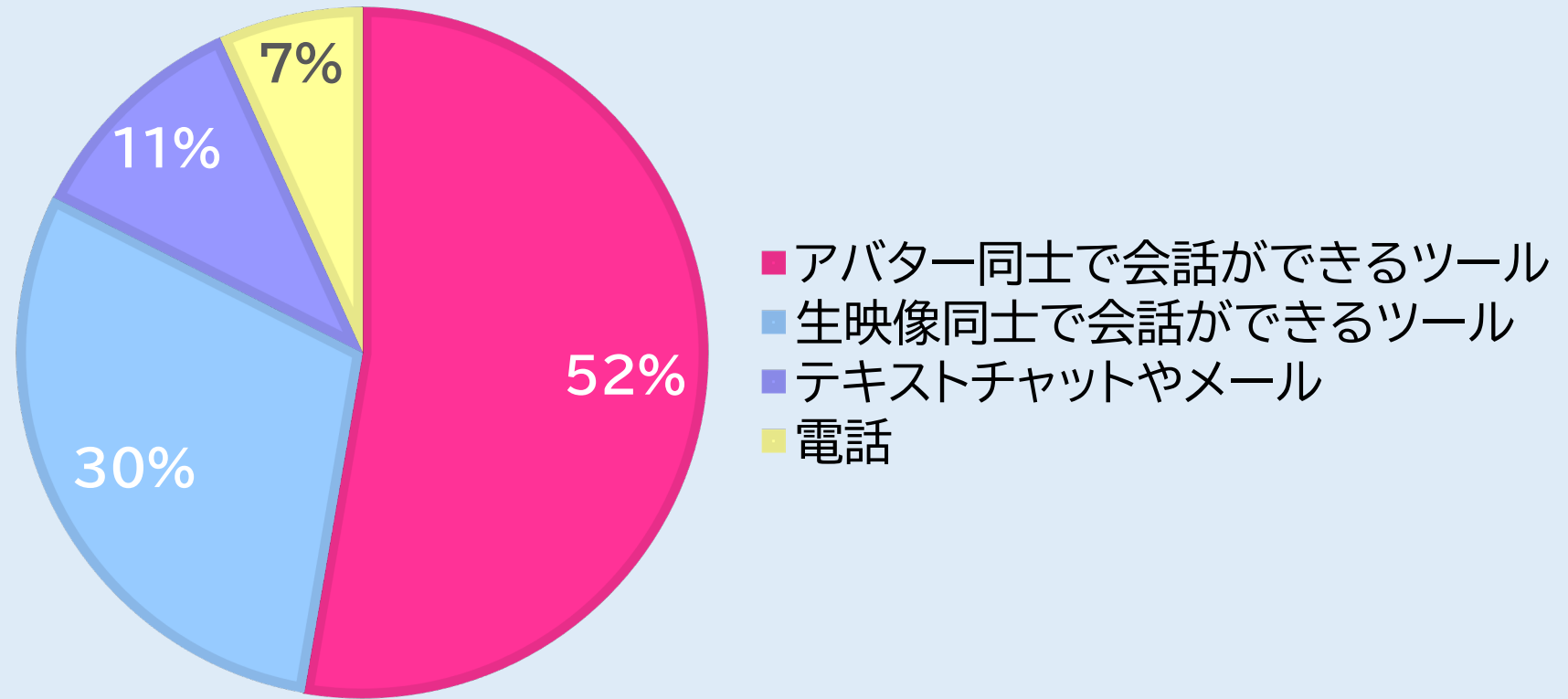
<成果>

- 意識や生活の変容があった割合が高い(85%)
- ヘルスリテラシーが向上した割合が高い(77%)
- 絶対的プレゼンティズム: 平均値と中央値が上昇・改善の割合が半数以上
- 「解決策の認知」: 平均値・中央値が増加
- 「他社・組織への相談先の認知」: 平均値・中央値が増加



助産師による相談カウンセリングは、1対1という環境で、
具体的で質の高いアドバイスをもらえることから
意識や行動の変容には有効的で、リテラシー向上にも貢献する

オンライン相談を受けた方の約50%が、次回以降アバターカウンセリングを希望



●アバターの有用性<アバター介入群・非介入群の理由の整理>

アバター介入群の中で、次回もアバター相談を希望された方の理由

アバターを体験した上で メリットを実感した

- ・顔を窺わなくていいのが思ったより楽だった。電話よりは集中できる
- ・アバターのほうが、赤裸々に自分のことや悩みを相談できると感じたから。
- ・生映像は緊張するがアバターなら表情だけわかるので相談しやすかった
- ・今回アバターでしたが違和感なく出来ました。
生映像よりも言いたいことが言えるような気もしました。
- ・チャットよりもノンバーバルなコミュニケーションができると感じたため
- ・今回、アバターだったので、婦人科というちょっと話しづらい内容で、かつ、初対面の先生ともそこまで緊張せずに話せたこと。
- ・今回アバター同士で相談してみて緊張せずに話げできたから。
- ・人の温度感を感じながらも、匿名性も担保されるように感じて。

素顔が見えないことによる
話しやすさ・相談のしやすさ・
コミュニケーションへの
集中のしやすさ

体験有無に関わらず アバターのメリットを 感じている

- ・育児中のため、メイクの時間が省けるのはありがたい。
- ・育児や仕事でまとまった時間を取ることが難しいため
- ・気楽だから
- ・すっぴんでも相談できるから。
- ・人の顔があると悩みが言えないから

見た目を整える必要のない
手軽さ

●アバターの有用性<アバター介入群・非介入群の理由の整理>

アバター非介入群(生映像でのカウンセリングを実施した群)の中で、次回、アバター相談を希望された方の理由

生映像を体験した上で
アバターのメリットを実感
(生映像のデメリットを感じた層)

- ・スマホに自分の顔が映るように持つのが面倒で長い時間相談しづらいと感じた。
顔色も造詣も悪い自分の顔を眺めながら相談したくないから。”
- ・生映像で相談しましたが、人見知りなのでリアクションやコメントのときに緊張した。アバターの方が初めから気が楽で良い”
- ・携帯を固定できず腕が疲れた。写りを気にしながらの相談だと集中できなかった。
- ・顔出しだと少し言いづらい内容もあったため。

見えることによる
落ち着かなさ

体験の有無にかかわらず
アバターのメリットを
感じている

- ・顔が映らないのでリラックスして会話できる為
- ・顔が見えると、相手の状況で話す内容やアドバイスにフィルターが掛かってしまうので。
- ・身支度や部屋の背景などが気になるのでアバターだと楽そうだなと思った。
- ・本音が話せそう
- ・どんな状態でもお話しすることができるため。
- ・こちらの環境を整えずに気軽に相談ができるため

見えないことによる
手軽さ・気軽さ

◎生映像での相談が良い理由(事業参加者コメント)

- ✓なんとなく**相手がいる安心感**がある。
- ✓アバターは安心感がある反面、
相手の表情はもちろんこちらの意志が伝わってるのかが不安になり、**必要以上相槌や声のトーンが気になってしまう**ので。
- ✓**身振り手振り**がアバターだと見えなかったため
- ✓アバターが個人的に好きでなく、**気持ち悪く感じる**為。

相手の存在や
様子を感じたい

◎テキストチャットやメールでの相談が良い理由(事業参加者コメント)

- ✓一番気軽なため
- ✓育児や仕事でまとまった時間を取ることが難しいため

自分のタイミングで
コミュニケーションができる
手軽さ

◎電話での相談が良い理由(事業参加者コメント)

- ✓楽
- ✓電話以外はつながるつながらないなど、うまくいくか心配な点があるので。

誰もが使えるシンプルさ

●アバターの有用性<総括>

<成果>

オンライン相談カウンセリングへの参加者で次回もアバターを希望する割合が約52%となった。

<アバターの有用性>

- ・相手からの余計な印象をカットしてくれるためコミュニケーションに集中できる
- ・見た目を整える必要が無い手軽さ
- ・チャットや電話よりも感じられる温度感



◎心理的障壁を下げ相談のアクセスにも繋がりがやすい。

相談手法に、アバターという選択肢を増やすことで、相談に抵抗がある層を取りこぼさないことが可能となる。
(Zoom等のオンラインツールの浸透から、生映像やチャット・電話のニーズは無くならないと考える)

◎コミュニケーションに集中できることから、情報の密度も上がり、
質の高いカウンセリングにも貢献すると考えられる。

今後について

● 今後の展望

◎実践・継続に対するサポート

→オンライン相談カウンセリングによって、ヘルスリテラシーや意識に変化があった層が
いかに自立・自律していけるかが中期～最終アウトカムとなるため、助産師のアドバイスの実践、モチベーションの維持・ヘルスケア習慣化ができるようなサポートをより手厚くしていく。

◎オンライン相談における相談手法のパターン

→相手の顔は見たい、もっと手軽なチャットなどのツールを求めるニーズもあるため、
それらに対応できるように幅を持たせる

◎アバターカウンセリングの市場拡大

→「アバター」という相談手法があることをフェムテックに限らず様々な業界に周知させていことで
より相談へのアクセスを増やしていく。



BRINGはアイデアをテクノロジーで具現化し、
世の中の巡りを次々と良くする、循環テクノロジー集団です



株式会社BRING
循環テクノロジー開発本部
坂 美咲 / SAKA MISAKI

Mail) vataraku@bring-corp.jp

Tel) 03-6260-6916