

◆本事業のターゲット

まず、本事業の対象者を 30-59 歳のビジネスパーソンと設定。その理由は 2 つありました。

- ① 週 1 回以上のスポーツ実施率が他の年代層に比して低い状況にあること。
- ② 長く続くコロナ禍により在宅勤務が当たり前のものとなり、それまでの通勤が一定の運動となっていたビジネスパーソンにとって、全く動かなくても生活できる状況で運動不足が顕著な問題になったこと。です。

さらに、そもそもビジネスパーソンは生活上のプライオリティの上位に「業務の遂行」があり、スポーツ実施にともなう効果への価値認識を低くせざるを得ないという事情もありました。

◆事業の目的と実施概要



[通勤帰りのお客様も多く立ち寄る
ココカラファイン保土ヶ谷店]

本事業の大きな目的はあくまでも、「ドラッグストア・調剤薬局という社会インフラが、地域の健康課題解決にどう取り組めるか？」を物販・調剤以外の方法で探ることにあります。そこで、全国 1,400 のチェーン店舗の中からまずは 1 店舗に絞った形での、店舗活用型ソリューションの実証実験を行い、その結果数値や参加者のインサイトをもとに今後の展開を考えていくこととしました。

具体的には、以下の 2 群に分けた対象グループに対し「ウォーキング指導」の介入を行い、その結果を比較しました。また実験店舗としては、横浜駅から JR で次の駅にあたる保土ヶ谷駅すぐにある「ココカラファイン保土ヶ谷店（ドラッグストア店舗内に併設する調剤薬局）」を選定。会社への電車通勤をしなくなった近隣のビジネスパーソンに対して、これまで利用していた最寄り駅に近い店舗まで毎日歩いてお越しいただくことで、どのような変化が現れるのかを検証しました。



[休日にはクローズしてしまう調剤薬局スペース]

【対象グループ①リアルタッチ群（参加者 30 名）】

＜STEP 1＞ 保土ヶ谷店にて開催された事前のウォーキングセミナーにリアル参加をしていただき、そこで個別指導を含むウォーキングの知識を習得。さらには個別栄養相談も実施しました。



[事前のウォーキングセミナーでの、歩き方個別指導の様子]



[事前のウォーキングセミナーでの、個別栄養指導の様子]

↓

＜STEP 2＞ その方の体調や生活スタイルに合わせた個別目標を設定し、1ヶ月間にわたりウォーキングを実施していただきました。ウォーキング期間中に保土ヶ谷店に立ち寄っていただくと、毎日ヴァームウォーター等の商品を1日1本プレゼントし、参加者のモチベーションアップにつなげました。

↓

＜STEP 3＞ 1ヶ月後に同店舗にて事後セミナーに参加いただき、その際に当初目標を達成している方には目標達成プレゼントを進呈！さらに、事前→事後のウォーキング姿勢の変化を個別写真で解説する「ウォーキング処方箋」をお一人ずつに授与いたしました。

【対象グループ②バーチャルタッチ群（参加者 26 名）】

＜STEP 1＞ 事前収録したセミナー動画を各自視聴することで、ウォーキングの知識を習得いただきました。



[ウォーキング指導者黒田恵美子先生によるセミナー動画]

↓

＜STEP 2＞ その方の体調や生活スタイルに合わせた個別目標を設定し1ヶ月間のウォーキングを実施いただき、その間に週1ペースでの応援メッセージを事務局からメールでお届けしました。

↓

＜STEP 3＞ 1ヶ月後の結果で、ご自身が当初設定した目標を達成している方にはプレゼントを送付。また、同時開催でオンラインでのウォーキングイベントも全国規模で実施し、参加者のモチベーションUPと歩数データの検証に使用しました。



[同時開催をしていた全国規模のオンラインイベント]

◆効果検証の方法と結果



このような2群の対象グループへの参加者にはそれぞれ、歩数計アプリ（スポーツタウンウォーカー）をスマホにインストールをしていただき、歩数は自動で測定できるように工夫をしました。

[スマホアプリ：スポーツタウンウォーカー]

以下が研究実施の主な項目で、今回の倫理審査機関は、共同研究者であるファンメディケーション株式会社を通じて、株式会社ヘルスケアシステムズさんに依頼をしました。

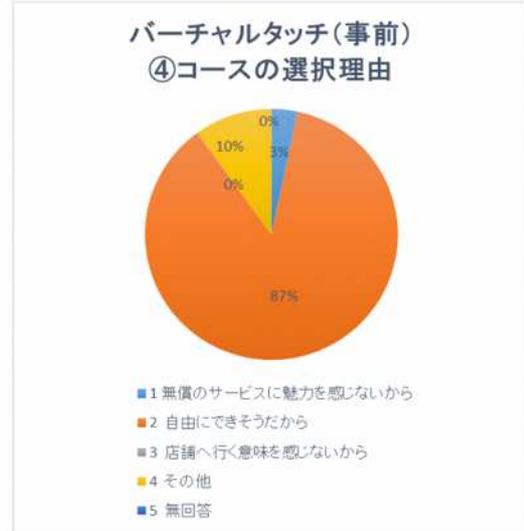
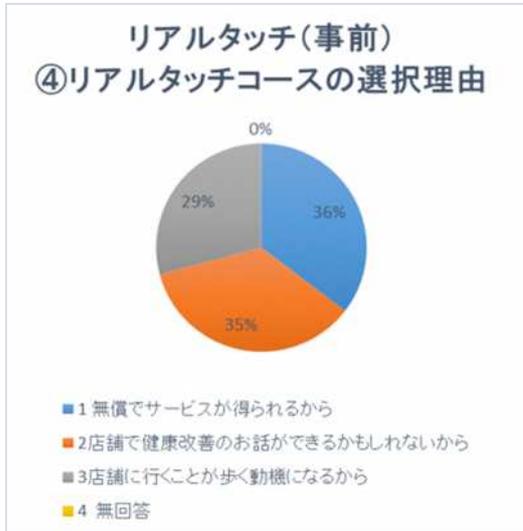
＜研究の方法及び期間＞

- 研究のデザイン：非無作為化試験／非盲検／コントロール対照
- 割付け：並行群間比較
- 主要評価項目：歩数目標の達成率
- 副次評価項目：歩数／歩く速さ／歩行継続率／歩行継続率と主観的体調変化の相関／リアルタッチ群における事前事後の画像比による意識変化
- 安全性評価項目：有害事象（被験者の自己申告があった場合のみ）
- 割付方法：特に無作為化は行わない。試験参加者の希望にしたがって2群への割付けを行う。

その結果、以下のような形で2群間に顕著な違いが生まれました。

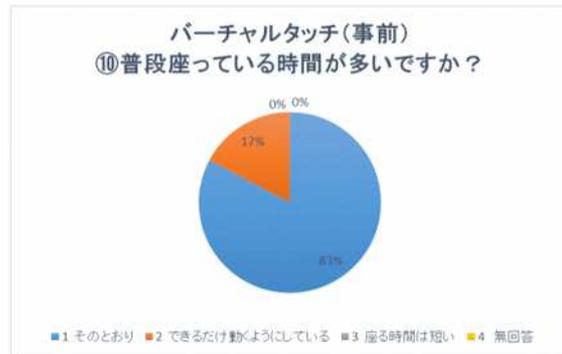
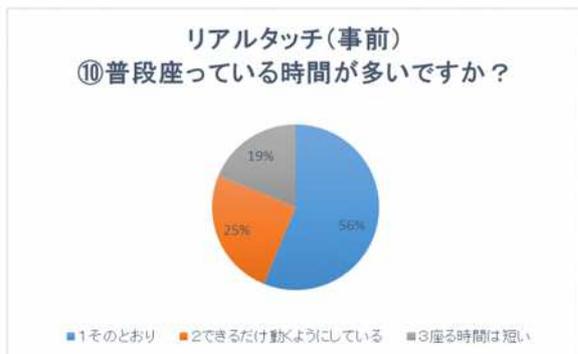
※以降、リアルタッチ群を「リ）」、バーチャルタッチ群を「バ）」として表記。

【コース選択の理由】



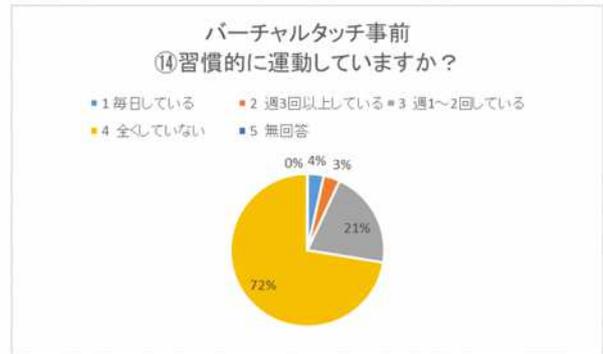
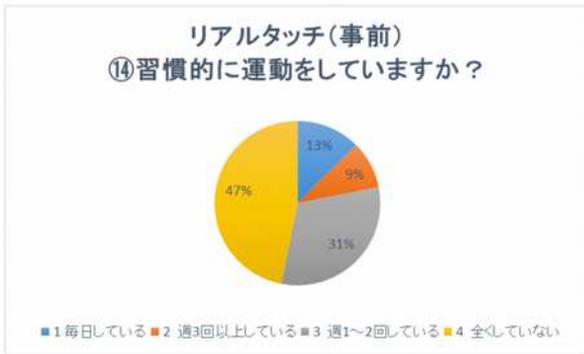
- リ) →個別対応セミナーへの無償参加：36%／店舗スタッフとの会話に期待：35%／店舗に行く事自体が歩く動機：29%
- バ) →自由にできそうだから：87%

【普段の座位時間を多いと感じているか？】



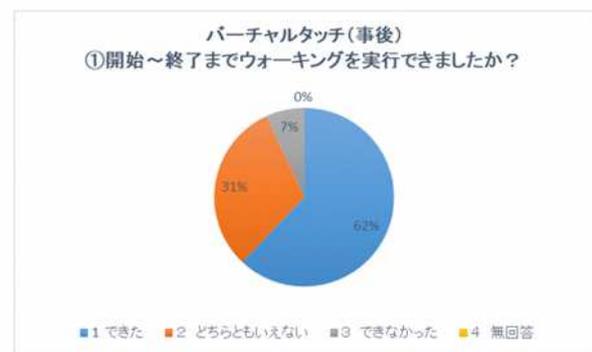
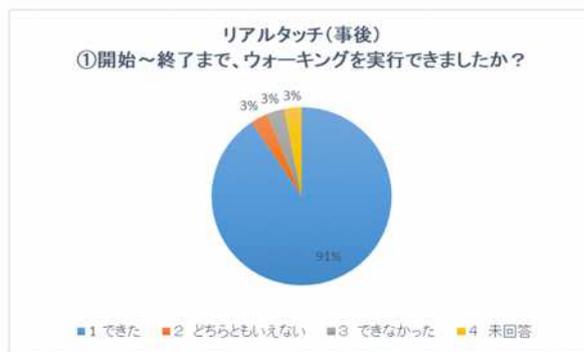
- 感じている →リ) 56% バ) 83%
- 感じていない →リ) 19% バ) 0%

【運動習慣の有無】



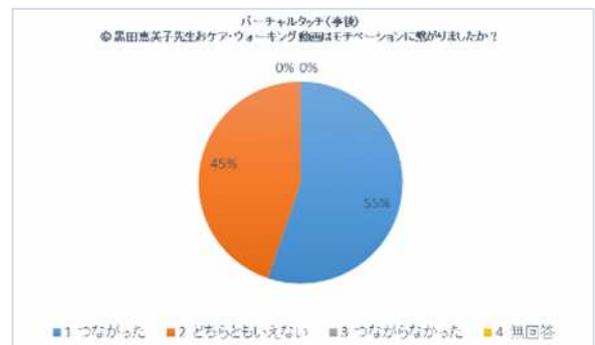
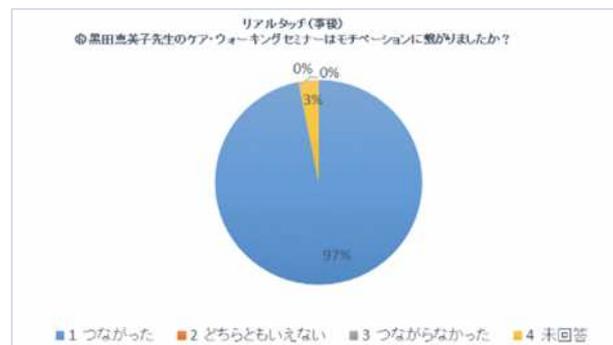
- なんらかの運動習慣がある →リ) 53% バ) 28%
- 全く運動習慣がない →リ) 47% バ) 72%

【実証期間中の取り組みへの継続性】



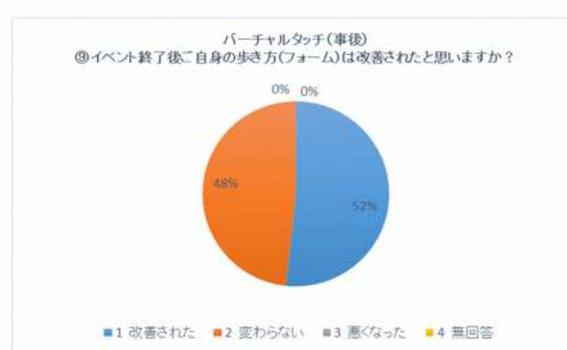
- 実証期間を通して継続できた →リ) 91% バ) 62%
- 継続できなかった →リ) 3% バ) 7%

【セミナーのモチベーション効果】



- モチベーションにつながった →リ) 97% バ) 55%

【歩き方改善の実感】



- 改善された→リ) 88% バ) 52%
- 変わらない→リ) 9% バ) 48%

◆結果に基づく要因の分析（仮設検証）

今回の実証実験の結果を社会実装化していくために、リビングラボの報告書では、様々な課題はあるとしつつも、以下の2つのテーマについて考察を導いています。

<テーマ1> ドラッグストア店舗を活用した「ウォーキングステーション」の多店舗展開

<テーマ2> 日本有数のドラッグストアチェーンとして、地域に運動習慣のきっかけを提供する発信者となる

まず、テーマ1については、今回の実証からリアルとバーチャルをミックスした形での来店者へのノウハウ提供は効果が高いと判断し、店舗事業における物販・調剤以外の健康課題解決の提案としては有効。さらに、調剤薬局の営業時間外にはクローズとされていた調剤薬局の待合スペースを有効活用できることも証明された。

またテーマ2については、全国約1,400店舗を有するココカラファイングループの店舗網を活用して、今回のような「きっかけ」発信ができれば、広い年代層に訴求できるインパクトをもつといえる。そして各店舗エリアの自治体とも連携することにより、市民にはこれまで以上に身近な存在としてドラッグストア・調剤薬局の存在を認めてもらえるのではないかと結んでいます。

◆まとめ

神奈川県とココカラファイングループは、本実証実験に対して、2021年10月15日に同時にニュースリリースを発表しました。そして、同年10月から12月にかけて、横浜市保土ヶ谷駅すぐにある「ココカラファイン保土ヶ谷店」を舞台にその近隣に住むビジネスパーソンを対象にした実証実験を行い、「近年の在宅勤務の広がりにもなう運動不足解消を目的とした、ウォーキング指導による介入とその結果」を報告書としてまとめました。

今回は、2群に分けられた参加者の方々の、健康に関する意識・行動変容を検証する実験だったわけですが、「神奈川 ME-BYO リビングラボ」はその実験における研究計画の妥当性にお墨付きを与えるだけではなく、実験対象者となる一般市民の方々への、「参加することによるリスクの説明と同意書の獲得」の役割も担いました。

全国展開する巨大ドラッグストアチェーンの中の、たった1店舗での実証実験でしたが、この実験を無事に行えたという事実とそこから得られた結果により、店舗内スペースを活用したウォーキング指導の提供は、来店者の健康増進に効果的であることがわかりました。さらに、駅前に立地にするドラッグストア・調剤薬局という社会インフラを拠点とすることで、参加者が立ち寄りやすくウォーキング継続の動機付けにつながることも証明され、リビングラボ事務局としても、これらの気づきが今後の日本全体の未病施策へとつながることを期待しています。

<問合せ先>

神奈川県政策局

いのち・未来戦略本部室未病産業グループ

電話：045-210-2715 (直通)