

2024年7月1日

飯塚市

株式会社日立システムズ

株式会社インテグリティ・ヘルスケア

ANA X 株式会社

沢井製薬株式会社

飯塚市におけるPHR サービスを起点とした業種間連携型の 健康なまちづくり形成に関する実証事業 結果のお知らせ

～健康無関心層に有意な意識の変化・体重減少の有用性を確認～

福岡県飯塚市（市長：武井 政一／以下、飯塚市）と株式会社日立システムズ（代表取締役取締役社長：柴原 節男、本社：東京都品川区／以下、日立システムズ）、株式会社インテグリティ・ヘルスケア（代表取締役会長：武藤 真祐、代表取締役社長：園田 愛、本社：東京都中央区／以下、インテグリティ・ヘルスケア）、ANA X 株式会社（代表取締役社長：神田 真也、本社：東京都中央区／以下、ANA X）、沢井製薬株式会社（代表取締役社長：木村 元彦、本社：大阪府淀川区／以下、沢井製薬）の日本ウェルビーイングコンソーシアムの4社は、飯塚市で実施した「PHR サービスを起点とした業種間連携型の健康なまちづくり形成に関する実証事業」の結果を公表します。

■ 実証事業の結果

本実証事業では、ANA X が提供する日々の移動でマイルが貯まる「ANA Pocket」と沢井製薬が提供するPHR^{*1}を管理する「SaluDi」の2種類のスマートフォンアプリケーション（無料で利用可能）を活用し、自治体の課題である健康無関心層^{*2}への「健康意識の向上」「体重の減少」「健康行動への行動変容」の有用性が確認できました。

*1 PHR（Personal Health Record）：個人の健康診断結果、服薬履歴、日常生活でのバイタルデータ等の保健医療情報。

*2 健康無関心層：本実証事業においては、事前アンケートで日頃から運動または食事について、「まったく意識していない」「あまり意識していない」の両方、もしくはどちらかを選択した方、かつ疾病による治療を受けていない群を無関心層とする。

■ 実証事業の概要

本実証事業は「すべての人が健康でいきいきと笑顔で暮らせるまち」を将来像に掲げ健幸都市をめざす飯塚市において、飯塚市民および地元企業の190名を対象者として実施しました。実施期間は2023年12月1日から2024年3月31日です。「ANA Pocket」で飯塚市限定チャレンジ^{*3}として徒歩での移動距離や市内商業施設「イオン穂波」「ゆめタウン飯塚」への訪問に応じてインセンティブを付与することで活動量の増加を促すと共に、「SaluDi」によりPHR サービスに触れる環境を提供し、健康行動を促しました。

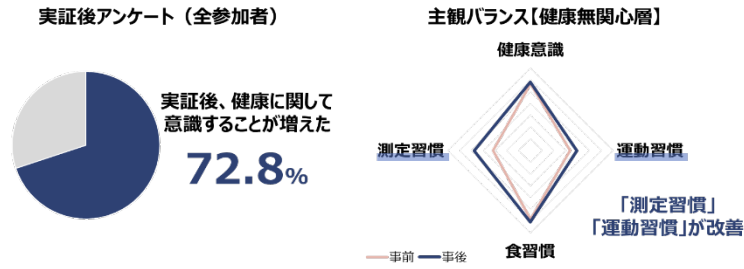
*3 チャレンジ：アプリケーション『ANA Pocket』で移動手段や移動距離など、指定された目標の達成をめざす機能。指定された期間内に目標を達成すると、クーポンやポイントなどの報酬を受け取ることができる。

■ 結果詳細

① 健康意識の向上

実証後アンケートより72.8%が「実証前と比べて健康に関して意識することが増えた」と回答しており、参加者の健康意識の変化が確認できました。「健康意識」「運動習慣」「食習慣」「測定習慣」に関する項目を点数化した主観バランスの変化をみると、特に健康無関心層が健康関心層と比べて数値の

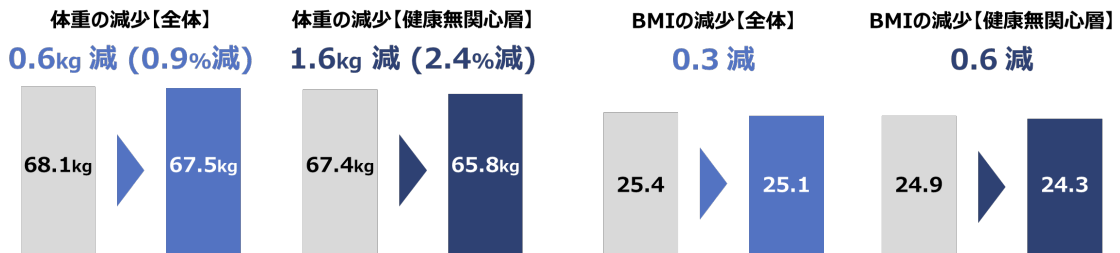
改善がみられました。



② 体重の減少

2024年1月～3月の参加者全体の平均体重は0.6kg減、BMIは0.3減、健康無関心層においては平均体重1.6kg減(体重2.4%減^{*4})、BMI0.6減とより有意な体重減少が確認できました。

*4 (参考) 日本肥満学会ガイドライン:「肥満症」の減量目標は現体重から3%



③ 健康行動への寄与

実証後アンケート回答より6割が飯塚市限定チャレンジやインセンティブが「行動(外出・運動)のきっかけになった」と回答しています。そのほか、参加者の意見からは「アプリがきっかけで飯塚市内の商業施設へ出かける機会が増えた」「自分の健康状態を把握するいい機会になった」「目標歩数を設定し、週末には普段は通らない道を通ったり、近所の方との会話を楽しみながら、ウォーキングするようになった」などANA Pocket および SaluDi の活用が健康行動につながったという多数の意見がありました。

なお、本実証事業の結果の詳細につきましては「別紙」を参照願います。

■ 日本ウェルビーイングコンソーシアムと各社の今後の取り組み

日本ウェルビーイングコンソーシアムはアプリケーションを利用した健康行動およびその効果を分析する分析ダッシュボードを含めた本実証実験の結果をモデル化し、自治体はもちろん健康経営を推進する企業に対して本飯塚市実証事業モデルを展開します。特定健診の受診率が低迷している問題や国民健康保険に移行する60歳以上の方に健康習慣がなく不健康な状態の方が多という問題など社会課題の解決に寄与していきます。

沢井製薬は SaluDi を、個人の健康データの蓄積だけでなく、連携医療機関・調剤薬局などの連携拡大、医療の場でのPHRの利活用を推進し、疾病管理・未病予防に役立てることをめざします。

ANAXはANA Pocketの「チャレンジ」などを用いて楽しみながらの健康行動を支援することに加え、ANAのマイルを利用できるANA Payなどを用いて地域経済の活性に貢献していきます。

■ お客さまからのお問い合わせ先

株式会社日立システムズ お問い合わせ Web フォーム

<https://www.hitachi-systems.com/form/contactus.html>

以上

(別紙)

■実証事業の概要

	「ANA Pocket」および「SaluDi」に関する実証事業	「健康支援サービス（MIRAMED）」に関する実証事業
目的	3つのスマートフォンアプリケーションの活用により、住民がPHRサービスに触れる環境づくりを行う。各アプリケーションを用いて運動促進を働きかけ、住民の活動量の増加と行動変容を図る。	
期間	2023年12月1日～ 2024年3月31日	2023年11月15日～ 2024年9月30日
対象者	18歳以上の飯塚市民または飯塚市内に勤務する方	①飯塚市の国民健康保険加入者かつ特定保健指導の対象者のうち、スマートフォンアプリケーションの使用を希望した市民 ②沢井製薬従業員（九州工場/第二九州工場）のうち、保健師が選定した従業員
参加者数	ANA Pocket : 138名 SaluDi : 171名	飯塚市民 : 4名 沢井製薬従業員 : 9名

■実証事業の詳細

本実証事業は、飯塚市と日本ウェルビーイングコンソーシアムの設立企業である日立システムズ、インテグリティ・ヘルスケア、ANA X、沢井製薬が、「健康無関心層の取り込み」、「特定保健指導のデジタル化」、「地元企業との連携による健康経営の支援」の実現に向けてPHR基盤と各社のアプリケーションを活用し、実施しました。

飯塚市民または飯塚市で勤務する190名が参加、ANA Xが提供する「ANA Pocket」と沢井製薬が提供する「SaluDi」の2種類のスマートフォンアプリケーション（無料で利用可能）をダウンロードし、市民が移動した距離や手段に応じてポイントが付与される仕組みと、血圧や体重など日々のバイタルデータを記録できる仕組みを提供しました。参加者が、2023年12月から2024年3月までの4か月間に利用したアプリケーションデータを分析しています。

また、国民健康保険に加入し、特定健康診査を受診した飯塚市民のうち、肥満・メタボリックシンドロームのリスクが高いと診断され、スマートフォンアプリケーションの使用を希望した市民と沢井製薬九州工場・第二九州工場において保健師が選定した従業員には、日立システムズが提供するPHRサービス「健康支援サービス（MIRAMED）」を利用し、生活習慣の改善を図る実証を現在も継続中です。

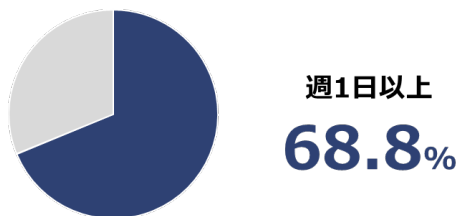
本結果を踏まえた最終報告は、2024年10月の公開を予定しており、本ニュースリリースでは2023年12月から2024年3月にかけて実施した「ANA Pocket」「SaluDi」を用いた実証の結果を報告します。

■結果（一部）

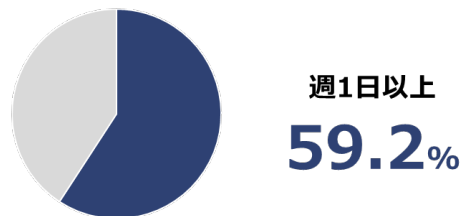
【各アプリケーションの活用状況】

実証後アンケートより、ANA Pocket を週 1 回以上利用したと回答した参加者の割合は、約 7 割でした。SaluDi を週 1 回以上利用したと回答した参加者の割合は約 6 割でした。

ANA Pocketの利用頻度



SaluDiの利用頻度



【意識の変化】

実証事業への参加により 72.8%が「健康に関して意識することが増えた」と回答し、健康意識の改善が確認できました。

実証後アンケート（全参加者）

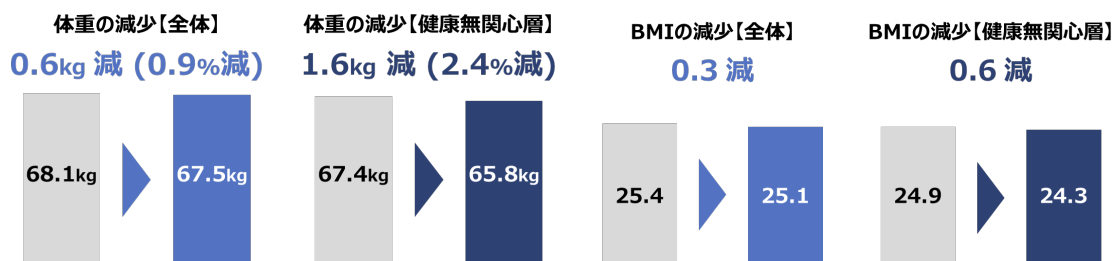


主観バランス【健康無関心層】



【平均体重および BMI の変化】

参加者のうち健康無関心層においては体重減少幅および BMI の減少幅が大きく、実証期間中 1 月から 3 月にかけて平均体重が 1.6 kg 減少、BMI も 0.6 減少しました。



【測定回数の変化】

体重・血圧・歩数の測定習慣については、すべての項目において測定回数の増加が認められました。

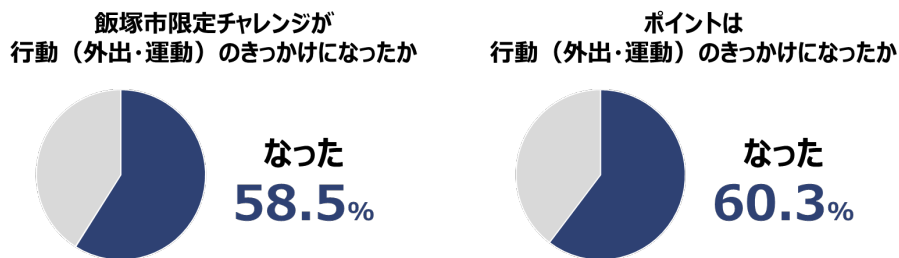
測定回数の変化



【実証事業による行動への影響】

参加者の約 6 割が ANA Pocket の飯塚市限定チャレンジおよびポイントが「行動（外出・運動）のきっかけになった」と回答しました。

ANA Pocketの チャレンジ・ポイントによる行動への影響



【自由回答意見抜粋（一部）】

・ANA Pocket チャレンジで歩きたいと思うことが多くあった。ゆめタウンやイオンに行こうと思う回数
が格段に増えた。

・大変健康を意識する機会となりました。とくに歩くことを意識するようになり、行動に移せたように思
います。

・目標歩数を設定し週末には普段は通らない道を通ったり、近所の方との会話を楽しみながら、ウォー
キングするようになった。

・自分の健康について全く無関心だったが、少しは意識するようになった。

飯塚市について

平成 18 年 3 月 26 日に 1 市 4 町（飯塚市、穂波町、筑穂町、庄内町、穎田町）が合併し、
新しく「飯塚市」が誕生しました。面積 213.96 km²、人口 126,364 人（令和 2 年国勢調査）で福
岡県のほぼ中心に位置しています。主要幹線道としては、一般国道 200 号、201 号、211 号があり、
福岡都市圏、北九州都市圏、筑後地区から車で 60 分圏内です。JR は篠栗線、筑豊本線、後藤寺
線が走っており、新飯塚駅から博多駅まで約 40 分、小倉駅まで約 60 分という利便性で、福岡都市
圏、北九州都市圏への通勤、通学圏内になっています。

本市は、南北に流れる遠賀川に沿って平野が広がり、東は関の山、西は三郡山地等に囲まれ、良好
な自然が残されています。かつては、長崎街道の宿場町（飯塚宿、内野宿）として栄え、多くの人、
物、情報がいきかう流通拠点として、また、日本経済の成長を支えた筑豊炭田の中心都市として、重要
な役割を担ってきました。

長崎街道「シュガーロード」と炭都。砂糖の伝来と労働者に受け入れられ発展したお菓子文化により、
全国的に有名な「千鳥饅頭」「ひよこ饅頭」「なんばん往来」などの銘菓が生まれたまちでもあり、令和 2

年度には「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」が日本遺産に認定されています。

詳細は <https://www.city.iizuka.lg.jp/> をご覧ください。

日立システムズについて

日立システムズは、強みであるさまざまな業種の課題解決で培ってきたお客さまの業務知識やノウハウを持つ人財が、日立グループ各社やビジネスパートナーと連携し、One Hitachi で Lumada 事業を中心に展開することにより、お客さまのデジタル変革を徹底的にサポート。日立グループのサステナビリティ戦略の下、環境・社会・企業統治（ガバナンス）を考慮した経営を推進することで、国連が定める持続可能な開発目標 SDGs の課題解決に向けた価値を創出し、企業理念に掲げる「真に豊かな社会の実現に貢献」してまいります。

詳細は <https://www.hitachi-systems.com/> をご覧ください。

インテグリティ・ヘルスケアについて

株式会社インテグリティ・ヘルスケアは、人とテクノロジーの融合で、医療の未来をつくることを目指したメディカルテック企業です。「2030年までに、個別化された医療と情報が適切に届き、人々が主体的に考え、行動を起こしていく世界を作る」をミッションに掲げ、ICTの先端技術と医療ノウハウを組み合わせ、医師と患者の双方向のコミュニケーションを深めながら一層の診療の質の向上に寄与する疾患管理システム YaDoc、オンライン診療システム YaDoc Quick、PHR 管理システム Smart One Health の開発・提供、DCT（Decentralized Clinical Trial:分散型臨床試験）事業に取り組んでいます。

詳細は <https://www.integrity-healthcare.co.jp> をご覧ください。

ANA X について

ANA X 株式会社は、ANA グループのプラットフォーム事業会社です。

航空・旅行事業をはじめ、ANA カードに代表されるライフサービス事業を通じて培った顧客基盤を土台に、お客様の人生を豊かにするサービスを創造し、人の移動を通じて地域・社会課題の解決にも貢献していくことを目指して取り組んでいます。

日常でもマイルを貯めて使える機会を拡げるために、ANA グループの各種サービスの入り口となるゲートアプリ「ANA マイレージクラブアプリ」、インターネットショッピングモール「ANA Mall」、モバイル決済サービス「ANA Pay」、日々の移動でポイントが貯まるモバイルアプリサービス「ANA Pocket」などの商品・サービスを展開しています。

詳細は <https://www.ana-x.co.jp/> をご覧ください。

沢井製薬について

沢井製薬株式会社は、約 800 品目を取り扱うジェネリック医薬品企業です。「なによりも患者さんのために」という企業理念のもと、1997 年より新聞広告、2004 年よりテレビ CM を通じ、日本におけるジェネリック医薬品の認知向上に取り組んできました。ジェネリック医薬品を安定的に患者さんのもとへお届けするため、全国 6 工場のネットワーク力で生産体制の強化に取り組んでいます。独自の製剤化技術「SAWAI HARMOTECH®」を有する等、高品質で付加価値の高い医薬品の開発も積極的に行っています。

詳細は <https://www.sawai.co.jp> をご覧ください。

以上