

事業の実施状況

1 参加登録者数（令和2年3月末時点）

337,819人（歩数計：309,607人 アプリ：28,212人）

<内訳> 平成30年度末 322,352人（歩数計：305,913人 アプリ：16,439人）

令和元年度末 15,467人（歩数計：3,694人 アプリ：11,773人）

※各年度数値目標 15,000人（歩数計：5,000人、アプリ：10,000人）

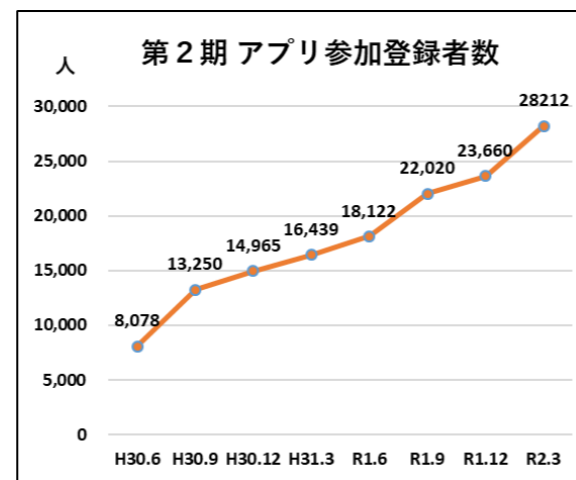
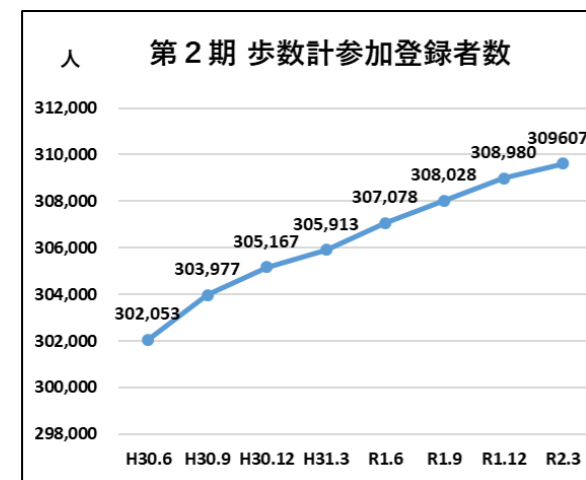
(1) 参加者の年代・性別の内訳

<内訳①：歩数計>

年代	全体	構成比(%)	男性		女性	
18歳～39歳	30,505	9.9%	11,725	3.8%	18,780	6.1%
40歳～64歳	120,637	39.0%	47,303	15.3%	73,334	23.7%
65歳～74歳	86,691	28.0%	35,027	11.3%	51,664	16.7%
75歳以上	71,774	23.2%	31,255	10.1%	40,519	13.1%
合計	309,607	100.0%	125,310	40.5%	184,297	59.5%

<内訳②：アプリ（歩数計からの移行参加者は含まない）>

年代	全体	構成比(%)	男性		女性	
18歳～39歳	6,913	24.5%	1,712	6.1%	5,201	18.4%
40歳～64歳	18,660	66.1%	8,667	30.7%	9,993	35.4%
65歳～74歳	2,202	7.8%	1,352	4.8%	850	3.0%
75歳以上	437	1.5%	229	0.8%	208	0.7%
合計	28,212	100.0%	11,960	42.4%	16,252	57.6%



(2) 事業所の参加状況

登録事業所数：1,075事業所

参加従業員数（歩数計）：43,629人（全体の14.1%）

参加従業員数（アプリ）：2,602人（全体の9.2%）

2 リーダー設置状況（令和2年3月末現在）

987か所（他に、ローソン、ミニストップの「Loppi」端末でも送信可（市内400か所超））

業態	場所数
商店街加盟店	294か所
その他商業店舗	427か所
チェーン店・系列店	HACドラッグ(103)、クリエイトS・D(119)、ユーコープ(36)等
個店	百貨店（京急・そごう・高島屋）、スポーツ店（ゼビオ等）、薬局等
不特定多数が集まる場所	スカイビルB2カウンター、ルミネ1Fカードカウンター、大さん橋ターミナル等
公共的施設	266か所
地域ケアプラザ（110）・地区センター（39）等	

新規参加促進及び継続支援のための取組①（令和元年度の実績）

1 参加者への個別アプローチ

(1) ブース出展による対応

スポーツ・商店街イベントに特設ブースを出展し、新規登録、歩数計の電池交換、ストラップ販売、歩数計を故障・紛失した方向けの歩数計販売、各種相談を実施しました。

《実績等》7回実施、1,600人来場

(2) 歩数計参加者への利用勧奨

初期設定済かつ平成30年度の歩数データが全くない方（約8.6万人）を対象に、アプリへの移行、歩数計の電池交換、歩数計の再登録方法をお知らせする利用勧奨通知を郵送しました。

実施にあたっては、学識者や民間の専門家による助言を受け、行動経済学的手法である「ナッジ」（自発的に望ましい行動をするよう促す仕掛けや手法）を取り入れて通知文や封筒を作成したほか、年齢でお知らせする内容を変える（高齢層には歩数計の案内、働き・子育て世代にはアプリの切替え案内に重点）などといった手法を採用して行いました。

《実績等》

分類	内容	件数
歩数計購入件数 (1/27～3/19)	通常申込	149件
	通知を見た方からの申込	287件
アプリ登録者件数 (1/30～3/2)	元年4～12月の「1日平均」登録件数	約45件
	期間中の「1日平均」登録件数	約97件
	期間中の合計登録件数	3,202件

2 仲間づくりの支援

(1) 市内ウォーキング団体の紹介

過去のアンケートから、一緒に歩く「仲間」の存在がウォーキングの継続に役立つことが示されていたことから、ホームページで市内で活動するウォーキング団体の紹介を開始しました。

《実績等》掲載団体数：19団体（令和2年3月末現在）

(2) 団体取組事例集の作成

エントリー事業所や地域で活動する団体の取組を募集し、各取組をまとめた事例集を作成しました。
また、応募いただいた事業所・団体には、「パートナーシップ証」や「副賞」を贈呈しました。
《実績等》応募事例数：17 事例（事業所 12、団体 5）

3 アプリの参加及び利用促進

(1) 独自機能の活用

各区や関係団体と連携し、「スタンプイベント」や「ミッション」等を実施しました。

《実績等》 令和元年 12 月末現在

- ・スタンプイベント：28 回実施、延べ 3,000 人以上の方が参加
- ・ミッション（クーポンの配信）：75 回実施、延べ 55,000 人以上の方が参加
- ・ウォーキングコース：142 コースを掲載、延べ 9,900 人以上が利用

(2) 「アプリ限定」ポイント増量キャンペーンの実施

9 月 1 日～9 月 30 日にかけて、新規登録で 50 ポイント、知人紹介で 50 ポイントをプレゼントするキャンペーンを実施しました。また、10 月 1 日～12 月 31 日にかけて、歩数ポイントを通常の 2 倍付与するキャンペーンを実施しました。

(3) フォトコンテストの実施

参加者がウォーキングの途中や外出先で撮った写真を投稿していただき、他の参加者から多くの評価を得た投稿者（参加者）に景品を贈呈するフォトコンテストを実施しました。

《実績等》

通常期の月平均投稿数 (平成 30 年度)	第 1 回 (平成 31 年 1 月開催)	第 2 回 (令和元年 8 月開催)
537 件	3,720 件	4,191 件

4 SNS を活用した情報発信

これまで十分活用されていなかった「Twitter」や「Facebook」を用いて、新規参加やウォーキング継続につながる情報発信を強化しました。

《実績等》

媒体	発信内容	頻度
ツイッター 【健康全般】	事業紹介、イベント案内、各種情報提供 (健康経営、YWP、受動喫煙防止、健康階段、等)	不定期
フェイスブック 【YWP 公式】	◎「すうちゃん」健康コラム ※オムロン社提供	週 1 回
	◎「すうちゃん」放浪記 ※職員作成の旅行記	不定期
※ ◎印は今年度に 拡充した内容	「すうちゃん」おでかけ情報 ※HP 運用委託事業者作成	年 7 回程度
	◎観光情報 ※コンベンションビューロー提供 各種イベント情報	週 1 回 不定期

(1) SNS 広告の実施

令和 2 年 3 月に、Facebook、Instagram、LINE による事業広告を実施しました。

- 実施目的：アプリ参加者の拡大
- 実施期間：令和 2 年 3 月 5 日～令和 2 年 3 月 28 日
- 実施結果：登録数 3,534 件

《実施結果の詳細》

	4 月～令和 2 年 2 月	令和 2 年 3 月（SNS 広告実施月）	
アプリ新規参加登録者数 (歩数計との重複参加含む)	平均 1,476 件/月	全体	4,908 件
		うち SNS 広告分	3,534 件 (通常期の 2.4 倍↑)

新規参加促進及び継続支援のための取組②（令和 2 年度の計画）

1 新規参加促進

(1) ターゲットと手法

ア 歩数計

新規参加者の大部分を 60 歳以上の方が占めることから、中高年齢層をメインターゲットとします。
具体的には、60 歳以上の方がよく訪れる公共施設等に事業チラシやポスターを配架・掲示するほか、60 歳以上の方が多く受け取るような新規広報媒体を発掘し、広報していきます。

イ アプリ

65 歳未満の方が 9 割を占めるアプリは、若年層や働き世代・子育て世代をメインターゲットとします。
具体的には、ターゲット層が親しみやすい SNS 広告や動画を使った PR など、スマートフォンによる媒体での広報を強化していきます。

(2) ナッジの活用

より効果的にウォーキングポイントへの参加を訴えかけるため、各種広報媒体や広告などにおいて引き続きナッジの手法を積極的に取り入れます。

2 参加者の継続支援

(1) 参加意識の醸成

ウォーキングポイントへの参加意識を高め、健康づくりへの関心やウォーキングポイント自体への愛着を持って参加を継続してもらうための取組を実施します。

ア 事業所・団体の取組促進

事業所内での取組の活性化を図るため、今年度も事業所・団体の取組事例集を作成するほか、イベント等に参加するとポイントを付与できるアプリ機能（「うつつして PON」機能）をエントリー事業所に活用してもらうなど、新たな取組も実施していきます。

イ 個人表彰の見直し

今年度の実施にあたっては、基準を緩和（歩数データが 1 年間毎日あること→1 年間で 9 割以上あること）することで、取り組み易さを向上させます。

(2) 情報発信の強化

参加者の意欲向上や口コミによる参加促進等を目的に、熱心に取り組む参加者やウォーキング団体の紹介などに積極的に取り組みます。

ア ホームページでのウォーキング団体情報の充実

引き続き掲載団体の募集を行い、様々な媒体で紹介していきます。

イ SNS広報の強化

Facebook や Twitter といった SNS やホームページ等で、事業を紹介する動画や参加者の声（事業参加後の体調や習慣の変化等）などの新たなコンテンツを作成し、発信します。

(3) 感染症や熱中症対策に配慮した事業参加

適切な感染予防対策をとった上でのウォーキングは、新しい生活様式に適した運動形態と考えています。令和2年8月からアプリに追加される「セルフチェック機能」を活用し、コロナ禍の状況でも安心してウォーキングに取り組んでいただけるよう支援を行います。具体的には、アプリ上に「出かける前に体調をチェックする」、「人が少なく涼しい時間、場所を選ぶ」「マスク着用時は熱中症に注意する」などの感染症や熱中症対策に関するセルフチェック項目を設定し、チェックを行った場合にはボーナスポイントを付与することで、新しい生活様式に適したウォーキングを支援します。

(4) 地域貢献意識の醸成

1日平均歩数が10万歩を超えると公益団体に寄付を行う「社会貢献プログラム」について、市内で活動するNPO等に基金から助成を行う「よこはま夢ファンド」を新たな寄付先として追加します。