

報道関係各位

アサヒ飲料株式会社 「Walk for a smile」 ウォーキングイベントのご案内

お問合せ先 アサヒ飲料株式会社 北海道支社 営業企画部 担当:加々見 TEL:0570-04-1328
以上

「Walk for a smile」 とは

アサヒ飲料株式会社は、全社員に歩くことを推奨し、歩いた歩数分に応じた本数（1 万歩につき 1 本）の飲料を世の中に提供する「Walk for a smile」を 2021 年から実施しています。

■実施背景

- ・ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響でリモートワークを基本とする働き方が定着したことを機に、2020 年 12 月に社員に「健康」に関するアンケートを実施しました。
- ・ その結果、6 割以上の社員が「日々の運動不足」を実感していることがわかり、リモートワークを基本とした新しい日常において全社員で意識的に運動を促進する取り組みとして開始しました。
- ・ また社員の健康だけでなく、世の中にも飲料を提供することで、笑顔を広げていくことも目指した活動です。

■活動コンセプト

- ・ 活動コンセプトを「新しい日常の生活リズムを整え、ココロとカラダの健やかな毎日を生み出し“笑顔”を広げていく」として、社員の健康意識を高めることに加えて、社員の歩数分に応じた飲料をお客さまに提供することで、日常のセルフケアなどにお役立ていただき、世の中の健康推進に貢献することを目的としています。

■これまでの取り組み・2024 年の結果

- ・ 2017 年より、飲料を通じてココロもカラダも健康になれることを目指し、全部門・全社で取り組む「健康」をテーマとした活動をスタートし、その取り組みの一つとして「歩く」活動を開始しました。当時はクリーン活動とウォーキングを合わせたイベントなどを実施していました。
- ・ 2021 年 4 月より、全社員の歩いた歩数分に応じた飲料(1 万歩につき 1 本)をスポーツイベントや地域の活動などの場で、世の中に寄付する活動として、「Walk for a smile」を開始しました。
- ・ 「Walk for a smile」では、アプリを活用し、社員の運動量（歩いた歩数）を可視化し、歩いた総歩数 1 万歩につき、「特定保健用食品」「機能性表示食品」といった健康商品を中心に 1 本提供しています。
- ・ 2024 年は約 16 億歩（地球 28 周分以上）、約 16 万本分の商品を地域のスポーツ大会や教育施設、ウォーキングイベントなどに寄付し、これまで、累計で約 62 億歩(地球 109 周分以上)、約 62 万本を寄付しています。
- ・ 2025 年は 18 億歩、18 万本の寄付を目指しています。
- ・ 社員自身が健康であることが「Walk for a smile」の土台であると考え、社員が健康的な日々を送ることをサポートするため、「ウォーキングイベント」などさまざまな施策を実施しています。その取り組みが評価され、6 年連続でスポーツ庁より「スポーツエールカンパニー2025」に、東京都より「令和 7 年度 東京都スポーツ推進企業」に認定されました。

Q&A 「Walk for a smile」 ウォーキングイベント

Q	A
Walk for a smile について	
Walk for a smile はどんな取り組みか？	・ マテリアリティに掲げる“健康”の取り組みの一環として 2021 年 4 月に開始 ・ 「日常の生活リズムを整え、ココロとカラダの健やかな毎日を生み出し“笑顔”を広げていく」をコンセプトに、全社員に歩くことを推奨し、歩数分に応じた飲料(1 万歩につき 1 本)をスポーツイベントや地域の活動などの場で、世の中に寄付します ・ 活動を開始した 2021 年はコロナ禍でもあり、社員の活動としては、リモートワークが中心になり、オンオフの切り替えが難しく、また意識的な運動が減ることで生活リズムが乱れるリスクを、始業前・昼休み等にウォーキングをし、飲料を飲んで仕事のスイッチに切り替えることで低減していくことを目指しスタートした ・ また社員の健康だけでなく、世の中にも飲料を提供することで、笑顔を広げていく活動
なぜ「歩く」を軸として活動しているのか？	・ 毎日を笑顔で、イキイキと元気に過ごしていただくためには生活リズムを整えることが重要となる。その取り組みの主軸として質の高い睡眠と適度な運動を定めており、最も取り組みやすい運動として「歩く」を軸とした活動を進めている。
社員が参加するウォーキングイベントは過去にも実施していたのか？何年ぶりの開催となるのか？	・ 2017 年より、飲料を通じてココロもカラダも健康になれることを目指し全社・全部門で取り組む「健康チャレンジ！」を立ち上げ、その取り組みの一つとして「歩く」活動をスタート。クリーン活動とウォーキングを合わせたイベントなどを 2019 年 11 月まで実施していた ※2019 年当時の名称は「Walk for smile」ではない ※2023 年に新たな取り組みとしてウォーキングイベントを開始。 5 月に東京（浅草）、同年 11 月に大阪(箕面市)でイベントを開催 ※2024 年はアサヒ飲料北陸工場(黒部市)でイベントを開催
Walk for a smile の社員参加率は？	・ 25 年 6 月時点で約 44%。
「Walk for a smile」がスタートしてからどのくらい歩いて、どのくらい寄付したのか？	・ 2021 年：約 19 億歩（地球約 34 周分）、19 万本の寄付 ・ 2022 年：約 13 億 1 千万歩、（地球約 23 周分）、13 万 1 千本の寄付 ・ 2023 年：約 13 億 6 千万歩(地球約 24 週分)13 万 6 千本の寄付 ・ 2024 年：約 15 億 8 千万歩※(地球約 28 週分)15 万 8 千本の寄付 ・ 2025 年目標：約 18 億 3 千万歩※(地球約 31 週分) ※前年比：116%(24 年前年伸長率を参考に目標を設定)
2022 年の歩数が減ってしまった理由は？	・ 2022 年 4 月にアサヒグループ健康保険組合がグループ会社全体に導入した歩数アプリとアサヒ飲料独自の歩数アプリに二分化されたことが理由 ※参考：2023 年に AG 健保アプリに 1 本化したため、2023 年は向上
飲料はどのようなところに寄付しているのか？	・ 地域のスポーツ大会や教育施設、ウォーキングイベントなど“健康”に関する施設やイベントで寄付を実施している

どうやって社員が歩いた歩数を把握するのか？	・ アサヒグループ全体の健康保険組合が管理する専用のアプリを活用している。アプリ内では健康を促進する機能が備わっていますが、その一つとして歩数を管理する機能がある ・ アサヒ飲料社独自で事業場別歩数もトレースしており、事業場毎に次年度寄付できる飲料の本数を管理している
提供される飲料は健康系の飲料に限るのか？	・ 特保、機能性表示食品、スポーツ飲料、無糖を中心に“健康”に関する商品を提供している <配布予定商品> 「スーパーH2O」PET600ml、「三ツ矢サイダーW」PET485ml、 「PLUS カルピス®免疫サポート」PET200ml、「PLUS カルピス®睡眠・腸活ケア」W PET200ml、ウィルキンソンタンサン PET500ml、十六茶 PET630ml など
<u>今回のイベントについて</u>	
今回のイベントの目的は？	・ 社員が会社からの強制では無く自主的に参加したくなるイベントを開催することで、社員が自主的に健康に取り組む風土づくりを醸成すること
今回なぜ札幌で実施するのか？	・ 炭酸水のフィールド研究を実施する、当社アサヒ炭酸ラボと、健康寿命延伸などを目的としたウェルネス推進部が、共同で炭酸水による食生活の変化や喫煙の抑制を検証するアンケートを実施。アサヒ炭酸ラボを運営するアサヒ飲料研究開発戦略部は、札幌市のウェルネス連携企業にも登録しているため、今回札幌での実施に至った。
今回のイベントでは、何名が参加するのか？	・ 役員 10 名と本社社員、北海道支社社員、関連企業合わせて約 70 名
2024 年は、他の事業場でも同様のイベントを実施しているのか？ 2023 年の実績は？	・ 2025 年の開催は今回が初となる ※2023 年は 5 月に東京(浅草)、11 月に大阪(箕面市)で実施 ※2024 年は黒部市(北陸工場)で実施
来年もこのイベントを実施するのか？	・ 来年以降も更に実施する事業場を拡大することを検討している
今日はどのくらいの距離を歩くのか？	・ 約 3.8km/約 1 時間想定
今回、葛西紀明さん・勅使川原郁恵さんを選出した理由は？ 今後も「Walk for a smile」のサポーター的な役割を担うのか？	・ 北海道出身かつ、現在北海道在住であることから、葛西選手を選出。勅使川原選手は、ウォーキングイベントの第 1 回(東京)からご参加いただいております。今回もご協力いただいた。葛西選手は今回のみご協力いただく予定。勅使川原選手は未定。
イベントには約 70 名が参加するとのことだが、安全面や歩行者への配慮はどうなっているのか？	・ チームを 2 チームに分け、小集団でウォーキングを実施。最前列と最後尾にスタッフを配置し連携を取ることで、安全面を確保。
札幌市へ贈呈する内容は？	・ 全社員に歩くことを推奨し、社員が歩いた歩数に応じた飲料(1 万歩につき 1 本)を社会に還元するという「Walk for a smile」のコンセプトの基、『ウィルキンソンタンサン』を札幌市に 1,000 本贈呈致します。
<u>札幌市との取り組みについて</u>	
これまでのアサヒ飲料と札幌市との取り組みは？	・ 炭酸水のフィールド研究を実施する、当社アサヒ炭酸ラボと、健康寿命延伸などを目的としたウェルネス推進部が、共同で炭酸水による食生活の変化や喫煙の抑制を検証するアンケートを実施。

なぜ札幌市でイベントを実施することになったのか？	・ 上記取り組みの中で、アサヒ炭酸ラボを運営するアサヒ飲料研究開発戦略部は、札幌市のウェルネス連携企業にも登録しているため、今回札幌での実施に至った。
「健康」マテリアリティについて	
アサヒ飲料の「健康」戦略とは？	・ 当社の事業活動を通じて、世の中を健康にしたいと考えており「運動」「睡眠」「食事」が連動したバランスの良い活動から、心と体と社会の健康につなげることを目指している
「健康」の取り組みはいつからスタートしたのか？	・ 「健康チャレンジ！」という名称で取り組みを活性化させたのは2017年4月から。 ・ その以前からも、社員の健康増進目的や、お客様の健康価値に貢献する商品の提供は行っていた
「健康」のこれまでの具体的な取り組みは？	① スポーツ庁の「FUN+WALK」に賛同して実施したスニーカー通勤やイベント ② 当社の乳酸菌に関する様々な知識を備えた人材を育成する「乳酸菌マスター認定制度」やお客様に乳酸菌の魅力や価値をお伝えする「乳酸菌勉強会」、「カルピス LABO」といった活動がある
アサヒ飲料のスニーカー通勤はいつから推奨しているのか？	・ 2018年よりスニーカー通勤を開始しておりますが、スニーカー通勤の推奨というより、それをきっかけとして、日常に運動をとりいれて健康に対する意識を高めてもらえればという考えのもと開始している
今後、どのようなことに注力していくのか？	・ 商品やサービスを通じて「運動」「食事」「睡眠」に関する事業活動の推進に注力していく。その結果、生活においてオンタイムの集中、オフタイムのリラックスがより高まる状況を作りだしたいと考えている。

以 上