

TOKYO WELLNESS IMPACT FUND

東京ウェルネスインパクトファンド

2●23

インパクトレポート

読者の皆様へ

To all readers

～なぜ「インパクト投資」なのか～

このたび、東京ウェルネスインパクトファンド(以下、TWIF)で初発行となる「インパクトレポート」をお届けします。

インパクトレポート作成の目的は、TWIFに対する皆様の未永い信頼と期待のために、TWIF投資先の皆様が生み出しているアウトカムや社会的インパクトについてお伝えするとともに、TWIFが何を目指し、どのような成果を出しているのかについて丁寧に説明することです。

そもそもなぜインパクト投資なのか。それは、投資リターンを得る為には社会が求めるサービスを提供するスタートアップへ投資することが大切であり、投資リターンを最大化させる為には社会的インパクトに向き合い生み出す起業家へ投資する必要があると考えているからです。継続的に利益を追求する為には、利他的な経済的利益を考えるだけでは不十分です。社会的利益も追求して初めて、継続的な利益の総和が大きくなり、社会ニーズを追いかけ続けなければ、事業の成長はないと思っています。すなわち、今日の金融・事業環境では、インパクト志向の投資でなければ、より多くの投資利益を上げることはできないでしょう。

TWIFは、10年から15年後のリターンを念頭に投資を行っています。10～15年後の未来を考えるにあたって、私的な利益だけを追求するスタートアップが生き残るとは、我々には思えません。長期的に生き残る社会課題解決型のスタートアップは、足元の顧客課題と長期的な社会的インパクトを上手くマネジメントしている会社であるはずで

我々がインパクト投資で大切にしている考え方は「意図」と「貢献」です。「意図」とは、投資家が「投資を通じてどのような世界を作りたいのか」、起業家が「自らの事業でどう世界へ変えたいのか」をそれぞれ明確にすることです。「貢献」とは、起業家が持つビジョンや作りたい世界を実現する為に投資家が出来る限りの貢献をするということと、起業家の考える「より良い社会」に、事業を通して起業家がどのように貢献するのか、ということです。今回、投資先企業の紹介ページでは、この「意図」と「貢献」を読者の皆様にお届けできるように努めました。

当レポートでは、ファンド組成の2023年3月から12月までの活動についてまとめています。この10カ月で、我々が何を指しどのような活動を行ってきたのか、そして、これからどのように成長しようとしているのか、当レポートで感じていただければ幸いです。また、当レポートが、我々と共に新しい価値を創り上げていきたいという方とつながるきっかけになれば大変うれしく存じます。



東京ウェルネスインパクトファンド
キャピタリスト一同

東京ウェルネスインパクトファンド(TWIF)の概要

ファンド名	東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合
無限責任組合員(GP)	虎ノ門インパクトキャピタル合同会社
有限責任組合員(LP)	東京都、マネックスグループ株式会社、明治安田生命保険相互会社 SCSK株式会社、戸田建設株式会社、三井住友信託銀行株式会社
現在募集総額	40億円
ファンド運用期間	2023年2月24日から2032年12月31日まで(10年間+5年延長)
投資ステージ	シード、アーリー期からレイター期まで
投資額	500万円から5億円程度

INDEX 目次

- 03 ファンドの特長
- 04 IMMの実践
- 05 Theory of Change Canvas
- 07 インパクトの目標と実績
- 08 2023年の活動



対談 #1
東京ウェルネスインパクトファンドへの期待とは
インパクト・フロントランナーの役割



対談 #2
女性のウェルネス課題デザインマップ
制作から見た課題の広さと深さ
見過ごされがちな課題を紐解き、解決につなげる

17 女性のウェルネス課題デザインマップ

投資先紹介

- 19 アイリス(株)
- 21 (株)CaTe
- 23 (株)Melon
- 25 (株)HEALTHREE
- 27 (株)MEBAIS
- 29 (株)Rehab for JAPAN

31 出資者の皆様より

32 組織概要/奥付

用語説明

インパクト投資

社会的、環境的な問題解決に焦点を当て、財務的なリターンとともに社会的なインパクトの創出を目的とした投資。社会や環境にポジティブな影響を与える企業の事業発展を促進することを目的とする^{*1}。

IMM

インパクト測定・マネジメント(Impact Measurement and Management)の略。インパクト投資において、社会的・環境的な問題解決に向けた目標(インパクト)を定め、その目標を達成するための戦略を策定し、運営・評価を行うプロセス^{*2}。

レスポンシブル・イグジット(Responsible Exit)

インパクト投資家のイグジット目標において、自身の経済的リターンに加えて、投資先のビジネスモデルの価値を理解し、持続的な社会的インパクトを生み出す成長のビジョンを共有される方々に対して、保有株式を売却することを指す。具体的には、インパクトIPOやイグジットトゥ コミュニティなどがある。投資先の志向する社会的インパクトを継続的に生み出すものかなどを調査確認(イグジットインパクトデューデリジェンス)、イグジットする^{*3}。

インパクトIPO

レスポンシブル・イグジットの一環で、①ポジティブなインパクトの創出を意図している企業が、インパクトの測定およびそのマネジメント(Impact Measurement and Management; IMM)を適切に実施していることを示しながら、IPOを実現すること。さらに、②IPOに際して、インパクトの追求とIMMを継続的に実施できるよう、当該企業を取り巻くステークホルダーに対して、インパクトおよびIMMの状況を説明し、インパクト志向の資金提供者からの資金調達を目指すことで、企業価値の向上を図ること^{*4}。

イグジットトゥ コミュニティ(Exit to Community)

レスポンシブル・イグジットの一環で、インパクト投資家が投資先の社会的インパクトを最大化することを目指すために、投資先企業と協力してイグジット先を選定する取り組みのこと。そのイグジットが投資先の社会的インパクトを継続的に生み出すものかなどを調査確認(イグジットインパクトデューデリジェンス)し、保有株式を社会的インパクトの増大が見込まれる事業ステークホルダー(ユーザー、従業員、顧客、アライアンス先など)に譲渡すること。

*1 GSG国内諮問委員会 <https://impactinvestment.jp/impact-investing/about.html>

*2 GSG国内諮問委員会「インパクト投資におけるインパクト測定・マネジメント実践ガイドブック」(2021年5月)

*3 キャピタルメディア・ベンチャーズ 「投資先社会インパクトの最大化を図る為のレスポンシブル・イグジットを實行」(2022年10月)

*4 社会変革推進財団「インパクトIPO実現・普及に向けた基礎調査」(2022年11月)より抜粋

ファンドの特長 *About Fund*

ファンドの設立について

高齢社会の進展や健康に対する意識の高まりなどにより、社会全体としてウェルネス重視の流れが醸成されています。健康的な生活習慣の重要性が再認識され、医療費の削減や生産性の向上などが期待されています。ウェルネス領域での課題は多岐にわたっており、様々な観点から課題を解決するスタートアップが必要です。また、投資家サイドでもこのような課題解決型のスタートアップを支援するために、財務的なリターンと社会的リターンを創出することを目的としたインパクト投資が注目され始めています。一方、国内のインパクト投資はまだ黎明期にあり、特にスタートアップ×インパクト投資の領域では開発段階にあります。したがって、インパクト志向のスタートアップ投資を加速させるためにも、インパクト投資の実践と実績が重要になると考えています。

東京ウェルネスインパクトファンド（以下、TWIF）は、東京都のソーシャルインパクト投資ファンド事業において、虎ノ門インパクトキャピタル合同会社が運営事業者として採択されたことから始まりました。TWIFは、スタートアップ×インパクト投資を実践することで、ウェルネス領域の課題解決をテーマに、課題解決実践者の創出とファンド利益の確保、そして個人からのインパクト投資へのお金の流れを生み出したいと考えています。



4つの投資対象領域

ウェルネスとは、「身体的、精神的、社会的に健康で安心な状態」*1と定義されています。TWIFは、下図の4領域における国内のウェルネスの課題解決を目的とするスタートアップへ投資します。

*1 Global wellness Institute:GWI, 2015



IMMの実践 *Impact Measurement and Management*

TWIFでは、本質的な顧客価値を追求するスタートアップに対し、Impact Measurement and Management（以下、IMM）実践プロセスを通じたハンズオン支援を行い、投資先の事業目標達成のプロセスマネジメント（現状把握→ゴール設定→現状とゴールのギャップ把握→ゴールまでの登り方を計画→実践→修正計画→実践）を、ロジックモデルの作成などを通してご支援いたします。TWIFのIMMは、CMVが署名した国際的なインパクト・マネジメント運用原則（Operating Principles for Impact Management）をベースに構成されています。このようにして企業価値を高め、投資リターンを最適化するインパクトIPOやイグジットトゥコミュニティなどのレスポンシブル・イグジットにつなげます。

IMM実践による投資検討からイグジットまでのプロセス

	目的	実施内容
ソーシング	・ウェルネス領域で長期的な成長を目指すスタートアップの探索	・課題デザインワークによる、課題の可視化 取り組み① ・インパクト起業家育成プログラムの運営 取り組み② ・ウェルネスニュース配信及び投資候補先のDB化 ・インパクトキャピタリスト勉強会/コミュニティ運営の実施
デュー・デリジェンス	・投資候補先のIMMの実践に対するコミットメントとリスク評価 ・Theory of Change（以下、ToC）やロジックモデルの作成を通じたインパクト仮説の確からしさ	・起業家の学習成長志向性の評価 ・Five dimensions of impact, 9 Riskフレームワークをアレンジしたインパクトリスクの評価 取り組み③ ・投資候補先のToC及びロジックモデルの確認（作成支援）
投資実行	・イグジットの蓋然性、目標リターン、生み出す社会的インパクトの方向性 ・リスクに応じたタームによる投資契約	・イグジットモデル（目標マルチプル）の想定と支援方針の決定 ・投資契約体系 ・利益相反等のガバナンスチェック
伴走支援	・起業家のToC実現に向けた事業成長支援	・現状把握支援及び起業家のリフレクション支援 ・事業推進のハンズオン支援及びモニタリング ・NPSなど事業利益と顧客アウトカム評価に関するKPI ・インパクトレポート作成に伴う戦略振り返り
レスポンシブル・イグジット	・インパクトIPOやM&A、イグジットトゥコミュニティによるイグジットの実現	・目標投資リターンとの整合性の確認 ・インパクトイグジット評価の実施

取り組み①

投資領域における課題の網羅的な整理

TWIFでは、投資領域について、外部の有識者を交えて社会課題の構造を因果関係とともに可視化する「課題デザインマップ」を作成しています。この課題マップはファンドの投資検討に役立つとともに一般にも公開し、課題解決を志す起業家にも活用いただくことを目的としています。

取り組み②

インパクト志向の起業家の育成

TWIFでは、ファンドとして課題解決を行う領域の解像度を上げたり、課題を解決するスタートアップの発掘を目的として、CMVがおうちの診療所と共催している実践型インパクト起業家育成プログラム「Knot Program」の運営支援をしています。

取り組み③

「Five dimensions of impact」によるインパクト評価と、「9 Risk」によるインパクトリスクの評価

インパクト投資を行うにあたって、TWIFでは、投資候補先のデュー・デリジェンスの中に、What, Who, How much, Contribution, Riskの5側面評価を用いて、投資候補先が生み出すインパクトやその貢献度、量、リスクについて評価しています。加えて、Impact Management Projectで提唱されている「Nine types of impact risks^{*1}」の各項目にしたがってインパクトリスクを評価する「9 Risk評価」も行っています。

*1 Nine types of impact risks: Impact Management Project (<https://impactfrontiers.org/norms/five-dimensions-of-impact/impact-risk/#types>)

Five dimensions of impact

What
Who
How much
Contribution
Risk

9 Risk評価

エビデンスリスク
外部要因リスク
ステークホルダーの理解不足リスク
ドロップオフリスク
効率性リスク
実行リスク
アライメントリスク
耐久性リスク
予期しないリスク

Theory of Change Canvas

東京ウェルネスインパクトファンド（TWIF）では、デュー・デリジェンスのプロセスとして Theory of Change やロジックモデルを作成する為に、CMV が各種文献を参考に独自開発したウェブアプリケーションツール「Theory of Change Canvas」を使用しています。Theory of Change Canvas は一般にも公開され、誰でも利用可能です。下記の 10 のステップで構成される各質問に答えていくことで、Theory of Change のチャートが自動で作成されます。

Theory of Change Canvas 作成 URL : <https://cmv-impact-investment.adalo.com/theory-of-change>

1 WHAT 解決されようとしている課題をシンプルに表現すると何か？

作成のヒント

課題をシンプルに捉えることはとても大切ですが、難しくもあります。うまく整理し難い場合は以下の観点から、解決する課題を捉えてみましょう。

Who	その課題によって、被害を受けやすい人（組織など）は誰ですか？
What	その課題によって生じる被害やネガティブな事象は何ですか？
Why	その課題が起こる背景や原因は何ですか？
Bad outcome	その被害やネガティブな事象が起こり続けると、社会や世界はどのような状態になりますか？
Why now	今までこの課題が解決されなかったのはなぜですか？今、チャンスな状況になっていますか？（社会の潮目が変わったなど）
Competitor	他にもこの課題を解決しようとしているプレイヤー（企業）はいますか？いないとしたらなぜですか？

2 KNOW YOURSELF できること・得意なこと、できない・苦手なところを踏まえると優位に戦えそうなフィールドはどこですか？また、やらないことは何？

作成のヒント

色々な問題がある中で、あなたが解決しようと選んだ課題。自分が優位に活動できる領域であることが望まれます。自分の得手不得手や持っているリソースを整理してみましょう。

Strong point	どんなリソースを持っていますか？また得意なことは何ですか？ （何か新しい技術？評判とか専門性？経験？人脈・ネットワーク？資金調達？）
Main field	強みから考えてみると、我々が最も力を発揮できそうな、主戦場はどこだと考えられそうですか？
What not to do	自分の得手不得手を考えると、どんなことをやらない方が良いと思いますか？

3 OUTCOME ターゲット顧客の課題を解決すると、彼らはどのように行動が変わり、どのような便益を得ることができるのか？

作成のヒント

設定した課題を解決したとき、ターゲット顧客はどのように行動が変わり、その結果、ターゲット顧客がどのような利益を得ることができるのか（アウトカム）。そして、その結果が積み重なったとき、社会はどのように変化をするのか（社会的インパクト）。インパクト志向のスタートアップとして、アウトカムを明確にする今回のステップでは、下記 4 つを必ず表現すること。

Who	課題を持つターゲット顧客は？（特徴をできるだけ具体的に記載）
How much	ターゲット顧客はどのくらいいるのか？（課題の被害やネガティブな事象を推計するとどれくらいの規模になる？）
Outcome	課題が解決されるとターゲット顧客の行動はどのように変わり、どのような利益を得られるのか？ （ターゲットに対するの重要度も含めて）
Impact	ターゲット顧客のアウトカムが積み重なると、社会 / 世界はどのように変化しますか？
Pay	顧客は、この課題解決にどれくらいのお金を払ってくれますか？

4 PRODUCT/SERVICE どのようなプロダクトやサービスで課題を解決するのか？

作成のヒント

課題の解決策。株式会社の皆さんは、このプロダクトを提供して、お金を稼ぎます。お金を支払ってそのプロダクトを使いたいと思ってもらえるように、以下の点を考慮して機能開発やデザインをしましょう。

Persona	ターゲット顧客の中でも、特に誰が使うのか？
Use case	このペルソナがどのようなシーンで、どれくらいの頻度で使うのか？
Why yours	『類似プロダクト』と比較して、なぜあなたのものが使われるのか？
Awareness	どのようにこのプロダクトの認知をしてもらうのか？
Last one mile	ターゲット顧客に対し、どのようにそのプロダクトを届けるのか？
Outcome	このプロダクトを使った人は、どのような利益を得て、どのように行動が変わるのか？

5 MECHANISM このプロダクトの提供メカニズムは何か？（認知のさせ方、使い続ける仕掛け、うまく使っているか判断する指標）

作成のヒント

顧客に継続して価値提供するためにはプロダクトの提供だけでは不十分。どのように使ってもらうか、いかに使い続けてもらえるのか、その仕掛け（メカニズム）を作ることが重要。プロダクトとメカニズムが合わさって初めて事業と呼ぶことができる。アウトカム志向のビジネスにおいては、使い続けることが最重要テーマ。

Retention	顧客がそのプロダクトを使い続けるための仕掛けは？（継続使用はヘルスケアの普遍課題）
Measurement	顧客がプロダクトを上手く使っていると、判断する指標は何か？
Why pay	顧客はなぜお金を払ってくれるのですか？また、お金を支払い続ける為にどのような仕掛けが必要ですか？
Logistics	このプロダクトと提供メカニズムを上手く機能し続けるためには何が必要ですか？またその調達方法は？ （リソース [人/モノ/カネ/情報]、組織など）

6 CONTRIBUTION 3のアウトカムは、4.5.による介入が無くても生じえるだろうか？もしくは、介入があった方が良いといえるだろうか？

作成のヒント

介入が無いとアウトカムがでないサービスになっているだろうか。介入があるとより顧客の便益確保の時間が早まる、より効果的になる、広範囲になる、ような事業になっているのだろうか、と考えてみる。

7 RISK 3.を生み出す4.5.の介入過程で、発生する可能性のあるリスク（負のアウトカム）はどのようなものがあるか？

作成のヒント

ヘルスケア領域における一般的なリスクは 4 カテゴリで表現できる（医療機器・医療用品/医療・介護等のサービス提供/ソフトウェア・IT サービス/バイオサイエンス・医薬品。具体的なリスクは SASB 参照）。

8 TAILWIND 4.5.の事業推進を後押しする、法制度、助成制度などの追い風になる外部要因は何か？

作成のヒント

特にヘルスケア領域での事業は、法制度の変更や規制の緩和などによる影響が大きい。関連する法律や規制、事業として制度の点数や加算・補助金などが取れるようなものがないか、整理する。

9 BACKCASTING ゴールからの逆算で考えると、目標の社会的インパクトまで、どのような途中アウトカムを経て、登るのか？（5、3、1年後）

作成のヒント

パターン 1 これまで考えてきた解決したい課題が社会的インパクトに近い場合、多くのケースでは想定するアウトカムを出すサービス提供は難しく、長い時間が必要。このような場合は、課題をステップ分解し、足元で解決できる課題から取り組むことを考える。その上で社会的インパクトと現状の差分を、5年後、3年後、1年後のステップに区切り、それぞれのアウトカム状態を設定する。

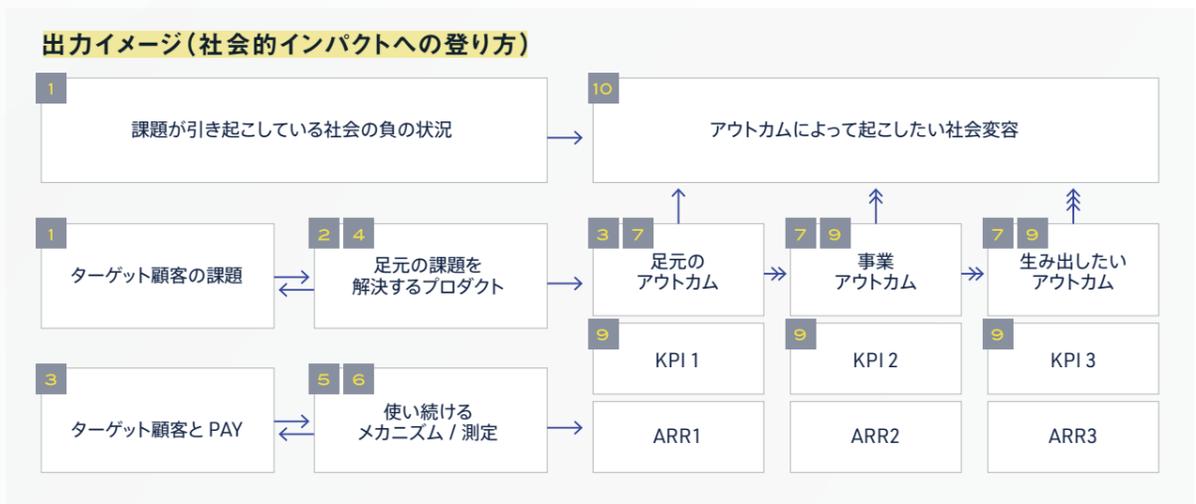
パターン 2 解決したい課題が足元の課題の場合、もし、すでにプロセスを考えられているならばそのプロセスを記載。考えられていない場合は、一旦、Step9 は記載しなくても良い。一方で、より抽象化した課題はないか、同じ課題を持つ他のターゲット顧客はいないか、など広がり方を考える。但し、Step10にて、ミッション・ビジョンを問うため、なぜ、そのような社会へと変えたいのか、思考を深めること。

10 MISSION/VISION ミッション（この事業・法人が存在する意義や目的）、ビジョン（ミッションに向かう過程。XX年後にどのような状態にするのか）

作成のヒント

ミッションとビジョンは様々な定義があり、上位概念が入れ替わることもしばしばある。ここでは以下のとおり定義する。

ミッション	皆さんの事業や法人の使命を表すもので、事業が存在する意義。目的と目標の関係における目的を示すもの。
ビジョン	見える具体的な目標。ミッションを達成する為に、「5年後は、〇〇〇の状態になっている」「3年後は〇〇〇の状態になっている」と、明確な目標を設定すること。Vision2030、Vision2025 などとして、設定する。



インパクトの目標と実績

Goals and achievements

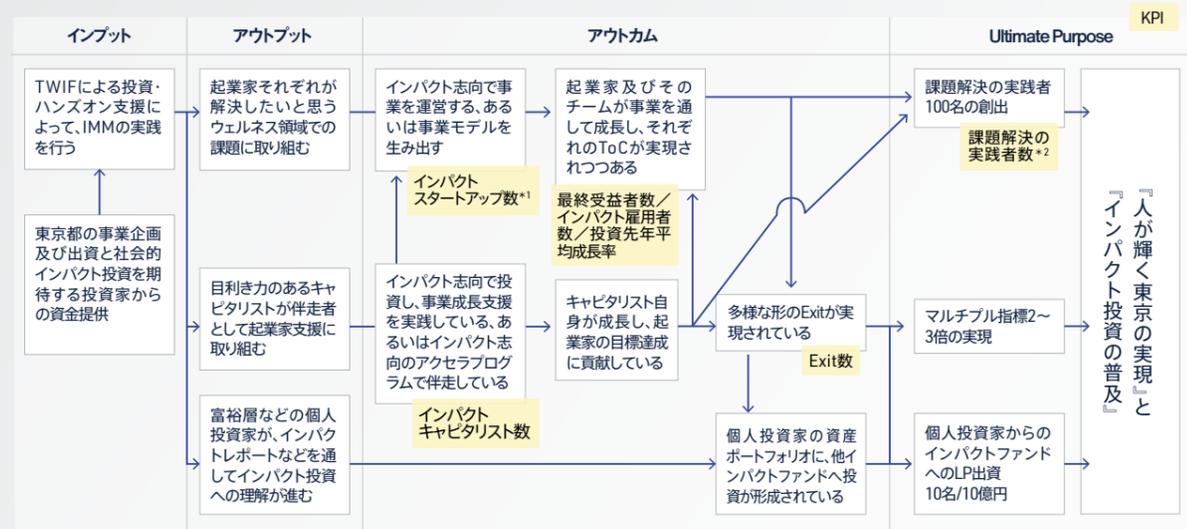
ファンドの目指す姿

TWIFでは、3つのコンセプトを設定し、これをTheory of Changeが達成できる状態として定義しています。

ファンドのコンセプト	コンセプトが達成できている状態
課題解決実践者を増やす 事業の成長は起業家の成長とイコールだと考え、「人」にこだわって投資します。IMMの実践を通じてウェルネス領域での課題解決に取り組む実践者を増やします。	課題解決の実践者を100名創出
課題解決伴走のための練達 起業家ばかりでなく、ファンド運営者も課題解決の実践者であると考えています。起業家の伴走者であるために、ファンド運営者自らも社会課題解決の実践者として学習成長し続け、ファンドを成長に導きます。	ファンド運用額を2~3倍にする
個人投資家へのインパクトファンド訴求 東京都の掲げる「分厚い金融市場」の構築に貢献します。インパクトファンドの状況を発信し、個人投資家がインパクトファンドに投資する流れの促進を図ります。	個人10名/10億円のインパクトファンドへの投資

達成までの道筋とKPI

目標を達成するために、TWIFでは下記のような道筋（ロジックモデル）を描いています。また、アウトカムを数値として測定するために7つのKPIを定めています。



*1 インパクト志向の投資先企業とインパクト起業家育成プログラム(アクセラプログラム)の卒業者を合わせた人数
 *2 ビジネスによって社会課題の解決に挑む起業家及び同レベルの責任ある立場にあるリーダー(CxOと表現)、そして彼らを支援するキャピタリスト

2023年のインパクトKPI実績

インパクトスタートアップ数 10	インパクトキャピタリスト数 3名	最終受益者数 250 千人	インパクト雇用者数 10名	投資先年平均成長率 183%	Exit数 0	課題解決の実践者数 10名
-----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--------------------------	--------------------------------

2023年の活動

Previous year's results

2月	2月24日 ファンド組成	
3月	東京都、明治安田生命保険相互会社、マネックスグループ株式会社、有限責任組合員(LP)出資 東京ウェルネスインパクトファンド組成をリリースし、投資活動を開始	
4月	インパクト起業家育成プログラム「Knot Program (ノットプログラム)」開始 ※Knot Program2023ウェブサイト(https://healthcareventureknot.jp/category/knot-program-2023/)	
5月	Aillis アイリス株式会社への投資を機関決定(P.19) 「Knot Program」合宿開催	
6月	CaTe inc. 株式会社CaTe(カテ)への投資を機関決定(P.21) インパクトキャピタリスト勉強会開催 交流イベント「インパクトキャピタリストのリアルを語る」開催	
7月	SCSK株式会社、戸田建設株式会社LP出資 LPインパクト投資勉強会開催 交流イベント「インパクト投資のキャリアって？ー女性視点でみたインパクト業界」開催 交流イベント「インパクトスタートアップ的ロジックモデルの作り方」開催	
8月	MELON 株式会社Melon(メロン)への投資を機関決定(P.23)	
9月	LPインパクト投資勉強会開催	
10月	HEAL-III 株式会社HEALTHREE(ヘルスリー)への投資を機関決定(P.25) MEBAIS 株式会社MEBAIS(メバイス)への投資を機関決定(P.27) Rehab 株式会社Rehab for JAPAN(リハブフォージャパン)への投資を機関決定(P.29)	
11月	三井住友信託銀行株式会社LP出資 Knot Programの最終発表と合わせて「Healthcare Venture KNOT 2023」を開催し、300名以上が来場	
12月	女性のウェルネス課題デザインマップを公開 (「女性のウェルネス課題デザインマップ制作から見えた課題の広さと深さ」:P.13参照)	

インパクト・フロントランナーの役割

東京ウェルネスインパクトファンドへの期待とは



日本総研開発戦略センター
シニアマネジャー

橋爪 麻紀子

(株)NTTデータ、独立行政法人国際協力機構を経て、2012年4月より、(株)日本総合研究所に入社。企業・事業のESG評価やビジネスを通じたインパクト創出に関する調査研究、コンサルティング、人材育成に従事。近年ではインパクト投資やB Corp認証の普及にむけて活動中。

株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ
代表取締役
虎ノ門インパクトキャピタル合同会社代表社員

青木 武士

(株)日立造船でバイオマス発電事業等担当後、(株)エス・エム・エにてM&Aやヘルスケアベンチャー投資に携わる。訪問看護ステーションの設立・運営など医療現場の経験も有する。2016年キャピタルメディカ・ベンチャーズを設立し、以来インパクトVCファンドの運営に携わる。

東京都スタートアップ・国際金融都市戦略室
戦略推進部国際金融都市担当課長

中村 香織

金融庁で国際金融センターに関する取組や金融経済教育の担当などを経て、2022年7月より東京都に転出。インパクト投資や再生可能エネルギー導入を促す官民連携ファンド、都内企業のサステナビリティ経営の推進、金融経済教育などを担当。

マネックスベンチャーズ株式会社代表取締役
虎ノ門インパクトキャピタル合同会社代表社員

和田 誠一郎

スタートアップ企業にて上場企業などの新卒採用支援に従事。(株)ゲームズアリーナ(現・(株)ドワンゴ)にて上場準備業務、新規事業開発など担当。マネックスグループ(株)にてマネックスベンチャーズを立ち上げ、2018年から現職。

(所属・役職は2024年4月1日時点)

「東京ウェルネスインパクトファンド(TWIF)」は、東京都の「ソーシャルインパクト投資ファンド」事業により設立されたファンドです。今回は、当事業の狙いやファンド設立の背景、インパクト投資を取り巻く環境などを、東京都スタートアップ・国際金融都市戦略室戦略推進部国際金融都市担当課の中村香織課長(以下、中村)、日本総研開発戦略センターの橋爪麻紀子シニアマネジャー(以下、橋爪)、マネックスベンチャーズ株式会社の和田誠一郎・代表取締役(以下、和田)、株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズの青木武士・代表取締役(以下、青木)が語りました。

東京都のねらい

青木 東京都の「ソーシャルインパクト投資ファンド」とはどのような事業か、教えてください。

中村 「ソーシャルインパクト投資ファンド」は、インパクト投資の促進を目的として、2023年2月に設立された官民連携ファンドです。

東京都では「『国際金融都市・東京』構想2.0」において、「社会課題の解決に貢献する分厚い金融市場の構築」を重要施策の1つに掲げています。金融には社会課題を解決する力があり、この金融の力を

活用することで東京の持続的な成長につなげるとともに、人やお金を国内外から呼びこんでいくことを目指すものです。具体的な取組の1つに、資金の流れがまだ十分でない分野に対し、官民連携ファンドという形で支援するというものがあります。この取組みの1つとして、東京都は、ソーシャルインパクト投資ファンドのコンセプトを企画し、運営事業者を公募・選定しました。そこで選ばれたのがキャピタルメディカ・ベンチャーズとマネックスベンチャーズの共同提案で、「東京ウェルネスインパクトファンド」が設立されました。

青木 「ソーシャルインパクト投資ファンド」には2つの運営方針が定められてい

ましたね。1点目が、社会課題の解決に官民協働で取り組む新しい金融の流れを加速すること、2点目が、「東京で暮らす人々のウェルネス」を向上し誰もが心身ともにいきいきと暮らせる社会づくりに貢献することです。この2つを決められた背景はどのようなものだったのでしょうか？

中村 本ファンドの企画を始めた2021年時点は、「インパクト投資」が注目され始めたタイミングであり、コロナ禍などを契機としてウェルビーイングの意識が高まっていました。東京都はこれまでも官民ファンドを立ち上げてきましたが、再生可能エネルギー普及を目的としたインフラファンドが中心でした。しかし、持続可能

な社会の構築に必要なのはESG投資のE(環境)だけではなく、医療やヘルスケアを始めとするウェルネス分野において、官民が連携してインパクト投資を促進することを目的として、「ソーシャルインパクト投資ファンド」の立上げを企画しました。

官と民が連携する コレクティブインパクト

青木 私たちが運営事業者として手を挙げた背景を振り返ってみます。

和田 改めて整理してみますと、世の中をより良くすることや、イノベーションを生み出すことは一部の人が取り組んでいる、社会をより良くするための行動を他人事のように捉えている風潮を感じていました。多くの人が自分事として解決する課題を捉え、意図をもって、主体的に解決に向けて取り組むことこそが、インパクト投資の中核だと思います。しかし、私たち民間だけで取り組んでいるのは広がりが限定的です。東京都の公募案件を見たとき、インパクト投資を広く普及させていく手段として、官と民が連携するファンドの仕組みはとてもユニークだと感じました。

青木 コレクティブインパクト*1ですね。多くの方々の巻き込まないと課題解決が出来なくなってきているなかで、行政と民間がひとつの目的に向かって協力していくというのは非常に良いと思います。

橋爪 私も自治体が入るファンドというのがすごく良いと思っています。なぜなら自治体の方たちこそ、その地域の社会課題を最もよく把握していると思うからです。ファンドを作ることは、自治体が抱える社会課題を解決するために民間と協働していくという姿勢が明白に形となって現れます。こうした解決策が成立し得るということを他の自治体も見ているでしょうから、今後、他の地域でこうした座組が広がっていくきっかけにもなると思います。

青木 他の自治体の方から、インパクトファンドを作りたいというお話もありますか？

中村 自治体だけでなく、金融機関などからも注目されている印象です。



インパクト投資の広まりと 東京ウェルネスインパクト ファンドへの関心

青木 インパクト投資自体は、2、3年前くらいからブームになってきていますね。

橋爪 仰る通り、国内ではここ2、3年の注目キーワードですね。海外ではもう少し早く、10年以上前から徐々に注目が高まっています。背景としては、ESG投資が主流化してきた中で、その次の段階として、「ESGだけでは足りない、社会を良くするにはインパクトを考慮しなくてはならない」という考え方が出てきたことがあります。それがインパクト投資の拡大につながったと捉えています。

青木 確かにそういった流れはありましたね。それにあわせて、東京都さんのように政策の中でもインパクト投資が織り込まれるようになってきたのが現在の状況です。日本においてインパクト投資のプレイヤーは増えてきていますが、私たちのようなインパクト志向のベンチャーキャピタルも増えてきているのでしょうか。

橋爪 増えてきていますね。金融庁がインパクト投資に注目しているということもあり、その余波を受け「どうしたらインパクト投資ができますか」といった問い合わせを、これまでインパクトにあまり関心を持っていなかった層からもいただい

ます。そうした方々はこれまでに発刊されたインパクトレポートに目を通されているので、先駆けとなって活動しているインパクト志向のベンチャーキャピタルから受けている影響は大きいと思います。

青木 そのような中で、今回の「ソーシャルインパクト投資ファンド」に私たちを選定いただいたのは、どういった観点からだったのか教えてください。

中村 私たちが今回求めていたのは、利益のみを追求するベンチャーキャピタルではなく、インパクト投資を実施するベンチャーキャピタルです。このため、運営事業者の選定に当たっては、ファンドの運営体制やソーシング、民間出資者集めの実行性といった一般的な審査項目に加え、IMMの実施方法や、インパクト投資の促進へのコミットなどを重視しました。こうした都の政策目的へのご理解や、ファンド運営の実行性などを総合的に判断して、みなさまからのご提案を選定させていただきました。

青木 中村さんには投資委員会にもオブザーバーとして出席いただいています。東京ウェルネスインパクトファンドの活動を実際にご覧になっていかがですか。

中村 いつも、いい意味で面白いです。今度はどんな企業に投資するのだろうと楽しみにしています。都の幹部に報告する際も、とても関心を持って聞いてくれます。投

*1 様々な分野の企業・組織が協力し課題解決を目指すこと

資先企業がどのようなインパクトを創出していくのか、それをキャピタリストがどう測定していくのか、期待する部分は大きいですね。測定の部分については、外部からも問い合わせを受けることがあり、注目度が高いと感じています。今後は、インパクト投資の成果を対外的に説明するフェーズに入っていくので、インパクトレポートなどの発信により、少しでも多くの人にインパクト志向が広がっていくことを期待しています。

投資後の伴走が重要

青木 インパクトレポートでは、どのようなプロセスで投資しているかの説明もしています。私たちがソーシングで実際に気を付けている点を挙げてみましょうか。

和田 すべての起業家がインパクト投資に馴染みがあるわけではないので、自身の事業がどのような社会的インパクトを生み出すのか気づいてもらうことが非常に重要だと考えています。我々が出会うことによって改めて自身の事業が生み出す社会的インパクトやアウトカムに向き合い、「まずどのような課題を解決し、その先にどのような未来があるのか」を改めて言語化しようとする起業家と、そうでない起業家に二分される印象があります。私たちは前者のような起業家に投資し、伴走支援をしながら事業と起業家の成長にコミットしているベンチャーキャピタルです。

起業家との最初の出会いの段階では幅広く可能性を見ていますが、我々と一緒に社会課題にきちんと向き合えるかという点は、投資判断においてとても重要なポイントだと思っています。

青木 一発当ててみる感覚の方もいらっしゃいますし、本当に社会課題に向き合っている方もいらっしゃいますよね。私たちとコミュニケーションする中で考えが整理されていって、Theory of Changeを作り上げてくる起業家かどうかの振り分けはありますね。それから、私たちはどちらかというと投資後の活動にかなり力を入れています。どのように起業家とコミュニケーションしているのでしょうか？

和田 投資前の期間は長くても半年、標準期間でも3、4カ月ですが、投資後のお付き合いは7年～10年です。投資後の期間の方が圧倒的に長くなります。そのため、いかに初期の段階で起業家と信頼関係を構築できるかはとても重要で、そこに時間やリソースをかけています。毎週1～2時間、起業家と対話の時間をとり、事業の話だけでなく市場環境やインパクト投資の話など、多様なアングルでディスカッションする機会を1年以上は行う必要があると考えています。このような過程で、起業家と投資家が共に社会的インパクトを生み出す意義への理解を深めて信頼関係を築き、事業成長にコミットしていくことが出来ると思っています。



青木 信頼関係を生み出す為のコミュニケーションが大切だというのは私も同感です。デュー・デリジェンスで財務成果と社会的インパクトの両方を先行する指標であるインパクトKPIを見極め、投資後にこのインパクトKPIを共にモニタリングし、一緒にPDCAを廻すマネジメントしていくのが私たちの特色なのではないかと思っています。

橋爪 私も東京ウェルネスインパクトファンドは伴走支援、ハンズオンが手厚いと感じます。他の多くのベンチャーキャピタルのやり方を見ていると、デュー・デリジェンスまでに力を入れて、投資後はKPIのモニタリングが中心という形も多いですね。



KPI管理の手法のみが先行し、それがインパクト投資と考えてしまいがちですが、コミュニケーションを交えつつ投資先の支援をしっかり行っていくことが本当は大切だと思います。

青木 投資家と起業家で、見ている方向をすり合わせて一緒に作っていく必要がありますから、コミュニケーションは本当に大切です。

和田 目線感がズレると関係も破綻しますし、ビジネスも成り立たなくなります。

「意図」と「貢献」

青木 私たちにも、まだ乗り越えるべき課題はありますよね。

和田 はい、リソースが足りていなくてもどかしく感じることはあります。私たちと同じような考え方をもつ投資家や、共感してもらえる投資家をより増やしていくことがとても重要です。

青木 インパクト投資はハンズオンどころかボディオンしないといけない場面がありますから、かなりリソースを注ぎますよね。

和田 そうなんですよ。私たちとしても、よりチャレンジしないといけない部分だと思います。

青木 私たちのやり方が唯一の正解というわけではありませんが、ひとつのプラクティスになりますね。

和田 ベンチャーキャピタル業界として、私たち自身も変わっていかなくてはならないと感じています。デュー・デリジェンスの際、どのような課題を解決したいのかと起業家に問いを投げかけている一方で、投資家自身は何の課題を解決したいのかについては表現し切れていません。このように投資家サイドが受動的になっていることで、起業家とのコミュニケーションで目線が合わない場面を目にしています。起業家の課題観に共感して投資するだけでなく、投資家自身が社会をどう捉え、どの課題を解決するためにファンドを

*2 Theory of Change Canvas: P.5～6参照

立ち上げ、資金を集めているのかを明らかにする。こうした取り組みが広がれば、それに即した人材、起業家が集まりやすくなり、いずれそこからインパクト投資の種みたいなものが出てくるのだと思います。

青木 まさしく、「意図」と「貢献」ですね。重要な視点だと思います。

インパクト投資を当たり前

青木 ファンドとして今後目指すことについて教えてください。

和田 ファンドとしてリターンを出すだけでなく「課題解決の実践者」を増やすことについても力を入れていきたいと思っています。「100人」と掲げてはいますが、インパクトレポートなどを通じて私たちの活動が波及することにより、より多くの人々が実際にインパクト志向のスタートアップ運営やインパクト投資を実践するようになることを期待しています。例えば物を買う時、食べる時など日々の意思決定でもインパクトを考慮するような考え方が広まっていけば、より豊かな社会になるのではないかと考えています。そういう波を起こす中心的存在になっていきたいですし、そのために今後も継続的にインパクト投資の取り組みを進めていきます。

中村 東京都としても、まずこの取り組みを多くの人に広めていきたいですね。東京



が国際金融都市として目指す姿としては、「投資活動にはインパクト投資の観点ビルドインされていて当たり前」となっていくのかもしれないと思います。このファンドには、フロントランナーとして期待しています。

橋爪 今回のファンド立ち上げを機に、Theory of Change Canvas^{*2}のような形でインパクト投資のフォーマットを作ってもらえるといいなと思っています。そして他の自治体やベンチャーキャピタルの方にもインパクト志向が広まり、インパクト投資が当たり前になる社会になるといいですね。

東京都
「ソーシャルインパクト投資ファンド」
<https://www.startupandglobalfinancialcity.metro.tokyo.lg.jp/gfct/initiatives/contributing-solving-socialissues/impact-fund>



『国際金融都市・東京』構想2.0
～サステナブルリカバリーを実現し、
世界をリードする国際金融都市へ～
<https://www.startupandglobalfinancialcity.metro.tokyo.lg.jp/gfct/vision>



女性のウェルネス課題デザインマップ 制作から見えた課題の広さと深さ

～見過ごされがちな課題を紐解き、解決につなげる～

東京ウェルネスインパクトファンド(TWIF)では、2023年12月、女性のウェルネス^{*1}にまつわる多様な専門家と協力し、社会課題ととの関係性を可視化する「女性のウェルネス課題デザインマップ」を制作・公開しました。本対談では、マップ制作に携わった17名のメンバーのうち、一般社団法人Femtech Community Japanの木村恵理事、株式会社menopeerの木村琴子代表取締役、株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズの後町陽子マネジャーの3人で、課題マップ制作のプロセスで得た知見を踏まえ、女性のウェルネスに関する課題を深掘りしていきます。

*1 身体だけでなく精神的にもより良く生きようとする生活態度

課題が複雑に絡み合う 女性のウェルネス領域

後町陽子(以下、後町) TWIFでは、インパクト投資の前提として、社会にどういったヘルスケア・ウェルネスの課題があるのか、それぞれの課題の因果関係も含めて構造的に理解をすることが必要だと考えています。投資活動においても、その企業の事業がどういった課題解決に資するのか、その位置づけを知ることで社会的インパクトの大きさも見えてきます。このような背景から、私たちは投資対象の領域における課題を網羅的に整理する「課題デザインマップ」を作成しています。ウェルネス領域は範囲がとても広いので、2023年としては、社会的にまだ課題認知が十分でない「女性のウェルネス課題」にフォーカスしてマップを作成しました。専門家の

方々とワークショップを実施し、出た課題を構造的に整理を試みた結果、132個の課題をマッピングしています。お二人とも女性のウェルネスに関する活動、事業をされていますが、まずは活動内容と、実感されている課題感について教えて頂けますか。

木村恵(以下、恵) 私はフェムテック^{*2}関連の起業家や大手企業の新規事業の立ち上げを支援しています。投資家のほとんどが男性ということもあって、フェムテックはそもそも事業の必要性を理解してもらうことすら難しい分野です。フェムテックの事業を男性が手掛けると「なんで男性なのにフェムテックをやるの?」という目で見られてつらいという話も聞きますね。大手企業の管理職も男性が多いので、フェムテック関連のオンラインセミナーを開催して

も、月経や更年期障害、不妊治療などの話が出ると、男性は間違ったところに来てしまったように感じて退出してしまったりするんです。管理職研修でも、「更年期という言葉を出すとセクハラになりそうで難しい」とか、「不妊治療のことがわからない」という声をいただきます。そういった男性側の理解不足を少しでも解消することが私たちの活動の一つです。

木村琴子(以下、琴子) 当社は女性のヘルスケア課題のなかでも、更年期にフォーカスしています。私自身が過去に重いPMS^{*3}や、女性特有の疾患を患った経験から、女性の健康課題はキャリアや自己実現に直結すると気づき、この領域に興味を持ちました。起業当時は、世界を見回してもフェムテック分野のプレイヤーは不妊治療や月経を対象としたものが多く、更年期

領域は少なかったもので、「プレイヤーが増えればそれ自体がメッセージになる」と考えました。他方で、更年期分野は、医師の教育不足や診療報酬の低さ、社会的スティグマなどが存在しており、課題が構造的に複雑で想像以上に根が深く、ビジネスを行う難しさも感じています。

*2 女性のヘルスケア領域の課題をテクノロジーで解決を図る分野

*3 月経前症候群。月経前の心身の不調

「我慢して当たり前」が 課題を見えづらくする

後町 課題マップでは、皆さんにディスカッションしていただいたことを「仕事・キャリア」、「教育機会・健康情報」、「家庭・介護・子育て」、「医療」の4領域に整理してみました。すると、多くの課題の根本原因として「男女の社会的な役割に関する固定観念やそれに基づく差別・偏見・行動」があり、様々な課題がもたらす結果として「女性が主体的な人生設計やキャリア形成をしづらい」という、大きな2つの構造のポイントがあることに気づきました。「女性ってこうでしょ」という固定観念や、「男性には女性のことは理解できない」という思い込み、それに基づく態度や行動が最終的にいろいろな問題に派生していたのです。その結果、女性が主体的に自分の健康をコントロールしたり、キャリアを意思決定して前向きに自分の人生をつくっていくことに障壁ができていたことが見て取れます。普段の生活や事業活動のなかでこれらを感じることはありますか?



琴子 女性は「とにかく自分が我慢すればいい」みたいな考え方になりやすい方が少なくなく、そういった社会通念や、植え付けられた意識も根深いと思っています。

恵 経済産業省が発表した報告書^{*4}によると、働く女性において、「月経・PMS」もしくは「更年期」について何らかの症状があるにもかかわらず、対策を取っていない層が多い理由として、「我慢して当たり前」等の思い込みにより、自身の不調等をそもそも課題として認識できていないことや、症状を自覚していたとしても、「人に言いにくい」「自分で対処すべき」等のタブー

意識があり、発信することができないことがあるそうです。人に言わないので周囲も気づけず、病院にも行かないんです。

後町 「我慢して当たり前」というのは本人の考えもありますが、女性の周りにはパートナーや家族が、育児・出産や介護の負担など、無意識に女性に強いることで我慢させてしまっている側面もあるように思います。

琴子 そうですね。都市部と地方の差、年代の差もあり、一般化は難しいのですが、文化や習慣に根差すところは大きいと思います。

恵 年代の差も大きいですね。30歳くらいの男性にフェムテックの話をする、月経管理アプリのペア機能を使ってパートナーと月経周期を共有しているという人も多いです。一方で40代では、パートナーが月経周期を把握することに対して女性側にも男性側にも抵抗があるんですよ。50代、60代になると、そもそも月経について異性と話すという発想もありません。この傾向を前向きに捉えたら、あと5年もすれば若い世代が管理職に上がってきますから、少し空気が変わってくると思っています。

*4 PwCコンサルティング合同会社「令和4年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業(当事者参画型開発モデル)の発展に向けた調査事業」成果報告書(2023年3月)

一般社団法人
Femtech Community Japan
理事

木村 恵

保険業界で20年近い経験を持ち、生保で健康増進型保険の企画、損保で大規模システム開発のプロジェクトマネジメントに従事。業界団体の理事、NewsPicksライター、スタートアップ顧問を兼任。フェムテック専門家として、起業家支援や大企業の新規事業相談に応じている。社会情勢や海外ビジネスモデルに関する考察をメディア等で多数発信。経営学修士(MBA)。

一般社団法人
Femtech Community Japan
事業内容
フェムテック関連
ビジネスやプロダクト、
サービスをB to Bで
普及・推進

株式会社menopeer
代表取締役

木村 琴子

三井物産株式会社にて、物流事業から投資事業まで複数の事業に従事。退職後、英国Royal College of Artのサービスマネジメント修士課程修了。2022年1月、株式会社menopeer設立。

株式会社menopeer事業内容
更年期のケアサービスの開発と
提供、女性の健康に関する
研修やセミナーなどを
法人・自治体向けに実施

株式会社キャピタルメディカ・
ベンチャーズ
マネジャー

後町 陽子

薬学部卒業後、JICA青年海外協力隊の国際保健活動に従事。帰国後、臨床経験を踏まえ、病院経営コンサルタント、外資系コンサルティングファームにて製薬企業向け戦略コンサルティングおよびDX支援を経験後、現職にてヘルスケアスタートアップ投資、投資先支援を担当。

情報過多なのに適切な情報にたどり着けない環境

恵 病気や不調をなかなか人に相談できない女性は、不安になったらひとまずネットで調べがちなのですが、インターネットが発達しているとはいえ誤情報もたくさんあります。更年期でいうと、「ホルモン補充療法はがんになる」というメディアの報道が以前あったのですが、その後誤りであったと訂正されたことを知らない人は多いですね。私の周りでは英語で正しい情報を自分で取りに行き、ホルモン補充療法を行う人が多いのですが、日本では正しい情報にうまくたどり着けないことが課題です。

後町 正しい健康情報が必要な人にきちんと届いていないことと、教育機会が乏しいことが問題ですね。

琴子 「家族の方が大事だから、自分のことは後でいいです」という考え方の人も見られます。女性は男性に比べて、ケアする役回りになることが多い傾向にあり、自分の為の時間を捻出したり、自身のケアに意識を向けることに難しさを感じている方が少なくないと思います。もしかすると、乳がんや子宮頸がんなどの検診率の低さも、こうしたことが背景にあるかもしれません。そういった思考から抜け出すためには、やはり時間をかけているような側面から女性に対しても働きかけを行っていく必要があると思います。それは例えば性教育や健康教育かもしれないし、女性が主体的に自分でキャリアを築き自己実現していくのは良いことだと伝えていくこともかもしれません。

後町 医学部の教育でも一般の教育でも、「10代の時に重い生理痛が起きている場合、治療しないと将来婦人科系疾患につながるリスクがある」「中高年で骨密度が低いということが将来的に大きな骨折リスクにつながる」といったことを、一連の流れで教えてもらえる機会はないですね。個々の症状や病気に対する断片的な対処法の情報だけになっている。

恵 ウェアラブルデバイスが発達して、女性のバイタルデータが可視化されることで、なりやすい病気などが個人でわかるようになると、発展していくのかなと感じます。ただ、若い年代に伝えるというのは重要だと思いますね。

メディア・SNSに影響を受ける価値観

琴子 課題マップ制作の際、「10代の女性の課題」を担当したグループから、女性の健康やウェルネスに関してはメディアの影響も大きいという発表がありました。確かに、メディアによって「こういう女性が可愛い/美しい/望ましい」という価値観が植え付けられてしまうのは、よりSNSに接する機会が多い若い世代の方が深刻なのかなと感じました。

後町 SNSはターゲティング広告がなされているので、私たちが見ている広告と、若い世代の人たちが見ている広告は違うんですね。若年層がSNSで日常的に何の広告を目にしているのか大人が気づけない。課題マップでも、脱毛やダイエットを強いられるといった課題が上がっていましたが、より若い世代だと広告の情報を「世の中はこういう価値観なんだ」と自然に受け入れてしまいやすいところがあると思います。

恵 上の年代にも同じようなことがあると思います。以前、職場の健康診断で実費のオプションでいくらまでなら払えるかヒアリングしてみたのですが、1万円がラインのようで、それを超えると厳しいんですね。でも、女性って1万円の化粧品だと買いますよね。「美」にはお金を供出できるんですけど、ヘルスケアってなるとなかなか財布の紐が緩まない。



女性の収入と選択肢が持てることの密接な関係

後町 課題マップ制作のワークショップでは、職場・キャリアの話も出ていました。

恵 職場と言えば、企業を相手にコンサルを行っている、女性のヘルスケアの研修を開催するときに「女性だけ扱うのは不平等だ」という意見をいただくことがあります。メタボ健診や禁煙治療の支援対象はほぼ男性にしか該当しないのに、ほとんどの会社が導入していますよね。女性のヘルスケアとなると急に「女性だけ不平等だ」と、アンコンシャスバイアスのかかった平等意識が出てくるように感じます。

後町 キャリアの観点では、男女の収入の格差の話もありましたね。離婚したくても今まで仕事をしてきていないので、自分だけの年金で生きていけるのか、介護が必要になった場合に自分で費用を払えるのか、など経済的な不安から離婚できないという女性の話がでていました。その背景には家事、育児、介護など女性の社会的役割とされているものがあるため、フルタイムでの勤務を継続しなかった自己責任というのは酷な事情もあります。

琴子 通院に夫の許可がいるという女性患者さんの話も出ましたね。通院にかかる交通費や医療費を出すのは夫だからということですが、自身の健康にかかる問題も自分に決定権がない方がいるというのは衝撃的でした。



恵 ノーベル経済学賞を受賞したクラウディア・ゴールドン米ハーバード大学教授によれば、日本は働く女性が増えてきている一方で、正社員でなくパートタイム労働が、特に地方で多いです。パートタイムと正社員では生涯賃金が数千万~1億ほど違うと言われますが、その認識があまりない方も多いように感じます。また、しばらく正社員から離れていたために正社員復帰をためらってしまう方もよく見られますが、それには労働時間も背景にあると思うので、それらを解消する必要がありますね。

性差医療の概念は男性にとっても重要

恵 課題マップにある「理系の女子が少ない」というのは、ヘルスケア領域でも感じています。世界を見ても更年期女性のバイタルデータが、あまり取得できていないんですね。データがないとエビデンスが出せず、結果、なかなかビジネスが生まれません。理系の研究者は数が少ない上に、スタートアップ企業になかなか入社してこないという背景もあると思います。もう少し理系女性のプレイヤーが増えたら、フェムテック業界も変わってくるかもしれません。

琴子 骨密度検査も、企業健診ではやっていないところがほとんどだと思います。骨粗鬆症は女性のほうがリスクが高い疾患です。自治体はフレイル予防により予算を割いていますが、もっと手前の段階で骨密度検査を積極的に行うのも重要です。女性の健康課題の解決が進みづらい背景として、制度設計に関わる意思決定の場

に女性が少ないことも要因の一つだと思います。

恵 逆を言うと骨粗鬆症って、「男性はならないものだ」と見過ごされていますね。フェムテックをやっていると、女性だけの問題というよりは、男性の更年期障害などもありますし、男性も含めて性差医療の重要性をより感じます。

課題マップの活用と起業家への期待

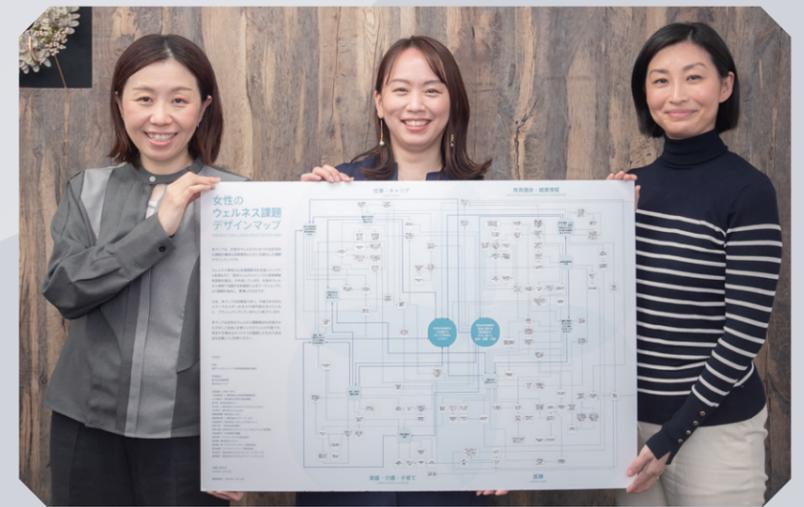
後町 女性のウェルネス課題がなぜ起きているのか、その課題があることによってどういう人がどうに困るのか、まだまだ正しく理解が広まっていないということが、マップを作ってみてよくわかりました。この課題マップは女性が見ても「これって課題だったんだ」というような学びがあると思うので、自

身の思い込みや、知らぬ間に染みついていく思考に気づく機会になると思います。この領域に対して多くの方々の理解が深まっていくといいなと思っています。お二方は課題マップ制作メンバーとして、このマップを今後、ご自身の活動や事業にどのように活用していこうとお考えでしょうか。

恵 大学で研究されている方に、このマップを使って社会課題について共通認識を持っていただき、課題と研究をマッチングしたいです。私たちの団体で、国内のフェムテックのプレイヤーマップをつくってみたいんですが、ディープテックの領域がすごく少ないんですね。プレイヤーを増やすためには、大学や大企業との連携を強化していく必要があると思っています。

琴子 私は課題マップをぜひ企業の方に紹介したいです。単純に儲かるかどうかだけではなく、女性の健康を取り巻く課題の構造を理解し、トリガーポイントを見つけ、そこにアプローチしたビジネスを行うことが公的な利益にもつながると思っています。影響力を有することができる大きな企業こそ遠大なビジョンを掲げ、社会の公器として課題解決につながる事業に長期で取り組んで欲しいと思います。

後町 女性のウェルネスにまつわる社会課題はまだ認知度が十分でなく、プレイヤーも限られていますが、キャピタリストとしては、このマップに書かれているような女性のウェルネス課題を解決する起業家が今後増えてくれることを願っています。ファンドとしてもそのような起業家を支援していきたいと思っています。



女性のウェルネス課題デザインマップ

WOMEN'S WELLNESS ISSUE DESIGN MAP

本マップは、女性のウェルネスにまつわる社会的な課題の構造を因果関係とともに可視化した課題デザインマップです。

ウェルネス領域の社会課題解決を目指しインパクト投資を行う「東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合」が作成しています。女性のウェルネス領域で活躍する有識者によるワークショップにより課題を抽出し、整理したものです。

なお、本マップは初期版であり、今後さまざまなステークホルダーの方々や専門家の方々とともに、ブラッシュアップしていきたいと考えています。

本マップは女性のウェルネス課題解決を目指すみなさまにご自由にお使いいただくことが可能です。改変する場合はオリジナルを編集したものである旨を記載してご利用ください。

CREDIT
作成
東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合

作成協力
株式会社図解総研
株式会社ステラ

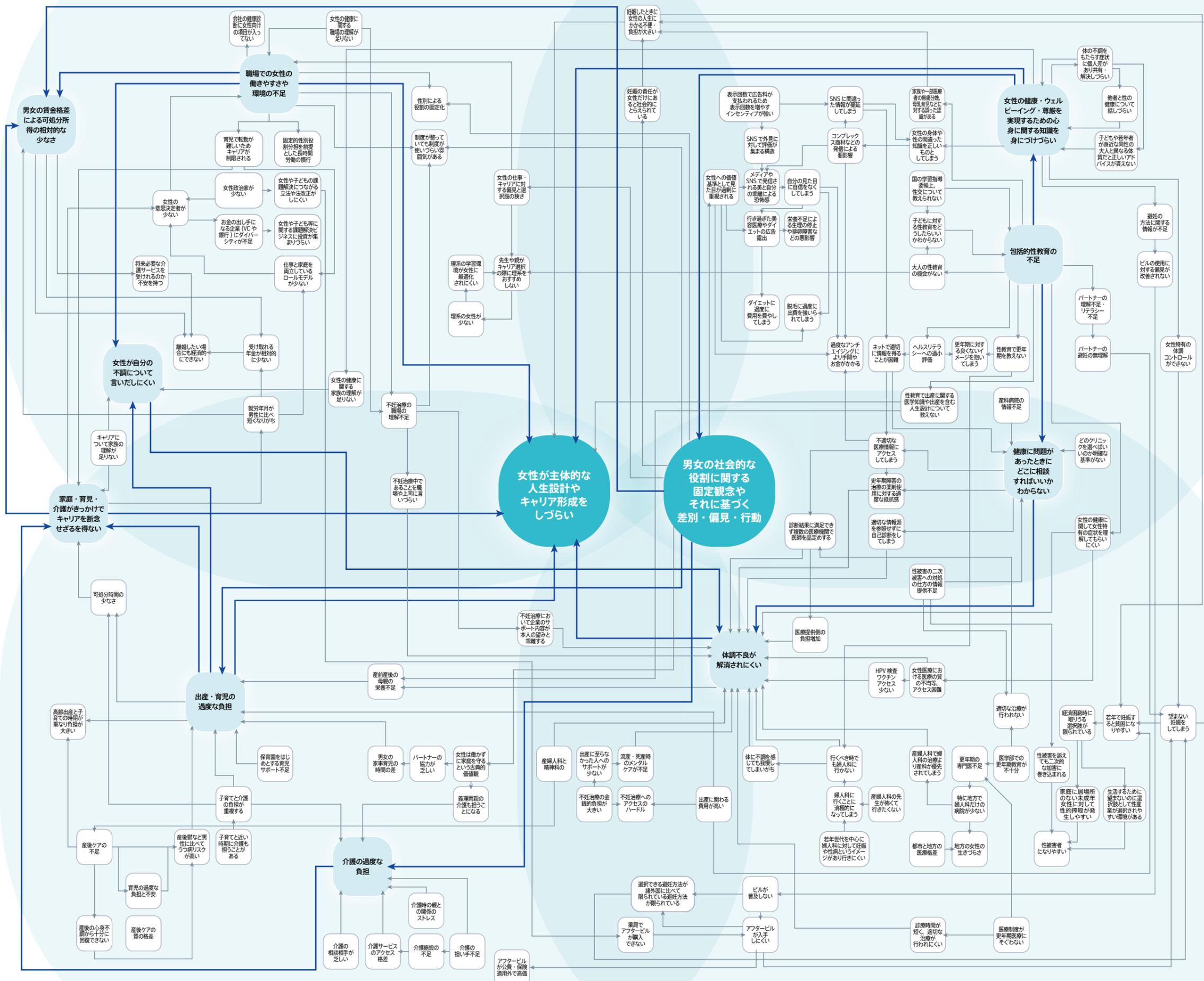
内容協力（敬称略、順不同）
小笠原由佳（藤村総合研究所）
小川真里子（東京歯科大学市川総合病院）
金子萌（株式会社想ひ人）
木村恵（一般社団法人 Femtech Community Japan）
木村琴子（株式会社 menopeer）
金藤美樹穂（株式会社 uchu）
島影真奈美（一般社団法人マリーゴールド）
杉浦加菜子（株式会社じょさんし GLOBAL Inc.）
高岸千恵（株式会社笑美面）
高原友美（株式会社サムライウーマン / まちのてらこや保育園）
中島理紗子（日本薬学生連盟）
西本美沙（ランドリーボックス株式会社）
西史織（株式会社ステラ）
和田誠一郎（マネックスベンチャーズ株式会社）
西河佑夏（マネックスベンチャーズ株式会社）
青木武士（株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ）
後町陽子（株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ）

お問い合わせ
info@vc-cmv.com

最終更新日：2023年11月14日

仕事・キャリア
WORK/CAREER

教育機会・健康情報
EDUCATIONAL OPPORTUNITIES/HEALTH INFORMATION



家庭・介護・子育て
HOME/NURSING/CHILDCARE

医療
MEDICAL CARE

暗黙知含む全医療知識・技術・情報の共有を ~インフルエンザ診断カメラ『nodoca』~

アイリスは、「みんなで共創できる、ひらかれた医療をつくる。」をミッションに、医療の発展に向け、医療関係者だけでなく一般人も含め人類が自発的に協働できる社会の形成を目指しています。人々が、暗黙知を含む医療にかかわる知識、技術、情報(データ)を共有する意義を認識し、「自らの動機と意思による行動が医療の進歩に自然とつながる」という社会を生み出す第一歩として、患者情報が診断精度を向上させるAI医療機器を開発、提供しています。AI診断カメラ『nodoca』は、誰でも簡単に検査が行えるうえ、痛みが少なく、判定時間が数秒程度と迅速な診療の支援につながります。



代表取締役
沖山 翔

MESSAGE

上市から1年が経ち、多くの医療従事者、そして患者さんへ医学的価値を届けられた初の年度となりました。AIによる検査自体は、着々と広まりながらも日本全国で見るときには認知度がまだまだ不十分であるため、インパクトを広く、そしてより深く産むためにも、多くの医療機関に導入して頂く必要があります。東京ウェルネスインパクトファンドからは、ほかのベンチャーキャピタルと比較して非常に深い事業理解と、それに根ざした議論や助言をもらい、事業の前進に後押しを頂いています。また、東京都庁とも複数回のミーティングややり取りを経て、事業連携の可能性が見えていることも貴重な機会となっています。

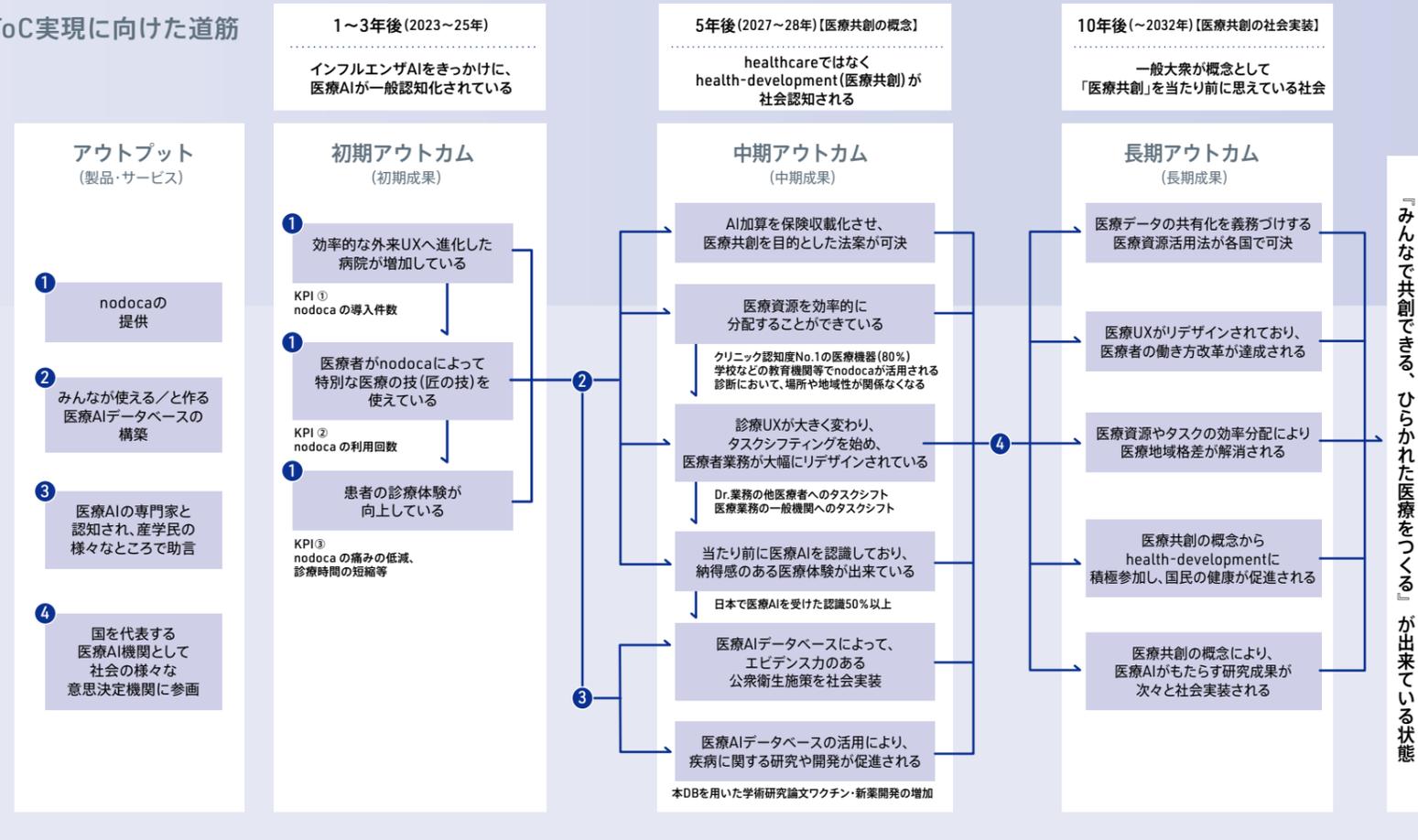
社会課題が解決されないと どうなるか (セオリー・オブ・プロブレム; ToP)

社会に眠る医療資源・医療データが活用されていない為、患者の疾患診断が遅延して、不健康と医療費が高騰する。そして、医師も患者も、既存の医療に対する納得感が低減し、職業に対するインセンティブにおける給与報酬の占めるウェイトが増える。それによって、医療のネガティブスパイラルが促進される。

社会課題 「医療の発展に向け人類が 一致団結できていない」

医療者、医療機関、製薬会社や医療機器メーカー、行政、厚生労働省、大学、医師会、学会など多くのステークホルダーの協働の必要性は、医療機器の研究開発やそれに伴う人材育成の面で指摘されていますが、組織・国・利害関係の壁を乗り越えた大規模横断的なものには至っていません。本来であれば、傷病は人類が丸ごと立ち向かうべき課題です。新型コロナウイルス感染症の診療においては、一部で横断的な知見の共有がなされ、それが迅速な診療方法の確立につながりましたが、こうした成功体験を積み重ね、人類があらゆる壁を越えて手を取り合うメリットを広く周知していく必要があります。

ToC実現に向けた道筋



社会課題が解決された状態 (セオリー・オブ・チェンジ; ToC)

『みんなで共創できる、ひらかれた医療をつくる。』概念が広まる。共創に参加することで、患者や健康者問わず、全人類の「医療」がone-for-all, all-for-oneの感覚となり、「もっと良い医療があったはず」「良い医療に巡り会えなかった」という感情は過去のものとなる。

設定するインパクトKPI

- nodocaの『導入件数』
- nodocaの『利用回数』

2023年の実績

nodocaの『導入件数』

47全都道府県の医療機関への「nodoca」の導入完了(2023年12月)



nodocaの『利用回数』

nodocaのAIインフルエンザ検査を受けた累計患者が**5万人**に到達(2024年3月)



nodoca全国への普及開始

nodoca



2022年12月23日より販売を開始したnodocaは、2023年12月までに47全都道府県の医療機関への導入を完了しました。この結果、2023年は新たな診療機会の提供を開始することができた1年となりました。日本全国の医療機関でnodocaを用いた診療がなされることで、インフルエンザ流行期の発熱診療の課題解決に寄与することが期待されます。また、2023年11月には米ベガス・テック・ベン

チャーズが主催する「スタートアップワールドカップ2023」世界大会で、50以上の国と地域のスタートアップの中で優勝しました。これは、nodocaが社会課題の解決に貢献しようという評価を受けた結果だと受け止めております。2024年に入り、3月にはAIインフルエンザ検査を受けた累計患者が5万人に到達しました。今後も、新しい医療を普及させることで社会への貢献を進めていきます。

運動療法・行動変容機能を持つ 心臓リハビリプログラム医療機器の研究開発

CaTeは、家庭における最適な運動療法を実現する心臓リハビリテーションプログラム医療機器を開発し、外来心臓リハビリテーションの運動療法を処方もしくは継続できない患者に対して提供をすることにより、患者・医療機関・医師それぞれのハードルを解消することを目指しています。現在開発中のアプリの主な機能である運動療法の提供、病状確認機能、疾病学習指導、医療者の遠隔指導による行動変容機能では、これまで外来リハビリテーションに週3回通うことができなかった患者に対し、有効な心臓リハビリテーションを提供することが可能になると考えられます。



代表取締役
寺嶋 一裕

MESSAGE

心臓リハビリプログラム医療機器のβ版を用いた特定臨床研究を開始致しました。患者様に対する治療を実際に行う事は、今後のインパクト目標の達成における非常に大きな第一歩になったと考えております。
 TWIFの青木さんならびに後町さんにはリード投資家として、会社の成長に直結する資金調達に関連する相談や、弊社事業領域であるDTxに関する業界動向ならびに知見の共有、またスタートアップならではの直面する課題や困難についても親身になって相談に乗って頂き、心より感謝申し上げます。

社会課題が解決されないとな どうなるか (セオリー・オブ・プロブレム; ToP)

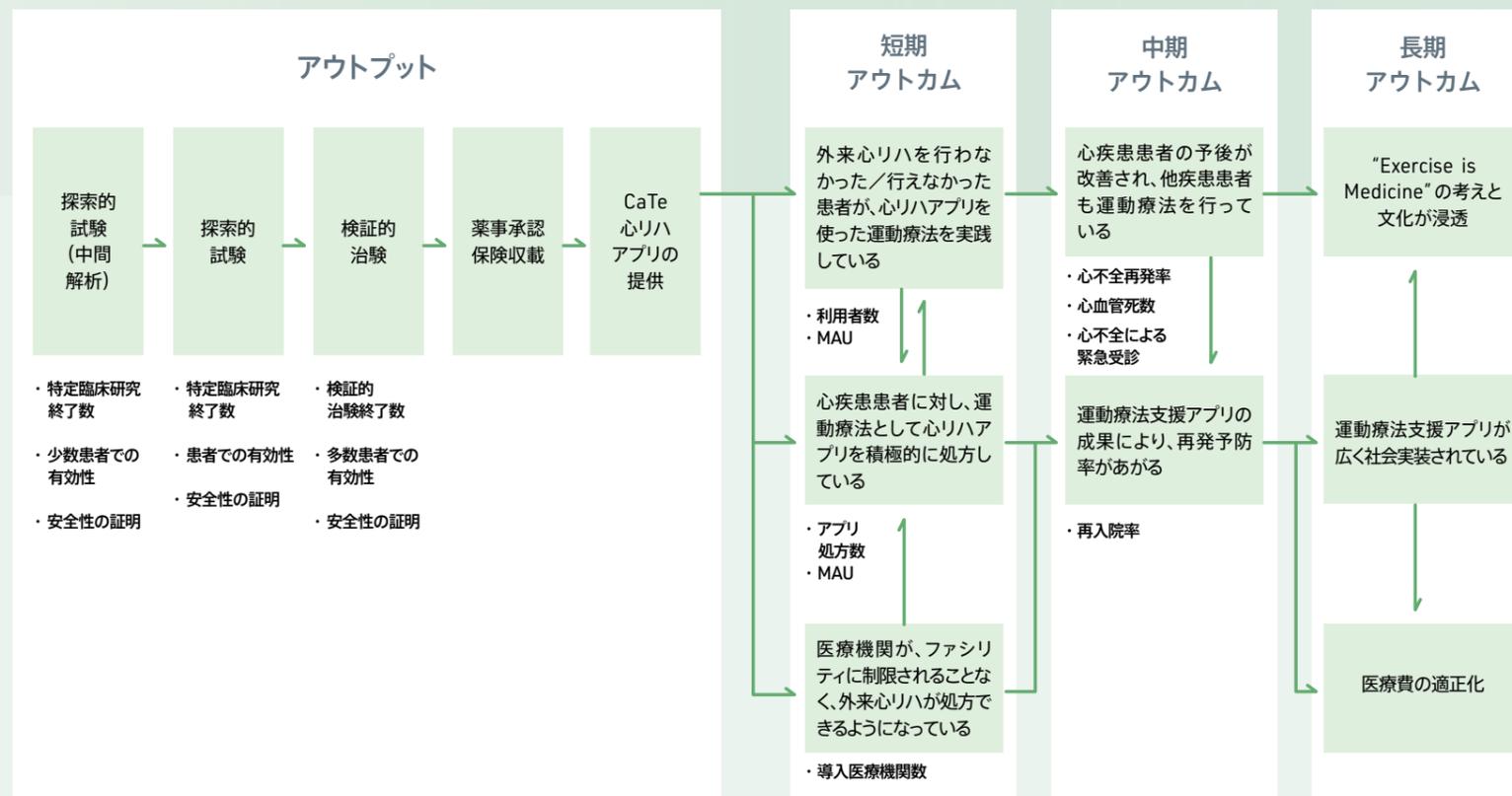
高齢化が一層進む中で、強く有効性が証明されている運動療法が活用されず、心疾患患者の重症化やその医療費負担が大きくなる社会

社会課題

「日本において外来心臓リハビリテーションの運動療法を処方・継続できる患者が顕著に少ないこと」

日本においては心不全患者が約120万人存在し、死因の第二位が心不全を主体とした心疾患であると報告されています。急性心筋梗塞をはじめとする心疾患患者に対する心臓リハビリテーションは、対象患者に適切な心臓リハビリテーションを実施することで再入院を約30%低減させることがこれまでの国内外の大規模臨床試験で明らかになっています。しかしながら、日本における外来心臓リハビリテーションへの参加率はわずか4~8%であり、欧米における参加率が10~50%台であることに比較して顕著に低いことがわかっています。

ToC実現に向けた道筋



社会課題が解決された状態 (セオリー・オブ・チェンジ; ToC)

「Exercise is Medicine」の考えと文化が浸透し、より健康的で活気ある社会が創造されている

2023年の実績

特定臨床研究の開始

2023年6月より、18歳以上の外来心臓リハビリの適応がある患者様に対し、本プログラム医療機器およびデバイスを使用した特定臨床研究を開始いたしました。6分間歩行試験の改善割合の結果を用いて本プロダクトの有効性を評価いたします。また、同プロトタイプを用いて健常者に対しモニターテストを実施いたしました。いただいたフィードバックを受けてUI/UXの改善ならびに想定される運用にかかる課題への対応を進めてまいります。



CaTe
心臓リハビリプログラム
医療機器の運用イメージ

心の健康をサポートするマインドフルネス・プログラム

Melonは法人・個人のお客様にマインドフルネスのプログラムを様々な形で提供しています。主軸になっているのはオンラインのマインドフルネスプラットフォーム「MELONオンライン」で、オンラインクラスで専門のインストラクターから直接マインドフルネスの指導を受けられることが特徴です。併せて法人向けには、心と感情を扱うスキル「エモーショナル・マネジメント」のプログラムおよびコンサルティングを中心にサービス提供しており、「MELONオンライン」とパッケージでご利用いただくことで行動変容を促し、パルスサーベイを通じて研修効果の可視化から具体的な改善策まで、ワンストップでサポートしています。



代表取締役
橋本 大佑

MESSAGE

昨年度は法人向けの事業に大きく舵を切った一年でした。法人マーケティングと営業体制の確立により顧客との接点を大きく拡大することができました。お客様の課題の解像度が上がり、サービス改善に繋げることができたため、サービス導入に向けて検討して頂ける企業様が増加しました。実際にプログラムを導入した企業ではストレス値などの改善効果を確認することができました。TWIFとのディスカッションにより、インパクト創出の効果やその波及経路をより深く検討することができ、事業の方向性について以前よりも視座の高い意思決定を行うことができたと考えています。

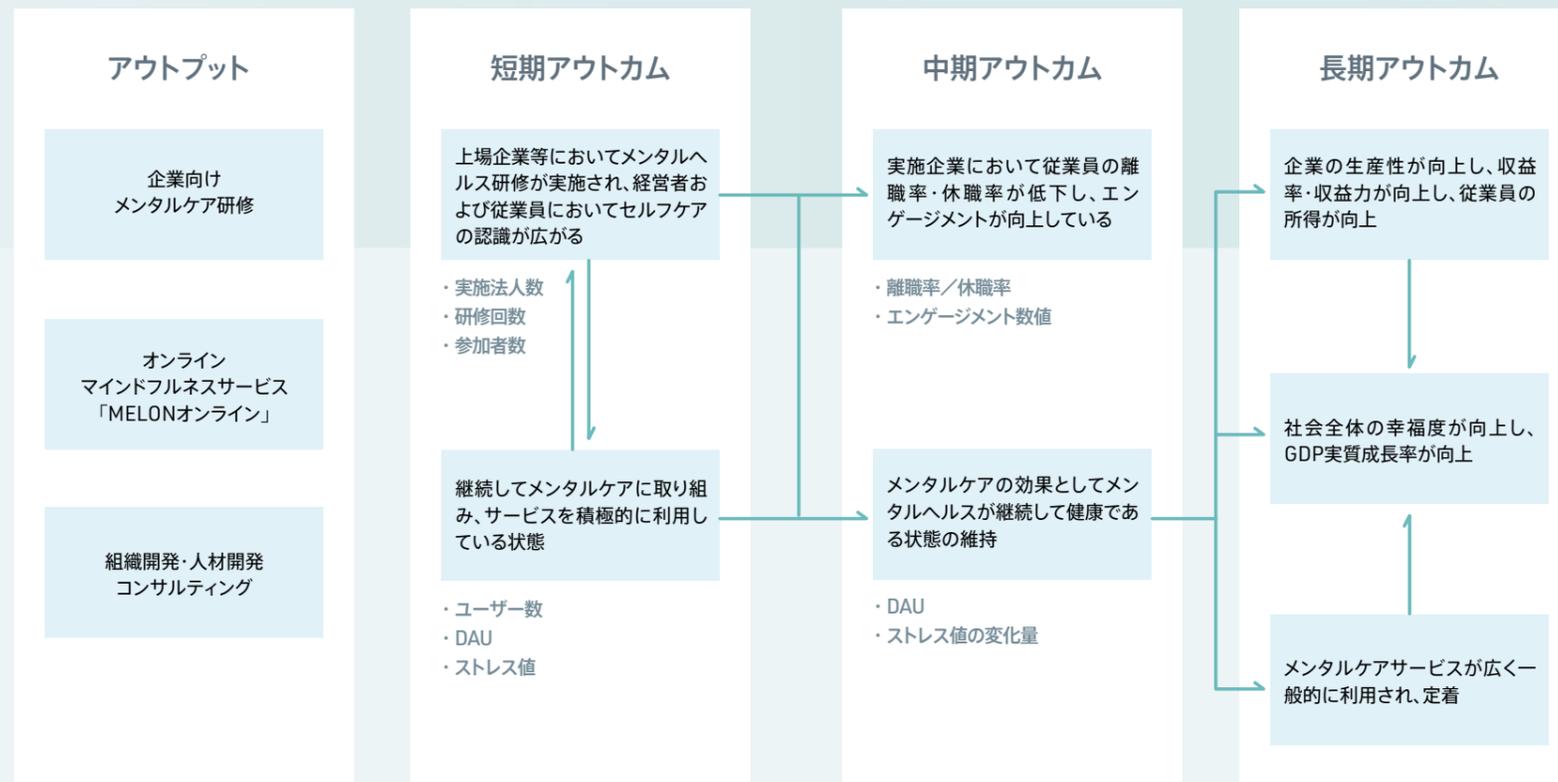
社会課題が解決されないとどうなるか (セオリー・オブ・プロブレム; ToP)

日本で働く人のメンタルヘルスは、2015年に健康経営の取り組みがスタートしてからも悪化し続けています。このまま精神的な健康やQOLが悪化し続けると、さらなる従業員エンゲージメントの低下や離職・休職の増加につながる可能性があります。またそれにより、企業の生産性・収益性・成長性が悪化することが懸念されます。

社会課題 「働く人のメンタルヘルス改善とエンゲージメント向上」

ストレスチェック制度の導入以降、日本企業における高ストレス者の割合は増加傾向にあり、精神障害による労災申請件数は過去最高を記録し続けています。またギャラップ社の調査によると、日本企業の中で「熱意のある社員」はわずか5%で145カ国中最下位で、4年連続で世界最低水準となっています。メンタルヘルスの悪化や低いエンゲージメントの背景として、メンタルヘルスにおけるセルフケアの重要性が十分に認識されていないことや、科学的なエビデンスのあり継続的に利用されるプログラムが不足していることが挙げられます。

ToC実現に向けた道筋



社会課題が解決された状態 (セオリー・オブ・チェンジ; ToC)

マインドフルネスによるメンタルヘルスのセルフケアが当たり前になることにより、高ストレス者やメンタル不調者が減少し、企業の離職率や生産性が改善することが期待されます。また従業員エンゲージメントが向上することで、イキイキと前向きに働く人が増え、個人の力が引き出されることにより日本企業の競争力が向上します。

設定するインパクトKPI

解約率

クラス受講回数

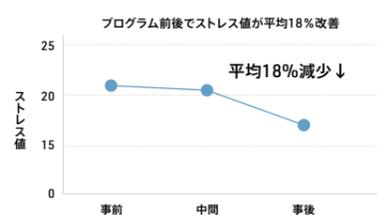
ストレス値

2023年の実績

法人プログラム受講者数の推移



8週間プログラム受講者のストレス値の推移



MELONオンラインの利用者数の推移



法人向け8週間プログラムでストレス値が平均18%改善

2023年度からMelonは個人向けから法人向け事業を中心に拡大する戦略にシフトすることを決めました。そのため法人事業拡大の準備期間として、2024年度での案件化に向けて商談を積み重ねました。4月から初めて展示会に出展し、数多くのお客様にサービス提案をさせて頂くと同時に、お客様の課題の解像度を上げ、法人向けサービスの改善を継続しました。年度後半からは展示会や法人向けセミナーから新規で受注したお客様へプログラム提供を始めました。実績として、法人向け8週間プログラムの効果測定ではストレス値が平均で18%改善する効果が確認できました。2024年2月からはMELONオンラインへのストレス測定やクラス推奨などの新機能実装に伴い、個人向けプログラムで初の価格改定を実施しましたが、ユーザーの離脱は想定内に留まりました。



ブロックチェーン技術を通じて人々の健康習慣の確立に貢献する

株式会社HEALTHREEは「HEALTHY and WEALTHY」をPURPOSEとして掲げ、「国内初のweb3ヘルスケアアプリ」として健康的で豊かな人生を歩む人を増やすために活動しています。web3ヘルスケアアプリ「HEALTHREE (HEAL-III)」は、アプリ内のゲーミフィケーションを通じ、規則正しい食生活や睡眠時間、定期的・継続的な運動習慣をつけることができるようにアプローチすることで、人の健康習慣の構築に貢献します。



CEO
山本 真也

MESSAGE

弊社は創業間もないものの、「エンタメで人の健康習慣の確立に貢献する」ことを目指し、実際に数千人のユーザーに活用してもらい、健康習慣の確立のサポートを行っています。今後、ユーザー数を伸ばしていく成長期に入っていくため、インパクトKPIを伸ばさせていきます。パートナーの青木さんを中心に定期的な1on1から合宿でのご支援、日頃の相談事項を聞いていただいたり、かなり細かくサポートいただいて非常に助かっています。特にヘルスケア産業における知見が非常に広いので、意思決定をする上でもかなり参考にさせていただいています。

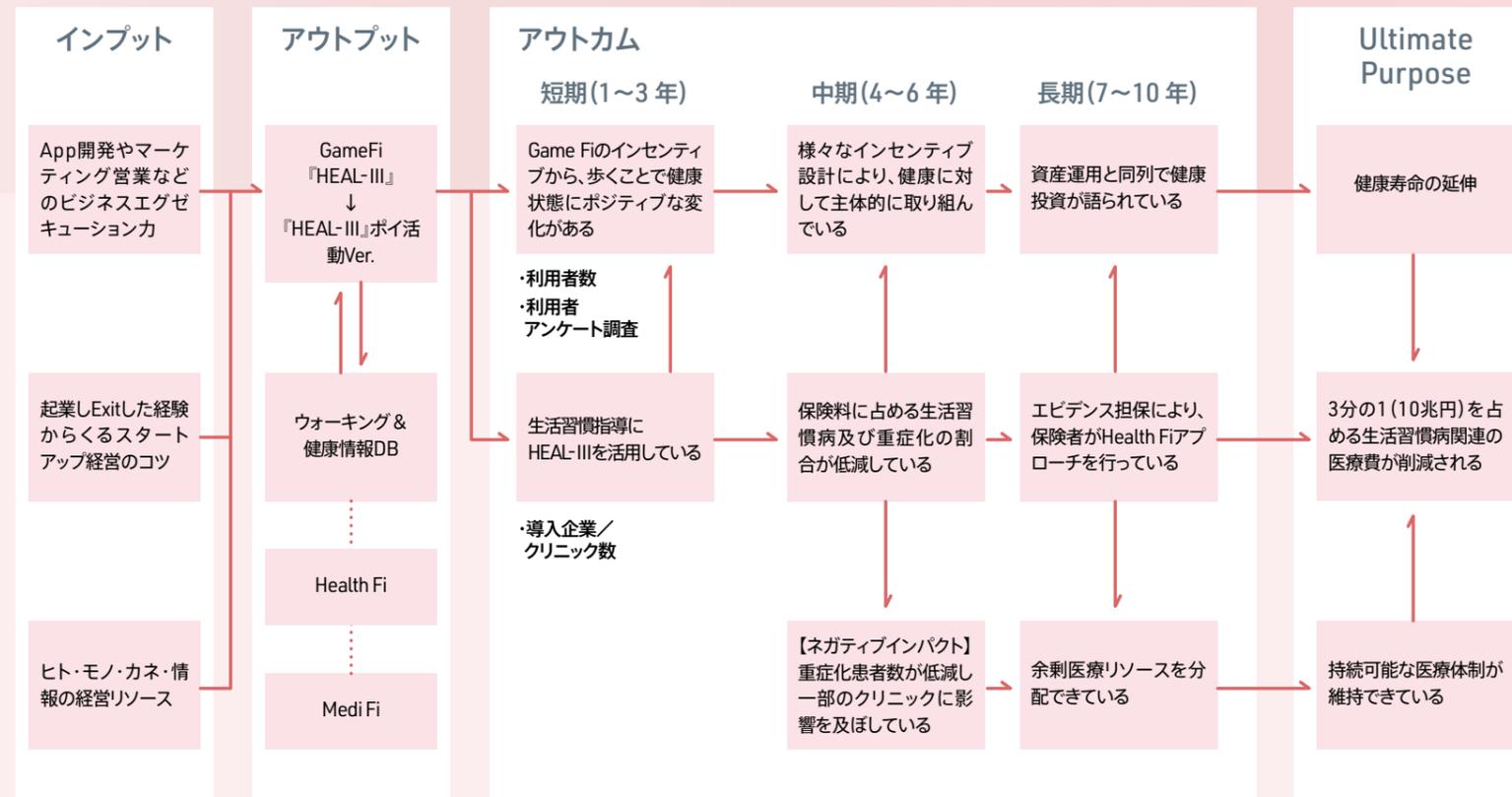
社会課題が解決されないとならぬか
 (セオリー・オブ・プロブレム; ToP)

生活習慣病患者の増加に伴う医療費の増大及び医療機関のひっ迫に伴う救急患者の受け入れ体制の弱体化

社会課題
 「生活習慣病患者の増加」

糖尿病有病者は740万人/予備軍880万人、高血圧症の有病者は3,100万人/予備軍2,000万人、高脂血症の有病者は3,000万人とされています。医療費増大や医療機関のひっ迫に対応するためには、不健康な生活習慣で生活習慣病予備軍に該当している人を減らすことが必須の課題となっています。

ToC実現に向けた道筋



社会課題が解決された状態
 (セオリー・オブ・チェンジ; ToC)

日本の医療費の3分の1(10兆円)を占めている生活習慣病関連の医療費の削減
 医療機関のひっ迫した状態の開放

設定するインパクトKPI

アプリを通じた合計エクササイズ数

運動習慣確立ユーザー数

運動習慣は頻度、時間、強度、期間の4要素から定義されるものであるが、国民栄養調査では運動習慣者を「週2回以上、1回30分以上、1年以上、運動をしている者」としています。(出典:厚生労働省「健康日本21[身体活動・運動]」)

https://www.mhlw.go.jp/www1/topics/kenko21_11/b2.html

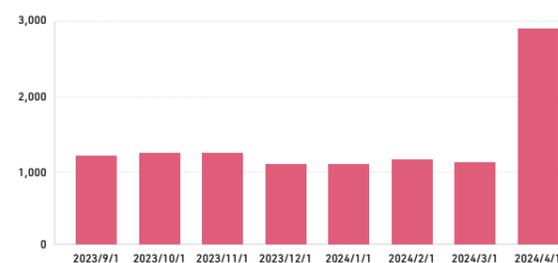


2023年の実績

アプリを通じた合計エクササイズ数



運動習慣確立ユーザー数



アビームコンサルティング株式会社との健康経営ソリューションの提供を開始

健康経営ソリューション提供期間中には参加者の66%が週3回、1日10分以上の運動を2カ月間継続。また、単に1人で運動するだけでなく、チーム戦などを開催することで社内のコミュニケーションも盛んになり、オフ会等も合計3回開催されました。これらは既存の健康経営サービスと比較してもより高い成果が出ており、今後益々成長を加速させていく予定です。

toCでのサービス提供が中心ではありますが、toBへのサービス提供も加速させていくことで短期間により多くのユーザーに対してサービスの提供が可能になることで社会的インパクトを最大化させてまいります。



医療従事者の裏側の負担を軽減する Medical Backend Integration System

株式会社MEBAIS(メバイス)は日本のあらゆる医療機関で、医療従事者が本業である「臨床や研究」に集中できる環境をつくるための医療×IT企業です。MEBAISの遠隔医療事務サービスは、AIと経験豊富な医事スタッフで医事業務を遠隔で代行し、取り組みたい業務に集中できる仕組みを作るものです。技術活用により裏方として課題を解決し、外から見えてこない医療従事者の負担を軽減して、少しでも患者さんと向き得る時間を大きくすることを目指します。



代表取締役社長 CEO
三野 稜太

MESSAGE

医療事務の領域には様々な課題が存在し、市場や人材面での困難が増加している昨今、画期的な変革をもたらすゲームチェンジャーが必要とされています。私たちは医療従事者が直面する裏側の負担を解消するため、複雑で数値化しにくい業務を細かく分析し対応してきました。その結果、レセプト業務などの水準向上が徐々に数値化できるようになり、来年にはさらに大きなインパクトが期待されます。TWIFからは医療関連の専門知識や人脈が提供されており、特にこれまで交流のなかった省庁や、スタートアップと従来の医療機関とのハイブリッドなアプローチが貴重な知見をもたらしています。来期以降もさらなる支援を期待しています。

社会課題が解決されないと
どうなるか
(セオリー・オブ・プロブレム; ToP)

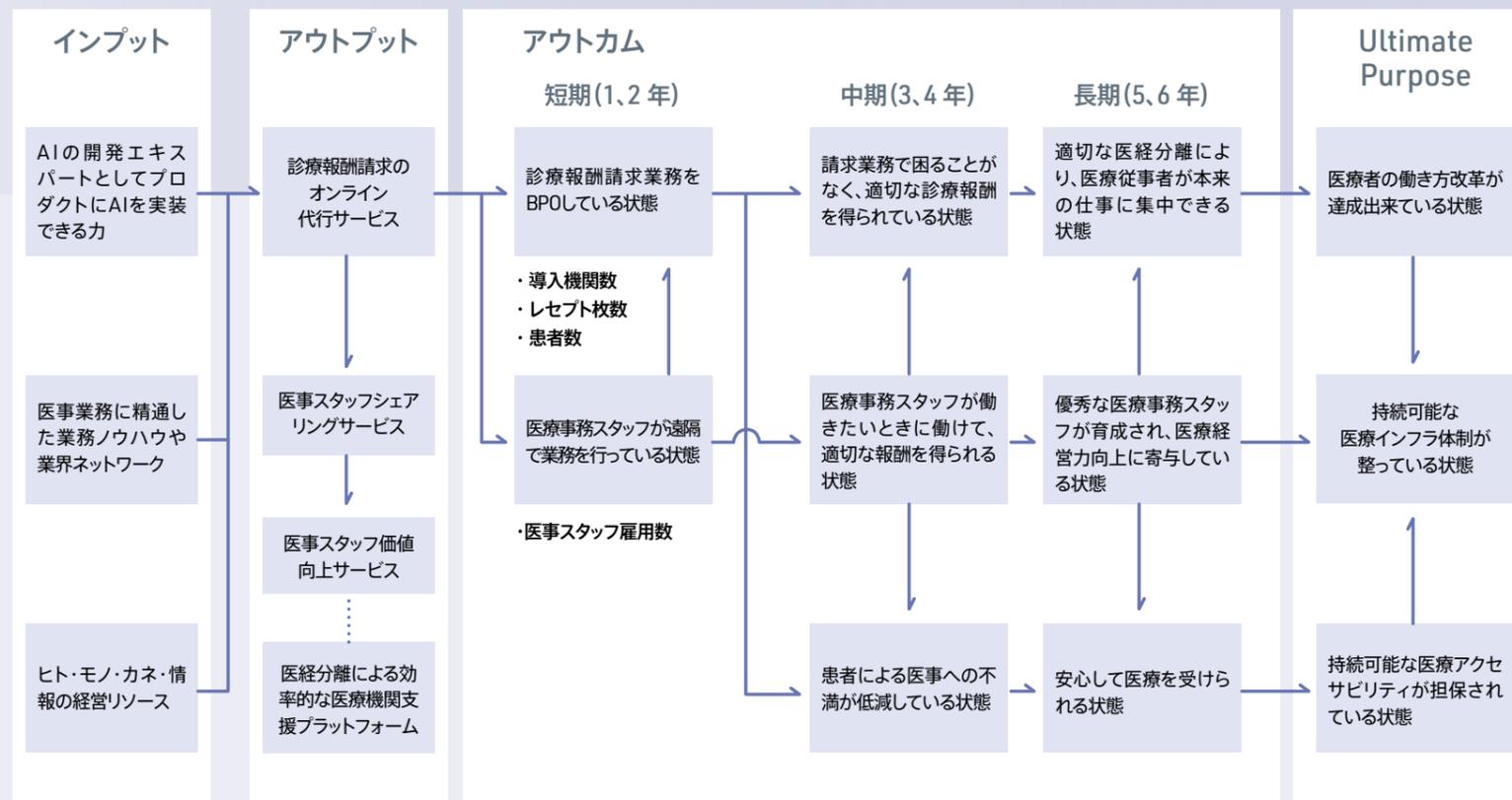
医療の人的リソース不足の問題によって「医療崩壊」と言われる状態となっており、医療アクセスが困難になり、適切な医療を受けたくても受けられない状態

社会課題

「医療従事者が医療行為に集中できない」

日本における医療従事者は、経営上の課題への対応や労務管理、診療報酬の請求など、本業以外の仕事が多岐にわたる状態にあり、本来に組みたい医療行為に集中できないという課題が存在します。例えば、頻りに改正される診療報酬請求制度への対応については、難易度が高い一方で高スキル人材の確保が難しくなっている現状があり、採用や離職に伴う労務管理の工数も課題となっています。

ToC実現に向けた道筋



社会課題が解決された状態
(セオリー・オブ・チェンジ; ToC)

テクノロジーの最適な活用によって病院・クリニックの経営オペレーションが効率化され、医療者は医療に集中できる環境になっており、国民が安心して医療を受けられる世界

設定するインパクトKPI

- 導入機関数
- レセプト枚数
- 患者数
- 医事スタッフ雇用数

2023年の実績

レセプト業務のBPOサービスが10件以上の医療機関に導入

レセプト業務のBPOサービスを開始し、リリース直後に10件以上の医療機関に導入されました。これはリモートで業務が行われており、医療機関の請求プロセスにおける属人化の解消や、知識の全国単位でのストックを可能にしています。

裏側ではAIチェッカーとヒトでのダブルチェックでレセプトプロセスによる請求ロスの減少や、取得できる加算の取り漏れ防止等が進められています。レセプトの難易度毎に医療事務スタッフのレベルにあったタスクの振り分けや、AIで判断した結果、確実にヒトによるチェックが不要であることを判別するといった機能の開発も進められています。

レセプトの前後、レセコンからの情報の抽出やオンライン請求のプロセスといったタスクも徐々にパッケージにしており、近いうちにリアルタイム会計も対応可能となる予定です。

なぜこのKPIを設定したのか

医療機関へのインパクトは弊社内での実働量の多さで測ることができます。多くの医療機関は他の法人とは異なり、資金面で余裕がなく、経営層と現場スタッフの間の業務認識にもギャップが存在します。これにより、どちらかが原因での不満が医療機関向けサービスの解約につながる事が多いため、「実際に使用されること」と「効率よく業務をこなすこと」が重要な評価基準です。

業務効率化のその先へ

Rehab for JAPANは「介護に関わるすべての人に夢と感動を」をビジョンとし、より多くの高齢者が健康的に、長く幸せに暮らせる社会(健康寿命の延伸)に向け、介護現場のリアルデータを収集し、「エビデンスに基づいた科学的介護」の実現を目指すスタートアップ企業です。

科学的介護ソフト「Rehab Cloud」は、介護事業所向けリハビリ支援ソフト「リハプラン」で提供してきた介護報酬の加算算定や機能訓練業務の支援だけでなく、テクノロジーの活用によってデイサービス全体の業務効率化とケアの質を高め、科学的介護の実現をサポートします。これにより、介護現場の付加価値を向上させ、利用者のアウトカムを追求していきます。



代表取締役社長CEO
 大久保 亮

MESSAGE

当社は2018年からロジックモデルとアウトカム指標を設定し、事業の拡大とともに、毎年ロジックモデルやアウトカム指標をアップデートし、PDCAを回しながら、社会的インパクトの最大化に努めています。TWIFには定例会議等を通じて、我々のもたらす社会インパクトについて有効な示唆を度々いただいております。

2023年は新たなプロダクトも数多くリリース。受益者の対象範囲が広がるとともに、アウトカムの量、質ともに格段に向上させることが可能となりました。

社会課題が解決されないと どうなるか (セオリー・オブ・プロブレム; ToP)

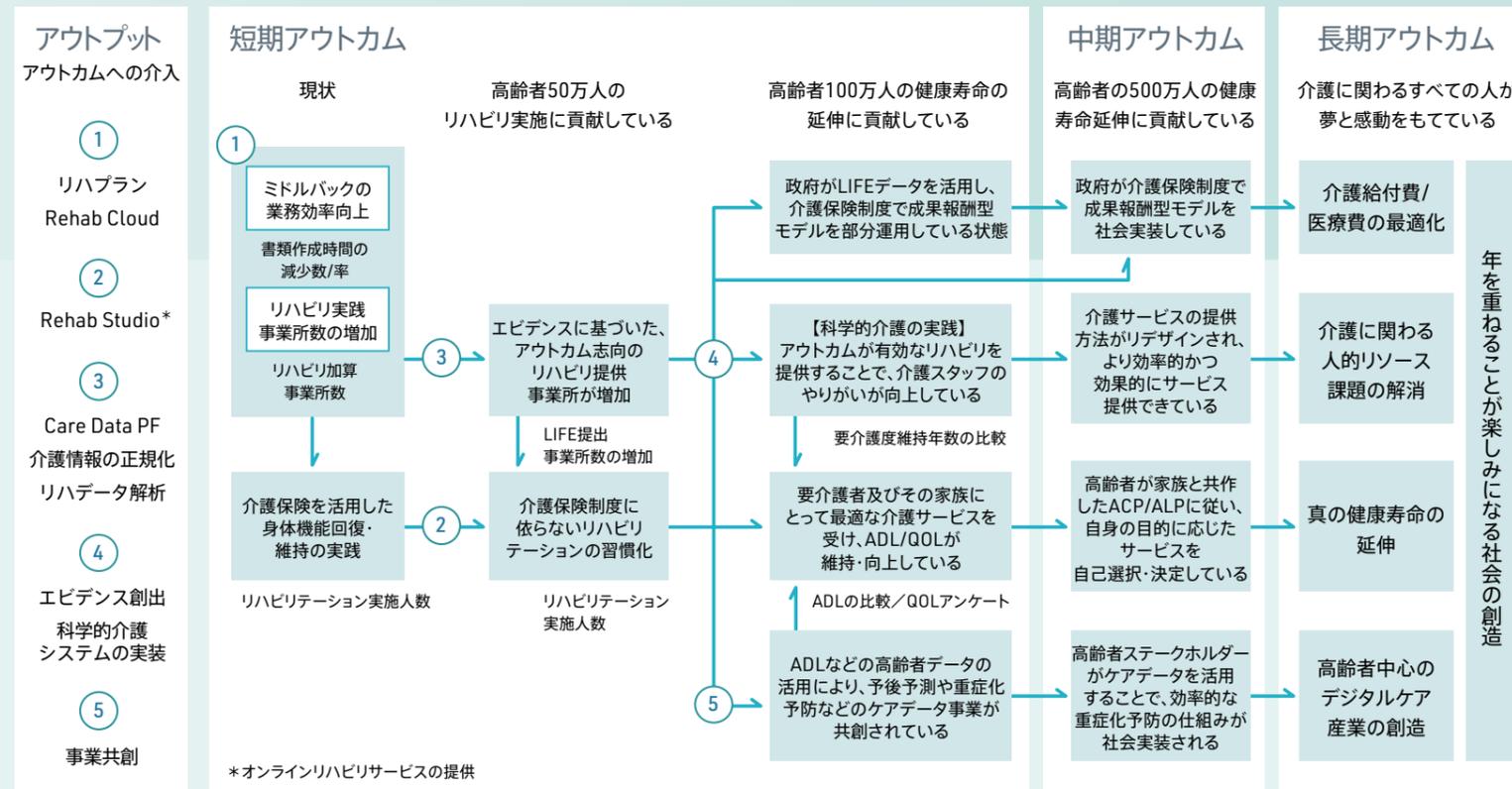
要介護認定者の重度化に歯止めが効かず、不健康寿命(要介護2以上の日常生活に制限ある期間)が延びてしまう。その結果、社会保障費は増え続け、介護事業所の現場負担はさらに増大する、そして、高齢者と家族の多様化するニーズを充足できないまま、現在の課題が拡大してしまう。

社会課題 「健康寿命と平均寿命の差の短縮」

日本において、2019年の平均寿命は男性81.41歳、女性87.45歳であるのに対し、健康寿命(日常生活に制限のない期間)は男性72.68歳、女性は75.38歳*1と大きな開きがあります。2021年度の日本の介護費用は対GDP比2%の11兆291億円*2と、2000年から3.04倍も増加*3しています。また、介護報酬は高齢者の状態改善などアウトカム評価の考え方にシフトしていますが、効率的にアウトカムを出すにはデータに基づいた科学的介護が必要な一方で、未だ体系的なデータがなく、環境が整っていないとは言い難い状態です。

*1 厚労省「第16回健康日本21(第二次)推進専門委員会資料「健康寿命の令和元年値について」(2021年12月) *2 介護保険給付費+自己負担額、厚労省「令和3年度介護給付費等実態統計」と内閣府経済社会総合研究所国民経済計算部「2021年度(令和3年度)国民経済計算年次推計」を基に算出 *3 *2と厚労省「介護保険事業状況報告年報」より算出 *4 厚労省「令和2年度介護保険事業状況報告(年報)」

ToC実現に向けた道筋



社会課題が解決された状態 (セオリー・オブ・チェンジ; ToC)

年を重ねることが 楽しみになる社会の創造

設定するインパクトKPI

- 高齢者データ人数
- リハビリ実践介護事業所数
- アウトカム加算算定事業所数

2023年の実績

高齢者データ人数

「Rehab Cloud」のデータベースの累計高齢者データが25万人分を突破。(2024年3月末時点)

25 万人突破

リハビリ実践介護事業所数

「Rehab Cloud」累計導入事業所数が前年比145%拡大し2,312事業所に。(2024年3月末時点)

2,312 事業所

アウトカム 加算算定事業所数

アウトカム加算算定事業所数は712に。(2024年3月末時点)

712 事業所

新規プロダクト、サービスを次々とローンチ

オンライン介護リハビリサービス「Rehab Studio」、AI動作分析ソフト「Rehab Cloud モーションAI」、データ分析基盤「Rehab Insight」など、新たな事業をスタートいたしました。また「Rehab Cloud レセプト」の開発も完了し、2024年4月より提供開始を予定しております。

価値あるプロダクトをどのように社会に実装していき、ビジネスとしてしっかり成立させられるかが、真の社会的インパクト企業に向けた最大の勝負だと捉え、引き続き邁進してまいります。

「エビデンスに基づいた科学的介護」の実現による「健康寿命の延伸」



Message 出資者の皆様より

TWIFに出資いただいた皆様より、ファンドに期待することやこの1年間のファンド活動についてメッセージをいただきました。今後とも皆様のご期待に沿えるようにファンド成長に努めます。

東京都、以下50音順で掲載

東京都様

東京都では、2022年4月にインパクト投資を行う官民連携ファンドの運営事業者の募集を行いました。そこで選定され、立ち上がったのが東京ウェルネスインパクトファンドです。インパクト投資はこれからのスタンダードになっていくものと確信しています。本ファンドの投資先企業様が今後様々なインパクトを生み出してくださることを楽しみにしています。運営事業者の皆さまには、投資先企業様への伴走支援と、インパクトの可視化、そしてインパクト投資の拡大に引き続きご尽力いただくことを期待しています！



東京都スタートアップ・国際金融都市戦略室 戦略推進部
国際金融都市担当課長
中村 香織

SCSK株式会社様

SCSKグループは、経営理念「夢ある未来を、共に創る」のもと、社会課題の解決に貢献することで持続可能な社会の実現を目指す「成長戦略としてのサステナビリティ経営」を推進しており、東京ウェルネスインパクトファンドが掲げる投資理念に賛同しています。またIMM手法による投資先へのハンズオン支援を通して、事業成功確率を高め、結果として社会課題を一つずつ着実に解決していけるものと確信しています。事業活動を通じた社会課題解決を目指す一員として、皆様と共に切磋琢磨し、社会に素晴らしい変化をもたらす良きパートナーとしての関係を今後もより強固に築いていけることを強く期待しています。



ビジネスデザイングループ統括本部 本部長
奥田 善也

戸田建設株式会社様

本ファンドは、ウェルネス領域の社会課題の解決に資するスタートアップ企業へのインパクト投資が目的であり、当社の顧客である医療機関等の劇的な経営改善につながる技術やノウハウの創出と社会実装の早期実現化につながるのではないかと考えています。当社としても、本ファンドに出資することでそうした企業の成長を間接的にサポートし、医療業界の発展に少しでも役に立てればという想いがあります。運営においても、ウェルネス分野の経験豊富なメンバーがそろっており、情報収集、投資判断の面でも安心して任せられる体制で、真に社会的インパクトを与えられる企業の出現に大きな期待をしています。



本社医療福祉部 次長
宮林 政好

マネックスグループ株式会社様

マネックスグループでは、ESG/サステナビリティを経営の中心に据えながら企業理念の実現を追求しています。この先インパクト投資に関する情報開示が進み、更にこの価値が顕在化されると一段と投資家及びリスクマネーが集まり、日本における社会的インパクトを持つスタートアップの育成拡大が期待されます。このようなエコシステムの構築が日本にとって重要であると考え、ファンドが果たす役割に期待しております。



代表執行役社長CEO
清明 祐子

三井住友信託銀行株式会社様

当社は2030年度までに5,000億円の自己勘定によるインパクトエクイティ投資を実施し、それを呼び水に投資家資金2兆円をインパクトエクイティ投資に呼び込むことを目指しております。本ファンドの「インパクト投資を通じて社会課題解決の担い手増加を目指すとともに、インパクト投資の裾野拡大を志向する」というビジョンに共感して出資いたしました。クオリティの高いインパクトレポートの発行やresponsible exit等の先進的な取組をされており、当社のインパクトエクイティ投資におけるIMM高度化に向け、各種取組を学ばせていただきたいと思います。



インパクトエクイティ投資部 フェロー役員
穴繁 康

明治安田 明治安田生命保険相互会社様

明治安田は、SDGsにおける社会課題のうち特に注力する優先課題の一つに「健康寿命の延伸」を掲げており、「みんなの健活プロジェクト」を通じてお客さまや地域のみなさまの健康づくりをサポートしています。TWIFへの投資についても、ウェルネス領域での課題解決を図るインパクト志向のスタートアップを支援することによって、「健康寿命の延伸」につなげていきたいと考えております。TWIFと連携しながら、明治安田は責任ある機関投資家として社会的インパクト志向のもと社会的価値と経済的価値の双方を創出できるインパクト投資の推進を通じ、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



株式投資部
国内株式投資グループ

TORANOMON IMPACT CAPITAL LLC 虎ノ門インパクトキャピタル合同会社

東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合を運営するためにマネックスベンチャー株式会社と株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズによって設立された合同会社です。

代表社員
マネックスベンチャーズ株式会社 代表取締役 和田 誠一郎
株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ 代表取締役 青木 武士

所在地
〒107-6025東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル25階

MONEX Ventures マネックスベンチャーズ株式会社

設立 2005年11月11日
資本金 1億円
代表取締役 和田 誠一郎
所在地 〒107-6025東京都港区赤坂1-12-32
アーク森ビル25階
TEL 03-4323-3825
URL <http://www.monexventures.com>

マネックスベンチャーズ株式会社はマネックスグループ株式会社の100%子会社として、ベンチャーキャピタル事業を運営しています。インターネットを活用した、先進的、革新的なサービスに対して、「起業家のポテンシャル」「事業の成長性」「時間軸」を重視して投資します。また、短期的な成長のみならず、時間を味方につけ、長期での成長が見込まれる事業をも投資対象とし、グループシナジーを前提とせず、多岐にわたる投資領域に加え、国内外問わず投資を実行し、豊富な投資実績を有しています。事業創造の主役は起業家であり、その実現に必要な支援を見極め実践する、黒子のような存在として、よりよい未来の実現と豊かな社会を共に創造することを目指し、大切にしています。



CMV Capital Medica Ventures 株式会社 キャピタルメディカ・ベンチャーズ

設立 2016年11月11日
資本金 1億円
代表取締役 青木 武士
所在地 〒100-6019 東京都千代田区霞が関3-2-5
霞が関ビルディング19階
TEL 03-5501-2230
URL <https://capitalmedicaventures.com/>

株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ(CMV)は、「起業家の伴走者として練達することで、社会問題の解決に貢献する」をミッションに掲げ、ヘルスケア領域でのスタートアップに対して、インパクト投資を実践するベンチャーキャピタルです。事業利益を最大化させる為には、アウトカム(顧客への行動変容とそれ生み出す利益)を創出することが肝心だと捉え、アウトカム創出を重視したスタートアップへの投資支援を行っています。2023年には、国際的な「インパクト・マネジメント運用原則(OPIM)」へ署名しました。署名機関としての一連の活動を通して、インパクト投資の実践知の見える化および検証を実施し、インパクト投資支援による課題解決実践者の育成に貢献していきます。



年刊
東京ウェルネスインパクトファンド2023 インパクトレポート第1版

出版元
東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合

年刊
東京ウェルネスインパクトファンド2023
インパクトレポート第1版

出版元
東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合