

オンライン診察サービスで医療を身近な存在に

インターネットを用いた医療システムの開発・運営を手掛け、婦人科領域に特化したオンライン診察・相談サービスに注力。診察のみならず健康管理支援・予防に至るまでユーザーに身近に寄り添うサービスを提供。

沿革

◆ 創業者の経歴

代表取締役の石井健一氏は外資系大手製薬会社での経験から、全国各地に医師ネットワークを有する。

創業後は医療・介護系マーケティング会社を経営。開業医から大規模病院までをクライアントに抱えるため、医療連携の構築を得意としている。なお、経営大学院では主にマーケティングを専攻していた。

◆ 起業に至る経緯

石井氏は大学卒業後、製薬会社のMRとして活動する中で、日本の保険制度を中心とした医療水準は世界トップクラスと感じていたものの、予防医療等のカバーできていない分野を懸念していた。そこで、2013年に最初の会社を創業し、医療機関向けにDXの推進、マーケティング手法を用いた新たな体系構築の提供を行ってきた。その後、2015年8月に厚生労働省より遠隔医療に関する規制緩和の一報を受けたことで、新たな可能性を感じ、2016年6月に新たなチームで当社を設立した。

◆ 事業にかける思い

「世界中の医療空間と体験をRedesign(サイテイギ)する」をミッションに掲げ、ICTの活用により医師、看護師、薬剤師などの医療従事者と生活者を繋ぐことで、診察だけに留まらず、健康管理支援から未病対策といったユーザーの生活スタイルや健康状態に寄り添うサービスを提供する。

特徴・強み

◆ ビジネスモデルとその特徴

医師や薬剤師など医療にバックグラウンドを持つ人材が集結し、インターネットを用いた医療サービスの開発・運営を行っている。

当社のコアサービスであるピルのオンライン診察サービス「スマルナ」は生理や避妊に関する悩みを持つ方と医師、助産師、薬剤師などの医療従事者を繋ぎ、オンライン診察やピルの処方、無料相談を受けられる婦人科系疾患特化型オンライン診察プラットフォームとして2018年6月にリリースした。

◆ 強み・アピールポイント

「スマルナ」は、生理によってパフォーマンス低下を余儀なくされる期間(年間約84日)をゼロにしたい、生理の体調不良による国内の経済的損失(年間6,828億円)を無くしたい思いがあり、開発に至った。

サービス開始以降、順調にユーザー会員数は増加し、累計50万ダウンロードを突破するなど、主に10代~30代の方を中心に多くのユーザーに利用されている。

【「スマルナ」サービスサイト】



【「スマルナ」アプリ画面】



【「スマルナ」サービスイメージ】



将来展望

◆ 今後の事業展開

5年後、10年後の目標とする到達点やロールモデル

オンラインで獲得したユーザーのオフラインとの融合、いわばオフラインでの検査体制の確立、教育コンテンツの拡充を図っていくとともに、関西初のユースクリニックとしての立ち位置にある「スマルナクリニック」の運営にも、更に注力していく意向である。

昨今のコロナ禍による在宅時間の急増によって、特に思春期ならではの性に関する問題が懸念されており、若者向けに特化した相談窓口を確立すべく、オンライン・オフラインの両面に対応可能な事業を展開していく。

◆ 今後新たに開発したい商材・サービス 拡充したい販路（ターゲット層）

現在は大阪・福岡に店舗を構えているが、今後の構想としては国内主要都市5拠点（大阪・福岡・関西・関東・名古屋）にスマルナを冠した直営クリニックを展開し、より医療が身近な存在として生活者に寄り添っていける社会を創造していきたいとしている。

PR 事項

◆ 提供サービスにおける PR 事項

国内におけるピルの普及率は世界水準と比較した場合、フランスでの普及率が約40%であるのに対し、日本は約3.5%程度と非常に低く、ピルの存在自体を知らない人も沢山いるのが実情とされる。

こうした状況の下、当社が「スマルナ」を提供することで、ピルの存在・実用性が認知されるとともに、実際にピルを服用したユーザー間で実体験を共有できるコミュニティとしての役割をも果たすものといえる。

また、同サービスは婦人科領域のオンライン診察という分野に特化しており、ピルという領域を深堀していける点や一定の領域内にてフルバリューチェーンで提供できるところは他社の追随を許さない当社の強みといえる。

会社概要

設立：2016年6月
資本金：100,000千円
従業員数：88人
URL：<https://nextinnovation-inc.co.jp>
主力サービス開始時期：2018年6月