

平成30年1月11日
 島根県ヘルスケア産業推進協議会 第2回分科会
 「ヘルスケアビジネス実例セミナー」

中小企業における ヘルスケアビジネス参入のヒント -事業構想からマーケティング戦略までの設計図-

西根 英一

株式会社ヘルスケア・ビジネスナレッジ 代表取締役社長
 事業構想大学院大学事業構想研究所 客員教授
 千葉商科大学サービス創造学部 特命教授

©2018西根英一 | Eichi Nishine



西根 英一 (にしね えいいち)

ゆめのある
 しあわせの
 きっかけを。



ヘルスケア（健康・美容、予防・保健、医療・介護）に係るプロジェクト開発、マーケティング戦略とコミュニケーション設計の専門家。

モノ（商材）、コト（話題）、ハコ（市場）、ヒト（顧客）の精緻な設計図を描き、情報発信、広告プロモーション、戦略広報を最適化する。

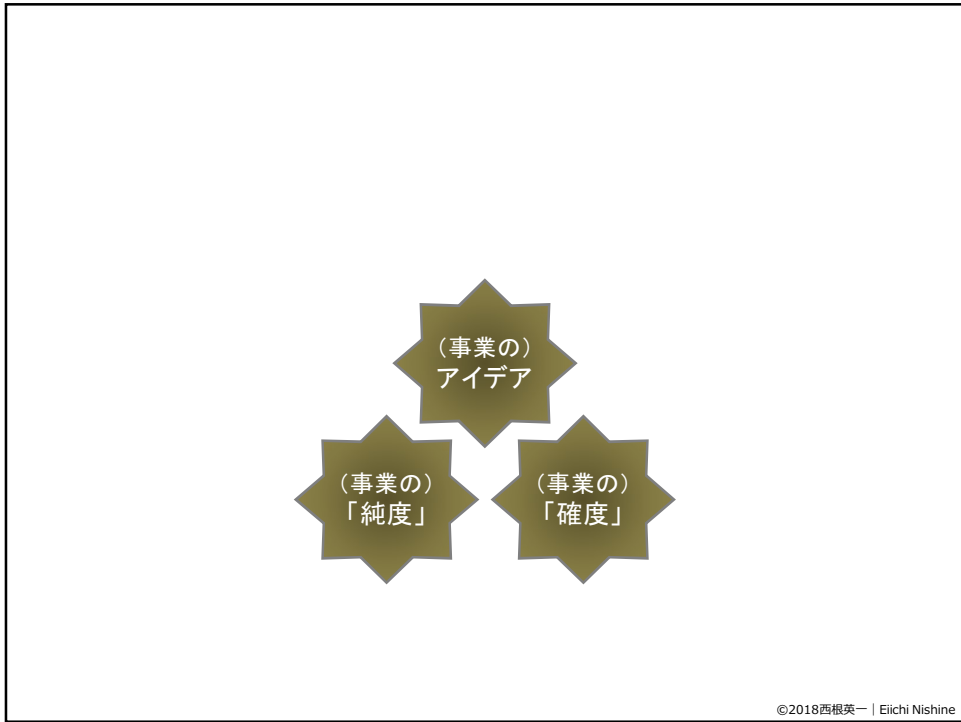
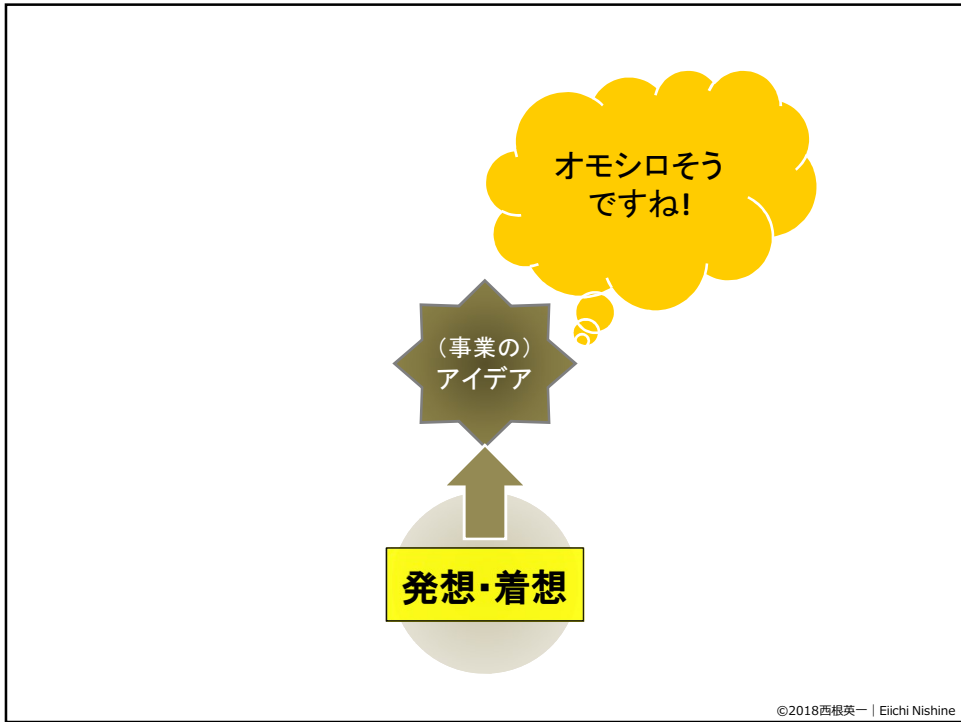
大塚グループ、電通グループ、マッキヤン・ワールドグループを経て、現在、ビジネス、アカデミア、パブリックの平行ワーク・スタイルを展開。近著に、『生活者ニーズから発想する健康・美容ビジネス「マーケティングの基本」』（宣伝会議）。

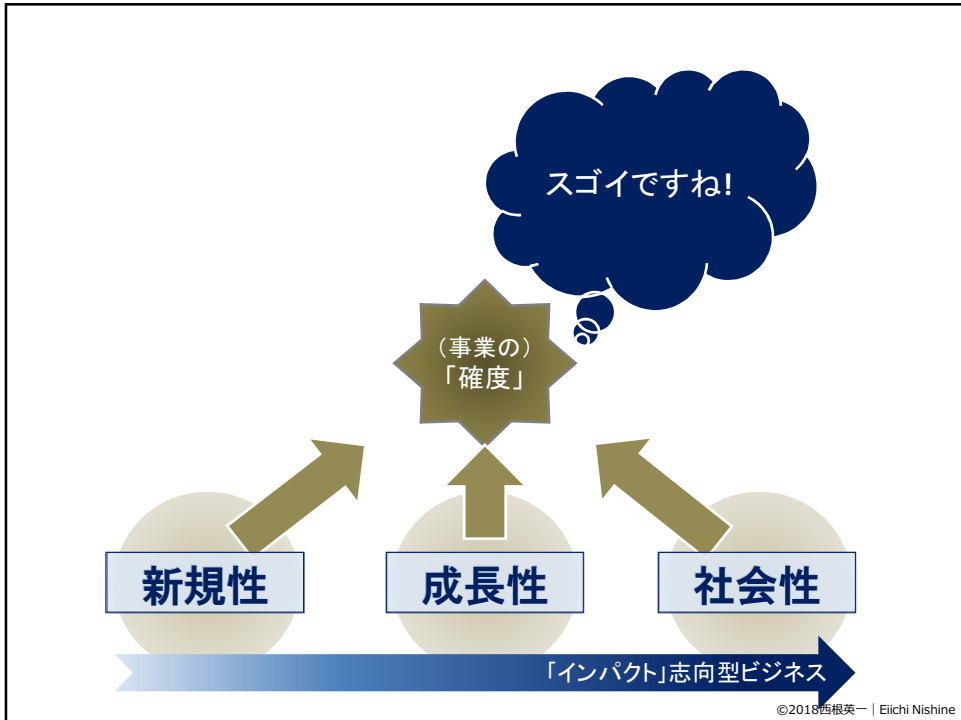
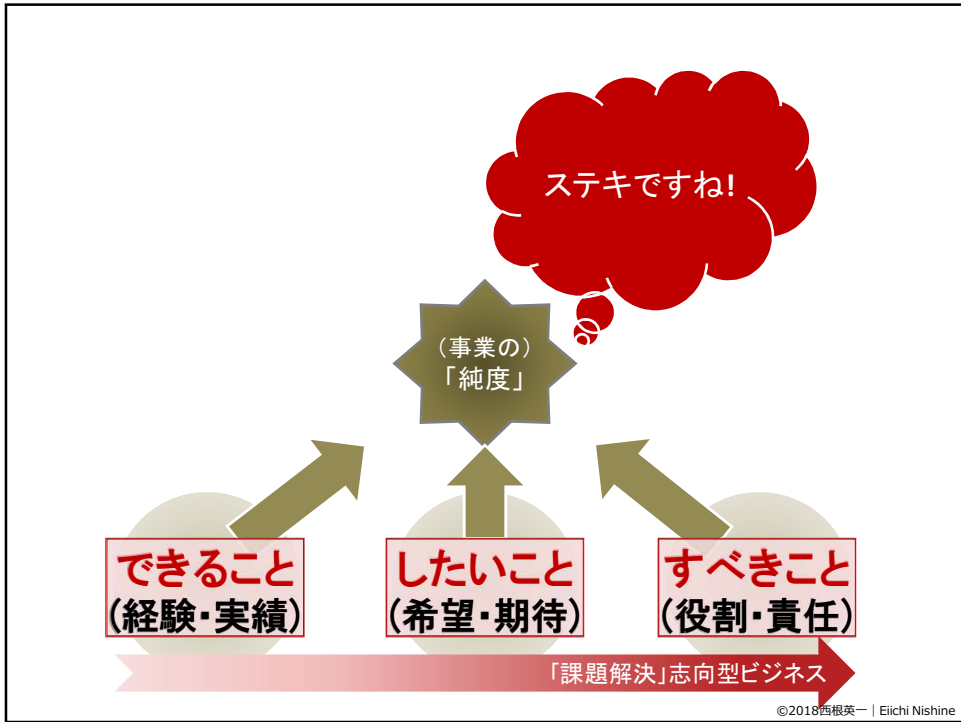
2つの会社の代表取締役（株式会社ヘルスケア・ビジネスナレッジ 代表取締役社長、株式会社デザインサプリ 代表取締役会長）、2つの大学の教授（事業構想大学院大学事業構想研究所 客員教授、千葉商科大学サービス創造学部 特命教授）。

厚労省の健康日本21の推進室長等を歴任、経産省や内閣府のヘルスケア産業創出事業に係る要職、産総研「ヘルスケア・サービス効果計測コンソーシアム」の役員他、各種プロジェクトの役員・委員長を務める。

詳細は ▶ <http://www.healthcarebiz.jp/>

©2018西根英一 | Eichi Nishine





図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。
Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

成功するビジネスは

ステキですね! と スゴイですね! からできている

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

「事業構想」的な思考が大事

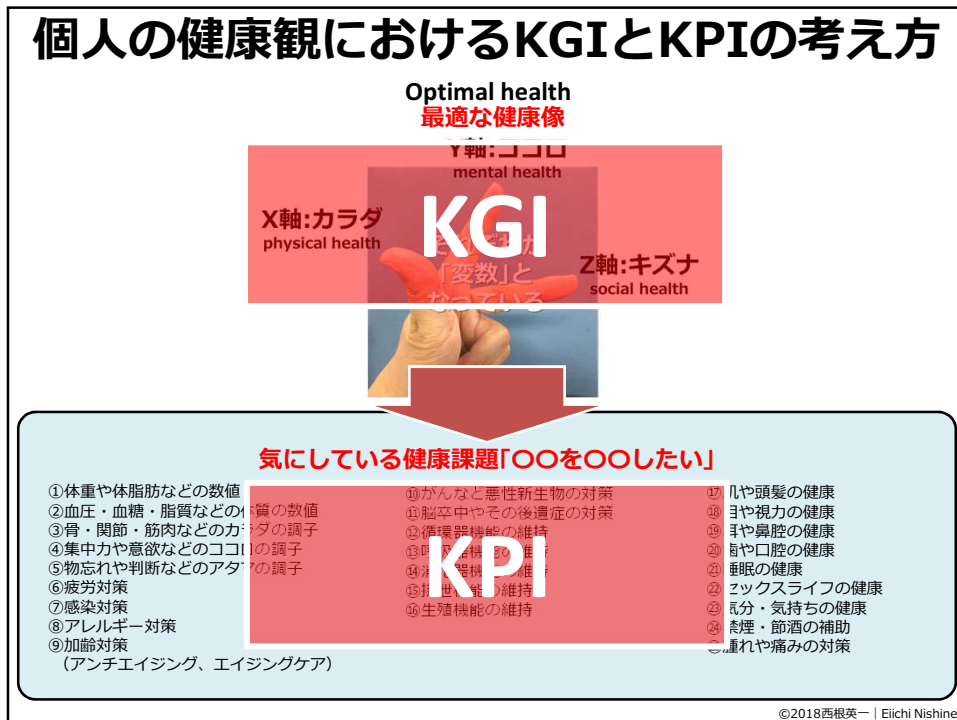
バックキャストイング

Life style	ステキですね!	と	スゴイですね!
	目指すべき理想像		果たすべき任務
	大きな		細かな
	絵画的目標		数値的目標
Business	KGI	と	KPI
	Key Goal Indicator		Key Performance Indicators
	達成すべきゴール		到達すべき成果目標

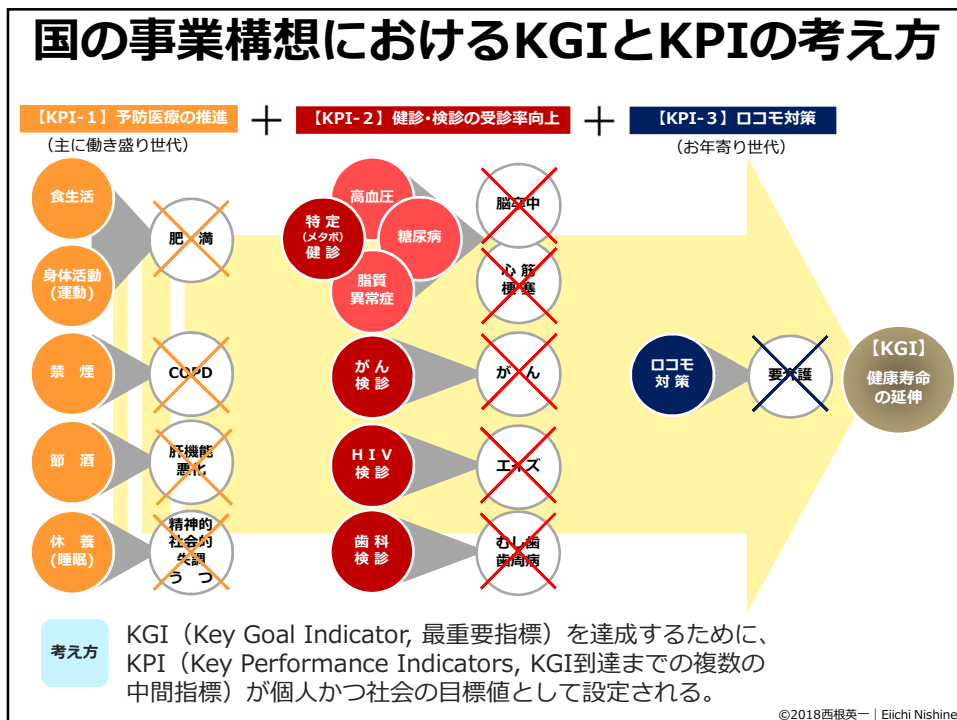
©2018西根英一 | Eiichi Nishine

図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。
Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

個人の健康観におけるKGIとKPIの考え方



国の事業構想におけるKGIとKPIの考え方

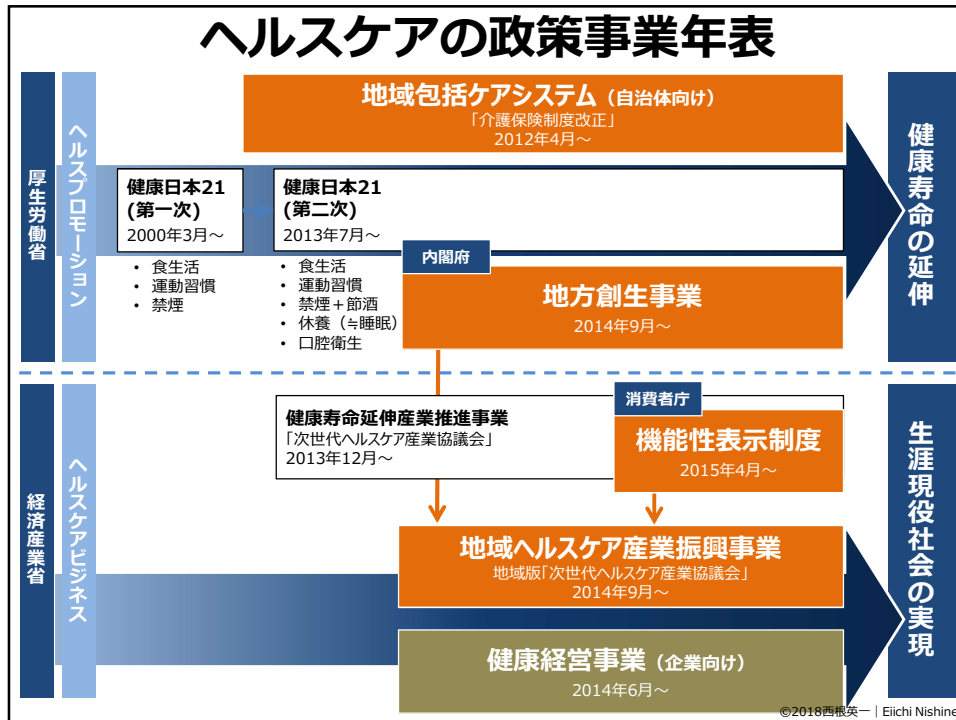


図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

ヘルスケアビジネスとは？

©2018西根英一 | Eiichi Nishine



図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

ヘルスケアの4領域

ヘルスケア（ドメイン）

治療 medical	予防・保健 health	健康 wellness	美容 beauty
例) ・生活習慣病 ・がん ・脳神経疾患 ・精神疾患 ・循環器疾患 ・呼吸器疾患 ・消化器疾患 ・泌尿器疾患 ・運動器疾患 ・代謝・免疫疾患 ・女性疾患、男性疾患 ・在宅医療、介護医療	例) ・運動 ・食事、栄養 ・睡眠、休養、抗疲労 ・禁煙 ・ブレインヘルス ・メンタルヘルス（抗ストレス） ・パブリックヘルス ・メディカルツーリズム（滞在型健診） ・感染予防 ・空気清浄 ・水分補給	例) ・スポーツ ・飲食、料理 ・住環境、ロハス ・コミュニティ活動 ・セクシュアルヘルス（性の健康） ・スピリチュアルヘルス（癒し） ・ヘルスツーリズム（森林浴、温泉浴） ・ワークライフバランス ・ジェロントロジー（シニアの幸せ）	例) ・フィットネス ・〇〇セラピー ・スパ、エステ ・ヨガ、ピラティス ・口腔ケア、審美歯科 ・スキンケア ・アイケア ・メイク ・ボディメイク ・美容整形 ・アンチエイジング

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

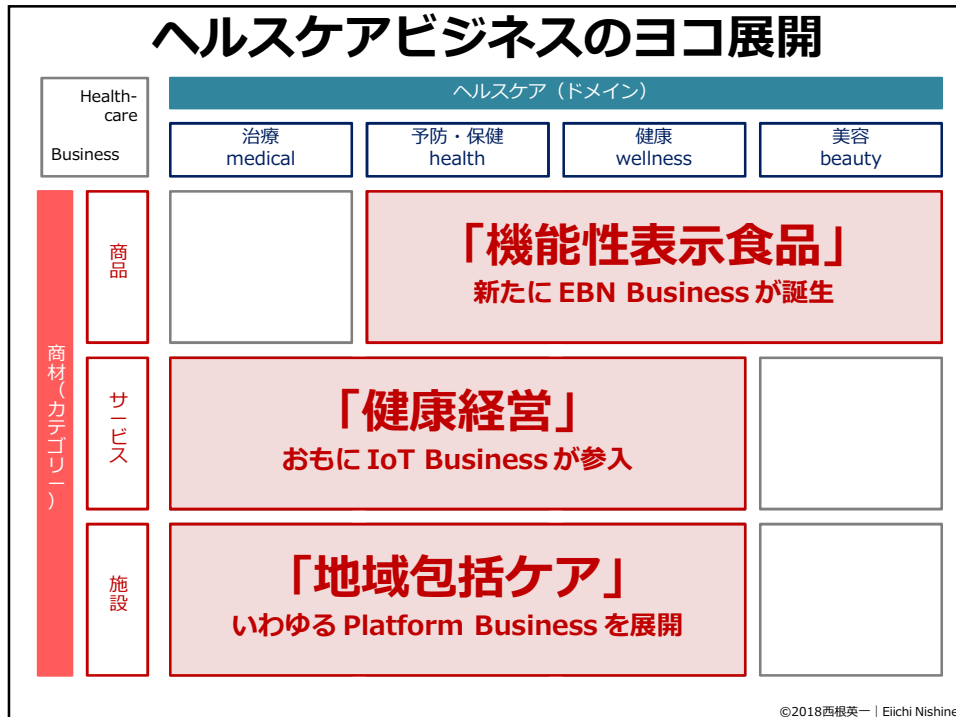
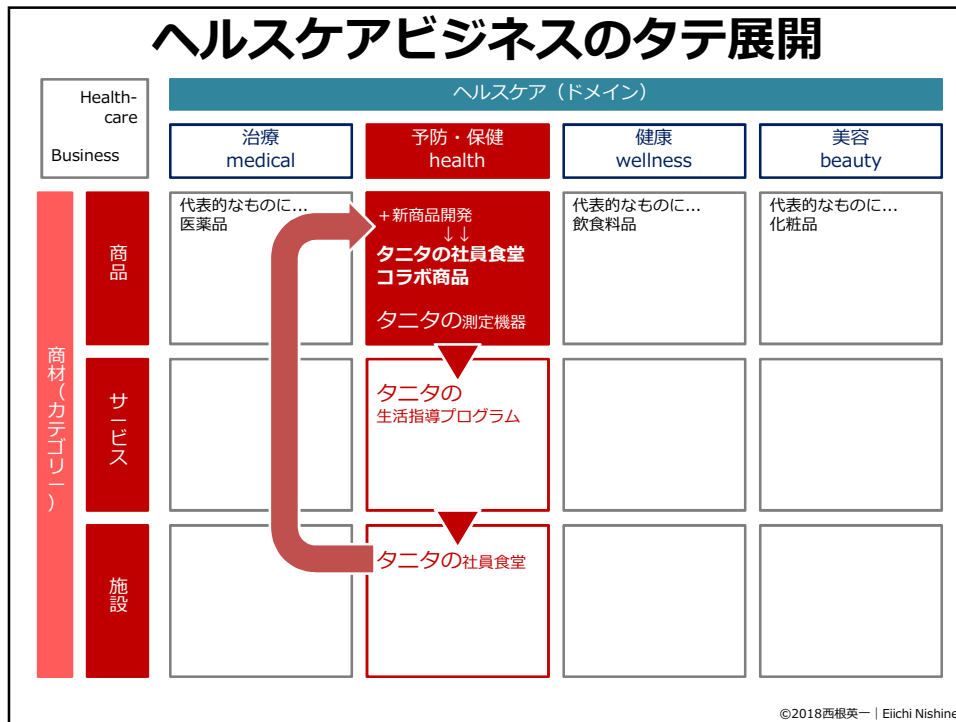
ビジネスの3商材

商材（カテゴリー）	商品	<ul style="list-style-type: none"> ・医…医薬品、医療機器 ・衣…ウェア、シューズ ・食…医療食、特定保健用食品（トクホ）、機能性表示食品、栄養機能性食品（サプリ）、栄養調整用食品、スポーツサポート用飲食品、代替用飲食品（ミールリプレイスメント） ・住…健康住宅、健効家電、健康機器（測定系、管理系、回復系）、フィットネス機器
	サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・医療保健サービス（診断、治療、処方、指導など） ・情報提供サービス（番組、チャンネル、ポータル、コンテンツなど） ・介入支援サービス（プログラム、カリキュラム、メニュー、モニタリングなど） ・訪問サービス、宅配サービス ・販売サービス（カタログ通販、テレビ通販、ネット通販、ダイレクト通販、店舗販売） ・中食サービス（デバ地下系、スーパー系、コンビニ系、弁当屋系）
	施設	<ul style="list-style-type: none"> ・医療機関、健診機関 ・薬局薬店・ドラッグストア、スーパー・量販店、コンビニエンスストア ・健康増進施設（トレーニングジム、フィットネスクラブ、スタジオ、プールなど） ・リラクゼーション施設（スパ・温浴施設、鍼灸・アロマ、整体・マッサージなど） ・スクール（料理教室、〇〇セラピー教室、健康セミナーなど） ・外食施設

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

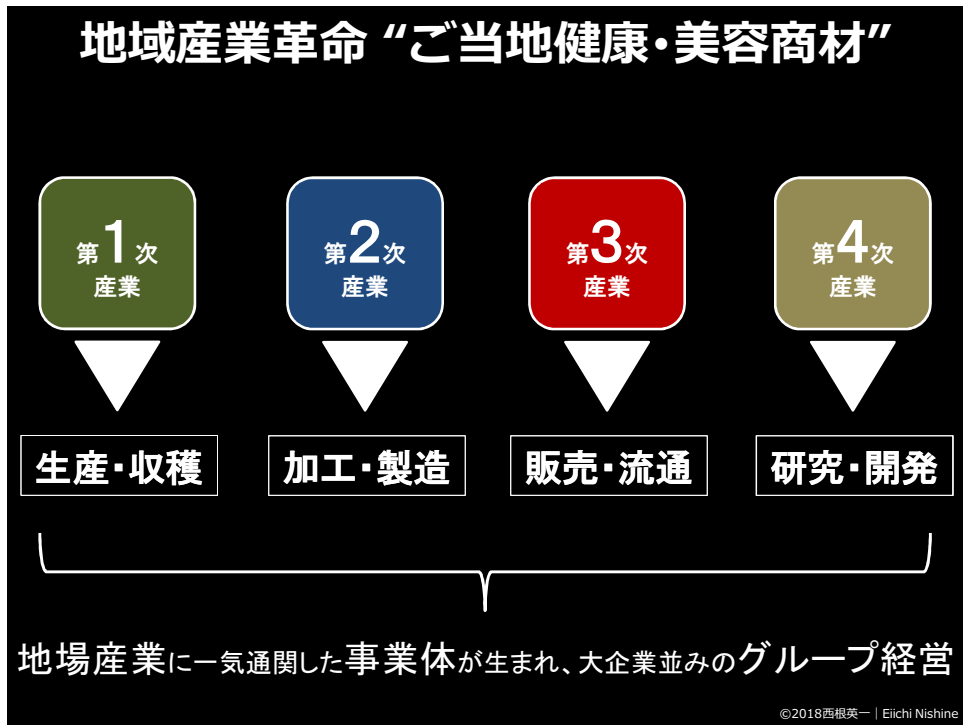
図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp



図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp



神々の国サブリエ恋愛成就 家内安全 商売繁盛 学業成就 健康長寿 武運長久のつこのサブリエ

島根県産業技術センターが 科学的解析とエビデンス開発を担当し

島根県の生産者が 食料 素材を提供し

島根県の加工者が 一次加工粉末化・なし液体化

島根県の製造者が 製品化・フットカプセル化

西根株式会社 ルスケア ビジネスナレッジがマーケティング戦略とコミュニケーション開発を担っています。

島根県内企業の

確度と純度を

島根県産業技術センターの

丁寧に取り組んで《島根県サブリエ》に

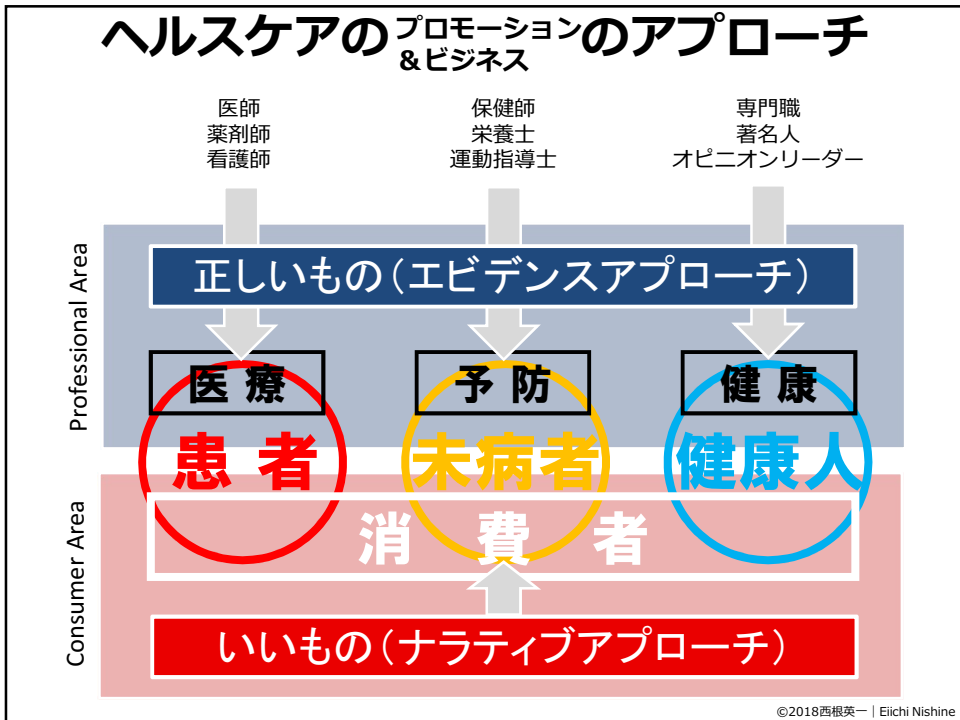
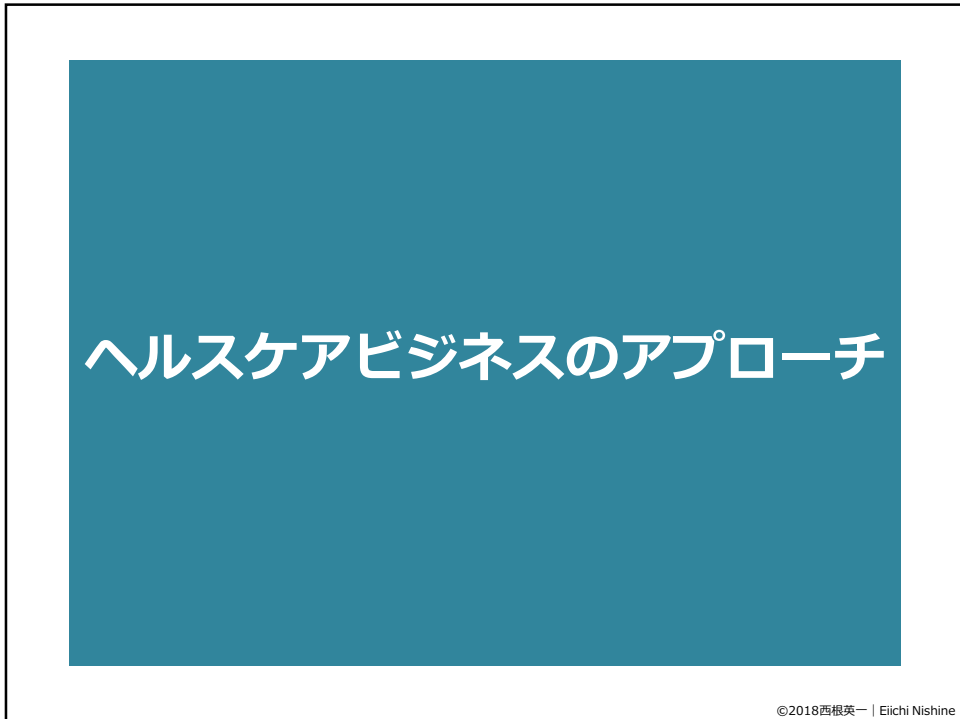
ギューツと

詰めました。

機能性食品プロジェクトの集大成！

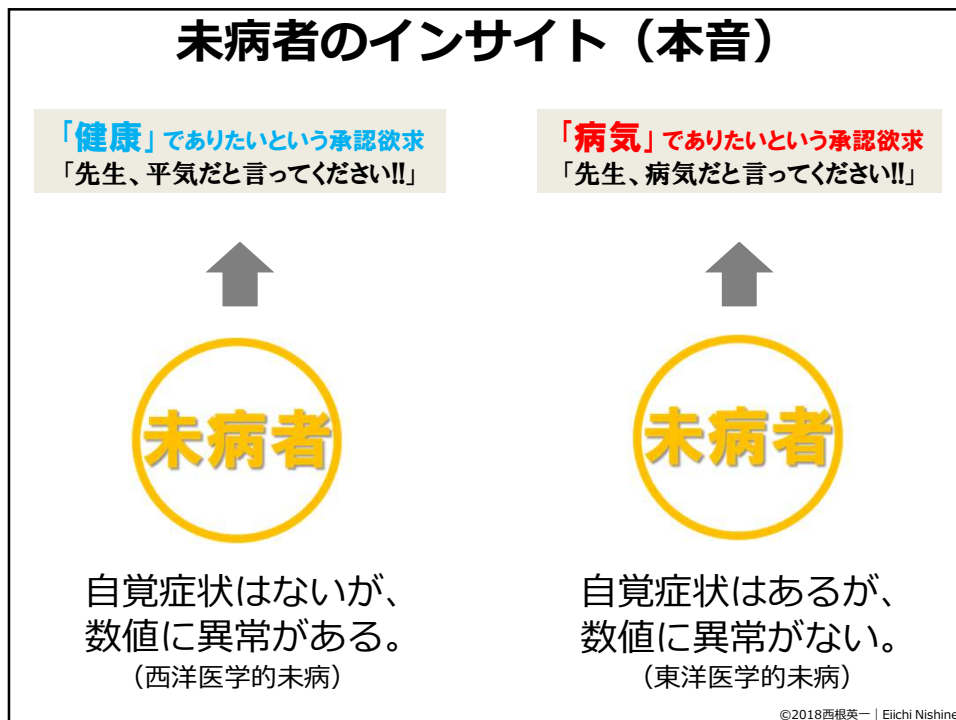
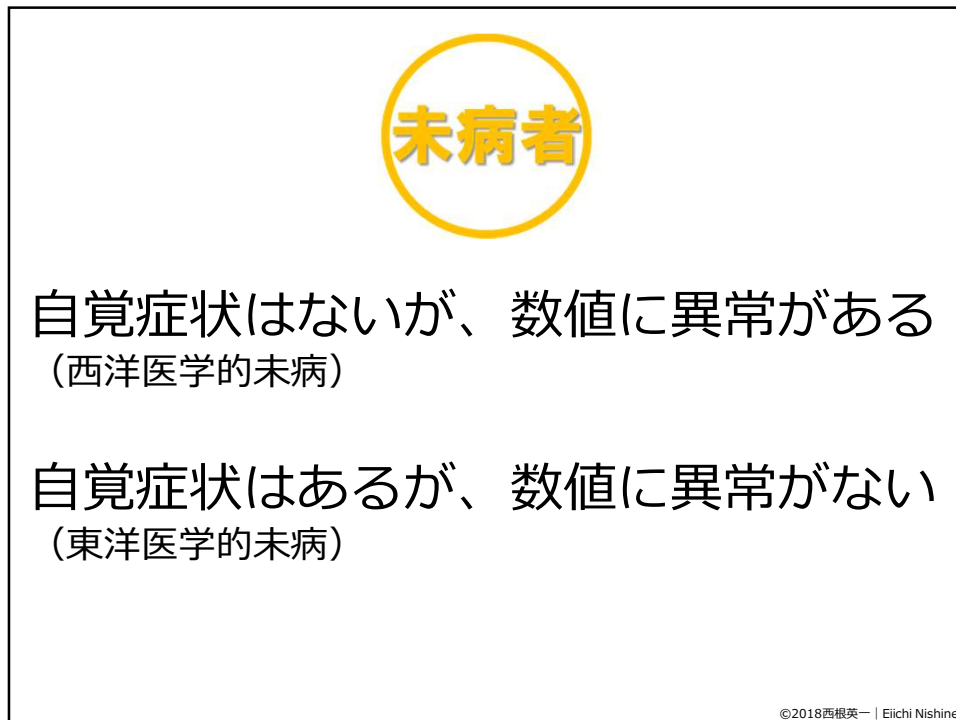
ポスター図案ラフ

©2018西根英一 | Eiichi Nishine



図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

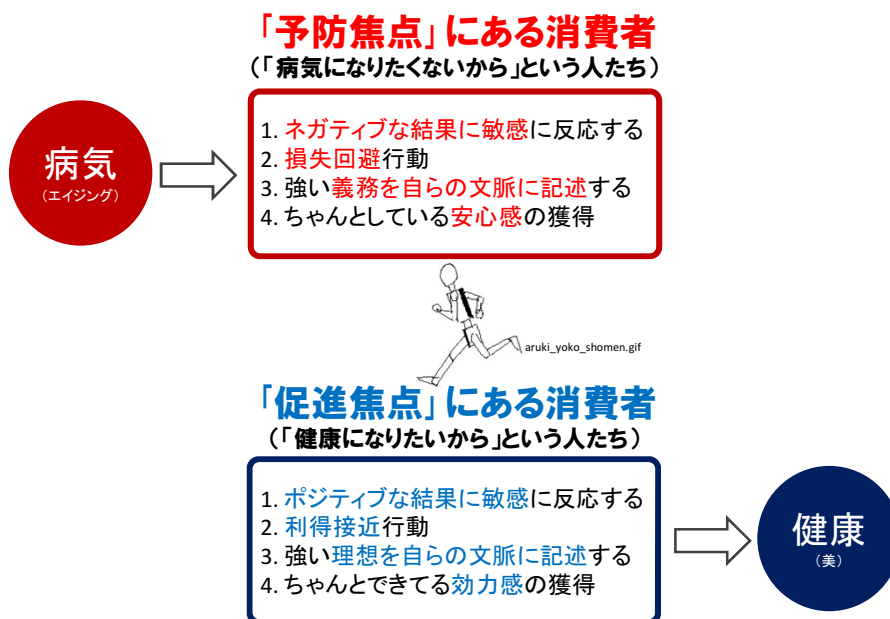


どんなコトを達成したくて
健康行動をとるのか？
(きっかけ・気づき@無関心期)

どんなコトが原因となって
健康行動を阻むのか？
(継続@実行期)

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

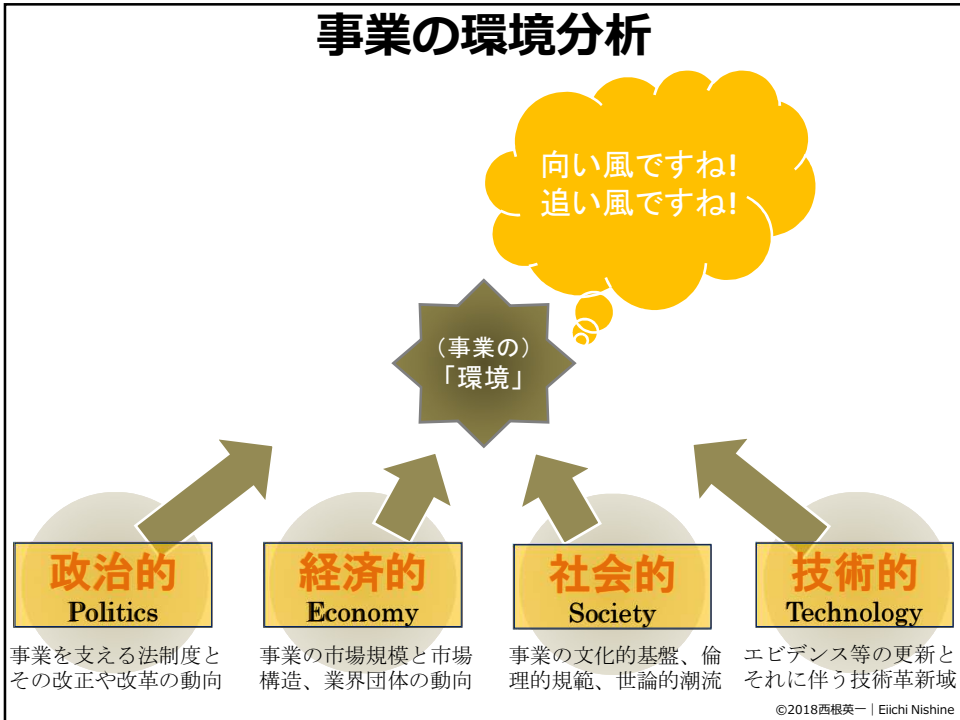
健康行動に対する制御焦点



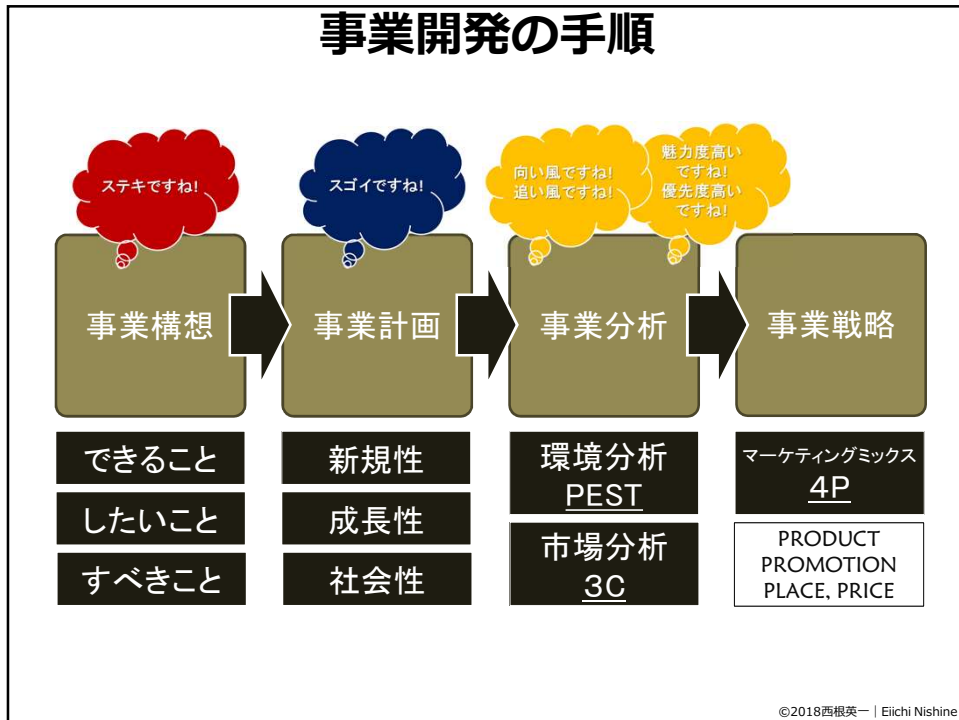
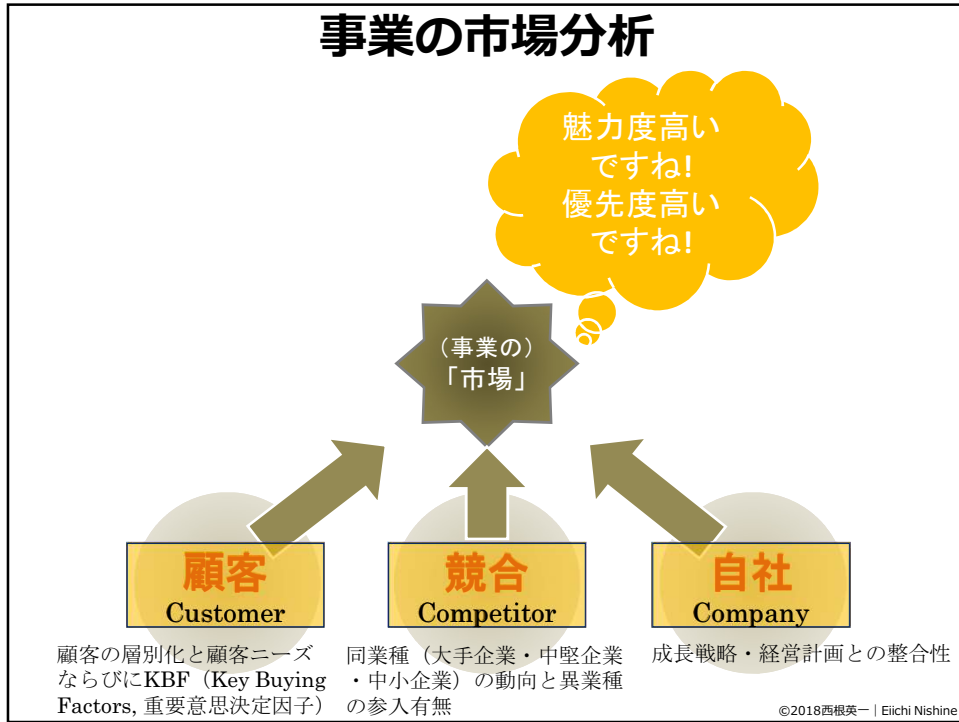
©2018西根英一 | Eiichi Nishine

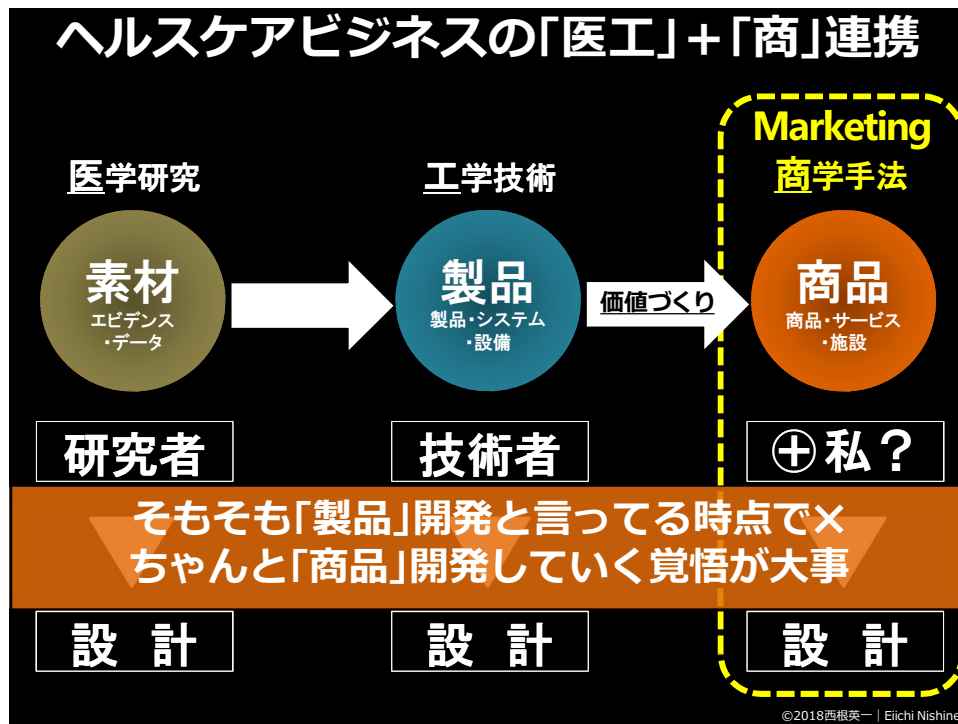
図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp



図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。
Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp





あなたの「正しいもの」は、
 あの人の「いいもの」でないと
 伝わらない。

価値を伝える→価値が伝わる
 ために、
 《マーケティング》があります。

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

ヘルスケアビジネスのKGI

ヘルスケア
+
ビジネス + Marketing = Humanity!
伝える→伝わる ||
Happiness!!

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

ヘルスケアビジネスの4つのKPI

西根英一、ヘルスケアビジネスを成功に導く《モノコトハコヒト》の設計図ー健康・医療・美容を取り巻く広告モデルの設計と展開、日経広告研究所報(270): p10-16, 日経広告研究所, 2013年8月, 日本広告学会関東部会研究

マーケティング・アプローチ	モノ	Brand + ing (商材)(づくり)
	コト	Issue + ing (話題)(づくり)
	ハコ	Market + ing (市場)(づくり)
	ヒト	Target + ing (顧客)(づくり)

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

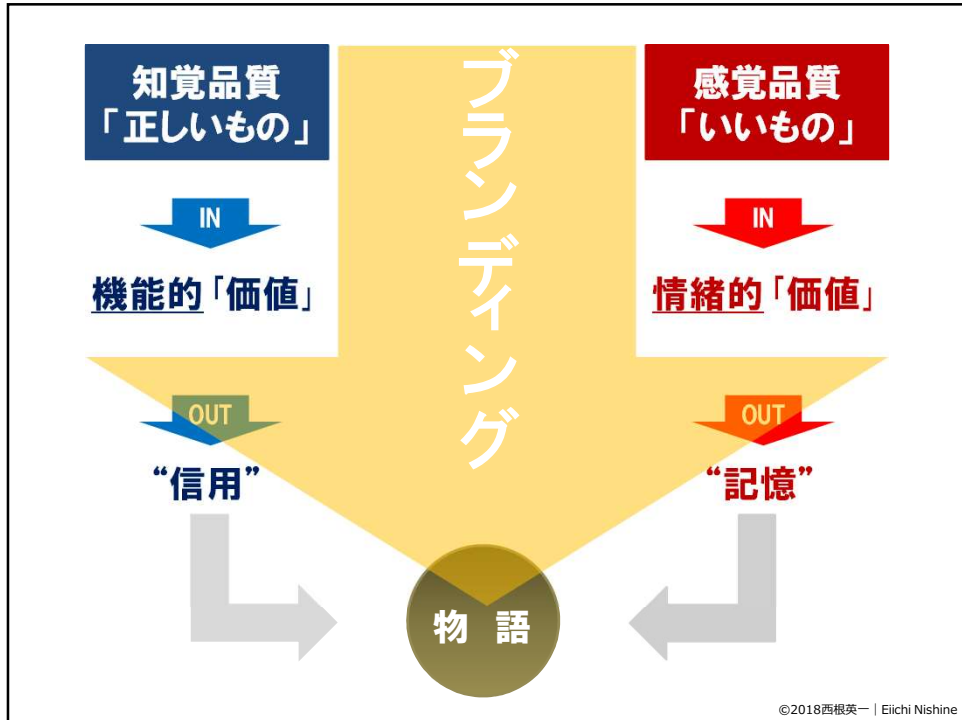
図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

ヘルスケアビジネスのKPI (Key Performance Indicators)

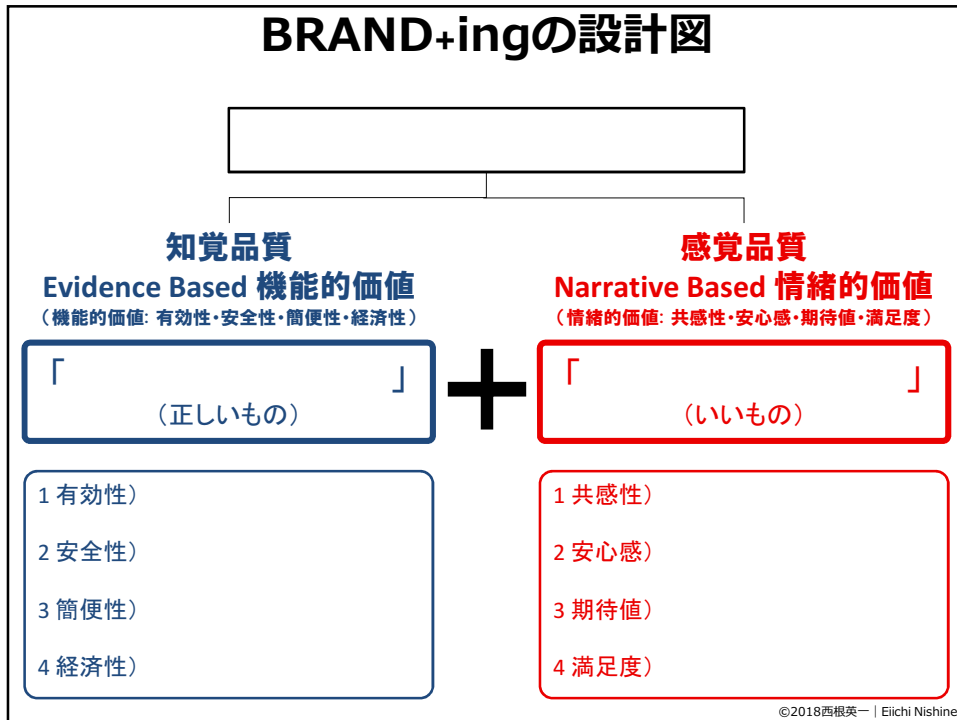
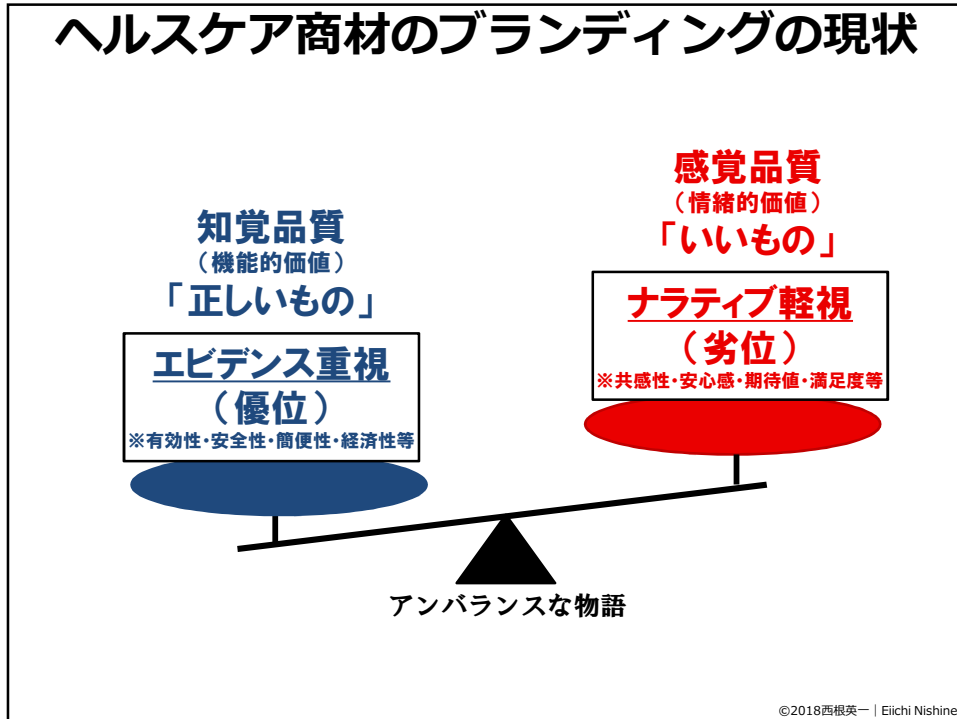
モノの設計図 Brand+ing

©2018西根英一 | Eiichi Nishine



図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp



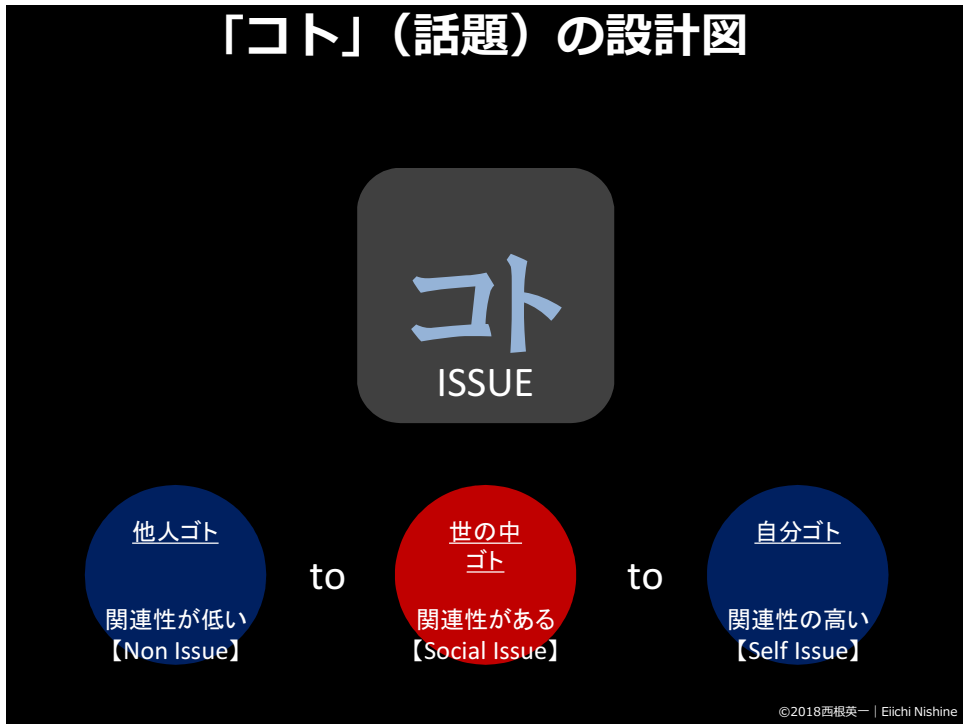
図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

ヘルスケアビジネスのKPI (Key Performance Indicators)

コトの設計図
Issue+ing

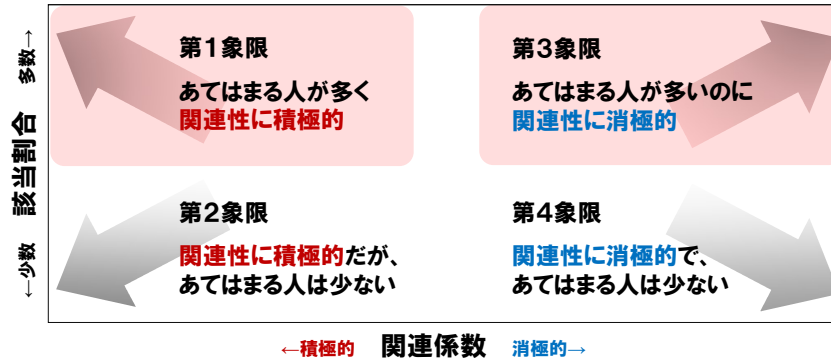
©2018西根英一 | Eiichi Nishine



図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

「世の中ゴト」の4象限のマイニング

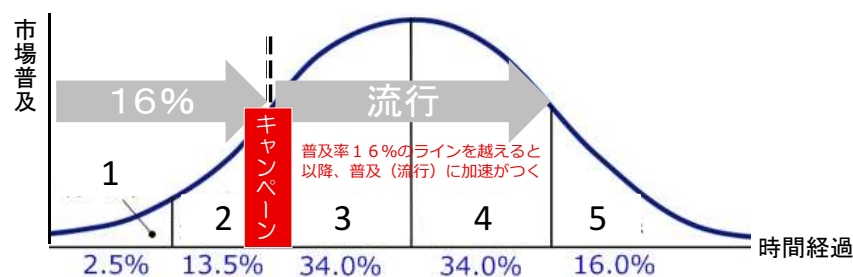


(注) 該当割合(上下方向)の軸は、下端が0%、上端が100%となる。

関係係数(左右方向)は、あくまでも相対的な指標であり、バラツキの象限を示すにとどまり、左右の中央位置が積極的と消極的の境目を意味するものではない。

©2018西根英一 | Eichi Nishine

「他人ゴト▶世の中ゴト▶自分ゴト」の仕組み



1. Innovator (目新しさに着目する革新派)
2. Early Adaptor (価値に着目する導入派) = 「インフルエンサー」
3. Early Majority (流行先取り派)
4. Late Majority (流行後追い派)
5. Laggards (懐疑派ないし不採用者)

イノベーション普及理論「Everett M. Rogers, Diffusion of Innovation Theory, 1962」より筆者加筆

©2018西根英一 | Eichi Nishine

図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

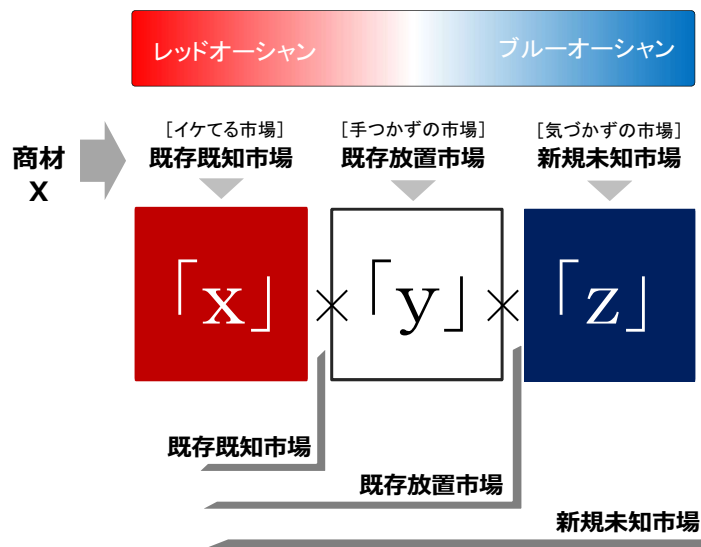
Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

ヘルスケアビジネスのKPI (Key Performance Indicator)

ハコ的设计図 Market+ing

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

MARKET+ingの展開図



©2018西根英一 | Eiichi Nishine

図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp

【ワーク】健康経営の市場創造

「x」・・・健康行動

例「栄養・食生活」「身体活動・運動」「休養・睡眠」

「y」・・・インセンティブ

例「認定・認証」「表彰・顕彰」「褒美・優遇」

「z」・・・??

「x」×「y」×「z」

=「

」

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

【ワーク】ヘルスツーリズムの市場創造

「x」・・・保健指導

例「栄養・食生活」「身体活動・運動」「休養・睡眠」

「y」・・・アクティブレジャー

例「自然基地」「ゲーミフィケーション」「聖地巡り」「田舎暮らし」「兼イベント」

「z」・・・?? (五感の記憶)

「x」×「y」×「z」

=「

」

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

ヘルスケアビジネスのKPI (Key Performance Indicators)

ヒトの設計図 Target+ing

©2018西根英一 | Eiichi Nishine

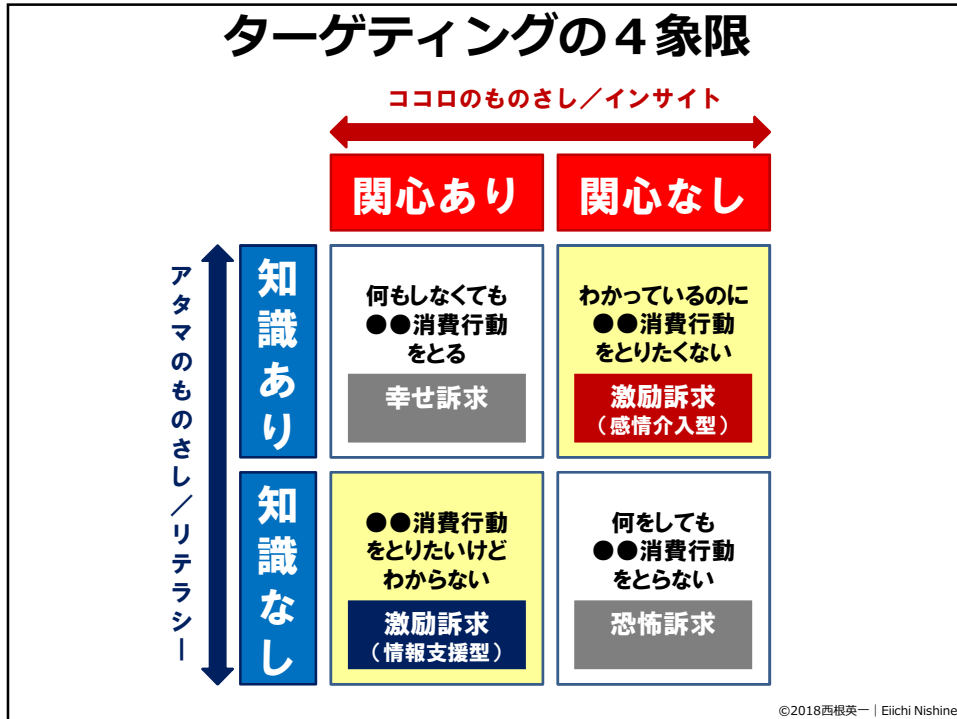
「ヒト」(顧客)の設計図 - 2つのものさし -



©2018西根英一 | Eiichi Nishine

図表はオリジナル作成です。活用の際は
お知らせください。

Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp



図表はオリジナル作成です。活用の際は
 お知らせください。
 Eiichi.Nishine@healthcareBiz.jp