

経済産業省 商務・サービスグループ ヘルスケア産業課 御中

令和4年度ヘルスケアサービス社会実装事業 (イノベーション促進支援等事業) 報告書

目次

1.	ヘルスケアベンチャー企業等のためのワンストップ相談窓口「Healthcare Innovation Hub」の運営.....	1
1.1	相談対応・効率的かつ効果的支援に向けた調査	1
1.1.1	InnoHub の概要・体制	1
1.1.2	相談フロー	8
1.1.3	相談実績	9
1.1.4	相談者に対する CS アンケート調査	20
1.1.5	相談企業に対するフォローアップ調査	21
1.2	調査、情報更新・発信	26
1.2.1	ホームページ運用	26
1.2.2	情報発信・更新の状況	27
1.2.3	座談会(グループインタビュー調査)の実施	28
1.3	支援ネットワークの拡充、ニーズ調査・分析	42
1.3.1	令和 4 年度 新規登録のサポーター団体	42
1.3.2	各種イベントにおける InnoHub の紹介	43
1.4	ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHeC)グランプリ受賞者等への伴走支援・フォローアップ・分析	43
1.4.1	概要	43
1.4.2	フォローアップ企業の紹介(インタビュー記事の掲載)	44
1.4.3	フォローアップにおける課題等	47
1.5	まとめ	47
1.5.1	InnoHub 相談の傾向	47
1.5.2	マッチング上の課題	48
1.5.3	今後の InnoHub の方向性	48
2.	「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト」の開催	52
2.1	企画・公募	52
2.1.1	応募・審査スケジュール	52
2.1.2	応募内容	52
2.1.3	応募資格	53
2.1.4	応募方法・応募受付	53
2.1.5	応募者募集・広報	54
2.1.6	主な審査基準	56
2.1.7	審査員	56
2.1.8	サポート団体	57
2.1.9	連携イベント	59

2.2	書類選考	60
2.2.1	実施概要	60
2.2.2	応募者情報の集計	60
2.3	アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査 の企画・運営	64
2.3.1	開催概要	64
2.3.2	アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次 プレゼン審査の結果	66
2.3.3	一次プレゼン審査のメディア掲載	68
2.4	アイデアコンテスト部門受賞者への助言	68
2.5	最終プレゼン審査の企画・運営	69
2.5.1	開催概要	69
2.5.2	登壇者(ファイナリスト・受賞者)	70
2.5.3	パネル展示(Ask the Speaker & Networking)	71
2.5.4	サポート団体による札上げの実施	72
2.5.5	グランプリ表彰式	72
2.5.6	副賞・サポート団体賞	74
2.5.7	一般視聴登録者	75
2.5.8	視聴者アンケート調査	80
2.5.9	メディア掲載	85
2.6	ファイナリスト・セミファイナリストへのフォローアップ	85
2.7	「ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット(JHVS2022)」への出展	87
2.7.1	JHVS2022 概要	87
2.7.2	出展の目的	87
2.7.3	出展の内容	88
2.7.4	出展の結果	89
2.8	まとめと今後に向けた検討事項	91
2.8.1	JHeC2023 のまとめ	91
2.8.2	検討1: 応募者のスクリーニングに資するエントリーシート の設計	91
2.8.3	検討2: 応募者の事業規模等の要件	92
2.8.4	検討3: 応募内容の適格性の確認と受賞取り消し等に関する事後対応の 可能性	92
2.8.5	検討4: ライブ配信の視聴環境に関する検討	93

図 目次

図 1-1 InnoHub 全体像イメージ	1
図 1-2 相談フロー	8
図 1-3 相談受付件数	9
図 1-4 相談者の企業属性	10
図 1-5 相談者の地域属性	11
図 1-6 ベンチャー企業のステージ	12
図 1-7 InnoHub を知ったきっかけ	13
図 1-8 相談内容の内訳	14
図 1-9 InnoHubアドバイザーとのマッチング件数	15
図 1-10 InnoHub サポーターへの個別相談依頼件数	16
図 1-11 株式会社シンクロアイズ 記事	19
図 1-12 満足度の状況	21
図 1-13 回答者属性	23
図 1-14 ステージの進展状況	23
図 1-15 支援として期待していた内容	23
図 1-16 「ネットワーキング」における期待と成果の比較	24
図 1-17 「事業戦略検討に関する助言」における期待と成果の比較	24
図 1-18 「資金調達先の探索」における期待と成果の比較	25
図 1-19 「補助金や助成金の情報の収集」における期待と成果の比較	25
図 1-20 「コンテストや展示会に関する情報」における期待と成果の比較	25
図 1-21 InnoHub ホームページトップ画面	26
図 1-22 InnoHub ホームページアクセス状況	27
図 1-23 チラシ(左:表面、右:裏面)	28
図 1-24 介護業界への参入にあたって知っておきたいこと 記事 抜粋	30
図 1-25 ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識 記事 抜粋	35
図 1-26 ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと 記事 抜粋	40
図 1-27 株式会社 Raise the Flag. 記事 抜粋	44
図 1-28 TXP Medical 株式会社 記事 抜粋	45
図 1-29 株式会社 Redge 記事 抜粋	46
図 2-1 JHeC2023 ウェブサイト(トップ画面)	54
図 2-2 JHeC2023 ウェブサイト(応募画面)	54
図 2-3 JHeC2023 応募者募集チラシ	55
図 2-4 JHeC2023 募集概要(抜粋)	56
図 2-5 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト応募件数推移	61
図 2-6 JHeC2023 応募件数(年代別)	62
図 2-7 JHeC2023 応募件数(分野別)	62

図 2-8 JHeC2023 応募件数(提供内容別)	63
図 2-9 JHeC2023 応募件数(提供先別)	63
図 2-10 JHeC を知ったきっかけ(応募者)	64
図 2-11 JHeC2023 最終プレゼン審査、一次プレゼン審査 配信の様子	66
図 2-12 Ask the Speaker & Networking の様子	71
図 2-13 グランプリ表彰式の様子(ビジネスコンテスト部門)	73
図 2-14 優秀賞表彰式の様子(アイデアコンテスト部門)	73
図 2-15 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(所属先種別)	75
図 2-16 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(参加する目的・期待)	76
図 2-17 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(一次プレゼン審査の視聴)	76
図 2-18 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(ファイナリストの認知度)	77
図 2-19 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(JHeC2023 を知ったきっかけ)	77
図 2-20 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(居住地域)	78
図 2-21 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(関心分野)	79
図 2-22 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度:プログラム別)	81
図 2-23 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度:プログラム別、視聴・参加者のみ)	82
図 2-24 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度:プログラム別、参加方法クロス)	83
図 2-25 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度:プログラム相対評価)	84
図 2-26 視聴者アンケート(JHeC2023 視聴者が選ぶグランプリ)	84
図 2-27 InnoHub/JHeC ブース外観	88
図 2-28 チラシ、ポスター外観(左:表面、右:裏面)(再掲)	88

表 目次

表 1-1 アドバイザー一覧	2
表 1-2 サポーター団体数(業種別)	3
表 1-3 サポーター団体一覧	3
表 1-4 サポーター団体への個別依頼・承諾件数	16
表 1-5 サポーター団体への全体依頼・承諾件数	17
表 1-6 MEDISO との連携案件	18
表 1-7 相談実績概要	19
表 1-8 InnoHub 相談後の進展	19
表 1-9 フォローアップ調査項目	20
表 1-10 フォローアップ調査項目	21
表 1-11 開催概要(介護業界)	29
表 1-12 読み手ターゲットの想定課題とトークテーマ(介護業界)	29
表 1-13 「介護業界への参入にあたって知っておきたいこと」まとめ	31
表 1-14 現状の介護ベンチャー・企業の特長、今後の介護業界のキーワード	33
表 1-15 開催概要(法律知識)	33
表 1-16 読み手ターゲットの想定課題とトークテーマ(法律知識)	34
表 1-17 「ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識」まとめ	36
表 1-18 開催概要(自治体)	38
表 1-19 読み手ターゲットの想定課題とトークテーマ(自治体)	39
表 1-20 「ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと」まとめ	41
表 1-21 令和4年度 新規登録のサポーター団体一覧(登録日順)	42
表 1-22 InnoHub の紹介を行ったイベント(開催日順)	43
表 2-1 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト 2023 応募・審査スケジュール	52
表 2-2 JHeC2023 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン 審査 審査員	57
表 2-3 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門最終プレゼン審査 審査員及び講評者	57
表 2-4 JHeC2023 サポート団体	58
表 2-5 JHeC2023 連携イベント	59
表 2-6 JHeC2023 応募件数(地域別)	61
表 2-7 JHeC2023 審査会 開催概要	64
表 2-8 JHeC2023 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査プログラム	65
表 2-9 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査プログラム	65
表 2-10 JHeC2023 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査登壇者	66
表 2-11 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査登壇者	67
表 2-12 JHeC2023 アイデアコンテスト部門結果	67
表 2-13 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査通過者(ファイナリスト)	68

表 2-14 JHeC2023 最終プレゼン審査 開催概要.....	69
表 2-15 JHeC2023 最終プレゼン審査プログラム.....	70
表 2-16 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門登壇者(ファイナリスト).....	70
表 2-17 JHeC2023 アイデアコンテスト部門登壇者(受賞者).....	71
表 2-18 JHeC2023 札上げ実施結果.....	72
表 2-19 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門、アイデアコンテスト部門結果.....	72
表 2-20 JHeC2023 副賞・サポート団体賞.....	74
表 2-21 JHeC2023 視聴者アンケート設問内容.....	80
表 2-22 JHeC2023 メディア掲載.....	85
表 2-23 ヘルスケア IT2023 登壇者一覧.....	86
表 2-24 JHVS2022 開催概要.....	87
表 2-25 JHVS2022 出展者.....	89
表 2-26 JHeC 出展者からの感想.....	89

1. ヘルスケアベンチャー企業等のためのワンストップ相談窓口 「Healthcare Innovation Hub」の運営

「Healthcare Innovation Hub」(以下、InnoHubという。)は、令和元年 7 月に設置された、ヘルスケアやライフサイエンスに関わるベンチャー企業等の相談窓口である。ヘルスケアベンチャー企業やアカデミア等からの相談を受け、相談内容に応じて専門家(InnoHubアドバイザー)や事業会社(InnoHubサポーター団体)、関係省庁等への情報提供を行うなど、多様なネットワークを活用してワンストップでベンチャー企業等を支援するものである。

1.1 相談対応・効率的かつ効果的支援に向けた調査

1.1.1 InnoHub の概要・体制

(1) InnoHub の概要

Healthcare Innovation Hub(以下「InnoHub」という。)は、日本から新たなヘルスケア産業の創出および海外発信をめざし、関連情報の集約・管理や発信、個別の相談やコミュニケーションの場の創出、関係者間での交流・海外発信をワンストップで実現することを目指して設置した。

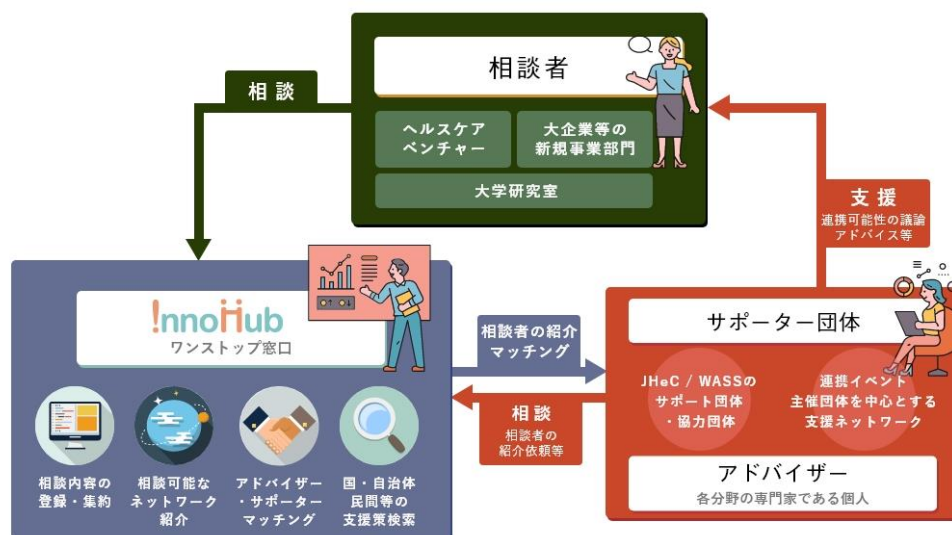


図 1-1 InnoHub 全体像イメージ

ヘルスケアベンチャーやアカデミア等からの相談に対し、ワンストップ窓口となる事務局で対応・精査を行い、相談内容に応じて専門家(InnoHubアドバイザー)やベンチャー支援を行う同分野の事業会社等(サポーター団体)のネットワークを活用し、相談者の課題解決を図るものである。なお、InnoHub では、以下の機能を重点的に支援することとし、特に資金調達とネットワーキング(マッチング)について、重点的に支援することとした。

(2) サポート体制

InnoHub では、相談者の課題解決のために助言を行うアドバイザー、および相談者と共同研究、実証フィールド提供、資金調達等を支援するサポーター団体によるサポート体制を構築している。

1) アドバイザー

2023 年 3 月 15 日で登録されているアドバイザーの一覧を以下に示す。

表 1-1 アドバイザー一覧

氏名	所属
阿久津 靖子	一般社団法人日本次世代型先進高齢社会研究機構 代表理事 MT ヘルスケアデザイン研究所 代表取締役
上田 悠理	Healthtech/SUM 統括ディレクター(メドピア・日経新聞共催) 株式会社 Confie 代表取締役社長 医療法人向生會 理事長
加藤 浩晃	デジタルハリウッド大学大学院 デジタルヘルスラボ 客員教授
木村 亮介	ライフタイムベンチャーズ 代表パートナー
清峰 正志	Kicker Ventures, LLC CEO
小島 清頭	Smith, Gambrell & Russell, LLP (略称:SGR 法律事務所) パートナー MEDISO 非常勤サポーター IDEC 横浜企業経営支援財団-海外サポートデスク登録 ジョージア州日米協会理事 ジョージア州日本商工会理事
斉藤 正行	一般社団法人全国介護事業者連盟 理事長 一般社団法人日本介護ベンチャー協会 代表理事
白坂 一	特許業務法人白坂 創業者 / 株式会社 AI Samurai 代表取締役社長
城野 洋一	インフォコム株式会社 デジタルヘルスコネクト 代表
曾山 明彦	一般社団法人ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン(LINK-J)常務理事
田嶋 清孝	スタサポ会計ラボ / 田嶋清孝公認会計士事務所 所長
西村 由美子	メディカル・ジャーナリスト
根本 鮎子	ゾンデルホフ&アインゼル法律特許事務所
野口 憲一	東北大学 東北メディカル・メガバンク機構 特任教授
福島 智史	株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズ ディレクター
藤原 選	EY 新日本有限責任監査法人 企業成長サポートセンター シニアパートナー
松田 怜佳	JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社/パートナー
松永 昌之	Oxentia シニアコンサルタント BIOSPIRE 株式会社 CEO
守屋 実	株式会社守屋実事務所 代表取締役
山本 浩平	東京医科歯科大学医歯学総合研究科人体病理学分野・シニアイノベーションプロモーター教員
吉澤 美弥子	Coral Capital EIR (Entrepreneur in Residence)

2) サポーター団体

サポーター団体は、2023年 3 月 15 日時点で 227 団体が登録されている。業種別の団体数および団体の一覧をそれぞれ、表 1-2、表 1-3 に示す。

表 1-2 サポーター団体数(業種別)

業種	団体数
保険	15
金融	8
VC	22
製薬メーカー	16
医療機器メーカー	14
食品メーカー	2
その他メーカー	10
医療機関・調剤薬局・介護関連施設	10
大学・研究機関	8
商社	7
通信・システム	16
広告	2
コンサル/監査法人	24
公的機関/自治体など	26
業界団体・その他団体	12
士業(弁護士、弁理士等)	8
福利厚生支援	1
ゼネコン	1
その他	25
合計	227

注)2023 年 3 月 15 日時点で脱退済みの団体を除く。

表 1-3 サポーター団体一覧

No.	業種	団体名
1	コンサル/監査法人	有限責任あずさ監査法人
2	VC	かながわサイエンスパーク(KSP)
3	コンサル/監査法人	Public Intelligence Japan 株式会社
4	VC	一般社団法人 TX アントレプレナーパートナーズ
5	医療機器メーカー	帝人ファーマ株式会社
6	保険	SOMPO ホールディングス株式会社
7	通信・システム	KDDI 株式会社
8	製薬メーカー	小林製薬株式会社
9	医療機器メーカー	富士フイルム株式会社
10	商社	丸紅株式会社
11	公的機関/自治体など	工業技術研究院
12	その他	一般財団法人日本ヘルスケア協会
13	製薬メーカー	田辺三菱製薬株式会社
14	公的機関/自治体など	島根県
15	医療機器メーカー	株式会社ワコール
16	大学・研究機関	日本医療政策機構
17	保険	住友生命保険相互会社
18	製薬メーカー	ロート製薬株式会社
19	食品メーカー	江崎グリコ株式会社
20	業界団体・その他団体	ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン(LINK-J)
21	その他	株式会社デジタルガレージ
22	コンサル/監査法人	グロービッツ FDA コンサルティング
23	広告	竹田印刷株式会社
24	VC	三菱 UFJ キャピタル株式会社
25	医療機器メーカー	株式会社日立製作所
26	公的機関/自治体など	高石市健幸のまちづくり協議会
27	公的機関/自治体など	東京都

No.	業種	団体名
28	通信・システム	ソフトバンク株式会社
29	金融	SMBC 日興証券株式会社
30	保険	日本生命保険相互会社
31	業界団体・その他団体	一般社団法人日本バイオデザイン学会
32	公的機関/自治体など	仙台フィンランド健康福祉センター
33	金融	株式会社みずほ銀行
34	VC	新生キャピタルパートナーズ株式会社
35	保険	第一生命保険株式会社
36	コンサル/監査法人	JOMDD(株式会社日本医療機器開発機構)
37	コンサル/監査法人	株式会社メディヴァ
38	商社	センチュリーメディカル株式会社
39	保険	MS&AD インシュアランスグループホールディングス株式会社
40	医療機器メーカー	カイゲンファーマ株式会社
41	医療機器メーカー	JOHNAN 株式会社
42	VC	ジャフコ グループ株式会社
43	製薬メーカー	大正製薬株式会社
44	医療機器メーカー	オムロンヘルスケア株式会社
45	公的機関/自治体など	福井県
46	製薬メーカー	シミックホールディングス株式会社
47	VC	ANRI
48	保険	三井住友海上火災保険株式会社
49	保険	大同生命保険株式会社
50	VC	Beyond Next Ventures 株式会社
51	商社	豊田通商株式会社
52	保険	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
53	製薬メーカー	ノバルティスファーマ株式会社
54	医療機器メーカー	株式会社フィリップス・ジャパン
55	保険	三井住友海上あいおい生命保険株式会社
56	その他	株式会社ハーフ・センチュリー・モア
57	保険	アフラック生命保険株式会社
58	業界団体・その他団体	一般財団法人日本規格協会
59	製薬メーカー	興和株式会社
60	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	日本調剤株式会社
61	業界団体・その他団体	日本セルフケア推進協議会
62	金融	三菱 HC キャピタル
63	コンサル/監査法人	合同会社ソシオタンク
64	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	医療法人社団プラタナス
65	通信・システム	一般社団法人医療データベース協会
66	通信・システム	メドピア株式会社
67	通信・システム	TC3 株式会社
68	公的機関/自治体など	松本地域健康産業推進協議会
69	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	一般社団法人日本ヨガメディカル協会
70	コンサル/監査法人	株式会社沖縄 TLO
71	保険	明治安田生命保険相互会社
72	コンサル/監査法人	株式会社インディージャパン
73	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	医療法人健和会
74	業界団体・その他団体	神戸市
75	公的機関/自治体など	ウェルネスバレー推進協議会(愛知県大府市・東浦町)
76	製薬メーカー	アステラス製薬株式会社
77	製薬メーカー	小野薬品工業株式会社
78	製薬メーカー	ヤンセンファーマ株式会社
79	コンサル/監査法人	株式会社 HORBAL
80	公的機関/自治体など	札幌市
81	医療機器メーカー	一般社団法人日本医療機器産業連合会

No.	業種	団体名
82	金融	三井住友ファイナンス&リース株式会社
83	コンサル/監査法人	プレモパートナー株式会社
84	食品メーカー	森永製菓株式会社
85	公的機関/自治体など	公益財団法人大阪産業局
86	業界団体・その他団体	始動×医療
87	福利厚生支援	株式会社イーウェル
88	公的機関/自治体など	豊田市役所/豊田地域医療センター
89	公的機関/自治体など	福岡地域戦略推進協議会
90	金融	株式会社大和総研
91	コンサル/監査法人	株式会社メプラジャパン
92	VC	新潟ベンチャーキャピタル株式会社
93	公的機関/自治体など	LIP 横浜(横浜市経済局)
94	コンサル/監査法人	デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
95	その他	アリオン株式会社
96	VC	デフタ・キャピタル
97	通信・システム	株式会社インターネットイニシアティブ
98	公的機関/自治体など	公益財団法人京都高度技術研究所
99	医療機器メーカー	オリンパス株式会社
100	製薬メーカー	ファイザー株式会社
101	保険	東京海上日動火災保険株式会社
102	その他	株式会社 iPS ポータル
103	大学・研究機関	国立大学法人東京医科歯科大学
104	公的機関/自治体など	国立がん研究センター
105	医療機器メーカー	テルモ株式会社
106	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	医療法人さわらび会
107	士業(弁護士、弁理士等)	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業
108	公的機関/自治体など	秋田県
109	コンサル/監査法人	株式会社 JTB 総合研究所
110	その他メーカー	トヨタ自動車株式会社
111	VC	株式会社慶應イノベーション・イニシアティブ
112	その他メーカー	株式会社日鉄ソリューションズ
113	その他	一般社団法人中国経済連合会
114	業界団体・その他団体	WOMB Business Incubator
115	公的機関/自治体など	宇部市
116	公的機関/自治体など	京都市
117	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	株式会社アビタシオン
118	その他	株式会社よんやく
119	医療機器メーカー	株式会社松永製作所
120	大学・研究機関	国立大学法人 東北大学
121	その他メーカー	東洋紡株式会社
122	大学・研究機関	名古屋大学
123	業界団体・その他団体	公益財団法人中国地域創造研究センター
124	通信・システム	株式会社 JMDC
125	大学・研究機関	学校法人日本医科大学
126	その他	Vivid Creations Pte. Ltd.
127	公的機関/自治体など	広島県 商工労働局
128	ゼネコン	株式会社竹中工務店
129	商社	伊藤忠商事株式会社
130	その他メーカー	積水ハウス株式会社
131	医療機器メーカー	京セラ株式会社
132	VC	フューチャーベンチャーキャピタル株式会社
133	コンサル/監査法人	さつきアドバイザリー株式会社
134	大学・研究機関	国立研究開発法人国立循環器病研究センター
135	その他	大阪ガス株式会社

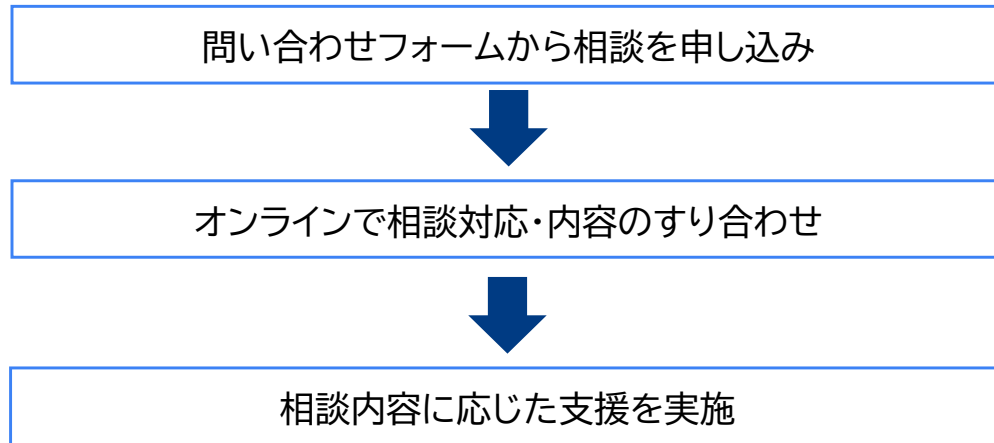
No.	業種	団体名
136	その他	阪急阪神ホールディングス株式会社
137	その他	株式会社ルネサンス
138	通信・システム	株式会社 Medii
139	金融	GCA ヘルスケア株式会社
140	コンサル/監査法人	株式会社 Michele
141	通信・システム	東日本電信電話株式会社・ビジネスイノベーション本部
142	業界団体・その他団体	一般社団法人 JMPR
143	VC	一般社団法人日本スタートアップ支援協会
144	その他	インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社
145	その他	株式会社ニコリオ
146	公的機関/自治体など	神奈川県
147	その他	株式会社メディカルプリンシプル社
148	製薬メーカー	エーザイ株式会社
149	VC	エイトローズベンチャーズジャパン
150	その他メーカー	エア・ウォーター株式会社
151	その他	ヒューリック株式会社
152	その他	株式会社アマテラス
153	製薬メーカー	ユーシービージャパン株式会社
154	その他メーカー	株式会社リコー
155	通信・システム	株式会社 NTT ドコモ
156	通信・システム	IBM BlueHub
157	VC	DBJ キャピタル株式会社
158	公的機関/自治体など	デンマーク王国大使館
159	コンサル/監査法人	株式会社 LYST
160	コンサル/監査法人	EY 新日本有限責任監査法人
161	コンサル/監査法人	株式会社ゼロワンブスター
162	通信・システム	株式会社野村総合研究所
163	保険	メットライフ生命保険株式会社
164	その他	コニカミノルタ株式会社
165	広告	株式会社博報堂
166	その他	Co-Studio 株式会社
167	その他	イオンモール株式会社
168	製薬メーカー	大塚製薬株式会社
169	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	社会福祉法人善光会 サンタフェ総合研究所
170	コンサル/監査法人	介護ライフ株式会社
171	商社	三井物産株式会社
172	医療機器メーカー	株式会社アイキャット
173	その他メーカー	花王株式会社
174	VC	株式会社ディー・ブコア
175	VC	大鵬イノベーションズ合同会社
176	その他	森トラスト株式会社
177	コンサル/監査法人	インタートラスト・マネージメント株式会社
178	大学・研究機関	国立研究開発法人国立長寿医療研究センター
179	通信・システム	セキュアエイジ 株式会社
180	公的機関/自治体など	北九州市
181	業界団体・その他団体	一般財団法人日本品質保証機構
182	コンサル/監査法人	JPRO CONSULTING OFFICE
183	VC	株式会社 DG Daiwa Ventures
184	その他	株式会社アースキー
185	業界団体・その他団体	日本 IT 特許組合
186	金融	株式会社ユニコーン
187	VC	HOXIN 株式会社
188	士業(弁護士、弁理士等)	法律事務所 ZeLo・外国法共同事業
189	VC	株式会社 TNP パートナース

No.	業種	団体名
190	商社	双日株式会社
191	士業(弁護士、弁理士等)	増井総合法律事務所
192	大学・研究機関	東京女子医科大学先端工学外科学
193	士業(弁護士、弁理士等)	山本特許法律事務所
194	金融	株式会社 FUNDINNO
195	保険	三井住友海上プライマリー生命保険株式会社
196	士業(弁護士、弁理士等)	古橋総合法律事務所
197	その他メーカー	アナログ・デバイス株式会社
198	商社	株式会社メディパルホールディングス
199	製薬メーカー	日本ベーリンガーインゲルハイム株式会社
200	コンサル/監査法人	MINLABO 合同会社
201	士業(弁護士、弁理士等)	長島・大野・常松法律事務所
202	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	THIRD CLINIC GINZA
203	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	医療法人医仁会 武田総合病院
204	保険	RGAX LLC
205	その他	株式会社理研鼎業
206	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	ウチカラクリニック
207	通信・システム	医療 AI プラットフォーム技術研究組合
208	士業(弁護士、弁理士等)	弁護士法人 GVA 法律事務所
209	コンサル/監査法人	キーヴィット・サイエンティフィック
210	通信・システム	東京コンピュータサービス株式会社
211	公的機関/自治体など	八王子市役所
212	その他	京都リサーチパーク株式会社
213	VC	早稲田大学ベンチャーズ株式会社
214	VC	DCI パートナース
215	公的機関/自治体など	駐日英国大使館
216	VC	小野デジタルヘルス投資合同会社
217	その他	株式会社地域ヘルスケア連携基盤
218	その他メーカー	株式会社 LOHASTYLE
219	製薬メーカー	株式会社ティムス
220	業界団体・その他団体	NPO まもるをまもる
221	コンサル/監査法人	クアルテック・ジャパン・コンサルティング株式会社
222	公的機関/自治体など	盛岡市
223	その他メーカー	阪神化成工業株式会社
224	その他	株式会社 Keep up
225	公的機関/自治体など	高知県
226	通信・システム	株式会社ラック
227	士業(弁護士、弁理士等)	SGR 法律事務所

注)2023 年 3 月 15 日時点で脱退済みの団体を除く

1.1.2 相談フロー

相談受付から面談対応までのフローは以下のとおり。



例)

- ・アドバイザーによる助言
- ・サポーター団体へのつなぎ
- ・MEDISO等、外部の支援窓口や支援機関の紹介

図 1-2 相談フロー

1.1.3 相談実績

(1) 相談実績の集計

1) 相談受付件数

本年度の相談受付件数は 102 件であり、累計の件数は 486 件となった(いずれも 2023 年 3 月 15 日時点)。また、本年度の月の平均の相談受付件数は 8.6 件であった(2023 年 4 月～2 月の平均)。

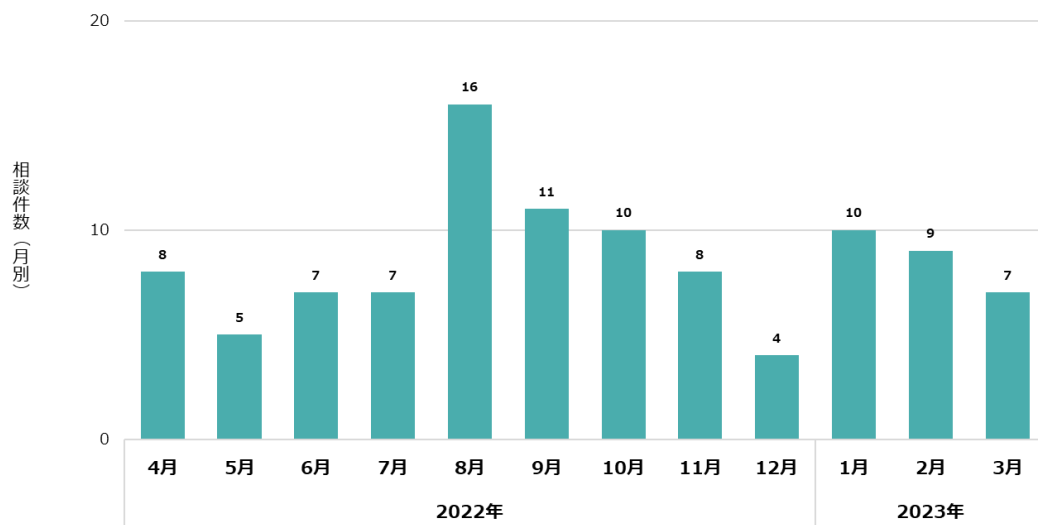


図 1-3 相談受付件数

注)2023 年 3 月 15 日時点の集計であり、3 月は途中までのデータで集計していることに留意

2) 相談者の属性

a. 企業属性

本年度の相談者のうち、ベンチャー企業が 40%と最も多い割合を占め、続いて、企業(ベンチャー企業除く)が 24%、起業家(会社設立前を含む)が 18%と多い割合を占めた。

ベンチャー企業等からの相談を多く受け付ける中、一定程度、大企業や中小企業からの相談も受け付けており、大企業まで含めてネットワーク等の支援を提供することができたと言える。

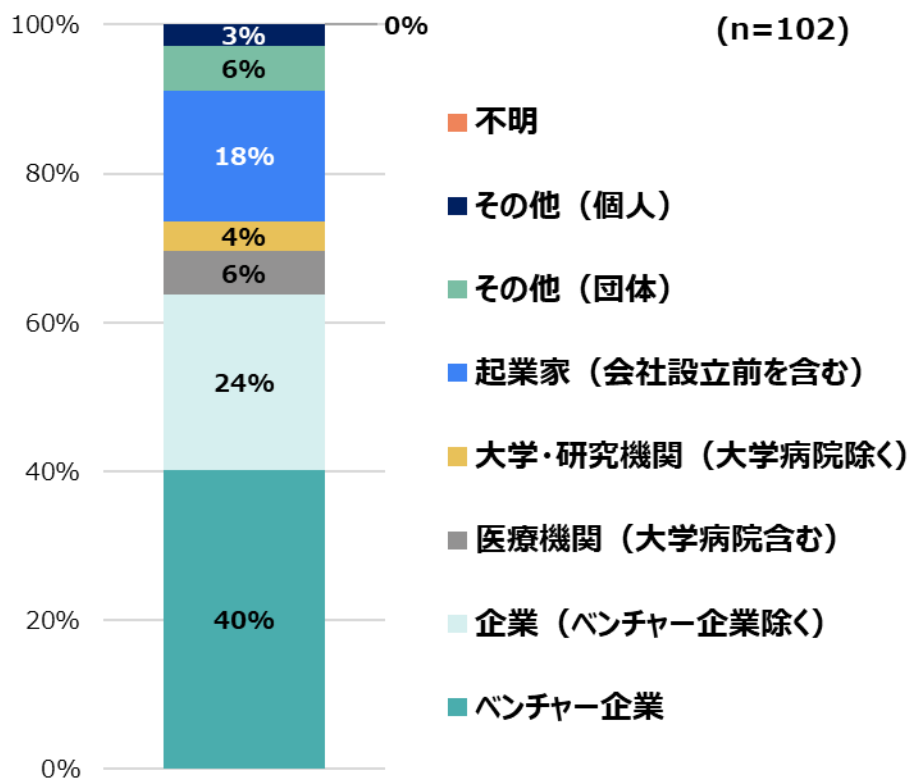


図 1-4 相談者の企業属性

b. 地域属性

相談者の所在地域としては、関東地方が65%と最も多い割合を占め、続いて、近畿地方が17%、中部地方が5%と多い割合を占めた。

関東地方からの相談が集中しているが、関東地方にはベンチャー企業等が多く集積していることに起因すると考えられる。また、地方からの相談が一定割合あり、これはオンラインによる対応により、遠方からでも相談のハードルが低くなったことが要因であると考えられる。

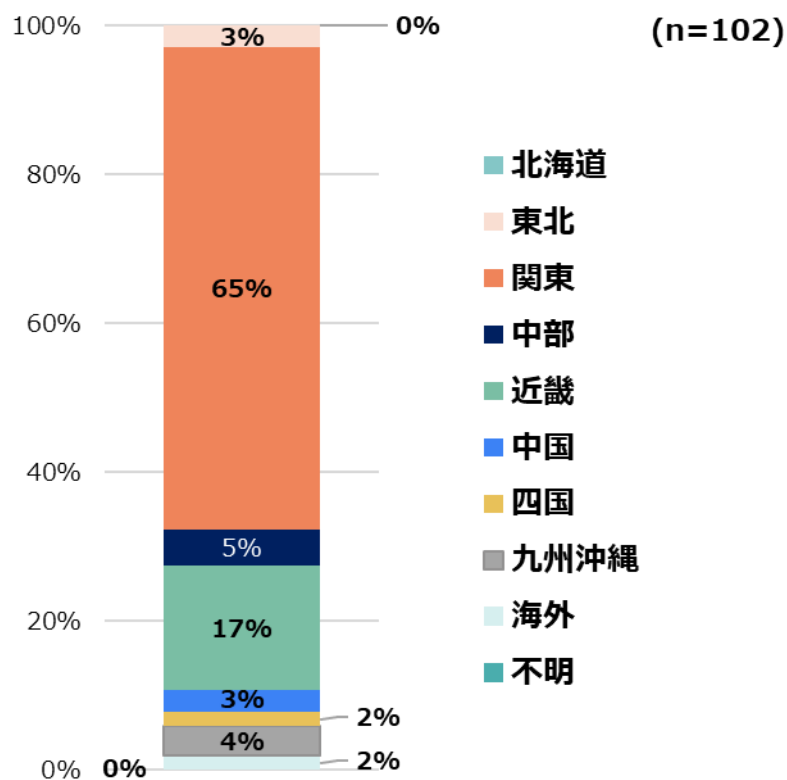


図 1-5 相談者の地域属性

c. ベンチャー企業のステージ

相談者のうちベンチャー企業について、そのステージをみると、アーリーステージが 49%と最も多く、続いて、シードステージが 32%と多かった。

製販先の探索のニーズがあるアーリーステージや、研究開発等のパートナーの探索のニーズがあるシードステージのベンチャー企業にとって、InnoHub が強みとするサポーター団体やアドバイザーとのマッチングが魅力的であったことが推察される。

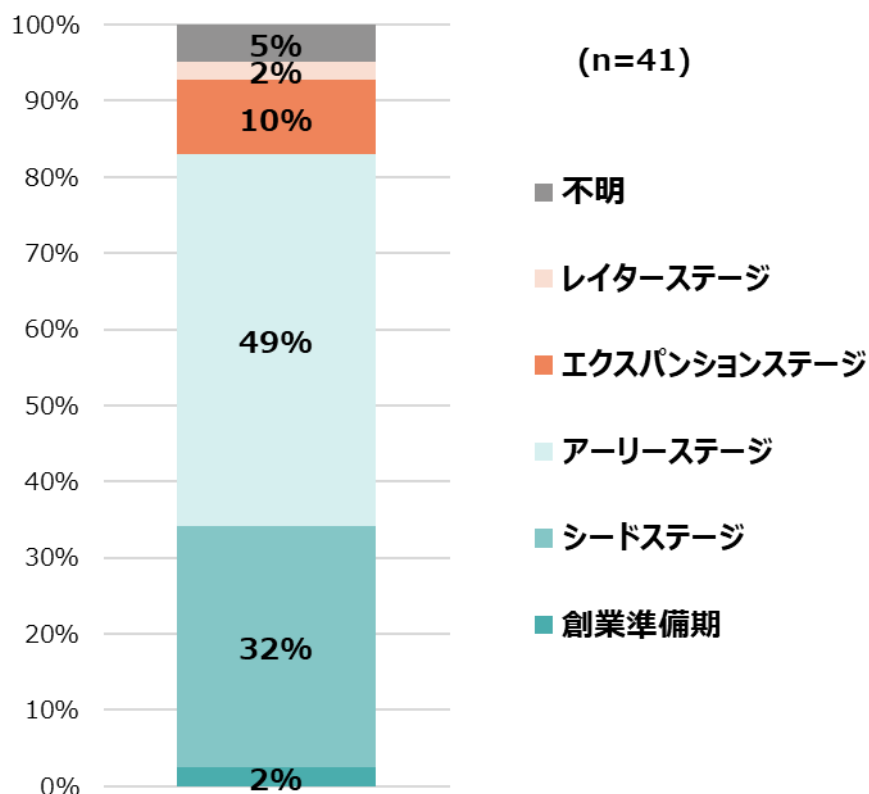


図 1-6 ベンチャー企業のステージ¹

¹ 各ステージは次の通りに定義した。

- ・創業準備期：創業前の企業（まだ起業をしていないが、これから起業を考えている方）
- ・シードステージ：商業的事業がまだ完全に立ち上がっておらず、研究および製品開発を継続している企業
- ・アーリーステージ：製品開発および初期のマーケティング、製造および販売活動を始めようとしている、あるいは始めた企業
- ・エクспанションステージ：生産および出荷を始めており、その在庫または販売量が増加しつつある企業
- ・レイターステージ：一定の量産化などを経て安定的に収益を上げており、IPO 直前の企業

3) InnoHub を知ったきっかけ

InnoHub を知ったきっかけとしては、WEB 検索が 41%と最も多く、続いて、その他が 33%、人からの紹介が 24%と多かった。各種 SNS、講演やセミナーを通じて知った、ポスターやパンフレットを通じて知った場合も数%程度ある。

その他の具体的な回答としては、JHeC や MEDISO で知ったという回答が多く、経産省の資料を通じて知ったという回答も含まれた。

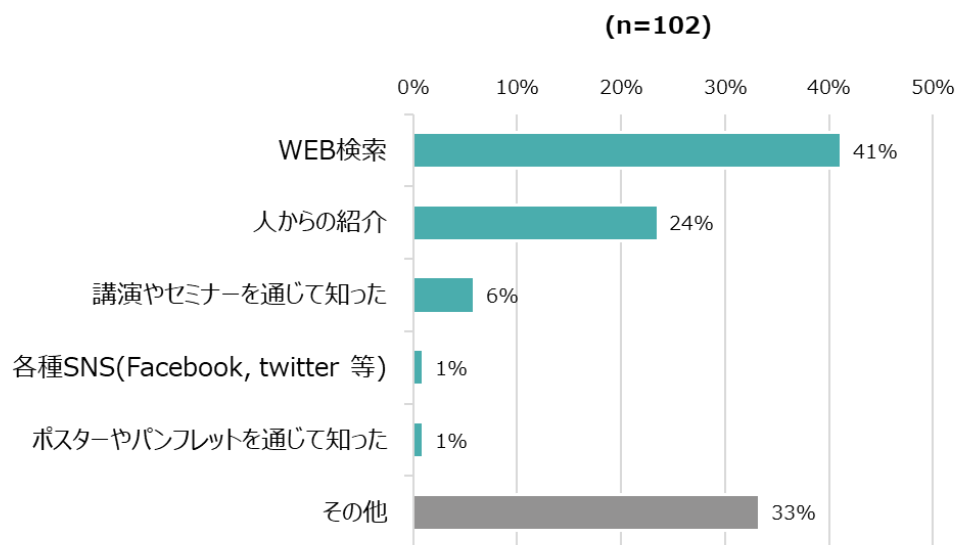


図 1-7 InnoHub を知ったきっかけ

注) 複数回答

4) 相談内容

InnoHub への相談内容としては、ネットワーキングが 49%と最も多く、続いて、事業開発が38%、資金調達が33%と多い。

ネットワーキングや事業開発、資金調達はいずれもサポーター団体やアドバイザーとのマッチングによる解決が期待されるものであり、相談者も InnoHub が強みとするネットワーキング機能に特に期待して相談を申し込んでいることが推察される。

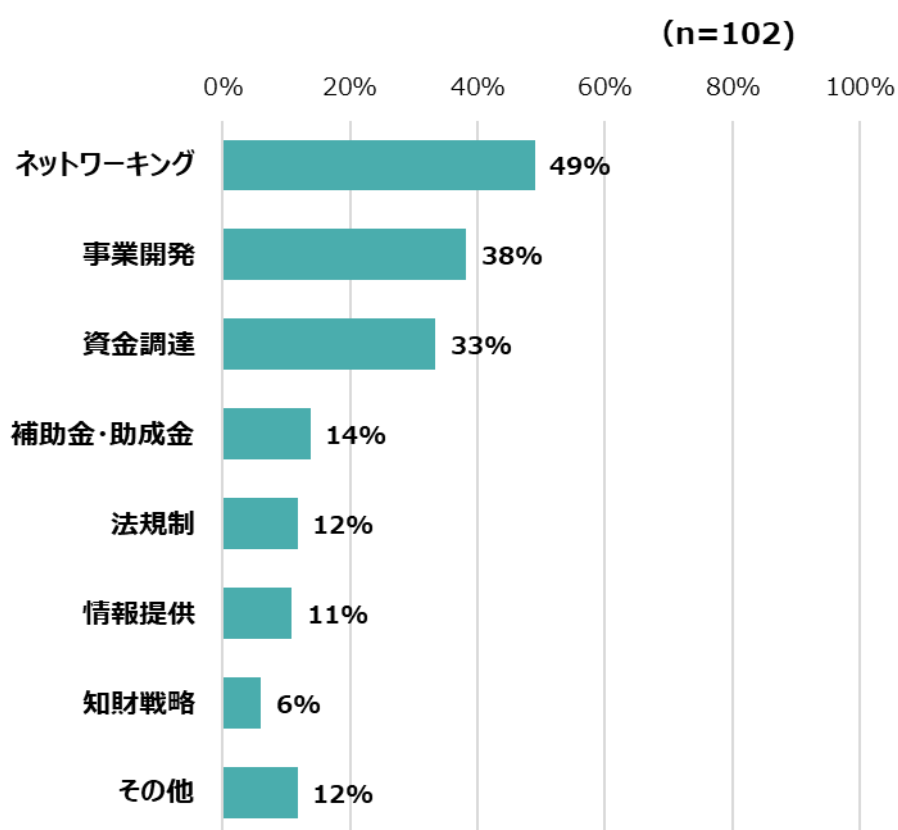


図 1-8 相談内容の内訳

注)複数回答

5) InnoHub アドバイザーへの個別相談依頼件数

相談者のうち 18%が InnoHub アドバイザーとマッチングし²、アドバイザーとの個別面談等により専門的な助言を受ける機会を得た。

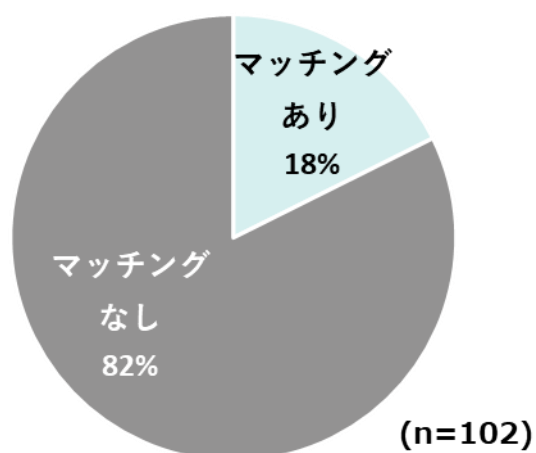


図 1-9 InnoHubアドバイザーとのマッチング件数

² 相談者 1 者について、複数のアドバイザーとマッチングすることもある。

6) InnoHub サポーターへの個別相談依頼件数

47%の相談者が InnoHub サポーター団体とのマッチングを希望した。

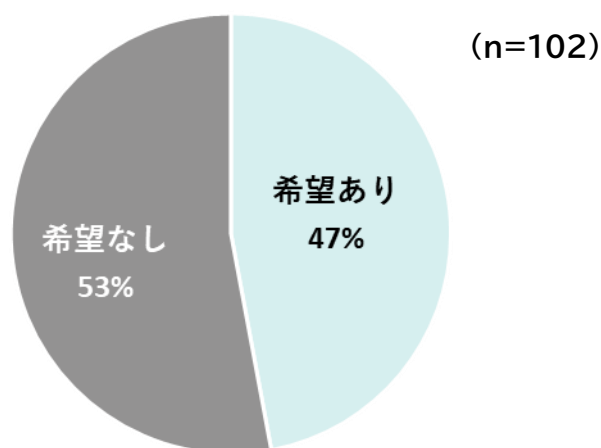


図 1-10 InnoHub サポーターへの個別相談依頼件数

希望があった案件について、事務局より各サポーター団体へ個別に相談依頼を行い、合計 228 件の依頼を行った³。そのうち約半数の 102 件が承諾され、相談者とサポーター団体とのマッチングにつながった。依頼を行った件数としては医療機器メーカー・そのほかメーカーが 51 件と最も多く、公的機関/自治体などが 32 件、製薬メーカーが 29 件と続いた。実際に承諾されてマッチングした件数としては、医療機器メーカー・そのほかメーカーが 17 件、製薬メーカーおよび保険が 14 件と多かった。

表 1-4 サポーター団体への個別依頼・承諾件数

年度	依頼件数	承諾件数
VC	16	5
製薬メーカー	29	14
保険	23	14
医療機器メーカー・そのほかメーカー	51	17
公的機関/自治体など	32	12
コンサル/監査法人	1	1
食品メーカー	0	0
大学・研究機関	17	7
業界団体・その他団体	1	1
金融	1	1
通信・システム	16	8
医療機関・調剤薬局・介護関連施設	20	13
弁護士事務所	3	3
その他	18	6
合計	228	102

³ 相談者 1 者について、複数のサポーター団体へ個別の相談依頼を実施することがあるため、依頼件数の合計はサポーター団体とのマッチングを希望した相談者数の合計よりも多い。

7) InnoHub サポーター団体全体への情報発信件数

InnoHub サポーター団体全体への情報発信⁴は、3 件の相談案件で希望があり、全相談案件の約3%と低い割合となった。

これは、サポーター団体全体へ発信するよりも、個別に依頼を行う方が相談者としても依頼事項が明確化しやすく、また依頼を受けたサポーター団体も案件をよく吟味し、結果的に承諾する可能性が高くなることに起因していると考えられる。また、全体発信の場合、マッチングを特に希望しない団体にも相談情報が渡ることになるため、相談者としては懸念する点となり、相対的に希望件数が少なくなったことが推察される。

表 1-5 サポーター団体への全体依頼・承諾件数

年度	依頼件数	承諾件数
VC	3	1
製薬メーカー		0
保険		0
医療機器メーカー・そのほかメーカー		0
公的機関/自治体など		0
コンサル/監査法人		0
食品メーカー		0
大学・研究機関		0
業界団体・その他団体		0
金融		1
通信・システム		0
医療機関・調剤薬局・介護関連施設		0
弁護士事務所		0
その他		1
合計	-	3

⁴ InnoHub 通信としてサポーター団体全体へ案件を紹介し、サポーター団体からの手挙げ形式でマッチングした。

8) 医療系ベンチャー・トータルサポート事業(MEDISO)との連携について

InnoHub で相談を受けた案件のうち、特に薬機法にかかる相談案件については、厚生労働省医療系ベンチャー・トータルサポート事業(MEDISO)と連携して対応した。

InnoHub 開設時から現在まで、InnoHub から MEDISO に紹介した案件は 18 件、MEDISO から InnoHub に紹介された案件は 41 件であった。

InnoHub から MEDISO に紹介した案件は、主として薬機法対応に関連する相談内容であり、MEDISO から InnoHub への紹介案件は、MEDISO の相談スコープ外である薬機法対象外のヘルスケア製品に関わる相談、および薬機法対象製品であっても、資金調達や事業会社とのマッチングを希望する案件であった。

表 1-6 MEDISO との連携案件

年度	InnoHub から MEDISO へ紹介	MEDISO から InnoHub へ紹介
2019 年度	5	11
2020 年度	4	11
2021 年度	6	8
2022 年度	3	11
合計	18	41

(2) 相談実績例

InnoHub に相談に来られ、その後事業が前進した相談者の一例として、株式会社シンクロアイズを示す。

表 1-7 相談実績概要

相談者	株式会社シンクロアイズ
初回面談日	2021年6月16日(水)
つなぎ希望のサポーター団体、アドバイザー	大学2校
お繋ぎできたサポーター団体	大学1校

下表に InnoHub 相談後の進展を示す。

表 1-8 InnoHub 相談後の進展

InnoHub 相談前に抱えていた課題	製品は開発済で、医療業界を含む様々な業界での活用を期待していた。一方、建設業界や製造業界では使用実績があったが、医療業界での使用実績がなく、知名度が低い状況だった。また、医療業界での商習慣に慣れておらず、コネクションもなかったため、医療業界での製品展開の方法に悩んでいた。
サポーター団体・アドバイザーに求めたこと	製品の医療現場での活用が見込まれる大学の紹介。
InnoHub 相談後の進展	繋がった大学1校と、共同研究に結び付き、大学からプレスリリースも出された。医療現場での活用実績に加え、信頼性の観点から大きな効果が得られた。

また、株式会社シンクロアイズの InnoHub 相談結果と、その後の進展をインタビューし記事化した。記事を Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。

【特集】InnoHub活用事例インタビュー | 株式会社シンクロアイズ

2023.02.21 ジャーナル

InnoHubに相談に来られ、その後InnoHubが提供する支援を受けて事業を大きく前進された株式会社シンクロアイズについて、InnoHubに掲載した経緯と支援を受けた効果について紹介します。この度は、株式会社シンクロアイズ代表取締役佐井隆さんにお話を伺いました。



株式会社シンクロアイズの方々（一番右が佐井隆さん）

貴社の事業について教えてください。

当社では、スマートグラスを活用し、現場の作業者の負担を軽減することで、遠隔から指示を出すことができる、カメラとディスプレイを内蔵した遠隔作業支援システム「SynchroAZ」を提供しています。これにより、ベテランスタッフが現場に行くことなく作業を進められるため、人手不足の解消、生産性の向上に寄与することができます。自分が現場で不足していた経験を持っているため、SynchroAZは、とにかく現場で使いやすい商品であることが重視されています。また、現場とはZoomを介した連携が可能であり、汎用性の高さも魅力です。

- 現場の紹介ウェブサイトは[こちら](#)です。
- 会社ウェブサイトは[こちら](#)です。



専門医の意見、熟練医師の遠隔アドバイスを活かすITツール
株式会社シンクロアイズが提供するSynchroAZの仕組み

図 1-11 株式会社シンクロアイズ 記事

出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【特集】InnoHub 活用事例インタビュー | 株式会社シンクロアイズ」より引用、2023年3月15日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/5342/>

1.1.4 相談者に対する CS アンケート調査

(1) 調査方法

InnoHub 事務局による、受付から面談までの対応について、課題点や改善点を得るため、事務局との面談直後に CS アンケート調査を実施した。令和 4 年 4 月から令和 5 年 2 月までの相談者 70 名に対して、メールで Web でのアンケートを依頼した。アンケート項目はのとおりである。

表 1-9 フォローアップ調査項目

設問 ※は必須項目	回答
基本情報	
アンケート依頼メールに記載のある、「案件番号」をご記入ください。※	(依頼時にメールに記載した 3 桁の番号を回答)
貴社、貴団体の正式名称をご記入ください。 (例:株式会社〇〇、△△合同会社)※	(自由記述)
面談日をご記入ください。※	【団体】ベンチャー企業(エンジェル投資家または VC から出資を受けている(あるいは受けようとしている))／【団体】既存中小企業(ベンチャー企業以外)／【団体】企業(大企業)／【団体】医療機関(大学病院含む)／【団体】大学・研究機関(大学病院除く)／【団体】その他／【個人】起業家(会社設立前を含む)／【個人】その他
InnoHub 事務局の対応に対する満足度	
受付から面談に至るプロセスの円滑度について、以下からお選びください。※	大変満足／満足／どちらともいえない／不満／大変不満
【任意回答】上記質問で、「不満」もしくは「大変不満」を選んだ理由を、具体的にご記入ください。	(自由記述)
面談時のサポート内容説明の充実度について、以下からお選びください。※	大変満足／満足／どちらともいえない／不満／大変不満
【任意回答】上記質問で、「不満」もしくは「大変不満」を選んだ理由を、具体的にご記入ください。	(自由記述)
面談時の事務局助言の納得感について、5 段階評価でお答えください。※	大変満足／満足／どちらともいえない／不満／大変不満
【任意回答】上記質問で、「不満」もしくは「大変不満」を選んだ理由を、具体的にご記入ください。	(自由記述)

注)※は必須回答の設問を表す

(2) 調査結果

70 団体に送付し、52 団体(74.3%)から回答が得られた。

受付から面談に至るプロセスの円滑度については、「大変満足」が 29 件(56%)、「満足」が 19 件(37%)、「どちらともいえない」が 4 件(8%)であった。次に、面談時のサポート内容説明の充実度については、「大変満足」が 28 件(54%)、「満足」が 22 件(42%)、「どちらともいえない」が 2 件(4%)であった。また、面談時のサポート内容説明の充実度については、「大変満足」が 25 件(48%)、「満足」が 25 件(48%)、「どちらともいえない」が 2 件(4%)であった。

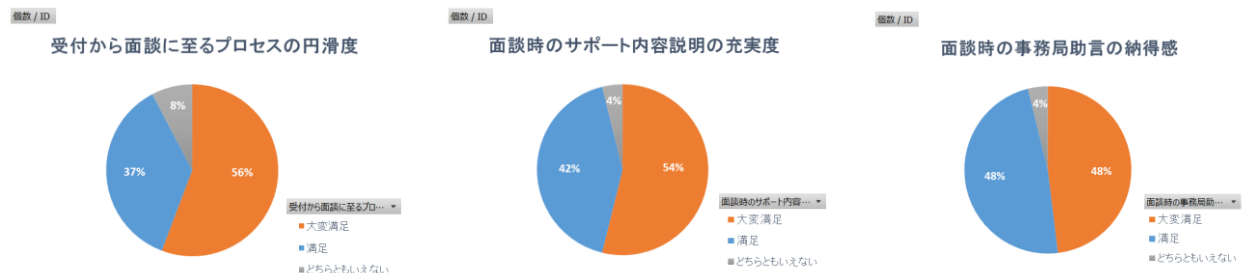


図 1-12 満足度の状況

1.1.5 相談企業に対するフォローアップ調査

(1) 調査方法

InnoHub の相談の前後でどのような変化があったか、また相談の効果があったかどうかを把握するため、過去の相談者に対してフォローアップ調査を実施した。InnoHub 開設から令和 5 年 1 月末までに相談対応を行った相談者のうち、継続して相談中ではなく、またメールにて連絡を取ることができた 327 名に対して Web でのアンケートを依頼した。アンケート項目は表 1-10 の通りである。

表 1-10 フォローアップ調査項目

設問 ※は必須項目	回答
基本情報	
本アンケートについてお送りしたメールに記載の回答番号(数字 3 桁)を入力してください。※	(依頼時にメールに記載した 3 桁の番号を回答)
貴社、貴団体の正式名称を記載してください。※	(自由記述)
貴社、貴団体の属性について該当するものを 1 つ選択して下さい。※	【団体】ベンチャー企業(エンジェル投資家または VC から出資を受けている(あるいは受けようとしている))／【団体】既存中小企業(ベンチャー企業以外)／【団体】企業(大企業)／【団体】医療機関(大学病院含む)／【団体】大学・研究機関(大学病院除く)／【団体】その他／【個人】起業家(会社設立前を含む)／【個人】その他
ご相談対象の製品・サービスとして当てはまるものを選択して下さい。※	食品・サブリ／健康関連機器・デバイス(医療機器は除く)／健康関連アプリ・ソフトウェア／介護機器・福祉用具／医薬支援ソフトウェア・サービス(検査受託、電子カルテ等)／健康経営・産業保健／健康支援機器・医療機器等の素材・部材の提供／医薬品(バイオ医薬品含む)／医療機器(プログラム医療機器、体外診断用医薬品含む)／再生医療等製品／その他の健康・医療関連サービス／技術提供／その他(上記に含まれない製品・サービス)／検討中・未定
InnoHub 相談の前後での変化	
【 Healthcare Innovation Hub への初回の相談時点 】のステージについて、最も近いものを 1 つ回答ください。※	シード(R&D)／アーリー(事業開発)／ミドル(事業化)／レイター(事業拡大)／マチュア(事業安定)
【 現在 】のステージについて、最も近いものを 1 つ回答ください。※	シード(R&D)／アーリー(事業開発)／ミドル(事業化)／レイター(事業拡大)／マチュア(事業安定)／事業を断念した、撤退した
InnoHub 相談によって得られた効果	
Healthcare Innovation Hub への相談にあたり、支援として期待していた内容を教えてください	ネットワーキング／事業戦略検討に関する助言／資金調達先の探索／補助金や助成金等の情報の収集／コンテストや展示

設問 ※は必須項目	回答
い。※	会に関する情報の収集／その他
Healthcare Innovation Hub への相談をきっかけとして、「ネットワーキング」についてどのような効果がありましたか。最も近いものを1つ回答ください。※	提携・連携先との契約につながった／提携・連携先との契約に向けて、調整中／提携・連携先が見つかった／提携・連携先の候補が見つかった／提携・連携先は現在探索中／ネットワーキングについては相談していない／その他
Healthcare Innovation Hub への相談をきっかけとして、「事業戦略」の検討にどの程度の効果がありましたか。最も近いものを1つ回答ください。※	事業の検討がとても深まった／事業の検討がある程度深まった 相談前後で変化がなかった／事業戦略の検討については相談していない／その他
Healthcare Innovation Hub への相談をきっかけとして、「資金調達」についてどのような効果がありましたか。最も近いものを1つ回答ください。※	紹介された VC や提携・連携先等から資金調達ができた／紹介された方と、資金調達に向けて協議、調整をしている(資金調達は未済であるが、それに向けた相談の段階)／紹介された方とはうまくいかず、資金調達先について現在探索中(資金調達の目的が立っていない)／資金調達については相談していない／その他
Healthcare Innovation Hub への相談をきっかけとして、「補助金・助成金」についてどのような効果がありましたか。最も近いものを1つ回答ください。※	今まで知らなかったが、紹介されて知った補助金や助成金を獲得した(採択された)／今まで知らなかったが、紹介されて知った補助金や助成金に応募した／今まで知らなかったが、紹介されて知った補助金や助成金への応募を検討中／今まで知らなかったが、紹介された補助金や助成金の情報への理解が深まった／相談前後で補助金や助成金の情報への理解について変化がなかった／補助金・助成金については相談していない／その他
Healthcare Innovation Hub への相談をきっかけとして、「コンテスト・展示会」についてどのような効果がありましたか。最も近いものを1つ回答ください。※	コンテスト・展示会に出場、出展して、そこから成約や資金調達が実現した／コンテスト・展示会に出場、出展したが、成約や資金調達はまだ実現していない／コンテスト・展示会に出場、出展を検討中／コンテスト・展示会の情報への理解が深まった／相談前後でコンテスト・展示会の情報への理解について変化がなかった／コンテスト・展示会については相談していない／その他
追加すべき機能・その他	
Healthcare Innovation Hub では、相談内容に応じた事業計画相談、ヘルスケアベンチャー等への支援者・支援団体(InnoHub アドバイザー・サポーター団体)等への情報提供やマッチング支援を行っています。今後、Healthcare Innovation Hub をより魅力的・効果的なものとするため、どのような機能を追加すべきか教えてください。以下より追加を希望する機能について、3つ以内で回答してください。※	サポーター団体によるリバーズピッチの開催(サポーター側のニーズに関するピッチ)／相談者とサポーター団体によるマッチングイベント(ネットワーキング会)の開催／サポーター団体のうち、特に自治体とのマッチングイベントの開催／相談者同士のネットワーキング会の実施／事業戦略検討や資金調達等に関する勉強会の開催／補助金の採択に繋がるような有益な情報提供／展示会出展支援(複数企業を集めての展示会ブースの提供)／その他
Healthcare Innovation Hub へのご意見があれば、自由に記載ください。※	(自由記述)

(2) 調査結果

327 団体に送付し、69 団体(21.1%)から回答が得られた。結果を纏めると、以下の通りである。

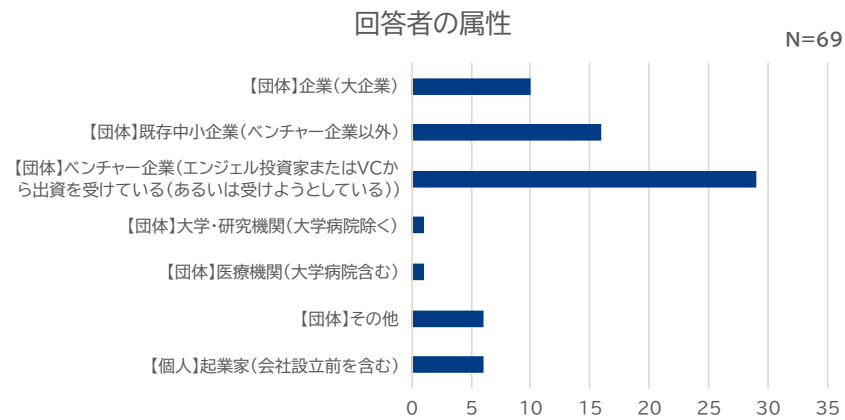


図 1-13 回答者属性

ステージは、相談から現在までの間で、進展している。

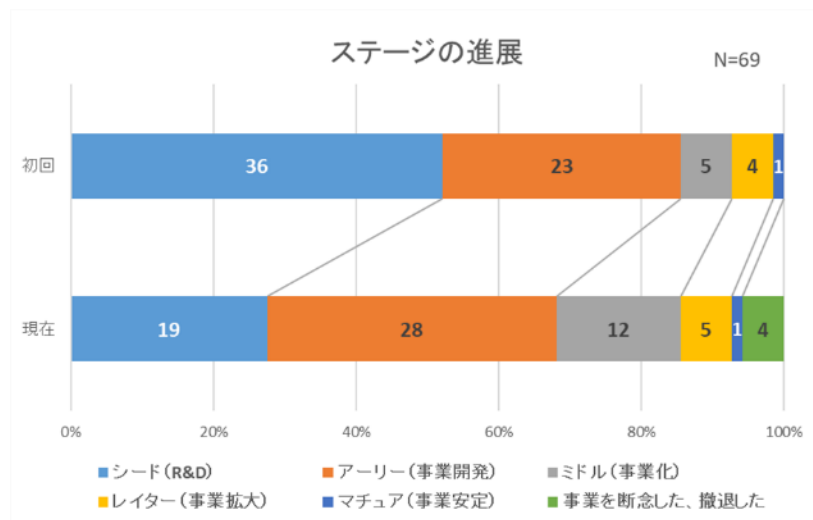


図 1-14 ステージの進展状況

期待する支援内容としては、ネットワーキングが多く、次いで事業戦略相談、資金調達先の探索、補助金や助成金の情報の収集、コンテストや展示会に関する情報、が続いた。

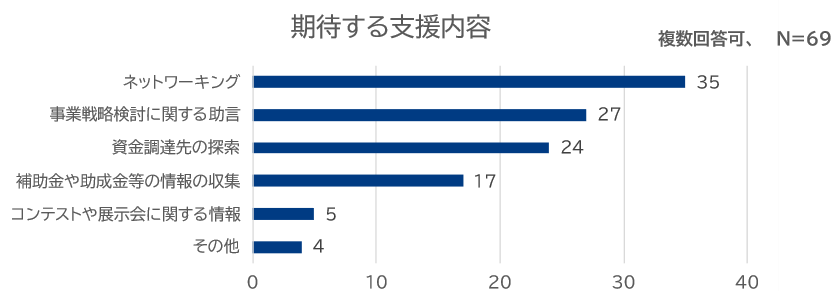


図 1-15 支援として期待していた内容

「ネットワーキング」については、期待に対して、成果が得られた回答者は6割弱であった。なお、ネットワーキングを期待して成果が得られない回答者は20名いるが、InnoHub 事業を通じて、アドバイザー、サポーター団体、いずれかへの繋ぎに成功したのが8名(40%)、繋がられていないのが3名(15%)、不明が3名(15%)、その他が6名(30%)である。また、ネットワーキングを期待して成果が得られた回答者は15名いるが、InnoHub 事業を通じて、いずれかへの繋ぎに成功したのが12名(80%)、繋がられていないのが0名(0%)、不明が1名(7%)、その他が2名(13%)である。そのため、InnoHub 事業で何らかの繋ぎが成功していれば、ネットワーキングにおいて成果の得られる傾向があると言える。

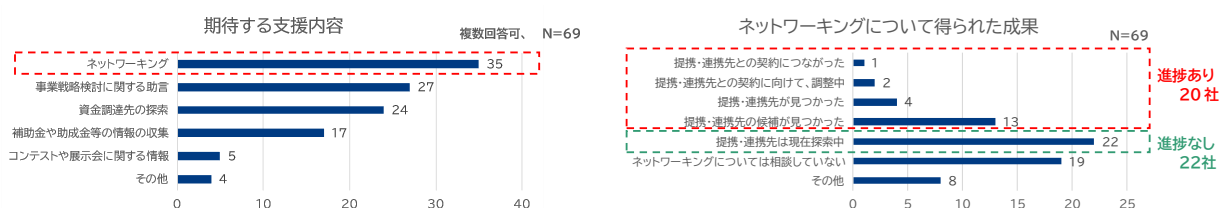


図 1-16 「ネットワーキング」における期待と成果の比較

「事業戦略検討に関する助言」については、期待に対して、成果が得られた回答者が10割を超えた。「事業戦略検討に関する助言」を期待して成果が得られない回答者は10名いるが、InnoHub 事業を通じて、アドバイザー、サポーター団体、いずれかへの繋ぎに成功したのが4名(40%)、繋がられていないのが2名(20%)、不明が1名(10%)、その他が3名(30%)である。また、「事業戦略検討に関する助言」を期待して成果の得られた回答者は17名いるが、InnoHub 事業を通じて、アドバイザー、サポーター団体、いずれかへの繋ぎに成功したのが15名(88%)、繋がられていないのが0名(0%)、その他が2名(12%)である。そのため、InnoHub 事業でアドバイザー、サポーター団体、いずれかへの繋ぎが成功していれば、事業戦略において成果の得られる傾向が顕著と言える。

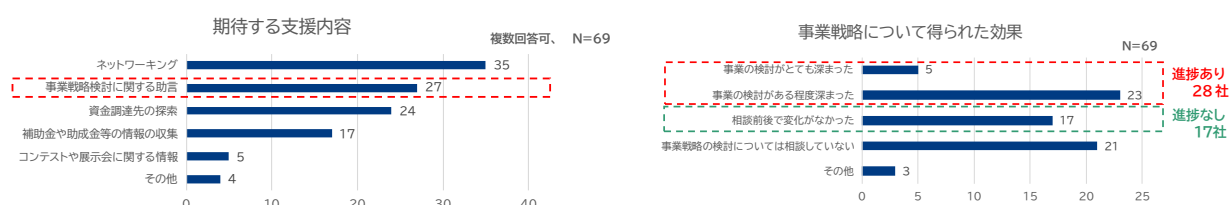


図 1-17 「事業戦略検討に関する助言」における期待と成果の比較

「資金調達先の探索」については、期待に対して、成果が得られた回答者は1名であった。そのため、資金調達については、InnoHub 事業の既存の支援枠組みだけでは、十分な効果を得ることが難しいと言える。InnoHub 事業の主な目的は、相談者とサポーター団体及びアドバイザーとのマッチングを行うことであり、サポーター団体の VC と相談者を繋ぐことはできるものの、それだけでは、相談者が VC の資金調達を受けるには十分ではないことを意味している。一方で、例えば、相談者が資金調達を受けることができなかったとしても、InnoHub を通じて相談者がサポーター団体やアドバイザーから資金調達に関する助言を受けることで、資金調達や資本政策等の理解が進んでいる可能性がある。InnoHub により得られる効果として期待できるため、今後はそのような視点も調査対象とすることが望ましい。

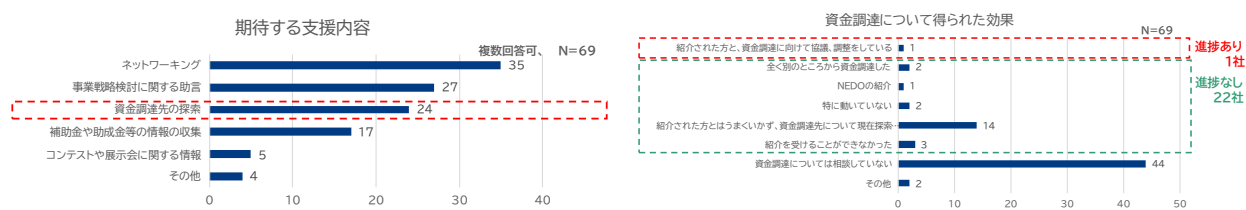


図 1-18 「資金調達先の探索」における期待と成果の比較

「補助金や助成金の情報の収集」については、期待に対して、成果が得られた回答者は4割弱であった。「補助金や助成金の情報の収集」を期待して成果が得られない回答者は14名いるが、InnoHub 事業を通じて、アドバイザー、サポーター団体、いずれかへの繋ぎに成功したのが6名(43%)、繋がられていないのが0名(0%)、不明が3名(21%)、その他が5名(36%)である。一方で、「補助金や助成金の情報の収集」を期待して成果の得られた回答者は3名であり、InnoHub 事業を通じて、アドバイザー、サポーター団体、いずれかへの繋ぎに成功したのが2名(67%)、繋がられていないのが0名(0%)、その他が1名(33%)である。そのため、InnoHub 事業で何らかの繋ぎが成功していれば、補助金や助成金への対応において成果が得られる傾向があると言える。なお、今回の調査では、補助金や助成金等の情報が、アドバイザーやサポーター団体の面談由来か、InnoHub の HP 上のデータ由来か、区別できていない。今後は、その2つを区別してのアンケート設計とし、各情報源における情報提供の在り方について、改善を行うことが望ましい。

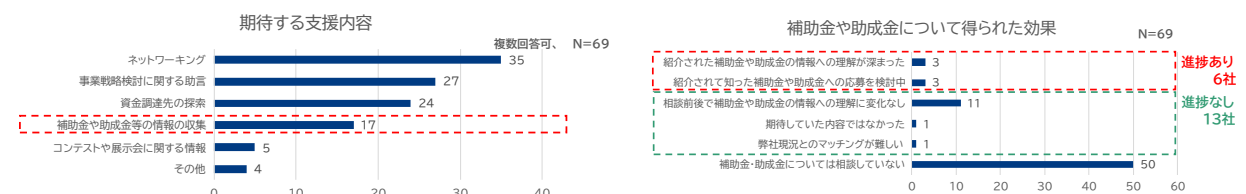


図 1-19 「補助金や助成金の情報の収集」における期待と成果の比較

「コンテストや展示会に関する情報」については、期待を大きく上回る成果が得られた。そのため、コンテストや展示会に関する情報提供については、InnoHub 事業の既存の支援枠組みだけで効果を得ることが可能と考えられる。

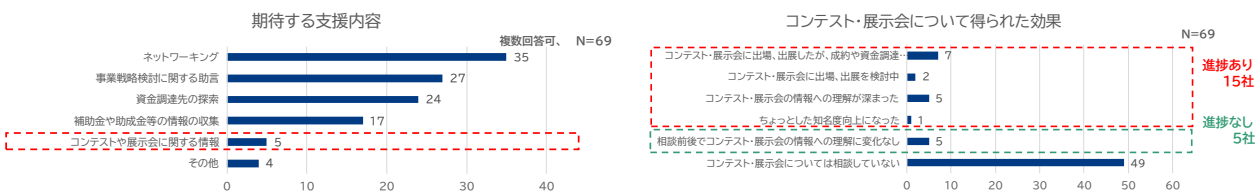


図 1-20 「コンテストや展示会に関する情報」における期待と成果の比較

1.2 調査、情報更新・発信

1.2.1 ホームページ運用

(1) ホームページの概要

InnoHub への相談受付やサポーター団体の新規登録、ならびに InnoHub を通じた情報発信等を行うことを目的としてホームページを運用した(図 1-21)。

URL:<https://healthcare-innohub.go.jp/>



図 1-21 InnoHub ホームページトップ画面

出所)Healthcare Innovation Hub, <https://healthcare-innohub.go.jp/>、2023 年 2 月 22 日取得

(2) ホームページへのアクセス状況

ホームページへのアクセス人数は月平均で約 3,400 名であった(図 1-22)。ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミットへ出展を行った 2022 年 10 月や、ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHeC)が開催された 2023 年 1 月にはアクセス人数が増加した。

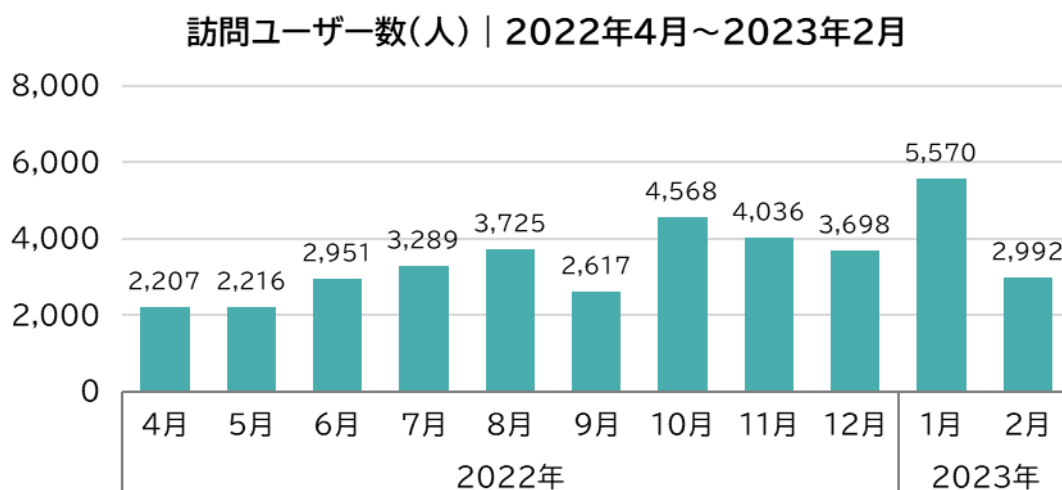


図 1-22 InnoHub ホームページアクセス状況

1.2.2 情報発信・更新の状況

InnoHub からの情報発信は下記の通り実施した。

(1) ホームページを通じた関連イベント等の情報発信

InnoHub サポーター団体が主催・共催するイベント等の情報を収集し、ホームページにて発信を行った。情報発信を行った関連イベント数は、103 イベントであった(2023 年 3 月 15 日時点)。これらの情報については(2)のメールマガジンでも情報発信を行った。

また、ニュース・記事ページでは InnoHub に関連したインタビュー記事やサポーター団体の新規登録のお知らせ等を行った。

(2) メールマガジンによる情報発信

InnoHub への相談者、アドバイザー、サポーター団体ならびに一般の方に向けてメールマガジン(以下、メルマガという)による情報発信を行った。配信対象は2023 年 3 月 15 日時点で803 名であった。メルマガでは関連施策やイベント等の案内、新規に追加されたサポーター団体等のお知らせを行った。基本的には隔週での配信としたが、必要に応じて臨時配信も行った。

(3) InnoHub のチラシの作成

InnoHub の情報発信用資材として、InnoHub のチラシを作成した。2.7.1 に示した JHVS での展示等で、本チラシを配布した。



図 1-23 チラシ(左:表面、右:裏面)

1.2.3 座談会(グループインタビュー調査)の実施

(1) 目的、概要

InnoHub では、ヘルスケアベンチャーの業界進出を後押しすべく、HP 等にて情報発信を行っている。ベンチャーが、これまで経験のない領域やヘルスケアの各業界に進出する際の課題として、一般論ではない業界・実務等に関する情報を知らずに事業をスタートしてしまうことが大きな課題として挙げられる。そこで、ベンチャーが業界・実務のリアルな意見・状況を知り、自社事業のヒントを得てもらうことを目的として、3つのテーマに絞り、有識者による座談会を実施した。

- 介護業界への参入にあたって知っておきたいこと
- ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識
- ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと

座談会では、InnoHub サポーター団体、アドバイザーらの参加により、各業界・実務に関する意見・状況を議論頂くこととする。座談会の内容は、記事化し InnoHub HP に公開した。

(2) 介護業界への参入にあたって知っておきたいこと

開催概要を表 1-11 に示す。本座談会においては、一般論ではない意見を発信すべく、匿名性を考慮し匿名座談会として、対外発信した。

表 1-11 開催概要(介護業界)

議題	介護業界への参入にあたって知っておきたいこと
開催日	2022 年 8 月 30 日(火)9:30~11:00
開催場所	三菱総合研究所 永田町オフィス 4 階会議室
参加者	● 介護事業者 1 名 ● 介護製品開発業者 1 名 ● 介護コンサル 1 名 ● 経済産業省 ● 三菱総合研究所

読み手ターゲットの想定課題とトークテーマを表 1-12 に示す。読み手のターゲットを、介護業界へ新規参入を検討しているベンチャー、企業の新規事業部門と定めて、ターゲットが抱える課題から、トークテーマを構築した。

表 1-12 読み手ターゲットの想定課題とトークテーマ(介護業界)

読み手ターゲット	介護業界へ新規参入を検討しているベンチャー、企業の新規事業部門
ターゲットの課題	業界が閉鎖的なので介護現場、業界のリアルな情報がわからない
座談会の狙い	介護現場、業界の(一般的に知られていない)リアルな意見・状況を知って、自社事業の検討に役立ててもらう
トークテーマ	トークテーマ 1 介護業界へ参入するベンチャー・企業の動向 ● 過去と現在で比較して、参入企業・サービス・製品の質の遷移 ● 最近の参入ベンチャー・企業の特徴
	トークテーマ 2 ベンチャー・企業が介護業界へ参入する際に直面する「壁」、また「厳しさ」 その「壁」、「厳しさ」を打破するために必要なこと ● 施設は投資できるキャッシュが限られている。機能がよくても、コストが高ければ購入できない。 ● 介護保険改定が 3 年に 1 回しかなく、収益化までに時間を要する ● 新たなサービスがなくても、既存サービスで介護業務が成立してしまう ● 介護業界に多くある外郭団体、政治団体との付き合い方(ロビー活動)に慣れない
	トークテーマ 3 ベンチャー・企業が知るべき介護現場のリアル ● 介護現場の働き方、サービス、職場に関するリアルな意見 ● 介護施設が本当に欲しい／望まないソリューション・サービス・機器 ● 介護施設との付き合い方で気を付けて欲しいこと(掟、慣わし)
	トークテーマ 4 介護ビジネスのトレンド、今後の業界動向
	トークテーマ 5 介護業界のプレーヤーになる方々へメッセージ

当日の座談会の内容を記事化し、匿名座談会として以下の通り Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。

【匿名座談会】介護業界への参入にあたって知っておきたいこと（前編）

2022.10.03 ジャーナル

InnoHubでは、介護業界に新規参入を検討しているベンチャー・企業の進出を後押ししています。介護業界に進出する際の課題として、一般論ではない業界の真の情報を知らずに事業をスタートしてしまうことがあります。そこで業界のリアルな意見や状況を知り、自社事業のヒントを得てもらうことを目的として、以下のメンパにより座談会を実施いたしました。その内容を「匿名座談会」として掲載いたしますので、介護業界に新規参入を検討しているベンチャー・企業にご参考頂ければと思います。

参加メンバー

- ・ 介護事業者
- ・ 介護製品開発業者
- ・ 介護コンサル
- ・ 司会

前編

介護業界の本当の姿を見て、安易な気持ちで参入せず、しっかり調査してから参入しましょう

司会：

介護業界へ参入するベンチャー・企業をどのように見えていますでしょうか。

介護事業者：

弊社は、これまで国内外のベンチャーから様々な提案を受けてきました。まず思うことは、介護業界の現場ニーズを知らずに、プロダクトベースで現場に来られることがあるということです。

介護機器と医療機器は似て非なるものだと思います。例えば、医療機器というものは必要十分に機能をリッチにしていますが、介護機器について、事業者側はそのような製品を望んでいない側面もあります。また、医療機器であれば、承認や認証という仕組みがある中で、介護業界では、そのような仕組みで業界が回っているわけではありません。介護機器は医療機器レベルの高精度や最先端技術を求めているケースがほとんどです。適切で求められた性能にて、介護業界に適した形として適用するべきだと思いますし、また医療機器に比べて、ロングテールな商売になるため、特徴は押さえたビジネスモデルとなるべきだと思います。

一方で、事業者側も現場のニーズをベンチャー・企業に伝えていくことが重要だと感じています。介護業界のビジネスのスピード感は、他業界より遅いかもしれません。昔に比べれば理解されるようになってきたかもしれませんが、まだスピードの差は感じます。事業者側が、ベンチャー・企業側へ業界の慣例をもっと伝えていく必要があります。

介護製品開発業者：

2000年代に介護記録システムができ、その後、装着型機器のような大型機器が出てきています。最近の傾向だと、

図 1-24 介護業界への参入にあたって知っておきたいこと 記事 抜粋

出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【匿名座談会】介護業界への参入にあたって知っておきたいこと(前/中/後編)」より引用、2023 年 2 月 10 日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/4653/>

座談会(グループインタビュー調査)において参加者から示された介護業界への参入にあたる 9 つの課題と対応例を表 1-13 に示す。

表 1-13 「介護業界への参入にあたって知っておきたいこと」まとめ

1. 新規参入の難しさ		
	課題	対応例
	他の業界からの転用製品や転用サービスについて、多少の改良やアレンジをして、介護業界に展開している事例は多いが、大きく成功しにくい傾向がある。	介護業界は、事業所内外のオペレーション、人材、物流・商流、他多数の区分けがある。どこに課題があって、他産業のノウハウが介護業界のどこに活用できるのか考えるべきである。
2. 介護施設内オペレーションの理解の難しさ		
	課題	対応例
	介護施設の中のオペレーションは、新規参入者から見ると複雑である。消耗品 1 品の物流だけを例にとっても、特殊な商流が構築されていることが介護業界の特長である。	業界に新たな提案をすることは、既存の何かを壊すことが必要である。介護現場の職員だけでなく、施設外のステークホルダーも含めて、お互い理解し合うまでコミュニケーションを重ねるべきである。
3. 保守的な介護業界		
	課題	対応例
	介護業界は特に保守的な業界であり、新たな製品・サービスを積極的に受け入れる傾向はなく、前例踏襲主義が基本マインドである業界である。	介護事業者にとって介護保険の有無は大変重要である。事業所からすると、製品・サービスの決定の際、介護保険適用なのか否かは非常に大きい意思決定要素であるので、保険適用をゴールとして検討するべきである。
4. 介護保険制度改定時期のタイミング		
	課題	対応例
	介護保険制度の改定が 3 年 1 回の機会しかなく、その間ベンチャーはどのようにして事業を継続していくか課題がある。保険制度の変更の時間軸とベンチャーの資金繰りの時間軸に大きな隔たりがあり、ベンチャーにとって、3 年に 1 回の介護保険制度の改定にはチャンスはあるが、収載可否の結果も見通せず、ベンチャーにとって事業継続の計画が見通せない。	(介護事業者が補助金を使用した例に限定して記載) 介護事業は保険が密接に関連したビジネスであることを認識する必要がある。介護事業者が、購入にあたり、介護事業者は補助金を使うことがあるが、購入してそのまま使って終わりになっている。本来であれば、使用感や改善効果を評価して、介護保険にフィードバックしたりするような仕組みが必要である。補助金を使う限り、使用評価が共有される必要がある。
5. 介護業務に係るステークホルダーが多岐にわたり意見集約化が困難		
	課題	対応例
	同じ介護業界に働く方でも、意見を聞く人によって考え方が異なり、参入するベンチャー・企業が課題を整理できない。	介護業界で働く方であれば、コストの話は共通の課題認識である。ベンチャー・企業は、介護事業者に対してコストが下がる話ではなく、付加価値をアピールする話ばかりを提案してくる。ベンチャー・企業は、当然付加価値に対する費用を請求するが、事業者はその付加価値よりも費用を気にしていることを認識すべきである。

6. 施設からの評価を得る難しさ		
	課題	対応例
	介護現場側は、製品・サービスに不満があると、「製品・サービスを購入したのだから、少しの故障やトラブルでもメーカー側が何とかするでしょう」という意識が大きい。また、元々新たな製品・サービスに評価を得ることが難しい業界構造である。	介護施設の実際に作業する職員の方に、製品・サービスを使ってもらい、成功体験をしっかりと現場の方に体験して頂くことが重要である。その後、製品・サービスを使いこなしていく中で、実際に結果が数字や金額で表れてくると、「この製品・サービスは良い」という実感を施設側に持って頂ける。介護業界は、良い製品・サービスかより、「誰から紹介されるか」や、「誰が推薦しているのか」が重視される側面はあるので、商流も工夫をすべきである。
7. 事業所経営層の認識と現場の認識の違い		
	課題	対応例
	介護業界に新規参入するベンチャーにとって、介護事業所の経営者への対応が難しい。	介護事業所の経営者は大きく2通りのタイプに分類される。1つ目のタイプは、現場上がりで介護の現場を熟知している経営者、2つ目のタイプは事務上がりの方で経営の勘定に優れる経営者である。ベンチャー・企業が、介護事業経営者に製品説明等で営業を行う際、経営者の対応に応じて提案の仕方で異なる結果になることを知るべきである。前者のタイプの場合、提供されるケアが、利用者の尊厳を汲んだソリューション提案であることが重要である。一方、後者のタイプは経費勘定がすぐでき、コストで説得できると受け入れられやすいが、現場向けに納得が得られているかは別話となる。事業所及び経営者の特性を見極めて提案することが求められる。
8. 多様なバックグラウンドの職員への標準化対応の難しさ		
	課題	対応例
	介護現場の方の課題認識は多岐に渡る。ある課題1つを捉えても、都心部と地方部で捉え方も異なる。介護とは全く関係ない異分野で働かされていた方々が使えるような製品・サービスにする必要がある。	ベンチャーにとって、左記の状況はポジティブにも捉えるべきである。介護現場は多くの解決すべき課題があり、求められるソリューション提案は多岐に渡る。
9. 限定されたターゲットによるスケール拡大の難しさ		
	課題	対応例
	開発段階において、コアターゲット層のみしか見ておらず、結果的に汎用性のない(コアターゲット層以外への展開が難しい)製品・サービスを開発してしまい、その後事業のスケール拡大が難しい。	コアターゲット層の次の展開先を想定して、近傍のターゲットに広げていくストーリーを当初から計画するべきである。汎用性の高い製品・サービスを、開発の初期段階に見据えることが重要であり、そのような製品ができると、施設の種別を超え横の展開ができ採算性のある事業のベースが可能となる。 一例として、老人ホームと訪問介護では、共通する部分もありますが、事業計画、経営の仕方などの考え方は大きく異なる。更に、老人ホームの属性として、法人形態(医療法人、社会福祉法人等)、大企業、中小零細の株式会社、NPO等複数の種別あり、法人種別とサービス種別で考え方が異なる。自社のコアターゲットをサービス種別と法人種別で整理して、どこの領域に自社の製品・サービスが最も適しているのか検討するべきである。具体例として、一部のリハビリ施設に使える器具を開発しても、その後ビジネススケールが拡大できない可能性があり収益化が難しいケースもある。

表 1-16 に、現状の介護ベンチャー・企業の特長、今後の介護サービス・製品の動向及び、今後の介護業界のキーワードを示す。

表 1-14 現状の介護ベンチャー・企業の特長、今後の介護業界のキーワード

項目	内容
現状の介護ベンチャー・企業の特長	● 介護業界の現場ニーズを知らずに、プロダクトベースで現場に訪れる介護ベンチャーが多い。 ● 幾つかの介護ベンチャー・企業は「介護業界は、これから市場拡大が見込めるから」、「介護現場の雰囲気は大体わかるので」のような安易な気持ちで参入してくる。 ● 近年、大手企業の参入も出始めている。大手企業は、自社のレギュレーションもあり、それが介護業界と見合わず苦労されている側面もある。大手企業だからこそ、できる事業スケールがあることを認識された方が良い。
今後の介護サービス・製品の動向	● 手軽で使いやすい小型の機器、煩雑ではないライトなソフトウェア製品が多く見受けられる。今後、在宅介護向けの機器も増えてくると予想される。 ● 今後、センサー系の製品が多くなり、バイタルデータを取得するデバイスや、見守り系の製品・サービスが主流になると予想される。
今後の介護業界のキーワード	● キーワードは「自立のためのソリューション」である。海外では、親と子は離れて暮らすことが多く、独居の方、老老介護の方は在宅介護が主流である。高齢者の生活をどのようにして「自立」させられる策を打てるかがポイントである。 ● 介護人材不足の状況は変わらない状況であり、テクノロジーはグローバルに求められる。人の手を介さず、「自立した生活」を在宅で行うための手段が求められる。

(3) ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識

開催概要を表 1-15 に示す。

表 1-15 開催概要(法律知識)

議題	ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識
開催日	2022 年 10 月 3 日(月)9:00～11:00
開催場所	オンライン会議(Microsoft 社 Teams)
参加者	● ゾンデルホフ & アインゼル法律特許事務所 根本鮎子氏 ● Smith, Gambrell & Russell, LLP 小島清顕氏、猪子晶代氏 ● 経済産業省 ● ゾンデルホフ & アインゼル法律特許事務所 他 1 名 ● Smith, Gambrell & Russell, LLP 他 2 名 ● 三菱総合研究所

読み手ターゲットの想定課題とトークテーマを表 1-16 に示す。読み手のターゲットを、ヘルスケア領

域へ参入を検討しているベンチャーと定めて、ターゲットが抱える課題から、トークテーマを構築した。

表 1-16 読み手ターゲットの想定課題とトークテーマ(法律知識)

読み手ターゲット	ヘルスケア領域へ参入を検討しているベンチャー
ターゲットの課題	参入にあたり把握しておくべき法律業務がわからない
座談会の狙い	法律実務に詳しい方からのリアルな意見を知って、自社事業の検討に役立ててもらう
トークテーマ	トークテーマ 1 法曹界から見たヘルスケアベンチャーの現状 ● (根本氏) 日本のヘルスケアベンチャー ● (小島氏、猪子氏) 米国のヘルスケアベンチャー
	トークテーマ 2 ヘルスケアベンチャーが陥りやすい「落とし穴」、それによる「損害」、未然に防ぐための「予防策」 ● (根本氏)ヘルスケアデータの取扱い(関連法規制やよくある誤解) ● (根本氏)研究規制(倫理指針等知らない場合が多い) ● (根本氏)広告規制(特に薬事品以外の製品・サービスの場合、未承認医薬品等の広告規制や医療広告規制等が落とし穴) ● (根本氏)スタートアップの契約実態(公取委公表の「スタートアップとの事業連携に関する指針」等も紹介) ● (小島氏、猪子氏)VC 等と議論する際の NDA の準備・締結・記載漏れ(知的財産) ● (小島氏、猪子氏)契約交渉時の注意点・ライセンス契約・CMO 契約 ● (小島氏、猪子氏)社員の雇い入れ・解雇時の注意点(人事戦略) ● (共通)ベンチャー経営者のマインドフルネス(事業運営上の法的およびその他の配慮) ● (共通)医師とかかわる際のリスク(贈収賄を疑われうる接待、医師個人とのコンサル契約等)
	トークテーマ 3 今後のヘルスケア業界に参入するベンチャーへメッセージ ● (共通)弁護士への相談時期、相談方法(トラブル時だけが弁護士への相談タイミングではないということを含め)

当日の座談会の内容を記事化し、以下の通り Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。

【座談会】ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識（前編）

2022.11.16 ジャーナル

InnoHubでは、ヘルスケアベンチャーの業界進出を後押しすべく、情報発信をしています。ベンチャーにとって、経験のないヘルスケアの各業界に進出する際の課題として、ヘルスケアに関する十分な法律知識を持たずに、また一般論だけではなく具体的な情報を知らずに事業をスタートしてしまうベンチャーが一定程度いることも事実です。そこで、InnoHubでは、ベンチャーが一般論だけではなく具体的な法律知識や、困った時の対応方法を知ってもらうことを目的として、「座談会」を実施いたしました。

参加メンバー

- ・ ゾンデルホフ&アインゼル法律特許事務所
根本 鮎子様（写真右下）
- ・ Smith, Gambrell & Russell, LLP
小島 清顕様（写真左）
- ・ Smith, Gambrell & Russell, LLP
猪子 晶代様（写真右上）
- ・ 司会



本座談会は2022年10月3日に実施し、当該時点における法令・規制の内容、市場の状況及び政治体制に基づき議論しております。最新の法令・規制内容等については、読者の皆様ご自身でご確認頂きますようお願い申し上げます。また、本記事において述べられている事項は、参加メンバーの個人的な見解を示したものであり、所属団体等の意見・意向を反映又は主張するものではありません。本記事において提供する情報は、あくまで一般的な情報として提供されるものであり、具体的な専門的アドバイスを提供するものではありません。そのため、本記事の内容を利用されたことにより生じた損害等について、参加メンバー及びInnoHubは一切の責任を負いません。本記事に関するお問い合わせは、【InnoHub事務局】までご連絡ください。

前編

法曹界から見たヘルスケアベンチャーの現状

司会：

法曹界から見たヘルスケアベンチャーの現状をどのように捉えられていますか。

根本様：

メインテーマをお話する前に簡単に自己紹介をさせて下さい。

私の経歴ですが、最初に英国系のクリフォードチャンス法律事務所に、その後、米国系のK&L Gates外国法共同事業法律事務所に移籍し、現在はゾンデルホフ&アインゼル法律特許事務所で弁護士をしています。

医療機器メーカー、製薬会社の法務部への出向経験があり、ヘルスケア関係の規制に関わる支援をさせて頂くこと

図 1-25 ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識 記事 抜粋

出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【座談会】ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識(前/中/後編)」より引用、2023年2月10日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/4863/>

座談会(グループインタビュー調査)において参加者から、以下の6つのテーマについて現状の課題、課題への対応(理解の整理)が示唆された。また、ヘルスケアベンチャーが国内、米国において事業展開する際の留意すべき点も示唆されており、表 1-17 に詳細を示す。

- ヘルスケアデータの取扱い
- VC等と締結するNDAの準備・締結・記載漏れ

- 研究規制と倫理指針
- 契約交渉(ライセンス契約・CMO 契約)
- 広告規制
- 社員の雇入れ・解雇

表 1-17 「ヘルスケアベンチャーに必要な法律知識」まとめ

1. ヘルスケアデータの取扱い	
現状の課題	● ヘルスケアベンチャーにおいて、ヘルスケアに関連するデータの取扱いが整理できていない場合が多い。 ● 関連法令の更新も頻繁に行われており、ベンチャー自身が感度を高くして情報を収集する意識がないと最新の規制対応が難しい。
課題への対応(理解の整理)	● ベンチャー自身で、ヘルスケアデータの流れを整理することが推奨される。 ● 各場面での取扱いを想定する必要がある。例えば、「取得」、「保管」、「管理」、「委託」、「第三者提供」、「共同利用」、「海外移転」等、それぞれの場面で法規制に基づいた対応をする必要がある。
国内における対応で留意すべき点	● 日本企業が米国への展開を想定する際、HIPAA(Health Insurance Portability and Accountability Act)への対応や、また EU への展開を想定する際、国際的にも厳しい規制である EU の GDPR 等への対応が必要である。 ● 海外のデータを日本で取り扱う場合も、当該国の法規制を確認することが推奨される。
米国における対応で留意すべき点	● 米国においては、プライバシー情報の取扱いに関して、現時点で連邦法がない。そのため、日本の個人情報保護法、EU の GDPR(General Data Protection Regulation:EU における一般データ保護規則)と比べると若干緩やかな印象である。 ● 米国では、HIPAA に準じて、病院や研究機関と共同開発契約の際にヘルスケアデータの取扱いは重要である。ベンチャーでもサイバーセキュリティ対策をしっかり講じているか等の HIPAA に準じているか否かは、厳しく審査される。
2. VC 等と締結する NDA の準備・締結・記載漏れ	
現状の課題	● ベンチャー自身が、以下の 3 点を明確に理解しておく必要があるが、理解が及んでいない場合が多い。 ➢ 何を機密情報とするか ➢ どのように機密情報を扱うか ➢ 誰が機密情報を扱うか
課題への対応(理解の整理)	● 機密情報はベンチャー自社で厳しく管理しておく必要がある。もし、漏洩した場合、VC 側で簡単に二次利用されることをベンチャー自身が理解しておく必要がある。 ● NDA は契約書ではあるが、実効性という観点では、課題のある文書である。NDA に違反していることが疑われる場合においても、先方が何の違反をしたのか等立証に多くの時間と費用が発生し、差止めや損害賠償請求は現実的に難しい。
国内における対応で留意すべき点	● NDA の文脈では、(情報提供側において)機密情報が何であるかを明示することが重要である。また契約者間でその認識に齟齬がないことも紛争予防の観点から重要である。 ● NDA 違反の場合、日本でも差止めに多くの時間と費用が費やされ、対応にハードルが高いことを認識しておく必要がある。
米国における対応で留意すべき点	● 日本企業・ベンチャーが、米国の大学や企業等と契約締結する際、「米国の大きな大学との NDA だから安心だろう」や、「名の知れた大企業との NDA だから大丈夫だろう」という認識は、正しい認識ではない。 ● 日本企業・ベンチャーが、米国大学や企業等と早くコラボレーションしたいがために、若しくは最初から良好な関係性を築きたいという理由で、「最初は細かいことを言わない方がよい」、「最初は先方の提案を受け入れよう」という姿勢は推奨されない。米国では NDA 締結前から、意見を明確に主張することが推奨される。
3. 研究規制と倫理指針	

現状の課題 ● 新規ヘルスケアビジネスの立ち上げや、他業種からの参入のヘルスケアベンチャーが、人などを対象とする研究を行う場合、様々な規制があることを認知していない場合が多い。 ● 当該研究が、倫理指針の対象なのか、それ以外の法規制の対象なのか、ヘルスケアベンチャー自身が理解できていない場合が多い。
課題への対応(理解の整理) ● 薬機法の承認等を取得して進めていく医薬品、医療機器等については、薬機法とその関連省令等に従う必要がある。臨床研究については、薬機法の他に、臨床研究法に準じなければならない。 ● 研究が臨床研究法の中に定められている「特定臨床研究」に該当する場合、臨床研究法に従い研究を進める必要がある。
国内における対応で留意すべき点 ● 「人を対象とする生命科学・医学系研究に関する倫理指針」という医学系の研究指針があり、研究計画書の記載の仕方、倫理審査委員会やインフォームドコンセントへの対応等が記載されている。人などを対象とする研究を実施する場合、本研究指針に準じなければならない。 ● 医療機関や医療従事者等に資金を提供する場合には、業界団体の定める透明性ガイドラインがあり、資金提供の事実を公表する義務が生じる場合がある。
米国における対応で留意すべき点 ● 米国にも、国内と同様の法規制が整備されている。治験を行う場合は IRB(Institutional Review Board、治験審査委員会)の承認が必要であり、NIH(National Institutes of Health:米国国立公衆衛生研究所)と FDA(Food and Drug Administration:米国医薬食品局)が共同管理している「Clinical Trials. gov」への治験内容の提出が求められる。
4. 契約交渉(ライセンス契約・CMO 契約)
現状の課題 ● ベンチャー側の知財が保護されない内容の先方作成契約書フォーマットが多くあるので、ベンチャー側は契約時に契約書内容の細部の確認が必要だが、必ずしも細部まで確認できていない場合がある。
課題への対応(理解の整理) ● ベンチャーは、契約内容を細部まで確認し、場合により弁護士等の専門家に相談し、意見を主張しないと、先方(CMO 等)の都合の良い条件で、研究及びビジネスが進んでしまい、今後のビジネスにリスクを抱えることになり注意が必要である。
国内における対応で留意すべき点 ● ベンチャーとのライセンス契約について、ベンチャー側の企業体力、交渉力の弱さから、日本においても、契約交渉上の力の不均衡は指摘されている。公正取引委員会と経済産業省が共同で策定している、「スタートアップとの事業連携に関する指針」の中において、独占禁止法上課題となりうる事例が紹介されている。 ● 「知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針」の中では、どのようなところが独占禁止法上の課題になるのか事例が紹介されており、ベンチャーが企業と契約する際は参考にするべきである。
米国における対応で留意すべき点 ● 日本のヘルスケアベンチャーが、米国に進出して米国 CMO と契約する際の注意点として、最初の契約時から、ベンチャーの技術、知財が盗用されないように契約書文言を細部まで確認する必要がある。 ● 一例として、実際の作業として CMO は少しの共同研究作業にもかかわらず、契約書上は確固とした共同研究の位置付けとして、CMO との共同開発品として扱う内容になっていることがあり、ベンチャー側に不利な内容になっている場合が散見される。
5. 広告規制
現状の課題 ● ヘルスケアベンチャー自身が、製品・サービス広告にも法規制があるということを認識されていない場合がある。
課題への対応(理解の整理) ● 未承認の医薬品、医療機器の広告は薬機法上禁止されている ● 広告違反のケースとしては、広告規制自体を知らずに、広告を掲載してしまうケースが一定数存在する。
国内における対応で留意すべき点 ● ヘルスケアに関して、薬機法の中に規定されている代表的な規制が2つある。一つ目は、誇大広告が禁止されていることと、二つ目は未承認の医薬品、医療機器、再生医療等製品等の広告が禁止されていることである。 ● 薬機法対象外として、製品・ビジネス展開していく際、広告の範囲を医薬品、医療機器的な表現ではない文言にしなければいけない。化粧品等、医薬部外品において、各業界団体が定めている自主基準や医薬品等適正広告基準があり、それに準じる必要がある。
米国における対応で留意すべき点

● 米国では、一般的な広告や Web 広告については、州を超えた広告扱いになり、連邦政府の管轄である FTC(Federal Trade Commission:連邦取引委員会)にて規制されている。 ● 医薬品は FDA が管轄であり、FDA のガイドラインに準じて広告しなければいけない。 ● FDA 承認の必要のないサプリメント等の広告規制については、FDA から広告ガイドラインが示されており、それに準じる必要がある。
6. 社員の雇入れ・解雇
現状の課題
● ベンチャーが人材選定の際、例えば、医療系大手企業からの転職応募者から、給与面や福利厚生面等で大手企業と同等若しくはそれ以上の待遇をベンチャーに要求してくるケースがあるが、選定に注意が必要な場合が多い。
課題への対応(理解の整理)
● 過大な給与条件等の要求をしてくる転職応募者は、即座に雇い入れを決めるのではなく、改めて社内事情を考慮し採用可否を考えるべきである。 ● アイデアや知財が生命線のベンチャーにとって、応募者の雇用条件や退社後の機密情報禁止等を記したオファーレターを事前に整備し、それを相手に提示し、併せて誓約書(Covenant Agreement)に署名頂くことをセットで対応することが推奨される。 ● ベンチャーにとって、転職応募者を早急に正社員にする必要はなく、まず業務委託契約を交わして、一定の期間に一定の関係を持って、どのように自社に貢献してくれるか見極めることも、人材獲得における選択肢の一つとして推奨される。
国内における対応で留意すべき点
● 人事管理は国内上場を目指していく上で注意が必要な事項の一つである。日本でよくあるトラブル事例としては、各種ハラスメント、残業管理、偽装請負の問題である。適切な人材管理は重要なテーマの一つとして認識されている。
米国における対応で留意すべき点
● 米国では、多くの人材コンサルもあり、また PEO(Professional Employer Organization:習熟作業派遣組織)制度がある。海外展開として人材を取得する際には、米国特有の制度を使うことも推奨される。

(4) ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと

開催概要を表 1-18 に示す。

表 1-18 開催概要(自治体)

議題	ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと
開催日	2023 年 1 月 19 日(木)10:00~12:00
開催場所	三菱総合研究所 永田町オフィス 4 階会議室
参加者	● 長野県松本市役産業振興部 小林浩之氏、宮下大典氏 ● 東京都八王子市 福祉部 高齢者いきいき課 主査 辻誠一郎氏 ● 株式会社バスプラ 遠山陽介氏 ● エーテンラボ株式会社 長坂剛氏、渋谷恵氏 ● 関東経済産業局 地域経済部 石原優氏、大西大空氏、内山真見氏 ● 経済産業省 ● 三菱総合研究所

読み手ターゲットの想定課題とトークテーマを表 1-19 に示す。読み手のターゲットを、自治体との連携を検討しているベンチャー・企業と定めて、ターゲットが抱える課題から、トークテーマを構築した。

表 1-19 読み手ターゲットの想定課題とトークテーマ(自治体)

読み手ターゲット	自治体との連携を検討しているベンチャー・企業
ターゲットの課題	ベンチャーが自治体と連携するにあたり課題がわからない
座談会の狙い	ガバメントピッチにてマッチング後、実証連携を進めている当事者のリアルな現状、課題を知り、自治体との連携に役立ててもらう
トークテーマ	トークテーマ 1 自治体とベンチャーの連携の必要性 ● ベンチャーと自治体が、なぜ連携する必要性 ● ベンチャーと自治体で連携するメリット
	トークテーマ 2 自治体とベンチャーの連携の仕方 ● 自治体と組連携するためのきっかけ、アクション(例、エーテンラボ株式会社の独自の取り組み、賞レースへの積極参加) ● ガバメントピッチへの応募の狙い、結果と現状
	トークテーマ 3 自治体とベンチャーの連携の課題点 ● これまでの実証実績と直面する課題(例、八王子市、ベスプラ実証から実装への難しさ、課題への対応方法) ● 自治体とベンチャーの連携が進むために、ベンチャー・企業・自治体・国への要望
	トークテーマ 4 自治体とベンチャーの連携が成功するためのポイント ● 自治体と連携の成功例(例、エーテンラボの成果報酬型スキームの確立、松本市の自治体に閉じないビジネスモデルスキーム構築) ● ガバメントピッチにおける自治体とベンチャーのマッチング成功のポイント ● ベンチャーと自治体が「共創」して連携するためポイント ● ベンチャーが自治体と組む際のお作法、対話する際のポイント(例、自治体(役所)の論理、ベンチャーの論理の違い)
	トークテーマ 5 今後、自治体との連携を目指すベンチャー・企業へメッセージ

当日の座談会の内容を記事化し、以下の通り Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。



図 1-26 ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと 記事 抜粋
出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【座談会】ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと(前/中/後編)」より引用、2023 年 3 月 15 日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/5417/>

座談会(グループインタビュー調査)において参加者から、以下のベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきことの 7 項目が示唆された。各項目の詳細を表 1-20 に詳細を示す。

- ベンチャーから見る自治体との連携のメリット
- 自治体から見るベンチャーとの連携のメリット
- ベンチャーにとって大手企業との差別化・優位性
- 自治体との連携方法(ガバメントピッチ)
- ベンチャーが自治体にコンタクトする際に抑えるべきポイント
- 自治体との連携を広げていくためのポイント
- 自治体との連携が成功するポイント

表 1-20 「ベンチャーが自治体と組んで事業を進めるために知っておくべきこと」まとめ

1. ベンチャーから見る自治体との連携のメリット
● 自治体と連携していることにより、ベンチャー自社にブランド・信用力が生まれる。 ● 「当社のアプリが自治体に採用されています」は、ベンチャーにとって強い宣伝文言になる。 ● マネタイズ事業モデルが、自治体との連携により模索でき、社会実装まで取り組むことができる。
2. 自治体から見るベンチャーとの連携のメリット
● 自治体の「意思決定のスピード」が速くなる。 ● 「トライアンドエラー」ができる。自治体はその組織の成り立ち上、トライアンドエラーでの検証が難しい。ベンチャーと連携することで、アジャイル型の開発ができ、自治体の弱点を補える。 ● 大手企業の画一的なサービスをカスタマイズするより、ベンチャーと連携して地域の実情に合ったサービスに、タイムリーに都度変化させた方が最適化である。
3. ベンチャーにとって大手企業との差別化・優位性
● 大手企業は、コスト、売上げが確保できることが前提で動く。大手企業にとって「魅力ある市場」を自治体が提供しないことには連携が始まらない。 ● 大手企業が「この市職員は色々なことをたくさん考え、アイデアを持っている」と感じた時点で、その企業はエース級社員を市役所に担当者として出してくる。 ● 自治体は、ベースフォーマットを活用しない独自アプリを作成したい傾向にあり、公募やプロポーザル式になると、ベンチャーではなく大手企業が強い。 ● 政令市の様な大きな自治体は、大手企業が受注獲得する傾向にある。 ● ベンチャーは、リソースが潤沢ではなく少数精鋭になるので、案件一件毎について採算はあまり考慮せず動くことになる。自治体にとって、ベンチャーは大手企業よりもコストがかからず、小回りが効くことが優位に働くことがある。 ● ベンチャーは、多額の開発費を出せないのので、幅広い仕様を提案する。一方、0 からコードを組み上げる形式はベンチャーには手が出せず大手企業の範囲となる。 ● 中核市や人口規模が小さい自治体であれば、ベンチャーと話がしやすい。ベンチャーにとって、小さい自治体がターゲットになる。
4. 自治体との連携方法(ガバメントピッチ)
【連携方法】 ● ガバメントピッチに参加することが、自治体との連携を開始する手法の一つである。 ● ガバメントピッチに参加する自治体は課題意識があり、熱がある。ベンチャーも動きやすいので、成功事例ができる土壌がある。 ● ガバメントピッチでは、自治体の中で熱意のある厳選された方々が登壇されるので、課題解決に意欲のある方が多い。
【課題】 ● 自治体の課題を、全体的に俯瞰して見ることができる職員が、自治体の中に多くない。「誰が、何にどの様に困っているのか。その原因は何か。」を分析して課題を明確にできる職員が少ないことが課題である。 ● 全国で 1,700 程の自治体がいる中で、ガバメントピッチでは厳選して「5 件」が成功例としてある。今後、システムの、成功事例を増やしていくことが課題である。 ● マッチングはしたが、その後の実証連携の際に、具体的なフォローがあると良い。マッチングの場の提供だけでは普及しない課題がある。
【解決策】 ● 各都道府県単位、各自治体の中でガバメントピッチを開催し、スケールをスモール化し開催することは自治体の課題意識の醸成となる。 ● ガバメントピッチにおいてマッチング後、効果の発信を継続することが重要である。「連携 1 年目はこういう効果が出た」等、定期的に情報発信できると成功事例を捻出できる可能性がある。 ● 連携においては、役割分担が重要である。自治体の役割は、課題を明確化する、ソリューション提案は民間の仕事という意識を各担当者がもつことがその後の実証連携において円滑に進める要因の一つである。
5. ベンチャーが自治体にコンタクトする際に抑えるべきポイント

● 一例として、各自治体が抱える課題仮説を立てた後に、自治体を訪問し、担当者と話しながら深掘りすることが挙げられる。ベンチャーは、自治体が公表している計画を調べて、「現状、ここが課題なのではないか」と仮説を立て、ヒアリングの中で、仮説が違うなとなったら、その自治体にはコンタクトしないことも必要である。 ● 自治体の担当側から、アポなし営業訪問は望まれない。 ● 自治体の担当側から、ベンチャーから「このような商品・サービスがあるのですがどうですか」と話されるが、自治体からすると「その商品をどのように使えば、自治体がどの様になるのか」知りたいケースが多くある。企業がモノ・サービスだけを売りにきたのであれば、多くの自治体において交渉の継続は難しいと思われる。 ● 自治体が抱える多くの課題は共通しているので、ベンチャーは「あなたの自治体の事を調べてきた」という点を強調した方が良い。 ● 自治体が、ベンチャーの説明を聞き、実装までのロードマップが思い描けると、自治体としては予算感が把握でき、交渉がスムーズになる。
6. 自治体との連携を広げていくためのポイント
【人材】 ● プロジェクト全体をファシリテートする人材(自治体とベンチャーが組んだら、ロードマップ・全体像を描ける人材)が必要である。ベンチャーがリードしないといけない部分はあるが、プロジェクトが広がっていくと、役所内調整、他自治体との繋がり、役所の全体像はベンチャーではキャッチできない。 【ゴール設定】 ● ベンチャーが自治体と連携した際の、ゴールを設定することが重要である。「実証して自分のサービスをブラッシュアップする」、「まず信用を得たい」、「社会実装をゴールにする」、「B to C ビジネスを構築する」それぞれの考え方でゴールが変わり、連携の際のアクションが変わる。
7. 自治体との連携が成功するポイント
● 自治体の本質的な課題が整理され、相談しながら進める体制が整うまでに、3年の期間は要する。短期に成果が出にくい連携事業であることは認識するべきである。 ● 自治体の職員の中で、自治体とベンチャーの連携に理解のある前向きな職員を掴まえることが重要である。 ● 課題を明確にして、自治体がビジネスモデルに共鳴することが、連携を成功させるポイントである。 ● 連携は「自治体の強みとベンチャーの強み」、「自治体の弱みとベンチャーの弱み」がうまく補完されることが重要である。自治体の強みは「信頼性」、「膨大なデータ」、「高齢者と接点が多いこと」にある一方、弱みは「意思決定のスピード」、「不平等なことをできない」、「データはあるが分析ができない」、「マネタイズスキームを構築できない」ところにある。お互いの強みと弱みを組み合わせた最終的な着地点を、共通意識をもって進めることがポイントである。

1.3 支援ネットワークの拡充、ニーズ調査・分析

1.3.1 令和4年度 新規登録のサポーター団体

令和4年度の新規登録のサポーター団体の一覧(26 団体)を以下に示す。

表 1-21 令和4年度 新規登録のサポーター団体一覧(登録日順)

登録日	業種	サポーター団体名
2022/4/15	士業(弁護士、弁理士等)	長島・大野・常松法律事務所
2022/4/20	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	THIRD CLINIC GINZA
2022/4/28	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	医療法人医仁会 武田総合病院
2022/5/13	保険	RGAX LLC
2022/5/17	その他	株式会社理研鼎業
2022/6/14	医療機関・調剤薬局・介護関連施設	ウチカラクリニック
2022/7/6	通信・システム	医療 AI プラットフォーム技術研究組合
2022/7/29	士業(弁護士、弁理士等)	弁護士法人 GVA 法律事務所
2022/9/6	コンサル/監査法人	キーヴィット・サイエンティフィック
2022/9/13	通信・システム	東京コンピュータサービス株式会社
2022/9/14	公的機関/自治体など	八王子市役所

登録日	業種	サポーター団体名
2022/9/15	その他	京都リサーチパーク株式会社
2022/9/27	VC	早稲田大学ベンチャーズ株式会社
2022/10/13	VC	DCI パートナーズ
2022/10/14	公的機関/自治体など	駐日英国大使館
2022/11/16	VC	小野デジタルヘルス投資合同会社
2022/11/17	その他	株式会社地域ヘルスケア連携基盤
2022/12/5	その他メーカー	株式会社 LOHASTYLE
2022/12/5	製薬メーカー	株式会社ティムス
2022/12/7	コンサル/監査法人	クアルテック・ジャパン・コンサルティング株式会社
2023/1/12	公的機関/自治体など	盛岡市
2023/1/30	その他メーカー	阪神化成工業株式会社
2023/2/8	その他	株式会社 Keep up
2023/2/13	公的機関/自治体など	高知県
2023/2/21	通信・システム	株式会社ラック
2023/3/11	士業(弁護士、弁理士等)	SGR 法律事務所

1.3.2 各種イベントにおける InnoHub の紹介

InnoHub への新規サポーター団体の追加、InnoHub の PR、支援ネットワークの拡充等のため、以下のイベントにて InnoHub の紹介等を行った。その実績を一覧として以下で示す。

表 1-22 InnoHub の紹介を行ったイベント(開催日順)

No.	イベント名	開催日	場所
1	最先端科学・分析システム&ソリューション展「JASIS 2022」	2022 年 9 月 7 日~9 月 9 日	幕張メッセ
2	ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット 2022	2022 年 10 月 12 日~10 月 14 日	パシフィコ横浜
3	中小機構・よろず支援拠点令和 4 年度第 2 回全国研修会	2022 年 10 月 19 日~10 月 28 日	オンデマンド配信
4	GTIE(Greater Tokyo Innovation Ecosystem) Camp	2022 年 12 月 19 日	港区産業振興センター(田町)10 階
5	ヘルスケア IT 2023(第 8 回)	2023 年 2 月 8 日~2 月 10 日	東京ビッグサイト

1.4 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHeC)グランプリ受賞者等への伴走支援・フォローアップ・分析

1.4.1 概要

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(以下「JHeC」という。)グランプリ受賞者等への伴走支援では、支援オプション例を提示しつつ、同受賞者等が直面する課題やニーズを聴取した。他の事業者にも共通する課題や再現性のある支援策を中心に、課題解決のための支援を行った。また、課題・ニーズの傾向を分析した。

過去の受賞者であるカイテック株式会社及び株式会社 Magic Shields について、受賞前後を含めた成功ストーリー及びJHeCの貢献を整理し、Healthcare Innovation Hub(以下「InnoHub」という。)の WEB ページ(<https://healthcare-innohub.go.jp/>)で記事を公開した。

1.4.2 フォローアップ企業の紹介(インタビュー記事の掲載)

(1) 株式会社 Raise the Flag.

以下の通り、記事を Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。

【特集】InnoHub活用事例インタビュー | 株式会社Raise the Flag. 受賞後の軌跡とInnoHubによる支援

2023.02.15 ジョーナル

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHC) 2022 デジタルコンテスト部門でグランプリを受賞された株式会社Raise the Flag.について、グランプリ受賞後約1年が経過し、11社のその後の軌跡と、InnoHubによる支援を通じての軌跡についてご紹介します。

この度は、株式会社Raise the Flag. Founder 中村 隆（なかむら たかし）さんにインタビューしました。



株式会社Raise the Flag. チームメンバーの皆さん（前列左が中村さん）

目次

株式会社Raise the Flag.の事業、SYN+の特長について教えてください。

JHC2022に出品したきっかけや応募はどのようなものでしたか？

InnoHubに掲載された後から、JHCでのグランプリ受賞、受賞後において、どのような事業展開があったかを教えてください。

今後の展望とアベールを聞かせてください。

今後、JHCへの応募を検討されている方に向けてメッセージをお願いします。

株式会社Raise the Flag.の事業、SYN+の特長について教えてください。

受賞前がいかに特化した製品・サービスの開発・製造・販売を目的として 2017年2月に奈良県高田町に設立した会社になります。従来の「Raise the Flag.」はより高度な「旗を掲げる」の概念で、弊社の製品・サービスを展開するが、自分オリジナルの旗を高く掲げて誇りに思っている旗を掲げています。旗に代わる感覚デバイス「SYN+（シンプラス）」は、旗竿に替わらず「認識に」、「感覚的に」旗竿の位置を感知できる旗竿をコアに、世界中におけるすべてのシーンにおいて旗竿で対応できる旗竿を展開している次世代型デバイスです。

- 株式会社Raise the Flag.ウェブサイトは[こちら](#)
- ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト-JHC 2022ウェブサイトは[こちら](#)
- JHCでの中村氏のプレゼンの様子は[こちら](#)



図 1-27 株式会社 Raise the Flag. 記事 抜粋

出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【特集】InnoHub 活用事例インタビュー | 株式会社 Raise the Flag. 受賞後の軌跡とInnoHub による支援」より引用、2022 年 2 月 16 日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/5296/>

(2) TXP Medical 株式会社

以下の通り、記事を Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。

【特集】InnoHub活用事例インタビュー | TXP Medical株式会社 受賞後の軌跡とInnoHubによる支援

2023.03.02 ジャーナル

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHeC) 2022ビジネスコンテスト部門で優秀賞を受賞したTXP Medical株式会社について、同社の受賞後の軌跡と、InnoHubによる支援を通じた効果についてご紹介します。TXP Medical株式会社 取締役COOの恵田淳（おんだ あつし）さんにお話を伺いました。



TXP Medical株式会社 メンバー集合写真

目次

TXP Medical株式会社の事業について教えてください。

JHeC2022に参画したきっかけや期待はどのようなものでしたか？

JHeC2022でビジネス/アイデアコンテスト部門での受賞後、企業として、事業として、どのような変化がありましたか？

JHeC2022での受賞をきっかけに、Healthcare Innovation Hubによる支援がありました。この支援によって、得られたもの、事業への効果、また要望を教えてください。

2023年以降の展望を教えてください。

今後、JHeCへの応募を検討されている方にメッセージをお願いします。

TXP Medical株式会社の事業について教えてください。

「医療データで命を救う」をミッションに掲げ、救急医療現場での情報のデジタル化、現場関係者間での情報共有、患者情報の構造化・リアルタイム解析などで命を救う医療データプラットフォームの構築・提供に取り組んでいます。

国内の救急搬送者数は年間約600万人。搬送先である病院の救急外来は24時間全診療科に対応し、入院患者の約1/3が通過する重要な場所であり、社会と病院の接点です。ここでは、紙中心の情報記録・伝達が生主となっており、デジタル化の余地が大きく残されたままになっていることが課題です。私たちは、テキスト/画像/音声解析などはじめとした技術により、救急隊員や医療従事者の情報記録をデジタル化・構造化する一連のプロダクトを医療現場に提供しています。これにより、救急現場と病院のコミュニケーションの可視化・円滑化や、病院内・救急外来における患者情報共有の効率化など、生産性と医療の質の向上に貢献しています。

また、これまでは紙でしか残っていなかった情報、電子化されてはいたが文章であるため活用できなかった情報を構造化（文章から単語・記号・数値等を抽出して標準化・階層化すること）し、医学研究を促進する統合分析

図 1-28 TXP Medical 株式会社 記事 抜粋

出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【特集】InnoHub 活用事例インタビュー | TXP Medical 株式会社 受賞後の軌跡とInnoHubによる支援」より引用、2022年3月18日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/5386/>

(3) 株式会社 Redge

以下の通り、記事を Healthcare Innovation Hub ニュース ページに掲載した。

【特集】InnoHub活用事例インタビュー | 株式会社Redge 受賞後の軌跡とInnoHubによる支援

2023.03.28 ニュース

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(JHeC) 2022アイデアコンテスト部門でグランプリを受賞した株式会社Redge(参加当時は創業前)について、同社の受賞後の軌跡と、InnoHubによる支援を通じた効果についてご紹介します。代表取締役 稲垣大輔(いながさだいすけ)さんにお話を伺いました。



目次

株式会社Redgeの事業と開発・展開される「CeTrax」について教えてください

JHeC2022に応募したきっかけや応募したときの期待はどの様なものでしたか？

JHeCでのグランプリ受賞後、どの様な事業進展があったか教えてください。

JHeC2022での受賞をきっかけに、Healthcare Innovation Hubによる伴走支援がありました。この支援によって、得られたもの、事業への効果を教えてください。

今後の展望とアピールを聞かせてください。

今後、JHeCへの応募を検討されている方にメッセージをお願いします。

株式会社Redgeの事業と開発・展開される「CeTrax」について教えてください

JHeC2022では、臨床工学技士としての医療現場で医療機器の管理を行ってきた経験と、JICA派遣等で東南アジア諸国の医療機関・医療従事者に対する技術指導等を行ってきた経験を踏まえて、開発途上国における未熟な医療機器管理と管理人材の不足に対するソリューションと事業アイデアを発表しました。JHeCに参加した当時は神奈川県立保健福祉大学に籍を置きながら個人として登壇しましたが、その後準備期間を経て、2022年5月に大学初の大学ベンチャーとして株式会社Redgeを創業しました。当社は医療機器管理教育システムを開発・展開を行い、医療機器ネットワークの構築を通じて、すべての人にとって医療の安全と質が担保された世界の実現を目指しています。

具体的なプロダクトとして現在、医療機器管理、教育、臨床業務支援の機能を搭載したSaaS型の医療機器管理・教育システム「CeTrax」を開発し、一部医療機関での試験導入を開始しています。CeTraxはクラウドベースの医療機器管理システムで、QRコードによる配備機器の読み取りと管理を実現することで医療現場での簡便な医療機器管理をサポートします。また、医療機関が保有する医療機器の管理状況を解析することで将来的な故障や新規調達の必要性に関する予測情報を提供することを目指しています。さらに、特に開発途上国における医療機器管理の人材・教育不足への解決策として、オンライン教育のコンテンツとプラットフォームを提供し、スマートフォンアプリを介して医療従事者が適切に医療機器を保守・管理できる環境を構築します。

- サービス紹介は[こちら](#)

図 1-29 株式会社 Redge 記事 抜粋

出所)Healthcare Innovation Hub ニュース ページ、「【特集】InnoHub 活用事例インタビュー | 株式会社 Redge 受賞後の軌跡とInnoHub による支援」より引用、2023年 3 月28日閲覧、<https://healthcare-innohub.go.jp/5537/>

1.4.3 フォローアップにおける課題等

各受賞者への InnoHub による支援では、主に以下 5 点を実施した。

- 事業戦略検討に関する支援
- 会社設立に関する支援
- 公的機関、民間企業との連携支援
- 海外展開に関する支援
- PR 機会の創出支援

一般的にベンチャー企業は、限られたリソースや資金を要因として、戦略立案以降の検討の深化や関連団体(民間企業や公的機関等)との連携模索・接点等で課題を有している。JHeC で受賞した各ベンチャー企業も、上記 5 点について、特に共通的な支援要望であり、ヘルスケアに係る一般的なベンチャー企業においても、同内容の支援を必要としている可能性が推察される。

次年度以降、JHeC 等のコンテスト受賞者を InnoHub として支援する場合には、上述 5 点を考慮し、支援の方向性として提示することが望ましい。

各受賞者については、今後継続的に動向を把握し、製品開発や展開の状況等を考慮の上、要望に応じて、InnoHub に登録があるサポーター団体へのつなぎやアドバイザーとの対話等を通じた支援を行うことが事業の進展において効果的と考えられる。また、本年度、伴走支援の対象とした 3 社は、今後の事業の進展に大きな期待がされることから、継続的に動向を把握し、製品・サービス開発や展開の状況等を考慮の上、要望に応じて、InnoHub を通じた支援を行うことが推奨される。

1.5 まとめ

ヘルスケアベンチャー企業等のためのワンストップ相談窓口「Healthcare Innovation Hub」の運営を通じて得られたまとめについて、以下に整理した。

1.5.1 InnoHub 相談の傾向

2022 年度の相談実績をみると、2021 年度と比べ、企業(ベンチャー含む)からの相談の占める割合がわずかに減少したが、起業家の相談の占める割合が 14%から 18%に増えた。また、2022 年度の相談者を地域別でみると、2021 年度と比べ、関東の構成比が 63%から 65%とわずかに大きくなっているが、ほとんど変化が見られない。

この理由としては、InnoHub が開設され、2022 年度で 4 年目を迎えており、InnoHub が起業家にも十分に認知されるようになったことと、少なくとも所在地域の観点では、相談者の構成がある程度安定的に推移する程度に、幅広く InnoHub が認知されるようになったことが、背景にあると思われる。

また、相談時点と現在の事業ステージの変化(図 1-14)をみると、相談当初(初回)では、シード及びアーリーの合計で 59 件、ミドルで 5 件、レイターで 4 件であったが、現在では、シード及びアーリーの合計で 47 件、ミドルで 12 件、レイターで 5 件となり、事業ステージが進展していることが確認できた。図 1-16～図 1-20 では、InnoHub に期待する支援内容と得られた成果について分析を行ったが、

「資金調達先の探索」を除き、InnoHubへの相談をきっかけとして何かしらの成果が得られる可能性が示唆された。事業ステージの進展と InnoHub による支援の直接的な関係まではアンケートからは分析をすることはできないが、相談者のためにネットワーキングや事業戦略検討に関する助言等で、一定の効果があったことが示唆された。

1.5.2 マッチング上の課題

InnoHub への相談者は、事業検討・深化が十分に実施されたうえで、相談される方もいれば、その熟度が不十分でアイデアにとどまっているようなケースもある。マッチングでは、相談者の事業内容とサポーター団体のニーズの合致が最低限求められるが、アプローチするタイミングや相談対象となる事業検討の深さ、鮮度等も成功するための要因となり得る。

例えば、1.1.3(2)に示した「株式会社シンクロアイズ」では、InnoHub への相談をきっかけに、医療機関とつながりができ、そこから医療現場での活用、同医療機関との共同研究へと展開し、医療現場での活用実績に加え、信頼性の観点から大きな効果が得られたことがインタビュー記事の中で紹介されている。株式会社シンクロアイズのように、InnoHub への相談を契機に、事業が大きく前に進むケースもある。

このように、相談者側で課題が整理され、マッチングの目的が明確化されることがマッチング成功の大きな要因となるが、一方でマッチングの対象となるサポーター団体側に、InnoHub 事業への積極的な参加を促進する取組も必要となろう。

また、以前より自治体への繋ぎを希望される相談者がいる中で、自治体のサポーター団体への加入は限定的である。特に、都道府県や政令指定都市のような、ある程度規模の大きい自治体は、都道府県で 7 都県(秋田県、東京都、神奈川県、福井県、広島県、島根県、高知県)、政令指定都市で 4 市(札幌市、京都市、神戸市、北九州市)に留まっている。

例えば、1.4.2(2)に示した「TXP Medical 株式会社」では、InnoHub の伴走支援において、都道府県や政令指定都市を中心とした自治体への繋ぎが、自治体向け事業の進展に大きく寄与し、一部の自治体では、サービスの実証まで進んでいる。一方で、自治体のサポーター登録が増えれば、InnoHub 相談を通じてアプローチできる対象も増え、サービスの提供価値が高まるとの示唆をいただいている。

1.5.3 今後の InnoHub の方向性

InnoHub はヘルスケアベンチャーの事業強化や新規参入促進のため、そのネットワークハブとしての機能の役割を果たすことを主たる目的としており、現状は相談者とサポーター団体・アドバイザーとの橋渡し役としての機能に加え、初期段階における相談者の事業検討・深化や、その進展等に応じたヘルスケアベンチャーの事業や InnoHub による支援内容にかかる PR 機能についても対応を行っている。

経済産業省では、次世代ヘルスケア産業協議会「アクションプラン 2019(仮称)」や健康・医療戦略本部の下に設置された「健康・医療戦略ファンドタスクフォース」において、官民ファンド・補助金等の情報が適切な人に届けられていないということが指摘された点も踏まえ、示された基本コンセプトに基づき、ベンチャー企業等の事業強化・新規参入の促進を設立当時の最終的なゴールとしていた。具体的には、InnoHub の機能・役割案が示されている平成 31 年度「健康寿命延伸産業創出推進事業(ヘルスケア

産業整備等事業)」において、「情報格差」により事業が停滞しないような情報の「HUB」となるサポートを主な役割としつつ、①悩みが相談できる人材・ネットワーク紹介、②関心領域が共通する VB／企業との双方向コミュニケーション、③関連する補助金等の検索、④InnoHub サポーター団体等と交流する場・発信する機能の 4 点が挙げられている。

また、令和 4 年 7 月健康・医療新産業協議会の「未来の健康づくりに向けた「アクションプラン 2022」」では、「InnoHub」及び「医療系ベンチャー・トータルサポート事業 (Medical Innovation Support Office (MEDISO))」による連携強化により、ベンチャー企業等によるイノベーション創出を促進するための方策の実施等が整理された。

これらを踏まえ、InnoHub として果たすべき重要な機能は、ヘルスケアベンチャーに対するネットワーク構築にかかる支援を通じた事業強化や有望な協業先等へのアプローチ支援、連携組成であると考えられる。

次年度も、引き続きこれらに焦点を当てるとともに、ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト (JHeC) の受賞者等の有望なベンチャー企業等への重層的かつ継続的な支援を通じ、InnoHub としての支援の成功事例の積み上げにも対応を深めていくことが期待される。限られた予算の中で、これらを実現していくには、「未来の健康づくりに向けた「アクションプラン 2022」」にて記述があったように、MEDISO 等の他機関との連携を深めることが一案と考えられる。MEDISO の場合、ベンチャー企業かつ薬機法に該当する案件であれば主として相談者の薬機法対応や事業計画等に関する課題を解決するサービスの提供が想定され、他方 InnoHub ではサポーター団体である企業等とのマッチング部分を担うなど、双方に機能を提供しあい、相互補完的な役割分担の中で、総合的にベンチャー企業等への支援を行うことが可能と考えられる。

以上から、次年度以降の InnoHub の運営方針の方向性案について、以下のとおり整理した。

(1) JHeC と連動した InnoHub による支援体制の充実と成果事例化

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト (JHeC) では、数多くの応募より厳しい審査を通過し、グランプリや優秀賞等が与えられる。JHeC2023 では、アイデアコンテスト部門で 44 件、ビジネスコンテスト部門で 80 件の応募があり、最終的にはアイデアコンテスト部門で 4 件、ビジネスコンテスト部門で 5 件が受賞した (2「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト」の開催を参照)。

InnoHub においては、JHeC 受賞者に対する伴走支援機能を有しており、JHeC と連動した支援体制を設けている。受賞者の事業成長と InnoHub を通じた成果事例化の双方の達成において、当該支援体制の充実は重要な要素となる。ベンチャー企業等においては、人的等リソースが限られており、事業やシーズの成長ポテンシャルが高い場合にもその点が制約となることがある。

一方で、InnoHub では、事業検討の粒度やシーズの熟度等で様々な相談を受け付けている。また、InnoHub による支援ののち、それが成果となるに時間がかかるケースも多い。

InnoHub は令和 5 年度で 5 年目を迎える。InnoHub 事業としての成果や効果を示すことも引き続き求められる。そのような背景のもと、JHeC のファイナリストやグランプリ受賞者など、コンテストにおいて一定の基準を満たしたベンチャー企業・シーズに対し、InnoHub として積極的にフォローアップしていくことでベンチャー企業の成長を支援し、その企業が InnoHub の活用についてさらにアピールする等、互いにメリットのある関係性を構築することが検討できるだろう。

(2) InnoHub 利用者の増加を目指した方策

1.1.4 で示した通り、InnoHub の利用者による CS アンケートの結果では、回答者の 95% 程度以上が「大変満足」もしくは「満足」と回答した。一方で、年単位での相談件数をみると、2021 年度は 106 件⁵、2022 年度は 102 件となった。また、図 1-7 InnoHub を知ったきっかけでは、「WEB 検索」が 41%、「人からの紹介」が 24% であった。InnoHub における支援提供への満足度は非常に高いといえる一方で、その相談件数は横ばいとなっている。InnoHub を知ったきっかけでは、「WEB 検索」や「人からの紹介」が多くなっていることから、次年度における InnoHub の利用者の増加に対応した方策としては以下が案として挙げられる。これらを通じ、InnoHub における支援の成果事例(InnoHub ホームページに掲載の記事)やヘルスケア領域にかかる情報等を広報・周知し、より多くのベンチャー企業等に InnoHub の存在を広く伝えるとともに、活用につなげていくことがベンチャー企業等の事業強化・新規参入の促進に貢献すると考えられる。

- InnoHub の SNS を活用した広報活動の拡充
 - InnoHub としてのアカウントを持つ Facebook や Twitter 等のツールを用いた広報活動等
- InnoHub アドバイザーのネットワークを活用した周知活動・InnoHub 利用促進
 - 現在 InnoHub における相談者からの相談対応を主としているアドバイザーについて、各領域における専門家、オピニオンリーダーとしての側面も有することから、アドバイザーとの連携を強化し、InnoHub 活用の促進に資する活動を実施
- JHeC や自治体等での関連イベントにおける InnoHub の周知活動の継続
 - 対面におけるイベント等が再開してきている。それらイベントとの連携を強化し、対面による InnoHub の広報を適切に実施
- MEDISO 等の他支援機関との連携を通じた支援対応の充実
 - (3)にて後述

(3) 他機関との連携

InnoHub がヘルスケアベンチャーエコシステムのネットワーク「Hub」として機能するためには、他の支援機関等と連携のうえ、その機能を相互補完し、事業を進めていくことが求められる。InnoHub では、サポーター団体といわれる企業や団体が 220 以上加盟しており、相談者のニーズに応じて、InnoHub 事務局よりそれらサポーター団体に対して、個別にアプローチをかけられるところが、最も特徴的かつ他の支援機関、公的支援サービスにはない機能である。

今年度も厚生労働省「医療系ベンチャー・トータルサポート事業(MEDISO)」とともに、相談内容に応じた相互紹介・連携や MEDISO が事務局である「ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット(JHVS2022)」への出展等を実施した。

次年度も引き続き MEDISO との連携を行い、互いに強みをアピールできるような支援、取組の実施が期待される。また、相談案件の連携にとどまらず、次年度は MEDISO 等との連携をより対外的にア

⁵経済産業省、令和3年度ヘルスケアサービス社会実装事業(イノベーション促進支援等事業)報告書、閲覧日 3 月 22 日、https://www.meti.go.jp/medi_lib/report/2021FY/000607.pdf

ピールし、連携のメリット等を含め、MEDISO の潜在利用者に InnoHub の広報周知を図る等を行うことで、1.5.3(2)InnoHub 利用者の増加を目指した方策にも対応したものとなることが期待される。

2. 「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト」の開催

「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト(以下 JHeC、今年度実施のコンテストを JHeC2023とする)」は、①ヘルスケア分野における課題解決に挑戦している優れた個人・団体・企業等の表彰を通して社会の認知度を上げ、②大企業・ベンチャーキャピタル等とのビジネスマッチングを促進することで、それらの個人・団体・企業等の成長を促すことを目的として開催するビジネスコンテストである。

2.1 企画・公募

2.1.1 応募・審査スケジュール

JHeC2023の応募および審査は、表 2-1 に示す通りに実施した。

表 2-1 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト 2023 応募・審査スケジュール

内容	日程
応募受付	2022 年 7 月 6 日(水)～2022 年 8 月 19 日(金)正午締切
書類審査結果通知	2022 年 9 月 16 日(金)
アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査	2022 年 10 月 19 日(水) 2022 年 10 月 20 日(木)
結果通知	2022 年 10 月 28 日(金)
最終プレゼン審査	2023 年 1 月 12 日(木)

2.1.2 応募内容

JHeC2023 では、昨年度と同様に、アイデアコンテスト部門とビジネスコンテスト部門の 2 部門制とした。アイデアコンテスト部門およびビジネスコンテスト部門の各部門の応募内容は以下の通りとした。

(1) アイデアコンテスト部門

アイデアコンテスト部門の募集内容は以下の通りとした。

健康・医療・介護などヘルスケア領域で、あなたが解決すべきだと考える課題と、その課題を解決するためのアイデアを広く募集します。アイデアの内容については、サービス・アプリケーション(ソフト)・機器(ハード)を問わず募集します。

(2) ビジネスコンテスト部門

ビジネスコンテスト部門の募集内容は以下の通りとした。

健康・医療・介護などのヘルスケア領域において、社会課題を解決し、ヘルスケアの未来を描き実現する新規事業を募集します。事業内容については、サービス・アプリケーション(ソ

フト)・機器(ハード)を問わず募集します。

2.1.3 応募資格

アイデアコンテスト部門およびビジネスコンテスト部門の各部門への応募に際しての資格要件は、以下の通りとした。

(1) アイデアコンテスト部門

- 応募時点でアイデアの事業化に係る法人格を有しない者(法人所属でも個人参加は可能)
- 主たる提案者が、製品・サービスなどのプロトタイプの有無に関わらず、将来的に起業を目指している(起業の具体的な予定有無は問わず、起業するマインドを有していること)、あるいは事業化を目指していること。※社会人・学生(年齢)は問わない。また、応募後に起業いただいても応募資格は喪失しない。
- ヘルスケア分野における課題の解決につながるアイデアを有していること。
- 『アイデアコンテスト』部門最終プレゼン審査(2022年10月19日実施)および表彰式(2023年1月12日実施)の全てに参加できること。
- 暴力団、暴力団員でないこと及びこれらと関係を有していないこと。

(2) ビジネスコンテスト部門

- 法人格を有する団体・企業及びそれらに所属するプロジェクトチーム、若しくは、個人事業主であること。
- ヘルスケア分野における社会課題の解決につながる製品・サービスのプロトタイプあるいは上市済みの製品・サービスを有していること。
- 一次プレゼン審査(2022年10月20日実施)、及び、最終プレゼン審査・表彰式(2023年1月12日実施)の全てに参加できること。
- 暴力団、暴力団員でないこと及びこれらと関係を有していないこと。

2.1.4 応募方法・応募受付

Healthcare Innovation Hub のウェブサイト⁶内に JHeC2023 ウェブサイト⁷を構築した⁸。応募者は、JHeC2023 ウェブサイトより応募要領およびエントリーシートを各自でダウンロードし、エントリーシートを作成した。応募者は作成したエントリーシートを JHeC2023 ウェブサイト内にリンクを設けた専用の応募フォームより提出した。

⁶ Healthcare Innovation Hub ウェブサイト, <https://healthcare-innohub.go.jp/>, 2023年1月23日閲覧

⁷ JHeC2023 ウェブサイト, <https://healthcare-innohub.go.jp/jhec2023>, 2023年1月23日閲覧

⁸ JHeC2023 ウェブサイトは応募受付の開始日である 2022年7月6日(水)に一般公開した。



図 2-1 JHeC2023 ウェブサイト(トップ画面)

出所)JHeC2023 ウェブサイト, <https://healthcare-innohub.go.jp/jhec2023>, 2022 年10月21日取得

図 2-2 JHeC2023 ウェブサイト(応募画面)

出所)JHeC2023 ウェブサイト, <https://healthcare-innohub.go.jp/jhec2023>, 2022年7月5日取得

2.1.5 応募者募集・広報

応募に関する周知を目的としてチラシ、メールマガジン、SNS 原稿等を作成し、InnoHub アドバイザーや大学等とのネットワークを活用して広報を行った。加えて、国内のベンチャー支援のエコシステム拠点や大学等の起業プログラムに対しても周知協力を呼び掛けた。

また、応募者への訴求力を高めるために、JHeC のこれまでの実績や応募のメリット、募集内容を簡

潔に理解できる募集概要資料⁹を作成し、JHeC2023ウェブサイトに掲載した。



経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

Japan Healthcare Business Contest

— JHeC2023 登壇者募集 — 2023

概要

今後、需要の拡大が見込まれるヘルスケア分野における課題を解決し、新たなビジネスにチャレンジする事業者の発掘・表彰とビジネスマッチングを促進することで、自立的な成長を促すことを目指し、ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト（JHeC）を開催します。本コンテストは2015年度より実施しており、今年度で8回目の開催となります。

主催：経済産業省 協力：厚生労働省

募集内容・スケジュール

アイデアコンテスト部門

健康・医療・介護などのヘルスケア領域において、あなたが解決すべきだと考える課題と、その課題を解決するためのアイデアを広く募集します。
(社会人・学生(年齢)は問いません。)

応募資格：法人格を有しない個人
※応募時点の状況。法人所属でも個人参加は可能。

応募	・ 2022年8月19日(金)正午締切 ウェブサイトよりエントリー
書類審査	・ 2022年9月中旬 全応募者へ結果を通知
最終審査	・ 2022年10月19日(水) 会場：都内会議室(日経クロスヘルス EXPO内でのライブ配信を予定)
表彰式	・ 2023年1月12日(木) 会場：大手町三井ホール プレゼンテーションの機会を提供予定

ビジネスコンテスト部門

健康・医療・介護などのヘルスケア領域において、社会課題を解決し、ヘルスケアの未来を描き実現する新規事業を募集します。

応募資格：法人格を有する団体等
※募集内容・応募資格等の詳細は「応募要領」をよくご確認ください。

応募	・ 2022年8月19日(金)正午締切 ウェブサイトよりエントリー
書類審査	・ 2022年9月中旬 全応募者へ結果を通知
一次審査	・ 2022年10月20日(木) 会場：都内会議室(日経クロスヘルス EXPO内でのライブ配信を予定)
最終審査 表彰式	・ 2023年1月12日(木) 会場：大手町三井ホール

募集締切 | 2022年8月19日(金)正午
応募方法 | JHeCウェブサイトよりエントリー
<https://healthcare-innohub.go.jp/jhec2023>



ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト2023事務局
e-mail : jhec.info@mlmri.co.jp URL : <https://healthcare-innohub.go.jp>

図 2-3 JHeC2023 応募者募集チラシ

⁹ JHeC2023ウェブサイト「JHeC2023募集概要」, https://healthcare-innohub.go.jp/wp-content/uploads/2022/07/jhec2023_application_summary.pdf、2023年1月23日閲覧



図 2-4 JHeC2023 募集概要(抜粋)

出所)JHeC2023ウェブサイト「JHeC2023募集概要」, https://healthcare-innohub.go.jp/wp-content/uploads/2022/07/jhec2023_application_summary.pdf、2023年1月 23 日閲覧

2.1.6 主な審査基準

審査は有識者等で構成される選考委員によって、以下の観点から審査を行った。

(1) アイデアコンテスト部門

- アイデアの独自性(着眼点が斬新であるか)
- アイデアの有用性(誰のどのような課題解決につながるのかが明確であるか)
- アイデアの実現性(アプローチが妥当で、実現性が見込めるか)
- 社会的課題に対するインパクト(アイデアの実現が社会課題の解決に貢献するか)

(2) ビジネスコンテスト部門

- 課題・ニーズ設定の的確性
- 社会的課題に対するインパクト
- 課題に対するソリューションの新規性、革新性
- ビジネスの成長性、将来性

2.1.7 審査員

ヘルスケア業界についての深い知見と実績を有する有識者より、審査員を選出した。審査員は一次プ

レゼン審査、最終プレゼン審査にて、セミファイナリストおよびファイナリストのプレゼンテーションに対する審査を行った。審査員は経済産業省と協議の上、表 2-2 および表 2-3 の通りに決定した。

表 2-2 JHeC2023 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査 審査員

No.	氏名(敬称略)	所属・役職	アイデア コンテスト部門	ビジネス コンテスト部門
1	青木 武士	株式会社キャピタルメディカ・ベン チャーズ 代表取締役		○
2	飯村 康夫	経済産業省 商務・サービスグループヘル スケア産業課 企画官	○	○
3	城野 洋一	インフォコム株式会社 デジタルヘルス コネクト 代表	○	
4	鈴木 大祐	ソニーベンチャーズ株式会社 シニア インベストメント ディレクター	○	
5	鈴木 はな絵	JIC ベンチャー・グロース・インベストメ ンツ株式会社 プリンシパル	○	○
6	濱崎 洋一郎	インフォコム株式会社 デジタルヘルス コネクト 副代表		○
7	山本 浩平	東京医科歯科大学医歯学総合研究科 人体病理学分野 シニアインノベーション プロモーター教員	○	○

*1:所属は10月19日当時

*2:氏名 50 音順

表 2-3 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門最終プレゼン審査 審査員及び講評者

	No.	氏名(敬称略)	所属・役職
審査員	1	大石 佳能子	株式会社メディヴァ 代表取締役社長
	2	加藤 浩晃	デジタルハリウッド大学大学院 特任教授 / 東京医科歯科大学 臨床 教授 / アイリス株式会社 共同創業者・取締役副社長 CSO / 医師
	3	木村 亮介	ライフタイムベンチャーズ 代表パートナー
	4	斉藤 正行	一般社団法人全国介護事業者連盟 理事長 / 一般社団法人日本介護 ベンチャー協会 代表理事
	5	高橋 俊一	一般社団法人ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン 事務局長
	6	西村 由美子	メディカル・ジャーナリスト
	7	松田 怜佳	JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社 パートナー
	8	守屋 実	株式会社守屋実事務所 代表取締役 / 新規事業家
講評者	1	鈴木 はな絵	JIC ベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社 プリンシパル
	2	山本 浩平	東京医科歯科大学医歯学総合研究科人体病理学分野 シニアインベ ーションプロモーター教員

*1:所属は最終プレゼン審査当時

*2:氏名 50 音順

2.1.8 サポート団体

ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト2023 へ登壇するベンチャー企業等のアイデアやビジネスの

成長を支援する企業・団体として、サポート団体を募集した¹⁰。JHeC2023 では 102 団体が登録した。

表 2-4 JHeC2023 サポート団体

No.	企業・団体名	No.	企業・団体名
1	株式会社アイキャット	52	高石市健幸のまちづくり協議会
2	IBM BlueHub	53	一般社団法人中国経済連合会
3	有限責任あずさ監査法人	54	公益財団法人中国地域創造研究センター
4	アステラス製薬株式会社	55	株式会社 TNP パートナース
5	渥美坂井法律事務所	56	DCI パートナース
6	アナログ・デバイスズ株式会社	57	株式会社 DG Daiwa Ventures
7	株式会社アビタシオン	58	帝人ファーマ株式会社
8	株式会社アマテラス	59	株式会社デフタ・キャピタル
9	ANRI	60	テルモ株式会社
10	EY 新日本有限責任監査法人	61	国立大学法人東京医科歯科大学
11	伊藤忠商事株式会社	62	東京海上日動火災保険株式会社
12	医療 AI プラットフォーム技術研究組合	63	東京女子医科大学 先端工学外科学
13	医療系ベンチャー・トータルサポートオフィス (MEDISO)	64	東北大学・オープンイノベーション戦略機構
14	一般社団法人医療データベース協会	65	東洋紡株式会社
15	インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社	66	豊田市
16	ウェルネスバレー推進協議会	67	トヨタ自動車株式会社
17	宇部市	68	新潟ベンチャーキャピタル株式会社
18	エア・ウォーター株式会社	69	株式会社ニコリオ
19	エイトローズベンチャーズジャパン	70	株式会社日本医療機器開発機構
20	SMBC 日興証券株式会社	71	一般社団法人日本医療機器産業連合会
21	MS&AD インシュアランスグループホールディングス株式会社	72	一般財団法人日本規格協会
22	大塚製薬株式会社	73	一般社団法人日本スタートアップ支援協会
23	株式会社沖縄 TLO	74	一般社団法人日本セルフケア推進協議会
24	小野デジタルヘルス投資合同会社	75	公益財団法人日本ヘルスケア協会
25	小野薬品工業株式会社	76	株式会社博報堂
26	カイゲンファーマ株式会社	77	八王子市
27	キーヴィット・サイエンティフィック	78	阪急阪神ホールディングス株式会社
28	京セラ株式会社	79	広島県 商工労働局
29	公益財団法人京都高度技術研究所	80	株式会社 FUNDINNO
30	株式会社 グロービッツ ・ジャパン	81	医療法人社団プラタナス

¹⁰ サポート団体は、登壇企業との面談や具体的なコラボレーション、副賞・サポート団体賞等の機会提供により、登壇者の成長を支援する。

No.	企業・団体名	No.	企業・団体名
31	株式会社慶應イノベーション・イニシアティブ	82	古橋総合法律事務所
32	神戸市 企画調整局	83	プレモパートナー株式会社
33	興和株式会社	84	株式会社 HORBAL
34	Co-Studio 株式会社	85	一般財団法人松本ヘルス・ラボ
35	国立研究開発法人国立循環器病研究センター	86	株式会社 Michele
36	さつきアドバイザー株式会社	87	株式会社みずほ銀行
37	札幌市	88	未病産業研究会(神奈川県)
38	弁護士法人 GVA 法律事務所	89	MINLABO
39	株式会社 JTB 総合研究所	90	明治安田生命保険相互会社
40	JPRO	91	株式会社メディヴァ
41	島根県産業振興課	92	株式会社メディカルプリンシプル社
42	JOHNAN 株式会社	93	山口県
43	住友生命保険相互会社	94	山本特許法律事務所
44	法律事務所 ZeLo・外国法共同事業	95	株式会社よんやく
45	株式会社ゼロワンブースター	96	ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン(LINK-J)
46	社会福祉法人 善光会	97	株式会社理研鼎業
47	仙台フィンランド健康福祉センター	98	株式会社 LYST
48	センチュリーメディカル株式会社	99	LIP.横浜(横浜市経済局)
49	SOMPO ホールディングス株式会社	100	株式会社ルネサンス
50	第一生命保険株式会社	101	ロート製薬株式会社
51	大同生命保険株式会社	102	早稲田大学ベンチャーズ株式会社

*1:企業・団体名は登録当時

*2:企業名 50 音順

2.1.9 連携イベント

ヘルスケア分野のビジネス活性化に関わるコンテストやビジネスマッチング、キャンプ・アクセラレーション等のイベントを連携イベントとして募集した¹¹。JHeC2023では16 イベントが登録した。

表 2-5 JHeC2023 連携イベント

No.	連携イベント名	URL
1	ヘルスケア IT 2023	https://www.care-show.com/healthit/
2	第7回健康医療ベンチャー大賞	https://www.keio-antre.com/

¹¹ JHeC と連携イベントが相互にイベントの広報・情報発信を行うことによる集客増、および応募者に対する多様な関連イベントに触れる機会の提供を目的として実施した。

No.	連携イベント名	URL
3	Healthtech/SUM	https://www.healthtechsum.jp/
4	健康博覧会	https://www.this.ne.jp/
5	ジェンダード・イノベーション EXPO	https://www.this.ne.jp/gie/
6	X-DOJO 2023W	https://x-vc.jp/
7	ウェルネスバレー版アイデアボックス	https://www.city.obu.aichi.jp/wv/wv_info/1005998/1011819/index.html
8	HVC KYOTO 2022	https://www.krp.co.jp/hvckyoto/
9	WOMB Business Incubator	https://womb.site/
10	日経クロスヘルス EXPO 2022	https://events.nikkeibp.co.jp/xhealth/2022/
11	第4回ヘルスケアベンチャー大賞	https://www.ko-karei.com/healthcare-v/
12	ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット 2022	https://mediso.mhlw.go.jp/jhvs2022/
13	MEDISO	https://mediso.mhlw.go.jp/
14	BioJapan 2022	https://jcd-expo.jp/ja/
15	healthTECH JAPAN 2022	https://jcd-expo.jp/ja/healthtech-lp-visitor.html
16	LINK-J	https://www.link-j.org/event/?category=events-main

*1:イベント名は登録当時

*2:掲載順

2.2 書類選考

2.2.1 実施概要

JHeC2023の応募総数は124件であり、内アイデアコンテスト部門が44件、ビジネスコンテスト部門が80件であった。

アイデアコンテスト部門およびビジネスコンテスト部門の応募書類を審査対象として、応募要項に記載した審査基準を基に書類審査を行った。事前のスクリーニング審査を行った後、主催である経済産業省との協議の上、アイデアコンテスト部門より11名、ビジネスコンテスト部門より15社を通過者として選定した。

2.2.2 応募者情報の集計

(1) 応募件数の推移

JHeC2023では、各部門の応募数、合計数ともに過去3番目の応募件数であった。

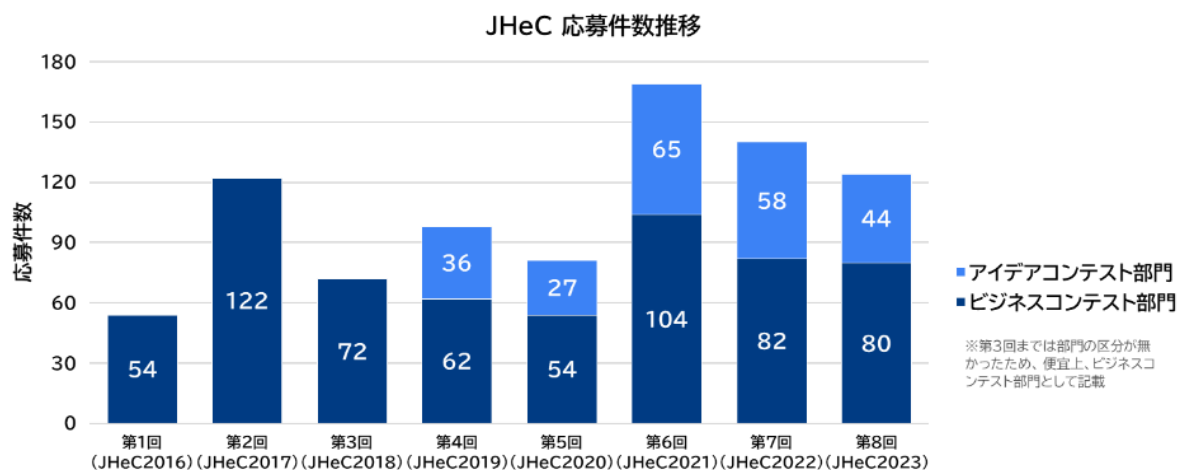


図 2-5 ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト応募件数推移

出所)JHeC2016～2021 の応募件数は経済産業省からの提供資料を参照

(2) 応募者の居住地域

応募者の居住地域は、関東地方が最も多く、次いで近畿地方であった。

表 2-6 JHeC2023 応募件数(地域別)

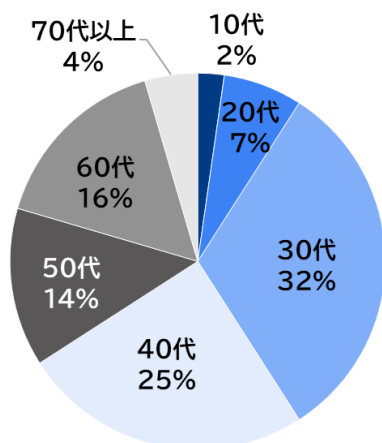
単位:件

応募者 居住地域	応募件数		
	両部門合計	アイデアコンテスト部門	ビジネスコンテスト部門
総計	124	44	80
北海道地方	0	0	0
東北地方	4	2	2
関東地方	68	22	46
中部地方	10	3	7
近畿地方	25	11	14
中国地方	3	2	1
四国地方	4	1	3
九州沖縄地方	9	2	7
海外	1	1	0

(3) 応募者の年代

応募者の年齢層について、アイデアコンテスト部門は 30 代が最も多く 32%、ついで 40 代が 25% であった。また 10 代や 70 代以上からの応募もあった。ビジネスコンテスト部門は 40 代が 29%、30 代が 27%と僅差で、ついで50代が14%であった。また、20代と60代は同率の11%であった。

JHeC2023 応募件数(年齢層別)
:アイデアコンテスト部門[N=44, SA]



JHeC2023 応募件数(年齢層別)
:ビジネスコンテスト部門[N=80, SA]

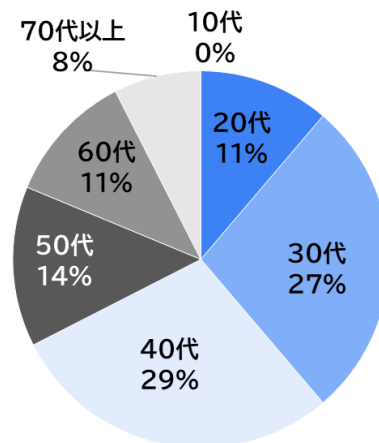


図 2-6 JHeC2023 応募件数(年代別)

(4) 応募内容の分野等¹²

応募アイデアまたはビジネスの分野について、両部門合計では自己管理、医業支援が同数、ついで健康経営と続いた。アイデアコンテスト部門では、メンタルヘルスが最も多く、続いて自己管理、自立支援が同数であった。ビジネスコンテスト部門では、多いものから医業支援、健康経営、自己管理であった。

JHeC2023 アイデア/ビジネスの【分野】
:複数回答[N=124, MA]

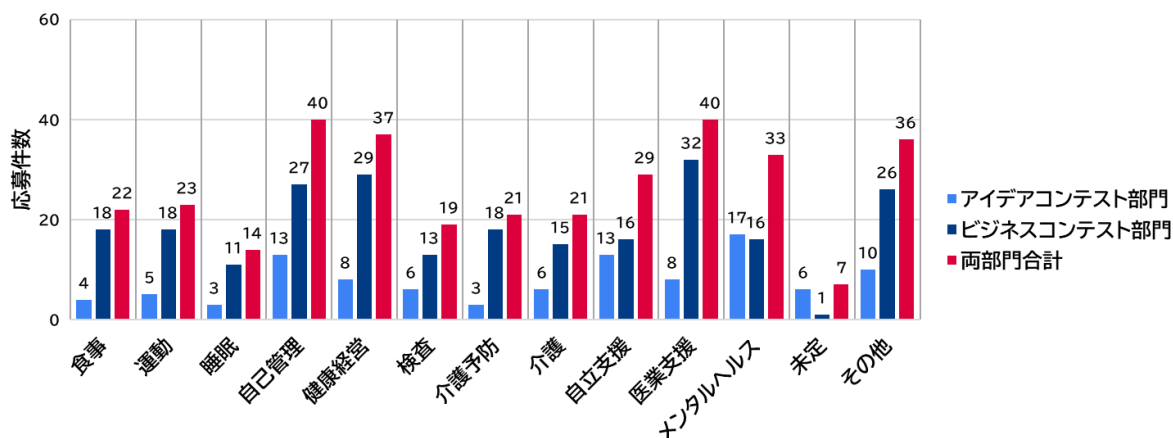


図 2-7 JHeC2023 応募件数(分野別)

応募アイデアまたはビジネスの提供内容については、両部門合計では多いものからサービス、アプリ・ソフト、機器・デバイスであった。アイデアコンテスト部門では、多いものからアプリ・ソフト、サービス、機器・デバイスであった。ビジネスコンテスト部門では、多いものからサービス、アプリ・ソフト、機器・デバイスであった。

¹² 図表内の、SA は単一回答形式、MA は複数回答形式、を示す。以降、同様。

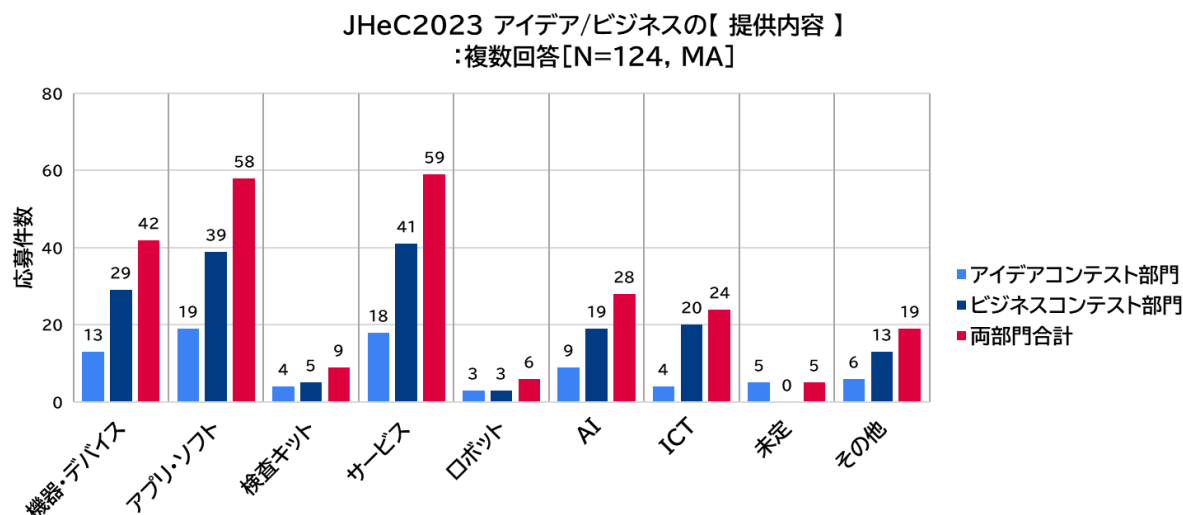


図 2-8 JHeC2023 応募件数(提供内容別)

応募アイデアまたはビジネスの提供先については、両部門合計では多いものから医療機関、個人、事業者(健康経営)、であった。アイデアコンテスト部門では、多いものから医療機関、個人、事業者(健康経営)であった。ビジネスコンテスト部門では、多いものから医療機関、ついで同数の事業者(健康経営)、個人であった。

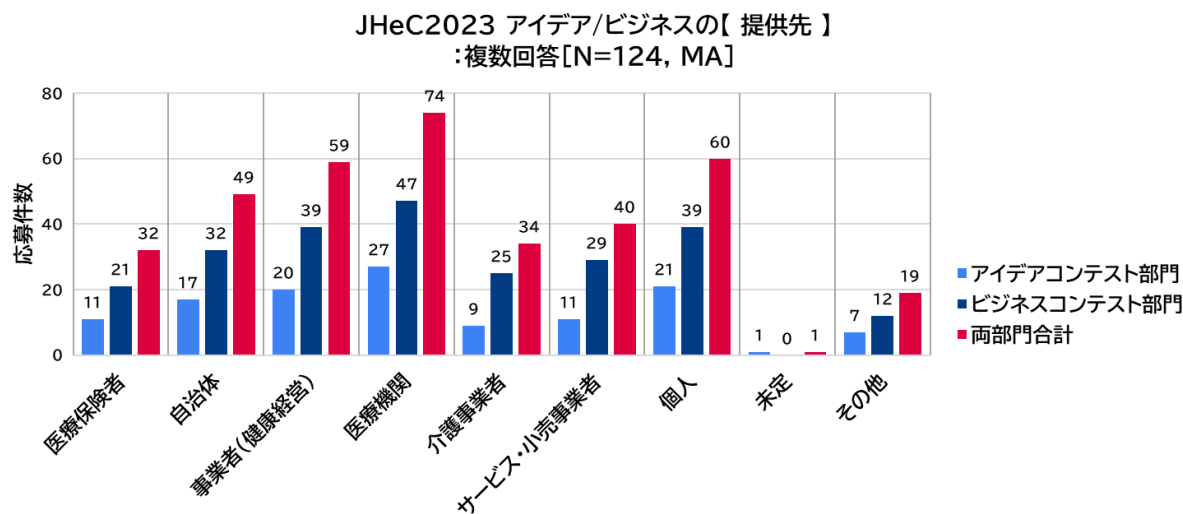


図 2-9 JHeC2023 応募件数(提供先別)

(5) 応募者が JHeC を知ったきっかけ

応募者が JHeC を知ったきっかけについて、WEB 検索が最も多く、次いで人からの紹介、その他、各種 SNS(Facebook, Twitter 等)であった。「その他」の詳細としては、InnoHub や LINK-J 等からのメール、所属大学からの紹介が挙げられた。

JHeC2023 応募者がJHeCを知ったきっかけ
:複数回答[N=124, MA]

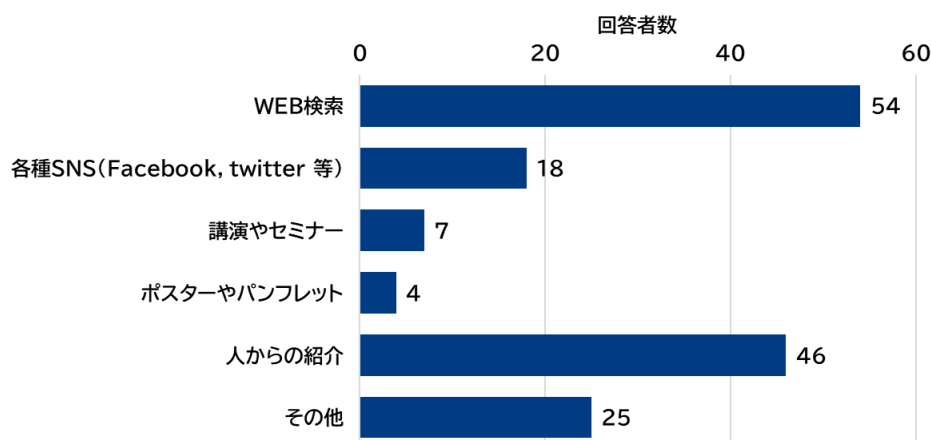


図 2-10 JHeC を知ったきっかけ(応募者)

2.3 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査の企画・運営

2.3.1 開催概要

JHeC2023のアイデアコンテスト部門最終プレゼン審査とビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査は、株式会社日経 BP 主催の日経クロスヘルス EXPO2022¹³内において公開審査として、2 日間開催した¹⁴。審査会は TKP ガーデンシティ PREMIUM 京橋で実施し、審査会の模様は日経クロスヘルス EXPO 内でライブ配信を行った。

表 2-7 JHeC2023 審査会 開催概要

日時	2022 年 10 月 19 日(水)14:00 – 17:00:アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査 2022 年 10 月 20 日(木)14:00 – 17:30:ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査
会場	TKP ガーデンシティ PREMIUM 京橋 (日経クロスヘルス EXPO2022 内(オンライン開催)にてライブ配信)
主催	経済産業省
協力	厚生労働省
参加費用	無料
開催方法	会場現地及びライブ配信のハイブリッド開催

¹³ 日経クロスヘルス EXPO2022ウェブサイト, <https://expo.nikkeibp.co.jp/xhealth/ex/>、2022 年 11 月 28 日閲覧

¹⁴ 日経クロスヘルス EXPO2022はオンラインで開催され、事前登録制で無料配信が行われた。会期終了後の 2022 年 10 月 24 日(月)～11 月 6 日(日)の間、アーカイブ配信が行われた。

当日視聴者数 ¹⁵	● アイデアコンテスト部門:289 名(最大同時接続数:98 名) ● ビジネスコンテスト部門:257 名(最大同時接続数:75 名)
アーカイブ配信	2022 年 10 月 24 日(月)～11 月 6 日(日) ※日経クロスヘルス EXPO2022 内で公開
実施体制	株式会社日経 BP 連携して開催。特に下記は日経 BP にて実施した。 ● オンライン視聴者申込受付用ウェブページの作成、申込受付・対応 ● 当日の審査会場での撮影、オンライン登壇者との接続、およびライブ配信

アイデアコンテスト部門の最終プレゼン審査は2022年10月19日に表 2-8 に示すタイムテーブルに沿って実施した。ビジネスコンテスト部門の一次プレゼン審査は 2022 年 10 月 20 日に表 2-9 に示すタイムテーブルに沿って実施した。

表 2-8 JHeC2023 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査プログラム

時間	プログラム
14:00 ～ 14:01	開会
14:01 ～ 14:04	挨拶
14:04 ～ 14:06	審査員紹介
14:06 ～ 14:52	プレゼンテーション:4 名
14:52 ～ 15:10	休憩
15:10 ～ 15:56	プレゼンテーション:4 名
15:56 ～ 16:10	休憩
16:10 ～ 16:44	プレゼンテーション:3 名

表 2-9 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査プログラム

時間	プログラム
14:00 ～ 14:01	開会
14:01 ～ 14:04	挨拶
14:04 ～ 14:06	審査員紹介
14:06 ～ 15:04	プレゼンテーション:5 社
15:04 ～ 15:15	休憩
15:15 ～ 16:13	プレゼンテーション:5 社
16:13 ～ 16:30	休憩
16:30 ～ 17:28	プレゼンテーション:5 社

一般視聴者は、日経クロスヘルス EXPO2022 内のウェブページより視聴登録を行い、当該ページより一次プレゼン審査をオンラインで視聴した。また、2022 年 10 月 24 日(月)～11 月 6 日(日)の間、日経クロスヘルス EXPO2022 内のウェブページにおいてアーカイブ配信が行われた。

¹⁵ 視聴者数は全て本番配信時の数であり、同一人物の再接続による再カウントを含む。また、関係者による視聴数を含む。アーカイブ視聴者数は含まない。



図 2-11 JHeC2023 最終プレゼン審査、一次プレゼン審査 配信の様子¹⁶

2.3.2 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査、ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査の結果

アイデアコンテスト部門より11名、ビジネスコンテスト部門より 15 社がプレゼンテーションを実施した。両部門共通して、6 分間のプレゼンテーションの後、審査員による 4 分間の質疑応答を行い、審査員は審査基準に基づいて採点を行った。

表 2-10 JHeC2023 アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査登壇者

登壇順	氏名(敬称略)	所属・役職	発表タイトル
1	中村 則雄	-	認知症を予防する補聴器の再発明
2	河野 和晴	山形大学	心不全パンデミックに対応する心臓超音波検査自動化ロボットシステム
3	菅原 恭子	株式会社口バの耳	知的障がい児童の音楽と映像を組み合わせた発語プログラムの開発事業
4	竹下 幸男	山口大学医学部血液脳神経関門先進病態創薬研究講座/ 山口大学大学院医学系研究科臨床神経学講座	脳創薬の game-changer となるヒト血液脳関門モデルサービスの事業化
5	延澤 めい菜	大阪府立天王寺高等学校	音で守る、未来の健康
6	小川 朝生	国立がん研究センター	病棟看護の負担を軽減するせん妄対応支援プログラムの開発
7	榎本 慎太郎	-	AI を活用したより患者に寄り添った乳房再建手術の提案
8	宮崎 竜二	社会福祉法人保誠会	『介護リスク可視化』による介護事故削減と介護の質向上システム
9	今井 必生	大橋クリニック、京都大学医学研究科健康増進・行動学分野	人手を介さないカウンセリング:モビ(Mobile + Movie)セラピー「強迫さようなら」編
10	唐杉 慶一	-	救急現場での一酸化炭素中毒治療を可能とする解毒剤「hemoCD」
11	山岡 哲二	国立循環器病研究センター	ダチョウ頸動脈由来脱細胞化小口径人工血管を活用した下肢血行再建の実現

¹⁶ ライブ配信は、配信プラットフォームである Vimeo において配信した。視聴登録者は、日経クロスヘルス EXPO2022 ウェブサイト内にある配信先リンクをクリックして、Vimeo 上で視聴した。

*1:所属、発表タイトルは一次プレゼン審査開催当時

表 2-11 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査登壇者

登壇順	氏名(敬称略)	所属・役職	発表タイトル
1	和田 康宏	株式会社マリス creative design	高齢者、障がい者の安心・安全な歩行を実現する seeker の開発
2	高原 千晶	株式会社 Genon	皮膚科の診療を早く正確にする診療補助アプリ「ヒフメド」を開発
3	下村 景太	F. MED株式会社	直径1mmの血管吻合を支援するマイクロサージャリー支援ロボットの開発
4	加藤 竜司	株式会社 Quastella	セルインダストリーの産業革命へ～世界で一番難しいものづくりの実現～
5	田中 康雅	株式会社パパゲーノ	精神疾患等のリカバリーストーリーを二次創作で広める WEB サービス「Papageno」
6	寺尾 友宏	セルフファクター株式会社	再生医療3要素+1の本格社会実装～ポストコロナ、難病から先制医療まで～
7	盛本 修司	株式会社モリモト医薬	医薬品包装による社会課題を解決できる次世代錠剤包装の普及を目指す
8	山中 享	LOOVIC 株式会社	空間認知が苦手な人向けの、移動の概念を変えるハンズフリーフィジカルナビ
9	松田 和洋	エムバイオテック株式会社	マイコプラズマ感染症予防未病医療 DX の実現に向けた AI 診断治療プログラムの事業開発
10	荒川 信行	セレイドセラピューティクス株式会社	「細胞で未来を変える」白血病治療に向けた次世代の細胞治療製品の開発
11	矢本 あや	株式会社 ACCELStars	世界最高水準の睡眠測定アルゴリズム「ACCEL」を活用した睡眠エコシステムの構築
12	赤平 大	株式会社 voice and peace	gifted・発達障害支援者向け動画メディア incluvox《インクルボックス》
13	森谷 幸平	株式会社 WizWe	1名1ヶ月200円で人による伴走を提供。三日坊主を防止し人生100年時代の健康増進を実現
14	池辺 諒	株式会社 Medi-LX	看護代替実習ツール:教育用電子カルテ「Medi-EYE」
15	猪川 崇輝	株式会社 Buzzreach	テクノロジーの力で新薬開発プロセスを効率化する治験 DX プラットフォーム『puzz』

*1:所属、発表タイトルは一次プレゼン審査開催当時

審査実施後に、審査員による審査会を実施した。各審査員による採点結果から登壇者の順位付けを行い、アイデアコンテスト部門の上位3名を優秀賞として選定した。また、JHeC として奨励に値するとして、1名を特別賞に選定した。ビジネスコンテスト部門は上位5社をファイナリストとして選定した。

表 2-12 JHeC2023 アイデアコンテスト部門結果

部門	結果	登壇者氏名(敬称略)
アイデア コンテスト 部門	優秀賞	唐杉 慶一
	優秀賞	竹下 幸男
	優秀賞	山岡 哲二
	特別賞	延澤 めい菜

表 2-13 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門一次プレゼン審査通過者(ファイナリスト)

部門	登壇企業
ビジネス コンテスト 部門	セルフファクター株式会社
	株式会社 Medi LX
	株式会社 WizWe
	株式会社 Buzzreach
	セレイドセラピューティクス株式会社

2.3.3 一次プレゼン審査のメディア掲載

一次プレゼン審査の開催の様子は、株式会社日経 BP(日経 BP 総合研究所)が発信する、「健康・医療分野でイノベーションを起こしたい人に向けたメディア¹⁷⁾」をコンセプトとして発信するウェブメディアである「Beyond Health」において記事として取り上げられた。

- アイデアコンテスト部門:Beyond Health「11 のアイデアが競演した経産省ビジコン、受賞者に輝いたのは？」(2022 年 11 月 11 日)¹⁸⁾
- ビジネスコンテスト部門:Beyond Health「経産省ビジコン 8 代目王者は誰の手に？15 社中 5 社が一次審査を通過」(2022 年 11 月 15 日)¹⁹⁾

2.4 アイデアコンテスト部門受賞者への助言

アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査実施後、特別賞受賞者の延澤氏からの要望を受け、翌年1月12日(木)で実施する受賞者によるプレゼンテーションの準備のための支援を実施した。延澤氏は高齢者に対して水分摂取を促すアイデアに関する発表であったが、アイデアコンテスト部門最終プレゼン審査の際に審査員の山本氏からは、慢性心不全患者は水分の過剰摂取により状態が悪化するという例を交え、水分摂取を促す高齢者群に注意が必要であるとの指摘がなされていた。そこで、審査員で、InnoHub アドバイザーである山本氏の協力のもと、延澤氏への助言面談を実施した。面談では山本氏より過剰な水分摂取を避けるべき患者についての説明、およびオーラルフレイルと水分摂取と因果関係についての正しい理解にむけた説明を実施した。また、水分摂取を促した後の高齢者の実際の水分摂取のモニタリング方法について、延澤氏のアイデアを基にディスカッションを行った。助言面談を受けて、延澤氏にて発表タイトルおよび発表資料の更新が行われた。

¹⁷⁾ 株式会社日経 BP「Web サイト「Beyond Health」、5 月 14 日始動」,
<https://www.nikkeibp.co.jp/atcl/newsrelease/corp/20190514/>、2022 年 12 月 15 日閲覧

¹⁸⁾ Beyond Health「11 のアイデアが競演した経産省ビジコン、受賞者に輝いたのは？」(2022 年 11 月 11 日),
<https://project.nikkeibp.co.jp/behealth/atcl/news/00004/111000006/>、2022 年 12 月 15 日閲覧

¹⁹⁾ Beyond Health「経産省ビジコン 8 代目王者は誰の手に？15 社中 5 社が一次審査を通過」(2022 年 11 月 15 日),
<https://project.nikkeibp.co.jp/behealth/atcl/news/00004/111400008/>、2022 年 12 月 15 日閲覧

2.5 最終プレゼン審査の企画・運営

2.5.1 開催概要

JHeC2023 最終プレゼン審査を 2023 年 1 月 12 日(木)に開催した。新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を考慮し、現地参加は登壇者、審査員、および一部のサポート団体に限定し、その他のサポート団体、一般視聴者はオンライン参加(ライブ配信)とした。

表 2-14 JHeC2023 最終プレゼン審査 開催概要

日時	2023 年 1 月 12 日(木)13:00～17:30
会場	大手町三井ホール ²⁰
主催	経済産業省
協力	厚生労働省
参加費用	無料
開催方法	会場現地及びライブ配信のハイブリッド開催
当日視聴者数	総視聴者数 1,076 名 ²¹ (最大同時接続数:234 名)
来場者数	総来場者数:57 名 ²² (サポート団体関係者数:41 名／登壇者関係者数:10 名／主催者関係者数:6 名)
アーカイブ配信	2023 年 1 月 27 日(金)配信開始

最終プレゼン審査は、表 2-15 に示すタイムテーブルに沿って実施した。

最終プレゼン審査には、書類審査および一次プレゼン審査での選考を通過したビジネスコンテスト部門5社が登壇した。また、昨年 10 月に開催したアイデアコンテスト部門最終審査の受賞者4名によるプレゼンテーションを実施した。なお、今年度は審査員を9名、講評者を 2 名迎えた。

全登壇者のプレゼンテーション終了後、サポート団体による応援表明(応援したいと思うファイナリストに対する手挙げ)を実施した。サポート団体は会場現地とオンライン参加のハイブリッド形式での参加となったため、応援表明は全てウェブフォームを通じて集計した。応援表明の結果は後日ファイナリストへ共有し、ファイナリストの希望に応じてマッチングを行った。

今年度は両部門の登壇者によるパネル展示(Ask the Speaker & Networking)を企画し、登壇者と来場したサポート団体との交流を図った。また、ホール内では昨年度のグランプリ受賞者によるプレゼンテーション映像を放映した。

²⁰ 大手町三井ホールウェブサイト, <https://www.otemachi-hall.jp/>、2023 年 1 月 17 日閲覧

²¹ 総視聴者数は本番配信時の数であり、同一人物の再接続による再カウントを含む。また、関係者による視聴数を含む。アーカイブ視聴者数は含まない。

²² 総来場者数は登壇者、審査員、講評者、プレスを除いた数である。

表 2-15 JHeC2023 最終プレゼン審査プログラム

時間	プログラム
13:00 ～ 13:15	オープニング
13:15 ～ 14:40	ビジネスコンテスト部門 ファイナリスト プレゼンテーション
14:40 ～ 15:00	休憩
15:00 ～ 15:50	アイデアコンテスト部門 受賞者 プレゼンテーション
15:50 ～ 16:00	休憩
16:00 ～ 16:45	パネル展示(Ask the Speaker & Networking)
16:45 ～ 17:00	休憩
17:00 ～ 17:25	表彰式
17:25 ～ 17:30	クロージング

オンライン参加したサポート団体および一般視聴者は、最終プレゼン審査の特設サイトより会場からのライブ配信を視聴した。また、最終プレゼン審査終了後、ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテストのYouTube チャンネル²³においてアーカイブ動画を公開した。

2.5.2 登壇者(ファイナリスト・受賞者)

書類審査及び一次プレゼン審査を通過したビジネスコンテスト部門のファイナリスト5社、アイデアコンテスト部門の受賞者4名によるプレゼンテーションを実施した。両部門共通して、登壇者による8分間のプレゼンテーションの後、ビジネスコンテスト部門のファイナリストは審査員による 7 分間の質疑応答を行い、各審査員は審査基準に基づいて採点を行った。一方、アイデアコンテスト部門の受賞者は3分間の講評の時間を設けた。

いずれの登壇者も現地にてプレゼンテーションを発表した。

表 2-16 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門登壇者(ファイナリスト)

登壇順	氏名(敬称略)	所属・役職	発表タイトル
1	寺尾 友宏	セルファクター株式会社	「細胞から骨を育てる」独自技術で再生医療を社会実装。～難病・大腿骨頭壊死症の克服から先制医療まで～
2	池辺 諒	株式会社 Medi LX	看護代替実習ツール:教育用電子カルテ「Medi EYE」
3	森谷 幸平	株式会社 WizWe	習慣化プラットフォーム「Smart Habit」で、未病予防領域の習慣改善をサポート
4	猪川 崇輝	株式会社 Buzzreach	治験テックスタートアップが変える、10年後、20年後の新薬開発(治験)の未来。
5	荒川 信行	セレイドセラピューティクス株式会社	「細胞で未来を変える」白血病治療に向けた次世代の細胞治療製品の開発

*1:所属、発表タイトルは最終プレゼン審査当時

²³ YouTube「ジャパン・ヘルスケアビジネスコンテスト - JHeC」,
<https://www.youtube.com/channel/UCHVUIRKzYNEV4WYTxhkIkIA> 2023 年 1 月 27 日取得

表 2-17 JHeC2023 アイデアコンテスト部門登壇者(受賞者)

登壇順	氏名(敬称略)	所属・役職	発表タイトル
1	唐杉 慶一	-	救急現場での一酸化炭素中毒治療を可能とする解毒剤「hemoCD」
2	竹下 幸男	山口大学医学部血液脳神経 関門先進病態創薬研究講座/ 山口大学大学院医学系研究 科臨床神経学講座	脳創薬の game changer となるヒト血液脳 関門モデルサービスの事業化
3	山岡 哲二	国立循環器病研究センター	ダチョウ頸動脈由来脱細胞化小口径人工血 管を活用した下肢血行再建の実現
4	延澤 めい菜	大阪府立天王寺高等学校	音で守る、未来の健康－超高齢社会におけ る新しい水分摂取のかたち－

*1:所属、発表タイトルは最終プレゼン審査当時

2.5.3 パネル展示(Ask the Speaker & Networking)

ホワイエでパネル展示(Ask the Speaker & Networking)を実施した。登壇者ごとにパネルを掲示したブースを設置し、来場者と直接コミュニケーションをとり交流する機会を設けた。



図 2-12 Ask the Speaker & Networking の様子

2.5.4 サポート団体による札上げの実施

各部門のプレゼンテーション終了後の休憩時間を利用して、Web 上のフォームにてサポート団体代表者²⁴が応援したい登壇者に投票する札上げを実施した。サポート団体による札上げの実施結果は表彰式の際に公開した。各登壇者に対して札上げを行った企業・団体数は下表の通り。

表 2-18 JHeC2023 札上げ実施結果

部門	登壇順	登壇企業・登壇者氏名(敬称略)	札上げた企業・団体数
ビジネス部門 コンテスト	1	セルファクター株式会社	36
	2	株式会社 Medi LX	23
	3	株式会社 WizWe	48
	4	株式会社 Buzzreach	25
	5	セレイドセラピューティクス株式会社	19
アイデア部門 コンテスト	1	唐杉 慶一	28
	2	竹下 幸男	21
	3	山岡 哲二	20
	4	延澤 めい菜	33

2.5.5 グランプリ表彰式

登壇者によるプレゼンテーション終了後、ビジネスコンテスト部門は審査員による採点の結果から登壇者の順位付けを行い、平均点が最も高い者をグランプリとして選出した。

審査員による採点の結果、ビジネスコンテスト部門のグランプリはセレイドセラピューティクス株式会社が受賞し、その他の4社は優秀賞を受賞した。アイデアコンテスト部門は、昨年 10 月に開催した最終審査で選出された3名が優秀賞を受賞し、1名が特別賞を受賞した。

表 2-19 JHeC2023 ビジネスコンテスト部門、アイデアコンテスト部門結果

部門	結果	登壇企業・登壇者氏名(敬称略)
ビジネス部門 コンテスト	グランプリ	セレイドセラピューティクス株式会社
	優秀賞	セルファクター株式会社
	優秀賞	株式会社 Medi LX
	優秀賞	株式会社 WizWe
	優秀賞	株式会社 Buzzreach
アイデア部門 コンテスト	優秀賞	唐杉 慶一
	優秀賞	竹下 幸男
	優秀賞	山岡 哲二
	特別賞	延澤 めい菜

²⁴ 各サポート団体には、登壇者への応援表明をするための代表者 1 名を事前に選定していただいた。



図 2-13 グランプリ表彰式の様子(ビジネスコンテスト部門)
(左:経済産業省 茂木正 氏、右:セレイドセラピューティクス株式会 荒川信行 氏)



図 2-14 優秀賞表彰式の様子(アイデアコンテスト部門)
(左:経済産業省 茂木正 氏、右:唐杉慶一 氏)

2.5.6 副賞・サポート団体賞

グランプリへ贈られる副賞、及び、サポート団体が独自に選出したファイナリストへ贈るサポート団体賞について、サポート団体より募集を行った。最終的に次の通り、副賞・サポート団体賞が贈呈された。

表 2-20 JHeC2023 副賞・サポート団体賞

賞	提供団体	提供内容	受賞者
副賞	有限責任あずさ監査法人	一定期間のアドバイザリーサービス利用権	セレイドセラピューティクス株式会社
副賞	株式会社デフタ・キャピタル	デフタ・キャピタル オフィス内インキュベーションスペース利用権	セレイドセラピューティクス株式会社
副賞	弁護士法人 GVA 法律事務所	法務サービス利用権(20 万円相当)	セレイドセラピューティクス株式会社
サポート団体賞	有限責任あずさ監査法人	メンタリング参加権	山岡 哲二氏 セルフファクター株式会社 セレイドセラピューティクス株式会社
サポート団体賞	キーヴィット・サイエンティフィック	海外販路拡大、海外進出、アライアンス探索のサポート利用権	セルフファクター株式会社
サポート団体賞	一般社団法人ライフサイエンス・イノベーション・ネットワーク・ジャパン(LINK-J)	LINK-J 入会特典(入会金免除、年会費 1 年分無料)	唐杉 慶一氏 竹下 幸男氏 山岡 哲二氏 株式会社 WizWe セルフファクター株式会社 セレイドセラピューティクス株式会社 株式会社 Buzzreach 株式会社 Medi-LX
サポート団体賞	インフォーママーケットツジャパン株式会社	ヘルスケア、ライフサイエンス関連イベント、メディアでの PR 機会の提供	全ファイナリスト
サポート団体賞	株式会社アマテラス	アマテラス・リクルーティングサービスの利用権(75 万円相当)	株式会社 WizWe
サポート団体賞	国立大学法人東京医科歯科大学	TMDU Innovation Park【TIP】利用券1年分	セルフファクター株式会社 セレイドセラピューティクス株式会社
サポート団体賞	一般社団法人日本スタートアップ支援協会	ピッチイベントへの優先登壇権	株式会社 WizWe
サポート団体賞	弁護士法人 GVA 法律事務所	ビジネスモデルのリーガルチェックサービス利用権	延澤 めい菜氏 株式会社 WizWe 株式会社 Buzzreach
サポート団体賞	さつきアドバイザリー株式会社	経営管理や資金調達に関する初期無料相談権	ビジネスコンテスト部門全ファイナリスト
サポート団体賞	IBM Blue Hub	IBM Blue Hub メンタリングセッション	延澤 めい菜氏 株式会社 WizWe
サポート団体賞	住友生命保険相互会社	タネから育てたオーガニックコットンによるオリジナルチーム T シャツ作成権	株式会社 WizWe

2.5.7 一般視聴登録者

一般視聴者はウェブフォームより事前登録を行い、当日は最終プレゼン審査の特設サイトより会場からのライブ配信を視聴した。一般視聴登録は 2022 年 11 月 25 日～2023 年 1 月 12 日の間受け付け、396 件²⁵の登録があった。

(1) 所属先種別²⁶

一般視聴登録者の 4 割近くは大企業関係者であった。これは大企業も多く登録するサポート団体の関係者も視聴登録をした結果が反映されていると推察される。続いて、ベンチャー企業、官公庁地方公共団体、中小企業、その他、大学研究機関の順に登録があった。

全体として、多様な所属先に属する視聴者に対してファイナリストの露出機会を創出することができたと言える。

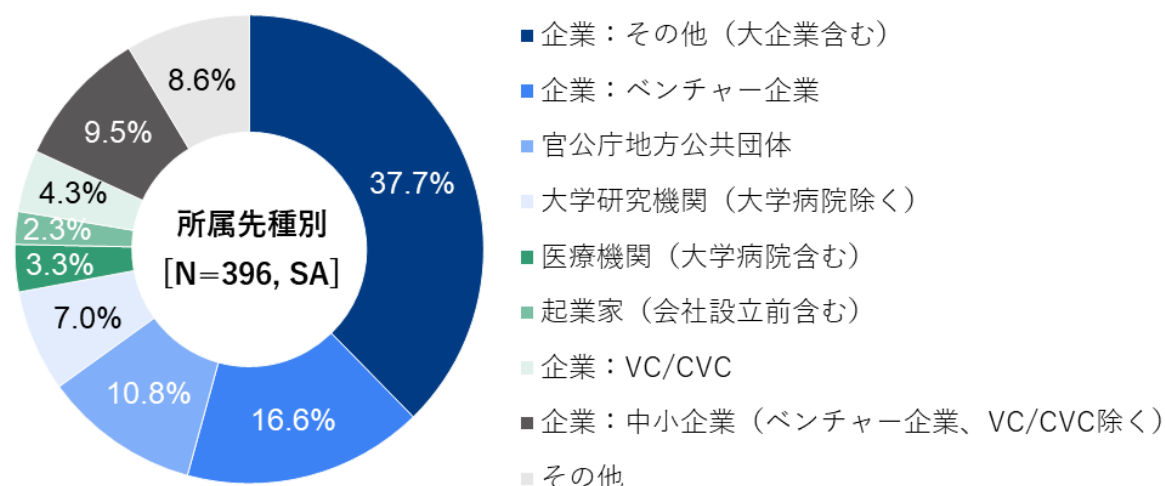


図 2-15 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(所属先種別)

(2) JHeC2023 に参加する目的・期待

JHeC2023 に参加する目的・期待については、ヘルスケア関連市場の情報収集が最も多く、7 割近くの一般視聴者が回答した。次いで、ベンチャー動向の情報収集も 6 割近くであった。JHeC はヘルスケアベンチャー領域の最新の情報収集の場としても認識されていると推察される。

提携先の検討や投資先の検討の回答も一定数存在し、JHeC が目的として掲げるビジネスマッチング促進の場としても機能し、期待されていることが確認できる。

²⁵ 応募フォームへは計 407 件の登録があり、重複登録を排除した結果、396 件の登録となった。

²⁶ 図表内の、SA は単一回答形式、MA は複数回答形式、を示す。以降、同様。

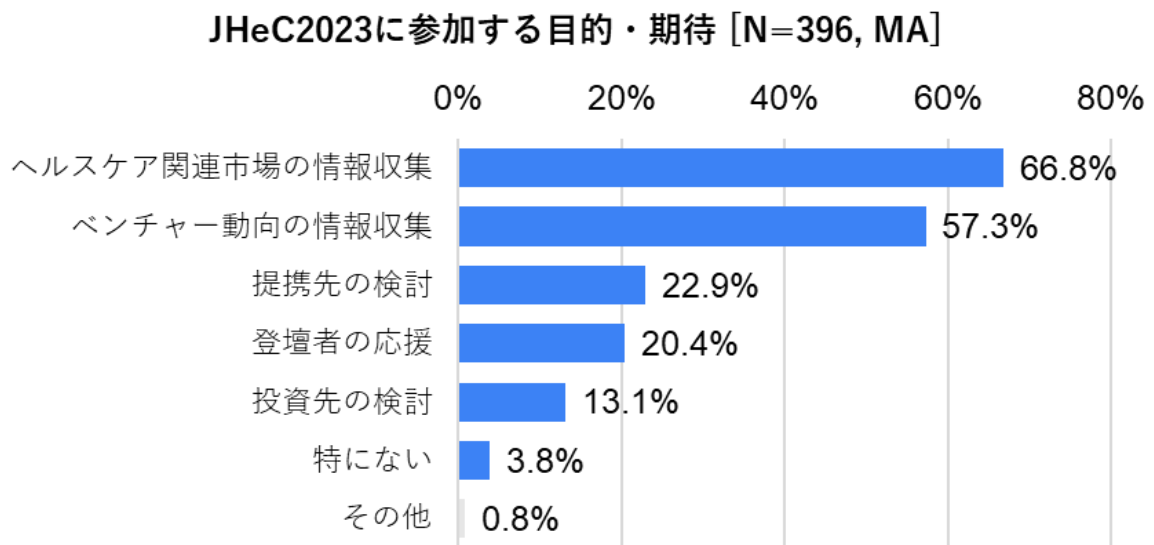


図 2-16 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(参加する目的・期待)

(3) 一次プレゼン審査の視聴

最終プレゼン審査の一般視聴登録者のうち、2022年10月19日、20日に日経クロスヘルスEXPO内で開催した一次プレゼン審査も視聴した登録者は約1割であった。約9割は最終プレゼン審査からの参加であり、一次プレゼン審査とは異なる視聴者層、新規の参加者を巻き込むことができたと言える。

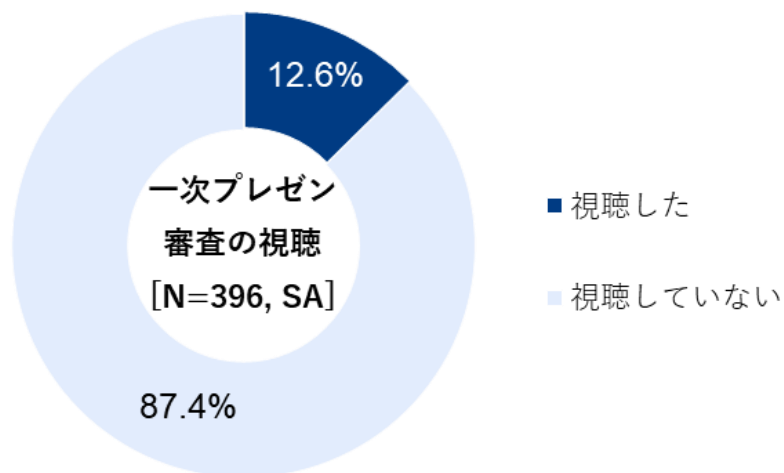


図 2-17 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(一次プレゼン審査の視聴)

(4) ビジネスコンテスト部門ファイナリストの認知度

ビジネスコンテスト部門のファイナリストについて、6割以上の視聴者がどの企業も知らなかったと回答した。したがって、JHeC2023は開催目的として掲げるファイナリストに対する社会の認知度を向上させる機会として機能したと言える。

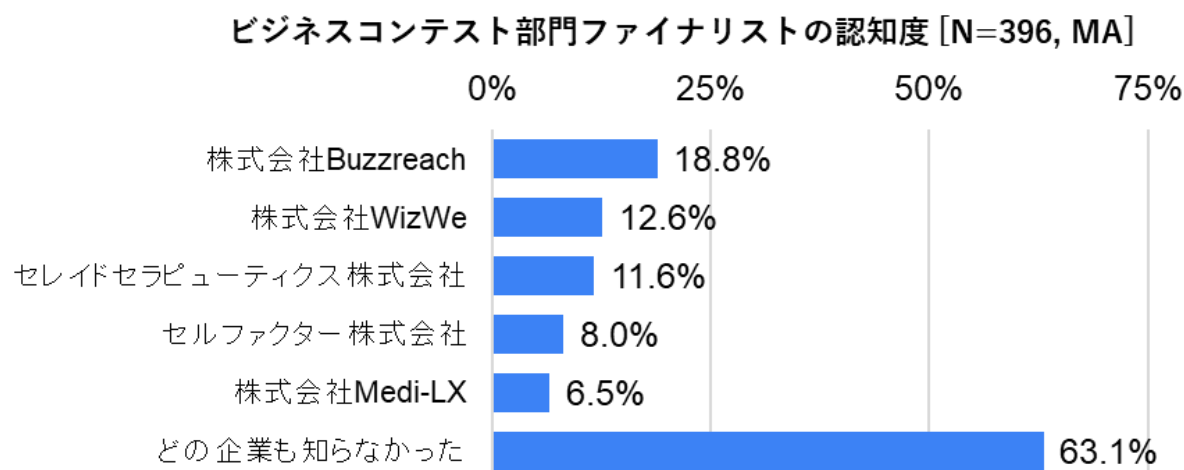


図 2-18 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(ファイナリストの認知度)

(5) JHeC2023 を知ったきっかけ

JHeC を知ったきっかけについては、人からの紹介が最も多かった。口コミによりこれまで以上に JHeC の認知が広がっていることが確認された。次いでメールマガジンが多く、InnoHub のメールマガジンやサポート団体、連携イベント等からのメールマガジンにより、広く一般視聴者を募ることができたと言える。

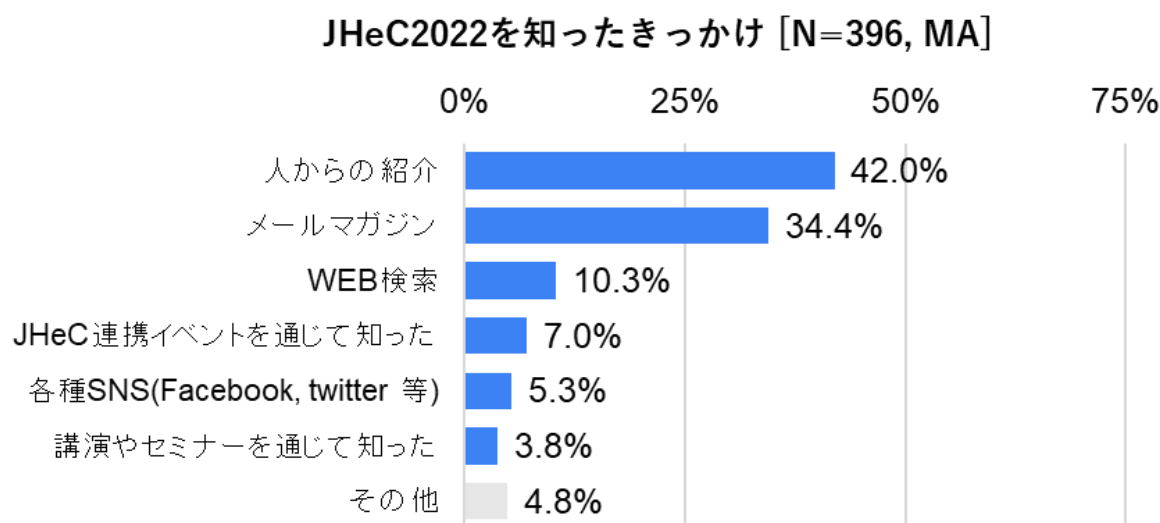


図 2-19 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(JHeC2023 を知ったきっかけ)

(6) 居住地域

関東地方からの一般視聴登録が約 7 割と最も多く、近畿地方、中部地方まで含めると約 9 割を占める。今後、九州沖縄や東北地方等、参加者が多くない地域のヘルスケア協議会やベンチャー振興の部署等へ広報依頼を展開することで、更なる視聴者の巻き込み、参加者の多様化を進めることが期待される。

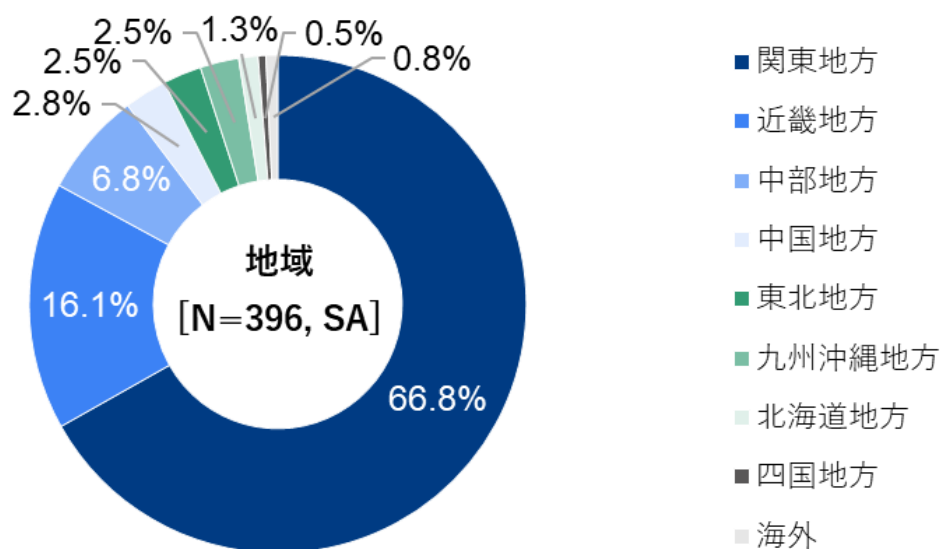


図 2-20 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(居住地域)

(7) ヘルスケア領域で関心のある分野

ヘルスケア領域において一般視聴者が関心をもつ分野については、デジタルヘルスが最も多く、約 6 割であった。次いで、医療機器が約 5 割と多く、医業支援/医療機関 DX、自己管理/セルフヘルス、睡眠等の分野が続いて多くの関心が寄せられた。

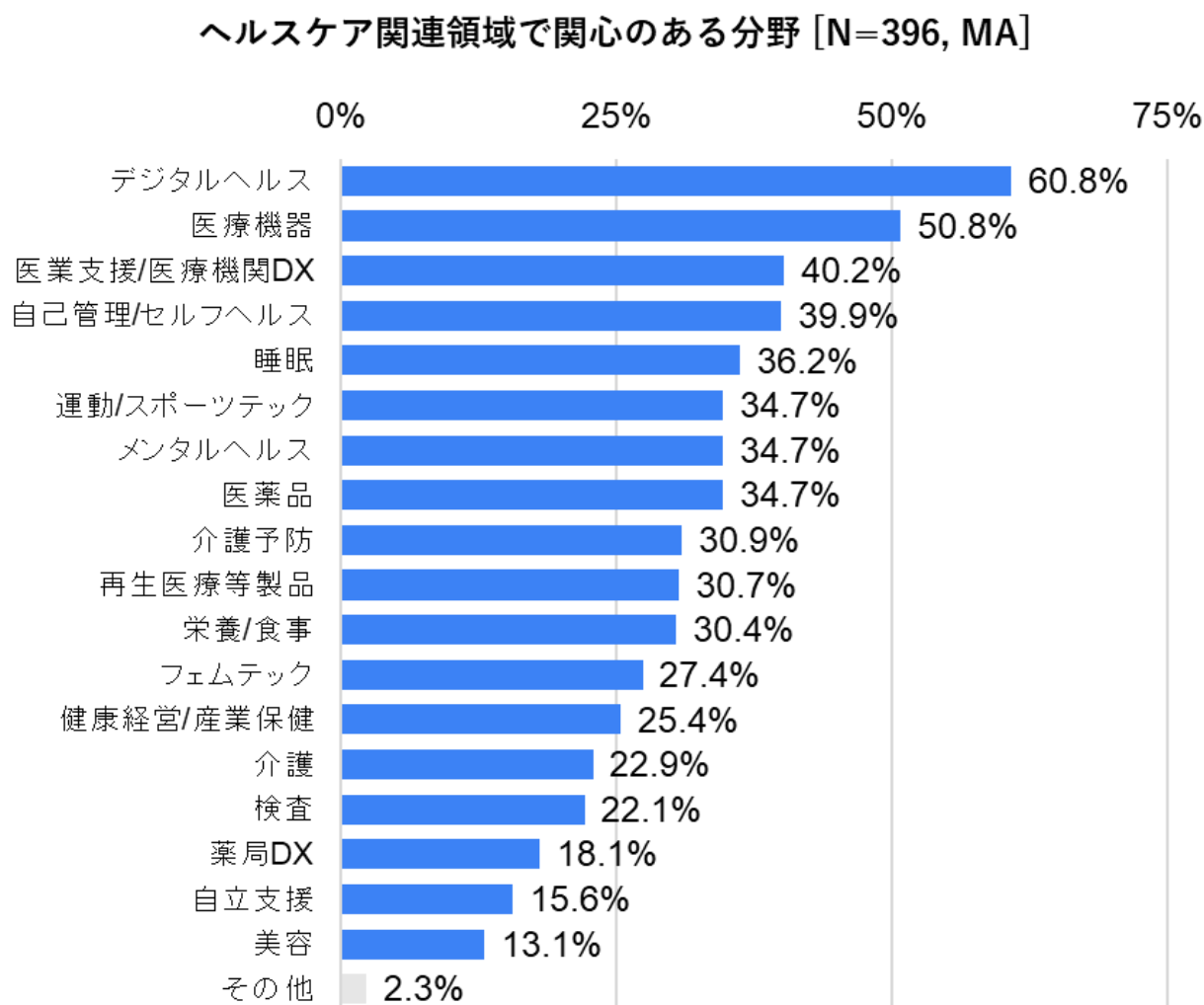


図 2-21 JHeC2023 最終プレゼン審査 視聴登録者(関心分野)

2.5.8 視聴者アンケート調査

最終プレゼン審査の終了後、サポート団体および一般視聴者を対象としてウェブアンケートを行った。
回答期間は2023年1月12日～16日とした。

(1) 設問内容

設問内容は下表の通りである。

表 2-21 JHeC2023 視聴者アンケート設問内容

必須回答	設問形式	設問文	選択肢
○	SA	本コンテストへの参加方法として、当てはまるもの1つをお答えください。	● オンライン参加 ● 現地参加
○	SA	本コンテストの内容の満足度について、それぞれ当てはまるもの1つをお答えください。 ● アイデアコンテスト部門 ● ビジネスコンテスト部門 ● パネルディスカッション ● コンテスト全体	● 満足 ● やや満足 ● やや不満 ● 不満 ● 視聴・参加していない
	RA	アイデアコンテスト部門、ビジネスコンテスト部門、パネル展示(Ask the Speaker & Networking)、JHeC2022 グランプリ受賞者プレゼンテーション放映について、満足度が高い順に並び替えてください。	● アイデアコンテスト部門 ● ビジネスコンテスト部門 ● パネル展示(Ask the Speaker & Networking) ● JHeC2022 グランプリ受賞者プレゼンテーション放映
	SA	ビジネスコンテスト部門について、あなたがグランプリだと思ったファイナリストを1社お答えください。	● 株式会社 WizWe ● セルフファクター株式会社 ● セレイドセラピューティクス株式会社 ● 株式会社 Buzzreach ● 株式会社 Medi-LX
	FA	本コンテストについてのご意見・ご要望がございましたら、自由にお答えください。	-

*1:SA:単一回答、MA:複数回答、RA:ランキング形式並び替え、FA:自由記述回答

(2) アンケート結果

1) JHeC2023 の満足度:プログラム別

視聴・参加者の間で、満足又はやや満足の回答が多くを占めた。

回答者の間では、ビジネスコンテスト部門を視聴・参加した割合が最も多く、注目・強い期待を集めていたプログラムであったことが推察される。

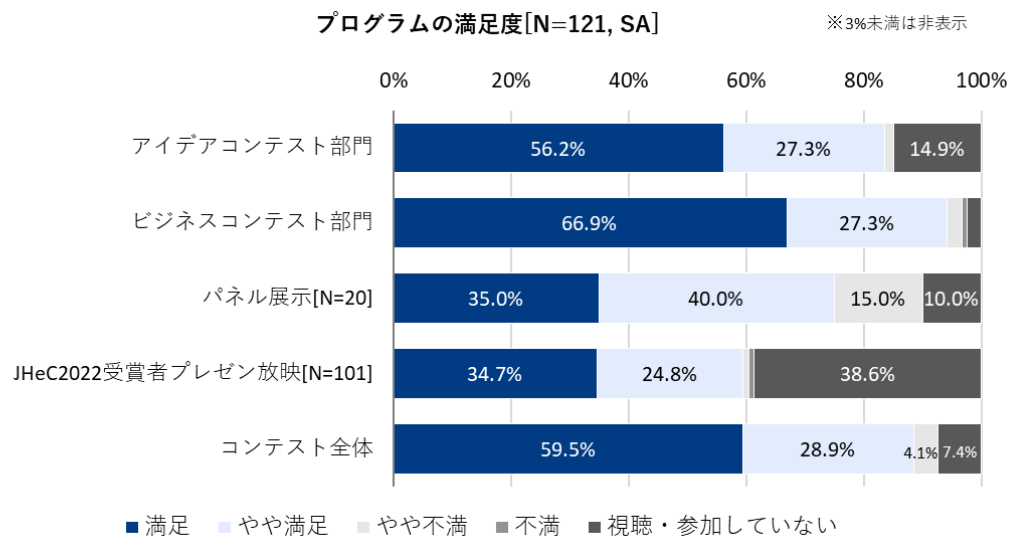


図 2-22 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度:プログラム別)

視聴・参加者の間のみでの満足度を見ると、パネル展示を除いて全てのプログラムも満足またはやや満足の回答が9割以上を占めた。

やや不満・不満についての回答は、オンラインの視聴環境・通信環境に対する不満を原因とするものであった。プログラムそのものに対する不満ではないが、視聴環境・通信環境の改善は今後の改善課題である。

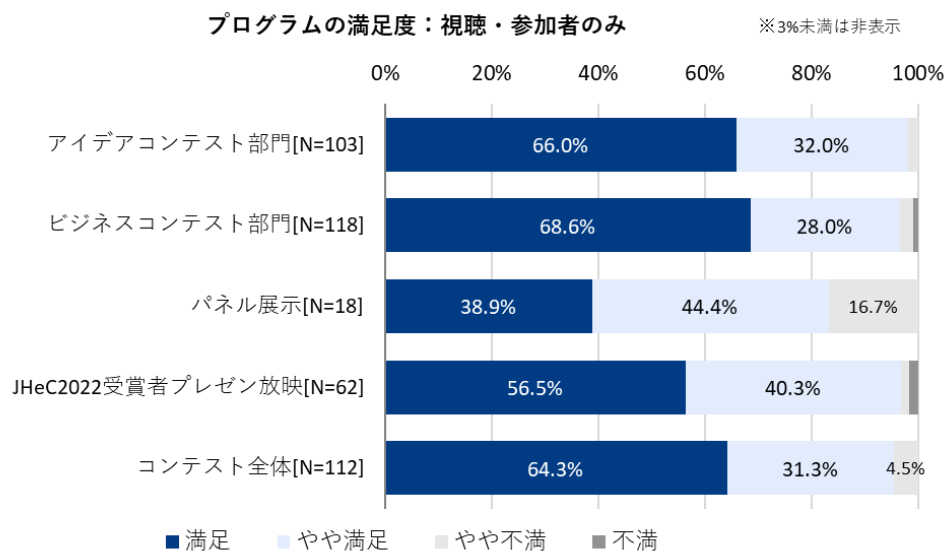


図 2-23 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度：プログラム別、視聴・参加者のみ)

プログラムの満足度を参加方法別に見る²⁷と、アイデアコンテスト部門では現地参加者の方が、ビジネスコンテスト部門ではオンライン参加者の方が満足度が高かった。コンテスト全体としては、現地参加者の方が満足度が高かった。

²⁷ ただし、N数の差が大きいため、結果の解釈には留意が必要である。

プログラムの満足度[オンライン参加：N=101, SA／ 現地参加：N=20, SA]

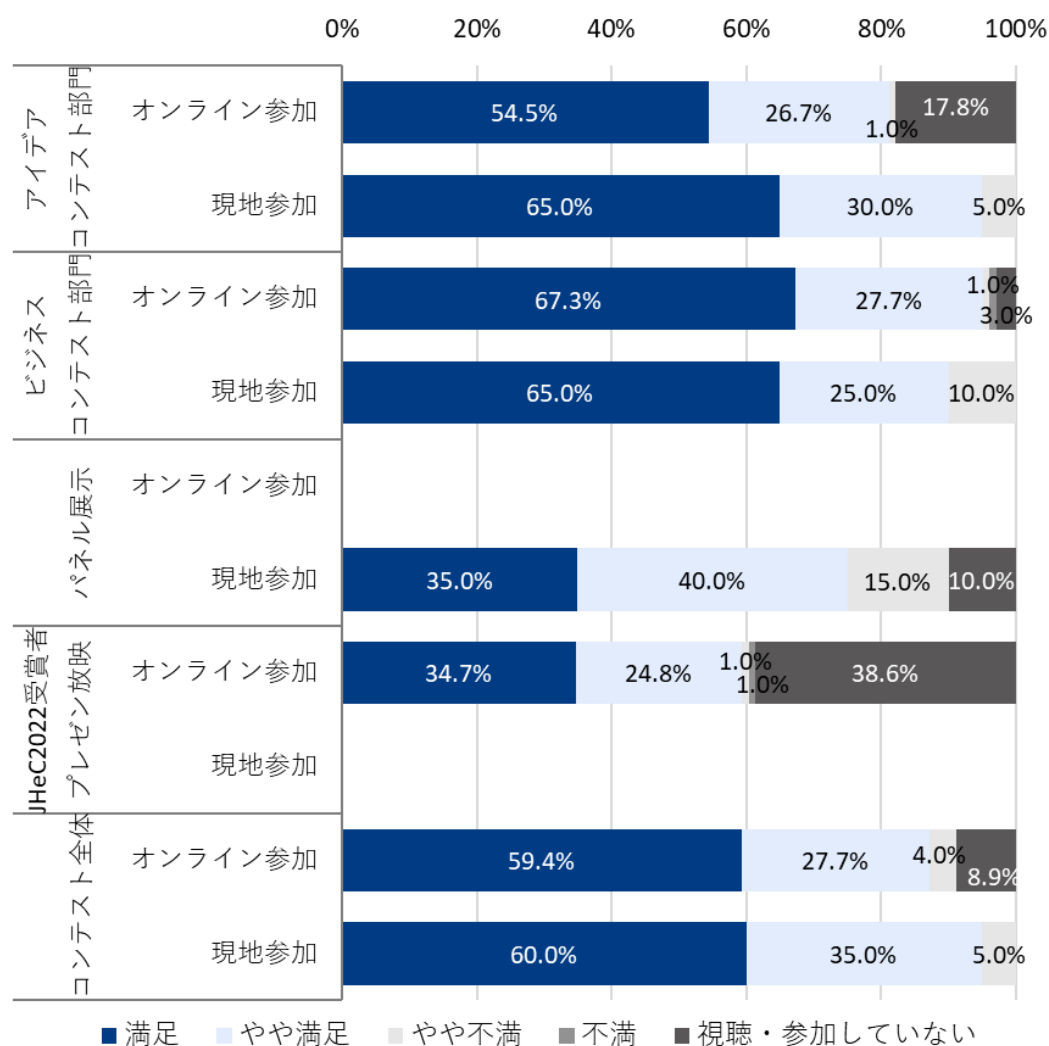


図 2-24 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度：プログラム別、参加方法クロス)

2) JHeC2023 の満足度:プログラム相対評価

各プログラムの満足度の相対評価として、ビジネスコンテスト部門の満足度が最も高い結果となった。

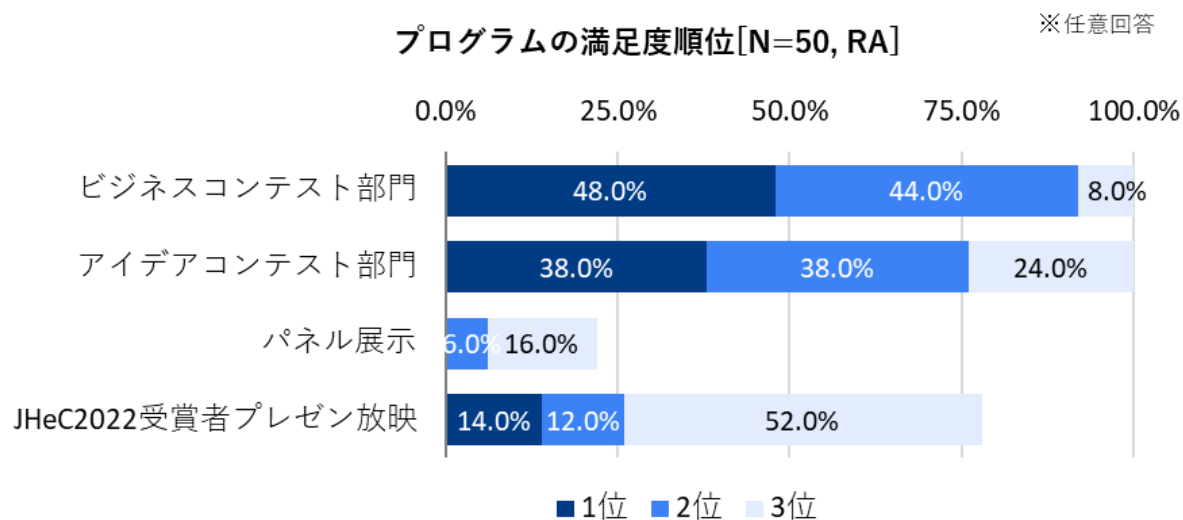


図 2-25 視聴者アンケート(JHeC2023 満足度:プログラム相対評価)

3) JHeC2023 の視聴者が選ぶグランプリ

セレイドセラピューティクス株式会社がグランプリを受賞したが、アンケート回答者からは、株式会社 WizWe がグランプリとして考えられていることが確認された。

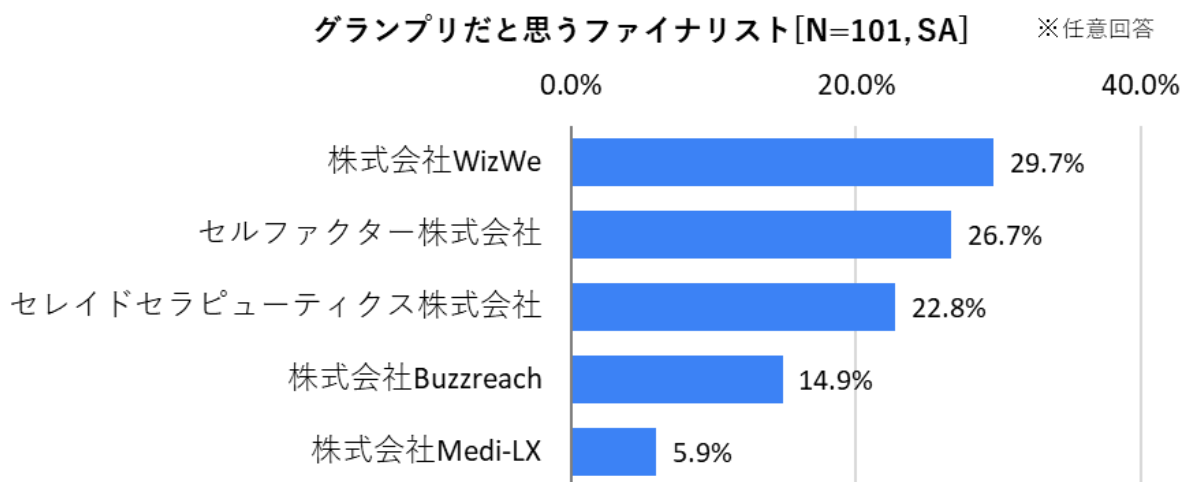


図 2-26 視聴者アンケート(JHeC2023 視聴者が選ぶグランプリ)

4) 視聴者アンケートに寄せられた各種意見

自由記述回答では、質の高いプレゼンに満足した、ヘルスケアの将来を切り拓く企業にとっては励みになる等、肯定的な意見が多く寄せられた。また、現地参加は直接話が聞けるので有意義である、次回は現地参加したい等、現地参加への前向きな意見が見られた。過去の取り組みについて紹介するパネルやコンテンツ等があると良い、応援表明の軽重区分ができると良いといった意見は、次年度の設計の際に検討したい。

ライブ配信当日の視聴環境の改善を望む意見も見られた。視聴状況は視聴側の通信環境や設備状況にも依存するものであるが、当日の配信環境については改善が検討される。

2.5.9 メディア掲載

JHeC2023 は昨年度に引き続き、複数回のメディア媒体により取り上げられた。

一次プレゼン審査の開催の様子は、株式会社日経 BP(日経 BP 総合研究所)が発信する、「健康・医療分野でイノベーションを起こしたい人に向けたメディア」をコンセプトとするウェブメディア「Beyond Health」において記事として取り上げられた。「Beyond Health」は最終プレゼン審査まで追いかける形で深く取材を受けている。

JHeC2023 の開催により、特にファイナリストの社会への露出に寄与することができたと考えられる。

表 2-22 JHeC2023 メディア掲載

No.	掲載日	掲載媒体	掲載タイトル
1	2022 年 11 月 11 日	日経 BP Beyond Health	11 のアイデアが競演した経産省ビジコン、受賞者に輝いたのは？
2	2022 年 11 月 15 日	日経 BP Beyond Health	経産省ビジコン 8 代目王者は誰の手に？ 15 社中 5 社が一次審査を通過
3	2023 年 1 月 26 日	日経 BP Beyond Health	「白血病の根治へつながる技術」に栄冠、経産省ヘルスケアビジコン
4	2023 年 1 月 27 日	日経 BP Beyond Health	明日のヘルスケアを拓くアイデア、ここにあり

*1:いずれも 2023 年 1 月 27 日閲覧

2.6 ファイナリスト・セミファイナリストへのフォローアップ

(1) セミファイナリスト・ファイナリストへの PR の場の提供

PR の場として JHeC ビジネスコンテスト部門のセミファイナリスト及びファイナリストの内希望者を対象とし、2023 年 2 月 8 日～10 日に開催されたヘルスケア IT2022²⁸への出展機会および催事内で開催されるセミナーでのプレゼンテーションの機会を提供した。これは JHeC2023 連携イベントであるヘルスケア IT2023 運営事務局からの提案により実現した。結果、セミファイナリストから 3 社、ファイナリストから 2 社が展示およびプレゼンテーションを行った。

²⁸ ヘルスケア IT 2023, <https://www.care-show.com/healthit/>

(2) ファイナリストへのフォローアップ

ファイナリストに対して、最終プレゼン審査で応援表明を行ったサポート団体に関する情報提供・マッチング支援、およびフォローアップ面談を実施した。フォローアップ面談では、JHeC2023 参加以降の状況や今後の課題を聴取し、課題や支援ニーズ等を持っているファイナリストに対して、InnoHub や JHeC のネットワークを活用した支援等を行った。

両コンテスト部門のファイナリストに対しては、最終プレゼン審査で応援表明を行ったサポート団体に関する情報提供・マッチング支援、およびフォローアップ面談を実施した。フォローアップ面談では、JHeC2023 参加以降の状況や今後の課題を聴取し、課題や支援ニーズ等を持っているファイナリストに対して、InnoHub や JHeC のネットワークを活用した支援等を行った。

表 2-23 ヘルスケア IT2023 登壇者一覧

No.	区分	企業名	登壇者
1	ファイナリスト	(株)WizWe	代表取締役 CEO 森谷 幸平 氏
2	ファイナリスト	(株)Medi-LX	事業本部 池辺 諒 氏
3	セミファイナリスト	(株)voice and peace	代表取締役、アナウンサー、ナレーター 赤平 大 氏
4	セミファイナリスト	(株)パパゲーノ	取締役 COO 福田 恵人 氏
5	セミファイナリスト	LOOVIC(株)	代表取締役 山中 享 氏

(出所)Care Show Japna のホームページより作成、閲覧日 2023 年 2 月 20 日、<https://www.care-show.com/healthit/>

2.7 「ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット(JHVS2022)」への出展

2.7.1 JHVS2022 概要

JHVS2022 の開催概要をに示す。

表 2-24 JHVS2022 開催概要

名称	ジャパン・ヘルスケアベンチャー・サミット 2022(JHVS2022)
開催日	2022 年 10 月 12 日(水)～14 日(金)
場所	パシフィコ横浜
主催	厚生労働省(医政局医薬産業振興・医療情報企画課ベンチャー等支援戦略室)

2.7.2 出展の目的

以下に示す 2 点を出展の目的とする。

(1) InnoHub/JHeC の紹介

InnoHub/JHeC の広報を行い、来場者への周知を目的とする。JHeC2023 の広報も同時に実施し、JHeC 参加者募集に努める。

(2) JHeC における過去受賞者・ファイナリストによる展示

JHeC における過去受賞者・ファイナリストに対して、PR 機会の増加を目的として、InnoHub ブースの中で、事業紹介、製品・サービスの説明を行う。

2.7.3 出展の内容

(1) InnoHub/JHeC ブース概要

図 2-27 に InnoHub/JHeC ブース外観を示す。左図に示す通り、JHeC 出展者 3 社を正面左に配置し、InnoHub 紹介を正面右に配置するレイアウトとした。

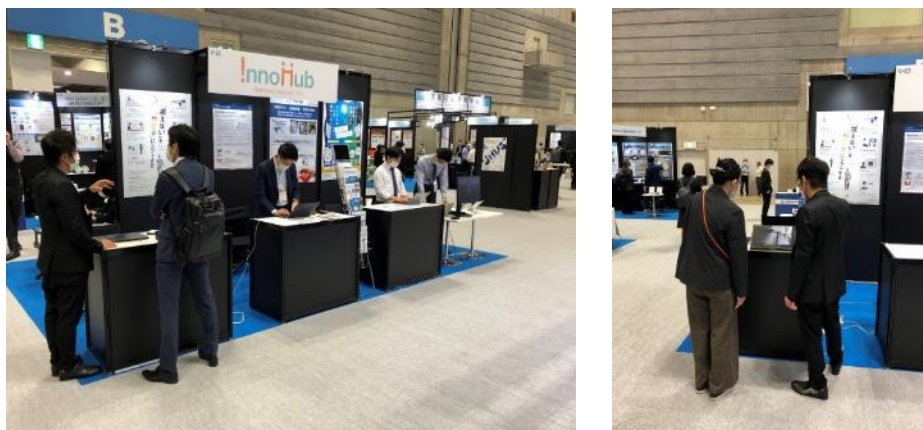


図 2-27 InnoHub/JHeC ブース外観
(左:ブース外観、右:JHeC 出展者による来場者対応の様子)

(2) InnoHub/JHeC の紹介

InnoHub のサービスを紹介したチラシ、ポスター(図 2-28 参照)を用意し、来場者に InnoHub の紹介をした。また、JHeC の紹介を、JHeC2022 の各社プレゼン動画を液晶モニター(27 インチ)にて放映することで紹介した。



図 2-28 チラシ、ポスター外観(左:表面、右:裏面)(再掲)

(3) JHeC における過去受賞者・ファイナリストによる展示

JHVS2022 に出展した 3 社を、表 2-25 に示す。いずれも、JHeC2022 におけるグランプリ受賞者、またファイナリストであり、JHVS2022 内の InnoHub ブースの中で、JHeC グランプリ受賞者、またファイナリストとして、事業紹介を行った。

表 2-25 JHVS2022 出展者

出展社名	JHeC 結果	事業概要
株式会社 Raise the Flag.	JHeC2022 ビジネスコンテスト部門 グランプリ受賞	視覚障がい者のための製品を開発。液体の注量と物の色が分かる「RtF みずいろクリップ」、障害物や段差を知らせる眼鏡「RtF グラス」を開発・提供
株式会社 Redge (稲垣 大輔氏)	JHeC2022 アイデアコンテスト部門 グランプリ受賞	臨床工学技士の管理・教育のノウハウをシステムとして提供し、臨床工学技士を派遣
株式会社 Liquid Mine	JHeC2022 ビジネスコンテスト部門 ファイナリスト	リキッドバイオプシーを用いた次世代の白血病遺伝子検査「MyRD」の開発

2.7.4 出展の結果

(1) InnoHub/JHeC の紹介

InnoHub ブース来場者(特に、ベンチャー起業を目指すアカデミアや学生等)に対し、InnoHub サービスの紹介をした。また、一部のスタートアップ企業、中小企業、大手企業(製薬メーカ、素材メーカ等)、公的機関からサポーター団体登録への希望や関心を伺うことができ、3 日間の JHVS 会期期間中に、50 名以上の来場者に InnoHub/JHeC を紹介できた。

また、以下の来場者が InnoHub ブース訪問し、関心をお持ち頂きサポーター団体登録に繋がった。

- DCI パートナース(業種:VC)
- 駐日英国大使館(業種:公的機関/自治体など)

(2) JHeC における過去受賞者・ファイナリストによる展示

JHeC における過去受賞者・ファイナリスト 3 社について、来場者との名刺交換にて、40 社以上(1 社あたり)とのネットワーキングができたとのことだった。出展者から、「事業に対する応援メッセージ等もあり、充実した時間になった」との感想を頂いた。表 2-26 に JHeC 出展者からの感想を示す。

出展者からは、今後更に良い出展となるように、JHVS SHOWCASE(90 秒エレベータピッチ)への登壇や、JHVS パンフレットへの出展者名の記載等、PR 機会の増加に向けた案が示唆された。

表 2-26 JHeC 出展者からの感想

出展社名	良かった点	今後の改善要望点
株式会社 Raise the Flag.	● 多くの方とネットワーキングができた。 ● JHeC プレゼン動画を見た方とブースで出会えた。その後、出資について話し合いを継続している。	● InnoHub ブース展示だけでなく、プレゼンの機会があると良い。

出展社名	良かった点	今後の改善要望点
株式会社 Redge (稲垣 大輔氏)	● スタートアップとして起業して、間もない中でこのような機会を頂き、とても良い経験になった。 ● 展示者としての心構えや準備等を改めて見直すいい機会になった。 ● 公的支援機関の方等と対話ができ、ネットワークを広げることができた。	● 投資側の来場もあったが、イベント全体としてバイオ寄りに感じた。 ● 自社事業からみて、他イベント (Medtec Japan)の方がより相性が良いと思った。
株式会社 Liquid Mine	● 出展者へ弊社からの訪問、弊社ブースへの訪問で 45 名と名刺交換できた。 ● 今後の資金面、人材面、など中長期的な支援のネットワーク構築ができた。 ● 経済産業省の方からのヒアリングや応援メッセージが大変ありがたかったです。 ● オンライン開催よりも圧倒的に双方向での情報量があり大変良かった。	● InnoHub ブース内の宣伝などで 90 秒ピッチ等の機会があると良い。 ● JHVS のパンフレットには「InnoHub」がブース名となっていたが、出展社名の記載があると良かった。 ● 参加者や主催者などの名札について文字が小さく見にくい部分があり、ブース訪問、名刺交換以外での新しい接点を持ちにくい印象だった。

2.8 まとめと今後に向けた検討事項

2.8.1 JHeC2023 のまとめ

JHeC2023の応募総数は124件、内アイデアコンテスト部門が44 件、ビジネスコンテスト部門が80 件であり、全 8 回の内 3 番目に多い応募数となった。書類審査の結果、アイデアコンテスト部門で11名、ビジネスコンテスト部門15社が通過し、それぞれ最終プレゼン審査、一次プレゼン審査に登壇した。

アイデアコンテスト部門は、今年度は構成が変更となり、書類審査後に一次プレゼン審査を経ず、最終プレゼン審査を開催した。結果2022年10月19日の最終プレゼン審査を経て、優秀賞3名と特別賞1名が決定され、受賞者は2023年1月12日の授賞式にて受賞者プレゼンテーションを実施した。優秀賞の受賞者3名はいずれも近く起業を予定する者であり、InnoHub による支援の候補となることが考えられる。

ビジネスコンテスト部門は2022年10月20日に一次プレゼン審査を開催し、結果5社が 2023 年 1 月 12 日の最終プレゼン審査に登壇し、グランプリ 1 社、優秀賞 4 社が決定された。グランプリ受賞者は薬機法への対応が求められる製品を開発しており、InnoHub と MEDISO の連携等による事業化の加速に向けた支援が検討される。他の受賞者についても他社との協業、医療機関との連携等、事業拡大に向けてネットワークのさらなる構築が必要となるため、次年度以降 JHeC 受賞者に対する伴走支援として InnoHub リソースや経済産業省の他事業等による各受賞者の課題に応じた支援が検討される。

開催方法について、昨年度は新型コロナウイルス感染症対応として書類審査通過者によるプレゼンテーション審査は原則オンラインで開催され、審査員は審査会場でビデオ会議を通じてプレゼンテーションを視聴する形式で開催した。今年度は感染症の状況を鑑み、感染対策を徹底の上で審査会場に登壇者および審査員が会する形式で開催した。審査員からも登壇者の熱量が感じられる空間での審査が可能となった点、対面開催の利点があるという意見が得られた。

最終プレゼン審査および授賞式については、昨年同様に登壇者、審査員に加えサポート団体が来場する形式で開催した。今年度は102の団体よりサポート団体登録があった。当日はサポート団体より41名が来場し、残りはオンライン視聴で参加した。オンラインでは一般視聴について最大同時接続数 234であった。来場したサポート団体数、視聴者数は昨年度より減少傾向であったが、今年度は来場者と登壇者のネットワーキングの機会を2回に分けて合計2時間程度確保したため、会場では登壇者と来場者および来場者間での積極的なネットワークが行われた。JHeC では開催後に受賞者に対してサポート団体とのマッチングを支援しているが、事務局によるマッチング案内に先立ち、JHeC 会場でのネットワーキングから接点を持ち、コミュニケーションを開始した登壇者も見られ、対面で接点を持つ場の重要性が改めて確認された。

2.8.2 検討1:応募者のスクリーニングに資するエントリーシートの設計

JHeC2022より、アイデアコンテスト部門の応募資格として、応募時点で法人格を有しない個人(法人所属でも個人参加は可能)を設定した。結果、学生やアカデミア研究者を含めて多様な個人からの応募があった。課題として、一部のアカデミア研究者からの応募内容については事業化を見据えておらず研究活動の紹介の域を出ないものも見られた。

JHeC2023では、アイデアコンテスト部門の応募資格はそのままとし、エントリーシートの項目として新たに「応募アイデアの具体化のために行ってきた、もしくは計画している準備」を追加した。これにより、構想するアイデアに対する応募者本人の具体的な事業化への熱意やアクションについて書類審査時点で確認することが可能となった。実際に JHeC2023ではアイデアコンテスト部門優秀賞受賞者の3名はいずれもアカデミア所属であったが、その内容は研究成果の実用化に前向きであり、近く起業を予定しているステータスであった。今後の開催においても、同様に応募者におけるアイデアの具体化・事業化に向けた熱意について記述可能な項目を入れ込むことが検討される。

2.8.3 検討2：応募者の事業規模等の要件

JHeC は、①ヘルスケア分野における課題解決に挑戦している優れた個人・団体・企業等の表彰を通して社会の認知度を上げ、②大企業・ベンチャーキャピタル等とのビジネスマッチングを促進することで、それらの個人・団体・企業等の成長を促すことを目的としており、JHeC2022同様にコンテストの設計において法人格を有する団体・企業については想定する事業規模やステージに関する要件を設けていない。また、ビジネスコンテスト部門では、企業の規模や創立年数等に制限を設けていない。従って大企業、中小企業、ベンチャー企業まで多様な企業からの応募があった。ベンチャー企業においては、その中でも設立間もない企業から、大規模な調達を達成した企業まで様々な事業ステージの企業からの応募があった。

JHeC では、部門ごとに同一基準での審査を行い、採点結果に基づく順位決定を原則とする。一方で採点においては大企業、中小企業、ベンチャー企業の別、あるいは異なる事業ステージのベンチャーに対して一律の基準での判断が容易でない場合がある。今後の JHeC の設計において、想定される応募数等との関連を勘案しつつ、開催趣旨等に応じた応募要件等に関する整理が検討される。

2.8.4 検討3：応募内容の適格性の確認と受賞取り消し等に関する事後対応の可能性

アイデアコンテスト部門ではアイデアの独自性、ビジネスコンテスト部門では課題に対するソリューションの新規性や革新性を審査基準として設定し、応募者に対して新しく鋭い視点での社会課題の着目と、斬新なアイデアやソリューションの応募を求めている。過年度に引き続き応募内容の中には、着眼点や社会的インパクトは期待でき、且つアプローチやビジネスモデルに実現性が見込まれるものが多く見られた。一方で、アプローチやビジネスモデルについては、厳密には法的な規制対象あるいは禁止事項には該当しないが、メリットを上回るデメリットが大きいと思料される応募もあり、推奨が難しいもの、またはそれらの潜在的なリスクを内包するものが存在した。

JHeC は経済産業省が主催するコンテストであるため、審査において応募内容に含まれる禁忌事項等の取り扱いについての確認が重要である。今年度も書類審査における通過者の確認では、経済産業省と共に確認の対応を行った。そのような対応においては、書類審査以降の外部審査員等による公平な審査の実行を前提に、審査に影響を与えない段階・範囲で禁忌事項等に関するフィードバックする等の実施が検討される。

一方でスタートアップを含めて応募者のアイデアや事業は将来的に変化することが想定される。審査

時点のプレゼンテーション内容と異なる事実が審査後や受賞後に判明し、その内容がJHeCにおける審査通過者や受賞者として許容される範囲を逸脱する可能性も想定される。従って今後は、応募要項における留意事項として、審査通過後や受賞後に発表内容における虚偽や事業の違法性等が判明した際に主催者の権限によって、審査通過や受賞を取り消す場合がある旨、項目を追加することが検討される。

2.8.5 検討4:ライブ配信の視聴環境に関する検討

最終プレゼン審査のオンライン視聴者に対するアンケート結果において、視聴中にスムーズに再生されない等、ライブ配信当日の視聴環境に関する改善要望が得られた。JHeC2023では昨年同様、配信プラットフォームである Vimeo²⁹を通じて現地からライブ配信を行い、視聴者は特設サイトからライブ配信を視聴する形とした。会場側での撮影映像の画質等において乱れないことが録画から確認され、また、視聴者数に対して Vimeo のサーバーは十分に耐えうるものであることも確認できている。したがって、スムーズに再生されない等に関する主な原因としては高画質での配信のため視聴者側の通信環境が対応できない、視聴者側で良好な通信環境を保つことができない、という視聴者側の設備状況等を含めた課題が原因の 1 つとして想定される。ウェブサイト上に埋め込まれた動画について、長時間視聴時に動画が一時的に止まる等の事象は、一般的に発生するものである。それらの対応として、JHeC2023の特設サイト上には再読み込みボタンを実装しており、視聴者側で改善を試みることができる設計とされていた。

次年度以降のライブ配信において、オンライン視聴者への通信負荷等を軽減することを優先する場合は、ウェブサイトへの埋め込みをおこなわず、Vimeo や Youtube 等の配信プラットフォーム上で直接配信する等が対応案として検討される。

²⁹ Vimeo, <https://vimeo.com/jp/>

令和 4 年度ヘルスケアサービス社会実装事業(イノベーション促進支援等事業)報告書

2023 年 3 月

株式会社三菱総合研究所
