

“健診弱者”救済を使命に ワンコイン健康診断サービスを提供

ケアプロ（株）

代表取締役社長 川添 高志 氏

聞き手＝西村道子（本誌発行人）

高校時代に医療ビジネスの立ち上げを夢見て、慶応義塾大学看護医療学部に入學。主婦、フリーター、自営業者などが定期的な健康診断を受けられないが故に重病に陥る事態を救おうと、ワンコイン健診という仕組みを考案した。計画を着々と実行に移し、2007年に起業。現在すでに6万人の利用者を獲得しているが、3年後にはこれをフランチャイズで100万人に拡大したい考えという。

スタートは “駅中保健室”構想

——事業の概要をお聞かせください。

川添：保険証不要、予約不要で安く受けられ、結果がその場でわかる健康診断サービスを行っています。検査項目は血糖値、コレステロール、中性脂肪、骨密度などで、基本的に1項目500円の設定です。2007年12月の設立で、店舗のオープンは2008年11月。資本金は1,000万円、社員は9名で、パートの看護師が30名ほどおります。

——起業までの経緯は？

川添：高校生の頃から、社会がどのように変化しても生き抜いていくためには、起業という道があると考えようになりました。同じ頃、経営が芳しくない高齢者施設でボランティアをした時に、からだの不自由な入居者に十分なサービスが提供できていない状況を目の当たりにし、健康の大切さと同時に、経営の大切さを痛感したのです。

そこで医療ビジネスの起業を目指し、看護師の資格も取れて、経営の

勉強もできる慶応義塾大学看護医療学部に入學しました。在学中を含む2年間は外資系の経営コンサルティング会社で働き、その後、1年7か月間は病院で看護師として働きましたが、併行して東京大学の医療政策人材養成講座を受講しながら、事業計画を練りました。

看護師として働いていた時、健康診断を受けてこなかったために病気に気付くのが遅れて後悔する人を数多く目にしました。糖尿病の合併症で、来院した次の日に足を切断しなければならなかった方もいました。会社で毎年定期的に健康診断を受けている方は良いのですが、主婦、フリーター、自営業者などの中にはまったく健診を受けていない方も少なくありません。日本には1年以上健診を受けていない人が約3,500万人いると知り、これは個人の問題ではなく、社会的な問題だと思い、この現状をなんとかして解決したいと考えました。

初めに思い描いたのは、気軽に立ち寄って、健診を受けられる、“駅中保健室”というビジネスプランです。米国のウォルマートの中に、買

い物ついでに健康診断やインフルエンザのワクチン接種を受けられたり、薬の処方してもらえたりするMinute Clinic（ミニツクリニック）という診療所があるのですが、これもひとつのヒントになりました。

マーケティング・リサーチで 「500円」に決定

——健診を受けない理由などについての調査結果はあるのですか。

川添：事業を立ち上げるに当たり、改めて1,004人の方を対象にマーケティング・リサーチを行いました。健診を受けない理由で最も多いのは「面倒だから」というものでした。ほかに、自分の健康を過信して、受ける必要がないと思っている人も多くいます。

このリサーチで料金についても聞きましたが、最も健診から遠ざかっていると思われるフリーターですと、数千円かかるなら「受けない」という人が大半です。ところが500円になると、「受ける」の割合がいきなり80%まで上がります。そういう人た



1982年生まれ。神奈川県出身。神奈川県立柏陽高等学校卒業。慶應義塾大学看護医療学部卒業。在学中の患者さんとの出会いから予防医療と在宅医療に興味を持つ。また、前・日本看護協会会長の久常節子氏の下で医療政策の学生組織を立ち上げる。米国の医療機関 Mayo clinic での2度の研修で、Retail clinicやIn-store Healthcareの業態に興味を持つ。在学中より経営コンサルティング会社に勤務。その後、東京大学病院（糖代謝／循環器／腎臓内分泌）を経て、起業する。ケアプロ（株）の事業プランは、東京大学医療政策人材養成講座で優秀成果物「特賞」、慶應義塾大学SEA(ビジネスプランコンテスト)で“The best new markets award”を受賞し、NEC社会起業塾7期生に選抜、現在は慶應義塾大学KIEPの支援を受ける。看護師・保健師。

ちを救うことがわれわれの使命だと思っていたので、価格はこのラインに設定することに決めました。

これを前提に、緻密な原価計算を行いました。医師がいなくてもできることを法的に確認し、例えば採血方法も、自己採血というかたちを採ることにしました。

前例がないビジネスなので、厚労省、保健所、東京都などに説明をして回り、また、検査機器や医薬品のメーカーには、医療機関ではないわれわれに製品を納入してもらえるかどうかを確認しました。ビジネスモデル特許の申請も行いました。そして会社立ち上げから半年かかって、ようやくデモンストレーションできるところにまでたどり着き、知人に検査を受けてもらったり、フィットネスクラブの場所をお借りしてテスト・マーケティングをしたりしながら、店舗物件を探しました。

最終的に中野区のブロードウェイに出店を決めたのは、日本で一番人口密度が高く、物価が安いので若いフリーターにも住みやすく、新宿に近くて訪れやすい場所だという理由です。店舗は4坪で、もともとパチンコの景品交換所だったところです。営業時間は12時から19時までで、水曜日が定休。常時1名のスタッフで運営しています。

——開業からは順調でしたか。

川添：初めのうちは集客に苦労しましたね。駅前でチラシを配ったり、商店街を1軒1軒あいさつして回ったり、時にはお客の振りをして、チラシを持って商店に飛び込んで、「このお店はどこにありますか？」と聞いたりもしました（笑）。

ほかに、「日本初のワンコイン健診が健診弱者を救う」というニュ

ースリリースを作成して記者クラブなどに送り、メディアに取り上げていただきました。2008年11月というのは、サブプライムのあおりで非正規社員が増え、また、社会問題を民間企業が解決するソーシャル・ベンチャーということが盛んに言われ始めていたので、時期的にはタイムリーだったと思っています。

ワンコインとノーコイン 2つのサービス提供方法

——健診のメニューは？

川添：日本の医療費の3割を占めている生活習慣病関連に絞りました。高血圧症、糖尿病、高脂血症をきちんとカバーするということです。

サービスには大きく分けて、ワンコイン健診とノーコイン健診の2つがあります。

ワンコイン健診は中野の店舗と出張サービスで行っています。1項目500円からの価格設定ですが、ほとんどの人が複数項目受けられますので、店舗の場合、客単価は平均1,500円ほどです。8月には東急東横線横浜駅の構内に、新しい店舗を出店す