

第79回ブレイクスルー研究会議事録

「スマートスキャン社の創業とイノベーション実現のチャレンジ」

1. 日時：2020年6月15日（月曜日）18：00から20：00
2. 場所：オンライン開催
3. 参加者：14名
4. 講師：濱野斗百礼氏（ともあき）（スマートスキャン（株）代表取締役 社長）
5. 内容：
 - 1) 創業者背景
 - ・デジタルガレージにて **Infoseek** 立上げに参画、楽天に買収される。
 - ・楽天にて、執行役員としてインターネットメディア事業を統括、数々のメディア事業を生み出す。
 - ・2017年にスマートスキャン社を設立
 - 2) 会社概要
 - ・メディカルチェックスタジオ東京銀座クリニックをプロデュース
 - ・プロデュースクリニックにおいて、低価格で誰でも簡単に利用できる自費診断の脳ドック健診サービス「スマート脳ドック」を提供
 - ・提携クリニックは、銀座から始まり、現在新宿、大阪にも展開予定。
 - 3) 創業の経緯
 - ・8年位前、まだ楽天に勤めている時に、あるお医者さんが会社を訪ねてきました。その時、その先生から、トラックやバスの運転手は、首から下の検査しかしていない、つまり脳の検査はしていないから、運転従事者として健康リスクが高いという指摘を受けました。
 - ・ちょうどその時期、楽天トラベルで提供するバスサービスが、関越道で事故を起こしてしまいましたが、原因は運転手さんの脳疾患でした。最近でもそうしたことが原因による事故が増えていますが、その当時、その先生は、運転従事者の人たちは脳ドックを受診すべきだということをおっしゃいました。
 - ・脳ドックの受診料の相場は、4、5万円程度ですが、社員のために、一般の会社はその金額を毎年継続して負担することはなかなかできません。その時は、その受診料では、運転従事者が会社負担で受診することは難しいという結論に至りました。
 - ・しかし、その先生が、減価償却が終了したMRIがあるので、試しに20人限定で、安くサービスを提供してみようということになったんです。そして、楽天のポイントメール250万人の中から10万人を抽出し、脳ドック1万円のサービス案内を行いました。すると、2日間で、500人以上の応募があったんです。
 - ・その取り組みを通して、低料金の脳ドックであれば、ニーズがあることを実感しました。そこで、楽天が出来ることとして、病院への送客モデルを検討しました。
 - ・その当時から、日本には6千台以上のMRIがあり、その数は世界一です。それだけの

台数があれば、稼動していない MRI もあるはずだし、そうした MRI の一部の時間帯だけでも提供してもらえれば、脳ドックを安く提供できると考えました。

- ・検診は、経年変化の観察等も重要であることから、非常に継続性の高いサービスであると考えています。脳ドックの検査を手頃な料金で提供することは事業性・社会性があると確信して、病院を訪ねましたが、何れも断られました。
- ・脳ドックの受診を提供するには、放射線技師と呼ばれる MRI の操作をするに加え、読影という検査結果の画像を見て診察する医者が必要です。MRI を利用した画像診断を手供するには、そうした体制がなければ検査をすることが出来ませんから、全ての病院に断られました。
- ・その時に、訪ねた先生の一人から質問されたのは、「MRI は何のためにあるか？」という質問が投げかけられました。私は「検査のため」と答えましたが、「患者のため」という回答でした。
- ・医療機器は健康な人のために使うものではないというのが、その先生の考えでした。保険適用の MRI を利用した診察をすると、病院にとっては、2~3 万円の売上が上がります。しかし、受診者を紹介してくれるとは言っても、健康な人を対象に、なぜ、そんな安い受診料で対応する必要があるのか？普段から病院は忙しくしているのに、低価格で健康な人の検査を提供する意味が全く分からないということで、一蹴されました。
- ・そのため、従来の医療機関で、脳ドックを自己負担で受診しようとするれば、当然ながら、最低でも 4~5 万円程度はかかるわけです。保険が適用されても、病院はある程度の収入は見込めるわけです。しかし、健康な人がその健康を維持するために、自らがその費用を負担しても受診できる、つまり安く検査できる場を作りたかったということです。低価格ではあれば受診したいニーズがあって、受診すれば早期発見によって救われる人もたくさんいるわけです。しかし、8 年前には、こうした経緯により、送客モデルも実現できず、サービスに関わることも出来ませんでした。

4) 事業立ち上げ

- ・脳ドックにニーズがあるのは分かっていたし、様々なサービスを継続して調べていましたが、一向に安い費用で検査を提供するところは現れませんでした。そんな中、3 年前くらいに、自らが MRI を購入しサービスを提供できないかと考えました。そうした中、以前に共同で体温計を開発した医療機器メーカーから、その子会社の社長にお会いすることが出来て、私の考えているビジネスを話したところ、MRI を販売して頂けることになりました。また、遠隔で読影をして頂ける会社や医用画像を読み込む AI の技術を研究している会社との出会いがあり、楽天を退社しようと決意し、新会社を立ち上げました。
- ・IT を活用して、安価で簡便な MRI 検診を実現する事を短期目標、
- ・ビジョンとしては、予防によって病気の無い世界を実現する事（まず MRI 系、長期には MRI 以外の診断も）

□・クラウドによって、全国どこにいても、時間のある時に医師（読影医師）が診断できるようにする。

また、画像データがクラウドにあり受信者がスマホなどで自分でも見られる。

□・自らスマホで空き時間を選択してできるようにする

□・オペレーションを最適化し、15分で1人、朝9時—夜8時の10時間（1時間休憩）でMRI1台で1時間、MRI2台あるので平日1日で80人を診察できる体制を構築。

・すべての人々が受診できるよう、相場の半額以下に価格を設定。

□・便利な銀座のクリニックから開始。コロナ前までは繁盛。

□・開院3年で3万人以上受診。

□・脳ドックのオプションでCT肺・心血管ドックと体脂肪検査も実施。

5) 提携クリニックの事業概要・ベンチャーの歩み

□・税別17,500円。クーポンあり。現在の予約は新規の2割がロコミ。

□・手軽で簡単に検査が出来、料金もリーズナブルなのでとリピートになってくれるため、新規獲得のマーケティングコストが下がるストック型のビジネスモデル。

・クリニックとして医師が必要。会社の構造として工夫が要る。

・予防だが、実際に受診者の1%強に、何かしらの治療が必要な疾患が発見（頸動脈瘤など）→ 医療連携している専門病院を紹介

・MRIを持ってないクリニックで頭痛の原因を特定できなかったが、こちらでMRI診断して緊急事態とわかって助かった例もある。

・スマートスキャンとしては、昨年シリーズAで約11.3億円調達。

6) 今後の計画

・新宿、大阪梅田に新院のプロデュース展開、そして、MRIを保有している病院・クリニックでも遊休時間を活用したスマート脳ドックを展開（シェアリングエコノミーで新たな収益モデル）。

・ビル選定においては、MRIの重さ（1台6トン）が制約

・将来はコロナ禍で実証された日本の高品質の医療を海外展開

→「総合ヘルスケアカンパニーへ」

（質疑応答）

□・予防医療の範囲は？ ゲノム系も重要だが？

→ まだそこまで入っていないが、将来は考えたい。

□・脳の診断の新技术については？ → 様々な医療従事者と相談した結果、健診施設としては、MRIは1.5テスラで十分、また、同じテスラ性能でも、MRIのソフトウェアは日進月歩で進化しており画像品質は向上している。 RICOHが開発している脳磁計などの有用性には着目している。

・他にも競合がいるのではないかな？

→格安のMRI検査などもあるが、あくまでも非常に利便の悪い時間・場所における提供が多く、競合してはいないと考える。また、MRI検査センターの多くは周囲のMRIを持たない病院の検査受託センターであり、保険診療を対象としているので、同じ競合関係にはない。

以上