

Healthy Avatar

会社概要

ヘルスケアアプリの

開発・運用

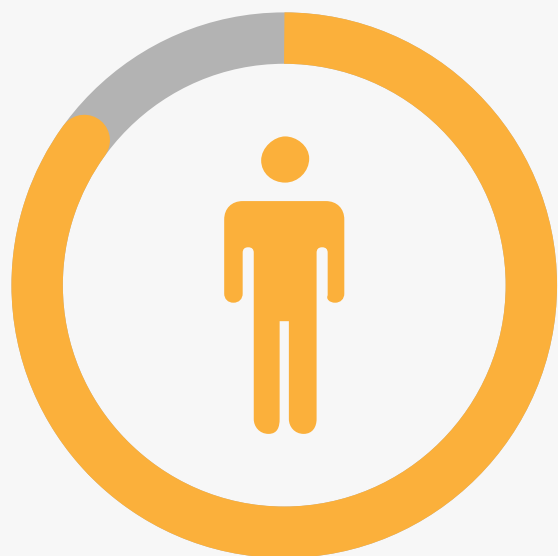
WILL

食で人生を充実させる

だれに？

顧客を取り巻く環境

86.5%



健康への関心度



75.7%



食生活への関心度

食生活に大切な取組

栄養バランスの改善 64.6%

規則正しい食習慣 55.6%

食べ残しの減少 40.1%

顧客（20代～40代女性）を取り巻く環境

現在の **20～40 代**

健康的な食事をしたい！



でも実際にそれが健康になれるかはそこまで気にしない



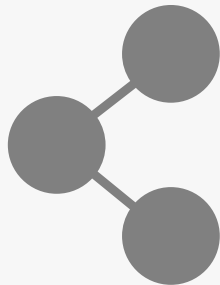
一定の「これは健康です」というブランドがあればよく
（自己）満足感が得られれば良いのでは？

例えばコンビニが、「コンビニ弁当」を食べることの**罪悪感**を利用して
コンビニ専用のちょっと高めの「野菜ジュース」で販売しているのはこのニーズ

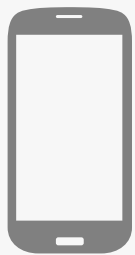
顧客を取り巻く環境



健康志向



モバイル端末の普及



SNS の普及によるコミュニケーションの多様化と自己表現方法の多様化（**個人情報を発信することへの抵抗感低下や、あえて自虐したりなど**など）

競合分析

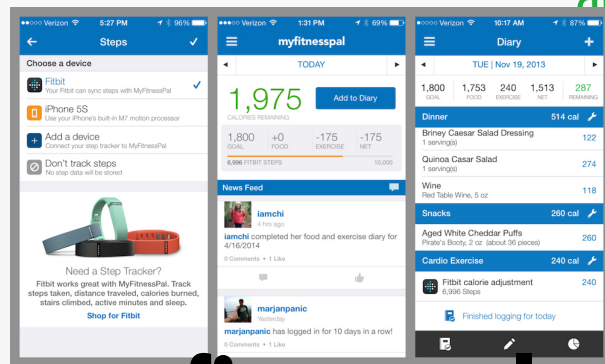
栄養バランスを調べる手間が少ない

目指す提案

コストの問題で
ここは攻めづらかった

改善策の提案がある

改善策の提案がない



myfitnesspal

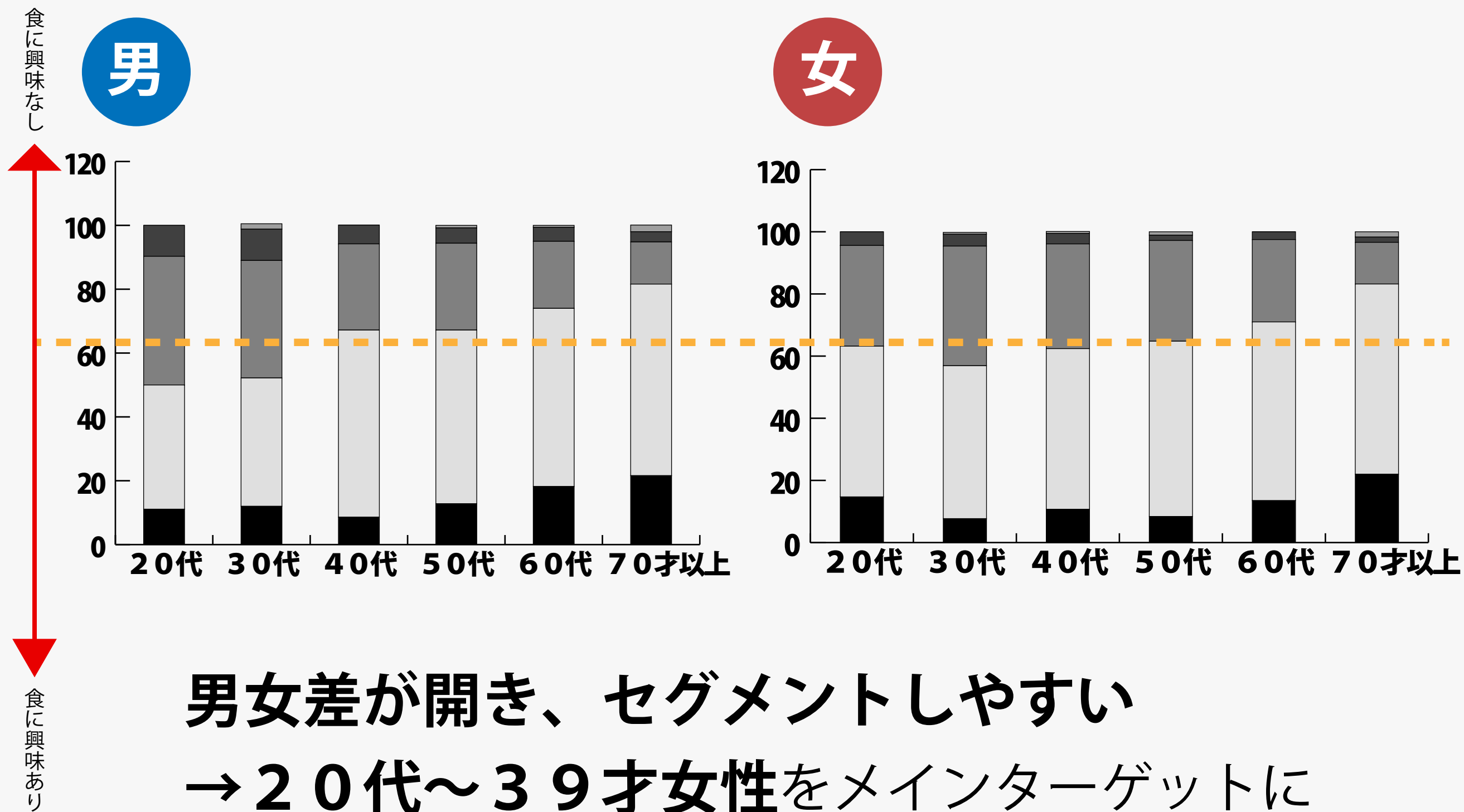


Foodlog



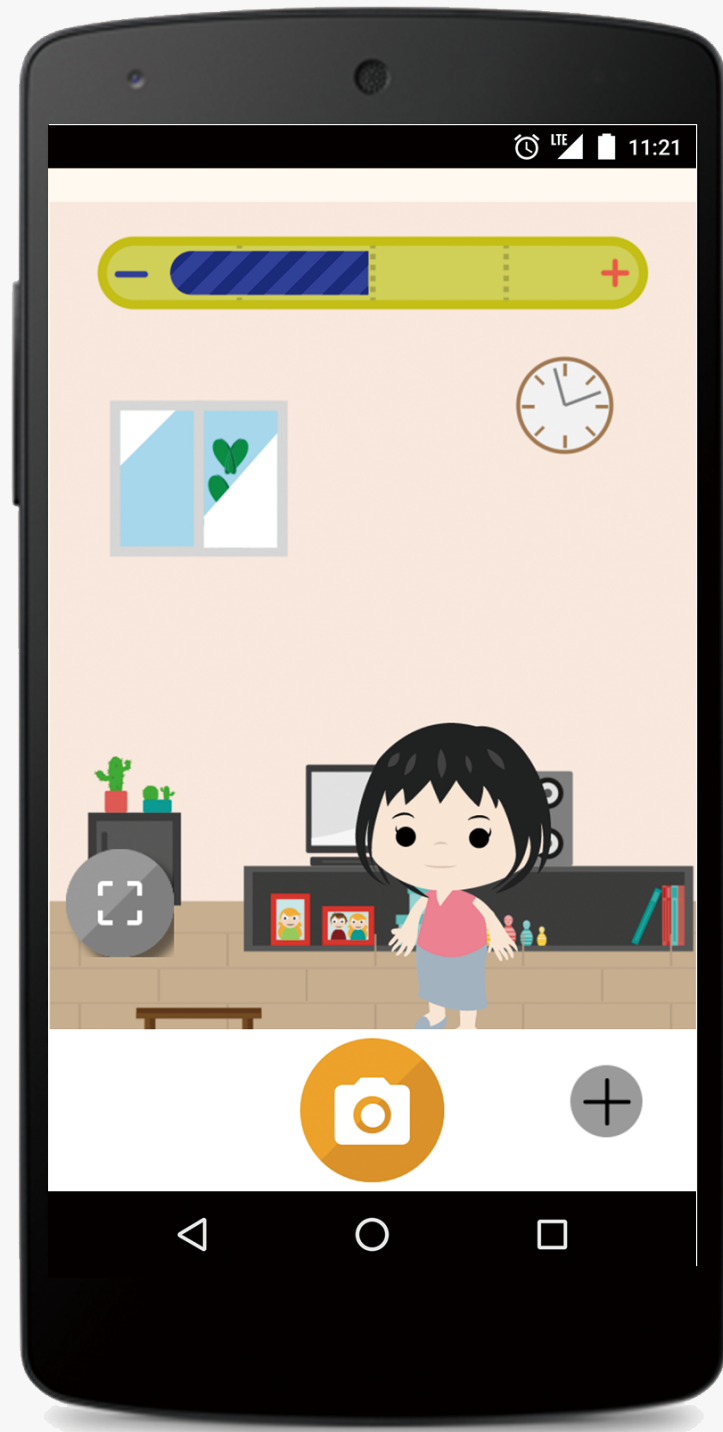
栄養バランスを調べる手間が多い (調べられない)

現状の食に対する自己評価



男女差が開き、セグメントしやすい
→ 20代～39才女性をメインターゲットに

なにを？



「Healthy Avatar」

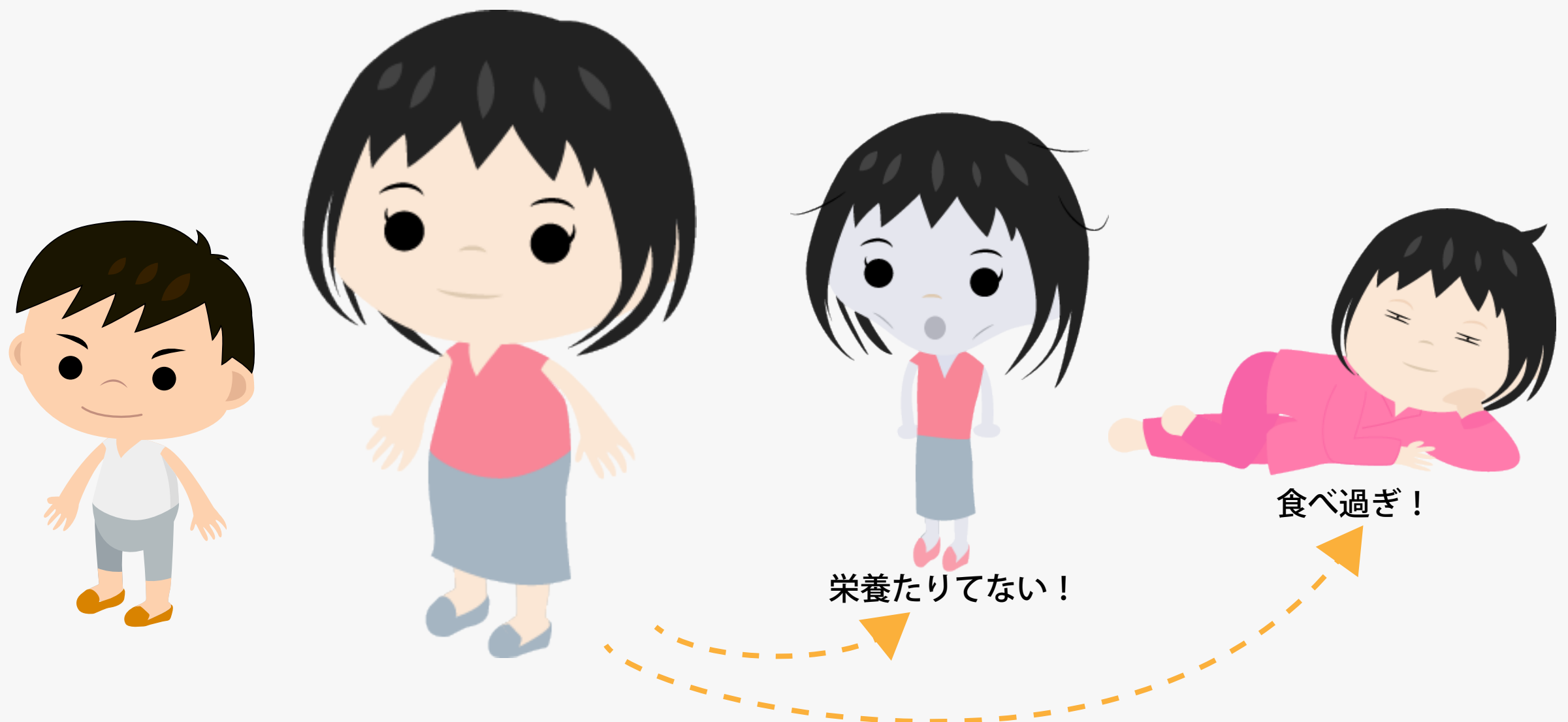


このサービスでは、毎回の食事の写真を撮影、送信すると栄養管理士が”直接” 食事の栄養バランスを評価し、的確なアドバイスを貰うことができる。

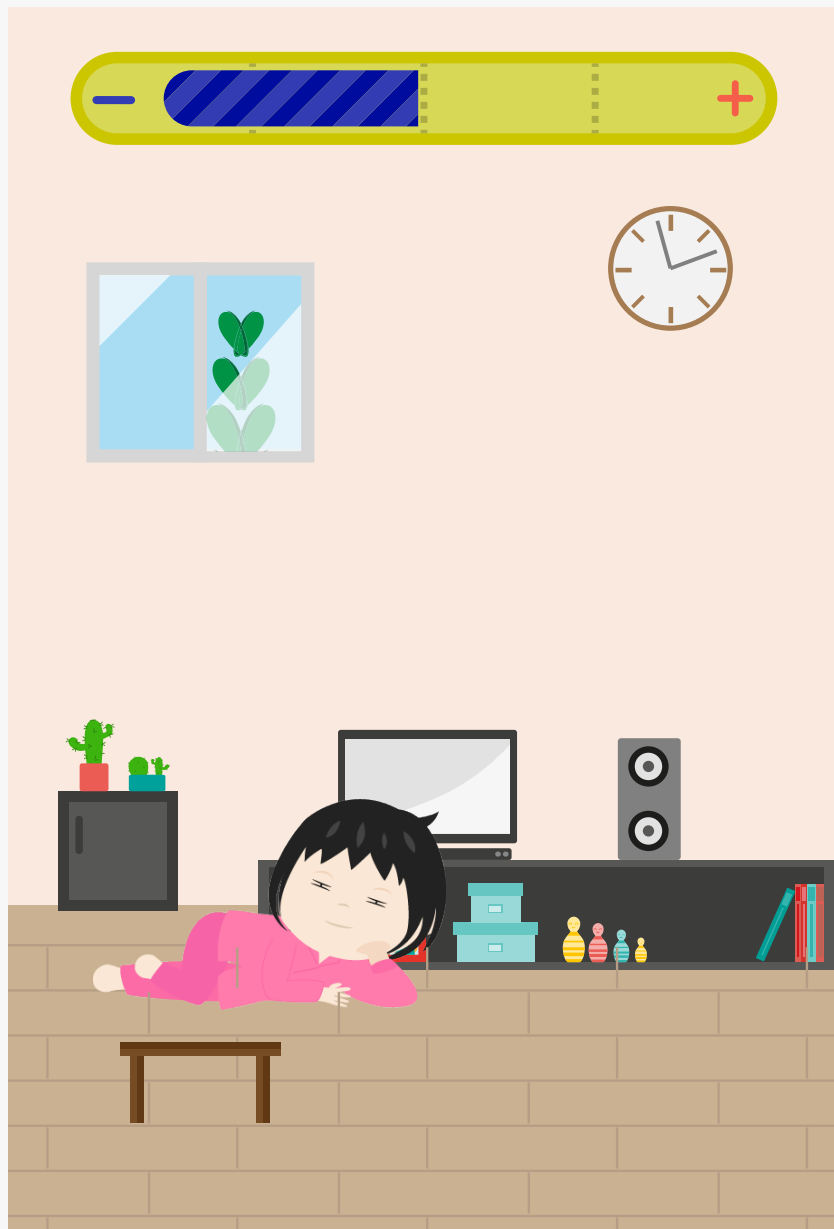
また、アプリ内にはユーザーの健康度とリンクしたアバターが存在しており、評価された栄養バランスは健康度に変換され、数字とアバターの見た目の2つでユーザーに提示することができる。健康度によるアバターの見た目はコミカルに変化し、アバターの様子を SNS でシェアできるようにし、現実世界とのコミュニティと繋がることで継続利用を促進させる。

アバター

栄養が足りているか、食べ過ぎていないかによって
アバターの見た目が変わる



アバター



アバターがうろうろしているところの
スクリーンショットを今の自分を SNS でシェア



@pigpig どんな体型だよ！

@pigpig 美味しいもの食べにこ笑

@pigpig 何食べたの！？

@pigpig やばい ...www

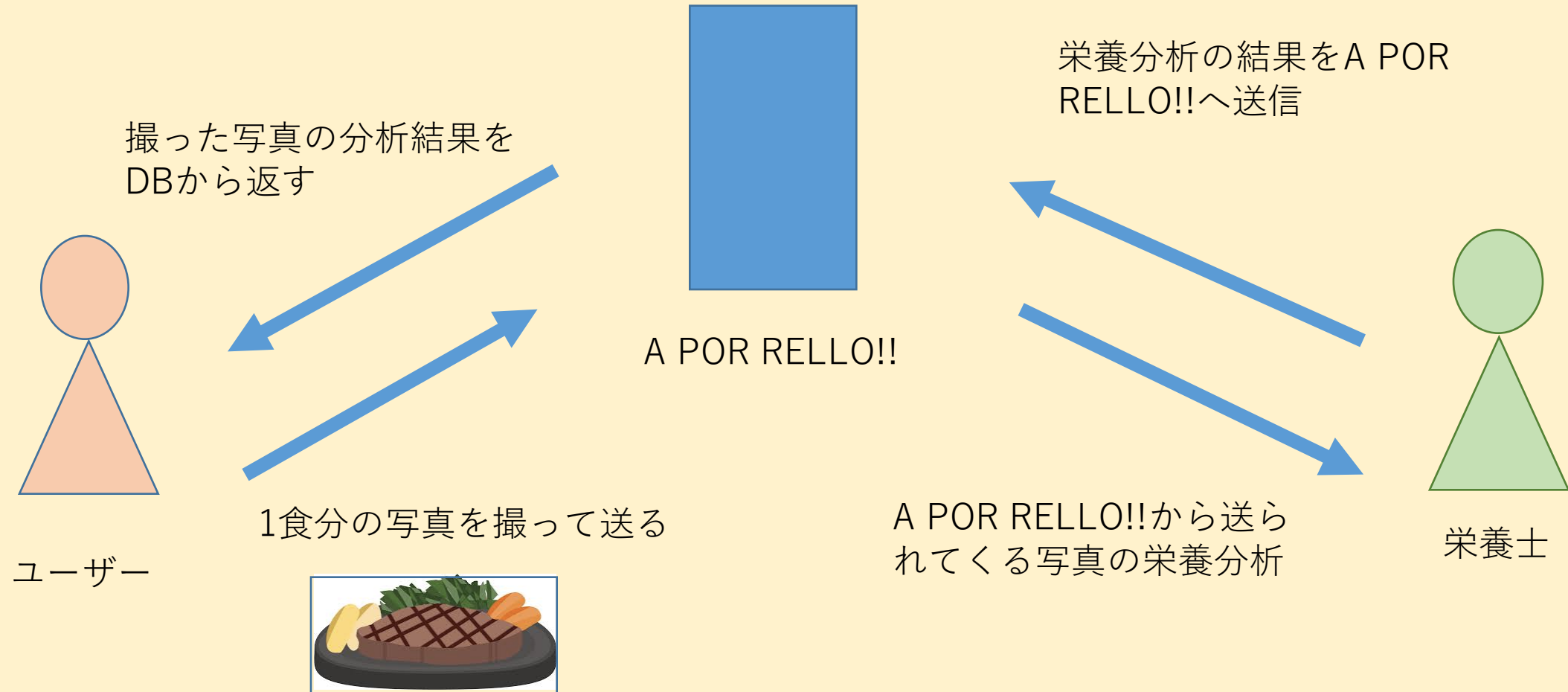
現実世界のコミュニティとつながることで
継続利用を促進

どうやって？

て

て

ビジネスモデル



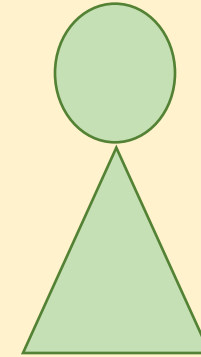
栄養士の栄養分析

診断結果をA POR RELLO!!のDBに保存



A POR RELLO!!のDB

←
カロリー
不足物
バランス

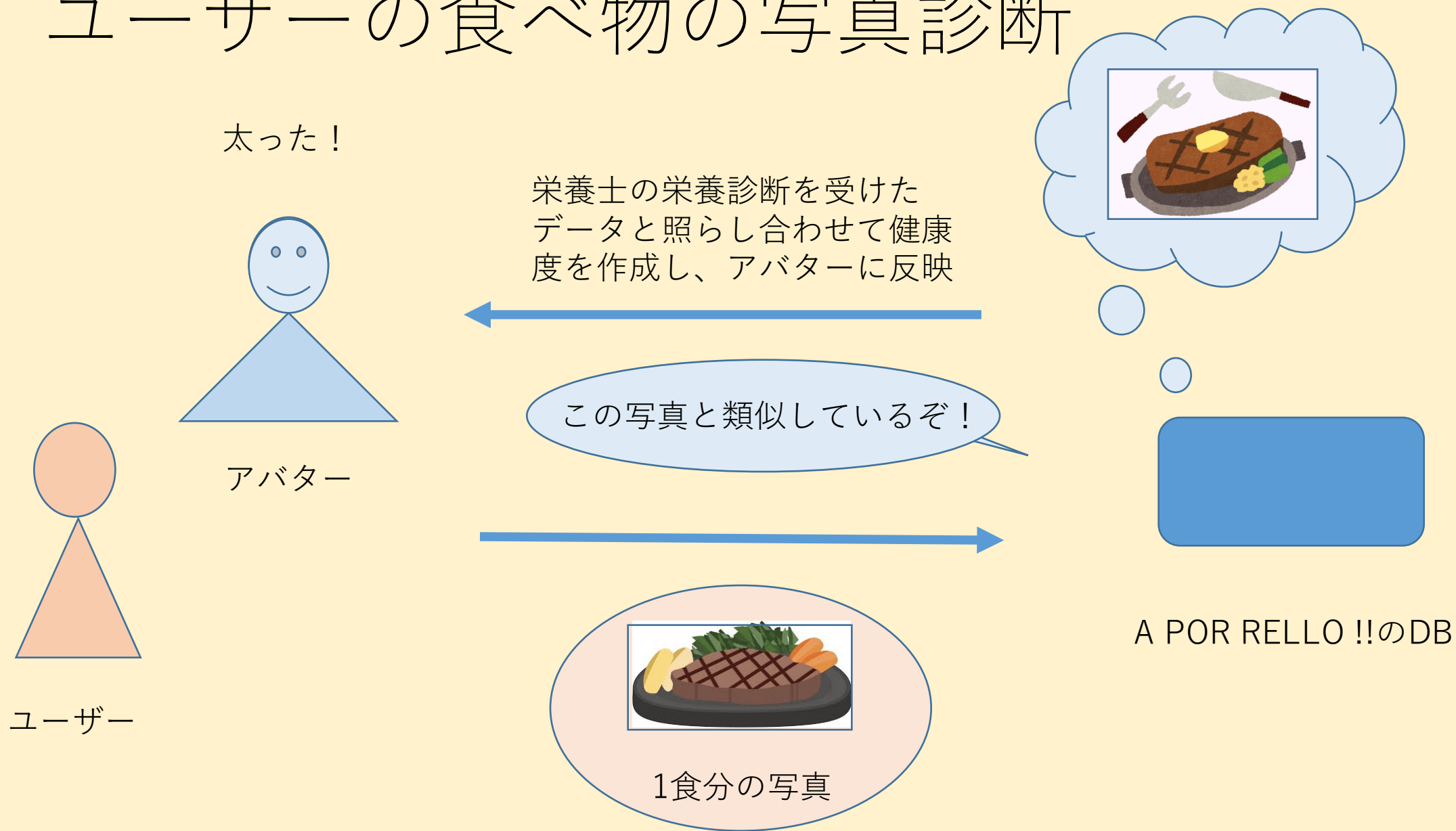


栄養士

→
1食分の写真
一枚あたり1500円



ユーザーの食べ物の写真診断

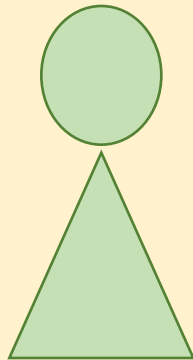


栄養士の栄養指導

月額700円！

管理栄養士の個別フィードバック！

事前に登録されている
有料会員の
・身長
・生年月日
・性別
・20歳の時の体重
などから判定

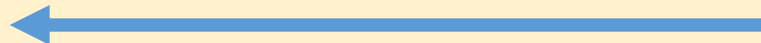


栄養士

有料会員へのコメント
健康商品のレコメンド



一ヶ月分の写真と体重を送る



有料会員一人あたり700円の報酬

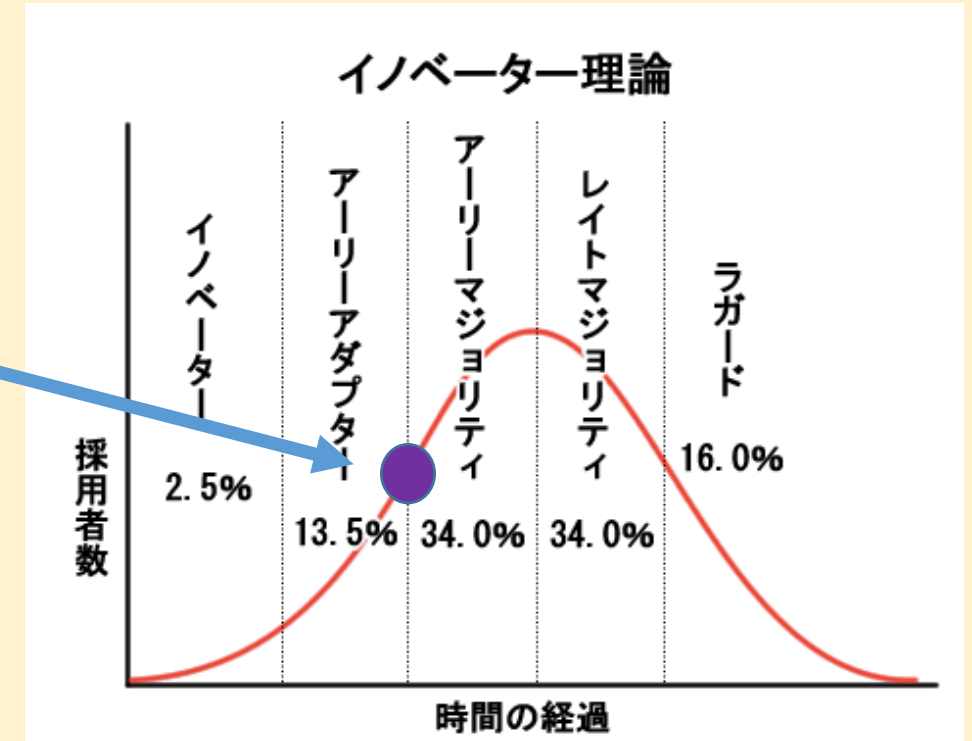


A POR RELLO!!

有料会員一人一人へ栄養士から月1でコメントがもらえる仕組み。

1年後の会社規模と仮定

1年でターゲットユーザーの16%を超えることを企業の事業継続判断の指標にします。



1年後の月の想定収支

○収入

- 課金ユーザーからの収入 2660万円
- 通常ユーザーからの収入 2166万円
- API契約料 100万円

○支出

- 栄養士の人件費 -2660万円
- 人件費 -300万円
- 宣伝費 -50万円
- サーバー代 -150万円

合計	1766万円
----	--------

順調に成長した場合

- 最終的な売り上げとしては**5518万円/月**
- 対象者の全てのシェアを獲得したとして、**1億8395万円/月**
- さらに男性や20～40代以外の女性を獲得できれば、**約2億4834万円/月**となる。
- 栄養士で信ぴょう性をつけたり、アバターが健康状態と連動したりするので、シェアを広げたり、ユーザー数を増やすことは十分可能である。

順調に成長しなかった場合

- 1年後、他の企業の援助なしで黒字を出していなければ、事業失敗とみなし撤退もしくはターゲットの見直しをする。

自社の強み

- 栄養分析の入った写真のDBを使った食事に関するコンサル
- 栄養指導の入った写真のDBを使った食事に関するコンサル
- 有料会員からの報酬
- ユーザーへの健康食品の広告収入

赤色の部分はデータが集まらなないと収入源とならない。

docomoさんをお願いしたいこと

- スタートから写真と栄養情報の紐付いたデータが最低限集まるまでの資金援助（10か月）
- 栄養士による解析データ分析の援助
- docomoのAPIを割安で利用させて欲しい

自社を支援するメリット

- 1年後にこちらの作成した社内APIの無料利用
- アプリ内のdocomo社画像認識で得られた結果の誤りの提示し、精度の向上に貢献する。
- アプリのアバターのシェアによる、SNSなどでの新しいコミュニケーションの通信情報。

企業が撤退した場合は、それまでに集めたデータ、作成した社内API、その他栄養士の評価した食品情報のデータをすべてdocomoへ譲渡する。

HealthyAvatar × ^{NTT}docomo



充実した食生活、充実した人生