



Ubie株式会社でのIMMの実践



Mission

テクノロジーで
人々を適切な医療に案内する

自己紹介: 守屋祐一郎

公衆衛生の課題解決に、スタートアップを軸に従事



- 2018-2021 セルソース株式会社 (4880)
 - 営業、新規事業開発、メディカルアフェアーズ
- 2021- ユビー株式会社
 - 事業開発
 - Public Relations
 - インパクトオフィサー
- その他
 - 聖路加国際大学 公衆衛生大学院
 - 医療経済学、社会的インパクト評価
 - 一般社団法人 IMPACT SHIFT 理事

会社概要

- 社名: Ubie株式会社 (英文社名: Ubie, Inc)
- 代表: 代表取締役 久保 恒太・代表取締役 医師 阿部 吉倫
- 役員: 社外取締役 重富 隆介・社外監査役 弁護士 田邊 愛・常勤監査役 公認会計士 吉川 和美
- 設立: 2017年5月
- 役職員数: 240名 (2025年3月末時点)
- 日本本社: 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3丁目8-4 日本橋ライフサイエンスビルディング 4 5F
- 米国本社: 379 W Broadway, New York, NY 10012
- 累計株主資本調達額: 120億円超 (2024年12月時点)
- 主要株主:



日本郵政キャピタル



株式会社

セブン-イレブン・ジャパン

NTT docomo



SUZUKEN



原体験 - “患者さんが自身の判断で適切な医療にかかるのは難しい”



研修医時代の阿部(後列右から3番目)

社会課題 - 体調不良時に7割もの人何らかの困りごとを抱えている(“医療迷子”)

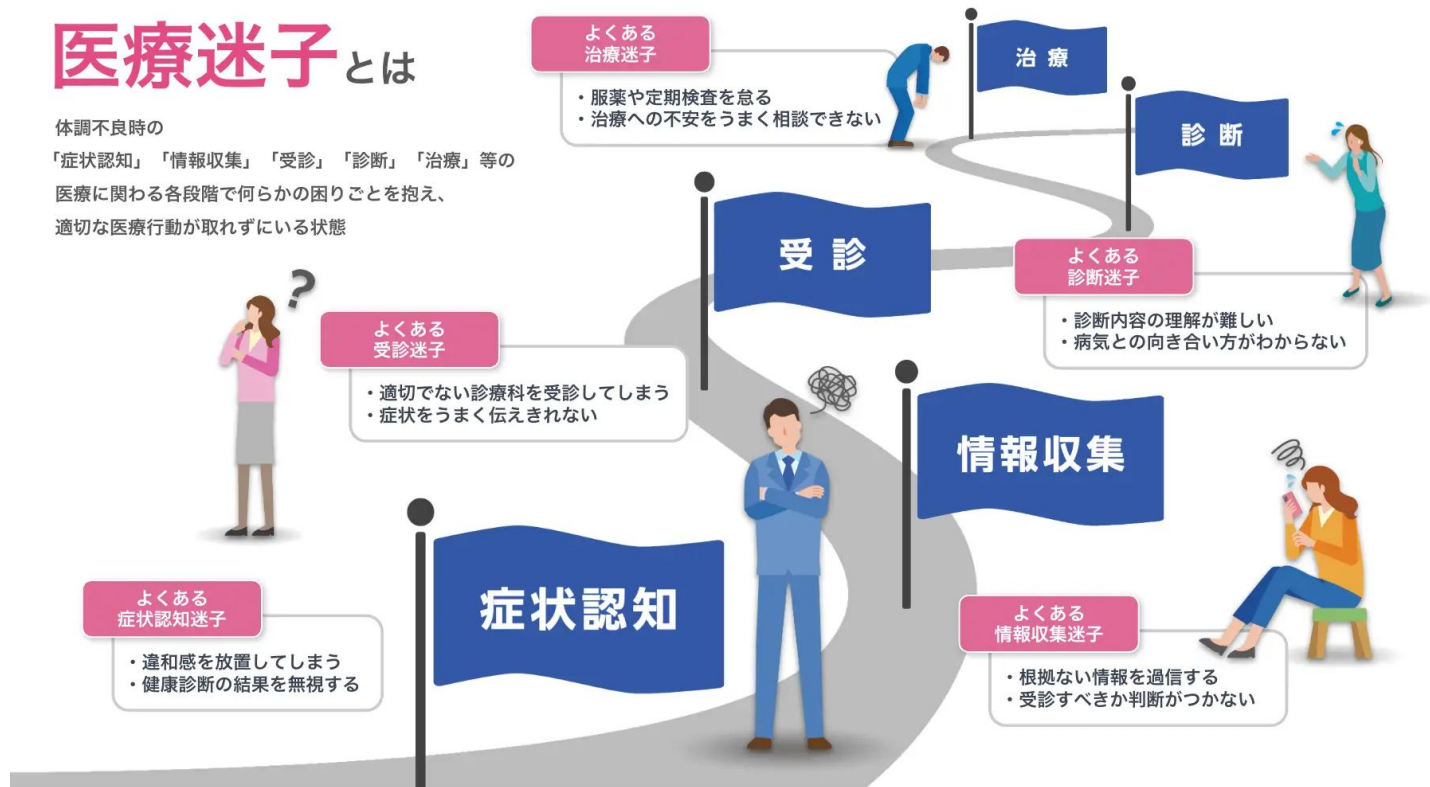
医療迷子とは

体調不良時の

「症状認知」「情報収集」「受診」「診断」「治療」等の

医療に関わる各段階で何らかの困りごとを抱え、

適切な医療行動が取れずにいる状態



患者さんと適切な医療をつなぐプラットフォームを創造

- ・「Google Play ベスト オブ 2023 優れた AI 部門」で大賞を受賞
- ・ 総務省実施「情報アクセシビリティ好事例 2023」に選出



月間
利用者数
1300万人
以上



AIアルゴリズムの
研究開始
2013~

創業
2017

生活者向け
症状検索サービス
2020~

生活者向け
疾患・治療情報検索サービス
2023~

生活者向け
AIパートナーサービス
2025~

2017
医療機関向け
AI問診サービス



導入
医療機関
1800
以上

2021~
製薬企業向け事業



グローバル
メガファーマ
企業との取引
9割以上

2024~
医療機関向け
生成AIサービス



導入
医療機関
70以上



・第3回 日本サービス大賞
「厚生労働大臣賞」「審査員特別賞」同時受賞

・「生成AI大賞2024」特別賞・優秀賞を W受賞

IMMに取り組むきっかけは「ビジョン/ミッションの浸透課題」。

様々なステークホルダーとの対話に実装する中で、手応えと成果を感じている

背景 目的 表現 活用

ビジョン/ミッションの浸透度合いが、人によって大きく異なる...

「AI問診の会社」
という認知複数のステークホルダーに
影響する意思決定の難しさ創業医師 阿部の
インパクト志向の浸透

ユビー

ユビー | 114

Ubie, "健康寿命の最大化"を軸とする社会的インパクト指標とロジックモデルを策定・公表

～創業以来、推定2.7年以上の健康寿命延伸、1,500億円以上の経済価値創造に貢献と試算～

Ubie株式会社 2024年5月13日 15時12分

284

X F G D

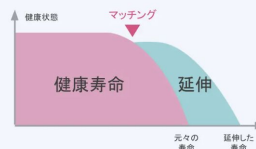
Ubie株式会社（本社：東京都中央区、共同代表取締役：阿部吉倫・久保恒太、以下「Ubie」）は、事業活動が社会に与えるポジティブな影響を定量的に評価し、効果的に高めていくための社会的インパクト指標とロジックモデルを策定・公表したことをお知らせします。策定した指標の中でも、当社のビジョンと最も関連する「健康寿命延伸インパクト（*1）」を推計した結果、2017年の創業より当社の事業を通じ貢献した健康寿命は推定で2.7万年以上に及び、経済価値は1,500億円以上であることが示唆されました。

インパクト指標とロジックモデルの詳細はこちら

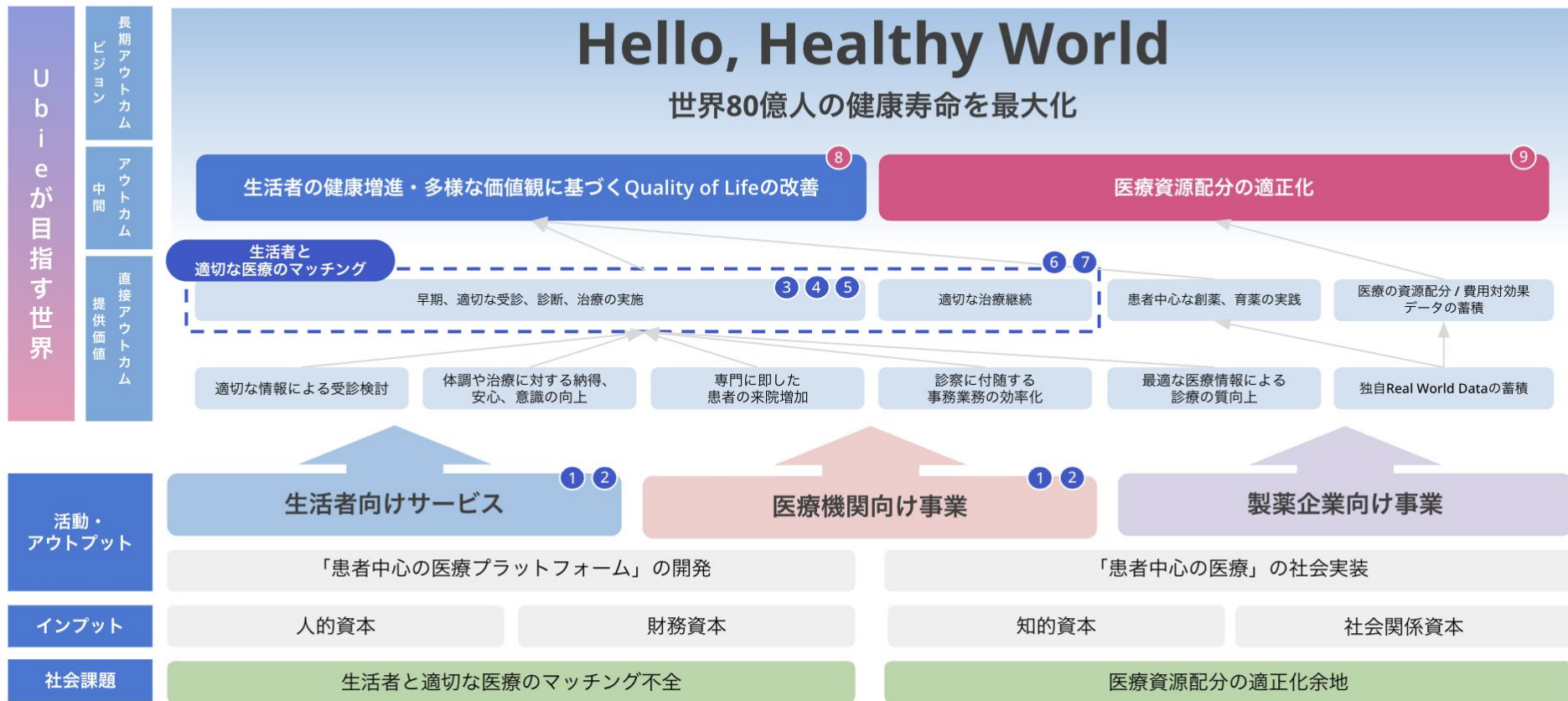
<https://speakerdeck.com/ubie/ubie-social-impact>

対話

ユビー

"健康寿命の最大化"を軸とする
社会的インパクト指標とロジックモデルを策定・公表健康寿命の延伸
2.7万年以上経済価値
1,500億円以上

社会的インパクト創出のロジックモデル

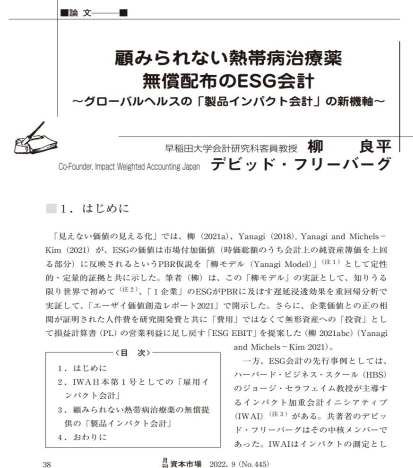


社会的インパクト KGI・KPIと2024年5月時点の進捗、中期目標

		評価・計測方法	進捗・目標	
			2024年5月時点	中期目標
KPI	Ubieプラットフォームのユーザー数		① 「ユビー」 月間利用者数 約1,000万人	約2,000～3,000万人以上
			② 「ユビー」 アカウント登録ユーザー数 約500万人	
	行動変容力	Patient Journeyの前進＝行動変容の数	③ 医療機関受診数	今後開示を検討中
			④ 受診時確定診断数	
			⑤ 受診時治療開始数	
		行動変容の説明能力	⑥ 行動変容エビデンス取得率	今後開示を検討中。目標は10倍以上
			⑦ Ubieプラットフォームの貢献度	今後評価、開示を検討中
KGI	健康寿命の延伸	⑧ 質調整生存年 (Quality-adjusted life years,QALY)の増分	約2.7万年(QALY)以上	約107万年(QALY)以上
	医療費の適正化 労働生産性の改善	⑨ 各種医療経済分析の手法、Work Productivity and Activity Impairment,WPAI	今後開示を検討中	

(参考)先行事例・出版物

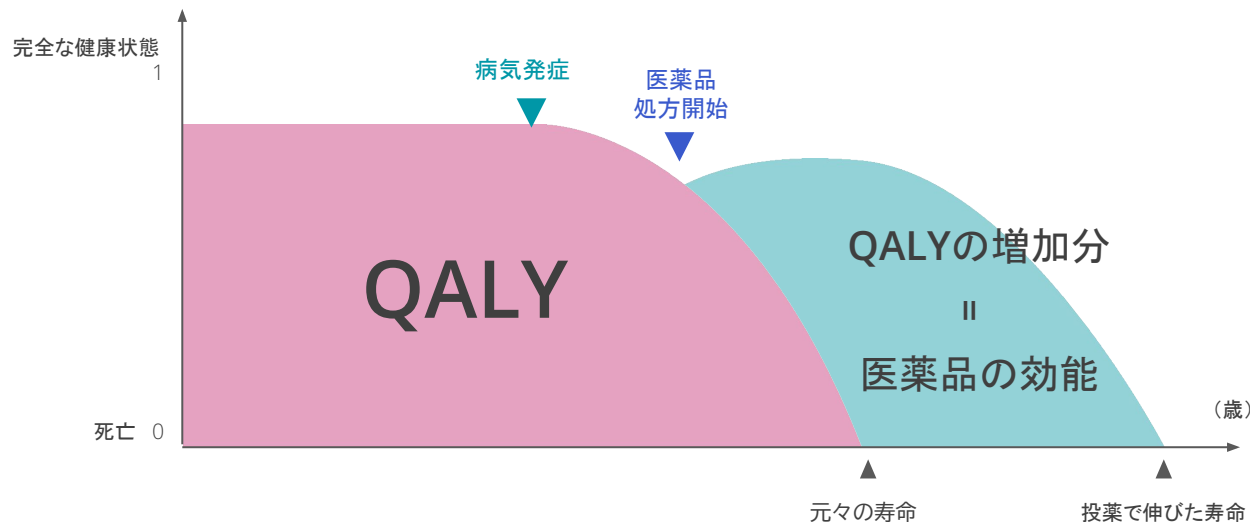
製薬産業の先行事例(ノバルティス、エーザイ、Value Balancing Alliance等)を参考に、当社のビジネスモデルやデータ構造を踏まえ、現時点で実行可能な形式を策定、実践



Seddik, A.H., Branner, J., Helmy, R., Ostwald, D.A., Haut, S. (2018). The Social Impact of Novartis Medicines: Two Case Studies from South Africa and Kenya. Basel, Berlin, Darmstadt: WifOR, Novartis.
VBA HEALTH CLUSTER Social Impact of Innovative Medicine
柳良平, フリーバーク・デビッド. (2022). 顧みられない熱帯病治療薬無償配布のESG会計 ～グローバルヘルスの「製品インパクト会計」の新機軸～. 月刊資本市場, 9月号. 早稲田大学, ハーバードビジネススクール.

(参考)質調整生存年(Quality-adjusted life years, QALY)

QALYは、「生活の質(Quality of life, QOL)を考慮した生存年」を意味する、
医療経済評価で国際的に用いられる指標



QALYは「QOL (quality of life)」を「生存年数」にかけること
で求められます。QOL値は生活の質を表すもので、0(死
亡)から1(完全な健康状態)までの値をとります。

例えば、QOL値が0.8の状態でも10年間生存すれば $0.8 \times 10 = 8$ QALYとなります。

QALYは1QALY、2QALYと数えることができます。QOL値が
1の状態でも1年間生存したときには、 $1 \times 1 = 1$ QALYとなるの
で、1QALYは「完全な健康状態で1年間生きたとき」の健
康量と考えられます。ですので、先ほどの 0.8QALYは、
1QALYの0.8倍の量になります。

ここで求められる数値は、ただの「生存期間」よりも直感
的な感覚により近いものではないでしょうか。同じ 1年間で
生きるにしても、「自分の思うままにできる元気な状態」と
「寝たきりで身動きがとれない状態」では、多くの人は前
者の方が望ましいと考えるはず。単純な生存期間で
見ればどちらも1年間ですが、前者は後者よりも QOLの高
い状態ですから、治療により得られる QALYの値も大きくな
ります。

(参考)試算式の構造

社内外データより「貢献した健康アウトカムの総和」を推計、QALYの貨幣価値換算係数と乗じる

$$\begin{aligned}
 &\text{健康寿命延伸インパクト} = \text{Ubieがステークホルダーとともに貢献した健康アウトカムの総和} \times \text{貨幣価値換算係数} \\
 &= \text{受診時治療開始数} \times \text{治療が生み出す健康アウトカム(QALY)期待値} \times \text{QALYの貨幣価値} \\
 &= \text{ユビーユーザーの受診時確定診断数の推計値} \times \text{治療選択率の推計値} \times \text{治療が生み出す健康アウトカム(QALY)期待値} \times \text{QALYの貨幣価値} \\
 &= 26,795\text{QALY} \times 5,706,775.77\text{円 / QALY}
 \end{aligned}$$

(参考)試算の前提条件

集計期間、組入対象、試算方法、データソースなどの前提条件を開示

- 集計期間
 - 2021-07-29～2024-01-31のデータを参照
- 組入対象疾患
 - 疾病負荷上位の疾患(世界の疾病負荷:Global Burden of Disease研究を参照)、任意の希少疾患から、11の疾患、18の治療を組入
- 計算方法
 - 貢献した健康アウトカムの総和(LTV,Life time Value)を試算
 - VBA HEALTH CLUSTER Social Impact of Innovative Medicineの手法を参考に、貨幣価値に換算
- データソース
 - ユビユーザーの受診時確定診断数の推計値:サービス利用者のアンケートをもとに推計
 - 治療選択率の推計値:各種疫学のエビデンス、エキスパートインタビュー等より推計
 - 治療が生み出す健康アウトカム(QALY)期待値:医療経済分野のエビデンスをもとに、QALY期待値を分析期間で割り戻した値を参照
 - QALYの貨幣価値:VBA HEALTH CLUSTER Social Impact of Innovative Medicineを参考に、Direct paid effectsを推計

(参考)試算の留意点

推計結果は多くの**仮定、外挿に基づく参考値であることに留意**が必要。

留意点も認識した上で、可能な範囲から開示、対話を試みる**ことが重要**と考えている

主たる留意点

- 推計値、推計ロジックの妥当性
- 当社プラットフォームの貢献度
- 外挿したQALY、治療選択率データの妥当性
- 健康寿命の定義とQALYの妥当性
- QALYの倫理的懸念、
より包摂的・多面的な評価

等

今後の検討方針

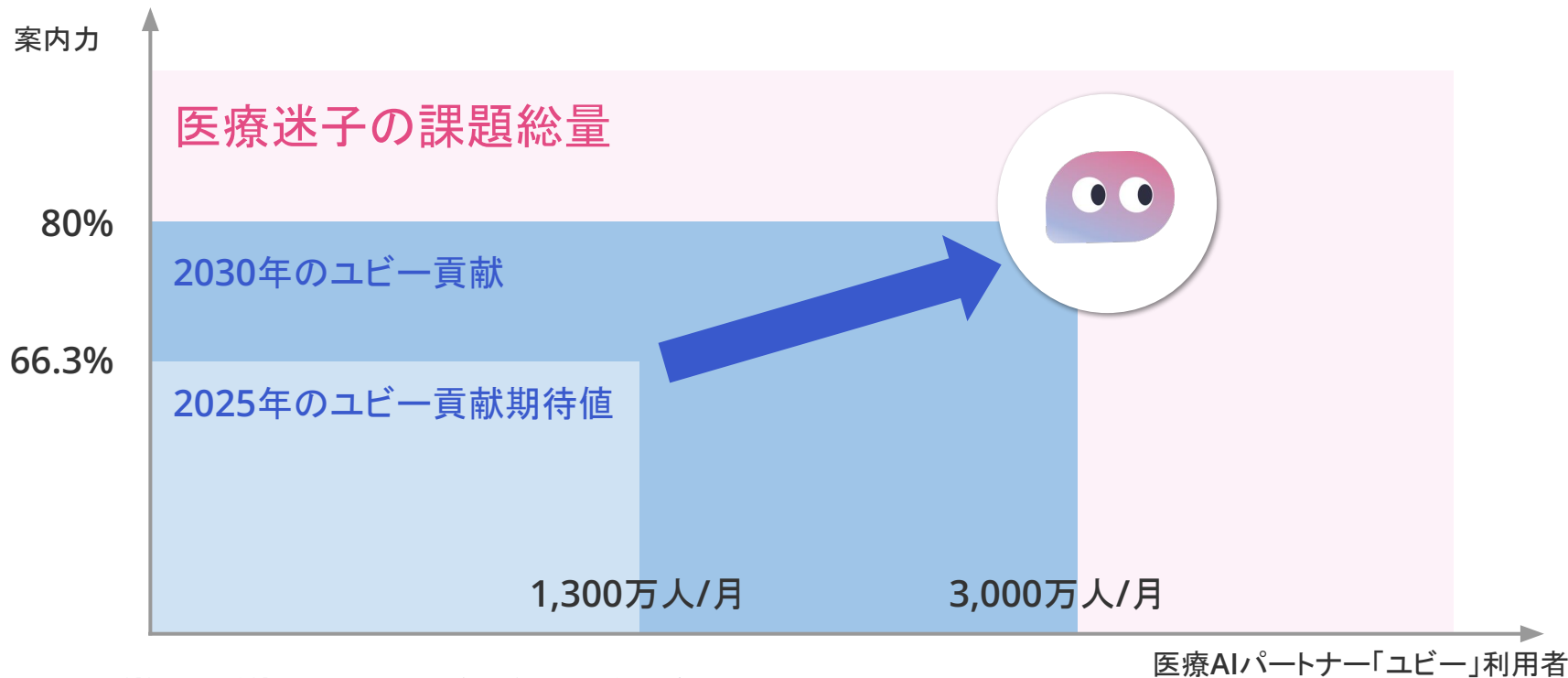
- ガイダンスの策定に伴い、
準拠した手法での評価、開示を検討
- 先行研究の参照のみならず、
目的に沿った研究の実施を検討
- より実態に即した評価、開示を検討
- Ubieの貢献、
追加性の評価、開示を検討

等

国内の健康寿命延伸インパクトを順次拡大するとともに、 途上国保健含むグローバル課題に挑戦



2030年、医療AIパートナー「ユビー」利用者数国内3,000万人への成長、案内力80%への改善を通じ、医療迷子経験率を72%から36%へ半減することを目指す



厚生労働省「患者調査」、総務省「通信利用動向調査」等の公表データ及びUbie社内分析資料に基づき、日本の月間医療課題人口を約4,850万人、うち医療迷子を3,492万人（72%）と推計。当社は2030年までに「ユビー」の利用者数を3,000万人、案内力を80%へ高めることを通じて、ステークホルダーの皆様と共に1,728万人の医療迷子解消に貢献し、全体の経験率を約36%へ半減させることを目指します。本試算は、調査結果の一般化や将来の利用者層の代表性など、複数の仮定に基づく目標値である点には留意が必要です。

ユビーのビジョン/ミッション、価値をより適切にお伝えするとともに、 更なるインパクトを共創

ユビー事業の社会的インパクトの評価と対外発表



投資家

社会貢献性、財務的成長との関連の理解浸透による投資意欲向上、資本コスト低下



顧客・事業パートナー

社会貢献性の理解浸透と共通言語の活用による関係性の深化、協業の拡大



採用候補者

事業の社会的意義の訴求による選考参加・内定承諾意欲の向上

意思決定や価値提供の羅針盤・共通言語に。エンゲージメントにも好影響



森うどん/Ubie 採用+α
@moriudon0626

これが自分がUbieでやりたかったことで、それは日々少しずつやれていた
はずなんだけど、改めて数値化されると実感が深まるなあ。

「あの時早く病院行ったら・・・」
「正しい受診先を選べていたら・・・」
みたいな悲しいことを世界から駆逐したい。
悲しいことって少ない方が良くからね。

森うどん/Ubie 採用+α @moriudon0626 · 5月13日

健康寿命を2.7万年伸ばしたいです！
これからもっと伸ばしていきます！！ x.com/UbieCorp_JP/st...

午後7:42 · 2024年5月13日 · 3,590 件の表示



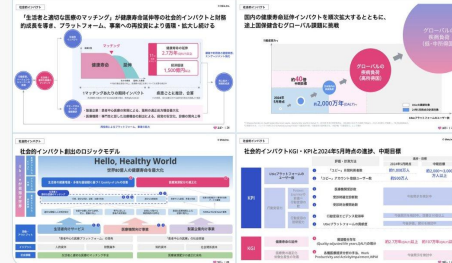
超循環評価器 @hagino3000 · 5月15日

limitationはかなりあるけど介入による健康寿命延伸効果を事業指標とすべく
定量化していくぞっていう宣言。症状チェッカーサービスに限定するとその
性能評価の既存研究は「提案されるトリアージは妥当か」「病名は当たって
いるのか？」がほとんどで健康アウトカムによる評価が無いのでかなりアツク

Ubie株式会社 / ユビー @UbieCorp_JP · 5月13日

社会に与えるポジティブな影響を定量的に評価する社会的インパクト指
標とロジックモデルを策定しました。当社のビジョンと最も関連する
「健康寿命延伸インパクト」は、2017年の創業より当社の事業を通じ貢
献した健康寿命が推定で2.7万年以上に及ぶことが示唆されました。
prtimes.jp/main/html/rd/p...

[このスレッドを表示](#)



Chihokotaro | Ubie @chihokotaro · 5月14日

入社理由のひとつに「社会に対するインパクトの大きさ」があったけど、当
時は推定でしかなかったものが、定量的に評価できるようになってきた！す
ごい！

具体的かつインパクトある数字が見えるのは、わくわくするね.....

Ubie株式会社 / ユビー @UbieCorp_JP · 5月13日

社会に与えるポジティブな影響を定量的に評価する社会的インパクト指
標とロジックモデルを策定しました。当社のビジョンと最も関連する
「健康寿命延伸インパクト」は、2017年の創業より当社の事業を通じ貢
献した健康寿命が推定で2.7万年以上に及ぶことが示唆されました。
prtimes.jp/main/html/rd/p...

[このスレッドを表示](#)



製薬業界最大級のカンファレンスを主催。企業の垣根を超えて、業界全体で「患者貢献と事業成長をいかに両立するか？」を議論し、インパクトの共創を目指す

The poster features a black silhouette of a lighthouse on the left, with a bright light emanating from its lens. The background is a vibrant, abstract design with swirling patterns in shades of purple, pink, and blue. A small white ship is visible in the distance. The text is prominently displayed in white and yellow.

UPS 2025
Ubie Pharma Summit

DAY 01 5.14 DAY 02 5.15
東京：虎ノ門ヒルズ フォーラム
大阪：未定

※製薬企業の方向けになります。

参加費：無料

業界団体を通じて、企業の垣根を超えて「ヘルスリテラシー」を普及啓発。 デジタル化に伴い懸念されるネガティブインパクト「健康格差拡大」の予防に取り組む



日本デジタルヘルス・アライアンス

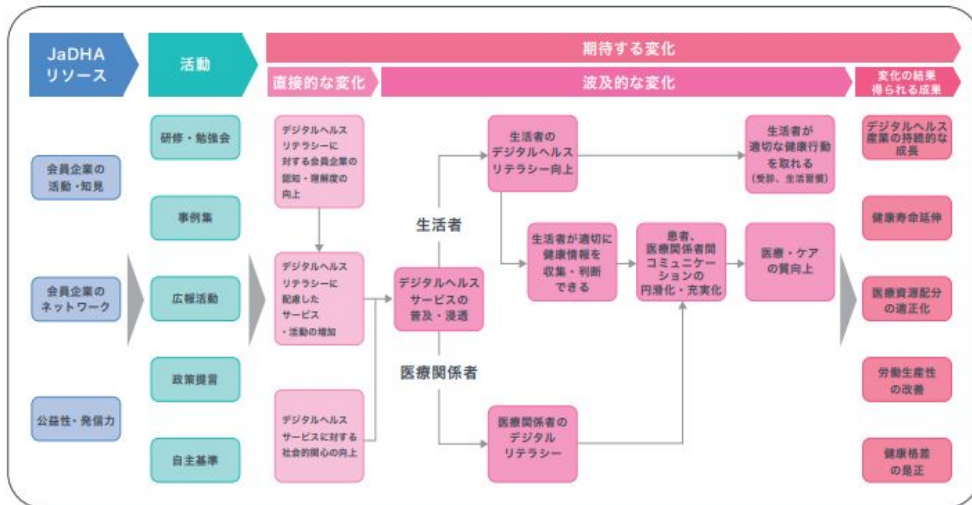
ビジョンペーパー

デジタルヘルスリテラシーへの
配慮を通じた産業振興と
社会課題解決の両立

JaDHA
The Japan Digital Health Alliance

2. 本活動がステークホルダーに与える影響

本活動が目指すステークホルダーへのポジティブな影響は下記の通りです。



(出展：JaDHA WG3/WG4 横断企画コアチーム作成資料)

健康格差の是正とデジタルヘルスリテラシーの向上を目指し、JaDHAが産学官と協働した初のプロジェクトに挑戦

IMMは「ビジョン・ミッションの共通言語。
ステークホルダーとの対話を通じて、ビジョン・ミッションの実現を加速する

営業(顧客、ビジネスパートナーと
共創するインパクトの加速)

ファイナンス(売上の蓋然性)

従業員のエンゲージメント
意思決定のコンパス

採用(候補者のエンゲージメント)

ブランド(応援、共感、ファン)

実務者の皆様に向けた学び

まずは ゴールと ストーリー

インパクトの可視化や貨幣換算は強力な手法だが、「伝わる」ための十分条件ではない。社内外のステークホルダーごとに、理想的な認知状態ゴール)、実現に向けた個別の対話方針(ストーリー)を定性・定量の両輪で描き、実践することが重要。

Quick Win で 価値証明

ゼロイチの活動ゆえ、不確実性は極めて高い。組織のリソースを拠出する合理性を説明できるよう、可能な限り早く、意味のある成果(Quick Win)を創り、“拠り所”とすることが重要。

高速検証 ・ 高速反映

プロジェクトが進むにつれ、様々な「想定外の反響」と遭遇する。反響を踏まえ学習を重ねることで、自社にとっての「正解」を発見・実現することができる。可能な限り早く・小さく仮説検証し、学びを柔軟に構想に反映し続けることが肝要。

経営者の皆様に向けた学び

長期視点

ゼロイチにおいて、失敗や予想外の結果は必然の産物。
経営者が、自社の理念や担当者の可能性、プロジェクトにより得られる知見の意義を信じ、
長期視点に立って伴走・応援しながら、適切な体制を確保し続けることが重要。

ゼロイチ人材 の起用

実務者には不確実性耐性、推進力、自社理念に対する深い理解・共感などが求められる。
ゼロイチの成功体験や志向性を持つ担当者の起用、時に創業者・経営陣の直接関与も重要。

PR思考

ステークホルダーとの対話、関係構築に繋げる過程はパブリック・リレーションズ活動と共通。
相手の関心に合わせて、コミュニケーションにインパクトを融合させる試行錯誤が重要。
一方的な発信、誇大主張ウォッシュにならないための配慮や倫理観も必須。