

ファンドの特長 *About Fund*

ファンドの設立について

高齢社会の進展や健康に対する意識の高まりなどにより、社会全体としてウェルネス重視の流れが醸成されています。健康的な生活習慣の重要性が再認識され、医療費の削減や生産性の向上などが期待されています。ウェルネス領域での課題は多岐にわたっており、様々な観点から課題を解決するスタートアップが必要です。また、投資家サイドでもこのような課題解決型のスタートアップを支援するために、財務的なリターンと社会的リターンを創出することを目的としたインパクト投資が注目され始めています。一方、国内のインパクト投資はまだ黎明期にあり、特にスタートアップ×インパクト投資の領域では開発段階にあります。したがって、インパクト志向のスタートアップ投資を加速させるためにも、インパクト投資の実践と実績が重要になると考えています。

東京ウェルネスインパクトファンド（以下、TWIF）は、東京都のソーシャルインパクト投資ファンド事業において、虎ノ門インパクトキャピタル合同会社が運営事業者として採択されたことから始まりました。TWIFは、スタートアップ×インパクト投資を実践することで、ウェルネス領域の課題解決をテーマに、課題解決実践者の創出とファンド利益の確保、そして個人からのインパクト投資へのお金の流れを生み出したいと考えています。



4つの投資対象領域

ウェルネスとは、「身体的、精神的、社会的に健康で安心な状態」*1と定義されています。TWIFは、下図の4領域における国内のウェルネスの課題解決を目的とするスタートアップへ投資します。

*1 Global wellness Institute:GWI, 2015



IMMの実践 *Impact Measurement and Management*

TWIFでは、本質的な顧客価値を追求するスタートアップに対し、Impact Measurement and Management（以下、IMM）実践プロセスを通じたハンズオン支援を行い、投資先の事業目標達成のプロセスマネジメント（現状把握→ゴール設定→現状とゴールのギャップ把握→ゴールまでの登り方を計画→実践→修正計画→実践）を、ロジックモデルの作成などを通してご支援いたします。TWIFのIMMは、CMVが署名した国際的なインパクト・マネジメント運用原則（Operating Principles for Impact Management）をベースに構成されています。このようにして企業価値を高め、投資リターンを最適化するインパクトIPOやイグジットトゥコミュニティなどのレスポンシブル・イグジットにつなげます。

IMM実践による投資検討からイグジットまでのプロセス

	目的	実施内容
ソーシング	・ウェルネス領域で長期的な成長を目指すスタートアップの探索	<ul style="list-style-type: none"> 課題デザインワークによる、課題の可視化 取り組み① インパクト起業家育成プログラムの運営 取り組み② ウェルネスニュース配信及び投資候補先のDB化 インパクトキャピタリスト勉強会/コミュニティ運営の実施
デュー・デリジェンス	<ul style="list-style-type: none"> 投資候補先のIMMの実践に対するコミットメントとリスク評価 Theory of Change（以下、ToC）やロジックモデルの作成を通じたインパクト仮説の確からしさ 	<ul style="list-style-type: none"> 起業家の学習成長志向性の評価 Five dimensions of impact, 9 Riskフレームワークをアレンジしたインパクトリスクの評価 取り組み③ 投資候補先のToC及びロジックモデルの確認（作成支援）
投資実行	<ul style="list-style-type: none"> イグジットの蓋然性、目標リターン、生み出す社会的インパクトの方向性 リスクに応じたタームによる投資契約 	<ul style="list-style-type: none"> イグジットモデル（目標マルチプル）の想定と支援方針の決定 投資契約体系 利益相反等のガバナンスチェック
伴走支援	<ul style="list-style-type: none"> 起業家のToC実現に向けた事業成長支援 	<ul style="list-style-type: none"> 現状把握支援及び起業家のリフレクション支援 事業推進のハンズオン支援及びモニタリング NPSなど事業利益と顧客アウトカム評価に関するKPI インパクトレポート作成に伴う戦略振り返り
レスポンシブル・イグジット	<ul style="list-style-type: none"> インパクトIPOやM&A、イグジットトゥコミュニティによるイグジットの実現 	<ul style="list-style-type: none"> 目標投資リターンとの整合性の確認 インパクトイグジット評価の実施

取り組み①

投資領域における課題の網羅的な整理

TWIFでは、投資領域について、外部の有識者を交えて社会課題の構造を因果関係とともに可視化する「課題デザインマップ」を作成しています。この課題マップはファンドの投資検討に役立てるとともに一般にも公開し、課題解決を志す起業家にも活用いただくことを目的としています。

取り組み②

インパクト志向の起業家の育成

TWIFでは、ファンドとして課題解決を行う領域の解像度を上げたり、課題を解決するスタートアップの発掘を目的として、CMVがおうちの診療所と共催している実践型インパクト起業家育成プログラム「Knot Program」の運営支援をしています。

取り組み③

「Five dimensions of impact」によるインパクト評価と、「9 Risk」によるインパクトリスクの評価

インパクト投資を行うにあたって、TWIFでは、投資候補先のデュー・デリジェンスの中に、What, Who, How much, Contribution, Riskの5側面評価を用いて、投資候補先が生み出すインパクトやその貢献度、量、リスクについて評価しています。加えて、Impact Management Projectで提唱されている「Nine types of impact risks*1」の各項目にしたがってインパクトリスクを評価する「9 Risk評価」も行っています。

*1 Nine types of impact risks: Impact Management Project (<https://impactfrontiers.org/norms/five-dimensions-of-impact/impact-risk/#types>)

Five dimensions of impact

What
Who
How much
Contribution
Risk

9 Risk評価

エビデンスリスク
外部要因リスク
ステークホルダーの理解不足リスク
ドロップオフリスク
効率性リスク
実行リスク
アライメントリスク
耐久性リスク
予期しないリスク

Theory of Change Canvas

東京ウェルネスインパクトファンド（TWIF）では、デュー・デリジェンスのプロセスとして Theory of Change やロジックモデルを作成する為に、CMV が各種文献を参考に独自開発したウェブアプリケーションツール「Theory of Change Canvas」を使用しています。Theory of Change Canvas は一般にも公開され、誰でも利用可能です。下記の 10 のステップで構成される各質問に答えていくことで、Theory of Change のチャートが自動で作成されます。

Theory of Change Canvas 作成 URL : <https://cmv-impact-investment.adalo.com/theory-of-change>

1 WHAT 解決されようとしている課題をシンプルに表現すると何か？

作成のヒント

課題をシンプルに捉えることはとても大切ですが、難しくもあります。うまく整理し難い場合は以下の観点から、解決する課題を捉えてみましょう。

Who	その課題によって、被害を受けやすい人（組織など）は誰ですか？
What	その課題によって生じる被害やネガティブな事象は何ですか？
Why	その課題が起こる背景や原因は何ですか？
Bad outcome	その被害やネガティブな事象が起こり続けると、社会や世界はどのような状態になりますか？
Why now	今までこの課題が解決されなかったのはなぜですか？今、チャンスな状況になっていますか？（社会の潮目が変わったなど）
Competitor	他にもこの課題を解決しようとしているプレイヤー（企業）はいますか？いないとしたらなぜですか？

2 KNOW YOURSELF できること・得意なこと、できない・苦手なところを踏まえると優位に戦えそうなフィールドはどこですか？また、やらないことは何？

作成のヒント

色々な問題がある中で、あなたが解決しようと選んだ課題。自分が優位に活動できる領域であることが望まれます。自分の得手不得手や持っているリソースを整理してみましょう。

Strong point	どんなリソースを持っていますか？また得意なことは何ですか？ （何か新しい技術？評判とか専門性？経験？人脈・ネットワーク？資金調達？）
Main field	強みから考えてみると、我々が最も力を発揮できそうな、主戦場はどこだと考えられそうですか？
What not to do	自分の得手不得手を考えると、どんなことをやらない方が良いと思いますか？

3 OUTCOME ターゲット顧客の課題を解決すると、彼らはどのように行動が変わり、どのような便益を得ることができるのか？

作成のヒント

設定した課題を解決したとき、ターゲット顧客はどのように行動が変わり、その結果、ターゲット顧客がどのような利益を得ることができるのか（アウトカム）。そして、その結果が積み重なったとき、社会はどのように変化をするのか（社会的インパクト）。インパクト志向のスタートアップとして、アウトカムを明確にする今回のステップでは、下記 4 つを必ず表現すること。

Who	課題を持つターゲット顧客は？（特徴をできるだけ具体的に記載）
How much	ターゲット顧客はどのくらいいるのか？（課題の被害やネガティブな事象を推計するとどれぐらいの規模になる？）
Outcome	課題が解決されるとターゲット顧客の行動はどのように変わり、どのような利益を得られるのか？ （ターゲットに対するの重要度も含めて）
Impact	ターゲット顧客のアウトカムが積み重なると、社会 / 世界はどのように変化しますか？
Pay	顧客は、この課題解決にどれくらいのお金を払ってくれますか？

4 PRODUCT/SERVICE どのようなプロダクトやサービスで課題を解決するのか？

作成のヒント

課題の解決策。株式会社の皆さんは、このプロダクトを提供して、お金を稼ぎます。お金を支払ってそのプロダクトを使いたいと思ってもらえるように、以下の点を考慮して機能開発やデザインをしましょう。

Persona	ターゲット顧客の中でも、特に誰が使うのか？
Use case	このペルソナがどのようなシーンで、どれぐらいの頻度で使うのか？
Why yours	『類似プロダクト』と比較して、なぜあなたのものが使われるのか？
Awareness	どのようにこのプロダクトの認知をしてもらうのか？
Last one mile	ターゲット顧客に対し、どのようにそのプロダクトを届けるのか？
Outcome	このプロダクトを使った人は、どのような利益を得て、どのように行動が変わるのか？

5 MECHANISM このプロダクトの提供メカニズムは何か？（認知のさせ方、使い続ける仕掛け、うまく使っているか判断する指標）

作成のヒント

顧客に継続して価値提供するためにはプロダクトの提供だけでは不十分。どのように使ってもらうか、いかに使い続けてもらえるのか、その仕掛け（メカニズム）を作ることが重要。プロダクトとメカニズムが合わさって初めて事業と呼ぶことができる。アウトカム志向のビジネスにおいては、使い続けることが最重要テーマ。

Retention	顧客がそのプロダクトを使い続けるための仕掛けは？（継続使用はヘルスケアの普遍課題）
Measurement	顧客がプロダクトを上手く使っていると、判断する指標は何か？
Why pay	顧客はなぜお金を払ってくれるのですか？また、お金を支払い続ける為にどのような仕掛けが必要ですか？
Logistics	このプロダクトと提供メカニズムを上手く機能し続けるためには何が必要ですか？またその調達方法は？ （リソース [人/モノ/カネ/情報]、組織など）

6 CONTRIBUTION 3のアウトカムは、4.5.による介入が無くても生じえるだろうか？もしくは、介入があった方が良いといえるだろうか？

作成のヒント

介入が無いとアウトカムがでないサービスになっているだろうか。介入があるとより顧客の便益確保の時間が早まる、より効果的になる、広範囲になる、ような事業になっているのだろうか、と考えてみる。

7 RISK 3.を生み出す4.5.の介入過程で、発生する可能性のあるリスク（負のアウトカム）はどのようなものがあるか？

作成のヒント

ヘルスケア領域における一般的なリスクは 4 カテゴリで表現できる（医療機器・医療用品/医療・介護等のサービス提供/ソフトウェア・IT サービス/バイオサイエンス・医薬品。具体的なリスクは SASB 参照）。

8 TAILWIND 4.5.の事業推進を後押しする、法制度、助成制度などの追い風になる外部要因は何か？

作成のヒント

特にヘルスケア領域での事業は、法制度の変更や規制の緩和などによる影響が大きい。関連する法律や規制、事業として制度の点数や加算・補助金などが取れるようなものがないか、整理する。

9 BACKCASTING ゴールからの逆算で考えると、目標の社会的インパクトまで、どのような途中アウトカムを経て、登るのか？（5、3、1年後）

作成のヒント

パターン 1 これまで考えてきた解決したい課題が社会的インパクトに近い場合、多くのケースでは想定するアウトカムを出すサービス提供は難しく、長い時間が必要。このような場合は、課題をステップ分解し、足元で解決できる課題から取り組むことを考える。その上で社会的インパクトと現状の差分を、5年後、3年後、1年後のステップに区切り、それぞれのアウトカム状態を設定する。

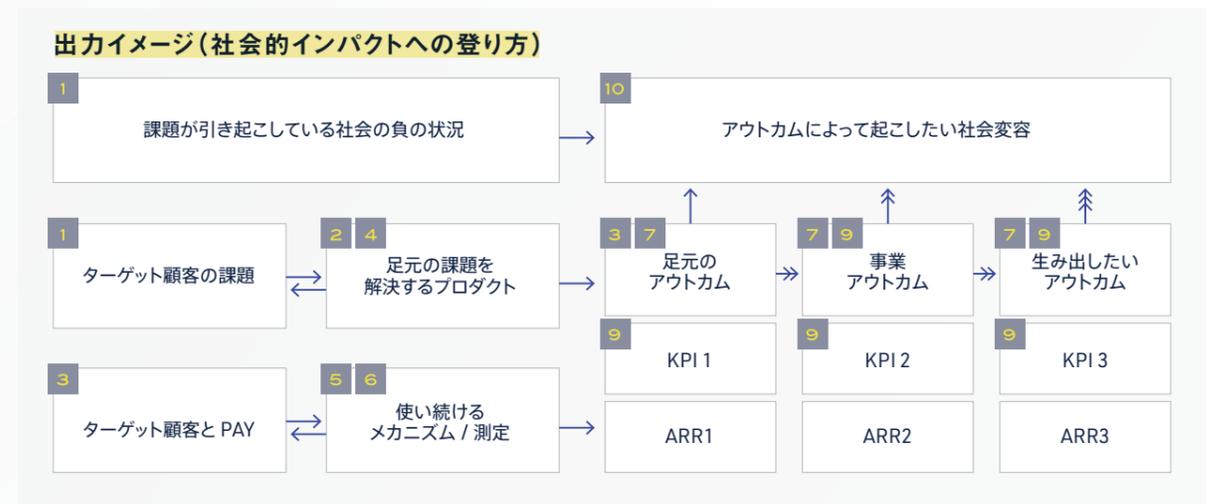
パターン 2 解決したい課題が足元の課題の場合、もし、すでにプロセスを考えられているならばそのプロセスを記載。考えられていない場合は、一旦、Step9 は記載しなくても良い。一方で、より抽象化した課題はないか、同じ課題を持つ他のターゲット顧客はいないか、など広がり方を考える。但し、Step10にて、ミッション・ビジョンを問うため、なぜ、そのような社会へと変えたいのか、思考を深めること。

10 MISSION/VISION ミッション（この事業・法人が存在する意義や目的）、ビジョン（ミッションに向かう過程。XX年後にどのような状態にするのか）

作成のヒント

ミッションとビジョンは様々な定義があり、上位概念が入れ替わることもしばしばある。ここでは以下のとおりに定義する。

ミッション	皆さんの事業や法人の使命を表すもので、事業が存在する意義。目的と目標の関係における目的を示すもの。
ビジョン	見える具体的な目標。ミッションを達成する為に、「5年後は、〇〇の状態になっている」「3年後は〇〇の状態になっている」と、明確な目標を設定すること。Vision2030、Vision2025 などとして、設定する。



インパクトの目標と実績

Goals and achievements

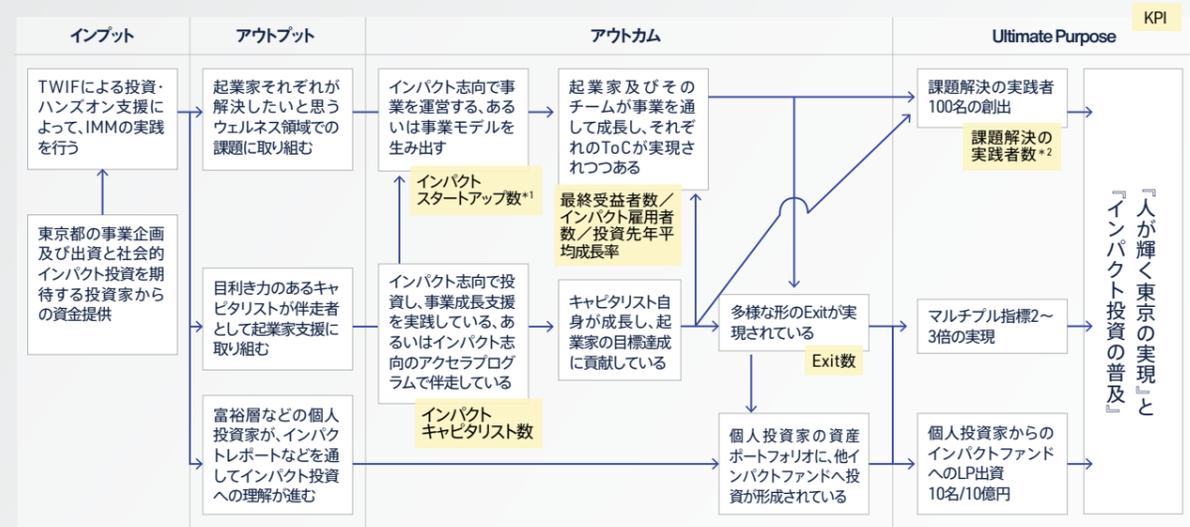
ファンドの目指す姿

TWIFでは、3つのコンセプトを設定し、これをTheory of Changeが達成できる状態として定義しています。

ファンドのコンセプト	コンセプトが達成できている状態
課題解決実践者を増やす 事業の成長は起業家の成長とイコールだと考え、「人」にこだわって投資します。IMMの実践を通じてウェルネス領域での課題解決に取り組む実践者を増やします。	課題解決の実践者を100名創出
課題解決伴走のための練達 起業家ばかりでなく、ファンド運営者も課題解決の実践者であると考えています。起業家の伴走者であるために、ファンド運営者自らも社会課題解決の実践者として学習成長し続け、ファンドを成長に導きます。	ファンド運用額を2~3倍にする
個人投資家へのインパクトファンド訴求 東京都の掲げる「分厚い金融市場」の構築に貢献します。インパクトファンドの状況を発信し、個人投資家がインパクトファンドに投資する流れの促進を図ります。	個人10名/10億円のインパクトファンドへの投資

達成までの道筋とKPI

目標を達成するために、TWIFでは下記のような道筋（ロジックモデル）を描いています。また、アウトカムを数値として測定するために7つのKPIを定めています。



*1 インパクト志向の投資先企業とインパクト起業家育成プログラム(アクセラプログラム)の卒業者を合わせた人数
 *2 ビジネスによって社会課題の解決に挑む起業家及び同レベルの責任ある立場にあるリーダー(CxOと表現)、そして彼らを支援するキャピタリスト

2023年のインパクトKPI実績

インパクトスタートアップ数 10	インパクトキャピタリスト数 3名	最終受益者数 250 千人	インパクト雇用者数 10名	投資先年平均成長率 183%	Exit数 0	課題解決の実践者数 10名
-----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--------------------------	--------------------------------

2023年の活動

Previous year's results

2月	2月24日 ファンド組成	
3月	東京都、明治安田生命保険相互会社、マネックスグループ株式会社、有限責任組合員(LP)出資 東京ウェルネスインパクトファンド組成をリリースし、投資活動を開始	
4月	インパクト起業家育成プログラム「Knot Program(ノットプログラム)」開始 ※Knot Program2023ウェブサイト(https://healthcareventureknot.jp/category/knot-program-2023/)	
5月	Aillis アイリス株式会社への投資を機関決定(P.19) 「Knot Program」合宿開催	
6月	CaTe inc. 株式会社CaTe(カテ)への投資を機関決定(P.21) インパクトキャピタリスト勉強会開催 交流イベント「インパクトキャピタリストのリアルを語る」開催	
7月	SCSK株式会社、戸田建設株式会社LP出資 LPインパクト投資勉強会開催 交流イベント「インパクト投資のキャリアって？ー女性視点でみたインパクト業界」開催 交流イベント「インパクトスタートアップ的ロジックモデルの作り方」開催	
8月	MELON 株式会社Melon(メロン)への投資を機関決定(P.23)	
9月	LPインパクト投資勉強会開催	
10月	HEAL-III 株式会社HEALTHREE(ヘルスリー)への投資を機関決定(P.25) MEBAIS 株式会社MEBAIS(メバイス)への投資を機関決定(P.27) Rehab 株式会社Rehab for JAPAN(リハブフォージャパン)への投資を機関決定(P.29)	
11月	三井住友信託銀行株式会社LP出資 Knot Programの最終発表と合わせて「Healthcare Venture KNOT 2023」を開催し、300名以上が来場	
12月	女性のウェルネス課題デザインマップを公開 (「女性のウェルネス課題デザインマップ制作から見た課題の広さと深さ」:P.13参照)	