

ニプセスリ起業企画書

2G12 永野茜子

「病は気から」

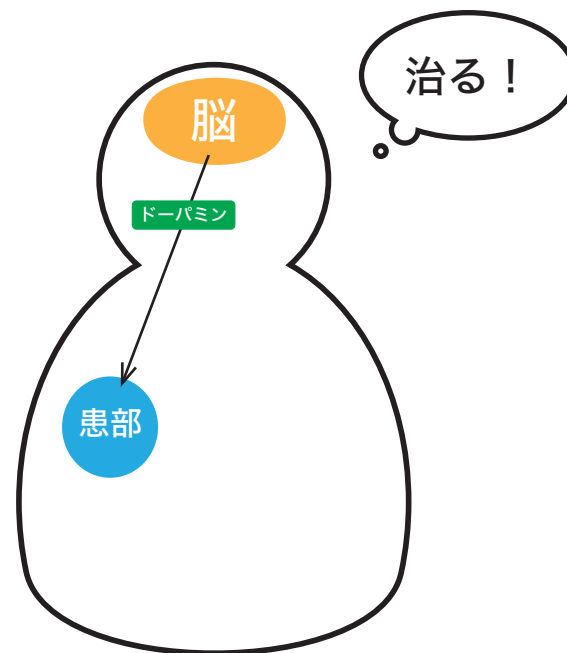
「病気は気持ち次第で良くも悪くもなる」という意味で昔からあることわざです。

最近このことわざは科学的にも正しかったということがわかりました。

つまり、病気は治ると信じていたら本当に治ってしまう可能性が実際にあるということです。

仕組み

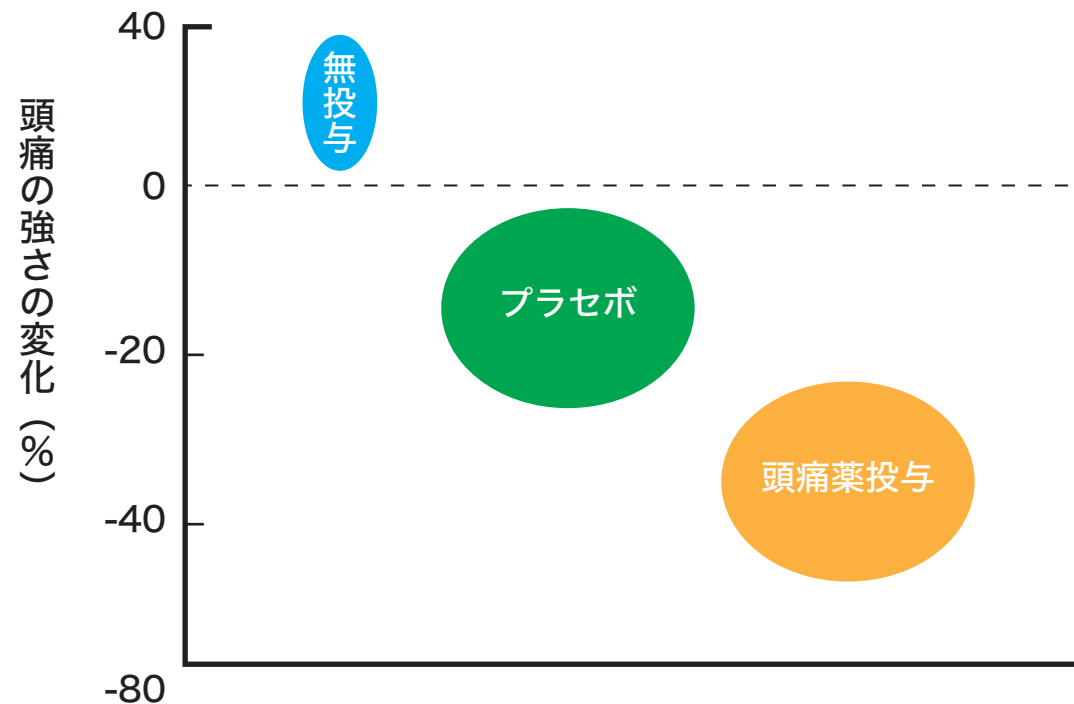
「自分の病気は治る！」などと想像し、
前向きな期待感を抱いたら
脳の中にあるドーパミンが活性化し、
病気を少し和らいでくれるということが
わかりました。



調査

そこで考えられたのが「**プラシボ効果**」。

プラシボ効果とは、何の効果もない薬（偽薬）を使って「自分は今薬を飲んでいる、絶対に治るはず」と思わせてドーパミンを活性化させ治療する方法。イスラエルで片頭痛患者を対象にした実験で実際にプラシボ効果は無投与より効果があるということがわかりました。



プラシボ効果の注意点

- インフォームドコンセントが一般の薬より困難になる

薬ではないため患者さまになぜ薬じゃダメなのか理解されないケースが薬より多い。

- 人によって差がある。

人によって自然治療力の差や考え方の違いがあるため薬より効果の差が出やすい。

- 患者さまの気持ち次第で逆効果（ノシーボ）になる

患者さまが担当医など不信感を抱いていた場合、効果が低下することがある。

設立目的

注意点もありますが新型コロナのように新型ウイルスなどが出た時、
新薬が出て治るかわからないのにその薬を飲むのに抵抗のある人もいます。
そんな時に役に立つのは薬はプラシボです。

薬の副作用により延命治療が難しくなってしまった患者さんに
治る可能性は少ないけれど可能性は 0% ではない
という希望を持てるものでもあると思っています。

プラシボの薬はあるにはあるもののプラシボ専用の薬は
片手で数えられるぐらいしか種類がありません。
そこでもっとプラシボを利用して良いのではと思い
プラシボのブランドを設立しようと思いました。

新しい選択ができる

プラシボ自体には何も効果はないのは事実ですが、
自分の気持ちと「プラシボを飲んだ」という行動により
自分の体の中に何かが起こるのは事実ですし
それが上手くいくか上手くいかないかは自分の気持ち次第なので
「」というコンセプトにしました。

業種、特徴

業態 医薬品製造業

特徴 プラセボ専用のブランドで、カプセルや粉薬など
プラセボの種類が豊富なこと。
もっと身近にプラセボを使えること。

ターゲット

- 副作用が怖い人
- 副作用に体が耐えられなくなってしまった人
- 薬嫌いな子供

副作用が怖くて一般の薬に抵抗があったり、これ以上副作用によって体に負担をかけてはいけないけど治療を続けたい患者さんや、薬の味が苦手で中々薬を飲んでくれないお子さんなどにもちゃんと「治る」という希望を持って欲しいのでこのターゲット層にしました。

ニプセスリ

「偽物」「プラセボ」「クスリ」の文字をバラバラにして名付けました。
プラセボ自体は全く効果のないものなので、企業名もなんの意味を持たないものにしました。

- 薬局
- 病院で処方（医療用医薬品）

プラセボは薬局にはあまり売ってないのでこの製品は薬局でも販売しつつ
医療用医薬品としても使用されて欲しいと思っています。

ニプセスリ

薬なので遠くからでも商品がわかるように無駄な装飾などは避けて
わかりやすいロゴデザインにしました。

パッケージの方で色を使う予定なのでロゴタイプ自体は黒一色にしました。