



flora

Media guide



1. App

2. Users

3. Records

4. Plan

アプリに込めた“想い”

従来の“セルフモニタリング”から“セルフケア”アプリに
進化し,女性のキャリアと健康の両立・活躍を促進します



研究機関と共創した技術

AIは研究機関と提携して開発しています
データセットにはこれまでの実験も反映しています



上場企業と実施した実証実験
などで得たデータを活用

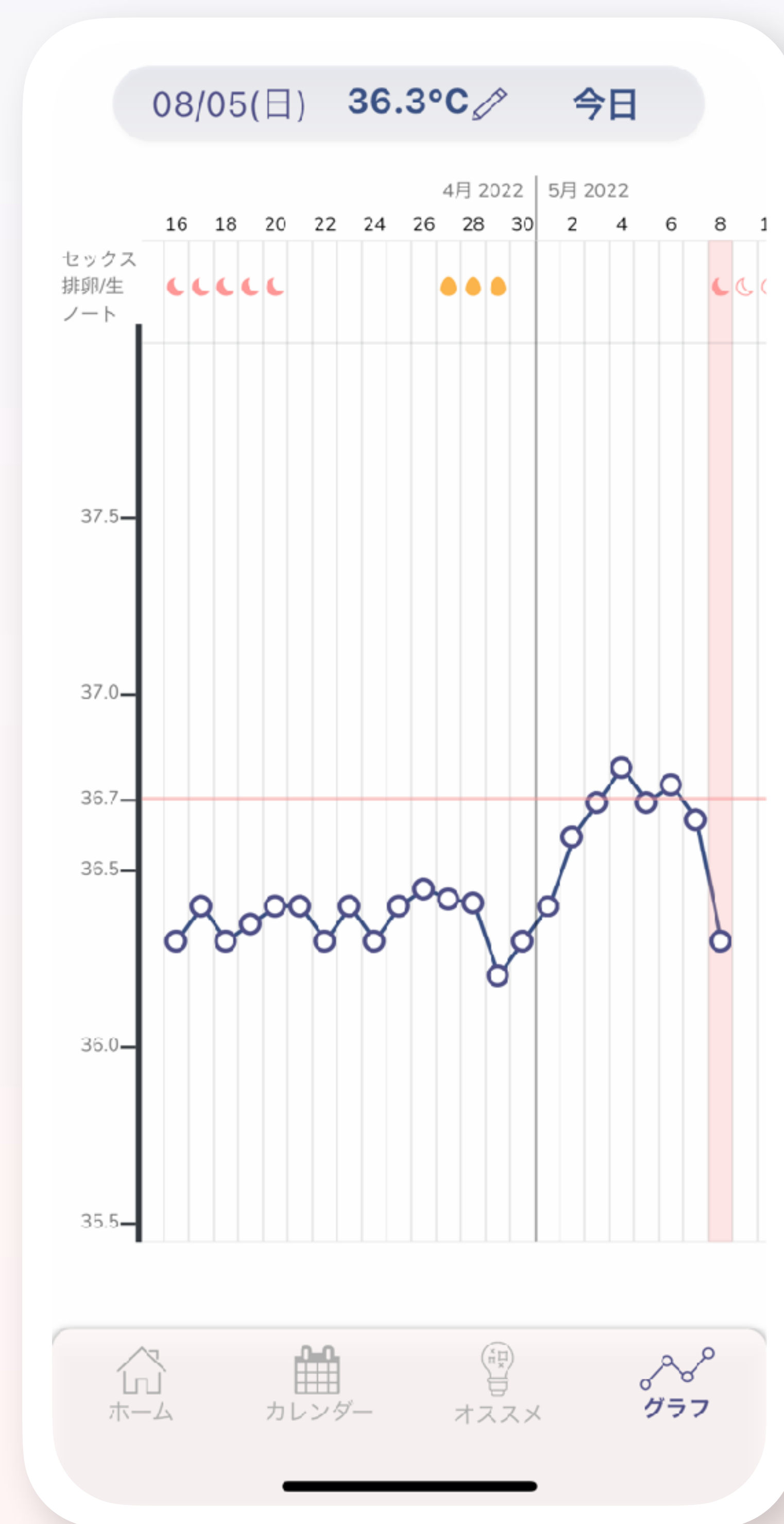


Kiyono Lab

大阪大学大学院 基礎工学研究科
機能創成専攻生体工学領域
生体物理科学グループ

最先端技術による月経妊活アプリ

AI/MLを用いた複雑なアルゴリズムによる
月経管理,体温記録,レポート等の機能があります



“今日のあなたのため”に用意されたコンテンツ

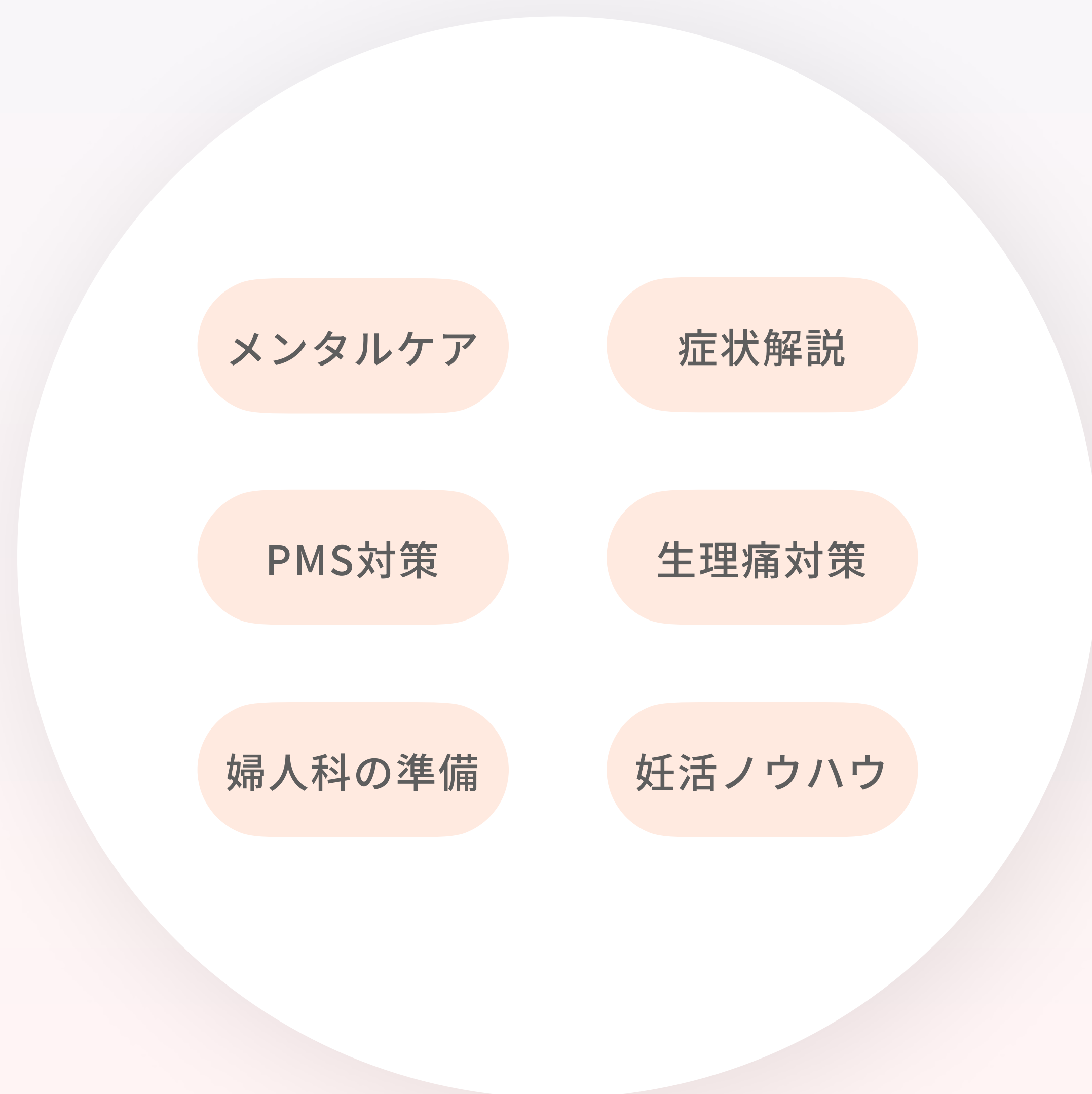
記事,動画,画像等従来にはない形式があり,症状,気分,周期,行動を最先端のAIが学習し,今日のユーザーに必要な情報を表示します



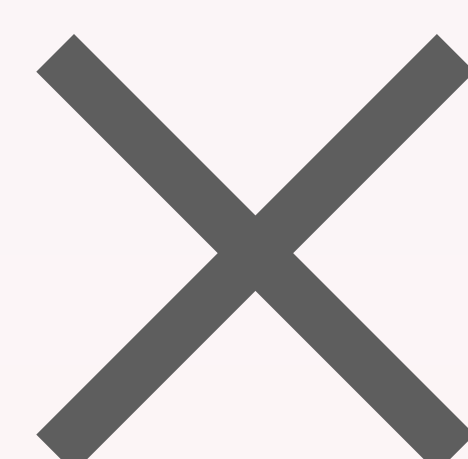
“見るだけ” から “やってみる” アプリへ

従来のアプリはモニタリング目的でしか使用されませんが
flora ではコンテンツ消費＝セルフケア目的で使用されます

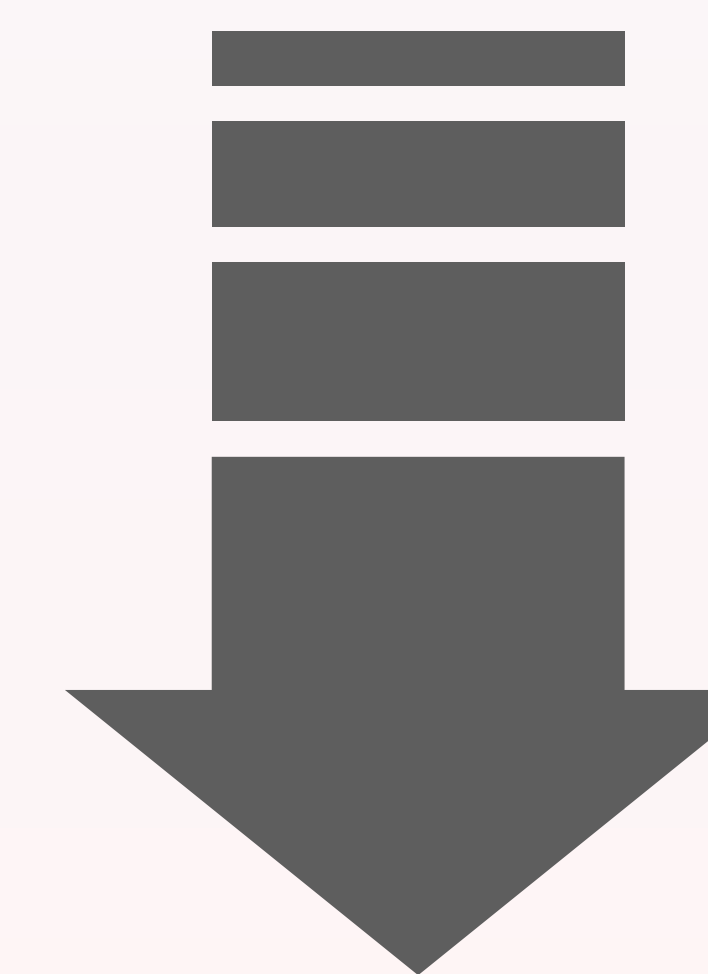
従来より実用的なテーマ



タップしたくなるUI/UX



セルフ
~~モニタリング~~

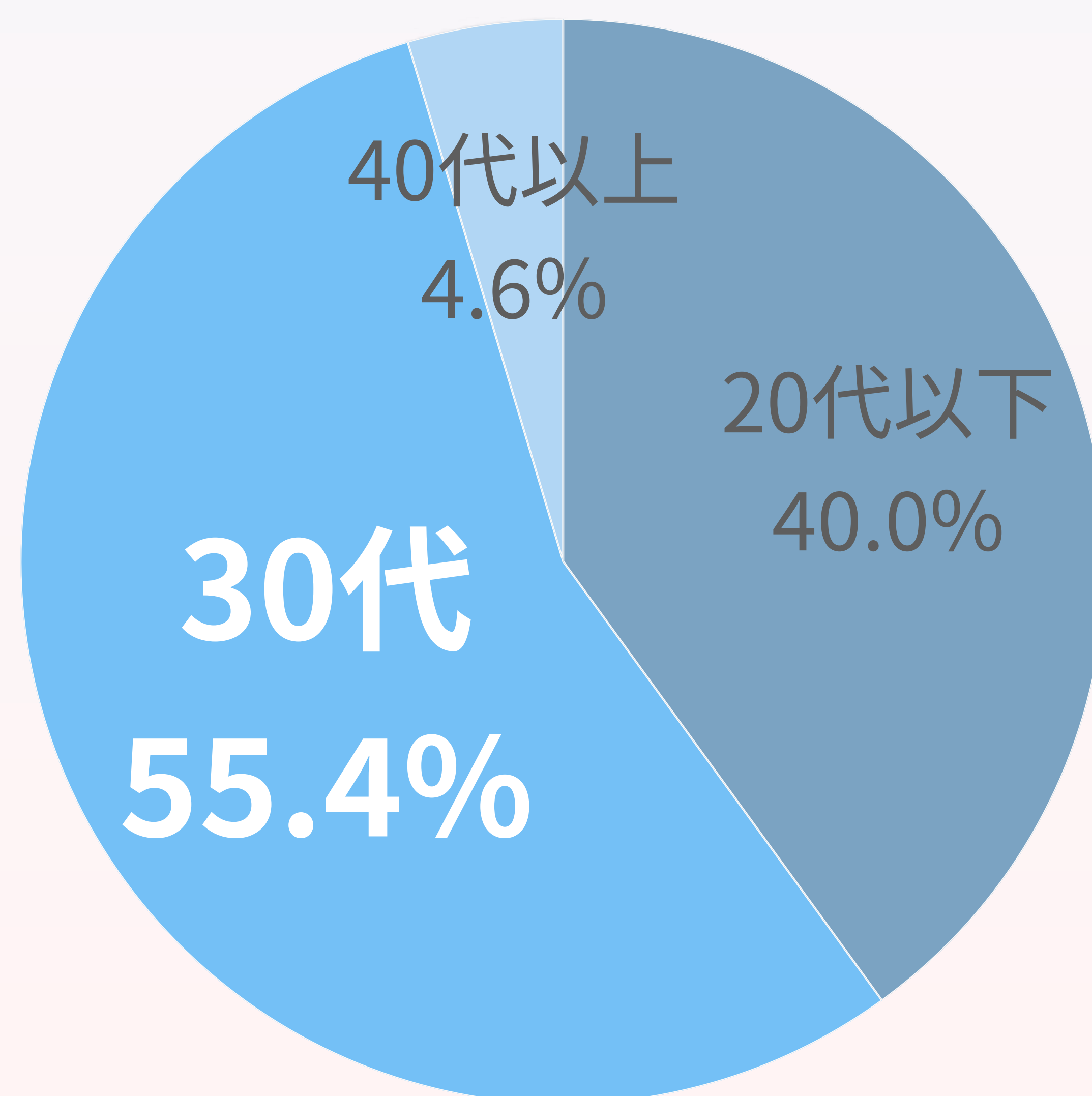


セルフケア

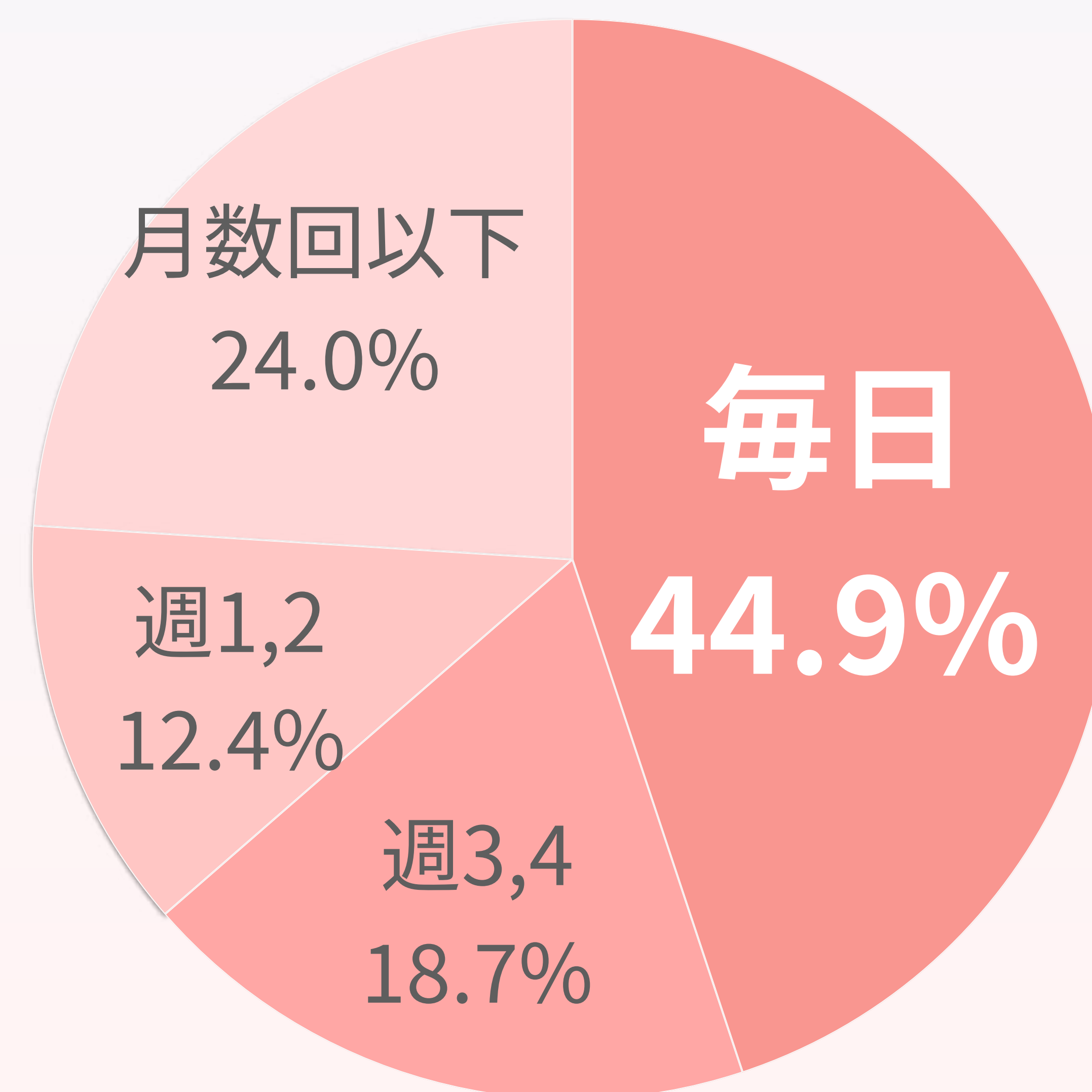
リリース後4ヶ月で50,000DL(2022.07末時点)達成

リテラシーの高い30代が最も多く、頻繁にアプリを使用します
課金率も高く、健康に投資する層が使用しています

年代



アクティブ率



課金率

平均の
400%

従来のアプリからの乗り換えがほとんど

セルフケア,妊活を頑張る為に,実用的でパーソナライズされた情報を求めて他社から移行される意識の高い方が大半です

ジェンダー意識やヘルスリテラシーが高く,恋愛系の記事ばかりのアプリに不満があり,先進的なflora が気に入った。

既存のアプリはどれも医学的,科学的な情報が少なく,セルフケアに役立たないと感じていたが,flora なら役立ちそうだと感じた。

妊活を目的だが,他社アプリだと妊活に関係なかったり,妊娠できない自分の自己肯定感が無駄に下がる情報が多く,もっと最適化したかった。

大手企業も認めるユーザーの質の高さ

広告の出稿だけでなく, flora ユーザーを対象にしたアンケート調査,HUT,PRテストも実施頂いています



ユーザー20名を対象に
バイタル/メンタルを
測定・解析

日用品メーカー

ユーザー600名に調査,
試作品開発し,300名の
HUTを実施

医薬品メーカー

成分の認知拡大のため
flora コミュニティで
独自のPRテスト