

健康・医療アドバイスの価値の推計と利用者意識

**大阪大学大学院医療経済・経営学寄附講座
東京研究会(オンライン)**

2020年12月19日(土) 15:00～17:00

**小津 敦
高口鉄平**

**日本経済研究センター主任研究員
日本経済研究センター特任研究員
(静岡大学学術院情報学領域准教授)**

目次

1. 本調査研究について

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模

- (1) 分析の背景・シナリオの設定
- (2) サービス価値の推計
- (3) 市場規模の試算

3. 個人の価値判断の背景についての分析

- (1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心
- (2) データ保護の意識
- (3) 情報銀行とオンライン診療

4. まとめ

1. 本調査研究について(1/2)

■背景

- 個人情報を含むパーソナルデータの円滑な流通や活用が、新たなサービス・産業を誕生させるとの期待が高い
- その流通や活用に有効と期待される情報銀行は、既に5社が認定済み(2020.11末現在)
⇒しかし、健康・医療分野では、要配慮個人情報は情報銀行の認定対象外(他の個人情報に比べて、個人の意図に反して流通した場合の問題がより深刻なため)
- しかし、ルールを定めて正しく活用出来れば、情報銀行経由か否かに関わらず、健康・医療データは、個人と産業にDX(デジタル転換)の恩恵を広くもたらす可能性がある

■問題意識

- 自分の健康・医療データを提供する代わりに、カスタマイズされた健康・医療アドバイスを受ける場合に個人が意識する価値を、コンジョイント分析を含むアンケート調査の結果に基づき、経済学的に推計
- 従来、健康・医療データの活用の議論は、取り扱いの是非が中心で、価値の議論は必ずしも多くない

※想定した健康・医療データと健康・医療アドバイス(初回でもあり一般的な内容)

健康・医療データ	人間ドック(健康診断)結果
健康・医療アドバイス	生活習慣、運動、食事、健康年齢の推計、将来の疾病リスク、将来の人間ドックの結果(例えば将来異常値が出そうな項目の指摘)

1. 本調査研究について(2/2)

■アプローチ

- (1) 個人が意識する健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模
- (2) そうした個人の価値判断の背景分析

注) 健康・医療アドバイスを受けることと健康・医療データの提供をワンセットと考えた理由
○健康診断の1つの計測値のみであっても、一般公開データとの比較により、何らかの知見を得ることは可能
○しかし、自らの健康・医療データを提供すれば、複数の計測値を組み合わせた場合の健康・医療アドバイスとなり、より個人に即した個別アドバイスを期待出来る

■アンケート調査(コンジョイント分析含む)—2020年6月実施

回答者数	○N=2,328
男女比	○男性 50.9%、女性 49.1%
年齢層	○20代18.0%、30代19.4%、40代19.9%、50代20.8%、60代21.9% ※10代と70代以上の回答者はなし
職業	○会社員(正社員)33.3%、専業主婦(主夫)16.2%、無職13.9%、パート・アルバイト・フリーター13.4%、自営業(個人事業主、SOHO、フリーランスを含む)7.2% ※ここまでの合計84.0%

目次

1. 本調査研究について

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模

- (1) 分析の背景・シナリオの設定
- (2) サービス価値の推計
- (3) 市場規模の試算

3. 個人の価値判断の背景についての分析

- (1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心
- (2) データ保護の意識
- (3) 情報銀行とオンライン診療
- (4) 個人の限定合理性と事業者・個人間の情報の非対称性

4. まとめ

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模(1/6)

(1) 分析の背景・シナリオの設定 [1/2]

■健康・医療データを活用した個人向けのアドバイス提供サービスの価値分析

- 現在、情報銀行を通じて様々な個人情報 の流通、利活用が促進
- 一方で、健康・医療データについては情報銀行での流通について継続検討中
- そこで、健康・医療データを活用したサービスへのニーズ、また、市場規模等を分析
- 分析に当たっては、個人の表明選好を用いるコンジョイント分析を採用
- 個人情報を利用した健康・医療アドバイスについて様々なパターンを提示し、どのようなポイントがサービスの価値に影響を与えるか等を分析

“あなたの人間ドックや健康診断の結果を利用することにより、あなたの健康状態などを踏まえたアドバイスがもらえるサービスです。一般的なアドバイスに比べ、あなた向けに考えられたきめ細かなアドバイスを受け取ることができます。”

健康・医療データ	人間ドック(健康診断)結果
健康・医療アドバイス	生活習慣、運動、食事、健康年齢の推計、将来の疾病リスク、将来の人間ドックの結果(例えば将来異常値が出そうな項目の指摘)

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模(2/6)

(1) 分析の背景・シナリオの設定 [2/2]

■健康・医療アドバイスサービスについて、分析対象とするポイント

- サービス提供元(「(利用者が健康・医療データを提供し、健康・医療アドバイスの)提供を受ける相手先」)
a: 研究機関・公的機関 b: 民間企業
- サービス提供元が政府や業界団体が定めるデータ保護のガイドラインに準拠するか否か(「ガイドライン準拠」)
a: 準拠する b: 準拠しない
- サービス利用停止時の個人情報の消去、移転機能(「データポータビリティ」)
a: 機能あり b: 機能なし
- サービス提供元が個人情報漏えい事故等の補償に備え保険に加入しているか否か(「金銭補償のための保険加入」)
a: 加入 b: 未加入

“これらの観点に加え、このサービスの一回の利用料が次のように組み合わせで提示されたとき、提示される3つの選択肢のうち最も望ましい選択肢をお選びください。”

	1	2	3
提供を受ける相手先	研究機関・公的機関	民間企業	どちらも 利用したくない
ガイドライン準拠	準拠しない	準拠する	
データポータビリティ	機能なし	機能あり	
金銭補償のための保険加入	加入	未加入	
1回当たりの料金	500円	1,000円	

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模(3/6)

(2) サービス価値の推計 [1/2]

■ サンプル全体での推計結果

- ①提供を受ける相手先が研究機関・
公的機関であること(民間企業との
比較評価): 2,009円
- ②ガイドライン準拠: 1,533円
- ③データポータビリティ: 1,037円
- ④補償のための保険加入: 1,296円
- サービスに対する抵抗感: 6,878円

※①～④の合計＝5,875円

属性	係数	標準誤差	p 値
提供を受ける相手先	0.924***	0.081	0.000
パラメータの標準偏差	1.187***	0.134	0.000
ガイドライン準拠	0.705***	0.074	0.000
パラメータの標準偏差	0.797***	0.143	0.000
データポータビリティ	0.477***	0.069	0.000
パラメータの標準偏差	0.010	0.190	0.959
金銭補償のための保険加入	0.596***	0.073	0.000
パラメータの標準偏差	0.482*	0.271	0.075
1 回当たりの料金	-0.00046***	0.000	0.000
サービスに対する抵抗感	3.164***	0.204	0.000
パラメータの標準偏差	5.439***	0.276	0.000

○サンプル全体では、抵抗感がサービス価値を上回る(5,875－6,878＝－1,003円)

⇒すべての個人がサービスを利用するような状況は見込めない

※矛盾回答・抵抗回答を除く1,376サンプルを対象に、ランダムパラメータ・ロジットモデルにより推計

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模(4/6)

(2) サービス価値の推計 [2/2]

■係数に影響を与える属性を検討した結果、「健康を意識している」(全体で74.7%)という属性が抵抗感にマイナスの影響⇒健康意識層にターゲットを絞って推計

■健康意識層を対象とした推計結果

①提供を受ける相手先が研究機関・公的機関であること(民間企業との比較評価): 1,975円

②ガイドライン準拠: 1,640円

③データポータビリティ: 1,025円

④補償のための保険加入: 1,298円

サービスに対する抵抗感: 5,579円

※①～④の合計=5,938円

属性	係数	標準誤差	p 値
提供を受ける相手先	0.948***	0.098	0.000
パラメータの標準偏差	1.382***	0.147	0.000
ガイドライン準拠	0.787***	0.086	0.000
パラメータの標準偏差	0.663***	0.208	0.002
データポータビリティ	0.492***	0.081	0.000
パラメータの標準偏差	0.287	0.212	0.177
金銭補償のための保険加入	0.623***	0.090	0.000
パラメータの標準偏差	0.787***	0.190	0.000
1 回当たりの料金	-0.00048***	0.000	0.000
サービスに対する抵抗感	2.678***	0.231	0.000
パラメータの標準偏差	5.300***	0.320	0.000

○サンプル全体では、抵抗感がサービス価値を上回る(5,938－5,579＝359円)

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模(5/6)

(3) 市場規模の試算 [1/2]

■試算のシナリオ

- 健康関心層の(シナリオ上最も望ましい)サービスへの評価は359円(1回当たり)
- 調査での健康関心層の割合は全体の74.7%
- 調査対象(20代～60代)の2020年3月1日現在の人口は77,505,000人
- 分析対象とした健康・医療アドバイスのサービスを、定期健康診断のように年に1回利用することを想定

■試算結果

- $(77,505,000 \text{人} \times 74.7\%) \times 359 \text{円} = 20,784,748,365 \text{円}$
- 健康関心層をターゲットとした場合、年間で約208億円のサービス市場規模

2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模(6/6)

(3) 市場規模の試算 [2/2]

■「2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模」のまとめ

- 個人が自身の健康・医療データを提供し、個人向けの健康・医療アドバイスを受けるという個人情報利活用サービスに関し、社会全体に普及することは見込めない
 - 一方で、健康に関心がある個人に対しては需要が見込める
 - サービスの供給に当たっては、公的機関による提供、ガイドラインの準拠、データポータビリティの確保、補償のための保険加入等、利用者の安心・安全、また、利便性を確保することが必須
- 重要性：公的機関提供＞ガイドライン準拠＞保険加入＞データポータビリティ
- そのうえで、健康に関心がある層にターゲットを絞りサービスを展開した場合、年間約208億円程度のサービス市場規模となることが期待される

目次

1. 本調査研究について
2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模
 - (1) 分析の背景・シナリオの設定
 - (2) サービス価値の推計
 - (3) 市場規模の試算
3. 個人の価値判断の背景についての分析
 - (1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心
 - (2) データ保護の意識
 - (3) 情報銀行とオンライン診療
4. まとめ

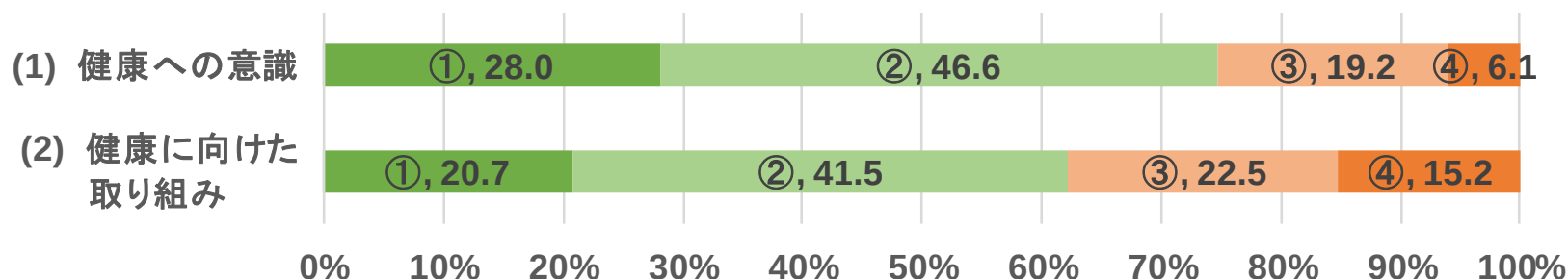
3. 個人の価値判断の背景分析(1/13)

(1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心 [1/3]

■健康意識層は一定割合存在する

○健康への意識に肯定的な回答者 (①と②)は、7割強(74.7%)

○健康に向けた取り組みに肯定的な回答者(①と②)は、6割強(62.2%)



※⑤を除き、再計算

(1) 健康への意識

- ①健康について意識することが多い
- ②どちらかと言うと健康について意識することが多い
- ③どちらかと言うと健康について意識することはあまりない
- ④健康について意識することはない
- ⑤わからない

(2) 健康に向けた取り組み*

- ※運動をする、酒・タバコを控える、病気予防の観点から内科医の診断を受ける
- ①定期的に健康に向けた取り組みをしている
 - ②どちらかと言うと健康に向けた取り組みをするようにしている
 - ③どちらかと言うと健康に向けた取り組みをすることはあまりない
 - ④特に健康に向けた取り組みをしていない
 - ⑤わからない

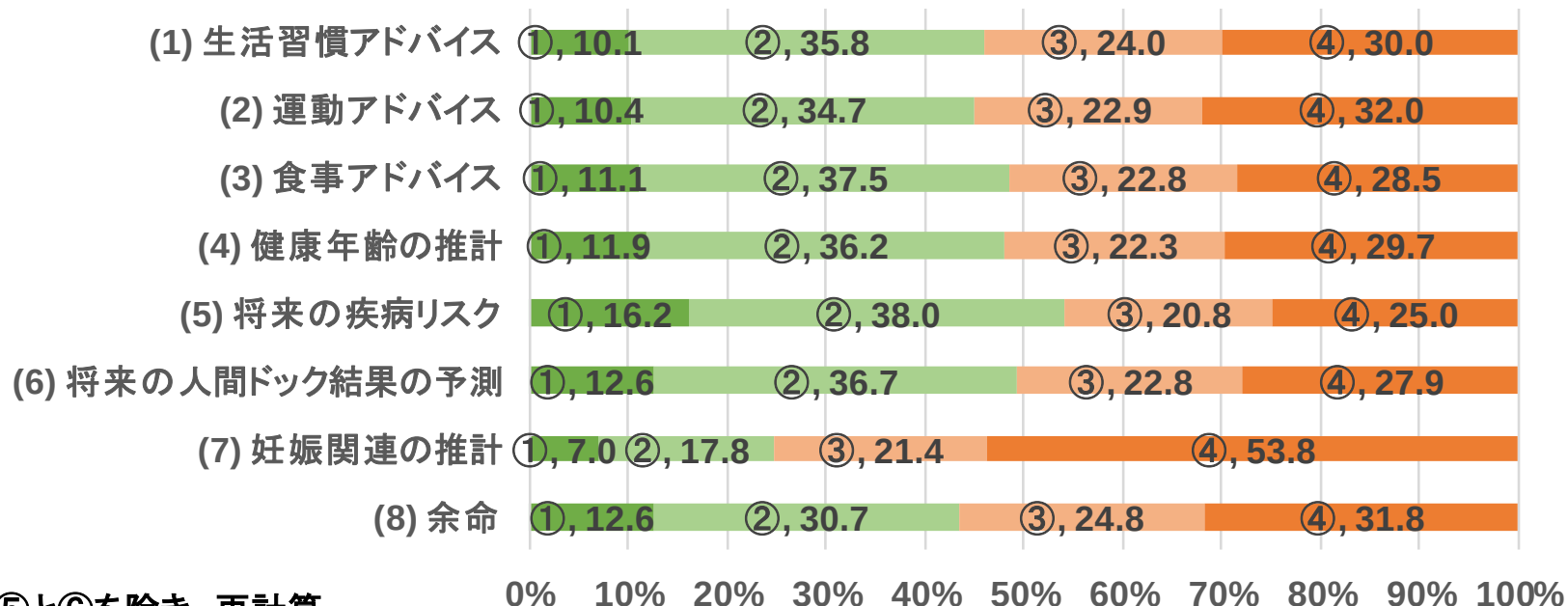
⇒健康・医療アドバイスの需要の素地はありと考えられる

3. 個人の価値判断の背景分析(2/13)

(1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心 [2/3]

■健康・医療アドバイスに関心がある層は存在するが、さほど多くない

- 健康・医療アドバイスを受けることに肯定的な回答者(①と②)は、概ね5割弱存在
- 一方、否定的な回答者(③と④)も、ほぼ同程度存在(肯定的な回答者よりも少し多い程度)
- 自由回答には、寿命等は知るべきではないし知りたいとも思わないという意見もあった



※⑤と⑥を除き、再計算

- ①関心がある、②どちらかというに関心がある、③どちらかというに関心がない、④関心がない、
- ⑤判断がつかない、⑥問いの意味が良くわからない

⇒健康(前頁)ほどに健康・医療アドバイスに関心がないのは、日常的にそうしたアドバイスを必要としていない、特段の自覚症状がない、日常生活で優先度が低いわけではないか

3. 個人の価値判断の背景分析(3/13)

(1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心 [3/3]

■健康・医療アドバイスを受けるために自分の健康・医療データを提供しても良い層は、さほど多くない

○信頼出来るデータ提供先(例えば信頼出来る企業)に対してであれば、自分の健康・医療データを提供することに肯定的な回答者(①と②)は、概ね5割弱存在

○否定的な回答者(③と④)は、ほぼ同程度(肯定的な回答者よりも少し多い程度)



※⑤～⑦を除き、再計算

①提供しても良い、②どちらかというと提供しても良い、③どちらかというと提供したくない、

④提供したくない、⑤データが残っていない、⑥判断がつかない、⑦問の意味が良くわからない

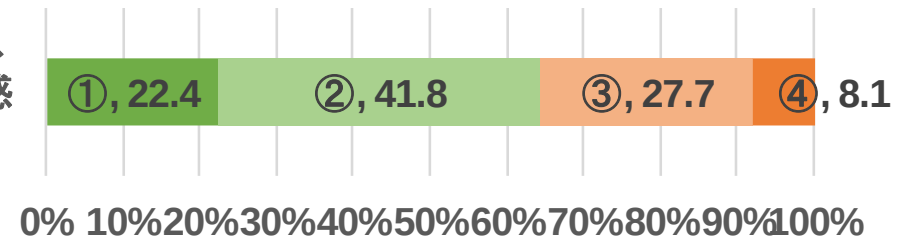
3. 個人の価値判断の背景分析(4/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [1/8]

■個人情報の集中についての漠然とした不安がある

○個人情報、利用履歴等がオンライン・サービスを提供する巨大企業に集中することに抵抗を感じることに肯定的な回答者(①と②)が、64.2%

個人情報や利用履歴が、オンライン・サービス
を提供する巨大企業に集中することに抵抗を感
じるか



※⑤を除き、再計算

①そう感じる、②どちらかと言うとそう感じる、③あまりそうは感じない、④そうは感じない、⑤わからない

⇒こうした漠然とした不安が、データ提供先に高い水準のデータ保護策を期待する一因となっているのではないかと(次頁)

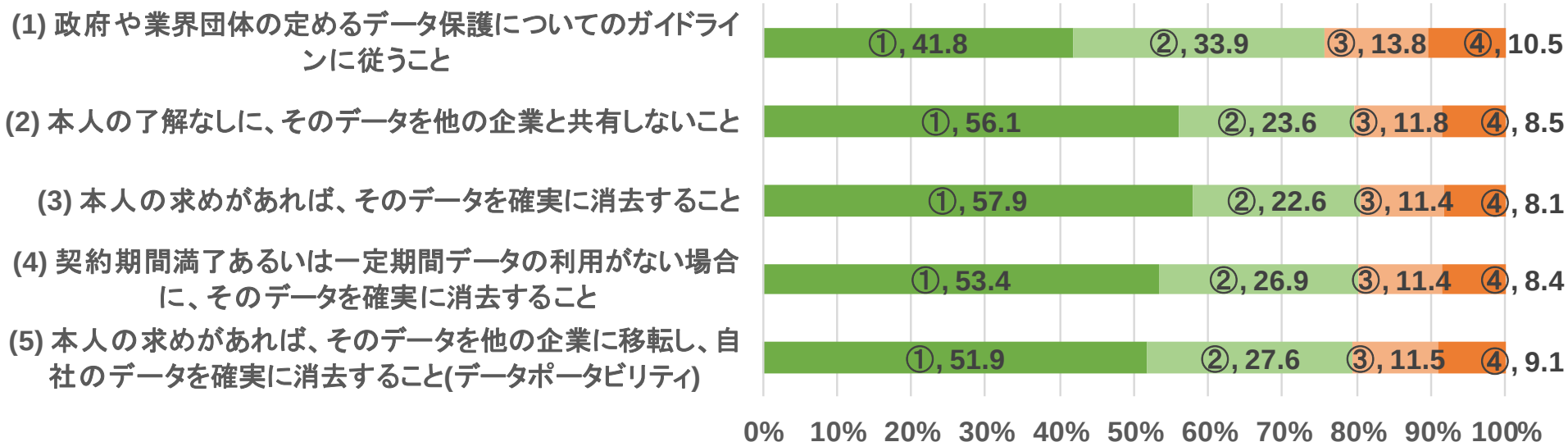
3. 個人の価値判断の背景分析(5/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [2/8]

■健康・医療データ提供先に対し、高い水準のデータ保護策を期待する

○データ提供先に対し高い水準のデータ保護策を求めることに肯定的な回答者(①と②)が、
ほぼ8割——必要と思う単独(①)でも4割強

○この他、データ提供の際の匿名性確保を期待する自由回答もあった



※⑤と⑥を除き、再計算

①必要と思う、②どちらかという必要と思う、③どちらかという必要と思わない、④必要と思わない、
⑤判断がつかない、⑥問の意味が良くわからない

⇒利用者の期待と事業者の対応に乖離がある可能性

⇒事業者側の一層の対応や、業界団体や行政主導の市場環境整備が必要ではないか 17

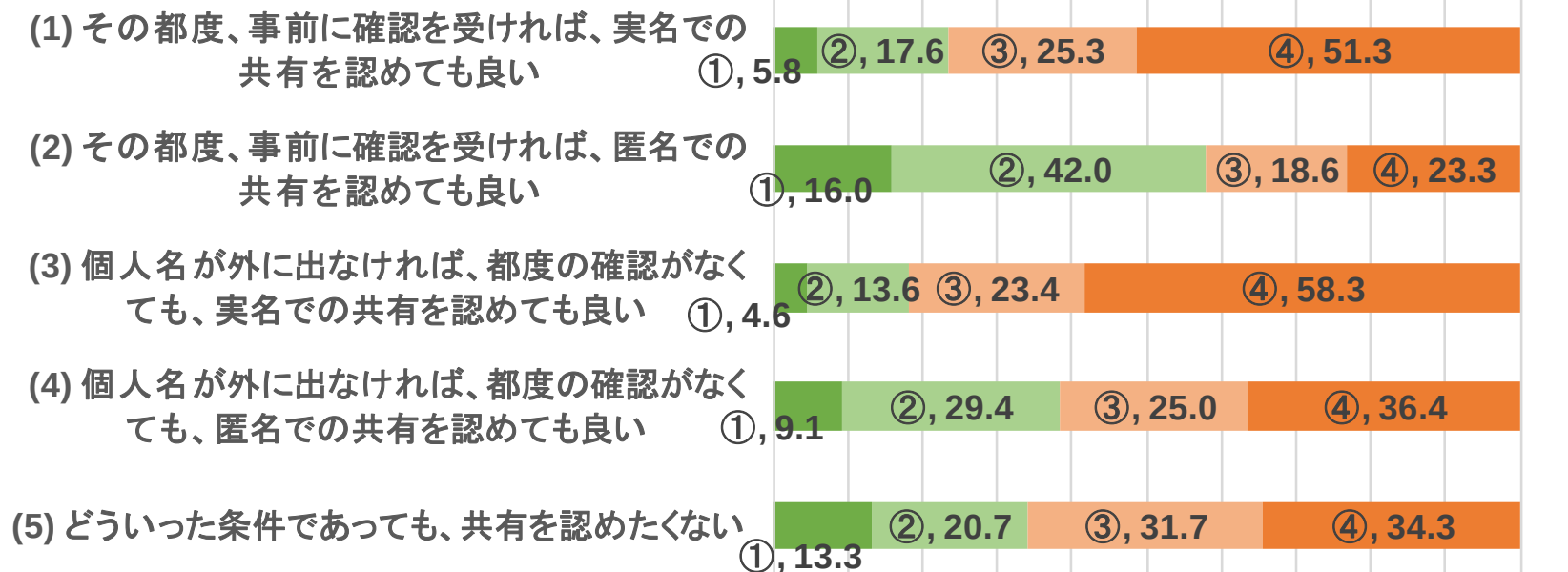
3. 個人の価値判断の背景分析(6/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [3/8]

■健康・医療データの提供には匿名を愛好する

○健康・医療データの提供先によるそのデータ他企業との共有については、都度確認かつ匿名の場合のみ、肯定的な回答者(①と②)が、58.1%と半数を超えた

○一方で、それ以外の組み合わせでは否定的な回答者(③と④)が、6割強



※⑤と⑥を除き、再計算

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

① と思う、② どちらかというと思う、③ どちらかというと思わない、④ 思わない、
⑤ 判断がつかない、⑥ 問の意味が良くわからない

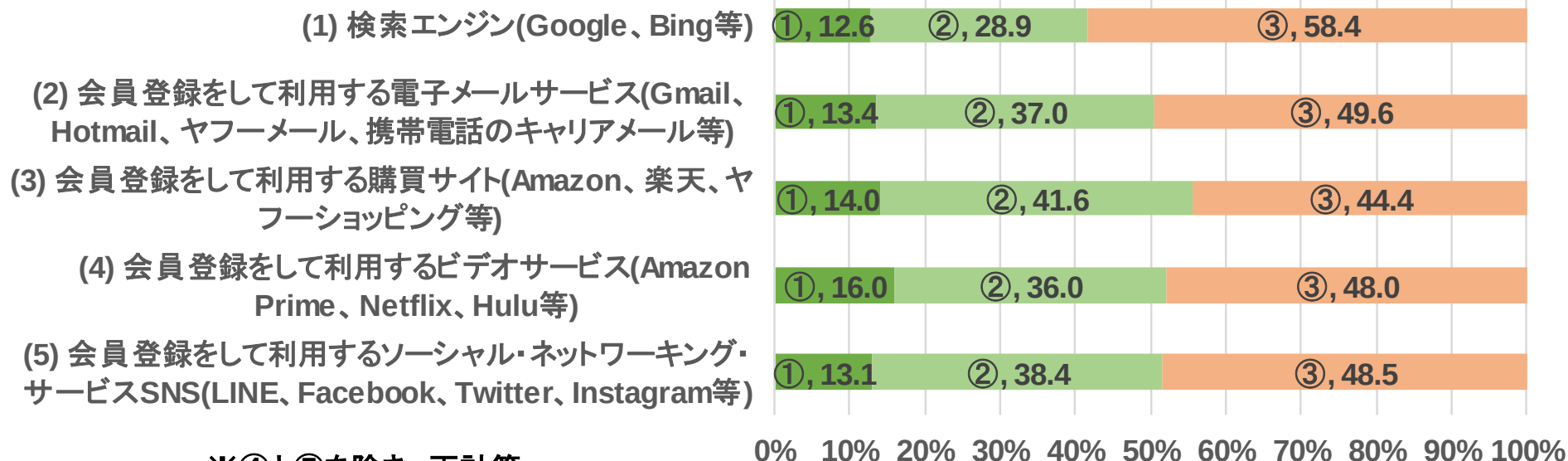
⇒健康・医療データの提供先企業に対して高い水準のデータ保護策を求めることと整合的

3. 個人の価値判断の背景分析(7/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [4/8]

■一方で、必ずしも自分自身の行動が伴っているわけでもない

○GAFA等のサービス利用開始時に、利用規約を読んだ覚えがない回答者(③)が、それぞれのサービスで4割強存在



※④と⑤を除き、再計算

①利用開始時に利用規定を良く読み内容を理解した、②利用開始時に利用規定をなんとなく読んだ、
③利用開始時に利用規定を読んだ覚えがない、④わからない、⑤利用していない

⇒提供先に対して高い水準のデータ保護策を期待していながら、必ずしも自分自身の行動が伴っていない点に、回答者の限定合理性が示唆される

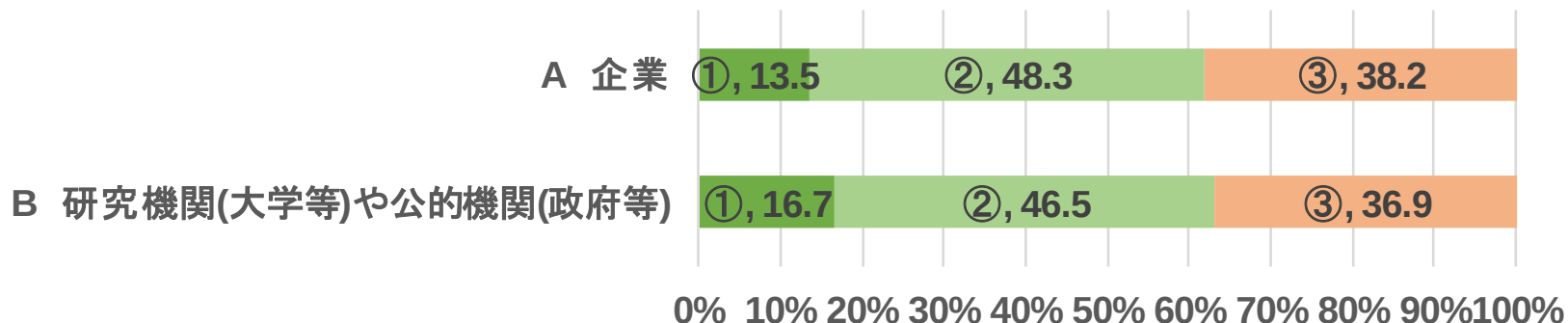
⇒健康・医療データ流通のスムーズな社会実装には、一層の利用者保護、さらには、政府・業界団体・医療機関によるリテラシーやセキュリティ一般の啓発も必要でないか

3. 個人の価値判断の背景分析(8/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [5/8]

■データ提供では、データ提供先が研究機関か公的機関であることを選好する傾向、しかしその程度はわずか

○データ提供先が、A「企業」からB「研究機関(大学等)や公的機関(政府等)」に変わることに伴い、①または②(無償または有償でデータ提供可)は増加し、③が減少



- ①金銭的な対価を受け取らなくても、人間ドックや健康診断の結果を提供しても良いと思う
- ②金銭的な対価を受け取れば、人間ドックや健康診断の結果を提供しても良いと思う
- ③現状、こういった条件であっても、人間ドックや健康診断の結果は提供したくない

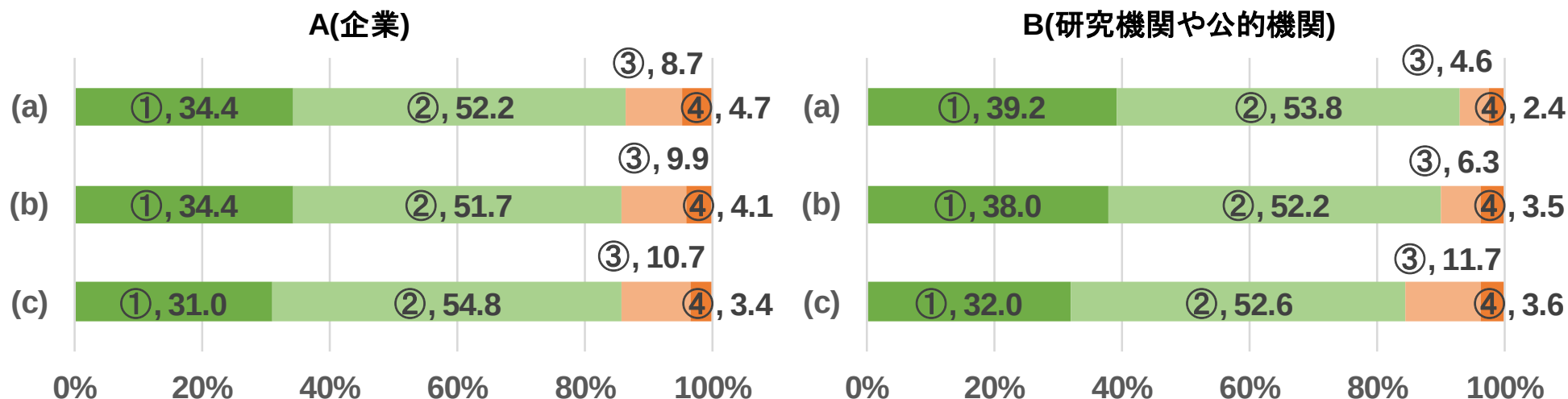
⇒回答者がデータ提供に際してデータ提供先が研究機関か公的機関であることを選好する傾向(コンジョイント分析の結果と整合的)

⇒ただし、この問いの回答におけるAとBの差は、必ずしも大きいものではなかった

3. 個人の価値判断の背景分析(9/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [6/8]

■無償で提供しても良いとする回答者の8割強は、用意した理由それぞれに肯定的



- (a) 医学の進歩に貢献し、自分もその成果を間接的に享受するので、特段の金銭的な対価を受け取らなくても納得感がある
- (b) 提供する健康・医療データに基づき、何らかの健康・医療アドバイスを受け取れるのであれば、特段の金銭的な対価を受け取らなくても納得感がある
- (c) 仮に人間ドックや健康診断の結果を保有している健康保険組合が、各会員の健康増進を目的に、その結果を提供し、各会員に健康・医療アドバイスのフィードバックがあるのであれば、特段の金銭的な対価を受け取らなくても納得感がある

※⑤と⑥を除き、再計算

①そう思う、②どちらかというと思う、③どちらかというと思わない、④そう思わない、⑤判断がつかない、⑥問の意味が良くわからない

3. 個人の価値判断の背景分析(10/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [7/8]

■有償あれば提供しても良いとする回答者が想定する対価はほぼ1万円以下に集中

A(企業)

N=1,125、平均 12,308.9、最小値 50、中央値 5,000、
最大値 500,000



B(研究機関や公的機関)

N=1,082、平均 13,716.1、最小値 200、中央値 5,000、
最大値 500,000



○ヒストグラムでは、6千円から8千円の回答数が落ち込み

⇒切りの良い数字(5千円、1万円等)を意識し、効用に対応する対価を必ずしも連続的でなく、離散的に考えている可能性

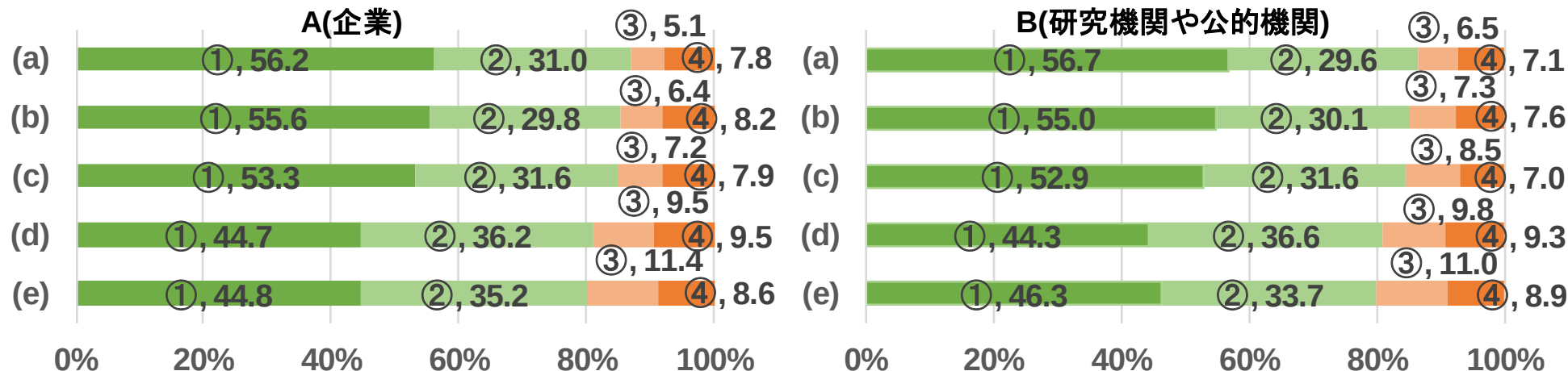
3. 個人の価値判断の背景分析(11/13)

(2) 健康・医療データ提供についての考え [8/8]

■現状、こういった条件であってもデータは提供したくない回答者(=抵抗回答者)の8割強は、用意した理由それぞれに肯定的

※また、「そう思う」単体(①)でも4～5割の回答を集めた

※特に(a)、(b)、(c)は、対価の額ではなく、個人データの提供を希望しないことに基づく理由



- (a) 個人のデータは極力開示したくないと思っている
- (b) 個人のデータが流出した場合の被害があまりにも大きい
- (c) 個人のデータの提供先による十分な個人情報保護策を期待出来ない
- (d) 個人のデータの提供に見合う魅力あるアドバイスを期待出来ない
- (e) 個人のデータの提供に見合う魅力ある金銭的対価を期待出来ない

※⑤と⑥を除き、再計算

①そう思う、②どちらかというと思う、③どちらかというと思わない、④そう思わない、
⑤判断がつかない、⑥問の意味が良くわからない

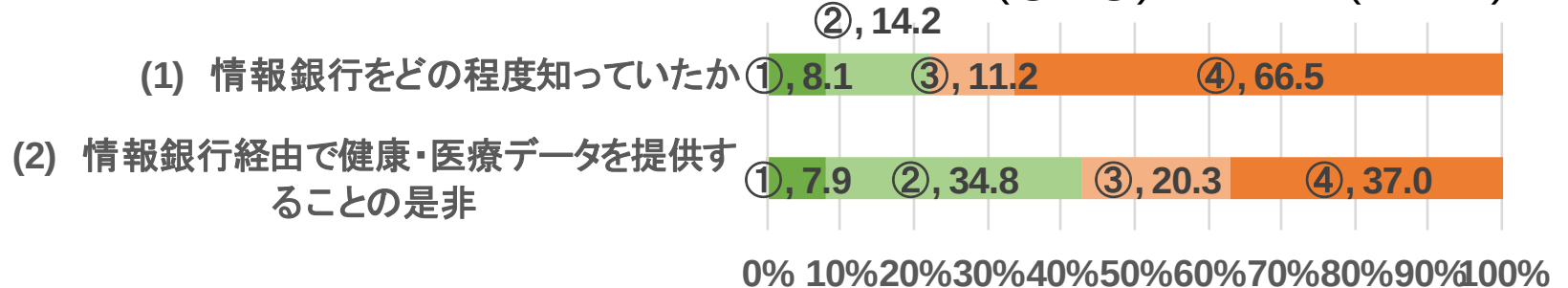
3. 個人の価値判断の背景分析(12/13)

(3) 情報銀行とオンライン診療 [1/2]

■情報銀行の普及期が始まるのは、まだ少し先

○情報銀行は、名前もサービスも知らない回答者(④)が、ほぼ2/3(66.5%)

○情報銀行経由での健康・医療データ提供に肯定的な回答者(①と②)が、4割強(42.7%)



※⑤と⑥を除き、再計算

(1) 情報銀行をどの程度知っていたか

- ①名前も役割も知っていた
- ②名前は知っていたが、役割は知らなかった
- ③名前は知らなかったが、そんなサービスがあることは知っていた
- ④名前も、そんなサービスがあることも知らなかった
- ⑤判断がつかない
- ⑥問いの意味が良くわからない

(2) 情報銀行経由で健康・医療データを提供することの是非

- ①ありうと思う
- ②どちらかと言うとありうと思う
- ③どちらかと言うとありうとは思わない
- ④現状、ありうとは思わない
- ⑤判断がつかない
- ⑥問いの意味が良くわからない

⇒明確に利用者に訴えるコンテンツ、利用者が安心出来るデータ保護策に加えて、情報銀行の知名度向上に向けた施策等も必要ではないか

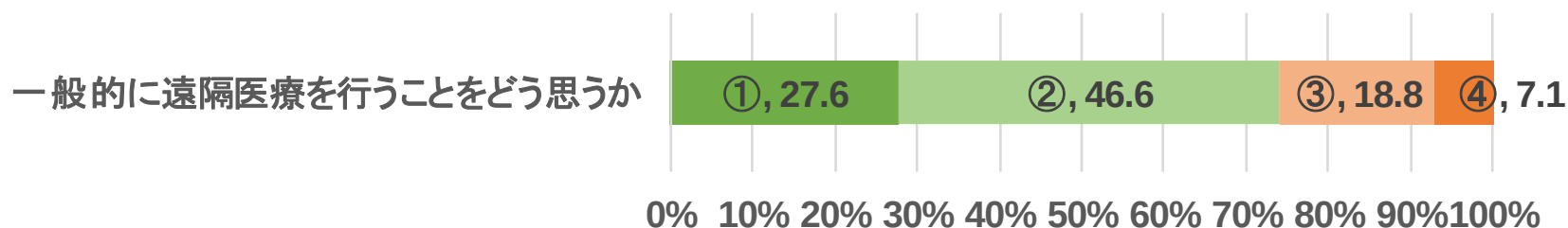
⇒実名を前提とする情報銀行であるが、匿名で同様の業務を行う「準情報銀行」も利用者拡大の観点からあり得ないか(実名を期待する企業側にそうした需要がない恐れがある)

3. 個人の価値判断の背景分析(13/13)

(3) 情報銀行とオンライン診療 [2/2]

■オンライン診療については肯定的な意見が多い

○一般的にオンライン診療を行うことについて、肯定的な回答者(①と②)は、7割強。



※⑤を除き、再計算

①良いと思う、②どちらかと言うと良いと思う、③あまり良いとは思わない、④良いとは思わない、⑤わからない

⇒自由回答には、賛成と反対それぞれに現状を把握した上での意見と思われる意見が多数

肯定的な意見の例	地域によっては医師がいない、看護師のみの自治体や離島が多数ある、コロナの罹患の恐れ
否定的な意見の例	実際に会って顔色や動作を踏まえて診断すべき、会って診療すれば早期発見出来る病気の見落としの恐れ

⇒こうした問題は、一方が絶対的に正しいわけでもないし、簡単にコンセンサスに至るわけでもない。利用者や事業者を含むステークホルダーが、ファクトを共有し、議論を積み重ね、徐々に意見の集約を図っていくということになるのではないかと

目次

1. 本調査研究について
2. 健康・医療アドバイスの価値と想定される市場規模
 - (1) 分析の背景・シナリオの設定
 - (2) サービス価値の推計
 - (3) 市場規模の試算
3. 個人の価値判断の背景についての分析
 - (1) 健康や健康・医療アドバイスへの関心
 - (2) データ保護の意識
 - (3) 情報銀行とオンライン診療
4. まとめ

4. まとめ(1/3)

(1) 【健康・医療アドバイス市場】

- 健康・医療アドバイスの社会全体への普及は、サービスへの抵抗感が高く、難しい。
- しかし、健康意識層に絞れば、条件により市場性が見込める(想定市場規模約208億円)。
- 想定市場規模は、アドバイス内容の充実、カスタマイズされた健康・医療アドバイスの効用への理解の深化等により、拡大すると思われる。

(2) 【さらなるデータ保護の必要性】

- 事業者の高い水準のデータ保護策を求めることに肯定的な回答者は、約8割。①事業者の一層の対応や②業界団体や行政主導の市場環境整備が求められる。
- 一方、サービス利用開始時に利用規程を読んだ覚えがない回答者は、約半数。事業者にデータ保護を求めながら、必ずしも自らの行動が伴っていない(限定合理性)。健康・医療データ流通のスムーズな社会実装には、①一層の利用者保護、②政府・業界団体が医療機関と連携した健康・医療情報のリテラシーやセキュリティー一般の啓発が求められる。

(3) 【情報銀行】

- 情報銀行の認知度は高くない(名前もサービス内容も知らないが7割弱)が、情報銀行経由での健康・医療データ提供に肯定的な回答者も一定割合存在(4割強)
- 情報銀行の本格的な普及には、明確なコンテンツ、十分なデータ保護策に加え、情報銀行の知名度向上も必要
- 匿名ならば利用したいとの声もある。情報銀行は実名(匿名加工されていない個人情報)前提であり、実名を期待する事業者も多いが、匿名の情報銀行はあり得ないか(健康・医療分野であれば、創薬や医療機器の研究開発であり得ないか)。

4. まとめ(2/3)

(4) 【オンライン診療】

○一般的にオンライン診療を行うことに肯定的な回答者が7割強。コンジョイント分析結果も、健康・医療アドバイスサービスの市場性を示唆。健康・医療分野のさらなるデジタル化への期待や流れは確実に存在。

(5) 【個人の健康寿命とQOLの向上】

○我が国の医科診療医療費30兆円の1/3は、生活習慣病(がん、糖尿病、高血圧疾患等)。
○カスタマイズされた健康・医療アドバイスの普及 ⇒ 健康意識向上、生活習慣改善 ⇒ 生活習慣病の予防や重病化抑制 ⇒ 個人の健康寿命延伸やQOL向上といった流れを期待。
○個人の医療費を減らせる可能性もある。

※予防を呼びかけても病気の可能性が高い層ほど関心が低いため、予防対策をしても医療費は減らないとの指摘があるが、本人の同意を得て勤務先経由で網羅的にカスタマイズされた健康・医療アドバイスを提供すれば、一定の効果が見込めないか。

※予防医療で目の前の病気を回避しても生涯医療費では変わらず、むしろ寿命延伸で増加するとの分析があるが、健康寿命延伸やQOL向上自体は善であり、医療費総額の削減は、既存治療の検証による不要な検査や治療の見直し、費用対効果の高い医薬品の選別などの組み合わせで目指すべきではないか。

4. まとめ(3/3)

(6) 【健康・医療データのその他の活用】

○我が国は公的介護保険制度に基づく世界有数の良質な介護レセプトを保有。医療レセプト情報との連携は始まったばかり。さらなる保険医療データ全体の連携強化により、例えば治療後の経過やQOLを医療側にフィードバックし、医療・介護の向上や費用削減に寄与。

※医療分野のデジタル化は、デジタル庁がリーダーシップを発揮する最重要課題の1つ

(7) 【健康・医療分野の一層のデジタル化の必要性】

○広く個人データ一般を蓄積しプロファイリングにより大きな収益を上げるGAFA等のグローバル企業が、健康・医療関連分野へ本格参入すると大きなゲームチェンジとならないか。

○我が国の健康・医療分野のデジタル化の検討は、医療機関視点が中心。利用者、事業者等のステークホルダーを交えて、なお一層の議論の余地はないか。

○健康・医療の問題は、個人の価値観、人間の尊厳、社会の在り方等とも関係するため、市場原理のみに基づく議論は適切でないし、拙速な結論を出すべきでもないことは大前提。