



ヘルスケア企業が取り組む Patient Support Program ～ 現状と日本での提供に向けて ～

デロイト トーマツ コンサルティング、セールスフォース・ジャパン共同 White Paper

目次

1	はじめに.....	3
2	患者サポートプログラム（以下、「PSP」）の概要.....	4
2.1	PSP とは何か	4
2.2	PSP が注目される背景	4
2.3	現在流通している主要なサービス	5
3	PSP が抱える課題や期待（デロイト調査）	6
3.1	PSP の認知度・利用率.....	6
3.2	PSP に満足している点・していない点	10
3.3	患者/医師の PSP の利用背景	11
3.4	今後、どのような PSP が求められるか.....	14
4	PSP の将来像.....	14
4.1	PSP に求められる変化	14
4.2	予防・健康増進.....	15
4.3	早期診断	17
4.4	「疾患との生活」の実現.....	17
5	PSP 事業立ち上げにおける主な論点.....	20
5.1	PSP を通じてどのような効果が期待できるのか？	20
5.2	個人の健康データ取扱いに関する規制にどのように対応すべきか？	22
5.3	サービスを自社で運用するか、外部に委託するか？	24
5.4	患者における PSP への認知・利用をどのように向上させるのか？	25
5.5	PSP 導入に向けてどのようなアプローチをとるべきか？	27
6	おわりに.....	29

1 はじめに

近年の通信・デジタルテクノロジーの発展に伴い、患者を取り巻く環境は大きく変化しています。例えば、インターネットや SNS の発展によって、患者が容易に疾患の情報を取得・分析できるようになりました。また、アプリやウェアラブルデバイス等を活用し、患者自身の症状を管理することも可能となりました。今後も、このようなデジタルテクノロジー等の進歩による変化は、加速度的に進んでいくものと考えられます。

この状況を受けて、現在日本のヘルスケア業界では、患者サポートプログラム（Patient Support Program、以下、「PSP」）¹が注目されています。PSPとは、疾患の診断、治療、予後モニタリングという、一連のペイシエントジャーニー（患者が疾患とともに歩む生活）の中で、患者の生活の質（QOL）最大化を目的とし、患者の健康維持・改善・治療に対するアドヒアランスの向上、最終的な治療アウトカムなどの向上を実現するサービス全般を指します。

例えば、製薬企業により提供される、患者の服薬管理アプリ等がイメージしやすいでしょう。近年では、罹患後を起点としたペイシエントジャーニーにさらに予防のステージを含めたものをヒューマンジャーニーとして捉え、健康な時も含めて患者の一生をサポートする考え方が浸透しつつあります。

従来のヘルスケア製品・サービスによる「治療の手段の提供」に留まらないこのような取り組みが、ヘルスケア業界では今後一層勢いを増すと考えられています。

こうした動きがある中、現在 PSP はどの程度普及していると言えるのでしょうか？どのような課題を抱え、またこれからの PSP にはどのような価値提供が期待されるのでしょうか？その価値提供を実現するために、各サービス提供者は、サービス立ち上げに際してどのような点に留意すべきでしょうか？

本書では、既に多くの PSP 事業の立ち上げや運用を支援してきた株式会社セールスフォース・ジャパン（以下、「Salesforce」）およびデロイト トーマツ コンサルティング合同会社（以下、「デロイト」）の視点に基づき、PSP が現在抱える課題や PSP への期待を分析するとともに、これからの PSP が提供すべき価値について考察します。その後、PSP 事業の立ち上げを検討しているヘルスケア企業が直面しがちな主な論点について、取り得る選択肢や解決のためのアイデアを提言します。

本書が、今まさに PSP 事業の立ち上げを検討している企業にとって、抱えている悩みや疑問点を解決するヒントになれば幸いです。また、これから検討するという企業にも、PSP 事業をより身近で、実現可能なものであると感じていただき、一歩踏み出すきっかけとなることを期待しています。

¹ 本書における PSP は、医療機器（含むプログラム医療機器）のように、患者または使用者の生命及び健康に影響を与えるおそれがあるために薬機法の規制対象となるものも含む。また予防段階にいる人も Patient 予備軍と考え、予防を対象としたサポートプログラムも PSP に含む。

2 患者サポートプログラム（以下、「PSP」）の概要

2.1 PSP とは何か

患者を取り巻く環境の変化に伴い、患者が積極的に自身の健康と疾患情報を収集するようになり治療の意思決定への参加意識も高まってきました。このような変化の中、PSP の重要性は増していると言えるでしょう。

PSP とは、疾患の診断、治療、予後モニタリングという、一連のペイシエントジャーニー（患者が

疾患とともに歩む生活）の中で、患者の QOL 向上を最大の目的とし、患者の健康状態の維持・改善・治療に対するアドヒアランス、最終的な治療アウトカムなどの向上を実現し得るサービスを、ヘルスケア業界が提供するものです。現状では、主に製薬企業が主体となって、自社の疾患領域に関連する患者・医療従事者向けにサービスを提供しています。

2.2 PSP が注目される背景

患者を取り巻く環境が変化してきた中で、PSP が注目される背景として、いくつかの要因を挙げることができます。

PSP を利用する患者や消費者側では、インターネットや SNS の発展によって、疾患の情報を取得・分析することが従来に比べ容易となりました。さらにはアプリやウェアラブルデバイス等によって、自身の症状管理が可能になったことで、自身のライフスタイルや価値観に応じた自分なりの健康維持やセルフケアへの意識が向上しました。

PSP の提供側としては、デジタルテクノロジーの発展や治療の充実、また疾患の予防・診断・

治療フローが洗練されたことにより、「患者中心の医療」という概念が浸透しつつあります。また、これにより、製薬企業も薬剤開発・製品提供を超えた価値提供を求められることになりました。この価値提供の一要素が PSP であり、患者の行動変容を促していきます。その結果、患者の主体的な取り組みがアウトカムの向上、アドヒアランスの向上を実現し、最終的には製品の価値の最大化へとつながっていくでしょう。また、予防や早期診断の観点からも、PSP への注目度は高まりを見せています。患者自身の健康意識の向上は、特に予防や早期診断におけるヘルスケアマーケットの拡大、ひいては PSP サービスの拡大にもつながることが期待されます。

また、PSP の効果は科学的にも検証されています。[Masayo Sato 他 2018]²によると、『テリパラチド 20μg/日を処方された日本の骨粗鬆症患者に対し、PSP に登録した患者群と登録していない患者群で 24 か月後のアドヒアランスと服

薬継続率を比較したところ、PSP に登録した患者群は登録していない患者群に比べ、アドヒアランスと服薬継続率が高いことが分かった。』と報告されています。

2.3 現在流通している主要なサービス

現在流通している主要な PSP サービスは大きく 3 つの類型に分けることができます。

活をサポートするものです。主には、患者及びその家族に対し、疾患教育や症状管理、助言ソリューションの提供等を行っているサービスが挙げられます。

1 つ目は患者（家族等を含む）の治療や生

- ▶ 製薬企業の事例では、日本イーライリリー株式会社が、患者向けのサポートプログラムの先駆けとして「いつでもそばに」をリリースしています。365 日、9 時～21 時の間、専任サポートスタッフが待機し、患者の「治療生活の中で、わからないこと、困ったこと、相談したいこと」に対し、その場で対応します。専任スタッフが不在の場合でも、代替りのスタッフによる対応や、専任スタッフからのコールバックが選択できるようになっています。また、医療行為に当たらない範囲内であれば、主治医に確認し忘れたことや、再確認したいこと等にも対応してくれます。

2 つ目は医療従事者・医療機関の業務をサポートするものです。サービスを通じて患者の症状・行動データの連携や患者プロフィールに個別

化された情報を提供することにより、医師の診断および治療の効率化を支援します。

- ▶ スマートフォンのアプリで、患者が日々の体調や症状、治療状況等を記録・管理できるサービスを、複数の企業が提供しています。
- ▶ 特に注意が必要な副作用情報が患者によって入力された場合には、医療機関での相談または受診を促すアラートがアプリ上に表示される、または入力した情報がタイムリーに医療従事者側に連携されるなど、医療従事者の介入が必要な症状を持つ患者をサポートしています。また、患者と離れて暮らしている家族が、患者の日々の状態を把握できる見守り機能や、疾患や治療薬の関連情報に患者がピンポイントでアクセスできる機能を備えているなど、アプリを通じて患者の疾患理解、治療理解の向上を促しています。
- ▶ このように PSP は、医師の診断および治療の効率化をサポートすることができます。

² 「Masayo Sato, Mika Tsujimoto, Kenta Kajimoto, Hideyuki Uetake, Hiroo Shimoda, Saeko Fujiwara, Effect of a patient-support program on once-daily teriparatide adherence and persistence in the Japan Fracture Observational Study (JFOS), Archives of Osteoporosis, 2018」

3 つ目は、患者支援エコシステムの構築を目指すものです。主には、医療機関・ヘルスケア企業・患者団体等が連携し、行政への政策提言や疾患啓発活動等を通じて、特定疾患の認知向上・診断率向上を目指す取り組みを行っています。

- ▶ 実際の事例では、一般社団法人遺伝性血管性浮腫（HAE）診断コンソーシアム「DISCOVERY」が挙げられます。
- ▶ DISCOVERY のプレスリリース³によると、DISCOVERY は、希少疾患である HAE と診断されずにその症状に苦しむ患者を救うために、日々 HAE 患者と向き合っている医療従事者、学会、患者団体、製薬企業などが協働し、それぞれの専門性や創造性を通じて、日本における適切な早期診断および診断率の向上を目指す目的で設立されました。希少疾患の疾患認知率は一般的に低く、また診断が極めて難しいなどの理由で、多くの希少疾患患者が適切な診断がなされず何年も苦しんでおり、HAE も同様の課題を抱えています。
- ▶ DISCOVERY は 3 つのワーキンググループ（WG）を立ち上げて活動を推進しています。医療データ AI 分析 WG では、電子カルテやレセプト、健診データ等を基に、HAE と診断されずに症状に苦しむ患者を特定するための診断支援人工知能（以下、「AI」）を構築し、その AI を活用して日常診療での見落とし回避などの仕組みを構築・推進しています。非専門医診断支援 WG は、HAE 非専門医に対する知見提供に加え、HAE 専門医コミュニティを構築し、テクノロジーを活用して非専門医が専門医に診断相談をする仕組みを形成・推進しています。未診断患者向け疾患啓発 WG は、未診断患者が中心となって、お互いにコミュニケーションする仕組みの構築、ならびに当該仕組みを介した疾患啓発情報や自己診断支援ツールの提供を行っています。

このように、既に様々なヘルスケア企業が、時代の変化に合わせた新たな価値を患者に届けるために、PSP の取り組みに着手しています。

³ [「一般社団法人遺伝性血管性浮腫診断コンソーシアム \(Diagnostic Consortium to Advance the Ecosystem for Hereditary Angioedema\)」（略称：DISCOVERY）設立および本格稼働のお知らせ | 一般社団法人遺伝性血管性浮腫診断コンソーシアム / DISCOVERY \(discovery0208.or.jp\)](#)

3 PSP が抱える課題や期待（デロイト調査）

3.1 PSP の認知度・利用率

2 章で述べてきたように、PSP への注目度は高まってきています。では、患者や医師における PSP の認知度や利用率は、実際どのような状況でしょうか？この点について把握するため、デ

ロイトは、患者と医師双方における PSP の認知度、患者が認知・利用を開始するきっかけ、そして患者と医師の PSP 利用状況に関する調査⁴（概要は下記の図を参照）を実施しています。

本調査概要（患者向け）

調査の目的	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本調査の目的は以下の通り： <ul style="list-style-type: none"> ➢ PSPの認知度、利用状況を把握する ➢ PSPの認知/利用のきっかけを把握する ➢ PSPの満足度、及び利用/利用継続につながるサービス内容を把握する
PSPの定義	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製薬企業が患者へ提供している、個人としての登録が必要なサービス <ul style="list-style-type: none"> ➢ 治療に関連するサービスに限定されず、Patient Journey（受診～診断～治療～予後）の一部または全体に関連するサービス ➢ サービスとしては、アプリを含むが、疾患啓発ウェブサイトは含まない
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ■ 初めに、9,901名に対してスクリーニング調査を行い、PSPの認知率、利用率*の調査を実施 ■ スクリーニング調査を踏まえて、PSPを認知している患者に絞って、合計700名に対して本調査を実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 上記700名はPSPの利用状況で割り付けを実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在PSPを利用している患者：100名 ・ 過去にPSP利用していたが現在は利用していない患者：100名 ・ PSPを知っているが利用していない患者：500名 ■ 調査（スクリーニング、本調査）は2022年11-12月に実施

*利用率：現在または過去にPSPの利用経験のある患者の割合

本調査概要（医師向け）

調査の目的	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本調査の目的は以下の通り： <ul style="list-style-type: none"> ➢ PSPの認知度、医師が考える患者にとってのPSPの有益性、PSPの適切な費用感 ➢ 医療従事者自身にとってのPSPの有益さ、PSPへの懸念、PSPを製薬会社が提供することへの懸念(データ共有等)
PSPの定義	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製薬企業が患者へ提供している、個人としての登録が必要なサービス <ul style="list-style-type: none"> ➢ 治療に関連するサービスに限定されず、Patient Journey（受診～診断～治療～予後）の一部または全体に関連するサービス
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ■ 生活習慣病、がん、スペシャリティ領域を専門とする医師206名に対し、PSPの認知率、利用率*についてインターネットを用いたアンケート調査を実施 ■ 上記疾患領域に関連する診療科に対し割付を実施 <ul style="list-style-type: none"> ■ 生活習慣病領域：60名（一般内科、消化器内科、整形外科等） ■ がん領域：40名（血液内科、腫瘍内科等） ■ スペシャリティ領域：50名（神経内科、精神科、小児科等） ■ 本調査は2023年2月に実施

*利用率：現在または過去にPSPの利用経験のある患者の割合

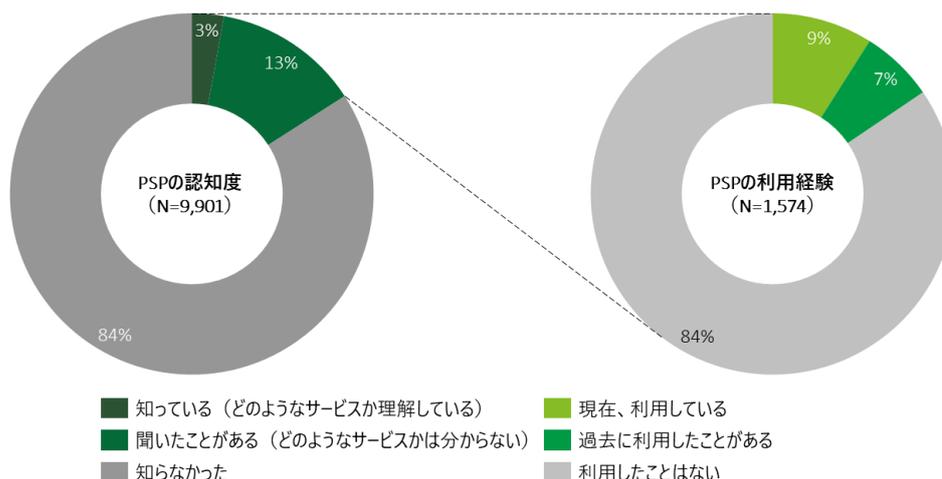
⁴ 本調査においては、PSPを「製薬企業が患者へ提供している、個人としての登録が必要なサービスであり、治療に関連するサービスに限定されず、Patient Journey（受診～診断～治療～予後）の一部または全体に関連するサービスを指している。また、サービスとしては、アプリを含むが、疾患啓発ウェブサイトは含まない」と定義している。

①患者の調査結果

- まず初めに以下の円グラフで示される患者の認知度と利用率を見てみると、全回答者における PSP の認知度は 16%、その中で認知している患者の利用率は 16% であり、認知度・利用率ともに低い水準でした。

PSP の認知度および利用経験（患者向け）

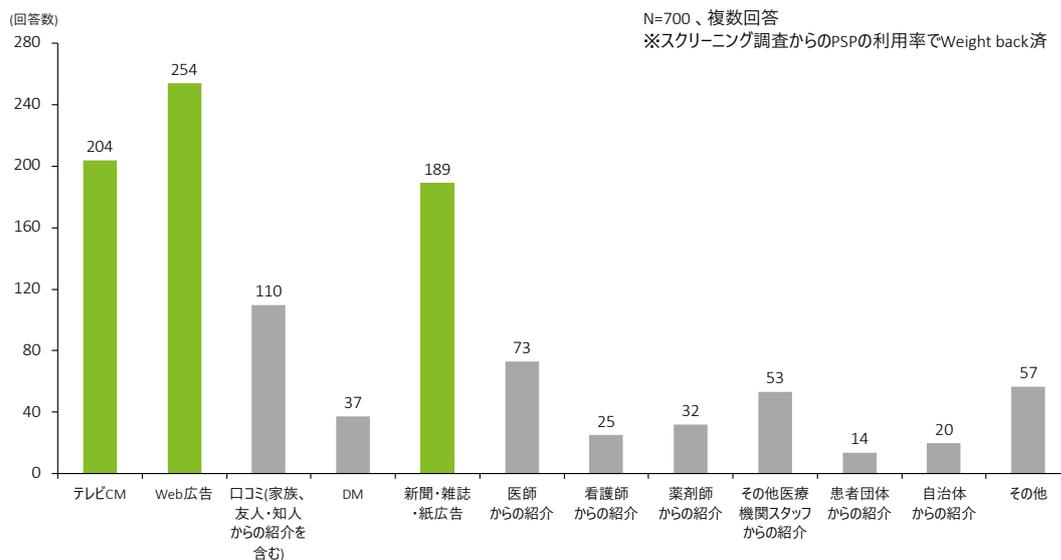
PSPの認知度：N=9,901（スクリーニング調査より疾患を持つ患者数）
PSPの利用経験：N=1,574（スクリーニング調査より疾患を持つ患者の内PSPを知っている・聞いたことがある人数）



出所：デロイト実施アンケート、スクリーニング調査結果：SC10あなたはこのような「患者サポートプログラム（PSP）」という取り組みが存在することをご存じですか？（SA、N:9,901）、SC11「患者サポートプログラム（PSP）」を利用するためには会員登録をする必要があります。あなたは実際に会員登録をして「患者サポートプログラム（PSP）」を利用したことがありますか？（SA、N:1,574）

- また、以下の縦棒グラフで示す通り、患者が PSP を認知するきっかけとしては、「Web 広告」、「テレビ CM」、「新聞・雑誌・紙広告」等のマス媒体が、回答として多く挙げられました。

PSP を知ったきっかけ（患者向け）

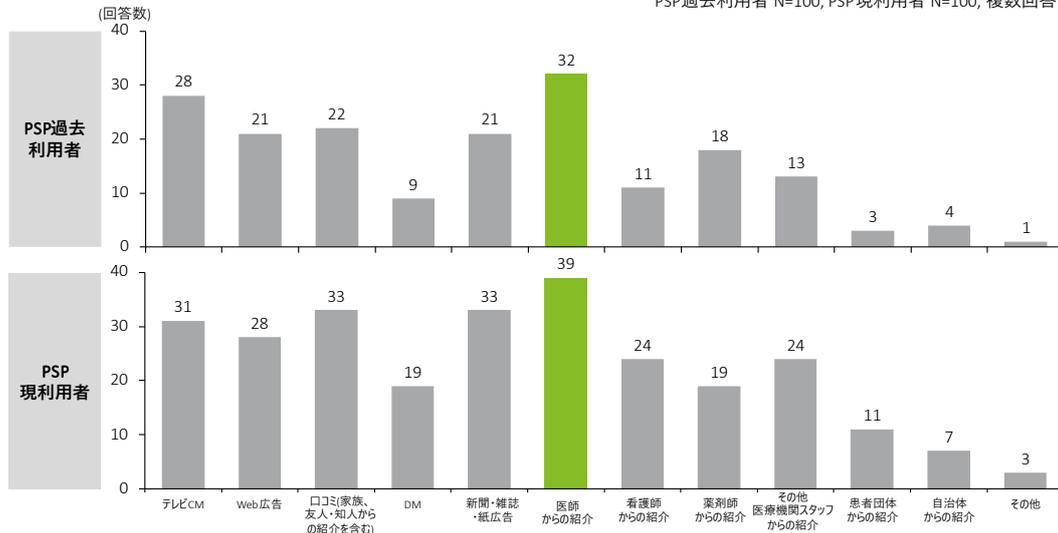


出所：デロイト実施アンケート、本調査結果：Q1. あなたが患者サポートプログラム（PSP）を知ったきっかけとして、あてはまるものをお知らせください。（MA、N:700）

- 一方で、患者が PSP の利用を開始するきっかけとしては、以下の縦棒グラフが示す通り、医師からの紹介が最も多く、PSP を認知するきっかけとは異なる傾向が見られました。

PSP を使い始めたきっかけ（患者向け）

PSP過去利用者 N=100, PSP現利用者 N=100, 複数回答



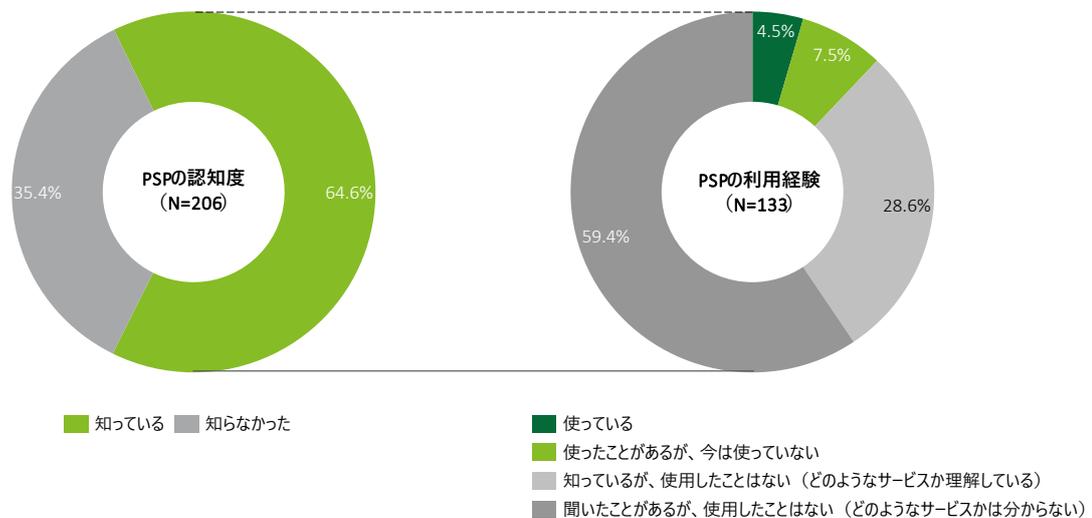
ファイル：本調査 クロス集計 <221215_本調査_クロス集計.xlsx> 質問：Q3. あなたが患者サポートプログラム（PSP）を使い始めたきっかけとして、あてはまるものをお知らせください。（MA）（N:200）
 出所：デロイト実施アンケート、本調査結果：Q3. あなたが患者サポートプログラム（PSP）を使い始めたきっかけとして、あてはまるものをお知らせください。（MA、N:200）

②医師の調査結果

- 医師に関しては以下の円グラフで示す通り、全回答者における PSP の認知度は 65%と比較的高い一方で、認知している医師のうち、実際に利用している医師は 12%に留まっています。

PSP を使い始めたきっかけ（患者向け）

母集団
PSPの認知度：N=206 PSPの利用経験：N=133（PSPを認知している医師）



出所：デロイト実施アンケート、スクリーニング調査結果：Q8. 先生はこれらのような「患者サポートプログラム（PSP）」という取り組みが存在することをご存じですか？また、先生は実際に会員登録をして、医師として、このような治療中の患者さんを対象とする「患者サポートプログラム（PSP）」を利用したことがありますか？（SA、N=206）

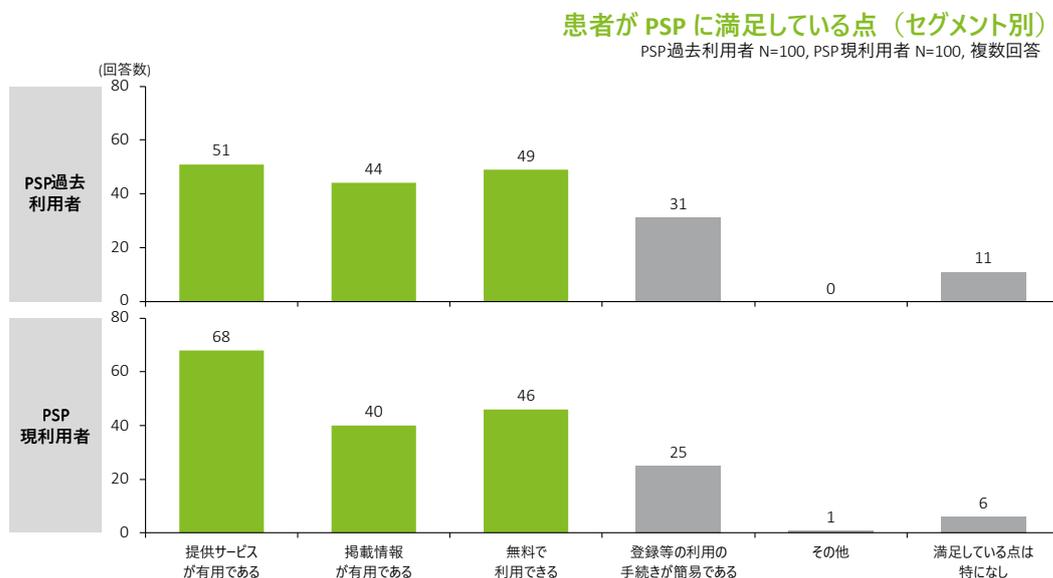
上記の結果をまとめると、PSP の認知度に関しては、医師は比較的高いものの、PSP の利用率に関しては患者・医師ともかなり低い水準になっています。患者の PSP 利用開始には、医師や医療機関からの紹介が最も効果的である

という結果からも、さらなる医師の PSP 活用度の向上に向けて、PSP が患者にとっていかに有用であるかを訴求していくことが、PSP 普及に向けた大きな課題と言えます。

3.2 PSP に満足している点・していない点

①患者の調査結果

- 次に患者が PSP に満足している点について、以下の縦棒グラフで示される調査結果を見てみると、PSP 現・過去利用者ともに「提供サービスが有用である」、「掲載情報が有用である」、「無料で利用できる」の回答が多いことが分かります。

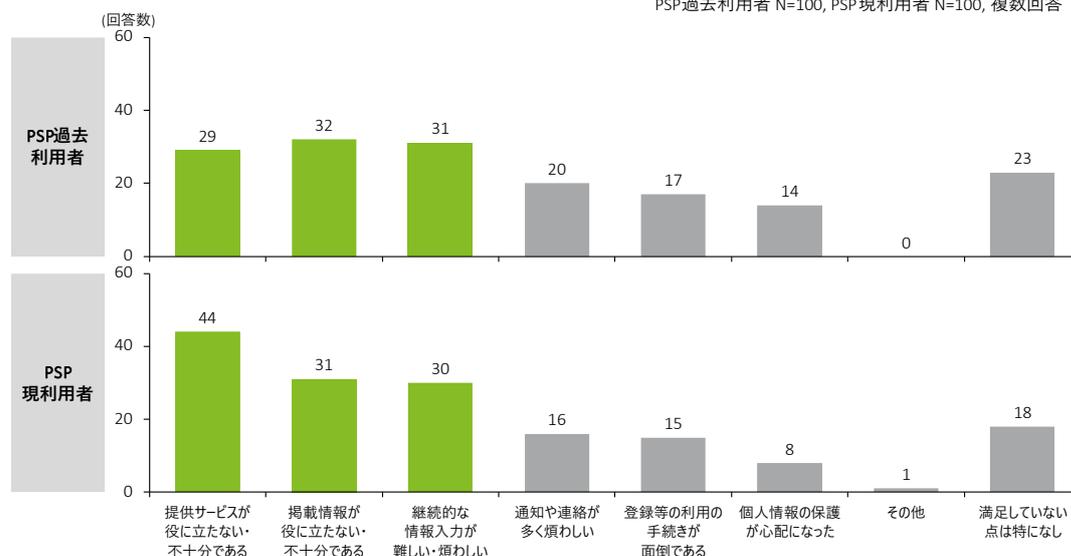


出所：デロイト実施アンケート、本調査結果：Q7_1 利用している・利用したことのある患者サポートプログラム（PSP）に満足している点があればお知らせください。（MA、N:200）

- 一方で以下の縦棒グラフを見てみると、患者が PSP に満足していない点に関しては PSP 現・過去利用者ともに「提供サービスが役に立たない・不十分である」、「掲載情報が役に立たない・不十分である」、「継続的な情報入力が難しい・煩わしい」の回答が多いことが分かります。

患者がPSPに満足していない点（セグメント別）

PSP過去利用者 N=100, PSP現利用者 N=100, 複数回答



出所：デロイト実施アンケート、本調査結果：Q8_1 利用している・利用したことのある患者サポートプログラム（PSP）に満足していない点があればお知らせください。（MA、N:200）

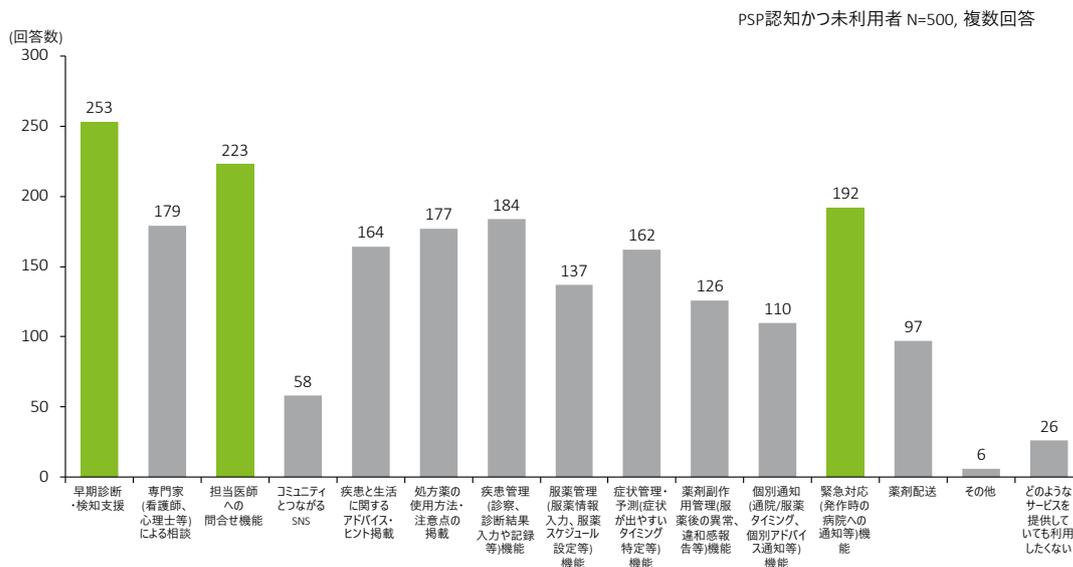
- 「満足している点」と「満足していない点」の双方において、提供サービスや掲載情報の有用性が高く挙げられており、患者はPSPが提供するサービスや情報の内容に対し、価値を感じている傾向が見られます。この調査結果から、各疾患のペイシエンジャーニーを描いた上で、患者が抱えるペインポイント（アンメットニーズ）を見極めてサービスを設計していくことが重要と考えられます。

3.3 患者/医師のPSPの利用背景

①患者の調査結果

- PSPを認知しているが未利用である患者がPSPを利用したいと思うサービス内容に関しては、以下の縦棒グラフで示す通り、「早期診断・検知支援」、「担当医師への問合せ機能」、「緊急対応（発作時の病院への通知等）機能」の回答が多くなりました。

PSP 認知かつ未利用者における、PSP を利用したいと思う提供サービス内容（患者）

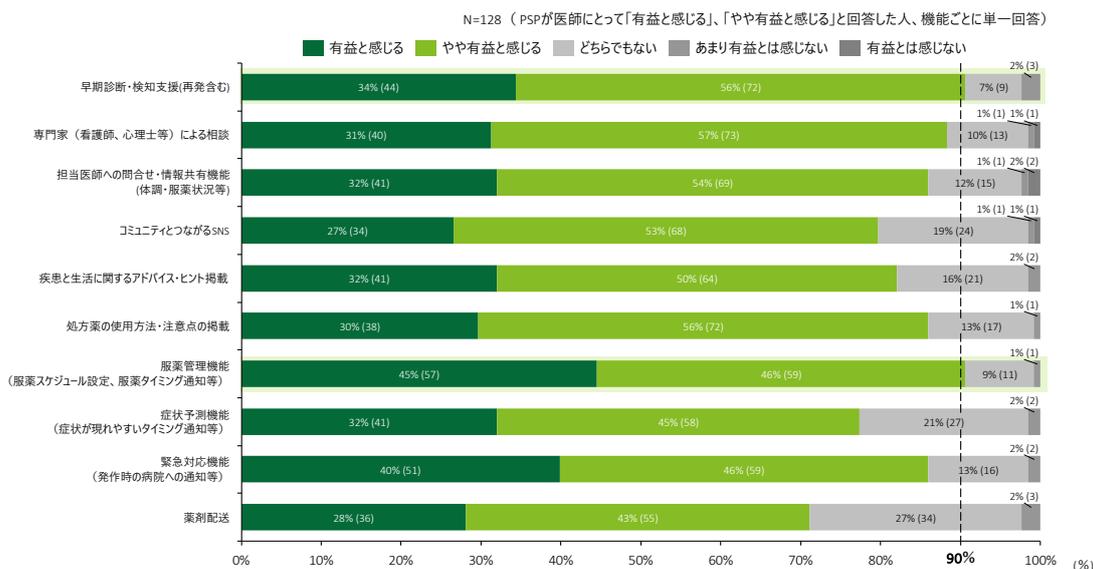


出所：デロイト実施アンケート、本調査結果：Q16. どのようなサービスを提供していれば、患者サポートプログラム（PSP）を利用したいと思いますか。（MA、N:500）

② 医師の調査結果

- 医師が PSP を有益と感じるサービス内容に関しては、以下の積み上げ横棒グラフで示される調査結果を見てみると、「早期診断・検知支援（再発含む）」や「服薬管理機能（服薬スケジュール設定、服薬タイミング通知等）」など、医師の業務に直結するサービスに関しては、有益と考える医師の割合が 90% 以上と特に高いことが分かります。

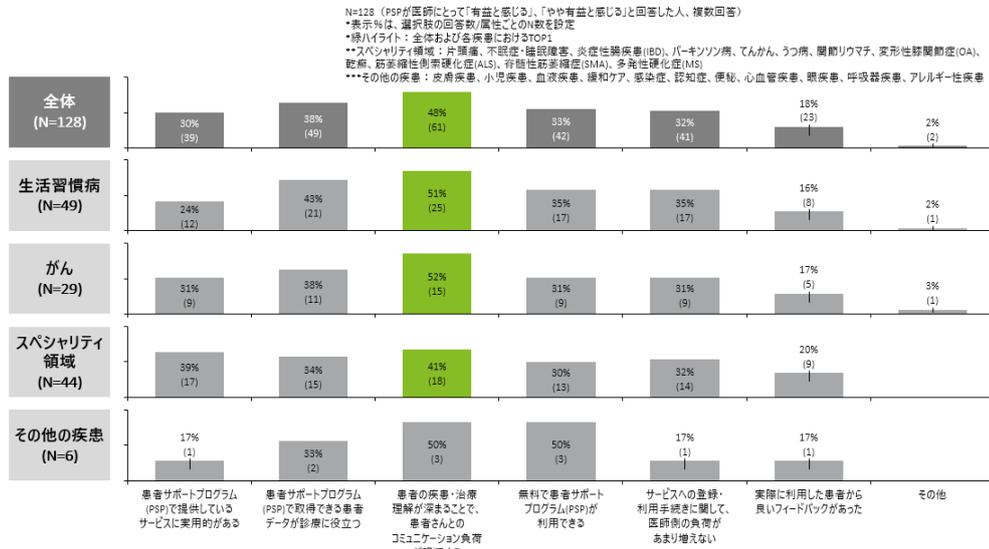
医師にとって有益な PSP サービス



出所：デロイト実施アンケート、スクリーニング調査結果：Q18 Q17で、選択肢①「有益と感じる」、②「やや有益と感じる」を選択された方へお伺いします。どのような患者サポートプログラム（PSP）サービスが医師にとって有益と感じますか？（マトリクス SA、N=128）

- 次に、PSP が医師に有用であると感じる理由（疾患別）の調査結果を示した以下の縦棒グラフを見ると、全疾患を通じて、「患者の疾患・治療理解が深まることで、患者とのコミュニケーション負荷が軽減する」ことに対して、有用性を感じると回答する医師が多いことが分かります。

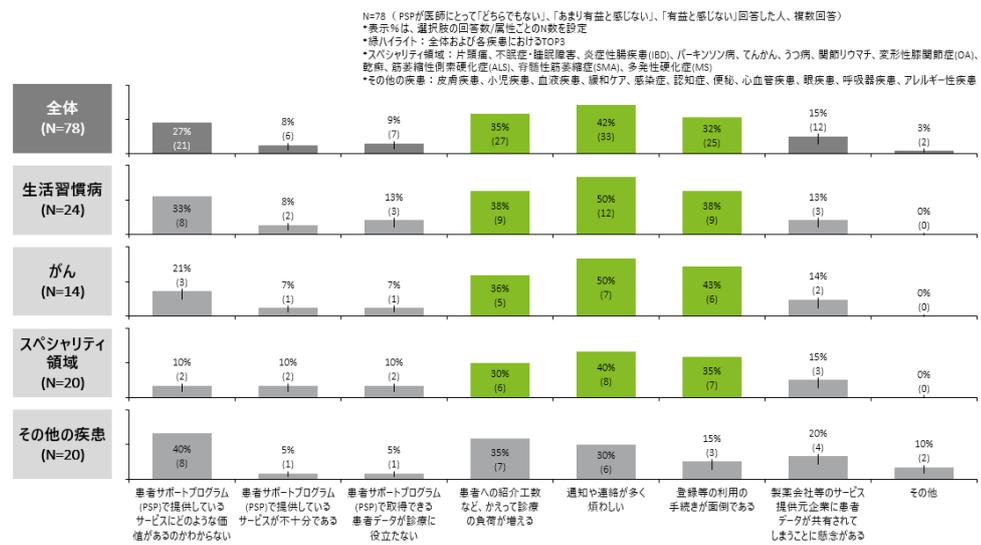
PSP が医師に有用であると感じる理由（疾患別）



出所：デロイト実証アンケート、本調査結果： Q19、Q17で、選択肢①「有益と感じる」、②「やや有益と感じる」を選択された方へお伺いします。患者サポートプログラム（PSP）が医師にも有用性があると感じる理由についてお聞かせください。（MA、FA）

- 一方で、医師がPSPを有用であると感じない理由（疾患別）に関しては、以下の縦棒グラフによると、「患者への紹介等の負荷」、「利用の手続きの面倒さ」や「通知・連絡の煩わしさ」など、医師の手間や対応時間等の負荷に関する回答が多く挙げられています。

PSP が医師に有用であると感じない理由（疾患別）



出所：デロイト実証アンケート、本調査結果： Q20、Q17で、選択肢③「どちらでもない」、④「あまり有益と感じない」、⑤「有益と感じない」を選択された方へお伺いします。患者サポートプログラム（PSP）の有用性を感じられない理由についてお聞かせください。（MA、FA）

3.4 今後、どのような PSP が求められるか

患者が PSP を使い始めるきっかけとして、医師からの紹介が最も多かったことから、PSP 利用率を向上させるには、医師から患者に対する PSP の紹介率を上げる必要があります。

医師への調査結果からは、医師にとって既存業務への追加負荷が少なく、患者も無料または低コストで利用できる有用性の高いサービスが求められていると言えるのではないのでしょうか。

一方、患者への調査結果では、PSP が有料であっても、半数以上が PSP の利用意向があると回答しています。患者にとって PSP の提供サービスが満足できるものであれば、PSP 利用開始や継続につながる事が期待できます。したがって、患者の利用率を向上させるには、PSP の提供サービスや情報の有用性を改善していく必要があると考えられます。

4 PSP の将来像

4.1 PSP に求められる変化

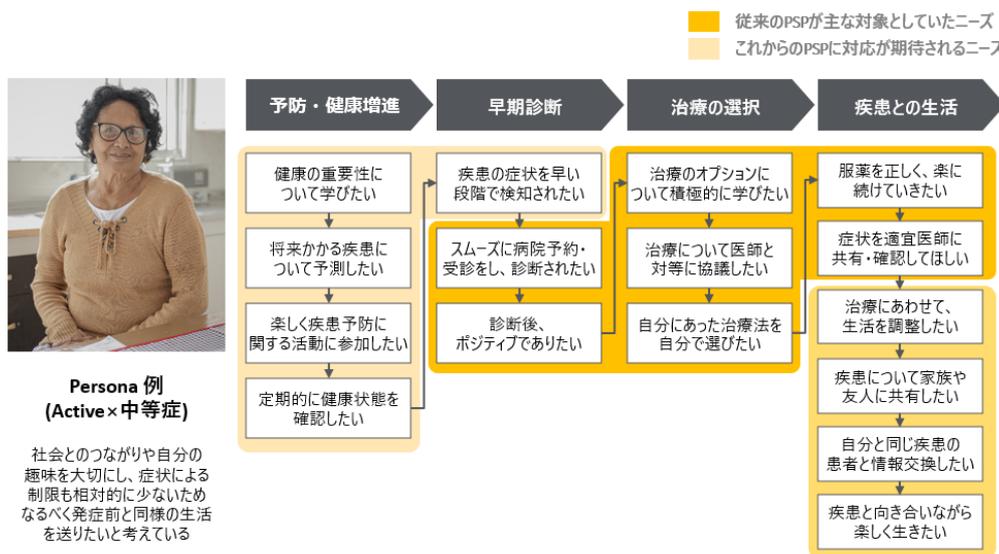
第 3 章では、「有用性が高い PSP サービス」を提供することが成功のカギであると考察しましたでは、「有用性が高い」とはどういうことを意味するのでしょうか。

「有用性が高い」とは、ヒューマンジャーニーのより広い範囲において、患者が抱える多様なニーズに対応し、健康の増進、ひいては幸福な社会

生活の実現に、直接的に貢献するサービスであると考えます。

これからの PSP では、疾患の治療や、既に自覚症状のある患者の受診・診断をサポートするだけではなく、「予防・健康増進」、「早期診断」、および「疾患との生活」という、ヒューマンジャーニーの各フェーズにおいて、患者の状況やニーズを

今後、PSP による対応が期待される患者ニーズ（イメージ）



的確に把握し、必要な支援を適時に提供するサービスがより強く求められるでしょう。例えば上図のように、中等症の慢性疾患に罹患している、もしくは罹患するリスクのある方で、比較的にアクティブなライフスタイルを志向する方をパーソナとして想定した場合、治療の最適化や服薬の適切な管理といった治療開始後のニーズに加えて、「楽しく疾患予防活動に参加したい」という予防・健康増進面でのニーズや、「自分と同じ疾患の患者と情報交換をしたい」という疾患との生活を豊かにするためのニーズを抽出す

ることができます。このように、対象とする患者・生活者が抱えるニーズをヒューマンジャーニーを通して洗い出し、特に支援が必要なポイントに焦点を当てた PSP を提供することが求められると考えます。

4.2 節以降では、各フェーズにおいて具体的にどのような PSP が期待されているのかを考察するとともに、現時点における先進的な取り組みについて紹介します。

4.2 予防・健康増進

単に患者の疾病の予兆や健康状態の異常を検知するだけであれば、疾患によっては既存のソリューションで対応可能です。重要なのは、予兆や異常の検知だけでなく、それらの結果を踏まえて患者が自身の生活や治療姿勢を実際に改善できるかという点です。具体的な成果を得るためには、本人の意識変容と行動変容の双方を持続させ、目標達成のための自助努力を継続させることが必要です。これらを実現することが、PSP に期待される提供価値です。

特に患者の行動変容を促す仕組みの構築においては、行動変容に関する諸理論をデジタルアプリに取り込む動きが活発化しています。実際の事例として、住友生命保険相互会社（以下、「住友生命」）が提供している、行動経済学に基づいた生命保険「Vitality」を紹介します。

同社のプレスリリース⁵によると、健康増進型保険“住友生命「Vitality」”は、加入者（以下、「Vitality 会員」）が継続的に健康増進活動

に取り組むことをサポートするプログラム⁶を生命保険に組み込んだ「疾病リスクそのものを減少させる」商品です。日々の健康増進活動を包括的に評価し、Vitality 会員がアプリを通じて自身の状況を確認できる仕組みになっており、Vitality 会員は、健診結果や運動状況を会員ポータルサイトにアップロードし、自身の健康状態の把握・管理を行うことができます。また、住友生命からも Vitality 会員に定期的な情報発信を行うことに加え、提携パートナー企業から各種特典（リワード）を会員に提供し、健康増進活動を促しています。

住友生命のアンケート調査によると、Vitality 会員の約 81%が「加入前と比べて運動する機会や日々の歩数が増加した」と回答しています。また、日々の歩数は加入時から約 9%増加し、3年経過した時点でもその水準が維持されています。また、2020 年度の支払実績を検証したところ、Vitality 会員は非 Vitality 会員と比較して、死亡率は約 38%、入院率は約 11%低い

⁵ [220331.pdf \(sumitomolife.co.jp\)](#) (2022 年 3 月 31 日付)

⁶ Vitality 健康プログラムを利用するには、保険料とは別に Vitality 利用料として、月額税込み 880 円（標準プランにご加入の場合）の払込みが必要です。標準プラン以外にご加入の場合は金額が異なる場合があります。

という結果が出ており、運動や健康診断などへの積極的な取り組みが結果に結びついています。そうした健康増進に寄与する商品性が好

評を博し、“住友生命「Vitality」”は累計販売件数 100 万件を突破しています。

[コラム] 予防に関する事例：アイルランド保健サービス委員会（HSE） - 全国規模のワクチン管理プラットフォーム提供による公衆衛生の推進

- 「予防」に関する先進的な取り組みとして、アイルランド保健サービス委員会（Health Service Executive、以下 HSE）が Salesforce の Health Cloud を活用した事例を以下に紹介します。
- アイルランドの医療制度は公営・民営の二本立てとなっています。このうち公的医療では、HSE がすべての居住者に対して保健および社会福祉サービスを提供する義務を負っています。HSE が運営する保健センターが各市町村に設置されており、そこでは様々なプライマリケアやコミュニティサービスが提供されています。
- HSE の業務やサービス提供をデジタル化する計画は、以前から検討されていました。そのような中、2020 年の新型コロナウイルスのパンデミック発生に伴い、大規模かつ集中的に市民のワクチン接種を推進する必要性が発生しました。そこで HSE は、Salesforce Customer 360 Platform for Government を活用し、全国規模のワクチン管理プラットフォームである COVAX（COVID-19 Vaccination Information System）を立ち上げました。
- COVAX 利用の流れは以下の通りです。まず利用者は、COVAX のポータルサイトまたはコールセンターを通じて個人の情報（基本情報、公的サービス番号等）を登録します。入力された情報は Salesforce の Health Cloud データベース上に統合された各種電子健康記録（EHR）や電子医療記録（EMR）と共に分析され、その利用者がワクチン接種に適しているかが自動的に判断されます。次に、利用者の居住地やワクチンの在庫情報等を基に、COVAX が最適な接種会場を案内します。また、SMS での双方向的なコミュニケーションによって予約できるようにすることで利用者のエンゲージメントを高め、来場率の最大化を図りました。
- 上記の他、市民のワクチン接種の進捗状況をモニタリング・報告するためのツールの導入や日々アップデートされるガイドライン・システム機能に関する医療スタッフ向けのオンライントレーニングの提供などにより、大規模なワクチン接種を短期間かつ高効率で推進することを可能にしました。
- 本事例の成功要因の一つとして、利用者の登録からワクチン接種完了までの一連のプロセスの殆どをデジタル化することにより、利用者や医療スタッフの負荷を最小限にすると同時に正確で安全なオペレーションを提供したことが挙げられます。そのためには、市民の各種医療データ（過去の電子カルテのデータや、健診データなど）があらかじめ分析可能な状態でデータベースに統合されていることが必要不可欠でした。
- 一方、日本においてはこのような医療データの利活用の重要性が長年叫ばれていながらも、

法規制やその他の要因により、実用化が遅々として進んでいないのが現状です。そのため、本事例と同様の取り組みを日本で直ちに展開することは非常に困難であると言えます。

- とはいえ、日本においても医療データの利活用推進に向けた検討・取組は積極的になされています。例えば、2022年5月に自民党が発表した『医療DX令和ビジョン2030』では「全国医療情報プラットフォーム」の創設や「電子カルテ情報の標準化」を2030年までに推進することを提言しています。また、医療機関がより多様な医療情報を収集し、情報利用者が安全かつ有効に医療データを利活用するために、いわゆる「次世代医療基盤法」の改正が目下議論されているところです。
- 日本において医療データの利活用に向けた環境整備が進めば、多くの市民を対象とした健康増進・予防のための大規模なプロジェクトを展開することも現実的になると考えられます。その際に、本事例が参考になるのではないのでしょうか。

4.3 早期診断

疾病の早期段階、もしくは患者自身が症状を自覚する前の段階においては、患者の健康・生活上の行動に関するデータを基に異常・予兆を検知し、アラートを発出することで受診勧奨を行うことが求められます。例えば、複合介護施設等にセンサーを設置して、リモコン操作

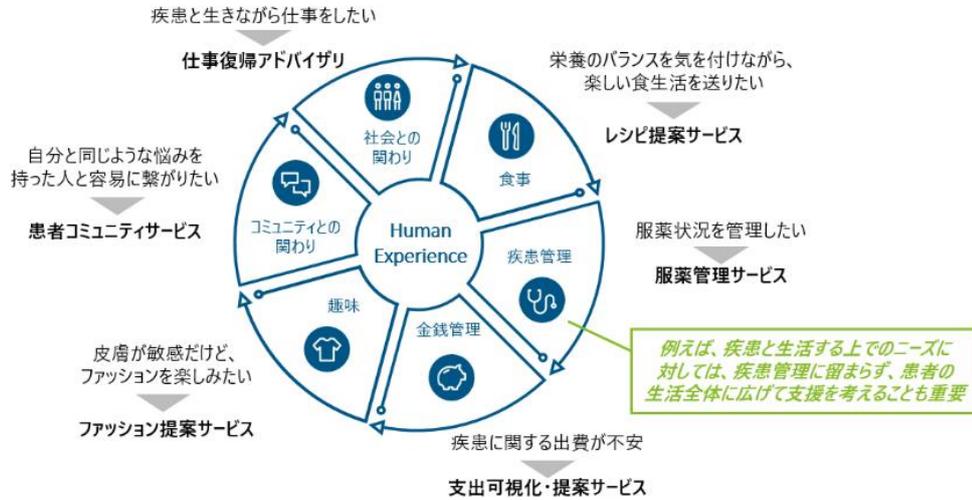
等の日常生活の行動データをモニタリング・分析し、認知機能の低下を検出することで、軽度認知障害の早期発見を実現させる研究に取り組んでいる事例があります。

4.4 「疾患との生活」の実現

近年は疾患と共に生きていく環境も整いつつあるため、一定の制約はありながらも、日々のエクスペリエンスを最大限に追求できることへの患者ニーズも高まってきています。そのため、患者の治療に関するサービスに留まらず、ニーズに沿って患者の生活一体を支援するようなサービスのデザインが必要になってきています。例えば、以下のイメージ図のように、自分と同じような悩

みを持った人と容易につながりたい、というニーズに寄り添った患者コミュニティサービスの提供や、皮膚疾患の患者がファッションを楽しみたい、というニーズに対するファッション提案サービスの提供等、患者が疾患と共に生活する上でこのニーズを正確に把握し、それらに応えるサービスを提供することが重要となります。

疾患と生活する上でのニーズに対する施策案（例）



[コラム] 事例② 武田薬品工業株式会社

- 患者やその家族の抱えるお悩みを解消するサポートプログラム -

- 「疾患との生活」に関する国内の先進的な取り組み事例として、武田薬品工業株式会社（以下、「武田薬品」）の「TOMO®」を紹介します。患者やご家族は疾患や治療、日常生活に対し、悩みや不安、困難を感じており、特に希少疾患の場合、周囲の理解が不十分なために偏見に悩むこともあります。「TOMO®」は、そのような患者の負担を軽減するために開発されたサービスです。武田薬品の製品を使用している患者が安心して治療を続け、自分らしい毎日を送るために、専任のケースマネージャー（有看護師資格者）が電話やWEB面談ツールにより必要な支援を提供します。
- 例えば、以下の図のような患者の様々な困りごとに対し、日常生活のご支援、在宅投与のご質問対応、治療補助物品の提供など、ひとりひとりの患者とご家族のニーズに合わせて個別化されたサポートを提供します。
- 本サービスをリードする武田薬品の Tien Nguyen 氏⁷によると、2021年のローンチ以来、本サービスを利用する患者は一貫して非常に満足していることが同社のフィードバック調査により明らかになっています。同氏は、「特に患者さんの高い共感を得ているのは専任のケースマネージャーとのやり取りや、ケースマネージャーから提供される個々人に応じたサポートです」と本サービスの反響を捉えています。「人生の計画や家族との関係、経済的な懸念など、患者さんは医療的なニーズを超えてさまざまな心配事や課題があります。気持ち的にも浮き沈みが激しい中で、公平な立場で、なおかつ家族でも友人でもないケースマネージャーに話を聞いてもらえる、理解してもらえる、というのは非常に価値があります。」
- また本サービスの今後について、同氏は「私たちが目指す世界は、患者さん中心のエコシステムを構築することです。最高の患者体験を生み出すことが目標で、それによって患者さん

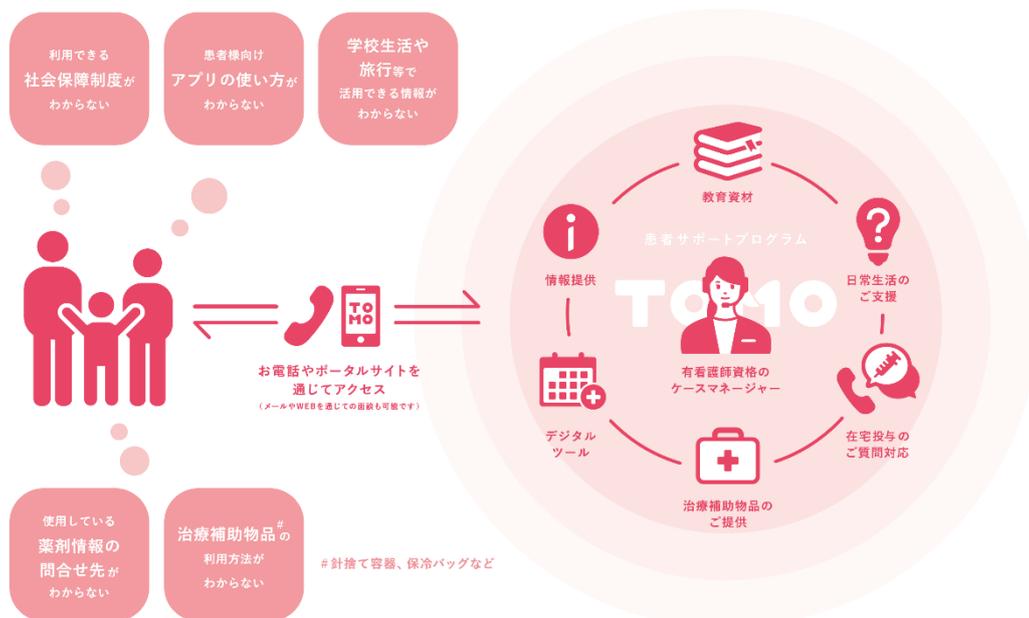
⁷ 武田薬品工業株式会社、ジャパンファーマビジネスユニット、パシエントサービス、ヘッド

の QOL や医療上のアウトカムの向上につなげていきたいです」としています。「弊社のプログラムから得られた知見を活かしていくことで、患者さんが抱える問題に対する理解も深まり、どのように継続的にサービスを改善していくべきかが明らかになるでしょう。」

- 本事例は、製薬企業が患者個人個人のニーズに対し、治療を超えて応える PSP を提供することにより、患者の治療に対するエンゲージメントをより強固にし、医療のアウトカム向上、ひいては患者の QOL 最大化を実現するという好循環の創出を狙う先進的な取り組みであると言えます。患者から求められるサービスのあり方は疾患の特性によっても大きく異なるため、今後、様々な疾患領域・治療方法に応じた PSP の検討・立ち上げがヘルスケア企業において活性化していくものと考えられます。

患者サポートプログラム「TOMO@」イメージ

このようなお困りごと、TOMOがお手伝いします。



5 PSP 事業立ち上げにおける主な論点

これまで、PSP の重要性や今後のあるべき姿について述べてきました。しかし、3 章で紹介した通り、現状では PSP が世の中に広く普及しているとは言えません。その背景の一つとして、サービス提供者である製薬企業や医療機器メーカー等にとって、PSP は全くの新規事業であり、その立ち上げにあたり、様々なハードルが存在することが考えられます。

PSP に対するビジョンやコンセプトはあるものの、

「コストに見合った効果が得られるのか?」、
「関連する規制にはどのように対応すべきか?」、
「サービスを外部委託すべきか、それとも自社で運用すべきか?」など、ビジネスモデルの具体化や必要な組織体制の構築といった部分に悩みを抱える企業が少なくありません。そこで本章では、現在新たな PSP 事業を企図している企業が特にハードルを感じている論点について、取り得る選択肢や解決に向けたアイデアを考察します。

5.1 PSP を通じてどのような効果が期待できるのか?

まず、患者に対し質の高い PSP を継続的に提供するためには、経済面を含む成果の流れを構築することが重要な論点の一つとなります。

予防、早期診断、疾患との生活といったサービスの目的ごとに想定される価値提供とそれにより得られる成果・効果を下記に示します。

① 予防

予防に伴う医療費削減という、直接的なメリットを享受する保険者（自治体/民間保険会社）がサービスを提供し、患者が一部（もしくは全部）のサービス費用を負担する事業モデルが考えられます。

例えば、4.2 節で紹介した住友生命「Vitality」の事例では、保険に付帯するサービスである健康増進プログラムを通じて、被保険者の死亡率や入院率が低下し、全体的な支払額が削減されています。また、被保険者がプログラムに高い価値を感じることで累計販売件数が増加し、プログラム利用料⁸の他、保険料の収益増加にもつながっています。

近年、生涯現役を実現し、健康に長生きしたいという意向は社会的に高まっており、予防プログラムに対しても高い関心が寄せられています。加えて、高齢化の進行によって社会保障費は継続的に増大しており、そのような観点からも予防領域事業は今後更に活性化することが予想されます。

製薬企業/医療機器メーカー等のヘルスケア企業としても、予防領域のプログラムを開発・展開することで、発症段階における患者インサイトの特定や患者ジャーニー全般にわたる包括的な価値提供の実現、更には早期タイミングでの受診・診断の促進によって医薬

⁸ Vitality 健康プログラムを利用するには、保険料とは別に Vitality 利用料として、月額税込み 880 円（標準プランにご加入の場合）の払込みが必要です。標準プラン以外にご加入の場合は金額が異なる場合があります。

品のコアビジネスとの相乗効果も期待できるでしょう。

② 早期診断

早期診断においては、製薬企業/医療機器メーカー等のヘルスケア企業が自治体・保険者等とパートナーシップを結び、特定の疾患についての啓発活動を実施する、疾患の兆候を早期に捉えるためのデジタルツールを展開する、などの事業モデルが想定されます。このような早期診断を推進する取り組みを行うことで、患者は疾患を早期に発見でき、適切な治療へと進むことができます。結果として、ヘルスケア企業は早期に患者の治療に介入できることとなり、治療に対する患者のアドヒアランス向上や、治療アウトカムの向上につながります。また、疾患の早期診断を促進し、症状の重症化を予防することができれば、トータル医療費が削減されるという医療財政上の成果も得ることができるでしょう。

③ 疾患との生活

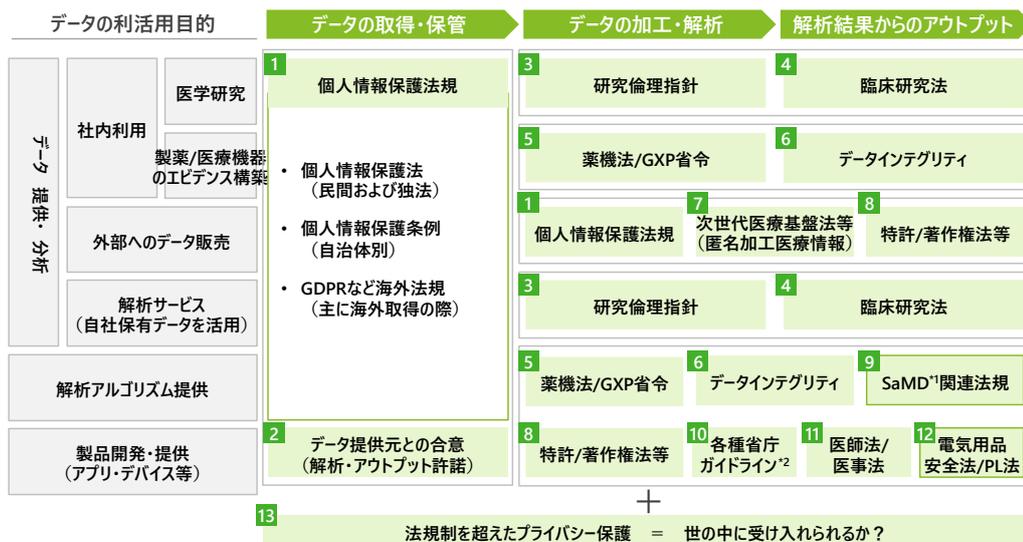
患者の生活における幅広いニーズに対応するべく、製薬企業/医療機器メーカーと他業種企業（食品、人材紹介、ファッションなど）がパートナーシップを組んで、サービスを提供する事業モデルが想定されます。これらのサービスを通じて、患者が前向きに自身の疾患との生活を継続できるようになれば、結果として患者のアドヒアランスの向上が期待できます。また、患者の具体的なニーズに応えられる質の高いサービスを提供すれば、一部では患者から利用料を得ることも可能であると考えられます。

5.2 個人の健康データ取扱いに関する規制にどのように対応すべきか？

PSP 普及にあたって次に論点になるのは、PSP で個人情報等を取得・活用する際の法規制への対応です。最近では、特に個人情報に関連する規制が強化されるなど、個人情報への社会的関心が高まりを見せています。

以下のイメージ図に示す通り、データの利活用目的に応じて遵守すべき法規制が存在し、個人情報の取り扱いに対する企業のリスクは小さくありません。それらのリスクを適切に管理するための留意点について、以下で概説します。

ヘルスケアデータの保護・利活用に関連する法規制 + α の全体像



*1: Software as Medical Device: デジタルアプリを医療機器として活用するモデル。各国で承認申請におけるルール整備が進んでいる
 **2: 3省2ガイドラインに代表される、各省庁が規定しているヘルスケアサービス・データ関連の各種ガイドライン。多数存在する

PSP で個人情報等を取得・活用する際の留意点としては、以下のイメージ図に示す通り、①個人情報の利用目的等の特定、通知、②第三者提供への本人の同意取得、③自社、委

託先の安全管理措置、④研究利用の場合に必要な諸手続き、という大きく4つのポイントが挙げられます。

①個人情報の利用目的等の特定、通知

PSP を通じて個人情報を取得する際は、個人情報保護の観点から取得するデータの項目や利用目的を特定し、本人に通知または公表する必要があります。データの活用は、ここで同意された利用目的の範囲内に限定されるため、将来の拡張性を鑑みた利用目的を検討しておくことが重要となります。

②第三者提供への本人の同意取得

取得データの第三者提供に関してオプトアウトされた状態の場合は、本人の同意を取得せずに、取得データの第三者提供が可能です。しかし、ヘルスケアデータの場合は、要配慮個人情報の可能性が高いため、個人情報を第三者提供する際には、オプトアウト不可を前提として、本人の同意取得が必要となることを念頭に置いたほうが良いでしょう。

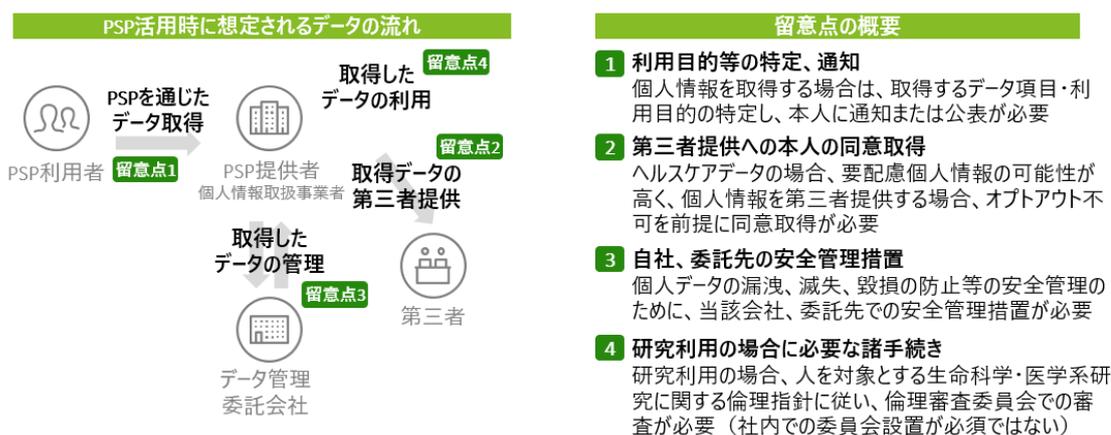
③ 自社、委託先の安全管理措置

PSP の提供者である個人情報取扱事業者として、個人データの漏洩・毀損の防止等の安全管理のために、当該会社・委託先での安全管理措置が必要です。安全管理措置には組織的、人的、物理的、技術的の 4 つの観点が存在し、それぞれで適切な措置を講じることが求められます。

④ 研究利用の場合に必要な諸手続き

研究利用の場合、法令に定められた特定条件に該当せず、匿名加工されていない個人情報を利用する際は、基本的には研究倫理方針を遵守した医療データの活用が求められます。研究倫理指針の遵守対象となる場合は、患者に対し、基本的にオプトインでの同意取得や研究を推進する病院、あるいは製薬企業による、倫理審査委員会の立ち上げと審査を行い、医療データを活用する必要があります。

PSP にて個人情報等を取得・活用する際の留意点



上記のように、PSP 推進にあたっては、個人情報等の取得・活用の際にいくつかの留意点がありますが、データ利活用に該当する国の法令の遵守や社内ルールの構築によって、個人情

報保護の観点での適切な運用を実現することは可能であると言えます。

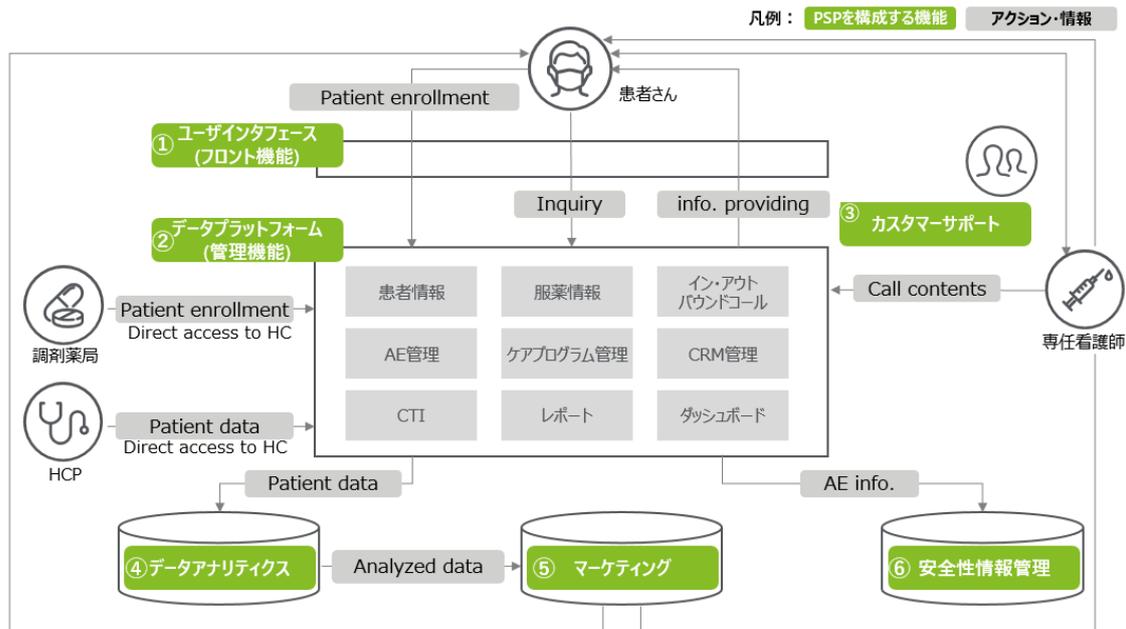
- これまで述べてきた個人情報を取得・活用する際の留意点を踏まえ、社内ルールをどのように構築していくべきか、具体例を紹介します。例えば、コンプライアンスリスクに対する社員の理解度向上のための教育・訓練が挙げられます。弁護士等の有識者登壇によるセッションを開催し、社員に正しい教育・訓練を行うための機会を創ることが一つの施策として考えられるでしょう。その他にはコンプライアンスチェックのスキーム構築が必要となります。営業本部とは独立し、第三者的な目線でコンプライアンスリスクの審査や監督を行うスキームを作り、適切な運用を実現するためのチェックや助言を行うことが重要になります。

5.3 サービスを自社で運用するか、外部に委託するか？

PSP サービスを構成する機能としては、以下のイメージ図に示す通り、アプリ等のユーザーインターフェースや、データプラットフォーム、カスタマーサポート、データアナリティクス、マーケティング、安全

性情報管理等が挙げられます。これらの構成機能のうち、どこまでを自社で運用し、どこからを外部に委託するかが論点となります。

PSP サービスの活用イメージ



参考：製薬企業の更なるdXを支援するConnected Healthのサービス | デロイト トーマツ グループ | Deloitte

以下のイメージ図でも示す通り、自社内で PSP サービスをどのように位置付け、どのようなビジョンを描くかによって、自社運用と外部委託の使い分けは異なります。まずは事業を小さく始めたい、患者のニーズに迅速に対応したいという場合は、ほとんどの機能を外部委託することも考えられます。

一方、アプリ等のユーザーインターフェースから得た患者データを活用し、より多角的にインサイトを抽出することで、サービスのカスタマイズ性を向上させたい場合には、CRM データ管理や、外部システムへの連携を行うデータプラットフォーム機能を自社で運用することが必要となります。その際、ユーザーインターフェース、データプラットフォームやデータアナリティクス機能については、自社のみでの構築が困難であるため、ノウハウのある外部企業とのコラボレーションが不可欠でしょう。

また、自社で運用する際には PSP の各機能をどの部署が所管するのか、各担当者の役割と責任をどう設定するのか、コンプライアンス対応を含め開発から運用までにどのような SOP

(標準作業手順書) を適用すべきか等、PSP の目的と機能に沿った社内体制の構築が求められます。

治療サポートプログラムにおけるサービス展開例

凡例： PSPを構成する機能 アクション・情報

構成機能分類	機能例	サービス 拡張性		
		低	→	高
		スモールスタート型 既成サービスを活用し、患者ニーズに迅速に対応したい	バランス型 既成サービスを活用しつつ、一定の拡張性も保持したい	コアビジネス型 高い拡張性により、多面的にPSPサービスを実現したい
① ユーザインタフェース (フロント機能)	・ アプリ/Webサイト/資材による各種情報提供、服薬管理・指導、オンライン診療、薬剤配送		外部委託	外部委託/業務提携
② データプラットフォーム (管理機能)	・ CRMデータ管理、ケアプログラム管理、外部システムへのデータ連携		自社運用	
③ カスタマーサポート	・ 有資格者のメディカルコールセンター、患者/医療関係者問い合わせ対応、システム不具合対応	外部委託		
④ データアナリティクス	・ サービス利用/アクセスデータ分析・レポート		外部委託	自社運用
⑤ マーケティング	・ Marketing automation, CRM			
⑥ 安全性情報管理	・ 有害事象報告、品質苦情収集、その他PV関連対応	自社運用	自社運用	

サービスの拡張性の観点からは、各患者データを紐づけて管理するプラットフォームを自社で運用する方が望ましい

※ここではより多面的に機能を備える治療サポートサービスを取り上げて検討をおこなった

5.4 患者における PSP への認知・利用をどのように向上させるのか？

3章で触れたように、患者における PSP の認知度は 16% とかなり低い水準でした。PSP 事業の開始にあたっては、患者に PSP の存在を認知してもらい、利用を促進するための取り組みが必要不可欠です。

患者が PSP の存在を認知していても、患者が PSP を利用するきっかけとしては、医療従事者からの紹介が主要であるため、医師やコメディカル (看護師、栄養士、薬剤師など) からの紹介機会を増やすことが必要不可欠です。そのためには、PSP の利用により、患者の服薬順守やアドヒアランスが向上する、早期診断・検知の可能性が高まり、治療効果を最大化できる

など、医師やコメディカルに対し PSP で期待できるメリットを訴求していく必要があります。一方で、同調査において「医師が PSP を有用であると感じない理由」の一つに「患者への紹介等の負荷」が挙げられたように、多忙な医療従事者が特定の PSP の案内を詳細に行うというのは現実的ではありません。そこで、いかに医療従事者の手間を減らし、限られた診療時間内でスムーズな案内を可能にするかが重要です。

例えば、医療従事者が自身の患者にとって PSP が有効なのか判断に迷う場合があるでしょう。その判断にかかる手間を省くためには、PSP の提供企業側が自社の PSP がターゲットとする

患者像を詳細に定義した PSP 導入の手引きをあらかじめ用意し、医療従事者に周知することが有効と考えられます。また、医療従事者が患者に PSP の詳細内容を説明する工数を削減するため、医療従事者からは簡単な説明とパンフレットの配布のみを行い、詳細な案内等は PSP 提供企業のコールセンターが実施する体制など、医療従事者の負担を更に軽減する仕掛けを構築していくことも必要でしょう。

また、医療従事者からの紹介機会を増やすだけでなく、患者自らが PSP を認知し、利用を開始するような働きかけを行うことも、場合によっては選択肢の一つになるでしょう。PSP が医療機器ではなく、かつ特定の医薬品への誘因につながらないようなケース^{9、10}、例えば、該当の PSP が広範囲の医薬品において利用可能である等のケースです。そのような場合は、従来のメディアを通じた広告・宣伝に加え、「患者団体との協働に関するガイドライン¹¹」を遵守の上、患者団体等の患者コミュニティとの協働による情報発信を行うことが有効と考えられます。

⁹ [薬事法における医薬品等の広告の該当性について](#)

¹⁰ [医薬品等適正広告基準の改正について](#)

¹¹ [患者団体との協働に関するガイドライン | 透明性ガイドラインについて | 日本製薬工業協会 \(jpma.or.jp\)](#)

5.5 PSP 導入に向けてどのようなアプローチをとるべきか？

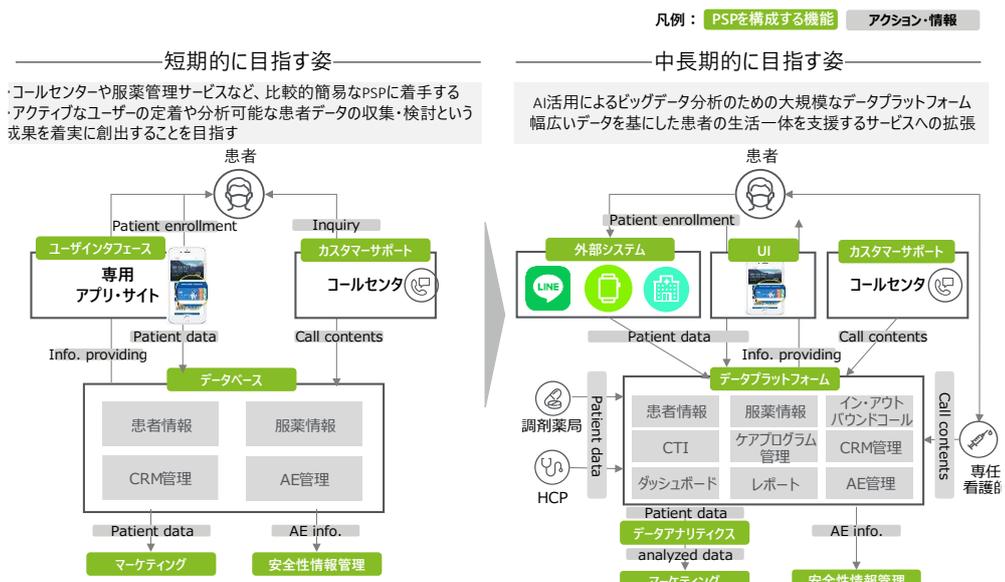
既に述べたように、ほとんどの製薬企業や医療機器メーカーにとって、PSP は新規事業です。そのため、志はあっても、高いハードルを感じている企業は少なくないと考えられます。そこで、まずは比較的簡易な PSP 事業からスタートし、徐々にサービス内容や機能を拡張していく、という段階的アプローチも有効であると考えます。その実行ステップについて紹介します。

最初のステップとして、以下のイメージ図の左部のとおり、治療中の患者からの問い合わせを受けるコールセンターや、服薬アラートシステム等の簡易的な PSP の提供からスタートすることが考えられます。この場合、AI によるビッグデータの分析を前提とする大規模なデータプラットフォームの構築までは不要であり、患者がアクセスするユーザーインターフェース、患者情報を管理するデータベース、および運用のための部門（マーケティング、カスタマーサービス、安全性情報管理）が存在すれば事業開始が可能です。

このような簡易な PSP 事業の運営を通じて、アクティブなユーザーの定着や分析可能な患者データの収集・検討という成果を着実に創出することを目指します。

上記の取り組みを通じて PSP 事業運営の下地作りができれば、より高度な PSP 事業への移行・拡張もスムーズになると考えられます。既に構築したコールセンターや服薬アラートシステムに、データプラットフォームを連結することにより、ウェアラブルデータや SNS 等から患者データをリアルタイムに収集・分析することが可能になります（下図の右部参照）。それにより、患者の症状変化を検出した際にアラートを発出し、受診勧奨を行う等の、より高度な PSP 機能を付加ことができ、患者との双方向の接点が強化され、患者エンゲージメントの一層の向上が実現できます。

治療サポートプログラムにおけるサービス展開例



最終的には、これまでのステップで取得した幅広い患者データを基に抽出されたインサイトから、治療のサービスに留まらず患者の生活一体を支援するような、新たな価値を提供するサービスを開発することを目指していきます。このように、初めは小さなステップから踏み出し、

徐々にサービス内容や機能を拡充させながら取得可能な患者データを高度化し、さらに新たなサービス開発につなげていく、好循環を生み出すことができます。このように絶え間なく患者へ価値を提供することで、患者エンゲージメントの継続的な向上が期待できます。

6 おわりに

本書では PSP が注目されてきた背景やその重要性、今後の PSP のあるべき姿について触れてきました。PSP の現状には、認知度・利用率ともに大幅な改善の余地があります。またヘルスケア企業においても、PSP に関するビジョンや想いはあるものの、事業立ち上げに高いハードルを感じられているのが現状です。

しかし、本書で示したように、PSP の提供価値・効果の流れを適切に設計し、必要な PSP 機能や運営組織体制を段階的に確立していくアプローチを取れば、継続的に運用可能な PSP 事業の立ち上げは決して困難なものではないと考えています。

Salesforce は、ヘルスケア業界において 20 年以上の実績を有しており、2021 年 6 月には業界特化の Health Cloud の提供を日本で開始しました。Health Cloud では、患者データプラットフォームを構築することが可能です。Patient Support Program や Advanced Therapy Management などのパーソナライズされた患者中心のサービスを提供できます。Salesforce は、RWD (Real World Data) や PHR (Personal Health Record) などの医療データの利活用推進や、患者中心のサービス提供をご支

援します。

デロイト トーマツ グループは“Connected Health”という概念を提唱しています。“Connected Health”では、これまで以上に患者・患者家族、製薬企業、医療従事者、ヘルスケアサービスなどがつながり、患者（予備軍含む）にとって、シームレスなヘルスケアサービスが創出され、本邦としても重要なアジェンダである“Well-Being”が実現することを目指しています。Well-Being の実現に向けて、本書で提言している PSP は重要な構成要素です。デロイト トーマツ グループは、Salesforce の Health Cloud を活用して、ヘルスケア業界の皆様とともに PSP を推進していきます。

デジタルテクノロジーの発展や COVID-19 等の目まぐるしい外部環境の変化に伴い、医療業界も転換期を迎えている今、患者への新たな価値提供を目指し、製薬企業/医療機器メーカーをはじめとする各プレイヤーが PSP に積極的に取り組んでいくことが重要ではないでしょうか。

本書が、貴社の PSP 事業立ち上げの一助となれば幸いです。

監修

佐藤慶一

株式会社セールスフォース・ジャパン
インダストリーズトランスフォーメーション事業本部、
金融・公共・ヘルスケア業界担当
執行役員、シニアディレクター
keiichi.sato@salesforce.com

早田和哲

株式会社セールスフォース・ジャパン
インダストリーズトランスフォーメーション事業本部、
ライフサイエンス業界担当
シニアマネージャー
khayata@salesforce.com

中本広計

株式会社セールスフォース・ジャパン
マーケティング本部、デマンドジェネレーション、
ヘルスケア・ライフサイエンス業界担当
マネージャー
hiroказu.nakamoto@salesforce.com

濱口航

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
ライフサイエンス&ヘルスケア
パートナー
whamaguchi@tohmatsumatsumo.co.jp

田尾隆幸

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
ライフサイエンス&ヘルスケア
ディレクター
ttao@tohmatsumatsumo.co.jp

協力

木村愛里

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
ライフサイエンス&ヘルスケア
マネージャー

川本彩多利

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
ライフサイエンス&ヘルスケア
マネージャー

小杉実穂

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
ライフサイエンス&ヘルスケア
シニアコンサルタント

藤井樹興

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
ライフサイエンス&ヘルスケア
コンサルタント

Deloitte.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ リスクアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ グループ合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約 30 都市に約 2 万人の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト、www.deloitte.com/jpをご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける 100 を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務・法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約 9 割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来 175 年余りの歴史を有し、150 を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をバース（存在理由）として標榜するデロイトの 45 万人超の人材の活動の詳細については、www.deloitte.com をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。また DTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTL ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2023. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301