

NTTデータが考える 健康データ利活用の今と未来

健康データを中心とする「ウェルビーイング経済圏」の共創



株式会社NTTデータ

〒135-6033 東京都江東区豊洲3-3-3豊洲センタービル
Tel: 03-5546-8051 Fax: 03-5546-2405
<https://www.nttdata.com/jp/ja/>

メッセージ

健康データを中心とする 「ウェルビーイング経済圏」の共創

生活者の健康志向の高まりや、生活習慣病患者の増加などの社会課題を受けて、生活者の健康課題の解決に貢献するウェルネス市場※が加速している中で、「健康データの利活用」に注目が集まっています。生体センサの技術進化により、ウェアラブルデバイスなどを使用して、生活者が、バイタルデータやライフログを日々測定できるようになったことから、さまざまな業界の企業が、これらのデータを活用した新たな顧客体験価値の創出に挑戦しています。

一方で、生活者、企業のどちらにとっても、これまで主に制度の中で活用されていた健康データは馴染みがなく、「健康データを活用してどんな恩恵（ベネフィット）が得られるのか、具体的なイメージを持っていない」などの“黎明期ならではの課題”が生じています。

「健康データを活用すると、どんなことができるのか？」という問いに対して、NTTデータは次のように考えています。

これまで企業は、生活者の属性データや購買データ、Web閲覧履歴、位置情報などに基づいてマーケティングを行い、商品やサービスなどを届けてきました。これらの情報は言わば、生活者を“外側”から捕捉したものです。一方で、生活者の心身の状態を示す健康データは、生活者を“内側”から捕捉するものです。企業が従来からの情報に健康データを加えて、生活者の状態をより深く理解し、生活者によりぴったりの商品やサービスを届けること。生活者が特に意識せずとも、健康データを“キー”にして、日々の暮らしを取り巻くさまざまな商品・サービス

などの中から、自分にぴったり合うものを探し出し、ウェルビーイングを向上させること。これが、“健康データ利活用によって得られるベネフィット”のひとつです。

そして、近い将来、日々の暮らしの至るところに健康データが溶け込み、健康データを中心に、生活者の暮らしを取り巻くさまざまな商品・サービスなどが横断的につながる「ウェルビーイング経済圏」が活性化すると、NTTデータは考えています。

とはいえ、「健康データ利活用」は始まったばかりです。企業が生活者の健康データを収集・分析することで、健康状態に応じた商品・サービスなどを生み出す。生活者が健康データから自分の健康状態を把握し、たくさんある商品・サービスなどから自分に合ったものに出会う。このサイクルが回るようになるためには、現在直面している“黎明期ならではの課題”を解決する必要があります。

NTTデータは、同じ志を持つアカデミア、行政、企業などと協調して、“健康データ利活用によってベネフィットが得られる機会”を共に創り出し、「生活者が健康データを活用して、ウェルビーイングを実現することが当たり前」の世界観を世の中に浸透させていくことで、健康データを中心とする「ウェルビーイング経済圏」の早期実現を目指します。

※個人の心身の状態を可視化・学習し、状態の最適化を行うサービスの市場

CONTENTS

- Chapter 1 健康データ利活用の今
- Chapter 2 健康データ利活用の未来への道筋
- Chapter 3 健康データ利活用の未来を共創するNTTデータのソリューション

Chapter 1

健康データ利活用の今



心身の健康状態を 定量的・定性的に示す「健康データ」

「健康データ」の定義

近年の技術進化により、ウェアラブルデバイスやスマホアプリなどを使用して、心拍数や呼吸数などのバイタルデータや、食事、運動、睡眠などのライフログが手軽に測定できるようになったことで、“個人の心身の健康状態を定量的・定性的に示すデータ”に注目が集まっています。これらのデータは、“PHR”や“ヘルスケアデータ”など、さまざまな名称で呼ばれています。PHRは、Personal Health Record（パーソナル・ヘルス・レコード）の頭文字をとった略語で、個人の生涯にわたる健康・医療・介護に関する情報のことを指します。個人の健康・医療・介護に関する情報は、測定目的、測定した人や方法などに応じて、“機密性”や“活用できる範囲”が異なります。たと

えば、個人が健康管理を目的として家庭用血圧計で測定した「血圧」と、医師が診断を目的として医療用血圧計で測定した「血圧」は、同じ「血圧」でも、後者の機密性のほうが高く、企業などが簡単に入手することはできません。そこで、NTTデータでは、“個人の心身の健康状態を定量的・定性的に示すデータ”の中でも、健康領域で主に利用されている（1）個人が測定するバイタルデータやライフログ、（2）自治体や事業主などが、制度に基づき管理している健康診断の結果（以降、「健診結果」）などを「健康データ」、医療領域で利用されている（3）医療従事者などが測定・生成するデータを「医療データ」と定義しています。

※許可された者が情報にアクセスできるようにすること

「健康データ」の特徴

これまで健康データは、“提供者起点”で管理されていました。たとえば、健診結果は自治体や事業主などで管理され、ウェアラブルデバイスなどで測定したバイタルデータは提供会社が用意しているデータベースで管理されていて、退職したりサービス

を解約したら、そのデータにアクセスできなくなります。つまり、生活者は自分のデータを自由に使いません。また、健康データの多くは標準化されておらず、たとえば、健診結果のデータ形式は健診機関ごとに異なるため、健診結果の集計・分析を行う場合は、データ形式を変換・統一するなどの前処理が必要となります。

「健康データ」とは

個人の心身の健康状態を定量的・定性的に示すデータは、測定目的や方法などに応じて、「機密性」や「活用できる範囲」、「管理場所」などが異なる。

	健康データ	医療データ
機密性	個人が測定するデータ	病院等で測定するデータ
データ項目例	【バイタルデータ】 血圧、心拍数、呼吸数、 ストレスレベル、体温 等 【ライフログ】 食事、運動、睡眠 等	健診結果、 ストレスチェック結果 面談記録 等 【電子カルテ】 検査結果、診療記録、 処方記録 等 遺伝子検査結果 等
管理場所	デバイス/アプリの 提供会社 等	自治体、保険者、 事業主、学校 等 医療機関 等

健康データを活用して 新たな顧客体験価値を生み出す

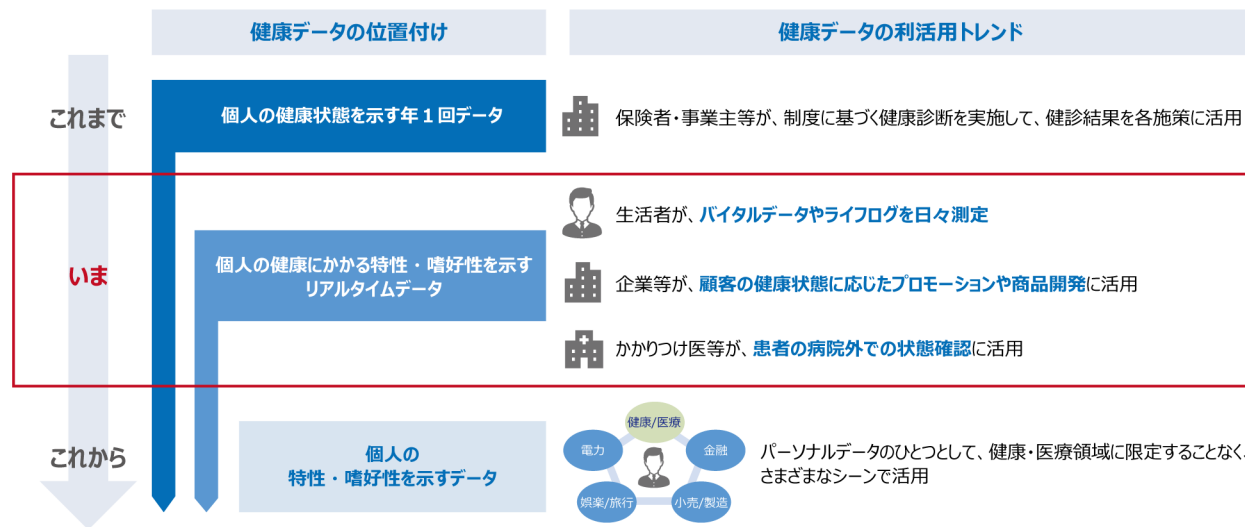
技術進化により、 健康データの利活用シーンが拡大

これまでの健康データの中心は、自治体や事業主などが制度に基づき実施する“年1回の健診結果”で、民間マーケットからすると、データの入手も取り扱いも、少々ハードルが高い状況でした。

一方で、生体センサの技術進化により、ウェアラブルデバイスやスマホアプリを使用して、生活者がバイタルデータやライフログを日々測定できるようになりました。これらのデータは、「顧客体験価値（Customer Experience）の創出」に取り組む企業などが、“個人の健康に関する特性・嗜好性を示すリアルタイムデータ”として注目しており、利活用シーンが拡大しています。

健康マーケットの動向

技術進化により、生活者がバイタルデータ等を日々測定できるようになったことで、健康データの利活用シーンが拡大



他業界に先駆けて、健康データを活用した 商品開発に取り組む保険業界

“契約者の健康状態”と“事業収益”の関連性が高い保険業界では、他業界に先駆けて、健康データを活用した商品やサービスの開発が始まりました。2016年より、個人向けの生命保険や医療保険などで、契約者の健診結果などに基づいて健康リスクを判定し、保険料の割引きなどを行う「健康連動

型」の保険商品が市場に投入されました。また、契約時点の保険料割引きなどでの活用にとどまらず、契約者に健診結果を毎年提出してもらい、その結果に応じてキャッシュバックする保険商品も登場しています。さらに、公的医療保険者における医療費適正化の取り組みと同じく、保険会社が年1回の健診結果だけでなく、日々のバイタルデータやライフログを活用して、契約者の健康状態を継続的に確認し、改善を働きかける取り組みも活発化しています。

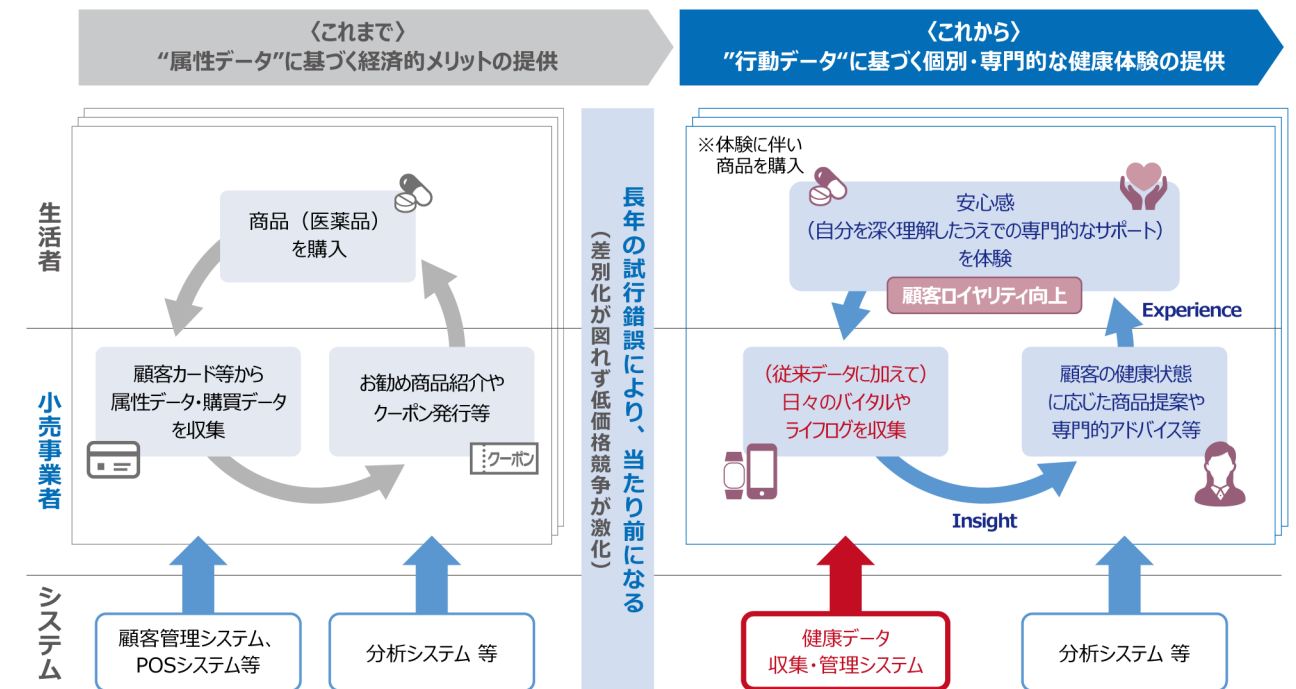
健康データを活用して、 新たな顧客体験価値の創出に挑戦する小売業界

小売業界では、“属性データに基づく製品の販売”から“行動データに基づく顧客体験価値の提供”へと、パラダイムシフトが起きています。これまでのマーケティングは、ショッピングカードなどから取得できる年齢、性別、居住地、職業などの「属性データ」と、購入商品、金額などの「購買データ」を組み合わせた分析が主流でしたが、各社が試行錯誤を繰り返してきた結果、競合との差別化が図れなくなってきました。そこで先進企業は、IoT・センシング技術の進化などにより、Web閲覧履歴（訪問回数や閲覧ページ、滞在時間など）やSNS上の行動、位

置情報などの「行動データ」が取得できるようになったことから、従来のデータに「行動データ」を追加して、“どのような状態の人が、どのような理由やプロセスで、商品を購入したのか（あるいはしなかったのか）”を分析し、顧客の購買行動をより深く理解することで、新たな差別化（顧客体験価値の提供）に取り組んでいます。生活者の健康志向の高まりや、生活習慣病患者の増加などの社会課題を受けて、生活者の健康課題の解決に貢献するウェルネス市場が加速している中で、バイタルデータやライフログは、顧客の“リアルタイムな健康状態”や“健康に関する特性・嗜好性”を把握できる「行動データ」のひとつとして注目されています。

小売業界の動向：“行動データに基づく体験提供”へのパラダイムシフト

先進企業は、新たな差別化戦略として、“行動データに基づく顧客体験の提供”に着手。ウェルネス市場の加速に伴い、“生活者のいまの健康状態”を把握できるバイタルデータやライフログに注目



〈ドラッグストアにおける提供価値の変化（例）〉

“健康データ利活用の黎明期”

ならではの課題 企業編

健康データの利活用シーンが拡大している一方で、生活者、企業のどちらにとっても、これまで主に制度の中で活用されていた健康データは馴染みがなく、「健康データを活用する際の“安心・安全性”に不安を感じる」、「健康データを活用することで得られる恩恵（ベネフィット）について、具体的なイメージを持っていない」などの“黎明期ならではの課題”が生じています。

健康データの取り扱いに伴う「インシデントリスク」や「コスト増」

総務省の「令和3年版情報通信白書」によると、パーソナルデータを活用している企業は、2020年度（令和2年度）は49.3%（積極的に活用：16.0%、ある程度活用：33.3%）で、前年度25.1%に比べて約2倍になっています。データ活用にかかる課題として、「データ管理に伴うインシデントリスクや社会的責任の大きさ」、「データ収集・管理にかかるコストの増大」などが上位に挙がっています。

パーソナルデータの中でも「要配慮個人情報※」を含む健康データについては、個人情報保護法の規定を踏まえて、関係省庁が発出しているさまざまなルールやガイドラインへの遵守が求められるため、活用している企業の割合はさらに低くなること

先進企業の健康データ利活用を阻む2つの壁

いち早く健康データ利活用に取り組んでいる企業は、ファーストステップである「健康データを収集・管理するためのインフラづくり」に着手していますが、その多くが、健康データを取り扱う際に必要なルールやガイドラインへの対応に苦慮しています。先に述べた通り、健康データの取り扱いには、関係省庁が発出しているさまざまなルールやガイドラインへの遵守が必要であり、さらに、ルールやガイドラインは、関係省庁の医療DXの取り組みと同期をとりながら、随時アップデートされているからです。「健康データを収集・管理するためのインフラづくりに相当の手間がかかること」、これがひとつの壁です。

ふたつめの壁は、「健康データをどのように読み解けばよいのか、どのように活用すればよいのかについて、明確な道筋が見えないこと」です。NTTデータがお付き合いしている企業の方々からも、「インフラはできたものの、そこで集めたデータをどのように活用して、どのような付加価値を生み出せばよいのか、良いアイ

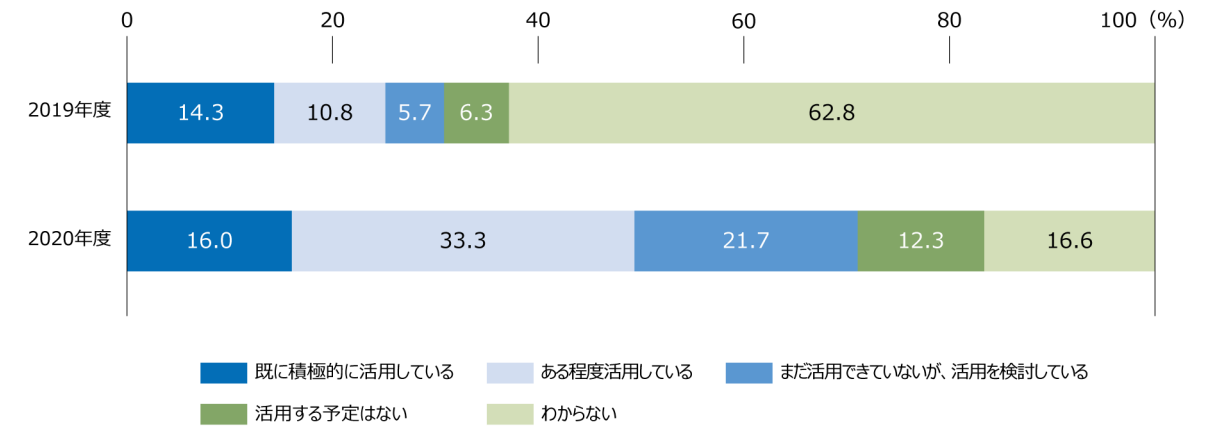
が推定されます。令和4年10月11日に、「国民の保健医療の向上」と「最適な医療を実現するための基盤整備の推進」に向けて、医療分野のDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進する「医療DX推進本部」が設置され、関係省庁（デジタル庁、厚生労働省、総務省、経済産業省）が具体的な施策を企画・立案・実施することが、閣議決定されました。健康データの取り扱いについては、今後、関係省庁が医療DXの取り組みと同期をとりながら、より具体的なルールやガイドラインを策定する見込みであり、健康データを利活用する企業は、関係省庁の動向をしっかりとウォッチする必要があります。

※個人情報で定められている、本人に対する不当な差別・偏見その他の不利益が生じないように、取り扱いについて特に配慮を要する一定の個人情報

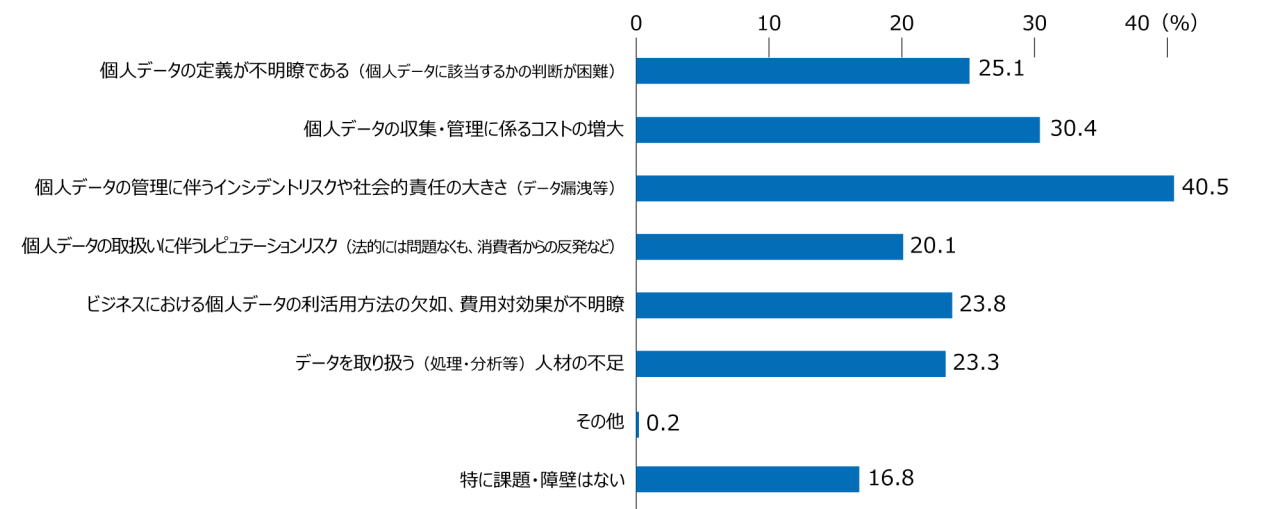
ディアがなかなか浮かばない」といった声をよく耳にします。「健康データ」と聞いて多くの方が思い浮かべる代表的なデータ項目として、「血圧」、「心拍数」、「血中酸素濃度」などがあります。医療領域では、たとえば「血圧」には、“高血圧などで治療が必要かどうかを判断するための基準値”が設定されています。この基準値は、長年蓄積された「血圧値」と「発症した病気の」データを分析して、その関係性を導き出した研究の成果に基づくものです。

民間ビジネス領域で「血圧」を活用する場合も、医療領域での“治療が必要かどうかの基準値”と同じく、“活用目的・方法に応じた基準値”の設定が必要となります。そのためには、「血圧値」と「自社の商品・サービスなど」の関係性を導き出す必要がありますが、民間ビジネス領域での健康データ利活用はまだ始まったばかりで、研究に必要となるデータがなかなか集まりません。「健康データ」と「自社の商品・サービスなど」の関係性が明確になっていない中で、健康データをどのように活用すればよいのか分からない、というのが、多くの企業の実情です。

● 企業におけるパーソナルデータの利用状況



● パーソナルデータの取り扱いや利活用に関して現在または今後想定される課題や障壁（複数選択）



出典：総務省（2021）「デジタル・トランスフォーメーションによる経済へのインパクトに関する調査研究」

“健康データ利活用の黎明期”

ならではの課題 生活者編

国民皆保険制度のもとで、他国に比べて健康意識が低い日本人

「国民皆保険制度」の日本では、国民全員が公的医療保険に加入し、保険証1枚さえあれば、いつでも、どこでも、窓口での一部負担金のみで、必要な医療サービスを受けることができます。私たちにとっては当たり前のことですが、海外に目を向けると、必ずしもそうではありません。

たとえば、アメリカの場合、公的医療保険は、65歳以上の高齢者と障害者を対象とする「メディケア」と、低所得者を対象とする「メディケイド」の2つのみです。この2つの対象とならないアメリカ人は、民間医療保険などに加入することになりますが、受

診できる医療機関が限られていたり、どの医療保険にも加入していない無保険者も多く、所得によって受けられる医療には大きな格差があります。また、アメリカの医療費は日本に比べて高額で、風邪でも数万円、手術は百万円単位です。

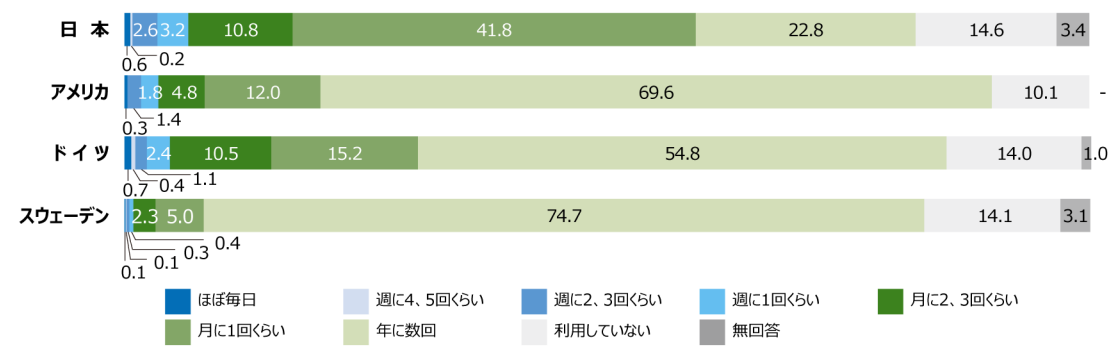
国民皆保険制度のおかげで、万が一病気になっても必要な医療サービスを受けることができる日本では、他国と比較して、生活者の健康に対する意識が低くなっています。たとえば、内閣府の「第9回高齢者の生活と意識に関する国際比較調査結果（令和2年度）」によると、他の世代よりも健康意識が高いと考えられる60歳代以上においても、他国と比較して、健康のための行動を起こしている人の割合は低くなっています。

高齢者（60歳以上）の健康・医療に関する意識

● 健康について心がけていること（2020年）

	休養や睡眠を十分に取る	生活を送る規則正しい	栄養のバランスのとれた食事をする	保健薬や強壮剤などを飲む	定期的な健康診断を受ける	ひかえる酒やタバコを	散歩や運動をする	地域の活動に参加する	気持ちを明るく持つ	趣味を持つ	外出する	なるべく	その他	特に心がけていないこと	無回答
日本	66.2	61.3	58.3	9.8	51.1	15.4	51.9	15.9	41.3	38.8	26.4	1.7	3.1	2.3	
アメリカ	86.4	79.3	75.6	18.0	84.0	48.1	72.4	45.8	88.0	76.6	64.5	5.8	1.8	-	
ドイツ	73.3	76.3	65.5	42.0	65.2	23.2	58.4	32.9	72.3	50.3	13.6	1.7	3.7	0.4	
スウェーデン	68.8	73.4	72.5	15.7	37.8	12.8	76.0	17.7	52.5	40.1	57.6	5.4	2.0	0.7	

● 医療サービスの利用状況（2020年）



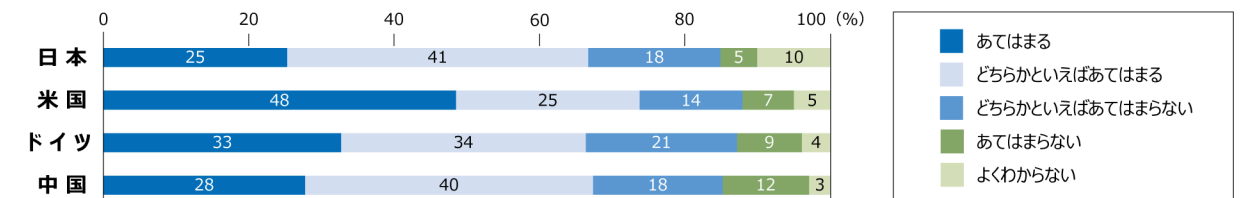
出典：内閣府「令和2年度 第9回高齢者の生活と意識に関する国際比較調査結果」

企業へのデータ提供に伴う“安心・安全性”が不安

総務省の「令和3年版情報通信白書」によると、企業が提供するサービスやアプリケーションなどへのパーソナルデータ提供に不安を感じる生活者の割合は、年々減少しているものの、2021年時点で66%（不安を感じる：25%、どちらかという不安を感じる：41%）となっています。不安を感じる理由として、「外部への流出」、「プライバシー保護」などの“安心・安全性”に関する内容が上位に挙がっています。

ウェアラブルデバイスなどで健康データを手軽に測定できるようになったとはいえ、健康意識が高いとは言えない生活者が、“安心・安全性”に不安を感じながら、企業などへデータ提供することは、なかなか難しいと考えます。NTTデータ経営研究所の「パーソナルデータの活用に関する一般消費者の意識調査（令和4年）」でも、パーソナルデータ活用サービスについて、7割弱が「利用したことはなく、今後も利用したいとは思わない」との回答でした。

サービス・アプリケーションの利用にあたってパーソナルデータを提供することへの不安



出典：総務省（2021）「ウイズコロナにおけるデジタル活用の実態と利用者意識の変化に関する調査研究」

“医療サービスへのデータ提供”は抵抗感が低い

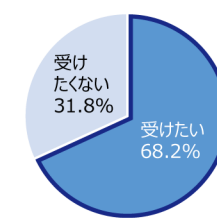
現在、健康データ利活用に取り組む企業の多くは、自社アプリ上に「健康データ測定機能」を実装し、健康データを活用した“出口サービス”として、「最適商品の紹介」や「割引クーポンの発行」などを提供していますが、アプリの利用率がなかなか伸びないことが課題になっています。

一方で、「生活者は健康データの利活用について無関心か？」といえば、そんなことはありません。NTTデータが実施した「健康データ活用に関する一般消費者の意識調査（令和4

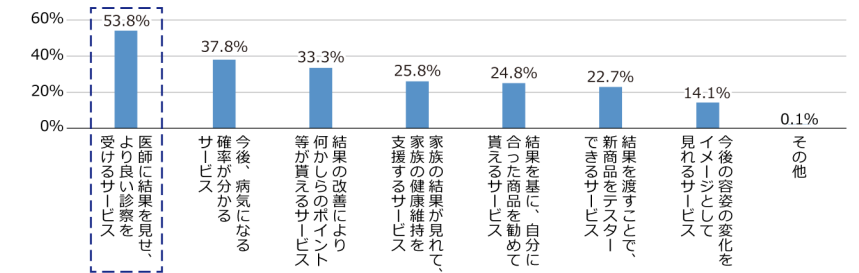
年）」では、7割の方が「メリットやお得感を感じる場合は健康データを提供する」と回答し、受けたいサービスの上位に「より良い診察が受けられる」、「疾病リスクが分かる」などが挙がりました。先に述べたNTTデータ経営研究所の意識調査でも、「パーソナルデータ活用サービスを過去に利用したことがあり、今後も利用したい」と回答した方の6割が、今後も利用したいサービスとして「健康データを医師、薬剤師などに共有できるサービス」を挙げており、医療サービスへのデータ提供については生活者の抵抗感が低いことが推察されます。

生活者の“健康データ提供”にかかる意識

自身の健康データを提供することで、サービスを受けたいか（N=2,033）



自身の健康データを提供することで受けたいと思うサービス（N=1,386） 複数回答



出典：人間情報データベース（NTTデータ経営研究所）を用いたヘルスクエアに関するアンケート調査 実施日：2022年3月、対象：2033人（男女別、年代別、婚姻別、収入別に偏りなし）

Chapter 2

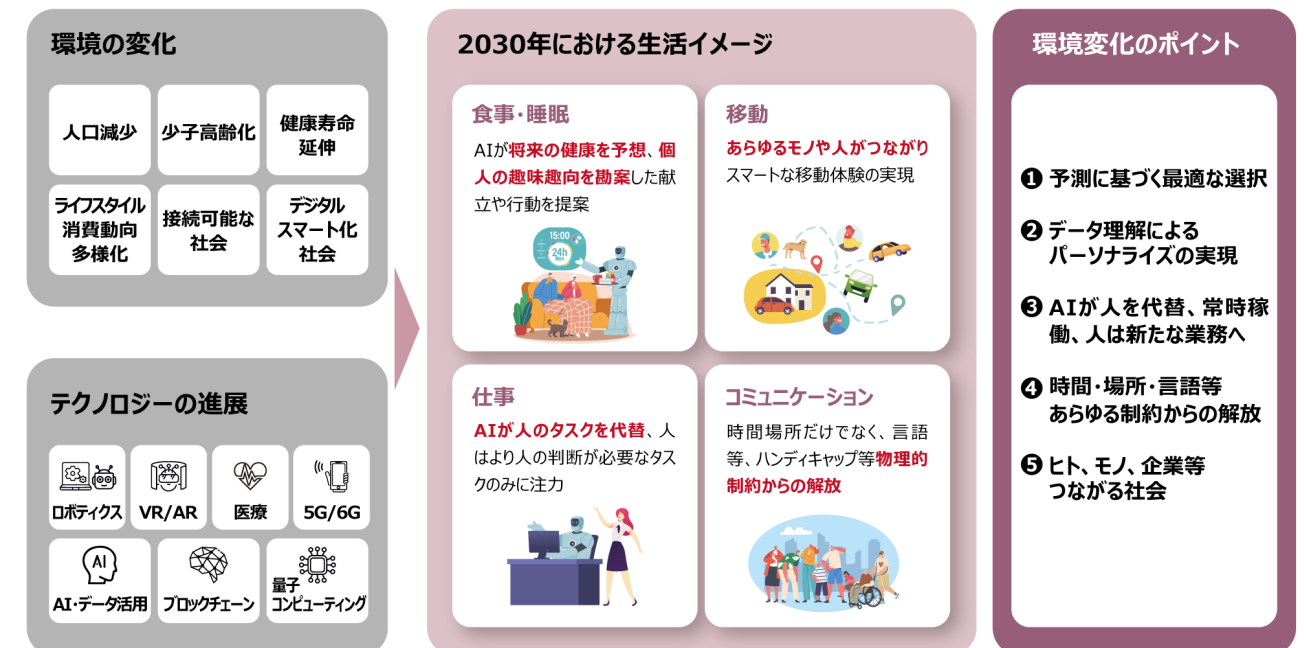
健康データ利活用の未来への道筋

NTTデータが考える 2030年における環境変化

2030年、社会環境の変化や技術進化により、私たちの生活は大きく変わっているはずですが、NTTデータでは、こうした社会全体の環境変化を、以下の5つのポイントに整理しています。

- ① 予測に基づく最適な商品・サービスの選択が可能になります。
- ② データ理解によるパーソナライズが実現します。
- ③ AIが人を代替して24時間×365日のサービスが広がり、人は新たな業務を担うようになります。
- ④ 時間や場所、言語などのさまざまな制約から解放されて、
- ⑤ ヒト・モノ・企業などがつながり、生活者の利便性は大きく向上します。

これらの変化は、健康データの利活用にも大きな影響をもたらし、2030年の健康データ利活用は、今とは様変わりすることが想定されます。



図：2030年における環境変化のイメージ「NTT DATA Healthcare Foresight 2030」より

2030年における 健康データ利活用の世界観

自分の健康は自分で守る ～“生活者起点”の健康データ管理～

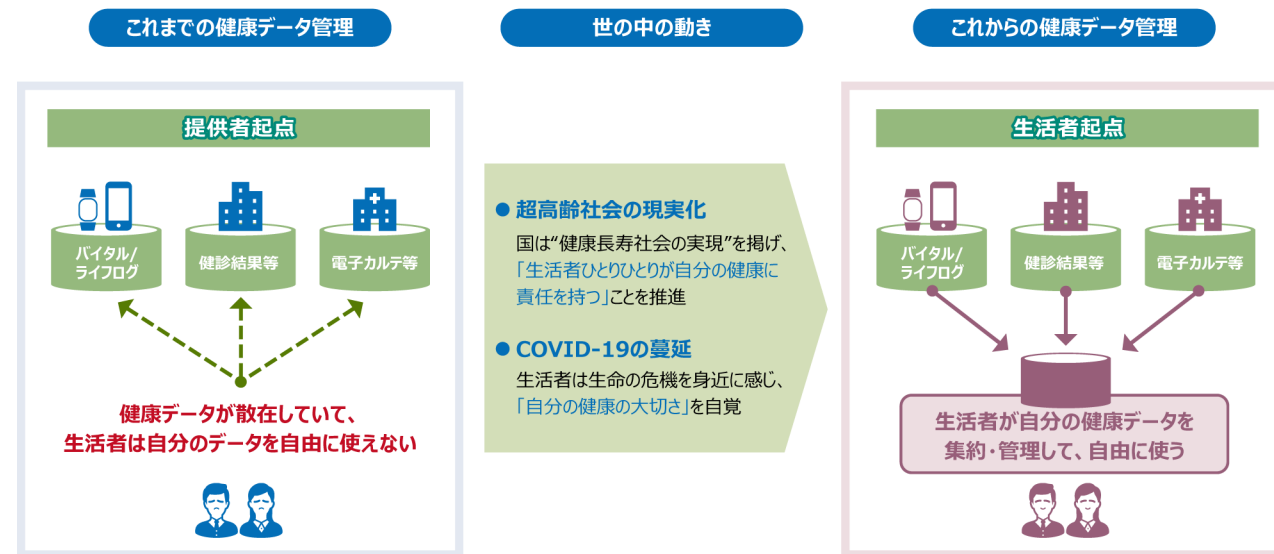
新型コロナウイルスの蔓延により、「当たり前」と思っていた社会やさまざまな仕組みがガラリと変わってしまうことを、私たちは経験しました。2030年には、3人に1人が65歳以上の高齢者になると予想されています。人口に占める高齢者の割合が増え続けていく中で、医療費や介護費の増加は必至であり、「日本の社会保障制度がこの人口比率の変化に耐えられるのか」

という問題から目をそらさず、生活者ひとりひとりが、「自分の健康は自分で守る」ことを認識することが、今後ますます重要になります。

2030年の未来では、生活者ひとりひとりが、健康データを自分で管理して健康の不調・変調を確認し、自分の意思でかかりつけ医やサービス提供者などにデータを開示してウェルビーイングを実現する、“生活者起点の健康データ管理”が必要になると、NTTデータは考えています。

健康データ管理は「提供者起点」から「生活者起点」へ

健康長寿社会の実現に向けて、生活者が健康データを自己管理・運用する仕組みが求められる



意識しなくても、あらゆる健康が可視化される ～生体センサのさらなる技術進化～

健康データ利活用においても、技術進化は大きなインパクトをもたらします。特に、健康データ収集に関する技術の要である生体センサについては、小型簡便化や測定方法の非接触・非侵襲性などが進むことで、日常生活の中で、バイタル、行動、心・感情などのあらゆる健康データが収集できるようになること

が想定されます。スマートウォッチによる血圧測定や、針を刺さずとも血糖値を測定できる技術などは、すでに実用化されつつあります。さらに、トイレに設置したセンサから体調を推定したり、食事の画像から摂取栄養データを算出するなどの“体以外からのデータ取得技術”も開発されています。

2030年の未来では、生体センサのさらなる技術進化により、“生活者が意識しなくても、あらゆる健康が可視化される世界”が訪れると、NTTデータは考えています。

健康データを“キー”にして、 自分にぴったり合うものに出会い、心地よく暮らす ～健康データを中心とする「ウェルビーイング経済圏」の形成～

健康データを“キー”にして、「生活者」と「生活者の日々の暮らしを取り巻くさまざまな商品・サービスなど」をマッチングすることで、生活者が、自分にぴったり合うものに出会い、心地よく暮らせること。これが、生活者が“健康データ利活用によって得られるベネフィット”のひとつだと、NTTデータは考えています。

たとえば、私たちの血液には、さまざまな血液型があります。今日では、自分の血液型を知っているのは当たり前ですが、昔は血液型の概念そのものがなく、輸血した血液型が合わず、多くの人が亡くなりました。20世紀の初めにABO血液型が発見されたことで、輸血は、“運を天に任せるようなもの”から、“科学に基づく安全なもの”に変わりました。血液型の研究はさらに進み、現在の輸血では、ABO血液型だけでなく、Rh血液型、HLA血液型などが活用され、さらに安全になっています。輸血以外でも、命にかかわる医療領域では、自分の医療データや健康データなどに基づいて、自分に合った薬や治療などを探し出すことは当たり前のことになっています。最近、よく耳にするようになった「グルテンフリー」。“小麦に含まれるタンパク質の一種であるグルテンを摂取しない食事法”を意味します。これまでは、小麦アレルギーを持っている人が中心でしたが、アレルギーまではいかないものの、グルテンを摂取する

ことで倦怠感や頭痛などを引き起こしてしまう“グルテン不耐性”の人が多く存在し、自分が“グルテン不耐性”であることに気付かずに生活していることが分かってきました。慢性的な不調の原因がグルテンであることを知り、グルテンフリーを実践することで体質が改善したり、肌がきれいになった人がたくさん出てきたことから、この食事法が注目されるようになりました。このように、命にはかかわらなくても、日々の暮らしの中で、自分では気付かずに、自分に合わないものを選んでしまい、ウェルビーイングを低下させているケースは多々あります。自分の血液型を把握し、安全な輸血を受けることが当たり前のように、健康データから“自分の心身の健康状態”を把握し、日々の暮らしを取り巻くさまざまな商品・サービスなどから自分にぴったり合うものを探し出し、ウェルビーイングを向上させること。これが“健康データ利活用によって得られるベネフィット”です。

企業が生活者の健康データを収集・分析することで、健康状態に応じた商品・サービスなどを生み出す。生活者が健康データから自分の健康状態を把握し、たくさんある商品・サービスなどから自分に合ったものに出会う。2030年の未来では、このサイクルが当たり前になるようになり、健康データが日々の暮らしの至る所に溶け込み、健康データを中心に、衣食住や医療、交通・通信、教育、教養娯楽などの生活者を取り巻くさまざまな商品・サービスなどが横断的につながる「ウェルビーイング経済圏」が形成される。そして、生活者は特に意識することなく、自分にぴったり合うものに出会い、ウェルビーイングな生活を送れるようになると、NTTデータは考えています。

2030年のヘルスケアの世界観

環境変化・テクノロジー進歩により、日常生活の中で自然とデータが取得・分析され、無理なく自分らしく健康で若々しくあり続けられる未来のヘルスケア社会が実現する



図：2030年のヘルスケアの世界観「NTTDATA Healthcare Foresight 2030」より

“黎明期ならではの課題”解決に向けた 3つの提案

Chapter1で述べた通り、生活者、企業のどちらにとっても、これまで主に制度の中で活用されていた健康データは馴染みがなく、“黎明期ならではの課題”が生じています。

「ウェルビーイング経済圏」の実現に向けては、この課題を解決して、(1) 企業が生活者の健康データを収集・分析することで、健康状態に応じた商品・サービスなどを生み出す、(2) 生活者が健康データを日々測定して自分の状態を把握した

くさんある商品・サービスなどから自分に合ったものに出会う、といったサイクルを次々と生み出していく必要があります。

NTTデータはこれまで、さまざまな業界における“新たな世界観の創出”に関わってまいりました。その経験を踏まえ、健康データ活用に取り組む企業の方々に対して、現在直面している“黎明期ならではの課題”を解決し、「ウェルビーイング経済圏」を形成していく道筋として、次の3つを提案します。

提案 1 “企業の健康データ取り扱いにかかる課題”の解決策：
健康データ利活用における“非競争領域”と“競争領域”をすみ分ける

提案 2 “生活者の健康データ提供への抵抗感”の解決策：
“医療的な要素”を自社サービスに組み込む

提案 3 同じ志を持つ企業同士が協調して、
「ウェルビーイング経済圏」の共創・浸透に取り組む



“企業の健康データ取り扱いにかかる課題”の解決策： 健康データ利活用における“非競争領域”と “競争領域”をすみ分ける

近い将来、「健康データ収集」は “非競争領域”になる

企業が健康データを利活用する場合の一般的なステップは、
(1) 生活者の健康データを収集し、(2) 健康データ（および自社の保有データ）を分析して生活者を深く理解し（生活者インサイトの発見）、(3) 生活者ひとりひとりに応じた付加価値（商品・サービス、体験など）を提供する、という3つに分けることができます。
Chapter1で述べた通り、いち早く健康データ利活用に取り組んでいる企業は、ファーストステップである「健康データを収集・管理するためのインフラづくり」に着手していますが、その多くが、健康データを取り扱う際に必要なルールやガイドラインへの対応に苦慮しています。
また、生活者からすると、サービスごとに提供される健康データ収集機能に、同じようなデータを都度登録しなければならず、

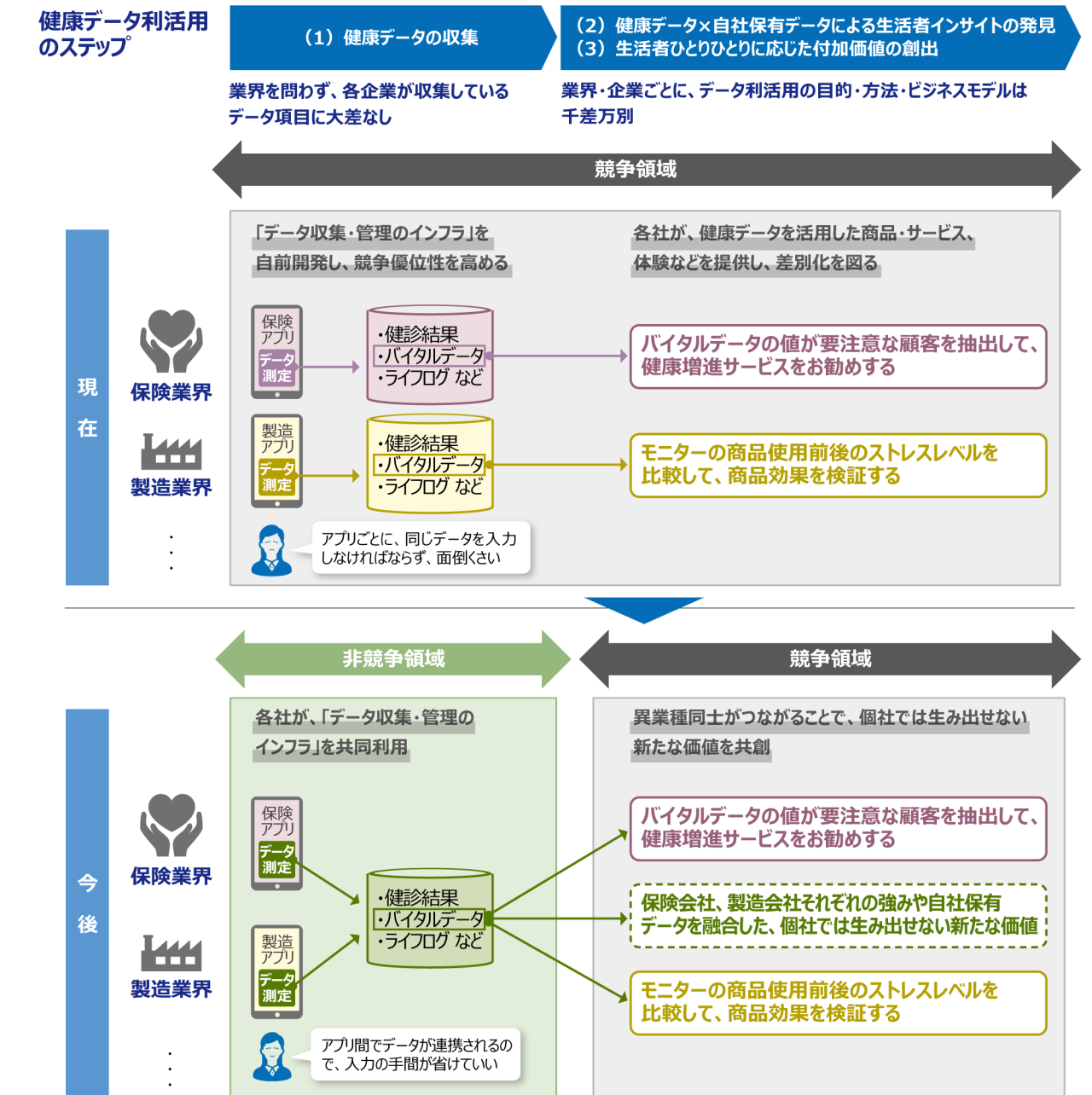
今後も“競争領域”である「インサイトの発見」や 「付加価値の創出」に、経営資源を振り向ける

一方で、「健康データ（および自社保有データ）を分析して生活者を深く理解し、生活者ひとりひとりに応じた付加価値を提供すること」は、将来も変わらず“競争領域”であり、各企業は、経営資源を継続的に投入していく必要があります。特に現段階は、企業の多くが、「健康データをどのように読み解けばよいのか、どのように活用すればよいのか」について、明確な道筋が見えておらず、生活者が健康データを継続的に提供したくなるインセンティブ（付加価値）を生み出すことに苦慮しています。競争優位に立つためには、まずは、「健康データ」と「自社の商品・サービスなど」の関係性を紐解き、「自社の目的に応じたデータ活用方法」を見出すことが急務と考えます。
NTTデータが提供している、“クラウド型健康管理ソリューション Health Data Bank®”（Chapter3で詳細を紹介）を利用している企業の例を見ても、各企業が収集している健康データの項目に大差はありませんが、データ活用の目的・方法などは業界ごと、企業ごとに千差万別で、各企業がそれぞれの

煩わしさや負担感につながっています。NTTデータ経営研究所の「パーソナルデータの活用に関する一般消費者の意識調査（令和4年）」によると、パーソナルデータ活用サービスの利用経験者が回答した“今後利用したいサービスの特徴”は、「多くのサービス・アプリと連携していて、それらのサービス・アプリを利用する際のデータ入力の手間が削減されたり、それらのサービス・アプリの利用に伴って生成されたデータを情報銀行などでまとめて確認できる」が、「安心・安全性」を上回り、最も多い結果となっています。
“黎明期”の現段階は、「健康データを収集できるか否か」が競争優位性につながるため、各企業は「健康データを収集・管理するためのインフラ」の自前開発に注力しているわけですが、国が推進している医療DXや、ウェアラブルデバイスなどのさらなる技術進化が進むにつれ、近い将来、「健康データ収集」は、受発注や決済、商品発送などの物流と同様に、“非競争領域”になると、NTTデータは考えています。

“勝ち筋”を模索しています。たとえば、企業の多くが目している「ストレスレベル」は、小売業などでは「ストレスレベルが高い顧客を抽出して、ストレス解消を標榜する商品に誘導する」、製造業などでは「モニターの商品使用前後のストレスレベルを比較して、商品効果を確認する」、ビル管理業などでは「オフィスで働く人のストレスレベルに連動して、空調やBGMを調整する」など、さまざまな活用目的・方法が検討されています。そして、Chapter1で述べた通り、「ストレスレベルの値をどう読み解くか」は活用目的・方法ごとに異なるため、“医療領域で使用されている基準値”とは別の、新たな基準値が模索されています。
以上を踏まえ、健康データ利活用に取り組む企業は、(1) 「健康データ収集」は“非競争領域”と早い段階で割り切って、Health Data Bank®などの汎用ソリューションを活用したり、他企業と仕組みを共同化したりして投資を抑制し、(2) 健康データを活用した「生活者インサイトの発見」や「付加価値（商品・サービス、体験など）の創出」などの“競争領域”の取り組みに経営資源を振り向けることが得策であると、NTTデータは考えています。

健康データ利活用における“非競争領域”と“競争領域”



提案
2

“生活者の健康データ提供への抵抗感”の解決策：
“医療的な要素”を自社サービスに組み込む

現段階は、生活者は多くの健康データ利活用の“安心・安全性”に不安を感じていることもあり、企業などが提供する商品・サービスなどへのデータ提供に消極的です。この状況を打破するためには、生活者が、“健康データ利活用によって得られるベネフィット”を数多く体感・実感し、データ提供のメリットを理解することが肝要であると、NTTデータは考えています。健康データ利活用に取り組む企業の多くは、自社アプリなどを通じて、健康データに基づく「最適な商品の紹介」や「割引クーポンの発行」などの付加価値サービスを提供していますが、利用率がなかなか伸びないことが課題となっており、これらのサービスは、生活者にとって、健康データを継続的に提供するほどのインセンティブには至っていないことが推察されます。

一方で、Chapter1で述べた通り、「健康データを医師、薬剤師などに共有できるサービス」などの“医療サービスへのデータ提供”については、生活者の抵抗感が低いことが分かっています。実際に、NTTデータが提供している「通院患者が自宅でバイタルデータを日々測定し、かかりつけ医に共有するサービス」などは、患者さんが自主的・積極的に利用しています。以上を踏まえ、企業が提供するアプリの“出口サービス”のひとつとして、「アプリで収集・保存した健康データをかかりつけ医などに共有できる」などの“医療的な要素”を加えることは、アプリ利用率改善のカギとなり、さらには、生活者が“健康データ利活用によって得られるベネフィット”を実感するきっかけになると、NTTデータは考えています。



提案
3

同じ志を持つ企業同士が協調して、
「ウェルビーイング経済圏」の共創・浸透に
取り組む

健康意識が高いとは言えない生活者の意識を変えることは、実際のところ、なかなか難しいチャレンジです。提案2で述べた通り、生活者が“健康データ利活用によって得られるベネフィット”を体感・実感することが不可欠であり、そのためには、生活者がベネフィットを得られる機会を数多く作り出し、健康データ利活用のメリットを知らしめていく活動が必要です。そして、この活動を加速させるためには、各企業が個別に取り組むだけでなく、同じ志を持つ企業同士が協調することで、大きなムーブメントを作り出していくことが肝要であると、NTTデータは考えています。たとえば、提案1で述べた通り、数年後には“非競争領域”になるであろう「健康データ収集」について、企業同士が早い段階から協調することは、生活者、企業のそれぞれが抱えている現状課題の解決につながると、NTTデータは考えています。複数企業が「健康データ収集」の仕組みを共同化することで、企業は、「健康データ収集」にかかるコストや労力を低減し、「生

活者インサイトの発見」や「付加価値の創出」に注力することができ、生活者は、健康データ提供にかかる煩わしさや負担感から解放されます。もちろん、現段階は、「健康データを収集できるか否か」が競争優位性につながることは確かであり、競合と協調することは難しいかもしれませんが、他業界・業種の同志と協調することは、検討の余地があるのではないのでしょうか。NTTデータがお付き合いしている企業の例を見ても、各企業が収集している健康データの項目は業種を問わず大差はなく、「健康データ収集」の仕組みの共同化は可能であると考えています。さらに、異業種同士がつながり、それぞれの強みや保有データを融合させることで、個社では生み出せない新たな付加価値を共創することも期待できます。異業種間連携は、お互いの競争優位性を高めると同時に、生活者に対して、“これまでなかった体験価値”を提供することが可能なのではないかと考えています。



Chapter 3

健康データ利活用の未来を共創する
NTTデータのソリューション

提案1 健康データ利活用における“非競争領域”の取り組みを支援するソリューション 健康データを安心安全に収集・管理する Health Data Bank[®]

クラウド型健康管理ソリューション Health Data Bank[®]とは

Chapter2で述べた《提案1 “企業の健康データ取り扱いにかかる課題”の解決策：健康データ利活用における“非競争領域”と“競争領域”をすみ分ける》を支援するソリューションのひとつとして、NTTデータが提供する「クラウド型健康管理ソリューション Health Data Bank[®]」を紹介します。

NTTデータは長年、地域医療ネットワークシステム、オンライン請求システムなどの医療領域におけるさまざまな共通基盤システムの開発・運用を担ってきました。Health Data Bank[®]（以降、「HDB」）は、これらの取り組みを通じて培った専門的な知見やノウハウを活用して開発したもので、2002年より、“企業の従業員健康管理を支援するクラウド型サービス”として運用を開始しました。

HDBでは、従業員の健診結果を健診機関から直接受け取り、健診機関ごとに異なるデータ形式を変換・統一化して健康データ管理データベースに格納します。また、ウェアラブルデバイスやスマホアプリなどを提供するさまざまな事業者と連携して、従業員のバイタルデータやライフログを収集します。企業は、データベースに格納された健診結果やバイタルデータ、ライフロ

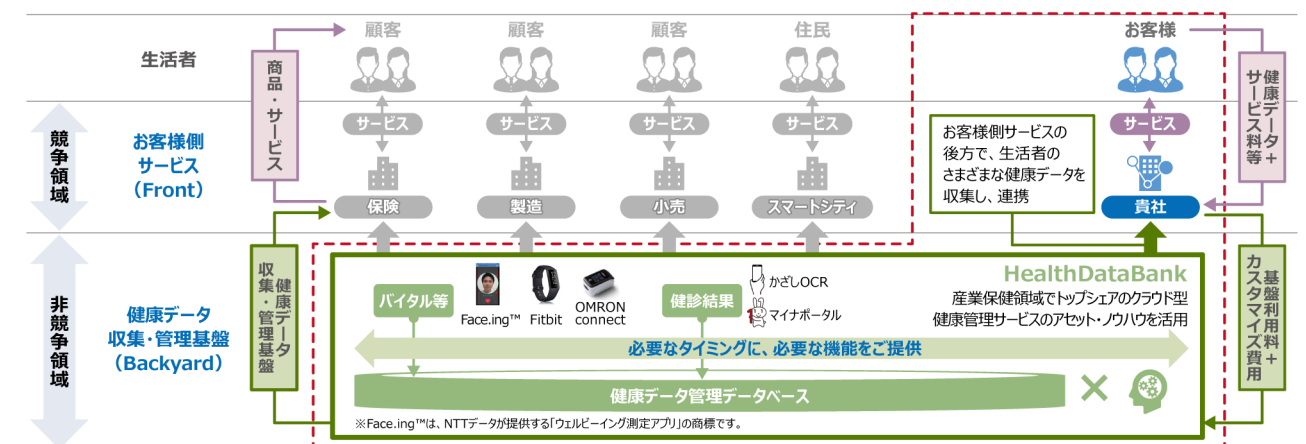
グなどを活用して、産業保健業務や健康経営施策などを行います。20周年を迎える現在、3000社（団体）・400万人以上にご利用頂いており、産業保健領域のクラウド型サービスとしてはトップシェアとなっています。

民間市場における健康データ利活用への関心が高まってきたことから、さまざまな企業より、「HDBのアセットやノウハウを自社サービスで活用したい」とのご相談をいただくようになりました。そこでNTTデータでは、数年前より、健康データ利活用に取り組む企業に対して、産業保健領域での運用実績で培ったHDBのアセットやノウハウを、“生活者の健康データを安心安全に収集して、企業が提供するサービスに引き継ぐバックヤードの仕組み”として提供しています。

健康データを取り扱う際には、関係省庁が発出しているさまざまなルールやガイドラインへの遵守が必要であり、さらに、ルールやガイドラインは、関係省庁の医療DXの取り組みと同期をとりながら随時アップデートされているため、細心の注意を払う必要があります。健康データ利活用に新たに挑戦する企業にとって、データ取り扱いに伴う「インシデントリスク」や「コスト増」が課題となっており、HDBのアセットやノウハウは、それらを解決する手段のひとつとして一定の評価をいただいています。

Health Data Bank（B2B2Cモデル）の全体像

産業保健領域での運用実績で培ったアセットやノウハウを、“生活者の健康データを安心安全に収集して、企業のサービスに引き継ぐバックヤードの仕組み”として提供



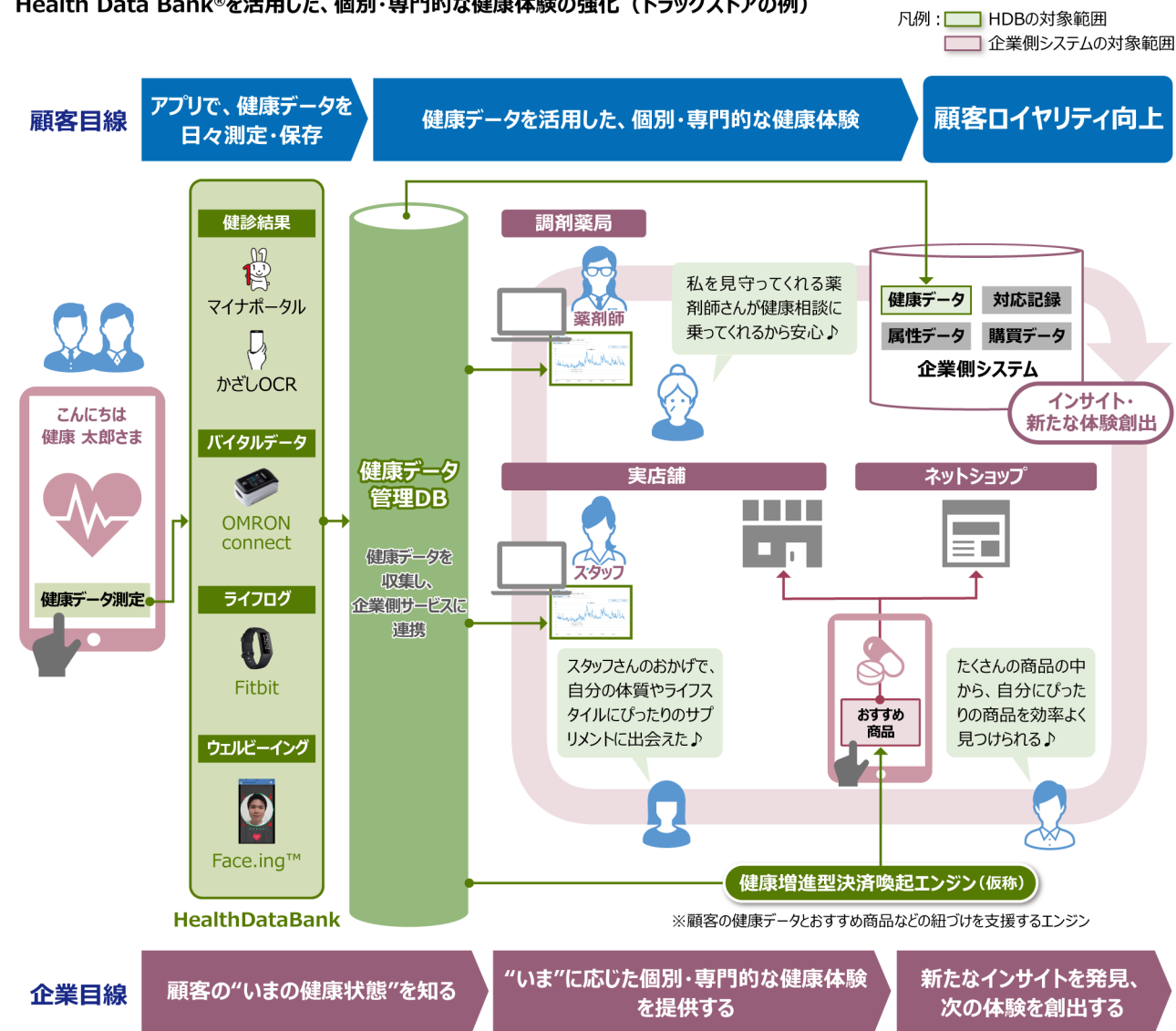
お客さま側サービスの後方で、 さまざまな健康データを収集して連携

HDBの活用事例 自社アプリとHDBを連携させて、 個別・専門的な体験提供を試みるドラッグストア

NTTデータがお付き合いしているドラッグストアなどでは、自社の顧客向けアプリとHDBを連携させて、さまざまな健康データを収集し、個別・専門的な健康体験を提供することを検討しています。ドラッグストアなどの顧客は、顧客向けアプリを操作して、

自宅で保管している書面の健診結果や、自宅にある血圧計や体組成計などで測定したバイタルデータなどを保存・蓄積します。そして、かかりつけ薬局（薬剤師）にそれらのデータを共有して専門的な相談をしたり、顧客向けアプリを操作して、お店の豊富な商品ラインナップの中から、自分の健康状態に合った商品を効率よく探し出したり、一歩進んだ健康体験を得ることができます。

Health Data Bank®を活用した、個別・専門的な健康体験の強化（ドラッグストアの例）



※Face.ing™は、NTTデータが提供する「ウェルビーイング測定アプリ」の商標です。

HDBの活用事例 HDBを健康データ利活用ハブにして、 さまざまな業種が価値共創する柏の葉スマートシティ

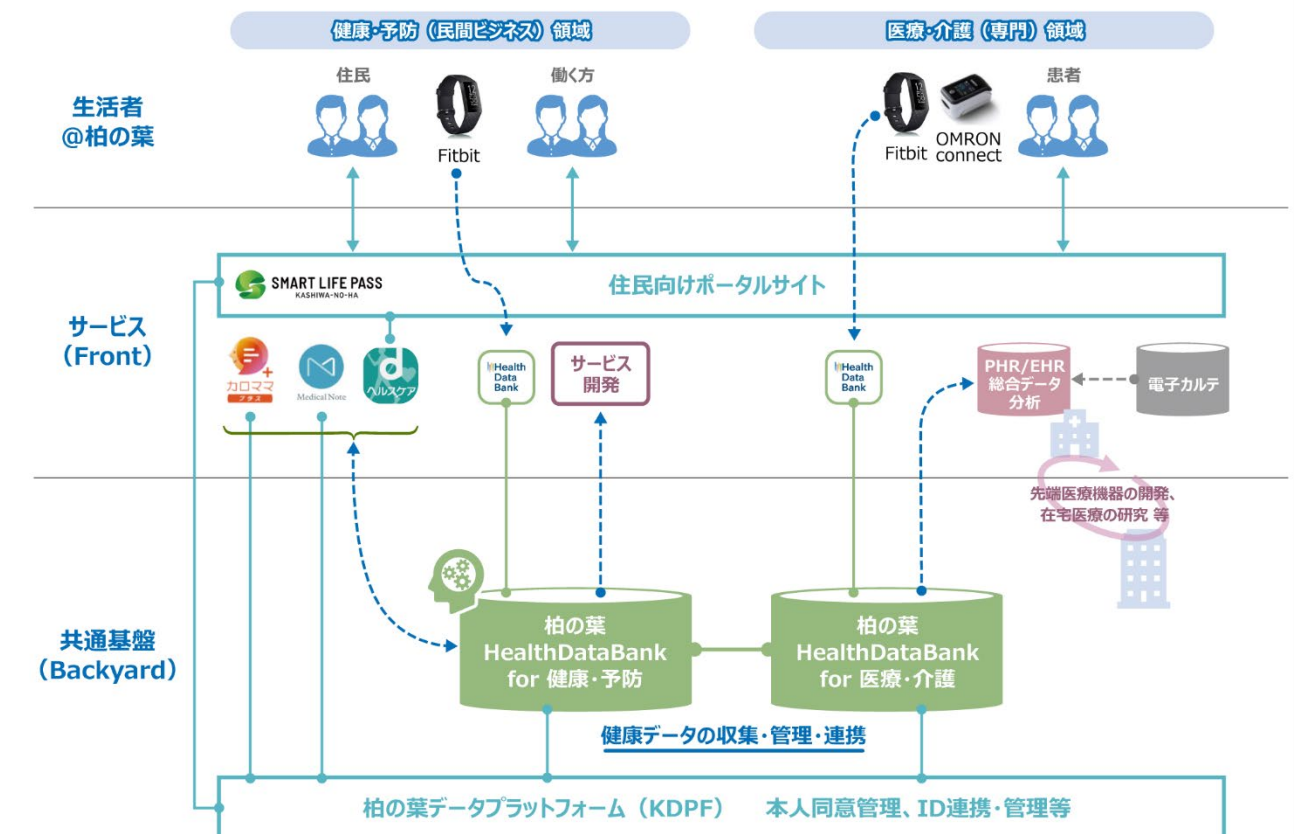
柏の葉スマートシティ（千葉県柏市）は、「世界の未来像をつくる街」というコンセプトのもとで、“環境共生”、“健康長寿”、“新産業創造”の3つをテーマに、公・民・学が連携してさまざまな課題解決に取り組んでいます。

NTTデータは、本人同意管理やID連携・管理などを行う「柏の葉データプラットフォーム」と接続する形で、HDBを提供しています。「柏の葉HDB」は、生活者の本人同意のもとで健康データを収集・管理し、「柏の葉データプラットフォーム」に接続している他のヘルスケアサービス、新商品・サービスの開発プロジェクト、医療・介護などにデータを連携する“健康データ利活

用ハブ”の役割を担っています。柏の葉スマートシティの街づくりに参加するさまざまな業界・業種のプレーヤーは、「柏の葉データプラットフォーム」と「柏の葉HDB」に接続して、「健康データ収集・管理」の仕組みを共同利用すると共に、それぞれの技術やサービス、保有データを融合させて、個々では生み出せない新たな付加価値を共創しています。たとえば、株式会社リンクアンドコミュニケーションが提供するAI健康アプリ「カロママプラス」は、「HDBの疾病リスク予測技術」と連携して、“生活者の疾病リスクに基づいた栄養指導”を行っています。柏の葉スマートシティの生活者は、「柏の葉HDB」に保存した健康データを各サービスに連携できるので、サービスそれぞれに同じようなデータを登録する煩わしさや負担を感じることなく、さまざまな体験価値を得ることができます。

柏の葉スマートシティ × Health Data Bank®の全体像

本人同意のもとで、生活者の健康データを柏の葉HDBに集約し、医療・介護やサービス開発等に連携



医療領域に健康データを連携する

Health Data Bank®

Chapter2で述べた「提案2 “生活者の健康データ提供への抵抗感”の解決策：“医療的な要素”を自社サービスに組み込む」について、NTTデータの取り組みを紹介します。

「健康データを医師、薬剤師などに共有できるサービス」などの“医療サービスへのデータ提供”については、生活者の抵抗感が低いことを踏まえ、NTTデータでは、「HDBで管理している健康データを、生活者の指示に基づき、かかりつけ医などに連携する機能」の開発を進めています。また、NTTグループの医療ビジネスや、“患者のPHRを医療従事者などに共有する機能”

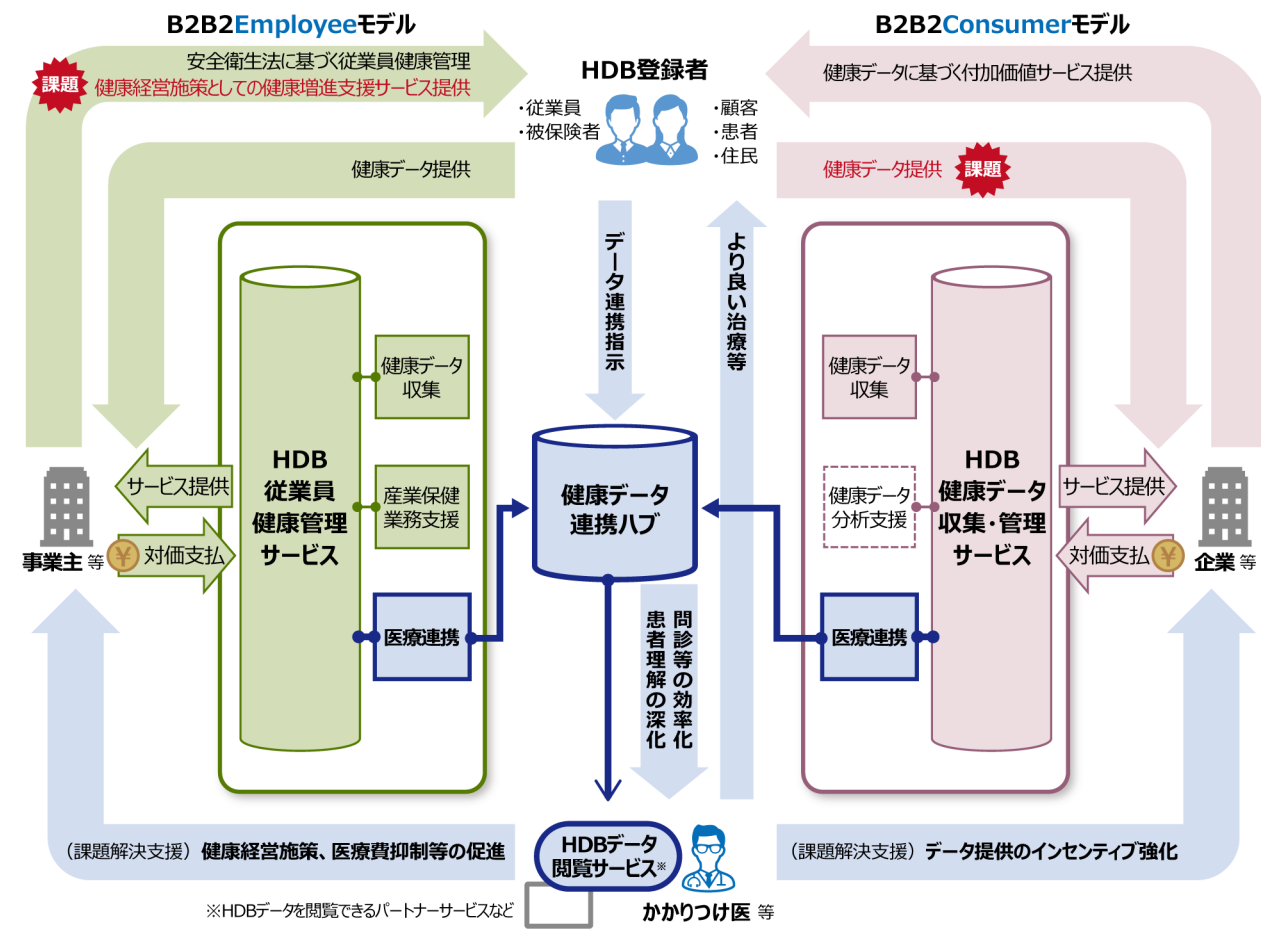
を有する医療サービスなどと協業することで、「HDBを導入していない病院などでも、HDBに蓄積されている患者データを閲覧できる仕組み」の構築を進めています。

NTTデータがお付き合いしている企業より、「データ収集・蓄積のインフラはできたものの、利用者がなかなか使ってくれず、データが集まらない」といったご相談をいただくことが増えています。企業の顧客向けアプリの“出口サービス”のひとつとして、HDBの「健康データを医療領域に連携する機能」を活用することは、企業が抱える課題解決の糸口になると、NTTデータは考えています。

かかりつけ医・薬剤師などへの健康データの連携

「健康データを医師、薬剤師などに共有してより良い医療を受けたい」という生活者のニーズを踏まえ、HDBで管理している健康データを、生活者の本人指示に基づき、かかりつけ医などに連携する仕組みを強化中

凡例：
■ HDB-B2B2Eモデル
■ HDB-B2B2Cモデル
■ HDBデータをかかりつけ医等に連携する仕組み



HDBの活用事例

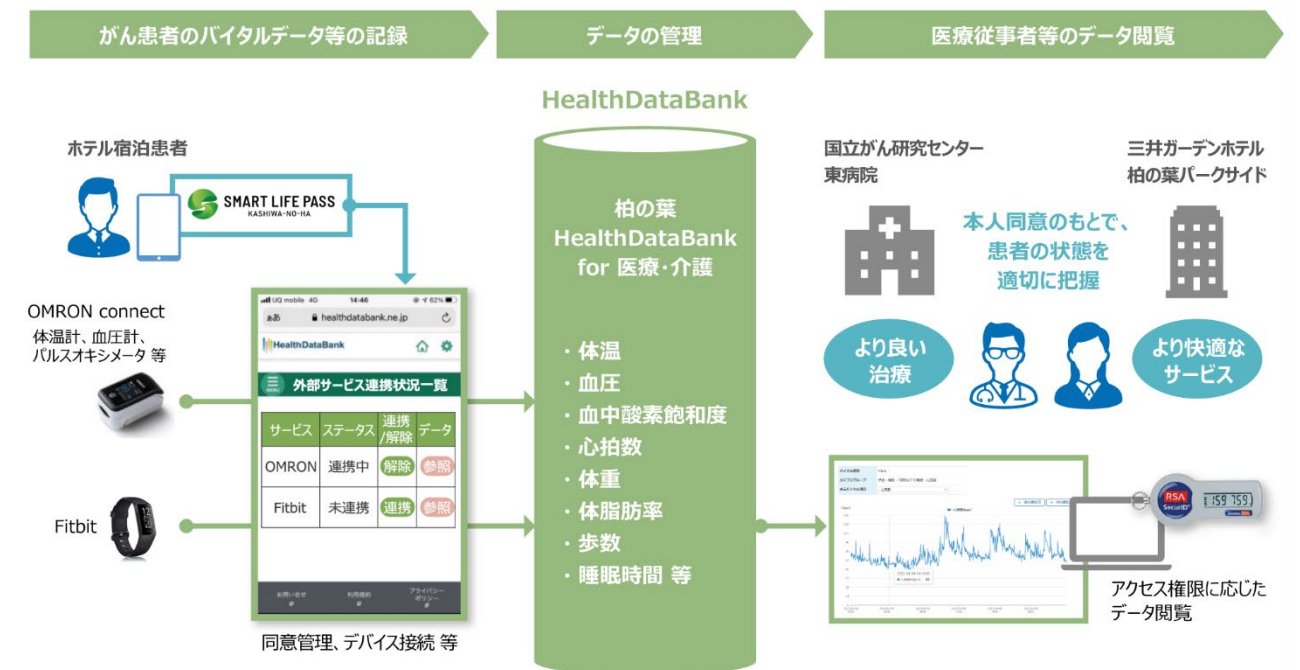
“病院連携ホテル”における「がん患者向けバイタルデータ管理サービス」

NTTデータは、千葉県柏市にある国立がん研究センター（以下、「NCC」）東病院の協力のもとで、三井ガーデンホテル柏の葉パークサイド（以下、「ホテル」）にて、がん患者向けの「バイタルデータ管理サービス」を提供しています。NCCは国内におけるがん治療薬の治験の9割以上を担っており、最新の治療を受けたい患者は、東京または柏市にあるNCCに出向く必要があります。東病院の敷地内に2022年7月にオープンしたホテルでは、通院患者や付き添う家族に対して、患者に寄り添うさまざまなサービスを提供しています。「バイタルデータ管理サービス」はそのひとつで、ホテルに宿泊する患者は、柏の葉スマートシティが提供している「SMART LIFE PASS（スマートライフパス）」という生活者向けポータルサイト経由で、本サービスを利用します。患者は、ホテルから

貸し出される体温計、血圧計、パルスオキシメータなどで測定したバイタルデータや、ウェアラブルデバイスで測定した歩数、睡眠時間などをHDBに蓄積し、閲覧することができます。また、本人同意のもとで、“より良い治療”や“より快適なホテルサービス”を受けることを目的として、東病院の医療従事者やホテルスタッフなどに、HDBの蓄積データを共有することができます。医療従事者はこれまで、病院外での患者の状態を、診察時に患者が話す内容に基づいて把握していましたが、本サービスの患者データ閲覧画面で、患者の日常におけるバイタルデータなどの推移を閲覧することで、患者の状態をより適切に把握し、より良い治療に繋げていくことが期待されています。本サービスは、他地域の病院や、「かかりつけ薬剤師・薬局」に取り組むドラッグストアなどで活用が検討されています。また、NTTデータは、薬事承認の取得が前提となるものの、製薬業界における治験や市販後調査などでの活用も視野に入れています。

“病院連携ホテル”でのバイタルデータ管理サービス

国立がん研究センター東病院の協力のもとで、三井ガーデンホテル柏の葉パークサイドにて、がん患者をサポートするサービスを提供



少し先の未来社会を再現した「共創実証ラボ」

Chapter2で述べた《提案3 同じ志を持つ企業同士が協働して、「ウェルビーイング経済圏」の共創・浸透に取り組む》について、NTTデータの取り組みを紹介します。

NTTデータでは、公共、法人、金融などのさまざまな分野・業界のビジネスを展開しています。そして今、これらの異なる分野・業界のビジネスに取り組むインダストリ部門と、医療・健康を専門とするヘルスケア部門が連携し、お客さまとともに、健康データ利活用の未来を模索する取り組みが始まっています。健康データ利活用はさまざまな業界で注目されており、各企業が未来像を描いているところですが、“黎明期ならではの課題”が生じており、NTTデータも、以下のようなお話をよく耳にしています。

- データ収集・蓄積のインフラはできたものの、利用者がなかなか使ってくれず、データが集まらない。
- 健康データをどのように活用したらよいのか、良いアイデアがなかなか出てこない。
- データサイエンティストやビジネスアナリストなどのデータを分析・活用できる人材がいない。

そこで、NTTデータはこれらの課題解決に向けて、企業が自社のサービス構想などをリアリティをもって検証できる場として、“少し先の未来社会”を再現した「共創実証ラボ」を開設しました。

「共創実証ラボ」では、NTTデータ社員（以降、「社員モニタ」）が、自分の健診結果やFitbitの測定結果などを「共創実証用HDB」に保存し、本ラボを利用する企業の商品・サービスなどに対して、自分の意思でデータを連携する、“生活者起点の健康データ管理”の仕組みを用意しています。

企業は、社員モニタのさまざまな健康データやアンケート回答結果などを活用しながら、これまで机上検証に留まっていた商品・サービスなどをリアリティをもって検証したり、マーケティング調査などを実施することができます。企業間で合意することを前提に、他企業とのサービス連携の可能性を検証することも可能です。

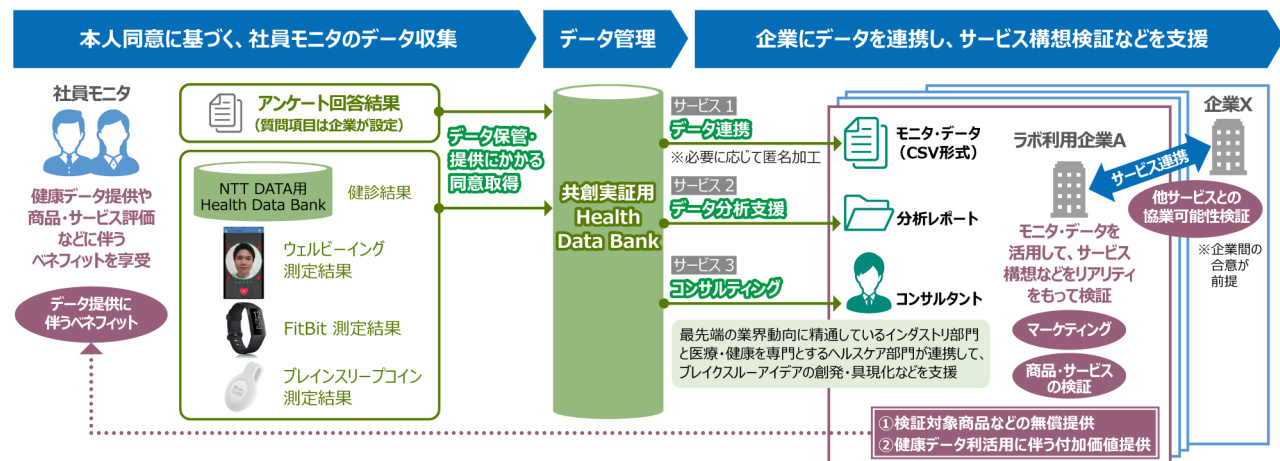
さらに、健康データの活用方法について、具体的なアイデアがなかなか見出せない企業に対しては、最先端の業界動向に精通しているインダストリ部門と医療・健康を専門とするヘルスケア部門が連携して、ブレイクスルーアイデアの創発・具現化を支援します。

NTTデータは、「共創実証ラボ」を通じて、健康データ利活用に取り組む企業と“生活者がベネフィットを体感・実感できるサービス”を共創し、その体験価値を積極的に対外発信していくことで、「生活者が健康データを活用して、ウェルビーイングを実現することが当たり前」の世界観を世の中に浸透させていくことを目指しています。

「Health Data Bank® 共創実証ラボ」の全体像

企業が自社のサービス構想などをリアリティをもって検証できる場として、社員モニタの健康データを「共創実証用HDB」に格納し、本人同意のもとで、企業にデータ連携する仕組みを用意

凡例： ■ Health Data Bank 共創実証ラボの提供内容 ■ 企業の取組内容



取組事例

食品製造業界の共通課題を解決する Food & Wellnessプラットフォーム

NTTデータの食品インダストリ部門では、「共創実証ラボ」と連携して、「食品製造企業向けのFood & Wellness500人PoC環境サービス」を提供しています。

近年、社会情勢の変化、個人のライフスタイルや価値観の変容により、生活者の食に対する意識の多様化が進んでいます。そこで食品製造業界では、①D2C(Direct to Consumer)を通じて生活者接点の強化を図り、②生活者のパーソナルデータを収集・分析することで生活者を深く理解し、③パーソナライズされた新たな生活者体験を創出、提供することがトレンドとなっています。

また、食品製造業界では、生活者の健康志向の高まりや、生活習慣病患者の増加などの社会課題を受けて、生活者の健康課題の解決に貢献するウェルネス市場が加速しており、生活者理解のためのパーソナルデータのひとつとして、健康データ

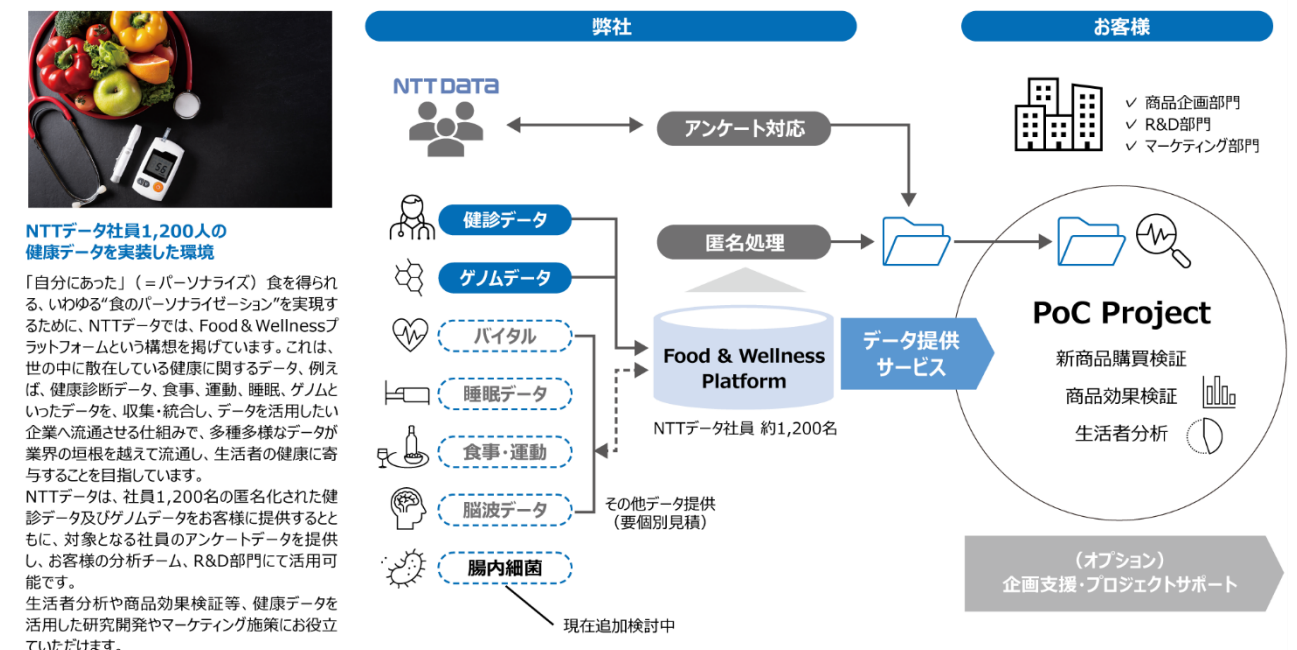
が注目されています。

このような食品製造業界の動向を踏まえて、NTTデータは、“食のパーソナライゼーション”の実現に向けた「Food & Wellnessプラットフォーム」を構想しています。本プラットフォームは、世の中に散在している健康に関するデータ、たとえば健診結果や食事・運動・睡眠、遺伝子などのデータを収集・統合して、データを活用したい食品製造企業に提供する仕組みで、多種多様なデータが業界の垣根を越えて流通し、生活者の健康に寄与することを目指しています。

「食品製造企業向けのFood & Wellness500人PoC環境サービス」は、Food & Wellnessプラットフォームの第一弾として提供しているもので、「共創実証ラボ」から連携される社員モニタの健診結果などに加えて、食品製造業界でニーズが高い遺伝子データなどの提供も可能です。食品製造企業は、これらのデータや社員モニタへのアンケート調査などを通じて、生活者分析や商品効果検証など、健康データを活用した研究開発やマーケティング施策の有効性確認を、スピーディかつセキュアに実施することができます。

“Food&Wellness 500人PoC環境サービス”

弊社社員1,200名の匿名化された健康データ・アンケートデータを提供し、研究開発やマーケティング施策をサポート





NTTデータの強みを生かして、健康データの未来を切り拓く

NTTデータは、ここ2年間で、100社近くの企業の方々と意見交換をさせていただきました。長年、健康データの利活用に取り組んでまいりましたが、民間マーケットでのニーズの高まりに直に接することで、“健康データ利活用元年”がようやく到来したことを実感しています。

近い将来、日々の暮らしの至る所に健康データが溶け込み、健康データを中心に、生活者の暮らしを取り巻くさまざまな商品・サービスなどが横断的につながる「ウェルビーイング経済圏」が活性化すると、NTTデータは考えています。とはいえ、生活者が、“健康データ利活用によって得られるベネフィット”を体感・実感して、企業などが提供する商品・サービスなどに継続的にデータを提供することが当たり前にならない限り、「ウェルビーイング経済圏」は発展しません。健康意識が高いとは言えない生活者の意識を変えることは、実際のところ、なかなか難しいチャレンジです。

確固たる道筋がなかなか見えない健康データ利活用について、“確実に来る将来の投資”と捉えて積極的に取り組んでいる企業の方々からは、共通して、「自分たちが未来の常識を創っていく」という気概を感じます。同じような気概を持つ企業同士が協調して、生活者の意識を変えていくためのチャレンジをしていかないと、「ウェルビーイング経済圏」が活性化すること、そして、日本が大きく変わっていくことは難しいと、NTTデータは考えています。

健康データを活用した個々のサービスは、最先端技術を有するスタートアップ企業などによって、次々と作り出されていくでしょう。一方で、それらのサービスが展開される「ウェルビーイング経済圏」は、サービスやインフラなどのIT面のみが整備されれば良いわけではなく、健康データ利活用の未来像をしっかりと見据えながら、さまざまなステークホルダの価値観やお作法を大切にしながら、地道に意識を合わせながら、その枠組みを創り上げていく必要があります。そして、この“さまざまなステークホルダがつながる仕組みづくり”こそが、NTTデータが得意とするものです。

「自分たちが未来の常識を創っていく」という気概を持った企業の方々に対して、時代が大きく変わろうとしている“この瞬間”を共有できることに感謝し、リスペクトを持ちながら、健康データ利活用の未来を共に切り拓いていきたいと、NTTデータは願っています。

株式会社NTTデータ

**第二公共事業本部
デジタルウェルフェア事業部**



課長
湊 章枝



課長代理
吉行 隆一



主任
久保 佑貴



主任
藤本 佑真