

PHR サービス市場に関する調査を実施（2017年）

—健康経営を背景に、PHR サービスは個人課金から法人向けのビジネスモデルに変化—

【調査要綱】

矢野経済研究所では、調査要綱にて国内のPHR(Personal Health Record)サービス市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2017年3月～6月
2. 調査対象: パーソナルヘルスケアサービス市場に参入している企業及び関連団体等
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、電話による取材、文献調査やオープンデータによる情報収集等併用

<PHR サービスとは>

本調査におけるPHRサービスとは、個人向けの健康情報管理サービス(パーソナルヘルスケアサービス)として、体重・体組成・血圧・血糖値・体温等のバイタルデータ、歩数・ランニング距離・消費カロリー等の運動データ、食事記録・摂取カロリー等の食事データ、妊婦の健康状態・乳幼児の発育記録・予防接種記録等の電子母子手帳を対象とした。但し、電子お薬手帳は含まない。

<PHR サービス市場とは>

本調査におけるPHRサービス市場は、サービスを利用する個人が費用負担するB to Cモデルに加え、血圧計利用者やランナーといった特定属性へのプロモーションへの対価(広告費)、企業が負担する自社の従業員向けサービス、PHRサービス事業者間でデータを相互提供する事業者間取引等のB to Bモデルを対象として算出した。

【調査結果サマリー】

◆ 2016年度のPHRサービス市場規模は、前年度比8.7%増の125億円

近年、疾病の一次予防に着目したパーソナルヘルスケアサービスによる健康管理・健康増進が注目されており、個人の健康情報をデジタルで収集・管理するPHRサービスがこれまで広く普及してきた。2016年度の国内におけるPHRサービス市場規模(事業者売上高ベース)を、前年度比8.7%増の125億円と推計した。健康機器メーカーや携帯電話キャリアに加え、IT関連企業など様々な企業の参入により、現在では多数のPHRサービスやその無料アプリが存在している。

◆ 無料アプリ利用により、有料会員・個人課金モデルは厳しい局面を迎え、

各PHRサービス事業者は法人向けサービスにより注力するように変化

2010年頃以降の急速なスマートフォンの普及により、PHRサービスにおいてもスマホの無料アプリを利用するケースが一般的になり、2000年代に普及してきた携帯電話キャリア決済を使った、有料会員・個人課金モデルのサービスは非常に厳しい局面を迎えている。そのため、各PHRサービス事業者は個人課金よりも企業や健保組合、地方自治体などの法人向けサービスにより注力する動きが出ており、近年の健康経営ブームもあってこうした動きは更に活発化すると考える。

◆ 2017年度のPHRサービス市場規模は、前年度比16.0%増の145億円を予測

PHRサービス事業者は、個人向けでは付加価値のある有料サービス、法人向けではサービスのOEM提供や従業員向けサービス、広告などへの展開、さらには収集したデータの二次利用などへサービス領域を広げて、収益源の拡大を目指している。2017年度のPHRサービス市場規模(事業者売上高ベース)は前年度比16.0%増の145億円を予測する。

◆ 資料体裁

資料名:「2017年版 パーソナルヘルスケアサービス市場の現状と展望」
 発刊日:2017年6月23日
 体裁:A4判 204頁
 定価:120,000円(税別)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場背景

生活習慣および生活環境の改善、健康教育により健康増進を図る予防医学は、生活習慣病患者の拡大等によりますます重要性が増している。特に、疾病の一次予防に着目した個人向けの健康情報管理サービス(パーソナルヘルスケアサービス)による健康管理が注目されている。PHR(Personal Health Record)が正式に意味するものは、個人の健康・医療・介護を含めた生涯の健康記録の一元管理であるが、実際に実現している事例は無く、健康情報の収集・管理に機能が限定された簡易 PHR が、パーソナルヘルスケアサービスとしてこれまで広く普及してきた。本調査におけるPHR サービスは、バイタルデータや運動データ、食事データ、母子の健康データ等の健康情報をデジタルで収集・管理する簡易 PHR を対象としている。

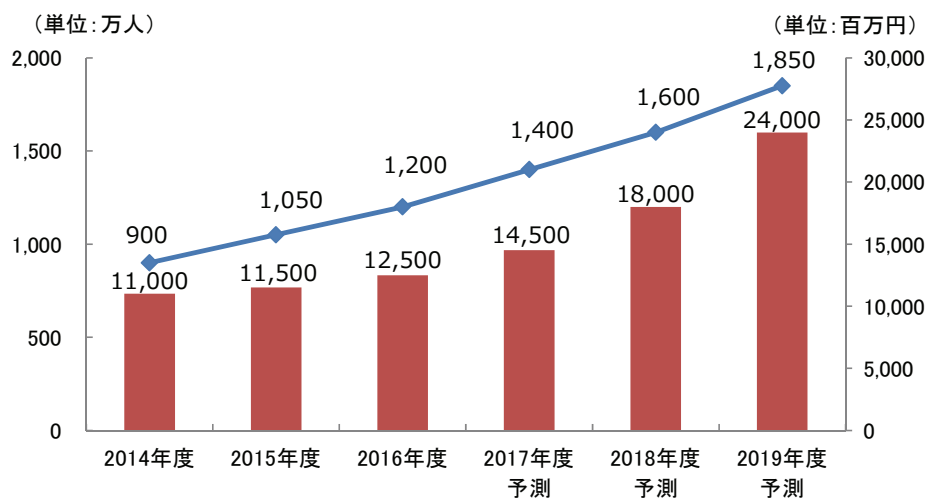
2010年頃以降の急速なスマートフォン(以下 スマホ)の普及により、PHR サービスにおいてもスマホの無料アプリを利用するケースが一般的になり、2000年代に普及してきた携帯電話キャリア決済を使った有料会員・個人課金モデルのサービスは非常に厳しい局面を迎えている。そのため、各 PHR サービス事業者は個人課金よりも企業や健保組合、地方自治体などの法人向けサービスにより注力する動きが出ており、近年の健康経営ブームもあってこうした動きは更に活発化すると考える。

2. 市場規模推移と予測

2016年度の国内 PHR サービス市場規模(事業者売上高ベース)は、前年度比 8.7%増の 125 億円、2017年3月末の会員数は 1,200 万人であった。パーソナルヘルスケアサービスが注目される中で、健康機器メーカーや携帯電話キャリアに加え、IT 関連企業など様々な企業の参入により、現在では多数の PHR サービスやその無料アプリが存在している。

一方で無料サービスが一般的となったことで、PHR サービス事業者各社は収益性の確保(ビジネスモデルの確立)が最重要課題となっており、個人向けでは付加価値のある有料サービス(入力データの画像解析技術の導入、低糖質な食事メニューなどニーズに合わせたサービス提供等)、法人向けではサービスの OEM 提供や従業員向けの B to B to E(Employee)サービス、広告などへの展開、さらには収集したデータの二次利用などへサービス領域を広げて、収益源の拡大を目指している。2017年度の同市場規模(同ベース)は前年度比 16.0%増の 145 億円を予測する。

図1. PHR サービス会員数・市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注1: 事業者売上高ベース。サービスを利用する個人が費用負担する B to C モデルに加え、血圧計利用者やランナーといった特定属性へのプロモーションへの対価(広告費)、企業が負担する自社の従業員向けサービス、PHR サービス事業者間でデータを相互提供する事業者間取引等の B to B モデルを対象として、市場規模を算出した。

注2: 会員数には、複数の PHR サービスを利用する重複利用者を含む。

3. 注目すべき動向～その他のパーソナルヘルスケアサービス市場の動向

3-1. 電子お薬手帳市場

電子(版)お薬手帳は、2016年度の診療報酬改定により、紙のお薬手帳と同様に扱われることになったことで本格的な普及期を迎え、市場が大きく活性化している。地域医療連携ネットワークなど実施環境が整うことで電子処方せんの運用が認められており、調剤実施情報の一元化や電子お薬手帳との連携による業務効率化、患者サービスの充実が期待されている。

3-2. オンラインダイエット市場

オンラインダイエットは、体重やBMI (Body Mass Index) 値を減らすことを主な目的とした専門家や人工知能による食事管理や食事メニュー提案、運動プログラムコンテンツを提供するサービスで、無料の簡易版 Web サービスやアプリが拡がり、利用者数は増加している。画像認識によるユーザーの入力負担を軽減したサービスや低糖質な食事メニュー需要への対応、専門家や人工知能によるフィードバックサポートなど、付加価値をつけた有料サービスの提案が行われ、簡易版とのサービスの差別化が図られている。加えて、PHR サービスと同様に、サービス事業者各社から法人向けにサービス提案が行われている。

3-3. スマホ診療市場

1997年に、厚生労働省から「情報通信機器を用いた診療(いわゆる「遠隔医療」)について」が通知され、特定疾患の在宅患者への遠隔医療が適用された。最近では、政府が行う未来投資会議でも遠隔医療の有用性とその普及に向けた施策が提言されている。ICTの進展や高いスマホ普及率を背景として、多くのスタートアップ企業がスマホやタブレット端末で遠隔診療を実現するためのアプリを開発・製造し、そのアプリ利用費を収益軸とした事業展開を開始している。これらのサービスは上市から期間も短いことから現時点では、医師や保健師、管理栄養士と利用者との遠隔健康相談がまだ大部分を占める。今後は政府の後押しもあり、2018年度の診療報酬改定時には加算上のメリットが増加することが推察され、市場は拡大することが考えられる。

3-4. ウーマンズヘルスケア市場

もともと女性は、生理日や基礎体温などを手帳などに毎月記入する習慣があるケースが多く、それをアプリなどでデジタル化したことでより利便性が向上し、ウーマンズヘルスケア市場は安定的に利用者数を維持している。近年はデータに基づきアプリを介してユーザーに婦人科検診などの受診を促したり、一定の条件を満たした場合に見舞金を提供するケース、保険会社が被保険者にこのようなウーマンズヘルスケアサービスを提供するケース、入力したデータを主治医と共有しやすいようにする取り組みなどが散見されるようになった。今後は、データを婦人病の早期発見・治療のために活用するなど新たな展開が期待される。

3-5. 認知症予防サービス市場

認知症予防サービスは、認知症を発症する前の健常者および認知症の前段階とされる「軽度認知障害」(Mild Cognitive Impairment: MCI)の患者を主な対象として、運動や学習、食事、コミュニケーションなど包括的に認知症の予防方法を提案するサービスである。地方自治体や介護施設から一般消費者まで幅広いユーザーを対象にサービスが提供されている。現状のビジネスモデルでは、多くのサービス提供事業者が介護施設運営事業者などへサービス提供を行なっている。今後はサービスや予防効果などの認知度が向上することにより、更なる市場の拡大が期待される。