

つなごう。驚きを。幸せを。



トピックス

2025年7月29日  
株式会社 NTT ドコモ

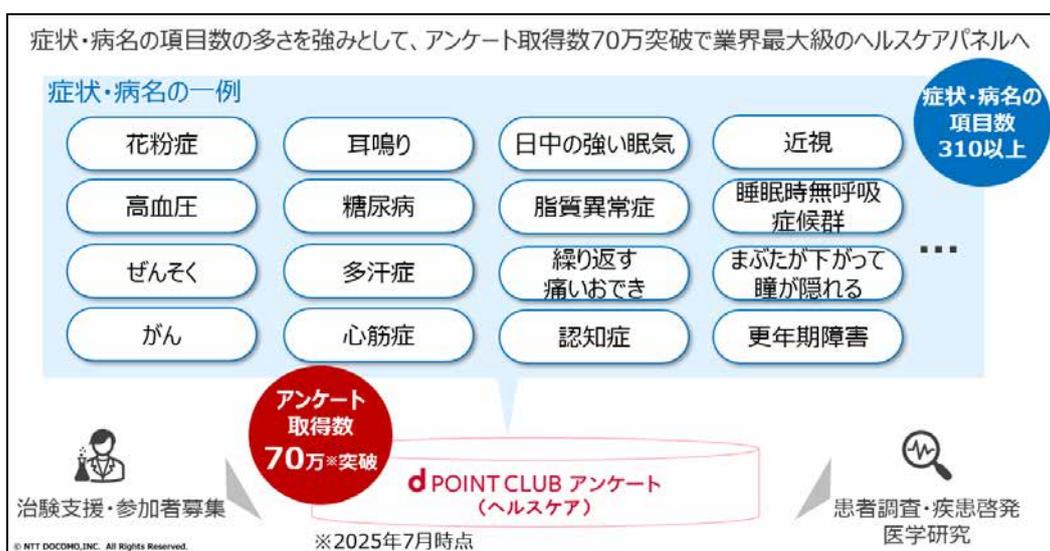
## 「dポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」にて収集した ヘルスケアパネルのデータが70万ユーザーを突破！

～業界最大規模のヘルスケアパネルで、製薬企業や健康食品企業などの課題解決を支える～

株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）は、お客さまのヘルスケアに関する内容をお聞きする「dポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」<sup>※1</sup>を通じて収集した、ヘルスケアパネル<sup>※2</sup>のデータが2025年7月6日（日）に70万ユーザー<sup>※3</sup>を突破しましたことお知らせします。

NTTグループでは、日本において現在課題となっている、新薬の承認が欧米に比べて遅れるもしくは承認されないドラッグロス・ラグ問題の解決を掲げています。ドコモはNTTグループの一員としてこれらの日本のヘルスケア・メディカル分野の課題解決を推進しています。

ドコモは、1億会員<sup>※4</sup>を超えるdポイントクラブ会員一人ひとりに紐づく多種多様なデータを蓄積し、活用しています。ヘルスケア・メディカル分野においては、2025年3月からdポイントクラブ会員を対象とした「dポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」を実施しており、お客さまの同意のもとでヘルスケア・メディカルに関するデータを蓄積しています。蓄積したデータを活用し、治験支援・参加者募集、患者調査、疾患啓発や健康食品・OTC<sup>※5</sup>プロモーションなど、製薬企業や健康食品企業をはじめとするヘルスケア・メディカル業界におけるさまざまな課題解決をめざします。



ドコモは、業界最大規模<sup>※6</sup>のヘルスケアパネルや「d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」などを活用して、以下のような取り組みを行います。

### (1) 治験支援・参加者募集

日本において新薬の承認が欧米に比べて遅れるもしくは承認されないドラッグロス・ラグの要因の一つに、治験参加者の不足、治験・臨床試験現場の人手不足があげられます。ドコモは、ヘルスケアパネルや「d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」などを活用し、以下のような取り組みを行います。

①ヘルスケアパネルのデータを活用した、製薬企業や治験参加者募集機関が治験参加候補者を募集するアンケート配信の対象者選定の支援

②「d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」での、治験参加候補者を募集するアンケートの配信および、アンケート結果の治験参加者募集機関への個別提供<sup>※7</sup>による、治験参加候補者と治験実施医療機関のマッチング精度の向上

また、NTT ドコモビジネス株式会社（旧 NTT コミュニケーションズ株式会社）をはじめとする NTT グループと連携することで、ICT の先進技術を活用し、治験参加者募集から治験データ連携・管理、オンライン診療支援、医療機関支援までを一貫してサポートする治験・臨床試験サービスを提供してまいります<sup>※8</sup>。

### (2) 患者調査

製薬企業は、より適切な治療法や製品設計を目的に薬の服薬に対する患者の意向確認など、患者さまの行動特性やライフスタイル、治療ニーズを把握する患者調査を行います。患者調査において対象疾患をもつ患者さまのリクルート、ペイシエントジャーニー<sup>※9</sup>の把握が必要になります。

ドコモは、「d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」にて収集したヘルスケアパネルのデータで対象疾患をもつ患者さまを把握し、d ポイントクラブの会員基盤データを活用して患者さまの行動特性やライフスタイルを分析するほか、「ヘルスケア推定 AI」<sup>※10</sup>で健康状態や疾患の発症リスクを推定し把握します。合わせて、ドコモ独自の顧客理解 AI エンジン「docomo Sense<sup>®</sup>」<sup>※11</sup>によりお客さまの興味・関心・傾向も把握することで、より深い患者調査を支援します。「d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」から製薬企業などが実施するインタビュー調査などへ繋げることで、定性面での患者の治療ニーズ、ペイシエントジャーニーの把握を実現します。また、これらの調査を通じて医学分野における研究にも貢献してまいります。

### (3) 疾患啓発や健康食品・OTC プロモーション

疾患啓発は、早期受診や治療へつなげることを目的に、疾患をお持ちの方だけでなく、疾患に対する自覚がない方も対象として行われるなかで、対象疾患をおもちの方へのリーチの難しさが課題となっています。

ドコモは、「d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」の回答データに加え、d ポイントクラブ会員基盤のデータによりお客さまの罹患状況や治療意向に加えライフスタイルなどを分析し、d ポイントクラブ会員のうち、疾患啓発を必要とする方にドコモのオウンドメディアやパートナー企業のメディアなどで疾患啓発プロモーションを行います。合わせて、疾患啓発プロモーションを受けた方の医療機関の受診有無など、行動変容も含むプロモーションの効果測定まで行います。

また、健康食品・OTC プロモーションにおいても同様に、対象となる方の分析から効果測定までの取り組みを支援いたします。

今後もドコモは、データとテクノロジーの力で、ヘルスケア・メディカル業界における課題解決とお客さまの健康づくりに貢献してまいります。

※1 空いた時間にアンケートに答えるだけで d ポイントがたまるサービスです。（<https://dpoint.docomo.ne.jp/enq/guide/>）

※2 d ポイントクラブアンケート（ヘルスケア）で実施する疾患・症状アンケート回答者群の総称です。

※3 2025 年 7 月 6 日時点。

- ※4 2024年9月末時点。
- ※5 OTC（Over The Counter Drug）とは、医師の処方箋がなくても、薬局・薬店で購入が可能な一般用医薬品を指します。
- ※6 2025年7月時点。ドコモ調べ
- ※7 お客さまから同意を得られたデータのみを活用します。
- ※8 NTTグループと連携した取り組みは、報道発表をご確認ください。  
(<https://group.ntt.jp/newsrelease/2025/05/30/250530b.html>)
- ※9 ペイシエントジャーニーとは、患者さまが病気を認知し、医療機関で診断・治療を進めていくプロセスで、患者さまがどのように感じ・考え・行動するのかといった全体像を指します。
- ※10 「ヘルスケア推定 AI」とは、利用許諾が得られたスマホログ等の日常生活データから、健康状態や疾患の発症リスクを推定し、健康行動へ誘導する AI です。
- ※11 「docomo Sense」とは、d ポイントクラブ会員基盤上で得られた、多種多様なオンライン・オフラインのデータ分析により、ユーザーを深く正確にユーザーを理解することのできるサービスです。

\* 「docomo Sense」は株式会社 NTT ドコモの登録商標です。

本件に関するお問い合わせ先
株式会社 NTT ドコモ ヘルスケアサービス部 パートナービジネス データビジネス担当 <a href="mailto:healthcarepanel@ml.nttdocomo.com">healthcarepanel@ml.nttdocomo.com</a>

## 「dポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」を活用した ヘルスケアパネルの参考情報

### 1.（ヘルスケア） 利用用途

「dポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」にて収集したデータで構成されるヘルスケアパネルは、お客さまから得られている同意の範囲内で、ドコモが保有する1億会員を超えるdポイントクラブ会員の属性情報や位置情報などの各種データのうち、お客さまから必要な同意を得られているデータを活用し、製薬企業や健康食品会社さまの各種課題を解決する用途で利用します。

### 2.プライバシー配慮に関する特長

「dポイントクラブアンケート（ヘルスケア）」の回答結果については個人の同意を取得した範囲で、規定された第三者提供先にのみ提供していきます。本サービスにご自身のデータを使われたくない場合は、ドコモのパーソナルデータダッシュボードの「第三者提供の管理」画面上で、ドコモグループへの第三者提供をOFFにすることで、利用停止が可能<sup>※1</sup>です。

※1 「基本情報」、「利用情報」、「位置情報」、「医療健康情報」のいずれか1つでもOFFにされている方が対象です。

ドコモのパーソナルデータダッシュボード：<https://datadashboard.front.smt.docomo.ne.jp>