

困難に立ち向かい 成長への道を拓く

【医療業界編】

データから読み解くパンデミックの影響と今後の見通し



パンデミックの影響により社会が大きく変化し、医療機関はそれに適応するという、大きな挑戦を余儀なくされました。しかし、それはまた、俊敏性と創造性を発揮することの意義、豊かな可能性を秘めたデジタル体験の力を、改めて知る機会にもなりました。アドビでは2020年11月、世界の67の医療機関と3,093人の個人を対象とした調査を実施しました。その結果、パンデミックによってどのような変化が生じ、その変化が今後どのような影響を及ぼすのかを明らかにしました。

備えあれば憂いなし

変化に適応するための準備が整っていた医療機関では、個人に寄り添い、緊急性の高いニーズに対応したデジタル体験を提供することで、さらなる成功を収めました。

42%

パンデミックによる変化に適応するための準備が整っていた医療機関

離れていても、つながり続ける

パンデミックが発生した当初の3ヶ月間、医療機関は患者や個人とつながり、職員や医療従事者を支援することに注力しました。

当初3ヶ月間の主な変化：

人々の行動に起きた変化：

60%

デジタルエンゲージメントのための新たな機能の導入（チャットボットや予約システムなど）

58%

個人を支援するための新たな手法の導入（チャットボットなど）

52%

職員の福利厚生の実施（病気休暇や経費精算など）

82%

webサイトの訪問数が増加

パンデミック中の顧客エンゲージメントの成果は、組織によって異なる

43%

顧客エンゲージメントが大幅に向上

29%

顧客エンゲージメントが大幅に悪化

困難の中に好機を見いだす

これまで、医療機関ではデジタル化が遅れていましたが、最も必要とされているときに挽回することができました。パンデミックの影響により、今後数年かけて起こると予測されていたデジタル変革が、わずか数ヶ月で急速に進展しました。それには大きな困難を伴いましたが、変化への適応は避けては通れないものでした。そして多くの場合、優れた成果をもたらしています。

あらゆる医療機関がパンデミックの影響に苦慮しましたが、危機的な状況に陥ったと回答した組織はごく一部でした。90%以上の組織は適応することができ、半数近くの組織は成長を遂げています。

7%

危機的な状況に陥った

51%

大きな混乱を経験したが、適応できた

42%

サービスやソリューションに対する需要が高まった

パンデミックは次の3つを筆頭に、数多くの課題をもたらした

顧客行動に関するインサイトを獲得するための、データ収集および分析

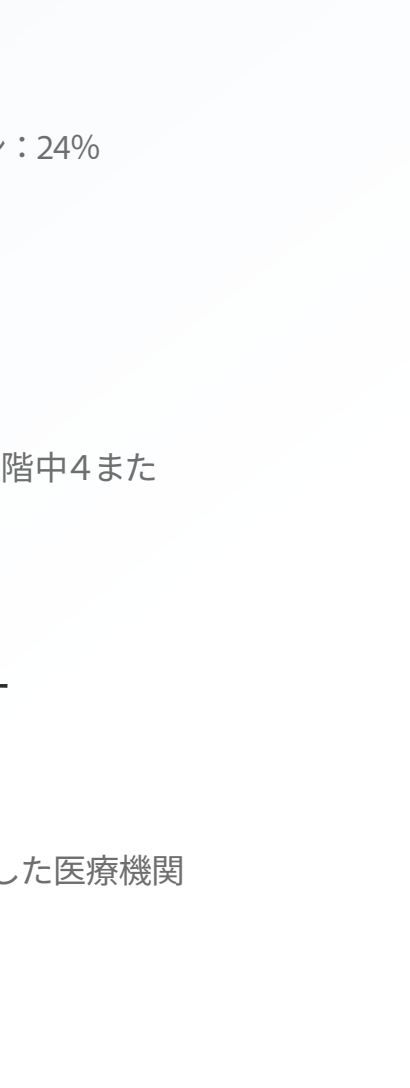
72%

増え続けるサービス依頼への対応

69%

テレワークの推進

64%



医療業界はそれらの課題を克服

69%

10段階評価
≥ 8

デジタル顧客体験を総合的に判断し、10段階中8以上と評価した医療機関

≤ 6

最も優れた顧客体験
チャネルをまいたで一貫性のある体験を提供：67%

最も改善の余地がある領域
パーソナライズされたレコメンデーション：24%

人々は、医療機関の提供するデジタル体験に満足

73%

医療機関のデジタルヘルスケアの取り組みを、5段階中4または5と評価した消費者

また、職員や医療従事者もデジタル体験に満足しています

71%

10段階評価
≥ 8

職員向けのデジタル体験を10段階中8以上と評価した医療機関

≤ 6

最も優れた顧客体験
場所やデバイスを問わず、業務に関するファイルやアプリを利用できる状態：78%

最も改善の余地がある領域
セルフサービス型の研修手段の提供：19%

さらに、今後の見通しについても楽観的

次の各項目に対して、「強く同意する」または「同意する」と回答した医療機関

混乱に直面しても回復するための能力を有する

82%

デジタル体験は、顧客リーチとエンゲージメントに、最も効果的な方法である

79%

変化に適応するための準備が整っている

78%

この困難を乗り越え、さらなる成長を遂げる

76%

デジタル体験は、職員へのリーチとエンゲージメントに、最も効果的な方法である

74%

新しいデジタル体験のための新たな優先事項に取り組む

パンデミックにより、特に医療分野において、人とのつながりを求める人間の本質的なニーズが明らかになりました。より共感的で個人に寄り添う体験を提供し、そのニーズに応えることができれば、パンデミックからの回復力が高まり、次にどのような混乱が起きても対応できるようになります。

47%

AR（拡張現実）やVR（仮想現実）、AI（人工知能）対応機器などの新興技術を利用することに、「興味がある」または「非常に興味がある」と回答した個人

個人と医療機関の両方にとって、変化は続く

今後12ヶ月間継続する、と医療機関が予測している主な顧客行動

webサイトの訪問

59%

電子メールやチャットによる問い合わせ

58%

電話による問い合わせ

52%

今後6ヶ月間の主な医療機関の変化

コールセンターの処理能力を拡大

45%

個人を支援するための新手法の導入（チャットボットなど）

42%

職員の連携を促す新ツールの採用

40%

職員の福利厚生の実施（病気休暇や経費精算など）

40%

今後12ヵ月間、医療機関は次の領域に注力

最優先事項

顧客トラフィックの急増に対応するための回復力や能力の向上

43%

顧客体験の改善

42%

パーソナライゼーションの改善

37%

取引先やパートナー企業との連携強化

37%

実装または拡張する主な領域

64%

クラウド基盤
(22%の医療機関は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

56%

オムニチャネルコマース
(19%の医療機関は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

55%

顧客体験の創出を支援するためのAI
(24%の医療機関は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

53%

オムニチャネルのカスタマーサービス
(24%の医療機関は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

このような計画を推進するため、見込まれる予算の拡大

今後12ヵ月間、顧客のデジタル体験の改善に投資する予算

62%

増加

8%

減少

28%

変わらない

変化への適応には困難が伴います。しかし、多くの場合、それによって優れた成果を得ることができます。ここでは、パンデミックによってもたらされた多数の変化の一部をご紹介します。今後も続くことが予測されるトレンド、新しいデジタル体験に適応するためのベストプラクティス、詳細な調査データ、人間性を高める必要性など、変化に適応して成長するための方法をアドビのガイドで学びましょう。

[ガイドを読む](#)