Deloitte.
デロイト トーマツ
Together makes progress

生成AI時代における医師への情報提供のあり方

情報収集実態と製薬企業の将来的な情報提供モデルとは

ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
2026年11月



目次

背景と目的 3

医師の情報収集における生成AIの利用実態 4

生成AI時代に製薬企業に求められる価値 8

おわりに 13

執筆者 14

（参考）調査設計 15

背景と目的

近年、医療DXや生成AIの急速な普及を背景に、医師の情報収集が大きく変化しつつある。従来、医師にとっての主要な情報収集のチャネルはMR／MSL（医薬情報担当者／メディカル・サイエンス・リエゾン）、検索エンジン、PubMedなどであったが、昨今は生成AIを利用した検索が新たな情報収集のチャネルとして存在感を高めつつある。

こうした環境変化を踏まえ、本書では、次のような論点に着目し、
医師561名への調査結果を踏まえ、考察している。

- 医師の情報収集における生成AIの利用実態
- 生成AI時代における製薬企業の情報提供モデルの変化

本書をきっかけとし、日々進化を続ける生成AIの普及を前提に、
製薬企業がどのような価値を提供していくのか、検討する一助となれば幸いである。

医師の情報収集
における生成AIの利用実態

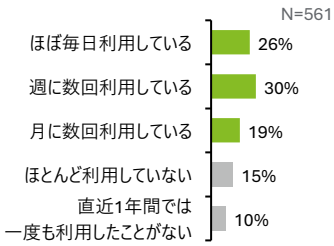
医師の情報収集における生成AIの利用実態

医師の多くが生成AIを情報収集目的で既に利用しており、実臨床にも影響が及んでいる

■ **生成AIの利用頻度**

直近1年間で、最新の診療ガイドラインやエビデンス、薬剤・疾患情報、論文等の医療情報を収集する際、75%の医師が定期的に生成AIを利用し、さらに26%はほぼ毎日利用していることが分かった。普段患者として診療を受けている際はなかなか見えづらいが、多くの医師にとって、生成AIは情報収集の一チャネルとなっている。

医療情報収集を目的とした生成AIの利用頻度

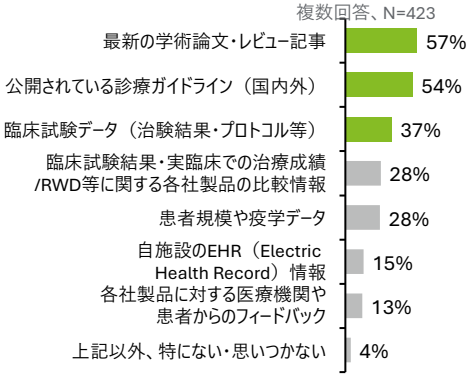


生成AIから論文やガイドライン、臨床試験データ等の情報収集が期待される一方、正確性・専門性・セキュリティには不安も残る

■ **今後、生成AIで収集する情報として想定・期待する医療情報**

医師が生成AIを活用した情報収集で今後求めるものは、「最新の学術論文・レビュー記事」や「公開されている診療ガイドライン（国内外）」が多く、現状の期待値としては、最新知見の収集がRWDや医療データの収集に勝っている模様である。

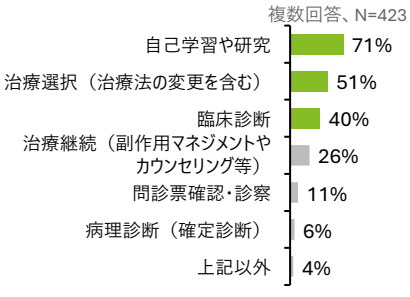
今後の生成AI活用に有益な情報



■ **生成AIの活用場面**

生成AIを利用すると回答した医師が実際に活用した場面として、「自己学習や研究」が71%と最も多い。一方、「治療方法の変更を含む治療選択」や、「臨床診断」といった場面でもおよそ半分の医師が生成AIから医療情報を収集しており、既に実臨床にも影響を及ぼしている。

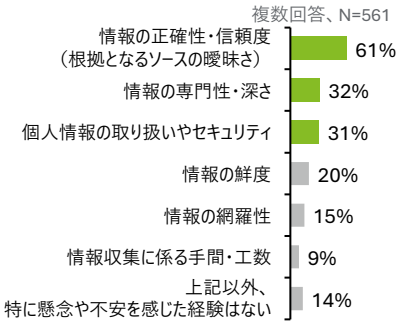
生成AIの活用場面



■ **生成AIに対する懸念・不安**

生成AIによる医療情報収集においては、「情報の正確性・信頼度（根拠となるソースの曖昧さ）」が61%と、最も多く、次いで「情報の専門性・深さ」、「個人情報の取り扱いやセキュリティ」がそれぞれ30%強という結果である。

生成AIに対する懸念・不安



生成AIによる情報収集は既に臨床現場で活用されているが、不安も残る

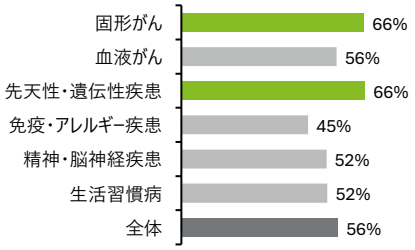
診療領域別にみた生成AIの利用実態

生成AI活用は、特定の先進領域や一部疾患に限定された動きにとどまらず、医療現場全体において診療科横断で広がりを見せつつある

■ 診療領域別の生成AI利用頻度

生成AIを週数回以上利用している医師は約6割に達しており、活用は既に特定診療科に限定されない広がりを見せている。特に、オンコロジー領域（固形がん）および先天性・遺伝性疾患領域では他診療科対比で利用頻度が相対的に高く、先行活用が進んでいることが伺える。

生成AIを週数回以上利用している医師が標榜する診療科の割合　N=561



■ 診療領域別の生成AI活用場面

活用場面を見ると、診療領域ごとでの大きな差は見受けられず、「自己学習・研究用途」の回答が最も多い。しかし、全体平均に対する差を見ると、がん領域を専門とする医師は他領域に比べて「治療選択」「臨床診断」と回答する割合がやや多く、より実臨床への活用度が高いことが示唆される。

生成AIの活用場面

複数回答、N=423
緑セル：全体平均を上回る

	全体	固形がん	血液がん	先天性遺伝性疾患	免疫・アレルギー疾患	精神・脳神経疾患	生活習慣病
自己学習や研究	71%	65%	65%	79%	78%	72%	70%
治療選択	51%	59%	54%	41%	55%	54%	43%
臨床診断	40%	46%	43%	38%	41%	32%	40%
治療継続	26%	30%	26%	18%	23%	28%	30%
問診票確認・診察	11%	9%	14%	9%	8%	10%	14%
病理診断	6%	9%	6%	10%	6%	3%	1%

生成AIからの情報収集の対する期待は、各診療領域で共通しているが、どの情報を優先するかには差異がある。加えて、情報の正確性・信頼性、専門性、セキュリティへの懸念が高い

■ 生成AI利用における有用情報の優先度

生成AIでの情報収集において、抽出・取得できると有用と回答された情報は、論文・ガイドライン・試験データ等複数の情報源を踏まえた示唆に対するニーズと、概ね共通している。一方、回答割合から見た「情報の優先順位」は診療領域ごとに差が見受けられ、がん領域は他の診療領域と比べて臨床試験データの優先順位が高い結果となった。

生成AI活用に有益な情報

複数回答、N=423
緑セル：全体平均を上回る

	全体	固形がん	血液がん	先天性遺伝性疾患	免疫・アレルギー疾患	精神・脳神経疾患	生活習慣病
論文・レビュー記事	57%	51%	57%	60%	70%	61%	48%
ガイドライン	54%	50%	45%	66%	63%	49%	52%
臨床試験データ	37%	45%	40%	31%	28%	32%	44%
実臨床成績／製品比較情報	28%	29%	35%	19%	20%	32%	34%
疫学データ	28%	28%	26%	34%	23%	23%	31%
EHR	15%	23%	15%	15%	14%	12%	9%
製品に対するフィードバック	13%	15%	12%	18%	13%	13%	10%

■ 生成AIに対する懸念・不安

生成AIに対する懸念・不安は診療領域別に見ても情報の正確性・信頼性、専門性、セキュリティが上位を占め、共通している。

生成AIに対する懸念・不安

複数回答、N=561
緑セル：全体平均を上回る

	全体	固形がん	血液がん	先天性遺伝性疾患	免疫・アレルギー疾患	精神・脳神経疾患	生活習慣病
情報の正確性・信頼度	61%	63%	52%	67%	61%	69%	55%
情報の専門性・深さ	32%	41%	31%	32%	33%	31%	25%
個人情報の取扱やセキュリティ	31%	29%	31%	40%	32%	31%	25%
情報の鮮度	20%	23%	19%	17%	23%	21%	19%
情報の網羅性	15%	10%	16%	20%	13%	16%	16%
情報収集に係る手間・工数	9%	9%	10%	6%	11%	6%	12%

生成AI活用は、オンコロジー領域や先天性・遺伝性疾患領域で先行しつつも、診療科横断で拡がっている

施設規模別にみた生成AIの利用実態

治療選択の場面ではHPにおける生成AIの利用頻度が高い一方、臨床診断の場面ではGPにおける利用頻度が高い。また、HP・GP間で生成AIに対する懸念・不安に大きな差はないものの、HPは情報リテラシーに係る懸念、GPは利便性に係る懸念が強い傾向にある

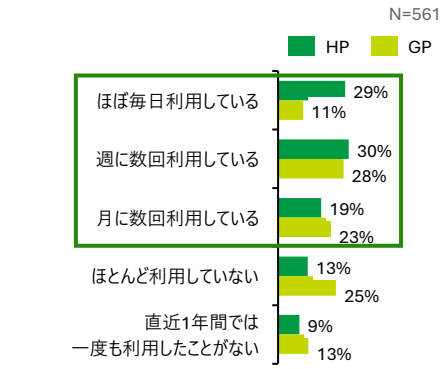
■ **生成AI利用頻度と活用場面**

全体の傾向としては、月に数回以上利用している医師が多いが、施設規模別に分解すると、GP（20床未満の施設に所属する医師）では、ほぼ毎日利用する医師は11%、ほとんど利用しないと回答した医師が38%、と、HP（20床以上の施設に所属する医師）と比べて利用頻度が少ない傾向が見えた。また、利用シーンは大きく変わらないものの、治療選択ではHPが54%とGPよりも多い一方、臨床診断ではGPが49%と利用が多く、やや差が存在する。

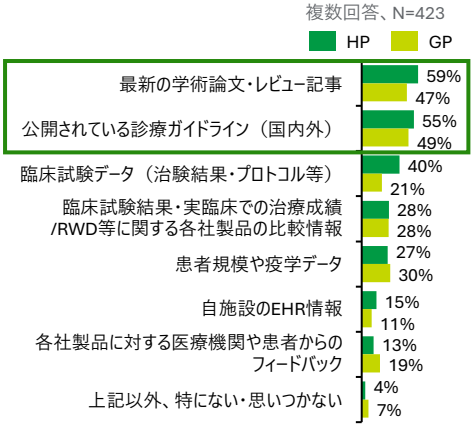
■ **生成AI活用に有益な情報と懸念・不安**

生成AIで最新の論文やガイドラインを収集できることは有益であると考える医師が多いのはHP・GP間で変わらないものの、HPの方が全体的に生成AIでの情報収集ニーズが強い。また、生成AI利用に係る懸念・不安に大きな差はないなかで、情報の正確性や専門性・セキュリティなど、情報リテラシーに係る懸念はHPでは強く、その一方で、情報鮮度という利便性に係る懸念がGPでは強い。

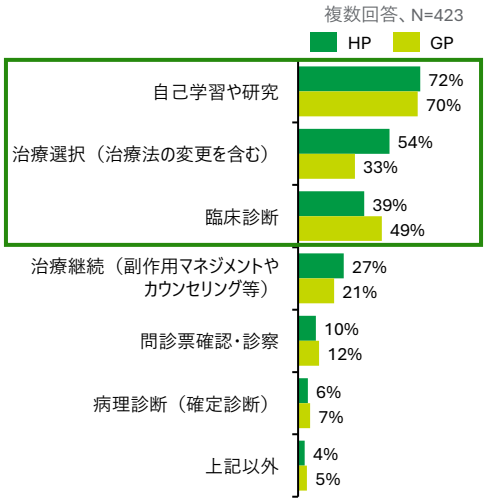
医療情報収集を目的とした生成AIの利用頻度



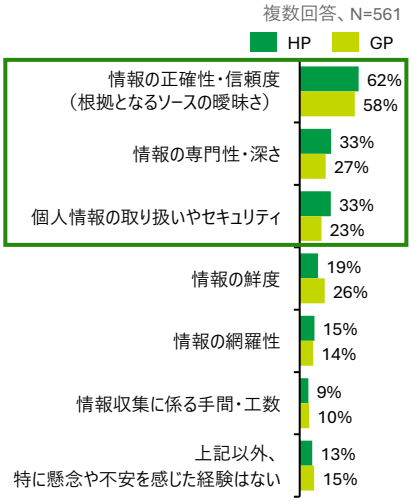
今後の生成AI活用に有益な情報



生成AIの活用場面



生成AIに対する懸念・不安



大きな傾向の差はないが、HPは判断の妥当性、GPは利便性を、生成AIに求める傾向にある

生成AI時代に製薬企業に求められる価値

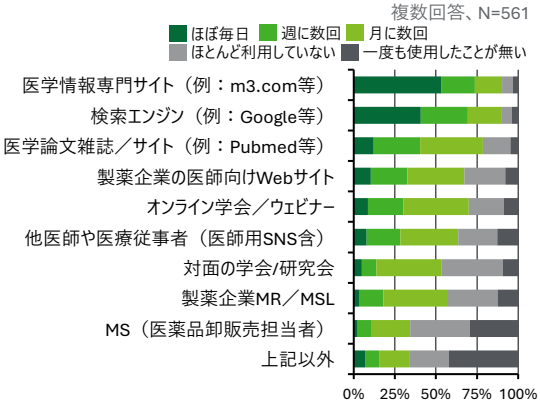
生成AI時代に製薬企業に求められる価値

公開情報の提供は生成AIに代替されやすい一方、製薬企業・他医師による専門的な情報提供の価値は依然として残る

■ 医療情報収集チャネルの利用頻度（生成AIを除く）

回答医師のおよそ半分の医師が、直近1年間で、m3.comをはじめとする「医学情報専門サイト」と、Googleをはじめとする「検索エンジン」をほぼ毎日利用している。医学情報専門サイトによる幅広い情報収集に加え、ピンポイントに欲しい情報や最新情報の取得が可能といった利便性の点から検索エンジンが利用されていると想定される。

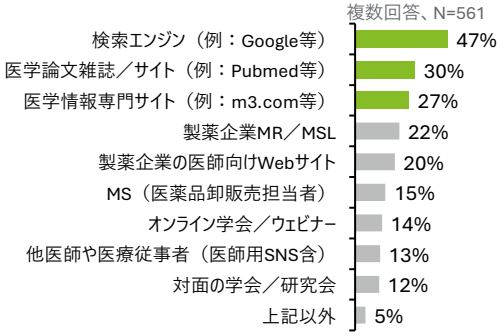
医療情報収集チャネルの利用頻度



■ 生成AIに代替される可能性が高いチャネル

生成AIの回答精度が向上した場合、代替される可能性が高いものとして、47%の医師が「検索エンジン」、約30%が「医学論文雑誌／サイト」「医薬情報専門サイト」と回答した。一方、「MR／MSL」「医師向けサイト」「他医師からの情報（オンライン学会、学会）」は10～20%程度と少ない。

生成AIに代替される可能性が高いチャネル

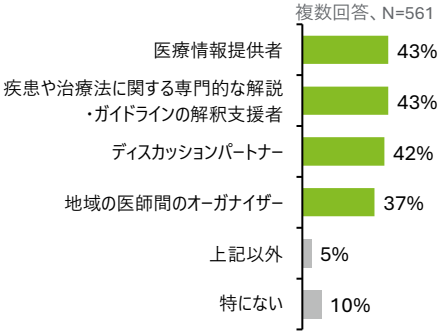


情報提供者兼ディスカッションパートナーとしての役割が、製薬企業には今後期待されている

■ 今後の製薬企業の価値

生成AIの回答精度が向上し、医療情報の収集が今以上に容易になったとしても、製薬企業には、「医療情報提供」や「疾患や治療法に関する専門的な解説・ガイドラインの解釈支援」、「ディスカッションパートナー」、「地域の医師間のコーディネーター」としての役割が期待されている。

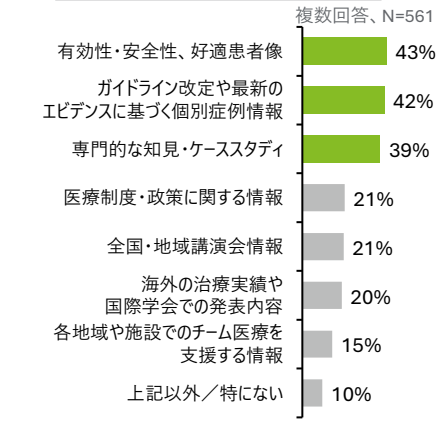
生成AI時代に期待する製薬企業の価値



■ 今後も製薬企業に望む情報提供

生成AIの回答精度が向上し、医療情報の収集が容易になったとしても、製薬企業に求める情報提供は、「有効性・安全性、好適患者像」、「ガイドライン改定や最新のエビデンスに基づく個別症例」、「専門的な知見・ケーススタディ」である。

生成AI時代に製薬会社に望む情報



診療方針決定に向けて専門・実践的な情報提供が製薬企業に求められている

診療領域別にみた生成AI時代に製薬企業に求められる価値

生成AIは既存のデジタル情報収集チャネルを代替しつつある一方、製薬企業の専門性や信頼関係が価値を持つ領域では、従来チャネルの重要性が引き続き高い

■ **生成AIに代替される可能性が高いチャネル**

検索エンジン・論文検索・医学情報サイトなど、標準化し易い情報収集チャネルは診療科を問わず代替されやすい。一方で、診療科ごとに代替されやすいチャネルには違いも見られる。

生成AIに代替される可能性が高いチャネル

複数回答、N=561
緑セル：全体平均を上回る

	全体	固形がん	血液がん	先天性遺伝性疾患	免疫・アレルギー疾患	精神・脳神経疾患	生活習慣病
検索エンジン	47%	55%	45%	45%	42%	50%	43%
医学論文雑誌／サイト	30%	23%	33%	34%	32%	32%	29%
医学情報専門サイト	27%	25%	31%	33%	25%	23%	27%
製薬企業MR／MSL	22%	28%	15%	24%	17%	24%	25%
製薬企業の医師向けWebサイト	20%	24%	24%	25%	13%	13%	22%
MS	15%	19%	11%	16%	20%	14%	12%
オンライン学会／ウェビナー	14%	9%	15%	11%	22%	15%	11%
他医師や医療従事者	13%	13%	10%	14%	17%	6%	16%
対面の学会／研究会	12%	14%	11%	8%	10%	12%	17%

情報ニーズの高度化を背景に、製薬企業には製剤に関する情報提供に加え、ガイドラインの解釈や適正使用を含む治療意思決定支援が求められている

■ **今後の製薬企業の価値**

全ての診療科に共通して、製薬企業には医療情報提供に加え、ガイドラインの解釈や治療判断を支える役割が期待されている。一方で、重視される役割には領域差が見られる。

生成AI時代に期待する製薬企業の価値

複数回答、N=561
緑セル：全体平均を上回る

	全体	固形がん	血液がん	先天性遺伝性疾患	免疫・アレルギー疾患	精神・脳神経疾患	生活習慣病
医療情報提供者	43%	41%	40%	42%	41%	49%	48%
疾患や治療法の専門的な解説・ガイドラインの解釈支援者	43%	49%	35%	41%	51%	46%	39%
ディスカッションパートナー	42%	53%	36%	45%	39%	39%	36%
地域の医師間のオーガナイザー	37%	34%	41%	40%	36%	35%	34%
上記以外	5%	2%	6%	3%	6%	4%	7%
特にない	10%	6%	11%	9%	10%	9%	12%

■ **今後も製薬企業に望む情報提供**

有効性・安全性、好適患者像、個別症例、生成AIからは得られにくい専門的な知見など、目の前の患者の治療判断に直接資する情報への期待は診療科を問わず共通して高い傾向にある。

生成AI時代に製薬会社に望む情報

複数回答、N=561
緑セル：全体平均を上回る

	全体	固形がん	血液がん	先天性遺伝性疾患	免疫・アレルギー疾患	精神・脳神経疾患	生活習慣病
有効性・安全性、好適患者像	43%	42%	28%	49%	48%	47%	42%
ガイドライン改定や最新エビデンスに基づく個別症例	42%	42%	40%	35%	45%	38%	48%
専門的な知見・ケーススタディ	39%	44%	39%	53%	38%	32%	33%
医療制度・政策に関する情報	21%	13%	20%	27%	23%	27%	20%
全国・地域講演会情報	21%	20%	17%	15%	20%	22%	29%
海外の治療実績や国際学会での発表内容	20%	21%	23%	19%	28%	18%	12%
各地域や施設でのチーム医療を支援する情報	15%	15%	15%	20%	15%	12%	15%
上記以外	1%	1%	0%	0%	0%	4%	0%
特にない	9%	6%	13%	3%	13%	11%	10%

製薬企業には実臨床に資する高信頼・高専門性の情報提供が求められている

施設規模別にみた
生成AI時代に
製薬企業に求められる価値

生成AIの高度化によって代替されやすい情報提供領域にHP・GP間で大きな差は見られない一方、製薬企業に期待される“代替されにくい価値”の中身は施設規模によって異なる。HPでは高度専門性・症例ベースの知見提供と深い議論支援、GPでは簡潔で実務に直結する情報提供の価値が相対的に高い

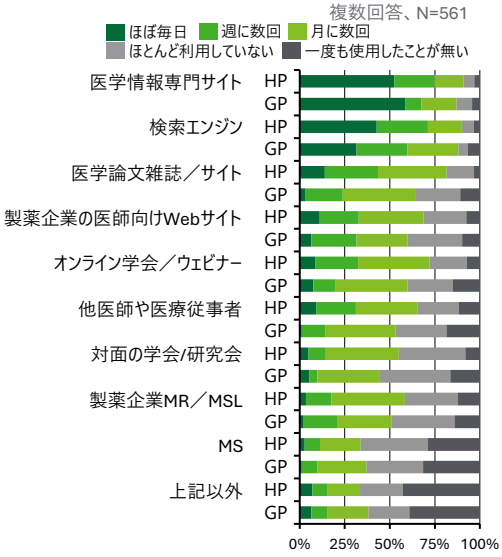
■ 生成AIに代替される可能性が高いチャネル

生成AI以外での情報収集チャネルも大きな差はないが、検索エンジンやPubMedをはじめとする医学論文雑誌／サイト、他医師やオンライン学会はHPの方が情報収集する頻度が高い。また、生成AIの回答精度が向上しても、製薬企業に望む情報提供に大きな差はないものの、希少疾患や難治性疾患等の専門知見やケーススタディを望むHP所属の回答者が多い。

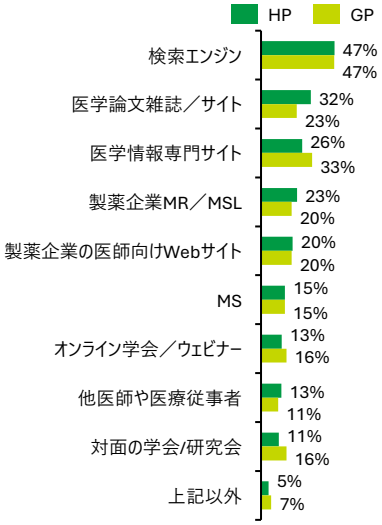
■ 今後の製薬企業の価値と情報提供のあり方

生成AIの回答精度が向上し、医療情報の収集が今以上に容易になった場合に、代替される可能性が高いと考える情報収集チャネルに、HP・GP間で大きな差は見られない。しかし、製薬企業に期待する価値や役割のうち、医師とのディスカッションパートナーとしての価値提供に期待する声は、HPで44%に対してGPでは29%と他の項目に比べて開きがある。

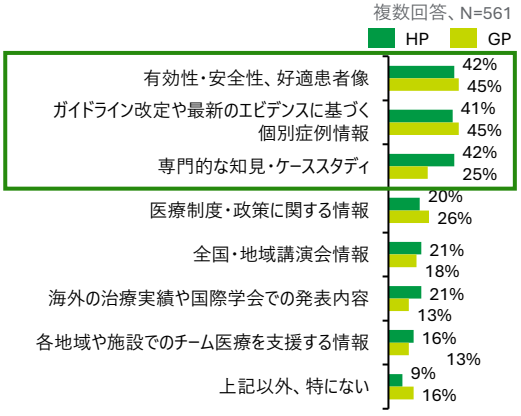
医療情報収集チャネルの利用頻度



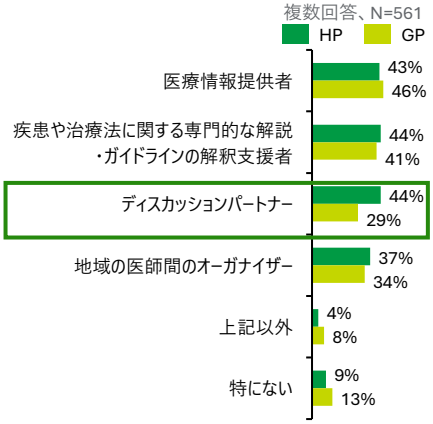
生成AIに代替される可能性が高いチャネル



生成AI時代に製薬会社に望む情報



生成AI時代に期待する製薬企業の価値



HPには高度専門知見、
GPには対話依存度を踏まえた簡潔で
実務的な情報提供が、期待されている

医師に「どう情報提供するか？」ではなく、「生成AIにどう正確な情報を読み取らせるか？」や、「医師からディスカッション相手として選ばれるには？」という観点に軸足を置いたマーケティング戦略や施策遂行、およびコマーシャル組織変革が求められている

■ 生成AIに正確な情報を引用してもらうには？

これまで述べてきたように、既に医師は一定の頻度で生成AIを利用した情報収集を実施している。そして、この利用頻度は今後も増加していくことが推測され、利用頻度の向上と共に診療に及ぼす影響は一層強まっていくことが想定される。そこで、製薬企業においては、添付文書をはじめオウンドメディアで公開している情報をいかに生成AIに信頼できるソースとして認識してもらい、正確に読み取らせるかがカギとなる。

そのためには、GEO（Generative Engine Optimization）対策をはじめ、コンテンツの内容や構成、サイト構造の見直しが必要である。

■ 製薬企業が今後講じるべき施策は？

これまで製薬企業における医師への情報提供・収集は主として、MRを通じて行われており、自社・外部ウェブサイトやメールで補完していたものの、今後は生成AIがベースになりうることが本調査で示唆された。この将来展望を見据えて、製薬企業においては、生成AIが取得しづらい未公開情報や、各医師の嗜好、担当患者に合った追加情報、より深い洞察等の情報提供が求められる。そして、このような生成AI時代において、製薬企業に求められる変革を踏まえ、次のような施策を講じる必要があると我々は考える。

施策

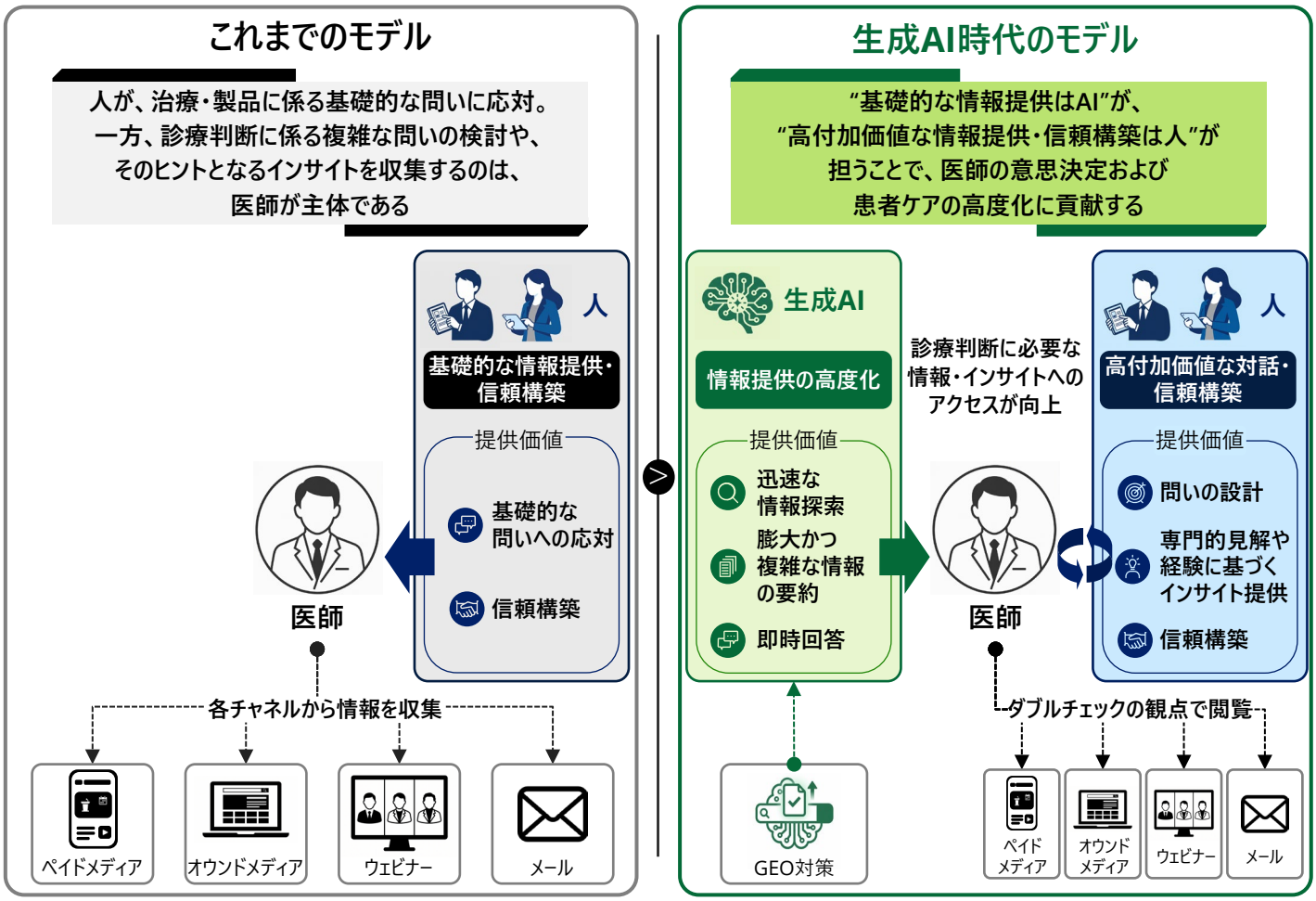
① マーケティング部隊に対する施策

- ブランド言及の多さやFAQ形式などAIが理解しやすい論理構造、E-E-A-T・独自性の高い一次情報の掲載といったGEO対策
- マーケティングオートメーション活用による医師のペイン・ゲインおよび行動特性を基にした幅広い情報提供やニーズの把握
- 医師の処方状況や、同じセグメントの医師のつまづきやすいポイントといった医師データをMRインプットも含めてCRMやDWH、CDP等で統合・一元管理・分析することで、ニーズを捉え、克服策を導き出す

② コマーシャル組織全体に対する施策

- 生成AIへのコンテンツ採用率など新たなKPI設計や、生成AIからの提供情報を踏まえたチャネル・コンテンツ・メッセージチューニング
- 生成AI利用後の医師への追加情報提供
- 生成AIによる情報提供力を考慮したリソースアロケーション
- MR活動の強化に向けたAIを活用したロールプレイング

生成AI時代における製薬企業の情報提供モデルの変遷



おわりに

本書では、生成AI時代における医師の情報収集実態を調査し、その結果を踏まえて、製薬企業に今後求められる情報提供と価値創出のあり方に係る論点を考察している。

結論は単純ではないが、明快である。

生成AIがもはや、一部の医師の道具ではなく、診療における情報収集・活用の前提そのものとなりつつある今、これまでMRや自社・外部ウェブサイトが担ってきた「一方向的な情報提供」の価値は相対的に低下すると想定される。これは、短期的な業績に係る問題ではなく、製薬企業が医師に対して、今後どのような価値を提供し続けられるかという、より本質的な構造転換である。

一方で、この変化は製薬企業に求められる価値の中核を一層明確にしている。すなわち、医師が真に求めるのは、単に情報そのものを提供することではなく、臨床現場の文脈を踏まえて「適切に問いを設定し」、「複雑な状況下で判断を支え」、「継続的な信頼関係を築く」ことである。これらは、現時点において生成AIが容易に代替し得ない「人」に固有の役割である。

だからこそ、製薬企業の情報提供モデルにおいては、生成AIを前提とした組織設計、データ・システム基盤、コンテンツ管理を高度化しつつ、そのうえで「人」、すなわちMR・MSLそれぞれが介在する価値を再定義することが不可欠となる。目指すべき姿は、単なる情報伝達の担い手ではなく、医師にとってのディスカッションパートナーとして機能する体制への転換である。生成AIが情報アクセスの非対称性を縮小する時代において、こうした「人が介在する価値」をいかに再設計できるかが、製薬企業の競争優位性の維持・強化を左右する重要な鍵になる、と我々は考察している。

なお、本書で示す見解は執筆時点における考察であり、確定的な結論を提示するものではない。日々進化する生成AIに合わせて医師による行動も変化し続けており、それに伴い生成AI時代における製薬企業の情報提供モデルについても継続的な検証とアップデートが不可欠である。執筆者一同は、生成AI時代における製薬企業の情報提供モデルについて、本書が議論を喚起する起点となり、読者の方々との対話を通じて、その内容を継続的に発展させていくことを望んでいる。

執筆者

濱口 航
パートナー
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
whamaguchi@tohmatsu.co.jp

石坂 優人
ディレクター
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
yutishizaka@tohmatsu.co.jp

植草 有弘
シニアマネジャー
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
yuekusa@tohmatsu.co.jp

長尾 信吾
マネジャー
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
shinagao@tohmatsu.co.jp

大野 裕一朗
シニアコンサルタント
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
yuohno@tohmatsu.co.jp

寺下 伊織
シニアコンサルタント
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
iterashita@tohmatsu.co.jp

桃井 佑斗
コンサルタント
ライフサイエンス＆ヘルスケア
合同会社デロイト トーマツ
yumomoi@tohmatsu.co.jp

参考）調査設計

多くの医師が登録するm3.comの運営母体である
エムスリー株式会社のFast Surveyを活用し、本調査を遂行した。

調査概要

■ **調査タイトル**

医師における生成AIの活用実態と将来展望に係る調査

■ **目的**

- 生成AIの医療情報収集における現状の利用実態（頻度・活用場面）と、有用性向上に必要な情報・懸念を把握する
- 生成AIの回答精度向上を前提に、代替されやすい現行手段を特定し、製薬企業に望む情報提供・役割を明確化する

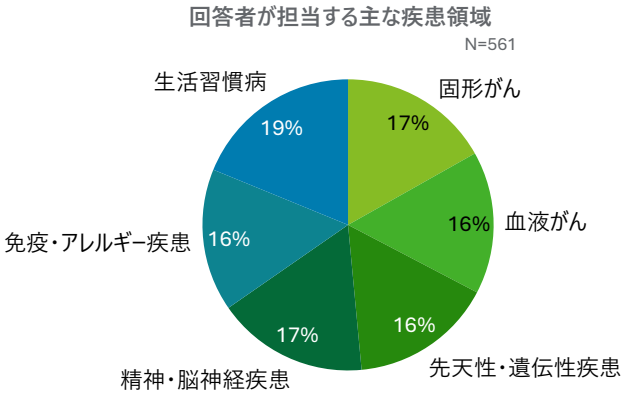
■ **調査方法**

- 対象　：m3.comに登録する医師 561名
- 調査ツール　：Fast Survey
- 期間　：2026.3.16~2026.3.17

回答者プロフィール

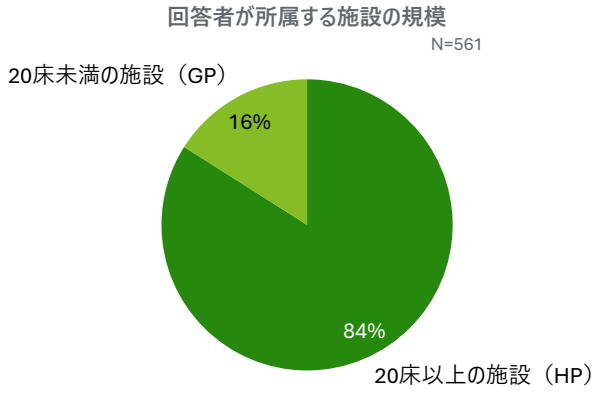
■ **回答者が担当する主な疾患領域**

各診療科の割合は均一になるよう設計した



■ **回答者が所属する施設の規模**

回答者のうち、病床数20床以上の医療機関に勤務する医師が80%を占めた



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合同会社デロイト トーマツグループならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、合同会社デロイトトーマツ、デロイトトーマツ税理士法人およびDT弁護士法人を含む）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プロフェッショナルサービスを提供しています。また、国内30都市以上に2万人超の専門家を擁し、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、Deloitte Touche Tohmatsu Limited（“Deloitte Global”）、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を指します。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。Deloitte Globalおよびそ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。Deloitte Global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 リミテッドは保証有限責任会社であり、Deloitte Globalのメンバーファームです。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、最先端のプロフェッショナルサービスを、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な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促進することで、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180年の歴史を有し、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”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約46万人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、Deloitte Touche Tohmatsu Limited（“Deloitte Global”）、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”）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Deloitte Global、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も責任を負いません。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す。

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2026. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

IS 669126 / ISO 27001

BCMS 764479 / ISO 22301

IS/BCMSそれぞれの認証範囲はこちらをご覧ください
https://www.bsigroup.com/clientDirectory