

サンプル(2024年度版)



# 女性ヘルスケア白書2024 「市場動向予測レポート」

# はじめに



2024年度、女性ヘルスケア市場の行方はどうなるのか？今年度もウーマンズが市場トレンドを徹底分析し、キーワードを選定しました。2023年度は各所で女性の健康課題による経済インパクトが試算され、社会がトップアジェンダと認識すべき緊急性が、改めて国内外で表明されました。同時に生成AIの爆発的な広がりにより、一部の専門家や技術者のものだった先進テクノロジーが多くの生活者にとっても身近に触れられるものとなり、society5.0の実現が突如目前に迫ったことを感じさせる1年でもありました。先進テクノロジーが健康行動や消費行動にもたらす影響は計り知れず、生成AI以外にも3Dプリンターやロボットの普及・高度化、生体センサーなどの発展による恩恵を誰もが日常的に受けられる未来は、もうそう遠くありません。一方で、女性の健康においても先進テクノロジーにおいても、話題の裏に隠れ社会的に目を向けられてこなかった課題が存在感を強めており、ソリューションの本格的な社会実装の機運が高まってきました。人口減少社会と高齢化による諸問題に対応するため、健康度やデジタルリテラシーに関係なく誰もが健康的な生活を送ることができる環境作りが急務とされていることが背景にあります。実際に多様な属性への配慮は政策レベルからも急ピッチで進められており、2024年度はヘルスケアソリューションのダイバーシティが飛躍的に進展しそうです。

## 「5つの最新動向」3

# 3 類型で新発展、 女性の不調者・有疾患者・要介護者の QOL市場

ヘルスケア業界で長らく関心が寄せられてこなかった不調者・有疾患者・要介護者のQOLをサポートする市場に、いよいよスポットライトが当たる。国内市場の縮小の進行に加え、団塊世代が75歳以上の後期高齢者となることで社会保障費の増大や労働力人口の減少などさまざまな問題が深刻化する「2025年問題」が目前に迫っていることが背景にあり、新たな事業機会として注目されている。健康度問わず高まる女性生活者のウェルビーイングニーズも、背中を押す形に。もはやマイクロニーズとは言えない市場サイズを形成する不調者・有疾患者・要介護者のQOL。先行者利益の獲得を狙って、2024年度は企業の参入が活発化する気配だ。

## ■注目されている理由

### □迫られる事業戦略の転換

医療技術の進展、健康・医療・福祉施策、ヘルスケア製品・サービスの充実化などによる恩恵を受け、日本は世界有数の長寿国となった。今や多くの人々が、自由に多様なヘルスケアの方法を選択・カスタマイズして健康管理やケアができる環境になったが、一方で未だ市場で取り残されたまま「不（不安・不便・不満・不快）」を感じ続けている人たちがいる。不調を慢性的に抱えている人、病気と共生している人、要介護状態にある人たちで、この属性のQOLを高める製品・サービスの充実化は、健常者と比べ圧倒的に後れている（図20）。

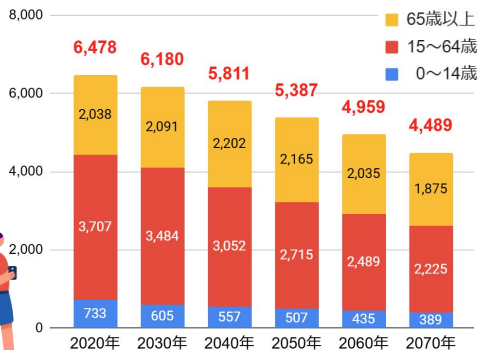
ヘルスケア市場の形成当初からこれまでは、健常者を対象にした1次予防領域の製品・サービスの充実化がメインで進められてきたこと、また、知見や技術力、法制度の面から1次予防領域は参入ハードルが低いことなどから、業界全体のターゲットが健常者に集中していたことが背景にある。だが1次予防領域は徐々に飽和（※）。異業種やビッグテックからの相次ぐ市場参入もあり、健常者市場の競争は年々激化し、同時に人口減少（図21,22）と高齢化による市場環境の変化がいよいよ明白となったことで、各社が事業戦略の転換を避けられない状況となった。（※）予防医療の4段階は65ページで概説

【図20】ヘルスケアソリューションの充実化が後れている属性

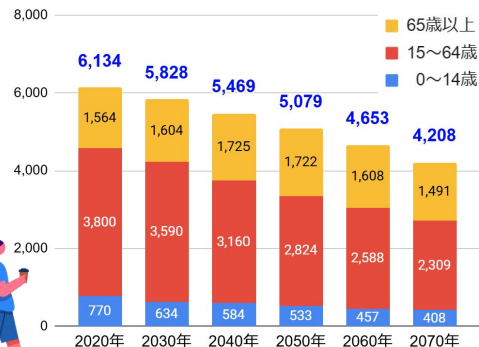


# 日本の女性の今を知る、人口統計まとめ Demographics of Japan

【図21】女性の将来の人口推移 (単位：万人)

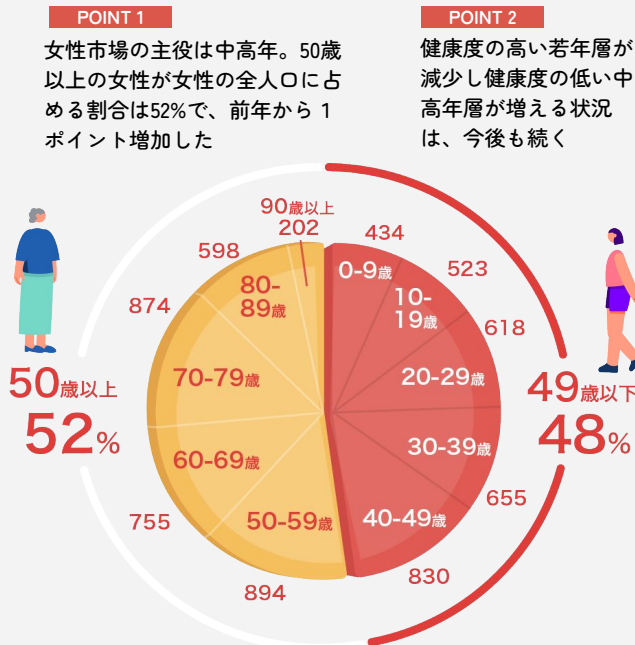


【図22】男性の将来の人口推移 (単位：万人)



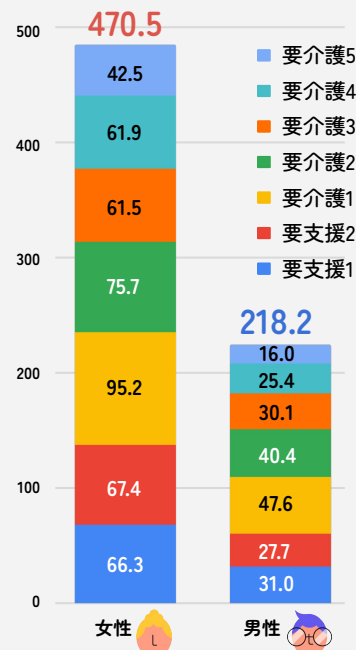
【画像】 国立社会保障・人口問題研究所  
「日本の将来推計人口(令和5年推計) 詳細結果表 表1-9A」よりウーマンズ作成

【図23】日本の女性の総人口 (単位：万人)



【画像】 総務省「人口推計2024年4月報 (2023年11月確定値)」よりウーマンズ作成

【図24】要支援者・要介護者の数 (単位：万人)



**POINT 3**  
女性の要支援者・要介護者は男性の2倍以上で、2021年は女性470万人、男性は218万人

**POINT 4**  
男女差が大きい主な理由は、女性の方が長生きすることやロコモによる骨折・転倒が多いこと

【画像】 厚労省「令和3年度介護保険事業状況報告(年報) 全国計第4-1表」よりウーマンズ作成

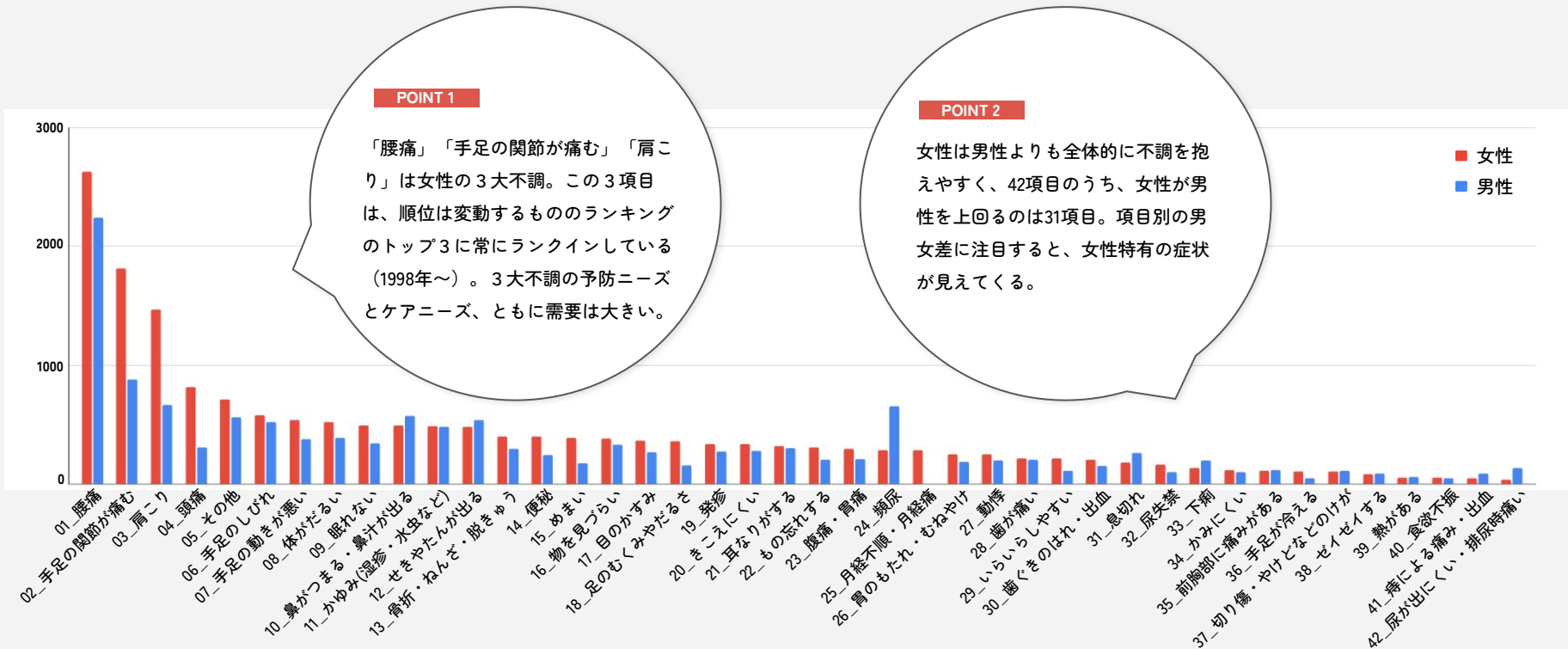


# Ranking chart

女性全体の有訴者率は304.2、男性全体は246.7で、女性の方が何かしらの不調を抱えている人は多い（人口千対/0～90歳以上/2022）。グラフは最新の「国民生活基礎調査（2022）」の健康に関する調査を元に、0～90歳以上の男女が日頃感じている症状のうち「最も気になる症状」を女性の降順にランキングしたもの。



【図26】不調者数ランキング（女性の降順/単位：千人）




【図29】有疾患者数ランキング（女性の降順/単位：千人）



	症状	女性	男性
1	歯科関連疾患 (う蝕、歯肉炎、歯の補てつ)	8,187	5,703
2	高血圧症	8,183	6,850
3	脂質異常症	2,762	1,249
4	悪性新生物	1,851	1,806
5	2型糖尿病	1,499	2,200
6	緑内障	1,315	1,032
7	心疾患 (高血圧性のものを除く)	1,292	1,763
8	骨粗しょう症	1,278	80
9	白内障	1,086	629
10	気分障害(躁うつ病を含む)	1,054	667
11	喘息	970	826
12	脳血管疾患	801	941
13	神経症性障害、ストレス関連障害、身体表現性障害	779	464
14	骨折(頸部、胸部、骨盤、大腿骨、その他四肢)	625	325



	症状	女性	男性
15	関節リウマチ	614	182
16	アトピー性皮膚炎	604	648
17	アルツハイマー病	574	220
18	統合失調症、統合失調症型障害、妄想性障害	460	420
19	睡眠障害	444	716
20	慢性腎臓病	226	403
21	子宮内膜症	171	0
22	女性不妊症	167	0
23	パーキンソン病	164	126
24	血管性、詳細不明の認知症	150	61
25	ウイルス性肝炎 (B型、C型肝炎合計)	128	111
26	鉄欠乏性貧血	128	24
27	難聴	118	86
28	消化性潰瘍(胃・十二指腸)	108	123



	症状	女性	男性
29	慢性閉塞性肺疾患	100	262
30	潰瘍性大腸炎	90	94
31	1型糖尿病	75	64
32	肝硬変 (アルコール性のものを除く)	72	35
33	過敏性腸症候群	61	58
34	帯状疱疹	58	35
35	慢性肝炎 (アルコール性のものを除く)	57	64
36	胆石症	56	45
37	慢性膵炎	20	36
38	クローン病	16	35
39	腸閉塞	15	15
40	飲酒による精神・行動の障害	10	50
41	アルコール性肝疾患	8	47
42	結核	8	12
43	痛風	7	230

POINT 3

ランキング元の患者調査は医療機関を受診した患者数を把握する調査のため、未受診者は含んでいない。よって、各傷病者の実際数は、ここで示した数よりさらに大きくなる。患者調査では有疾患者数・負傷者数を正確に把握することは難しいが、全体の傾向を理解するのに役立つ。



## [1] 嗜好的活動を支援する製品・サービス



### 病気で飲めない人も、誰でも楽しめるバー

#### 「スマドリバー渋谷」

お酒を「飲める」人と「飲まない/飲めない」人が一緒に楽しめるバー。アルコール分0%、0.5%、3%の100種類以上のドリンクから自分の体質や好みに合ったドリンクを選べるため、妊娠中や持病で禁酒中・減酒中の人も気軽に入店できる。'22年6月にオープンしてから約4万6千人が来店('24年3月29日時点)。「新しい飲酒文化の共創」が評価され、第15回日本マーケティング大賞でグランプリ受賞。アサヒビールと電通デジタルが共同で設立したスマドリ社が運営（スマドリ）。

### 妊婦もケガ人も片手で履ける靴下「ほのん」

高齢者や妊婦、病気、ケガ、障害のある人の「靴下が履きにくい」を解決する、片手で履ける靴下。ユーザーの最大のベネフィットは“自力で履けること”。当事者や看護師などの意見も反映しユーザー目線で開発した。靴下上部を折り返せばラインソックスへ早変わりする2way設計。日常のファッションに取り込みやすいシンプルなデザインや豊富なカラーバリエで老若男女問わず楽しめる点も評価され「2023年度グッドデザイン賞」を受賞（マリモ）。



### 諦めていた外出を可能に

#### 「日本介護トラベルサービス」

介護が必要な高齢者や障がい者など、外出が困難な人のための外出支援サービス。食事や買い物、散歩、美容院など身近な外出から、結婚式や同窓会などのイベント、花見、行楽、宿泊旅行まで、場所を問わずヘルパーが同行。同行中は、車椅子への移乗介助や食事介助・排泄介助などを行う。法人・施設などの団体利用も可能で全国に支店がある（日本介護システム）。



### あざや治療による肌変化に対応「ライフクオリティメイクアップ」

生まれつきのあざや治療による肌悩みを持つ人に向けた商品開発やトータルメイクを提案。販売するファンデーションは、肌の青み・赤み・茶色みのあざや白斑、やけど跡、傷跡、がん治療の副作用などによる肌の色変化など、通常の商品ではカバーできない悩みに対応。メイクテクニックをまとめた「外見ケアブック」の無料公開や、一人ひとりの悩みに合わせたアドバイスも実施（資生堂）。



【やけどあとのカバー例】



# 本格始動、 実現する女性の ライフコースアプローチ

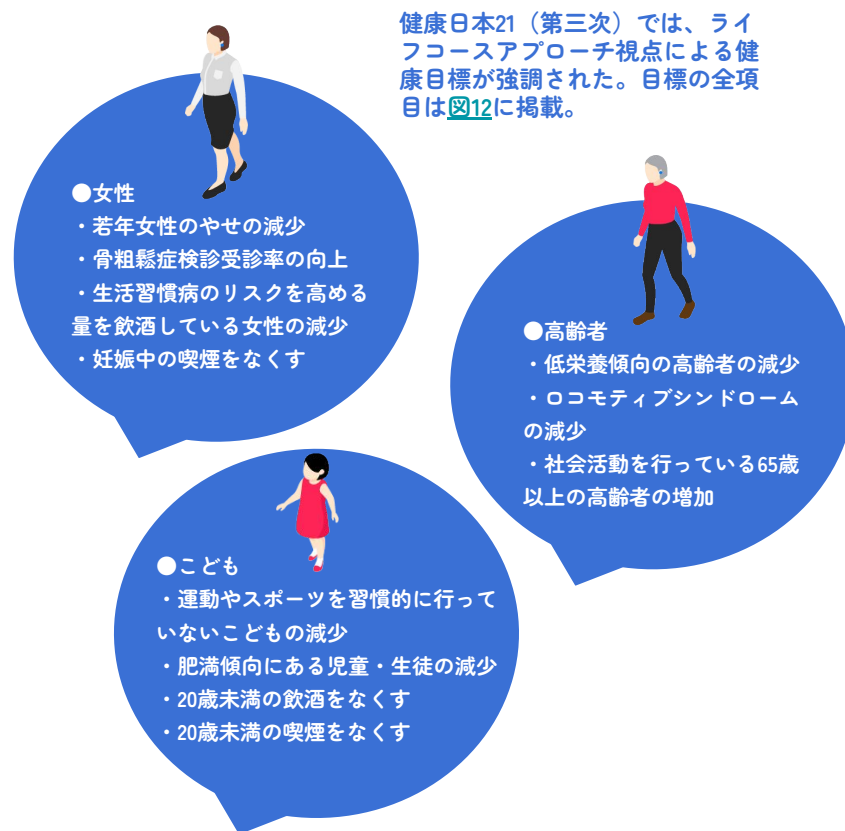
ライフコースに起因する健康課題やライフコースに沿った健康支援への関心が、急速に高まる気配だ。いわゆる「ライフコースアプローチ」で、感度の高い各業界のマーケターが2010年代に女性マーケティングの指針としていた「ライフコースマーケティング」の復権とも言える動き。今回はヘルスケア業界に限定した広がりになるとみられるが、販促やPRのみならず研究開発のセクションも関心を寄せるのが当時との違い。昨今話題のPHRとの相性が良いことから、業界人の関心は加速度的に高まりそうだ。2024年度は、ライフコースアプローチのコンセプトに沿ったヘルスケア製品・サービスの登場や、新たなマーケティング手法としての広まりが期待される。



## ■WHOや国の健康施策、基盤は「ライフコースアプローチ」

ライフコースアプローチは世界的に採用されている考え方で、WHOや国も健康施策の基盤に据えている。国内においては'24年度から運用が始まった「健康日本21（第三次）」の中で言及されたことで認知が広がった（[詳細](#)）。健康日本21は国が主導する国民健康づくり運動で、'00年に始まった。第三次となる今回は'24年から'35年までの12年間の健康施策の基盤として機能する。今回の目標設定にあたっては、第二次で残された課題を踏まえ、性差と年齢とライフコースを加味した健康づくりの必要性からライフコースアプローチの視点が重視され、幼児期・思春期の健康状態や生活習慣が成人期の健康に影響すること、妊婦の健康状態や生活習慣が胎児の健康に影響すること、若年期の健康行動が高齢期の健康に影響すること、高齢期の行動が介護予防につながることもにも言及した。今後の12年間に於いて特に強化される一つは女性の健康づくり。女性の健康は生理・妊娠・更年期・閉経時に女性ホルモンの影響を受けることから、各ライフステージごとの対策が必要であり、また、自身の健康が次世代の健康にも影響することから、重点目標として今回初めて女性を切り出した目標設定がされた（図35）。

【図35】 ライフコースアプローチを踏まえた健康目標



健康日本21（第三次）では、ライフコースアプローチ視点による健康目標が強調された。目標の全項目は[図12](#)に掲載。

# まち・職場・住宅の環境整備、 インフラ化する0次予防

まち・職場・住宅の環境を整備することで、その場で生活・活動する人々を丸ごと健康にしようとする0次予防の推進が、官民で加速している。これまでの健康施策や企業のヘルスケア製品・サービスの開発は、「どんな制度や仕組みを作るか?」「何を開発するか?」という「what」が重点的な論点だったが、昨今は「どうやって人々を健康な状態に導くか?」という「How」に移行している。その有効策が0次予防というわけだ。社会構造や疾病構造の変化を背景に深刻化する社会課題の解決に向け、0次予防が人々の生活圏でインフラ化する未来が見えてきた。



## ■無意識に健康増進や心身のケアができる環境

環境を整えることで、無意識のうちに人々を健康に導こうとする取り組みは各所で進められている。0次予防のコンセプトと特に親和性のあるまちづくりや建築、オフィスや住宅の領域で先行している。

### □まちで広がる0次予防

生活圏内の物理的環境を整備することで、健康な人から病気・障害のある人まで、多様な健康度の人々に配慮しつつ、健康を維持増進しながら誰もが安心して暮らせるまちへと転換する動きが、自治体や都市開発事業者主導で広がっている。東京医科歯科大学と野村不動産が越中島（東京・江東）で進めている「いる(住む・来る)だけで健康になる街づくり」はわかりやすい例だ。全世代が未病予防・健康維持増進できるまちづくりを目指して共同研究を始めている（[詳細](#)）。実際に0次予防が社会実装された事例を見ていこう。



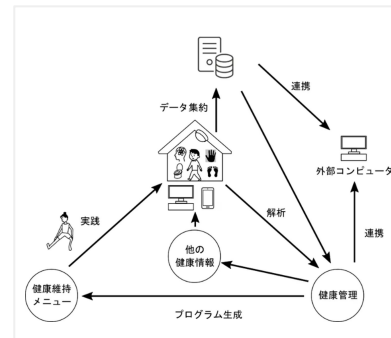
**Walkable** 歩きたくなる  
**Eye level** まちに開かれた1階  
**Diversity** 多様な人の多様な用途、使い方  
**Open** 開かれた空間が心地よい

### ウォーカブルなまちづくり

年齢や健康度を問わず、誰にとってもまちが「居心地が良く歩きたくなる場所」になるよう、官民で全国的に進めているのが「ウォーカブルなまちづくり」。街路空間をこれまでの“車中心”から“人優先”へと再構築することで、多様な人が訪れたい場所へと転換し、まち全体を活性化させるのが狙いだ。周辺の住人の外出機会やコミュニティ参加機会の創出、訪れた人たちの歩数の増加、グリーンインフラの整備によるリフレッシュ効果、脱自動車依存による環境負荷の軽減など、さまざまな効果が期待されている。ウォーカブルなまちづくりを推進するためのガイドラインは、スマートシティやコンパクトシティの施策でも活用されている。

## 木造ならではの健康効果をアピール

木造住宅メーカーの強みを活かし、木造ならではの健康効果を訴求。例えば「木素材の部屋は熟睡感が高い」「木質空間ではイライラが抑えられる」といった研究成果を発表しており、衝撃を吸収する木の特性に焦点をあて、足腰の負担を軽減する点もアピール（[詳細](#)）。こういった強みは、グループ会社運営の介護付き有料老人ホームにも応用。ストレス解消やリラックス効果、我が家にいるような空間などを強調し、木質感を重視した設計をしている（以下画像）。介護現場のIoT活用にも積極的。居室に設置している離床・起き上がりセンサーは、要介護者の夜間徘徊や立ち上がり動作に伴うケガを未然に防ぐ。心音・呼吸音も居室内でセンシング。誤薬や服薬忘れ防止の服薬管理システムも導入するなど、重症化予防やケガ予防ができる環境づくりに取り組む（住友林業グループ）。



## 住宅内で収集した生体データから、AIが健康プログラム提供

住宅内に設置したセンサーが居住者の生体データを収集・計測し、AIが居住者に健康増進プログラムを提供するというビジネスモデル特許を取得（'23年）。以前より、大阪公立大学と共同でライフステージやライフスタイルに応じた健康づくりができる住空間の研究開発に取り組んでおり、未来型住宅の実現を目指している。生体データを医療機関と連携することも視野に入れている。'25年の大阪・関西万博に出展予定で、住宅と健康をテーマにした体験型コンテンツを展示する（飯田グループホールディングス）。

ネット上のコミュニティサイトやSNSにもポジティブな声が並ぶ。「これまで我慢するのが当たり前だったことを、アイテムやアプリで解決できるようになって、女性に優しい社会になってきた」「社内で生理や更年期について普通に話す人が増えたように思う」「ナプキンを1週間使うとかぶれるから極力使いたくない。生理の終わる頃だけ吸水ショーツを履いてる。ナプキンの使用期間を短くできるので重宝」「仕事で忙しいので、ピルのオンライン診療は助かる」など、フェムテックの盛り上がりに対する社会の変化や個別アイテムを賞賛する女性の姿が見受けられる。一方で、一定の関心や理解は示しつつも、フェムテックに対する社会の反応やアイテムに懐疑的な見方をする声も(※)。



・女性の病気や不調は生理・妊娠・更年期だけ？他の病気にも目を向けてほしい



・フェムテックはかわいいものが多いので、通販や記事で見ても楽しんでる。緊急性は低いので買ったことはないけど...



・フェムテックを売るお店も、フェムテックを紹介するメディアも増えてるけど、どこも同じ商品ばかりで飽きた



・月経カップ：取り出す時に下着や服に血がつきそう。それに、職場や外出先ではどうやって洗えばいいの？



・月経カップ：タンポンですら抵抗があるのに、あんなバケツのようなものを押し込むなんて...!



・吸水ショーツ：本当に漏れない？経血量が多いので1日履き続けるなんて不安すぎる



・吸水ショーツ：ナプキンの方が衛生的で好き



・デリケートゾーンケア：デリケートゾーン的美容液が、シワ改善化粧品よりも高くってビックリした。お金をかけるなら、見えないデリケートゾーンよりも絶対に顔！



・デリケートゾーンケア：ボディソープで十分。使い分ける必要は本当にある？



・サプリ：紅麹問題があってからサプリが怖い。妊活サプリってお腹の赤ちゃんに逆に影響しないのかな...

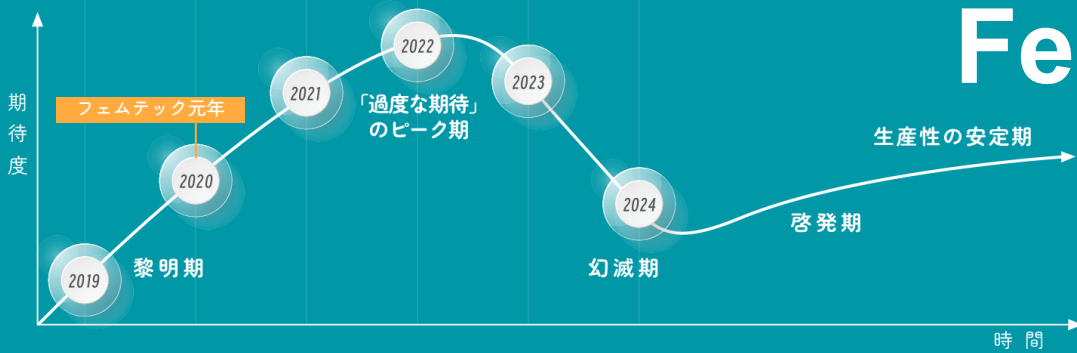


・エステサービス：スタッフさんは美容のプロだろうけど、健康や医療のプロではない。医療者じゃない人に不調や病気のことを相談をするのって、みんな怖くないの？

こういった声は、女性生活者だけから聞かれるものではない。フェムテック専門の実店舗や通販が増えているが、売れるカテゴリーが限定的であったり話題ほどの売上規模は期待できないなど、肩を落とす運営者が目立つ。女性客の関心を一定程度は引けるものの、店舗スタッフと健康や商品について会話をしたり、ウィンドウショッピングにとどまるケースが多いという。

(※) ソーシャルリスニングをもとに、発言者の意図と乖離のないよう編集して掲載

# Femtech Timeline 2019-2024



2019 海外発・国内発のフェムテックに注目が集まり始める

【画像】ガートナー社のハイプサイクルを参考にウーマンズ作成

2020

フェムテック元年／百貨店などでポップアップイベント開催

第5次男女共同参画基本計画で「男女の心身の違いやニーズを踏まえ、性差を考慮した研究・技術開発を求める」と明記

2021

フェムテックを取り上げるメディアが急増／フェムテックの国内の市場規模が発表される／新語・流行語大賞に「フェムテック」が初ノミネート  
生理の貧困が問題に、各自治体などがナプキンを無料配布／「女性版骨太の方針2021」に、生理の貧困対策とフェムテックの推進が初めて明記／  
第1回目の「フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金」開始

2022

フェムテックをテーマにした初のBtoB展示会「フェムテックゾーン」開催／大手企業の積極的な市場参加が活発化／  
フェムテックが深化した概念として、多様な疾患の性差に着目する「ジェンダード・イノベーション」の関心が高まる／  
女性の健康課題解決に向けては男女の相互理解の必要性が顕在化したことから、男性特有の健康課題への関心も高まる  
生理の貧困の調査・更年期の意識調査、国として初実施／「女性版骨太の方針2022」に、ジェンダード・イノベーションの重要性が明記

2023

メンテック元年／性差をテーマにした初のヘルスケア展示会「ジェンダード・イノベーションEXPO」開催／  
フェムテック業界の筆頭格の撤退が相次ぐ  
フェムテックの国際調査、初実施／経産省内で「女性のヘルスケア・フェムテック展示」を開催

2024

女性特有の健康課題による経済損失額が発表される／  
4月に運用開始の「健康日本21（第三次）」に、初めて女性を項目立てた目標を設定

青字：業界の主な動き

黒字：国の主な動き

## 【図12】健康日本21（第三次）の目標

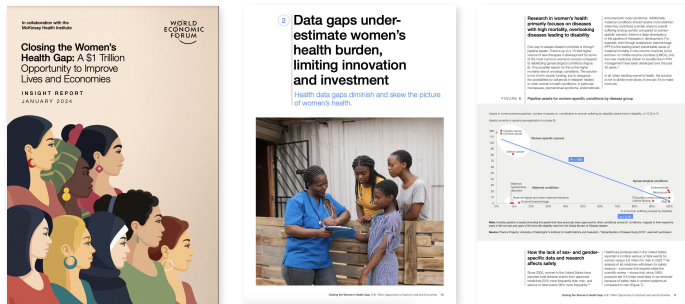
		項目	目標	現状
ライフコースアプローチ を踏まえた健康づくり	こども	運動やスポーツを習慣的に行っていないこども <sup>(※)</sup> の減少 <small>※体育授業を除く1週間の総運動時間が60分未満のこども</small>	(目標は今後設定する予定)	小学5年生の女子：14.4% 小学5年生の男子：8.8%
		肥満傾向にある児童・生徒の減少	(目標は今後設定する予定)	小学5年生の女子：9.26% 小学5年生の男子：12.58%
		20歳未満の飲酒をなくす	0%	2.2%
		20歳未満の喫煙をなくす	0%	0.6%
	高齢者	低栄養傾向の高齢者 <sup>(※)</sup> の減少 <small>※BMI20以下の65歳以上の高齢者</small>	13%	16.8%
		ロコモティブシンドローム <sup>(※)</sup> の減少 <small>※人口千人当たりの足腰に痛みのある65歳以上高齢者</small>	210人	232人
		社会活動を行っている65歳以上の高齢者の増加	現状値 <sup>(※)</sup> から10%の増加 <small>※2024年以降に集計予定</small>	町内会や地域行事などの活動：48.1% ボランティア活動：18.7% スポーツ関係のグループ活動：21.2% 趣味関係のグループ活動：26.4% その他のグループ活動：20.1% 仕事に就いている：総数36.7% 就学している：データなし
	女性	若年女性のやせ <sup>(※)</sup> の減少 <small>※BMI18.5未満の20歳～30歳代の女性</small>	15%	18.1%
		骨粗鬆症検診受診率の向上	15%	5.3%
		生活習慣病のリスクを高める量 <sup>(※)</sup> を飲酒している女性の減少 <small>※純アルコール摂取量/日が20g以上</small>	6.4%	9.1%
妊娠中の喫煙をなくす		(目標は今後設定する予定)	1.9%	

ライフコースアプローチの視点から、女性に特化した目標が新設された

ライフコースアプローチの視点から女性が特に注意すべき健康課題は、やせ・骨粗鬆症・飲酒・喫煙

【画像】厚労省「健康日本21（第三次）の推進のための説明資料」より  
ウーマンズ作成（内容は2024年4月24日時点）

マッキンゼー健康研究所と世界経済フォーラムによるレポート（[詳細](#)）でも女性の健康課題を幅広く捉える重要性を説いており、実際に同所による試算（女性の健康課題を解決することで世界にもたらされる経済効果は年間で1兆ドル）は、女性の多様な健康課題を包括している（図10）。試算にあたり同所は、性・生殖領域に起因した健康負担は女性が抱える健康負担のうちわずか5%に過ぎないことを指摘。それ以外の大半は男性より女性に多くみられる、あるいは男性とは異なる症状がみられる男女共通疾患だとしている。これは女性の健康を性・生殖領域に限定してしまうことで、その他の重要な健康課題を見逃してしまう問題を提起するもので、女性の健康領域で投資・研究・開発を活発化させるためには、幅広い視点で女性の健康課題を捉える必要性を訴えている。



【出典】 Closing the Women's Health Gap: A \$1 Trillion Opportunity to Improve Lives and Economies

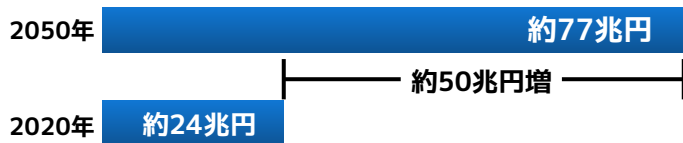
Neonatal disorders / Ischemic heart disease / Stroke / Lower respiratory infections / Diarrheal diseases / Low back pain / Diabetes mellitus / Chronic obstructive pulmonary disease / Depressive disorders / Migraine / HIV/AIDS / Congenital birth defects / Malaria / Breast cancer / Age-related and other hearing loss / Chronic kidney disease / Anxiety disorders / Dietary iron deficiency / Tuberculosis / Other gynecological diseases / Alzheimer's disease and other dementias / Endocrine, metabolic, blood, and immune disorders / Cirrhosis and other chronic liver diseases / Tracheal, bronchus, and lung cancer / Oral disorders / Neck pain / Blindness and vision loss / Osteoarthritis / Hypertensive heart disease / Asthma / Colon and rectum cancer / Cervical cancer / Premenstrual syndrome / Stomach cancer / Hemoglobinopathies and hemolytic anemias / Protein energy malnutrition / Meningitis / Upper digestive system diseases / Drug use disorders / Schizophrenia / Idiopathic epilepsy / Rheumatic heart disease / Dermatitis / Whooping cough / Ovarian cancer / Leukemia / Atrial fibrillation and flutter / Bipolar disorder / Gallbladder and biliary diseases / Liver cancer / Measles / Alcohol use disorders / Maternal hemorrhage / Tension-type headache / Uterine cancer / Rheumatoid arthritis / Endometriosis / Eating disorders / Other maternal disorders / Maternal hypertensive disorders / Uterine fibroids / Intestinal nematode infections / Maternal sepsis and other maternal infections / Polycystic ovary syndrome

【図10】 レポートでは、世界疾病負担研究（GBD）をベースに疾病負担が世界的に大きい女性の64疾患を取り上げている（虚血性心疾患、腰痛、糖尿病、うつ病、片頭痛、慢性腎臓病、口腔疾患、PEM、髄膜炎、白血病、関節リウマチ、摂食障害など。64の全疾患は上記に記載）。ケアを強化すべき女性の健康課題は多様だ。

## ■健康経営市場は有望市場、女性が働きやすい環境整備は加速

経産省が'23年に公表したレポートによれば、ヘルスケア市場は24兆円（'20年）から77兆円（'50年）へと拡大する見込みで（図15）、中でも健康経営市場は期待されている有望市場の一つとされ、0.6兆円（'20年）から3.7兆円（'50年）へと拡大する（図16）（図17）。成長率は617%だ。実際に健康経営の浸透により、福利厚生サービスとしての健康づくりの充実化は各社で広がっており、法定外福利費のうち「医療・健康」関連が増加傾向にあることが経団連の調査でわかっている（詳細）。中でも女性特有の健康を支援する動きはフェムテックの盛り上がりも後押しとなり積極的な進展が見られ、健康経営銘柄2024に選定された各社の取り組み内容からも、女性がより働きやすい環境の整備が着実に前進していることを読み取れる（詳細）。

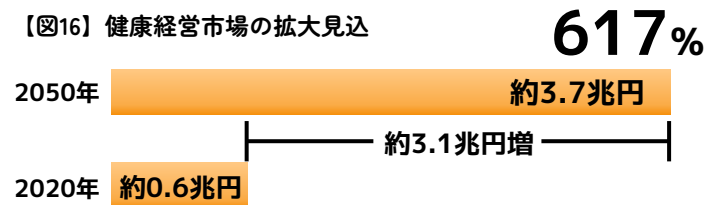
【図15】ヘルスケア市場全体の拡大見込



例えば今回で7回目の選定となった丸井グループは、女性の健康について知識面だけでなく行動面も後押しするため、オンライン婦人科診療と処方薬の自宅郵送プログラムを導入。プログラム参加者のプレゼンティーズム指標は半年間で10.3ポイント向上したという。野村不動産ホールディングスも女性従業員の健康サポートに力を入れており、女性の健康課題についてまとめた「女性の健康応援ブック」を配布している他、'23年には、女性特有の体調不良の際に月1回取得できる特別休暇「エフ休暇」を新設。取得理由を生理に限定せず、不妊治療や更年期による体調不良にまで拡充し、休暇名称を従来の「生理休暇」から、Femaleの「F」を取った「エフ休暇」へと改称したことで、女性が取得しやすい環境へと整備した。

健康経営市場の成長率

【図16】健康経営市場の拡大見込



## 【図17】ヘルスケア市場を構成する各市場の市場規模（2020年と2050年）

項目	含まれる製品・サービスの例	2020年の市場規模	2050年の市場規模
知	ヘルスケア関連書籍・雑誌、アプリ・サービス等	0.03兆円	0.09兆円
測	検査・検診サービス、計測機器等	0.9兆円	3.7兆円
健康経営	検診事務代行、メンタルヘルス対策等	0.6兆円	3.7兆円
食	サプリメント・健康食品、OTC・指定医薬部外品等	3.3兆円	8.3兆円
運動	フィットネスクラブ、フィットネスマシン等	0.6兆円	2.6兆円
睡眠	機能性寝具等	0.2兆円	0.2兆円
予防	衛生用品、予防接種等	0.2兆円	6.6兆円
遊・学	ヘルストゥリズム（健康志向旅行）	2.9兆円	12.7兆円
癒	エステ・リラクゼーションサービス等	1.1兆円	2.4兆円
住	健康志向家電・設備等	0.1兆円	0.4兆円
機能補完	眼鏡、コンタクトレンズ等	0.3兆円	1.2兆円
民間保険	第三保険等	8.1兆円	15.6兆円
患者向け商品・サービス	病者用食品等	0.05兆円	0.2兆円
要支援・要介護者向け商品・サービス	介護用食品、介護住宅、福祉用具等	5.2兆円	13.0兆円
疾病・介護共通サービス	高齢者向け食事宅配サービス等	0.2兆円	5.7兆円

合計：24兆円

合計：77兆円

健康経営  
の成長率

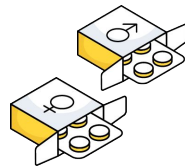
617%

【出典】経産省「アクションプラン2023」

## 【図19】 職場内でDEIが広がる風景イメージ

近年、日本の職場は多様なバックグラウンドの人材が集まる場所へと変化している。人材のDEIが浸透することで、健康事情も人それぞれであることを互いに理解し支え合う空気が醸成されていくだろう。職場内での不公平感を蔓延させないために、そして人材の流出を防ぐため、今後各社が自社従業員の多様な健康課題の解決に乗り出すと考えられ、そのような職場環境を実現する製品・サービスの充実化が市場で求められる。





## 2) 女性ヘルスケアマーケティング

### 3つの最新Tips

---

「3つのTips」 1----- 「性差」と「ジェンダーフリー」の訴求、二極化

「3つのTips」 2----- 「ファスト派」と「スロー派」への対応、両輪

「3つのTips」 3----- 「不健康」と「幸せ」、調和の追求