

3-1 健康日本 21（第三次）

3-1-1 概要

健康日本 21 とは、厚生労働省が進める国民健康づくり運動である。正式には、国民の健康増進を総合的に推進するための基本方針に基づく政策であり、生活習慣病予防、健康寿命の延伸、生活の質の向上を目的としている。現在は「健康日本 21（第三次）」として推進されており、関連する他の計画（医療計画、医療費適正化計画、介護保険事業計画等）と計画期間を合わせることや、取組の評価に一定の期間を要することなどを踏まえ、令和 6（2024）年度から令和 17（2035）年度までの 12 年間の計画期間として定められている。

3-1-2 策定の背景

第一次国民健康づくり対策は、戦後の平均寿命延伸や体位向上により国民の健康水準が大きく改善する一方、都市化や生活環境の変化に伴い、運動不足、栄養の偏り、肥満、高血圧、糖尿病など、日常生活と深く関連する健康課題が顕在化したことを背景に策定された。昭和 53 年版厚生白書では、脳卒中、がん、心臓病などの成人病が増加し、国民の保健需要が多様化していることから、従来施策の延長ではなく、国民一人ひとりが「自分の健康は自分で守る」という考え方に基づく総合的な健康づくり対策を推進する必要性が示されている。

以降、日本では健康増進に係る取組として、「国民健康づくり対策」が昭和 53（1978）年から数次にわたって展開されてきた。

国民健康づくり対策の変遷

1978年の第1次対策から、健康日本21（第三次）まで

1978年～

第1次国民健康づくり対策

「自分の健康は自分で守る」という自覚を基本に、行政が地域密着型の保健サービス提供体制を整備。

3本柱：生涯を通じる健康づくり／基盤整備／普及啓発

1988年～

第2次国民健康づくり対策 《アクティブ80ヘルスプラン》

第1次対策を拡充し、特に運動習慣の普及に重点化。

栄養・運動・休養の均衡がとれた健康的な生活習慣の確立を目指した。

2000年～

第3次国民健康づくり対策 《健康日本21》

壮年期死亡の減少、健康寿命の延伸、生活の質の向上を目的に、生活習慣病等について10年後を目途とした目標を設定。関係団体と連携し、「一次予防」を重視。

2013年～

第4次国民健康づくり対策 《健康日本21（第二次）》

少子高齢化や疾病構造の変化を背景に、生活習慣・社会環境の改善を推進。

最終目標：健康寿命の延伸／健康格差の縮小

2023年～

第5次国民健康づくり対策 《健康日本21（第三次）》

「国民の健康の増進の総合的な推進を図るための基本的な方針」に基づき開始。新たな健康課題、社会背景、国際的潮流を踏まえて推進。

出所：厚生労働省資料を基に作成

生活習慣病患者 450 名にアンケートを実施

診療状況、日常における疾患管理、デバイス・サービスの利用状況等を調査

(3) 薬剤の使用頻度

① 全体

▶ 服薬は

全体
(n=450)

日 3 回以上
日 2 回
日 1 回
日に数回
日 1 回以下
必要な時だけ使用する
薬を使用していない
わからない・答えたくない

医師か
次いで「1
薬指示が
といった

最も高かった。
回から 2 回の服
使用していない

② 疾患別

▶ 糖尿病

全体

日 3 回以上
日 2 回
日 1 回
日に数回
日 1 回以下
必要な時だけ使用する
薬を使用していない
わからない・答えたくない

高血圧症

糖尿病

脂質異常症

疾患別
回以上」
は 7%、「

は 11%、「1 日 3
、「1 日 2 回」
心である。

4-2-3 日常における疾患管理状況

(1) 運動や身体活動に対する意識や取組み状況

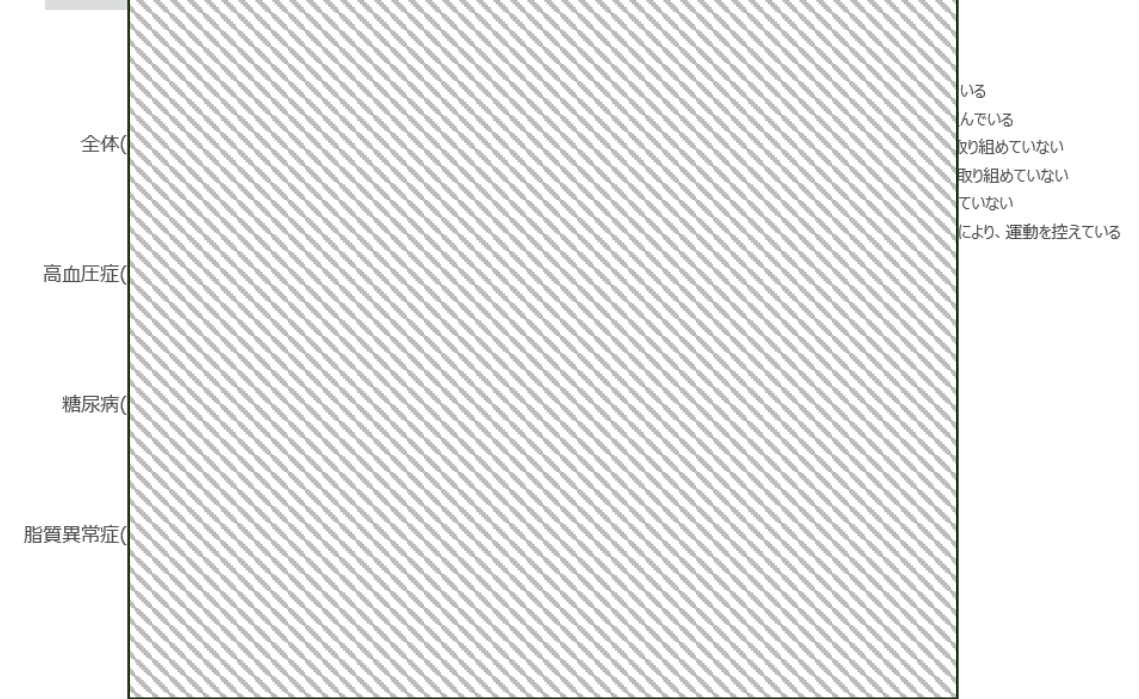
① 全体

▶ 9割以



② 疾患別

▶ 疾患別

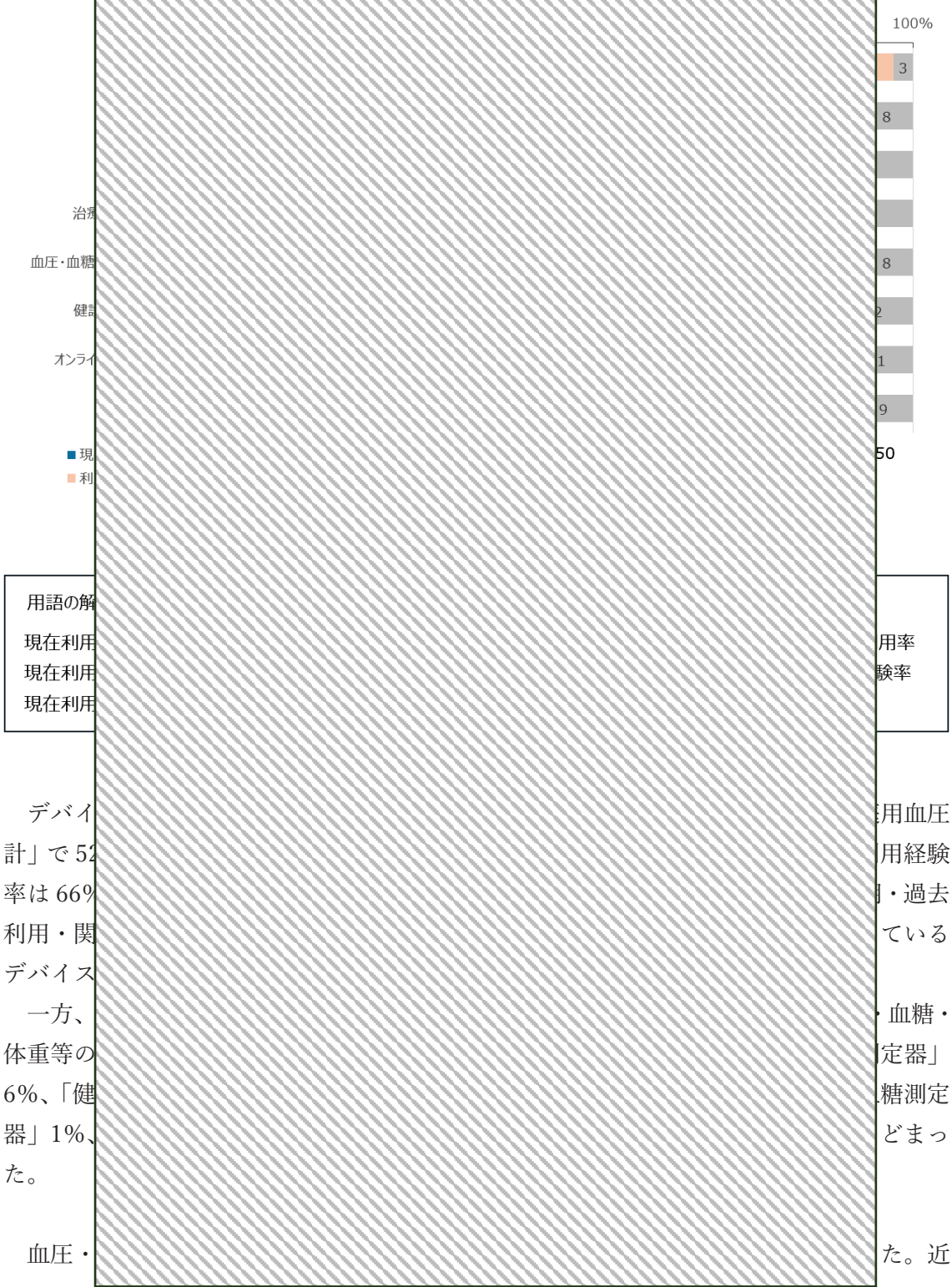


4-2-4 デバイスやサービスに対する意識や利用状況

(1) デバイス・サービスの利用・関心状況

① 全体

▶ 家庭用



年は、多
タを自
が、測
担を減
要素に

(2) デバ

① 全体

▶ サー

全

■ 0円

デバ
72%で
は、「1
10,000
る層は
有料
半を占
患者が
ことが

デバ
度購入
り、健
ること
課金型
れる。

また
診療費
に対し

定デー
導入者
の負
える

100%

ない

用」が
利用で
以上～
してい

荷が大
習慣病
である

など一
ケアプ
れてい
は月額
とみら

でに
利用料
者が自

事業者インタビューを参考に各デバイス・サービスにおける、 価格、プロモーション、製品開発、事業課題等を分析

(2) 競争軸

で、
定時の
協力し
に回答

音感、測
ビューに
のよう

タニタ	1.「昇圧式」の採用	互
エー・アンド・デイ	互	互

表.最新モデルの改良点・自社製品の強みに対する 2 社の回答

両社
担軽減
てい
ない。
かが、
加
て挙げ
定デ
てい
展開
合的

定時の負
食に移っ
活用され
かどうか
強みとし
らず、測
を示し
なども
つけた総

管理		管理
の機		の機
と自		と自
復支		復支
のよ		のよ
る		る

おいしい健康 (おいしい健康)	
カロママ プラス (Wellmira)	
あすけん (asken)	

表.各社の研究を実施する理由

A large rectangular area with a diagonal hatching pattern, representing a placeholder or a specific design element. The hatching consists of thin, parallel lines slanted at approximately 45 degrees. The pattern is uniform across the entire rectangular area.

5-6-5 プロモーション

た な ワ 自 全 把		で ッ ぼ、 数 は 題を
----------------------------	--	------------------------------

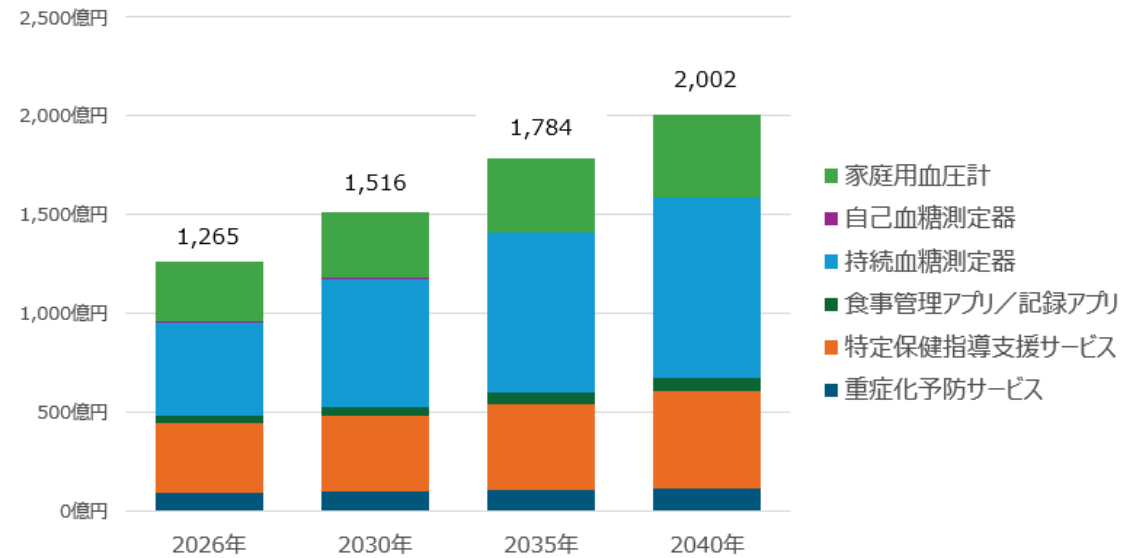
SOMPO ヘルスサポート		
Wellmira		
メディアヴァ		
asken		

表.各社のプロモーションに対するコメント（抜粋）

ー ン手 会け の場 るこ てい ま 単発 よる 険者 ある 運用 こ 起す 紹介 スで が重		ヨ 協 外 あ つ め、 に 保 で や 喚 ら、 ビ と
---	--	--

市場規模の推移、内訳、算出方法をすべて掲載

6-1-6 生活習慣病予防管理サービスの市場規模



	単位: 億円
家庭用血圧計	3
自己血糖測定器	4
持続血糖測定器	0
食事管理アプリ/記録アプリ	73
特定保健指導支援サービス	93
重症化予防サービス	99
合計	02
生活習慣病予防管理サービスの市場規模	6
億円	
市場規模	持
持続血糖測定器	予
予防管理サービス	、
保険適用	施
率	
家庭用血圧計	単
価格	よ
より	存
継続	
需要	

7-1 株式会社エー・アンド・デイ

(1) 企業情報およびサービス情報

企業情報

本社住所	東京都豊島区東池袋三丁目 23 番 14 号		
設立年	1977 年	従業員数	2,480 名（連結、2026 年 3 月 31 日現在）
資本金	-	売上	693 億 2,600 万円（連結、2026 年 3 月期）
事業内容	電子計測器、産業用重量計、電子天びん、医療用電子機器、試験機 その他 電子応用機器の研究開発、製造および販売		

製品情報 1

画像	
製品名	UA-1100NFC
測定方式	オシロメトリック方式
測定範囲	圧力：0～299mmHg、脈拍：40～180 拍/分
測定精度	圧力：±3mmHg 以内、脈拍：読み取り数値の±5%以内
測定可能腕周	約 22～32cm
電源	単 4 形アルカリ乾電池 3 個
電池寿命	約 400 回（アルカリ乾電池使用時）
外形寸法	幅 36 × 奥行 31 × 高さ 144mm
本体質量	約 240g
通信方式	NFC 通信機能付き
付属品	取扱説明書、添付文書、クイックガイド、単 4 形アルカリ乾電池 3 個
特徴	ホースレス設計を採用した上腕式血圧計であり、簡便な測定が可能である。NFC 機能を搭載し、測定データをスマートフォンアプリへ容易に転送できる。コンパクトで携帯性に優れ、上腕式ならではの安定した測定を実現。本製品は 2023 年度グッドデザイン賞を受賞している。

(3) 企業インタビュー

(横山 優 氏 / 株式会社エー・アンド・デイ ヘルスケアマーケティング部)

■ 自 ・販		
1. 販 ➤		
2. 販 ➤		
・ 夕		
1. 夕 ➤		
2. 販 ➤		
・ 他		
1. 販 ➤		
2. 販 ➤		

ビジネスモデルの概観図や特定保健指導サービスの新規参入企業一覧 をまとめとして掲載（実際には A3 サイズ）

