韓国の介護ビジネス展望
～ すすむ高齢化、介護保険制度がスタート ～

ソウル駐在員事務所
所長　蜷木伸一
(現 国際営業部)

１．はじめに

日本で介護保険制度がスタートして 8 年後の今年 7 月、韓国でも同制度（正式名称：老人長期療養保険制度）が施行されました。韓国の高齢化比率（65 歳以上の人口が総人口に占める割合）は 9.5%（2006 年）と日本に比べるとまだ半分の水準ですが、日本が高齢化社会（高齢化比率 7%超）から高齢社会（高齢化比率 14%超）への移行に 24 年間かかったのに比べ、韓国は 18 年というスピードで高齢社会を迎え、2020 年には高齢化比率が 15%にまで達するといわれています。そして、2026 年には超高齢社会（高齢化比率 20%超）に突入するものと予想されます。

儒教文化が色濃く残る韓国では、親の面倒は子が見るものという考え方が強かったのですが、現在ではその考え方も変わりつつあるように感じます。現在親の面倒を見ている 50～60 歳代の人々が、その最後の世代になるのではとも言われています。現在 60 歳代の将来介護を受けるであろう側にも、将来は子供に面倒を見てもらえないという諦めにも似た気持ちがあるように感じます。

韓国の介護市場は日本と比較すれば小さな規模として始まりますが、現在 460 万人いる高齢者（65 歳以上）は今後も増え続け、シルバー産業も含めて、成長が見込まれる市場であることに間違いはありません。少子高齢化は日韓の共通した社会問題ではありますが、介護保険制度の施行に伴い介護や看護に携わる約 4 万人の雇用創出と、医療福祉機器をはじめとした関連産業の育成と成長が期待されているのです。

今後の動きに注目すると同時に、一足早く始まった日本のビジネスモデルも参考となるものと思われます。本稿では、日本とはやや異なる制度の内容、そして関連する産業に焦点をあてレポートしてみました。

２．介護保険の市場規模について

今年７月の制度開始時の給付対象者は、全高齢者の3.7%にあたる約17万人が適用を受けると予想され、2015年でも約20万人と推定されています。日本では、介護保険が施行された2000年時点で受給者は184万人（全高齢者の8.3%）であったことに比べると、10分の１以下という小さな規模からのスタートとなります。また、2010年に予想される保険料や本人負担を含めた総費用（介護保険市場規模）は2,000億円弱の規模と見込まれています。

３．介護保険制度の概要

韓国の制度は、日本の介護保険制度をベンチマークとしており、要介護認定の方法・手続きは日本と類似しています。１等級が高齢者の0.6%、２等級0.7%、３等級1.9%とみており、被保険者は国民健康保険の被保険者であり、日本のように40歳以上という区切りはありません。

韓国の介護保険制度における要介護度の等級（３段階）

最重症 （１等級）	**寝たきり状態でほとんど日常生活が不可能な状態 － 一日中ベッドの上での生活者で、自ら動けない寝たきり状態 － 日常生活の食事、排泄、着替えの全ての活動で全面的に他人の助けが必要**
重症 （２等級）	**日常生活が困難な重症の状態 － 車椅子を利用するが、座る姿勢を維持できない － 食事、排泄、着替え等で他人の完全な助けが必要 － 一日中大部分の時間をベッドの上で過ごすことが多い**
重等症 （３等級）	**相当な長期療養保護が必要な状態 － 食事、排泄、着替え等で部分的に助けが必要 － 他人の助けを受けてのみ外出可能**

保険料率は4.7%で、一般サラリーマンの場合半分は事業者負担があり、月額平均2,600ｳｫﾝ（約260円）程度の個人負担となります。自営業者の場合もほぼ同額であり、月額2,900円程度でスタートした日本と比べて一桁小さい水準といえます。

公費の負担が少ないためその分保険料負担の割合が大きくなっています。高齢化の進展に伴い介護保険財政の拡大を図るときには国民の合意が得られなければ、抑制的な運営となる恐れがあるのです。このため、あらかじめ給付対象者を絞り財政規模全体を抑制しているとも指摘されています。

新たに始まる韓国の制度は先行した日本の制度を十分に研究していますが、次に日本と韓国の制度について比較してみましょう。

４．日韓介護保険制度の相違点について

①　被保険者は健康保険加入者であり、保険者は国民健康保険公団

日本では、被保険者は４０歳以上で、給付対象は６５歳以上で介護が必要な高齢者となります。しかし日本では介護保険の財源が逼迫するなか、被保険者の範囲を２０歳などに引き下げ保険財源の安定化を図る議論もなされているようです。このような経緯をみて韓国では、被保険者を若年層も含めた健康保険加入者としました。

また保険者について、日本の場合には、市町村が国民健康保険の保険者として運営ノウハウを有していたため、介護保険制度でもそのままスライドしましたが、韓国では市町村にノウハウがなく地方自治体の歴史も浅いため、唯一ノウハウを持つ保険公団が保険者となったのです。

② 給付対象者は中度者以上

日本では要支援１，２「予防給付」、要介護１～５「介護給付」に分類され、軽度者の予防中心のサービス提供、中重度者重視のサービス提供体制が導入されています。韓国の場合、給付対象者の範囲においても、日本が軽度者を含んだため財源圧迫の要因になったことを重く見て、軽度者は利用対象とされず、中度者以上（３段階）を対象としました。

③ ケアマネジャーは存在しない

要介護認定の手続きは日本と類似しており、訪問調査からその後の判定により要介護度が決定されます。日本では、ほとんどケアマネジャーを介してケアプランが作成され、それに基づくサービス提供となりますが、こういったマネージャーが制度として存在しません。

健康保険公団による支援策やインターネットにサービス事業者情報が掲載されるとのことですが、最終的に利用者や家族が選択調整することとなります。過度に制度に依存することなく、家族の介護負担軽減や在宅給付をまず優先している点で日本との違いがみられます。

④ 現金給付あり

介護サービスの内容は、在宅、施設は日本同様ですが、特別現金給付があります。現金給付は島、へき地などで施設がなく、家族介護を受けざるを得ない場合に限定されています。

施設サービスについては、へき地だけに限らず整備が遅れていることが指摘されており、２００６年基準では需要に対して７割弱の水準にとどまっています。これに対し、政府もインフラ整備に努め、閉校した学校や児童福祉施設、地方中小病院の療養施設への切り替えなどで100%の達成を目指している状況です。

韓国・日本の介護保険制度の比較

	韓　国	日　本
名　　称	老人長期療養保険法	介護保険法
法律制定年月	2007 年 4 月	1997 年 12 月
法律施行期日	2007 年 7 月 （要介護認定申請等） 2008 年 7 月 （介護給付の提供・保険料の徴収等）	2000 年 4 月 （保険料徴収、在宅・施設サービス同時実施）
制度の建て方	医療保険活用型	独立型・地域保険型
保 険 者	国民健康保険公団（全国に１つ）	市町村（施行時点では約 3,000）
被保険者	国民健康保険の加入者	40 歳以上の医療保険被保険者 （65 歳を境に第 1 号・第 2 号被保険者と区別）
給付対象者	原則として高齢者	原則として高齢者
要介護度	３段階（中・重度）	７段階（要支援と要介護。施行時は６段階）
保険給付内容	在宅・施設サービス	在宅・施設サービス
現金給付の有無	島・へき地等で家族療養費	なし
利用者負担	在宅給付は１５％ 施設給付は２０％	１０%、施設入所の食費と宿泊費は給付対象外
財源構成	利用者負担と保険料負担。 保険料負担の 20%相当額は国庫負担	利用者負担以外は、公費と保険料で 2 分の 1 の負担。公費は、国と地方自治体で負担

５．シルバー産業の育成に向けて

急速な高齢化は避けて通れない危機だとしても、これを新しい需要を創り出す機会と捉えることもできます。高齢社会を支えるシルバー産業を、国としては次世代の成長基盤として育てることが急がれます。

韓国政府は、介護保険の施行開始と併せ、この時期に高齢者の割合が 10%を超え、１人当たりの国民所得も２万ドルに達し、質的・量的な面で関連製品の購買力が増加すると予想されるため、2008 年をシルバー産業の開花元年と定めました。

ここで言うシルバー産業とは、高齢者を対象とした商品、サービスに関連した老人福祉産業であり、韓国では下記の通り大きく、介護・医療機器・情報・余暇・金融・住宅・漢方・農業の８部門に分類されます。これら８大産業と、１９の戦略品目を集中的に、国の成長産業として育成していくこととしています。

８大産業と１９戦略品目

部　　門	１９戦略品目
介護産業	在宅介護サービス
医療機器産業	在宅／遠隔診断／診療及び携帯型多機能健康情報システム、漢方医療機器、看護支援及び室内外移動支援システム
情報産業	ホームケア、情報通信補助機器、老人用コンテンツの開発
余暇産業	高齢者に優しい休養施設
金融産業	リバース・モーゲージ制度、資産管理サービス
住宅産業	高齢者向けのリフォーム、高齢者向けの賃貸住宅
漢方産業	漢方保健観光、抗老化漢方機能性食品、老人用漢方化粧品、老人性疾患漢方薬製剤の開発
農　　業	高齢者向けＵターン教育、高齢者にやさしい田園型農業テーマタウン、定年退職者向け農場

出典：高齢化及び未来社会委員会「高齢親和産業活性化戦略」

2006 年に大韓商工会議所が発表した内容によれば、韓国のシルバー産業は 2010 年から 2020 年の 10 年間に、年平均 12.9%の高度成長期を迎えると予想しました。

2010 年から 2020 年の産業全体の成長率が 4.7%と予測されている中、関連分野である介護産業は 6.6%、医療機器産業 12.1%、情報産業 25.1%、余暇産業 13.7%、金融産業 12.9%、住宅産業 10.9%と高い成長率を達成すると予測されています。

しかし、現状は政府の資料によると、各産業の中で占めるシルバー分野の市場規模は、次の表にある通りです。2002 年時点では僅か 1.6%に過ぎず、2010 年でも 4.5%予想と、現時点では各産業に占めるシルバー分野が存在感の乏しいものとなっています。

各産業に占めるシルバー分野の推定市場規模予測　　（億ｳｫﾝ）

部　門	2002年		2010年		2020年	
	売上高	市場シェア	売上高	市場シェア	売上高	市場シェア
介護産業	129	100.0%	49,299	100.0%	93,661	100.0%
医療機器産業	7,008	33.8%	21,208	36.0%	66,544	39.8%
情報産業	2,446	0.1%	42,375	1.3%	396,732	7.5%
余暇産業	24,387	5.4%	73,370	8.5%	263,941	15.5%
金融産業	10,408	1.5%	55,240	2.9%	185,241	5.8%
住宅産業	5,871	1.0%	26,778	2.8%	75,045	4.9%
漢方産業	10,188	28.3%	21,153	30.7%	46,738	31.2%
農　業	3,383	1.0%	15,986	5.0%	29,564	10.0%
総　計	63,820	1.6%	305,409	4.5%	1,157,466	10.3%

出典：高齢化及び未来社会委員会「高齢親和産業活性化戦略」　　（１ｳｫﾝ＝約0.1円）

６．医療福祉機器業界の問題点

シルバー産業のなかでも特に需要の増加が見込まれる、医療福祉機器の国内関連産業の技術や生産レベルは、非常に低いといえます。国内の医療福祉機器製造会社の55%が資産規模１億ｳｫﾝ（約１千万円）未満の零細企業であり、そのため商品の種類も少なく、品質も低水準であるのが現状です。そのため、近年韓国で流通しているシルバー用品の 60～80%は輸入に依存しているといわれています。金額基準での輸入先は米国、ドイツ、日本、中国の順となっています。

販売先に関しては主に老人ホーム、福祉施設、介護センター、老人病院などですが、専門店などの流通体系が整えられておらず、一般高齢者への製品認知度がまだまだ非常に低いことが、医療福祉機器業界にとって大きなネックとなっています。ソウルのある日系企業は、一年半前より現地法人を設立し日本からの輸入介護用レンタルショップを開業していますが、まだまだ需要面と認知度面が不足していると聞きます。

また、医療福祉機器の商品開発から品目許可手続きに要する期間が長く、品質規格や標準化制度が不完全であり、体系的かつ総合的な支援システムの不備が指摘されています。今後の関連法令の整備が急務といえます。

７．高齢者用医療福祉機器等の市場について

現在韓国のシルバー用品の市場規模は、障害者用品と一般の医療機器市場が混在しているため、高齢者向けのみの正確な統計は困難のようです。しかしJETROによる独自の調査によれば、金額ベースでの現在の市場規模は、一般型ベッド、高齢者用携帯電話、義歯(インプラント)、高齢者用おむつ等一般的便宜用品が市場をリードしています。今後は電動車椅子、電動スクーター、電動型ベッドの市場拡大が予想されます。特に、移動機器分野は高い成長性が注目されています。これは高齢者の平均的生活水準の向上に伴う消費能力の拡大により、これまで高価な商品に分類されていた電動式移動機器の実質的な購買につながると期待されるためです。

高齢者に対するアンケートによれば、安全と健康を重視する傾向が強く、使用を希望する商品として人気が高いものとして、すべり防止靴、家庭用血糖測定器、マッサージ機、家庭用血圧計、サポーターが挙げられます。

汎用品については、既に低価格の中国や台湾からの輸入品やＯＥＭ生産されたものが主流であり、韓国内で生産するものは高価格品に絞っている傾向があります。医療用機器の分野では、逆に高価格の輸入品がシェアを拡大しているようです。介護保険制度の施行に伴い、高価格のため使用をためらう利用者向けに政府の支援が拡大されれば、この分野での消費拡大も今後大いに見込まれるものと思われます。

消費者側からみた今後の成長要因として、韓国で現在最も購買力があるとされる中高年層の高齢者層への移行が挙げられます。日本の団塊の世代と同様ある程度の経済力を持ち、自分への投資を惜しまない50代後半の世代が、今後5～10年後にはシルバー用品の主要な購買層となります。彼らは健康に対する関心の高い世代であり、現在の高齢者とは異なる消費パターンを見せると期待されています。

８．シルバー用品の流通チャネルについて

シルバー用品の流通チャネルは大きくオフライン流通とオンライン流通に分けられます。オフライン流通は、医療機器販売店、メーカー直営店、シルバー用品専門店、大型スーパー、デパート、シルバー用品レンタル店、訪問販売の形態が挙げられます。しかし、シルバー用品専門店が十分に整っていないため、医療機器専門店やデパートの健康関連用品コーナーにおいて医療用品や障害用品と併せて販売されているのが実情です。

シルバー用品の利用は日本などに比べれば認知度が不十分であり、消費者が購入する場合の専門的な情報もまだまだ不足しています。高齢者向けのイベント会場や各種関連施設（老人ホーム、福祉会館、病院等）における訪問販売が盛んに行われており、そのような無店舗販売による被害も時に見受けられるようです。

オンライン流通は、インターネットショッピングモールや各社ホームページでの販売と電話による通信販売があります。しかし、高齢者の大多数はインターネットを自由に使いこなせないため、インターネットを通じた販売は扶養家族による介護目的か治療目的の場合が多いものと思われ、実際の利用者である高齢者による購買にはあまりつながっていないのが現状のようです。

シルバー用品のインターネットショッピングモールの主なサイト例

www.silvercafe.co.kr　シルバーカフェ
www.silvermaul.co.kr　シルバーマウル（シルバー村の意味）
www.hyodolove.com　ヒョド ラブ（孝道愛の意味）
www.silvertoday.co.kr　GOLD CLUB

主な取扱商品：　シルバーカー、スクーター、車椅子、杖、床ずれ予防用品、大人用おむつ、
高齢者用靴、老眼鏡、電子治療器等

韓国の保健福祉部によれば、国内のシルバー用品製造会社は、約600社であり、そのうち約半分は資産規模約１千万円以下の零細企業と推定されています。そのため新製品の開発を行える企業は少なく、輸入に頼らざるを得ない状況です。国内の中小メーカーは直営流通網の構築が困難であり、オフライン流通では、大手流通業者（デパート、大型スーパー）の影響力が強いようです。このため、流通会社のマージン率がメーカーのマージン率を約２倍上回るとの評判であり、流通側の力が大きく働く構造となっているといわれます。

既に、低価格品目の場合は、台湾及び中国製が主として販売されています。韓国製品の場合は、健康保険などの補助金（販売価格の８０～１００％）の対象品目である電動車椅子、電動スクーターなどの一部品目に限られており、その生産もコストの削減のため中国などでＯＥＭ生産が中心となっています。

今年からの介護保険導入によって、補助金の対象品目の拡大が見込まれ、これが起爆剤となり、認知度の向上にともない業界の経営環境好転をもたらすことが期待されます。

今後は専門店の増加や、フランチャイズ形態のチェーン網を通した流通体系も一般化され、過去には需要不足で撤退したデパート、大型スーパーへのシルバー用品専門店の再入居や、薬局、医療機器店へ入居する新たな業態の出現も予想されています。

この他、韓国ではこれまで一般的にレンタルの概念に乏しかったため直接購入が主流となっていますが、ある日系企業は介護用品のレンタル事業を二年前にスタートしました。二百坪規模の売り場では、ベッドから車椅子、日用品の類まで日本で培ったノウハウを生かした千種類以上のアイテムを揃え、レンタルをこれからの目玉として市場の拡大を睨んでいます。

2008 年、ソウルで開かれた介護産業展示会の様子①

2008 年、ソウルで開かれた介護産業展示会の様子②

９．日系企業の参入、提携等の動きについて

韓国企業のみならず日系企業においても、韓国の介護市場に資本参加または提携といった形で、既に介護保険制度導入や高齢社会の中で蓄積したノウハウを売り物に事業展開を行っている事例をご紹介します。

① 食材宅配の「タクショク」～サムスングループ企業と提携

㈱タクショク（長崎県諫早市）～年商約８０億円で夕食宅配事業大手。2002 年に高齢者向け弁当宅配事業に進出、九州と関東に９８拠点があります。

同社は、韓国のサムスングループ企業で、リゾート開発を主としグループ内の社員食堂の運営やレストラン事業等も行っている「サムスンエバーランド」と、高齢者向け弁当の宅配事業で今年６月に業務提携しました。これを機に海外市場開拓につなげたい意向です。

タクショクがエバーランドにノウハウを提供し、エバーランドは韓国で同事業を展開する予定です。健康食に関するメニューのデータ共有や食材の情報交換、調理技術の指導等で連携していき、需要が拡大すればフランチャイズ展開する可能性もあります。これによりタクショクは、売り上げに応じたロイヤリティー収入を得ることになります。

② レンタル事業のテストマーケティング開始

㈱日本ケアサプライ（東京、東証マザーズ上場）～三菱商事系の高齢者向け福祉サービス会社、介護ベッドや車いす等福祉用具レンタル卸が主力です。

韓国三菱商事のネットワークを通じて、福祉用具レンタル卸サービスのテストマーケティングを開始し、ソウルを中心として今後代理店を募集していく計画です。

③ 合弁企業の設立

㈱シニアコミュニケーション（東京、東証マザーズ上場）～シニアマーケットのコンサル業務、調査、事業支援等を行っています。

韓国企業との合弁により、約１億円を出資しシニア市場調査、コンサル業務、介護情報提供サイト運営を行う法人を設立しました。

④ 大学との連携

㈱メデカジャパン（埼玉、ジャスダック上場）～デイサービス、ホームヘルプサービス、高齢者複合施設運営等が主業務です。傘下にある福祉専門学校が、連携している韓国の大田保健大学と人的交流事業を行うとしています。

１０．最後に

日本では介護保険制度がスタートし８年がたちましたが、介護をめぐっては制度そのものの持続性も危ういという厳しい状況のようです。一方、韓国では日本の例を参考としながら、介護市場がようやく本格的に動き始めた時期にありますが、まだ日本に比べると市場の規模や成熟度、社会的インフラの未整備など相違点も多いといえます。しかし、急速に進む高齢化を前にして医療機器、ＩＴ、住宅分野等のさまざまな関連産業と連携することで、今後は重要度が増し、活性化していくことが予想されます。

培ったサービス、ノウハウ等を日本企業が活かすことができれば、韓国の高齢者たちにも、より質の高い多様なサービスを提供できることとなるでしょう。今後、介護産業に関わる日本企業にとっては、国内と同様に高齢化がすすむ海外市場も視野に入れた活動が必要となってくるのではないでしょうか。

＜参考文献・資料＞
・国民健康保険公団ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞ
・韓国シルバー産業の実態調査／JETRO
・韓国の介護保険の成立と今後の課題／週刊社会保障