

S_{Shizuoka} E_{Economic} R_{Research} I_{Institute}

6

JUNE, 2012 No.572

まんすりー

「特集」雇用ミスマッチ解消に向けて

企業と学生の “顔の見える関係づくり”

「トップリーダー インタビュー」
遠州鉄道(株) 代表取締役社長 竹内 善一郎 氏

「調査01」

2012年ゴールデンウィーク動向調査

「調査02」

少子高齢化の進展で注目される「医療生活産業」

「Regular」

- 企業紹介／(株)平成建設
- 経営茶房／戦国武将から学びとりたい10の要諦
- 海外レポート／香港



SERI 一般財団法人静岡経済研究所

少子高齢化の進展で注目される「医療生活産業」

研究員 海野 寛
Satoru Unno



◆少子高齢化が進む中で、高度化・多様化する健康ニーズの充足と社会保障費の削減を両立するものとして、公的保険では十分に対応できない医療・介護周辺サービスである「医療生活産業」の創出に向けた取組みがはじまっている。

◆一口に医療生活産業といっても、サービスごとにマーケットや競争の状況は異なるため対応も違ってくるが、共通して重要なことは、高齢者に“安心感”を提供し、信頼を獲得することといえる。

◆医療生活産業を個別にみると、食事指導、健康指導サービスはマーケットとして確立するのに時間がかかりそうだが、介護旅行や外出支援は潜在需要が大きく、価格の妥当性が認められ、顧客の要望にきめ細かく対応できれば市場を開拓できよう。配食サービスについてはマーケットが確立されており、他社との差別化がカギとなる。

図表1 全国の年齢階層別人口の推移



資料：総務省「国勢調査」、国立社会保障人口問題研究所「将来推計人口」より当所作成

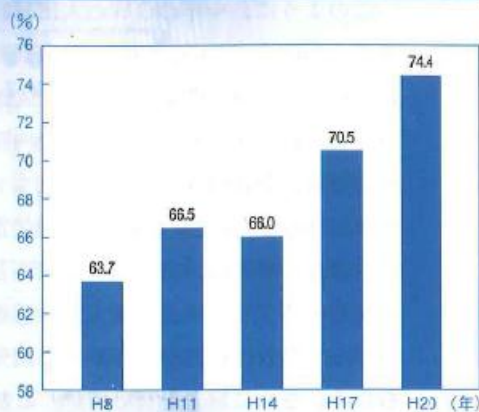
健康ニーズへの対応と社会保障費削減の両立に期待がかかる「医療生活産業」

少子高齢化が急速に進むわが国では、平成42年の高齢者人口が3,685万人と、現在の1.25倍の水準に達する見通しである(図表1)。人口全体は減っていくため、1.8人の現役世代(15～64歳)で1人の高齢者を支える社会が到来することとなる上に、社会保障費は高齢者の増加から膨らみ続けるなど、医療・介護を取り巻く環境は一段と厳しさを増すことが予見される。

その一方で、国民の健康、医療、介護に対する関心は高まりをみせている。内閣府の「国民生活選好度調査」によれば、「教育と文化」、「休暇と余暇生活」など、10の生活の諸側面^{*1}の中で最も重要度が高いとされたのが「医療と保健」であった。その選択肢を選ぶ割合は上昇傾向にあり、平成20年には74.4%と4人中3人が健康関連を重視していることがわかる(図表2)。

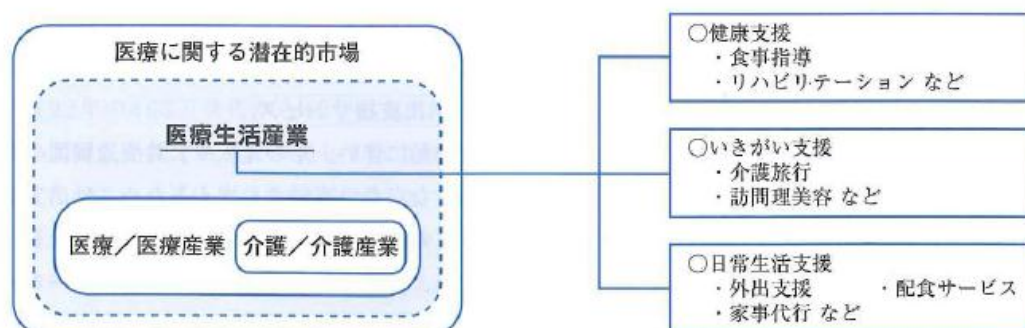
こうした状況下、経済産業省では、「医療生活産業」の創出に向けた取組みをはじめている。医療生活産業とは、公的保険では十分に対応することができない医療・介護周辺サービスを指している。具体的なサービスとしては、運動指導、食事指導といったヘルスケアから配食サービス、家事援助、外出支援

図表2 「医療と保健」を重視する人の割合の変化



資料：内閣府「国民生活選好度調査」

図表3 医療生活産業の概念図



資料：経済産業省「医療産業研究会資料」などをもとに当所作成

などの生活支援まで多岐にわたる（図表3）。

つまりは、疾病・介護状態からの早期の復帰や予防、またそうした状態にあっても生活の質の維持・向上に役立つサービスであり、その産業化によって社会保障費の削減・抑制も図っていこうとするものである。

そこで本稿では、医療生活産業に先駆的に取り組む企業の事例を通じて、中小企業が医療生活産業に関わりを持ち、ビジネスチャンスをつかむためのポイントを考察してみたい。

事例研究に際しては、医療生活産業と一口にいてもその中身は多岐にわたるため、ここでは、①健康支援、②いきがい支援、③日常生活支援という3つのタイプに分類し、健康支援の代表例として「食事指導」を取り上げ、いきがい支援については「介護旅行」を、日常生活支援については「外出支援サービス」と「配食サービス」についてみることにする。

普及遅れる食事指導 栄養士のネットワーク活かし市場開拓を図る

食事指導とは、医療機関等において管理栄養士が主に生活習慣病患者に対して問診を行い、その

人にとって適正な食事の成分や量を指導し、疾病の治療や健康管理に役立てようとするものである。

食事指導は、生活習慣病の各治療ガイドラインにおいても推奨されており、医師もその必要性を認識してはいるものの、管理栄養士を雇用する負担は大きく、また、より明確な効果測定が短期間で得られる投薬による治療を選択する傾向が強い

ため、一般的に普及していない。

こうした状況にあって、管理栄養士とネットワークを組んで、医療機関向けに食事指導支援サービスを行っているのが、㈱リンク&コミュニケーション（東京都）である。主力サービスである「カロリーママ^{※2}」は、医師が患者に食事日記をつけさせ、それを同社に登録する管理栄養士が添削して医療機関にフィードバックし、これに基づいて医師が患者に食事指導をするというものだ。いわば、“食事指導のアウトソーシング”といえるこのサービスは好評で、現在約1,000カ所の医療機関に採用されている。

人的コストがネックとなる介護旅行 専門員を各地に配置し費用削減

介護を必要とするような高齢者が旅をする介護

※1 10の生活の諸側面：「医療と保健」、「教育と文化」、「勤労生活」、「休暇と余暇生活」、「収入と消費生活」、「生活環境」、「安全と個人の保護」、「家族」、「地域生活」、「公正と生活保障」。これらの中で重要と考えるものを3つ以内で回答してもらった結果。

※2 カロリーママ：食事日記を1回添削する毎に3,000円を医療機関に課金する。

旅行。非日常に触れて心が豊かになり、介護予防にも効果があるといわれるが、要介護者にも対応した宿泊場所の手配や移動、食事のサポートをする者が必要など多くのハードルがあり、介護タクシーやヘルパーがずっと付き添う形では費用が割高になるなどの課題があった。

㈱SPIあ・える倶楽部(東京都)は、独自の「トラベルヘルパー^{※3}(外出支援専門員)」制度を確立し、こうした課題をクリアしている(写真1)。トラベルヘルパーとは、介護技術と旅行知識を併せ持った、いわば介護旅行のプロフェッショナルである。同社の篠塚代表がNPO法人を設立して、トラベルヘルパーの養成・認定を行っており、利用者が安心して旅を楽しめるように努めている。

さらに旅行費用を安くするために、トラベルヘルパーを全国各地に配置するようにしている。ある程度自分で移動できる高齢者にとっては旅先で必要に応じたスポット支援が重要となるため、各地にトラベルヘルパーを配置することで、費用を削減することができるのである。

現在では、全国に約600名のトラベルヘルパーがおり、この大きなネットワークを活用し、同社が手掛ける介護旅行は、国内海外を含め年間500

件に上る。

大手の参入が始まった外出支援サービス 配食サービスはすでに競争状態

①外出支援サービス

加齢に伴い、車の運転や公共交通機関の利用がままならない高齢者も増えるため、外出支援サービスの市場規模は拡大傾向にあるといえる。そのため、佐川急便を傘下に持つ㈱SGホールディングスなど大手企業の参入が始まっており、競争は激しくなっていく見通しだ。

静岡県内でも、㈱スタッフ・アクタガワ(静岡市)が外出支援サービスを充実させ、成果が出始めている。最近では、高齢者が、墓参りや葬儀、結婚式への出席など、「命には関わらないがどうしても行きたい」という外出を希望することが着実に増えているという。そのため、同社では「ぺんぎんハートサービス」と名付け、付き添いサービスを提供している。

そして、同社の外出支援サービスの中で最も要望が多いのが、病院内での介助である。同社では、「院内アシスト30^{※4}」として、介護保険の身体介護サービス利用者に対して、病院内での見守りや診察室内での付き添いサービスをはじめたところ、多くの顧客に利用され、喜びの声も届いているという。

このように、「通院だけでなく病院内でも付き添って欲しい」といった顧客の声に耳を傾け、保険で対応できないと断るのではなく、利用者本位のスタンスに立って対応することで、本サービスを中心に保険外サービスの利用は、月1、2件から35件まで増加した。

②配食サービス

栄養バランスのよい食事を定期的に配達する配



▲写真1：家族とともに介護旅行を楽しむ

※3 トラベルヘルパー：国内旅行で、要介護3～5の人に1日8時間サービスを提供した場合、交通費等を除き26,250円が基本料金としてかかる。同半日4時間では17,060円。その他に、夜間介護が必要な場合等は別途料金が加算される。

※4 院内アシスト30：前後に介護保険の身体介護サービスを利用することを条件として、30分788円で付き添いサービスを提供している。

食サービスは、介護保険で受けられるサービスには含まれないが、市町村が独自事業として行っている場合が多く、すでに多くの企業が参入している。主な対象となる高齢者単身世帯（65歳以上）は、平成22年の465万世帯から42年には717万世帯へと大幅に増加することが見込まれており、需要は拡大していく見込みだ。競争の激しいマーケットだが、特徴あるサービスを提供することでビジネスチャンスをつかむことは可能だろう。

㈱シニアライフクリエイト（東京都）は、「宅配クック123」の屋号で高齢者専門の弁当宅配サービスを行っている。おいしくて健康に良いメニューの開発に余念がないが、加えて同社では、管理栄養士が作成した弁当の栄養成分分析表を掛かりつけの医師に見てもらおうよう顧客に勧め、医師の了解をとることを促している。これによって、本人と医師の双方に安心感を与えることができ、その評判は広がっている。

そして、同社の一番の特徴は、弁当の製造については効率化を徹底し、配達に関しては逆に非効率に徹している点にある。同社の弁当は、一般的な「普通食」、そして力が弱い人向けの「やわらか食」などコース分けはあるものの、コース内のメニューは昼と夜で各1種類のみとしており、可能な限りロスを減らすよう工夫されている。

その一方で、配達については手渡しが原則で、足の悪いお客様が玄関に出てくるのを5分待つこともあり、「お変わりないですか」と一言声をかけるように徹底している（写真2）。屋号のワン・ツウ・スリーには、高橋社長の“向こう三軒両隣”の精神を持ってサービスするという強い思いが込められており、それまで寂しさを紛らわせる“井戸端会議”が目的で病院に行っていた高齢者が、配達員とコミュニケーションをとるようになって、病院に行かなくなった例もあるという。



▲写真2：㈱シニアライフクリエイトは、顔の見えるサービスでシェアNo.1を獲得

サービスごとに異なる市場や競争環境 “安心感”の提供が共通して重要に

以上の事例をもとに、医療生活産業でビジネスチャンスをつかむポイントを整理してみよう。

まず、「健康支援」については食事指導サービスをみてきたが、現在は医療として行われている、いわば官製市場であって開放されたマーケットではない。こうした状況からの脱却を狙った取り組み^{※5}が試行的に行われたが、食事指導について消費者の関心はあるものの、全額自己負担でサービスを受けることには抵抗感があることがわかった。

リハビリテーションについても、国の事業を活用して、医療機関で受けられる所定の期間を終えてしまった患者に継続して受けてもらうサービスを試行する段階にあり、健康支援については、消費者に認知され、マーケットとして確立するには時間がかかるものと思われる。㈱リンク&コミュニケーションのように、医療機関や介護事業者とのネットワークづくりを進めておくことが大切だろう。

次に、「いきがい支援」に関しては、大きな潜在

※5 脱却を狙った取り組み：㈱リンク&コミュニケーションでは、経済産業省の「平成23年度医療・介護周辺サービス産業創出調査事業」に採択されて、食事指導を医療機関から切り離れた新市場として創出できないかを検証した。具体的には、医師から食事指導処方箋を発行してもらい、同社の食事相談センターで食事指導を行い、その先の有料サービスにどれだけの人を誘導できるかを静岡と大阪で調査した。その結果、有料サービス利用者は皆無だったが、処方箋を発行した患者の約70％がセンターを来訪し、利用者や医師の評価も高かった。

需要があるだろう。旅行のほかにも趣味や理美容など、高齢者がいきがいを感じることでできるビジネスは有望と思われる。価格以上と思われる価値を提供することが市場開拓の必要条件となるが、中小企業の強みである機動性を活かして、顧客の要望にきめ細かく対応することで市場を広げていくことができるのではないだろうか。

最後に「日常生活支援」だが、外出支援については、介護旅行と同様に大きな潜在ニーズがありそうだ。通院など必需的な目的もあれば、墓参りや冠婚葬祭、コンサートなど選択的、嗜好的な目的もあり、外出支援は、あれば便利なサービスといえる。潜在需要を掘り起こすことになるため、いきがい支援と同様に価格の妥当性が普及のカギを握ることになるだろう。

そして配食サービスについては、すでにマーケットが形成されている。高齢者の増加で市場全体のパイは広がっていくと見込まれるが、参入障壁も低いことから業者間競争も激しいと予想される。こうした中であって、弁当の製造で効率化

を図る一方、配達においては非効率であっても声掛けを行い、“お節介な”サービスを徹底している(株)シニアライフクリエイトのように、他社との差別化をいかに図るかが重要となろう。

以上、医療生活産業でビジネスチャンスをつかむポイントをみてきたが、これらに共通して重要なことは、高齢者に“安心感”を提供することだろう。サービスに対する医師のお墨付きを得ることや、プロフェッショナル人材の育成、非効率だがコミュニケーションを重視することなどによって、“安心感”という高齢者や家族にとって大きな価値を加え、信頼を獲得することが大切といえる。

一口に医療生活産業といっても、サービスによってマーケットや競合の状況は異なり、料金設定などの課題も多い。しかし、少しずつではあるが確実に広がりを見せており、今後、医療生活産業が1つの産業として大きく成長し、中小企業に数多くのビジネスチャンスを提供することを期待したい。

海外設置物件

環境関連設備

省エネ関連設備

その他各種設備

導入をご検討中のお客様

ぜひ当社にご相談下さい



静銀リース株式会社

<http://www.shizugin-lease.com>

本社/〒420-0031 静岡市葵区呉服町1丁目1番地の2 静岡呉服町スクエア7階 TEL(054)255-7788

■ 中部支社 静岡市 TEL(054)255-7755

■ 西部支社 浜松市 TEL(053)452-6321

■ 東部支社 沼津市 TEL(055)962-1656

■ 東京・神奈川営業所 鎌倉市 TEL(0467)44-2828

■ 藤枝営業所 藤枝市 TEL(054)644-1111

■ 中遠営業所 袋井市 TEL(0538)43-6511

■ 富士営業所 富士市 TEL(0545)51-7777