

令和 5 年 5 月 17 日現在

機関番号：32420

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2022

課題番号：18K02115

研究課題名（和文）介護サービスの地域格差是正とエリアマーケティング手法の開発 日韓瑞の比較分析

研究課題名（英文）Regional Disparity Reduction in the Distribution of Long-Term Care Services and Development of Local Marketing Methods for Long-Term Care Services

研究代表者

宣 賢奎（SEON, Hyeonkyu）

共栄大学・国際経営学部・教授

研究者番号：90382796

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,400,000円

研究成果の概要（和文）：介護事業者の戦略的な事業所経営を可能にする介護サービスのエリアマーケティング手法の開発を目的とし、任意の特定エリアにおける介護サービスの需給状況を可視化できる分析システムである「マーケットアナライザー介護分析バージョン」を活用し、介護サービスのハフモデル分析、主成分分析およびクラスター分析手法、介護サービスの重回帰分析手法を提示した。

本研究で示す分析手法を活用したエリアマーケティングを行うと、介護事業者はより正確な需要予測に基づく戦略的な事業所展開が可能になる。また、質の高い介護サービスの拡充に資することが期待でき、介護サービス供給の地域偏重の問題も是正される可能性が高まる。

研究成果の学術的意義や社会的意義

エリアマーケティングによって、地域における介護施設・事業所や医療施設などの多寡の状況が明らかになるため、地域ニーズに適した介護施設・事業所等のきめ細かい配置が可能になる。これにより、介護サービスの需要と供給のミスマッチが是正され、介護サービス利用者のサービス需要の機会と選択の幅が広がる。また、介護保険事業計画におけるサービス提供エリアの設定に苦慮している自治体の財政政策ならびに介護福祉政策立案にも貢献できる。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this study is to develop local marketing methods for Long-Term Care (LTC) services that enables more strategic business establishment management for LTC providers. It is an analysis system that can visualize the supply and demand situation of arbitrary LTC services in a specific area. Utilizing the "Market Analyzer TM Nursing Care Version", it presents a Huff model analysis of LTC services, a principal component analysis and cluster analysis method, and a multiple regression analysis method of LTC services.

Local marketing utilizing the analysis method shown in this study will enable LTC providers to strategically develop business establishments based on more accurate demand forecasts. In addition, it can be expected to contribute to the expansion of high-quality LTC services, and the possibility of correcting the problem of regional disparities in the supply of LTC services.

研究分野：福祉経営

キーワード：エリアマーケティング 商圈分析 介護サービス 地域差 介護保険制度 長期療養保険制度

様式 C-19、F-19-1、Z-19（共通）

## 1. 研究開始当初の背景

日本では、介護保険制度が創設されて17年が経過するなかで、要介護者の急増に伴って介護ビジネス市場が急拡大している。市場の急拡大に合わせ、介護ビジネス市場には数多くの事業者が参入しており、事業者間で激しい競争が繰り広げられている。しかし、参入のための客観的な統計指標が足りないため、未だに暗中模索を続けている民間事業者が多い。介護保険制度の導入初期、既存の事業者のなかには経営判断を誤ったため、事業所の削減を余儀なくされたところもある。介護保険制度の制度的欠陥もさることながら、多くの事業者が正確かつ緻密な需要予測に基づく事業計画を立てないまま、介護ビジネスへの参入を急いだことに起因していると考えられる。つまり、民間事業者の「どんぶり勘定」的な経験と勘に頼る事業展開は、介護ビジネス市場の実態を示す公的な全国的指標が足りないことによるところが大きい。換言すると、介護ビジネスへの参入を決定するサービス需要要因と供給要因が十分に明らかにされていないことを意味する。

このような現状に鑑みると、介護サービスの需要と供給の要因分析とエリアマーケティング手法の開発は、介護事業者の介護ビジネスにおける事業戦略（ドミナントマップづくりとポジショニングの明確化など）に役立つだけでなく、自治体の財政政策ならびに介護福祉政策立案にも貢献できると思量される。実際、日本では3年ごとの介護保険事業計画の立案の際にサービス提供エリアの設定に苦慮している自治体が多いと聞く。介護事業者も今後、経営戦略上欠かせない「市場の見える化（可視化）」を行い、そこから導かれる結果を定量的に分析し、事業戦略に活かすことが求められる。

## 2. 研究の目的

本研究は、介護ビジネスにおけるさまざまな事業リスクを回避するための介護ビジネス市場の可視化により、介護サービスの地域格差を明らかにするとともに、介護サービスの地域偏重の問題の是正と介護事業者のより戦略的な事業所経営を可能にするエリアマーケティング（商圈分析）手法の開発を目的とした研究である。

介護保険制度の改正や介護サービスの需給のミスマッチなど、制度ビジネスであるが故の事業リスクが大きい介護ビジネスにおいては、一般のビジネス以上の客観的なエヴィデンスに基づいた事業計画と中長期にわたる安定的なサービス供給が求められる。事業を脅かすさまざまなリスクをできるだけ回避しながら、着実にビジネスを展開するためには、事業環境の可視化を定量的に行うエリアマーケティングが必要不可欠である。

市場が急拡大している介護ビジネスでは、異業種からの参入や急成長企業の成功事例も珍しくない。しかし、市場の拡大は介護サービスの提供主体の多様化を加速させ、それによって熾烈な競争が繰り広げられている。今後、介護ビジネスにおいては、成長企業と衰退企業の選別が今以上に進み、質的淘汰の時代を迎えることになるかと推察される。介護ビジネス市場が質的淘汰の時代を迎えるにあたり、事業者にとっては、「市場の見える化（可視化）」が経営戦略上欠かせなくなる。

本研究により、介護サービスの地域格差が是正され、地域ごとのニーズに適した介護施設・事業所がきめ細かく配置されれば、介護サービス利用者が質の高い介護サービスを選べる機会が増え、要介護高齢者等の厚生が拡大する効果が期待できる。また、介護保険事業計画におけるサービス提供エリアの設定に苦慮している自治体の財政政策ならびに介護福祉政策立案にも貢献できる。

### 3. 研究の方法

本研究では、「マーケットアナライザー介護分析バージョン (Market Analyzer TM Nursing Care Version)」を使用し、介護サービスのエリアマーケティング分析手法を開発する。具体的には、エリアマーケティング専用エンジン「Tactician One」と多彩なエリア設定機能を持つインターフェイスを駆使して介護サービスの需給に関するクリティカルなデータ分析・解析を行う。分析・解析に際しては、従来の行政区域（都道府県別、市区町村別など）だけでなく、鉄道や河川、道路等のエリアの分断要因を考慮した新たなエリアを設定し、そのエリア内における介護サービスの需要と供給の量的な状況を可視化する。

また、エリアマーケティングに必要な小地域ごとの公表データが少ない現状に鑑み、小地域内の量的データと質的データを同時に「見える化」すべく、小地域統計データとして公表されていない統計データを推計するマイクロシミュレーション (IPF [Iterative Proportional Fitting] 法) により、市区町村単位でのデータをメッシュまたは町丁目単位のデータに再推計して特定エリアにおける介護サービスの供給の状況を明らかにする。同時に、地域人口分析 (Geodemographics) 手法により、任意に設定する特定エリア内の介護サービスの需要状況を地図化するとともに、消費者が物を購入したりサービスを利用したりする確率を予測するハフモデル (Huff Model) 分析によってそのエリアの介護サービスの需要を予測する。

本研究ではまた、主成分分析、クラスター分析などの多変量解析を行い、調査対象地域における今後の介護サービスの需要と供給を予測する分析手法の開発も試みる。さらに本研究では、韓国とスウェーデンにおける介護サービスの供給状況を明らかにしたうえで、介護サービスの基盤整備のためのマクロ的視点でのエリアマーケティングの有効性を検証するとともに、持続可能な長寿社会に向けた介護サービスの基盤整備に関する提言を行う。あわせて、本研究における分析手法の韓国とスウェーデンへの適用可能性をも探る。

### 4. 研究成果

#### (1) 平成 30 年度

平成 30 年度は、介護サービスのエリアマーケティングのためのデータ収集を行った。具体的には、東京圏 212 市区町村の行政区域 (都道府県別・市区町村別)、保健医療圏域 (二次医療圏)、小地域 (日常生活圏域)、地域包括支援センターの担当圏域別の介護事業所数をはじめ、65 歳以上の高齢者数、要介護・要支援認定者数、介護サービス受給者数、三世帯世帯数、世帯の平均世帯人員数、世帯の課税対象所得、世帯の貯蓄現在高、世帯の女性の就業率、持ち家・借家比率などの介護サービスの需要要因について集計した。また、行政区・日常生活圏域の人口密度、自治体の財政力指数、自治体の老人福祉費、医療機関数 (病院・医院・診療所)、既存の施設等の利用率=定員確保率 (医療機関の入院患者数・介護施設の入所者数) などの介護サービスの供給要因についても集計して Excel データ化した。集計したデータに基づいて東京圏 212 市区町村の介護サービス需給要因を明らかにした「東京圏における介護サービスの需給決定要因分析」という論文を執筆した。なお、平成 31 年度に予定していた韓国における介護サービス供給の地域格差の予備調査も行った。

#### (2) 令和元年度

令和元年度は、平成 30 年度に収集した Excel 形式のデータを Market Analyzer へインポートし、東京圏 212 市区町村における介護サービスの需給状況を可視化した。研究成果として、「介護サービスのエリアマーケティング手法」と「東京圏における有料老人ホームの供給余地分析」

という論文を執筆した。前者の研究においては、分析対象地域は埼玉県とし、埼玉県における訪問介護サービス、通所介護サービス、有料老人ホーム、買い物弱者と宅配・移動販売等の需給分析手法を提示した。後者の研究では、東京圏の251市区町村における有料老人ホームの新規開設の供給余地を明らかにするとともに、諸データをZスコア（指標の偏差値）化して供給余地に影響を及ぼす需要決定因子を明らかにした。研究の結果、都心部、都心から近い衛星都市、人口密集地域、交通の利便性が高い地域ほど供給余地が大きく、島嶼部、過疎地、山間部の地域ほど供給余地が小さいことが明らかになった。有料老人ホームの需要決定因子は一人当たりの課税対象所得、要介護認定者数、核家族世帯数、75歳以上高齢者人口、高齢単身世帯数、介護保険5施設・事業所数が考えられるという結果が得られた。

### (3) 令和2年度

令和2年度の研究では、韓国における介護サービスの供給状況と地域差を検証すべく、「老人長期療養保険統計年報」を用い、229自治体の介護事業所数を65歳以上の高齢者人口でウェイトづけし、可及的に日本と比較しながら検証した。そのうえ、2009年12月と2018年12月時点の介護事業所数、サービス提供人員数等を比較検討し、介護サービス供給の地域差の拡大・縮小の状況を明らかにした。研究の結果、①韓国の介護事業所の増加率は日本に比べて緩やかである、②都市部の多い自治体は介護保険施設が少なく、③中山間地域の多い自治体は在宅介護事業所が少ない、④介護事業所の約半数が首都圏に集中している、⑤在宅介護事業所に比べて介護保険施設の地域差が相対的に大きい、⑥昼夜間保護事業所は地域差が解消されつつあるが、訪問看護事業所は依然として地域差が解消されていない、⑦サービス提供人員の規模が介護サービス供給に影響を及ぼしているなどの結果が得られた。上記の研究結果を踏まえ、「韓国における介護サービス供給の地域差」という論文を執筆した。

また、日本における介護サービスの供給状況と地域差についても検証すべく、埼玉県を研究対象地域とし、埼玉県の72市区町村における訪問介護事業所および通所介護事業所の新規開設の供給余地を明らかにするとともに、供給余地に影響を及ぼす需要決定因子を明らかにした。研究成果として、「埼玉県における訪問介護サービスのエリアマーケティング」および「埼玉県における通所介護サービスのエリアマーケティング」という論文を執筆した。両研究において、人口密集地域、交通の利便性が高い地域ほど介護サービスの供給余地が大きく、平均世帯人員が多い過疎地、山間部の地域ほど供給余地が小さいことが明らかになった。介護サービスの需要決定因子は高齢単身世帯数、一人当たりの課税対象所得、既存の介護保険事業所数、平均世帯人員数、一般病院数が考えられるという結果も得られた。

### (4) 令和3年度

令和3年度は、「マーケットアナライザー介護分析バージョン」を活用し、介護サービスのハフモデル分析、主成分分析およびクラスター分析手法、介護サービスの重回帰分析手法の開発に取り組んだ。本研究で示す分析手法を活用してエリアマーケティングを行うと、介護事業者はより正確な需要予測に基づく戦略的な事業所展開が可能になる。また、質の高い介護サービスの拡充に資することが期待でき、介護サービス供給の地域偏重の問題も是正される可能性が高まる。上記の研究結果を踏まえ、「介護サービスのエリアマーケティング手法の開発」という論文を執筆した。

また介護施設・事業所の経営状況と収支に影響を及ぼす要因を明らかにするとともに、政府の介護保険政策が介護施設・事業所経営に及ぼす影響度についても研究した。研究の結果、①収支

差率の漸次減少、②介護施設および居住系・通所系事業所の平均収支差率が高い、③土地代が安い地域に立地、定員・訪問回数・延べ利用者数・実利用者数が多い介護施設・事業所ほど収支差率が高い、④介護職員の給与費の漸次増加に伴った給与水準の改善などが明らかになった。介護施設・事業所の収支差率に最も大きく影響を及ぼす要因は看護・介護職員1人当たり給与費である可能性が示された。介護施設・事業所の収支差率の増減と介護報酬の増減の相関はそれほどみられず、政府の介護保険政策（介護報酬の改定）が介護施設・事業所経営に及ぼす影響度はそれほど高くないが、介護報酬の引き下げと収支差率の減少には一定の関連性があることが示唆された。本研究の成果として、「介護保険事業者の経営状況分析—介護事業経営実態調査結果に基づく分析—」という論文を執筆した。

#### (5) 令和4年度

最終年度は、通所介護事業所の戦略的な事業所経営を可能にするエリアマーケティングを行うことを目的とし、新規事業所の吸引率に影響を及ぼす魅力値として競合事業所の利用者数に基づく売上高を用いて通所介護事業所のエリアマーケティングを行った。研究の結果、任意に設定したエリア内の新規通所介護事業所の利用率に影響を及ぼす要因として周辺地域から事業所までの距離のみを用いた場合と競争優位の強みとして競合する他事業所の売上高を加味した場合の吸引率の違いが見られた。したがって、新規介護事業所の開設候補地のポテンシャルを測る際は距離だけでなく、新規開設候補地における既存の他事業所の売上高をも用いて分析する必要がある。本研究の結果を踏まえ、「Huff model 分析に基づく通所介護サービスのエリアマーケティング」という論文を執筆した。

また令和4年度の研究では、埼玉県内の通所介護事業所の経営分析に基づき、事業所の収支に影響を及ぼす要因を明らかにした。研究の結果、①通所介護事業所は人口が多い市部ほど多いが、高齢者人口でウェイト付けすると必ずしも人口規模と事業所数は連動しない、②経営主体は営利法人が事業所の約7割、③稼働年数は約5割の事業所が10年以下、④1か月の延べ利用者数は約7割の事業所が50人以下、⑤1事業所当たりの平均推計売上高は通所介護事業所が月額約565万円、地域密着型通所介護事業所が月額約258万、認知症対応型通所介護事業所は月額250万円であることが明らかになった。通所介護事業所の収支に影響を及ぼす要因は利用者数であることが示されたが、定員規模の小さい事業所ほど、軽度の要介護者を多く受け入れている事業所ほど高い収益を上げている傾向にあることが示唆された。本研究の成果として、「埼玉県内の通所介護事業所の経営分析」という論文を執筆した。

## 5. 研究課題

本研究では日本だけでなく、韓国・スウェーデンの介護サービスの供給状況をも明らかにしたうえ、3か国における介護サービスの地域格差是正のための政策提言を行う予定であったが、2020年からの新型コロナウイルスの感染拡大により、予定していた韓国とスウェーデンの介護サービス供給の地域差に関する調査ができず、国際介護政策セミナーにおけるエリアマーケティングの有効性の検証もできなかった。

今後は、日本のみならず、韓国、スウェーデンにおける介護サービスの供給状況と基盤整備のためのマクロ的視点でのエリアマーケティングの有効性を検証するとともに、引き続き、持続可能な長寿社会に向けた介護サービスの基盤整備に関する政策提言を行う予定である。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計15件（うち査読付論文 10件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 9件）

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 26
2. 論文標題 埼玉県内の通所介護事業所の経営分析	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 国際地域学研究	6. 最初と最後の頁 9-26
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.34428/00013979	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 21
2. 論文標題 Huff model分析に基づく通所介護サービスのエリアマーケティング	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 共栄大学研究論集	6. 最初と最後の頁 1-12
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 20
2. 論文標題 介護サービスのエリアマーケティング手法の開発	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 共栄大学研究論集	6. 最初と最後の頁 1-17
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 25
2. 論文標題 介護保険事業者の経営状況分析 介護事業経営実態調査結果に基づく分析	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 国際地域学研究	6. 最初と最後の頁 69-93
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.34428/00013243	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 西下彰俊	4. 巻 10
2. 論文標題 韓国における介護の質に関する定期評価及び昼・夜間保護サービス提供の研究	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 社会学年報	6. 最初と最後の頁 1-26
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 24
2. 論文標題 韓国における介護サービス供給の地域差	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 国際地域学研究	6. 最初と最後の頁 41-61
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.34428/00012393	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 28(1)
2. 論文標題 埼玉県における通所介護サービスのエリアマーケティング	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 介護福祉研究	6. 最初と最後の頁 18-22
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 19
2. 論文標題 埼玉県における訪問介護サービスのエリアマーケティング	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 共栄大学研究論集	6. 最初と最後の頁 1-15
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西下 彰俊	4. 巻 40
2. 論文標題 台湾における高齢者介護システム、ケアマネジメント、エンドオブライフ・ケアの新展開	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 現代法学	6. 最初と最後の頁 53-93
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 西下 彰俊	4. 巻 32 (1)
2. 論文標題 討論者としての論点整理	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 家族社会学研究	6. 最初と最後の頁 99-104
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 27
2. 論文標題 介護サービスのエリアマーケティング手法	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 介護福祉研究	6. 最初と最後の頁 1-7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 18
2. 論文標題 東京圏における有料老人ホームの供給余地分析	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 共栄大学研究論集	6. 最初と最後の頁 1-18
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -



1. 著者名 西下彰俊	4. 巻 8
2. 論文標題 日本と韓国における介護保険制度および在宅高齢者に対するケアマネジメントの比較分析	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 東京女子大学社会学年報	6. 最初と最後の頁 17-37
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 26-1
2. 論文標題 東京圏における介護サービスの需給決定要因分析	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 介護福祉研究	6. 最初と最後の頁 1-9
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 宣 賢奎	4. 巻 16
2. 論文標題 要介護度改善と成功報酬	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 共栄大学研究論集	6. 最初と最後の頁 15-28
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.15067/00000558	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

〔学会発表〕 計10件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件)

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 介護サービスのエリアマーケティング手法の開発
3. 学会等名 第30回日本介護福祉学会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 介護保険事業者の経営状況分析
3. 学会等名 第35回日本保健福祉学会学術集会
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 韓国における介護サービス供給の地域差
3. 学会等名 第34回日本保健福祉学会学術集会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 埼玉県における通所介護サービスのエリアマーケティング
3. 学会等名 第33回日本保健福祉学会学術集会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 介護サービスのエリアマーケティング手法
3. 学会等名 第27回日本介護福祉学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 東京圏における有料老人ホームの供給余地分析
3. 学会等名 第32回日本保健福祉学会学術集会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 介護サービスのエリアマーケティング手法 日韓両国の介護サービスの地域差是正への視座
3. 学会等名 東京経済大学学術フォーラム
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 西下彰俊
2. 発表標題 韓国長期療養保険制度下における「見えざるケアマネジメント」の現状と課題
3. 学会等名 第18回日本ケアマネジメント学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 西下彰俊
2. 発表標題 在宅高齢者へのケアサービスとケアマネジメントに関する日韓比較
3. 学会等名 東京経済大学学術フォーラム
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 宣 賢奎
2. 発表標題 東京圏における介護サービスの需給決定要因分析
3. 学会等名 第31回日本保健福祉学会学術集会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 西下彰俊	4. 発行年 2022年
2. 出版社 新評論	5. 総ページ数 245
3. 書名 東アジアの高齢者ケア：韓国・台湾のチャレンジ	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分 担 者	西下 彰俊  (NISHISITA Akitoshi)  (80156067)	東京経済大学・現代法学部・教授   (32649)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------