

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 8 月 10 日現在

機関番号：32420

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2016

課題番号：26380767

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 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 Area Marketing- Comparative Analysis between Japan, South Korea and Sweden -

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)：本研究は、介護サービスの地域間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)を行うことを目的とした研究である。

研究では、介護事業者数、65歳以上の高齢者数、要介護・要支援認定者数、三世帯世帯数、平均世帯人員数、課税対象所得、人口密度、自治体の財政力指数など、介護サービスの需給要因を集計してマッピングした。そのうえ、介護サービスの需給調整のためのエリアマーケティングの有効性を国内外の学会等で報告し、持続可能な長寿社会に向けた介護サービスの基盤整備のための政策提言を行った。

研究成果の概要(英文)：This study was conducted to clarify and reduce regional disparities in delivering long-term care(LTC) services, and to implement marketing opportunities (commercial area analysis) that will allow LTC providers to strategically promote and enhance their business.

In this study, data on several factors that are considered to have an effect on supply and demand of LTC such as numbers of LTC providers, people aged 65 and older, LTC insurance recipients and beneficiaries, three-generation households, and average number of persons per household, amount of taxable income, population density and local government financial indicators were collected and mapped. Based on the study analysis and findings, the effectiveness of area marketing for achieving better balance between supply and demand and implications for constituting a basis for LTC to develop a sustainable aging society were presented at both domestic and international academic conferences and published in journals.

研究分野：福祉経営

キーワード：エリアマーケティング 介護サービス 地域格差

1. 研究開始当初の背景

日本では、介護保険制度が導入されて13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3,000を超える公的組織と1万社を超える民間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。行政の指導に従って法令を遵守しながら運営すれば事業として成り立っていた措置時代とは異なり、市場競争原理が導入された現在は、介護事業者にも一般企業並みの経営感覚が求められている。そこで介護事業者は生き残り業績拡大をねらい、さらなる経営効率化を図るとともに、事業のセグメント化と競争優位戦略を講じながら事業展開している。介護保険の制度改正の動向や介護ビジネスの市場環境を把握するとともに、要介護者のニーズを的確にとらえ、戦略的な経営革新を図り続けることが、介護ビジネス業界で競争優位に立つための必須条件となっている。

民間事業者が介護ビジネスに積極的に参入することで、サービス提供事業者間で適切な競争が生じサービスの質が向上すれば、介護サービス利用者が質の高いサービスを選べる機会が増えるので、要介護高齢者等の厚生拡大にも繋がる。要介護高齢者等のサービス選択機会の拡大はもとより、より質の高い介護サービスの基盤整備を進めるためには、今後も多くの民間事業者の介護ビジネスへの参入が求められる。

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、本研究を通してより明確になるであろう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(商圈分析)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、日本では第5期介護保険事業計画において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する必要がある。

したがって、今後の事業者の介護ビジネスにおける経営判断と経営戦略に資する要因を明らかにし、地域における介護サービスの基盤整備に貢献する本研究の意義は大きい。本研究は、従来の行政区域に固執せず、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地域区分に基づく任意の特定エリアにおける介護サービスの需給状況を数値化・指標化しようとするところに特徴がある。マクロデータを用いたマクロな視点でのエリアマーケティングを試みるところも本研究の独創的な点だといえる。特定エリアの介護サービスの需給状況を明らかにすることにより、生活圏域ごとの最適な介護事業所の配置が可能になる。また、本研究では日本・韓国・スウェーデンの3

か国の介護サービスの供給状況を明らかにしたうえで、3 か国における介護サービスの地域間格差是正のための政策提言を行う予定であるが、介護保険制度が施行されている日本・韓国と介護保険制度の存在しないスウェーデンとの介護サービス供給に関する比較研究は、3 か国における介護サービスの基盤整備に役立つという意味において、その必要性が高いと考えられる。

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を行うこと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ビ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

介護事業者の進出が他の地域に比べて相対的に多い三大都市圏(東京圏、名古屋圏、大阪圏)における介護サービスの需給状況を把握したうえで、従来の行政区域(都道府県別、市区町村別など)だけでなく、任意に設定した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(MarketAnalyzer™ Nursing Care Version)」を活用し、特定地域における介護サービスの需給状況を地図化した。具体的には、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を鑑み、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、総務省や厚生労働省などの諸調査をもとに市区町村単位で推計した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状況を明らかにした。

また本研究では、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った。

4. 研究成果

(1) 平成 26 年度

平成 26 年度の研究においては、介護サービス需給の現状把握に基づくエリアマーケティングを行うためのデータを収集した。具体的には、独立行政法人福祉医療機構（通称 WAM NET）、都道府県の「介護サービス情報公表システム」などを利用して三大都市圏（東京圏、大阪圏、名古屋圏）における 427 市区町村の介護事業者数、介護サービス需要要因として考えられる 65 歳以上の高齢者数、第 1 号被保険者数、要介護・要支援認定者数、介護サービス受給者数などについて集計した。また国勢調査、国民生活基礎調査、介護保険事業状況報告などの政府の諸調査を活用して介護サービスの需要と供給要因として考えられる子との同居の高齢者数、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、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、NPO 法人数などについても集計した。

あわせて、平成 27 年度以降のエリアマーケティングを想定したうえで、分析対象地域である 427 市区町村を従来の行政区画だけでなく、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についても試案した。また、平成 28 年度に予定していた韓国の老人長期療養保険制度（日本の介護保険制度に相当）下において介護サービスを提供している事業者数の把握と介護サービス供給の地域格差の予備調査を行った。

(2) 平成 27 年度

平成 27 年度は、介護サービスの需給に関するデータ解析とエリアマーケティングを行った。具体的には、平成 26 年度に収集した Excel 形式のデータを Market Analyzer

へインポートし、介護サービスの需給状況を可視化するためのマッピングを行った。例えば、調査対象地域のひとつである東京都における介護保険施設、在宅介護事業所に座標を付与し、地図上にマッピングするとともに、介護サービス需要要因として考えられる 65 歳以上の高齢者数、第 1 号被保険者数、要介護・要支援認定者数などについても地図化し、東京都の特定地域における介護サービスの需給状況を可視化した。

また、埼玉県における訪問介護事業所、有料老人ホーム、高齢者向け住宅の需要と供給余地分析を通して、埼玉県内の介護サービス需給の状況と地域格差を明らかにした（図 1～図 3）。

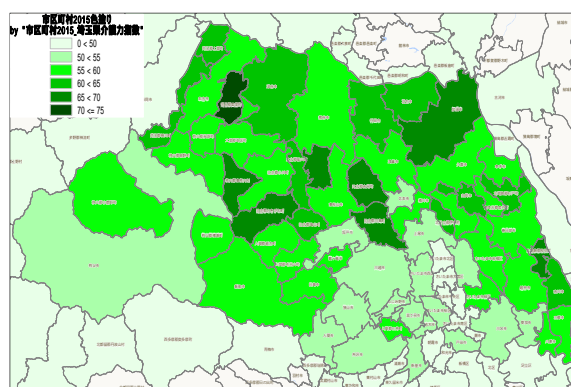


図 1 埼玉県の家庭内介護力指数マップ

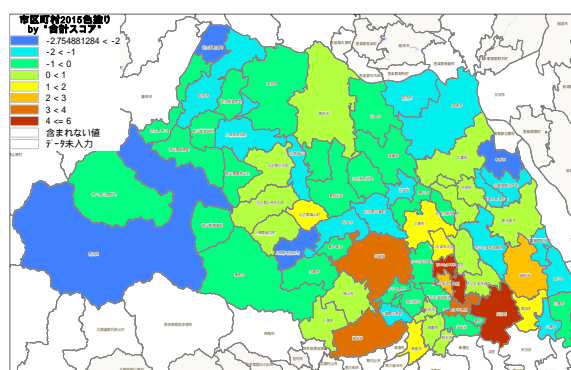


図 2 埼玉県における有料老人ホームの入居者ターゲットマップ

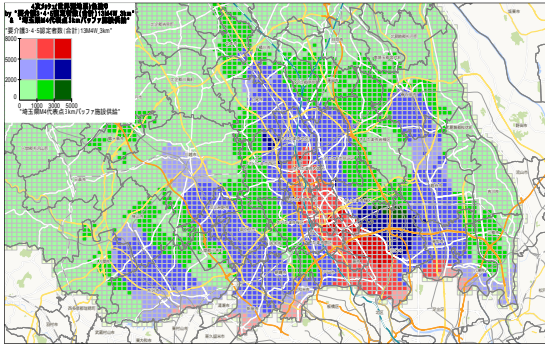


図3 埼玉県の高齢者向け住宅需給
バランスマップ

(3) 平成 28 年度

最終年度の平成 28 年度は、介護サービスの需給調整のためのエリアマーケティングの有効性を国内外の学会等で報告した。日本介護福祉学会、韓国老人福祉学会において日韓両国の介護サービスの供給状況と基盤整備のためのエリアマーケティングの有効性を提示したうえ、持続可能な長寿社会に向けた介護サービスの基盤整備のための政策提言を行った。

具体的には、事業者に対する補助金支給や介護報酬の地域加算、良質な介護サービス事業者をより積極的に育成・誘致、

介護職員の給与水準の引き上げを通じた介護職員の待遇改善、エリアマーケティングを通じたデータに基づいた地域格差の可視化と要因分析などを提言した。また、保険者による介護サービス給付適正化に向けた取り組み、自治体の財政負担と介護サービス計画の適切性を考慮した介護保障制度の再構築などについても提言した。

本研究により、日本、韓国、スウェーデンの介護サービスの地域格差が是正され、介護サービス利用者がより質の高い介護サービスを選べる機会が増え、3 か国に限らず、世界各国の要介護高齢者等の厚生が拡大することを期待する。

(4) 研究課題

本研究では、介護サービス需給の可視化により、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を行ったが、地域の実情に沿ったより詳細なエリアマーケティングを行うためには、従来の行政区域だけでなく、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さらに可視化する必要がある。また、任意に設定した特定エリア内の介護サービスの今後の需給予測分析を行うことも求められる。

今後は地域人口分析 (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給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分析を行う予定である。また、主成分分析、クラスター分析、重回帰分析などの多変量解析を通じた今後の介護サービスの需給予測分析手法の開発も試みる。

5 . 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計9件)

宣 賢奎、首都圏における介護サービス供給の地域格差と要因分析、共栄大学研究論集、査読有、13号、2015、1 - 23

西下 彰俊、スウェーデンにおける基礎自治体の社会指標としてのKKiK、現代法学、査読有、30号、2015、297 - 318

西下 彰俊、コミュニティの性能を多面的に測定するツールとしてのKKiK、いい住

まい いいシニアライフ、Vol .128、2015、
20 - 33

西下 彰俊、スウェーデンと日本における
高齢者ケアサービスの供給原則及びサ
ービスの展望、いい住まい いいシニアラ
イフ、Vol.129、2015、20 - 31

宣 賢奎、韓国の長期療養保険制度の最
新動向と課題、共栄大学研究論集、査読
有、14号、2016、1 - 37

宣 賢奎、韓国における介護サービス供
給の地域格差、日本ケアワーク研究会誌
「介護福祉研究」、査読有、23巻1号、
2016、35 - 39

宣 賢奎、介護保険制度の地域格差とそ
の是正策、日本ケアワーク研究会誌「介
護福祉研究」、査読有、24巻1号、2017、
16 - 22

宣 賢奎、訪問介護事業者の収益性決定
要因分析、日本保健福祉学会誌、査読有、
23巻2号、2017、13 - 21

宣 賢奎、市川 史祥、介護サービスの
エリアマーケティング、共栄大学研究論
集、査読有、15号、2017、1 - 15

[学会発表等](計5件)

宣 賢奎、首都圏における介護サービス
供給の地域格差と要因分析、第27回日本
保健福祉学会学術集会(於法政大学)、
2014

宣 賢奎、韓国における介護サービス供
給の地域格差、東京経済大学国際シンポ
ジウム「北欧と東アジアの介護政策及び
生活保障 その強みと弱みをめぐって」
(於東京経済大学)、2015

宣 賢奎、訪問介護事業者の経営状況と
収益性決定要因分析、第28回日本保健福
祉学会学術集会(於同志社大学)、2015

宣 賢奎、介護保険制度の地域差とその
是正策、第24回日本介護福祉学会(於長
野大学)、2016

宣 賢奎、長期療養サービス供給の地域
格差解消のためのエリアマーケティング、
韓国老人福祉学会2016秋季大会(於ソウ
ル大学)、2016

[図書](計0件)

[産業財産権]

出願状況(計0件)

取得状況(計0件)

[その他]

なし

6. 研究組織

(1) 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

(2) 研究分担者

西下 彰俊 (NISHISITA, Akitoshi)
東京経済大学・現代法学部・教授
研究者番号：80156067

(3) 連携研究者

なし

(4) 研究協力者

市川 史祥 (ICHIKAWA, Fumiyoshi)