

中国

China

日本式介護を中国でも

ジェトロ海外調査部中国北アジア課 森 詩織

中国における高齢者介護ビジネスは成長産業である。だが、日本企業が参入するに当たっては課題が山積している。日本のような介護保険制度はなく、国民の介護に対する認識も大きく異なるからだ。試行錯誤を繰り返しながらも深化する日本企業の先事例を紹介する。対中介護ビジネス展開の鍵は、現地目線で市場ニーズを把握し、「現地化」させた日本式介護の価値を分かりやすく伝えることにある。

拡大する要介護者向け市場

中国では2025年に高齢者（65歳以上）人口が15年の1億4,386万人から2億人超へと増加し、高齢化率が14%を超える「高齢社会」に突入する見込みだ^{注1}。高齢者介護の問題も深刻化しており、一人っ子政策^{注2}や核家族化などの影響も相まって、伝統的価値観に基づいた、家族による介護は限界に近づきつつある。

政府は、高齢者施設や社区（地域コミュニティー）、在宅介護を強化する制度構築など、具体的な対応策を打ち出している。高齢化問題に対応するためだ。13年には「养老服务産業の発展加速に関する若干の意見」を発表、民間資本の参入を奨励するとともに、外資単独での施設設立も認めた。16年からは、日本とは性質が異なるが、15都市で介護保険制度を試験導入することを決めている。

中国の介護ビジネス市場には、地場系、外資系を問わず企業の新規参入が相次ぎ、競争は激化している。富裕層向けの高級施設は、各地で新設されて供給過剰となった。その大半は自立して生活できる高齢者向けだ。だが、認知症高齢者をはじめとする要介護者の受け入れ先は、依然として不足している。そこで日系企業は近年、日本で培った要介護者向け介護のノウハウを導入することにより差別化を図っている。



上海礼愛頤養院（写真提供：リエイ）

リエイ（本社：千葉県浦安市）は13年12月、地場企業との合弁により、ベッド数298床の上海礼愛頤養院を開設した。認知症の高齢者を多く受け入れており、1ユニット6人のグループホーム（少人数共同生活介護）も一部導入した。同社は、12年に他社に先駆けて始めた北京市での小規模多機能施設の運営経験もあり、事業は軌道に乗りつつある。

日中医療福祉支援機構（本社：さいたま市、旧ウイズネットの一部事業を継承）は、14年から遼寧省大連市で社区デイサービスセンターを受託運営している。要介護者を対象とする食事・入浴サービスなどが好評で、健康な高齢者を対象とする他のデイサービスセンターとは一線を画す。17年3月には、2軒目となる多機能型施設をオープンしている。

自立支援への抵抗感も

そもそも「日本式介護」とは何か。日本企業へのヒアリングでよく耳にするキーワードがある。それは、専門的な「認知症ケア」、高齢者が自立して日常動作を行うための「自立支援」、高齢者一人ひとりの身体状況に応じ個別に対応するための「ケアプラン」だ。介護に対する認識は、中国と日本とでは隔たりが大きい。これまで中国には「自立支援」という概念はなかつ

た。中国企業が運営する老人ホームでは、手の震える高齢者がいた場合、スタッフが食事を口まで運んであげるのが一般的であり、その方が効率もよいという。一方、日本式介護を導入する施設では、たとえ時間がかかっても可能な範囲で自力で食べてもらう。こうすることで筋力向上とともに本人の自信回復を目指す。

中国では、入居者の家族が必要以上に全面的な介助を求めることが多い。「高齢者に無理をさせたくない」との思いからだ。そのため、日本式介護に強く反発することも珍しくない。家族の来訪頻度は日本よりも高く、施設側への要求も多い。介護の効果についても根気強く説明しなければならず、人手を割く施設側にとっては、日本とは異なる苦労があるようだ。

介護を担う人材に関しても、実務能力や経験、意識が日本とは大きく異なる。多くの日系施設では日本からスタッフを常駐させ、サービス水準を維持している。だが日本式をそのまま導入しているわけではない。日本での経験や考え方を基礎とするが、多くの場合、いわゆる「現地化」が欠かせない。例えば介護記録。介護保険申請に詳細記録が必要とされる日本とは違い、中国では、記録項目を必要最小限に絞っている。

福祉用具販売は「日本式介護」への理解から

日本の福祉用具メーカーも中国市場の開拓を進めている。しかし中国には、利用者の身体状況に応じた適切な福祉用具についてアドバイスする福祉用具専門相談員などがいない。関連情報も少なく、購入時の判断軸が価格にのみ置かれることも多い。日本製福祉用具について、遼寧省瀋陽市にある福祉用具店のオーナーは、「品質は良いが、商品の特徴を丁寧に説明しない限り、価格が高過ぎて顧客から見向きもされない」と言う。割高な日本製品の販売には、小売店や現地代理店による商品の説明が重要な鍵となろう。

介護用ベッドを中国で販売するフランスベッド（本社：東京都）は、販売代理店の育成に力を入れる。江蘇省南通市にある同社現地法人の田原啓佐総経理は、モーター式電動介護ベッドの使い方を中国各地の代理店向けに説明するため、中国語版の映像を提供している。ハンドル式手動ベッドと比較すると価格は高いが、高齢者が介護者の手を借りずに一人で起き上がったたり車いすへ乗り移ったりできるという、自立支援につな

がる利点を強調している。

日本の福祉用具の基礎にある「日本式介護」への理解が深まれば、日本の福祉用具も中国で受け入れられやすくなるため、日本企業間の業種の垣根を越えた連携も広がる。16年6月に上海市で開催された介護福祉関連展示会「チャイナ・エイド」には、フランスベッドと車いすメーカーのカワムラサイクル（本社：神戸市）が共同出展し、車いすから介護用ベッドへの移乗方法を実演紹介した。17年の同展示会ではさらに参加企業が増え、8社合同による出展を予定している。

売るのはモノでなくコト

車いすメーカーの日進医療器（本社：北名古屋）は、筋力の低下した高齢者でも利用可能な車いす「座王」を中国で販売している。中国で事業展開する中で構想が生まれ、開発された商品だ。従来型の車いすは、座る姿勢を維持するのに筋力が必要となる。筋力が不足する場合、専門的な調整技術を加えて腰掛けられるようにする。中国ではそうした技術者が不足している。



「座王」（写真提供：日進医療器）

「座王」の特徴は、背中の形に合わせて調整できる3D形状のバックシートが付いている点（写真）。専門的な技術がなくても簡単に調整ができる。中国市場での課題を解決するために考案されたモノだが、日本でも病院・施設などで人気商品となった。同社の亀野敏志開発部長は次のように語る。「日本企業の強みは、福祉用具という“モノ”ではなく、『体に負担なく座れるようになる』『介護負担が軽減する』という“コト”を提供していることではないだろうか」。

「日本式」といえば「高品質」というイメージが浸透している中国。日本企業は、「高品質」という漠然とした評価にとどまらず、それぞれ独自の「日本式介護」の要素を打ち出す必要がある。そのためには現地の目線で市場を把握することが重要となる。競合他社をベンチマークする中で、日本企業ならではの強みも浮き彫りになる。日本式を現地化させながら、その真価をいかに伝えていくかが問われている。

注1：国連の人口予測に基づく。

注2：1979年に導入され2016年1月に廃止された。