

中国

高齢者ビジネスの先を見据えて

ジェトロ海外調査部中国北アジア課 方越

高齢化が加速する中国は近年、高齢者向けの製品・サービスを提供する、いわゆる高齢者産業を育成するための施策を相次いで発表している。高齢者産業において経験豊富な日系企業にとって、中国は魅力的な進出先と映る。だが、現地で収益を上げるのは容易ではない。進出を検討する際は市場ニーズを見極め、収益の上がるビジネスモデルを構築する必要がある。

高齢者ビジネスの商機拡大

中国の総人口に占める65歳以上の割合（高齢化率）は、2014年に1割を超え、今後も上昇すると見込まれる。国連の予測によれば、高齢化率は50年に現在の日本と同水準に達する（図）。高齢化の進展に引き換え、中国における高齢者産業の発展は遅れている。民政部の李立国部長も、14年に開催された中国養老サービス業発展フォーラムの場で、「中国の高齢者産業は発展の初期段階にある。政策と制度が不完全で、サービスや製品のレベルも低い」と指摘した^{注1}。

13年、国務院は「養老サービス業の発展加速にかかる若干の意見」（国発〔2013〕35号）を発表した。省や市レベルでも相次いで関連政策が打ち出されたこ

とから、一部の専門家は13年を中国における高齢者産業の「発展元年」と呼ぶ。その後、高齢者ビジネスは一大ブームを迎え、大手不動産会社も、デイサービスセンターやカルチャースクールを備えた高齢者向け住宅や介護施設の建設に乗り出した。こうした大型投資により、高齢者向け施設はハード面では整備されつつある。だが施設運営のノウハウ、運営に携わる人材の育成、サービスなどのソフト面において十分な経験を有する企業は少なく、整備は遅れている状態にある。

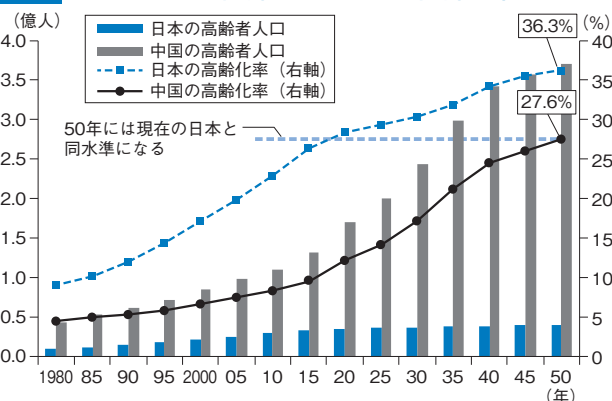
一方、1970年代から高齢化社会に突入した日本は、介護保険制度の後押しもあり、高齢者産業において豊富な経験を有する企業が多い。そうした日系企業からノウハウを学ぶことで他社と差別化を図ることができるとして、中国企業には連携を望む声が多い。

ジェトロは15年6月、広東省広州市で「日中（広東省）高齢者産業交流会」を開催した。フォーラム、日中企業の商談会、中国高齢者向け施設の視察という三つのプログラムを盛り込んで実施。当日集まった中国企業関係者は200人超。その数からも日系企業に対する関心の高さがうかがえた。

フォーラムで講演した広州養老サービス産業協会の陳文広会長は、「中国企業には地域における知名度とネットワークがある。日本企業は製品やサービスに秀でている」と双方の強みを分析、その上で「日中両国企業は相互の得意分野を生かして連携する余地が十分にある」と期待感を示した。

商談会では、約20社の日本企業に対して50社以上の中国企業が商談を申し込んだ。中国企業からの引き合いが特に多かったのは、日本式介護のコンサルティングサービスや、おむつなど的高齢者用製品。中国企業からは、「日本式介護は入居者ができないことを手助けするだけではなく、自分でできることを増やすサ

図 中国と日本の高齢者人口および高齢化率



注：2015年以降は推測値
 資料：国連「World Population Prospects : The 2015 Revision」を基に作成



活況を呈した「日中（広東省）高齢者産業交流会」

ポートを行う点が中国式との大きな違いであり、学ぶ価値がある」と評価する声が聞かれた。高齢者用製品を販売する日系企業と商談した中国企業は、「欧米など先進国の製品は、サイズが中国人の体格に合わないことが多い。日本製品は高品質である上、サイズもちょうどいい」と語った。

施設経営の採算は？

高齢者産業の発展とニーズの高まりを受け、中国の高齢者ビジネスへの参入を検討する日系企業は少なくないだろう。だが、実際に収益を上げるのは容易ではない。全国老齡工作委员会弁公室（以下、老齡弁）が15年に行った高齢者向け施設の調査^{注2}によれば、黒字企業の割合は全体の19.4%にとどまる。その理由としては、①介護保険の未整備、②高齢者向けの施設に対する伝統的なイメージ、が指摘できる。

まず①について。中国では、地方政府レベルで高齢者向けの施設などに対して建設時の一時金や補助金を支給するケースはあるものの、サービス利用者に対する直接的な補助制度は原則としてない。従ってデイケアサービスなどでは利用者が費用を全額負担しなければならず、所得の低い高齢者層は利用しにくい。ある企業の担当者は、「（デイケアサービスにおいて）人々が負担できる費用を月400元（約7,600円）と想定した場合、平均的な介護スタッフの給与（月給4,000元）を考えれば、1人で少なくとも利用者10人をケアしなければ経営は苦しくなる。介護の需要自体は大きいですが、利益を上げるための道のりは遠い」と介護サービスを採算ベースに乗せる難しさを語る。

他方、②は、親を高齢者向けの施設に入れることは「親不孝行」として、高齢者本人や家族が入居を嫌がる風潮がある。中国では自宅で子どもが親の介護を行うのが一般的だからだ。実際に老齡弁が実施した調査^{注3}でも、都市部の高齢者で施設に入居したいという回答は11.3%にとどまっている。

持続可能なビジネスモデル構築を

高齢者産業での進出を検討する日系企業は、こうした中国市場の文化的背景も十分に把握した上で、ビジネスモデルを構築していく必要がある。

日本で介護サービスを提供するA社は、中国では介護サービスに加え、産後の母子ケアサービスを地場企業と連携して提供する。中国には出産後の女性が一定期間、体を動かさずに療養に専念する「坐月子」という慣習がある。母子ケアサービスは産婦が療養する間、専属のスタッフが乳幼児や産婦の世話をを行うもの。一人っ子政策の影響もあり、子どもの養育にかかる支出を惜しまない傾向が強い中国では、質の高い母子ケアサービスに対する需要が大きい。

施設の運営方法を工夫することで、黒字につなげている地場企業もある。04年に事業を開始した広州友好老年公寓は、15年現在、ベッド数3,600床、入居者数は約2,500人と、中国で最大規模の高齢者向け施設を運営する。同施設では、要介護レベルを1~3級に分け、介護スタッフ1人が担当する入居者数をこのレベルによって決めている。要介護レベルが最も高い1級の場合、介護スタッフ1人が担当するのは3人まで。2級では5人、3級では10人までを担当する。各介護スタッフの負担は、日本に比べて大きいといえるが、政府から補助金を受けなくとも運営可能なシステムが構築できているという。施設の担当者は、「補助金や入居者からの保証金なしで利益が上がるビジネスモデルでなければ、長期的にビジネスを発展させることはできない。公共性の高い高齢者サービスは、継続的にサービスを提供できてこそ意味がある」と語る。

政府は15年、高齢者サービスを提供する民間企業に対し、税制面の優遇措置をさらに充実させる政策を打ち出した。今後、高齢者市場に参入する企業が増え、日系企業の優位性が薄れる可能性もある。高齢者関連の法律や制度が整備され、人々の意識が変化すれば、一気にビジネス機会が広がる可能性もある。しかし、それには長い時間を要するだろう。市場ニーズに合致した持続可能な高齢者産業の収益モデルを構築しておくことが必要である。

JA

注1：「経済日報」2014年5月5日付

注2：「中国養老機構発展研究報告」

注3：「2010年中国都市農村村部老人追跡調査報告」