

## 福祉機器業界の市場動向・経営状況

# 基礎調査報告 2

本会では、現在の福祉機器市場の動向と、福祉機器業界が現状をどう捉え、今後をどのように展望しているかを調査することで、関係者がこの現状と課題を的確に捉え、もってはわが国の福祉機器市場の発展と機器の開発・普及に資することを目的に本調査を実施した。

前号では、資本金や従業員数など企業の属性と、売上高推移など市場規模について報告した。本号では、企業の商品・販売戦略、海外市場、そして考察などについて報告する。

## 4. 福祉機器企業の経営状況

### (1) 介護保険施行後1年目と比較した現在の業績

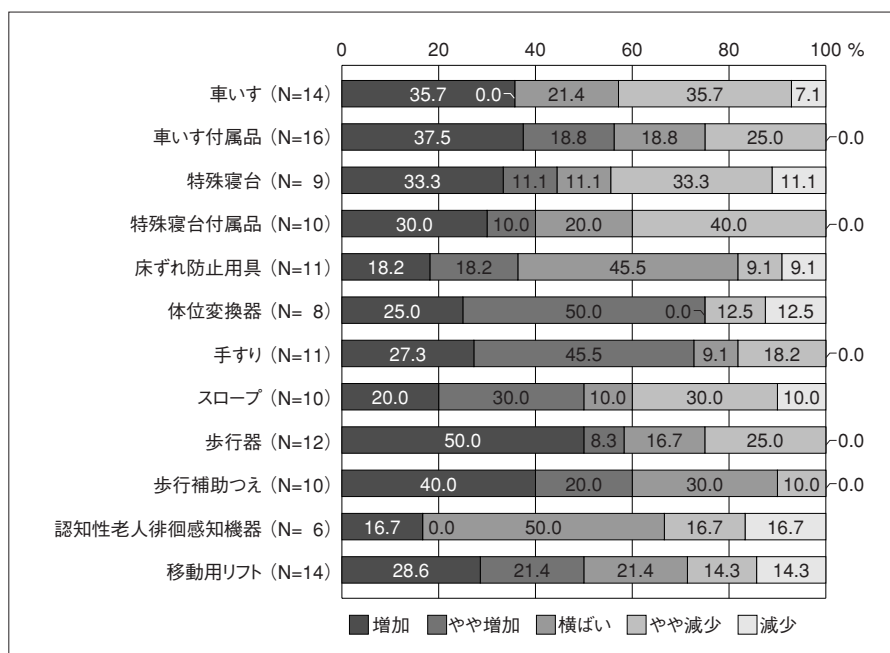
#### ①福祉用具貸与の対象商品

福祉用具貸与の対象商品のうち、販売実績が向上している割合(「増加」「やや増加」と回答した企業数から「減少」「やや減少」と回答した企業数を引いた割合)が多い品目は、「車いす付属品」(31.3ポイント)、「床ずれ防止用具」(18.2ポイント)、「体位変換器」(50.0ポイント)、「手すり」(54.5ポイント)、「スロープ」(10.0ポイント)、「歩行器」(33.3ポイント)、「歩行補助つえ」(50.0ポイント)、「移動用リフト」(21.4ポイント)となっている。

一方、販売実績が減少している割合が多い品目は、「車いす」(-7.1ポイント)、「認知性老人徘徊感知機器」(-16.7ポイント)となっている。「特殊寝台」「特殊寝台付属品」については、「増加」「やや増加」との回答と「減少」「やや減少」との回答が拮抗しており、企業によって明暗が分かれていた。

図表7

介護保険制度施行後1年目と比較した現在の業績(福祉用具貸与の対象商品)

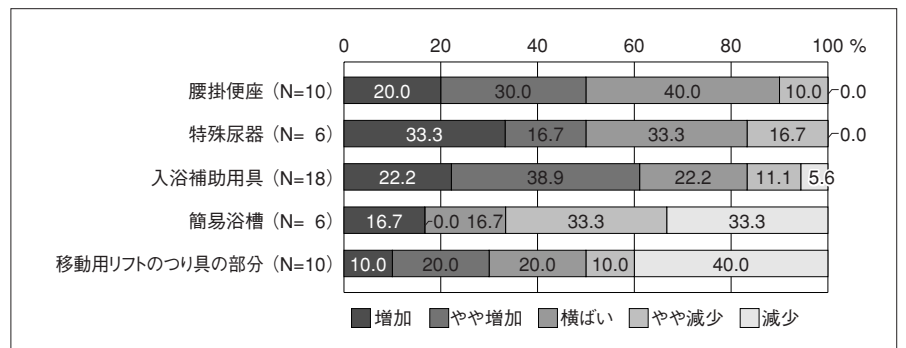


#### ②居宅介護福祉用具購入費等の支給に関わる特定福祉用具の対象商品

居宅介護福祉用具購入費等の支給に関わる特定福祉用具の対象商品のうち、販売実績が向上している割合(「増加」「やや増加」と回答した企業数から「減少」「やや減少」と回答した企業数を引いた割合)が多い品目は、「腰掛便座」(40.0ポイント)、「特殊尿器」(33.3ポイント)、「入浴補助用具」(44.4ポイント)となっている。一方、販売実績が減少している割合が多い品目は、「簡易浴槽」(-50.0ポイント)、「移動用リフトのつり具の部分」(-20.0ポイント)となっている。

「移動用リフトのつり具の部分」(-20.0ポイント)となっている。

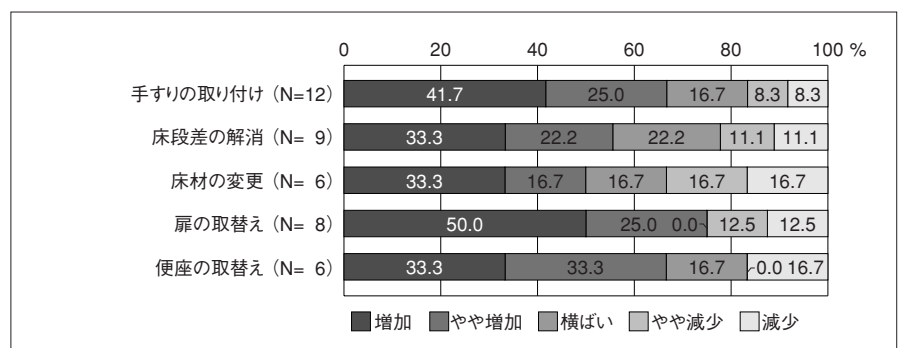
図表8 介護保険制度施行後1年目と比較した現在の業績(居宅介護福祉用具購入費等の支給に関わる特定福祉用具)



#### ③住宅改修に関する項目

住宅改修に関する項目のうち、販売実績が向上している割合(「増加」「やや増加」と回答した企業数から「減少」「やや減少」と回答した企業数を引いた割合)が多い品目は、「手すりの取り付け」(50.0ポイント)、「扉の取替え」(50.0ポイント)、「便座の取替え」(50.0ポイント)などとなっている。販売実績が減少している割合が多い品目は、見られなかった。

図表9 介護保険制度施行後1年目と比較した現在の業績(居宅介護福祉用具購入費等の支給に関わる特定福祉用具)



## 5. 福祉機器企業の経営戦略

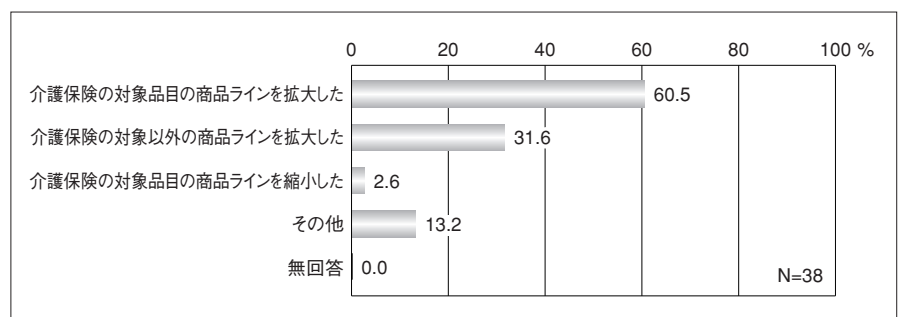
福祉機器関連事業にとっては障害者自立支援法の施行(2005年)、改正介護保険法の施行(2006年)など、制度的な環境変化が続き、事業戦略を見直す契機ともなっている。本調査では、こうした環境変化に対して、福祉機器関連企業がどのような事業戦略の見直しを検討しているかを把握した。

### (1) 介護保険改正と商品戦略

#### ①現在

介護保険制度の改正に対応して、既に見直しを行った企業は40%程度である。既に見直しを行った企業の中では、「介護保険の対象品目の商品ラインを拡大した」が過半数を占めた。「介護保険の対象品目の商品ラインを拡大した」企業は30%である。その他として具体的な方向性が示された回答としては、「住宅改修分野を拡大」、「商品の改良」(複数)、「介護予防分野への対応」があげられた。

図表10 取り扱い品目をどのようにしましたか:品目の種類



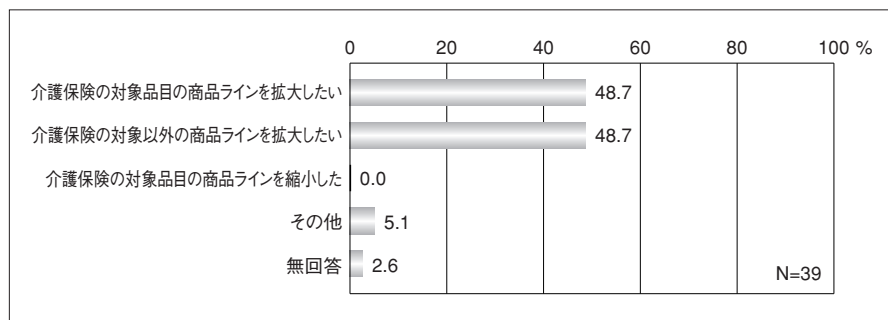
なお、価格の見直しに関しては、「低額(定番品)の商品ラインを拡大した」との回答が52.6%を占めたが、一方で「高額(高付加価値品)の商品ラインを拡大した」との回答も36.8%あった。

## ②今後

介護保険制度の改正に対応して、今後、商品戦略の見直しを考えている企業も、既に見直した企業とほぼ同数で、全体の40%程度である。見直しの方向としては「介護保険の対象品目の商品ラインを拡大したい」と「介護保険の対象以外の商品ラインを拡大したい」が同数であり、商品戦略の考え方は2分されている。

図表 11

取り扱い品目をどのようにしていこうと考えていますか：品目の種類



価格の見直しに関しては、「高額(高付加価値品)の商品ラインを拡大したい」との回答が61.5%を占め、「低額(定番品)の商品ラインを拡大したい」との回答は43.6%にとどまった。既に見直しを行った企業とは異なる傾向が見られる。

## (2) 介護保険改正と販売戦略

### ①現在

介護保険制度改正に対応し、既に販売戦略を見直した企業は回答企業の32.7%にとどまった。「見直した」と回答した企業の中では、取引先・販路の拡大、代替製品の開拓、などで売上額を維持したいとの回答が多数を占めた。また、介護保険制度の市場にこだわらず個人消費市場もねらえる商品の開拓、健康食品など福祉機器の隣接分野の事業開拓を目指す、などの回答もみられた。

### ②今後

介護保険制度改正に対応し、今後、販売戦略の見直しを考えている企業は回答企業の28.7%にとどまり、見直しを考えていないとの回答が半数近くを占めた。今後の見直しの方向性は、既に見直している企業とほぼ同様であるが、「通販、カタログ、インターネット」など従来とは異なる新たな販路開拓、建設・リフォーム分野への進出などの回答もみられた。

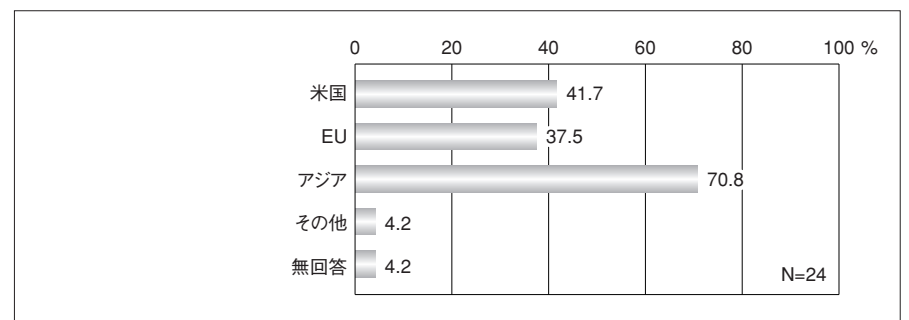
## (3) 障害者自立支援法と事業戦略

障害者自立支援法との関連で事業戦略を見直す意向を示した企業は、既に見直した企業も含めて13%程度にとどまった。「個別対応を必要とする機器の取り扱い」という切り口に対して、「今までと変わらない」27.7%、「わからない」37.6%、といった回答が多く、「今まで以上に積極的に対応する」は15.8%にとどまった。

## (4) 海外市場戦略

海外市場への進出に関しては、「積極的に展開する」23.8%、「関心を持って状況を見ている」32.7%を占め、前向きに捉えようとしている企業が半数以上を占めた。進出先としてはアジア(70.8%)を想定している企業が多いが、米国、EUを想定している企業も40%前後を占めている。

図表 12 想定する地域



## 【考察】

2006年は介護保険制度の改正があり、軽度の要介護者に対する福祉用具供給を抑制する方向での指導が出された。また、韓国での介護保険制度施行準備、中国での福祉機器市場形成の動きなどもあり、介護保険制度ビジネスの充実を進めてきた福祉機器関連事業者にとっては、事業の見直しの時期となった。介護保険制度の改正は、具体的に指導が出されたのは特殊ベッドなど一部の品目であるが、業界全体に占める割合が高い分野であるため、事業見直しの雰囲気は業界全体に波及した感がある。

調査によって、今後の福祉機器業界の動向変化の兆しが見られた。以下に主な事項の考察を整理しておく。

### ①売上業績の趨勢について

介護保険法改正の影響を最も大きく受けるベッドメーカー、レンタル事業者(同卸事業社)は、2006年を含めた1、2年の業績低下を織り込んで事業計画を見直している。売上減少の影響は、要介護者数全体の拡大を背景に、2、3年で2005年水準に回復すると見ている企業が多い。その間に、新規事業、新製品開発を進め、新たな成長分野を築きたいとの考えが見られる。

一方、中規模以下の企業においては、現時点では将来計画を立てられず、大手各社がどの様に次の成長戦略を見出すか、様子見の企業が多いと考えられる。

### ②新事業への取り組み

福祉機器メーカーは、現時点では新製品開発の目処は立っておらず、一部では異業種との連携による販路の見直し・強化を検討している企業もある。

レンタル卸など流通系事業者は、福祉用具貸与以外の在宅サービスに進出して付加価値を高めようとする方向と、医療機関との連携を強化して市場支配力を高めようとする方向とが見られる。全国展開の大手に対して、都道府県レベルの地域事業者のシェアが高まっており、地域密着型サービスとしてサービスの幅を広げる方向を模索する動きもある。

### ③海外市場への取り組み

海外市場への取り組みは、大手企業間でも対応はかなり異なる。市場としては中国、韓国が有力とのコメントは多いが、実際に進出している企業は少数にとどまる。大手事業者でも、当面は海外市場開拓は考えていないとの回答もある。REHACAREへの出展動向などを見ても、補助金が出された2005年度までに比べ、補助金給付がなくなった2006年度は出展企業が大幅に減っている状況であり、海外、特に欧米市場への進出に積極的な姿勢を示している企業は少ない。

海外市場開拓を進める企業においても、今後しばらくは、進出先での提携企業を模索する動きが続くと思われる。