

# 概 要 編

## 第1章 調査研究の概要

### 1. 調査研究の目的

団塊世代が高齢者となる平成27年以降、権利意識の高まりや経済的自立度の高まりもあいまって、シルバーサービス分野へのニーズはますます増大かつ多様化・高度化していくことが予想され、その関連市場の拡大が期待されている。

一方、高齢化がさらに加速することに伴って、社会保障給付費の増大が懸念されている。各社会保険制度の持続可能性を念頭におき、税・社会保険料負担及び社会保障給付のあり方の抜本的見直しが喫緊の課題となる中で、公的な施策の充実はもとより、国民が自助努力によって安心して高齢期の生活を迎えられる仕組みづくりが求められてくる。

また、わが国の社会保障制度の基本的考え方においても、国民生活は国民一人ひとりが自らの責任と努力によって営むことが基本（自助）とされており、公的保障と私的保障が補完し合って、国民の生活を支えていく体制を構築することが重要である。とりわけ、介護分野においては、公的介護保険制度だけで国民生活の全てをまかなうことは不可能であることから、私的保障の役割がますます重要になると考えられる。

そのため、本事業においては、公的介護保険制度を踏まえた上での民間介護保険等のあり方及び活用方策等を検討することによって、高齢期を迎えても、変わらず、安心して生活できる仕組みをつくることを目指す。

### 2. 調査研究実施方法と体制

本事業において、調査研究委員会を設置し、公的介護保険と民間介護保険の現状・課題を整理した上で、民間介護保険等のあり方及び活用方策等を検討した。また、高齢者の自助努力の促進策、ニーズの動向、シルバーサービスとしての民間保険会社の今後の方向性、それらの可能性を広げるための要件等を検討した。

なお、上記検討に資するものとして、業界団体（生命保険協会・損害保険協会等）、金融機関へのアンケート調査及び介護事業者等にヒアリング調査を行った。アンケート調査については、保険会社に対し、民間介護保険商品の取扱い・販売実績について詳細な質問を行い、既存の調査では得られない貴重な調査結果を得た。また、ヒアリング調査については、金融機関、介護事業者に対し、民間介護保険の現状、介護分野における民間介護保険の今後の可能性、安心して豊かに過ごすための老後の資金確保等について質問を行い、回答を得た。

### 3. 調査研究委員会委員

◎は委員長、○は副委員長  
(委員長・副委員長以外は 50 音順) 敬称略

◎	江口 隆裕	筑波大学大学院ビジネス科学研究科 教授
○	堀田 一吉	慶應義塾大学商学部 教授
	小林 一彦	第一生命保険相互会社 生涯設計企画部 部長
	小柳 樹弘	株式会社損害保険ジャパン 企画開発部 課長
	手島 恒明	日本生命保険相互会社 商品開発部 部長
	野田 敏明	株式会社明治安田生活福祉研究所 取締役 福祉社会研究部 部長
	山口 正統	三井住友海上火災保険株式会社 介護・サービス室 室長
	鷲見 拓志	東京海上日動火災保険株式会社 公務開発部 次長

### 4. 事業の実施手順

平成 20 年 10 月までに、関連情報調査及び方針の仮決定を行い、11 月 10 日に第 1 回調査研究委員会を開催し、基本方針を決定し、アンケート・ヒアリング調査の方針検討を行った。

これを踏まえ、アンケート調査票素案の設計を行い、12 月 25 日の第 2 回調査研究委員会において、同調査票素案を検討し、決定した。これを受け、ヒアリング調査及びアンケート調査並びにその結果の分析を行い、平成 21 年 2 月 26 日の第 3 回調査研究委員会において、調査結果を分析し、民間保険等の活用促進に向けた課題と方向性の検討及び事業報告書構成の検討を行った。その後、事務局にて、調査結果の取りまとめ、調査研究委員会の検討事項を整理し、事業報告書案の作成を行い、3 月 12 日の第 4 回調査研究委員会において事業報告書素案を検討し、その後委員長並びに委員の点検を経て、事業報告書を確定させた。

### 5. 事業報告書の作成及び配布

民間介護保険等のアンケート調査結果及びヒアリング調査結果、並びにそれらを踏まえた民間介護保険等における課題と今後の方向性の検討結果を事業報告書にまとめ、都道府県、市区町村、関係団体等に広く配布する。

## 第2章 公的介護保険の現状

### 1. 公的介護保険の仕組み

公的介護保険は40歳以上の国民を対象に強制適用されており、被保険者（加入者）は、第1号被保険者、第2号被保険者の二種類がある。第1号被保険者は65歳以上の者で、第2号被保険者は40歳以上65歳未満で医療保険に加入している者である。

公的介護保険サービスの利用を希望する者は、まず市町村から要介護認定を受ける必要がある。市町村に要介護認定の申請を行い、認定調査員等による訪問調査と主治医の意見書をもとに認定を行う。

### 2. 公的介護保険における利用実態

平成20年9月の介護サービス受給人数は、総計約378万人に上る。その内訳をサービス別にみると、7割以上が居宅サービス（約274万人）、2割強が施設サービス（約82万人）、残りが地域密着型サービス（約21万人）となっている。

### 3. 公的介護保険をとりまくシルバーサービス市場

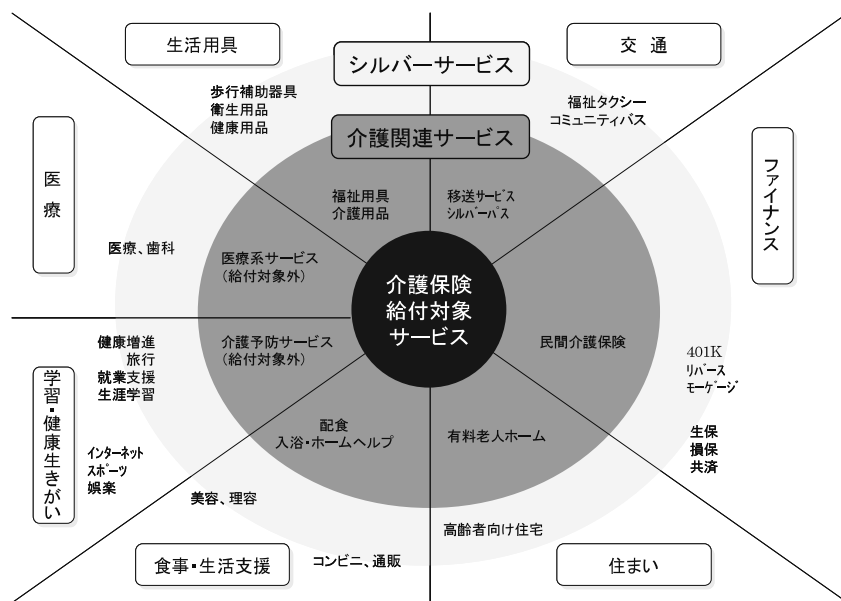
#### （1）シルバーサービス市場

広義のシルバーサービスとは、シルバー世代を対象としたサービスの総称であるが、その内容について介護を軸に整理すると、「介護保険給付対象サービス」「介護関連サービス」「シルバーサービス」に大別できる。

公的介護保険によって賄われるのは中央の「介護保険給付対象サービス」であり、公的サービスの部分である。一方、「介護関連サービス」「シルバーサービス」は自己負担によって賄われるものである。

広義のシルバーサービスは、生活用具や交通、医療等多様な領域に関連しており、その中でも民間介護保険は「介護関連サービス」の「ファイナンス」領域のサービスと位置づけることができる。

## シルバーサービス市場の概観



「介護保険給付対象サービス」とは、前述の居宅サービス、地域密着型サービス、施設サービスが該当するものであり、社会保険によって担われるセーフティネットとしての機能をもつものである。

「介護関連サービス」とは、一般的に公的介護保険における上乘せ・横出しサービス等が該当するものである。上乘せサービスとは、公的介護保険の支給限度額を上回るサービス（たとえば、訪問介護の回数を増やす）であり、横出しサービスとは公的介護保険ではなく市町村が独自に定めたサービス（たとえば、配食サービス等）であり、公的介護保険を補完するものとして位置づけられる。大きな違いは、介護関連サービスでは公的給付がなく全額自己負担となる点である。

### （２）民間介護保険の位置づけ

シルバーサービス市場において、前述のように民間介護保険は「介護関連サービス」の「ファイナンス」領域に相当するものとして位置づけることが可能である。民間で介護保険を提供しているのは、生命保険会社、損害保険会社、共済等であり、公的介護保険とは違い保険金を給付する仕組みである（現物給付は不可）。

### （３）介護に関わる個人の費用負担

民間生命保険の加入者を対象とした調査（「生命保険に関する全国実態調査」（生命保険文化センター：平成 18 年度））で、初期費用に必要な額の回答の平均は 348 万円となっている。また、その分布をみると「100～200 万円未満」が最も多く 22.4%である。

### （４）世帯構造からみた公的介護保険の現状

65 歳以上の者のいる世帯数はこの 10 年間で急激に上昇しており、平成 18 年現在で 1,800 万世

帯を超えている。65歳以上の者のみの世帯数についても増加傾向にあり、要介護状態になった際の介護者は家族だけには期待しがたいことがわかる。

#### 4. 介護事業者における保険外サービスの実態

##### (1) 保険外サービスの内容

上乘せサービスとは、市町村は条例によって支給限度基準額を上回る額を支給限度額として設定したものである。一方、横出しサービスとは、保険給付の対象外のサービスを市町村独自の保険給付として実施するものであり、サービスの内容自体が公的介護保険で保証されていないものである。上乘せ・横出しサービスは、公的介護保険の対象外のサービスであるため、これらのサービスを受ける場合には全額を自己負担しなければならない。

##### (2) 保険外サービスの適用状況具体例

公的介護保険適用サービスのみの場合と、保険外サービス（上乘せ・横出しサービス）も併用した場合を比較し費用の差異を具体的に検討すると、利用者側の負担は決して小さくないことがわかる。

#### 5. 介護保障に対する人々の意識

本節では、「平成19年度生活保障に関する調査」（生命保険文化センター）をもとに、介護保障等に対する人々の意識と実態について整理を行う。

##### (1) 介護に対する不安意識

介護に対する不安については、不安意識を持つ割合が圧倒的に多く、特に平成19年度調査では「非常に不安を感じる」と回答した割合が35.5%と3分の1を超え過去最高となっている。

##### (2) 公的介護保険に対する考え方・評価

公的介護保険に対しては、「自分が将来寝たきりや認知症になった場合の費用は、公的介護保険で大部分まかなえる」との質問に対して、「まかなえると思う」と回答した割合が年々減少してきており、一方、「まかなえるとは思わない」との回答が86.1%を占めている。

##### (3) 介護保障に対する私的準備状況

多くの人が介護や公的介護保険への不安感を抱えているものの、実際の介護保障に対する私的準備は必ずしも進んでいるとは言えない。介護保障に対する私的準備をしているとの回答は常に40%前後で推移しており、準備していないとの回答を下回っている。

##### (4) 介護保障に対する今後の準備意向

今後新たに経済的な準備をしたいかとの質問に対して、準備したいとの回答は7割弱となっており、また、他の保障との比較においても高い数値となっている。

### (5) 介護保障に対する人々の意識

公的介護保険だけでは十分な介護が受けられないのではないかと不安感を有しているにもかかわらず、実際に介護費用の私的準備は進んでおらず、他の生活保障への費用準備が優先されている。実際に私的準備を行っている人でも、預貯金等による充当を想定していることが多く、介護保障に特化した準備が行われているわけではない。

## 6. 介護事業者における個別状況調査

### (1) 介護事業者における個別状況調査の概要

調査対象		費用	一時金	月額料金
エイジフリー・ライフ 星が丘	介護付有料老人ホーム	高	約 3,000 万円	約 25 万円 + 医療費、1 割負担、生活サービス等
ライフ&シニアハウス 日暮里	介護付有料老人ホーム (自立型施設併設)	中～高	1,600～2,300 万円	約 18 万円 + 医療費、介護費用等
(参考)日本介護支援 専門員協会	ケアマネジャー対 象の職能団体	—	—	—

### (2) 介護事業者における個別状況調査のまとめ

#### (共通点)

- ・ 入居者の支払う費用は、入居者本人がこれまで貯めてきた資産であり、それらを取り崩してまかなっている。
- ・ 月額料金以外で別途必要となるサービスの内容は、主に入居者個々人に対する決め細やかな個別対応サービスである。また、その費用の内容はほぼ人件費分である。
- ・ 利用者のニーズとして高いのは、主に外出や外食を伴う行動への介助である。介護・介助が必要な入居者にとっては、外出・外食を自身や家族だけで行うことは大きな困難が想定されるため、施設の準備する外出の機会は積極的に利用される傾向にある。

#### (相違点)

- ・ 施設の価格帯の差は、そこで実施されるサービスのきめ細やかさに対応するものである。「個別選択サービスとして、個別のニーズに応じてサポートする」ことが横出しサービスに該当する。これらの入居者のニーズをどこまで細分化して「サービス」として提供するかが価格の差となって現れる。

### (3) 施設利用者の民間介護保険へのニーズ

- ・ 高費用の施設へ入居する高所得者層は、老後や介護の費用はすべて自己負担でまかなうことが可能である。一方、低所得者層は保険をかける余裕がない。民間介護保険をかけるのに適したターゲットは、中間層（サラリーマン等）であろう。

#### (4) 民間介護保険に対する評価

- ・ 現在、民間介護保険はあまりインパクトがないが、その理由としては、以下のものが考えられる。
- ・ まず、介護におけるサービス内容のイメージがわかりにくいことがある。どこまで公的介護制度によって保障されるのか、また、民間介護保険によって何が保障されるのか、具体的な想像がつかないのではないか。
- ・ 「公的介護制度によって相当程度は保障される」といった漠然としたイメージが流布しているが、実際には公的介護制度だけでは必ずしも十分ではない。その点をきちんと認知していくことが先決なのではないか。
- ・ また、そもそも一般の人は自分の介護状態を想像できない。身近に介護を経験しない限り、介護がどれほど大変か、金がかかるのかはわからず、したがって、そのような不確かな将来に対し保険をかけようとは思わないだろう。
- ・ 一方で、介護へのニーズが高まる高齢層になった際には、既に保険料が高くて入れないというニーズと年齢のギャップが生じている。

### 第3章 民間介護保険市場の概況

#### 1. 民間介護保険における市場調査の概要

##### (1) 市場調査の概要

平成21年1月に、生命保険会社・損害保険会社に対するアンケート調査を行い、民間介護保険市場の現状と動向を把握することを目的とし、アンケート調査を実施した。

##### ○ 主な調査項目

現在または過去における販売介護保険商品の特性、現在または過去における販売介護保険商品の時系列販売実績及び現在または過去における販売介護保険商品の世代別販売実績である。

##### ○ 調査対象

- ・ 生命保険会社 46社（生命保険協会加盟 全46社）
- ・ 損害保険会社 23社（損害保険協会加盟 全26社のうち、ペット保険会社(1社)、再保険会社(2社)を除いた23社）

##### ○ 回答結果

回答社数 40社（「介護保険の取扱なし」との回答も含む）。回答率 55.1%（69社中38社）。有効回答社数 22社（介護保険の販売実績有り）。有効回答率 31.9%（69社中22社）。回答商品数は84商品。

##### (2) 市場調査の回答状況

本調査の全調査対象社数：69社に対して、アンケート調査票の回答企業数は、40社であった。

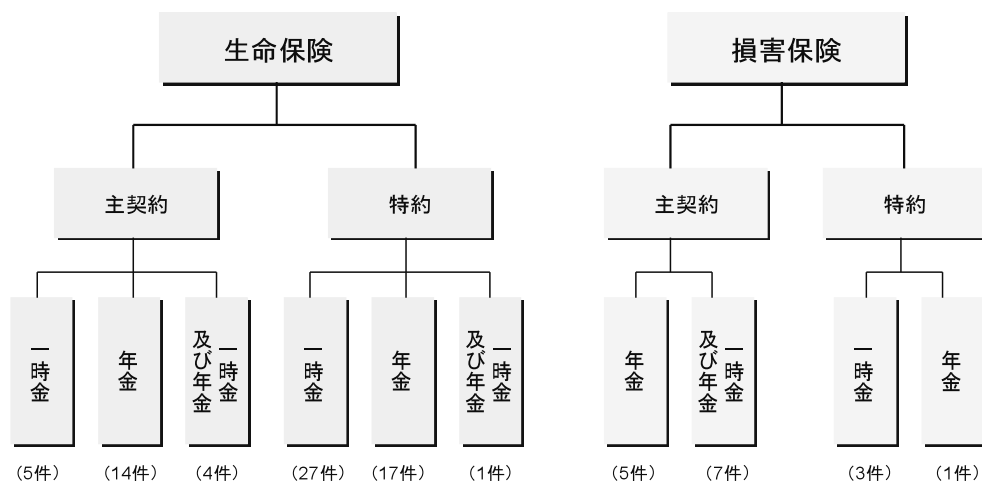


内訳の詳細に関しては、下記の通りの状況であった。

	生命保険会社	損害保険会社	計
回答	13	9	22
回答 (介護保険の取扱なし)	9	7	16
回答拒否 (介護保険の取扱あり)	1	1	2
無回答	23	6	29
合計	46	23	69

### (3) 市場調査における民間介護保険商品の階層分け

本調査におけるアンケート調査票の回答を分類すると、民間介護保険商品は下記のように階層的に分類することができる。今回の調査対象期間内（平成10年～平成20年）の間に販売されていた民間介護保険商品数は、84商品となった。その内訳は、下記の階層図の最下段の通りである。



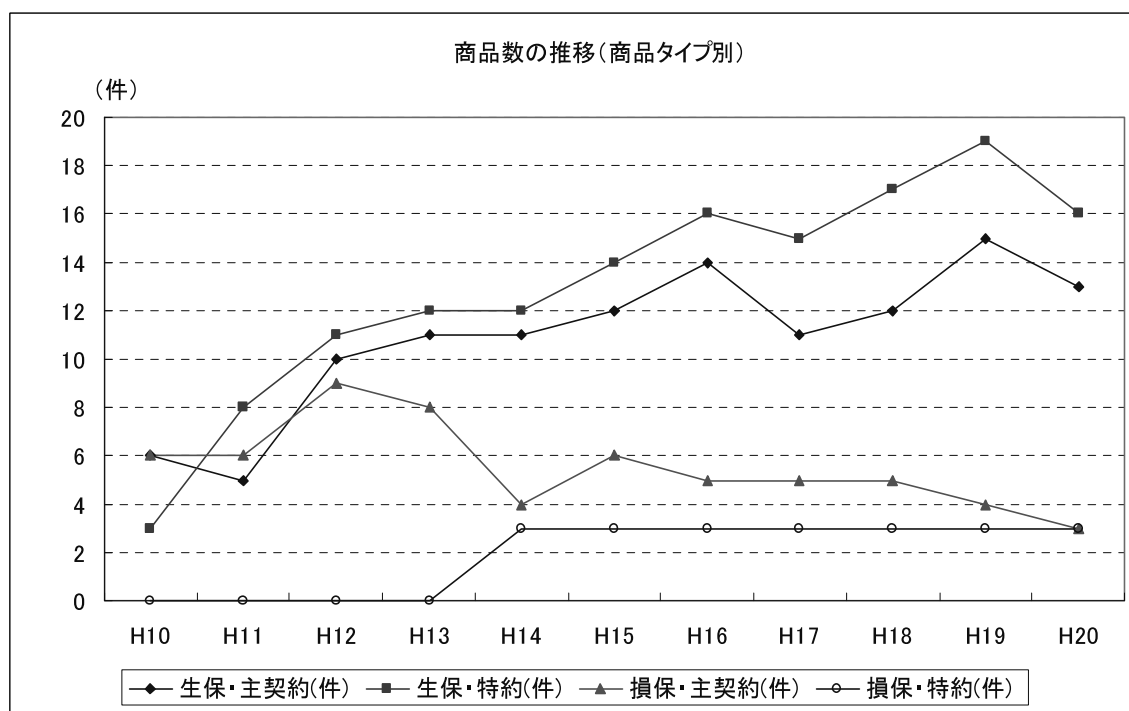
### (4) 市場調査結果のまとめ

#### ①商品タイプ

- ・ 民間介護保険の商品数としては生命保険会社が84商品中68商品と多数を占め、そのうち45商品が特約型のタイプであった。また、生命保険会社の特約型45商品のうち、27商品が一時金給付型のタイプであり、生命保険における一時金特約型の商品の割合は全体の32.1%と最も多かった。
- ・ 一方、損害保険会社に取り扱う16商品中、12商品が主契約型のタイプであった。また、損害保険会社の主契約型12商品のうち10商品が年金給付型(うち5商品はプラス一時金給付もあり)となり(残り2商品は無回答)、損害保険においては生命保険と対照的に年金主契約型の商品の割合が最も多かった。

- 生命保険会社の主契約型の 23 商品のうち、18 商品が年金給付型(うち 4 商品はプラス一時金給付もあり)となり、生命保険の主契約型商品においては、年金給付型タイプのものが多かった。

会社種別	商品タイプ	商品内容	商品数	構成比	
生命保険会社	主契約	一時金	5	6.0	
		年金	14	16.7	
		一時金及び年金	4	4.8	
	主契約計			23	27.4
	特約	一時金	27	32.1	
		年金	17	20.2	
		一時金及び年金	1	1.2	
特約計			45	53.6	
生命保険会社計			68	81.0	
損害保険会社	主契約	年金	5	6.0	
		一時金及び年金	7	8.3	
	主契約計			12	14.3
	特約	一時金	3	3.6	
		年金	1	1.2	
	特約計			4	4.8
損害保険会社計			16	19.0	
全商品数計			84	100.0	



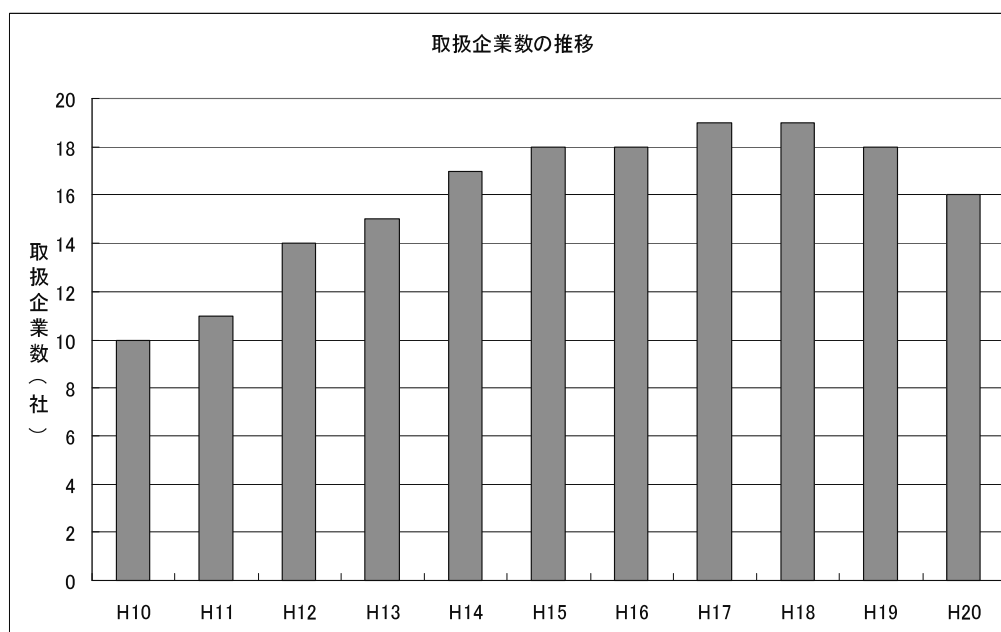
- 損害保険会社については、年金給付型の商品の場合、全てが終身給付型タイプであった。

生命保険会社については、年金給付型の商品の給付期間としては、傾向は見られなかったが、終身給付と有期給付を選べるタイプを販売しているのは、大手日系生保が中心である。

- ・ 介護支払認定については、独自認定が多かった。また、認定基準における介護状態の最低継続期間は 180 日以上が多かった。
- ・ 保険料支払期間については、有期型、有期と終身を選べる型、終身型、一時払い型の順に多かった。
- ・ 販売年齢層としては、上限として一番多く設定されるのは 66 歳から 70 歳であった。
- ・ 付帯サービスとしては、無料健康相談、無料介護相談が多かった。

## ②時系列統計

- ・ 参入企業数としては平成 18 年まで増加し続け、平成 18 年から平成 20 年にかけては減少傾向にある。



- ・ 生命保険の新規契約件数としては特約が多く、販売件数としても直近の平成 19 年では、150 万件と、一定の水準に達している。
- ・ 損害保険の新規契約件数としては、従来は一時金と年金両方を兼ね備える主契約型が多く、近年は年金特約型の件数が多くなっている。いずれも件数は減少傾向にある。

## ③介護保障移行への仕組み

- ・ 介護保障移行への仕組みとしては過去又は現在において販売している会社は 22 社中 13 社と半数以上を占めたが、その件数としてはいずれも極めて低い水準である。

## 2. ファイナンス機関向け個別調査の概要

### (1) ファイナンス機関向け個別調査の概要

- ・ ファイナンス機関 2 社を対象にヒアリング調査を実施した。

調査対象	主要保険商品	保険料	目的
外資系保険会社	・ 日常生活動作障害保障保険	・ 約2～3万円／月	・ 年金への振替可
	・ 新介護保険	・ 約3～4千円／月	・ 介護のみ
共済系機関	・ 新総合医療共済	・ 約3～5千円／月	・ 介護のみ

### (2) ファイナンス機関向け個別調査のまとめ

#### ①共通点

- ・ 民間介護保険は商品ラインナップとして揃えているが、契約数をみると全商品のうち1%を切るほど少数である。
- ・ また、加入者の加入状況をもても、民間介護保険はプライオリティが低い。医療保険や年金等のあとに検討・加入されることが多い。

#### ②相違点

- ・ 対象とする加入者によって保障内容が異なる。外資系保険会社の日常生活動作障害保障保険では掛金が高い分保障内容が充実しており（たとえば介護一時金 50 万円＋年金 50～100 万円ずつ）、富裕層向けのライフプラン作成の一環として加入を薦めている。一方、共済系機関ではあくまで公的介護保険の自己負担 1 割分を保障するためのもの（たとえば介護一時金 30 万円＋年金 3 万円ずつ）であり、共済の色合いが強い。

#### ③民間介護保険の振興に向けて

- ・ 現在、他の保障に比較して契約が伸びない理由の一つには、介護状態のイメージがわかりにくいことであろう。介護にどれだけ費用がかかるかがわからないと、実感がわかない。介護に必要な期間や費用等の調査を通して、実態を知らしめていくことが必要になるであろう。
- ・ 給付内容が各社さまざまであり、加入者にとっては保障の内容がわかりにくいのではないかと。

## 3. 民間介護保険市場のまとめ

### (1) 介護保障に対する捉え方や意識の状況

- ・ 生命保険会社の特約型については、年間百数十万件の新規契約を獲得しているため、
- ・ 相応の実績をあげているものと考えられる。
- ・ 一方、潜在的な介護保障ニーズはかなりの大きさであると考えられるため、民間介護保

険の市場拡大余地も大きいのではないかと推測できる。

- ・ 現状の契約件数や販売金額で見ると、各保険会社内の位置付けは高くない。

## (2) 商品タイプの状況

- ・ 生命保険会社の特約型は、年間 150 万件程度、2 兆円超の新規契約を獲得しているため、相応に売れていると考えられる。
- ・ 生命保険会社の特約型が売れている背景としては、若年層が特約に付加する形の契約形態が多く、そのために契約件数が伸びているということが言える。
- ・ また、支払方式としては、主契約型と特約型のいずれにおいても、一時金方式の割合がかなり大きくなっている。この理由として考えられるのは、給付と保険料の関係から、一時金方式の保険の方が、顧客ニーズに近いからという点である。

## (3) 民間保険商品における顧客層の現状

- ・ 保険会社は民間保険商品における商品企画面で、富裕層向け（資産運用性を有する商品）や低所得層向け（公的介護保険の自己負担分補填型商品）、あるいは家族形態の多様化をとらえた商品（独身者向け民間介護保険）等のさまざまな顧客層別に販売できる可能性があると考えられる。

## (4) 介護保険サービスにおける内外の関係性の状況

- ・ 民間介護保険を支払う際に、既に一部の保険会社では、指定代理請求制度を設け、本人に代わって保険金を受け取るとの仕組みの普及に努めている。代理請求をどの範囲まで認めるか等の課題はあるものの、検討の余地はあるものと考えられる。

## 第4章 民間介護保険等の課題と今後の方向性

### 1. 民間介護保険の課題

#### (1) 介護保障に対する捉え方や意識について

##### ①民間介護保険商品の優先順位の低さ

ファイナンス機関へのヒアリング結果によると、加入者の優先順位としては医療保険、死亡保険、がん保険と続き、最後に民間介護保険が来ているようであるとの指摘が見られた。介護保障に対するニーズは存在するものの、消費者にとって、民間介護保険の優先順位が低いことは、1つの課題といえる。

##### ②介護費用の把握の困難さ

上記の原因の一つとして挙げられるのは介護費用の把握が困難なことである。ファイナンス機関へのヒアリング結果によると、一般に入院時の状態を思い浮かべることは容易だが、本人が介護状態になる場合を想像するのは困難であり、介護にどれだけ費用がかかるのか分かりにくいとの指摘がなされている。

##### ③民間介護保険のイメージのつかみにくさ

民間介護保険商品のイメージのつかみにくさがある。介護事業者へのヒアリングによると、実費負担で個別に選択されるサービスメニューは公的介護保険サービスの上乗せの他、部屋の清掃、外出支援等、日常生活のちょっとした支援にとどまる場合が多いが、他方、ワンツーワンサービスや観光サービスなどの新しいサービスも見られる。

民間介護保険の使途となりうる保険外サービスのイメージがつかみにくいのも課題の一つとして挙げられる。

##### ④公的介護保険に対する過度な期待感

今後顕在化ないし拡大することが見込まれるニーズばかりでなく、現状の高齢者ニーズに対しても、公的介護保険のみでは十分に対応できていない場合も考えられる。

公的介護保険はあくまで要介護者の生活を支える基盤であり、公的介護保険のみで高齢期の生活をカバーできない場合もあるとの実態をいかに適切に国民に周知していくかが課題といえる。

#### (2) 商品タイプの実態について

##### ①保障内容の設定と保険料

今後、一人暮らし高齢者や認知症高齢者が急激に増加することが見込まれる上、女性の社会進出も進み、これまでのような家族内介護は難しくなり、介護に必要な費用は今後ますます高まる可能性が高い。

公的介護保険で不足する部分を民間介護保険で全て補おうとすれば、手厚い給付の商品となり、保険料も保障内容に応じた形で設定せざるを得ないが、それに対し、保険料を抑えた

いとどのニーズに対応するタイプの商品数も増加してきている。しかし、手厚い給付のニーズを満たすことができるのは、ある程度高い支払能力のある人に限定されてしまう点は課題が残る。

#### ②介護に特化した商品の訴求力の低さ

ファイナンス機関へのヒアリングによると、介護目的に特化した商品は売れにくく、老後の生活を保障するためにはプラスアルファの要素が必要との指摘が挙げられている。実際、アンケート調査結果によると、近年は、主契約タイプより特約タイプの商品が多い傾向が見られ、新規契約件数としては、一定の水準を確保してきていると考えられる。このように現状では、介護に特化した商品の訴求力は低いことが伺われる。

#### ③民間介護保険商品の保障内容に対する理解の低さ

現行の民間介護保険商品は、顧客ニーズに合わせる形でさまざまな商品タイプのものが販売されているため、顧客側から見ると、分かりにくい形になっているとの指摘がある。

しかし、さまざまなタイプの商品があることで、さまざまなニーズに応えることができるため、課題点としてはむしろ、その内容が加入者に十分に理解されていないところにある。

### (3) 現状の民間介護保険商品における顧客層について

#### ①世代とニーズのミスマッチ

アンケートによると、介護特約における高齢者の付加率に低い傾向が見られた。高齢者が入りにくい保険料になっており、入るべき人が加入していない可能性が示唆される。

#### ②販売ターゲット層の不明確さ

現状の民間介護保険商品の多くはターゲットが的確に絞り込まれていない可能性が伺われる。介護事業者関連ヒアリングによると、公的介護保険ではカバーできないサービスを利用したいと考える層は高所得者層と低所得者層の間に挟まれた中間層であり、ここが民間介護保険商品の中心ターゲット層になると考えられる。しかし、このような層の大半が民間介護保険に対して、保険料との兼ね合いの中で、商品選択の優先順位が低くなっているのではないかと考えられる。

一方、低所得者層向けの商品が全く考えられないわけではなく、たとえば、保障の範囲を小さくし、保険料を低く設定することができる商品を提供する考え方もある。

### (4) 公的介護保険との補完関係について

#### ①公的介護保険との関係の希薄さ

介護事業者へのヒアリングでは、今後もう少し公的介護保険制度と民間介護保険とのすみ分けが明確になされることが望ましいとの指摘が出された。

今日、販売されている民間介護保険はさまざまなタイプがあり、必ずしも公的介護保険制度との関係が明確なわけではない。このことが民間介護保険の分かりにくさにもつながって

いるといえる。

#### ②保険の活用援助者の不在

介護事業者関連団体ヒアリングでは、高齢者は民間介護保険によって現金を給付してもらっても、その適切な使い方が分からないことから、資金管理を支援する必要があるとの指摘が出された。

民間介護保険に加入している高齢者が要介護状態になったとき、その活用を援助する専門家がいない点が課題といえる。

## 2. 民間介護保険の振興策を検討する上での基本的考え方

### (1) 公的介護保険との費用面での相互補完関係

公的介護保険制度では、要介護認定に応じた介護サービスが提供され、その介護サービス利用に伴う金額の1割分を自己負担する仕組みになっている。

これらの自己負担分の費用の一部、または全額をまかなうためには、公的介護保険と補完する形で提供される各種の民間介護保険を利用することによって、その負担を軽減できると考えられる。

### (2) 公的介護保険とのサービス面での相互補完関係

今後もさらに民間介護保険が発展すれば、消費者ニーズや家族構成やライフスタイルの多様化に伴い、さらに利便性をもたらすものと考えられる。多様化された保険商品を提供するためには、サービス面で差別化を図ることも重要になるであろう。民間保険会社が提供できる介護関連のサービスには限界があるため、外部の介護関連サービス事業者との提携が必要になってくると考えられる。

## 3. 民間介護保険振興策の方向性

### (1) 介護保障に対する捉え方や意識の醸成

#### ①介護保険商品のプライオリティの向上策

民間の介護保障商品の活用イメージ（介護が必要になっても介護保障商品を使えば、いかに豊かな人生が送れるかとのイメージ）を消費者に積極的に分かりやすく伝えることが考えられる。

#### ②介護費用把握の困難さの解消策

介護問題に直面した経験のない多くの消費者にとって、要介護状態になった際に、どのような生活上の不便が発生し、どの程度の費用が必要になるのかの具体的なイメージがつきにくいのが実態である。

そのため、たとえば要介護1～5といった要介護度別、一人暮らし高齢者、高齢者夫婦のみの世帯、三世帯同居といった家族構成別等のさまざまなケースに対応した介護生活のモデルケースにおける費用を明確に示し、周知することが考えられる。



### ③民間介護保険のイメージの明瞭化

国や都道府県、介護分野に携わる公的機関や民間機関等が公的介護保険の範囲内で保障されるサービスの内容と量を分かりやすく示すことで、民間保険会社が、その中では保障されない部分を消費者に対して明らかにしていくことが考えられる。

### ④公的介護保険に対する過度な期待感の解消

民間保険会社は、公的介護保険の実態を踏まえた上で、消費者に対して、その自己負担部分を明確に伝えつつ、民間介護保険の必要性を地道に告知・伝達していく姿勢が望まれる。また、公的介護保険の保障内容の告知・啓発面においては、国や都道府県、介護分野に携わる公的機関や民間機関等も積極的な役割を担うことが望まれる。

#### 【方向性のイメージ】

- 介護にかかる費用の明確化と周知
- 民間介護保険の具体的な用途に関する情報提供
- 公的介護保険の介護保障の内容や実態に関する国や都道府県、介護分野に携わる公的機関や民間機関等による周知
- 公的介護保険の実態と民間介護保険の必要性に関する民間保険会社による周知

## (2) 商品タイプ展開の方向性

### ①支払い能力に見合った保険料設定の方向性

民間介護保険の充実を図るためには、消費者の多様なニーズも視野に入れ、商品の幅を広げていくことも大切であると考えられる。たとえば年金給付型の終身で受け取れるタイプは手厚い給付であるため、それ相応の保険料負担が求められるので、近年、一時金給付の商品や保障期間が有期の商品等、各保険会社において保険料を抑えるためにもさまざまな取組みが行われている。

### ②介護サービスの現物給付に近い仕組みの保険商品の訴求力向上

消費者の多くが要介護状態でも在宅で自立した生活を送りたいとのニーズを持っているとしたら、現金給付ではなく、介護サービス事業者との連携といった、より現物給付に近い仕組みの保険商品が用意されていてもよいと思われる。

### ③保障内容の理解の低さの解消に向けて

民間保険会社が、要介護リスクの発生率を見込みつつ、消費者ニーズに合った商品を今後開発し続ける上で有益となるデータを、国等が収集・整備し、公表していくことも重要と思われる。

保険会社は、従来にも増してその保障内容を契約者に説明していく必要があると同時に、募集案内、勧誘時においても適切なニーズ喚起をしていく必要がある。近年、定期的に顧客

訪問をし、既加入の保障内容を確認してもらおうといった取組みを行っている保険会社も増加してきており、そのような取組みは今後も引き続き行っていく必要がある。

#### 【方向性のイメージ】

- 多様なニーズに対応した商品バラエティーの拡充
- 現物給付に近い仕組み(介護サービスに対する保障等)の検討
- 民間介護保険商品の情報提供の仕組みの検討
- 国等による商品設計に資するデータの整備・提供

### (3) 民間介護保険商品における顧客層の開拓

#### ①世代とニーズのミスマッチの解消に向けて

民間介護保険商品を望む顧客層も一様ではなく、それぞれのニーズにあった訴求力のある商品のラインアップを取り揃えることや、顧客ニーズを把握した上で、さまざまな販売活動を行なうことも重要と考えられる。

#### ②販売ターゲット層の不明確さの解消に向けて

介護に対するニーズが顕在化してくる中高年層をメインターゲットと捉え、積極的な商品のPRを行なうことも大切であると考えられる。将来の介護不安を強く持っていると思われる「未婚中年層」をターゲットとしたマーケティングを展開し、個性と魅力のある商品を、ニーズが顕在化している顧客層に対して、有効に提供していくことが望まれる。

#### 【方向性のイメージ】

- 中高年層の加入促進策の検討
- 「親にかける」保険商品の販売促進方策の検討
- 介護経験のある層や未婚中年層に力点を置いたマーケティング

### (4) 公的介護保険との補完関係の拡大策

#### ①公的介護保険との関係の多様性

現在の民間介護保険は現金給付のみであるが、現金給付に加え、現金の用途についてのアフターフォローを一つのサービスとして捉え、現物給付に近い仕組みの検討を行っていくことが考えられる。

#### ②民間介護保険における活用支援者の制度化検討

受給した現金をより有効に使えるようケアマネジャーが民間保険会社と連携し、公的介護保険の自己負担分や上限額を超えたサービスも含めて、要介護者のケアマネジメントを行なう仕組みを構築することも考えられる。

【方向性のイメージ】

- 保障の対象領域の設定方法に関する検討(給付範囲のバリエーションの拡大)
- 介護サービスの保障として給付される現金のマネジメントの仕組みに関する検討