

## 第3章 アンケート調査

## 第3章 アンケート調査

### 1. アンケート調査の概要

#### (1) 事業者向けアンケート調査

##### ① 調査対象

福祉用具貸与事業者 1,000 事業所

((独)福祉医療機構(ワムネット)に掲載されているリストから、各都道府県別に無作為抽出)

##### ② 調査内容

- ・ 基本属性:事業所種別、事業年数、事業所従業員数、法人従業員数、サービス提供地域、事業所所在地、事業所所在地人口規模
- ・ 事業内容、貸与している福祉用具のアイテム数
- ・ 情報発信先、情報発信媒体、インターネットの利用
- ・ 貸与福祉用具の価格構成、価格の見直し時期、価格をめぐるトラブル
- ・ インターネット比較サイトへの掲載情報、価格比較、掲載希望

##### ③ 調査方法

郵送にて配布・回収

##### ④ 調査期間

2008年2月18日(月)～3月7日(金)

##### ⑤ 有効回収数・回収率

331件(回収率:33.1%)

#### (2) ケアマネジャー向けアンケート調査

##### ① 調査対象

ケアマネジャー 1,000人

((独)福祉医療機構(ワムネット)に掲載されている居宅介護支援事業所のリストから、各都道府県別に無作為抽出し各事業所に2人分ずつ送付)

##### ② 調査内容

- ・ 基本属性:経験年数、事業所所在地、事業所所在地人口規模、就業年数、保有資格、利用者の介護度
- ・ 福祉用具貸与事業所選択理由、福祉用具選択における重視項目
- ・ 福祉用具の価格と事業所決定要因
- ・ 福祉用具の価格をめぐるトラブル
- ・ 福祉用具貸与事業所の情報入手方法、情報入手先
- ・ インターネットによる情報入手
- ・ インターネット比較サイトの掲載情報、価格比較、掲載希望

③ 調査方法

郵送にて配布・回収

④ 調査期間

2008年2月18日（月）～3月7日（金）

⑤ 有効回収数・回収率

308件（回収率：30.8%）

(3) 利用者及び利用者家族向けアンケート調査

① 調査対象

利用者及び利用者家族 1,000人

((独)福祉医療機構(ワムネット)に掲載されている居宅介護支援事業所のリストから、各都道府県別に無作為抽出し各事業所に2人分ずつ送付(ケアマネジャーを通じて利用者及び利用者家族に配布)

② 調査内容

- ・ 利用している福祉用具
- ・ 支払い金額の認知、福祉用具の価格構成の認知
- ・ 利用している福祉用具貸与事業所、貸与事業所の情報入手、貸与事業所の比較、選択理由
- ・ 事業所間で貸与価格が異なることの認知、福祉用具の貸与価格の妥当性、トラブル、価格比較の必要性

③ 調査方法

郵送にて配布・回収

④ 調査期間

2008年2月18日（月）～3月7日（金）

⑤ 有効回収数・回収率

267件（回収率：26.7%）

## 2. アンケート調査の結果(ポイント)

### (1)事業者向けアンケート調査

#### ◆基本属性

- ・ 事業所種別では「株式会社」からの回答が全体の 6 割近くとなり、地域別では、都市圏(東京・大阪・名古屋)からの回答が多かった。事業所の立地している市町村の人口規模では、30 万人以上が 3 割を超え、10 万人以上～30 万人未満が 2 割となった。
- ・ 事業所の規模としては、従業員3～5人規模が全体の 5 割近くを占めた。21 人以上の従業員を抱える事業所は全体の 5%程度にとどまった。法人の規模では、従業員3～10 人が全体の 25%を占めたほか、21～50 人が 13%となった。

#### ◆事業内容と福祉用具の品揃え

- ・ 事業内容はレンタルを行っているのが 95.8%となり、販売を行っているところが 89.7%と 9 割近くとなった。
- ・ 事業所が扱っている福祉用具の種類では、車いすや特殊寝台の付属品が最も多くなった。一方、特殊寝台そのものの品揃えについては、6～10 種類にとどまっている。

#### ◆情報発信

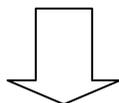
- ・ 情報発信は居宅介護支援事業所向けに行っているところが 9 割を超え、利用者や利用者家族に向けた情報発信を行っている事業所は 6 割程度となった。
- ・ 情報発信の手段としては、事業所作成のカタログが 7 割弱となり、インターネットを通じた情報発信については 3 割程度にとどまった。
- ・ インターネットでの情報発信を行っていない事業所が 6 割弱あったことから、紙媒体での情報提供が主流であることがうかがえる。
- ・ インターネットによる情報発信の実施については、事業所規模が小さいところほど実施していない割合が高い傾向がうかがえた。出来ない理由としては、人手不足のために対応できないが最も多かったほか、大規模な事業展開を行っていない、資金的な余裕がないなどの理由も比較的多かった。また、インターネットでの情報発信の費用対効果が把握しにくいといった理由も 1 割程度あった。
- ・ 今後のインターネットでの情報発信の予定としては、6 割弱が予定していないと回答したが、4 割弱の事業所が活用を検討・実施している。
- ・ インターネットに対しては、貸与の仕組み、貸与システム、福祉用具の写真や図解、仕様などの情報掲載についての要望が多かった。また、サービス提供地域や貸与価格についても 2 割程度の事業所が掲載を要望している。

#### ◆貸与価格と構成

- ・ 貸与価格については、利用者負担額とレンタル価格(全額)の両方を掲載している事業所が 7 割弱となった。貸与価格の構成要素で大きいものとしては、利益及びその他管理費、導入後のメンテナンス費となっている。

#### ◆インターネット比較サイトの活用

- ・ インターネット比較サイトに掲載する必要性が高い情報としては、福祉用具の特徴(機能・仕様)についてと考えている事業所が最も多くなった。
- ・ 貸与価格が比較できるインターネットサイトの必要性については、「必要ではない」「どちらかといえば必要ではない」と考える事業所が6割に上った。その理由としては、「価格のみで判断して欲しくない」が最も多かった。また、「価格の内訳は説明しないと分からない」、「利用者が実物を見て判断することが多い」なども理由として挙げられた。一方、必要であると回答した4割弱の事業所にその理由をたずねたところ、「利用者の満足度向上につながる」、「他事業所との差別化が図れる」といった意見がそれぞれ5割程度を占めたほか、「利用者の増加が見込める」といった回答も4割弱の事業所であった。
- ・ 価格が比較できるインターネットサイトへの掲載条件としては、「無料で情報が掲載できる」、「価格以外の情報が掲載できる」がそれぞれ6割を超えた。また、「掲載情報を自由に更新できる」も5割弱の事業所が条件として回答した。



#### 《ポイント》

##### 【情報発信】

- ・ 情報発信先として想定しているのは、居宅介護支援事業所が中心であり、利用者・利用者家族、在宅介護・居宅介護支援センター等が続く。
- ・ 情報発信の媒体としては、事業所作成のカタログが中心(約7割)であり、事業所作成のHP・メルマガが続く(約3割)。
- ・ インターネットを利用した情報発信は行っていない(利用していてもほとんどが自社作成による)、また今後もその予定がない事業所が過半数である。現状、固定客や契約事業所があることからインターネット以外での情報発信で十分である一方で、情報発信したくても人的な余裕がない状況が窺える。

##### 【貸与価格】

- ・ 貸与価格は、利用者負担額とレンタル価格(全額)の両方を表示している例が多く、それには利益及びその他管理費、配送費、メンテナンス費等が含まれていることが多い。また、貸与価格変更のきっかけは、他事業者の価格変更の状況によることが多い。
- ・ また、利用者からは、他社の価格の方が安いといった問合せが多い。

### 【インターネット比較サイト】

- ・ インターネット比較サイトに掲載すべき情報は、福祉用具の特徴(機能・仕様)、貸与手続の方法、貸与価格である。
- ・ 貸与価格を比較できるインターネットサイトについては、どちらかといえば必要ではない(37.2%)、どちらかといえば必要である(25.7%)、必要ではない(21.1%)、必要である(10.3%)の順となった。また、そのようなサイトへの貸与価格の掲載については、どちらかといえば希望しない(37.5%)、希望しない(24.8%)、どちらかといえば希望する(19.9%)、希望する(9.7%)の順となった。
- ・ 希望する理由は、利用者の満足度向上につながる(54.1%)、他事業者と差別化を図ることができる(53.1%)等であり、希望しない理由は、価格のみで判断してほしくない(90.3%)、価格の内訳は説明しなければわからない(43.2%)等である。
- ・ 貸与価格を比較できるインターネットサイトに掲載する条件は、無料で掲載できる(66.2%)、価格以外の情報掲載ができる(61.3%)、掲載情報を自由に更新できる(46.2%)の順となっている。

## (2)ケアマネジャー向けアンケート調査

### ◆基本属性

- ・ ケアマネジャーの経験年数は、6年以上が3割、2～3年が3割となった。現在の事業所での就業年数では、1年以上が全体の9割近く、3年以上では6割となった。ケアマネジャー以外の保有資格では、介護福祉士が5割弱、看護師・准看護師が3割弱、訪問介護員、福祉住環境コーディネーターがそれぞれ15～19%となった。

### ◆福祉用具貸与事業所の選択理由と価格の関係

- ・ ケアマネジャーが福祉用具貸与事業所を選択する理由としては、「事業所の対応が早くて丁寧である」、「きめ細かいサポートが期待できる」など、福祉用具貸与という事業内容に則した営業やサポートを重視していることがうかがえる。
- ・ 福祉用具の選択において重視していることは、「メンテナンス等のサービスが良い」、「利用者や利用者家族が使いやすいと感じる」、「試しに利用できるサービスがある」など、利用者の立場に立って判断していることがうかがえる。
- ・ 福祉用具の貸与価格が事業所決定要因となるかについては、「事業所決定の要因になる」との回答が約6割と半数を超えたものの、「決定要因にならない」も4割弱となった。しかし、価格の安さについては、「どの事業所かに関らず勧める」は1%にとどまり、「事業所のサポートなどを勘案して勧める」が6割、「利用者に価格が安いことを伝えたくて聞いてみる」が3割弱となっており、価格が安いだけでは決定要因とはならないことがうかがえる。
- ・ 今後、価格が比較できるようになった場合の貸与価格の事業所決定への影響については、「決定要因になる」が6割を超えた。一方、「決定要因にならない」が3割となった。
- ・ 貸与価格が事業所決定の要因とならない理由については、「信頼できる事業所であることが重要である」との回答が9割を超えたほか、「メンテナンスやサポートが重要である」との回答が9割と、福祉用具貸与に付加価値を求めている傾向がうかがえる。

### ◆福祉用具の情報入手

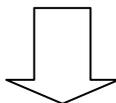
- ・ 福祉用具貸与事業所に関する情報の入手については、「貸与事業所からの営業」が9割と最も多く、「ケアマネジャー同士の情報交換」も7割となり、福祉用具を専門に扱っている事業所や人などを介した情報入手が主流である傾向がうかがえる。
- ・ 情報の入手手段としては、カタログなどの紙媒体が8割を超え最も多くなった。インターネットを利用した情報収集については、「行っていない」が8割に達した。
- ・ インターネットを活用していない理由としては、「ネット以外での情報入手をしている」が8割と最も多くなった。

### ◆インターネット比較サイトの活用

- ・ インターネット比較サイトに掲載する必要性が高い情報としては、福祉用具の特徴(機能・仕様)についてと回答したケアマネジャーが多かった。また、福祉用具の販売・貸与価格に関する情報についても多くなった。
- ・ 貸与価格が比較できるインターネットサイトの必要性については、「必要である」が全体の7割と

なり、肯定的な意見が多い結果となった。

- ・ インターネット比較サイトへの貸与価格の掲載希望については、7割が「希望する」と回答し、肯定的な意見が多くなった。その理由としては、「安いほうが利用者の満足度向上につながる」が7割となったほか、「安いほうが事業所として良い」といった回答をしたケアマネジャーも3割程度いた。一方、貸与価格の掲載を「希望しない」理由としては、「貸与価格のみで利用者に判断して欲しくない」が8割となり最も多くなった。また、「その内訳は説明を受けなければ分からない」が7割、「利用者は用具の実物を見てから判断することが多い」が6割となった。
- ・ 価格比較サイトができた場合の要望としては、「価格以外の情報掲載」、「価格の設定に関する説明がある」、「だれでもサイトの閲覧が可能である」がいずれも50%台となった。



## 《ポイント》

### 【情報入手】

- ・ 貸与事業所の情報入手先として多いのは、貸与事業所からの営業、ケアマネジャー同士の情報交換である。
- ・ 情報入手の媒体としては、事業所作成のカタログが中心(約8割)であり、介護・福祉関連イベント(約4割)、ダイレクトメール(約3割)が続く。事業所作成のHP・メルマガはあまり利用されていない。
- ・ インターネットを利用した情報入手は行っていない人が約8割に達する。ネット以外で情報入手している場合が多い。

### 【貸与価格】

- ・ 貸与価格が安いことが貸与事業所の決定要因となる人が約6割、ならない人が約4割である。また、貸与価格を比較することができた場合、貸与価格が貸与事業所の決定要因となる人が約6割、ならない人が約3割である。
- ・ 決定要因とならない理由としては、信頼できる事業所であることが重要、メンテナンス・サポート等が重要、選択できる用具の質や量が重要との指摘が多い。

### 【インターネット比較サイト】

- ・ インターネット比較サイトに掲載すべき情報は、福祉用具の特徴(機能・仕様)、貸与価格である。
- ・ 貸与価格を比較できるインターネットサイトについては、どちらかといえば必要である(43.8%)、必要である(30.5%)、どちらかといえば必要ではない(19.2%)、必要ではない(3.2%)の順となった。また、そのようなサイトへの貸与価格の掲載については、どちらかといえば希望する(40.9%)、希望する(30.8%)、どちらかといえば希望しない(18.8%)、希望しない(4.5%)の順となった。

- 希望する理由は、利用者の満足度向上につながる(76.9%)、安いほうが事業所として良い(31.2%)、安いほうが利用者の増加につながる(24.9%)等であり、希望しない理由は、価格のみで判断してほしくない(80.6%)、価格の内訳は説明がないと分からない(70.8%)等である。
- 貸与価格を比較できるインターネットサイトへの要望は、価格以外の情報掲載(59.1%)、価格設定に関する説明があること(57.5%)、誰でも閲覧が可能(54.5%)、利用者が評価を書き込める(42.9%)の順となっている。

### (3)利用者及び利用者家族向けアンケート調査

#### ◆基本属性

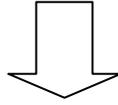
- ・ 要介護2、要介護3の利用者が全体の 55.4%と過半数を超えた。居住都道府県では、東京都が最も多く、次いで愛知県、大阪府、神奈川県、北海道となっている。居住している市町村の人口規模については、1万人未満が3%程度となった。

#### ◆福祉用具の利用状況と価格の認知

- ・ 現在利用している福祉用具では、特殊寝台及び付属品が約7割となり最も多くなった。また、車いす及び付属品が約5割となった。それ以外の福祉用具については3割に満たなかった。
- ・ 毎月の支払額については、利用者の9割以上が1割負担であることを認知していた。福祉用具の貸与価格の構成については、メンテナンス費や消毒費などが含まれることを知っていた利用者は76%となり、4人に1人の割合で知らないという結果となった。
- ・ 利用している事業所は1事業所が9割と最も多くなり、3つ以上の事業所から貸与している利用者は1%に満たなかった。

#### ◆福祉用具貸与にあたっての情報収集

- ・ 福利用具を選ぶ際のアドバイス元としてはケアプラン等を作成するケアマネジャーからが7割近くとなり最も多くなった。また、事業所情報の入手についてもケアマネジャーから得ている利用者が9割となった。利用者のケアマネジャーへの依存傾向が非常に顕著となった。
- ・ 貸与事業所を決定する際に「複数の事業所を比較したか」については、「比較しなかった」が7割を超え、「比較した」利用者25%を大きく上回った。比較しなかった理由としては、「紹介された事業所だった」が最も多く7割となった。
- ・ 貸与価格の考慮については、「考慮しなかった」が5割近くとなり最も多く、「価格とサービスの妥当性について検証した」利用者も3割程度となった。福祉用具を価格だけで決定していない傾向がうかがえる。
- ・ 事業所の決定要因としては、「ケアマネジャーの紹介があった」が最も多くなった。
- ・ 福祉用具の貸与価格について、事業所間で価格が異なることの認知については、「知らない」が55%となったものの、「知っている」も43%となり僅差となった。
- ・ 現在、利用している福祉用具の貸与価格の妥当性については、「妥当である」が6割を超え、「妥当だとは思わない」の3%を大きく上回った。一方、「分からない」が3割を超えていることから、妥当性についてはあまり意識していない傾向がうかがえる。
- ・ 今後、貸与価格が比較できた際、事業所の決定要因となるかについては、「決定要因となる」が6割弱となり、「決定要因にならない」の4割を2割程度上回った。決定要因とならない理由としては、「信頼できる事業者の方が重要だから」、「ケアマネジャーに(選択を)任せているから」がいずれも5割を超えた。



## 《ポイント》

### 【情報入手】

- ・ 福祉用具を選定する際のアドバイス元は、ケアマネジャーが最も多く(67.4%)、次いで福祉用具専門相談員(12.0%)である。また、貸与事業所の情報入手先はほとんどがケアマネジャー(89.5%)である。
- ・ 貸与事業所を決める際に、複数の事業所を比較した人は24.7%にとどまっており、ケアマネジャーから紹介された事業所をそのまま利用するのが一般的である。また、その際には貸与価格を考慮していない場合が多い。

### 【貸与価格】

- ・ 貸与価格に配送費、メンテナンス費や消毒費等が含まれることを知っている人は76%である。
- ・ 貸与価格が事業所間で異なることを知っている人(43.4%)は、知らない人(55.4%)より少ない。
- ・ 貸与価格を比較することができた場合、貸与価格が貸与事業所の決定要因となる人が約6割、ならない人が約4割である。
- ・ 決定要因とならない理由としては、信頼できる事業所であることが重要、ケアマネジャーに任せている、サービス内容が重要との指摘が多い。

### 3. アンケート調査の結果(詳細)

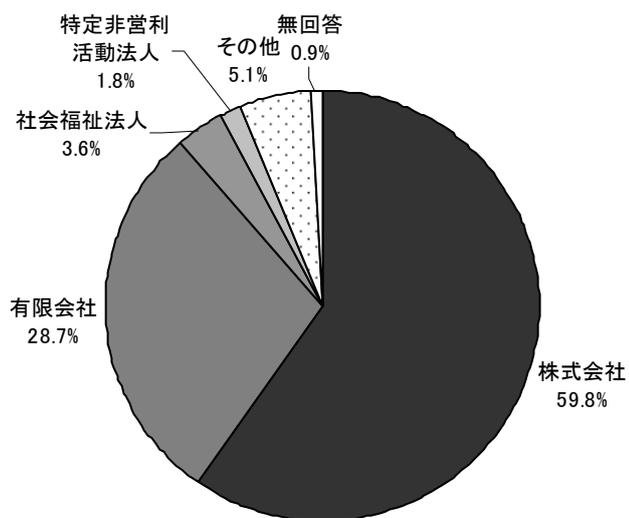
#### (1) 事業者向けアンケート調査

##### ① 事業所種別

事業所種別についてたずねたところ、「株式会社」と回答した事業所が 198 事業所(全体の 59.8%)で最も多く、次いで「有限会社」の 95 事業所(同 28.7%)となった。

一方、特定非営利活動法人(NPO)も 6 事業所(同 1.8%)あった。

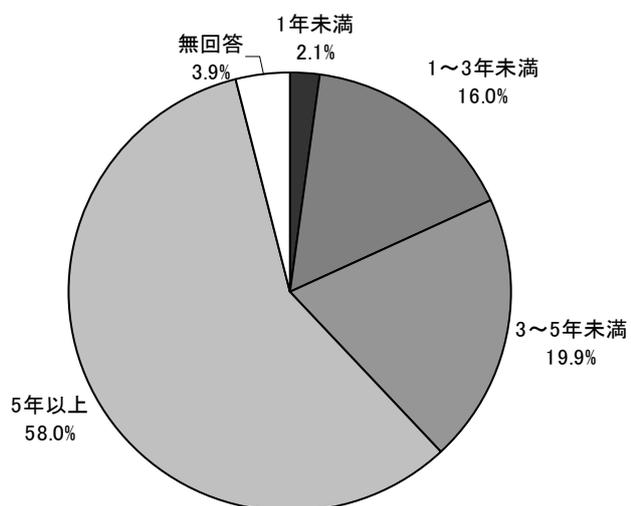
カテゴリー名	n	%
株式会社	198	59.8
有限会社	95	28.7
社会福祉法人	12	3.6
特定非営利活動法人	6	1.8
その他	17	5.1
無回答	3	0.9
全体	331	100.0



## ② 事業年数

事業所の福祉用具貸与事業の実施年数をたずねたところ、192 事業所(全体の 58.0%)が「5 年以上」と回答し、最も多くなった。一方、「1 年未満」と回答した事業所も 7 事業所あった。

カテゴリー名	n	%
1年未満	7	2.1
1～3年未満	53	16.0
3～5年未満	66	19.9
5年以上	192	58.0
無回答	13	3.9
全体	331	100.0

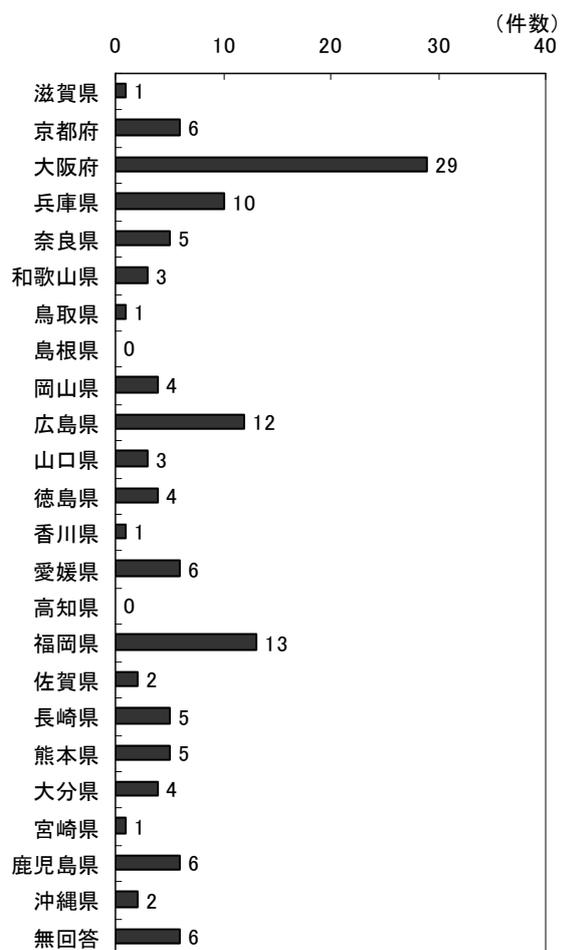
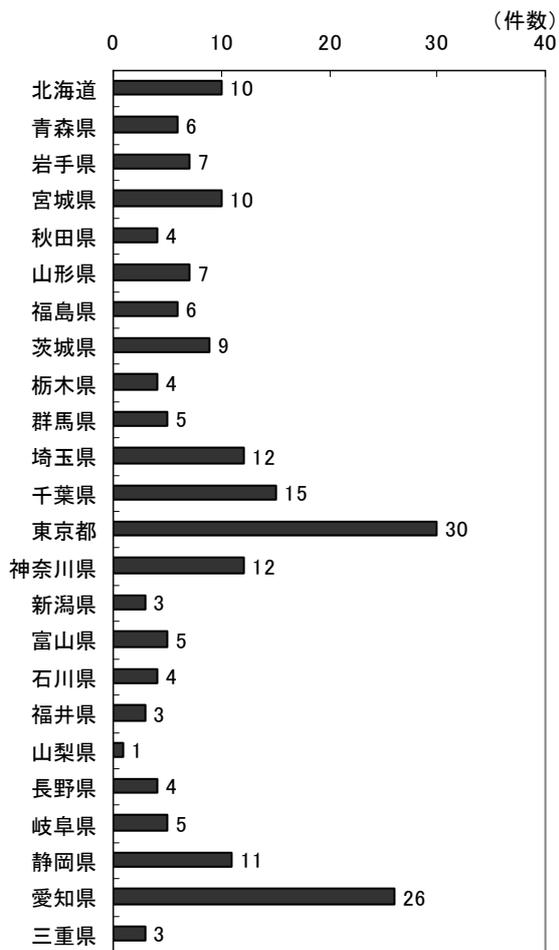


### ③ 事業所サービス提供地域

事業所がサービスを提供している都道府県について複数回答でたずねたところ、都道府県別では、「東京都」が30事業所と最も多く、次いで「大阪府」の29事業所となった。また、「愛知県」から26事業所の回答があり、東京、大阪、名古屋といった大都市を有する都府県からの回答が多い結果となった。

一方、「山梨県」、「滋賀県」、「鳥取県」、「香川県」、「宮崎県」からは1事業所のみが回答し、「島根県」、「高知県」に立地する事業所からの回答はなかった。

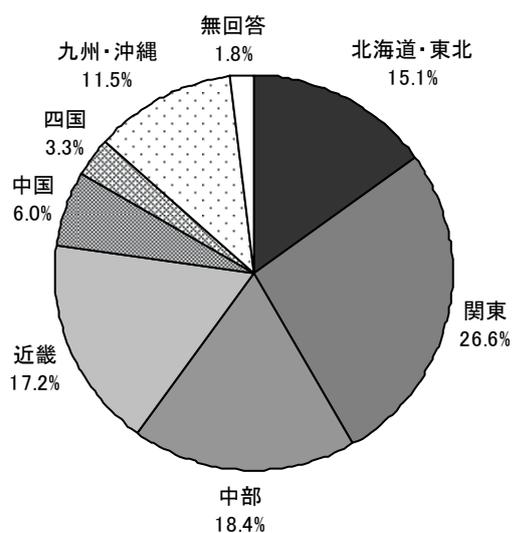
カテゴリー名	n	%	カテゴリー名	n	%
北海道	10	3.0	滋賀県	1	0.3
青森県	6	1.8	京都府	6	1.8
岩手県	7	2.1	大阪府	29	8.8
宮城県	10	3.0	兵庫県	10	3.0
秋田県	4	1.2	奈良県	5	1.5
山形県	7	2.1	和歌山県	3	0.9
福島県	6	1.8	鳥取県	1	0.3
茨城県	9	2.7	島根県	0	0.0
栃木県	4	1.2	岡山県	4	1.2
群馬県	5	1.5	広島県	12	3.6
埼玉県	12	3.6	山口県	3	0.9
千葉県	15	4.5	徳島県	4	1.2
東京都	30	9.1	香川県	1	0.3
神奈川県	12	3.6	愛媛県	6	1.8
新潟県	3	0.9	高知県	0	0.0
富山県	5	1.5	福岡県	13	3.9
石川県	4	1.2	佐賀県	2	0.6
福井県	3	0.9	長崎県	5	1.5
山梨県	1	0.3	熊本県	5	1.5
長野県	4	1.2	大分県	4	1.2
岐阜県	5	1.5	宮崎県	1	0.3
静岡県	11	3.3	鹿児島県	6	1.8
愛知県	26	7.9	沖縄県	2	0.6
三重県	3	0.9	無回答	6	1.8



#### ④ 地域別の回答

各都道府県からの回答を地域別に分類したところ、「関東」からが 88 事業所(全体の 26.6%)と最も多く、次いで、「中部」の 61 事業所(同 18.4%)、近畿の 57 事業所(同 17.2%)となった。また、「北海道・東北」からは 50 事業所(同 15.1%)と近畿に次いで多かった。

カテゴリー名	n	%
北海道・東北	50	15.1
関東	88	26.6
中部	61	18.4
近畿	57	17.2
中国	20	6.0
四国	11	3.3
九州・沖縄	38	11.5
無回答	6	1.8
全体	331	100.0

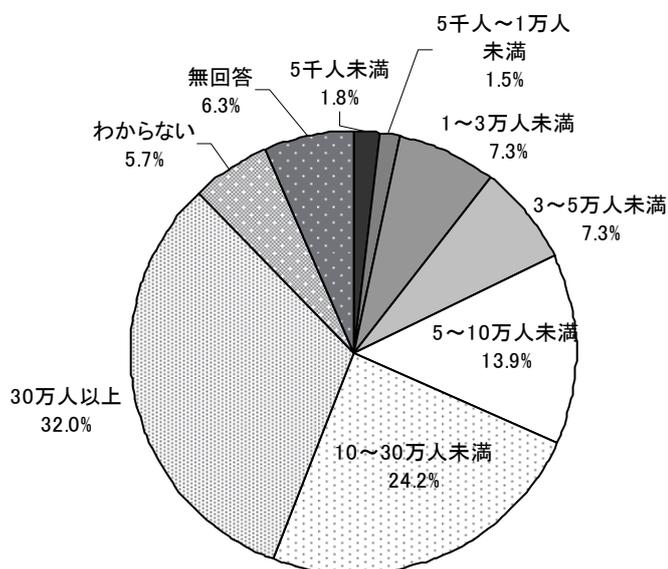


### ⑤ 事業所が立地している市町村の人口規模

事業所が立地している市町村の人口規模をたずねたところ、「30万人以上」と回答した事業所が106事業所(全体の32.0%)で最も多かった。次いで、「10～30万人未満」が80事業所(同24.2%)、「3～5万人未満」、「1～3万人未満」がそれぞれ24事業所ずつ(同7.3%)となった。

一方、「5千人未満」、「5千人～1万人未満」の市町村に立地している事業所数はそれぞれ全体の2%以下であった。

カテゴリー名	n	%
5千人未満	6	1.8
5千人～1万人未満	5	1.5
1～3万人未満	24	7.3
3～5万人未満	24	7.3
5～10万人未満	46	13.9
10～30万人未満	80	24.2
30万人以上	106	32.0
わからない	19	5.7
無回答	21	6.3
全体	331	100.0

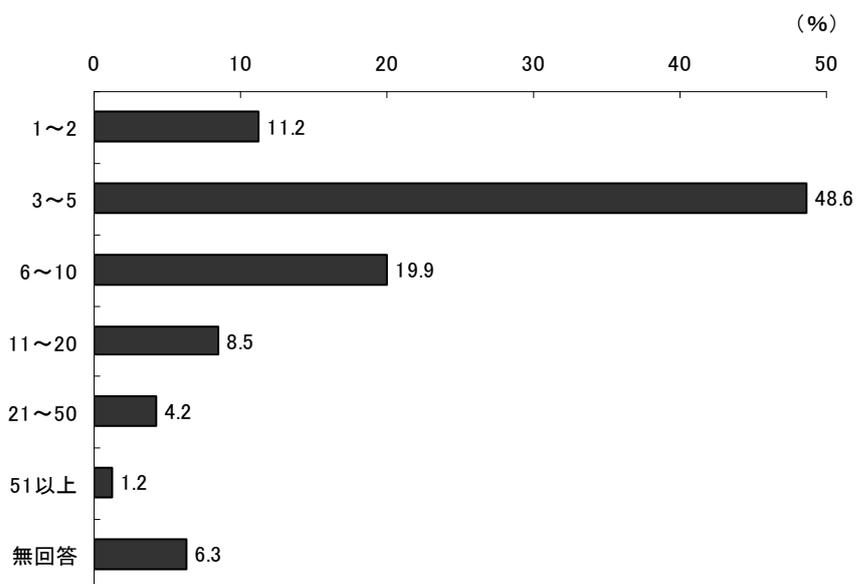


#### ⑥ 事業所の従業員数および法人全体の従業員数

パート、アルバイトを除く事業所全体の従業員数をたずねたところ、「3～6人」と回答した事業所が全体の161事業所(全体の48.6%)となり、最も多い結果となった。次いで、「6～10人」が66事業所(同19.9%)、「1～2人」が37事業所(同11.2%)となった。

一方、「51人以上」の従業員を抱える事業所は全体の4事業所(同1.2%)であり、11人以上の従業員を抱える事業所は全体の46事業所(同13.9%)にとどまった。

カテゴリー名	n	%
1～2	37	11.2
3～5	161	48.6
6～10	66	19.9
11～20	28	8.5
21～50	14	4.2
51以上	4	1.2
無回答	21	6.3
全体	331	100.0

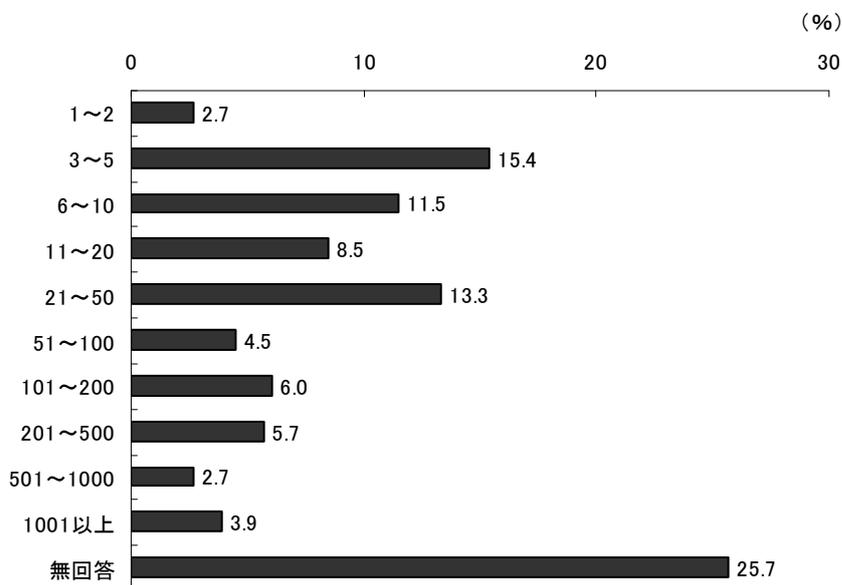


パート、アルバイトを除く事業所の法人全体の従業員数をたずねたところ、「3～5 人」が最も多く 51 事業所(全体の 15.4%)となり、次いで、「21～50 人」の 44 事業所(同 13.3%)、「6～10 人」の 38 事業所(同 11.5%)となった。

一方、「1001 人以上」の従業員を抱える事業所も全体の 13 事業所(同 3.9%)あった。

だが、「無回答」の回答も全体の 85 事業所(全体の 25.7%)あり、事業所では法人全体の従業員数を把握していない傾向がうかがえる。

カテゴリー名	n	%
1～2	9	2.7
3～5	51	15.4
6～10	38	11.5
11～20	28	8.5
21～50	44	13.3
51～100	15	4.5
101～200	20	6.0
201～500	19	5.7
501～1000	9	2.7
1001以上	13	3.9
無回答	85	25.7
全体	331	100.0



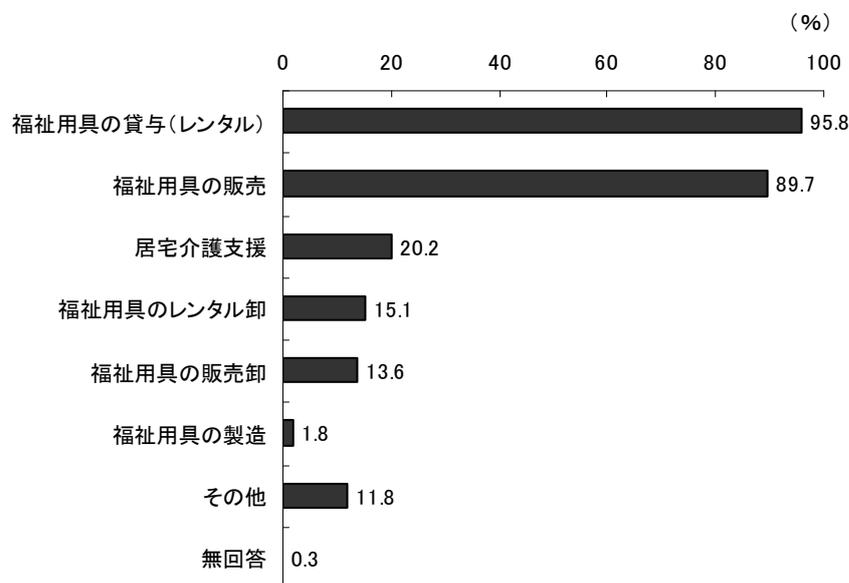
### ⑦ 事業所の事業内容

事業所の事業内容を複数回答でたずねたところ、「福祉用具の貸与(レンタル)」が最も多く317事業所(全体の95.8%)となり、ほとんどの事業所で貸与事業を営んでいる結果となった。また、「福祉用具の販売」が297事業所(同89.7%)となり、レンタル事業と並行して用具の販売も行っている事業所が多いことが分かる。

事業内容のその他の回答では、「訪問入浴」、「訪問介護」、「住宅改修」が多かった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
福祉用具の貸与(レンタル)	317	95.8
福祉用具の販売	297	89.7
居宅介護支援	67	20.2
福祉用具のレンタル卸	50	15.1
福祉用具の販売卸	45	13.6
福祉用具の製造	6	1.8
その他	39	11.8
無回答	1	0.3
全体	331	100.0



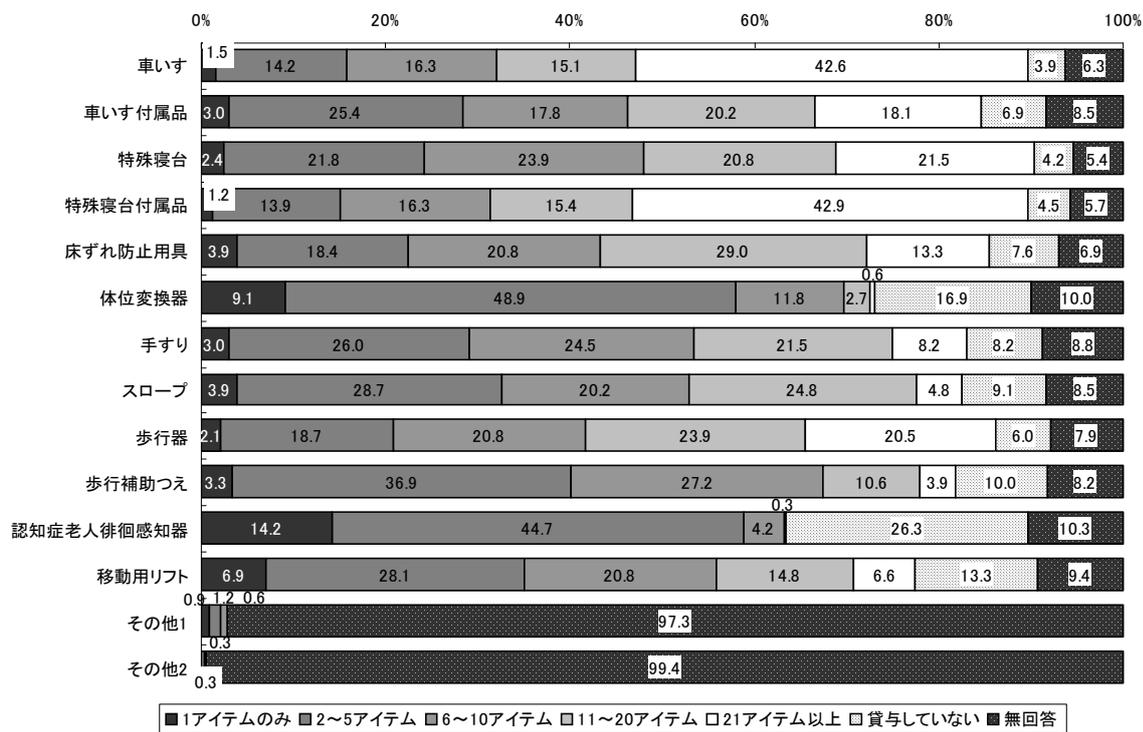
#### ⑧ 貸与している福祉用具の種類

貸与している福祉用具の種類(アイテム)の数についてたずねた。

事業所が最も種類を取り揃えている福祉用具は「車いす」と「特殊寝台付属品」となり、「車いす」では141事業所(全体の42.6%)が、「特殊寝台付属品」では142事業所(同42.9%)が21アイテム以上と回答した。

次にアイテムの取り揃えが多かった福祉用具は、「車いす付属品」、「床ずれ防止用具」、「歩行器」となり、「車いす付属品」では67事業所(同20.2%)、「床ずれ防止用具」では96事業所(同29.0%)、「歩行器」では79事業所(同23.9%)の事業所が、「11～20アイテム」を取り揃えていた。

No.	カテゴリー名	車いす		車いす付属品		特殊寝台	
		n	%	n	%	n	%
1	1アイテムのみ	5	1.5	10	3.0	8	2.4
2	2～5アイテム	47	14.2	84	25.4	72	21.8
3	6～10アイテム	54	16.3	59	17.8	79	23.9
4	11～20アイテム	50	15.1	67	20.2	69	20.8
5	21アイテム以上	141	42.6	60	18.1	71	21.5
6	貸与していない	13	3.9	23	6.9	14	4.2
	無回答	21	6.3	28	8.5	18	5.4
	全体	331	100.0	331	100.0	331	100.0
No.	カテゴリー名	特殊寝台付属品		床ずれ防止用具		体位変換器	
		n	%	n	%	n	%
1	1アイテムのみ	4	1.2	13	3.9	30	9.1
2	2～5アイテム	46	13.9	61	18.4	162	48.9
3	6～10アイテム	54	16.3	69	20.8	39	11.8
4	11～20アイテム	51	15.4	96	29.0	9	2.7
5	21アイテム以上	142	42.9	44	13.3	2	0.6
6	貸与していない	15	4.5	25	7.6	56	16.9
	無回答	19	5.7	23	6.9	33	10.0
	全体	331	100.0	331	100.0	331	100.0
No.	カテゴリー名	手すり		スロープ		歩行器	
		n	%	n	%	n	%
1	1アイテムのみ	10	3.0	13	3.9	7	2.1
2	2～5アイテム	86	26.0	95	28.7	62	18.7
3	6～10アイテム	81	24.5	67	20.2	69	20.8
4	11～20アイテム	71	21.5	82	24.8	79	23.9
5	21アイテム以上	27	8.2	16	4.8	68	20.5
6	貸与していない	27	8.2	30	9.1	20	6.0
	無回答	29	8.8	28	8.5	26	7.9
	全体	331	100.0	331	100.0	331	100.0
No.	カテゴリー名	歩行補助つえ		認知症老人徘徊感知器		移動用リフト	
		n	%	n	%	n	%
1	1アイテムのみ	11	3.3	47	14.2	23	6.9
2	2～5アイテム	122	36.9	148	44.7	93	28.1
3	6～10アイテム	90	27.2	14	4.2	69	20.8
4	11～20アイテム	35	10.6	0	0.0	49	14.8
5	21アイテム以上	13	3.9	1	0.3	22	6.6
6	貸与していない	33	10.0	87	26.3	44	13.3
	無回答	27	8.2	34	10.3	31	9.4
	全体	331	100.0	331	100.0	331	100.0
No.	カテゴリー名	その他1		その他2			
		n	%	n	%		
1	1アイテムのみ	3	0.9	0	0.0		
2	2～5アイテム	4	1.2	1	0.3		
3	6～10アイテム	2	0.6	0	0.0		
4	11～20アイテム	0	0.0	1	0.3		
5	21アイテム以上	0	0.0	0	0.0		
6	貸与していない						
	無回答	322	97.3	329	99.4		
	全体	331	100.0	331	100.0		



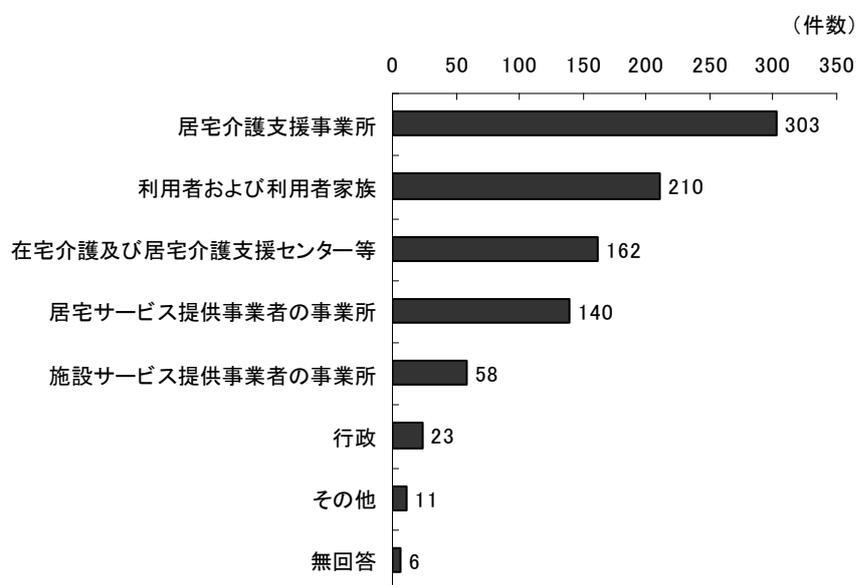
### ⑨ 想定している情報発信先

各事業所が想定している情報発信先について、複数回答でたずねたところ、「居宅介護支援事業所」が最も多く303事業所(全体の91.5%)となった。また、「利用者および利用者家族」向けと回答した事業所も210事業所(同63.4%)となった。実際に福祉用具を利用する、あるいはケアプランを作成するなど、福祉用具に接する機会の多い人を対象として情報発信している事業所が多いことがうかがえる。

一方、「行政」を情報発信先として想定している事業所は23事業所(同6.9%)にとどまった。

その他の回答としては、医療機関や医療機関にいるソーシャルワーカー(MSW)、包括支援センターなどが挙げられた。

カテゴリー名	n	%
居宅介護支援事業所	303	91.5
利用者および利用者家族	210	63.4
在宅介護及び居宅介護支援センター等	162	48.9
居宅サービス提供事業者の事業所	140	42.3
施設サービス提供事業者の事業所	58	17.5
行政	23	6.9
その他	11	3.3
無回答	6	1.8
全体	331	100.0



#### ⑩ 情報発信の媒体

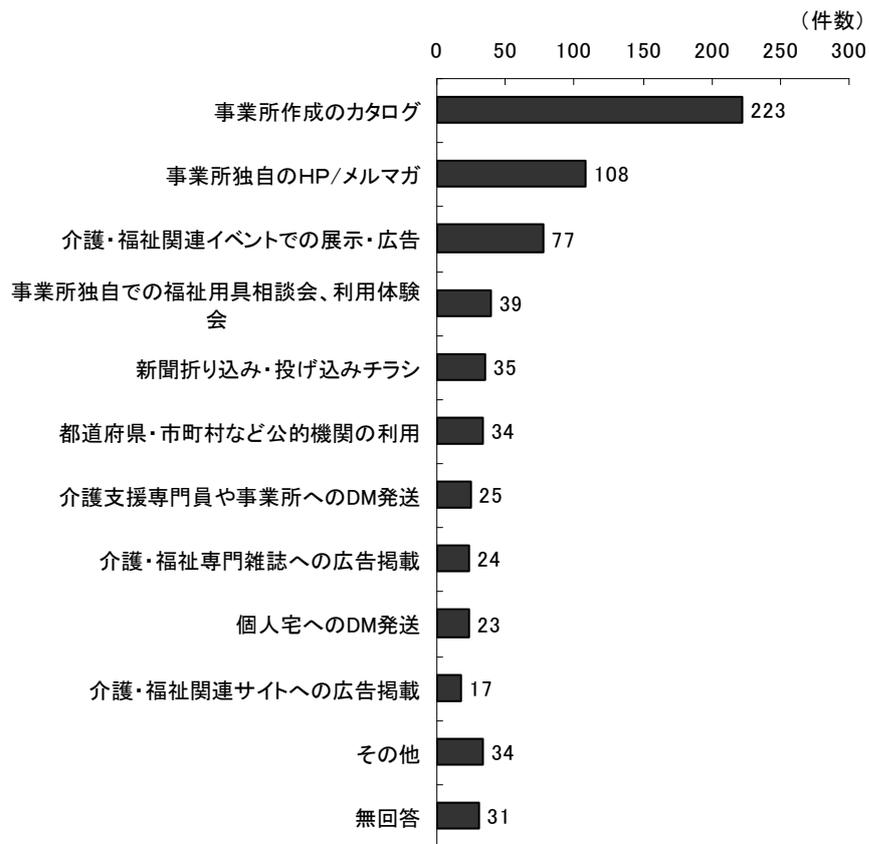
2007 年の 1 年間で情報発信の媒体として利用したものについて、複数回答でたずねたところ、「事業所作成のカタログ」が 223 事業所(全体の 67.4%)と最も多く、次いで、「事業所独自のホームページ、メールマガジン」が 108 事業所(同 32.6%)となった。

「事業所独自の福祉用具の相談会、利用体験会」、「新聞折り込み・投げ込みチラシ」、「都道府県・市町村などの公的機関の利用」を情報発信の媒体として利用した事業所もそれぞれ 10% 台前半となった。

一方、「介護・福祉専門雑誌への広告掲載」、「個人宅へのダイレクトメールの発送」、「介護・福祉関連サイトへの広告掲載」については、全体の 1 割に満たなかった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
事業所作成のカタログ	223	67.4
事業所独自のHP/メルマガ	108	32.6
介護・福祉関連イベントでの展示・広告	77	23.3
事業所独自の福祉用具相談会、利用体験会	39	11.8
新聞折り込み・投げ込みチラシ	35	10.6
都道府県・市町村など公的機関の利用	34	10.3
介護支援専門員や事業所へのDM発送	25	7.6
介護・福祉専門雑誌への広告掲載	24	7.3
個人宅へのDM発送	23	6.9
介護・福祉関連サイトへの広告掲載	17	5.1
その他	34	10.3
無回答	31	9.4
全体	331	100.0

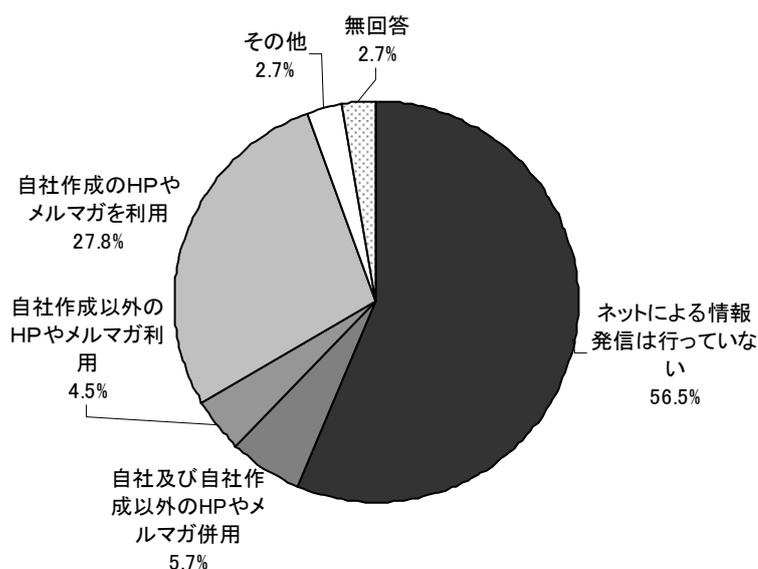


### ⑪ インターネットを利用した情報発信について

インターネットでの情報発信の有無についてたずねたところ、「インターネットによる情報発信は行っていない」が187事業所(全体の56.5%)と最も多くなった。

一方、「自社作成のホームページやメールマガジンを利用」しているが92事業所(同27.8%)となり、自社以外のホームページやメールマガジンを利用して情報発信をしている事業所とあわせると、38.0%の事業所がインターネットを利用した情報発信を行っている結果となった。

カテゴリー名	n	%
ネットによる情報発信は行っていない	187	56.5
自社及び自社作成以外のHPやメルマガ併用	19	5.7
自社作成以外のHPやメルマガ利用	15	4.5
自社作成のHPやメルマガを利用	92	27.8
その他	9	2.7
無回答	9	2.7
全体	331	100.0

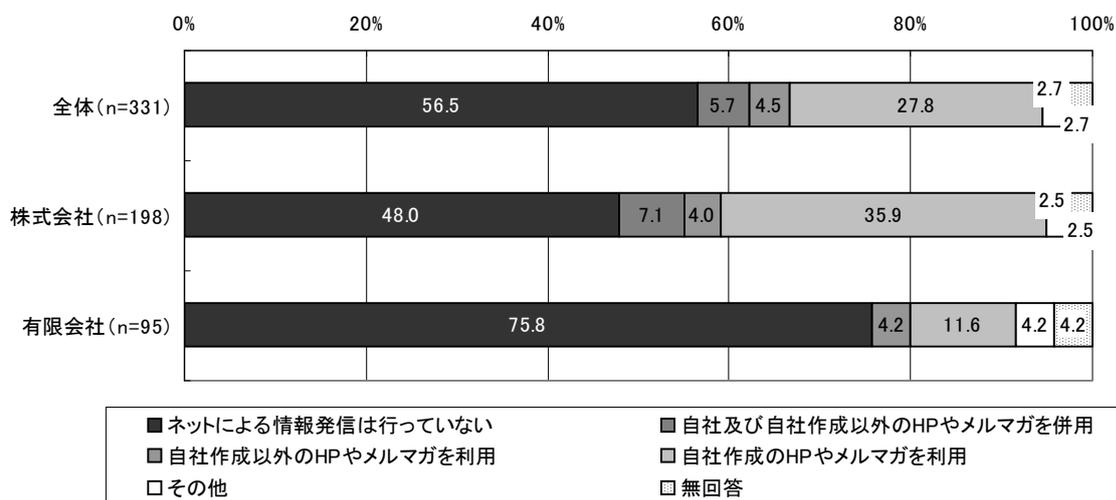


事業所種別にネットでの発信の有無を見ると、「ネットによる情報発信は行っていない」については、「有限会社」の割合が75.8%となり、全体の56.5%と比較して、20ポイント高い結果となった。

一方、「株式会社」を見ると、「ネットによる情報発信は行っていない」が48.0%となり、有限会社よりもその割合が低く、また、全体と比較しても約8ポイント低い傾向となった。

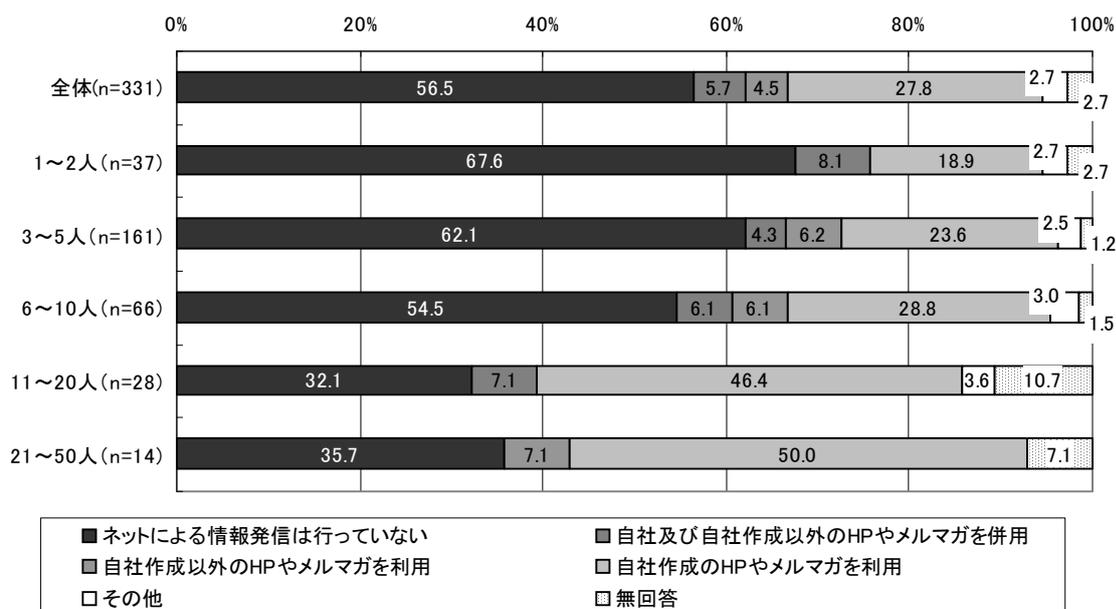
「株式会社」については、ネットを利用した何らかの情報発信を行っているが47.0%となり、全体の38.0%と比較しても割合が高くなっている。

	合計	ネットによる 情報発信は 行っていない	自社及び自 社作成以外 のHPやメル マガを併用	自社作成以 外のHPやメ ルマガを利 用	自社作成の HPやメルマ ガを利用	その他	無回答
全体	331 100.0	187 56.5	19 5.7	15 4.5	92 27.8	9 2.7	9 2.7
株式会社	198 100.0	95 48.0	14 7.1	8 4.0	71 35.9	5 2.5	5 2.5
有限会社	95 100.0	72 75.8	0 0.0	4 4.2	11 11.6	4 4.2	4 4.2
社会福祉法人	12 100.0	6 50.0	2 16.7	1 8.3	3 25.0	0 0.0	0 0.0
特定非営利活動法人	6 100.0	3 50.0	0 0.0	1 16.7	2 33.3	0 0.0	0 0.0
その他	17 100.0	10 58.8	1 5.9	1 5.9	5 29.4	0 0.0	0 0.0
無回答	3 100.0	1 33.3	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0



事業所の規模別では、「ネットによる情報発信は行っていない」の割合は、小規模の事業所になるにつれて、その割合が高くなっており、全体と比較しても、割合が高い。一方、事業所規模が11人を越えると、「ネットによる情報発信は行っていない」の割合が32.1%となり、全体の56.5%と比較しても低い。また、「自社作成のHPやメルマガを利用」して情報発信をしている割合が、全体の27.8%と比較すると46%～50%程度となり、その割合が非常に高くなっている。

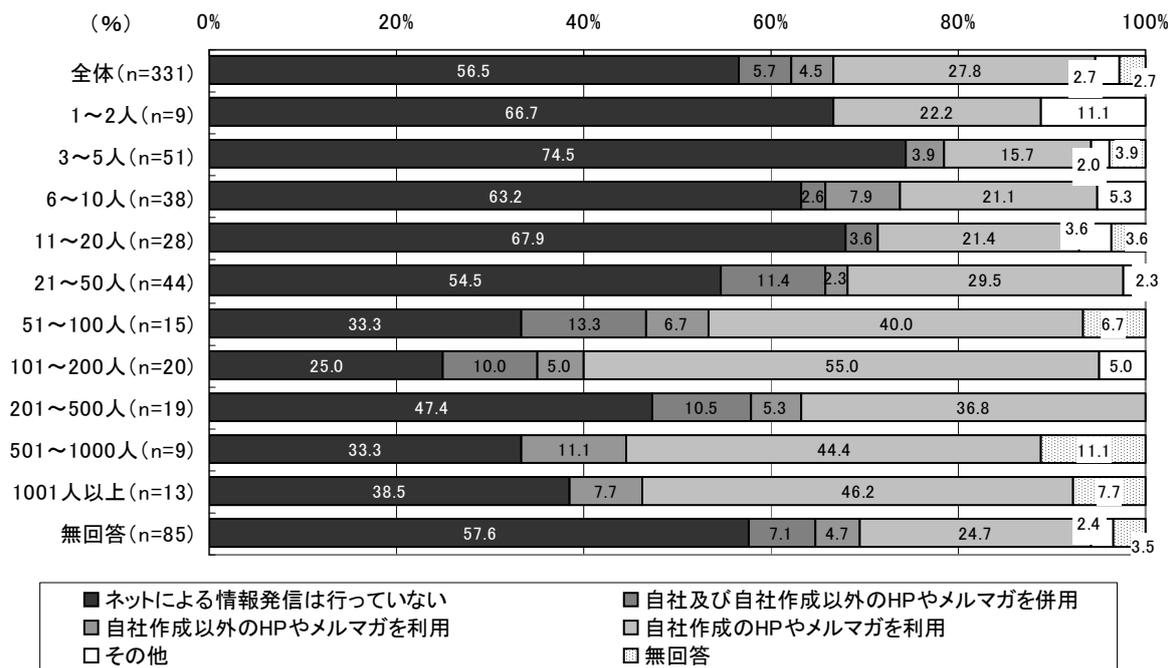
合計		ネットによる情報発信は行っていない	自社及び自社作成以外のHPやメルマガを併用	自社作成以外のHPやメルマガを利用	自社作成のHPやメルマガを利用	その他	無回答
全体	331	187 56.5	19 5.7	15 4.5	92 27.8	9 2.7	9 2.7
1～2人	37 100.0	25 67.6	3 8.1	0 0.0	7 18.9	1 2.7	1 2.7
3～5人	161 100.0	100 62.1	7 4.3	10 6.2	38 23.6	4 2.5	2 1.2
6～10人	66 100.0	36 54.5	4 6.1	4 6.1	19 28.8	2 3.0	1 1.5
11～20人	28 100.0	9 32	2 7	0 0	13 46	1 4	3 11
21～50人	14 100.0	5 35.7	0 0.0	1 7.1	7 50.0	0 0.0	1 7.1
51人以上	4 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0	0 0.0
無回答	21 100.0	12 57.1	3 14.3	0 0.0	4 19.0	1 4.8	1 4.8



法人規模別でも、「ネットによる情報発信は行っていない」割合は、法人規模が小さいほど高くなっている。また、51人以上200人未満の法人規模では、全体と比較して、ネットを利用した情報発信をしていない割合が低い。

しかし、「201人以上～500人未満」の法人規模では、その割合が47.4%、501人以上の法人規模でもネットでの情報発信をしていないが33.3%となり、法人規模が200人を超える中小企業になると、ネットでの情報発信をしていないことがうかがえる。

	合計	ネットによる 情報発信は 行っていない	自社及び自 社作成以外 のHPやメル マガを併用	自社作成以 外のHPやメ ルマガを利 用	自社作成の HPやメルマ ガを利用	その他	無回答
全体	331 100.0	187 56.5	19 5.7	15 4.5	92 27.8	9 2.7	9 2.7
1～2人	9 100.0	6 66.7	0 0.0	0 0.0	2 22.2	1 11.1	0 0.0
3～5人	51 100.0	38 74.5	0 0.0	2 3.9	8 15.7	1 2.0	2 3.9
6～10人	38 100.0	24 63.2	1 2.6	3 7.9	8 21.1	2 5.3	0 0.0
11～20人	28 100.0	19 67.9	1 3.6	0 0.0	6 21.4	1 3.6	1 3.6
21～50人	44 100.0	24 54.5	5 11.4	1 2.3	13 29.5	1 2.3	0 0.0
51～100人	15 100.0	5 33.3	2 13.3	1 6.7	6 40.0	0 0.0	1 6.7
101～200人	20 100.0	5 25.0	2 10.0	1 5.0	11 55.0	1 5.0	0 0.0
201～500人	19 100.0	9 47.4	2 10.5	1 5.3	7 36.8	0 0.0	0 0.0
501～1000人	9 100.0	3 33.3	0 0.0	1 11.1	4 44.4	0 0.0	1 11.1
1001人以上	13 100.0	5 38.5	0 0.0	1 7.7	6 46.2	0 0.0	1 7.7
無回答	85 100.0	49 57.6	6 7.1	4 4.7	21 24.7	2 2.4	3 3.5



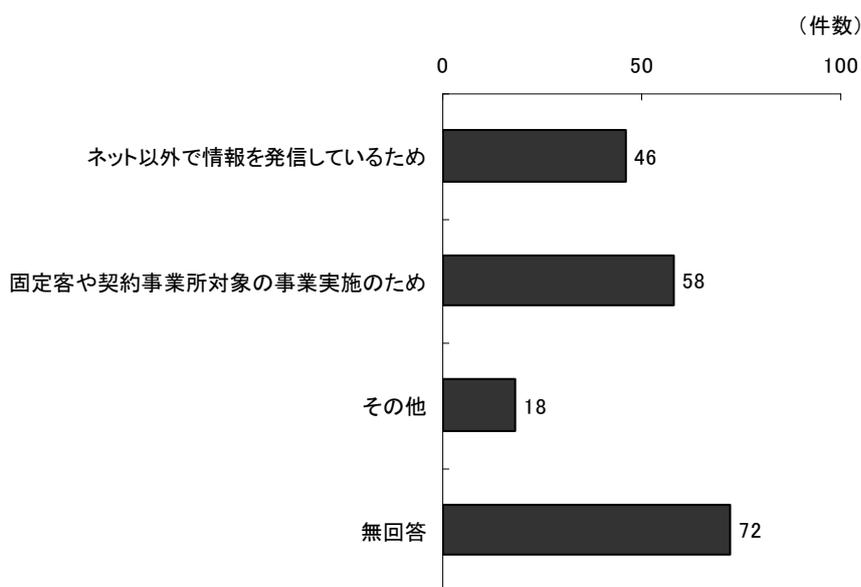
⑫ 「インターネットで情報発信を行っていない」理由(必要性)

⑪で「インターネットで情報発信を行っていない」と回答した 187 事業所に「必要としない」理由を複数回答でたずねたところ、「固定客や契約事業所を対象とした事業を実施しているため」が 58 事業所(全体の 31.0%)と最も多く、次いで、「インターネット以外で情報を発信しているため」が 46 事業所(同 24.6%)となった。

一方、「無回答」の事業所も 72 事業所(同 38.5%)あったことから、必要性を感じていないわけではな  
いが、情報発信をしていない可能性のある事業所も 4 割程度あることがうかがえる。

(複数回答)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ネット以外で情報を発信しているため	46	24.6
2	固定客や契約事業所対象の事業実施のため	58	31.0
3	その他	18	9.6
	無回答	72	38.5
	非該当	144	
	全体	187	100.0



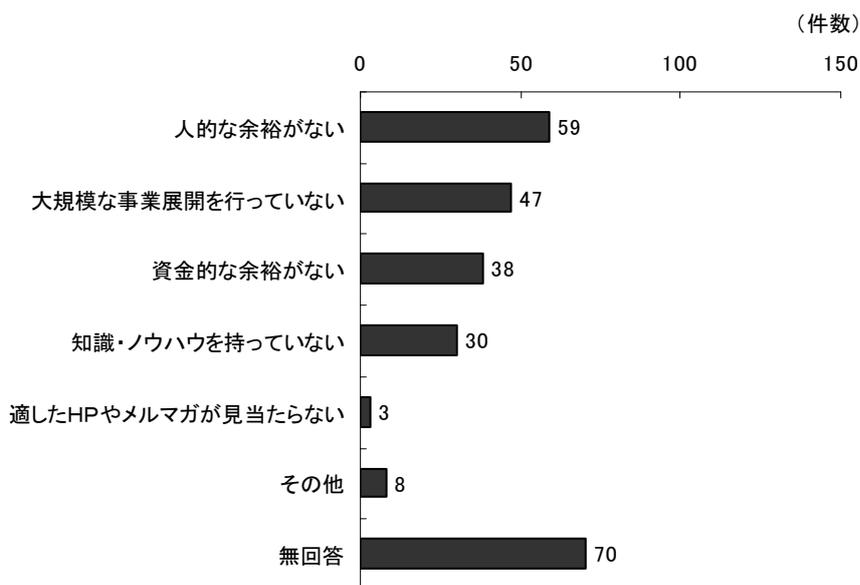
⑬ 「インターネットで情報発信を行っていない」理由（現状では実施不可能）

⑪で「インターネットで情報発信を行っていない」と回答した 187 事業所に「現状では実施ができない」理由を複数回答でたずねたところ、「人的な余裕がない」が 59 事業所（全体の 31.6%）と最も多く、次いで、「大規模な事業展開を行っていない」が 47 事業所（同 25.1%）となった。

一方、「無回答」の事業所も 70 事業所（同 37.4%）あった。

（複数回答）

カテゴリー名	n	%
人的な余裕がない	59	31.6
大規模な事業展開を行っていない	47	25.1
資金的な余裕がない	38	20.3
知識・ノウハウを持っていない	30	16.0
適したHPやメルマガが見当たらない	3	1.6
その他	8	4.3
無回答	70	37.4
非該当	144	
全体	187	100.0

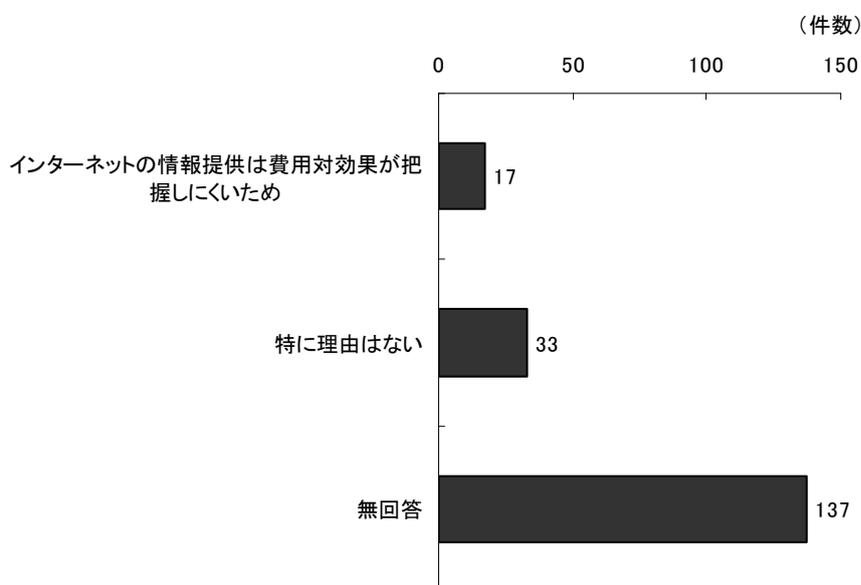


⑭ 「インターネットで情報発信を行っていない」理由(その他の理由)

⑪で「インターネットで情報発信を行っていない」と回答した 187 事業所に「その他」の理由を複数回答でたずねたところ、「特に理由はない」が 33 事業所(全体の 17.6%)となり、インターネットで情報発信をしていない理由が特にない事業所が全体の 2 割程度あった。

(複数回答)

No.	カテゴリー名	n	%
1	インターネットの情報提供は費用対効果が把握しにくい	17	9.1
2	特に理由はない	33	17.6
	無回答	137	73.3
	非該当	144	
	全体	187	100.0



インターネットで情報発信を行っていない理由としてその他の項目で挙げられたものとしては、「ホームページを開設しても見る人がいない」、「アクセスがない」などの意見があった。「高齢者やケアマネジャーがインターネットを利用していないため、開設する意義が見出せない」といった意見も見られた。

### ⑮ インターネットでの情報発信の予定

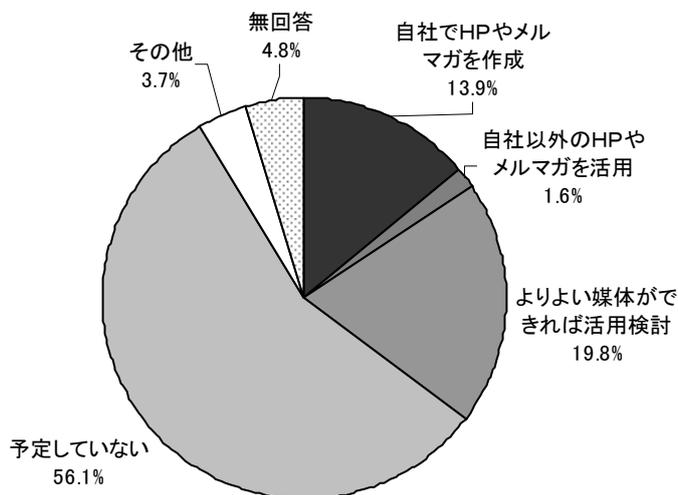
自社作成あるいは自社以外のホームページやメールマガジンを利用した情報発信をする予定についてたずねたところ、今後も「予定していない」が 105 事業所(全体の 56.1%)と過半数を超える結果となった。

「自社でホームページやメールマガジンを作成して情報発信をする予定である」と回答したのは 26 事業所(同 13.9%)となり、インターネットを利用して独自に情報発信を進めていく事業所はまだ少ない可能性がうかがえる。

一方、「今後、情報発信のためのよりよい媒体ができれば活用を検討する」と回答した事業所が 37 事業所(同 19.8%)あり、現在、インターネットで情報発信してもよいと思える媒体が存在していないと考えている事業所が 2 割程度あることがうかがえる。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
自社でHPやメルマガを作成	26	13.9
自社以外のHPやメルマガを活用	3	1.6
よりよい媒体ができれば活用検討	37	19.8
予定していない	105	56.1
その他	7	3.7
無回答	9	4.8
非該当	144	
全体	187	100.0



今後のインターネットでの情報発信の予定についての自由回答では、「資金不足」、「人手不足」のため「更新や開設が不可能」といった意見が見られた。また、「近い将来に廃業する予定」という回答も

何件かあったことから、本業だけでも資金が足りない中、宣伝広告費に資金を投入する余裕がないことがうかがえた。

インターネットの効果に対して懐疑的な意見もあり、「ホームページの開設により客が増えるとは思えない」といった回答もあった。また、利用者や利用者家族がインターネットを使いこなしていない世代であることも理由に挙げられている。

制度に関する指摘として、「介護保険法の改正により、どのような手を講じても収入増が見込めない」といった意見もあった。

フランチャイズやグループ傘下の店舗からは、「本部から独自の情報発信が禁止されている」、「本部で情報発信しているため必要ない」といった意見もあった。

また、「ケアプランを作成するケアマネジャーが使用する福祉用具を決定しているため、ホームページで情報発信する意味が見出せない」といった意見もあった。

一方、インターネットでの情報発信に積極的な事業所からは、「顧客増につながる」、「地域の人に自社の営業内容を知ってもらうよいツールであると考えている」、「キャンペーン情報などを掲載することで、客の購買意欲を刺激し、売上チャンスにつなげたい」、「競合他社との価格比較により、客の選択肢に入る事が可能」といった意見が見られた。

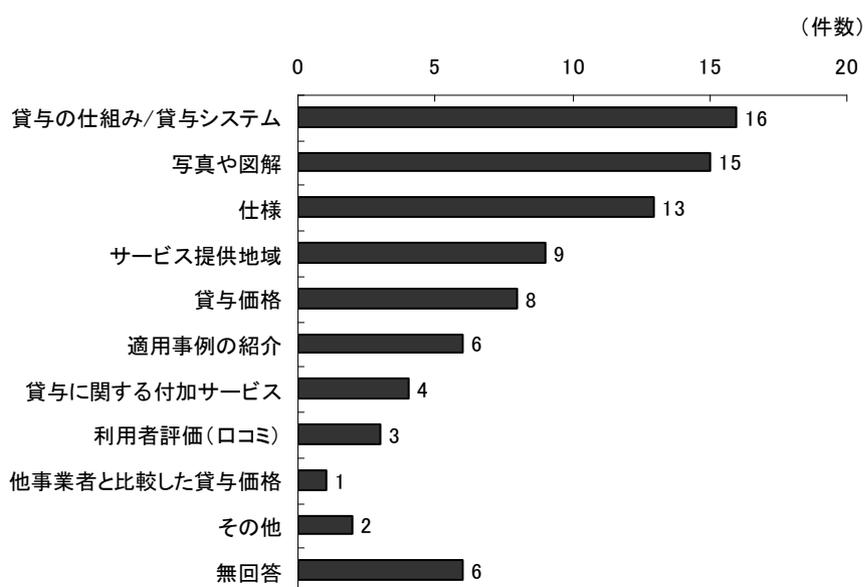
⑩ 自社以外で作成しているインターネット媒体を利用した情報発信の内容

⑪の「インターネットを利用した情報発信について」で「自社作成と自社作成以外のホームページやメールマガジンを併用して情報発信している」(19 事業所)、「主に自社作成以外のホームページやメールマガジンを利用して情報発信している」(15 事業所)と回答した 34 事業所に、「自社以外で作成しているホームページやメールマガジンに掲載・発信している情報の内容について複数回答でたずねた。

「福祉用具の貸与の仕組み／貸与システム」について情報発信しているのが 16 事業所(全体の 47.1%)、「福祉用具の写真や図解」について情報発信しているのが 15 事業所(同 44.1%)となった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
貸与の仕組み/貸与システム	16	47.1
写真や図解	15	44.1
仕様	13	38.2
サービス提供地域	9	26.5
貸与価格	8	23.5
適用事例の紹介	6	17.6
貸与に関する付加サービス	4	11.8
利用者評価(口コミ)	3	8.8
他事業者と比較した貸与価格	1	2.9
その他	2	5.9
無回答	6	17.6
非該当	297	
全体	34	100.0

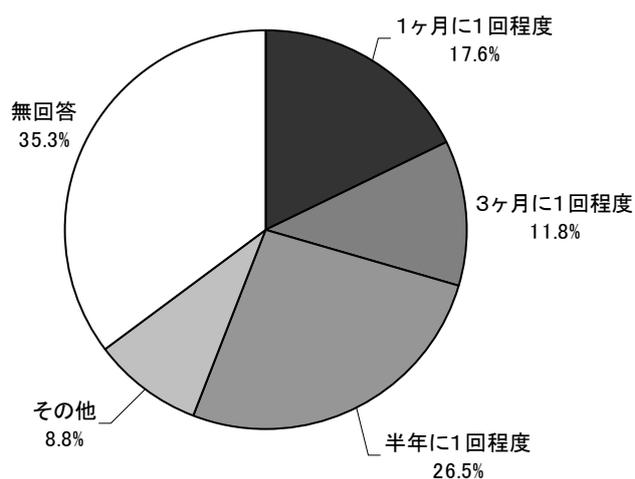


⑰ 自社以外で作成しているインターネット媒体を利用した情報発信の頻度

①の「インターネットを利用した情報発信について」で「自社作成と自社作成以外のホームページやメールマガジンを併用して情報発信している」(19 事業所)、「主に自社作成以外のホームページやメールマガジンを利用して情報発信している」(15 事業所)と回答した 34 事業所に、「自社以外で作成しているホームページやメールマガジンに掲載・発信している情報発信の頻度についてたずねた。

「半年に 1 回程度」が 9 事業所(全体の 26.5%)と自社作成以外のインターネット媒体を利用して情報発信を行っている事業所の 4 分の1を占める結果となった。一方、「無回答」が 12 事業所(同 35.3%)となり、更新頻度を定めていないか把握していない、あるいは半年以上更新していない傾向がうかがえる。

カテゴリー名	n	%
週に1回以上	0	0.0
2週間に1回程度	0	0.0
1ヶ月に1回程度	6	17.6
3ヶ月に1回程度	4	11.8
半年に1回程度	9	26.5
その他	3	8.8
無回答	12	35.3
非該当	297	
全体	34	100.0



⑩ 自社で作成しているインターネット媒体を利用した情報発信の内容

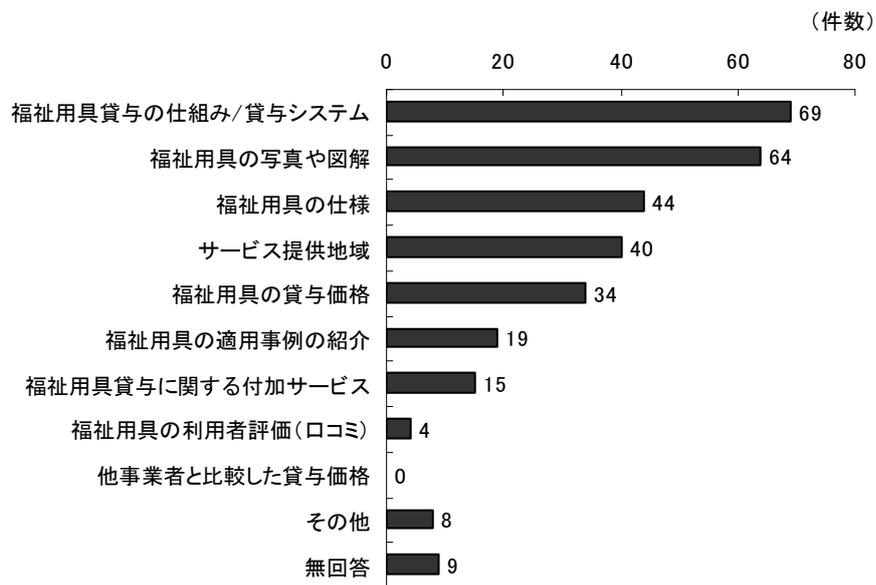
⑪の「インターネットを利用した情報発信について」で「自社及び自社作成以外のホームページやメールマガジンを併用している」(19 事業所)、「自社作成のホームページやメールマガジンを利用して情報発信している」(92 事業所)と回答した 111 事業所に、自社で作成しているホームページやメールマガジンに掲載・発信している情報の内容について複数回答でたずねた。

「福祉用具貸与の仕組み／貸与システム」について情報発信しているのが 69 事業所(全体の 62.2%)で最も多く、次いで、「福祉用具の写真や図解」を掲載しているのが 64 事業所(同 57.7%)となった。

一方、「福祉用具の利用者からの評価(口コミ)」を掲載している事業所は 4 事業所にとどまり、「他事業所と比較した貸与価格」を掲載している事業所はなかった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
福祉用具貸与の仕組み/貸与システム	69	62.2
福祉用具の写真や図解	64	57.7
福祉用具の仕様	44	39.6
サービス提供地域	40	36.0
福祉用具の貸与価格	34	30.6
福祉用具の適用事例の紹介	19	17.1
福祉用具貸与に関する付加サービス	15	13.5
福祉用具の利用者評価(口コミ)	4	3.6
他事業者と比較した貸与価格	0	0.0
その他	8	7.2
無回答	9	8.1
非該当	220	
全体	111	100.0



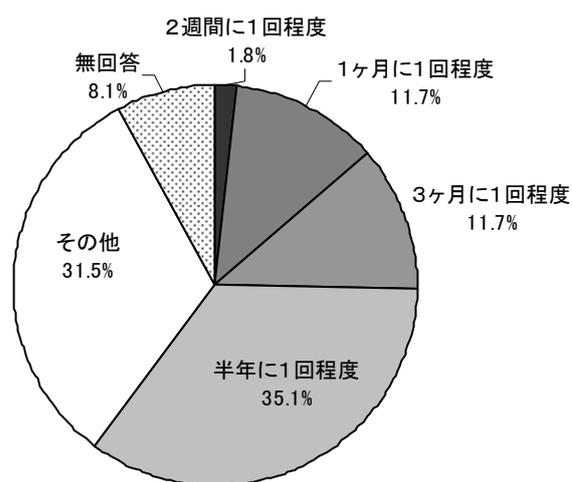
⑱ 自社作成のホームページやメールマガジンへの情報発信の頻度

①の「インターネットを利用した情報発信について」で「自社及び自社作成以外のホームページやメールマガジンを併用している」(19 事業所)、「自社作成のホームページやメールマガジンを利用して情報発信している」(92 事業所)と回答した 111 事業所に、自社で作成しているホームページやメールマガジンに掲載・発信している情報の頻度についてたずねた。

「半年に1回程度」が 39 事業所(全体の 35.1%)で最も多く、次いで、「1ヶ月に1回程度」と「3ヶ月に1回程度」がそれぞれ 13 事業所(同 11.7%)となった。

一方、「週に1回以上」更新している事業所はなく、「2週間に1回程度」更新している事業所も 2 事業所(同 1.8%)にとどまった。

カテゴリー名	n	%
週に1回以上	0	0.0
2週間に1回程度	2	1.8
1ヶ月に1回程度	13	11.7
3ヶ月に1回程度	13	11.7
半年に1回程度	39	35.1
その他	35	31.5
無回答	9	8.1
非該当	220	
全体	111	100.0

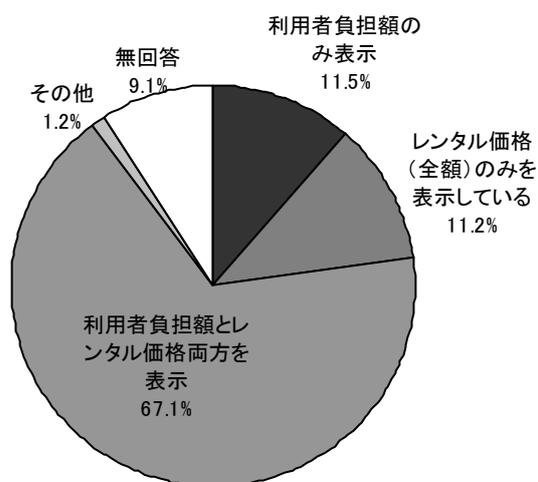


⑳ 利用者へ提示する貸与価格表示について

各事業所が利用者へ提示する貸与価格についてたずねたところ、「利用者負担額と月額とレンタル価格(全額)／月額の両方を表示している」が最も多く222 事業所(全体の67.1%)となり、各事業所が利用者へ用具総額とレンタル価格の両方を表示していることが分かる。

一方、「利用者負担額／月額のみを表示」しているのは38 事業所(同11.5%)、「レンタル価格のみを表示」しているのは37 事業所(同11.2%)といずれも1割強となった。

カテゴリー名	n	%
利用者負担額のみ表示	38	11.5
レンタル価格のみを表示	37	11.2
利用者負担額とレンタル価格両方を表示	222	67.1
その他	4	1.2
無回答	30	9.1
全体	331	100.0



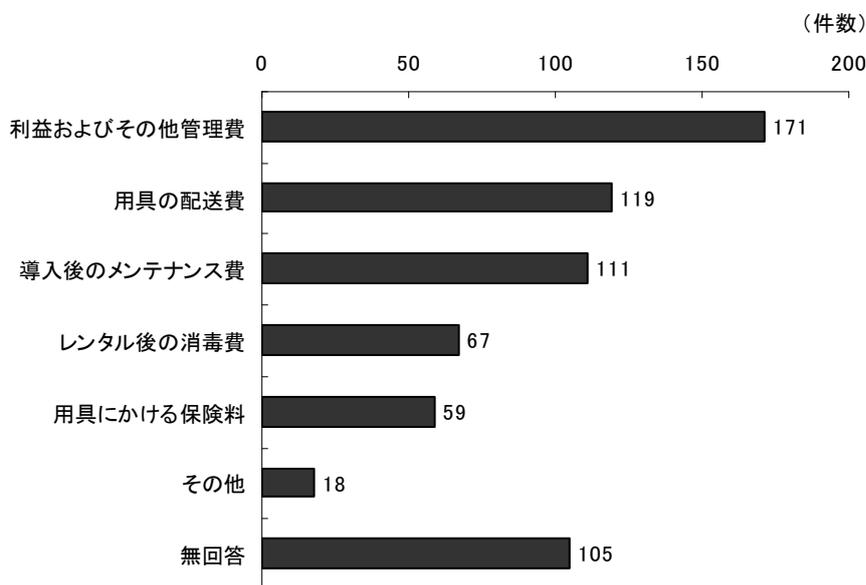
② 貸与価格の構成要素(レンタル卸の場合)

レンタル卸のケースでは、福祉用具貸与価格を構成する要素について当てはまるもの全てをたずねたところ、「利益およびその他管理費」を含むと回答したのが 171 事業所(全体の 51.7%)と最も多くなった。次いで、「用具の配送費」が 119 事業所(同 36.0%)、「導入後のメンテナンス費」が 111 事業所(同 33.5%)といずれも 3 割を超える結果となった。

一方、「レンタル後の消毒費」、「用具にかかる保険料」を貸与価格の構成要素としている事業所は 2 割前後となった。また、レンタル価格の構成要素を明確には把握していない、あるいは意識をしていないという傾向もうかがえる。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
利益およびその他管理費	171	51.7
用具の配送費	119	36.0
導入後のメンテナンス費	111	33.5
レンタル後の消毒費	67	20.2
用具にかかる保険料	59	17.8
その他	18	5.4
無回答	105	31.7
全体	331	100.0

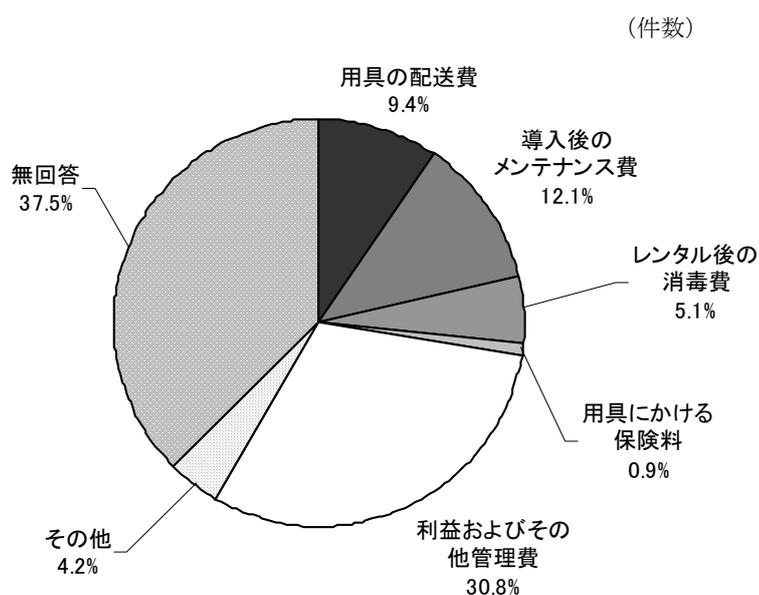


② 貸与価格の構成要素の比重(レンタル卸利用の場合)

レンタル卸の場合について、貸与価格の構成要素として、特に負担の大きいものについてたずねたところ、「利益およびその他管理費」が最も多く102 事業所(全体の 30.8%)となった。

一方、価格の構成要素として比重の高いものについて把握していない、あるいは意識をしていない傾向もうかがえる。

カテゴリ名	n	%
用具の配送費	31	9.4
導入後のメンテナンス費	40	12.1
レンタル後の消毒費	17	5.1
用具にかかる保険料	3	0.9
利益およびその他管理費	102	30.8
その他	14	4.2
無回答	124	37.5
全体	331	100.0

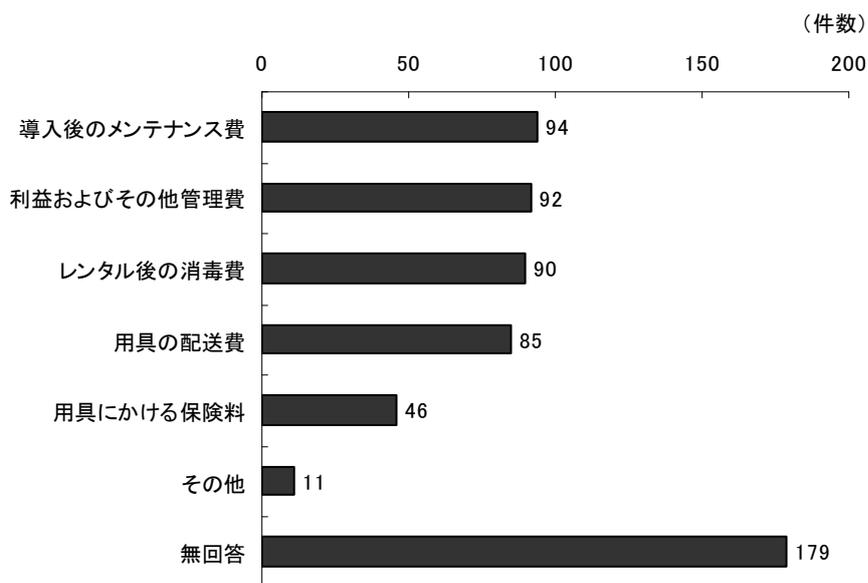


### ② 貸与価格の構成要素(自社レンタルの場合)

自社レンタルのケースでは、福祉用具貸与価格を構成する要素について当てはまるものをたずねたところ、「導入後のメンテナンス費」(28.4%)、「利益およびその他管理費」(27.8%)、「レンタル後の消毒費用」(27.2%)、「用具の配送費」(25.7%)の順となった。

一方、「無回答」の事業所も全体の5割を超えており、レンタル価格の構成要素を明確には把握していない、あるいは意識をしていないという傾向もうかがえる。

カテゴリー名	n	%
導入後のメンテナンス費	94	28.4
利益およびその他管理費	92	27.8
レンタル後の消毒費	90	27.2
用具の配送費	85	25.7
用具にかかる保険料	46	13.9
その他	11	3.3
無回答	179	54.1
全体	331	100.0

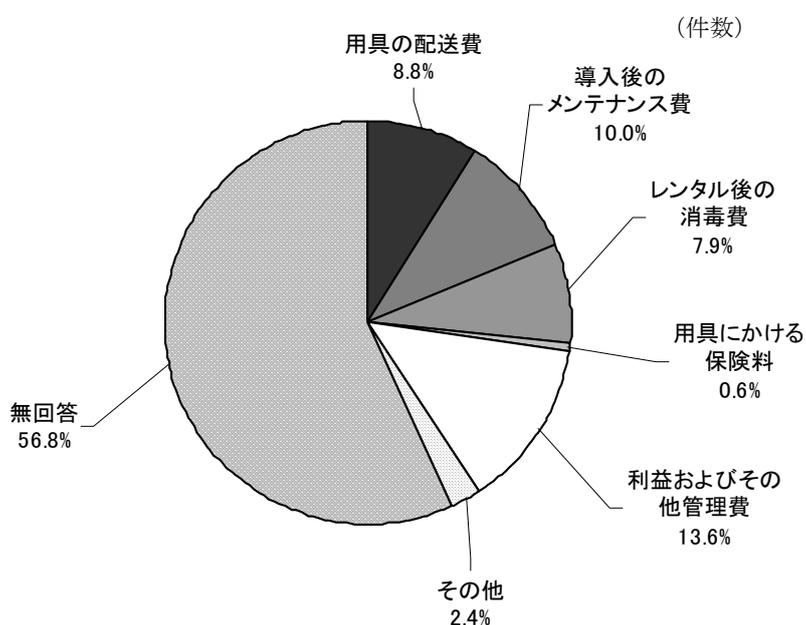


#### ⑭ 貸与価格の構成要素の比重(自社レンタルの場合)

自社で買い上げた商品をレンタルしているものについて、貸与価格の構成要素として、特に負担の大きいものについてたずねたところ、「利益およびその他の管理費」が45事業所(全体の13.6%)で全体と比較して、比較的割合が高く、次いで、「導入後のメンテナンス費」が33事業所(同10.0%)となった。

一方、「無回答」も188事業所(同56.8%)あり、価格の構成要素として比重の高いものについて把握していない、あるいは意識をしていない傾向もうかがえる。

カテゴリー名	n	%
用具の配送費	29	8.8
導入後のメンテナンス費	33	10.0
レンタル後の消毒費	26	7.9
用具にかかる保険料	2	0.6
利益およびその他管理費	45	13.6
その他	8	2.4
無回答	188	56.8
全体	331	100.0



## ⑤ 貸与価格見直しの時機

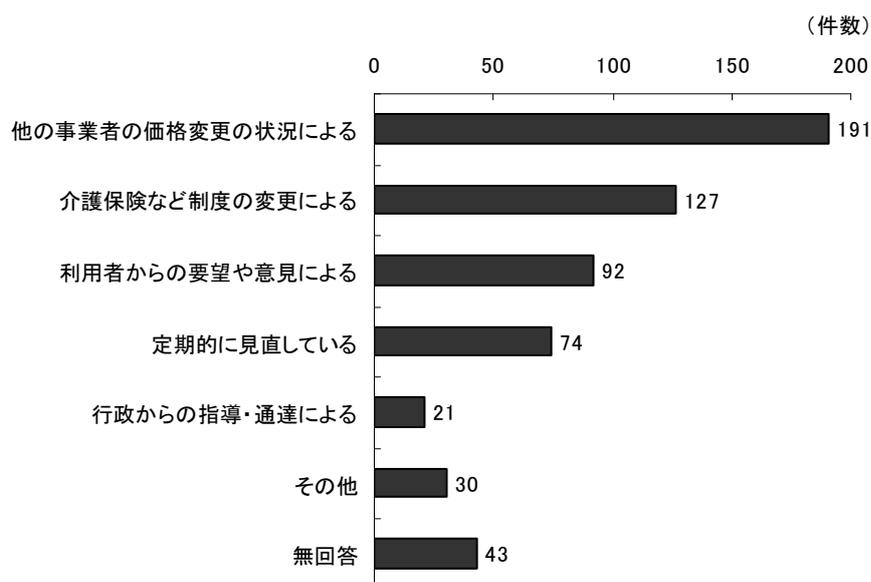
福祉用具の貸与価格を変更する(見直す)きっかけについて複数回答でたずねたところ、「他の事業所の価格変更の状況による」と回答したのが 191 事業所(全体の 57.7%)で最も多く、次いで、「介護保険など制度の変更による」と回答したのが 127 事業所(同 38.4%)となった。

また、「利用者からの要望や意見」、「定期的に見直している」と回答した事業所も2割程度あった。

「本社や委託元からの価格改定の通知」がその他の意見として多数、挙げられた。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
他の事業者の価格変更の状況による	191	57.7
介護保険など制度の変更による	127	38.4
利用者からの要望や意見による	92	27.8
定期的に見直している	74	22.4
行政からの指導・通達による	21	6.3
その他	30	9.1
無回答	43	13.0
全体	331	100.0

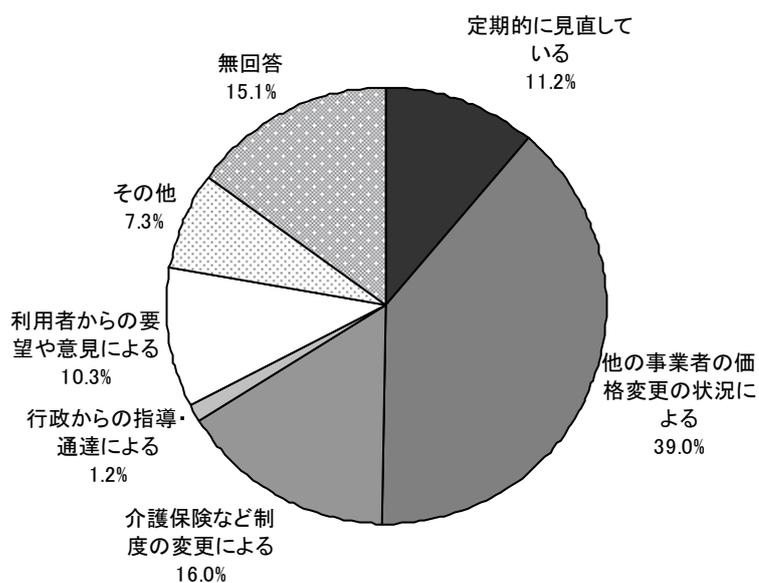


②⑥ 価格の見直しとして多い理由

②⑤の価格の見直しの時機について、特に多いものをたずねたところ、「他の事業者の価格変更の状況」と回答したのが129事業所(全体の39.0%)と最も多くなった。他社の動向が影響している様子が見えがえる。

また、「介護保険など制度の変更による」と回答したのも53事業所(同16.0%)あり、「定期的に見直している」、「利用者からの要望や意見による」と回答した事業所も1割程度あった。

カテゴリー名	n	%
定期的に見直している	37	11.2
他の事業者の価格変更の状況による	129	39.0
介護保険など制度の変更による	53	16.0
行政からの指導・通達による	4	1.2
利用者からの要望や意見による	34	10.3
その他	24	7.3
無回答	50	15.1
全体	331	100.0

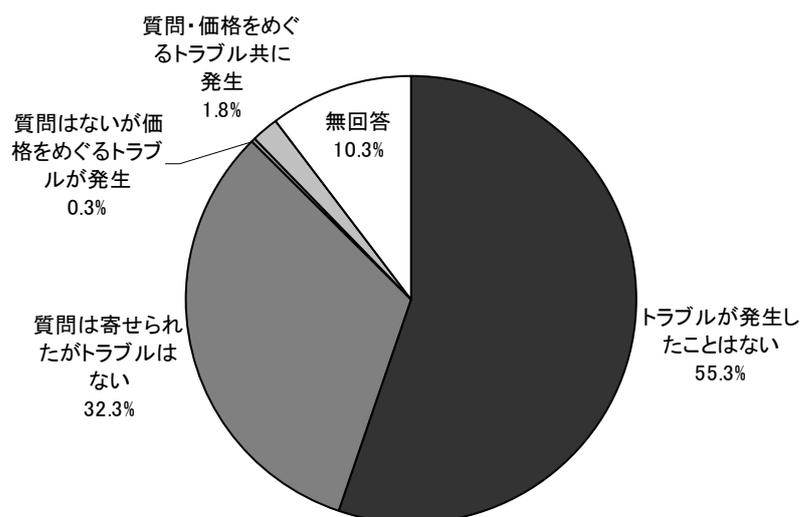


## ⑦ 貸与をめぐるトラブル

福祉用具の貸与価格について、利用者から質問や貸与価格について過去にトラブルがあったかどうかたずねた。

「トラブルが発生したことはない」が 183 事業所(全体の 55.3%)と最も多く、次いで、「質問は寄せられたがトラブルはない」が 107 事業所(同 32.3%)となった。

カテゴリー名	n	%
トラブルが発生したことはない	183	55.3
質問は寄せられたがトラブルはない	107	32.3
質問はないが価格をめぐるトラブルが発生	1	0.3
質問・価格をめぐるトラブル共に発生	6	1.8
無回答	34	10.3
全体	331	100.0



## ⑳ トラブルの内容

㉑で「質問は寄せられたがトラブルはない」(107 事業所)、「価格をめぐるトラブルが発生したことがある」(1 事業所)、「質問、貸与価格のトラブルが両方発生したことがある」(6 事業所)と回答した 114 事業所にトラブルの内容について、複数回答でたずねた。

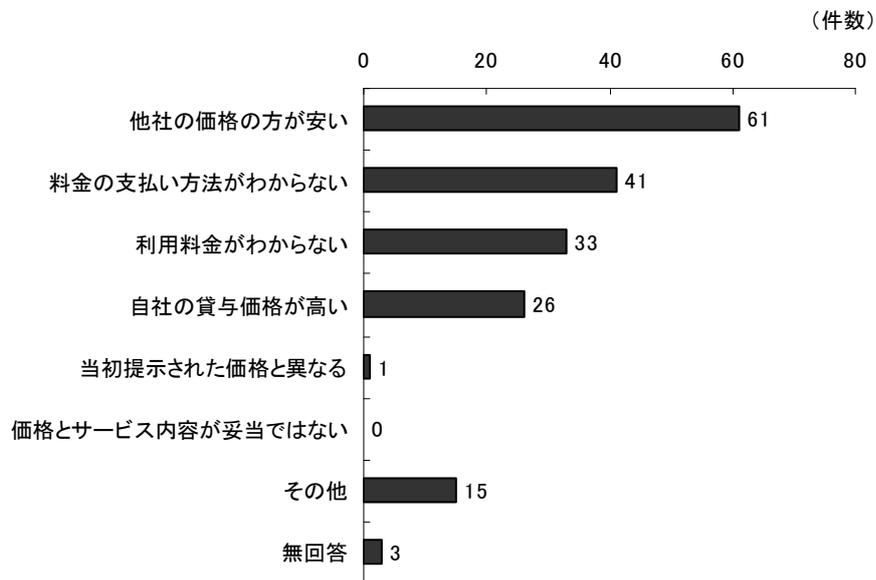
トラブルの内容としては、「他社の価格の方が安い」が 61 事業所(全体の 53.5%)と最も多く、次いで、「料金の支払い方法がわからない」の 41 事業所(同 36.0%)であった。

一方、「価格とサービス内容が妥当ではない」というトラブルについては、いずれの事業所も発生したことはなかった。

トラブルの内容として自由回答で挙げられたものとしては、「日割りが可能かどうか」、「長期利用により購入への切り替えが可能かどうか」、「保険外になった商品の取扱について」、事業所の納品や購入時期により卸売価格が異なることによる「同一商品でも人により貸与価格が異なることについて」、「金額増となった場合の限度額のオーバーについて」などが挙げられた。

一方、貸与価格が安いことに対する懐疑の質問も寄せられており、「安くして利益が確保できるのか」といった安過ぎることに対する疑問もあった。

カテゴリー名	n	%
他社の価格の方が安い	61	53.5
料金の支払い方法がわからない	41	36.0
利用料金がわからない	33	28.9
自社の貸与価格が高い	26	22.8
当初提示された価格と異なる	1	0.9
価格とサービス内容が妥当ではない	0	0.0
その他	15	13.2
無回答	3	2.6
非該当	217	
全体	114	100.0



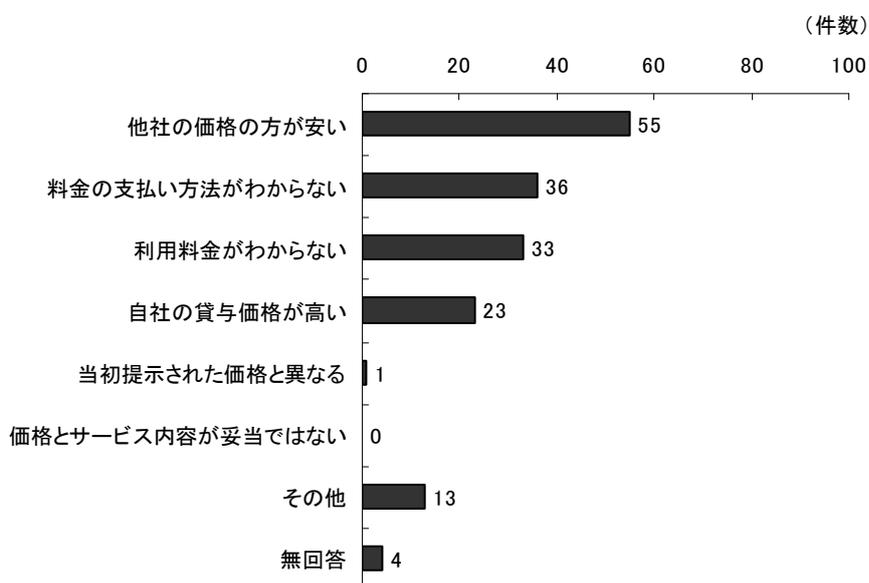
## ㊸ トラブルで多い内容

㊸のトラブルの内容で多いものを上位2つまで選択してもらったところ、「他社の価格が安い」が55事業所(全体の48.2%)と最も多く、次いで「料金の支払い方法がわからない」の36事業所(同31.6%)となった。

また、「利用料金がわからない」、「自社の貸与価格が高い」といった内容についても、2～3割の事業者がトラブルが発生したことがある内容として多いと回答している。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
他社の価格の方が安い	55	48.2
料金の支払い方法がわからない	36	31.6
利用料金がわからない	33	28.9
自社の貸与価格が高い	23	20.2
当初提示された価格と異なる	1	0.9
価格とサービス内容が妥当ではない	0	0.0
その他	13	11.4
無回答	4	3.5
非該当	217	
全体	114	100.0



### ⑩ 第三者によるインターネットサイトに掲載すべき情報

福祉用具の貸与や販売に関する情報について、貸与事業者以外の第三者がまとめてインターネット上で検索、比較が可能になった場合、掲載する必要性が高いと感じられる情報について、重要だと思う順に3つ選択してもらった。

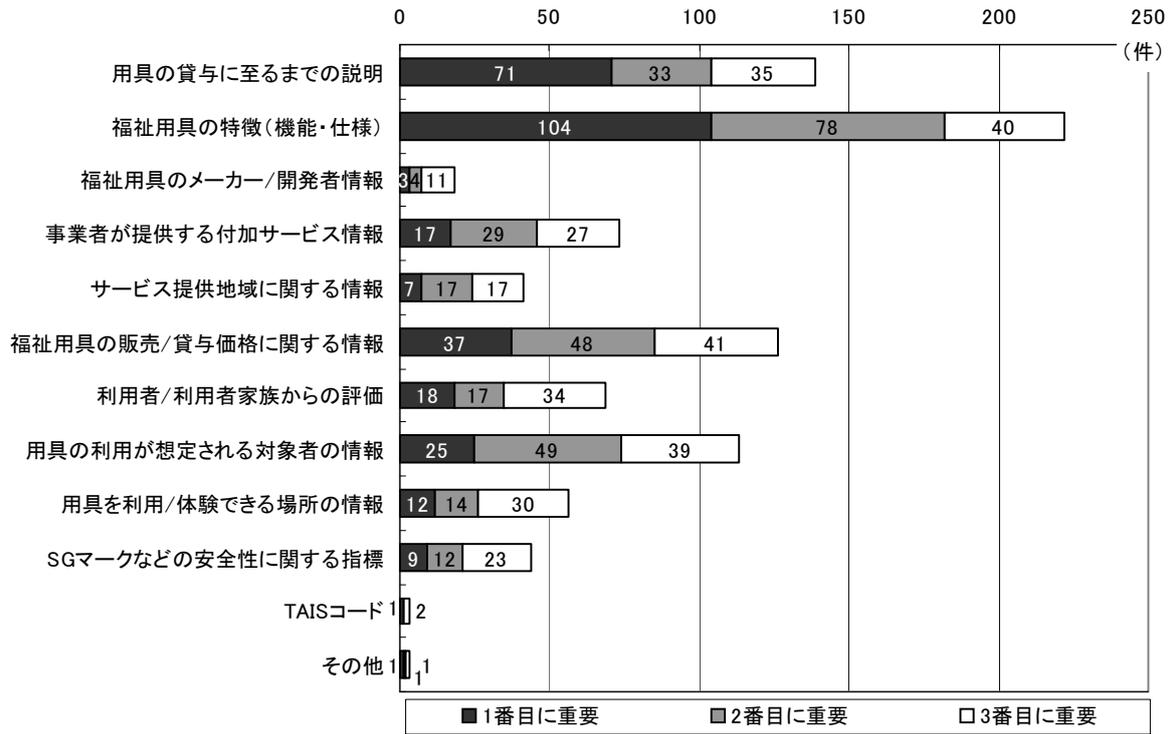
「福祉用具の特徴(機能・仕様)」について「掲載する必要性が高い」を最も重要であるとしたのは 104 事業所(全体の 31.4%)となった。また、2番目に重要であると回答した事業所も 78(同 23.6%)となり、222 事業所が必要性が高いと回答しており、用具の機能や仕様についての客観的な評価が求められていることがうかがえる。

次いで、重要性が高いという回答が多かった項目としては、「用具の貸与にいたるまでの説明」で、最も重要であると回答したのが 71 事業所(同 21.5%)であり、3番目までの理由に選択した事業所は 331 事業所中、139 事業所となった。

3番目に重要であると回答したもので最も多かった項目は、「福祉用具の販売、貸与価格に関する情報」であった。126 社が3番目までに重要であると選択している。

自由回答では、「自社のものでも消毒がしてあるかどうか」、「保険の価格」、「情報開示調査員の調査結果の所見」が意見として挙げられた。

カテゴリー名	1番目に重要		2番目に重要		3番目に重要	
	n	%	n	%	n	%
用具の貸与に至るまでの説明	71	21.5	33	10.0	35	10.6
福祉用具の特徴(機能・仕様)	104	31.4	78	23.6	40	12.1
福祉用具のメーカー/開発者情報	3	0.9	4	1.2	11	3.3
事業者が提供する付加サービス情報	17	5.1	29	8.8	27	8.2
サービス提供地域に関する情報	7	2.1	17	5.1	17	5.1
福祉用具の販売/貸与価格に関する情報	37	11.2	48	14.5	41	12.4
利用者/利用者家族からの評価	18	5.4	17	5.1	34	10.3
用具の利用が想定される対象者の情報	25	7.6	49	14.8	39	11.8
用具を利用/体験できる場所の情報	12	3.6	14	4.2	30	9.1
SGマークなどの安全性に関する指標	9	2.7	12	3.6	23	6.9
TAISコード	1	0.3	0	0.0	2	0.6
その他	1	0.3	1	0.3	1	0.3
無回答	26	7.9	29	8.8	31	9.4
全体	331	100.0	331	100.0	331	100.0

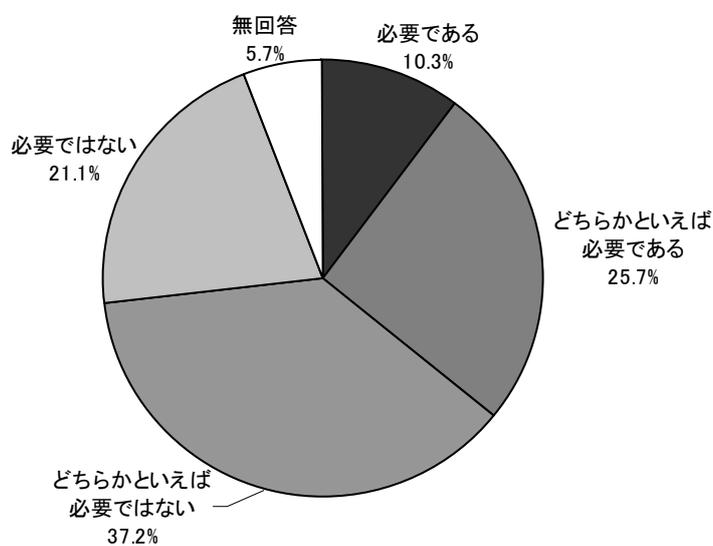


### ③ 貸与価格が比較できるインターネットサイトの必要性

福祉用具の貸与や販売価格の比較が可能なインターネットのサイトの必要性についてたずねたところ、「どちらかといえば必要ではない」が123事業所(全体の37.2%)と最も多くなった。2番目に多かったのは「どちらかといえば必要である」の85事業所(同25.7%)となり、完全に否定をするわけではないが、完全に肯定するわけでもないといった意見が多くなった。

一方、「必要ではない」という回答が70事業所(同21.1%)あり、当該サイトに否定的な事業所も2割程度見られた。「必要である」は34事業所(同10.3%)と必要性を感じている事業者は1割にとどまった。

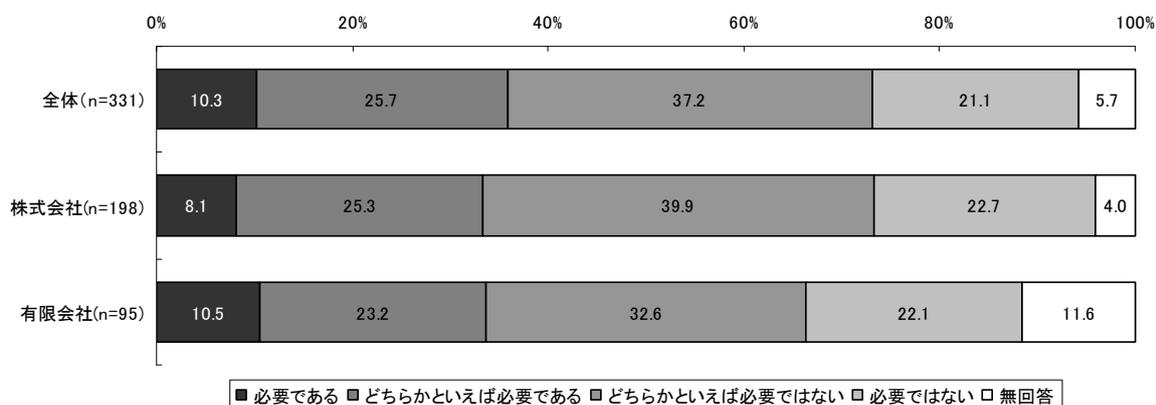
カテゴリー名	n	%
必要である	34	10.3
どちらかといえば必要である	85	25.7
どちらかといえば必要ではない	123	37.2
必要ではない	70	21.1
無回答	19	5.7
全体	331	100.0



事業所分類別に価格比較サイトの必要性を見ると、「株式会社」「有限会社」とも「必要である」、「どちらかといえば必要である」については、割合は全体の傾向とほぼ同様となった。

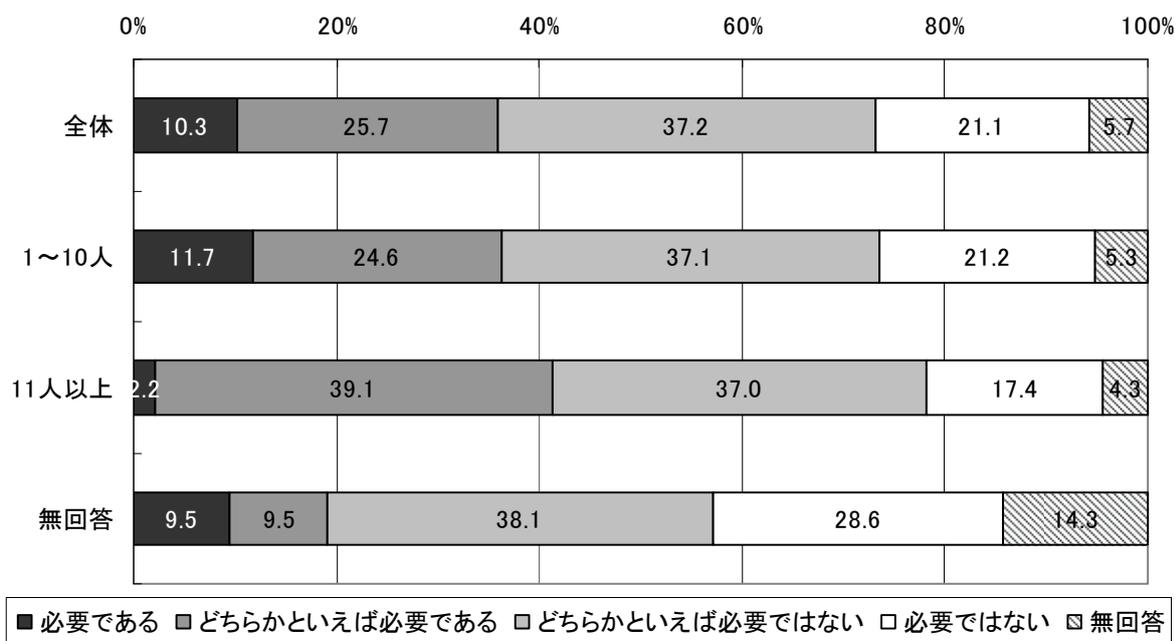
「どちらかといえば必要である」については、「有限会社」の割合が「全体」、「株式会社」と比較して若干下回った。

	全体	必要である	どちらかといえば必要である	どちらかといえば必要ではない	必要ではない	無回答
合計	331 100.0	34 10.3	85 25.7	123 37.2	70 21.1	19 5.7
株式会社	198 100.0	16 8.1	50 25.3	79 39.9	45 22.7	8 4.0
有限会社	95 100.0	10 10.5	22 23.2	31 32.6	21 22.1	11 11.6
社会福祉法人	12 100.0	0 0.0	7 58.3	5 41.7	0 0.0	0 0.0
特定非営利活動法人	6 100.0	2 33.3	1 16.7	3 50.0	0 0.0	0 0.0
その他	17 100.0	6 35.3	4 23.5	5 29.4	2 11.8	0 0.0
無回答	3 100.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	2 66.7	0 0.0



事業所従業員数別に価格比較サイトの必要性を見ると、11人以上の事業所で「どちらかといえば必要である」が全体の比率を上回った。

		必要である	どちらか といえば 必要である	どちらか といえば 必要ではない	必要ではない	無回答
合計	331	34	85	123	70	19
	100.0	10.3	25.7	37.2	21.1	5.7
1～10人	264	31	65	98	56	14
	100.0	11.7	24.6	37.1	21.2	5.3
11人以上	46	1	18	17	8	2
	100.0	2.2	39.1	37.0	17.4	4.3
無回答	21	2	2	8	6	3
	100.0	9.5	9.5	38.1	28.6	14.3



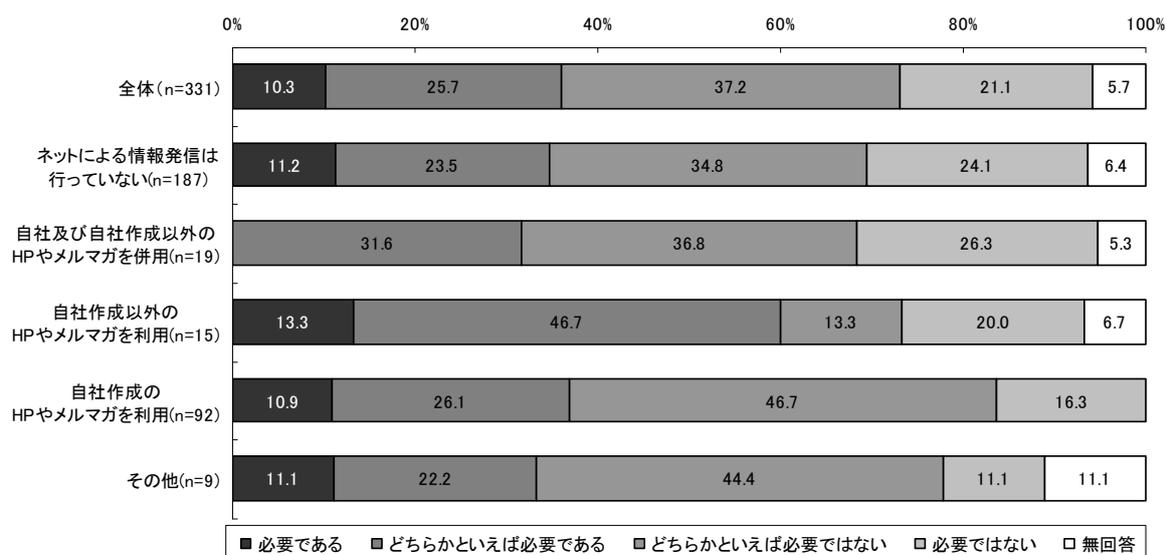
インターネットの情報発信の有無別に、価格比較サイトの必要性についてたずねた。

「自社および自社作成以外のHPやメルマガを併用している」と回答した事業所に価格比較のためのサイトが必要であると回答した事業所はいなかった。

「自社作成以外のHPやメルマガを利用」している事業所は、価格比較サイトが「必要である」、「どちらかといえば必要」と回答した事業所が全体の60.0%となり、他と比較してその割合が高くなっている。

一方、「自社作成のHPやメルマガを利用」している事業所は「どちらかといえば必要でない」が46.7%となりその割合が高かった。

	全体	必要である	どちらかといえば必要である	どちらかといえば必要ではない	必要ではない	無回答
合計	331 100.0	34 10.3	85 25.7	123 37.2	70 21.1	19 5.7
ネットによる情報発信は行っていない	187 100.0	21 11.2	44 23.5	65 34.8	45 24.1	12 6.4
自社及び自社作成以外のHPやメルマガを併用	19 100.0	0 0.0	6 31.6	7 36.8	5 26.3	1 5.3
自社作成以外のHPやメルマガを利用	15 100.0	2 13.3	7 46.7	2 13.3	3 20.0	1 6.7
自社作成のHPやメルマガを利用	92 100.0	10 10.9	24 26.1	43 46.7	15 16.3	0 0.0
その他	9 100.0	1 11.1	2 22.2	4 44.4	1 11.1	1 11.1
無回答	9 100.0	0 0.0	2 22.2	2 22.2	1 11.1	4 44.4



インターネットによる価格比較サイトの必要性についての意見では、以下のような自由回答があった。

価格比較サイトに対して否定的な意見としては、価格が比較されること自体を懸念する意見、それの意味を見出さないといった意見があった。また、価格が比較できることにより価格競争が進み、結果的に事業者が減ることにつながるといった懸念も示された。

また、価格だけではサービスの内容や人的なサービスが分からないことなど、価格以外の付加価値が重要であるといった意見があった。また、利用者の立場に立って、「本当に利用者にあった福祉用具を提供することが必要である」ことから、価格だけで決めることに反対であるといった意見も寄せられた。

一方、価格比較サイトに肯定的な意見としては、利用者が価格に敏感であること、利用者が求めているから、といった意見の他、利用者に適正な価格であるかを判断する材料となる可能性があること、福祉用具の価格が同一商品でも統一されているわけではないため、利用者を選択肢を広げてもらう可能性があるといった意見もあった。

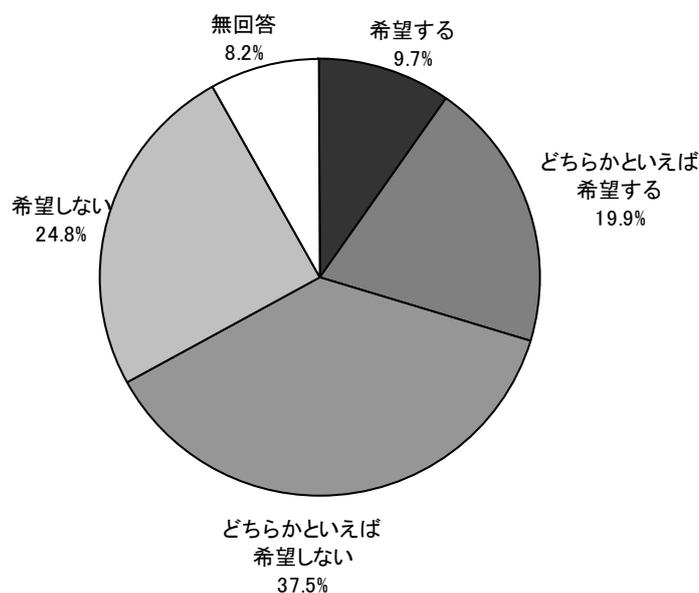
ただし、自由意見を見ても、肯定的な意見は少数派であり、価格だけでは分からない部分が多く、事業者として価格だけが利用者の判断材料となることに大きな懸念を持っていることがうかがえる結果となった。

### ⑫ 貸与価格が比較可能なインターネットサイトへの掲載希望

事業者間の貸与価格を比較できる機能を備えたインターネットサイトへ情報の掲載を希望するかをたずねたところ、「どちらかといえば希望しない」が124事業所(全体の37.5%)と最も多く、次いで、「希望しない」の82事業所(同24.8%)となり、当該サイトが存在しても掲載は希望しないと考えている事業所が多い結果となった。

一方、掲載を「希望する」、「どちらかといえば希望する」と回答したのは全体の98事業所(同29.6%)と全体の3割を切る結果となった。

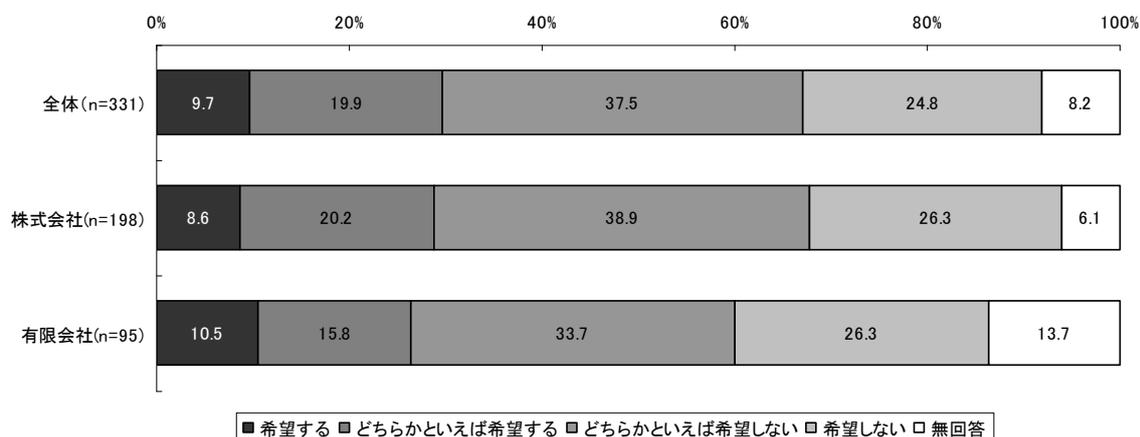
カテゴリー名	n	%
希望する	32	9.7
どちらかといえば希望する	66	19.9
どちらかといえば希望しない	124	37.5
希望しない	82	24.8
無回答	27	8.2
全体	331	100.0



掲載希望について事業所種別で見ると、「希望する」、「どちらかといえば希望する」については、「株式会社」、「有限会社」ともに全体の傾向と同様となった。

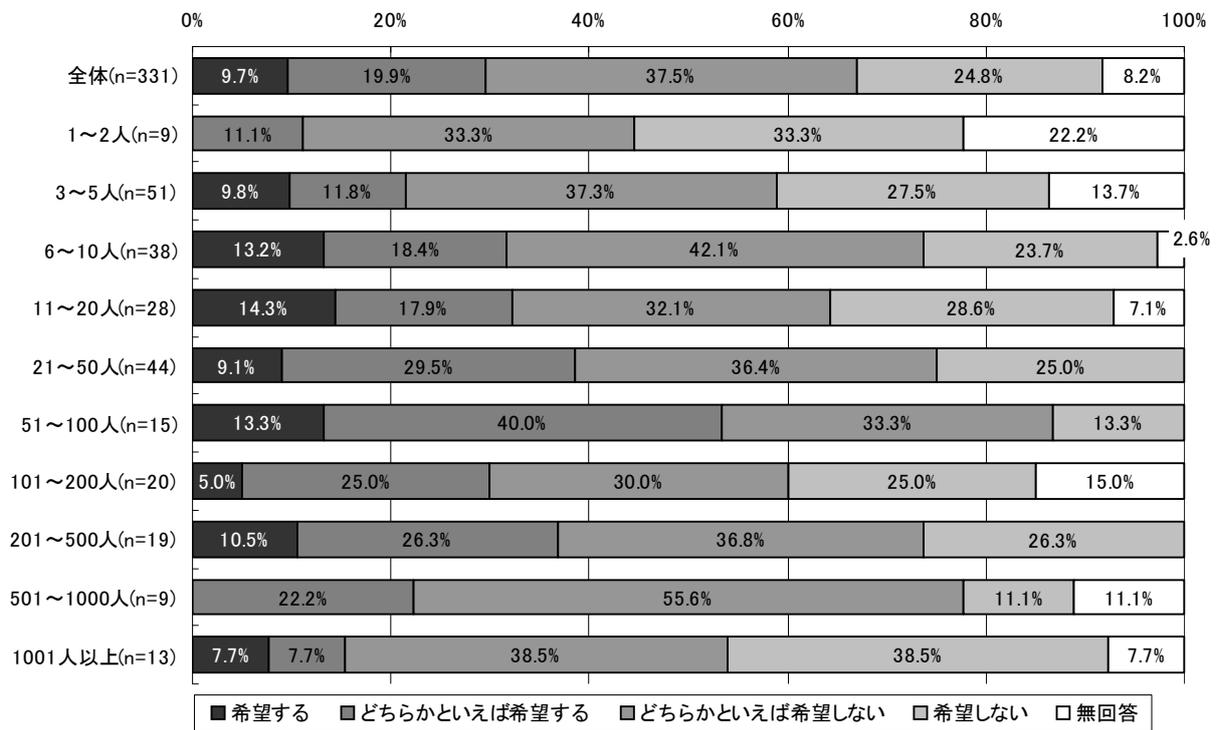
一方、「どちらかといえば希望する」については、「有限会社」(15.8%)の傾向が「全体」(19.9%)、「株式会社」(20.2%)の傾向を下回る結果となった。「無回答」の割合が1割を超えたことから、判断しきれない様子がうかがえる。

	全体	希望する	どちらかとい えば希望 する	どちらかとい えば希望 しない	希望しない	無回答
合計	331 100.0	32 9.7	66 19.9	124 37.5	82 24.8	27 8.2
株式会社	198 100.0	17 8.6	40 20.2	77 38.9	52 26.3	12 6.1
有限会社	95 100.0	10 10.5	15 15.8	32 33.7	25 26.3	13 13.7
社会福祉法人	12 100.0	1 8.3	4 33.3	4 33.3	2 16.7	1 8.3
特定非営利活動法人	6 100.0	0 0.0	1 16.7	5 83.3	0 0.0	0 0.0
その他	17 100.0	3 17.6	6 35.3	5 29.4	2 11.8	1 5.9
無回答	3 100.0	1 33.3	0 0.0	1 33.3	1 33.3	0 0.0



法人従業員数別に価格比較サイトへの掲載希望を見ると、51人以上100人未満の企業で「希望する」、「どちらかといえば希望する」をあわせて53.3%となり、他と比較してその割合が高くなった。

	全体	希望する	どちらかとい えば希望 する	どちらかとい えば希望 しない	希望しない	無回答
合計	331 100.0	32 9.7	66 19.9	124 37.5	82 24.8	27 8.2
1～2人	9 100.0	0 0.0	1 11.1	3 33.3	3 33.3	2 22.2
3～5人	51 100.0	5 9.8	6 11.8	19 37.3	14 27.5	7 13.7
6～10人	38 100.0	5 13.2	7 18.4	16 42.1	9 23.7	1 2.6
11～20人	28 100.0	4 14.3	5 17.9	9 32.1	8 28.6	2 7.1
21～50人	44 100.0	4 9.1	13 29.5	16 36.4	11 25.0	0 0.0
51～100人	15 100.0	2 13.3	6 40.0	5 33.3	2 13.3	0 0.0
101～200人	20 100.0	1 5.0	5 25.0	6 30.0	5 25.0	3 15.0
201～500人	19 100.0	2 10.5	5 26.3	7 36.8	5 26.3	0 0.0
501～1000人	9 100.0	0 0.0	2 22.2	5 55.6	1 11.1	1 11.1
1001人以上	13 100.0	1 7.7	1 7.7	5 38.5	5 38.5	1 7.7
無回答	85 100.0	8 9.4	15 17.6	33 38.8	19 22.4	10 11.8



### ③ 掲載を希望する理由

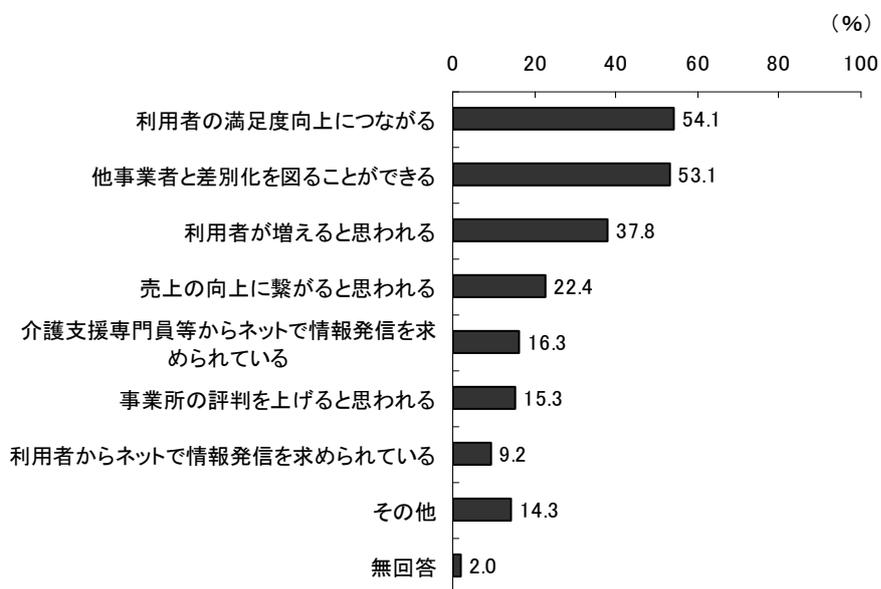
インターネットサイトへの情報の掲載を「希望する」(32 事業所)、「どちらかといえば希望する」(66 事業所)と回答した 98 事業所に、希望する理由を3つ選択してもらった。

「利用者の満足度向上につながる」が 53 事業所(全体の 54.1%)、「他事業所と差別化を図ることができる」が 52 事業所(同 53.1%)となり、過半数の事業所が理由として挙げた。

また、「利用者が増えると思われる」も 37 事業所(同 37.8%)が選択した。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
利用者の満足度向上につながる	53	54.1
他事業者と差別化を図ることができる	52	53.1
利用者が増えると思われる	37	37.8
売上の向上に繋がると思われる	22	22.4
介護支援専門員等からネットで情報発信を求められている	16	16.3
事業所の評判を上げると思われる	15	15.3
利用者からネットで情報発信を求められている	9	9.2
その他	14	14.3
無回答	2	2.0
非該当	233	
全体	98	100.0

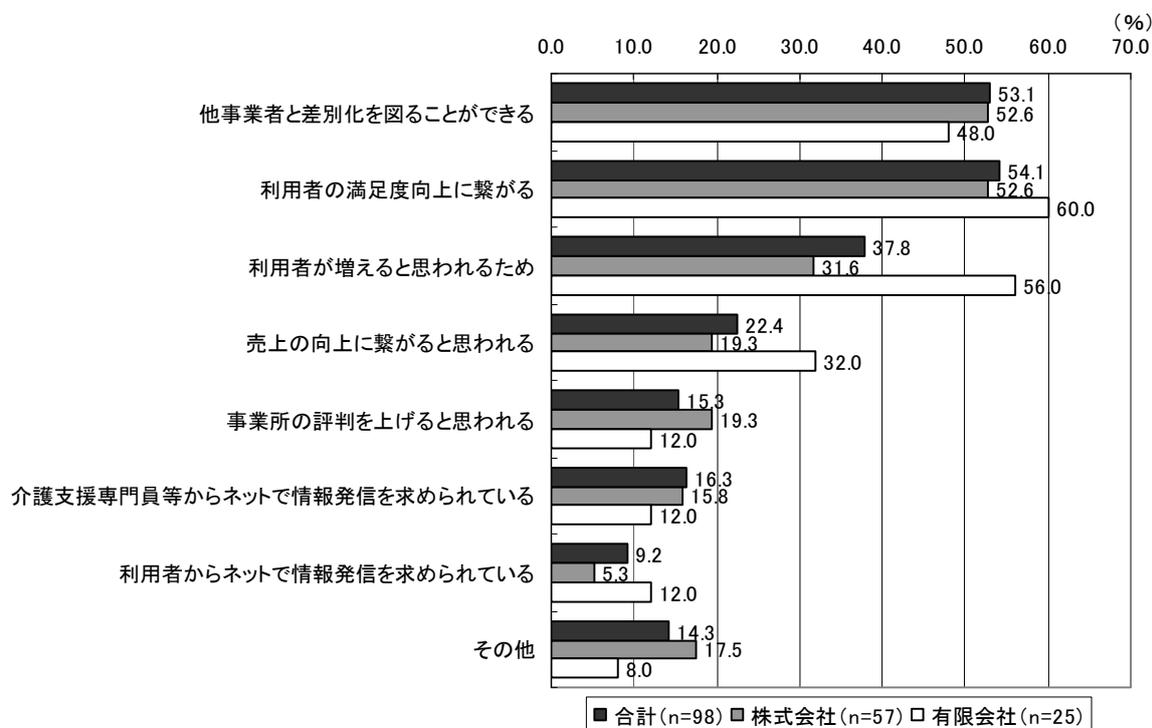


事業所別に掲載希望理由をたずねたところ、「他の事業所と差別化を図ることができる」について、「有限会社」(48.0%)が掲載希望とした割合が全体(53.1%)と比較して低くなった。

一方、「利用者の満足度向上につながる」、「利用者が増えると思われる」、「売上の向上につながると思われる」については、「有限会社」が全体を大きく上回った。

「株式会社」では、「利用者が増えると思われる」、「売上の向上につながると思われる」について全体の傾向を下回った。

	全体	他事業者と差別化を図ることができる	利用者の満足度向上につながる	利用者が増えると思われるため	売上の向上につながると思われる	事業所の評判を上げると思われる	介護支援専門員等からネットで情報発信を求められている	利用者からネットで情報発信を求められている	その他
合計	98	52	53	37	22	15	16	9	14
	100.0	53.1	54.1	37.8	22.4	15.3	16.3	9.2	14.3
株式会社	57	30	30	18	11	11	9	3	10
	100.0	52.6	52.6	31.6	19.3	19.3	15.8	5.3	17.5
有限会社	25	12	15	14	8	3	3	3	2
	100.0	48.0	60.0	56.0	32.0	12.0	12.0	12.0	8.0
社会福祉法人	5	4	2	3	0	0	1	1	0
	100.0	80.0	40.0	60.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
特定非営利活動法人	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
その他	9	6	6	2	3	1	2	1	0
	100.0	66.7	66.7	22.2	33.3	11.1	22.2	11.1	0.0
無回答	1	0	0	0	0	0	1	1	1
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0

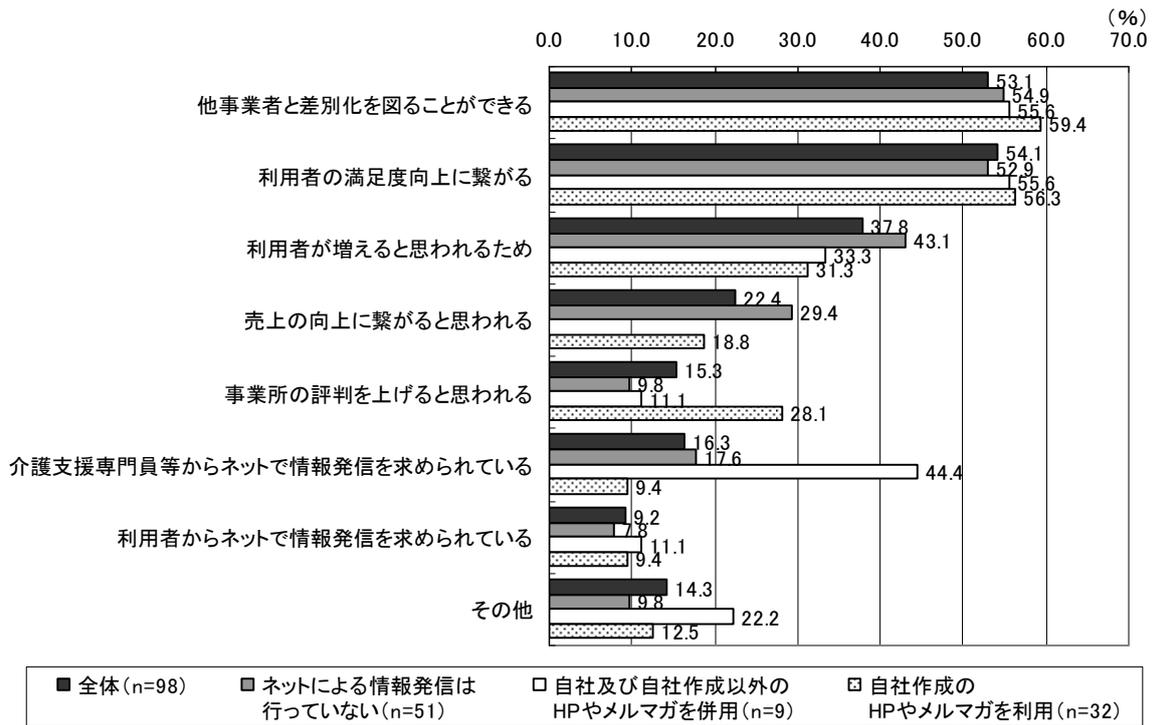


価格比較サイトへの掲載希望をネットでの情報発信の有無別に見たところ、ネットでの情報発信を行っていない事業所については、「他事業所と差別化を図ることができる」、「利用者の満足度向上につながる」がいずれも5割を超えており、これらの理由をネットでの情報発信に求めている傾向がうかがえる。

「ネットによる情報発信を行っていない」では、「他事業所と差別化を図ることができる」(54.9%)、「利用者が増えると思われる」(43.1%)、「売上の向上につながる」(29.4%)が全体と比較してその割合が高くなった。

「自社作成のホームページやメルマガを利用」している事業所については「他事業者と差別化を図ることができる」(59.4%)、「利用者の満足度向上につながる」(56.3%)がいずれも全体と比較して高くなった。

	全体	他事業者と差別化を図ることができる	利用者の満足度向上につながる	利用者が増えると思われるため	売上の向上につながると思われる	事業所の評判を上げられる	介護支援専門員等からネットで情報発信を求められている	利用者からネットで情報発信を求められている	その他	無回答
合計	98 100.0	52 53.1	53 54.1	37 37.8	22 22.4	15 15.3	16 16.3	9 9.2	14 14.3	2 2.0
ネットによる情報発信は行っていない	51 100.0	28 54.9	27 52.9	22 43.1	15 29.4	5 9.8	9 17.6	4 7.8	5 9.8	2 3.9
自社及び自社作成以外のHPやメルマガを併用	9 100.0	5 55.6	5 55.6	3 33.3	0 0.0	1 11.1	4 44.4	1 11.1	2 22.2	0 0.0
自社作成以外のHPやメルマガを利用	4 100.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0
自社作成のHPやメルマガを利用	32 100.0	19 59.4	18 56.3	10 31.3	6 18.8	9 28.1	3 9.4	3 9.4	4 12.5	0 0.0
その他	1 100.0	0 0.0	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0
無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0



#### ③④ 掲載を希望しない理由

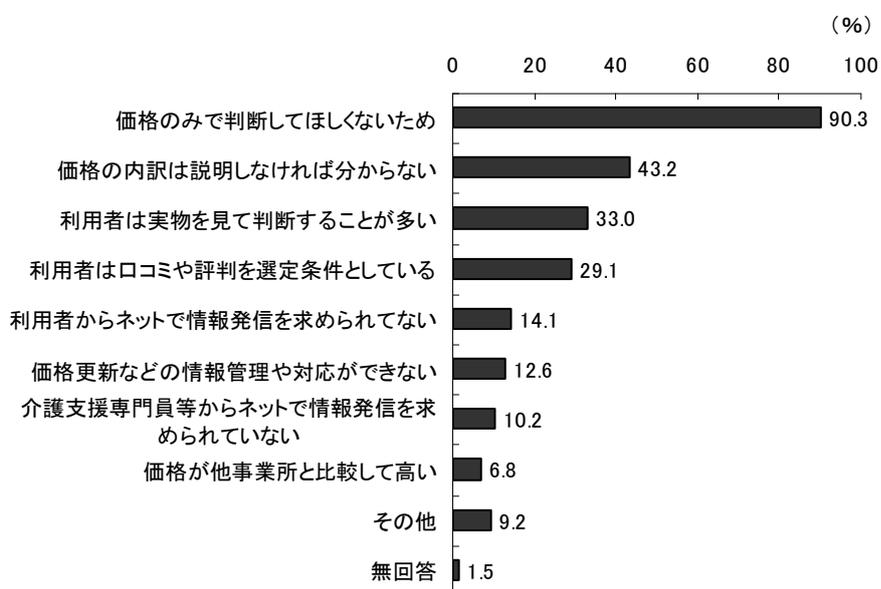
インターネットサイトへの情報の掲載を「希望しない」(82 事業所)、「どちらかといえば希望しない」(124 事業所)と回答した 206 事業所に、希望しない理由を3つ選択してもらった。

「価格のみで判断してほしくないため」が 186 事業所(全体の 90.3%)と最も多く、9 割の事業者が掲載を希望しない理由として掲げた。

次いで、「価格の内訳は説明しなければわからない」が 89 事業所(同 43.2%)となり、「利用者は実物を見て判断することが多い」も 68 事業所(同 33.0%)が選択した。

(複数回答)

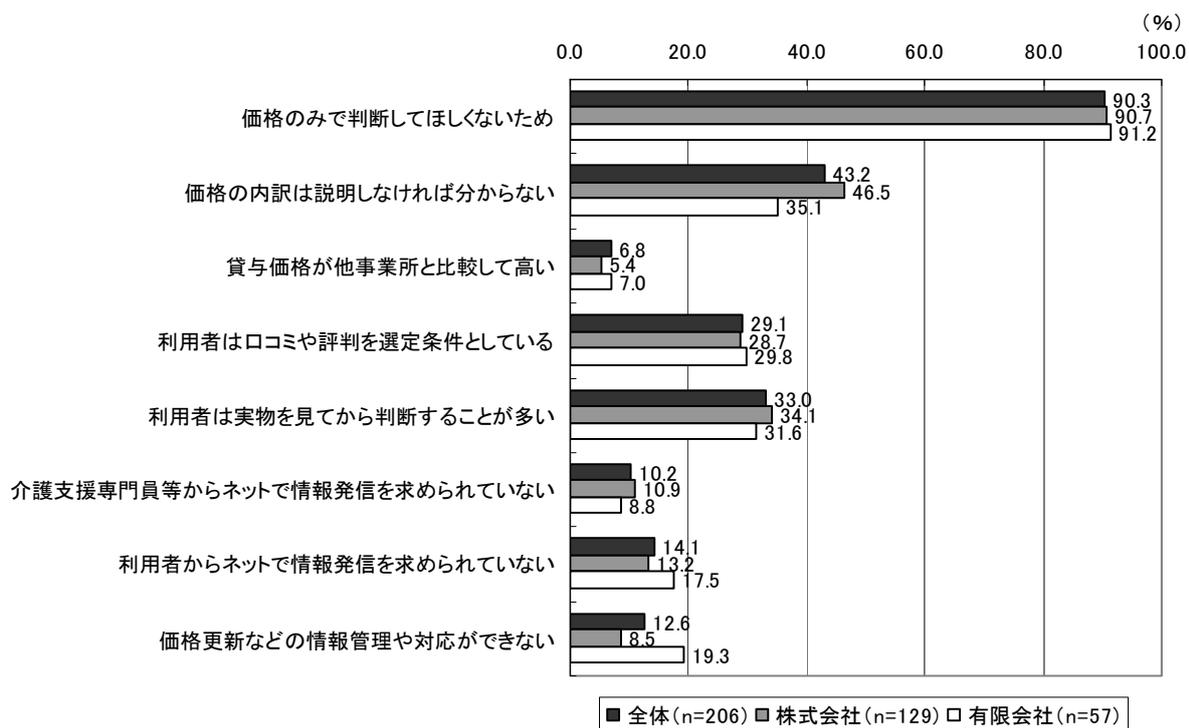
カテゴリー名	n	%
価格のみで判断してほしくないため	186	90.3
価格の内訳は説明しなければわからない	89	43.2
利用者は実物を見て判断することが多い	68	33.0
利用者は口コミや評判を選定条件としている	60	29.1
利用者からネットで情報発信を求められてない	29	14.1
価格更新などの情報管理や対応ができない	26	12.6
介護支援専門員等からネットで情報発信を求められていない	21	10.2
価格が他事業所と比較して高い	14	6.8
その他	19	9.2
無回答	3	1.5
非該当	125	
全体	206	100.0



掲載を希望しない理由を事業所別に見ると、「価格の内訳は説明しなければ分からない」について、「株式会社」(46.5%)が「有限会社」(35.1%)を11ポイント程度上回った。

一方、「価格更新などの情報管理や対応ができない」については、「有限会社」(19.3%)が「株式会社」(8.5%)を11ポイント程度上回った。

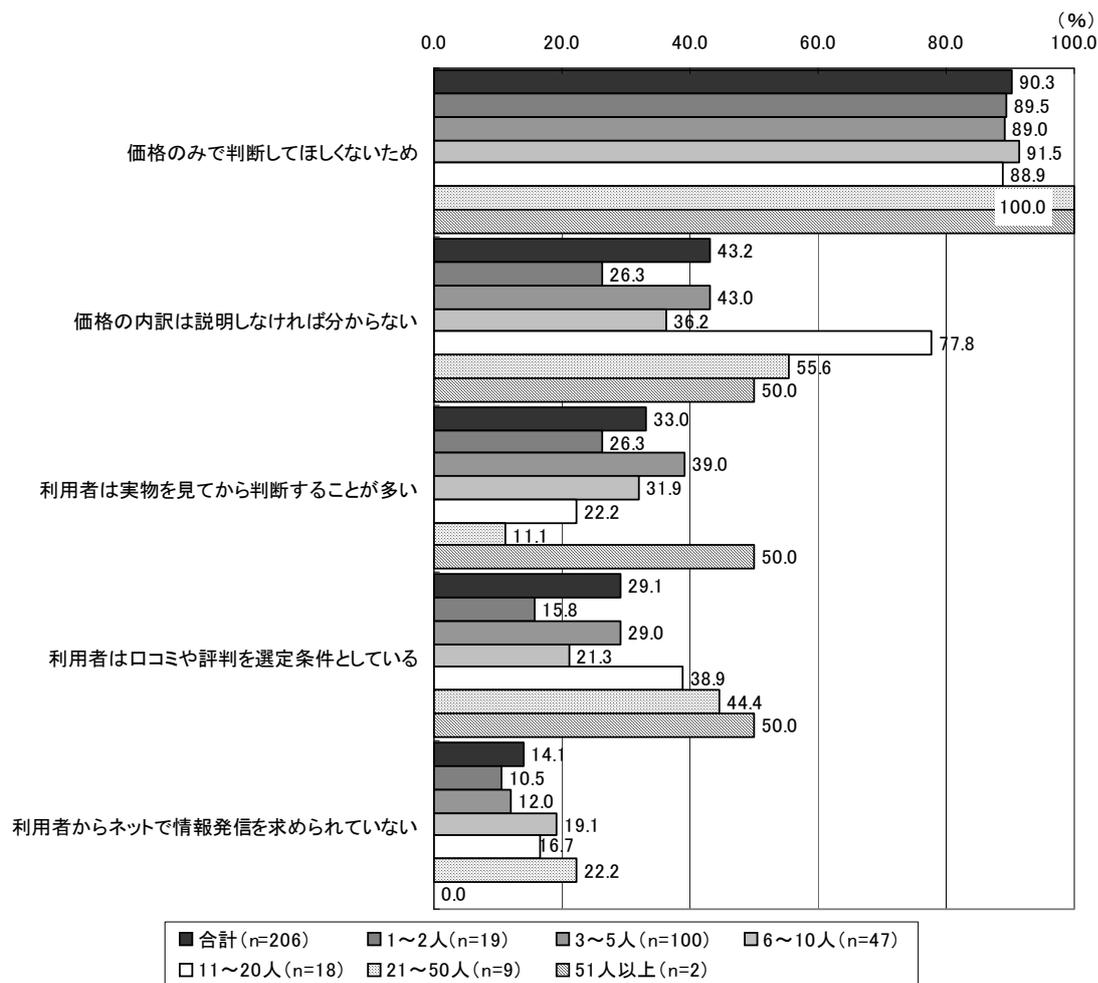
	全体	価格のみで判断してほしくないため	価格の内訳は説明しなければ分からない	貸与価格が他事業所と比較して高い	利用者は口コミや評判を選定条件としている	利用者は実物を見てから判断することが多い	介護支援専門員等からネットで情報発信を求められていない	利用者からネットで情報発信を求められていない	価格更新などの情報管理や対応ができない
合計	206 100.0	186 90.3	89 43.2	14 6.8	60 29.1	68 33.0	21 10.2	29 14.1	26 12.6
株式会社	129 100.0	117 90.7	60 46.5	7 5.4	37 28.7	44 34.1	14 10.9	17 13.2	11 8.5
有限会社	57 100.0	52 91.2	20 35.1	4 7.0	17 29.8	18 31.6	5 8.8	10 17.5	11 19.3
社会福祉法人	6 100.0	6 100.0	2 33.3	0 0.0	1 16.7	3 50.0	1 16.7	0 0.0	1 16.7
特定非営利活動法人	5 100.0	3 60.0	2 40.0	1 20.0	0 0.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	2 40.0
その他	7 100.0	6 85.7	4 57.1	2 28.6	3 42.9	1 14.3	0 0.0	1 14.3	1 14.3
無回答	2 100.0	2 100.0	1 50.0	0 0.0	2 100.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0



掲載を希望しない理由を事業所従業員数別に見ると、「価格のみで判断して欲しくない」については、どの事業所規模でも9割程度が選択した。

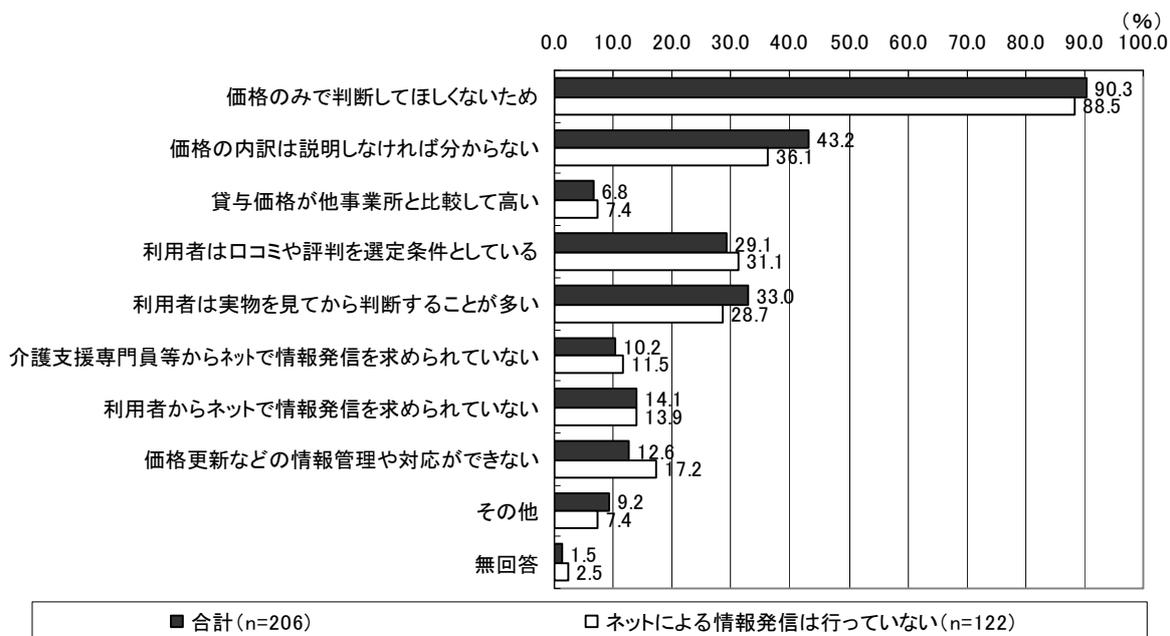
「価格の内訳は説明しなければ分からない」については、11人～20人の事業所の77.8%が選択し、他の事業所と比較し高い結果となった。

	全体	価格のみで判断してほしくないため	価格の内訳は説明しなければ分からない	貸与価格が他事業所と比較して高い	利用者は口コミや評判を選定条件としている	利用者は実物を見てから判断することが多い	介護支援専門員等からネットで情報発信を求められていない	利用者からネットで情報発信を求められていない	価格更新などの情報管理や対応ができない	その他	無回答
合計	206	186	89	14	60	68	21	29	26	19	3
	100.0	90.3	43.2	6.8	29.1	33.0	10.2	14.1	12.6	9.2	1.5
1～2人	19	17	5	1	3	5	1	2	5	3	0
	100.0	89.5	26.3	5.3	15.8	26.3	5.3	10.5	26.3	15.8	0.0
3～5人	100	89	43	8	29	39	12	12	13	8	2
	100.0	89.0	43.0	8.0	29.0	39.0	12.0	12.0	13.0	8.0	2.0
6～10人	47	43	17	2	10	15	5	9	7	5	0
	100.0	91.5	36.2	4.3	21.3	31.9	10.6	19.1	14.9	10.6	0.0
11～20人	18	16	14	2	7	4	1	3	0	3	0
	100.0	88.9	77.8	11.1	38.9	22.2	5.6	16.7	0.0	16.7	0.0
21～50人	9	9	5	0	4	1	1	2	0	0	0
	100.0	100.0	55.6	0.0	44.4	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0
51人以上	2	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0
	100.0	100.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	11	10	4	1	6	3	1	1	1	0	1
	100.0	90.9	36.4	9.1	54.5	27.3	9.1	9.1	9.1	0.0	9.1



掲載しない理由を「ネットによる情報発信を行っていない」事業所で見ると、「利用者は口コミや評判を選定条件としている」(31.1%)、「価格更新など情報管理や対応ができない」(17.2%)などで、全体の割合をやや上回る結果となった。

	全体	価格のみで判断してほしくないため	価格の内訳は説明しなければ分からない	貸与価格が他事業所と比較して高い	利用者は口コミや評判を選定条件としている	利用者は実物を見てから判断することが多い	介護支援専門員等からネットで情報発信を求められていない	利用者からネットで情報発信を求められていない	価格更新などの情報管理や対応ができない	その他	無回答
合計	206	186	89	14	60	68	21	29	26	19	3
	100.0	90.3	43.2	6.8	29.1	33.0	10.2	14.1	12.6	9.2	1.5
ネットによる情報発信は行っていない	122	108	44	9	38	35	14	17	21	9	3
	100.0	88.5	36.1	7.4	31.1	28.7	11.5	13.9	17.2	7.4	2.5
自社及び自社作成以外のHPやメルマガを併用	9	9	5	2	2	5	2	1	1	0	0
	100.0	100.0	55.6	22.2	22.2	55.6	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0
自社作成以外のHPやメルマガを利用	9	8	4	0	1	4	0	1	0	2	0
	100.0	88.9	44.4	0.0	11.1	44.4	0.0	11.1	0.0	22.2	0.0
自社作成のHPやメルマガを利用	56	52	30	2	18	23	3	5	4	6	0
	100.0	92.9	53.6	3.6	32.1	41.1	5.4	8.9	7.1	10.7	0.0
その他	6	5	3	1	0	1	1	2	0	2	0
	100.0	83.3	50.0	16.7	0.0	16.7	16.7	33.3	0.0	33.3	0.0
無回答	4	4	3	0	1	0	1	3	0	0	0
	100.0	100.0	75.0	0.0	25.0	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0



### ㊸ 価格比較サイトへの掲載条件

インターネット上で福祉用具の価格が比較できるサイトができた場合、掲載を承諾する条件について複数回答でたずねた。

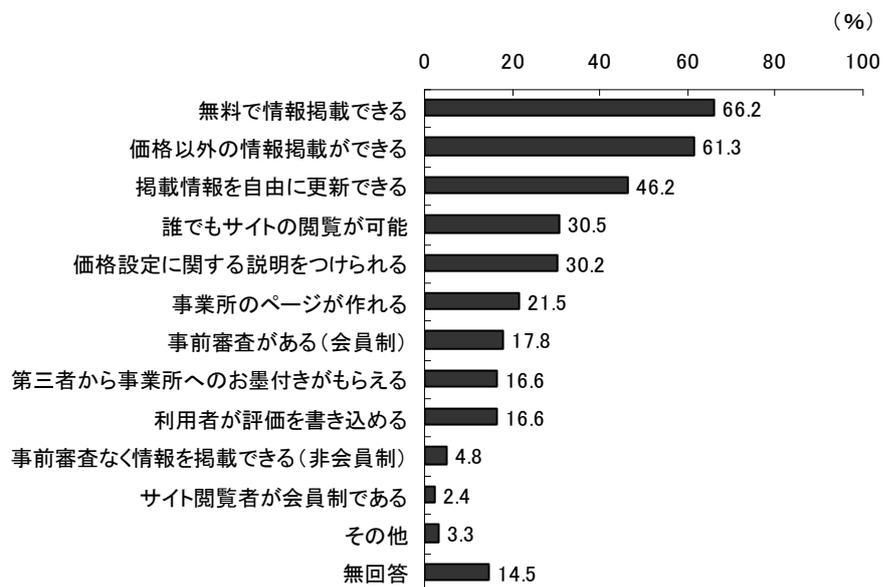
「無料で情報が掲載できること」が 219 事業所(全体の 66.2%)と最も多く、次いで、「価格以外の情報が掲載できること」の 203 事業所(同 61.3%)となった。また、「掲載した情報を自由に更新できること」についても 153 事業所(同 46.2%)が承諾する条件として選択した。

一方、「第三者から事業所へお墨付きがもらえること」、「利用者が評価を書き込めること」といった「評価の付与」を選択した事業所は全体の 55 事業所(同 16.6%)となり、第三者の評価については、福祉用具についての評価だけを求めている傾向がうかがえた。

価格比較サイトへの掲載条件として自由回答で挙げられたものとしては、「まとめて価格比較ができるような構造としないこと(一覧表示をしないこと)」、「貸与価格につながるあらゆる情報が掲載可能になること」などがあつた。

(複数回答)

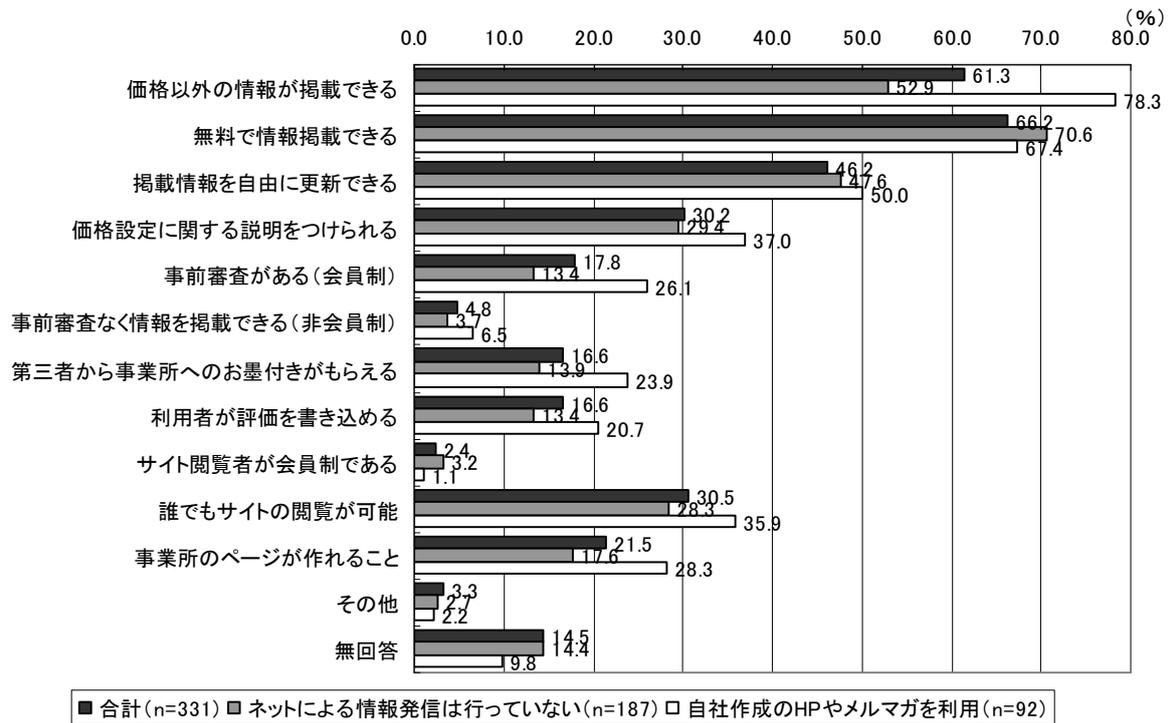
カテゴリー名	n	%
無料で情報掲載できる	219	66.2
価格以外の情報掲載ができる	203	61.3
掲載情報を自由に更新できる	153	46.2
誰でもサイトの閲覧が可能	101	30.5
価格設定に関する説明をつけられる	100	30.2
事業所のページが作れる	71	21.5
事前審査がある(会員制)	59	17.8
第三者から事業所へのお墨付きがもらえる	55	16.6
利用者が評価を書き込める	55	16.6
事前審査なく情報を掲載できる(非会員制)	16	4.8
サイト閲覧者が会員制である	8	2.4
その他	11	3.3
無回答	48	14.5
全体	331	100.0



掲載条件をネットでの情報発信の有無別に見ると、「価格以外の情報掲載ができる」、「価格設定に関する説明をつけられる」、「事前審査がある(会員制)」、「第三者から事業所へお墨付きがもらえる」、「利用者が評価を書き込める」、「誰でもサイトの閲覧が可能」、「事業所のページが作れること」などで「自社作成のHPやメルマガを利用」している事業所で全体の割合を大きく上回った。

「ネットによる情報発信は行っていない」事業所については、「価格以外の情報が掲載できる」、「事前審査がある(会員制)」、「第三者から事業所へのお墨付きがもらえる」、「事業所のページが作れること」などで全体の割合を下回った。またこれらの項目については、「現在、自社作成のHPやメルマガを利用している」事業所が掲載条件としているのに対して、「ネットで情報発信をおこなっていない」事業所は掲載条件としている事業所が少なく、二極化が見られた。

	全体	価格以外の 情報が掲載 できる	無料で情報 掲載できる	掲載情報を 自由に更新 できる	価格設定に 関する説明 をつけられ る	事前審査が ある(会員 制)	事前審査なく 情報を掲載 できる(非会 員制)	第三者から 事業所へ お墨付きが もらえる	利用者が評 価を書き込 める	サイト閲覧 者が会員制 である	誰でもサイ トの閲覧が 可能	事業所の ページが作 れること	その他	無回答
合計	331 100.0	203 61.3	219 66.2	153 46.2	100 30.2	59 17.8	16 4.8	55 16.6	55 16.6	8 2.4	101 30.5	71 21.5	11 3.3	48 14.5
ネットによる情報発信 は行っていない	187 100.0	99 52.9	132 70.6	89 47.6	55 29.4	25 13.4	7 3.7	26 13.9	25 13.4	6 3.2	53 28.3	33 17.6	5 2.7	27 14.4
自社及び自社作成以外 のHPやメルマガを併用	19 100.0	13 68.4	11 57.9	9 47.4	4 21.1	3 15.8	1 5.3	2 10.5	5 26.3	0 0.0	7 36.8	3 15.8	1 5.3	4 21.1
自社作成以外のHPや メルマガを利用	15 100.0	8 53.3	6 40.0	4 26.7	4 26.7	7 46.7	0 0.0	3 20.0	5 33.3	0 0.0	6 40.0	4 26.7	2 13.3	2 13.3
自社作成のHPやメル マガを利用	92 100.0	72 78.3	62 67.4	46 50.0	34 37.0	24 26.1	6 6.5	22 23.9	19 20.7	1 1.1	33 35.9	26 28.3	2 2.2	9 9.8
その他	9 100.0	7 77.8	4 44.4	3 33.3	2 22.2	0 0.0	1 11.1	1 11.1	0 0.0	0 0.0	1 11.1	4 44.4	1 11.1	2 22.2
無回答	9 100.0	4 44.4	4 44.4	2 22.2	1 11.1	0 0.0	1 11.1	1 11.1	1 11.1	1 11.1	1 11.1	1 11.1	0 0.0	4 44.4

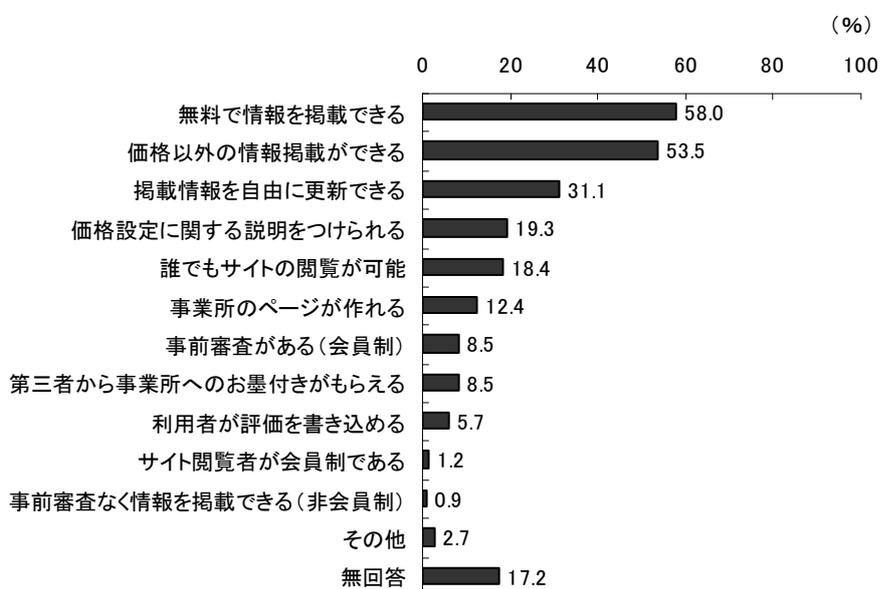


### ⑩ 価格比較サイトへの掲載条件の上位3項目

⑨の価格比較サイトへの掲載条件について、重視する項目を3つまで選択してもらったところ、「無料で情報を掲載できる」が192事業所(全体の58.0%)と最も多く、次いで、「価格以外の情報を掲載できること」の177事業所(同53.5%)となった。また、「掲載情報を自由に更新できる」ことも103事業所(同31.1%)が選択した。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
無料で情報を掲載できる	192	58.0
価格以外の情報掲載ができる	177	53.5
掲載情報を自由に更新できる	103	31.1
価格設定に関する説明をつけられる	64	19.3
誰でもサイトの閲覧が可能	61	18.4
事業所のページが作れる	41	12.4
事前審査がある(会員制)	28	8.5
第三者から事業所へのお墨付きがもらえる	28	8.5
利用者が評価を書き込める	19	5.7
サイト閲覧者が会員制である	4	1.2
事前審査なく情報を掲載できる(非会員制)	3	0.9
その他	9	2.7
無回答	57	17.2
全体	331	100.0



価格比較サイトへの自由意見としては、他の自由意見で寄せられたものと同様の内容、つまり「サービスの内容は価格だけでは判断できない」が大半を占め、価格比較サイトの提供によって利用者が価格のみに傾倒してしまい、付加サービス等が見えなくなってしまうことに対する疑問の意見が大方を占めた。

また、福祉用具貸与が自由価格となっていることに対しては、「介護保険制度のなかで価格を決定して欲しい」といった競争の抑制を希望する意見があった。現在の価格硬直化の要因として「ケアマネジャーが自分の会社を優先せざるを得ない状況にあることが価格硬直を招いていることから、福祉用具貸与の兼業を禁止にするほうがよい」といった意見もあった。

また、福祉用具貸与事業者の業務内容がレンタルだけにとどまらない付加サービス(家具の移動、福祉用具の配置転換等)を実施することで顧客を維持しているといったことから、価格に反映されていない、反映することができない部分が多いため、比較自体が無駄であるといった意見もあった。

同じ商品でも価格に開きがあった場合に、貸与事業者に対する利用者の不信感が生まれる可能性があること、インターネットに掲載することで、価格の見直しが難しくなる可能性があること、新規参入事業者が卸を利用する場合、福祉用具貸与事業を安定的に行っている事業所よりも価格が高くなる可能性があり、新規参入が難しい市場となってしまう可能性があることなどが挙げられた。

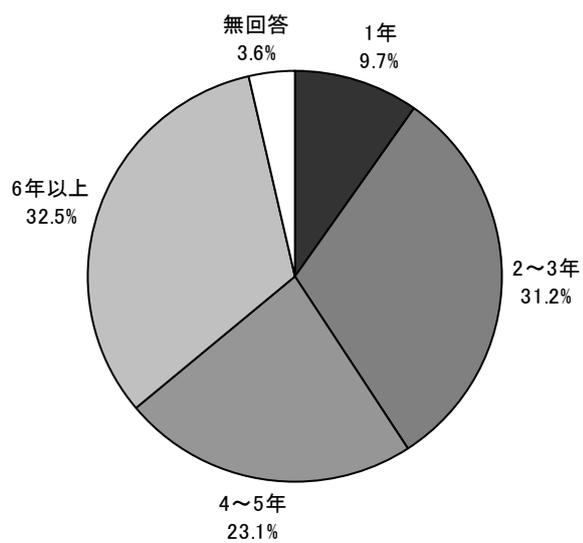
## (2) ケアマネジャー向けアンケート調査

### ① ケアマネジャーとしての経験年数

ケアマネジャーとしての経験年数をたずねたところ、100人(全体の32.5%)が「6年以上」と回答し、最も多かった。2番目に多かった年数としては、「2～3年」で96人(同31.2%)であった。

一方、「1年」の経験年数の人も30人(同9.7%)いた。

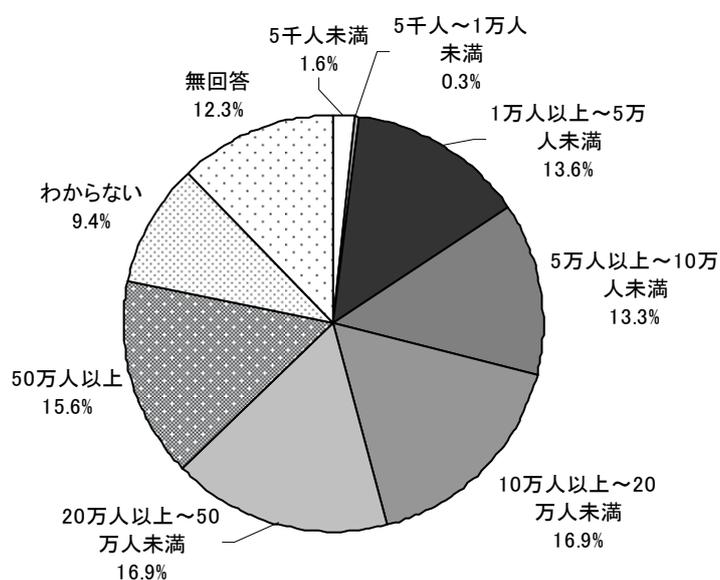
カテゴリー名	n	%
1年	30	9.7
2～3年	96	31.2
4～5年	71	23.1
6年以上	100	32.5
無回答	11	3.6
全体	308	100.0



## ② 事業所所在地の人口規模

事業所の所在地の人口規模についてたずねたところ、「1 万人以上～5 万人未満」、「5 万人以上～10 万人未満」、「10 万人以上～20 万人未満」、「20 万人以上～50 万人未満」、「50 万人以上」の各都市がそれぞれ 10% 台前半となり、ケアマネジャーが従業している事業所の人口規模が分散した結果となった。

カテゴリー名	n	%
5千人未満	5	1.6
5千人以上～1万人未満	1	0.3
1万人以上～5万人未満	42	13.6
5万人以上～10万人未満	41	13.3
10万人以上～20万人未満	52	16.9
20万人以上～50万人未満	52	16.9
50万人以上	48	15.6
わからない	29	9.4
無回答	38	12.3
全体	308	100.0

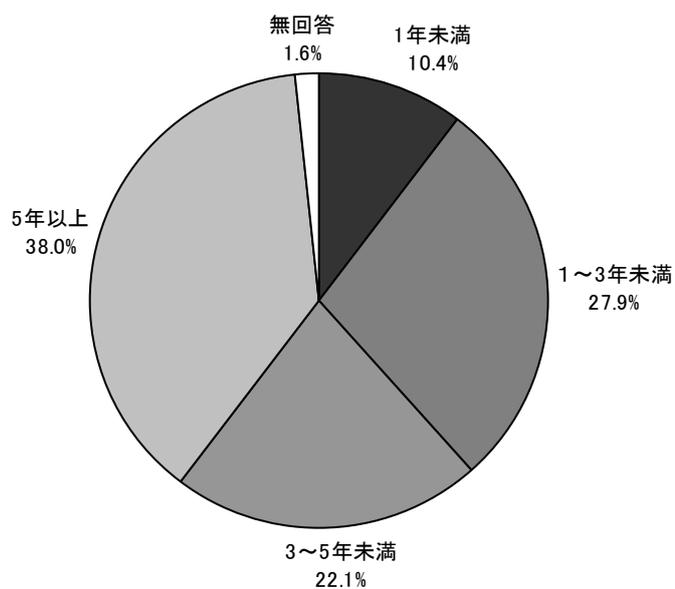


### ③ 現在の事業所での就業年数

現在の事業所で就業している年数についてたずねたところ、「5年以上」が117人(全体の38.0%)と最も多く、次いで、「1～3年未満」の86人(同27.9%)となった。

一方、「1年未満」も32人(同10.4%)いた。

カテゴリー名	n	%
1年未満	32	10.4
1～3年未満	86	27.9
3～5年未満	68	22.1
5年以上	117	38.0
無回答	5	1.6
全体	308	100.0



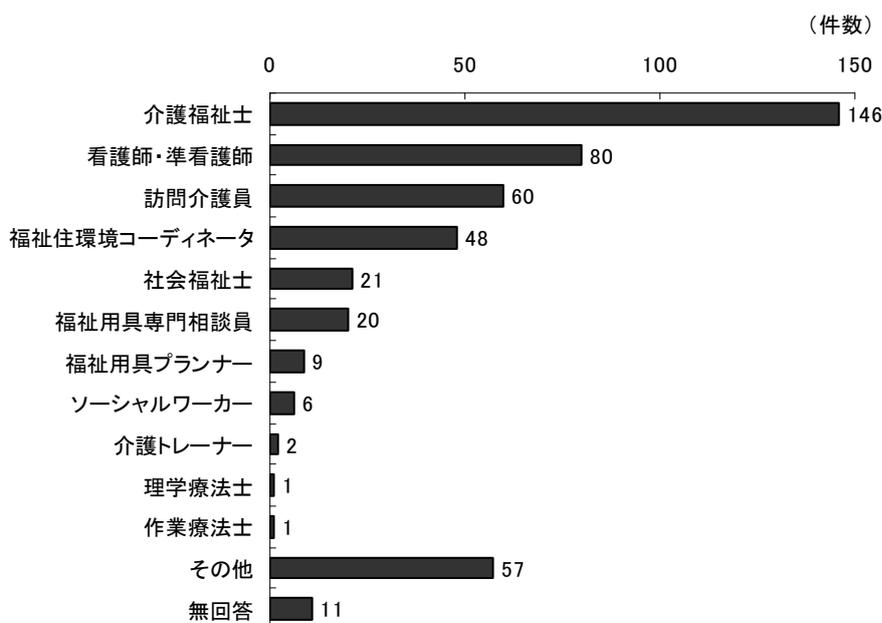
#### ④ ケアマネジャー以外の保有資格

ケアマネジャー以外で保有している資格について、複数回答でたずねたところ、「介護福祉士」が146人(全体の47.4%)と最も多くなった。次いで、「看護師・准看護師」の80人(同26.0%)、「訪問介護員」の60人(同19.5%)となった。

「社会福祉士」、「福祉用具専門相談員」の資格保有者は全体の20人前後いたものの、全体の1割には満たなかった。また、「ソーシャルワーカー」、「介護トレーナー」、「理学療法士」、「作業療法士」については、いずれも数人のみが保有しているにとどまった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
介護福祉士	146	47.4
看護師・准看護師	80	26.0
訪問介護員	60	19.5
福祉住環境コーディネータ	48	15.6
社会福祉士	21	6.8
福祉用具専門相談員	20	6.5
福祉用具プランナー	9	2.9
ソーシャルワーカー	6	1.9
介護トレーナー	2	0.6
理学療法士	1	0.3
作業療法士	1	0.3
その他	57	18.5
無回答	11	3.6
全体	308	100.0



⑤ 担当利用者の介護度

担当利用者の介護度についてたずねたところ、介護度1、介護度2が多くなっている。一方、要介護5を担当している人は全体でも低くなっている。

	要支援1	要支援2	要介護度1	要介護度2	要介護度3	要介護度4	要介護度5
合計	464.0	678.0	2047.0	2036.0	1403.0	837.0	484.0
分散(n-1)	8.9	10.2	17.4	15.7	10.0	5.2	2.6
標準偏差	3.0	3.2	4.2	4.0	3.2	2.3	1.6

## ⑥ 貸与事業所の選択理由

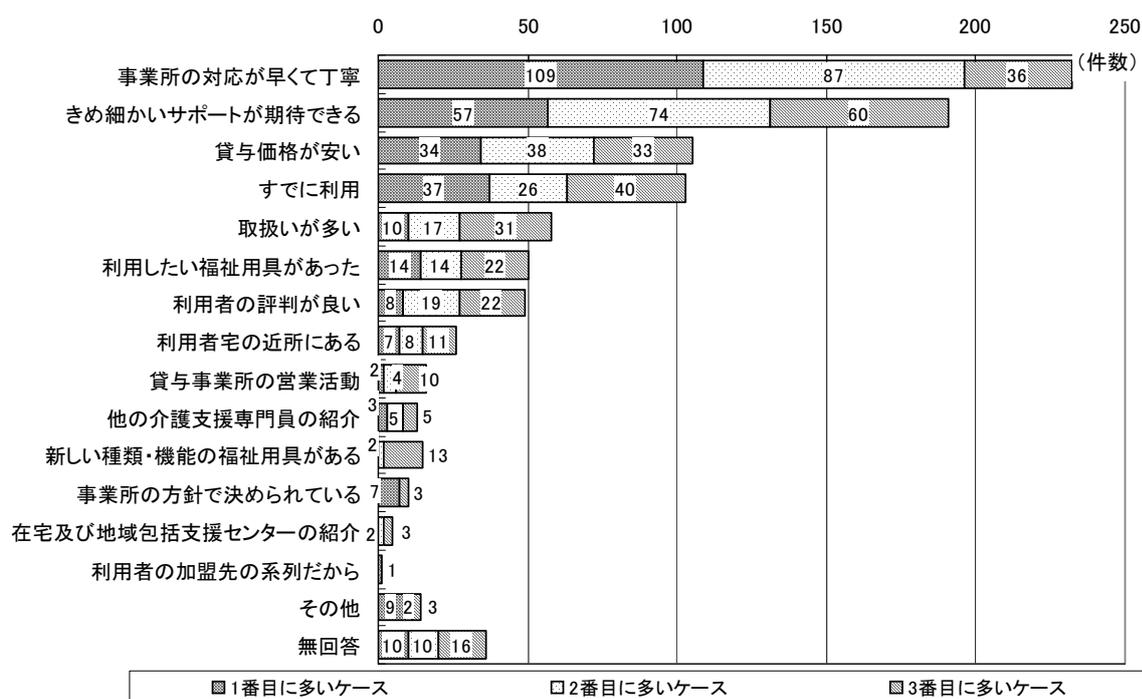
担当している要介護者が、現在、利用している貸与事業所を選んだ理由について、上位3つを選択してもらった。

1 番目に多いケースとしては、「事業所の対応が早くて丁寧」が全体で 232 人となった。次いで、「きめ細かいサポートが期待できる」が 191 人となり、これら 2 点が重視されていることがうかがえる。

一方、「貸与事業所の営業活動」、「他の介護支援専門員の紹介」、「新しい種類・機能の福祉用具がある」などについては、全体でも 10 人程度となり、あまり重視されていないことがうかがえる。

(複数回答)

カテゴリー名	1番目に多いケース		2番目に多いケース		3番目に多いケース	
	n	%	n	%	n	%
事業所の対応が早くて丁寧	109	35.4	87	28.2	36	11.7
きめ細かいサポートが期待できる	57	18.5	74	24.0	60	19.5
貸与価格が安い	34	11.0	38	12.3	33	10.7
すでに利用	37	12.0	26	8.4	40	13.0
取扱いが多い	10	3.2	17	5.5	31	10.1
利用したい福祉用具があった	14	4.5	14	4.5	22	7.1
利用者の評判が良い	8	2.6	19	6.2	22	7.1
利用者宅の近所にある	7	2.3	8	2.6	11	3.6
貸与事業所の営業活動	2	0.6	4	1.3	10	3.2
他の介護支援専門員の紹介	3	1.0	5	1.6	5	1.6
新しい種類・機能の福祉用具がある	0	0.0	2	0.6	13	4.2
事業所の方針で決められている	7	2.3	0	0.0	3	1.0
在宅及び地域包括支援センターの紹介	0	0.0	2	0.6	3	1.0
利用者の加盟先の系列だから	1	0.3	0	0.0	0	0.0
その他	9	2.9	2	0.6	3	1.0
無回答	10	3.2	10	3.2	16	5.2
全体	308	100.0	308	100.0	308	100.0



### ⑦福祉用具選択で重視していること

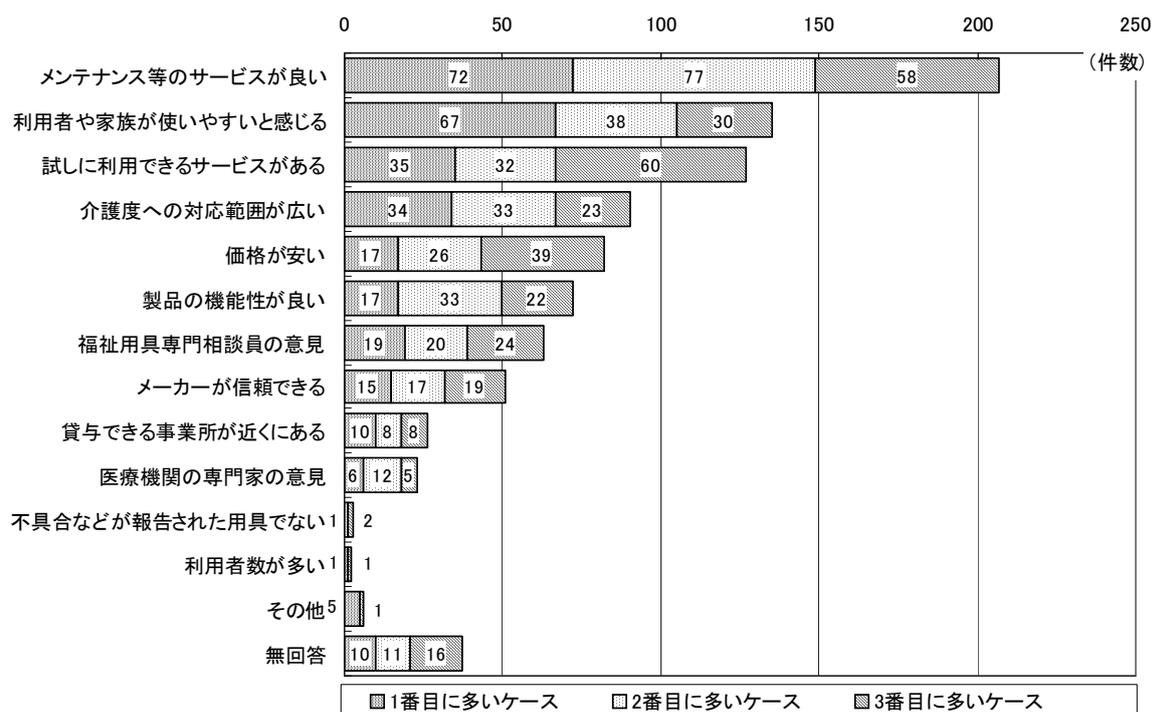
福祉用具を選択する上で、重視していることについて、上位3つを選択してもらった。

1番目に重視していることとしては、「メンテナンス等のサービスがよい」で72人(全体の23.4%)、次いで、「利用者や家族が使いやすいと感じる」の67人(同21.8%)となった。

全体でも重視する内容の傾向は変わらず、「メンテナンス等のサービスが良い」については、3番目までに重視すると回答した人が207人となり、全体67.2%の人が重視している結果となった。また、「利用者や家族が使いやすいと感じる」が全体の43.8%、「試しに利用できるサービスがある」も全体の41.3%の人が3番目までに重視すると回答した。

(複数回答)

カテゴリー名	1番目に多いケース		2番目に多いケース		3番目に多いケース	
	n	%	n	%	n	%
メンテナンス等のサービスが良い	72	23.4	77	25.0	58	18.8
利用者や家族が使いやすいと感じる	67	21.8	38	12.3	30	9.7
試しに利用できるサービスがある	35	11.4	32	10.4	60	19.5
介護度への対応範囲が広い	34	11.0	33	10.7	23	7.5
価格が安い	17	5.5	26	8.4	39	12.7
製品の機能性が良い	17	5.5	33	10.7	22	7.1
福祉用具専門相談員の意見	19	6.2	20	6.5	24	7.8
メーカーが信頼できる	15	4.9	17	5.5	19	6.2
貸与できる事業所が近くにある	10	3.2	8	2.6	8	2.6
医療機関の専門家の意見	6	1.9	12	3.9	5	1.6
不具合などが報告された用具でない	0	0.0	1	0.3	2	0.6
利用者数が多い	1	0.3	0	0.0	1	0.3
その他	5	1.6	0	0.0	1	0.3
無回答	10	3.2	11	3.6	16	5.2
全体	308	100.0	308	100.0	308	100.0

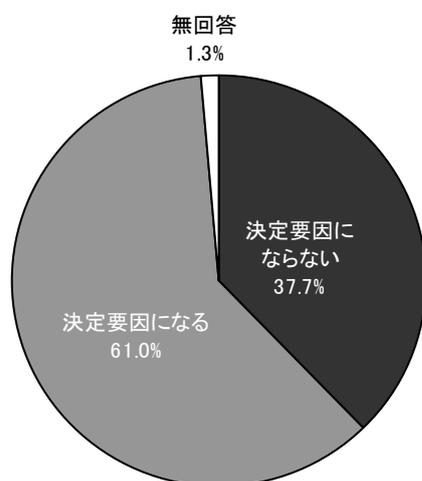


### ⑧ 貸与価格と事業者決定要因

貸与価格が事業者の決定要因となったことがあるかについてたずねたところ、「決定要因になる」が188人(全体の61.0%)となり、過半数を超えた。

一方、「決定要因にならない」は116人(同37.7%)で4割近くとなった。

カテゴリー名	n	%
決定要因にならない	116	37.7
決定要因になる	188	61.0
無回答	4	1.3
全体	308	100.0



### ⑨ 貸与価格の安さと事業所の推薦

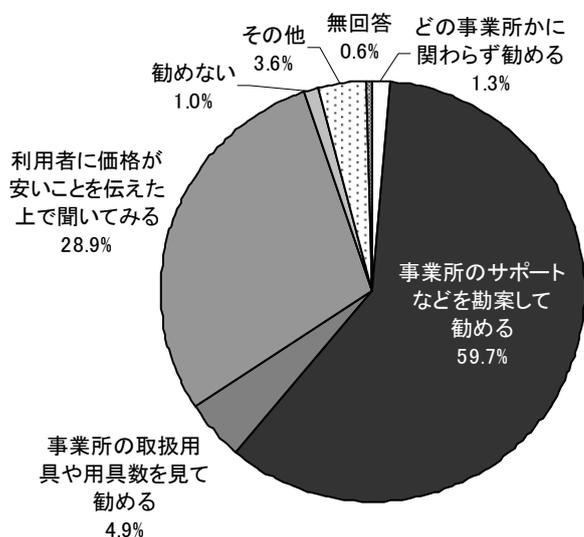
「貸与価格が安い場合、その事業所を利用者に推薦するか」についてたずねた。

「事業所のサポートなどを勘案して勧める」が184人(全体の59.7%)で最も多く、次いで、「利用者に価格が安いことを伝えたいうえで聞いてみる」が89人(同28.9%)となった。

一方、「どの事業所かに関わらず勧める」は4人(同1.3%)にとどまった。

ケアマネジャーが事業所について利用者と話し合う際には、ケアマネジャーが事業所の事業提供内容を把握してから勧め、利用者にも事業所の提供内容について理解を求めてから勧めるといった、ケアマネジャー、あるいはケアマネジャーと利用者の双方が納得した上で事業所が決められている様子が見えてくる。

カテゴリー名	n	%
どの事業所かに関わらず勧める	4	1.3
事業所のサポートなどを勘案して勧める	184	59.7
事業所の取扱用具や用具数を見て勧める	15	4.9
利用者に価格が安いことを伝えたいうえで聞いてみる	89	28.9
勧めない	3	1.0
その他	11	3.6
無回答	2	0.6
全体	308	100.0

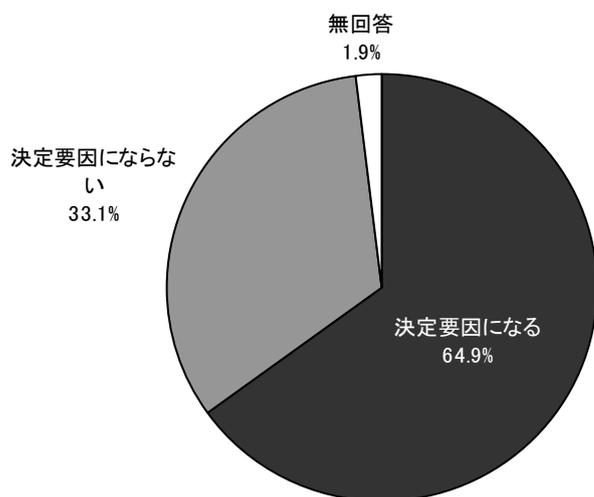


⑩ 価格が比較できた場合の価格が及ぼす事業所決定要因

各事業所の価格を比較することができた場合、貸与価格が事業所を決定する要因となるかについてたずねた。

「決定要因となる」が 200 人(全体の 64.9%)となり、「決定要因にならない」は 102 人(同 33.1%)を大きく上回った。

カテゴリー名	n	%
決定要因になる	200	64.9
決定要因にならない	102	33.1
無回答	6	1.9
全体	308	100.0



### ⑪ 価格が事業所決定要因とならない理由

⑩で「価格が事業所の決定要因にならない」と回答した102人に、その理由を3つ選択してもらった。

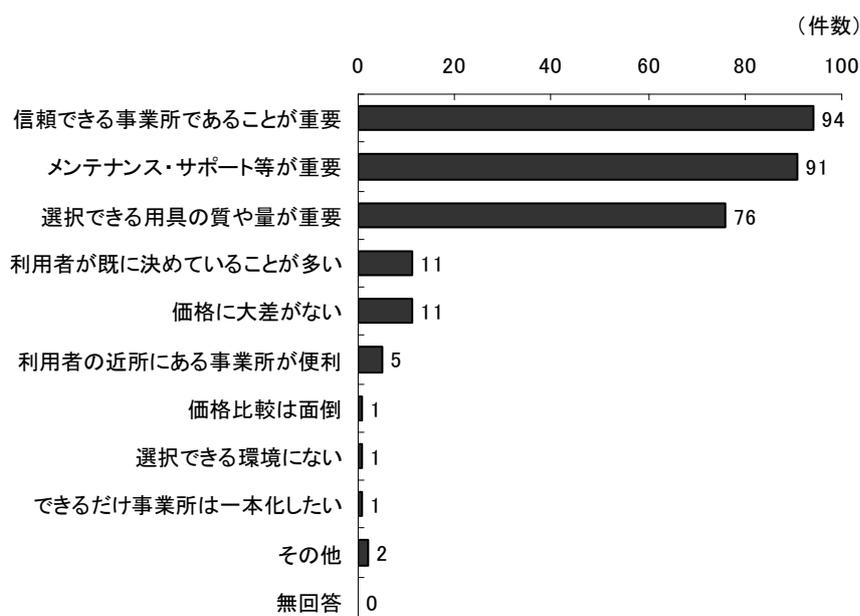
「信頼できる事業所であることが重要」と回答したのが94人(全体の92.2%)でほとんどのケアマネジャーが選択した項目となった。また、「用具貸与後のメンテナンス・サポート等が重要だから」も91人(同89.2%)となり、9割近くのケアマネジャーが重視していることがうかがえる。

一方、「価格比較は面倒」、「事業所を選択できるだけの環境にない(周りに事業所が少ない)」、「複数の事業所から貸与するのは面倒(事業所を一本化したい)」はいずれも1人(同1.0%)にとどまった。

福祉用具の貸与については、メンテナンスやサポート体制等を含んだ、信頼のある事業所を選択している傾向がうかがえる。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
信頼できる事業所であることが重要	94	92.2
メンテナンス・サポート等が重要	91	89.2
選択できる用具の質や量が重要	76	74.5
利用者が既に決めていることが多い	11	10.8
価格に大差がない	11	10.8
利用者の近所にある事業所が便利	5	4.9
価格比較は面倒	1	1.0
選択できる環境にない	1	1.0
できるだけ事業所は一本化したい	1	1.0
その他	2	2.0
無回答	0	0.0
非該当	206	
全体	102	100.0



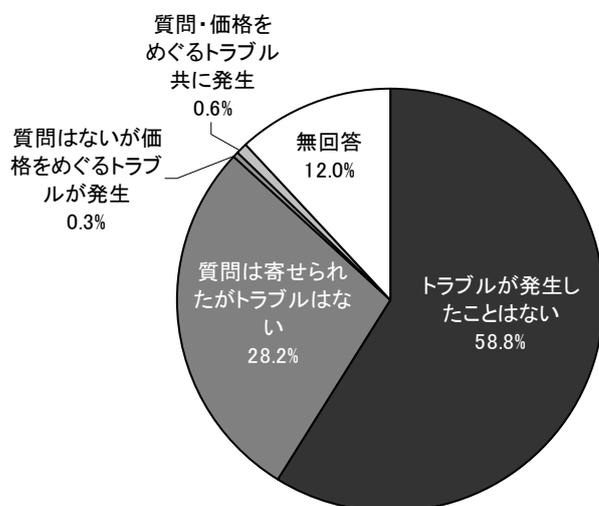
## ⑫ 福祉用具の貸与価格をめぐるトラブル

福祉用具の貸与価格について、過去に利用者から質問や価格をめぐるトラブルがあったかをたずねた。

「トラブルが発生したことはない」と回答したケアマネジャーが 181 人(全体の 58.8%)と最も多く、次いで、「質問は寄せられたがトラブルはない」が 87 人(同 28.2%)となり、トラブルがないとの回答が全体の 87%となった。また、「無回答」も 37 人(同 12.0%)となり、ほとんどのケアマネジャーがトラブルは発生していないと考えていることがうかがえる。

一方、「トラブルが発生した」と回答したのは3人で、全体でも1%に満たなかった。

カテゴリー名	n	%
トラブルが発生したことはない	181	58.8
質問は寄せられたがトラブルはない	87	28.2
質問はないが価格をめぐるトラブルが発生	1	0.3
質問・価格をめぐるトラブル共に発生	2	0.6
無回答	37	12.0
全体	308	100.0



### ⑬ トラブルの内容

⑫で「貸与価格への質問は寄せられたことがあるが、特にトラブルは発生していない」(87 事業所)、「貸与価格についての質問はないが、貸与価格をめぐるトラブルが発生したことがある」(1 事業所)、「貸与価格への質問およびトラブルは共に発生したことがある」(2 事業所)と回答した 90 事業所に、トラブルの内容について、複数回答でたずねた。

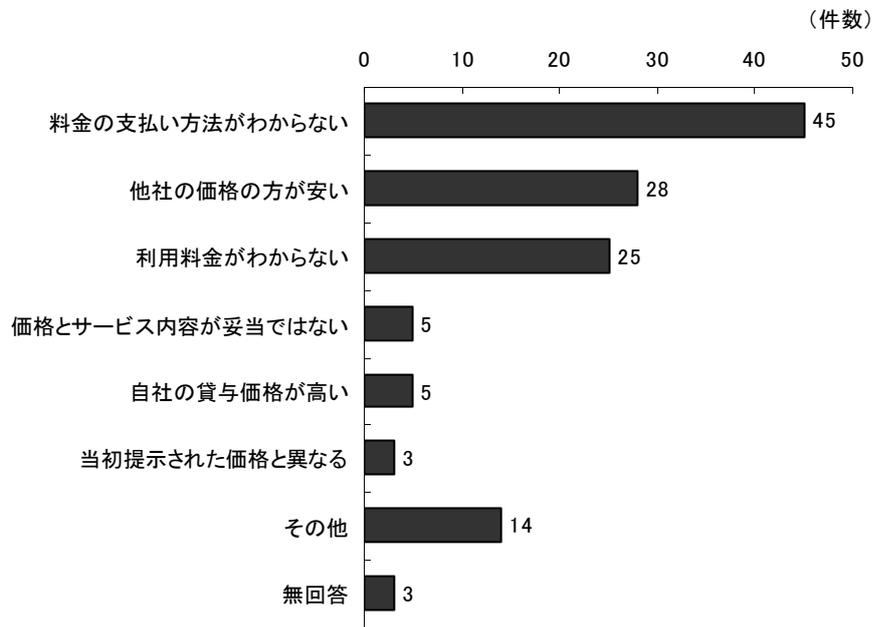
「料金の支払い方法がわからない」といったトラブルが 45 人(全体の 50.0%)と半数のケアマネジャーが経験している質問やトラブルとなった。また、「他社の価格の方が安い」が 28 人(同 31.1%)、「利用料金がわからない」が 25 人(同 27.8%)と3割程度のケアマネジャーが経験していた。

一方、「貸与価格とサービス内容が妥当ではない」、「自社の貸与価格が高い」、「当初提示された価格と異なる」といった内容については、5 人以下であった。

トラブルの内容として自由回答で挙げられたものは、「月の途中からレンタルした場合でも1カ月分の利用料がかかるのか」、「入院中のレンタル料の扱い」、「ベッドとベッドマットを別に借りる必要があること」などであった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
料金の支払い方法がわからない	45	50.0
他社の価格の方が安い	28	31.1
利用料金がわからない	25	27.8
価格とサービス内容が妥当ではない	5	5.6
自社の貸与価格が高い	5	5.6
当初提示された価格と異なる	3	3.3
その他	14	15.6
無回答	3	3.3
非該当	218	
全体	90	100.0



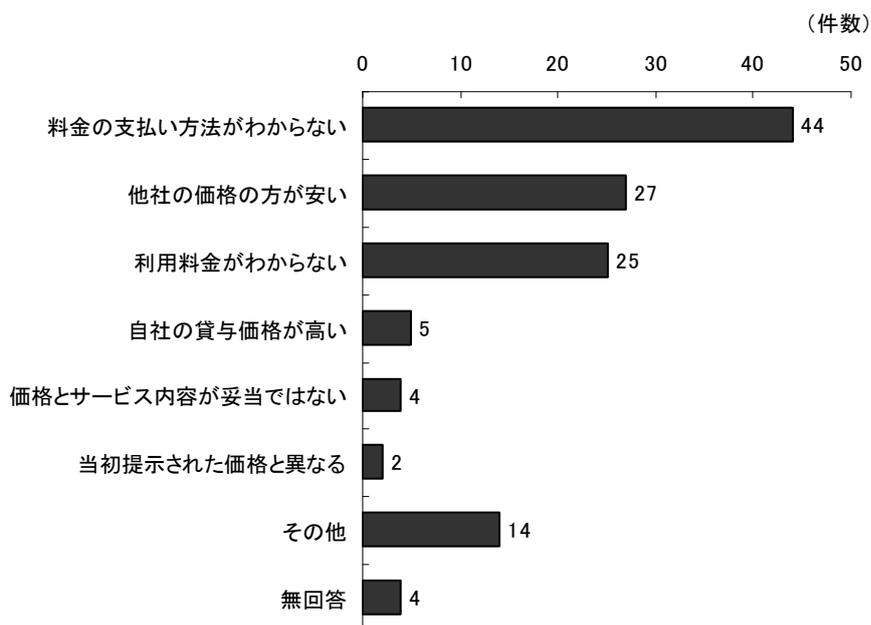
⑭ トラブルの内容で多かったもの

⑬のトラブルの内容で特に多かった項目について2つ選択してもらったところ、「料金の支払い方法がわからない」が 44 人(全体の 48.9%)と最も多く、次いで、「他社の価格の方が安い」が 27 人(同 30.0%)、「利用料金がわからない」が 25 人(同 27.8%)と比較的多い結果となった。

その他の項目については、項目を選択したケアマネジャーは 5 人以下にとどまった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
料金の支払い方法がわからない	44	48.9
他社の価格の方が安い	27	30.0
利用料金がわからない	25	27.8
自社の貸与価格が高い	5	5.6
価格とサービス内容が妥当ではない	4	4.4
当初提示された価格と異なる	2	2.2
その他	14	15.6
無回答	4	4.4
非該当	218	
全体	90	100.0



⑮ 福祉用具貸与事業所に関する情報入手先

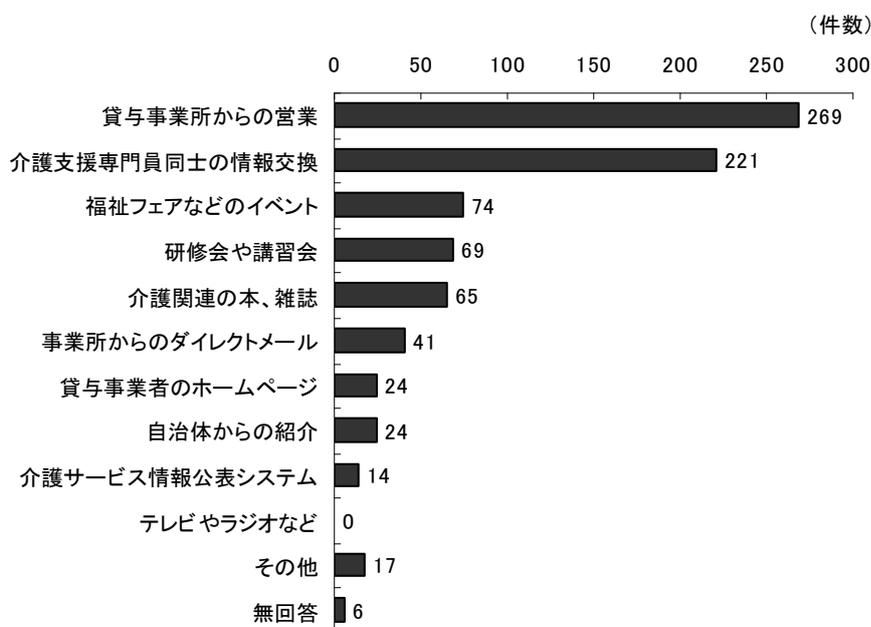
福祉用具貸与事業所の情報の入手先について、3つ選択してもらったところ、「貸与事業所からの営業」が 269 人(全体の 87.3%)と最も多く、次いで、「介護支援専門員同士の情報交換」の 221 人(同 71.8%)となった。

「福祉フェアなどのイベント」、「研修会や講習会」、「介護関連の本や雑誌」については、全体の2割程度のケアマネジャーが主要な情報入手先と回答した。

一方、「貸与事業所のホームページ」、「自治体からの紹介」、「介護サービス情報公表システム」についてはいずれも1割を切っており、「テレビやラジオ」を選択したケアマネジャーはいなかった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
貸与事業所からの営業	269	87.3
介護支援専門員同士の情報交換	221	71.8
福祉フェアなどのイベント	74	24.0
研修会や講習会	69	22.4
介護関連の本、雑誌	65	21.1
事業所からのダイレクトメール	41	13.3
貸与事業者のホームページ	24	7.8
自治体からの紹介	24	7.8
介護サービス情報公表システム	14	4.5
テレビやラジオなど	0	0.0
その他	17	5.5
無回答	6	1.9
全体	308	100.0



## ⑯ 福祉用具の情報入手手段

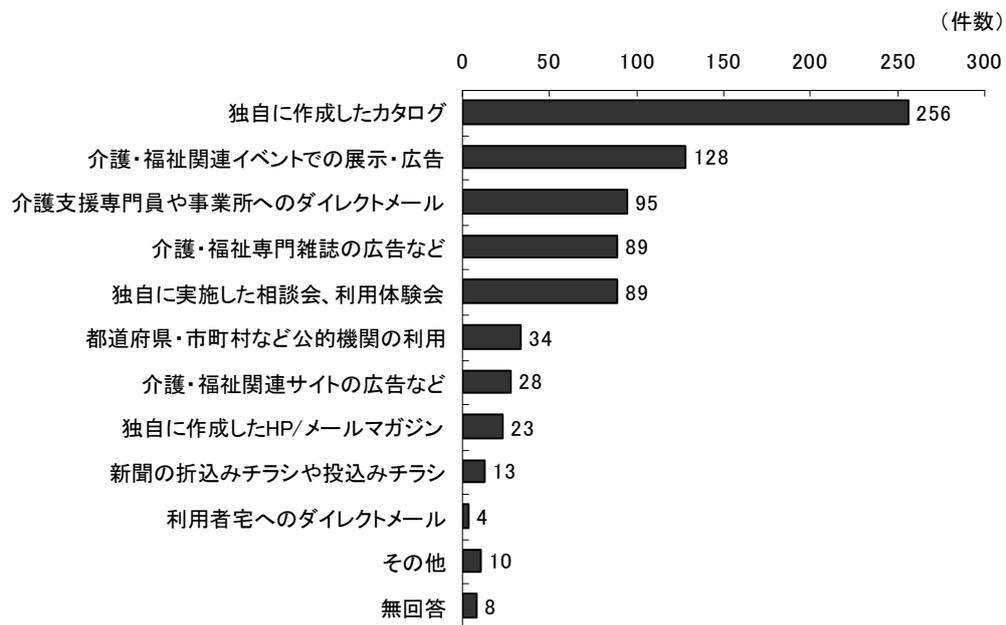
福祉用具の情報についてその入手手段を複数回答で尋ねたところ、「個別の事業所が独自に作成したカタログ」が256人(全体の83.1%)と最も多くなった。次いで、「介護・福祉関連イベントでの展示、広告」が128人(同41.6%)であったが、過半数には到達しなかった。また、「介護支援専門員や事業所へのダイレクトメール」が95人、「介護・福祉専門雑誌の広告」、「個別の事業所が独自に実施した福祉用具の相談会、利用体験会」を選択したケアマネジャーはそれぞれ89人ずつであったものの、全体では、約3割となった。

「介護・福祉関連サイトの広告など」、「個別の事業所が独自に作成したホームページやメールマガジン」、「新聞の折込みチラシや投込みチラシ」を選択したケアマネジャーは全体の1割に満たなかった。

その他の情報入手先としては、ワムネット、行政から配布されるパンフレット、居宅介護事業者協議会等を含めた交流会等が挙げられた。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
独自に作成したカタログ	256	83.1
介護・福祉関連イベントでの展示・広告	128	41.6
介護支援専門員や事業所へのダイレクトメール	95	30.8
介護・福祉専門雑誌の広告など	89	28.9
独自に実施した相談会、利用体験会	89	28.9
都道府県・市町村など公的機関の利用	34	11.0
介護・福祉関連サイトの広告など	28	9.1
独自に作成したHP/メールマガジン	23	7.5
新聞の折込みチラシや投込みチラシ	13	4.2
利用者宅へのダイレクトメール	4	1.3
その他	10	3.2
無回答	8	2.6
全体	308	100.0

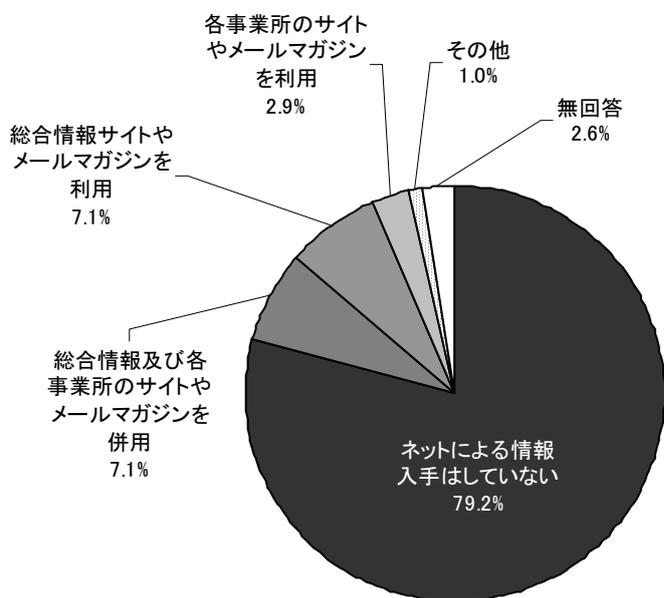


### ⑰ インターネットを利用した情報収集

現在、インターネットを利用して福祉用具の情報を収集しているかについてたずねたところ、「インターネットを利用した情報の入手は行っていない」が244人(全体の79.2%)と最も多くなった。

「複数の事業所が掲載された介護・福祉の総合情報サイトやメールマガジンと個別の事業所が作成したサイトやメールマガジンを併用して情報を入手している」(22人)、「主に複数の事業所が掲載された介護・福祉の総合情報サイトやメールマガジンを利用して情報を入手している」(22人)、「主に個別の事業所が作成したサイトやメールマガジンを利用して情報を入手している」(9人)を選択したケアマネジャーはいずれも1割に到達せず、インターネットを利用した情報入手はまだまだ一般化されていないことがうかがえる。

カテゴリー名	n	%
ネットによる情報入手はしていない	244	79.2
総合情報及び各事業所のサイトやメールマガジンを併用	22	7.1
総合情報サイトやメールマガジンを利用	22	7.1
各事業所のサイトやメールマガジンを利用	9	2.9
その他	3	1.0
無回答	8	2.6
全体	308	100.0

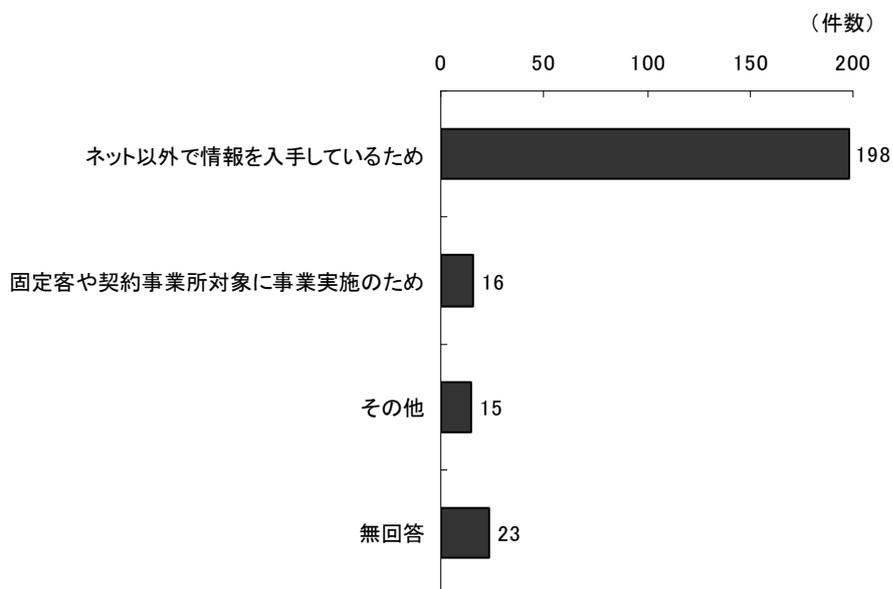


⑩ インターネットで情報を入手していない理由(必要性を感じない)

インターネットで情報を入手していない理由について、「必要性を感じない」と回答したケアマネジャーについて、その理由を複数回答でたずねたところ、「インターネット以外で情報を入手しているため」という理由が多く、198人(全体の81.1%)が選択した。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
ネット以外で情報を入手しているため	198	81.1
固定客や契約事業所対象に事業実施のため	16	6.6
その他	15	6.1
無回答	23	9.4
非該当	64	
全体	244	100.0

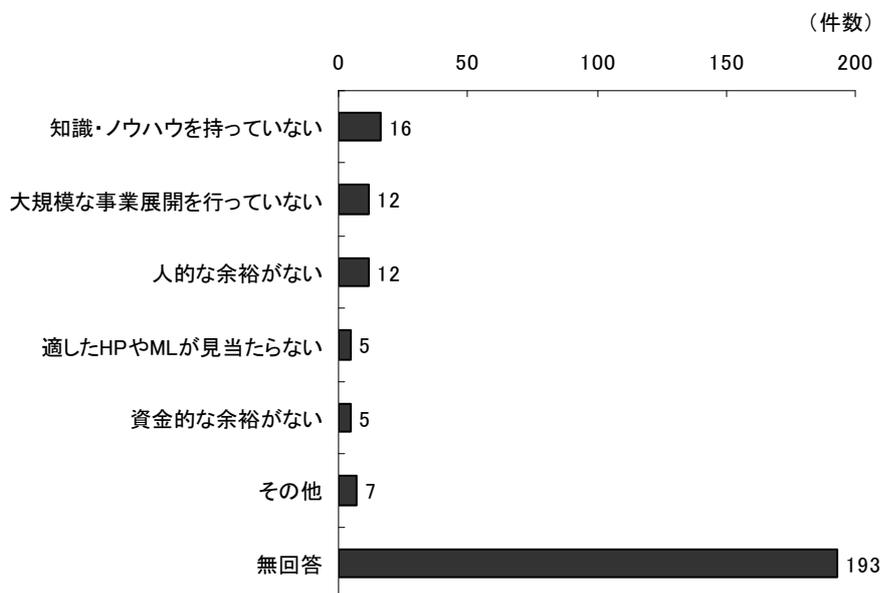


⑱ インターネットで情報を入手していない理由（現状では入手できない）

インターネットで情報を入手していない理由について、「情報を入手したいが、現状ではできない」と回答したケアマネジャーについて、その理由を複数回答でたずねた。「情報を入手するための知識やノウハウを持っていない」が16人（同6.6%）となり、全体としては最も多い理由として挙げられた。また、「大規模な事業展開を行っていない」と「人的な余裕がない」がそれぞれ12人ずつ（同4.9%）といずれも1割を切っているもの、理由として選択したケアマネジャーもいた。

（複数回答）

カテゴリー名	n	%
知識・ノウハウを持っていない	16	6.6
大規模な事業展開を行っていない	12	4.9
人的な余裕がない	12	4.9
適したHPやMLが見当たらない	5	2.0
資金的な余裕がない	5	2.0
その他	7	2.9
無回答	193	79.1
非該当	64	
全体	244	100.0



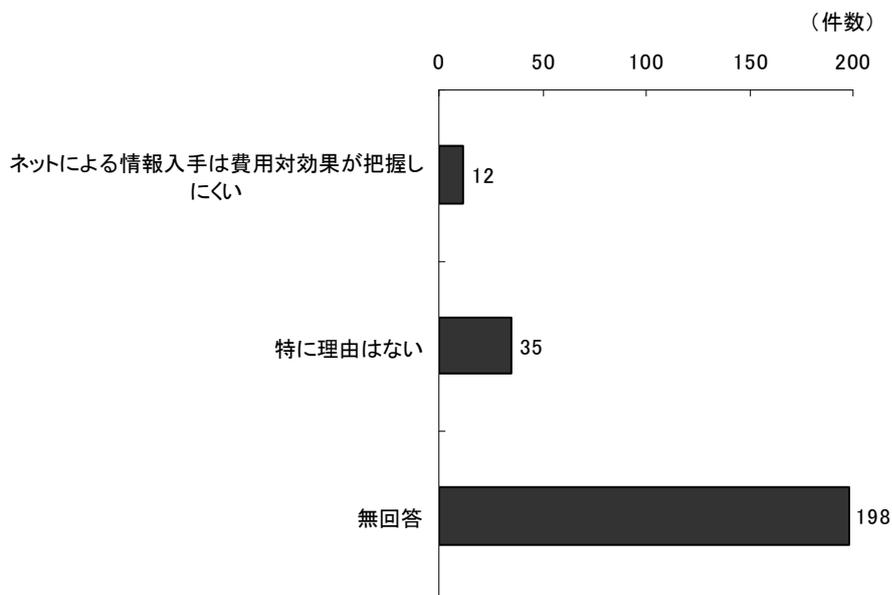
⑳ インターネットで情報を入手していない理由(その他の理由)

インターネットで情報を入手していない理由について、「その他の理由」の中には、「インターネットによる情報入手は費用対効果が把握しにくい」と感じているケアマネジャーが12人(全体の4.9%)と、全体では1割を切っているものの、理由として感じているケアマネジャーもいることがわかる。

一方、「特に理由はない」という回答も35人(同14.3%)いた。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
ネットによる情報入手は費用対効果が把握しにくい	12	4.9
特に理由はない	35	14.3
無回答	198	81.1
非該当	64	
全体	244	100.0



## ② 福祉用具貸与・販売に関する第三者の関与

福祉用具の貸与や販売に関する情報を貸与事業者以外の第三者がまとめ、インターネットで検索や比較が可能となった場合の掲載の必要性に、重要だと思う項目について3つ選択してもらった。

「福祉用具の特徴(機能・仕様)」については157人(全体の51.0%)のケアマネジャーが1番目に重要な項目として選択し、他の項目と比較しても最も重要とされていることがわかる。また、2番目、3番目に重要であると選択したものも含めて、228人(同74.0%)が重視している結果となった。

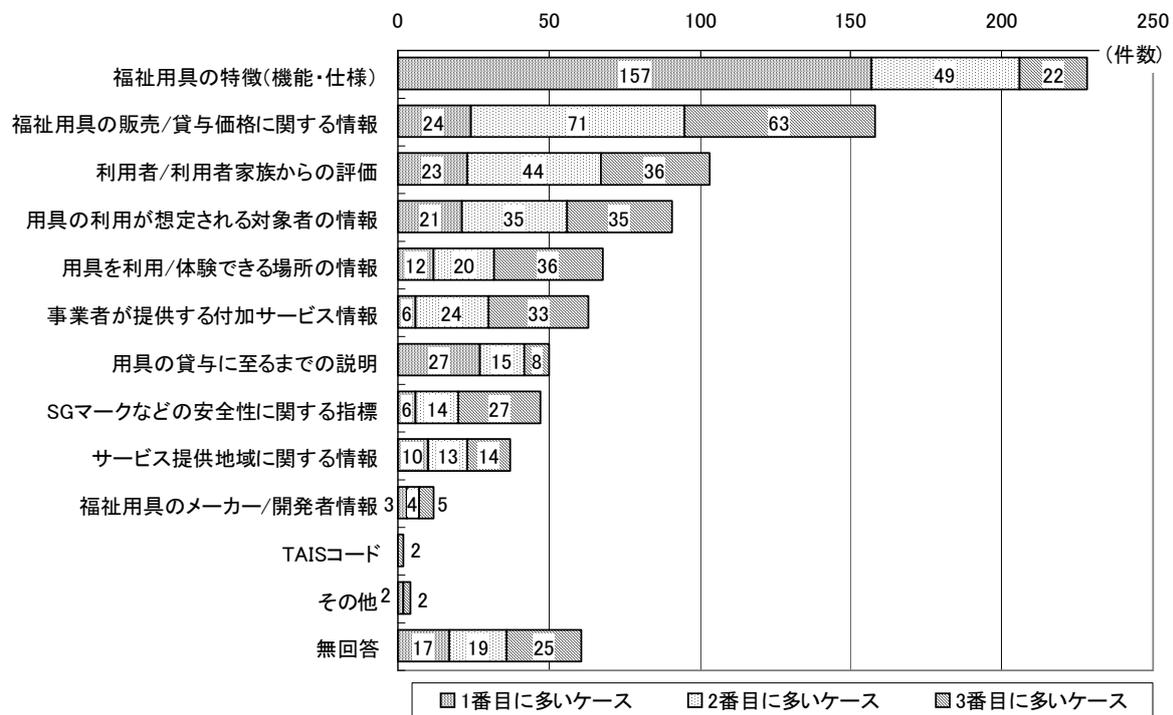
次いで、「福祉用具の販売/貸与価格に関する情報」が全体で158人(同51.4%)と過半数を超えたほか、「利用者や利用者家族からの評価」が103人(同33.5%)となった。

「事業者が提供する付加サービス情報」については、1番目に重視しているケアマネジャーは6人(同1.9%)にとどまったものの、3番目までに重要であると考えているケアマネジャー数を加算すると63人(同20.5%)と2割に到達した。

認証コードについては、「SGマークなど安全性に関する指標」については、全体の47人(同15.3%)となったものの、「TAISコード」については、2人(同0.6%)となり、安全性が重視されている傾向がうかがえる。

(複数回答)

カテゴリー名	1番目に多いケース		2番目に多いケース		3番目に多いケース	
	n	%	n	%	n	%
福祉用具の特徴(機能・仕様)	157	51.0	49	15.9	22	7.1
福祉用具の販売/貸与価格に関する情報	24	7.8	71	23.1	63	20.5
利用者/利用者家族からの評価	23	7.5	44	14.3	36	11.7
用具の利用が想定される対象者の情報	21	6.8	35	11.4	35	11.4
用具を利用/体験できる場所の情報	12	3.9	20	6.5	36	11.7
事業者が提供する付加サービス情報	6	1.9	24	7.8	33	10.7
用具の貸与に至るまでの説明	27	8.8	15	4.9	8	2.6
SGマークなどの安全性に関する指標	6	1.9	14	4.5	27	8.8
サービス提供地域に関する情報	10	3.2	13	4.2	14	4.5
福祉用具のメーカー/開発者情報	3	1.0	4	1.3	5	1.6
TAISコード	0	0.0	0	0.0	2	0.6
その他	2	0.6	0	0.0	2	0.6
無回答	17	5.5	19	6.2	25	8.1
全体	308	100.0	308	100.0	308	100.0



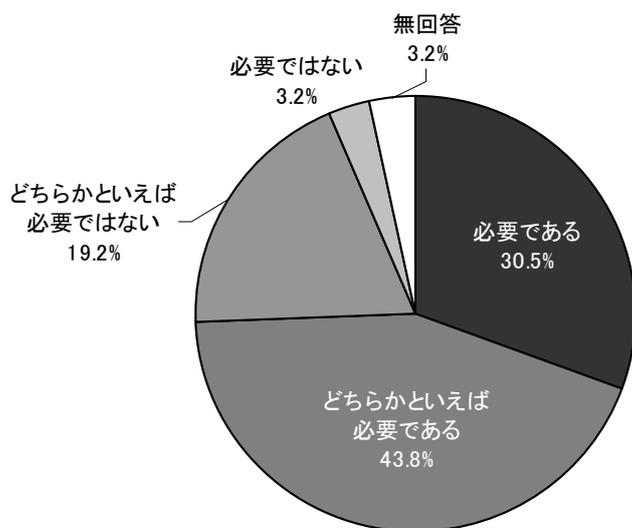
## ② 価格比較サイトの必要性

福祉用具の貸与や販売に関する情報とともに貸与価格も比較できるようなインターネットサイトの必要性についてたずねた。

「どちらかといえば必要である」が135人(全体の43.8%)となり最も多く、次いで、「必要である」の94人(同30.5%)と、必要性が高いと考えているケアマネジャーが多いことがうかがえる。

一方、「どちらかといえば必要ではない」が59人(同19.2%)、「必要ではない」が10人(同3.2%)となり、必要性を感じないケアマネジャーが22.4%となった。

カテゴリー名	n	%
必要である	94	30.5
どちらかといえば必要である	135	43.8
どちらかといえば必要ではない	59	19.2
必要ではない	10	3.2
無回答	10	3.2
全体	308	100.0



貸与価格比較サイトの必要性についての自由意見としては、以下のような指摘があった。

価格比較サイトに肯定的な意見としては、

- ・ 利用者は安くてよいものを求めていること、低所得者などにとっては価格が重要な要素となっていること、適正な価格について考えるきっかけとなること

といった利用者の金銭面の軽減を重視した意見が最も多かった。また、

- ・ 1つの事業所に偏ることなく、複数の事業所が一覧で比較できるメリットが大きいこと

といった利用者のニーズや関心に留意した意見があったほか、

ケアプランを作成する立場から、

- ・ 区分支給限度額内で他のサービスと調整する際に利用者のコスト削減が見込めること

といった意見もあった。また、様々な事業所を比較している立場から、

- ・ 同じ福祉用具に対して貸与価格が違う場合はどうしても安い方に向かう。メンテナンス、サービスについては、どこも特にかわりがない

という意見もあり、事業所側の「サービスや質に違いがある。そのため価格だけで判断することについて問題がある」といった意見を否定する指摘もあった。

一方、否定的な意見としては、

- ・ 価格より、サービスの内容や利用者にあった福祉用具の提供が重要であること
- ・ 用具の製造年月日などの基礎情報が重要であり、古くて安いものについては注意が必要であること
- ・ 用具の利用の仕方によっては、利用者が怪我をしたり、命を落とすきっかけとなる場合がある。価格の比較だけではそのような本質が見えにくくなる

といった指摘があった。

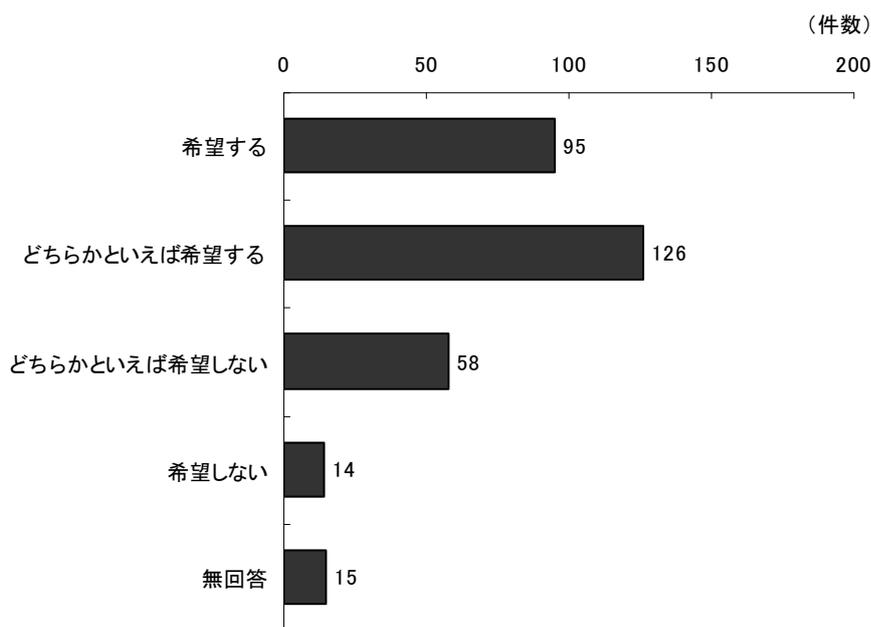
### ②③ 貸与価格比較サイトの掲載希望

貸与価格を比較できるインターネットサイトへ、事業者情報やサービス内容の掲載とともに貸与価格の情報掲載の希望をたずねた。

「どちらかといえば希望する」が 126 人(全体の 40.9%)と最も多く、次いで「希望する」の 95 人(同 30.8%)と約 7 割のケアマネジャーが価格比較サイトへの掲載を希望した。

一方、「どちらかといえば希望しない(58人)、「希望しない」(14人)の 23.3%は、価格比較サイトへの掲載を希望しないという結果となった。

カテゴリー名	n	%
希望する	95	30.8
どちらかといえば希望する	126	40.9
どちらかといえば希望しない	58	18.8
希望しない	14	4.5
無回答	15	4.9
全体	308	100.0



#### ④ 価格比較サイトへの掲載希望理由

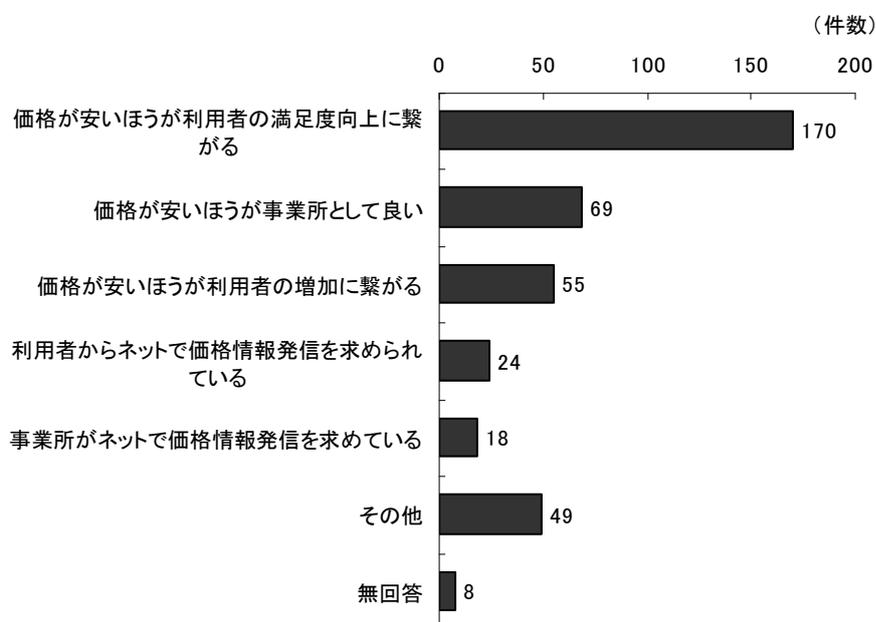
価格比較サイトへの情報の掲載を「希望する」(95人)、「どちらかといえば希望する」(126人)の合計221人に、価格比較サイトへの掲載を希望する理由について3つを選択してもらった。

「価格が安いほうが利用者の満足度向上につながる」が170人(全体の76.9%)と最も多くなった。また、「価格が安いほうが事業所としてよい」も69人(同31.2%)、「価格が安いほうが利用者の増加につながる」が55人(同24.9%)という回答も比較的多くなった。

一方、「利用者からネットで価格情報発信を求められている」(24人)、「事業所がネットで価格情報発信を求めている」(18人)といった他社からの要望を感じているケアマネジャーはいずれも全体の1割程度となった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
価格が安いほうが利用者の満足度向上に繋がる	170	76.9
価格が安いほうが事業所として良い	69	31.2
価格が安いほうが利用者の増加に繋がる	55	24.9
利用者からネットで価格情報発信を求められている	24	10.9
事業所がネットで価格情報発信を求めている	18	8.1
その他	49	22.2
無回答	8	3.6
非該当	87	
全体	221	100.0



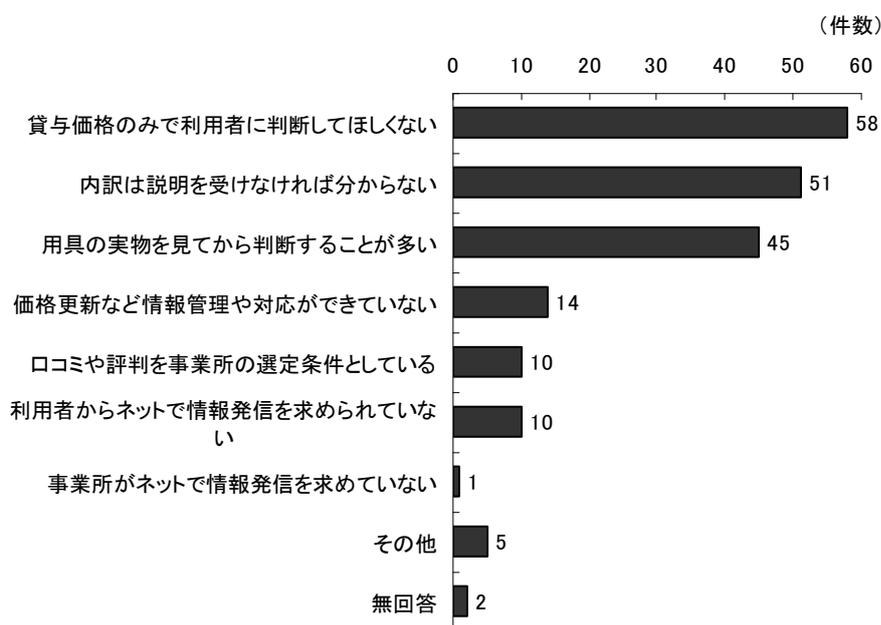
## ②⑤ 価格比較サイトへ掲載を希望しない理由

価格比較サイトの情報の掲載を「希望しない」(14 人)、「どちらかといえば希望しない」(58 人)の合計 72 人に、価格比較サイトへの掲載を希望しない理由について3つを選択してもらった。

「貸与価格のみで利用者に判断して欲しくない」が 58 人(全体の 80.6%)と最も多く、次いで、「内訳は説明を受けなければわからない」が 51 人(同 70.8%)、「福祉用具の実物を見てから判断することが多い」が 45 人(同 62.5%)と、いずれも半数以上のケアマネジャーが選択した項目となった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
貸与価格のみで利用者に判断してほしくない	58	80.6
内訳は説明を受けなければ分からない	51	70.8
用具の実物を見てから判断することが多い	45	62.5
価格更新など情報管理や対応ができていない	14	19.4
口コミや評判を事業所の選定条件としている	10	13.9
利用者からネットで情報発信を求められていない	10	13.9
事業所がネットで情報発信を求めている	1	1.4
その他	5	6.9
無回答	2	2.7
非該当	236	
全体	72	100.0



## ②⑥ 価格比較サイトへの要望

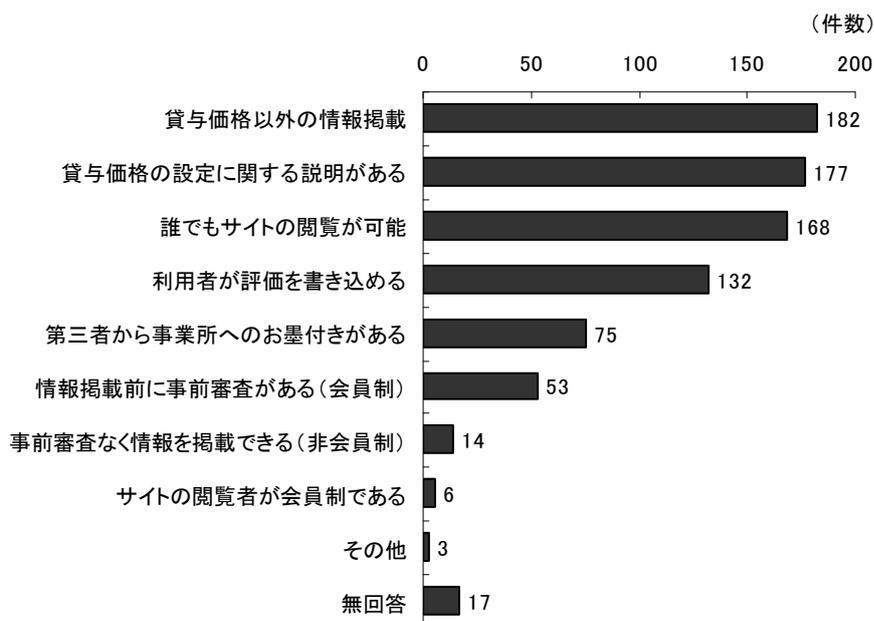
価格比較サイトができた場合、サイトへ要望する事項を複数回答でたずねたところ、「貸与価格以外の情報掲載」が 182 人(全体の 59.1%)と最も多く、次いで、「貸与価格の設定に関する説明があること」が 177 人(同 57.5%)、「誰でもサイトの閲覧が可能であること」が 168 人(同 54.5%)となり、いずれも過半数を超える結果となった。

また、「利用者が評価を書き込めること」が 132 人(同 42.9%)と比較的多くのケアマネジャーが要望している項目となったほか、「第三者から事業所へのお墨付きがあること」、「情報掲載前に事前審査があること(会員制であること)」といった要望も多かった。

会員制であるといった要望が 2 割弱あった一方、「事前審査なく情報を掲載できる(非会員制)」については、14 人(同 4.5%)となり、サイトへ掲載するための事前審査を求めていること、また、事業所へお墨付きを求めていることなどから、サイトの信頼性を求めていることがうかがえる。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
貸与価格以外の情報掲載	182	59.1
貸与価格の設定に関する説明がある	177	57.5
誰でもサイトの閲覧が可能	168	54.5
利用者が評価を書き込める	132	42.9
第三者から事業所へのお墨付きがある	75	24.4
情報掲載前に事前審査がある(会員制)	53	17.2
事前審査なく情報を掲載できる(非会員制)	14	4.5
サイトの閲覧者が会員制である	6	1.9
その他	3	1.0
無回答	17	5.5
全体	308	100.0



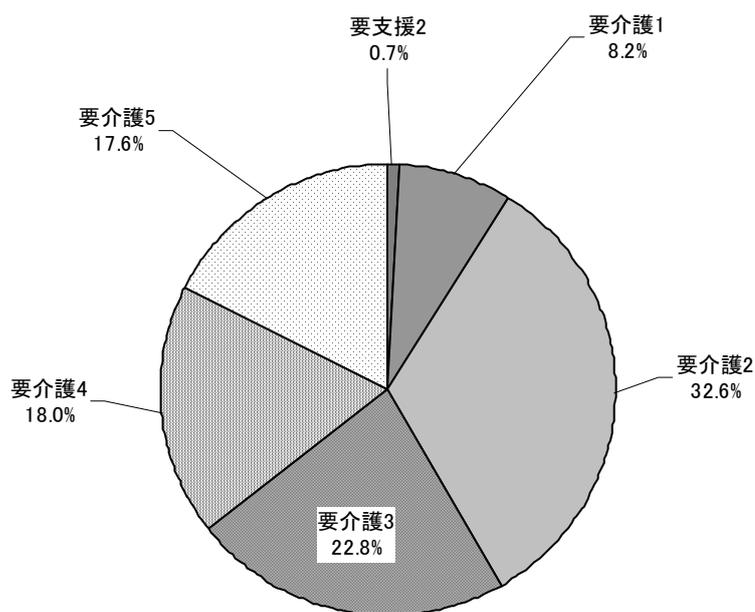
### (3) 利用者及び利用者家族向けアンケート調査

#### ① 介護度

アンケート回答者(利用者)の介護度をたずねたところ、「要介護2」が87人(全体の32.6%)と最も多く、次いで、「要介護3」の61人(同22.8%)となった。

一方、要支援については、「要支援1」からの回答者はなく、「要支援2」も2人(同0.7%)にとどまった。アンケート実施に当たって、「要介護1～5」の利用者への配布を求めた結果が影響している。

カテゴリー名	n	%
要支援1	0	0.0
要支援2	2	0.7
要介護1	22	8.2
要介護2	87	32.6
要介護3	61	22.8
要介護4	48	18.0
要介護5	47	17.6
無回答	0	0.0
全体	267	100.0



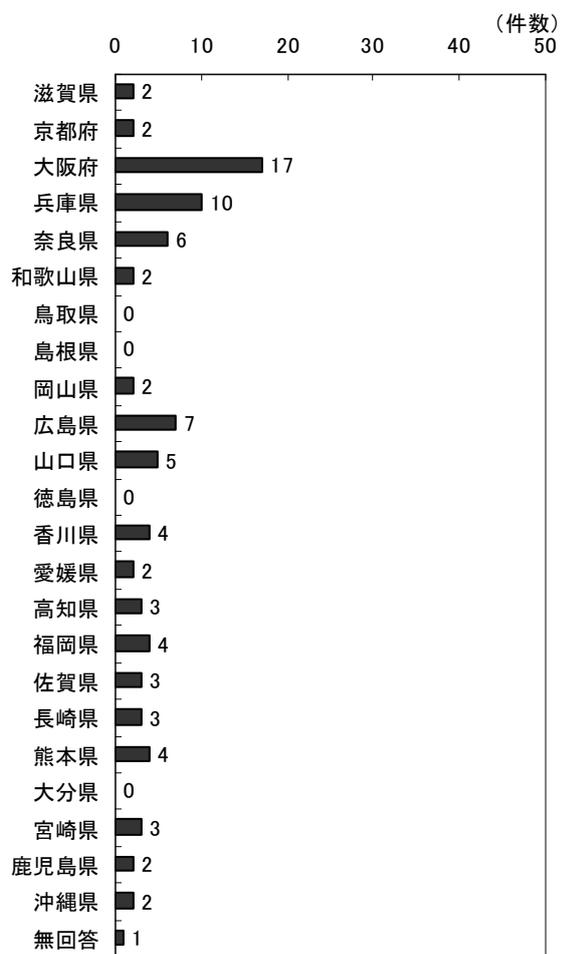
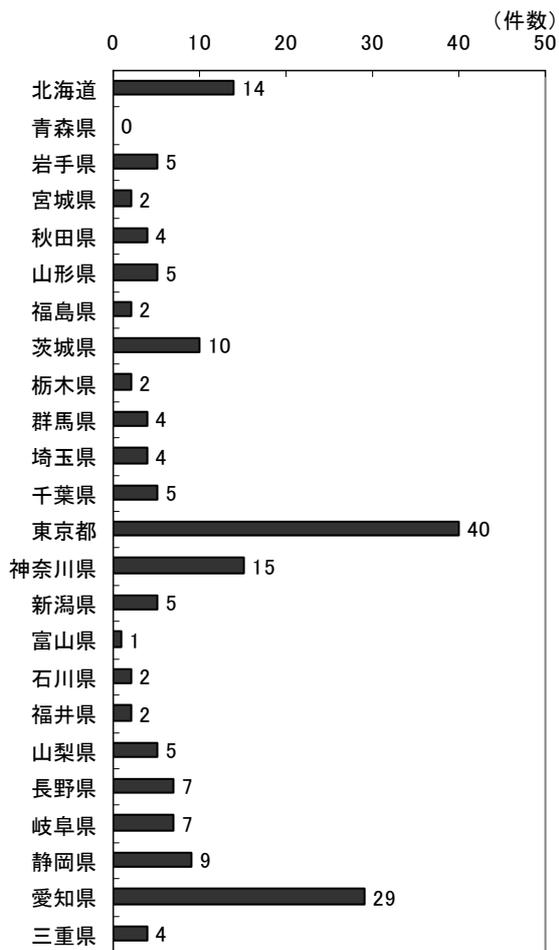
## ② 利用者の居住地

利用者の居住地を都道府県別で訪ねたところ、「東京都」が 40 人(全体の 15.0%)と最も多く、次いで、「愛知県」の 29 人(10.9%)となった。

10 人以上の利用者から回答があった都道府県としては、「大阪府」の 17 人(同 6.4%)、「神奈川県」の 15 人(同 5.6%)、「北海道」の 14 人(同 5.2%)、「茨城県」、「兵庫県」の各 10 人(同 3.7%)であった。

一方、「青森県」、「鳥取県」、「島根県」、「徳島県」、「大分県」からの利用者からのアンケートの返信はなく、「富山県」からも 1 人の回答にとどまった。

カテゴリー名	n	%	カテゴリー名	n	%
北海道	14	5.2	滋賀県	2	0.7
青森県	0	0.0	京都府	2	0.7
岩手県	5	1.9	大阪府	17	6.4
宮城県	2	0.7	兵庫県	10	3.7
秋田県	4	1.5	奈良県	6	2.2
山形県	5	1.9	和歌山県	2	0.7
福島県	2	0.7	鳥取県	0	0.0
茨城県	10	3.7	島根県	0	0.0
栃木県	2	0.7	岡山県	2	0.7
群馬県	4	1.5	広島県	7	2.6
埼玉県	4	1.5	山口県	5	1.9
千葉県	5	1.9	徳島県	0	0.0
東京都	40	15.0	香川県	4	1.5
神奈川県	15	5.6	愛媛県	2	0.7
新潟県	5	1.9	高知県	3	1.1
富山県	1	0.4	福岡県	4	1.5
石川県	2	0.7	佐賀県	3	1.1
福井県	2	0.7	長崎県	3	1.1
山梨県	5	1.9	熊本県	4	1.5
長野県	7	2.6	大分県	0	0.0
岐阜県	7	2.6	宮崎県	3	1.1
静岡県	9	3.4	鹿児島県	2	0.7
愛知県	29	10.9	沖縄県	2	0.7
三重県	4	1.5	無回答	1	0.4

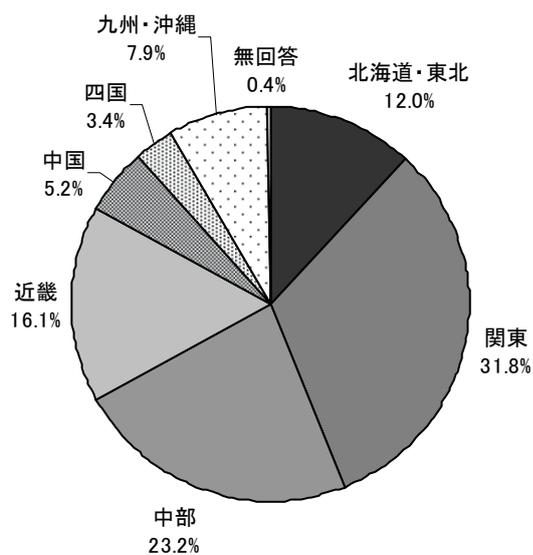


### ③ 利用者の居住地(地域別)

利用者の都道府県別の居住地を地域別に分類したところ、「関東」が85人(全体の31.8%)と最も多く、次いで「中部」の62人(同23.2%)となった。

一方、「四国」からは全体の9人(同3.4%)と地域別の中で最も低くなった。

カテゴリー名	n	%
北海道・東北	32	12.0
関東	85	31.8
中部	62	23.2
近畿	43	16.1
中国	14	5.2
四国	9	3.4
九州・沖縄	21	7.9
無回答	1	0.4
全体	267	100.0



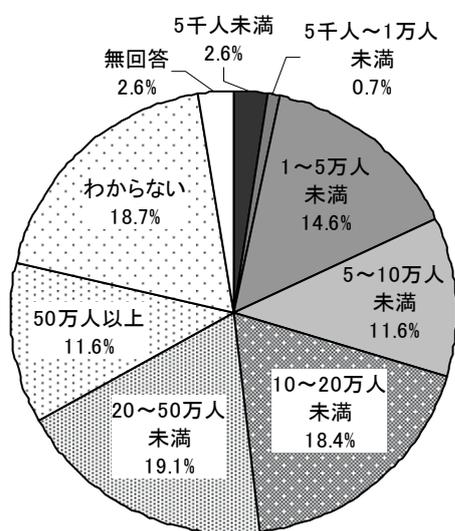
#### ④ 人口規模

利用者の居住する市町村の人口規模についてたずねたところ、「20 万人以上～50 万人未満」が最も多く 51 人(全体の 19.1%)となり、次いで、「10 万人以上～20 万人未満」の 49 人(同 18.4%)となった。大都市に居住する利用者からの回答が多かった。

「5 千人以上～1 万人未満」の市町村に居住する利用者からの回答が最も低く 2 人(同 0.7%)で、「5 千人未満」の市町村からも 7 人(同 2.6%)にとどまった。

一方、「わからない」という回答が 50 人(同 18.7%)いた。

カテゴリー名	n	%
5千人未満	7	2.6
5千人～1万人未満	2	0.7
1～5万人未満	39	14.6
5～10万人未満	31	11.6
10～20万人未満	49	18.4
20～50万人未満	51	19.1
50万人以上	31	11.6
わからない	50	18.7
無回答	7	2.6
全体	267	100.0



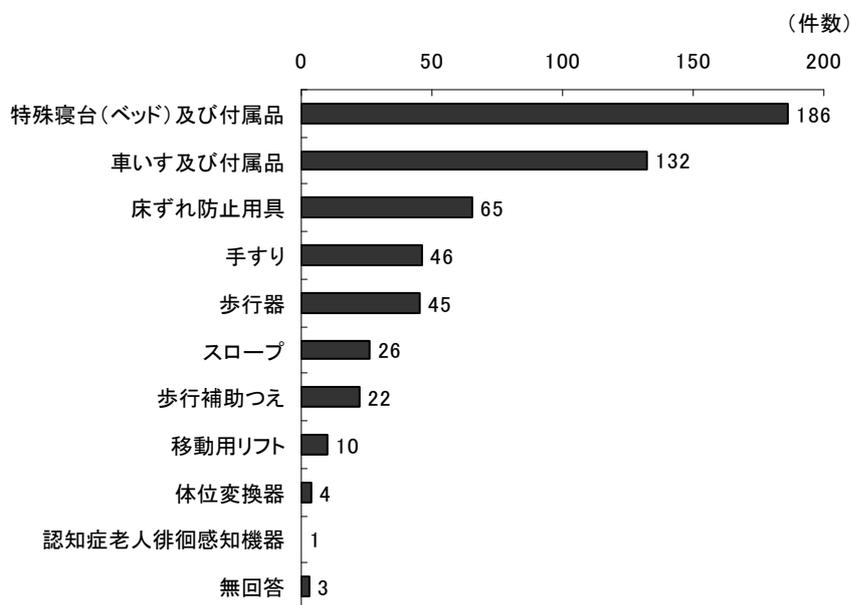
### ⑤ 借りている福祉用具

利用者が2008年2月現在、貸与している福祉用具について、複数回答でたずねたところ、「特殊寝台(ベッド)及び付属品」が186人(全体の69.7%)で最も多く、次いで、「車いすおよび付属品」の132人(同49.4%)となった。

一方、「スロープ」は26人(同9.7%)、「歩行補助つえ」は22人(同8.2%)、「移動用リフト」が10人(同3.7%)、「体位変換器」は4人(同1.5%)、認知症老人徘徊感知機器」は1人(同0.4%)となり、いずれも1割に満たなかった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
特殊寝台(ベッド)及び付属品	186	69.7
車いす及び付属品	132	49.4
床ずれ防止用具	65	24.3
手すり	46	17.2
歩行器	45	16.9
スロープ	26	9.7
歩行補助つえ	22	8.2
移動用リフト	10	3.7
体位変換器	4	1.5
認知症老人徘徊感知機器	1	0.4
無回答	3	1.1
全体	267	100.0



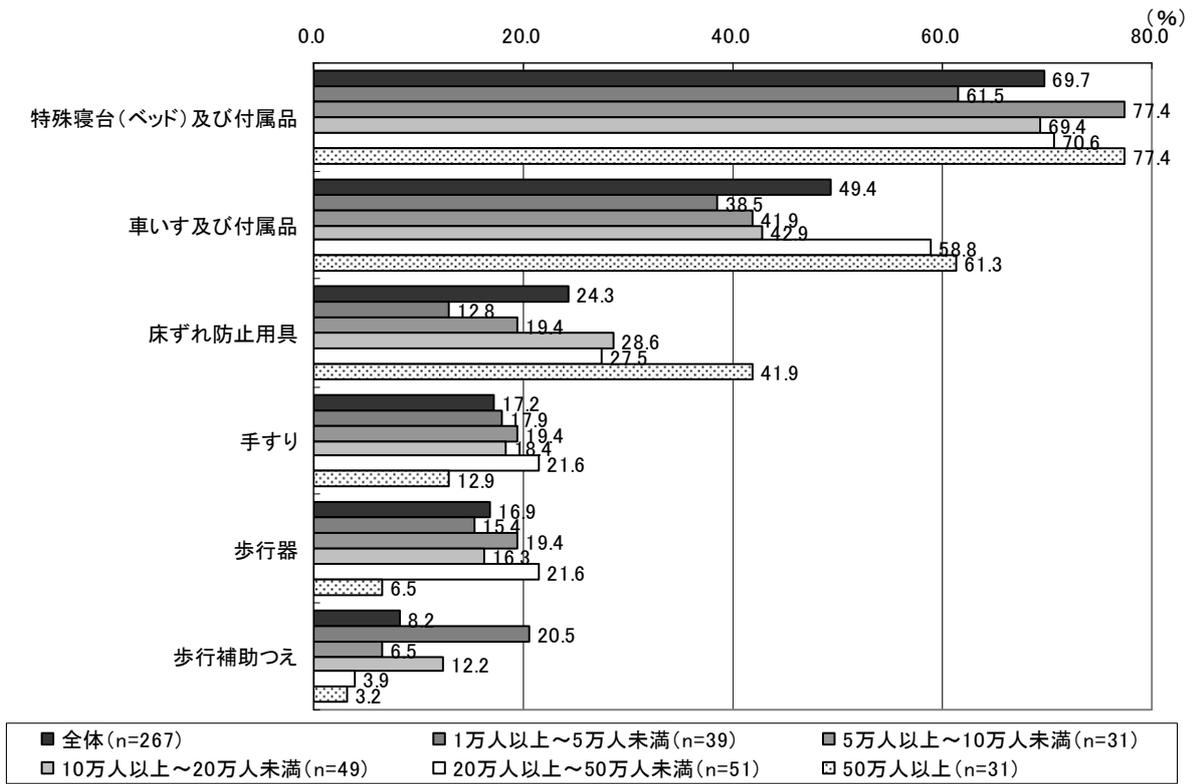
人口規模別に貸与福祉用具を見ると、「特殊寝台および付属品」については、「5 万人以上 10 万人未満」と「50 万人以上」（いずれも 77.4%）の市町村で貸与率が全体(69.7%)を大きく上回った。

また、「車いすおよび付属品」は 20 万人以上の市町村で 58.8%となった。また、「床ずれ防止用具」は 50 万人以上の市町村、「歩行補助つえ」は 1 万人以上 5 万人未満の市町村でそれぞれ全国を大きく上回った。

(複数回答)

	合計	車いす及び 付属品	特殊寝台 (ベッド)及 び付属品	床ずれ防止 用具	体位変換器	手すり	スロープ
全体(n=267)	267	132 49.4	186 69.7	65 24.3	4 1.5	46 17.2	26 9.7
5千人未満(n=7)	7	4 57.1	6 85.7	2 28.6	0 0.0	1 14.3	0 0.0
5千人以上(n=2)~1万人未満	2	0 0.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
1万人以上~5万人未満(n=39)	39	15 38.5	24 61.5	5 12.8	0 0.0	7 17.9	3 7.7
5万人以上~10万人未満(n=31)	31	13 41.9	24 77.4	6 19.4	0 0.0	6 19.4	4 12.9
10万人以上~20万人未満(n=49)	49	21 42.9	34 69.4	14 28.6	1 2.0	9 18.4	4 8.2
20万人以上~50万人未満(n=51)	51	30 58.8	36 70.6	14 27.5	1 2.0	11 21.6	7 13.7
50万人以上(n=31)	31	19 61.3	24 77.4	13 41.9	0 0.0	4 12.9	4 12.9
わからない(n=50)	50	27 54.0	31 62.0	9 18.0	2 4.0	8 16.0	4 8.0
無回答(n=7)	7	3 42.9	5 71.4	2 28.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0

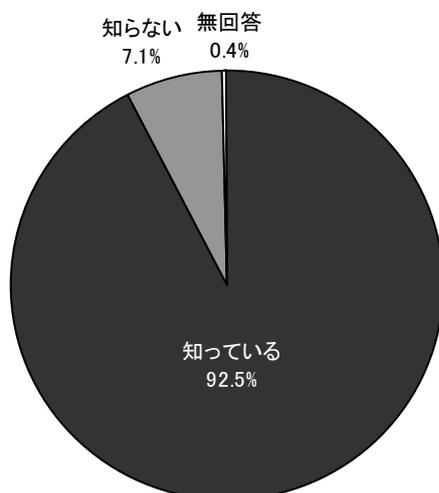
	合計	歩行器	歩行補助つえ	認知症老人 徘徊感知機 器	移動用リフ ト	無回答
全体(n=267)	267	45 16.9	22 8.2	1 0.4	10 3.7	3 1.1
5千人未満(n=7)	7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 14.3	0 0.0
5千人以上(n=2)~1万人未満	2	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
1万人以上~5万人未満(n=39)	39	6 15.4	8 20.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0
5万人以上~10万人未満(n=31)	31	6 19.4	2 6.5	0 0.0	1 3.2	0 0.0
10万人以上~20万人未満(n=49)	49	8 16.3	6 12.2	0 0.0	0 0.0	1 2.0
20万人以上~50万人未満(n=51)	51	11 21.6	2 3.9	1 2.0	4 7.8	2 3.9
50万人以上(n=31)	31	2 6.5	1 3.2	0 0.0	2 6.5	0 0.0
わからない(n=50)	50	10 20.0	3 6.0	0 0.0	2 4.0	0 0.0
無回答(n=7)	7	1 14.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0



### ⑥ 毎月の支払額の認知

毎月の貸与価格の支払額を知っているかどうかをたずねたところ、「知っている」が 247 人(全体の 92.5%)となり、ほとんどの利用者や利用者家族が支払額について知っている結果となり、「知らない」は 19 人(同 7.1%)と 1 割に満たなかった。

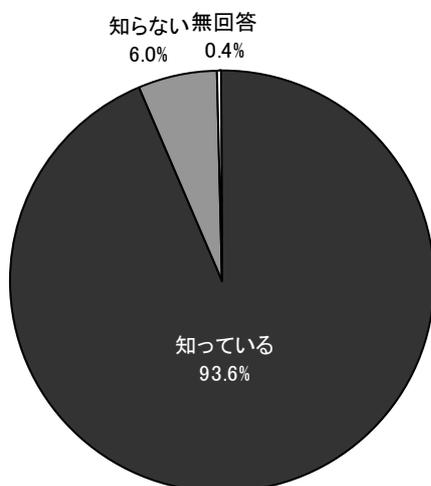
カテゴリー名	n	%
知っている	247	92.5
知らない	19	7.1
無回答	1	0.4
全体	267	100.0



### ⑦ レンタル価格が1割であることの認知度

福祉用具の貸与価格が、価格全体の1割であることの認知をたずねたところ、「知っている」が250人(全体の93.6%)となり、ほとんどの利用者や利用者家族が1割であることを知っている結果となった。一方、「知らない」は16人(同6.0%)と1割に満たなかった。

カテゴリー名	n	%
知っている	250	93.6
知らない	16	6.0
無回答	1	0.4
全体	267	100.0



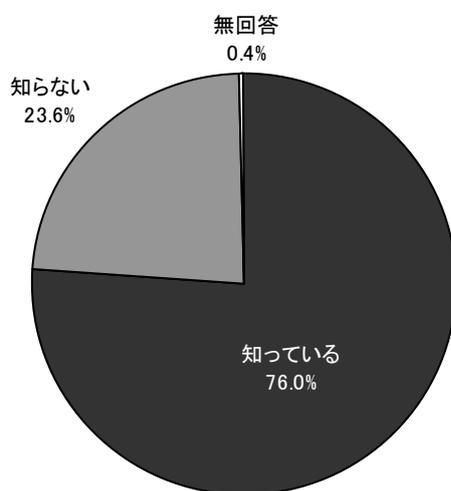
### ⑧ 貸与価格の構成要素について

貸与価格にメンテナンス費や消毒費が含まれる金額であることを知っているかどうかたずねた。

「知っている」と回答したのは、203人(全体の76.0%)となり、月の支払額や貸与価格が総額の1割であるといった認知度と比較して、低い結果となった。

一方、「知らない」は63人(同23.6%)と2割を超えた。

カテゴリー名	n	%
知っている	203	76.0
知らない	63	23.6
無回答	1	0.4
全体	267	100.0

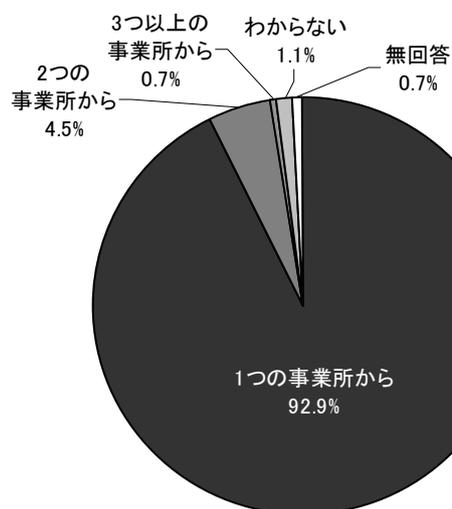


### ⑨ 利用している貸与事業所数

利用者が福祉用具を貸与するのに利用している事業所数をたずねたところ、「1つの事業所から」が248人(全体の92.9%)となり、9割以上の利用者が1事業所から貸与している結果となった。

一方、「2つ以上の事業所から貸与している」と回答したのは、14人(同5.2%)にとどまった。

カテゴリー名	n	%
1つの事業所から	248	92.9
2つの事業所から	12	4.5
3つ以上の事業所から	2	0.7
わからない	3	1.1
無回答	2	0.7
全体	267	100.0



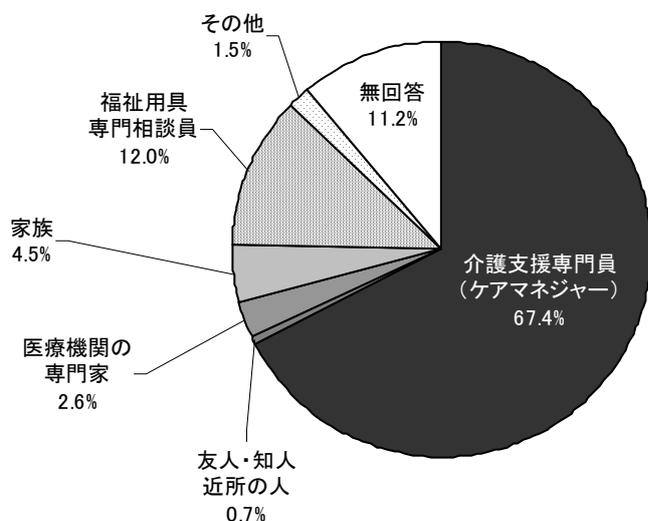
### ⑩ レンタルする際のアドバイス元

現在、利用している福祉用具を選ぶ際にアドバイスとして誰の意見が参考になったかをたずねたところ、「介護支援専門員(ケアマネジャー)」が180人(全体の67.4%)と最も多くなった。次いで、「福祉用具専門相談員」であったが、32人(同12.0%)と1割を少し超えた程度にとどまった。

一方、「友人、知人、近所の人」については、1%に到達せず、「医療機関の専門家」も7人(同2.6%)と少なかった。

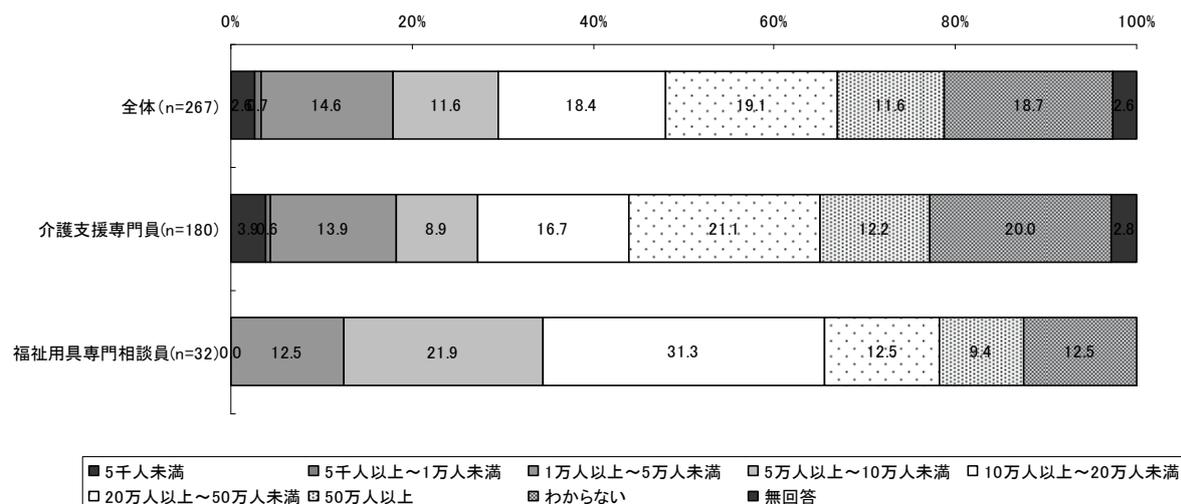
福祉用具の貸与に当たっては、福祉用具を熟知している専門家の意見を求める傾向がうかがえる。

カテゴリー名	n	%
介護支援専門員(ケアマネジャー)	180	67.4
友人・知人、近所の人	2	0.7
医療機関の専門家	7	2.6
家族	12	4.5
福祉用具専門相談員	32	12.0
その他	4	1.5
無回答	30	11.2
全体	267	100.0



レンタルする際のアドバイス元を人口規模別に見ると、「福祉用具専門相談員」から情報を得るについては、「5千人未満」の市町村ではいなかったが、「5万人以上～10万人未満」(21.9%)、「10万人以上～20万人未満」(31.3%)の市町村では、他の人口規模の都市と比較して高めとなった。

	全体	5千人未満	5千人以上 ～1万人未 満	1万人以上 ～5万人未 満	5万人以上 ～10万人 未満	10万人以上 ～20万 人未満	20万人以上 ～50万 人未満	50万人以上	わからない	無回答
合計	267 100.0	7 2.6	2 0.7	39 14.6	31 11.6	49 18.4	51 19.1	31 11.6	50 18.7	7 2.6
介護支援専門員	180 100.0	7 3.9	1 0.6	25 13.9	16 8.9	30 16.7	38 21.1	22 12.2	36 20.0	5 2.8
友人・知人、近所の人	2 100.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 50.0	1 0.0	0 0.0	0 0.0
医療機関の専門家	7 100.0	0 0.0	0 0.0	2 28.6	1 14.3	3 42.9	0 0.0	1 14.3	0 0.0	0 0.0
家族	12 100.0	0 0.0	0 0.0	3 25.0	4 33.3	1 8.3	1 8.3	1 8.3	2 16.7	0 0.0
福祉用具専門相談員	32 100.0	0 0.0	0 0.0	4 12.5	7 21.9	10 31.3	4 12.5	3 9.4	4 12.5	0 0.0
その他	4 100.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0
無回答	30 100.0	0 0.0	1 3.3	2 6.7	3 10.0	4 13.3	7 23.3	3 10.0	8 26.7	2 6.7



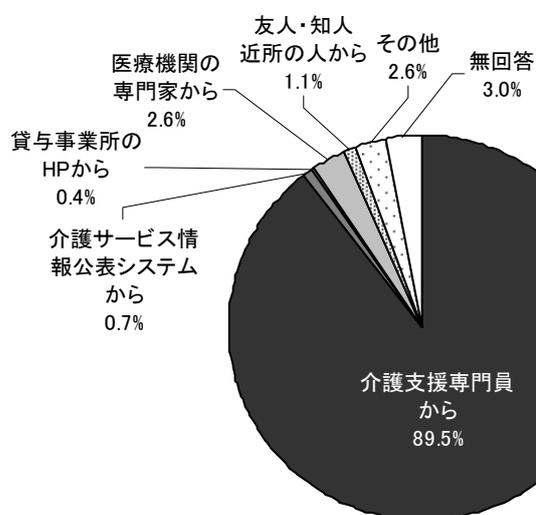
### ⑪ 事業所情報の入手元

現在、利用している事業所の情報の入手元についてたずねたところ、「介護支援専門員から」が 239 人（全体の 89.5%）と最も多くなった。

その他、「貸与事業所のホームページ」、「医療機関の専門家」などについては、いずれも数人が情報を入手したにとどまった。

ケアプランなどを作成し、貸与する福祉用具をアドバイスする立場である介護支援専門員からの情報の入手に頼っている傾向がうかがえる。

カテゴリー名	n	%
介護支援専門員から	239	89.5
介護サービス情報公表システムから	2	0.7
貸与事業所のHPから	1	0.4
介護保険関連のHPから	0	0.0
医療機関の専門家から	7	2.6
友人・知人、近所の人から	3	1.1
その他	7	2.6
無回答	8	3.0
全体	267	100.0



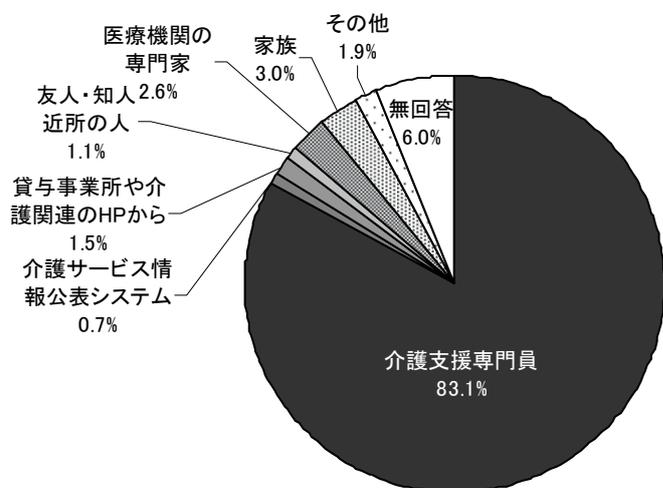
## ⑫ 事業所決定の際のアドバイス元

現在、利用している事業所を決定する際に誰の意見が参考になったかをたずねたところ、「介護支援専門員」が222人(全体の83.1%)と最も多くなった。

貸与事業所や医療機関の専門家等のアドバイスが参考になったと回答した利用者はいずれも数人にとどまった。

ケアプランなどを作成し、貸与する福祉用具をアドバイスする立場である介護支援専門員からの情報に頼っている傾向がうかがえる。

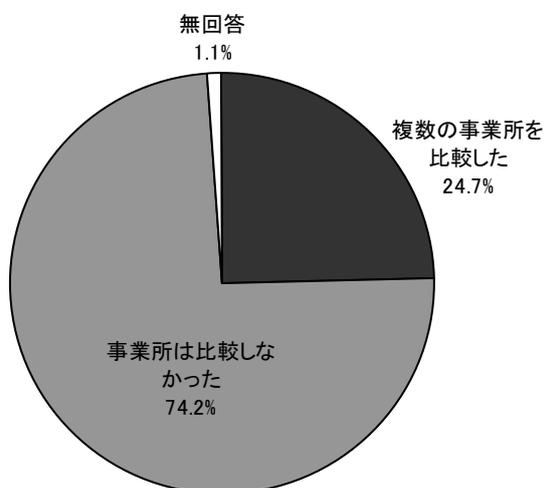
カテゴリ名	n	%
介護支援専門員	222	83.1
介護サービス情報公表システム	2	0.7
貸与事業所や介護関連のHPから	4	1.5
友人・知人、近所の人	3	1.1
医療機関の専門家	7	2.6
家族	8	3.0
その他	5	1.9
無回答	16	6.0
全体	267	100.0



### ⑬ 複数の事業所の比較の有無

事業所を決定する際、他の事業所との比較を行ったかをたずねたところ、「事業所は比較しなかった」が198人(全体の74.2%)と多くなり、「複数の事業所を比較した」のは66人(同24.7%)と3割を切る結果となった。

カテゴリ名	n	%
複数の事業所を比較した	66	24.7
事業所は比較しなかった	198	74.2
無回答	3	1.1
全体	267	100.0



#### ⑭ 比較しなかった理由

⑬で「事業所を比較しなかった」と回答した 198 人に比較をしなかった理由をたずねた。

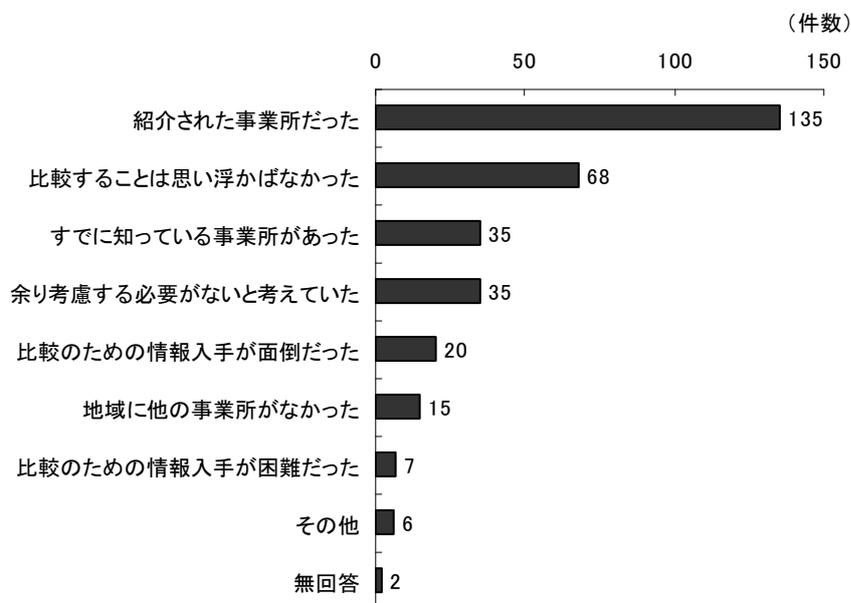
「紹介された事業所だった」が 135 人(全体の 68.2%)と最も多くなった。次いで、「比較することは思い浮かばなかった」の 68 人(同 34.3%)、「すでに知っている事業所があった」と「あまり考慮する必要がないと考えていた」の各 35 人(同 17.7%)となった。

また、「地域の他の事業所がなかった」が 15 人(同 7.6%)、「比較のための情報入手が困難だった」が 7 人(同 3.5%)おり、比較することが難しい環境や地域からの回答もあった。

比較しなかった理由として、「どこでも同じだと思った」といった意見があったほか、「親族がすでに利用したことのある事業所があった」という意見もあった。また、「どこでもよいと思った」ため比較しなかったという意見もあった。

(複数回答)

カテゴリー名	n	%
紹介された事業所だった	135	68.2
比較することは思い浮かばなかった	68	34.3
すでに知っている事業所があった	35	17.7
余り考慮する必要がないと考えていた	35	17.7
比較のための情報入手が面倒だった	20	10.1
地域に他の事業所がなかった	15	7.6
比較のための情報入手が困難だった	7	3.5
その他	6	3.0
無回答	2	1.0
非該当	69	
全体	198	100.0



### ⑮ 価格の考慮

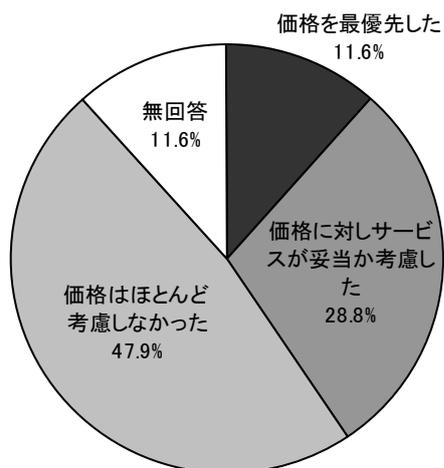
現在、利用している事業所に決めた際に、価格ほどの程度考慮したかをたずねた。

「価格はほとんど考慮しなかった」が128人(全体の47.9%)と過半数近くの回答となり、最も多くなった。

一方、「価格を最優先した」が31人(同11.6%)おり、価格に敏感な利用者や利用者家族がいることがうかがえる。

また、「価格に対しサービスが妥当か考慮した」が77人(同28.8%)おり、価格だけでなく、総合的なサービスを勘案して事業所を決定している利用者や利用者家族も約3割程度いた。

カテゴリー名	n	%
価格を最優先した	31	11.6
価格に対しサービスが妥当か考慮した	77	28.8
価格はほとんど考慮しなかった	128	47.9
無回答	31	11.6
全体	267	100.0



## ⑯ 事業所の決定要因

現在、利用している事業所を選択した理由について上位3つを選んでもらったところ、「介護支援専門員の紹介があった」が1番目の理由として最も多く111人(全体の41.6%)となった。また3番目までに選んだ利用者数を加算すると、全体で179人(同67.0%)となった。

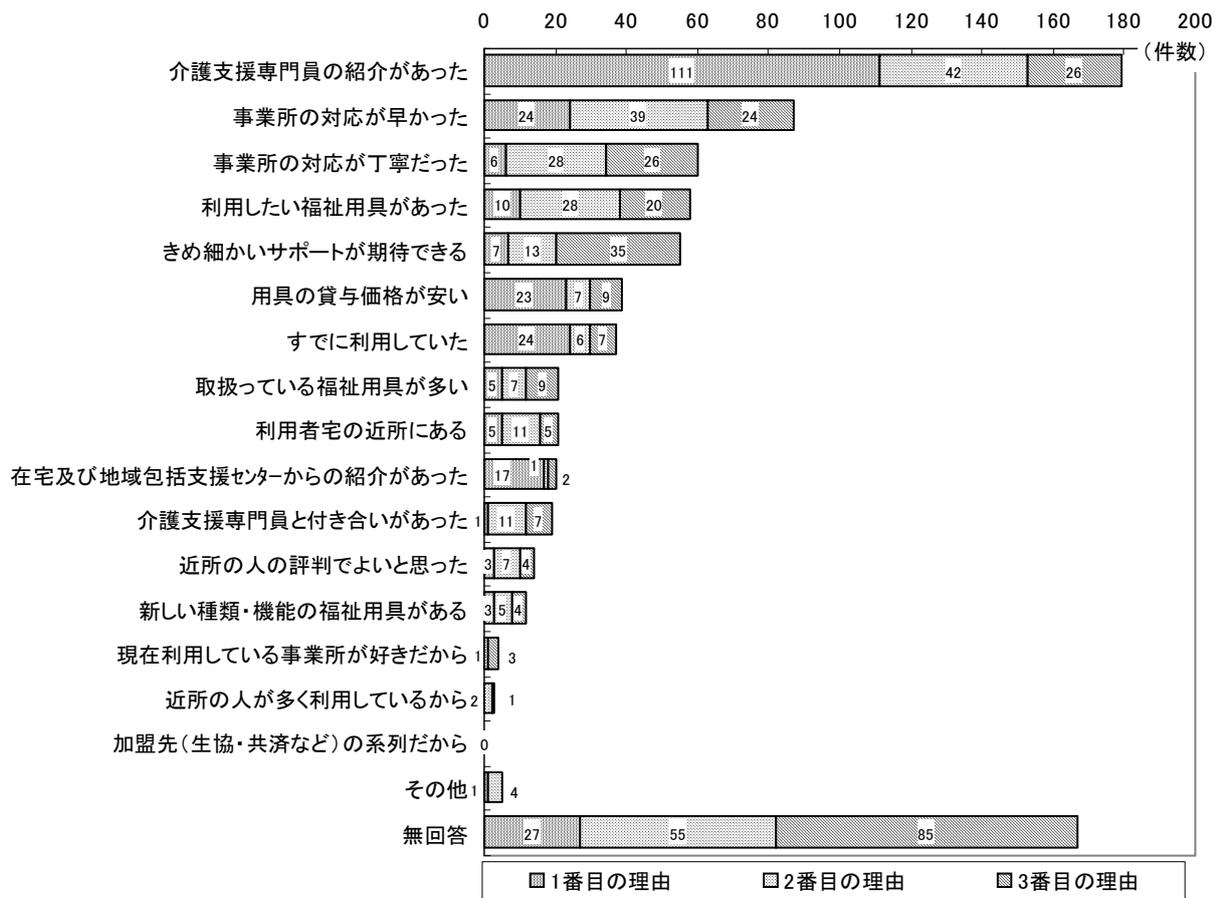
次いで、「事業所の対応が早かった」が全体の87人(同32.6%)と3割を超えた。

一方、「新しい種類・機能の福祉用具がある」、「現在利用している事業所が好きだから」、「近所の人が多く利用しているから」といった回答はいずれも数%にとどまった。

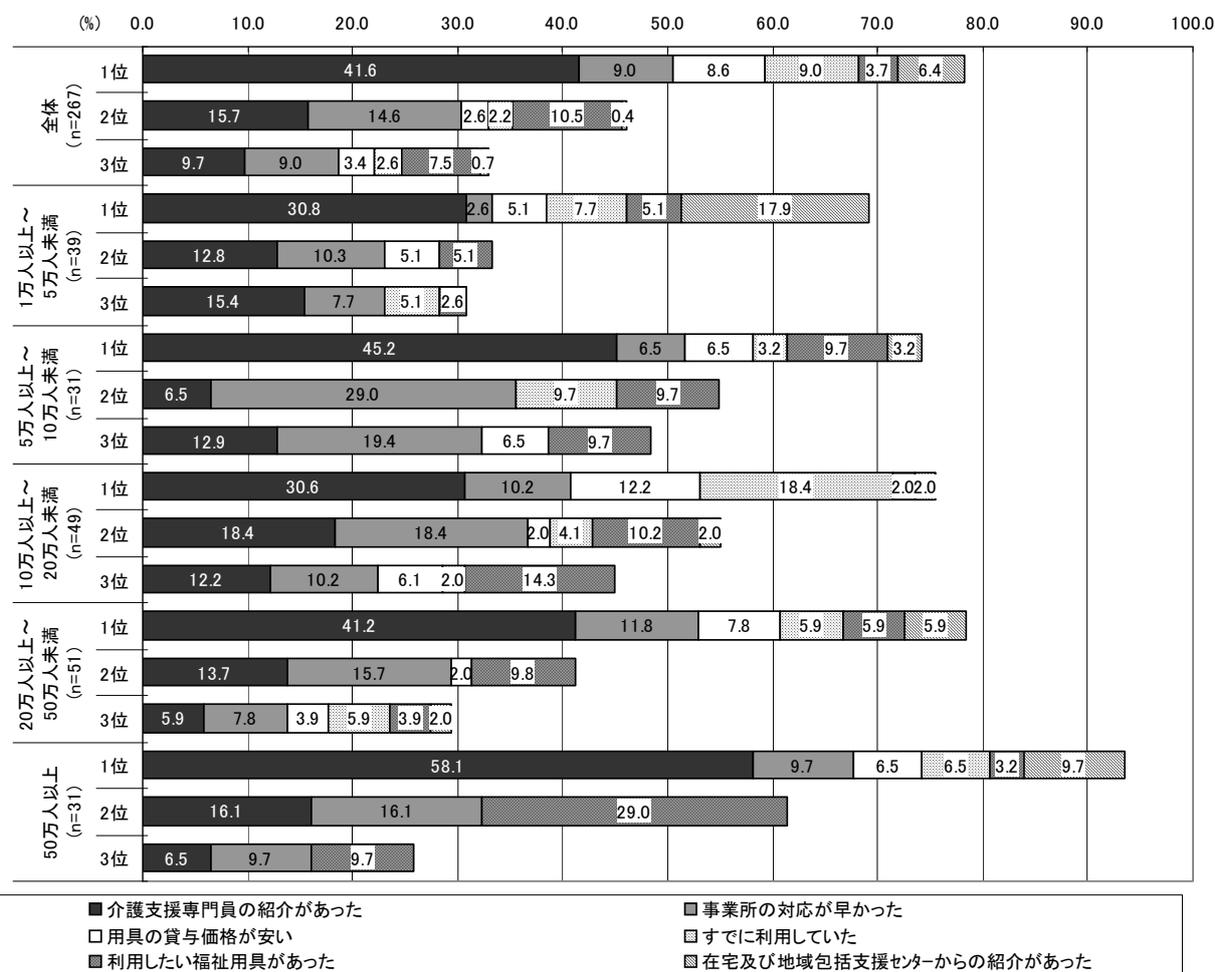
決定の要因として自由回答で挙げられていたものとしては「入院後、すぐに事業所を決める必要があり、悩んでいる時間がなかった」という時間的な制約から比較する時間がなかった様子が見え、うかがえる意見もあった。

(複数回答)

カテゴリー名	1番目の理由		2番目の理由		3番目の理由	
	n	%	n	%	n	%
介護支援専門員の紹介があった	111	41.6	42	15.7	26	9.7
事業所の対応が早かった	24	9.0	39	14.6	24	9.0
事業所の対応が丁寧だった	6	2.2	28	10.5	26	9.7
利用したい福祉用具があった	10	3.7	28	10.5	20	7.5
きめ細かいサポートが期待できる	7	2.6	13	4.9	35	13.1
用具の貸与価格が安い	23	8.6	7	2.6	9	3.4
すでに利用していた	24	9.0	6	2.2	7	2.6
取扱っている福祉用具が多い	5	1.9	7	2.6	9	3.4
利用者宅の近所にある	5	1.9	11	4.1	5	1.9
在宅及び地域包括支援センターからの紹介があった	17	6.4	1	0.4	2	0.7
介護支援専門員と付き合いがあった	1	0.4	11	4.1	7	2.6
近所の人の評判でよいと思った	3	1.1	7	2.6	4	1.5
新しい種類・機能の福祉用具がある	3	1.1	5	1.9	4	1.5
現在利用している事業所が好きだから	0	0.0	1	0.4	3	1.1
近所の人が多く利用しているから	0	0.0	2	0.7	1	0.4
加盟先(生協・共済など)の系列だから	0	0.0	0	0.0	0	0.0
その他	1	0.4	4	1.5	0	0.0
無回答	27	10.1	55	20.6	85	31.8
全体	267	100.0	267	100.0	267	100.0



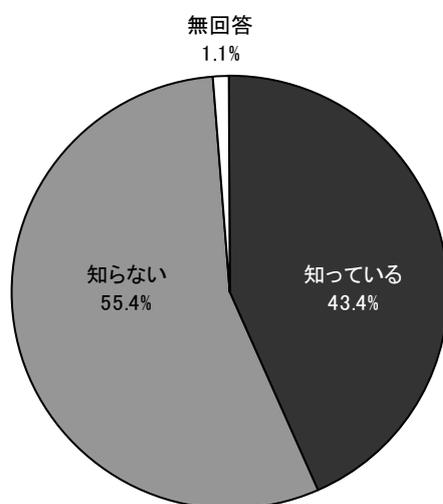
事業所の決定要因を人口規模別に見ると、人口規模が「1 万人以上～5 万人未満」(30.8%)、「10 万人～20 万人未満」(30.6%)の都市では、「介護支援専門員の紹介があった」を1 番目の理由と回答している利用者の割合が全体(41.6%)と比較して低い。一方、「50 万人以上」の都市では、58.1%が「介護支援専門員の紹介があった」を選択しており、その割合は他の人口規模の都市と比較しても特に高くなった。



⑰ 貸与価格が事業所間で異なることの認知

福祉用具の貸与価格が事業所により異なることを知っているかについてたずねたところ、「知らない」が148人(全体の55.4%)となり過半数を超えたものの、「知っている」も116人(同43.4%)となり、認知度については、「知らない」が「知っている」を若干上回る結果となった。

カテゴリ名	n	%
知っている	116	43.4
知らない	148	55.4
無回答	3	1.1
全体	267	100.0

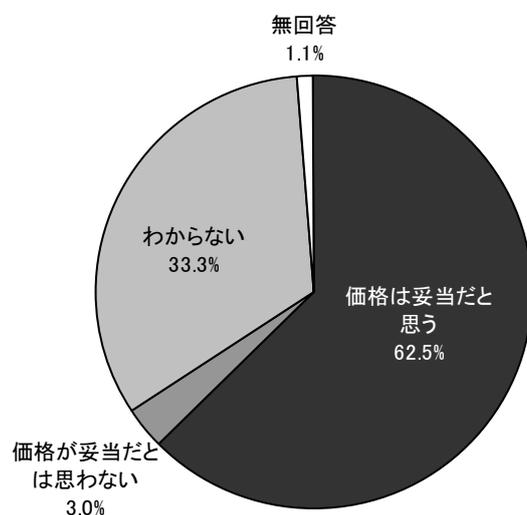


### ⑱ 価格の妥当性

現在、利用している事業者の貸与価格についての妥当性をたずねたところ、「価格は妥当だと思う」が167人(全体の62.5%)となり、福祉用具を納得した価格で借りている人が6割以上に上る結果となった。

一方、妥当かどうか「わからない」が89人(同33.3%)となり、妥当かどうかについて、判断が付かない人も3割程度見受けられた。

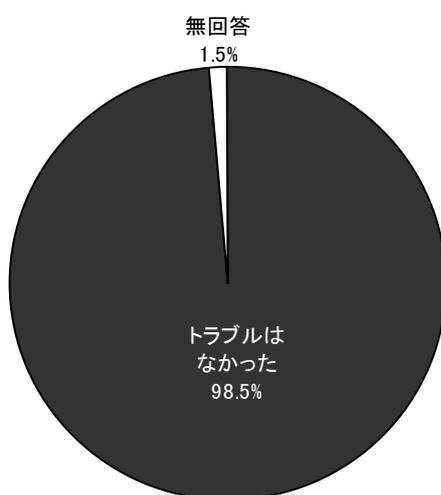
カテゴリー名	n	%
価格は妥当だと思う	167	62.5
価格が妥当だとは思わない	8	3.0
わからない	89	33.3
無回答	3	1.1
全体	267	100.0



### ⑱ 貸与価格をめぐるトラブルの有無

貸与価格についてトラブルが生じたことがあるかをたずねたところ、「トラブルはなかった」が263人(全体の98.5%)となり、「トラブルがあった」については0人となり、ほとんどの人が貸与価格のトラブルを経験していないと回答した。

カテゴリ名	n	%
トラブルがあった	0	0.0
トラブルはなかった	263	98.5
無回答	4	1.5
全体	267	100.0

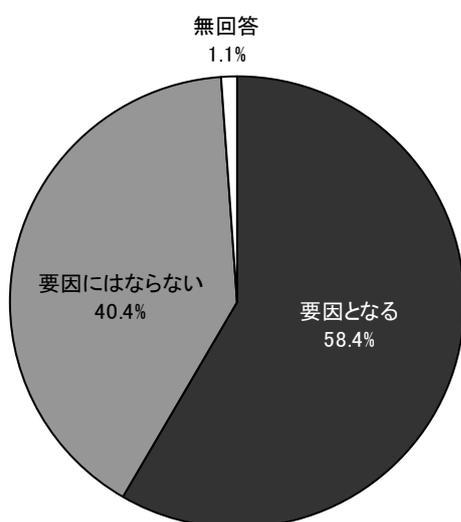


## ⑳ 貸与価格が比較できた場合の事業所の決定要因

貸与価格が比較できるようになった場合、貸与価格が事業所の決定要因となるかどうかについてたずねた。

「決定要因となる」が156人(全体の58.4%)となり、「決定要因とはならない」が108人(同40.4%)を18ポイント上回った。

カテゴリー名	n	%
要因となる	156	58.4
要因にはならない	108	40.4
無回答	3	1.1
全体	267	100.0

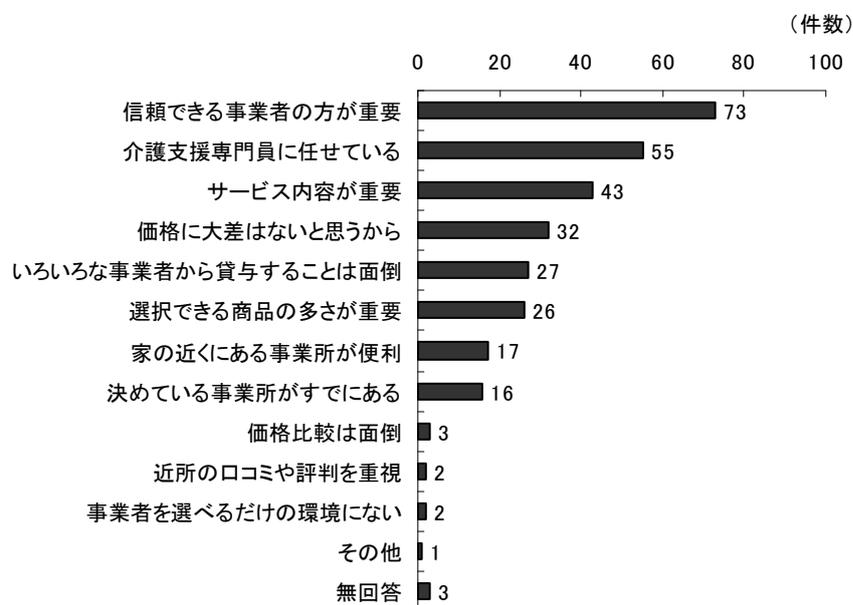


## ② 決定要因にならない理由

②で「貸与価格が事業所の決定要因とならない」と回答した 108 人に「決定要因とならない理由」を3つ選んでもらったところ、「信頼できる事業所のほうが重要」が 73 人(全体の 67.6%)と最も多く、次いで、「介護支援専門員にまかせている」が 55 人(同 50.9%)、「サービス内容が重要」が 43 人(同 39.8%)となった。

一方、「価格比較は面倒」、「近所の口コミや評判を重視している」、「事業所を選べるだけの環境にはない」については、いずれも数人の回答にとどまった。

カテゴリー名	n	%
信頼できる事業者の方が重要	73	67.6
介護支援専門員に任せている	55	50.9
サービス内容が重要	43	39.8
価格に大差はないと思うから	32	29.6
いろいろな事業者から貸与することは面倒	27	25.0
選択できる商品の多さが重要	26	24.1
家の近くにある事業所が便利	17	15.7
決めている事業所がすでにある	16	14.8
価格比較は面倒	3	2.8
近所の口コミや評判を重視	2	1.9
事業者を選べるだけの環境にない	2	1.9
その他	1	0.9
無回答	3	2.8
非該当	159	
全体	108	100.0



人口規模別に価格決定要因とならない理由を見ると、「介護支援専門員に任せている」が「50 万人以上」の都市で非常に高くなっており、福祉用具を選定する際のアドバイスを介護支援専門員から得ているという質問とともに、大都市で介護支援専門員へ頼っている傾向が顕著となっている。また、同規模の都市では、「信頼できる事業者の方が重要」も他の都市と比較し、割合が高くなっている。

「サービス内容が重要」との選択肢に対しては、「5 万人以上～10 万人未満」、「50 万人以上」の都市でその割合が 1 割に到達せず、全体と比較しても低くなっている。

「価格に大差はないと思う」については、「1 万人以上～5 万人未満」の都市でその割合が低くなった。

