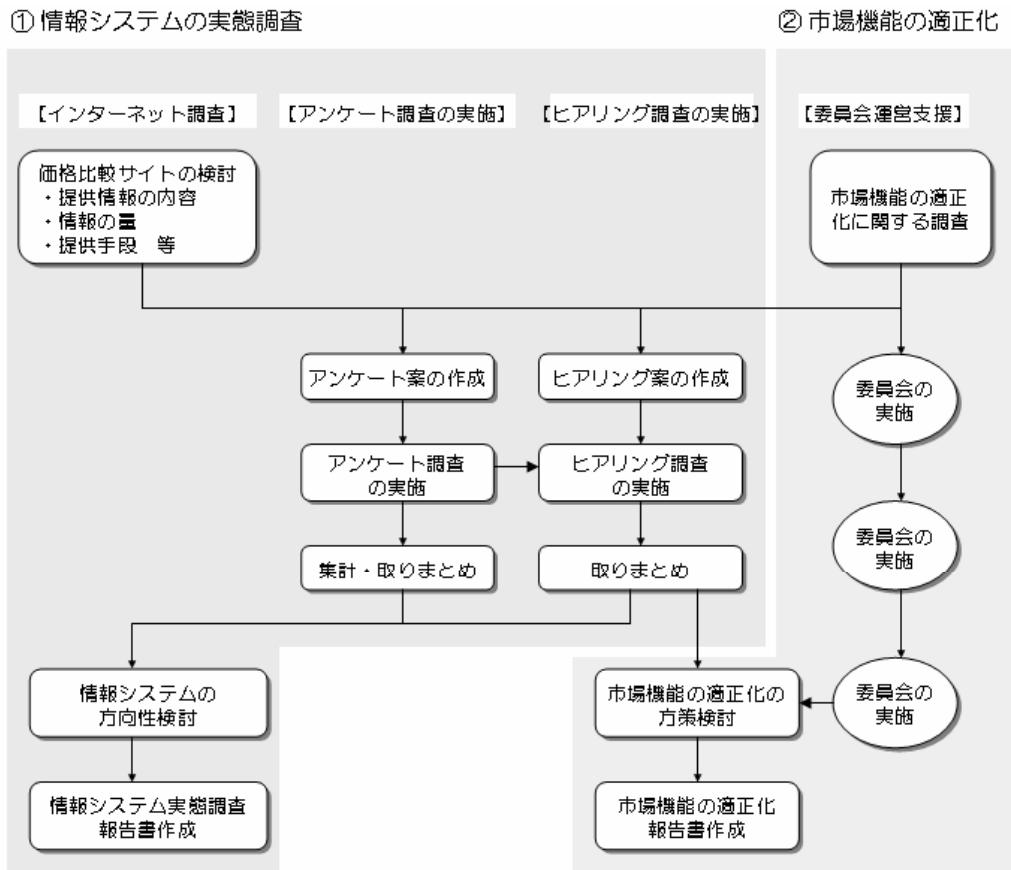


【概要編】

本報告書の概要

第1章 調査研究の概要

本調査研究事業は下図の「①情報システムの実態調査」の位置づけであり、インターネット（基礎）調査、アンケート調査、ヒアリング調査から構成される。



第2章 基礎調査(及びアンケート・ヒアリング調査への示唆)

(1) 基礎調査の概要

本調査では、既存の価格比較サイト運営事業者や福祉関連の情報を提供する事業者が運営するインターネット上の情報提供を実施するサイトを対象として、インターネット検索サイトとしての基礎的な条件を把握する。また、介護支援専門員(以下ケアマネジャー)や利用者、福祉用具貸与/販売事業所等へのアンケート・ヒアリング調査の際に確認すべき内容の検討や留意すべき点を把握することを目的として実施する。

一般的に、インターネットを経由して福祉用具貸与・販売サービスの検索等を行う際には、①介護・福祉専門サイトを利用した情報検索、②一般的なインターネットサイト、価格比較サイトによる情報検索の2通りのアプローチが想定される。

上記にのつとり、調査対象のインターネットサイトは主として福祉・介護関連の情報を掲載している 10 サイトとした。

(2) 基礎調査の調査結果

福祉用具関連の情報を掲載した介護・福祉専門サイトの運営主体は、その多くが「福祉用具貸与/販売事業者」である。一般的な検索サイト・価格比較サイトの場合、運営主体は「情報コミュニティ運営」や「インターネット広告」を主たる業務とする企業であり、必ずしも福祉・介護関連の情報に特化して提供しているわけではない。

掲載情報件数については、一般的な検索サイト・価格比較サイトが掲載している件数が圧倒的に多い。また、掲載情報の内容については、一般的な検索・価格比較サイトの場合は「販売店舗」や「取り扱い店舗」の情報(場合によってリンク)が掲載されている場合が多く見受けられるが、福祉・介護関連専門サイトでは、販売/貸与事業者が運営するインターネットサイトではない場合、「販売店舗」など、特定の事業者につながるような記載は特段見受けられない。

サイトの課金システムについて、一般的な検索サイト・価格比較サイトの主たる課金対象は「情報掲載元の事業者」である。情報の掲載が宣伝効果を生み、実際の販売につながることから課金の対象とされている。

一方、福祉・介護関連サイトの課金については「課金しない」ケースが多く見受けられる。ただし、ユーザーに課金をすることで特別価格での販売や情報提供を実施している場合がある。

(3) アンケート・ヒアリング調査への示唆

福祉用具貸与販売事業所やケアマネジャー等へのアンケート・ヒアリング調査を実施する際には、以下の2点についてより詳細に把握することで今後の情報提供/発信の示唆が得られると推察される。

① 福祉用具に関する情報収集、貸与/購入の際に使用する媒体は何か

福祉用具は利用者の状況に応じて適切な用具の選択が求められ、用具のモニタリングからアフターケアまで一貫したサービスが提供されることが望ましい。ただし、福祉用具が本来説明型の商品である一方、情報収集の利便性が向上したことを背景に、利用者が福祉用具の情報を収集し選択する際には様々な媒体を使用していることが想定される。従来はカタログやケアマネジャーからの情報収集が主だったが、今後は情報収集の1つの手段としてインターネットの利用が今まで以上に増えるのではないかと思われる。

福祉用具に関する情報収集に際して、媒体として何が望まれているのか、どのような媒体での発信が期待されているのかを把握することは、将来的に求められている情報発信の形態を検討することにつながる。

② 福祉用具に関する情報収集や貸与/購入の際には、どのような情報を元にした意思決定が働くのか

情報提供の媒体が増えることは多種多様な情報収集の機会を提供しているが、同時に利用者が「どの情報源を利用することが最も欲しい情報の獲得につながるか」を考え、情報源を選択することにもつながりうる。利用者に応じて適切な量の情報を適当な媒体を通じて提供することで、より利用者にとっての満足度が高く利便性が高い情報提供/発信になると推察される。

福祉用具を実際に利用するまでの過程において、どの利用者がどのような媒体を活用しているかだけではなく、どのような類の情報を欲しがっているのかなど、情報の「量と質」が把握できる調査を実施することで、将来的に求められる情報発信の内容を検討することにつながる。

第3章 アンケート調査

(1)アンケート調査の概要

アンケート調査は、福祉用具貸与事業所、ケアマネジャー、利用者・利用者家族の3主体に対して実施した。

	貸与事業所	ケアマネジャー	利用者・利用者家族
調査対象	1,000 事業所	1,000 人	1,000 人
調査期間	2008年2月18日-3月7日		
回収数(回収率)	331件(33.1%)	308件(30.8%)	267件(26.7%)

(2)アンケート調査結果のポイント

① 福祉用具貸与事業所

1)事業者属性

回答のあった事業所の属性は、「株式会社」が198社を占め半数を超えた(59.8%)。東京、大阪、名古屋などの都市圏に立地している事業所からの回答が多く、人口規模では、30万人以上の都市に立地している事業所からの回答が106社(全体の32.0%)、10万人以上~30万人以下の都市に立地している事業所からの回答が80社(全体の24.2%)となった。

事業所規模では、従業員3~5人が161社(全体の48.6%)で半数近くを占めた。一方、21人以上の従業員を抱える事業所からの回答は18社(全体の5.4%)にとどまり、大規模な事業所からの回答は少なかった。

2)事業内容と福祉用具の品揃えの状況

事業内容では、レンタル事業を行っている事業者が317社(全体の95.8%)、福祉用具の販売を行っている事業者は297社(全体の89.7%)であった。品揃えでは、21アイテム以上をレンタル商品として取り揃えている品目は、特殊寝台付属品(142社:全体の42.9%)、車いす(141社:全体の42.6%)となった。

3)情報発信の状況

情報発信の状況を見ると、居宅介護支援事業所を対象に実施しているのは303社(全体の91.5%)にのぼり、利用者・利用者家族向けに実施している210社(全体の63.4%)を大きく上回っている。

情報発信の媒体として「事業所作成のカタログを利用している」事業者は(223社:全体の67.4%)、「事業所独自のホームページやメールマガジンを利用している(108社:全体の32.6%)」事業者数を大きく上回る結果となり、紙媒体での情報発信が主流である傾向が見られた。インターネットの利用については187社(全体の56.5%)が実施していなかった。実施していない理由としては、「固定客や契約事業所を対象に商売をしている」、「ネット以外での情報発信をしている」が多かった。また、インターネットを利用できない理由としては、「人手不足」や「事業を大きく展開していないため」が挙げられた。

インターネットを利用した情報発信を想定した場合、貸与の仕組みやシステム、製品の写真や図解を掲載したいといった要望が過半数程度から挙げられた。インターネットを利用した情報発信は119社(全体の36.0%)が必要性を認めていたのに対し、193社(全体の58.3%)は必要性を感じていないと回答しており、

インターネットを利用した情報発信の必要性は現状では低くなっている。必要性を感じない理由としては、「価格だけで判断して欲しくない」、「価格の内訳は説明をしなければ分からぬ」、「利用者は実物を見て判断することが多い」が挙げられた。

② ケアマネジャー

1) 属性

回答のあったケアマネジャーの属性は、経験年数が「6 年以上」が 100 人(全体の 32.5%)、「4~5 年」の 71 人(全体の 23.1%)となった。ケアマネジャー以外に保有している資格については、介護福祉士が 146 人(全体の 47.4%)と最も多くなつた。また、看護師・准看護師の資格保有者も 80 人(全体の 26.0%)であった。

2) 事業所選択のポイント

ケアマネジャーが貸与事業所を選択する場合のポイントとしては、「事業所の対応が早く丁寧であること」が全体の 232 人(全体の 75.3%)と最も多く、次いで「きめ細かいサポートが期待できること」、「貸与価格が安いこと」などが挙げられた。福祉用具を選択する際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良いこと」が 207 人(全体の 67.2%)で最も多く、「利用者や家族が使いやすいと感じること」、「試しに利用できるサービスがあること」も重視するポイントとして挙げられた。

貸与価格が事業者の決定要因となるかについては、188 人(全体の 61.0%)が「決定要因となる」と回答した。だが、貸与価格が安いことを理由として利用者に当該事業所の利用を勧めるかについては、「事業所のサポートなどを勘案して勧める」が約6割(全体の 59.7%)を占めた。

福祉用具貸与価格が比較できた場合、比較することが「事業所の決定要因になる」との回答は 200 人(全体の 64.9%)にのぼつた。一方、「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」などの理由により、貸与価格が「決定要因とならない」と回答した意見も多く見受けられた。

3) 情報の入手先

福祉用具貸与事業所に関する情報の入手先を尋ねたところ、「貸与事業所からの営業」が最も多く 269 人(全体の 87.3%)、次いで「ケアマネジャー同士の情報交換(221 人:全体の 71.8%)」と続いた。福祉用具に関する情報の入手手段としては、「事業所が独自に作成したカタログ」が 256 人(全体の 83.1%)で最も多く、次いで「介護・福祉関連イベントでの展示や広告(128 人:全体の 41.6%)」となつた。

インターネットを利用した情報収集については、244 人(全体の 79.2%)が「ネットによる情報収集をしていない」と回答している。その理由としては「ネット以外で情報を入手しているため」との回答が 198 人(全体の 81.1%)と最も多くなつた。

4) 価格比較サイトの必要性

価格比較サイトの必要性については、「必要である」「どちらかといえば必要である」と回答したのが 229 人(全体の 74.4%)と最も多くなつた。その理由としては、「利用者が安くてよいものを求めている」、「低所得者にとっては価格が重要な意味を持つ」、「適正な価格を知るきっかけになる」等が挙げられた。一方、価格比較サイトが必要ではないと回答した意見の中には、「価格偏重になる」、「サービス内容までは価格からは知りえない」、「福祉用具の製造年月やメンテナンス状況は価格からは分からぬ」などがあつた。

③ 利用者およびその家族

1) 属性

利用者の属性は、介護度2が87人(全体の32.6%)、介護度3が61人(全体の22.8%)であった。回答者の属性を居住地別に見ると、東京都が40人(全体の15.0%)と最も多く、以下愛知県(29人)、大阪府(17人)、神奈川県(15人)、北海道(14人)、茨城県と兵庫県(各10人)となつた。

2) 利用している福祉用具および福祉用具貸与事業所

利用している福祉用具については、「特殊寝台および付属品」が186人(全体の69.7%)と最も多かった。毎月の貸与価格については、全体の9割以上が認知しており、実際に支払うレンタル価格が総額の1割負担と設定されていることも250人(93.6%)が認知していた。貸与価格の構成要素については、203人(全体の76.0%)が認知していた。

利用している貸与事業所の数については、「1箇所」と回答した利用者が248人(全体の92.9%)と最も多かった。福祉用具をレンタルする際にケアマネジャーの意見を聞いていたと回答した利用者は180人(全体の67.4%)にのぼったが、福祉用具専門相談員の意見を聞いていた利用者も32人(全体の12.0%)となつた。

貸与事業所の情報をケアマネジャーから入手していると回答した利用者は239人(全体の89.5%)と全体の約9割を占めた。事業所を決定する際のアドバイス元も同様に「ケアマネジャーから」と回答した利用者が多くなつた。利用者の状況や福祉用具について知識を有している専門家に意見を求める傾向がうかがえる。

3) 福祉用具貸与事業所の決定

貸与事業所を決定する際に複数の事業所を比較したかどうかについては、198人(全体の74.2%)が「比較しなかつた」と回答した。その理由としては「紹介された事業所だった」、「比較することが思い浮かばなかつた」、「すでに知っている事業所だった」が多く挙げられていたことから、考慮する必要がないと考えていたことが見受けられる。

現在利用している事業所に決定した際に貸与価格を考慮したかどうかについては、「ほとんど考慮しなかつた」との回答が半数近くを占め、価格を考慮して事業所を決定した利用者は1割程度にとどまつた。貸与事業所を決定する要因としては、「ケアマネジャーの紹介があった」ことが最も多く、次いで「事業所の対応が早かつた」、「対応が丁寧だった」が挙げられた。また、「利用したい福祉用具があった」ことも貸与事業を決定する際の理由として挙げられた。

貸与価格が事業所ごとに差があることについては、148人(全体の55.4%)が「知らない」と回答したが、現在貸与されている福祉用具の価格の妥当性については、全体の6割以上が「妥当」と判断していた。

貸与価格が比較できた場合に価格が事業所の決定要因となるかについては、156人(全体の58.4%)が「要因となる」と回答した。一方、「要因とならない」と回答した利用者が挙げた理由としては、「事業所の信頼」や「ケアマネジャーの影響」などがあつた。

第4章 ヒアリング調査の概要

(1)ヒアリング調査の概要

価格比較サイト運営事業者・福祉関連の情報を提供する事業者、福祉用具の貸与および製造・販売/卸を実施する事業者の計13事業者を対象として、インターネット上での情報提供の現状および情報の内容、福祉用具に関する情報提供の現状や実施内容、今後期待される情報提供システムや福祉用具関連の情報提供に関する意見や情報提供システムのニーズの把握を目的として実施した。

(2)ヒアリング調査結果のポイント(価格比較サイト運営事業者・福祉関連の情報を提供する事業者)

① インターネットサイトの運営状況

1) サイトで提供する情報

価格比較サイトでは、商品・サービス情報に限らず商品に関する口コミや評価などの情報も提供されており、利用者の利便性向上を想定した情報提供がなされている。福祉関連情報提供サイトでも、商品/サービス以外の情報量が非常に豊富である。

2) サイトの利用者数・利用者特性

価格比較サイトの利用者数は非常に膨大であり、アクセス数の把握およびアクセス解析が積極的になされている。取扱い商品が比較的高価格帯であり、PCや家電などの電気製品が多いことが利用者に『年齢層が比較的高い男性』が多く利用している背景だと推察される。

一方、福祉関連情報提供サイトについては、女性の利用者が多いのが特徴的である。

3) サイト内の情報提供や情報更新の主体

情報更新の主体は大きく、「サイト運営事業者」と「サイト登録事業者」に分かれる。福祉関連情報提供サイトについても、情報更新は「サイト登録事業者」が主に実施するが、一部の事業者では登録内容を担保するために、初期登録を運営事業者が実施している。

4) 情報更新の頻度

価格比較サイトの情報更新は、運営事業者ベースでほぼ毎日実施されている。福祉関連情報提供サイトの更新も一定頻度以上で行われている。

5) サイトの収入源

主たる収入源は、商品やショップホームページをクリックすることによる課金(クリック課金)および購入ベースでの課金となっている。価格比較サイトにおいては、サイトへの登録事業者を増やし、商品数を充実させることが収入に直結している。

一方、福祉関連情報提供サイトは、登録事業者からバナー費用や情報掲載費用を得る形式による課金が主であり、利用者(エンドユーザー)への課金は導入されていない。

6) 情報掲載の判断基準

判断基準を厳密に設定しているわけではないものの、ほとんどの事業者では事前審査などにより登録

事業者やその情報の信頼性を独自に担保する仕組みを設けている。

② インターネットサイトの運営上の課題

価格比較サイトの課題は、「利用者に継続的に使用してもらう」ためのサービス考案が必要となる。

一方、福祉関連情報提供サイトでもコンテンツの拡充は課題として認識されてはいるが、「利用者の意見/評価」の収集を課題として捉えている傾向が見受けられる。

③ 福祉用具等に特化した情報提供の必要性

福祉用具等に特化した情報発信の必要性については、全ての事業者から非常に好意的な意見が寄せられた。ただし、ターゲットおよびターゲットのニーズを明確に把握し、その上での提供サービスの絞り込みが必要であるとの指摘も多い。

(3)ヒアリング調査結果のポイント(福祉用具の貸与および製造・販売/卸を実施する事業者)

① 福祉用具貸与の現状

1) 福祉用具の決定主体

介護保険適用者が利用する福祉用具の決定主体は、利用者の現状や生活環境を把握していることなどを背景に、実際にはケアマネジャーが主体であると推察される。

② 福祉用具貸与価格の決定、表示、変更について

1) 福祉用具貸与価格の決定

福祉用具貸与価格の決定は、「事業所が独自に決定している場合」と「福祉用具卸の希望貸与価格を参考にして決定している場合」の2通りに分かれるが、大手事業者の場合は、貸与事業所の場所等に関わらず全国一律で価格が統一されている場合が多く、必ずしも事業所の意向が反映されているわけではない。

2) 福祉用具貸与価格の表示方法

貸与価格を表示する際には「レンタル価格/月額」を表示するという意見が多く見られた。

価格を表示する媒体として福祉用具カタログやパンフレットを活用する事業者は多いが、福祉用具レンタル卸や大手事業者の作成したカタログ・パンフレットを加工・利用している場合が多く見られる。

3) 福祉用具貸与価格の変更

(特に)全国規模で事業所を構えている福祉用具レンタル事業者の場合、貸与価格の変更に伴う煩雑な契約手続きや事務などを考慮して、価格を変更したことがないケースが見受けられた。レンタル卸を利用している事業者については、卸先からの仕入価格に影響を受けるため、自社で主体的に行う価格変更を視野に入れていないような意見も散見された。

③ 福祉用具に関する情報発信の現状と課題

1) 主たる情報発信先とその内容

主たる情報発信先は、「居宅介護支援事業者」や「ケアマネジャー」である。事業者側としては、利用者

への情報提供はあくまでも“参考程度”として位置づけている傾向が少なからず見受けられる。

2) 情報発信の際に使用する媒体

情報発信を実施している場合に使用する媒体としては大きく「紙媒体(パンフレット、カタログ、チラシなど)」と「口頭(対面形式やサービス担当者会議など)」に分かれる。

3) 福祉用具に関する情報発信についての現時点での課題

福祉用具に関する情報発信についての課題は、大きく「資源不足」と「費用対効果」の2点から整理できる。

「資源不足」は情報発信を計画しても人材や資金が不足していることに起因するものである。「費用対効果」は、実際に投資した費用を回収できるかどうかの見通しが立たない状況で、情報発信のメリットや効果が不明であることや客先への影響を懸念するものである。

④ 福祉用具に関する情報発信(価格比較サイト等)についての意見

1) インターネット上で掲載の必要性が高い情報

福祉用具貸与事業者の認識として、インターネット上での掲載の必要性が高い情報は大きく、「用具等に関する情報」、「利用者に関する情報(用具の利用が想定される対象者の情報)」、「事業者が提供する付加サービス情報」の3つに分類される。

2) 福祉用具に関する情報の発信/掲載に関する懸念点

福祉用具に関する情報の発信/掲載に関する懸念点としては、主に「価格の掲載や比較に関する懸念」や「情報発信量に関する懸念」が見受けられた。価格を比較することの意義や価格比較が可能な福祉用具の数などについて懸念されていると推察される。

3) (福祉用具貸与価格を掲示する)インターネットサイトおよび情報掲載の必要性

(福祉用具貸与価格を掲示する)インターネットサイトおよび情報掲載の必要性については、「判断がつかない」、「それほど必要ない」、「どちらかといえば必要ない」といった懐疑的な意見が多い。

4) (福祉用具貸与価格を掲示する)インターネットサイトを必要/不必要と考える理由、懸念点

インターネットサイトを必要/不必要と考える理由は、大きく「事業者側に由来する理由」と「情報発信先に由来する理由」に分類される。

「事業者側に由来する理由」としては、価格競争が進むことによってさまざまな弊害が発生することへの懸念だけではなく、情報発信の手間がかかりることによって『事業者の質の低下』に結びつく、といった懸念が見受けられた。「情報発信先に由来する理由」としては、『情報発信の対象/必要性が明確ではない』ことを懸念する意見が見受けられた。

5) (福祉用具貸与価格を表示する)インターネットサイトへの掲載条件

事業者が情報を掲載する条件としては、事業者と提供サービスの『質』を判断するための情報の掲載が必要だと認識している事業者が多数見受けられた。ただし、掲載する以上は事業者として『サービスに納

得してもらいたい』との要望を持っているようである。