

第4章 実態調査のまとめ

第4章 実態調査のまとめ

最後に、以上全国の配食サービス事業者向けアンケート、及び配食サービスの利用者向けアンケート、配食サービス事業を実施している事業者の事例調査結果から抽出することができた。現在の在宅配食サービス事業の事業者及び利用者の状況、配食サービス事業の課題と展望等について主な傾向や特記すべき点を整理しておく。

1. アンケート調査結果から

(1) 配食サービス事業者の全体傾向

①配食サービスの種類

- 事業所の提供する配食サービスの種類の全体傾向は、一般食と高齢者食で大半を占めており、治療食、介護の提供は配食数全体の数パーセントにとどまっている。
- 種類別の配食数は、「一般食」は20食未満の規模の小さいところから、200食以上の規模の大きいところまで、ばらつきが見られるが、「治療食」「高齢者食」「介護食」は「20食未満」の規模の事業所小さい事業所の割合が高く、特に「介護食」は8割以上を占めている。

②従業員の状況

- 事業所の従業員の状況は、「事務職員」「管理栄養士」「調理師」は正規雇用が7割以上を占めている一方、「配達員」の約7割、「調理作業員」の約6割はパート・アルバイトであり、非正規の割合が高い。また、ボランティアは、受け入れていないところが約7割を占めており、受け入れているところでも、人数は「5人未満」と少人数のところは6割を占めている。
- 栄養士の配置状況は、「管理栄養士のみ」が約4割、「栄養士のみ」が2割強、「両方いる」ところが2割弱である。

③配食サービス事業部門の損益状況

○ここ1～2年の配食サービス事業の損益状況は、「横ばい」ないし「やや悪化」が6割、「好転」が2割弱である。特に年間売上規模の大きな事業所で損益が悪化している。営利企業は損益が比較的良く、社会福祉法人は損益が悪い傾向がみられる。

④1食あたりの生産原価構成率

○1食あたりの生産原価構成率をみると、食材費4割、人件費（調理、配送）3割強である。

⑤配食サービスの食事・サービス内容

○料理の提供形態は、「調理盛りつけ済みの弁当を常温で提供」が約6割、「調理盛りつけ済みの弁当を保温・保冷して提供」が約5割となっていた。

○提供可能な食事サービスの営業日について、「土曜日」に対応しているところは約半数、「日曜日」は約3割、「年末年始」は約2割である。

⑥安否確認や声かけの状況

○9割以上が「玄関で声をかけ、食事を手渡し」しており、配送時、安否確認に所定時間以上に時間を費やすことが「よくある」ところが約1割、「たまにある」ところが6割弱を占めていた。時間を費やした理由は、不在の連絡がなく外出中で関係者への連絡や探索を行ったり、訪問時に体調を崩して倒れていたところを対応した、耳が遠く訪問に気づいてもらえなかったなどがあげられていた。認知症で徘徊していて探したという回答もあった。

○不在時の対応としては、配送先から配送拠点へ連絡するところが7割強、同日中に連絡があれば再配達するところが約6割を占めている。

⑦安否確認や声かけ以外に配食事に提供しているサービス

○安否確認以外に配食時になんらかのサービスを提供している事業所は約4割で、主なサービスとしては「健康、介護等に関する情報提供」「摂取量の確認」等の順である。

⑧サービスの差別化や付加価値向上のために取り組んでいること

○サービスの差別化や付加価値向上のために取り組んでいることをみると、「栄養バランス」「衛生・安全管理体制」「安否確認体制」が上位3位を占めている。具体的な内容をみると、栄養バランスでは、栄養士による献立作りや品目数の配慮など、衛生・安全管理体制では、スタッフの衛生管理、食中毒防止のマニュアル作成など、安否確認体制では、予め利用者の確認ポイントを把握しておくなどの回答があった。

⑨配食サービス事業の今後の展開

○配食サービス事業経営の課題は、「食事メニューや顧客の新規開拓」が6割弱、「配送を行う人材の確保」が4割を占めており、今後、利益向上のために検討していることとしては、「個人顧客向けマーケットの拡大」が約4割、「自治体からの受注数の拡大」が約3割を占めている。

○今後の事業展開の方向性について、自由記入欄をみると、会食形式での配食サービス、一人暮らし高齢者の特性に配慮した配食サービス、デイサービスへの配食など、新たな事業展開を検討しているところ、個別対応、認知症への対応などを検討しているところなどが見られた。課題として、経営の安定化や従業員の待遇向上、事業縮小の検討などがあげられている。

⑩配食事業部門の損益状況別にみた分析結果

○配食事業部門の損益状況が「好転」している事業所について、他と比較した特徴をみると、配食数の規模は大きく、個人契約、自治体委託のいずれも行っているところが多かった。調理、配送のいずれについても外部委託は実施しておらず、ボランティアの受け入れを実施していない事業所が多い。また、土日や祝祭日も営業している事業所が多い。

不在時の対応は、配送拠点に情報を通報・連絡するのみ、緊急時は通報・連絡のみの事業所が多く、改めて届ける、待機して引き継ぐといった対応をしている事業所は少ない。

一方で、配食時、安否確認・声かけ以外に、家族への配食や摂食量の確認を実施し、サービスの差別化や付加価値向上のためにメニューの多様

性を図っている事業所が多い。

事業所の配食事業経営の課題としては、食事メニューや顧客層の新規開拓、調理人材の確保、大手事業者等新規参入との競争をあげる事業所が多い。

今後、新たな食材調達先の確保、調理・配送関連の整備・システムの導入、管理・事務部門のIT化推進、事業所向けマーケットの拡大など、多様な取り組みを検討している事業所が多い。今後の配食事業の方針は、「さらに拡充したい」が85%を占めていた。自治体委託の比率については、「現状より上げたい」が65%を占めていた。

- 配食事業部門の損益状況が「横ばい」の事業所について、他と比較した特徴をみると、契約形態は自治体委託のみの事業所が多い。サービス提供体制については、調理については、全てを外部委託している割合が高い。また、不在時には、同日中に配送拠点に連絡があれば再度配達に出向く事業所が多く、サービスの差別化や付加価値向上のための取り組みとして、安否確認をあげる事業所が多い。

また、今後、配食サービス事業の利益率向上のために、ボランティアの活用を検討している事業所が多い。今後の配食事業の方針は、「現状維持」とする事業所が40.0%を占めていた。

- 配食事業部門の損益状況が「悪化」している事業所について、他と比較した特徴をみると、事業所の年間売上高の規模は大きく、配食サービスを開始した時期の早い事業所が多くなっていた。

緊急に通報・連絡して、通報先の人があるまで待機して引き継ぐという事業所が多い一方、安否確認・声かけ以外に、配食時に提供しているサービスはないという事業所が7割弱を占めていた。サービスの差別化や付加価値向上のために取り組んでいることとしても、安否確認体制をあげる事業所が多くなっていた

配食事業経営で課題となっている点は、自治体委託事業の事業要件や発注額減額等への対応をあげる事業所が多い。今後、配食サービス事業の利益率向上のために、特に取り組みは考えていないとする事業所も多い。

⑪配食事業の今後の展開方針別にみた分析結果

○配食事業の今後の展開方針を「拡充したい」とする事業所について、他と比較した特徴をみると、「事業所で配食外に実施している事業はない」が多い。年間総配食数の規模は大きく、個人契約、自治体委託のいずれも行っている事業所が多い。土日や祝祭日、年末年始やお盆も営業している事業所が多い。

サービスの差別化や付加価値向上のための取り組みとしては、メニューの多様性、緊急時の対応、ケアマネジャーとの連携をあげる事業所が多い。

配食事業経営で課題となっている点は、食事メニューや顧客層の新規開拓、リピート客の確保、自治体からの受注の確保、大手事業者等新規参入との競争などをあげる事業所が多い。今後検討している点としては、事業所向けマーケットの拡大、自治体からの受注数の拡大、個人顧客マーケットの拡大などをあげる事業所が多い。

○配食事業の今後の展開方針を「現状維持」とする事業所について、他と比較した特徴をみると、事業所で配食外に在宅福祉サービス、福祉施設サービスを行っている事業所が多く、年間総配食数の規模は小さい事業所が多い。

サービスの差別化や付加価値向上のために取り組んでいることとしては、衛生・安全管理体制、安否確認体制、配送時の温度の指摘が多い。

配食事業経営で課題となっている点は「特になし」が多く、今後検討している取り組みとしても、「特に考えていない」が4割強を占める。

○配食事業の今後の展開方針を「縮小・撤退・廃止・検討中」とする事業所について、他と比較した特徴をみると、配食外に在宅福祉サービス、福祉施設サービスを行っている事業所が多くなっていた。

サービスの差別化や付加価値向上のために取り組んでいることとしては、個別対応をあげる事業所が多い。

また、配食事業経営で課題となっている点として、自治体委託事業の事業要件や発注額減額等への対応をあげる事業所が4割強を占る。今後の取り組みとしては、シニア人材の雇用をあげる事業所が多い。

(2) 利用者の全体傾向

①配食サービスの利用状況

○配食サービスの利用頻度は、「週2～4日」が約4割、「週5～6日」が約3割、「毎日」も約2割を占めている。1食あたりの価格は、昼食は「300円以上500円未満」が約3割、夕食は「500円以上700円未満」が3割弱で最も割合が高い。

②配食サービスの利用動機・選定基準

- 配食サービスを利用開始した理由として、「バランスのよい食事ができないなど、栄養管理ができない」という栄養管理の自己管理力の低下、「買い物へ行くことが難しくなったため」「身体的に料理をすることが困難になったため」といった加齢に伴う身体機能の低下が主な理由である。
- 配食サービスの事業所選定では、「栄養バランス」が最も重視されており、次いで「美味しさ・味付け」「価格」等が続いている。

③利用している配食サービスの内容

- 利用している配食サービスの食事の種類は、「普通食」が8割以上を占めており、「治療食」、「介護食」を利用している人はそれぞれ数パーセントであった。高齢者食を利用している人は、約3割である。
- 配食時に一緒に利用しているサービスや支援は、安否確認・声かけ以外には利用していないという人が7割強を占めている。
- 配送時の配送員の安否確認や声かけの状況は、「挨拶」が9割以上、「体調等を聞く」が5割強、「世間話などのおしゃべり」が約4割となっている。

④配食サービスの効果

○配食サービスの効果として、利用者からは「緊急時の安心感が得られる」という安否確認面の効果、「人と話す機会が増えた」という生活の孤立感や孤独緩和効果、「生活が規則正しくなった」という生活の自己管理に関する効果が主なものである。

○利用期間別に配食サービスの効果をみると、半年以内の利用間もない人は、生活の楽しみが増えた、安心感が得られるようになった、人と話す機会が増えたという安否確認面や孤独感の緩和についての効果を感じている人が多い。一方、利用して半年～1年経った人は、生活が規則正しくなったという生活の自己管理に関する効果や、体調がよくなったと感じている人が多い。

⑤配食サービス以外の食事関連サービスの利用ニーズ

○配食サービス以外の食事関連サービスの利用ニーズでは、「会食会等の交流等」の交流・参加機会の提供や「栄養バランスや献立の相談」といった食の自立に関わる相談・情報提供サービスのニーズが大きい。

2. 配食サービスを実施している事業者ヒアリング結果から

(1) 配食サービス事業の景況

自治体サービスとしての配食サービスは、低栄養状態の恐れがある方や、一定以上の要支援要介護度の方に利用要件を限定化する一方、従来からの一人暮らしの高齢者等向けの配食サービスの提供については市町村補助の削減と利用者負担の増加により利用者数減が発生して、提供事業者の損益状況は悪化してきており、民間企業系では大手数社以外は配食サービス事業からの撤退も視野に入れている事業者が今後とも増加すると言われている。

(2) 配食サービス事業継続のための経営課題

配食サービス事業者から事業継続のための経営課題として指摘された点としては、以下の点を抽出できる。

①利用者の高齢化に伴い、要介護度の重度化、認知症発症者の増大が起きていることから、安否確認自体に要する時間増が発生している。特に自治体サービス委託事業においては、その面のコスト増に見合った単価引き上げ等手当てが講じられていないため、この面からも事業者の自治体サービスへの参加意欲が減退している。

- ②通所介護サービス利用者の増加により、不在率が増加し再配達率が增大してきている。
- ③地方の農山村地域、限界集落化してきている地域においては、配達世帯の分散居住によりデリバリーコストが極端に増大化し事業者の負担となっている。
- ④景気情勢や労働市場全般の変化の影響の中で、食の自立支援事業含めて地域密着型の NPO 活動等の在宅配食サービス事業におけるボランティアの確保や参加型事業の立ち上げや事業参画意欲のある層が減少している。
- ⑤自治体の実施している「食の自立支援」事業は、単に食事の提供による栄養改善にとどまらず、調理や食材の確保の自立、さらには社会参加、担い手としての参加等生活全体の自立と生活の質の回復や向上を目標とした介護予防の推進、市民相互の共助活動の推進を行なうことが今後一層社会的にも要請されている。

(3) 先行的事業者のとり市場創出、収益確保戦略例

このような全体情勢の中で、明確な事業展望と経営戦略を有している事業者がとっている市場創出、収益確保方策例として以下の事例を抽出することができた。

図表4-1 市場創出、収益確保方策例

方策	具体例
生活習慣病等入院患者向けの治療後退院後の在宅療養食の提供を地域の医療・介護チーム体制に参加して栄養管理サービスと合わせて実施	病院医師や地域のケアマネジャーとのネットワーク構築と、栄養管理に基づく配食サービスの具体的な成果発揮により信頼性を獲得した。現在、医療機関やケアマネジャー等と在宅療養支援診療所、訪問看護師等による地域ケアネットワークに参加し安定的な顧客紹介ルートを構築している。
配食サービスの他に生活自立に向けた健康・栄養相談等サービスを合わせて実施し、回復までの期間限定での利用と継続的な利用にマーケットをセグメント	配食サービスの利用を①入院から在宅療養移行に伴う一時的な療養期間あるいは低栄養改善期間限定のサービス、②長期継続的な在宅療養者向けの継続サービスの2つのマーケットを区別して市場戦略を構築。

方策	具体例
している	
上乗せサービス市場を開拓	自治体補助事業の利用者向けあるいは、利用対象から外れた人向けに自費サービス利用ニーズを開発している。
デリバリー要員の人材の確保や向上による顧客満足とサービスの質向上によるサービスの比較競争力の確保	デリバリー要員の徹底した育成と評価の実施を通して配送時の利用者とのコミュニケーションや安否確認の情報把握に長けた人材を育成・確保し、利用者満足の向上とリピート顧客増を達成している。
デリバリーコストの圧縮、デリバリー効率の向上	厨房設備のない通所介護事業所や高齢者専用賃貸住宅やその他ケア付き住宅等の入居者や利用者向けの配食サービスの提供によりデリバリーコストを圧縮した。
	有料老人ホームと各種生活支援サービス事業所の同居方式の集合住宅へのテナント入居によりデリバリーコストを圧縮した。
	地域の自治会町内会その他地域の自治協議会、NPO 活動団体や市民によるコミュニティビジネスとの連携により、地域の一人暮らし高齢者宅への食事のデリバリー要員を確保している。
	1回1食の配送ではなく、1回2食分等の配送方式をとり配送効率向上を実現している。

