

概要編

概要編

第1章 調査研究事業の概要

1. 事業の背景・目的

介護保険における福祉用具に関して、社会保障審議会介護給付費分科会、福祉用具における保険給付の在り方検討会等からの指摘事項として、

- ①同一品目の福祉用具貸与価格にばらつきが有る、
- ②利用者は適切な情報を得て事業者選択を行っていないのではないか、市場原理が働いていないのではないか、
- ③提供サービスに対する価格は適切か、サービスの質の内容は確保されているか、福祉用具貸与に要した費用の中に不明瞭なコストが存在しているのではないか、
等があり、議論が収束していない。

また、平成19年度「福祉用具貸与価格の情報提供システムに関する調査研究事業」の結果から、利用者が福祉用具貸与事業者を選択する際には、福祉用具貸与価格だけではなく提供サービスの内容も含めた情報提供が重要であることがわかった。

このような問題提起を受けて、事業者が実施しているサービスの提供状況を明らかにし、利用者が選択する際の情報提供方策を検討することを目的とする。具体的には、事業者が福祉用具を貸与する際に提供しているサービスの内容について調査し、福祉用具貸与に付随したサービスが、福祉用具貸与価格に対してどのように影響しているかについて分析する。この結果をもとに、利用者等が福祉用具貸与事業者を選択する際の支援となる情報提供方策について検討し提言することで、事業者の「利用者を選択される質の高いサービス」の提供に向けた取り組みが進むことを目指す。

2. 事業内容

①検討委員会の設置

検討委員会（委員長を含み9名）を年度内に3回実施した。検討委員会では事業者が提供するサービス実態についての調査項目、調査結果の分析方法等について検討した。

②福祉用具貸与事業内容の把握方法

様々な内容や捉え方があるため、サービス内容を可視化、定量化するため、福祉用具導入プロセスを8つに分け、それぞれのプロセス毎に付随するサービス内容について調査した。それぞれの業務プロセスにおけるサービス体制、訪問回数・頻度、対応時間、対応程度・内容、記録の有無／提出／保管、等を調べた。

次に個別プロセス部分において、各事業所がその特徴／差別化が図れると考えている業務プロセス、福祉用具貸与価格に与える影響が大きいと考えている業務プロセス、商品や利用状況により内容が異なる業務プロセスを、それぞれ1番目から3番目まで調査した。

さらに、各個別業務プロセス以外の、事業全体に関わるサービス内容についても、営業体制、居宅介護支援事業等との連携、スタッフ教育・研修、展示会・セミナー等の情報提供活動、苦情相談体制、ISO等の第三者認証取得、保険の手当での7項目について調査した。

ここでも各事業所がその特徴／差別化が図れると考えている項目、福祉用具貸与価格に与える影響が大きいと考えている項目を、それぞれ1番目から3番目まで調査した。

福祉用具貸与サービスにおける各手順（プロセス）

- (1) 保管・保守 (2) 必要性判断・品目の選定 (3) 搬入・取付・調整
- (4) 適合性の判断 (5) 使い方指導 (6) モニタリング
- (7) 搬出 (8) 点検・修理・消毒

その他福祉用具貸与サービス業務（個別プロセス以外の部分）

- (1) 営業体制 (2) 苦情相談体制 (3) ISO等の第三者認証取得
- (4) 保険の手当て (5) 居宅介護支援事業等との連携 (6) スタッフ教育・研修
- (7) 展示会、セミナー等の情報提供活動

③ヒアリング調査の実施

④アンケート調査の実施

⑤報告書の作成及び配布

調査分析資料と検討内容をとりまとめた報告書を作成し、都道府県、政令指定都市、自治体、アンケート回答事業者、関係団体等へ配布する。

3. 実施計画とスケジュール

①既存文献等による現状把握

②福祉用具貸与事業者が提供しているサービス内容の把握

サービス実態の現状を把握するためにヒアリング調査を実施した。次にヒアリング結果に基づいて「福祉用具貸与に付随するサービスの提供状況」や「サービスが福祉用具貸与価格に与える影響」等に関する仮説を設定し、それを検証するためにアンケートを実施した。そのため、本事業ではヒアリング調査を先行して実施した。

主なヒアリング・アンケート項目は、次の通りである。

- ・福祉用具貸与サービスの具体的内容と実施手順
- ・提供サービスの価格への影響

③サービス提供内容の把握・分析

既存文献調査、ヒアリング調査、アンケート調査等の結果を以下の項目等について整理・分析、考察を試みた。

- ・共通的なサービスと各事業者の特徴が見られる独自サービスの分類
- ・福祉用具貸与価格におけるサービス内容の影響についての分析
- ・どの商品でも必要となるコストと、商品や利用状況で変動するコストの整理

④利用者への情報提供方策についての検討

福祉用具貸与価格に含まれるサービス内容について、どのような情報を、どのように利用者に提供すれば福祉用具選択の支援となるか等について検討した。

⑤スケジュール

第2章 ヒアリング調査結果

1. ヒアリング調査の目的

福祉用具の貸与事業において提供されているサービス内容を整理し、次の項目を分析することにより、福祉用具貸与事業のそれぞれのプロセスが福祉用具貸与価格にどのように影響するかを、定性的なモデルとして「見える化」する。

- ①全事業者に共通するサービスと、各事業者の特徴が見られる独自サービスの分類
- ②福祉用具貸与価格におけるサービス内容の影響
- ③どの商品でも必要となるコストと、商品や利用状況で変動するコストの整理

2. ヒアリング調査対象

①事業者調査の対象（福祉用具貸与事業者7社）

福祉用具貸与事業のサービス内容や福祉用具貸与価格に影響を与えていると考えられる事業所の属性として、事業規模や事業形態、営業地域等の下記のような事項を取り上げ、その組み合わせにより7事業所を選定しヒアリングを行った。

- 1) 地域展開（全国エリア、単域エリア等）
- 2) サービス提供エリア（都市部中心、地方部中心等）
- 3) 営業規模（複数営業所（10箇所以上）での展開、少数（2～3箇所）での展開）
- 4) サービス形態（福祉用具貸与事業専業、その他サービスとの兼業）
- 5) レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）
- 6) 組織分類（非営利事業者（社協、生協）、営利事業者）

②利用者サイド調査の対象（2者）

- 1) 行政機関
- 2) ケアマネジャー

3. ヒアリング結果

(1) 事業者ヒアリング

①「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

専業の事業者は「自社レンタル」のところがが多い。その理由は、利益の増加を重視するという経営上の観点からである。一定の稼働率を超えれば利益率が高くなる。レンタル卸では稼働率が上がっても利益率がそれに比例して増えていかないからである。自社消毒設備等に十分な設備投資を行っているため、自社資産商品の稼働率アップにより投下資本を早く回収し効率性をあげたいとする事業者もあった。

「レンタル卸」利用の理由は、ほとんどの事業者が資産の設備投資リスク（不稼働リスク）と管理（保守・消毒等）不備による事故のリスクの回避をあげていた。また、稼働率を気にせず、品揃えを増やせるからである。

両者を使い分けている事業者は、車いす、手すり等よく出るものは自社レンタル、回転率の低い用具、保管や搬出入に手間のかかるベッド等の用具、電動車いす等メンテナンスが複雑なものやメンテナンス不備による事故リスクが高い用具はレンタル卸としていた。

②個別プロセスにおける、サービスの特徴と差別化できる部分

7事業者を通して共通して多かったのが、必要性判断・品目の選定（選定相談）、適合性判断（フィッティング）、モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）の各プロセスである。人的な触れ合いがある「対人支援」系のサービスが経営の根幹であり、自社の売りの部分と考えている。レンタルの注文ではなく、「選定相談（アセスメント）の注文」をとることが営業の使命とする事業者もあった。

「住宅改修」「医療機器貸与」等他の事業と連携して利用者の利便性を高め、差別化と売り上げのアップにつなげている事業者も数社あった。

③個別プロセスにおける、福祉用具貸与価格に与える影響が大きいサービス

保管保守（保守点検、保管、在庫管理）、搬入・取付・調整（納品業務）、搬出（回収業務）の「用具（ハード）」系の管理サービスをあげる事業者と、必要性判断・品目の選定（選定相談）、適合性判断（フィッティング）、モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）の「対人支援」系のサービスをあげる事業者に2分された。前者は、人件費は固定なので価格への影響ということでは「用具（ハード）」系の管理サービスで上下するとする視点である。後者は、事業の価値は「対人支援」系のサービスにあり、相当な人へのコストを投下するので価格への影響が大きくなるとする視点である。

④事業全体における、サービスの特徴と差別化できる部分

ほとんどの事業者が、営業体制、スタッフ教育・研修、居宅介護支援事業所等との連携、展示会・セミナー等の情報提供活動をあげた。

営業体制については、各社、迅速なサービス（即日搬出等）と手厚いサービス（訪問頻度高、利用者の状態・使用状況の確認等）を実現するために欠くべからざるものとしている。通常業務365日体制や小地域専任の担当体制を敷く事業者もあった。

教育・研修については、モニタリング、選定相談、フィッティング等、質の高い対人支援系サービスを実施できる人材育成のために各社、力を入れている。「人」がすべての商売で、人材育成と配置が強みと考えている。

居宅介護支援事業所等との連携については、ケアマネジャーとの関係強化が最大の営業活動であり、利用者の状態・使用状況の確認と用具の活用のために必要と考えている。

展示会・セミナー等の情報提供活動については、利用者と直接つながるものではないが、他のサービス事業者との連携強化のため重要であり、連携強化によりケアプランの実現や用具の活用効率アップにつながるとしている。さらに用具ショップを社外向けオープン勉強会等に活用して地域ネットワーク構築に貢献するまでに展開している事業者も見られた。

⑤事業全体における、福祉用具貸与価格に与える影響が大きいサービス

営業体制、スタッフ教育・研修、居宅介護支援事業所等との連携、に集中している。上記④とほぼ同様である。④で述べたような差別化のために各社相当なコストをかけている。

⑥福祉用具貸与価格決定の考え方

市場性、マーケット相場から大きく逸脱できないが、利用者（ケアマネジャー）から選ばれる要素は価格だけではなく、むしろサービスの質であると認識している。サービスの質に自信があるので高めの価格設定をしている事業者も半数ある。自社のサービスの質の高さに基づく価格競争力を重視（優先）する事業者、市場性・マーケット相場を重視（優先）する事業者が半々で、原価計算を重視（優先）もいるが、優先度合いの問題で、それぞれの要素をみな勘案して価格を決めている。事業、制度や市場の性質上、価格の変動が短期にはできないこともあり、その価格の中で工夫してサービスの質を上げ、他者との差別化を図っている。

⑦福祉用具貸与価格の変更

ほとんど変更していない。変更実績のある事業者もあるが、数年に一度のように頻度は少ない。理由は、福祉用具貸与という事業の性質上、事務にかかる負担とコストが大きいからである。新品や古い商品で価格に差をつけたいときは、機種（型番）を変えて対応している。

⑧自費レンタルの実施

半数の事業者で別契約形態により実施。モニタリング等のサービスを省き、コストを圧縮して、保険が使えない利用者の負担を軽減している。

(2) 行政、ケアマネジャー ヒアリング

①事業所選択の視点／福祉用具貸与事業者のサービス内容に求める事項・福祉用具貸与事業者に求める能力

- ・ケアマネジャーが選ぶ基準は、利用実績がある、対応がよい、知識や技術においてサービスが整い、休日対応ができるところ。
- ・特にリフトなど、使い方や説明が難しい商品の場合は技術力とモニタリング力で選ぶ。
- ・商品の良さではなく、知識と技術をもった人的サービスを重視する。
- ・ケアマネジャーへのフィードバック（どんな用具を選んだか、用具選択の根拠、搬入の予定や家族への配慮、搬入後のフォローや定期的なモニタリング）があることが一番重要。連絡がよく、ケアマネジャーと連携プレーできる事業所。
- ・対応等を記載した書類が整備され、蓄積されているところ。書類が整っていればケアマネジャーへのフィードバックもしやすく、フィードバック回数も多い。
- ・ケアプランをよく読みこんでいる事業所。ケアプランを理解し、それを根拠に福祉用具の提案をする。ケアプラン上の「サービス内容」に用具に関するサービスについて具体的に記入できる事業所が良い。
- ・モニタリングとは何か、メンテナンスとどのように違うのか、今後どのような時期に、どのような目的で訪問させていただき、生活の様子をお聞きするか、ケアプランやケアマネジャーとの連携を含めて自らの立場と役割を説明しておく。
- ・レンタル価格に見合うサービス内容を提供できればよい。価格が高くてもなぜ高いか説明できればよい。その説明ができないことが問題である。サービス内容のプレゼンテーションがないということ。

- ・事業者がサービス内容を明らかにする→利用者・ケアマネジャー・世間が知る→競争原理が働くようになる→事業者選択にサービス内容の視点が強くなる→利用者・ケアマネジャーが貸与価格に敏感になり、貸与価格差を納得→サービス内容と貸与価格を見比べて事業者を選択→サービスの向上と福祉用具活用度合い向上、という好循環が期待できる。

第3章 アンケート調査結果

1. アンケート調査の目的

昨年度事業より、利用者が福祉用具貸与事業者を選ぶ際には、福祉用具貸与価格だけでなく提供されるサービスの内容も含めた情報提供を重要視していることが判明した。「利用者が福祉用具貸与価格のみならずサービス内容についても同時に情報を得られる環境」の整備を進めるため、現在の福祉用具貸与価格の下で提供されている具体的なサービス内容とこれらが価格に与える影響の度合い等について調査する。

もって、福祉用具貸与のそれぞれのプロセスが貸与価格にどのように影響するかについて、ヒアリングにおいて「見える化」された内容を定量的に裏付ける。具体的には、実際の福祉用具貸与価格差が提供されるサービスのどのような要因によって生じているのかを明らかにする。

2. アンケート調査の概要

①調査対象

全国の福祉用具貸与事業所 4,000ヶ所に対して、アンケート調査を行った。

地域別のウェイトを崩さないよう、WAMNETから都道府県別に半分の数の事業所を無作為に抽出した。

②回収状況

アンケート数 4,000 に対し、回答数 1,438、回収率 36.0%であった。

③アンケート内容

- 1) 事業所について
- 2) 福祉用具貸与事業の状況
- 3) 個別プロセス部分における業務手順ごとのサービス内容
- 4) 個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化戦略
- 5) 全体の枠組み部分（体制等）におけるサービス内容
- 6) 全体の枠組み部分（体制等）におけるサービスの特徴／差別化戦略

3. アンケート結果

(1) 事業所について

- ・事業所については、87.5%が営利法人（会社）であるが、従業者数は5名以下が66.6%、また法人全体でも20名以下が42.1%と、小規模事業者が多い。
- ・年間売上高については、「200万円以上～1千万円未満」が27.0%、「200万円未満」が23.3%で、1千万円未満が5割を占めている。
- ・事業所の福祉用具専門相談員（指定講習の課程修了者）の数は、1～2名が39.9%、3～5名が同じく39.9%、6～10名が10.2%となっている。5名以下で全体の8割、10名以下で全体の9割となる。
- ・事業所の業務形態については、複数展開無しの単独事業所が64.7%、複数展開しているうちの1事業所（1支店）が29.5%、フランチャイズ加盟店が4.0%であり、単独事業所が6割超を占めている。

- ・貸出台数については、車いす、及び特殊寝台について、20 台未満が、それぞれ 32.4%、28.1%と最も多いが、それに次ぐ層は、100 台以上で、それぞれ 19.6%、24.7%である。事業所の売り上げ規模に両極化が見られる。
- ・取り扱いアイテム(用具品目)数について、車いすは「30～40 品目未満」16.4%、「40～50 品目未満」12.0%の順で多いのに対し、特殊寝台では 20 品目未満だけで 5 割以上である。特殊寝台では車いすよりも取り扱いアイテム(品目)数が少ない。
- ・車いすの最低貸与価格は 3～4 千円、最高貸与価格は 2 万 5 千～6 千円が最も多いのに対し、特殊寝台では最低貸与価格は 7～8 千円、最高貸与価格は 1 万 5 千～6 千円が最も多くなっている。車いすの方が取り扱い商品の価格に高低差が見られる。
- ・車いすの最多貸与価格は 6～7 千円、特殊寝台の最多貸与価格は 1 万～1 万 1 千円が最も多くなっている。
- ・福祉用具貸与事業のみを行っている事業者は、43.3%である。福祉用具の販売、住宅回収等、福祉用具貸与事業に関連する業務を同時に行っている事業者が多い。
- ・貸与品の仕入れ形態については、主にレンタル卸が 68.2%と約 7 割を占める。レンタル卸 100%も 50.4%ある。一方、主に自社レンタルは 28.3%と約 3 割で、自社レンタル 100%は 6.5%である。レンタル卸を主に利用している事業所の大半が福祉用具貸与品のすべてをレンタル卸から調達している傾向が見られるのに対し、主に自社レンタルの事業所ではレンタル卸を併用している割合が高い。

(2) 各業務手順（プロセス）について

- ・「保管・保守」、「点検・修理」、「消毒」のプロセスについては、それぞれ 61%、56%、69%の事業者でレンタル卸元が対応している。
- ・「搬入・取付・調整」、「モニタリング（不具合時の対応）」、「搬出」については、約 3 割がレンタル卸元の対応となっている。
- ・「保管・保守」、「点検・修理」、「消毒」以外のプロセスについては、自社対応が 7 割から 9 割となっている。
- ・人員については、どのプロセスについても、2 人までで対応が 4 割から 5 割、5 人までの対応が 8 割強であり、また福祉用具専門員の関与も約 9 割となっている。
- ・「必要性判断・品目の選定」における電話確認回数については、車いす、特殊寝台とも 1 回が約 40%、2 回が約 25%である。訪問対応回数については、車いす、特殊寝台とも 1 回が 50%弱、2 回が約 30%である。
- ・また「必要性判断・品目の選定」における対応時間については、車いす、特殊寝台とも、次の山がある。

電話：20 分未満と、30～40 分未満

訪問：30～60 分未満と、1 時間～1 時間 30 分未満

- ・「モニタリング（10 日以内）」における電話確認回数については、車いす、特殊寝台とも 1 回が約 70%、2 回が約 4%である。訪問対応回数については、車いす、特殊寝台とも 1 回が約 70%、2 回が約 8%である。
- ・また「モニタリング（10 日以内）」における対応時間については、車いす、特殊寝台とも、

次の山がある。

電話：20分未満と、30～40分未満

訪問：30分未満と、30～60分未満

(3) プロセス毎、サービス結果記録の作成・使用状況

- ・全ケース作成しているところが、約4割から6割であり、作成しないところが1割～2割であるが、「利用計画書」（福祉用具の利用目的、留意事項、短期目標や長期目標等を盛り込んだ計画書）については、全ケース作成するところが27%、作成しないところが44%と、他の記録と異なる傾向を示している。
- ・また書式については、約7割が所定の書式をもち、それは種目共通である。
- ・当該サービス記録については、プロセスに応じて、約5割から6割がケアマネジャーに提出しているが、利用者に提出しているところは、2割を切っている。

(4) 福祉用具貸与サービスの各手順で福祉用具貸与価格への影響が大きいもの

- ・事業者が、一番目に福祉用具貸与価格への影響が大きいと考える手順（プロセス）は、第一位が「保守保管（保守点検、保管、在庫管理）」、第二位が「搬入・取付・調整（納品業務）」であり、ここは実際、その対応時間、対応回数に幅がある。
- ・貸与福祉用具価格への影響が大きいと考える手順（プロセス）の一番目3点、二番目2点、三番目1点の重み付けをしてその点数を合計すると、そのポイントの第一位は「搬入・取付・調整（納品業務）」、第二位「保守保管（保守点検、保管、在庫管理）」第三位「点検・修理・消毒」である。「用具（ハード）」系の管理サービスが上位に来ている。

(5) 福祉用具貸与サービスの各手順で差別化可能なサービス

- ・事業者が、一番目に差別化可能と考える手順（プロセス）は、第一位が「必要性判断・品目の選定（選定相談）」、第二位が「モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）」であるが、ここでも、その対応時間に差が出ている。対応回数にも幅が見られる。
- ・差別化可能と考える手順（プロセス）の一番目3点、二番目2点、三番目1点の重み付けをしてその点数を合計すると、そのポイントの第一位は「必要性判断・品目の選定（選定相談）」、第二位「モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）」第三位「適合性判断（フィッティング）」である。人的な触れ合いがある「対人支援」系のサービスが多くなっている。

(6) 事業全体において、福祉用具貸与価格への影響が大きいサービス

- ・個別手順ではなく事業全体において、一番目に事業者が福祉用具貸与価格への影響が大きいと考えるサービスは、第一位が「営業体制」、第二位が「居宅介護支援事業所等との連携」、第三位が「スタッフの教育・研修」である。
- ・福祉用具貸与価格への影響が大きいと考えるサービスの一番目3点、二番目2点、三番目1点の重み付けをしてその点数を合計すると、そのポイントの第一位は「営業体制」、第二位「居宅介護支援事業所等との連携」、第三位「スタッフの教育・研修」である。「対人支

援体制」「人材育成」系が上位に来ている。

(7) 事業全体において、差別化可能なサービス

- ・個別手順ではなく事業全体において、一番目に、事業者が差別化可能もしくは事業所の特徴と考えるサービスは、第一位が「営業体制」、第二位が「居宅介護支援事業所等との連携」、第三位が「スタッフの教育・研修」である。事業者が福祉用具貸与価格への影響が大きいと考えるサービスと同様となった。
- ・差別化可能もしくは事業所の特徴と考えるサービスの一番目3点、二番目2点、三番目1点の重み付けをしてその点数を合計すると、そのポイントの第一位は「営業体制」、第二位「居宅介護支援事業所等との連携」第三位「スタッフの教育・研修」である。福祉用具貸与価格への影響が大きいと考えるサービスと同様となった。差別化可能もしくは事業所の特徴と考えるサービスについても、「対人支援体制」「人材育成」系が上位に来ている。

第4章 福祉用具貸与におけるサービス内容の現状

ヒアリング調査およびアンケート調査の結果から、福祉用具貸与におけるサービス内容の現状について、以下の考察が得られた。

1. 福祉用具貸与事業者の現状

今回のアンケート調査の結果では、従業者5名以下が66.6%を占め、また福祉用具貸与台数についても、車いす、及び特殊寝台について、20台未満が最多層であるなど、小規模事業者が多い。その結果として、サービス提供の各プロセスについても、2人までで対応する事業者が4割から5割、5人まででの対応が8割強となっている。

福祉用具貸与品の仕入れ形態については、「主に自社レンタル」が約3割、「主にレンタル卸利用」が約7割である。「主に自社レンタル」の事業者は、一定の稼働率を越えれば利益率が高くなる、つまり自社資産の商品の稼働率を上げることにより、利益の増加を図るという考え方を持っていると考えられる。一方、「主にレンタル卸利用」という事業者は、設備投資リスクや管理（保守・消毒等）不備によるリスクを回避したい、また稼働率を気にせず、品揃えを増やしたいなどの意向を持っていると思われる。

福祉用具貸与価格については、利用者から選ばれる要素は価格だけではなく、むしろサービスの質であると考えていることもあり、福祉用具貸与価格の変更は、頻繁には行われていない。またその背景には、多く事業者が福祉用具貸与価格は市場の相場から大きく逸脱できないと考えているとともに、変更に伴う事務負担とコストが大きいからという理由があると思われる。

2. 各業務手順（プロセス）におけるサービス提供の現状

①事業者の差別化／福祉用具貸与価格に対する考え方とサービス提供の現状

各事業者が、福祉用具貸与サービスの各手順（プロセス）のうち、どの手順が他社と差別化可能か、そしてどの手順が貸与価格に大きな影響を与えるか、ということについての考え方が、実際のサービス提供の現状に表れている。

アンケート結果によれば、事業者が、他社と最も差別化が図れる手順としてあげたものは、順に、「必要性判断・品目の選定（選定相談）」、「モニタリング（納品後点検、故障・修理対応）」、「適合性判断（フィッティング）」である。

例えば、「必要性判断・品目の選定（選定相談）」は、利用者支援という観点から非常に重要なサービスであるが、これに関する電話確認回数は、車いす、特殊寝台とも1回が約40%、2回が約25%であり、訪問回数についても、車いす、特殊寝台とも1回が50%弱、2回が約30%と、事業者によって対応が分かれている。電話、訪問とも1回対応という事業者が多くを占めているが、そのサービスに注力すべく2回の対応を行っている事業者も一定数存在する。

また回数のみならず、対応時間についても同じことが言え、車いす、特殊寝台ともに、電話については、「20分未満」と「30～40分未満」の二つの山、訪問については、「30～60分未満」と「1時間～1時間30分未満」の二つの山が出来ており、他事業者より当該サービスに手間をかけている事業者が存在する状況がみてとれる。

事業者の福祉用具貸与価格への影響についての考え方も、サービス提供の現状に表れている。

アンケート結果によれば、事業者が、福祉用具貸与価格への影響が大きい手順としてあげたものは、順に、「搬入・取付・調整（納品業務）」、「保守管理（保守点検、保管、在庫管理）」、「点検・修理・消毒」、「モニタリング（納品後点検、故障・修理対応）」である。

例えば、「対人支援」系サービス手順の「モニタリング（納品後点検、故障・修理対応）」についても、上述と同傾向がみられる。これに関する電話確認回数は、車いす、特殊寝台とも1回が約70%、2回が約4%であり、訪問回数についても、車いす、特殊寝台とも1回が約70%、2回が約8%と、事業者によって対応が分かれている。電話、訪問とも1回対応という事業者が多くを占めているが、そのサービスに注力すべく2回の対応を行っている事業者も一定数存在する。

また回数のみならず、対応時間についても同じことが言え、車いす、特殊寝台ともに、電話については、「20分未満」と「30～40分未満」の二つの山、訪問については、「30分未満」と「30分未満と30～60分未満」の二つの山が出来ており、他事業者より当該サービスに手間をかけている事業者が存在する状況がみてとれる。

上述の通り、サービス提供の各手順において、サービス頻度やサービス提供時間の観点から、その内容を向上させることに注力している事業者は一定存在するが、それら事業者が、その事業者の属性、例えば法人格、事業所規模、売上げ等と関連があるか、さらに訪問回数や対応時間と価格差に関連があるかどうかについて、アンケート結果からクロス集計分析を行ったが、有意差は見られなかった。

②各業務手順（プロセス）におけるサービス結果の記録

サービス提供そのものに加え、サービスの質の向上に向けて、事業者が手順毎のサービス結果の記録に注力している姿勢も明らかになった。

アンケート結果によると、全ケースについて作成している事業所が概ね、約4割から6割であったが、「利用計画書」（福祉用具の利用目的、留意事項、短期目標や長期目標を盛り込んだ計画書）については、全ケース作成するところは27%にとどまり、他の記録と異なる傾向を示している。この利用計画書の作成については、福祉用具貸与事業の関連指定基準等でも義務付けられていないにもかかわらず、約三分の一の事業者が全ケースについて作成していることになり、当該事業者が利用者の心身の状況、希望やその置かれている環境を踏まえ、福祉用具貸与サービスを的確に提供しようとしていることがみてとれる。

またこれらサービス結果の記録については、その手順に応じて、約5割から6割の事業者がケアマネジャーに提出しており、1割強の事業者については利用者にも提出し、適切なフィードバックを行う努力をしている。

第5章 まとめ

1. 福祉用具貸与の現状

介護保険制度における福祉用具の貸与及び購入は、市場の価格競争を通じて適切な価格による給付が行われるよう、保険給付における公定価格を定めず、現に要した費用の額により保険給付する仕組みとなっている。しかし実際には、利用者のための情報が十分でないことや、市場の機能が十分に働いておらず、価格が硬直化しているのではないかと指摘がなされている。

このため、「社会保障審議会介護給付費分科会答申(平成18年1月26日)」において、「福祉用具貸与の価格については、同一用具に係る価格差などその実態について調査・研究を行うとともに、これを踏まえ、早急に報酬の在り方について見直しを行い、適正化を図ること。」とされた。これを受け、財団法人テクノエイド協会による「介護保険における福祉用具貸与の実態に関する調査研究」が実施され、平成19年3月に報告書が取り纏められた。こうした調査研究成果等を踏まえ、介護給付費分科会において審議を行うための論点の整理及び技術的な事項の検討等を行うため、平成19年9月から「福祉用具における保険給付の在り方検討会」を設置し検討が進められている。

2. 本調査研究事業における取り組み

当振興会では、このような状況の下、利用者の自由な選択を支持し、市場原理を有効に機能させる方策の一つとして、平成19年度に「福祉用具貸与価格の情報提供システムに関する調査研究事業」を実施、利用者、ケアマネジャー、事業者に対して、福祉用具選定の際に必要な情報等についてのアンケート調査を行い、情報提供の在り方について検討したところである。その結果から、利用者・家族の半数は「事業所間で福祉用具貸与に価格差があることを知らない」ことがわかり、またケアマネジャーが事業者を紹介する際には「価格情報だけではなくサービス内容などを勘案して決める」という実態も明らかになった。さらに利用者・家族が事業所を決定する際には「価格に対してサービスが妥当か考慮した」との回答も約3割あり、これらの事からも、利用者が福祉用具貸与事業所を選択する際には、貸与価格だけではなく提供サービスの内容も含めた情報提供が重要であることが明らかになった。

こうした結果を踏まえ、平成20年度の本調査研究事業では、貸与価格に対して事業者が実施しているサービスの提供状況を明らかにするとともに、利用者が選択する際の情報提供方策を検討することを目的とした。具体的には、貸与価格の下で、福祉用具貸与事業者が具体的に提供しているサービス及びこれに付随したサービスを明らかにし、価格に影響を及ぼすと思われるサービスの質の差について分析するものである。

3. 福祉用具貸与におけるサービスの提供状況

今回の事業で行ったアンケート調査の結果では、従業者の数、また福祉用具貸与台数などの観点から、その多くを小規模事業者が占めており、実際、サービス提供の各手順についても、2人までで対応する事業者が4割から5割を占めている。

福祉用具貸与品の仕入れ形態別にみると、自社資産の商品の稼働率を上げることにより、利益の増加を目指す、「主に自社レンタル」が約3割、設備投資リスクなどを回避しつつ、品揃え

を増やす方向性をもった、「主にレンタル卸利用」が約7割を占めている。

各事業者が福祉用具貸与サービスの各手順のうち、どの手順が福祉用具価格に大きな影響を与えていると考えているか、そしてどの手順が他社と差別化可能かということについての考え方が、実際のサービス提供にも色濃く表れている。

アンケート調査で、事業者に他社と差別化が図れる手順は何かと尋ねたところ、その一番目に、「必要性判断・品目の選定（選定相談）」をあげている。この「必要性判断・品目の選定（選定相談）」は、利用者支援という観点から非常に重要なサービスであるが、これに関する電話確認、訪問対応について、他事業者より当該サービスに手間や時間をかけている事業者が一定数以上、存在する。

またアンケート調査で、事業者に福祉用具貸与価格への影響が大きい手順は何かと尋ねたところ、その四番目、「対人支援」系サービス手順に限ると一番目に、「モニタリング（納品後点検、故障・修理対応）」をあげている。この「モニタリング（納品後点検、故障・修理対応）」についても、上述と同傾向がみられ、他事業者より当該サービスに手間や時間をかけている事業者が一定数以上、存在する。

さらにサービス提供そのものに加え、サービスの質の向上に向けて、事業者が手順毎のサービス結果の記録に注力している姿勢も明らかになった。

アンケート結果によると、福祉用具貸与事業の関連指定基準等にも義務付けられていない「利用計画書」（福祉用具の利用目的、留意事項、短期目標や長期目標を盛り込んだ計画書）についても、約三分の一の事業者が全ケースについて作成しており、当該事業者が利用者の心身の状況、希望やその置かれている環境を踏まえ、福祉用具貸与サービスを的確に提供しようとしていることがみてとれる。

またこれらサービス結果の記録については、その手順に応じて、約5割から6割の事業者がケアマネジャーに提出しており、1割強の事業者については利用者にも提出し、適切なフィードバックを行う努力をしていることも明らかになった。

4. 検討委員会において提示された主要意見

（1）調査研究事業の方向性に関する意見

福祉用具の貸与については、市場価格や競争原理が働いていないのではないという懸念があるものの、今回の調査結果では、福祉用具貸与事業の性格や介護保険制度の縛りなどの要因から、需要と供給の関係で貸与価格が決まっていく状況が見えてこないこともあり、まず貸与サービスのありのままの姿、つまり実態を把握することとした。

具体的には、貸与価格サービスに含まれる様々なサービス要素を整理した上で、それらが実際にどのように提供されているかを明らかにするとともに、あわせて貸与価格にどう影響しているかを示す、つまり可視化することを目的とした。

こうした方向性について、委員会において、下記の意見があった。

①福祉用具貸与価格の構成

福祉用具貸与については、用具のコスト（原価償却）に、サービス部分のコストが付加されて貸与価格が構成されていること、そして用具そのもののコストは比較的小さく、サービス部分のコストが大きいことを、利用者に対して説明できるとよい。貸与価格に含まれる様々なサービス要素を整理したうえで、それらが貸与価格にどのような影響を与えているかを示すことが望ましい。つまり、利用者を支援するサービスを具体的に示した上で、それがどれだけ貸与価格に影響しているかを可視化して述べるとわかりやすい。

②競争原理や市場メカニズム

今回の調査結果においては、福祉用具貸与事業の性格や介護保険制度の縛りなどの要因から、需要と供給の関係で貸与価格が決まっていく状況（証左）が見えてこないため、まずは貸与サービスのありのままの姿、つまり実態を把握することに注力すべきである。

今後、貸与価格の情報開示を行うことによって、自由競争の中で貸与価格が安くなるという仮説が立証できない状況の下で、貸与価格を含めサービスの質を向上させるためには、どのようなメカニズムが必要かなど、今後の方向性を検討するための事実確認、実態把握を示す報告書とするとよい。

③利用者へのメッセージ

発注者（保険者）と受益者（利用者）が異なる市場では市場原理（価格競争原理）は働きにくい。その状況下で、貸与価格に占めるハード部分のみならず、同時にソフトであるサービスのプロセス部分についてその内容と価格（対サービス部分）を、サービスの受益者である利用者に対して的確に伝えるために、ヒアリング調査とアンケート調査の結果を役立てて欲しい。

貸与サービスの関連指定基準等において後追的に義務付けられたサービス内容を、事業者が懸命に提供しようとしている、その努力が見える報告書になることが望ましい。事業者側の努力と、その結果としての利用者側の満足が説明できるような方向がよいと思う。

5. 今後の取り組みの方向性

(1) 今後の取り組みの方向性

①福祉用具貸与サービスのより詳細な内容分析の必要性

福祉用具貸与における具体的サービス内容の違いと価格差については、今回の調査で、従業員規模別の訪問回数／時間、電話確認回数／時間を分析した結果、従業員規模でサービス内容に差が出てきていることなどが明らかになった。しかし、小規模の事業所であってもその特性を活かして利用者とのコミュニケーションが取りやすく、小回りが利いた迅速なサービスの提供を行っている事業所も多く、必ずしも「小規模の事業所はサービスの質が低い」といった単純な結論とはならない。

このように、本年度の事業では、有効回答数1, 438事業所におけるサービス内容の定量的な調査にとどまっているが、事業所の個性も強く、さらに具体的な事業所におけるタイムスタディーを実施するなど定性的な調査により福祉用具貸与の詳細な分析が求められる。

②事業者の貸与価格決定メカニズムへのアプローチ

また、すべての事業者が「事業の採算性を確保することが必須」と考えている一方で、今回のヒアリングやアンケートだけでは、事業者のコストに対する意識や貸与価格の決定メカニズムについて詳細な分析はできていない。実際には貸与価格の変更がどのような要因で、どのようなタイミングで行われているのか、コスト構造がどうなっているのか、価格競争のメカニズムが働いているのかどうかなどの状況についても分析していく必要があると思われる。

また貸与価格の決定にあたり、「値ごろ感」、「市場の相場観」をあげる事業者もあったが、そもそも価格決定のメカニズムが明確でないことや、それぞれの事業者の主観や地域性等の要素が強く働いていることが懸念されることから、事業者の貸与価格決定メカニズムへのアプローチが必要であると考えられる。

特に、コストだけ考えていてはできない利用者へのきめ細かなサービスや、業務遂行上のモラルや使命感の維持等のための取り組みなどを経営上の戦略的なコストとして位置づけ、これらを強く意識している事業者も多く存在していることも指摘されており、一般的な市場の価格メカニズムには馴染みにくい側面もあることも配慮しなければならない。

③貸与サービスの内容の見える化

本事業の調査結果をみると、8割から9割の貸与事業者が、利用者の心身の状況、希望、その置かれている環境を確認していることが分かった。また、福祉用具貸与サービスの各手順において、提供するサービスの頻度や時間に差が生じていることも明らかになった。

また各業務手順におけるサービス記録の結果についても、関連指定基準で求められていない水準まで実行している事業者も一定数存在しているため、利用者の選択の支援の観点からも、サービス内容についてより具体的に利用者に見える形で可視化(情報開示)していくことが望まれる。