

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報告書

平成 21 年 3 月



社団法人 **シルバーサービス振興会**

シルバーサービスの安心と信頼の証、シルバーマーク

はじめに

介護保険制度の施行以降、利用者の増大とともに、民間をはじめ多様な主体の参入を背景とした介護サービスの供給基盤は急速に整備されつつあります。

福祉用具貸与サービスにおいても、利用者数は増加しており、２００７（平成１９）年度における給付費用額は１６００億円程度にまで拡大してきております。貸与事業者数も、２００８（平成２０）年４月現在で、全国に６５００カ所程度となっており、およそ９割を民間営利法人が占めている現状です。

また、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ます。

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ます。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。」とされています。さらに、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つつあります。

このような状況の下、当振興会では、福祉用具の供給場面における利用者の自由な選択を保障し、市場を有効に機能させる方策を検討するため、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」を実施しました。初年度は、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ました。その結果、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、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」という割合が高い等の実態が明らかになりました。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となります。

本年度においては、平成１９年度の調査研究結果を踏まえ、事業者が福祉用具貸与における具体的なサービスの内容やその提供状況について調査するとともに、これに付随したサービスが、貸与価格に対してどのように影響しているかについて検討しました。こうした調査研究の成果が、福祉用具貸与における利用者の自由な選択を保障し、市場を有効に機能させる方策として、利用者への情報提供及び選択の支援に役立つとともに、福祉用具業界全体の発展に寄与できれば幸いです。

最後に、2年間にわたる検討委員会においてご指導いただいた委員長の諏訪 基 氏（国立身体者リハビリテーションセンター研究所 所長）をはじめとする委員の皆様、ヒアリングやアンケート調査にご協力いただいた皆様、取り纏めにご協力いただいた㈱インターリスク総研、その他関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成21年3月

社団法人 シルバーサービス振興会

目次

概要編	1
本編	17
第1章 調査研究事業の概要	17
1. 事業の背景・目的	17
2. 事業内容	18
3. 実施計画	20
4. スケジュール	21
第2章 ヒアリング調査結果	23
1. ヒアリング調査の概要	23
2. ヒアリング調査の結果（詳細）	26
3. ヒアリング調査の結果（総括）	64
第3章 アンケート調査結果	67
1. アンケート調査の概要	67
2. アンケート調査の結果（詳細）	69
3. アンケート調査の結果（総括）	181
第4章 福祉用具貸与におけるサービス内容の現状	187
1. ヒアリング調査からわかる福祉用具貸与サービス内容の現状	187
2. アンケート調査からわかる福祉用具貸与サービス内容の現状	189
3. 福祉用具貸与におけるサービス内容の現状	195
第5章 まとめ	199
1. 福祉用具貸与の現状	199
2. 本調査研究事業における取り組み	199
3. 福祉用具貸与におけるサービスの提供状況	200
4. 検討委員会において提示された主要意見	201
5. 今後の取り組みの方向性	202
資料編(アンケート)	205

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、保険の手当ての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) I S O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取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。人間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を求める能力

- ・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も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も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るべきである。

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など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。

本編

第 1 章 調査研究事業の概要

第 1 章 調査研究事業の概要

1. 事業の背景・目的

介護保険制度における福祉用具貸与事業は、市場機能を通じて適正な価格によるサービスが提供されるよう、介護報酬額（公定価格）を定めていない。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、市場の機能が働いておらず、価格が硬直化しているのではないか、といった指摘もされている。

これに対して厚生労働省では、早急に実態を把握し「福祉用具における保険給付の在り方に関する検討会」において、議論・検討を行っていくことも示されている。

このような状況の下、当振興会では、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。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」ことがわかった。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。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。

平成 20 年度の本調査研究事業では、平成 19 年度の調査研究結果を踏まえ、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、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「利用者に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

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、利用者に対する効果的な情報提供方法等について検討するため、学識者、有識者、事業者等により構成される委員会を設置した。

委員構成：9名（委員長を含む） 開催回数：3回

第1回委員会

- ・介護保険における福祉用具に関する状況説明
- ・本調査研究事業の概要説明
- ・本事業内容の方向性の検討
- ・福祉用具導入のプロセスと関連指定基準の説明
- ・サービス内容調査にあたっての「福祉用具導入プロセス」の捉え方検討
- ・調査の手段の検討
- ・具体的な調査内容（ヒアリングおよびアンケート内容について）検討

第2回委員会

- ・ヒアリング実施先事業者の概要報告
- ・既実施ヒアリング結果の報告
- ・ヒアリング結果及びまとめ方についての討議

第3回委員会

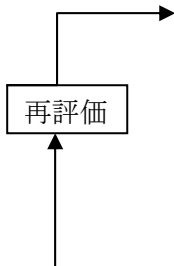
- ・ヒアリング結果の報告
- ・アンケート結果の報告
- ・委員会及び実態調査におけるまとめ
- ・今後の検討課題について検討
- ・報告書骨子（案）について討議

(2) 福祉用具貸与サービス内容の把握方法

前記1. 事業の目的を受けて、貸与価格に加えサービス内容についてもその情報を提供するため、本事業ではヒアリング、アンケート等の手法を用いて、貸与価格の裏付けとなる提供サービスの内容を調査した。福祉用具貸与事業のありのままの姿、サービスの実態を把握する趣旨である。価格を含めサービスをよりよくするためのメカニズムを検討するため、まずは事実確認、サービス実態の把握を行った。

提供サービスといっても様々な内容や捉え方があるため、ここではサービス内容を可視化、定量化するため、福祉用具貸与事業における導入プロセスを次表のとおり分解し、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。具体的には、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、等について調べた。

	福祉用具導入プロセス	実施者
1	保管・保守	貸与事業所
2	必要性判断・品目の選定	福祉用具専門相談員、ケアマネジャー
3	搬入・取付け・調整	福祉用具専門相談員等
4	適合性判断	福祉用具専門相談員
5	使い方指導	福祉用具専門相談員
6	モニタリング	福祉用具専門相談員、ケアマネジャー
7	搬出	福祉用具専門相談員等
8	点検・修理・消毒	貸与事業所



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、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、保険の手当て等の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、貸与価格に与える影響が大きいと考えている項目を調査した。

(3) ヒアリング調査の実施

調査内容：福祉用具貸与事業者が、利用者に対して提供しているサービス内容、手順、コスト等の実態を調査した。また、居宅介護支援事業所等などに利用者に対してどのような情報を求めているか等を調査した。

対象者：福祉用具貸与事業所、行政機関、ケアマネジャー

9ヶ所（事業規模および地域により抽出）

実施時期：平成20年1月～3月

(4) アンケート調査の実施

調査内容：福祉用具貸与事業所が、利用者に対して提供しているサービス内容、手順、コスト等の実態を調査した。

対象者：福祉用具貸与事業所 4,000カ所

実施時期：平成20年1月～3月

(5) 報告書の作成・配布

調査分析結果及び検討内容を取りまとめた報告書を作成し配布した。

配布先：都道府県、市町村、関係団体等

3. 実施計画

(1) 既存文献等による現状把握

福祉用具貸与事業におけるサービス提供実態についての先行調査等を調査・収集し、整理する。さらに福祉用具貸与事業者のカタログやインターネット等を調査し、利用者・ケアマネジャー等に対する情報提供の実態を整理し、現状を把握した。

(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

福祉用具貸与事業のサービス内容の実態を把握するため、事業者に対してヒアリング・アンケートを実施した。

まず、福祉用具貸与事業における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。

ヒアリング・アンケート項目

- ① 福祉用具貸与事業の具体的内容と実施手順
(福祉用具貸与商品によるサービス内容の違い、独自サービスの具体的な内容等)
- ② 提供サービスの価格への影響
(サービスに係るコストの算出方法、貸与価格への反映の仕組み等)

(3) サービス提供内容の把握・分析

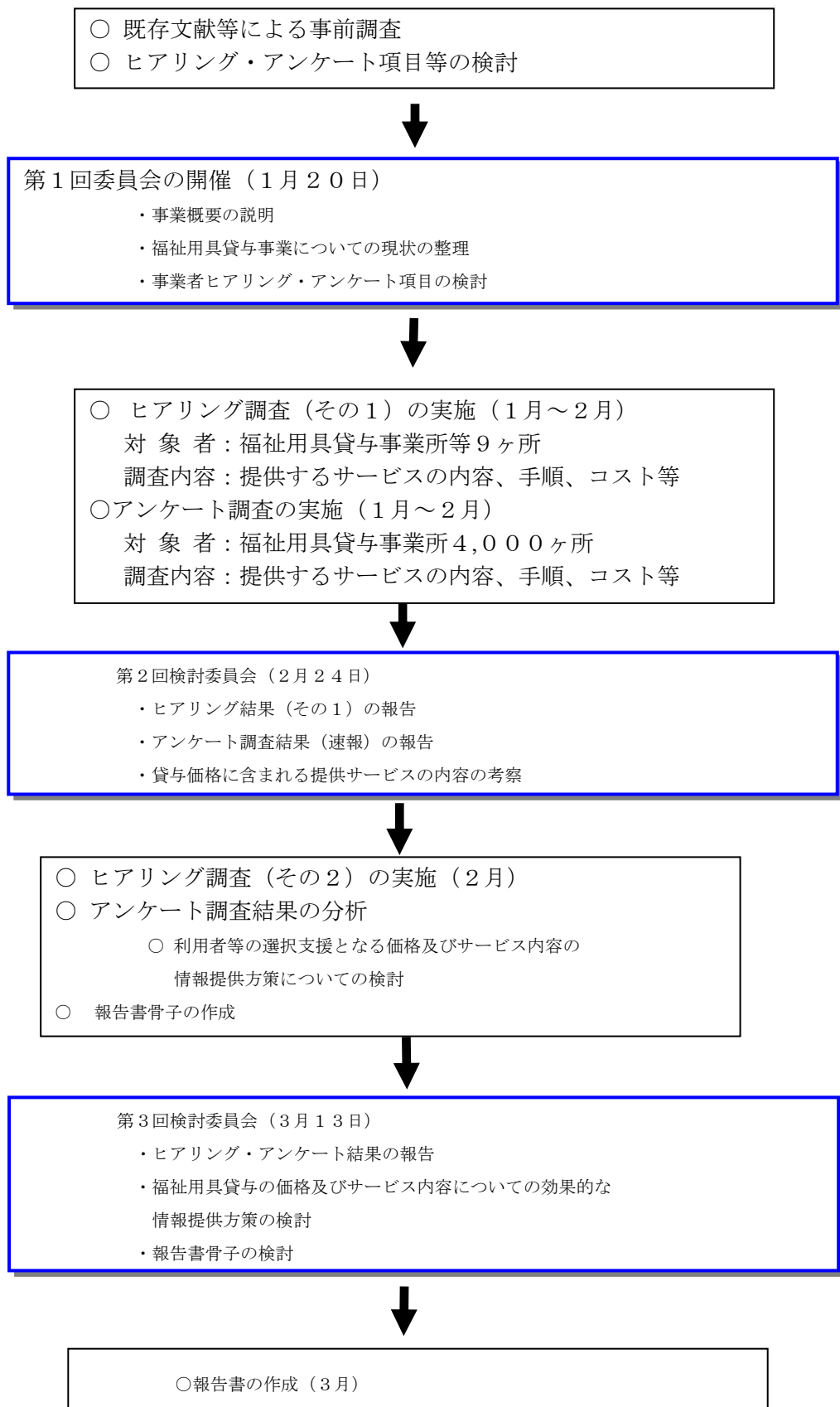
以下の項目等について整理・分析し、各事業者が提供しているサービスについて、共通して実施されているサービスと、特徴的な独自サービスについて把握、分類した。さらに、これらの提供サービスが貸与価格に及ぼす影響について分析し、実際の貸与価格の差がどのような要因によって生じているのかを考察した。

- ・ 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
- ・ 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
- ・ 貸与価格におけるサービス内容の影響についての分析

(4) 利用者への情報提供方策についての検討

福祉用具貸与価格の差は、どのような要因によって生じているかについての分析をもとに、貸与価格に含まれるサービス内容についての情報を、どのように利用者に提供すれば選択の支援となるか等について検討した。

4. スケジュール



「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」

検討委員会メンバー

(委員長以下 五十音順)

委員長	諏訪 基	国立障害者リハビリテーションセンター研究所 所長
委員	阿部 信子	ウェル・ナビ(株) 代表取締役
委員	石田 光広	稲城市福祉部高齢福祉課 課長
委員	石橋 進一	(社)日本福祉用具供給協会 ((株)日本ケアサプライ 常務取締役)
委員	佐藤 泉	日本福祉用具・生活支援用具協会 (パラマウントベッド(株) 営業本部部長)
委員	西沢 寿子	(社)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員
委員	東畠 弘子	福祉用具ジャーナリスト
委員	藤井 賢一郎	日本社会事業大学大学院 准教授
委員	渡邊 慎一	横浜市総合リハビリテーションセンター 課長補佐

第2章 ヒアリング調査結果

第2章 ヒアリング調査結果

1. ヒアリング調査の概要

(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、貸与サービス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 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
- ③ 貸与価格におけるサービス内容の影響

(2) 貸与事業者ヒアリング調査の概要

本ヒアリング調査の対象やその他の概要は以下の通りである。

①調査対象（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、営業地域に関する下記事項を取り上げ、その組み合わせにより事業所を選定しヒアリングを行う。

- 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）

（個別選定理由）

A社：地方中心・単域エリアで展開、社会福祉法人が設立母体、地域密着型個人担当制事業展開

B社：都市中心・単域エリア展開、消毒マーク取得、地域の状況や消毒への配慮等聴取可

C社：地方中心・単域エリアで展開、山間・僻地・離島への対応を行っているため

D社：都市中心・単域エリアで展開、新品向け価格設定や軽度者向け価格設定実施のため

E社：全国展開をしており、福祉用具以外の業務を行っている兼業事業者のため

F社：全国展開をしている、主に福祉用具業務を行っている事業者のため

G社：比較的広域に展開、福祉用具単独業務の事業者、社内研修を積極的に展開のため

(参考)

属性	地域展開	サービスエリア	営業規模	サービス形態	業務体制	組織分類
	全国／単域	都市／地方	複数10ヶ所以上／ 少数2～3ヶ所	専業／兼業	自社レンタル ／レンタル卸	非営利 ／営利
A社	単域	地方	少数2～3ヶ所	兼業	レンタル卸	営利(母体社福)
B社	単域	都市	少数2～3ヶ所	専業	レンタル卸	営利
C社	単域	地方	複数10ヶ所以上	専業	自社レンタル	営利
D社	単域	都市	少数2～3ヶ所	兼業	自社レンタル	営利
E社	全国	都市&地方	複数10ヶ所以上	兼業	レンタル卸	営利
F社	全国	都市&地方	複数10ヶ所以上	兼業	自社レンタル	営利
G社	単域(広域)	都市&地方	複数10ヶ所以上	専業	自社レンタル	営利

②実施期間

・2009年2月初旬～2009年2月下旬までの1ヶ月間

③ヒアリング内容

- 1) 事業の形態
- 2) 福祉用具貸与事業の個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化戦略
- 3) 福祉用具貸与事業の全体の枠組み部分（体制等）におけるサービスの特徴／差別化戦略
- 4) 提供サービスの価格への反映の仕組み
- 5) 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
- 6) 全体の枠組み部分（体制等）におけるサービス内容

④実施方法

事業所訪問によるヒアリング

（3）利用者サイド・ヒアリング調査の概要

本ヒアリング調査の対象やその他の概要は以下の通りである。

①調査対象（2者）

- 1) 行政機関（K市役所 介護保険課）
- 2) ケアマネジャー（S訪問看護ステーション）

②実施期間

・2009年2月初旬～2009年2月下旬までの1ヶ月間

③ヒアリング内容

- 1) 事業所選択の視点
- 2) 福祉用具貸与事業者のサービス内容に求める事項・貸与事業者に求める能力
- 3) 個別プロセスのうち、事業所選択の際に重視するサービスについて

4) 福祉用具貸与事業所に求める要件、どんな貸与事業を選ぶか

④実施方法

事業所訪問によるヒアリング

2. ヒアリング調査の結果（詳細）

以下、ヒアリング調査結果の詳細を記載する。

（１）Ａ法人

概要	・ 地方中心・単域エリアで展開。 ・ 地域密着型域内個人担当制事業展開。
地域展開（全国／単域エリア等）	単域エリア展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	地方部中心
営業規模（複数営業所:10 箇所以上／少数:2～3 箇所）	少数（3 箇所）
サービス形態（福祉用具貸与専業、他サービスとの兼業）	他サービスとの兼業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	レンタル卸中心
組織分類(非営利(社協、生協等)／営利事業者)	営利事業者

①福祉用具貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・ 1991 年より福祉用具貸与事業開始。福祉用具貸与事業に関わる従業員は約 40 人。レンタル卸 100% 利用。
- ・ 社会福祉法人(医療法人)が設立母体であるが、現在は独立し完全に別採算。元母体の社会福祉法人(医療法人)の売り上げは 20% 位しかない。しかし、元母体との人の結びつきは強く、協力しあう関係は残っている。
- ・ 1 県内の都市部中心にサービス展開。県全体をカバーしているわけではない。福祉用具貸与事業は直営の 3 営業所でカバーしている。業務内容は福祉用具貸与のほか、販売、住宅改修、訪問介護、デイサービス、居宅介護支援を実施。3 営業所のほか、訪問介護事業所と福祉サービスセンターがあり、訪問介護、デイサービス、居宅介護支援はこちらでの対応が主となる。
- ・ 福祉用具貸与事業がメイン業務。売り上げの約半分が貸与事業。続いて販売、住宅改修、デイサービス、訪問介護、居宅介護支援の順。
- ・ 事業所によって貸与価格の差はなし。サービス内容の差もなし。

②「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・ レンタル卸 100%。これは経営方針である。
- ・ 減価償却するまでの期間のことを考えれば、商品の陳腐化回避のため福祉用具貸与商品を自社資産として持てない。これは経営方針となっている。さらに、自社資産とすると、管理（保守・消毒等）不備による事故のリスクを抱えるので、このリスクを回避したい。
- ・ 「自社倉庫での保管・管理や搬入・取り付け・調整、引き上げ（搬出）」のコストの負担を回避するため、レンタル卸を利用しているわけではない。主たる商品はレンタル卸メーカーとの取り決めで自社倉庫への置き在庫としてもらっている。在庫がなくて注文があったものは翌日にはレンタル卸が自社まで持ってくるようにしている。そのため、自社倉庫での保管・管理や搬入・取り付け・調整、引き上げ（搬出）を自社で行う。レンタル卸利用でありながら、自社レンタル品と同様の自由度が確保できるのもレンタル卸 100% 利用

の理由である。

- ・倉庫での保管・管理から搬入・取り付け・調整、引き上げ（搬出）までを自社で行うのは、そこまでレンタル卸任せにすると福祉用具貸与業務全体に目が行き届かなくなり、福祉用具専門相談員らが責任を果たせないから。コストは減っても事業者としてなすべき任務を果たせないのでは企業責任を果たせず、従業員のモラルも低下するためである。
- ・レンタル卸100%であると、売れ筋を心配しなくてよい。設備投資資金や自社資産の不稼働を心配しなくてよいから、とことん、品揃えを増やせる。レンタル卸会社20社と取引があるのは自社位しかないので、品揃えは全国でトップクラスと自負している。品揃えの豊富さもサービスの一つであり、当社の差別化の一環である。

③「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	0%	100%
車いす	0%	100%
特殊寝台	0%	100%

④福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	25人
それ以外（OT、PT、介護福祉士等）	13人

⑤主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等

	アイテム数	貸出台数	最低	最高	最多価格
車いす	159	727	2,900	50,000	7,000
ベッド	65	782	7,000	31,500	10,000
手すり	49	455	500	11,000	3,000
歩行器	54	417	2,000	5,000	3,000
リフト	43	77	6,000	40,000	24,000

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・地域密着型域内個人担当制のメリット(担当者の利用者状況把握と即日短時間対応)を最大限に生かしている。書類はすべて個人別にファイル。書類の削減を図ってはいるものの、全体では膨大な量になる。その結果が次の通り、1位～3位となる。
- ・ケアマネジャーからは利用者の情報や要望等の提供を受け、協力しあっている。しかし、福祉用具貸与に関しては、自社の福祉用具専門相談員が主体的に種目や品目を選び、その後の業務も専門相談員主導で業務実施している。
- ・最大の強みは、必要性判断・品目の選定（選定相談）。最大の人数で対応。スタッフ28人、専従16人、福祉用具専門相談員21人で対応。連絡があって30分以内での対応ができる体制を整えている。電話で一回、訪問で二回の対応をしている。選定相談用シート、利用計画書を全ケースで作成、保管。利用者へ説明している。ただし、利用者への提出、ケアマネジャーへの提出まではしていない。必要性の判断・品目の選定の一環として、7日間迄の商品の事前貸出サービスを行っている。
- ・2番目の特徴は、適合性判断（フィッティング）。同様に16人の専従スタッフ（すべて福祉

用具専門相談員）が身体状況に応じた適合・調整、使用状況に応じた動作確認・適合・調整、使用場所・環境に応じた適合・調整、導入した福祉用具を実際に使用できるかの判断等を確認し、きめ細かく対応。フィッティング実施結果記録を全ケースで作成、保管。利用者へ説明、ケアマネジャーへ提出している。ただし、利用者への提出はしていない。

- ・ 3 番目は、搬入・取付・調整（納品業務）と搬出（回収業務）。これも地域担当制のメリットを生かせるところ。利用者の状況をよく知っている担当者が即日で、急ぐ場合は 30 分以内で対応。一日以内でできる住宅改修を含め、ほとんどの業務を当該担当者で対応可能。これも利用者が望むサービスの一環である。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ これも地域密着で担当者が変わらないというメリット、即答性、即日性、短時間対応のメリットを最大限に生かした結果、次の通り、人的交流程度が厚いプロセスが 1 位～3 位となる。
- ・ 地域密着域内担当制は人員体制面で強力なマンパワーが必要なことから、経費（人件費）がかかるという意味で次の通り。また、差別化が図れるという意味で価格競争力を生み、高い価格をつけられるという意味で次の 1～3 位が貸与価格に与える影響大。
- ・ 1 位は、必要性判断・品目の選定（選定相談）。2 位は、適合性判断（フィッティング）。3 位は、モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・ 商品や利用状況により、サービス業務の内容が変わってくるのは、1 位、必要性判断・品目の選定（選定相談）。2 位、適合性判断（フィッティング）。3 位、搬入・取付・調整（納品業務）と搬出（回収業務）。
- ・ 但し、業務の内容は商品ごとに異なるが、商品によって手順を変えるということはない。たとえば「杖」でモニタリングを省いたり軽くしたりすることはない。「杖」の交換の場合でもモニタリングを省いたり軽くしたりしない。モニタリング等、人が絡むところは、商品によって手順を変えるということはない。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 地域密着型域内個人担当制のメリット(担当者の利用者状況把握と即日短時間対応)を最大限に生かすため、その体制を維持することが優先となる。担当者が変わらないというメリット、即答性、即日性、短時間対応のメリットを最大限に生かすため、以下の 1 位～3 位を特徴／差別化として強く意識している。
- ・ 地域担当制で生産性は相当あがる。地域内の居宅介護支援事業所もその地域の担当者が受け持ちとなるため、結果、ケアマネジャー単位にも担当となる。そのため、ケアマネジャーとも関係が密になり、近いため連絡も取りやすく、ケアマネジャーが自社担当者に頼みやすい。これが他と違うところで差別化となっている。ケアマネジャーと利用者の状況について情報交換できるのが大きく、サービス向上にもつながる。ケアマネジャーも他の福祉用具貸与事業者を使って自社と比べてみればすぐ違いがわかるらしく、次回からは必ず

とってよいほど当社に頼んでくる。

- ・教育研修にはコストを惜しまない。さらに域内居宅介護支援事業所のケアマネジャーとの関係強化も必要である。そのため研修・教育を活用している。社内研修・教育は月1回以上行い、社外研修にも行ける限り行かせている。
- ・ケアマネジャー等社外関係者への情報提供については、月2回以上、セミナー、勉強会等を実施している。病院等が行う勉強会、OT／PTが行う研修会に自社従業員が出講することも多い。ヘルパー2級の講習会に一コマ出講することも多い。社内情報をケアマネジャー等社外関係者と共有する取り組みも盛んで、社内研修・勉強会にケアマネジャーが参加することは週1回程度ある。社内営業担当者の会議や勉強会に社外関係者が参加するようなことは2日に1回程度ある。
- ・1位は、営業体制。2位は、スタッフ教育・研修、3位は、展示会、セミナー等の情報提供活動と、居宅介護支援事業所等との連携。

⑩全体の体制部分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

- ・地域密着型域内担当制のメリット(担当者の利用者状況把握と即日短時間対応)を最大限に生かすため、その体制を維持することが優先となる。担当者が変わらないというメリット、即答性、即日性、短時間対応のメリットを最大限に生かすため以下が1位～3位となる。
- ・地域密着域内担当制は人員体制面で強力なマンパワーが必要なことから、経費(人件費)がかかる。まずは人ありきのため、教育研修にはコストを惜しまない。さらに、域内居宅介護支援事業所のケアマネジャーとの関係強化が必要である。そのため、次の1～3位が福祉用具貸与価格に与える影響大。
- ・1位は、営業体制。2位は、スタッフ教育・研修、3位は、展示会、セミナー等の情報提供活動と、居宅介護支援事業所等との連携。

⑪福祉用具貸与価格決定の考え方

- ・貸与価格はレンタル卸元が決めた標準価格にほぼ合わせている。卸価格は原則、レンタル卸の言い値に従っている。
- ・上記の通り、ベッドや車いすの貸与価格はマーケットの相場観(値ごろ感)では決めていない。レンタル卸元が決めた標準価格とすると高くなるが、サービス内容に自信があるのでサービスによる付加価値を裏づけとして高い金額(県内で高いほうから2番目)に決めている。
- ・用具コスト以外の部分について、福祉用具メーカーとの関係で生じるものは少ない。コスト的にたいしたことはない。「商品説明会」等、メーカーは原則無料で情報提供してくれる。「レンタル卸」利用なのでメーカーの「商品カタログ」を購入してメーカーの価格を知る必要はない。
- ・地元密着型で、ある程度狭い地域単位に営業マンの担当を決めている。従って、その地域にある居宅介護支援事業所の担当も決まっている。そのため、ケアマネジャーや利用者の担当も固定され、常に同じ担当となる(密接な人間関係を築け、仲良くなる)。ホームドクター制(かかりつけ医制、指名制)のようになっているので、常に利用者の状態の把握

やケアマネジャーとの情報共有ができる。ケアマネジャーから用具の話があれば、ケアマネジャーや利用者のところへ30分以内で行けるので、ケアマネジャーの安心感につながっている。また、利用者にとっても、すぐに顔見知りの人間が駆けつけてくれるので、この密着型業務方式は囲い込みにもつながっている。最大の差別化となっている。

- ・この地域担当制のもとで即日納品／即日引き上げ（搬出）が可能。特に引き上げ（搬出）は急を要する。「葬式があるからすぐ片付けてくれ」という話が多いからである。さらに地域担当営業マンは1日で終わるような簡単な住宅改修は、自分で行えるようにしている。営業者に工事道具も積んでいる。相談→納品や改修→引き上げ（搬出）まですべての業務を、始めに担当した営業マンが最後まで担当する。基本的に一顧客一担当で、担当が変わらない。利用者の状況や個人情報を持っている人間がすべてやれば、最大のサービスとなる。個人情報管理にもよい。

⑫事業採算性の考え方

- ・事業全体の中での採算性の考え方については、「他の事業と総合しての採算性を考えるが、他事業が赤字であることが多いので、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須であり、かつ福祉用具貸与事業部門の収益への期待が大きい。」
- ・福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「福祉用具貸与事業所別に予算管理しそれぞれの採算性は見ているが全体で採算が取ればよい。各部門（プロセス毎）には採算を管理できないが、全体で採算が取ればよい。」
- ・福祉用具貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、貸与機器毎の採算性までは考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・中古品を例外的に安く販売することはある。原則しない。
- ・新品の高価格設定での貸与はしない。
- ・型番落ちした古い商品を安い価格で自費レンタルすることはしない。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・以前はやっていたが減っており、今はほとんどやっていない。通常の貸与価格の100%（介護保険適用は10%）でやっている。市の許可をとってやっている。介護保険適用の場合と同じ値段、同じサービスでおこなっている。同じ型番の用具を軽度利用者向けの自費レンタルで安くはしていない。

⑮福祉用具貸与価格の変更について

- ・3ヶ月に1度、新商品をまとめて価格を申請する。レンタル卸20社分なので申請する新商品は相当多い。それらを反映したカタログの修正は年に1回行う。カタログは毎年6月ごろ発行している。既存商品の貸与価格は変えない。理由は事務コスト／事務負担が相当かかるから。

(2) B法人

概要	・都市（地方中核）中心 ・単域エリア展開消毒マーク取得 ・医療法人が設立母体 ・補装具販売・住宅改修から貸与に展開
地域展開（全国／単域エリア等）	単域エリア展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	地方中核都市中心
営業規模（複数営業所:10 箇所以上／少数:2～3 箇所）	少数（2 箇所）
サービス形態（福祉用具貸与専業、他サービスとの兼業）	専業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	レンタル卸中心
組織分類(非営利(社協、生協等)／営利事業者)	営利事業者

①福祉用具貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・3 県（1 県は全域、2 県は一部地域）に営業エリアを展開。
- ・1974 年医療器具、1980 年福祉用具の販売開始。1983 年住宅改修事業、1994 年福祉用具貸与事業を開始。貸与事業に関わる従業員は約 30 人。レンタル卸を約 75 %利用。
- ・1995 年にシルバーサービスマークを取得。2005 年に消毒管理基準に合格し消毒工程管理マークを取得。安全衛生管理に強みがあり、サービスの売りにしている。
- ・隣接する社会福祉法人(医療法人、人工透析が専門)が設立母体。当初、病院理事長が医療と福祉の連携を目的に会社を設立。しかし、現在は独立し完全に別採算。設立母体の社会福祉法人(医療法人)からの売り上げは少ない。
- ・医療器具、福祉用具の販売からスタートしたが、その後住宅改修がメインとなり、補装具や福祉用具等の販売は減った。県内の大半の改修を手がけるようになった。近年は福祉用具貸与事業が伸び、現在では売上げの半分以上が改修、半分が福祉用具貸与・販売である。福祉用具貸与・販売は、現状では福祉用具貸与が販売を上回っている。
- ・住宅改修については、図面等、自社内で行うことがほとんど。工務店は高いので頼まない。専門的な対応が必要なケースでは大工等の職人に個人で頼んでやってもらっている。
- ・得意な住宅改修業務でケアマネジャーとの関係を作り、信頼を得て、福祉用具貸与業務に発展させるというのが典型的なビジネス・パターン。例えば「手すり付けて。」という紹介がケアマネジャーから来て、これが発展して福祉用具貸与に結びつくことが多い。住宅改修の相談が取っ掛かりとなってケアマネジャーとの関係、利用者との関係ができる。福祉用具貸与事業だけでは大手や昔からやっている事業者には太刀打ちできない。住宅改修という得意技を持っているのは本当に大きい。
- ・福祉用具貸与事業は直営の 2 営業所でカバーしている。業務内容は福祉用具貸与のほか、販売、住宅改修、居宅介護支援を実施。本社営業所で福祉用具貸与、販売、住宅改修事業の大半を実施。もう 1 つの営業所内に居宅介護支援事業所を設置。ここは居宅介護支援が中心で、福祉用具貸与、販売、住宅改修は少ない。別に福祉用具貸与事業所（センター）があり、倉庫機能を果たす。
- ・事業所によって貸与価格の差はなし。サービス内容の差もなし。

②「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・全体では自社レンタルが約4分の1（25％）だが、自社レンタルの割合を増やしている。車いすと手すりは自社レンタルで、特殊寝台はレンタル卸利用が原則である。
- ・特殊寝台は納品、搬出に時間や手間がかかり、保管場所が多く要るからレンタル卸としている。自社レンタル重視だが、キャパシティの問題がある。その他用具では、車いす、手すり等よく出るものは、自社レンタルとしている。
- ・自社レンタルを増やしている理由は、利益の増加を重視するからである。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は増えない。
- ・自社レンタルでは、自社資産が増えるので設備投資リスク、保守・保管・消毒等不備による事故のリスクが増すが、一定稼働すれば利益も増す。見極めが難しいが、営利企業なので業績の発展性を考えて利益重視としている。兼業ならば事情が違うが、福祉用具貸与事業がメインなので発展性優先。

③「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	25%	75%
車いす	45%	55%
特殊寝台	30%	70%

④福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	18人
それ以外（OT、PT、介護福祉士等）	0人

⑤主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等

	アイテム数	貸出台数	最低	最高	最多価格
車いす	97	777	1,250	28,000	5,000
ベッド	17	839	2,750	13,000	9,000
手すり	21	451	500	10,000	2,000
歩行器	39	319	600	5,000	3,000
リフト	32	110	500	55,000	23,000

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・1位が点検・修理・消毒、2位がモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）、3位が保管保守（保守点検、保管、在庫管理）。
- ・消毒管理基準に合格し消毒工程管理マークを取得。安全衛生管理について第3者のお墨付きがあり、サービスの売りにできると自負している。
- ・1番目の点検・修理について6人の専従者、消毒業務については3人の専従者がおり、几帳面といえる位の完成度で業務を行っている。管理面の充実もさることながら、担当者の性格も大きく寄与している。要請しなくても、ピカピカに磨き上げるところまで行っている。商品の廃棄基準に従い、点検・廃棄処分している。点検・修理結果記録／消毒結果記録を作成・保管している。
- ・2番目のモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）について、モニタリング専従者

が3人おり、頻度、深さとも相当充実したレベルで行っている。他社と比べてもレベルが上であると自負できる。福祉用具の調整・点検、利用者や介護者の使用状況、利用者の状態、使用場所・環境、利用者からの要望、介護者からの要望等を確認し、きめ細かく対応。電話と訪問で対応。定期点検は3ヵ月毎実施。モニタリング結果記録を全ケースで作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明・提出。

- ・3番目の保管保守（保守点検、保管、在庫管理）について、専従者5人を含む6人で対応。商品履歴／保守点検結果記録／在庫記録を全ケースで作成、保管。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・人的な触れ合いに要するサービスにかかる人件費よりも、管理コストの方が直接的に価格に利いてくる（把握しやすい）という意味で、次の1～3位が貸与価格に与える影響大。
- ・1位は、搬入・取付・調整（納品業務）。2位は、搬出（回収業務）。3位は、点検・修理・消毒。
- ・1位の搬入・取付・調整（納品業務）については、レンタル卸の商品も利用者のところではなく自社倉庫に配送させ自社が利用者宅へ搬入し、取付・調整を行うことが多く、手間がかかる。
- ・2位の搬出（回収業務）は、11人のスタッフ（全員が専従で福祉用具専門相談員）が実施し、至急の対応が要る。
- ・3位の点検・修理・消毒は前述の通り。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・人的な触れ合いが厚いプロセス(対人サービス)が、利用者（利用状況）により内容が異なるという意味で、1位～3位となる。
- ・1位は、必要性判断・品目の選定（選定相談）。2位は、適合性判断（フィッティング）。3位は、モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・1位は、営業体制。2位は、苦情相談体制、3位は、スタッフ教育・研修。
- ・1位～3位とも、従業員の質の高さと人材育成関連で、利用者へのサービスで一番重要と考える。
- ・営業体制は個別プロセスのレベルアップを実現するために必須であり、上述の通り。企業努力で給与水準も高くしている。
- ・苦情相談体制は、3人の専従者を置き、例外ではあるが、夜間(深夜)の対応も行っている。社内／関係者へトラブルや苦情対応結果のフィードバックや注意喚起を実施する仕組みになっている。苦情の程度によるが、管理者が利用者宅へ日参してでも解決を図っている。
- ・社内外のスタッフ教育・研修へは、積極的に（可能な限り）参加させている。

⑩全体の体制部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・人的な触れ合いに要するサービスにかかる人件費よりも、保険や認証取得等のエクストラ

の経費の方が直接的に価格に利いてくる（把握しやすい）という意味で、次の1～3位が貸与価格に与える影響大。

- ・ 1位は、営業体制。2位は、第3者認証取得、3位は、保険手当て。
- ・ 2位の第3者認証取得については、消毒工程管理マーク取得以外にも、ISOの取得等を検討中。しかし、コスト、体制面でハードルが高い。

⑪貸与価格決定の考え方

- ・ 原価積上方式とはしていない。トータルで採算を見て最終の貸与価格を調整している。市場の相場は重視するが決定的なものとはとらえていない。
- ・ 福祉用具を提供するという業務の形態から、価格第1とは考えていない。提供するサービスの質と信用が第1。安くすればよいというものではないと思っている。まず、質の高いサービスを提供することを心がけている。価格は、普通か、できれば普通より安く提供している。価格競争はあまり重視しないで、普通の価格でやっている。
- ・ 消毒マーク取得、安全衛生管理の充実は、企業の責任として当然のものと考えており、差別化を目的としたものではなかった。結果的にピーアールできている。
- ・ 従業員給与は他社より高めに設定している。
- ・ 用具コスト以外の部分について、福祉用具メーカーとの関係で生じるものは少ない。コスト的にたいしたことはない。「商品説明会」等、メーカーは原則無料で情報提供してくれる。「レンタル卸」利用の用具についてはカタログは無料で入手可。メーカーの「商品カタログ」入手コストも少ない。

⑫事業採算性の考え方

- ・ 事業全体の中での採算性の考え方については、「他の事業と総合しての採算性を考えるが、他事業（居宅介護支援）が赤字であることが多いので、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須であり、かつ福祉用具貸与事業部門の収益への期待が大きい。」
- ・ 福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「福祉用具貸与事業所別（2箇所）に予算管理しそれぞれの採算性は見ているが全体で採算が取れればよい。各部門（プロセス毎）には採算を管理できないが、全体で採算が取れればよい。」
- ・ 貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、貸与機器毎の採算性までは考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・ 型落ちした中古品を安く販売することはある。
- ・ 新品の高価格設定での貸与はしない。
- ・ 自費レンタルの場合を除き、型番落ちした古い商品を安い価格で貸与することはない。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・ 実施している。介護保険適用とは別に、自費レンタル価格を設定している。同じ型でも介

介護保険適用と自費レンタルでは、半分か程度の価格の料金体系、別契約形態をとって貸与している。

- ・自費レンタルでは他社の価格（半分か程度の安い価格）に合わせている。
- ・自費レンタルでは別契約形態をとり、介護保険適用の場合とはサービスを変えている。短期利用者が多い関係で搬入費、搬出費、消毒費を貸与価格とは別建てで徴収している。モニタリング等のサービス業務は実施していない。介護保険適用の場合とはサービス業務の量を減らしている。

⑮福祉用具貸与価格の変更について

- ・変更することはある。頻度は、1年に1回あるか、ないかの程度である。
- ・契約者に連絡してその商品利用契約につき、一斉に下げる。利用者や福祉用具貸与開始時期により価格を変えることはしない。事務コストや作業負担は発生するが、一時期に集中して実施する。
- ・マーケットの状況・相場を月に1回見直す。基本的に値下げだけなので、契約者利便を考え、市場を尊重する。レンタル卸の価格が変わることは多い。

(3) C法人

概要	・ 地方中心・単域エリアで展開。 ・ 山間・僻地・離島への対応を行っている。 ・ 社外広報を積極的に展開、展示充実。
地域展開（全国／単域エリア等）	単域エリア展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	地方中心
営業規模（複数営業所:10箇所以上／少数:2～3箇所）	複数（10箇所以上）
サービス形態（貸与事業専業、他サービスとの兼業）	専業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	自社レンタル中心
組織分類(非営利(社協、生協等)／営利事業者)	営利事業者

①福祉用具貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・ 2 県（山間部、僻地、離島もカバー）に営業エリアを展開。
- ・ 福祉用具貸与事業のほか、福祉用具販売、住宅改装事業を行う。
- ・ 直営の14事業所（営業所）で展開。従業員数は100人以上。14事業所のうち12事業所で介護用品の展示を行う。
- ・ 14事業所について、地域によって7通りの貸与価格形態がある。サービス内容の差はなし。
- ・ 7通りの貸与価格形態は、他社との競合によるもの。地域の相場を勘案して7通りとなっている。

②「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・ 経営方針として自社レンタル100%。
- ・ 病院の寝具で事業がスタートし、寝具のレンタルで発展してきたため、おのずと自社レンタル100%となっている。
- ・ 福祉用具貸与事業メインで事業を行っているため、兼業の場合とは異なり自社レンタルにこだわりがある。レンタル卸会社に頼る必要はないという考えが競争力の源泉ともなっている。
- ・ 自社の企業体力や営業力に自信があるのも、自社レンタルの理由。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は増えない。
- ・ 自社レンタルでは、自社資産が増えるので設備投資リスク、保守・保管・消毒等不備による事故のリスクが増すが、管理面を充実させれば対応可能。
- ・ レンタル卸を利用しなくても用具の種類や用具毎のアイテム数は十分多い。全国レベルでもトップの種類数を確保している。企業努力で自社レンタル100%でもアイテム数を確保。自己資産なので多くの用具種類の展示や試用も容易である。
- ・ 今後、従来にない価格の安さや商品種類数の豊富さを前面に打ち出すような（既存の商慣習にとらわれないような）事業者が現れたら、自社レンタル100%を見直す可能性はある。

③「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	100%	0%
車いす	100%	0%
特殊寝台	100%	0%

④福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	124 人
それ以外（O T、P T、介護福祉士等）	20 人

⑤主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等

	アイテム数	貸出台数	最低	最高	最多価格
車いす	250	3,029	3,000	25,000	4,000
ベッド	28	3,306	4,000	16,000	10,000
手すり	52	2,371	1,000	5,000	3,000
歩行器	94	1,393	2,000	4,000	4,000
リフト	51	655	8,000	65,000	22,000

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1 位が必要性判断・品目の選定（選定相談）、2 位がモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）、3 位が適合性判断（フィッティング）。
- ・ 必要性判断・品目の選定（選定相談）についてスタッフ 107 人（全員が福祉用具専門相談員）、専従者 70 人（営業担当者）で対応。
- ・ レンタルの注文ではなく、「選定相談（アセスメント）の注文」をとるようにしている。
- ・ ケアマネジャーからは利用者の情報や要望等の提供を受け、協力しあう。ケアマネジャーが要請する用具をその通り提供するのではなく、自社の福祉用具専門相談員が主体的に種目や品目を提案し、その後の業務も専門相談員主導で業務実施している。
- ・ 1 位の選定相談では、訪問の上、利用者の身体の状態について要介護度、ADL（日常生活動作）、病歴、コミュニケーション能力、利用者からの要望、介護者からの要望等を確認。利用者の生活環境については、介護者、家族構成、居住環境、IADL（手段的日常生活動作）、在宅サービスの利用状況、他の福祉用具の利用状況、住宅改修の必要性の有無、経済的状況、使用状況の注意事項、外出の頻度・要望、日常生活の目標、利用者からの要望、介護者からの要望等を確認。
- ・ 選定相談用のシートを全ケースで作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明・提出。利用計画書を、ケアプランを新たに作成し始めた人の 9 割方（既存契約者も含めれば 3 割方）で作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明・提出。利用計画書の作成は県内事業者で初めて行ったもので、ケアマネジャーへのインパクトが大きかった。3～7 日間の商品事前貸出も一部で実施。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ 1 位は、必要性判断・品目の選定（選定相談）。2 位は、適合性判断（フィッティング）。3 位は、モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）で、差別化できるサービスとほぼ

同じ。対人援助が経営のポリシー。最大の価値を置き、コストもかけるので貸与価格に影響大。

- ・適合性判断（フィッティング）について、100人の専従スタッフ（すべて福祉用具専門相談員）が身体状況に応じた適合・調整、使用状況に応じた動作確認・適合・調整、使用場所・環境に応じた適合・調整、導入した福祉用具を実際に使用できるかの判断等を確認し、きめ細かく対応。フィッティング実施結果記録を全ケースで作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明し提出。
- ・モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）について、同様にスタッフ100人（全員が福祉用具専門相談員）、専従者25人で対応。福祉用具の調整・点検、利用者や介護者の使用状況、利用者の状態、使用場所・環境、利用者からの要望、介護者からの要望等を確認し、きめ細かく対応。電話と訪問で対応。モニタリング結果記録を全ケースで作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明・提出。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・1位は、適合性判断（フィッティング）。2位は、搬入・取付・調整（納品業務）。3位は、点検・修理・消毒。
- ・人的なサービスのほうが商品や利用状況により内容が異なる。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・1位は、居宅介護支援事業所等との連携。2位は、展示会、セミナー等の情報提供活動、3位は、スタッフ教育・研修。
- ・居宅介護支援事業所等との連携について、ケアマネジャーとの関係強化に経営資源を割いている。個々の営業活動を超えたレベルで採算を考えずに実施している。例えば用具の研修とからめて介護用品ショップを自由に利用させている。社内研修についても自由に参加させている。ケアプランの実現に向けて相互協力し役割分担している。
- ・スタッフ教育・研修はきわめて充実している。PRのため、社内に限らず、なるべくオープン参加可能としている。社外の方がいた方が緊張感を生むし、福祉用具の裾野が広がるため。展示ショップを利用した福祉用具体験会など積極的に開催している。
- ・商品知識をつけるための社外・社内の教育・研修は、メーカーからの商品説明会／自社主催の商品説明会合わせて年間300回以上実施。ほとんど毎日どこかの営業所でやっている。社員に限らず社外の方も参加している。「選定相談（アセスメント）の注文」の営業活動にもつながる。
- ・展示会、セミナー、勉強会等、社外向け関係者（ケアマネジャー等）への情報提供活動は年間30回以上行っている。用具ショップを最大限に活用。オープン参加とし、地域ネットワーク構築に貢献している。企業利益の地域還元レベルといえるまでに発展した。例えば、学術セミナーを社外の専門家を呼んで開催。地元の医師会、看護協会、老人保健施設協会、作業療法士会、理学療法士会等の公的団体が後援するまでに至った。一企業開催の催しに公的団体が後援するのは異例だが、地道な活動が評価されている証拠である。開放的運営を評価してもらっている。

⑩全体の体制部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ 1位は営業体制。2位は居宅介護支援事業所等との連携。3位は、スタッフ教育・研修。
- ・ 研修、セミナー・勉強会等情報提供活動は前述のように地域ネットワークまで展開し、教育という範疇を超えて、戦略的な意味を持つ。大学医学部看護科学生への講義、ヘルパー養成、教育委員会への協力等多方面に広がっている。

⑪貸与価格決定の考え方

- ・ 当該地域のマーケットの相場観（値ごろ感）で決めている。現在の社内価格体系は結果的に7種類になっている。地域の競合他社の価格との関係で決める。
- ・ ただし、価格に合わせてサービス内容を落とすことはしない。企業努力でカバーする。
- ・ 選定相談、適合性判断（フィッティング）、モニタリングといったサービスによる対人援助が経営のポリシー。最大の価値を置き、コストもかけるので貸与価格に影響は大きい（決定はあくまで値ごろ感であるが、過去数回値下げも実施）。
- ・ 介護という業務内容から、価格と手間（サービス内容）は比例しない。利用者によってコストが異なるのでコストの計算ができない。利用者によって価格を変えられないのでコスト計算の意味もない。個々のケースに要する時間の管理も難しい。
- ・ 原価積上方式は、介護保険制度にも業務の内容にも合わない。
- ・ 離島については（特別な二島を除き）別途料金を取らない。地域特別加算の対応もしない。理由は他社対抗上である。他社が別途料金を取らないからである。競争原理で価格が決まる。原価積上方式はとらない。
- ・ 企業への信頼が増し、イメージがアップすればよいので、離島価格は採用せずサービスの質も落とさない。売上げが増えればスケールメリットが生じ、福祉用具の稼働率も増すからである。
- ・ 用具コスト以外の部分について、福祉用具メーカーとの関係で生じるものは少ない。コスト的にたいしたことはない。メーカーにとって大口顧客である自社への商品説明は重要なので、すぐに、原則無料で実施してくれる。メーカーの「商品カタログ」入手コストもほとんど発生しない。
- ・ 自社は大口顧客なので、故障や不具合に際してもメーカーはすぐに対応。しかも人件費程度のコスト負担で実施してくれる。当社の顧客サービスの精神を理解し協力してもらっていると考える。
- ・ 自社のアイテムが増えれば、メーカーは売上げが増えるし、自社にとってサービスレベルがアップする。共存・共栄であるから。

⑫事業採算性の考え方

- ・ 事業全体の中での採算性の考え方については、「他の事業は住宅改修と販売のみ。ほぼ、専門なので、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須である。」
- ・ 福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「福祉用具貸与事業所別に予算管理しそれぞれの採算性は見ているが全体で採算が取ればよい。各部門（プロセス毎）には採算を管理できないが、全体で採算が取

れればよい。」

- ・貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、用具種類毎、貸与機器毎の採算性まではシビアには考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・新品の高価格設定での貸与はしない。
- ・型番落ちした古い商品を安い価格で自費レンタルすることはしない。
- ・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（機種の差で）対応する。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・介護保険が適用できる用具では、適用可否かで料金を変えない。同一機種の用具は全料金体系で同一価格である。
- ・保険適用外の用具で、自費レンタル用に非常に安く提供している商品はある。例えば特殊寝台にあたらぬ自社オリジナルベッドを低価格の貸与ベッドとして月額貸与価格 1,500 円程度で提供している。通常のベッドに、サイドレールと高さ調節だけ加わっていればよいという人向けのベッドである。介護保険適用のベッドとは価格体系が異なる。
- ・自費レンタル用具では別契約形態をとり、介護保険適用の場合とはサービスを変えている。搬入、搬出、消毒といったサービスは同じだが、モニタリング等のサービス業務は全数の実施までには至っていない。介護保険適用の場合とはサービス業務の量を減らしている。
- ・介護保険適用用具とのコストの差は、1) サービス内容の絞込み、2) 介護保険請求業務の事務負担無し、3) ケアマネジャーへの連絡等業務の負担無し、4) 集金の1ヶ月前倒し、等による。その分、コストが減るので、月額価格 1,500 円で元が取れている。これら商品の貸与期間が一般に長いせいもある。
- ・利用者の状態が変わり、背上げが必要などニーズが変わればアセスメントを行い、介護保険対象の用具に移行することもできる。
- ・介護保険の枠をうまく使うため、ベッドは上記のような自費レンタルベッドを利用し保険枠内では他のサービスを受けるケースもある。ケアマネジャーがうまく自費レンタル用具を組み入れているケースである。
- ・ただし、他のサービスを組み込むケースでも、自費レンタル用具を積極的に自社からアピールすることはしない。必要と思われる利用者だけに提案する。

⑮貸与価格の変更について

- ・価格を下げることはしないが、事業開始以来8年間で全社延べで20回程度変更した。
- ・理由は、地域の市場価格との乖離に対応するためである。他社対抗上である。
- ・価格を下げてでもシェアが上がれば利益が出る。売上げが上がればよいと考えて対応する。
- ・当該商品につき、一斉に下げる。利用者や貸与開始時期により価格を変えることはしない。
- ・事務コストや作業負担は重い。集中して実施する。
- ・稼働率アップのためというケースもある。型が古い商品の不稼働在庫を減らすためである。

(4) D法人

概要	・都市中心・単域エリアで展開 ・新品向け価格設定や軽度者向け価格設定等、利用者ニーズに応じた柔軟な対応実施
地域展開（全国／単域エリア等）	単域エリア展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	都市中心
営業規模（複数営業所:10箇所以上／少数:2～3箇所）	少数（2～3箇所）
サービス形態（貸与専業、他サービスとの兼業）	他サービスとの兼業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	自社レンタル中心
組織分類(非営利(社協、生協等)／営利事業者)	営利事業者

① 福祉用具貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・4県に営業エリアを展開。
- ・福祉用具貸与事業のほか、福祉用具販売、住宅改修、デイサービス、訪問介護、居宅介護支援の各事業を行う。
- ・直営の3事業所（営業所）で展開。従業員数は100人以上。
- ・本社事業所が単独で福祉用具貸与事業を展開、自社レンタル中心。商品展示も行っている。他の2事業所はデイサービス施設と居宅介護支援センター。他に拠点（センター）が3箇所ある。
- ・事業間に連携があって、無理なくできる事業を行っている。介護施設系の事業には展開しない。24時間の労働体制が要るので管理が難しい。経営の方法も違って来るから。

② 「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・全体では自社レンタルが80%。
- ・電動車いす等、メンテナンスが複雑なもの、メンテナンス不備による事故のリスクが高い用具はレンタル卸を利用している。リスク回避のためである。
- ・回転率の低い用具もレンタル卸利用が原則である。設備投資リスク（不稼動リスク）の回避および保管コスト圧縮のためである。
- ・車いす、手すり等よく出るものは、原則、自社レンタルとしている。自社レンタルは一定の稼働率を超えれば利益率が高くなるから。
- ・福祉用具貸与事業がメインなので、主要商品では自社レンタルとしている。

③ 「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	80%	20%
車いす	100%	0%
電動車いす	0%	100%
特殊寝台	80%	20%

④福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	74 人
それ以外（O T、P T、介護福祉士等）	31 人

⑤主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等

	アイテム数	貸出台数	最低	最高	最多価格
車いす	54	2,222	2,500	28,000	5,000
ベッド	22	1,637	2,500	22,000	13,000
手すり	12	783	1,500	7,000	2,500
歩行器	31	729	1,500	6,000	1,500
リフト	6	142	3,000	17,000	13,000

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1 位が適合性判断（フィッティング）、2 位が必要性判断・品目の選定（選定相談）、3 位が使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）。
- ・ 介護の仕事なのだから、利用者の気持ちに立って業務を行うのが最大のサービス。マニュアル化しても意味がない。相手が気持ちよく用具を使えるようにするのが使命。
- ・ 他社のサービスを意識していない。新品価格採用のように、利用者のためになること、利用者の要望を前例にとらわれずやってきた。無料「お試し使用」サービス、事業者独自の商品カタログの作成も、利用者宅で介護用具を組み立ててタンスを動かして据付まで行うのも、自社が草分けである。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ 1 位は、搬入・取付・調整（納品業務）。2 位は、搬出（回収業務）。3 位は、保管保守（保守点検、保管、在庫管理）。
- ・ 直接的に価格に利いてくるのは、人的な触れ合いに要するサービスにかかる人件費よりも、用具（ハード）の管理コスト。実際は人件費の方がかかるが、人件費は固定なので価格への影響ということになれば用具（ハード）の管理コスト。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・ 1 位は、搬入・取付・調整（納品業務）。2 位は、使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）。3 位は、搬出（回収業務）。
- ・ 物的なサービス（用具（ハード）の管理）のほうが商品や利用状況により内容が異なる。
- ・ つり具などはなかなか使いこなせないから「使い方指導」に手間がかかる。
- ・ 一度にたくさん運べばコストダウンするという意味で「搬入」や「搬出」サービス。一人で運べるベッドならコストがダウン。
- ・ サービス内容は、商品によるより、利用者によって異なってくる。初めて使う人は手間がかかる。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1 位は居宅介護支援事業所等との連携。2 位はスタッフ教育・研修。3 位は、営業体制。
- ・ まずは人ありきのため、教育研修、営業体制にはコストをかける。

- ・福祉用具専門相談員が主体となって業務を進めることも多い。相談員の知識を生かせるケースが増えている。また、お試し使用の時など、福祉用具専門相談員とケアマネジャーが利用者宅へ同行することが増えている。
- ・用具の効果を高めるために、域内居宅介護支援事業所のケアマネジャーとの関係強化・協力が重要。これには人員体制面での充実が必要。ケアマネジャーに逆らうことにはまったくメリットがない。

⑩全体の体制部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・1位は営業体制。2位は居宅介護支援事業所等との連携。3位は、スタッフ教育・研修。
- ・人員体制面で強力なマンパワーが必要なことから、経費（人件費）がかかる。まずは人ありきのため、教育研修にはコストがかかる。さらに、ケアマネジャーとのシナジーを発揮するために、域内居宅介護支援事業所のケアマネジャーとの関係強化が重要。

⑪貸与価格決定の考え方

- ・市場の相場（いわゆる世間の相場）と、ケアマネジャーと利用者の値ごろ感で貸与価格は決まってくる。原価積上方式では決して決まらない。採算を見て貸与価格を調整することもない。
- ・提供するサービス内容の価格競争力（魅力）やコストが一律に価格に反映することはない。介護保険を適用する場合、利用者負担は価格の1割となるので10分の1の競争でしかない。利用者が価格（の納得感）を感じづらい。よって価格は相場に吸収されてしまうのではないか。
- ・用具コスト以外の部分について、福祉用具メーカーとの関係で生じるものは少ない。コスト的にたいしたことはない。「商品説明会」「商品カタログ」等、メーカーは原則無料で情報提供してくれる。

⑫事業採算性の考え方

- ・事業全体の中での採算性の考え方については、「他の事業はあるが、福祉用具貸与がメインなので、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須であり、かつ福祉用具貸与事業部門の収益への期待が大きい。」
- ・福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「各部門（プロセス毎）には採算を管理できないが、全体で採算が取ればよい。」
- ・貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、用具種類毎、貸与機器毎の採算性までは考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・同じ型番の商品について、新品を高い価格で貸与している。
- ・新品か否かでサービス内容の差はない。
- ・利用者の要望によるもの。新品は多くはないので、希望者の要望に応えるために新品を別

価格とした。同じ価格なら皆が新品を希望して成り立たない。サービスの売り（特徴）にしているわけではなく、新品貸与が多くもない。勧めるわけではなく、ケアマネジャーもこだわらない。利用者本人の意識の問題。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・介護保険対象外のケース（利用者が要支援の場合など）用に実施している。介護保険適用とは別体系で、極めて安い自費レンタル価格を設定。型番落ちした古い商品が対象となる。貸与用具は選べない。商品の選択の余地を残している。
- ・自費レンタルでは別契約形態をとり、介護保険適用の場合とはサービスを変えている。搬入、搬出、消毒といったサービスは同じだが、モニタリング等のサービス業務は実施していない。介護保険適用の場合とはサービス業務の量を減らしている。

⑮貸与価格の変更について

- ・これまで1～2回、変更した。頻度は少ない。
- ・ケアマネジャーや役所への説明が要るので、変更しづらい。変更に対してケアマネジャーから苦情が来たことがある。
- ・これからの利用者にだけ値下げとなるわけにはいけないので、既契約者に連絡してその商品につき、一斉に下げる。利用者や貸与開始時期により価格を変えることはしない。事務手続きは複雑で、事務コストや作業負担は重い。個人的には、契約行為なので開始時期に応じて貸与価格が変わってもよいと思う。

(5) E 法人

概要	全国展開をしており、福祉用具以外の業務を行っている兼業事業者
地域展開（全国／単域エリア等）	全国展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	都市&地方
営業規模（複数営業所:10箇所以上／少数:2～3箇所）	複数（10箇所以上）
サービス形態（貸与専業、他サービスとの兼業）	他サービスとの兼業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	レンタル卸中心
組織分類(非営利(社協、生協等)／営利事業者)	営利事業者

① 福祉用具貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・全国展開する介護関連の事業者。
- ・福祉用具貸与事業のほか、福祉用具販売、住宅改装、訪問介護、居宅介護支援、訪問入浴、訪問看護、デイサービス、グループホーム、有料老人ホーム等の事業を行う。
- ・用具貸与事業に関してレンタル卸利用100%。
- ・全国20拠点で営業展開を行っている。

② 「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・レンタル卸100%が経営方針となっている。
- ・レンタル卸ではリスクが少ない。自社レンタルでは、資産の設備投資リスク（不稼動リスク）と管理（保守・消毒等）不備による事故のリスクを抱える。このリスクを回避したい。
- ・「自社倉庫での保管・管理や搬入・取り付け・調整、引き上げ（搬出）」のコストの負担を回避するため、レンタル卸を利用しているわけではない。午前9時まで発注すれば夕方までにレンタル卸が自社センターまで持ってくる。14時までであれば翌日には配達される。
- ・利用者宅ではなくセンターへの一括配送なのでレンタル卸元からの貸与価格を抑えられる。
- ・レンタル卸では、設備投資や自社資産の不稼動リスクがない。

③ 「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	0%	100%
車いす	0%	100%
特殊寝台	0%	100%

④ 福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	35人
それ以外（OT、PT、介護福祉士等）	

⑤ 主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等 情報無し

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1 位が使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）、2 位が適合性判断（フィッティング）、3 位が必要性判断・品目の選定（選定相談）。
- ・ 人的な触れ合いを要するサービス部分が特徴。社員にヘルパー経験者が多い。介護福祉士などの資格保有者が用具を担当しているのでそれが可能。
- ・ 住宅改修業務に強みがある。住宅改修業務が取っ掛かりとなってケアマネジャーとの関係、利用者との関係を作り、福祉用具貸与業務に発展させるというのが典型的なビジネス・パターンであり、サービスの特徴。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ 1 位が使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）、2 位が適合性判断（フィッティング）、3 位が必要性判断・品目の選定（選定相談）。
- ・ レンタル卸利用で商品への投資がない分、人への投資を行っている。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・ 1 位が使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）、2 位が適合性判断（フィッティング）、3 位が必要性判断・品目の選定（選定相談）。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1 位は営業体制。2 位はスタッフ教育・研修。3 位は、展示会、セミナー等の情報提供活動。
- ・ 会社として、住宅改修に注力。実績は、8,000 件／年、11 億円／年。福祉用具貸与事業とは別のスタッフが対応。建築士、住宅コーディネーター、ヘルパー 2 級の資格を有する人が行っている。プランニングなどはすべて自社のスタッフが行う。3 年前にレンタル部門とリフォーム部の事業部の統合があった。リフォームが主で、福祉用具貸与は従である。介護保険適用の方が多い。
- ・ 住宅改修事業とのシナジー効果で福祉用具貸与事業がうまく回っている。
住宅改修・レンタル両方のプランニングができるとケアマネジャーの利便性が高まる。住宅改修の相談が契機となってケアマネジャーとの関係、利用者との関係ができる。リフォームから福祉用具貸与に結びつくことが多い。差別化につながっている。
- ・ スタッフ教育・研修、ケアマネジャー等社外関係者向けセミナー・研修は、本社・教育研修課がスケジュール・内容等を計画。営業所内の実施対応は営業所長が行う。体系だっており、充実している。内容は住宅改修、介護内容、用具新商品、リスク管理、ヒヤリハットなど。
- ・ これらはスキルアップ用であるが、社外に P R してはいない。直接的な価格競争力としては使っていない。

⑩全体の体制部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ 1 位はスタッフ教育・研修。2 位は営業体制。

⑪貸与価格決定の考え方

- ・最終的には、市場性、マーケットの相場観（値ごろ感）で決まる。
- ・レンタル卸元の卸価格がベースとなる。
- ・用具コスト以外の部分について、福祉用具メーカーとの関係で生じるものは少ない。コスト的な影響は軽妙である。

⑫事業採算性の考え方

- ・事業全体の中での採算性の考え方については、「他の事業と総合しての採算性も考えるが、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須である。」
- ・福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「福祉用具貸与拠点別に予算管理しそれぞれの採算性は見ている。各部門（プロセス毎）には採算を管理している。」
- ・貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、用具種類毎、貸与機器毎の採算性までは考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・新品の高価格設定での貸与はしない。
- ・型番落ちした古い商品を安い価格でレンタルすることはしない。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・介護保険の認定がもれた場合、例外として実施。例えば貸与している人が入院して退院後、要支援となるようなケースである。介護保険適用とは別に、自費レンタル価格を救済措置として設定している。同じ型でも介護保険適用と自費レンタルでは、3分の1以下の価格の料金体系、別契約形態をとって貸与。
- ・自費レンタルでは別契約形態をとり、介護保険適用の場合とはサービスを変えている。搬入、搬出、消毒等のサービスは行うが、モニタリング等のサービス業務は実施していない。介護保険適用の場合とはサービス業務の量を減らしている。

⑮貸与価格の変更について

- ・原則、既存商品の貸与価格は変えない。理由は事務コスト／事務負担回避するため。
- ・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（機種の差で）対応する。

(6) F 法人

概要	・全国展開をしている ・福祉用具単独業務の事業者
地域展開（全国／単域エリア等）	全国展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	都市&地方
営業規模（複数営業所:10 箇所以上／少数:2～3 箇所）	複数（10 箇所以上）
サービス形態（貸与専業、他サービスとの兼業）	他サービスとの兼業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	自社レンタル
組織分類(非営利(社協、生協等)／営利事業者)	営利事業者

①貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・2000 年の介護保険制度の導入以前から、福祉用具の貸与事業を実施。従業員数は約 640 人。自社レンタル100%。
- ・福祉用具貸与事業は、直営の60事業所、30サービスセンターにて展開。
- ・業務内容は福祉用具貸与のほか、販売、住宅改修、居宅介護支援、デイサービスを実施。
- ・福祉用具貸与事業がメイン業務。売り上げの大半が福祉用具貸与事業。続いて販売と住宅改修。居宅介護支援、デイサービスは比較的少ない。
- ・福祉用具相談専門員 600 人以上（本部除く）。
- ・事業所によって貸与価格の差はなし。サービス内容の差もなし。

②「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・自社レンタル100%。
- ・福祉用具製造のグループ会社からやOEMにより品揃え等でのメリットを活かしている。
- ・商品の品揃えは他社に比べ多く、広範なニーズに対応可能。グループ会社製品についてはおのずと自社レンタル100%となった。
- ・グループのメーカー機能の活用の観点から、レンタル卸として他社事業者に用具を出している。他事業者に用具を貸す（出す。取り次ぐ）ことは自然だが、他事業者から用具を借りることは、考えにくい。
- ・グループ会社の商品を使いたいという人は自社を利用してくれることが多い。親会社のブランドのネームバリューを利用して営業活動している。それも自社レンタル100%の理由。
- ・福祉用具貸与事業メインで事業を行っているため、兼業の場合とは異なり自社レンタルが自然。
- ・稼働率の低い商品、電動車いす等の高額商品や事故リスクの高い商品についてレンタル卸を検討したことはあるが、導入に踏み切るだけのメリットはなかった。

③「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	100%	0%
車いす	100%	0%
特殊寝台	100%	0%

④福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	602 人(本部除く)
それ以外（O T、P T、介護福祉士等）	

⑤主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等

	アイテム数	貸出台数	最低	最高	最多価格
車いす	134	—	3,000	40,000	7,000
ベッド	655	—	3,000	22,000	10,000
手すり	59	—	1,000	5,000	2,000
歩行器	50	—	2,000	7,800	3,000
リフト	38	—	6,000	50,000	20,000

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1 位が適合性判断（フィッティング）、2 位が必要性判断・品目の選定（選定相談）、3 位がモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）。
- ・「対人援助」がサービスの根幹と考えている。順位は決められないが、適合性判断（フィッティング）、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・修理時対応）の各プロセスの対人援助サービスに力を入れている。
- ・必要性判断・品目の選定（選定相談）のところで、プロセスとは関係ないが、「商品種類の豊富さ」を特徴としてアピールできる。差別化につながっている。
- ・利用計画書の作成はコストとの兼ね合いで現時点考えていない。
- ・「住宅改造」「医療機器貸与」事業と連携し、利用者の利便性を高めている。ビジネスがうまくつながり、差別化と売上げのアップにつながっている。例えば、病院を退院する時など、「医療機器」も「福祉用具」も時には「住宅改造」も必要となるので、一事業者でこれらの入手が済めば利用者は助かる。医療系のケアマネジャーが「福祉用具」も依頼してくるパターンが多い。
- ・現在「医療機器貸与」事業は伸びが大きい。在宅医療の方へ貸与するが、福祉用具も同時に使う人も多いので相乗効果がある。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・ 1 位が保管保守（保守点検、保管、在庫管理）、2 位が搬入・取付・調整（納品業務）、3 位が搬出（回収業務）。
- ・上記の順番は決められないが、直接的に価格に利いてくるのは、対人援助に要するサービスにかかる人件費よりも、用具（ハード）の管理コスト。実際は人件費の方がかかるが、人件費は固定なので価格への影響ということになれば用具（ハード）の管理コスト。
- ・地域によっては移動距離が大きくなる。搬入・取付・調整（納品業務）と搬出（回収業務）のプロセスで燃料、手間、時間がかかり、価格への影響が多くなる。
- ・搬出（回収業務）については、急ぐので、コスト高となる傾向がある。自宅で葬儀を行う場合、即日引き上げる必要があることが多い。通常でも翌日には対応する。葬儀を自宅外（会館等）で行うことが増えてきたことに伴い、葬儀関係が落ち着いてから引き上げの連

絡をするというケースも増加。

- ・ベッドは、一般的に導入部分（必要性判断・品目の選定、搬入・取付・調整、適合性判断等）に手間と時間がかかる。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・1位が保管保守（保守点検、保管、在庫管理）、2位が適合性判断（フィッティング）、3位がモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）。
- ・順位はつけられないが、用具種類によって機器が複雑化したり、部品が増えたりするので、商品によりサービス内容が異なってくる。例えばモジュールタイプの車いすなど、用具の種類に応じて調節箇所が多くなる。ベッドでも付属品が多い種類では調節の手間が増える。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・1位が営業体制、2位が居宅介護支援事業所等との連携、3位がスタッフ教育・研修。
- ・「人」が全てと考えている。人材の育成と配置の厚みが強みである。人材の質の高さがサービスの質の高さにつながる。
- ・他社と異なり、医療機器分野の扱いに強みがある。医療機器分野と連携した営業体制が差別化につながっている。
- ・スタッフ教育では、すべての営業・納配担当者に「福祉用具プランナー」の資格取得を進めている。
- ・スキルアップ用のスタッフ教育について、社内研修（社内講師／社外講師）は営業所単位に、月1～2回実施。社外研修についても積極的に参加させている。
- ・ケアマネジャー等社外向け関係者への展示会・セミナー・説明会等情報提供は、本部と各事業所が対応している。
- ・本部が実施する社外向け情報提供は、1）HCR（国際福祉用具展）、2）バリアフリー展の2つである。それ以外は地域単位に各事業所がセミナー・説明会等を実施している。テーマは新商品、新制度、用具活用等。外部専門家を招いて行うことも多い。全事業所の延べでは年間100回以上、実施している。
- ・居宅介護支援事業所等との連携は、個別営業活動のすべてのようなところがあるので、力を入れている。

⑩全体の体制部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・1位が営業体制、2位が居宅介護支援事業所等との連携、3位がスタッフ教育・研修。
- ・「営業体制」「スタッフ教育・研修」については、人材の育成と配置の厚みのため、人件費と研修費がかかる。
- ・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に時間と手間がかかり、貸与価格への影響が大きい。サービス担当者会議への出席、ケアマネジャーとの利用者宅同行訪問、連絡や情報交換の実施等、注力している。

⑪貸与価格決定の考え方

- ・介護関連業務のサービスの質は利用者に理解されにくい。価格が重要なファクターであることから、市場相場は気にしている。
- ・事業所（地域）によって、貸与価格とサービス内容に差はない。価格競争力が劣る地域もあるが、知名度と企業体力、商品の豊富さをはじめとするサービス内容の質に自信（競争力）があるので価格を下げることはしていない。全事業所トータルの採算でコストを調整する。利用者にわかりやすい、販売事務の簡素さとコスト節約を図る、といった理由もある。

⑫事業採算性の考え方

- ・事業全体の中での採算性の考え方については、「福祉用具専門に近いので、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須である。住宅改修と販売については採算が取れているが、居宅介護支援とデイサービスは採算が取りにくい。総合しての採算性を高めるために、福祉用具貸与事業の収益への期待は大きい。」
- ・福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「福祉用具貸与事業所別に採算性は見ているが全体で採算が取ればよい。各部門（プロセス毎）には採算を管理できないので、全体で採算が取ればよい。」
- ・貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、用具種類毎、貸与機器毎の採算性までは考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・行っていない。介護保険対象の商品についてすべて同一価格である。新品、中古品で価格の差はない。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・ベッドについてのみ、自費レンタル専用の独自商品で対応している。
- ・介護保険が適用できる用具では、適用か否かで料金を変えない。同一機種の用具は全料金体系で同一価格である。
- ・保険適用外の用具で、自費レンタル専用の独自商品を安く提供している。特殊寝台にあたらないベッドで、低価格の貸与ベッドとして月額貸与価格 3,000 円程度で提供している。通常のベッドに、サイドレールと高さ調節だけ加わっていればよいという人向けのベッドである。介護保険適用のベッドとは価格体系が異なる。
- ・自費レンタル用具では別契約形態をとり、介護保険適用の場合とはサービスを変えている。搬入、搬出、消毒といったサービスは同じだが、モニタリング等のサービス業務は実施していない。（「てすり」を新たに入れる場合のフィッティングは行う。）介護保険適用の場合とはサービス業務の量を減らしている。
- ・介護保険適用用具とのコストの差は、1）サービス内容の絞込み、2）介護保険請求業務の事務負担無し、3）ケアマネジャーへの連絡等業務の負担無し、等による。
- ・利用者の状態が変わり、背上げが必要などニーズが変わればアセスメントを行い、介護保険対象の用具に移行することもできる。

⑮貸与価格の変更について

- ・既存商品の貸与価格は変えない。理由は事務コスト／事務負担を回避するため。既存契約者についても価格を変更しなければならないが、大手なので人数が大変多く、対応が難しい。

(7) G法人

概要	・比較的広域に展開 ・福祉用具単独業務の事業者 ・社内研修を積極的に展開
地域展開（全国／単域エリア等）	広域（全国でも単域でもない）エリア展開
サービス提供エリア（都市部／地方部中心）	都市&地方
営業規模（複数営業所:10 箇所以上／少数:2～3 箇所）	複数（10 箇所以上）
サービス形態（貸与専業、他サービスとの兼業）	専業
レンタル品業務体制（自社レンタル、レンタル卸）	自社レンタル
組織分類（非営利（社協、生協等）／営利事業者）	営利事業者

①貸与事業の形態と事業所展開の特徴

- ・1963 年にリネンサプライ業より事業開始。1988 年、全国ネットの福祉用具貸与事業開始。従業員数は約 1,400 人。自社レンタル 100 %。
- ・福祉用具貸与事業は、22 県の 44 事業所にて展開。9 箇所の衛生管理センターで貸与用具の洗浄・消毒を実施。うち、6 箇所のセンターで福祉用具消毒工程管理認定基準を達成、消毒工程管理認定マークを取得。
- ・業務内容は福祉用具貸与のほか、販売、住宅改修、居宅介護支援（都内の 1 区内のみ）を実施。
- ・福祉用具貸与事業がメイン業務。売り上げの多くが福祉用具貸与事業。続いて住宅改修と販売。居宅介護支援事業はパイロット的位置づけ。
- ・福祉用具相談専門員 800 人以上。電話相談から、納品・修理・交換まで通常業務すべてについて、365 日体制、年中無休での営業体制を敷く。
- ・事業所によって貸与価格の差はなし。サービス内容の差もなし。
- ・同業の 12 社により、福祉用具貸与事業の全国ネットワーク（沖縄から北海道まで）を構築。
- ・住宅改修は、手すり取り付けから改修工事全般まで対応する。200 名以上の福祉住環境コーディネーターを中心に業務を行う。

②「自社レンタル」と「レンタル卸」利用の考え方

- ・自社レンタル 100 %。効率性の観点から。
- ・リネンサプライで事業がスタートし、寝具リースで展開した。そのため、おのずと自社レンタル 100 %となった。
- ・レンタル卸として他社事業者へ用具を貸し出す率は 30 %程であった。もともとこれは、「レンタル卸」という事業形態を目指したものではなく、単に福祉用具貸与事業の拡大のための取次店契約から始まったものである。1990 年くらいから生協などと取次店契約を結んでいた。そのため、他事業者へ用具を貸す（出す。取り次ぐ）ことは考えても、他事業者から用具を借りることは、考えたことはない。
- ・以前はレンタル卸として他社事業者へ用具を貸し出す率が 30 %程あった。介護保険が施行された後、利用者への貸出が中心となった。傾向として、他事業者へのレンタル卸は減

っている。自社独自のビジネスモデルへ移行している。

- ・福祉用具貸与事業メインで事業を行っているため、兼業の場合とは異なり自社レンタルが自然。
- ・自社の消毒設備（センター）に十分な設備投資を行っている。自社レンタル品で稼働率を上げ、設備投資を早く回収し効率性をアップしたい。自社設備・資産に充分、資本投下しているので、レンタル卸の利用は現時点、考えていない。
- ・自社レンタルでは、自社資産が増えるので設備投資リスク（不稼動リスク）、保守・保管・消毒等不備による事故のリスクが増すが、管理面を充実させれば対応可能。企業の体力もある。
- ・自社レンタルでも用具の種類や用具毎のアイテム数は十分多い。360以上の品目数で、全国でもトップの種類数を確保。福祉用具貸与事業の長年の実績があり、自社レンタル100%でもアイテム数は充分。

③「自社レンタル」と「レンタル卸」比率

	自社レンタル	レンタル卸
全体	100%	0%
車いす	100%	0%
特殊寝台	100%	0%

④福祉用具専門相談員／資格保有者数

福祉用具専門相談員指定講習課程修了者	693 人
それ以外（OT、PT、介護福祉士等）	17 人

⑤主な福祉用具 種類別アイテム数／貸出台数／貸与価格等

	アイテム数	貸出台数	最低	最高	最多価格
車いす		—	8,000	25,000	8,000
ベッド		—	8,000	30,000	11,000
手すり		—	4,000	8,000	5,000
歩行器		—	4,000	6,000	4,000
リフト		—	10,000	30,000	10,000

⑥個別プロセス部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・1位がモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）、2位が必要性判断・品目の選定（選定相談）、3位が点検・修理・消毒。
- ・モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）、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）の対人支援系の各プロセスでは、「利用者の状態像の確認」が一番大事と考え、最大注力している。サービスの一番の特徴である。
- ・モニタリングの主な業務は用具の点検・修理ではなく「利用者の状態の確認」と「利用者の使用状況の確認」と考えている。
- ・そのため、モニタリングでは、訪問して対応することを重視。納入10日以内に再度訪問し利用者の状態と使用状況を確認する。その後も3ヶ月毎の頻度で訪問し、確認・点検を実施する。

- ・モニタリング以外のプロセスでも、訪問の有無と程度がサービス内容の目安と考えている。
- ・モニタリングではご自宅に訪問し、使用・適合状況を常時細やかに確認。その他、居宅介護支援計画の長期・短期目標の達成状況も確認。日常生活動作の変化による機種の変更、故障・不具合による修理・交換にも迅速に対応している。
- ・10日以内のモニタリング及び3ヵ月毎の定期モニタリング、故障・修理時の対応、それぞれについて結果記録を全ケースで作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明・提出。
- ・消毒では、9箇所の衛生管理センターのうち6箇所で消毒工程管理認定マークを取得。福祉用具貸与における消毒工程はサービスの質を示す指標ととらえており、最新の消毒システムを備え、差別化を図っている。
- ・衛生管理に注力しており、回収した用具とともに、戻ってきた車両内部を殺菌・消毒している。

⑦個別プロセス部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・1位がモニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）、2位が保管保守（保守点検、保管、在庫管理）、3位が必要性判断・品目の選定（選定相談）。
- ・モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）は最大注力し時間もかけているので、人件費がかさむ。さらに質の高いモニタリングを実施できる人材育成のための研修費用、人材獲得費用等、貸与価格への影響が一番大きくなる。
- ・保管保守（保守点検、保管、在庫管理）では、部品単位でバーコード管理している。修理等の保守点検結果、貸出等の商品履歴をデータ化して保管。劣化や故障などによる事故を未然に防止している。
- ・保管保守（保守点検、保管、在庫管理）、必要性判断・品目の選定（選定相談）をはじめ、搬入・修理・交換、搬出まで通常業務全てで業界初の年中無休365日体制を実現した。ローテーションを組むため、余剰人員が必要となる。余剰人員を含めた通常営業より多い人員について人件費、育成費用がかかる。
- ・必要性判断・品目の選定（選定相談）では、平均2回電話で確認、平均3回訪問して実施している。
- ・選定相談では、利用者の身体の状態について要介護度、ADL（日常生活動作）等、利用者の生活環境について介護者、家族構成、居住環境、IADL（手段的日常生活動作）、在宅サービスの利用状況等を確認。
- ・選定相談用のシートおよび利用計画書を全ケースで作成、保管。利用者、ケアマネジャーへ説明・提出している。
- ・利用計画書の作成は自社独自のサービスと考え、力を入れている。業界全体へも普及を図っている。利用計画書には用具利用目的、短期・長期達成目標、居宅介護支援計画の目標、福祉用具専門相談員の助言等を記載。モニタリング段階で短期・長期達成目標、居宅介護支援計画の目標の達成状況を確認している。

⑧個別プロセス部分における商品や利用状況により内容が異なるサービス

- ・1位が搬入・取付・調整（納品業務）、2位が必要性判断・品目の選定（選定相談）、3位

が点検・修理・消毒。

- ・ 1位の搬入・取付・調整（納品業務）について、フルモジュールの車いすなど、用具の種類に応じて調節場所が多くなったり少なくなったりする。容具や利用状況によりサービス内容が異なってくる。
- ・ 2位の必要性判断・品目の選定（選定相談）、3位の点検・修理・消毒についても、用具や利用状況により手間が大きく異なってくる。

⑨全体の体制部分におけるサービスの特徴／差別化が図れるサービス

- ・ 1位が営業体制、2位がスタッフ教育・研修、3位が居宅介護支援事業所等との連携。
- ・ 営業体制については、通常業務全てで業界初の365日体制を実現。事業所とショールームで電話相談から納品・修理・交換まで年中無休で対応。原則、即日、遅くとも翌日までの納品、引取り等の迅速対応を実施。差別化につなげている。人員は、ローテーションを組んで対応している。
- ・ スタッフ教育・研修について、モニタリング、選定相談、フィッティング等、質の高い対人支援を実施できる人材育成のため、研修に力を入れている。社外研修、社内研修とも充実させている。スキルアップ用、資格取得用とも積極的に参加させている。開催頻度も多い。基本的には営業所単位で対応している。
- ・ 資格要件取得用の研修には特に力を入れ、結果、社内に福祉用具専門相談員、福祉住環境コーディネーター等の資格者が数多くいる。
- ・ 利用者が使える指標として、全国福祉用具専門相談員協会の事業として、福祉用具専門相談員単位の研修ポイント制を検討。研修やテストを受けたらポイントを獲得できるようにし、この獲得ポイントを発表すればサービスの目安になる。
- ・ ケアマネジャー、看護師等社外関係者向けの情報提供活動も営業所単位で実施している。テーマは新商品、新制度、リスク対応等。
- ・ 事業所が行う研修とは別に本社企画部が2007年から福祉用具に関するペーパーによるレベルテストを3回実施した。社員が交代で受験し、研修と両輪になっている。会社も、社員個人としても、専門相談員のスキルを確認したいという要望があった。東京ビッグサイトで行うほど大掛かりなもので、参加者は400人→450人→500人と増えている。レベル判定し、ランキングも出し、成績上位者は発表もしている。福祉用具貸与事業の全国ネットワークで連携する同業12社の社員も参加している。社外へのオープン化も検討。
- ・ 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もある。サービス担当者会議へは毎回出席、随時ケアマネジャーと利用者宅へ同行訪問。選定相談シート、利用計画書、提供実績表の書類により、定期的に連絡を取り、情報交換している。
- ・ ケアマネジャーからは利用者の情報や要望等の提供を受け、協力しあう。ケアマネジャーが要請する用具をその通り提供するのではなく、福祉用具専門相談員がケアマネジャーと相談しながら種目や品目を提案している。

⑩全体の体制部分における貸与価格に与える影響が大きいサービス

- ・上記のサービスの特徴と同様に、1位が営業体制、2位がスタッフ教育・研修、3位が居宅介護支援事業所等との連携。
- ・営業体制については、1) 365日体制実現、年中無休対応、2) 原則、即日、遅くとも翌日までの納品、引取り等の迅速対応、コストが大きい。人員は、ローテーションを組んで対応するため人件費、育成費用がかかる。
- ・スタッフ教育・研修について、モニタリング、選定相談、フィッティング等、質の高い対人支援を実施できる人材育成や資格取得者増加のため、研修に力を入れており、コストが大きい。
- ・居宅介護支援事業所等との連携、ケアマネジャーとの関係強化は極めて重要な営業活動であり、コストがかかる。サービス担当者会議への出席、ケアマネジャーとの利用者宅同行訪問、連絡や情報交換の実施等。

⑪貸与価格決定の考え方

- ・原価計算に基づき貸与価格を決めている。用具、サービス部分、その他のコストを積み上げた。実績のほか、コストの予想も加え価格を決定。実際には用具減価償却費、人件費、倉庫・事務所等賃借料、消毒設備償却費、車両費用、広告費、通信費等から価格を計算した。
- ・比較・参考にする他者の価格や市場相場がなかったため、自社で原価を計算した。
- ・手数のかかる原価計算方式をとった理由は、上記のほか、利用者に明確に根拠を知らせたかった、貸与価格を公明正大にしたかったためである。
- ・用具コスト以外の部分について、福祉用具メーカーとの関係で生じるものは少ない。コスト的にたいしたことはない。メーカーにとって大口顧客である自社への商品説明は重要なので、すぐに、原則無料で実施してくれる。メーカーの「商品カタログ」入手コストもほとんど発生しない。時間を割くだけであるが、人件費は発生する。
- ・原価計算方式なので、サービス内容が厚く、コストがかかれば、貸与価格は高くなる。価格だけで事業者が選択されると価格競争が起き、価格低下の結果、サービスの質が落ちる。「安かろう、悪かろう」の世界となる。サービスの質が落ちれば福祉用具本来の機能が発揮できず、却って無駄が多くなる。これでは元も子もない。サービスの質を上げてそれに見合う適正な価格を設定し、適正な利潤をとるのが本来の姿であり、自社の価格に対する考えである。
- ・訪問介護等と比べ、福祉用具貸与事業は営業エリアが広い。そのため、利用者宅への訪問にコストがかかる。だからこそ、モニタリング等の各プロセスでも、訪問の有無と程度がサービス内容の目安となり、サービスの質を左右するものと考えている。
- ・事業所によって、貸与価格とサービス内容に差はない。理由は利用者にわかりづらいため。利用の条件は同じにしたかった。利用者が住むところを替えたとき、価格やサービス内容が変わると不安を与える恐れがあるため。地域によってコストは異なるので、地域で価格を変えることは今後、検討してもよい。
- ・原価計算し価格を決めるためのデータ収集のため、大きなシステム投資をしている。システムが完成してきた。現在、データ収集しながら分析を実施。経理上の減価償却期間ではなく、実際、用具がどれだけ使えるのか、消毒したら耐久性にどれだけ影響を与えるのか

など、調べている。

⑫事業採算性の考え方

- ・事業全体の中での採算性の考え方については、「他の事業は住宅改修と販売のみ。ほぼ、専業なので、福祉用具貸与事業部門の採算性の確保は必須である。住宅改修と販売については採算が取れているが、総合しての採算性を高めるために、福祉用具貸与事業の収益への期待は大きい。」「居宅介護支援事業は都内1ヶ所でのパイロット的位置づけなので採算は見えていない。」
- ・福祉用具貸与事業における採算性の考え方について「福祉用具貸与事業全体の採算性を重視している。」「福祉用具貸与事業所別に採算性は見えているが全体で採算が取れればよい。各部門（プロセス毎）には採算を管理できない（原価計算は出来ても売上げがたたないので、全体で採算が取れればよい。）」
- ・貸与機器毎の採算性について「貸与機器全体での採算性を考慮」し、用具種類毎、貸与機器毎の採算性までは考えていない。

⑬新品／中古品レンタルの実施

- ・行っていない。介護保険対象の商品についても対象外の商品についても、すべて同一価格である。新品、中古品で機能の差がないので、価格の差はない。

⑭軽度利用者向けレンタル（自費レンタル）の実施

- ・行っていない。介護保険適用外の軽度利用者向けに、中古品を安い価格でレンタル（自費レンタル）することはない。介護保険を使わない場合は、通常商品の10割価格となる。

⑮貸与価格の変更について

- ・10年来、価格を変更したことは無い。
- ・介護保険施行後、ある程度マーケットが見えてきたので、価格の見直しをする時期に来ていると思う。

(8) 行政機関（市役所・介護保険課）

①事業所選択の視点

- ・利用者が福祉用具貸与事業所を選択すると言うより、むしろ、ケアマネジャーの選択による
ところが多い。ケアマネジャーが事業所を選択する選択肢としては、福祉用具貸与事業所
を利用して、対応がよかった事業所や、訪問介護など他の介護サービスを利用する際に
併設されている福祉用具貸与事業所を選択するケースも多い。
- ・要はケアマネジャーとの信頼関係が築けているかどうか。
- ・ケアマネジャーが有している迅速な対応ができる体制がある等の事業所情報は現状では、ロ
コミによるところが多い。
- ・事業所を選択するには、貸与価格については特段考慮に入れていない。
- ・利用者からすれば、介護保険対象商品の場合、1割負担ということもあり、貸与価格の上下に
対してあまり敏感ではないと思われる。
- ・同一法人にて、福祉用具貸与事業所と居宅介護支援事業所が併設されている場合、自分の属
する事業所の貸与商品を斡旋しがちで、ケアマネジャーの中立性の確保がなされていないの
ではないか。

②個別プロセスのうち、事業所選択の際に重視するサービスについて

- ・事業所選択の際に重視するプロセスとは、3つあげるとすれば

- 1) メンテナンス
- 2) 納品、引き上げ
- 3) 使い方指導 である。

理由としては、

- a) メンテナンスについて、一度の納品に限らず、利用者にとって日常生活を支援する観点
から継続的に利用者の状態像に合わせて対応してくれるかどうか。
- b) 入退院時の納品、引き上げを迅速に対応できる体制が組めるかどうか、死亡引き上げの
際に迅速引き上げができる体制が整えられているかどうか。
- c) 使い方指導を納品時に限らず、モニタリング時等、継続的に確認・指導してくれるかど
うか。

③福祉用具貸与事業所に求める要件、どんな福祉用具貸与事業者を選ぶか

- ・行政の立場から言えば、福祉用具専門相談員が制度等についての勉強が不足しているのでは
と感ずることがある。
- ・現状の福祉用具専門相談員は、各々の事業者の営業マンになってしまっている。制度、身体
状況、自事業所に限らない幅広い商品知識等総合的な知識を有する福祉用具専門相談員は現
状非常に少ない。
- ・サービス担当者会議における福祉用具専門相談員の位置づけが医師や作業療法士、理学療法
士等に比べて低いと感じられる。チームケアの観点から、それぞれのサービス担当者が責任
ある発言をできるよう、ケアマネジャーは心がけをする必要があるのではないか。

④その他

- ・現在、福祉用具貸与事業所が一度納品した後に、貸しっぱなしのまま、長期間モニタリングを行わないケースというのは、だいぶ減ってきていると感じる。
- ・また、利用者も長期間貸しっぱなしでモニタリングをされなくとも、特に気にしていない場合もある。レンタルの利点について周知されていないのではないかな。
- ・メンテナンスや入退院時の再メンテナンス、必要なときに必要な商品が利用できる、廃棄の手間が生じない等のレンタルの利点について、ケアマネジャーや福祉用具専門相談員が利用者に理解されるよう説明できていないのではないかな。
- ・現在の利用者の気質によるところもあるのではないかな。

(9) ケアマネジャー（訪問看護ステーション）

①福祉用具貸与事業者のサービス内容に求める事項、貸与事業者を求める能力

- ・福祉用具全般の相談（接遇・知識力・プレゼンテーション能力）
- ・ニーズの把握、ケアプランの共有
- ・品揃えの確保（幅広い適応のための調整能力）
- ・目標に応じた福祉用具の適応（技術力）
- ・福祉用具の使用説明・効能説明（説明力）
- ・定期的点検（工学的視点・説明力）
- ・利用状況のモニタリング（観察力）

②個別プロセスのうち、事業所選択の際に重視するサービスについて

手順2 必要性判断・品目の選定（選定相談）

- ・ニーズの把握、ケアプランの共有
- ・福祉用具全般の相談（接遇・知識力・プレゼンテーション能力）
- ・品揃えの確保（幅広い適応のための調整能力）

手順4 適合性判断（フィッティング）

- ・目標に応じた福祉用具の適応（技術力）

手順5 使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）

- ・福祉用具の使用説明・効能説明（説明力）

手順6 モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）

- ・利用状況のモニタリング（観察力）
- ・定期的点検（工学的視点・説明力）

③福祉用具貸与事業所に求める要件、どんな貸与事業者を選ぶか

【利用者の福祉用具貸与事業所選択の状況】

- ・利用者が地方自治体の「福祉用具貸与事業者のガイドブック」（その地域の福祉用具貸与事業者一覧表）を見て事業所を選ぶことはほとんどない。ケアマネジャーに選択を依頼しているのが大半である。
- ・利用者がケアマネジャーに選択を依頼する際の要望は、用具の不具合が発生した時の対応がよいこと、すぐに来てくれること。

【ケアマネジャーの福祉用具貸与事業所選択の基準】

＜全般＞

- ・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＞

- ・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。

＜説明能力、表現力、プレゼンテーション＞

- ・福祉用具貸与事業者の営業は、サービス内容（モニタリングの内容、選定相談の内容等）を提供し、売り込んで欲しい。商品情報・価格情報も重要であるが、事業所のサービス力を説明して欲しい。
- ・ケアマネジャーに対してだけではなく、利用者に対しても、福祉用具専門相談員や福祉用具貸与事業営業担当者は持っている知識や技術の表現、説明に力不足を感じる。「つえの先のゴムが減ったら取り替えますよ、ここに連絡してくださいね」という小さなことさえも、利用者がどうしたらいいかわからないことがあり、ケアマネジャーに訊いてくる。自分たちに何ができるかの説明能力が足りない。
- ・利用者は福祉用具貸与サービスの内容や範囲がわからずにいる。サービスが使えるように、事業者のサービス内容、要求する方法、要求できる範囲を利用者に説明しなくてはならない。レンタル価格が安いことより、自らのサービスを説明して利用者が安心して相談できる関係を築ける事業者がよい。商品カタログではなく、自社ができるサービス内容が書いてある自社パンフレットを利用者宅へ持って行くことが必要である。
- ・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。

＜サービス内容と貸与価格＞

- ・事業所の福祉用具専門相談員のサービスの質は、用具の貸与価格より優先される。しかし、価格の縛りがないわけではない。介護保険利用限度額があるので、オーバープランは利用者にとって負担である。今回の介護保険報酬改訂でオーバープランの可能性は増してきている。それでもサービスの質を優先したい。
- ・利用者は福祉用具貸与のサービスの事業所間のレンタル価格の差をほとんど知らないことが多い。利用者負担が1割だから価格を気にしないということではない。事業所間で同一商品の価格差があることを知らないのは、情報が行き届いていないからである。情報や資料がすべてそろえられるわけでもなく、ケアマネジャーも事業所間の同一商品の価格差について根拠を持って説明できていない。利用者はいろいろな事業所のカタログを見て価格を比べるほ

ど情報を持たない。

- ・事業者の選択に際し、レンタル価格が重要な要素であることは事実だが、サービス内容の質や説明力の充実がまず優先される。
- ・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。

<商品内容>

- ・利用者のニーズにより、特殊な用具が必要な場合、その特殊な用具の取り扱いがある事業者、その用具の取り扱いの技術をもつ事業者を選ぶ。当然、実績・フィードバック等対応力が優先される。

<ケアプランの共有、ニーズの把握>

- ・ケアプランをよく読みこんでいる事業所がよい。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ところ。
- ・ケアプラン実現に向けて、サービス担当者会議で用具の果たす役割について説明でき、福祉用具専門相談員としての役割の認識を持っている事業者が望ましい。
- ・もっとケアプランを気にして欲しい。ケアプラン実現という目的を共有して欲しい。
- ・サービス担当者会議には用具事業者にも必ず出席してもらっている。ケアプランの実現のため、適切な用具と使用説明やその効果を提案、説明して欲しい。
- ・サービス担当者会議で、ケアチームへの福祉用具の説明・効果の伝達が下手である。あるケースでは、車いすのマットに前後があることを知らずにずっと前後逆に使っていたケースもある。前後の有り無しの説明やその理由、逆にした場合の不具合などを前もって説明していくことの重要性を感じる。

3. ヒアリング調査の結果（総括）

福祉用具貸与事業者7社、利用者サイド2者（行政機関、ケアマネジャー）へのヒアリング実施結果より、全体的な特徴は次の通りである。

（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

専門の事業者は「自社レンタル」のところが多い。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、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、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、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

- ・利用実績があり、対応がよい、メンテナンスや納品・引上げ、使い方指導等のサービスがしっかりしている事業者を選ぶとしている。商品の部分ではなく、人的サービスの部分を重視している。
- ・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、どんな対応をしたか等）がよいことが重要としている。連絡がよく、ケアマネジャーと連携プレーができ、良好な関係を築ける事業者が望ましい。
- ・対応等を記載した書類がしっかりしている事業者を選ぶとしている。書類が整っていればフィードバックもされやすく、フィードバック回数も多いからである。
- ・ケアプランをよく読みこんでいるところを選ぶとしている。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事業者、ケアプラン上のサービス内容の部分を用具について具体的にしっかり記入できる事業所を選ぶとしている。
- ・説明能力、表現力、プレゼンテーションに長けた事業所が望ましい。サービス内容（モニタリングの内容、選定相談の内容等）を説明し、売り込んで欲しいとしている。商品情報・価格情報より、事業所の付加価値であるサービス力を売り込んで欲しいとのことである。ケアマネジャーにサービス内容を説得できるかが重要となる。
- ・利用者に対しても、事業者のサービス内容、要求する方法、要求できる範囲を説明して欲しい。これらを説明して利用者が相談できる関係を築ける事業者がよいとしていた。商品カタログではなく、自社のサービスや連絡先が書いてある自社パンフレットを利用者宅へ持って行って欲しいとしていた。
- ・事業者の選択に際し、価格が重要な要素であることは事実だが、サービス内容の質や説明力等の方が優先としていた。どこまでサービスをしてくれるかで選ぶとしている。
- ・価格に見合うサービスをすればよい。価格が高くてもなぜ高いか説明できればよいのである。その説明がないのが問題としていた。商品よりもむしろサービス内容のプレゼンが重要であるとしている。

第3章 アンケート調査結果

第3章 アンケート調査結果

1. アンケート調査の概要

(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、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。

各プロセスで定量的にデータを取る項目

- ① 実施の有無
- ② 人員体制
- ③ 平均実施回数
- ④ 帳票類の作成

(2) アンケート調査の概要

本ヒアリング調査の対象やその他の概要は以下の通りである。

①調査対象

全国の福祉用具貸与事業所 4,000 ヶ所。

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。

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実施期間

- ・2009年2月初旬～2009年2月下旬までの1ヶ月間

④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) 総数の枠組み部分（体制等）におけるサービス内容
- 6) 総数の枠組み部分（体制等）におけるサービスの特徴／差別化戦略

⑤実施方法

郵送にて回答依頼。

⑥結果分析

単純集計およびクロス集計し、結果を分析。

⑦分析の視点

サービス提供というプロセスの視点で分析する。

どういったサービスを、どの程度行っているか、そしてそれが価格構成のどう影響しているかという視点、特にサービスのそれぞれの工程でどのような差が出てくるかの観点から、総数像を把握する。

つまり、価格差とサービス差の見える化を行い、利用者にデータとして示す。

2. アンケート調査の結果（詳細）

福祉用具事業所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とこれらが貸与価格に対してどのように影響しているかについて把握し、利用者が事業所を選択する際に、貸与価格と付随するサービス内容の双方を勘案できるような仕組みを検討するため、全国の福祉用具貸与事業所を対象としたアンケートを行った。アンケート数は 4,000 とした。アンケートの回収状況は、回答数 1,438、回収率 36.0%であった。

以下、アンケート調査結果の詳細を記載する。

(福祉用具貸与事業に係るサービス内容と貸与価格に関するアンケート)
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

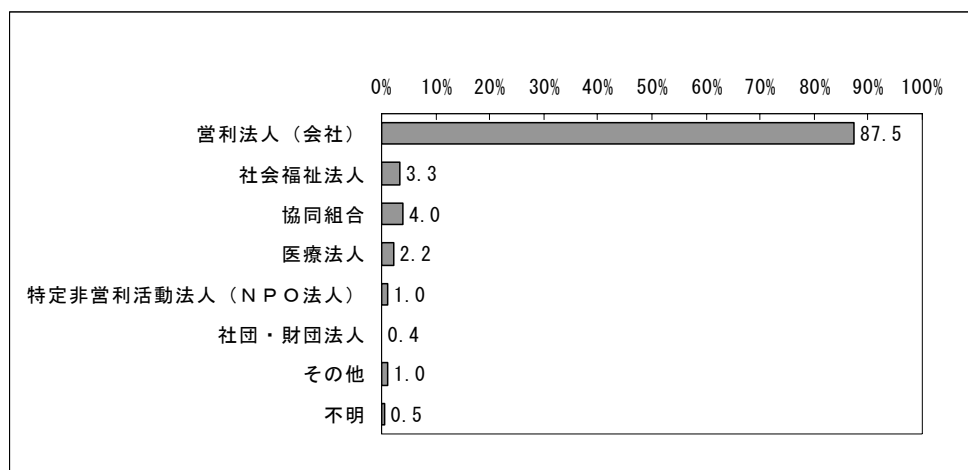
① 事業所種別

事業所別にたずねたところ、「営利法人(会社)」と回答した事業所が 1258 事業所(総数の 87.5%)で最も多かった。

一方、特定非営利活動法人(NPO 法人)も 15 事業所(同 1.0%)あった。

※ 不明の中は、未記入分も含まれている (以下同様)

カテゴリー名	件数	%
営利法人(会社)	1258	87.5
社会福祉法人	48	3.3
協同組合	58	4.0
医療法人	31	2.2
特定非営利活動法人(NPO 法人)	15	1.0
社団・財団法人	6	0.4
その他	15	1.0
不明	7	0.5
総数	1438	100.0

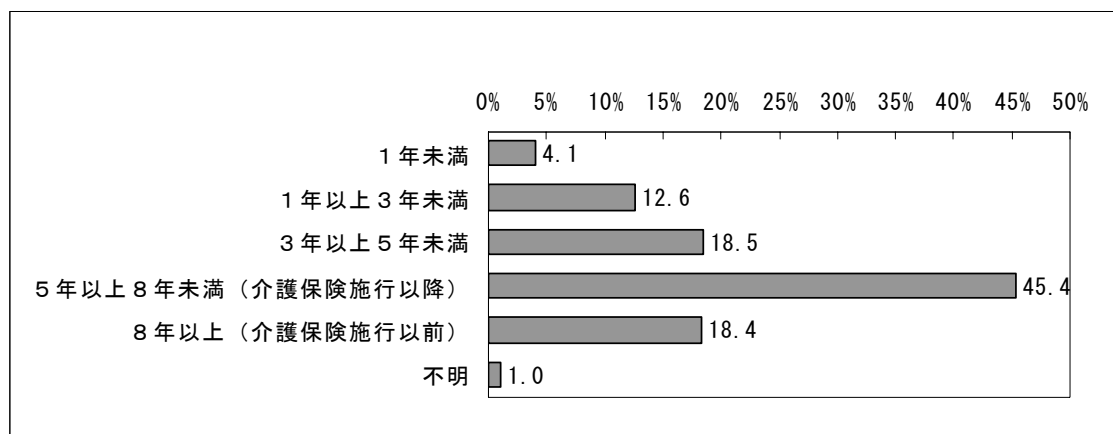


②事業年数

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、653 事業所(総数の 45.4%)が「5 年以上 8 年未満(介護保険施行以降)」と最も多く、次いで「3 年以上 5 年未満」が 266 事業所(同 18.5%)、「8 年以上(介護保険施行以前)」が 264 事業所(同 18.4%)となった。

一方、「1 年未満」と回答した事業所も 59 事業所(同 4.1%)あった。

カテゴリー名	件数	%
1 年未満	59	4.1
1 年以上 3 年未満	181	12.6
3 年以上 5 年未満	266	18.5
5 年以上 8 年未満 (介護保険施行以降)	653	45.4
8 年以上 (介護保険施行以前)	264	18.4
不明	15	1.0
総数	1438	100.0

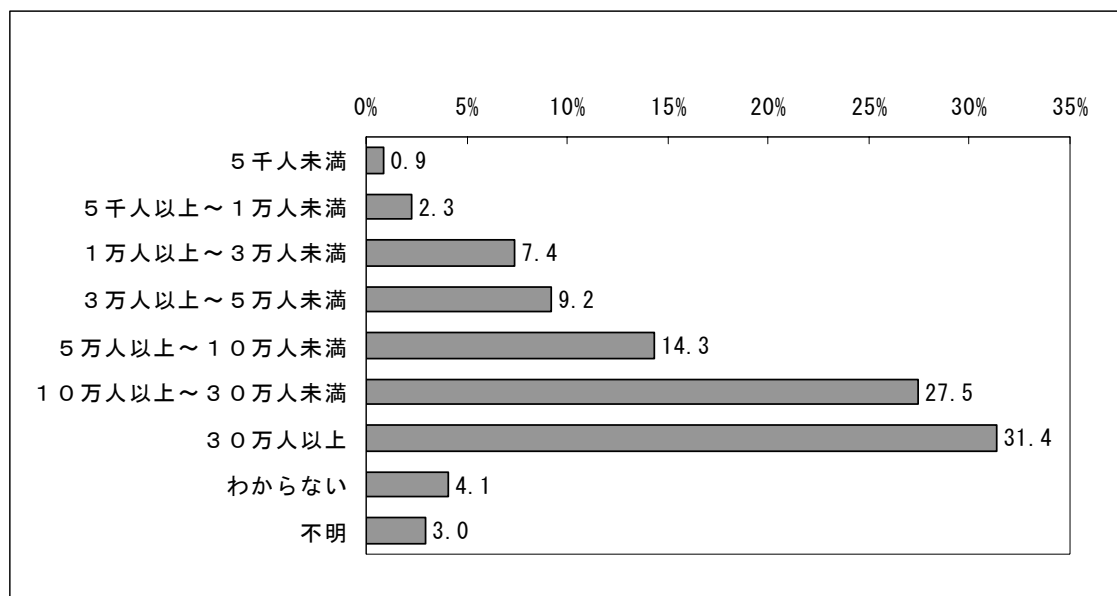


③事業所が立地している市町村の人口規模

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 451 事業所(総数の 31.4%)で最も多かった。次いで「10 万人～30 万人未満」が 395 事業所(同 27.5%)、「5 万人以上～10 万人未満」が 206 事業所(同 14.3%)となった。

一方、「5 千人未満」の市町村に立地している事業所は総数の 1 %に満たなかった。

カテゴリー名	件数	%
5 千人未満	13	0.9
5 千人以上～1 万人未満	33	2.3
1 万人以上～3 万人未満	106	7.4
3 万人以上～5 万人未満	132	9.2
5 万人以上～1 0 万人未満	206	14.3
1 0 万人以上～3 0 万人未満	395	27.5
3 0 万人以上	451	31.4
わからない	59	4.1
不明	43	3.0
総数	1438	100.0

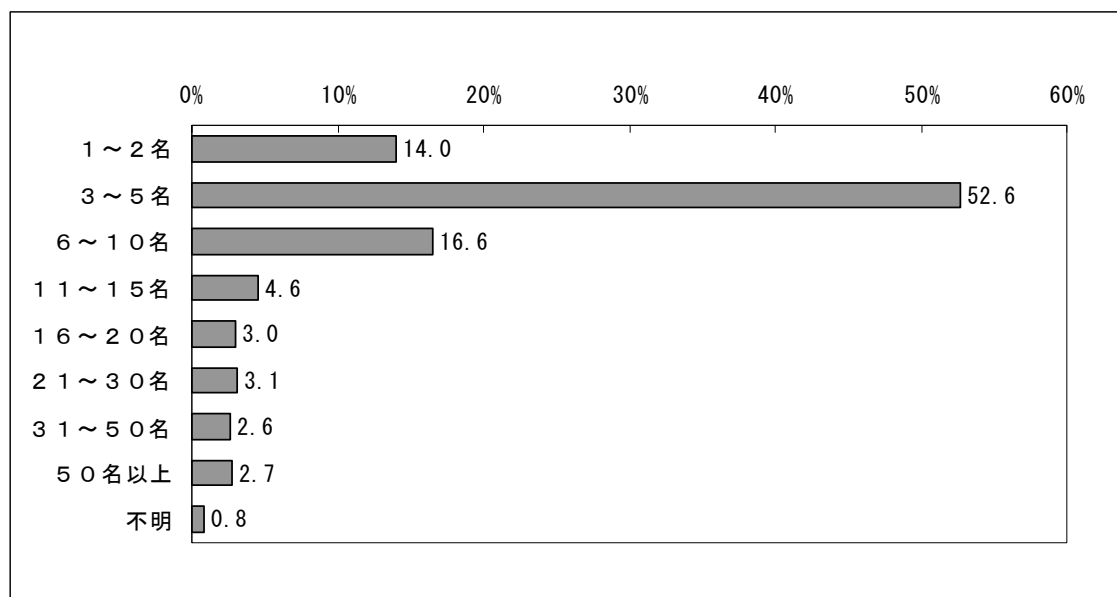


④事業所の従業員数および法人総数の従業員数

事業所の従業員数をたずねたところ、3～5名と回答した事業所が総数の757事業所(総数の52.6%)となり、最も多い結果となった。次いで、「6～10名」が238事業所(同16.6%)、「1～2名」が201事業所(同14.0%)となった。

一方、「50名以上」の従業員を抱える事業所は総数の39事業所(同2.7%)であり、11人以上の従業員を抱える事業所は総数の230事業所(同15.9%)にとどまった。

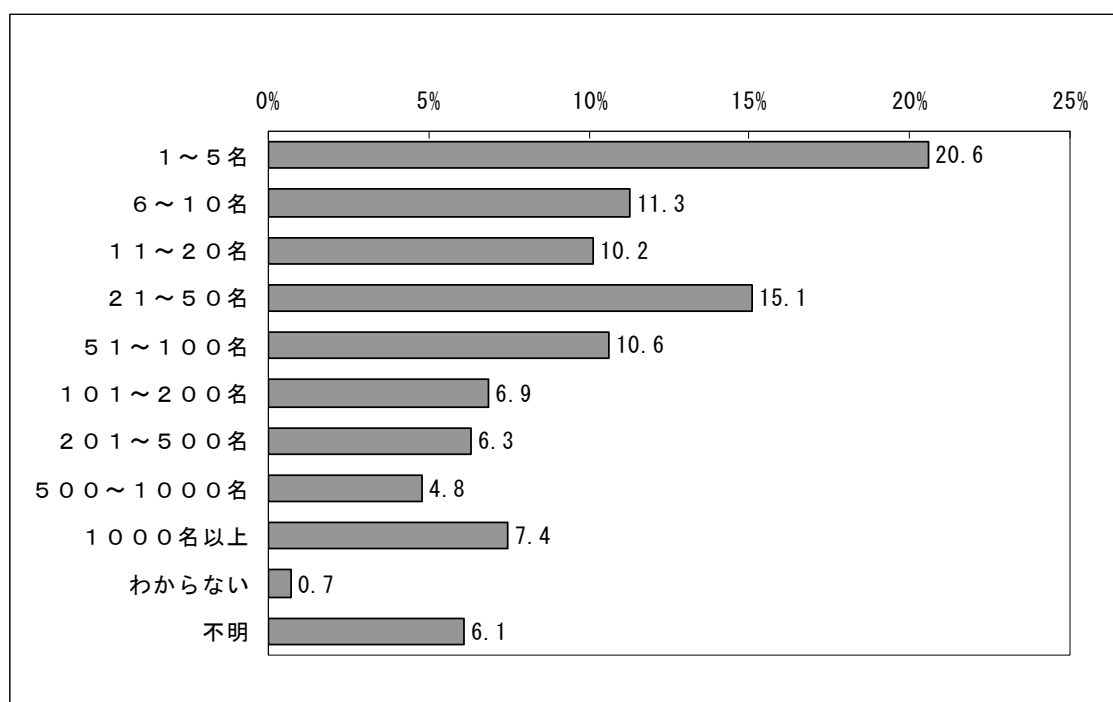
カテゴリー名	件数	%
1～2名	201	14.0
3～5名	757	52.6
6～10名	238	16.6
11～15名	66	4.6
16～20名	43	3.0
21～30名	44	3.1
31～50名	38	2.6
50名以上	39	2.7
不明	12	0.8
総数	1438	100.0



事業所の法人総数の従業員数をたずねたところ、「1～5 名」が最も多く、296 事業所(総数の 20.6%) となり、次いで、「21～50 名」の 217 事業所(同 15.1%)となった。

一方、「1,000 名以上」の従業員を抱える事業所も 107 事業所(総数の 7.4%)あった。

カテゴリー名	件数	%
1～5 名	296	20.6
6～10 名	162	11.3
11～20 名	146	10.2
21～50 名	217	15.1
51～100 名	153	10.6
101～200 名	99	6.9
201～500 名	91	6.3
500～1000 名	69	4.8
1000 名以上	107	7.4
わからない	10	0.7
不明	88	6.1
総数	1438	100.0

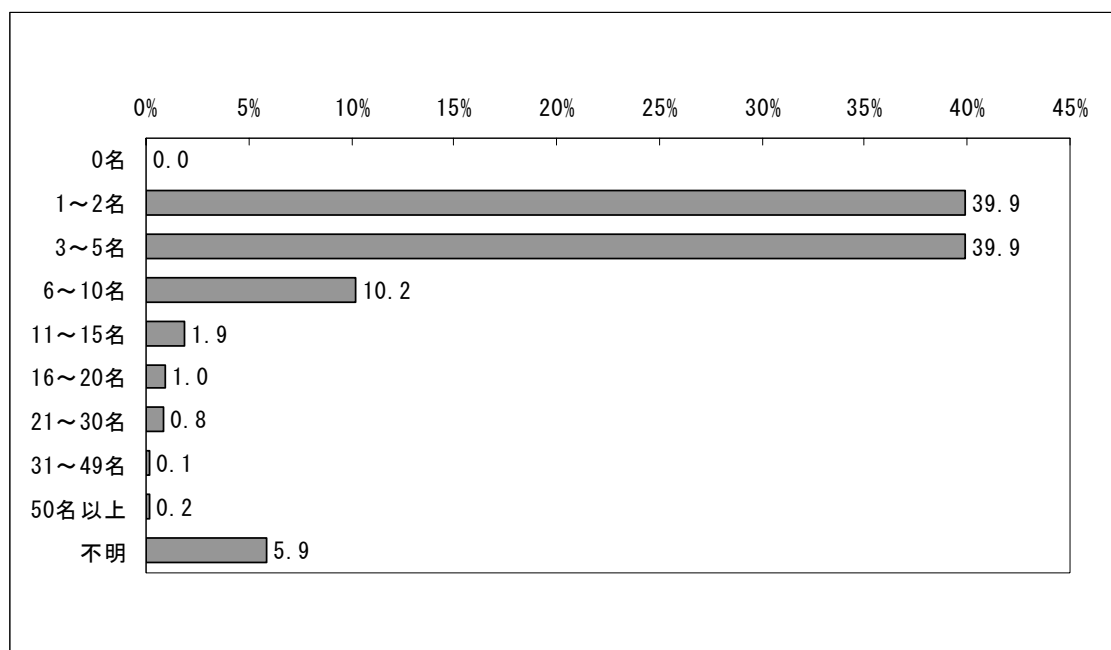


⑤有資格者(指定講習の過程修了者)の有無

事業所に福祉用具専門相談員の資格を有する人、または福祉用具専門相談員指定講習の過程修了者が何人いるかを尋ねたところ、「1～2名」、「3～5名」がどちらも 574 事業所(総数の 39.9%)と最も多く、次いで「6～10名」が 147 事業所(総数の 10.2%)となった。

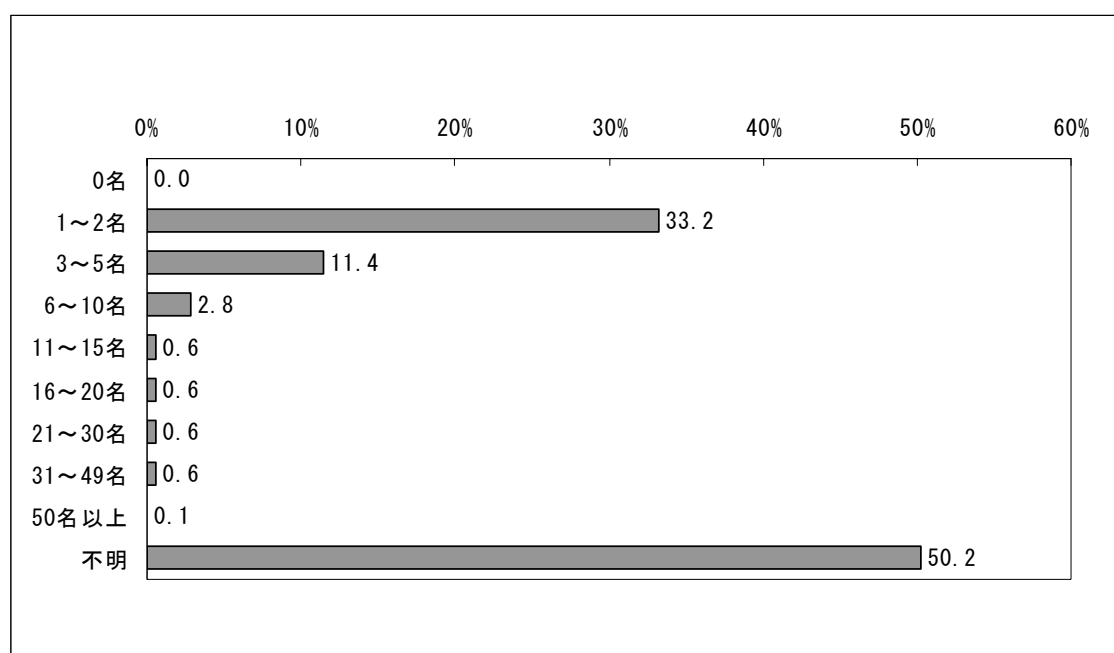
有資格者(指定講習の過程修了者)「10名以下」を集計すると 1,295 事業所で総数の 9割である。同様に「5名以下」を集計すると 1,148 事業所で総数の 8割である。

カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名	574	39.9
3～5名	574	39.9
6～10名	147	10.2
11～15名	27	1.9
16～20名	14	1.0
21～30名	12	0.8
31～49名	2	0.1
50名以上	3	0.2
不明	85	5.9
総数	1438	100.0



事業所に福祉用具専門相談員以外の資格を有する人(保健師、看護師、准看護師、理学療法士、作業療法士、社会福祉士、介護福祉士、義肢装具士、ヘルパー研修修了者)が、何人いるかを尋ねたところ、「1～2名」と回答した事業所が 478 事業所(総数の 33.2%)と最も多く、次いで「3～5名」が 164 事業所(同 11.4%)となった。

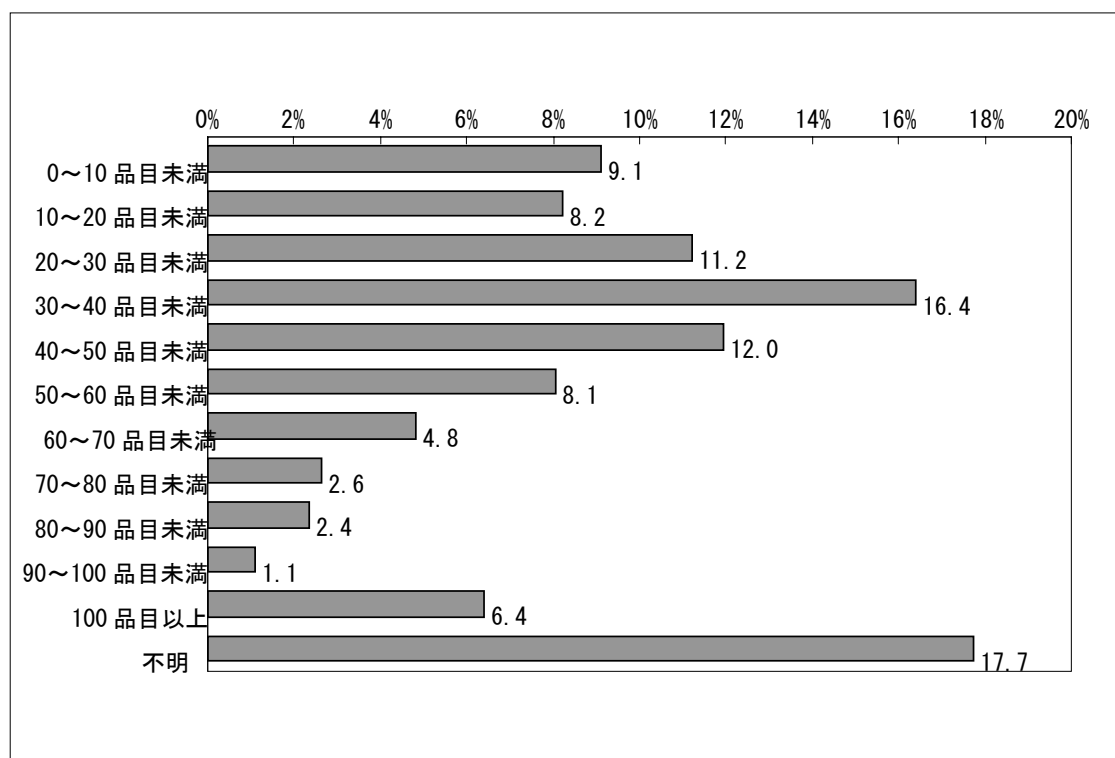
カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名	478	33.2
3～5名	164	11.4
6～10名	40	2.8
11～15名	8	0.6
16～20名	8	0.6
21～30名	8	0.6
31～49名	8	0.6
50名以上	2	0.1
不明	722	50.2
総数	1438	100.0



⑥貸与している福祉用具種類別の詳細

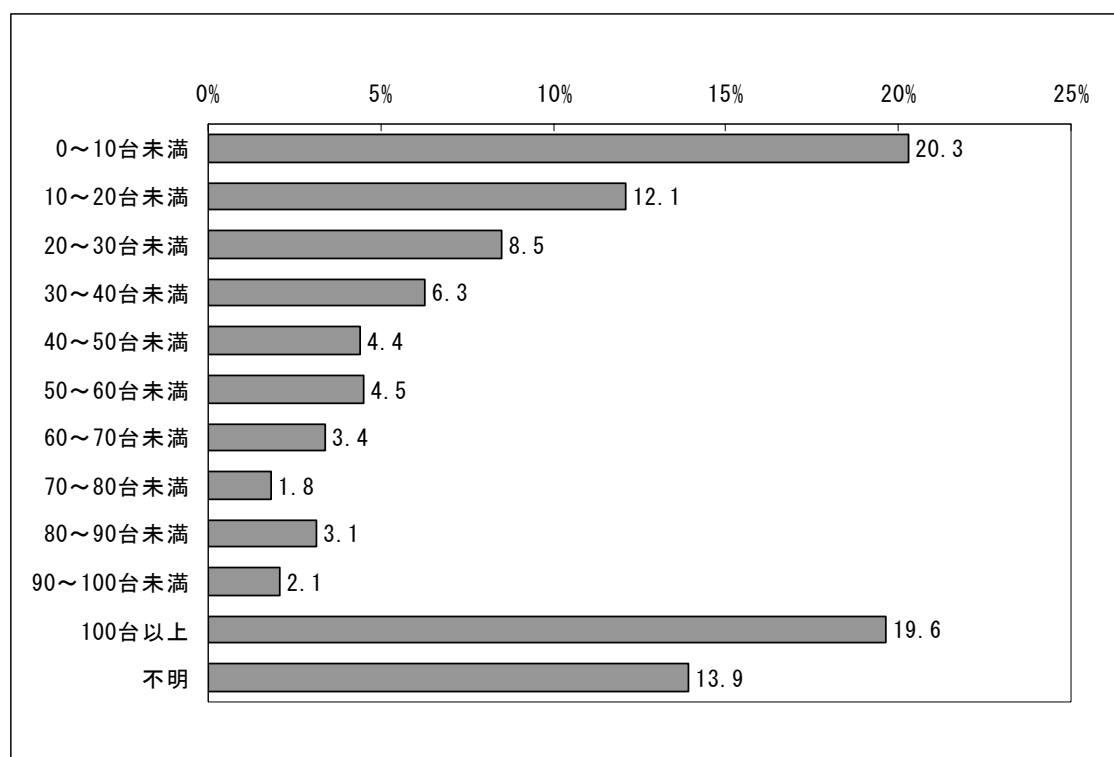
事業所に貸与している車いすの取り扱いアイテム(用具品目)数を尋ねたところ、「30～40 品目未満」と回答した事業所が 236 事業所(総数の 16.4%)で最も多く、次いで「40～50 品目未満」が 172 事業所(同 12.0%)、「20～30 品目未満」が 161 事業所(同 11.2%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～10 品目未満	131	9.1
10～20 品目未満	118	8.2
20～30 品目未満	161	11.2
30～40 品目未満	236	16.4
40～50 品目未満	172	12.0
50～60 品目未満	116	8.1
60～70 品目未満	69	4.8
70～80 品目未満	38	2.6
80～90 品目未満	34	2.4
90～100 品目未満	16	1.1
100 品目以上	92	6.4
不明	255	17.7
総数	1438	100.0



事業所に車いすの貸出台数(平成 20 年 11 月の請求実績における稼動実数)について尋ねたところ、「0～10 台未満」と回答した事業所が 292 事業所(総数の 20.3%)と最も多く、次いで「100 台以上」が 282 事業所(同 19.6%)、「10～20 台未満」が 174 事業所(同 12.1%)あった。両極化の状況が見られる。

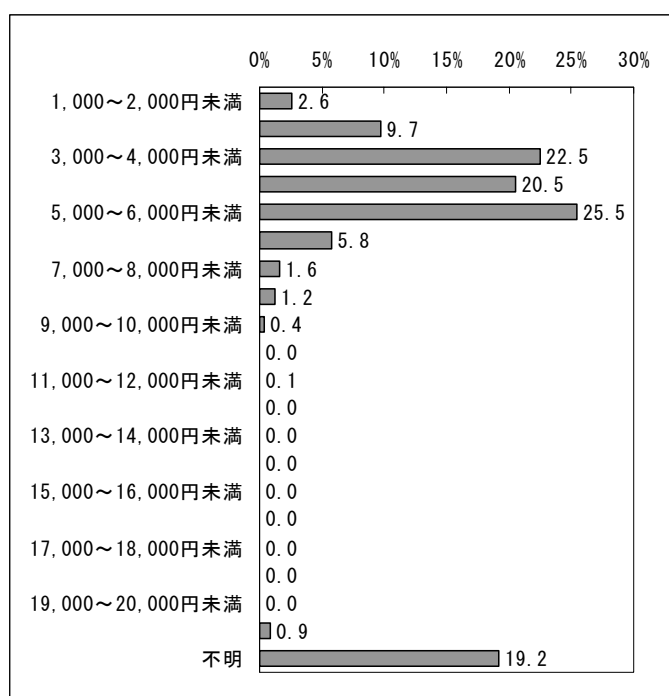
貸出台数	件数	%
0～10 台未満	292	20.3
10～20 台未満	174	12.1
20～30 台未満	122	8.5
30～40 台未満	90	6.3
40～50 台未満	63	4.4
50～60 台未満	65	4.5
60～70 台未満	49	3.4
70～80 台未満	26	1.8
80～90 台未満	45	3.1
90～100 台未満	30	2.1
100 台以上	282	19.6
不明	200	13.9
総数	1438	100.0



以下、車いすの最低／最高／最多の貸与価格の回答を集計した。（介護保険利用者負担額である総数の１割の額が混入していると思われるものは除外した）

まず最低貸与価格を尋ねたところ、「3,000～4,000 円未満」が 191 事業所(総数の 22.5%)と最も多かった。次いで「4,000～5,000 円未満」が 174 事業所(同 20.5%)、「5,000～6,000 円未満」が 132 事業所(同 15.5%)となった。

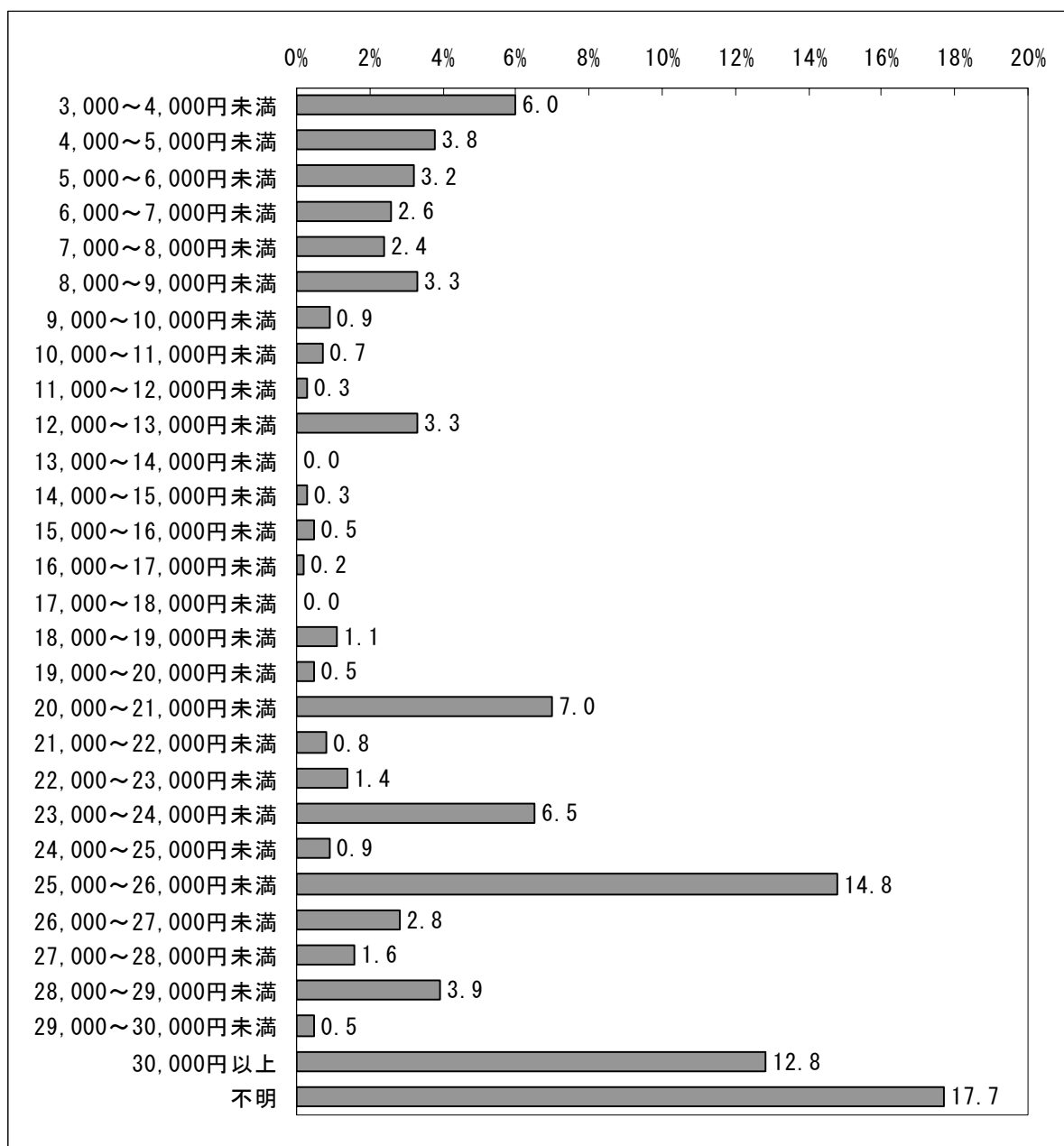
カテゴリー名	件数	%
1,000～2,000 円未満	22	2.6
2,000～3,000 円未満	82	9.7
3,000～4,000 円未満	191	22.5
4,000～5,000 円未満	174	20.5
5,000～6,000 円未満	132	15.5
6,000～7,000 円未満	49	5.8
7,000～8,000 円未満	14	1.6
8,000～9,000 円未満	10	1.2
9,000～10,000 円未満	3	0.4
10,000～11,000 円未満	0	0.0
11,000～12,000 円未満	1	0.1
12,000～13,000 円未満	0	0.0
13,000～14,000 円未満	0	0.0
14,000～15,000 円未満	0	0.0
15,000～16,000 円未満	0	0.0
16,000～17,000 円未満	0	0.0
17,000～18,000 円未満	0	0.0
18,000～19,000 円未満	0	0.0
19,000～20,000 円未満	0	0.0
20,000 円以上	8	0.9
不明	163	19.2
総数	849	100.0



最高貸与価格を尋ねたところ、「25,000～26,000 円未満」と回答した事業所が 142 事業所(総数の 14.8%)、次いで「30,000 円以上」と回答した事業所が 123 事業所(同 12.8%)となった。

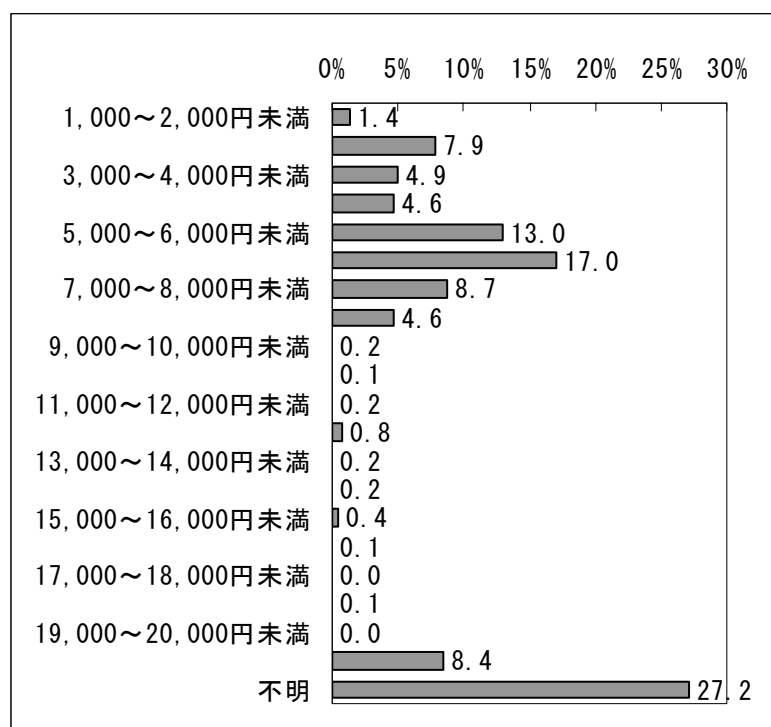
不明を除いて見てみると、「20,000 円以上」と回答した事業所は 508 事業所(総数の 52.9%)、「1 万円未満」の回答をした事業所は 214 事業所(同 22.3%)となり、最低貸与価格と比較すると、最高貸与価格は価格のばらつきが目立つ。

カテゴリー名	件数	%
3,000～4,000 円未満	58	6.0
4,000～5,000 円未満	36	3.8
5,000～6,000 円未満	31	3.2
6,000～7,000 円未満	25	2.6
7,000～8,000 円未満	23	2.4
8,000～9,000 円未満	32	3.3
9,000～10,000 円未満	9	0.9
10,000～11,000 円未満	7	0.7
11,000～12,000 円未満	3	0.3
12,000～13,000 円未満	32	3.3
13,000～14,000 円未満	0	0.0
14,000～15,000 円未満	3	0.3
15,000～16,000 円未満	5	0.5
16,000～17,000 円未満	2	0.2
17,000～18,000 円未満	0	0.0
18,000～19,000 円未満	11	1.1
19,000～20,000 円未満	5	0.5
20,000～21,000 円未満	67	7.0
21,000～22,000 円未満	8	0.8
22,000～23,000 円未満	13	1.4
23,000～24,000 円未満	62	6.5
24,000～25,000 円未満	9	0.9
25,000～26,000 円未満	142	14.8
26,000～27,000 円未満	27	2.8
27,000～28,000 円未満	15	1.6
28,000～29,000 円未満	37	3.9
29,000～30,000 円未満	5	0.5
30,000 円以上	123	12.8
不明	170	17.7
総数	960	100



次に稼働実数における最多貸与価格（カタログ上ではなく実際に貸し出している用具の中で一番多い価格）を尋ねたところ、「6,000～7,000 円未満」が 169 事業所(総数の 17.1%)と最も多かった。次いで「5,000～6,000 円未満」が 129 事業所(同 13.0%)、「7,000～8,000 円未満」が 86 事業所(同 8.7%)となった。

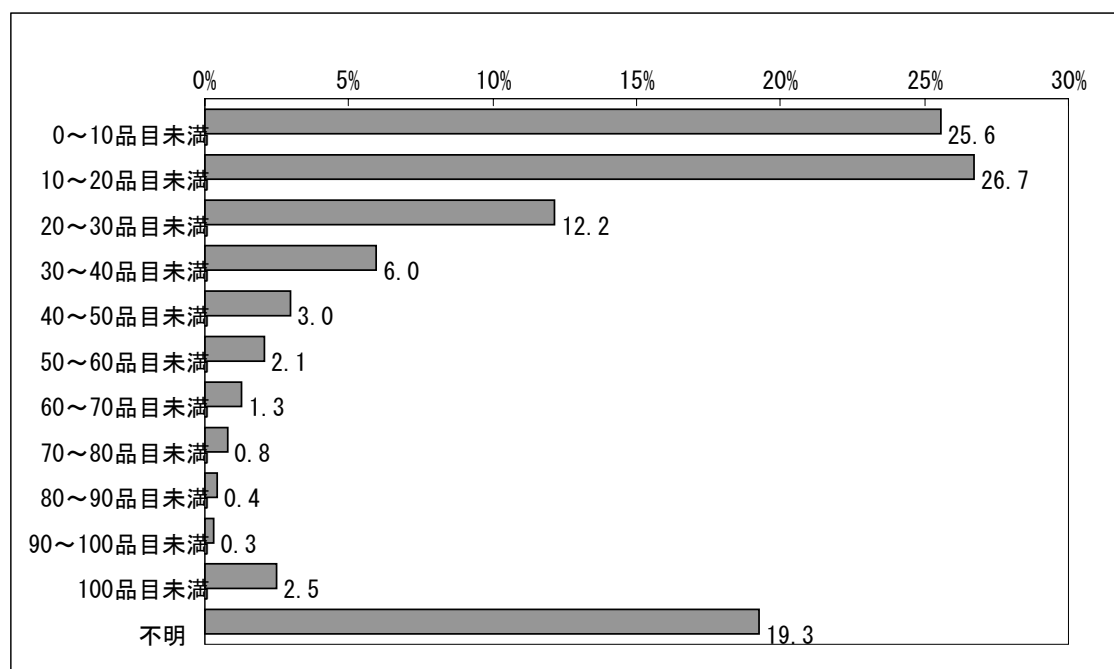
カテゴリー名	件数	%
1,000～2,000 円未満	14	1.4
2,000～3,000 円未満	78	7.9
3,000～4,000 円未満	48	4.9
4,000～5,000 円未満	45	4.6
5,000～6,000 円未満	129	13.0
6,000～7,000 円未満	169	17.0
7,000～8,000 円未満	86	8.7
8,000～9,000 円未満	45	4.6
9,000～10,000 円未満	2	0.2
10,000～11,000 円未満	1	0.1
11,000～12,000 円未満	2	0.2
12,000～13,000 円未満	8	0.8
13,000～14,000 円未満	2	0.2
14,000～15,000 円未満	2	0.2
15,000～16,000 円未満	4	0.4
16,000～17,000 円未満	1	0.1
17,000～18,000 円未満	0	0.0
18,000～19,000 円未満	1	0.1
19,000～20,000 円未満	0	0.0
20,000 円以上	83	8.4
不明	269	27.2
総数	989	100.0



特殊寝台の取り扱いアイテム(品目)数を尋ねたところ、「10～20 品目未満」と回答した事業所が 384 事業所(総数の 26.7%)と最も多く、次いで「0～10 品目未満」が 386 事業所(25.6%)となった。

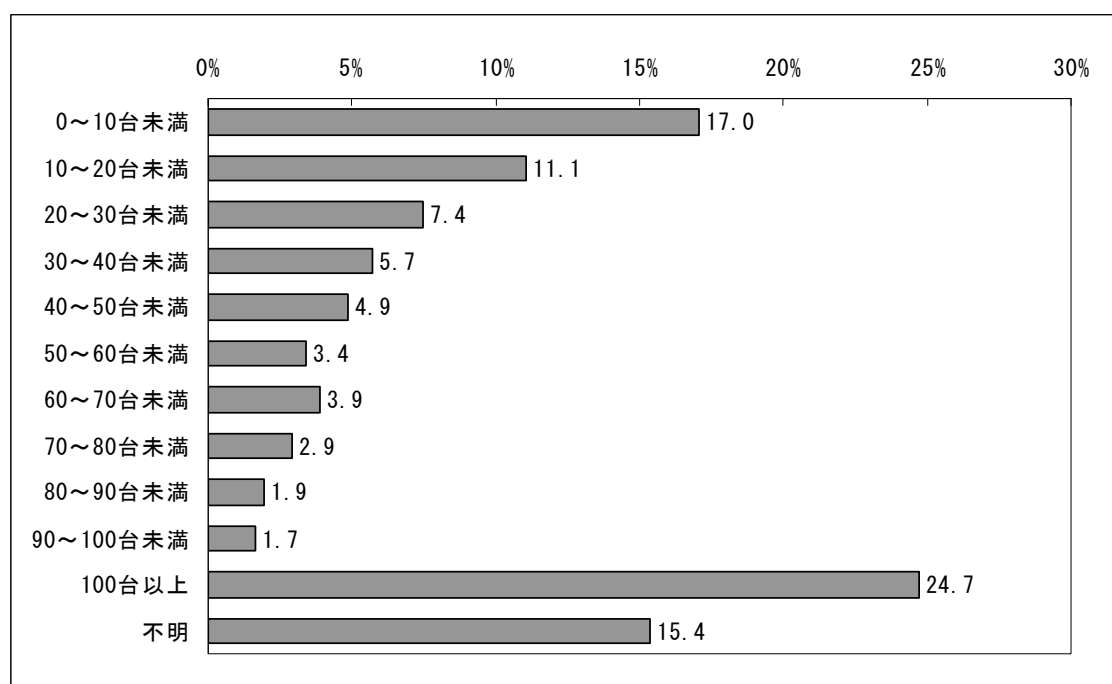
20 品目未満だけで 5 割以上となり、車いすよりも取り扱いアイテム(品目)数が少なくなっている。

カテゴリー名	件数	%
0～10 品目未満	368	25.6
10～20 品目未満	384	26.7
20～30 品目未満	175	12.2
30～40 品目未満	86	6.0
40～50 品目未満	43	3.0
50～60 品目未満	30	2.1
60～70 品目未満	18	1.3
70～80 品目未満	11	0.8
80～90 品目未満	6	0.4
90～100 品目未満	4	0.3
100 品目未満	36	2.5
不明	277	19.3
総数	1438	100.0



特殊寝台の貸出台数(平成 20 年 11 月の請求実績における稼動実数)について尋ねたところ、「100 台以上」と回答した事業所が 355 事業所(総数の 24.7%)と最も多かった。次いで「0～10 台未満」が 245 事業所(同 17.0%)、「10～20 台未満」が 159 事業所(同 11.1%)となった。両極化の状況が見られる。

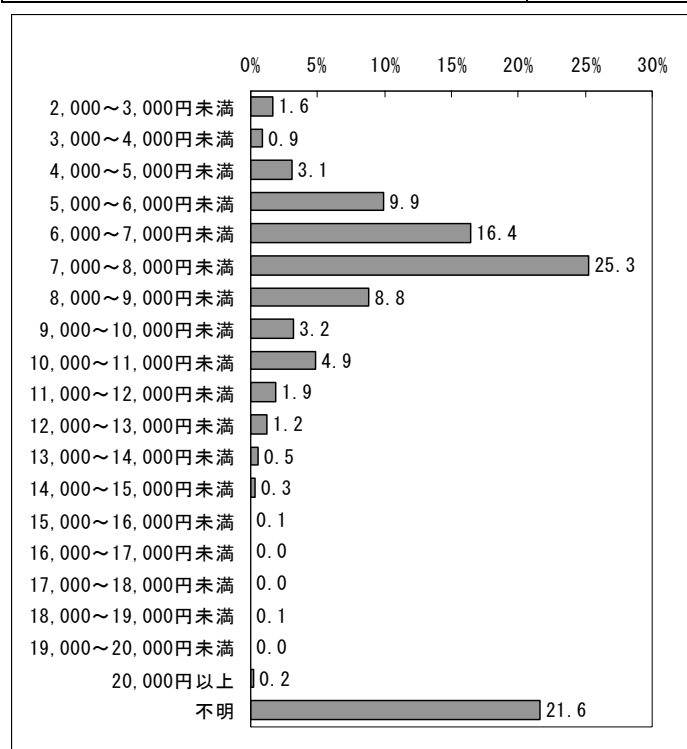
カテゴリー名	件数	%
0～10 台未満	245	17.0
10～20 台未満	159	11.1
20～30 台未満	107	7.4
30～40 台未満	82	5.7
40～50 台未満	70	4.9
50～60 台未満	49	3.4
60～70 台未満	56	3.9
70～80 台未満	42	2.9
80～90 台未満	28	1.9
90～100 台未満	24	1.7
100 台以上	355	24.7
不明	221	15.4
総数	1438	100.0



以下、特殊寝台の最低／最高／最多の貸与価格の回答を集計した。(介護保険利用者負担額である総数の1割の額が混入していると思われるものは除外した)

最低貸与価格を尋ねたところ、「7,000～8,000 円未満」が 218 事業所(総数の 25.3%)と最も多かった。次いで「6,000～7,000 円未満」が 141 事業所(同 16.4%)となった。

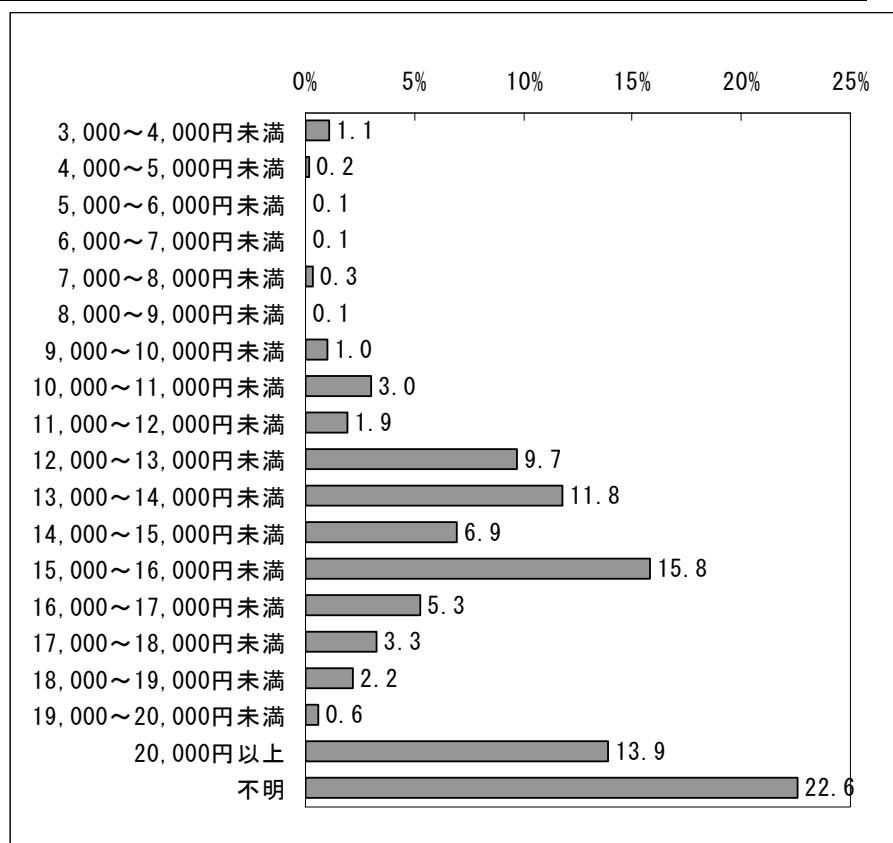
カテゴリー名	件数	%
2,000～3,000 円未満	14	1.6
3,000～4,000 円未満	8	0.9
4,000～5,000 円未満	27	3.1
5,000～6,000 円未満	85	9.9
6,000～7,000 円未満	141	16.4
7,000～8,000 円未満	218	25.3
8,000～9,000 円未満	76	8.8
9,000～10,000 円未満	28	3.2
10,000～11,000 円未満	42	4.9
11,000～12,000 円未満	16	1.9
12,000～13,000 円未満	10	1.2
13,000～14,000 円未満	4	0.5
14,000～15,000 円未満	3	0.3
15,000～16,000 円未満	1	0.1
16,000～17,000 円未満	0	0.0
17,000～18,000 円未満	0	0.0
18,000～19,000 円未満	1	0.1
19,000～20,000 円未満	0	0.0
20,000 円以上	2	0.2
不明	186	21.6
総数	862	100.0



次に最高貸与価格について尋ねたところ、「15,000～16,000 円未満」と回答した事業所が 138 事業所(総数の 15.8%)と最も多く、次いで「20,000 円以上」が 121 事業所(総数の 13.9%)、「13,000～14,000 円未満」が 103 事業所(同 11.8%)となった。

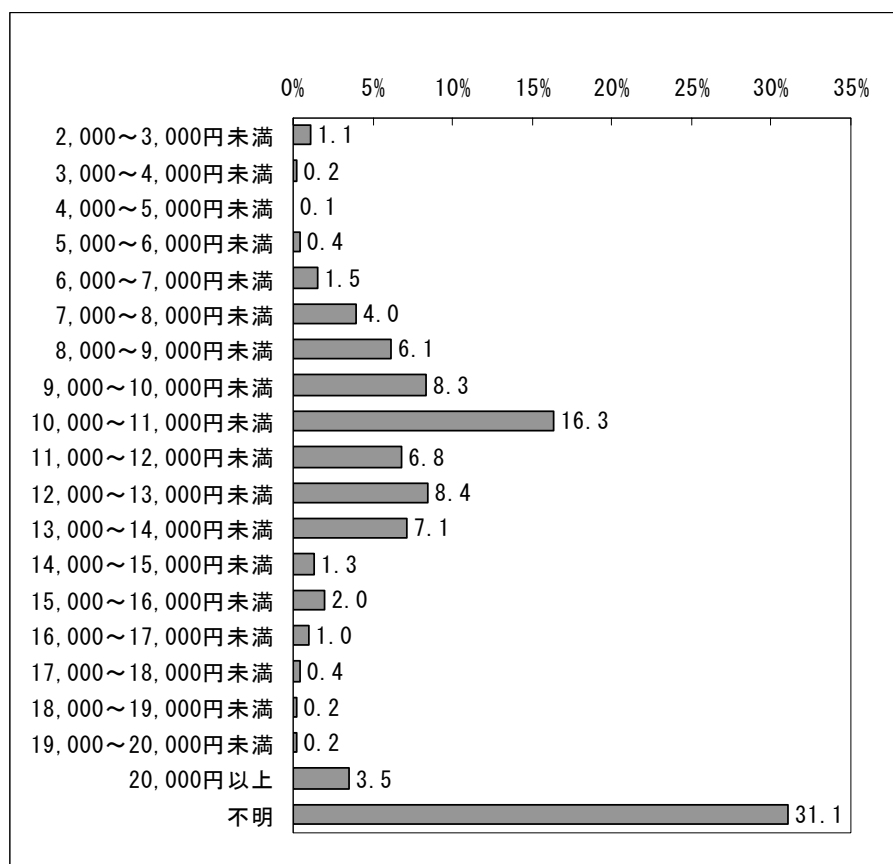
最低貸与価格と異なり、最高貸与価格は総数的にばらつきが目立つ結果となった。

カテゴリー名	件数	%
3,000～4,000 円未満	10	1.1
4,000～5,000 円未満	2	0.2
5,000～6,000 円未満	1	0.1
6,000～7,000 円未満	1	0.1
7,000～8,000 円未満	3	0.3
8,000～9,000 円未満	1	0.1
9,000～10,000 円未満	9	1.0
10,000～11,000 円未満	26	3.0
11,000～12,000 円未満	17	1.9
12,000～13,000 円未満	85	9.7
13,000～14,000 円未満	103	11.8
14,000～15,000 円未満	60	6.9
15,000～16,000 円未満	138	15.8
16,000～17,000 円未満	46	5.3
17,000～18,000 円未満	29	3.3
18,000～19,000 円未満	19	2.2
19,000～20,000 円未満	5	0.6
20,000 円以上	121	13.9
不明	197	22.6
総数	873	100.0



稼動実数における最多貸与価格（カタログ上ではなく実際に貸し出している用具の中で一番多い価格）を尋ねた。「10,000～11,000 円未満」153 事業所(総数の 16.3%)、「12,000～13,000 円未満」79 事業所(総数の 8.4%)、「9,000～10,000 円未満」78 事業所(同 8.3%)の順となった。

カテゴリー名	件数	%
2,000～3,000 円未満	10	1.1
3,000～4,000 円未満	2	0.2
4,000～5,000 円未満	1	0.1
5,000～6,000 円未満	4	0.4
6,000～7,000 円未満	14	1.5
7,000～8,000 円未満	38	4.0
8,000～9,000 円未満	57	6.1
9,000～10,000 円未満	78	8.3
10,000～11,000 円未満	153	16.3
11,000～12,000 円未満	64	6.8
12,000～13,000 円未満	79	8.4
13,000～14,000 円未満	67	7.1
14,000～15,000 円未満	12	1.3
15,000～16,000 円未満	19	2.0
16,000～17,000 円未満	9	1.0
17,000～18,000 円未満	4	0.4
18,000～19,000 円未満	2	0.2
19,000～20,000 円未満	2	0.2
20,000 円以上	33	3.5
不明	292	31.1
総数	940	100.0



車いす、特殊寝台以外については、調査対象の用具の母数（貸し出し対象の福祉用具の数や種類）が少ないため、最も多かった回答の結果（最頻値帯、幅で表示）のみを示す。

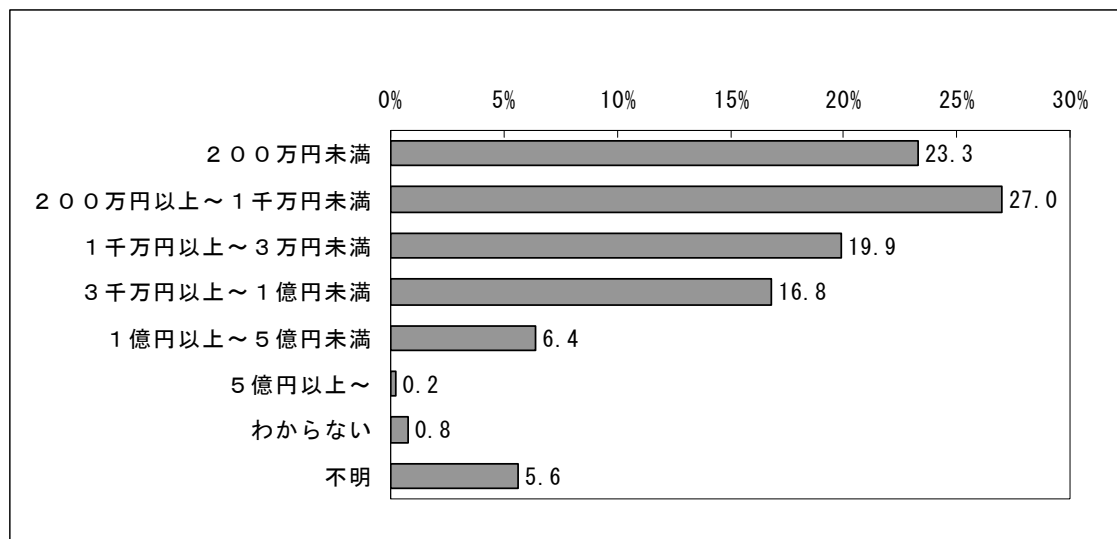
（参考のため、次表には前述の車いす、特殊寝台も含めて表示。）

	取扱7174数	貸出台数	最低貸与 価格	最高貸与価格	最多貸与価格
車いす	30～40 品目未満	0～10 台未満	3,000～ 4,000 円 未満	25,000～ 26,000 円未満	6,000～ 7,000 円未満
車いす付属品	10～20 品目未満	0～10 台未満	1,000～ 2,000 円 未満	5,000～ 6,000 円未満	2,000～ 3,000 円未満
特殊寝台	10～20 品目未満	100 台以上	7,000～ 8,000 円 未満	15,000～ 16,000 円未満	10,000～ 11,000 円未満
特殊寝台付属品	30～40 品目未満	100 台以上	1,000～ 2,000 円 未満	5,000～ 6,000 円未満	2,000～ 3,000 円未満
床ずれ防止用具	10～20 品目未満	0～10 台未満	5,000～ 6,000 円 未満	12,000～ 13,000 円未満	6,000～ 7,000 円未満
体位変換器	0～10 品目未満	0～10 台未満	2,000～ 3,000 円 未満	3,000～ 4,000 円未満	2,000～ 3,000 円未満
手すり	0～10 品目未満	0～10 台未満	2,000～ 3,000 円 未満	5,000～ 6,000 円未満	3,000～ 4,000 円未満
スロープ	0～10 品目未満	0～10 台未満	4,000～ 5,000 円 未満	8,000～ 9,000 円未満	6,000～ 7,000 円未満
歩行器	10～20 品目未満	0～10 台未満	2,000～ 3,000 円 未満	4,000～ 5,000 円未満	3,000～ 4,000 円未満
歩行補助つえ	0～10 品目未満	0～10 台未満	0～1,000 円未満	1,000～ 2,000 円未満	1,000～ 2,000 円未満
認知症老人徘徊感 知機器	0～10 品目未満	0～10 台未満	8,000～ 9,000 円 未満	8,000～ 9,000 円未満	8,000～ 9,000 円未満
移動用リフト	0～10 品目未満	0～10 台未満	10,000～ 11,000 円 未満	30,000 円以上	20,000 円以上

⑦福祉用具貸与事業の売上高

直近会計年度1年間の福祉用具貸与事業についての売上高を尋ねたところ、「200 万円以上～1 千万円未満」と回答した事業所が 388 事業所(総数の 27.0%)で最も多く、次いで「200 万円未満」が 335 事業所(同 23.3%)、「1 千万円以上～3 千万円未満」が 286 事業所(同 19.9%)となった。

カテゴリー名	件数	%
200万円未満	335	23.3
200万円以上～1千万円未満	388	27.0
1千万円以上～3千万円未満	286	19.9
3千万円以上～1億円未満	242	16.8
1億円以上～5億円未満	92	6.4
5億円以上～	3	0.2
わからない	11	0.8
不明	81	5.6
総数	1438	100.0

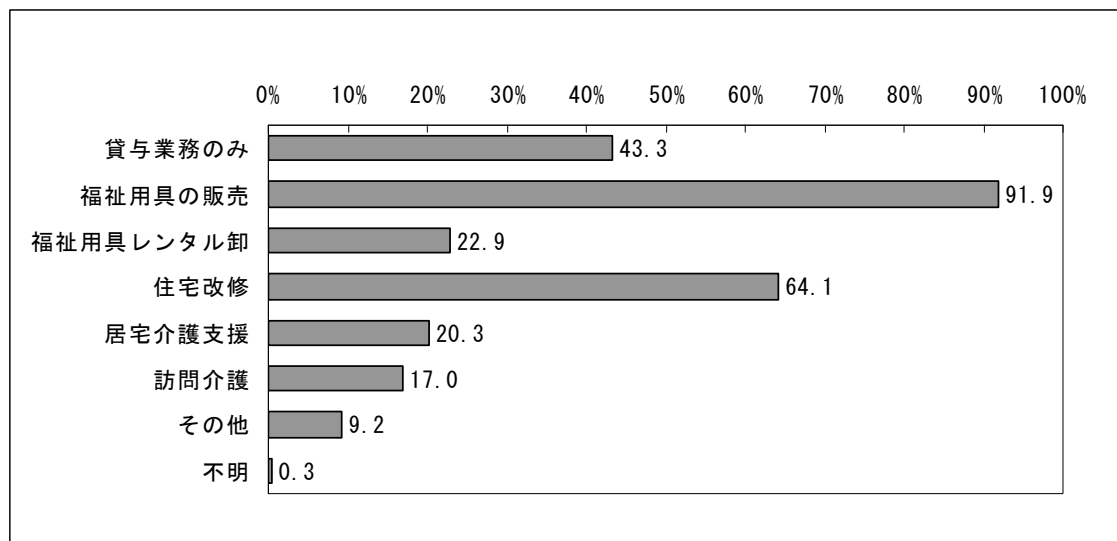


⑧業務の内容

事業所が行っている業務の内容について当てはまるものすべてを選んでもらったところ、「福祉用具の販売」が 1321 事業所(総数の 91.9%)と最も多く、次いで「住宅改修」が 921 事業所(同 64.1%)となった。

福祉用具の販売、住宅改修等、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。

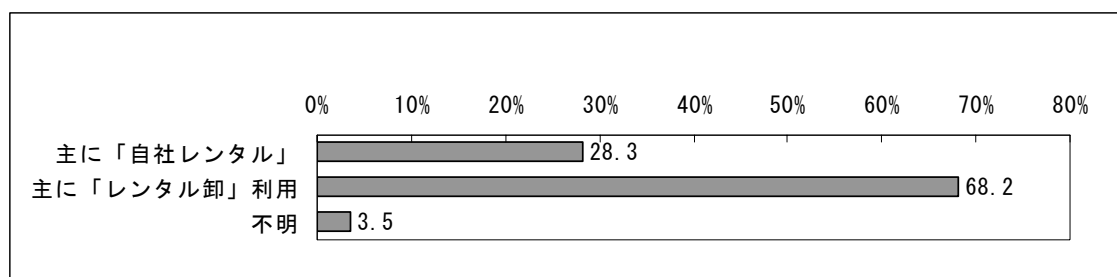
カテゴリー名	件数	%
貸与業務のみ	622	43.3
福祉用具の販売	1321	91.9
福祉用具レンタル卸	329	22.9
住宅改修	921	64.1
居宅介護支援	292	20.3
訪問介護	244	17.0
その他	132	9.2
不明	6	0.3
総数	1438	100.0



⑨貸与品の仕入れ形態

事業所に仕入れ形態について、主に「自社レンタル」と、主に「レンタル卸」利用、のどちらかを回答してもらった。主に「レンタル卸」利用と回答した事業所が約7割を占める結果となった。

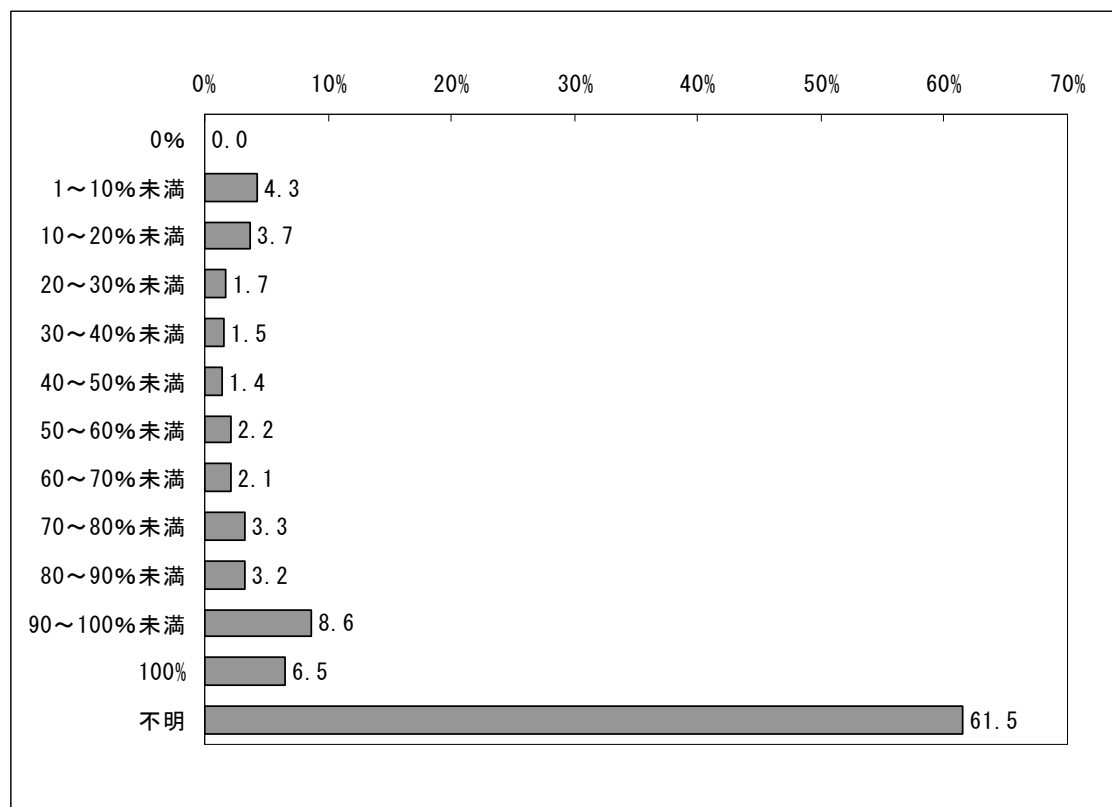
カテゴリー名	件数	%
主に「自社レンタル」	407	28.3
主に「レンタル卸」利用	980	68.2
不明	51	3.5
総数	1438	100.0



また、貸与品総数の自社レンタル割合を尋ねたところ、「90～100%未満」と回答した事業所が124 事業所(総数の 8.6%)で最も多い結果となった。次いで「100%」が 93 事業所(同 6.5%)となった。

前問の結果と合わせると、主に「自社レンタル」利用の事業所は総数の3割（407 件）で、その中で自社レンタルの比率が90%を占める事業所（217 件）が53%となっている。

カテゴリー名	件数	%
0%	0	0.0
1～10%未満	62	4.3
10～20%未満	53	3.7
20～30%未満	25	1.7
30～40%未満	22	1.5
40～50%未満	20	1.4
50～60%未満	31	2.2
60～70%未満	30	2.1
70～80%未満	47	3.3
80～90%未満	46	3.2
90～100%未満	124	8.6
100%	93	6.5
不明	885	61.5
総数	1438	100.0

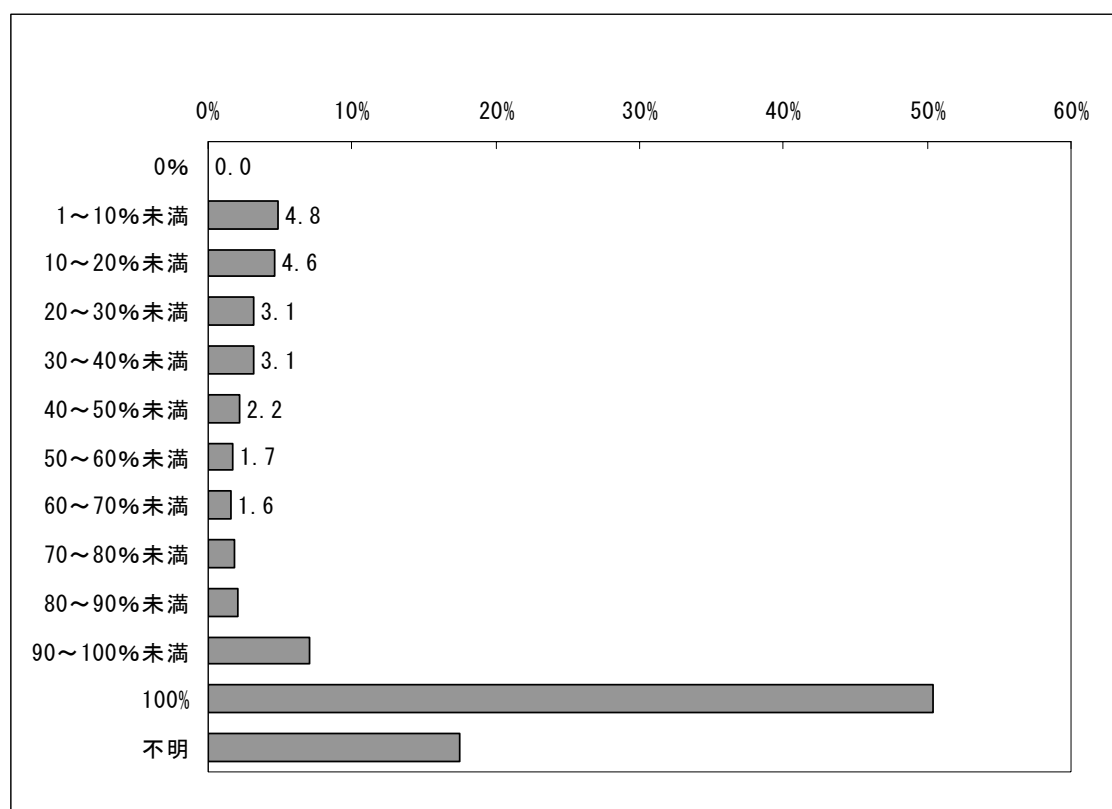


逆に、貸与品総数のレンタル卸割合を尋ねたところ、「100%」と回答した事業所が 725 事業所（総数の 50.4%）と最も多かった。次いで「90～100%未満」が 101 事業所（同 7.0%）となった。

80%以上を足すと 855 事業所（同 59.4%）となる。

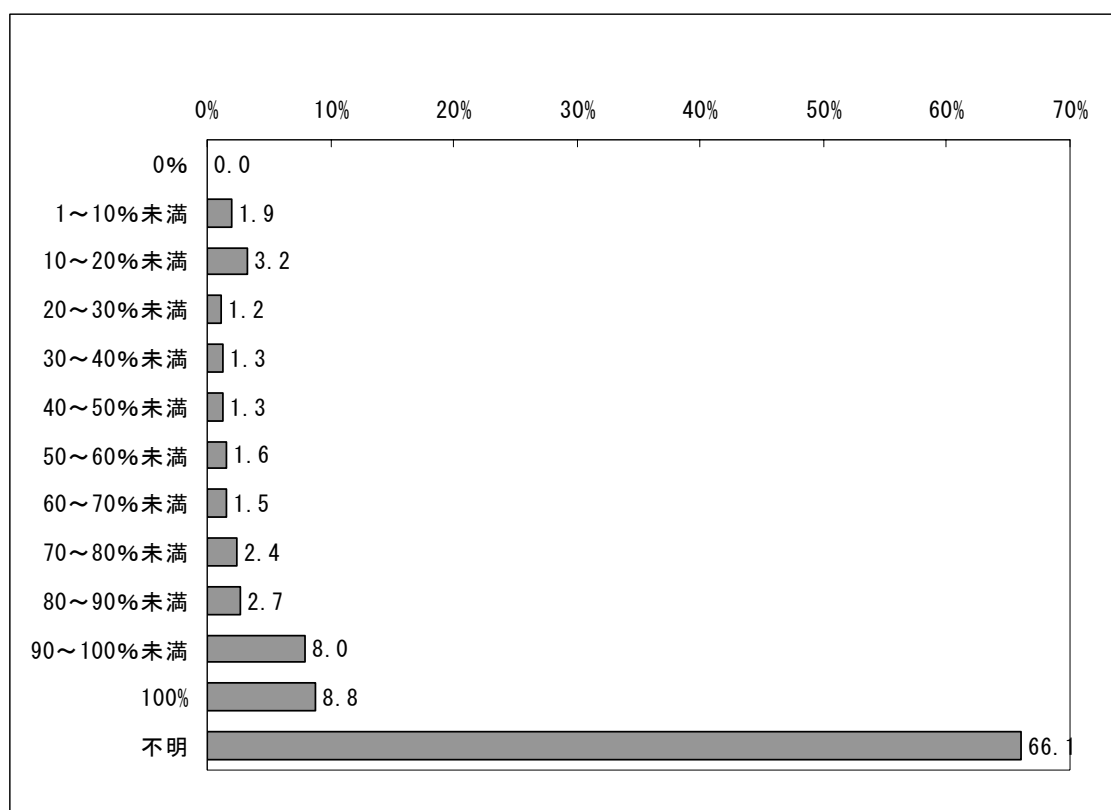
前問の結果と合わせると、主に「レンタル卸」利用の事業所は総数の 7 割（980 件）で、その中で、「100%レンタル卸利用」の事業所が総数の 7 割（725 件）となっている。つまり、多くの事業所が、用具のすべてをレンタル卸から調達している状況を示している。

カテゴリー名	件数	%
0%	0	0.0
1～10%未満	69	4.8
10～20%未満	66	4.6
20～30%未満	45	3.1
30～40%未満	45	3.1
40～50%未満	32	2.2
50～60%未満	25	1.7
60～70%未満	23	1.6
70～80%未満	27	1.9
80～90%未満	29	2.0
90～100%未満	101	7.0
100%	725	50.4
不明	251	17.5
総数	1438	100.0



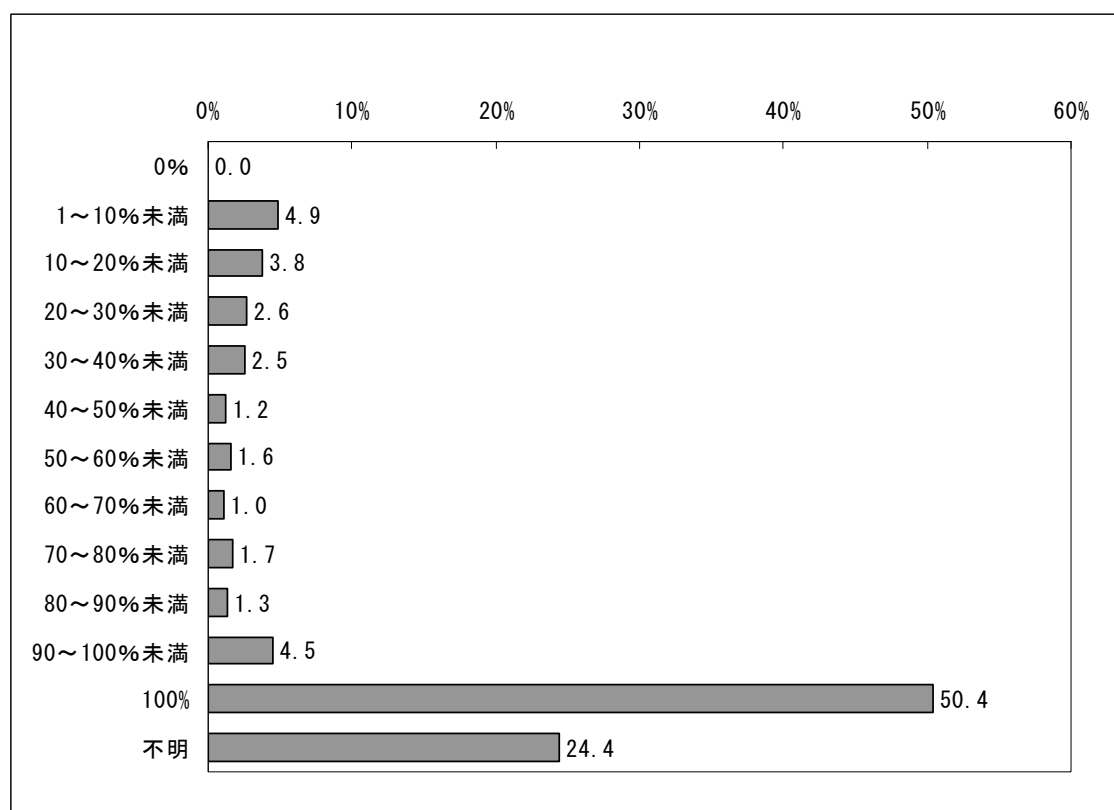
車いすの自社レンタル割合を尋ねたところ、「100%」と回答した事業所が 126 事業所(総数で 8.8%)を占めている。「90～100%未満」が 115 事業所(同 8.0%)と続いている。

カテゴリー名	件数	%
0%	0	0.0
1～10%未満	28	1.9
10～20%未満	46	3.2
20～30%未満	17	1.2
30～40%未満	19	1.3
40～50%未満	18	1.3
50～60%未満	23	1.6
60～70%未満	22	1.5
70～80%未満	35	2.4
80～90%未満	39	2.7
90～100%未満	115	8.0
100%	126	8.8
不明	950	66.1
総数	1438	100.0



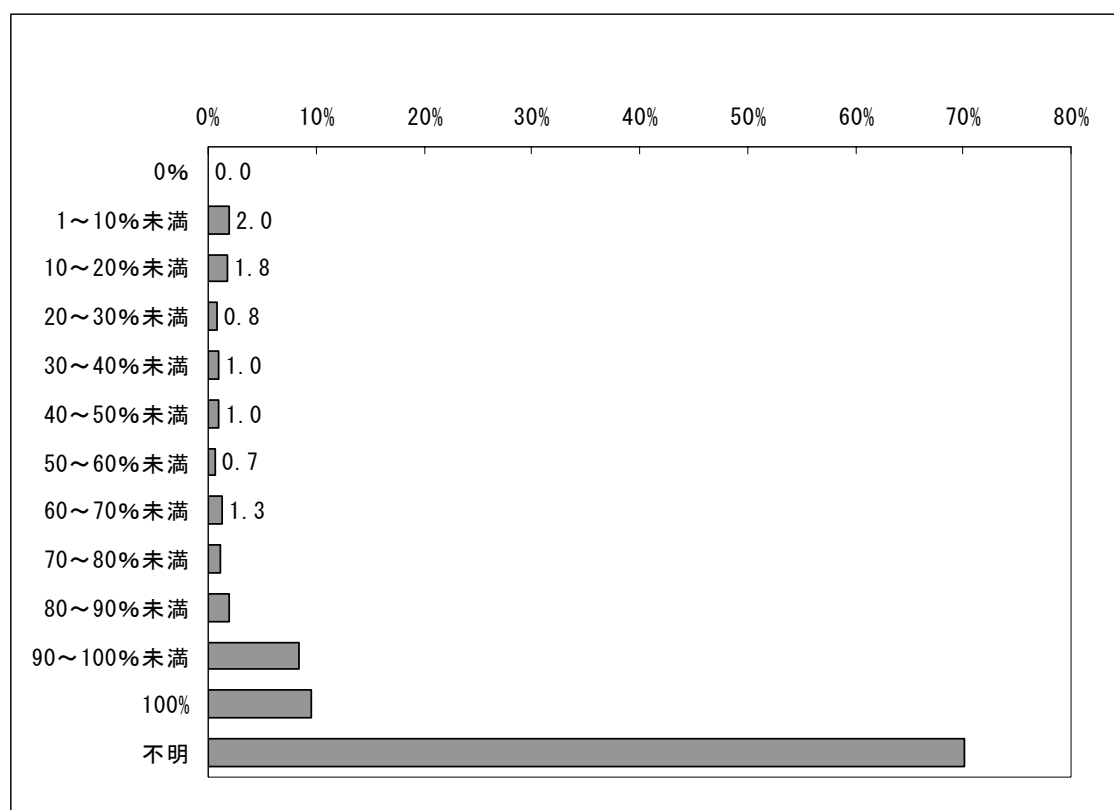
また、車いすのレンタル卸を利用している割合を尋ねたところ、「100%」と回答した事業所が725 事業所(50.4%)と半数を占める結果となった。

カテゴリー名	件数	%
0%	0	0.0
1～10%未満	70	4.9
10～20%未満	55	3.8
20～30%未満	38	2.6
30～40%未満	36	2.5
40～50%未満	17	1.2
50～60%未満	23	1.6
60～70%未満	15	1.0
70～80%未満	24	1.7
80～90%未満	19	1.3
90～100%未満	65	4.5
100%	725	50.4
不明	351	24.4
総数	1438	100.0



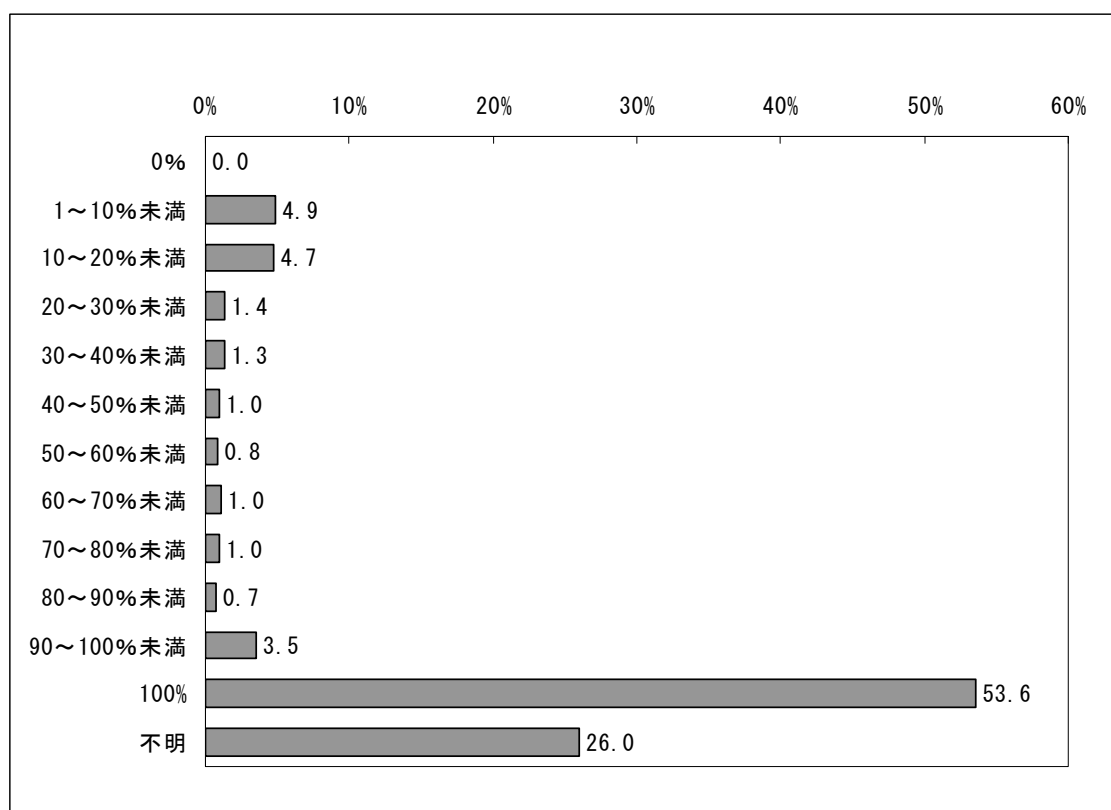
さらに、特殊寝台についても自社レンタルの割合を尋ねたところ、車いす同様「100%」が 138 事業所(総数の 9.6%)、「90～100%」が 122 事業所(同 8.5%)の順番となっている。

カテゴリー名	件数	%
0%	0	0.0
1～10%未満	29	2.0
10～20%未満	26	1.8
20～30%未満	12	0.8
30～40%未満	14	1.0
40～50%未満	15	1.0
50～60%未満	10	0.7
60～70%未満	18	1.3
70～80%未満	16	1.1
80～90%未満	29	2.0
90～100%未満	122	8.5
100%	138	9.6
不明	1009	70.2
総数	1438	100.0



特殊寝台についてレンタル卸を利用している割合を尋ねたところ、「100%」と回答した事業所が 771 事業所(総数の 53.6%)と、車いす同様半数を占める結果となった。

カテゴリー名	件数	%
0%	0	0.0
1～10%未満	70	4.9
10～20%未満	68	4.7
20～30%未満	20	1.4
30～40%未満	19	1.3
40～50%未満	14	1.0
50～60%未満	12	0.8
60～70%未満	15	1.0
70～80%未満	14	1.0
80～90%未満	10	0.7
90～100%未満	51	3.5
100%	771	53.6
不明	374	26.0
総数	1438	100.0



⑩福祉用具貸与事業の業務手順(プロセス)毎のサービス内容

福祉用具貸与事業の流れを次の8つの手順(プロセス)に分け、それぞれについてサービスの内容を探ねた。

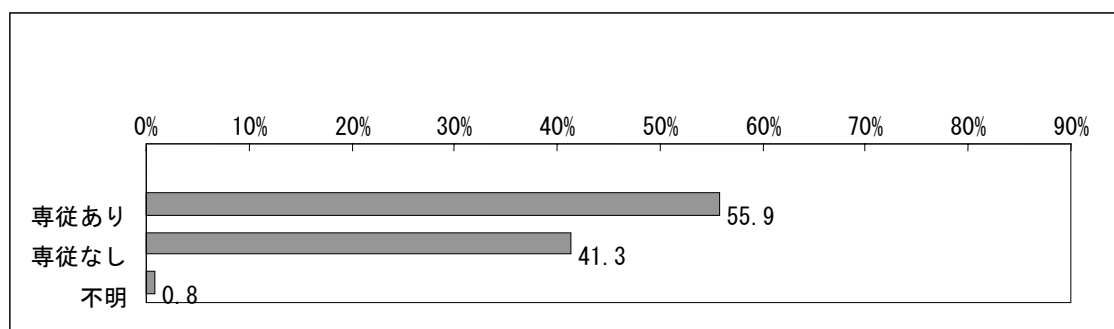
- | | | |
|-----------|----------------|-------------|
| (1)保管・保守 | (2)必要性判断・品目の選定 | (3)搬入・取付・調整 |
| (4)適合性の判断 | (5)使い方指導 | (6)モニタリング |
| (7)搬出 | (8)点検・修理・消毒 | |

各手順については、ほぼ同様の内容を訊いており、アンケート結果の傾向が似ているため、ここでは「(2)必要性判断・品目の選定」「(6)モニタリング」についてのみ結果を示す。

(2)必要性判断・品目の選定

まず、選定相談業務(必要性判断・品目の選定)の体制について、関わっているスタッフと専従者は何人いるかを尋ねた。総数の5割以上の事業所で専従者が対応していることがわかった。

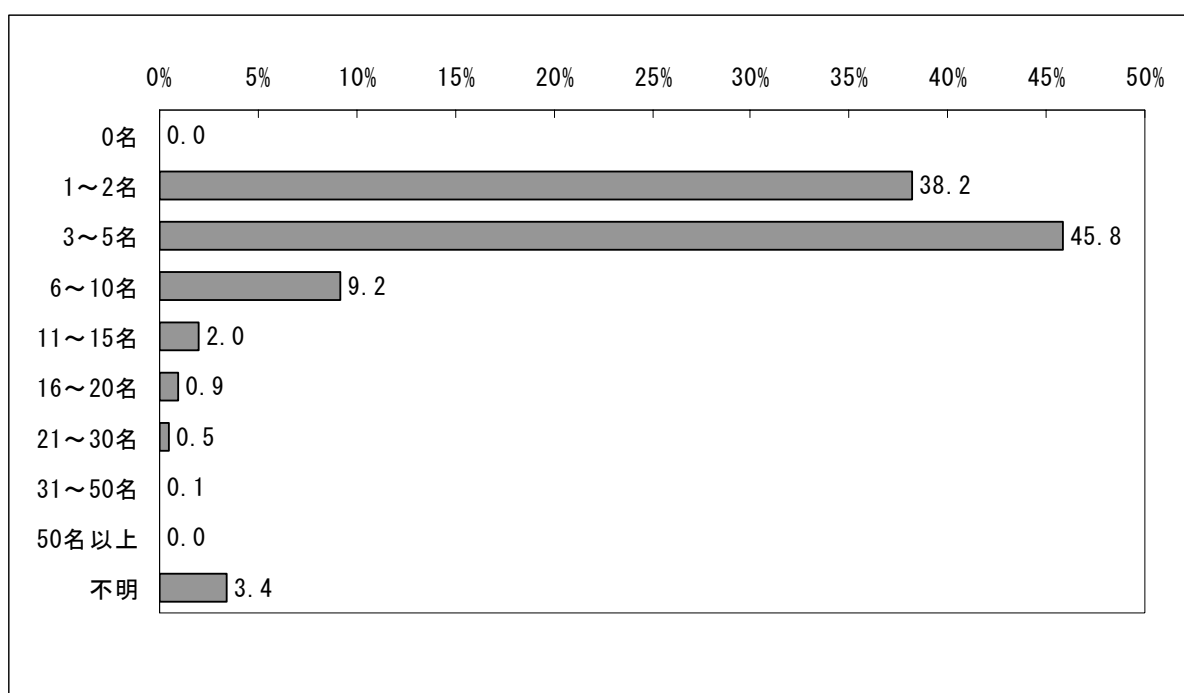
カテゴリー名	件数	% (n=1438 に対する割合)
専従あり	803	55.8
専従なし	593	41.2
不明	12	0.8
総数	1438	100.0



選定相談業務(必要性判断・品目の選定)に関わっているスタッフの人数は、「3～5名」が 563 事業所(総数の 45.8%)で最も多く、次いで「1～2名」が 470 事業所(同 38.2%)となった。

「5名以下」を集計すると 84.0%となり、大半を占める。

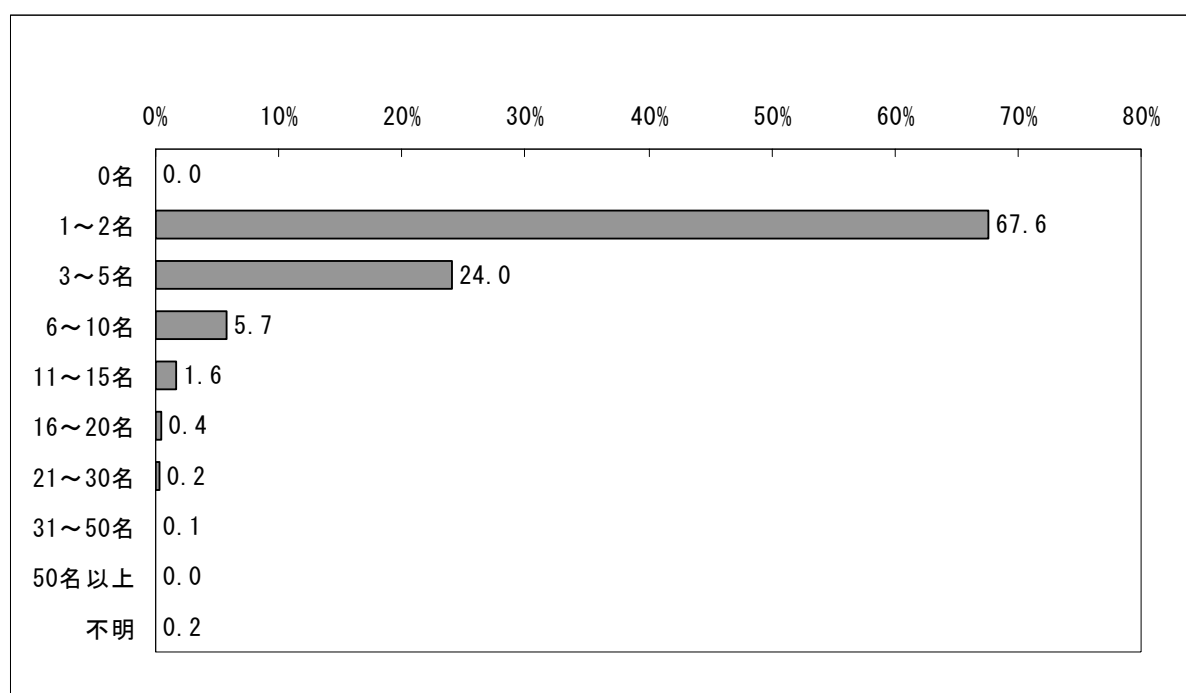
カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名	470	38.2
3～5名	563	45.8
6～10名	113	9.2
11～15名	24	2.0
16～20名	11	0.9
21～30名	6	0.5
31～50名	1	0.1
50名以上	0	0.0
不明	42	3.4
総数	1230	100.0



選定相談業務(必要性判断・品目の選定)に関わっている専従者の人数は、「1～2名」が543事業所(総数の67.6%)で最も多く、次いで「3～5名」が193事業所(同24.0%)となった。

「5名以下」を集計すると91.6%となり、大半を占める。

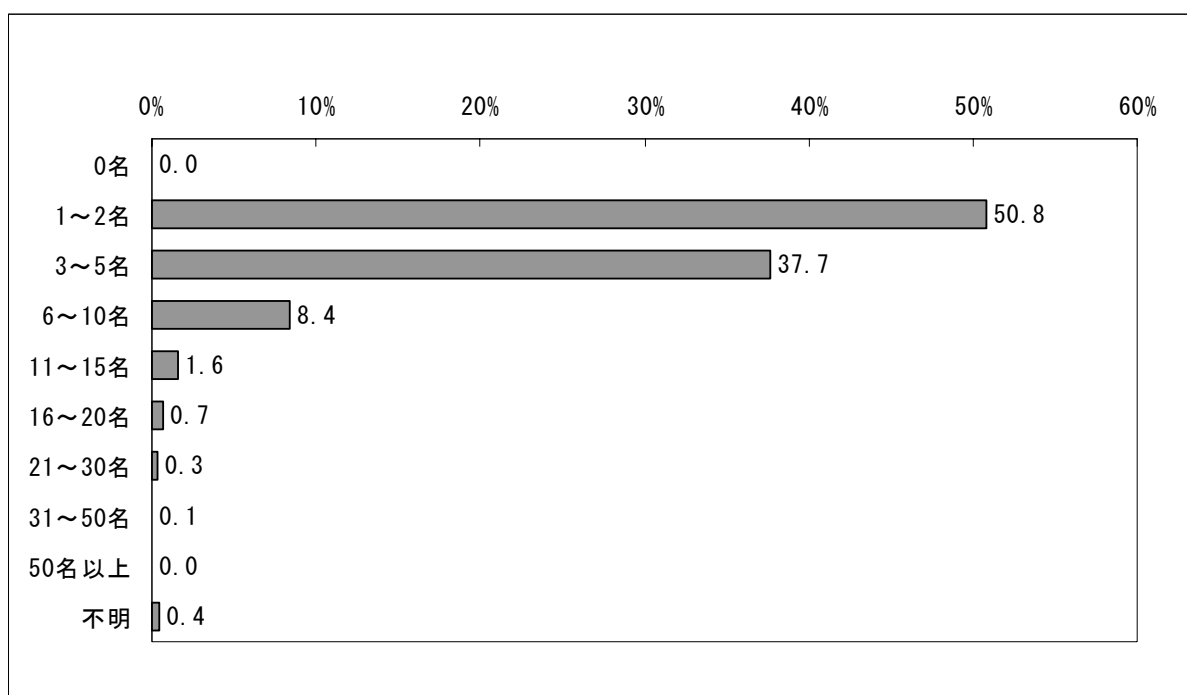
カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名	543	67.6
3～5名	193	24.0
6～10名	46	5.7
11～15名	13	1.6
16～20名	3	0.4
21～30名	2	0.2
31～50名	1	0.1
50名以上	0	0.0
不明	2	0.2
総数	803	100.0



選定相談業務(必要性判断・品目の選定)に関わっている福祉用具専門相談員の人数は、「1～2名」が 693 事業所(総数の 50.8%)で最も多く、次いで「3～5名」が 514 事業所(同 37.7%)となった。

「5名以下」を集計すると 88.5%となり、大半を占める。

カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名	693	50.8
3～5名	514	37.7
6～10名	114	8.4
11～15名	22	1.6
16～20名	9	0.7
21～30名	4	0.3
31～50名	2	0.1
50名以上	0	0.0
不明	5	0.4
総数	1363	100.0



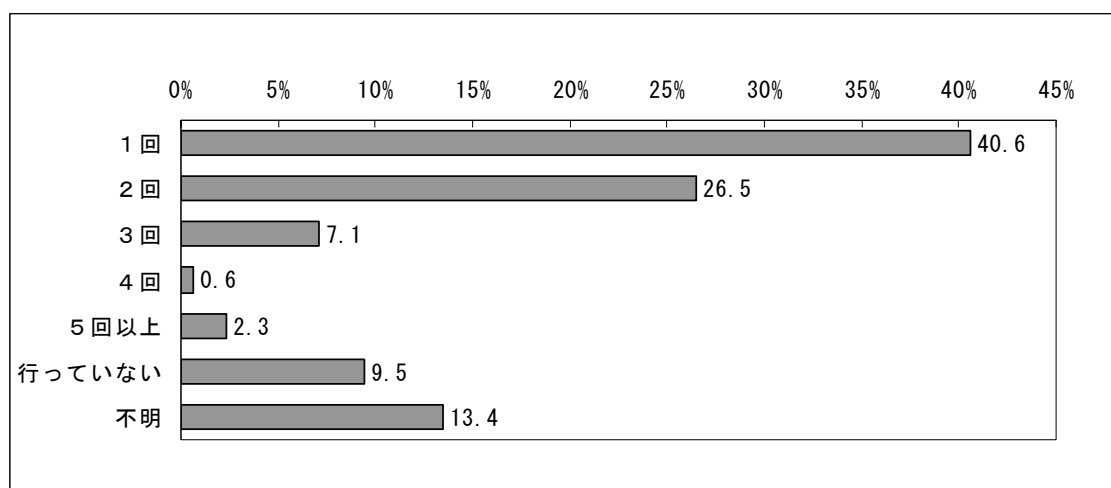
選定相談に際して、利用者へ電話での確認や訪問での対応をどのように行っているのか、品目別に平均回数、平均時間を尋ねた。

まず、車いすの選定相談について電話確認の平均回数を尋ねた。「1回」と回答した事業所が583事業所(総数の40.5%)と最も多く、次いで「2回」が381事業所(同26.5%)となった。

「行っていない」と回答した事業所は136事業所(同9.5%)であった。

選定相談に際し、8割以上の事業所が回数は少ないが電話にて確認を行っていた。

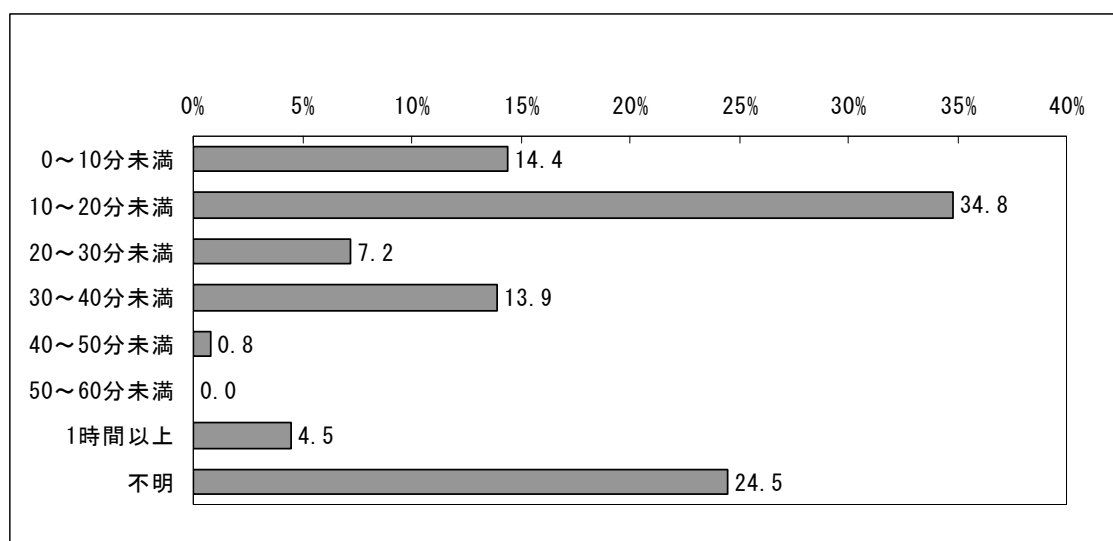
カテゴリー名	件数	%
1回	583	40.5
2回	381	26.5
3回	102	7.1
4回	9	0.6
5回以上	33	2.3
行っていない	136	9.5
不明	193	13.4
総数	1438	100.0



続いて、選定相談時の電話確認の平均時間を尋ねたところ、「10～20 分未満」と回答した事業所が 453 事業所(総数の 34.8%)と最も多く、「0～10 分未満」が 188 事業所(同 14.4%)となった。

「30～40 分未満」も 181 事業所(同 13.9%)あり、電話での選定相談業務時間に山が 2 つ存在している。

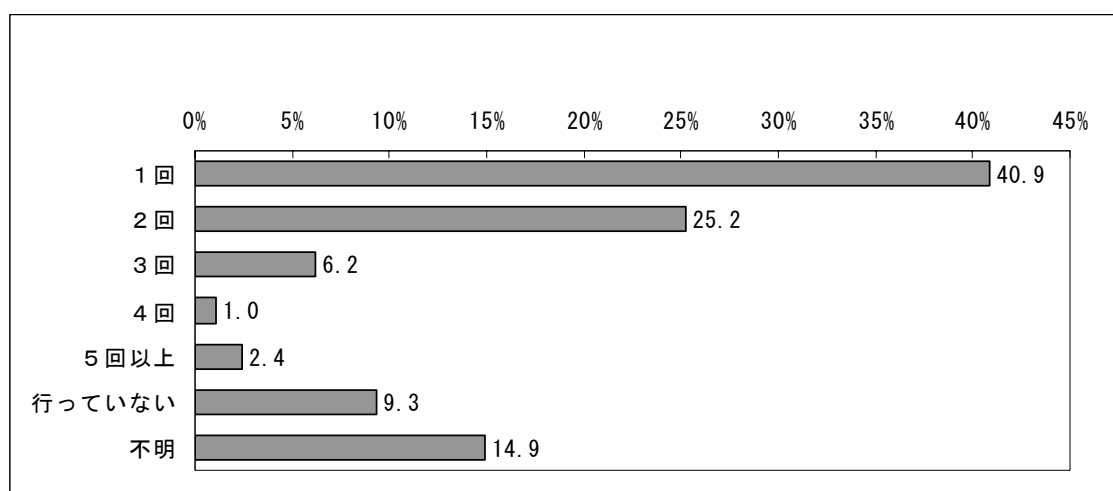
カテゴリー名	件数	%
0～10 分未満	188	14.4
10～20 分未満	453	34.8
20～30 分未満	94	7.2
30～40 分未満	181	13.9
40～50 分未満	10	0.8
50～60 分未満	0	0.0
1 時間以上	58	4.5
不明	319	24.5
総数	1438	100.0



次に、車いすと同様に特殊寝台の選定相談について電話確認の平均回数を尋ねた。「1回」と回答した事業所が588事業所(総数の40.9%)と最も多く、「2回」が363事業所(同25.2%)となった。

特殊寝台についても、車いすと同様に平均回数はほぼ変わらない。

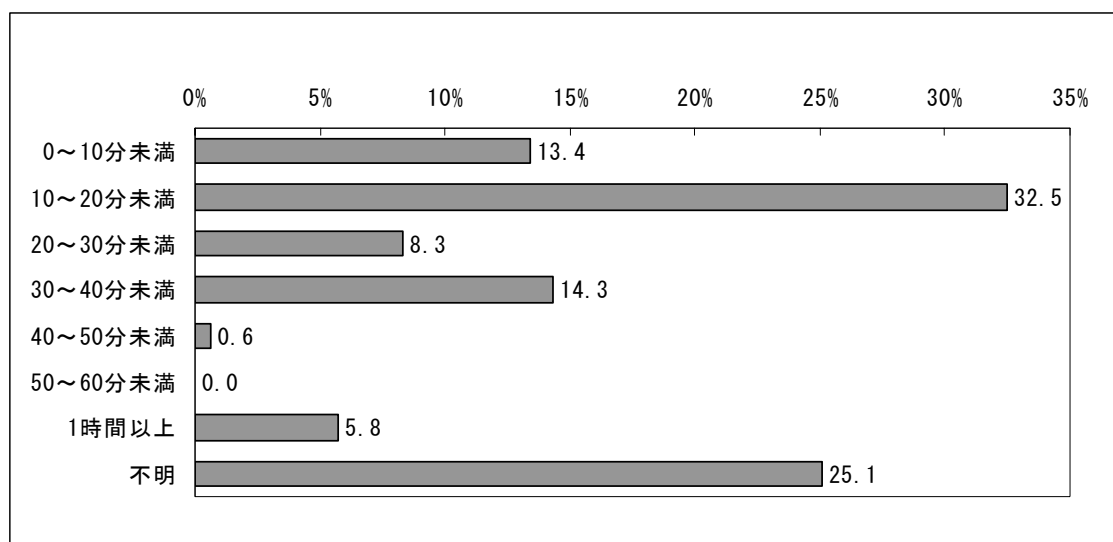
カテゴリー名	件数	%
1回	588	40.9
2回	363	25.2
3回	89	6.2
4回	15	1.0
5回以上	35	2.4
行っていない	134	9.3
不明	214	14.9
総数	1438	100.0



続いて、特殊寝台の選定相談について電話確認の平均時間を尋ねた。「10～20 分未満」と回答した事業所が 424 事業所(総数の 32.5%)と最も多く、次いで「30～40 分未満」が 187 事業所(同 14.3%)、「0～10 分未満」が 174 事業所(同 13.4%)となった。

選定相談の電話確認に山が 2 つ存在するなど、特殊寝台の平均時間についても車いすと同様の傾向が読み取れる。

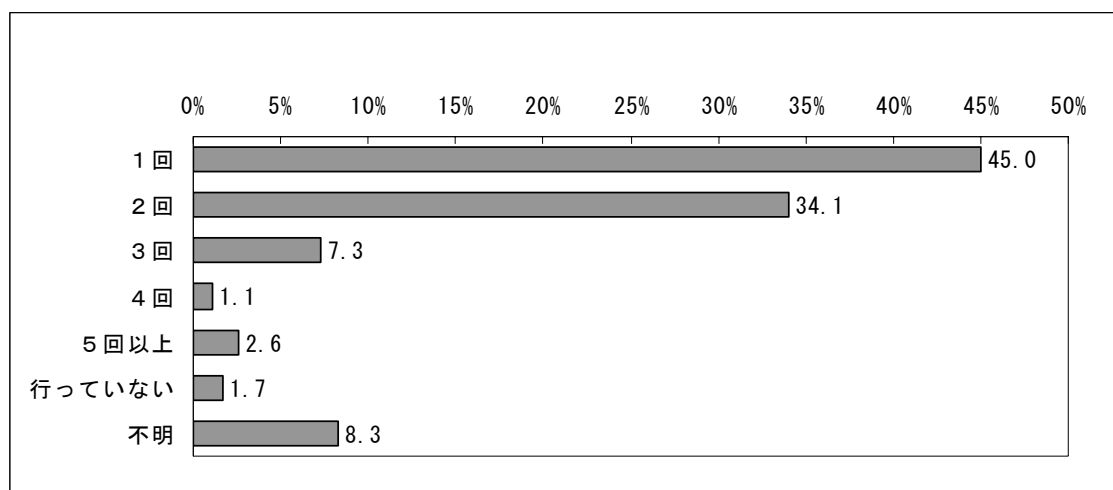
カテゴリー名	件数	%
0～10 分未満	175	13.4
10～20 分未満	424	32.5
20～30 分未満	108	8.3
30～40 分未満	187	14.3
40～50 分未満	8	0.6
50～60 分未満	0	0.0
1 時間以上	75	5.8
不明	327	25.1
総数	1438	100.0



今度は、車いすの選定相談業務に際して利用者へ訪問での対応回数を尋ねた。「1回」と回答した事業所が 647 事業所(総数の 45.0%)と最も多く、次いで「2回」が 490 事業所(同 34.1%)となった。

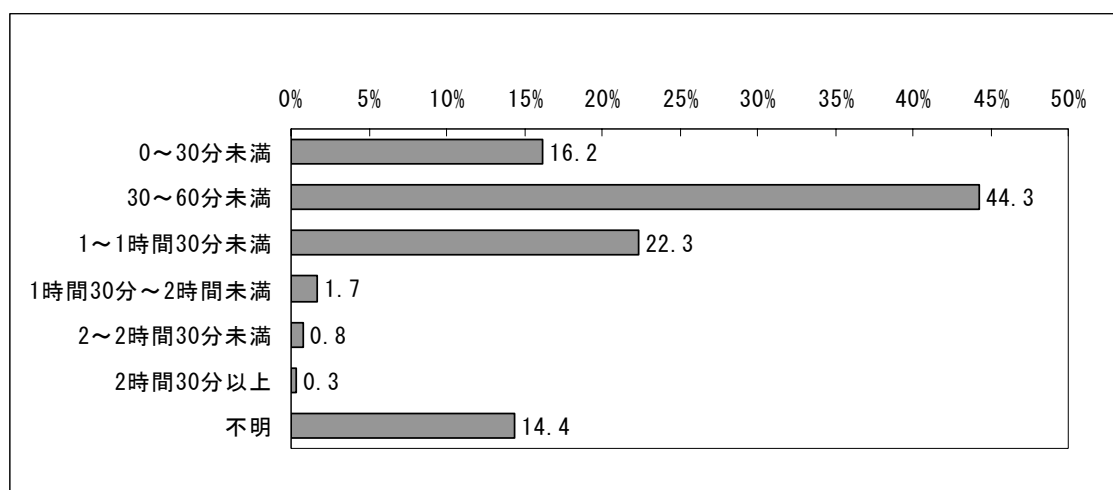
電話相談回数同様、訪問回数も 1～2 回の事業所が多い。

カテゴリー名	件数	%
1 回	647	45.0
2 回	490	34.1
3 回	105	7.3
4 回	16	1.1
5 回以上	37	2.6
行っていない	24	1.7
不明	119	8.3
総数	1438	100.0



次に訪問平均時間について尋ねたところ、「30～60 分未満」と回答した事業所が 626 事業所(総数の 44.3%)と最も多く、次いで「1～1 時間 30 分未満」が 316 事業所(同 22.3%)となった。

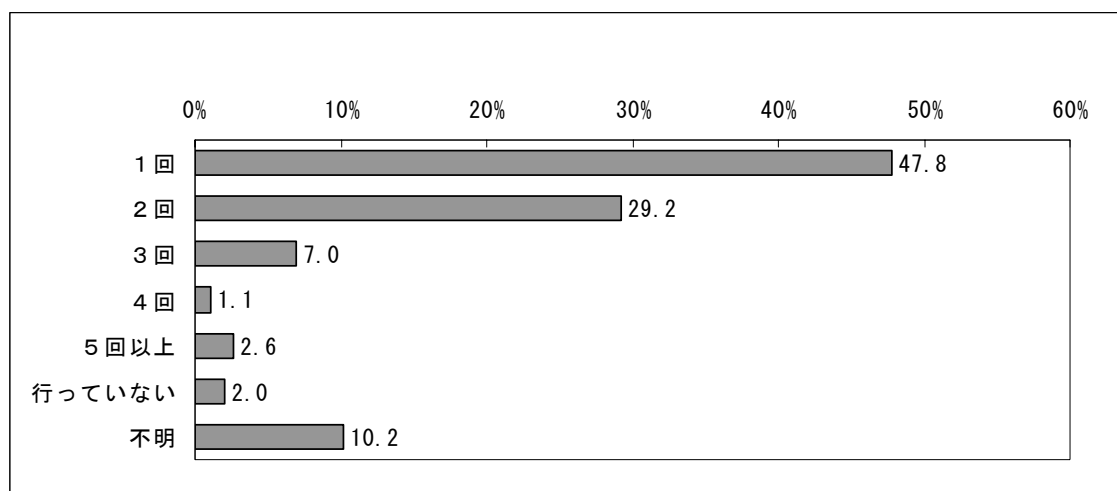
カテゴリー名	件数	%
0～30 分未満	229	16.2
30～60 分未満	626	44.3
1～1 時間 30 分未満	316	22.3
1 時間 30 分～2 時間未満	24	1.7
2～2 時間 30 分未満	11	0.8
2 時間 30 分以上	4	0.3
不明	204	14.4
総数	1438	100.0



特殊寝台についても同様に、訪問での選定相談業務の平均回数を尋ねた。「1回」と回答した事業所が 688 事業所(総数の 47.8%)、次いで「2回」が 420 事業所(同 29.2%)となった。

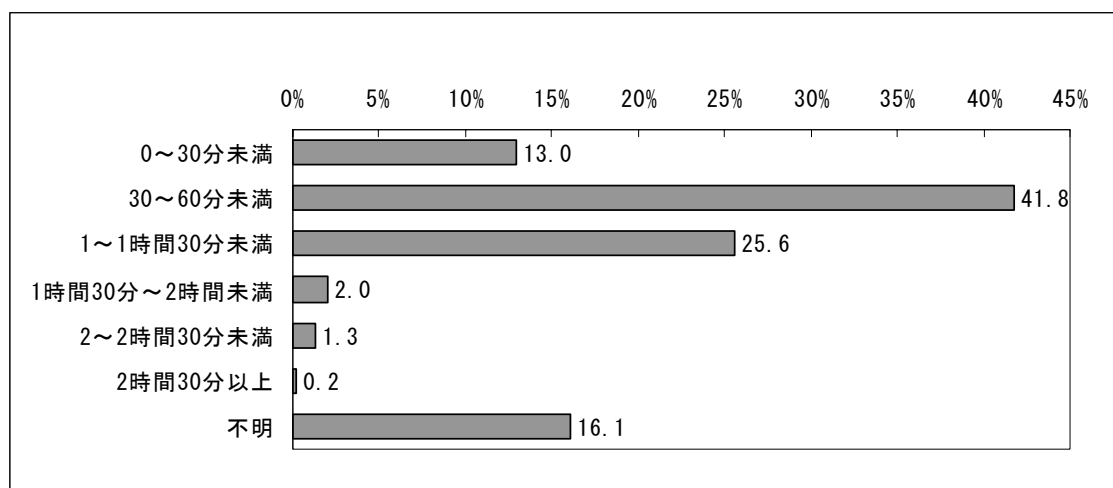
こちらも平均回数は1～2回が9割以上を占める。

カテゴリー名	件数	%
1回	688	47.8
2回	420	29.2
3回	100	7.0
4回	16	1.1
5回以上	38	2.6
行っていない	29	2.0
不明	147	10.2
総数	1438	100.0



平均時間についても尋ねたところ、「30～60 分未満」と回答した事業所が 589 事業所(総数の 25.6%)と最も多く、「1～1 時間 30 分未満」が 361 事業所(同 25.6%)となった。こちらも、車いすと同様の結果となった。

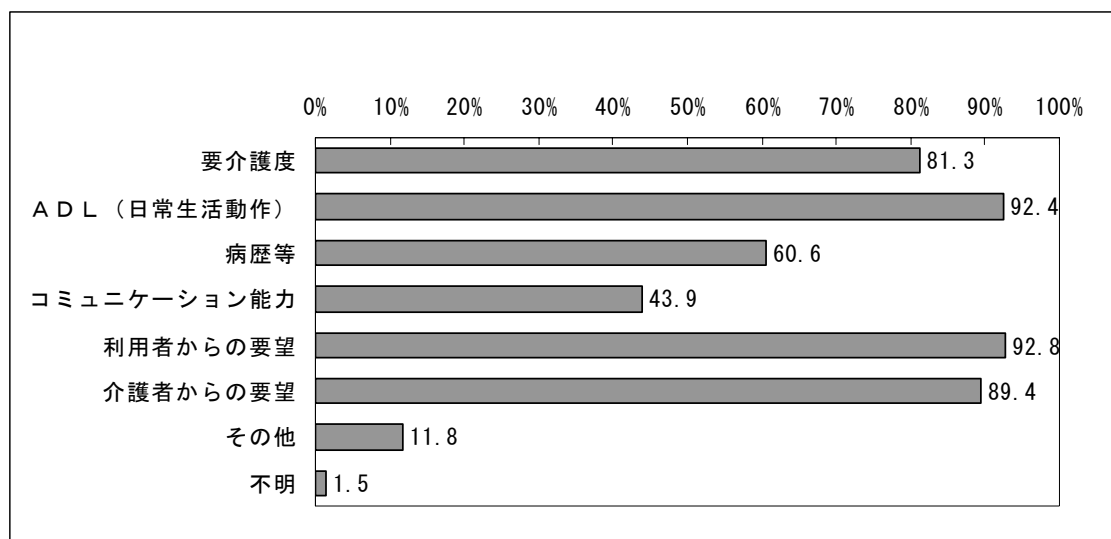
平均時間	件数	%
0～30 分未満	183	13.1
30～60 分未満	589	41.8
1～1 時間 30 分未満	361	25.6
1 時間 30 分～2 時間未満	28	2.0
2～2 時間 30 分未満	18	1.3
2 時間 30 分以上	3	0.2
不明	227	16.1
総数	1438	100.0



選定相談業務では何を確認しているのかを尋ねた。(複数回答可)

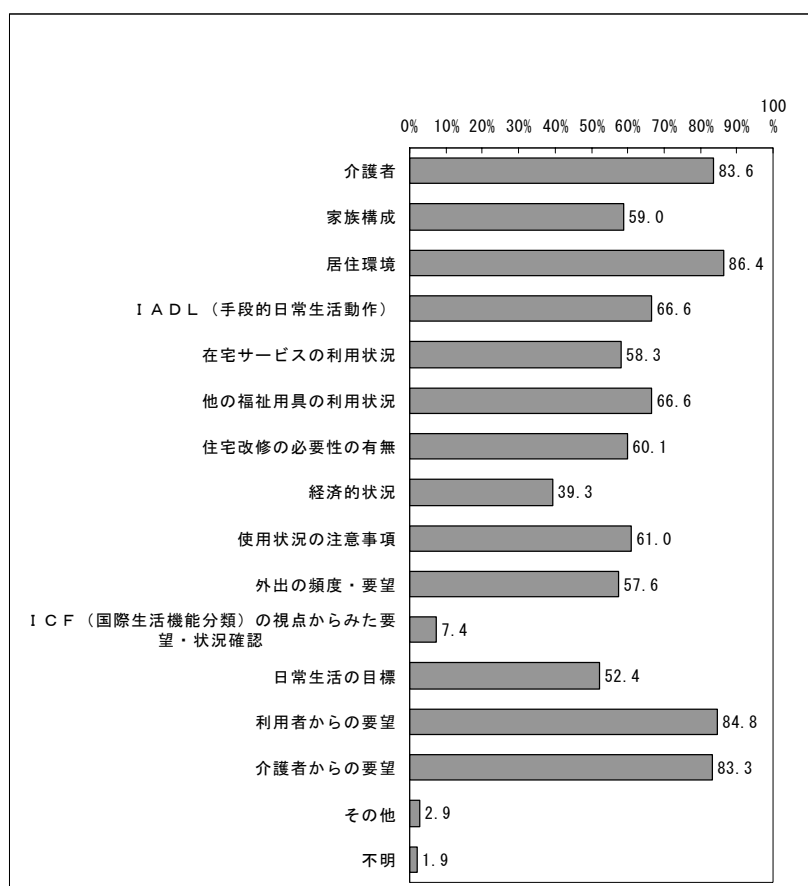
まずは、利用者の身体の状態について確認している項目を尋ねたところ、「利用者からの要望」と回答した事業所が 1334 事業所、「ADL(日常生活動作)」が 1329 事業所、「介護者からの要望」が 1286 事業所、「要介護度」が 1169 事業所で、いずれも 8 割以上となっている。

カテゴリー名(複数回答可)	件数	%(n=1438 に対する割合)
要介護度	1169	81.3
A D L (日常生活動作)	1329	92.4
病歴等	872	60.6
コミュニケーション能力	631	43.9
利用者からの要望	1334	92.8
介護者からの要望	1286	89.4
その他	170	11.8
不明	21	1.5
総数	6812	473.7



続いて、利用者の生活環境について確認している項目を尋ねたところ、「居住環境」と回答した事業所が 1242 事業所、「利用者からの希望」が 1219 事業所、「介護者」が 1202 事業所、「介護者からの要望」が 1198 事業所となり、いずれも 8 割を超えている。

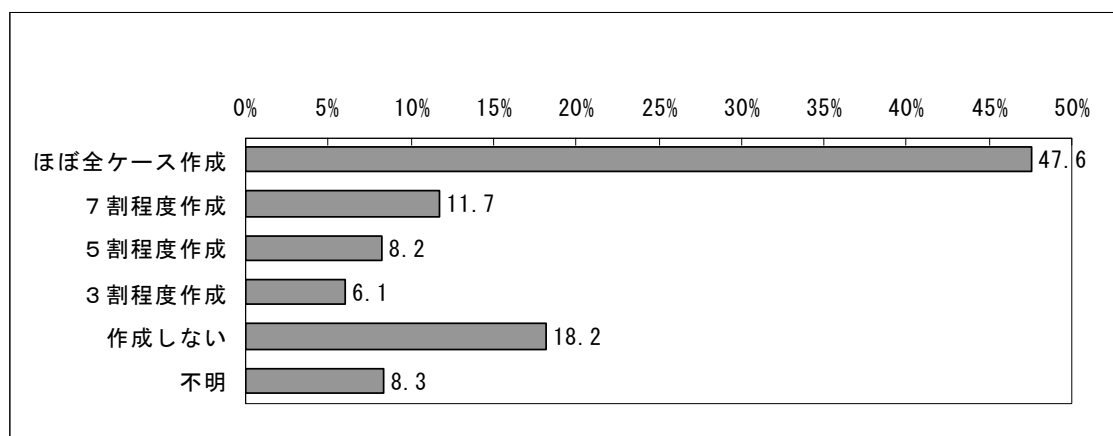
カテゴリー名(複数回答可)	件数	%(n=1438 に対する割合)
介護者	1202	83.6
家族構成	848	59.0
居住環境	1242	86.4
I A D L (手段的日常生活動作)	957	66.6
在宅サービスの利用状況	839	58.3
他の福祉用具の利用状況	958	66.6
住宅改修の必要性の有無	864	60.1
経済的状況	565	39.3
使用状況の注意事項	877	61.0
外出の頻度・要望	829	57.6
I C F (国際生活機能分類)の視点からみた要望・状況確認	106	7.4
日常生活の目標	754	52.4
利用者からの要望	1219	84.8
介護者からの要望	1198	83.3
その他	42	2.9
不明	28	1.9
総数	12528	871.2



選定相談業務の際、選定相談用のシートを作成しているかを尋ねたところ、「ほぼ全ケース作成」と回答した事業所が 684 事業所(総数の 47.6%)と最も多い。「作成しない」も 261 事業所(同 18.2%)あった。

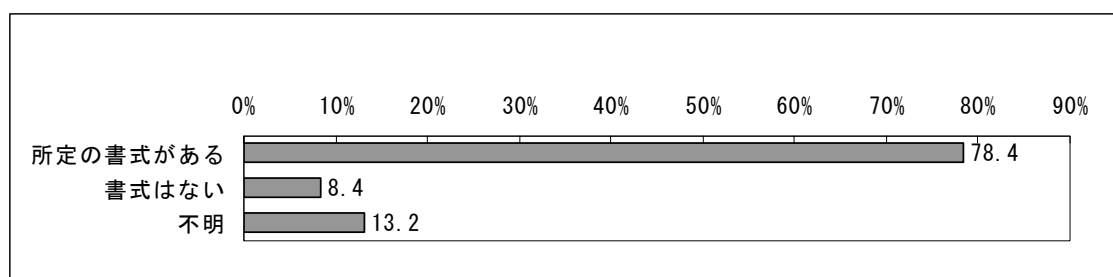
少しでも「作成している」と回答した事業所を合わせると、1,057 事業所(同 73.6%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ほぼ全ケース作成	684	47.6
7 割程度作成	168	11.7
5 割程度作成	118	8.2
3 割程度作成	87	6.1
作成しない	261	18.2
不明	120	8.3
総数	1438	100.0



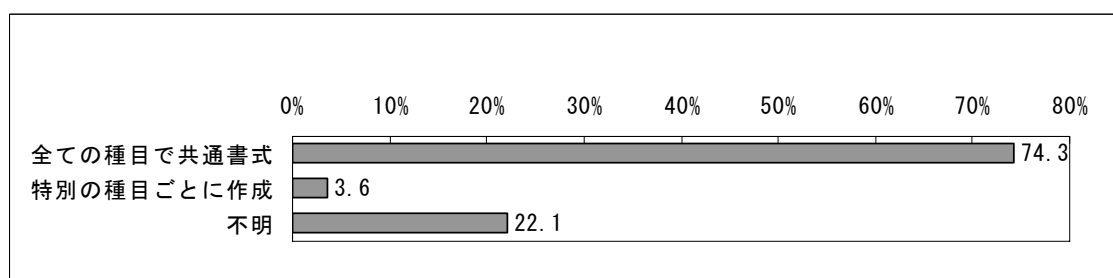
選定相談用のシートを作成していると回答した事業所に対して、選定相談用のシートに所定の書式があるかを尋ねたところ、「所定の書式がある」と回答した事業所が 923 事業所(総数の 78.4%)と、約 8 割の事業所では所定の書式を使用して選定相談業務にあたっている。

カテゴリー名	件数	%
所定の書式がある	923	78.4
書式はない	99	8.4
不明	155	13.2
総数	1177	100.0



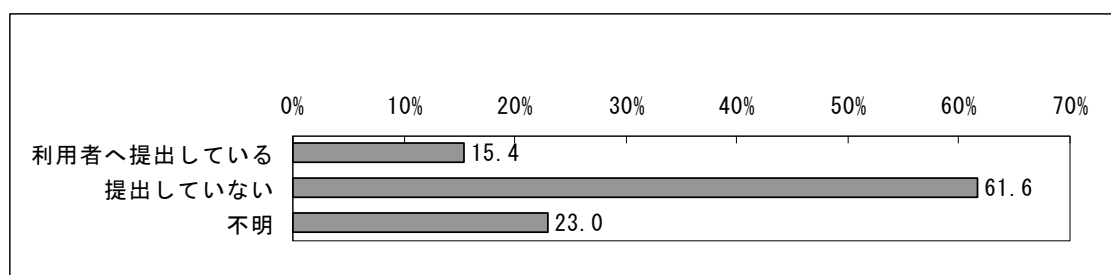
選定相談用のシートを作成していると回答した事業所に対して、作成書式はどのようにしているかを尋ねたところ、総数の 7 割以上の事業所が「全ての種目で共通書式」と回答している。

カテゴリー名	件数	%
全ての種目で共通書式	874	74.3
特別の種目ごとに作成	42	3.6
不明	260	22.1
	1174	100.0



選定相談用のシートを作成していると回答した事業所へ、作成したシートを利用者へ提出しているかを尋ねたところ、「提出していない」と回答した事業所が 725 事業所(総数の 61.6%)となった。「提出している」は 181 事業所(同 15.4%)であり、2 割に満たなかった。

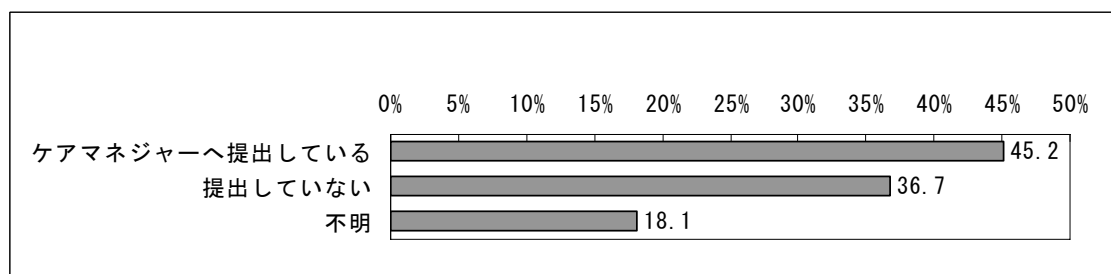
カテゴリー名	件数	%
利用者へ提出している	181	15.4
提出していない	725	61.6
不明	270	23.0
	1176	100.0



次に、作成した選定相談用のシートをケアマネジャーへ提出しているかを尋ねたところ、「提出している」と回答した事業所が 531 事業所(総数の 55.2%)となった。

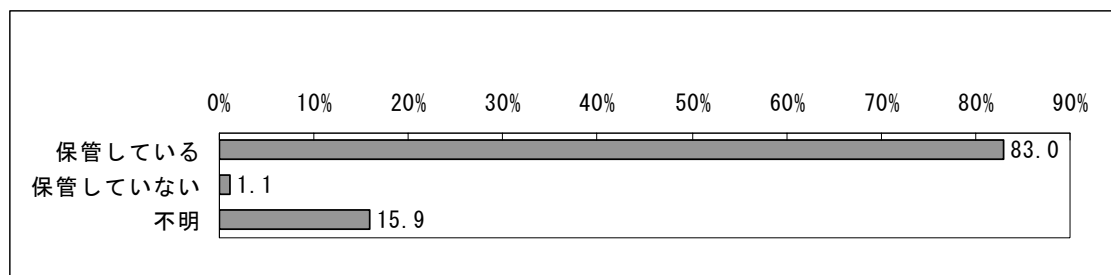
大半の事業所では、選定相談用のシートをケアマネジャーへ提出し、利用者には提出していない状況が読み取れる。

カテゴリー名	件数	%
ケアマネジャーへ提出している	531	55.2
提出していない	432	36.7
不明	213	18.1
総数	1176	100.0



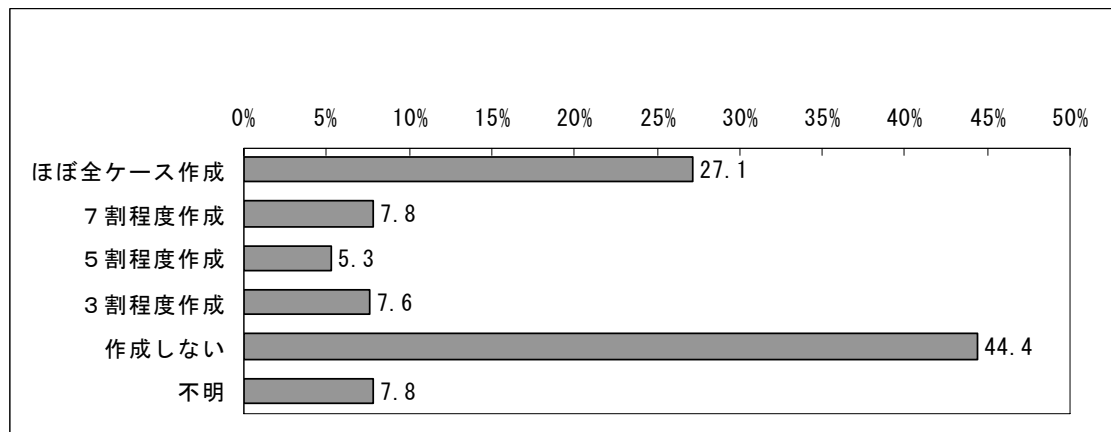
作成した選定相談用のシートを保管しているかを尋ねたところ、8割以上の事業所が「保管している」と回答した。

カテゴリー名	件数	%
保管している	976	83.0
保管していない	13	1.1
不明	187	15.9
総数	1176	100.0



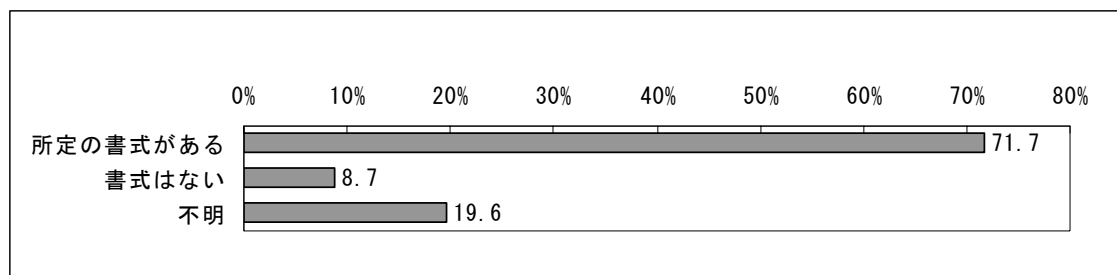
次に、利用計画書を作成しているかと尋ねたところ、「作成しない」と回答した事業所が 639 事業所(総数の 44.4%)となった。少しでも「作成している」と回答した事業所を合わせると、687 事業所(同 47.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ほぼ全ケース作成	390	27.1
7割程度作成	112	7.8
5割程度作成	76	5.3
3割程度作成	109	7.6
作成しない	639	44.4
不明	112	7.8
総数	1438	100.0



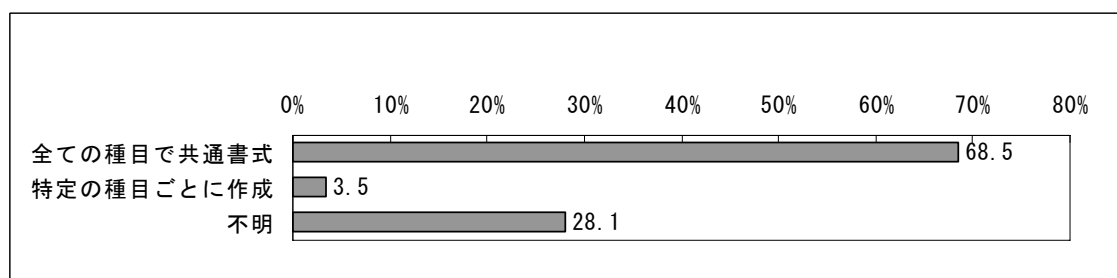
利用計画書を作成していると回答した事業所に、所定の書式があるかを尋ねたところ、約 7 割の事業所が「所定の書式がある」と回答した。

カテゴリー名	件数	%
所定の書式がある	575	71.7
書式はない	70	8.7
不明	157	19.6
総数	802	100.0



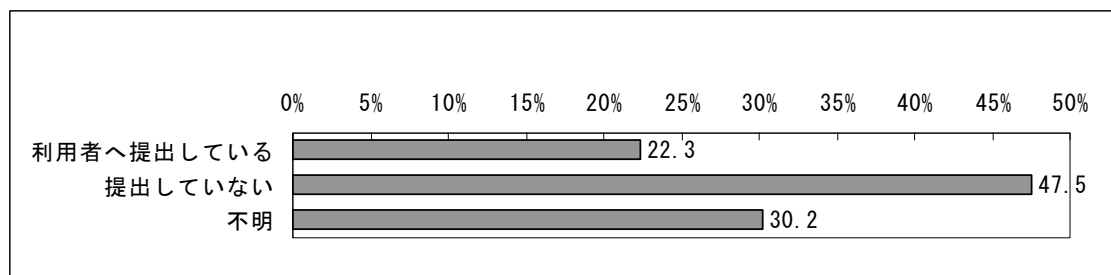
利用計画書を作成していると回答した事業所に、作成書式について尋ねたところ、「全ての種目で共通書式」と回答した事業所が約 7 割となった。

カテゴリー名	件数	%
全ての種目で共通書式	549	68.5
特定の種目ごとに作成	28	3.5
不明	225	28.1
総数	802	100.0



また、作成した利用計画書を利用者へ提出しているかを尋ねたところ、「提出していない」と回答した事業所が 381 事業所(総数の 47.5%)、「提出している」が 179 事業所(同 22.3%)となった。

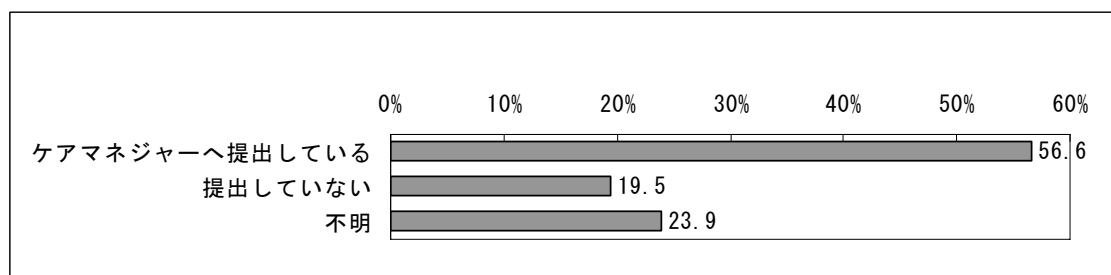
カテゴリー名	件数	%
利用者へ提出している	179	22.3
提出していない	381	47.5
不明	242	30.2
総数	802	100.0



作成した利用計画書をケアマネジャーへ提出しているかを尋ねたところ、「提出している」と回答した事業所が 454 事業所(総数の 56.6%)、「提出していない」が 156 事業所(同 19.5%)となった。

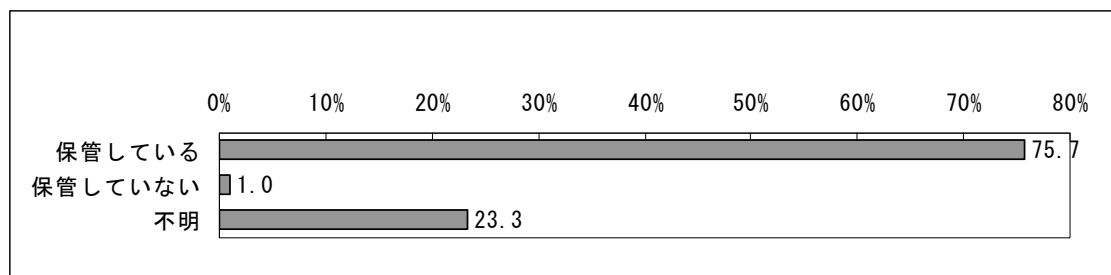
大半の事業所では、利用計画書をケアマネジャーへ提出し、利用者には提出していない状況が読み取れる。

カテゴリー名	件数	%
ケアマネジャーへ提出している	454	56.6
提出していない	156	19.5
不明	192	23.9
総数	802	100.0



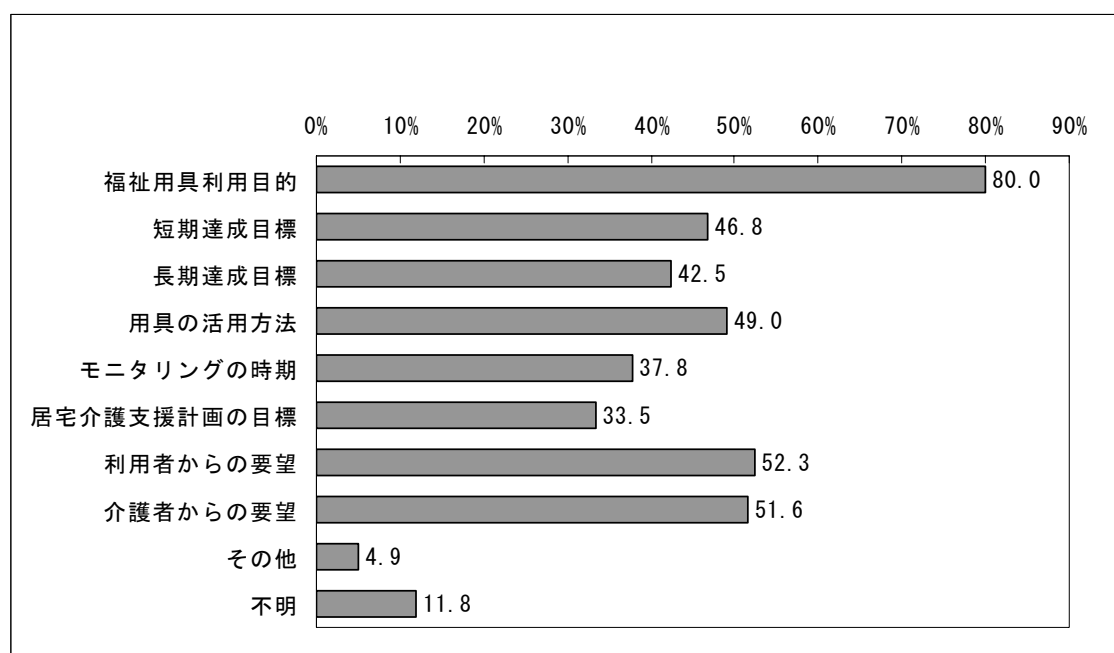
作成した利用計画書を保管しているかを尋ねたところ、「保管している」と回答した事業所が 608 事業所(総数の 75.7%)となった。選定相談用のシートの保管と同等の傾向を示した。

カテゴリー名	件数	%
保管している	608	75.7
保管していない	8	1.0
不明	187	23.3
総数	802	100.0



利用計画書の記載項目について尋ねたところ(複数回答可)、最も多かった回答は「福祉用具利用目的」が 650 事業所であった。その他多かった項目は「利用者からの要望」、「介護者からの要望」、「用具の活用方法」であった。

カテゴリー名	件数	%(n=802 に対する割合)
福祉用具利用目的	650	80.0
短期達成目標	380	46.8
長期達成目標	345	42.5
用具の活用方法	398	49.0
モニタリングの時期	307	37.8
居宅介護支援計画の目標	272	33.5
利用者からの要望	425	52.3
介護者からの要望	419	51.6
その他	40	4.9
不明	96	11.8
総数	802	100.0

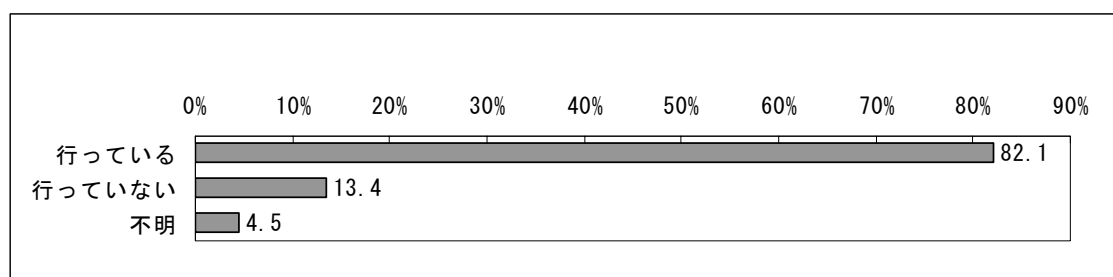


商品の事前貸出サービスの有無と、行っている場合の貸出期間について尋ねたところ、「行っている」が 1,180 事業所（総数の 82.1%）と大半であった。

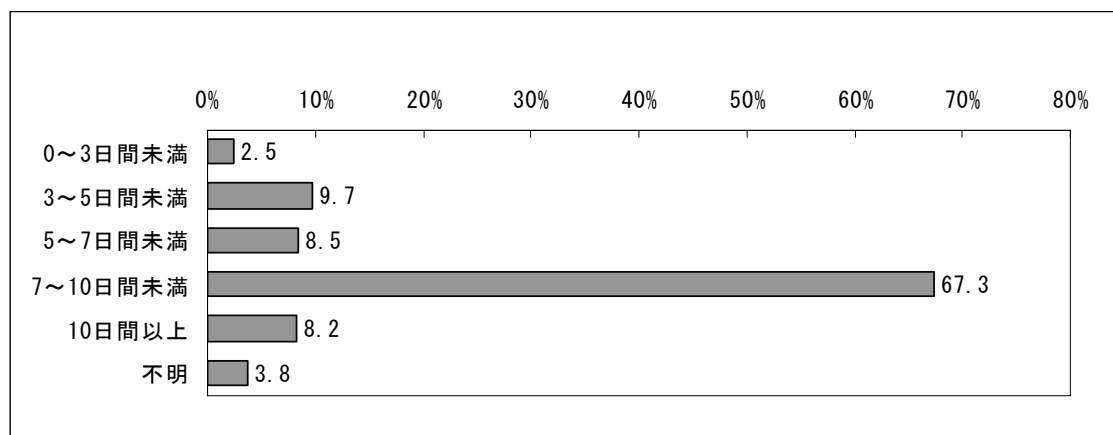
行っている場合の貸出期間は、「7～10 日間未満」が 794 事業所（67.3%）で最も多い。

次いで「3～5 日間未満」114 事業所（9.7%）、「5～7 日間未満」100 事業所（8.5%）、「10 日間以上」97 事業所（8.2%）がほぼ横に並んだ。

カテゴリー名	件数	%
行っている	1180	82.1
行っていない	193	13.4
不明	65	4.5
総数	1438	100.0



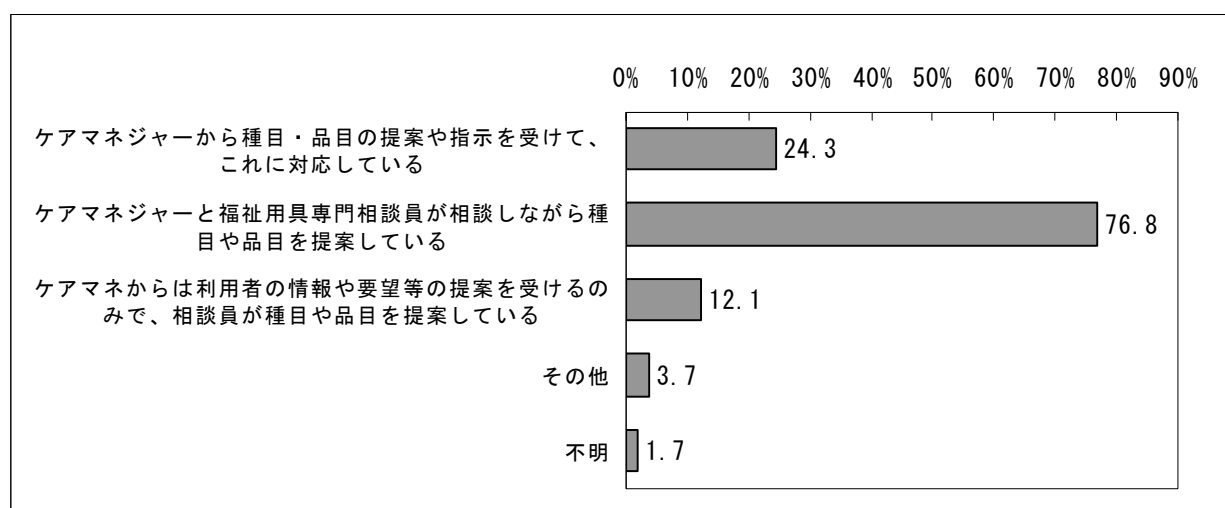
貸出期間	件数	%
0～3 日間未満	30	2.5
3～5 日間未満	114	9.7
5～7 日間未満	100	8.5
7～10 日間未満	794	67.3
10 日間以上	97	8.2
不明	45	3.8
総数	1180	100.0



指定基準では、福祉用具専門相談員は、利用者の福祉用具選定の相談・援助を行うことになっている。その際、事業所においてケアマネジャーとは主にどのような関わりを持ちながら進めているか、訊いた。

「ケアマネジャーと福祉用具専門相談員が相談しながら種目や品目を提案している」と回答した事業所が 1102 事業所(総数の 76.7%)となった。

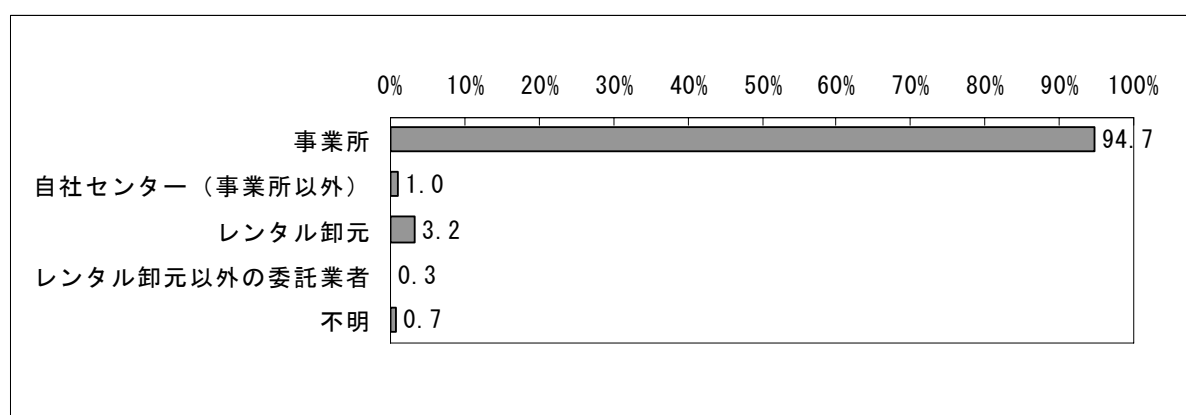
利用者とケアマネジャーの関係はどのようなものですか	件数	%
ケアマネジャーから種目・品目の提案や指示を受けて、これに対応している	349	24.3
ケアマネジャーと福祉用具専門相談員が相談しながら種目や品目を提案している	1102	76.7
ケアマネジャーからは利用者の情報や要望等の提案を受けるのみで、相談員が種目や品目を提案している	174	12.1
その他	53	3.7
不明	25	1.7
総数	1436	100.0



(6)モニタリング

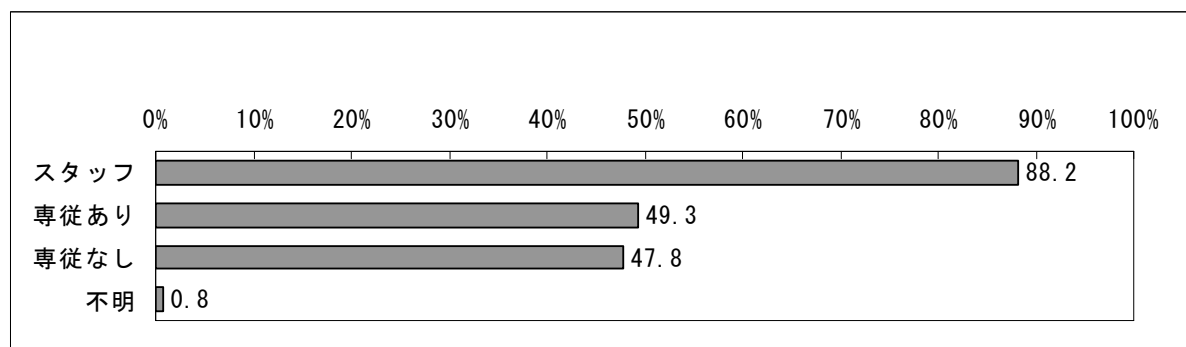
モニタリング業務について主としてどこが対応しているかを尋ねたところ、「事業所」と回答した事業所が 1361 事業所(総数の 94.7%)と最も多かった。

カテゴリー名	件数	%
事業所	1361	94.7
自社センター（事業所以外）	15	1.0
レンタル卸元	46	3.2
レンタル卸元以外の委託業者	5	0.3
不明	10	0.7
総数	1437	100.0



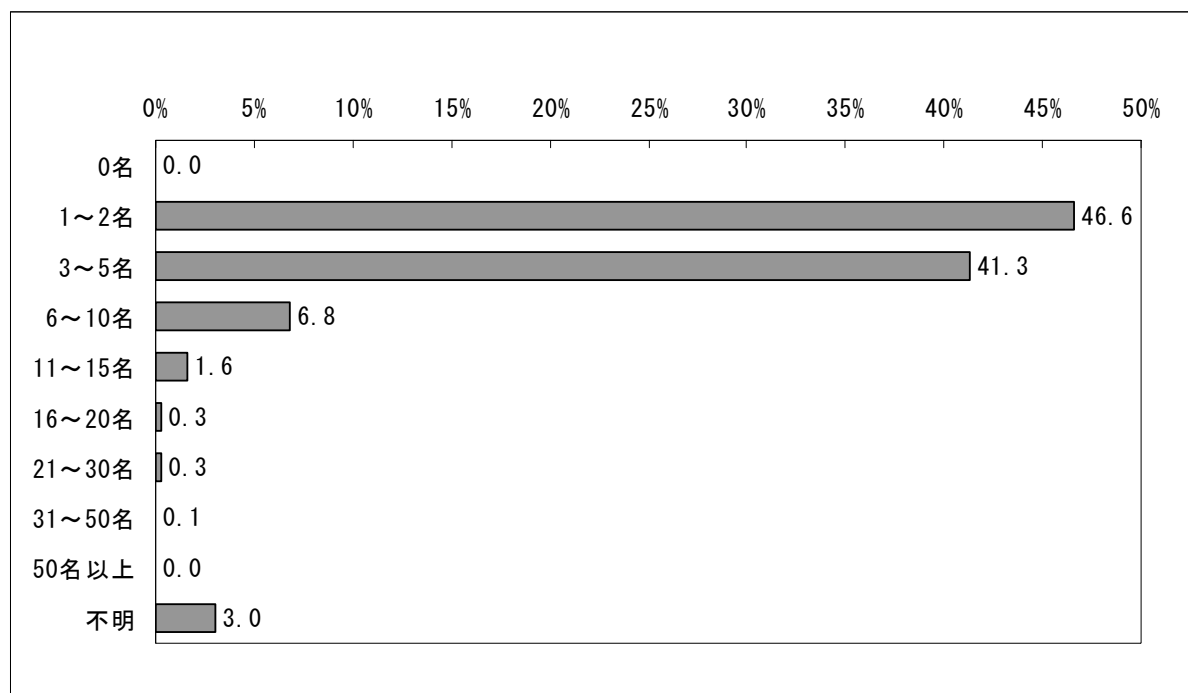
事業所で対応していると回答した事業所に、モニタリング業務に関わっている人の有無と専従者の有無を尋ねた。スタッフが関わっている事業所は 1228 事業所(総数の 88.2%)だった。その内、「専従あり」は 686 事業所(総数の 49.3%)となった。

カテゴリー名	件数	% (n=1361 に対する割合)
スタッフ	1228	88.2
専従あり	686	49.3
専従なし	666	47.8
不明	11	0.8
総数	1361	100.0



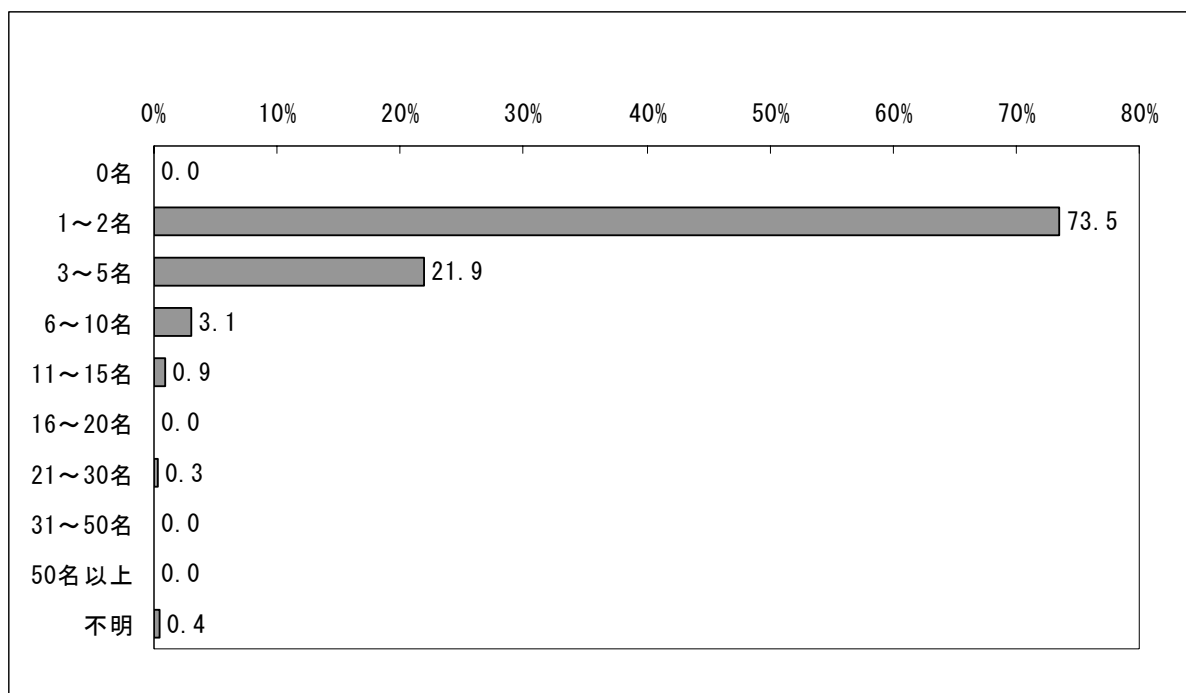
具体的にモニタリング業務に関わるスタッフの人数を尋ねたところ、「1～2名」が 572 事業所 (総数の 46.6%)、「3～5名」が 507 事業所(同 41.3%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0 名	0	0.0
1～2 名	572	46.6
3～5 名	507	41.3
6～10 名	83	6.8
11～15 名	20	1.6
16～20 名	4	0.3
21～30 名	4	0.3
31～50 名	1	0.1
50 名以上	0	0.0
不明	37	3.0
総数	1228	100.0



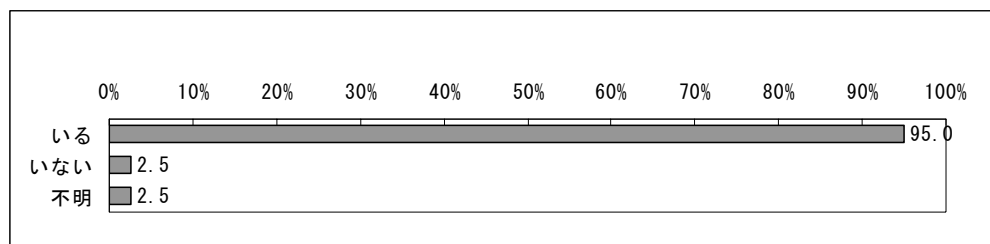
次に、モニタリング業務専従のスタッフの人数を尋ねた。「1～2名」が 504 事業所(総数の 73.5%)、「3～5名」が 150 事業所(同 21.9%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0 名	0	0.0
1～2 名	504	73.5
3～5 名	150	21.9
6～10 名	21	3.1
11～15 名	6	0.9
16～20 名	0	0.0
21～30 名	2	0.3
31～50 名	0	0.0
50 名以上	0	0.0
不明	3	0.4
総数	686	100.0



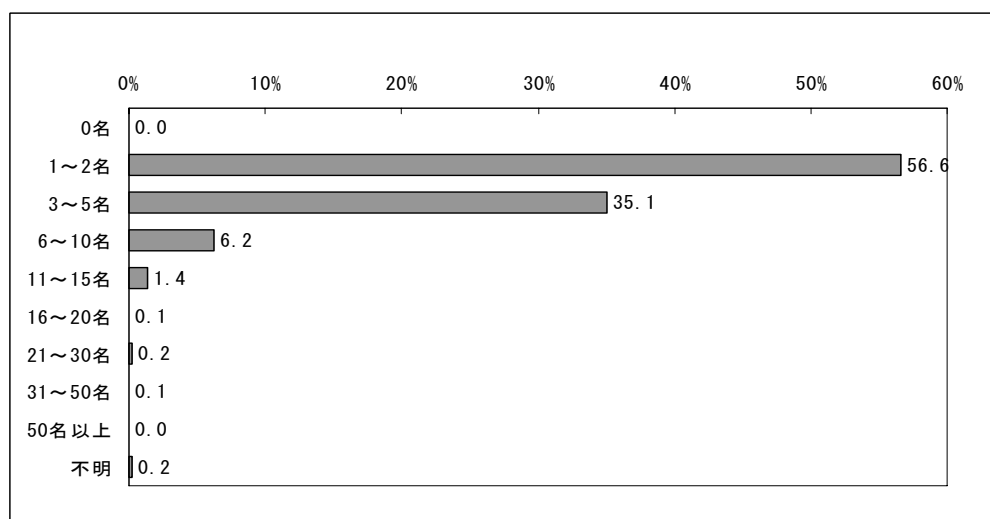
さらに、モニタリング業務に関わっている人の中に福祉用具専門相談員がいるかを尋ねたところ、「いる」と回答した事業所が 1322 事業所(総数の 95.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
いる	1322	95.0
いない	35	2.5
不明	35	2.5
総数	1361	100.0



福祉用具専門相談員の人数について尋ねたところ、「1～2名」が 748 事業所(総数の 56.6%)、「3～5名」が 464 事業所(同 35.1%)となった。

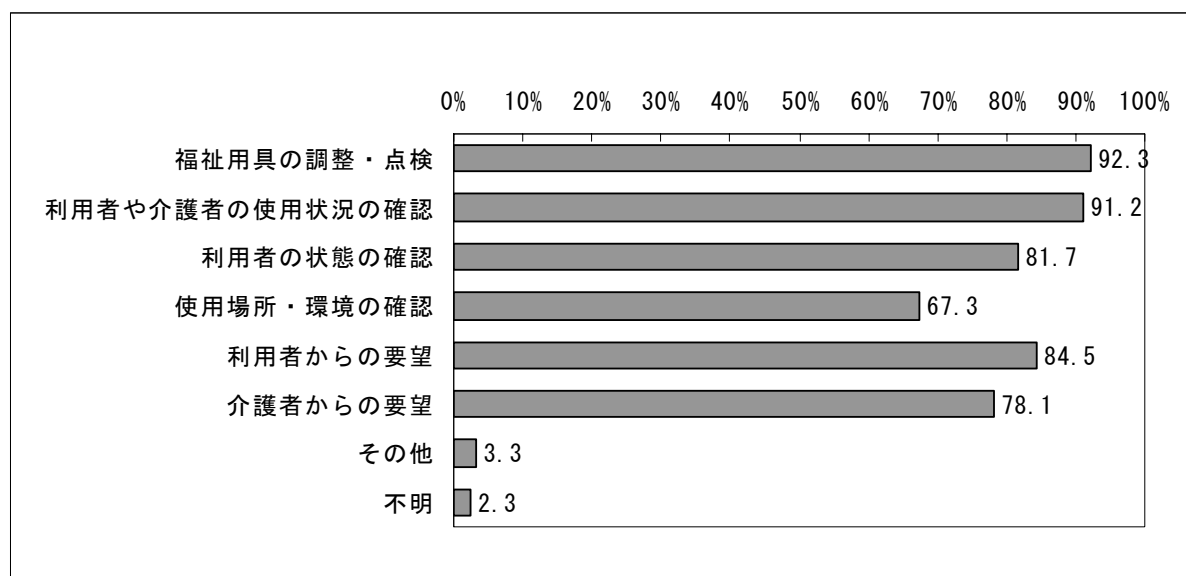
カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名	748	56.6
3～5名	464	35.1
6～10名	82	6.2
11～15名	19	1.4
16～20名	2	0.1
21～30名	3	0.2
31～50名	1	0.1
50名以上	0	0.0
不明	3	0.2
総数	1322	100.0



モニタリング業務で何を確認しているかを尋ねた。(複数回答可) 9割以上の事業所が確認しているカテゴリーは、「福祉用具の調整・点検」1327 事業所(総数の 92.3%)、「利用者や介護者の使用状況の確認」1321 事業所(同 91.2%)だった。続いて8割以上確認しているものは、「利用者からの要望」1215 事業所(同 84.5%)、「利用者の状態の確認」1175 事業所(同 81.7%)だった。

この結果より、上記4つの項目は多くの事業所で確認されている傾向がある。

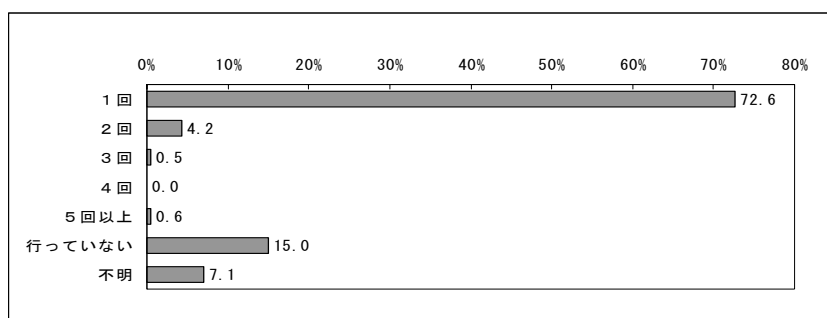
カテゴリー名	件数	% (n=1438 に対する割合)
福祉用具の調整・点検	1327	92.3
利用者や介護者の使用状況の確認	1312	91.2
利用者の状態の確認	1175	81.7
使用場所・環境の確認	968	67.3
利用者からの要望	1215	84.5
介護者からの要望	1123	78.1
その他	47	3.3
不明	33	2.3
総数	1438	100.0



納品後 10 日以内(初期)のモニタリング業務について、利用者へ電話での確認や訪問での点検を行っているか「車いす」と「特殊寝台」に絞って尋ねた。

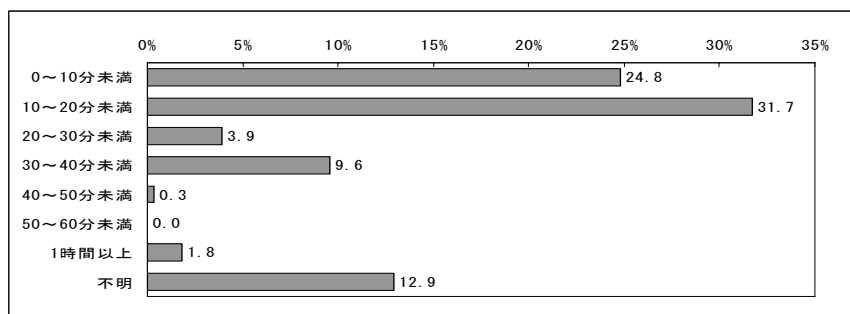
まず、「車いす」について電話での確認は平均何回行っているかを尋ねたところ、「1 回」が 1044 事業所(総数の 72.6%)と最も多く、次いで「行っていない」が 216 事業所(同 15.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
1 回	1044	72.6
2 回	61	4.2
3 回	7	0.5
4 回	0	0.0
5 回以上	8	0.6
行っていない	216	15.0
不明	102	7.1
総数	1438	100.0



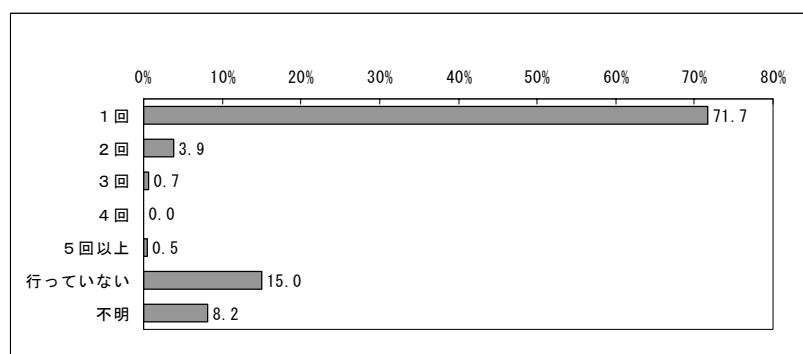
また、平均時間についても尋ねた。「10～20 分未満」が 456 事業所(総数の 31.7%)、「0～10 分未満」が 356 事業所(同 24.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～10 分未満	356	24.8
10～20 分未満	456	31.7
20～30 分未満	56	3.9
30～40 分未満	138	9.6
40～50 分未満	4	0.3
50～60 分未満	0	0.0
1 時間以上	26	1.8
不明	186	12.9
総数	1438	100.0



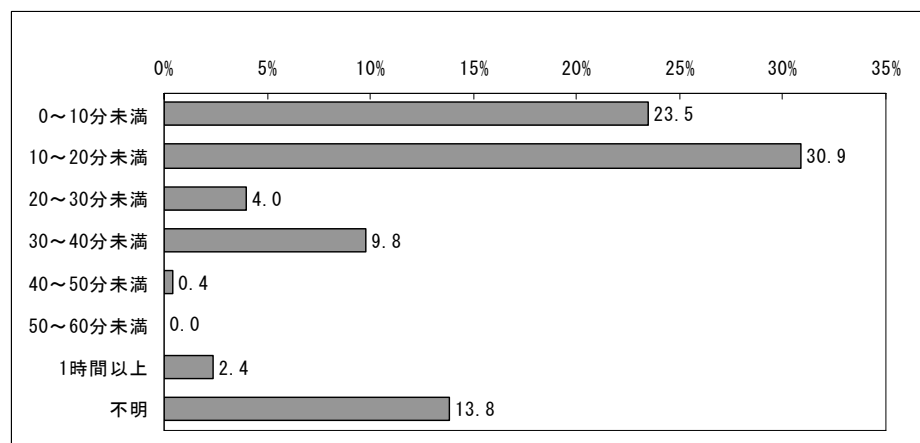
同様に、「特殊寝台」についても電話確認の平均回数を尋ねた。こちらも「1回」が1030事業所(総数の71.6%)、「行っていない」が216事業所(同15.0%)となった。

カテゴリー名	件	%
1回	1030	71.6
2回	56	3.9
3回	10	0.7
4回	0	0.0
5回以上	7	0.5
行っていない	216	15.0
不明	118	8.2
総数	1438	100.0



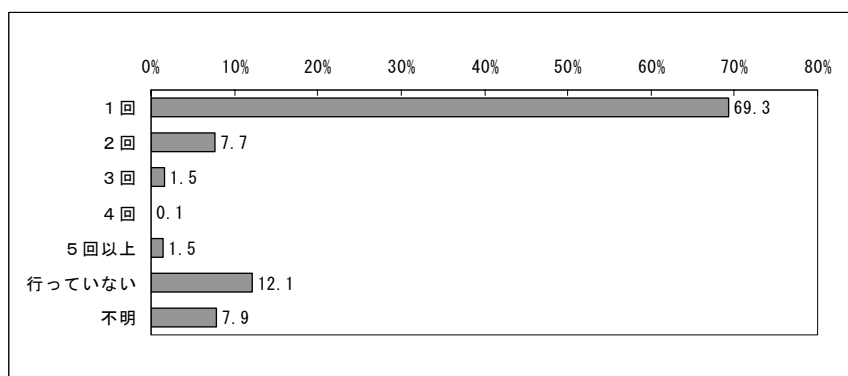
電話での確認の平均時間を尋ねたところ、「10～20分未満」が445事業所(総数の30.9%)、「0～10分未満」が338事業所(同23.5%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～10分未満	338	23.5
10～20分未満	445	30.9
20～30分未満	58	4.0
30～40分未満	141	9.8
40～50分未満	6	0.4
50～60分未満	0	0.0
1時間以上	35	2.4
不明	198	13.8
総数	1438	100.0



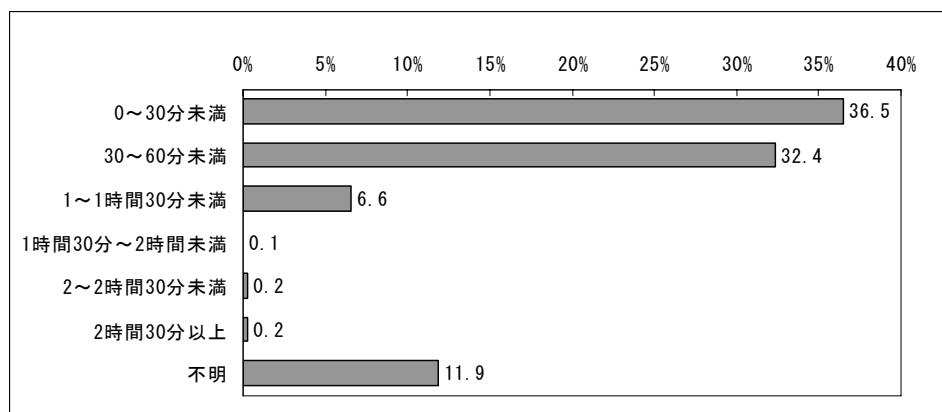
次に、「車いす」について訪問での確認の平均回数を尋ねた。「1回」が 996 事業所(総数の 69.3%)と最も多く、「行っていない」が 174 事業所(同 12.1%)となった。

カテゴリー名	件数	%
1回	996	69.3
2回	110	7.6
3回	22	1.5
4回	1	0.1
5回以上	21	1.5
行っていない	174	12.1
不明	113	7.9
総数	1438	100.0



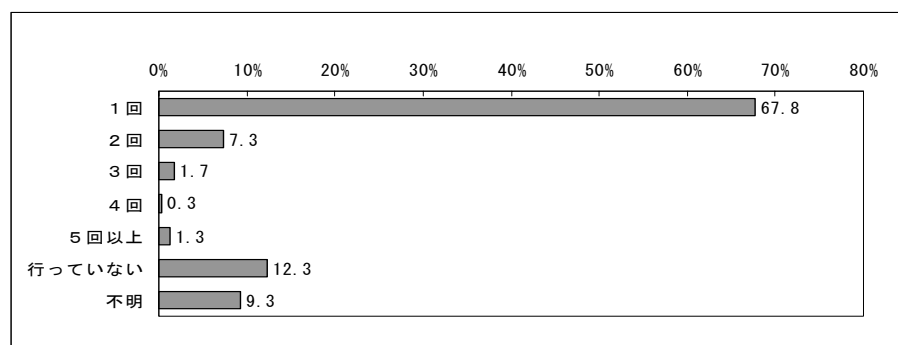
1回の平均時間について尋ねたところ、「0～30分未満」が 525 事業所(総数の 36.5%)、ついで「30～60分未満」が 466 事業所(同 32.4%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～30分未満	525	36.5
30～60分未満	466	32.4
1～1時間30分未満	95	6.6
1時間30分～2時間未満	2	0.1
2～2時間30分未満	3	0.2
2時間30分以上	3	0.2
不明	171	11.9
総数	1438	100.0



同様に、「特殊寝台」についても訪問での確認の平均回数を尋ねた。「1回」が974事業所(総数の67.7%)と最も多く「行っていない」が177事業所(同12.3%)となった。

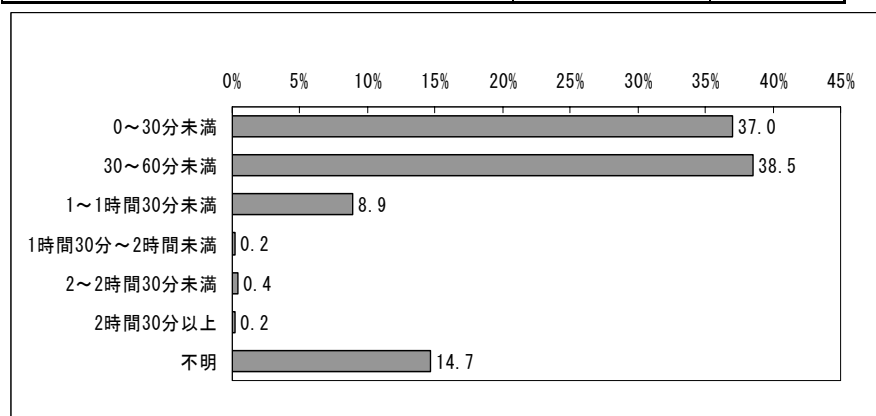
カテゴリー名	件数	%
1回	974	67.7
2回	105	7.3
3回	25	1.7
4回	4	0.3
5回以上	19	1.3
行っていない	177	12.3
不明	133	9.2
総数	1438	100.0



1回の平均時間について尋ねたところ、「30～60分未満」が486事業所(総数の38.5%)、「0～30分未満」が467事業所(同37.0%)となった。

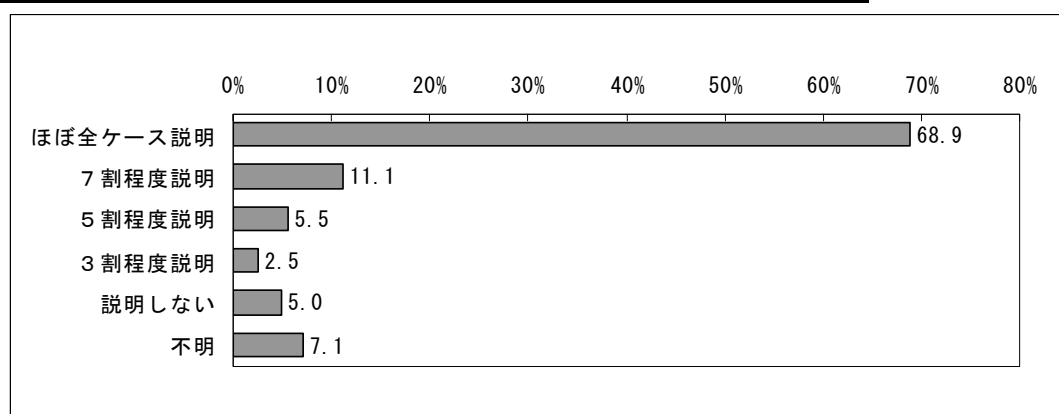
電話、訪問どちらのモニタリング確認の回数・時間について、種目の違いはあっても同様の傾向があることがわかった。

カテゴリー名	件数	%
0～30分未満	467	37.0
30～60分未満	486	38.5
1～1時間30分未満	112	8.9
1時間30分～2時間未満	3	0.2
2～2時間30分未満	5	0.4
2時間30分以上	3	0.2
不明	185	14.7
総数	1438	100.0



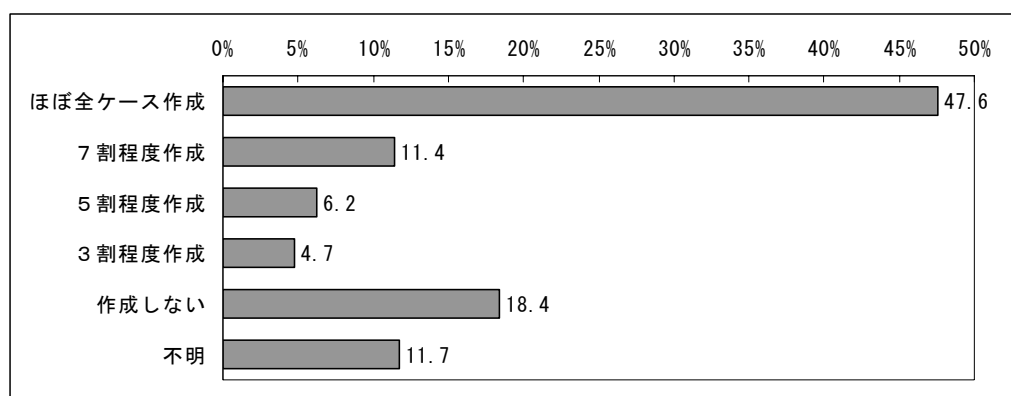
モニタリング確認を行った結果、利用者と介護者へどのように対応したかを説明しているか尋ねた。「ほぼ全ケース説明」が最も多く 982 事業所(総数の 68.9%)、次いで「7割程度説明」が 158 事業所(同 11.1%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ほぼ全ケース説明	982	68.9
7割程度説明	158	11.1
5割程度説明	79	5.5
3割程度説明	35	2.5
説明しない	71	5.0
不明	101	7.1
総数	1438	100.0



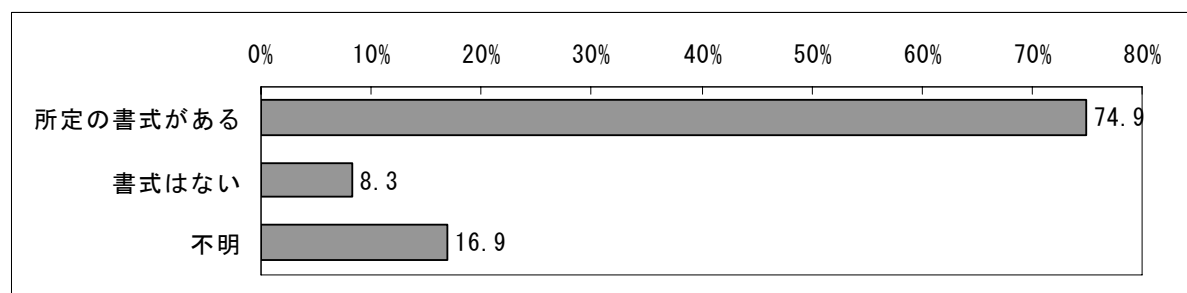
モニタリング確認の結果記録を作成しているかを尋ねたところ、「ほぼ全ケース作成」が 684 事業所(総数の 47.6%)と最も多く、次いで「作成しない」が 265 事業所(同 18.4%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ほぼ全ケース作成	684	47.6
7割程度作成	164	11.4
5割程度作成	89	6.2
3割程度作成	68	4.7
作成しない	265	18.4
不明	168	11.7
総数	1438	100.0



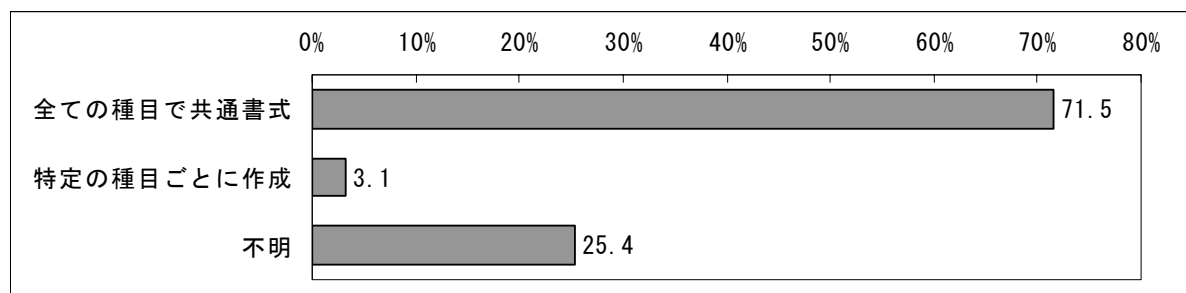
「作成している」と回答した事業所に、所定の書式があるかを訪ねた。「所定の書式がある」と回答した事業所は 880 事業所(総数の 87.6%)となった。

カテゴリー名	件数	%
所定の書式がある	880	87.6
書式はない	97	9.7
不明	198	19.7
総数	1005	100.0



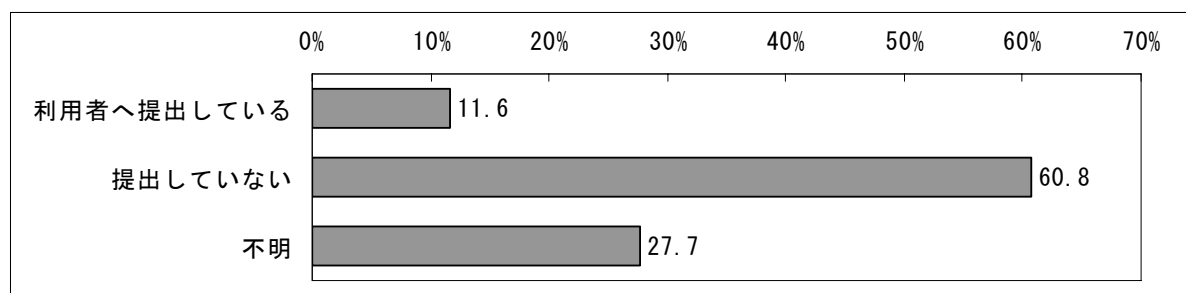
結果記録の書式はどのように作成しているかを尋ねたところ、「全ての種目で共通書式」と回答した事業所は 840 事業所(総数の 71.5%)、逆に「特定の種目ごとに作成」は 37 事業所(同 3.1%)となった。

カテゴリー名	件数	%
全ての種目で共通書式	840	71.5
特定の種目ごとに作成	37	3.1
不明	298	25.4
総数	1175	100.0



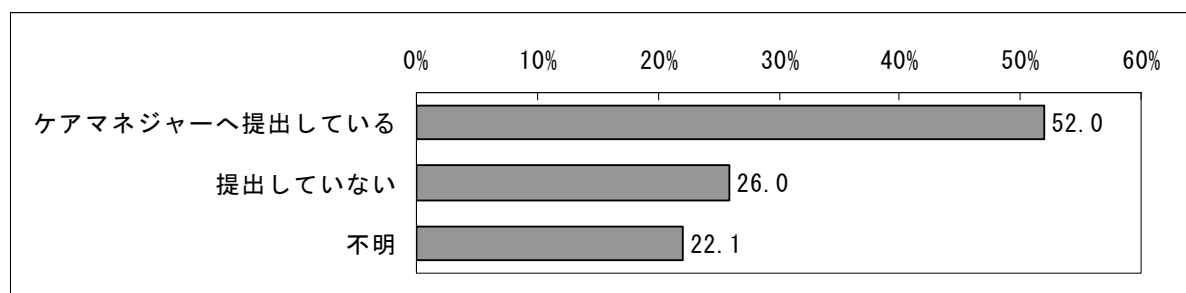
作成した書式を利用者へ提出しているかを尋ねたところ、「提出していない」が 325 事業所(総数の 60.8%)と多く、「提出している」は 136 事業所(同 11.6%)だった。

カテゴリー名	件数	%
利用者へ提出している	136	11.6
提出していない	714	60.8
不明	325	27.7
	1175	100.0



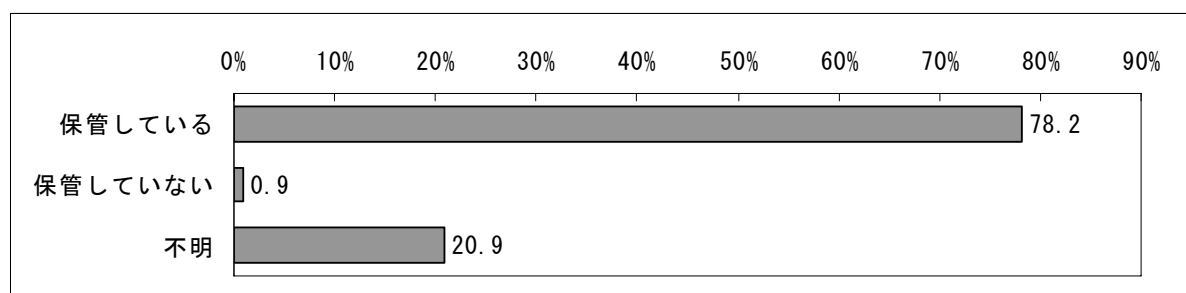
作成した書式をケアマネジャーへ提出しているかを尋ねたところ、「提出している」は 610 事業所(総数の 52.0%)、「提出していない」は 305 事業所(同 26.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ケアマネジャーへ提出している	610	52.0
提出していない	305	26.0
不明	259	22.1
	1174	100.0



作成した書式を保管しているかを尋ねたところ、「保管している」は 919 事業所(総数の 78.2%)、「保管していない」は 11 事業所(同 0.9%)となった。

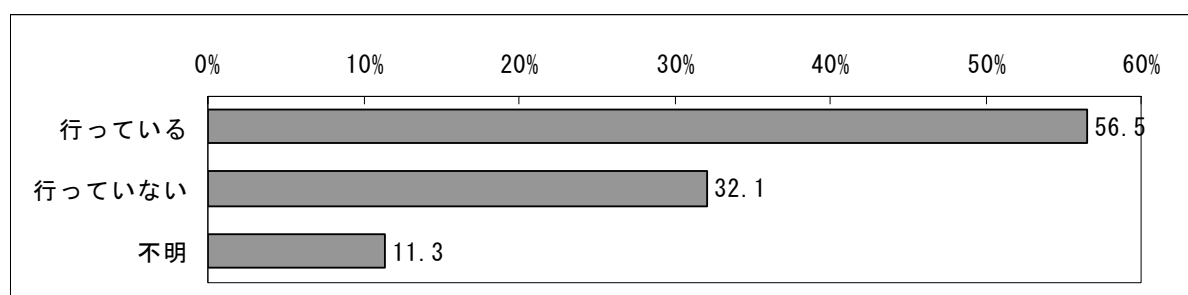
カテゴリー名	件数	%
保管している	919	78.2
保管していない	11	0.9
不明	245	20.9
	1175	100.0



次に、納品後(初回モニタリング後 10 日以降)のモニタリング業務について、電話や訪問での確認を行っているかを、「車いす」と「特殊寝台」に絞って尋ねた。

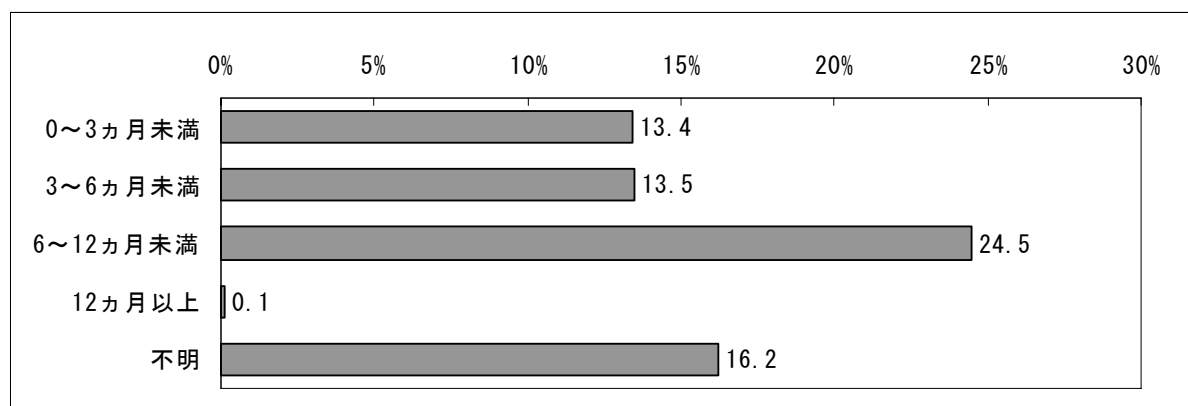
まず、「車いす」について電話でのモニタリング業務を行っているかを尋ねたところ、「行っている」が 813 事業所(総数の 56.5%)、「行っていない」が 462 事業所(同 32.1%)となった。

カテゴリー名	件数	%
行っている	813	56.5
行っていない	462	32.1
不明	163	11.3
総数	1438	100.0



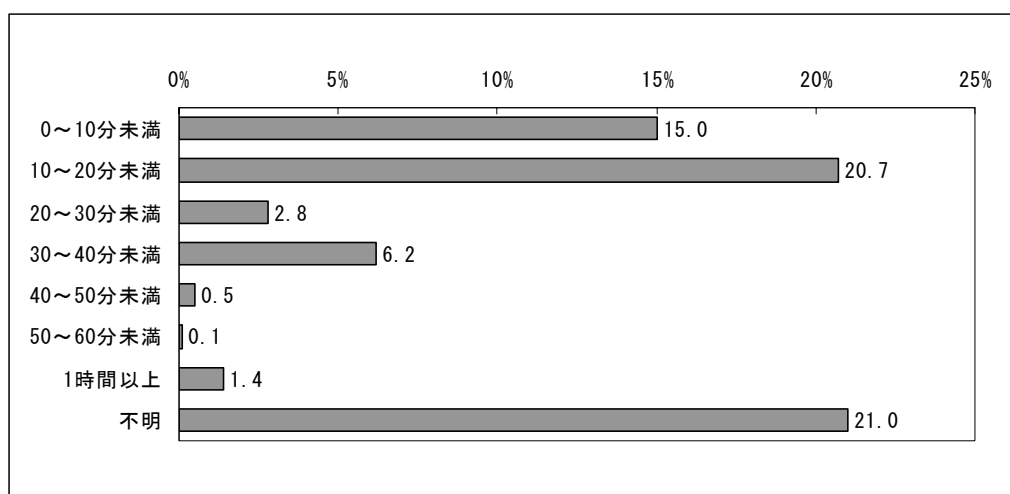
電話での確認頻度として、何ヶ月毎に行っているかを尋ねた。「6～12 ヶ月未満」が 352 事業所(総数の 24.5%)と最も多く、次いで「3～6 ヶ月未満」が 195 事業所(同 13.5%)、「0～3 ヶ月未満」が 194 事業所(同 13.4%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3 ヶ月未満	194	13.4
3～6 ヶ月未満	195	13.5
6～12 ヶ月未満	352	24.5
12 ヶ月以上	1	0.1
不明	71	16.2
総数	1438	100.0



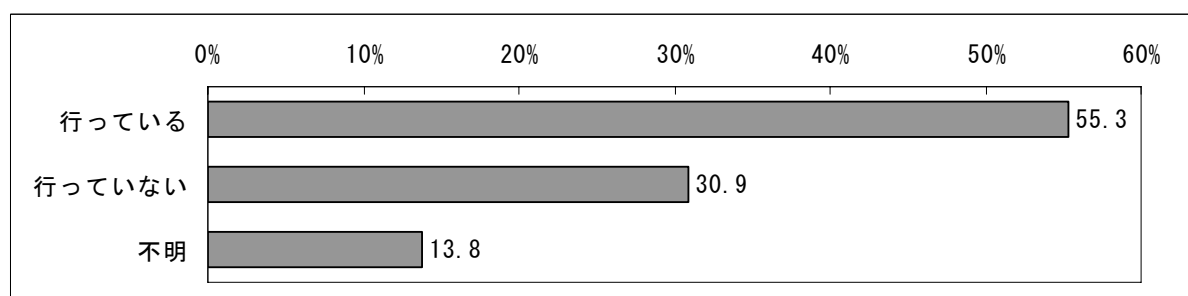
電話確認の1回当たりの平均時間についても尋ねたところ、「10～20分未満」が298事業所(総数の20.7%)、「0～10分未満」が216事業所(同15.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～10分未満	216	15.0
10～20分未満	298	20.7
20～30分未満	40	2.8
30～40分未満	89	6.2
40～50分未満	7	0.5
50～60分未満	2	0.1
1時間以上	20	1.4
不明	302	21.0
総数	1438	100.0



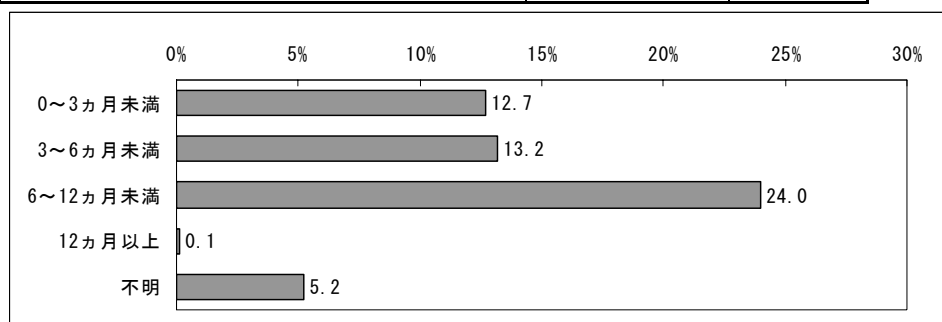
「特殊寝台」についても同様に、電話でのモニタリング業務を行っているかを尋ねた。「行っている」が794事業所(総数の55.2%)、「行っていない」が444事業所(同30.9%)となった。

カテゴリー名	件数	%
行っている	794	55.2
行っていない	444	30.9
不明	198	13.8
総数	1438	100.0



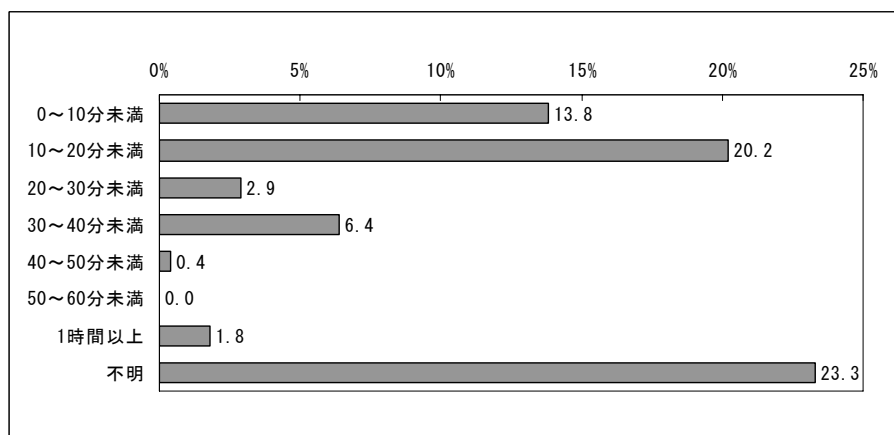
電話での確認頻度について、何ヶ月毎に行っているかを尋ねた。「6～12ヶ月未満」が345事業所(総数の24.0%)、次いで「3～6ヶ月未満」が190事業所(同13.2%)、「0～3ヶ月未満」が182事業所(同12.7%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3ヵ月未満	182	12.7
3～6ヵ月未満	190	13.2
6～12ヵ月未満	345	24.0
12ヵ月以上	2	0.1
不明	75	5.2
総数	1438	100.0



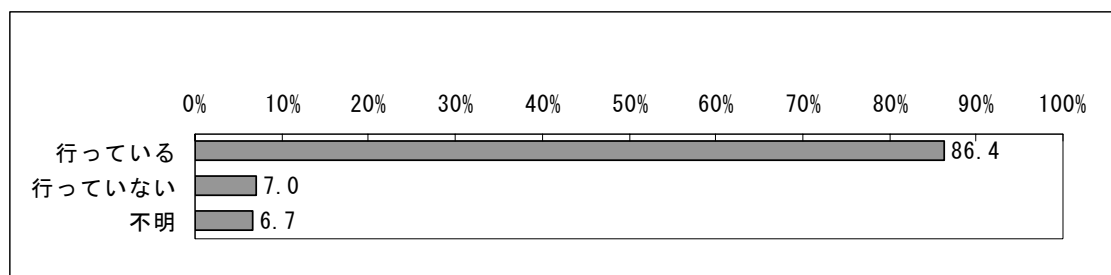
電話確認において、1回当たりの平均時間について尋ねた。「10～20分未満」が290事業所(総数の20.2%)、「0～10分未満」が199事業所(同13.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～10分未満	199	13.8
10～20分未満	290	20.2
20～30分未満	42	2.9
30～40分未満	92	6.4
40～50分未満	6	0.4
50～60分未満	0	0.0
1時間以上	26	1.8
不明	335	23.3
総数	1438	100.0



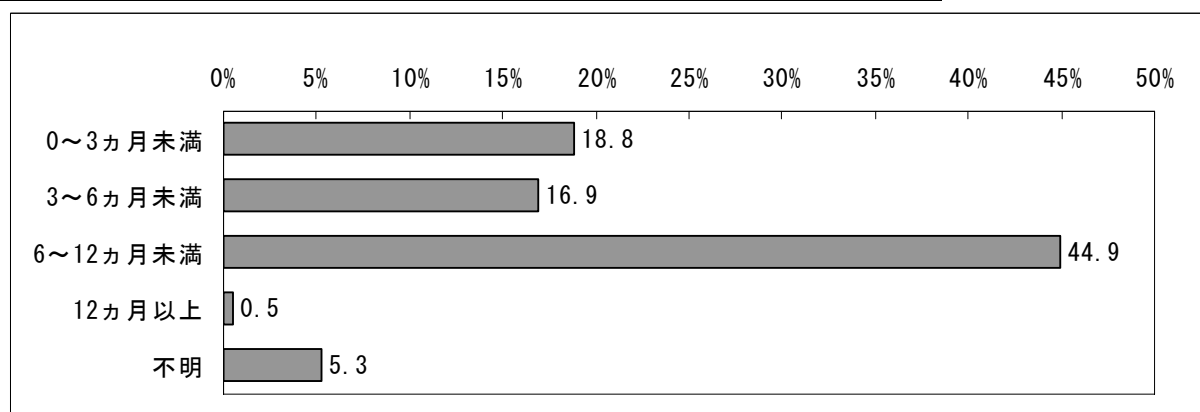
次に、「車いす」について訪問での確認を行っているかを尋ねた。「行っている」が 1241 事業所(総数の 86.3%)、「行っていない」が 100 事業所(同 7.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
行っている	1241	86.4
行っていない	100	7.0
不明	96	6.7
総数	1438	100.0



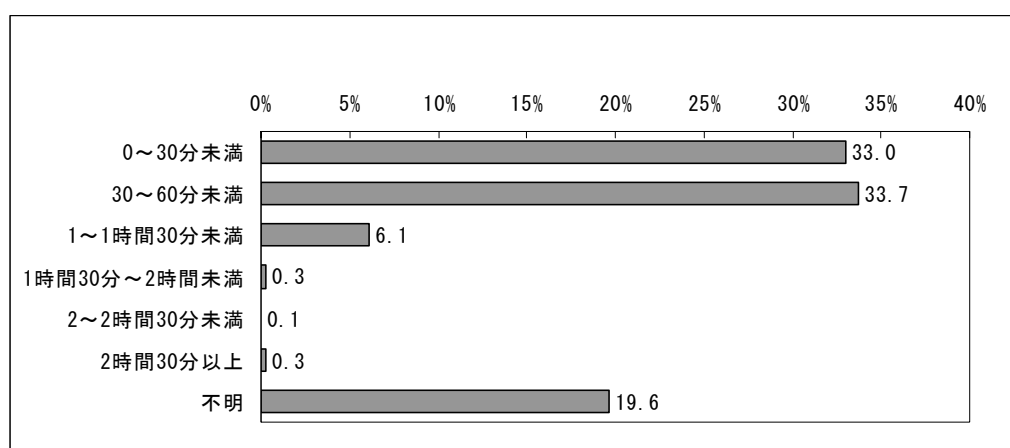
頻度として、何ヶ月毎に訪問確認を行っているかを尋ねた。「6～12 ヶ月未満」が 645 事業所(総数の 52.0%)と最も多く、次いで「0～3 ヶ月未満」が 270 事業所(同 21.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3 ヶ月未満	270	21.8
3～6 ヶ月未満	243	19.6
6～12 ヶ月未満	645	52.0
12 ヶ月以上	7	0.6
不明	76	6.1
総数	1438	100.0



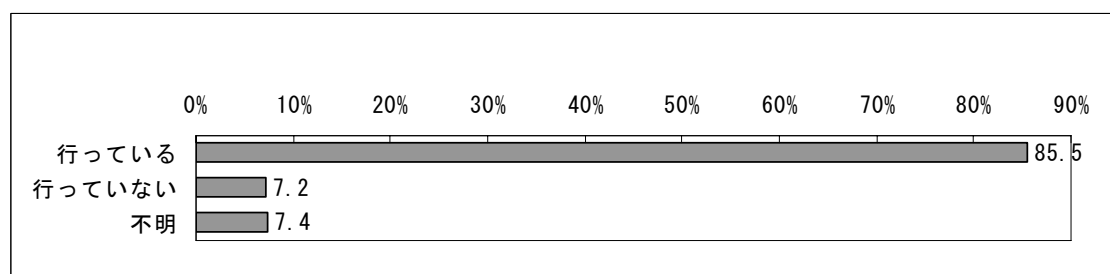
訪問確認の1回当たりの平均時間についても尋ねた。「30～60 分未満」が 484 事業所(総数の 33.7%)、「0～30 分未満」が 474 事業所(同 33.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～30 分未満	474	33.0
30～60 分未満	484	33.7
1～1 時間 30 分未満	87	6.1
1 時間 30 分～2 時間未満	4	0.3
2～2 時間 30 分未満	1	0.1
2 時間 30 分以上	5	0.3
不明	282	19.6
総数	1438	100.0



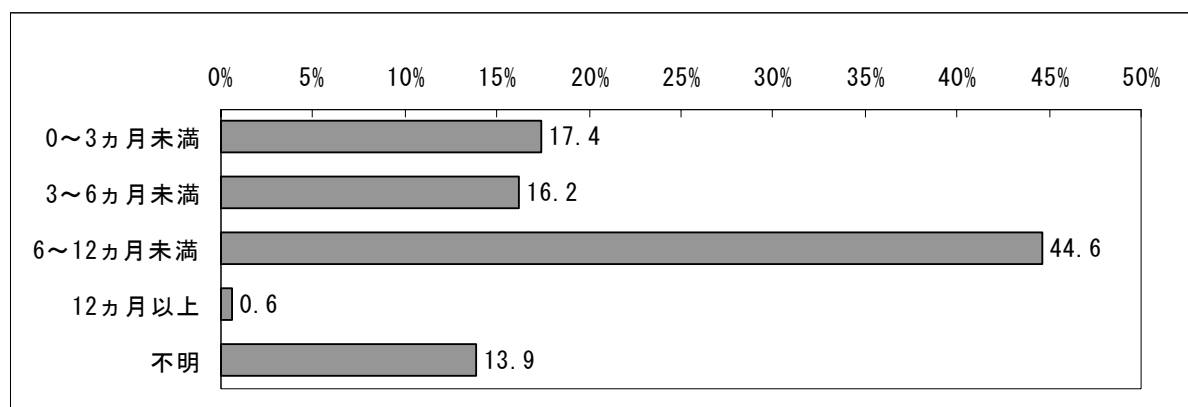
「特殊寝台」について、訪問での確認を行っているかを尋ねた。「行っている」が 1228 事業所(総数の 85.5%)、「行っていない」が 103 事業所(同 7.2%)となった。

カテゴリー名	件数	%
行っている	1228	85.5
行っていない	103	7.2
不明	106	7.4
総数	1438	100.0



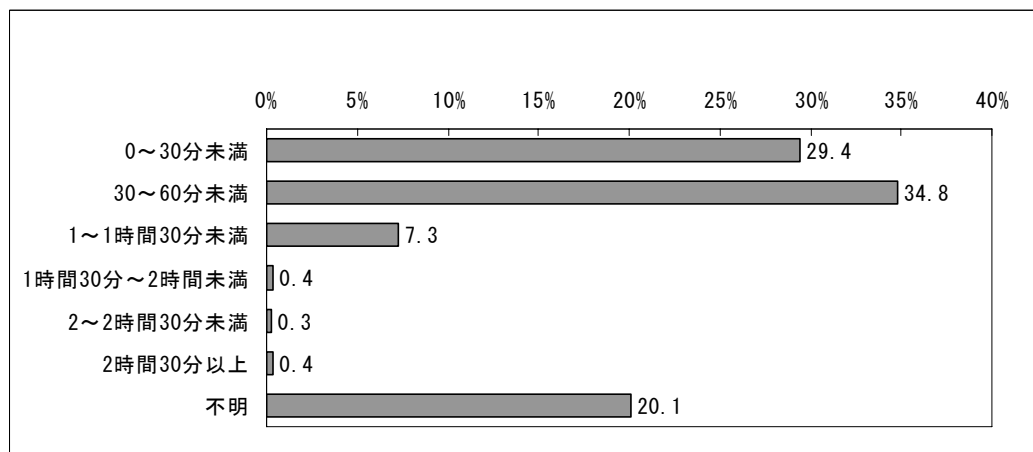
訪問確認の頻度について、何ヶ月毎に行っているかを尋ねた。「6～12ヶ月未満」が642事業所(総数の44.6%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3ヵ月未満	250	17.4
3～6ヵ月未満	233	16.2
6～12ヵ月未満	642	44.6
12ヵ月以上	9	0.6
不明	200	13.9
総数	1438	100.0



訪問確認1回当たりの平均時間について尋ねた。「30～60分未満」が500事業所(総数の34.8%)と最も多く、次いで「0～30分未満」が423事業所(同29.4%)となった。

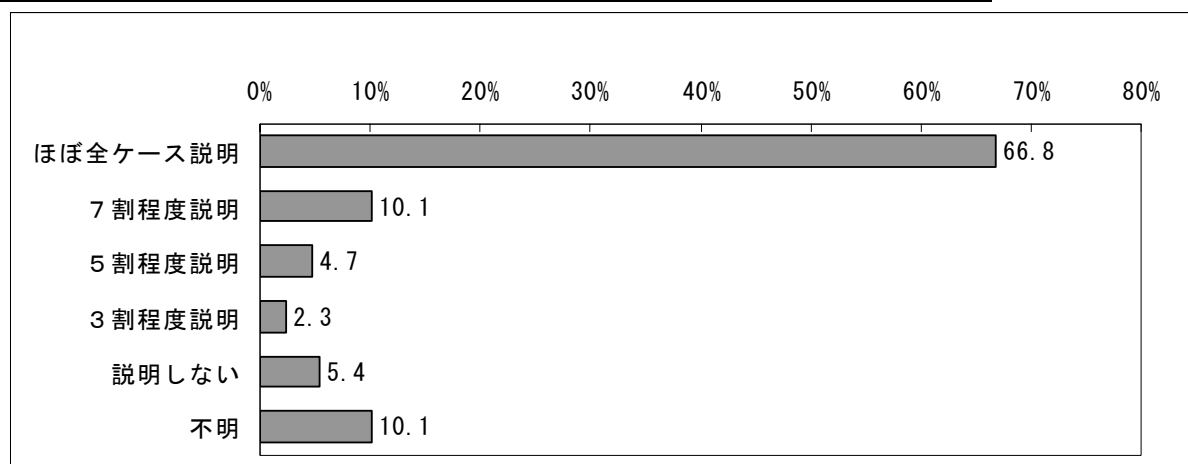
カテゴリー名	件数	%
0～30分未満	423	29.4
30～60分未満	500	34.8
1～1時間30分未満	105	7.3
1時間30分～2時間未満	6	0.4
2～2時間30分未満	4	0.3
2時間30分以上	6	0.4
不明	289	20.1
総数	1338	100.0



モニタリングの結果、利用者本人と介護者へどのように対応したかを説明しているかを尋ねた。「ほぼ全ケース説明」が 960 事業所(総数の 66.8%)と最も多く、次いで「7割程度説明」が 145 事業所(同 10.1%)となった。

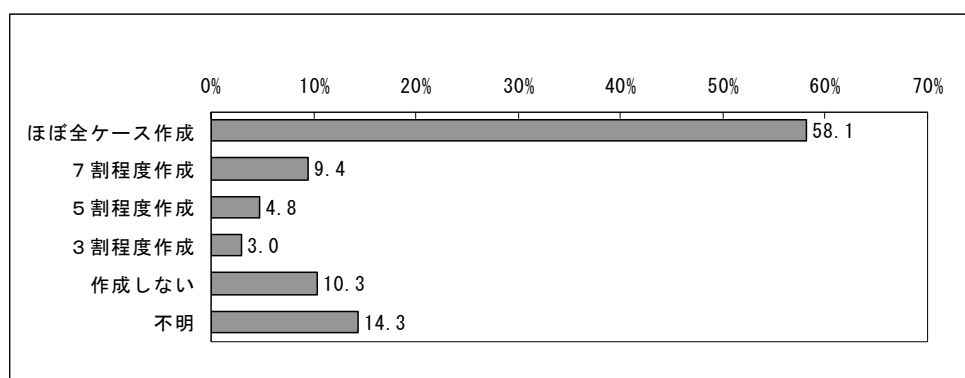
説明している事業所の合計は 1206 事業所(同 83.9%)となり、8割以上の事業所が程度の差はあるものの、説明を行っていることがわかった。

カテゴリー名	件数	%
ほぼ全ケース説明	960	66.8
7割程度説明	145	10.1
5割程度説明	68	4.7
3割程度説明	33	2.3
説明しない	77	5.4
不明	145	10.1
総数	1438	100.0



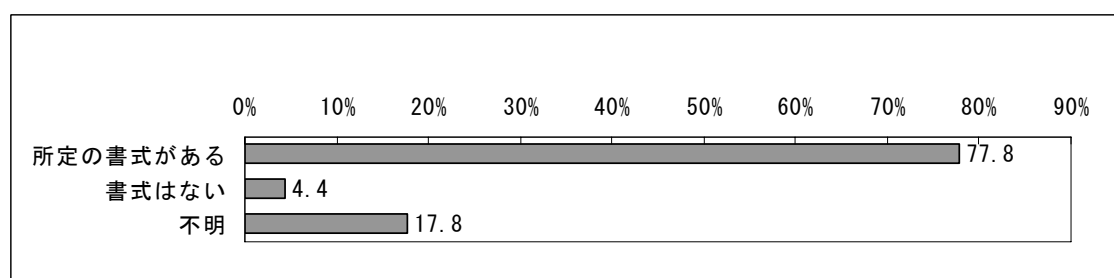
モニタリング業務に関する結果記録を作成しているかを尋ねた。「ほぼ全ケース作成」が 835 事業所(総数の 58.1%)と最も多く、「作成しない」が 148 事業所(同 10.3%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ほぼ全ケース作成	835	58.1
7割程度作成	135	9.4
5割程度作成	69	4.8
3割程度作成	43	3.0
作成しない	148	10.3
不明	206	14.3
総数	1438	100.0



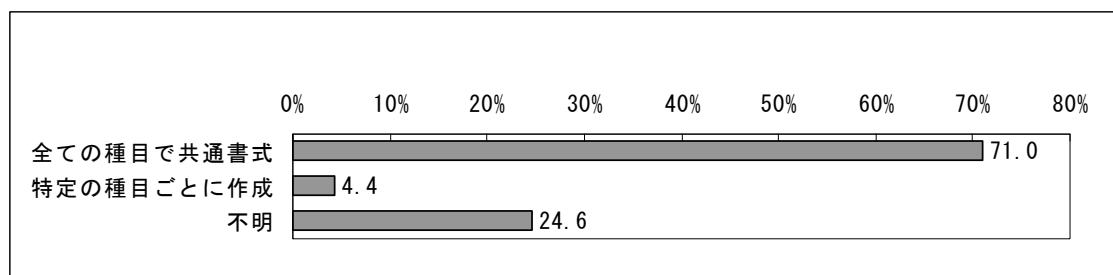
作成している結果記録について、所定の書式があるかを尋ねたところ、「所定の書式がある」が 998 事業所(総数の 77.8%)、「書式はない」が 57 事業所(同 4.4%)となった。

カテゴリー名	件数	%
所定の書式がある	998	77.8
書式はない	57	4.4
不明	228	17.8
総数	1283	100.0



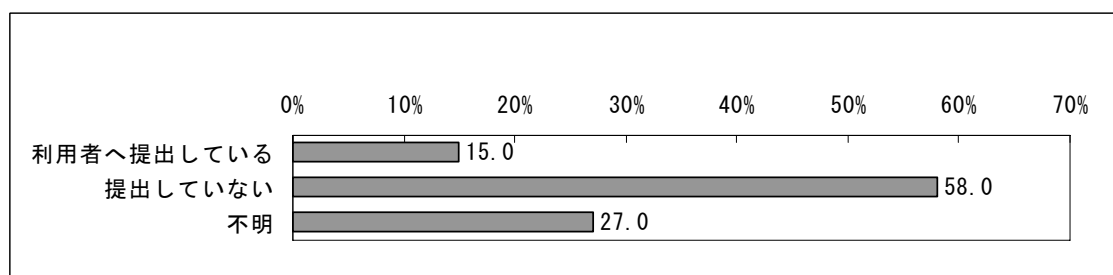
結果記録の作成はどのように行っているかを尋ねた。「全ての種目で共通書式」が 911 事業所(総数の 71.0%)、「特定の種目ごとに作成」が 56 事業所(同 4.4%)となった。

カテゴリー名	件数	%
全ての種目で共通書式	911	71.0
特定の種目ごとに作成	56	4.4
不明	316	24.6
総数	1283	100.0



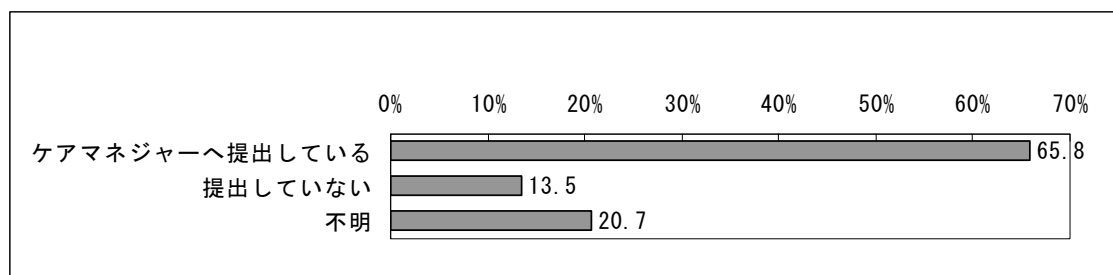
作成した結果記録を利用者へ提出しているかを尋ねた。「提出していない」が 744 事業所(総数の 58.0%)と多く、「提出している」は 192 事業所(同 15.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
利用者へ提出している	192	15.0
提出していない	744	58.0
不明	347	27.0
総数	1283	100.0



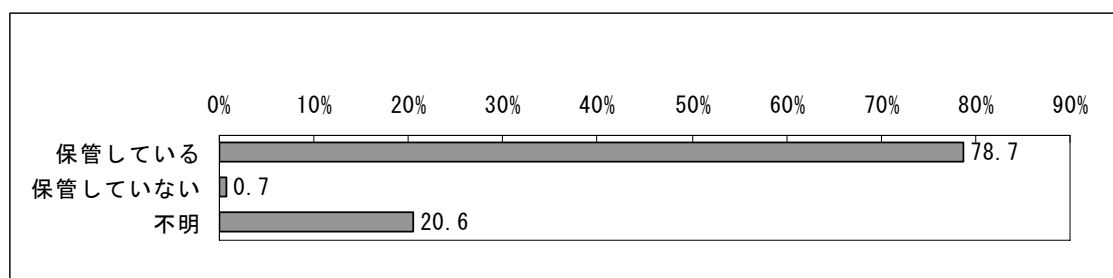
作成した結果記録をケアマネジャーへ提出しているかを尋ねた。「提出している」が 844 事業所(総数の 65.8%)、「提出していない」は 173 事業所(同 13.5%)となった。

カテゴリー名	件数	%
ケアマネジャーへ提出している	844	65.8
提出していない	173	13.5
不明	266	20.7
総数	1283	100.0



結果記録を保管しているかを尋ねた。「保管している」が 1010 事業所(総数の 78.7%)、「保管していない」は 9 事業所(同 0.7%)となった。

カテゴリー名	件数	%
保管している	1010	78.7
保管していない	9	0.7
不明	264	20.6
総数	1283	100.0

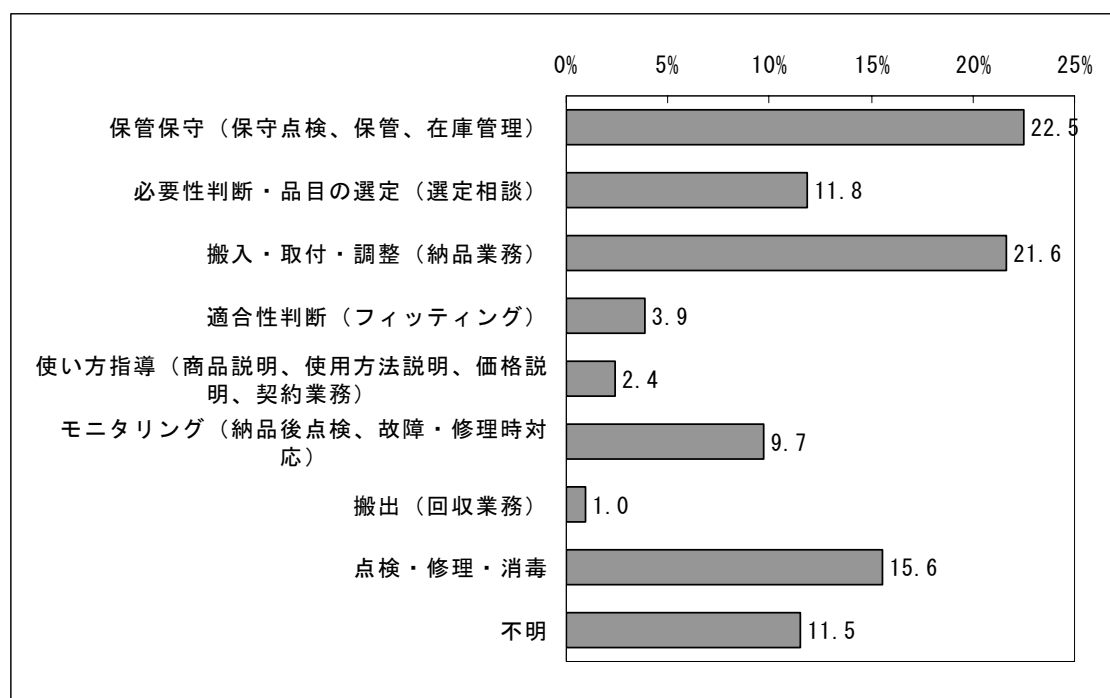


⑪サービスの特徴/差別化

福祉用具貸与サービスにおける各手順(プロセス)のうち、貸与価格への影響が大きいものを順に一番目から三番目までそれぞれ尋ねた。

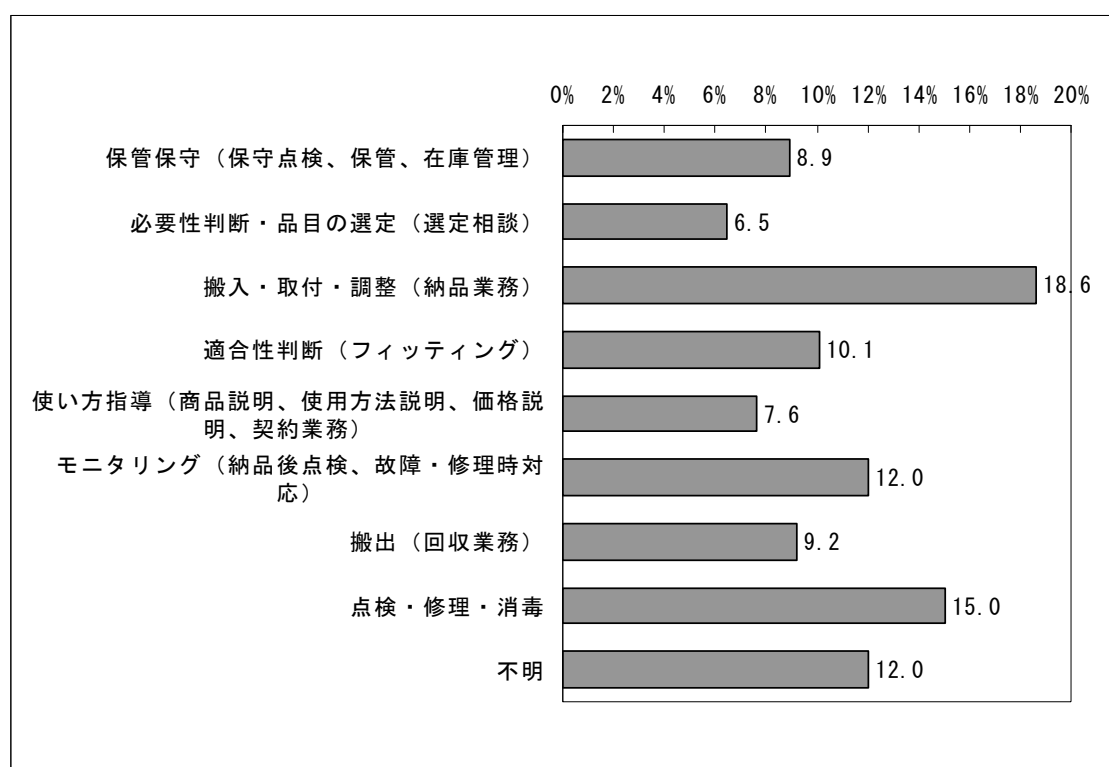
貸与価格への影響で一番目に大きい手順は、「保管保守(保守点検、保管、在庫管理)」の 324 事業所(総数の 22.5%)が最も多く、次いで「搬入・取付・調整 (納品業務)」の 311 事業所(21.6%)となった。

カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	324	22.5
必要性判断・品目の選定（選定相談）	170	11.8
搬入・取付・調整（納品業務）	311	21.6
適合性判断（フィッティング）	56	3.9
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	34	2.4
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	139	9.7
搬出（回収業務）	14	1.0
点検・修理・消毒	224	15.6
不明	165	11.5
総数	1438	100.0



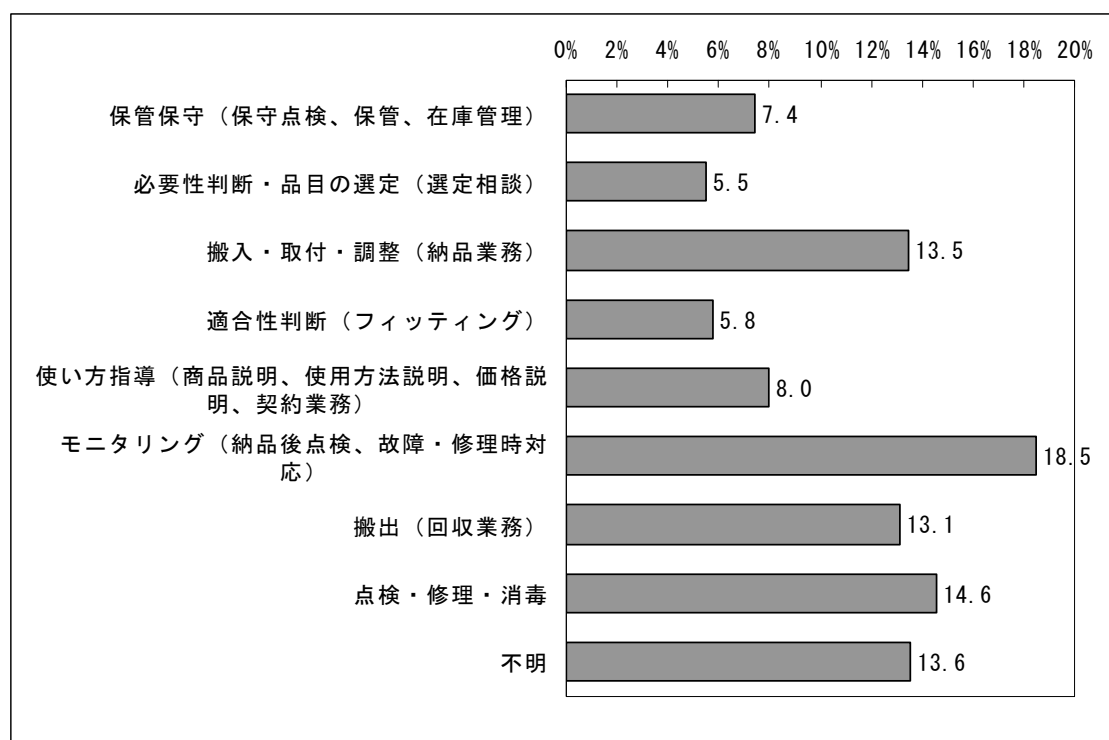
価格への影響が大きい手順の二番目は、「搬入・取付・調整（納品業務）」の 268 事業所(総数の 18.6%)が最も多く、次いで「点検・修理・消毒」が 216 事業所(同 15.0%)、「モニタリング(納品後点検、故障、修理時対応)」が 173 事業所(同 12.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	128	8.9
必要性判断・品目の選定（選定相談）	93	6.5
搬入・取付・調整（納品業務）	268	18.6
適合性判断（フィッティング）	145	10.1
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	110	7.6
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	173	12.0
搬出（回収業務）	132	9.2
点検・修理・消毒	216	15.0
不明	173	12.0
総数	1438	100.0



価格への影響が大きい手順の三番目は、「モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）」の266事業所(総数の18.5%)が最も多かった。次いで「点検・修理・消毒」の210事業所(同14.6%)となった。

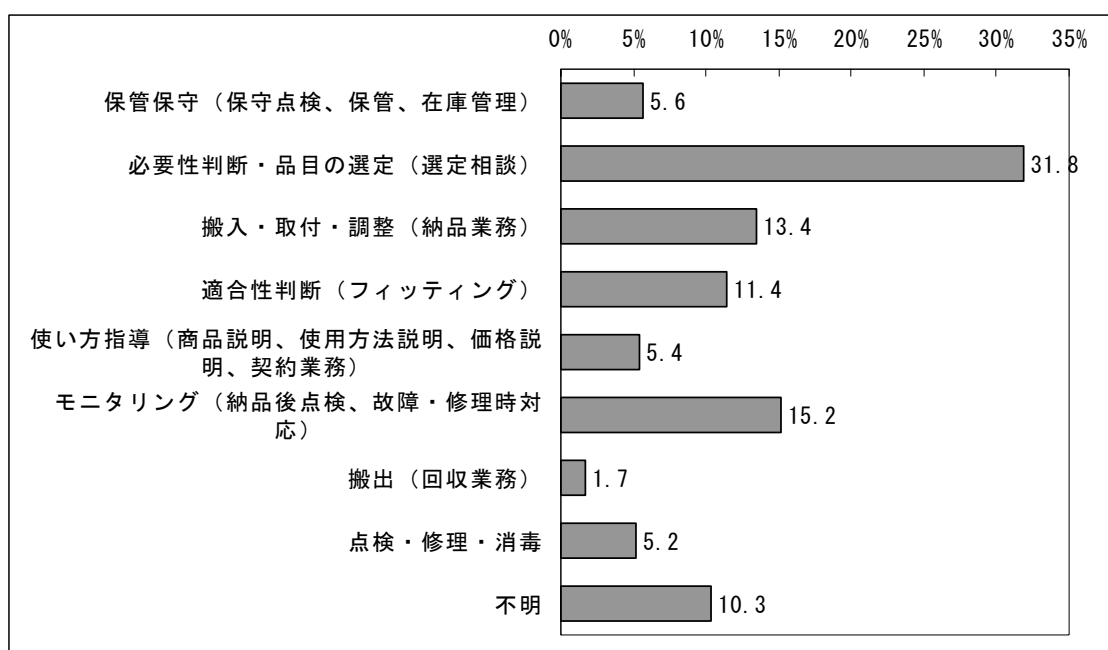
カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	107	7.4
必要性判断・品目の選定（選定相談）	79	5.5
搬入・取付・調整（納品業務）	194	13.5
適合性判断（フィッティング）	83	5.8
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	115	8.0
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	266	18.5
搬出（回収業務）	189	13.1
点検・修理・消毒	210	14.6
不明	195	13.6
総数	1438	100.0



次に、福祉用具貸与サービスにおける各手順(プロセス)のうち、他社とのサービスの差別化が図れるものを一番目から三番目まで尋ねた。

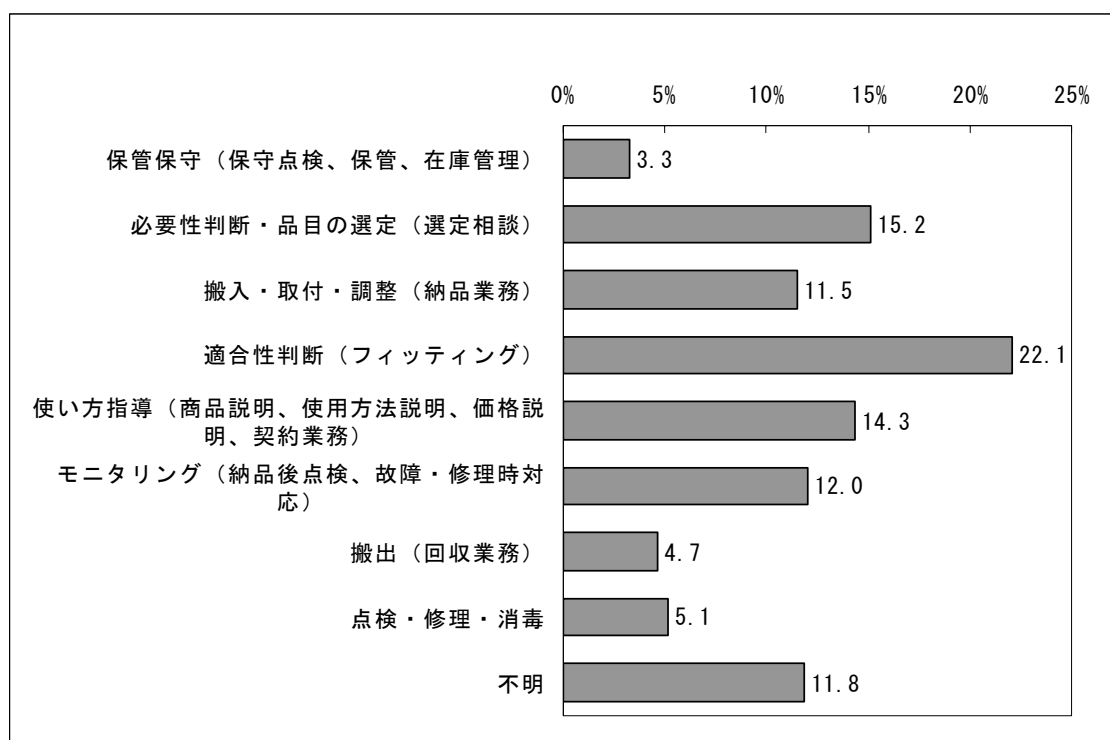
最も多かった回答は「必要性判断・品目の選定(選定相談)」が 458 事業所(総数の 31.8%)であった。次いで多いのは、「モニタリング(納品後点検、故障・修理時対応)」で 218 事業所(同 15.2%)となった。

カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	81	5.6
必要性判断・品目の選定（選定相談）	458	31.8
搬入・取付・調整（納品業務）	193	13.4
適合性判断（フィッティング）	164	11.4
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	77	5.4
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	218	15.2
搬出（回収業務）	24	1.7
点検・修理・消毒	75	5.2
不明	148	10.3
総数	1438	100.0



差別化が図れる手順の二番目は、「適合性判断(フィッティング)」が 318 事業所(総数の 22.1%)で最も多く、次いで「必要性判断・品目の選定(選定相談)」が 218 事業所(同 15.2%)、「使い方指導(商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務)」が 206 事業所(同 14.3%)となった。

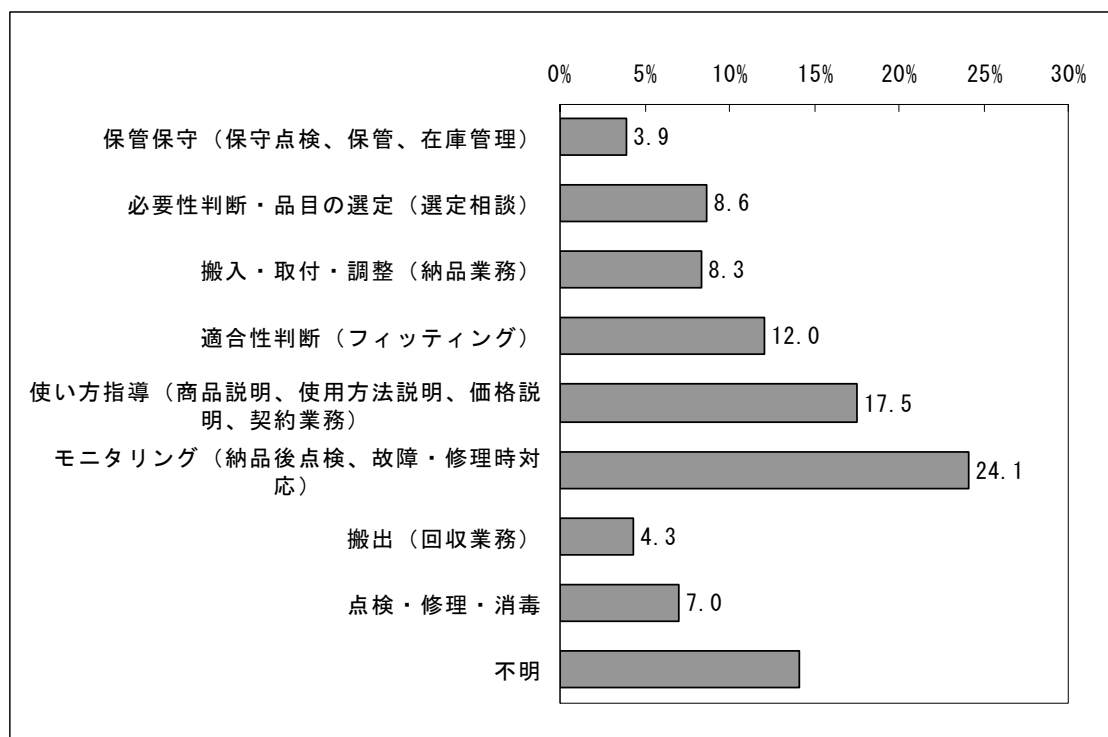
カテゴリー名	件数	%
保管保守(保守点検、保管、在庫管理)	47	3.3
必要性判断・品目の選定(選定相談)	218	15.2
搬入・取付・調整(納品業務)	165	11.5
適合性判断(フィッティング)	318	22.1
使い方指導(商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務)	206	14.3
モニタリング(納品後点検、故障・修理時対応)	173	12.0
搬出(回収業務)	67	4.7
点検・修理・消毒	74	5.1
不明	170	11.8
総数	1438	100.0



差別化が図れる手順の三番目は、「モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）」が 347 事業所(総数の 24.1%)と最も多く、次いで「使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）」が 252 事業所(同 17.5%)となった。

サービスの差別化が図れるものについては、どれも利用者本人と介護者に関わる対人サービス系の手順(プロセス)が上位にくる結果となった。

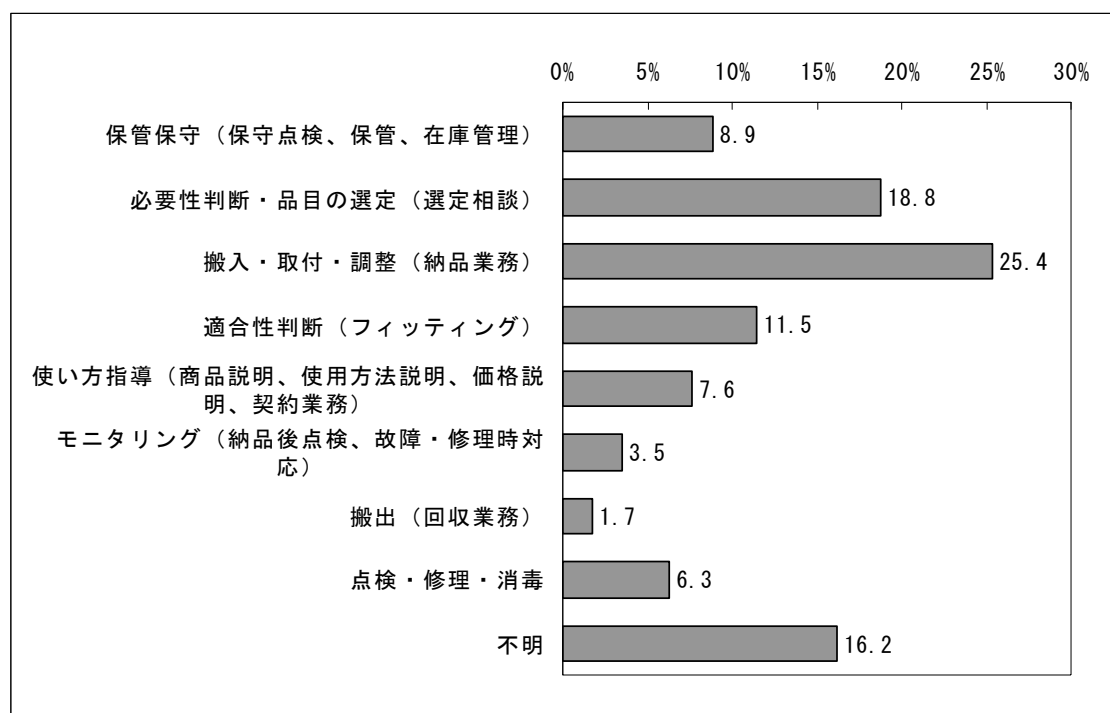
カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	56	3.9
必要性判断・品目の選定（選定相談）	124	8.6
搬入・取付・調整（納品業務）	120	8.3
適合性判断（フィッティング）	173	12.0
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	252	17.5
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	347	24.1
搬出（回収業務）	62	4.3
点検・修理・消毒	101	7.0
不明	203	14.1
総数	1438	100.0



次に、福祉用具貸与サービスにおける各手順(プロセス)のうち、福祉用具の種目に応じて内容が異なるものはどれか、一番目から三番目までを尋ねた。

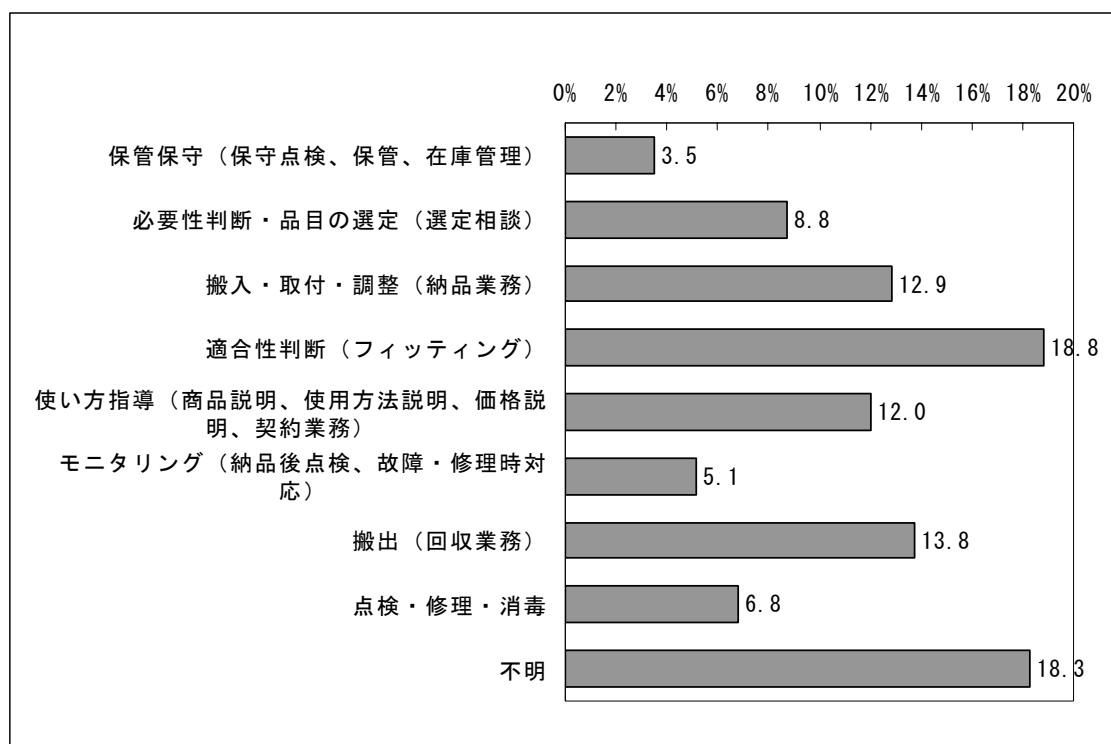
内容が異なるものの一番目は、「搬入・取付・調整（納品業務）」が 365 事業所(総数の 25.4%)で最も多く、次いで「必要性判断・品目の選定（選定相談）」が 270 事業所(同 18.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	128	8.9
必要性判断・品目の選定（選定相談）	270	18.8
搬入・取付・調整（納品業務）	365	25.4
適合性判断（フィッティング）	165	11.5
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	110	7.6
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	51	3.5
搬出（回収業務）	25	1.7
点検・修理・消毒	91	6.3
不明	233	16.2
総数	1438	100.0



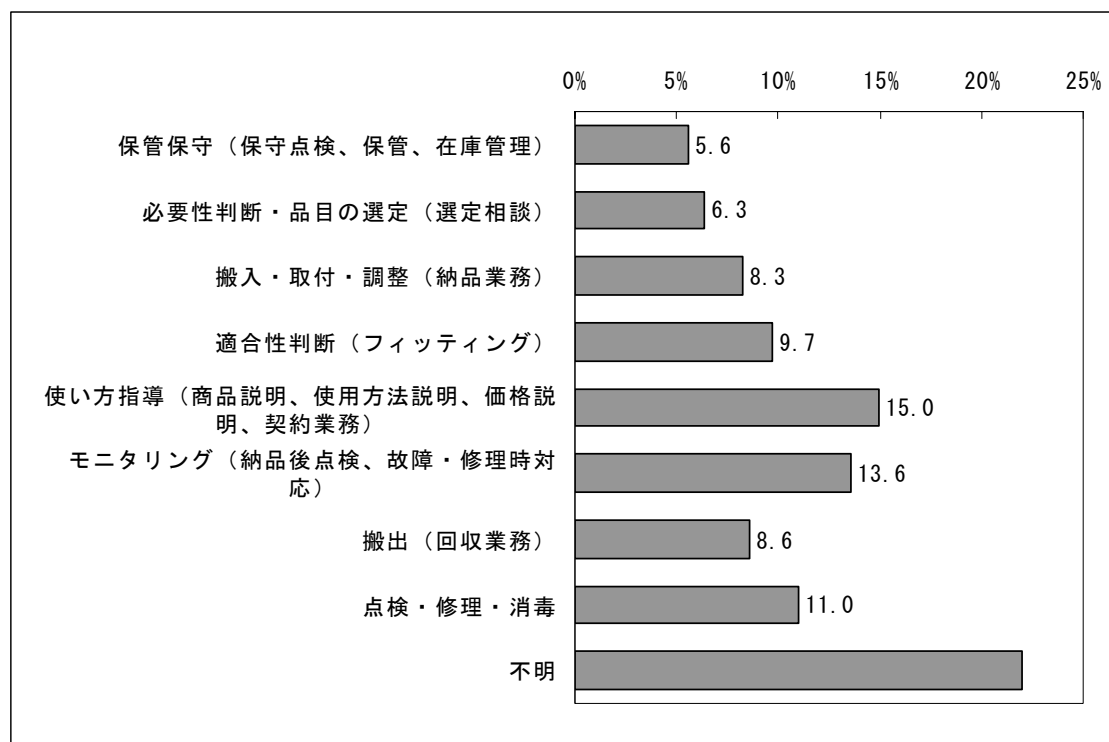
内容が異なるものの二番目は、「適合性判断（フィッティング）」が 271 事業所(総数の 18.8%)と最も多かった

カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	50	3.5
必要性判断・品目の選定（選定相談）	126	8.8
搬入・取付・調整（納品業務）	185	12.9
適合性判断（フィッティング）	271	18.8
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	173	12.0
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	74	5.1
搬出（回収業務）	198	13.8
点検・修理・消毒	98	6.8
不明	263	18.3
総数	1438	100.0



内容が異なるものの三番目は、「使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）」が 215 事業所(総数の 15.0%)で最も多い。次いで「モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）」が 195 事業所(同 13.6%)となった。

カテゴリー名	件数	%
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	80	5.6
必要性判断・品目の選定（選定相談）	91	6.3
搬入・取付・調整（納品業務）	119	8.3
適合性判断（フィッティング）	140	9.7
使い方指導（商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務）	215	15.0
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	195	13.6
搬出（回収業務）	124	8.6
点検・修理・消毒	158	11.0
不明	316	22.0
総数	1438	100.0



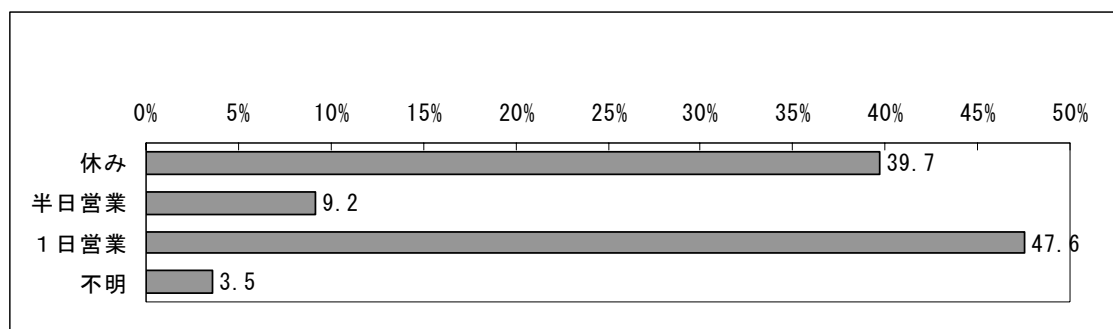
⑫営業体制

事業所に土曜日の営業有無と営業時間について尋ねた。

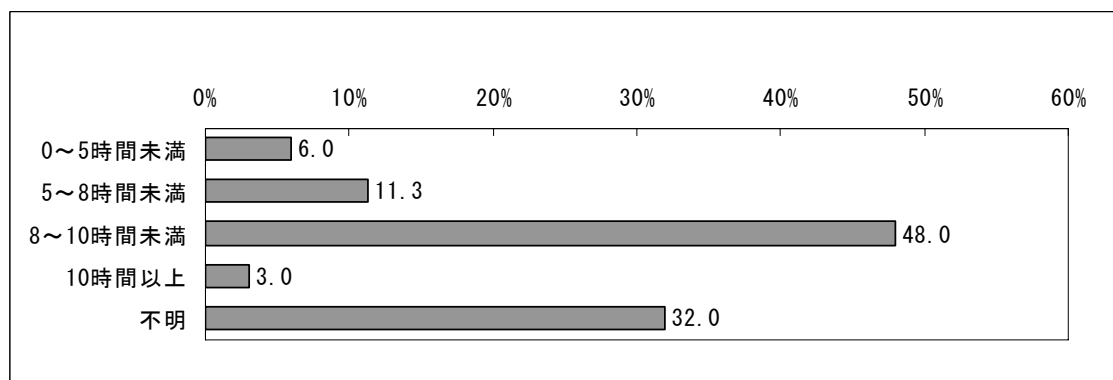
営業有無については、「1日営業」と回答した事業所が 684 事業所(総数の 47.6%)と最も多く、次いで「休み」が 571 事業所(同 39.7%)、「半日営業」が 132 事業所(同 9.2%)となった。

営業時間について見てみると、「8～10 時間未満」と回答した事業所が 419 事業所(総数の 29.1%)と最も多い。土曜日は平日同様の業務を行っている事業所と、完全に休みとしている事業所のどちらかが多く、半日営業は少ない。

カテゴリー名	件数	%
休み	571	39.7
半日営業	132	9.2
1日営業	684	47.6
不明	51	3.5
総数	1438	100.0



カテゴリー名	件数	%
0～5 時間未満	52	3.6
5～8 時間未満	99	6.9
8～10 時間未満	419	29.1
10 時間以上	26	1.8
不明	279	19.4
総数	1438	100.0

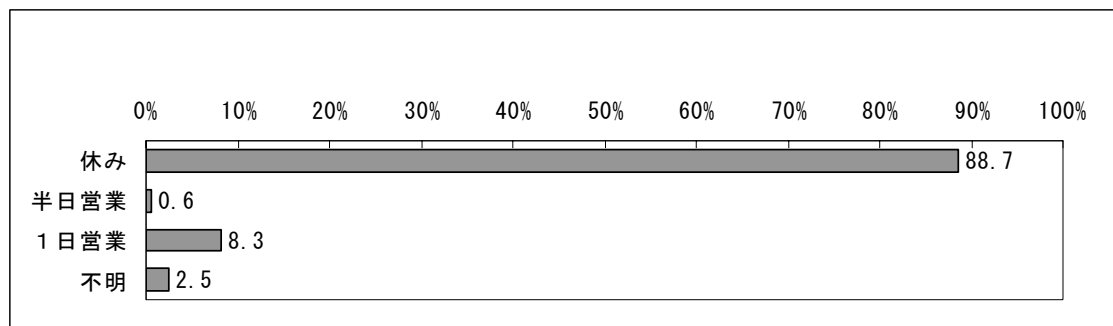


次いで、日曜日の営業有無と営業時間について尋ねた。

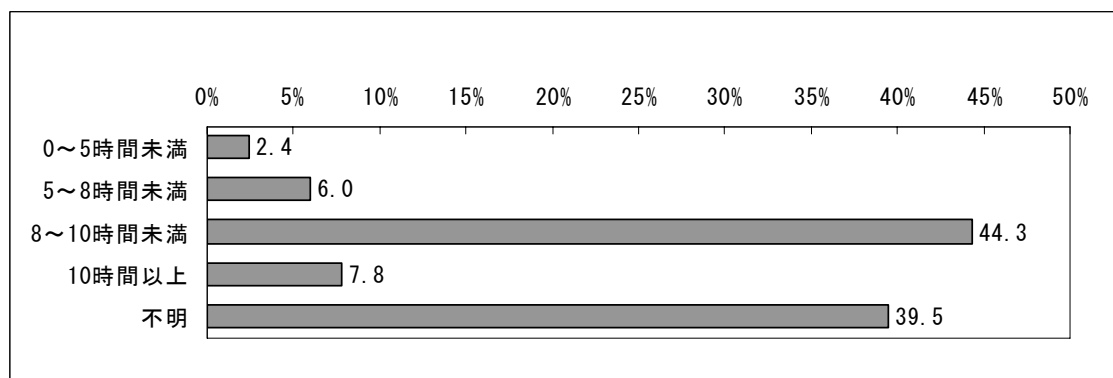
「休み」と回答した事業所が 1275 事業所(総数の 88.7%)と最も多い結果となった。ほとんどの事業所が日曜日は定休日としている。

日曜日も営業している事業所に営業時間についてうかがってみると、「8～10 時間未満」と回答した事業所が 74 事業所(総数の 44.3%)と最も多く、次いで「10 時間以上」が 13 事業所(同 7.8%)、「5～8 時間未満」が 10 事業所(同 6.0%)となっており、日曜日でも営業している事業所は、ほぼ平日と変わらない営業を行っている。

カテゴリー名	件数	%
休み	1275	88.7
半日営業	8	0.6
1 日営業	119	8.3
不明	36	2.5
総数	1438	100.0

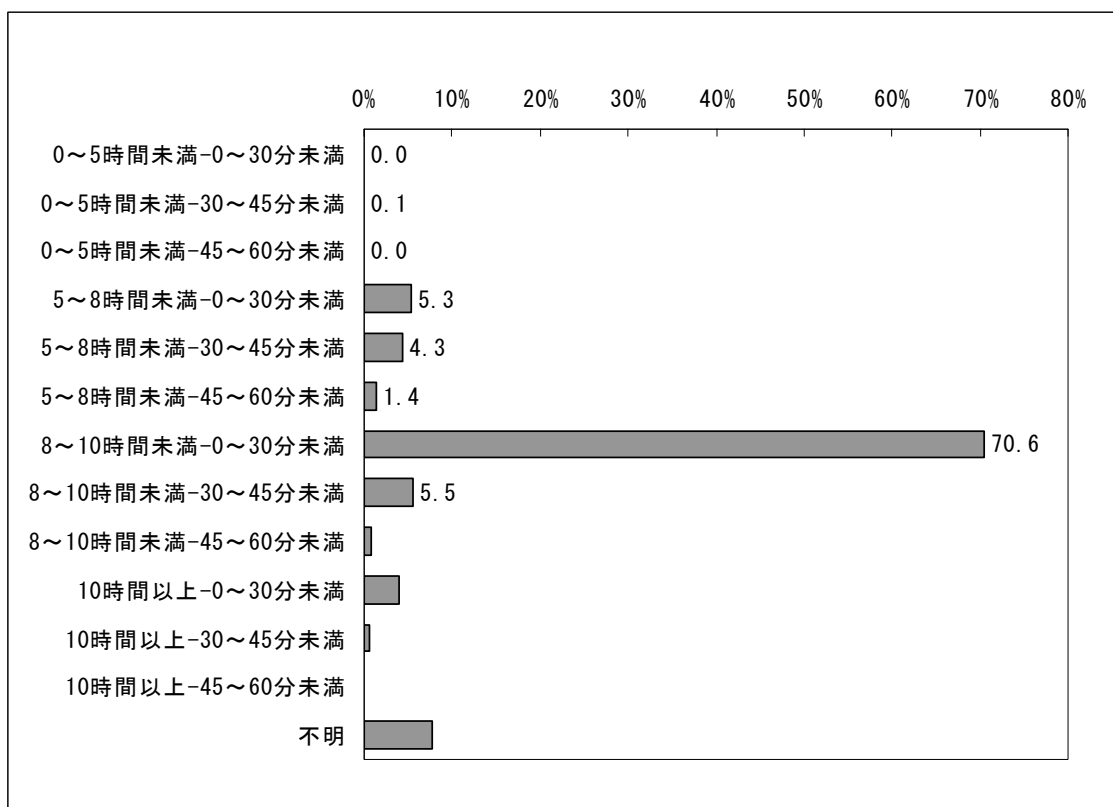


カテゴリー名	件数	%
0～5 時間未満	4	2.4
5～8 時間未満	10	6.0
8～10 時間未満	74	44.3
10 時間以上	13	7.8
不明	66	39.5
総数	167	100.0



事業所に平日の営業時間について尋ねたところ、「10 時間～10 時間 30 分未満」が 1014 事業所（総数の 70.5%）と最も多かった。

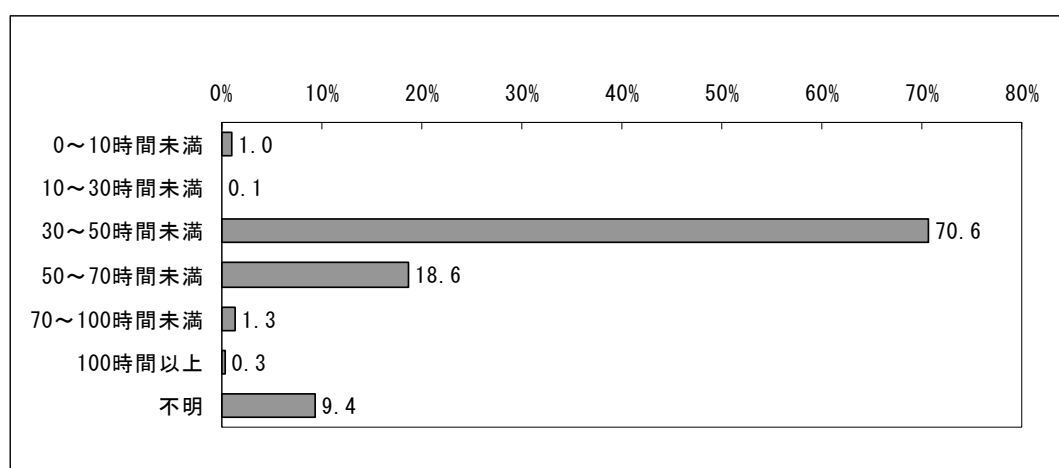
カテゴリー名	件数	%
5 時間～5 時間 30 分未満	0	0.0
5 時間 30 分～45 分未満	1	0.1
5 時間 45 分～6 時間未満	0	0.0
8 時間～8 時間 30 分未満	76	5.3
8 時間 30 分～8 時間 45 分未満	62	4.3
8 時間 45 分～9 時間未満	20	1.4
10 時間～10 時間 30 分未満	1014	70.5
10 時間 30 分～10 時間 45 分未満	79	5.5
10 時間 45 分～11 時間未満	11	0.8
11 時間～11 時間 30 分未満	56	3.9
11 時間 30 分～11 時間 45 分未満	8	0.6
11 時間 45 分以上	0	0.0
不明	110	7.6
総数	1438	100.0



続いて週の延べ営業時間について尋ねたところ、「30～50 時間未満」と回答した事業所が 1015 事業所(総数の 70.6%)となり、次いで「50～70 時間未満」が 268 事業所(同 18.6%)となった。

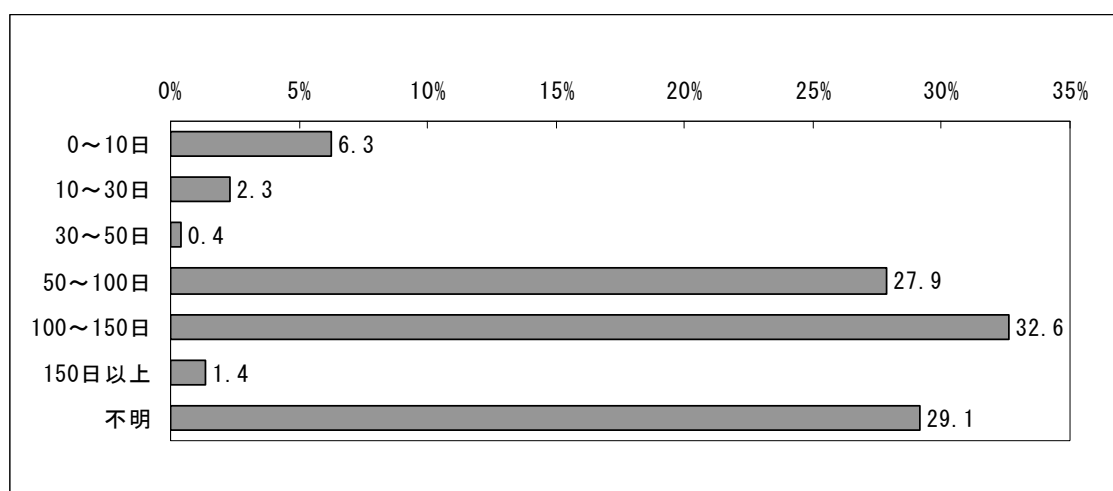
一日の営業時間が 10 時間と仮定した場合、多くの事業所が週 5 日または 6 日営業していると思われる。

カテゴリー名	件数	%
0～10 時間未満	15	1.0
10～30 時間未満	2	0.1
30～50 時間未満	1015	70.6
50～70 時間未満	268	18.6
70～100 時間未満	18	1.3
100 時間以上	5	0.3
不明	135	9.4
総数	1438	100.0



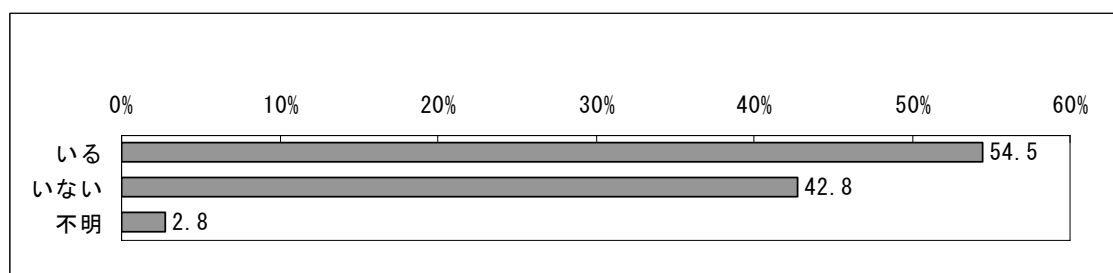
年間定休日をうかがうと、「100～150日」と回答した事業所が469事業所(総数の32.6%)、「50～100日」が401事業所(同27.9%)となった。多くの事業所は月4～8日(週1日または2日)の定休日を設定している。

カテゴリー名	件数	%
0～10日	90	6.3
10～30日	33	2.3
30～50日	6	0.4
50～100日	401	27.9
100～150日	469	32.6
150日以上	20	1.4
不明	419	29.1
総数	1438	100.0



また、サービス業務として事業所において商品展示を行っているかを尋ねたところ、「行っている」と回答した事業所が783事業所(総数の54.5%)である。「行っていない」は615事業所(同42.8%)であり、若干ではあるが商品展示を行っている事業所の方が多い。

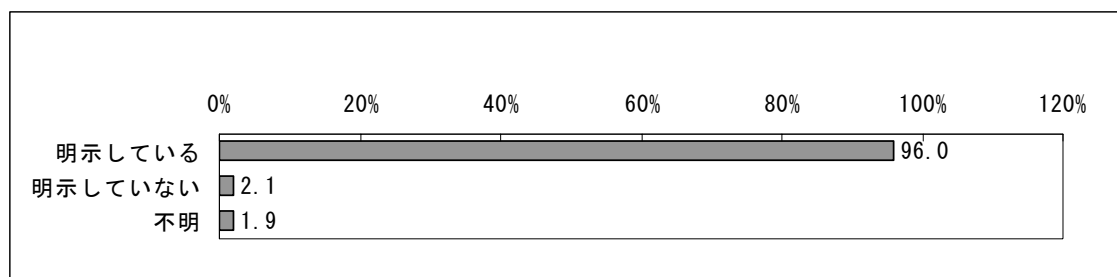
カテゴリー名	件数	%
行っている	783	54.5
行っていない	615	42.8
不明	40	2.8
総数	1438	100.0



⑬苦情相談体制

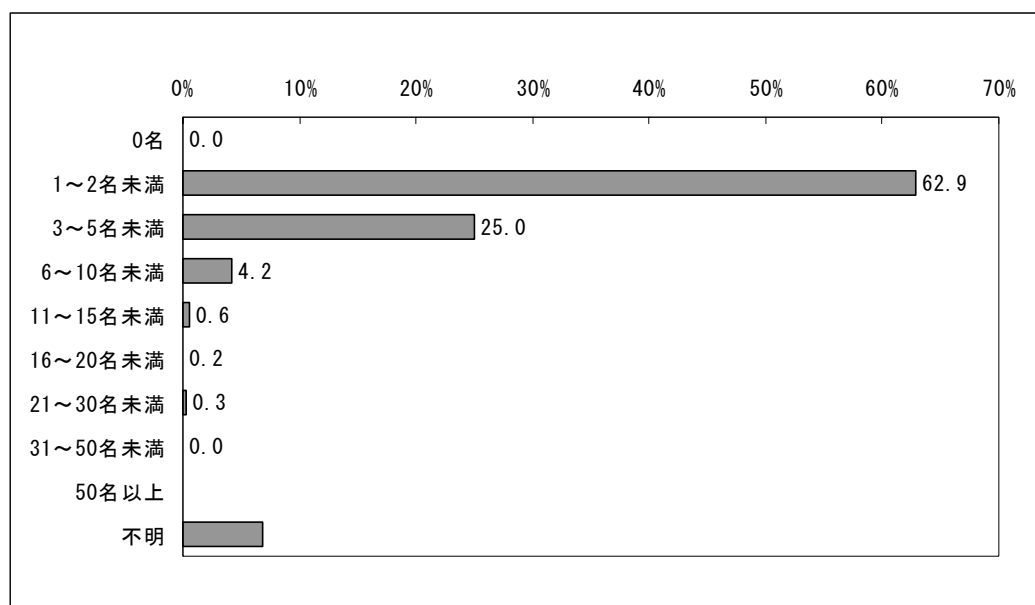
利用者に対して苦情窓口を明示しているかどうか尋ねたところ、「明示している」と回答した事業所が 1380 事業所(総数の 96.0%)とほとんどを占めた。

カテゴリー名	件数	%
明示している	1380	96.0
明示していない	30	2.1
不明	28	1.9
総数	1438	100.0



次に、苦情に対応するスタッフは何人いるのかを尋ねた。「1～2名未満」と回答した事業所は904事業所(総数の62.9%)、「3～5名未満」が359事業所(同25.0%)となった。

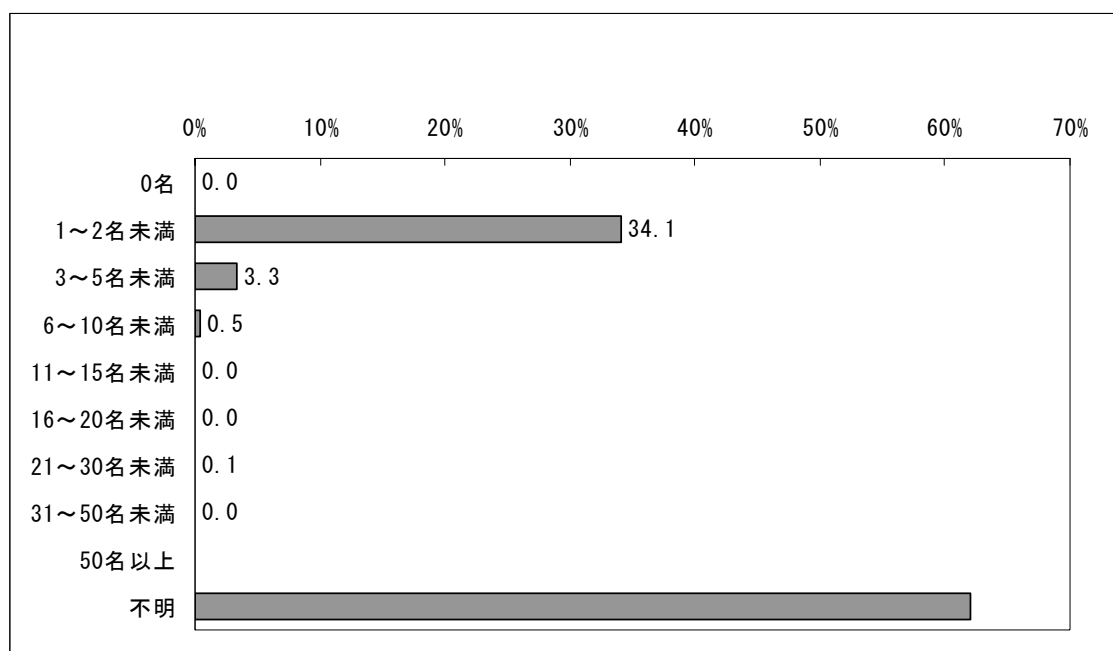
カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名未満	904	62.9
3～5名未満	359	25.0
6～10名未満	61	4.2
11～15名未満	8	0.6
16～20名未満	3	0.2
21～30名未満	4	0.3
31～50名未満	0	0.0
50名以上	0	0.0
不明	99	6.9
総数	1438	100.0



苦情に対応する専従者がいるかどうかを尋ねたところ、「1～2名未満」と回答した事業所が 490 事業所(総数の 34.1%)となった。

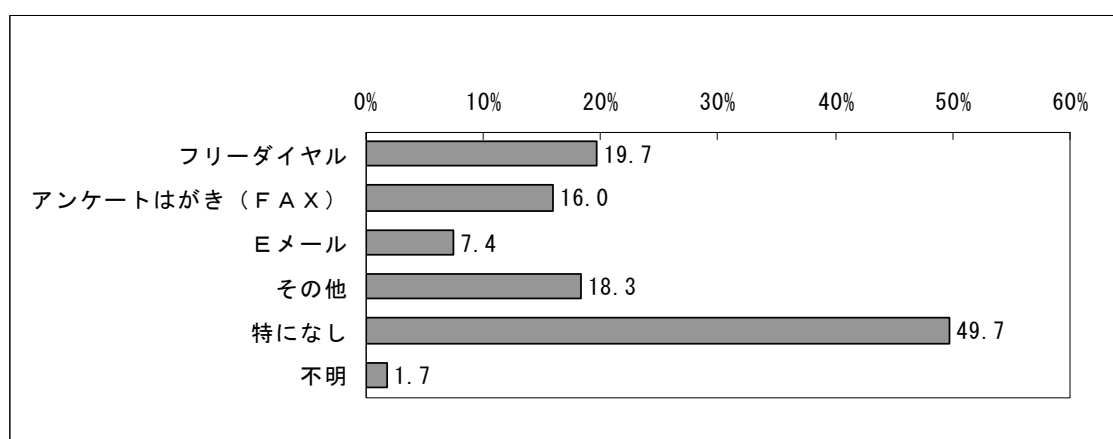
多くの事業者の状況は、利用者に対して苦情窓口を明示し、1～2名ほどのスタッフで苦情に対応し、スタッフの多くが苦情対応専従者である。

カテゴリー名	件数	%
0名	0	0.0
1～2名未満	490	34.1
3～5名未満	48	3.3
6～10名未満	7	0.5
11～15名未満	0	0.0
16～20名未満	0	0.0
21～30名未満	1	0.1
31～50名未満	0	0.0
50名以上	0	0.0
不明	892	62.0
総数	1438	100.0



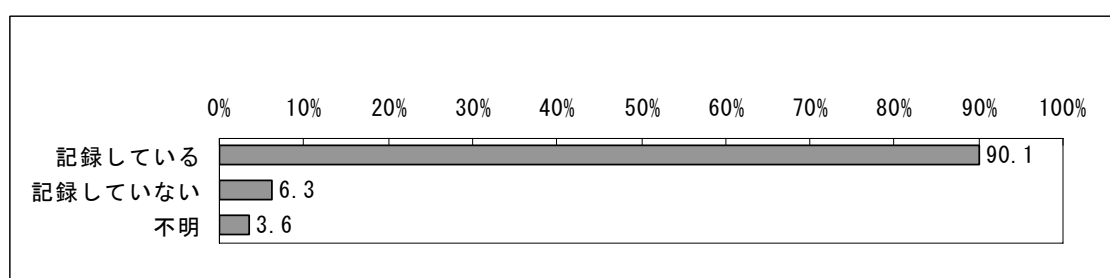
トラブルや苦情を積極的に吸い上げる仕組みがあるかどうかを尋ねたところ、「特になし」と回答した事業所が 715 事業所(総数の 49.7%)となった。次いで「フリーダイヤル」が 283 事業所(同 19.7%)、「その他」が 263 事業所(同 18.3%)、「アンケートはがき(FAX)」が 230 事業所(同 16.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
フリーダイヤル	283	19.7
アンケートはがき (FAX)	230	16.0
Eメール	106	7.4
その他	263	18.3
特になし	715	49.7
不明	25	1.7
総数	1438	100.0



トラブルや苦情は記録されているか尋ねたところ、「記録している」と回答した事業所が 1296 事業所(総数の 90.1%)でほとんどである。

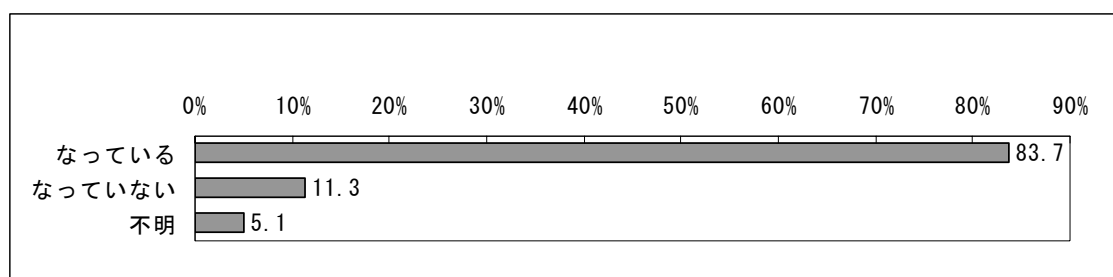
カテゴリー名	件数	%
記録している	1296	90.1
記録していない	90	6.3
不明	52	3.6
総数	1438	100.0



利用者から寄せられたトラブルや苦情の対応結果を、社内関係者へフィードバックや注意喚起を実施する仕組みになっているかを尋ねたところ、「なっている」と回答した事業所が 1203 事業所(総数の 83.7%)となった。

前問と合わせ、多くの事業所では利用者から寄せられたトラブルや苦情は記録し、その結果を社内関係者へフィードバックしており、日々の業務の改善に役立てている。

カテゴリー名	件数	%
なっている	1203	83.7
なっていない	162	11.3
不明	73	5.1
総数	1438	100.0

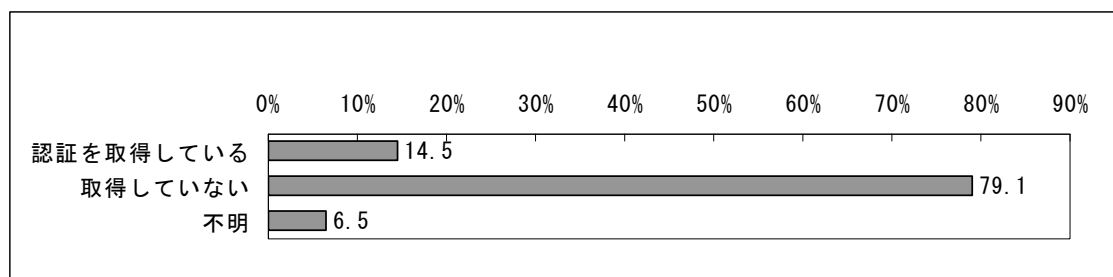


⑭第三者認証の取得

シルバーマークや ISO 等の第三者認証を取得しているかを尋ねたところ、「取得していない」と回答した事業所が 1137 事業所(総数の 79.1%)となった。「取得している」は 208 事業所(同 14.5%)となっており、第三者認証を取得している事業所は2割に満たない。

取得していると回答した事業所に認証名をうかがうと、「シルバーマーク」、「ISO9001」、「ISO14001」、「福祉用具消毒工程管理認定証」と回答する事業所が多かった。

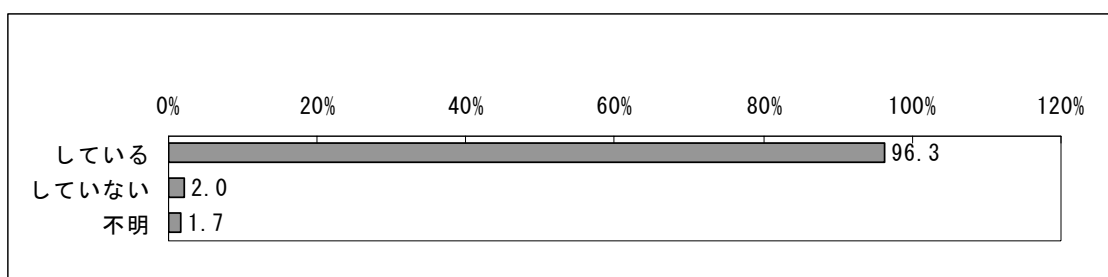
カテゴリー名	件数	%
認証を取得している	208	14.5
取得していない	1137	79.1
不明	93	6.5
総数	1438	100.0



⑩福祉用具相談専門員と居宅介護支援事業所等との連携の仕組み

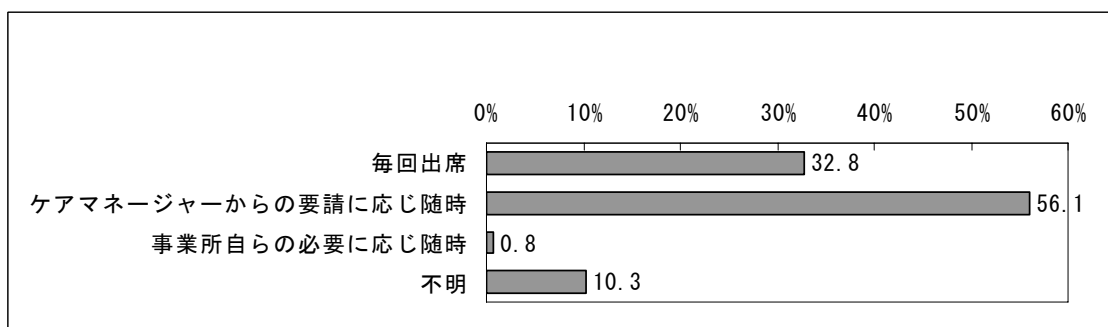
事業所の福祉用具相談専門員が居宅介護支援事業所等と連携をとる仕組みについて、サービス担当者会議へ出席しているかどうかを尋ねたところ、「出席している」と回答した事業所が 1385 事業所(総数の 96.3%)となった。ほとんどの事業所が、連携をとるためサービス担当者会議を活用している。

カテゴリー名	件数	%
している	1385	96.3
していない	29	2.0
不明	24	1.7
総数	1438	100.0



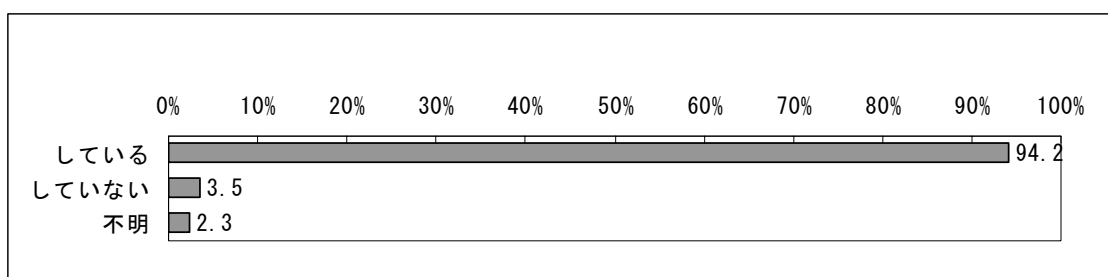
サービス担当者会議への出席頻度について、「ケアマネジャーからの要請に応じ随時」と回答した事業所が 790 事業所(総数の 56.1%)、次いで「毎回出席」が 462 事業所(同 32.8%)となった。事業所が主体的、率先して動くというより、うまく関係者と連携している状況が読み取れる。

カテゴリー名	件数	%
毎回出席	462	32.8
ケアマネジャーからの要請に応じ随時	790	56.1
事業所自らの必要に応じ随時	11	0.8
不明	145	10.3
総数	1408	100.0



次に、ケアマネジャーと利用者宅へ同行訪問をしているかを尋ねたところ、「している」と回答した事業所が 1354 事業所(総数の 94.2%)となり、多くの事業所の福祉用具専門相談員はケアマネジャーと利用者宅まで同行している。

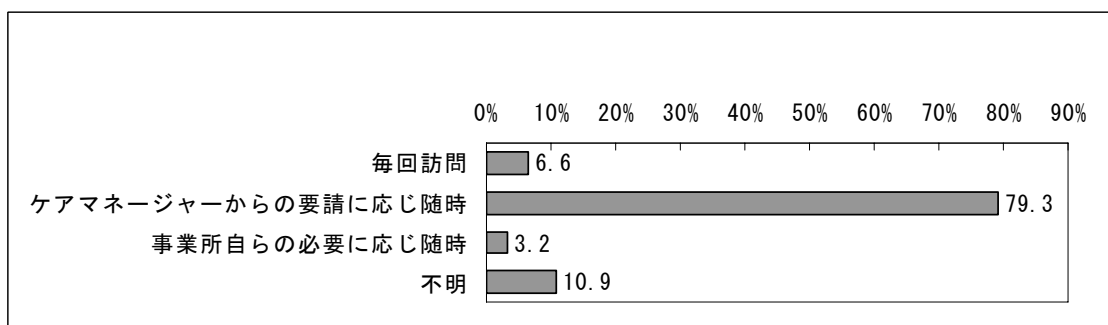
カテゴリー名	件数	%
している	1354	94.2
していない	51	3.5
不明	33	2.3
総数	1438	100.0



訪問頻度を尋ねたところ、「ケアマネジャーからの要請に応じ随時」と回答した事業所が 1100 事業所(総数の 79.3%)、「毎回訪問」が 91 事業所(同 6.6%)となった。

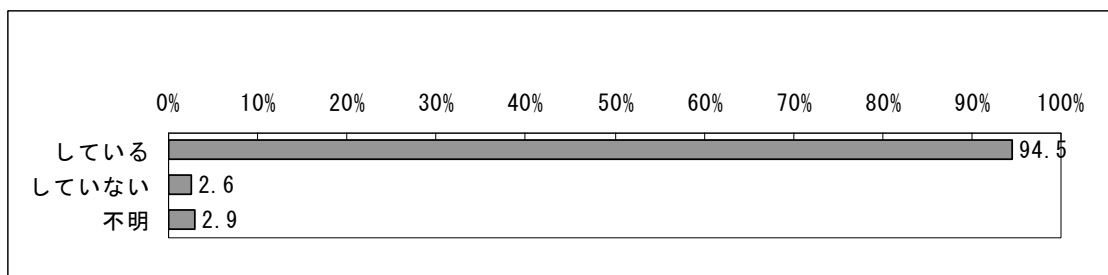
事業所が主体的、率先して動くというより、うまく関係者と連携している状況が読み取れる。

カテゴリー名	件数	%
毎回訪問	91	6.6
ケアマネジャーからの要請に応じ随時	1100	79.3
事業所自らの必要に応じ随時	45	3.2
不明	151	10.9
総数	1387	100.0



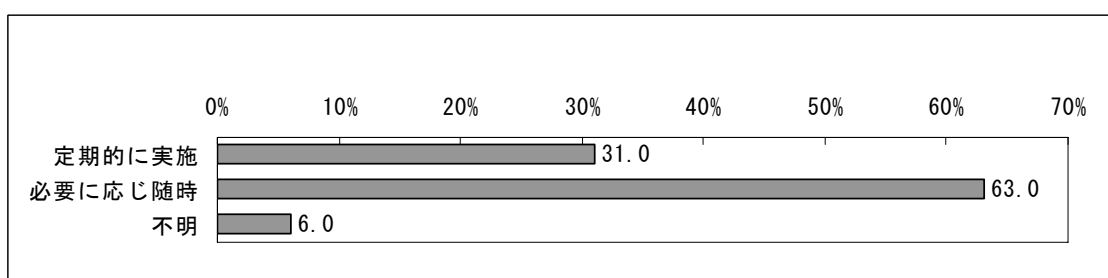
また、連絡や情報交換をしているかを尋ねたところ、「している」と回答した事業所が 1359 事業所(総数の 94.5%)である。

カテゴリー名	件数	%
している	1359	94.5
していない	37	2.6
不明	42	2.9
総数	1438	100.0



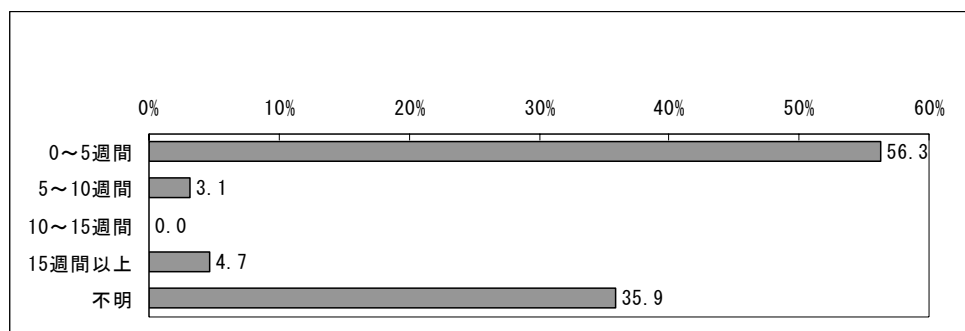
連絡や情報交換の頻度についても尋ねたところ、「必要に応じ随時」と回答した事業所が 885 事業所(総数の 63.0%)、次いで「定期的に実施」が 435 事業所(同 31.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
定期的に実施	435	31.0
必要に応じ随時	885	63.0
不明	84	6.0
総数	1404	100.0



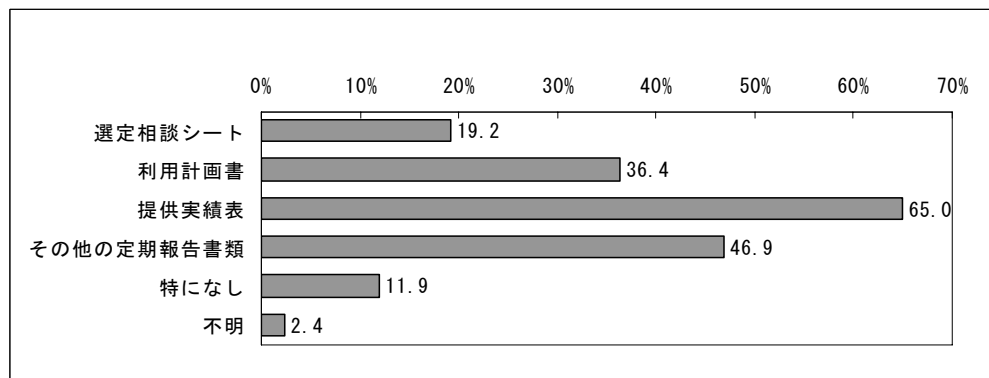
定期的に連絡、情報交換を行うと回答した事業所に対して、どのくらいの間隔かを尋ねたところ、「0～5 週間」と回答した事業所が 36 事業所(総数の 56.3%)となった。約 1 ヶ月に 1 回程度、連絡や情報交換を行っている状況が読み取れる。

カテゴリー名	件数	%
0～5 週間	36	56.3
5～10 週間	2	3.1
10～15 週間	0	0.0
15 週間以上	3	4.7
不明	23	35.9
総数	64	100.0



更に、連携をとるために共有しているツールがあるかを尋ねたところ、「提供実績表」と回答した事業所が 933 事業所(総数の 64.9%)と最も多く、次いで「その他の定期報告書類」が 673 事業所(同 46.8%)、「利用計画書」が 522 事業所(同 36.3%)となった。

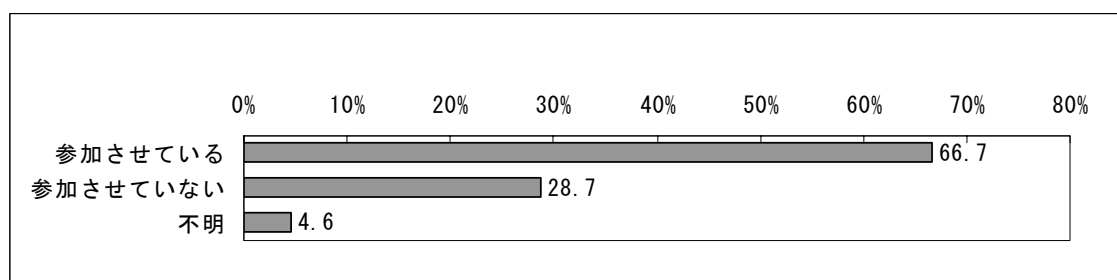
カテゴリー名	件数	%
選定相談シート	275	19.1
利用計画書	522	36.3
提供実績表	933	64.9
その他の定期報告書類	673	46.8
特になし	171	11.9
不明	35	2.4
総数	2609	100.0



⑰ スタッフの教育・研修

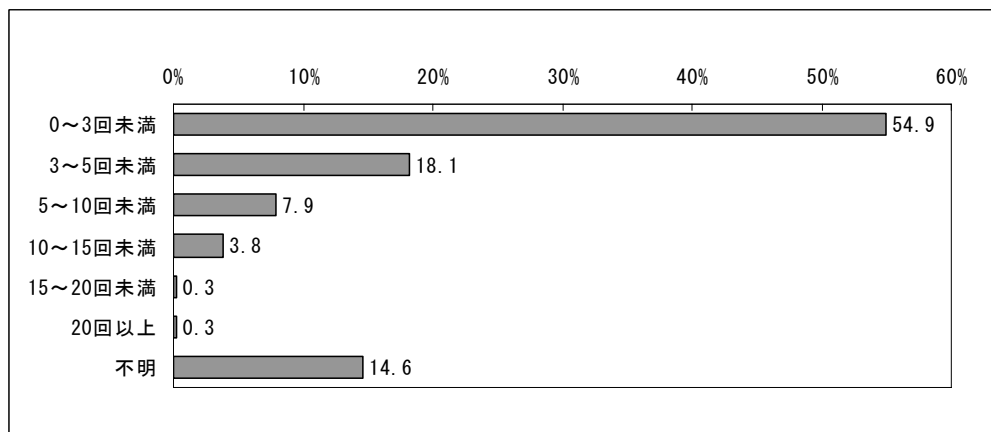
事業所のスタッフをスキルアップ用の(ケアマネジャー・住宅改修業者・理学／作業療法士等が行う)社外主催の教育・研修に参加させているかを尋ねたところ、「参加させている」と回答した事業所が 959 事業所(総数の 66.7%)であった。「参加させていない」は 413 事業所(同 28.7%)となった。

カテゴリー名	件数	%
参加させている	959	66.7
参加させていない	413	28.7
不明	66	4.6
総数	1438	100.0



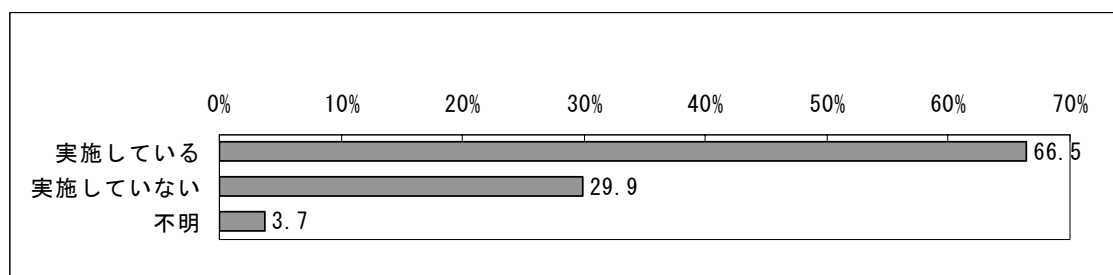
年間の参加回数を尋ねたところ、「0～3回未満」と回答した事業所が 563 事業所(総数の 54.9%)と最も多く、次いで「3～5回未満」が 186 事業所(同 18.1%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3 回未満	563	54.9
3～5 回未満	186	18.1
5～10 回未満	81	7.9
10～15 回未満	39	3.8
15～20 回未満	3	0.3
20 回以上	3	0.3
不明	150	14.6
総数	1438	100.0



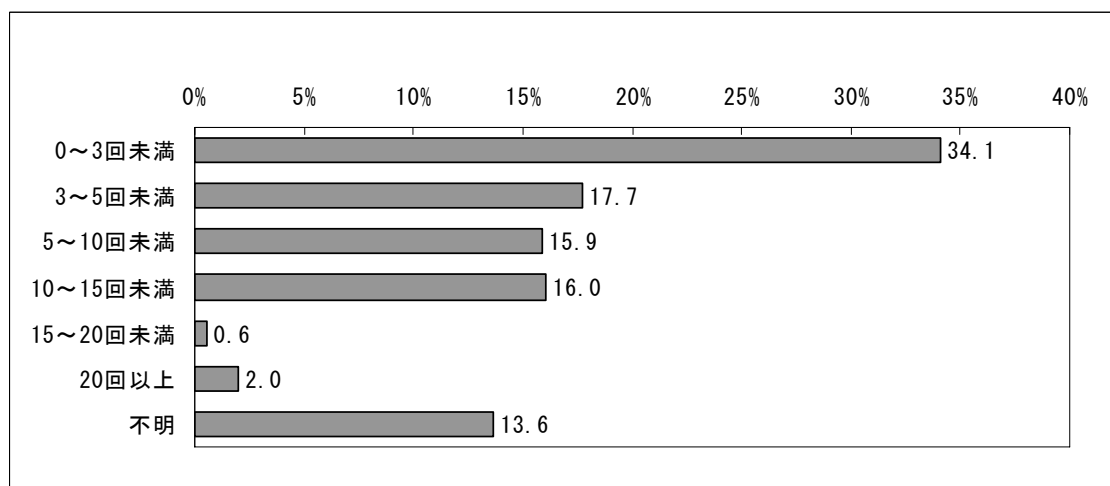
社内講師によるスキルアップ研修を実施しているかを尋ねたところ、「実施している」と回答した事業所は 955 事業所(総数の 66.4%)であった。「実施していない」は 429 事業所(同 29.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
実施している	955	66.4
実施していない	429	29.8
不明	53	3.7
総数	1438	100.0



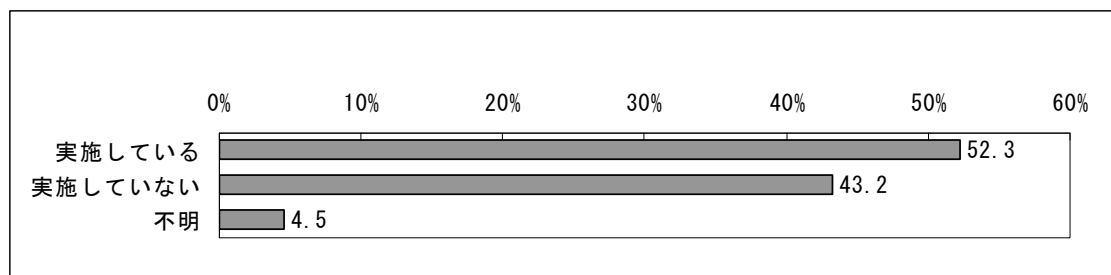
その年間実施回数について尋ねたところ、「0～3 回未満」と回答した事業所が 345 事業所(総数の 34.1%)と最も多く、次いで「3～5 回未満」が 179 事業所(同 17.7%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3 回未満	345	34.1
3～5 回未満	179	17.7
5～10 回未満	161	15.9
10～15 回未満	162	16.0
15～20 回未満	6	0.6
20 回以上	20	2.0
不明	138	13.6
総数	1438	100.0



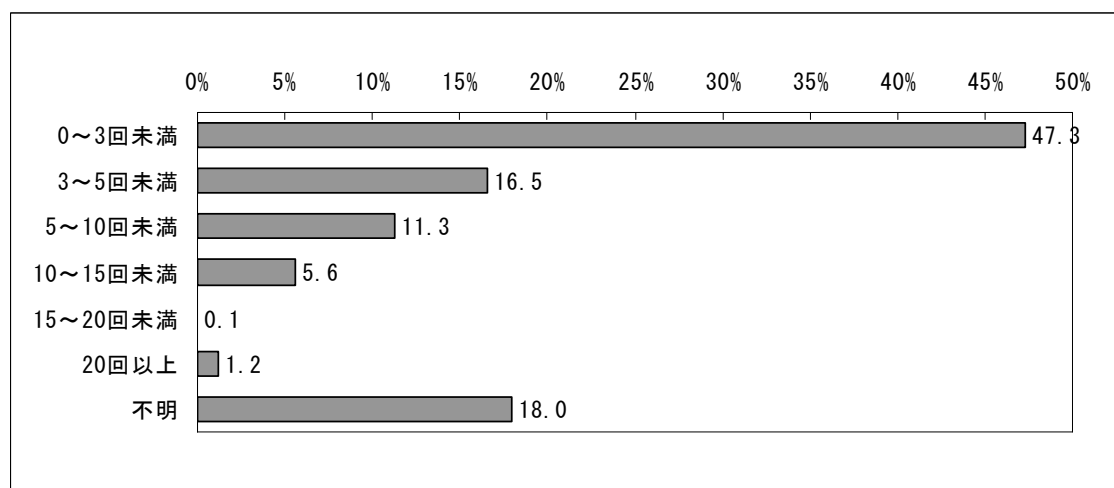
社外講師による社内研修を実施しているかを尋ねたところ、「実施している」と回答した事業所は 752 事業所(総数の 52.3%)であった。「実施していない」は 621 事業所(同 43.2%)となった。

カテゴリー名	件数	%
実施している	752	52.3
実施していない	621	43.2
不明	65	4.5
総数	1438	100.0



その年間実施回数について尋ねたところ、「0～3 回未満」と回答した事業所は 389 事業所(総数の 47.3%)と最も多く、次いで「3～5 回未満」が 136 事業所(同 16.5%)となった。

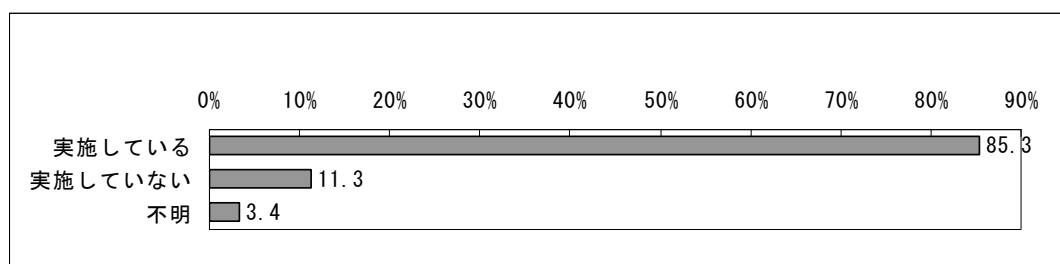
カテゴリー名	件数	%
0～3 回未満	389	47.3
3～5 回未満	136	16.5
5～10 回未満	93	11.3
10～15 回未満	46	5.6
15～20 回未満	1	0.1
20 回以上	10	1.2
不明	148	18.0
総数	1438	100.0



社内・社外研修のうち、商品知識をつけるための教育・研修を実施しているか尋ねたところ、「実施している」と回答した事業所は 1225 事業所(総数の 85.2%)であった。「実施していない」は 162 事業所(同 11.3%)となった。

スキルアップ用の教育・研修よりも商品知識をつけるための教育・研修の方が、重要視されている。

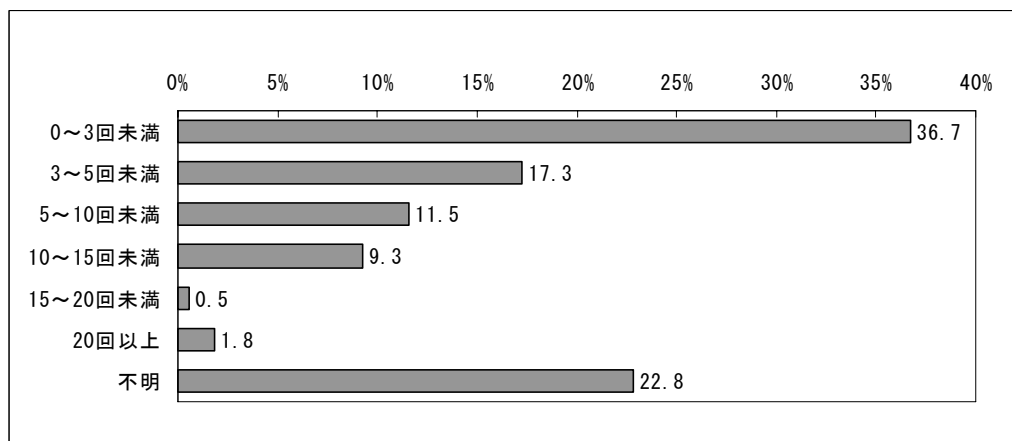
カテゴリー名	件数	%
実施している	1225	85.2
実施していない	162	11.3
不明	49	3.4
総数	1438	100.0



その年間実施回数を尋ねたところ、「0～3 回未満」と回答した事業所が 468 事業所(総数の 36.7%)と最も多く、次いで「3～5 回未満」が 220 事業所(同 17.3%)となった。

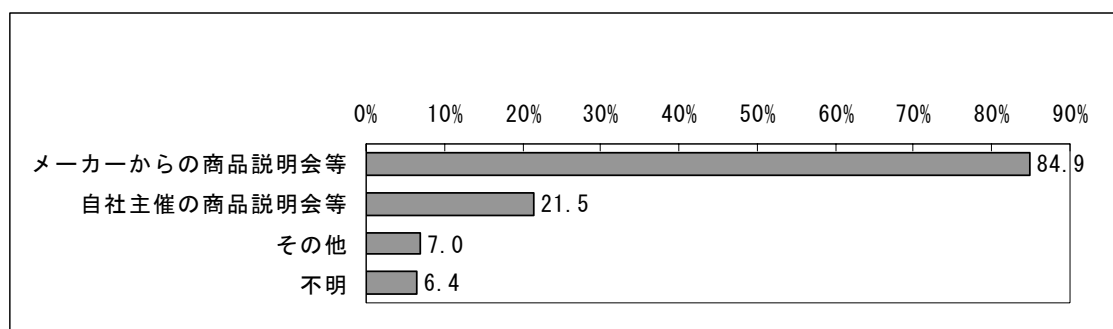
実施回数はスキルアップ用の教育・研修とさほど変わっていない。

年間実施回数	件数	%
0～3 回未満	468	36.7
3～5 回未満	220	17.3
5～10 回未満	147	11.5
10～15 回未満	118	9.3
15～20 回未満	7	0.5
20 回以上	23	1.8
不明	291	22.8
総数	1438	100.0



商品知識をつけるための教育・研修内容を尋ねたところ、「メーカーからの商品説明会等」と回答した事業所が 1088 事業所(総数の 84.9%)と最も多く、次いで「自社主催の商品説明会等」が 276 事業所(同 21.5%)となった。

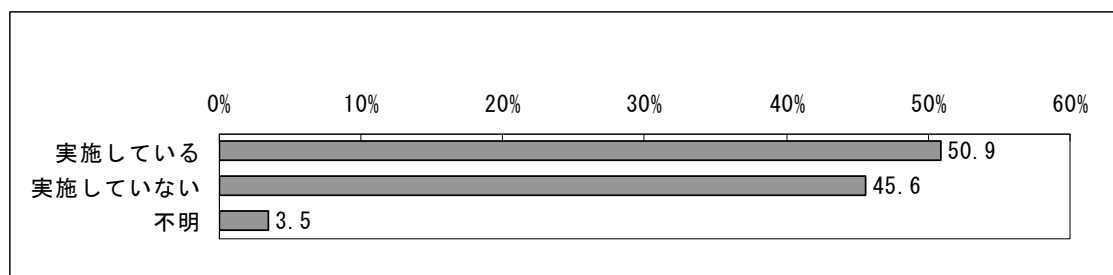
カテゴリー名	件数	%
メーカーからの商品説明会等	1088	84.9
自社主催の商品説明会等	276	21.5
その他	90	7.0
不明	82	6.4
総数	1281	100.0



⑮情報提供活動

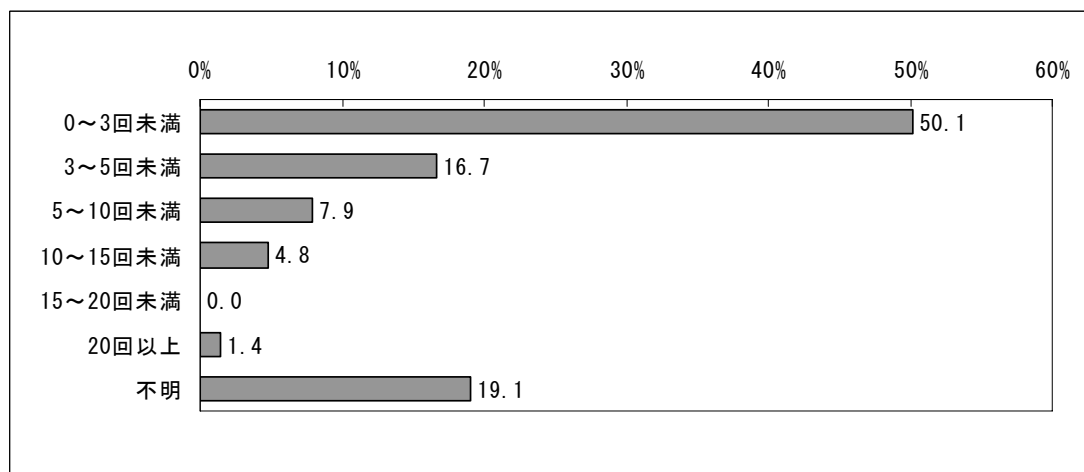
事業所で、展示会・セミナー・勉強会等、社外関係者(ケアマネジャー等)への情報提供活動を実施しているかを尋ねたところ、「実施している」と回答した事業所が 732 事業所(総数の 50.9%)であった。「実施していない」が 655 事業所(同 45.5%)となった。

カテゴリー名	件数	%
実施している	732	50.9
実施していない	655	45.5
不明	50	3.5
総数	1438	100.0



また、その年間実施回数を尋ねたところ、「0～3回未満」と回答した事業所が 394 事業所(総数の 50.1%)、「3～5回未満」が 131 事業所(同 16.7%)となった。

カテゴリー名	件数	%
0～3回未満	394	50.1
3～5回未満	131	16.7
5～10回未満	62	7.9
10～15回未満	38	4.8
15～20回未満	0	0.0
20回以上	11	1.4
不明	150	19.1
総数	786	100.0

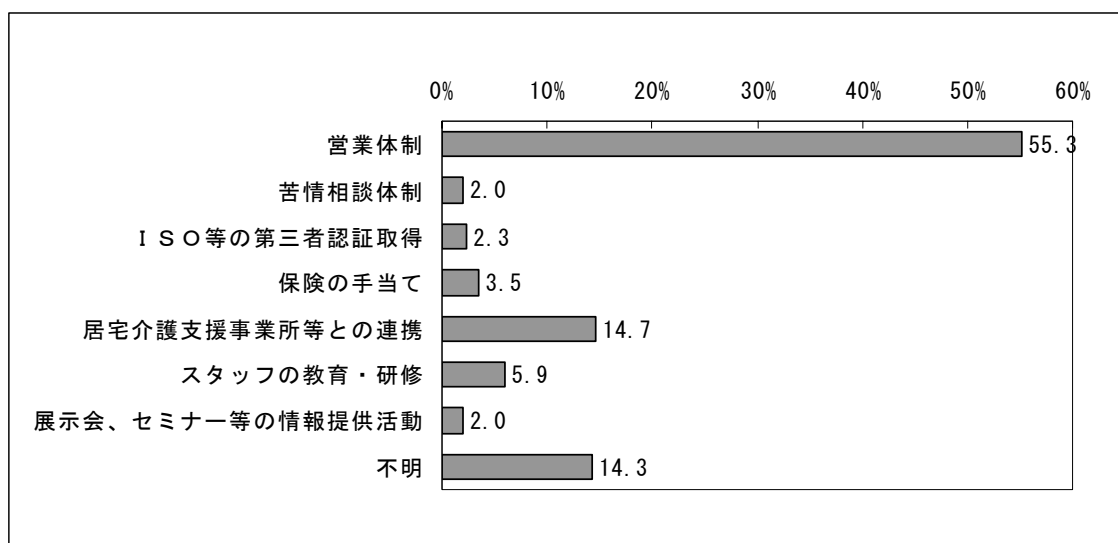


⑭その他貸与サービス業務の特徴／差別化

事業所に対し、その他貸与サービス業務(個別プロセス以外の部分)のうち、貸与価格への影響が大きいものを、一番目から三番目まで尋ねた。

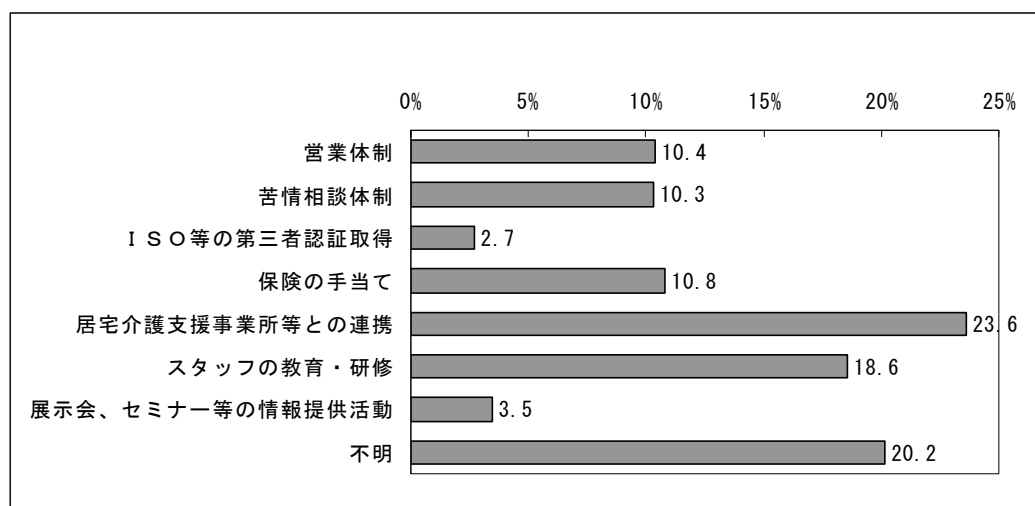
貸与価格への影響が大きいものの一番目は、「営業体制」が 794 事業所(総数の 55.2%)で最も多かった。次に多かったものは「居宅介護支援事業所等との連携」で、211 事業所(同 14.7%)となった。

カテゴリー名	件数	%
営業体制	794	55.2
苦情相談体制	29	2.0
I S O等の第三者認証取得	33	2.3
保険の手当て	51	3.5
居宅介護支援事業所等との連携	211	14.7
スタッフの教育・研修	85	5.9
展示会、セミナー等の情報提供活動	29	2.0
不明	205	14.3
総数	1438	100.0



大きいものの二番目は、「居宅介護支援事業所等との連携」が 339 事業所(総数の 23.6%)で最も多かった。次いで「スタッフの教育・研修」が 267 事業所(同 18.6%)となった。

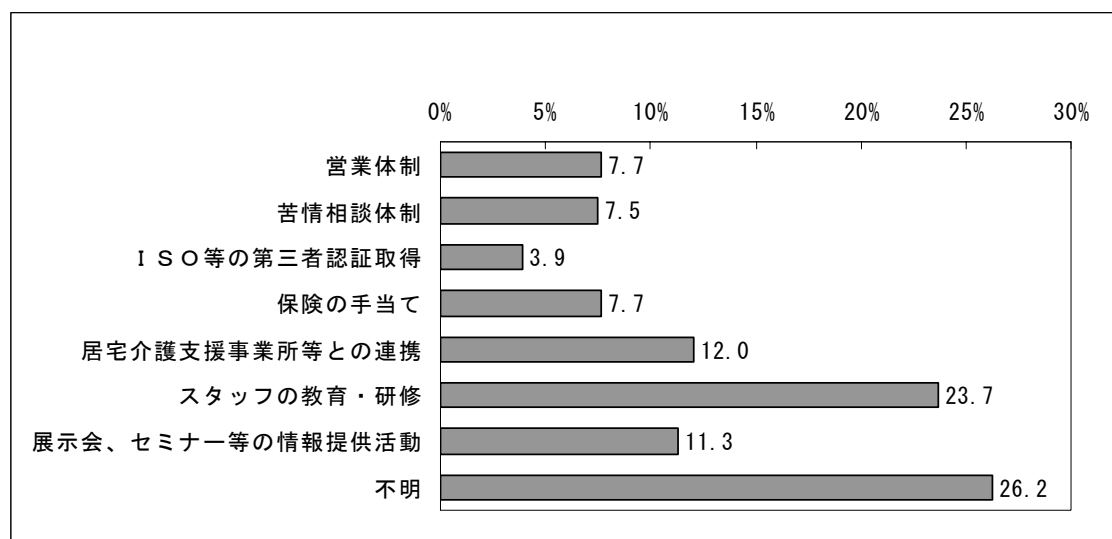
カテゴリー名	件数	%
営業体制	149	10.4
苦情相談体制	148	10.3
I S O等の第三者認証取得	39	2.7
保険の手当て	155	10.8
居宅介護支援事業所等との連携	339	23.6
スタッフの教育・研修	267	18.6
展示会、セミナー等の情報提供活動	50	3.5
不明	290	20.2
総数	1438	100.0



影響が大きいものの三番目は、「スタッフの教育・研修」が 340 事業所(総数の 23.6%)で最も多かった。次いで「居宅介護支援事業所等との連携」が 173 事業所(同 12.0%)となった。

「居宅介護支援事業所等との連携」は、一番目から三番目まで全てにおいて上位に上がっており、多くの事業所が価格への影響が大きいと考えている。

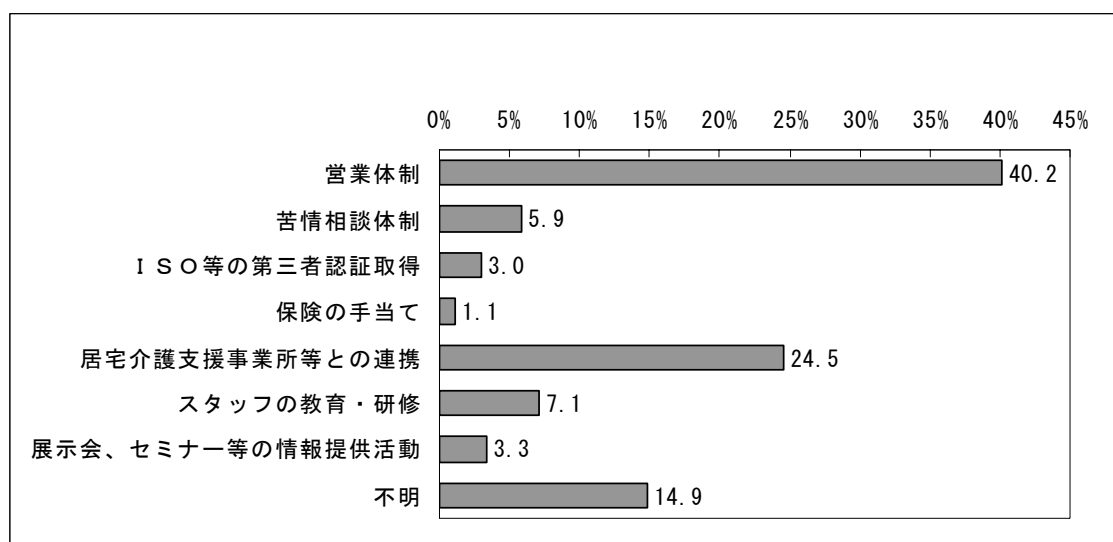
カテゴリー名	件数	%
営業体制	110	7.6
苦情相談体制	108	7.5
I S O等の第三者認証取得	56	3.9
保険の手当て	110	7.6
居宅介護支援事業所等との連携	173	12.0
スタッフの教育・研修	340	23.6
展示会、セミナー等の情報提供活動	163	11.3
不明	377	26.2
総数	1438	100.0



次に、その他貸与サービス業務(個別プロセス以外の部分)のうち、事業所のサービスの特徴または他社との差別化が図れるものは何か、一番目から三番目までを尋ねた。

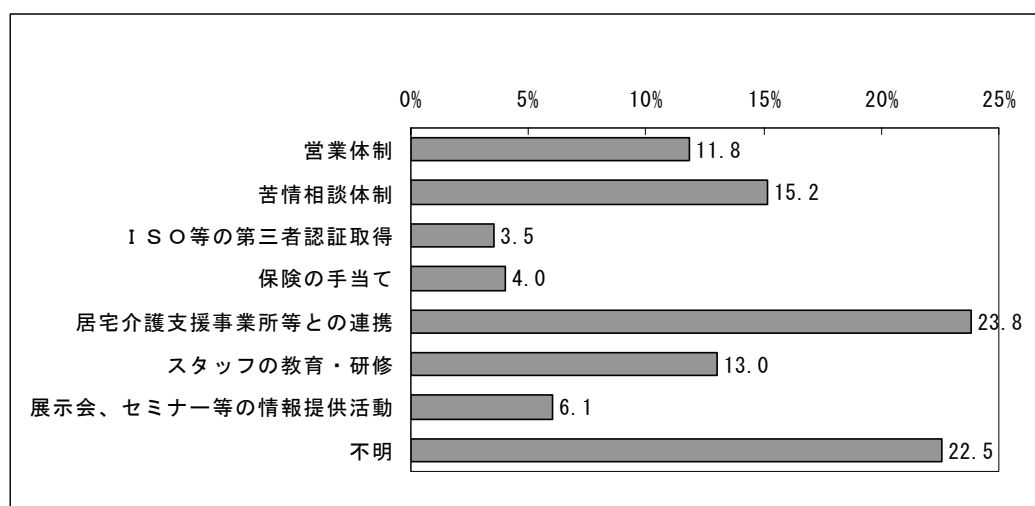
差別化が図れるものの一番目は、「営業体制」が 577 事業所(総数の 40%)で最も多く、次いで「居宅介護支援事業所等との連携」が 352 事業所(同 24.5%)となった。

カテゴリー名	件数	%
営業体制	577	40.1
苦情相談体制	85	5.9
I S O等の第三者認証取得	43	3.0
保険の手当て	16	1.1
居宅介護支援事業所等との連携	352	24.5
スタッフの教育・研修	102	7.1
展示会、セミナー等の情報提供活動	48	3.3
不明	214	14.9
総数	1438	100.0



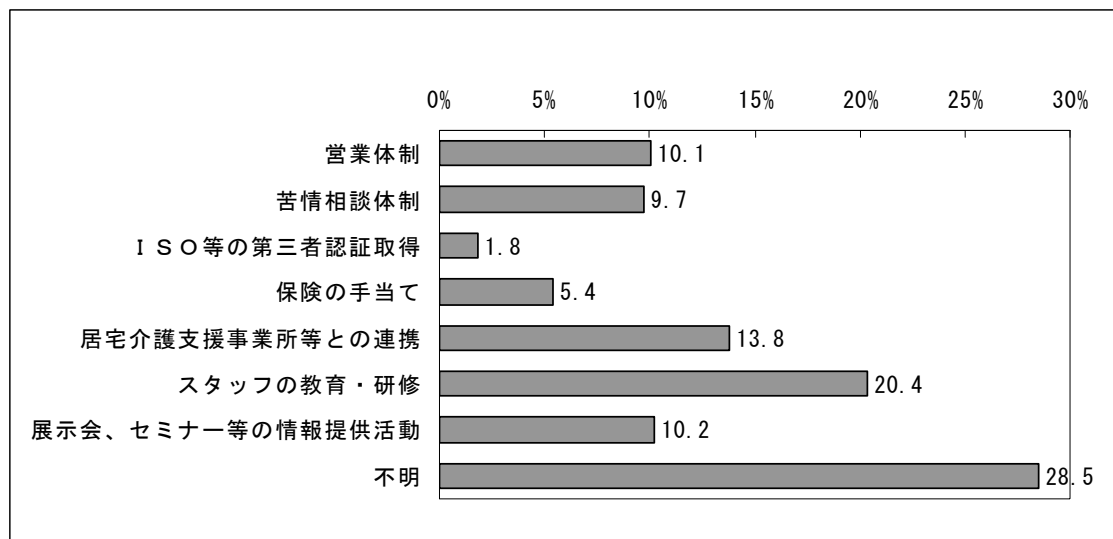
差別化が図れるものの二番目は、「居宅介護支援事業所等との連携」が 342 事業所(総数の 23.8%)で最も多く、次いで「苦情相談体制」が 218 事業所(同 15.2%)、「スタッフの教育・研修」が 187 事業所(同 13.0%)となった。

カテゴリー名	件数	%
営業体制	170	11.8
苦情相談体制	218	15.2
I S O等の第三者認証取得	51	3.5
保険の手当て	58	4.0
居宅介護支援事業所等との連携	342	23.8
スタッフの教育・研修	187	13.0
展示会、セミナー等の情報提供活動	87	6.1
不明	324	22.5
総数	1438	100.0



差別化が図れるものの三番目は、「スタッフの教育・研修」が 293 事業所(総数の 20.4%)で最も多く、次いで「居宅介護支援事業所等との連携」が 198 事業所(同 13.8%)となった。

カテゴリー名	件数	%
営業体制	145	10.1
苦情相談体制	140	9.7
I S O等の第三者認証取得	26	1.8
保険の手当て	78	5.4
居宅介護支援事業所等との連携	198	13.8
スタッフの教育・研修	293	20.4
展示会、セミナー等の情報提供活動	147	10.2
不明	410	28.5
総数	1438	100.0



3. アンケート調査の結果（総括）

本アンケートのまとめは、以下の通りである。

（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%、また法人総数でも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名以下で総数の8割、10名以下で総数の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。
- ・ 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。
- ・ 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）貸与サービスの各手順で貸与価格への影響が大きいもの

- ・ 事業者が、一番目に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。
- ・ 順に二番目、三番目に貸与価格への影響が大きいと考える手順（プロセス）も訊いており、その結果は次表のようである。

カテゴリー名（プロセス順）	1 番目件数	2 番目件数	3 番目件数
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	324	128	107
必要性判断・品目の選定（選定相談）	170	93	79
搬入・取付・調整（納品業務）	311	268	194
適合性判断（フィッティング）	56	145	83
使い方指導（商品説明、使用方法説明等）	34	110	115
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	139	173	266
搬出（回収業務）	14	132	189
点検・修理・消毒	224	216	210

- ・ 事業者が貸与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にそのポイントは次表のようになる。
- ・ 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。
- ・ 事業者が貸与価格への影響が大きいと考える手順（プロセス）は、「用具（ハード）」系の管理サービスが上位に来ている。

順位	カテゴリー名（ポイントが高い順）	1 番目件数 （×3 点）	2 番目件数 （×2 点）	3 番目件数 （×1 点）	重み付け 後点数計
1	搬入・取付・調整（納品業務）	311	268	194	1,663
2	保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	324	128	107	1,335
3	点検・修理・消毒	224	216	210	1,314
4	モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	139	173	266	1,029
5	必要性判断・品目の選定（選定相談）	170	93	79	775
6	適合性判断（フィッティング）	56	145	83	541
7	搬出（回収業務）	14	132	189	495
8	使い方指導（商品説明、使用方法説明等）	34	110	115	437

（５）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。
- ・ 順に二番目、三番目に差別化可能と考える手順（プロセス）も訊いており、その結果は次表のようである。

カテゴリー名（プロセス順）	1 番目件数	2 番目件数	3 番目件数
保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	81	47	56
必要性判断・品目の選定（選定相談）	458	218	124
搬入・取付・調整（納品業務）	193	165	120
適合性判断（フィッティング）	164	318	173
使い方指導（商品説明、使用方法説明等）	77	206	252
モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	218	173	347
搬出（回収業務）	24	67	62
点検・修理・消毒	75	74	101

- ・ 事業者が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にそのポイントは次表のようになる。
- ・ 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。
- ・ 事業者が差別化可能と考える手順（プロセス）では、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。

順位	カテゴリー名（ポイントが高い順）	1 番目件数 （×3 点）	2 番目件数 （×2 点）	3 番目件数 （×1 点）	重み付け 後点数計
1	必要性判断・品目の選定（選定相談）	458	218	124	1,934
2	モニタリング（納品後点検、故障・修理時対応）	218	173	347	1,347
3	適合性判断（フィッティング）	164	318	173	1,301
4	搬入・取付・調整（納品業務）	193	165	120	1,029
5	使い方指導（商品説明、使用方法説明等）	77	206	252	895
6	点検・修理・消毒	75	74	101	474
7	保管保守（保守点検、保管、在庫管理）	81	47	56	393
8	搬出（回収業務）	24	67	62	268

（６）事業総数において、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総数において、一番目に事業者が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。
- ・ 順に二番目、三番目に貸与価格への影響が大きいと考えるサービスも訊いており、その結果は次表のようである。

カテゴリー名（プロセス順）	1 番目件数	2 番目件数	3 番目件数
営業体制	794	149	110
苦情相談体制	29	148	108
I S O等の第三者認証取得	33	39	56
保険の手当て	51	155	110
居宅介護支援事業所等との連携	211	339	173
スタッフの教育・研修	85	267	340
展示会、セミナー等の情報提供活動	29	50	163

- ・ 事業者が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にそのポイントは次表のようになる。
- ・ 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。
- ・ 事業者が貸与価格への影響が大きいと考えるサービスは、「対人支援体制」「人材育成」系が上位に来ている。

順位	カテゴリー名（ポイントが高い順）	1 番目件数 （×3 点）	2 番目件数 （×2 点）	3 番目件数 （×1 点）	重み付け 後点数計
1	営業体制	794	149	110	2,790
2	居宅介護支援事業所等との連携	211	339	173	1,484
3	スタッフの教育・研修	85	267	340	1,129
4	保険の手当て	51	155	110	573
5	苦情相談体制	29	148	108	491
6	展示会、セミナー等の情報提供活動	29	50	163	350
7	I S O等の第三者認証取得	33	39	56	233

（７）事業総数において、差別化可能なサービス

- ・ 個別手順ではなく事業総数において、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。
- ・ 順に二番目、三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も訊いており、その結果は次表のようである。

カテゴリー名（プロセス順）	1 番目件数	2 番目件数	3 番目件数
営業体制	577	170	145
苦情相談体制	85	218	140
I S O等の第三者認証取得	43	51	26
保険の手当て	16	58	78
居宅介護支援事業所等との連携	352	342	198
スタッフの教育・研修	102	187	293
展示会、セミナー等の情報提供活動	48	87	147

- ・ 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にそのポイントは次表のようになる。
- ・ 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。事業者が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。
- ・ 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についても、「対人支援体制」「人材育成」系が上位に来ている。

順位	カテゴリー名（ポイントが高い順）	1 番目件数 （×3 点）	2 番目件数 （×2 点）	3 番目件数 （×1 点）	重み付け 後点数計
1	営業体制	577	170	145	2,216
2	居宅介護支援事業所等との連携	352	342	198	1,938
3	スタッフの教育・研修	102	187	293	973
4	苦情相談体制	85	218	140	831
5	展示会、セミナー等の情報提供活動	48	87	147	465
6	I S O等の第三者認証取得	43	51	26	257
7	保険の手当て	16	58	78	242

第4章 福祉用具貸与におけるサービス内容の現状

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を踏まえた上で、ここでは福祉用具貸与価格の構成要素の重要な部分である、福祉用具貸与事業の内容につきその現状を明らかにする。特にその過程においては、次に示す貸与サービスにおける各手順（プロセス）と、その他貸与サービス業務（個別プロセス以外の部分）が、事業者によりどのように異なるかの観点から述べる。

貸与導入における基本的な手順・流れ（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

その他事業運営に必要となる業務（上記プロセス以外の例示）

- (1) 営業活動 (2) 苦情・相談への対応 (3) 第三者認証取得（シルバーマーク、ISO等）
- (4) 保険の手当て (5) 居宅介護支援事業等との連携（サービス担当者会議への出席）
- (6) スタッフ教育・研修（社内・社外） (7) 展示会、セミナー等の情報提供活動
- (8) 職員の労務管理 (9) リスク管理 (10) 商品情報や介護保険の情報提供

1. ヒアリング調査からわかる福祉用具貸与サービス内容の現状

福祉用具貸与事業者7社、利用者サイド2者（行政、ケアマネジャー）を対象としたヒアリング結果の詳細は既述の通りであるが、主な内容は次の通りである。

（1）事業者ヒアリング

①「自社レンタル」と「レンタル卸」に関する考え方

「自社レンタル」と「レンタル卸」に対する考え方の違いが、それぞれの業務形態の差に結びついている。

専門の事業者は「自社レンタル」のところが多く、そこでは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みられた。

一方で、「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）不備による事故リスクの回避をあげており、また稼働率を気にせず、品揃えを増やせるということも一因となっている。

②個別プロセスにおける自社サービスの特徴と差別化できる部分

自社サービスの何が特徴か、そして他社と差別化できる部分は何かという点については、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」系のサービスが自社の特徴であり、また他社と差別化できる部分と考えている。

③個別プロセスにおける、貸与価格に与える影響が大きいサービス

個別プロセスにおいて、貸与価格に与える影響が大きいサービスとしては、「用具（ハード）」系のサービスをあげる事業者と、「対人支援」系のサービスをあげる事業者に二分された。

「用具（ハード）」系のサービスには、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）が、「対人支援」系のサービスには、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）が含まれる。

④事業全体における、自社サービスの特徴と差別化できる部分

自社サービスの特徴として他社と差別化できる部分については、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ているところがほとんどである。

⑤事業全体における、貸与価格に与える影響が大きいサービス

ここでも他社との差別化のために各社とも相当なコストをかけていると考えられる。事業全体において、貸与価格に与える影響が大きいサービスは、上述④とほぼ同様であり、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。

⑥貸与価格決定の考え方

貸与価格は市場の相場から大きく逸脱できないものの、貸与事業者は、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。貸与事業の性質上、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ようにみえる。

⑦貸与価格の変更

ヒアリングを行った事業者については、貸与価格をほとんど変更しておらず、変更実績のある事業者の場合も、その頻度は、数年に一度のように少ない。理由は福祉用具貸与という事業の性質上、また変更に伴う事務にかかる負担とコストが大きいからである。

（２）行政・ケアマネジャーヒアリング

ヒアリングにおいて、事業所選択の視点／貸与事業者のサービス内容に求める事項・貸与事業者に求める能力について聴取した結果をまとめると次の通りである。

- ① 商品そのものより、人的サービスを重視して選ぶ。具体的には、利用実績があり、対応がよく、メンテナンスや納品・引上げ、使い方指導等のサービスがしっかりしている事業者を選ぶ。
- ② ケアマネジャーに対して、どんな用具を選んだか、またどんな対応をしたか等のフィードバックをしてくれる事業者を重視している。ケアマネジャーと連携プレーができ、良好な関係を築ける事業者が望ましい。そのためには、しっかり連絡がとれることも必要である。
- ③ 書類が整っていればフィードバックもされやすく、フィードバック回数も多いといえるので、貸与サービスに関する対応等を記載した書類がしっかりしている事業者を選ぶ。
- ④ ケアプランをよく読みこんでいる事業者がよい。つまり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事業者、ケアプラン上のサービス内容の部分を用具について具体的に

しっかり記入できる事業所を選ぶ。

- ⑤ 説明能力、表現力、プレゼンテーションに長けた事業所が望ましい。サービス内容（モニタリングの内容、選定相談の内容等）を説明し、売り込んで欲しい。商品情報・価格情報より、事業所の付加価値であるサービス力を売り込んで欲しい。ケアマネジャーにサービス内容を説得できるかが重要である。
- ⑥ 利用者に対しても事業者のサービス内容、要求する方法、要求できる範囲を説明して欲しい。これらを説明して利用者が相談できる関係を築ける事業者がよい。商品カタログではなく、自社のサービスや連絡先が書いてある自社パンフレットを利用者宅へ持って行って欲しい。
- ⑦ 事業者の選択に際し、価格が重要な要素であることは事実だが、サービス内容の質や説明力等の方が優先するし、またどこまでサービスをしてくれるかで選ぶ。
- ⑧ サービス価格に見合うサービスをすればよく、価格が高くてもなぜ高いか説明できればよい。むしろその説明がない場合が問題であり、サービス内容のプレゼンが重要となる。

2. アンケート調査からわかる福祉用具貸与サービス内容の現状

全国の福祉用具貸与事業所、4,000ヶ所を対象にアンケート調査を行った結果（回答数、1,438、回収率 36.0%）の詳細は、既述の通りであるが、主な内容は次の通りである。

（1）対象となった事業所について

- ① 事業所については、小規模事業者が多く、業務形態についても、単独事業所が6割強を占めている。87.5%が営利法人（会社）であるが、従業員数は5名以下が66.6%、また法人全体でも20名以下が42.1%となっている。
- ① 貸出台数については、事業所の売り上げ規模に両極化が見られる。車いす、及び特殊寝台についてみると、20台未満が最も多いが、それに次ぐ層は100台以上である。
- ② 貸与事業のみを行っている事業者は43.3%であり、福祉用具品の仕入れ形態については、主にレンタル卸が68.2%、主に自社レンタルが28.3%である。
- ④ 貸与品の仕入れ形態について、約7割の事業者が「主にレンタル卸を利用」している。レンタル卸100%も5割ある。一方、「主に自社レンタル」は約3割で、自社レンタル100%は約7%である。「主に自社レンタル」の事業所ではレンタル卸も併用している傾向が見られるが、その一方、「レンタル卸を主に利用」している事業所の大半が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。

（2）各業務手順（プロセス）について

- ① 各プロセスにおいて、レンタル卸元が対応する割合は、「保管・保守」が61%、「点検・修理」が56%、「消毒」が69%となっている。
- ② 「搬入・取付・調整」、「搬出」については、それぞれ「搬入・取付・調整」が28%、「搬出」が32%レンタル卸元の対応となっている。
- ③ 人員については、回答した事業者の多くが小規模事業者であったこともあり、どのプロセス

においても、2人までで対応が4割から5割、5人までの対応が8割強である。

■福祉用具貸与事業のプロセス毎サービス内容一覧表 (主な対応先・スタッフ・専門相談員)

							(6)モニタリング			(8)点検・修理・消毒		
		(1)保管・保守・在庫管理	(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	10日以内	10日以降モニタリング	不具合時の対応	(7)搬出	点検・修理	消毒
主な対応先 (一部複数回答有)	事業者	32%	—	74%	—	—	—	—	—	70%	41%	18%
	自社センター	11%	—	3%	—	—	—	—	—	3%	10%	12%
	レンタル卸元	61%	—	28%	—	—	—	—	—	32%	56%	69%
	卸元以外の事業者	3%	—	2%	—	—	—	—	—	2%	3%	6%
スタッフ	0～2人	50%	38%	42%	45%	43%	47%	同 左	46%	40%	46%	51%
	3～5人	41%	46%	44%	42%	43%	41%	同 左	40%	46%	36%	38%
	6～10人	5%	9%	9%	7%	9%	7%	同 左	8%	8%	6%	7%
	11人～	1%	4%	2%	3%	3%	2%	同 左	2%	2%	2%	1%
専門相談員	関わりあり	93%	—	98%	—	—	—	—	—	98%	94%	86%
	0～2人	64%	51%	51%	54%	54%	57%	同 左	58%	51%	64%	65%
	3～5人	32%	38%	38%	36%	36%	35%	同 左	33%	38%	29%	30%
	6～10人	3%	8%	9%	7%	7%	6%	同 左	8%	8%	5%	5%
	11人～	1%	3%	2%	3%	2%	2%	同 左	2%	2%	1%	1%

※アンケート結果 問12 福祉用具貸与サービスの流れについて より 抜粋

割合が一番高い箇所

④ 「必要性判断・品目の選定」において電話確認回数の分布をみると、車いす、特殊寝台とも1回が約40%、2回が約25%である。訪問対応回数の分布については、車いす、特殊寝台とも1回が50%弱、2回が約30%である。

⑤ また「必要性判断・品目の選定」における対応時間についての分布をみると、車いす、特殊寝台とも、次の二つの山がある。

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

⑥ 「モニタリング（10日以内）」における電話確認回数の分布をみると、車いす、特殊寝台とも1回が約70%、2回が約4%である。訪問対応回数の分布については、車いす、特殊寝台とも1回が約70%、2回が約8%である。

⑦ また「モニタリング（10日以内）」における対応時間についての分布をみると、車いす、特殊寝台とも、次の二つの山がある。

電話：20分未満と、30～40分未満

訪問：30分未満と、30～60分未満

■福祉用具貸与事業のプロセス毎サービス内容一覧表 TEL 確認 比較表
(車いす・特殊寝台)

		(6)モニタリング					(6)モニタリング		
		(2)必要性 判断・品目 の選定	10 日 以内	10 日以降 モニタリング			(2)必要性 判断・品目 の選定	10 日 以内	10 日以降 モニタリング
車いす TEL 確認回数 (10 日以降モニタ リングは頻度)	1 回	41%	73%	0～3 ヶ月未満 23.9%	特殊寝台	1 回	41%	72%	0～3 ヶ月未満 22.9%
	2 回	27%	4%	3～6 ヶ月未満 24.0%	TEL 確認 回数	2 回	25%	4%	3～6 ヶ月未満 23.9%
	3 回	7%	1%	6～12 ヶ月未満 43.3%	(10 日 以降モニタ リングは 頻度)	3 回	6%	1%	6～12 ヶ月未満 43.5%
	4 回	1%	0%	12 ヶ月以上 0.1%		4 回	1%	0%	12 ヶ月以上 0.3%
	5 回以上	2%	1%	不明 8.7%		5 回以上	3%	1%	不明 9.4%
車いす TEL 確認時間	0～10 分 未満	14%	25%	22%	特殊寝台	0～10 分 未満	13%	28%	20%
	10～20 分未満	35%	32%	31%	TEL 確認 時間	10～20 分 未満	33%	36%	29%
	20～30 分未満	7%	4%	4%		20～30 分 未満	8%	5%	4%
	30～40 分未満	14%	10%	9%		30～40 分 未満	14%	12%	9%
	40～50 分未満	1%	0%	1%		40～50 分 未満	1%	1%	1%
	50～60 分未満	0%	0%	0%		50～60 分 未満	0%	0%	0%
	1 時間以 上	5%	2%	2%		1 時間以 上	6%	3%	3%

※アンケート結果 問12 福祉用具貸与サービスの流れについて より 抜粋

	割合が一番目高い個所
	割合が二番目に高い個所

■福祉用具貸与事業のプロセス毎サービス内容一覧表 訪問回数 比較表
(車いす・特殊寝台)

							(6)モニタリング									(6)モニタリング	
		(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	10日以内	10日以降モニタリング			(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	10日以内	10日以降モニタリング		
車いす 訪問回数 (10日以降モニタリングは頻度)	1回	45%	49%	55%	63%	70%	0～3ヶ月未満 21.8%	特殊寝台 訪問回数 (10日以降モニタリングは頻度)	1回	48%	51%	58%	63%	68%	0～3ヶ月未満 20.4%		
	2回	34%	34%	29%	24%	8%	3～6ヶ月未満 19.6%		2回	29%	31%	23%	22%	7%	3～6ヶ月未満 19.0%		
	3回	7%	7%	5%	4%	2%	6～12ヶ月未満 52.0%		3回	7%	7%	4%	3%	2%	6～12ヶ月未満 52.3%		
	4回	1%	1%	1%	0%	0%	12ヶ月以上 0.6%		4回	1%	1%	1%	0%	0%	12ヶ月以上 0.7%		
	5回以上	3%	1%	2%	1%	2%	不明 6.1%		5回以上	3%	1%	2%	1%	1%	不明 7.7%		
車いす 訪問時間	0～30分未満	16%	17%	24%	32%	37%	35%	特殊寝台 訪問時間	0～30分未満	13%	4%	18%	27%	33%	32%		
	30～60分未満	44%	48%	44%	42%	32%	36%		30～60分未満	42%	32%	41%	42%	34%	38%		
	1時間～1時間30分未満	22%	21%	17%	12%	7%	7%		1時間～1時間30分未満	26%	42%	21%	15%	8%	8%		
	1時間30分～2時間未満	2%	1%	1%	0%	0%	0%		1時間30分～2時間未満	2%	6%	1%	1%	0%	1%		
	2時間～2時間30分未満	1%	2%	1%	1%	0%	0%		2時間～2時間30分未満	1%	2%	1%	1%	0%	0%		
	2時間30分以上	0%	0%	0%	0%	0%	0%		2時間30分以上	0%	0%	0%	0%	0%	1%		

※アンケート結果 問12 福祉用具貸与サービスの流れについて より 抜粋

割合が一番目高い個所
割合が二番目に高い個所

(3) プロセス毎、サービス結果記録の作成・使用状況

- ①全ケース作成している事業所が、約4割から6割あるものの、作成しないところも、1割～2割存在する。「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、他の記録と異なる傾向を示しており、全ケース作成するところが27%、作成しないところが44%となっている。
- ② また書式については、約7割の事業所が種目共通で、所定の書式をもっている。
- ③ 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割の事業所がケアマネジャーに提出している。しかし利用者に提出しているところは、2割を切っている。

■福祉用具貸与事業のプロセス毎 サービス結果記録の作成・使用状況 一覧表(n=1,438)

		商品履歴	保守点検・結果記録	選定相談用のシート	利用計画書	フィッティング実施結果記録	納品後10日以内モニタリング結果記録	納品後10日以降モニタリング結果記録	モニタリング時、用具不具合対応結果記録	点検・修理結果記録	消毒結果記録
作成	全ケース	58%	52%	48%	27%	39%	48%	58%	56%	48%	49%
	7割	5%	7%	12%	8%	10%	11%	9%	9%	6%	2%
	5割	2%	4%	8%	5%	6%	6%	5%	5%	3%	1%
	3割	2%	2%	6%	8%	5%	5%	3%	4%	2%	1%
	作成しない	10%	12%	18%	44%	29%	18%	10%	17%	16%	11%
所定の書式	あり	55%	52%	64%	40%	48%	61%	70%	57%	49%	47%
	なし	6%	5%	7%	5%	9%	7%	4%	12%	6%	2%
種目ごと	共通	—	—	60%	39%	47%	59%	63%	56%	—	—
	特定の種目ごと	—	—	3%	2%	5%	3%	4%	5%	—	—
利用者提出	している	—	—	13%	12%	10%	10%	13%	11%	—	—
	していない	—	—	50%	27%	40%	50%	52%	49%	—	—
ケアマネ提出	している	—	—	37%	32%	35%	42%	59%	33%	—	—
	していない	—	—	30%	11%	19%	21%	12%	30%	—	—
保管	している	50%	47%	68%	42%	53%	64%	70%	65%	50%	43%
	していない	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%

（４）福祉用具貸与サービスの各手順で貸与価格への影響が大きいもの

- ①事業者が、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「搬入・取付・調整（納品業務）」、第二位が「保守保管（保守点検、保管、在庫管理）」である。実際、「搬入・取付・調整（納品業務）」については、その対応時間、対応回数に幅が見られ、当該プロセスに注力している事業者が存在していることがみてとれる。

（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

- ①事業者が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。実際、その対応時間、対応回数に幅が見られ、当該プロセスに注力している事業者が存在していることがみてとれる。

３．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、福祉用具貸与サービスの内容の現状について、以下の通り述べる。

（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。

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により、利益の増加を図るという考え方をも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もっていると思われる。

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、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、多くの事業者が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言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／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、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、と言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、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。

例えば事業所の従業員規模別によって、サービス提供の各手順において差があるかどうかをみるために、車いすと特殊寝台の電話確認回数および電話確認時間において、従業員規模「1名～2名」と「16名～18名」の割合を比較した。車いすでは、「モニタリング」における電話確認時間において、また特殊寝台では、「必要性判断・品目の選定」における電話確認回数と、「モニタリング」における電話確認時間において、「16名～18名」の事業所が、「1名～2名」の事業所より、10%以上高い数字を示している。しかし、その他のサービス手順においては、大きな差が見られない。

また車いすと特殊寝台の訪問回数および訪問対応時間においても、従業員規模「1名～2名」と「16名～18名」の割合を比較した。車いすでは、「搬入・取付・調整」、「適合性の判断」、「使い方指導」における訪問回数と、「適合性の判断」、「使い方指導」、「モニタリング」における訪問

対応時間において、また特殊寝台では、「搬入・取付・調整」、「適合性の判断」、「モニタリング」における訪問回数と、「搬入・取付・調整」、「モニタリング」における訪問時間において、「16名～18名」の事業所が、「1名～2名」の事業所より、10%以上高い数字を示している。しかし、その他のサービス手順においては、大きな差が見られない。

上述の通り、利用者を直接支援するサービス手順である、「必要性判断・品目の選定」、「搬入・取付・調整」、「適合性の判断」、「使い方指導」、「モニタリング」において、従業員規模別に差が出ている項目があるものの、今回の調査だけでは従業員規模の大小が、サービスの質に結びつくという結論には至らない。

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、福祉用具貸与サービス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

第5章 まとめ

1. 福祉用具貸与の現状

2000年から施行された「介護保険法」により、福祉用具貸与サービスを取り巻く状況は大きく変化してきている。介護保険制度では、市町村による行政措置としての従来の「老人日常生活用具給付等事業」等とは異なり、利用者の尊厳を保持しながら、その人らしい自立した生活が送れるように支援するという基本理念に基づき、利用者である高齢者が自ら、サービスとしての福祉用具貸与、提供する福祉用具貸与事業者、利用する福祉用具等を選択し、直接、事業者との契約により利用することとなった。

措置制度の下での利用者の所得の多寡によるサービス利用制限はなくなったことで、福祉用具貸与のサービス利用者数は増加し続けており、2007（平成19）年度における給付費用額は1600億円程度にまで拡大してきている。また、原則としてサービス提供における主体規制は撤廃され、一定の条件（指定基準）を満たし都道府県知事の指定を受ければ参入できることで、貸与事業者数は、2008（平成20）年4月現在で全国に6500カ所程度となっており、およそ9割を民間営利法人が占めているのが現状である。

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。

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。

各事業者が貸与サービスの各手順のうち、どの手順が貸与価格に大きな影響を与えると考えているか、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、事業者到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

検討委員会は、学識者、有識者、福祉用具関係事業者、消費者行政担当者、介護保険行政担当者等から構成され、調査結果等を基に、三回にわたり積極的な議論がなされたが、そこで出された主要な意見をまとめると、次の通りである。

(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。

また貸与サービスの個々のプロセスに関しては、ヒアリング調査とアンケート調査の結果を適切に活用し、サービスの受益者である利用者に対して、サービスの個々のプロセスの内容が的確に伝わる情報を整理し提示することも目的とした。

こうした方向性について、さらに委員会において、下記の意見があった。

①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。

貸与価格の分析については、地域差を考慮する必要がある、また必ずしもコストが貸与価格に反映していない状況なども考えられるので、本年度の事業では、コスト分析にとどめ、サービスの中のコスト要素の認識に重点を絞ったほうがよいと考える。

②競争原理や市場メカニズム

福祉用具貸与に関し、「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、また市場原理が働いていないのではないか」という懸念については、「福祉用具貸与価格情報システム」を構築し、競争原理で価格を動かしていくという考え方もあり、また一方で、価格よりもサービス内容そのものの競争を促していく方向が望ましいという考え方もある。

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るべきである。

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いふ。

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）今後の方向性、課題に関する意見

本検討委員会の意見として、次の内容が今後の方向性、課題として提示された。

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のについては、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、事業所の個別性も強く、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。

資料編(アンケート)

福祉用具貸与事業に係るサービス内容と貸与価格に関するアンケート

【ご回答にあたってのお願い】

- ・設問の説明に従い、事業管理者殿にご記入をお願いいたします。
- ・○をつける質問で、特に注釈がなければ、最も近いと思われるもの1つに○印をつけてください。
- ・カッコ（ ）内は具体的な内容をご記入ください。台数、人数や時間等をお訊きする場合、選択肢で「その他」を選ばれた場合等です。
- ・本アンケートは平成21年2月20日(金)までに、同封の返信用封筒で（切手は不要）ご返信ください。

※ ご回答いただきました内容については本調査事業にのみ利用し、他の目的には一切利用いたしません。

※ アンケートに関する不明点等については下記までお問い合わせください。



社団法人 シルバーサービス振興会 担当：中村、坂本

TEL:03-5276-1602 FAX:03-5276-1601

E-MAIL:k-nakamura@espa.or.jp k-sakamoto@espa.or.jp

貴事業所名		法人名	
ご住所	〒 —		
ご記入者名			
電話番号			

Ⅰ. 貴事業所についてお尋ねします。

問1 貴事業所の団体分類に該当するものを1つ選び、番号に○をつけてください。

- 1 営利法人（会社） 2 社会福祉法人 3 協同組合 4 医療法人
5 特定非営利活動法人（NPO） 6 社団・財団法人 7 その他（ ）

問2 貴事業所での福祉用具貸与事業の実施年数について当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

- 1 1年未満 2 1年以上3年未満 3 3年以上5年未満
4 5年以上8年未満（介護保険施行以降） 5 8年以上（介護保険施行以前）

問3 貴事業所の所在する都道府県および貴事業所がサービスを提供している都道府県(所在する都道府県以外)をご記入ください。

所在する都道府県名（ ）

所在する都道府県以外でサービスを提供する都道府県名（ ）

問4 貴事業所の所在地(市区町村)の人口規模について当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

- 1 5千人未満 2 5千人以上～1万人未満 3 1万人以上～3万人未満
4 3万人以上～5万人未満 5 5万人以上～10万人未満 6 10万人以上～30万人未満
7 30万人以上 8 わからない

問5 貴事業所の従業員数および法人全体での従業員数について当てはまる番号1つに○をつけてください。

（貴事業所）

- 1 1～2名 2 3～5名 3 6～10名 4 11～15名
5 16～20名 6 21～30名 7 31～50名 8 50名以上

(法人全体)

- | | | | | | | | |
|---|---------|----|----------|---|----------|---|-----------|
| 1 | 1～5名 | 2 | 6～10名 | 3 | 11～20名 | 4 | 21～50名 |
| 5 | 51～100名 | 6 | 101～200名 | 7 | 201～500名 | 8 | 500～1000名 |
| 9 | 1000名以上 | 10 | わからない | | | | |

問6 貴事業所に福祉用具専門相談員の資格を有する人は何人いますか。福祉用具専門相談員指定講習の課程修了者とそれ以外(保健師、看護師、准看護師、理学療法士、作業療法士、社会福祉士、介護福祉士、義肢装具士、ヘルパー研修修了者)に分けて、それぞれの人数を教えてください。

(重複の場合は、1としてください。)

- | | | | | | |
|---|--------------------------|---|--|---|---|
| 1 | 福祉用具専門相談員指定講習の課程修了者 | (| |) | 人 |
| 2 | それ以外(作業療法士、理学療法士、介護福祉士等) | (| |) | 人 |

問7 貴事業所の業務形態について当てはまる番号1つに○をつけてください。

- | | | | |
|---|----------------|---|-------------------------|
| 1 | 貴事業所単独(複数展開なし) | 2 | 複数展開している1事業所(1支店)(貴社直営) |
| 3 | フランチャイズ加盟店 | | |

* * * * *

II. 貴事業所の福祉用具貸与事業の状況についてお尋ねします。

※ 以降、介護保険制度下における福祉用具貸与サービスに限定してお答えください。

問8 貴事業所で貸与している福祉用具種類別の取り扱いアイテム(用具品目)数、貸出台数、最低貸与価格、最高貸与価格、最多貸与価格(単位:円)、を教えてください。(取り扱いアイテム数について、サイズ、色のみ異なるものは同一アイテムとします。貸出台数、貸与価格は平成20年11月請求実績に基づき記載してください。)

	取り扱いアイテム(品目)数	貸出台数(稼働実数)	最低貸与価格(単位:円)	最高貸与価格(単位:円)	稼働実数における最多貸与価格(円)
1 車いす	()	(台)	(円)	(円)	(円)
2 車いす付属品	()	(台)	(円)	(円)	(円)
3 特殊寝台	()	(台)	(円)	(円)	(円)
4 特殊寝台付属品	()	(台)	(円)	(円)	(円)
5 床ずれ防止用具	()	(台)	(円)	(円)	(円)
6 体位変換器	()	(台)	(円)	(円)	(円)
7 手すり	()	(台)	(円)	(円)	(円)
8 スロープ	()	(台)	(円)	(円)	(円)
9 歩行器	()	(台)	(円)	(円)	(円)
10 歩行補助つえ	()	(本)	(円)	(円)	(円)
11 認知症老人徘徊感知機器	()	(台)	(円)	(円)	(円)

12 移動用リフト	()	(台)	(円)	(円)	(円)
-----------	-----	-------	-------	-------	-------

問9 貴事業所における福祉用具の貸与事業の売り上げ高(直近会計年度1年間)について、該当するものを1つ選び、番号に○をつけてください。

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1 200万円未満 | 2 200万円以上～1千万円未満 |
| 3 1千万円以上～3千万円未満 | 4 3千万円以上～1億円未満 |
| 5 1億円以上～5億円未満 | 6 5億円以上～ |
| | 7 わからない |

問10 貴事業所が行っている業務の内容について当てはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。

- | | | | |
|----------|-----------|--------------|--------|
| 1 貸与業務のみ | 2 福祉用具の販売 | 3 福祉用具のレンタル卸 | 4 住宅改修 |
| 5 居宅介護支援 | 6 訪問介護 | 7 その他() | |

問11 貸与品の仕入れ形態について、当てはまる番号1つに○をつけ、両者の比率を教えてください。

- | | |
|--------------|---------------|
| 1 主に「自社レンタル」 | 2 主に「レンタル卸」利用 |
|--------------|---------------|

(「自社レンタル」と「レンタル卸」比率)

- | | | | | |
|-------------|------------|---|-----------|---|
| 全体的な比率について | 自社レンタル () | % | レンタル卸 () | % |
| 車いすの比率について | 自社レンタル () | % | レンタル卸 () | % |
| 特殊寝台の比率について | 自社レンタル () | % | レンタル卸 () | % |

* * * * *

Ⅲ. 福祉用具貸与事業の各業務手順についてお尋ねします。

問12 福祉用具貸与サービスの流れを次の8つの手順(プロセス)に分けてお伺いします。

- | | | |
|------------|-----------------|--------------|
| (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 | |
- 各手順において、提供するサービス内容について教えてください。

※1 一部の質問では代表的な種目である「車いす」と「特殊寝台」について、それぞれお尋ねします。

※2 利用者へ複数商品を貸与する場合や商品が切り替わる場合でも、1つの商品を貸与するプロセスに限定してお答え下さい。

※3 自社センターとは、事業所とは別の組織で業務を行っているところです。

(1) 保管・保守

① 保守点検、保管業務について

A 主としてどこが対応していますか。

- | | | | |
|-------|-----------------|----------|-----------------|
| 1 事業所 | 2 自社センター(事業所以外) | 3 レンタル卸元 | 4 レンタル卸元以外の委託業者 |
|-------|-----------------|----------|-----------------|

B 事業所で対応の場合、保守点検、保管業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

- | | | |
|--------------|--------------|--------|
| 1 スタッフ () 人 | 2 専従あり () 人 | 3 専従なし |
|--------------|--------------|--------|

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- | | |
|------------|-------|
| 1 いる () 人 | 2 いない |
|------------|-------|

D 商品履歴(貸出期間、購入時期等)を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で保管していますか。

- | | | | | |
|------------|------------|-----------|----------|---------|
| 1 ほぼ全ケース作成 | 2 7割程度作成 | 3 5割程度作成 | 4 3割程度作成 | 5 作成しない |
| 作成の場合 | 1 特定の書式がある | 2 書式はない | | |
| " | 1 保管している | 2 保管していない | | |

E 保守点検結果記録を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で保管していますか。

- | | | | | |
|------------|------------|-----------|----------|---------|
| 1 ほぼ全ケース作成 | 2 7割程度作成 | 3 5割程度作成 | 4 3割程度作成 | 5 作成しない |
| 作成の場合 | 1 所定の書式がある | 2 書式はない | | |
| " | 1 保管している | 2 保管していない | | |

② 在庫管理について

A 主としてどこが対応していますか。

1 事業所 2 自社センター（事業所以外） 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、在庫管理業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

1 スタッフ（ ）人 2 専従あり（ ）人 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

1 いる（ ）人 2 いない

D 在庫管理の方法はどうしていますか。

1 主に書類による台帳管理 2 主にパソコン上の管理 3 主に専用システムによる管理
4 主にバーコード管理 5 その他（ ）

(2) 必要性判断・品目の選定

① 選定相談業務について

A 選定相談(必要性判断・品目の選定)に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

1 スタッフ（ ）人 2 専従あり（ ）人 3 専従なし

B 関わっている人の中で、福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

1 いる（ ）人 2 いない

C 選定相談に際して、利用者へ電話での確認や訪問での対応を行っていますか。

(電話での確認)

【車いす】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

(訪問での対応、1回当たり時間は、移動時間を除く)

【車いす】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

D 選定相談では何を確認していますか。(複数回答可)

(利用者の身体の状態)

1 要介護度 2 ADL (日常生活動作) 3 病歴等 4 コミュニケーション能力
5 利用者からの要望 6 介護者からの要望 7 その他 ()

(利用者の生活環境)

1 介護者 2 家族構成 3 居住環境 4 IADL (手段的日常生活動作)
5 在宅サービスの利用状況 6 他の福祉用具の利用状況 7 住宅改修の必要性の有無
8 経済的状況 9 使用状況の注意事項 10 外出の頻度・要望
11 ICF (国際生活機能分類) の視点からみた要望・状況確認 12 日常生活の目標
13 利用者からの要望 14 介護者からの要望 15 その他 ()

E 選定相談用のシートを作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で提出、保管していますか。

1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
" 1 全ての種目で共通書式 2 特定の種目ごとに作成(種目名)
" 1 利用者へ提出している 2 提出していない

- ” 1 ケアマネジャーへ提出している 2 提出していない
” 1 保管している 2 保管していない

F 利用計画書を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で提出、保管していますか。

※ 利用計画書とは、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を指します。

- 1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
” 1 全ての種目で共通書式 2 特定の種目ごとに作成(種目名)
” 1 利用者へ提出している 2 提出していない
” 1 ケアマネジャーへ提出している 2 提出していない
” 1 保管している 2 保管していない

G 利用計画書を作成している場合、記載項目を教えてください。(複数回答可)

- 1 福祉用具利用の目的 2 短期達成目標 3 長期達成目標 4 用具の活用方法
5 モニタリングの時期 6 居宅介護支援計画の目標 7 利用者からの要望
8 介護者からの要望 9 その他 ()

H 必要性の判断・品目の選定の一環として、商品の事前貸出サービスを行っていますか。

- 1 行っている (期間 日間) 2 行っていない

I 指定基準では、福祉用具専門相談員は、利用者の福祉用具選定の相談・援助を行うことになっていますが、その際、貴事業所においてケアマネジャーとは主にどのような関わりを持ちながら進めていますか。

- 1 ケアマネジャーから種目・品目の提案や指示を受けて、これに対応している
2 ケアマネジャーと福祉用具専門相談員が相談しながら種目や品目を提案している
3 ケアマネジャーからは利用者の情報や要望等の提供を受けるのみで、福祉用具専門相談員が種目や品目を提案している
4 その他 ()

(3) 搬入・取付・調整

① 納品業務について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター(事業所以外) 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、搬入・取付・調整業務に関わっている人は何人ですか。その内、専従は何人ですか。

- 1 スタッフ (人) 2 専従あり (人) 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- 1 いる (人) 2 いない

D 事業所で対応の場合、専用車両はありますか。ある場合、何台ですか。

- 1 ある (台) 2 ない

E 搬入・取付・調整のための、利用者宅への訪問回数と時間(移動時間は除く)を教えてください。

【車いす】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

F 配送エリア外の対応は可能ですか。

【車いす】 1 できる 2 できない
できる場合 1 別途料金あり 2 別途料金無し

- | | | |
|--------|----------|----------|
| 別途料金 | 1 実費徴収 | 2 定額徴収 |
| 【特殊寝台】 | 1 できる | 2 できない |
| できる場合 | 1 別途料金あり | 2 別途料金無し |
| 別途料金 | 1 実費徴収 | 2 定額徴収 |

(4)適合性の判断

①フィッティング(適合性判断)業務について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター(事業所以外) 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、フィッティング業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人ですか。

- 1 スタッフ()人 2 専従あり()人 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- 1 いる()人 2 いない

D フィッティング業務に際して、利用者宅への訪問での対応を行っていますか。

(訪問での対応、1回当たり時間は、移動時間を除く。)

- 【車いす】 平均回数(1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間()時間()分

- 【特殊寝台】 平均回数(1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間()時間()分

E フィッティング業務では何を確認していますか。(複数回答可)

- 1 身体状況に応じた適合・調整 2 使用状況に応じた動作確認・適合・調整
3 使用場所・環境に応じた適合・調整 4 導入した福祉用具を実際に使用できるかの判断
5 その他()

F フィッティング業務について、利用者や介護者へどう対応したのかを説明していますか。

- 1 ほぼ全ケース説明 2 7割程度説明 3 5割程度説明 4 3割程度説明 5 説明しない

G フィッティング実施結果記録を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で、提出、保管していますか。

- 1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
" 1 全ての種目で共通書式 2 特定の種目ごとに作成(種目名)
" 1 利用者へ提出している 2 提出していない
" 1 ケアマネジャーへ提出している 2 提出していない
" 1 保管している 2 保管していない

(5)使い方指導

①商品の説明、使用方法の説明について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター(事業所以外) 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、商品の説明、使用方法の説明(使い方指導)に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

- 1 スタッフ()人 2 専従あり()人 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- 1 いる()人 2 いない

D 使い方指導のための利用者宅への訪問回数、1回当たり時間(移動時間を除く)はどのくらいですか。

【車いす】 平均回数（1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない）
行っている場合 1回当たりの平均時間（ 時間 分）

【特殊寝台】 平均回数（1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない）
行っている場合 1回当たりの平均時間（ 時間 分）

E 取扱説明書を配布していますか。

- 1 配布している 2 配布していない

F 利用者本人または介護者に自ら操作させ、福祉用具を適切に使えるまで実地指導していますか。

- 1 ほぼ全ケース実施 2 7割程度実施 3 5割程度実施 4 3割程度実施 5 実施しない

G 利用者本人または介護者が使い方を理解したことを確認していますか。

- 1 ほぼ全ケース確認 2 7割程度確認 3 5割程度確認 4 3割程度確認 5 確認しない

H 必要に応じて、他のサービス事業者（ヘルパー等）に、使い方を指導している実績がありますか。

- 1 実績あり 2 実績なし

②貸与価格の説明について

A 貸与料金の説明を行っていますか。

- 1 説明している 2 説明していない

B 請求明細書を作成し渡していますか。

- 1 請求明細書あり 2 請求明細書なし

③契約業務等について

A 重要事項の説明を行っていますか。

- 1 説明している 2 説明していない

B 用具の交換や返品の方法についての説明を行っていますか。

- 1 説明している 2 説明していない

C 契約内容（契約期間や契約解除等）の説明を行っていますか。

- 1 説明している 2 説明していない

(6)モニタリング

①モニタリング業務について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター（事業所以外） 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、モニタリング業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

- 1 スタッフ（ 人） 2 専従あり（ 人） 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- 1 いる（ 人） 2 いない

D モニタリングでは何を確認していますか。（複数回答可）

- 1 福祉用具の調整・点検 2 利用者や介護者の使用状況の確認 3 利用者の状態の確認
4 使用場所・環境の確認 5 利用者からの要望 6 介護者からの要望
7 その他（ ）

②納品後10日以内（初期）のモニタリング業務について

A 納品後10日以内モニタリングに際して、利用者へ電話での確認や訪問での点検を行っていますか。

(電話での確認)

【車いす】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

(訪問でのモニタリング、1回当たり時間は、移動時間を除く)

【車いす】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 平均回数 (1 1回 2 2回 3 3回 4 4回 5 5回以上 6 行っていない)
行っている場合 1回当たりの平均時間 (時間 分)

B モニタリングの結果、利用者本人と介護者へどのように対応したのかを説明していますか。

1 ほぼ全ケース説明 2 7割程度説明 3 5割程度説明 4 3割程度説明 5 説明しない

C 納品後10日以内モニタリング結果記録を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で提出、保管していますか。

1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
" 1 全ての種目で共通書式 2 特定の種目ごとに作成(種目名)
" 1 利用者へ提出している 2 提出していない
" 1 ケアマネジャーへ提出している 2 提出していない
" 1 保管している 2 保管していない

③納品後(初回モニタリング後10日以降)のモニタリング業務について

A 納品後10日以降モニタリングに際して、利用者へ電話での確認や訪問でのモニタリングを行っていますか。

(電話での確認)

【車いす】 1 行っている 2 行っていない
行っている場合 平均頻度 (カ月ごと) 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 1 行っている 2 行っていない
行っている場合 平均頻度 (カ月ごと) 1回当たりの平均時間 (時間 分)

(訪問でのモニタリング、1回当たり時間は、移動時間を除く)

【車いす】 1 行っている 2 行っていない
行っている場合 平均頻度 (カ月ごと) 1回当たりの平均時間 (時間 分)

【特殊寝台】 1 行っている 2 行っていない
行っている場合 平均頻度 (カ月ごと) 1回当たりの平均時間 (時間 分)

B モニタリングの結果、利用者本人と介護者へどのように対応したのかを説明していますか。

1 ほぼ全ケース説明 2 7割程度説明 3 5割程度説明 4 3割程度説明 5 説明しない

C 納品後10日以降モニタリング結果記録を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で提出、保管していますか。

1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
" 1 全ての種目で共通書式 2 特定の種目ごとに作成(種目名)
" 1 利用者へ提出している 2 提出していない
" 1 ケアマネジャーへ提出している 2 提出していない
" 1 保管している 2 保管していない

④故障、修理時の対応について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター（事業所以外） 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、故障、修理時の対応に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

- 1 スタッフ（ ）人 2 専従あり（ ）人 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- 1 いる（ ）人 2 いない

D 故障、修理時の対応に際して、利用者へ電話での確認や訪問での対応を行っていますか。

（電話での確認）

- 1 行っている 2 行っていない

（訪問での対応）

- 1 行っている 2 行っていない

（訪問を行う場合の原則対応日数）

- 1 即日対応 2 翌営業日内対応 3 2営業日内対応 4 その他（ ）

E 代替品の対応を行っていますか。（複数回答可）

- 1 同一商品で対応 2 同等商品で対応 3 行っていない 4 その他（ ）

F 故障、修理の対応はどのように行っていますか。

- 1 全ての商品をメーカーに修理依頼 2 自社で対応可能な場合は自社で対応

G 故障、修理時の対応結果記録を作成し、所定の書式（含、システム上の様式）で提出、保管していますか。

- 1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
- 作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
- 〃 1 全ての種目で共通書式 2 特定の種目ごとに作成（種目名 ）
- 〃 1 利用者へ提出している 2 提出していない
- 〃 1 ケアマネジャーへ提出している 2 提出していない
- 〃 1 保管している 2 保管していない

（7）搬出

①搬出業務について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター（事業所以外） 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、搬出業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

- 1 スタッフ（ ）人 2 専従あり（ ）人 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

- 1 いる（ ）人 2 いない

D 搬出を行う場合の原則対応日数はどのようになっていますか。

- 1 即日対応 2 翌営業日対応 3 2営業日対応 4 その他（ ）

（8）点検・修理・消毒

①点検、修理業務について

A 主としてどこが対応していますか。

- 1 事業所 2 自社センター（事業所以外） 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、点検、修理業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

- 1 スタッフ（ ）人 2 専従あり（ ）人 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

1 いる () 人) 2 いない

D 商品の廃棄基準はありますか。ある場合、基準に従い、点検・廃棄処理がされていますか。

1 基準あり 2 基準なし
ある場合 1 点検・廃棄処理している 2 点検・廃棄処理していない

E 点検・修理結果記録を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で保管していますか。

1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
" 1 保管している 2 保管していない

②消毒業務について

A 主としてどこが対応していますか。

1 事業所 2 自社センター(事業所以外) 3 レンタル卸元 4 レンタル卸元以外の委託業者

B 事業所で対応の場合、消毒業務に関わっている人は何人いますか。その内、専従は何人いますか。

1 スタッフ () 人) 2 専従あり () 人) 3 専従なし

C 事業所で対応の場合、関わっている人の中で福祉用具専門相談員はいますか。いる場合、何人ですか。

1 いる () 人) 2 いない

D 消毒工程管理レベルは第三者機関により検証・認定されていますか。

1 検証・認定あり 2 検証・認定なし

E 保管方法について、商品ごとに個別梱包されていますか。

1 されている 2 されていない

F 消毒結果記録を作成し、所定の書式(含、システム上の様式)で保管していますか。

1 ほぼ全ケース作成 2 7割程度作成 3 5割程度作成 4 3割程度作成 5 作成しない
作成の場合 1 所定の書式がある 2 書式はない
" 1 保管している 2 保管していない

(9)サービスの特徴／差別化

①福祉用具貸与サービスにおける各手順(プロセス)のうち、貸与価格への影響が大きいものはどれですか。大きい順に3つまで下記の選択肢の番号を記載してください。

(選択肢)

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1 保管保守(保守点検、保管、在庫管理) | 2 必要性判断・品目の選定(選定相談) |
| 3 搬入・取付・調整(納品業務) | 4 適合性判断(フィッティング) |
| 5 使い方指導(商品説明、使用方法説明、価格説明、契約業務) | |
| 6 モニタリング(納品後点検、故障・修理時対応) | 7 搬出(回収業務) |
| 8 点検・修理・消毒 | |

1番目 () 2番目 () 3番目 ()

②福祉用具貸与サービスにおける各手順(プロセス)のうち、貴事業所のサービスの特徴／他社と差別化が図れるサービスはどれですか。3つまで選択肢の番号を記載してください。

(選択肢)①と同じ(上記)

1番目 () 2番目 () 3番目 ()

③福祉用具貸与サービスにおける各手順(プロセス)のうち、福祉用具の種目に応じて大きく内容が異なるものはどれですか。3つまで選択肢の番号を記載してください。

(選択肢)①と同じ(上記)

1番目 () 2番目 () 3番目 ()

* * * * *

IV. その他貸与サービス業務(個別プロセス以外の部分)全般についてお尋ねします。

問13 営業体制について

①営業日、営業時間について教えてください

土曜 1 休み 2 半日営業 3 1日営業
営業の場合 営業時間 (時間 分)
日曜 1 休み 2 半日営業 3 1日営業
営業の場合 営業時間 (時間 分)
祝日 1 休み 2 半日営業 3 1日営業
営業の場合 営業時間 (時間 分)
平日 営業時間 (時間 分)

週の延べ営業時間 (時間 分)
年間定休日(祝日、年末年始含む)の日数 (日)

②商品展示をしていますか。

1 いる 2 いない

問14 苦情相談体制について

①苦情窓口を利用者に明示していますか。

1 明示している 2 明示していない

②苦情対応スタッフは何人ですか。うち、専従スタッフは何人ですか。

苦情対応スタッフ (人) 苦情対応専従スタッフ (人)

③トラブルや苦情を積極的に吸い上げる仕組みはありますか。(複数回答可)

1 フリーダイヤル 2 アンケートはがき(FAX) 3 Eメール
4 その他 ()
5 特になし

④トラブルや苦情は記録されていますか。

1 記録している 2 記録していない

⑤社内／関係者へ、トラブルや苦情対応結果のフィードバックや注意喚起を、実施する仕組みになっていますか。

1 なっている 2 なっていない

問15 シルバーマークやISO等の第三者認証を取得していますか。

1 認証を取得している → 認証名 ()
2 取得していない

問16 利用者の事故に対する保険(賠償責任保険)の手当てはありますか。

1 ある 2 ない

問17 福祉用具専門相談員が居宅介護支援事業所等との連携をとる仕組みについて

①連携をとるため、行っていることはありますか。

(サービス担当者会議への出席)

している場合 →

- 1 している 2 していない
1 毎回出席
2 ケアマネジャーからの要請に応じ随時
3 事業所自らの必要に応じ随時

(ケアマネジャーとの利用者宅同行訪問)

している場合 →

- 1 している 2 していない
1 毎回訪問
2 ケアマネジャーからの要請に応じ随時
3 事業所自らの必要に応じ随時

(連絡や情報交換の実施)

している場合 →

- 1 している 2 していない
1 定期的の実施 2 必要に応じ随時

その他 (

) → 頻度 (

週間おき)

②連携をとるため使用(共有)しているツールはありますか。(複数回答可)

- 1 選定相談シート 2 利用計画書
3 提供実績表 4 その他の定期報告書類
5 特になし

問18 福祉用具貸与業務に関するスタッフ教育・研修はどうなっていますか。

福祉用具貸与業務に関するスタッフ教育・研修には、大きく、スタッフの資格要件取得用とスキルアップ用の2種類ありますが、そのうちスキルアップ用スタッフ教育・研修についてお伺いします。

①スキルアップ用のケアマネジャー・住宅改修業者・理学／作業療法士等が行う社外主催の教育・研修に参加させていますか。

- 1 参加させている → 年間参加回数 (回)
2 参加させていない

②スキルアップ用の社内教育・研修(社内講師)を実施していますか。

- 1 実施している → 年間実施回数 (回)
2 実施していない

③スキルアップ用の社内教育・研修(社外講師)を実施していますか。

- 1 実施している → 年間実施回数 (回)
2 実施していない

④社外・社内研修のうち、商品知識をつけるための教育・研修を実施していますか。どのように実施していますか。

- 1 実施している → 年間実施回数 (回)

(実施方法)

- 1 メーカーからの商品説明会等 2 自社主催の商品説明会等
3 その他 ()
2 実施していない

問19 展示会、セミナー、勉強会等、社外向けに関係者(ケアマネジャー等)への情報提供活動を行っていますか。

- 1 実施している → 年間実施回数 (回)
2 実施していない

問20 その他貸与サービス業務(個別プロセス以外の部分)の特徴／差別化について

①その他貸与サービス業務(個別プロセス以外の部分)のうち、貸与価格への影響が大きいものはどれですか。大きい順に3つまで下記の選択肢の番号を記載してください。

(選択肢)

- 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 居宅介護支援事業所等との連携 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

1番目 () 2番目 () 3番目 ()

②その他貸与サービス業務(個別プロセス以外の部分)のうち、貴事業所のサービスの特徴／他社と差別化が図れるサービスはどれですか。3つまで選択肢の番号を記載してください。

(選択肢)①と同じ(上記)

1番目 () 2番目 () 3番目 ()

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

この事業は厚生労働省の老人保健事業推進費等補助金（老人保健健康増進等事業分）事業の一環として行われたものです。

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

平成21年3月発行

内容照会先 社団法人 シルバーサービス振興会
〒102-0083
東京都千代田区麹町3丁目1番地
TEL 03-5276-1602