

国際医療福祉大学審査学位論文(博士)

大学院医療福祉学研究科博士課程

商品企画担当者と福祉用具専門相談員が重視する
福祉用具貸与利用者の情報に関する研究

2019 年度

保健医療学専攻・福祉支援工学分野・福祉支援工学領域

氏名:小林宏気

題目

商品企画担当者と福祉用具専門相談員が重視する福祉用具貸与利用者の情報に関する研究

著者名

小林宏気

要旨

介護人材不足の課題解決は急務であり、自立支援と介護負担軽減を目的とする利用者に適した福祉用具が必要である。介護保険制度の福祉用具貸与に関与する商品企画担当者(以下、企画者)と福祉用具専門相談員(以下、相談員)は、利用者情報を重視しなければならない。そこで本研究では、両者が利用者のどのような情報について重視しているのかを明らかにすることを目的とした。その結果、企画者はICF構成要素でいう「心身機能・身体構造、活動、参加、物的環境因子」の情報を重視し、「人的環境因子、個人因子」の情報は重視していなかった。相談員はICF構成要素の情報すべてを重視していたことから、両者が重視する情報に違いがあることが明らかになった。企画者は今後、「人的環境因子、個人因子」の情報を重視したいとする傾向があったことから、福祉用具貸与計画を通じた相談員との連携を強めることにより、福祉用具産業の市場細分化が進むことが示唆された。

キーワード

福祉用具

市場細分化

情報共有

個人因子

ICF

Title

A study on user information of assistive products rental services that product planners and expert advisors value

Author name

Hiroki KOBAYASHI

Abstract

The shortage of nursing care personnel is an urgent issue to solve, and the provision of appropriate assistive products for users is essential to support independence of users and reduce burden on care providers. Product planning staff and expert advisors for the provision of assistive products involved in assistive products rental services in the long-term care insurance system must pay sufficient attention to user information to provide suitable assistive products. This research aimed to clarify types of information they value. The results indicated clear difference: the staff valued information on body functions and structures, activity and participation, and physical environmental factors rather than that on human environmental factors and personal factors in the International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF) while the advisors valued that on all components of the ICF. The staff also showed a future tendency to place more focus on information regarding human environmental factors and personal factors. Therefore, the assistive products market is expected to be more segmented by promoting collaboration between the staff and advisors through assistive products rental plans.

Key words

Assistive products

Market segmentation

Information sharing

Personal factors

ICF

目 次

第1章	研究の背景	1
第1節	はじめに	1
第2節	福祉用具貸与を取り巻く状況	2
第3節	目的	5
第4節	研究の構成	6
第5節	倫理上の配慮	6
第2章	先行文献調査	7
第1節	先行文献調査の方法	7
第2節	先行文献調査の結果	8
第3章	調査1「商品企画者に対する量的調査」	18
第1節	目的	18
第2節	方法	18
第3節	結果	21
第4節	商品企画者の調査結果のまとめ	27
第4章	調査2「専門相談員に対する量的調査」	28
第1節	目的	28
第2節	方法	28
第3節	結果	30
第4節	専門相談員の調査結果のまとめ	34
第5章	商品企画者と専門相談員の比較	35
第1節	商品企画者と専門相談員の比較分析	35
第2節	考察	37
第6章	結語	48
第1節	結論	48
第2節	本研究の限界と課題	48
謝辞		49
文献		50

添付資料

目 次

(図)

図 1. 福祉用具貸与の利用過程	4
図 2. 研究の構成	6
図 3. ロボット介護機器の開発のV字モデル	9
図 4. ICFの構成要素間の相互作用	17
図 5. 商品企画者と専門相談員の視点が異なる理由	37
図 6. 福祉用具産業の市場細分化の機構（メカニズム）	39
図 7. 商品企画者と専門相談員の連携による情報収集方法	41
図 8. 貸与計画を用いた利用者グループの分析	42
図 9. 組織的知識創造理論のモデル	43
図 10. 貸与計画DBを用いた提案	45
図 11. 産業化サイクル	46
図 12. 貸与計画DBによる産業化サイクルの促進提案	47

(表)

表 1. 先行研究検索結果	7
表 2. 商品企画の難しさに関するポイント	8
表 3. ロボット介護機器開発の問題点	9
表 4. 商品企画者のニーズの収集に対する課題	11
表 5. 福祉用具サービス計画書（貸与計画）の記入欄	12
表 6. 専門相談員に対する主な情報収集の方法と実施内容・留意点	12
表 7. 福祉用具別の確認ポイント	13
表 8. 専門相談員の福祉用具の選定における重視点	14
表 9. 貸与計画の記載内容	14
表 10. 貸与計画作成による専門相談員の自覚	15
表 11. ICFの概念	17
表 12. インタビュー方法（商品企画者）	18
表 13. ICF構成要素の読替えと例示	19
表 14. 商品企画者への調査項目	20
表 15. 商品企画者（製造事業者）の基本情報	22
表 16. 重視している情報（商品企画者、現在）	23
表 17. 重視している情報（商品企画者、今後）	23
表 18. 肯定的回答の比較（現在、今後）	23
表 19. 利用者情報の収集方法（商品企画者）	24
表 20. 貸与計画の認知	24
表 21. 情報の収集・伝達で困っている点、良かった点（商品企画者）	25
表 22. 情報収集に必要な仕組み、考え方（商品企画者）	26
表 23. インタビュー方法（専門相談員）	28

表 24. 専門相談員への調査項目	29
表 25. 専門相談員の基本情報	30
表 26. 重視している情報（専門相談員）	31
表 27. 利用者情報の収集方法（専門相談員）	31
表 28. 情報の収集・伝達で困っている点、良かった点（専門相談員）	32
表 29. 情報収集に必要な仕組み、考え方（専門相談員）	33
表 30. 商品企画者と専門相談員が重視している情報の比較	35
表 31. 商品企画者と専門相談員が重視している情報の2群間比較	35
表 32. 商品企画者と専門相談員の情報収集方法の比較	36

第1章 研究の背景

第1節 はじめに

わが国は急速な高齢化に伴い、2000年に介護保険制度が導入されたが、直面している課題として介護人材不足がある。その解決は急務であり、厚生労働省と経済産業省は介護における業務効率化のために福祉用具や介護ロボットの開発や導入の支援を行っている¹⁾。他方、内閣府「高齢社会白書 2018」によると、7割以上の人が介護を受けたい場所として「自宅」を希望していることから、今後は独居高齢者や高齢夫婦による「老老介護」の世帯が増加するため、自立支援や介護負担軽減を促す必要があると考えられる。介護保険の居宅(在宅)サービスである「福祉用具貸与」は、居宅要介護者等の自立支援と、介護負担軽減を目的²⁾として、製造事業者の商品企画担当者(以下、商品企画者という)が設定した機能を有する福祉用具の個別機種(既製品、大量生産品)を、介護支援専門員(以下、ケアマネジャーという)が、利用者や介護者と相談し必要性を判断した上で、福祉用具専門相談員(以下、専門相談員という)が選定、調整、説明をすることによって提供されるサービスである。福祉用具貸与の利用者(要介護者・要支援者)は増大し、2015年には213万人と、通所介護の192万人(2015年)より多く、居宅サービスでは最多であった³⁾。利用者の増加に伴って、福祉用具による死亡事故も発生している。経済産業省の製品事故動向(2017年度)⁴⁾によると、高齢者の関連事故として、「介護ベッド、車いす」が挙げられており、介護ベッドによる死亡事故が報告されている。つまり、より適した福祉用具利用によって、自立支援と介護負担軽減が促され、介護人材不足解消と事故防止に繋がると考えられる。

このように、より適した福祉用具の提供のために、商品企画者と専門相談員は共に利用者情報を重視する必要がある。福祉用具の研究開発及び普及の促進に関する法律(以下、福祉用具法という)に、「福祉用具の製造の事業を行う者は、常に、老人及び心身障害者の心身の特性並びにこれらの者の置かれている環境を踏まえ、その製造する福祉用具の品質の向上に努めなければならない」(第5条)とある。指定居宅サービス等の事業の人員、設備及び運営に関する基準(以下、指定基準という)にも「利用者の心身の状況、希望及びその置かれている環境を踏まえた適切な福祉用具の選定の援助、取付け、調整等を行い、福祉用具を貸与する」(第193条)と規定されている。

そこで本研究は、商品企画者と専門相談員が利用者のどのような情報について重視しているのかを明らかにすることを目的とした。重視していない情報がどのようなものかがわかれば、それを補うため教育研修等に活かせ、より利用者に適した福祉用具の提供が促されると考えた。また、ケアマネジャーは福祉用具貸与の必要性を判断し、品目(車いす、特殊寝台等)は指示するが、福祉用具の「個別機種」を直接的に選定する訳ではないため、本研究では対象としなかった。商品企画者と専門相談員は収集した利用者情報から、具体的な福祉用具の「個別機種」にどのような機能が必要かを考える立場にあるため本研究の対象とした。福祉用具貸与費用は2001年の685.5億円から2015年には2,930億円と約4倍に増加⁷⁾していることから、福祉用具貸与における品質向上かつ業務効率向上は、介護保険の「持続可能性の確保」においても必要だといえる。利用者に適した福祉用具の提供は、ケア品質の向上やサービス提供者の業務効率向上を促すだけでなく、事故防止や介護保険制度の持続可能性の確保にも繋がる。本研究の結果が、今後も増加すると考えられる福祉用具利用者に対して、より適した福祉用具の持続的な提供に資することを期待するものである。

第2節 福祉用具貸与を取り巻く状況

1) 福祉用具貸与とは

福祉用具貸与とは「居宅要介護者について福祉用具(心身の機能が低下し日常生活を営むのに支障がある要介護者等の日常生活上の便宜を図るための用具及び要介護者等の機能訓練のための用具であって、要介護者等の日常生活の自立を助けるためのものをいう。)のうち厚生労働大臣が定めるものの政令で定めるところにより行われる貸与」(介護保険法第8条12)である。また、指定基準によると、福祉用具貸与は「専門相談員を1か所につき常勤2人以上配置」(指定基準・第194条)されている貸与事業所に指定されており、「利用者の要介護状態の軽減又は悪化の防止並びに利用者を介護する者の負担の軽減に資するよう、その目標を設定し、計画的に行わなければならない」(第198条1)ことが求められている。つまり、福祉用具貸与は「居宅要介護者等の自立支援と介護者の介護負担軽減のために、収集した情報を基に製造事業者が生産した福祉用具を貸与するという、専門相談員が提供するサービス」だといえる。

福祉用具貸与の対象種目は車いす、車いす付属品、特殊寝台(介護用ベッド)、特殊寝台付属品、床ずれ防止用具、体位変換器、手すり、スロープ、歩行器、歩行補助つえ、認知症老人徘徊感知機器、移動用リフト、自動排泄処理装置の13種目(種類)である。福祉用具貸与で使われる福祉用具は、「貸与と返却」を前提としているため、義肢装具等のオーダーメイド(採寸等をして利用者の状態に合わせて製作するもの)ではなく、返却後に他利用者が使う。そのため、個々人に合わせたものではなく、ある一定数の利用者グループを想定した商品企画や設計になる。

2018年から介護保険請求の際に必ずテクノエイド協会が発行する「TAISコード」もしくは福祉用具届出コードのいずれかの記載を求められている⁵⁾。コードの記載がない請求については返戻扱いとなったことから、福祉用具はコード管理がされ、2018年からは個別機種ごとに福祉用具貸与価格の上限値が定められた。

2) 福祉用具専門相談員とは

全国の専門相談員の従事者数は27,356人であり、貸与事業所は6,398か所ある(2015年)。福祉用具貸与において指定基準に明記されている人員は専門相談員だけであり、利用者に必ず接することから、専門相談員の業務がどのように行われるかによって、福祉用具貸与の品質は左右されることになる。専門相談員になるためには、厚生労働大臣が指定する50時間の講習会を受講修了するほか、社会福祉士、介護福祉士、義肢装具士、保健師、看護師、准看護師、理学療法士、作業療法士の医療系・福祉系の有資格者が福祉用具貸与事業を行う場合は、専門相談員を代替して申請することが可能であるが、実態として指定講習会修了者が約8割を占める。つまり、その多くは国家資格を有していない⁶⁾。男性は約8割、女性は約2割である⁷⁾。主な業務は、利用者と相談して選定した福祉用具を製造事業者等から仕入れ、搬入、調整、使い方の説明等を行ったうえで、利用者に貸与を行うことである。その際に、利用者の「心身の状況、希望、その置かれている環境」の情報を収集することが求められている。

2012年に、ケアマネジャーが作成する居宅サービス計画書(ケアプラン)に沿った個別援助計画書で

ある「福祉用具貸与計画」（以下、貸与計画という）を作成が義務付けられた。貸与計画には「利用者の基本情報（氏名、年齢、性別、要介護度等）、福祉用具が必要な理由、福祉用具の利用目標、具体的な福祉用具の機種と当該機種を選定した理由、その他関係者間で共有すべき情報（福祉用具を安全に利用するために特に注意が必要な事項、日常の衛生管理に関する留意点等）」の記載が必要とされた（厚生労働省・平成 24 年度「介護報酬改定の Q&A」2012）。2018 年からは、貸与計画のケアマネジャーへの交付も義務化された。貸与計画について、指定基準には「専門相談員は（中略）福祉用具貸与の目標、当該目標を達成するための具体的なサービスの内容等を記載した貸与計画を作成しなければならない」（第 199 条 2）とある。このように専門相談員の業務については指定基準の中で見直しが繰り返されている。

3) 商品企画担当者とは

一般的に商品企画者は製造事業者にも所属しており、「商品」を企画するために、定量的、定性的な情報を収集し、商品企画七つ道具（仮説発掘法、アイデア発想法、インタビュー調査、アンケート調査等）といわれる手法等を用いて、商品のターゲットである利用者が必要とする機能や性能等に関する分析を行っている。また、ターゲットが市場にどれくらい存在しているか（市場規模）に関する情報を収集して、分析を行い、企業として商品開発や生産を行うかの意思決定（経営判断）の材料を提供する存在である⁸⁾。

介護保険法や指定基準、福祉用具法等に、福祉用具の商品企画者に対する資格要件等は存在しないため、福祉用具製造事業者の商品企画者には資格等の制限はないと考えられる。

福祉用具の製造事業者は、専業もしくは兼業で、車いすや特殊寝台（電動ベッド）といった福祉用具の既製品（工場出荷品）を生産しており、規模は大規模から中小零細規模までさまざまである。介護保険制度等において、製造事業者に対する指定基準は存在していない。

日本福祉用具・生活支援用具協会の調査によると、2016 年の福祉用具（狭義）の市場規模は約 1 兆 4602 億円であり、介護保険制度が始まった 2000 年に比べると、約 1.3 倍に拡大している。他方、医療機器（MRI；磁気共鳴画像装置、人工関節等）の市場規模は約 2.8 兆円（2015 年）⁹⁾であった。

4) 福祉用具貸与の利用過程

図 1 に福祉用具貸与の利用過程を示す。介護保険制度における福祉用具貸与は、ケアマネジャーがアセスメント（情報収集）を行い①、その必要性を検討し、ケアプランに、「福祉用具貸与」の利用を記載する②ことで、福祉用具貸与の需要が発生する。貸与にあたって、ケアマネジャーは貸与事業所に福祉用具貸与の依頼を行う③。つまり、ケアマネジャーが福祉用具貸与の必要性を判断した上で初めて専門相談員が業務を開始することができる¹⁰⁾。依頼を受けた貸与事業所の専門相談員は、利用者宅に行き、利用者や家族、居住環境等のアセスメントを行い、利用者・家族等と相談し、福祉用具の利用目標を決定する。その目標を実現する福祉用具の個別機種を専門相談員が選定して、利用者に提案する④⑤。専門相談員が収集した情報、利用目標、選定理由等は貸与計画に記入して、利用者が内容を確認した後に利用者とケアマネジャーに交付する⑥⑦。選定された福祉用具（個別機種）は、製造事業者から仕入れられ⑧、専門相談員が搬入、調整、説明を行い、貸与される⑨。なお、原則として図中の番号順に進行するが、利用者の状況に伴い、順番が前後する場合もある。

介護保険制度の福祉用具貸与に利用される福祉用具は、工業製品として生産されるため、いわゆる「既製品、大量生産品」である。貸与事業所が製造事業者から福祉用具を直接購入して利用者に貸与する場合と、「レンタル卸事業者」¹¹⁾を経由する場合があるが、必ず専門相談員を通じて利用者に届くことになる。ケアマネジャーは必要性を判断するが、モノである福祉用具の選定には必ずしも関与はしない。これらのことから、モノである福祉用具に必ず関与する「商品企画者と専門相談員」に着目した。

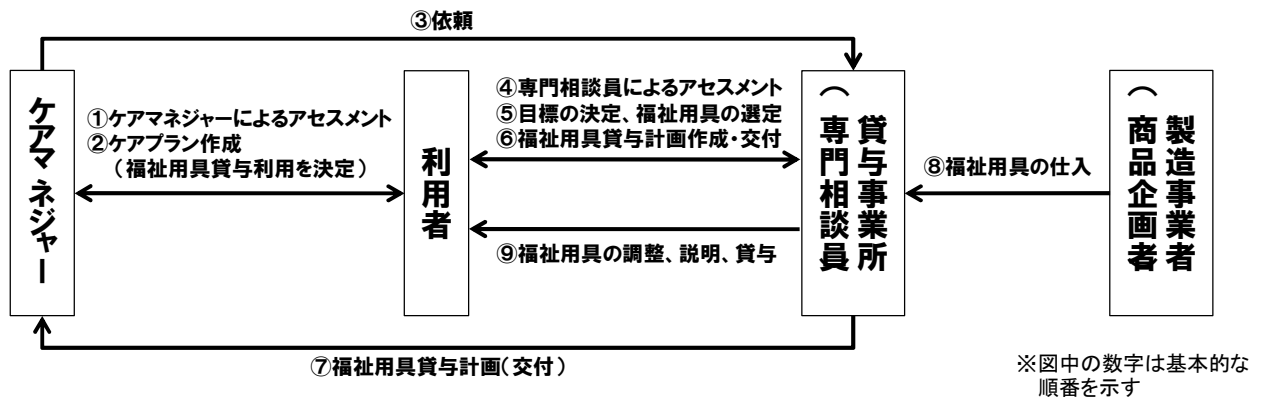


図 1 福祉用具貸与の利用過程

第3節 目的

本研究は、商品企画者と専門相談員が利用者のどのような情報を重視しているのかを明らかにすることを目的とする。

商品企画者と専門相談員が重視している情報がわかれば情報共有に繋がり、重視していない情報がわかれば、それぞれの教育研修に活かせる。両者が情報共有したり、教育研修によって、不足している情報を補ったりすることによって、より多くの利用者情報を基に判断ができるようになる。この結果、商品企画者によるより適切な福祉用具の商品企画と、専門相談員によるより適切な福祉用具の選定が促され、利用者の自立支援と介護負担軽減を目的とする福祉用具の利用効果が向上すると考えられる。

本研究の成果によって、より適した福祉用具が生産され、利用者の生活の質(QOL; Quality of Life)の向上や介護者の業務効率改善による介護人材不足の解消に繋がるだけでなく、事故防止、介護保険制度の持続可能性の確保にも資することが期待されるため、研究の意義は大きいと考えた。

第4節 研究の構成

まず、商品企画者と専門相談員に関する先行文献(ガイドライン、先行研究、調査報告)の調査を行い、すでに明らかになっている情報収集業務の実態を整理する(図2)。また、情報収集業務の比較の際に、共通して分類することができる概念も検討した。共通した概念と、経験年数20年の商品企画者と専門相談員に対する半構造化面接の結果を踏まえて、事前に確認(プレテスト)を行い、質問紙の調査項目を決定した。完成した質問紙による量的調査を商品企画者(調査1)と専門相談員(調査2)に対して実施し、両者の比較を行った。

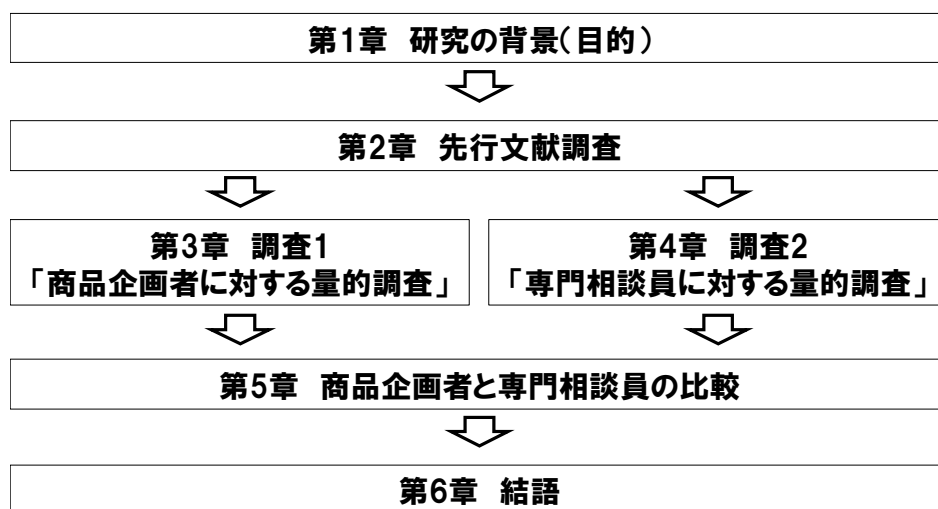


図2 研究の構成

第5節 倫理上の配慮

調査対象者に対して、「取得したデータや個人情報は、研究目的以外には使用しない。データには番号付けを行うとともに匿名化するので、専門学会、学術専門誌、学内研究会等を通じて研究発表する際も個人情報は守秘される。データは鍵のついた場所に保管し、研究が終了した時点で破棄する。本研究は国際医療福祉大学の倫理審査委員会の承認を得て行っている」ことを伝え、回答をもって承諾とみなす旨の表記をした。本研究は国際医療福祉大学の研究倫理審査で承認を受けている(16-Ig-70、17-Ig-3)。

第2章 先行文献調査

商品企画者と専門相談員に関する文献調査を行い、情報収集業務に求めている内容と実態、これまでにわかっている課題を整理した。また、量的調査に用いる調査項目の作成のために、共通の概念について検討した。

第1節 先行文献調査の方法

商品企画者と専門相談員に対するガイドライン(政府や団体が指導方針として示す、大まかな指針)が情報収集業務に何を求めているのかを調査した。商品企画者のガイドラインは、職能団体や事業者団体がなかったため、日本科学技術連盟のサイト、厚生労働省「福祉用具・介護ロボット開発の手引き」、日本医療研究開発機構「ロボット介護機器開発ガイドブック」の情報収集業務に関する記載を調べた。専門相談員のガイドラインは、職能団体である全国福祉用具専門相談員協会の「福祉用具サービス計画作成ガイドライン」と、事業者団体である日本福祉用具供給協会の「福祉用具貸与サービス事業所におけるサービスプロセス及び価格設定ガイドライン」のアセスメントに関する記載を調べた。

商品企画者と専門相談員の情報収集業務の実態を整理するために先行研究と調査報告書を調査した。先行研究は、CiNii(国立情報学研究所)を利用して調べた(表1)。調査報告書は、福祉用具貸与に関係があると考えられる「全国福祉用具専門相談員協会、シルバーサービス振興会、日本福祉用具供給協会、テクノエイド協会、通商産業省(現・経済産業省)の福祉用具産業懇談会」が作成したものを調べた。これらから、商品企画者と専門相談員が情報収集業務を行う上で、どのような情報に対して着眼、重視しているかについて記載があるものを抽出して検討した。

表1 先行研究検索結果

検索語	数	検索語	数
福祉用具	2,408	商品企画 & 情報収集	5
商品企画	986	商品企画 & アセスメント	3
福祉用具専門相談員	77	福祉用具専門相談員 & 情報収集	0
福祉用具 & 情報収集	23	福祉用具専門相談員 & アセスメント	0
福祉用具 & アセスメント	22		

第 2 節 先行文献調査の結果

1) 商品企画者の情報収集業務ガイドライン

ガイドラインが商品企画者に対して求めている情報を調査した。日本科学技術連盟¹²⁾は、福祉用具に限らず、一般的な商品企画の難しさに関するポイントとして、10 項目を挙げ、商品企画のために、利用者(ユーザー)に関する定量的、定性的な情報収集が必要であることを求めている(表 2)。さらに、利用者自身が自覚していない、気が付いていないニーズ(要望)もあるため、利用者の行動等の非言語情報(暗黙知)を収集も求めている。

表 2 商品企画の難しさに関するポイント(引用文献 12)

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・ 顧客・自社・競合の関係を捉え、競争力のある商品を企画する必要がある・ 競争力を得るためには、さまざまな情報が必要・ データには定量データと定性データがある・ データ分析で大切なのは、データ量の多寡ではなく、目的に応じて、適切な量のデータを、適切に扱えること・ 商品に対する要望のハードルは年々高くなっていく・ 大ヒットを生んだ画期的な新商品というものは、ユーザーの想像を超えたところにある・ ユーザーは経験や常識、イメージの延長線上で商品を考え、調査に回答する・ ユーザーには隠れていて、自覚しなかったニーズ＝ミッシングリンクがある・ しかし、それは単純に聞かれても答えられない・ 隠れたニーズは、声にならなくても、行動に反映される |
|---|

厚生労働省は、「福祉用具・介護ロボット実用化支援事業の一環として、介護ロボットの開発に取り組もうとする企業等が開発のプロセスを理解し、開発の各段階の留意点や必要な情報の収集、開発状況の評価等について基本的な知識を得ることができるため」に、手引き(ガイドライン)¹³⁾を作成している。情報収集業務に関しては、開発目標の機器がターゲットとする「ユーザーの障害像や利用環境」を明確に把握し、それに対して的確に対応できる機器の開発のために、「介護現場からの情報を十分にくみ取る必要がある」とし、方法として介護現場における観察研究や最小限の介入による開発ターゲットの有効性確認が必要な場合もあるとしている。

日本医療研究開発機構は、ロボット介護機器開発の現状の問題点として 6 点を示している(表 3)。また、従来の効果評価は、開発研究者が意図した効果(当初の意図)がどれだけ実現されたかという点の評価だけで終わることが多いが、人が生きることを総合的にとらえ、ロボット介護機器の影響を広い視点で見えていくことを助けるような、認識・思考の論理的枠組みが重要であるとし、ICF(International Classification of Functioning, Disability and Health、国際生活機能分類)を認識・思考の枠組みを基本概念とした「ロボット介護機器の開発の V 字モデル」を提唱している(図 3)。このモデルによると、「人との関係」において、最初に「一日の生活の中での課題の明確化、目標となる活動の明確化、要素動作の明確化」を行い、最後に「要素動作での検証、している活動での検証、している参加での検証」をすることになっている。実際

に、介護保険の福祉用具貸与の対象となった介護ロボット(歩行器)はこの「ロボット介護機器の開発の V 字モデル」に従って開発されている¹⁴⁾。

これらのガイドラインは、商品企画者には「ユーザーの障害像や利用環境」に関する情報収集を求めており、特に今後増加すると考えられるロボット介護機器に関しては ICF の概念に沿った情報収集を求めていた。

表 3 ロボット介護機器開発の問題点(引用文献 14)

No.	現状の問題点
1	「何らかの機器が作られ、現場の人がそれを色々を使ってみて“使い勝手”を考えてみる。」とされることが多い。
2	工学研究者と医療・介護・リハビリテーション医療等のいわゆる「現場の人」や当事者とが協力しさえすれば(すなわち「足し算」で)、解決できると考えられてきたように思われる。それも実は初期的な、しかも口頭の打ち合わせだけで、開発者は機器の技術仕様を決めがちである。開発者は現場に足を運ぶが、しばしば口頭の議論、簡単な立ち合い動作だけで方針が図られ、あとは企業に戻って技術者が机の上で、仕様を決めていくことが多い。
3	ロボットの効果の見方。ロボット単独の効果としてみがちである。機器開発のスタート時、製作者の意図した効果や、臨床家が関心のあることの達成を目的としがちである。『「人」への影響』を総合的に考慮することがほとんどなされない。
4	ロボット介護機器が影響する「人」全体としての見方、また直接的ターゲットの「している活動」の把握(「できる活動」、「要素動作」との明確な区別がなされないことが少なくない。実用的な介護ロボットの開発が求められている。この実用的とは「実際の」介護現場でということであり、「している活動」として試みることである。これは目標としても、また実証においても重要である。しかし「している活動」と「できる活動」「要素動作」との区別を明確にしていなかったり、後2者にとどまっていることが少なくない。
5	介護とは不自由な生活行為(活動:ICFによる)を補完的に手伝うものだと根本的な誤解がある。このような考えに基づいて補完的な介護を行う補完的介護手段として開発されていることが少なくない。
6	機器に機能や技術を盛り込みすぎる。開発者のうちとくにロボット技術の開発者に多いと言えるが、あのセンシング機能が重要、この向きの動きが重要と、あれもこれもと仕様に盛り込んで、機構を複雑にし要素技術を増やす。結果として、機器のコストが上がるだけでなくシステムの信頼性が低下する。

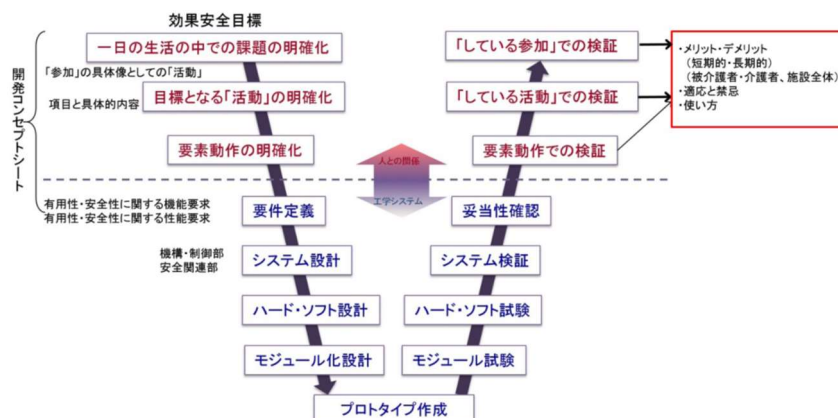


図 3 ロボット介護機器の開発の V 字モデル(引用文献 14)

2) 商品企画者の情報収集業務実態

先行研究と調査報告書から、商品企画者の情報収集業務に関するものを抽出し、実態を調査した。小林¹⁵⁾は福祉用具の利用者・家族の不満・要望の収集と伝達に対する意識について調査している。製造事業者に対して、利用者・家族がもつ不満・要望を十分集めているかと尋ねたところ、「当てはまる:17.6%、やや当てはまる:38.2%、やや当てはまらない:25.2%、当てはまらない:19.1%であった」であり、集めていると肯定的回答をした割合が約半数に留まったとしている。

浅野ら¹⁶⁾は、高齢者施設のニーズに基づいた福祉用具の共同開発に関する研究で、「実用性の高い福祉用具は、現場の意見を聞きながら開発することが重要である」としている。入手しても使われていない福祉用具がある理由として、「福祉用具に構造的な欠陥がある、利用者の選択が不適切、使用法のトレーニングが不十分」等があるとしながらも、「福祉の現場を見ることなく机上で開発された福祉用具が多いことが根本的な原因」だとしている。そして、優れた福祉用具を開発するためには、「企画者と制作者が実際に福祉施設を訪問して、入所者や職員の要望を直接に聞き、高齢者や介護者の抱える問題点を直接に見て、現場の状況を実感することが不可欠である」としている。

宮森ら¹⁷⁾は、商品企画担当者の最も大切な役割を「その商品の対象者を想定すること、商品のコンセプトを明確にしていく作業」としている。わが国の福祉用具が、欧米の福祉用具をコピーしたものやヒット商品の後追い商品が多数生まれてきた理由として、「誰がどのような場面で必要としているのか、何が機能として必要なのか、商品コンセプトにおいて明確なイメージ」を作りだすことができなかったとしている。

歩行器の製造事業者に所属する新井¹⁸⁾は、「最近の利用者のニーズが具体化かつ多様化しているため、ニーズの最適化調査等で利用者のニーズを的確に把握することが必要である」としている。利用者のニーズが黎明期はシンプルであったが、ユーザーが増加するにしたがって、ニーズが具体化かつ多様化したとしている。

東京都立産業技術研究所の三好ら¹⁹⁾は、「福祉機器、特に在宅機器のニーズ探索においては、生活環境やライフスタイルの多様性、対象である高齢者の身体機能のばらつき等とともに、直接の使用者である高齢者からのヒアリングの難しさ等の困難点がある」としている。

畠山²⁰⁾は、福祉用具と使用者の整合化に関する研究で、「単一の使用者モデルを構築するだけでは想定する使用者グループを十分に表すことが難しいこともある。どうしても障害の種類・程度・経過等によって使用者グループを複数に分けなければならない場合もある」、「いくつか複数の使用者グループと使用者モデルの構築から、さらにモデルの統合等の操作を行う過程が必要、あるいは要求されることもあると予想できる」としている。つまり、個々に収集した利用者に関する情報は、商品企画の過程において、グループ化され、単一のモデル、つまり「利用者グループ」になるモデルを作らなければ、工業製品(既製品)としての福祉用具の生産はできないといえる。また、「実際の支援機器の使用環境は、障害者と支援者を含めた使用者であるという認識がより自然である」とし、ユーザビリティを考えると、補助的な使用者となる介助者を含めた機器との関係を考慮しなければならないとしている。

通商産業省(現・経済産業省)の福祉用具産業懇談会報告書²¹⁾によると、福祉用具の開発、生産等をめぐる課題として、開発については「ニーズの的確な把握」、生産については「利用者への適合性」、「費用対効果に改善の余地がある」等が指摘されている。

テクノエイド協会の報告書²²⁾には、「ニーズの収集、開発、普及」に関する課題が示されている(表4)。

ニーズの収集に関しては、「ニーズが多様化したことによる、一定規模の調査等の必要性」が、開発については、「開発インセンティブを上げていくための方策の検討等の必要性」が示されている。

以上のことから、福祉用具の商品企画において、商品企画者は利用者情報の収集を十分できていない可能性があるが、その実態は把握できなかった。また、ニーズが多様化していることから、研究開発投資の動機付けのためにも、一定規模の調査による情報(根拠)が必要だと考えられる。

表 4 商品企画者のニーズの収集に対する課題(引用文献 22)

ニーズ の収集	福祉機器を開発する上では、利用者との関係を密にしてニーズを把握し、それにマッチしたニーズを生み出す必要がある。
	ニーズとは、助成する立場、開発する立場、利用する立場等によって異なる。利用する立場を例にとっても、今までに商品化されていないまったく新しい機能の支援機器が欲しいというニーズから、既存の支援機器の一部分を改良してほしいというニーズ等様々である。
	ニーズが多様化し、全体像が見えにくくなっているため、数人へのヒアリングではなく、一定規模の調査が必要である。

3) 専門相談員の情報収集業務ガイドライン

ガイドラインが専門相談員に対して求めている情報を調査した。2012年に福祉用具貸与の利用者等から収集した情報を記載する個別援助計画である「福祉用具貸与計画」の作成が義務化された。専門相談員の職能団体である全国福祉用具専門相談員協会が作成した貸与計画の書式「ふくせん 福祉用具サービス計画書」(添付資料参照)には、表5に示す内容が記入できるようになっている。

表5 福祉用具サービス計画書(貸与計画)の記入欄(添付資料参照)

<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の氏名、性別、年齢、要介護度、相談内容、相談者 ・ 身体状況・ADL、疾病、介護環境(家族構成／主介護者)、意欲・意向等 ・ ケアプランの内容(利用者及び家族の生活に対する意向、総合的な援助方針) ・ 住環境、生活全般の解決すべき課題・ニーズ ・ 福祉用具利用目標、選定理由、留意事項等
--

全国福祉用具専門相談員協会が作成した福祉用具サービス計画作成ガイドライン²³⁾によると、「ふくせん 福祉用具サービス計画書」は指定基準が求める「福祉用具貸与計画」として、72.5%に利用されている(そのまま使用、一部項目追加して使用、一部項目を削除して利用の合計)。また、専門相談員に対する「主な情報収集の方法と実施内容・留意点」として、「利用者の自宅を訪問し、住環境の調査を行う」、「利用者・家族との面談と同時に実施」等が求められている(表6)。

他方、日本福祉用具供給協会は、「福祉用具貸与サービス事業所におけるサービスプロセス及び価格設定ガイドライン」²⁴⁾において、「使用環境や身体状況について確認」、「使用環境(段差、悪路等危険な場所)を確認」等の用具別の確認ポイントを示している(表7)。

これらのガイドラインから、専門相談員には利用者の「身体状況、住環境」だけではなく「家族、利用者の意欲」等といった幅広い情報収集を求めている。

表6 専門相談員に対する主な情報収集の方法と実施内容・留意点(引用文献23)

情報収集の方法	実施内容・留意点
利用者・家族からの聞き取り	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者・家族と面談を行い、利用目標の設定や福祉用具の選定に必要な情報収集を行う。面談の場所は本人の自宅を基本とするが、入院中等の場合は医療機関等で行う。 ・ ケアマネジャーと同行して行うことが望ましい。 ・ 既に想定される福祉用具の候補が絞り込めている場合には、候補となる福祉用具を持参し、利用者・家族に試用してもらう等、福祉用具を用いた生活行為のイメージを持ってもらえるようにする。 ・ 認知症等によって、意思が明確に表明できない利用者であっても、家族への聞き取り等、できる限りの情報収集を行うことが望ましい。
ケアマネジャーとの連携による情報	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の基本情報(氏名、住所、電話番号、要介護度、相談の概要等)について電話等で聞き取りを行う。

収集		<ul style="list-style-type: none"> ・ ケアプランを受領する。 ・ ケアマネジャーが保有するアセスメントシート等には利用者の心身の状況等についての情報が記載されており、その複写を受領することは有用である。
住環境の調査		<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の自宅を訪問し、住環境の調査を行う。 ・ 利用者が自宅にいる場合には、利用者・家族との面談と同時に実施することが望ましい。 ・ 住宅改修が必要な場合には、住宅改修の担当者への同席依頼を検討する。
多職種連携による情報収集	サービス担当者会議	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス担当者会議に出席し、利用者の希望や心身の状況等の情報について、同じ利用者を支援する他職種から情報収集を行う。
	医療機関におけるカンファレンス等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療機関の医療職とケアマネジャー等が出席するカンファレンスが開催される場合があり、専門相談員が出席を求められるケースも増えている。 ・ 医療機関でのリハビリテーション状況を踏まえた福祉用具の選定や調整等について、医療機関の作業療法士や理学療法士等から情報収集を行うことは有用である。
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の周りには、ケアマネジャー以外にも多数の専門職が関わっていることが多く、その専門職から情報を得ることは、福祉用具による支援を考えるうえで有用であるため、随時情報収集を行うことが望ましい。 ・ また地域包括支援センター（または市町村）が開催する地域ケア会議においてサービス内容等に関する助言を得ることが望ましい場合もある。

表 7 福祉用具別の確認ポイント(引用文献 24)

車いす	各車いすの特徴について説明する。使用環境や身体状況(座位保持能力、移乗方法、駆動能力)について確認する。
特殊寝台	各特殊寝台の特徴について説明する。利用者の起居動作や立ち上がり動作を確認する。
床ずれ防止用具	皮膚への摩擦、臀筋の委縮の程度、失禁の状態、栄養状態等、床ずれの可能性及び原因を確認する。他サービス担当者等と連携して確認する。
体位変換器	他のサービス担当や介護者と連携し、必要な体位変換を確認する。
手すり	利用者の握力や歩行能力を確認する。
スロープ	設置場所の段差や間口の広さを測る。利用者の住環境や歩行能力、利用している車いす、介護者の体力を確認する。使用しない時の保管場所を確認する。
歩行器	使用環境(屋内・屋外、段差、悪路等危険な場所)、歩行能力や握力を確認する。
歩行補助つえ	各歩行補助つえの特徴について説明する。使用環境(段差、悪路等危険な場所)を確認する。
認知症老人徘徊感知機器	各徘徊感知機器の特徴について説明する。介護者から利用者の徘徊の状況(動線等)を確認する。

4) 専門相談員の情報収集業務実態

先行研究と調査報告書から、専門相談員の情報収集業務に関するものを抽出し、実態を調査した。田川²⁵⁾は、福祉用具貸与におけるケアマネジャーと貸与事業所の現状とあるべき姿を明らかにすることを目的に、愛知県内の貸与事業所 381 か所(回収率 25.7%)に対して調査を行った。福祉用具の具体的な機種を選定するにあたり利用者や家族のどの点を重視し、福祉用具を選定したのかを尋ねたところ、「そう思う」と回答したのは「利用者の心身状況、利用者音生活環境、利用者側の要望」が最も多かった(表 8)。

表 8 専門相談員の福祉用具選定における重視点(引用文献 25)

①利用者の心身状況	・・・	57.1%
①利用者の生活環境	・・・	57.1%
①利用者側の要望	・・・	57.1%
④福祉用具操作者の体力等	・・・	56.1%
⑤住宅改修の必要性	・・・	24.5%
⑥サービス担当者会議の結果	・・・	18.4%

小林²⁶⁾は、専門相談員が作成を義務付けられている貸与計画の利用目標欄と選定理由欄の記載内容について、利用者の全体像を知るための共通言語であるICFの構成要素を用いて計量テキスト分析を行った結果、最も多かったのはICFでいう「活動」であったと報告している(表 9)。

表 9 貸与計画の記載内容(引用文献 26)

記載欄	活動	環境因子 福祉用具	心身機能	環境因子 ・物的	環境因子 ・人的	参加	個人因子
利用目標	42.3%	21.6%	14.9%	11.7%	4.2%	1.5%	0.9%
選定理由	22.8%	34.6%	14.0%	20.3%	2.1%	0.7%	0.6%

全国福祉用具専門相談員協会が、貸与計画を作成して自分自身が変わった点について、専門相談員 1438 人(回収率 66.4%)を対象に調査²⁷⁾をしている(表 10)。選択肢は「思う、少し思う、どちらとも言えない、あまり思わない、まったく思わない」の 5 つで、「思う、少し思う」の合計の結果(N=445)を示している。

表 10 貸与計画作成による専門相談員の自覚(引用文献 27)

①利用者の身体状況を把握するようになった	・・・ 75.7%
②利用者の生活を把握するようになった	・・・ 73.9%
③利用者の住環境を把握するようになった	・・・ 72.3%
④家族の状況、介護の負担を考えるようになった	・・・ 68.5%
⑤利用者の気持ちを考えるようになった	・・・ 64.5%
⑥利用者の認知症の程度や状態を確認するようになった	・・・ 58.8%

寺光²⁸⁾は、専門相談員の職務・能力の抽出を目的として、専門相談員 7 人に対して聞き取り調査を行ったところ、アセスメント分野の能力として、「利用者の価値観・人生観を理解できる、心身状況の確認ができる、ADL(日常生活動作)を把握できる、利用者の主訴を聞き取れる、家族関係と主介護者等の確認ができる、家屋状況の確認ができる」等が挙げたと報告している。

先行研究と調査報告書から、専門相談員は ICF 構成要素のすべてに関する情報を収集しており、ICF 構成要素の一部に相当する「利用者の心身状況、生活環境、要望」の情報を重視していたが、「意欲」等の重視の度合いはわからなかった。

5) ICF概念の適用

先行研究と調査報告書から、商品企画者には利用者の定量、定性データや障害像、利用環境や多様化しているニーズ等を、机上ではなく介護現場から一定規模の情報を収集することが求められていたが、具体的にどのような情報を重視して収集しているかといった情報収集の実態は把握できなかった。専門相談員については利用者の「心身状況、生活環境、要望」等の部分的な情報に対して、どれくらい重視しているのかは先行研究があったが、「意欲」等の重視度合は把握できなかった。これらことから、商品企画者と専門相談員が利用者の「全体像」に対して、どのような情報を重視しているのかについて実態を調査する必要性が確認された(本研究の新規性)。

商品企画者と商品企画者のガイドラインは、ICF に相当する情報収集を求めている。ICFは、厚生労働省によると「2001年5月、世界保健機関(WHO)総会において採択された、人間の生活機能と障害の分類法」²⁹⁾である。特徴としては、これまでのWHO国際障害分類(ICIDH)がマイナス面を分類するという考え方が中心であったのに対し、ICFは、生活機能というプラス面からみるように視点を転換し、さらに環境因子等の観点を加えたことである。また、分類された各構成要素は相互作用しているとされている(図4)。大川³⁰⁾は「利用者の生きることを総合的に見る共通言語であり、よりよく生きていくために働きかけるツール」だとしている。そこで、利用者の全体像に対して、商品企画者と専門相談員が重視している情報を明らかにするために「ICFの概念」(表11)を、本研究の共通の概念として適用できるかを検討した。

第1に、福祉用具貸与の指定基準と福祉用具法がともに、「利用者の心身の状況と環境」を踏まえることを求めている。

第2に、厚生労働省「国際生活機能分類」(日本語版)の「5-1. 生活機能と障害の過程」に、「ICFが提供するものは、相互作用的で発展的な過程としての、生活機能と障害の分類への多角的アプローチである。これは利用者に「建築材料」を提供するものであり、誰でもこれを使ってモデルを作ったり、この過程を異なった側面から研究したりすることができる。この意味で、ICFは一種の言語とみなすことができる。それを用いて作られる文章の内容は、利用者の創造性と科学的志向性によって違ってくる」とある。心光ら³¹⁾は「近年ICFの視点を取り入れた実践例や方策が提示されている。これらの実践が示唆するのは、記録様式の変更だけではなく、援助の方向性決定時の思考過程がその現場にあった形で明示され、それが実践者に習得される必要性である」としている。つまり、ICFの概念に沿って分類された情報(建築材料)を用いて、支援の多角的アプローチを決定することができ、情報利用者(例えば、商品企画者や専門相談員)が異なる目的のために利用することも可能になると考えられる。

第3に、大橋³²⁾はICFに基づく福祉用具の活用について、「今日のように社会福祉の考え方が地域での自立生活支援がメインストリームになってきている時代においては、より生活環境を重要な要因として考えるICFが重要になり、ICFの視点から政策やケアのあり方、自立生活支援のあり方をすべて見直さなければならないようになってきている」としており、福祉用具に関してICFの視点が重要になってきているとの指摘がある。

以上の3点から、「ICFの概念」として調査項目を設定したうえで量的調査をすることで、商品企画者と専門相談員が福祉用具貸与利用者から収集している情報を過不足なく整理することができると思う。

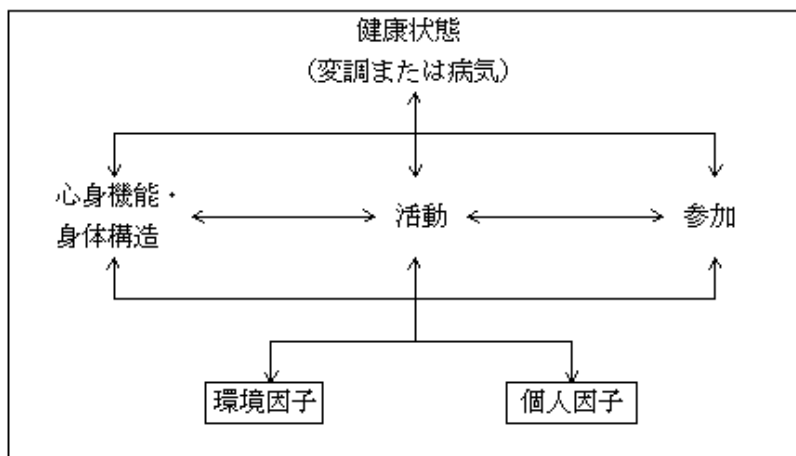


図 4 ICF の構成要素間の相互作用(引用文献 29)

表 11 ICF の概念(引用文献 29)

	第 1 部:生活機能と障害		第 2 部:背景因子	
構成要素	心身機能・身体構造	活動・参加	環境因子	個人因子
領域	心身機能 身体構造	生活・人生領域 (課題、行為)	生活機能と障害への外的影響	生活機能と障害への内的影響
構成概念	心身機能の変化 (生理的) 身体構造の変化 (解剖学的)	能力:標準的環境における課題の遂行 実行状況:現在の環境における課題の遂行	物的環境や社会的環境、人々の社会的な態度による環境の特徴がもつ促進的あるいは阻害的な影響力	個人的な特徴の影響力
肯定的側面	機能的・構造的統合性	活動 参加	促進因子	非該当
	生活機能			
否定的側面	機能障害 (構造障害を含む)	活動制限 参加制約	阻害因子	非該当
	障害			

第3章 調査1「商品企画者に対する量的調査」

第1節 目的

商品企画者が福祉用具貸与利用者のどのような情報を重視しているかを明らかにする。利用者の全体像に対して、重視している情報を明らかにして、かつ専門相談員が重視する情報と比較するために、ICFの概念を適用する。

第2節 方法

1) 対象

テクノエイド協会の福祉用具情報システムに掲載がある製造事業者の714社(2017年2月現在)を調査対象とした。福祉用具の企画開発を行っている製造事業者はこれ以外にも存在していると考えられるが、福祉用具情報システムに登録してあることから、情報発信に対して感度が高い製造事業者であると判断して調査対象とした。回答者は商品企画部門の担当者とした。電子メールアドレスが入手できた製造事業者には電子メールで、入手できなかった製造事業者には郵送によって質問紙を送付した。

2) 期間

2017年8月23日～9月4日

3) 調査項目の設定

商品企画者に対する量的調査(質問紙調査)の調査項目を設定するためにインタビュー調査を行った。商品企画者のインタビュー対象者は、専門職としての経験が20年で、福祉用具、医療器具等を製造する大手製造事業者に所属する商品企画担当の責任者である。インタビューガイド(資料参照)に沿って半構造化面接を行った(表12)。

表12 インタビュー方法(商品企画者)

日時	2017年6月28日 10時～11時(1時間)
場所	国際医療福祉大学大学院(東京都港区)内、面談室
対象者	商品企画担当責任者、男性1人(年齢:40代、経験年数20年)
方法	インタビューガイド(添付資料)による半構造化面接、音声録音
質問内容	福祉用具企画開発の調査について、従業員(企画開発担当)に対する現在の指導や教育について聞いた。 ※専門相談員に対する質問内容と同じ内容とした。

4) 調査項目

ICFの構成概念を用いた調査項目を検討した。具体的な例示を行うことで回答者(商品企画者、専門相談員)の認識によるずれを最小限にする工夫を施した(表 13)。これらの調査項目で誤解なく回答できるかを調べるために、インタビューの被験者とは別の被験者(商品企画経験者 3 名、専門相談員経験者 3 名の計 6 名)に対して、事前に確認をとった。その際、「心身機能・身体構造」について、「身体のことと、認知のことは分けた方が答えやすい」との意見があり、「身体状態」と「認知機能」の 2 つに分けた。また、ICF 構成要素の「健康状態」は医学・医療の領域だと考えており、調査項目から外した。

商品企画者に対する調査項目は 32 問とした。うち 2 問を自由記述とした。商品企画者に対して、回答者ならびに所属事業所に対する基本情報、福祉用具の商品企画をする際の情報の収集方法、重視している情報、伝達方法、情報の利用、気づき、企画力と技術力、貸与計画の認知等について、選択肢から択一、または複数回答で尋ねた(表 14)。数字に下線があるものは、専門相談員と共通した調査項目である。福祉用具の改良・製品開発と情報収集については自由記述とした。質問紙は添付資料に掲載した。

また、商品企画者には資格による制限も、職能団体もないため、福祉用具産業の横断的な啓蒙や教育研修を構築するうえで、商品企画者の「考え方の傾向」の理解が必要だと考え、「現在、重視している利用者情報」、「今後、重視したい利用者情報」を尋ねた。これらの調査項目の妥当性確保のために、インタビュー被験者とは別の経験者 3 名に対して、事前に確認(プレテスト)した後、調査項目を決定した。

表 13 ICF 構成要素の読替えと例示

ICF 構成要素	読替え	例示
心身機能・ 身体構造	身体状態	筋力低下等のことを指す。
	認知機能	認知症の有無や、こちらの問掛等を理解しているかどうかを指す。
活動	している活動	食事や排せつ・移動等、毎日の実生活の中で行っている活動を指す。
参加	希望	利用者が福祉用具を使って実現したいこと(散歩、旅行等)を指す。
物的環境因子	住環境	段差の有無、廊下の幅等を指す。
人的環境因子	家族等との 関係性	利用者と家族の間柄、キーパーソン(主介護者)との関係性を指す。
個人因子	性格等	利用者の性格がわかるエピソードや嗜好(好み)等を含む。

表 14 商品企画者への調査項目（質問紙は添付資料に掲載）

調査項目		
基本 情報	1. 性別	7. 所属事業者の資本金
	2. 年齢	8. 所属事業者の売上高
	3. 社内における属性	9. 商品企画をしている福祉用具の対象者
	4. 所有資格	10. 売上構成比の高い福祉用具品目
	5. 商品企画者としての経験年数	11. 所属事業者が併設しているサービス
	6. 直接情報を収集する利用者数（年平均）	
収集	1. 情報収集の際に気をつけていること	2. 収集方法（身体状態）
	3. 収集方法（住環境）	4. 収集方法（認知機能）
	5. 収集方法（希望）	6. 収集方法（している活動）
	7. 収集方法（家族等との関係性）	8. 収集方法（性格）
重視点	9. 重視している利用者情報（現在、今後）	10. 言語情報から必要な情報を得ているか
	11. 非言語情報から必要な情報を得ているか	
情報 気づき	12. 利用者情報を利用しているか	13. 気づきを得たきっかけ
	14. 気づきを十分利用できているか	
今後	15. 企画力と技術力	16. 商品企画をする際に重視したい点
貸与 計画	17. 貸与計画の認知	18. 貸与計画の入手
	19. 貸与計画の利用	
自由記述	20. （福祉用具の改良・製品開発と情報収集で）どのような仕組みや考え方が必要か	
	21. 情報の収集・伝達で困っている点、良かった点	

※数字に下線があるものは、専門相談員と共通した調査項目

5) 分析方法

項目ごとに単純集計を行い、全回答件数を母数にして割合を出した。現在重視している情報と、今後重視したい情報を比較するために、Wilcoxon 符号付順位和検定を行った（解析ソフト：JSTAT）。有意水準は 5%未満とした。

第3節 結果

回収件数は126件、うち有効回答数は124件、有効回答率は17.4%であった。

1) 商品企画者の基本情報

回答者の性別は、男性:91.1%(113人)、女性:8.9%(11人)で、年代は40代:32.3%(40人)が最も多かった(表15-a)。70代、80代の回答者もあった。

回答者の商品企画担当としての経験年数(合算)は、15年以上:28.2%(35人)が最も多かった(表15-b)。また、10年未満の合計は50.0%(62人)で、10年以上の合計は47.6%(59人)、無回答は2.4%(3人)であった。

社内における属性は、商品企画担当:56.5%(70人)が最も多く、次いで開発担当:43.5%(54人)であった(表15-c)。その他は、教育担当、総務、インストラクター、代表取締役(5人)、事務全般、商品管理、代表、社長、製造、事業部統括管理、統括課長、営業サポート、執行役員であった。

所有する資格は、なし:51.6%(64人)が最も多く、次いで専門相談員:29.8%(37人)であった(表15-d)。その他は、排泄機能指導士・コンチネンスアドバイザー、一級建築士、品質管理検定2級、理学療法士、シーティングエンジニア、看護師、転倒予防指導士、おむつフィッター、社会福祉主事であった。無記入もあった。複数回答可能とした。

直接情報を収集している利用者数は年平均で、80~100人未満:37.1%(46人)が最も多かった(表15-e)。

回答者が所属する事業者の資本金は、1千万~5千万円未満:41.1%(51人)が最も多かった(表15-f)。所属する事業者が取り扱う福祉用具関連の年間売上高は、1千万~1億円未満:25.8%(32人)、が最も多かった(表15-g)。

回答者が所属する事業者において、売上高構成比が高い品目は、車いす:16.9%(21人)が最も多かった(表15-h)。その他は、スライディングシート・ボード、畳、車椅子車輪洗浄機、移乗・移動ロボット、褥創予防寝具(2人)、脱臭機、骨盤ケアシート、圧力センサー、サポート器具、足の改善用具であった。無記入もあった。

回答者が所属する事業者が扱う福祉用具の対象者は、高齢者(介護保険対象):76.6%(95人)が最も多かった(表15-i)。その他は、一般(7人)、障害児、慢性症訴求者(詳細は不明)、福祉サービス従業者、施設・病院であった。無記入もあった。

回答者が所属する事業者(グループを含む)で併設しているサービスは、ない:41.9%(52人)が最も多く、次いで福祉用具販売:37.9%(47人)であった(表15-j)。その他は、見守り、直販・卸(2人)、訪問看護・通所介護・就労移行支援、デイサービス・訪問看護、代理店、デイサービス(2人)、講演(内容不明)であった。無記入もあった。

表 15 商品企画者(製造事業者)の基本情報

a 年齢 (n=124)			b 経験年数 (n=124)			c 属性 (n=124)	
選択肢	人数	%	選択肢	人数	%	選択肢	人数
30代	16	12.9 %	1年未満	9	7.3 %	商品企画担当	70
40代	40	32.3 %	1～3年未満	14	11.3 %	開発担当	54
50代	29	23.4 %	3～5年未満	13	10.5 %	設計担当	27
60代	22	17.7 %	5～10年未満	26	21.0 %	販売促進担当	46
70代	7	5.6 %	10～15年未満	24	19.4 %	営業担当	58
80代	3	2.4 %	15年以上	35	28.2 %	その他	17
無回答	7	5.6 %	無回答	3	2.4 %	※複数回答可	

d 所有資格 (n=124)		e 直接情報収集している利用者数 (n=124)		
選択肢	人数	選択肢	人数	%
なし	64	50人未満	5	4.0 %
福祉住環境コーディネーター	21	50～80人未満	42	33.9 %
福祉用具プランナー	8	80～100人未満	46	37.1 %
介護福祉士	2	100～150人未満	14	11.3 %
社会福祉士	0	150人以上	15	12.1 %
ケアマネジャー	6	無回答	2	1.6 %
ホームヘルパー				
介護職員初任者研修修了者等	10			
福祉用具専門相談員	37			
その他	12			
※複数回答可				

f 所属事業者の資本金 (n=124)			g 所属事業者の売上高 (n=124)		
選択肢	人数	%	選択肢	人数	%
1千万円未満	21	16.9 %	百万円未満	18	14.5 %
1～5千万円未満	51	41.1 %	百～1千万円未満	17	13.7 %
5～1億円未満	12	9.7 %	1千～1億円未満	32	25.8 %
1～5億円未満	12	9.7 %	1～10億円未満	31	25.0 %
5～10億円未満	2	1.6 %	10億円以上	18	14.5 %
10億円以上	13	10.5 %	無回答	8	6.5 %
無回答	13	10.5 %			

h 売上構成比の高い福祉用具品目 (n=124)			i 福祉用具の対象者 (n=124)	
選択肢	人数	%	選択肢	人数
車いす	21	16.9 %	高齢者(介護保険対象)	95
ベッド用品	17	13.7 %	高齢者(介護保険非対象)	89
杖・歩行器等	9	7.3 %	障害者	59
福祉車両・関連機器	1	0.8 %	その他	12
リフト等	6	4.8 %	※複数回答可	
入浴用品	3	2.4 %		
トイレ・ポータブルトイレ等	3	2.4 %		
衣類・着脱衣補助用品等	2	1.6 %		
コミュニケーション機器	6	4.8 %		
建築・住宅設備 (手すり、スロープ等)	13	10.5 %		
リハビリ・介護予防機器	4	3.2 %		
義肢・装具	1	0.8 %		
日常生活支援用品(自助具等)	5	4.0 %		
介護等食品、調理器具	1	0.8 %		
紙おむつ・消耗品等	3	2.4 %		
認知症老人徘徊感知機器	7	5.6 %		
その他	17	13.7 %		
無回答	5	4.0 %		

j 併設しているサービス (n=124)	
選択肢	人数
ない	52
福祉用具貸与事業	29
特定福祉用具販売	47
住宅改修	26
訪問介護	5
高齢者向け施設	11
レンタル卸	18
その他	15
※複数回答可	

2) 商品企画者が重視している情報

商品企画者が福祉用具貸与利用者に対して、「現在」を重視している情報と、「今後」重視したい情報を ICF 構成要素に沿って調べた。各要素において、最も割合が高かったものを太字網掛で表した。現在、「心身機能・身体構造(身体状態、認知機能)、物的環境因子、参加」は「とても重視している」が最も多く、「活動、人的環境因子、個人因子」は「どちらでもない」が最も多かった(表 16)。今後、「心身機能・身体構造(身体状態、認知機能)、物的環境因子、参加、活動」は「とても重視したい」が最も多く、「参加」は「やや重視したい」も最も多く、「人的環境因子、個人因子」は「どちらでもない」が最も多かった(表 17)。

商品企画者が現在重視している情報と今後重視している情報から、肯定的回答(「とても重視している」と「やや重視している」の合計)を抽出して比較したところ、「心身機能・身体構造(認知機能)、参加、活動、人的環境因子、個人因子」が増加していた(Wilcoxon 符号付順位和検定、有意水準 5%未満)。

表 16 重視している情報(商品企画者、現在) (n=124)

	心身機能・身体構造				物的環境因子	参加	活動	人的環境因子	個人因子					
	身体状態		認知機能											
	人数	%	人数	%										
とても重視している	63	50.8	42	33.9	40	32.3	46	37.1	27	21.8	25	20.2	13	10.5
やや重視している	29	23.4	26	21.0	38	30.6	40	32.3	37	29.8	23	18.5	30	24.2
どちらでもない	18	14.5	30	24.2	28	22.6	21	16.9	39	31.5	40	32.3	47	37.9
あまり重視していない	2	1.6	8	6.5	4	3.2	3	2.4	7	5.6	17	13.7	12	9.7
全く重視していない	0	0.0	3	2.4	2	1.6	2	1.6	2	1.6	6	4.8	8	6.5
無回答	12	9.7	15	12.1	12	9.7	12	9.7	12	9.7	13	10.5	14	11.3

表 17 重視している情報(商品企画者、今後) (n=124)

	心身機能・身体構造				物的環境因子	参加	活動	人的環境因子	個人因子					
	身体状態		認知機能											
	人数	%	人数	%										
とても重視したい	64	51.6	47	37.9	48	38.7	48	38.7	40	32.3	30	24.2	22	17.7
やや重視したい	37	29.8	29	23.4	39	31.5	48	38.7	34	27.4	26	21.0	30	24.2
どちらでもない	10	8.1	26	21.0	20	16.1	13	10.5	31	25.0	39	31.5	43	34.7
あまり重視しない	0	0.0	4	3.2	2	1.6	2	1.6	4	3.2	10	8.1	6	4.8
全く重視しない	0	0.0	2	1.6	1	0.8	0	0.0	1	0.8	5	4.0	8	6.5
無回答	13	10.5	16	12.9	14	11.3	13	10.5	14	11.3	14	11.3	15	12.1

表 18 肯定的回答の比較(現在、今後) (n=124)

	心身機能・身体構造		物的環境因子	参加	活動	人的環境因子	個人因子
	身体状態	認知機能					
現在	92	68	78	86	64	48	43
今後	101	76	87	96	74	56	52
今後/現在(%)	109.8%	111.8%	111.5%	111.6%	115.6%	116.7%	120.9%
Wilcoxon検定	ns	*	ns	*	*	*	*

*:p<0.05 ns:p≥0.05

3) 商品企画者の収集方法

商品企画者が情報収集をどのようにしているのかを尋ねた(表 19)。最も割合が高かったものを太字網掛で表した。「心身機能・身体構造(身体状態)、物的環境因子、参加」の情報収集方法は「利用者に尋ねる」が最も多く、「心身機能・身体構造(認知機能)、活動、人的環境因子、個人因子」の情報収集方法は「家族に尋ねる」が最も多かった。

表 19 利用者情報の収集方法(商品企画者) (n=124)

選択肢	心身機能・身体構造		物的環境因子	参加	活動	人的環境因子	個人因子							
	身体状態	認知機能												
利用者に尋ねる	67	54.0	41	33.1	71	57.3	73	58.9	65	52.4	51	41.1	45	36.3
利用者の姿勢・動きを見る	65	52.4	51	41.1	53	42.7	46	37.1	55	44.4	29	23.4	49	39.5
家族に尋ねる	65	52.4	61	49.2	68	54.8	68	54.8	68	54.8	61	49.2	59	47.6
ケアマネジャーから聞く	47	37.9	46	37.1	45	36.3	52	41.9	50	40.3	50	40.3	42	33.9
居室等の状況から知る	33	26.6	18	14.5	42	33.9	28	22.6	28	22.6	16	12.9	20	16.1
何もしていない	6	4.8	19	15.3	9	7.3	7	5.6	12	9.7	21	16.9	26	21.0
リハビリ職から聞く	37	29.8	30	24.2	29	23.4	33	26.6	27	21.8	17	13.7	16	12.9
レンタル卸から聞く	17	13.7	11	8.9	14	11.3	15	12.1	14	11.3	11	8.9	9	7.3
専門相談員から聞く	21	16.9	19	15.3	20	16.1	23	18.5	22	17.7	18	14.5	13	10.5
その他	13	10.5	8	6.5	13	10.5	12	9.7	9	7.3	10	8.1	8	6.5

※複数回答可

4) 商品企画者の貸与計画の認知

商品企画者に貸与計画の認知について尋ねたところ、「よく知っている」が 31.5%(39 人)で最も多く、次いで「あまり知らない」が 25.8%(32 人)だった(表 20)。

表 20 貸与計画の認知 (n=124)

選択肢	人数	%
よく知っている	39	31.5 %
少し知っている	24	19.4 %
どちらともいえない	8	6.5 %
あまり知らない	32	25.8 %
全く知らない	12	9.7 %
無回答	9	7.3 %

5) 商品企画者が考える情報収集の課題

利用者の情報を得たり、伝えたりする際に困っている事や、良かったと感じたこと等を自由記述で尋ねた。57人から回答があった。大別すると4種類の回答があった。回答の一部を示す(表21)。回答者の経験年数も付記した。

表 21 情報の収集・伝達で困っている点、良かった点(商品企画者)

	回答の一部	経験年数
1.現場 距離感	● お客様の声がメーカーに届きにくい。	1~3
	● コミュニケーション及び信頼関係の構築を短縮する。	5~10
	● 福祉の現場に距離感がある。	3~5
	● あまりこちらが立ち入れない状況があること。	1~3
	● 顧客との会話が30~1時間以上かかってしまうケースが多い。	10~15
	● 個人情報保護法が足枷になって直接ユーザーと話すことができない。	15~
	● 患者の個人情報保護の観点から、福祉用具開発者が直接に接触し、コミュニケーションすることを許す施設等はほぼない。	10~15
	● 本音を推察すること。	15~
	● 直接利用者と話すことで情報(生の)を得ることができる。	10~15
	● 本音なのかが分からない。	~1
● 当事者から得た情報にバイアスを加えずに纏め伝えることが難しい。メーカーなので利用者との接点が少ないことはマイナスだと感じている。	15~	
2.データ 収集	● 信用できる情報がどこにあるか不明。	1~3
	● その情報が、より多くの人の代弁者であるかどうかを見極めが難しい。	15~
	● 現場の困っていることを集めることが必要。Facebook や口コミが重要な時もあればキーマンとの対面が重要な時もある。	1~3
	● あらゆる現場のIT利用能力の低さにより、利用者アンケート等が紙ベースで行われ、データ収集に時間と手間がかかり困る。	~1
	● 情報を得る環境がまだ少ない。	10~15
	● 開発情報(ヒント)の効果的な入手方法が分からない。	
	● 利用者の使用後アンケートを集めているので次の開発がしやすい。	15~
● 言語情報の数値化が大変。特に昨今の個人情報の馬鹿丁寧な扱いや、臨床試験の倫理委員会を通す手間等、障壁は増えるばかり。	15~	
3.多職 種連携	● 身内にケアマネジャーがおり、商品企画の起点になるアイデアや既存の商品の問題点を相談に乗ってもらっている。	10~15
	● 取引のあるレンタル卸の商品選定担当者等にご意見を頂いたりしています。ただその情報には、ある種偏向があることも多い。	10~15
	● 現状ケアマネからの情報を得る機会が少ないため、今後増やしたい。	3~5
	● 利用者と医療・福祉関係者・メーカーの3者で伝達する際の言葉のニュアンスの	5~10

	<p>違いや考え方を理解するのに苦労することがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● レンタルで福祉用具を使用している方へヒアリングしようと思っても、間に入る人が自社セールス、レンタル卸、介護ショップ、ケアマネ等多岐に渡り、調整が困難。 	10~15
4.意見 相違	<ul style="list-style-type: none"> ● ご利用者のご家族に同じ質問をした際、それぞれ思い、考え方が違うことがある時があるということがわかった。 	5~10

回答者が商品企画において利用者等から情報を得るために、どのような仕組みや考え方が必要かを自由記述で尋ねた。52人から回答があった。大別すると5種類の回答があった。回答の一部を示す(表22)。回答者の経験年数も付記する。

表 22 情報収集に必要な仕組み、考え方(商品企画者)

	回答の一部	経験年数
1.仕組	● 利用者の意見をダイレクトに伝える仕組みが必要。	10~15
	● 当事者からのフィードバックを得られる仕組み。	5~10
	● 利用者・利用者の家族との SNS 等でのコミュニケーション。	5~10
	● 企業と利用者をマッチングするような展示会やセミナー等。	5~10
	● ケアマネや介護職員の方が用具への要望を伝えていただけるような仕組み。	5~10
2.データ 収集方法	● 有識者がフィルターとなれば、情報が変わってしまう。	10~15
	● 担当営業、PT、OT からの情報収集。	3~5
	● メーカー(当社)→レンタル卸→事業所→利用者(エンドユーザー)と商流が長い為、利用者(ユーザー)の声をきくのがむずかしい。メーカーとユーザーの距離を縮めることが必要。	5~10
	● 現場営業担当者からのヒアリング情報。	15~
	● 直接情報を得ているのは、こちらからの働きかけというより利用者側からの要望を受けていることが多いが、それは数少ない。利用者の声を聞いて声を上げる人が必要。	5~10
3.情報の 信頼性	● 利用者ではなく、介護者側の意見を重要視することが必要。	1~3
	● 個人的な事を知られたくないご家族の方がおられる。	1~3
4.効率化	● 利用者個別のヒアリングでは時間と手間がかかるため非効率である。また、一人の個の意見を商品企画に活かしていくのは難しく、市場全体の意見を効率よく得られるような仕組みがあるとありがたい。	5~10
5.協力体制	● 行動観察の場(相手にできるだけ見られている意識を抑えた)	5~10
	● 試作商品を迅速に現場でテストできる協力施設・環境が必要。	~1

第4節 商品企画者の調査結果のまとめ

1) 商品企画者の基本情報

商品企画者の性別は約9割が男性であることから、利用者宅や施設等に赴き、商品企画のための情報収集業務を行う専門職は男性が多いことになる。専門相談員の資格以外に取得している資格については、「なし」が約半数であったが、専門相談員資格取得者は約3割であったことから、福祉用具の知識習得に一定の意識はあると考えられる。

2) 商品企画者が重視している情報

ICF構成要素の「心身機能・身体構造、物的環境因子、参加、活動」は、「肯定的回答」が半数を超えたが、「人的環境因子、個人因子」は半数以下であった。このため、商品企画者はICF構成要素の「心身機能・身体構造、物的環境因子、参加、活動」は重視しているが、「人的環境因子、個人因子」は重視していないと考えられる。また、「個人因子」、「人的環境因子」の順に伸び率が大きかったことから、商品企画者は「人的環境因子、個人因子」の情報を、今後は重視したいとする傾向があると考えられる。

3) 商品企画者の情報収集方法

商品企画者がICF構成要素の情報を収集する方法で、最も多かったものは、「利用者に尋ねる」、「家族に尋ねる」であったことから、他の職種との連携による情報収集よりも、介護現場における直接的な情報収集を行っていると考えられる。

4) 商品企画者の貸与計画の認知

貸与計画の認知については、肯定的回答（「よく知っている」、「少し知っている」の合計）が約半数であったことから、商品企画者にとって貸与計画が情報源のひとつになり得ると考えられる。

5) 商品企画者が考える情報収集の課題

商品企画者に自由記述で「情報の収集・伝達で困っている点、良かった点」を尋ねたところ、介護現場において商品企画者は情報収集することが困難だと感じており、直接的な情報収集だけではなく、連携による情報収集も活用していると考えられる。また、情報収集に関して「どのような仕組みや考え方が必要か」を尋ねたところ、インターネット等を活用した直接的な情報収集の仕組みや、多職種連携を利用した仕組み、施設等の協力体制の必要性を感じており、情報収集の効率性についても考えていることから、情報の量的な不足を感じていると考えられる。また、収集した情報の信頼性（言っていることが真のニーズか）についても疑問を感じていると考えられる。

第4章 調査2「専門相談員に対する量的調査」

第1節 目的

専門相談員が福祉用具貸与利用者のどのような情報を重視しているかを明らかにする。利用者の全体像に対して、重視している情報を明らかにして、かつ商品企画者が重視する情報と比較するために、ICFの概念を適用する。

第2節 方法

1) 対象

貸与事業所は都道府県に指定申請を行うため、各都道府県のサービス提供機関の情報(福祉医療機構からリンク)に記載がある貸与事業所 7,327 事業所(2016年12月現在)に対して通し番号を採番して、1から7,327の間で300個の乱数を発生させ、該当する事業所を抽出した300か所の専門相談員を調査対象とした。貸与事業所には郵送によって質問紙を送付した。

2) 期間

2017年1月30日～2月10日

3) 調査項目の設定

専門相談員に対する量的調査(質問紙調査)の調査項目を設定するためにインタビュー調査を行った。専門相談員のインタビュー対象者は、専門職としての経験が20年で、現在複数の事業所を有する株式会社の貸与事業所を経営している。インタビューガイド(添付資料)による半構造化面接を行った(表23)。

これらの調査項目の妥当性確保のために、インタビュー被験者とは別の経験者3人に対して、事前に確認した後、決定した。

表23 インタビュー方法(専門相談員)

日時	2016年11月1日 14時～15時(1時間)
場所	国際医療福祉大学大学院(東京都港区)内、面談室
対象者	専門相談員、男性1人(年齢:50代、経験年数20年:介護保険制度前にシルバーサービス振興会の選定指導員として認定されている)
方法	インタビューガイドによる半構造化面接(インタビュアー1人)、音声録音
質問内容	※商品企画者と同様の内容を尋ねた。

4) 調査項目

専門相談員に対する調査項目は全部で30問とした。うち2問を自由記述とした。専門相談員に対して、回答者ならびに所属事業所に対する基本情報、福祉用具の選定をする際の情報の収集方法、重視している情報、伝達方法、情報の利用、気づき、具体的な福祉用具(車いす)を選定する際の重視点と収集方法等について、選択肢から択一、または複数回答で尋ねた(表24)。数字に下線があるものは、商品企画者と共通した調査項目である。福祉用具の改良・製品開発と情報収集については自由記述とした。質問紙は添付資料に掲載した。ICF構成要素の読替については商品企画者と同じにした。

表24 専門相談員への調査項目(質問紙は添付資料に掲載)

	調査項目	
基本情報	<u>1.</u> 性別	6. 担当する利用者数(月平均)
	<u>2.</u> 年齢	7. 新規利用者から情報収集にかかる時間
	<u>3.</u> 社内における属性	8. 新規利用者の貸与計画を作成する時間
	<u>4.</u> 所有資格	9. 所属事業所が併設しているサービス
	<u>5.</u> 専門相談員としての経験年数	
収集	<u>1.</u> 情報収集の際に気をつけていること	<u>2.</u> 収集方法(身体状態)
	<u>3.</u> 収集方法(住環境)	<u>4.</u> 収集方法(認知機能)
	<u>5.</u> 収集方法(希望)	<u>6.</u> 収集方法(している活動)
	<u>7.</u> 収集方法(家族等との関係性)	<u>8.</u> 収集方法(性格)
重視点	<u>9.</u> 重視している利用者情報	<u>10.</u> 言語情報から必要な情報を得ているか
	<u>11.</u> 非言語情報から必要な情報を得ているか	
伝達	12. 利用者情報の伝達方法	<u>13.</u> 利用者情報を利用しているか
気づき	<u>14.</u> 気づきを得たきっかけ	15. 気づきを十分伝えているか
	<u>16.</u> 気づきを十分利用できているか	
具体例	17. (車いす選定の際に)重視している点	18. (車いす選定の際の)情報収集方法
	19. (車いす選定の際の)情報伝達方法	
自由記述	<u>20.</u> (福祉用具の改良・製品開発と情報収集で)どのような仕組みや考え方が必要か	
	<u>21.</u> 情報の収集・伝達で困っている点、良かった点	

※数字に下線があるものは、商品企画者と共通した調査項目

5) 分析方法

項目ごとに単純集計を行い、全回答件数を母数にして割合を出した。

第3節 結果

回収件数は109件、うち有効回答件数は109件、有効回答率は36.3%であった。

1) 専門相談員の基本情報

回答者の性別は、男性:82.6%(90人)、女性:17.4%(19人)で、年代は40代:33.9%(37人)が最も多かった(表25-a)。

回答者の専門相談員としての経験年数(合算)は、5~10年未満:27.5%(30人)が最も多かった(表25-b)。また、10年未満の合計は55.1%(60人)で、10年以上の合計は44.9%(49人)であった。

社内における属性は、管理者:59.6%(65人)が最も多かった(表25-c)。その他は、福祉用具グループ長、所長であった。無記入もあった。

専門相談員以外に所有する資格は、福祉住環境コーディネーター:54.1%(59人)が最も多く、次いで、ホームヘルパー・介護職員初任者研修修了者等:31.2%(34人)であった(表25-d)。その他は、建築士2級、オムツフィッター、管理医療機器等販売管理者、社会福祉主事、建築士であった。無記入もあった。担当する利用者数は月平均で、50人未満:33.9%(37人)が最も多かった(表25-e)。

表25 専門相談員の基本情報

a 年齢 (n=109)			b 経験年数 (n=109)		
選択肢	人数	%	選択肢	人数	%
20代	10	9.2 %	1年未満	3	2.8 %
30代	35	32.1 %	1~3年未満	16	14.7 %
40代	37	33.9 %	3~5年未満	11	10.1 %
50代	20	18.3 %	5~10年未満	30	27.5 %
60代	7	6.4 %	10~15年未満	27	24.8 %
			15年以上	22	20.2 %

c 属性 (n=109)		d 所有資格 (n=109)	
選択肢	人数	選択肢	人数
サービス提供者	48	福祉住環境コーディネーター	59
管理者	65	福祉用具プランナー	22
教育担当者	9	介護福祉士	14
その他	3	社会福祉士	2
※複数回答可		ケアマネジャー	6
		ホームヘルパー・	
		介護職員初任者研修修了者等	34
		福祉用具選定士	19
		その他	6
		※複数回答可	

e 担当する利用者数 (n=109)		
選択肢	人数	%
50人未満	37	33.9 %
50~80人未満	20	18.3 %
80~100人未満	14	12.8 %
100~150人未満	19	17.4 %
150人以上	19	17.4 %

2) 専門相談員が重視している情報

専門相談員が利用者のどのような情報を重視しているかを調べた(表 26)。各要素において、最も割合が高かったものを太字網掛で表した。

表 26 重視している情報(専門相談員) (n=109)

	心身機能・身体構造				物的 環境因子	参加		活動		人的 環境因子		個人因子		
	身体状態		認知機能			人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	
	人数	%	人数	%										
とても重視している	99	90.8	63	57.8	90	82.6	64	58.7	54	49.5	26	23.9	20	18.3
やや重視している	8	7.3	43	39.4	18	16.5	42	38.5	50	45.9	64	58.7	66	60.0
どちらでもない	0	0.0	3	2.8	0	0.0	2	1.8	5	4.6	17	15.6	19	17.4
あまり重視していない	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.9	0	0.0	2	1.8	3	2.8
全く重視していない	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
無回答	2	1.8	0	0.0	1	0.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.9

3) 専門相談員の収集方法

専門相談員が情報収集をどのようにしているのかを尋ねた(表 27)。最も割合が高かったものを太字網掛で表した。

表 27 利用者情報の収集方法(専門相談員) (n=109)

	心身機能・身体構造				物的 環境因子	参加		活動		人的 環境因子		個人因子		
	身体状態		認知機能			人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	
	人数	%	人数	%										
利用者に尋ねる	91	83.5	54	49.5	82	75.2	104	95.4	92	84.4	66	60.6	73	67.0
利用者の姿勢・動きを見る	100	91.7	71	65.1	74	67.9	67	61.5	73	67.0	36	33.0	59	54.1
家族に尋ねる	104	95.4	102	93.6	99	90.8	102	93.6	105	96.3	87	79.8	103	94.5
ケアマネジャーから聞く	104	95.4	107	98.2	96	88.1	96	88.1	100	91.7	105	96.3	99	90.8
ヘルパーから聞く	31	28.4	25	22.9	23	21.1	21	19.3	47	43.1	32	29.4	39	35.8
居室等の状況から知る	63	57.8	38	34.9	88	80.7	38	34.9	50	45.9	28	25.7	40	36.7
何もしていない	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
リハビリ職から聞く	54	49.5	20	18.3	40	36.7	21	19.3	19	17.4	10	9.2	15	13.8
かかりつけ医から聞く	9	8.3	10	9.2	3	2.8	3	2.8	3	2.8	1	0.9	4	3.7
その他	1	0.9	2	1.8	6	5.5	2	1.8	1	0.9	1	0.9	0	0.0

※複数回答可

4) 専門相談員が考える情報収集の課題

利用者の情報を得たり、伝えたりする際に困っている事や、良かったと感じたこと等を自由記述で尋ねた。36人から回答があった。大別すると5種類の回答があった。回答の一部を示す(表28)。回答者の経験年数も付記する。

表28 情報の収集・伝達で困っている点、良かった点(専門相談員)

	回答の一部	経験年数
1.書類作成・管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 介護保険制度の中でケアマネジャーを先頭に様々なサービスがチームとなり利用者の生活を支えているが、それぞれが様々な書式で情報の管理を行っており、情報共有の為の時間を要しているのではないかと思う。 ● 手続き書類作成等、利用者の方にもサイン捺印、確認等、わずらわしい。 	5~10 ~1
2.情報の信頼性	<ul style="list-style-type: none"> ● 家族の意向、利用者の意向が異なっている場合、調整に苦勞する事がある。 ● 意思疎通が困難。船頭が多くて誰と話していいかわからない。意見は言うが決断しない。我が強く人の話を聞かない。本人、家族の協力が得られない。 ● 何度も訪問して人間関係を築くのに時間が掛る。他にも言えない事や本当に困っている事を聞いた時、利用者からケアマネジャーに伝えないでねと言われた時困る。 ● 家族や本人(利用者)以外の方が困って相談にきているのに、本人に自覚や、家族を思いやる気持ちがない時が一番困る。誰からの情報が一番確かなのか？果たして本人が利用してくれるのか？ ● 家族が協力的でない場合に困る事がある。 ● 親しくなる事で向こうも深く話してくださるので、なるべく距離を縮める事で希望等聴きやすくなり良い点。 ● 新規アセスメントはお互い緊張した状態で始まるので、少しでも自分自身を分かって頂くことに気を配り、相手との関係構築が最優先と位置付けている。 ● 利用者様のお宅に顔を出すことで信頼関係が築ける。 	3~5 10~15 10~15 15~ 10~15 3~5 15~ 1~3
3.多職種連携	本人からの情報もそうですが、事前訪問しているリハビリのPT、OT、ケアマネジャー等の情報が家族の情報を含め大いに役立っている。私は担当ケアマネジャーの同行や退院前カンファレンスに参加させて頂き、選定をさせて頂いている。	15~
4.時間	アセスメントの際、相手の疲労等を考えると時間をかけすぎる事も心配である。沢山聴きたい事があるが質問の仕方の工夫が必要と感じる。	5~10
5.モニタリング	利用者が安全に正しく用具を利用している時をモニタリングで確認できたとき。	1~3

回答者が商品企画において利用者等から情報を得るために、どのような仕組みや考え方が必要かを自由記述で尋ねた。57人から回答があった。大別すると5種類の回答があった。回答の一部を示す(表

29)。回答者の経験年数も付記する。

表 29 情報収集に必要な仕組み、考え方(専門相談員)

	回答の一部	経験年数
1.専門相談員の質向上	● 今の状況では、用具の質は十二分だと思う。あとは専門相談員の質の向上だと思う。	15~
	● 用具の特性を把握する為、専門相談員のスキルアップは欠かせない。	3~5
2.メーカー主導	● メーカーが定期的に福祉用具貸与事業所を訪問して聞き取り調査して、ニーズの情報収集をする。	10~15
	● メーカーさんが我々の業務に同行して、現実を見てもらう。	5~10
	● 現場からの声を受け付ける窓口を広げて欲しい。いろんな案が出てきても、どこに伝えたら良いのかわからない。	15~
3.共有システム	● メーカーが我々福祉用具専門相談員からの情報を積極的に受け入れてくれるシステムを用意してほしい。	1~3
	● 福祉用具毎、メーカー毎に多くの意見を集められるツールがあれば、改良につながるケースが増える。	3~5
	● 簡単にメーカー担当者に伝えられるようSNSの活用、それをフィードバックするシステム。	3~5
4.情報発信	● レディメイドの製品に対する不満を訴える。利用者の中で、その要望が詳細であればある程、マイノリティの意見となってしまう。	10~15
	● 事例を挙げて話をしてもあまり製品に活かされない。少数の意見として処理されてしまう。	15~
	● どこに伝えたら良いかが不明なため、取引先の業者に伝えていることもある(その場合、本当にメーカーに伝わっているかどうか不明である)。	5~10
	● きっと現場の相談員は多くの「こうだったら良いのに・・・」というちょっとした改良点を持っていると思います。	15~
	● 意見はクレームととらえられる事もあるので、「言ってもどうせ何の役にも・・・」と気になります。挙げた意見がリスト化され見える様になると言ったかいがあると思います。	1~3
	● 現場の声を伝えますが、大抵の反応は「声の多いものからしか採用できない」、「努力します」等と言った言葉です。	15~
5.多職種連携	● 相談員とメーカー各担当との密な連携。	10~15
	● 開発担当者との情報交換ができる事。リハビリ職(主に現場の担当者)が開発に参加する事。	5~10
	● 流通関係の活用による情報伝達が上手くゆくこと。	15~

第4節 専門相談員の調査結果のまとめ

1) 専門相談員の基本情報

専門相談員の性別は約8割が男性で、利用者宅に赴き、アセスメントや選定、搬入・設置、説明等を行う専門職は男性が多いことになる。これは、ベッドや車いす等、重量が重い福祉用具を搬入するため筋力的に優位な男性が多く雇用されているためだと考えられる。資格取得については、モノである福祉用具(ハードウェア)に対する知識に重点が置かれた資格では、「福祉住環境コーディネーター」が最も多く、福祉用具を利用する利用者の特性(ソフトウェア)に対する知識に重点が置かれた資格では「ホームヘルパー」が最も多かった。福祉住環境コーディネーターの取得に関しては、所属する貸与事業所が併設しているサービスにおいて「住宅改修」を行っていることも理由のひとつだと考えられる。勝田³³⁾の貸与事業所を対象にした調査によると、住宅改修を行うメリットは「福祉用具貸与とトータルで提案できる」とあり、収集した情報は福祉用具貸与だけではなく住宅改修にも利用されている可能性が考えられる。

2) 専門相談員が重視している情報

すべてのICF構成要素の「肯定的回答」が半数を超えていたため、専門相談員はすべてのICF構成要素を重視していたと考えられる。「とても重視している」の割合から、物的環境因子が最も重視され、個人因子が最も重視されず、次いで人的環境因子も重視されていないと考えられる。

3) 専門相談員の収集方法

専門相談員がICF構成要素の情報を収集する方法で、最も多かったものは、「利用者に尋ねる」、「家族に尋ねる」、「ケアマネジャーに聞く」であったことから、介護現場における直接的な情報収集だけではなくケアマネジャーからも情報収集を行っていると考えられる。このことは、専門相談員はケアマネジャーからの依頼で業務を開始すること、ケアマネジャーが作成する「居宅サービス計画(ケアプラン)」に沿った貸与計画の作成が求められていること、さらには継続的に接していることから、ケアマネジャーが利用者と家族の信頼を得ているために、個人的な情報収集もできると考えていること等が理由だと考えられる。

4) 専門相談員が考える情報収集の課題

専門相談員に自由記述で「情報の収集・伝達で困っている点、良かった点」を尋ねたところ、貸与計画の記載等の情報収集に手間と時間がかかることや、収集した情報の信頼性に自信がない(真のニーズか疑問が残る)ことに困難さを感じていると考えられる。多職種連携に可能性を感じており、モニタリング時に福祉用具の効果を実感していると考えられる。また、情報収集に関して「どのような仕組みや考え方が必要か」を尋ねたところ、専門相談員としての学習や製造事業者主導による仕組みづくりの期待と不満、多職種連携の可能性を意識していると考えられる。

第5章 商品企画者と専門相談員の比較

第1節 商品企画者と専門相談員の比較分析

調査1「商品企画者に対する量的調査」、調査2「専門相談員に対する量的調査」から明らかになった両者が「重視している情報」と「収集方法」を比較する。

1) 重視している情報の比較分析

商品企画者(現在)と専門相談員が重視している情報を比較したところ、すべてのICF構成要素に関して違いがあった(カイ2乗検定、有意水準5%未満)。専門相談員は「心身機能・身体構造(身体状態、認知機能)、物的環境因子、参加、活動」の情報に対して、「とても重視している」と回答した割合が最も多かった。商品企画者も「心身機能・身体構造(身体状態、認知機能)、物的環境因子、参加」は専門相談員と同様に「とても重視している」が最も多かったが、「活動」は「どちらでもない」が最も多かった。他方、専門相談員は「人的環境因子、個人因子」の情報に対して、「やや重視している」と回答した割合が最も多かったが、商品企画者は「どちらでもない」が最も多かった。最も割合が高かったものを太字網掛で表した(表30)。

また、「とても重視している、やや重視している」の合計を「肯定的回答」として2群に分けて、商品企画者と専門相談員が重視している情報を比較したところ、商品企画者の「人的環境因子、個人因子」の肯定的回答のみが過半数を超えていなかった(カイ2乗検定、有意水準5%未満)(表31)。

表30 商品企画者と専門相談員が重視している情報の比較

(商品企画者:n=124、専門相談員:n=109)

(下段は%)

	心身機能・身体構造				物的環境因子		参加		活動		人的環境因子		個人因子	
	身体状態		認知機能		商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員
	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員										
とても重視している	63 56.3	99 92.5	42 38.5	63 57.8	40 35.7	90 83.3	46 41.1	64 58.7	27 24.1	54 49.5	25 22.5	26 23.9	13 11.8	20 18.5
やや重視している	29 25.9	8 7.5	26 23.9	43 39.4	38 33.9	18 16.7	40 35.7	42 38.5	37 33.0	50 45.9	23 20.7	64 58.7	30 27.3	66 61.1
どちらでもない	18 16.1	0 0.0	30 27.5	3 2.8	28 25.0	0 0.0	21 18.8	2 1.8	39 34.8	5 4.6	40 36.0	17 15.6	47 42.7	19 17.6
あまり重視していない	2 1.8	0 0.0	8 7.3	0 0.0	4 3.6	0 0.0	3 2.7	1 0.9	7 6.3	0 0.0	17 15.3	2 1.8	12 10.9	3 2.8
全く重視していない	0 0.0	0 0.0	3 2.8	0 0.0	2 1.8	0 0.0	2 1.8	0 0.0	2 1.8	0 0.0	6 5.4	0 0.0	8 7.3	0 0.0
カイ2乗検定	*		*		*		*		*		*		*	

*:p<0.05

表 31 商品企画者と専門相談員が重視している情報の 2 群間比較

(商品企画者:n=124、専門相談員:n=109)

(下段は%)

	心身機能・身体構造				物的環境因子		参加		活動		人的環境因子		個人因子	
	身体状態		認知機能		商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員
	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員										
肯定的回答 (とても重視している) (やや重視している)	92 82.1	107 100.0	68 62.4	106 97.2	78 69.6	108 100.0	86 76.8	106 97.2	64 57.1	104 95.4	48 43.2	90 82.6	43 39.1	86 79.6
どちらでもない あまり重視していない 全く重視していない	20 17.9	0 0.0	41 37.6	3 2.8	34 30.4	0 0.0	26 23.2	3 2.8	48 42.9	5 4.6	63 56.8	19 17.4	67 60.9	22 20.4
カイ2乗検定	*		*		*		*		*		*		*	

*:p<0.05

2) 情報収集方法の比較分析

利用者情報に対して商品企画者と専門相談員が行っている収集方法を比較した。各収集方法に対して行っていると回答した者を「肯定」、回答しなかった者を「否定」として集計したところ、「利用者の姿勢・動きを見ることで人的環境因子の情報を収集している」、「居室等の状況から参加の情報を収集している」、「リハビリ職から聞くことで心身機能・身体構造(認知機能)、参加、活動、人的環境因子、個人因子の情報を収集している」以外の項目について、専門相談員より商品企画者の「肯定」が少なかった(カイ2乗検定、有意水準5%未満)(表32)。

表 32 商品企画者と専門相談員の情報収集方法の比較 (商品企画者:n=124、専門相談員:n=109)

		心身機能・身体構造				物的環境因子		参加		活動		人的環境因子		個人因子								
		身体状態		認知機能		商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員							
		商品企画者	専門相談員	商品企画者	専門相談員																	
利用者に尋ねる	肯定	67	91	*	41	54	*	71	82	*	73	104	*	65	92	*	51	66	*	45	73	*
	否定	57	18		83	55		53	27		51	5		59	17		73	43		79	36	
利用者の姿勢・動きを見る	肯定	65	100	*	51	71	*	53	74	*	46	67	*	55	73	*	29	36	ns	49	59	*
	否定	59	9		73	38		71	35		78	42		69	36		95	73		75	50	
家族に尋ねる	肯定	65	104	*	61	102	*	68	99	*	68	102	*	68	105	*	61	87	*	59	103	*
	否定	59	5		63	7		56	10		56	7		56	4		63	22		65	6	
居室等の状況から知る	肯定	33	63	*	18	38	*	42	88	*	28	38	ns	28	50	*	16	28	*	20	40	*
	否定	91	46		106	71		82	21		96	71		96	59		108	81		104	69	
ケアマネジャーから聞く	肯定	47	104	*	46	107	*	45	96	*	52	96	*	50	100	*	50	105	*	42	99	*
	否定	77	5		78	2		79	13		72	13		74	9		74	4		82	10	
リハビリ職から聞く	肯定	37	54	*	30	20	ns	29	40	*	33	21	ns	27	19	ns	17	10	ns	16	15	ns
	否定	87	55		94	89		95	69	*	91	88	ns	97	90	ns	107	99	ns	108	94	ns

*:p<0.05 ns:p≥0.05

第2節 考察

商品企画者と専門相談員が重視している情報の2つの違いに着目した。まず、全体的に専門相談員の重視している情報の肯定的回答よりも、商品企画者の肯定的回答が少なかった。その中でも商品企画者は「人的環境因子、個人因子」の情報は重視していなかった。これらの要因について考察を行った。

1) 商品企画者と専門相談員の重視が異なる理由

重視している情報を比較したところ、ICF構成要素のすべてに対して、専門相談員よりも商品企画者は肯定的回答が低かった(表30)。その理由として、次の3つが考えられる(図5)。1つ目として、「マイクロ視点とマクロ視点」の違いである。専門相談員は、個々の利用者に適切な福祉用具の選定と調整を行う必要があるため、「家族の仲が良いか、家族が介助に積極的か」(人的環境因子)、「利用者の性格やライフスタイルはどうであるか」(個人因子)を重視して、利用者の能力だけではなく意欲も考慮した福祉用具の個別機種を選定を行っていると考えられる(マイクロ視点)。他方、商品企画者は複数の利用者をグループ化してから「必要な機能、生産数」を含めた商品企画を行っていると考えられる(マクロ視点)。このため、商品企画者は具体的な介護現場の「個々の情報」ではなく、これらの情報から想定される「利用者グループ」を重視していたため、専門相談員よりも商品企画者の肯定的回答が低かったと考えられる。

2つ目として、「収集方法」に影響を受けている可能性である。利用者、家族だけではなくケアマネジャーやリハビリ職員等から幅広くICF構成要素の情報を収集していたが、商品企画者は専門相談員に比べて全体的に少なかった。「福祉用具開発者が直接に接触し、コミュニケーションすることを許す施設等はほぼない」(表21)、「利用者の意見をダイレクトに伝える仕組みが必要」(表22)等の商品企画者の意見もあることから、利用者や多職種との「接点の少なさ」が影響して、結果的に重視する商品企画者が少なかったことも考えられる。

3つ目として、「市場規模、原価率、ライバル品等の情報」を重視していることである。これらの情報は、福祉用具を工業製品として成立させるために、「どれくらい売れて、どれくらい利益が出るのかや、他社ではなく自社の福祉用具が選ばれるために必要な情報」であるため、商品企画者が必ず重視すると考えられる。しかしながら、本研究の量的調査の質問紙の冒頭に、「利用者やご家族等から情報収集(アセスメント等)をどのように行っているのか」を尋ねる質問であることを明記したため、質問されていない情報の重視が影響したとは考えにくい。

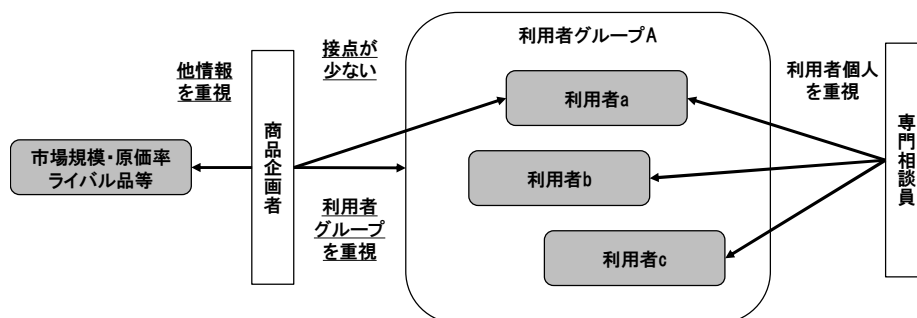


図5 商品企画者と専門相談員の重視が異なる理由

2) 福祉用具産業の市場細分化

商品企画者は「人的環境因子、個人因子」の情報を現時点では重視されていなかったが、今後は重視したいとする傾向があった(調査 2)。商品企画者が重視していなかった理由として2つ挙げる。1 つ目は「重視したかったが、できなかった」ためである。商品企画者の意見として、「あまりこちらが立ち入れない状況がある」、「利用者個別のヒアリングでは時間と手間がかかるため非効率である」(表 21)とあったことから、心理的にも時間的にも情報収集に困難さを感じている可能性がある。そのため、これまでは商品企画者が心身機能・身体構造、物的環境因子等の外見から収集可能な情報を優先するのに対して、外見から収集することが難しく、信頼関係構築が必要な「人的環境因子、個人因子」の情報を重視する優先順位が低かったと考えられる。

2 つ目は「重視する必要性を感じていなかった」ためである。商品企画者に対する量的調査において、回答者には「開発担当、設計担当」も入っていた(表 15-c)。このことから、情報収集する際の着目点として、力や長さ、重さ等の計測しやすい根拠(エビデンス)に偏った可能性が考えられる。他方、専門相談員はすべての ICF 構成要素を重視していたことから、計測が難しい根拠も重視していたことから、「人的環境因子、個人因子」を重視度合の差となったと考えられる。

今後、商品企画者が「人的環境因子、個人因子」の情報を重視する理由のひとつとして、「福祉用具産業の市場細分化」が考えられる。市場細分化³⁴⁾とは、「顧客の特性をもとに、他の顧客グループと異なったニーズを持つ集団を識別すること」である。坂川³⁵⁾は「企業は、市場細分化を行い、標的市場の買い物ニーズを競争相手よりも満たすことによって差別化しようとする」としている。つまり、介護保険制度の開始から約 20 年が経ち、さまざまな福祉用具が登場したことにより、他社との差別化が難しくなってきたことから、これまでは重視してこなかった「人的環境因子、個人因子」の情報にも着目しようとしていると考えられる。つまり、商品企画者は「心身機能・身体構造」等だけではなく、「人的環境因子、個人因子」の情報も今後重視することで、さらに細かな利用者グループのニーズに沿った商品企画を志向していると考えられる。福祉用具産業の市場細分化によって、これまでは企画されなかった福祉用具や、より豊富なバリエーションに対応できる福祉用具が企画されることが期待できる。

福祉用具の商品企画に「人的環境因子、個人因子」の情報が反映されることで、家族との関係性や、性格、趣味嗜好等を反映した多様なニーズに対応できる機能をもつ福祉用具が生産され、利用者の環境的・心理的な適合度が上がると考えられる。具体的には、個人因子の情報である、「色の好み」の比率を調査することで、どのような色の福祉用具を使いたくなるのか(主体的な行動を促すか)がわかったり、人的環境因子の情報である「家族の関係性」を良好に保つために、和室生活をしてきた利用者や家族に対して、より和室に合う福祉用具を提供したりすること等が考えられる。また、個人因子である「ライフスタイル、性格、生活歴」等を調べることで、さまざまな人(性急な性格、新しいものが苦手等)に対応できるようになり、性急な操作や不慣れによる事故を防ぐことができると考える。例えば、性急な操作をする電動車いす利用者の存在がわかれば、最高速度をより細かく制限して事故を未然に防いだり、動作の残り時間が見えるような表示をしたりすることで性急に行動しがちな性格の利用者に対応したりと、検討項目を適切に設定することができると考えられる。つまり、「人的環境因子、個人因子」の質的な情報を福祉用具に反映させることによって、「より細かな顧客(利用者)グループ」に適した福祉用具が生産されることが考えられる。このような「安全で、使いたくなる」福祉用具を利用することで、これまで以上に自立支援と介護負担軽減

減に繋がることを期待できる。

他方、福祉用具貸与で用いられる福祉用具はオーダーメイド(個別対応品)ではなく既製品であるため、製造事業者は、自社製品である福祉用具が想定する利用者グループの数に対する根拠(エビデンス)がなければ、生産数が決まらず、開発、生産に対して意思決定(経営判断)ができないと考えられる。つまり、「人的環境因子、個人因子」の情報の内容(質的な情報)だけではなく、それらの情報がどれくらい市場に存在しているか(量的な情報)を把握することによってはじめて、福祉用具産業の市場細分化が進むと考えられる。「ニーズが多様化し、全体像が見えにくくなっているため、数人へのヒアリングではなく、一定規模の調査が必要である」(表 4)ことや、「その情報が、より多くの人への代弁者であるかどうかを見極めが難しい」、「あらゆる現場の IT 利用能力の低さにより、利用者アンケート等が紙ベースで行われ、データ収集に時間と手間がかかり困る」(表 21)等から、現時点では福祉用具の商品企画に対する「量的な情報」が不十分だと考えていると推察される。つまり、より細かな市場分析に必要な、より多くの「人的環境因子、個人因子」の情報を収集することが商品企画者に求められていると考えられる。

以上のことから商品企画者は、より細かな利用者グループのニーズに対応するために、「どのような機能を有する福祉用具」が必要か、「どれくらいの数量の福祉用具」を生産すれば良いのかを考えるために、「人的環境因子、個人因子」の「質的な情報」と「量的な情報」を必要としていると考えられる。例えば、図 6 に示すように、「心身機能・身体構造a 物的環境因子a 等」の情報が「a」である「利用者グループ A」があった場合を考える。利用者グループ A に対して、これまで重視しなかった「人的環境因子、個人因子」の情報を収集して追加した結果、情報が「b」であるグループと、「c」であるグループが内包されていることがわかれば、「利用者グループ Ab」と「利用者グループ Ac」に細分化することができる。さらに利用者数「m、n」もわかれば、商品企画者は経営者に対して、より細かな利用者グループの根拠が示すことができ、利用者により適した福祉用具が生産される。この結果、福祉用具産業の市場細分化が進むと考えられる。

市場細分化により、大量生産品でありながら、オーダーメイドの福祉用具のように、より個別対応が可能な貸与可能な福祉用具を商品企画する道が拓けると考える。

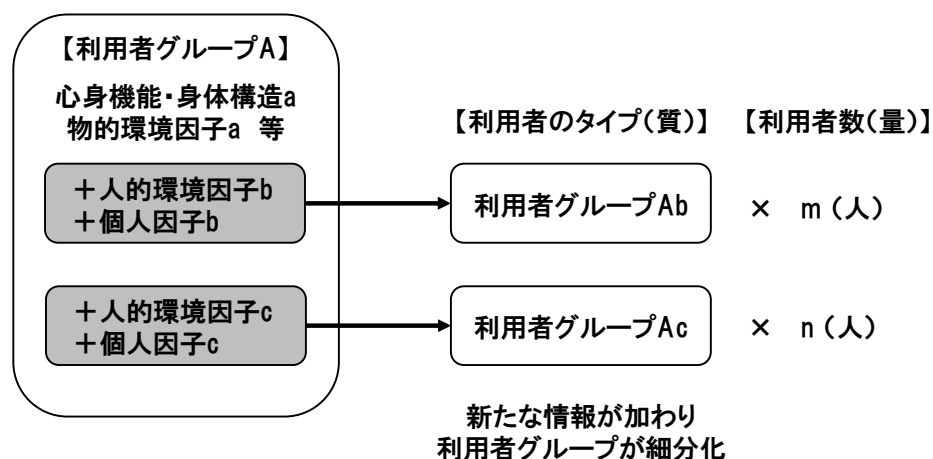


図 6 福祉用具産業の市場細分化の機構(メカニズム)

3) 人的環境因子と個人因子の重要性

福祉用具産業の市場細分化を促す以外に、「人的環境因子、個人因子」の情報の重要性について考えた。本研究では、人的環境因子を「家族等との関係性」と読替え、例示として「利用者と家族の間柄、キーパーソン(主介護者)との関係性を指す」として量的調査の質問紙に明示した。このことから、介護力としての肉体的な面ではなく、「心理面に対する実態」、つまり「生活機能と障害への内的影響」が示されたと考える。商品企画者の意見として、「ご利用者とご家族に同じ質問をした際、それぞれ思い、考え方が違うことがある時があるということがわかった」、「本音なのかが分からない」(表 21)とあったことから、利用者と家族が本音(真のニーズ)を語っているのかを見極めることは難しいと考えられる。商品企画者による「参加(希望)」の収集方法として、「利用者に尋ねる」が 58.9%と最も多かったが、次いで「家族に尋ねる」が 54.8%であった(表 19)。このことから、商品企画者は両者から同じように情報収集しているが、家族の関係性(人的環境因子)を重視していなければ、利用者と家族が互いに本音を言っているのか、遠慮して本音ではないこと(嘘)を言っているのかを判断することは難しい。家族の関係性を重視して、利用者と家族との関係性が良好であるか否かがわかることで、総合的な判断ができ、利用者の「真のニーズ」が理解できるようになると考えられる。石井³⁶⁾はユーザーの生活現場の中からニーズを発掘して福祉用具を開発するためには、「まずユーザーとその介護者とのラポール(信頼関係の構築の形成)をつくることから始める。ラポールがないとユーザーの真の必要性を発見することができない」としている。つまり、「人的環境因子」を重視したうえで、利用者や家族等の発言を解釈しなければ、利用者の「真のニーズ」を反映した福祉用具の商品企画ができない可能性がある。

他方、個人因子に関しては、「個人的な事を知られたくないご家族の方がおられる」(表 22)等とあるように、個人の性格や趣味嗜好等である「個人因子」の情報収集に困難を感じている。しかしどのようなものに興味をもつかといった個人因子もまた重要な因子である。繁成³⁷⁾は「我々が多種多様な食器や自動車の中からどのように選んで購入しているか考えてみると、最終的には心を動かされたものに手を伸ばしている」とし、福祉用具も利用者が「使ってみたい」と情動的に働きかける魅力的なデザインが必要だと指摘している。さらに日本作業療法士協会が自立支援促進に向けた福祉用具活用のあり方についての調査³⁸⁾では、自立支援の観点から特に留意すべき事項として「どのような疾患でも自立支援に向けた福祉用具を無理なく利用できる事が重要と思われる。訪問リハのときだけしか利用しないものは、なかなか自立支援に結びつかない。本人の意欲が重要と思う」とあることから、「意欲」がどれくらいあるのかに対する情報が重視されなければ、適切な福祉用具の選定ができず、自立支援(効果)に結びつかないと考えられる。大橋³⁹⁾は、自立生活支援の考え方とソーシャルワーク実践で、「何にもまして重要なのはサービスを必要としている人の希望や生きがいといった側面を大切にしなければならない」、「福祉サービスを必要としている人の人生を再設計していくこと、新しい人生を紡ぎ、物語を作ることに寄り添うというナラティブが大きな意味を持つ」とし、利用者が主体的に新しい人生をスタートさせる支援の重要性を指摘している。主体的な行動が理解や学習を促すことも脳科学ではわかっている⁴⁰⁾。高齢者にとって、新しい道具を使うことは困難を伴うと考えられるが、使用方法が直感的でわかりやすい等というだけでなく、新しい道具でも使用してみようという主体性を生み出すような仕組みや工夫が福祉用具にあることで、より適切に、より迅速に使用方法を理解するようになると考えられる。これらのことから、利用者の「主体的な利用」を促すためには、個人因子を重視した商品企画が必要だと考えられる。

以上のことから、「福祉用具産業の市場細分化」のためだけではなく、人的環境因子は利用者の「真のニーズ」を反映した福祉用具のために、個人因子は「主体的な利用」を促す福祉用具のために必要な情報だと考える。これらの情報を重視して、収集するための教育研修が必要であるが、「人的環境因子、個人因子」の情報は「内的影響」であることから、利用者や家族、住環境等の外見から収集することは難しいだけでなく、他人に知られたくない(自発的には発しない)、いわば「心」の情報を含んでいると考えられる。このため、商品企画者に対して収集の重要性を理解させる教育研修だけではなく、時間をかけた利用者との信頼関係構築が必要であるが、利用者は主に高齢者であり、認知機能の変化や、福祉用具に必要とされる機能の変化が大きいと、時間的な限界があることも考えられる。他方、商品企画者の約 9 割、専門相談員の約 8 割が「男性」であったが、平均寿命から考えると利用者は「女性」が多く、家族のうち主介護者(キーパーソン)や介護職員も「女性」が多いと考えられることから、性差に起因するコミュニケーションの困難さもあると推察される。このように、利用者に対する直接的な情報収集は限定的になる可能性が高いため、情報収集を補う方法として既に信頼関係が構築されている専門職との連携による情報共有が有効だと考える(図 7)。

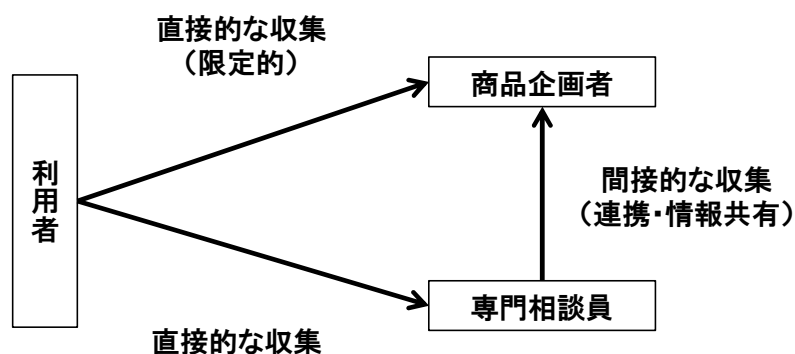


図 7 商品企画者と専門相談員の連携による情報収集方法

4) 貸与計画活用の可能性

商品企画者の約半数は貸与計画を認知していた(表 20)ことから、「人的環境因子、個人因子」の情報収集を補う方法のひとつとして、「貸与計画の活用」が考えられる。2012年に貸与計画の作成が専門相談員に義務化されたことから、福祉用具貸与を利用している「利用者すべての情報」が文字化(形式知化)されており、専門相談員が収集して記載した利用者情報と、選定された福祉用具(個別機種)の情報が貸与計画を通じて収集することができる。つまり、全利用者に関する「どのような環境に生活している、どのような心身機能・身体構造を有する利用者が、どのような目標のために、どのような福祉用具が貸与されたのか」の具体的な情報が、「文字」として存在していることになる。貸与計画には「人的環境因子、個人因子」の情報が多くはないものの、ICF 構成要素すべての情報が掲載されていた⁴¹⁾ことから、貸与計画の内容を分析することで、利用者の全体像に関する情報が得られ、より細かな利用者グループを設定できると考えられる(図 8)。特に商品企画者は「活動」に対して、現在は「どちらでもない」だったが、今後は「とても重視したい」と考えており(表 16、表 17)、貸与計画の「利用目標」欄に最も多く記載されていた(表 9)こと

から、活用できると考えられる。

また、貸与計画は作成が義務化されていることから、大量な情報が存在しており、量的な分析することによって市場における需要数(市場規模)もわかる。分析結果から、市場規模に対してより精度が高い自社のシェア(市場占有率)目標が設定され、生産計画(生産数)を決定することにより、利用者により適した福祉用具が、より適正な単価(価格)で生産できるようになると考えられる。つまり、商品企画者が貸与計画を分析することが、「福祉用具業界の市場細分化」に繋がり、利用者により適した福祉用具が、より適正な価格で提供されると考える。例えば、貸与計画に記載された「心身機能・身体構造、物的環境因子」の情報を用いて、福祉用具の調整幅やオプションの種類に対しても有用な情報が得られる可能性もある。具体的には、貸与計画には物的環境因子(住環境)も記載されることから分析することで、室内用車いすが利用される床面の素材(畳、木材、カーペット等)の比率がわかり、キャスターやタイヤの素材や準備すべきオプション数等が決まってくる。このように、たとえ「人的環境因子、個人因子」の情報が少なかったとしても、福祉用具に必要な機能が、どれくらいの数量必要とされているかがわかるため、製造事業者は生産ロット数(一度に生産するまとまりの数)を高い精度で決めることができる。このため、計画的な生産が実現して、適正な価格に近づくと考えられる。

他方、2018年から福祉用具貸与価格の上限値が個別機種ごとに定められたことから、貸与価格に下降圧力がかかる可能性がある。介護保険請求額を100%とした場合の仕入れに関する費用が占める割合を比較したところ、全体の仕入れに関する費用の割合は、レンタル卸事業者への支払額、減価償却費、非減価償却福祉用具の仕入れ額、いずれも介護保険請求額に対する割合が増加していた⁴²⁾。このため、製造事業者は、原価コスト(材料費や人件費等)を削ることで対応するようになることも経営戦略のひとつとして予想される。要介護認定を受けて、福祉用具貸与サービスが決まってから初めて福祉用具に触れる利用者が多く、「どの福祉用具が良いか、悪いか」の判断が難しいと考えられるため、結果的に「価格」を選択材料とする場合もある。そうなれば「低価格、低機能」の福祉用具が選ばれ、「価格は安い、粗雑な福祉用具」が生産され、福祉用具の品質は下がり、福祉用具産業は長期的には衰退する。介護保険制度の持続可能性を高めるために、給付費を下げることは必要だが、産業構造全体に対して今まで以上に「無理、無駄、斑(ムリ、ムダ、ムラ)」が生じ、福祉用具の品質低下だけではなく、産業力そのものが低下する危険性もある。このような状況にならないようにするためにも、商品企画者や経営者の倫理観に訴えるだけでなく、「どの福祉用具の個別機種が、どれだけの量、必要とされているか」といった市場規模や構造を理解するための適切な情報が必要であり、貸与計画が道具のひとつになり得ると考えられる。

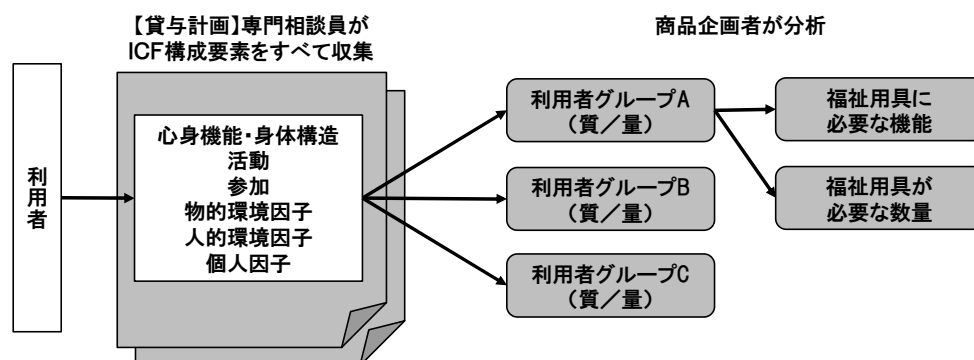


図8 貸与計画を用いた利用者グループの分析

5) 貸与計画活用の課題

商品企画者と専門相談員が貸与計画の利用を通じて連携(情報共有)する際の課題を3つ挙げる。1つ目は、そもそも情報を共有する際の直接的な「誘因(インセンティブ)が少ない」ことである。現在の介護保険制度では、「情報」に対して介護報酬が設定されておらず、「モノ」が動いたときのみ、専門相談員(貸与事業所)は介護報酬を受け取ることができる。また、指定基準等にも情報に関する取り決めがなく、専門相談員が所有している利用者情報を集約するようになっていない(義務化等がされていない)ことから、特に収集が難しい「人的環境因子、個人因子」を記載していなかったと考えられる。

2つ目としては、「個人情報保護」である。「個人情報保護法が足枷になって直接ユーザーと話すことができない」、「個人情報保護の観点から、福祉用具開発者が直接に接触し、コミュニケーションすることを許す施設等はほぼない」(表21)等とあるように、貸与計画への記載だけではなく、利用者情報全般に対して個人情報の保護の観点から情報共有が進んでいないと考えられる。

3つ目は「利用者データが散在」していることである。福祉用具貸与の利用者が年間200万人以上と膨大であるが、介護に関するソフトウェアを比較するサイト⁴³⁾によると、現在16社から福祉用具貸与に関するソフトウェアが市場投入(2018年10月現在)されており、貸与計画の作成ツールは、「ワードやエクセルで作成」している事業所が約5割、「専用ソフトで作成」している事業所が4割弱⁴⁴⁾であり、合計約9割が既に電子データである。つまり、利用者等には紙媒体で渡されている貸与計画も、その多くはデータで入力されていると考えられる。そこで収集される貸与計画の記載内容を電子データで集約することができれば、迅速に分析することもできるが、情報共有の誘因(インセンティブ)が少ないことや、個人情報を含むこと等から貸与計画の情報は各貸与事業所や各専門相談員個人に散在していると考えられる。

さらに専門相談員がICF構成要素のすべての情報を重視していたにも関わらず、貸与計画には「人的環境因子、個人因子」の情報の記載が多くなかった(表9)理由として2つ挙げる。

1つ目としては、貸与計画は「利用者自身に必ず交付」されることである。現時点においては貸与計画に「人的環境因子、個人因子」の情報の記載が少なかったが、その理由のひとつとして「貸与計画は必ず利用者や家族に交付される」ことが考えられる。利用者や家族の個人的な情報やプライバシーに関する情報、利用者や家族を評価したと捉えられた情報を、その本人に渡すことは気分を害し、むしろ信頼関係を破壊する可能性があるため、貸与計画への記載が進んでいないと考えられる。このため、貸与計画の利用を通じた情報共有が実現してもなお、「人的環境因子、個人因子」の情報共有には課題が残る。しかしながら、ここまで述べたとおり「人的環境因子、個人因子」に関する情報は、商品企画者だけではなく、専門相談員の教育研修(ケーススタディー等)においても重要だと考えられる。なぜなら、「人的環境因子、個人因子」の情報は利用者や家族との信頼関係構築が必要であり、経験が少ない専門相談員は情報収集の難しさから、重視しなくなる可能性があるからである。専門相談員の情報収集業務の均一化のために、指定講習等を通じて、「人的環境因子、個人因子」の情報の重要性について教えると同時に、これらの情報を漏れなく収集するためのツールの開発が必要だと考えられる。

2つ目は「暗黙知の表出化が難しい」ことである。20世紀において日本の製造業が次々と新しい製品を企画開発できたことを分析、説明した理論として「組織的知識創造理論」⁴⁵⁾がある。この理論では、経験や勘に基づき言葉などで表現が難しい知識である「暗黙知」と、言葉や図形等で説明・表現できる知識である「形式知」が、「共同化・表出化・連結化・内面化」という4つのプロセスを通じて、互いに変換・移転する

ことによって新しい知識が創造されるとしている。利用者や家族と、商品企画者や専門相談員が介護現場という「場の共有」を通じて、直接的な対話によって暗黙知の共有（共同化）が行われると考えられる。そして、得られた暗黙知を、商品企画者や専門相談員が言葉や文字にすること（表出化）によって初めて、その場にいなかった人々（例えば、開発担当者や設計担当者等）に伝達できる。専門相談員は利用者や家族、住環境を観察することによって知識を得ていることから、「表出化のツール」として貸与計画を用いていると考えられる。しかし、「心身機能・身体構造、活動、参加、物的環境因子」は外見から判断できるか、利用者や家族が自ら語り易い情報（知識）だが、「人的環境因子、個人因子」は外見から判断できず、話しながらない、もしくはうまく表現できない情報であるため、専門相談員は利用者の表情や動き、居室内の雰囲気等といったもの、つまり「暗黙知」を共有していると考えられる。このように、「人的環境因子、個人因子」の情報を暗黙知のまま、関係者が共有していれば、文字等に表出化することで認識のズレや誤解が解消される可能性がある。このように、「人的環境因子、個人因子」は文字等の情報にすることが難しく、文字等にできたとしても共有するためのツールが用意されていないと考える。商品企画者も介護現場に行くことでも暗黙知の表出化は可能であるが、専門相談員に比べて機会が少なく、十分な知識が得られていないと考えられる。

以上のことから、現状のままでは貸与計画の利用に対して、「誘因（インセンティブ）が少ない」、「個人情報保護」、「利用者データが散在」の困難が伴い、たとえ商品企画者が貸与計画を利用できたとしても、「利用者自身に必ず交付」、「暗黙知の表出化が難しい」の課題が残ると考えられる。

6) 貸与計画データベースの提案

そこで本研究の結果を踏まえ、次のような収集方法（ツール）を提案する。それは、利用者から ICF 構成要素のすべてを収集したうえで、利用者には「交付する部分（交付部分）」と、「交付しない部分（不交付部分）」に区別することができる貸与計画を基にしたデータベースの導入である。現状の貸与計画の活用でも、情報共有は可能だと考えられるが、介護人材不足等の喫緊の課題解決のためには、大幅な仕組みの変更が必要だと考えた。まず、既に義務化されている貸与計画を基にすることで、専門相談員に「情報共有する」という意識がなくても、通常業務として行われるため、「誘因（インセンティブ）が少ない」という課題を小さくすることができる。次に、集約された情報を匿名化することで、個人情報保護を行う。さらに、「不交付部分」を分けることで、利用者自身に内容を知らせずに済ませることができる。最後に、散在しているデータに対して「共通化された基盤（プラットフォーム）」をつくることで対応する。

具体的には介護現場の情報収集業務において、専門相談員がスマートフォン等の携帯端末で ICF 構成要素に関する情報を入力して、利用者情報をデータベースに集約する。利用者・家族に対しては「交付部分（心身機能・身体構造、活動、参加、物的環境因子）」のみを手渡す。利用者・家族は「交付部分」を通じて、どのような利用目標に対して、どのような福祉用具が、どのような理由で貸与されたのかが認識、



図9 組織的知識創造理論のモデル
(引用文献 45)

理解できる(現状の貸与計画と同じ機能)。他方、データベースの利用が許諾された専門職(商品企画者を含む)が、匿名化された「交付部分」と「不交付部分(人的環境因子と個人因子)」の両方の情報を用いて、専門職として利用者に提供する医療、福祉等のサービスや、より適した福祉用具の商品企画や教育研修等の業務に集約された情報を活かすことができるようにする。本研究では、このようなデータベースを「貸与計画DB」と呼ぶ(図10)。

また、福祉用具が有していた機能を利用者・家族が十分活用できていたか、活用することによって当初の目的や目標を満足したか等については、「アウトカム評価(成果評価)」をする必要がある。現在、専門相談員に対して、利用者の状態を定期的に観察・記録することである「モニタリング」は義務化されており、貸与後に必ず福祉用具の利用状況を把握することが求められているが、モニタリング結果の「記述」や「アウトカム評価」の義務はない。そこで、モニタリングした結果を貸与計画DBに追記することにより、自動的にアウトカムを評価できる可能性もある。

2018年からは、「複数」の個別機種、つまり選択肢を利用者に提示することが義務化されたことから、自社の対抗品(ライバル品)が何であったかが具体的に記載されている。このことから、貸与計画は差別化戦略を考える上でも重要な情報源にもなり得る。それぞれの個別機種の利用者数がわかれば、自社製品の市場占有率(シェア)もわかり、生産計画に活かすことができる。

貸与計画DBを用いることで、「利用者・家族への貸与計画の交付」、「商品企画者等の多職種が必要とする情報収集」、「福祉用具のアウトカム評価」が同時に行えると考えた。このように、すでに義務化されている仕組みを強化することにより、専門相談員の現行業務を大きく変化させることなく、収集された情報を有効活用することができる。これまでのように、貸与計画を「利用者個人と専門相談員個人」で活用すると「部分最適」にはなるが、福祉用具業界全体の「全体最適」には繋がらない。マイクロ視点で収集した情報を集約したことでできる大量な匿名化情報(ビッグデータ)をマクロ視点で活用することで、「部分最適」の集合としての「全体最適」が実現できると考える。「指定基準の見直し」、「データベースの管理主体」、「運用規約(ルール)の設定」等の新たな課題が生じるが、膨大な利用者情報と貸与された個別機種等の情報ビッグデータの活用によって、これまで以上に利用者の自立支援と介護負担軽減に繋がる福祉用具の生産と流通が実現すると考える。

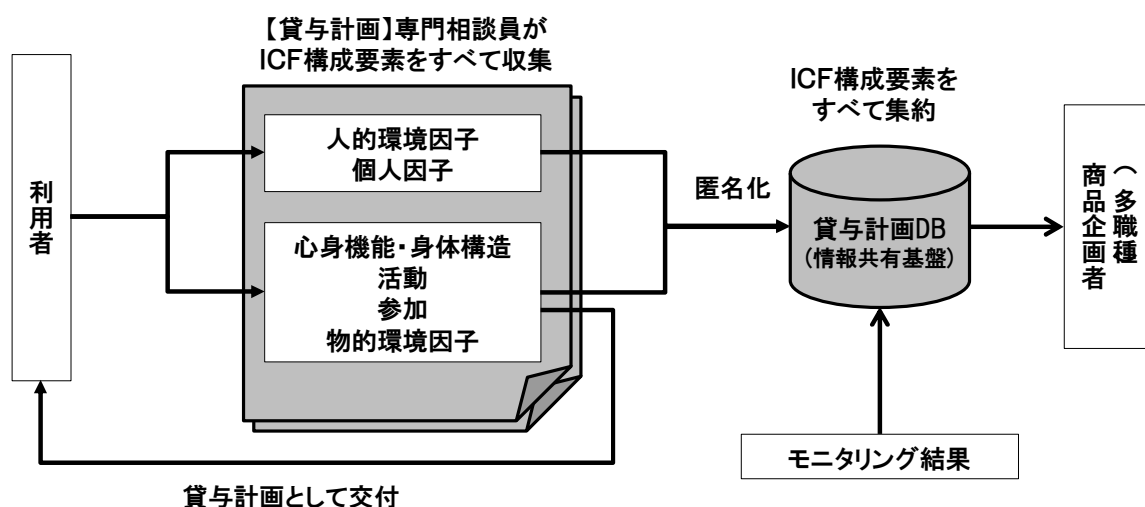


図10 貸与計画DBを用いた提案

7) 生産と流通の連携

1993年に施行された福祉用具法に、「福祉用具の研究開発と普及が相互に連携して行われるように留意しなければならない」(第3条3)と明記され、福祉用具の製造事業者と貸与事業所は互いに連携することが求められている。「連携」とは「連絡を密に取り合って、一つの目的のために一緒に物事をする事(連絡提携)」(大辞林第三版)を意味することから、生産と流通の連絡、つまり「情報共有」の促進が求められている。1999年の通商産業省(当時)・福祉用具産業懇談会報告書⁴⁶⁾では、図11に示すように、利用者のニーズが商品の提供で満足されるプロセスは一般に、「ニーズ、ニーズの把握、開発のコンセプト、開発、生産、流通、利用者、市場評価」のようなプロセスであり、市場評価から新たな(より高度な)ニーズが生まれ、ニーズに戻るというスパイラルを繰り返しながら、より魅力的な商品へと向上していくとしている。また、利用者ニーズを円滑に反映させることによって、商品・産業が育ち、高度なニーズに対応することで優れた商品が生まれ、産業も高度化するとしている。福祉用具の「利用者」から「開発のコンセプト」までの流れを充実すべきだとされている。また、福祉用具流通業のあるべき姿として、「単なるモノの流通だけではなく、福祉用具にまつわる幅広い情報の提供機能も強化しなければ、消費者ニーズに的確に responding することはできない。さらに、福祉用具に対する潜在的な消費者ニーズや事故・トラブル情報等、市場の情報を集約・蓄積し、福祉用具の開発・高度化にフィードバックしていくことも流通業の重要な役割である」としている。

他方、製造事業者の半数が介護現場の不満や要望(ニーズ)を十分収集できていないと考えているという報告(2016年)がある⁴⁷⁾。これらのことから、福祉用具法が施行された1993年から、生産と流通の連携が求められており、近年の介護人材不足を補う手段のひとつとして福祉用具が位置づけられているにも関わらず、20年以上経っても、利用者のニーズが製造事業者十分に伝わらず、情報共有は不十分だと考えられる。このような状態が続くと、利用者のニーズが十分反映されない福祉用具の生産され続ける可能性があり、福祉用具産業における重要課題である。東島⁴⁸⁾は、「(福祉用具)利用者ニーズとの関連でいえば、メーカーと異なり利用者の家まで搬入し、利用者に接している貸与事業者だからこそ、利用者が福祉用具に何を求めているかわかるということはあるだろう。そうした利用者に近いところにいる事業者として、事故情報などを収集し、自治体をはじめ関係機関、メーカーへのフィードバックも流通業としての役割」だとしている。河添⁴⁹⁾は、メーカーにおけるリハビリ職の役割を示している。北欧では、規模の小さなメーカーでも経験のある理学療法士等の専門職が社員として勤務し、使う人を見据えて開発し、利用者に伝える役割を担っているとしている。また、現状の課題として、企画段階では良かったが、最終的な商品になる段階では、製造の容易さ、コスト等に負けて使いづらいものになっていることや、出てきた意見が市場の中で何パーセントを占める意見なのか判断が難しく、それが値段設定や販売個数設定を曖昧にしていると指摘している。

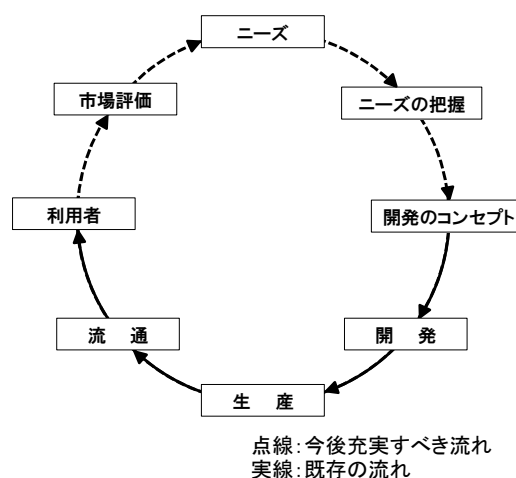


図11 産業化サイクル(引用文献46)

本研究に示したとおり、専門相談員が作成した貸与計画を基にした「貸与計画 DB」を商品企画者が活用することによって、福祉用具法や先行研究が求めている「生産と流通の連携」が加速すると考えられる。

生産(商品企画者)と流通(専門相談員)がこれまで以上に情報共有することにより、福祉用具の利用者に対する「必要な機能(質的信息)」と「市場規模(量的情報)」が、さらに細かく、明らかになり、「ムリ、ムダ、ムラ」のない福祉用具供給が可能になると考える。さらに介護保険費の抑制に伴う福祉用具の「低機能化」を回避するためにも情報共有は必須だと考える。このように、情報共有が福祉用具産業の市場細分化を促し、個々の福祉用具の質的向上と産業高度化に繋がり、介護人材不足解消や事故防止、介護保険制度の持続可能性を高めることが期待される(図 12)。

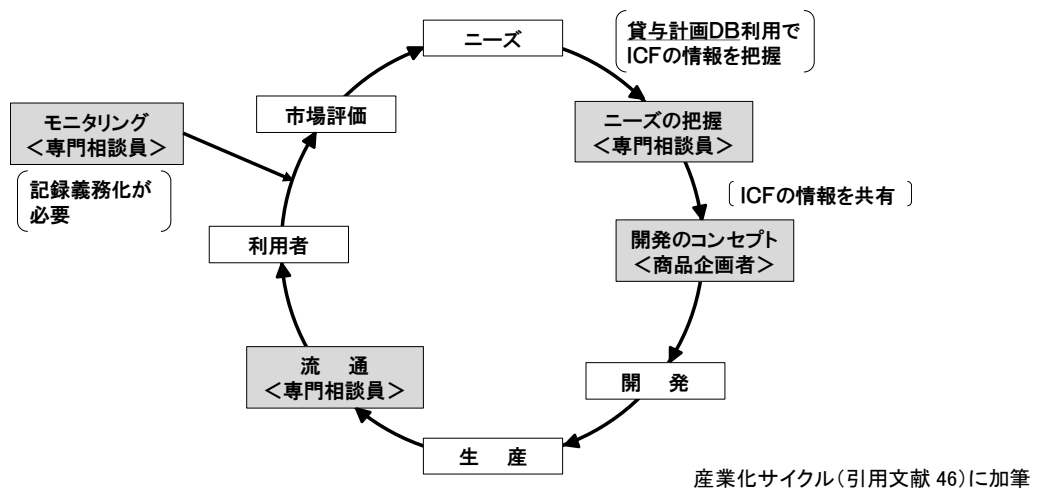


図 12 貸与計画 DB による産業化サイクルの促進提案

第6章 結語

第1節 結論

1. 商品企画者は「心身機能・身体構造、活動、参加、物的環境因子」の情報を重視していたが、「人的環境因子、個人因子」の情報は重視していなかった。専門相談員は「心身機能・身体構造、活動、参加、物的環境因子、人的環境因子、個人因子」のすべてを重視していたことから、商品企画者と専門相談員が重視する福祉用具貸与利用者の情報に違いがあることが明らかになった。
2. 商品企画者は内的影響である「人的環境因子、個人因子」の情報を重視していなかったが、今後は重視したいとする傾向があったことから、貸与計画を通じた専門相談員との連携を強めることで、「人的環境因子、個人因子」の情報収集に繋がり、福祉用具産業の市場細分化が進み、より利用者に適した福祉用具の生産が期待される。

第2節 本研究の限界と課題

本研究は、共通の概念として、ICF の概念を用いたが、制度やさまざまなステークホルダー等、商品企画者と専門相談員が重視していると考えられる情報について尋ねなかった。このため、両者の ICF の概念以外の情報も含んだうえで、最も重視している情報について明らかにできていない。

調査項目作成のために、複数の方に対してインタビューをすることができなかった。そのため、今回の被験者の主観に依存する部分が多くあると考えられる。また、商品企画者と専門相談員の比較を前提とした質問紙作成であったにも関わらず、選択肢の細かな違い等が残ったため、回答に影響した可能性は否定できない。さらに、量的調査の回収率が 2~3 割程度であったため、今後はより工夫をして、回収数を増加させたい。

謝辞

本論文の作成にあたり、質問紙調査の御協力をご快諾いただいた全国の製造事業者、福祉用具貸与事業所の皆様に心から感謝いたします。また、日進医療器株式会社開発部長兼商品企画室長・亀野敏志様、全国福祉用具専門相談員協会理事長・岩元文雄様をはじめ多くの皆様には、ご多忙にもかかわらず長時間ご協力いただき深謝いたします。

終始丁寧に御指導賜った東畠弘子教授ならびに出口弦舞准教授に感謝いたします。また、高橋泰先生には特別に御指導賜り深謝いたします。また、東畠研究室の先輩、後輩、元同期の皆様には常に刺激的な議論をいただき、精神的にも支えられました。最後に、社会人大学院生として修士課程、博士課程の計5年間以上を支えてくれた家族等、お世話になったすべての方々に改めて感謝申し上げます。ありがとうございました。

文献

(引用文献)

1. 社会福祉法人善光会サンタフェ総合研究所.スマート介護士公式テキスト.東京:実業之日本社 2018
2. 東島弘子.介護保険制度における福祉用具貸与事業.東京:中央法規出版 2006:10
3. 厚生労働省.介護保険事業状況報告 2000,2015
4. 経済産業省.平成 29 年度製品事故動向について(データ集) 2018
5. 厚生労働省老健局高齢者支援課長通知(老高発 1019 第 1 号、老老発 1019 第 1 号) 2017
6. 厚生労働省.社会保障審議会(平成 29 年 6 月 21 日)参考資料 1 2017
7. シルバーサービス振興会.福祉用具貸与サービスの質的向上及びマネジメント手法に関する調査研究事業 2010:42
8. 一般社団法人日本科学技術連盟サイト(www.juse.or.jp).2019/2/26 閲覧
9. 経済産業省.経済産業省における医療機器産業政策について 2018
10. 東島弘子,加島守.明解!福祉用具サービス計画の手引き.第 1 版.東京:簡井書房 2013:23
11. 東島弘子.介護保険制度下の福祉用具事業.第 1 版.東京:研成社 2015:60
12. 一般財団法人日本科学技術連盟サイト(www.juse.or.jp).2019/2/26 閲覧
13. 厚生労働省.福祉用具・介護ロボット開発の手引き 2013
14. 厚生労働省老健局高齢者支援課・経済産業省製造産業局産業機械課.ロボット技術の介護利用における重点分野(改訂) 2017
15. 小林宏気.福祉用具の製造・レンタル卸・貸与事業所間の情報伝達に関する調査研究.国際医療福祉大学大学院修士論文 2016
16. 浅野嘉延,林田正雄,鮫島浩昭,中島浩二.高齢者施設の現場ニーズに基づいた福祉用具の共同開発.西南女学院大学紀要 Vol.19 2015
17. 宮森達夫.テクノエイド開発と理学療法士の職域.理学療法学第 33 巻第 4 号 2006:240-242
18. 新井文武.シルバーカーと歩行車の製品開発プロセス.バイオメカニズム学会誌 Vol.39,No.3 2015:151-154
19. 三好泉,金谷公彦,清水秀紀,秋田文彦,鈴木紀子.介護職におけるホスピタリティの重要性に関する検討.東京都立産業技術研究所研究報告第 2 号 1999:75-80
20. 畠山卓朗,鎌田一雄,春田正男,岡本明.福祉機器と使用者との整合化に関する一考察.電子情報通信学会技術研究報告. HCS, ヒューマンコミュニケーション基礎 99(10) 1999:1-10
21. 通商産業省機械情報産業局医療・福祉機器産業室.福祉用具産業懇談会報告書 1999
22. テクノエイド協会.効果的な支援機器の開発・普及に向けたネットワーク推進事業報告書 2009
23. 一般社団法人全国福祉用具専門相談員協会.福祉用具サービス計画作成ガイドライン 2014
24. 一般社団法人日本福祉用具供給協会.福祉用具貸与サービス事業所におけるサービスプロセス及び価格設定ガイドライン 2017
25. 田川則子.福祉用具選定における介護支援専門員と福祉用具貸与事業者との関わりに関する研究.日本福祉大学経済論集(特別号) 2004:149-190
26. 小林宏気.福祉用具の選定の際に専門相談員が重視する情報に関する調査研究—貸与計画の記載から考える—.日本介護経営学会誌 2017
27. 寺光鉄雄.能力分析からみる福祉用具貸与事業者の職務と養成カリキュラムについての考察.国際

- 医療福祉大学大学院修士論文 2012
28. 一般社団法人全国福祉用具専門相談員協会.福祉用具利用後の状況確認(モニタリング)から見える、製品使用の不具合に関する調査研究報告書 2011
 29. 厚生労働省「国際生活機能分類」(日本語版) <https://www.mhlw.go.jp/houdou/2002/08/h0805-1.html> 2018年10月15日参照
 30. 大川弥生.「よくする介護」を実践するためのICFの理解と活用.第1版.東京:中央法規出版 2009
 31. 心光世津子,遠藤淑美,諏訪さゆり.精神看護学実習のためのICFの視点を取り入れた看護過程自己評価表の開発.日本精神保健看護学会誌 Vol.19, No.1 2010:pp74-83
 32. 大橋謙策.ICFの視点に基づくケアマネジメントと福祉用具の活用 2014
 33. 勝田由美子.介護保険制度下で福祉用具貸与事業所が行う住宅改修の体制について.国際医療福祉大学大学院修士論文 2016
 34. 伊丹敬之,加護野忠男.ゼミナール経営学入門.東京:日本経済新聞社 1989:57
 35. 坂川裕司.小売フォーマット開発の分析枠組.北海道大学経済学研究.2011:60-4
 36. 石井賢俊.福祉用具のデザイン.家庭科資料 49号.東京:実教出版 2012
 37. 繁成剛.福祉用具のデザイン総論.日本義肢装具学会誌 Vol.32No.1 2016:3-8
 38. 一般社団法人日本作業療法士協会.自立支援促進に向けた福祉用具活用のあり方調査報告書 2012
 39. 仁木和久.アクティブ・ラーニングの脳科学:人間固有の「行為」と「行為の学習と記憶」の視点から.主体的学び(5) 2017:17-34
 40. 大橋謙策.ICFの視点に基づくケアマネジメントと福祉用具の活用 2014
 41. 小林宏気.福祉用具の選定の際に専門相談員が重視する情報に関する調査研究—貸与計画の記載から考える—.日本介護経営学会誌 2017
 42. 厚生労働省.第170回社会保障審議会介護給付分科会(介護報酬改定検証・研究委員会資料) 2019
 43. 介護ソフトナビ <http://www.kaigosoftnavi.com/> 2018年10月15日参照
 44. 一般社団法人全国福祉用具専門相談員協会.福祉用具サービス計画導入による福祉用具サービスの質の向上に関する調査研究事業報告書 2013
 45. 野中郁次郎,竹内弘高.知識創造企業.東京.東洋経済新報社 1996
 46. 通商産業省機械情報産業局医療・福祉機器産業室.福祉用具産業懇談会報告書 1999
 47. 小林宏気.福祉用具の製造・レンタル卸・貸与事業所間の情報伝達に関する調査研究.国際医療福祉大学大学院修士論文 2016
 48. 東畠弘子.介護保険制度下の福祉用具事業.第1版.東京:研成社 2015:100
 49. 河添竜志郎.生活動作を実現するテクノエイド開発の動向とその活用について.理学療法学第33号 第4号 2006:243-244

(参考文献)

- ・ 一般社団法人シルバーサービス振興会.六訂 専門相談員研修用テキスト.東京:太洋社 2012
- ・ 山本澄子,谷浩明,勝平純司,下井俊典,窪田聡.すぐできる!リハビリテーション統計.東京.南江堂 2012
- ・ 菅民郎.アンケート分析入門.東京:オーム社.2018

添付資料

- インタビューガイド(商品企画者)
- インタビューガイド(専門相談員)
- 質問紙「福祉用具製造事業者の商品企画担当者の情報収集に関する実態調査」
- 質問紙「福祉用具専門相談員の情報収集に関する実態調査」
- 福祉用具貸与計画「ふくせん 福祉用具サービス計画書」

注)ふくせん:全国福祉用具専門相談員協会

2017年6月28日

インタビューガイド

福祉用具企画開発の調査について、御社従業員(企画開発担当)に対する現在の指導や教育についてお聞きします。

1. アセスメントの際、利用者や家族、環境などの、どのような点に注目(着眼)させていますか？
2. その注目(着眼)点に対する情報をどのように入手させていますか？
3. その入手した情報をどのように伝達させていますか？
4. これらの注目点、入手方法、伝達方法について、今後は更にどのような指導・教育が必要だとお考えですか？

インタビューガイド

福祉用具貸与のアセスメントについて、御社従業員(福祉用具専門相談員)に対する現在の指導や教育についてお聞きします。

1. アセスメントの際、利用者や家族、環境などの、どのような点に注目(着眼)させていますか？
2. その注目(着眼)点に対する情報をどのように入手させていますか？
3. その入手した情報をどのように伝達させていますか？
4. これらの注目点、入手方法、伝達方法について、今後は更にどのような指導・教育が必要だとお考えですか？

【2】利用者の**身体状態**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「身体状態」とは、筋力低下等のことを指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【3】利用者の**住環境**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「住環境」とは、段差の有無、廊下の幅等を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【4】利用者の**認知機能**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「認知機能」とは、認知症の有無や、こちらの問掛け等を理解しているかどうかを指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【5】利用者の**希望**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「希望」とは、利用者が福祉用具を使って実現したいこと(散歩、旅行等)を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【6】利用者の**している活動**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「している活動」とは、食事や排せつ・移動等、毎日の実生活の中で行っている活動を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【7】利用者の**家族等との関係性**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「家族等との関係性」とは、利用者と家族の間柄、キーパーソン(主介護者)との関係性を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【8】利用者の**性格等**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「性格等」には、利用者の性格がわかるエピソードや嗜好(好み)等を含みます。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	6) 何もしていない	7) リハビリ職から聞く	
8) レンタル卸から聞く	9) 福祉用具専門相談員から聞く	10) その他(具体的に:)

【9】情報収集をする際に以下の各要素を、**現在**どれくらい**重視**されていますか？ また、**今後**はどれくらい**重視**したいですか？

《それぞれの項目に対して、どれか1つ》

要素	【現在】とても重視している ←					→ 全く重視していない						
	【今後】とても重視したい ←					→ 全く重視しない						
例	【現在】	5	4	3	2	1	【今後】	5	4	3	2	1
利用者の身体状態	【現在】	5	4	3	2	1	【今後】	5	4	3	2	1
利用者の認知機能	【現在】	5	4	3	2	1	【今後】	5	4	3	2	1
利用者の住環境	【現在】	5	4	3	2	1	【今後】	5	4	3	2	1
利用者のしている活動	【現在】	5	4	3	2	1	【今後】	5	4	3	2	1

右上につづく

要素	【現在】とても重視している ←			→ 全く重視していない	
	【今後】とても重視したい ←			→ 全く重視しない	
利用者の希望	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
利用者の家族等との関係性	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
利用者の性格	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
家族の希望	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
ケアマネジャーの意見	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
リハビリ職の意見	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
貸与事業所の意見	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
自社営業担当者の意見	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
レンタル卸(営業担当)の意見	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1
レンタル卸(メンテナンス担当)の意見	【現在】 5	4	3	2	1
	【今後】 5	4	3	2	1

【10】収集した**言葉・文字等**(言語情報)から、新商品の企画に必要な情報を十分得られていると思いますか? 《どれか1つ》

- 1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【11】収集した**姿勢・動き等**(非言語情報)から、新商品の企画に必要な情報を十分得られていると思いますか? 《どれか1つ》

- 1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【12】得られた情報を新商品の企画に十分**利用**できていると思いますか? 《どれか1つ》

- 1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【13】情報収集の際、どのようなきっかけで**気づき**を得たことがありますか? 《それぞれの項目に対して、どれか1つ》

「気づき」とは、書面の情報だけでなく下記のような場面で気がついて、より良い商品企画をしたことを指します。

項目	とてもあった	ややあった	どちらでもない	あまりなかった	全くなかった
利用者と家族の会話を聞いたとき	5	4	3	2	1
利用者の姿勢・動きを見たとき	5	4	3	2	1
利用者の表情を見たとき	5	4	3	2	1
家族と雑談をしたとき	5	4	3	2	1
家族の表情を見たとき	5	4	3	2	1
ケアマネジャーとの雑談で	5	4	3	2	1
福祉用具専門相談員との雑談で	5	4	3	2	1
レンタル卸(営業担当)との雑談で	5	4	3	2	1
レンタル卸(メンテナンス担当)との雑談で	5	4	3	2	1
自社営業担当者との雑談で	5	4	3	2	1
居室等の状況を見たとき	5	4	3	2	1
居室等の音を聞いたとき	5	4	3	2	1
居室等の匂いを嗅いだとき	5	4	3	2	1
居室等の床面等を触ったとき	5	4	3	2	1

【14】得られた**気づき**を、新商品の企画に十分**利用**できていると思いますか? 《どれか1つ》

- 1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

Ⅲ. 新商品の企画のために、御社で**今後**重視したいことについてお尋ねします。

【15】御社の商品「企画力」と「技術力」についてどのようにお考えですか？ 当てはまるものを選んでください。

《それぞれの項目に対して、どれか1つ》

この場合の「企画力」とは、情報を収集して、課題を見つけ出して、新商品の企画を立案する力を指します。

項目	強い	やや強い	どちらでもない	やや弱い	弱い
企画力	5	4	3	2	1
技術力	5	4	3	2	1

【16】**今後**、新商品を企画するために**重視**したいことは何ですか？ 当てはまるものを選んでください。《複数回答可》

1) 利用者・家族からの情報収集	2) 学識経験者からの情報収集	3) 論文・公的研究機関等からの情報収集
4) 商品企画担当者の能力向上	5) 自社の技術力の向上	6) 他社メカ-(IT・AI等ソフト系)との連携
7) 他社メカ-(機構等ハード系)との連携	8) 貸与事業所との連携	9) レンタル卸との連携
10) 公的研究機関等との連携	11) ケアマネジャーとの連携	12) その他(具体的に:)

Ⅳ. 福祉用具貸与計画（福祉用具サービス計画）についてお尋ねします。

※現在、介護保険の福祉用具貸与において、利用目標や福祉用具の選定理由等を記載する福祉用具貸与計画を利用者毎に福祉用具専門相談員が作成することが**義務付け**られています。

【17】福祉用具貸与計画がどのようなものであるかをご存知ですか？ 《どれか1つ》

1) よく知っている	2) 少し知っている	3) どちらともいえない	4) あまり知らない	5) 全く知らない
------------	------------	--------------	------------	-----------

【18】福祉用具貸与計画を**入手**していますか？ 《どれか1つ》

1) している	2) していない	3) 今はしていないが、今後はしたい	4) 今後もしたくない
---------	----------	--------------------	-------------

【19】福祉用具貸与計画を新商品の企画に**利用**していますか？ 《どれか1つ》

1) している	2) していない	3) 今はしていないが、今後はしたい	4) 今後もしたくない
---------	----------	--------------------	-------------

Ⅴ. 福祉用具の商品企画の情報収集全般についてお聞きします。

【20】あなたが商品企画において利用者等から情報を得るために、どのような**仕組み**や**考え方**が必要だと思いますか？ ご自由にお書きください。

【21】情報を得たり、伝えたりする際に**困っている**ことや、**良かった**と感じたこと等をご自由にお書きください。

アンケートは以上です。長時間まことにありがとうございました。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、ご回答いただいたアンケート用紙を返信用封筒に入れていただき、2017年**9月4日(月)**までにご投函いただきますようお願いいたします。

皆様からいただいた“生の声”を、ご利用者やご家族にとって、より良い福祉用具の供給や企画の仕組みづくりにつながるようにしたいと考えております。

福祉用具専門相談員の情報収集に関する実態調査

本アンケート調査は、皆様が福祉用具**選定**の際に、**新規のご利用**に対してご利用者やご家族等から情報収集（アセスメント等）をどのように行っているのかを教えてください。無記名ですので率直にお書きください。

I. ご自身とお勤めの事業所についてお伺いします。該当するものに○、または（ ）にご記入ください。

【1】性別は？

- 1) 男性 2) 女性

【2】年齢は？

()歳

【3】貸与事業所内での**お立場**を教えてください。《複数回答可》

- 1) サービス提供者 2) 管理者 3) 教育担当者 4) その他(具体的に:)

【4】福祉用具専門相談員以外の**所有資格**をお持ちですか？《複数回答可》

- 1) 福祉住環境コーディネーター 2) 福祉用具プランナー 3) 介護福祉士 4) 社会福祉士 5) ケアマネジャー
6) ホームヘルパー・介護職員初任者研修修了者等 7) 福祉用具選定士 8) その他(具体的に:)

【5】福祉用具専門相談員としての**経験年数**はどれくらいですか？(専門相談員として従事された年数の合算)《どれか1つ》

- 1) 1年未満 2) 1～3年未満 3) 3～5年未満 4) 5～10年未満 5) 10～15年未満 6) 15年以上

【6】あなたが担当する**利用者数**は何人くらいですか？(月平均)《どれか1つ》

- 1) 50人未満 2) 50～80人未満 3) 80～100人未満 4) 100～150人未満 5) 150人以上

【7】**新規**に利用者や家族等から情報収集をする際の**時間**はおよそどれくらいですか？

約()分

【8】**新規**に福祉用具サービス計画書を作成する**時間**はおよそどれくらいですか？

約()分

【9】現在お勤めの事業所で**併設**しているサービスはありますか？《複数回答可》

- 1) 特定福祉用具販売 2) 私費用具販売 3) 私費レンタル 4) 住宅改修 5) 居宅介護支援事業
6) 訪問介護 7) 上記以外の在宅サービス 8) ない 9) その他(具体的に:)

II. ここからは新規利用者の福祉用具の選定の際に、福祉用具の種類やご利用者の状態に関わらず**共通して**、集めている情報やその方法についてお尋ねします。(車いす選定という具体的なお尋ねはⅢにあります)

【1】**新規**(初対面)の利用者から情報を得る際に、どのようなことに**気をつけて**いますか？《複数回答可》

- 1) 話し方 2) 聞く姿勢 3) 服装や身だしなみ 4) マナーやエチケット
5) 事前の情報収集 6) できる限りケアマネと同行する 7) 特にない 8) その他(具体的に:)

【2】利用者の**身体状態**を知るために、何をされていますか？《複数回答可》

「身体状態」とは、筋力低下等のことを指します。

- 1) 利用者尋ねる 2) 利用者の姿勢・動きを見る 3) 家族尋ねる 4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く 6) 居室等の状況から知る(見る・聴く・触る・匂う) 7) 何もしていない
8) リハビリ職から聞く 9) かかりつけ医から聞く 10) その他(具体的に:)

【3】利用者の**住環境**を知るために、何をされていますか？《複数回答可》

「住環境」とは、段差の有無、廊下の幅等を指します。

- 1) 利用者尋ねる 2) 利用者の姿勢・動きを見る 3) 家族尋ねる 4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く 6) 居室等の状況から知る(見る・聴く・触る・匂う) 7) 何もしていない
8) リハビリ職から聞く 9) かかりつけ医から聞く 10) その他(具体的に:)

裏面につづく→

【4】利用者の**認知機能**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「認知機能」とは、認知症の有無や、こちらの問掛け等を理解しているかどうかを指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く	6) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	7) 何もしていない	
8) リハビリ職から聞く	9) かかりつけ医から聞く	10) その他(具体的に:)

【5】利用者の**希望**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「希望」とは利用者が福祉用具を使って実現したいこと(散歩、旅行等)を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く	6) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	7) 何もしていない	
8) リハビリ職から聞く	9) かかりつけ医から聞く	10) その他(具体的に:)

【6】利用者の**している活動**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「している活動」とは、食事や排せつ・移動等、毎日の実生活の中で行っている活動を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く	6) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	7) 何もしていない	
8) リハビリ職から聞く	9) かかりつけ医から聞く	10) その他(具体的に:)

【7】利用者の**家族等との関係性**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「家族等との関係性」とは、利用者と家族の間柄、キーパーソン(主介護者)との関係性を指します。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く	6) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	7) 何もしていない	
8) リハビリ職から聞く	9) かかりつけ医から聞く	10) その他(具体的に:)

【8】利用者の**性格等**を知るために、何をされていますか？ 《複数回答可》

「性格等」には、利用者の性格がわかるエピソードや嗜好(好み)等を含みます。

1) 利用者に尋ねる	2) 利用者の姿勢・動きを見る	3) 家族に尋ねる	4) ケアマネジャーから聞く
5) ヘルパーから聞く	6) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う)	7) 何もしていない	
8) リハビリ職から聞く	9) かかりつけ医から聞く	10) その他(具体的に:)

【9】福祉用具選定をする際に以下の各要素を、どれくらい**重視**されていますか？ 《それぞれの項目に対して、どれか1つ》

項目	とても重視している	やや重視している	どちらでもない	あまり重視していない	全く重視していない
例	5	④	3	2	1
利用者の身体状態	5	4	3	2	1
利用者の認知機能	5	4	3	2	1
利用者の住環境	5	4	3	2	1
利用者のしている活動	5	4	3	2	1
利用者の希望	5	4	3	2	1
利用者の家族等との関係性	5	4	3	2	1
利用者の性格	5	4	3	2	1
家族の希望	5	4	3	2	1
ヘルパーの意見	5	4	3	2	1
ケアマネジャーの意見	5	4	3	2	1
リハビリ職の意見	5	4	3	2	1
かかりつけ医の意見	5	4	3	2	1
サービス担当者会議の内容	5	4	3	2	1

【10】収集した**言葉、文字等**(言語情報)から、選定に必要な情報を十分得られていると思いますか？ 《どれか1つ》

1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【11】収集した**姿勢・動き等**(非言語情報)から、選定に必要な情報を十分得られていると思いますか？ 《どれか1つ》

1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【12】得られた情報をケアマネジャーに**伝える**とき、どのようにされていますか？ 《それぞれの項目に対して、どれか1つ》

項目	必ずしている	時々している	どちらともいえない	あまりしていない	全くしていない
例	5	④	3	2	1
聞いたことを言葉(会話)で	5	4	3	2	1
聞いたことを文字(書面)で	5	4	3	2	1
聞いたことをイラスト等で	5	4	3	2	1
見たり感じたりしたことを言葉(会話)で	5	4	3	2	1
見たり感じたりしたことを文字(書面)で	5	4	3	2	1
見たり感じたりしたことをイラスト等で	5	4	3	2	1
見たり感じたりしたことをたとえ話で	5	4	3	2	1

【13】得られた情報は、選定に十分**利用**できていると思いますか？ 《どれか1つ》

1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【14】福祉用具選定の際、どのようなきっかけで**気づき**を得たことがありますか？ 《それぞれの項目に対して、どれか1つ》

「気づき」とは、書面の情報だけではなく下記のような場面で気がついて、より良い選定をしたことを指します。

項目	とてもあった	ややあった	どちらでもない	あまりなかった	全くなかった
例	5	④	3	2	1
利用者と家族の会話を聞いたとき	5	4	3	2	1
利用者の姿勢・動きを見たとき	5	4	3	2	1
利用者の表情を見たとき	5	4	3	2	1
家族と雑談をしたとき	5	4	3	2	1
家族の表情を見たとき	5	4	3	2	1
ケアマネジャーと雑談をしたとき	5	4	3	2	1
ヘルパーと雑談をしたとき	5	4	3	2	1
居室等の状況を見たとき	5	4	3	2	1
居室等の音を聞いたとき	5	4	3	2	1
居室等の匂いを嗅いだとき	5	4	3	2	1
居室等の床面等を触ったとき	5	4	3	2	1

【15】得られた気づきを、ケアマネジャーに十分**伝えて**いると思いますか？ 《どれか1つ》

1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

【16】得られた気づきを、選定に十分**利用**できていると思いますか？ 《どれか1つ》

1) 大変そう思う 2) ややそう思う 3) どちらともいえない 4) ややそう思わない 5) 全くそう思わない

Ⅲ. 新規利用者の車いすの選定の際に、重視していることについてお聞きします。

【17】車いすの選定の際に、**重視**していることは何ですか？ 《複数回答可》

- | | | | |
|---------------|------------------|----------------|---------------|
| 1) 利用者の身体状態 | 2) 利用者の認知機能 | 3) 利用者の住環境 | 4) 利用者のしている活動 |
| 5) 利用者の希望 | 6) 利用者の家族等との関係性 | | 7) 利用者の性格 |
| 8) 家族の希望 | 9) ヘルパーの意見 | 10) ケアマネジャーの意見 | 11) リハビリ職の意見 |
| 12) かかりつけ医の意見 | 13) サービス担当者会議の内容 | 14) その他(具体的に: |) |

【18】車いすの選定の際に、**重視**している情報**収集**方法は何か？ 《複数回答可》

- | | | | |
|--------------|----------------------------|---------------|----------------|
| 1) 利用者尋ねる | 2) 利用者の姿勢・動きを見る | 3) 家族尋ねる | 4) ケアマネジャーから聞く |
| 5) ヘルパーから聞く | 6) 居室等の状況から知る(視る・聴く・触る・匂う) | | 7) 何もしていない |
| 8) リハビリ職から聞く | 9) かかりつけ医から聞く | 10) その他(具体的に: |) |

【19】車いすの選定の際にケアマネジャーに対して、**重視**している情報**伝達**方法は何か？ 《複数回答可》

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| 1) 聞いたことを言葉(会話)で伝える | 2) 聞いたことを文字(書類等)で伝える |
| 3) 見たり感じたりしたことを言葉(会話)で伝える | 4) 見たり感じたりしたことを文字(書類等)で伝える |
| 5) 聞いたことをイラスト等で伝える | 6) 見たり感じたりしたことをイラスト等で伝える |
| 7) 見たり感じたりしたことを例え話で伝える | 8) その他(具体的に: |

Ⅳ. 福祉用具の改良や製品開発と情報収集についてお聞きします。

【20】あなたが選定のために利用者等から得た情報を、福祉用具の改良や新製品開発に活かすためには、どのような**仕組み**や**考え方**が必要だと思いますか？ **メーカーに伝えたいこと**等、ご自由にお書きください。

【21】利用者の情報を得たり、伝えたりする際に**困っている**ことや、**良かった**と感じたこと等をご自由にお書きください。

アンケートは以上です。長時間まことにありがとうございました。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、ご回答いただいたアンケート用紙を返信用封筒に入れていただき、2017年**2月10日(金)**までにご返送いただきますようお願いいたします。

皆様からいただいた“生の声”を、ご利用者やご家族にとって、より良い福祉用具の供給や開発の仕組みづくりにつながるようにしたいと考えております。

(研究者)
国際医療福祉大学大学院
医療福祉学研究科 保健医療学専攻
福祉支援工学分野
博士課程1年 小林 宏気
(16s3019@giuhw.ac.jp)

ふくせん 福祉用具サービス計画書 (基本情報)

管理番号	
作成日	
福祉用具 専門相談員名	

フリガナ		性別		生年月日		年齢		要介護度		認定期間	
利用者名	様			M・T・S 年 月 日						～	
住所								TEL			
居宅介護支援事業所								担当ケアマネジャー			

相談内容	相談者	利用者との続柄	相談日
ケアマネジャーとの相談記録			ケアマネジャーとの相談日

身体状況・ADL		(年 月) 現在	
身長	cm	体重	kg
寝返り	<input type="checkbox"/> つかまらな い いで できる	<input type="checkbox"/> 何かにつか まれば できる	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> できない
起き上がり	<input type="checkbox"/> つかまらな い いで できる	<input type="checkbox"/> 何かにつか まれば できる	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> できない
立ち上がり	<input type="checkbox"/> つかまらな い いで できる	<input type="checkbox"/> 何かにつか まれば できる	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> できない
移乗	<input type="checkbox"/> 自立 (介助なし)	<input type="checkbox"/> 見守り等	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> 全介助
座位	<input type="checkbox"/> できる	<input type="checkbox"/> 自分の手で支 えれば できる	<input type="checkbox"/> 支えてもらえ れば できる <input type="checkbox"/> できない
屋内歩行	<input type="checkbox"/> つかまらな い いで できる	<input type="checkbox"/> 何かにつか まれば できる	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> できない
屋外歩行	<input type="checkbox"/> つかまらな い いで できる	<input type="checkbox"/> 何かにつか まれば できる	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> できない
移動	<input type="checkbox"/> 自立 (介助なし)	<input type="checkbox"/> 見守り等	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> 全介助
排泄	<input type="checkbox"/> 自立 (介助なし)	<input type="checkbox"/> 見守り等	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> 全介助
入浴	<input type="checkbox"/> 自立 (介助なし)	<input type="checkbox"/> 見守り等	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> 全介助
食事	<input type="checkbox"/> 自立 (介助なし)	<input type="checkbox"/> 見守り等	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> 全介助
更衣	<input type="checkbox"/> 自立 (介助なし)	<input type="checkbox"/> 見守り等	<input type="checkbox"/> 一部介助 <input type="checkbox"/> 全介助
意思の伝達	<input type="checkbox"/> 意思を他者 に伝達 できる	<input type="checkbox"/> ときどき伝達 できる	<input type="checkbox"/> ほとんど伝 達でき ない <input type="checkbox"/> 伝達でき ない
視覚・聴覚			

疾病	
麻痺・筋力低下	
障害日常生活自立度	
認知症の日常生活自立度	
特記事項	

介護環境	
家族構成/主介護者	
他のサービス 利用状況	
利用している 福祉用具	
特記事項	

意欲・意向等	<input type="checkbox"/> 利用者から確認できた <input type="checkbox"/> 利用者から確認できなかった
利用者の意欲・意向、今困っていること(福祉用具で期待することなど)	

居宅サービス計画	
利用者及び家族の生活に対する意向	利用者 家族
総合的な援助方針	

住環境
<input type="checkbox"/> 戸建
<input type="checkbox"/> 集合住宅 (階)
(エレベーター <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無)
例: 段差の有無など

ふくせん 福祉用具サービス計画書(利用計画)

管理番号

フリガナ		性別	生年月日	年齢	要介護度	認定期間
利用者名	様	女	M・T・S 年 月 日			～
居宅介護 支援事業所					担当ケアマネジャー	

生活全般の解決すべき課題・ニーズ (福祉用具が必要な理由)	福祉用具利用目標

選定福祉用具(レンタル・販売)

(/ 枚)

	品目	単位数	選定理由
	機種(型式)		
①			
②			
③			
④			
⑤			
⑥			
⑦			
⑧			

留意事項

- 私は、貸与の候補となる福祉用具の全国平均貸与価格等の説明を受けました。
- 私は、貸与の候補となる機能や価格の異なる複数の福祉用具の提示を受けました。
- 私は、福祉用具サービス計画の内容について説明を受け、内容に同意し、計画書の交付を受けました。

日付	年 月 日
署名	印
(続柄)代筆者名	() 印

事業所名		福祉用具専門相談員	
住所	TEL	FAX	

ふくせん 福祉用具サービス計画書(選定提案)

管理番号	
説明日	
説明担当者	

フリガナ 利用者名		性別	生年月日		年齢	要介護度	認定期間	
	様		M・T・S	年 月 日			年 月 日 ~ 年 月 日	
居宅介護 支援事業所						担当ケアマネジャー		

※	福祉用具が必要な理由(※)

貸与を提案する福祉用具			(/ 枚)		
【※】との 対応	種目	貸与価格(円)	提案する理由	【説明方法】 カタログ Webページ TAISページ 実物等	採 否
	提案品目(商品名)	全国平均 貸与価格(円)			
	機種(型式)／TAISコード				