

脳科学とバイオメカニクスを基に フィットネス+歩行

小濱Eyes

カフェ×スポーツジムという発想で事業を展開しています。ここも介護施設らしくない異次元空間を演出し、利用者ではなく会員という扱いでサービスを提供しています。そこには脳科学を取り入れたリハビリ環境の整備という裏づけがあります。やはり、「介護らしくない」というキーワードは、介護保険外サービスを考える上でとても重要な要素になります。

施設概要

住所	〒862-0911 熊本県熊本市東区健軍1-37-6
電話番号	096-234-6650 0120-949-856
ホームページ	http://www.hokoru.com
サービスの種類	通所介護、介護予防通所介護
配置職員数	12人
利用料金	(一般会員価格) 1回:2,500円 4枚チケット:8,000円 個別:10分500円
開設日	平成22年2月1日
1カ月の利用状況	新規利用者数平均16人/月, 35人定員
広告宣伝の方法	自社デザイナー2人による定期広告物作成
主な利用者の構成	男女比率4:6

西村Report

●「ソーシャルインパクトボンド」への対応

介護が必要になる前に「当たり前」に行っていたことを続けられてこそ、「自分らしい暮らし」といえます。このような「自分らしい暮らし」の継続をサポートするために、もう一つのインセンティブが平成24年イギリスで生まれ、昨年日本に導入されました。それがソーシャルインパクトボンドです。

ソーシャルインパクトボンドは、次のように定義されています。

「社会的投資の仕組みの一つ。行政と民間事業者が連携して、社会問題の解決や行政コストの削減を図るために導入された官民連携のインパクト投資」



ホコル大野城店入口。
西海岸をイメージしたカリフォルニアスタイルのデイサービス

つまり、要介護者を社会に増やすのではなく、減らした場合に成功報酬（インセンティブ）がもらえるということです。「ホコル」の国中優治社長は、この仕組みについて次のように断言します。

「従来の介護事業者が業界の垣根を越えた自由市場で『センス』と『強さ』を試されようとしているのではないか。逆に自由市場から介護業界への『参入』は、医療介護の教育の可否を試されているともいえる。介護独自の繊細なサービスを提供する上で、利用者の懐に踏み込めず、^{ヒクシ}忸怩たる思いを持つのは介護経営で誰もが経験する壁。医療介護の知識・経験を持つ人は、利用者が懐に踏み込んだサービスを望んでいることをすでに現場で感じている。それは利用者が介護を求めているのではなく、自由市場で鍛えられた当たり前前のサービスを求めている証明でもある。だからこそ、ソーシャルインパクトボンドの投資家に対してのアピールは、『提供側の介護の固定概念』を排除して、結果までの過程を明確に証明できるエビデンスこそインセンティブに直結すると確信している。自由市場におけるサービスクオリティの高さこそ選ばれる時代になる」

「ホコル」はその名前の通り、「これからの人生を楽しむために歩く」＝「歩行」＋「できる」に徹底的にこだわったまさに結果にこだわった通所介護です。「今を生きる方々へのライフスタイルの提案にこだわり、変化しないことにこだわらない」という言葉に、法人の方向性も現れています。

●「カフェ×スポーツジム」という空間が「介護施設」に

現場へと足を運ぶと、「あれ？ ここ？ 介護施設じゃないよね」という印象を受けました。外壁の落ち着いた外観と、外光まばゆい室内と整然と並んだ運動器具、



ホコル健軍店入口。平成28年5月に月出店から移転。デイサービスとフィットネスクラブ、カフェを併設し、まちづくりや地域のコミュニティの拠点となっている



ホコル健軍店
カフェスペース



ブランドカラー（赤と緑）を
アクセントにしたトレーニングルーム



ホコル琴平店
カフェスペース

どことなしか空気もおいしい。さらに奥には有名某カフェを思わせるゆったりとしたチェアがたたずんでいます。こんな「カフェ×スポーツジム」なのに、介護施設というから驚きです。

中に入ると、室内には、まさにカフェカスタジオを思わせるおしゃれな音楽が流れ、そのリズムに体を揺らして動く利用者は、他の介護事業経営者から見ると奇異な光景に映るかもしれません。もうここまでくると「利用者」といわず、「会員」というワードの方がぴったりきます。

私も「やりすぎでは」と思ってしまいましたが、国中優治社長に、なぜこのような若者向けの環境づくりをしているのか聞いてみました。すると、ここには脳科学を取り入れており、「サービス提供ターゲットが介護対象の65歳年齢層だからこそ、わざとマイナス15歳年齢層の環境づくりをしている」とのことでした。だから、ここのカフェも音楽も雰囲気も40代後半から50代前半層が好むように整備されていたのです。

そして、国中優治社長は、「いい介護サービスを提供するのは事業者として当然。

そこにプラス何を提供するかが事業所の価値創造」と明確に考えています。

これからの利用者となる団塊の世代に対しては、「シニア向け」「高齢者向け」を掲げたサービスよりも、自然な感じで、若者も選んで利用する「介護施設っぽくない」「高齢者色が薄い」ということが集客上のポイントになることは間違いありません。

●「脳内報酬」への働きかけ

さらに、ふと気づくと、通常あるはずの「鏡」がないのです。これも、脳科学を参考に、ミラーニューロンを発動させているとのこと。このミラーニューロンは、「できていない自分」を繰り返し見るよりも、「できている誰かの行動」を見ることで、「できている人の意思」が環境で伝わり、少しずつ「できていく自分」に近づけるようになるという「脳内報酬」ともいうそうです。

「ホコル」に通う利用者の目的は、「今ここに通っている自分」を自立レベルに上げて、「予防ジム」に通うことを目標としているのです。つまり、それは介護保険サービスを卒業し、元の自分の生活に戻るといことです。まずは、要介護状態になってしまった自分を認めつつ、介護保険サービスを使い、そこでできた仲間と成果を喜び合い、悔しがりながらも介護保険外サービスに移行することで「結果」を出します。この流れを無理のない範囲で、自然に目標として設定できることが、介護事業所評価加算の取得につながります。そして、ソーシャルインパクトボンドなどの活用による「自立できる環境と結果」を導くことが、住民のみなさんへの貢献につながり、地域の財政負担をも自然に減らせるのではないのでしょうか。



左：田中聖也さん、右：国中優治さん

取材にご協力いただいた 国中優治さんのプロフィール

理学療法士、保健学修士。整形外科病院に勤務後、理学療法士養成校にて13年ほど専任講師を務めた後、リハビリ特化型訪問看護ステーション「ラシクアーレ」、歩行リハビリセンター「HOKORU」の運営を開始。高齢者の「人」「個性」を把握し、課題指向型アプローチに徹することを理念にリハビリテーションの提供を行い、業界内でも高い評価を獲得している。

〈田中聖也さんプロフィール〉

理学療法士