

通所介護施設の現在と未来 施設と人材の新たな法則

Y'sグループ 代表
国中優治



昨今、介護保険制度に対する明るい見通しが少ない状況においても通所介護施設は増加し続けている。

もともと「介護サービス」は投資的ビジネスには向かないものだ。なぜなら利用者の求める声に、丁寧に専門知識で応えるという、本来はたいへん手間のかかるサービスだからだ。

ところが、現状は高齢者の加速的増加で供給を迫られた結果、コンビニ感覚事業、悪く言えば大味な、粗製濫造気味となっている面もある。

ただ、この乱立という現象は一長一短である。中には介護の先入観を払拭したサービスを提供する業者を生むことに寄与しているのだから。

そんな中、より直近の事情として、「多様化」にブレーキがかかりつつある。介護保険利用者の急増が予算削減につながって、窮屈な事業展開を余儀なくされてきているのだ。となれば、特権的で多様なサービスよりも、利用者の真の利益を親身に考えるという事業の本質へと戻るしかない。

と、ここまでは、この業界の現況に基づく一致した未来像であり方向性である。それらを勘案したうえで、今後のアプローチには多少違ったマインドが必要となってくるかもしれない、というのがここでの本題になる。

いわゆる団塊シニア世代は今までの「高齢者」という認識が通用しないところから話は始まる。

現在、弊社はハードとソフトの両面において50代女性の好むコンセプトでサービスを構築している。

具体的には「高齢者にはちょっと」などという妥協をせず、施設全体を本格的に今流行の「カフェスタイル」でまとめているのだ。

流行を導入したハコづくりには実は問題がある。介護業界のセンスで「カフェ風」をつくると、どことなく「カフェ」ではなくなってしまうのだ。

介護施設を開設するとなると不思議なことにそれに関わる人々、施工建築業者から開業後に働く従業員にいたるまでが、「高齢者＝おじいちゃん、お

ばあちゃんのための」をイメージしてシゴトを開始する。

そして、オーナーの当初の思いが「デザインホテル」「ラウンジ」「高級マンション」だったとしても、いつのまにか無難な「高齢者施設」が出来上がってしまう。

おそらく潜在的意識がそうさせるのだろう、見てきたモノ聞いてきたコトにより、いつの間にか判断や行動がそれに牽引されてしまうのだ。

では、仮にハコ（建物）、モノ（設備）がうまく出来上がったとして、それにつれサービスクオリティも上がるのか、といえ、それはノーである。

私はサービスの良し悪しはハコ2割ヒト8割と考えている。

ではなにが大切か。同じコト、モノを買うなら「誰から」買うかである。そういった消費行動が今後のサービスの指針となるのではないだろうか。

介護業界は今、ヒトのクオリティよりも確保優先である。そんな中でソフトの構築は至難の技だ。逆にいえば、ヒトのクオリティは真似の出来ないストロングポイントにもなり得る。

弊社施設の利用者「何が良いですか？」と尋ねるとほぼ全員の方が口を揃えて「スタッフの皆さんが明るくて優しい！」との評価をしてくださる。介護業界において困難な事が実現できているのである。

これには取り組んでいる課題があ

る。つまり、潜在的意識の活用である。昨今の脳科学研究によりヒトの同期現象について明らかとなっていることがあり、その中でもアイコンタクトの有用性が示されている。その活用がサービスと満足度の向上につながるのだ。

しかし、初対面では逆効果でもあるので、「記憶」の共有などをきっかけにアイコンタクトを増やし、その後共感が始まるなどの研究に基づいて実施している。

ステップとしては、行きつけのお店や出身校など、比較的作りやすい話題は「記憶」領域であり、脳科学的でいう共感づくりのアプローチとなる。その共感がアイコンタクトの第1歩であることも興味深い。

これには副産物も得られ、スタッフが築いたこのような関係には、いつしか彼らのやりがいにもつながっている。このように思いをスタッフ全体に拡げるために、先入観を捨て、様々な情報を具現化することがオーナーや管理者のシゴトになるのではないだろうか。

【くになか ゆうじ】

理学療法士。保健学修士（神戸大学大学院 医学系研究科）。株式会社 SENSTYLE、株式会社 SHIFT、株式会社 ISIGN 代表取締役ほか。理学療法士として整形外科病院に勤務後、理学療法士養成校にて13年程専任講師として勤務し、その間研究と講演活動を通じて得られたサイエンスを現場に活かすため、歩行リハセンター hokoru を開設し、真の高齢者ニーズを脳科学的に捉え実践している。