

2018年度以降の将来を考えると共に今までの三カ年を振り返る：シリーズ2

2015年度～2017年度 三カ年ビジョン 目に見えない資産を理論化する

『介護現場は、なぜモノを使うことに消極的な文化があるのか』

【まえがき】

これは2017年11月に法人内でヒヤリングしたものをから抜粋してまとめたものです。メーカーや販売店の方から「ほかの法人・施設さんは、トップダウンやボトムアップのどちらかが強くてうまくいかないケースが多い。なぜ、御社は常に新しいこと・ものを取り入れることができるのですか？」という質問を受けることが多いことから、シンプルな問いをケア専門職に投げかけてみました。一問一答方式ですので、素朴な書き方ではありますが、何かしらの参考になれば幸いです。

1. モノへの抵抗感

- ・ 古いしきたり 人がやっているから人手じゃないと何かあったときに怖い、人の手でやるのが一番だ、安全だという根拠のない刷り込み（思い込み）があるのではないか。
- ・ すりこみには根拠がない。「やっぱり人（が確実）だよ」 という勝手に作られている集団心理。

2. なぜ、そのような心理が働くのか

- ・ みんな不安 なぜなら人の命がかかっているから。何かあったらいやだ！という潜在的な防衛本能。

3. 海光会は、そういう心理が働かなかったのは何故か。

- ・ 何をを目指すのかを明確に設定し、それを関係者とコミットメントをとりながら、プロセスを大事にしたから混乱がなかった。
- ・ 結果を急がず、現場の状態を見ながら、引っ張っていく責任者がいたから、不安もなく、一步一步各専門職が相互に検証しあいながら意見交換をすることで、理解・安心して進むことができた。
- ・ あえて介護、看護、機能訓練などの専門職ではなく、客観的そして全体を俯瞰して状況を整理できる（表にする、言語化する）、現場をよく見て知っている人が責任者として先導してくれたので、みんなが安心して無き道を進むことができた。

4. 移乗リフト、PARO なぜ抵抗なかったのか？

- ・ 導入するにあたって、主導でうごいてくれたのがトップ。
- ・ 使うべき理由が明確だった「リフトを使うメリット」が自分たちの課題とフィットした。
- ・ 課題とは人の手が介在することによる事故（表皮剥離、転倒、骨折）。しかし、大きな打開策が見つからずもやもやする中で、機器導入後に少しずつそれが減少させることができ、積極的な人の手からのハード転換に効果と期待が実感できた。

5. 柔軟に受け入れる土壌とは、どういった状態か？

- ・ 「モノに対する先入観」「素直に受け入れる」「団結力」いろいろな他職種との情報共有、会話、それぞれの考え方、利用者の情報（コア）に対して意見交換がしやすい、話し合える「場」があるということ。それが海光園にはある。
- ・ 目に見えない日頃からの信頼、伝わるまで伝えられる関係性、自分の考えや気持ちを我慢する必要のない環境、雰囲気、前例が作られると自信。
- ・ メーカーのブランド力（信頼）は絶対に必要。変な機器を使ってしまうのは怖い。聞いたことあるというブランド名は競争力があるのではないか。そのための広告宣伝が必要。

6. 管理栄養士の観点から（栄養補助食品についてどう考えるか）

- ・ 本当は栄養的なところだけを重視すれば楽だが、結局は利用者にあったものではないと意味がないため、試用してみて、その方が抱えている課題を解決できるものという確信があれば導入する。食品は中長期で使用するため、継続できる価格帯でなければならない。（月2万円以内）

7. 事務局の観点から

- ・ 前提として機械及び福祉機器に抵抗を感じられるのは我々職員ではなく介護される側の利用者（家族）ではないか。職員はブランド名や作りから機器を信用することが出来る。
- ・ 抵抗を感じる要因は「ロボットや福祉機器がまだまだイレギュラーな存在(未知)であるから。今ではケータイやパソコン、車は生活においてなくてはならないもので、日常にあることが「あたり前」となっているが、これらが世に誕生したときは多くの方が抵抗や違和感を持った。しかしそれが徐々に浸透していく上で「あたり前」となり拒否感は薄れていった。
- ・ 杖のような存在になっているケアワーカーと一緒に楽しく感じるという場設定の連続性がそれを可能にしたのではないか。この人がやることだから一緒にできる、怖くないというより好奇心が勝つというような雰囲気づくり。
- ・ 海光園でいえばパロがその代表であり、初めは犬なのか猫なのかなんだかわからないよと言っていた利用者も、周りの利用者様が日常的に触れ合っているのを見て、それが「普通」になり自分も触ってみたい！という感覚になったのではないか。現在、介護福祉機器は、生活必需品ではないという認識だから普及が進まないのだろう。
- ・ 日常生活の中で（スマートフォンのように）便利、安全、早い、助かると実感しなければ汎用あるものにならない。自分たちが手間暇かけてたことは、何だったかな？と思えるようなびっくり感。ただし、すべての人に当てはまるものではなく「介護が必要な方」という未だニッチ感覚があるからこそその難易度があるのではないか。ユニバーサルデザインは可能なのだろうか？ただ、そこを覆して「普通」にしていくのがイノベーションであり、そこが仕事の面白さである。

以上

社会福祉法人海光会ヒヤリング
シリーズ2
2017年11月24日