小規模多機能型居宅介護運営に不可欠な、「コミュニティケア」の実践を解説。
マーケティング戦略から地域支援・連携の方法など事業を成功させるノウハウを伝授。

●地域密着型サービス
成功する小規模多機能型居宅介護の運営

TEXT_Yasuharu Nakasima

サービス別 実践講座 03

日本医療企画出版
「介護ビジョン」
2009年3月発行　P.58～P.59に掲載

地域密着・地域交流を促進する方法④

たやすく実践できる地域住民との親密度向上

事業所が地域密着・交流することの最終目的は、誰もが自分らしく安心して暮らせる地域づくりにあります。もちろん、そこに至るまでにはいくつかの段階を経なくてはいけません。たとえば、①職員と地域住民の親密度の向上、②地域住民のニーズの把握、③事業所が地域（貢献）活動を実施、④地域住民と事業所の信頼関係の構築、⑤地域住民と事業所の協働関係の構築――といった段階については、実践レベルでまだ方法論が確立していません。1つだけ明らかな点は、①～⑤の各段階を漸次踏んでいかねば、一足飛びに最終段階到達はできないということです。

地域の絆では①を達成するために「挨拶運動」を実践してきました。心理学の領域でも明らかなように、挨拶や日常生活会話をする親密度のレベルに達しない限り、それ以上の親密な関係を築くことはできません（図）。しかし、挨拶レベルの会話であれば、事業所はさほど労力をかけなくても、職員一人ひとりが意識変革さえすれば即実践可能です。レベル2まではたやすく実践が可能でしょう。

地域の絆ではまず、レベル2として「地域住民との親密度の構築」を図ってきました。これは、何かを実践することを目的に親密になるのではなく、親密になること自体を目的にした取り組みです。一人の人間として住民と親密な関係を築かねば、人と人とが何かを協働することには決してつながりません。そして、親密度が構築されるにつれて、②の実践を試みました。

地域住民のニーズを引き出す会話をするために

次に紹介するのは、地域福祉センター仁伍で実践した方法ですが、どの事業所でも実践可能な方法なので、ぜひ参考にしていただきたいと思います。職員がケアや業務に追われるなかで、実践可能な方法を考えたものです。職員が地域住民に聞き取りを行いますが、その際のルールは以下のとおりです。

①期間中（3週間という期限を設定）出勤した職員は1日当たり、頻度1回以上、時間5分以上、地域住民と日常生活会話を行う（利用者と散歩中や、送迎や訪問時、出退勤時に実施）。

②普段の日常生活会話とは違う、何らかの意図をもった会話（地域住民のニーズを引き出す会話）であり、広義の生活場面面接であると位置づける。

③「ニーズを引き出す会話」の具体的方法として、（地域住民が）「困っていること」「望んでいること」を聞き出すよう職員に指導。ただし、「困っていること」「望んでいること」を直接聞かずに、日常会話のなかから「真意」を聞き取ることがルール（よほどの関係ができていないと、直接問われても地域住民は困惑する）。

④職員は記録用紙に会話内容を記載。ホワイトボードに用紙を貼付し、その日の情報を全職員で共有（共有情報を、次の会話に活かす）。

⑤聞き取り調査から上がってきたものをKJ法でカテゴリー化。

1日5分程度の会話と、期間を3週間（約30回の会話を記録）に限定することで実践が可能となり、表のような結果を得られました。

中島康晴
NPO法人地域の絆代表理事

社会福祉士、介護福祉士、精神保健福祉士、介護支援専門員。1973年生まれ。大学では、社会学を中心に社会福祉学を学ぶ。主な職歴は、デイサービスセンター生活相談員、老人保健施設介護職リーダー、デイサービス・グループホーム管理者。福祉専門職がまちづくりに関与していく実践の必要性を感じ、特定非営利活動法人地域の絆を設立。学生時代に参加した市民運動「市民の絆」の名前をヒントに命名。

図　人間関係の親密度レベル

『よくわかる脳とこころの図解百科』（厚東篤生、濱田秀伯）

アメリカの心理学者レヴィンガーは「人間関係の新密度レベル」を4段階に分類しました（1974年）

レベル0	お互いに知らない、無関係な状態です。
レベル1	相手を一方的に知っている状態です。影響を及ぼし合うことはありません。
レベル2	たとえば、挨拶を交わすぐらいの「顔見知り」という段階です。近所に住んでいる、席が隣だったなど物理的に近いという2人の間で表面的な相互作用が生じます。
レベル4	相互接触段階と言われます。 ①低相互作用（知り合い）、②中相互作用（友人）、③高相互作用（親友・恋人） 前の段階より親しくなるためには、互いに類似性、つまり、何らかの共通性や共通点があることが、また男女間では身体的魅力も大きな要素となります。 ②の段階になると、心を許し、互いに本来の自分を見せ（自己開示）、より親密になります。自己開示がさらに深まって互いに依存する関係になると③の段階に達するのです。

表　近隣住民のニーズ（仁伍職員による聞き取り調査結果から）

- 町内の美化
- 自分の知識や才能を活かしたい
- 安全の確保（子どもの夕方の安全）
- 町内の交流　＊新興地と旧家の交流・近所づきあい・近所の情報
- 世代間の交流　＊若い人の地域活動参加率の低下
- 文化の継承　＊行事に関心を持ってもらいたい　＊仁伍のことをもっと知ってほしい
- 行事の人手不足
- 後継者不足

聞き取り調査から見えてきた多様なニーズ

この取り組みで私たちが顕著に受け止めたのが、①町内の交流、②世代間の交流、③文化の継承、④自分の知識や才能を活かしたい――でした。①～③はどの地域にも共通する項目かもしれませんが、センターが所在する仁伍町内会も、地域活動参加者の年齢層は40代以下の参加率がゼロに近い状況でした。ですから、地域文化や活動の伝承・継続に不安があって表出されたニーズであると考えられます。

④は、実は地域貢献がしたくてウズウズしているが、それが活動に結びついていないニーズがあることを示しています。これは、地域で困っている方（利用者）の支援を専門職が一方で引き受けながらも、「支援したい」思いを抱える住民のニーズを度外視しているために、両者のマッチングができていないのです。そして、確実にコミュニティケアの土壌があることを実感できるニーズでもあります。

それを元に当センターでは、小地域支援計画を作成しました。前号で紹介した地域交流事業としてのイベントは、40代以下の年齢層を地域活動に巻き込むことを主眼に置いての内容です。具体的には、子どもの健全育成に対するイベントを開催、子どもを対象にすることで、子どもの両親に活動に携わっていただくことを狙っています。本イベントを通して、既存の地域活動の担い手（50歳以上の方）と、40歳以下の住民とのマッチングを仕掛けるのです。このイベントを通して、40代以下のお父さん2人が既存の地域活動に参加されるようになりました。成果はまだ大きくありませんが、こうした取り組みは継続性が必要です。

地域住民のニーズは、事業所と住民の親密度を上げていくプロセスで理解されてきますが、こちら側に地域住民のニーズを探ろうとする確かな意思がない限り、なかなかとらえにくいものです。まずは手探りのなか、地域にさまざまな仕掛けを展開し、一方で「地域住民のニーズは何か」を常に考え、住民の「声」に耳をそばだてる必要があるのではないでしょうか。

これを職員に伝えるためにも、研修の一環として、当センターの取り組みを導入されてはいかがでしょうか。ちなみに、仁伍の取り組みの半分は、職員に地域をとらえる視点を持ってもらうことを目的に研修として実践したものです。