

成功する小規模多機能型居宅介護の運営

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。

小規模多機能型居宅介護における 広報・営業活動のあり方①

前号の「記録と書類管理のあり方」でお示しした「連絡ノート」の書き方の図に誤植がありましたので、この場をお借りしてお詫びと訂正（図1）をさせていただきますと思います。最近では既製品で「連絡ノート」が売られているようですが、今はパソコンによるワープロ操作が容易にできる時代です。地域の絆では、ノートにおける情報をお求めしているご家族が最も知りたい内容を記載できるように、協議のうえ様式を作っております。そのため、事業所ごとに若干の書式の違いがあり、漸次改善されています。皆さんも利用者・家族の要望を聞きながら、ともに工夫してみてくださいいかがでしょうか。

本誌2009年12月号「今月の顔」で大河原雅子参議院議員が「地域密着型サービスは国の調査でも一貫して赤字が続いており、そうした事業者が持続可能な仕組みにしなければならぬ」と語るように、地域密着型サービスにおける経営の困難さが示されています。介護報酬の妥当性を議論することの重要性は承知していますが、ここではいったん脇へ置き、事業所努力としての取り組みに焦点をあ

図1 連絡ノートの書式

サービス項目		通い訪問・泊まり	
ご家族様より		ご利用日 月 日 ()	
ご自宅での健康(多・中・少)			
健康チェック			
血圧	脈拍	体温	酸素
mmHg	回	℃	％
入浴	排便	水分量	おやつ
有・無	(有・無)	多・中・少	前食の献立
サービス提供内容			
□口腔ケア □爪切り □髪剃り □敷型 □住診			
ご家族様への連絡・特記事項		記入者()	
次回ご利用日 月 日 ()			

て、話を展開したいと思えます。ご周知のとおり、事業収入の基部分は介護報酬として定められている以上、登録者数(利用者数)によって事業所の収入の大部分が決まっています。赤字の事業所が多いということは、それだけ登録者数が少ない事業所が多いことを物語っています。09年4月から居宅介護支援(以下、居宅)に「小規模多機能型居宅介護事業所連携加算」が設けられているように、その要因の1つとして、「居宅」から小規模多機能型居宅介護(以下、小規模)への利用者の紹介がまだ円滑に行われていない現状があります。また、医療機関や地域包括支援センター、地域住民等の多くに、「小規模」は具体的に何ができるのか、その機能や役割が理解されていない状況もつかがえられます。

ケア・サービスの提供方針を具体的に示す

ここでは、こうした状況下において、利用者や事業所がつながるための広報および営業活動について考えていきたいと思います。営業活動において、地域の絆が第一義的に大切にしていることは、利用者のニーズに対して、どのようなニーズに対して、どのようなか具体的に伝えることにあります。伝える中身がなければ、何度足を運んでも時間の無駄であると考えられているからです。「頑張りますので、よろしくお願ひします」と熱意を伝えることも無意味ではありませぬし、営業先との人間関係の親密度を高めていくためのコミュニケーションも大切かもしれませんが、それだけを前面に押し出して足を運ぶことは、営業先にとっても非常に非効率であると考えます。

私たちは何のために営業をするのかを再確認すると、対象となる利用者を紹介していただきたいからです。であれば、紹介する側

が対象となる利用者像をイメージでき、かつ、紹介してもいいと思えるような法人・事業所としてのケア・サービスの提供方針が具体的に示されなければなりません。また、同じ「小規模」が近隣に存在するのであれば、違いを具体的に示す必要があります。

たとえば、地域の絆では下記のように伝えていきます。対象者は、「在宅での生活を継続したいと考えているが、継続するには不安を抱えている利用者・家族」であり、「要支援の利用者は、緊急性のあるケ

ースおよび一時的な利用のケースのみ受け入れていること。要支援の利用者を積極的に受け入れてしまつと「小規模」では経営が成り立ちません。しかしながら、お金に頼らないことは全くしないという姿勢は、社会に対する信用失墜行為にあたると思いますので、上記の条件であれば、要支援の方の受け入れを行っている」と正直に先方に伝えていきます。「緊急性のあるケース」とは、虐待のケース、災害のケース等の場合、「一時的な利用のケース」とは、登録解除日のめどが

すでに立っているケース等の場合であると、具体性を持って伝えるように心がけます。

地域の絆の「小規模」は居住機能を併設していないため、在宅支援(利用者の方が長年住んでいる家・地域を基盤とした支援)にこだわっている旨もお伝えし、そのようなニーズのある利用者・家族がいればご紹介いただけるよう依頼します。高齢者専用賃貸住宅等の居住機能を併設している事業

所であれば、また違った対象者像となるかもしれませんので、このあたりをまず具体的に示す必要があるかと思えます。また、「医療機関を退院後、すぐに在宅生活への移行が困難なケース」、「小規模」以外の在宅サービスを利用されており、そろそろ施設入所を検討されているケース」、「介護老人保健施設に入所中であるが、在宅生活を検討されているケース」等の対象ケースも合わせて具体的に説明すると伝達力が促進されます。

地域の絆の掲げる運営方針

具体的な運営方針については、まず、「認知症ケア」および「医療依存度の高い方へのケア」を中心に据えている旨、また、その体制が整っていることも先方にお伝えします。「認知症ケア」については、①利用者の居場所づくり、役割づくりを念頭に、利用者と職員が家事(買い物・料理・洗濯・掃除・洗車・菜園活動等)を協働作業していくこと、②リハビリ専門職が配置されていないため、入浴時に特殊浴槽を使わないことや、車いすは移動時のみ使用し、普通のい

すに常時座り替えていただくこと、可能性への挑戦を諦めることなく、リスクを最小限に抑えたうえで積極的に歩行していただくこと等の生活リハビリを実施すること、③職員に対して一定程度の認知症ケアにかかる研修を受講させていること——を伝えていきます。「医療依存度の高い方へのケア」については、①看護職を法定人員以上に手厚く配置していること、②協力医療機関より24時間365日の後方支援が受けられること、③介護職も、研修のなかで一定程度の医療的知識および技術の習得を行っていること——を説明しています。

中島康晴

NPO法人地域の絆代表理事
なかしま やすはる
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。主な職歴は、生活相談員、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。現在、広島県内で3カ所の地域密着型サービス事業所を開設運営。
HP: <http://www.npokizuna.jp/>
「代表理事中島康晴のブログ」で社会福祉に対するさまざまな思いを掲載。

図2 地域の絆の掲げる営業方針

地域の絆 営業方針7ヶ条

- 1ヶ条 どういう運営方針で、どういった利用者の、どの様なニーズに応えるのか？
具体的な方針を伝えること
⇒「頑張ります」「頑張ります」「お願ひします」の抽象的表現は不要。頑張った当たり前、ヨリも頑張っている。「〇〇」といったコースのある利用者・家族の方がいらしたらご紹介ください」と具体的に示す事。
- 2ヶ条 無難に「紹介して欲しい」と言わない
⇒あえてこちらの意向を隠さず、責任の地域福祉推進等の確保交換の係にする事も必要。こちらの考え・方針が伝わり、理解が得られる。
※もちろん、相手にその時間的余裕があるか否かは、相手の反応を測り取る観察力が必要である。
- 3ヶ条 世間話も立派な営業
⇒あえてこちらの意向を隠さず、責任の地域福祉推進等の確保交換の係にする事も必要。こちらの考え・方針が伝わり、理解が得られる。
※もちろん、相手にその時間的余裕があるか否かは、相手の反応を測り取る観察力が必要である。
- 4ヶ条 「自然」の流れに任せない
⇒まず、言語・非言語表現による相手の反応を測り取る観察力が必要。反応があれば返す。その後はさっと引き上げる。人間は聞く美にならないと察しに入らない。心にも通らない。相手に「聞く」準備が整いのに語りかけても、逆効果である。相手に「聞く」準備が出来ている時に発言をかける。
- 5ヶ条 こもりの意見を一方倒しに聞かない
⇒なるべく、相手に話してもらおうように心がける。
- 6ヶ条 利用するのはではなく、利用してもらおう
⇒自分が前面に出ると、相手は利用されると悪い感じが醸成される。
- 7ヶ条 目利きより、懇話な情報交換・相談が出来た人を数人作る
⇒全ての人を対象にするには無理がある。人間関係には個性が必要であるので、無理に付け合っても効果は無い。気の合いそうな人を対象にする。