

韓国「平安の家」から来訪（9月16日～9月19日）

4日間に渡り当法人の3施設やサテライトを巡り実習を経験しました。（写真は歓迎会時の集合写真です）



東京都介護職員初任者研修課程が開講しました。

開校式が9月7日にあり、いよいよ講義が始まりました。講師陣は全員マザアスの職員です。来年の2月21日まで続きます。定員10名全員が終了証明書を受け取れることを願っています。（写真は講義風景です）



## 編集後記

近年は日本の特徴である四季のうち、特に春と秋が短く感じられるのはわたくしだけでしょうか。エアコンも要らず自然の風だけで過ごせるこの時期は、誰もが好きな季節なはずなのに、と。小学4年の時、夢を見ました。宇宙の果てはどうなっているのか、果てに着きました。その果ての殻を破ったら何も無い世界が薄暗く果てしなく。この季節、夜空に目を向けて、星達を眺めて遠く宇宙の果てを思ってみてはいかがでしょうか。きっと同じ思いしている他世界の人も居るはずですから。（草野）

ひだまり No.84 発行責任者：高原敏夫 発行元：社会福祉法人マザアス 〒203-0004 東京都東久留米市米川台二丁目5番7号 TEL. 042-477-7261 FAX. 042-477-1500 <http://www.moth.or.jp>

マザアスニュース

No. 84

2018年10月30日

# ひだまり



MOTHERTH

MOTHERTH NURSINGHOME FOR THE AGED

## ブランドづくり

株式会社イマジナ社長関野吉記著「ブランド力」という本がおくられてきた。サブタイトルに「今、企業や自治体に求められている大切な価値」と謳っている。この本を参考に社会福祉事業のブランドづくりを考えてみたい。

嘗て、特別養護老人ホームに入居されて、皆からあのような老後を送りたいと言われたyさんが、職員に求めることは「親切で、いつも変わらぬ笑顔」でしょうと言われたことが忘れられない。看護教育に従事してきたが、介護技術や介護知識とは言わなかったである。

あれから20年以上経て、この言葉が身になっているだろうか。



理事長 高原敏夫

書かれている内容を福祉事業に当てはまる部分を抜き出してみると「お客様は何を基準にサービスを選んでいるのでしょうか。何が（どこが）最も自分を満足させてくれるのか、そこにフォーカスしてサービスや事業所を選んでいるのです」

「満足感とは、サービスや事業所にまつわるすべての要素が対象となります。信頼感や安心感のように直接目に見えないものでひっくり返した満足感を求めているのです。」

「この、お客様が得られる満足感こそブランド力なのです。サービスにブランドという付加価値を提供できる事業だけがライバルと差別化でき、お客様からえらばれるのです。」

「ブランドとはお客様が評価する価値」のようである。

「ブランドづくりをブランディングとも言うが、よく似た言葉にマーケティングがあるのでしっかり定義しておきましょう

マーケティング＝自分から自分のイメージを相手に伝える努力

ブランディング＝相手に自分のイメージを持ってもらう努力

「外部からの評価を得るために、相手（お客様）に自分たちが大切にしている思いや考え方を理解してもらい、良いイメージを持ってもらうための活動がブランディングなのです。」

私共の法人は創立20年余経過して、地域住民や利用者とその家族にどのようなイメージを持たれているのだろうか。ブランディングといわれることは意識して努力してこなかったように思う。しかし、職員の献身的な働きは、それなりに評価をされていることを垣間見ることができる。

最近のことだが、全く予想もできないところの方から、法人内の事業所のサービスを利用したい旨の打診があった。正に評価の結果に違いない。

ある利用者からの手紙に「ケアの仕事をなされて」という文章に続いて「人知れず ひっそり野に咲く花に似て職場の君は 楚々と匂えり」訓子 という歌が添えられていた。

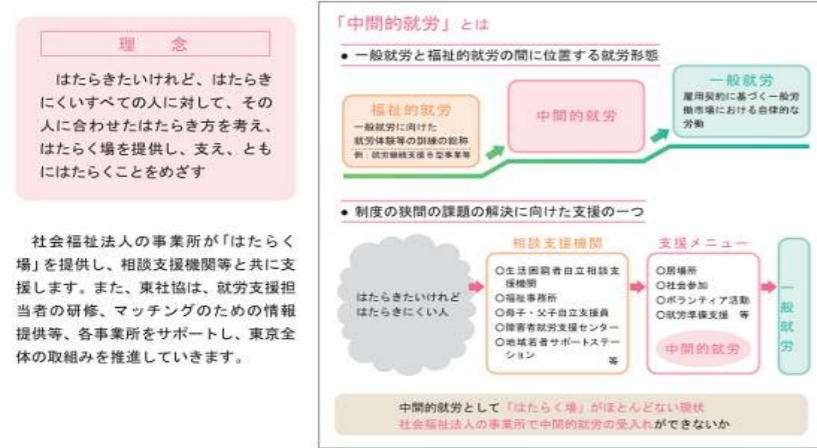
「ブランド力があると、お客様の方で良いイメージを膨らませてくれる」とある。

これからは、意識してブランドづくりをしたいものである。その為には、自分たちが持っているイメージを確認して、その大切にしている思いを伝えることから始めなければならない。大切にしている思いを行動に移すことも「ブランドづくり」には欠かせないようだ。

# 地域公益活動報告（東久留米）

事務長 藤原将洋

マザアス東久留米は、東京都地域公益活動推進協議会（以下、推進協議会）による「はたらくサポートとうきょう」に参加しています。この「はたらくサポートとうきょう」とは、社会福祉法人の事業所が一般就労と福祉的就労の間に位置する中間的就労の「はたらく場」として「はたらくたいけれど はたらくにくい人」を受け入れて、相談支援機関とともに支援をする推進協議会の広域の連携による取り組みです。（表1参照）



（表1：東京都社会福祉協議会作成 パンフレットより抜粋）

「はたらく場・機会」を提供することは、その人の人生にかかわっていくということです。施設内の理解を進め、少人数から受け入れをはじめると、丁寧に関わることを心掛けています。

提供している仕事内容は、ベッドメイキングや洗濯など介護の周辺業務や施設内の清掃などです。受け入れ方は、ボランティアや仕事体験、雇用契約を締結しての労働まで多岐にわたります。雇用契約を締結する場合も、週1回・数時間の雇用から徐々に労働時間を

増やしていくなど、その人その人に応じて柔軟に対応しています。このように、相談支援機関からの依頼を受け、一人ひとりにあったオーダーメイド型の「はたらく場・機会」を提供することを大切にしています。

今回は、平成28年度から取り組んできた「はたらく場・機会」の提供事例について、平成30年9月28日開催の“アクティブ福祉 in 東京 18”で実践発表した内容を報告します。以下抄録の抜粋です。

## 「中間的就労」として、軽易な介護周辺業務のジョブトレーニングを実施し、一般就労につなげる取り組み

### 《1. 実践前の状況と課題》

入所者の生活を支える介護職員の業務は、直接的介護に留まらず付随する記録やケアプラン、モニタリング等の記録業務管理、生活環境整備、消耗品や介護機材の維持管理などの間接的業務、研修など人材育成に係る業務等々、広範囲に及んでいる。直接的介護を行いながら、合間に間接的業務を織り交ぜたシフトを編成し、交代でそれら広範囲な業務を行っている。重度者が多い特養では、入所者一人一人への細やかな観察と判断、多職種との連携による直接的介護が優先され、占める比重も大きい。介護職が一人で何役もこなす現場では、洗濯場に行く時間になっても食事介助が終わらず洗濯物が滞る、入浴介助が長引きシーツ交換は後回し、記録は残業にせざるを得ない、という程多忙な状況がある。人材募集をしても、非常勤の応募さえない。年々増大する業務量をどうやって効率よく行うかは、長年の課題であり試行錯誤を重ねていた。

### 《2. 実践の目的ならびに仮説》

介護業務を細分化して軽易な業務をピックアップし、業務内容や就労時間帯のハードルを下げることで、「就労体験者」という新たな人材にその仕事を委ねることができないか。そうすることで、体験者にとっては、就労に必要な知識及び能力を取得でき就労に結び付く。現場職員にとっても業務が整理され、入所者への支援に集中できる環境が作れ、双方に有益ではないか、と考え介護周辺業務を中心とした就労支援に取り組んだ。

### 《3. 具体的な取り組みの内容》

・取り組み期間：平成28年7月～平成30年7月。・取り組み手順：①業務の切り分け、指導項目と指導確認表の作成②介護職員への説明と指導職員の選出③行政担当窓口との連携、訓練生の現状把握と力量に応じた目標設定④訓練生の受入れとジョブトレーニング、定期面談⑤指導確認表による業務進捗チェック、訓練生の意向確認⑥雇用契約（自信を持って出来る業務内容と業務量、可能な勤務時間から開始）

・取り組む上で配慮した事項：仕事ぶりを丁寧に確認し、出来ていることを認め労をねぎらい、職員から常にポジティブな言葉をかけ続けた。訓練生の①生活リズムの安定②体調や精神状態③職員との関係や職場での居心地④業務時間や業務量が適量か⑤就労への意欲、について配慮しコミュニケーションを図った。

・体験当初はベッド5台のリネン交換に2時間半かかっていた人が、半年後にはベッド8台を2時間でできるようになるなど、スキルも意欲と共に向上した。

### 《4. 考察、まとめ》

介護が経験値や勘ではなく、アセスメントから根拠のある介護が実践され始めて久しい。直接介護のスキルが向上した反面、膨大で煩雑な周辺業務の棲み分けや効率化が進んでいなかった。本実践で、切り分けできた業務は一部に過ぎないが、何らかの理由で就労の機会を逸した人材に業務を委ねることができたことは、業務改善の突破口となった。介護業務の細分化と切り分け作業を進める一方で、介護人材に限られてくる中では「中間的就労」に限らず、子育て中の方や近隣シニア等の新しい層の人材を発掘して、働く場を提供していく事は、双方にとって有効な取り組みと期待し、継続したい。

マザアス東久留米では平成29年度、延べ126人の人たちを受け入れてきました。法人が目指す「共に生きる社会の創造」にもとづき、さまざまな働きにくさを抱えた人、一人ひとりを丁寧に受け入れながら、その取り組みを、地域の中で少しずつ広げ、共有していきたいと考えています。



### 中途採用者オリエンテーション（10月8日）

今年の4月2日以降の採用者に向けてオリエンテーションが行われました。

年々参加者が少なくなってきました。これは途中退職者が少なくなった分中途採用者も少ないという嬉しいことでもあります。採用も困難な時代であればこそ。

