

2

# デイサービス やぐらもんの心 “omotenashi (おもてなし)” なりわい ～生業としてのサービス～

株式会社 仁コーポレーション 取締役会長  
(元 福岡県婦人保護・救護施設協議会 会長)

仁泉 浩

## 1. 「service (サービス)」と「hospitality (ホスピタリティ)」

最近では介護・福祉・医療業界でも「ホスピタリティ」に関心を持たれるところが多いようです。

1951年に施行された**社会福祉事業法**は、人口構造や産業構造の変化に柔軟に応じた制度の見直しを迫られ、2000年に**社会福祉法**と題名改正されました。

社会福祉法は、第1条でこの法律が**福祉サービス**利用者の利益の保護を図るものであることを明確化しています。これにより、今までの「措置施設」から「**福祉サービス**を提供する事業所」という変化を求められました。当時は、**サービス (service)**という言葉に対して、第二義的な意味合いとして広告などでみられる「出血大サービス」のような犠牲的サービスの印象が強いため、福祉・医療業界では抵抗を感じる方が多くいらっしゃいました。

しかし、社会福祉法第78条が、「常に福祉サービスを受ける者の立場に立って良質かつ適切な福祉サービスを提供するよう努めなければならない」という責務を課したことに併せ、営利法人の介護保険事

業への参入に伴う競争原理の必然によって、社会福祉事業経営者は国民の信頼と納得が得られるサービスの質の向上を追求していくことになります。こうした時勢で、「**サービスやCS (顧客満足)**を追求し、**ホスピタリティ (hospitality)**にたどりついた」と表現したくなるような事業所が少なからず出現してきているような気がします。

より良いサービスの提供を心掛けることは大切ですが、勘違いをされている方々も見受けられます。サービスを越えた手厚いおもてなしによって、サービスと呼ばれた行為がホスピタリティへと昇華していくともいわれます。また、その語源からして、主従関係と主客同一の関係における行為としても比較されたりしますが、優劣ではなく、格付けでもありません。上級ではなく上質のサービスという捉え方ができる**センス (感性)**があって初めて、感動を呼ぶ仕事をさせていただけるステージに立つことができるのです。

## 2. 「omotenashi (おもてなし)」

我々日本人には、おもてなし (omotenashi) の心が備わっています。情緒豊かな国、日本であるからこそ「文化」として根付き、代々受け継がれてきたところ (mind) です。お金をかければ豪華な施設が建てられます。訓練すれば技術は上達します。学習すれば知識も身に付き、時間とともにキャリアも積み上げていきます。しかし、心がなければサービスは機械的なもので止まり、決してホスピタリティへは昇華しません。「仏を彫って魂入れず」とならぬよう気をつけていただきたいところです。

「omotenashi (おもてなし)」は「mottainai (もったいない)」と並んで世界共通語になり得る言葉だと思います。「サービスがどうしたからホス

ピタリティになって…」と論じたりすることは学者の仕事。私たちがまずやることは、世界に誇れるおもてなし (omotenashi) の心に自信をもって仕事をさせていただく気構えを備えることです。



## 3. 価値観

### 【スタッフ全員が普遍的価値観に沿って 悩まずに自信をもって行動する】

普遍的価値観とは、いつの時代でも、どの地においても通用するはずなのですが、昨今の我が国では、老人への尊敬の念が失われてきているように思えます。「アンチエイジング」なる横文字に揺さぶられ、若さに絶対的価値観を置き、「若い」の良さや美しさ、熟成された人となり醸し出す尊さを軽んじる行為は、間違いなく私たち一人ひとりが真摯に向き合うべき大きな社会的課題だと思います。

私の家内（弊社代表取締役）がスタッフに対してよく言う言葉があります。

「気を使うんじゃなく、気を配りなさい、目を配りなさい」。浪費家や子どもの買い物に例えて、“金の無駄遣いと同じように、気を無駄に消費したところで相手には届きませんよ” という意味合いでスタッフに伝えているようです。



弊社代表取締役とご利用者様

介護サービスは、設備や機械を導入したとしても、根本は人的サービスによって完結するものです。あのスタッフは気が利いているけど、このスタッフでは期待できないとなっではいけません。確かに、心尽くしは個々の能力によって大きな差がありますが、気の利いたスタッフがいるときには感動のサービス

を受けられるといった、人任せというか運任せで体験できるものであってはいけないと思います。

偶然が感動を呼ぶではありません。スタッフ全員が、法人の基本理念に基づいた普遍的な価値観に沿って、同じ目的に向かうための仕組みがあってこそ、感動を呼ぶサービスを提供していけるのです。

## 4. センス(感性)

【センス(感性)は、身につけていくもの、磨くもの】

「あの子はセンスがいいからいいわねえ、私なんてセンスがないから…」という会話を耳にする機会って結構ありませんか？ または、ご自身でもそのような会話をなさった経験がある方も多数いらっしゃるかもしれません。これは大きな勘違いで、センスがないとって、決して諦めてしまうことではないんです。あえて言わせていただきますと、サービスを生業なりわいとしている方は、諦めてはいけません。

センス(感性)は生まれつき備わっているものだから今さらどうしようもないと考える方が多いようですが、センスは自らの意思によって身につけることができます。そして身につけた感性は、磨くことによって想像力が高まり、サービスの質が向上します。想像力を高めていくためには日ごろからの訓練が必要です。といっても特別難しいことはありません。安心してください。今日から、今からでもすぐに実践できるものですよ。



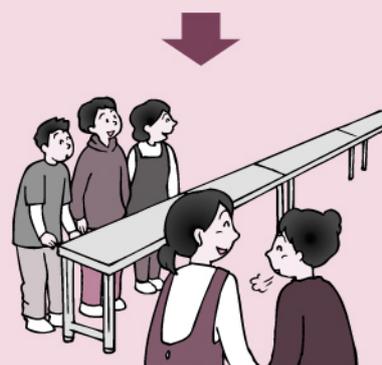
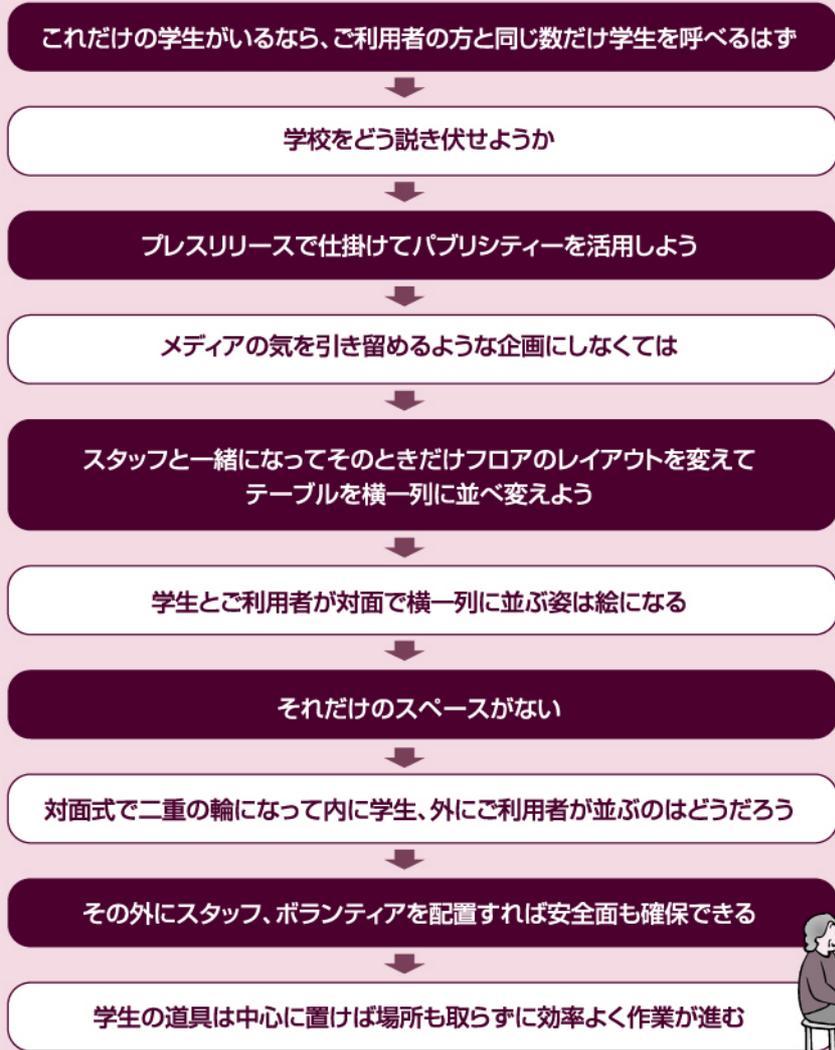
## 5. 「目に映るもの」「耳から入ってくるもの」に何かを感じる習慣づくり

私は毎朝5時に起床し、25時に就寝するまでの20時間はできる限りオーナー職としての感性のアンテナを張り、「目に映るもの」「耳から入ってくるもの」から何かを感じ、想像を膨らませ、サービスに反映できる発想に転換できるよう努めています。



例えば、毎朝の日課である愛犬の散歩時のこと・・・

本社の目に前のある、空海が日本で最初に開いた東長寺で催される和太鼓フェスタに向けて、今年も美術専門学校生による提灯が並んでいます。



ここで大切なことは、企画を考える過程でスタッフとセンス（感性）を共有しながら同じ目的に向かって、シミュレーションを広げていけるかです。通所系を問わず介護事業所では複数の職種の方がかかわり合いサービスを提供していますが、すべてのスタッフで共有できていないと、感動を呼ぶサービスを実現することは難しいでしょう。

## 6. Intelligence & Escort (インテリジェンス & エスコート)

ここでいうインテリジェンスには二つの意味があります。ひとつは**有益な情報**です。日ごろのコミュニケーションで有益な情報を把握することが、情緒溢れる**おもてなし**へと繋がり、さらにもう一つのインテリジェンス(**潜在する能力**)を活用することで感動を呼

ぶサービスに昇華する可能性が広がります。そして、ただ目的地を指し示すだけではなく、その目指すところまで一緒させていただく(**エスコートをする**)ことで、私たちも喜びを共有させていただけることになります。なんと誇らしくありがたい仕事でしょうか。

### やぐらもんがたり1

今後のサービスの糧となるよう感動事例を、語り継ぐ「やぐらもんがたり」というものがありますので、ここでいくつか紹介させていただきます。

毎月、BABYBOP(ベビーポップ)というボランティアの皆さんがカントリーダンスを教えてください、ご利用者と一緒になってダンスを楽しんでいます。

ご利用者のSさんは楽しそうにカントリーダンスを踊る他のご利用者を見つめていました。結局その日のダンスには参加せず、ダンス終了後にBABYBOPのメンバーの一人がSさんに「来月は一緒に踊りましょうね」と声を掛けてくださいました。

Sさんはその後2週間ほど、ご利用されるたびに仲のいいご利用者に嬉しそうにそのときのことを語っていらっやいました。聞こえてきたのは本人の「やりたい」という強い願いと、「でも、(脊柱管狭窄症で)退院したばかりで、足が心配だし動けないと恥ずかしい」という大きな不安でした。

そこで理学療法士が何気なくダンスの話をしなが、積極的に機能訓練に取り組むようにアプローチし、RIKA先生(カントリーダンスの世界チャンピオン)に以下の条件でダンスの振り付けを考えていただきました。

1. 簡単なステップになること
2. ペアでのダンスで、サポートが自然な形となるようにもう一人忘れてはいけない協力者がいます。それがSさんと仲の良いご利用者のHさんです。HさんはSさんが「踊りたい」と本音を打ち明けられる仲ですので、本人の希望に沿って無理強いしない程度に、  
「私も片足引きずりようばってん、踊ってみたらそげん足に負担はこんごとしてあるよ」  
「だけん、私もまた踊るばい。楽しいもんねえ」  
「Sさんも無理はいかんばってん、一緒にでけたらねえ。」

私もそのときは隣で踊りようけん」といった具合で声をかけ、うまくダンスへ導いていただきました。



そうやって、理学療法士を中心としたやぐらもんスタッフ、RIKA先生、ご利用者のHさんなどが約1ヵ月間携わり、当日は最後の仕上げとして以前Sさんに声をかけたBABYBOPのメンバーに加わってもらいました。

Sさんの不安は払拭されたでしょうが、多少の緊張感があります。BABYBOPのみなさんはGパンに同じTシャツにウエスタンハットというスタイルで「(先月声をかけてくれたメンバーの) 優しい笑顔を思い出すと涙のでてくるごたあ」と言っていたSさんは、足元に注意を払いダンスに集中しているため、自分のパートナーになっている人がその人だとは気が付きません。

ダンスが無事終了し、ハグ&シェイキングハンドタイムのとき「今日はありがとうございました」という一言に、「あっ、あなたは先月私に声をかけてくださった、あのときの…」とSさん、メンバーの方も「あのときの一言を覚えてくれたのねえ…」とみんな涙涙でした。



## やぐらもんがたり2



これは、毎月の月例行事での事例です。よくある誕生祝いの宴ですが、写真のKさんは感動し、涙を流して感謝されています。

Kさんはご利用を始めて間もないときにご自身の誕生の宴を迎えることになりました。不安を抱えて来られた体験利用のときに制作されたフラワーアレンジメントをととても気に入られ、本利用に至りました。そのときに使ったお花がたまたまご主人との思い出のあるお花だったようで、その花にまつわるご自身のエピソードを話してくださいました。そのことを弊社代表が覚えており、この誕生宴の日

程にあわせて生花店にあらかじめ手配し、その花をプレゼントするプチ花束にさりげなく加え、一言こう添えました。

**「帰られたら、この間お聞かせいただいたような素敵な思い出話と一緒に仏壇にお供えください」**

Kさんは、

**「2か月前に話したことを覚えてくれていて、私が大切にしているものに敬意をもって気にかけてくれてるんだ」**

という感動され、気持ちさらに高揚したこのとき、私たちのサービスが感謝されるサービスに昇華した瞬間です。

## ご家族が声に出される前の潜在ニーズに応じて恒常化している取り組み

**「私たちが博多でデイサービスを探しているときに、東京に住むひ孫たちがインターネットで『やぐらもん』を探してくれたんです。便利な世の中になりましたよねえ」**

これは、ご利用を開始されたばかりのご家族のお話ですが、ここから潜在ニーズを汲み取り、恒常化させたサービスがあります。

やぐらもんでは、開設当初から「博多」「笑顔と感動」といったブランディング経営を心掛け、WEBサイトも充実させてきました。そのなかで、ブログによる情報公開も毎日続けていましたが、これはご家族やケアマネに向けた24時間365日いつでもお好きなときにネット見学できるといった広報手段としての意味合いが大きくありました。上記のお話をお伺いしたときに、『遠方に住むご親族にも元気な姿を伝えたいと願うご利用者もおられるのでは』と考えました。

さっそく前述したご家族にお聞きしてみると、「ひ孫も見たいと思っているし、ご家族にも見せてあげたい。そしてなによりも本人がそのことを強く望ん

でいる」ということで、ブログに動画を配信してみることになりました。結果は見事に成功。

「『大おばあちゃん、すごく楽しそうに体操してたし、ダンスとかもできたんだね。友達にも見せたんだけど、みんながすごいすごいって言ってたよ』って言ってね、昨日電話してきたのよ。私もひ孫が他人様に自慢できるばあさんっていうのが嬉しくてねえ』という喜びの声をいただきました。



当然、同意をいただいた方のみが広報物に掲載されますので、すべてのご利用者に向けてというわけにはいきませんが、他にも同居のご家族から「書道をしているときの母の表情は生き生きしていて安心しました」という声もいただきました。可視化の時代、目で見てとれる安心は静止画よりも動画となっていくのでしょうか？

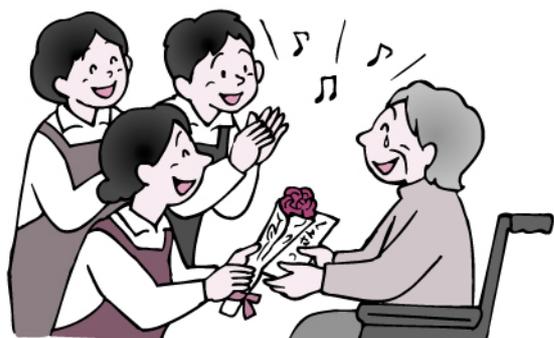
本を正せば他のデイサービスから移ってこられた方のご家族からの「何をやっているのか分からないデイサービス」という一言から生まれたウィークリーレポート（写真による週刊報告書）というサービスは、1週間に100～250枚、月間に500～1,000枚撮影した写真の中から個人ごとに写真を選別して作成しますので、かなりの手間になります。この手間

がその場の高揚感を「ご利用者にとっての大切な思い出」「ご家族にとっての大きな安心」に昇華させていくのです。ウィークリーレポートも、私の思いつきで始めたサービスですので、作業は私の日曜日の日課となっています。



## 相手の心に届くサービスを提供する

感動を呼ぶサービスには、感性の共有が大切です。それぞれのセクションで携わる人が感性を共有し、同じ目的のもとに、笑顔と感動で満たされたサービスを提供するには「そんなことまで」というひと手間もふた手間もかけることになりがちなので楽ではありません。テレビのバラエティー番組でよく見かけるサプライズ演出をそのまま私たちがやったところで、安っぽいホスピタリティ産業の手段程度にしか成り得ません。



「器用に振る舞ったところで、手抜きは見抜かれるもの。不器用でも、一生懸命は心まで届くもの」

我々の提供するサービスは、ただ書類を渡してサインをもらえばいい事務的なモノではありません。相手の心に届くサービスでなくてはいけないのです。

必要であれば、ご本人とスタッフ以外にも、ご家族や他のご利用者にも参加していただくことも良いと私は思います。喜びを共有していけることは素晴らしいことではないでしょうか。そこに携わるみんなで、感性を共有し、同じ目的に向かうことで生まれる心の温かさが感動として伝わり、ご利用者とそのご家族から信頼と安心を得られるはずです。

**喜び溢れるサービスを生業とすることを私は誇りに思います**