

パンフレットにみる建物と空間に関する記載の実態

～小規模多機能型居宅介護事業所における考察～

石井研究室 坂田 曜子

キーワード：小規模多機能型居宅介護，パンフレット，
記載事項，建築・空間

1. 研究の背景と目的

「小規模多機能型居宅介護事業所」(以下、小規模多機能)とは2006年4月から制度化されたもので、「通い」「泊まり」「訪問」を組み合わせながらその利用量に関わらず、月額を包括料金で支払い金額が設定されるなど、従来の施設サービスにはない形態のサービスである。あくまで在宅での暮らしを支えるサービス拠点として位置づけられている。2013年10月現在、約4,200の事業所がある。

数的には全国的に普及・展開は見られるものの、介護保険者(市町村自治体)による計画、設置が行われるもので、地域によってもその設置状況には差もあり、十分社会に認知されているとは言えない。

一方、小規模多機能は認知症高齢者もその主な利用対象となることもあり、また日中の滞在および夜間の宿泊も含めて、長時間滞在し、暮らしの一部を営む場でもあり、その空間や設備の設えなど、施設環境としての整備は重要な要素であると考えられる。

本研究では、各事業者が社会に対して、また利用希望者(家族)に対して自分の事業所を紹介、案内するパンフレットに着目して、そこに記載の内容を分析することで、小規模多機能の現状や利用者へのアピール事項、建築・空間面での意識や状況について、パンフレットから探ろうとするものである。情報伝達の手段としてはインターネットを用いたホームページなども考えられるが、小さな事業所規模の運営主体が多い小規模多機能では、ホームページの整備を行っている事業者は多くなく、紙によるパンフレットの方が、より手軽に広く作成され、用いられていることから、分析対象とするのには適切であると考えられる。

2. 調査方法

2012年12月に全国小規模多機能居宅介護事業者連絡会によって実施された全国小規模多機能居宅介護事業所実態調査(アンケート調査：研究室で実施)において、アンケートとともに事業所パンフレットを回収した。今回は、そこで回収された事業所パンフレット499件を調査分析対象とした(写真1、2参照)。

3. 結果と考察

3-1 分析対象施設の概要



写真1 掲載事項が多いパンフレット事例



写真2 掲載事項が少ないパンフレット事例

まず施設名称を分析した。事業者側が小規模多機能をどのような場所として考えているか、自らの施設をどのような場所として利用者や社会に伝えたいかは、施設名称に現れると考えた。今回、分析した499事業所のうち名称として多いものを見ていくと「～家」となっているものが14.2%(71件)、「～里」が8.2%(41件)となっていた。利用者にとっての「家」となるよう、また「地域密着」の姿勢が伝わるよう意識していることがわかる。また、「愛(あい)」を含むものが2.2%(11件)あった。花の名称を用いる事業所も多く、「桜(さくら)」で2.8%(14件)、次いで「ひまわり」で1.2%(6件)となった。意図的に名称に「ひらがな」を使用する事業所も多く、296件(59.3%)と半数を超えた。

パンフレットは47都道府県全てから回収出来た。住所等が未記載のパンフレットも4.6%(24件)あった。

法人種別では、社会福祉法人が31.7%(158件)、株式会社が14.2%(71件)、医療法人が10.6%(53件)、有限会社が6.8%(34件)、NPOが6.0%(30件)などとなった。27.9%(139件)が法人種別未記載となっている。

パンフレットの体裁について見てみると、コート紙仕様が40.9%(204件)、普通紙仕様が59.1%(295件)となった。

3-2 基本概要・運営状況に関する掲載の分析

施設の基本概要、運営概要についての12項目の記載状況を分析した。5割を超える事業所で掲載している事項としては「小規模多機能の説明(制度上の定義)」が90.6%(452件)、「アクセス(地図)」が81.8%(408件)、「利用料金」が68.7%(343件)、自施設の「理念」が62.3%(311件)、「定員人数」が50.9%(254件)、などとなっている。言い換えれば、基本的な事項も記載していないパンフレットも少なくないという結果でもある(表1)。

また「日常の様子」や「活動(行事等)の様子」を伝える写真を掲載していたものは20%弱となっている。最も多くの項目が掲載されているパンフレットでも12項目中9項目に留まり、499事業所中1.8%(9件)しかなかった。反対に掲載事項が3項目以下のパンフレットは21.8%(109件)という結果となった。

3-3 建物や空間状況に関する掲載の分析

事業所の建物や空間状況に関する掲載について分析する。平面図の記載、面積的な記載、空間の写真やコメントなどを分析項目とした。

平面図を掲載しているものは38.7%(193件)だった。何らかの形で「外観」写真を掲載しているものが71.7%(358件)と最も多かった。写真掲載では、「外観」に次いで、「リビング/食堂」が51.5%(257件)、「宿泊室」が42.5%(212件)、「浴室」が35.1%(175件)、「トイレ」が13.8%(69件)、「エントランス/廊下」が13.2%(66件)、「庭/外部」が10.8%(54件)となった(表2)。

「外観」は表紙に掲載したり、他の写真はなくとも「外観」の写真を掲載したりする事業所は多かった。

分析した9項目中、全ての項目を掲載している事業所はわずか0.2%(1件)であり、8項目掲載している事業所を含めても1.6%(8件)に留まった。反対に掲載項目が3項目以下のパンフレットは61.1%(305件)となった。パンフレットを通して事業所の空間を積極的に伝えようという意識や意図はあまり感じられない結果となった。

3-4 建築・空間的な事項の掲載

上記ほかの建築・空間に関わる事項の掲載については、「あり」が19.6%(98件)、「なし」が80.4%(401件)となった。「記載あり」の19.8%(98件)の記載事項の具体を見ると、設備・構造に関する事項の掲載が54.1%(53件)となった。構造の記載が主となるが、「太陽光システム導入」などの設備面での特徴を謳うものもあった。

表1 事業所の運営状況に関する掲載

	あり 割合(事業所数)	なし 割合(事業所数)	合計 割合(事業所数)
小規模多機能の説明/定義	90.6%(452)	9.4%(47)	100%(499)
理念	62.3%(311)	37.7%(188)	100%(499)
定員人数	50.9%(254)	49.1%(245)	100%(499)
利用料金	68.7%(343)	31.3%(156)	100%(499)
食事料金	41.3%(206)	58.7%(293)	100%(499)
「通い」の時間	29.3%(146)	70.7%(353)	100%(499)
アクセス(地図)	81.8%(408)	18.2%(91)	100%(499)
職員配置	3.8%(19)	96.2%(480)	100%(499)
「認知症」という言葉	4.8%(24)	95.2%(475)	100%(499)
個人情報保護	7.8%(39)	92.2%(460)	100%(499)
日常の様子の写真	19.2%(96)	80.8%(403)	100%(499)
活動の様子の写真	18.0%(90)	82.0%(409)	100%(499)

表2 事業所の建物や空間状況に関する掲載

	あり 割合(事業所数)	なし 割合(事業所数)	合計 割合(事業所数)	
平面図	38.7%(193)	61.3%(306)	100%(499)	
居室面積	10.2%(51)	89.8%(448)	100%(499)	
写真	外観	71.7%(358)	28.3%(141)	100%(499)
	宿泊室	42.5%(212)	57.5%(287)	100%(499)
	リビング/食堂	51.5%(257)	48.5%(242)	100%(499)
	トイレ	13.8%(69)	86.2%(430)	100%(499)
	浴室	35.1%(175)	64.9%(324)	100%(499)
	庭/屋外環境	10.8%(54)	89.2%(445)	100%(499)
	エントランス/廊下	13.2%(66)	86.8%(433)	100%(499)

それ以外の45.9%(45件)の記載には、「まきストーブのある吹き抜けサロン」、「家庭的な空間」、「民家改修型」、「城下町の風情」、「モダンな外観」、「古民家風」等、その空間的な特徴を積極的に言葉で伝える表現が見られた。

4. まとめ

パンフレットはあくまでも自施設の内容を伝え、またアピールするための一媒体である。特に零細・小規模な事業所が運営主体となっている小規模多機能では、パンフレット作成に十分なコストと時間をかけることができず、手作りで作成されているものがほとんどであるというのが現状である。写真や図面の掲載など、特に建築や空間に関わる記載には、作成にあたってそれなりの技術も必要となることから、その手間を敬遠して掲載されていないものもあると考えられる。

一方で、いわゆる小規模多機能の制度上の定義や料金など、きわめて基本的な事項すらも記載していないもの、利用(予定)者に提供されるサービスの具体や、そこにおける理念など本来、最も力を入れて記載すべきと思われる事項についても、十分記載されていない実情を考えると、そのあたりに小規模多機能が十分に社会に認知されていない背景と理由があるとも推測される。

建築や空間的な事項の記載、生活や活動の様子の写真での掲載は、サービスの内容や事業所の雰囲気・様子を伝える上では、また家族等に安心感を与える上でもきわめて有用な手段である。

本調査結果で得られた実態を多くの事業所が加盟する関係団体に報告するとともに、パンフレット作成の支援のあり方なども検討していきたい。