

## 高齢者をとりまく社会環境における効果的な コミュニケーションについての考察、 ホスピタリティの観点から

一世代差が原因で生じるコミュニケーション・ギャップが、  
Quality of Lifeに及ぼすマイナスを防ぐために—

Implementation Feasibility Study of Effective Communication  
in Super-Aging Society, Japan based on the Concept of  
“Hospitality & Service”

篠崎ひさこ

Hisako SHINOZAKI

### 論文要旨

戦後の第一次ベビーブーム、1947年から1949年の間に出生した団塊世代といわれる人々が前期高齢者（65歳から74歳）に属している現在、介護施設の不足や介護スタッフの不足など早急に解決されなければならない問題が多く発生している。訪問介護や民間の借り上げ老人施設も以前にも増して注目を集めている。本研究では、高齢者の利用が多い宿泊施設、スポーツ・レクリエーション施設などで生じているコミュニケーション・ギャップに着眼し、そこで交わされているコミュニケーションはどのような改善策が考えられるのかを検討する。

施設を利用したいのに意思疎通が難しいからという理由で遠ざかる高齢者。高齢者との意思疎通が難しい、高齢者同士の声高な言い争いに閉口する介護スタッフ。高齢者の意思が上手く理解できない家族。様々な場面で直面するコミュニケーションについて、介護スタッフの立場で高齢者にアプローチを試みる先行研究や書物はある。しかしながら、サービスやホスピタリティの概念から高齢者の言語コミュニケーションや非言語コミュニケーションについて論じている研究は少ない。本研究では、ホスピタリティやサービスの顧客満足度の核となるのは、コミュニケーションに対する評価であると

とらえ、介護スタッフ（以下サービス・スタッフと呼ぶ）という「人財」のコミュニケーション力向上を最重要課題として検証していく。さらには顧客（高齢者）側のコミュニケーションについても（顧客管理）という視点から、高齢者世代の分析とともにその改善策について論じていく。日本の統計調査では65歳から74歳までを前期高齢者、75歳以上を後期高齢者としているが、国連では60歳以上、世界保健機構（WHO）では65歳以上としている。本研究では高齢者を65歳以上とし、認知症高齢者を含まないこととする。高齢者も Innovation（自己革新）を起こし、相互理解（Dual Communication）を意識したコミュニケーションを実践するようになると、世代間のコミュニケーション・ギャップの溝が浅くなると論証していく。

そして、「円滑なコミュニケーションによる負担軽減こそ、介護スタッフの ES（従業員満足度）を高めることとなり、高齢者には快適な Quality of Life の享受を可能にする。」という方向で論じていく。

**キーワード：**高齢化社会、ホスピタリティ、サービス、おもてなし、円滑なコミュニケーション（Effective Communication）、言語・非言語コミュニケーション、高齢者、介護スタッフ、サービス・スタッフ、介護施設 Tangible（有形）Intangible（無形）

## 概略

1. はじめに
2. 高齢者社会とは
3. Hospitality・Service・おもてなし
4. 4-1 円滑なコミュニケーションとは
- 4-2 コミュニケーションの種類
- 4-3 介護施設でのコミュニケーション
- 4-4 高齢者に求められるコミュニケーション・スキル
- 4-5 サービス・スタッフに求められるコミュニケーション
5. 考察・まとめ

## 6. 参考文献

### 1. はじめに

四人に一人が高齢者という超高齢者社会になった日本は、この先どう変化をしていくのだろうか。コールセンターで応対中に発生する高齢者の苦情、声高に公衆の面前で切れる老人、アクセルとブレーキを間違えたことに気づかない老人などニュースやネット情報に取り上げられる事件が増加している。高齢者の割合が増加した分、特に目立つ事象が多くなったのであろうか。これらの「トラブルの発生原因はすべて高齢者側にあるのか。」を概観したうえ、主な原因は、高齢者とそれ以外の世代に生じるコミュニケーション・ギャップにあると仮定し、高齢者が利用する介護施設で提供されるホスピタリティやサービスについて、小生の前職「37年間の外資系航空会社の客室乗務員経験」を振り返りながら、顧客視点とスタッフ視点を比較し、サービスに対する考えを探究していく。「サービスの差別化・差異化」「異文化コミュニケーション」「ダイバーシティ」についての持論は本文で展開していくが、「究極のおもてなしとは日常生活にあり！」を実践してきた経験から、ホスピタリティ概念をベースに高齢化社会における円滑なコミュニケーションについても考察を試みたい。さらには、高齢者とサービス・スタッフ間にかかわられるコミュニケーション効果とCS（顧客満足、ここでは高齢者満足）とES（従業員満足、ここでは介護スタッフ満足の関係性を考察する。

高齢者の「個人の尊厳を大切にしてくれる接遇を受けたい。」「Diversity（多様性）を考慮したコミュニケーションをとってほしい。」という顧客願望を介護施設側は精査し、顧客志向を取り入れ、介護スタッフに対する人材育成を継続することが大切である。ほかにも社会で高齢者を見守り・改善するような高齢化社会対策も構築していくべきである。それには、介護スタッフのアプローチ（Communication）を改善するのみならず、高齢者自身にも自分のコミュニケーション・スタイル（言語・非言語コミュニケーションの特徴）を自覚し、改善に取り組むことが出来るよう本研究では動議づけをしていきたい。昨年介護保険の対象者となった愚生、あわよくば、コミュニケーション

の上手い老人として周囲の人々と楽しい会話を持ち、楽しい余生が送れたら本望である。

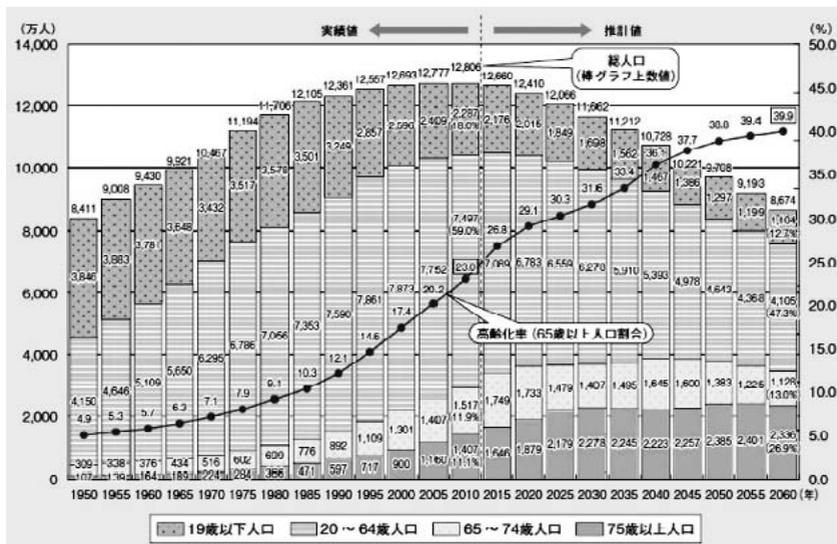
## 2. 高齢者社会とは

世界でも類のない超高齢者社会に突入している日本の実態を総務省の平成28年度白書から図表を引用した。国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、「日本の人口は、2000年の国勢調査からは1億2,700万人前後で推移していたが、2020年には1億2,410万人、2030年には1億1,662万人となり、2050年には1億人を、2060年には9,000万人をも割り込むことが予想されている。一方、さらに、高齢化率は上昇することが見込まれており、世界に先駆けて超高齢社会に突入した我が国においては、2025年には約30%、2060年には約40%に達すると見られている」。

このような「日本の高齢化」は論文でも論じられている。

一例として、Japan: Super-Aging Society Preparing for the Future :では、Japan has the highest proportion of older adults in the world. Aging is not only an immediate personal issue but also a salient factor in crucial public policies, such as pensions, health, and long-time care. とある。(筆者訳：高齢者の割合が世界一となった日本では、高齢化はもはや個人の問題だけにとどまらず、年金問題や長期化が予想される介護などの社会的問題も抱えている。)(出典：The Gerontologist vol, No.4, 425-432 doi:10. 1093/geront/gnr067, Muramatsu, Akiyama)

社会制度の違いはあるにせよ、世界中から注目を集めている日本の高齢化社会。では諸外国の高齢化はどんなスピードで進んでくるのだろうか。同じく総務省の白書によると、「人口増加と同時に世界規模でも高齢化率が上昇し、2010年の7.6%から2060年には18.3%となる見込みである。国際連合のデータを基に日本と先進諸国の高齢化率を比較してみると、日本は1980年代までは下位、90年代にはほぼ中位であったものが、2005年には最も高い水準となっている。高齢化率が7%を超えてから14%に達するまでの所要年数で比較すると、フランスが115年、比較的短いドイツが40年、英国が47年であるのに対し、日本は1970年に7%を超えるとその24年後の1994年には14%



(出典) 2010年までは総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

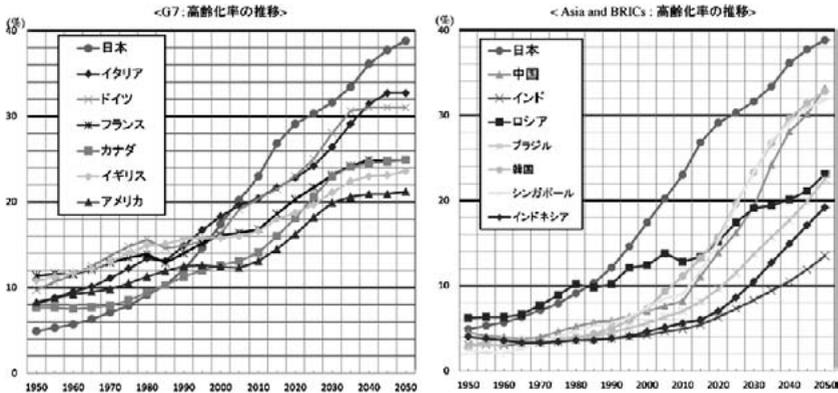
図表 2-3-1-1 日本の人口推計と高齢化率の推移

に達している。このように、日本の高齢化は世界に例を見ないスピードで進行している。がさらに、そのスピードを上回るのが2005年に9.3%だった高齢化率が2060年にはなんと33.6%に達すると予想される韓国である。」

また、統計局の平成28年度の調査による「高齢者のすがた」をまとめてみると、主な3点が挙げられている。

- 高齢者人口は3461万人、総人口に占める割合は27.3%と共に過去最高
- 女性の高齢者割合が初めて30%を超える
- 日本の高齢者割合は、主要国で最高

細かな角度から調査では、「高齢者の人口移動(日本人移動者)(住民基本台帳人口移動報告より)については、①東京都や大阪府などで転出超過 ②高齢者の都道府県間移動率は、男性は65～69歳が最も高く、女性は85歳以上で高い傾向にある。」と発表されている。定年を迎え老後の人生設計も確定す



図表 2-3-1-3 世界の高齢化率の推移

る65～69歳に首都圏から故郷に戻るといふ移動が発生し、85歳以上の女性の移動は、夫を見送った妻が終の棲家として子供世代の世話を受けるため首都圏から移動するのではないかと憶測する。この場合、子供や介護施設でのコミュニケーションの円滑化という新たな課題が高齢者に課せられる。

では、高齢者の暮らしぶり（家計調査）はどうであろうか。①ICTを活用する高齢者が増加②健康に気を配り、趣味を楽しむ高齢者のすがたがみえる。第一次ベビーブーム世代、(団塊の世代)が高齢者に突入したことから、その世代が日本経済の高度成長期に働き続けバブル経済の深刻さの体験を経て、ICTにも強く、かつ、趣味を元気に楽しむ高齢者が増えたためと考察する。

高齢者の会計（家計調査、家計消費状況調査より）については、「①交際費、保健医療への支出割合が高い②貯蓄現在高は1世帯当たり2430万円③10年間で3.6倍に増加した高齢者世帯のネットショッピングの利用④医薬品・健康食品への支出割合が高い高齢者世帯のネットショッピングなどが挙げられている。」（統計局統計情報システム課統計情報企画室情報提供第一係調査から）これらは裕福な高齢者のイメージが協調されている。高齢者対象ビジネスに企業がテコ入れをするのも、このような「高齢者のすがた」ゆえであろうか。嗜好によって介護施設も多種多様化し、潤沢な経済力がある高齢者

は自身の価値観に基づいて介護施設を選択する。このような高齢者は、施設でのサービスやコミュニケーションにも敏感である。ゆえに高齢者対象ビジネスを展開する企業は、差異化・個別化を強調した顧客志向のマーケティングを導入し、販売戦略を立てていくべきである。別の方法で、「高齢者のすがた」をとらえるとすれば、「世界一の高齢者国日本」の高齢者は、①社会と接点のある高齢者が多い。②高齢者雇用安定法や継続雇用制度の施行に従い、65歳までの高齢者が働く機会を得て、そのまま貴重な労働力となっている。③退職後も自分で把握できる分野が明らかに増加している。

具体的には、ICT社会、現役時に学んだPC操作能力を退職後も役立ててE-mailやネットショッピングなどで活用することができる。インターネットを利用して、①世界の潮流・情勢に敏感でいることができる。②多くの情報や口コミから取捨選択し、自分の好むネットワークを拡大し、情報や人のつながりを自分の領域に取り組みすることもできる。一見、継続雇用などにより貯蓄高も高くみえ満足した老後を送っているように見える高齢者だが、実態も見逃してはならない。①リストラされた子供の面倒やその孫たちへの経済支援 ②待機児童問題とともに孫疲れが生じている高齢者などがあげられる。一方、高齢者を支える世代には、核家族やひとりっ子ゆえ担わされる介護負担の増加が、年金問題・少子化問題とあわせて深刻な事態であると言わざるを得ない。このような社会問題から生じる「相互誤解」を改善するためには、両世代間の「コミュニケーションが展開される場」（接点）に焦点をあて、「コミュニケーションは相互理解の有効ツールである。」と認識することが大切である。お互いの世代を羨む感情や愚痴、無意識に軽視・蔑視する隠れた心理を、不適格な言語や非言語で伝えてしまい、結果、溝を深くしてしまうコミュニケーション・ギャップは、今後さらに進む高齢化に備えて、早急に改善されなくてはならない。高齢者と支える世代の人々とのコミュニケーションを円滑にする努力（ソフトウェア）をそれぞれの世代が歩み寄る形で実行したならば、共感力あふれる関係が構築され、お互いを支える真の意味での（信頼・尊敬）の概念を理解し「思いやり」に表すことができると考える。

### 3. ホスピタリティ・サービス・(お)もてなし

介護施設をサービス業ととらえ、そこで交わされるコミュニケーションについて論ずる前に、ホスピタリティ・サービス・おもてなしについて、それぞれの解釈と互換性について述べる。

「おもてなし」について、先行研究では、日本語の「ホスピタリティ」という言葉は、ホテルやレストランなどのサービスとしての「おもてなし」によく用いられ、英語の「Hospitality」は、家を訪ねてきたお客さまへの「おもてなし」というイメージが強い。「*Omotenashi* means to treat or entertain someone sincerely and warmheartedly, whether that person be a visiting guest, a business contact, or a friend or acquaintance. At the core of *Omotenashi* is attentiveness to the needs of others. To be attentive means to read the atmosphere, sense the mood, and feel the invisible energy pervading an occasion. Ultimately, or ideally, it means not to entertain the guest to achieve some kind of self-satisfaction, but to be quick in perceiving the guest's needs, desires, and the overall mood, and to entertain the guest accordingly.」(山久瀬2014)

「おもてなしの精神とは、他人へのおもいやりにあり。雰囲気を感じ、相手の身になって共感を示し、先読みをしてもてなすことを言う。」(山久瀬2014)と日本語と英語のニュアンスの違いについて述べている。広辞苑によれば、「おもてなし」という言葉は、本来「もてなし」(持て成し)という意味で、①とりなし、とりつくろい、たしなみ②ふるまい③取り扱い、あしらい、待遇④馳走、饗応」と広い意味が示されており、古くは源氏物語にも登場する。最近では、「もてなし」に接頭辞「お」を付けた丁寧語「おもてなし」も *Omotenashi* という表記で、*Hospitality* に近い言葉として使用されている。本研究では、「おもてなし」を「提供者が自分の判断で計画・実行する、利益を求めない純粋な思いやり行為」と考えることとする。

次に、「ホスピタリティとサービスについて」について考察する。先行研究から「たとえ高質な介護サービスであっても、介護のテクニックや効率化などの機能性重視のサービス提供だけでは利用者の精神面での安定を得ることは難しい。」(白井2016)とあり、さらに「利用者と介護職の両者に介在する

重要なコントロール要因としてホスピタリティが位置づけされれば、利用者  
と介護職に良好な関係のなかで良質の介護サービスの提供ができるのではないかと考える。」(白井2016)と介護施設での「ホスピタリティとサービス」  
の関連性について論じている。

外来語、Hospitality「ホスピタリティ」(病院での保護)やService「サービ  
ス」(主人や社会への奉仕)は、その起源を「Hospital」「Servant」とし、日本  
社会へどう導入されたのかについて述べている研究は多い。本研究ではあえて  
そこに戻らず、外来語としてのカタカナ表記の「ホスピタリティ」と「サー  
ビス」が日本文化の中でどう浸透していったかを考察する。

例えば、Hospital(病院)は患者を温かく迎え、そこで働くスタッフは、治  
療と温かい接遇を「サービス」という形で提供し、対価として報酬を得るとい  
う「ホスピタリティ=サービス=費用が発生する」という解釈ができる。和  
(日本文化)では、仏教・神道をベースとした和の精神に、布施や施しという  
私利私欲のない(利益を求めない)「おもてなし」の考えが加わり、「日本のホ  
スピタリティ」の概念が形成されたと考える。「ホスピタリティ=Service+  
おもてなし」という式に表した。和の「ホスピタリティ」の内、「サービス」  
の提供には英語の解釈と同じように利潤の追求があり、「おもてなし」の提供  
には、「ご馳走・ほどこし」など有形のものも含まれるが、自ら支払うので利  
潤の追求は発生しないと考察する。サービス・スタッフは、職業としてサー  
ビスを提供し給与・報酬を得る。サービスの内容は、企業や属する団体に決  
定権があり、サービス・スタッフはその制限内で最高のホスピタリティを実  
践する。(サービスの差異化)それが顧客の期待値をはるかに超えた時、サー  
ビス・スタッフへの信頼や愛着などが増すばかりでなく、そのサービス・ス  
タッフを雇用している企業への信頼感も増加し、顧客満足(CS)を得ること  
が出来る。さらに信頼感の継続は、顧客を「リピーター」(お得意様)へと囲  
い込み、企業に多くの利益をもたらす。

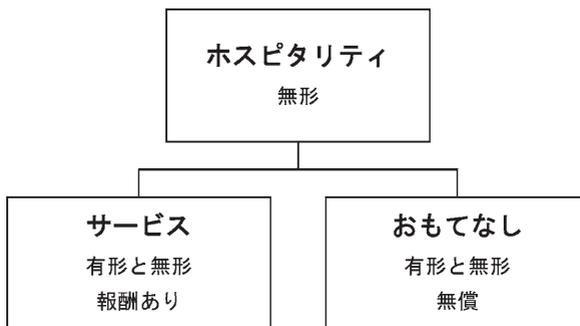
総括すれば、①日本語の「サービス」を「おまけ」と有形の品物と解釈す  
る傾向は、外来語が、日本の文化とあいまったときに年月を経て変化したも  
のであろう。②英語での「Service」は、労働、接客、修理、奉仕などと訳さ

れるが、無料、割引、おまけといった和語「サービス」の意味合いはほとんど含まないといえる。

ゆえに、本研究では、Tangible（有形）の「もの・行動」に、付加価値としてIntangible（無形の「思いやり」）をプラスする「サービス」と「おもてなし」を同列に置き、利潤の追求をするかしないかだけの違いとした。そして「サービス」や「おもてなし」の共通項「思いやり」は、「ホスピタリティ」の概念に通じるので、傘下に置く構図を組み立てた。

図のように、「ホスピタリティ」「サービス」「おもてなし」の共通項は無形（Intangible）な要素である。「サービス」と「おもてなし」を実行することとは、Tangible（有形）の商品やプレゼントを売るあるいは贈るという目的のために、付加価値としてIntangible（無形）の「思いやり」や「感謝の気持ち」「信頼感」を加えて相手に渡すという一連の行動のことである。

まず「サービス」については、Tangibleな「見えるもの」には、「商品・技術・建物・環境・居住性」（購買欲をそそるもの・素敵な建物・快適なインテリアなど）から発生する対価を払っても良いという「好感度」と、Intangibleな「目に見えない」「スタッフの・対応・接遇」「サービスのスキル」（やさしさ、敏捷性、プロの知識など）があり、両方の要素が決め手となって「購入」に至る。「商品」（見えるもの）は期待に見合ったもので、かつ（見えない）「サービス」が期待を越えるときに購入しようとする意志が決定する。どちらか一方でも、顧客の期待値より低ければ購入にいたらず、たとえ購入し

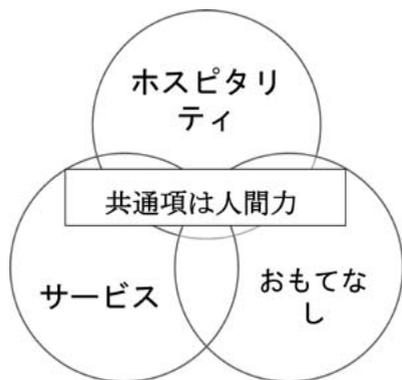


「和」のホスピタリティ図：筆者作成 2017年

たとしても後から「苦情」を発生させてしまうケースが少なくない。「サービス」という付加価値は、すなわち商品や企業への信頼感でもあり、「ホスピタリティ度」で測ることができる。商品や自社にプライドを持ち、顧客の嗜好を理解したうえで顧客のニーズにあった商品を正直に勧めることができるサービス・スタッフを有する企業は、サービス・スタッフに対する高い評価がそのまま「ホスピタリティ度が高い企業」へと結びつく。

この考えは「おもてなし」についても同様で、相手が喜ぶことを「計画・実行する」ことで両者が満足し、継続した信頼度の高い関係性の維持を可能にする。「おもてなし」は、もてなす側が自粛しなければ、制限なく実行できるので、時には、Tangibleな物（ご馳走・高価なプレゼント）に頼る「おもてなし」になってしまう。「おもてなし」とは、改まったものではなく「ふだんどおり・身の丈にあったおもてなし」を「手本」とするよう心掛けなくてはならない。

以上から、ホスピタリティ・サービス・おもてなしの提供者に求められる資質は、総合的な「人間力」ではないかと推測する。「人間力」とは、共感（Empathy）出来る力であり、その場面に応じ柔軟性を発揮できる、いわば、「サービスの足し算・引き算」を自分の「サービスの引き出し」を利用して実行できる人材の持つ資質である。「同情する（Sympathy）」が、言葉がけ・態



人間力が共通項の図：筆者作成

度を示すことだけとするなら、プロフェッショナルな人財とは一步踏み込んだ「共感する (Empathy)」力が「言葉・態度」から発せられ、信頼感が裏付けられる、「一緒に行動する」ことができる人材のことをいう。「最高のサービス」とは、「共感力あふれる接遇」のことを言い、「最高のおもてなし」とは、「ホスピタリティ度の高い・身の丈にあった・ものに頼らないたしなみ」ではないかという考えに至った。

## 4. コミュニケーション (Communication)

### 4-1 円滑なコミュニケーションとは

高齢者の周囲の人間たちの「高齢者にいい思いをしてもらいたい。」という想いや、高齢者自身の「いい思いをしたい。」という抽象的な願望表現はどのように具体的な表現に置き換えることが出来るかを考察することは、意思疎通をはかるのに大変重要である。言葉や所作をツールとして意思の伝達を可能にするのが「コミュニケーション」である。すなわちこの「いい思い」を言葉で伝えるのが言語コミュニケーション (Verbal Communication) であり、伝達度を補うために使う所作などの非言語コミュニケーション (Non-Verbal Communication) と相まって成り立っている。前章で触れた「ホスピタリティ、サービス、おもてなしの提供」に例えれば、「他人を思いやる気持ち」である同情 (Sympathy) や共感 (Empathy) をどう「表現する」か、受ける側は、どう「伝達されたか」を発信者へ応答する手段をコミュニケーション (Communication) と呼ぶのである。コミュニケーション (Communication) は、メッセージの送り手と受け手の相互通行のコミュニケーション (Dual Communication) が望ましいとされ、両者がともに共通のイメージを描くことができたとき、円滑で効果的なコミュニケーション (Effective Communication) が成立したと言える。

### 4-2 コミュニケーションの種類

拙書 (篠崎2007) より引用すれば、言語コミュニケーション (Verbal Communication) は、①言葉を使って発する②言葉を聴く③理解を深める質

問をすることから成り立ち、中でも「心で聴く」(Active Listening)を最も重要であるとしている。もちろん言葉の発信時には、その言葉にのせる気持ちの表現に気を配らなくてはならない。普段から言葉が温かく、琴線に触れる言葉の数々を発信できる人は、相手に「共感力」が伝わりやすく、人間性も高い人物と称される。作家井上ひさし氏の残した座右の銘「むずかしいことをやさしく、やさしいことをふかく、ふかいことをおもしろく、おもしろいことをまじめに、まじめなことをゆかいに、ゆかいなことはあくまでもゆかいに」(\*日経新聞の追悼記事より。掲載日不詳)が、言語コミュニケーションの真髄を説いていると改めて共感する。言葉そのものが持つ意味を伝達すること、気持ちがその言葉を選ばせたという心情を込めた「ハート語」(篠崎創造語)を伝達し、温かみを表現することは重要であると考え。ここで使う「ハート語」とは「Heart-Warming Words」のことで感謝や気遣いを表す言葉である。

Thank youに相当する「ありがとうございます。」や、クッション言葉で気遣いを表す、It would be so much appreciated～、if you do not mind～、I'm afraid that～「恐れ入りますが～、申し訳ございませんが～」などがあり、依頼するときでも相手の心情を考えて温かい言葉の選択し伝達することで、相手に好感を持ってもらえることができる言葉を「ハート語」と呼ぶことにした。要約すると、発信者(話し手)は、聞き手に敬意を払い、気持ちを良くする言葉を選んで伝えるよう心がけるべきであると考え。

それでは、受け手(受信者)にとって大切なのはなんであろうか。それは言語コミュニケーションの中で最も重要な、集中して傾聴する(Active Listening)ことである。話し手がせっかくハート語で発信しても、上の空で聞く、返答を考えることばかりに気を取られ、所々しか聞かないなどの行為は単に聞く(Hearing)に過ぎない。Active Listeningとは、話しての気持ちをおもんばかり、聞き漏らさないようにとる傾聴行動であり、「心で聴く・集中して聴く(Mindfulness)」意識の働きである。

効果的な言語コミュニケーション(Effective Verbal Communication)とは、この話し手の「言葉選び」と受け手の「傾聴する努力」を中心に、「質問をす

ることで理解度を上げる」ことである。受け手（聞き手）は、非言語コミュニケーションである「表情や首をかしげる動作」で理解していないことを示すこともできるが、相互の理解度を確実に上げるには、「効果的な質問」を投げかけあうことも求められる。なかでも、たくさんの答えを導き出せるいつ・どこで・だれが・どうした・なぜを用いた「オープン・クエスチョン」(Open Question) が最も効果的な質問形式といえよう。

非言語コミュニケーション (Non-verbal Communication) についても、その表現方法で温かい・共感力溢れる人間性を伝えることができる。「表情 (Facial Expression)」「所作 (Attitude)」「環境 (Surroundings)」と4種類で分析している。(篠崎2007)

言語コミュニケーション (Verbal Communication) と非言語コミュニケーション (Non-Verbal Communication) が相乗効果を発揮するとき、「最強のコミュニケーション」が発信・受信される。非言語コミュニケーションにおける、「効果」には、プラス効果である眼力やスマイルなどの表情、タイミングの合ったアイコンタクトなどがあげられ、反対に、大きすぎるオーバージェスチャーや小さ過ぎて理解出来ないジェスチャー、邪魔になる騒音、場に合わない音楽、机や椅子の配置などのマイナス効果と大別される。

#### 4-3 介護施設でのコミュニケーション

前章までで論じた、ホスピタリティやサービスの概念をふまえて、介護施設における効果的コミュニケーション (Effective Communication) について考察していきたい。以下、介護スタッフをサービス・スタッフと呼ぶ。利用者をもっとも求めるのはQuality of Life (快適な終の棲家) である。コミュニケーションの項の冒頭 (4-1) で、高齢者は「いい思い」を有形のサービス、すなわち施設で供給される「もの・食事」に興味を示すが、配膳時の「無形の言葉がけサービス」がより満足度の高低に大きな割合を占める。「いい思い」という抽象的な表現の中に他人と区別してくれた「私だけへの言葉がけ(ハート語)」が満足度を高めている。団体生活でありながら、手間暇かけたコミュニケーションで、自分に注目してくれるアプローチをサービスを「いい

思い」と表現しているのである。

しかしながら、サービス・スタッフ側は、「いい思い」の実現に向けて、有形・無形のオーダーメイド「サービス」を全員に提供したいのはやまやまだが、「サービスの公平性」も尊ばなければならずジレンマに陥る。このギャップを有形の「もの」ではなく、円滑なコミュニケーション・スキル（Effective Communication）という無形の「言葉がけ・応答」のみに焦点をあてることだけでも、サービス・スタッフと高齢者が相互に歩み寄ることを可能に出来る。すなわち「コミュニケーション・スキルの向上をめざそう。」を提唱するのが本研究の目的でもある。

総務省「高齢社会白書」（最新版2016）やCRM（顧客関係管理Customer Relationship Management）ソリューション・コールセンターの記事でも「キレイやすい老人」増加を指摘している。老年心理学の分野では、この発生原因を心理的原因や加齢による脳機能の衰えの影響と捉えている知見が多い。高齢者は、かまってくれないという感情や思うようにいかない言動・行動など「鬱積した生活不満点」が、ふとしたきっかけで怒りに変わり感情を爆発させてしまう。聞き手に理解されないとさらに大きな声で叫び、暴れる感情的行動に移行する。このような傾向は、問い合わせ数の4割が60歳以上のソリューション・コールセンターでも顕著であり、言語コミュニケーションのみで対応しなくてはならない電話対応の高齢者にあわせた人材育成が急務となっている。（CRMソリューション社 コールセンターにおける高齢者事情より）

介護施設でのサービス・スタッフは、多種の高齢者への相互通行のコミュニケーション（Dual Communication）を目指し信頼感を得る努力をしているが、サービス・スタッフの人材育成は、非常に幅広く長時間を要している。育成内容は、スキルを磨くKnowing（知識）・Doing（行動指針）で技術を磨くマニュアルによるトレーニングと、介護施設＝信頼財を目指すBeing（ありのままの自己の強みを活かす）、人間力を磨くトレーニングの2種に分けられるが、技術ばかりのトレーニングではなく両方を取り入れてほしいものである。トレーニング効果は、サービス・スタッフのES（従業員満足度）を向上させ、離職率低下にもつながるのではないかと考察する。本研究では、具体

的なトレーニング方法については触れないが、今後もさらに研究を継続していきたい。

#### 4-4 高齢者（利用者）に求められるコミュニケーション・スキル

では、高齢者側のコミュニケーションにはどのような改善点があるのか。高齢者のコミュニケーションになにが足りないのだろうか。ここでは、施設利用者に限らず、高齢者を取り巻く様々な人々とのコミュニケーションの場面を取り上げ考察してみたい。高齢者とのコミュニケーションについて積極的に取り組んでいる自治体もある。行政の高齢者社会の孤立を防ごうという仕組みづくりはすでに始まっており成功をしている事例について述べる。

##### 事例1 滋賀県野洲市の高齢者福祉サービス

###### 1 げんきカード交付事業

満65歳以上の人 黄色（満65歳～満69歳）または桃色（満70歳以上）のカードを交付する。カードの提示により、市内や県内の指定公共施設の減免が受けられる。

2 生きがいづくりの会 65歳以上の人 文化・スポーツ等14サークルが活動している。

###### 3 ひとり暮らし等高齢者の自立生活支援事業

外出時の援助（通院、散歩等）(2) 調理（食材の買物、宅配の手配等）(3) 衣類などの洗濯、補修等 (4) 住居などの清掃、整理整頓等 (5) 生活必需品の買物

###### 4 生活管理指導短期宿泊事業

介護保険法の要介護及び要支援のいずれにも該当しなかった人で、在宅の65歳以上の人

###### 5 配食サービス事業

在宅の65歳以上のひとり暮らし又は高齢者世帯で、調理が困難な人かつ栄養状態に支障をきたす恐れのある人 訪問の際、ひとり暮らし等高齢者の安否を確認し、健康状態に異常等があった場合には、関係機関への連絡を行う

## 6 緊急通報システム事業

在宅の65歳以上の虚弱なひとり暮らし緊急通報システムにより、利用者は急病、事故等緊急の事態が発生したときは、大阪ガスセキュリティサービスセンターに通報する

## 7 高齢者住宅小規模改造助成事業

## 8 高齢者福祉タクシー運賃助成事業

## 9 高齢者等おむつ費用助成事業

## 10 徘徊高齢者 家族サービス事業

要介護1以上と認定された市内に居住する徘徊が見られる介護保険被保険者の世帯員又親族 1. 機器を利用者に貸与する 2. 利用者は、対象者が外出して行方がわからなくなったときは、事業者に通報する 3. 通報を受けた事業者は、利用者の要請に応じて位置検索・保護を行う（セコム株式会社に委託）

## 事例2 福岡県大牟田市の平成21年から運用を開始した「ご近所支え合いネット（災害時等要援護者支援制度）」「見守り活動」

登録した人の情報を、市と協定を締結した小学校区の地域組織が共有し、その情報を活用して、町内公民館長や民生委員、福祉委員などによる見守り活動を実施している。また、地域における見守り活動体制づくりのための取組・日頃のつきあいを通じて見守りや声かけを行う「支援者」を登録。さらに「支援者」がいない人は、孤立しないように地域支援組織が支援。見守り活動の地域住民への周知・広報・出前講座による「ご近所支え合いネット（災害時等要援護者支援制度）」の周知・民生委員による高齢者への同制度周知などもしている。「通報～連絡～搜索～発見・保護」の情報伝達の流れを、各小学校区を基本的な単位として訓練する。2016年9月に実施された訓練には、住民約3000人が参加した。これまで訓練を実施していない校区の地域団体や住民の中にも機運が高まるとともに、徘徊模擬訓練の実施を通じて、地域の様々な主体的な取組（活動）の促進や自助・共助・公助の連携が進むなど、この徘徊模擬訓練が、各小学校区単位でのまちづくりの一つのきっかけ

となっている。

これらの地域で実施している対策は、行政リードで、高齢者に声をかけ支える力になろうとする取り組みである。昔は、青年団・婦人会・子供会などの横のつながりでふだんから、円滑なコミュニケーションが発達していた。高齢者の素性・人柄を理解した上、その高齢者が希望する形で言語・非言語コミュニケーションで接触することが、その時代には子世代・孫世代にも浸透していた。ゆえに受ける高齢者も、望まないコミュニケーション・スタイルには、遠慮なく（Open & Honest）に「No」を告げることができた。すなわち、高齢者は子育ての手本を示すことや、地域文化の継承者という役目を通じて尊敬されるような相互通行のコミュニケーションの地域社会が構築されていた。今年2017年から日本は、第一次ベビーブームの高齢者が70歳台に入り、超高齢化社会（Super-Aging Society）に突入した。さらに認知症高齢者の激増も予想されることから、声をかけて高齢者を見守り、異常に気づき援助の手を差し伸べようとする昔の近所づきあいを変形させたようなスタイルの地域活動が進んでいる。高齢者はどのように反応や協力を示したら良いのであろうか。地域をあげて高齢者に声をかけてくれるコミュニケーションの取り込みに、感謝の意を表すためにも、言語・非言語コミュニケーションを活かしてRespond（反応）を示すことが期待されている。

総務省の「高齢者のすがた」からも対応能力の高い高齢者は多い。事実、高齢者は声をかけてくれることにありがたさを感じている。そうであれば、お腹から声を出す練習をして、すこし高めの声のトーンで応答し元気な印象を与えてほしい。残念ながら、高齢者の中には、挨拶にたいしても視線をあわせようとせず、非言語コミュニケーションの首をかしげる、会釈するなど少なく、挨拶などの言語コミュニケーションに至らない高齢者も見かけられる。電話口でも、前置き無しに、いきなり大きな声で本題へと入っていくことが見受けられる。「言葉・単語・名前がすぐ出ない。イライラする。」「同じことを繰り返しに気づかない。」「これ・あれ・それ言葉で済ましてしまう。」、などの自覚症状があるのだが、若い時と違う自己の言語コミュニケーション能力の衰えに対し、加齢を原因だからとあきらめ、改善できないと思い込ん

でいる高齢者も多い。しかし、そこを一步踏み込んで自己改革を決心し以下のような試みにチャレンジしてほしい。

- ① 「おはよう」「こんにちは」などの短い言葉で声掛けに応じてみること。話し手を安心させることができると同時に「声をかけてよかった。」という話し手への配慮にもなる。
- ② 背中を伸ばして話し手とアイコンタクトをとる習慣をつける。話し手のスマイルに答えてスマイル返しをするとお互いの気持ちが和み同時に元気度チェックもできる。
- ③ 自分のペースで聴き、わからないことは尋ねる。途中で話の腰を折らず、頭で映像を描きながら傾聴する。聴くこと90%話すこと10%が理想的である。
- ④ 自分の言葉を選んでゆっくりと話す。活舌の衰えは気にするな！

様々な経歴を持った高齢者がいる中で、仕事の陣頭指揮にあたった経験を持つ高齢者や異文化に造詣が深い高齢者にみられるのが、「子ども扱いしないでほしい。」「個人の人格を尊重して欲しい。」という不満の存在である。「おじいちゃん、おばあちゃん」などの呼びかけを不快に感じる。(Elderspeak)「高齢者同士の会話に尊厳が足りない。」(口争いや批判)などを指摘すると逆に「扱いにくい高齢者」にされてしまうこともある。なかには、身体的な援助は欲しいが、コミュニケーションによってがっかりすることが多いなどを理由に、「老人のひきこもり」へと移行し、外部とのコミュニケーションをとることを拒絶するようになってしまう高齢者も見受けられる。

### 事例3 東京都港区の例

商業・観光・ビジネスの街として、華やかなイメージを持った東京都港区では、刊行物の中で、「タワーマンションなどの大規模な集合住宅も多く、人口も増加傾向にあります。活気ある街であっても、人とのつながりが薄く、困りごとを抱えている高齢者は少なくありません。高齢者の中には、地域との交流が少なく孤独な方、健康に自信がなく支援を必要としている方などがい

ます。地域のつながりが薄れ、地域で支え合う機能が低下していることは否定できません。安心していつまでも住み続けることのできる地域社会を実現するためには、地域で暮らす方々や働く方々の、より多くの目で高齢者の見守りに関わることが重要です。身の回りや地域に目を向けてみてください。オートロックなどセキュリティの高いマンションでは、エントランスや廊下での居住者同士の交流機会が減り、孤独感を感じる高齢者がいます。近所に友人や知人が少なく、話し相手のいない方。階段の上り下りや坂道が負担となり外出に不自由を感じる方。支援が必要であるにも関わらず、自分だけでなんとかしようと頑張っている方が少なくありません。人との関わりが少なく、必要な支援を受けずに暮らしている方がいます。加齢に伴う身体機能の低下等の理由から家に閉じこもりがちになる場合があります。特に男性は近所付き合いをしてこなかった方も多く、女性に比べ孤立しやすい傾向があります。近所付き合いを望まない方、人と関わることが苦手、煩わしいと感じるなどの理由で閉じこもりがちになる場合があります。」と記している。(港区役所発行の小雑誌「高齢者を見まもるために」平成28年4月号より抜粋)

このカテゴリーに含まれる高齢者に勧めることは、プライドを捨てる、話しかけを待つことより自分から発信することである。円滑なコミュニケーションについて再考することから始めてほしい。相手に敬意を払うことなしに、好意や尊敬の念というベクトルを自分に向けることは出来ない。「自分が常に上位。相手は自分に比べて若い、すなわち経験値が少ない。言葉を知らない。だから話を聴く気にならない。」という種々の先入観から抜け出さなければ上手なコミュニケーションの担い手にはなれない。いきなり言語コミュニケーションで挨拶をと言ってもハードルが高い高齢者には、「非言語コミュニケーション」で最初の接点をもつことを提案したい。一人暮らしの高齢者は、一日に一回は外出をし、交わされる会話や近所の様子を意識的に確認してほしい。出会った人々に会釈を試みる。公園のベンチに座って新聞を読む。デパートを見て回り店員に微笑み返しをする。ペットを連れての散歩はコミュニケーションの場として理想的である。会釈や挨拶から短い会話に発展すれば、「相互通行のコミュニケーション」が成立する。訪問介護人

やかかりつけの医者、ショッピングの時のコミュニケーションなどに自信が  
ついてくると、社会への再参加が可能になり気持ちも明るくなるのと推測す  
る。

#### 4-5 サービス・スタッフに求められるコミュニケーション

平成27年6月2日厚生労働省 社会・援護局 福祉基盤課福祉人材確保対  
策室の発表によると2025年、今の団塊の世代が75歳以上になる2025年に向  
けた介護人材の確保を重要課題としてあげている。(需給ギャップ37.7万人と  
予測) (総務省 平成24年度版情報通信白書)

「平成24年度社会福祉士・介護福祉士就労状況調査」によると、職についた  
理由として「①やりたい 職種である②通勤が便利③能力資格が活かせる④労  
働時間・休日、勤務体制が希望に沿う⑤ 正規職員として働ける (可能性があ  
る) ⑥職場の雰囲気が良いなどを挙げている。しかしながら、離職した理由  
には、①結婚・子育て②職場の方針や人間関係などの雇用管理のあり方③職  
場の人間関係に問題があった④収入が少なかった⑤心身の不調(腰痛を除く)  
⑤労働時間・休日・勤務体制があわなかった。」(抜粋) とある。

「人間関係の難しさ」から離職理由の主な原因となっていることから、介護  
スタッフ同士・管理スタッフとの関係・高齢者やその家族との関係などを推  
測できるが、別の表現をすれば、「円滑なコミュニケーションが当然通って  
いる職場だと思って就職したが、実際は、その希薄なコミュニケーションの  
実態によって離職に追いやられてしまった。」という現実が見え隠れしてい  
る。2025年に向けて、定職率アップのためにも、介護施設における「円滑な  
コミュニケーション」に関する改善策を最優先にして人材確保に努めるほう  
が効果は大きいと概観する。

介護福祉士の資格取得のための学習カリキュラムから「円滑なコミュニ  
ケーション」の習得が可能な科目を調べてみた。「人間と社会」と「こころ  
とからだのしくみ」という分野があり、「人間の尊厳と自立」「人間の尊厳と  
自立」「人間関係とコミュニケーション」など気働きやコミュニケーション、  
チームワークに関連した科目も多い。(時間総時間1850時間の内、介護技術

1260時間（養成施設コース）これらの科目は、介護スタッフの「人間力磨き」にも通じている。これらの分野は、短期間で向上結果は出にくいので、継続したトレーニング(OJTや6ヶ月ごとのリフレッシュャーコース内に期間を設ける)をスタッフ全員に課することを提案したい。

サービス・スタッフ（介護スタッフ）に期待する「円滑なコミュニケーション」の基礎となる考えが、かつて帰属した航空会社のそれと酷似しているといっても過言ではない。介護施設も航空会社も、限られた環境と設備のなかで、安全性や快適さを提供しなくてはならない信頼財のサービス業である。第2章ホスピタリティ・サービス・(お)もてなしで述べたサービスを実践し顧客満足を得るサービス理論には、「コミュニケーション能力」に関することが多く含まれるので述べてみたい。

「4つのキーワード」を拙書から引用する。サービスの土台とは、①言葉（発信する言葉、説明能力 聴く力）②態度（所作 アイコンタクト 感情表現）③機転（察知能力 サービスの組立 気働き）④知識（業務知識 一般常識）である。

表：「4つのキーワード」筆者作成

4つの キーワード	GOOD	NG	NG
言葉	・専門用語を使用しない説明能力 ・ペースを合わせる	・高飛車 慇懃無礼 ・(し)ながら話しかけ	・幼児語 おじいちゃん～しましうね。～してね。
態度	遠くから見ても柔和人前でほめる	作り笑い 眉間にしわ	注意は、人がいないところで
機転	気配り 気づき 気遣い 先読み	見て見ぬふり 先例優先・工夫なし	柔軟性なし（同情はするが行動無し）
知識	自分の意見を持つ 報告・連絡・相談	マニュアルそのまま (規則ですから～)	最新化・最適化を怠る

これらのキーワードを念頭に置いた最初のアプローチは、第一印象として強く心に残り、第2段階、第3段階の接点づくりに進む。この時の高齢者やお客さまとのつながりをラポー（rapport）と呼ぶ。第一印象が良ければ、そのス

スタッフへの印象は強く心にとどまり、第2第3段階のラポーに期待を高める。しかしながら、第一印象を悪くしてしまったら、その後の接点で挽回すればプラス評価が多くなるが大変な努力を必要とする。マイナス印象は小さな不満足の内にはプラスに好転させないと爆発してしまう。すなわち小さな満足の積み重ねは大きな満足（CS）につなげることが出来るが、小さな不満足の連続は、苦情や顧客離れを起こす原因となりえる。

とくに、介護スタッフのコミュニケーション力アップのための具体策として以下のことを考えてみた。

- ① 担当利用者とのラポー形成（rapport）のため個人表（顧客カード）を作成する。他の同僚からの情報は入れない（先入観・価値観の混入を防ぐ。）自分と利用者の信頼感の構築は真剣勝負であるから、記憶に頼らず、筆記して記録・活用する。

表：個人表（筆者作成）

利用者が呼ばれたい呼称	スタッフをどう呼ぶか	社交的か、寡黙か
ユーモアを発する頻度	グループ活動を好むか	聞き出した経験・個人史
好きな・嫌いな食べ物	喜ぶ事柄・趣味	活字（新聞・書物）の嗜好

- ② その日の最初の接点では、挨拶で利用者の元気度を探る。
- ③ 前回に交わした会話の続きを試み反応をみる。
- ④ 喜ぶ話題2件、治してほしい依頼を1件する。（フィードバックの応用）

最後に、サービス・スタッフを取り巻く環境についても少し述べてみたい。過酷な労働条件下、離職率が高いサービス・スタッフをどうサポートしていくかについても2025年までに確立することを願う。最高のケアをめざし、いつでも全力投球を期待されているサービス・スタッフは、とても繊細な感性の持ち主である。表情や態度は穏やかでも、頭の中は分刻みのケアプログラムでいっぱいだ。顔で笑って心で泣いていることも多い。職場の人間関係の問題とは、たぶんに「言った、言わない」などボタンの掛け違いや未熟なチームワークがあげられると考える。関係者には、「サービス・スタッフへの

サービス」に着目し、ES（従業員満足度）アップをめざす協力体制を構築することが求められる。

具体的には、①アプローチのタイミング：サービス・スタッフへのアプローチは、サービス・スタッフの許可を得てから行う。（忙しいときに話しかけても迷惑 思考が鈍る 介護の質が落ちる）②メモの活用：重要な連絡事項は言葉ではなく、書面で伝える。（忘れる 間違える）③職場のオープン化：サービス・スタッフの話の聞き役となる。（批判をしない 噂話の撲滅 秘密厳守）などを介護施設にあった環境づくりにも力を注いでほしい。

## 5. まとめ

超高齢化社会日本が世界の見本となるよう、介護施設における「円滑なコミュニケーション」について、ホスピタリティとサービスの見地から考察を試みた。先行研究や書籍、総務省・厚生省をはじめ、地域で展開される高齢者に対する温かい方策から、高齢者と支える世代が共生できる社会が見えてきた。これらを Tangible（ハード面）ととらえるならそれに伴う Intangible（ソフト面）のがサービス・スタッフと高齢者の「円滑なコミュニケーション（Effective Communication）」であるとまとめた。「サービスとおもてなしを有形+無形」ととらえ「ホスピタリティ 無形」の傘下に置いた。「サービス」は利潤を追求し、「おもてなし」は、感謝の気持ちを自己決断で実施するので利益は求めないとした。CS（顧客満足）は有形と無形の両方に満足したときに得られ、購入にする決断に至ると考察した。無形の「ホスピタリティ」とは、「おもしろい」「気働き」「共感力」などの要素をもち、サービス・スタッフに求められる課題は「人間力磨き」とした。サービス・スタッフの資質やサービス・スタッフを取り巻く環境にもふれた。「円滑なコミュニケーション」は、サービス・スタッフの努力のみでは成り立たない。高齢者も自己をふりかえりコミュニケーション・スキルの向上に務めることが大切だとした。

2025年までに「介護スタッフ」という職を、やりがいがある仕事、労働にあった報酬福利・厚生面での安定などが保証されるような取り組みが急がれる。介護の仕事が達成感のあるサービス職種に上げられ定着率の高い職業に

なることを願ってやまない。高齢者と介護スタッフの信頼感・尊敬の心が通いあい、お互いの価値観を共有出来るような、世代を超えた介護施設という共生社会が誕生すれば、そこで働くサービス・スタッフも高齢者とともに「生きがい」を見出し、Quality of Lifeが実感できるようになる。そうすれば介護施設ライフを躊躇している高齢者にも家族にも良い影響を与えることができると考える。

この研究で提示した「円滑なコミュニケーションについて考えること」も一つの要素となって、高齢化が追隨している他国にとっての「ロールモデル日本」になることが出来るよう願ってやまない。

今後も「高齢者とサービスについて」介護施設の充実度と世界の動向に着目しながら引き続き研究を続けていく所存だが、さらに介護施設の市場アンケート調査・働くスタッフ、高齢者、家族などへのインタビューなどを定量・定性調査を実施し、地方と都市部の動向の違いなどを数値と理論から、より具体的に比較・実証していきたいと考えている。

## 6. 引用・参考文献一覧

1. Practice Concept  
Improving Nursing Home Communication: An Intervention to Reduce Elder speak  
Kristine Williams, Susan Kemper, and Mary Lee Hummert  
The Gerontologist vol.43, No.2, 242-247
2. Japan: Super-Aging Society Preparing for the Future Muramatsu, Akiyama The Gerontologist vol. No.4, 425-432 doi:10. 1093/geront/gnr067
3. 2016年 白井志津子 広島大学マネジメント研究「介護職におけるホスピタリティの重要性に関する検討」
4. 2007年 宮内拓智・本多正俊 京都創成大学紀要 Vol.17, No.1「マーケティング・コミュニケーション ホスピタリティ・マネジメントの視点から」
5. 2014年8月14日 山久瀬洋二ブログ yamakuseyoji.com「英語でどう語る?「日本の文化」「おもてなしの精神」」
6. 2017年2月22日 CRMソリューション/コールセンター その24 www.oki-osk.jp「コールセンターにおける高齢者事情とは」
7. 雑誌 女性セブン 2016年記事「きれやすくなっているのは老人であり、若者ではない。」
8. 渡辺孝雄 服部 治 小島理市 2016年「医療・福祉サービス・マネジメント」同文館出版株式会社

9. 近藤孝雄 2007年「サービス・マネジメント入門」生産性出版
10. 布施克彦 2013年「会話の引き出し便利帖」株式会社翔泳社
11. 廿日出庸治 2017年「患者に寄り添う医療コミュニケーション」サンルクス株式会社
12. 篠崎ひさこ 2007年「アカの他人」を笑顔にする英国式品格のサービス 大和書房
13. 滋賀県野洲市の高齢者対策.pdf 高齢者福祉サービスの表
14. 平成28年9月18日 総務省 統計トピックスNo.97 統計からみた我が国の高齢者(65歳以上)
15. 総務省「高齢社会白書」(最新版2016)
16. 統計局の平成28年度の調査による「高齢者のすがた」(統計局統計情報システム課統計情報企画室情報提供第一係調査)
17. 東京都港区役所発行の小雑誌「高齢者をもみまもるために」平成28年4月号
18. 福岡県大牟田市の平成21年から運用を開始「ご近所支え合いネット」(災害時等要援護者支援制度)「見守り活動」モデル事業
19. 平成27年6月24日 厚生労働省 社会・援護局 福祉基盤課福祉人材確保対策室 2025年に向けた介護人材にかかる需給推計(確定値)について
20. (財)社会福祉振興・試験センター「平成24年度社会福祉士・介護福祉士就労状況調査」
21. 広辞苑