

●施設の方の一言からのハワイツアー

以前は地元新聞社の旅行部門に勤めており、熊本県の社協の視察旅行で、福祉施設の方に「入所者さんを海外に連れて行ってあげたい」というご要望を聞いた。調べてみるとアメリカはADA法（アメリカ障害者法）があり、バリアフリー環境が整っていた。ビーチで押せる車椅子もあることがわかった。半年間準備して、ハワイに行ったのが1996年。そこで参加者の方々が喜んでる姿を見て、これは是非広げていきたいと考えたのがきっかけ。新聞社の旅行部門でユニバーサルデザイン旅行を企画・実施することになった。その後、勤務していた新聞社が旅行部門を閉鎖することになり、しばらく別の仕事もしていたが、やはりユニバーサルデザイン旅行を事業としてやりたいと考え、2005年に旅のよろこび株式会社を立ち上げた。

●旅は「生きがい」「目標になる」

高齢の方は「旅行なんて行けるわけがない」と諦めていたり、「人に迷惑をかけたくない」と遠慮していることが多い。その心を溶かし、「旅に行けますよ」と後押しするのが当社のミッション。「旅行に行こうか迷っている人」の背中を押すために、ツアーに参加された方々のエッセイ集も出版している。

「旅のよろこび」という社名の通り、旅は「生きがい」「目標」になる。「普通にリハビリをするだけなら辛くても、旅に行くことが目標になれば頑張れる」という方も多い。また当社は「ツアー型」にすることで仲間同士で刺激を受けて切磋琢磨することもあるし、当社のツアーに参加することで友達も増えていく。「たかが旅、されど旅」であり、旅の力は大きいと思っている。

【サービスの質の確保】

●下見やサポート体制、事前確認など、「安心・安全」に徹底的にこだわる

大手旅行会社のツアーに比べれば料金は高いと思うが、その分、下記の通り、質の高さにはこだわっている。

- ①下見の徹底
「バリア」のあるところに行くので、初めて行く場所では下見をし、現地の社会資源を調べることを徹底している。
- ②少人数のツアー
介護が必要な方や障害のある方が参加されるので、ツアー人数を絞っている。最大でも15~20名。
- ③訓練を受けた介助ボランティア
訓練を受けた登録制のボランティアスタッフが同行。日当は払わないが、旅費・宿泊費はツアー料金に組み込んでいるので「持ち出し」はない。自社のスタッフや登録ボランティアの教育も兼ねて、近隣の病院の会場を借りて介護・福祉関係の講座も実施。これらの講座は、近隣の方にも公開している。
- ④事前の状況確認
「パーソナルノート」を作り、お客様個々人の状況をヒアリングし、記録している。介助内容によっては、自宅にうかがってご様子を確認する。旅に出る前のお客様とのコミュニケーションのプロセスを非常に重視している。

【集客】

- リピーターを重視しつつ、介護施設等にもPR
新聞社時代からのリピーターの方もいる。既存の参加者には定期的にDMを送ってツアーを案内している。新規のお客様獲得には、地域包括やデイサービス等回过头PRしている。

【働き手の確保】

- 介助ボランティア
180名程度のボランティアスタッフが登録。介護・看護の資格者の他、近隣の熊本保健科学大学の協力で学生もボランティアに参加してくれている。

【事業採算性の確保】

- 企画型と、オーダーメイド型のバランス
オーダーメイド型はニーズはあるが、相当手間暇がかかるため、採算的に厳しいのが実態。企画型のツアー旅行と両方をやることで、何とか利益のバランスを取っている。



●「旅の力」の効果実証・エビデンス作り

感覚として、旅は力になる、認知症や介護予防の効果があると感じているが、そのエビデンスも必要だと思う。熊本保健大学と組んで、旅の効果に関する研究も始めている。

●「介護予防」や「病氣の方向け」の旅行へも取組む

これまでは「介護が必要な方」「障害がある方」を対象としてきたが、要介護になる前の方に「認知症予防」等介護予防の要素を取り入れたツアーを実施し始めている。また、糖尿病など、病氣の方向けのツアーも展開し始めており、今後はこのように、旅行に参加される方の対象を広げていきたいと考えている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネージャー・自治体の方へのメッセージ

旅のよろこび株式会社
代表取締役 宮川和夫

非日常を五感で体験する旅は、生きがいに、リハビリの目標に、介護予防にもなるようです。総合事業、地域包括ケアシステムが推進される中、旅を生活に取り入れることで、ご高齢の方、障がいがある方のQOLが高まります。旅を諦めたり、自信を無くしておられる障がい者、情報が入りにくい高齢者に、ユニバーサルデザイン旅行を勧めさせていただき、知っていただく工夫が求められています。

「出かけたくなる」思いを創出し、元気を維持する

ライフクオリティービューティーセミナー

資生堂ジャパン株式会社

ポイント

【サービス利用者からみて】

化粧行為を続けることにより、外出などの活動ができ、元気な状態を保つことができる

【事業者から見て】

1. これまでの化粧理論や接客ノウハウを活用した付加価値づくりが可能
2. 既存事業の持つ強いブランド力を利用したネットワーク構築により、サービス提供者、提供フィールドの確保を実現

- 身だしなみとしての化粧法を伝える「整容講座」がライフクオリティー事業に発展。
- 継続的なサービス提供のための有償化に伴い、エビデンスやノウハウを整理した。

商品・サービスの企画

- 既存事業で培った理論とエビデンスに基づいたセミナーの提供。
- 要介護状態になる“手前”の状態に着目し、元気な状態を維持してもらうサービス。
- 介護施設や医療機関のスタッフ向けの整容に関するスキルアップ講座も併せて提供。

人材確保・育成

- ベテラン美容部員など接客・コミュニケーションスキルの高い人材を抜擢、教育することで、付加価値の高いサービスを提供している。

- エリア拡大のために、地域の化粧品専門店を巻き込んだ動きを目指す。当社のビューティーコンサルタントOGも活用した地域ボランティアの組織化も視野に入れる。

商品・サービス概要

高齢者自身だけではなく、介護スタッフ向けのメニューで裾野拡大

【商品・サービス】

●いきいき美容教室（高齢者向け）

参加者自身が化粧を楽しんだり、ADL維持・向上につながる化粧療法を目的とした高齢者向けセミナー。

【価格】

	対象	派遣料 (税抜)
I	特別養護老人ホーム、ケアハウス、デイサービス、グループホーム、自治体管轄の介護予防事業、自治会	10,000円
II	有料老人ホーム、サービス付き高齢者向け住宅、介護老人保健施設、介護事業を併設していない医療機関	20,000円
III	研究機関、一般企業、社会奉仕団体主催	40,000円

●化粧サロン（高齢者向け）

高齢者一人ひとりのスキンケア、メーキャップやハンドケアのサービス。

【価格】

2,000円/20分/1人～

●化粧療法講座（介護・医療スタッフ向け）

1. ADL向上のための整容講座

高齢者に対するアクティビティスキルと、高齢者が化粧による「整容」ができるための知識・技術を学ぶセミナー。

【価格】

内容	費用
ベーシックⅠコース	4,000円/120分/1人
ベーシックⅡコース	10,000円/240分/1人
マスターコース	12,000円/240分/1人
OJTコース	5,000円/60分/派遣人数

2. スキンケアを通じた口腔ケア講座、メーキャップを通じたコミュニケーションスキル向上講座、ハンドケアを通じた身体ケア向上講座、ネールケアを通じた脳トレ講座など。

【価格】

2,000円/60分/1人

(※価格は2016年4月1日以降のもの)

主な利用者とQOL向上のポイント

「出かけたくなる」思いを原動力に、心身機能の維持

●利用者のプロフィール

介護施設に入居している要介護高齢者や地域に住む健常高齢者

●QOL向上のポイント

「化粧療法」によって、自分や他者への意識を取り戻してもらい、結果として「出かけたくなる」「人と話したくなる」など生活意欲を高め、生活動作トレーニングにつなげることができる。

「整容講座」の歴史は古い。要望が大きくなり、有償化へ。

● 高校卒業予定者を対象とした「整容講座」が前身

1949年から高校卒業予定者を対象に、身だしなみとしての化粧法を伝えるための「整容講座」を開始。以降、参加者や目的によって内容を変化させながら、発展的に継続してきている。

とりわけ、高齢者に関しては、当社研究により、化粧行為が認知症の周辺症状を緩和させたり、ADLを向上させる効果があることが明らかとなり、社会貢献の一貫としてセミナーを実施してきた。

● 活動を続けるための有償化

近年、高齢者施設等からのセミナー開催要望が拡大してきたことにより、活動を継続的に発展させるために、有償化に踏み切った。

有償化に際して、提供価値を明確にするためのADL向上効果をデータとして整備した。

ADL向上のエビデンス×ベテランビューティーコンサルタントの接客ノウハウ

【商品・サービスの企画】

● エビデンスの整備

「心」「脳」「身体」「口腔」に関して化粧療法がADLを向上させる効果があることをデータとして整備した。

とりわけ、歯科衛生士との共同研究から顔のマッサージや化粧前後の会話により、唾液分泌機能が向上することもわかっており、女性に限らず男性にも効果があるといえる。

● 「ご自身でやって」もらい、機能を引き出す

化粧を「して差し上げる」のとは違い、自立支援の観点からセラピストも自ら化粧を落として、一緒に化粧行為を実施することで、高齢者自身の残存機能を引き出していく方法をとっている。

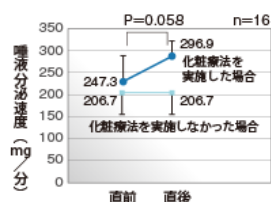
【人材確保】

● ビューティーコンサルタントの高いコミュニケーションスキルを活用

現在は、現役ビューティーコンサルタントからの抜擢、及び自薦によってビューティセラピストを育成・登用している。初対面の人にもリラックスしてもらってコミュニケーションを行うスキルは、非常に高い。

口腔

化粧療法による 唾液分泌の変化



2014年 長期療養型病院 (同一対象者で実施)
平均年齢: 87.8±6.4歳
平均介護度: 3.6±1.3



化粧行為を「社会インフラ」と位置づけ、大きな動きにつなげる

● 「社会インフラ」としての化粧行為

現在「運動教室」など様々な介護予防のためのサービスが提供されているが、効果を得るには、高齢者が自宅を出て会場に向かうことがあってのこと。身だしなみや化粧をサポートすることで、「外に出たい」「人と会いたい」というはじめの一歩を後押しする。人が社会とのつながりを保つための社会インフラとして捉えてもよいと考えている。

● 地域の専門店を巻き込む

今後は、地域の化粧品専門店も巻き込んだ動きにしていきたい。すでにある専門店が、介護予防の「通いの場」として自治体から選定されている例もある。専門店は地域のコミュニティ形成を担っている場合も多く、化粧療法の普及拠点としていきたい。

● ビューティーコンサルタントOGを中心としたボランティアの組織化

社会的に大きな流れにしていくために、各市町村に化粧療法を学んだ「化粧ボランティア」を組成し、組織化する動きも作りたい。

その核として、全国に数万人単位で存在するビューティーコンサルタントのOGの活用を考えている。

事業者からの、ご利用される方やケアマネージャー・自治体の方へのメッセージ 資生堂ジャパン株式会社 ライフクオリティ事業グループ
医学博士・介護福祉士 池山 和幸

高齢期には、健康状態の悪化や心身機能の低下などにより、外出頻度が低下し、地域・社会とのつながりが希薄になりがちです。また、人との交流機会が減少すると、他者への関心や自分への意識が低くなります。本来、個人の意思だけで行っていた身だしなみや化粧を、介護・医療の現場そして地域でサポートすることで、社会とのつながりを保つことができます。また、誰もが慣れ親しんだ身だしなみや化粧は、生活動作トレーニングにもなり、リハビリや介護予防効果が期待できます。健康寿命の延伸には、からだの機能の維持だけでなく、心のケアや社会とのつながりも必要です。高齢期の生活をトータルにサポートするサービスの基盤整備が各地域で推進されることを期待しています。

専門性の高い美容サービスを提供し、ADLや免疫力を向上させ介護予防に

ビューティタッチセラピー

一般社団法人 日本介護美容セラピスト協会

ポイント

【サービス利用者からみて】

高齢になっても「キレイの気持ち」を持ち続けることが認知症の症状の悪化を遅らせたり、老いてもその人らしく生きることを支援できる心と体の美容療法。

ハンドセラピーやメイキャップセラピーを通じて、身体的精神的に癒されると同時に、自らメイキャップを手がけることで、自立支援・ADL向上につながる

【事業者から見て】

1. 介護や美容に関する高度な知識・技術の講習を経たセラピストを認定制度で育成することにより、高い専門性を確保
2. 大学や研究所とのネットワークにより調査・研究を実施し、教育にフィードバックすることで効果を高める

- 「入院中の化粧行為が周囲の患者も含めた雰囲気明るくなった」という体験により、化粧や美容の効果を再認識につながり、お洒落に関心を持つことが高齢者の活動性を高め、介護予防の手段として有用と考えた。
- 免疫学の専門家、大学、病院などと共同研究を続け、知識の体系化と認定制度の整備を実現。

商品・サービスの企画

- 研究事業とサービス提供が密接につながっており、最新の研究成果がサービスに反映できる。

人材確保・育成

- 3か月42時間+OJT15時間に及ぶ講習を経た認定制度にすることで、一定の品質担保を可能にしている。
- 希望者が資格を取得できるため、介護職の技能向上、シニアの就業支援にもつながっている。
- 一度認定されても、3か月に1度フォローアップ教育を受けるため、最新の研究成果を教育できる。

- エリア拡大が最優先の課題。セラピスト養成のためのインストラクター制度整備やセラピーハウスの設立、高齢者の肌にやさしい化粧品の開発も視野に入れる。

商品・サービス概要

自立支援に主眼を置いた「参加型」のセラピー

【商品・サービス】

- ・ 「自分で鏡を持つ」「眉を描く」などの化粧行為を通じて、自立支援につなげていく。
- ・ 「肌に触れる」ことで、手から手へ、人から人へ、心から心へ・・・大切なことを伝え、心地よさや不安の緩和につながる。

●ビューティタッチ基本コース

フェイシャルセラピーからメンタルケアの魔法と言われるメイキャップセラピーまでを含むコース。女性にはお薦め。

●ハンドセラピーコース

指先から腕までの血液やリンパの流れを促し、むくみを改善するとともに、心のケアにもつながる。男性も受けられるサービス。

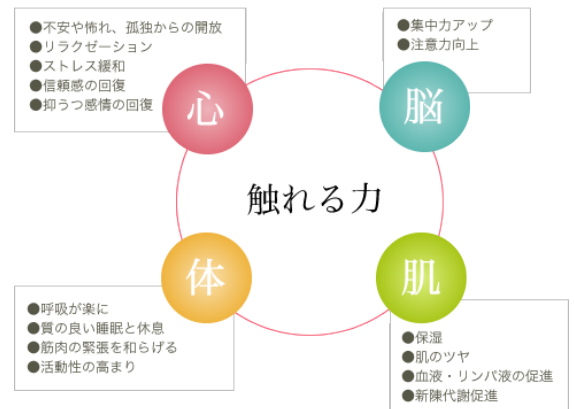
●フェイシャルセラピーコース

オールハンドのトリートメントマッサージ、LEDを導入した光セラピー、保湿パックを含むフルコース。

【価格例】

・ お一人おひとりに寄添う施術タイプは1回30分が基本で1,620円（税込）

- ・ 複数で行うレッスンは、材料費500円（人）+講師料
- ※介護関連施設（有料老人ホーム、サービス付き高齢者住宅、グループホームなど）、在宅訪問美容（美容室、喫茶店、温泉、空き家活用）などでの提供が可能。
- ※自治体と連携した、健康寿命延伸のためのレッスンタイプもあり（公民館・社会福祉協議会・いきいき教室等）。



主な利用者とQOL向上のポイント

「触れる力」によって、積極性・自発性が高まりADL向上へ

- 利用者のプロフィール
介護施設に入居している高齢者・在宅の元気高齢者。
- QOL向上のポイント
「参加型」かつグループでサービスを受けることによって、言葉数が増えるなど積極性・自発性が高まり、免疫力の向上、食欲・睡眠の改善、手指の動作の向上などのADL向上につながる（上図参照）。