

# 臨床のきれはし

## 浅田 英輔

### Sheet5

#### ○いまの仕事

長いこと児童相談所に勤めていた私ですが、そこから離れた仕事をしてもう5年目になります。昨年度までは、県庁内の高齢者施策の部署にあり、主に市町村の事業担当者や地域包括支援センター（市町村が設置する、高齢者に関する相談窓口）の人と会っていろいろ話を聞いたり考えたりする仕事をしていました。

この4月に異動となり、下北地方福祉事務所というところにおります。「地域共生社会推進担当」となっていて、去年までやっていた仕事を、下北圏域専門にやるという立場となりました。

#### ○ニーズとは

仕事の中で、市町村の担当者と話すことが多く、「地域に足りないものはなにか」「地域に必要なものはなにか」といったことを一緒に考えます。必要なものを行政が用意することもありますし、住民団体が作り出したりもします。

担当者同士で話しますが、住民のニーズを把握するということが重視されます。

ただし、「買い物に行くための足がない」という意見があったとして、「そこにバスを通す」という対応をしても、バスを使う人がほとんどいなかったということが起きます。

これは、ニーズをきちんと把握していないために起こることといえるでしょう。

#### ○ニーズ把握

地域の課題を把握するためによく使われるのが、アンケート調査です。ニーズがあるだろう人たちにアンケートをとり、「こういうニーズがあるのでこういう事業をやります」というために使われることも多いです。

誰がどういったことを望んでいるのかということの数値化するにはとてもいいツールだ

と思います。しかし、我々心理職は、質問紙法のよいところ、わるいところを知っています。

妥当性、信頼性、有意性を考えなければ、あまり意味のあるものではないということも知っています。

意識的な部分を知るにはよいツールですが、「その人がそう捉えている」ものでしかなく、「物事の真実をとらえたもの」ではありません。

「地域住民のニーズ調査」をすることはとてもよいと思うのですが、そこから出てきた結果のみを元に施策を進めていくのはあぶないとも言えます。

#### ○アンケートの分析

公認心理師100人に対して研修要望アンケートを実施するとします。

1. 公認心理師に必要な研修はどういったものだと思いますか？

この質問に対して、60人が「認知行動療法」と書いてきたのであれば、「調査対象者の60%が必要と考えている」となり、それはもう立派なニーズがあると言って問題ないと思います。公認心理師に対して認知行動療法の研修をやるべきでしょう。

2. 公認心理師には認知行動療法の知識は必要だと思いますか？

心理の人の中には、認知行動療法を使う人、使わない人、様々いますが、「知識として知っておくこと」に反対する人は多くないと思います。これに80人が「はい」と回答したなら、「知識と知っておくことが必要だと思っている人が8割である」という結論でしかないです。「知識が必要だといっているの

だから、実施が広く求められていると同じだ」とまとめるのは間違っています。

3. 公認心理師は必ず認知行動療法を実施できなければならない。

これに「はい」とする人は、私はちょっと仲良くなれない部類の人です。テスト問題で「必ず」とかいう言葉がでてきたら要注意ですよ。

もしこれを“認知行動療法原理主義者”(適当な造語です) 10人に質問したら、8人が「はい」と回答したとします。そうするとまとめのなかでは「8割の人がそう答えた」と言っても間違いとはいえないわけです。

4. 公認心理師は精神医学の知識を持っている必要がありますよね？

言ってることはまさしくそうなのですが、なんかカチンとくる質問。これに「いいえ」と答えるのは難しいですよ。これは中立性を欠く、誘導的な質問になります。

これらは極端な例ですが、こういったことはよく起きています。

「ニーズ調査結果」などは、調査方法、分析方法も含めてよく見なければなりません。

### ○ニーズの解釈

臨床場面では、言葉とニーズが違うということはあたり前に目にしますよね。クライアントが「死にたい」といったから、それがクライアントのニーズだなんてことはないでしょう。死にたいくらい大変な状況にあるのだとしたら、どういう援助をすれば少しラクになるだろうかと考えますよね。

「クライアントがこうしてほしいといったからこうした」なんていう人は、セラピストをやめてもらったほうがいいですね。

「その人がそういう発言をした意味」を考えたり、カウンセリングの題材にしたりしますよね。

それはニーズ調査のアンケートでも一緒です。

スティーブ・ジョブスの言葉といわれていますが、「顧客は、自分が何が欲しいのかわ

かっていない」というものがあります。「よりよい携帯電話が欲しいというニーズ」はあったかもしれませんが、スマートフォンが登場したとき、誰もそんな形を求めてはいませんでした。

「でかすぎる」「重すぎる」「全部が液晶？こんなものは使いにくい」「オタクたちしか使わない」といった批判がほとんどでした。(私は機能もよくわからず、おもしろそう！と飛びつきました)

その後の経過は皆さんご存知のことと思います。

この場合は、「より快適にメールやインターネットをしたい」というニーズがあったほか、サードパーティのアプリの発展、SNSなどの可能性などが視野に入っていたのかもしれませんが。

### ○説明責任

というように、ニーズ調査をするのであれば、適切な対象に適切な方法で実施し、適切な方法で分析する必要があります。さらにその結果の解釈は「こういうニーズがあった」では全く不十分なのです。

「こういうニーズがあった。そしてそれを満たすにはこういう方法がいいと思う」ということを説明しなければならないですし、

「住民が求めているのはこの全画面液晶のタッチ操作端末です！」といっても、これまでの携帯電話しか知らない上司が理解するのは難しいかもしれません。スティーブ・ジョブスではないからです。でも、全画面液晶の必要性に確信があるならば、わかるように説明しなければならないのです。

臨床にしても地域づくりにしても、「うまくいかなかった」ということはどうしても起きると思いますが、わかりやすいニーズにわかりやすい手だてを講じて、「自分のしごとは果たした」なんて顔をすることはないほうがいいですね。