









一般財団法人

医療・福祉・環境経営支援機構

「経営者のための情報Note」 Vol. 173

		タイトル、及び配布例				
		病 院	診 療 所	歯 科 医 院	福 祉 施 設	一 般 ・ そ の 他
A	 Philosophy Note	<今月のタイトル> 「高く、大きい目標」を持ち、達成するには				
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	 Medical Note	<今月のタイトル> 医療・介護等の公的質上げ、適切にフォローアップを				
			<input type="radio"/>			
C	 Dental Note	<今月のタイトル> 「患者増がリスク」になる時代？				
				<input type="radio"/>		
D	 Welfare Note	<今月のタイトル> 「新しい認知症観」に立つ認知症施策推進基本計画策定へ				
					<input type="radio"/>	
E	 Environment Note	<今月のタイトル> 西洋食材を地産地消 ～ヨーロッパ野菜～				
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	 Topics Note	<今月のタイトル> 遊び心で“衝撃の味”も ～緩和医療学会から表彰～				
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

「経営者のための情報Note」は、当財団より毎月提供いたします。



Philosophy Note

「高く、大きい目標」を持ち、達成するには

■ 何故「高く、大きい目標」が必要なのか

因果応報説では、「すべてのものを『因果の法則』が支配し、善い行為（善因）には善い結果としての報い（善果）が、悪い行為（悪因）には悪い結果としての報い（悪果）が必ずある。」と説いています。視点を変えれば、このことは高い目標を設定する人（会社）には大きな成功が得られるし、低い目標しか持たない人（会社）には、それなりの結果しか得られないことを示唆しています。

つまり、「高く、大きい目標」を持つことは、その目標に向かって自己（組織）のエネルギーを集中させることになり、それが結果として成功を実現可能にする鍵となるのです。

■ 如何に「高く、大きい目標」を達成するか

「高く、大きい目標」を達成するには、まず「こうありたい」という潜在意識にまで透徹する強い持続した願望をもつ（＝『思い』を抱く）ことが必要となります。そして、その目標に向かって1ミリ1ミリ、一步一步、今、目先にあることを足元を見ながら堅実に実行していくことによって未来は拓かれるのです。

彼の有名な発明王エジソン（Thomas Alva Edison）は、「天才とは1パーセントの閃きと99パーセントの努力である」と喝破しています。その閃きは、四六時中「有意注意」でド真剣に考えていると思いきかけない場面で潜在意識が働いて、素晴らしい着想（閃き）が得られることになるのです。

また、世界的心理学者・米国の自己啓発のカリスマであり、コーチングの元祖であるルー・タイス氏は、「すべての意味のある変化は、内側から起り、外側に発見的に広がる」「目標を持つことで潜在能力が発揮される」と目標を持つことの重要性を説いています。

さらに、タイス氏は、現状の中にあると見えないもの（「コンフォートゾーン」）全てを、自分の能力に対する自己評価（「エフィカシー」）を高めることによって心理的盲点（「スコトーマ」）が外れて、目の前にあった目標達成に必要なもの（「これまで見えなかったものが見えるようになる」）が鮮明になってくることを実証し、米国フォーチュン500社の62%がこのコーチング手法を採用しているのです。

■ 「高く、大きい目標」の重要性を検証する

仏教には、「心に思った通りになる」と言う『因果俱時』の教えがあります。内容は、原因と結果は同時（俱時）に生ずることを意味し、「心に思う」という今の行為そのものが将来を決定づけているというものです。

例えば、米大リーガー、イチロー選手こと鈴木一郎は、小学6年生の卒業文集に、「僕の夢」と題して「一流のプロ野球の選手になる」という目標を設定し、その夢を実現すべく具体的な行動目標を決め、実行し、輝かしい実績を残しています。また、北京オリンピックのソフトボール競技で3連投し、金メダルへの牽引役となった上野由岐子さんは、中学3年生の時に「オリンピックに出場し金メダルを取る。」と、さらに2008年16歳でプロゴルファーになった石川遼選手は、小学生の時「夢はマスターズに出場すること。」という目標を描き、早くも2009年のマスターズ出場を決めています。

このように、今、「高く、大きい目標」を掲げ、強く『思い』を抱くという行為が『原因』となり、その時点で将来の『結果』が『行い』を条件として確定することになるのです。つまり、心に強く抱いた『思い』は『行い』になり『結果』を生むことになるのです。





Medical Note

医療・介護等の公的賃上げ、適切にフォローアップを 《政府、経済財政諮問会議》

政府の経済財政諮問会議は5月10日、マクロ経済運営や中長期の重点課題について取り上げた。民間議員は「『新たな経済ステージ』に向けた3つの課題克服」と題する提言が提出され、日本経済は企業収益・株価・賃金等の明るい動きがみられるが、円安傾向が続き、物価上昇が賃金上昇を上回る中で消費が力強さを欠くなど、マクロ経済には課題も存在する」ことから、「新たな経済ステージ」への移行に向けて、従来型の需要安定化政策よりも、労働市場改革や取引適正化といったミクロ政策と結びついた適切なマクロ経済運営が鍵であると提言。①賃金・所得の拡大、②価格転嫁、③人手不足対応——の3つの課題克服が重要であると主張した。

中でも「賃金・所得の拡大」では、春季労使交渉の流れの中小企業への展開、診療報酬・介護報酬の改定、定額減税の実施、最低賃金の引き上げの検討等、賃上げ定着・所得増に向けた大きなモメンタムとすべきとした上で、医療・介護等の公的賃上げ（今年度2.5%のベースアップ）の着実な実施に向け、進捗状況を適切にフォローアップすべき等の見解を示した。また、「人手不足」については、「エッセンシャル・ワーカーを中心とする人手不足対応」を焦点とし、運輸・建設・介護等の分野で、人材不足が供給制約につながる懸念があり、省力化投資、リスクリテラシー強化、賃上げ等を通じて、課題を克服し、生産性向上、潜在成長率の引き上げにつなげていくべきとした。具体的に、▼省略化投資の裾野を広げるため、カタログ式の省略化補助金の支援メニューの拡充。その際、製造業等の特定業界だけでなく、幅広い業界のニーズを取り込む、▼リスクリテラシー支援事業について、資格取得や業界研修を含め、企業のニーズを踏まえて拡充、▼エッセンシャル・ワーカーの確保に向け、こうした分野での産業別最低賃金の活性化などによって、賃上げを促進し、産業の魅力を高める——を提案した。

介護の処遇改善、「賃上げ促進税制」の活用を 《厚生労働省》

厚生労働省は5月15日、老健局老人保健課から各都道府県介護保険担当主管部（局）等に向け、「介護現場における賃上げ促進税制の活用に係るリーフレット」について事務連絡した。今般、厚労省は、令和6年度税制改正により介護処遇改善加算を活用して賃上げした分も賃上げ促進税制による税額控除の対象となったことを受け、積極的に活用し、より一層の賃上げ促進を視野に、周知のためのリーフレットを作成。その周知を呼び掛けた。 ➡<https://www.mhlw.go.jp/content/12404000/001254842.pdf>



Dental Note

「患者増がリスク」になる時代？

■ 生活習慣病管理料の再編成

6月からの新たな診療報酬体系により、医科から歯周病のリスクが高い患者さんが歯科に紹介されると予想されます。診療報酬改定（医科）で生活習慣病管理料が再編成され、月1回算定される「生活習慣病管理料（I）」の対象疾患（脂質異常症、高血圧症、糖尿病）のうち、糖尿病（760点）の管理において「眼科、歯科への受診勧奨」が明記されているためです。これにより、糖尿病の重症化予防と、合併症としての歯の欠損を防ぐための医科歯科連携が、さらに進むと考えられます。糖尿病治療を行う一部の医師の間では、以前から歯科との連携の重要性が訴えられてきました。

2015年には、日本医師会が「口腔ケア推進」の新聞広告を出して、歯科関係者の間に衝撃が走りました。当時の担当常任理事だった羽鳥裕氏（神奈川県開業・内科医師）は、早くから「糖尿病歯科手帳」を活用し、糖尿病医療を担う医師と歯周病を管理する歯科医師とが患者情報を共有する体制づくりを訴えていました。これは、すでに普及している「糖尿病眼科手帳」と同様、糖尿病の治療を担う医療機関と、その合併症の治療を担う医療機関、そして患者さん自身が簡便に医療情報を共有するためのツールです。

■ 国民皆歯科健診との2段階対応

さらに、2022年6月に閣議決定された「骨太の方針」に、国民皆歯科健診の推進が盛り込まれたことで、歯科医療需要がさらに底上げされるとの期待が膨らんでいます。これは、国民全員に歯科健診を強制する制度ではなく、これまで特定健診の網から抜け落ちていた歯周病リスクエイジの人たちも、歯科健診を通じて適切な歯科受診に繋がられるようにする仕組みです。

そのため、国民皆歯科健診は、「未病」の段階から歯周病の発症予防、重症化予防に繋げる社会基盤となっています。つまり、幅広い健診によって早い段階から歯周病のリスクをコントロールし、生活習慣病管理料を通じた医科からの紹介で、より歯周病リスクの高い人たちへの集中的な管理を行う、2段階の対応が可能になるということです。

■ 技工所の生産能力が限界に？

歯周病を介した医科との連携は、どちらかという、「歯周病をコントロールすると、全身疾患の発症・重症化の予防に」という論旨で語られてきました。基本的には、予防的アプローチで医療費削減ができることを、さまざまなエビデンスを積み重ねてきたと言えます。ただ、世界的な流れからすると「予防により医療費削減」というストーリーには、「予防にかかるコストが、予防のベネフィットを上回る」などの否定的な説が有力になってきており、それだけで社会の支持を集められるかどうかは微妙です。

一方、歯科の足元を見つめると、「技工の人手不足」が歯周病予防への取り組みを待たなしにしています。ある大手の歯科技工所の幹部によると、これまで保険の義歯を担っていた小規模ラボが次々に廃業しており、それらが受けていた仕事が大手に流れてきているとのこと。

■ 人手不足がチャンスになる！

生活習慣病管理料や国民皆歯科健診を通じて歯科医療需要が拡大することを、歯科医療従事者や関連企業はおおむね歓迎しています。懸念されるのは、ただでさえ足りない歯科医師、歯科衛生士が、さらに足りなくなることです。

しかし、これも、見方を変えればビジネスチャンスに他なりません。歯科衛生士が一人で歯周検査できる音声入力システムや、歯周病の非侵襲検査方法など、歯科医療現場の人手不足を補うため、新たな診療技術の開発、発展につながるからです。つまりは、チャンスの中にはリスクがあり、リスクの中にも、またチャンスが隠れている、ということなのかもしれませんね。





「新しい認知症観」に立つ認知症施策推進基本計画策定へ ～ 政府 ～

政府は5月30日、第3回「認知症施策推進関係者会議」を開催し、認知症の本人やその家族、有識者を交えて、認知症の人を含めたすべての人が相互に人格と個性を尊重しつつ支え合いながら共生する、活力ある社会の実現に向けて議論した。そのなかで、新たに制定された「認知症基本法」に基づく「認知症施策推進基本計画」（以下、基本計画）の策定において重視する考え方が提示された。

会議ではまた、「認知症の本人が基本的人権を有する個人として、認知症とともに希望をもって生きるという『新しい認知症観』に立つ」といった理念を基本計画の前文に掲げてはどうかと説明したうえで、「認知症の本人・家族の意見を聴きながら、ともに認知症施策を立案・実施・評価する」との原則を打ち出す意向を明らかにした。

加えて、重点的に取り組むべき課題や達成すべき目標などを基本計画に盛り込み、関連する KPI(重要業績評価指標)を設定することを提案。重点目標・KPI のイメージとして、「認知症であることをオープンに語れる社会とする」を例に挙げ、その KPI を「認知症であることをオープンにできる」と考える認知症の人または国民の割合とする案も示した。



オンラインによる末期がん患者の要介護認定調査が可能に ～ 厚生労働省 ～

厚生労働省は5月31日、「がん等の方に対する速やかな介護サービスの提供について」を自治体に事務連絡した(介護保険最新情報 Vol.1266)。

がんや臓器不全の末期の状態にあって心身の状態が急速に悪化する人を含め、介護サービスの提供に急を要する人については、要介護認定の申請および速やかなサービス提供開始が求められると指摘。その一方で、国立がん研究センターががん患者の遺族を対象に行った調査によると、死亡前6カ月間に介護保険を「一度も利用したことがない」と答えた2万807人のうち、「申請したが利用できなかった」が4,849人、「介護保険を知らなかった」が1,565人で、4,849人のうち2,413人が「要介護認定に必要な調査を受ける前に亡くなった」と回答している。事務連絡では、これまで発出した事務連絡の具体的な取り扱いについて整理、関係各位への周知を促している。なお、各市町村での当該取り組みの状況について、実態を把握したうえで公表する予定だ。

今回の事務連絡では、たとえば「要介護認定の申請を受けた後、認定結果が出る前であっても、暫定ケアプランを作成してサービスの提供を開始できる」ことを示した。また、入院しているがん患者の認定調査については、医師・看護師等が同席することなどに留意したうえで、「保険者の判断でオンラインによる認定調査を実施して差し支えない」とした。



Environment Note

西洋食材を地産地消

～ ヨーロッパ野菜 ～

■ 農家、シェフら連携

4月下旬の早朝5時。さいたま市岩槻区釣上の畑で、森田剛史（42）は、ヨーロッパ野菜の花ズッキーニの収穫作業を行っていた。イタリアなどでは、一般的な食材で、黄色い花の部分に詰め物をし、揚げたり炒めたりする。朝早く開花し、すぐしぼんでしまうので、7月末までの収穫時期は時間との戦いが続く。

森田がヨーロッパ野菜を手がけるようになったのは2013年秋。以前はコマツナを生産していたが、大規模農家との価格競争に巻き込まれて厳しい状況に陥っていた。そんな時、さいたま市から「ヨーロッパ野菜を作ってみないか」と声をかけられ、若手の生産者仲間数人で手を上げた。

なぜ、さいたま市でヨーロッパ野菜なのか。さいたま市はトマト、チーズ、パスタの1人当たりの消費額が国内トップクラス。イタリアンやフレンチのレストランは200軒以上もある。しかし、本場のヨーロッパ野菜はなかなか手に入らず、空輸した品は高価格で鮮度が落ちるといった悩みがあった。「地元でヨーロッパ野菜を生産できないか」。イタリアンレストランを営むノースコーポレーション、トキタ種苗、関東食糧と行政などが連携し、13年春に「さいたまヨーロッパ野菜研究会」（ヨロ研）が発足。若手農家に呼びかけ、ヨーロッパ野菜の地産地消の取り組みが始まった。

気候も違い、ノウハウもなく始めた栽培。森田が最初に作ったのは「チーマディラーパ」というイタリアの菜の花。「名前も聞いたことがない野菜だった。いつ芽が出るのか、どのタイミングで収穫すればいいのかも分からなかった」と苦笑する。

シェフたちやトキタ種苗のアドバイザー、行政の農政担当者らの助言を受けながら、試行錯誤を続けた。ロマネスコ、ラディッキオ、ダビデの星など、新しいヨーロッパ野菜に挑戦していった。

収穫した野菜は、森田が代表取締役を務める農業法人「フェネル」が買い取り、県内の野菜専門卸問屋や大田市場（東京都中央卸売市場）を通じて全国に流通。現在、ヨロ研に参加している農家は約20軒。年間約70種類のヨーロッパ野菜が出荷され、県内外約1200軒のレストランで使われている。野菜を確実に流通させる仕組みと、おいしく料理してくれるシェフ、喜んでくれる消費者の存在がヨーロッパ野菜を支えている。森田は言う。「新しい食文化として根付いてほしい。いつかヨーロッパ野菜が当たり前にあるものになりたい」

■ 新たな食文化つくる

岩槻人形博物館に併設されたにぎわい交流館いわつき1階の「ヨロ研カフェ」。季節ごとのヨーロッパ野菜を年間70～80種類扱った料理を提供している。人気メニューは「ヨロ研野菜たっぷりのワンプレート」。ケール、スカーレットフリルなど野菜8種のサラダに、カーボロネロやコールラビなどが入ったミネストローネが付く。今の時期は「花ズッキーニのフリット」。アンチョビとモッツァレラチーズを花ズッキーニに詰めて揚げたイタリアの伝統料理だ。総料理長の新妻直也（48）は「森田さんの花ズッキーニのクオリティーはものすごく高い」と評価する。

新妻はヨロ研カフェ発足のキーパーソンとなった一人。「イタリア料理というとピッツアやパスタというイメージ。でも、実は野菜と豚肉の国。郷土料理を勉強すると本場の野菜は不可欠」と言う。だから、ヨーロッパ野菜の生産者の畑には足しげく通い、料理人の視点で収穫時期などのアドバイスをしてきた。新妻は「全部買うから作ってくれ、チャレンジしてくれ」と言い続けてきたという

ヨロ研カフェでは料理の提供だけでなく、旬のヨーロッパ野菜の販売や不定期で料理教室も開催。ヨーロッパ野菜による新しい食文化をつくっている。





Topics Note

遊び心で“衝撃の味”も
～ 緩和医療学会から表彰 ～

■ 多彩アイス 160 種超 ガリガリ君（深谷市）

「ガ〜リガ〜リ君、ガ〜リガ〜リ君♪」のテレビCMでおなじみのアイス「ガリガリ君」。赤城乳業（本社・深谷市）が、年間で約4億本を売り上げるロングセラー商品だ。同社は1931年に製氷業の広瀬屋商店として創業。64年にかき氷「赤城しぐれ」を発売して人気を集めたが、70年代のオイルショックで暗転する。同業他社が価格を据え置中、値上げに踏み切ったことなどから業績が悪化。そんな窮地を救ったのが、81年から発売を始めた「ガリガリ君」だった。

「子どもが片手で食べられるかき氷がコンセプト」と、同社開発マーケティング本部マーケティング部マーケティングチームリーダーの岡本秀幸（37）は語る。かき氷をアイスでコーティングし、溶けて崩れにくく、しゃりしゃり食感のアイスが誕生した。

同社の企業スローガンは「あそびましょ。」岡本は「お客さんの期待に応えたいし、楽しんでもらいたいという思いがある」と語る。その企業精神が生み出したのが、ソーダ味など160種類以上もの多様な味のガリガリ君だ。中でもアイスの常識を覆した「衝撃の味、3部作」として話題を呼んだのが、コーンポタージュ味（2012年）、シチュー味（13年）、ナポリタン味（14年）だ。

その「ガリガリ君リッチコーンポタージュ」は「新しい味に挑戦しよう」と企画されたが、斬新すぎるアイデアに社内から反対意見もあった。最終的に発売を決めたのは、当時の社長で現会長の井上秀樹の「ベリーグッド」の一言によってだった。開発で難しかったのはコーンをアイスの中に均等に入れること。試作を重ね、12年9月4日に発売を開始。話題が沸騰し、販売予測を大きく上回った。2日後には商品供給が間に合わず、販売を休止するほどだった。

■ 緩和医療学会から表彰

「ガリガリ君」は、2019年に日本緩和医療学会の学術大会で「最優秀緩和ケア食の維持賞」を受賞している。多年にわたり緩和ケアを受ける患者の食の維持を支え、生活の質の維持向上に多大な貢献をしたためという。

終末期の患者は飲み込む機能が低下し、口から食べ物の摂取が難しくなる。しかし、細かく砕いたアイスキャンディーは口の中に含むと徐々に溶けていき、終末期の患者にとっても食べやすいという。「終末期の患者がガリガリ君を食べたら、少し元気になった」などという声が同社にも寄せられているという。緩和ケアの業界では有名な話だったが、同学会から表彰を受け、交流サイト（SNS）を通じて話題となった。同社開発マーケティング本部マーケティング部マーケティングチームリーダーの岡本秀幸は「当初は想定していなかった食べ方だが、食べてもらえるのはありがたいこと。これからも味を守っていきたい」と語る。

ガリガリ君シリーズは3月に税別の希望小売価格を70円から80円に引き上げた。原材料や包装資材などの価格高騰が要因で、品質維持のために値上げを決めた。1981年に50円で発売され、91年と2016年に10円ずつ価格を引き上げている。