

東日本事例発表オンライン発表会 エントリーシート

法人名	一般財団法人日本老人福祉財団	施設名	湯河原〈ゆうゆうの里〉
発表タイトル	かるたで伝える里の魅力と暮らしぶり ～ブログで繋がる笑顔あふれるコミュニティ～		
研究の目的	<p>ブログには、不特定多数に向けた情報発信だけでなく、家族・友人と繋がるきっかけや、発信者自身の自尊心が高まることが明らかになっている。一方、湯河原〈ゆうゆうの里〉のブログの認知度は低く、アクセス数も全7施設の平均以下のため、ブログの効果を十分に発揮できていない現状にある。ブログの認知度や魅力度を高めることで、入居者同士のつながりを広げるだけでなく、発信者となった入居者の自尊心が高まり、日常生活の満足度が向上することを目的とした。また、ブログを通じて入居検討者への情報発信にも繋げることも目的とした。</p>		
発表の概要	<p>設立35周年記念に入居者の協力を得て「ゆうゆうかるた」を作成した。かるたには入居者の暮らしぶりや湯河原の四季がつづられていたが、一般的な「かるた」としての利用にとどまっていた。一方、入居者やその家族、検討者向けに施設の暮らしぶりなどを紹介するブログはあるものの、約半数の人がブログの存在を知らず、アクセス数は全施設の平均より低い状態であったことから、ブログの効果は十分に生かし切れていなかった。そこで、ブログの認知度や魅力度を上げる工夫をしつつ、かるたに書かれた入居者の暮らしぶりを一人ずつヒアリングし、ブログで紹介することにした。その結果、ブログの閲覧数(魅力度)が伸び、多くの方に興味をもってもらえるようになっただけでなく、ヒアリングを受けた入居者にとっても自尊心が高まるようになった。その差はヒアリングしていない入居者と比べ有意な差が生じたことから、かるたを通じて入居者に思い出や暮らしぶりを伺うことで、自尊心が高まり、日常生活に対する満足度が高まるようになった。</p>		
研究方法	<p>① ブログの認知度については、入居者および検討者にアンケートを実施して調べた。 ② ブログへのアクセス数を「魅力度」としてとらえ、毎月1日にブログの累計閲覧者数を記録。前回測定日からの1日当たりの平均アクセス数の出し、変化を調べた。 ③ 入居者の自尊心の状態については、ローゼンバークの自尊感情尺度を用いて調べた。</p>		
成果・結果	<p>① 取組前にブログの認知度を入居者にアンケートを取ったところ、43.0%が知らなかったが、取組後は86.9%に上がった。 ② ブログの平均アクセス数は21.9件/日から39.4件/日に上昇し、7施設の平均(28.0件/日)を大きく上回ることができた ③ ヒアリングしてブログに掲載した入居者の自尊感情尺度は平均35.0点(40点満点)と高く、ヒアリングしていない入居者と比べ有意な差が生じた。</p>		
考察	<p>ブログの認知度・魅力度の上昇に加えて、ブログ掲載に協力頂いた入居者の自尊心が高めることができた。このことから入居者・検討者・施設にとって魅力あるブログづくりをすすめることは、入居者の趣味・生活ぶりを知るきっかけとなるだけでなく、ご本人にとっても有意義な生活を送る一助になると考えられる。</p>		
アピールポイント 伝えたいこと 他のホーム・取組みと比較した 優位性など	<p>入居者と共に制作した「ゆうゆうかるた」を一般的な「かるた」としてだけでなく、ブログの情報ネットとしても活用しました。結果、施設に入居する全入居者を対象に施設での暮らしぶりを聞く中で、職員とのコミュニケーションが増えただけでなく、入居者ご自身が現在の生活環境や地元の魅力を振り返るきっかけとなり、日常生活の満足度が高まるきっかけとなりました。</p>		
有老協以外での 本事例の発表・ 応募状況	特になし		