

予防的視点を持った訪問看護への アプローチのために取り組むべき事項の検討

二本柳 舞^{1)*}

要旨：在宅医療の推進が課題となる中、在宅療養者が、褥瘡発生や全身状態悪化により入院する事例は後を絶たない。予防的視点を持った訪問看護のアプローチのために、介護支援専門員への働きかけが必要ではないかと考え、訪問看護ステーションスタッフ 20 名に質問紙調査を行った。調査結果では、「医療機関の看護職」が 100%、「医療機関の医師」、「介護支援専門員」が共に 92%、「地域住民」83%の割合で、訪問看護の役割や専門性を PR する必要があると回答し、PR 方法は「スーパーやタクシー等に広告掲示」、「患者・家族からの口コミ」、「地域の様々なイベントで」、「多職種の研修会に参加して PR」などが挙げられた。今回の調査で、介護支援専門員に特化した働きかけが必要と判断するまでに至らなかった。予防的視点を持ち早期に介入するためには、介護支援専門員に限らず、医師や看護師、地域住民全体にも訪問看護の役割について理解を得られるように訪問看護師自身も PR していく必要がある。

キーワード：訪問看護の早期介入、予防的視点、訪問看護の PR

NOTE

Issues to be resolved in the approach to visiting nurses from the viewpoint of preventive medicine

Mai NIHONYANAGI^{1)*}

Abstract: There is no end to the examples that home care patients have to be hospitalized due to decubitus and/or worsening of their general condition, although home healthcare has been promoted as one of the resolutions of medical issues in modern society. As an approach to promote visiting nurses from the viewpoint of preventive medicine, the active promotion toward care managers is thought to be necessary. Therefore, the author performed an inventory survey of 19 medical staffs working in a home nursing station. They answered that there is a need to publicize the role and the specialty of visiting nurses at home and the target should be nurses (100%), medical doctors (92%), home healthcare companies (92%) and local inhabitants (83%). As for the method of publicity, they recommended "advertisement in supermarkets or taxis", "word of mouth communication from patients and the families", "presentation in workshops on multi-disciplinary collaboration" and so on. The current study did not show the necessity of active promotion of specialty care managers. However, to further introduce early intervention of visiting nurses from the viewpoint of preventive medicine, it is necessary for visiting nurses themselves to publicize the importance of their role to care managers as well as medical doctors, nurses and all local inhabitants.

Key words: Early intervention of visiting nursing, Viewpoint of preventive medicine, Promotion of visiting nurses

¹⁾ Regional alliances section, Mutsu General Hospital, 1-2-8 Kogawa-machi, Mutsu, Aomori 035-8601, Japan

*Corresponding Author: M. Nihonyanagi (chiiki-ren@hospital-mutsu.or.jp)

Received for publication, August 5, 2016

Accepted for publication, October 5, 2016

¹⁾ むつ総合病院地域連携室

*責任著者：二本柳舞

(chiiki-ren@hospital-mutsu.or.jp)

〒035-8601 青森県むつ市小川町一丁目 2 番 8 号

TEL: 0175-22-2111 FAX: 0175-22-4439

平成 28 年 8 月 5 日受付

平成 28 年 10 月 5 日受理

はじめに

在宅医療の推進が課題となる中、在宅療養者が、褥瘡発生や、全身状態悪化により入院する事例は後を絶たない。高橋は「介護支援専門員に対するステーション側からの積極的な広報活動の実施、さらには介護支援専門員と訪問看護師との交流会や気軽に参加できる研修会を企画開催」することで、訪問看護に対する疑問や不安、要望などの解決と、依頼数増加に繋がると述べている¹⁾。A地区においても、予防的視点を持った訪問看護のアプローチのために、介護支援専門員への働きかけが必要ではないかと考えた。

研究目的

A地区の訪問看護ステーションにおける訪問看護介入の現状と、予防的視点を持ったアプローチについての課題を明確にする。

研究方法

(1) 研究期間：平成27年2月～平成27年5

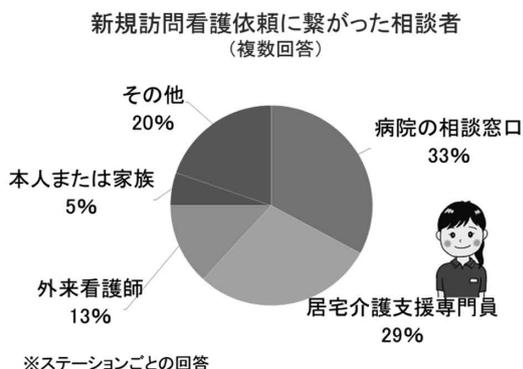


図1：新規訪問看護依頼に繋がった相談者

結果

回収率は20名中19名(95%)で、有効回答率は12名(63%)であった。管理者が33%で、スタッフが58%であった。平成27年2月からの2か月間での新規依頼に繋がった主な相談者(複数回答)は、病院の連携室33%、介護支援事業者29%、外来13%、本人・家族5%の順で

月

(2) 研究対象者：A地区の全訪問看護ステーション5カ所に勤務する訪問看護師全20名

(3) 研究方法：無記名自記式郵送法により独自に作成した質問紙調査を用いて実施。訪問看護に繋げる相談者、開始時期、依頼が遅いと感じる理由、訪問看護が患者・家族に及ぼす影響、A地区で訪問看護を啓発していく手段、について「全くそう思わない：1」から「とてもそう思う：5」までの5段階評価とし、単純集計した。また、一部自由記述欄を設け、内容を分析しカテゴリ化した。

倫理的配慮

研究の主旨や方法、結果の公表、協力と辞退の自由、個人情報厳守、不利益や負担が生じないよう配慮すること、調査用紙の返送を持ち、同意を得たものとするを調査用紙に明記した。所属機関の倫理委員会の承認を得た。

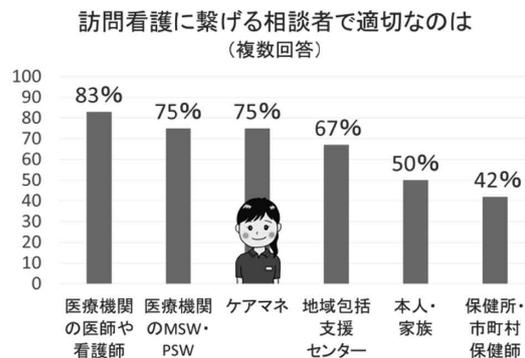


図2：訪問看護に繋げる相談者で適切なのは

あった。

訪問看護に繋げる相談者は、「医療機関の医師や看護師」83%、「医療機関のMSW・PSW」と「介護支援事業者」75%、「地域包括支援センター」67%、「本人・家族」50%「保健所・市町村保健師」42%、の順に適していると回答している。

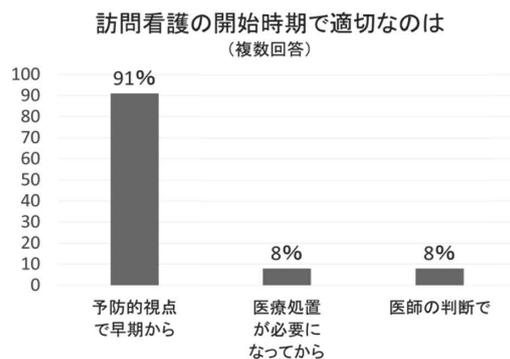


図3：訪問看護の開始時期で適切なのは

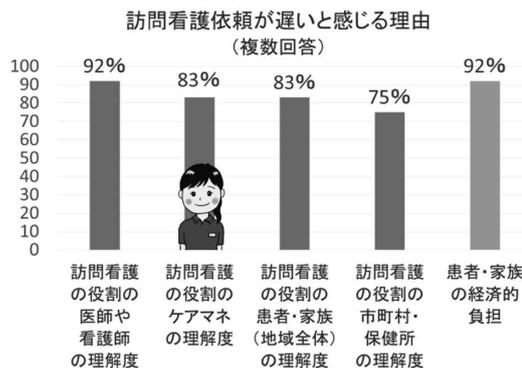


図4：訪問看護依頼が遅いと感じる理由

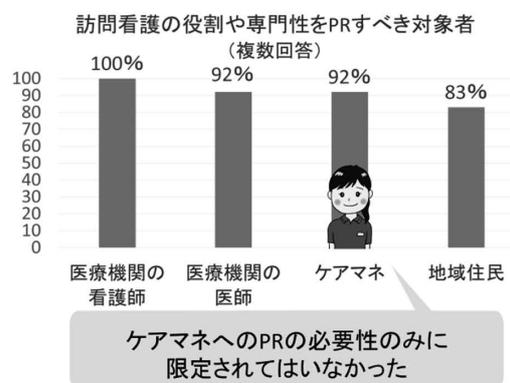


図5：訪問看護をPRすべき対象者

医療機関にPR	<ul style="list-style-type: none"> ・医師会への直訴 ・病院内で大々的にPR(病院職員は意外と知らない)
地域にPR	<ul style="list-style-type: none"> ・市、学校、町内会などのイベントで ・高齢者が参加する講演会などで ・地域の高齢者と関わる際に話をする
多職種連携	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問看護師同士の繋がりで情報共有を ・関係機関との連携を密に ・看護師や多職種の研修会などに参加
利用者の口コミ	<ul style="list-style-type: none"> ・日々の業務精一杯努力し信頼を得る ・利用者、家族へのアピール ・利用者、家族の尊厳を守り、安全安心な看護を提供し、親切丁寧な対応をする
PR方法	<ul style="list-style-type: none"> ・市の広報誌の一面で ・薬局、スーパーなどの掲示板を活用 ・タクシーに広告を貼る ・SNSの利用

図6：訪問看護をPRする方法

訪問看護の開始時期は「医療処置が必要になってから」、「医師の判断で」が8%であり、「予防的視点で早期から」は91%の回答があった。

依頼が遅いと感じる理由は、「医師や看護師」92%、「介護支援事業者」、「患者・家族(地域住民全体)」83%、「市町村・保健所」75%の順で訪問看護の役割についての理解度が影響すると回答した。「患者や家族の経済的負担」92%の回答もあった。

「医療機関の看護職」100%、「医療機関の医師」、「介護支援事業者」が共に92%、「地域住民」83%の割合で、訪問看護の役割や専門性をPRする必要があると回答し、PR方法は「広告やパンフレット」75%、「インターネットなど」67%と回答している。自由記述では、「スーパーやタクシー等に広告掲示」、「患者・家族から

の口コミ」、「地域の様々なイベントで」、「多職種の研修会に参加してPR」、「同じ看護職に訪問看護について話をする」、「日々の業務を精一杯努力し信頼を得る」等が挙げられた。

考察

木村は、訪問看護が上手く導入できない理由として「訪問看護のサービスが専門職も含め一般市民に周知されていない」、「医師・看護師等が訪問看護の必要性を認識してない」、「単価が高い」、「介護支援専門員が訪問看護に対する理解が不足している」等と述べている²⁾。

今回の調査も同様の結果だが、介護支援専門員に特化した働きかけが必要と判断するまでに至らなかった。医師の判断や医療処置の有無ではなく、予防的視点を持ち早期に介入するためには、介護支援専門員に限らず、医師や看護

師、地域住民全体に対しても、訪問看護の役割について理解を得られるように訪問看護師自身もPRしていく必要がある。

結論

予防的視点を持ち訪問看護へのアプローチを早期に始めるために、介護支援専門員のみならず、医師・看護師等の多職種や地域住民にも訪問看護をPRしていく必要がある。

文献

- 1) 高橋直美等：地域住民・居宅介護支援専門員の訪問看護の認識と訪問看護の利用者増加を目指した広報活動の試み 北日本看護学会誌 13 (1), 45-52, 2010
- 2) 木村 隆次：医療ニーズが高い要介護者への訪問看護導入等に向けた課題に関する調査研究事業報告書，一般社団法人日本介護支援専門員協会，ii-iv, 2012. 3