



(もりた・とおる)  
1985年3月 早稲田大学 商学部卒業。同年4月ユニ・チャーム株式会社へ入社。2002年より東南アジアにて経営職として約10年間勤務。11年10月より現職。

消費・所有するモノに価値を見出す「モノ消費」から、使用するモノによる効果・機能に価値を見出す消費行動「コト消費」が広がっている。病院・施設向け排泄ケア用品メーカー「ユニ・チャームメンリッケ」もコト消費を提供する企業。森田徹社長は「TENAアドバイザー」によるコンチネンスケアを通じて「利用者のQOL向上」「経営効率向上」「良い職場づくり」を実現する「同社ビジョン」を説明する。森田社長に聞いた。

当社はユニ・チャームと、スウェーデンのEssityの合併会社。北欧諸国は社会保障充実のため、国民が負担することが社会制度として定着しており、たとえばコンチネンスケアについても意識の高い専門職によって支えられている。

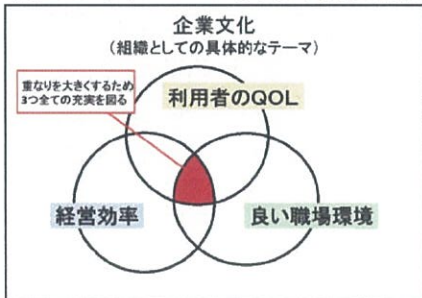
一方、日本においては、少子高齢化や社会保障制度の持続可能性の議論の中で、費用をかけた手厚EN A(テナ)を導入している。我々が販売しているおむつ「TENA(テナ)」を導入して、

いケアに取り組みにくい環境にある。また、介護人材不足とされる中では、なおさらである。

# 排泄ケア用品も「モノ価値」から「コト価値」へ

## 良い組織が優秀な人材をつくる

(図)ユニ・チャーム メンリッケの事業の骨格



さにはビジョンの共有であり、TENAアドバイザーはサポーターである。TENAアドバイザーは、第三者として施設の職員が気づいていない好事例を見つけ出すことが役割。第三者だからこそのわかる「優れている点」について、なぜ良い結果となったかを分析する。そのプロセスをともに解析し、次に生かすことが組織、そして人材の育成に繋がる。

### 企業理念の明確化と共有

私は「良い組織は必ず良い人をつくるが、良い人が集まるだけでは良い組織にならない」と考えている。当社の事業の骨格は「コンチネンスサポートチームの活動を組織として展開することで現場力を開発し『利用者のQOL向上』『良い組織(施設)づくり』『経営効率の改善』の3つの要素を同時に実現する」こと(図)。

### 本格的なコンチネンスケアによる効果

定期的な訪れ、利用者のおむつ消費量(コスト)の管理、排泄ケアシステムの研修などを行っている。ただし、コンチネンスケアはTENAアドバイザーだけで取組むのではない。施設内の職員で立ち上げる「コンチネンスサポートチーム」が中心となり、改善が必要な利用者の選定やケア内容を検討して施設内で共有していく。また

よく「TENAのおむつは高い」と言われる。これについては、「モノ消費」として他社比較をすれば高いおむつと捉えられてしまいが、コト消費としてのコンチネンスケアを通じた組織改革も提供するトータルコストとして評価しただけならば、決して割高ではないことが理解いただけたらいい。

それによって経営効率も高まる。「利用者の自立」を掲げた場合、18年度介護報酬改定での「排泄支援加算」のポイントは、排泄自立が期待できる入所者をスクリーニングし、チームアプローチによる取り組みが評価されるようになったこと。当社が掲げてきたコンチネンスケアの考えに近く、当社のコト消費に価値を見出していただきたるようになった。何より、国がコンチネンスケアに一定の評価をいたしてくれたことは、我々の励みにもなる。

- ポイント**
- 組織として取組むテーマの明確化
  - 成果を共有し、そのエッセンス抽出
  - 良い人材を育てる組織づくり
  - コンチネンスケアを実現