

株式会社薫陶塾 代表取締役社長

## 黒岩かをる



くろいわ・かをる ●1948年、福岡県生まれ。津田塾大学英文学卒。日本福祉大学社会福祉学科修了(社会福祉士)、九州大学専門大学院医療経営・管理修士課程修了(M.P.H.)。長崎大学医・歯・薬学部非常勤講師、宮崎大学医学部非常勤講師、徳島大学医学部非常勤講師など

### 事業の継続と質の向上を図るため 株式会社化を決断

東京都と福岡県にある研修センターを拠点に、全国で医師など医療専門職向けの「医療コミュニケーション教育」事業を展開している株式会社薫陶塾(本社・福岡市)。同社は1999年に黒岩かをる氏が創設した「福岡SP(模擬患者)研究会」(2000年に九州山口SP研究会と改称)を母体に、01年にNPO法人化。さらに03年には株式会社化という、同様の活動を行う他団体と比べても極めてユニークな道を歩んでいる。

「日本では『非営利』はボランティアと見なされ、対価を得るのが難しかった。一方、企業も公益性が厳しく問われる時代であり、しかも『教育』は重要課題と言えます。企業化して市場の評価にさらされながら、継続と質の向上を図っていくことが大きな決断を下しました」

このように株式会社化の経緯を語る黒岩代表取締役社長だが、当初は「この模擬患者という方法論はおもしろい!という単純な興味でした」と、自身の難病体験における社会復帰へのリハビリ中の思いもよらない「ライフワーク」との出合いを

# 医療者の行動変容を課題とした「医療コミュニケーション教育」のノウハウを一般企業にも普及へ

振り返る。それが医師の説明責任を求める社会ニーズの増大や、04年にスタートした新卒後臨床研修制度、05年に全国の医・歯学生を対象に導入されたOSCE(客観的臨床能力試験)などが弾みとなり、大学病院をはじめとする医療現場からコミュニケーション教育の依頼が殺到。これまでに手がけた研修やワークショップの実績は500件以上に及ぶ。

### 教育的視点も有する 模擬患者を養成

黒岩代表取締役社長が事業のスタート時から一貫してレベルアップに努め、その結果同社の強みとなっているのが、コミュニケーション教育の中心を担う「模擬患者」の質の高さだ。一般の市民らが患者の役割を演じ、医療面接のロールプレイに取り組み模擬患者グループ・団体は全国にあるが、医療者へもの申したい気持ちに先に立ち、学習対象者の成長のための「生きた教材(学習資源)」の役割に、プライドをもって徹することを忘れがちになる場合もあるという。

「良好なコミュニケーションのとり方を体得するには、巷にあふれている『べき論』やマニュアルは通用し

ません。学習者は答えのないことに取り組んでいるからです。頭ではわかっていても実際にはできないから訓練を受けるのです。模擬患者は単に試験や評価のための「質問に答える人」ではなく、教育的視点から学習者のレディネスに合わせてリアリティーをコントロールし、自分と相手とのズレへの「気づき」を喚起させ、認識を改め、そして言動を変え、動機づけのできるプロフェッショナルでなければなりません」

同社ではこのようなスタンスと独自のメソッドに基づいて、認定「MITP」(ミットピー)IIメデイ

カル・トレーニング・パフォーマー(薫陶塾ブランドの模擬患者)を養成。MITPにはカウンセラーや演劇関係者のほか医師、薬剤師、看護師などさまざまな職種や医学生なども登録しており、自身の仕事の質向上にも大いに役立っているという。

実際の教育研修システムでは、模擬患者のほかに、プログラムをデザインする「コーディネーター」、プログラムを推進する「ファシリテーター」がチームとしてかわることで、真剣に対峙し合うシミュレーションの場を演出。学習者の気づきと行動変容を促している。

こうした「目の前の一人の患者、

家族と向き合うことができる対応力・応用力(コミュニケーション能力)を身につける教育研修が必要であるとの認識は、開業を考える医師から、がん患者・家族のカウンセリングに携わる臨床心理士、特定保健指導に取り組みたい管理栄養士、認知症・統合失調症の患者との接し方を学びたい作業療法士などにも広がっている。そのため、各専門職の養成施設などからの教育研修の依頼も増えてきているという。

### 「CSアップ」の理解深める プログラムを開発

さらに、黒岩代表取締役社長が「今年から本格化させたい」と意欲をみせるのが、一般企業への展開だ。「いわば医療は究極の接客業であり、その本質は『リスクコミュニケーション(リスクに関する正確な情報を関係者が信頼関係のなかで共有し、互いの意思疎通を図ること)』です。私たちが医療者向けに開発してきた、他者の視点を得ることにより自己理解も深まるという『気づいて、変わる!』ノウハウは、今や日本中に蔓延するコミュニケーション不全の解決に役立つと確信するからです」

同社で一般企業の社員研修など

を念頭に作成しているプログラムが、「薫陶塾」ころの可視化ワークショップ「○○さんになってみましょう!」(商標登録出願中)だ。ここでも単なるタイプ別対応マニュアルやロールプレイとは一線を画し、模擬患者の場合と同様に顧客のナラティブ(人生の物語り)までを綿密に書き込んだシーン設定などによって、「CSアップ」の本質的理解を促そうとしている。

「人材開発とは、具体的な成果を出して顧客に認めてもらう『顧客接点での実感による社員の成長』だととらえています。このワークショップは、顧客・自身・自社・社会の四者満足という好循環を生む企業文化の醸成に一役買うことができると考えています」と力強く語る。すでに大手企業傘下の医療機器メーカーによる採用が決まっており、「カスタマイズを重ねて良いものに仕上げたい」と意気込む。

一生懸命だが不器用な医学生に出会ったことをきっかけにコミュニケーション教育の重要性を認識し、「親世代としての責任感」から医療人教育に情熱を注いできた黒岩代表取締役社長。その想いを「次の世代を育む志」にまで広げて、一般企業の社員研修という新分野に挑んでいる。