

訪問看護管理者養成研修会後の取り組み

平成30年度修了者から訪問看護ステーションの活動を報告いただいています

訪問看護ステーションデライト葛飾管理者 長土居美紀

はじめに

私は、現職の前、ワークライフバランスの確保のため転職を考えていたところ、人材紹介サービスを利用して精神科に特化した訪問看護の世界に入りました。もともと精神科も訪問看護も、特に興味があつたわけではありませんでしたが、だんだんやりがいと楽しさを感じ始めた5か月後に、ステーションの管理者に推薦され、就任しました。何もわからないまま何となく業務を続けていたため、いつもこのやり方で良いのかと自問自答しながらの2年でした。その後、管理者候補として同じく精神科に特化した現在のステーションに転職しました。この機会に管理者として必要な知識、スキルは何なのか、経営やマネジメント方法、スタッフの看護の質を高める方法、有効な営業活動について知るために訪問看護管理者養成研修を受講しました。

研修会修了後に実践しようと思ったこと

研修内容は非常に充実しており、制度の動向、経営能力、人材育成・管理、組織運営等多岐にわたるものでした。グループワークでは多様な視点から意見を聞くことができ、講義の最中から「これやってみよう！」と意欲を掻き立てられることが多々ありました。その中で、「1. 事業目標を立てる」「2. ご利用者満足度アンケートの実施」「3. 広告戦略」の3点について実際にやってみることにしました。

実際の取り組みと結果

1. 事業目標を立てる 所内で4～5人のグループに分かれ、研修で教わったSWOT分析を行いました。全員が出席できるよう訪問スケジュールを調整し、私がファシリテーターとなり15時～17時までの2時間行いました。できるだけ多くの意見を出すことを目標にしたため活発な意見交換ができました。最後は各グループで発表してもらい、その意見を私がとりまとめて事業目標としました。その結果、スタッフの課題意識が共有され、指示されなくとも自主的に行動、意見ができるようになるという変化が見られ、スタッフの成長と管理者の業務負担の軽減につながりました。また、事業所の課題が明確化したため、所内研修のテーマを見出すこともできました。

2. ご利用者満足度アンケートの実施 ご利用者様のニーズや症状を踏まえつつ適切な看護を提供することを目的に満足度調査をしたいと思い実施しました。訪問時にアンケート調査を配布するところから、郵送または手渡しでの回収まで約2か月間かかりました。精神的な波のあるご利用者様も多く、当初は期限までに返送できるのかと懸念していましたが、回収率は80%と高く有意性があつたのではないかと思います。アンケートの結果、良い評価を頂くことができ、スタッフのモチベーションアップに繋がった反面、「サービスについて」はまだ改善の余地があることがわかり、新たな課題の明確化につながりました。

3. 広告戦略 例えば、依頼する側は訪問看護を導入検討する際に、インターネットで検索しているという情報がありました。講義でも広報活動が一つの有効手段であることを学び、実践しました。具体的には、精神科訪問看護2019年2月号に記事の掲載、ステーションのホームページ作成、採用動画を作成してYouTubeにアップ、さらにホームページで月1のペースでブログの掲載を始めました。その結果、新規の依頼が増え、それを機に新しい病院との繋がりができました。何より、看護師の応募が増えたことに驚きを感じています。事前にホームページを見て、ホームページから応募してくれる看護師さんもいますし、「動画の中の看護師さんの発言に共感して」と言ってくれる応募者もいて、非常に嬉しく思うと同時に広告の反響を実感しています。

今後の課題

今回の取り組みによって得られたことがたくさんありました。この研修に参加し、知識や方法を学んだからできたことだと考えます。しかし、一番大事なことは、まずやってみる行動力だと思います。うまくいかなくても必ずうまくいくヒントが見つかるため、方法を変えてまたやってみれば良いと思います。管理者として目指す事業所の運営は、看護計画と同じでPDCAサイクルに乗せ、常にアップデートしていくことが大事ではないかと思っています。今後は、地域の精神保健福祉包括ケアシステム推進に向けた地域との連携を強化し、街づくりに貢献できるよう努め、地域で暮らすより多くのご利用者様に質の高い看護を提供していきたいと思っています。