

性格表現の提示方法が

「あてはまる」という認知に与える影響

今野 美希

性格表現とはパーソナリティの質や属性を述べるのに用いる用語であり、対象者の性格像の把握・記述を行うものである。そして、性格というものは名前を与えられてそれに「あてはまる」と応答されることで、初めてその“性格”として認識される。

本研究はバーナム効果がなぜ肯定的な反応を引き出すことが出来るのかに着目し、バーナム効果の特徴とされる両価的な表現の観点から調査を行った。意味的に反対語であるとされる[P(positive)]と[N(negative)]の単語があった場合、その相反する2つの性格表現を[(あなたは)Pである][Nである]のように単独で提示するより、[PでもありNでもある][NでもありPでもある]のように組み合わせで提示したときに、より肯定的な反応を引き出すかという点に着目する。また、2つの表現を並べる場合の組み合わせ方、語順の影響についても検討することを目的として行われた。

研究Ⅰでは、性格表現を組み合わせで提示することにより、単独で提示するよりは「あてはまる」と回答される頻度が高くなりそうだということは示唆されたが、有効な性格表現の組み合わせや、組み合わせの語順によっても回答に差が出るのかなどについては確認することができなかった。研究Ⅱでは、反対語の関係にある性格表現の組み合わせ、社会的望ましさを考慮した組み合わせによる提示を行った。その結果、反対語であるかということや社会的望ましさの程度によらず、言葉を2つ組み合わせることで、単独提示 [P][N]のいずれかよりも「あてはまる」と評価されることが多くなるということが分かった。この際、インタビュー調査では語順によって文章に異なった印象を抱く対象者の存在が見られたが、数量的には組み合わせの語順については影響がないことが示された。そして、反対語の性格表現の組み合わせ提示において、対象者がより自身の中にある性質を探索し、それまで思い至らなかった自身の性格や、矛盾するような性格が共存していることへの気づきをもたらす可能性があるのではないかということが考えられた。

過疎地における特別養護老人ホームの事業展開のあり方に関する研究

—岩手県A特別養護老人ホームの事例を通して—

畠山 充

過疎地の特別養護老人ホーム（以下、特養）経営は、地域の高齢化は進むものの、人口全体が減少することに伴い利用者の減少も影響し、経営は不安定で事業の継続性も危ぶまれる状況と考えられる。本研究の事例対象であるA特養は、岩手県内の過疎地に立地しており、同様の危機感を抱いている施設である。特養経営において、スケールメリットを活かした事業が望まれているが、過疎地の特養では進行する周辺地域の人口減少や人材確保の困難から、事業拡大についての方策が見出せない現状にあると思われる。一方、社会福祉法人である特養は、在宅事業の充実や地域貢献という使命もあり、採算性が低い過疎地において介護サービスや地域課題解決の担い手としての役割が求められている。

そこで、本研究では、以上に示した現状を踏まえながら、A特養を事例として、持続的な事業運営のための事業展開のあり方を考察し、具体的な事業モデルを提案することを目的とした。

研究方法は、文献調査やA特養と過疎地に立地している岩手県内の16ヵ所の特養に対し、事業展開等に関する調査を実施した。さらに、4ヵ所の特養については財務分析を実施した。その結果、事業実施状況及び財務分析の考察から、特養自体の経営に厳しさが増していることが明らかになり、その原因として、特養併設の在宅介護事業の赤字、不採算性の影響が強いことが分かった。

過疎地における特養は、経営安定と事業継続を図るためには、まずコア事業として特養本体事業の自立経営が可能となるマネジメントが必要である。一方、採算性や収益には結びつかない在宅系事業や地域貢献に寄与することも特養の役割として求められている。そこで本研究では、こうした二律背反的な「特養事業」と「在宅系事業・地域貢献」を軸とした今後の事業展開の手法として「有限責任事業組合」(LLP)を活用した事業モデルを提案した。