

食事は、最低限生きるのに必要不可欠であると共に、QOLの維持に大きな比重も占めます。家族や仲間達との食事や、そこでの語らひは、人生の楽しみの一つでしょう。

私は、昨年、その根幹を揺るがしかねない病気である食道癌を患いました。病状に気づく前は、食事のつかえ感を抱く程度でしたが、徐々に嘔吐を伴うようになり、その頻度が増し、その後はアイス等の流動食しか喉を通らなくなりました。

病院に入院し、食道の摘出と、胃の一部を引き延ばし繋げる手術を行いました。手術以外、経鼻胃管や腸瘻も経験しました。

手術後、最初の食事は重湯でした。重湯であっても口からたべられる！と思った瞬間、幸せのあまり思わず泣いてしまいました。しかし、その後も手術部位の狭窄を繰り返し、頻繁につかえ、嘔吐してしまいました。毎食、嫌な緊張感が続き、一時は食事が憂鬱となり苦痛でした。しかし、複数回の食道拡張術で大分改善し、現在は、食事の楽しさを取り戻しつつあります。

食事は、自分が置かれている状況次第で、健康、日常の暮らし方や考え方、そして意欲など様々なことに大きな影響を及ぼすのだと身をもって体験しました。

「今の食事に満足していますか？」「楽しく食事ができていますか？」改めて多くの方に食事の根本を見つめ直していただけるように、自らの経験と専門職としての見地をもとに活動していきたいと思ひます。

(介護支援専門員 岡林 繁史)

在宅総合ケアセンターの管理栄養士

第1回 在宅総合ケアセンターとは

第1回は、私の職場である在宅総合ケアセンター（以下「センター」といひます。）についてお話しします。

センターは、世田谷区祖師谷にあり、地域に暮らす方々の在宅支援と自立支援を目的として、リハビリを核とした医療・介護サービスを総合的に提供する施設です。センターには、訪問診療、外来診療、入院診療、訪問リハビリ、通所リハビリ、居宅介護支援、訪問看護ステーションなど様々な機能があり、日常的な診療やリハビリから看取りまでを行っています。医師、看護師、介護福祉士、理学療法士、作業療法士、言語聴覚士、ソーシャルワーカー、ケアマネジャー、管理栄養士などの専門職が一丸となり、住み慣れた地域でその人らしい人生を送ることをチームでサポートしています。もちろん、ご本人だけでなく、ご家族も支えます。その中で管理栄養士は、入院されている方や通所の方の栄養・食事管理、また入院・外来・訪問栄養指導を、主に行っています。

当センターの強みは、他の専門職やスタッフといつでも顔を合わせ、情報を共有できる環境にあり、様々な視点から支援を必要とする方を見ることができ、タイムリーな介入ができる点です。



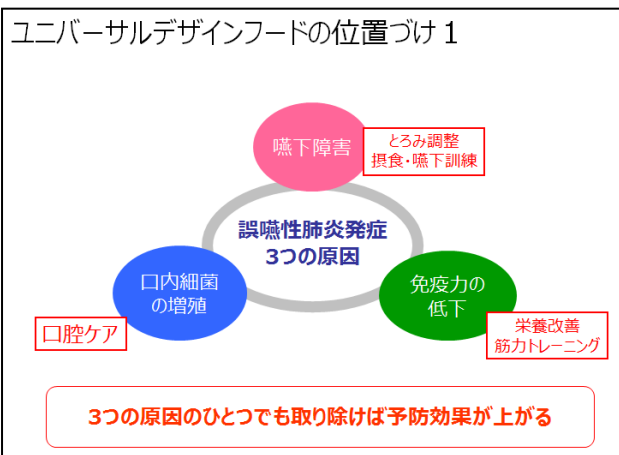
(管理栄養士 波多野 桃)

食支援とユニバーサルデザイン フードの関係

アサヒグループ食品株式会社 勝岡 伸行

食支援の観点から、ユニバーサルデザインフード（以下 UDF）の位置付けをどう捉えていくかが重要ですが、介護現場において殆ど浸透していないのが実情です。

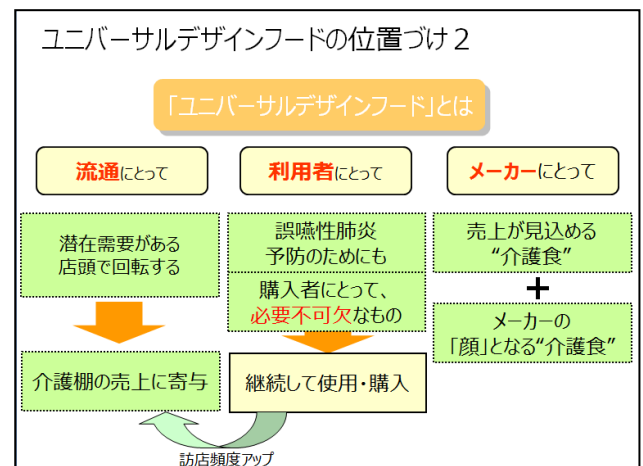
食品メーカーを中心に関連各社が集まり、2002年に発足した日本介護食品協議会は今年で14年目になりますが、これまでに、様々な場面でUDFの普及啓蒙活動をしてきました。UDFが、単に、咀嚼嚥下機能低下の方に向けた食品という位置づけだけで捉えるのではなく、いかに食支援をしている方々へ戦略的に組み込んでいくかが肝心です。そのためには、商品の情報だけではなく、メーカー各社がどのような戦略（思想）で商品設計に取り組んでいるかを理解してもらえるように、今後も普及啓蒙していく必要があります。たとえば、誤嚥性肺炎の患者を減らしたいという思想があれば⇒その方に適した商品へとつながり⇒その商品自体のニーズが高まっていく、というようにです。メーカー各社は競合しているように見え



ますが、実は、思想を共有して、共存しています。要介護高齢者は増加の一途で、利用者の悩み（課題）は山積みしています。各メーカーの得意分野（強み）を活かして新たな市

場を創出していきます。その市場が一般化してようやく本来の競争が生まれていきます。しかし、まだ食支援の市場は発展途上です。発展させるためには、各メーカーの共存と発展が必要で、選択肢の無い独占市場では広がりにくいのです。そのため各メーカーは「メーカーの常識は利用者の非常識」にならないよう現場感覚を重視しています。現場に行き、現場を見て、現場を知るという三現主義で、ニーズ探索から課題解決までを考慮し、各社が商品を切磋琢磨して設計します。尚、メーカーだけで得られる情報には限界があります。

新食研と日本介護食品協議会の双方向の取り組みは、専門職、利用者、メーカー、流通の四者にとって「四方良し」の関係構築が出来るはずです。お互いで情報共有しながら、必要な利用者に適切な情報流通と商品供給が生まれ、「食支援」と「ユニバーサルデザインフード」が戦略的に広がり、一刻でも早く利用者に一般化できることを期待しています。



- 【UDFの今後の課題】
- ◆ 商品と正確な情報を利用者の手元へ
 - ◆ また買いたい（会いたい）と思ってもらう
 - ◆ 伝達していただく