



# 1 ブリーフなかわりをしようと思うこと

プロローグで「効果的・効率的なかわりのこと」と、すごいざっくりと「ブリーフセラピー」を定義しておきました。

で、ここから、そういう「効果的・効率的なかわり」ができるための「極意」の話になるわけなんです。まず極意としてもものすごく基本的なことが四つあると私は思っているんです。ブリーフセラピーの基本的極意の一つ目は、

**ブリーフなかわりをしようと思うこと**

です。

当たり前すぎ〜！でもでもですよ。これがなければ何も始まらない、きわめて重要な、だから「極意」なんです。多くの人たちは、ブリーフをやるうとしてないから、ブリーフがで

いんです。

「ブリーフなかわり」とは「効果的で効率的なかわり」という意味ですが、多くの方の場合、「効果的」のほうは大丈夫なんです（誰も非効果的な支援をしたいとは思わない）、「効率的」のほうで引っかけたってらっしゃるんですね。

どうしても人々は、「何かを生み出そうとするならば、コストをかけなければならぬ」とか、「コストをかければかけるだけ、大きなものが生み出される」って考えちゃうんですね。確かにそれが正しい場合というのはあるのですが、心理療法やカウンセリングの領域ではそうでもないんですね。

### 心理療法やカウンセリングは、時間をかければ良いというものではない

心理療法やカウンセリング領域での代表的なコストには、「時間的コスト」「経済的コスト」「心理的コスト（負担感）」の三つがあると申し上げましたが、例えば「時間」の話でも、時間（回数）をかければかけるだけ、その効果は高く出るのかというと、そうでもないし、逆に時間（回数）をかけなければ効果は出ないのかというと、そうでもない。そもそも、時間がかかっているということは、効果が出ていないということでしょうか？

面接の各回が単独で持っている効果性について分析した研究というのがあって、そこでの結

果は、初回が最も高い効果性を持っているというものなんですね。その効果性は第二回、第三回と進むにつれ、だんだん落ちてくるんですが、それでも第五回まではそれなりの効果性を維持している。しかし第六回以降になると、その落ち幅が急激に増大し、二桁回数以上になると、その回が単独で持っている効果性は、どんどんゼロに近づいていってしまう、そういう結果です。だから、多数回やってからクライエントさんが良くなるという可能性は非常に少ない、というか、多数回やったあとのクライエントさんの変化は、面接効果というよりも、クライエントさんの日常生活上の出来事の影響と考えるのが妥当だということです。

面接効果によってクライエントさんが良くなるとすれば、だいたい一〇回頃までには良くなくなっていきます。これが事実であり、そのことを皆さんには知っていただきたいのです。

ちなみに、解決志向ブリーフセラピー・モデルをつくったBFTC (Brief Family Therapy Center, 1978-2007) では、四回までで全体の八〇%以上のクライエントが終了し、平均面接回数は二・九回と報告されています。森がKIDSカウンセリング・システム (Kichijoji Institute of Development Services 私が臨床を行っている東京・吉祥寺にある相談・研修機関、通称KIDS。主宰者は目白大学教授の黒沢幸子先生) で二〇〇五〜二〇〇九年の五年間にお会いした新規ケースの五一%は一回で終了、二回で終了したケースが二四%、四回までで全体の八七%の方が終了しました。平均面接回数は二・七回でした。

最初のほうの回のほうが、効果性が高いというのは、採用されているアプローチとは関係が

## なぜ初回の効果性が高いのか？

ありません。どんなやり方をしたとしても、普通そうなるのです。だから、もし自分の担当ケースの面接回数の平均が二〇回を超えているという心理臨床家がいたとしたら、よほど特別なケースだけを対象としてらっしゃるか、面接回数を増やす普通でないやり方（これはこれで、かなり高等な技術ですけどね。良くしちやったら終わっちゃうし、ぜんぜんダメだったら中断しちゃうから、良くはしないんだけど、何か役に立つてるかも？感をクライエントに感じさせる微妙なラインを維持し続ける技術）をしてらっしゃるかどちらかでしょう。

初回面接の効果性が最も高い理由。自発来談の場合、多くのクライエントさんは、初回その相談機関にそれなりの期待（「藁にもすがる」とか）を抱いてやってこられます。つまり相談に対するモチベーションが最も高いのが初回です。また相談に應じるこちら側も、相手は初対面の方なので、いったいどんな方なのか、どんなことが起こっているのかを理解しようと、一生懸命お話もうかがうし、観察もすることになります。こちら側のクライエントに対する関心が、他の回に比べて高い。このように双方のモチベーションが高く、一生懸命なんだから、その効果性が他の回と比べて高く出てくる、これは当然と言えば当然の話です。

こうしたフレッシュな感覚は、五回目くらいまでは、維持されるでしょう。その間にクライ

エントさんが良くなっていればOKですが、しかし、その間何も解決していない、あるいは逆に悪化しているとなると、クライエントさんの相談に対するモチベーションはどんどん下がっていくことでしょう。

こちらは何回かお会いして話をうかがって、だいたいこんな感じだなとわかったとなると、クライエントさんに対する関心は下がっていくかもしれないかもしれません。また、アドバイスも最初のうちはあれやこれやと熱心していたでしょうが、どれもうまく入らないとなると、どんどん意気消沈していきます。もうネタは出し尽くしてしまっていて、新ネタもありません。結局、うまくいかないことはわかっている、毎回同じことを言い続けることになる。効果が出ないのも当たり前の話です。

人と人は、出会った最初の頃に最も影響を与え合い、そこで何かが起こる。月日が経つと、惰性的関係になってきて、新しいことが起こる可能性は少なくなる。まあ、夫婦関係も、親子関係も、そして教師と子どもの関係もみなそうですよね。

## ブリーフセラピーでは初回から介入する

心理臨床領域および教育センターや教育相談室では、初回面接を、インタビュー（受理）面接（主訴、現在症、病歴、生活歴、家族歴の聴取だけをする）に充てているところがほとんどだと思います