

## 【物語としての人生②】

B男さんとの散歩は、かなりの高リスクです。というのは、突然、走り出せば店舗に飛び込み、台所洗剤と男性化粧品の棚にまっしぐら、商品をガチャガチャ前後左右に動かし続け、自分の納得した位置に納まるまで、その場所から移動させることができないからです。またある時は、とんでもない方向へ走り出し、たどり着いた先が、街角の「ブラザー編機」の看板の前だったり、ある家の玄関先の「Yakult」の配達箱の前だったり、耕運機の倉庫の奥においてある、おそらくオイルが入っていたのだと思われませんが、「SHELL」のロゴの入った空缶の前だったりして、やはりその場所から移動するには、B男さんの充足感が100%満ちることが必要だったからです。

さて、この状況の理解を「自閉症の方のこだわり」とだけで済ませて良いのでしょうか？これが前回に引き続いてのテーマになります。

どうして、彼には衝動的に、反復的に、さらに強迫的に、どうしても見たくなくなってしまふ看板や標識、あるいはロゴがあるのか？それは、彼と一緒にドライブをしたときに発見することができました。

その日は、彼の指し示す指先の方向に従っての自由なドライブコースでした。車は、次第に彼の生家（現在は引っ越してその家には住んでいない）に近くなっていきました。生家に近づけば近づくほど彼の声は大きくなります。そして、大きく指差して、「車を止めろ」と言うかのように大きく体を動かしたときの目の前には、「ブラザー編機」の看板があったのです。生家から30mほどの距離でした。彼の言うがままに車を走らせると、生家から同じような距離のところ「Yakult」の配達箱、それに「SHELL」のガソリンスタンドがあったのです。全てが合点でした。

彼の情報処理では、「生家」＝「ブラザー編機」＝「Yakult」＝「SHELL」だったのです。

また、台所洗剤と男性化粧品については、度重なる彼の走り出しとその時の注

意深い観察とによって、一番の関心は台所洗剤は、「ママレモン」そして、男性化粧品は「柳家ヘアトニック」であることが分かりました（ずいぶん昔の話なので、商品名がピンと来ない方もいると思います）。では、なぜ彼はこの商品にだけ強迫的になるのか、その答えは家庭訪問の時に発見されました。彼の実家の台所には「ママレモン」そして、洗面台には「柳家ヘアトニック」が並んでいたのです。「ブラザー編機」「Yakult」「SHELL」と同じように、彼の情報処理は、台所洗剤＝「ママレモン」＝「母親」、そして、男性化粧品＝「柳家ヘアトニック」＝「父親」だったのです。

彼の強迫反復行動の対象は、全て彼の家庭に強く関係するものばかりだったのです。

そこで、彼の成育歴です。その当時、彼は、すでに2つの入所施設で、3才から合計15年の月日を過ごしていました。入所理由は、大きく、弟の子育てと彼自身の安全の確保のためでした。いつ、どこから飛び出すかもわからない（生家は、交通量の激しい幹線道路の脇でした）兄を抱えて、弟の育児を行うことは、母親の負担の限界を越えていました。しかも彼の知的障がいは重く、自閉症度もかなり重篤でした。

彼は心が寂しくなり、家庭が恋しくなると、父や母の姿を追い求めて、ロゴに向かい、商品に向かったのでしょうか。また、辛いこと、イヤなことがあるたびに、それらに向かったのでしょうか。医学モデル的な指導方法が主流をなしていたその時代、彼にとっての施設生活は、辛いこと、イヤなことばかりの連続だったでしょうから…。

家庭的な係わりが、幼少期に少なかったことを想像しながら、支援は、父や母との愛着関係の形成を中心に、構造化支援、動作法的な係わりと動き始めました。

最初にお母さまにお願いしたのは、「ラーメン外食」でした。家族団欒の提供とともに彼の強迫性は、穏やかな姿に変わっていったのでした。