

クラス番号	244	ゼミタイプ	サービスマーケティング (NPO) 型
		担当教員名	菊池 遼
テーマ	知多半島の NPO で学ぶ市民参加		

ゼミナール概要

目的、内容、方法等：

授業の目的について語る前に、サービスマーケティングの本来の意味を解説しましょう。サービスマーケティングは 1960 年代にアメリカで初めて生まれました。この時代のアメリカは人種差別やベトナム反戦運動があり、アメリカ国内の社会的な分断が高まった時期にありました。そこで、地域に対して貢献活動を行いながら、多様な価値観を学ぶ手段としてサービスマーケティングは始まったのです。1970・80 年代にはアメリカ国内の若者に社会に対する不信から無気力感が蔓延した時期に突入しました。このとき、サービスマーケティングには若者も市民のうち 1 人であり、社会の構成員であることを認識してもらう手段として用いられるようになりました。これを「市民性の涵養」ないし「シティズンシップ育成」と呼びます。

日本でも現役大学生を含めた若者達には無気力感があるのではないのでしょうか。それは、日本社会に様々な社会課題があるにも関わらず、解決の糸口が見えない閉塞感が起因するものではないのでしょうか。相対的貧困というように、日本の社会の中にも格差が生まれてきており、それら格差が様々な社会問題を引き起こそうとしています。しかし、これからの時代をつくっていくのは若者たる皆さんです。少しでも社会に関心を持つことのできる市民に成長しましょう。

こういうと大袈裟に聞こえるかもしれませんが。サービスマーケティングはすべての問題を解決できるものでもありません。ただ、小さなことから課題解決や地域貢献活動を行い、小さなことでもいいので NPO の活動に参加しながら、少しずつ社会を良くしていきましょう。

授業計画：

- 4・5 月 NPO や現地の課題・ニーズを知る
- 6・7 月 地域貢献活動の計画を練る
- 8・9 月 NPO での地域貢献活動
- 10・11 月 活動の振り返りと報告会
- 12・1 月 グループ研究

担当教員からのメッセージ



2011 年の東日本大震災後が発生したとき、僕は現役の大学生でした。計算してみると年齢がバレますね (笑) そこからボランティアとして被災地に入り、多くの NPO で活動する人々と出会いました。彼らが活躍する姿を見ながら「これからは NPO の人たちが活躍する時代なんだ！」という直感が生まれ、大学院に入って NPO の研究をすることになりました。実際には NPO が活躍する時代はもっと前から始まっていたのですが (笑)、僕が気付いたのがちょうど 20 歳ぐらいのときだったのです。これから 2 年生になる皆さんもそのときの僕と同じ世代ですね。サービスマーケティングを通して、NPO が活躍する社会を実感してみましよう！