

## ゆめじろうで得た経験

社会福祉学部社会福祉学科 2年 永井 佑汰

活動先：NPO 法人 ゆめじろう

クラス：岡 多枝子 先生

私は NPO 法人ゆめじろうでサービ斯拉ーニングを行った。主な活動内容としては、夏祭りの企画運営や POP 作りなどを通して、高齢者や障害者の方々と関わることである。夏祭りの企画運営では、数回のミーティングを行い、施設側と学生側とで話し合った。話し合いを進めるにあたって、いくつか問題があった。それは、学生側の準備が不足していて、曖昧な意見を出すことが出来なかったことである。何かを企画する話し合いにおいて、大切なのは、意見をあらかじめ準備しておくことであると気づかされた。今回のように話し合いが限られた数回の中でしか行えず、また、学生側の希望と施設側の要望を両立させることが必要となる場合には特にその準備は必要不可欠である。というのも、話し合いの段階で、学生側の希望というものが考えられていない、もしくは曖昧なものであると、施設側はそれに対しての要望ではなく、意見を出すことになってしまうのである。これでは、学生側は提案をただけとなり、「企画をした」とは言い難い。「企画をする」とはどういうことなのか、今一度考える必要がある。

ならば、学生側はどの程度、企画を形にした上で、話し合いに望めば良かったのだろうか。私が行った企画は、夏祭りの出し物として、学生演奏を行うことと、フランクフルト、水風船、輪投げなどの出店を出すことである。まず学生演奏に関して、曲目や演奏方法などは学生の間で話し合い決定した。しかし、音響や照明など細かいことは何も決めておらず、施設側からのアドバイスや意見を受け、施設側をお願いすることとなった。このことに関して、私は後一歩足りなかったように思う。自分たちのやりたいこと、つまり演奏したい曲や楽器など考えていて楽しいことばかりを率先して提案してしまったために、裏方での仕事などまで考えるに至らなかった。また、出店の企画に関しては、「あれがやりたい、これがやりたい」と、やりたいことを施設側に提案するだけとなってしまい、予算や材料などは、施設の方と一緒に考える形になってしまった。このことが原因で、話し合いもスムーズに進まなかった。裏方関係や予算、材料などは、学生間の話し合いをもっと入念に行っていたら、出来たはずである。企画をする上で、企画する側は細部まで、きちんと話し合った上で提案することが大切である。これは、サービ斯拉ーニングだけでなく、社会に出てからも、大切にすべきことである。特に社会では、職種にもよるが、自分で企画をすることが沢山ある。そういったことを心得ておくことは、学生のうちからでも遅くないのである。

次に今回の活動での一番の学びともいえる、リスマネージメントについて述べたい。つまずきながらもミーティングを繰り返し進んできた、夏祭りの企画



であるが、台風 12 号の接近により、中止を余儀なくされてしまった。これが影響ですでに買い出してあった出店の材料の処理に困ることになった。結果として、施設内企画という形で、フランクフルトの磯辺焼きをするなどを計画し、残った材料をうまく利用し、施設の方々と交流を通して消費した。準備していた学生演奏も、そこで披露することになった。うまく機転を利かし、材料の処理を行うことが出来たが、あくまでそれは結果であり、企画の段階で、リスクを踏まえたマネジメントを行うことができていれば、このような事態（材料が余る）にはならなかったと考える。「夏祭りが中止になったらどうするのか」それを考え企画することが出来ていれば良かった。以上で活動を振り返っての気づきを終わりとする。

ゆめじろうは、地域に対してとてもオープンな NPO と言える。というのも、夏祭りの企画を行っている時に、出店の出店や出し物を、地域でお店を営業している人々から募ったり、お囃子やダンスなどの地域のクラブ活動に声をかけていたり、また普段からコロッケの販売や喫茶店の営業などを地域で行ったりしているためである。こうしたことに NPO にとって、またその地域にとってどんな利点があるのか自分なりに考察を行った。まず、ゆめじろうが非営利組織であることに視点をあてた。須田木綿子は、非営利組織について『行政に代わる新たな公共主体として、大きな期待』を集めた非営利組織が、市場競争による財政不安定化と規制強化のなかで、商業化を進め、存在意義を失いつつある」と述べている。地域へのコロッケ販売や、喫茶店の営業などは、果たして、NPO としての存在意義を失いつつあるといえるだろうか。コロッケ販売で売られているコロッケは施設の利用者が楽しそうに作っていた。また、喫茶店では、地域の方々が集まりたくさんの方々の笑い声があった。利用者と地域を繋ぐもの、地域のコミュニティとしての役割を考えると、とても意義あるものである。また、コミュニティでの情報交換や夏祭りでの協力などを通して地域の人々の NPO に対しての理解や印象が期待できる。また、地域側としては、夏祭りなどの参加によって、地域の活性化につながることや、コミュニティの利用により、情報交換や憩いの場を得ることが出来る。結果として地域の活性化につながるのである。

最後に、サービスマーケティングをふりかえり得た気づきなどから、もう一度ゆめじろうで、企画を行いたいと考えた。まだ計画の段階であるが、今年の春に私の所属しているサークルの混声合唱団を通して、ゆめじろうで演奏会を行おうと考えている。このサービスマーケティングでの学びを活かし、細かく企画をして企画書を作成のうえ、ゆめじろうへ提案しようと考えている。