

サービスマーケティング活動を通して

社会福祉学部社会福祉学科2年 石田 あかり

活動先：NPO 法人 チャレンジド

クラス：野尻 紀恵 先生

1. SL 活動を通しての自分の成長と気づき

6日間のサービスマーケティング活動を通して、多くのことを学び、その学びが自分の成長と気づきにつながった。その中でも、「障がいを持った子どもとの関わり」と「自分達で企画を立て運営していくこと」が自分の成長に特に影響を与えたのである。

まず、最初に障がいを持った子どもとの関わりでの成長であるが、このサービスマーケティング活動が始まるまでは、障がいを持った子どもと関わる機会はあまりなく、事前訪問や活動が始まった当初は、どのように話しかければいいのかわからず、活動に対して受け身な姿勢であった。しかし、チャレンジドの職員の方と話をし、支援の最初は関わりを持つとすることであり、それは待っていても始まらないということが分かり、受け入れてもらうことが必要なのだと気付いた。

子どもたちと話し、一緒に遊び接していくうちに、関わりが多い子は「この子はこれが喜ぶ」ということがわかり、「その子にはその子なりのサインがある」ということを職員の方から教えていただいた。

なにかしてほしい時や、自分のことを見てほしい時など、その子なりのサインを出し、コミュニケーションを取ろうとしているのである。これは、しゃべる子も、あまりしゃべれない子でも同じようにサインを出している。私はサインのことに気づくまでは、コミュニケーション＝言語コミュニケーションとして、捉えており、あまりしゃべれない子との関わりは、少なかった。しかし、その子なりのサインについて教えていただいた後は、あまりしゃべれない子とも、少しずつコミュニケーションが取れるようになってきた。非言語コミュニケーションでのコミュニケーションは、経験したことのない私にとって、難しい課題ではあったが、相手のことをしっかりと観察するためのきっかけになった。

活動日の曜日が何となく決まっていたため、関わりが少ない子に対する理解が深められなかった。これは自分たちの企画である「夏祭り」の時に、はっきりとでてしまい、子どもたちを戸惑わせてしまうことがあったのである。このことから、関わりからその子について学び理解していくことが大切であるということが分かり、自分の成長に繋がったのである。

サービスマーケティング活動中に言われた言葉で、印象的だったことがある。それは「頼まれたからといってなんでもやってあげてはいけない」ということである。

なにかをしてあげることは、その子のチャレンジのチャンスをつぶしてしまうことになる。そのため、その子は本当にそれができないのか、または自分が少し手伝うことでできることなのか、時間をかければ一人でできることなのか、見極めることが大切である。さらに場所や時間も考慮しなくてはならない。家でならゆっくり一人でやれることも、外に出ればすぐにやらなくてはいけないため、支援が必要な場合もある。そのことも見極め、相手がどうすればできるのかも見極めることが必要だということが分かった。

そのためにも、利用者の子ども一人ひとりと多くの時間を過ごし、関わりを持ちその子について、理

解を深めていくことが大切であるということに、気がついた。

夏祭りでは、企画運営を自分たちで行ったのだが、連絡を学生同士、学生とチャレンジドでとることが少なく、どこまで進んでいるのかなど連絡不足なことが多くあった。

夏祭りを計画した時に、目標として「地域との交流」を掲げた。夏祭りに地域の方や、利用者の兄弟姉妹を呼んで、チャレンジドや地域にいる障がい児のことを知ってもらおうと考えていた。しかし、この目標は自分たちの連絡不足が原因となり実現することができなかった。このことから連絡の大切さを学んだ。

夏祭り当日も忘れ物や準備が遅れることがあった。しかし、職員の方や学生ボランティア、SLセンターの職員の方の協力のおかげで夏祭りを開催することができた。自分たちだけで企画は行っているのではないことが分かり、自分の成長へとつながってなのである。

2. 活動を通して見えてきた地域活動や社会活動

サービスマーケティング活動を通し、企画とは何か、NPOにとって企画とはなにか。ということを考えるようになった。

企画を立て準備を進めているとき、「利用者と関わりを持って」と活動先の職員の方から言われることがあった。自分ではしっかり関わりを持っているつもりでも、何度も言われたことである。サービスマーケティング活動中は、何度も言われる意味を理解していなかった。そこで、企画研究をすることになったのである。

研究はインタビューを進めていった。改めて活動先のNPO法人の方に話を聞くと、企画には目標や目的があることが分かった。利用者のために行う企画であれ、地域に向けての企画であれ、相手のことを知らないのでは、どうすれば自分たちの伝えたいことが、伝えられるかわからない。そのためには相手のことを知る必要があるのである。また、利用者のために行う企画であれば、利用者を知ることは更なる援助の向上に繋がるのである。そのために、相手のことを知る必要があるのである。

この研究から、自分たちは、NPO法人にとっての企画は、地域の人たちを巻き込んだ利用主体。地域との交流であり、地域と利用者のことを考えて「輪」を作るものだと考えた。

インタビューの中で、どこのNPOでも地域との交流を大切にしているとおっしゃっていた。地域内や家族間でさえ、人と人の関係性が希薄化している現在で、「人與人」「人と地域」「地域と地域」の繋がりや絆を求め、そこから社会に参加していこうとしているのではないかと私は考える。

3. まとめ

サービスマーケティング活動を通し、さまざまな経験をし、さまざまなことを学んだ。それはSL活動を通しての自分の成長と気づき述べたとおりである。

このサービスマーケティング活動の経験は、来年の実習でも大きく役に立つであろう。特に何事に対しても、受け身であった自分が、積極的に行動できるようになったことは、とても大きい。この活動経験は、自分の中でとても大切な経験になった。今後実習や将来ことなど考えるうえで、十分活かしていきたい。