

サービスマーケティングを通して学んだこと

社会福祉学部社会福祉学科 2年 南波 佑

活動場所：NPO 法人 チャレンジド

クラス：野尻 紀恵 先生

私はサービスマーケティングとコミュニティマーケティングの違いも分からぬままサービスマーケティングを選んだが、1年を経てサービスマーケティングを選んで得難い経験を積めたと思っている。その理由とそこから得たものを前期、後期それぞれの活動内容に触れながら述べていく。

私は前期のサービスマーケティングの実習でチャレンジドにて活動を行った。私たちはチャレンジド内で行なわれているデイサービス「ちゃれっこくらぶ」に参加した。ちゃれっこくらぶは障害を持った子供たちが学校帰りに遊びに来るというものだ。チャレンジドの木造の家を活動の場に行っていることもあり、アットホームな空間であった。NPO 法人はいわゆる施設のような肩の狭さを感じるような場であるかとも思ったが、居心地の良い空間だった。

障害児について私たちはあまりに知らないことが多く、実習前は不安だった。事前訪問で子供たちとふれあい、ほんの短いあいだだったが彼らと遊び、障害を持っていない子どもと変わらない、無邪気さを感じた。最初はどうか関わってあげればいいのかわからなかったが子どもたちはあどけない笑顔で応えてくれたので実習に対して楽しみを感じた。

チャレンジドの実習の中で私たちは普段のちゃれっこくらぶの活動に加え、活動最終日、子どもたちの夏休みの思い出として何か企画して欲しいと頼まれた。白紙からのスタートだが、去年の活動を調べ、去年と同じく夏らしさを味わってもらおうという趣旨のもと、夏祭りを企画しようと考えた。グループ3人で初めて立案していた時は、あれをやろう、これをやろう、というようにアイデアは色々出てきた。しかし参加する子どもたちの性格や障害、衛生管理などあらゆる問題が発生したため、計画は難航した。そこで、出てきた企画をできないからやめる、というのではなく、ハードルを下げることによって皆に参加してもらおうと考えた。そこで考えたのが遊びブースで魚釣り、プラ板でキーホルダー作り、ダンボール迷路。食べ物ブースでかき氷と鈴カステラだ。企画を固めたが、行程表を作るのが遅れたため、協力してくださったチャレンジドの職員さん、ボランティアの方々に迷惑をかけてしまったが、なんとか夏祭りを始めることができた。どのブースでも子どもたちが楽しげに遊んでいる姿を見ることができ、成功なのかな、と感じた。夏祭り企画が終了し、終わりの会で子どもが二人代表で、楽しかったと言ってくれたのに、私たちが悩み考えてきたことで子ども達が喜んでくれたことに達成感を感じた。その後は、職員さん主導でお泊まり会に移行した。お風呂は銭湯に移動して入浴をした。ほかのお客さんの迷惑にならないように注意しなければ、と思っていたが、からだを流す時も、「やって。」と

いとなかなかやってくれないが、こちらが手本を見せると真似して自分で体を流してくれた。障害があるとできないことがたくさんある、というイメージが世間にはあるが、こちらが方法を示してあげれば、できることもたくさんあることを知った。

サービ斯拉ーニング実習を終え、気づいたことがある。地域の人との交流の少なさを感じたのだ。障害者に対し、どう接して良いのかわからないのか、なかなか交流は難しいようだ。どのように地域の人とつなげていくか、その問題を解決するためのテーマとして地域、ちゃっれっこくらぶに参加している子ども達以外にもその兄弟や、地域の住民の方々も招待して夏祭りを行うことで、両者にある溝を埋めようと思ったが、今回の企画では私たちの力不足で範囲を絞って行うことになった。だが、今後実習をはじめ、様々な機会があるだろう。そこで今回得た経験、知識、そして失敗から、障害を持つものと持たないもののあいだにある溝をなくしたいと思う。

後期はサービ斯拉ーニングで組んでいたグループを解散させ、新たにグループを作り市民性を底に置いて各自研究を進めることになった。私たちは、災害時における市民性をテーマにし、調べていくことにした。去年 2011 年 3 月におきた東日本大震災の復興支援のボランティアに参加していた野尻先生の話聞き、テーマを決定、それから、災害時以前に、地域での市民性とは何か？という疑問にぶつかり、3つのセクター、企業、行政、NPOについて知る。その三つがバランスよく存在していることで、より地域に対し、よい状態になる。

東日本大震災以前、阪神淡路大震災では、3つのセクターはどんなバランスであったのか気になり、調べることにした。すると、行政は急な事態に反応からの行動が緩慢で、なかなか復興にたどり着けなかったようだった。「ボランティア元年」と称されるだけあり、多くのボランティアが大阪に向かったが、当時はNPOという概念自体がなく、ボランティアがバラバラに支援に向かっていたという。それでもボランティアによる支援は復興に尽力し、ボランティアを組織化する事の重要性に意識を向けた国は、NPO法を成立、以降NPO法人格を得た組織が急増した。この頃の企業は利益優先で支援に積極的ではなかった。阪神淡路大震災を経てNPOが設立、3つのセクターの連携が重要視され、それに準じた組織「CIVIC FORCE」という公益社団法人が設立された。この組織は3つのセクター以外にもメディアや医療関係、市民ともつながり、随時被災地の支援を行っている。東日本大震災では、阪神淡路大震災での経験を活かして、被害自体は阪神淡路大震災よりも大きいと言われた東日本大震災でも迅速な支援ができたという。未だ残る課題として、NPO同士の横のつながりが薄い。企業がいま一つ連携できていない。行政は大きい範囲を一括で支援するため、時間がかかるのと、漏れた場合、ボランティアに頼ってしまうということだ。

今年1年を通して私の意識は大きく変化したように感じる。1年生までは自分の興味のある領域にしか目を向けなかったが、活動を通し様々な範囲に触れ、より多角的な視点を持つようになったと思う。前期のサービ斯拉ーニングは失敗も多かったが、だからこそわかったことがあった。プラスもマイナスも私の経験となった。失敗から得る経験の強みを

知ることができたと感じている。来年の実習、その後の進路で生かしていきたいと思う。