

## サービスマーケティングで学んだこと

社会福祉学部社会福祉学科 2年 若山 萌香

活動先：NPO 法人 あかり

ゼミ：松下 典子 先生

私は、サービスマーケティングの活動を通して、コミュニケーションを取ることの大切さや難しさと NPO 団体の活動を継続させていくことのやりがいと難しさを多く学ぶことができた。コミュニケーションについては、特に初めて会う人、自分のことを覚えていてくれる人、恥ずかしがってしまう人など、一人一人、特徴がある。それぞれに合った接し方をしなければならないということが、実際にやってみて、最も難しさを感じた。

私は普段、一緒に住んでいるお年寄りや、障害を持っている人がいない。そのため、一緒に過ごしたり、コミュニケーションを取ることに對して、少し緊張と不安、戸惑いがあった。しかし、利用者さんの温かい応援や笑顔をもらい、何度も励まされた。

まずは、私たちがサービスマーケティングを通してお世話になった「特定非営利活動法人あかり」さんについて、説明していきたい。あかりさんは、“困ったときはお互い様”という言葉に基に、活動されている。

あかりさんでは、竹で作る水でっぼうのイベントと昔ながらのお菓子を作るイベントを企画・実行させていただいた。

竹で作る水でっぼうは、利用者さんのお孫さんや、隣接しているこども園の子どもたちを対象に開催した。企画内容としては、導入としてかぐや姫の紙芝居を行い、話に出てきた竹を使って水でっぼうが作れるという流れだったが、打合せ不足などもあり、なかなか思うようにできず、反省ばかりだった。



昔ながらのお菓子を作る企画では、利用者さんと事前にお話をする時間を作ってもらい、昔、どんなお菓子を食べていたのかを尋ねた。すると、鬼まんじゅう、べっこう飴、イモ飴などがあがった。その中でも特に多かった鬼まんじゅうを作ることに決め、レシピを調べた。すると、昔ながらのもちもちとした食感と現代

風の蒸しパンのような食感の鬼まんじゅう、2種類出てきた。当日は2つの班に分かれ、



2種類の鬼まんじゅうを作った。途中、「懐かしい」という声や、「塩を入れたほうがおいしい」という声で急きょレシピを変えるなど、利用者さんたち同士でも盛り上がり、とても良い雰囲気企画が進んだ。食べ比べも利用者さんの反応が良かったように感じた。

この企画を通して、利用者さんは多くの知恵をもっていて、とても素敵な人ばかりであると感じた。私たち学生は知らないことを教えてもらい、生きるための大切な知恵を受け継いでいけるチャンスになる。そして、利用者さんたちも学生に教えることによってやる気や楽しさを感じてくださる。この関係は、今の地域にとって、理想の関係ではないかと感じた。



また、NPOの活動を続けて行き、そして広げていくことに難しさを感じた。私は、高校3年生の頃から、東日本大震災、復興応援の民間ボラ

ンティア活動団体の活動に参加している。そのボランティア団体は、最近、NPO団体となった。活動内容としては、今までと何ら変わらず、東日本大震災の復興応援である。しかし、社会人(ボランティア参加者)にはやはり、「人件費＝活動費」ではなく、「人件費＝収入、利益」であると考えている、または勘違いしている人がほとんどである。そのため、「なんで参加者はお金を払っているのに、スタッフ(職員)はお金をもらっているんだ。」という問題が出てくる。これは、スタッフの労働量にもよるものと考えているが、常にノーマネーでスタッフと同様の時間参加している私たちにとっては、不満となってくるのである。「なぜ同じ働きをしているAさんはお給料をもらえて、私たち参加者はお金を払わなければならないのか。」この問題は、特定非営利活動法人の組織が大きくなればなる程、深刻な問題となり、温度差となると私は考える。

このようなNPO団体と社会との温度差は、金銭面だけではない。NPO団体側は活動内容を一生懸命提示しているのだが、社会側がそれを見ようとしない、見ても参加しづらいなど、理念を基にして活動する、NPO団体に対して、宗教団体のようなものをイメージしてしまうなど、言ってみればアレルギー反応のような現象も見られる。これを軽減させていく必要がある。そのためにはまず、金銭面はもちろん、イベントや活動の内容の提示の仕方を少し工夫しなくてはならないと考える。

このように、多くの問題を抱えるNPOをより良く、社会に寄り添った、理解してもらえる組織にしていくために私たち若者が率先して活動に参加していかなければならないと感じた。