

## 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 酒井 芳武

活動先：NPO 法人 共育ネットはんだ

ゼミ：野尻 紀恵先生

私は今回のサービスマーケティングの活動から、子どもと障害についての考え方と現在の自分の状況とこれからの進路について考える機会となった。これからの福祉への考え方と今までの考え方を見直すということが必要であるということも分かった。

まず子どもへの考え方については、自分が実際に共育ネットはんだに訪れ、そこにいる色々な子どもと触れ合う中で、今まで机の上でしか学んでこなかった子どもについて知ることができた。サービスマーケティングを行う前の事前訪問で共育ネットの職員の方と活動の方針やどのような子どもたちがNPOで活動しているか、等の話を聞かせてもらった。そして、担当の子どもを決めるということで、私は軽度の自閉症の子どもを担当することになった。私はNPO活動をするのはサービスマーケティングが初めてで、自閉症の子どもを担当することも初めてであったため、内心とても不安で活動を行うまでずっと不安な気持ちが消えなかった。サービスマーケティングではNPOが行っている活動のうちの4つに参加させてもらった。1つめの活動内容は学童保育のように担当の子どもと一緒に工作や料理を一緒に行う内容だった。その活動で実際に自閉症の子どもと活動してみると、自閉症と言っても全く感情を出さないのではなく、言語やそれ以外のコミュニケーション方法があるのだと分かった。それは、うめき声のようなものでもあり服を引っ張ってどこに行きたいのかを示すことや目で何かを伝えたいということである。自閉症という言葉だけでその子どもが何も話すことができないという偏見の目を持っていることにも気づくことができた。それからの活動では自分では持っていないと思い込んでいた障害に対する偏見を持っていたことを認識できたこととそのNPOが理念としている障害をハンディキャップとしないために、障害があっても運動や作業等の行事を行うことで様々な体験を通して子どもたちを育てていくということに徐々に気づくことが出来ていった。2つめの活動は、主に障害児のみで構成されているスポーツチームである。子ども達が一生懸命になってスポーツに取り組んでいる姿が、これまで考えていた様子とは違い、印象に残っている。3つ目の活動は、NPOにきている子ども達の親の集会にも参加させてもらった。そこで障害児を育てている親の生の声を聞くことができた。4つめは農業体験である。3～6歳ぐらいの子どもたちとその親子連れが参加し、一緒に農業体験をさせてもらった。子どもたちが芋ほりに夢中になっているところや、親と話をすることができた。実際にいろいろな家族の話を聞くことで現在の子育ての状況や社会がどうなっているのかを聞くことができた。

一方、これらの体験の中で振り返ると人と接するときは少し距離を置いて接していることに気付いた。農業体験の際に、子どもに話しかけたり親に話しかけることをする際に少し距離を置いて話しかけていたために子どもとの触れ合いや親との会話が深まらない場面

が何度かあった。その気づいた部分は気づくことが出来ても、直す、ということがうまくいかずに失敗を重ねていった。それでも、活動が続けていく中でこの気持ちを忘れずに行ったということが今でもまだ記憶に残っている。このような体験をすることで、人と接することに少し自信を持つことができた。共育ネットの職員は人に接することに対しての気持ちが強い。「しなければならない」と思って行動しているのではなく「したい」という思いを持っている。私はここの部分に気付くことで、今までの受け身で「しなければならない」という気持ちではなく少しずつ積極的な気持ちになれるようになった。

最終日の学生企画では、企画を作り上げていく中で様々な障害や考えなければならないことがあると分かった。職員の方に言われたことで一番印象に残っている言葉が「誰のために、何のために行うか」ということである。実際にその言葉を言われるまでは、私はただ企画を終わらしてサービスマーケティングを終わらせるということを考えていた。その言葉を言われたことでサービスマーケティングという NPO にとっても手続きや活動で、NPO 自身の活動の他に時間を割いてくれていることという風な考えを持つこともできた。企画の中で一番難しいと感じたことがやはり「誰のために、何のために」ということを考えることである。それには子どもだけでなく親も一緒に参加することになっていた。そのため、子どもだけではなく、親と子に共通するようなことを考えていかなければならなかった。内容を決めるときにも、親と子どもと一緒にできる内容を考えていくことが必要であり、企画を作り上げてルールを考えていくことも難しいと感じた。しかし、不安な部分があったが、企画は順調に進んだ。企画の最中は職員の方々から様々な場面でサポートを受けた。自分達だけでやろうとするのではなく他の人たちの協力も受けることが必要だと気付くことができた。そして、企画を行って驚いたことは、子どもたちが自分が思っていた以上に感情を表して、体を動かしていたことだった。いつも話すことが出来なかった子どもとも話すことができ、どのような子どもなのかを把握することが出来なかった子どもの隠れていた部分を見ることで理解できたような気がした。今まで理解することが出来なかった子どもと接するには、一つの手段ではなくいくつかの方法を試していく必要があるということがわかった。また、その子のことを理解しようとする気持ちが必要である。企画の反省では、準備を早くしておくこと・内容を吟味することが必要であると分かった。

共育ネットはんだでは、職員のほとんどが仕事を持っており、また社会活動に関わっていた。そして、共育ネットを利用している保護者との親睦会なども開催しているということから、繋がりや情報の共有ということを意識しており、それがすべて子どもたちのために考えられていることが分かった。ここでサービスマーケティングをしたことで今までの自分だけの目線で見ることが出来なかった景色を、第三者の視点で見られるようになってきた。最初は、自分の殻に閉じこもり発言をすることさえできていなかったが、共育ネットでの活動を重ねていき、初めての体験を何度もしていくことで自分が体験したことについて伝えたいという自発的な感情が出てきたことがサービスマーケティングでの一番の収穫となった。