

サービスマーケティングを振り返って

社会福祉学部社会福祉学科 2年 大門 冴子

活動先：NPO 法人 ゆいの会

ゼミ：松下 典子 先生

1. サービスラーニングを通しての自分の成長と気づき —やってみなきゃ分からない—

私はサービスラーニングで「特定非営利活動法人ゆいの会」を訪問した。私はこの経験を通して、とても多くのことを学ぶことができた。その一つとしては「感じていることを実践に活かす」ということだ。それは私が担当した配食サービスでの出来事だった。ゆいの会の配食サービスとは「ゆい膳」と呼ばれる場所にて朝早くからスタッフの方がお弁当を作る。それをまた別のスタッフが時間になれば利用者の家まで配達していくのだ。この配食サービスを利用される方は1人暮らしの高齢者の方が多く、お弁当を配達することによって安否確認にもつながるという素晴らしい活動だった。そして、その配食サービスの会議に実際に参加させていただいた。その会議では、配食サービスを週2回から毎日に変えたほうがいいのか、という件が問われていた。しかし、ほとんどのスタッフが反対していた。スタッフの数は確保できるのか、毎日利用したいと思う人はいるのか、人件費はどうするのか、等といった様々な反対意見が出されていた中、代表がおっしゃった一言が心に響いた。「でも、やってみなきゃ分からないじゃない！」という言葉だった。この言葉にスタッフ一同納得し、毎日取り組む方向で話し合いが進んでいった。

「やってみなきゃ分からない」NPOの活動の原点は、この言葉にあると思う。想いがあるならそれを実践していく、行動してみて初めて気が付くことだってたくさんある。一人では厳しくても同じ想いを共有できる仲間と活動を共にしていく。NPOはそういったことができる素晴らしい組織であると感じた。しかし、「やってみなきゃ分からない」という言葉は、考えもせずに取り組もうという意味ではない。ちゃんとこれまでの利用者の声やNPO側の対応、下準備を念入りに行い、課題を発見したならそれをどう対処していくか検討する。そしてよりベストな状態で地域のニーズと課題に向き合い実践につなげていく。そのプロセスを忘れてはいけないと思った。

また、企画を通して気づいたこととしては、利用者さんとの接し方や介助の方法はもちろんのこと、自分の行動に成長が見られると、自分自身を客観的に見てそう感じた。学生の企画として、「模造紙に海を描こう」というレクリエーションを行った。正直、私は人と話すのは好きだがうまく話すことができない。そのため人前に出るとうまく話そうという気持ちが高ぶって空回りしてしまう傾向がしばしばある。しかし、私は人と話す際、「いかにうまく話すか」ではなく、「いかに相手に伝えることができるか」が大事だと気づくことができた。そして、それがうまく話すことにつながるとも考えた。うまく話そうなんて思う必要ないのだ、と気づいた私はこれまでより、は



きはきと人前で喋れるようになった。これらは身体の不自由な高齢者の方や、認知症の高齢者の方と関わる中で発見することができ、自分自身の成長にもつながった。

(ゆいサロンの様子)

2. 活動を通して見えてきた地域活動や社会参加 —NPOの浸透性の低さ—

活動を通して最も強く感じたことは NPO 法人の活動があまり地域に知られていないことだ。いや、むしろ日本全体として NPO 法人のことがあまり知られていない。それもそのはず、日本において NPO が発足したのは 1998 年、つまりまだ約 16 年とあまり歴史がないことも NPO の浸透性の薄さを物語っている。また、サービスマーケティングの報告会ではどの団体もこの件については発表していた。NPO は仲間意識が強くて入りにくそう、どんな活動をしているか分からない、そもそも NPO って何だろう、という地域での意見が多いということが分かった。これでは、せっかく素晴らしい活動をしているのに、どこか歯がゆい感じがしてならない。そこで私たちのグループが立案したのは、SNS を用いてより多くの人に NPO 法人の活動について知ってもらうことである。最近、どの NPO 法人のホームページを見ても、「フェイスブック始めました！」という記事をよく見かけるようになった。少しずつではあるが SNS を利用した宣伝活動が広まりつつある。だが、スタッフの高齢化が進んでいる団体などではこういった宣伝方法がうまくできない団体も少なからずあるだろう。そこで SNS の利用対策講座などを用いて、うまく SNS を利用し、NPO の活動を若い人たちにも広めていってほしいと考えた。2 つめは、来年の大学祭で、さをり織りのファッションショーをしてみようかという案だ。さをり織りといのは知多半島の多くの NPO 法人の団体が入り込んでいる、ものづくりの一環である。さをり織りは縦糸と横糸を自分で選び、織り機で折っていくという基本はとても単純な織物である。そのため障害者や高齢者などにも安易に使いこなせる。さをり織りという「ものづくり」を通して世界に 1 つだけのオリジナルの作品が作れるのだ。さをり織りや NPO 法人の活動を広めるために、知多半島のさをり織りを取り組む団体が集結し、私たちが実際にさをり織りの服を着てファッションショーをしてみようかと考えた。大学祭では多くの大学生や子どもから高齢者まで一般の方が集まるため、より多くの方々に知ってもらうためにはよい機会である。これは是非とも来年実践したいと思っている。

また、3 つめに私は NPO という活動の内容を知り、NPO の必要性について強く思うようになった。福祉の活動は国家や行政だけではどうにもならない問題が多々ある。それを解決するためにも、地域のより多くの人々に NPO の活動が浸透してほしいと考えている。

私はサービスマーケティングを通してまた、NPO の現場を通して様々なことを学ぶことができた。NPO は行政の手の届かないような細部のケアや居場所作り等といった素晴らしい面もある反面、スタッフの数の不足や高齢化、地域での活動の浸透性の低さなど様々な問題がある。また、スタッフの話を知ると、NPO に就職しても給料等の問題で長期的に働く人の少なさも問題にあるという。そういった問題にどう対応していくのか、あるいはどう解決していくのかが私たち福祉を学ぶ学生に問われていると考える。サービスマーケティングの活動はこれで終わりではなく、今後の日本の NPO はどう変化していくのか、またどう変化していくべきなのか追い求めていきたいと考えている。