

サービスマーケティングから学んだこと

活動先：NPO 法人 絆
クラス：村上 徹也 先生

1. はじめに

私は、サービスマーケティングで NPO 法人絆での活動をさせてもらった。絆は高齢者や障害者など地域の多くの人を受け入れて活動をしている。私はサービスマーケティングで高齢者や障害者の方とのコミュニケーションの取り方を学びたいと考えていた。また、絆はより地域の住民の方に NPO の存在や活動を理解してもらいたいと考えていて、私たち学生もそれに協力したいと考え、絆を中心としたイベントを開催することにした。活動は、9 日間という短い期間であったが、内容の濃い活動となった。

2. 自分の成長と学び

今回のサービスマーケティングの活動は、自身のコミュニケーション能力の向上と NPO の活動を広めるという 2 つの目的をもって行った。私はもともと初めて出会う人とのコミュニケーションが得意ではなく、今回の活動でもはじめはとても戸惑いがあった。絆には、高齢者の方、身体や精神、知的に障害を持つ方など様々な人が集まる。私は、初めての体験に戸惑いを感じた。しかし、活動の中で職員の方や利用者の方の過ごし方を見ていくうちに、一番大切なのは自分がどのような気持ちで相手と接するかということだと気付いた。自分が楽しい気持ちで接することが相手にとっても大切だと思った。それに気づいた時、気持ちがとても楽になり、活動も楽しく感じられた。

さらに、私たち学生と絆の NPO を広めるという目的のために、絆で祭りを開催することになった。はじめは、祭りを行うことにそれほど不安を感じていなかった。しかし、実際にはとても時間がかかり、細かな計画を立てなければならない大変な活動であった。どうすれば絆の活動を地域の人にしてもらえるか、祭りをより多くの人に楽しんでもらうにはどうすればよいか考えることは想像より難しいことだった。まず問題だったのが、自分たちの計画性がしっかりしていなかったことだった。短期間の間にイベントの準備をし、実行するには細かな計画をきちんと立てなければならない。私たちは、計画を細かく立てていないために、本番までとてもせっぱつまった活動になってしまった。多くの人を巻き込むイベントには、企画の能力だけでなく、計画する能力も必要だと学んだ。

また、個人のコミュニケーションと同じように、多くの人に楽しんでもらうことは、一番に自分が楽しんで活動することだということも学んだ。自身が楽しく活動することで、周りの人に楽しさが伝わるようにすることは大切だと感じた。今回であった絆の方は、笑顔で接すれば笑顔で返してくれる人ばかりだった。それを知ってイベントも自分が楽しくやっている姿や一生懸命な姿を見てもらうことで、周囲の方にもそれを感じてもらおうと思った。今回の活動は、何かをやってあげるという立場ではなく、一緒にやろうとする活動になったのではないかと思う。

3. 活動を通して見えてきた地域活動や社会課題

今回の自分の活動や他の NPO 団体での活動を聞いて、NPO の課題や地域の課題を自分で考えることができた。絆での活動では、地域の NPO への理解が不十分であることや活動に地域住民の協力がより必要ではないかということ考えた。祭りのようにイベントを行うのは活動を知ってもらい良い機会になるが、地域住民が受け身の状態であると感じた。NPO により関心を持ってもらい、地域に根付いた活動を行うためには、地域住民が実際に動ける活動をしていかなければならない。今回のようなイベントもいずれは NPO の祭りから地域の祭りとして発展させ、地域住民も主体となって企画の段階から参加することを期待する。

NPO を地域の中心として地域活動を行い、高齢者や障害者と地域住民とをつなぐ役割を NPO が担うことが社会課題として挙げられると思う。高齢者や障害者など特定された人だけでなく、その地域に住むすべての人が助け合える場として NPO を広めていく必要がある。

4. まとめ

サービスマーケティングでは、講義だけでは分からない福祉の現場の役割や地域とのかかわり、問題点などを実際に見て、体験しながら学ぶことができた。福祉に対する理想やそれを実践することの難しさを感じ、また、福祉の現場で働く人の気持ちの持ち方やかかわり方を学んだ。今後、自分が福祉に携わるうえで、地域に根付いた福祉や NPO のような地域の助け合いを重視した考えは大切にしていかなければならないと思う。今回の活動で学んだことを自分に活かすだけでなく、社会に広めていくことが学生である自分にできることだと考える。

2010年9月4日(土) 第1回「きずなまつり」を企画



○活動先と学生の思い
地域の人に絆を知ってもらい、
地域交流を深めていきたい。