

特集

ぱれっと中期ビジョン 2020～2024 スローガン

『各セクションの 事業目標に落とし込む』700-ク

36年間、ぱれっとの活動は、知的に障がいのある人に特化し、また「福祉」を大々的なテーマとすることなく、常に「人」に焦点を当て、「地域」を意識した事業展開をしてきた歴史があります。3年前、ぱれっとビルの完成により、ぱれっとの拠点ができました。「人間関係が希薄な地域社会の中で、だれもがつながり新しい生き方を見出せる拠点」として、人と人とのつながりを地域の中で繰り広げていこうと、念願であったイートインスペースを確保し、2つ目のグループホームを設立しました。ここで言う「地域」とは、渋谷や恵比寿といったエリアを指すのではなく、人との出会いや交流する機会といった、対象とするその人の生活領域を指します。「社会づくり・人づくり」として、人と人とのつながりを作るために意図的にアクションを起こすことで、新たな可能性を見出す機会やチャンスを生み出してきました。

法人自体のセクションが増えてきたことで、ぱれっとの事業特性として、対象とする人あるいはその人のニーズによって活動エリアは常に変化してきました。例えば、たまり場ぱれっとやおかし屋ぱれっと・えびす・ぱれっとホームは、拠点は恵比寿ですが、決してそのエリアに限定されることなく、ぱれっとインターナショナル・ジャパンにおいては、国を超える展開をしてきました。

2019年1月にスタートした、ぱれっと中期ビジョンを考える勉強会。3つのスローガンが立てられ、これからどのように各現場に落とし込みながら具体的な事業につなげていくのか、シリーズでお伝えしていきます。

2016年にぱれっとの拠点を構えた後、改めて自分たちの立ち位置を見定め、方向性を見つめ直し、これからの中期計画を練り直す時期にありました。理事や職員で構成された中期ビジョン策定委員会は2018年夏から開催され、私たちはどこに向かって事業を推し進めていくのか、再度ステークホルダーとともに考える機会を持つことにしました。

●拠点づくりに向けた方針

2014年から2年にわたり、ぱれっとが目指す拠点づくりにどういった夢が乗せられるか、ステークホルダーとともに何度も勉強会を開き話し合いました。地元恵比寿で活動を続けてきているぱれっとが、『地域に本当の意味で根差しているのか』、振り返りを行ないながら方針を形にしていきました。

「人間関係が希薄な地域社会の中で、誰もが つながり新しい生き方を見いだせる拠点 づくり」

*注釈

- ・ **誰もが**：障がいのあるなしに関わらず、高齢者や外国人も含めた地域の人々
- ・ **新しい生き方**：多様な人とのつながりの中から自分らしい生き方と選択の創造
- ・ **拠点づくり**：地域社会とつながれる場・雇用拡大や職域開発・多様化するニーズに対応できる暮らしの場づくり

ぱれっとは、就労・生活・余暇といった人の生き方をテーマに、外への発信(外に出かけていく)や中へ呼び込むことを常に心がけ、活動の幅を広げてきました。この対内的・対外的な動きの意義や目的は何なのか、ぱれっとが大事にしてきた根本的な「人とのつながり」、場所や拠点ではない「人」をテーマとした活動理念、この中期ビジョンを考える機会にもう一度根本から見つめ直す機会としました。なぜ外に出たいのか、なぜ人を内に呼び込みたいのか。次のアクションを考える上で、成果を明確に描けるビジョン(誰もがわかりやすいスローガン)、何がどう変わることでビジョンが実現可能になるか、「人とのかかわり」から生み出されるものは何か、それがどのような社会変革をもたらすのか、誰もがわかりやすいということは、全てのステークホルダーにとっての価値基準になっていることが重要になります。ぱれっとにかかわるすべての人の夢や思いが乗せられる3つのスローガンが立てられました。

① 知ろうあなたを みとめようありのままを つなげよう未来に

ぱれっとは、誰もが安心できる暮らしをつくるために、すべての人(障がいある人・高齢者・子供・子育て世代・外国人等…)が、お互い様と言え、声を掛け合える関係づくりを広く社会に広めたい思いがあります。それには、お互いを知り認め合い、つながりの輪を広げていくことが大切

です。

人は、知るところからはじまり、ありのままを認める事、ひとまず受容することが大事であり、一人ではなくいろいろな人や社会とつながることで新たな可能性、未来が見えてくると信じ、これからのぱれっとの活動に生かせたらという願いがこのスローガンには込められています。

(策定委員 相馬宏昭)

② 泣いておいて笑って 助け合い 一緒に歩む

ぱれっとを取り巻くものとして障がい者/健常者、利用者/支援者、所属する組織の違い、制度の枠内/枠外、自分の限界/可能性という「人や環境」があります。そうした「ぱれっと」で遊び、仕事をし、生活をし、泣いたり、怒ったり、でも最終的に笑ったりすることがあります。喜怒哀楽は、人と人が関わる上でよく起こることです。それらをふまえて、ぱれっとに関わる人たちと助け合い一緒に未来に向かって歩んでいきたい、そうした想いをスローガンとして形にしました。「当たり前をもっと当たり前」は、他2つのスローガンも含めた全体のスローガンとして、グループの中では考えました。障がいのある方にとって「当たり前」は実現されているのか、より当たり前になるような視点で考え、行動する必要があるのではないか、という思いでスローガンとして立てました。

(策定委員 田口雄一)

③ 楽しさを創り みんなが集まる ...。ぱれっと

まず、「楽しさは発信するものなのか、感じるものなのか」という議論から入りました。そしてさらに議論を深めていく中で、このスローガンにもともとあった想い「人が集まるぱれっとに」という部分がぼやけてきたり、言葉選びになっていったり・・・と紆余曲折を経て、最後の最後に「創る」という言葉が出て「これだ!」ということになりました。最後に「ぱれっと」という言葉を残したのは、「ぱれっとをそういう場所にしたい」という気持ちの現れと思います。

(策定委員 南山達郎)

●スローガンから見えてくるもの

スローガンはいわゆるキャッチコピーです。テレビのCMでよく聞く企業の中には、会社の方針や目標が容易に想像できるものが登場します。例えばグリコ、「おいしさと健康をいつもいつまでも」、このスローガンは、社員一人ひとりが自分のこととして役割が明確化されています。一般消費者にとっても非常にわかりやすい文章ですし、耳に残るフレーズです。「お値段以上ニトリ♪」などもそうです。

スローガンがあることで、組織の認知度アップやどのような思いで組織運営を行っているかなど判別が付きやすくなります。スローガンにメッセージ性が込められることでより具体的となり、共通言語が理

念として込められます。そこから、組織の方向性やカラーが見えてきます。

●どう浸透させていくか

「誰を対象に何を伝えていくか」を意識しながらステークホルダーとのグループワークを行ない、フレーズにこめられたキーワードは繰り返し討論されてきました。主語が存在しないと分かりにくいことも議論されましたが、誰に対してのメッセージかについては、障がいのあるなしにかかわらずすべての人たちが「共に」という思いがぱれっとが誕生した時から普遍的なものとして存在していることとして、敢えて主語を置かないスローガンとなりました。スローガン作成に理事やスタッフ・ボランティア・親が関わったことで、帰属意識が芽生え意識改革にもつながった感があります。今後、広く一般に浸透させていくには、ぱれっとの事業計画にどう組み込んでいくかが鍵となります。

●事業計画に落とし込む

3つのスローガンのポイントとなるキーワードは「みとめる」「つながる」「一緒に」「喜怒哀楽」「創る」「集まる」、これらは、人や社会とのつながりを事業の基軸として活動の幅を広げてきたぱれっとが大事にしてきたものであり、就労、生活、余暇、国際交流といった各カテゴリーに照らし合わせ、事業計画・目標に落とし込んでいく必要があります。

その作業をするためには、各セクションのミッションを再度見つめなおす必要があります。例えばたまり場なら、「障がいのある人たちの余暇とは…」といった原点への立ち返り

です。来月号つうしんから特集としてそのシリーズに入ります。（理事長 相馬宏昭）