

僕らの仕事について…WORLD CUPに思う。

4年に一度のサッカーの祭典が終わった。日本は残念ながら予選敗退に終り世界との差を痛感させられた。今大会は前回王者が早々に敗退したり、CR7の不調やサッカー大国ブラジルのまさかの大敗など残念な話題が目についた。しかし、決勝戦は圧巻だった。どこをとっても「凄い」の一言である。延長戦は戦術などあったものではなく、足が攣ってもなおそこに行くのか…と気持ちだけで戦っていた選手もいた。計り知れない程のトレーニングをしてきたはずの選手達がフラフラになり、まともにボールを蹴れない選手までいた。その中で最後の劇的なゴール、早朝にあんなに熱狂したのはいつ以来だろう。日本代表が決勝の舞台に立つ日は陰しく遠い道だと思わざるをえなかった。

さて、今回のW杯では日本代表の試合ではなく、敗れた初戦後の日本人サポーターが海外メディアから非常に評価された。ブラジルメディア『グローボ』は、ツイッターやフェイスブックに、日本代表サポーターがゴミ拾いをしている写真と共に記事を掲載し、「コートジボワールに負けたにも関わらず、試合後に日本の教育と礼儀を見せた」と称賛していた。また、イギリス紙『メトロ』も、「フットボールファンは、大事な試合に負けるとゴミを投げスタジアムを汚すことが多い。しかし日本のサポーターは善意の精神を忘れなかった。」と写真を掲載し、「これらの写真は『信じられない』や『驚くべきこと』と表現する必要はないだろう。だが、近年の試合で、日本以外の他にこのような光景を見るのは珍しいことである。」ともコメントしている。日本人が幼い頃から培ってきた精神を忘れずに、海外でもこういったことができるのはとても素晴らしいと感じた。

一方、最近の日本は、世界で最もクリエイティブな国とも言われている。ジャパンプランド調査2014版によると、外国人に日本製品や日本文化について尋ねたところ、自動車や電気製品だけでなくアニメやファッション、和食などクリエイティブ産業の人气が高く、いずれの評価も上位にランクされていることがわかった。音楽やファッション、映画など時代の先端を切る文化的な産業で「最もクリエイティブな国はどこか」を尋ねた米国系企業の調査でも、日本が米国、英国、ドイツなどを抑えて1位だったという。

日本は善意の精神をもち、しかもクリエイティブな国なのだ。しかし、福祉現場は、特に今の自分たちの仕事はどうだろうか。決められた業務、既にある業務を黙々とこなし、変わらないことを優先していないだろうか。W杯のサポーターの掃除も日本人なら当たり前のことのようにあるが、異文化の中でもそれを貫くことが評価にあたいするのである。変えるべき場所で「変えない」と違ふ場所でも「変えない」ことは意味合いが180°変わってくる。クリエイティブ (creative) とは、創造性、創造的であることを意味する。つまり、それまでにはなかった新しいものを作り出していくことである。自分たちは、この2点においてどのように働いているかをもう一度考えたい。

変えてはいけない「共生社会実現」という根本的な軸を理念に持ち、そのために変えなければ実現出来ないところを変えるクリエイティブな発想が極めて重要になる。今、置かれている状況を過去のものとして新しい何かに着手しなければならない時期に来ているのではないか。制度を飛び越えた仕組みや制度自体を変えていくこと、地域に出て行く仕組みやそれを支えることなど課題もやることもふんだんにある。今あるものをクルッとひっくり返すくらいの発想が必要かもしれない。だからこそ、若い世代の仕事に対するクリエイティブな意欲が今後の共生社会を実現するために求められていると思う。先輩達を作ってくれた数々のことを大切にしつつ、面白そうなことをどんどん企画し、また、そうした企画に積極的に参加しなければならないだろう。

W杯を戦った日本代表の平均年齢は26.8歳、最年長でさえ34歳である。26歳でも世界で活躍している時代だ。我々がプロとして働いている福祉の現場である昂で「若手」と言われる職員もW杯を見れば決して若いといえる年齢ではない。最前線にたち、何かを変えようとしてもいいはずである。培われてきた基本理念を大切にしつつもクリエイティブな仕事に取り組んで信頼を得て、自分を含め若い世代が先輩達へ「サポートに回って欲しい」と世代交代を申し出るほどに、諸々のことを任せてもらえるようにならなければならないと思う。