

## コンシューマーのイニシアティブの前に

増田 一世

前号と今号の特集の核にあるのは、「コンシューマーのイニシアティブ」という新しい考え方である。この考え方を読者はどのように捉えてくださっただろうか。

誰もが自分自身の人生の主人公であること、そのためには自分の人生を自分で決定すること。そして、自分の足で自分の人生を生き生きと歩くということなのだ、と改めて感じている。

しかし、そのことを実現することの難しさをいろいろなところで感じることも事実である。今回来日したカナダの方たちとの事前の打ち合わせの中で、コンシューマーのイニシアティブを実現していくときに障壁になっているのはどういうことですか、という投げかけがあった。確かに障壁は多い。

最近強く印象に残っているのは、医療法人や行政の中で活動を展開する人たちの話である。関係職種の集まりにも出席しにくかったり、その職種の採用に当たり、医師の指示には必ず従うというような条件がついている場合もあるという。保健所のような組織では、トップダウンでさまざまなことが決まってしまう、住民の声を反映した活動づくりを展開することの厳しさをよく耳にする。

もちろん職場には、職場のルールがある。その組織のルールもあるだろう。しかし、あまりにも自由が束縛されていると感じる。誰がどのような意図でこうした拘束をしているのだろうか。きっと誰かに都合よくできていて、そのほうが経済効率がよいと判断されているに違いない。

この一連の特集でテーマにしているのは、精神保健福祉のサービスを利用するコンシューマーがどれだけ主体的に生きられるような条件整備が行われていくか、ということである。しかし、精神保健福祉のサービスを提供する人たちの自由や主体性が発揮されない状況の中で、「コンシューマーのイニシアティブ」は別の世界の出来事になってしまうのかもしれない。

この障壁をどう切り崩していったらいいのだろうか。この壁はかなり厚い。しかし、コンシューマーのイニシアティブはコンシューマーとともに活動する従事者の協働で実現していくものである。所属する組織にがんじがらめになった従事者が、コンシューマーとどれだけ連帯していかれるのだろうか。

私は、民主的な組織運営を実現するためにはどんなプロセスが必要なのか、まさに実践の中で学んでいるところである。学習中なので正しい答えは持ち合わせていない。しかし、最初の第一歩は仲間づくりであろうと考えている。思いを同じにする人と、どれだけ共感し合えるかということから始まるのではないかと思う。「共感」という言葉はすてきな響きであるが、どれだけ本音でぶつかり合えるかということであり。時には摩擦もおこる。摩擦を恐れてはいけない。その摩擦から生まれるものが大切なのだ。

そして、出会った人たちと共感できる自分づくりである。まさに生涯研修であり、コンシューマーも従事者も関係なく、共通の課題なのである。