

# 社会福祉実践における目的に関する一考察

——社会福祉における顧客満足の検討を通して——

家 高 将 明\*

Study on the aim of social work services

——Consideration of customer satisfaction in social welfare——

Masaaki Ietaka

**要旨：**近年、社会福祉における目的をビジネス業界の中で用いられてきた概念である顧客満足と置き換え、社会福祉実践と一般的なサービス業を同一視する捉え方がある。本研究はこのような捉え方への検討を行うことを目的として、サービス業の目的とする顧客満足と社会福祉固有の実践であるソーシャルワークを対比させ、二つの相違を考察した。その結果、サービス業における営みは社会福祉実践と比べ目的、姿勢、焦点の3点において異なることが明らかとなった。そしてこれらの相違から、サービス業を社会福祉実践として同一視することはできないことが明らかとなった。

**Abstract :** In recent years, there is an inclination to treat aim of social welfare as customer satisfaction that is aim of business, the operation of social work services is equated with that of service occupation. The validity of the inclination and the equation are considered by comparing customer satisfaction (aim of service occupation) with social work services (operation originally defined for social welfare). As a result, the operation of service occupation is different from the operation of social work services in three aspects : purpose, attitude, and focus. Therefore, the operation of social work services could not be equated with that of service occupation because of these three differences.

**Key words :** 顧客満足 customer satisfaction ソーシャルワーク social work 利用者主体 user-oriented

## I はじめに

近年、社会福祉の状況は、社会福祉の普遍化、ニーズの多様化にみられるように大きく変化してきている。そして社会福祉におけるサービス供給は、これまでの限定された主体から営利企業を含む多様な主体によって行われるようになった。一般的に社会福祉の専門家たちは、

古川が「営利事業化した福祉サービスは、歴史的かつ理論的な文脈においてもはや福祉サービスとよぶことはできない」としているように、営利事業と社会福祉実践を同列のものとして捉えることに批判的な立場をとっている<sup>1)</sup>。

しかしこれに対して、営利事業としての福祉サービスを肯定する論者達は、Druckerの論理を用いて、顧客が購入しなければ企業が販売す

---

\*関西福祉科学大学大学院 社会福祉学研究科 臨床福祉学専攻 学生

る商品・サービスは意味をもたず、購入者である顧客が商品・サービスの価値を決定することから、企業は必然的に顧客満足(Customer Satisfaction: CS)を目指し、それによってより質の高いサービスが提供できるとし、自らの正当性を主張している<sup>2,3)</sup>。そして彼らはその主張の中で、福祉サービスの目的を顧客満足として位置づけた上で、社会福祉実践を一般的なサービス業として位置づけている<sup>4-6)</sup>。

このような論者たちの主張は、確かに一定の説得力をもち、サービス業としての営みによって顧客のニーズを充足することができ、社会福祉実践としての役割を果たすことができるようにもみえる。しかしここで注意しなければならないことは、この様な主張が社会福祉の目的を顧客満足に置き換えた上で展開されているということである。なぜなら社会福祉実践は固有の視点を持ち、それに基づく支援展開が求められてきた実践であるが、彼らが目指す顧客満足が社会福祉における固有性と一致するとは限らないからである。そしてこのような視点に立って、社会福祉実践をサービス業として同一視する論者たちの主張に目を向けてみると、彼らはこれまで顧客満足の特性について十分に検討していないことがわかる。

上述したように、今日の社会福祉におけるサービス供給は多様化し、営利事業によっても担われている。このことから今日における社会福祉は、営利事業としての福祉サービスを切り離して論じることはできないといえる。そしてこのような状況において、社会福祉実践をサービス業として位置づける主張が生じるのは当然の帰結であるといえよう。しかし十分な検討がなされないままに、社会福祉の目的を顧客満足として置き換え、社会福祉実践をサービス業として同一視することは認められない。またこのように社会福祉実践及びその目的が曖昧な状況においては、社会福祉実践が都合よく解釈され、その形骸化につながるものが危惧される。

そこで本研究は、多様な供給主体を包含した

今日の社会福祉における実践の方向性について検討することを目的として、サービス業の目的とされる顧客満足に着目し、顧客満足の概念特性について検討するとともに、これを社会福祉固有の実践であるソーシャルワークと対比させ、両者の相違について考察する。そしてこのような対比の中で、社会福祉実践をサービス業として同一視する捉え方への批判的検討を行う。

## II 顧客満足とは何か

### 1. 社会福祉における顧客満足の登場

まずここでは社会福祉の領域において顧客満足を用いられるようになった背景についてみていきたい。従来、我が国の社会福祉サービスの提供は、措置制度の中で国・地方公共団体や社会福祉法人によって行われていた。当時の社会福祉サービスは国による厳格な運営規定により進められ、顧客満足という一般企業の論理が持ち込まれる余地はなかった。

社会福祉サービスの供給主体が国・地方公共団体や社会福祉法人に限定されていたことについては、1947(昭和22)年に施行された日本国憲法第89条が関係している。憲法第89条は、「公金その他の公の財産は、宗教上の組織もしくは団体の使用、便益若しくは維持のため、又は公の支配に属しない慈善、教育若しくは博愛の事業に対し、これを支出し、又はその利用に供してはならない」として、「公の支配」に属さない慈善・教育・博愛事業に対する公金の支出を禁じている。この規定によれば、社会福祉の供給主体は国及び地方公共団体に限定されることになる<sup>7)</sup>。

しかし憲法制定時における当時の状況は、戦後の混乱期のなかで社会福祉事業のすべてを公的な機関で担うことは不可能であった。また戦前から行われてきた民間社会福祉事業への公的な補助は、憲法第89条の規定により実施できなくなり、民間社会福祉事業の経営は困難な状況に陥っていた<sup>8)</sup>。そこで本来公で行うべき事

業を民間に委託するという措置委託制度が実施され、その委託対象を「公の支配」に属する社会福祉法人<sup>9)</sup>としたのである<sup>10)</sup>。

このようにして、公による厳格な運営規定に基づく社会福祉サービスの供給体制がかたちづけられたのであるが、そのような体制の見直しの契機となったのは、日本型福祉社会という新しい政策路線の台頭にある。日本型福祉社会はオイルショック以降、財政危機が叫ばれる中で、1979（昭和54）年に閣議決定された「新経済社会7ヵ年計画」において、「個人の自助努力と家庭や近隣・地域社会等の連帯を基礎としつつ、効率のよい政府が適正な公的福祉を重点的に保障する」とし、「日本型ともいべき新しい福祉社会の実現を目指す」と宣言されたことに端を発する。そしてこの路線を踏襲し、具体化した第2次臨時行政調査会の答申において、これまで国・地方公共団体や社会福祉法人に限定されていた福祉サービスの提供について企業に委ねるといふ新しい方向性が示され、措置制度とは異なる市場システムの活用が提起されたのである。

その後、この新しい路線は着実に実現化していくことになる。1985（昭和60）年には、社会保障制度審議会が建議した「老人福祉のあり方について」の中で、「市場機構を通じて民間企業の持つ創造性、効率性が適切に発揮される場合には、公的部門によるサービスに比べ老人のニーズにより適合したサービスが安価に提供される可能性が高い」とされ、民間企業の積極的活用が求められた。また1988（昭和63）年には、「民間事業者による在宅介護サービス在宅入浴サービスのガイドライン」が策定され、高齢者福祉領域の一部に、シルバービジネスの参入が認められたのである<sup>11)</sup>。しかしこの当時の民間事業者の活用はあくまで措置制度の範疇において期待され、また市場機構の活用についても措置制度の範疇外での活用が期待されたのであった。

そしてこの頃、サービスの供給システムとし

て用いられていた措置制度に対しての批判も登場する。岩崎は、措置制度が戦後の混乱期に創設された制度であり、戦後体制を温存させたままの制度であり、共産社会における資源分配システムと同様であると批判する。また施設と利用者との間に契約という考え方が成立しないこと、競争に基づく市場が存在しないこと、自主性や創意工夫などが育ちにくいことなどを指摘している<sup>12)</sup>。

また90年代に入り、社会福祉内部からの変化もみられるようになってくる。京極は、施設経営の側面に着目し、単なる措置費の受け皿としての施設経営ではなく公費を効率的に使用していく独自の経営努力を展開していく必要性があることを強調し、福祉経営学<sup>13)</sup>の必要性を提起している<sup>14)</sup>。また京極は、別の機会において「福祉経営者が適正な公費を受けつつも、利用者の意向を十分に組み入れ、収入と支出の適切なバランスに配慮した他の事業界でとられている通常の合理的経営を目指さなければならない」と指摘している<sup>15)</sup>。

このように公私分離の原則に基づき、厳格に運用されてきた戦後の社会福祉供給システムは次第に問題が提起されるようになってきたのである。そして1994（平成6）年には、高齢者社会福祉ビジョン懇談会の「21世紀福祉ビジョン—少子・高齢社会に向けて—」によって、措置制度に代わる新しいサービス供給システムの構築が必要であることが提起された。21世紀福祉ビジョンによる提起は、その後検討された高齢者介護・自立支援システム研究会によって引き継がれ、その報告の中で介護保険制度の原案となる新介護システムが提起された。そしてその原案は、1997（平成9）年に介護保険制度として制定され、在宅系サービスに限定されるが、これまで限定的であった営利企業等の参入が全面的に認められるようになったのである。

以上のように公私分離の原則にもとづき、厳格な運営規定によって進められていた戦後社会福祉供給体制の中で、民間活力を期待する論調

や措置制度批判、そして福祉経営論の台頭により、次第に顧客満足という一般企業の論理が浸透していったのである。このようにみていけば、顧客満足は、古い旧体制の社会福祉に変わる新たな概念であるようにもみえてくる。しかしそうした結論を出すには、顧客満足の特性について明らかにした上で述べなければならない。そこで次に、先行研究を用いて顧客満足の特性について明らかにしていきたいと思う。

## 2. 顧客満足の特性

顧客満足は、経営学の中で発展してきた概念であるが、これはいかなるものであろうか。まず顧客満足に関する一般的な定義についてみれば、石井は顧客満足を「製品(財やサービス)の使用(消費)の経験を通じて、顧客が得る満足のこと」であるとしている<sup>16)</sup>。また小阪は「消費者が市場において自己のニーズに適合した製品ないしサービスを購入し、それらの消費や享受を通して得られる価値や満足のこと」であるとしている<sup>17)</sup>。このことから、顧客満足とは顧客の商品若しくはサービス消費による主観的な満足を意味していることがわかる。しかしこれらの定義では、その満足が生じる論理については触れられていない。そこで次に、顧客の満足が生じる論理についてみていきたい。

顧客満足に関する先行研究をみていくと、そこには基礎的な枠組みが存在していることがわかる<sup>18)~22)</sup>。その基礎的枠組みが、バランス仮説と呼ばれる論理である。バランス仮説は、顧客の満足・不満足は、その人があらかじめ抱いている対象への期待と、そこから得られる購買使用結果たる効用とのバランスによって決定されるというものである。つまり顧客が購入前に抱く期待を、購入した商品・サービスの効用が超える場合に満足が表明され、期待を下回った場合は不満足が表明されるのである。

またバランス仮説を基本としながら、さらに発展させた論理もある。田村は、顧客満足は購入した財あるいはサービスに対する評価である

として、購入使用結果における評価を現実水準とし、また財及びサービスの購入・使用に先立って予想している水準を期待水準<sup>23)</sup>としている<sup>24)</sup>。そしてさらに現実水準を評価するに際して用いられる期待として、顧客が財やサービスに対して理想として描く理想水準、少なくともこのぐらいの効用がなければと考える最低限許容水準があるとしている。そして現実水準が理想水準を越えるものについて顧客は満足を示し、現実水準が最低限許容水準を下回る場合は不満を示すとしている。また理想水準と最低限許容水準との間においても、バランス仮説と同様に、現実水準と期待水準のバランスによって、満足及び不満の程度が決定するとしている。

このように顧客満足は、顧客があらかじめ抱いている商品・サービスへの期待と購買使用後に得られた効用とのバランスによって決定されるのであるが、顧客の期待には理想水準と最低限許容水準といった幅が存在し、厳密なかたちでその評価が行われているのではないことがわかる。

またこのような顧客の期待を2つの次元から捉えようとする見方もある。この見方は、SwanとCombsによるものである<sup>25)</sup>。彼等は、顧客の期待を顧客にとって不可欠な機能である本質機能と、本質機能を補完したり付加価値を加えたりする表層機能の二つに分けて捉えている<sup>26)</sup>。Swanらは、両者の機能について衣類を例に挙げて説明しているが、それによれば衣類の耐久力は本質的機能にあたり、スタイリングは表層機能であるとしている。そして彼等は両機能の関係について、本質的機能と表層機能の間に代替作用が働かないとしている。なぜなら先ほどの例を用いれば、いくらスタイリングが良い衣類であっても耐久性がほとんどなければ誰も購入しないからであり、耐久性が担保されて初めて、衣類を購入する選択が行われるからである。また彼らは、表層機能間においては代替作用が働くことを指摘している。同じ例を用

いれば、色合いが悪くともデザインが良ければある顧客は満足するし、デザインが悪くとも衣類の機能性が高ければある顧客は満足することを意味している。

このように Swan らの先行研究を用いることで、顧客があらかじめ抱いている商品やサービスへの期待及び購入後の評価は、本質機能と表層機能の2つの側面から行なわれていることが明らかとなった。しかし顧客が商品・サービスに対して抱く期待や評価とは、いかなる意味・性質を持つものなのであろうか。

大友は、顧客が商品やサービスを購入する際の真の購入目的について、ホテルについての例をあげて説明している。それをみると、顧客の購入したものは眺望の良い部屋であり、おいしい料理であり、接客担当者の温かなサービス対応であるとする。しかし購入における真の目的は、それらを購入することではなく、両親を温泉に連れて行くこととする子の目的は親への感謝の気持ちを示すことであり、また家族をホテルに連れて行くことは家族で楽しい一時を過ごそうとすることにあるとしている。そして顧客は、商品を通じて提供される様々な効用の客観的実態に影響されて評価態度を形成するのではなく、自分自身の生活における欲求に対して意味づけを行い、それを充足するための道具として商品进行评估しているとしている<sup>27)</sup>。つまり顧客の期待及び評価は、自らの生活に照らし合わせて行われているのである。そしてこのように顧客の期待及び評価が生活に基づくものであることから、顧客満足は個々の具体的な生活に基づいた概念であるといえる。

以上のように、経営学の先行研究を用いて顧客満足の特性についてみてきた。顧客満足は、顧客があらかじめ抱いている商品・サービスへの期待と購買使用後に得られた効用とのバランスによって決定されるのであるが、その評価は厳密なかたちで評価が行われているのではなく、一定の幅が存在していた。またその期待に対する評価は、一面的に行われるのではなく、商品

・サービスにとって不可欠な機能である本質的な機能とそれに付加される表層機能に対する評価からなっていた。そして商品・サービスは、顧客の個々の具体的な生活に基づいて評価されることが明らかとなった。

### Ⅲ 社会福祉実践とは何か

#### 1. 社会福祉実践の理論的枠組み

社会福祉における実践は、固有の実践であるソーシャルワークとして発展してきた。このソーシャルワークは、これまで個人の内面的要素と環境的要素のバランスを変化させながら発展をしてきた実践である<sup>28)</sup>。そして今日においては、生態学的視点から導き出された「生活モデル」に基づいて実践が捉えられている。

生活モデルは、生活課題を個人の病理として捉えるのではなく、人々の生活状況や社会生活における交互作用<sup>29)</sup>の結果として捉えることに特徴があり、通常人間の生活は環境との関りの中で均衡・調和を保った状態にあるが、何らかの理由によって環境とのバランスが崩れることによって生活課題が生じると捉えるのである。またこのモデルは、人間が物理的・社会的・文化的・制度的環境との交互作用の中で自我が発達するという考えに基づいており、個人の発達を阻害している人と環境における交互作用の修正に関心を払うのである<sup>30)</sup>。さらにこのモデルにおける課題状況は、人間が一方向的に環境からの影響を受けると考えるのではなく、彼等なりの対処(coping)行動をとった上での結果であるとみるのである。

よって生活モデルに基づく社会福祉実践は、人と環境とが直面するインターフェイスに焦点をあて、人と環境におけるバランスの調整を図るために、人間の対処能力を高める介入や環境の調整を行う支援を展開するのである。

#### 2. 社会福祉実践の支援展開

ソーシャルワークにおける支援は、生活モデルに基づき、人と環境との交互作用の状況に関

心を示し、そこから支援が展開される実践である。そして太田が「ソーシャルワークにおける科学性・専門性とは、実存性を原点にした大前提から成り立っている」としていることからわかるように、人と環境との相互作用の状況を捉えるにあたって、一般的な理解ではなく、利用者の実感に基づいた理解がソーシャルワーク実践にとって重要となる<sup>31)</sup>。このようなソーシャルワーク実践における利用者の実感を重視する姿勢は、ただ単にその独自性及び専門性として求められているのではない。利用者の実感を重視する姿勢は、Mayeroff が違った人格を持つ者であるからこそ相手を支援することができるとし、相手の内面を理解できてこそ、相手を感じる困惑の状態から助けだすことができるとしていることからわかるように、支援を展開する上で必要不可欠な視点なのである<sup>32)</sup>。

またソーシャルワーク実践は支援を展開する上で、利用者が環境に対して行う対処能力を強化するための支援を行うが、利用者の実感を重視する姿勢は、利用者の環境に対する対処能力を高める上でも重要な意味を持つ。これについてももう少し具体的にみると、環境に対する対処能力は人間の持つ固有の課題解決能力を意味するコンピテンス(社会的自律性)と呼ばれる概念であり、自己理解や状況理解のための能力や本人のパーソナリティ、身体的・精神的健康などが含まれる内的コンピテンスと、様々な人間関係や社会資源など環境的要素を活用する能力である外的コンピテンスに分けて捉えることができる<sup>33)</sup>。そしてこのコンピテンスを高めるための支援は、これと深くかかわる「自己評価」(self-esteem)を高めることが求められている<sup>34)</sup>。この「自己評価」は、環境的圧力に対して自らを投げやりにせず、自らを大切にすることを意味している。コンピテンスを高めるための支援として「自己評価」を高めることは、利用者が実感している否定的な自己に対する感情を払拭し、自己のもてる本来の力を発揮するエンパワメントの視点に基づくものである。つま

り利用者における実感の世界に迫ることによって、コンピテンスの前提となる利用者自身が抱く自己への評価とそれに影響を及ぼす要因を把握することができ、自己評価を高めるための支援を行うことができるのである。

このように人と環境との相互作用状況に介入を行うソーシャルワーク実践は、利用者の生活実感を捉えることを前提とし、それに基づいて介入を行うのである。そしてこのような支援展開によってはじめて、利用者が抱える生活における課題の解決を図ることができるのである。

#### IV 社会福祉実践とサービス業 における営みの相違

これまで顧客満足と社会福祉実践の大枠についてみてきた。そしてこれについても一度整理してみると、顧客満足は個々人の具体的な生活に基づいて行われる主観的な評価であり、その評価は商品・サービスへの購入前の期待と購買使用後に得られた効用とのバランスによって決定されるという利用者の実感に基づく概念であった。また社会福祉実践は、人と環境との相互作用状況によって生じた生活課題に焦点を当てた支援であり、その支援は生活課題を抱える人々の実感に基づいて展開されるというものであった。

このようにみていくと両者は、支援概念と目的概念といった概念的枠組みとしての違いはあるものの、ともに人間の生活に焦点を当て、利用者主体の姿勢に基づいて、利用者の実感を重視するという特性を持つことから、大きな相違はないように思われる。しかしこれについて、社会福祉サービスへの利用者参加に焦点を当てた Croft と Beresford の先行研究を通してみると、違った様相がみえてくる。

##### 1. 社会福祉実践及び顧客満足における特性の対比

Croft らは、イギリスにおいて1980年代以降、公を中心とする福祉サービスから消費者を

中心としたサービスへと移行することによって、サービス利用者における参加の機会が増大したと捉えている。そして利用者参加のための契機として、消費者主義的アプローチ (consumerist approach) と民主主義的アプローチ (democratic approach) の2つがあると指摘している<sup>35)</sup>。Croft らによれば消費者主義的アプローチは、利用者をサービス購入者として認識することに基づく、サービス供給者側から起こったアプローチであるとされている。そしてこのアプローチは、経済性・有効性・効率性を達成することに関心を示しているとしている。一方、民主主義的アプローチは、サービス消費者や当事者組織によって発展させられたアプローチであり、その主要な関心ごとは、エンパワメントであり、権限の再分配や彼等の生命についてのより多くの発言権を得ることであるとしている。

Croft らの主張は、利用者の参加について2つのアプローチがあることを指摘するものであるが、中でも重要なことは同じ参加を重視するアプローチであっても、その背景にある関心の持ちようによって異なる様相を示すことが提示されていることにある。このような見方は、先述した利用者の個別性・主体性を重視する社会福祉実践及び顧客満足にも当てはまる。そこで次に Croft らにおける2つの枠組みを分析軸とし、これまで検討してきた顧客満足や社会福祉実践を当てはめて考えていきたい。またこれらを当てはめるにあたって、両者が利用者の実感を重視していることから、利用者の満足という側面から捉えていきたい。

まず顧客満足からみるならば、これは消費者主義的アプローチが当てはまる。なぜなら、顧客満足は利用者をサービス購入者として理解する認識に基づいた概念であり、供給者側が主体となった概念であるからである。顧客満足を供給者主体の概念として位置づける根拠は、例えば小室が提起する福祉マーケティングの論理に顕著に表れている。小室は、福祉マーケティン

グを述べる中で、利用者から選ばれる福祉サービスに不可欠な点として CI (Corporate Identity) をあげている<sup>36)</sup>。そして CI の追求が顧客満足につながるとしている。CI とは経営における差別化戦略を意味し、サービス等におけるよそとの違いを強調することを意味している。この論理は、先述した Swan らの論理に基づくものである。なぜなら、Swan らが指摘する表層機能の代替作用に基づけば、サービス供給者は全ての表層機能の質を向上させるわずらわしさから解放され、一つに焦点を絞り、それを徹底的に追求することで、より効果的・効率的に顧客満足を高めることができるからである<sup>37)</sup>。

このように消費者主義的アプローチに対応する顧客満足は、利用者の主観的な評価に基づく満足であるが、しかしそれは供給者側の設定した枠組みの中で追求される満足であることがわかる。またこのような満足は、他者 (供給者) により設定された枠組みの中で追求されたものであることから、利用者における生活の一部の課題やニーズを満たすことで得られる限定的・短期的な満足に留まらざるをえないといえる。

次に社会福祉実践についてであるが、これは民主主義的アプローチが当てはまる。なぜなら、社会福祉実践は当事者によるアプローチとは異なるが、その特性が人間尊重の理念に基づき、生活の主体性や生活における実感を重視していることから、そのねらいが民主主義的アプローチと一致するからである。そして満足の観点から民主主義的アプローチをみるならば、これは生活における主体性の発揮を目指したアプローチであることから、人間の生活そのものへの満足や生き様に対する満足を重視するアプローチであるといえる。そして社会福祉実践においても、その実践が人間と環境の均衡・調和を図ることで利用者の主体的な生活の実現を目指すことから、これと同様であるといえるだろう<sup>38)</sup>。

これまで Croft らの先行研究を分析軸とし、社会福祉実践及び顧客満足の特性についてみて

きた。そして両者の対比を行うことによって、両者がいくつかの点で異なることが明らかとなった。まず一つ目の相違は、社会福祉実践が目指す満足と顧客満足が示す満足の質が異なることにある。これは社会福祉実践が生活そのものに対する満足に関心を示すのに対して、顧客満足は生活における一部の課題やニーズを満たすことで得られる限定的・短期的な満足に関心を示しているところにもみることができた。また二つ目の相違は、社会福祉実践が利用者における実感に基づく実存的な関わりを前提としていたのに対し、顧客満足には供給者主体の論理が含まれていることにあった。

このようにこれまでの考察から、顧客満足と社会福祉実践における特性の相違が明らかとなったが、この相違に基づいて考えるならば、顧客満足を社会福祉の目的として位置づけるサービス業としての営みは、社会福祉実践と異なる次元にあるといえるだろう。

## 2. 社会福祉実践とサービス業における焦点の相違

前項では顧客満足の特性と社会福祉実践における特性の対比を行い、そこからサービス業としての営みを社会福祉実践として位置づけることはできないと判断した。しかしこうした見方に対し、サービス業としての営みが利用者のエンパワメントを促す効果を持ち、これによってサービス業としての営みが社会福祉における支援効果を果たしているとする意見もあるだろう。

このような主張は、援助関係が援助を与える者と与えられる者といった上下の関係に陥りやすい性質を持つとした上で、社会福祉における利用者を消費者として位置づけることによって、援助者と利用者との対等な関係をつくり出し、これによって利用者の自己選択・自己決定に基づくサービスが展開され、利用者のエンパワメントが促されるという理解によるものである。

確かにエンパワメントは社会福祉の支援において重要な意味をもち、利用者を消費者と位置づけることによって得られるエンパワメントの効果は、社会福祉の専門家からも評価されることが多い<sup>39)</sup>。しかしこれまでみてきたように、社会福祉の目的は利用者の抱える生活課題を解決することであり、エンパワメントは課題解決のための一つの手段として位置づけられている。そしてサービス業における営みによって得られるエンパワメントの意味について考えてみると、その営みは社会福祉実践における生活モデルのような対象を焦点化する具体的な視座をもたないことから、その関心が必ずしも生活課題にあるとはいえず、エンパワメントが利用者の抱える生活課題と直接的な関連をもたないことが指摘できる。

つまり利用者を消費者として位置づけ、利用者の自己選択・自己決定を重視するサービス業としての営みは、社会福祉の側面からみて一定の意味を持つが、これだけをもってサービス業としての営みを社会福祉実践としてみなすことはできないのである<sup>40)</sup>。

## V 結 語

本稿は、社会福祉実践を一般的なサービス業として同一視する捉え方への検討を行うために、社会福祉の目的として位置づけられた顧客満足をソーシャルワークと対比させ、考察を行ってきた。そしてこの考察を通して、表1のように3つの相違が明らかとなった。

表1 社会福祉実践とサービス業の相違

	社会福祉実践	サービス業
目的	生活における全体的な満足の充足	生活の限定的・短期的な満足の充足
姿勢	利用者主体	供給主体の枠組みの中で展開される利用者主体
焦点	利用者の抱える生活課題	利用者の抱える生活課題にあるとはいえない



一つ目の相違は、社会福祉実践が生活そのものに対する満足に関心を示すのに対して、サービス業が目指す満足は生活における一部の課題やニーズを満たすことで得られる限定的・短期的な満足に関心を示すところにみられた。二つ目は、社会福祉実践が実存的な関わりを前提としていたのに対し、サービス業においてはCIにみられるように供給者主体の論理が含まれ、利用者への関わりに対する姿勢に相違がみられた。そして三つ目の相違は、社会福祉実践が利用者の抱える生活課題に焦点を当てていたのに対して、サービス業においては生活モデルのような具体的な視座をもたないことから、その関心が必ずしも生活課題にあるとはいえないところにみられた。

これらの結果からいえることは、サービス業における営みは社会福祉実践と比べ目的、姿勢、焦点の3点においてその性質が異なるということである。つまりサービス業における営みは、利用者に対する一定の効用を持つが、社会福祉実践とサービス業は本質的に異なる性質をもち、社会福祉実践とサービス業を同一のものとして位置づけることはできないのである。

本稿においてこれまでみてきたように、社会福祉実践は利用者の生活課題を解決するために、利用者が体験している実感の世界に迫り、そこから支援を展開し、利用者の生活における満足感の向上を目指す実践である。社会福祉における枠組みが拡大し、社会福祉が多様に理解され混沌としている今日の状況において、こうした社会福祉実践における本質的な理解は、より一層強調しなければならない。

最後に、本研究の限界と残された課題について言及したい。本稿は、経営学の分野で用いられる概念である顧客満足を取り上げ、その概念特性について検討してきた。しかし筆者は経営学のプロパーではないことから、そこにこの研究における限界がある。また本研究は、これまでみてきたように社会福祉実践における方向性を提示しただけであり、具体的な実践の展開に

ついては触れることはできなかった。社会福祉実践にとって重要なことは論理の提示そのものにあるのではなく、その展開にある。近年、社会福祉における実践現場及び専門職の養成を図る教育現場で多くの課題が山積していることから、これらの課題についても今後論及していかなければならない。さらに本稿における検討は、臨床における実践を実証的に検討したのではなく、社会福祉実践が生活全体における利用者の満足に対して、実際に寄与できるかどうかについてみることができなかった。利用者にとって意味をもつ実践を展開していくために、理論的に得られた知見を臨床場面において検証し、より有用な支援方法を明らかにすることが求められる。本研究によって得られた知見を礎とし、今後はこれらの諸課題へと取り組んでいきたい。

#### 注

- 1) 古川孝順『社会福祉学』誠信書房 2002年 p210

古川は別の機会において、「企業等の社会福祉事業への参入がさらに一般化することになれば、これまで非営利性ととも社会福祉の範疇を規定してきた公益性、規範性、継続性、安定性という諸要件も要件としての意味を薄れさせかねない」として、営利企業の参入そのものに対して批判的な立場を示している。(古川孝順「社会福祉事業範疇の再構成」『現代社会福祉の争点(上)-社会福祉の政策と運営』中央法規出版 2003年 pp50-51)

- 2) 山口は、社会福祉サービスの利用者を一般の営利企業における「顧客」とみなし、利用者の満足の度合いを一般の企業における「顧客満足」と同一のものとして論じている文献が多くあることを指摘している。(山口厚江『高齢者介護ビジネスの社会的責任』文眞堂 2005年 p132)

また顧客満足を社会福祉の目的として位置づける文献には以下のようなものがある。

- ・小室豊允『ポスト措置時代福祉経営戦略』筒井書房 1998年 p317
- ・小島理市「効率・品質保証の重要性」『福祉産業マネジメント』同文館出版 2004年 p159

- 3) Druckerの主張は、ビジネスにおいて提供される商品やサービスに対して支払いを行うのは顧客であり、商品やサービスを購入して満足させる要求が何であるかを決めるのも顧客であることから、ビジネスの目的は必然的に顧客満足の追及に向かうとすることに特徴をもつ。また一般的にビジネスの目的は、利益の追求であるとされることがあるが、Druckerはビジネスの目的はあくまで顧客満足にあり、利益は企業の存続の条件であってそれ自体に目的があるのでないとしている。(P. F. Drucker 著 上田惇生訳『新訳 現代の経営(上)』1996年 ダイヤモンド社 pp 63-64)
- 4) 小松浩一「社会サービスマーケット」『福祉ビジネス 見えてきた巨大マーケット』日本評論社 1999年 pp 54-57
- 5) 大内俊一『知恵と意欲が生きる社会福祉経営』筒井書房 1999年 p 148
- 6) 東島弘子「福祉も顧客満足の時代」『企業診断』Vol.46 No.5 1999年 pp 74-79
- 7) 北場によれば、日本国憲法第89条の「公私分離の原則」が制定された背景には2つの系譜があるとされている。その一つは、国家神道や超国家主義イデオロギーを持つ民間団体を国が支援するのを禁止するものであり、天皇制と国家神道とが結合した日本の軍国主義を除去するためのものであるとしている。二つめは、公費を私的な目的のために使用することを防止しようとする狙いがあったとされている。(北場勉『戦後「措置制度」の成立と変容』法律文化社 2005年 p 122)
- 8) 公私分離の原則は、憲法第89条の規定により初めて明確にされたものではなく、1946(昭和21)年2月にGHQ(連合国軍総司令部)によるSCAPIN 775の中で、国家責任を明確にし、それが民間に転嫁されてはならないという方針が示されていた。また憲法制定以前に政府は、民間に協力せざるを得なかった状況からGHQと交渉を重ね、民間社会福祉施設を利用した方が効率的な場合において例外的に補助が認められる旨の了承を得ていた。(北場勉 前掲書7 2005年 p 53)
- 9) 北場は、社会福祉法人の設立過程について、一般的には民間社会福祉事業に対する公金支出の禁止を回避するために、公の支配に属する法人として新たに設けられたとする論調を認めているが、それに加え税制上の問題を指摘している。北場は、社会福祉事業において最初に「公の支配」に属するものとして位置づけられたのは、1950(昭和25)年に制定された新生活保護法における公益法人であるとしている。社会福祉法人制度が創設されたのが、1951(昭和26)年に制定された社会福祉事業法においてであるが、北場はこれについて、「前年に創設したばかりの『公の支配に属する公益法人』制度を放棄した」のはなぜかと疑問を呈している。そしてその背景に1949(昭和24)年に出されたシャウプ勧告の影響を受け、これまで非課税であった公益法人の収益事業が、新たに課税されるようになったことをあげている。つまり収益事業を抜きにして経営することが困難であった社会福祉事業の当時の状況から、収益事業が課税対象となる公益法人ではなく、収益事業が非課税とされた新たな社会福祉法人が選択されたのである。(北場勉 前掲書7 pp 221-227)
- 10) 前掲書7) p 165
- 11) 古瀬は、民間の福祉サービスが台頭してきた背景として、①公的サービスを補完するものとして行政や財界などの期待があったこと、②新しい市場としてのマーケティングや産業政策から期待されたこと、③老人の新しいニーズに対応するものとして期待されたことを挙げている。(古瀬徹「福祉産業と社会福祉の接点 -老人ケアの分野を事例に-」社会福祉研究 第39号 1986年 p 43)
- 12) 岩崎要「戦後体制との決別(上)-見直しが必要な措置制度」厚生福祉 第3696号 1988年 pp 2-5
- 13) 福祉経営学とは、①事業目的の確定、②事業計画の企画立案、③財源の確保及び財務管理、④人事組織及び労務管理、⑤職員の教育研修、⑥対人的サービスの品質管理、⑦他施設との交流、協力、提携、⑧地域ニーズの掘り起しなど地域社会に対する広報啓発活動などについての問題を取り扱うものである。(関岡芳孝「福祉経営学」『現代福祉学レキシコン』雄山閣出版 1993年 pp 104-105)
- 14) 京極高宣「現代福祉学の構図」中央法規出版 1990年 pp 78-84
- 15) 京極高宣「福祉経営学の視点」『講座 戦後社会福祉の総括と二一世紀への展望1 総括と展望』ドメス出版 1999年 p 145
- 16) 石井淳三「顧客満足」『経営学大辞典 第2版』中央経済社 1988年 p 310

- 17) 小阪隆秀「顧客満足」『増補版 現代経営用語の基礎知識』学文社 2001年 p 122
- 18) 片山富弘「顧客満足概念の現代的意味と役割」『流通科学研究』5(2) 2006 pp 117-131
- 19) 大友純「顧客満足とマーケティング」『ホスピタリティ産業論－顧客満足管理の時代を迎えて－』中央経済社 1996年 pp 51-52
- 20) 小島健司「消費者満足・不満と苦情行動のプロセスモデル」『アカデミア 経済経営学編』1980年 67号 pp 93-121
- 21) 嶋口充輝『戦略的マーケティングの論理－需要調整・社会対応・競争対応の科学－』誠文堂新光社 1984年 p 65
- 22) 田村正紀「消費者満足を追及せよ マーケティング戦略形成への視角」『季刊消費と流通』1979年 Vol 3 No 4 pp 62-75
- 23) 田村は、商品若しくはサービスの購入前に生じる期待を予想水準としている。しかしここでは、用語の統一化をはかるために、期待水準とする。
- 24) 前掲書 22)
- 25) Swan, J. E., and L. J. Combs, "Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept," *Journal of Marketing*, 40-2, 1976, pp 25-33.
- 26) Swan と Combs は、顧客にとって不可欠な機能を手段的成果 (instrumental outcomes) とし、手段的成果を補完したり、付加価値を加えたりする機能を表出的成果 (expressive outcomes) としている。嶋口は、この Swan と Combs の論理を採用する中で手段的成果を本質機能、表出的成果を表出機能としている。本稿においては Swan と Combs の表現よりも、嶋口の表現の方がより的確に現象を示していると判断し、嶋口の用語を用いることにする。(嶋口充輝『戦略的マーケティングの論理－需要調整・社会対応・競争対応の科学－』誠文堂新光社 1984年)
- 27) 大友純「顧客満足とマーケティング」『ホスピタリティ産業論－顧客満足管理の時代を迎えて－』中央経済社 1996年 pp 56-57
- 28) 戸塚法子「社会福祉援助活動の歴史」『社会福祉援助活動』岩崎学術出版 1998年 p 72
- 29) このモデルでは、一般的に理解されている人と環境との相互作用ではなく、交互作用として捉えていることも特徴として挙げられる。相互作用とは一方の存在が他の存在に影響を与えるという直線的な因果関係を示している。交互作用は、循環的なフィードバック過程として両者の関係を捉えている。(Carel B. Germain 松本紀子訳「治療モデルから生活モデルへ」『エコロジカル・ソーシャルワーク カレル・ジャーメイン名論文集』学苑社 1992年 pp 187-188)
- 30) Carel B. Germain 阿部弘子訳「ソーシャルワークの新しい波」『エコロジカル・ソーシャルワーク カレル・ジャーメイン名論文集』学苑社 1992年 p 10-11
- 31) 太田義弘「支援科学としてのソーシャルワーク実践と方法」『ソーシャルワーク研究』Vol.28 No.2 2002年 p 37
- 32) M. Mayeroff 著 田村真・向野宣之訳『ケアの本質 生きることの意味』ゆみる出版 2001年 pp 92-102
- 33) 秋山薊二「コンピテンス促進の戦略と技術」『ジェネラル・ソーシャルワーク』光生館 1999年 pp 129-139
- 34) 小島蓉子「実践における生態学とは？」『エコロジカル・ソーシャルワーク カレル・ジャーメイン名論文集』学苑社 1992年 pp 226-228
- 35) Croft, S. and Beresford, P. "Politics of Participation" *Critical social policy*, 12-2, 1992.
- 36) 小室豊允『変革期の老人ホーム経営 競争の時代を勝ち抜くためには』中央法規 2005年 p 96
- 37) 前掲書 21) p 59
- 38) 浅野は、ホームヘルパーの実践事例からその支援における目標について論じている。そして浅野は、ADLを維持・向上するための支援や介護者の負担軽減を図るための支援が密接に関連し、それによって利用者の生活満足感を高めることができるとしている。そしてこの「生活満足感」や「生活意欲」といった主観的な側面を社会福祉サービスにおける最終目標とすべきであることを指摘している。(浅野仁「高齢者福祉－処遇からケアサービスへの展開」『戦後社会福祉の総括と二一世紀への展望 I 総括と展望』ドメス出版 1999年 p 249)
- 39) 久田則夫「エンパワメントを支える援助者の視点」『エンパワメント 実践の理論と技法』中央法規 1999年 pp 61-63
- 40) 今日における社会福祉サービスの利用は、高齢者福祉や障害者福祉領域において主として、ケアマネジャーが介在することによって利用されている。つまり供給者の側から設定された枠組みによって利用者の満足を追及するサービスは、ケアマネジメントを前提として成り立って

いるともいえる。このケアマネジメントは、利用者のニーズと社会資源の調整を図るための技法であることから、利用者が消費者として積極的に社会資源を取捨選択することができない場合においても、ケアマネジャーの支援を受けながら必要な社会資源を選択することができるのである。ここで注意しなければならないことは、ケアマネジメントをソーシャルワークと同一のものとして理解してはならないことである。ケアマネジメントは、ソーシャルワークにおける一機能であるサービスコーディネーションを担う技法であるが、近年においてはこれにエンパワメントやストレングス、権利擁護の視点などが組み込まれ、ソーシャルワークと混同

して捉えられている現実がある。しかしケアマネジメントが多数の機能を兼ね備えたとしても、ソーシャルワークにおける固有の発想や視野に即していなければ、それをソーシャルワークと同一のものとして位置づけることはできないのである。そして供給者の枠組みから行われるサービスは、ケアマネジメントを前提として成り立つが、この前提をもって利用者の実存性を捉えた支援として位置づけることはできないのである。(太田義弘ほか「高齢者に対する生活支援過程考察の意義 - ケアマネジメントの実態調査を通じて -」『関西福祉科学大学紀要』第 9 号 2005 年 pp 1-18)