# プラニングの基本

Planning Basics

日本語版
Trial
Version
2018.11

ストラティージック（戦略的）思考、準備、NAゴールの到達へのガイド

2011

回復のメッセージを伝え、効果のあるサービスを提供しようとするとき、往々にしてＮＡコミュニティは色々な難関に直面します。サービスミーティングではこのような何度となく起こる問題が繰り返し取り上げられますが、プラニングをすれば、共通した問題に対する解決策、長い間、問題となっていたことに対する解決策が見つかることがあります。

**問題：サービス体同士のコミュニケーションがうまく取れない。担当役員が何を報告するのか、手にした情報の全てをどのように組織化するのかが分からない。情報がワールドからゾーン、ゾーンからリージョン、リージョンからエリア、エリアからグループ、そしてまたグループからワールドに戻るというコミュニケーションのループがない。**

**問題：地元で必要とされたサービスに対し、財政資源が不足している。グループからの献金が送られず、担当役員は、経費を賄うのに、恒例のコンベンションからの献金をあてにしている。コンベンションが赤字になったらどうなる？という質問は誰もしない。**

## ＮＡの資金は第一の目的のさらなる実現のために使われるものであり、責任をもって管理されなければならない

NAサービス 12の概念

# メッセージを伝えるのに役に立つプラニング

今も苦しむアディクトにメッセージを伝えるのにプラニングが役立ちます。薬物をやめたいと思った時、私たちのためにＮＡがそこにあったのです。プラニングを行えば、将来、アクティブなアディクションからの回復を望むアディクトに、それが誰であろうと、希望のメッセージを届けることが保証できます。

## なぜプラニングを？

**ごく簡単にいえば、プラニングを行うことでサービスの効果が上がります。共通のゴールへと向かって活動をする時に役立つのです。「常に協力し合い、一体性を重んじて、グループのメッセージ活動をサポートするように」と NA サービスの展望が指摘しています。**

**私たちには回復のメッセージをより効果的に伝えるという共通の目的があります。NA サービスのプラニングでは、必要とされた目標達成のため、一歩先を考え、準備期間を十分に設け、活動プランを企画することが必須とされるのです。効果のあるサービスを常に提供しておきたいのですが、それを実践する時に支障となる問題を見極めることがプラニングをするきっかけとなります。**

### プラニングをもとにサービスをより効果的に

NA サービスでは効果のあるコミュニケーションをする能力が高く買われます。コミュニケーションが途絶えると、回復のメッセージを伝える機能が、色々な面で影響を受けます。プラニングを行うことでサービスを改善するための解決策が見つかるのです。

例えば、ミーティングリストは定期的にアップデートされますが、グループ代表がミーティングの情報をどのように手渡すか、必要な調整をどのようにウェブサイトに施すかがわからなければ、ミーティングの場所や時間が古いままになっているかもしれません。その結果として、ニューカマーはミーティングが見つけられず、地元のリハビリ施設はクライエントをどこに連れて行ったらよいかがわからず、メッセージが伝わらないということになります。

この解決策として可能性のあるものはいくつもあります。例えばグループ代表がミーティングの新しい情報を提出するためのアップデート用紙を作るのはよい考えかもしれません。メールアドレスが提供されていればオンラインで、そうでなければサービス体を通してアップデートできます。この用紙がグループに定期的に配布されていれば、スケジュール印刷の締め切り日を伝え、グループはそれに応答する時間も十分あり、そうすればいつも最新のミーティング情報が手に入ることになります。新しく印刷するごとにミーティングリストにこの用紙を載せておけば、ウェブサイトにそれが正しく反映されるようになります。プラニングはこのような（この不正確なミーティングリストのような）問題を見極め、その解決策を実践に移すのに役立つのです。

***これは大変な作業のように思えるかも知れませんが、プラニングはきちんとマネージできるように細かく小分けすることもできます。一度に全ての目標を達成することはできません。ちょうど個人の回復に似ています。完璧にするのではなく、進歩させていくことが大切なのです。***

### スキャニング

サービスを見直しコミュニティで何が必要かを調べること

一般的にプラニングは、地元の NA コミュニティ、サービス体、そしてそれを含む大きなコミュニティ（町、市、郡など）のニーズに関する情報を収集することから始まります。これをスキャニングといいます。地元コミュニティで今まで提供されてきたサービスを注意して見直します。スキャニングの目標は今までのサービスの長所短所を見極め、サービスを提供する新しい機会を発見することです。そのためには、自分たちのサービス体がどのような機能をし、NA が大きなコミュニティのニーズにどのように応えられるかを調べていく必要があります。メンバー、グループ、サービス体の立場、さらには、コミュニティの専門家やサービス組織の立場からみた、貴重な情報を収集します。

### 自分たちのサービスを見直して･･･

メンバーやグループがサービスをどのように受けとめているか、自分たちのコミティがサービスをどのように提供しているかを調べます。これには色々と違ったアプローチの仕方があります。サービスやグループの棚卸しといった棚卸しのツール、または小冊子 *The Group Booklet* からの質問を使うこともできます。

サービス体によっては、独自の棚卸しツールを開発したところもあります。棚卸しのリソースツールを使った場合、ワークグループは返答を比較対照のため収集し、プラニングミーティングの前にメンバーがその内容を読んでおけるようにしておく必要があります。

または、プラニングミーティングの代わりに、サービスミーティングでのブレインストーミング・セッションやオープンフォーラムをするというサービス体もあります。（次ページにつづく）

メンバー、担当役員も合わせメンバー全員からインプット（提案、意見、コメントなど）を集めてスキャンをします。このインプットがプラニングの始まりのポイントとして使われます。自分たちのサービスがどれほど効果のあるものかを評価することから始めるのですが、それは単にメンバー・担当役員がどのようにサービスを受け止めているかに耳を傾け、それを認識するということです。

この評価の期間中は、特に H＆I、PI / PR および電話サービスといった、既存の本質的サービスについてよく調べるようにします。それぞれのコミティに対する予算を判断の基準にし、その予算がどのように配分されているかもきちんと調べておきます。H＆I パネルの NA 文献、PI のポスター、バス停広告、NA 電話サービスで提供されるミーティングリストの自動案内、さらには万一のための予備金、コンベンションなどのための活動開始資金といったサービスにどれほど予算を使っているかを見直すのは大切なことです。

スキャニングの期間中に、すでに用途または効果のなくなったサービスを見極める機会、そして解決策を見つけるプロセス開始の機会も手に入ります。

多様な見地をもとにした幅広いインプットを収集しているので、ここでは、アイディアの価値について討論したり、一つのサービスを他のサービスより優先させるのではなく、それぞれのアイディアに耳を傾けるようにします。サービス体、その中の色々な委員会、担当役員の人材資源、財政などに関する長所、短所に関して、色々な人からの意見が出てきますが、そういった考えに対し心を閉ざさずに耳を傾けます。また、不足した部分またはコミュニティのニーズが満たされていない部分についてもよく調べるようにします。

# プラニングは誰がするか？

**より効果的なサービス活動を希望するメンバーであれば誰でもプラニングができます。グループ、エリア、リージョン、ゾーン、コミティ、さらにはワールドサービスのレベルでプラニングが実行できます。メンバーは全員このプロセスに参加できます。担当役員とそれ以外のメンバーが一体となって活動することが薦められています。これには管理体、ワークグループ、経験を積んだメンバー、リージョンのデリゲート、色々な担当役員の組み合わせなどが含まれます。**

**最初は、プラニングとはサービスに関するアイディアやトピックスを収集するということになります。地元のコミティが提供するサービス、例えば H＆I、PI / PR、電話サービス、色々なアクティビティといった日常業務的サービスの全てを評価することが大切です。**
**自分たちに問う質問：これらのコミティが提供するサービスは今でも妥当であるか？それとも今までやってきたことをただ続けているだけか？**
**自分の考えに限界をつけない：新しいアイディア、改善が必要とされる現存のサービスエリアについて考慮します。あらゆるものの見方を考慮に入れます。ここでのゴールは、色々な考えを流れに任せて交換する、それによってプラニングを楽しむこともできます。楽しむことのできるサービスは魅力のあるもので、プラニングの雰囲気が楽しいものであればメンバーもその意気込みが変わってきます。**

**まずは、プラニングの活動をコーディネートする個人または小グループを任命します。これはプラニングのプロセス（工程）で必要なものです。プラニングは私たち全員が参加できるものですが、その効果を上げるには、チームリーダーまたは小規模のワークグループが必要とされます。**

## プラニングによってサービスがより効果的に

NA のサービス活動はすべて、今も苦しむアディクトにメッセージをより効果的に伝えたいという願いがその動機となるべきなのですが、それをするには予算が必要となります。サービス体内での財政資源が不足していれば、文献の購入、配給サービスの機能にも支障をもたらします。

例えば、グループからの献金が減少し、サービス体はコンベンションで資金が調達されると期待しているとします。サービス体が効果的プラニングを行わなければ、その時点で H＆I コミティは施設に文献を持参できなくなります。

プラニングプロセスの一部として、サービス体は年間の文献に対する費用がどれくらい必要かを調べます。目標を考慮しながら、予算が作成されます。これを実現させるため、それぞれのグループがひと月どれほど献金するべきかを割り出し、それをもとに、それぞれのグループに必要な額を知らせることができます。これがプラニングの活動です。これによって、NA の文献が回復を望んでもミーティングに来られない人々やアディクトに関わる専門家に NA の文献が途絶えることなく届けられるようになります。

# プラニングの方法

**プラニングを最優先することを決める。**エリア、リージョン、ゾーンで、サービスの効果を上げることで得られる報酬と恩恵の可能性が予見できます。

**ワークグループまたはコーディネーターを選ぶ。**プラニングのために、単独のコーディネーターとワークグループのどちらが最適かを決めるため、サービス体でディスカッションをします。やる気、サービスの経験、始めたものを終わらせる能力などが、この任務を受け持つ担当役員の大切な特質となります。

**アイディア、トピックス、問題、ものの見方を収集する。**これはよく「スキャニング」と呼ばれます。内側を見る場合は、提供するサービスの効率を評価し、外側を見る場合は、大きなコミュニティで、NA がどこで必要とされるかを調べるためのプロセスです。多くのメンバーに参加してもらい、インプットを収集・作成することで、幅の広い見地が手に入ります。

**収集されたアイディアやトピックスを一同に集め、何が問題となっているか、足りないものがあればそれが何かを見極めるためにブレーンストーミングをする。**これによって、アイディアまたは問題を見過ごさずに済むのと、その見極められた部分を全員が理解していることを確認できます。

**取り組む問題に優先順位をつける。**行いたいことを全て一度に行うことはできません。よりよいサービスを提供するために、何が最も必要とされるかを決めることで優先順位をつけます。一般に、いくつかの問題が優先順位の高いものとして浮かび上がります。問題を全て細かく調べ、回復のメッセージを伝えるには　どれが大切か、その順位を決めていきます。

**優先事項に対しそれぞれ目標を立てる。**それらの問題をどのように解決していくかを決めます。

**どのような資源が手に入るかを調べる。**解決策や目標は、それを達成するのに必要とされるリソース（人材・財政資源）が存在して初めて効果的なものとなります。

**アクションプラン（活動計画）を誰が担当し構成するかを決める。**簡単に言うと、アクションプランとは目標に到達するために必要とされるステップを集めたものとなります。このプランはワークグループ、コミティまたはサービス体によって企画されます。例えば、その目標がコミュニケーションの効果を上げるという方向に焦点を置くものだとすれば、サービス情報レポートの経験のあるメンバーがこのプランを担当すればいいのです。

**活動をモニターし評価する。**アクションプランを企画、実施するグループやコミティは、その上のサービス体に対し報告する責任があります。上のサービス体は目標をモニターし、報告がどのような頻度で必要とされるかを決める責任があります。四半期ごとの報告をすれば、プランに対するフォーカスを維持することに役立ち、解決策を基にした活動のための機会が提供されます。望ましい結果を得るためには、プランをモニターし、評価することが大切です。

**プラニングをすれば、**成長と変化がみられ、フェローシップのニーズが満たされます。NAのメッセージでアディクトに手をさしのべ続けたいのであれば、プラニングの道のりに沿って前進してゆくだけの柔軟性とやる気が必要とされます。

## 私たちのコミュニティを見つめて・・・

**私たちはアディクトに回復の機会を提供できます。そういったアディクトに手をさしのべるためにも、私たちのコミュニティがＮＡをどのように受け取るかを理解しておきたいのです。こういったタイプのスキャニングをするにはいくつかの方法があります。例えば、医療専門家のカンファレンスが地元で行われるのであれば、そのイベントを利用して医療専門家から見たＮＡがどのようなものかディスカッションする機会にすることもできます。コミュニティ内のアディクトのため、ＮＡがどのようにしてそのリソースになり得るか、ソーシャルサービスのエージェンシー、リハビリ施設、ドラッグコート、警察からさえ、その情報を提供してもらいたいのです。相互のサポートとなるようなやり方で、他の組織と共同で活動をしていきたいのです。問題が全て明確になった時点で、今度は皆で集まって解決策の話をします。**

## それでは始めましょう！

- そのサービス体にとって一番使いやすいプラニングカレンダーを作成する：常識的に考えてコンベンション、祭日、コミティの会合といった年間のイベントと重ならないようにします。そのうち、プラニングが日常のこととなり、プラニングサイクルが出来上がり、年間のまたは 2 年ごとのカレンダーに組み込むこともできるようになります。

- プラニングミーティングをいつどこで行うかを決める：プラニングをサービスミーティングの一部として取り扱うか考慮します。コミティのミーティング、サービス体のミーティングにメンバーが特定のフォーカスをもって参加することもあるので、そうなるとプラニングはそれ独自のイベントとして行われるかもしれません。しかし、NA コミュニティの中にはプラニングが常時、他のサービスミーティングまたはイベントと一緒に行われるところもあります。

- プラニングミーティングをどこで行うか以外に、それを何度行うかを考える：8 時間のミーティングを一度行うより、2 時間のミーティングを 4 度行う方がいいかもしれません。一晩でその結果が手に入るものではなく、プラニングはプロセスだということを忘れないようにするのが大切です。

- ミーティングの会場は居やすい、見つけやすい、交通の便のよい場所を選ぶ：ミーティング会場が見つかり次第、ミーティングの日にちを 3 つ候補として選びます。その 3 つの日にちを知らせ、メンバーから一番支持の多い日にちを選べば、メンバーの出席者数最多という結果が得られます。それをもとにミーティング会場に予約を入れます。

- GSR，RCM ほかの担当役員は、ミーティングの日にちと時間をメンバーに知らせるため十分な時間 （30 日から 90 日）を必要とする：プラニングミーティングがローカルの NA ウェブサイト、地元の NA ニュースレターに掲載され、他のサービスミーティングでアナウンスされるよう確認しておきます。

- プラニングミーティングはスナックなどがあると成果のあるミーティングになるかもしれない：メンバーは食べるのが好きですが、サービスミーティングにスナックやランチを持ってくるのを忘れているかもしれません。こういった食べ物は高価なもの、豪華なものである必要はありませんが、スナックを出すことで、出席しているメンバーに、彼らの参加が評価されていることが伝わります。さらに、食べ物、飲み物以外に、ペンやノートをメンバーのために用意しておけばそのプロセスのサポートにもなります。

# プラニングのステップ

プラニングはマネージしやすいよう分化して行うことができます。一度に全てをするのではありません。プラニングのステップは、ミーティングを何度も重ねて達成していくものとしてデザインされています。

## 最初のミーティング

### スキャニング：情報収集

この最初のミーティングをプラニングアセンブリーと呼ぶ NA コミュニティもあります。まずスキャニングから始めますが、これはプラニングを効果的にするには必要なもので、共通の目標達成にも役立ちます。情報収集の仕方はその NA コミュニティにとって何が理に適うかによって変わります。中心となる地域で一つだけミーティングをするところもあれば、より多くのメンバーに手が届くようにと様々な場所でいくつかミーティングを予定するところもあります。スキャニングの目標とは、できるだけ多くのメンバーや担当役員からインプットをもらうことです。これによってどのサービスがうまくいっているか、改善が必要とされるのはどこかが分かります。このスキャニングでは、NA 内部のコミュニケーションがどのようになっているか、サービス提供がうまく行われているか、大きなコミュニティで NA がどのように機能しているかの情報を集めます。

現時点での NA サービスを評価するとき、H＆I，PI / PR，電話サービスといったサブコミティ（さらに分化されたコミティ）の役割説明を入れると、その評価の役に立ちます。ASC の管理側の機能と責任を説明しておきたいものです。使われる用語の説明、それぞれのサービスコミティの役割と責任をはっきり定義すれば、メンバーが全員「メンバーとして数えられている」気持ちになります。サービスにさらに興味を持つという結果にさえなるかもしれません。

スキャニングのプロセスにはメンバーに是非参加してもらいたいものです！スキャニングの結果として問題が表面化した場合、それには十分に注意を払います。収集されたアイディアを取上げ、問題を明確化するために考えをシェアし、関連したアイディアをグループ分けします。何か見過ごしたものがあればブレーンストーミングをします。（交わされたアイディアなど）全てを書き取ります！スキャニングではできるだけ多くのメンバーからのアイディアを収集します。その幅広いメンバーの中で価値のあるとされたサービス分野を見極めるにはまず優先事項リストを作ることが大切です。

スキャニングは、ワールドサービスから地元のサービス体やゾーンまで、どのレベルでもできます。何をするかというと、単に、フェローシップとコミュニティからの脈を計るというだけのことです。それをするにはメンバー全員が参加できるよう招待して、フォーラム（公共のディスカッション）を行います。これは、個々のサブコミティや最も活発に意見を出すメンバーの希望することにフォーカスを置くのではなく、必要とされるサービスが何かを幅広い見地から見るために役立つものなのです。NA の満たせるニーズがどこにあるかを見つけるために情報を集めるのです。

### 現在のサービスの棚卸し

「でも、今までいつもそういうやり方をしていたんだ！」といういい回しはサービスミーティングに行けば誰でも耳にしたことのあるフレーズです。サービスに関わるメンバーは、何がうまくいっているか、現在のサービスで改善の余地があるのはどこかを見つけるための様々なツールを持っています。それは、ブレーンストーミング・セッション、オープンフォーラム・ディスカッション、サービスの棚卸しまたはサービス体の作成した棚卸しのためのツールなどのことをいいます。棚卸しツールが使われるのであれば、（メンバーの）応答を比較対照し、メンバーが全レポートを見れるようにする必要があります。こういったプロセスを通し、新たな解決策を考えつくか、現在順調に行われているサービスの進め方を借用し、弱点となる部分にそれをどのように当てはめるかを見つけるようにします。

### 棚卸しで難関となる部分と大きなコミュニティでNAが必要とされるところ

これはヘルプライン（電話サービス）にはどこから電話がかかってくるかを評価するということかも知れません。また、連絡をつけていない救急医療室、24 時間クリニック、ソーシャルサービスのエージェンシーなどで仕事をする専門家スタッフのことも考慮します。さらには、コミュニティの中で、NA がその評判を修復しなければならないところがあるかを調べることも大切です。例えば、H&I パネルが責任を持って継続しなかった、またはその施設の職員に連絡をしなかったということで、気分を悪くしているという噂があるかも知れません。PI プレゼンテーションでフォローアップのリクエストがあっても、それに返事をしなかったかも知れません。そういうことは分かってないければならないのです！

スキャニングのプロセスが終わったら、参加メンバーは優先事項リストの草案を作成し、それをサービス体に提出します。メンバーは最初に活動を起こすべき大切なサービスが何かを見極めます。そのサービスを選ぶ時、サービス提供の共通の目標を忘れないようにします。回復のメッセージを伝えるということです。ファシリテーター（司会役）はメンバーが優先順位をつけやすいようにこのミーティングを進行させます。

## 第２回目のミーティング

第 2 回目はプラニングサイクルへと移行する時期に行われるミーティングなので、その頃までにはスケジュール上での衝突は解決しておきます。メンバーおよびサービス体の担当役員は、ほとんどの場合、この時期までには責任を持って任務を引き受けるようになります。

**”ゴールを決めて
優先順位をつけるのは大切だが、
小グループに分かれて
問題の根底まで掘り下げたほうが
やりやすいかもしれない。”**

### 提議されるべき問題の優先順位づけ

サービス体はスキャニング・グループが作成した優先事項リストの草案を評価し、そのリストが完全かどうかを確認します。心を閉ざさずに、変えるものは変えていきますが、うまくいっているものも考慮に入れます。そのリストで抜けているものはないかを確認したいのです。現時点で不足しているものに目を向け、現在の予算を考慮に入れ、これを機会に大いに必要とされるサービスの改善について考察します。それから、最初に手がけるべきプロジェクトはどれか、2 番目はどれか、3 番目は…と決めていきます。サービスの提供に価値が加わるものとして、現在の人材・財政資源をもとに、達成しやすいプロジェクトはどれかを考えることもできます。また、もっと手の込んだものとなるプロジェクトがどれかを見極めることもできます。これらは 2 つとも、優先順位をつけることができます。優先順位をつけるときは、回復のメッセージを伝えるための効果あるサービスを提供するという、NA の共通した目標を忘れてはなりません。

## 目標の設定

ブレーンストーミングのときに集めたアイディアや解決策を、この段階で目標とし設定していきます。どのように実践するかは後で考えることなので、ここでは、どのニーズにフォーカスを置くかということが大切です。まず、優先事項のリストを見ていくわけですが、人材・財政資源がどれほどあるかも考慮に入れなければなりません。

### 目標のサンプル

- サービス体・コミティ・グループ間のコミュニケーション改善
- サービス予算のためグループからの献金増加

近い将来のうちに適切な範囲で対処しうる以上の数の目標が見つかることもあります。ここで目標の優先順位をつける必要はありません。自分の考えに限度はつけないようにします。ただし、今の時点で、人材・財政資源をもとにどこまで取り組めるかを決めないとなりません。これで、今すぐ活動を起こせる目標の数が限られ、後回しにすべき目標が何かを決めることになるかもしれません。

### 使える資源を見極める

サービスに対し、サービス体がどのくらいの予算を組んでいるかを知っておくことが大切です。それぞれのコミティに対する予算を見直し、総予算がどのように配分されているかを調べます。これをすれば、自分たちの資源を最も効率的に使う方法を常に評価するという習慣ができます。例えば、H&Iを通して施設や組織に提供してきた文献の数量がどれくらいかを検討し、現在の数量が多すぎるか、少なすぎるか、ちょうどよいかを決定します。担当役員は、サービス予算のために献金を増やすようグループに依頼するのが実質的かどうかを知っておくべきかもしれません。これによって達成できるのは何かということが決めやすくなります。また人材資源を検討することも大切です。

クリーンタイムが長くサービスの経験のあるメンバーは、現在サービス奉仕をしているか否かに関係なく、こういった活動には往々にして適切な人材となります。こういったメンバーこそ価値ある人材資源で、経験豊富なメンバーがサービス奉仕に興味を持つ方向に、目標やアクションプラン（活動計画）を設定することもできます。例えば、H&Iのサービスをしようという担当役員が足りないとき、ガイドラインがもしかしたらその原因になっているのではと考えたことがあるでしょうか？「長年の経験のあるメンバーが、なぜH&Iの月例コミティに毎月出席しなければならないか？コミティに出席することで、パネル責任者としての資格レベルが高まるか？」といった質問をするができます。経験豊富なメンバーがサービスの仕事に戻りたくなるようにするため、承認済みのコミティガイドラインについて、つまり特定のサービスを定例として行なってきた規約を再考する必要があるかもしれません。プラニングをすることで、経験豊富なメンバーをサービスに引き戻すには柔軟性が必要だということがわかるかもしれません。

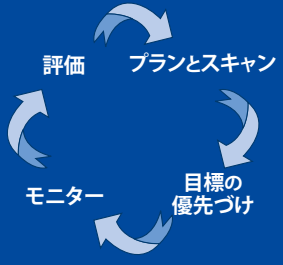
## 第３回目のミーティング

### アクションプラン作成

プラニングプロセスのこの時点で、目標達成を遂行するには誰が最適かを決めます。アクションプランがサービス体で作成されることはほとんどありません。一般的にいって、この仕事はコミティ、ワークグループまたは特別コミティで行うのが適切です。目標は分化して割り当てる方がやりやすいかもしれません。H&I、PI / PRおよび電話サービスに関した目標はそれぞれ担当コミティに委任したらよいでしょう。同様に、管理体に関連した目標は管理体またはワークグループに割り当てます。そのサービスに馴染みあるメンバーが関与していれば、目標を達成させるために必要なステップを見極めるのに役立ちます。

目標を目指して仕事するそれぞれのグループが以下のアウトライン（概略）を書き出してサービス体のコミティに戻ります：

- どんな仕事が必要とされるか
- それをいつまでに終わらせる必要があるか
- プロジェクトの担当責任者は誰になるか
- 目標への進展を記録する責任者を確認
- 時間、経費がどれくらいかかるか




## フィードバックのループ

**プラニングのプロセスでは全てのインプットを大切にし、うまくいっているもの、そうでないものを知っておきたい。それによって細かい調整ができる。プランの進展をモニターすることで、目標達成の方向に向かっているか否かを確認できる。正確に記録をつけ、報告のもと、責任意識を維持すれば、それが長期のプラニングプロセスに貢献することになる。どんな目標でも、その目標達成にかかる時間と経費の記録をつけておきたい。そうすれば将来実用的なプランを立てるとき、それが役立つ。**

さらに、こういった活動にどれくらい時間がかかるか、担当のメンバーが大きなサービス体に年に何度報告するかを考えておきたいのです。大きなサービス体は目標をモニターする、レポートがどのような頻度で必要とされるかを決める責任があります。プランの期間が 1 年になるのなら四半期に 1 度または 2 度報告するのがよいかもしれません。

アクションプランとは、見極めたアプローチの仕方をどのように実践し、目標を達成するか、その方法のことをいいます。現時点でのプランの一部でうまくいっている部分があれば、アクションプランの「うまくいっているもの」の中にそれを取り入れます。例えば、エリアのウェブサイトにミーティングの変更が掲載されますが、これはリハビリ施設やドラッグコートのため情報の提供維持に役立つリソース（資源）になるかもしれません。ウェブサイト上の情報がいつも正確であるようにするため、サービス体からのコミュニケーションを改善させるための仕事もできます。

アプローチの仕方は、実践担当のグループまたはサービス体によって作成され、位置づけされます。

**目標：**サービス体・コミティ・グループ間のコミュニケーションを改善する
**担当：**管理体
**アプローチの例：**

- コミュニケーションの仕方を改善するために、担当役員のワークシートを作成する。これはコミティのミーティングで重要な情報をしっかり把握するために書き込む用紙である。
- 担当役員のためのコミュニケーション・トレーニングのミーティングを定期的に行う。（サービスミーティングで積極的に耳を傾けるようにする、ノートを取る、質問をする、報告書を書くまたは報告をするにはどうするかを勉強する）

**目標：**サービス予算のためのグループからの献金増加
**担当：**管理体
**アプローチの例：**

- グループ献金の必要性に対する意識を高めるため、NA 内での予算の流れについてワークショップを行う。*Money Matters:Self-Support in NA*（金銭はないがしろにできない：NA 内でのセルフ・サポート）と *Funding NA Services*（NA サービスのための予算）といったパンフレットのディスカッションができる
- サービス（H&I，PI / PR，電話サービスなど）に対する年間の予算がどれくらいかを調べる。これを現実化するためにそれぞれのグループからどれくらいの献金が必要かを算出する。それぞれのグループに情報を提供し、サポートを要請する。

## アクション・プラン サンプルその1

### 企画：委任されたグループ またはサービス体

**問題：**サービス体同士の間でのコミュニケーションが途絶えるのは、情報を入手できない、トレーニングを受けてない担当役員がその原因だという可能性がある。

**優先目標：**担当役員のための定期的に行われるコミュニケーション・トレーニング。

**アプローチ：**担当役員全員に対する、45 分のコミュニケーション・トレーニングを計画する。

**アクションステップ：**

- 定例のサービスコミティの前にコミュニケーション・トレーニングを計画する。できれば同じ場所で。
- このトレーニングの司会役を管理体のメンバーに依頼し、経験豊かなサービスメンバーが参加してくれるよう招待する。
- それぞれのサービス体に、コミュニケーション・トレーニングについての報告をする。
- その結果を評価するため、最初の 3 つのセッションの後に、参加者のアンケートを取る。
- アンケートからのインプットを使い、トレーニングをどの様に続けるかを決め、サービスコミティにとって最高の方法と、共通の解決策のリストを作成する。

**財政的影響：**（この目標を達成するために予算がどれくらい必要かを予想する。）

# グループの良心とは

グループの良心が具体的に示されるのは、
メンバーたちが、各人に必要なこと、グループに必要なこと、NA全体に必要なことを、
時間をかけて話し合うときだ。

なぜ、どのように効果があるのか

### アクション・プラン サンプルその2

**企画：委任されたグループまたはサービス体**

**問題：**サービス体での財源不足が、サービス提供のための文献を購入する時の壁となる。

**優先目標：**サービス文献に対する予算を増やし、グループから毎月必要とされる献金額のための年間の計画を立てる。

**アプローチ：**全コミティのための年間文献予算に合わせて、献金が必要であることをグループに知らせる。

**アクションステップ：**

- サービス文献のための年間予算を決める。
- それを現実化するため、それぞれのグループがどれほど献金する必要があるかを割り出す。
- それぞれのグループに献金が必要なことを知らせ、サポートを求める。
- 継続的に献金のモニターをし、必要に合わせて調整する。

**財政的影響：**（この目標を達成するために予算がどれくらい必要かを予想する。）

## 第４回目のミーティング
### モニタリングと評価

プランを実践に移すことがプラニング・プロセスの重要なポイントです。アイディア、スキャニングの結果、優先順位、目標、そしてアプローチが生きてくるので、これはとてもエキサイティングなものです。

サービス体によってアクションプランの遂行を委任されたメンバーは、プランをモニターする責任および指導された通りにサービス体に報告する責任があります。目標やそれに関連したアクションプランはコミティまたはワークグループに委任して完了させることもあります。例えば、エリア内のすべての施設に H&I パネルを提供するというゴールがあれば、一般的にいって、H&I コミティにアクションプラン作成の任務が委任されます。その委任されたグループがアクションプランを作成した時点で、活動を起こす前にどのような段階を踏むかをサービス体が確認します。

アクションプランを遂行するように委任されたメンバーは、サービス体にその経過を定期的に報告します。人材・財政資源を使った場合その記録を維持することが大切で、プランが予定通りに行なわれているか、調整が必要かどうかを尋ねることは欠かせません。

この二つのリソースの部分、人材・財政的資源はサービス体への経過報告に含まれます。組まれた予算では十分でないこと、調整が必要なこと、サービス体へその問題を定義する必要があることがモニタリングによってわかる場合もあります。このリソースの情報を取っておけば、将来のサービス体プランをより効率の高いものにしようとする時に役立ちます

# NAサービスの展望

ナルコティクス アノニマスの全ての活動は
我々の第一の目的に基づいている。
この共通意識で我々のグループは結ばれている。

私たちの展望：いつの日か

- 世界中のアディクトが、
  それぞれの母国語と文化に適応した形で
  このメッセージを受け取ることができ、
  新しい生き方が見出せるように
- 回復を手にしたメンバーが、
  サービスを通じてスピリチュアルに成長し、
  充実感を得られるように
- 世界中のNAサービス機構が
  常に協力し合い、一体性を重んじて、
  グループのメッセージ活動をサポートするように
- 世界中で
  ナルコティクス・アノニマスの活動と回復プログラムが
  認められ、人の役に立つように

正直、信頼、善意がNAサービスの基盤であるが
それは全て愛なるハイヤーパワーの啓示に
信頼を置くものである。

# プラニング・ステップス－ファシリテーターのアウトライン

## 最初のミーティング
## スキャニングによる情報の収集

メンバー全員を招待する。現在の担当役員とコミティメンバー、もうサービスに関わっていないメンバーも新しいメンバーも、誰もが参加して役を果たせるよう励ます。

**A. 現時点でのサービスの棚卸し**

- プロセス：ブレイン・ストーミング・ディスカッション、サービスの棚卸しのツール、オープン・フォーラム・ディスカッション
- 管理体も含め、コミティによって提供されているサービスの見直しと説明をする。
- 現在のサービスで何がうまく行っているか、どこが改善の余地があるかを見極める。

**B. 棚卸で難関となる部分と大きなコミュニティで NA が必要とされるところ**

- 見直しする部分：ヘルプライン（電話サービス）にかかってくる電話、ポスターや広告版をもとにした反応、リクエストを受けたプレゼンテーションの数ほか
- 難関となる部分：NA の定評がどうかということと公共のイメージの問題に目を向ける。例えば、メンバーの行動がもとでミーティング会場が使えなくなったか？私たちがフォローアップしなかったからということで会場側が気分を損ねていないか？ほか
- 見逃された部分：警察や更生保護委員会（仮釈放対策部）、ソーシャルサービス機関、救急病棟に対する NA のサービスはどのようになっているか？

**C. 最初の優先事項リスト：スキャニングが終わったら優先事項リストの草案を作成し、それをサービス体に提出する。最初にアクションを起こすのはどのサービスかを見極めるが、そのとき、NA の共通した目標を忘れてはならない。**

## 第２回目のミーティング
## 優先順位リストの決定と目標の設定

サービス体の担当役員とメンバーが参加する。優先順位リストを決定し、スキャニングのミーティングからの課題を見直す。目標を設定する。

**A. 課題の優先順位づけ**

- 心を閉ざさずにリストを見直し、何か抜けていないかを確認し、現時点で不足しているものが何かを見極め、現在の予算を考慮する。
- 最初に手がける必要のあるのはどのプロジェクトか、２番目はどれかなど優先順位を決める。
- 現在の人材・財政資源をもとに、達成しやすいプロジェクト、サービス提供に価値を与えるプロジェクトはどれかを考える。これらプロジェクトの優先順位付けをし、もっと手の込んだプロジェクトを組み合わせる。

**B. 目標の設定**

- どのように実践するかではなく、何を行なう必要があるかにフォーカスを置く。
- 優先事項のリストと現在の人材・財政資源を一緒に考える。
- 目標の例：サービス体間のコミュニケーションの改善をはかり、サービス予算のためにグループからの献金を増加させる。
- 手に入る資源の棚卸し：
  – サービスコミティに割り当てられた予算も含め、サービス予算を見直す。
  – メンバー資源の評価、すなわち現時点で関わっているメンバーと、もう関わっていないメンバーを見極める。

# 私たちの展望とは いつの日か：

世界中の NA サービス機構が常に協力し合い、一体性を重んじて、グループのメッセージ活動をサポートするように…

## 第3回目のミーティング
### アクションプラン作成

一般的にいって、この仕事はコミティ、ワークグループまたは特別コミティで行うのが適切。

**A.H＆I、PI / PR および電話サービス、アクティビティ、管理体といった特定のコミティに目標を委任する。目標達成のため必要とされるステップを見極めるためにサービスに詳しいメンバーに関与してもらう。**

**B. コミティ・ワークグループは目標達成のための提案を作成し、サービス体のコミティに戻る。それには**

- どのような仕事が必要とされるか
- その仕事の完了期限
- 誰が担当役員になるか、その代表は
- 時間、経費がどれくらいかかるか

という内容が含まれる。

**C. アプローチ：実践担当のグループまたはサービス体によって作成され、位置づけされる。例：**

- 担当役員のためのコミュニケーション・トレーニングのミーティングを定期的に行う（サービスミーティングで積極的に耳を傾けるようにする、ノートを取る、質問をする、報告書を書くまたは報告をするにはどうするかを勉強する）。

**D. グループ献金の必要性に対する意識を高めるため、NA 内での予算の流れについてワークショップを行う。Money Matters:Self-Support in NA（金銭はないがしろにできない：NA 内でのセルフ・サポート）と Funding NA Services（NA サービスのための予算）といったパンフレットのディスカッションができる。**

- サービス体：コミティ・ワークグループからの報告の頻度を決め、目標への成長がどれぐらいかを評価する。

## 第 4 回目のミーティング
### モニタリングと評価

**A. サービス体によってアクションプランの遂行を委任されたメンバー・コミティは、指導された通り定期的にサービス体にその経過を報告する。**

**B. 人材・財政資源利用の記録をつける。プロジェクトが予算内で収まっているか？**

**C. プランが予定通りに行なわれているか、調整が必要かどうかを尋ねる**

**D. 正確な記録をつけておけば、長期プラニングプロセスに役立つ。**

- サービス体：コミティ・ワークグループからの報告の頻度を決め、目標への成長がどれぐらいかを評価する。

**E. フィードバック･ループ（p.8 参照）：インプットをもとに、必要に応じて定期的に調整する。**

**F. サンプルアクション・プラン**

- 問題：サービス体間でのコミュニケーションが途絶えるのは、情報を入手できない、トレーニングを受けていない担当役員がその原因だという可能性がある。
- 優先目標：担当役員に対する定期的に行われるコミュニケーションのトレーニング。
- アプローチ：担当役員全員に対する 45 分のコミュニケーション・トレーニングを計画する。
- アクションステップ：

  ー 定例のサービスコミティの前にコミュニケーション・トレーニングを計画する。できれば同じ場所で。

  ー このトレーニングの司会役を管理体のメンバーに依頼し、経験豊かなサービスメンバーが参加してくれるよう招待する。

  ー コミュニケーション・トレーニングについての報告をする。

  ー その結果を評価するため、最初の 3 つのセッションの後に、参加者のアンケートを取る。

  ー（アンケートからの）インプットを使い、（トレーニングを）どの様に続けるかを決め、サービスコミティにとって最高の方法と、共通の解決策のリストを作成する。

# サービスの棚卸し

**サービス体はグループ、担当役員、経験のあるメンバーなどにこの棚卸しを送るよう考慮するとよい。**
**これらの質問に答えることで、全員がプラニングプロセスに貢献することになる。**
**５段階のスケールを使うことで、どこに改善の余地があるか、どこに最高のサービスが提供されているかが調べやすくなる。**

スケールは単に以下の様に評価できる。

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| 不可 | 改善の余地あり | 可 | 良 | 優 |

それぞれの質問の隣に評価の数値を記入する。
数値の合計を元に、サービス体は、どこが一番改善が必要とされるか（２）を見極め、どのサービスが優秀か（５）が分かる。

**今年、サービス体はサービス提供をどの程度まで効率的にしてきたか？**

_____ サービス体・グループ間の情報交換は効果的に、定期的に行なわれている。

_____ サービス体はサービスを提供するグループのニーズに応答する。

_____ サービスのニーズを満足させるだけの予算が十分にある。

_____ サービス体の担当役員にはメンタリング（経験者からの指導と支援）とトレーニングが提供され、自分は価値がある、支援されているという感覚がある。

_____ サービス体は一体性に焦点を置き、サービスを通し回復のメッセージを効果的に伝えている。

_____ 担当役員の席は資格のある、その仕事に適したメンバーによって埋められている。

_____ 担当役員リーダーはサービス期間が設定されており、その間に担当役員に対するリーダーシップのメンタリングも行う。

_____ サービス体の担当役員の席が空いた場合は６０日以内に資格のあるメンバーによって埋められる。

_____ サービス体は大多数意見をもとにした決議をする。

**サービス体は今年、大きなコミュニティの中でＮＡのメッセージがより広く知られるための活動を行なってきたか？**

_____ サービス体の担当役員は大きなコミュニティの中のアディクトと接触する専門家と定期的にコミュニケーションを持つ。

_____ サービス体は大きなコミュニティのニーズに対しタイムリーな応答をする。

_____ サービス体は効率の高く効果的にＮＡの回復メッセージを伝えるための人材・財政資源を持つ。

_____ コミュニティーのメンバーとコミュニケーションを持つ担当役員は定期的にトレーニングを受ける。

_____ サービス体は大きなコミュニティの組織などと相互に助け合う関係を設立した。

_____ 大きなコミュニティの専門家やエージェンシーはその質問やリクエストに対応するＮＡメンバーに難なく連絡が取れる。

**サービス体の中の特定のサービスまたは機能で、優秀と思われるものがありますか？ ある場合は書き出してください。**

**サービス体の中の特定のサービスまたは機能で、改善が必要と思われるものがありますか？ある場合は書き出してください。**

**提供されているサービスの中でもはや不要である、または他のサービスに組み入れられるものはありますか？**

**必要とされるものでサービスが提供されてないものがありますか？**

日本語版
Trial
Version
2018.11

プラニングの基本 日本語版 Trial Virsion
2018年11月発行

**NAジャパン セントラルオフィス**
東京都北区赤羽 1-51-3-301
Tel & Fax 03-3902-8869
http://najapan.org

**World Service office**
PO Box 9999
Van Nuys, CA 91409 USA
TEL (818) 773-9999
FAX (818) 700-0700
WEB www.na.org

**World Service Office-Canada**
Mississauga, Ontario
Brussels, Belgium
TEL +32/2/646-6012
WEB www.na.org

**World Service Office-Europe**
Brussels, Belgium
TEL +32/2/646-6012
WEB www.na.org

**World Service Office-Iran**
Tehran, Iran
TEL +021/2207 7295
WEB www.na-iran.org

Narcotics Anonymous, と The NA Wayは
Narcotics Anonymous World Services,Incorporated の登録商標です。