

オピニオン

社会へ向けて、メッセージの発信を！

里山 樹（たつる）

私のオリエンテーリングとの出会いはひょんなところからでした。6年前、新たな転職先は林業機材を扱う貿易商社でそこに送られてきた「スト・ニュース」という宣伝小冊子を見ると、林業測器ではなくフィールド・コンパスの特集となっていました。関係ないなと思いつつも何気なく読んでいったところ、オリエンテーリングに関する説明があったのです。これが競技スポーツとしてのオリエンテーリングの発見でした。「えっ？オリエンテーリングってスポーツだったの？」これは今でも皆さんがよく耳にされる質問なのではないでしょうか。

ついでにあれこれ調べていくうちに自然の中のスポーツという以上の価値が少し垣間見えてきました。私事になりますがリストラ時代の先取りと意気込んで「不惑」の40歳を境に転職して以来、じつは試行錯誤の「惑いっぱなし」の日々。でも周りを見ると日本の世の中も全体に「惑いっぱなし」のまま新世紀を迎えてしまったようなところがあって、暮らしや経済の先行きに潜むリスクも測りあぐねているかのようです。いったい「惑いっぱなし」の方向喪失をどう解決すればよいのでしょうか。ひょっとしてオリエンテーリングはそのヒントにならないでしょうか？

リスクという言葉は16世紀の大航海時代に活躍したポルトガルやスペインの「海図なき航海」という意味が語源とのこと。元来の空間的概念がやがて時間的な概念に置き換えられ、リスク・マネージメントといえば現在では損しないための策ぐらいに考えられています。が、じつは大航

海時代の人々は航海に伴う危険や災難を「運命」としてあきらめるのをやめた新しい人々であり、その新しさの淵源は「海図なき航海（リスク）」を自らの能力で克服する対象として捕らえたことにあるといえます。本来の「リスク・マネージメント」は未来の不確実性と積極的に関わるための能力をその本質としているわけです。

失っていた方向を見出すためにはこの能力の習得をおいてほかにない、と私には思えます。そしてオリエンテーリングは、当然皆さんがご承知のことながら2次元情報から3次元像を構想し、針路を立案し、その原像を現実と照合しながら針路修正を図り目標に到達するというスポーツです。それは未来に関わるための方向付けの能力を「ナビゲーション」という方法で技術化したものにほかなりません。

「惑いっぱなし」の現代は新たな「海図なき航海」の時代と考えられます。「リスク・マネージメント」の能力涵養、「ナビゲーション」技術習得をおいてほかにわが身の「惑いっぱなし」を脱することはできない、ひいては日本も不況を脱することができない、と勝手に自分の経験に引き寄せてここまで論を飛躍させてみました。オリエンテーリングには明らかに新しい教育価値で社会的にアピールできる側面があります。

もちろん、ここで数あるオリエンテーリングの魅力の一面だけを拡大解釈したのには理由があります。それはオリエンテーリングに関わる方々が、その価値を自明のこととして整理再評価が不足していると私には思えたからです。また整理した結果に基づい

て効果的なPR（社会的なアピール）をするという視点が欠けているように思えます。オリエンテーリングの豊富なコンテンツ、積み重ねられた運営の経験、支持する人々の3要素がありながら新たな仲間や支援者がなかなか得られないのは、自身の価値認識の甘さとプレゼンテーション意識の欠如にあるとしか思えません。

私企業で何かを売るとなれば、わかりやすく企業理念、商品の価値を説明するセールスマン・キットのようなものが必ずあります。数人単位から何百人にいたるまで営業マンはこの共通のマニュアルによってこそ、いつでもどこでも同じ内容で商品の魅力を語るすることができます。それが大きな力となり、社会へのメッセージとなります。人々に有効だと理解されれば商品は売れる。結果としてお金ができる。お金は結果、先立つ金は手弁当と割り切ってまずはどこの都道府県でも、どの会場でも共通に語りかけられるOL用セールス・キットを作ることが真っ先に必要ではないでしょうか。

今回「オリエンテーリングの近未来」シンポジウム参加の機会をいただき、今まで知らなかった各地でなされている努力を知るにつけ、それぞれがばらばらでもったいないなと思いました。まず共通のセールス・マテリアルを作って共通のメッセージを発すれば大きく一般の人にも届くようになるのではないのでしょうか。

（終わり）