

曲がり角にきた？CC7

プログラムが公表されるのは直前、成績表が1年後になることもある。そんなルーズな大会運営に不満が漏れることはあっても、大きな批判につながることはなかった。クラブカップ (CC7) は特別なイベントである。それが存続するのも、主宰者である山川克則氏の強い個性と実行力によるものであるが、それがルーズな運営にもつながっている。そういう認識が参加者と主催者の間で暗黙のうちに共有されていたのではないだろうか。

今回のクラブカップ (CC7) で、それとは質的に違う問題点が生じたとは思えないのだが、大会後、参加者から多くの批判の声がクラブカップ (CC7) の掲示板に書き込まれた。プログラムが最後まで発行されなかったこと、参加者輸送のバスのオペレーションに問題があったこと、トレインやコースの難度の問題、会場でのアナウンス、指摘された問題は多岐にわたった。本稿では、それらの問題のうちいくつかを取り上げながら、クラブカップ (CC7) の現状とその問題点を考えていく。

コースは理念にあったか

クラブカップ (CC7) は、今や日本のクラブチームが集まり一同に競う唯一の場である。それによって、クラブは自分たちのスキルを高め、また小さなクラブは出場するための最低人数である7名を集めるべく努力する。地域クラブに対して、大きなモチベーションをクラブカップ (CC7) が提供してきたことは疑いがない。それも、難しいコースから易しいコースまで多様なコースが用意され、レギュレーションによって様々なレベルの愛好者とチームに出場の機会が与えられてきたからである。その点からすると、今回のコースは難しすぎ、クラブカップ (CC7) の理念から離れているというのが批判のコアにある。

今回は、コースレイアウトが複雑でコントロール飛ばしによる失格が続出した。優勝候補の一角であった「渋谷で走る会」も「ゾンビーズ」も、1走の段階で、早々と失格になり脱落した。筆者もコントロールを飛ばし、5分かけて戻って、事なきを得た。7人でのリレーという大きな制約はあるが、この複雑さは本当に不可避のものだったの

であろか。

成績表を見ると、実際、今回のレースでの完走率は60%？にすぎない。過去にはもっと低い完走率の大会があったとはいえ、最近の完走率では最低レベルである。こうした結果が、参加者の不満に大きく影響している。

トレインも難しかった。オープンと林が複雑に入り交じり、はっきりした地形上の特徴のない今回のトレインは、初級者にはかなり難しかったと聞く。

また上位チームや上位の選手でも数分のミスをした選手は少なくなかったようだ。確かに、コースには改善の要があっただろう。同時に、この結果は、筆者には、クラブや選手層の厚みがなくなったことが原因のように思える。

プログラム未提供の背後

今回の運営上の最大の問題は、公正な競技を行なう上での根幹であるプログラムが最後まで発行されなかったことだろう。あるいは、その事に対する問題意識が主催者に乏しいことも、批判を鋭くしていると考えられる。今回はとりわけコースの複雑なレイアウトのため、失格になるチームが多数いた。その原因の一端が情報提供の不手際にあったことが、批判につながっている。

もちろん、批判はプログラムそのものというよりも、そのような現れに見える、「運営の甘え」に言及したものであった。一般のサービス業であれば、料金を受け取れば、それに対して通常期待されるサービスを提供するのは当然であろう。しかし、クラブカップ (CC7) はそれをしていない。これは基本的に「運営の甘え」だというのが、批判者の主張の骨子である。クラブカップ (CC7) の運営上の問題点を養護する気はさらさらないし、プログラム未発行は重大な問題だと思うが、それを「甘え」と形容することには賛成しない。

クラブカップ (CC7) はもともと山川氏の発案と強力な実行力によって支えられ続けたものである。新規のオリエンティアが突然入ってくるようなイベントではないのだから、山川氏自身の運営スタイルも、そこに慢性的なマンパワー不足があることも、参加者は分かっているはずである。いわば、納得づくで、それでもクラブカップ (CC7) の価値を認め、実際それに出ることからクラブをいくばくか活性化することができるから出場しているのだろう。

筆者も、地方クラブに所属し、少しでも上位を目指し、ナショナルチームの現役選手を含むエリートクラブと互角な競い合いができる可能性を楽しみに本大会に出場している。根本的な欠陥があるならいざ知らず、欠陥とメリットを天秤にかけて、市場はこのイベントを買っている。

これが一般の市場であれば、別の「競争力の強い商品」が登場したかもしれない。しかし、そうならないのはマーケットが狭く、競争力の強い商品を登場させるインセンティブが全く働いていないからである。

たとえばここ数年の間にトレイルランニングのイベントは爆発的に増えた。それはまだまだ供給不足で、大会を開催すればするだけ人が集まってくるからである。日程もバッティングするものが出てきた。大会はブログ等によってはっきりと格付けされる。その評価が下手をすると翌年の大会運営に大きな影響を与えるので、主催者も手が抜けない。

一方オリエンテーリング界では、市場が小さいので、競争力の高い商品を生む力が働かない。それは参加者にとっても不幸なことだが、主催者にとっても、満足感と十分な収入が得られないという不幸な状況である。クラブカップ (CC7) の問題は、それ自体の問題というより、個々の主体が均衡に向けて動こうとすると、消極的な方向に状況が進んでしまうことにある。

曲がり角にきたのは何か？

本稿では、「市場」や「商品」という比喻で、現在の大会が置かれている問題を分析してきた。「本来オリエンテーリングはボランティアベースで行なわれていたもの」という反論もあるだろうが、その場合も、精神的な価値も含めてサービスを捉え、またその対価をやはり精神的なものとして捉えれば、結論は同じことである。ボランティアなら金銭的な対価は期待しないが、大会のやりがいという精神的な対価が重要になるだろう。

クラブカップ (CC7) の曲がり角という視点で本稿をスタートしたが、「CC7の曲がり角」が意味することは、むしろオリエンテーリング界が曲がり角にあることを示唆している。

(村越 真)