

オリエンテーリングの魅力、伝えていますか

三条 OC
藤島由宇

オピニオン

いま、オリエンティアに求められている事とは

新潟大の近況

一時期部員数が1学年に5人もいないという危機的状況に陥りかけていた新潟大ですが、この数年で非常に元気になりました。近年は新井宏美、立川悠平ら JWOC 代表選手も輩出し、その立川部長の指揮のもとに今年は20名以上の新入部員を獲得しています。先に開催された山形でのさくらんぼ大会にも MW20U に男子11名、女子3名の計14名が参加し、東北大や岩手大などの東北地方の大学生らと競いました。

一方で新潟大の加盟している北信越学連は寂しい状況が続いています。信州大や富山大は姿を消し、金沢大と新潟大の2校が加盟するのみとなっています。ちなみに私の所属していた上智大 OLK も、私の3代下で消滅しました。

消滅するクラブと活性化するクラブの差はどこにあるのでしょうか。

私の考えでは必ず、「オリエンテーリングの魅力を理解し、その魅力を伝えてこれたかどうか？」の差です。

新潟大も一時期は危うい勧誘をしていたと聞きます。「オリエンテーリングはハイキング感覚で歩いて良い」という言い方で新歓活動を行っていたのです。上智大もこの言い方で新歓を行っていました。

しかし昨年あたりからは東北大を見習った様子で、新歓では「オリエンテーリングは走るスポーツで、インカレを目標にしている。」とオリエンテーリングとはどのようなスポーツなのかを、その魅力とともに正しく新入生に伝えていきます。

日本学連の広報機関誌「いぶき」の今年度第1号に新歓特集が掲載されており、関西地区での地域クラブとの連携による新歓イベントの開催と駿河台大学の新規クラブ設立について特集されています。いずれの例も「オリエンテーリングの魅力伝えていこう」「オリエンテーリングを一緒に楽しもう」とする気持ちを関係者が持っており、これが成功に繋がっていると言えるでしょう。

インカレプログラムにクラブ広告を掲載しよう

本誌4月号と6月号で学生クラブ活性化に関する記事が掲載されたことに絡み、私からも具体的な提案を1つ差し上げたいと思います。

インカレでは毎回プログラムに掲載する広告を募集しています。どの団体からどのような広告が出ているか、楽しみにしている方もおいででしょう。

しかしながら orienteering.com にリンクのある社会人クラブ数(約40)に対し、今年3月の日光インカレへ出稿した社会人クラブの数はわずか10でした。リンクの無いクラブも含めれば、全体の10数パーセントの社会人クラブしかインカレのプログラムに広告を掲載していないこととなります。これでは学生に「社会人クラブってケチなんだな」「学生をクラブに入れようとしてないのかな」「社会人クラブは学生に無関心だ」などと思われても仕方ない状況です。

年度末開催である春インカレのプログラムにあなたのクラブの紹介広告を掲載しませんか？学生全員が必ず目を通すものですからその効果は大きく、かつ学生の支援にも繋がるのです。

2コマで費用は約1万円です。そのくらの金額ならクラブで予算を付けていただきたいものです。お金の有るクラブなら秋のインカレや報告書にも掲載していただければより素晴らしいです。インカレのプログラム上で社会人クラブの魅力PRを競い合しましょう。

学生依存構造の打破を

言うまでもなく学生の支援は社会人の責務ですが、学生の数およびインカレの参加者数そのものが減少している中であって現状の「社会人クラブ(あるいは日本のオリエンテーリング界)の学生依存構造」を打破して行かない事には、日本のオリエンテーリングの将来はありません。学生の取りっこだけするのではなく、あなたのクラブがある地域にオリエンテーリングの仲間を作って行こうとする気持ちを社会人クラブの関係者を始めオリエンテーリングに携わる多くの人に求めたいものです。

ロゲイニングはオリエンテーリングの普及に資するのか

オリエンテーリングとロゲイニング。この2つのスポーツは、似て非なるスポーツであると私は考えています。それぞれ魅力が異なるからです。一方は1人で走り、様々な技術を駆使してタイムを競う競技。もう一方はチームで行

い、戦略を練って6時間12時間の長時間にわたり走り歩き高得点を目指す競技です。この違いを理解された上でロゲイニング大会は開催されているのか？これは私が特に疑問に思っている事の1つで、昨今の(ミニ)ロゲイニングばやりの現状に「我々はまた同じ過ちを繰り返すのか？」と大いなる危機感を抱いています。

「トリムO」が「ミニロゲイニング」に変わっただけではないのですかと。2つのスポーツの魅力の違いもわからないまま「ミニロゲイニング」などと称して制限時間3時間の1人でも参加できる大会ばかり開いて、それで「これでオリエンテーリングの普及になる」と考えているようでは、日本のオリエンテーリングは終わりです。ロゲイニングの魅力は、長時間にわたり複数で一緒に参加する事によってこそ味わえるものだからです。

ミニロゲイニングに参加させて楽しませて、じゃあオリエンテーリングもどうですか？などという下心を持ったような方法ではオリエンテーリングは絶対に普及しません。オリエンテーリングを普及させようとするならば、オリエンテーリングの魅力を伝えて行かなければならないのです。その意味では来年2月に三重県で開催される「亀山クロスカントリー大会」も、決してオリエンテーリングの魅力を参加者に伝える事の出来ない、むしろ誤ったイメージを与えかねない問題の多いイベントであると危惧しています。

オリエンテーリングとロゲイニングはいずれも「ナビゲーションスポーツ」という言い方でまとめる事は出来ます。従ってロゲイニングはナビゲーションスポーツの普及には役立つが、オリエンテーリングの普及には効果は薄い…そのように考えています。

「仲間を増やして一緒にエンジョイしよう」という気持ち、これがあらゆるスポーツや文化活動の普及に最も必要なことで、今こそこの気持ちを我々が持っているかどうか、見つめなおさなければならないと思います。

(藤島由宇)