

# オリエンテーリングが変わる、日本のアウトドアスポーツが変わる

村越 真

## I 現在に至る道

大会にかつての賑わいがなく、そう感じることはないだろうか。

1990年代後半でも1500人を越えていた全日本大会の参加者は、2005年を最後に、1000人を越えることがなくなり、現在の参加数は700人程度である。

春の個人・リレーの2種目制から現在では秋のロングと春のミドル+リレーに移行したインカレでは単純には比較できないものの、かつての半数程度の参加数に落ち込んでいる。競技者登録人口は、学連、J O Aともに減少している。

より深刻だと思われるのは、大会開催である。開催数自体はそれほど落ち込んでいるわけではない。ローカルな大会が各地で開催されているのは喜ばしいことだ。しかし大規模な大会の開催で、主管者探しに困難を来す場面が多くなってきている。運営者の高齢化も進行している。あと20年後に、高い競技レベルを維持し、熱意を持って普及・発展に取り組む活動的なオリエンティアが現在と同じレベルで存在し続けるだろうか。

「なんとかしたい」という思いを共有するオリエンティアの数は少なくないはずだ。J O Aでも、この問題に関する議論を進める、競技や普及面で様々な試みを行ってきた。昨年度全国5カ所で開催された普及方法研修会や2008年度から6ないし10レースで行ってきたロゲイニングシリーズ戦がそれに当たる。前者はのべ90人近い参加者があり、オリエンティアにおける普及への熱意が未だ衰えていないことが示された。そこで紹介された方法を即座に実行する人たちも現れてきた。ロゲイニングシリーズでは、昨年のはのべ1500人以上の参加があった。概ねその7割程度がいわゆる「非オリエンティア」であった。本年度の緒戦となった奥武蔵ロゲイニングでも、約8割がオリエンテーリング以外を主たる活動種目とし、トレイルランニングやランナーの参加も多かった。

今後オリエンテーリングを発展させていくためにも、個々の取り組みを組織的なものとする必要がある。オリエンテーリングを始める様々なきっかけの提供、おもしろかった・また

やりたいと思う仕掛けづくり、継続や向上へのモチベーションにつながる仕掛けづくり、トップ選手の育成や彼らが他の愛好者たちの憧れであり誇りであるような位置づけ、そのどれもが、これからの課題である。急激な変化も目新しい変化も必要ない。ただ当たり前前のことを、地道に、しかし当事者自身が楽しく・熱意を持ってできる形で進めていく必要がある。その議論とアクションが、日本オリエンテーリング協会でも始まった。

## II こう変わろう

### 日本のオリエンテーリング

#### ●公益法人を目指すJOA

議論とアクションの大きなきっかけの一つは、公益法人制度の改革である。

公益法人は、その名のとおり公益のために所轄官庁から認定されている法人である。J O Aも文部省に認定された社団法人として、オリエンテーリングの普及とそれによる国民の健康の増進という公益を担ってきた。

その一方で、官庁がその許認可権を利用して公益法人を設立し、そこにO Bを送り込む代わりに補助金を流し込む、天下りの温床という弊害も指摘されてきた。それを改善するために、現在ある公益法人は新しい制度の下での一般法人か公益法人に5年以内に移行しなければならないという法律が、一昨年の冬に制定された。この新法の下、一般社団法人が届け出により比較的簡単に設立できるようになった反面、公益法人となるには所轄官庁の認可が必要になる。公益法人は税制上の優遇措置があるが、その分ハードルは高い。本来天下りとは関係の薄いスポーツ団体も、社団法人である限り移行しなければならない。さもなければ解散である。

こうした状況の中、5月のJ O A総会では、満場一致で公益社団法人である新法人への移行が決議された。公益社団法人への道を選択したということは、上記のようなオリエンテーリングの特性を、公益のために生かしていこう。そういう会員と理事会の意志の現れであると、私自身は捉えている。そして、新法人への移行となれば、組織の「憲法」とも言える定款を改定する必要がある。これまで議論はされながらも、なかなか着手されてこなかった学連と

の関係についても、定款レベルから公的に検討する絶好のチャンスを得たのである。

#### ●出会えてよかった。そう思えるオリエンテーリングに

オリエンティアは、今の自分のオリエンテーリング活動に満足しているだろうか。その答えは個人で違うが、オリエンテーリングの中の位置づけによっていくつかのタイプに回答が分類できそうである。

大会の規模は小さいが数はそこそこある。ロゲイニングというチャレンジ性の高い類似種目が表れると同時に気軽に楽しめるパークOも増えた、十分満足している、という愛好者もいるだろう。

トップ選手はどうだろうか。注目やサポートが十分ではないと感じている選手もいるかもしれない。彼らはトップ選手のキャリアを終えた時、「その青春に悔いなし」と思えるだろうか。また、その過程で身につけた資産を、「セカンドキャリア」で生かすチャンスを与えられているだろうか。それはトップ選手のためだけでなく、オリエンテーリングの活性化にもつながるはずである。

J O Aの財政を大きく支えている指導者はどうだろう。指導の機会を欲しながらも、恵まれず、それを生かしていない指導者は多いだろう。指導内容や新しいプログラムの提供などは組織の役割である。そうした基盤づくりにともまだ課題は多い。

オリエンテーリング界を支える人材を輩出してきた大学クラブのメンバー、あるいはジュニアたちはどうだろう。友達が入ったから、新勧のピラをたまたまもらったから。そのきっかけは些細なことかもしれない。しかし、始めた以上、出会えてよかったと思えているだろうか。人数の減少より、むしろその方が気になる。

近年増え始めた、オリエンテーリングで生活していく道を探る「プロフェッショナル」たちにとって、オリエンテーリングは生活そのものである。その高い要求水準を満たす場には、残念ながらオリエンテーリングは達していない。本格的な普及・発展を考える時、プロフェッショナルの力は欠かせない。ボランティア精神とプロフェッショナル

ル精神の適切なバランスと融合はどこにあるのだろうか。

愛好者の満足を高めることは一筋縄ではいかない。オリエンテーリングはその黎明期から、当時の日本の社会としては珍しい地域クラブがその実質的活動を担ってきた。また競技的な面においても、東京OLCや多摩OLCといった先進的なクラブが牽引車になってきた。今、こうしたクラブの活動がやや低調なことも、オリエンテーリングの活力の低さを感じさせる大きな原因かもしれない。かつて公認クラブ制度があったが、皮肉なことに、お上から民の組織になって以降、クラブ制度が稼働していない。クラブの意向も探りながらその活性化の道を探るとともに、愛好者の居場所づくりとしてのクラブの確立をはかっていくべきだろう。そこに「出会えてよかった。」そう思えるオリエンテーリングへの一つの鍵があるように思う。

## ●資産を生かして社会との大きな接点づくりを：自立と安全

オリエンテーリングには他のスポーツにはない大きな資産がある。

一般のスポーツイベントから見れば、遙かに少人数で高度に複雑な大会を運営するノウハウは、関わった他領域の多くの人が驚嘆する。自然の中でのナビゲーション能力、子どもの自立や自己決定を促すゲームとしての可能性、これらはアウトドアスポーツが再び注目を浴びる今日、その中でユニークな立場を保ち、オリエンテーリングの発展につながる重要な資産である。その事を多くのオリエンティア自身が気づいていない、活用しきれていないのではないだろうか。

安心・安全は今日の日常生活の中でも強調されるキーワードだが、近年の山岳遭難の増加や安全意識の向上などで、アウトドアスポーツの中でも見逃せないキーワードとなっている。それに加えて、昨年のトムラウシ遭難以後、活動者の自立が大きな課題としてクローズアップされている。自分で進路を見つけ、それを安全（ここではミスなくという意味だが）にたどることを要求するオリエンテーリングは、競技の中に、現代の生活に欠かせない自立と安全を内在している。そこに普及・発展の大きな可能性をみることができる。

パークOやロゲイニングは、伝統的オリエンテーリング至上主義者からは、すこぶる評判が悪い。しかし、それらが選択肢と社会への新たな窓を開いた

ことは強調したい。いずれの競技形式も、地図を使ったナビゲーションゲームという点では、共通している。様々な人々のニーズに合ったナビゲーションスポーツを振興するとともに、その全体像の中でオリエンテーリングを「究極のナビゲーションスポーツ」と位置づけることが、オリエンテーリングのメリットを生かし、オリエンティア自身が充実感を味わうとともに社会的にも貢献する重要な鍵となるのではないだろうか。

## ●オリエンテーリングが日本のスポーツを変える

私たちのようにオリエンテーリングにどっぷり漬かった者には気づきにくいですが、ランニングの世界からオリエンテーリング界のトップの座に就いた山西哲郎会長などは、「日本のスポーツが変わりますよ」と言う。非商業的なイベント運営の長い歴史とそこで培ったノウハウ、その背後にある地域クラブ、安全・自立といった日常生活に直結した概念を中核としたスポーツといった、伝統的な日本のスポーツの多くになかった特徴に思いをはせれば、あながちリップサービスとは言えないだろう。

私事になるが、この2年で、ロゲイニングからトレランまで、オリエンテーリング外のようなイベントをプロデュースしてきた経験からも、その事は実感できる。

2002年から、オリエンテーリングで培ったナビゲーション技術を、登山やアウトドアの安全のために提供する講習会や啓発活動を行ってきた。当初の目標は「日本人の地図読みを変える」であった。「日本人の脚を速くする」（為末慎吾の著書名より）と同程度にしかリアリティーのなかったこのビジョンは、8年たった今、時間との勝負、程度のリアリティーは持っている。「日本のアウトドアスポーツが変わる。」あながち大言壮語とは言えまい。

## ●終わりに

「オリエンテーリングが変わる。日本のアウトドアスポーツが変わる。」この壮大なビジョンは、もちろん、今の時点では筆者一人の思いである。しかし、日本のオリエンテーリングが変わるとしたら、その一つの射程ではあり得るだろう。

そこで、次号では、オリエンテーリングの各分野のリーダーたちに本稿を受けて、日本のオリエンテーリングの未来へのビジョンを提示していただくことにする。



▲（上）クイックOに興じるこどもたち。（下）キッズアドベンチャーで、最後は一生懸命走ってゴールし、またやりたいと親にせがむこどもたち。そんな子どもたちの姿を見ると、運営に当たるこちらが勇気をもらえる。



▲ロゲイニング風景。楽しそうに回る親子（上）とトレランのトップランナーの鈴木博子さん（下）。楽しみながらたっぷりトレーニングもできるロゲイニングは、お得！と鈴木さんは言う。



▲ボランティア精神とプロフェッショナルの融合は、今後のオリエンテーリング発展の鍵（アジア選手権準備にて）。