

スポーツボランティア活動の普及推進のための課題

藤本和延*

僕に課せられたのは、スポーツボランティアの活動の普及推進のための課題ということですが、そもそもボランティアというのは何かという基本的なことをお話しします。ボランティアというのは無償であること、お金をもらわないということ、それから自発的なものであること、誘われようと、頼まれようと、自分でもってやろうすることなんです。それから公益性、誰かの役に立つというのは、この3つが揃ってボランティアになってきます。例えば無償というので、Tシャツや制服みたいなものを提供されます。これは識別のためのもので、自分の利益になるものではありません。せいぜいお弁当を配られるとか、その程度のもは無償と考えていいと思います。それから自発に対して動員というのがあります。高校生がよくボランティアのために動員されてきます。これは本来はボランティアではないです。それから公益性というのですが、例えば湘南国際マラソンというのが湘南にあります。大磯からスタートして江ノ島に来て往復しますが、これは株式会社が行っているマラソンで、そこに4～5千人のボランティアがいます。でもこれは株式会社の利益のためにやっているのだから、本来ならここに無償のボランティアを使うことはおかしいんです。私はいつも東京マラソンのボランティアのところに行っていますけれども、あんまり感心したことじゃないというふうに思っています。東京マラソンも実はつい最近ぐらいまでは、この公益性というものに対して疑問符がありました。それは何故かという、電通方式という方式で、電通に依頼してお金を集めてくださいと言います。そうすると電通が分かりました、17億集めましょうというように言います。そして例えば自治体と競技団体が、一緒になって電通と組んでやりますと言いますが、実は電通が全部やるわけです。自治体は一銭もお金を出さなくても、例えば17億の大会が開かれるわけです。競技団体は自分の競技なんだけど、競技団体がするということで、東京マラソンですと、陸上競技連盟に対して7千万のトップオフ選手強化費としてお

金を渡します。そうすると、陸上競技連盟は一銭も出さずに7千万円もらって、そして17億円の大会ができた。自分達が主催したと言える訳です。ところが、財布を握っているのは電通で、これをやりたいと電通に言くと、それは予算ありませんからできませんみたいな話で全部管理します。そして電通は、それでは儲かったら私達が儲かった分をいただきます。でも赤字が出たら電通が負担します。つまりお金なくてできるわけです。赤字になる危険もないから皆飛びついてやる訳です。それで東京マラソンもそういう形式になりました。そして東京マラソン財団ができて、1年目に電通を追い出しました。これは大変な作業でした。幸いにも大阪マラソンとか、名古屋マラソン、それから兵庫マラソン、京都マラソンというのができました。それが東京マラソンやっているというので、電通が全部取りました。そういうことがあって、電通が少し緩く考え始めましたので、そこで東京マラソンから電通を追い出した。でも彼らは今スポンサーを持ってきます。そうするとその15%を東京マラソン財団が電通に払い、赤字が出たら東京マラソン財団がそれを負うという形になります。これで初めて公益性というものが担保される訳です。

もう1つ、じゃあボランティアの組織はどうなるかということ。これは東京マラソンで我々が考え付いた方式ですが、一般ボランティア、これは募集します。今1万人募集していますが、1週間でいっぱいになっちゃうんです。それからこのボランティアを束ねるボランティアリーダー。1万人に対してボランティアリーダーは500人。そして、ボランティアリーダーをサポートする人達、これが80人ぐらいいます。ボランティアサポーターというのは、以前はキャプテンというふうに呼んでいました。この人が、現場で警察とか、それから警備会社とか競技団体、マラソンで言うと東京陸上競技協会の人達。こういう人達との打ち合わせをしてリーダーをサポートしていくという図式を作りました。これは今、機能しています。軍隊組織で

*鹿屋体育大学客員教授（特定非営利法人スペシャルオリンピックス日本）

言うと、ボランティアというのは普通の兵隊でソルジャー、ボランティアリーダーというのが軍曹で、サージェント、ボランティアサポーターというのは、ファーストサージェントと言って、下士官のうちの最高の人達。いろんなことができる人達というような形です。そして、以前はボランティアというのは、実はあんまり信用されてませんでした。良い言葉でも無かった。ボランティアが素晴らしいというふうになったのは、阪神淡路大震災。あの時のボランティアの活動は凄くて、ボランティアというものは素晴らしいんだという認識をまず得ました。そしてボランティア文化というのを作ったのは、やはり2007年の東京マラソン。あの時は最初どの位の人達がいるか分からなくて1万2千人を集めました。それを指揮してやったということで、ボランティア文化というものが始まったと思います。東京マラソンが始まる前に、ニューヨークマラソンを見に行きました。3回ぐらい行きました。物凄く感動しました。鳥肌が立って、何だこれ、これはスポーツ大会じゃないよねというようなものでした。そしてこれは何だと言ったら、ニューヨークロードランナーズクラブの人がこれは神様の贈り物なんだというようなこと言いました。向こうの人は上手いこと言うんですけど、それで感じたのは、このマラソンはボランティアが支えているというのを感じました。

我々は秋田ワールドゲームズとか、それから大阪世界陸上の経験がありましたから、秋田ワールドゲームズは大学生、高校生が動員されてきました。そして何もしないで遊んでる人達がいっぱいいました。それから大阪世界陸上の時、陸連の人達がボランティアというのは信用できない。途中で帰っちゃったり来なかったりするということをよく言いました。僕らが大阪世界陸上を見て分かったことは、リーダーがいないんです。あの暑い中に何をしたいか分からない。主催者がこれやってくださいと言うけども、じゃあどうしましょう、こうしましょうとリーダーがいないから動けない。暑くて何をやっていいか分からないから、段々嫌気が差して帰っちゃう。それから翌日にはもう来ないというふうになってくる。これはリーダーを養成しなければいけないということで、我々はまだ東京マラソンができるかできないか分からない時からリーダー養成というのを始めました。始めは少しどういふことを勉強させたらいいか分からなくて、警視庁とか、そういう人達に来てもらって色々やりましたけども、今

はもう確実にしています。リーダーの育成でやることは、リーダー論です。これは会社のリーダー論とも、政治のリーダーも同じです。でも、ボランティアリーダーは、一番大事なものは達成のための情熱と言いますか、意欲と言いますか、やるんだという意欲がないと、リーダーに向きませんから、それをどうやって植えつけるかという問題。それから次に、アイスブレイクの技術と言いますが、ボランティアがその日の朝6時ごろから集まってきます。自分のリーダーの下に20人ぐらいか30人ぐらいボランティアがつきます。初めて見る、初めて顔を合わせる。ですから、その時に皆緊張してるか、寒いとか何かか思っている人をばっと1つにまとめないといけない。それをアイスブレイクと言います。凍った気持ちを溶かす。そして1つに集中するというのを一瞬でやらなきゃいけない。それをどうするかという方法を教えます。それから、1分間スピーチです。これも同じです。「私は藤本です。本日このリーダーを務めます。よろしくお願いします。」これだけでは伝わらないんです。だからそれを、自分はどういう人間で、ここを今日はこういうふうにしたんだということを1分間で喋れるように、そういう訓練をします。それから言葉というのは、7割の人達はほとんど聞いてないと統計ではなっています。3割ぐらいしか伝わらない。じゃあ何で伝わるのかというと、一番大きいのは、ボディランゲージ。体を動かして注目を集めること。そして、表情です。熱心にしてるのか、怒ってるのか。そういう表情で相手にものを伝える。それからもう1つ大事なのが、笑いです。笑顔です。東京マラソン、寒い時もあります。物凄く凍えちゃって、こういう時になかなか上手く進まない時に、リーダーは笑ってないと駄目なんです。リーダーが笑っていると安心する。スマイルというのは本当に大事です。東京マラソンのボランティアチームには、チームスマイルと言います。ロンドンマラソンでは、ボランティアのことボランティアって呼ばないです。ゲームメーカーと言います。ゲームを作っている人。そのぐらいボランティアというものは重要なんです。

ボランティアとボランティアリーダーということが分かってもらったと思うんですが、8回目を迎える東京マラソンボランティアの課題というのは、60歳でやった人が68歳になっている。リーダーはもう7回やっていると、何でも分かっています。その部署のことは、警察官は動員されて山梨だとかいろんなことから来て

ますが、東京のこと全然知りません。警察官に聞いたって分からないから、皆ボランティアリーダーに、キャプテンに聞いてくるという形になるんです。だから警察も指揮するというような状態になってしまうんです。そうすると、頼り切っちゃうんです。あの人がいるから大丈夫だと、やっている、と、どんどん歳とっていつか高年齢化しちゃう。それからもう1つは、同じ人達が毎回集まりますから、その後で打ち上げをやり、ます。東京マラソンで新橋あたりでもお酒飲んでやります。そういう親しくなってしまうと、クラブ化してしまつて他の人が入れなくなっちゃう。入りにくくなってしまう。そういう現象が起きています。ですからリーダーを新陳代謝していかないといけない。新しい人達をいれていかないといけない。じゃあ古い人達、辞めてもらいますかっていうわけにはいかないです。それで、今まではリーダーに対してリーダー教育をした人達、それから経験した人達は分かってますけど、クラブとしてきちっとした組織を作ってません。今度、東京マラソンのボランティアリーダーというのは登録制にして全部組織化していこうという過程です。それから期間を設けてリーダーをやると、それからリーダーサポートはやってもらう。3年やったら一般ボランティアに戻ってください。それで2年ボランティアやったらまた帰ってきてくださいというようにして、順繰りに新しい血を入れていくというようなことを考えています。それから、ここで気が付いたんですが、今年、東京国体というのがありまして、東京都の方から東京マラソンのボランティア全体に対して、ボランティアを集めて指揮してくれないかというふうに言われました。それで、大会の開会式と閉会式は東京マラソンのボランティアがやりました。そしたら、ボランティア皆集まってきて、リーダーも来て、今日ここで何をしようかと言うんですけど、肝心の東京都の人、主催者が来てなくて、鍵が開いてなくて入れない。それで1時間も待たされるというようなことが起きました。これは主催者教育をしないとリーダー、ボランティアは上手く動かないということです。例えば、私がやっている湘南オープンウォータースイミングというのは2千人泳がせるんですけども、ここのリーダー達は東京マラソンのリーダーと同じです。僕らが頼んであるわけです。皆出てきます。そうすると業者がやるより早いです。例えば業者がテントを形作って、浜に低くして置いてあります。それを今度、業者が来て建てるんで

すが、業者がまごまごしてる。ボランティアがリーダーが指揮して建てて、そして図面を見てこっちだあっちだどこういうふうを持っていくことやります。それに我々はもう主催者として、どうせやってくれると思つてたら、相反して彼らから文句が出てきました。これは業者がやる話だろうと。こんなことで事故があったらどうすんだみたいな話。これは主催者が失格です。無償でやってくれると、何でもやってくれるからみんな任せちゃいけないということです。フィロソフィーの共有。これ大事です。どういふ大会にしたいか、例えば理路整然と綺麗な大会にしたいんだ、あるいはスマートにやりたい。そうじゃなくて美しくやりたいと。それから楽しくやりたい。楽しければいいから楽しくやりたい。こういうフィロソフィーをボランティアと主催者が共有してないとマッチングしません。目的、フィロソフィーをきちっと確認していかないといけない。それから、これは仕事の種類と範囲の限定というのは、これはもちろん主催者に立つ時にボランティアの範囲はここまで、こういうことをやっていただきたいということを、きちっと伝えないといけない。もつてないと伝わりません。それから求められる。結果がどうなればいいのか、東京マラソンができた、それでいいのかということ。例えば、最初に起こったことでですけど、スタート前にバナナだの何だ頼むのいっぱいありました。でも寒かったからいっぱい残りました。それでやってる最中に浅草で食べ物が無くなっちゃった。こういうのは主催者は見えないですよ。ずっといるわけじゃないから。ボランティアが浅草に食べ物がないぞという発信をして、そしてスタートに残っていた食べ物をそっちへ運んで、後は皆さんに託して供給するとか。そういうことの発信はボランティアが1番よく分かるわけです。ですから、そういう求められる結果をきちっと共有して、それが足りないぞというのが主催者に分かって、それを移動させるという、でも移動させる手段というのは主催者にしか持っていない訳ですから、それをきちっとできるようにしとかなければいけない。それから周到的準備と連携です。これはボランティア説明会、それからリーダー説明会。そういうのはリーダー、ボランティアだけでできます。だけど、主催者側との共通の認識を持つことは、そういう場を作らないとできない。主催者というのは全部ボランティアによるしく願いますと言うけど、それで終わっちゃうんです。それでは何も動かないよとい

うことが、主催者には分かってない場合が多いです。綿密な打ち合わせをボランティアリーダーなりボランティア、あるいはボランティアキャプテン、ボランティアサポーターの主だった人達に集まってもらって、それを議論して、そういう共通認識を持たないといけない。これをやる中で主催者の教育もできるということになります。こういうことをきちっとやれるかどうかということです。課題としてはやっぱりリーダーの新陳代謝、そしてリーダーをどうやって集めるかということ。教育してこれ試験があるんです。試験をして最後に論文試験して、リーダーに認定するわけですけど、石原都知事がそんなことしてもリーダーやりたいのか、ボランティアやりたいのかっていうふうに言って、すごいねって言っていましたが、そういうことなんです。勇気を持ってそれをやらないと、1万人、2万人のボランティアを一緒に束ねて大会を進行させるということとはできない。是非、皆さん東京へ出て東京マラソンのリーダーほしいなというふうに思います。

鹿屋体育大学公開ゼミナール

スポーツボランティア活動の
普及推進のための課題

鹿屋体育大学客員教授
藤本和延

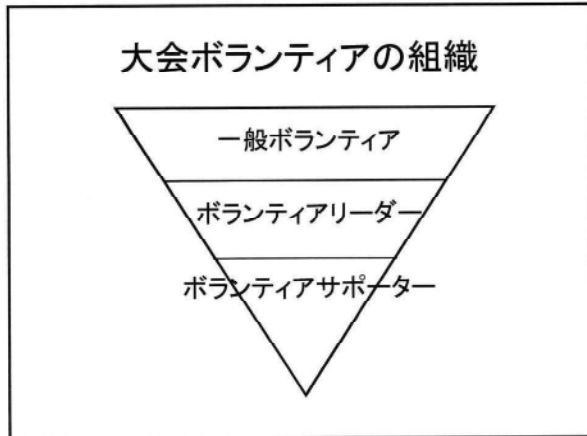
2013.10.25

ボランティア

無償

自発

公益



ボランティアリーダーの育成

達成への情熱
アイスブレイクの技術
1分間スピーチの話術
表情とボディランゲージ
スマイル

東京マラソンボランティアの課題

- リーダーの高齢化
- リーダーのクラブ化
- リーダー代謝のための方策
組織化
期間限定化

主催者の課題

- 主催者教育
- フィロソフィの共有
- 目的の確認
- 仕事の種類、範囲の限定
- 求められる結果の認識
- 周到的な準備と連携