

宇都宮大学国際学部国際社会学科
2017年度 卒業論文

宇都宮シティガイドとチーム東京アンバサダー
から見えるボランティアの在り方

指導教官名 中村祐司

学籍番号

論文執筆者名

要約

本稿では、ヒアリング調査や事例研究を通して、日本のボランティアの在り方について述べる。またボランティアを広めるために必要な事柄について考察する。

第 1 章では日本でのボランティアの歴史をまとめ、日本では福祉や災害に関する活動からボランティアがスタートしたことを明らかにした。またいまだ海外に比べると盛んとは言えないこと、そして現在は福祉や災害に関する活動ではなく、まちづくりに対する活動が増えていることが明らかになった。そこから地域社会に対する意識が高まっていることが分かった。

第 2 章では、観光業はビジネスという側面だけでなく、まちづくりという複合的な波及効果を期待されていることをまとめた。そこから地域の市民一人ひとりがその担い手になるといえる。ヒアリング調査から伝統やお祭りといった地域の資源を活用することが重要であり、また人を課題として考えていることを確認した。また地域住民が観光に市民が関わる形としてボランティアの意識の変化に加えニーズがあることからボランティアを提案した。

第 3 章では、ボランティアを広めるきっかけとして影響力を持っているオリンピック大会について考察した。長野大会の事例からオリンピック大会関連ボランティアには個人への影響を確認した。またロンドン 2012 大会から、ボランティアの活躍を社会に残すためには継続性が必要であり、組織化することが必要であることを明らかにし、チーム東京アンバサダーについて提案した。

第 4 章では、宇都宮シティガイド協会とジャパンカップでの宇都宮スポーツ推進委員を例に挙げ身近な「アンバサダー」の実態を探り、組織運営の難しさや行政との連携の必要性そしてプロボランティアというボランティアの入り方を提示した。

第 5 章では、今後日本でボランティアを広めるためにまずボランティアの概念を変えることが一歩であり、その伝道師としても「チーム〇〇アンバサダー」の活躍を主張した。また、ボランティアが積極的に活動するだけでは継続性が無く、問題解決までたどり着けない。それゆえにボランティア活動を支える環境を整える必要があり、行政、民間企業、地域社会等を交えた連携と意識改革が必要になる。そのためにも今ボランティアとして活動している人々は、外に発信するという意識を向け活動することを主張した。

図表一覧

図 1	訪日外国人旅行者数の推移	p9
図 2	国内旅行の同行者タイプ別行動者数の推移	p10
図 3	希望する「観光」の種類	p10
図 4	【オリンピック前後のインバウンド観光客数】	p17
図 5	オリンピックボランティアの数	p18
図 6	「Participation in any voluntary activities」何らかのボランティア活動への参加率（2010 年度以降）	p22

目次

要約	1
図表一覧	2
目次	3
はじめに	5
第1章 ボランティアの現状	6
第1節 ボランティアの定義と日本での歴史	6
第2節 ボランティアの現状	7
第2章 観光業と地域との関係の変化	9
第1節 観光業の変遷	9
第2節 着地型観光への挑戦（民・プロの動き）	12
第3節 地域の新しい魅力とは	13
(1) 行政へのヒアリング調査	13
(2) 着地型観光のこれから	15
第3章 オリンピック大会とボランティア	16
第1節 オリンピック大会の影響力	16
第2節 これまでのオリンピック大会ボランティア	18
(1) 長野 1998 大会でのボランティアの活躍とレガシー	19
(2) ロンドン 2012 大会の影響	20
第3節 東京 2020 大会ボランティア	23
第4節 「チーム東京アンバサダー」	27
第4章 身近な「アンバサダー」の実態	28
第1節 一般社団法人うつのみやシティガイド協会	28
第2節 会員へのメリット	29
第3節 シティガイド協会の課題点	30
第4節 シティガイド協会がアンバサダーとなるためには	31
第5節 JAPANCUP CYCLE ROAD RACE in UTSUNOMIYA から	31

おわりに 「チーム〇〇ボランティア」と共に必要なこと.....	34
参考資料・参考文献・URL.....	36
あとがき.....	38

はじめに

最近ボランティアという単語が氾濫している。また多くのイベントでボランティアがいないと運営がなりたたない、ボランティアありきの計画がなされていることも多々見受けられる。また半強制的にボランティアという名前で、清掃活動など奉仕活動が行われていることもある。半強制的なボランティアを見てきたせいか、ボランティアに対する嫌悪感のようなものが自分にあったことが本論文でボランティアを取り上げたきっかけである。

しかしイギリス留学中に、積極的に活動しまた自分へのメリットもきちんと考えて活動しているボランティアの姿に触れて、日本や自分の中のボランティアに対し偏見があることに気づかされた。しかし日本で活動しているボランティアの方々と触れていくなかで、彼らの活動をより広める重要性を感じ、またそのきっかけを模索していた。

また東京 2020 大会の開催が決定した際、マスメディアが沸き立った。スポーツイベントであるが、社会に対する影響力があるのではという考えからオリンピック大会の事例調査を進め、オリンピック大会を私たちの生活に活用できないだろうか考えた。

第 1 章では、日本におけるボランティアの歴史と現状についてまとめる。第 2 章では観光業の新たな側面であるまちづくりへの影響力とその担い手としての市民の在り方について考察する。第 3 章ではボランティア拡散のきっかけとなるオリンピック大会に焦点を当て、ボランティアにどのような影響があり、また社会に対し大きな影響を与えたロンドン 2012 大会から東京 2020 大会のボランティアの在り方について提示したい。そして第 4 章では身近な「アンバサダー」の実態として、宇都宮シティガイド協会とジャパンカップでの宇都宮スポーツ推進委員の活動についてのヒアリングを通して組織で動く課題について考えていきたい。そして第 5 章では、日本でのボランティアの概念についての検討と連携の重要性についてまとめたい。また今活動しているボランティアへの願望を示したい。

第1章 ボランティアの現状

第1節 ボランティアの定義と日本での歴史¹

阪神淡路大震災は約6,500人もの死者を生んだ大災害であったが、しかし犠牲の陰で130万人以上のボランティアが自発的に動くきっかけとなった。この大量のボランティアの活躍は、行政や専門職の下請け的なイメージであったボランティアへの理解を、柔軟な個別対応が出来ることまたその活動の迅速さなどから、ボランティア独自の社会的・公的役割を果たすことを日本に広めた。また社会的にだけでなくボランティア個人に関しても、活動を通して人との交流がおこり、結果的に社会に貢献するという意義を見出し、自分自身の存在価値を発見する機会となった。このようなボランティア活動は、人との交流が希薄になり起きている多くの社会問題、例えば孤独死、子どもの貧困などに対しボランティア活動に助けられる側、ボランティア活動を行う側にとってプラスの効果をもたらすだろう。

はじめにボランティア活動の定義は、さまざまな社会課題や矛盾に対しての市民それぞれの気づきを原点にして行う、金銭面でのみかえりを期待しない、主体的かつ社会連帯を基盤にした公共的活動であるとした。

そしてボランティアという概念が日本にどのように定着してきたかまとめていく。

その始まりは、1945～59年からである。ワークキャンプ運動やセツルメント活動等の学生・青年による活動を中心に展開された。この頃に子供会活動等の子どもの健全育成に関する活動や社会福祉施設への訪問活動もはじまる。

続いて1960年代で高度経済成長による急激な社会変動に伴い、公害問題やコミュニティー破壊に対する住民（市民）運動が活発化した。そして大阪ボランティア協会（1965）や日本青年奉仕協会（1967）などのボランティア活動中間支援組織が誕生したが、まだボランティア活動の社会的認知度は低かった。

1970～79年には、コミュニティーケアというさまざまな社会的ニーズをもつ人々を、地域社会のなかで自立した生活が送れるように支援していくという考えが普及し、住民参加によるボランティア活動が注目され始めた。また障害者の自己実現を目指したソーシャル・アクション型のボランティア活動が活発になった時期でもあり、障害児や障害者の自立支援を目指す在宅ボランティア活動も活発化した。

1980年代は、政策としてのボランティア活動支援期、つまり行政による政策としてのボランティア支援が進められた時期である。ボラントピア事業（1985）や全国ボランティア大会開催（1989）などを通し、社会福祉協議会を中心に全国規模で整備された。

1990～2000年ではボランティア活動をめぐる環境が大きく変化した時期と言え、またこ

¹ 大阪ボランティア協会編（岡本榮一編集代表）『ボランティア - NPO用語事典』中央法規出版、2004年、p89、経済企画庁編『国民生活白書—ボランティアが深める好縁（平成12年度版）』、2000年
以上を参考に記述

の時期の特徴は 4 つにまとめられる。まず企業・労働組合の「社会貢献活動」への機運が高まったことである。次にボランティア活動の振興を図る公的な支援が行われたことである。その例は現在の厚生労働省からボランティア活動基本指針、全国社会福祉協議会から「ボランティア活動推進7ヶ年プラン」などである。また「阪神淡路大震災」をきっかけにボランティア活動の社会的役割が再認識されたことで、中間支援組織やボランティアコーディネート機能の重要性を社会的に認知させる契機となった。加えて「特定非営利活動促進法（NPO 法）」（1998）の施行によって、NPO の社会的役割の認識が広まり、ボランティア活動が広く市民権を得た。最後の「社会福祉法」（2000）によって、地域福祉の推進主体地域住民（利用者）、サービス提供者と共に社会福祉に関する活動を行う者（ボランティア・NPO）が位置づけられた。

このような流れからボランティアは徐々に日本に浸透してきた。それでは今のボランティア活動の現状が一体どうなっているのか次の節でまとめていきたい。

第2節 ボランティアの現状

徐々に日本に浸透しているボランティアであるが、海外と比較するとどうだろうか。経済協力開発機構（OECD）²による「ボランティアについての国際比較（2006年～2008年）」によると、日本のボランティア活動への参加率は、38カ国留14番目、24.7%であり、1位の米国や2位のニュージーランドが40%以上超えていることをみるとまだまだであるといえる。また若者のボランティアに対する興味に関して、7か国比較³で見ると、興味が「ある」と回答した人の割合は、アメリカ（61.1%）が最も高く、韓国（56.9%）、英国（50.6%）、ドイツ（50.4%）、スウェーデン（42.8%）、フランス（42.6%）、日本（35.1%）の順となっており、ボランティアに対する意識の改革が必要になるのではないだろうか。

また2016年に行われた総務省統計局の調査⁴によると、過去1年間にボランティア活動をした人の全国平均割合（10歳以上）は26.3%である。4人に1人はボランティア活動をしているという結果であるが、ボランティア活動を総務省は「健康や医療サービスに関係した活動」「高齢者を対象とした活動」「障害者を対象とした活動」「子供を対象とした活動」「スポーツ・文化・芸術・学術に関係した活動」「まちづくりのための活動」「安全な生活のための活動」「自然や環境を守るための活動」「災害に関係した活動」「国際協力に関係した活動」「その他」という分類がなされている。この分類でさえ11にも分かれていること、またその活動の内容はまたそれぞれ細分化されることからボランティア活動は多様性がある

² 「ボランティア活動についての国際比較」,公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員「東京2020大会に向けたボランティア戦略」

<https://tokyo2020.jp/jp/get-involved/volunteer/about/>（2017/12/12 閲覧） p22

³ 内閣府,「平成25年度 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査」

http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/thinking/h25/pdf_index.html（2017/12/11 閲覧）

⁴ 総務省統計局,「平成28年度社会生活基本調査」,

<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/index.htm>（2017/12/11 閲覧）

ると言えるだろう。またそれらの割合は、「まちづくりのための活動」が 25%、「子供を対象とした活動」18%、「安全な生活のための活動」で 11%、「自然や環境を守るための活動」で 9%、「スポーツ・文化・芸術・学術に関係した活動」8%という順になっている。また、内閣府による「平成 27 年度特定非営利活動法人及び市民の社会貢献に関する実態調査」によると、ボランティア活動への参加の妨げとなる要因として、「活動に参加する時間が無い」が半数以上を占めている。また続いて「活動に参加する際の経費（交通費等）があり、経済的負担が大きい」が約 30%であった。

また特別休暇制度の 1 つにあるボランティア休暇に関し、厚生労働省が行った「平成 25 年就労条件総合調査結果⁵」によると、特別休暇制度がある企業 57.9%のうちボランティア休暇を導入している会社は 2.8%であり、まだ企業がボランティアを支えるというシステムが広まっていない。またこのボランティア休暇には、青年海外協力隊等の長期的に休暇をとるものも含まれているため、短期的に身近なボランティアに参加するための仕組みを取り入れている企業は稀である。

第 1 節でみたボランティア活動の歴史からわかるように日本は当初福祉サービスに関するボランティア活動から普及していったが、現在ではその志向が変わってきていると言える。このことは、地域社会を生活するだけの場所とするのではなく、人間らしい生活のできる場にしていこうという考えに変化している意思の現れである。またこれらのデータからまちづくりに対するボランティアの需要があること、そしてまだまだ日本ではボランティア活動が他国に比べて普及していないことが分かる。そしてボランティアを支える風土も未だ定着していないといえる。

⁵ 厚生労働省、「平成 25 年就労条件総合調査結果」,
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/jikan/syurou/13/index.html> (2017/12/12 閲覧)

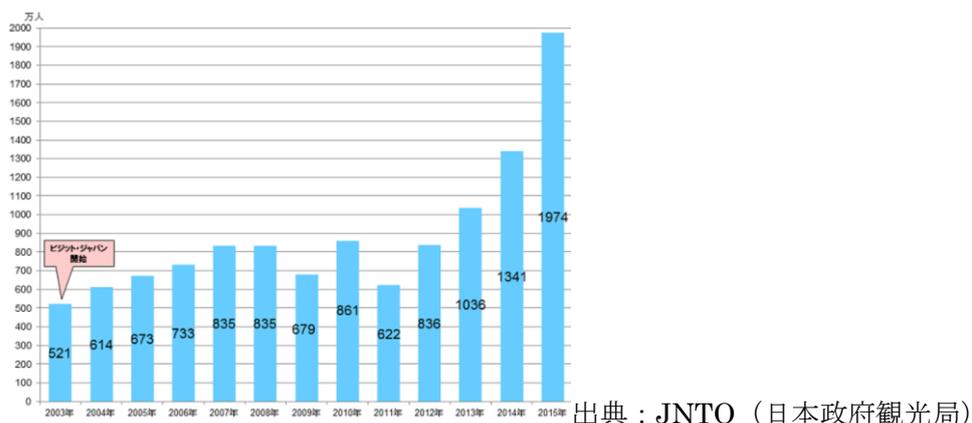
第2章 観光業と地域との関係の変化

第1節 観光業の変遷

まず国内観光は端的に長期的にわたる低迷状況に入っているといえる。なぜなら日本人国内述べ旅行者数は2010年から2016年までの6年間をみても6千万人代前半を横ばいである。また日本人国内旅行の1人当たり旅行単価も同期間比較すると、国内旅行全体で3万円代前半を同じように横ばいの状態が続いている。

次に国際観光についてみていく。国際観光では、外国人観光客の入国数（インバウンド）と、日本人の海外旅行者（アウトバウンド）の不均衡がみられていた。しかし2016年の観光白書から、訪日外国人旅行者数の推移の図をみると世界恐慌等の影響が2000年代後半にみられたがその後は年々増加していることが見てとれる。

図表1 訪日外国人旅行者数の推移⁶

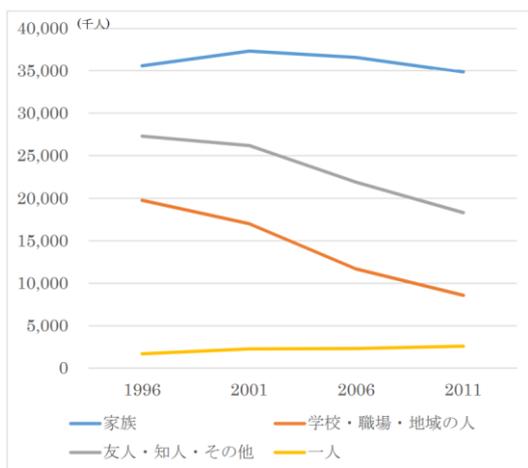


須田(2009)⁷によると、観光形態の変化これまでの国内観光での中心は大型団体旅行で、職域旅行、得意先招待旅行、修学旅行といった長距離観光の初体験は団体旅行という人がほとんどであった。観光地でも旅館を大型ビルに変え、多くの観光客を効率よく接遇するというのが主流であった。しかし最近では図からも分かるように、大型の団体旅行は減少し、一方で家族や友人との旅行のような少人数もしくは小さなグループでの旅行が割合として増えているのが現状あるといえる。

⁶ 観光庁「訪日外国人旅行者数（平成28年7月）に関する配付資料」
http://www.mlit.go.jp/kankoch/page01_000536.html (2017/12/12 閲覧)

⁷ 須田寛, (2009)「IV 「観光」の現状と当面の課題」『観光～新しい地域づくり～』P89

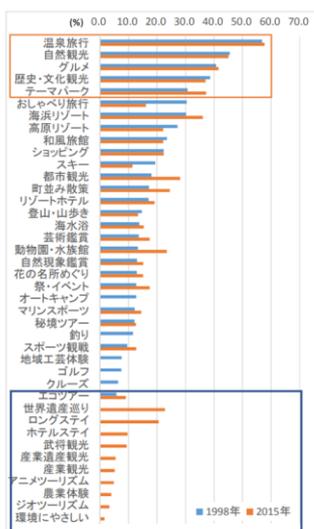
図 2：国内旅行の同行者タイプ別行動者数の推移



資料：総務省「社会生活基本調査」
 注：総務省「社会生活基本調査」の国内観光旅行において、各同行者タイプでの旅行を実施した行動者数。2001年以降「友人・知人・その他の人」という区分となるため、経年比較のため、その他の人も含めて集計を行った。いずれも、10歳以上人口のものである。

観光の動機は非日常的なものを見たい、知りたいといういわば人間の本能的な欲求から出発したものである。故に、そのニーズの中心は「見る観光」つまりは受け身の観光が中心であった。この観光ニーズが近年急速に変化し、かつ多様化してきたと考えられる。図をみると分かるように、依然として「温泉観光」などが引き続きトップではあるが、図青枠のように新しい観光ニーズも出てきていることが分かる。

図 3 希望する「観光」の種類



出典：公益財団法人日本交通公社「旅行者動向」、「旅行者年報」、青枠筆者追加

その中でも、はっきりした行動目標をもつ観光へのニーズが目立つようになっている。行動目標のある観光とは、スポーツイベントへの参加や「ものづくり観光（産業観光）」といった観光である。これらは、観光からより多くの幅広い効果を得たい、またこれまでの観光とは違った接点を求めたいという動機から出てきたものである。

また元気なお年寄りが増えたため、最近中高年層の「観光」に対する関心が高まっている。中高年層で既に国内観光を経験した人々が、有名観光地でリピーターとなり、その後違った角度から観光したいというニーズが生まれる。また生涯学習という言葉があるように、中高年層で時間にゆとりのある人々は学習意欲が旺盛であることが多くなっている。彼ら彼女らの傾向から、あらかじめ予備知識を持って観光地を訪れたい、あるいは観光を通じて何かを学びたいというニーズが高まっている。

このような新しいニーズに対し様々な旅行形態が出てきている。その1つとして着地型観光がある。着地型観光とは、地元の人々がまわりを見つめ直して観光資源を掘り起こし観光商品を造成する。またその商品を情報発信し、観光客と地元の人々のコミュニケーションが実現することで観光客の満足度向上、そこから観光客のさらなる増加そしてまちの活性化という循環を目標にした観光である。

「着地型旅行市場現状調査報告書」（平成23年度調査）⁸では、着地型旅行の推定市場規模は緩やかに拡大していると推測している。そのなかで増加していると回答しているのは観光協会系、NPO・NGO法人が多く、一方で地方自治体やNPO・NGO法人では売上高を把握していないという運営者も35%以上も存在している。また着地型旅行市場の中のシェアは、工場見学や歴史的遺構の見学体験などの産業観光の32.1%と一番高く、続いて伝統文化体験や現代文化体験などの文化観光合計の16.8%、グリーンツーリズムの13.8%、ヘルスツーリズムの12.1%という順で占められている。運営者別では、企業が市場規模では約90%、参入運営者数では約50%のシェアをそれぞれ占めている。市場規模としては、企業に続いて自治体（4.4%）、観光協力系（1.6%）、NPO・NGO（1.6%）、個人（0.7%）、その他（1.6%）となっている。しかし参入運営者数では、18.4%を占める自治体の次には個人の15.3%が多いという順になっている。そしてその後は観光協力系（6.4%）、NPO・NGO（2.8%）と並んでいる。

これからの観光は着地の目線にもたって、着地側の受け入れやすい観光にすること、またそれを通じて観光地の人々と観光客の目線にもたって、着地側の人々と観光客の間によりコミュニケーションが生まれるような地域密着の観光とすることが求められている。

今後観光業はビジネスという側面だけでなく、まちづくりという複合的な波及効果まで考慮し、地域の市民一人ひとりがその担い手になるといえるだろう。ではこのような観光に取り組んでいる民間企業や行政は一体どのように考え、何を課題としているのか見てい

⁸ JTB 総合研究所、「着地型商品」,
<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/leading-experience-tour/>（2017年9月20日確認）

きたい。

第2節 着地型観光への挑戦（民・プロの動き）

株式会社ファーマーズ・フォレスト（FARMERS FOREST GROUP）（以下「ファーマーズ・フォレスト」とする。）は2007年に創業設立し、「Local Business Frontier～日本のローカルをワールドクラスにする地域商社～」という経営方針のもと、次世代のアグリカルチャーとエコツーリズムを目指したもの・ひと・まちづくりに挑戦し、活力ある「ローカルブランド」を総合的にプロデュースしている。ファーマーズ・フォレストの「えにしトラベル」は、2012年に業務を開始した「着地型旅行」事業で「驚きと発見、美味しさと感動に出会える新しい地旅の提案」をコンセプトに、地域の人・モノ・コトなどさまざまな資源を活用して企画運用を行っている。ファーマーズ・フォレストのI氏にヒアリング調査（2017年11月16日実施）を行い、以下の文章はその調査をもとに述べる。

着地型観事業が始まったのは2012年頃からである。海外では既に当たり前になっている着地型観光であるが、日本では、ましてや地方ではまだ浸透していない。つまり未だ未開発な部分が多い分野である。またこの分野は、量ではなく質、つまり満足度に重点を置いている。

また日本の観光業全体についてI氏は、インバウンドというキーワードはもちろん、伝統や職人といったものが希少価値となり観光の商品になり始めていると推測している。これはお祭りを守りたいという思いから、お祭りを知ってもらうために観光客誘致をする、また職人の後継者不足の問題からまず職人の技を広めるために観光というビジネスを使うという流れが始まっているとI氏は述べていた。つまり観光の担い手として地域の人がいるという一方的な流れに加え、担い手側からも観光に関わることへのニーズがあるという。筆者は、そして彼らが着地型観光のさいもてなす側の1人になり、観光客を喜ばせ、win-winな関係になるのが理想ではないだろうかと考える。

また大谷や伝統地域の資源と人の魅力あつてのこのビジネスであるので、これらの地域資源を大切に観光に活かしていきたい。それが「えにしトラベル」の売りであると述べていた。また地域との関係を大切にだけでなくビジネスである以上一歩先の情報を手に入れる必要があり、外に見に行く力、海外の事例をみる姿勢も大切にしていきたいという。

そしてI氏が課題として挙げたのは、着地型観光に必要なガイドやドライバーなどの人不足である。えにしトラベルでは、現在ガイドとしてツアーに参加できるのは12人ほどであるという。えにしトラベルの手掛ける、2014年から始めた「OHYA UNDERGROUND」では、案内する場所に関する知識に加え、ボートの操縦や自転車に乗ってのガイドなど難易度の高いガイドが求められる。

彼らの育成は多くの実践経験が必要であり、時間がかかる。そしてガイドのクオリティを保つため新しくガイドとして働くスタッフに対するチェックを大切にしている。ガイドに求められるのは、知識の専門性に加えお客様に合ったサービスを提供できるテクニック

である。ビジネスとしてお金を頂いている以上、お客様の時間の 1 分、一秒を無駄にしてはいけなと教育しているという。また人材の育成に関連することだが、今後は外国人対応としてガイドやツアーの多言語も必要になってくると述べていた。

ヒアリング調査から、これからの観光では伝統やお祭りといった地域の資源を活用することが重要であること、担い手側からも観光に対して求めるものがあること、また課題としてガイドや運転手など人の資源を必要としていることが見えてきた。では地域を担う行政は一体どのような活動を行っているのか次の節でまとめていきたい。

第 3 節 地域の新しい魅力とは

これまでで述べたように今後の観光では地域を巻き込んだ連携が必要になっている。そのため、行政が一体どのような活動を行っているのか。栃木県と宇都宮市が行っている取組についてこの節では述べていきたい。

(1) 行政へのヒアリング調査

まず栃木県産業労働観光部観光交流課⁹の取組についてである。人の意見を聞く場として栃木県は、2020 東京大会に伴う観光客増加をみこし、「とちぎのおもてなし向上検討会議」を開催した。2016 年 7 月～2017 年 3 月までに計 5 回開催された本会議では、「おもてなし」の向上を県全体で取り組んでいくこと等が検討された。検討委員会は、栃木県内の観光協会、交通に関する協会（バス、タクシー、鉄道など）、宿泊に関する協会や組合、そして栃木県内の自治体観光振興に関連する部署等から、計 19 名が主に参加した。本委員会で出た意見などを基に観光立県とちぎの実現に向けたおもてなしの推進等に関する条例が制定された。その条例というのは、観光立県とちぎの実現に向けたおもてなしの推進等に関する条例¹⁰（以下「とちぎ観光おもてなし条例」とする）が策定された。とちぎ観光おもてなし条例における「おもてなし」とは、「旅行者に対する快適な旅行の確保に資する挨拶、案内その他のおもてなし」と第 2 条で定義している。またおもてなしの実践等の取組の基本として、第 3 条にて、おもてなしの実践その他の観光の振興に関する取組において旅行者のことを理解し、郷土への誇りや愛着を持って、旅行者に関する感謝の念や思いやりの気持ちを表すことを基本とすることとしている。第 10 条～第 18 条には、県の責務として、おもてなしの推進、魅力の創出、調査の実施、国等との連携、そして人材育成などを明記している。

また栃木県はより多くの市民が気軽に活動してもらえるようにと「おもてなしいちご隊」¹¹という取組を同時に始めた。おもてなしいちご隊とは、とちぎ観光おもてなし条例の施行に伴い開始された、県民が栃木県を訪れる方に対して「おもてなし」を実践することを促

⁹ ヒアリング調査,2017 年 9 月 4 日実施

¹⁰ 栃木県観光交流課,「とちぎ観光おもてなし条例」スタート！」

<http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/kankoomotenashijyourei.html> (2017/12/12 閲覧)

¹¹ 栃木県観光交流課,「おもてなしいちご隊とは」

<http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/omotenashiichigotai.html> (2017/12/12 閲覧)

す取組みである。市民へ観光について、またおもてなしの運営主体である観光交流課に話を伺うと、自分の可能な範囲のおもてなしに取り組んで頂くことで、おもてなしについて考えるきっかけになればよいという。おもてなしいちご隊の対象は、栃木県に在住している、栃木県に通勤・通学している方や、また栃木県に所在する企業、団体、学校、任意のグループなどの団体での登録も受け付けている。登録後は、「おもてなしいちご隊」登録証、缶バッジ、ステッカー（2枚）が送られる。人材育成、補助金を各協会や企業、団体に提供することで行っている。

次に宇都宮市の経済部観光交流課の取組について¹²である。宇都宮市観光振興プラン¹³より主に4つの事業についてまとめたい。

まず常設案内所の増設である。この取り組みは宇都宮市観光振興プランの重要施行の1つであり、現在は宮カフェに設置されている「まちなか案内所」（毎週日曜日、うつのみやシティガイド協会がまちなか案内を実施）が常設案内所としてあるが、市内各所に拡大し観光客がうつのみやシティガイド協会に相談できる体制を構築する。市内のインフォメーションポイントの整備を行い、市内に点在する観光資源に観光客が効率的に周遊できるようサポートする。その1例としてまちかど案内所の設置がある。これは市内に宮カフェ、表参道スクエア等、14箇所あるが、店舗に協力を依頼し店頭で観光パンフレット等を配布するというものである。

次に観光コンシェルジュ制度である。これはうつのみやシティガイド協会等を初級・中級・上級に知識や案内力で区分する。そして求められる能力や資質を明確化したうえで、上級者を観光コンシェルジュに任命し、ホームページや電話などでの観光相談、訪問前の観光相談などに対応する。上級者の会員を増やし、ガイドの質向上のための研修や講演会を定期的の実施するような活動も行う。

そしてホスピタリティの向上と受け入れ態勢の整備も進めている。観光ガイドやボランティアとして将来的に活躍できる市民の養成とそのネットワークづくりの為、観光ボランティア養成講座が2004年から開催されている。実地ガイド実習を含めた全10回の講座で、2004年から2010年までで計147名の受講者が講座を受けた。

宇都宮市はこのように実際に活動できる場所や教育を提供している。しかし補足になるが、宇都宮市はおもてなしに関する市民の意識調査をもとに今後の取組について考えているという。宇都宮市が2011年に実施した市民意識調査¹⁴によると、「おもてなし向上」に対する満足度は33.7%であり、施策重要度では「おもてなし向上」は60.1%となっている。まだ市民からみておもてなしが必要であり、まだ満足できるものではないように見受けられる。

¹² ヒアリング調査,2017年9月11日実施

¹³ 宇都宮市観光交流課,「宇都宮市観光振興プラン」,<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/kakushukeikaku/1007754.html> (2017/12/12 閲覧)

¹⁴ 宇都宮市「市民意識調査」(平成23年度)

栃木県と宇都宮市への調査からみえてきたことは、行政も市民を動かすためのソフト面・ハード面の整備を行っているということである。

(2) 着地型観光のこれから

本章では、今後観光業は観光業の変遷から、観光業が今後まちづくりという複合的な波及効果まで考慮し、地域の市民一人ひとりがその担い手になるとした。そしてその典型ともいえる着地型観光に取り組んでいる民間企業の視点としても地域の資源を重視していく姿勢をみることができ、また行政も観光に対し住民が考え動くような取り組みを行っていることが事例から分かった。

着地型観光を実現するためには、地域住民が積極的に参加しさらなる観光資源の発見・アレンジによって、いわば手づくりの観光資源として位置づけ情報発進すること、また地域でつくった観光ゾーンに住民のもてなしの心で温かく観光客を迎えること、最後に着地でも選択肢の多い観光商品を積極的に造成することが必要である。そのために、地元と観光客が協働して観光効果を高める観光こそ、理想の観光ではないだろうか。そのための意識は企業や行政共に出来初めているが、市民はどのように関わればよいのか。また市民が観光に対し貢献し、もしくは関係するとは一体どのようなことができるのだろうか。

私は観光に市民が関わる形としてボランティアが一番適していると考える。その理由は、まちづくりに対してボランティアが必要とされていること、またこのように着地型観光はI氏も述べていたように、地域や人を大切な資源としていることである。つまりボランティアに対するニーズもあり、ボランティア活躍の場として考慮されるべき分野であるからである。

第3章 オリンピック大会とボランティア

ここでは市民にボランティアを普及させるきっかけとして、オリンピック大会を有効活用することを過去の大会の事例を交えて述べていきたい。

本章ではまずオリンピック大会とボランティアの推移とその影響力についてまとめ、その後長野 1998 大会や第 30 回オリンピック競技大会（以下「ロンドン 2012 大会」とする）でのボランティア活躍と影響をまとめ、第 32 回オリンピック競技大会（以下「東京 2020 大会」とする）でのボランティアの概要についてと、東京 2020 大会でのボランティア活動に対しての私の考えを述べていく。

本節に入る前に、オリンピックにおけるボランティア「定義」についてまとめておきたい。公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（以下「東京 2020 大会組織委員会」とする）HP からまとめると、オリンピック・パラリンピックのボランティアは「大会ボランティア」と「都市ボランティア」の 2 種類に分けられる。また大会ボランティアは、大会前後及び期間中、競技会場や選手村などの大会関係施設における会場内の案内・誘導などを主に行う。一方都市ボランティアは大会期間中、空港や主要駅、観光地等において、国内外からの旅行者に対する観光・交通案内、競技会場周辺における観客への案内等を行うボランティアを指す。また 2 つのボランティアつまり、オリンピック・パラリンピック大会に関係するボランティアを大会関連ボランティアとする。

第1節 オリンピック大会の影響力¹⁵

1986 年の第 1 回オリンピック競技大会（以下「1986 アテネ大会」とする。）からはじまるオリンピック大会は、誰もが認める世界最大規模のスポーツ大会である。オリンピック開催期間の前後には、開催地の人々だけでなく、世界中のたくさんの人々が大会に注目し大いに盛り上がる。オリンピックは開催地だけでなく世界中の経済にも影響を与え、大会による経済効果は巨額であることはよく知られている。しかしこのような影響があることに気が付いたのは 1980 年代半ばであった。1919 年にリッチーとスミスが 1985 年第 15 回オリンピック冬季競技大会（以下「カルガリー1985 大会」とする。）に関する社会的なインパクトに関する徹底的な研究を行い、それ以降おおくの研究が進められている。その中でも 1996 年第 26 回オリンピック競技大会（通称「アトランタ 1996 大会」）はジョージア州に推定 51 億米ドルの経済効果を及ぼした。しかし 1994 年第 17 回オリンピック冬季競技大会（通称「リレハンメル 1994 冬季大会」）では収入が 8 億ドルに対し経費が 11 億 7,000 万ドルという結果になっている。このような結果になったのは、この大会の目標がリレハンメルのスキーリゾート地を世界に示す事であり収入を得ることではなかったことが関係し

¹⁵ ジム・バリー/ヴァシルギルギノフ共著,舛本直文訳 (2008)『オリンピックのすべて-古代の理想から現代の諸問題まで-』「第 5 章 オリンピックとマスメディア」,「第 7 章 オリンピック大会の経済的・環境的インパクト」以上を参考に記述

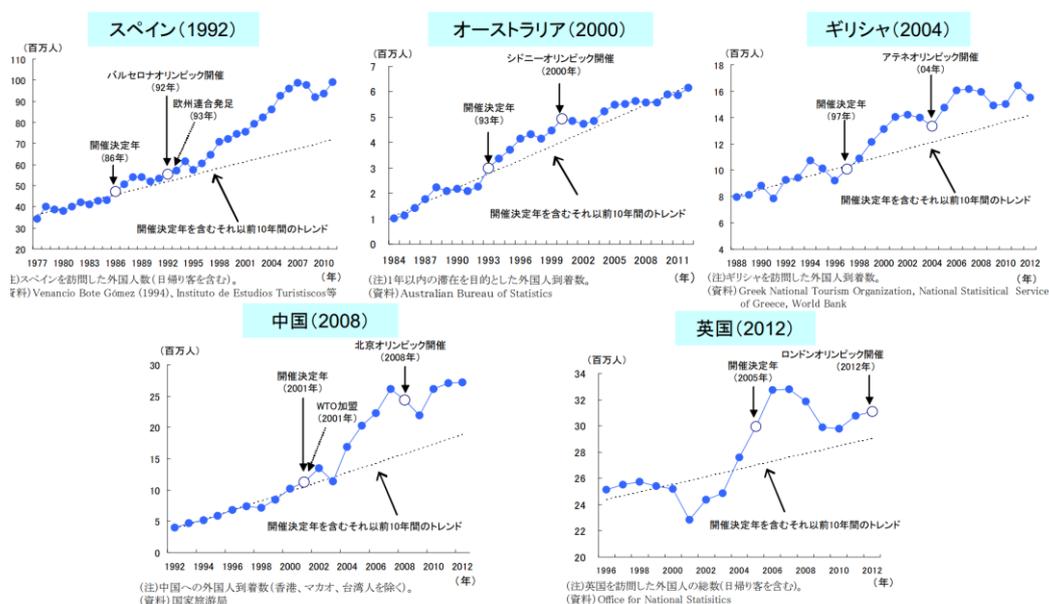
ている。つまりその大会の開催国や関係者の目標によってオリンピック大会の影響は変わってくるのだ。

このような経済的な影響力に加え、オリンピック大会は世界中の人々に対し印象という意味でも多大なる影響力を持っている。マスメディアの効果である。実際にテレビでは第14回オリンピック競技大会（以下「ロンドン 1948 大会」とする）の際、テレビ放映権料は1,000 ドルであった。その後テレビの普及と世界の情勢も関係し、20年後の第24回オリンピック競技大会では4億200万ドルに達し次の第25回オリンピック競技大会では6億ドルに、第26回オリンピック競技大会（以下「アトランタ 1996 大会」とする）では9億ドル、そして第27回オリンピック競技大会では、10億ドルを超えている。先進国におけるテレビの普及率が高いことからみてもこれだけ多くのメディアが注目しているということは、オリンピック大会がテレビによって報道されることによる影響力は大きいと言える。

またアトランタ 1996 大会で初めて組織委員会の公式ウェブサイトが設置された。16日間の大会開催期間中で、このサイトには、1億8,500万件ものアクセスがあった。1995年にIOCがウェブサイトは改良され続けている。現在は70万語、7,000枚の写真、1,200枚の視聴覚ファイルを掲載しオリンピック大会を世界に広める大きなツールになっている。インターネットなどの新しいメディアの出現は、データ、映像、文字を使い、リアルタイムで文字・音声・ビデオによるコミュニケーションが可能になったおかげである。今後テレビ離れが進んでいったとしても、インターネット等のマスメディアから世界の人々へオリンピック大会は影響を与え続けていくだろう。

また今回の東京 2020 大会もそうであるように、多くの大会で期待されるのは、旅行客の増加である。

図4【オリンピック前後のインバウンド観光客数】



出典：みずほ総合研究所,「2020 東京オリンピックの経済効果～五輪開催を触媒に成長戦略の推進を～」¹⁶

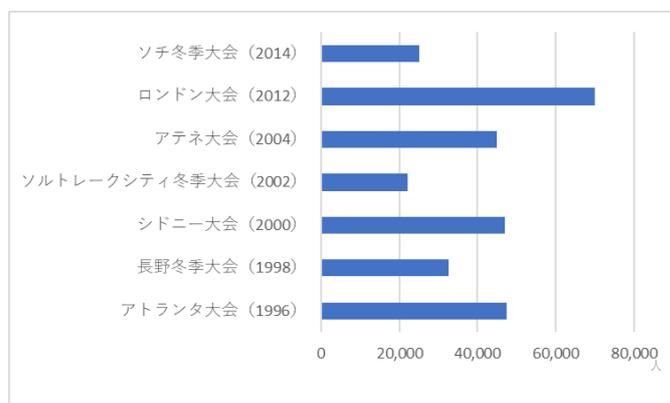
図 1 から、開催決定と大会が行われる年そしてその後と旅行者が各大会で増加していることが分かる。旅行者の増加期間の長さからオリンピック大会を観戦するだけでなく、オリンピック大会は観光を目的とした旅行者に対する宣伝効果があるといえる。

これまでのべたような影響力がある大会が開催されるということで、開催国は多くのレガシーを大会に求めるようになっている。

第 2 節 これまでのオリンピック大会ボランティア

笹川スポーツ財団の工藤氏の報告¹⁷によると最初にボランティアが運営に参加したのは、「ロンドン 1948 大会でボランティアの数は報告されていないという。また初めて計画的にボランティアを運営した大会は第 13 回オリンピック冬季競技大会（以下「レークプラシッド 1980 大会」）で、約 6,000 人が参加した。その後開催されたアトランタ 1996 大会では、約 47,000 人であった。また後で取り上げる第 18 回オリンピック冬季競技大会（以下、「長野大会」とする）では、32,579 人がボランティアとして参加した。その後のボランティア数の推移は図からみてわかるようにその大会ごとではあるが、平均としては冬季大会で約 20,000 から 30,000 人、夏季大会では 40,000 人前後である。

図 5 オリンピックボランティアの数



出典：スポーツボランティアサミット 2014 報告書より筆者作成

¹⁶ みずほ総合研究所,「2020 東京オリンピックの経済効果～五輪開催を触媒に成長戦略の推進を～」,2013,

<https://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/urgency/report130927.pdf>,
(2017/12/11 閲覧)

¹⁷ 工藤保子,「大規模スポーツイベントの開催後にスポーツボランティアは何を遺せるのか」,「スポーツボランティアサミット 2014 報告書」

<http://www.jsvn.or.jp/event/summit/2014.html>, (2017 年 12 月 10 日閲覧)

アトランタ 1996 大会で導入されたウェブサイトは、ボランティアの登録をより身近なものにしている。具体例をあげると第 19 回ソルトレークシティ冬季大会（以下「ソルトレークシティ 2002 大会」とする。）の 80%のチケットと、ソルトレークシティ 2002 大会のボランティアの 90%はオンラインを利用したものであった。

(1) 長野 1998 大会でのボランティアの活躍とレガシー

長野 1998 大会のボランティアは毎日信濃新聞¹⁸によると、大会運營業務に約 2 万 2000 人、文化プログラム約 1 万 4000 人、合計で約 2 万 6000 人が登録し活動を行った。このうち約 2,900 人が県内在住者であり、約 330 人が活動の核となるリーダーを務めた。『草の根ボランティア見聞録-長野冬季オリンピック・パラリンピックを支えた人々-』から 1998 長野大会にて実際にボランティア活動した人の意見をまとめる。「ゴミゼロ運動に参加」¹⁹に、中村氏の都市ボランティアとしての感想を 1998 年 3 月 8 日に行われた川中島町有線放送の生放送にて司会からの質問に次のように答えている。オリンピック期間前にゴミゼロ運動を行った際には、この時は今井駅周辺や大型道路に空き缶・たばこの吸いがら、ビニール袋等のゴミが目立っていた。しかし今日のパラリンピック期間中には、同じ場所に空き缶やゴミがあまり見当たらず、だいぶ改善されてきていた。川中島地区の倫理指数が上がってきたとも考えられ、これからも続くことを願っている。

また「選手たちの素顔に触れて²⁰」で川中島選手村の警備ボランティアに参加した柄澤は、不審人物に注意しながらも、笑顔で接することを心がけていたという。10 日間の日程で彼女は、選手村で多くの選手の素顔を間近に見て以来、国際ニュースが気になるようになったと述べている。

また長野 1998 大会から始まった一校一国運動を、ボランティアの 1 種であることそして継続的に残されているレガシーの紹介としてここにまとめる。「一校一国運動」²¹とは、長野 1998 大会から始まった運動で、長野市内の小・中・特殊学校が、オリンピックやパラリンピックに参加する国・地域、選手団と交流する計画である。具体的には各校で決めた交流相手国の歴史、社会文化を調べ、その国の言葉を学び、手紙やビデオレターを送るなどの活動である。これは長野親善クラブ²²によると国際「広島アジア大会の一館一国運動」を

¹⁸ 信濃毎日新聞「長野五輪ニュース」, <http://www.shinmai.co.jp/feature/olympic/> (2017 年 12 月 5 日閲覧)

¹⁹ ワールド・ゆう 川中島有線放送編『草の根ボランティア見聞録-長野冬季オリンピック・パラリンピックを支えた人々-』, p63-64

²⁰ ワールド・ゆう 川中島有線放送編『草の根ボランティア見聞録-長野冬季オリンピック・パラリンピックを支えた人々-』, p75-76

²¹ 公益財団法人日本オリンピック委員会「オリピズム」「オリンピック質問箱」, <https://www.joc.or.jp/olympism/qa/> (2017/12/12 閲覧)

²² 長野国際親善クラブ「私たちの概要」 <http://www.1koku.com/overview> (2017/12/12 閲覧)

参考に、長野らしい方法で交流活動を実施することを決定し、小出氏は長野青年会議所の助けを借りて活動が動き始めた。実際には1996年1月から長野市の小・中・特殊学校など76校で展開された。この活動は大会運営に対してだけでなく、市民活動にも好影響を与えた。その後のオリンピック大会の際にも導入され、IOCのプログラムにも取り入れられるなど高評価であった。

一校一国運動に参加した小学生に対し、真田氏らの研究チームが長野大会にあわせ1999年に長野市などの小学生約1,400人に行った意識調査²³によると、一校一国運動に参加した児童の90.3%が「世界が平和になるように何かしたいと思う」と回答。県外の児童が58.6%だったのを大きく上回った。また、「勉強やスポーツなどをがんばろうと思う」も83.3%で、県外の76.7%を超えるなど、教育に与える影響は大きい。また実際に参加した学んだ子供たちの今に焦点を当てた、NHKで放送された「チャレンジ Tokyo 長野五輪が子どもたちに残したもの」²⁴では上野氏と岩本氏の2人の紹介がされた。本活動でトルコについて学びその後ホームステイを体験したことをきっかけに「日本政府観光局」にて働き始めた上野氏、ボスニア・ヘルツェゴビナについて学び、現在は国際平和について子どもたちに伝える為教師になった岩本氏。上野氏は「一校一国運動が人生の核になっている」と、また岩本氏も「自分の中で過去を振り返ってみると、一校一国運動がなかったら、とは考えづらい」とこの活動の影響の大きさを語っていた。

彼ら彼女らの意見や調査結果から、オリンピック大会が個々の人生や考え方、または地域社会に少なからず影響を与えていることが考えられる。またオリンピック大会はスポーツイベントであるにも関わらず、その影響力は地域のゴミ環境、国際問題への関心など多方面であることが分かる。今回取り上げた事例は実際に大会運営そのものに関わった人々の例ではない。彼ら彼女らの話からは運営や競技といったオリンピック大会のメインイベント以外にも人々は影響を受けていることが読み取れ、このメガ・スポーツイベントが大会ボランティアへ何らかの影響を及ぼすと言える。

もちろんその影響にはここで取り上げたようなプラスの影響以外のものもあるだろう。そのような影響を与えないことはもちろんであるが、その後のフォローについてはまた第3節にて考察していく。

(2) ロンドン2012大会の影響

2012ロンドン大会は、各メディアにて「ゴールデン・サマー」「マジカル・サマー」と形容されるほど、素晴らしい影響を英国にもたらした。大会開催前にオリンピック・パラリンピックの「レガシー」に関する計画が本格的に作成された初めての大会であることは、2012ロンドン大会の1つの特徴である。ロンドン組織委員会は、「レガシー」という項目に

²³ 真田久・平井敏幸(1999)「一校一国運動と子供たち」,JOA タイムズ 22,p18-23.

²⁴ NHK,「チャレンジTokyo 長野五輪が子どもたちに残したもの」

<http://www.nhk.or.jp/shutoken/miraima/articles/00539.html> (2017年11月30日確認)

対し「スポーツの振興」と「東ロンドンの再生」を掲げた。そして大会ボランティアとして約 70,000 人、都市ボランティアには 8,000 人が参加し活動した。またそれぞれ「ゲームズ・メーカー」、「チームロンドン・アンバサダー」と呼び、彼ら彼女らは「I DO ACT」というミッションのもと大会に貢献した。大会委員長のセバスチャン・コー (Sebastian Coe)²⁵は、彼らボランティアに対し閉会式で「今大会の顔であったといえる」と英語でコメントを残している。また各メディアによる報道も賞賛するものがほとんどであった。

東京ボランティアナビ²⁶によると、「大会をつくりあげる人」という位置づけで活躍したゲームズ・メーカー約 7 万人は、運営主体のロンドン 2012 組織委員会のもと、主に選手や大会関係者や観光客を対象に、競技会場や選手村などの大会関係会場及びその周辺で活動を行った。募集条件は、満 18 歳以上で、最低 3 回の大会前トレーニングに参加可能であること、最低 10 日間の活動が可能であること、そしてイギリス永住者、労働ビザ所持、若しくはヨーロッパ諸国の ID またはパスポートがあることである。最後にあげた条件と、ソチオリンピック開催が決まっていたことから、「ソチ・ロンドン・ソチ」プログラムが行われた。このプログラムは、第 22 回オリンピック冬季競技大会 (以下、「ソチ 2014 大会」とする) に向け、ボランティアの中核となる人材の育成を目標とし、ロシア国内 26 大学から各 4 人計 104 人がロンドン 2012 でゲームズ・メーカーとして活躍した。この際の採用は他のゲームズ・メーカーと同様である。また参加した 104 人は、ソチ 2014 の際にボランティアリーダーとして活躍した。

チームロンドン・アンバサダーはつまり都市ボランティアを指す。彼らはロンドン市を運営主体とし、8,000 人がロンドン市内にある 43 カ所のインフォメーションブースにて活動した。インフォメーションブースはロンドンの主要空港、駅などの交通拠点や観光スポットに設置された。また彼ら彼女らはオリンピック・パラリンピックを通じ 65 日間の活動期間のうち、一人当たり通常、1 日 5 時間のシフトで 6 日間連続して重視した。応募の条件は、応募時に満 16 歳以上であること、英国で労働可能であること (英国国籍または労働ビザ)、面接と 3 日間のトレーニングに参加可能であることの 4 つであった。年齢制限を 16 歳以上とすることで若者層の参加を促した (東京ボランティアナビ - 東京 2020 大会に向けたボランティアウェブサイト -)。

チームロンドン・アンバサダーとして活動した人々は、労働ビザの所持が条件であることから多国籍であり、また元警官、元公務員、フィットネスインストラクター、大学院生など様々な背景を持ち合わせていた。大ロンドン市が作成したビデオ²⁷で彼らは、ボランテ

²⁵ 「Sebastian Coe & Jacques Rogge Closing Ceremony Speech - London 2012 Olympics」, <https://www.youtube.com/watch?v=-3pyItoH58Y&index=5&list=PLAF16162F02D434D4> (2017/12/5 閲覧) より筆者訳

²⁶ 東京都オリンピック・パラリンピック準備局「London 2012」「東京ボランティアナビ - 東京 2020 大会に向けたボランティアウェブサイト -」
<http://www.city-volunteer.metro.tokyo.jp/> (2017/12/05 閲覧)

²⁷ 東京都公式動画チャンネル「ロンドン 2012 大会「ボランティアになってよかったこと」

ィアを続けたいという声を残している。

また、これらの他にもロンドン 2012 大会²⁸では、スポーツ・レガシー事業として「スクール・ゲームズ (School Games)」「スポーツメーカー (Sport Maker)」、経済レガシーとして「コンピートフォー (Compete For) という Web サイトや、社会レガシー「カルチュラル・オリンピヤード (Cultural Olympiad)」、 「ロンドン 2012 インスパイア・マーク (London 2012 inspire mark)」などの施策事業を行ってきた。その中でも「チームロンドン (Team London)」「ジョインイン (Join In)」事業を取り上げて述べたい。

2012 ロンドン大会でのボランティアの活躍が取り上げられたのは、開催期間だけでなくボランティアの推進プログラム「ジョインイン (Join In)」 がオリンピック終了後からパラリンピック開催までの 2 週間イベントを実施したことも 1 つの理由である。ジョインイン²⁹では、イギリス各地のスポーツクラブに対して、地域コミュニティーの一員として、クラブをオープンにするイベントの開催を依頼し、誰でもスポーツに参加できる場を提供した。その結果、パラリンピック終了後に、スポーツボランティア、スポーツの実施に興味を持つ人が増加した。このプログラムは 2012 年に設立され 2016 年まで政府補助金と民間企業から支援を得て活動をしていた。その後は the Sport and Recreation Alliance という英国のスポーツ連合に加盟し、ロンドン 2012 大会のレガシーを今も運営また成長させるため現在も活動している。

ボランティアの活躍やこのような施策事業の影響から、2012 ロンドン大会では、ボランティアをレガシーとして評価されているが実際にその後遺産として残っている。

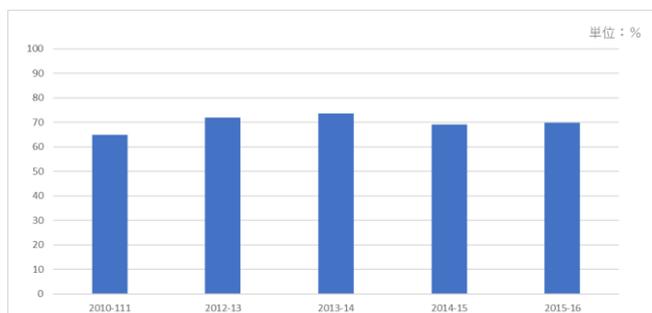


図 6 「Participation in any voluntary activities」何らかのボランティア活動への参加率 (2010 年度以降)

出典 GOV.UK 「Community Life Survey」

図 2 は英国内閣府が実施した「コミュニティー生活調査(Community Life Survey)」から

<https://www.youtube.com/watch?v=O4XZcsThAgw&feature=youtu.be> (2017/12/12 閲覧)

²⁸ 「LONDON2012」<https://www.olympic.org/olympic-legacy/london-2012> (2017/12/12 閲覧) より筆者訳

²⁹ 「About Us」,Join in Trust HP, <https://www.joininuk.org/about-us/> (2017/12/12 閲覧) より筆者訳

2010 年度以降「何らかのボランティア活動に参加した人々 (Participation in any voluntary activities)」の割合を示したグラフである。

2012 年に向けボランティア活動に参加する人の割合が増加しその後横ばいを保っていることが分かる。このことから近年低下しつつあったボランティア活動への参加率が、2012 年を境に改善されたという結果になる。また、大会開催後に大ロンドン市が市民を対象にして行った調査では、2012 ロンドン大会でのチームロンドン・アンバサダーやゲームズ・メーカーの活躍を見聞きし、回答者の 14%が「現在、ボランティア活動により関心を持っている」、13%が「将来的に以前よりも多くボランティア活動することを考えている」、8%が「初めてボランティア活動をした」、5%が「現在、以前よりも多くボランティア活動をしている」と答えた (GLA Intelligence Unit 2013)。

このような調査や経験者の意見から、オリンピック大会に関係にした人々が集まりその後の活動に続けていくことで社会全体に影響を及ぼすことがいえる。つまり、運営の方針をきちんと考慮し、運営組織の人間だけでなくボランティアもその影響力について理解して行動することが重要であると考えられる。また「Join in」のように、大会開催時だけの活動に留めずその後まで続けることが、地域社会にまで効果を波及させる重要なカギである。

第3節 東京 2020 大会ボランティア

では 2020 年に開催される東京 2020 大会のボランティアはどのように考えられているのだろうか。公式 HP³⁰によると東京 2020 大会では、大会ボランティアと都市ボランティア合わせて 9 万人以上の活躍を想定している。

ボランティアの募集・研修・運営は、大会ボランティアに対しては公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 (以下「組織委員会」とする) が、都市ボランティアへは東京都産業労働局観光部が行う。また東京都と組織委員会は都外の競技会場を有する自治体と連携を取ることを明らかにしている。具体的には都市ボランティアのユニフォームや活動拠点の装飾、そして接遇や大会情報などの研修の一部を共有化することである。両ボランティア共に 2018 年夏頃から募集を開始し、選考を実施していく予定である。そして 2020 年から研修を実施していく。応募条件は、応募時に満 18 歳以上であること、ボランティア研修に参加可能であること、日本国籍を有すること、そして大会ボランティアは 10 日以上、都市ボランティアは 5 日以上活動出来る方となっている。また募集方法については、原則としてウェブを通じた応募であるが、都市ボランティアについては郵送等も検討している。そしてウェブ応募に関しては、時代に合わせ応募フォームをパソコンだけでなく携帯電話、スマートフォン、タブレットからも応募できるよう調整しているという (2017 年 11 月現在)。また大会ビジョンコンセプトに「多様性と調和」があるよう

³⁰ 公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会、「東京 2020 大会のボランティア活動」, <https://tokyo2020.jp/jp/get-involved/volunteer/about/> (2017 年 12 月 5 日閲覧) 大会ボランティア・都市ボランティア詳細は以上を参考に記述。

に、ボランティアにおいても、様々な人が活躍する取組を行うと組織委員会は述べている。その具体例として、障害者、児童・生徒、働く世代・子育て世代なども活躍できる場所や条件、環境を整えていくという。

次に東京 2020 大会ボランティア活動内容の詳細についてまとめておきたい。まず大会ボランティアについてである。募集条件は、2020 年 4 月 1 日時点で満 18 歳以上の方、ボランティア研修に参加可能な方、日本国籍を有する方又は日本に滞在する資格を有する方、10 日以上活動できる方、東京 2020 大会の成功に向けて、情熱を持って最後まで役割を全うできる方、お互いを思いやる心を持ちチームとして活動したい方の 6 つである。大会ボランティアの活動内容は、会場内誘導・案内、ドーピング検査、ドライバー、スタッフ受付、ユニフォーム配布、メディア対応、言語サービス、選手団サポート、物流サポート、物品貸し出し、持続可能性活動、ID 発行サポート、競技運営サポート、医療サポートと多岐に渡る。

続いて都市ボランティアについてまとめる。都市ボランティアは東京都が募集や管理等を行う、空港・主要駅・観光地などで国内外の旅行者に対する観光・交通案内などを行うボランティアである。2018 年夏まで募集条件や活動詳細は未定である。しかし「東京ボランティアナビ - 東京 2020 大会に向けたボランティアウェブサイト - ³¹」では、現在活動中のボランティアとして東京観光ボランティア、そして外国人おもてなし語学ボランティアを紹介している。また東京マラソンや 2019 ラグビーワールドカップなどのメガ・スポーツイベントでボランティアをし、その経験を東京 2020 大会に生かして欲しいという。

組織委員会は、ロンドン 2012 大会を超える 9 万人以上というボランティアを募るために、ウェブサイトやシンポジウムを通じて情報発信をし、東京都ボランティア活動推進協議会にて運用体制の検討等に取り組んでいる。また組織委員会では、2016 年から東京 2020 参画プログラムを開始し、様々な組織・団体がオリンピック・パラリンピックと繋がりを持ち、そして東京 2020 大会に向けた参画、気運醸成、レガシー創出に向けた活動が実施できる仕組みを推進している。そしてこのプログラムにおいてボランティアの積極的な活用を推奨している。

また東京都では、東京 2020 大会開催をきっかけに、ボランティア文化の定着を図り、ボランティア活動の推進を中心とした共助社会の実現を目指し、2016 年 2 月、「共助社会づくりを進めるための東京都指針」を策定した。この指針に基づき様々な取組を行っている。まず、ボランティア活動に関する継続的取組や先進的な取組を行う企業・団体を表彰し、これまでの活動に報い、ボランティア活動の気運の盛り上げの一助とすることを目的とした、「平成 28 年度東京都共助社会づくりを進めるための社会貢献大賞」を創設した。また、若者をターゲットとしたイベント等を実施している。こうした取組を通じ、東京 2020 大会のボランティアに多くの方の参加を促していく（東京 2020 大会に向けたボランティ

³¹ 「東京ボランティアナビー東京 2020 大会に向けたボランティアウェブサイト」
<http://www.city-volunteer.metro.tokyo.jp/index.html> (2017/12/12 閲覧)

ア戦略（案）。

またこの指針では東京 2020 大会の開催を見据え、東京都では現在街中で困っている外国人を見かけた際に簡単な外国語で積極的に声をかけ、道案内等の手助けを行う「外国人おもてなし語学ボランティア」を育成し、観光客等が安心して東京に滞在できる環境を整えている。それに加え、次世代を担う中高生を対象に、外国人旅行者への対応方法や東京ならではの「おもてなし」の手法を学び、おもてなしの心を持って都内観光スポットで外国人旅行者を案内するボランティア「おもてなし親善大使」を育成している。またオリンピック・パラリンピック教育（ボランティアマインド）として、ボランティアマインドをオリンピック・パラリンピック教育の重点的に育成すべき項目の一つに位置付け、都内全ての公立学校において、これを醸成するために「東京ユースボランティア」の取組を推進していく。この取組は、各学校が行ってきた社会奉仕の精神を養う取組を充実・拡大させていくことを目的としており、子供たちのボランティアマインドを育むとともに自尊感情を高めていくために、発達段階に応じて、ボランティア活動を計画的・継続的に行っていく。

東京 2020 大会のボランティアが個人への効果だけでなく、ロンドン 2012 大会のチームロンドン・アンバサダーのように社会に影響を与えるためには、遺産としてその後のことまで考慮しなくてはならない。組織委員会³²は、ボランティアのレガシーとして 2 つ挙げている。1 つ目にボランティア活動気運の維持と継続に関して大会後もボランティア活動への参加気運の着実な維持・継続を図るための取組について検討するという。具体的には、ボランティアの参加者に感謝の意を表明し、大会でのボランティア活動を次の活動に繋げていくためにも、その活動が東京 2020 大会を支えたことを実感できるような取組を検討すること。また大会後も、ボランティア参加者が培ったネットワークを維持し、様々なボランティア活動に参加できるよう、関係機関とも調整し、円滑に移行できる体制を構築するという。

2 つ目は東京 2020 大会に参加したボランティアが、大会後も活動できる仕組みを 2020 年までに構築し、国内におけるボランティア文化の定着を目指すことを目的とした取組である。まずボランティア活動ができる環境の整備として、ボランティア休暇制度の活用促進やアクセシビリティの確保などが行われるよう、ボランティアに参加しやすい環境づくりを引き続き推進する。そして活動機会の提供・マッチング機能の強化を東京都ボランティア活動推進協議会における連携を基盤にし、ウェブサイトを活用するなど、多種多様なボランティアの募集・活動情報を豊富に提供する取組を考案している。また、ボランティアコーディネーターの育成・活用を行い、活動を希望する参加者とニーズに対応した活動機会への適当なマッチングを図る機能を強化する。そして運営ノウハウの共有である。東

³² 「第 6 章 大会後のレガシー」公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員「東京 2020 大会に向けたボランティア戦略」
<https://tokyo2020.jp/jp/get-involved/volunteer/about/>（2017/12/12 閲覧） p19

京都ボランティア活動推進協議会を通じ、ボランティアの募集・研修・運営によって得られたノウハウを、ボランティア関連の団体に提供するなど、各団体の取組を支援する体制を整える。

第4節 「チーム東京アンバサダー」

これまで見てきたように組織委員会は、レガシーとしてボランティアを残そうと考えていることが見てとれる。しかし、具体的な取組がどのように進んでいるのかはまだ公表されていない。ロンドン 2012 大会の「Join In」プロジェクトのように、大会開催時からその後までつながるプロジェクトが社会に影響を及ぼしたように、継続性はその事業の効果を左右するというのを念頭に置いて動くべきである。

ここまで本章では、まずオリンピック大会が開催国や世界に対し巨大な影響力を持っていること、また長野 1998 大会での事例からオリンピックに関係した人々はその活動に大きな影響を受けるということをもとめた。またロンドン 2012 大会の事例からボランティアの力が社会に影響を及ぼす事、またその影響は主体的な活動、また継続した活動の賜物であり、東京 2020 大会でも考慮する必要がある。

そこで東京 2020 大会関連ボランティアの理想像を「チーム東京アンバサダー」と名付けたい。「チーム東京アンバサダー」は東京の魅力を外に発信する伝道師また、ボランティア活動自体を社会に広める存在であり、ロンドン 2012 大会にて活躍した「チームロンドン・アンバサダー」からとったものである。

「チーム東京アンバサダー」を提示する上で、実際にボランティアを組織化し活動を続けていくことで何が見えてくるのか、またその課題について検討しボランティア活動の新しい問題点や展望についてまとめていきたい。

第4章 身近な「アンバサダー」の実態

この章では、現在宇都宮市で活動している一般社団法人うつのみやシティガイド協会（以下「シティガイド協会」とする。）へのヒアリング調査と宇都宮スポーツ推進委員がボランティアとして参加している JAPANCUPCYCLEROADRACE での活動に対し行ったヒアリング調査から、今活動している組織の課題点や今後について考えていきたい。

第1節 一般社団法人うつのみやシティガイド協会

まずシティガイド協会の概要についてまとめる。シティガイド協会は活動を始めて10年ほどの団体で、開始当時は協会ではなかったが、2006年9月にうつのみやシティガイド協会へ、そして昨年4月に一般社団法人「うつのみやシティガイド協会」という現在の形になった。

現在（2017年11月10日現在）では、会員は60人で、多くは65～70代前半の会社を定年退職した方である。会員は、おもてなし推進委員会の観光ボランティア育成部会が主催し、企画運営を本協会が行う「宇都宮市観光ボランティア養成講座」の受講生が多い。受講生が全員うつのみやシティガイド協会に入会を強制するという訳ではない。

拠点として、宮カフェ前に日曜日、2012年から大谷観光案内所では土日祝日の2か所を設置し、2名の当番制にて運営している。拠点では、観光案内、パンフレット配布、ミニ検定、折り紙等の活動を行っている。拠点でないが、関東バスと協力したJR宇都宮駅を起点にした大谷観光ガイドは、有料にも関わらず昨年度は177人の観光客が利用した。昨年度は約60件の依頼が県内・外から依頼を受け、小中学生をはじめ、シルバー人材センターといったシニアに向けた観光案内も請け負った。これらに加え、市内で行われているイベントへの協力やブースの出店や、シティガイド協会会員によるツアー企画も始められている。

シティガイド協会に入る会員は、おもてなし推進委員会の観光ボランティア育成部会が主催し、企画運営を本協会が行う「宇都宮市観光ボランティア養成講座」を受講し、仮入会そして入会をすることで正式な会員となる。今回ヒアリング調査を受けて頂いたF氏も第3期生である。

実際に筆者も参加した2017年度観光ボランティア養成講座の受講生の多くは、シティガイド協会と同様に60代70代の方が多く、また40代の専業主婦の方も見られた。受講生の参加の理由は、定年後に何か活動をしたい、これまで宇都宮のことを知ろうとせずに生活してきたことからの義務感、宇都宮について聞かれた時になにも答えられなかったことから等さまざまである。生まれた時から宇都宮で過ごしているという人、仕事の関係で宇都宮に来たという人は約半数ずつであった。

2017年に行われた講座は、講義形式の3回と屋外活動6回そして最終回の計10回を2時間ないし3時間行われた。講義では、宇都宮市観光コンベンション協会、宇都宮伝統文化連絡協議会、そして宇都宮市経済都市魅力創造課、農林生産流通課等から宇都宮市の観

光について学んだ。屋外活動では、うつのみやシティガイド協会の講師が受講生を市内にあるさまざまなスポットに案内し、実際にガイドする。ガイドをするだけでなく、ガイドする際の注意事項なども教えていた。また担当講師だけでなく、シティガイド協会会員の数名が手伝いで参加し、受講生と交流する姿がみられた。

養成講座終了時の感想にて、受講生は、「観光客だけでなく市民にも市内の魅力を伝えたい。」「学ぶ感動を思い出した。」「自身が行っている活動と組み合わせて何か行いたい。」等、今後の活動に対して意欲的な意見を述べた。シティガイド協会にこのまま入り活動したいという意見も多かったが、講座を受講したことで満足という受講生もいた。

実際に講座に参加し、このような集まりにて新しく人とのつながりが出来ること、新しく出会った人とコミュニケーションをとることに喜びを感じたという受講生の声を多く聞いた。このことからボランティアや講座に限らず、仕事や家庭以外の場所の重要性を感じた。

第2節 会員へのメリット

第1節では養成講座を通し実際に会員になりたいと思う人がいるということ、受講生から会員へなるまでのシステムが強制ではないが出来上がっていることをまとめた。しかしボランティアを長期的にするということは会員に何がメリットとなり彼らを動かしているのだろうか。F氏はリタイア世代への健康づくりや生きがいを創出することができているのではないかという。本協会に入って活動をし、元気になったという声を多く聞く。実際2017年度観光ボランティアガイド養成講座の受講生や実際に本協会でも活動している方に話を聞くと、最近体の調子がいいといった意見を耳にした。活動を続けることで歩くまたは体を動かすことによって健康的な体づくりできるという意味の元気になったのである。実際に70代の方が大谷資料館の案内を1日に4往復、また9~10km歩くコースをこなすほど元気に活動している。体を動かし健康になるきっかけづくりとして作用している。

それだけでなく、F氏は家族以外の人と話すということ、そして臨機応変な対応を迫られるという緊張感がよい刺激になっていると話した。観光ガイドという活動であることで、外からの刺激はより一層感じられるものだろう。家族以外のシティガイド協会会員との会話だけでなく、外での活動であることそして観光客という毎回違う人を相手にしているからである。ボランティア活動の多くは、組織内での交流が主になっておりマンネリ化が懸念される。しかし毎回話す相手が変わり場所も変わるということで刺激が他より多い。そのことによって認知症の予防にもなるのでは、とF氏は語っていた。

このように会員が活動を元気に行うことから、観光客への満足度もあがり口コミから多くの人に宇都宮や栃木に来てもらうきっかけになってくれることが理想である。強いてはこのガイドが新しい魅力の1つになってほしいという。

このように多くのメリットがある活動であることから会員はボランティア活動に対し、仕事という印象を持たず、積極的に関わっていることがわかった。では次に継続的に活動

を行うために必要になることを次の節では考えたい。

第3節 シティガイド協会の課題点

シティガイド協会の課題点としてあげられるのは、ガイドのクオリティのばらつき、そして組織の継続性の問題である。

まずガイドのクオリティについてまとめる。現在60人の会員がいるシティガイド協会では活動に参加する人のばらつきがある。I氏が人材育成の際に経験が必要不可欠であると述べていたように、ボランティアガイドであっても経験が無ければならない。しかしボランティアであるが故に、強制参加を押し付けることができないので参加する人に限りが出てきてしまうという。また経験を重ねレベルアップした先輩会員の姿を見て「自分には難しい」と謙遜してしまう人もいる。養成講座の受講生が、講師の解説に賞賛の声を上げるとともに自分が彼のようにガイドを出来るのかとつぶやいていたことを思い出す。このように会員が増えてきたことで、その中の格差が出来てしまっているということが課題の一つである。

シティガイド協会はこの問題解決のため会員のモチベーションを上げることを始めている。それは会員が紹介したいと思った場所のツアーを企画実施する部門の設置である。この部門では自分のやりたいことを行うことができるため会員から高評価であるという。また地元の人しか知らないようなスポットに行ったり話を聞いたりすることが出来ることから、500円と有料ながらも利用者が満足していくという。これは着地型観光の1つの在り方としても有効なものではないか。会員にとっても自分のモチベーションを上げるため、また経験を積むという点、ほかの会員の企画を手伝うことから宇都宮市の新しいことを知ることが出来るという点でも人気であるという。F氏は「ボランティアなのだから仕事と思わせたくない。自分のしたいことをして、お客様のためになることが一番の理想でこの企画部門はそこに適していると思う。」と述べていた。

次に組織の継続性の点である。現在すべての依頼はF氏が引き受け、F氏から会員に仕事を流すという流れになっている。以前はそれぞれ引き受けたものを分担していた為、組織として把握漏れなどがあったためこのトップダウンスタイルで行っているのだという。このスタイルのおかげで仕事の漏れやミスは少なくなったという。依頼に合わせて仕事をお願いする会員を決めていることから利用者の満足度も上がっているという。

一方でF氏をはじめとした事務局での仕事の負担が大きいことは言うまでもない。仕事の依頼、経理や会議への出席、ほかの組織との連携等である。またこれらの仕事に追われているためガイドとして現場に参加することはあまりなく、F氏は自身のことを冗談半分に「パシリと営業マン」と比喻していた。また現場にあまり参加できていないため、会員から何もしていないと言われてしまったこともあるという。このことからメールでの言葉遣いや会員とのコミュニケーションなど気遣いをしている。加えてシティガイド協会の会員の多くは60代後半以上であることを忘れてはならない。もし事務局の方に緊急のことが

起こった場合のこと等組織作りについて考えていく必要がある。

第4節 シティガイド協会がアンバサダーとなるためには

シティガイド協会が宇都宮市の魅力を伝えるアンバサダーとしてチームロンドン・アンバサダーのように宇都宮市の観光を引っ張っていくためには、第4節であげた課題点の解決に加え、他組織との連携がカギになってくる。なぜならば第1章でも挙げた通り観光は「複合的な」分野であるからである。

現在、シティガイド協会は宇都宮市をはじめとした様々な組織とのつながりがあってなりたっている。行政と協力し大谷資料館に常設の案内所を設置した。その経緯としては、2014年頃から使われなくなっていた建物にて、案内所を設置したいという意向を宇都宮市観光交流課やコンベンション協会に伝えた。両者とも前向きにとらえ片付けや手続きを宇都宮市や観光コンベンション協会が進め、2016年10月運営がスタートした。協力を得られた理由として、これまでの活動の実績が認められたのではないかとF氏は述べた。また本協会がホームページ等を設けていないことから、依頼に関して観光コンベンション協会や宇都宮市の方に支えられている部分がある。観光コンベンション協会や宇都宮市へ依頼の連絡が来た場合、本協会の電話番号を伝え紹介するような連携がとられている。このように本協会が活動するためのハード面の整備といった協力態勢が確率しているという。

一方で手助けを受けるだけでなく、持ちつ持たれつの関係とするため、本協会は宇都宮市内で行われているイベントへのボランティアの派遣を行っている。餃子祭りや宇都宮ウォーキングフェスタ等にて出来る仕事を引き受けているという。団体のガイドやツアー企画など他の仕事もこなしながらこのようなイベントに参加することに関し、いいように使われていると感じる人も多いのではという質問に対し、F氏はイベントに来た方に喜んでもらえるのなら、という意気込みで臨んでいるという。

このようにボランティアとは言え活動の質を維持すること、そしてボランティア活動を続けていくためには、他組織との連携が必要不可欠である。

第5節 JAPANCUP CYCLE ROAD RACE in UTSUNOMIYA から

前節で観光に特化したボランティア活動を行うシティガイド協会の事例をまとめたが、ここでは別の角度として、専門性をもったいわゆるプロボランティアが地域の魅力となりアンバサダーとして活躍している事例をまとめたい。

JAPANCUP CYCLE ROAD RACE in UTSUNOMIYA（以下「ジャパンカップ」とする）とは、アジアにおける最大規模の自転車競技レースの1つであり、ツール・ド・フランスやジロ・デ・イタリアといった、世界の第一線で活躍する選手たちの勝負を間近で見ることが出来る日本で唯一の大会でもある。現在ワンデイ・レースとしてはアジアで唯一、最上位カテゴリーのオークラス（Hors Class = 超級）のレースとなっており、UCI（国際自転車競技連合）からはアジアにおける自転車競技発展の牽引役として認められている。

ここでジャパンカップに、大会前々日に行われるチームプレゼンテーションと、大会前日に行われるクリテリウムつまり短い距離の周回コースを走るレースも含めたい。

ジャパンカップは宇都宮市の大きな観光資源の1つである。宇都宮市観光交流課³³によると、2016年に開催された第25回目のジャパンカップへの来場者数は、チームプレゼンテーションに5,000人、クリテリウムに過去最高の50,000人、そしてサイクルロードレースには85,000人であった。

ジャパンカップでは、シティガイドのような一般ボランティアではなく、宇都宮スポーツ推進委員会が初年度開催当時から積極的にボランティアとして活躍している。なぜならば、あくまで競技大会である以上専門性を持ち大会の趣旨を理解している人でないと運営が難しいからである。そして彼ら彼女の活躍はジャパンカップが宇都宮市の観光資源として売り出される一因になっている。運営主体である宇都宮市都市魅力創造課のU氏と宇都宮市スポーツ推進委員会W氏に2017年11月21日にヒアリング調査を行った。

前東京オリンピックの際に体育委員からスポーツ推進委員に変更された。変更内容の大きなものとして活動内容が条例で明文化されたことであるとW氏は挙げている。その中でも地域との密着を計画立案から実行まで行うことがジャパンカップへ参画したきっかけであり意義であるという。都市魅力創造課つまり運営側もあくまで競技大会であるジャパンカップには専門知識を持った、また大会の意義を共有し合える人という点でスポーツ推進委員会など、連携の取れている団体からのみボランティアを集めて運営しているという。

専門的な知識を持った彼ら彼女らが大会を支えることで、スポーツイベントの観光客に対し、自身の経験等を交えながら活動が出来ているのではないだろうか。彼ら彼女らへの運営主体からの信頼は厚い。都市魅力創造課U氏が「本当に頭が上がらない」と声を漏らすほど、駐車場係などの雑用に対しても文句などなく率先して活動しているという。

またスポーツ推進委員の方の対応が本当のおもてなしではないかとまでU氏は語る。その理由として、先に述べたように、率先して活動に参加する姿勢と観光客からのクレームが大変少ないことをあげている。苦情が少ない原因としては、観光客への対応の良さがある。対応に関してはW氏も自信をもって語っていた。スポーツ推進委員が普段イベントなどで観光客への対応を経験していることが影響しているという。

開催当初のジャパンカップでは、運営がスムーズにいかないことや観光客のマナーが悪いなど問題は多々あった。事前の周知と当日の周知など運営側の工夫を5年から10年ほどかけて取り組んだおかげで今の質の良い、まごころのこもった大会となっている。

ジャパンカップ中の宇都宮スポーツ推進委員会の活躍のように、プロボランティアが地域の魅力に磨きをかけ、その地域のまちづくりに貢献できるということがこの事例から伝えたい。

³³ 宇都宮市観光交流課、「2016 ジャパンカップサイクルロードレースの開催結果概要について」, <http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/koho/kishahappyo/1012555.html>, (2017/12/11 閲覧)

須田（2009）は観光にかかわる地域の課題を1つとして「観光資源の棚卸しとまちづくり」をあげている。多くの観光客を招くためには、優れた観光資源や対象が存在し、それらが地元の人によって磨かれている必要がある。しかし観光資源になり得るものの多くは地元のひとにとっては日常的なものであることが多く、価値や存在に気づかれていないものがほとんどである。それゆえにまず地域の人が今一度身の回りを見つめなおし、観光対象として位置づけをし、場合によっては資源の再認識と情報発進するといういわば観光資源の棚卸しが必要になる。また観光資源はまちに根付いているものである為、観光客を迎えるに足るまちづくりをする中で、それらの価値をみがきあげ、地域のブランドとして提示できるまでに高めなくてはならない。

このように地域の資源に気づききっかけとして、宇都宮シティガイド協会のように一般ボランティアというシステムが必要であろう。またジャパンカップでのスポーツ推進委員のように、自身の専門性を活かした活動の延長線上で地域資源の魅力創造、磨き上げを行うということも別の角度からであるが、アンバサダーの活動といえるだろう。

おわりに 「チーム〇〇ボランティア」と共に必要なこと

本稿では、行政資料やヒアリング調査、他国の事例等を用いて、ボランティアの在り方について述べてきた。

第 1 章ではボランティアの歴史をまとめ、日本では福祉や災害に関する活動からボランティアがスタートしたが、いまだ海外に比べると盛んとは言えないこと、そして現在はまちづくりに対する活動が増えていることが明らかになった。そこから地域社会に対する意識が高まっていることが分かった。

第 2 章では、観光業はビジネスという側面だけでなく、まちづくりという複合的な波及効果まで考慮し、地域の市民一人ひとりがその担い手になるといえるだろう。ヒアリング調査から伝統やお祭りといった地域の資源を活用することが重要であり、また人が課題であるといえる。また地域住民が観光に市民が関わる形としてボランティアの意識の変化に加えニーズがあることからボランティアを提案した。

第 3 章では、ボランティアを広めるきっかけとして影響力を持っているオリンピック大会についてまとめた。長野大会の事例からオリンピック大会関連ボランティアには個人への影響を確認した。またロンドン 2012 大会から、ボランティアの活躍を社会に残すためには継続性が必要であり、組織化することが必要であることを明らかにし、チーム東京アンバサダーについて提案した。

第 4 章では、宇都宮シティガイド協会とジャパンカップでの宇都宮スポーツ推進委員を例に挙げ身近な「アンバサダー」の実態を探り、組織運営の難しさや行政との連携の必要性そしてプロボランティアというボランティアの入り方を提示した。

第 5 章では、今後日本でボランティアを広めるためにまずボランティアの概念を変えることが一歩であり、その伝道師としても「チーム〇〇アンバサダー」の活躍を主張した。また第 5 章でも触れたが、ボランティアが積極的に活動するだけではボランティア活動を継続して行くことは難しい。それゆえにボランティア活動を支える環境を整える必要があり、行政、民間企業、地域社会等を交えた連携と意識改革が必要になる。そのためにも今ボランティアとして活動している人々は、外に発信するという意識を向け活動して欲しい。

また今私たちがすべきことは、ボランティアに関する概念の修正ではないだろうか。そもそもボランティアという言葉は 1647 年ごろにイギリスで使われ、当時は自警団や自衛隊の志願兵のことを指していた。当時のイギリス社会は革命前の混乱状態であり、自分たちの町は自分たちでまもらなくてはならない状況下で、自らすすんで自警団に志願し活動した人のことを指しており、このようなことから「自発性・主体性」はボランティア活動の根本的性格である。しかし日本では「奉仕活動」と訳されていたこともあり、現在も「奉仕活動」のニュアンスが残っている。ボランティア活動と称して、清掃やゴミ拾いなどを半強制的に活動させているケースも多い。このような活動がボランティア活動の定義に混乱をもたらす要因であり、ボランティアに対する嫌悪感や違和感をなくすためにはこの言

葉の意味の修正が必要である。自発的な面を備えたボランティア活動を全国に広めるきっかけとして東京 2020 大会で「チーム東京アンバサダー」が積極的に活躍することで役割を果たして欲しいと願う。一方で、もし主体性のないボランティア活動が広まってしまったらという懸念もしているのが正直なところである。

しかしこの概念の修正はボランティア活動の多様性を消すような効果を持つてはならない。あくまでボランティアは「自発性」を持つものであり、「自発性」は人によりその方向性は様々である。本論文ではオリンピック大会ボランティアに絡めプロボランティアと観光ボランティアの 2 つを取り上げたが、ボランティアの種類や活動形態を考慮するとこの 2 つだけでは足りない。しかしこの 2 つ以外のボランティアもそれぞれ社会に対し何か問題意識をもった人々が、問題解決の為に活動しているということは確かであるし、そうでないものはボランティアと呼べないのではないだろうか。

またボランティア活動だけではないが社会問題解決にはある一定の継続性が必要である。しかしボランティアという非営利的な活動は難しい部分がある。そこでボランティア活動の意義を社会全体で共有し、継続的に活動を行える環境づくりを行政や企業を含め社会全体が連携して取り組むことが有効である。つまり「チーム」で動くことは、ボランティアが自己実現や自己成長といった個人のものだけでなく、公益性をもってより多くの人にその影響力を広めるために重要である。

そして地域に興味を持ってもらう、またボランティアに参加するという最初飛び越えるハードルを下げるために、今ボランティア活動をしている人々が、自分自身がボランティアの「アンバサダー」であることを認識し、広めることの大切さに気付き行動するべきである。

参考資料・参考文献・URL

- 石坂友司・松林秀樹編著（2013）『〈オリンピックの遺産〉の社会学 - 長野オリンピックとその後の10年 -』 青弓社
- 岩波書店編集部編（2001）『ボランティアへの招待』 岩波書店
- 大阪ボランティア協会編（岡本榮一編集代表）『ボランティア - NPO用語事典』 中央法規出版,2004年
- 岡本榮一監修 守本友美・河内昌彦・立石宏昭編著（2005）『ボランティアのすすめ——基礎から実践まで』 ミネルヴァ書房
- 岡本伸之編（2001）『観光学入門 “ポストマスツーリズムの観光学”』 有斐閣アルマ
- シニアプラン開発機構編（1996）『新しいボランティアひろがるネットワーク：動き始めたサラリーマンシニアたち』 ミネルヴァ書房
- ジム・バリー/ヴァシルギルギノフ共著 舛本直文訳（2008）『オリンピックのすべて-古代の理想から現代の諸問題まで-』 大修館書店
- 須田寛著（2009）『観光～新しい地域づくり～』 学芸出版社
- 経済企画庁編『国民生活白書—ボランティアが深める好縁（平成12年度版）,2000年
松村和則編;大沼義彦 [ほか] 共著（2007）『メガ・スポーツイベントの社会学：白いスタジアムのある風景』 南窓社
- ワールド・ゆう 川中島有線放送編（2001）『草の根ボランティア見聞録-長野冬季オリンピック・パラリンピックを支えた人々-』 川中島有線放送

GOV.UK (Community Life Survey)

Greater London Authority Intelligence Unit, 2013, London 2012 Monitoring: Online Survey of Londoners Post Games-March 2013, London: GLA

Join in HP, <https://www.joininuk.org/> (2017年12月5日閲覧)

「Sebastian Coe & Jacques Rogge Closing Ceremony Speech - London 2012 Olympics」, <https://www.youtube.com/watch?v=-3pyItoH58Y&index=5&list=PLAF16162F02D434D4> (2017年12月5日閲覧)

宇都宮市「市民意識調査」(平成23年度)

宇都宮市観光交流課,「2016 ジャパンカップサイクルロードレースの開催結果概要について」, <http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/koho/kishahappyo/1012555.html>,

観光庁「訪日外国人旅行者数（平成28年7月）に関する配付資料」

http://www.mlit.go.jp/kankocho/page01_000536.html

公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員「東京2020大会に向けたボランティア戦略」

https://tokyo2020.jp/jp/get-involved/volunteer/data/volunteer-all_JP.pdf

公益財団法人日本交通公社「JTBF 旅行者調査」,「日本人の旅行に対する意識」
<https://www.jtb.or.jp/research/theme/statistics/statistics-tourist>
工藤保子,「大規模スポーツイベントの開催後にスポーツボランティアは何を遺せるのか」,
「スポーツボランティアサミット 2014 報告書」
<http://www.jsvn.or.jp/event/summit/2014.html>, (2017年12月10日閲覧)
厚生労働省 HP「ボランティア活動」,http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/hukushi_kaigo/seikatsuhogo/volunteer/index.html
JTB 総合研究所,「着地型商品」,
<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/leading-experience-tour/>
総務省統計局,「平成 28 年度社会生活基本調査」,
<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/index.htm> (2017/12/11 閲覧)
東京 2020 大会 HP <https://tokyo2020.jp/jp/>
東京ボランティアナビー東京 2020 大会に向けたボランティアウェブサイトー
<http://www.city-volunteer.metro.tokyo.jp/index.html>
栃木県観光交流課観桜地づくり,「とちぎ観光おもてなし条例」スタート!」
<http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/kankoomotenashijyourei.html>
栃木県観光交流課,「おもてなしいちご隊とは」
<http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/omotenashiichigotai.html>
内閣府,「平成 25 年度 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査」
http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/thinking/h25/pdf_index.html (2017/12/11 閲覧)
内閣府大臣官房政府広報室,「東京オリンピック・パラリンピックに関する世論調査」,
<https://survey.gov-online.go.jp/h27/h27-tokyo/index.html>
日本スポーツボランティアネットワーク,「スポーツボランティアサミット 2014」
<http://www.jsvn.or.jp/event/summit/2014.html>
みずほ総合研究所,「2020 東京オリンピックの経済効果～五輪開催を触媒に成長戦略の推進を～」,2013,
<https://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/urgency/report130927.pdf>,
(2017/12/11 閲覧)
文部科学省 HP「「ボランティア活動」の定義の事例」,
http://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/houshi/detail/1369241.htm

あとがき

今振り返ると宇都宮大学国際学部に入學した理由は国際という単語になんとなく興味があったこと、そして入りたかった私立に入學できなくなったなど、あまり好印象なものはありませんでした。そんな中で友人が国際支援サークルなどで積極的に活動している姿を眺めて、「すごいなー」と他人事のように見ていたころが大変懐かしいです。今思えばこのころ、卒業論文でボランティアについて書くななんて思ってもいなかったでしょう。留學するか悩んでいた頃に東京 2020 オリンピック大会のニュースが流れはじめ、オリンピック開催されたらどんな影響があるのか気になり、この研究をしようとそのままとびタテ！留學 JAPAN に応募。一緒に計画を考え、相談にのってくれた先生や友人のおかげで合格し留學に挑戦する機会を頂きました。親身になって相談にのって、一緒に考えてくれた先生本当にありがとうございました。

卒業論文にボランティアに焦点を当てたことには、ロンドン 2012 大会でボランティアが活躍したということももちろんですが、イギリス留學中に多くのボランティアや慈善活動に触れたこと、またインターンシップという無給で仕事をするという経験を多くしたことに関係していると思います。主体的にまた積極的に誰かのために無給で動くということに疑問をもち、なぜ彼らが動けるのか知りたくなったことが一番のきっかけです。

調査を進める中で、社会に自分がこれまで知らないようなボランティア活動やその種類に驚き、身近なところで活動に対し真剣に取り組む方々の姿に刺激を沢山受けました。また至らない部分も多い私のヒアリング調査に対し、調査という面でもまた自分自身にとって有意義な意見を頂くことが出来たことは偏に調査を快く受け入れてくれたファーマーズ・フォレストの I 氏、宇都宮シティガイド協会の F 氏、宇都宮市都市魅力創造課の U 氏、宇都宮スポーツ推進委員の Y 氏のおかげです。本当にありがとうございました。

また無事に論文を書き終わらせることが、偏に出来たのは周りで支えてくれた人たちののおかげです。会うたびに励ましてくれ話を聞いてくれたゼミの後輩、毎回ゼミの時間に励ましアドバイスをくれたゼミ生の方々、1 つ歳の違う私を受け入れ一緒に頑張った 4 年生のみなさん、そして留學前から計 3 年間背中を押し続けてくれた中村先生。本当にお世話になりました。ありがとうございました。