

隊集会におけるHPによるわくわく感の醸造と活動目的の伝達

～リアルタイムの活動プロセスを連載～

日本ボーイスカウト大阪連盟ほくせつ地区豊中第2団
団委員長 浜嶋鉦一郎

1. 活動の報告とPRの連携

ボーイスカウトの隊集会は、教育活動である。教育目標を達成するために、隊長はスカウトに教育目標や狙いを伝える方法が試行錯誤されている。直接的に確実に伝える方法は、開会儀礼及び閉会儀礼での隊長挨拶である。しかしながら、これも十分に活用できていないことが多い。理由は、そのための準備が事前にできていなく、その場でアドリブ的に対応しているためである。当日の活動説明が隊長挨拶に使われており、指導者も保護者もそれでいいと思っていることが多い。活動説明は、隊長挨拶とは別途に行うものである。仮にせっかくだよ話を切り出しても、最後にプログラム説明に繋げるとスカウトは、肝心の伝えたいことを意識できなくなる。結局、教育的な話をうまく伝える機会を失うことになる。

また、隊集会の報告は、隊の保護者あるいは団内の全員にメールで各隊の活動の狙いと成果を説明している場合がある。これも同様に、活動結果だけの報告は、隊長が何を目標としたかを理解することができない。

全国的な隊員の減少に歯止めができない状態が続いている。青少年の活動が多様化し、ボーイスカウトの登録数の減少により、身近でボーイスカウトの活動を見ることができなくなった。自然にボーイスカウト活動を理解している家庭が減少している。ボーイスカウト活動の質を高め、一般の関心を高めることをすぐにでもすべきである。日本連盟の危機感は、この解決に向かって様々なPR活動を考え、実施が始まっている。

団におけるHPの活用は、ボーイスカウトにも普及し、多くの団が自団のHPを運営している。ブログやFBを立ち上げている団も多くなった。隊員募集、入団説明、各隊の活動結果、団や地区の活動、日本ジャンボリーや世界ジャンボリーの情報など、様々な活動が掲載されている。

ボーイスカウトの良さは、スカウトが自主的に活動することができるように指導することである。スカウトは、「ちかいとおきて」の実践により、精神的に成長し、活動を通じて修得した技能は、ハイキングやキャンプに関する技能であることは、当然のことであるが、強力な観察力が重要である。

本文では、ボーイスカウトの活動体験をHPにより報告し、PRに繋げることを提案したい。ただし、活動の結果を掲載するだけでなく、短期間の活動に外部からも仮想的に参加できるよう活動プロセスを見せる情報発信を目指す。参加者だけでなく視聴者にもわくわく感を与えられれば、活動の理解と評価が高まる。多くの視聴者に感動してもらおうPRを試行していきたい。

2. 活動プロセスのHP掲載とは

ボーイスカウトには5つの隊がある。それぞれに年代が異なり、同じような情報発信にはならない。年少のビーバー隊やカブ隊では、遊びの要素で仮想の物語をテーマとする。ボーイ隊やベンチャー隊は、実務的な訓練を行い、その準備や訓練の過程を見せたい。この内容は、他の団のスカウトや指導者にとって興味深い情報となる。

ここでは、特にビーバー隊で実施したシナリオの公開について提案する。

(1) 活動プロセスの見える化

プログラムは、なにかしらのシナリオを作成して進める。スカウトが対応する相手を想定すれば、相手からの情報提供とそれに呼応するコミュニケーションを演じられる。通常は、当日だけで完結するが、少なくとも1週間前にプログラムのテーマがスカウトに伝達されるので、その時からプログラムを始めれば、徐々に気分を高め、1週間楽しめることと当日の活動を有意義に実施できる。

(2) 今回のシナリオ

2017年7月29日～30日に開催した舎営のシナリオである。簡単に説明する。

舎営の活動場所は、能勢町にある豊中市立青少年の家 わっぱるである。たまたま、入所時間が15時と指定されたため、それまでの時間を活用できる能勢町全体を舞台としたシナリオを考えた。もう一つの場所を妙見山の頂上とした。そこで、8月1日に妙見山自然守護大明神になるビーバー隊隊長の友人が、隊長に大明神になるために必要な3つの秘宝を探してほしいと依頼する。7月2日にこの依頼はスカウトに伝えられ、そこから大明神と隊長及びスカウトとのコミュニケーションがHPを通じて行われる。7月29日に大明神が妙見山でスカウトに会い、直接依頼する。秘宝は、わっぱるの森にあることがわかり、ビーバー隊はわっぱるに移動する。秘宝に関連したプログラムを行いつつ、3つの秘宝を探すことになる。

(3) わくわく感を高め、参加しているような臨場感の演出

どんなプログラムも事前に内容を明かさないと、当日参加者を感動させるのが定番である。しかし、実際もそうだろうかと疑問を感じてきた。小刻みの情報を事前に渡せば、想像力が働き、わくわく感を高め、関心度や期待度が高まるのではないか。情報が入ってこなければ、考えることができずに

当日を迎え、プログラムに参加する体制ができていない状態で始まる。年少スカウトが、シナリオや目標を理解するのに当日の説明で盛り上がることを期待するには、相当説明時間を要する。結果として、完全燃焼にまで盛り上がらない場合もある。そのためには、連絡から当日を迎えるまでに楽しく待つという状況に持って行ければスムーズに展開でき、質の高い活動ができると考えられる。

3. BVS 隊舎営の活動プロセス発信事例

(1) HP利用の発端と実現のための準備

今回のシナリオを考えた時に、大明神からスカウトに手紙を出すことまでは準備していた。また、欠席するスカウトにも仮想体験をさせてあげたいと考えた。そのためにはHPから情報発信を行い、状況を「見える化」すればいいと気がついた。

この考え方のヒントは、「シナリオスクリプト」というプレゼン手法である。体験しながら建物を説明するビデオ制作方法である。これをHPでリアルタイムに誰もが体験できる環境とすれば、活動内容を伝えることが面白くなるという考え方だ。

しかし、隊長を初め指導者にすぐに理解してもらうのは容易ではない。そこで「まこと君と舎営に行こう」という本を書いて読んでもらった。これから始めることをすべて説明した。結果、隊長の了解を得て、実施することになったのである。

(2) 情報発信のスケジュールと内容

平成29年7月29日～30日に予定したBVS隊の舎営に関して、7月2日から準備を始め、8月2日にHPへの掲載を終えた。以下に、HP掲載内容を示す。●はHPの掲載事項である。

- ・7月2日：隊長が隊集会で大明神が受け取った手紙をスカウトに紹介
- ・7月5日：●大明神が隊長に宛てた手紙をHPに掲載
- ・7月14日：団メールでお知らせ「BVS隊舎営活動のプロセスを掲載」

妙見山は気持ちがいい 7月29日の舎営前に何かが起きる



図-1 隊長から妙見山を紹介

- ・7月15日：妙見山とわっぱるの下見
- ・7月16日～18日：大明神からスカウトへ手紙
- ・7月16日：●隊長が妙見山の写真をHPに掲載
- ・7月18日：●大明神から妙見山に来るスカウトに宛てた手紙をHPに掲載する
- ・7月19日：●（創作）まことが、大明神に送る手紙を隊長に託す
- ・7月19日：●（創作）隊長は、まことの手紙をHPに掲載する
- ・7月20日：●大明神が秘宝の写真をHPに掲載する（図-2）
- ・7月22日：●隊長が、大明神への応援メッセージを募集
- ・7月23日：スカウトにHPのことを説明し、大明神への応援メッセージを募集する
- ・7月23日：●隊長が、スカウトからの応援メッセージを掲載
- ・7月24日：●大明神が「WANTED」のちらしをHPに掲載する（図-2）
- ・7月26日：●大明神からまことへの返信
- ・7月28日：●大明神が地図をHPに掲載する（図-2）
- ・7月29日：●舎営が始まることを掲載する
- ・7月30日：舎営が終わる
- ・7月30日：●29日～30日分の報告を掲載する
- ・8月1日：●大明神からのお礼がHPに掲載される。

妙見山自然守護大明神～提供された資料



図-2 HPに掲載された資料



図-3 ビーバー隊のページ（8月1日 大明神からのお礼を掲載。本文は中央写真の下に表示されている）

4. 実施結果と効果の考察

(1) PRとアクセス

豊中第2団のHPは、ほくせつ地区及び日本連盟のHPからリンクされ、ボーイスカウト関係者に周知されているが、日常的には、日に20件程度のアクセスである。豊中第2団のHPのトップ画面にカウンターを設置した。

今回のHP掲載に関して、自団のメンバーに団メールでお知らせした。外部についてはほくせつ地区の総務委員会メンバー(25名)に連絡を行った。

アクセス数の推移(計測数は当日6:00時点)

計測日	アクセス数	増加数	計測日	アクセス数	増加数
6月8日	0件		7月20日	1,208件	15
7月4日	705件	57	7月21日	1,223件	4
7月7日	762件	256	7月22日	1,227件	16
7月8日	1,018件	19	7月23日	1,243件	7
7月9日	1,037件	23	7月24日	1,250件	13
7月10日	1,060件	19	7月25日	1,263件	4
7月11日	1,079件	8	7月26日	1,267件	10
7月12日	1,087件	9	7月27日	1,277件	11
7月13日	1,096件	3	7月28日	1,288件	21
7月14日	1,099件	12	7月29日	1,309件	37
7月15日	1,111件	4	7月30日	?件	?
7月16日	1,115件	30	7月31日	1,346件	25
7月17日	1,145件	14	8月1日	1,371件	19
7月18日	1,159件	15	8月2日	1,390件	4
7月19日	1,174件	34	8月3日	1,394件	

表-1 アクセス数の経緯

(2) 関係者の閲覧と効果

アクセス数は、連絡したメンバーが若干増加したに過ぎない。今回は、閲覧者が多いか少ないかよりもその効果が重要である。

- ・保護者から、スカウトにやる気が出てきたという意見があった。
- ・私自身はとても楽しかった。
- ・他のメンバーからは意見を聞いていないが、総務委員長からはメールで返答があった。

(3) 今回の試みの自己評価

保護者の意見を聞くと、「楽しかった。子どもがやる気満々になった」という効果があったと評価された。プログラムの実施中に何をするかとの質問があり、分かっていることが盛り上がりを大きくしたと判断している。活動で考えていることを十二分に伝えたい。その情報をうまく提供すると活動が面白くなることは証明されたと感じた。

5. HPの環境説明

(1) サーバ

サーバは、地元企業の協力で企業がHPに使用しているサーバを無料で使用させてもらっている。その代償に企業のHPの運営を一部手伝っている。

(2) HP作成システムとHPの構成

豊中第2団のHPは、オリジナルのシステムを使用している。Webシステムでデータを入力すると自動的にHPの該当ページが再作成される。

その構成は、トップページと各隊ページ及びその他情報分野別ページを持つ。各情報発信ページに掲載するとトップページに同じ内容がアップされる。これも自作のシステムであり、無料である。

(3) 掲載作業

ユーザ登録により誰でも入力及び更新が可能であるが、使用頻度が少ないことで各隊の担当者が操作することは難しく、管理者が行っている。

6. 今後の準備体制と実施予定

今回の実施で、HPに掲載するに値する情報発信のシナリオを事前に計画し、スケジュール通りに掲載をすることが重要であることを認識した。視聴者の期待内容やタイミングをマッチさせることは難しく、研究を要する。

今回は、10月8日の「親子ハイク」の参加者募集イベントで1ヶ月間実施する。掲載頻度は多くなく、予定を明記する方法でリピーターを集める。チラシ内容程度の情報から始め、順次情報を発信し、募集者を獲得する。ちらしは、2週間前に小学校に配布し、そこから対象者にHPをみてもらう。今回は1校に9月9日に別のチラシでお知らせできるので、1か月前からHPによる発信を始めることとした。

7. 本発信方法のボーイスカウトPRへの貢献

まだ、このPR方法の成果は出ていない。

- ・イベント実施までの期間で、自他ともにわくわく感を高められる体験型情報発信は注目される。
- ・家族でHPを見て話し合える機会を増やせること。遠隔の祖父母も一緒に楽しめる。
- ・HPを見れば、イベント内容だけでなく、教育的事項についても伝達が可能となる。

以上を考えると、活動プロセスの発信は、ボーイスカウト活動をより深く理解してもらえる情報発信となり、質の高さをアピールできる。また、BS隊及びVS隊活動での知識やノウハウなどを多くのスカウトで共有できる環境に役立てば、日本中の仲間との交流の芽として発展できる。

8. おわりに

このPR手法を継続する。各団が実践し、情報提供の質を高めれば、日本のボーイスカウトを増やすことができるという期待を持っている。