

《2004年2月例会報告》

【期 日】2004年2月26日（木）19：00～21：20（その後茗荷谷駅前の「炎」にて飲食～12：00頃）

【会 場】筑波大学附属高校体育館ミーティングルーム（東京都文京区大塚1-9-1）

【参加者（会員）】浅野智嗣（日本サポーター協会） 安藤裕一（ハンドボールコーチ） 竹中茂雄（Next Community@キャプテン） 仲澤真（筑波大学） 中塚義実（筑波大学附属高校） 松下徹（大原簿記学校）

【会員外参加者（属性）】大西芙美（伊藤忠エレクトロニクス） 土谷享（アートユニット・KOSUGE1-16）

【報告書作成者】松下徹

注）参加者は、所属や肩書きを離れた個人の責任でこの会に参加しています。括弧内の肩書きはあくまでもコミュニケーションを促進するため便宜的に書き記したものであり、参加者の立場を規定するものではありません。

いまいちど「サロン2002」のあり方を考える

<プレゼンテーション（中塚）>

■サロン2002の歴史・・・配布資料「サロン2002のこれまでとこれから」1999年1月29日

サロン2002の歴史はサッカーの研究会「社・心グループ」にまでさかのぼる（1980年代後半～1990年代にかけて）。そこには指導者以外の、サッカーに関する情報を求める人が集まっていた。その後名称を「サロン2002」に変えて再スタートしたのが1997年であった。

フランス大会を前後して、それまで以上に様々な人がサロン2002に参加するようになった。当時は「来る者拒まず、去る者追わず」の精神で、口コミによって会員を募集する形態であった。その結果会員が増え続け、会員の質も多様化していった。ただし、このときは会員制をとっていなかった。当時、サッカー情報を交換する場が少なかったため、月例会の参加人数も多かった。その反面、月例会のやりとりがうわべのものになる傾向が見られた。また、どのような人が参加するかわからず、サロンを悪用される危険性もあった。会費を徴収していないが、活発に活動しているというのが1998年のサロンの姿だったといえる。

■1999年1月の月例会・・・配布資料「サロン2002のこれまでとこれから」1999年1月29日

1999年1月の月例会では、このような現状をふまえて、「意識改革と組織改革を進める」という結論を出し、とりあえず以下の4つの活動を行うことを目標にした。

1. 会員資格の明確化と会費の徴収
2. 規約づくり
3. 継続的な財源の確保（事業の明確化）
4. 事務所・事務局員の確保

ただし、この時点では、月例会における会費徴収にとどめ、会員制の導入は見送られた。

■2000年2月の月例会・・・配布資料「サロン2002はどこへ？（社会性と開放性）」

<開放性と社会性という軸からサロン2002を考える>

当時のサロンは、開放的であるが、社会性は低いという状況であった。これを、例えばNPO組織化

すれば、社会性は高まるかもしれないが、閉鎖的になると考えられる。しかし、サロンは開放的でありつつ、社会性を高める方向を目指すべきだと考えられる。

<組織力と会員負担という軸からサロン2002を考える>

当時のサロンは、個人が運営しているため組織力としては脆弱であったが、そのかわり会員負担は少なく、参加したいときに参加できる状況であった。同じくNPO化すれば組織としては強固になるものの、会員負担は増大することになると考えられる。しかし、サロンは会員負担を抑えたままで組織力を高める方向を目指すべきだと考えられる。

このような議論をふまえ、サロン2002設立宣言（2000年6月5日制定）が出来上がった。

■今回の例会の議題

<テーマ>次年度の会員募集の形態を探る。また、5月の総会における規約改正をにらんだ話を行う。

<ディスカッション>

■会員制について（単年度更新の是非）

仲澤：昨年の会員募集時にかなりふるいにかけた部分があった。会員にとってはかなり厳しかったのではないか。

中塚：こだわっていたのは「お客さんはいらない」という姿勢であり、「Give and Take」の精神であった。ただし、このような考え方を拡大解釈しても良いのではないかという議論が総会の前後に出ていた。

たとえば、学生が卒業して各自の世界で活躍するようになり、サロンに対して「Give」できない場合、「今年度は会員登録をやめる」というのがこれまでのやり方であった。しかし、これをおおらかに考えて、「今年度は会費を払うので、後輩たちを育ててください。僕たちは応援していますよ。」というスタンスも認めてよいのではないだろうか。

松下：図らずも、自分はそのつもりで昨年は更新手続きをとった。

中塚：ただその場合、OB会や学会のように「単に年1回の引き落とし作業が行われている」状況は良くないと考えている。その意味でも名簿作成作業は必要であると考えている。

安藤：名簿を最初から最後まで見る人はどれだけいるのだろうか。また、ハンドボール関係でどのような人がいるのか、と調べるときに調べにくい。例えば、「この人はこういう活動をしていますよ」というものがリストアップされているとありがたい。

中塚：そういった意味で索引があって、名前の横に種目や住所等基礎的なデータがあればよいかもしれない。

ただし、これまで名簿作成を担当されている川井さんは、名簿作成作業だけで4月をつぶしている状況であり、これ以上負担を求めるのはどうだろうか。

■メーリングリスト（ML）の活用について

安藤：たとえば、物理的に月例会に参加できない人であっても、それぞれの場での活躍を伝えることが必要であり、それ自体が「Give」ではないだろうか。

中塚：それがまさしく自分が考えていたことであり、今回の月例会にあたってMLを活用できていないのが惜しい。

松下：MLに投稿することには心理的な抵抗がある。全員に見られるということもあるし、また面倒であるということもある。掲示板（BBS）であればもう少し気楽に書き込める。

中塚：「BBSの方が自分で見に行くので、見たくないメールも来るMLよりも良いのではないか」という議論は以前にもあったが、自分の中ではあまり違いは感じないのだが。

安藤：自分が打っているBBSを例にすると、皆が共有できない情報でもBBSには書き込むことができる。これに対して、サロンのようなMLの場合、皆が共有できない情報だと、これは意味が無いかもしれな

いと考え、躊躇してしまうかもしれない。

中塚：となると、共有のレベルの問題かもしれない。そういう意味もあって「ちょっといい話」ということをMLに投げかけたりもした。

松下：ただ、自分自身がスポーツに関わる時間が減っている中で、サロンのMLの雰囲気にあった「いい話」を提供するのは難しいと考えてしまう。たとえば、職場であったいい話というのはすぐわなない気がしてしまう。

中塚：ただ、その“壁”はそれぞれで乗り越えてほしいのだが。

安藤：サロンの月例会に参加できる人は限られているのだが、サロンのメンバーはたくさんいるわけだから、月例会で議論しつくせない部分をMLで議論するのが理想的だろう。

中塚：となると、「月例会活性化プロジェクト」は「ML活性化プロジェクト」と同じ意味になる。

■サロンの会員資格について（複数年の登録の是非および自動引落について）

中塚：少し話は戻るが、「複数年契約や、退会の意思表示をしない限りは会員である」というやり方は技術的には可能か？たとえば、現在の会費設定（一口2千円）で4千円支払い、「二年分の会費」として扱うことは可能か？

仲澤：サロンは年度決算だから、繰越金になるような会費の徴収はできないのではないかと。したがって、会費を支払っていない人には退会の意志があるかどうかを確かめる手続きが必要になる。

中塚：それを今まで川井さんがやっていたが、非常に手間がかかっている。そこで、何か手間がかからない方法がないだろうか。例えば、フットボール学会の自動引落は参考にならないだろうか。

仲澤：自動引落制度にした場合、いざ退会する場合には心理的な抵抗があるように思う。

中塚：しかし、サロンの場合には問題ないように思うが。

仲澤：僕自身はサロンが自動引落制度になってもかまわないが、中塚さんがサロンの原点に戻ってやっていこうという趣旨からすれば、自動引落は楽な制度ではあるが、昨年ふるいにかけて得たものがまた逆の方向に行くような気はする。

中塚：最初に手続きをする際には、それぞれの会員がハードルを越えていくことが必要であるが、それ以降の年度単位の手続き自体は簡単にしたい。ただし、その場合でも、各年度の意思表示と名簿の提出は行うという踏み絵つきで。

仲澤：ただ、名簿については継続（して同じものを提出）の人もいるが。

中塚：確かにそういう人もいるが、名簿がひとつの歯止めになっているのではないかと。

仲澤：それならば、会員の募集と名簿の提出をあと3年くらいやってみればいいのではないかと。

中塚：少し細かい話だが、従来どおり振込の場合は一口2千円の今の形態をとり、その一方で自動引落の場合は5千円くらいを設定するとか。これならば、学生でお金がない間は振込を選択し、卒業したら自動引落に移行するということも考えられる。

■サロン2002に入会するメリットおよび当事者意識について

中塚：この話を受けて、学生の方はどうですか。

竹中：そうすると、いま2千円振り込んだとして、MLに入れて、名簿がもらえると。そうすると、MLと名簿のために皆さんは入っていると。

中塚：そう、すごく厳密にいうと。ただ、2千円というのは1口であって、出せる人はもう少し出してほしいという意味で。

竹中：あらためて、サロンとは何でしょうか？それを知りたくて今日は来たところもあるのですが。

（以下、活性化プロジェクトの話を挟んだうえで）

竹中：当事者意識でサロンに参加している人はどれくらいいるのでしょうか？自分自身、当事者意識を持ちたいのですが。

中塚：そこがひとつの柱になってくる。よくある3千人規模の組織はどうしても「中心」と「周縁」が

出てくる。ところが、サロンはそうではないというところからスタートしているし、そのために毎年毎年踏み絵を設けている。

たとえば、「海外赴任するので、今年は関われない。だから、今年は休会する」という関わりになってくる。しかし、実質的には、残念ながら「中心」と「周縁」が出てくる。そこを何とかしたい。

竹中：いま言っている「関わる」というのは、サロンを運営するということの意味しているのか。

中塚：そういうのもあるし、たとえばMLに投稿するというのもいいし、何でもいい。それぞれ自分のできる範囲でやればいい。もっと言うところ「自分の仕事自体がサロンの志を実現することだから、自分の仕事に精力を注ぐ」という考えの人もいるが、それもいいと思う。ただ、そういう考え方を受け入れていない人もいるということもある。

安藤：自分の解釈は、キーワードとしては「豊かな社会」ということになる。それに関係すれば、どのような関わり方でもよいと思う。

■サロンが活性化しているとは？

中塚：サロンが活性化しているとはどういうことか？「サロンのメンバーがそれぞれの分野で生き生きと活動している」ということか。

安藤：できれば、それぞれが単独の活動ではなく、ネットワークを持っている方がいいだろう。

中塚：現にフットサル関係については、サロンがハブになって展開している。それはサロンの事業ではないが、別にかまわない。

竹中：MLに入れば、いま言ったようなことを知ることができるのだろうか。

中塚：それがなかなか出てこないということ、少し話し合ってたところ。

竹中：誰がどんな活動しているのかということには、興味がある。

中塚：それを可能にするのがMLなので、MLに投稿すればよい、ということになる。

「中心」と「周縁」ということで言うならば、MLに入っていない会員がいた時期がかつてあって、そのときには「何か連絡してください」ということがある場合には、自分が「中心」になって、周りに発信していた。しかし、それではいけないということになり、MLには全員入ることにし、誰もが発信できることにした。ところが、なかなか出てこない。

安藤：たまにはあるが、もっと出てきてほしい。

竹中：たとえば、サロンの人が関わっているイベントのカレンダーがあれば、時間があれば駆けつけたと思うのだが。事務局の機能があれば、何とかなるような気もするのだが。

中塚：この話の流れとはまた別に、事務局の機能がほしいというのは確かにあって、いわゆる雑務を引き受ける人が必要ではある。ただ、意見や情報を出すということでは、事務局は全然必要なく、それぞれが出せばいいと思っている。ただ、そこには壁がある、と。

松下：では、別の例でいうと、この間MLで中塚さんが「横浜で試合をしたが、テレビで見た人はいませんか。」という問いかけをされていたが、実は僕は見ていました。見てるんですけど、「見ました」だけではMLに流しにくいというのはある。

中塚：それで良いのだが。

安藤：それはBBSの方が向いているだろう。

松下：壁をどこまで下げるのか、というのはひとつ問題としてあるだろう。日常会話レベルのものがMLで行き来するのはどうかと思う。仮に100通くらいMLに流れてくると、本当に必要な情報を見つけるのも大変になる。

■ここまでの話のまとめ

- ・これまでは単年度の会員組織だったが、退会の意思表示をしない限り会員であるという方向性にもっていく。それもお金の確認がややこしくないように、部分的に自動引落制度を設け、「サロンの終身会員としてやろう」という人はそちらで参加してもらおう。

・ただし、自動引落でずっと行くと、その年度の関わりが薄くなってしまいう可能性がある。そこで、名簿の提出をしっかりとやってもらおう。もちろん「去年と一緒です」でも良いが、「去年と一緒です」をきちんと提出する。それがサロンの一員であることのひとつの証明になるだろう。

・サロンが活性化しているとはどういうことか、ということで行くと、会員が個々に。というのも含めて、豊かなくらしづくりに向かって何かやっているということだろう。できればお互いがやっていることがわかるように、MLを活用しようということ。

■サロンを活性化するためには、どうしたら良いのか？

土谷：この手の団体をいくつか見ているが、多くは「どうする？」「誰がやる」というレベルで留まっている。それを突き抜けるためにやらなければいけないこととしては、ゲームメーカーのような、精鋭部隊が必要ではないか。もうひとつは、会費をとらずに、独立採算でできるものが必要になるだろう。サロンは「Give and Take」でやろうとしているが、言い換えるならば「入力と出力」でやっている。仮にサロンをプライベートとして捉えるならば、パブリックな部分とプライベートな部分の両方が必要ではないか。「入力と出力」に頼っている限り、なかなか続かないのではないだろうか。やはり、内部にイベントなり、目標なりを作って、それに向かっていくような方向性がある、なおかつその周辺で「Give and Take」が起こっているようなシステムがあれば良いのではないかと思う。

同じような問題は自分がイベントをやる場合でも同じで、自分が中心になってやることで一応回るとは回る。その度にこの問題については考えているが、ただ、そういう人がいないと回らないような気がする。健康的な組織はキーパーソンがいて、回しているのだと思う。だからこそ、仕事がある人も参加できているのではないかと思う。

中塚：イベントということであると、夏のシンポジウムが中核事業になって、グレードアップする必要があるかもしれない。そういうものがあると、ひとつにまとまるだろう。浅野さんはサポーター協会を立ち上げられて活動されていますが、同じような問題に直面されていますか。

浅野：ありますよ。ただ、自分たちの場合は人材が豊富ではないことを考えると、少し生意気な言い方かもしれませんが、「サロン2002はもったいない」という表現になると思います。もっと組織として有効に使えるはずだが。

中塚：そういうことでいくと、当初から関わっており、キーパーソンである私自身が動けないという状況がある。逃げではないが、「名簿をうまく活用してくれ」というのはあって、組織としては動けないかもしれないが、組織を使ってメンバーがうまくやってくれば良いと思う。

浅野：先に結論的なことから言うと、「サロン2002」として何をするのかというのがないと、活性化してこないだろう。確かに、個々が動くというのもひとつのコンセプトだろうが、それでは難しい。「サロン2002」として何か結果を残さないと活性化しない。

たとえば、各個人がそれぞれのフィールドで頑張るといのはそれはそれでよいが、その状況がMLなりにフィードバックされていない状況がある。それならば、たとえばフットサル大会の共催者で「サロン2002」を出すということもひとつのフィードバックになると考えてはどうだろうか。

またこれもひとつのラフなアイデアではあるが、会員の中にこれだけ企画立案のノウハウをもっている人がいることを考えると、「アイデアはあるが、それを実行する時間がない」という場合に、「外注」ということを考えてみてはどうだろうか。「外注」といっても、お金を払うというわけではなく、サロンが頭脳となるという手法もあるのではないか。

仲澤：イベントというのは良いだろう。仮に「中心」と「周縁」ができたとしても、複数立ち上がれば良いと思う。

中塚：そういう意味では、いまは「シンポジウム」と「出張サロン」になるだろう。

仲澤：スタート地点の「志」の問題になってくるだろう。よくある学会を見ても「中心」と「周縁」があったとしても、「周縁」でも一定数のきっちりとしたサポートがあれば、事業性は高まると思う。そういう意味では、引落でも、ある程度の規模があって固定費部分を支えられるならばそれで良いと思う。

したがって、「志」にこだわるならば、「志」があつてかつ「時間とコスト」がある人に絞られてくるだろう。だからこの問題が続くのだが、それはそれでも良いと思う。

ただ、フラッグシップ事業でお客さんを集めて組織化を図り、やりたいことをやる軍資金を得るというのも、それほど悪いことだとは思わないのだが。

ただ、「志」ということで中塚さんのコンセプトがあつて、単年度という話が出てきたはずなので、今回の話は路線変更のようにも感じる。そうだとすると、今回の話をするのであれば、「中心」や「周縁」ということは考えなくてもよいのではないだろうか。

中塚：ただ、これは去年も出てきた話だが、「取りこぼし」がもったいない。「海外赴任するから」「職場が新しくなるから」という理由で休会する人を、メールでも良いからつなげとめておきたいというのはある。そこから今回の話は始まっている。したがって、「会費を確保したい」というよりも「ネットワークを確保したい」ということが大きい。

安藤：そういう意味で、「会費は払わないがサロンのOBである」という人向けに、MLで発信はできないが、受信はできるというようなことはできないだろうか。

■今後の月例会のあり方について

中塚：大西さんは来年度から会員になる予定で、サロンに興味があつて今日来られていますが、たとえば「Give and Take」と言われてイメージがわかりますか。

大西：たとえば、Duoリーグの得点集計とか、ネットを使ってやれることならばできますけど、やはり他に仕事があるので、その上でということになると思います。

中塚：Duoリーグはサロンの主催事業ではなく、また別の事業になってくるのですが、ただ先ほどの話の延長線上でいうと、「別」ではない。

仲澤：ただ、サロンのいまの状況は良くないと中塚さんは考えている。

中塚：いや良くないというわけではないけれども、浅野さんがおっしゃったように「もったいない」というのはある。

ただ、自分自身も動けないという状況があり、サロンの活動を最優先させるというわけにもいかない。その中でできることといえば、さしあたり人材を逃さないということではないかと思う。

仲澤：サロンの魅力をどこに置くのか、ということを考えると、もちろんまずは良い人に集まってもらうのが一番だが、たとえば外部講師を呼んで興味を引くような月例会を行い、様々なお客さんに来てもらって、そこから組織化するというのも考えられるのではないだろうか。

これまでは、基本的には「Give and Take」の精神で、リソースとしては会員からという考えに基づいて、そこから緩やかなネットワークを広めていくという戦略だった。ただ年に4回くらいは、「試してもらおう」ということも実施し、ネットワークの加速度を高めていくことも考えてみてはどうか。そうなると4人くらいのコーディネーターが外部講師を呼んで、それなりにプロモーションも行い、会員以外の「お試し」の機会を増やしていく方法もありうる。でも、この場合にはトピックで引っ張ってくるので、「志」を伝える時間はなくなる。となると現在の状況があるのも必然的な気もする。

中塚：ただ、今言っていたことは、現行の制度上でもやれている。例えば土谷さんの先月の発表も言ってみれば外部講師だが、メインの発表者は会員の中村さんであった。時間を半分ずつにして発表してもらおう。すると、今度は土谷ネットワークで新しいアート系の人に来て、新たなつながりができる。すると、そういう人たちは「サロンは何か」ということはわからないけれども、何か面白い人とのつながりを求めている人たちなので、その場は非常に活性化するし、おそらくつながっていくだろう。

したがって、今やっているルールと枠組みで十分できると思う。ところが、それを生かされていない、あるいは生かしきれていない。それはひとつには、サロンの一人一人は面白いネタを持っているが、それを発掘しきれていないということがあるのかもしれない。

(話の続きは場所を変えて…) 以上