

「ボーイスカウトの魅力」 を発信しよう

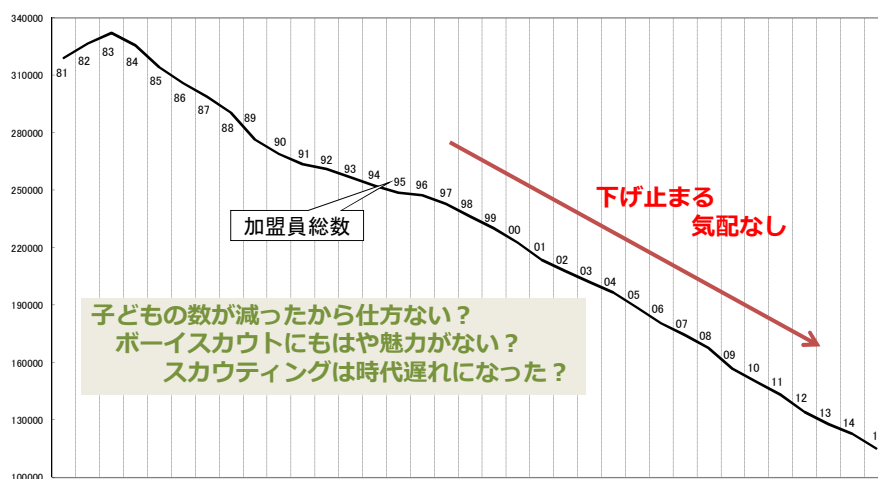
ボーイスカウト日本連盟理事
社会連携・広報委員長

経済ジャーナリスト

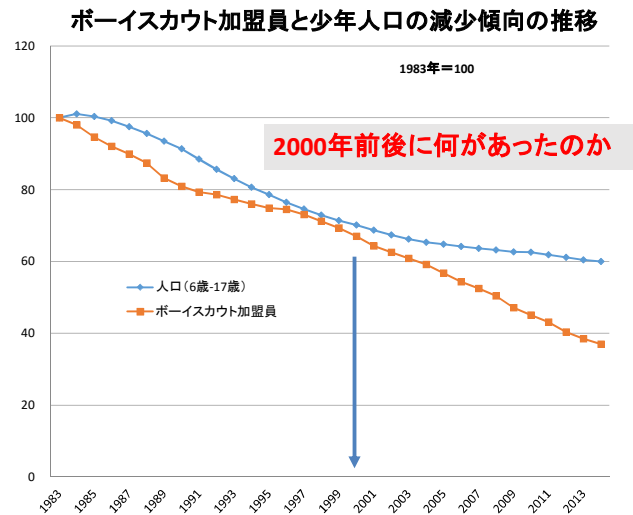
磯山友幸

なぜボーイスカウトは減り続けるのか？

部門別加盟員数推移状況表（グラフの数字は年度）



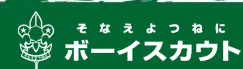
減少の原因は「少子化」ではない



ボーイスカウトは時代遅れなのか？

1998-1999年 学習指導要領の改訂
2002年度～ 改訂学習指導要領の実施

- ★学校週5日制の完全実施
- ★教育内容の厳選と授業時数の削減 = **“ゆとり教育”**
- ★変化の激しい次の時代を担う子どもたちに必要な力は **「生きる力」**
- ★総合的な学習の時間の創設 = **体験の重視**



「ゆとり教育」が加盟員減少の要因？

2002年度～ 改訂学習指導要領の実施

★学校週5日制の完全実施

★教育内容の厳選と授業時数の削減＝“ゆとり教育”

仮説：家族と過ごす時間が増え、
ボーイスカウトが親に必要とされなくなった？

× ゆとり教育批判 →2006年「教育再生会議」で修正

× 本当に家族と過ごす時間は増えたのか



おそらく「ゆとり教育」が原因ではない

1998-1999年 学習指導要領の改訂

2002年度～ 改訂学習指導要領の実施

★学校週5日制の完全実施

★教育内容の厳選と授業時数の削減＝“ゆとり教育”

★変化の激しい次の時代を担う子どもたちに必要な力
は「生きる力」

★総合的な学習の時間の創設 = 体験の重視



中教審：青少年の体験活動の在り方

2008年4月18日中央教育審議会への文部科学大臣の諮問

「青少年の『生きる力』を育む上で、自然体験をはじめ文化・芸術や科学などに直接触れる**体験的な学習活動等の重要性**が高まる中、適切な指導者、多様な活動プログラムなどの教育資源は不十分な状態にある」



同5月 スポーツ・青少年分科会の下に「**青少年教育特別委員会**」

杉原正・ボーイスカウト日本連盟理事（現・先達）

石井直子・ガールスカウト日本連盟会長など21人



2009年 中間とりまとめ案の「**青少年団体の活性化方策**」

- ・学校、家庭、地域に開かれた運動にしていくことが重要
- ・さらなる活性化を図っていくため、次世代のリーダーとなり、人間的に魅力がある若いリーダーの養成・確保や、子どもにとって魅力あるプログラムの提示、学校との連携が重要
- ・企業に青少年教育に対して積極的な投資を促すとともに、**体験活動の経験**等により社会性が身につけている青少年を、就職等の際に評価していくことも重要



「実行！新学習指導要領」

ポスター

（2009年4月21日）

このポスターは、平成21年度から小学校及び中学校において、現行学習指導要領の一部が**先行実施された**ことに鑑み、現行学習指導要領の実施について周知・広報するために作成したものです。力編・・・「生きる力」を、子どもが作成した貼り絵をイメージして表現しました。カラフルな貼り絵は、子どもたちの持つ個性や力強さを象徴しています。



2011年学習指導要領 「生きる力」を一層育む

平成14年度から実施されてきた学習指導要領では、「生きる力」を育むことを理念としてきました。

新しい学習指導要領では、子どもたちの「生きる力」をより一層育むことを目指します。

学習指導要領の理念－「生きる力」

学習指導要領の理念は「生きる力」、それは、知・徳・体のバランスのとれた力のことです

確かな学力

基礎・基本を確実に身に付け、
自ら課題を見付け、自ら学び、自ら考え、
主体的に判断し、行動し、
よりよく問題を解決する資質や能力

生きる力

豊かな人間性

自らを律しつつ、
他人とともに協調し、
他人を思いやる心や感動する心
など

健康・体力

たくましく生きるための
健康や体力

新しい学習指導要領改訂のポイント

○これからの「知識基盤社会」の時代において「生きる力」を育むという理念はますます重要だと考えられています

○教育基本法改正等により教育の理念が明確になるとともに、学校教育法改正により学力の重要な要素が規定されました

今回の改訂においては、これまでの理念を継承し、教育基本法改正等を踏まえ、「生きる力」を育成

学力の重要な3つの要素を育成します

- ① 基礎的な知識・技能をしっかりと身に付けさせます
- ② 知識・技能を活用し、自ら考え、判断し、表現する力を育みます
- ③ 学習に取り組む意欲を養います

**「ゆとり」か「詰め込み」かではなく、
基礎的・基本的な知識・技能の習得と思考力・
判断力・表現力等の育成との両方が大切。
それぞれの力をバランスよくのばしていきます。**



そ な え よ つ ね に
ボーイスカウト

「学校・家庭・地域の連携・協力」を強く打ち出す

子どもの教育は、学校だけで行われるものではありません。

子どもたちの「生きる力」を育むためには、学校・家庭・地域が相互に連携しつつ、社会全体で取り組むことが不可欠です。

家庭で育む「生きる力」

家庭教育は全ての教育の出発点です。
文部科学省では次のようなことを進めています。

家庭教育支援

子育て経験者やPTA、NPOなど、身近な地域の人たちによる家庭教育支援チームが、悩みや不安を抱える家庭を支援しています。

<主な活動内容>

- 保護者同士や地域とのつながりづくり
- 気軽に相談や専門機関との橋渡しなど

皆さんのご家庭では、いかがですか？

- いつも家族で「おはよう」「ただいま」「おやすみ」などのあいさつをする
- 学校での出来事について子どもと話す
- 早寝早起きを心がける
- 家族みんなで毎日朝食を食べる
- お手伝いの習慣をつける
- 親子で話し合っ、テレビやゲームの時間などルールを決める

地域との連携により育む「生きる力」

子どもは保護者や教員だけでなく、多くの大人と触れ合っ様々な力を身につけます。地域ぐるみで子どもの教育に取り組む環境づくりを進めていくことが重要です。文部科学省では次のようなことを進めています。

学校支援地域本部

地域住民など様々な立場の方が、ボランティアとして、学校の教育活動を支援しています。

<主な支援活動>

- 学習の支援(授業の補助、ドリルの採点)、部活動の支援
- 環境整備(花壇の手入れ、図書室の整備、読み聞かせ)
- 安全パトロールなど

放課後子ども教室

学校の余裕教室や校庭などを活用し、放課後等に安全な子どもの居場所を設け、地域の大人の協力を得ながら、学習や体験活動を提供しています。

<主な活動内容>

- 宿題、復習、スポーツ、ものづくり、異世代交流、昔遊び、科学実験など



そ な え よ つ ね に
ボーイスカウト

中教審：青少年の「体験活動」を重視

2011年5月 「青少年の体験活動の推進の在り方に関する部会」

吉田俊仁・ボーイスカウト日本連盟理事（現・常務理事）

野口健・登山家 など23人



2012年8月31日 「今後の青少年の体験活動の推進について（中間報告）」

- ①学校における体験活動の推進
- ②社会全体での体験活動の推進
- ③青少年教育施設の役割・取り組みについて 国立28、公立516
- ④東日本大震災を踏まえた青少年の体験活動・・・ボランティア
- ⑤青少年の国際交流の推進・・・23WSJ
- ⑥今後の議論 体験活動を総合的に推進するための法律の整備について必要な検討



ボーイスカウトの「専売特許」

専売特許①キャンプ

ボーイスカウトの専売特許でなくなって久しい

- ・ファミリーキャンプの普及
- ・気軽に参加できる様々な団体のサマーキャンプ

専売特許②学校では学べない事がある

学校教育との違いがなくなってきた？

- ・「生きる力」が学習指導要領に

専売特許③体験を通して学ぶ

文部省が本腰を入れ始めた

- ・「体験」が重視されるプログラムへ



ボーイスカウトの「専売特許」

専売特許④国際交流

- 留学や国際交流が当たり前
・スカウトの海外派遣数

専売特許⑤社会奉仕

- ボランティア活動の活発化
・NPOの急増
・ボーイスカウトが「ハブ」になれなくなった

「専売特許」が学校や他団体にとって代わられた
ボーイスカウトより専門的
逆に言えば→「**スカウト活動には魅力がある**」はず



ボーイスカウトの減少が止まらないのは

少子化も一因だがそれだけではない
時代遅れになったわけでもない
魅力を失ったわけでもない

「専売特許」にあぐらをかいた？
活動のやり方を変革しなかった？



どうすれば減少を止められるのか

PRのプロはどう分析するか

ボーイスカウト活動状況に関する3社の考察
～広報PR活動コンペ～



【1】（株）アサツーディ・ケイ



① 習い事や活動の参加状況

- ・ 4分の3の子供が何らかの習い事や活動に参加しており、その中でもスポーツ活動が46.8%でトップ
- ・ スポーツ活動の中では、水泳が57.5%と最も高く、ボーイスカウトは2.2%と低い

② ボーイスカウトの認知及びイメージ状況

- ・ ボーイスカウト自体の認知率は92.3%とよく知られている
- ・ しかし、想起内容では「よく知らない」「特にない」が21.5%と多い
- ・ イメージは他のスポーツや芸術活動と異なる独自のポジションとなっている

③ ボーイスカウト活動の理解状況

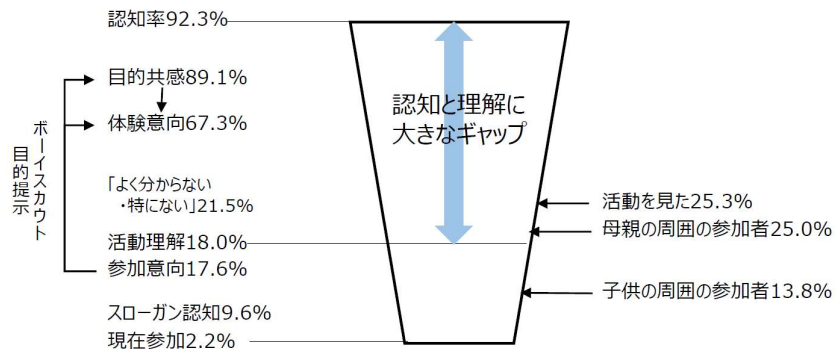
- ・ 「そなえよつねに」の認知率は9.6%で、ボーイスカウトのスローガンであることの認知も4割と低い
- ・ 子供も母親も周囲でボーイスカウトに参加している人が少なく、知る機会がない
- ・ ボーイスカウトの連想を聞いても「よく分からない、特にない」が21.5%も存在
- ・ ボーイスカウトの活動理解は18.0%と低く、ほとんどの人に知られていない
- ・ 個別の活動では、キャンプ、募金活動、ハイキングの活動認知が高い
- ・ ボーイスカウトの活動目的に対する共感度は89.1%と非常に高い
- ・ 活動目的提示後の体験意向は67.3%と高いがトップボックスは1割未満



認知・理解指標

現状のボーイスカウトの
コミュニケーション構造

接触指標

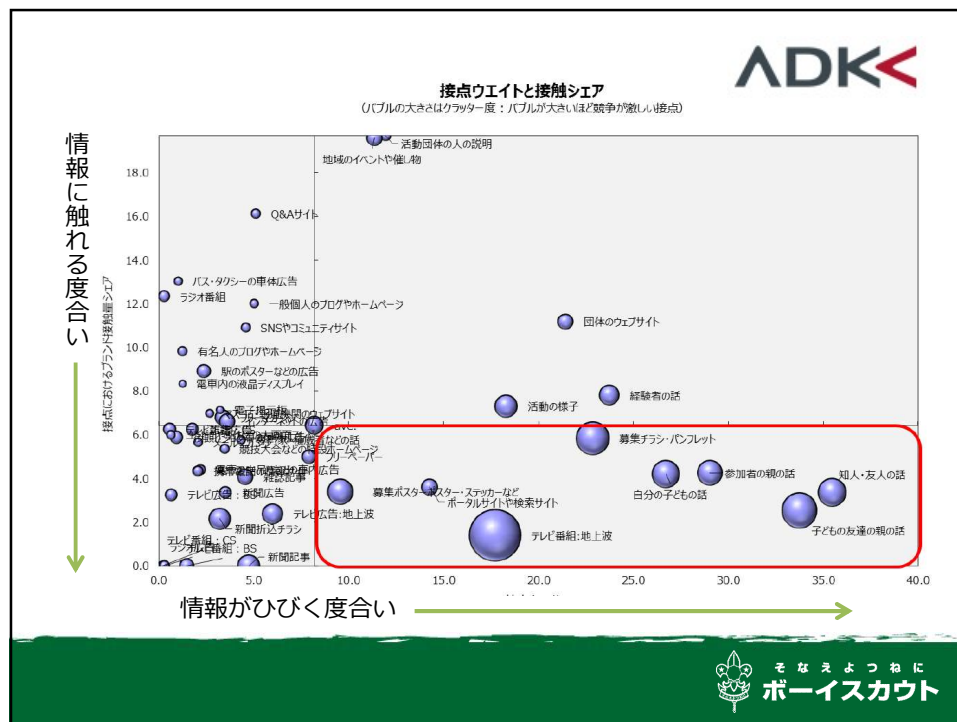


④ボーイスカウトのコミュニケーション状況（R3スコア）

- ・これまでのコミュニケーションでは、空手やバスケットボール並みの存在感
- ・現状の関係性は比較的良好
- ・推奨者より批判者が多く、将来の参加率低下が懸念される
- ・ボーイスカウトに対する社会的な評判を高めることが最優先

⑤ボーイスカウトの接触状況（EX-PM）

- ・日常段階と検討段階での情報で活動への参加が決まる
- ・影響力の高い接点は、周囲のクチコミ
- ・ボーイスカウトの体験量は、卓球と同程度で少ない
- ・主力すべき接点は、**周囲のクチコミと募集チラシ・パンフレット、検索サイト、**地上波TV番組などが効果的



【2】（株）デジタルガレージ



[現状認識]

集客構造の破綻

新規加盟者数のボリュームから最重要ターゲットは、スカウト未加入の小1-2年生を子に持つ母親。

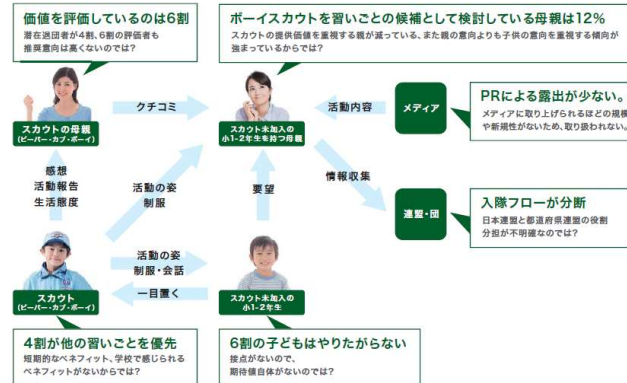
以前は、同ターゲットに対し、スカウトの母親からのクチコミやスカウトの制服・活動を通じた認知・期待値形成、母親の判断による入隊という集客構造が確立していました。

しかし、現在では、スカウトの母親の推奨意向が下がり、同時にスカウトの制服・活動を目にする機会も減少。

社会的にも、子どもに対する母親の期待値が変化し、子供の意向を重視した習いごと選択の風潮が強まった事等により、集客システムに破綻をきたしてしまっている。



● 関係関係とその課題



【本施策の目的】

集客構造の再構築

子供の意向を重視した習いごと選択の風潮に応じ、
【未入隊の小1-2年生を子に持つ母親】に対する包囲網を構築。

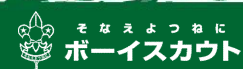


【3】(株)トライ



- ・（情報伝達の問題）日本連盟、県連では十分な検討や実施策がおこなわれ現在も継続されているが、末端の指導者までその施策が伝わってこない。情報のボトルネックがある。
- ・（パワーの分散）最優先された23WSJとかさなり人、物、金分散し実行までいたらない。
- ・（ノウハウ不足）地区や団隊で実行する具体的な実行ノウハウがない。
- ・（対象分析の不足）リクルートすべき対象の分析や、入隊に向けての行動分析などの不足。
- ・（マイナス要因）BVSの入隊開始時期が半年遅れる、他の習い事との争奪戦から半年遅れをとるようになる。
- ・（現場状況）隊の受け入れ態勢ができていない。
- ・（社会状況）習い事の多様化。
- ・（二極化）対外的な情報発信力がある団とない団。

などなど



集客構造が破綻した理由と対策（まとめ1）

◇存在は知っているが内容は知らない

「なぞの集団」「怪しい集団」

◇存在を知ってもらう 露出が少ない

- 制服を目にする 新しい制服はカッコイイ
- 活動を目にする ボーイスカウトと分かるように活動する

◇内容を知ってもらう マスの広告は効かない

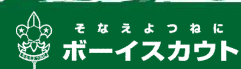
- 加盟員の口コミ（とくに**お母さん世代**）：最も効果的
口コミ、紹介、パンフレット、ポスター + SNS
- 知ってもらう = **体験**してもらう
- 知ってもらう = 情報拡散（口コミ、SNS、動画）
- 調べやすく：ホームページ（日本連盟＜各団）



集客構造が破綻した理由と対策（まとめ2）

◇社会とつながる 企業や自治体、学校などに直接アプローチ

- 企業にボーイスカウトの活動を知ってもらう
- 企業のCSR活動などと協働する
- 企業に財政的、物的支援をお願いする



社会連携・広報委員会の役割

<日本連盟100周年に向けて、組織をあげて取り組む>



社会連携・広報委員会の取り組み

①イメージを統一をして、それを徹底的に発信する

Back to the Origin (原点に立ち返る)

- かわいい制服 スカウトハット
- シンプルなサイン 三指
- シンプルな標語 **そなえよつねに**
- 個人的には 弥栄

コミュニケーション・ロゴ (HPからダウンロード可能)

誰でも、いつでも、何にでも
自由に使える

世界ブランド：使い方に制約が多い

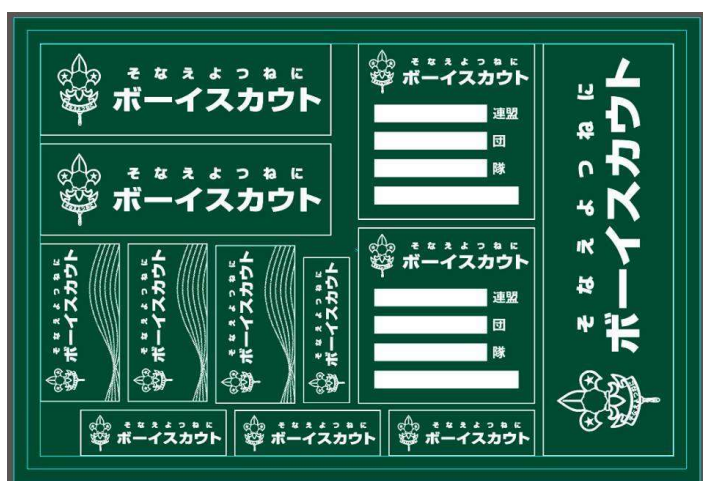


コミュニケーション・ロゴの使用例



そなえよつねに
ボーイスカウト

ロゴの使用例：指導者が独自作成したシール



そなえよつねに
ボーイスカウト

社会連携・広報委員会の取り組み

② 口コミ支援ツールの計画

- ★広告会社のコンペを実施 → A D K を選定
- ★ターゲットは**ディーバーのお母さん**世代
スマホ、SNS、ウェブの拡散素材（動画など）
 - 「こんな技知ってますか」（こんな事もできる）
 - 「こんな人材作ってます」（こんな青年になる）
- ★ホームページの作り直し スマホ対応
- ★各県連盟、各団のHP作成の支援
- ★その他、PR会社との連携で具体策を準備中



実例研究

口コミ支援ツール Webサイトの活用 東京連盟昭島第1団



旧サイト 設立日2001年5月7日



現在は運用なし

団の広報や、記録、指導者の確認用にサイトを制作。

運営者：隊指導者（BS副長）

更新方法：HTMLを直接更新

運営費：無料

当時はWebサイトを作成するのは、それ相応の知識と技術が必要だったため、そういうのが得意な指導者がサイトを運営。多少の更新はしたもの、半年間更新がないことも。誰もが更新できるわけでもなく、更新に時間を費やした。また、最新情報への更新等も気軽にできるものではなく、見た目は簡単なもののみになっていた。



新サイト 設立日2014年6月14日



団の広報や記録をメインにサイトを制作。

運営者：RSスカウト及び指導者

更新方法：ワードプレスを使い、インターネット環境があれば、どこでも更新可能

運営費：無料

原状の状態を打破し、更新頻度の向上と、更新の手軽さを考慮。

また、海外へ留学するスカウトも更新できる用、ワードプレスというシステムを利用。ブログ形式になる。スマホ等ですぐに更新ができるのが利点（サイトとしては80点ほど）。RS達の若い感覚と、等身大の報告により、保護者からも好評価。

また、**入団問い合わせをわかりやすい位置に置き**、フォームで問合せを可能としたことにより、気軽に問合せが来る。



サイトの更新で起きたこと

1. 入団者の増加

旧サイトは、問合せもわかりづらく、検索にもなかなか引っかからない状態だったが、サイトを新しくしたことで、検索にも上位に引っかかる（設定次第だが）ようになった

→平成28年度、新規入団者中、15人はサイトを見て

2. 活動の見える化

頻繁な更新と、様々なバイタリティあふれる活動、若者たちの等身大の投稿で、活動の見える化が進んだ

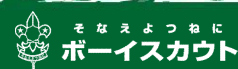
→保護者や外部に対する団や隊の信用度の向上

→自分の子が活動を続けた場合の将来像が見えやすく



総合的な視点

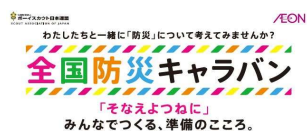
Webサイトの活用は、従来よりも手軽にできるようになっている他、見た目がよいページもある程度簡単に作ることが可能になっている。
最近の傾向としては、すぐに“検索”することが多く、サイトがない場合はその地域にボーイスカウトは“ない”と判断されてしまう。
また、更新頻度や活動の見える化は信頼度の向上になり、より更新頻度がよく、より見た目が素晴らしいサイトが信頼されやすい状況にある。



社会連携・広報委員会の取り組み

③体験してもらう「場」の提供

- ★人を集めるのではなく、**集まっている所でイベント**
イオンとの連携によるイオンモールの活用
ユニクロとの連携による店舗の活用

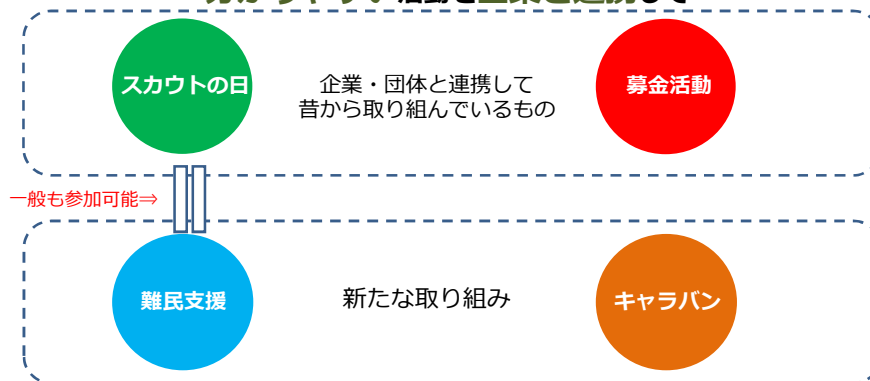


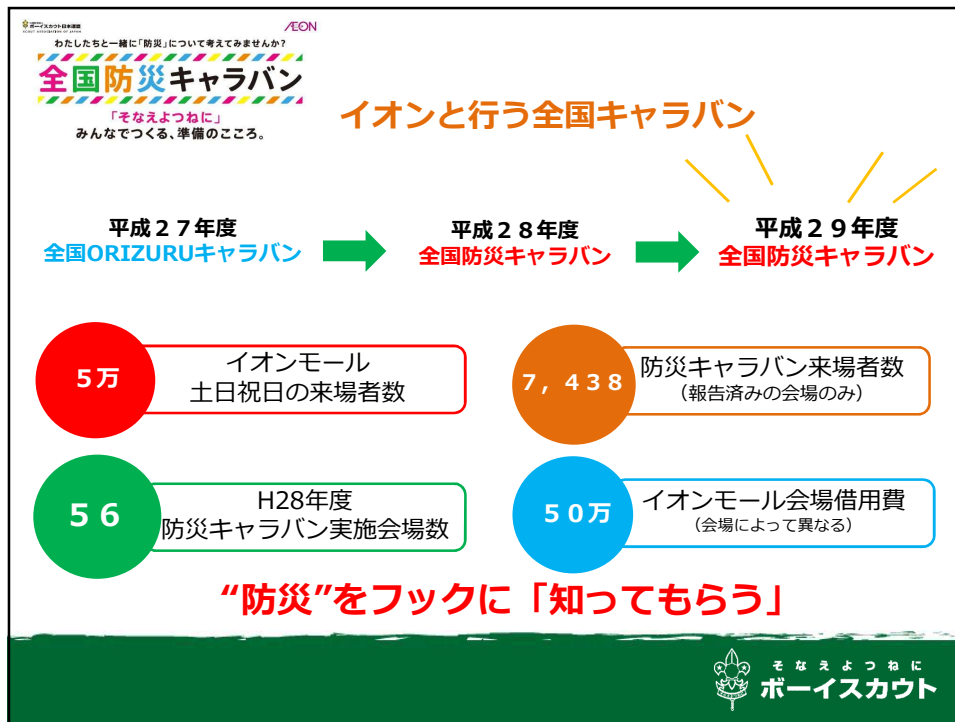
多くの人の目に触れる場所で



ネットリサーチ 312人
5-10歳の子を持つ母親・関東

分かりやすい活動を企業と連携して





自治体との連携

キャラバンを機にその他のシーンでも自治体と良好な関係



BSA JAPAN 日本赤十字会

わたしたちと一緒に「防災」について考えてみませんか？

全国防災キャラバン

「そなえよつねに」

みんなでつくる、準備のころ。

現場での呼びかけ

一般の方が興味をもつワードで呼び込む

「レジ袋が救護に使えるって知っていますか？」
「携帯電話をなくした時に家族と連絡取る準備できていますか？」



会員拡充の場として活用

どこの委員会が担当しても、
会員拡充と連携

- ・アンケートをとって、個人情報取得し、後日メール連絡
- ・その場で団の活動紹介、見学会の案内
- ・スカウトの姿を全面に出す

店舗（イオンモール）との連携

連携を密にして、
最大限の協力を得る

- ・ホームページ、折込チラシ
- ・館内放送
- ・イオンモールの防災紹介
- ・グループ社の巻き込み
- ・行政タイアップ

SNSやファイル共有サービスを用いて
即時的な情報共有

他県連盟との連携



難民に、
生きるための服を。

ユニクロで行う難民支援

H28年度 春
1000万着のHELPに参画
162団が参加



H28年度 秋
衣料回収プロジェクト
継続実施



H29年度 春
衣料回収プロジェクト
(以降、毎年の定例化)



100万

ユニクロFacebookの
いいね！数

2万276

春のプロジェクトで
BSが集めた枚数

6,530万

難民・避難民の数

837

国内のユニクロ店舗数

スカウトには教育的価値
社会には活動のPR（見える化）



社会連携・広報委員会の取り組み

④ 社会とつながる

★「働かナイト」（仮称） ...愛知県連、埼玉県連で先行実施
人を育てる運動 = 成果：ローバースカウト



ローバースカウトを売り込む

ローバースカウト20人ほどと企業の人事担当者や経営陣
計画中) ミズノ、ユニクロ、リオティント

★スポンサーカテゴリーの作成 寄付あるいは広告宣伝費
身内ばかりの維持会員⇒スポンサー企業



より良き社会人の育成



スカウトと社会をつなぐ場
「Be good citizen（仮称）」

社会に出て働くということの意義、「より良き社会をつくる」ことに自身がどのように貢献できるか、を改めて考える場として、これから社会に出ていくスカウトを対象に開催する。

1回の開催は20～30人程度の小規模とし、毎回いろいろな企業にご協力をいただきながら、定期的な開催を目指す。



ローバースカウトへの就職支援となる事業を実施あるいは予定する県連盟もあり、日本連盟としてもこのような県連盟の動きを推奨していく。



団支援・組織拡充委員会×社会連携・広報委員会

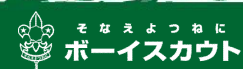
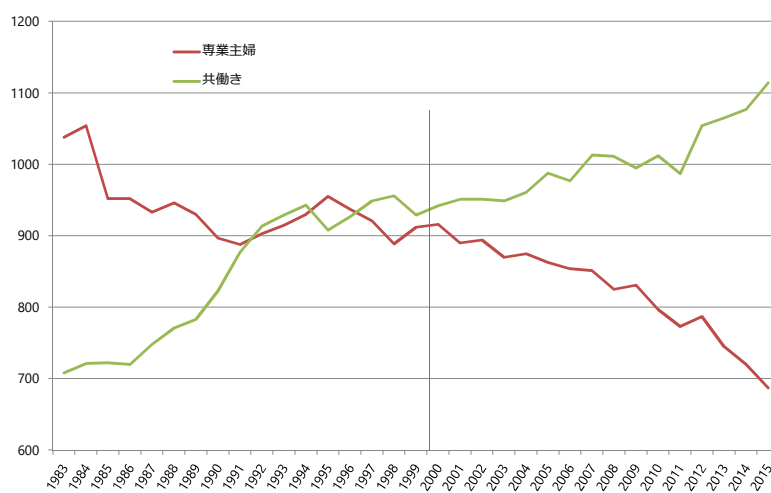
- ・お母さんの意見を汲み取る調査活動
- ・イベント実施の協力体制
- ・日本連盟と各県連盟・各団をつなぐPR人材ネットワークの構築

ロコミ戦略と体験イベント

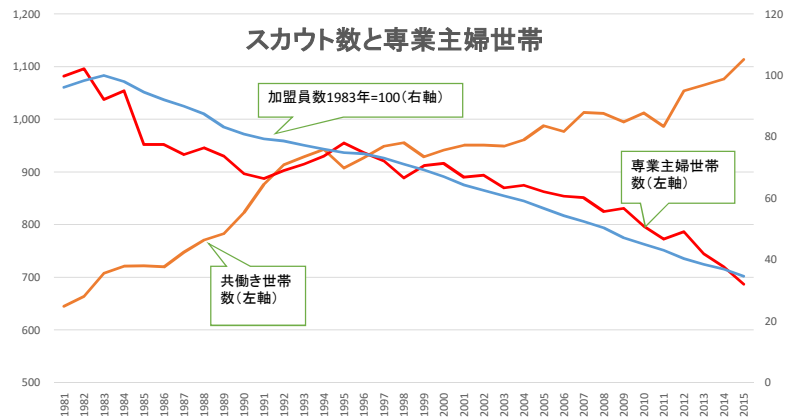
→年内に行動計画を策定 来年度一斉実施



専業主婦世帯と共働き世帯の逆転が「確定」



家族の形の変化に合わせた活動の変化：他委員会での検討必要



そなえよつねに
ボーイスカウト

発信しよう 「ボーイスカウト」



ご協力お願いいたします

社会連携・広報委員会

そなえよつねに
ボーイスカウト