

わが国におけるレクリエーション学の体系化に関する研究

レクリエーション資源・レクリエーション 空間論を中心として

話題提供者 鈴木 忠 義 (東京農業大学)
 杉 尾 邦 江 (プレック研究所)
 涌 井 雅 之 (石勝エクステリア)
 前 田 豪 (ラック計画研究所)

コーディネーター 進 士 五十八 (東京農業大学)

報 告 者 麻 生 恵 (")

I レクリエーション学における資源と空間 の問題点

鈴木 忠 義

1. レクリエーション発展の要素 (発生要因)

レクリエーション (以後レクと省略する) 発展の要素として次の5つの項目があげられる。

- ①もの 空間 (モビリティの発展)
施設 (開発, 建設の可能性)
用具 (発明, 改良, 普及)
- ②かね 高所得, 安定成長
- ③ひと 高学歴化, レク・スポーツ体験
リーダーの増加, プロとアマ
- ④しくみ 学校, クラブ, 主催者のリード
イベント 公-私
- ⑥ところ 啓蒙, 宣伝, 情報の蓄積と流れ
こうしたレク発展の要素は全て揃っているとい
うことができる。

2. 日本の自然とレクリエーション (空間の特徴)

図-1に示したように, 日本列島は緯度的に最も都合のよい場所に位置している。周囲を海に囲まれているため, 海中, 海上のレクが豊富なうえに, 山岳には積雪がみられ, ウィンタースポーツも盛んである。国土が狭く人口過密であるが, レクのみに魅力ある風土性を具えている。

3. レクリエーションの本質から何を選択し, 重視するか

こうしたレクの発展要素や資源性から何を選択し,

重視するかが, レク資源・空間計画のポイントとなる。それらが決定されれば, 国土全体においてどれくらいのレク空間を確保すべきか, またその分布や基本単位も決ってきて, マスタープランが作成される。具体的には次の3つの側面から検討できよう。

- | | |
|------------|-------------------|
| (1)物的環境として | (2)レク内容 |
| 自然—人工 | 動的—静的 |
| 開放—閉鎖 | 学習—遊戯 |
| 遠い—近い | 見る—する |
| 春—夏—秋—冬 | (3)しくみ |
| 屋外—屋内 | 公共—私 |
| 昼—夜 | 団体—個人 |
| 点—線—面 | 見る—見られる |
| | 金がかかる—
金がかからない |

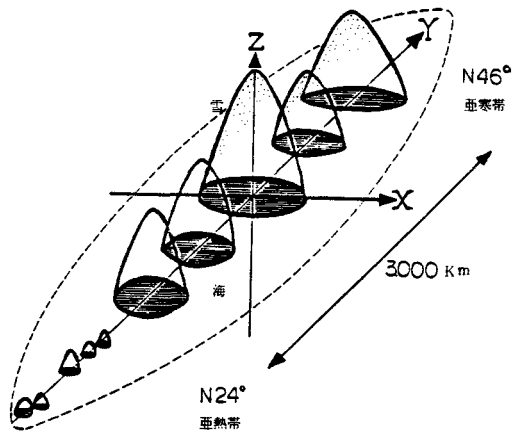


図-1 日本の自然とレクリエーション資源

以上の諸点について、特にレクのあり方や本質を追求されている先生方、あるいはレク空間を使う立場の方々からの指示を賜りたい。

4. レクリエーション空間の具備すべき条件

レク空間の具備すべき条件としては次の7つがあげられよう。

- ①非日性の環境
- ②自然性の尊重
- ③見る—見られるという関係
- ④季節性の利用
- ⑤レク選択の多様性
- ⑥施設・空間の隔離と系統
- ⑦アクセスの便利

5. 結語

以上のことから結論としてはまず第1に、日本の自然や風土性、歴史性がかみ合った空間に対して、如何に利用を一致させていくかという①レク開発の風土性と立地が問題となる。

また②資源というものに対して、使い捨てではなく育てながら使う方法の検討が必要である。

③計画性の重視という面では、利用率を上げながらかつ容量に見合ったものを如何につくるという全体の計画性が重要である。

最後に、3の「レクの本質から何を選択し重視するか」を本学会の主要課題として取りあげ、様々な投げかけをしてほしい。4の「レク空間の具備すべき条件」は、3と4のやり取りが大切である。これらを詰めていけば日本のレク資源も維持され、空間も整備されるだろう。

II 公的レクリエーション施設

—特に利用の実態と運営のプログラム、
レクリエーターとの接点—
杉尾 邦江

1. 我国におけるレク政策と公的レク施設事業の実態

我国のレク政策として、諸官庁14省において172の事業が実施されている。余暇関連の公的施設は全国で7万カ所、それに対する投入建設費は毎年4,000億円に達しており、都市公園だけをとりあげても約885億円もの投資が行われている。したがって公的レク施設はある面では政治的な手段として使われることも多い。これらの問題点としてまず第一にあげられることは

政策の一元化ということである。現状では、様々な施設が輻湊して設けられ、各省庁とも同じような政策を実施している。つまりレク政策としてのコンセプトが大変不明瞭な状態にあり、資金、資源、労力の投下の必要性に応じて、強力なリーダーシップをとる省庁の存在が欠けているといえよう。その結果、ビジョン、調整機能の欠如や、レクプログラムが効果的に実行されず、施設の建設だけが先行する、また立派な施設ができて効果的な運営がなされない、といった問題が発生している。

更に、そうした施設等の建設が、環境アセスメントの手法をとり入れないで行われることによって、資源、空間、環境面においてかなりの混乱や質的低下が生じており、それらの保全とコントロール、統一的な管理システムの開発、調整が必要である。また、それに係わるプログラムや、それを効果的に実施していく指導員、レクリエーター等の指導体制の確立も必要とされる。

こうした現状からどのような弊害が生じているかということであるが、まず第一に、需要と供給の面でアンバランスを呈しているのではないか、ということである。公的施設の建設が地域の振興に大きなインパクトを与えている例はしばしばみられる。例えば、民宿等を中心とする比較的小規模な観光地において、立派な公的宿泊施設が建設されると、建設段階では確かに投資効果がみられるが、出来上ってしまうとそれが民宿の経営を圧迫する。従来からの地域に根ざした組織を公的施設が壊してしまうのである。このように、地域の中での機能や役割分担が明確にされないまま、補助金（建設資金）を無計画に投入していく、そうした政策が地域に大きな弊害をもたらしている事例は大変多い。

ここで公的レク施設における歴史を考えると、自然公園においては昭和30年代から野外レクの需要が高まり急激に発展した。昭和40年代は自然公園政策が自然保護に傾き、本来の公園利用という側面をあまり重要視しない政策がとられた。しかし、高度成長により余暇の拡大、野外レクの大衆化が促進され、その後のオイルショック、低成長によって、環境や自然に対する関心が高まった。今日ではレクの多様化、クオリティ志向が進み、また都市近郊における身近なレク需要が高まる一方で、交通体系の整備によって自然性の高い地域への資源利用の拡大が進行している。しかし一方で、こうしたレク需要の拡大による資源、空間、環

境の破壊問題が生じ、またそれによって資源の価値やポテンシャルの低下が顕在化してきた。例えば、富山県の立山では、観光ルートが整備されたために一般の観光客が急増し、それに押されて本来の登山客が寄り付かなくなった。その結果、稜線の山小屋の経営が危機に瀕するという状況さえ生じている。

これらの問題に対しては、資源の保全、回復、コントロールといった技術的対応と同時に、レク資源、空間の最適利用、つまり資源の質、グレードに応じた利用を行なう、ということが重要である。特にソフト面の対策として、利用、活動、活用プログラムの開発と実施、これらを行なうためのレクリエーターに対するトレーニングプログラムの開発が必要とされる。また一般のレク志向もスポーツ感覚から知的感覚、ネイチャー感覚へと変化してきており、新しい環境や自然に親しむためのテクニックをリーダーたちが身につけなければならない。更に、啓蒙、指導、教育的サービスを拡充していく政策が必要であり、それらの面を具体的に環境教育、あるいは環境教育指導者の養成が望まれる。

2. レク体系化の必要性

(1) アメリカのレク政策

アメリカのレク体系を、1962年のORRRCのレポートにより紹介したい。このレポートでは、先ず①強力なリーダーシップが必要であると述べている。これは政策の一元化ということである。また②レクプログラムの効果的調整、③資源のコントロール、④レク資源の体系化と分類、すなわち資源のグレードに応じたレク活動と管理が当然なされるべきことなど、積極的にアウトドアレクの重要性和政策やプログラムの必要性を強調している。

このレポートによれば、レク資源は次の6段階に分類されている。①高度利用地区、②一般野外レク地域、③自然環境地域、④特別自然地域、⑤原始的地域、⑥歴史的文化地域である。これはレク資源の管理を助けその質を高め、レク地域の開発を適正かつ容易にすることをねらったもので、1962年から実施に移されている。

1960～1970年にかけて、アメリカではベトナム戦争など社会情勢の大きな変化がみられ、アウトドアレクにおいても環境教育的ニーズが高まった。また世界的規模での環境問題への認識の一般化により、アメリカでは環境教育を体系化し、重要政策として位置づけ、

NEED, NES, NEEL, その他のシステムを開発、実施に移している。これは従来のアウトドアレクに供されている資源、空間を活用するものであり、特にナショナルパークでも自然観察等の施設を整備すると共に、環境教育指導を実施している。

(2) 富山県におけるレク政策の体系化

我国においては国レベルのレク政策の体系化はほとんどなされていないが、富山県には県レベルのナチュラルリスト制度が設けられている。これは富山県自然解説員設置要領に基づくものであり、昭和49年7月1日に施行された。この制度の目的としては、自然解説や自然環境保全に関する知識の普及、利用指導等をあげている。立山自然保護センターおよび自然博物館センター「ねいの里」をその活動の拠点としている。これらの企画から建設まではナチュラルリストが参加してきたが、このナチュラルリスト制度は一種のレクリエーターとしてとらえることができる。

3. 今後のレク空間計画とレクリエーターの役割

レク資源は、そのみではレク空間とはならない。資源に加工（施設化）を加え、利用の圧力を制御する保全とコントロールを行ない、適正な利用を促すことによって、始めてレク空間として成立する。これが本来のレク空間であり、またこの作業がレク空間プランニングであって、造園家及びプランナーの重要任務といえる。

更に、この空間利用を活性化、効率化し、効果を高めるよう、ユーザーとの間の媒体的役割を果すのがプレイリーダーの役割である。今後プレイリーダーはナチュラルリストである必要があり、プレイリーダーの教育、養成が望まれる。

最後にレクの体系化ということであるが、レク空間は大きく資源型、施設型、ソフト型に分けることができよう。資源型の代表として自然公園があげられ、非日常的空間としての性格をもつ。施設型には都市公園があり、これは日常的レク空間である。またソフト型はプログラム活動型ということになる。

ここで重要なことは、先述したように資源のグレードに応じた活用を考えるということである。どこでも同じような活動を行うのではなく、資源のタイプに応じたレク活動があり、一種のすみ分け、つまり「レクリエーション生態学」といったものを考えねばならないであろう。

もう1つは、行政レベルで強力なリーダーシップを

とるのはどこなのか、そろそろ行政の一元化が必要になろうということである。自然型と施設型という分け方をするならば、自然公園と都市公園という2つの大きな体系にレクが組み込まれてこなければならない。その際、この2つの省庁に対してどこが調整を行なうのか、ということが問題になると思う。

また自然公園の中での利用の復権、つまり自然保護だけでなく、利用者サービス、利用を促進していく政策への転換がせまられていると思われる。

Ⅲ 商業資本によるレクリエーション空間

— 事業化の系譜と今後の問題 —

涌井 雅之

1. レク産業の形成過程

外の遊びの場は、聖、俗、遊の合体の伝統をふまえ河原、堀内、辻を中心に物見遊山、遊覧として庶民に支えられ発展してきた。勿論この時代に商業資本の介入といった姿はなく、私的経営の対象でしかなかった。

レク産業の原型としては、嘉永6年(1853)植六(植木屋)森田六三郎開園の浅草「花屋敷」があげられ、ここでは四季の花を集め、珍鳥珍獣を飼育展覧した。明治17年より興行を催し遊園地化した。(以下表-1

参照)

本格的な近代遊園地の発祥は、明治44年(1911)、箕面有馬電鉄(阪急電鉄)の小林一三が赤字鉄道の誘客策として少女歌劇団とあわせて設けた宝塚遊園地である。このアイデアによって、誘客率が上がり、沿線開発にも大きな効果がみられた。この影響をうけて、関東各地の私鉄も多摩川園を始めとして遊園地を設けるようになった。このようにして私鉄資本による沿線開発の時代を迎え、遊園地にとどまらず、やや多面的な発展をみせようとした。戦前の都会におけるレクは遊園地の中でまかなわれた部分と、多摩川、隅田川等の自然的遊覧との2つに分化していた。

戦後は昭和30年代に入って、ようやくレクを考えるゆとりを取り戻すと共に、閉鎖されたり食糧生産の場になり変った遊園地が各私鉄により復興整備され、また新たに建設された。特に米国的なファンパーク、アミューズメントパークの色合いが濃くなり、やがて遊園地全盛時代を迎えることになった。しかし昭和40年代に入り、自動車が一般に普及すると、新しい設備をとり込んで積極経営を進めた遊園地専業会社を除いて私鉄系遊園地の多くは魅力を失い衰亡、やがて閉園されたり他の用途に転用されるものが目立った。一方、

表-1 レクリエーションの時代区分

年 代	時 代 区 分	事 例
明治30年代迄 明治末期 }	(江戸の名残り)物見遊山、遊覧時代	浅草寺境内、浅草公園、隅田川
大正末期	近代商業資本進出の時代	宝塚遊園地、荒川遊園、多摩川園
昭和初期 戦 時 中	私鉄沿線開発の時代~第一期~ 国民精神高揚の時代	豊島園、京王閣遊園、向ヶ丘遊園
昭和20年代 昭和30年代	(生存の時代) 私鉄沿線開発の時代~第二期~ (物の時代)	二子玉川園、よみうりランド、西武園
昭和40年代 昭和40年代 }	レジャー産業大発展の時代	モータリゼーション、ボーリング、ブーム
50年代前半	レジャー産業再編成の時代	会員制クラブの勃興
現 在 近 未 来	(心=文化の時代) レクリエーション多様化の時代 (心=健康の時代)	レクのファッション化

モータリゼーションの目的地化した場所の遊園地は逆に活況を呈するという現象がみられた。

こうした経移を経て、現代は、文化の時代、健康の時代といわれ、レクの多様化、ファッション化が進行しつつある。

次に、表-2は東急グループにおけるレク産業の系譜であるが、如何に貧欲に、また時代の動きに敏感に

レク事業と企業とが深く係ってきたか、この年譜から理解できると思う。

2. レク動向の社会性

表-3に示したように、多摩川園の入場者数は、昭和20年に24,332人であったが、次第に増加して昭和40年には966,314人という入場数を数え、これが昭和54年にはわずか165,931人に減ってしまった。なぜ、

表-2 東急グループにみるレク産業の系譜

年	
大正13	底ナシ田圃と称する買収地に田園都市居住者の娯楽施設として「ミニ宝塚」をつくろうとし「多摩川園」を設立、渋沢栄一、秀雄の発案
“ 14	12月22日「夢のお城（浴場を中心とした本館）」「小鳥座（小劇場）」高さ24mの展望塔を付設して多摩川園開園、288人/日平均入場、年8%配当
昭和2	綱島温泉浴場開場～遊園地的浴場施設～
“ 4	丸子玉川「花火大会」初める
“ 5	碑文谷弁天池 貸ボート、つり堀り開設
“ 6	等々力「玉川ゴルフ・コース」6ホール、オープン 75人/日平均入場
“ 7	多摩川河川敷10万平方メートルに野球場4面、400メートルトラック1面オープン
“ 7	「駒沢ゴルフ・コース」オープン 18ホール 6,400ヤード
“ 9	「玉川ゴルフ・コース」9ホール全コース・オープン
“ 9	17面テニスコート「田園テニス・クラブ」オープン
“ 13	東映の前身東横映画の移立
“ 26	東映発足
“ 28	「駒沢野球場」オープン
“ 29	「二子玉川園」オープン
“ 30	砧東急ゴルフ場オープン 26平方メートル 9ホール 3,160ヤード
“ 33	白馬観光開発（スキー場）設立
“ 36	伊豆急開通
“ 38	西伊豆堂ヶ島レステル開設
“ 37	「スリーハンドレッド・クラブ」18ホール 6,857ヤード開設
“ 40	箱根ターンバイク開通 箱根明神平別荘地販売開始
“ 42	「こどもの国」長津田線開通
“ 43	「つくしのスポーツクラブ」オープン
“ 44	「天城高原観光開発」 国立公園内のコンプレックス・リゾート
“ 44	東急レクリエーション商業変更（元新日本興業+元東京文化会館
“ 47	海外にリゾート開発会社をこの頃多く設立
“ 50	札幌望東ゴルフ場オープン
“ 52	東急リゾートタウン（ゴルフ・コース、別荘等）オープン、筑波パブリック・ゴルフコースオープン
“ 54	蓼科リゾート・オープン
“ 57	「多摩川園ラケット・クラブ」オープン 32面

このような軌跡を描いたのかということ、①社会的時代区分、②レクの時代区分、③レク行動区分、④時代のキーワード、⑤レク動向、⑥東急グループの組織という視点から考えてみたい。

終戦から昭和35年頃までは、「生存の時代」という言葉が象徴するように、レクを行なう余裕はあまりなかった。しかし多摩川園は都心に近いという関係もあって、30年頃から急に利用が伸びてきた。昭和35年からは所得増政策がとられ、遊び心が世の中に広がると共に、物に走る時代となった。またそれに並行して多摩川園の利用者数も大幅に伸びた。しかし、昭和45年頃から物冷えの徴候が見え始め、48年のオイルショックによって大きく価値観が変わり、心や文化といったものが志向されるようになった。

レク産業もレジャー産業という言葉に変わり、再編成の時代を迎えた。東急グループの組織をみても、最初は運輸部の旅客誘致施設としての位置づけであったが昭和40年に開発事業部に移管され、48年からは観光サービス事業部となり、58年7月にはリゾート事業部となった。このように企業の組織も社会の変化に応じて変わってきているのである。

レク行動をみると、オリンピックから万国博の頃までは団体的な行動が主流であった。また、それに重複してファミリー的行動が強まり、後半はニューファミリーという言葉が出てきた。

しかし、現在から近未来に向けては「私」の時代である。「団体でも家族でもなく、できるだけより良い1人の個人でありたい」、という消費者の欲求が強まりつつある。したがってレクの供給側としても、それに応じた市場展開を図ろうとしている。東急グループにおいても、生活情報事業部というものを発足させ、百貨店やホテルチェーンはすべてこの中に組み込まれることになった。

昔は開発の時代であり、次は施設提供の時代であった。今後は、ハードを組合せたソフトの領域開発を目指す時代であり、企業の組織もそれに向けて変わってきているのである。

3. 今後の商業資本におけるレク空間事業

民間企業は今日まで常にレク空間創出の先導者であり、また一方でレク消費者のニーズのアンテナでもあった。

初期においては先述したように施設提供型が中心であったが、やがて複合型(コンプレックス)のレク空

間創出を目指すようになり、地域開発型のレク空間開発が主軸となった。そこでは、地場の民間、公共、それに大手企業との間に、誰が何を担い、どこ迄を相互に負担し合うか、というハイラルキー(ルールづくり)の研究が行われた(例えば白馬山麓における東急方式など)。

一方、産業化社会でつくり出されたスPENDホリック(spend holics, 消費型社会)は、オイルショック、世界不況等により、生産者と消費者が大変密接な関係になってきており、プロシューマー(prosumer)現象に変化しつつある。例えばDIY(do it yourself)等がそれにあたる。レク行動も、同様に団体から私へ、スポーツから運動へと変化してきた。レク活動の組織においても、「縁者の集まりの楽しさ」から、「無縁な私(個人)が集いその場その場の仲間を楽しむ」といった方向へ個別化が進みつつある。そしてそのための共通言語としてのファッションが重要な要素として登場してきた。更に、情報化社会の中でのストレスが増し、高齢化社会での「老後の不安」等が重って、健康への関心が、これまでのレク行動とは全く別の動機として高まってきている。このように、レク行動は多様化し、個別化し、目的的にさえなってきたのである。

こういった現象は、事業的にはターゲットを大変絞り込みにくい状況である。企業の戦略においても、個別のレク行動に応じた施設をそれぞれに設けるのではなくて、より良い環境や確固とした基盤の設備を整備し、プロシューマー的レク行動を触発しやすい条件を整えていく方向に転換してきている。

一方、レク需要を拡大するという側面においては、消費者の感覚的レク欲求(やってみよう、そのスタイルになりきってみよう、一応かじっておきたい)を高めることも重要であり、そのためにはモチベーションを促す先導者(レクリーダー)を育てることが必要とされる。また同時に、全ての施設や装置について、より良いデザインを与え、優れた感性の共感を得ることに努めなければならない。特にAIDMA(attention, interest, desire, memory, action)という広告の原則を使用することは、自分自身でも興味の焦点を絞り込めなくなった人々に対して、ある方向をターゲットとしてみつめさせ、事業性を高めていくのに大変効果的である。

より良きレクリーダーの育成こそ、レクの事業化に

最も有効に結びつく。これは、プロ→アマ→ビギナーへのスムーズな人間的レク行動のコミュニケートが行われるということである。レクの事業化は、「差別化作用」「同化作用」「定着化作用」、あるいは「革新者マーケット」「初期採用者マーケット」「前期追随者マーケット」「無関心者マーケット」といったファッションのマーケティング戦略に学ぶところが極めて大きい。

次に、近未来のレク事業のターゲットとしては、図-2のような図式が考えられよう。まず「シルバーマーケット」「昭和-ケタ病」「高感度社会」「私的個別性」といった現象があり、「ヘルシイ+ビューティ+セクシイ」、あるいは「うるおい、ゆとり」といったキーワードの間に、「私との出会い」「自然とのふれあい」といった個人の欲求が生まれる。それは「人間の豊かさを求めて」、「健康な社会を求めて」とい

った社会的ニーズへと高まってきている。こういった需要に対して、事業としては、シティ・リゾート系（会員制スポーツクラブ、ヘルスクラブ等）、ネージュア・リゾート系（地域開発型コンプレックスリゾート）、カルチャ系（カルチャースクール、劇場等）DIY系といった方向への発展しつつある。

4. 提言

今後のレク行動はますます多様化し、変化していくものと予想される。そこで今後の対応としては、まず第一に、ハードウェアのみを重視するのではなく、マーケティング、アドバタイジング、フィージビリティといったソフトウェアを重要視していかなければならないということである。特に、レク欲求の背後にある社会性をみつめながら、適切な方向にレク消費者を誘導できるレクリエーションクリエイター（仮称）的役割を担う総合力ある人材を育成する必要がある。

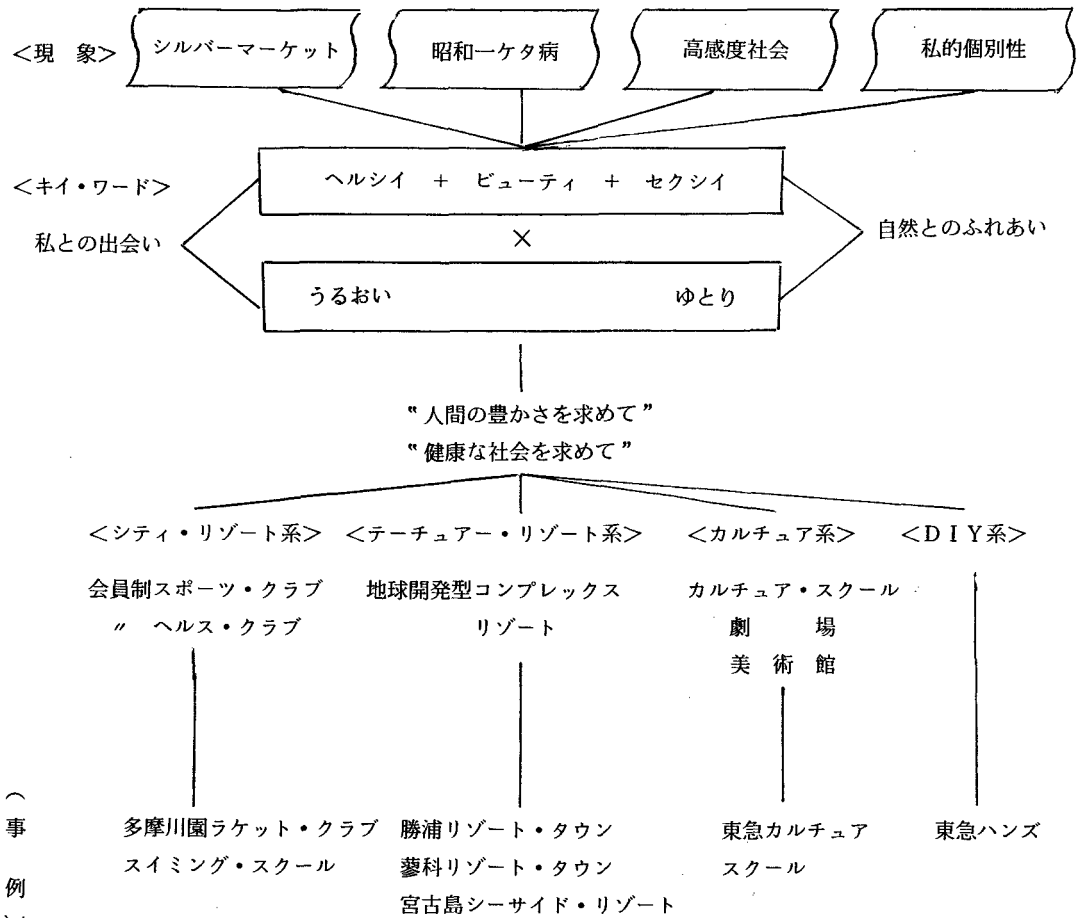


図-2 近未来のレク事業のターゲット

また、公共と民間との重複投資を避けるべく、合理的に相互の関係を調整するような機能や組織が今後ますます重要視されるようになるものと思われる。

レクの「革新者」として、レク欲求をもちながら参加の手立てや動機をもち得ない人々に対して、適切に指導し仲間としてアドバイスするレクリーダーを社会的に養成する必要がある。

レク行動全般にわたって、学際的に境界領域を埋め社会に対応できる新しい学問の領域が求められる。そうした中から、専門的にレク教育を受け、実社会で活躍できる人材の養成が必要である。

最後に結論としては、「しかけ」は民間で行ない、「しくみ」は行政あるいは公的セクターで行っていく方向性が確立できないが、ということである。

IV まち全体を“舞台（資源）”としたレクリエーション

前田 豪

1. マラソンでまちづくり——山梨県白根町の試み——

現在我々は、まちづくり、ないし観光レクリエーション開発計画を手がけているが、その中で私自身が最も関心を抱いていることは、まち全体をひとつの家としてとらえたとき、その中で客間なり居間なり台所なりを如何に整備し、家全体の中で外来者をどうもてなすか、ということである。その1つの例として山梨県白根町を紹介したい。ここは南アルプス桃源境マラソンを実施していることでも有名である。

白根町は元来、桃を中心とする農業の町であったがその農業を如何にして振興させるかということからこのマラソンがスタートした。つまり、桃の花をマラソンによってアピールし、ひいては桃を買ってもらおうというわけである。

さて、昭和52年4月の第1回マラソン大会は参加者数が680名であったが、今年（1983年）にはそれが、7,711名にも達した。彼らはまた、ランナーの約2倍の数の応援団を連れてきたので、人口約14,000人の町にその倍以上の人々が集ってきて、期間中は町全体が大変なにぎわいとなった。

ところで、桃源境というキーワードは、その後この町の基本方針になってきたが、そのPRの役を担ったのが「桃っ子バス」である。これは町の老人たちが自前で自分たちの活動用に購入したものである。一方、昭和56年11月にはギャラリー形式の「桃源美術館」が

オープンし、以来7回の美術展で40,000人の入場者があった。更に昭和59年オープン予定の音楽ホール、「桃源文化会館」があり、これは宮城県中新田町のパッハホールをモデルにしたものである。

こうした一連の活動と効果を考えると、まず「桃源境マラソン」の当初のねらいである農業振興においては、後継者が確保でき、ブランドの確立にも成功して当初の目的は十分に果たしたといえよう。老人はきわめて健康で国民保健も黒字、桃源美術館が話題にのぼることなどにより、心の健康も維持されている。子供達もわが町に誇りを持つようになり、人口は着実に伸びつつある。

2. 白根町にみるレク計画の5要素

この白根町の一連のイベント作戦には、「もの」、「かね」、「ひと」、「しくみ」、「ところ」という5つの要素が大変うまく仕様まれている。

(1) もの

マラソンの舞台は既存の道路であり、集散の場は校庭、お弁当広場は果樹園（桃の花の下）、観客席は歩道と民家の窓という具合に、まち全体が既存のものを利用したひとつの大きな舞台となっている。レクのプレイヤーには人に見られたいという欲求があり、このマラソンにおいても町をあげての応援があるため、つまり舞台性を有するが由に、これだけのランナーが集ってくるのである。

(2) かね

一般にイベントの実行には大変な費用を要する。昭和58年のマラソンでは、7,000人のランナーを集めるのに22,862千円の支出を要したが、ランナー1人から2,500円の参加料を徴収したため、町としては差引わずか3,584千円で応援団を含め2万人以上の人を集めることができた。ところがこれには更に3,500万円以上の地場産品が売れるという、大きな付帯効果があった。このように「かね」に関してはきわめて低い投資で大きな効果を生む結果になった。受益者負担（喜んで金を払ってもらって運営している）という点でも成功した例であると思われる。

因みに、桃源美術館についても、年間の維持費はわずか300万円程度（昭和57年）にすぎないが、これはギャラリー形式をとっていることと、職員の熱意でカバーしている（企画展ではなるべく安く借りてくる）ことによる。

(3) ひと

名執齊一氏という町長の、リーダーとしての大変な努力がまずあげられよう。町民の意見を十分に聞き取ると同時に、中新田町をはじめ先進モデル地区の研究、自分の町へのアレンジといった熱意がリーダーシップをとる上で大変重要な条件となっている。

同時に役場の職員も1つのセクションにこだわらず様々な機能を発揮し協力していることや、マラソン大会開催時に際して600名もの町民が裏方として参加協力してくれることも見逃せない。

こうしたリーダーシップを発揮できる人がいたことと、裏方に恵まれていたこと、更には14,000人の町民が一致団結して協力したことなどが、白根町が成功した秘訣ではないかと考えている。

(4) しくみ

しくみの原則は「二人三脚」、「三人四脚」である。最初は農業振興を目指した制度が、老人福祉、その他様々なものに展開してきている。つまり1つの手段がいろいろな問題解決に役立っているということである。更に、町民と域外の交流、参加者負担（受益者負担）も一種の二人三脚といえるのである。

(5) こころ

自分の老後のために「自らまかなう老人福祉」や、「町長はじめ頑張っている町へのお礼ごころでやる民泊」などがあげられよう。

このように「もの」、「かね」、「ひと」、「しくみ」、「こころ」がすべてうまく機能するように仕組みであるところに、白根町のまちづくりの特徴があるといえよう。

3. プロが必要なレク資源と施設の体系

レク施設ないし施設の体系を考えると、とりわけ町全体を舞台として考えるとき、確かに「何でも資源」にはなる。しかし目の肥えてきた利用者を満足させるには水準の高い演出が必要とされる。

今後、定住人口だけでにぎわいできないところは域外からどれだけの人を連れてくるか、またそのためには域外の人々に耐えられるものをどれだけつくるかという検討が必要とされ、ユーザーのレベルを見抜くプロの目が重要になると考える。

今日、レク関連予算は大変きびしいが、知恵と情熱さえあればレクの舞台づくりは不可能ではない。白根町もレク関係資金はほとんど使っておらず、農業振興その他の費用ですべてまかなっている。「金を出せば」という時代は終り、これからは「知恵と情熱の時代」

なのである。

ところで、1960年代はハードウェアの時代であり、70年代はソフトウェアの時代であった。そして、80年代はヒューマンウェアの時代といえることができる。これは堺屋太一の言葉であるが、演出も含めてすべからず「ひと」ではないかと思う。

少しニュアンスが異なるが、舞台づくりのリーダー、これがまちづくりにおいて最も重要なことである。