

松本ロゲイニング 2014 Spring Stage 2014年3月29日(土) 長野県松本市

「松本市波田地区でロゲイニングできますかね？」

「やりましょう」 初対面での飲み会のやりとりが、地元愛好者、自治体、鉄道会社、地域経済を巻き込んだイベントへと発展した。

2014年3月29日(土) 長野県松本市  
松本ロゲイニング 2014 Spring Stage



## 呑み話から始まった

全日本リレー大会、インカレロング大会の地図資産を利用した第2回松本ロゲイニングが開催されたのは2013年3月のことだった。半都市型ロゲイニングの特徴を活かし、大会後に参加者同士の交流会を実施したのが、今回の話の発端となった。

交流会のメンバーに松本に住む、山やトレランの愛好家が居た。その中のひとりワコタ氏（ハンドルネーム）がロゲイニングを面白いと感じてくれて、自分の住む地区でできないか提案してきたのだった。

「松本市波田地区でロゲイニングできますかね？」「やりましょう！」・・・どうみても飲み会でしかありえない会話だったが、これが今回の松本ロゲイニングのきっかけとなった。

## Mt-channel

これは偶然だった。ワコタ氏は山・トレランの専門番組の司会者だった。といってもマスコミではなく、インターネット放送の番組である。自主放送の小さな番組で視聴者数はそう多くない。ただこの手の話題の専門チャンネル

ルということで、特定の層に強く届く番組でもある。「山の話題を信州松本より配信 Mt-channel」。私・木村もオリエンテーリング界への情報発信力を持っているが、彼らの力を借りれば、今までとは違う層に情報を届けることができる。

## 松本スポーツコミッション

ちょうど同じ季節の2013年4月に松本スポーツコミッションが立ち上がった。信州松本の山岳景観を活かし、ハコモノに頼らないスポーツツーリズムを目指して活動を開始した。松本市の市議会で承認され、松本市として推進されることになった。だが予算はほぼゼロ。活動の実質は松本観光コンベンション協会が行う民活プロジェクトで、松本在住のスポーツタレントが前面に立つ。これを松本市観光温泉課がバックアップするという活動である。

このスポーツツーリズムをもっとも体現しているスポーツとして、ロゲイニングが松本市で評価されている。こうして松本ロゲイニングの主催者に自治体である松本市が名を連ねることになった。

ほかにも松本スポーツコミッションは、ウォーキング、ランニング、サイクリング、トレイルランイベントを手掛け、プロモーターとしても活動している。

こうしてロゲイニングは松本市が持つ広報チャンネルを使えることになった。特にマスコミに対するニュースリリース力は強い。

## 地元鉄道を巻き込む

関連団体が多くなったとは言え、競技の核心部分は私・木村がプロデューサーとなって作りあげていった。信州の3月という季節。松本市波田地区という河岸に広がる扇状地を考慮した結果、地元私鉄を含めた広大な人里を5時間かけて巡る競技形式に決定した。電車利用ができるルールとし、これを前提としたフィールド設定とした。イベントを誘致した本人のワコタ氏にコントロール地点の選出を指示し、実際のコース作りに入った。

地元私鉄「上高地線」を利用することが、前提のロゲイニングであること

から、この鉄道を運行するアルピコ交通（旧松本電鉄）を巻き込んだ活動にすることを提案し、鉄道会社と交渉を開始した。個人の活動で鉄道会社まで巻き込むのは至難の業だが、ここで力を発揮したのが松本スポーツコミッションである。鉄道会社との交渉は順調に進んだ。

## 鉄道利用を誘導

今回のロゲイニングでは、上高地線の一日乗車券を競技前に全員に配布することにした。これにより全員がほぼ平等な条件で、鉄道利用した競技ができるようになる。

実は円滑な鉄道利用のために一日乗車券は必須だった。「上高地線」のほとんどの駅が無人であり、電車はワンマン運転をしている。無人駅から無人駅への電車移動では普通乗客は現金清算が必要となる。平時はこのような運行を行っても支障がないほどの利用状況だが、ロゲイニング競技の時は瞬間的にラッシュが予想される。競技者の電車乗降を円滑に行うためには現金決済を無くすことが必須だった。

こうして導入した一日乗車券は競技に使うだけでなく、競技前後の移動にも使える。これを推進するために参加者全員に乗車券を郵送で配布することにした。とにかく一日乗車券を使い倒す。利用客の増加に苦心している地方私鉄にとっても渡りに舟、渡りに鉄橋の話のはずだ。

鉄道利用を促進するために、さらにもう一工夫した。競技終了後の宴会の設定である。

会場隣接地の食堂で参加者・主催者を交えた交流会を設定した。競技終了後なのでもちろんアルコールも出す。帰りを考えると参加者は車で来場するのではなく、電車で来場するようになる。特に地元参加者はそうなるはずだ。

## 洵東なぎさ

アルピコ交通の電車「上高地線」では現在売り出し中のイメージキャラクターがいる。19歳の女性鉄道員という設定の「洵東なぎさ」（えんどうなぎさ）だ。もちろん架空の人物である。3年ほど前に、鉄道系の萌えキャラの走りとして登場した。今では「洵東なぎさ」のラッピング電車が上高地線を走

っており、上高地線のあらゆる案内に彼女が登場している。

この萌えキャラを今回の松本ロゲイニングの広報に多数登場していただいた。あまりにも彼女を前面に出して広報を行ったために、松本ロゲイニングが萌えキャラのファンイベントと間違えられるほどだった。

彼女を巻き込んだ活動はさらにエスカレートする。アルピコ交通から一日乗車券のオリジナルデザインの許可を取り付けると、「渚東なぎさ」を前面に出した3月29日限定の一日乗車券のデザインにとりかかった。鉄道萌えキャラファンには堪らない企画きつぷの登場である。一般販売はされず、松本ロゲイニングに参加した人だけが手にした、激レア切符となった。



【渚東なぎさ】

上高地線にある二つの駅「渚東(えんどう)」と「渚(なぎさ)」から命名された。どちらも無人駅。

## やりたい放題

コースプランナーとしてコントロール位置のピックアップを行ったワコタ氏は、これをきっかけに郷土史の資料を読んだ。また自分のお気に入りのスイーツショップを地図でピックアップしていった。この作業は新たな発見の連続でとても楽しかったと言う。地図

の確認に木村も独自にランニングで駆けて調査を行った。お互いに地元でも知らないところが多いものだ。初めての山道や風景を大いに楽しんだ。それだけではない、萌えキャラを使ってバナーを作り、自分たちで切符まで作った。

イベント2か月前にはワコタ氏が主催するインターネット生放送のスタジオにお邪魔して、ロゲイニングについてもろもろのトークを繰り広げた。まだまだ・・・地元もコミュニティFMの生放送に出演したり、地元新聞に売り込んで取材受けたり・・・打ち合わせと称した飲み会は数知れず・・・ワコタ・木村の2名がロゲイニングをネタにやりたい放題。楽しむのは主催者の自分たちなのだ。主催者が楽しんだぶん参加者にも伝わるといものだろう。

## 官民ボランティア一体の活動

事前に一日乗車券を送る。このために後付けでいろんなモノも送ってしまった。電車時刻表を人数分送ったほうが良いだろう。簡単なプログラムも送ろう。松本市でロゲイが行われ公開中の映画「神様のカルテ2」のチラシも入れよう。観光パンフレットなど松本観光温泉課が送りたいモノも送ろう。松本市観光温泉課の通常業務として発送作業が行われた。また各種プレスリリースは松本市のプレスルームを使って各種マスコミに情報発信された。松本市の支援に感謝だ。松本市民でよかったと思えた。

## 本当のスポーツボランティアへ

かくして、松本ロゲイニング2014 Spring Stageは行われた。こんな田舎の町に訪れてくれた参加者は193名。小さな公民館がいっぱいになった。

日の光に白く反射する北アルプスの山岳風景。その下に広がる里とその中を走る電車は、この小さな旅を楽しむ人たちの笑顔でいっぱいになった。参加者層を見ると、オリエンテーリング関係者、山岳関係者、トレイルランニング愛好家、地元ランナー、家族連れなど多彩だった。運営者も各方面からの笑顔が集まった。地元鉄道会社からも感謝された。各方面からさまざまな才能を持ちよって創り上げられた今回のイベントは大成功だった。ここに本当のスポーツボランティアの姿を見た思いだった。

集まった参加者の70%が長野県外からの参加者。スポーツイベントとしては驚異の数字をたたき出したイベントとなった。

## ロールモデルへ

松本ロゲイニング2014 Spring Stageは各方面から注目され、地域観光振興のロールモデルとして捉えられることになった。地元新聞にも大きく取り上げられただけでなく、日本経済新聞の長野県版、そして日経マーケティングジャーナルにも取り上げられた。

マスコミだけではなく、2週間後に千葉県で開催された「いちほら里山ロゲイニング」も木村がイベントのフロアプランを作成した。ここでも松本の手法をそのまま移植し、地元私鉄である小湊鐵道を利用したルールで実施した。ここも市原市の行政を巻き込んだイベントになった。

長野県松本市の隣にある安曇野市もこの取組に注目してきた。安曇野市でも行政をあげてロゲイニングを誘致する動きになっている。この原稿を書いている時点ではまだ案の段階だが、とりあえず最初のイベントを5月31日(土)に行う予定である。

## 産業へと発展するか？

呑み話から始まったロゲイニングがここまで発展してゆくとは、正直思っていなかった。だがナビゲーションの持つポテンシャルに少しずつ皆が気付き始めたということだろう。これがナビゲーションスポーツとして発展するか、単なる食べ歩きイベントとなってしまうかはイベントコントロール一である。魅力あるスポーツ産業として発展すれば、それは私の望むところである。ロゲイニングから派生した食べ歩きイベントが各地で増えるかもしれないが、私はそのことには寛容だ。派生や二次創作が多数できてしまうのは、元の内容が魅力的であることを示しているからだ。

(木村佳司)

