

*** Bike is Good! ***

(仮称) 自転車遊び利用促進連絡網・実証実験2005

～企画提案書～

2005年3月1日

自転車遊び研究所

**COURSE
CREATE**

Open-road, Closed-circuit,
School, Media, Academy

〒740-0036

山口県岩国市藤生町1-30-6

TEL 090-3170-6658

InterFAX 03-4477-4661

E-mail Coursecreate@aol.com

URL <http://www.bike-joy.com>

自転車は良い。

子供のころ自分の力で遠くに行けた。自己実現に良い。
サドルにまたがりペダルを漕ぐ有酸素運動。健康増進に良い。
休日近所をのんびりサイクリング。気分転換に良い。
自転車で旅に出る。非日常を味わう。旅の手段に良い。
もちろんエンジンは人間。当然、地球環境に良い。

自転車は決して速くない。言い換えれば逃げ足が遅い。平和でなければ楽しめない。もしかして平和のシンボル？

言うまでもないけれど、工業製品(商品／道具／物)としても良いデザインで、
風を感じ、坂に泣かされ、道に迷って振り返るように、自然に浸るのにも良く、
第一回近代オリンピックから正式種目に採用されている、超優良スポーツアイテムだ。

そんな自転車を日本でもっと楽しく遊ぶために……………考えました。

次のページをご覧ください。

～自転車文化と五つの要素～

ここ数年、「日本に自転車文化を」という言葉を良く耳にする。



日本で自転車が市民権を得るための文化度向上のことらしい？



それは、自転車遊びの充実に他ならない！



自転車遊び人口が増加し、スポーツサイクリング全体が底上げされ、そして自転車はもっと良くなる！

その自転車遊びを因数分解するならば……

「ツーリング」「レース」「スクール」「イベントカレンダー」「ネットワーク」

……の五つの要素に分けられると思います。

「ツーリング」……一般道（オープンロード）を走ること。即ち旅。“道で遊ぶ”ではなく、“道を遊ぶ”。

「レース」……日本には公道レースは在り得ない。全ては特別許可のサーキットレース。（警察見解）

「スクール」……自転車遊びは自己責任。道路交通法だけでなく、遊びのノウハウを伝授。誰もが先生だ。

「イベントカレンダー」……自転車は独りでも遊べる。でもコミュニケーションツールでもある。PRが大切。

「ネットワーク」……情報の共有。人材育成。表彰制度。クラブ&ショップのネットワーク。アカデミー活動だ。

これらは昔からある考えです。

進化する情報社会に適応するための**「実証実験」**が必要です。

～「(仮称) 自転車遊び利用促進連絡網」実証実験2005～

自転車遊びを因数分解するならば……

「ツーリング」「レース」「スクール」「イベントカレンダー」「ネットワーク」
……の五つの要素に分けることができます。

この5つの要素(ジャンル)で、これまで多くの関係者が活動をしている。



しかし情報や物流など社会基盤が進化する中、遊びも多様化。



それに対応した自転車遊びのニーズを探るための「実証実験」が必要。



日本全国共通認識で楽しめて、自然増殖する自転車遊びとは？



「細胞分裂」と「金太郎飴」がキーワード。

- ★**実証実験その1:トレジャーハントツーリング**……地元有志が設定した様々なコースを一定の期間内に走り、そのコース上に隠された宝物を探し、それを報告して、見えないライバルと競い合う、マップリーディング系の遊び。コースには、「100×100」「里山迷路」「自転車散歩」などがあり、出走回数や宝探しポイントなどでランキングを算出し、優秀者や基準達成者を表彰する。
- ★**実証実験その2:MTBエンデュロシリーズ**……日本全国で行なわれているMTB耐久系のレースと連携して、大会代表チームや地区代表チームを選出し、秋に決勝大会を実施する。各地の大会には特にレギュレーション的な制約は課さないが、決勝大会への参加費や交通費の補助はお願いしたい。決勝大会は6時間耐久で1チーム3名のカテゴリーで実施予定。
- ★**実証実験その3:イベントブック“零号”**……自転車遊びの充実には、主催者と参加者を結ぶメディアは不可欠。
- ★**実証実験その4:ホワイトミーティング**……日本全国の自転車遊びの仕掛け人の勉強会も、共通認識で楽しむためには必要。

～古くて新しい企画・自転車遊びのネットワークの再整備～

この企画の**最小の目標**は、メーカー、ショップ、活動グループ、個人、それらの**底上げ**です。
数年毎に繰り返される自転車ブームの底の落ち込みを少なくすることは、自転車遊びが市民権を得ることだと考えます。
それは「自転車愛好者」の数が増えるということです。

自転車愛好者数の増加は様々な相乗効果や波及効果を期待させるものです。

自転車の良さは冒頭でも述べたように、そのイメージは周囲の認めるところです。
しかし日本においては「商品」としても、「交通手段」としても、「スポーツアイテム」としても、微妙な立場にあり、
それを改善することでもっともっと延びると思われま

事業者と消費者を結ぶ何かが不足しているとも言えます。(マッチングビジネスの未成熟)

自転車の情報発信の最前線はショップだと思います。
そのショップに生きた情報を供給する方法を考えることが、この企画のテーマです。

古くて新しい企画・自転車遊びのネットワークを再整備できれば、
自転車愛好者予備軍に自転車遊びの楽しさをもっとアピールできると思います。

実証実験で、「ツーリング」「レース」「スクール」「イベントカレンダー」「ネットワーク」の五つの要素の必要性を確かめましょう！

※実証実験の詳細は個別の企画書や資料をご覧ください。