

ウィズコロナ／アフターコロナ時代の オープンガーデンのあり方に関する研究

— 関東エリアにおけるオープンガーデンを事例にして —

土屋 薫*・林 香織**・崎本 武志***

要 約

関東エリアにおけるタイプの異なる3つのオープンガーデンにおいては、コロナ禍は地域のイベントとしてオープンガーデンをスタートさせて以来走り続けてきた運営当事者たちに、自分たちの活動をふりかえり余裕を取り戻す機会もたらした。

運営の担い手による分析軸から考えると、オープンガーデンを開催する団体は必ずしも開催を目的として設立された組織ではなく、そもそも状況に応じて推移していくべき融通無碍な存在であることがあらためて確認された。ただ、見る側との相互関係の中で硬直化してきた現実も明らかになった。その意味で新型コロナウイルスの感染拡大による影響は、日本のオープンガーデンを、限定的な「一斉公開日」というイベント性ではなく、予約による密にならない公開という「新しい生活様式」に沿った息の長い活動としてのフェイズに導ききっかけとなったと言えるかもしれない。

キーワード：関係人口、地縁、趣味縁

1. はじめに

1-1. 研究の背景と目的

日本のオープンガーデンは、庭のオーナーと訪問者とがガーデニングを通じた緩やかな関係性を築くことで、一般の住宅街に交流人口や関係人口を創出してきた。ところが、コロナ禍における「Stay Home」で各地のオープンガーデンの公開イベントは中止を余儀なくされている。ただその一方で、家にいる時間は庭に関わる時間を増やし

たとも考えられる。表面的に見れば、庭の手入れをする時間は増えたものの、それを媒介とした交流の場が確実に失われたのが2020年だったのではないだろうか。

そこで本研究では、これまでのオープンガーデンの構造分析をした上で、実際にオープンガーデン主催者の声に耳を傾けることで、現状を把握するとともに、今後のオープンガーデンのあり方について検討を進めてみたい。

1-2. 研究の方法

先行研究を整理し、これまでの日本のオープンガーデンの構造について明らかにした上で既存のガーデニングコミュニティの現状について、関東における代表的なオープンガーデンの担い手の視点からお話頂き、コロナ禍における課題を共有、意見交換を行い、今後のオープンガーデンのあり方について検討を進めるものとする。

2020年11月30日受付

* 江戸川大学 社会学部現代社会学科教授 レジャー社会学

** 江戸川大学 メディアコミュニケーション学部マス・コミュニケーション学科准教授 メディアコミュニケーション論

*** 江戸川大学 社会学部現代社会学科教授 観光ホスピタリティ論

課題の共有と意見交換については、下記のシンポジウムの内容を分析して用いる。

日時：2020年11月14日（土）

14時～16時40分

場所：Zoomによるオンライン方式

内容：関東におけるオープンガーデンの取り組み概要と課題の発表及び質疑・助言

主催：コミュニティ政策学会関東研究支部
文部科学省 科学研究費基盤研究(C)「主催者意識及び立地環境をパラメーターとしたオープンガーデンの観光基盤モデルの完成（研究代表者：土屋薫）」

【プログラム】

14：00 開会挨拶 土屋 薫（江戸川大学）

14：10 研究・実践情報の提供

流山の事例報告：小高静子氏

（流山ガーデニングクラブ）

小平の事例報告：若林さち代氏

（こだいら観光まちづくり協会）

大磯の事例報告：大倉祥子氏

（大磯町観光協会）

15：20 パネルディスカッション：

「問題点の共有と今後の方向性の模索」

司会：林 香織（江戸川大学）

パネリスト：小高静子氏・

若林さち代氏・大倉祥子氏

コメンテーター：土屋 薫（江戸川大学）

16：10 視聴者を交えた意見交換：

「コロナ時代のコミュニティとガーデン」

16：40 閉会挨拶

2. 先行研究の整理

2-1. 余暇診断ツールを用いたオープンガーデンの類別

先行研究によれば、日本型のオープンガーデンは運営主体によって弁別され、そのことによる中長期的な展望・見通しの脆弱性が確認されている。ここで明らかになったのは、運営主体によっ

て庭を公開するスタンスの違うことである。これはもちろん地域そのものに起因するのではなく、その運営主体の特性に由来するものである。

たとえば長野県の小布施は町がリードする修景事業の延長線上に、観光事業と連動するかたちでオープンガーデンを実施している。そして通年で庭を公開することを前提とするとともに、無理の無いかたちで継続できるように、「おかまいなしで失礼します」というスタイルになっている。これはオーナーにとっても参加に向けた敷居の低くなる効果があるが、オーナーと来訪者との交流に限界が生じる。

また日本のオープンガーデンの嚆矢である北海道の恵庭も特に大きな制限を設けているわけではないが、もともとが住宅地として公開が始まった地区でもあり、「観光公害」とならないように、市が各種の住民組織と調整をしながらオープンガーデンを実施している。そこでは庭そのものよりも地域のライフスタイルを公開している趣きがある。

首都圏で2005年からいち早くオープンガーデンを実施してきた千葉県流山においては、運営主体である市民グループの方向性が地域指向からガーデニング指向へと変成しつつあり、交流の核が地縁から趣味縁へと変わりつつあることがわかっている。

このように、日本においてはオープンガーデンの地域差は確実に存在しており、その運営主体に着目すると、ある程度の方向性でその分類が可能であることがわかっている。それではこうした分類の信頼性はどれだけ確認されているだろうか。

もちろん先行研究においては、北米と日本における余暇診断ツールの先行研究と成果の1つである余暇退屈度を用いた余暇活性化指標を用いて信頼性と妥当性が確認されている。

余暇退屈度は北米において一つの首尾一貫した尺度として開発されてきたが、少なくとも日本人を対象にした場合、北米ではこれまで報告されていなかった「余暇陰性 (Leisure Negative)」と「技術不足 (No Skill)」という2つの下位構造の存在することがわかった。そしてこのことは、余

暇退屈度尺度という余暇診断ツールを用いることによって、運営主体別分析とその判別、また運営主体別の課題について明らかにすることができるようになったのである（土屋 2006）。

2-2. 交流に着目したオープンガーデンの棲み分け

オープンガーデンの見学を「まちあるき」の延長線上に位置する交流に関わるレジャー活動として捉えると、その支援のしくみとして「ナビゲーション」が想定されるが、先行研究によればこの原理は「カーナビ」とは一線を画するものであることがわかっている。すなわち、受動的な態度に陥らないようにするために必要な要素として、「能動的な逍遥」が求められるというのである（土屋・廣田 2016）。

それを実現するためには、各方面における有効な情報の網羅的な提示ではなく、現場で「参考になる」と感じられる情報の提示が求められる。そしてそれは、既知と未知の情報の境目が意識されていてはじめて可能になる。そうした「発見」のためのレディネスには、事前準備と当日の現地確認が連動する共通したプラットフォームが求められる。

こうした成果を総括すると、日本のオープンガーデン活動は、交流という視点から、これまで調査をしてきた代表的なモデル地域をはめ込んで下図の構造で整理することができる（図1）。

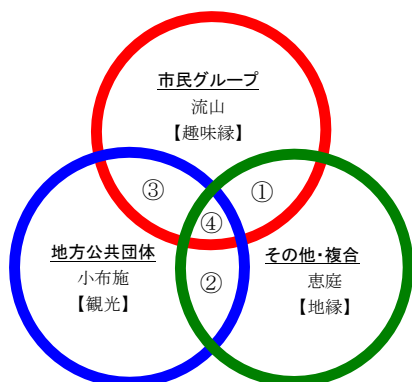


図1 交流に着目したオープンガーデンの棲み分けと重なり

この図の実践部分、すなわち【地縁】と【趣味縁】、それから【観光】の交差する部分が示すものも先行研究から整理することができる。すなわち小布施では古くからの樹木と相反するバラの栽培は回避される傾向にあるが、それは江戸時代から続く小布施よりも新興地である流山や恵庭では必ずしも回避されない(①)。また流山では地域やまち全体を志向する部分が小布施や恵庭よりも強く無いことを示している(②)。また恵庭においては、地域活動としてのガーデニングという志向が強く、趣味のガーデニングに関するコミュニケーションを求める傾向は必ずしも強く無いという傾向があらわれている(③)。またこれらは地域特性を超えた特徴として理解することができる。そしてその意味では、運営主体という現場の状況に左右されない日本のオープンガーデンの理想・理念型として④を位置づけることができる。

またこうした関係性の背後にあり、関連する当事者達を牽引してきた業界を破線で書き加えると、日本のオープンガーデンを取り巻く環境は下図のように理解することができる(図2)。

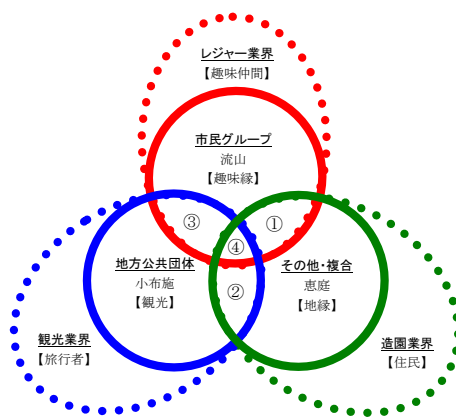


図2 日本のオープンガーデンを取り巻く環境

ここでオープンガーデンにおける交流を成り立たせている構造を考えて見ると、背景にある関連業界がそれぞれのオープンガーデンに人を呼び込み、オープンガーデンの場を「開かれた系」にしていることがわかる。

たとえば、日本のガーデニングをリードしてき

たと言われている雑誌『BISES (ビズ)』は、その前身である『私の部屋』の時代から、インテリアをはじめとするライフスタイルの提案をしてきた⁽¹⁾。インテリアの延長としての「花と緑のある暮らし」である。これは生活・趣味全般に関わる「レジャー産業」からのアプローチを意味する。

また、日本緑化センターが発行する機関誌『グリーン・エージ』でも、特集記事という形でオープンガーデンに関する情報提供をしてきた⁽²⁾。これは、ともすれば公園行政に目が行きがちな緑化産業に、新しい風を吹き込んだものとしてとらえることができる。

さらに、財団法人日本交通公社が発行する雑誌『観光文化』でもオープンガーデンが特集され、観光資源としての視点でオープンガーデンを扱い、観光客への情報提供している⁽³⁾。

もちろん、『マイガーデン』は園芸雑誌としてオープンガーデンの特集コーナーをつくり⁽⁴⁾、継続的に情報発信することで、「よその家の庭を見る」とか「よその人に自分の家の庭を見せる」というリテラシーを醸成してきた功績は否めない。

さらに、こうした関係性について、本研究で確認したオープンガーデンの運営主体が目指す方向性という視点から整理すると、下図のような位置づけであることがわかる(図3)。

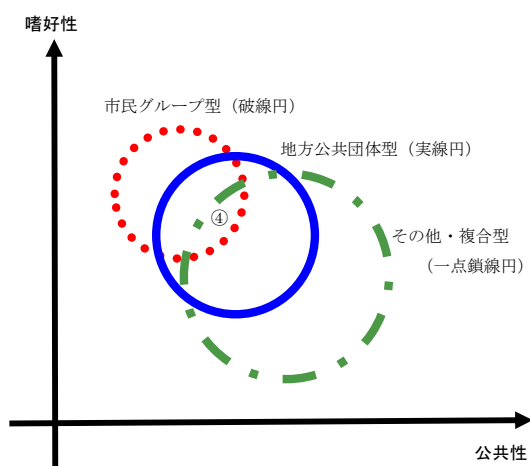


図3 日本のオープンガーデンにおける運営主体間の関係性

すなわち日本のオープンガーデンは、個人の趣味と実体としての土地(つまり庭)が地域とつながることで、嗜好性と公共性という2軸の間に定位するものとして捉えることができる(実際にはコントロールできない時間軸をZ軸として置くと、図1における④の部分が出ると考えられる)。

2-3. 運営主体による類型マトリクス

これまでの先行研究を踏まえて、運営主体別の類型に沿ったオープンガーデンの特性について整理すると、表1ようになる。

ここでは、これまで見てきた3つのエリアのオープンガーデンがどのように問題状況を乗り越えてきたか、このマトリクスを利用して整理し直すことで、オープンガーデンの現状分析のための枠組みとしたい。

まず第一に、「市民グループ型」に位置づけられている千葉県流山市のオープンガーデンであるが、当初は「地方公共団体型」ないし「その他・複合型」の特性が中心であった。このことは、会が新市長によって始められたガーデニングコンテスト(2003年4月当選、同11月に第1回、翌年7月に第2回、同11月に第3回、その翌年から年1回8月に発表)入賞者に声をかける形で始まったことだけでなく、メディアへの露出状況からも伺える⁽⁵⁾(表2)。

このことを表1のマトリクスに当てはめると下図ようになる(表3)。

ところが市の担当者が変わり、市政の状況から事務局を担当課内から庁外に置き、自治体からの支援が受けにくくなったタイミングで、2010(平成22)年にガーデニングクラブの会長(キーパーソン)が交代することとなる。新会長は2009年からNHK『趣味の園芸』で取り上げられていたが、2010(平成22)年からは、クラブ内の4人とガーデニングユニット『NORA』を立ち上げて独自の活動を続けている。具体的には、地域のショッピングセンターで装飾イベントやワークショップを開催したり、雑誌取材に応じたり、ユニットだけのオープンガーデンを実施している。

表1 運営主体別に見たオープンガーデンの特性

運営主体別類型		市民グループ型	地方公共団体型	その他・複合型
特 性	創出・強化される 核となるコミュニティ	趣味縁	地縁	観光交流
	活動の主体性	意識的に取り組む	状況・呼掛けに応じて 参加する	ある程度関心はある
	キーパーソン	オピニオン・リーダー	行政担当者	地域リーダー
	交流対象	ガーデニング愛好者	観光客	住民
	拡大対象	同一志向の仲間	広域内住民	近隣住民
	ゴール	共感	地域活性化と地域プライド	協働
	共有するビジョン	庭づくり	地域づくり	出会いの場づくり
情 報 提 供	必要情報：余暇動機づけ	それほど必要ない	必要に応じてすべき	大いに必要である
	必要情報：ガーデニング詳細	大いに必要である	必要に応じて伝えるべき	それほど必要ない
	選択メディア	インターネット／web	マスメディア	自治体広報

表2 ながれやまガーデニングクラブ初期年表

年月日		できごと	メディア露出	視察 受け入れ	地域イベント 参加	組織内 イベント	
2005	平成 17 年	5月14日	第1回深谷バスツアー			○	
		5月22日	花恋人設立総会				
		11月3日	ながれやま市民祭り：マップ販売			○	
		11月14日	流山市長視察		○		
		11月20日	鴨川市生活環境推進協議会視察		○		
		12月4日	千葉県副知事来訪		○		
2006	平成 18 年	4月5日	小学館『駱駝』	○			
		4月8日	日テレ『大人の館』放映	○			
		5月7日	グリーンフェスティバル			○	
		5月14日	NHK『首都圏ニュース』	○			
		5月15日	我孫子市の景観を育てる会		○		
		6月26日	第2回バスツアー：小布施オープンガーデン見学				○
		7月6日	NHK『おはよう日本』	○			
		9月26日	東京mx『つくばエクスプレスタウンのロハスな暮らし』	○			
		10月11日	会員企画 Garage Sale				○
		11月3日	ながれやま市民祭り：マップ販売			○	

このユニットは、広告代理店や出版社勤務、海外駐在経験、教員経験者から構成されており、自分達の活動をコントロールしながら適度にブログで発信することにより、ガーデニング愛好者へ自分たちの情報を届けることに成功している（通常は3000ビュー／日、オープンガーデン開催前後

は1万ビュー／日を超えている、と言う）。

こうした状況は当然オープンガーデンやガーデニングクラブの性質自体を変容させている。当初、退職後の「地域デビュー」を奨励し、看板作りや会員の庭の相互訪問、各種教室、バスツアーなど、イベント性に溢れた活動内容であったが、

コロナ前の段階では、月に1度の役員会のほか、3ヶ月に1回の定例会、それに合わせて1月に新年会、4月にオープンガーデン打ち合わせ、10月にオープンガーデン反省会、年に1度のバスツアー開催となっている⁽⁶⁾。

この状況を同様に表1のマトリックスに当てはめると下図のようになる(表4)。

次に長野県小布施町であるが、ここでは1960年代頃から過疎化が社会課題となり(一時は人口が9,500人を割り込んだと言う⁽⁷⁾)、地域社会が

主体となり地域の資源を活かすことによって活性化を図るべく「観光まちづくり」が指向された。しかし、観光客にとっての非日常空間と地元住民にとっての生活空間、観光客としてお金を払いたい空間と日常生活とを一致させることが「観光まちづくり」の課題であった。

小布施の場合、江戸時代天領であったことから、人材と交流を大切に、住民が「外はみんなのもの、内はみんなのもの」という基本概念が伝統として共有されてきた。まちづくりの枠組みに

表3 初期の流山オープンガーデンの状況

運営主体別類型		市民グループ型	地方公共団体型	その他・複合型
特 性	創出・強化される核となるコミュニティ	趣味縁	地縁	観光交流
	活動の主体性	意識的に取り組む	状況・呼掛けに応じて参加する	ある程度関心はある
	キーパーソン	オピニオン・リーダー	行政担当者	地域リーダー
	交流対象	ガーデニング愛好者	観光客	住民
	拡大対象	同一志向の仲間	広域内住民	近隣住民
	ゴール	共感	地域活性化と地域プライド	協働
	共有するビジョン	庭づくり	地域づくり	出会いの場づくり
情 報 提 供	必要情報：余暇動機づけ	それほど必要ない	必要に応じてすべき	大いに必要である
	必要情報：ガーデニング詳細	大いに必要である	必要に応じて伝えるべき	それほど必要ない
	選択メディア	インターネット／web	マスメディア	自治体広報

表4 現在の流山オープンガーデンの状況

運営主体別類型		市民グループ型	地方公共団体型	その他・複合型
特 性	創出・強化される核となるコミュニティ	趣味縁	地縁	観光交流
	活動の主体性	意識的に取り組む	状況・呼掛けに応じて参加する	ある程度関心はある
	キーパーソン	オピニオン・リーダー	行政担当者	地域リーダー
	交流対象	ガーデニング愛好者	観光客	住民
	拡大対象	同一志向の仲間	広域内住民	近隣住民
	ゴール	共感	地域活性化と地域プライド	協働
	共有するビジョン	庭づくり	地域づくり	出会いの場づくり
情 報 提 供	必要情報：余暇動機づけ	それほど必要ない	必要に応じてすべき	大いに必要である
	必要情報：ガーデニング詳細	大いに必要である	必要に応じて伝えるべき	それほど必要ない
	選択メディア	インターネット／web	マスメディア	自治体広報

観光（交流）を取り入れる素地があった訳である。そして開発公社をつくり宅地分譲を行うと、次に景観の重要性に着目し、国道403号線を中心とした「町並み修景事業」に取り組んだ⁽⁸⁾。また一方で当時は田んぼの真ん中だったという場所に、北斎館を建設すると（1976《昭和51》年）、その周辺に高井鴻山記念館や小布施堂、竹風堂、桜井甘精堂の店舗など、観光資源を集約した。

こうした小布施の状況を同様に表1のマトリックスに当てはめると下図のようになる（表5）。

また小布施は、「まちに大学を、まちを大学に」を合言葉にして、東京理科大学（2005年）、信州大学（2011年）、法政大学（2011年）の研究所を誘致している。また2003年以来、毎年海の日に、7000人も参加者が集まる「小布施見に（ミニ）マラソン」を開催したり、2012年には35歳以下の「若者」240人を集めた「小布施若者会議」を開催している⁽⁹⁾。また2009年には町立図書館を「まちとしょテラソ」としてリニューアルした⁽¹⁰⁾。つまり、こうした形で情報を発信してきていることになるが、「全国区」の情報が豊富なため、逆にオープンガーデン自体の情報が埋もれてしまっているのが現状で、そこにオープンガーデン活動自体の停滞を相対的に感じさせる原因がある。

停滞感が課題であり、それを払拭したいと言う

のであれば、オープンガーデン情報のメディアへの露出、そのリリース内容を検討していくことが求められる。あるいは、キーパーソンとしてのガーデニングに関するオピニオン・リーダーを育て、「小布施の『あの庭』のようなガーデンをつくりたい」あるいは「小布施に住みたい」と思わせるライフスタイルを発信していくことが求められる。

北海道恵庭市の場合、各種の問題を複合的に克服してきた希有な事例といえる。

すなわち、日本のオープンガーデンの嚆矢である恵庭のオープンガーデンは、趣味の活動におけるキーパーソンが地域活動に参画し、その中でガーデニングとオープンガーデンに出会い、複数の市民団体を巻き込む形で、まちづくりの一環としてオープンガーデン活動を形作っていったからである。またそのネットワークを観光的側面も含めて全道的に拡げた。もちろんその背景には、恵庭が花苗の生産量が北海道有数のまちであり、市も「花と緑・観光課」という分掌の中で「花いっぱい文化協会」の事務局を担当するような協力関係にあることが挙げられる。

こうした恵庭の状況を同様に表1のマトリックスに当てはめると下表のようになる（表6）。

ただし恵庭の場合、活動のベースはまちの緑化

表5 小布施のオープンガーデンの状況

運営主体別類型		市民グループ型	地方公共団体型	その他・複合型
特 性	創出・強化される核となるコミュニティ	趣味緑	地緑	観光交流
	活動の主体性	意識的に取り組む	状況・呼掛けに応じて参加する	ある程度関心はある
	キーパーソン	オピニオン・リーダー	行政担当者	地域リーダー
	交流対象	ガーデニング愛好者	観光客	住民
	拡大対象	同一志向の仲間	広域内住民	近隣住民
	ゴール	共感	地域活性化と地域プライド	協働
	共有するビジョン	庭づくり	地域づくり	出会いの場づくり
情 報 提 供	必要情報：余暇動機づけ	それほど必要ない	必要に応じてすべき	大いに必要である
	必要情報：ガーデニング詳細	大いに必要である	必要に応じて伝えるべき	それほど必要ない
	選択メディア	インターネット／web	マスメディア	自治体広報

と年に一度6月の最週末に開かれる「恵庭・花とくらし展」にあり、第IV章で見たように、生産組合も含めて多くの市民団体が関わっていることと、広報やホームページなど、恵庭市のもので継続的に発信されているので、「その他・複合型」に位置づけられることに変わりはない。むしろ課題を多方面に受け流す構造がうまくできていると言えるが、キーパーソンが存在も含め、世代交代という意味での継続性に逆に不安がある。

さて、こうした構造としてオープンガーデンを把握すると、オープンガーデンを実施している庭のオーナーは、自宅の庭を公開することで自分達がどこへ向かおうとしていたのか、折に触れて確認できるとともに、公開を続けていく中で自分達の求める方向に沿って自分達の活動をシフトしていくことができる。つまり、運営主体別に見たオープンガーデンの特性は、オープンガーデン活動に課題が生じたときの「処方箋・ロードマップ」として有効であると考えられる。

これらのことを抑えて、関東の3つのオープンガーデンのこれまでの話を伺った上で、「ウィズコロナ／アフターコロナ」という状況で何ができるのか、今後のあるべき姿について分析を試みたい。

3. シンポジウムにおける発表内容

本研究は、関東エリアを中心に、オープンガーデンの開始年が早く、当該エリアにおいて中心のかつ規模が大きく、なおかつ運営主体が異なるという観点から、流山と並んで「小平オープンガーデン」「大磯オープンガーデン」という2つのオープンガーデンの代表をお呼びしてお話を伺ったもので、次に掲載する内容は、シンポジウムのパネリストの発言を筆者らがまとめたものであることを付記しておく。またここでは当事者による現状認識を整理したので、それぞれのオープンガーデンの立地や背景については先行研究を参照していただきたい（土屋・林・橋本 2020）。

3-1. 流山オープンガーデン

- ・15年ほど前に18名で始めたオープンガーデンが、2019年までで大体24名になっている。25ぐらい前後が、大体のオープンガーデンの数だ。年齢でお辞めになる方もいれば、面白そうだから入れさせてくださいという方が出たり入ったりして、とんとんでやっている。
- ・会員が43名のうちほぼ半分ぐらい、28名がオープンガーデンに参加している。オープン

表6 恵庭のオープンガーデンの状況

運営主体別類型		市民グループ型	地方公共団体型	その他・複合型
特 性	創出・強化される核となるコミュニティ	趣味縁	地縁	観光交流
	活動の主体性	意識的に取り組む	状況・呼掛けに応じて参加する	ある程度関心はある
	キーパーソン	オピニオン・リーダー	行政担当者	地域リーダー
	交流対象	ガーデニング愛好者	観光客	住民
	拡大対象	同一志向の仲間	広域内住民	近隣住民
	ゴール	共感	地域活性化と地域プライド	協働
	共有するビジョン	庭づくり	地域づくり	出会いの場づくり
情 報 提 供	必要情報：余暇動機づけ	それほど必要ない	必要に応じてすべき	大いに必要である
	必要情報：ガーデニング詳細	大いに必要である	必要に応じて伝えるべき	それほど必要ない
	選択メディア	インターネット／web	マスメディア	自治体広報

ガーデン以外の会員は市のイベントのお手伝いや、バスツアーで行く庭見学会などに参加している。中にはオープンガーデンのときに少々手伝ってくれる人も何人かいる。

- ・会員の中にはガーデニング以外の活動されている方もいて、ガーデニングが唯一の趣味の人もいれば、趣味の中の一つという人もいる。植物が好きだったり、庭を見ることが好きだったりするのはみんな同じなので、緩く長く続けていければと思っている。
- ・当クラブは、主体的に公にオープンガーデンをしたいと始めたクラブではなく、自分のうちの庭をきれいにしたいという発想から始めたクラブで、オープンガーデンは後から付いてきたご褒美みたいなものだと考えている。

3-2. 小平オープンガーデン

- ・小平の場合は、丹精込めた庭や花壇を開放し、訪れた人の交流を深めながら季節の植物を楽しむオープンガーデンで、町やコミュニティに潤いを与えるものとしてやっている。
- ・一定時期だけに限って公開するというのではなく、年中公開しているお宅もある。
- ・平成19年から始まり、今は25ガーデンある。花が中心のガーデンもあれば、石のガーデン、山野草が植えられている日本庭園、それから、お花の農園と体験農園もある。
- ・以前は小平市だったが、令和1年から、こだいら観光まちづくり協会にオープンガーデン事業が移管された。
- ・辞めていく人、新しく入ってくる人、大体25カ所ぐらいで推移している。全て敷地外から見学するのか、あるいは中に入って見学できるのか、についてはオーナーさんにお任せしている。
- ・オーナー交流会は大体年に1回開いている。これまでは、埼玉県横瀬市や戸田市、あるいは隣の西東京市と交流を図ったり、花苗の交換をその場で行ったり、市内のオープンガーデン巡りの後に昼食を取ったりした。武蔵野美術大学の先生に講演会をしていただいたこともある。

- ・狭山・境緑道の周りには緑がたくさんりオープンガーデンもいくつかあるので、グリーンロードと呼び車が通らない道にして、歩けるようにしてある。
- ・マップは観光協会が市から助成金をいただいて作っている。また携帯からも見れるようになっていたが、今後はウオーキングマップにした。

3-3. 大磯オープンガーデン

- ・元々オープンガーデンは商工会が始めた事業で、観光協会は後から応援部隊として入った。現在は大磯オープンガーデンホーム運営委員会という団体がまとめている。
- ・2006年に商工会が始めた第1回目大磯オープンガーデンのときには、参加のお庭とか地域も入って15軒から始まった。
- ・大磯のオープンガーデンは、それまで公開されていなかった大磯に点在する政財界人や文化人の別荘（大隈重信邸、陸奥宗光の別邸跡、伊藤博文や西園寺公望の建物等）の公開を促す目的で始められた。
- ・大磯は東西に4キロぐらいある東西に長い町で、2019年度には、大体全部で132カ所のお庭が参加した。
- ・大磯の場合は「お花の入ったコンテナ一つでも参加できますよ」というように、参加するのに非常にハードルが低くて、多くのお店とかお庭が参加している。
- ・2016年から、大磯町と東海大学の観光科の先生たちが協議して、大磯アフタヌーンティーという企画を作った。これは、せっかく大磯に来てもお店がない、お茶を飲む場所がない、食事をする場所がないという状況を補うために、オープンガーデンのときだけ、いろいろなお菓子とか、ケーキとか、飲み物とかを用意して、一緒に開催している。
- ・お庭はいくつかの種類に分かれている。中まで入れるお庭は2019年で46軒ある。道路から見て欲しいとか、道路沿いにきれいに作っていらっしゃる「ストリートガーデン」は27軒あ

る。お花をすごいきれいに植えている畑は「フィールドガーデン」と呼んでいる。お店の前に小さいお庭があったり、コンテナで飾られていたりというお庭は「店さきガーデン」という。これらを合計して、2019年度の参加は132軒。

- ・オープンガーデンが大磯町の一大イベントになってしまい、今は皆さんが一堂に会することはないが、それぞれがオープンガーデンでつながっていると感じているような状況になっている。

4. 意見交換

シンポジウムでは、各オープンガーデンの現状に関する報告のあと、意見交換を行った。ここでは以下の4つの視点からその内容について整理した。なお、ここに掲載した内容は、シンポジウムのパネリストの発言を筆者らがまとめたものであることをあらためて付記しておく。

4-1. 運営の違いについて

◆流山

ずいぶんと運営というか主催者側でオープンガーデンの在り方が違って、こういうのもオープンガーデン、こういうのもオープンガーデンって思っていておりました。私たちのクラブは会員が主体ということなので、例えば大磯のオープンガーデンだとすると商店の方もそうですし、もちろんちょこっと参加でもオッケーですし、とてもちゃんと庭を作り込んでる人も入ってるっていうところですね。小平さんのところは町中がグリーンベルトっていうか散策のお庭っていう感じなのでそういうところの運営って非常に大変だと思うんですよ。どうやってやってられてるのかわかって、いうところを聞いてみたいと思います。

◆小平

小平の場合はオーナーさん任せといたしますか、マップはこちらで作るんですけども庭はもうオーナーさん任せで、通年公開している所もありますし、バラの季節だけという所もあります。商

業施設の問題点はお昼時に来られると交流ができない、お店のほうがか忙しくて交流ができないという欠点があります。流山のオープンガーデンって期間が決められてますよね。例えばそれ以外のときは入れないというか、見れないんでしょうか。

◆流山

流山の場合は市が主催する公のオープンガーデンが5月に3日間あるんですね。それ以外はおのおのがマップにうちは何月から何月までオープンしてるから、人によっては電話を1本くださいっていう人もいれば、ご自由にご覧くださいっていう人もいれば、いろいろなんです。その3日間の他は会員さんの自由。そういうことになってますので3日間しかやらない方もいれば、1年中やってる方もおらっしゃるといって格好になりますね。私たちはオープンガーデンしてる人たちだけまとめればいいんですけど、大磯さんはそれこそストリートガーデンやショップガーデンのみなさんとお話し合いをしながら一つにまとめていくの大変だと思うんですけども、いかがでしょうか。

◆大磯

大磯は4月の3日間と5月の3日間あるんですけど、そのときにもし急用ができて出掛けなきゃいけないっていうことがあっても、ストリートだったら、道路歩けばとってすてきなお庭が見えてしまうっていうことで、いなくてもいいわけですから動きが軽いんですね。そうするとやってみたくていう人が増えてくるっていうことはあって、枝分かれしたのがストリートガーデンです。店さきガーデンっていうのは、パンフレットにはひらがなで「さく」って書いてあるんですが、私のイメージはお店が咲くと書く。やはりお店がお花できれいに飾ってお客さんがたくさん来て潤ってもらってお花が咲いたらいいな、という思いを込めて。だから今でもお店で参加してほしいお店があると、1年目はね、お金は頂きますけどコンテナ買ってお花を植えに行きます。それでお花を飾ってあげて、きれいに飾るとお店のほうも、こうやってやればきれいになるんだねとか。

4-2. 困っていることについて

◆流山

困った話っていうのはやっぱり交通事情ですよ。早い話が小さな住宅街にもう大勢の車で、たくさん車がくるっていうところで、できましたらどっかに一回プールする場所を誰かアレンジしてくれないかなっていうところがあります。コロナだと、流山は5路線、JR1本、私鉄が4本入っていて、駅なんかも9つもありますので、いろんな線路で遠くから、東京からも来るし、コロナに対してどう対応していくかっていうことも、今のところ困った状態です。みなさんのところで車の問題ないですか。

◆大磯

オープンガーデンでも深谷さんなんかの場合は結構間が離れているのでみなさんいろいろ移動手段があると思って、バスとかで移動されると思うんですけど、大磯で一番困ったことは、お庭がいっぱいあるんで、みなさん歩こうとするんですね。そうするとね、歩き疲れちゃったっていう意見がすごく多い。ただ、車に関しては絶対、結構しつこく注意勧告をしていて、お庭の前に自転車や車を止めないこととか、そういうことで結構かなりしつこくみなさんをお願いしています。それで、例えば車は大きい駐車場があってそこから近くのお庭まで歩いてくださいとか、そういうことで。たしかに狭い住宅地のに車が入ってこられたら大変ご迷惑になって、だから車では来ないでくださいということを、お客さんとはいえちょっとしつこく言わせてもらっています。

◆小平

小平も住宅街ですので自転車2台止めても困るっていうお宅もあります。新宿から25分ですのでできれば電車で来ていただきたいと思っています。

◆流山

例えばマップなんかにできるだけ公共機関を使用して、遠方からお見えになる方は近くの駐車場に止めてから歩いて来てください、ってうたってんですけど、いきなり来る方もいらっしゃるわ

けです。で、個人的になかなか注意できないんですよ。そこがちょっと問題で、どうしても嫌だっていう人はもうおうちの前に真っ赤なコーンを市役所から借りてですね。もう10個ぐらいどーんと並べて駐車禁止って書いてるんですけど、それだとちょっと写真撮るときに絵面悪いんですね。ですので注意をしてるけれども来てくださる方にどういうふうにお話しなさってますか、って聞きたいです。

◆大磯

結構やっぱりきれいなお庭がある地域ってそのお庭の前に止めなくてもちょっと外れた所にみんな車を止めちゃうんですね。そのときは、一時それがあんまりにも頻繁に起きたときは、「止めないでください」って紙をいっぱいプリントしておいて車に貼るようになって。

もう、フロントガラスのところに、ばんと貼っちゃう。

それで、何しろうちら困ってるんだっていうことを知らせる。それで大磯は結構しつこくしつこく、しつこく半ページぐらい注意事項があるんです。だんだん増えてきたんですけど、結構来る方が意外とリピーターの方が多いので、駄目なのよねって大体みんなもう覚えてくれてるんで、今はそこまではなくなりましたよ。最初のころは本当に大変だったと思います。

4-3. コミュニティ意識について

◆小平

協会のほうの人があそこいいねとか言って見えてきて、それで、小平の場合は協会と、あとJAの中の園芸組合の人が認めないとなれないんですね。ですからあそこがいいねといって探してきて、その後園芸組合と協会の人と一緒にいって見せてもらって、それからこれならいいということで入会となります。

◆大磯

オープンガーデンを始めてお庭を公開すると、意外と近くの人が見に来るんですよ。今まで近所の人がすごく控えめに横目でちらちら見ながら歩いてたのが、オープンガーデンをやったために思

いっきり見れる。バラがきれいなお庭のある場所があるんですけど、それまでそんなにお付き合いしてなかったその方たちがお互いにそこで名乗り合って、その夕方にワインパーティーが始まったんです。あ、コミュニティってこうやってできていくんだっていうのを目の当たりにして、お花がつなぐ人と人とのコミュニティっていうのはすごいもんだなって大変感動したことがありました。

うちは他のお庭からすごく離れてるんですけど、「車で走っていて気になっていたものが見られなかったが、オープンガーデンに参加されたので見に来ました」って言って、1時間ぐらい話して帰る方がいらっしゃったんです。だから、お花を媒体にしたそういうつながりができる非常にいいチャンスなのかなと思っていました。

◆流山

会員にとって一番面白いのはオープンガーデン前の1週間前に見る他の会員の庭巡りですよ。お互いの庭を、いわゆるガーデンやってる人たちが見るわけですからちょっと恐ろしいんですけど、ああ、そうか、こういうの植えてんのねみたいな感じで、なかなかいいじゃないとか、ここを、こういうところをもうちょっとこうしたほうがいいかなとかっていろいろ評価しながら自分の庭に生かしていくっていう、それが一番公な勉強会みたいな感じですね。だからオープンガーデンのときは参考にしてみたことを一応取り入れて一生懸命植栽したりして、おお、よしよして言いながらお客さんがみえるの待ってるって感じです。

◆大磯

大磯の場合、もう公募してるんですね、広報で毎年。もうそろそろ原稿出さなきゃいけないんですけどお庭に参加しませんかっていうことで。そうすると向こうから写真とか送ってきてくれるので。めったに断ることはないんですけども、やっぱり私たちの仲間の人が行ってから、例えばちょっと花が足りないからもうちょっと花入れたほうがいいのかもしいかなとか、ちょっとお手伝いしたり。特にお店の方なんかだとまだ慣れてない方もいるので結構お手伝い、あれが大変で、1週間前になると私たちよそのお庭のために走り回っ

てるっていう状態になっちゃうんですけど。

4-4. コロナ下におけるふりかえりの時間について

◆小平

バラ中心のオープンガーデンの方なんですけれども、いつも5月ごろだけ公開しているんですけどもその公開しているときは自分のお庭を毎朝枯れたものを取ってとか、毎日そういう作業に追われて他を見る機会がなかった、少なかったって言うんですね。それが今年は、そのお宅はクローズしていたんですけども、どなたも来ないのでちょっとぐらい枯れたものが残ってても大丈夫っていうか、そういうのがあって他の近隣のガーデンを見に行くことができたと言っていました。そういう余裕がコロナのおかげで生まれて、よかったと言っていました。

◆流山

そうですね、毎日毎日追われるその庭仕事っていうのがオープンガーデン前は必ずあるわけですよ。もう花がら取って下に掃き出してお水をたっぷりやってっていうのが一日の内に朝晩2時間ずつみたいにあるんですけど、それがない。それからステイホームでご主人がおうちにおられると。そうすると例えば塀をここに欲しいんだけど、作りたいんだけど、私じゃできないけど主人がいるから手伝ってもらえたとか、そういう大工系の仕事ですよ、そういうのもステイホームでできた方いらっしゃるんじゃないかと思います。

◆大磯

やはりみなさんオープンガーデンやってる方は見れないんですね、よそのお庭をね。だから今年は見に行けた。本当はね、中止するときに大磯の町の人が見に来てもべつにいいんじゃないのっていう話はちょっと出てたんですね。だから大々的にやりますよっていうアナウンスはしないんですけど、地元の人たちってどこにすてきな、自分の好みのお庭があるのは知ってるから、そうするとやっぱり見に行ってるんですよ。だからそういうことがあって、余裕っていうのができたような気がします。

5. まとめと今後の展望

関東エリアにおける3つのタイプの異なるオープンガーデン運営者に話を伺ったところからすると、コロナ下においてイベントとしてのオープンガーデンを実施することは容易では無いことがあらためて確認された。ただし、他者に庭を見せる行為を核としたコミュニティが放つ輝きは必ずしも失われておらず、むしろ地域のイベントとしてオープンガーデンをスタートさせて以来走り続けてきた運営当事者たちに、自分たちの活動のふりかえりの機会と余裕を取り戻す効果を与えてくれたものと考えられる。

運営の担い手による分析軸から考えると、オープンガーデンを開催する団体は必ずしも開催を目的として設立された組織ではない訳で、その意味では、そもそも状況に応じて推移していくべき融通無碍な存在としてとらえた方が自然かもしれない。しかしながら、見る側との相互関係の中で組織や運営が硬直化してきた現実も浮かび上がってきた。

今後のオープンガーデン活動はイベントとしての位置づけに拘泥せず、ガーデニング活動も、それから自宅の庭を「見せる」行為と近隣の庭を「見る」行為についても、日常生活の延長線上に近隣を中心として、できるところからできる範囲で実質的に実践していくのが自然の流れなのかもしれない。その意味で新型コロナウイルスの感染拡大による影響は、日本のオープンガーデンを、限定的な「一斉公開日」というイベント性ではなく、予約による密にならない公開という「新しい生活様式」に沿った息の長い活動としてのフェイズに導ききっかけとなったと言えるかもしれない。

謝辞

本研究を進めるにあたり、調査にご協力いただきました小高静子様（流山ガーデニングクラブ）、若林さち子様（こだいら観光まちづくり協会）、大倉祥子様（大磯町観光協会）に心から御礼申し上げます。また、シンポジウムを開催する機会を与えてくださり、ご協力いただきましたコミュニティ政策学会関

東研究支部の皆様にも深く感謝いたします。

なお本研究は、科学研究費基盤研究(C)「主催者意識及び立地環境をパラメーターとしたオープンガーデンの観光基盤モデルの完成」(研究代表者：土屋薫)の助成を受けて進められたものです。

《注》

- (1) 編集長の八木波奈子氏は、10年間、雑誌『私の部屋』で「インテリア」や「パッチワークキルト」の魅力と並んで自然志向の企画を取り上げてきたが、1992年に『ビズ』を創刊し、英国式のガーデニングの魅力を紹介してきた。『ビズ』の読者が、2000年にイギリスの『イエローブック』にならって『イエローブック岡山』を発行するなど、この雑誌の影響力は計り知れない。この『ビズ』では、2003年春号(No.23)にスローライフのバイオニアとして「ターシャ・チューダー」を紹介しているが、オープンガーデンに関しては、2003年秋号(No.26)で小布施、2004年早春号(No.28)で長野県原村、2004年夏号(No.30)で「オープンガーデンみやぎ」を取り上げている。
- (2) 『グリーン・エージ』ではこれまで、2006年6月号(390号:p.2-29)、2010年7月号(439号:p.2-23)、2015年2月号(494号:p.2-27)でオープンガーデン活動に関する特集を組んできた。これらは「まちづくり」という視点からオープンガーデンに光を当てた内容である。もちろんこれらに先立って、青木純子「江戸のオープンガーデン」(2002年1月号:337号)という文章も載せている。
- (3) 2011年発行の『観光文化』207では、「広がるオープンガーデン活動」と題して、17ページに渡る特集が組まれている。
- (4) 1996年にマルモ出版が発刊した『マイガーデン』(季刊)は、紙面でオープンガーデンの紹介を始める(2000年15号で小布施、16号で岡山、17号で宮崎、18号でいわき、19号で浜松、20号で北海道、21号で和歌山、22号・23号でオーストラリア)。それに続いて27号(2003年)からは「オープンガーデンを訪ねて」、「My Garden Club: Open Gardens」(28号~33号)、「オープンガーデンをめぐる」(34号~38号)、「オープンガーデン前線を追いかけて」(39号~79号:2016年)といった特集記事を継続的に掲載している。
- (5) 2011年6月7日に初代会長である国府田誠氏に実施したインタビュー調査に基づく。
- (6) 2014年2月18日に小高静子氏に実施したインタビュー調査に基づく。
- (7) 市村良三、2012、協働と交流のまちづくり——まちづくりの第2ステージへ——、講演会発表用

資料

- (8) 1980～87（昭和55～62）年に実施された。これは、個人・事業者・行政がそれぞれの役割を明確にし、再開発せず、補助金なしで整備を行ったもので、それぞれの権利が入り組んだ土地は売買せず、賃貸や交換し、幹線道路に面した民家を奥に移動する、といった手法を取った。
- (9) <http://obuse-conference.jp/>（2020年1月22日取得）
- (10) Library of the Year 2011 大賞を受賞している。

参考文献

- 相田明・進士五十八, 2001, 先駆的事例を通じた我が国におけるオープンガーデンの意義, 東京農大農学集報, 46(3), 154-165
- 林香織, 2012, オープンガーデン訪問者のメディア利用と訪問ルートの相関——流山市江戸川台地区を事例に——, 江戸川大学紀要 22, 211-217
- 林香織, 2013, オープンガーデン訪問者のメディア利用と訪問ルートの相関, 江戸川大学紀要 23, 127-132
- 林香織, 2015, 観光情報の類別に地域資源が与える影響——流山市, 小布施町, 恵庭市のオープンガーデンの比較から——, 江戸川大学紀要 25, 215-227
- 平田富士男・橋俊光・望月昭, 2003, わが国におけるオープンガーデンの地域経済への波及効果量の把握に関する研究, ランドスケープ研究, 66(5), 779-782
- 岩瀬英恵・上甫木昭春, 2007, 兵庫県三田市におけるオープンガーデンの活動と会員の意識・行動の変化に関する研究, ランドスケープ研究, 70(5), 657-662
- 金井萬造・峯俊智穂, 2017, 着地型観光の手法から地域連携交流事業としての展開へ向けた考察——地域活性化と観光事業の地域レベルでのDMO形成——, 第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集, 253-256
- 金明柱, 2017, まち歩き観光に参加するとは何か——長崎さるく10年間の変化から——, 第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集, 277-280
- 小池拓矢, 2018, 東京・小平市におけるオープンガーデンの活用と地域資源との連携, ツーリズムの地理学, 二宮書店
- 大野富彦, 2016, DMOの境界と合意形成プロセス——観光地域づくりにおける重層的な場について——, 第31回日本観光研究学会全国大会学術論文集
- 朴恵恩・野中勝利, 2009, オープンガーデンにおける活動組織と支援組織との関係及びその影響に関する研究, 日本都市計画学会都市計画論文集, 44(3), 691-696
- 朴恵恩・野中勝利, 2010, オープンガーデンにおけるきっかけと期間を視点とした活動実態から見た継続性, 日本建築学会計画系論文集, 75(648), 427-435
- 三分一淳・湯沢明, 2010, 自宅お庭の維持管理と開放・閉鎖する意識の際に関する検討, 日本建築学会計画系論文集, 75(647), 129-138
- 渋谷泰秀・土屋薫, 2001, 青森市における余暇退屈度の特性, 研究紀要 24(2), 42-68
- 土屋薫, 2006, 豊かさを感じる「技術」に関する考察——レジャー行動モデルからのアプローチ——, 江戸川大学紀要 16, 41-49
- 土屋薫, 2010, 着地型観光におけるニーズのマッチングに関する基礎的研究——千葉県流山市におけるオープンガーデンを事例として——, レジャー・レクリエーション研究 65, 28-31
- 土屋薫, 2011, レジャー論から見た「オープンガーデン」に関する一考察——千葉県流山市を事例として——, 江戸川大学紀要 21, 211-217
- 土屋薫, 2015, オープンガーデンにおける交換過程に関する考察——着地型観光における交流の構造把握に向けて——, 江戸川大学紀要 25, 25-33
- 土屋薫・林香里・崎本武志, 2020, オープンガーデンの継続的運営における諸課題——関東エリアのインタビュー調査をもとに——, 江戸川大学紀要 30, 357-364
- 土屋薫・林香里・下嶋聖・宮崎雅代, 2015, オープンガーデンに見られる趣味縁の可能性に関する考察——レジャー活動を通じた豊かさの指標づくりに向けて——, レジャー・レクリエーション研究, 75, 3-19
- 土屋薫・林香里・下嶋聖・宮崎雅代, 2016, 運営主体から見たオープンガーデンの差異に関する研究, レジャー・レクリエーション研究, 79, 21-40
- 土屋薫・廣田有里, 2016, 着地型観光の環境整備に向けたAR技術による情報提供ツールの開発——流山市「本町」界隈における観光情報提供サービスを事例として——, 江戸川大学紀要, 第26号, 73-81
- 土屋薫・木村文香・林香織, 2009, 学際的アプローチによる地域研究——流山コミュニティモデルの構築と大学の役割——, 江戸川大学学内共同研究報告書, 1-9