

ENTERTAINMENT BUSINESS

Factor“E”の発想から
新たなビジネスを創造するための
経営情報誌

エンターテインメントビジネス

no. 01

2003 summer

月刊レジャー産業資料
7月号別冊

www.sogo-unicom.co.jp

>> PROJECT REPORT

LaQua

>> PRODUCE WORK REPORT

「非日常空間」演出の
ハード・ソフト両面における実績を活かし
新しい都市型エンターテインメント施設づくりに取り組む
— 阪和興業(株) —

LaQua



東京ドームは2003年5月1日、「後楽園ゆうえんち」のコースターランド跡地に、スパ、アトラクション、ショップ&レストランの3つのゾーンを融合させたエンターテインメント型商業施設「LaQua(ラクア)」をオープンした。「東京の真ん中でリフレッシュを楽しむ」をコンセプトとするLaQuaは、25～35歳の“大人の女性”をイメージターゲットに捉え、東京ドーム

シティがこれまでに築き上げてきたエンターテインメント性に加え、「癒し」「リフレッシュ」「洗練」「高品質」機能を新たに創出。

イメージターゲット層のみならず、遊園地の中心利用者であるヤングカップルやファミリー層も魅力を感じる施設づくりを通して、都市型アミューズメント施設の新しい形を提案する。88年の東京ドーム、92年の

ジオポリス、00年の東京ドームホテルに続く、今回のLaQuaの開業により、東京ドームシティは、ドーム球場を中心に、ホテル、アトラクション、スパ、ショップ、レストランなど多彩な施設を有する一大“都市型リゾート空間”に生まれ変わり、都市生活者に、新鮮な感動と驚き、そして日常のストレスを洗い流すリフレッシュ空間の提供を図っていく。

「リフレッシュ」をキーワードに3つの機能を融合させ
“都市型リゾート空間”を創出

2

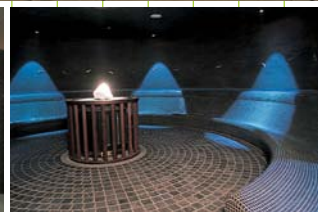


3



- 1.融合型商業施設「LaQua」は、ジェットコースターの老朽化に伴う後樂園ゆうえんちコースターランドの再開発として誕生した。景気低迷を背景とした全国的な遊園地の低迷を見据え、「脱・遊園地」をテーマに新たな施設の検討が進められた
- 2.敷地の大部分が都市公園法による「公園」の指定で用途規制がかかることから、「公園」の指定を受けていない区画に高層棟（ラクーアビル）を建設し、物販などの商業施設を集約するとともに、1階部分に楕円形のプラザ（オーバル）を配置。建物の1～4階と9階に「アーバン・リフレッシュ・マーケット」をコンセプトにしたバラエティ豊かな70店舗のショップ&レストランが展開する
- 3.高級スーパーの「成城石井」など、デリーユースの店舗を誘致して平日の集客の底上げを図る一方、オーバル部分にKONISHIKI（元大関・小録）がプロデュースする新感覚レストラン「あんばらんす」、"ムーミン 童話の国"フィンランドのパンやスープが楽しめる「MOOMIN Bakery & Cafe」、映画「フォレスト・ガンプ」をテーマにした「ババ・ガンプ・ジュリンブ東京」などをオーバル部分に導入し「非日常性」の創出を図る

4



5

6

7

都市生活者に 「リラックス」を提供する 都内最大級の個性派スパ

地下1,700mから湧出する天然温泉を使用するスパゾーンは、露天風呂を含む多彩な浴槽で構成（写真5）。18歳以上から利用が可能なヒーリングバーデは、独自のサウナ文化をもつ韓国などからヒント

を得て、着衣（レンタルウェア）のまま楽しめる各種の低温サウナ室（写真6）を、アジアリゾートをイメージした池や滝など変化に富んだ空間の中（写真4）に配置。Spa LaQua随一の夜景が楽しめ（写真7）、男女一緒にリラクゼーションを享受できるスペースとしている。

Spa LaQua施設概要

- 延床面積／約10,000㎡
- 施設内容／[5階]フロント・リラクゼーションゾーン（マッサージコーナー／リクライナーコーナー／スタジアムシアター／ヒーリングカフェ／カジノコーナー／カウンターバー／ラウンジ／ショップ）・レストランゾーン（約500席）[6階]スパゾーン・浴室（男女各屋内浴槽6槽・露天風呂2槽・サウナ3室）／アカスリ・エステコーナー／ヘア・メイク・ネイルサロン／ロッカールーム（男女各800個）[7階]ランデブーデッキ[8・9階]ヒーリングバーデ低温サウナ4室／休憩スペース／タイ式マッサージ
- 営業時間／11:00～翌9:00
- 定休日／年中無休
- 料金／入館料2,300円（タオル、館内専用ウェアレンタル料含む）休日割増料300円（土・日祝日、特定日利用の場合）深夜割増料1,800円（0:00～6:00）ヒーリングバーデ利用料300円（タオル、専用ウェアレンタル料含む）
- 設計協力／アコア プロ株式会社
- サウナ設備／中山産業株式会社
- 特殊タイル／株式会社エクシズ
- 非接触RFID課金システム／東芝エンジニアリング株式会社

後樂園ゆうえんちの エンターテインメントを受け継ぐ 5つのアトラクション

今回新たに導入されたのは、東京ドームシティ全体の新たなシンボルとなる世界初のセンターレス大観覧車「ビッグ・オー」(写真10)、ビッグオーの中央をはじめビル内外を縦横に走るコースター「サンダードルフィン」(写真12)、落差13mのダイブが楽しめるウォーターライダー「ワンダードロップ」(写真11)、ウォークス

ルー型ホラーハウス「ザ・13ドアーズ」(写真8)、水の動きと音楽・照明とがシンクロした音楽噴水「ウォーターシンフォニー」(写真9)の5つ。

さらにLaQuaでは、iモードを利用したアトラクションの予約など、最先端の携帯通信技術を取り入れたサービスを導入しており、従来の遊園地のサービスを越えた次世代のサービスを提供する「都市型ITリゾート」を実現している。



8



9



10



都市公園の新しい姿を提案するLaQuaの照明計画

“脱・遊園地”をテーマとして開発されたLaQuaにおいて注目されるのが、夜間の環境演出である。遊園地の夜間照明というと、これまでは煌びやかで賑やかな演出が多かったが、「大人の女性」にリフレッシュを与える」ことを目指すLaQuaでは、「間接照明や点光源を多く使用することにより、“幻想的”な雰囲気を出し出すことを心掛けた」(照明プランを担当した(株)東京ドーム アミューズメント部課長代理 大川大作氏)という。

遊園地の夜間照明で欠かせないのが観覧車で、通常はハブの部分にネオン管などを取り付けて照明演出するが、センターレスであることから、キャビンを支える回転部のアーム部分に多彩な光表現が可能な「ラインLED」を設置するとともに、固定輪についてはナローライトによる地上からの投射で大きな輪を浮かび上がらせるという2つの照明演出

をリンクさせた(写真13)。ラインLEDは、公園部分を楕円状に囲むオーバル部分にも付設されているが(写真14)、ラインLEDの光変化はリンクしており、観覧車と公園で同じ照明演出が同時に行なわれている。公園内の照明は、植栽がサークル状にあるところはアップライトで木を照らす一方、ストリート上になっているところは歩いていく方向を照らすようにするなど、エリアごとに照明のあて方を使い分けている。また公園内の照明は、音楽噴水の公演が行なわれる時間には、公演を際立たせるように照明パターンが自動的に切り替わるようにプログラミング(写真15)、ラクーアガーデンステージで夜間イベントが行なわれるときにはコントロールセンターから手で照明パターンを切り替えて演出効果を盛り上げている(写真16)。

観覧車のラインLEDは東京ドームに向いた側だけに付けられており、投射もドーム側からのみ。これは、観覧車をドームシティのシンボリックな存在として、野球観戦客および東京ドームホテル宿泊客に観覧車のエンターテインメント性をアピールしていくとともに、LaQuaは都会人が日常のストレスを洗い流すことができるリフレッシュ空間として、新しい都市公園の姿を提案していくことを目指していることからの使い分けで、LaQua側から見た観覧車も「投射の光が洩れて幻想的ないい感じの照明になっている」という声も聞かれるという。さらにラクーアビルについても、「ビル自体が変わった形で、見え方によって船であったり、魚に見えたりするデザインになっているので、ライトアップにより夜間もきれいにシルエットを浮かび上がらせるということに気を使っている」(大川氏)という。



11

アトラクション施設概要
ビッグ・オー

- 設計・製作・施工/三菱重工業(株)
- 利用料金/800円
- 全高/約80m
- 回転直径/約60m
- 所要時間/約15分
- 乗員数/4人乗り×40台
- オフィシャルスポンサー/株NTTドコモ

サンダードルフィン

- 設計・製作・施工/インタミン・ジャパン(株)
- 利用料金/1,000円
- 走路全長/1,100m
- 最高高さ/約80m
- 最高速度/時速約130km
- 最大落下角度/約80°
- 乗員数/4人乗り×6両
- オフィシャルスポンサー/コニカ(株)

ワンダードロップ

- 設計・製作・施工/阪和興業(株)
- 利用料金/600円
- 走路全長/約280m
- 最高高さ/約13m
- 最高速度/時速約50km
- 最大落下角度/約40°
- 乗員数/4人乗り
- オフィシャルスポンサー/大塚製業(株)

ザ・13ドアーズ

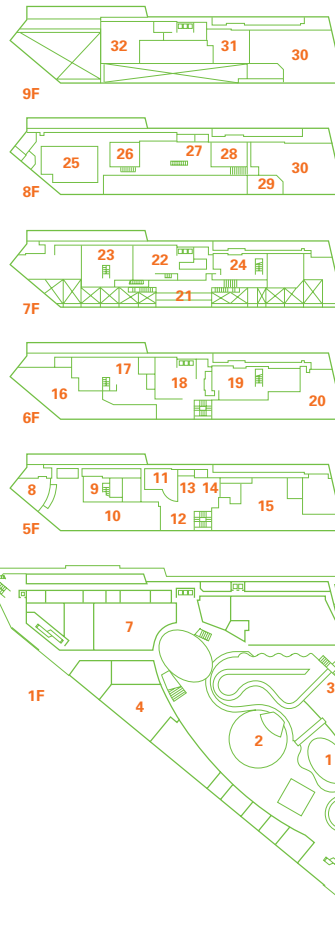
- 設計・製作・施工/阪和興業(株)
- 利用料金/800円
- 延床面積/約500㎡
- 通路長/約150~200m
- オフィシャルスポンサー/総合警備保障(株)

ウォーターシンフォニー

- 設計・製作・施工/阪和興業(株)
- 利用料金/無料
- プログラム/5曲・約20分
- オフィシャルスポンサー/キリンビール(株)



12



- 1 ウォーターシンフォニー
- 2 ラクーアガーデンステージ
- 3 ワンダードロップ
- 4 ザ・13ドアーズ
- 5 あんぱらんす
- 6 パパ・ガンブ・シュリンプ東京
- 7 成城石井
- 8 スタジアム シアター
- 9 スタジアム カフェ
- 10 リラックス ラウンジ
- 11 マッサージコーナー
- 12 ラウンジ
- 13 カジボゲームコーナー
- 14 インフォメーション
- 15 和食&焼肉ダイニング
- 16 レディーススパ
- 17 女子ロッカー室
- 18 エントランス&フロント
- 19 男子ロッカー室
- 20 メンズスパ
- 21 ランデブーデッキ
- 22 フィットネスクラブ
東京ドーム フロント
- 23 同 女子ロッカー室
- 24 同 男子ロッカー室
- 25 同 フィットネスプール
- 26 同 フィットネススタジオB
- 27 同 マシンジム
- 28 同 フィットネススタジオA
- 29 オープンデッキ
- 30 ヒーリングバーデ
- 31 焼肉 叙々苑
- 32 和食 春風萬里



13



14



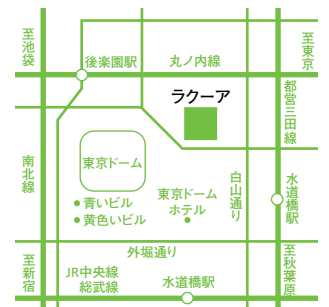
15



16

プロジェクト概要

- 施設名称/LaQua
 - 業態/複合商業施設
 - コンセプト/
東京の真ん中でリフレッシュを楽しむ
 - オープン/2003年5月1日
 - 所在地/東京都文京区春日1-1-1
 - 連絡先/03-5800-9999
 - 交通アクセス/営団地下鉄丸ノ内線・南北線後楽園駅、JR中央線・都営地下鉄三田線水道橋駅、都営地下鉄大江戸線・三田線春日駅から至近
 - 立地特性/都心部
 - 事業主体/株東京ドーム
 - 設計・施工/株竹中工務店
 - 基本デザイン/株竹中工務店、RTKL
- 敷地面積/15,991.41㎡
 - 延床面積/54,268.54㎡
 - 構造・規模/SRC造・S造 地下2階地上9階建
 - 駐車場(台数)/約200台
 - 施設構成/ショップ&レストラン70店舗(物販・サービス51店舗、飲食19店舗)/エンターテインメント・スパ「Spa LaQua」/フィットネスクラブ/アトラクション(5種類)
 - 総事業費/約350億円
 - 集客目標/約800万人(初年度)
 - 売上目標/約165億円(初年度)





「非日常空間」演出の ハード・ソフト両面における実績を活かし 新しい都市型エンターテインメント施設づくりに取り組む 阪和興業(株)

都市生活者に、日常のストレスを洗い流してリフレッシュを与える「都会のオアシス」として誕生したLaQuaには、都内最大級の個性派スパや、利便性とエンターテインメント性に重点をおいたバラエティ豊かな物販・飲食店舗に加え、「“絶叫”から“爽快”へ。“恐怖”から“感動”へ」をコンセプトに、5つのアトラクションが開設された。このうちウォーターライダー「ワンダードロップ」と音楽噴水「ウォーターシンフォニー」は、LaQuaというネーミングの由来となった“水”(アクア)と“楽”(エンジョイ&リラックス)を具現化するものであり、またホラーハウス「ザ・13ドアーズ」は、そのクオリティの高さから“最も怖いおばけ屋敷”として知られた後樂園ゆうえんちの人気アトラクション「模図かずおのおばけ屋敷」の伝統を受け継ぐ施設として欠かせないのであった。これら3つのアトラクションを手がけたのは、テーマパーク、商業施設、博物館、水族館などへの「非日常空間」を演出するためのハード(遊戯機械)とソフト(演出)の提供に多くの実績をもつ阪和興業(株)である。“脱・遊園地”をテーマに新たな都市型エンターテインメント施設の開発を目指す(株)東京ドームの要望を、阪和興業が、いかに捉え、企画し、具現化していったか。各アトラクションごとに、そのプロデュースワークを探る。

ワンダードロップ

スペースが制約されるなか、
乗っている人だけでなく見ている人にも爽快感を与える
アトラクションを提案



「水」をテーマにした都会のオアシスをつくりたい。25～35歳をメインターゲットに、事業性を踏まえながらターゲット年齢を広げた施設をつくりたいというのが、東京ドームから阪和興業に出された要望であった。

水というテーマから、まず、「水流ライド」の導入が検討されたが、LaQua全体のコンセプトとして「リフレッシュ」が掲げられていた。またスリルライドとしてはジェットコースターもあることから、スリル感と爽快感の両方を兼ね備えたアトラクションが求められた。その結果、ビル3階の高さ(約13m)からボートで急降下ダイブし、着水後はブレーキを使わず水の抵抗だけでボートを止めるため、独特な浮遊感を楽しめる「ワンダードロップ」が選定されたのである。しかし、当初のLaQuaのレイアウト計画では、着水後に水の抵抗だけでボートを止めるのに必要な直線を確認することができなかった。このため東京ドームでは、

全体レイアウトの見直しを行ない、スペースを生み出した。

ボートが下る方向については、乗っている人だけでなく、着水の瞬間に立ち上がるスプラッシュを見ることで、見ている人も“癒し”を感じるようにしたいとの思いから、シュートの方向をオーバルの中央に向かうようにすることにした。そして一定の面積が必要となる着水池については、公園の景観池と一体的に見えるように整備。着水池と景観池の間には、低い仕切りを設け、シュート時の波の干渉を防ぐ配慮も施されている。また落差13mというのは、水流ライドとしては十分に楽しめるものであるが、見た目のインパクトが少ないことも予想された。これを、水路が2階と3階の通路の間にある穴を潜っていく構造とすることで、ボートが落ちていく様子をさまざまな位置から少しずつ見られるようにして、見ている人からもスピード感と期待感を味わえるように工夫している。

【問合せ】阪和興業(株) レジャー施設課

〒541-0044
大阪市中央区伏見町4-3-9
Tel.06-6206-3142
Fax.06-6206-3302
HP <http://www.hanwa.co.jp>

ウォーターシンフォニー

来場者の目をとらえて離さない
神秘的で迫力満点な音と光のページェント

“東京の真ん中でリフレッシュを楽しむ”を謳うLaQuaにおいて、「水」のもつリラクゼーション効果を視覚や聴覚で感じる施設として導入されたのが、音楽噴水「ウォーターシンフォニー」である。このアトラクションは、音楽と、それに合わせて約800本のノズルから出る水、そしてそれを照らす5色の照明とが一体となって競演する。いわば、音と水と光が織り成すアートである。

音楽噴水は、音楽に合わせて俊敏に水が動き、それと同時に照明の光も変えるが、LaQuaにおけるウォーターシンフォニーの演出で最も注力されたのが、この照明効果である。光を使った演出は、まったくの暗闇で行なうのが最も演出効果が得られることはいままでもないが、都心立地の施設において周囲を完全に真っ暗にすることはできない。このため、音楽噴水の光の演出が回りの照明に消される懸念があった。周囲に光源がある場合、従来の技術では、ブルー

とグリーンが飛び気味になる傾向があった。このため、カナダの水中照明のフィルターを製作している企業に協力を求め、ブルーとグリーンの発色性を3倍以上に高めた。このカナダの企業は演出噴水の世界的企業である。約50年前に東京ドーム(当時後楽園)で“ダンシングウォーター”という形で噴水のイベントづくりを行なった経緯もあり、多くの時を超えた要請にも積極的な姿勢で協力を行なうことになった。

LaQua全体でひとつのエリアであるという認識から周囲との調和には非常に意識したが、東京ドームからは「フリーにアレンジしていいから、とにかく美しい物にしてほしい」という指示であったという。東京ドームもLaQua全体の照明計画の中で、1回約20分の音楽噴水の公演時にはオーバル部分のLEDの光を音楽噴水の演出に合わせるなど、調和のとれた照明演出を行なっている。



ザ・13 ドアーズ

自ら恐怖の世界に飛び込まなくてはならないという演出が
入館者にさらなる恐怖感を与える

東京ドームの「怖いんだけど、出てきたら怖すぎて笑っている。それが人から人へと伝わって評判になるようなホラーハウスをつくりたい」という想いから誕生した「ザ・13 ドアーズ」は、これまでのおぼけ屋敷を大きく進化させた、いままでの日本にはないまったく新しいタイプのホラーハウスである。後楽園ゆうえんちが長年にわたり培ってきたノウハウに、従来には無かった演出を加えて、実現したものである。

ザ・13 ドアーズの特徴は、その名の

とおり、ドアと鍵にある。入口で鍵を1つ渡された入館者が、その鍵を使ってドアを1つ1つ開けて進んでいくというウォークスルータイプのホラーハウスで、ドアを開けるたびに現われる数々の部屋には何者かが潜み、部屋の暗がりや天井、さらには開けたばかりのドアの向こうなど、さまざまな場所に恐怖演出が繰り広げられる。恐怖の世界へのドアを自分で開けなければならないというシチュエーションが、入館者を最大限の恐怖へと誘うのである。

施設の作り込みにおいては、このいくつかの部屋からなるというのが最も腐心する点となった。つまり、それぞれの部屋にはそれぞれのイメージがあり、部屋の数だけホラーハウスがあるといっている。それにより「これでもか、これでもか」という恐怖演出が、“怖い”が“感動”するホラーハウスをつくりあげている。





阪和興業株式会社

機械部

レジャー施設第一課

〒541-8585

大阪市中央区伏見町四丁目3番9号

TEL.06-7525-5142

FAX.06-7525-5302

レジャー施設第二課

〒104-8429

東京都中央区築地一丁目13番1号

TEL.03-3544-1908

FAX.03-3544-2252

<http://www.hanwa.co.jp/>