

テーマパークを扱った新聞記事にみる都市生活者の願望 Desires of Urban Dwellers Seen through Newspaper Articles on Theme Parks

奥山研究室 22M50577 松山美央 (MATSUYAMA ,Mio)

1. 序

1-1. 研究の背景と目的 近代社会では都市生活者の余暇の発生により、都心と郊外の双方において娯楽施設の導入が進んだ。その一つであるテーマパーク¹⁾は、テーマを表現する演出によって都市生活者の願望を空間化した施設であり、我が国においては1983年の東京ディズニーランドの開業を契機に各地で建設されている。こうしたテーマパークは各種メディアに取り上げられ、新聞では開業以降も継続的に記事の題材として扱われている。そこで示される、海外を再現した街並みでの疑似体験やキャラクターに特化したイベントといった内容は、都市生活者の願望の枠組みを形成していると捉えることができ、そこから見出される知見は消費社会における空間の在り方を模索する上で重要と考えられる。そこで本研究では、テーマパークを扱った新聞記事を資料に施設における体験の内容と演出する要素の意味内容について検討することで、都市生活者の願望の一端を明らかにすることを目的とする。

1-2. 対象資料 現在営業するテーマパークに関する新聞記事²⁾を総覧し、テーマパークでの体験の内容が読み取れる1047記事を本研究の資料とした(表1)。

2. 新聞記事にみる願望の意味内容

資料とした記事からは図1の分析例のように、テーマ

パーク内の街並み、アトラクション、イベントなどにおける海外旅行や映画の場面の疑似体験といった、テーマパークの魅力となる体験を読み取ることができる。本章では、これらの体験の内容(以下、願望表現)とそれを演出する空間(以下、空間要素)から、都市生活者の願望の意味内容を検討する。

2-1. 願望表現の内容 願望表現の内容を表2に示した。映画や童話の舞台空間をみる、キャラクターと交流するといった「物語の世界に入る」、中世の街並みや昭和の日本を体験できる「タイムスリップする」、宇宙飛行を疑似体験するアトラクションや展示で自然環境に触れる「自然を体験する」、街並みや芸術を通じて異国情緒を楽しむ「海外・リゾートを旅する」、クリスマスやイースターといった季節や記念の行事を体験する「イベントに参加する」、アーティストのコンサートや記念撮影を通して人と交流する「体験を共有する」、新技術やリニューアルした施設を体験する「新しいものに触れる」、キャラクターをモチーフにしたグッズや食べ物を楽しむ「飲食する・買う」で捉えた(以下「物語」「タイム」「自然」「海外」「行事」「共有」「新しい」「飲食」)。さらに、これらを現実世界ではできない体験に関する【没入的願望】、海外や宇宙など空間的に隔たりのある場所での体験に関する【場所的願望】、その時にしかできない一回性の体験に関する【時間的願望】、モノや空間の消費に関する【モノ的願望】に

表1. 資料リスト

No.	年	テーマパーク名	テーマ	記事数
1	1975	東映太秦映画村	映画	29
2	1983	東京ディズニーランド	映画	122
3	1983	野外民族博物館リトルワールド	民族	31
4	1985	淡路ワールドパーク	ミニチュア	9
5	1986	日光江戸村	時代	16
6	1990	サンリオピューロランド	キャラクター	22
7	1991	ハーモニーランド	キャラクター	17
8	1991	レオマワールド	ファンタジー	13
9	1992	ハウステンボス	海外	179
10	1993	東武ワールドスクウェア	ミニチュア	34
11	1994	志摩スペイン村	海外	67
12	1994	ポルトヨーロッパ	海外	15
13	1996	ふなばしアンデルセン公園	童話	13
14	1996	安城産業文化公園デンパーク	海外	13
15	2001	ユニバーサルスタジオジャパン	映画	193
16	2001	東京ディズニーシー	映画	64
17	2001	淡路ファームパーク	海外	11
18	2002	ラグーナ蒲郡ラグナシア	港町	22
19	2006	キッズニア東京	職業体験	32
20	2009	キッズニア甲子園	職業体験	36
21	2017	レゴランドジャパン	おもちゃ	21
22	2017	アニメパークニジゲンノモリ	アニメ	25
23	2022	ジブリパーク	映画	23
24	2023	メイキングオブハリウッド	映画	10

図1. 分析例

大別した。また、テーマパークのテーマとの関連の有無についても整理した（以下《テーマ関連有》《テーマ関連無》）。

2-2. 空間要素の内容 願望表現を演出する空間要素の内容は、風車や塔などの建造物（構築物）、花畑や運河などの〈ランドスケープ〉、ジェットコースターやお化け屋敷などの〈遊戯施設〉と分けて捉えた（表3）。

2-3. テーマパークと地域の相互関連の内容

願望表現とともに、「地場産の海の幸をふんだんに使ったスペイン料理」「近くの商店街にも妖怪が登場」のように、テーマパークの立地する地域との関連を読み取れる記述がみられたため、これらの表現を相互関連として検討した結果、地域の資源やイベントをテーマパークが利用する連携型と、テーマパークのもテーマ性を地域が利用する波及型に分類した（表4）。

2-4. 各テーマパークにおける都市生活者の願望

前節までで捉えた願望表現と空間要素の内訳について、ここでは資料数の多い東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、ユニバーサルスタジオジャパン、志摩スペイン村、ハウステンボス（以下TDL、TDS、USJ、SSP、HTB）と資料の総体を比較、考察する（図2）。HTBでは、願望表現と空間要素の双

方で《テーマ関連無》が《テーマ関連有》の2倍以上みられた。これはヨットレースなどの参加型競技による〔共有〕、花の祭やゲーピングを通じた〔自然〕などの内容がみられ、開園時に設定されたテーマとは異なる体験を積極的に提供することでテーマパークの価値を高めようとするものといえる。USJではテーマとの関連の有無に関わらず〔物語〕が多くみられ、USJ本来のテーマであるハリウッド映画に加え、アニメやゲームといった日本の人気コンテンツを題材にした〈遊戯施設〉を用いて、没入体験を生み出す内容がみられた。またTDLでは《テーマ関連無》において、クリスマスのイルミネーションやハウステンボスのパレードといった季節の〔行事〕が大半を占めた。テーマであるディズニー映画の世界への没入体験を基盤として、季節や記念といった時間的限定性を付加することでさらなる体験願望を誘引していると考えられる。またSSPは場所を中心としたコンセプトを持つが、願望表現、空間要素共にTDLと類似した傾向がみられる。

3. 都市生活者の願望とその変遷

3-1. 全テーマパークにおける願望表現の変遷

対象とした24のテーマパークでみられる願望表現の内容について通時的な検討を行った（図3）。

表2. 願望表現の分類

対象	全 1047 記事	テーマと関連あり○	テーマと関連なし●
〔没入的願望〕	物語の世界に入る	映画の世界を再現したショーを見れる。童話の世界を体験できるハリウッドの映画を追体験できるスペインの伝説を体験できる	童話の世界を体験できるお菓子の世界を体験できるキャラクターに会える
	タイムスリップする	中世都市を体験できるピクトリア王朝風の街並みを体験できる	昭和日本を体験できる恐竜の世界に行ける大航海時代を体験できる
〔場所的願望〕	自然を体験する	海の世界を体験できる植物を見ることができ宇宙旅行を疑似体験できる	自然との共生について考えられる宇宙や空を飛ぶ気分になれる最古の植物を見ることができる
	海外・リゾートを旅する	スペインを体験できる異国情緒溢れる雰囲気を楽しめるオランダの芸術に触れられる	ホテル、別荘に滞在できる国際交流できる極寒を体験できる
〔時間的願望〕	イベントに参加する	日蘭交流400年を記念できる物語の世界で結婚式ができる	クリスマス気分を楽しめる10周年を記念できる七夕イベントに参加できる
	体験を共有する	人気俳優に会える列車の車内で記念撮影できる	アーティストのコンサートに行ける競技に参加できる芸能人に会える旧車の愛好家が集える
〔モノ的願望〕	新しいものに触れる	スリルを味わえる4Kを導入し改装したアトラクションを楽しむ	新しい施設で楽しめるAR特殊技術やアプリで遊べる新技術を使ったパレードを楽しむ
	飲食する・買う	スペインのグルメとワインフェアに参加できる映画に出てくる杖やお菓子を味わえる	特産品を食べられる地中海諸国の雑貨を買うお酒が飲める

表3. 空間要素の分類

構築物	建物 (89)	森深くの塔、英語の看板がぶら下がった建物、風車、農村住宅
180	部位 (36)	セットの再現、空飛ぶ船の展示、帆船、歩道をオレンジ色に塗装
	モニュメント (55)	ヒマワリのモニュメント、キャラクターのオブジェ、ファジーヤ人形
ランドスケープ	景観 (68)	都市や農村の再現、葡萄畑、ニューヨークやハリウッドの街並み
	地形 (15)	神秘的な滝や池、魔法の泉、運河
227	植栽 (46)	クリスマスツリー、赤いゼラニウム、緑化
	装飾 (98)	イルミネーション、配色、花火
遊戯施設	ボートライド、ジェットコースター、西洋風お化け屋敷	224
	VRコースター	

表4. 相互関連の分類

★連携型 67	地域の資源をテーマパークが活用する	★波及型 18	テーマ性を地域が活用する
・	スペイン村の経営戦略が地域の街並みを変え始めている	・	スペイン村の経営戦略が地域の街並みを変え始めている
・	市とサンリオピューロランドが連携し多摩センターの活性化を演出する	・	駅舎を赤基調で統一、特別電車の発着する池袋駅ホームでキングスクロス駅を再現

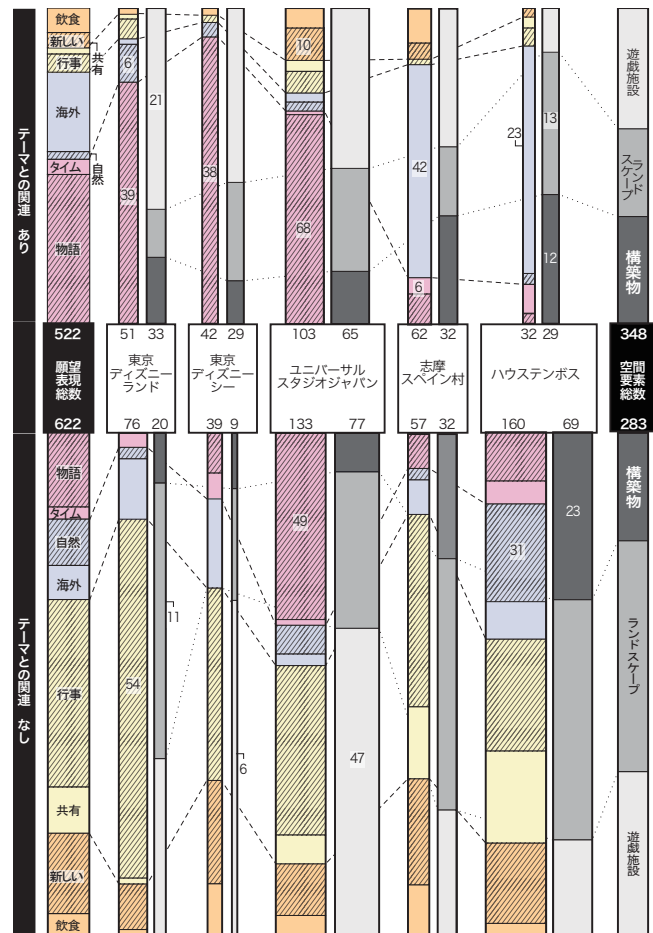


図2. テーマパーク単位にみる願望表現の内容

テーマとの関連の有無から願望表現の数の推移をみると、90年代までは《テーマ関連有》が《テーマ関連無》の数を上回っていたが、00年代以降は《テーマ関連無》が逆転し増加を続けている。パブル景気を背景としてテーマパークの計画が進みパブル崩壊後も建設ラッシュは続いたが、そこで設定されたテーマが時代に見合わないものとなったことで、テーマパークは常に新たな要素を提示することが求められるようになったことの表れと推察される。

願望表現の内容では、90年代以降現在まで《テーマ関連有》《テーマ関連無》に共通して【場所的願望】は減少し、【没入的願望】が増加している。これらの内訳をみると、特に【海外】が90年から04年にかけて大きく減少するとともに、【物語】が急増する。1964年の海外渡航の自由化、1987年のリゾート法施行などを背景とした海外やリゾートへの憧れがテーマパークにも投影されていたが、90年代以降海外渡航が一般化するとともに、人々のテーマパークへの願望が非現実的な世界への体験に移行していると推察される。00年代の具体例では東武ワールドスクウェアが園内の世界のモニュメントのミニチュアとゴジラと一緒に展示するイベント、太秦映画村では園内の時代劇のセットを活用した「ゲゲゲの鬼太郎」のイベントなど、テーマパークの既存の空間や施設に物語を結びつけることで、各テーマパークが人々の没入体験への願望にตอบสนองしている。

《テーマ関連無》では、【場所的願望】が減少するなかで2000年代以降【自然】の比率が増加している。特に05年から09年に多くみられ、具体例としてはUSJの宇宙旅行をテーマにしたオリジナルの物語で構成されたアトラクション、HTBの地球科学に関する映像展示といった内容がみられ、03年のJAXA発足、05年の『愛・地球博』の開催および京都議定書の発行など、自然環境への社会的な意識向上との連動がみられる。

また、90年代以降は【時間的願望】が《テーマ関連無》の半数を占め続けており、アーティストのコンサートなどの一回的なイベントが多くみられ、特に10年代には【共有】が増加している。USJで新たに設置された映画のセットでの写真撮影、日光江戸村をはじめとした全国のテーマパークで夜のイルミネーションイベントなど、「映え」と呼ばれる写真に映える空間演出に関する記事もみられる。これには、スマートフォンやSNSの普及によって体験を共有することが身近なものとなったという時代背景を指摘でき、その瞬間の臨場感を体験することへの願望が表れていると共に、共有されたものを追体験することへの興味やSNSを通して自

ら発信したいといった自己発信的な表現願望を促すものも出現していると考えられる。

3-2. テーマパーク単位における願望表現の変遷

次に、TDL、TDS、USJ、SSP、HTBの主要テーマパークにおける《テーマ関連無》の願望表現の変遷を図4に示した。前章で述べたように、TDLではキャラクターや映画といった強いテーマ性に季節のイベントといった、一回性の体験を付加することで価値づけており、年代を問わず【時間的願望】の割合が高い。一方で、TDLの系列として開業したTDSでは【物語】【海外】【行事】【新しい】など幅広い内容がみられ、異なる傾向がみられた。当初はアトラクションで世界旅行や恐怖体験をする【場所的願望】や【没入的願望】、テーマパークでお酒が飲めるといった【モ的願望】を取り入れることで、TDLではできないアクティビティを魅力として提示していたが、05年以降は【行事】の占める割合が高くなっており、TDLと似た性格を持ちつつあるといえる。

また、15年以降のSSPでスパインの街並みを背景とした写真の「映え」や、HTBのオランダで有名なチューリップ畑を舞台にしたイルミネーションといった空間の演出に関する表現には、テーマパークの街並みやランドスケープを活かしながら、近年のSNS文化が反映されている。SSPとHTBは海外というテーマに基づいて演出された場所性を前提に、時代ごとの流行を押さえたアクティビティを展開する、願望の現代性が読み取れる。

4. 結 以上、新聞記事にみられるテーマパークでの体験の意味内容を整理し、その通時的変遷を検討した。その結果、90年代から現在にかけて社会の変化と共に都市生活者はよりテーマパークに対して非現実的体験への願望をもつようになり、消費社会においてはテーマ性をもつ空間が陳腐化していることから、それに答えられるような流行や最新技術を取り入れた新たな体験を提示しているという特徴を捉えることができた。このことから、都市生活においても生じている都市のテーマ化やコンテンツリズムといった空間的な消費の在り方の典型としてテーマパークを位置づけることができる。

註
1) 「テーマパークの定義は「入場料をとり、特定の非日常的なテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連する常設かつ有料のアトラクション施設を有し、パレードやイベントなどを組み込んで、空間全体を演出する事業所」
参考文献 経済産業省：特定サービス産業実態調査報告書 公園・遊園地・テーマパーク編 本研究では定義に基づいて選定した29箇所のうち、資料数が10未満のものを除いた24箇所を対象とする。
2) 朝日新聞社の1975年から現在までの記事のうち各テーマパークの願望表現が取り出せるものを対象とした。

参考文献

1) 奥野一生：『テーマパーク地域学 Theme Park Regionology』
2) レム・コールハース：『錯乱のニューヨーク』

2000/4/29 東武ワールドスクウェア-11
 藤原町の東武ワールドスクウェアで二十九日から、「ゴジラ展」が始まる。…同展には映画に出てきた怪獣などのキャラクターや、絵コンテが展示されている。珍しいものでは、ゴジラの頭。目などがハイテク技術で動く仕組みが分かる。全作品の予告CMを特別編集した映画も上映される。ゴジラがヘリコプター、戦車を相手に映画の本番さながらの戦闘ショーを繰り広げる。

●【物語】

2005/12/17 ハウステンボス -17
 愛知万博（愛・地球博）に三菱グループが出演したパビリオン「三菱未来館 @earth」と同様の映像が楽しめる施設が、長崎県佐世保市のハウステンボスに登場する。…HTBは01年に閉鎖した円形劇場を改造し、壁と天井、床にスクリーンと鏡を設置して立体的な映像空間を作り出す。…万博パビリオンでは、月が存在しない地球を想像したCG映像を上映し、約303万人が入館した。

●【自然】

2007/8/26 太秦映画村 -15
 右京区の東映太秦映画村で25日、妖怪ファンが集う「世界妖怪会議」が2日間の日程が始まった。妖怪が繰り歩く百鬼夜行や、妖怪小説で知られる作家京極夏彦さんと「ゲゲゲの鬼太郎」などを手がけるアニメ演出家角銅博之さんのトークショーがあった。…百鬼夜行のほか、妖怪緑日（午前9時～午後9時）や妖怪バンドの演奏（午後4時、同6時）などもある。

●【物語】

2009/12/17 エンターテインメントパーク-68
 ユニバーサル・スタジオ・ジャパンに来春開設される新アトラクションの名前が「スペース・ファンタジー・ザ・ライド」に決まった。宇宙の旅をテーマにした屋内型の乗り物で、1両に4人乗りの2両連結型となる。エネルギーが失われつつある太陽を救うという使命を受けて、全長585メートルにおよぶ飛行コースを旅する、という設定だ。

●【自然】

2013/10/18 日光江戸村 -14
 テーマパーク「日光江戸村」が19、20日の2日間、開園時間を午後9時まで4時間延長し、開園28年目で初めて本格的に夜間営業する。…入場者は提灯（ちょうちん）風のライトを持ち、夜の江戸を散策。園内の町家や商家には明かりをともし、通りには提灯を掲げる。…「花魁（おいらん）頭間行列」。同園は「灯と影が織りなす妖怪で幻想的な世界を楽しんで欲しい」と話している。

●【新しい】 ●【共有】

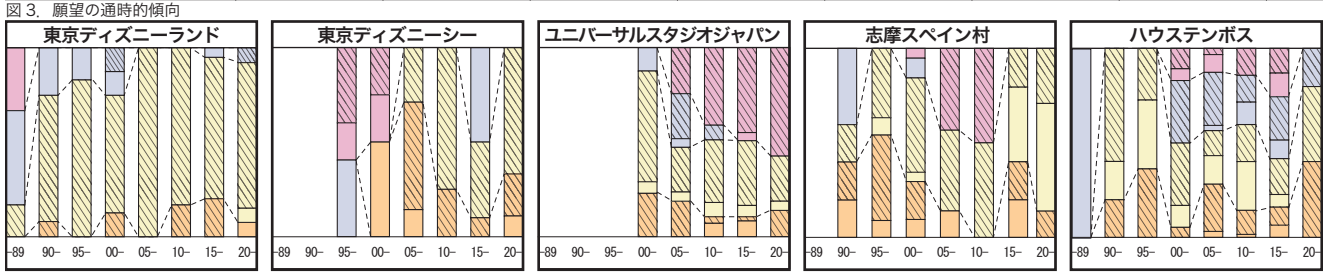
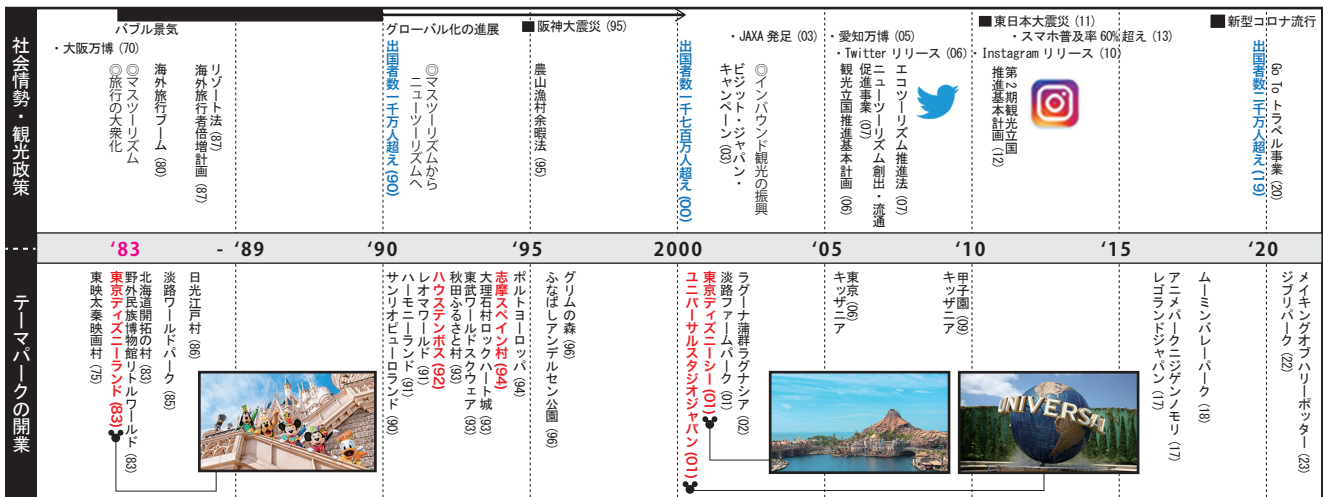
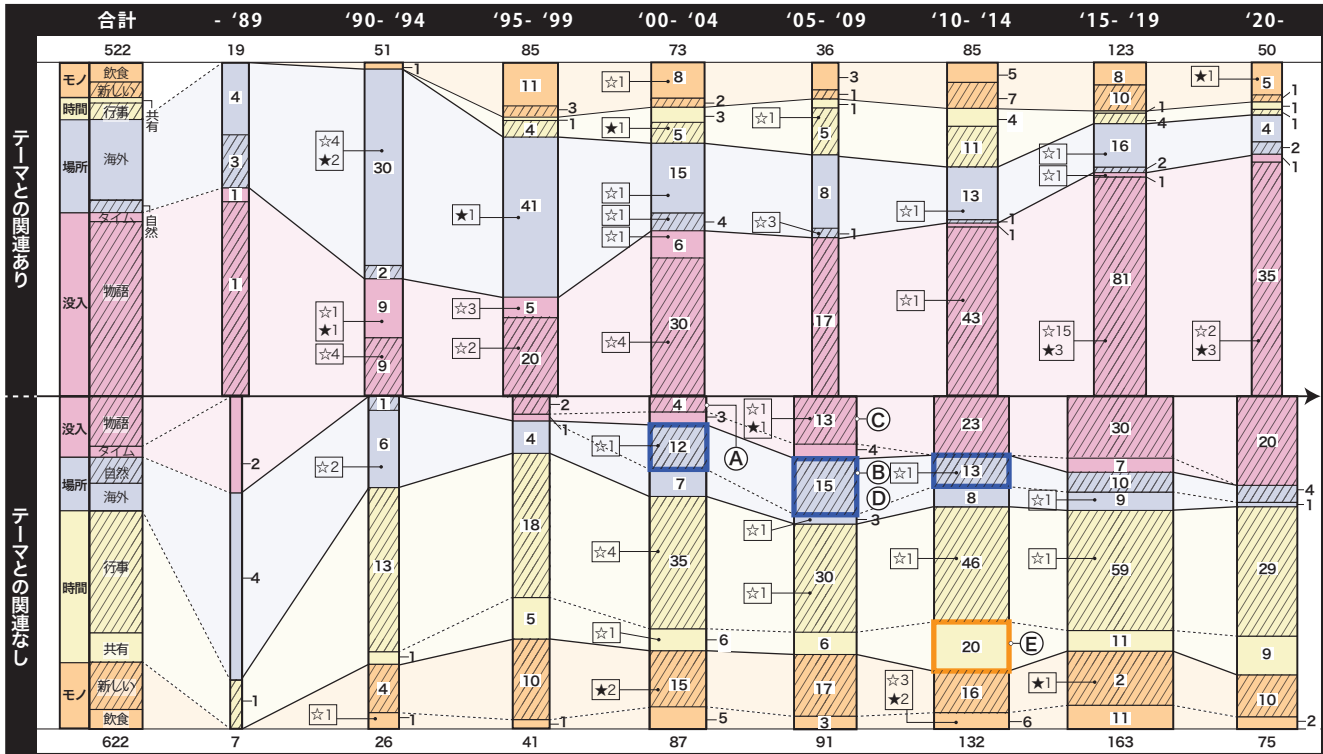


図4. 主要5テーマパークのテーマと関連のない願望