

no 05

2004 summer

月刊レジャー産業資料
7月号別冊

ENTERTAINMENT
+
BUSINESS

www.sogo-unicom.co.jp



>> PROJECT REPORT

ラグナシア ビバ・ピアッツァ

>> ATTRACTION REPORT

アクア ウインド
キャンディ ファクトリー



ラグナシア ビバ・ピアッツァ



開業3年目を迎えたテーマパーク 「ラグナシア」に誕生した 新しいエンターテインメント・リゾートエリア



三河湾に面した複合型海洋リゾート「ラグーナ蒲郡」にあって、集客の核となるべく2002年4月にオープンしたテーマパーク「ラグナシア」。初年度には年間110万人を超える集客を実現するなど好調な滑り出しをみせていたが、開業3年目を迎えるこの4月24日、約20億円の再投資を行ない、新たなエンターテインメント・リゾートエリア「ビバ・ピアッツァ」をオープンした。

同エリアは、パークの北側、「ジョイアマーレの浜辺」と名づけられた造波プールに向かい合う形で位置し、建物と3つのアトラクション、レストラン、レンタルルーム、ショーステージなどが一体的に構成されているのが特色。既存の建物が

1950年代の地中海沿岸の港町をモチーフにデザインされていることを受けて、リゾートとして時代とともに発展したという想定のもと、60年代の地中海リゾートがイメージされ、カラフルで楽しさ溢れる外観となっている。また、夜間には建物とアトラクションがライトアップされ、正面広場ではムービングライトによる演出がなされるなど幻想的な雰囲気を生み出す。

アトラクションは、テーマパークとしてより幅広い年齢層に訴求することが必要との判断から、利用者アンケートをもとに明確なターゲット設定と内容を選定。ヤングとファミリーを対象にスリルと爽快感を味わえる半屋内型コースター「ア



1.2-----
1960年代の地中海のリゾートをイメージに、アトラクション、飲食、物販施設をオール・イン・ワンでまとめた、明るくカラフルなエリアとなっている

3-----
「遺跡の発掘現場」を舞台に、コースターの楽しさ、面白さが凝縮されたアトラクション「アクア ウィンド」

4-----
「レストラン・モルサ」の天井近くをサイクルモノレールが通過していく

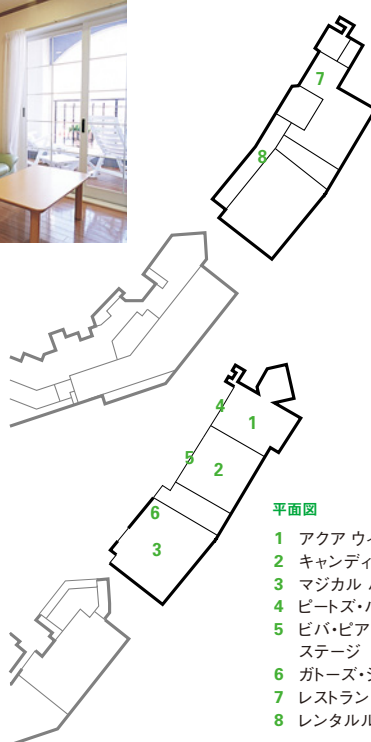
5-----
パーク北側に新しいリゾートエリアが誕生したことで、周辺環境が視野に入り込むことをシャットダウン。テーマパークとして完結した世界をつくり上げるようになった

6-----
2階の「レストラン・モルサ」に吹抜けになったビバ・ピアッツァ ステージ。キャラクターによる子どもたちを対象にした参加型のショーも行なわれる

7-----
ボックス型ライドに乗ってラグナシアに棲む妖精たちの冒険を楽しむという演出の「マジカル パウダー」

8-----
人気の高いレンタルルームを7室増室。「ジョイアマーレの浜辺」と三河湾を一望できる眺望を楽しむ

9,10-----
オリジナルのキャラクターグッズも揃えた「ガトーズ・ショップ」



平面図

- 1 アクア ウィンド
- 2 キャンディ ファクトリー
- 3 マジカル パウダー
- 4 ビートズ・バー
- 5 ビバ・ピアッツァ ステージ
- 6 ガトーズ・ショップ
- 7 レストラン・モルサ
- 8 レンタルルーム

プロジェクト概要

- 施設名称/ラグナシア「ビバ・ピアッツァ」
 - 業態/テーマパーク
 - オープン/2004年4月24日
 - 所在地/愛知県蒲郡市海陽町2-1
 - 連絡先/0533-58-2700(ラグナ蒲郡インフォメーションセンター)
 - 事業主体/蒲郡海洋開発(株)
 - アトラクション/泉陽興業(株)、阪和興業(株)
 - 施設規模/S造・地上2階建
 - 延床面積/3,400㎡
 - 施設内容/アトラクション(「アクア ウィンド」「マジカル パウダー」「キャンディ ファクトリー」)、レストラン(「レストラン・モルサ」「ビートズ・バー」)、ショップ(「ガトーズ・ショップ」)、レンタルルーム7室、ビバ・ピアッツァ ステージ
 - 営業時間/10:00~20:00(季節により変動)
 - 利用料金/パスポート(入園十アトラクションフリー):大人(18歳以上)3,800円、中・高校生3,200円、小学生・幼児(4歳以上)2,500円
- ほかに、入園券、スターライトパスポート、スターライトチケット、団体など各種優待料金設定がある
- 総事業費/約20億円
 - 集客目標/90万人(2004年度、ラグナシア全体)



クア ウィンド」、ボックス型ライドで妖精たちの冒険を楽しむ「マジカル パウダー」、子どもたちが自由な発想で遊べる「キャンディ ファクトリー」の3つを導入した。同時に、建物と一体化することで天候に左右されない稼働を確保するという狙いもあった。

また、従来の「ラグーナ・ガールズ」によるショーのバージョンアップを図るとともに、昨秋登場した同パークのオリジナルキャラクターと子どもたちが参加して一緒に楽しめるショーを加えたエンターテインメントの強化も行なわれているほか、既存施設にも設置されていて非常に好評だった「レンタルルーム」を同エリアに7室を増設し、計14室へと増加

させている。

開業後に迎えたゴールデンウィーク期間中(4/29~5/5)は、5月2日に、1日当たりの過去最高記録となる2万0,150人という来場者があったのをピークに、雨天の日があったにもかかわらず約7万5,000人を集客。目標の7万人を大きく上回った。

ラグナシアは、開業2年目に79万人と2割強の集客ダウンを余儀なくされたが、「運営するなかで顧客ニーズを再度つかむところから計画をスタート」(蒲郡海洋開発(株)岡田安生氏)させたという新リゾートエリア誕生を追い風に、今年度は90万人の集客を目指している。

ビバ・ピアッツァ[アトラクションレポート]

高い技術力、設計力をいかに発揮 徹底してコースターの魅力が追求された 「アクア ウィンド」

常に新たな魅力を提供しつづけることはテーマパークにとっての宿命といえるが、今回のビバ・ピアッツァもまた、顧客ニーズを再検証しながら、より魅力あるパークへと成長するためのステップといえ、とりわけ、利用者からも求められていたアトラクションの充実が図られている。複数社のコンペ方式により新規に導入されたアトラクションは3つで、いずれもターゲットを明確に定め、しっかりと訴求できる内容が追求されている。

そのうちのひとつ「アクア ウィンド」は、ミドルクラスながらもコースターの魅力が凝縮された、きわめて質の高い仕上がりとなっている。

アクア ウィンドは、トロッコ型のライドに乗り、1周約380mの巧みにレイアウトされたコースをおよそ1分半強で走り抜ける、スリルと爽快感が魅力のアトラクションで、“コースターの神様”といわれるアントン・シュワルツコフ氏の考案した、ひねりを加えながら落下する「シュワルツコフカーブ」といわれる独特の動きをはじめ「マウスカーブ、スパイラルアップ、スパイラルダウン、キャメルバックなど、ループを除いてコースターの面白さといえる要素が徹底して盛り込まれている」(阪和興業(株) 機械部 担当部長・

山本浩雅氏)という完成度の高さを誇っている。それを支えているのがドイツのメーカー、ゲルストウラウアー社の技術力で、同社製のコースターが日本で登場するのは今回がはじめてであり、そのこともコースターファンの間では話題の出来事となっている。

もともとゲルストウラウアー社は、シュワルツコフ氏の技術を継承した確かな設計力、技術力を有するメーカーであり、にもかかわらずこれまで日本で実績がなかったのは、とかくブランド志向に走りがちな日本人の性癖によるところが大きい。それがようやく日本で実現できたのは、「蒲郡海洋開発さんが、そうしたブランドにとらわれることなく、コストとクオリティを最優先のプライオリティとし



て評価していただいた」(山本氏、以下同)ことによる。

400mにも満たないコースのなかで、乗降スペースとリフティング、ブレーキングのラインという必須条件を加味すれば、実質300m程度の走行距離で利用者を満足させるだけの魅力を生み出すには、緻密に構成されたレイアウトと角度や緩急の変化を巧みに盛り込んでいかなければならない。阪和興業の求めるさまざまな設計要件に対し、ゲルストウラウアー社側からも意見、提案が出され「さわめてプロフェッショナルな議論を積み重ねるなかで」コースターの全体像が構築されていった。まさに設計者の腕の見せ所であり、それに応えられるのがゲルストウラウアー社であったということだ。

そして今回のコースタープロジェクトで阪和興業が徹底してこだわったのが、ライドの“乗り心地”であったという。それは2つの意味において非常に重要なことであった。

ひとつは、複雑で変化に富んだ動きが乗客にしっかりと伝わるようにするため。山本氏によると、「ライドには重力、

走行方向への力、遠心力の合力がかかっていますが、その合力は常に足元方向に向いているべきなのです」。つまり、バランスが崩れて横にずれるということは、乗客もまた横に振られていることになり、それでは意図したコースターの演出が十分に乗客に伝わらないことになる。平たくいえば、ガタガタするライドではせっかくのコースも変化の面白さも台無しになるというわけだ。したがって「子どもが目指したのは常に足元方向にGがいくレイアウトのあり方であり、車両の精度の高さ」であったが、「この点についてはゲルストウラウアー社との話し合いでも大きなポイントのひとつ」であり、車両メーカーとしても世界のトップというゲルストウラウアー社の技術力がいかに発揮されて、アクア ウインドでは走行中にサイド車輪がレールに接触することがほとんどないのだという。

それは同時に、音の静かなコースターでもあるという、もうひとつの意味も持っている。音が出るということはどこかに無理が生じているからで、したがって乗り心地を追求することは静音性にもつながることになる。そのためレールと支

柱の間に硬質ゴムを入れて、金属だけの場合に生じる微妙なショックを吸収。乗り心地と同時に静音性も考慮した。またレールパイプ内に砂を詰めて共鳴音が出ないように工夫しているほか、リフティング部分にも音の出ないアンチロールバックを採用するなど万全の騒音対策を施している。

さらに、大型コースターでは採用例はあるものの、このクラスでは珍しいリニアブレーキを採り入れており、乗客に過度な負荷をかけずにスムーズにスピードダウンすることを可能にしている。

このように質の高い設計と、緻密なスピード計算、執拗なまでにこだわった乗り心地等々、「コースターに対する経験をすべて投入」することで、利用者にとっては規模の小ささを感じさせずにコースターの魅力を満喫できるアトラクションを完成させたのである。

- アトラクション名/アクア ウインド
- 企画・製作/阪和興業(株)
- コース長/約380m
- 所要時間/約100秒
- 定員/4人乗りライド×4台
- 利用料金/700円

1.-----
高さが約14mと、見た目のインパクトはそれほどでもないが、コースレイアウトと緩急を効かせた絶妙な動きで利用者の満足度は高い

2.-----
マウスカーブではターンを小さくして迫力を出すと同時に距離をセーブし、限られたコース長の中にできるかぎり多くの演出を盛り込む工夫をしている

3.-----
コースの最後に設けられたキャメルバックもコースターの面白さのひとつ。この後、リニアブレーキにより無理なくフィニッシュする

4.-----
ブレーキゾーンを短くするため、トロコ型の単車両とすることが当初から与件として設定されていた

5.-----
アクア ウインドの乗降スペースは屋内に設けられ、“明”と“暗”のシーンをつくることでも全体の変化を生んでいる

6.-----
「伝説の勇者「アクア」が描かれている壁画が発見された遺跡発掘現場」を駆け抜けるという環境設定がなされている



ビバ・ピアッツァ[アトラクションレポート]

ボールプレイエリアを中核に、アスレチック、
サイクルモノレールを巧みに配して
遊びの空間を構築した
「キャンディファクトリー」

ビバ・ピアッツァに新規導入されたアトラクションとして、もうひとつ目を引くのが、最近商業施設などでも導入例が増えている、キッズ向けの遊戯施設である「キャンディファクトリー」である。ラグナシアでは、これまで若者向けのアトラクションに重点が置かれていたが、よ

り幅広い客層にアピールするためにも、子ども連れの家族も気軽に楽しめるアトラクションを追加する必要性があった。

このほど新設されたキャンディファクトリーは、2層吹抜けになった広々とした空間を確保し、柔らかいクッションボー

ルを使用して自由に動き遊ぶことのできるボールプレイエリアを中心に、立体迷路や滑り台、吊り橋といったフィールドアスレチックの要素を取り込んでおり、最上部にはサイクルモノレールを回遊させている。そして、隣接する「レストラン・モルサ」との壁面には大きなガラスの開口部が設けられ、保護者が、中で遊んでいる子どもたちの様子を見守りながら、くつろぐことができるという全体の構成がとられるなど、安全面・安心感にも配慮したものとなっている。

キャンディファクトリーのなかで中核的な役割を果たしているボールプレイ



エリアは、もともとは心理学を専門とするアメリカの大学教授によって研究用に開発されたものを原型に「FORM Factory」という名称で商品化されたもので、阪和興業(株)が輸入総代理店となっている。同社では一昨年にハウステンボスでこのFORM Factoryを活用したアトラクションを手がけた実績があるが、「その時点ではユニットでしか導入できなかったため自由度の面で制約があったのですが、現在では私どもでさまざまな要素を組み合わせながら設計できるようになっていますので、施設のもつ面白さを空間として最大限に表現する工夫ができました」(阪和興業(株)機械部 担当部長・山本浩雅氏)という。

ただ、FORM Factory自体がすでに完成度の高いものであっただけに、製品としてのクオリティを追求しながらも「空間全体で多彩な動きができるような演出をいかに構築していくか」(山本氏、以下同)に意を注いだ。そこで、FORM Factoryが年齢別に遊べる2層構造になっているという特性を活かして、その周囲にアスレチック遊具を配すること

で、いろいろな動きを伴う遊びができるようにするとともに、そこでも同じように1,2階を行き来できる構造とした。

そして、もうひとつのこだわりが天井部近くを走行するサイクルモノレールである。「空間の高さを最大限に活かすためにもう1層ほしかったのと、水平方向の動きをつくりたかった」こともあって、施設内を回遊するようにレイアウトされたものだが、加えて「隣のレストランにまで出ていって動きを見せられるものにした」と壁面に開口部を設けることを提案する。子どもが遊んでいる様子を見守ることができるという施設環境を活かし、レストランもアトラクションの一部と捉えた発想であった。

そのサイクルモノレールは同社の設計・製作になるものだが、「FORM Factoryの面白さと、アスレチックによる体を動かす楽しさ、メカニカルな遊具であるサイクルモノレールという3つの要素をバランスよく組み合わせながら、低年齢層が遊ぶエリア、その上の年齢層が遊ぶエリアというように設定を考慮しながら空間構築をしていくというプロ

- アトラクション名／キャンディファクトリー
- 企画・設計・製作／阪和興業(株)
- 収容人員／約300人(入替制)
- 利用料金／600円

阪和興業(株)
大阪市中央区伏見町4-3-9
TEL.06-6206-3142

デュース業務において私どもの手腕が発揮できたと思っています」というように、「個」のもつ特性をいかに引き出すかでアミューズメント空間としての楽しさも決まってくる。逆にいえば、「個」のもつ面白さも、全体の演出がしっかりしていてこそ発揮されるものなのだということができる。

同社では、こうした空間プロデュースのノウハウを活かせるフィールドは今後大きく広がっていくと考えており、今後、さまざまな機会を捉えてどんどん新しい提案をしていきたいとしている。

- 1.2.-----
ボールプレイエリアは2層構造になっており、天井からボールが滝のように降り注ぐサプライズダンブバスケットやボールファウンテンなどを設置している
- 3.-----
上層は比較的年齢層の高い子どもが遊ぶ設定で、クッションボールを打ち出すキャノン砲が据えられている
- 4.-----
隣の「レストラン・モルサ」の空間まで活用してレイアウトされたサイクルモノレール。柱を支えるのではなく、天井から吊り下げる構造としている
- 5.6.-----
ぐらぐらと揺れる吊り橋や滑り台、ネット遊具などアスレチックの要素を取り入れることで動きと遊にバリエーションを生み出している
- 7.-----
小学校高学年くらいまでを想定したアトラクションであるが、実際には高校生や大学生くらいの年齢層までが楽しんでいる





阪和興業株式会社

機械部

レジヤ施設第一課

〒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

レジヤ施設第二課

〒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/>