

スポーツエンターテインメント

多忙の合間に気軽に利用したい

スポーツエンターテインメント施設は、
適度な異国情緒と敷居の低さが命。
茶の間で旅行気分にあひたれる
「海外紀行番組」のようだ。
余分の距離感や面倒を少しでも感じたら、
チャンネルはすぐに変えられてしまう。

「平和な南の島を海賊が荒らした。タコのおかげで大津波が彼らを滅ぼし、島に平和が戻った。」屋内型ウォーターパークの「ワイルドブルーヨコハマ」は、一つの物語をテーマにした構成となっている。建物内の施設はすべてこのストーリーに沿ってつくられている。ビーチから見渡すと、確かにヤシで囲まれたレストランは農園領主の館風に見え、右手に



ビーチ右手にある難船船。最大高さ2メートルの波をボディーボードがたまため待つ場所。うまく滑出



ワイルドブルーヨコハマの大きな遊泳プール「ピックベイ」。つくり込んだ空艇が、島の雰囲気を醸し出す。ウレタン素材を用いた弾力のある白い砂浜は、床暖房が入っており真夏に心地よい



夜になると、噴水に映像が映したされ、一気にムードが盛り上がる。施設を囲む成水プール「ウォーターフェイス」は影も多く、カブプルにとって絶好の空間をつくりだしている

は頼いた舞破船がビーチサイドを廻すように波をかぶっている。非常に分かりやすい異国情緒の表現だ。

ワイルドブルーは、オープンして3年。94年の来場者数は、前年を15%上回る実績を残した。ワイルドブルーの魅力は、一つのストーリーを持ちながら、来場者がそれをあまり意識せずに遊べる点だ。デザインを手がけた空間設計の及川政志氏は、「ストーリーをイメージさせるものには正面の位置を持たせず、360度どの方向から見てもいいように演出した」ことが、ストーリーを押し付けられない秘けつだと言う。

ここから見ないとおもしろくないという場をつくってしまうと、来場者はまずその正面に立ち、ストーリーの流れに乗らないと楽しめない。泳ぎに来ると言うことは、リラックスしに来ると言う感覚に非常に近い。リラックスを求める来場者に、遊び方を強制するのは逆効果だ。

ワイルドブルーには、何の変哲もない階段など、演出の施されていない部分が多くある。「壁面いっぱいにわけの分からない絵を描いたり、意味もなく色を着けるより、一部だけきちんと仕上げた方がよっぽどいい」(及川氏)と判断したからだ。中途半端に手をかけると、化けの皮がはがれてしまう。手をかける部分は徹底的につくり込み、手をかけない部分は何もしない。偽物である架空の世界をより本物らしく見せるコツがここにある。

本格的イメージを軟化したい

屋内スキー場としては最大規模のグレンダを備える「ららぽーとスキ



ザウスのグレンダは上級者にも十分こたえる本格派。滑りに適するためBGMは当知流さないことにしていたが、要望が多く流し始めた。右はスカンジナビアモダンで統一された施設。オフの日にはスキーヤーもまばらで、若干寂しい印象を受ける



ードームザウス」雪山へ行くよりも手軽に、季節を問わず一年中滑れるという新しい都市型のスキー場として、93年7月のオープンした。オープン当初は注目を確かに集めたが、こここのところ、来場者数は横ばい。グレンダのレベルが高いばかりに本格派志向とのイメージが先行し、初・中級者が敬遠しているためである。レジャー感覚でスキーを楽しみたい人にとっては、遠い雪山の方がまだまだ身近な存在のようだ。

「つくるからには本格的なスキーができるようにしたかった」(ららぽーとスキードームザウスの大走泰信・デプティゼネラルマネジャー)。ザウスのグレンダは全長490メートル、国際レースが開催できる本格派だ。施設内を、赤、黄、青のみのシンプルで清潔感のあるスカンジナビアモダンで統一し、滑りに徹したシンプルな仕上げとなっている。

しかし、ひたすら本格派スキー一向けのつくりは、ともすれば無機

的にレジャー施設としては物足りない感がある。ザウスのデザインも手がけた空間設計の及川政志氏は「客の多いオンの日はいいが、オフの日の物足りなさを埋めるものが必要だったかもしれない」と言う。

この春ザウスは、これまで使ったことのないピンクをテーマカラーに、初心者の多い女性をターゲットとしたキャンペーンを展開した。本格派のスキーヤーだけでなく、気軽に「遊びに行く」客を増やす第一歩である。エンターテインメントの要素として、本格的なイメージをいかに“かみくだく”かが重要だ。