



コピーがオリジナルを超える

本物よりホンモノらしいハウステンボス

糸乗 貞喜

(アルパック・ニュースレター 1992.7)

- 1 観光・サービス産業

ハウステンボス好スタート！

前評判は上々、オープン後も新聞、テレビなどのマスコミはもちろん、電車の車内吊り、新聞の折込広告、JR駅の看板等々、これほどにぎやかで評判の高いテーマパークとあれば、長崎まで行って足をのばさぬ手はないと思って3月末にのぞいてみた。ところが入ってみたら、場内はそれほどにぎやかではなかった。

にぎやかでない理由は二つある。そのひとつは入っている「人が少ない」ということである。3月末のウィークデイということではあったが、ここで最も評判の高いテーマ館「ノアの劇場」の私の番号は2500番ぐらいであったから（午後4時頃）、1日の入場者は5,000人ぐらいかもしれない。にぎやかでないもうひとつの理由は「広い」ということである。JRハウステンボス駅からホテルヨーロッパまで歩くと、大体1.5キロぐらいにはなる。けっこう歩き疲れてしまう。この広い場所にたくさんの施設をつくって、大変なお金がかかっただろうと思わずにいられない。

しかしよく考えてみると、ディズニーランドも広さにおいては今のところ劣らない。それでいて疲れ方のちがいはどこから来ているのであろうか。そのことを考えるために、ディズニーランドとハウステンボスの違いにふれてみたい。

フィクションの本物と本物よりホンモノらしいコピーハウステンボス（以下HT）とディズニーランド（以下DL）は極めて効果的なコンセプトでくらわれているように見える。一方はレンガひとつまで本国から取り寄せたというくらい凝りにこった本物以上に本物らしい復元（コピー）であり、対するDLは、もともと実在しないおとぎ話による独創品（アン・アメリカン・オリジナル＝純米国産）である。DLを見た人が、「これは全部ニセモノじゃないか」と言ったという話があるが、DLは百パーセントニセモノ（フィクション）で

出来ている。しかし見方を変えれば、おとぎ話を前提にするかぎり、それがカリフォルニアにあると東京にあると、どちらか本物で一方はコピーということはない。新しいものほどそのフィクションの感じが出やすいということにもなる。また古くなるとおとぎ話のイメージが壊されるので、常にリニューアルすることは不可欠である。

HTの方は古くなることによって、一層オランダの本物に似てきて、実在感が強まるのかもしれない。子供性と大人性

HTの中を歩いていたら10才ぐらいの子供が「お母ちゃん、向いの山が見えると変だなあ」と言っていた。それを聞きながら、「なるほど“本物”をつくるんだから囲いの中だけというわけにはいかんなあ」と感じた。DLは“1才から92才の子供たち”を対象にしたと言われるように、すべての人の中にある「子供性」を対象にしている。その気にならなけりゃ、こんなつまらないところはない。一から十までウソの塊だから。

DLはウソの空間づくりのために、外部と物理的遮断はもちろん、意識の遮断（エントランスにおける意識の切り換え）まで目論まれている。これは言われているように、映画や演劇における空間の遮断と同じであり、さらにDLでは入場者は単なる観客ではなく、出演したような気分になるように仕組まれている。これはフィクションだから可能なことであろう。単なる観客よりも、出演参加者になれる方が、リピーターになりやすいに違いない。

オランダ村にダイヤカットの職人が来ていてびっくりしたが、これはまさに本物だからであった。ニセモノであつたら入場者は怒ってしまうだろう。つまりDLは子供性、HTは大人性というように、ここでも対比的な性格を示している。

以上述べたように、DLはおとぎ話であるから「現実社会の権威を否定」しており、HTは「現

存する街の権威の強調」をすることになっている。これらの対象性を表にまとめておく。

| ハウステンボス | ディズニーランド |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・模倣 ・実在の復元 ・地域に復元・実在 ・モニュメント型 ・来訪者 ・現実社会の権威の強調 | <ul style="list-style-type: none"> ・独創 ・おとぎ話の実在化 ・外界との遮断 ・映画・演劇型 ・出演参加者 ・社会的価値観の否定 |

図表1 ハウステンボスとディズニーランドの比較

ハウステンボスの投資規模など

すでにオープンしている部分は、歩いた感じでは30haぐらいで、ここまでの投資が2,000億円といわれている。これが平成9年には152ha（駐車場など含む）で、合計5,000億円余になる予定である。

昨秋、北海道のカナディアンワールドを見に行った。行った日が悪かったから、来場者がほとんどいなかったせいということではなく、見た瞬間に「これはもたないな」という気がした。理由は、相当な投資額だときいていたのに、客に対する売物がはっきりしないことと、接客の雰囲気はまだまだサービス業にそぐわない、お役所仕事の感じがしたからである。

ハウステンボスは、オランダ村からの蓄積があるし、お役所的などというところは感じられなかったが、何分投資規模がいかにも大きい。少々取越し苦労を述べておきたい。まず2,000億円の投資というと、金利だけで100～150億円/年かかる。目標の年間400万人の来客があっても、金利だけで1人当たり3,000円ぐらいになる。大変だなあと思った次第。気になったことの二つ目は、これだけお金持になっている日本人が、いかに本物以上であっても、いつまで関心をもってくれるだろうかということである。気の早い人だと直接オランダに行って本物を見てくるかもしれない。セールスポイントを拡充して、何とかリピート客を増やすことが今後の課題であろう。



ハウステンボス駅：新しくつくられたもので、ホームに特急がとまっているのが見える。



アレキサンダー広場：ここで催しが行われている。



オランダから来た芸人たち：アレキサンダー広場で

リゾート開発の視点

株や不動産のバブルがはじけると同時に、リゾート開発もはじけてしまったようであるが、それは、今まで考えられていたリゾート開発というもの、単に不動産開発でしかなかったからである。全国どこのリゾート企画でも決ったパターンがあって、高級ホテル+マンション分譲で地域イメージを変える、巨大投資によって地域振興になる、若年雇用拡大で地元で喜ばれるもの、そして必ずゴルフ場計画がついていることとなっている。もともとレジャー産業は、高級で大型になればなるほど、巨大投資型（重厚長大型）となり、投資の元利償還のためには高料金化せざるを得ない。それはとりもなおさず、若年労働力集約型となる。



ドムトールン塔：
このように写真うつりのよいところが至る所に点在



リゾートマンション建設中：
新聞には「進む社用リゾート化」と書かれている



場内のクラシックバス：料金は1スター＝200円

「大投資・高償却・若年労働力」を揃えるのは、1960年頃までならいざ知らず、過疎化の進んでいる地域にとっては不可能である。地方で今考えられるのは、「高齢労働力活用型で、在来資産活用による、非償却型、補足的低投資」が原則となる。

地方における問題は慢性的若年労働力不足であるが、ハウステンボスの場合は、まずまずうまくいっているようである。それも多数の参加企業の連携によるものであろうが、今後も快調に走って地域経済に寄与することを願っている。しかし一抹の不安もある。そこでひとつの提案がある。

「混沌の国長崎」との連携を

長崎は数百年にわたって、中国やオランダなどと交流し、日本の窓口となってきている。そのため、中国・オランダなどと日本が渾然一体となった見事な風物がまちの中に多く生きている。これは正に“長崎オリジナル”である。

またまた“くいけ”で申し訳ないが、例えば富貴楼の卓子（しっぽく）料理がある。百何十年かたった木造の、「五階建だか二階建だか分からないような建物」の座敷でいただく、「中国料理のような日本料理のような味」は、数百年の熟成をへて醸し出されたものである。面白いのは最後に出てくる「おしるこ」で、なんだかラテンアメリカで食べる甘いデザートみたいだが、やたらと甘い彼の国のそれではなく、ほんのりとした味わいで、酒のあとでも十分いける。この店の雰囲気は、このおしるこが代表しているようで、上品で落ち着いた味であり、もちろん団体の宴会などに合うものではない。

ここまで書いて内容を省略すると恨まれるといけないので、一応メニューをのせる。お鱈（おひれ）という吸物にはじまり、おさしみ、酢のもの、はもの湯びき、三品の盛合せ、煮込み、あげもの、豚の角煮、季節の汁ものなどを仲居さんが順次食事の進みぐあいを見はからって運んでくれる。さ

らに料理の説明をききながらビール・酒を含めて1人1万円ぐらいである。先に述べたように最後におしるこが出て、お茶をいただいてゴチソウサン。これが東京や大阪であったら、家賃負担分で1万円、さらに高生活費の中で働く従業員のために1万円、しめて3万円といったところか。

もちろん、こんな御馳走を毎日食べることはない。チャンポン、皿うどんも長崎名物で、これで2日や3日十分豊かな気分で過せる。忘れてはいけないことに、魚が安くてうまいことがある。

食べものばかり書いたが、長崎には街のいたるところに数百年の混沌の文化がある。安い宿を見つけて、一週間“混沌のオリジナル”にひたれば、ひとつの熟成文化を堪能できるだろう。これぞリゾートの真髄である。この長崎の混沌の風味とハウステンボスが結びつけば、東京、大阪から客を呼ぶことができるのではないか。オランダへ行くのとは違った“ホンモノ”の体験ができると思う。

とにかく一度ハウステンボスをご覧ありたい。その節には博多にも寄って、ネイティブブランドの屋台のラーメンや、もつ鍋などに挑戦していただきたい。もし御一報いただければ、本来のリゾートに不可欠な「安くてうまい」ところを御紹介します。