

糸乗 貞喜

(よかネットNO.22 1996.7)

昭和33年の下町テーマパーク

うるさく、しつこく「新横浜ラーメン博物館」をすすめる友人がいて、絶賛するので見に行ってきた。期待にたがわず、十分面白かった。丁度その日は「江戸東京博物館」とハシゴをしたのだが、極めて面白い対照であった。

その違いを動物園で例えると、江戸東京の方は、高価な動物がいるのだが、厳重な檻の向こうにいて、自分と別の空間にいるものを見物させていただけという感じである。ラーメンの方は、昔の自分を思い出す、カエルやヤギ、ウサギ、ネコなどがいて、一緒にじゃれあいながら遊べる、動物たちと一体化できる動物園である。

この施設の概要は、ラーメン博物館と立体駐車場の複合建築で、述べ6,900㎡となっている。

- ・ラーメン博物館：地上1F～2F 2,320㎡
- ・立体駐車場：2階から上（この駐車場とラーメン博物館は営業上は無関係）

ラーメン博物館は1階が展示ギャラリーとなっていて、レプリカで昔風のラーメン店があったり、全国各地のラーメンのどんぶりが陳列してあったり、売店（持ち帰りラーメンなど）がある。しかし、客の眼目はこの展示にはなく、ほとんど滞留していない。

地下1・2階が吹き抜けになっていて、入場者はここにすぐ降りていく。

“時代博物館”ができる時代

ラーメン博物館のテーマは、“昭和33年の下町”ということで、地下1・2階に微に入り細に穿って再現されている。

300円を払って入る客達の眼目はここにある。入場者の年齢層や動きを見ていて、昭和33年という「時代」の面白さに気がついた。私が行ったのは土曜の昼頃であったが、40歳代の夫婦と子供の4人連れといった人達がかかりいた。もう一つのタイプは、中高生くらいの2～3人連れである。

これらの人達はゆっくりと通りをまわりながら、写真をとり合ったり、従業員でもある駐在所の警察官と記念写真をとったりしていた。まさに「風景にひたっている」という状況であった。

考えてみると、昭和33年という年はミッチーブーム（現天皇と皇后の婚約によるブーム）の年であり、フラフープが流行り、テレビ時代の幕開けとなり、ダッコチャン人形ブームにつづいた頃である。歌とか映画のような気分を感じるものの流行から、モノを買うということをともなった流行へ変態した分岐点の時代であった。

つまり昭和33年の風景というものは、戦後の22、23年頃から40年くらいまでの風景を代表しているということである。物心がついて以後に昭和22、23年から40年くらいまでを体験した人々にとってはセンチメンタルジャーニーの場であり、若い世代にとっては父母の時代の文化探訪をすることによる追体験の場になっているように見えた。ここは“語り部の館”にもなっているのである。

増価型都市・地域と減価型都市

私どもは、何か施設を計画するとき、経営上で一番気にするのが「減価償却と金利」である。交通機関などは、運賃の80%がそれだ、などといわれている。公共団体のつくる施設は、減価償却と金利が全く考えられていないことが多いが、何年かすると補修しなければならないし、また何年かすると作り変えなければならない。つまり「古くなれば価値が下がる」ということを前提にしている。テーマパークなどでも、何年かすると新しい投資をしないと客にあきられて、売り上げが下がるといわれている。

しかし、新横浜ラーメン博物館を見ていて「ひょっとするとこの施設は、大切に使えば増価するのではないか」と考えた。もちろん超長期的には再建築が必要であろうが、時代屋テーマパークは、近未来には価値が上がっていくのではないかと思う。

月日が経つほど、人々が参加するほど一層価値が上がり、参加者の感激が高まっているものとして四国八十八カ所の遍路がある。これも「心のやすらぎ」をテーマとした四国全体にわたるテーマパークと考えてよい。もちろん絵画・彫刻などの美術館もそうだ。江戸東京博物館の中にも、それに相当するものはあった。今後のキーワードは“思い”と増加型まちづくりということになる。

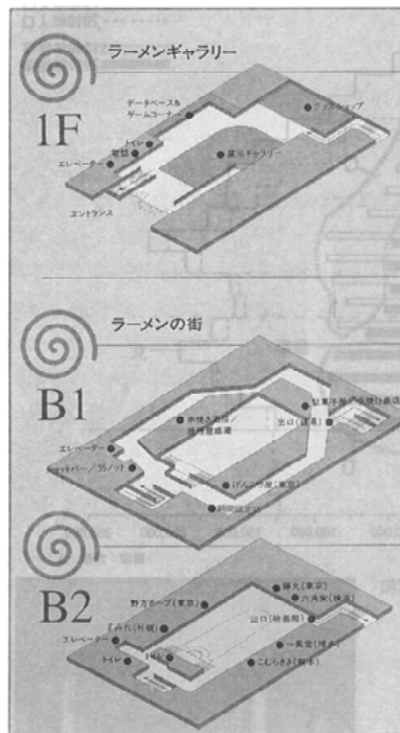
少し駄足をつけ加えると、金利の高い資本を使ったものは、じっくりかまえることはできない。結局「高回転・早期償却型の減価型施設」とならざるをえない。逆に金利のかからない資金を使った施設は、長期収支で考え、じっくりと増価型施設づくりもありうるのではないかと思う。これは、低回転利用でもよいことになる。



館内を演出する夕焼け空(40分サイクルで空の景色が変わるようにできている)



夕暮れ時の昭和33年



ラーメン博物館平面図