

「ワープステーション江戸」レポート

ワープステーション江戸

江戸をテーマにした集客施設が新たに誕生した。茨城県筑波郡伊奈町に2000年4月21日オープンした「ワープステーション江戸」である。今回は、当施設の管理・運営主体である「株式会社メディアパークつくば」に取材をお願いし、開設の背景、コンセプト、運営などについてお話を伺うことができた。施設の訪問レポートとともに報告する。

※ワープステーション江戸を運営する(株)メディアパークつくばは、2002年7月25日、水戸地裁へ民事再生手続き開始を申請し、同地裁より保全命令を受けました。入場者数が当初の事業計画を大きく下回って推移し、2002年同期の来場者は約16万5000人と前年を大きく下回り、期末累積損額は約12億4700万円にまで膨らんでいました。2002年4月に運営業務を「日光江戸村」を運営する大新東グループに委託していましたが、整備資金としての金融債務が重荷となり、返済見通しも立たないことから今回の措置となりました。

ここに掲載していますレポートは、2000年9月28日にアップしたものです。(2002年7月31日)

●目次

1. [整備の経緯](#)
2. [テーマは「江戸文化」](#)
3. [ネーミング](#)
4. [施設構成](#)
5. [事業スキーム](#)
6. [利用現況](#)
7. [メンテナンス等](#)
8. [飲食店・おみやげ](#)
9. [園内レポート](#)
[江戸ワープ館](#) [江戸ものしり館](#)
[3Dドラマシアター](#) [国際交流館](#) [音の館](#)
[華の浮世絵館](#) [エレキ樽探検館](#) [江戸妖怪館](#) [黄門漫遊館](#)
[その他](#) [露店・おみやげ処](#) [飲食店](#) [その他イベントなど](#)
10. [サクセスストーリーのために](#)

【施設概要】

- 交通
常磐自動車道谷田部ICから約8キロ 車で15分
常磐線取手駅西口から約12キロ シャトルバスで約25分
- 開園時間
夏期(4~7月、9月~10月) 9:30~17:30
夏休み期間(7月20日~8月31日) 9:30~19:00
冬季(11月~3月) 9:30~16:30
- 休園日 12月30・31日、1月1日の3日間
- 入場料
一般個人 大人1,400円 子供(小・中) 700円
一般団体 大人1,200円 子供600円
学生団体(15名以上) 高校・専門学校700円
子供500円
※入場料では江戸ワープ館・江戸ものしり館・3Dドラマシアター・国際交流館・ネオ中村座の5館が見られる。
ただし、ネオ中村座はイベントの内容により有料
- 入館料
5館セット 個人・団体 大人・高校生1,000円
子供800円
単館券 共通300円
- 面積 約5ヘクタール(東京ドームとほぼ同じ)



1. 整備の経緯

ワークステーション江戸は、茨城県の「メディアパークシティ事業」の一環として計画され、整備されたものである。この事業は「マルチメディアと自然を調和させた新しいまちづくりを実現させる」というもので、その計画は平成17年開通予定の常磐新線（仮称）の沿線計画の一つとして位置づけられている。将来有望な産業として期待できるマルチメディアを活用したまちづくり事業の具体化を図ろうとしている。

そのメディアパークシティ事業は1～3期に分けられており、この「ワークステーション江戸」はその第1期事業である。ちなみに、第2期は当該地区に県の中核施設としてマルチメディア関連の教育施設の整備を平成15年を目標に行い、第3期はマルチメディア関連の企業の研究所を誘致する計画である。この事業の主旨に賛同した企業60社が、茨城県、伊奈町が行政とともに参加し、第3セクター「株式会社メディアパークつくば」が設立され、ワークステーション江戸の運営主体となった。

総事業費37億円のうち、茨城県が5億円、伊奈町が2億円、民間企業による出資額が23億円、あとは借入れによるもので、大部分を民間企業が担っていることになる。

参加している企業は展示館も手掛けているNHKグループ・ソニー・松下電器産業・日立製作所・三菱電機・大日本印刷のほか、竹中工務店など大手建設会社、東京電力など全60社である。

2. テーマは「江戸文化」

常磐新線の整備にともない、伊奈町にメディアパークシティを計画した経緯は、地域活性にあったのだが、実は我々の最大の関心事は、「なぜ、つくばで“江戸”なのか」にあった。

コンセプト・メイクは、出資各社からの実務者会議の場で進められた。ここで着眼されたのが、国連による「国際平和の文化年」の提唱である。これは、“西暦2000年を21世紀の新たな幕開けの年として、自国文化の理解と他国文化の尊重による国際平和の樹立を目指すなかで、自国文化を再認識する”といった内容である。これを受け、日本の文化は、どこに原点を置くのが適当なのか、議論を重ねた。

浮上したのが江戸時代である。それは、大陸の影響を大きく受けていた江戸時代以前よりも、鎖国していた約200年間にわが国固有の文化が醸成されたという見方である。そのまま、自国文化の原点を江戸時代に求める結論に至った。

江戸の文化を現代人に認識してもらうには、江戸の町並みの再現だけでなく、同時代の文化・生活も現代人が再体験し、学習できる機会提供が必要になる。現代文化のルーツとなった江戸の再現方法として着目されたのが、マルチメディアそれも最先端の技術である。リアルで再現できない文化・風俗でも、音・映像のマルチメディア技術を駆使すれば、当時のリアリティを損なうことなく現代人に理解してもらえというわけだ。



パンフレット

もちろん、表現技術としてのマルチメディアの定義については意見が分かれた。現代人の最も身近なマルチメディアは携帯電話で、そのモバイルな感覚で表現すべきだ、あるいは定番でも映像と音での特色付けを發揮するべきだ等々である。



国連の提唱を受けて検討したという点も意外だったし、鎖国の是非はともかく、西欧と趣を全く異にした日本固有の文化が生まれたのが江戸時代と言い切ってしまうのは、面白い発想である。しかし、ここでもうひとつの疑問、それがなぜ江戸東京ではなくてここ「つくば」の地なのかは残念ながら明確な回答は得られなかった。

同社は第三セクターとはいえ、最初から出資者の長期に渡る援助を期待するような経営に関する甘い見込みは一切排している。江戸のテーマパークとして、独り立ちできる事業を標榜する。その姿勢には大きな拍手を送りたい。しかし現在、文化をテーマにした集客事業のサクセスストーリーを探すのは難しいのが実状である。

文化は一人一人受け止め方が異なる。さらに施設への期待や過ごし方を特定層に規定するのも大きな冒険である。収益性を求めると、全方位外交が必要で、要するに子供からお年寄りまで楽しめるという曖昧な機能構成になってしまうのだ。文化への執着は必要だが、ある程度娯楽的な仕掛けもないと、お客が来ない。ましては江戸と無縁な土地での江戸文化再興はインパクトに欠けてしまうだろう。江戸をどのようにして表現していくか、これが事業の成否を握っていると判断、内容構築に最も尽力かつ苦労したという。

テーマパークの「テーマ」の決定には、様々なシステムがあるとは予想していたが、後付的・便宜的な歴史解釈であってもそれほど問題はないとは驚きである。

3. ネーミング

「ワークステーション江戸」という名称についても、決定まで議論噴出だった。本来「ワーク」というのは、ねじれる、という意味でどちらかというとネガティブな意味合いのなのだが、日本ではSFやアニメなどで「時空間を移動する」という意味で浸透していると判断し、割り切って決められたとのことである。

[次へ](#)



※最近、ワークステーション江戸についてのメールを多数お寄せ頂いておりますが、ご質問等はこちらでは回答できませんので、直接ワークステーション江戸にお問い合わせ下さい。

空間
通信
[トップ](#)

「ワープステーション江戸」レポート

4. 施設構成

こうして出現した「ワープステーション江戸」は、江戸の街並みを映画撮影で質感が保証できる高度な水準で再現し、実際に出資者であるNHKの常設セットとして利用される。2000年の大河ドラマ「徳川葵三代」や「柳橋慕情」という時代物ドラマをここで撮影しており、エントランスにはポスター類が貼っていた。さらに制作発表も当園内で行われたという。NHKはこの他にも、イベントに使ったり、関東版の番組内で紹介する等、積極的にサポートしている。どうやら現会長が茨城県出身という政治的背景もあるようだ。ちなみに映画セットで江戸の町並みを再現するのはかなり大変らしく、屋外にあって気軽に使える機能は貴重なのである。

なお、ロケ中でも施設はオープンしており、撮影本番時は入場客の行動を制限するだけである。撮影時と重なれば、かえって集客力が高まるとメリットも見込む。今のところ利用はNHKのみだが、今後は民放にも利用を拡げていきたいと考えている。なお、撮影利用は有料で貸し出すが、集客が見込めると判断すれば、その金額は要相談だそうである。

再現された江戸の町の各所にあつて、マルチメディア技術を駆使した江戸文化の体験機会となるのが「展示館」で、出資各社の競作によって建設された。展示館のテーマは担当企業が企画しており、多様な江戸文化表現が見られる。

なお、ワープステーション江戸の周囲の景観だが、時代劇が大丈夫というように、現代的な景観が見えない森林風景である。白壁に囲まれた、中世の都市がワープしてきたというイメージが湧く。

以下は展示館の内容構成である。

展示館名	概要	料金	収容人数	見学時間
江戸ものしり館	江戸庶民の文化をこどもたちにもわかりやすく楽しく紹介する館	無料	約100名	10分
江戸ワープ館	東海道をナビゲーション体験など	無料	約50名	15分
3Dドラマシアター	時代劇のロケや編集の裏側を3Dハイビジョンで楽しめる	無料	約50名	7分
ネオ・中村座	多目的イベントホール	※	約200名	
国際交流館	日本と世界の貴重な歴史・文化を紹介する館。初回は並河万里写真展	無料	約40名	10分
音の館	江戸の世界を音で体感	有料	約50名	10分
黄門漫遊館	黄門様が裁く性格診断	有料	30名	15分
江戸妖怪館	日本初の妖怪体験ミュージアム	有料	約100名	10分
華の浮世絵館	篠田正浩監督制作の浮世絵シアター	有料	約30名	20分
エレキ樽探検館	平賀源内と海中探検するライド型シアター	有料	16名	11分

※イベント内容により有料
「ワープステーション江戸案内資料」から転載

園内レイアウト



5. 事業スキーム

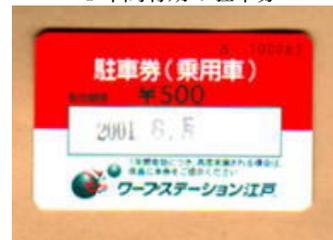
入場料は大人1,400円で、有料の展示館に入館するには別途入館料を徴収している。単館券が300円、5館共通で1,000円である。

入場料に有料券を必要とするシステムに関しては、当初は一括で取ることを予定していた。しかし、合計で2,600円を一括徴収するのは不況期は特に割高感があると判断、1,500円以下にとどめることにした。

有料展示館の入場者は全体の約40%となっている。家族で入園し、子供だけが有料展示館に入館する例も多いそうで、金額に敏感な現状を反映した傾向となっている。

展示入館券は1年間有効で、混雑で入場を諦めた場合でも、次回の入場時に利用できる。また、駐車料金は500円で、その際に1年間有効のカードを発行する。これもリピーター獲得の一環である。1,000台入って50～100台はリピーターだという。地元住民の利用が多いそうだ。

1年間有効の駐車券



事業試算では、入場者数が年間40万人から45万人でペイできる、という。これは月4万人、1日1,000人の計算だ。しかし、簡単ではない。施設の周囲には他に集客施設がなく、他の施設に行った帰りなどについてに寄ってみる、という周遊行動が期待できないのである。この施設だけを目的に足を運んでもらい、満足してもらわなければならない。3～4時間滞留でどのくらい楽しんでもらえるかが勝負と意気込む。

商圈は取手を中心に30キロ圏、500万人と見込む。茨城県に立地するのだが、ターゲットとなる生活者の75%は千葉・埼玉・そして東京と他県が占めている。このため、茨城県が発行している冊子や地方紙でPRしても、当然他県の75%には認知されない。まずはこの施設の認知形成がないと、入園者の増加は見込めない。そこで、新聞の折り込み広告の配布地域を県外にも拡げたり、新聞広告も東京新聞、読売新聞の千葉版などに出稿したりと策を講じている。

効が奏したのか、GW連休中に来園者にアンケートを行ったときには、県外が25%程度だったが、夏からは40%に上がってきたという。

また、平日の集客強化のために、学校行事、遠足、各種団体の研修などに利用してもらおうと、同社で営業活動を行っている。県の教育機関にも利用促進を働きかけている。

「ワープステーション江戸」レポート

6. 利用現況

中心は、親子連れファミリー層、そして時代劇好きな高年齢層である。高齢者は公園として景観を楽しみ、食事をして帰っていくパターンが多いとのことである。実は、車椅子とベビーカーがすれ違えるだけの広さを持った通路、入口や、身障者用のトイレを一般用と同数設置するなどバリアフリーを考慮した作りになっている。これも評価され、障害者や高齢者団体等の訪問が全体の15%を超えているそうだ。

起工式が99年の7月5日、それからオープンの2000年4月21日までは1年もなく、突貫工事続きで「正直言って準備不足だった」（同社代表取締役専務・成島幸吉氏）と振り返る。

宣伝も従業員教育も不十分のまま、ゴールデンウィークに突入。なんと、適正動員5,000人/1日に対して、1万3,000人ももの入園者で大混雑した日もあり、展示館によっては2時間待ちになるなど、制御機能が麻痺してしまったようだ。

GW連休中に実施した来場者アンケートによると、比較的良い結果が出ており、「また来たい」との声が8割に達した。また、入園時と退場時では施設の印象が全く違う、という感想も多かったそうだ。というのは、入場料とは別に有料のブースがあることが浸透していなかったためである。確かに、入場してからまた1,000円取られてしまうということを知らなければ、不満を持つ人もいるだろう。もっとも、エンターテインメント、アミューズメント性を期待し、「日光江戸村」のようなイメージで入園した人にはギャップがあったようだ。この点はやはりPR不足だったという反省から、今後はマルチメディアパークという特色を全面に出していく方針である。

その一環として、先日行われた技術展「ゆめテク」の茨城県ブースに「黄門漫遊館」のシステムを出展したそうだ。今後は、一つには江戸を体験できる施設として、一つにはマルチメディアの世界を体感できる機会として宣伝していく。

7. メンテナンス等

各企業に最新技術を活用したアトラクションの作成を依頼した結果、高度なテクノロジーを駆使した展示館も出来上がった。しかし、それはそれで苦労が続きまとう。まずはメンテナンスが大変、ということである。

技術者の常駐ではないため、簡単な修理で済まない場合は、専門家でない原因がつかめない、ということもありうる。実際に、映像のブースで故障が起きたため、映像関係専門のスタッフに来てもらったところ、どうしても復旧しなかったため、よく調べたらコンピュータ側が原因だった、というエピソードもある。

また、優れた技術を採用しても、観客に受けるとは限らない。同社では、特定年齢層に偏っていないか、マルチメディアの技術としてアピールできているのか、などについては若干課題を残していると認識している。アトラクションのリニューアルは3年に1度、4分の1ずつ変えていく予定だという。ちなみに、企業間の技術競争にするつもりはないため、各ブースには博覧会のように企業名は登場しない。

8. 飲食店・おみやげ

飲食店は直営と委託の2カ所。団体に対応したレストランと喫茶店、ファーストフードの店は直営で、和食処は民間に委託している。土産店は、県内の物産品を中心にした店が直営店、もうひとつの漬物屋は民間と提携している。また、妖怪館にある「ゲゲゲの鬼太郎」ショップは関東で一番大きな店である。夏休み中はよく売れたそうだが、全体的にはイマイチ、だそうだ。

最も売れるのは500～600円の菓子類、子供のキーホ

ワープくん



ルダールなど安いもので、1,000円を超えると売れ行きは鈍るという。

「ワープくん」というキャラクターによるグッズを開発しているが、まだキャラクターそのものが浸透していないこともあり、売れ筋とはなっていない。このキャラクターは全国から公募したものだ。着ぐるみを作り、園内を歩かせると子供にはとても人気があるそうだ。

[次へ](#) 



※最近、ワープステーション江戸についてのメールを多数お寄せ頂いておりますが、ご質問等はこちらでは回答できませんので、直接ワープステーション江戸にお問い合わせ下さい。



「ワープステーション江戸」レポート

9. 園内レポート

インタビュー終了後、実際に園内を取材スタッフだけで見学した。今回の取材では、同社には日程の調整やインタビューに長時間を割いていただく等たいへんお世話になった。そこで、以下は専門誌として包み隠さず率直な感想を記載したいと思う。運営者とテナントの思惑が異なって、施設全体の活気が失せる例をいやというほど経験した我々としては、第三者の率直な意見こそが精度の高い翻訳システムになりうると思う。当事者が見逃していたのが実はお客様に最も大事なことだった・・・よくある事象である。

まず、エントランス棟である。ここは館内のアプローチ口で、インフォメーション、券売所のほか、ゲートまでの通路機能を果たしている。NHKで放映している「柳橋慕情」の撮影風景などの画像をモニターで流していたほか、ポスターも貼られていた。エントランス棟にはその他、レンタル車椅子、コインロッカー、休憩所などがある。この日は平日だったせいか、ここではそれほどお客を見かけなかった。

エントランス棟を抜けるゲートへの小道には、白い石が敷き詰められ、生け垣が続ぎ、竹や草が植えられていた。小鳥のさえずりや小川のせせらぎが聞こえてくる。すぐ近くの生け垣の奥を覗くと、枯れ草でカモフラージュされたスピーカーからの音の演出であった。別のスピーカーからは町の雑踏や歌声がにぎやかに聞こえてくる。わくわくした気持ちを駆り立てる、現代から江戸へのワープを狙うには効果的な演出である。

●江戸ワープ館

大きな木造のゲートを入るとそこが江戸の町である。まず、正面に白壁と瓦屋根の建物が見えてくる。園内の建物はそれぞれが呉服屋や、武家屋敷等の再現である。

最初の「江戸ワープ館」は白いのれんが掛かり、「近江屋」という米屋の看板が出ている。ここは「江戸の町のビジュアル散歩が楽しめる」展示館で、ソニーが手がけている。

のれんをくぐり、建物に入ると早速金魚売りの声が聞こえてくる。内部はそれほど広くなく、3つほどのアトラクションが設置されている。

まずはモニターと大きなマイクがセットされた「江戸の町でショッピング」コーナーへ。これはモニターに映し出された屋台のそば屋や天秤棒を担いだ魚屋などに向かって、マイクで「かけそば1パイ！」とか「いわし！」などと声をかける。すると「へい、かけそばですね、ありがとうございます〜」という声の応答があるといった具合で、当時のショッピングが楽しめる仕組みだ。

ところが、私がいくら声をかけても、バーチャルア

エントランスのイベントポスター、モニター



ゲートへの小道



正面ゲート



江戸ワープ館の設定は米屋



「江戸の町でショッピング」コーナー



キンドたちは通り過ぎて行ってしまふ。四苦八苦している係員の女性が近づいてきて、“もっと大きな声で言ってみてくださいね”とアドバイスしてくれた。しかし何度トライしても「…………」。実は男性の声の方が反応がいいとのことで、同行の男性記者が渡来すると一回で成功する。こちらとしてはなんとも面白くない。もう少し女声に反応のいいマイクを使用していただければ、と少し残念である。

この他、同館にはカーナビと映像を組み合わせる当時の街道の様子を紹介している「東海道五十三次ナビドライブ」などがあり、ビジュアルと音で楽しめる工夫がされていた。

●江戸ものしり館

順路を進むと次の展示館は「江戸ものしり館」である。ここは日立製作所が手がけている、江戸の庶民文化、暮らしぶりなどを紹介するブースである。内部のデザインは油屋の設定である。薄暗い室内のあちらこちらから江戸っ子たちの会話が聞こえてくる。

入口にはベンチのような木の椅子があり、「ここにお座りください」と書いてある。さっそく座ってみると、今度は頭の付近で、江戸っ子口調の男声が何かを説明してくれている。しかし、ボリュームが小さめな上に周囲からの雑音でイマイチ聞き取りにくい。

次のコーナーには廁が再現されており、上からのぞき込むと案の定用を足している人形から「のぞくんじゃねえよ!」と怒られてしまう。つまり、当時のトイレの様子を知ることのできるコーナーというわけである。

その他、壁にはモニターが設置され、当時の庶民の生活や風習の説明をアイドリングしている。自分で操作できるタッチパネル端末も置いてあった。例えば、当時の髪型についての数種類のイラストから興味のある髪型を選ぶ。するとその説明文がぎっしりと表示される。子供には難しい漢字や言い回しも含まれた、大人を対象としたレベルである。子供が「あ、ちょんまげだー」と興味を持ってタッチしたのに、いきなり難しい文章が表れたら、パニックにならないか？

「江戸ものしり館」を出て、お堀にかかる橋を渡ると「高麗門」があり、そこをくぐると江戸城外の風景が広がっている。小さな門と橋で構成されるが、時代劇の撮影に使われるだけあってそれなりのスケールを確保している。

そこから奥へ続くお堀の一部では、10人ほどが膝までスポンをたくし上げて水の中に入り、夢中になっている。大人も子供もいる。ギャラリーも14~15人いたのだろうか。何をしているのかと近づいてみると、「江戸城コイすくい取大会」と書かれた看板が立てられていた。それによると、300円で30分、お堀のコイを捕まえることができ、2匹以上捕まえれば「ワープ君人形」、1匹だと「ワープ君キーホルダー」、参加賞は「ワープ君ジグソーパズル」がもらえるというイベントだった。ちなみに捕まえたコイはもらえない。夏休みならではの楽しい企画である。子供たちにはひと夏のいい思い出になるだろう。

江戸ものしり館は油屋



高麗門



コイすくい取り大会



「ワープステーション江戸」レポート

●3Dドラマシアター

江戸城見附は「3Dドラマシアター」である。ここはNHKエンタープライゼスが手がけている展示館で、時代劇のロケや製作の裏側をハイビジョン立体映像で紹介する。また、時代劇の撮影で使用される日本刀や甲冑、クレーンなどの実物が展示されている。

ドラマ映像は7分間で、入場までは入口の前で待ちながら、掲示資料などを眺めて番を待つことになる。案内パンフレットでは、観客はみな四角いサングラスをかけており、東京ディズニーランドなどで使われているプラスチック製のサングラスをかけるに違いはない、との推測通りだった。シアターは約50席の規模で、順番待ちが15人程だったこともあり、ゆっくりと座ることができた。

さて、その内容だが、NHKが大河ドラマや時代劇などを撮影する際の俳優やスタッフの仕事ぶりを紹介するというもの。その中心は合戦のシーンで、メイクをしたり、スモークを焚いたり、撮影したりの奮闘ぶりが紹介される。外国人の男性が案内役となり、3D画像の中を縦横無尽に動き回って製作の様子を紹介していく。これだけならあまり3Dを使った意味がないんじゃないかな、というのが率直な感想である。3Dらしい、思わず手を伸ばしてしまいそうな、リアルで迫力のある映像を期待していたのだが。

その他、地元の茨城県伊奈町の住民が大河ドラマのエキストラとして登場している様子を紹介していた。

以上、ここは要するにNHKのPRコーナーであった。

●国際交流館

外に出て、江戸城大手門へ向かう。門をくぐると右手にあるのは「国際交流館」である。“失われつつある日本と世界の貴重な歴史・文化を紹介する館”となっている。ここでは、写真家並河萬里氏による世界的遺跡の写真展が開催されていた。タイトルは「祈りと群像・対話」。イスラムやアジアなど世界各地の遺跡や教会などの写真があり、点数的には若干物足りなさを感じたが、それなりに興味深いものであった。

国際交流館を出てさらに奥に進むと、日本庭園がある。小道があり、休憩ができる東屋が設けられていた。庭園としてはあまり整備された様子ではなかったが、江戸城の中で静かに時を過ごすという趣向は、歴史の中に身を置いた気分になれるような配慮であると受け止めた。

大手門の内部は、白い石が敷き詰められ、周囲を石垣にぐるりと囲まれた、ただ広いスペースである。ここは撮影用のために機能しているのだろう。大手門を出た広い通りの奥も簡単な囲いが置いてあり、人の立ち入りをやんわりと禁じている。これもまた撮影利用

3Dドラマシアターの展示その1。撮影に使用するフィルム等



その2。日本刀と甲冑



大手門



大手門をくぐると、国際交流館の入り口がある



日本庭園の東屋

に配慮しているためだろう。せつかくの江戸の風景なのに、この囲いは興ざめである。人が踏みつけると敷石が傷むとか、なにか理由があるのかも知れないが、景観を重視していただけるなら、囲いを撤去することをぜひご一考願いたい。

大手門を後にして、にぎやかな町並みへ向かうと、通りでは露店が出ており、人が集まっている。ようやく江戸の雑踏を垣間見た、という感じがする。子供連れのファミリーが目立った。

ここからは有料の展示館が続く。今までの展示館は序の口、これからが本番、という気持ちでまずは「音の館」へ。

●音の館

ここではまず入口で係員の女性からコードレスヘッドホンを受け取り、利用についての簡単な説明を受けてから中に入る。最初から感じていたのだが、園内の係員はほとんどが若い女性で、しかも非常に親切でフレンドリーだけど慣れ慣れしくはない。丁寧に対応してくれるため、大変気分良く見学できたと思う。

ヘッドホンを付けて中に入ると薄暗い部屋に続く。館内のほとんどは黒一色といってよい。取り立てて何かの装置があるようには見えない。さらに奥に進んでいくと、いきなり音が聞こえてくる。雑音が突然クリアな音声に変わった場所に立ち止まって耳を澄ます、という仕組みになっているのだ。

ここは、“音から伝わる江戸伝統文化や自然の音が楽しめる”展示館なのである。例えば、江戸の通りで会話をしていたかと思うと、意見が対立して喧嘩が始まってみたり、“江戸の花”火事に逃げまどう悲鳴がしたり、花火がドドーンと上がってみんなが「たまやー」と声をかけて拍手喝采していたりする。また、腰掛けて波の音、小川のせせらぎ、セミ時雨をじっくり聞けるところもある。

音だけではない。火事の場面では赤いライトが照らされ、花火の場面ではライトが点滅し、海の場面は青いライトがほのかに灯される。江戸時代は騒音が少なく、人の声や草木の擦れる音、水の流れる音がはっきり聞こえていたのかも知れない。目を閉じて耳を傾けるとヒーリング効果抜群である。そのほか、歌舞伎の一場のせりふ回しや、刀鍛冶が槌を振り下ろす音なども聞くことができた。

マルチメディア性にこだわらず、音だけで江戸文化を楽しむという趣向は面白いと思うのだが、ここでは敢えて苦言を呈したい。というのは、この展示館にはかなりの制作費がかかっているとの推測は難くないが、全体的にチープな印象なのである。特に喧嘩のシーンでは、怒号が飛び交っていても別に現代の罵りあいと何ら変わらない口調である。「火事と喧嘩は江戸の華」ではあるが、せめて江戸弁（「さしすせそ」がうまくない）であるべきで、現代の標準語やテレビ時代劇言葉を使って耳元で「バカヤロー」と怒鳴られて、これが江戸だと言われても困ってしまう。遊びの要素があっても、歴史検証をもっと的確にすべきである。それに、よく聞くと、どんなシーンでも声の出演者はほとんど同じである。

音で楽しむのだから、とハードにはあまり手をかけていないようにも見えてしまう。黒い壁に鉄骨がむき出しの天井ではなんとも味気ない。

次々と“江戸らしいもの”の音を聞いて出口まで10分とかからなかった。江戸をテーマとする文化施設を知る取材班としては、かなり欲求不満を感じる表現構成であった。



白い囲いの中は撮影用スペース？



有料展示館、露店などが並ぶ通り



「ワープステーション江戸」レポート

●華の浮世絵館

外観が武家屋敷の「華の浮世絵館」は、ソニーとNHKが手がけている。映画監督・篠田正浩氏が制作した映像作品を使い、“ジャポニズムの原点である浮世絵を通して日本の文化のすばらしさを伝える館”である。

作品は、浮世絵に興味を持ったゴッホの視点を中心にその世界を描く約20分の短編だが、興味深く見ることができる。シアターの外は浮世絵を紹介する資料を展示しており、浮世絵の変遷、「歌麿」「北斎」などの紹介、「彫り」「刷り」などの工程、当時の高度な専門技術についてのパネルなどがあつた。浮世絵をそれほど知らない人でも、興味が持てるよう、充実した内容をコンパクトにまとめていた。アミューズメントを求める来場者にとってはテーマが堅いせいも、それほどの人気ではないようだ。

●エレキ樽探検館

「エレキ樽探検館」は三菱電機提供の展示館。ここが唯一アトラクション要素の強い建物である。アトラクションゆえ、身長100センチ未満の子供は入場できない。テーマは“平賀源内が操縦する潜水艦で海底探検が楽しめるライド型シアター”で、常に行列ができるほどの人気である。当日も閉館近くというのに、既に行列だが、次の番を待っている。その間、モニターテレビで、キャラクターの平賀源内が登場して、ゲームの解説を始める。それによるとこれから乗り込む潜水艦は、変わり者で発明好きの平賀源内氏ご本人が樽を改造して作ったものだそうで、かなりポンコツである。

さて、シアターに入る着席すると、シートベルトを締める。空間は木造ボートの後ろ半分がデザインされている。これはけっこう揺れるのだろうか、と思っていたが、想像以上にブンブン振り回され、腰が痛いくらいだった。

ストーリーだが、海底に沈んでいる船の中には宝物があつて、それを“エレキ樽”に乗って発掘・回収に行くのである。渦に巻き込まれたり、大きな魚や岩にぶつかりそうになったり、沈没船の中からガイコツが現れたりすると、ストーリーと同調して座席も大揺れとなる。そうした大変な思いをしながら、お宝を発見するのだが、大きな渦に巻き込まれて引き返すことに。“ふう、助かった、しかしもう少しだったのに残念じゃった”というところで終了…率直に言ってがっかりさせられた。江戸と、そして平賀源内に関連する事柄が全く登場しない。最初は江戸のお堀から入って大川＝隅田川に向かい、途中でカップがいたり時代風情を感じられるのだが、あとがいけない。沈没船も洋風だし、お宝も宝箱に入っている金貨や宝石で、海賊が出てくる漫画に登場するような、いかにも西洋風である。自由度が高いアニメーションを使っているのだから、時代や歴史を絡めたような内容がなぜ作れなかったのか、と残念である。平賀源内を登場させた意味もないし、「エレキ樽」は「エレキテル」とかけた単なるシャレでしかない。園内にお遊び的要素を取り入れたかったという意図だけが伝わってくる展示館だった。ところでここも「展示館」なんだろうか…何も展示していなかったけど。

●江戸妖怪館

ここも遊園地的要素の強そうな雰囲気であるが、“学術的”に妖怪の生態が学べて、なかなか面白

エレキ樽探検館シアター前の
モニター



入館料売り場

かった。「江戸妖怪館」は“日本初の妖怪ミュージアム。江戸に生きた妖怪たちに会いに来てね”というのがキャッチフレーズである。手がけたのは大日本印刷と松下電器産業である。

エントランスは円形のホールになっていて、モニターに映った妖怪たちにぐりと囲まれる。緑の照明の中に青くぼうつと映し出される妖怪たちはみな不気味だが、どこかコケティッシュな風貌である。ここに登場するのは「ゲゲケの鬼太郎」の作者、水木しげる氏が描いた妖怪たちなのである。



中に進むと、江戸に棲息していた妖怪たちにたくさん会える。妖怪のイラストの下に、どこに出没し、どんな行動をするのか解説がある。独特の風貌と不思議な行動について引き込まれる。

我々に最もウケたのは「江戸妖怪年表」である。何年にどんな妖怪が表れて何をしたのかが一目瞭然である。「15〇△年 おいてけぼりが△□橋にあらわれ、人々を驚かせた」等、なじみの妖怪のルーツがわかって興味深い。なかには、「16〇△年 □〇が飼っていた馬のしりこたまがひっこ抜かれる」なんていうシャレが利いたエピソードも加えられている。

水木しげる氏は、本当に妖怪の存在を信じており、徹底した研究を重ねている。その語り部としての選択が漫画というメディアの選択で、翻訳が鬼太郎なのだろう。氏の熱意があるからこそ、馬鹿馬鹿しさより感動が先行するのである。

マルチメディア技術をアピールするのは、自分の顔をデジタルカメラで撮って、妖怪の如く歪ませて壁に映すことができるコーナーである。若者3人組が楽しそうに遊んでいるのを見たが、その中の一人の女の子の顔がひどい顔に歪んでいて、あとの二人は大笑い。当人も「うわーっヤダー！」と大騒ぎ。私も衝動に駆られたが、恥ずかしいし、当分空きそうにないのでここは別の機会に譲ることにした。

●黄門漫遊館

「水戸光圀公の逸話をもとにクイズに答えてあなたの性格を診断」する展示館。最初は何のことかさっぱり見当が付かなかった。入口で係員の女性から白いA4大のパネルを渡されて中に進む。さっそくクイズがモニターに出題され、A・Bのどちらかを選択する。選んだ記号を示す位置に進むと、上からスポットライトが当たられ、その下に立ちパネルにスポットの光が当たるようにすると、そこに次のクイズの設問が映し出される。そしてその回答の番号に従ってまた次の位置へ進むのである。

クイズの内容といえば、「水戸光圀公は人を酒席に招いてもてなすのが好きでした。さて、あなたが家に友達を招待するとしたらどちら？ A. 自分で料理を作ってもてなす B. おいしいと評判の料理屋から取り寄せる」といったもの。音声でもクイズを言ってくれるが、すぐそばから他のクイズの音声も聞こえるため聞き取りにくい。しかも4問目はシステムの調子が悪く、クイズが映し出されなくなっていた。係員の女性がすぐに来てくれて、「申し訳ありません、音を聞いて回答してください」と音声のクイズをリピートしてくれた。

全てに答え終わり、渡されていたパネルを持って診断コーナーへ。そこには数台のモニターの付いた端末があり、下の部分にパネルを入れる口がある。そこに自分のパネルを入れるとモニターに診断結果が表示される仕組みである。つまり、このパネルにデータが記憶されているわけだ。映し出されなくなっていた4問目の結果は反映されているのだろうか、少し気になったが、係員の女性の「ではこちらにお進みください」という誘導から見て、別に問題ないようである。で、その診断結果は・・・ごめんなさい、思い出せません・・・確か、“正義感の強いあなたは「岡っ引き」”といったような内容だったと思うのですが・・・。それにしても、がっかりする結末である。

水戸光圀公を絡めたクイズという着眼は、時代性・立地からしても支持すべきで、パネルにクイズを映すというアイデアも面白い。でも、あと一步ひねりが欲しい。子供向けのクイズと言っても、幼年代とその父母向けの水準だろう。設問数も少なく、結果もチープ。我々は全く並ばずに入館したからまだよかったが、もし混

雑時に並んで入って（しかも有料）この内容だったら、かなりがっかりする人が多数を占めると思うのだが。

ちなみに、ここを手がけたのはテレビ番組「水戸黄門」のスポンサーの松下電器産業。NHKに配慮しすぎたのであろうか。

[次へ](#) 



空間
通信
[トップ](#)

「ワープステーション江戸」レポート

●その他

江戸三座の中の「中村座」をモデルにし、芝居小屋を再現した「ネオ中村座」という多目的ホールがある。週末は落語会などの催しがあるそうだ。8月は「ワープ亭江戸落語会 夏の怪談話」（料金別途500円）というイベントがあった。ちなみに「中村座」は東京・両国の江戸東京博物館でも再現された大きな模型を見ることができる。

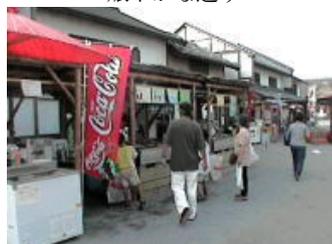
ネオ中村座



●露店・おみやげ処

途中、一休みしようとして露店が出ているメイン・ストリートへ入る。その時点で17時近かったのだが、先程まで開いていただんご屋などがぼつぼつと店じまいの準備を始めていた。しかし、当日は夏休み期間中で19時まで開園しているのだ。来場者が減ってきたとはいえ、まだ多くの人が出たのに。もう帰れ、ということか。急に閑散とした雰囲気が漂いはじめる。同社の説明では、17時を過ぎると入場客は途絶え、来場客のほとんども帰路に着く傾向があるそうで、その時間帯の活性は既にあきらめているようだ。

賑やかな通り



縁日の屋台では5~6人の子供たちが金魚すくいに挑戦していた。初めて金魚すくいにトライする子供がいるらしく、同行の大人がやり方を教えていたが、すぐに破れてしまっ、大騒ぎになるという、おなじみの懐かしい光景が見られた。

「町屋売店」は漬物屋、煎餅屋が並ぶ



屋台の隣には有料展示館のチケット売り場と露店のお土産店があり、ここで「ワープくん」グッズをいくつか見つけたので購入した。我々が購入したのはうちわ、あぶら取り紙だが、この他Tシャツ、携帯電話ストラップなども売られていた。

通りには他にも「町屋売店」と呼ばれている名店街があり、煎餅・漬物・和菓子といった江戸下町情緒あふれる？ものたちが売られていた。「総合売店」は地元の特産品、名産品、オリジナル商品などを取り揃えていた。

購入したおみやげその1
花火がデザインされたイナセなうちわ



購入したおみやげその2
あぶら取り紙にはおしとやかな姫のデザイン



●飲食店

