

「夢の国」と建築



5年 ●● 担当教員 ●●

■研究の動機と目的

東京ディズニーリゾートは世界的に人気のテーマパークである。テーマパーク年間入場者数ランキングでも世界で3位である。

なぜそれほどの人気があるのか？

人を惹きつけるそれだけの魅力があるのではないか。

人を楽しませる工夫があるのではないか。
(風景、音楽、スリル、食)

夢の国を完璧に作り出している東京ディズニーリゾートの空間作りを、同じ日本のテーマパークであるUSJと比較し、特に建築に焦点をあてディズニーの人気の秘密を明らかにしていきたい。

■ディズニーランドとUSJの違い



○ディズニーランド
夢の世界であり、一つの世界観が保たれている。アトラクションの数も多くひとつひとつのこだわりへがある。

パーク全体で夢の国を形成



○USJ
映画の場面を再現することにこだわっており、ひとつひとつのアトラクションのクオリティは高い。

デザインへの統一感が低い

夢の国の「現実ではない異空間」の創出について

- ・資材搬入などの舞台裏を巧妙に隠すことが徹底されている。
- ・園内から園外の建物が見えないように工夫。
USJではそういった明確なパークのテーマ設定が薄く、園外的高速道路やコンビニといった建物が園内からしばしば見えてしまっている。

■ディズニーリゾートの建築物について

実在風景再現型：メディテレーニアンハーバー

メディテレーニアンハーバーはディズニーシーに入っすぐ見える港とその周辺のエリアを指す。メディテレーニアンは地中海、ハーバーは港という意味。

造形のリアル：イタリア・トスカナ地方の街並み

- ・古く見せるエイジング加工
- ・石積みへのこだわり：伝統的な建築技法
(下の方は大きく上に行くほど小さくなっている)
- ・屋根が付いた煙突：雨の多いトスカナ地方の特徴

ストーリーのリアル：ザンビーニ・ブラザーズ・リストランテ

レストランの主人公である「ザンビーニ家」がワインを作り続けているという設定があるため、裏庭では本物のハーブが栽培されている。そして近くのブドウ畑では秋になるとブドウの実がなっているのを見られることがある。

一つのレストランにそのような物語があって、周りの風景にまで反映させている。



実在建築複合型：タワーオブテラー

アメリカンウォーターフロントというエリアのタワーオブテラーの「ホテル・ハイタワー」は世界各国をめくり様々な文化的遺産を収集しているハリソン・ハイタワー3世（架空の人物）によって建設されたという設定である。



ハイタワー氏の性格は強欲とされており、その性格を象徴して建築様式を入り混ぜて作られている。

- ・ヴィクトリア風・ルネサンス風
- ・イスラーム風・ゴシック風

■夢と魔法を実現する技術集団「イマジニア」

世界各地のディズニーランドには様々な種類のアトラクションがある。それらのアトラクションを設計、制作するチームが「ウォルト・ディズニー・イマジニアリング」である。イマジニアとはイマジネーションとエンジニアを組み合わせたディズニーの造語である。

ウォルト・ディズニー・イマジニアリングは、世界のディズニー・テーマパークの設計、開発やアトラクションの企画・クオリティ管理などを担当する会社である。

1953年 【ウォルトディズニーカンパニー設立】
ランドのデザイン、設計をするための子会社

1962年 ディズニープロダクションがウォルトディズニーカンパニー（WEDエンタープライズと改名）を買収

1986年 ウォルト・ディズニー・イマジニアリングへと改名された

イマジニアの仕事

- ・アトラクション設計
- ・モデル製作
- ・キャラクター設計
- ・インテリア、環境設計
- ・音響設計
- ・キュレーション

大きな夢を見るだけにとどまらず、その夢を現実、形にする

来場者がその世界で「臨場感」を得ることができる

■イマジニアの技術

○Dynamic Environment

物理的なセットの上にダイナミックメディアを投影することで環境自体を変化させる。いわゆる「3Dプロジェクションマッピング」に近いもの。



○オーディオアニマトロニクス

1961年ウォルト・ディズニー・カンパニーが商標登録した、世界のディズニーパークのアトラクションなどに導入されている人形の名前である。東京ディズニーリゾート内だけでも約3500体のオーディオアニマトロニクスが存在している。



考察

- ・ディズニーランドはUSJと違って裏側を完璧に隠すといった夢の国作りを徹底しており、本当に自分が夢の国にいるかのように錯覚するほどの非日常空間を楽しむことができる。これが「楽しかった、もう一度行きたい」と来場者に思わせ、リピーターや集客数に影響し圧倒的な人気につながっている。
- ・イマジニアの技術集団の努力によって、実在する建築物を本物と見間違えるほど再現したり、アトラクションごとのストーリーに来場者が入り込むような臨場感を演出するなど、来場者の満足感のために常にリアルさを追求し続けている。
- ・世界でのディズニーというブランドの確立、圧倒的な人気はイマジニアやディズニーキャストのゲストを楽しませるための努力の塊であるといえる。
- ・ウォルトディズニーは「ディズニーランドは永遠に完成しない。」という言葉を残している。家庭でも3D映像を楽しめたり、様々な観光地でもプロジェクションマッピングが導入されたり身の回りで非日常空間を簡単に感じる事ができる時代の中で、ディズニーパークの「時代に合わせた変化」を今後も期待したい。

参考文献

- ・東京ディズニーリゾートにみる テーマパークの混迷と課題 日南田亮介 <https://www.toyo.ac.jp/uploaded/attachment/20490.pdf>
- ・ひとつの建物を複数に見せる、ディズニーシーのデザインの技法 みっこ <http://www.kk-bestsellers.com/articles/-/4978>
- ・ディズニーの夢と魔法を実現する最新テクノロジーの世界 宮田健 <https://monoist.atmarkit.co.jp/mn/articles/1407/04/news011.html>
- ・公式東京ディズニーリゾートブログ こは、永遠に完成しない場所 MS https://www.tokyodisneyresort.jp/blog/190325_2/
- ・Disney Magic Hour タワーオブテラー コンコロ <http://magicalmoment1901.blog.fc2.com/blog-entry-413.html>
- ・【メディテレーニアンハーバーのモデル】 イタリアの都市や場所との比較 はなび <https://castel.jp/p/2911>