

近い、安い、気楽に遊べるファスト遊園地  
ー『あらかわ遊園』

白土健

人間環境学科 こどもコミュニティコース

専門分野：こども消費に関する研究

キーワード：子育て産業 遊園地 あらかわ遊園 子育て消費

## はじめに

大正大学の最寄り駅のひとつである「新庚申塚」駅から桜で有名な飛鳥山を右手に都電に揺られて17分、『荒川遊園地前』駅に到着する。

チンチンと特有の音を鳴らして、ガタゴトと去っていく路面電車を見送ると、あらかわ遊園までは一本道である。一見すると片側1車線程度のひなびた通り。前回の調査から10年の月日が流れていたが、相変わらず、街のそこかしこには昔懐かしい駄菓子屋さんがあり、喫茶店や日本ソバ屋の案内看板には『ソフトクリームとお子さまランチ』という、昭和30年代の子どもなら、思わず吸い寄せられてしまいそうな文字が躍っている。

そんな生きた昭和30年代の風情が残る一本道の突き当たりに、目指すあらかわ遊園は、まるで街に溶け込むようにちんまりと建っている。





【都電 荒川遊園地前周辺 2015.12.17 撮影：白土】

敷地面積は東京ドームの4分の3(約3万m<sup>2</sup>)。吹けば飛ぶような遊園地。ところが大きさや広さだけを見て侮ってはいけない。東京ディズニーランド(1983年)の登場やバブルの崩壊で老舗遊園地が次々と閉園に追い込まれていった中、このあらかわ遊園は、地域の住民に愛され続け、どっこい生きている。

その人気の秘密をあらかわ遊園の歴史を紐解きながらレポートしたい。

## 1. あらかわ遊園の成り立ち—煉瓦工場の跡地に建てられた遊園地

あらかわ遊園の歴史は古く、開園は1922年(大正11年)5月。当時、この地を所有していた広岡幾次郎氏によって、民営の遊園地として誕生した。その背景が興味深い。

資料室のアルバムに挟まれていた、手書きの古い資料『荒川遊園の沿革』によると、『明治5年、この地を所有した石神仲衛門によって小規模な煉瓦製造工場が建築され、その後、鳥井某氏の手を経て、明治25年、広岡幾次郎氏に譲られ、この工場は一時栄えたが、後、出火で全施設を焼失した。そこで、開通間もない王子電車に目を付け、当時、王子電気軌道株式会社の社長、金光庸夫氏の援助を得て、工場敷地を遊園に作ることになっ

た』とあった。つまり、元は煉瓦工場だったのだが、火事で燃えてしまったために遊園地にすることにしたと書かれているのだ。煉瓦工場から遊園地。全く異業種への参入だ。

では、なぜ、広岡幾次郎は、元の広岡煉瓦工場を再建するのではなく、まるで畑違いの遊園地業に手を出したのか。そこには、日本の煉瓦産業の発展史が深く関わっている。

日本で最初に煉瓦が作られるようになったのは、江戸時代末期といわれている。瓦職人が見よう見まねで作った、いわゆる手作りの煉瓦だった。こうした手作り煉瓦は、明治初期から建てられ始めた洋風建築に多く使われ、それに伴い、煉瓦工場も増えていった。特に墨田川沿いは土が煉瓦の製造に適していたことと、舟での運搬が可能だったことから多くの煉瓦工場が建ち並んだ。

しかし、明治も 20 年代になると、都市の本格的西欧化を目指した明治政府の肝いりで、近代的な大工場が次々と建てられていくことになった。つまり、煉瓦産業は、それまでの民間主導の手工業から、お国がバックについた機械による大量生産工業へと形態を変えていったのである。

ここで、もう一度、『荒川遊園の沿革』を振り返ってみると、石神仲衛門が煉瓦製造工場を建築したのは 1872 年（明治 5 年）である。当然ながら時代的に、手工業での煉瓦工場であったことは間違いない。やがて工場の経営は広岡幾次郎へと移っていったのだが、広岡は火事で工場が焼失した段階で、お国をバックにした近代工場の進出には純民間レベルでは太刀打ちできないと考えたのではないだろうか。その証拠に同時期、この付近にあった戸田・山本煉瓦工場、鈴木煉瓦工場など民間の煉瓦工場は、次々に廃業に追い込まれていったのである。広岡にしてみれば、火災は、煉瓦産業に見切りをつける、いいきっかけとなったのかもしれない。

## 2. 『遊園ブーム』に沸く大正期の日本。優雅な庭園が続々開園

一方、大正期の日本は、『遊園ブーム』とでも呼びたくなるほど、いくつもの『遊園』が誕生していた。東京・横浜・千葉だけを見ても、『本牧花屋敷』、『鶴見花月園』、『玉川遊園地』、『谷津遊園』、『多摩川園』などが1912年（大正元年）から1925年（大正14年）にかけて次々と開園している。

中でも、新橋の料亭花月の主人平岡広高が、1914年（大正3年）4月に京浜電鉄沿いに開園した『鶴見花月園』には、少女歌劇団やトラやクジャクのいる動物園、回転木馬などがあり、さらには『大山すべり』という、ヨーロッパにおけるローラーコースターの起源といわれている『ロシアの山』を模した形の全長70メートルのすべり台型の大型遊具が設置され、来場者は年間100万人を超える賑わいを見せていた。老若男女問わず近隣遠隔を問わずかくも『遊園人気』は高かったのである。

もともと、広岡の煉瓦工場のあった場所は江戸時代、藤堂和泉守の屋敷であり、そこには廻遊式汐入の庭園があったと伝えられている。しかも、間近には江戸時代から交通の要であり、観光名所でもあった隅田川が流れ、1911年（明治44年）には王子電車も開通している。立地条件は悪くなかった。当時の『遊園』は、ほとんどが鉄道会社の経営か、もしくは鉄道会社との提携関係にあったことから、広岡が王子電気軌道株式会社を抱き込み、こうした『遊園ブーム』にあやかろうと考えたとしても時代的に不思議ではないだろう。また王子電気軌道株式会社が、電車の利用客増を期待して積極的に関与したとも伝えられている。

## 3. 煉瓦塀で囲まれた『城北の名園』としての成功

1922年（大正11年）5月に誕生した『あら川遊園』は、2万坪の日本庭

園に大きな築山を作り、大小の人工滝を出現させ、隅田川の水を利用した大きな池にはボートを浮かべるといった贅を凝らしたもので、多くの人々の評判を呼んだ。

園内には、入浴施設や遊泳場、水上自転車、飛行塔、動物園、観月橋、総檜展望台まであり、その周囲を囲む塀は、すべて煉瓦塀だったという。この煉瓦塀というあたりに元煉瓦製造工場を営んでいた広岡のこだわりが現れているような気がしておもしろい。

こうして完成した『あら川遊園』は、翌年に帝都東京を襲った関東大震災による被害も少なく、1926年（大正15年）頃には、竜宮館や本家茶屋などの休息場所が建築美を競って並び、行楽地、避暑地として『城北の名園』とまでうたわれたという。

開園当時の案内には、『東京に最も近き避暑地 山水木石園内貳萬坪完備 暑さ知らずの仙境 涼味萬斛、風景絶景 有名なるあら川大瀧あり 安全飛行塔數十臺建設』とあり、子ども向けの遊園地というよりも、大人向けの『遊園（ガーデン）』に重きを置いていた様子が見てとれる。

#### 4. 軍の接収と都市計画による戦後の再建

やがて、この『あら川遊園』は、広岡の死後、昭和初期の不景気のあおりを受け、1932年（昭和7年）以降は、その経営を王子電気軌道株式会社に委ねることになった。

王子電気軌道株式会社では遊園の営業を1935年（昭和10年）から東洋娯楽機製作所に委託するなど、積極的な建て直しを図ったが、それも第二次大戦の勃発前までのことで、戦争が始まると同時に遊園の施設は放置され、1941年（昭和16年）には、高射砲陣地が設置されるという荒れ果てた状態となった。

経営者の方も、1943年（昭和18年）に王子電気軌道株式会社から関東配電株式会社（のちの東京電力株式会社）の所有となったが、『遊園』としてはまったくの閉園状態で、終戦後も、同社の社員寮や被災住宅に使われていた。ちなみに、1935年（昭和10年）から翌1936年（昭和11年）まで『あら川遊園』の営業を手がけた東洋娯楽機製作所とは、後に浅草花やしきを経営することになる株式会社トーゴのことで、東洋娯楽機製作所にとって『あら川遊園』は、会社設立後、最初に手がけた遊園地だった。

そんな『あら川遊園』が息を吹き返したのは、1950年（昭和25年）である。きっかけは1946年（昭和21年）に、遊園の敷地が東京都の都市計画決定に基づき、緑地建設指定区域となったことだ。これに伴い、区も児童のための健全な環境の育成を目標に遊園の再建運動を開始した。

こうして1949年（昭和24年）7月、東京都は関東配電株式会社と賃貸契約を結び、まず、『区立児童遊園』が誕生、さらに翌1950年（25年）8月に都市計画公園として『区立あらかわ遊園』が誕生した。広岡の作った大人向けの『あら川遊園』とは違い、新生『区立あらかわ遊園』は最初から児童のための総合遊園として開園した。

開園当初のあらかわ遊園がどんなものであったのかは、資料が少なく確認できないが、高さ30メートルのフジ山や池を利用した釣り堀など、いわば往年の『あら川遊園』の遺産をうまく利用していたようだ。当時を知る人の話では観月橋なども残っていたらしい。区立の遊園地らしく、幼稚園の運動会場や遠足などにも頻繁に利用されていたという。

昭和30年代に入ると、東京電力株式会社（関東配電株式会社）が所有していた隣接地も都有地として買収され、園地として使われるようになった。園内には遊園地の定番とも言える豆汽車が走り、プール、ローラースケート場などの他、野外ステージ付き児童館やロケット型の飛行塔、観覧

車、小動物舎などが設置された。小さな豆汽車には、お猿さんこそ乗っていないなかったものの『お猿の電車』と呼ばれて愛され、スピードのある飛行塔は人気の的だったという。また、1967年（昭和42年）3月には亜熱帯観葉植物を栽培・展示する336平方メートルの大温室も完成し、都内でも指折りの有料公園となった。

### 5. なぜ、この施設が生き残れるのか？

その後、『あらかわ遊園』は、1986年（昭和61）年から1991年（平成3年）にわたって全面改装工事が行われ、魚つりの広場、どうぶつ広場、しばふ広場、のりもの広場、レストハウス、クラフトハウス、水あそびの広場、アリスの広場、スポーツハウスと、テーマに沿ったレイアウトがなされた。これによって、雑然としていた園内がわかりやすく歩けるようになり、子どもにとっては、より安全で快適な遊園地となった。現在の『あらかわ遊園』の誕生である。

あらかわ遊園には、いわゆる絶叫型マシンもなければ、おしゃれなショッピングモールもない。ゲームセンターもない。あるのは基本的に児童、それも3歳から幼稚園児までを対象にした遊戯施設と動物園だけだ。この少子化の時代、なぜ、この施設が生き残れるのか不思議に思える。







【あらかわ遊園 2015. 12. 17 撮影：白土】

前回の調査では、あらかわ遊園に就任して4年（2005年3月現在）という横山恒雄園長に話をうかがったところ、その秘密の1つとして、まず、スタッフの意識改革を挙げられた。「同じ8時間働くのなら、自分自身が納得できる働き方をしなさい、と。ただ、時間だけそこにいるという姿勢では自分にもお客さんにもマイナスになるだけ。お客さんにマイナスになったら、この遊園地はどうなるのか。区のものだからなくなるなんて思っていたら、大間違いです。遊園地がなくなったら、ここで働いているスタッフは明日から職がなくなる。この就職難の時代に職がなくなったらどうなるのか、自分で考えてくれ」と。

横山園長が、こう語るのにはわけがある。今では（平成23年以降）、スタッフも区の職員課長（園長）以下12名に、委託スタッフで運営されているが、当時のあらかわ遊園は区の施設だが、区の職員は園長と副園長の2人だけ。後は現地採用のスタッフだ。なので、実はあらかわ遊園が仮になくとも、園長と副園長の2人は区に戻ればそれで済む。だが、現地採用のスタッフはそうはいかない。「まず、危機感を持って欲しかったのです。遊園地がなくならないようにするためにはどうすればいいのか、

自分は何をすべきなのか」。その結果、生まれたのが、『自分たちの遊園地』という共通認識だ。

飯嶋達夫副園長も言う。「普通の遊園地では、乗り物係は乗り物を動かすだけ。園内の掃除や花壇の手入れまでやりません。でも、ここでは、持ち場意識など関係なく、手の空いているスタッフが花の世話をしたり、遊具を磨いたり、全員で力を合わせて遊園地を作っているんです。もちろん、休日などお客さんが多い時には、ちゃんと持ち場を守りますが、平日、お客さんの少ない時には、植え込みの柵の修理もベニヤを買ってきてスタッフが手作りしているんです。業者さんにはできる限り頼みません。葉っぱで詰まってしまった下水の掃除もスタッフがしています。そうすることで、園への愛着が生まれてくるんです」と。

もちろん、横山園長も、スタッフのお尻を叩いているだけではなかった。就任した時から、このままで行ったらジリ貧になるだろうという危機感があった。そのために使えるチャンスはすべて使ったと横山園長は言う。「何しろ、宣伝費がありませんから。電波・新聞・雑誌すべてのマスコミ媒体に情報を流し続けました。黙って待っているだけじゃだめ。ともかく、『あらかわ遊園』の存在を知って欲しい。話はそこからでしたから」。そうしてしつこく根気よく情報を流すうちに、やがてドラマなどの撮影に使わせて欲しいという依頼が舞い込むようになったという。依頼は極力、受け入れ、ドラマの中で『あらかわ遊園』という名前の入った観覧車が大きく映し出されるだけで、強力な宣伝になった。撮影自体がキャンセルになる場合もあったが、決して、イヤな顔をしない。『次』が必ずあるからだ。

「ともかく、下見でも何でもいいから、1回来てもらうことが大事なんです。来てもらえば良さがわかる。良さがわかれば口コミで広がる。そうしたスタンスでここ数年やってきたおかげで、マスコミ業界の中では、今

では『困った時のあらかわ遊園』という言葉さえあるそうですよ」と園長は笑って語った。

## 6. 地域に馴染み、手頃な入園料でリピーターを獲得。

一方、このせちがらい世の中、入園料の安さも大きな魅力だろう。

大人 200 円（2015 年現在でも）、小・中学生は 100 円（平日は無料：ただし春・夏・冬休み期間を除く）、65 歳以上は 100 円、未就学児なら無料で入れる。

つまり、ママと幼児ならば 200 円で入園でき、65 歳以上のおばあちゃんと幼児なら 100 円で入園できるのだ。しかも、この入園券は 1 回買えば、その日の内ならば、何度でも遊園地に出入りできる。

現在、あらかわ遊園には、ファミリーコースター、観覧車、豆汽車、メリーゴーランド、スカイサイクル、コーヒーカップ、ぱっくんどラゴン（←現在はくじらスライダー）、バルーンドーム（←現在は撤去）、ポニー乗馬サービスなどの乗り物があるが、先行きの見えない経済環境の中、1 日、空の下でのんびり過ごせて、乗り物にも待たずに乗れて、家族 3、4 人で来て、3,000 円から 4,000 円で充分、楽しめる。財布に優しい遊園地であることが最大の魅力と推察することができる。3,000 円から 4,000 円といったら、TDL の 7,000 円を越す入場券は勿論、大型遊園地の入場券つき周遊券 1 冊すら買うことができない。

確かに、今時この値段で、動物とも直接、触れあえ、丸一日、遊べる場所は、ちょっと見当たらないのではないだろうか。逆にこんなに安くて経営的に大丈夫なのか、心配になってしまうが、前述の園長は、「薄利多売です。大型遊園地には、毎月、行くことができなくても、ここなら毎月、遊びに来られる。リピート率があがれば、充分、業績はあがってきます」

と述べられている。

実際、遊びに来ている親子連れに話を聞くと、「家が近所なので、晴れた日には、ほぼ毎日、お散歩もかねて来ています」という答えが返ってきた。「家の中にだけいると、子どもは騒ぐし、こっちはその声や音でイライラするし、つい叱ってしまうんですが、ここなら自由に走り回れますからね。親子でストレス解消しています」と笑う。

また、どうぶつ広場で遊んでいた親子は、「うちの子は乗り物よりも動物を見るのが好きみたいなので、かかる料金は動物のえさ代100円くらい。入園料を入れても300円で済みますから、パパのタバコ代より安いんです。それで1日子どもがご機嫌に過ごしてくれるんですから、子育てにも本当に助かっています」と言う。

遊園地と動物園が併設されたあらかわ遊園は、動物たちの存在も非常に園のリピート率に貢献しているという。「乗り物だけだったら、こんなにお客さんは来ないでしょうね。うちの場合は、ヤギやヒツジ、ウサギやモルモットなどに直接、触ったり、えさをあげたりできるコーナーもありますし、ポニーに乗ることもできます。見ることのできる動物も、ミーアキャットやニホンザル、ウシ、シカ、アライグマ、クジャクなど、小さいながらも充実していますから。都内でこの料金で動物園まである遊園地は、ほかにはそうないと思いますよ」。

そうやって、ここ数年、小さなこと、当たり前のことをコツコツと積み重ねて来た結果、2000年(平成12年)には400,289人だった入場者数が、2005年(平成17年)には449,965人にまで跳ね上がった。しかしそこから下降線になり、2012年(平成24年)には347,924人となったが、2010年(平成22年)には361,464人になり、2014年(平成26年)には380,464人と少子化や娯楽の多様化の中、回復傾向にある。

観覧車に乗ると、眼下には隅田川が広がり、スカイツリーもよく見える。小さな園内には、子どもたちが母親のまわりを後になり先になりしながら、ちょこちょこ走り回っていた。

## 7. 子どもの目線で作られた街の、子どもに愛される遊園地。

あらかわ遊園の成功の秘密には、もう1つ、園長が言葉では語らなかった重要なファクターが隠されている。子どもの目線で作られているから子どもに好かれる。それは、子どもに選ばれる遊園地であるかどうかである。

あらかわ遊園の作りをもう一度、振り返ってみよう。あらかわ遊園では、基本的に児童、それも3歳から幼稚園児までを対象にした遊園地作りを行っている。ということは主なターゲットは『3歳から幼稚園児まで』だ。つまり、この年代の子どもに愛されなければ、リピート率はあり得ない。これはかなり難しい。というのも、幼児は自分の感性に正直だからだ。見ただけで乗り物が怖いと感じたら、絶対に乗らない。スタッフに対しても同じだ。一度でも、スタッフが怖いと思ったら、次に母親が「入園料も安いし、またあらかわ遊園に行こうね」と誘っても、泣いて遊園地自体を拒否してしまう。そういう意味では、幼児は『この料金だから仕方ないか』とか『あれが楽しかったから、モトは取った』と考える大人よりずっとシビアだ。幼児には母親の財布の都合も、マスコミも関係ない。イヤと感じたら、絶対にイヤ。親がリピートしたくても、主役である幼児がリピートをさせてくれないのだ。いくら知名度が上がっても、肝心の幼児が拒否したら、二度とその家族はやって来ない。あらかわ遊園は、そうした一番シビアな客を相手にしているのである。

そう考えると、まず乗り物の選定1つとっても、幼児の目にはどう見えるのか、幼児が喜んで乗りたい色なのか、デザインなのか、慎重に選ばな

ければならない。幼児にとっては『日本初!』や『日本最速!』など、何の意味も持たないからだ。スタッフも、相手が幼児であればある程、笑顔1つ、声のトーン1つ、気が抜けない。幼児は、大人が思うより、スタッフの態度に敏感なのだ。それは自分を愛してくれるか大切に扱ってくれるかを見分ける、幼い者の本能ともいえる。

あらかわ遊園の園内で、何度かしゃがんで周囲を見渡してみた。広々とした芝生。柔らかな色合いのメリーゴーランドやコーヒーカップ。子どもの目の高さに立って、にこやかに話しかけるスタッフたち。大人たちの足ばかりが見える遊園地と違い、子どもが心から安心できる空間がそこにはあった。

それはとりもなおさず、スタッフたちの『自分たちの遊園地』という意識改革が生んだ空間だろう。スタッフの意識改革というと、往々にして、その対象は財布を握る親たちに目が向きがちだが、あらかわ遊園では、子どもの目線に『自分たちの遊園地』を置いているのだ。この違いは大きい。

良い例をうかがった。バルーン型の遊具、ぱっくんドラゴンライダーは、以前は遊園地の奥まったところに置かれていたため、利用度が低かった。だが、子どもの目に入りやすい正面ゲートを入れてすぐの場所に置き換えたところ、大人気スポットとなったという。子どもにしてみれば、母親がチケットを購入しているその場所から、大きな口を開けたユーモラスな恐竜が、まるで「おいで、おいで」をするかのように待ち構えているのである。ゲートをくぐった子どもたちが、まず、まっしぐらにこの恐竜に飛びついていきたくなるのは、当然のことだろう。これも、『子どもの目』を考えたからこそその配置転換であり、『子どもの目』を考えなければ、単純に『この遊具は人気がない』と結論づけてしまうだろう。

帰り道、よく見ると、街灯の飾りには可愛いカンガルーの絵が描かれ、

道ばたには、これまた愛らしいリスの彫刻がチョコンと乗った、背の低いポールが規則正しく立っている。子どもなら、必ず、リスの頭を1本ずつ撫でながら、都電までの道を楽しく歩いていこう。

そこでもう1つ、気がついたことがある。ここは街全体が、子どもの目の高さで作られているのだ。子どもの目線で作られた街の、子どもに愛される遊園地。

そこに地域密着型遊園地の本来の在り方を見たような気がした。



【あらかわ遊園 2015.12.17 撮影：白土】

#### 引用文献

白土健著(2008年) なぜ、子どもたちは遊園地に行かなくなったのか?

創成社

白土健他著日本観光雑学倶楽部(2005年)セピア色の遊園地 創成社

白土健他著(2010年)僕たちの大好きな遊園地 洋泉社

週刊朝日(2008年)グラビア 夢の跡(白土健執筆記事)

