

おもてなしの文化
秋葉原における旅館の提案
Fusion of Japanese culture
Proposal a Japanese style hotel in Akihabara

○善財寛之¹, 佐藤信治²
 Hiroyuki Zenzai¹, Shinji Sato²

The word "Wa(Japanese)" is used since ancient times as a word that symbolizes the Japanese culture, culture of the Wa: in recent years, (ex: Japanese style hotel, Kimono, Japanese style meal etc.) has received high praise abroad.

However's current focus in foreign countries along with the idea of the traditional sum is from the old days, is "a new Japanese culture" and anime games are born anew, and comics led by a youth since 2000. Such, two cultures conflicting Wa and a new pop culture is attracting attention from abroad, and would not it going to become a new tradition of Japanese culture in the future.

1. はじめに

日本の文化を象徴する言葉として「和」という言葉が昔から用いられ、和の文化（例：和旅館、和服、和食など）は近年、海外でも高い評価を受けている。

しかし、その昔からある伝統的な和という考えと共に海外で現在注目されているのが、2000年以降若者を中心に新たに生まれているゲームやアニメ、マンガといった「新たな日本文化」である。そういった、新たなポップカルチャーと和の相反する二つの文化が海外から注目を集め、これからの日本の新たな伝統文化となっていくのではないだろうか。

2. 計画背景

2-1 おもてなしの文化

日本独自の文化である「おもてなし」は、平安、室町時代に発祥した茶の湯から始まったと言われ、客や大切な人への気遣いや心配りをする心が築かれた世界に誇れる日本だけの文化である。この日本では日常とされている文化「おもてなし」は今世界各国で注目されており、最近ではこの「おもてなし」を求めて来日する海外からの観光客も少なくない。

おもてなしを象徴する旅館を取り上げてみると、都市部の旅館は、ビジネス客のビジネスホテルへのシフトや、少子化による修学旅行の減少やホテルへのシフトによって旅館そのものが減っている。

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
ホテル	9442	9603	9688	9710	9863
旅館	52295	50846	48966	46906	46196
簡易宿泊場	11900	23050	23429	23719	24506
下宿	929	912	869	752	839
合計	85566	84411	82952	81087	91404

Table1. 生活衛生関係施設（旅館業）の推移

http://www.kankokeizai.com/backnumber/12/11_03/ryokan_hotel.html

2-2 外国人観光客

海外から日本を訪れる観光客の数は、2011年は震災があり減ってしまったものの、2010年に861万2千人となり、前年比26.8%の増加と着実に数を増やしている。最近では多数のツアー客が大型観光バスで乗り付ける光景が常態化している。

また、日本では世界3大スポーツ祭典と呼ばれている大会の内、2019年ラグビーワールドカップと2020年の東京オリンピックの開催が決まっている。これらを踏まえると、外国人観光客数はまだまだ増えていくことが予想できる。

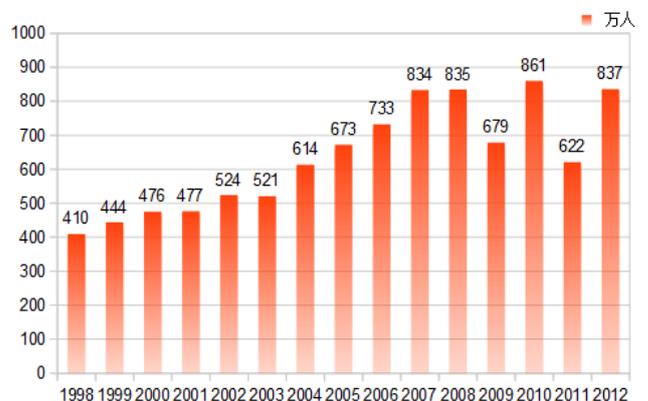


Figure1 訪日外国人旅行者数の推移グラフ

http://www.geocities.co.jp/nezimaki_tokyo/kankou/hounichi.htm

2-3 新たな文化「クールジャパン」

日本独自の文化が海外で評価を受けている現象。または、現代の日本文化を指す言葉。特に日本における近代文化、ゲーム、漫画、アニメや、J-POP、アイドルなどのポップカルチャーを指す場合が多い。コンテンツ産業

1：日大理工・学部・海建 Department of Oceanic Architecture & Engineering, CST, Nihon-U.

2：日大理工・専任講師・海建 Department of Oceanic Architecture & Engineering, CST, Nihon-U.

や伝統文化などを海外に売り込む「クール・ジャパン戦略」として、日本のポップカルチャー方面を中心に文化産業の海外展開支援している。

また、外務省は、ポップカルチャー外交を、日本の文化外交の主要なツールとして活用している。その一環として、第7回目を迎えた「国際漫画賞」では、毎年外務大臣を委員長として、実行委員会を組織して実施し、第6回目は、38の国と地域から245作品の応募があった。

3. 敷地選定

クールジャパンが海外から評価されるにつれ、秋葉原も「Akiba(アキバ)」と呼ばれ、世界の若者が憧れる「聖地」として、その認知度が高まり、海外からの観光客数が増加している。

しかし、新しい文化ばかりが目立ち、国内外の人々を問わず、古き良き日本文化が薄れている現状がある。旅館という日本文化を、文化発信の地「アキバ」に建てることによって、新旧の日本文化の融合させ、今後、新たな旅館の形を検討する。



Figure2. 敷地区

<https://maps.google.co.jp/maps?hl=ja&ie=UTF-8&tab=wl>



Figure3. 計画地

4. 基本計画

4-1 船による誘導

計画地である神田側には屋形舟の停留場がある。屋形舟も昔から続く日本文化の一つであり、その歴史は平安時代から続いている。またこの計画地の神田川沿いは高いビルが連なっており、なかなか隙間から川を望むことができない。しかし、この立地を船で誘導することで、日本文化を体験しながら旅館へと導く。

4-2 点在化

現在の神田川沿いは、昔からある川にも関わらず、その周りはコンクリートで埋め固められ、周りには殺伐としたビルが立ち並び、川自体の存在感を消し去っている。そこで、旅館を点在化させ、動線として屋形船を取り入れることで、川の存在感を示し、元々の自然の川へと道びく。



Figure4. 神田川と屋形船

4-3 アキバと旅館

旅館といえば、昔から続く日本文化である。旅館＝地方、ホテル＝都市部というイメージが日本人の中では存在し、東京に来て旅館へ泊という考えはあまりみうけられない。また、アキバは日本の新たな文化の発信拠点でもあり、多くの観光客や学生、オタクと呼ばれる人々が集まる地域でもある。この新たな文化を発信させる地域に昔から存在する旅館を融合させることで、日本の新しい顔としてアキバが発展してゆくことを提案する。

4. 参考文献

- [1] 「一度は泊まりたい日本の宿」, 2011
- [2] 「おもてなしの経営学 震災編」, 2013
- [3] 「建築設計資料集 81 旅館」, 2001
- [4] 「日本のデザイン」, 2011