

## インタビュー

阪和興業が手掛ける  
レジャー施設ビジネス阪和興業株式会社  
機械部レジャー施設課 課長なす こういち  
那須 孝一

「ズームアップ」欄は、「働く人と仕事」をテーマに商社各社のさまざまなビジネスや人材をご紹介します。今回は、阪和興業の那須孝一氏に、同社が手掛ける「レジャー施設ビジネス」のお話を伺いました。

## 1. 入社から現在の仕事に至るまで

当社には1991年に入社しましたが、以来、24年間、一貫してレジャー施設ビジネスに関わっています。当社は鉄鋼商社としての伝統がありますから、私が所属している「レジャー施設課」は、社内においても少し特異な存在かもしれません。しかし、レジャー施設関係のビジネスを始めてからすでに30年近い歴史を持っています。かつては他の商社もレジャー施設ビジネスに携わっていましたが、現在は撤退しており、当社は、大型レジャー施設の企画、施工、引き渡しまでを一貫して請け負うことができる数少ない商社であると認識しています。

## 2. 商社が手掛ける「レジャー施設ビジネス」とは

## (1) 遊戯機器の輸入から「ターンキー・ビジネス」まで

当社がレジャー施設ビジネスに参画するようになった経緯は、1981年に神戸で開催された神戸ポートアイランド博覧会（ポートピア'81）までさかのぼります。当社は、「ポートピア博」開催に関わっていた企業とお付き合いがあり、そのご縁でドイツ製ローラーコースターの輸入業務をお手伝いをさせていただきました。

当初は遊戯機械の輸入業者としてレジャー施設ビジネスに関与するだけでしたが、その後、輸入業務にとどまらず、遊戯機械導入から、設置、建設施工までを手掛けるようになりました。現在は、レジャー施設の企画から設置までの元請け会社として、ターンキーベースでの事業展開をしています。こうした計画から設計・施工まで一貫したサービスを提供するに当たり、当社は1級建築士や1級建築施工管理技士といった建築関係の有資格者を抱え、現場監督に対応できる体制を整えています。

当社のレジャー施設ビジネスは国内遊園地が主な顧客ですが、海外で手掛けるエンターテインメント施設建設に関与することもあります。例えば、中東のドバイにあるショッピングモール（ドバイモール）では、日本企業が展開するエンターテインメント施設（契約は日本企業との国内契約）にジェットコースターやタワーライドを納入し、設置のSV業務も担当したことがあります。

## (2) レジャー施設ビジネスの動向

レジャー施設で最も人気のある乗り物の一つは「ローラーコースター」かもしれません



高飛車

が、これは高校生から大学生など10代から20代の若い世代がターゲット層です。当社が手掛けるローラーコースターの中でも、富士急ハイランドに納入した「高飛車」は、リニアランチシステムでの発射や90度の角度で上昇してから121度の角度で急降下するもので、「落下角度が世界最大のローラーコースター」としてギネス記録も取得され、現在も人気遊戯施設の一つとなっています。

しかし、こうした施設は、導入時のインパクトは大きいのですが、人気の継続性という点で弱点があり、近年レジャー施設運営会社では、より幅広い年齢層に長期にわたって利用してもらえるような遊戯施設の計画を検討する傾向にあります。例えば、ターゲット層である10-20代の若い世代が遊園地に足を運ぶ回数が減る傾向にある中で、ファミリー層をターゲットとして、親子や祖父母と孫などの家族が一緒に遊ぶことを想定した施設計画を練る案件が増えています。

また、遊戯施設設置には建設のための「確認申請」が必要になりますが、国が定めた基準を超える性能を持つ場合には、まず「性能評価」および「国土交通省の大臣認定」を取得しなければなりません。ローラーコー

スターであれば、速度100km以上、勾配60度以上になると「性能評価申請」をして、「国土交通省の大臣認定」を取得した上で、「確認申請」を行い、建設許可を得る必要があります。この性能評価は大学の先生などの専門家を交えて安全性を確認するため、半年以上の時間がかかる場合もあり、計画から施工完了までのスケジュール管理において、行政手続きにかかる時間も考慮する必要があります。

### 3. 今後のビジネスの展望

レジャー施設ビジネスは景気動向に大きく左右され、景気が悪い時期には真っ先に需要が落ち込むビジネスですが、2020年開催予定の東京オリンピック・パラリンピックを控え、国内の遊園地等でも集客を見込んだ投資計画が増えるのではないかと期待があります。またカジノを日本国内に設置しようという機運も見られる中で、その付帯施設として遊戯施設計画が持ち上がる可能性についても期待しています。

最近では、レジャー施設は遊園地に限らず、大型ショッピングモールの「集客施設」としても需要が増えています。大人が買い物をしている間、ただ子供を遊ばせるだけでなく、遊びと教育をつなぐ「知育」の遊戯施設（エデュケーション+エンターテインメント＝「エデュテインメント」）に対するニーズも高まっています。当社もハード面の提供だけでなく、こうしたソフト面を含めたビジネス開発にも力を入れていきたいと考えています。その他、さまざまな施設内装造形物においても、当社のレジャー施設ビジネスのノウハウを活かし、積極的に事業展開したいと考えています。

（聞き手：広報グループ 石塚哲也）