

▶ 基本コンセプト

「いばらきの奥深き庭を愉しむ」 ～いばらきの歴史・文化や季節ごとの魅力を体感する庭園～

▶ 狙いと展示構成

エリア最大の出展面積（400m²）を活かし、ストーリー性・インパクトのある演出により観光誘客につなげる

- 偕楽園の創建思想である「陰と陽」の世界観を表現
- 好文亭から着想を得た「シン・楽寿楼」による演出・おもてなし
 - ・ 「花屋根」や映像コンテンツなどを活用した四季折々の「花絶景」を演出
 - ・ 「五感」に響く体験型コンテンツを提供



1-01. 目的と課題感の抽出

basic policy

インバウンド向けで、みんなが驚くようなインパクトのある、観光誘客につながるもの



what?

どんな魅力を発信するか

歴史文化や農作物、観光地など、いばらきの内包する様々な魅力のなかで、何を来場者に伝えるか。



how?

本質的な集客にどう繋げるか

インバウンドの獲得にあたり、今来日されている方々だけでなく、将来的に来日される方々の獲得が求められます。



background

世界的なニーズにどう応えるか

SDGsをはじめとして、環境保全に対する姿勢や取り組みに向けられる視線が国内外を問わず自治体や企業に向けられています。

1-02.茨城県に関するリサーチ①



偕楽園



弘道館



温室



ハーブ園



コキア



ネモフィラ

・一張一弛 - 緊張と緩和

→学び努める場と、文化的活動を通じてリラックスする場

→相反するものを並べ、バランスを取る(儒教)

・皆が楽しむ場所として解放された庭(偕楽園)

・当時水戸には珍しかった梅を楽しむために持ち込まれ、また梅は見て楽しむだけでなく、実利的な面もあることが着目されていた。

→実用的、実践的を重んじた水戸藩主の象徴

・鑑賞性と実用性

→植物をただ見て楽しむのではなく、歴史的に縁深かった薬文化の流れを汲み、人の生活にも役立つ活用方法の探究が行われる

・自然美と人工美

→周辺の風景に馴染んでいくような植栽と水景が生み出す“自然美”と、異国情緒溢れる植物の見られる温室が生み出す“人工美”、2つの異なりつつも美しい景観が調和している

・軍用地から平和の象徴へ

→かつて米軍の演習場として使われ、返還された後は平和の象徴である公園として使われることに

・広大な景色を季節毎に彩る

→季節毎に植物を植え替え、唯一無二の風景を季節毎に作り出し、年間を通じた集客を生み出している

陰と陽/魅力の深化

1-03.茨城県に関するリサーチ②



・四季折々の茨城の魅力を提案

→茨城県内のガーデンやオーチャード(果樹園)を巡るツーリズムの提案を行っている取組。
茨城県内に存在する四季折々の魅力を発信しており、年間を通じた観光誘客が目指されている。
複数のガーデンやオーチャードを巡るモデルコースの提案による各施設の連携の強化や、アンバサダーの起用やSNSの活用などによる発信力の強化が行われている。

・SNSを活用した花の景色のブランド化

→茨城県内に存在する花畑を近年活発なSNS文化との連動により、花絶景の地としてブランド化し、観光誘客や地域の活性化を図った取組。
写真家などの起用により花をより魅力的に撮影する技術の発信などもしており、多角的に花の魅力を普及する取組となっている。

・ホタル生息域の再生事業

→日本三名園の一つに数えられる偕楽園にて、清潔な水辺などの環境を必要とするホタルの生息域の再生事業が行われている。
ホタルの放虫も行われ、定着に向けて期待が寄せられており、環境再生事業としての側面と共に、春の梅だけでなく夏における観光誘客の施策としての側面もある。

自然に関する取組

1-04. 国際園芸博覧会に対する理解



・幸せをつくる明日の風景

→「幸せをつくる明日の風景」をテーマに掲げ、自然との調和や共存、産業の創出や連携をサブテーマとして設定されている。
既存の花卉園芸文化・産業に縛られず、環境問題を始めとする社会問題や、デジタルなどの最先端技術との融合などを積極的に取り入れようとする姿勢が見られる。

・会場構成と自治体エリアの立地特性

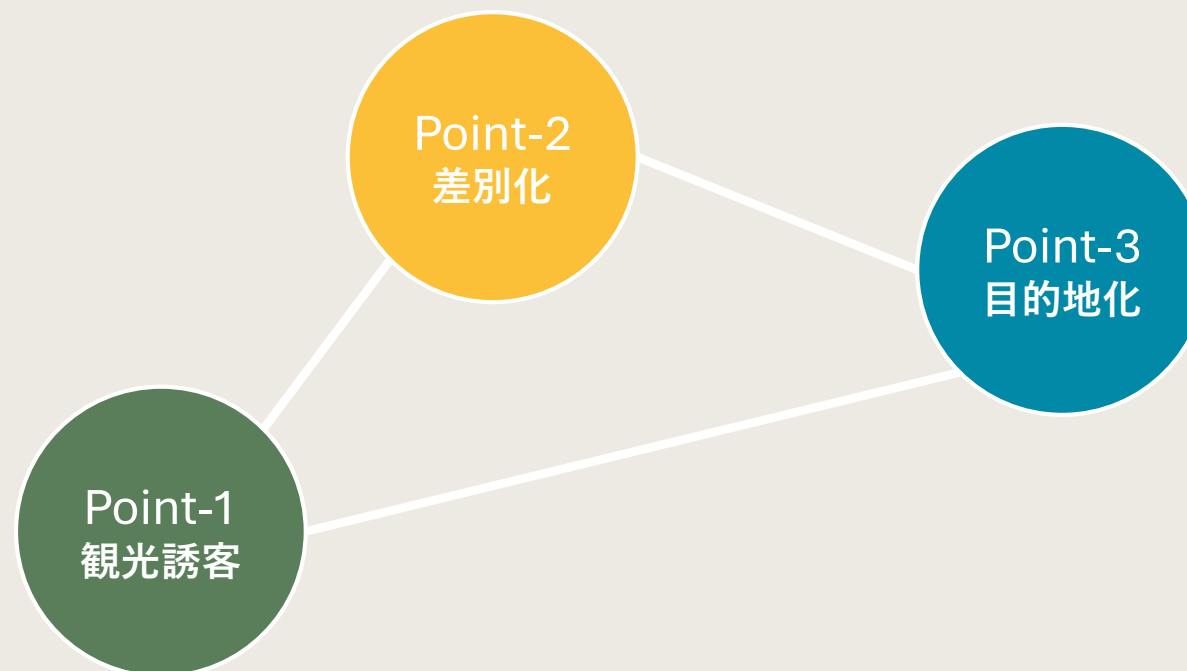
→会場全体の入り口は一つのメインエントランスに絞られており、デジタル技術や農業、国際文化などさまざまなテーマのエリアが点在する中で、自治体エリアは会場内の最奥地に位置しており、来場者を如何に引き込むかが課題となる。

・インバウンド客の来場

→園芸博覧会は来場者総数が1500万人ほどを想定しており、その中でインバウンド客は100万人ほどになるのではと試算されている。園芸博覧会への出展を通じた観光誘客を目指す上で、年々増加傾向にあるインバウンド客の獲得のための方法を検討する必要がある。

情報整理と課題感

2-02.空間整備おける要点整理



インバウンドを 中心とした観光誘客

point-1

海外からも評価の高い日本庭園をベースに、「一畝一池」や「陰陽思想」といった
いばらき独自の文化思想を取り込むことで、
年々増加傾向のあるインバウンドを中心に
ターゲットとした展示空間を目指します。

目を引くインパクトと 差別化

point-2

季節の花に彩られた屋上緑化やデジタル技術などを
庭園に取り込むことで
一般的な日本庭園と差別化を図りつつ、
またいばらきを連想させるような素材やモチーフを
デザイン化することで茨城県らしさを演出します。

訪れるきっかけとなる 目的地化

point-3

イベントスペースを確保することによって
通常の展示以上の賑わい感を作り出すとともに、
広大な会場の中で行ってみようと思わせる
"目的地化"を図り、また写真映えを意識することで
SNSを通じた広告効果など狙います。