

SHOWCASE にっぽん



国内に世界に誇れる日本の文化



現代日本の発展・地方再生のための
日本全国の産業・工業・商業・観光
アート等を体験・展示・発表する施設

主旨

日本の産業・文化をお披露目する施設

国内産業の活性化と海外からの訪日客（観光・ビジネス）に対して、日本をアピールする場所をつくる。

日本各地にはさまざまな産業・工業・観光・アート…などの技術や資源があるにもかかわらず、利便性から大都市に人口が集中し、地方の過疎化が徐々に進行していつている。増田寛也元総務相ら民間有識者でつくる日本創成会議によると、人口の減少により、日本全国の市区町村の半分にあたる 8 9 6 自治体を指して消滅可能性都市と位置づけ、地方都市自治体の経営が成り立たなくなると言われ、対策が求められている。

海外からの訪日客数は年々増加傾向

2003 年に 521 万人だった訪日客数が、2013 年までの 10 年間に、1036 万人とほぼ 2 倍にまで増えている。訪日客の構成比は、アジア圏が最も多く全体の 64% を占めており、その中でも韓国からの訪日客が最も多い。2012 年から 2013 年の増加は、対前年比で 24% も増加しており、本年 2014 年も毎月約対前年比で平均 25% の増加率で推移している。（JNTO 日本政府観光局）
2020 年のオリンピックまでには、2,000 万人に達するといわれている。

自治体の経済に左右されない環境づくり

大都市は、何でもそろっていて便利ではあるが、現在の流通・通信・情報管理を活用すれば、地方であること不便さは改善されていく傾向にあると考えられる。各地域には、各地域の得意分野とする産業・工業・商業などがあり、それらをそれらに関わるものないすべての人が認識しているわけではない。また、それらをお披露目する機会が常に存在しているわけでもない。

広告には多額の費用がかかる。多くの費用を投資することが可能な会社や自治体は、その恩恵を得ることが可能だが、人口が減少している地域では、費用対効果の保証が得られない限り、多額の費用を投じることはできない。日本全国 47 都道府県を地域や産業毎にグルーピングしてこの施設内で、日本の得意分野を展示・案内・販売する。アミューズメント的な施設だけではなく、ビジネスの機会をつくる場としての役目を担うことを前提として計画する。

公共の施設とすることで、どの地域にも同じ機会が与えられるようにする。

地方のモチベーションの高い零細企業をバックアップし、地域の活性化を図る。

計画内容

太陽光の有効な取込みと緑化

南面を棚田状にして太陽光を取り込む。屋上緑化と各フロアのバルコニーに緑化部分をつくり視覚的な効果と植物の熱吸収効果で省エネルギーを期待する。

大型車（バス）の駐車場・発着所の機能

大型コンファレンスが都心で開催される際は、大型輸送も必要なので、1 階は従来どおりに、大型バスの発着所として機能させる。また、それらのバスを待っている時間、乗客も展示スペースや店舗に移動する機会が増えるので、経済的な相乗効果を狙う。

募集团体系の高速バスの発着所としても利用できるようにする。それらの高速バスは、夜間出発が多いので、昼間にコンファレンスの際に利用されるバスの駐車時間とバッティングしない為、この場所を有効に活用できる

山手線・東海道新幹線 通過レベル

また、観光目的者は、この施設内で新たな情報を入手したり、次回の旅行を計画したり、ビジネス利用者は、東京の情報だけでなく、その他の地域の情報をついでに得たりすることができる。

屋上庭園・展望カフェ

Roof Floor

バーラウンジ・茶室

8th Floor

事務所・商談スペース

7th Floor

事務所・商談スペース

6th Floor

イベントスペース

5th Floor

産業・工業 展示

4th Floor

観光資源 展示

3rd Floor

フードコート

2nd Floor

大型バスターミナル
インフォメーション

1st Floor

従業者スペース・機械室等

Basement

東京駅周辺の夜景は美しい

昼は、オープンテラスのカフェ、夜は、東京駅周辺のエレガントなイルミネーションを眺めながらご当地のお酒を楽しめるバーラウンジを設置し、昼夜ともに有効活用できるようにする。

商談は迅速に

展示スペースにて問い合わせがあれば、すぐにでも商談に持ち込めるような場所を提供し、ビジネスチャンスを逃さないようにする。商談ができるスペースが多くあれば、来場者も気軽に担当者に声をかけられる。

新幹線の窓から見える展示スペース

東京駅から出発もしくは到着する新幹線や電車の乗客に存在をアピールして、来館客を増加を促進したい。

山手線・東海道新幹線 通過レベル

高架下 丸の内・皇居方面

地下通路直結 東京駅



今必要なことは、協力体制の考え

国内産業の活性化するためには、地域が単独で、排他的に行うよりも、地域同士が相互に協力体制をとれる環境を整えていくべきと考えられる。

1 + 1 = 2 ではなく、

1 + 1 = 3 ~ 5 以上になるような相乗効果を期待したい。

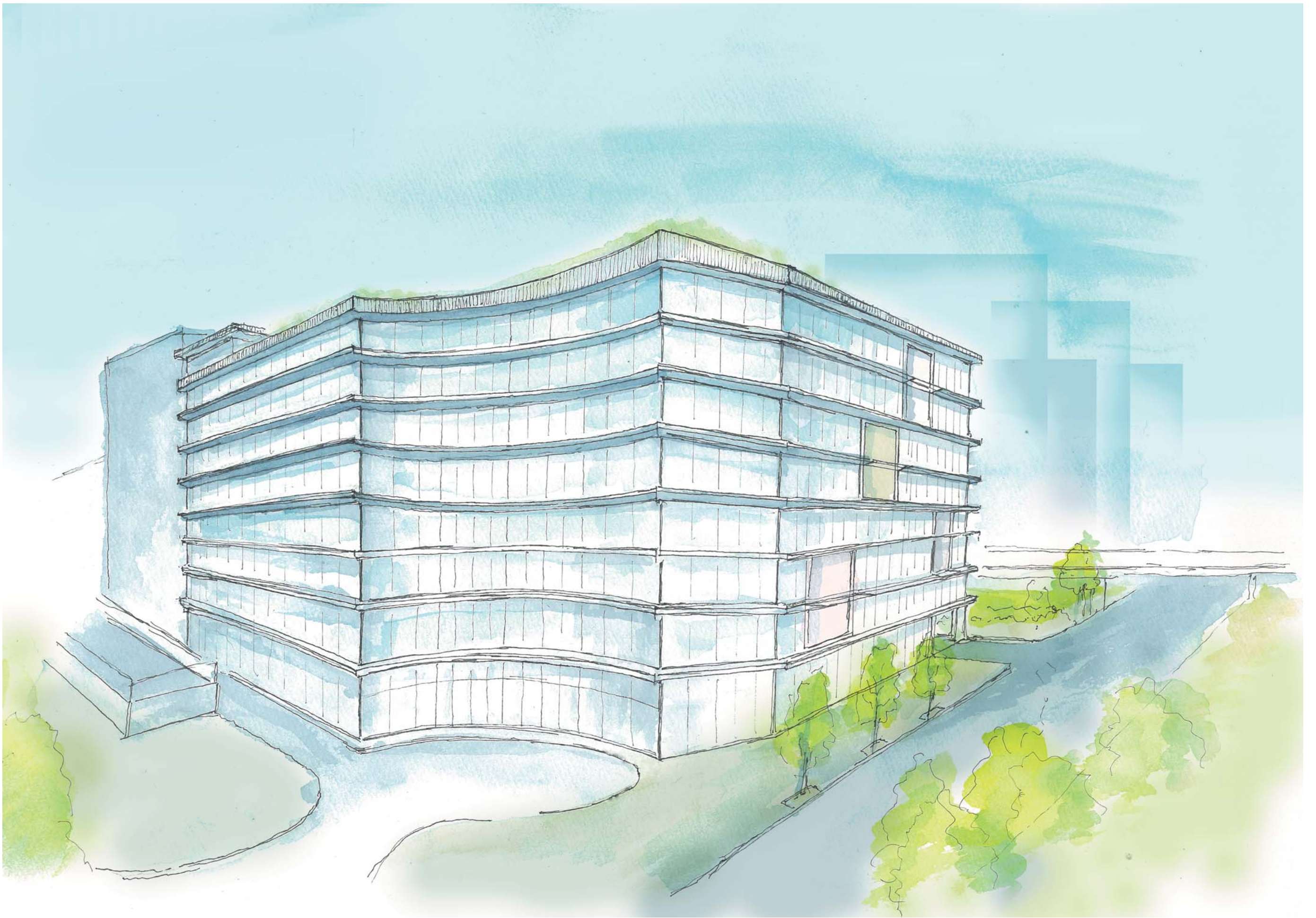
そのためには、各地域の担当者が、コミュニケーションをとりやすい環境を整える必要がある。

伝統文化だけに依存しない

日本を紹介という純和風にしなれないと考えがちであるが、現代は、利便性や経済性の観点から、多国籍・多様化している。

日本の伝統文化を尊重しつつ、さまざまな様式が折衷していることも日本のよいところである。

発展のためには、従来の方式に囚われずに、世の中の流れに応じて変化できることが必要と考えられる。





▲ 2nd Floor 御当地フードコート 2階 (3784 m²)

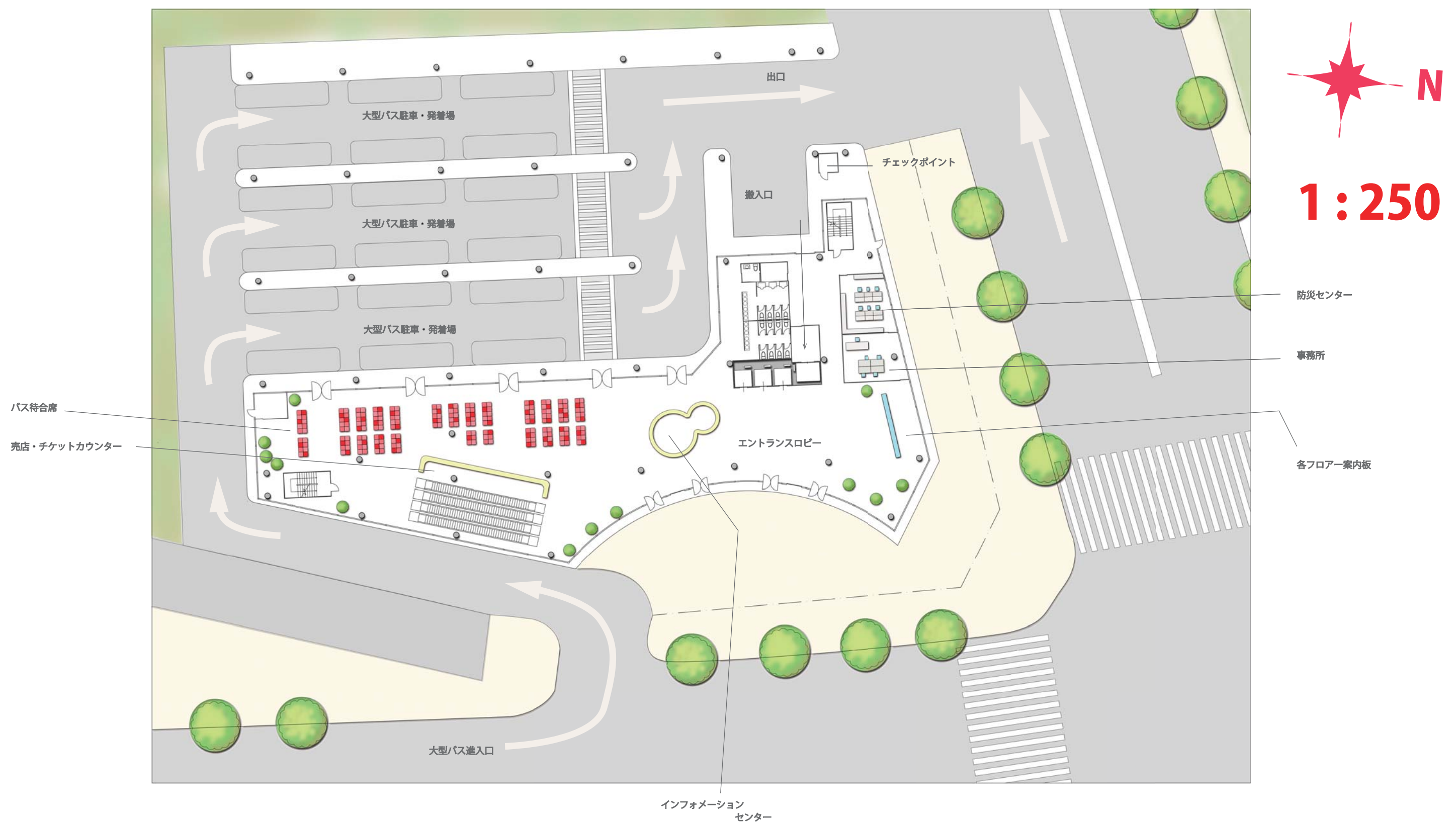
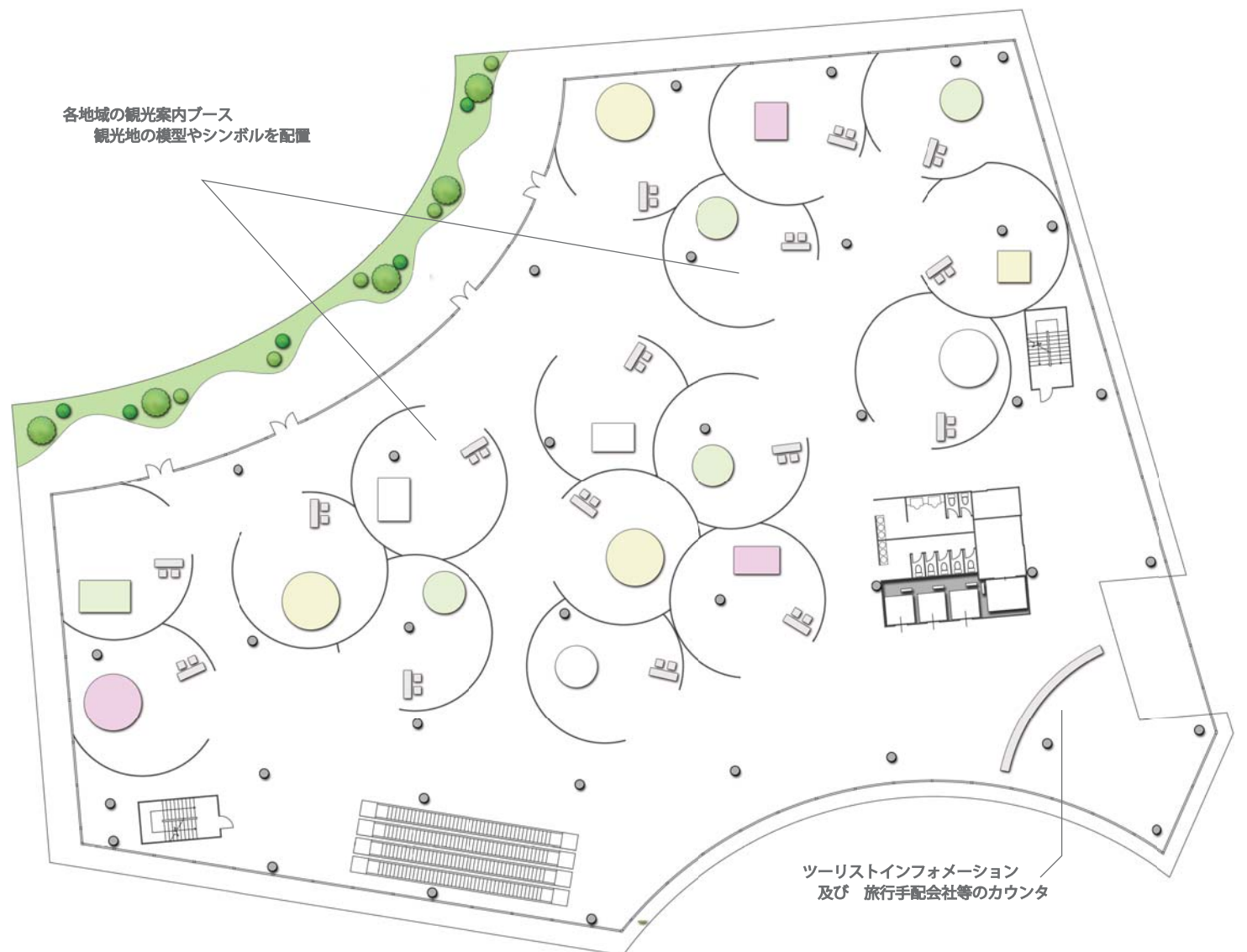
日本全国都道府県別のフードブースを作り、各地域のご当地フードを味わうことができるようにする。
イベント開催等での食事の提供だけではなく、近隣にあるオフィスビルに働く従業員等の食事の提供も可能とする。

新規フード系ベンチャー企業を立ち上げた人や、地方の企業の販売トライアルに使用できるようにする。
東京で働く地方出身者が、地元をなつかしんだり、他府県のフードを体験することにより、新規事業を展開するきっかけとなることも期待する。

▼ 3rd Floor ツーリストブース 3階 (3316 m²)

観光資源を有効に活用して、観光産業を活性化させる。入り口を一面化しないことにより、発見する楽しさを演出する。
各ブースが隠れ家のようなイメージであり、そこで紹介される観光資源（自然・文化・アート）などの情報得て、新たな観光客を増加させる。

また、海外トラベルエージェンシーの企画担当者がここを訪れて、新たな観光企画を作成するための足がかりとなるようにする。



▲ 1st Floor 大型バス駐停車・発着所 1階 (3784 m²)

従来の大型バス駐車場の機能を継続する。地方へ出発する高速バスの発着所として機能させる。
ロビーには、インフォメーションセンターやバスの予約を受注するチケットカウンターを設置してこの施設利用者の補助を行う。 待合席では、簡易なドリンクやフードを用意できる売店を設置してバスを待つ時間を過ごせるようにする。 上階へはエスカレータ及びエレベータを使用して移動する。

◀ 1st Basement Floor 地下1階

東京駅地下通路と接続することにより公共の交通機関を利用したの来館が容易にする
来館者のための受動喫煙防止のための喫煙スペースを地下に設置

従業員のスペースには、専用ロッカー・浴室・静養室・ラウンジを男女夫々に
また、売店及び、従業員専用の喫煙スペースを設置

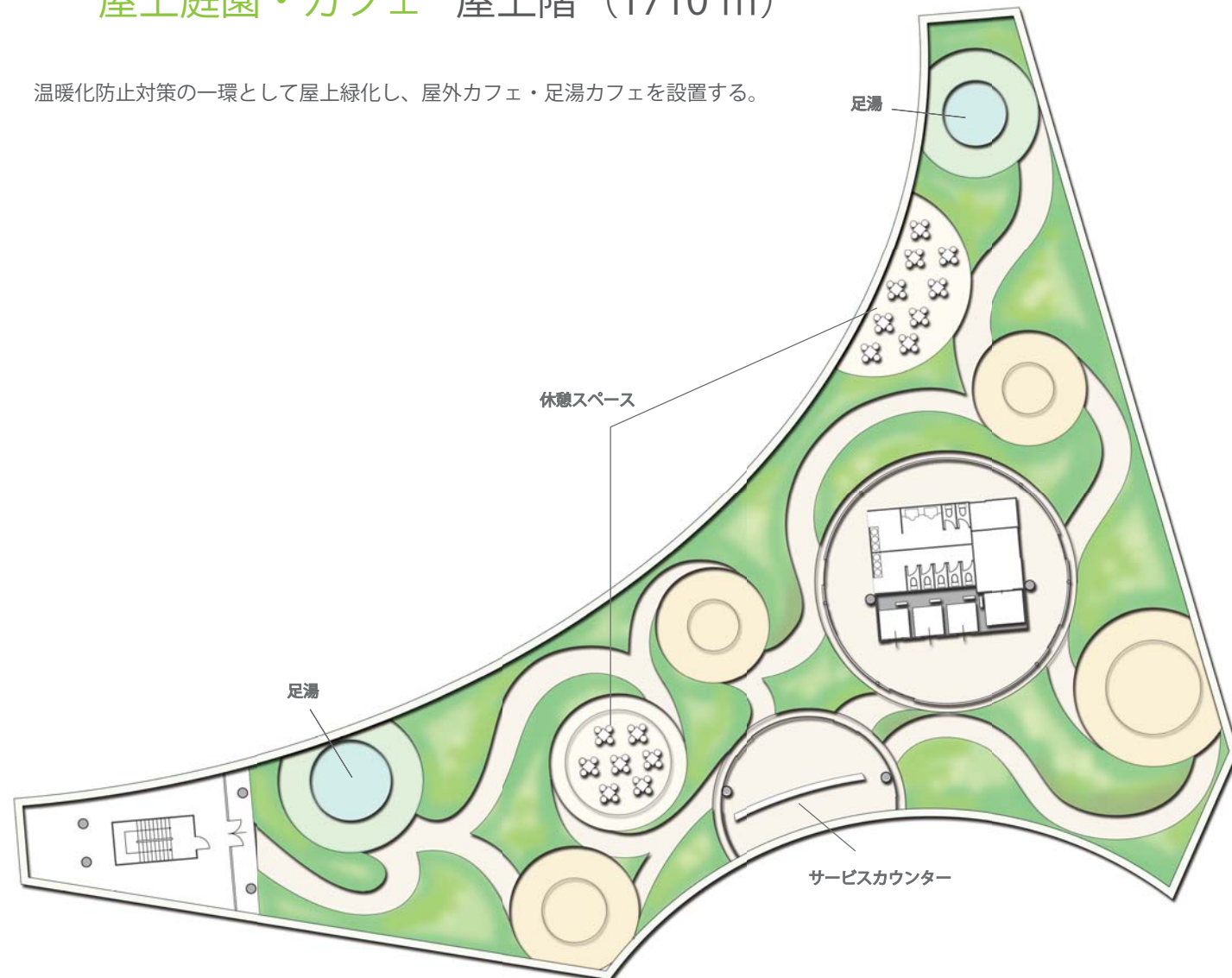
空調機械・配管等の設備一式を管理する中央監視室を設置



▼ Roof Floor

屋上庭園・カフェ 屋上階 (1710 m²)

温暖化防止対策の一環として屋上緑化し、屋外カフェ・足湯カフェを設置する。



▶ 6~7th Floor

6階 (2627 m²)
7階 (2373 m²)

地域毎のオフィス及び商談スペース

各地域別にミニ事務所を設置し、展示を切欠に商談が発生した場合の商談スペース。
商談スペースは、双方に集中力があがりて成約に結びつくことを促進させるために細かく囲ったブースを設ける。



▲ 4th Floor

産業ブース

4階 (3126 m²)

都道府県別で工業・農業・その他諸々の産業製品や・サービス等を展示して紹介する。
新規事業進出を考えている人や他の地域の人と連携して新たなビジネスを開発する。
大企業の製品を紹介するのではなく、町工場製品や品種改良にて独自の農産物を開発したものなどを紹介する。 小中学校の社会科見学の場とすることも可能にする。日本の産業を知らせて、将来の新たな他府県への就職・移住の機会を増加させ、若者の都市一極集中化を抑制していく。

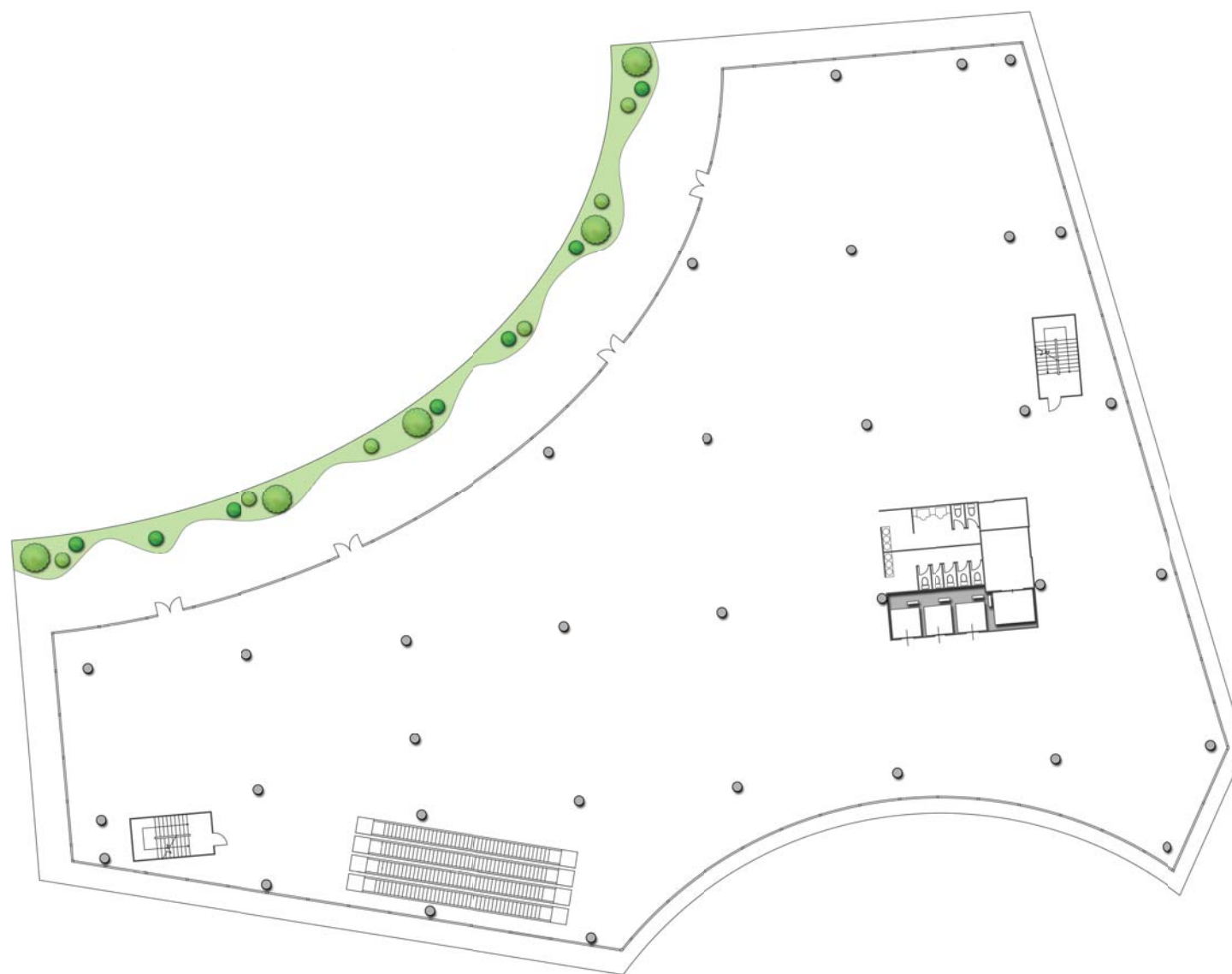
1:250



▼ 8th Floor

バー・ラウンジ・茶室 8階 (1710 m²)

ご当地のお酒やそれらをアレンジしたカクテル等を飲むことができる場所。
日本の音楽アーティストの演奏を鑑賞しながら東京の夜景を眺めて、日本各種のお酒を楽しむ。
外国人向けに日本のお茶（茶道）を体験してもらうことができる場所も一部に設置。



▲ 5th Floor

室内イベントフロア 5階 (2941 m²)

地域毎・テーマ毎にイベントを行うスペース。
例えば、全国各地域の学生を対象に展示を行い、技術を競ったり、地域共同で企画を行ったり、地域の企業と連携して開発したものを展示したり、相互関係を深めて技術発展の相乗効果を狙うことができるようにする。