

慶應義塾大学小野晃典研究会第1期

関東十ゼミ 中間発表レジメ

担当者 井川 倫士 柳川 政人

辻 要 西村 信一

「研究テーマ」

21世紀のマーケティングという冠テーマのもと、「テーマパークの未来像」を提言する

・テーマパークとは

テーマパークとは名の通り、何らかのテーマを掲げた娯楽施設のことであり、例えば、ディズニーランドではディズニーのキャラクターを中心に構成された一種の街を構成するし、サンリオピューロランドでは、サンリオのキャラクターをモチーフにされた遊戯施設を構成する。

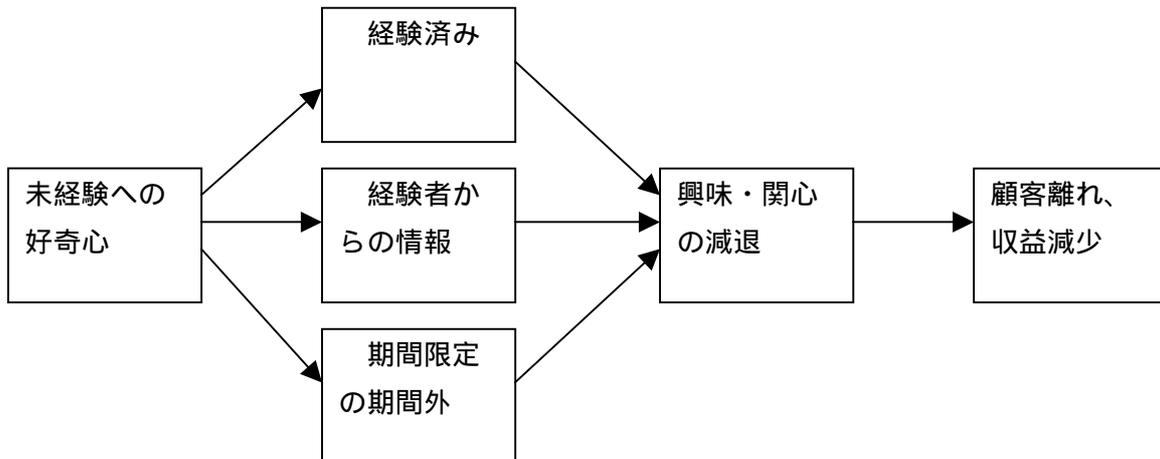
また、ワイルドブルーヨコハマは、一年中、南国の気分が味わえるプール施設であり、新横浜ラーメン博物館はその敷地全体がラーメンという1つのテーマのもとに形成されている。

このように、その敷地に足を踏み入れると、非日常的な空間を楽しめるのがテーマパークの魅力であり、全てである。よって、テーマパークは日常と切り離された特別な空間を提供する。

ここでテーマパークの現状の概念を羅列すると...

- * 一つの何らかの「テーマ」をもとに構成される
- * 膨大な敷地を擁する
- * 非日常的な空間を演出する
- * 娯楽として楽しみながら、さまざまな文化に触れることが可能
- * 人間の五感の中のいくつかのものを同時に満足させる
- * 映画やコンサートには一人でも行けるが、テーマパークにはなかなか一人では行かない。(カラオケにも一人で行く事はほとんどない。・・・カラオケとテーマパークに共通するものは?)
- * テーマパークは五感のうちの複数を同時に満たすことができる。
- * 娯楽として楽しみながら、様々な文化に触れることができる。
- * 映画やドラマの世界を“仮想”現実として体験できる。

. 現状のテーマパークの問題点～リピーターの確保が困難～



経験済み

一度体験したことにより満足し、欲求が満たされてしまう。(= 飽き)

経験者からの情報

肯定的情報...自分も肯定的な感想を持つか、という疑問

その情報に対し「自分はいいや」、という拒絶。

否定的情報...情報を認知することで、行動へ移る前に“自分は止める”と判断。

他のものへ興味に移る。

期間限定の期間外

季節外れで、次のシーズンを待たなくてはならない。...待てられない。

リピートの間隔が長すぎることに、の要因も加わることもあり、悪循環が起きる。

< インターネットで検索したテーマパークについての意見 >

参考 www.so-net.ne.jp/URA-TODAY/king/eng/2001.3.10.html

- ・ 何故テーマパークの中で売っているもの、食べ物があんなに高いのかな。「ぼっている」というのが真実である。
- ・ 非現実的なところが現実の嫌なものを一瞬でも忘れさせてくれるところが良いですね。
- ・ シーガイアの倒産なども最近の話ですが、これからの時代だからこそ夢を与えてくれるテーマパークがどんどん増えるべきなんじゃないかと思います、またそれを期待します。
- ・ 地元にも歓迎されていないテーマパークが以外と多いと聞きましたね。そんな噂のあるところへ行きたいなんて誰も思いませんよね。これからは設立する側もよく考えなければならないと思います。
- ・ ディズニーランドが一番好き。他の遊園地とかと違うのは我を忘れてどこであるかを考えることがないところ。
- ・ テーマパークは、夢があり、気持ちがわくわくするようなところがいいです。ひきつけられる魅力がないとチョット悲しいです。

- ・ つかの間だけどテーマパークで現実逃避ができる。たまにはよいと思う。でも、毎週じゃ疲れるけど、マンネリ化していて、どこも同じような気がする。
- ・ 人気のあるもの（またはイベント）は行列がすぐにできるのが嫌。
- ・ 行きたい...でも高い...
- ・ 何回か行くと、飽きてくる。
- ・ 人ごみが嫌いなので、あまり良い思い出はありません。
- ・ テーマパークに行くと日常から離れた別世界にいるような開放感がある。思いっきり楽しめるから好きです。
- ・ もう少し料金が安ければいいと思う。
- ・ これからはヴァーチャルアトラクションじゃなきゃだめでしょ
- ・ やはり、ディズニーランドは凄いと感じた。周りの建物や道路など、全てのものが現実と引き離されている。これだけ徹底されていると、驚くばかり。

TDL、USJ に共通するもの...映画の世界を仮想体験できる。

“ヴァーチャル・リアリティ”の世界

自分が空想、架空のものと認知したものを現実に体験できることへの好奇心。

(参考：カラオケ)

テレビやライブで見たり聴いたりした人物をカラオケという空間で仮想体験できる。自分もその歌手になりきることが可能。

非現実を仮想体験できることの魅力

もし、見るたびに結末の違う一本の映画があったら...

当然ながら、1つの映画には1つの結末がある。その結末の良し悪しは別として、その映画について他者に感想を言う場合、その1つのストーリーを踏まえて感想を言う。

...その映画を観る前にある程度の予備知識が出来上がってしまう。



体験後の感想にバラエティがないことの大きな原因

(公開前の映画の告知CMそのままの感想)

- * テーマパークについても、どここの部分が面白い、または逆につまらないか、といった予備知識があらかじめできてしまっている。

→ **(完全なる)未経験への好奇心**

スポーツとテーマパークの大きな違い...

- * スポーツ...一試合毎に結果が違う。その上シーズンスポーツは...

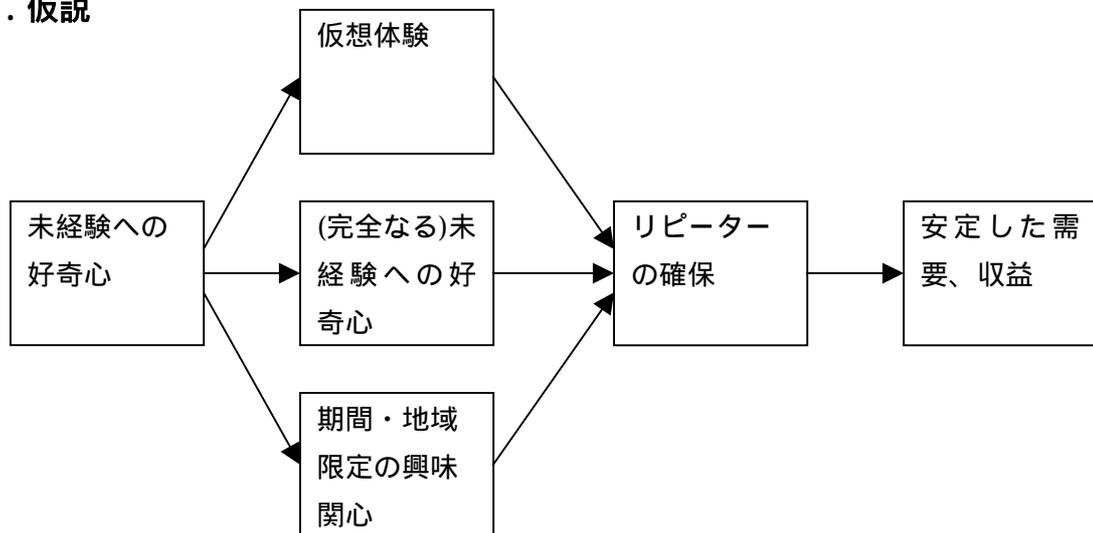
例えば、2泊3日の旅行で豊島園に行ったとする。そこで、3日間のうち毎日豊島園に遊びに行くか?...ほとんどの人はそうではない。

これがスノーボードに行った場合、同じスキー場に毎日行くのは珍しいことではない。
...なぜか？

- ・ 同じ山、同じコースでも、毎回天気やコース状況も異なる上、1 回ごとの滑りも違う。技能の上達もあるし、その回数は毎回異なる。
- ・ また、こういったものは期間が限定される。雪は冬にしか降らないし、夏しか海には入れない。その上、このようなものは特定の行楽地に行かない限り体験が不可能であり、その行楽地へのアクセスが遊園地などに比べ、比較的困難な場合が多い。
- ・ 需要の多い期間と少ない期間の収益の差 “ 稼ぎ時 ”

期間限定、地域限定に対する興味・関心の強さ

・ 仮説



開発の方向は、立地条件の良し悪し、アクセスの改善、設備の入れ替えによるプロモーションではなく、既成のテーマパークとは違う、上記の 3 点の強みを最大限に生かすことのできるテーマパークの創造を狙う。

・ 今後の研究課題

- ・ 既存のテーマパークの具体的な売り上げ、改善点の調査。
- ・ アンケート調査からみる改善点の考察
- ・ 顧客がどのようなアトラクションを求めているか、また現在のテーマパークに抱いている不満のアンケート調査
- ・ 我々がクリエイトしていこうとするテーマパークが技術的に実現可能かどうか(必要な技術があまりにも非現実的でないか。仮にそうだとすると、現段階ではどこまでが実現可能か)
- ・ テーマパークに革命をもたらしたウォルト・ディズニーの研究。(ディズニーランドがこれほどまでにヒットした理由の研究。また現在・将来に対する姿勢の研究。)