

『ディズニーランドという聖地』

能登路雅子著 岩波新書

山澤 成康

本書を買ったのは、1990年代の初めに米国に留学していた時だ。休暇でフロリダのディズニーワールドに行ったのがきっかけだ。それに先立ちアナハイムの元祖ディズニーランドにも行ったがその比ではないスケールだった。山手線の内側の1.5倍の広さを持ち、東京ディズニーランドに相当するテーマパークがいくつもあり、ホテルも数えられないくらいある。しかも、警察と司法以外の行政権はディズニー社に委ねられ、道路などは自由に設計できるという。これはただごとではないと思ひ、ディズニーについて調べるためサンノゼの紀伊国屋書店で買った。今でも7ドル10セントという値札が貼ってある。

能登路雅子氏は東京ディズニーランドの開園プロジェクトに直接関わっている。ディズニーランドの人気の理由について、なるほどと思った記述は、このテーマパークが映画に基づく発想で作られているということだ。ディズニーランドには入口が一つしかない。お客さんの利便性を考えれば、複数の入り口があった方がよい。ディズニーランドが単なる遊園地ではなく、映画のようにあるストーリーに沿った体験をする場所であることを表している。東京ディズニーランドに入ってすぐのところに、ワールドバザールと呼ばれる一角がある。このエリアの建物の1階は通常の8分の7、2階は8分の5、3階は8分の4である。「強化遠近法」と呼ばれる技法で、実際よりも建物が高く見える。また、映画のセットの技法を使い、新しいものを古く見せる技術（エンジグ）で、歴史的建物の現実感を増している。

ウォルトディズニーの生い立ちや、各アトラクションの解説などもある。ウォルトディズニーがミズーリ州の出身であることを知れば、なぜ蒸気船が頻繁に登場するのかがわかる。「カリブの海賊」「ジャングルクルーズ」「イツアスモールワールド

ド」などに関しては、本書を読んで乗れば、楽しみは増えるだろう。

本書を繰り返し読んでるのは、大学の授業で使っているためでもある。ゼミ活動の一環として、学生にディズニーランドの人気の秘密を研究させ、学園祭で発表している。ディズニーランドは、キャラクター、アメリカ文化、財務分析、観光産業、ホスピタリティなどさまざまな切り口で分析できるが、本書は基本文献である。大学でディズニーをテーマにして授業を始めてから10年ほどになるが、今年は特に盛り上がった。東京ディズニーランドが2013年4月に30周年を迎えたためだ。当初、この大規模なプロジェクトは成功するかどうか疑われていたが、入場者数は徐々に増え、第2テーマパークのディズニーシーも軌道に乗った。今年に入って株価は最高値を更新、来場者数も史上最高に迫っている。

本書で触れてない東京ディズニーランドの強みはサービスの良さだ。2011年の東日本大震災では、アルバイトを含めた従業員の対応の良さが称賛された。米国やパリ、香港のサービスも悪くない。しかし、東京ディズニーランドのサービスには日本の「おもてなしの心」に通じる良さがある。オリジナルは米国だが、その発展のさせ方は独自のものがある。

タイミングの良さも、成功の理由の一つだ。東京ディズニーランド開園は、1983年。当時の内閣総理大臣は中曽根康弘、米国大統領はロナルド・レーガンである。為替レートは200円台だが、株価は1万円程度で今と変わらない。1983年は、内閣府の「生活による世論調査」で、「レジャー・余暇・生活」が今後力を入れたい分野の1位に初めてなった年だ。国民の意識変化と開園のタイミングがぴったりだった。1973年開園なら直後にオイルショックが襲ったし、1993年開園ならバブル崩壊の影響をまともに受けた。

景気循環論的にもタイミングよく開園している。東京ディズニーランドの開園は1983年4月だ。景気の谷は1983年1月で、まさに拡大期に開園している。東京ディズニーシーの開園は2001年9月。景気の谷は2002年1月なので、これもタイミングがよかった。その後長い景気拡大期が続いた。前にずれれば、金融システム不安、後ろにずれればリーマンショックの影響を受けていただろう。

このビジネスモデルを他に応用できないのかと考えることもある。しかし、なかなか難しい。結局、巨大な資本や、ミッキーマウスという超強力なキャラクターが不可欠だということなら、ちょっと寂しい。

(やまさわ なりやす 跡見学園女子大学教授)