

商いの新しいものさし

(株)商い創造研究所
代表取締役

松本
大地

第90回

「ランド」と「富士急ハイランド」と「東京ディズニーランド」の2つのエンターテインメント施設を訪れた。東京ディズニー・ランド（TDL）、東京ディズニーシー（TDC）を東京ディズニーリゾート（TDR）として運営するのは株式会社東京ディズニーリゾートで、年間入园者数は約465万3千人で、売上高は465億3億円と日本エンターテインメント産業のトップ企業に君臨する。テーマパーク・遊園地業界全体での市場規模が約6500億円、入場者数が約800万人とされるので、いかにTDRの数字が突出しているかがわかる。

仮囲いもアトラクションに
変えるディズニーマジック

TDRは来場者が増えて過ぎて生じる混雑、待ち時間の増加が課題となつてゐる。1983年に開園したTDRの生誕35周年といふこともあり、5月の平日でも混雑は閉園時間まで続いた。

転写すると、小さな転写用紙の上に、2つゲストに持たせて、シーキューマウズの形をつけて撮影だけでも行列ができる。キャストに当たるもしくは誕生日が近いことを告げると、シールで名前とイラストを描いてくれるサービスもある。

量は数字で表される結果だが、質は数字で表れない運営力が大きくなり、常にハードとソフトに投資をし続け、提供されるサービスの高さがTDRの絶対価値である。

一ルでは、グループで同じ衣装を着て撮影する光景を目にする。
接待客をするギャストも、ゲストの満足度を向上させねばスピーランディのギアを上げていた。感心したのは写真スポットでの小道具の提供。大き

翌日に訪れた富士急ハイアーランドは、若者からアーリーまでが気軽に樂しませる1961年に開園したロングセラーの遊園地。世界最速、世界最長、世界最大の落下角度といつた絶叫マシンと呼ばれ

価値をつくりだす努力があつてこそ、リピーターの醸成や日本一の数字がつくれられていると感得し

富士急ハイランドは田舎
常と弄田舎の間にある肩
ひじ張らないでミューーズ
メント体験が絶対価値で
あり、無料化によりそれが
に気軽に立ち寄る日常性が
が高くなる。エンターテー
インメント事業には入場
料以上に収益を支える柱
として「グッズ」「パーク」
ホテル事業が要になる。
富士急ハイランドの売
り場はTDRのようなテ

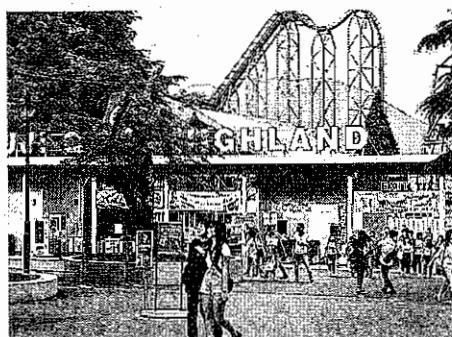
も、地元密着の地域産品が多くの地域共生型である。日常に垣間見えるジュアルさといったジョンがTDRとの明確な区分けだ。2013年に富士山が世界文化遺産に登録され、富士急ハイランド周辺には訪日外国人が数多く訪れ、街を歩くべく翻訳が外国人でないかと感じた。周辺には神社や寺、名所・史跡、常設展示館など、多くの観光施設が並んでいた。

つ時代、SNSでお客が販促をする時代、承認欲求が高まる時代、訪日外国人が20年には4000万人と予測される時代。常に観察眼を鍛えていると必ず発見やひらめきが訪れる。幸せの想像力が豊かな人は、良い幸せの創造力が生まれ、そこから未来像がつくれられるからだろう。

は行列に並び続ける。それでもゲストは積極的に身をゆだねて樂しい体験を探し出す。35周年用にペインティングが施された工事現場の仮囲いも導真スポットになり、ポップでカラフルな写真が撮れるトイカメラ映えのスポットの宝庫となつたトウントンタウンのシティホールでは、グループで同じ衣装を着て撮影する光景を目にすることがある。接客をするヤクスト

り、シールを貼ったグーストを見かけるとキャストが誕生日おめでとうといふ声を掛ける。
まだ、至る所でペフォーマーが踊りや演奏をす るといったゲリラ的なパフォーマンスを多く目にしたのも、工事でアトラクションが少ない、混雑で待ち時間が長く多くのライドに乗れないことを解消しよいかついだらけ。園内を舞台と考えて、かくてショートヒルズ非日常体験

る遊具から、子供に大人気のトーマスランドまで約40機種のアトラクションを備えたレジャーランド施設だ。今年の7月中旬より、大人1500円、小人900円の入園料を無料にすると発表した。好調時に入園料を引き上げるのではなく、無料にする理由は自らの利益や競合との勝負負けに終始する。何のための企業活動であるのかという視点が抜け落ちるからだ。



正義の精神を發揮するには何十
七八年

跡などの強力な集客コンテ