

超自然主義の世界観がディズニーの経済行動に与える影響

慶應義塾大学 経済学部 三年
梶原知海、高橋
憲太朗、田中将之、伴麻奈美

1.概要

私たちは東京ディズニーランドに焦点を当て、そこからアミューズメント業界を経済学的に研究した。ディズニーランドは非日常空間を創り上げる徹底的な演出などで成果を上げてきたと言える。私たちはその非日常的空間であるディズニーランドにおいて経済活動を行う人々に「超自然主義」という共通の世界観があると仮定し、この世界観を持つ人はディズニーにより活発的な経済活動をしているのではないかと仮説を立てた。そしてアンケートを採り分析をした結果、30代から50代対象の分析ではかなり強い正の相関が見られた。人生経験を積み自らの世界観が強固になりつつある30代以上で正の相関が見られたことは、超自然主義とディズニーの経済行動の相関関係の裏付けになるだろう。今回はあくまでも相関関係を確認したに過ぎないが、さらに研究を進めることで超自然主義の世界観から、アミューズメント業界の経済発展を計画することが可能になると考える。

2.序文

日本で最も来場者数が多く、人気のあるアミューズメント施設とは何か。この質問に多くの人が「東京ディズニーリゾート」と答えるだろう。年間の来場者数は2700万人を超えており、そのうちの95%がリピーターである。2011年、東日本大震災があった年でさえ、来場者数を伸ばし、アミューズメント業界では1人勝ちと言える。それでは、なぜ東京ディズニーリゾートがこれほどまでに人気で、来場者数を伸ばし、高い売上を記録しているのか。そこには、キャストと呼ばれる従業員たちへのしっかりとした教育や、アトラクションの面白さなどがあげられるであろう。また、「マーチャンタインメント」と呼ばれる、エンターテインメントを購入に結びつける戦略で、徹底的に裏方を見せずショーとしてパーク全体を演出している。パークはその作り自体にストーリー性を内包しているが、それにより二次元の映像の世界を三次元で体験することが可能になった。そもそもそこで表現したいコンセプトとして、東京ディズニーランドは「夢と魔法の王国」、ディズニーシーは「冒険とイマジネーションの海」を掲げている。そんなディズニーのコンセプトを元に、我々は「超自然主義」という世界観がディズニーでの消費行動と関係しているのではないかと考えた。超自然主義とはは現実主義の対義語と言えるもので、「哲学・宗教学などで、理性では説明のつかない事象の存在を認め、これを自然的な力や神の啓示・奇跡などによって説明しようとする立場」(コトバンク：<http://kotobank.jp/word/%E8%B6%85%E8%87%AA%E7%84%B6%E4%B8%BB%E7%BE%A9>)である。また、世界観とは「ひとつの人々の集団が生活を秩序づけるために用いている、現実の性質に関しての認識、感情、判断に関する、基礎的な仮定と枠組み」(Hiebert,2008)である。この世界観をより強く持っている人はそうでない人に比べ非日常的な空間に憧れを抱き、東京ディズニーリゾートの雰囲気惹かれ、何度も足を運び、消費活動をするのではないかとという仮説を立てた。もしディズニーでの経済行動の度合いにある世界観が影響を与えている可能性を確認できたら、ディズニーの人気の秘密に新たな切り口を与えることができるだろう。そして、

他のアミューズメント施設、いや、日本全体の観光の活性化に一役買えるのではと考えた。それは、中国や韓国からの観光を一大事業とするこれからの日本にとって有用な研究と成り得るだろう。この仮説の重要性は東京ディズニーリゾートだけではなく、現在低迷しているアミューズメント業界全体の経済発展の可能性を、人々の世界観から予測できるようになるということである。

3.研究方法

研究はまず、東京近郊の大学生を中心にアンケートをとった。理由としては、1つ目に学生ならば短期間で多くの標本数を得られるからである。2つ目に時間に余裕のある学生ならば、ディズニーランドやディズニーシーなどに時間をかけられると考えたからである。学生へのアンケートは、より多くの回答を得るために、googleのサービスを利用し、ネットをとった。また学生と比較するために中年層にも多くのアンケートをとった。学生と中年層を比べることで、その結果がある年代に偏ったものではなくなった。中年層にも大学生と同様にネットでも聞いたが、ある中学校教諭の協力を得て、ひとつの中学の教員から紙媒体での回答を多数得ることが出来た。他には私塾に通う小中学生の母親や父親からも多くの回答を得られた。学生から192、中年層から74の計266の回答を得られた。

アンケートの項目は、超自然主義を有しているかどうかを問うもの（説明変数）と、ディズニーに関するものに費やす時間量や金額を問うもの（被説明変数）、計12の項目からなる。質問は付録として6ページに記載した。

質問票の変換方法は、数字のものはそのまま用いたが、言葉で聞いたものは数値に変換する必要があった。ここでの数値は、数値が大きければより超自然主義的傾向が強いと判断できるものにした。まず、質問1, 2, 3は、全く信じないを0、かなり信じるを10として1から10の好きな数字を選んでもらった。

質問4では、自分で買ったお守りを持ち歩いて居るを10点、他人にもらったお守りを持ち歩いて居るを5点持ち歩いていないを0点で換算して計算した。質問10では、7つの選択肢から当てはまるもの全てを選んでもらい、雰囲気を5点、その他を1点として換算し、合計した。基本的にはより好きなどころが多い人はディズニーでの消費活動も激しいと考えての数値化である。質問12では、一つも見たことないを含めた15の項目から当てはまる物を全てを選んでもらい、それぞれ一点として数を合計した。

4.結果と考察

結果として、全体では4つ、30代から50代において多数の正の相関が見られた。具体的な質問の組み合わせと、係数、P-値は以下の表に示した。またここで、ヘビーユーザーほど一度に使う金額は低いのではないかという仮定を元に、質問8と9をかけ合わせて過去一年でディズニーランドに使った金額を求めて、被説明変数の質問に追加した。

<表1 全体における単回帰分析の結果、有意性が高かったもの>

質問の組み合わせ	係数	P-値	質問の組み合わせ	係数	P-値
6-9	0.149653	0.012555	金額-2	0.000025	0.011032
金額-1	0.000024	0.0101660	金額-6	0.090985	0.000888

<表2 30代以上における単回帰分析の結果、有意性の高かったもの>

質問の組み合わせ	係数	P-値	質問の組み合わせ	係数	P-値
1-7	0.19188	0.0439	5-1 2	0.53082	0.03064
1-9	545.512	0.01461	6-8	4.6E-05	0.06923
1-1 1	0.173	0.0994	6-9	0.14639	0.001
2-7	0.25086	0.00396	6-1 0	6.2E-05	0.04037
3-7	0.25347	0.0034	金額-1	2.45E-05	0.042576
5-9	1036.76	0.01375	金額-2	2.34E-05	0.074056
5-1 0	0.53775	0.05506	金額-6	0.163207	0.005732
5-1 1	0.32896	0.09631			

以上の結果より、超自然主義の世界観がディズニーでの経済行動に影響を与えているという仮説がある程度正しかったと言えるだろう。特に30代から50代において強い正の相関が見られたが、理由として、学生と比べ余暇に限られるにも関わらず幅広い趣味を持つ可能性が高い社会人が、貴重な休みディズニーランドに行くという決定をするということは、それほどディズニーへの愛があり、ディズニーを人並み以上に求めているという可能性が考えられる。さらに、雰囲気が好き、と回答する人ほどより多くお金をつぎこみやすいのも社会人の特権であることも理由の一つと考えられる。

また、問6：これまで占いにいくらお金をかけましたか、という質問ではどの年代でも何らかの被説明変数と相関が見られたが、これはなぜかを考察した。まず考えられるのは、アンケートの失敗である。「これまで」という質問方法にしてしまったが、年に一度のおみくじや月額350円ほどの携帯サイトへの登録など、持続的サービスの正しい換算方法を考えていなかったため、正確な値を調べられていないという問題点が発生した。他に、占いの質問が別の質問より優位な点に、消費活動という共通点がある。1から6の質問の内、金額で測った説明変数の質問は他にないため、この質問が唯一ディズニーでお金を払うこととの相関関係を調べやすかったとも予想される。

5.結論

「超自然主義の度合いが強いほどディズニーに関する消費活動が活発である」という仮説を立て、アンケート調査によって検証し、仮説と整合的な結果を得た。特に30代以上ではかなり仮説通りの結果が得られたことは研究の仮説がある程度は正しかったことを示唆している。今回はディズニーリゾートと、その目指す雰囲気と整合する世界観の超自然主義に限定してしまったか、アミューズメント施設を中心とした日本経済活性化のための方策として、世界観へのアプローチを挙げられるだろう。主に30代以上をターゲットに、さまざまな世界観への質問をし、それを刺激する商品を作れば、消費の活性化も望めるだろう。将来的な課題として、今回は学生が192、中年層が74のサンプル数であり、かなり世代が偏った中でも世代間で大きな違いが得られたため、さらなる研究のためにはより広い年齢と環境の人にアンケートを採る

ことが必要だろう。また、占いの質問方法の欠点を見つめ直し、より洗練された質問にすることも今後の研究に役立つだろう。

6.参考文献

速水健朗(2012)『都市と消費とディズニーの夢ーショッピングモライゼーションの時代』
栗田房穂(2013)『一時間でわかる 図解ディズニーの経営戦略はやわかり』
鈴木大拙 (1972)『日本的靈性』 岩波文庫

付録: 質問票

1 あの世を信じますか？

(全く信じない)1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (かなり信じる)

2 天国を信じますか？

(全く信じない)1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (かなり信じる)

3 地獄を信じますか？

(全く信じない)1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (かなり信じる)

4 現在お守りを所有していますか？

- ・持ち歩いている(自分で買った)
- ・持ち歩いている(他人からもらった)
- ・持ち歩いていない

5 過去一年でパワースポットに何回いきましたか？

(パワースポットの定義はおまかせします)

回

6 これまで占いにいくらお金をかけましたか？

円

7 過去一年間ディズニーランドに行っていないとして、一ヶ月休暇がとれたら、あなたは何回ディズニーランドに行きますか？

(バイトや仕事などの拘束は一切ないものとします)

回

8 過去一年間に何回ディズニーランドに行きましたか

(7、8において両方0の人は13へ)

回

9 ディズニーランドに行って、チケット以外でいくら使いますか？

円

10 ディズニーランドのどんなところが好きですか？

・雰囲気 ・アトラクション ・商品 ・ごはん ・キャラクター ・パレード ・ショー ・その他

11 ディズニーリゾートにおいて、テーマランドの名前をいくつ言えますか？

ex) トゥーンタウン

個

12 下記のディズニー映画をいくつ観たことがありますか？

・白雪姫 ・シンデレラ ・リトルマーメイド ・ヘラクレス ・101匹わんちゃん ・トイストーリー ・ダイナソー ・アトランティス~失われた帝国~ ・カーズ ・パイレーツオブカリビアン ・メリーポピンズ ・チキンリトル ・ムーラン ・ターザン ・1つも見たことがないトイストーリー

13 性別をお答えください

14 年齢を教えてください

・10代以下

・20代

・30代

・40代

・50代

・60代以上