

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 3年
梶原知海、高橋憲太郎、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、東日本大震災が起こった年でさえ、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買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、現実の性質に関する認識、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だけでなく、日本全体の観光の活性化に役立てることができるのではないかと考えた。それは、観光業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行った。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費やせ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、インターネットで行った。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採った。学生と中年層を比べることで、その結果が、特定の年代に偏ったものではなくなったと言える。中年層にも大学生と同様にインターネットでも聞いたが、知人の中学校教諭の協力を得て、ある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父母からも多くの回答を得られた。最終的に学生から192、中年層から74の計266の回答を得ることができた。

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5~6ページに記載した。

質問票の数値については、数値解答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した。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。具体的にはまず、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いる」を10点、「他人にもらったお守りを持ち歩いている」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、合計を計算した。基本的にはより好きなと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、15の項目から当てはまるものを全て選んでもらい、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、説明変数と被説明変数それぞれの組み合わせのうち、5つで仮説通りに有意な結果が見られた。表1で、 x_1 とは世界観変数と被説明変数、 x_2 は20代以下を1とし30代をベースとしたダミー変数、 x_3 はダミー変数と世界観変数をかけ合わせた交差項についての結果を示す。

表1より、特に30代以上の回帰分析では我々の「超自然主義の世界観を持つ人はディズニーに関する消費活動をより行う傾向にある」という仮説通りに全てが有意であると言える。なぜなら、 x_1 のP-値が0.1以下であり、係数が+であるからである。

また、 x_2 のP-値が0.1以下、係数が正の値であることから、切片の値がわかる。これによると、世界観変数の影響を受けないとき、30代以上と比較して20代以下はよりディズニーに関する消費活動をすると言える。つまり、20代以下の方がディズニーを好む傾向にあると言える。

さらに、 x_3 を x_1 と見比べると、全ての組み合わせで x_1 の係数+ x_3 の係数が負の値になる。しかしこれは、それぞれの標準誤差と見比べたとき、この負の値は誤差範囲に収まるので、傾きはほぼ0である。つまり、20代と比較し30代の方がより超自然主義の世界観の影響を受けてディズニーでの消費活動を行うが、20代以下ではあまり世界観の影響を受けずにディズニーでの消費活動を行うと言える。

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特に 30 代以上で実際に見られる傾向であったと示された。なぜ 20 代以下よりも 30 代以上で仮説通りに有意であったのか、理由としては 2 つ考えられる。1 つ目に、世界観の固定が考えられる。年齢を重ねた 30 代以上のほうが様々な世界観を取捨選択し、その世界観に従って行動もするようになってくるというものである。表 2 の説明変数の標準偏差より、平均が全て 30 代以上の方が高いことから、30 代以上の方が超自然主義の傾向にあると言えるだろう。2 つ目に、学生と比べ余暇が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、貴重な休みをディズニーランドへの時間や趣味に費やすということは、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。

<表 1 ダミー変数と交差項を用いた単回帰分析の結果、仮説通りに有意だったもの>

説明変数	被説明変数		係数	P-値
1: あの世を信じますか	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?	x1	545.512	0.004573
		x2	7152.76	0.005129
		x3	-1092.18	0.002551
3: 地獄を信じますか?	7: 過去 1 年間ディズニーランドに行っていないとして、1 ヶ月休暇がとれたら、あなたは何回ディズニーランドにいきますか?	x1	0.257	0.010
		x2	1.488	0.022
		x3	-0.286	0.029
5: 過去 1 年でパワースポットに何回いきましたか?	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?	x1	1036.757	0.004191
		x2	1462.061	0.072078
		x3	-1776.78	0.002081
5: 過去 1 年でパワースポットに何回いきましたか?	10: ディズニーランドのどんなところが好きですか?	x1	0.538	0.043
		x2	2.831	0.000002
		x3	-0.600	0.036
5: 過去 1 年でパワースポットに何回いきましたか?	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?	x1	0.531	0.028
		x2	2.693	0.000
		x3	-0.763	0.047

<表 2 説明変数と被説明変数の平均と標準偏差を年代ごとに比べたもの>

世代	説明変数	平均	標準偏差	被説明変数	平均	標準偏差
20	1 : あの世を信じますか	4.506	3.118	9 : ディズニーランドに行 って、チケット以外でい く使いますか？	5944.771	4772.802
30		5.823	2.973		5217.221	6012.21
20	3 : 地獄を信じ ますか？	3.02	3.178	7 : 過去1年間ディズニ ーランドに行っていないと して、1ヶ月休暇がとれた ら、あなたは今回ディズニ ーランドにいけますか？	1.772	3.053
30		4.48	3.1785		1.585	2.591
20	5 : 過去1年で パワースポ ットに何回い きましたか？	0.452	1.019	9 : ディズニーランドに行 って、チケット以外でい く使いますか？	5944.771	4772.802
30		0.808	1.545		5217.221	6012.21
20	5 : 過去1年で パワースポ ットに何回い きましたか？	0.452	1.019	10 : ディズニーランドのど んなところが好きですか？	7.860	3.490
30		0.808	1.545		5.722	4.177
20	5 : 過去1年で パワースポ ットに何回い きましたか？	0.452	1.019	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？	5.981	3.433
30		0.808	1.545		4.072	3.444

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 代以上で強く仮説通りの結果が得られたことは、研究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が、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、今回の研究の結果を役立てられると考える。具体的には 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、更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と考える。また、占いの質問方法の欠点を分析し、より洗練された質問にすることも今後の研究に必要であると考えられる。

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』
粟田房穂(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1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1年間ディズニーランドに行っていないとして、1ヶ月休暇がとれたら、あなたは何回ディズニーランドにいきますか？

(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1年間に何回ディズニーランドに行きましたか

(⑦⑧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か言えますか？

ex) トゥーンタウン

個

⑫ 下記のディズニー映画をいくつか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 ・トイストーリー・1つも見たことがない

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