

2019年1月

ディズニーによるホスピタリティの効果

経営学部 経営学科 石塚ゼミ

B5R11020 宇野かれん

卒業論文概要

世界でその名を知らない者はいないと言っても過言ではない「ディズニー」。アニメーションの部門から躍進したディズニーだが、現在では、テーマパークを世界に持ち、絶大な人気を博している。そんなディズニーのテーマパークは 1983 年に日本にも上陸した。それが「東京ディズニーランド」である。この東京ディズニーランドは、日本のオリエンタルランド社が誘致しディズニー社とライセンス契約を結び、運営している。2001 年には東京ディズニーシーがオープン。その一帯を「東京ディズニーリゾート」とし、入場者数が年間 3000 万人を超える人気テーマパークとなった。

本論では、東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、東京ディズニーリゾートの歴史とホスピタリティについて知り、世界でも高い評価を誇る東京ディズニーリゾートのホスピタリティについて解析する。

ディズニーのホスピタリティはハード面とソフト面に分けることができる。ハード面では、アトラクション、ショーやパレード、空間や環境に施されたホスピタリティについて、ソフト面では、キャスト(パークの従業員)たちにおける行動基準と、モチベーション維持の方法について解析する。これらのホスピタリティはすべて、ディズニーの創始者であるウォルト・ディズニーの「全ての人にハピネスを与えたい」という願いから創り上げられているのだ。

私は、ディズニーのホスピタリティは集客に大きな影響を与えていると考える。新アトラクションの設置や、新イベントの開始も集客には大きく影響を与えているが、これらも、ゲスト(パークのお客様)へハピネスを与えるための 1 つなのだ。そのため、東京ディズニーリゾートのホスピタリティは常に進化し続ける。

東京ディズニーリゾートは、開園以来、日本のテーマパークにおける年間入場者数のランキングで常に一位を取っており、そのリピート率は 95%を超えていると言われている。入園料も、開園当初の倍近くまで値上げされてきたが、入場者数は 20,167,000 人も増えている。(2017 年のデータ)さらに、海外でも東京ディズニーリゾートのホスピタリティの質の良さは有名で、海外からのゲストの入園者数は 2010 年と比較すると、2017 年は 3 倍近く伸びているのだ。

ディズニーのホスピタリティの向上は、さらなる集客につながり、多くの人にハピネスが与えられることを意味するのだ。