

# ディズニー・テーマパーク —世界—人気のあるテーマパークとしての観光地—

西川 愛

## 1. なぜディズニー・テーマパークなのか

現在、世界には大きく分けて5つのディズニー・テーマパークがある。2014年、Themed Entertainment Association (TEA) と AECOM によって発表された世界のテーマパークグループの入場者数ランキングによると、これら5つのディズニー・テーマパークを運営するウォルト・ディズニー・アトラクションズは、2位以下を大きく引き離し世界第1位となっている。

このランキングからわかるように、ディズニー・テーマパークは世界的な観光地として人気を集めている。ディズニーの創設者であるウォルト・ディズニーが最初にカリフォルニアにつくったディズニーランドは、既存の遊園地の概念には当てはまらない、革新的なテーマパークであった。そのため、ディズニー・テーマパークが現在の成功を収めるまでには、それに携わる人々のさまざまな苦難と努力があった。ウォルト・ディズニーの有名な言葉に、「ディズニーランドは永遠に完成しない。世界に想像力がある限り、成長し続けるだろう」というものがある。この言葉の通り、世界のディズニー・テーマパークの数は現在も増え続けていて、また、既存のディズニー・テーマパークも、人々に愛され何度も訪れてもらえるように、常に創意工夫を凝らし発展し続けている。

このことを踏まえて、本論文でディズニー・テーマパークを対象とする目的は2つある。1つ目は、ディズニー・テーマパークが世界的に人気であることにはどのような理由があるのかを知ること、これからのテーマパーク、ひいては観光において重要な概念が何かを考えるということだ。そして2つ目は、開園してから50年以上経った現在でも人々に愛され続けているディズニー・テーマパークが、具体的にどのような努力をしたり工夫を凝らしたりしているのかを知ること、テーマパークや観光地が存続できる方法とは何かを考えることである。

現在、世界的に見て観光は一大産業となっている。日本でも、2008年に施行された観光立国推進基本法に基づき、2012年に観光立国推進基本計画が閣議決定された。この計画では、訪日外国人旅行者数を2020年初めまでに2500万人とすることを念頭に、2016年までに1800万人にすることや、訪日外国人消費動向調査で測られる訪日外国人旅行者の満足度を、2016年までに「大変満足」と回答する割合を45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%とすることなど、観光立国の実現に関する様々な目標が掲げられている。本論文でディズニー・テーマパークを対象とし、その成功の秘訣を知ること、これからの日本の観光、特に国際観光がよりよくなっていくにはどうすればよいのかについて考える一つの契機にしたい。

## 2. ディズニー・テーマパークの概要

### 2.1. それぞれのディズニー・テーマパーク

前節で述べたように、現在世界には大きく分けて5つのディズニー・テーマパークがある。以下では、この5つのテーマパークの詳細と特徴を挙げる。

(1) 1955年開園 ディズニーランド・リゾート（カリフォルニア：アメリカ）

ウォルトが唯一完成を見届けた最初のディズニーランドである。1955年開園の「ディズニーランド・パーク」と2001年開園の「ディズニー・カリフォルニア・アドベンチャー・パーク」から成る。

(2) 1971年開園 ウォルト・ディズニー・ワールド・リゾート（フロリダ：アメリカ）

1971年に開園し、東京ディズニーランドのモデルになったといわれる、「マジックキングダム・パーク」、未来都市をイメージした1982年開園の「エプコット」、映画の世界をテーマとし、1989年に開園した「ディズニー・ハリウッド・スタジオ」、250種、1,700匹以上の動物が暮らす、1998年開園の「ディズニー・アニマルキングダム」、1995年に開園した、溶けかけたスキーリゾートがイメージのプール、「ディズニー・ブリザード・ビーチ」、そして、1989年に開園した、台風が過ぎ去った後の南国の海という設定の「ディズニー・タイフーン・ラグーン」の6つのエリアで構成されている。

(3) 1983年開園 東京ディズニーリゾート（千葉：日本）

アメリカ国外では初となる、1983年開園の「東京ディズニーランド」、海を主題とし、2001年に開園した「東京ディズニーシー」から成る。

(4) 1992年開園 ディズニーランド・パリ（パリ近郊：フランス）

1992年開園の「ディズニーランド・パーク」と、映画をテーマにした、2002年開園の「ウォルト・ディズニー・スタジオ・パーク」の2つのエリアで構成されている。

(5) 2005年開園 香港ディズニーランド（香港：中国）

他のディズニー・テーマパークと比べ面積が小さいこともあり、単一のエリアとなっている。

これら5つに加え、2015年には新たに上海ディズニーリゾートが開園する予定である。

### 2.2. ディズニー・テーマパークの入場者数

2013年の世界のテーマパーク入場者数が、Themed Entertainment Association (TEA) と AECOM の共同発表によって明らかになった。5つのディズニー・テーマパークを入場者数が多い順に並べると、次のようになる。

テーマパーク名	成長率(前年比)	入場者数
ウォルト・ディズニー・ワールド・リゾート(フロリダ：アメリカ)	2.6	54,235,000
東京ディズニーリゾート(千葉：日本)	13.6	31,298,000
ディズニーランド・リゾート(カリフォルニア：アメリカ)	5.5	24,716,000
ディズニーランド・パリ(パリ近郊：フランス)	-6.9	14,900,000
香港ディズニーランド(香港：中国)	10.4	7,400,000

この表から、いくつかのことは見て取ることができる。まず、ディズニー・テーマパークの中で最も多い6つのエリアを持つ、フロリダのウォルト・ディズニー・ワールド・リゾートが、やはり最も入場者数が多いということだ。その中でも「マジックキングダム・パーク」は、全世界のテーマパークの中でも入場者数第1位を誇る。次に、東京ディズニーリゾートが安定の人気を集めていることだ。世界のテーマパーク入場者数ランキングで「東京ディズニーランド」が第2位、「東京ディズニーシー」が第4位と、それぞれ人気が高い。一方で、ディズニーランド・パリは、ディズニー・テーマパーク内で唯一、成長率がマイナスの値になっている。このディズニーランド・パリについては、今年、運営会社のユーロディズニーに対して10億ユーロ（約1360億円）にも上る財政支援を行うことが発表されたばかりである。

東京ディズニーリゾートとディズニーランド・パリは、どちらもアメリカ国外にあり、そのテーマパーク数が2つと同じであるにも関わらず、明暗がはっきり分かれているように思われる。次の節では、その東京ディズニーリゾートとディズニーランド・パリについて詳しく見ていく。

### 3. ディズニーランド・パリの失敗と東京ディズニーリゾートの成功

1992年に開園したディズニーランド・パリは開園前、その周りの人口密度が高いこと、またヨーロッパ人は、アメリカ人以上に長い休暇をとる習慣があることから、ディズニー社の社員の間では、繁栄することが確実視されていた（能登路 1998: 235）。しかし、開園したその月こそ客足がよかったものの、翌月には客足が鈍ることとなった（中島 2014: 1）。実は、ディズニーランド・パリの開園前から、このような事態が予測されていなかったわけではない。アメリカ式テーマパークの進出に対する抵抗感をもつ一部のフランス人たちによって、ディズニーランドのフランス進出は「文化のチェルノブイリ」であると警戒されていた（能登路 1998: 235）。

一方、ディズニーランド・パリより前の1983年に開園した東京ディズニーリゾートの場合は、全く逆の状況であったと言ってもよい。当時、ディズニー社は海外展開に消極的で、最終的には東京へのディズニーランド建設を承諾するものの、ディズニー直営ではなく、オリエンタルランド社と提携を結び、売り上げの一部をロイヤリティーとして受け取るという方法をとった。こうしたディズニー側の対応には、文化の違う日本で、果たしてディズニーランドは受け入れられるのかという懸念があったことにも理由があった。しかし、ディズニーの不安をよそに、東京ディズニーリゾートは大成功を収めた（有馬 2001: 144）。

このようなディズニーランド・パリと東京ディズニーリゾートの差には、フランスと日本という、それぞれの国の文化的特質の違いが影響していると考えられる。日本には特有の「土産文化」があり、東京ディズニーリゾートでも、お菓子やぬいぐるみ、日用品などの商品と飲食関係の売り上げが非常に大きい。しかし、ディズニーランド・パリの場合は、多くのショップがパーク内にあるものの、商品と飲食の売れ行きは共によいとは言えない。日本人と違って、フランス人は旅行先でそれほど土産を買わず、またそれほど園内で飲食をしないのである（中島 2014: 27）。また、日本では大人も子どもも夢中になって遊ぶディズニー・テーマパークであるが、フランスでは子ども向けであるとされていて、大人はあまり夢中にならないのが一般的である。

#### 4. ディズニー・テーマパークの魅力

自身がカリフォルニアのディズニーランドで仕事をしていた能登路雅子の言葉に、興味深いものがある。彼女によると、ディズニー・テーマパークは「超リアリズム」である。この「超リアリズム」は、現実との連続において繰りひろげられる、現実の誇張表現を意味する。ディズニーの映画作品にはもともと、ファンタジーとリアリズムというふたつの矛盾する要素が表裏一体をなしていた（能登路 1998: 161）。これが現実のディズニー・テーマパークでも利用され、人々を魅了してきたのである。

また、ディズニーに関する多くの著書を持つ有馬哲夫によると、文化的価値や意味を考えると、各地にあるディズニー・テーマパークはそれぞれ違うものであり、また違うものに進化している。実のところ、世界中の人々が、それぞれのディズニー・テーマパークの同じところを同じように愛しているのではない（有馬 2011: 184）。

たとえば、東京ディズニーランドにあるものが、ものとしてアメリカにあるものと同じだとしても、日本人の受け止め方、楽しみ方は、アメリカ人とは異なる。ウォルトはカリフォルニアのディズニーランドを、ウォルトと同世代のアメリカ人にとって古きよき時代を思い起こさせるような、ノスタルジア溢れるところとして作り上げた。しかし当然、置かれた国と文化的環境が違う日本人にとって、そのようなノスタルジアはない。

ではなぜ東京ディズニーランドは、これほどまでも日本社会の中で受け入れられているのだろうか。それは、東京ディズニーランドが日本文化の中に取り入れられることによって、「リコンテクスチュアライズ」されてきたからである。この「リコンテクスチュアライズ」とは、つまり、ある文化的コンテキストの中で意味を持っていたものを、別の文化的コンテキストにおくと、その意味や使い方が変わるということを用いる（有馬 2011: 189）。この例として挙げられるのが、東京ディズニーリゾートにおける修学旅行や結婚式である。日本における修学旅行とは本来、教科書に出てくるような名所旧跡や、企業、官公庁を訪ねるものであったが、現在では多くの学校が東京ディズニーランドを修学旅行のコースに組み込んでいる（有馬 2011: 190）。また結婚式は本来宗教的儀式であり、厳粛な雰囲気で行われるものだが、結婚式の世俗化、ショー化が進んでいる日本では、ディズニーリゾートでの結婚式は人気があり、毎年多くの結婚式が行われている（中西 2011: 159）。

ディズニー・テーマパークは、「超リアリズム」という既存のテーマパークの概念を超えた寛容的な場所であり、このような寛容性が文化の「リコンテクスチュアライズ」という現象をもたらす一種の要因になったのだ。

#### 5. 今後のディズニー・テーマパーク及び観光の発展に向けて

これまでのそれぞれの節での考察を通してわかったことは、世界で1番人気のある、テーマパークとしての観光地であるディズニー・テーマパークであっても、それぞれの国の文化的特徴の中では違う解釈や受け止められ方をされ、思わぬ利益が生まれたり、逆に思うような結果が出せなかったりするということだ。観光、特に国際観光において、国家間の文化の違いはとても重要な意味を持つ。ディズニー・テーマパークにおいては、それぞれの国で異なる文化にうまく適応し、更にはそれぞれのディズニー・テーマパークにおける新しい楽しみ方が見出され続けているところに、今も変わらず継続的な人気を誇る理由がある。

これらのことから、これからのテーマパーク、観光において重要なのは文化だと、私は考

える。主として日本の観光地は、他の国にはない素晴らしい文化を持っているにもかかわらず、その文化を武器にし、観光地として強化していく力が弱いように感じられる。また別の側面から見ると、これから多くのインバウンド観光を増やしていこうとしている日本の観光地にとって、日本の文化が外国の人々にどのように受け止められるのかということを知ることが、極めて大事なことだと思われる。日本を訪れる外国人観光客にとって、日本の観光地は、「リコンテクスチュアライズ」する価値のある魅力的なところでなければならない。そうあることで、日本を訪れる外国人観光客は、自身の文化的文脈において日本の観光地を享受する。またそれは、日本の観光地においても新たな可能性をもたらす。

ウォルト・ディズニーが言った、「ディズニーランドは永遠に完成しない。世界に想像力がある限り、成長し続けるだろう」という言葉のように、観光地は永遠に完成せず、成長し続けるものでなければならない。

### 【引用・参考文献】

有馬哲夫 (2001) 『ディズニーランド物語』 日本経済新聞社。

有馬哲夫 (2003) 『ディズニーの魔法』 新潮社。

有馬哲夫 (2011) 『ディズニーランドの秘密』 新潮社。

遠藤英樹 (2007) 『ガイドブック的！観光社会学の歩き方』 春風社。

観光庁「観光立国推進基本計画」観光庁ホームページ

(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/kihonkeikaku.html> 2015年1月14日閲覧)。

中島恵 (2014) 「ディズニーランド・パリの経営不振と人員削減—ユーロディズニー S.C.A. 労働組合の動向—」『観光研究論集』 12 : 25-30.

中西純夫 (2011) 「東京ディズニーランドにおけるディズニー文化の受容」『人文社会科学研究』 22 : 151-166.

能登路雅子 (1990) 『ディズニーランドという聖地』 岩波書店。

能登路雅子 (2005) 「ディズニーの帝国—アメリカ製テーマパークの文化戦略—」『立教アメリカン・スタディーズ』 27 : 25-40.

舞浜新聞 (2013) 「東京ディズニーリゾートが、もし「直営」だったら？」 2013年10月26日 (<http://maihamahateblo.jp/entry/2013/10/26/213401> 2014年12月21日閲覧)。

舞浜新聞 (2014) 「どうしてパリのディズニーランドは経営が苦しいの？」 2014年10月12日 (<http://maihamahateblo.jp/entry/2014/10/12/094525> 2014年12月21日閲覧)。

Disney Park & Resort 公式サイト (<http://www.disney.co.jp/park.html> 2014年12月21日閲覧)。

Themed Entertainment Association(TEA)/AECOM, 2014, 『TEA/AECOM 2013 Theme Index & Museum Index : The Global Attractions Attendance Report』 (<http://www.aecom.com/What+We+Do/Economics/Theme+Index+Report>).