

## 実践『ペルソナ』通信 (No. 60)

## 「東京ディズニーリゾートの好きなところ、魅力を感じる場所」に関する調査結果

～女子大生 100 人に聞いた「東京ディズニーリゾートの魅力」*Ranking*～

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、女子大学生を対象に、「東京ディズニーリゾート（以下 TDR）の好きなところ、魅力を感じる場所」についてアンケート調査を実施しました。有効回答者数は 120 サンプルでした。

その結果をランキング形式で、1 位から 10 位までを発表します。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「マーケティング（担当：斎藤明）」「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、の 3 つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

## 女子大生 100 人に聞いた「東京ディズニーリゾートの魅力」ランキング

1	非日常・非現実的なところ	29 票
2	夢の国という世界観	21 票
3	楽しい気持ちになれるところ	12 票
3	コンセプトに忠実なところ	12 票
5	アトラクション	7 票
6	建物・街並み	5 票
6	特になし	5 票
8	フォトジェニックなところ	3 票
9	園内が綺麗なところ	2 票
9	ショー・パレード	2 票
9	キャストのサービス精神	2 票
9	音楽	2 票
9	キャラクター・キャラクターグリーティング	2 票
9	食べもの	2 票

今回の調査結果から、女子大学生の 47% は TDR の魅力が非日常・非現実的なところ、夢の国という世界観にあるということがわかった。しかし、「アトラクションとショーが楽しい」「ショーやパレードの世界観、キャラクターグリーティングでキャラクターと戯れて幸せな気持ちになれるところ」といった

ように、いくつか魅力に感じていることを挙げている人がいたため、非日常・非現実的で夢の国という徹底した世界観で楽しい気持ちになれるのを構成しているのは、5位から9位にランクインしたものではないかと考えた。また、TDRでは時期によって飾り付けやイベントが異なるが、魅力として挙げている人は少なかったため、TDRに求められているのは「非日常・非現実的で夢の国という徹底した世界観で楽しい気持ちになれる」ことなのだと考えた。

**(1) 1位：「非日常・非現実的なところ」**

全体の27%が「非日常的なところ」あるいは「非現実的なところ」と答えた。中には「現実を忘れられる」、「時間を忘れられる」と答えた人と、「非日常・非現実的な空間に浸れる」と答えた人がおり、どちらの方が多くを占めるのか、または意見が分かれるのか疑問に思った。また、中には「アトラクションやキャストさんのおかげで非現実と感じるところ」と答えた人がおり、5位から9位の意見が非日常・非現実的な空間をつくるのに関わっているのではないかと考えた。

**(2) 2位：「夢の国という世界観」**

全体の20%を占め、1位と7票差で2位だったこの回答の中には「雰囲気が好き」と答えた人と「雰囲気だけで楽しめる」と答えた人がおり、どちらの方が多くを占めるのか、または意見が分かれるのか疑問に思った。また、「ひとつひとつのアトラクションやお店の雰囲気や世界観」と答えた人がおり、夢の国という世界観を作り出すのに5位から9位の意見が関わっているのではないかと考えた。

**(3) 3位：「楽しい気持ちになれるところ」「コンセプトに忠実なところ」**

「楽しい気持ちになれるところ」の中には「楽しい気持ちになれる」「ワクワクする」と答えた人と「詳しくなくても楽しめる」「何度言っても飽きずに楽しめる」と答えた人がいた。また「キラキラした自分になれる」と答えた人がおり、どんなふうにそう感じるのか疑問に思った。

「コンセプトに忠実なところ」の中には「夢の国というブランドイメージを徹底しているところ」という意見が多く、具体的に「園内から高速が見えないようにしているところ」「エリアごとにBGMが変わるところ」「どの場所にもストーリーがある」「キャストさんの徹底」といった意見があった。

**(4) 5位：「アトラクション」**

「アトラクション」と答えた人が4票、「アトラクションが楽しい」と答えた人が3票と、アトラクション自体に魅力を感じていることと、アトラクションが沢山ある、本格的であることに魅力を感じている人とアトラクションが楽しいことに魅力を感じている人がいることがわかった。

**(5) 6位：「建物・街並み」「特になし」**

「建物・街並み」では「建物・街並みがかわいい」と答えた人と「景色」と答えた人がいた。中には「外国みたいでかわいい」という意見があり、「非日常・非現実的なところ」の意見の中には海外に来たよう」という意見もあったため、海外のようなかわいい建物・街並みに魅力を感じている人が多いことがわかった。

「特になし」では「好きではない」が2票、「あまり魅力を感じない」が2票、「ディズニーに行かない」が1票という結果になった。

(6) 8位：「フォトジェニックなところ」

「フォトジェニックなところ」「写真がいっぱい撮れるところ」「写真スポット・シチュエーションが多いところ」という意見で、思い出に残すために写真をいっぱい撮ったり、SNSに載せるために写真映えするところを求めていたりするのだろうと考えた。

(7) 9位：「園内が綺麗なところ」「ショー・パレード」「キャストさんのサービス精神」「音楽」「キャラクター・キャラクターグリーティング」「食べもの」

「ショー・パレード」ではショー・パレードのクオリティが高いことが挙げられており、「キャラクター・キャラクターグリーティング」ではキャラクターに魅力を感じている人とキャラクターグリーティングに魅力を感じている人がいた。また「食べもの」は2票とも「食べものが美味しい」だった。

(8) ランキング圏外

ランキング圏外となったのは1票で「いちいちかわいい」という意見だった。他のカテゴリーに分類されたものの、「建物・街並みがかわいい」「装飾がかわいい」といった可愛いことに魅力を感じている人がいることがわかった。

調査結果について

<調査概要>

1. 調査対象：女子大学生1-4年生
2. 調査方法：調査票調査
3. 調査期間：2017年12月～2017年1月
4. 有効回答者数：107人

本件調査担当

実践「ペルソナ」研究会