

# 運動型遊園地来場者の満足度向上のための

## 参加型改善活動の実施

情報科学ゼミナール 1313016 大木 祐輝

### 1. 研究動機・研究目的

近年、景気回復基調からレジャーの需要が高まっている。特に遊園地やテーマパークの入場者数は 2011年の東日本大震災後に落ち込んだものの、翌年 2012年には震災前を上回り、以後年々増加している。東京ディズニーリゾートにおける過去10年の推移を見ても、2005年の来場者数が約2,475万人に対し10年後の2015年は3,019万人と約500万人の増加を示しており、同じく大型テーマパークであるユニバーサルスタジオジャパンも2005年～2015年で931万人～1,390万人と約380万人の来場者数増加を達成している。これらの結果には経済面での背景はもちろんあるが、各企業の並々ならぬ企業努力が実践されていることを忘れてはいけない。また施設の維持やサービスの向上のために両テーマパークは入場料を5年前の6,200円～現在2016年には7,400円と値上げしている。また一般的に大型テーマパークと呼ばれる東京ディズニーランドやユニバーサルスタジオジャパン、ハウステンボスや富士急ハイランドなどのチケット料金は5,700円～8,000円の価格帯にあり、浅草花やしき、としまえんなどの小・中型のチケットは2,200円～3,900円という価格が一般的であった。このようにテーマパーク運営側はさまざまな戦略や企業努力を行うことによって、来場者の増加と満足度向上の実現を図っている。しかしながら、これらの研究は日本有数の大型施設を研究対象としており、数多ある地方の小型～中型の施設を対象とした研究は見受けられない、さらに、文献研究や質問票調査、事例研究に終始しており、より現場の知見に根差したフィールド研究による知見は示されていない。地方の小型テーマパークであっても、学ぶべき企業努力が存在するはずである。そこで本研究は、地方の小型テーマパークが実践している顧客満足度向上のための取り組み（グッドプラクティス：GP）を収集・分析し、企業が顧客満足度向上のために取り組むべきポイントを考察する。

### 2. 研究方法

2016年2月23日には国内中型テーマパークにてフィールドワークを実施した。調査にあたってはポジティブアプローチで知られる参加型改善アプローチの手法を可能な限り踏襲した。まず初めにポジティブアプローチにおける参加型改善活動をするにあたり、改善活動参加者はポジティブアプローチの心得を学び、本研究における調査の意義と改善活動の基礎を学んだ。その後調査者9名を3班に分け、園内を徘徊。顧客満足度向上に関与していると思われるグッドポイント（以下GPと表記する）をデジタルカメラで撮影した。撮影したGPを捉えた写真を班ごとにKJ法を用いて分類し、まとめていく。このようにして撮影した画像を構造化し、GP因子の抽出を行う。

### 3. 主な結果と考察

本研究は顧客満足度向上のために取り組むべきポイントを6つの因子に集約した。第1因子は「わかりやすい案内標識」である。園内入り口に配置されている園内全体を把握することのできるマップはそれぞれに番号が振ってあり、マップ枠外に実物写真が載せてある。このような工夫をすることで、その場所にどのようなアトラクションがあって、何をやる場所なのかが一目でわかるという利点が挙げられる。また矢印看板も印象に残ったGPとして挙げられる。矢印看板を見てから目的の場所に行こうとすると、その足元には目的地までのラインが引いてあり、迷わずにたどり着けるようになっていた。第2因子は「子ども連れ客への配慮」である。本研究の調査を実施したテーマパークは比較的家族連れの多い施設であると思われるが、そのため子ども客への配慮がテーマパーク内のいたるところに施されており小さい子連れの顧客にも楽しんでいってもらえるような工夫が感じられた。第3因子の「最新設備の導入」では国内唯一の最新建築物が保有されており全国各地からこの建築物に入ることを目的に来場する客もいるほどの圧倒的存在感である。また、この建築物の外観も内観も美しく、ポスターやSNSでの口コミも期待できることがおおきな因子として挙げられた要因である。第4因子は「人気コンテンツによる聖地化」である。本研究で調査したテーマパークが某少年漫画で描かれている舞台として選ばれた。その少年漫画が人気を博し、舞台のモデルであるとして聖地巡礼がこの施設でも話題になっている。のちに要因として挙げられているが、この人気少年漫画とコラボした企画イベントで、漫画に出てくるキャラクターのコスプレをして園内を回るといったイベントも開催された。第5因子の「視覚で楽しめる仕掛け」は、同施設の Mascot キャラクター等が園内のいたるところに配置されており、ちょっとしたフォトスポットとして用意されていた。第6因子の「体験コーナーの充実」では、広大な施設の広さを利用した体験コーナーのコースの大きさと体験することのできる種類の多さが挙げられた。初級者から上級者、小さい子どもから大人までそれぞれのレベルや体験してみたいコースに合わせて、利用者が自ら選択できる選択肢の多さがこの要因の大きな魅力となっている。これらのグッドプラクティスを評価しながらも、さらなる改良点を提案した。

### 4. 結論

本研究ではあらゆる角度から改善提案につながる可能性を切り開いてきた。本研究で得られた結果は施設管理者ともフィードバックし、共有することが出来た。その際に施設の今後について心からコミットし、腹を割って話し合うことが不可欠であり、「常に改善できるところはないか」を模索し続ける気持ちを念頭に置き続けることが重要だと考える。

### 5. 卒業論文の執筆を終えて

普段生きていく中で意識せずに行っているであろう『改善活動』を卒業論文のテーマにすることで、改善活動を行うことの意義や大切さを意識して感じられるようになりました。このことは学生生活においての重要な気づきとなり、今後の人生においても念頭に置いて行動していきたいです。最後に、卒業論文に限らずさまざまな場面で先生方のご指導を受けられたことを誇りに思います。また今回ご協力いただいた皆様にも心より感謝申し上げます。