

# 大型遊園地が実践する満足度向上のための良好事例

## —参加型改善活動（ポジティブ・アプローチ）の観点から—

情報科学ゼミナール 1313028 小菅 裕麻

### 1. 研究動機・研究目的

近年、日本国内の遊園地・テーマパークの年間売上高と来場者数共に急速な上昇を続けている。2015年の特定サービス産業動態統計調査（経済産業省）によると、2014年度の遊園地の売上高は前年度比+6.8%増加（6,289億円）を達成し、入場者数は前年度比+4.8%増（7,994万人）に上った。どちらも2000年の調査開始以来過去最高を記録した。天候の良し悪し、時代背景、訪日外国人の増加、メディアの発達、企業努力、等を要因に上昇したと言える。この中で唯一の内的要因ともいえる企業努力が特に増加してきている。この企業努力の中でも具体的かつ代表的なものが職場環境を改善することである。主に東京ディズニーランドが成功しているが、それに追随した無計画な多くの遊園地・テーマパークは入場者数の獲得に苦戦し、キャッシュフローの悪化によって閉園に追い込まれる結果となった。企業が存続しても厳しい経営状態に追い込まれる。地元産業や行政との結びつきが強く、簡単には撤退できないのが現状である。そこで来場者数増加の要因を様々な分析方法を行った先行研究によって明らかにされてきた。顧客満足度についての構造分析を行い、満足度に関わる8因子へと分類された。

しかし、先行研究において、抽出された因子などに詳細性が欠けているものがほとんどであった。本研究では、直接対象遊園地で視覚情報をフル活用する写真KJ法を用い、来場者数増加の要因の一部分である職場環境の改善（企業努力）を詳細化、顕在化（見える化）することが目的である。

### 2. 研究方法

本研究は国内人気遊園地で写真KJ法を用いたポジティブ・アプローチを実施。主に4つのSTEPにわけて行った。STEP1はチーム分け。ここでは大学生3グループで行う。STEP2はグッドプラクティスの収集。1グループに1台カメラを持たせ、1枚につき1つのグッドプラクティスを収めるものとする。STEP3はグッドプラクティスの分析。写真KJ法に準じた分析を行う。STEP4は報告書の提出・ディスカッション。

### 3. 主な結果と考察

今回の活動によりA班137枚の9因子・B班77枚の8因子・C班126枚の9因子であり、3グループから抽出されたそれぞれの因子は以下の通りとなった。

A班：安全配慮・顧客への配慮・顧客を楽しませる工夫・わかりやすい案内標識・外国人への配慮・イメージに合った景観・待ち時間の工夫・並び方の工夫・スタッフの対応

B班：顧客を楽しませる工夫・安全面での配慮・衛生面での充実性・運営面での配慮・休

憩スペースの確保・案内の工夫・幼児への配慮・景観の工夫

C 班：来園者への配慮・来園者の気持ちを高めさせる工夫・ユーモア溢れるデザイン・わかりやすい案内・リスク管理・バリアフリー・フォトスポット・景観を妨げないデザイン・コンセプトに沿った景観

さらに、3 グループから抽出された共通の6つの因子は以下の通りとなった。

3 班共通：安全面での配慮・顧客への配慮・衛生管理の徹底・わかりやすい案内標識・家族連れへの配慮・顧客を楽しませる工夫

抽出された3班計26組のうち「安全」に関する名札が3組、「顧客への配慮」に関する名札が3組、「楽しませる工夫やデザイン」に関する名札4組、「景観」に関する名札4組、「案内標識」に関する名札3組その他はバラバラで1組ずつに分けられる。「安全」に関して重松（2009）の先行研究ではすべての産業、企業において重要性が示されている。「顧客への配慮」に関して小野（2010）の先行研究では満足できるかどうか、不満なら二度と来ない、気に入ったら再来店する主要な要因として重要視されている。「楽しませる工夫やデザイン」「景観」に関して鈴木, 根本（2013）の先行研究ではエンターテインメントとは、参加する対象を楽しませることを目的とする文化的行為、と定義している。楽しませる工夫は目的そのものであることを示している。そして最後に「案内標識」に関してだが、若林（2005）の先行研究では案内標識には8つの役割が内在していると示している。ここでは唯一性を発揮していると考えられるが、安全に関しての役割も果たしていることから重要性があると言える。

さらに、3班共通のものは潜在的なものを含んでおり、企業努力の中の職場環境改善の中核であるという考えに至った。顧客は気づかないが、過ごし易く満足して帰ってもらえるようなさりげないグッドプラクティスが顧客満足度を高めていっていると共に、それが多くなれば来場者数の増加へと昇華していくのではないだろうか。

#### 4. 結論

今回、対象遊園地において写真KJ法で再構造化までされ抽出された6つ「安全配慮」「顧客への配慮」「徹底した衛生管理」「わかりやすい案内標識」「家族連れへの配慮」「顧客を楽しませる工夫」が入園者数増加の要因に影響を与えているのではないかと結論づけた。そして、裏付けとして来場動機（顧客満足度の要因）8つ（①脱日常的総合顧客満足②予想・期待の実現③価格への納得感④ロイヤリティ⑤係員のおもてなし⑥顧客感動⑦クレームの伝達⑧品質（内容）評価）によって①、④、⑧に該当するとし、入園者数に多大な影響を及ぼしていると言える。

#### 5. 卒業論文の執筆を終えて

論文とは研究してそれを論じているだけなのだと、初めは思っていました。しかし、指導教員から論文を魅力的なものにするためには「有用性・新規性・信頼性」というお話を頂き論文にも個性とそれを出す色付けをするものだと学ばせて頂きました。データ収集時には、ゼミ生との仲も深まり、指導教員をはじめ様々な方にお世話になりました。得たものが多い論文になったと感じています。