

TDL に隠されたストーリー化戦略

～ 38 年経っても入園者数を維持できる秘密とは～

1983 年の開園以来東京ディズニーランドがリピーターを獲得してきたのは、あらゆるものにストーリーをつけてストーリー化をするという戦略が要因の一つなのではないか。その仮説を証明するために、男女 100 人にアンケート調査を行って TDR のリピーターが多いのかを明らかにし、アトラクション・ショップ・レストラン・ショー・パレードなど項目に分けてストーリー化との関連性を調べていき、あらゆるものがストーリー化されていることがわかった。また、普段の日常生活のストレスや堅苦しさを抱えているゲストが、夢の国の主人公になるという体験によって特別感を味わえるという TDR でしか成しえないものがある。その体験を支えているのも様々なストーリー化であり、ストーリー化がリピーター獲得に繋がった。