

# 東京ディズニーリゾートのアイデンティティ再編 ーデジタル化とプレミア化の進行がもたらす変容ー

東京ディズニーリゾートは、ウォルト・ディズニーの理念に基づき、「夢と魔法の王国」「夢がかなう場所」を掲げ、あらゆる世代が楽しめるファミリー・エンターテインメントとして発展してきた。しかし近年、来園者の行動様式や企業の運営戦略の変化に伴い、パークが提供する体験の性質そのものに変容が生じている。本稿は、デジタル化とプレミア化が東京ディズニーリゾートのテーマと体験を変容させているという観点から、この変化を考察する。

SNSの浸透や公式アプリの普及により、来園者はアトラクションの予約や情報収集をスマートフォンに依存するようになり、物語世界に没入する存在から、体験を管理・最適化する立場へと移行しつつある。また、映えを意識したパーク構成もスマートフォンの使用に拍車をかけている。こうしたデジタルデバイスは利便性を高める一方で、非日常空間に日常的な情報処理の感覚を持ち込む媒介ともなっている。さらに、ディズニー・プレミアアクセスや高価格帯サービスの拡充は、待ち時間の回避や体験の確実性という新たな価値を生み出す一方、経済的条件による体験の差異を可視化し、「誰もが平等に夢を見られる場所」という共通意識との間にパラドックスを生じさせている。

これらを踏まえ、本稿は東京ディズニーリゾートという空間を、夢の喪失としてではなく、現代社会の価値観と交錯しながら、「夢と魔法の王国」の理念を新たな形で再構築する過程にある空間として捉え直す。