

東京ディズニーランドにおける 社会的文化の生成

B-4 商学部商学科
2011225 高張真央

東京ディズニーリゾート

- ◇運営会社: オリエンタルランドグループ
- ◇代表取締役社長: 上西京一郎(現在7代目)
- ◇所在地: 千葉県舞浜
- ◇従業員: 正社員2,186人、テーマパーク社員795人、準社員18,675人

◇沿革

- 〃 1960 京成電鉄、三井不動産、朝日土地興業の3社が出資し、設立
- 〃 1961 川崎千春社長がウォルト・ディズニー・カンパニーを訪問
- 〃 1972 レジャー施設「オリエンタルランド」の基本構想がまとまる
- 〃 1977 正式名称を「東京ディズニーランド」へ
- 〃 1978 ウォルト・ディズニー・カンパニーがOLCとの業務提携を合意
- 〃 1983 ディズニーランド開園
- 〃 1988 第二パーク計画について発表
- 〃 2000 「リゾート宣言」を発表し、「東京ディズニーリゾート」が誕生
- 〃 2001 東京ディズニーシーが開業

この研究の目的

東京ディズニーリゾート(以下、TDR)の先行研究は、多くが人材開発やサービスの質の高さに目を向けた研究である。

→ビジネスシステムなどの可視化できる、浅いレベルの議論ばかりであった。

→したがって、この研究の目的はブルデュー社会学を用いて「文化の生成」という観点で分析を試みることで、TDRで起こる事象の根本的原因を究明することである。

社会学について

“ 社会学とは、社会的行為を解釈によって理解するという方法で社会的行為の過程及び結果を因果的に説明しようとする科学を指す (Weber, 1922)



“ 社会の中で私たちは様々な行動をとる。
それらの関係性や規則性を見出そうとする学問。

ピエール・ブルデュー

” フランスの社会学者(1930~2002)

” 著書「ディスタンクシオン」など
出身階級の差が教育を受ける機会の
格差に結びつく「財の不平等」に
ついて言及した。



社会学の系譜から見た ブルデュー社会学

Q. 人間は自分自身の意思で、
主体的かつ合理的な人生をつくれるのか？

「個人が各々の個性のもと、
自由に振る舞うことは可能で
ある」

現象学的
社会学

「我々は、(我々を取り巻く文化
や環境に)無意識的に縛られな
がら行動しているため、自由に
振る舞うことは不可能である」

構造主義

二項対立

社会学の系譜から見た ブルデュー社会学

Q. 人間は自分自身の意思で、
主体的かつ合理的な人生をつくれるのか？

我々は文化に縛られて
無意識的に行動する一方で(構造主義的)、
個人が自由に振る舞い(現象学的)、
それがまた文化に還元される。

ブルデュー社会学

ブルデュー社会学

—界とハビトウス—

【界】…ある共通項を持った行為者たちによって構成される社会的領域。

【ハビトウス】…界において生成される、我々の思考に潜在的に根付いている性向の体系的規範システム。

→我々の行動や知覚を規律づけるものであるが、状況に応じて変容する柔軟性もあり、界に「構造化される」一方で、界を「構造化」することも可能にするもの。

ブルデュー社会学 — 社会学的資本 —

金融資本

文化資本

商業資本

社会関係
資本

象徴資本

ブルデュー社会学 — 象徴資本 —

【象徴資本】…認知と承認に立脚していることが前提で、ある種の信用として働く力

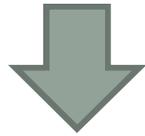
例：ブランドイメージ、ブランドロイヤリティなど



我々は、TDRが「独特のもの」であることを理解しており、それを認めている

東京ディズニーリゾートの 界と象徴資本

我々は「日本人」として、TDRの界を共有
TDRにおいては、界=象徴資本



TDR独特のハビトウスが
界の内部で生成

ハビトウスに従って行動
→従来のハビトウスの強化

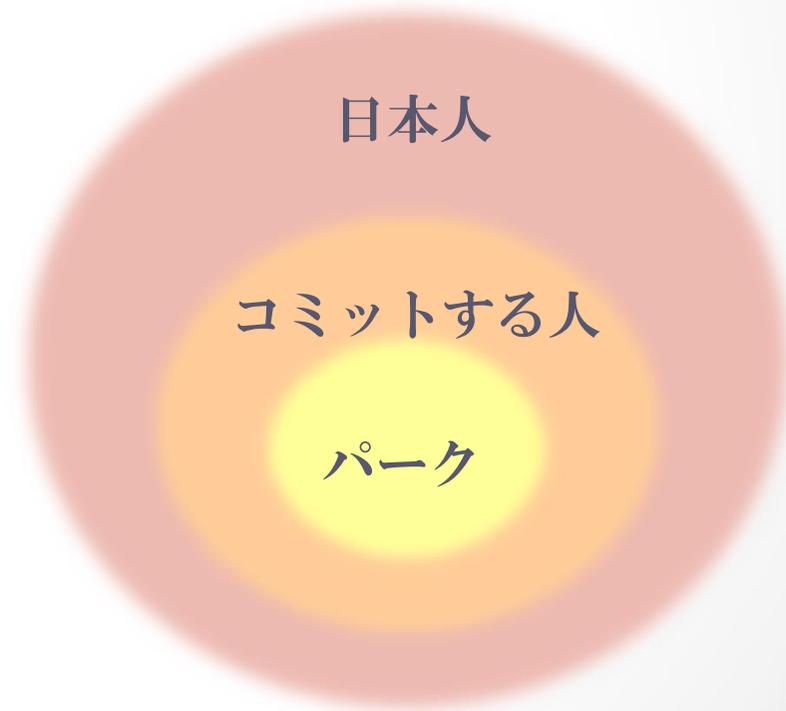


図:TDRの界

TDRにまつわる社会現象

- ①東京への旅行先というと、候補にTDRが必ず挙がる
- ②コレクター品の側面を持つポップコーンバゲット
- ③ディズニーファンのカリスマ「吉田家族」
- ④東京ディズニーシー(以下、TDS)限定発売の
テディベア「ダッフィー」の持ち歩き



①東京への旅行先で、 候補としてTDRが必ず挙がる

- ・本屋の旅行雑誌コーナーに行くと、TDR関連書籍のコーナーが必ず存在する。

cf. TDRのガイドブックだけで約140種刊行されている

- ・修学旅行定番の行先、デートスポット、家族連れの旅行先の定番として地位を確立

②コレクター品の側面を持つ ポップコーンバケット

- 〃 1998年発売。価格は2,000円前後がほとんど
- 〃 毎年、季節のイベントや新アトラクションオープンの際、新商品が発売
- 〃 今までに約150種が発売されている



	【1/6最新作】【ディズニーリゾート限定】ミッキーバケット ミッキーポップコーンバケツポップコーン... ポップコーンバケツはミッキー・マウスモチーフ ショップ: Temple-free 感想: (19) 比較	3,129円送料別
	【10月】第二弾 光る ストラップクリップ (バルーン) ポップコーンバケツ用 30周年 30... 東京ディズニーリゾート30周年記念★ ショップ: JESUS YUMMY 感想: (29) 比較	840円送料別
	【10月】【東京ディズニーランド限定】ミッキー・雪だるま:2012☆クリスマス★ポップコーンバケツ... 北極星1 ディズニークリスマス☆ポップコーンバケツ★ ショップ: JESUS YUMMY 感想: (19) 比較	7,350円送料別
	【10月】第二弾 ストラップクリップ (バルーン) ポップコーンバケツ用 30周年 30th 限... 東京ディズニーリゾート30周年記念★ ショップ: JESUS YUMMY 感想: (29) 比較	549円送料別
	【ディズニー・ハロウィン2013】ダッフィー・ポップコーンバケツハロウィン 2013【ディズニーシ... タワー・ポップコーンバケツ ディズニー限定 ディズニーリゾート・ハロウィン ショップ: ビューティショップ ソフィア 感想: (19) 比較	4,980円送料別 ポイント: 500
	【10月】ポップコーン バケツ バケツ ハロウィン ミッキー ミニー ハロウィン ☆ 東... 2013 ハロウィン限定★ ショップ: JESUS YUMMY 感想: (19) 比較	5,250円送料別
	【1/6最新作】【ディズニーリゾート限定】ミニバケット ミニーポップコーンバケツポップコーンバ... ポップコーンバケツはミニーマウスのリボンモチーフ ショップ: Temple-free 感想: (19) 比較	3,129円送料別

③ ディズニーファンのカリスマ 「吉田家族」

- ” 2日に1回TDRを訪れるディズニーファンの4人家族
- ” アメーバブログ「吉田さんちのディズニー日記」は7,800人を越える購読者をもつ人気ブログ
- ” TDRで吉田さんを見かけると「ご挨拶」をしに伺うファンの存在



④東京ディズニーシー限定発売の ティディベア「ダッフィーの持ち歩き」

- ・2004年TDSにて「ディズニーベア」として発売
2005年から「ダッフィー」に改名
- ・2009年ごろからTDSでダッフィーを持ち歩く女性が急増
→ダッフィーの流行へ



考察①

①東京への旅行先の定番で、必ずTDRが挙がる

既存のハビ
トウス

- レジャースポットとしての装置

- 「コミットする人々」によって「装置」の評価がなされる

新たなハビ
トウス

- 「コミットしなかった人々」は、その「評価」に対して評価付けをする

考察②

②コレクター品の側面を持つポップコーンバゲット

既存のハビ
トウス

- ポップコーンを入れる容器としてのバゲット

- TDRへ強いコミットメントを持つことに対しての神格化

新たなハビ
トウス

- プレミア価格のポップコーンバゲット

考察③

③ディズニーファンのカリスマ「吉田家族」

既存のハビ
トウス

- ディズニー好きの一組のご家族

- TDRへ強いコミットメントを持つこと
に対しての神格化

新たなハビ
トウス

- 「カリスマ」として他のファンからの
尊敬

考察④

④TDS限定販売のテディベア「ダッフィー」の持ち歩き

既存のハビ
トウス

- TDRのキャラクターを实在のものとしてみなす

- 「ダッフィー」を家族のように認識する

新たなハビ
トウス

- ダッフィーの持ち歩きの現象化

結論

Q. なぜ我々はTDRを特別なものだと
認知しているのか？



A.我々は無意識に「界」の中の一員であり、
ハビトウスに従って認知しているから。
それに加え、我々は自分たちでハビトウスを
再生産し続けるため。

含意と課題

- ” 「文化を生成する」という視点で、日本を代表するテーマパークを考察できたという意味では意義のある研究であった。
- ” しかし、本研究では仮説の裏付けをエピソードのみで行った。
→ 今後はより深く分析を試みるため、定性的、定量的データの収集を行う予定である。

参考資料

- Bourdieu, P., Hitoshi, Imamura, and Wataru Hiromatsu (1990)「ハビトウス・戦略・権力」『ピエール・ブルデューー超領域の人間学』藤原書店, pp.170-204
- Bourdieu, P. and L. J. D. Wacquant. (1992) “*An Invitation to Reflexive Sociology*“, Chicago Press (水島和則訳(2007)『リフレクシヴ・ソシオロジーへの招待ーブルデュー、社会学を語るー』藤原書店, pp.14-93
- Bourdieu, P (1993)『基本的な理論的ポジション』「ブルデュー入門ー理論のプラチッカー」(滝本往人・柳和樹訳)昭和堂, pp.3-33
- Bourdieu, P(2006)『住宅市場の社会経済学』(山田鋭夫・渡辺純子訳)藤原書店, pp.11-28, pp.266-308
- 加賀見俊夫・大塚弘(2002)「客を増やし続けるディズニーリゾート強さの秘密」『週刊ダイヤモンド』第 90 巻第 28 号, pp.36-39
- 加賀見俊夫(2003)「編集長インタビュー」『週刊ダイヤモンド』第 91 巻第 29 号, pp.135-137

参考資料

- Lave, J. and Wenger, E. (1991) “*Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*” Cambridge University Press (佐伯胖訳(1992)『状況に埋め込まれた学習—正統的周辺参加—』 pp.123-175
- 松崎泰弘・並木厚憲・大滝俊一「最強のサービス企業—オリエンタルランドの秘密」『週刊東洋経済』第 6427 号, pp.66-77
- 水島和則(1995)「文化的再生産と社会変動—構造—行為関係からの再構成—」『文化の社会学—実践と再生産のメカニズム』有信堂高文社, pp186-213
- 宮島喬(1995)「現代と社会学」『現代社会学』pp.1-66
- 佐藤絵里(2003)「「勝ち組」東京ディズニーリゾートに死角はないか」『エコノミスト』第 81 巻第 25 号, pp.40-42
- 嶋津洋四朗(2004)「東京ディズニーリゾートの経営戦略—心からのもてなしをするために—」『白鵬ビジネスレビュー』第 13 巻第 1 号, pp.85-98
- Tetsuji, Yamamoto. and Bourdieu , P. (2002)「プラチック・歴史・時間をめぐる対話」『LIBRARY iichiko』No.75, pp.111-117