

ディズニーランドへ行ったかい

東京ディズニーランドが開園したのは昨年4月で、入園者が満1年をむかえる前に1000万人を超えて話題になっていた。おとなの遊園地として何回でも行きたい所であり、OR屋にとって生きたテーマを提供してくれる宝庫と思うので、話のたねにさせていただく。

さて、おとなの遊園地としての条件の第1は、十分なお金をかけておとなだましの施設をつくっていることだろう。ウェスタンランドの蒸気船、ウェスタン・アドベンチャーランドの鉄道などいくらでもある。そこでは、縮小率が部分によって変えてあって、本物よりも本物らしくなっている。たとえば、シンデレラ城の1階は実物の9割、2階は8割、3階は6割だそうで、全体としてうまく錯覚をおこさせ、見た目にも美しく、なんとなく幻想的なムードの中で、おとぎ話の国へ誘い込んでくれる。そのわざはシミュレーションのコツを教えてくれるのではなからうか。

アトラクションの人形や動物たちの動きもすばらしい。音声に合わせて口を開けたり、目をつぶったりする巧妙な動きも楽しい。さらに、人形がただ声を出し歌い動くというだけでなく、ストーリーをもっている。ディズニーランドのアトラクションは、このストーリー性をもつことが基調になっているようだ。そして、白雪姫と7人のこびと、ピノキオの冒険旅行など童話の世界にひき入れてくれる。しかし、これだけの人形（1000をはるかに超えるという）を動かすハード・ソフトの保守は、さぞ大変なことであろう。その苦勞が偲ばれる。

お客の待ち行列への対応もみごとなものである。ロープを張って列が乱れないように、しかも、見た目には入り口がすぐそこで長い行列を感じさせない。さらに、巧妙なのは、列が長くなり動きが少なくなってくると、ロープの張りかたを変えて、あたかも遊水池に水の流れを導くように、客の流れ方を変え、ともかく客に動きを与えるという心憎いやり方を採用している。さらに、待つ客が多くなると、機動隊ともいべきぬいぐるみのキャラクターを近くに派遣して、待っている客を楽しませる。さらには新しい客は隣の空いているアトラクション

へ誘導するという戦略的な対応もしている。

なお、アトラクションの場内も、お客の歩くにまかせては途中で立ち止まる客によって流れが乱されるので、乗り物を利用する方式によって、客の流れをコントロールできるようにしている。おそらく混んでくると回転を早くできる利点を活用しているだろう。

ディズニーランドでは、従業員のことをキャストと呼んでいる。ショーの演出者というわけである。この従業員の感じのよいことも注目に値する。おとぎの国のムードづくりに大いに役立っている。白いズボンのしゃれた制服の清掃役の動作を眺めてみよう。灰皿は置いてないので、客はタバコを地面にポイと捨てるが、すぐに寄ってきて、チリ取りを体の側面にビタリとつけて、体ごと動かして吸い殻をチリ取りに入れる。ポップコーンをもった子供がいると、その後を見守り、こぼすのを待ち受けていて、地面のゴミをサッとチリ取りに入れる。その動作はユーモラスな中に、お客の心をくすぐるものがある。

このようなキャストの動作は、細かいマニュアルができていて、それに徹底したトレーニングが行なわれることで維持されている。このマニュアル方式はみごとなもので、数百冊におよぶという。トレーニングも徹底していて、短期の学生アルバイトにも数日間のトレーニングという投資をしている由である。しかし、親切で感じが良いキャストといっても、よく見るとすべての人が画一的に同じ対応であったら、ロボットと同じで興ざめである。このため、キャストにはショーを構成する一員としての自覚をもたせる精神教育も徹底していて、キャストが自分たちで工夫しているいろいろな会話パターンを創り出し、アドリブとして役立てているという。サービスの質を高く維持する努力は大変なものだろう。マニュアル、トレーニング、さらにアドリブと、サービスの品質管理としての話題にこと欠かない。

ゴミ戦略にもみごとなものがあるのだが、紙面がつきてきた。今度行くときは、また新たな目で話題を見つけようと思っている。
(大悪)