

エンターテイナー ——ディズニーの構造——

麻田 皓美

(岡崎宏樹ゼミ)

1. はじめに

「エンターテインメント」は、人の創造力と科学技術によって領域をさらに広げて発展し続けている。テレビや映画、コンサートやライブ、演劇やオペラ、サーカス、漫才や落語、スポーツ観戦、遊園地やレジャー施設、カラオケ、ゲームセンター、各種ゲーム機器など、多様なエンターテインメントを、時間とお金さえあれば、人はいつでもどこでも楽しむことができる時代となった。

「エンターテインメント」は外来語であり、「娯楽、演芸、余興など、人を楽しませ気晴らしになる催し物」という意味で用いられる。英語のentertainmentは、人を楽しませる、喜ばせる、もてなす、歓待するという意味のentertainと、行為の手段、道具を示す接尾語mentからなる名詞である。動作者を名詞にする接尾語erをentertainにつけると「エンターテイナー entertainer」となる。「エンターテイナー」は、客や他人を楽しませる芸能人、大衆を楽しませることを信条とする芸能人、観客を楽しませることに徹した人などを意味し、一般に「芸能人」を指すが、語源から考えると、「人を楽しませ喜ばせる手段を持つ人」「人を手厚くもてなす人」のことだといえる。

ウォルト・ディズニー Walt Disneyはいわゆる芸能人ではないが、人を歓待し、楽しませる天才という意味では、世界最高のエンターテイナーといっても過言ではない。ウォルトはアニメ作品で20以上のアカデミー賞を受賞し、自由勲章、自由財団賞も獲得した。ミッキーマウスをはじめ、ディズニー・アニメに登場するキャラクターは世界中の子どもたちばかりか、大人たちにも絶大な人気を博している。ウォルトのエンターテインメント精神が立体化し、具現化したのがディズニーランドである。合衆国フロリダに最初のウォルトディズニーワールドを誕生させてわずか25年で世界4カ

国に6つのテーマリゾートが開かれ、その間に12億人を超える人びとが訪れた。6つのディズニーランドはエンターテインメント施設の入場者数で世界1位から6位まで独占するという快挙も成し遂げた。いまやディズニーの経営は最高のビジネスを実践するための基準として注目されて、娯楽産業に限らず、さまざまな業界や業種の人びとがディズニーに学ぼうとしている。

なぜ文化の異なる国々でウォルトの世界が受け入れられ、多くの人びとを惹きつけるのか。その理由はディズニーのエンターテインメントの特質に示されているだろう。本論は、ウォルトの生い立ちを検討することとおして、なぜ彼が独特のエンターテインメント世界を創造しえたのかを考察する。また、東京ディズニーランドを事例として、ディズニー社がいかにしてその創始者の世界観を具現しているのかを考察する。

2. ウォルトの人生と独自の世界の創造

2-1. 失われた子ども時代

1901年12月5日、イリノイ州シカゴで、父イライアス・ディズニーと母フローラとの間に4番目の男の子ウォルト、すなわちウォルター・イライアス・ディズニーが生まれた。ウォルトはその幼少期について、「わたしは働きづめだった。遊ぶ時間なんて全くなかった」と振り返っている。父イライアスはさまざまな事業に手を出しては失敗し、引越しを繰り返していたため、ディズニー家は貧困で、兄弟たちは幼い頃から働いて家計を助けなくてはならなかった。ウォルトも9歳になると、毎朝3時半に起き、休むことなく働いた。父はとても厳格で、どれだけ働いてもウォルトに小遣いを与えることはなかった。父はウォルトが小遣い稼ぎで得た副収入さえも取り上げた。ウォルトの8歳年上の兄ロイによると、父が子どもの稼ぎを取り上げるのは、「無駄遣いさせないため」

だったが、ウォルトはいつも憤慨していた[ゲイブラー2007：p. 21]。ウォルトは学校の勉強は好まず、成績は良くなかったが、絵を描く事や映画、喜劇は好きで、ときには友達と真似ては遊んだりもした。しかし思う存分に遊ぶ余裕はなかった。

つらい幼少期の経験はウォルトを失われた子ども時代の探求へと駆り立てたのだろう。後年になってウォルトはディズニーランドのコンセプトについて、「いい娯楽ってやつは、若いも若きも、誰にでもアピールするものだ。親が子供を連れてこられるところ、いや、大人どうしても楽しめるところ。僕はディズニーランドをそんな場所にした」と語っている[トマス1995：p. 40]。ウォルトが「大人も楽しめる遊園地」をめざしたのは、彼が子どもを連れて遊園地に行ったとき、ベンチしか居場所がなく、子どもを眺めてピーナッツを食べるほかなかったから、というエピソードで説明されることがあるが、これは表面的である。「大人も楽しめる遊園地」とは、大人が子どもになる場所であり、遊び足りなかった大人が失われた子ども時代を取り戻すことのできる場所であるのだ。

1955年7月17日、アメリカ・カリフォルニア州アナハイムに最初のディズニーランドがオープンした日、その創設者は次のスピーチの言葉を残している。「この幸せな場所に来てくれたみなさん、ようこそ。ディズニーランドは君たちの国です。ここは大人が過去の楽しい日々を取り戻す場所です。そして、若者なら未来への挑戦や約束を味わえる場所かもしれません。ディズニーランドを、アメリカを築いた理想と夢と困難に捧げます。ここが世界中の喜びと感動の源となることへの願いを込めて。ありがとう」[生井2008：p. 116-118]。世界中の子どもたちを魅了するディズニーランドが、その出発点から「大人のための遊園地」をめざしていたのは興味深い事実である。先のスピーチの約3ヶ月前、ウォルトは、「ディズニーランドは子どもだけを相手につくってるんじゃない。人はいつから子どもでなくなるというのかね。大人の中に、子どもという要素がすっかり消えてしまっていると、君は言い切れるかい？」[トマス1995：p. 40]と語っている。

大人が子どもに戻って、子どもとともに楽しむ

ことのできる場所。大人と子どもの区別が消えて誰もが遊ぶことのできる場所。それがディズニーランドのコンセプトであり、そのような場所を誰よりも強く求めていたのが、厳しい幼少期を過ごしたウォルトその人であった。

先のスピーチのなかでウォルトは、ディズニーランドは若者にとって「未来への挑戦や約束を味わえる場所」であろうと語っている。ディズニーランドは、数々の苦難に向き合いながら、未来を切りひらこうとしていたウォルトのような青年が、未来の夢や希望を感じることのできる場所であればなかった。

しかしながら、過去を取り戻そうとするウォルトの並外れた情熱は、幼少期に十分に遊ぶことができなかったという一般的理由だけでは説明しきれない過剰さがある。新しいエンターテイメント世界を生み出した、その創造力の源は何かを探る必要があるだろう。

2-2. 父イライアスとの関係

ウォルトの人格形成に大きな影響を及ぼしたと考えられるのが父イライアスである。イライアスは、アイルランドからの移民の子としてカナダで生まれ、カンザス州のエリス、フロリダ、シカゴ、マーセリン、そしてカンザスシティと各地を移り住み、機械工、酒場の音楽家、大工、農業、新聞販売など職業を転々とした。カンザスシティに引っ越してきた時にはすでに50歳、イライアスはますます陰気で短気でよそよそしい人になっていた。ウォルトいわく、父は非常に保守的で、非難がましく、癩癩持ちで、無口。暴力的で子どもをささいなことで閉じ込めたり、衝動的に殴ったりしていたという。これといった趣味もなく、酒も飲まない。教会にはたまにしか行かなかったが、食事での祈りは欠かさず、子どもたちには神への畏れを吹き込んだ。そして父は厳格で強情で近寄りたがたい家長としてふるまった。

兄たちが家出してから、イライアスの怒りはウォルトへと向けられた。ウォルトが反発したせいも、成長するにつれ父子は正反対の性格になっていった。陰気で厳格、生真面目で抑圧的な父に対し、ウォルトは陽気で腕白、いたずら好き、目立ちたがりやで、何にでも熱中し熱狂する性格であった。

ウォルトの実質的な保護者は兄のロイだった。兄弟は性格的には共通するところは少なかったが、ウォルトはロイを信頼していた。すぐに人を信用する純真なウォルトが他人に騙されないように自分が守ってやらなければと、ロイは心に決めていた。ウォルトの仕事の成功を支えたのもロイであった。ウォルトが創造を担当し、ロイが資金調達を担当した [ゲイブラー2007、トマス1995]。

では、なぜウォルトはアニメーションに魅かれたのだろうか。ニール・ゲイブラーはその理由はウォルトと父の関係性にあるのではないかという。アニメーション製作は、動かないものに生命を与えるプロセスであり、製作者は「創造主」となる。厳格で道徳家で禁欲的な父親の世界に閉じ込められ、父親から常に隷属を強いられている若者に、アニメーションは「絶対的な支配の力」を授けるのだ。「アニメーションの世界では、ウォルト・ディズニーはパワーそのものだったのである」 [ゲイブラー2007：p.63]。

アニメーションを創作し、日常的現実と異なる別世界を創造するという事は、抑圧的で陰気で厳格な父と、父に強いられた労働の世界から、想像力の翼で逃避することを意味した。この「もうひとつの現実」を創り出すために、ウォルトはアニメーション作品やディズニーランドにおいて、「本物より本物らしいリアリティ」を追求し、日常を虚像の現実で置き換えようとした。ウォルトを創造へと突き動かしたのは、父が支配する日常的現実から離脱しようとする激しい情熱であったといえるだろう。

2-3. 好奇心と新たな挑戦

ウォルトがアニメーションの仕事始めてから、成功をおさめるまでは決して平坦な道のりではなかった。しかし数々の失敗と新たな試行錯誤を繰り返す中で、ウォルトのエンターテイメント精神はいつそう鍛え上げられていった。

1919年、17歳のときウォルトは商業美術店で広告やカタログのイラストを描く仕事を受け持つが、繁忙期を過ぎた年末には解雇されてしまう。働いたのは6週間だけだったが、それでも絵を仕事にできたことでウォルトは自信をつけた。翌1920年、ウォルトは、同じく解雇されたアイワークスと、

アイワークス＝ディズニー社を立ち上げた。外交的で社交的で大胆なウォルトとは対照的に、アイワークスはシャイで引っ込み思案、陰気で孤独な男だった。好対照の二人は絶妙のバランスで補いあって仕事を行なった。アイワークス＝ディズニー社は2ヶ月で閉じるようになった。自分たちの会社だけでは資金が成り立たず、二人がカンザシティ・スライド社に勤め始めたからである。

そこでウォルトは映画館で上映する広告を制作する仕事に就いた。この頃のアニメーションは、ピンでボードに止めた絵を徐々に動かしながらコマ取りするという粗雑なものだった。しかしウォルトはこのアニメーションの作業に没頭した。ガレージをスタジオにして、独自で研究を進め、当時はまだ存在しない「アニメーター」という職業を本職にしようと本気で考えていた。

1922年、ウォルトはカンザシティ・スライド社を辞職し、ラフォグラムフィルムという会社を設立し、あらゆる種類の商業工業広告と映画の所有・製作・購入・貸出・販売・配給を事業内容としたスタジオを経営した。この会社は1923年には破産したが、ハリウッドで配給業者との契約にこぎつけて、兄ロイと共同でディズニープラザーズ社を設立した（その後ウォルト・ディズニースタジオに改名）。ところが、製作費のために資金ばかりを要求するウォルトを疎ましく思った配給会社に、スタッフや作品を奪われてしまった。再びゼロからのスタートとなったウォルトはこの経験から、「もう絶対人には使われない。生きている限り人のためには働かない。自分は自分のボスなんだ」と自らに言い聞かせたという [ゲイブラー2007：p.134]。

裏切った配給会社の者に対し、ウォルトは「善意は勝利し、悪意は敗北する」と語ったとされる。ディズニーの作品に、「働きの者は勝ち、怠け者は負ける」「謙遜を忘れた思い上がりは敗北に繋がる」というモチーフが好んで表現されているのは、このときの経験が大きく影響しているだろう。また、ウォルトが自社作品の著作権と保護に対する過剰なまでの執着を示すようになったのも、この出来事がきっかけだったといわれる。

ウォルトはつねに新たな挑戦へと向かう男であった。無声映画が主流だったなか、1927年には、音

声の入った初の実写映画「ジャズ・シンガー」をヒントに、アニメーター映画を製作している。漫画から声や音楽が聞こえ、アニメのキャラクターが声で話すミッキーマウスシリーズの2作目「蒸気船ウィリー」は、1928年に封切られ、大ヒットとなった。

成功に至るまで、ウォルトは幾度も失敗を繰り返す、その度に新たな挑戦を続けた。ウォルトが数々の失敗を乗り越えることができたのは、不屈の精神というよりも、旺盛な好奇心によるものだ。好奇心が彼を新境地の開拓へと突き動かした。たとえ失敗があっても、彼の興味と関心は絶えることがなかった。彼を非凡なエンターテイナーにしたのは、この好奇心、開拓精神、そして行動力である。

2-4. ウォルトとミッキーマウス

配給会社に自分のアニメ作品を奪われたウォルトは、新しいキャラクターを考える必要に迫られた。このときに生み出されたのがミッキーマウスである。ミッキーマウスはディズニーが生んだ最大のキャラクターであり、おそらくは世界中でも最も人気の高いアニメ・キャラクターである。そして、ウォルトが自らの成功を「一匹のネズミから始まった」と述べているように、ミッキーは彼にとって最も思い入れの深いキャラクターでもあった。

ネズミがキャラクターとなった経緯については、いくつかの俗説がある。公園のベンチに腰かけていると、ネズミが慌てて逃げていったのに着想を得たという説。ペットとして飼っていたネズミを野原に放すと、悲しそうな目でウォルトをずっと見送ったのがきっかけだという説などである。これらは実話というより、後に人びとがミッキーマウスの物語からあみだした「伝説」だろう。

注目すべきは、ウォルトが「誰よりも偉大」と尊敬していた喜劇王チャップリンをモデルにミッキーを考案したことである。「人の心を動かせるものにしたかった。チャップリンの物欲しそうなところをネズミで表現したかった」とウォルトは語っている。チャップリンだけでなく、当時のトップスターで「怪傑ゾロ」「ロビンフッド」などの作品のあるダグラス・フェアバンクスにも影響さ

れたという。「いわばミッキーはチャップリンとフェアバンクス、つまり「ごろつき」と「冒険家」の間から誕生した」[ゲイブラー2007：p.169-170]。

ストーリーを組み立てるにあたっては、1927年大西洋横断単独飛行を果たしたチャールズ・リンドバーグに着想を得て、女ネズミの心を惹こうと飛行機を組み立てる男ネズミの話を考え付いた。こうして誕生したミッキーの映画を、1930年代には毎年100万人が観て、三週間で三万通のファンレターがミッキーの元に届いた。その人気はアメリカばかりか、やがてヨーロッパにも広がった。

1930年代にミッキーマウスが熱狂的人気を博した理由については、さまざまな分析がなされた。漫画史家のジョン・カルヘインは、ミッキーの「難攻不落」の円形の胴体が、大恐慌の時代をサバイバルしようとする人びとの心をとらえたのではないかと論じた。作家のウィリアム・デミルは、ミッキーのなかにルーズベルト大統領のニューディール政策に見られる愛他主義を見ている。ある文学者は、ミッキーのギクシャクした動きに、現代機械文明の象徴を読み取った。

ミッキーの誕生から50年あまり経った1980年代に、文明史家のウォーレン・サスマンは「政治史家が1930年代をルーズベルト大統領の時代と呼ぶように、文明史家はその時代をミッキーマウスの時代と定義する」と述べた。「このネズミは時代の混乱と苦悩に立ち向かっている」。サスマンによれば、「ディズニーの世界は無秩序の世界であり、伝統的な形式が一切機能しない。しかしだからと言って、遺憾と恐怖の悪魔の世界でも、悲劇の世界でもない。それは究極の願望実現、伝統的な価値と生き方が究極的に蘇る世界である。どのように混乱した世界に見えようとも、ディズニーとミッキーマウスは、万人が認めるゲームの法則にしたがって、幸せな結末へといたる」[ゲイブラー2007：p.168-169]。

ウォルト自身はミッキーマウスの魅力をどう考えていたのか。説明を求められたウォルトの返答は表面的なものである。ミッキーが絶えず動いており、ギャグが簡潔で切れ味がいいから、人びとに共通する感情を大げさに表現することで共感を呼ぶことができるから、シンプルで単純であり、理解しやすいことから、みんな好きにならずには

いられない」などがその答えである。

ミッキーはウォルトの分身でもあった。ミッキーは、ウォルトに似て、天真爛漫で楽観主義であり、うぬぼれ家や利己的な一面も持っていた。ウォルトとミッキーは波長があっており、「ほとんど同じ人のように思えた」という人もいる。アニメーターのレス・クラークによれば、「ウォルトはミッキーであり、ミッキーはウォルト」なのであった。

ウォルトはまた、ミッキーを通じて自分の願望と理想を表現した。どんなトラブルに巻き込まれても、度胸と決断力によって窮地を脱するミッキー。何にも拘束されず、反抗的で、いたずら好きで、明るい笑いを届けるミッキー。それは抑圧的な子ども時代にウォルトが夢見ていた自分の理想像でもある。

ウォルトはいう、「ディズニースタジオがある限り、ミッキーマウス漫画はあり続ける。彼なしには生きていけないからだ!」。

3. 東京ディズニーランド

前章では、ウォルトの生い立ちからディズニーのエンターテインメントの特質を考えた。ここでは私たちに馴染みの深い東京ディズニーランドを事例に、この問いにアプローチしよう。

3-1. 夢の空間の構築

日本の遊園地は、鉄道事業と密接な関係を持っている。鉄道会社は沿線の開発を行い、宅地開発事業を基礎づけ、その周囲に学園都市、デパート、動物園、そして遊園地ができる。日本の遊園地の多くは、鉄道会社が空車を埋めて有効利用するために、中心地から外れた時価の安い土地につくられたものであった。

1983年にオープンした東京ディズニーランドは、そのような従来型の日本の遊園地とは、まずその用地開発や設備投資など経済規模の大きさにおいて、水準の異なるものであった。「東京ディズニーリゾート」は、ディズニーランド、海がテーマのディズニーシー、商業施設のイクスピアリ、ホテルやシアターなどの総称である。ディズニーランドの広さは51ヘクタール（約15万坪）、ディズニーリゾート全体では200ヘクタール（東京ドーム約44個分）という圧倒的な広さを誇っている。

しかし東京ディズニーランドが従来の日本の遊園地と何より異なっていたのは、その空間の構築に対する理念と方法であった。そのことは、これが千葉県浦安市に開設された経緯にも示されている。当時、ディズニー社は世界21カ国から誘致を受けていた。日本の誘致には三井不動産と三菱地所が名乗りをあげていた。三井グループは大都市や海に近接した千葉県浦安市を、三菱グループは観光資源豊富で観光客を集める静岡県の富士スピードウェイ周辺を用地として提案した。浦安は、大都市に近接しているとはいえ、日本でも知名度は低かった。にもかかわらず、ディズニー側は、浦安市に調査に訪れたその足で合意書に署名した。

静岡を選ばなかった最大の理由は富士山にあったとされる。ディズニー社は、ディズニーランドの入園者がその独自の世界観に入り込み、日常から切り離された非日常的な世界を楽しむことを求めている。ディズニーランドでは、入園者の目に入るものすべてがディズニーものでなくてはならない。ところが、静岡にディズニーランドがつけられた場合、ディズニーの世界に富士山が登場することになって、固有の世界観が壊れてしまう。入園者は外部の日常世界とのつながりを意識するので、夢の世界に没入できなくなるだろう。

都市近郊の浦安の地で、東京ディズニーランドは、完璧に閉じられ、自己充足した虚構の空間としてつくられることになった。高い壁があるので、中から外を見ることも、外から中を見ることもできない。周囲には非常に広い緩衝帯があり、敷地に到達してから入園するまでに、相当な距離がある。そうすることで、ディズニーという世界の自律性を守り、日常世界からの隔離を徹底しているのである。

日常からの隔離を実現するためには、その他にもさまざまな工夫が施されている。例えば、財布を開いて「日常的現実」に向き合う場面を避けられるように、アトラクションは入場時に買ったチケットを使うことになっている。弁当の持ち込みは禁止されているが、これは弁当が現実の家族生活を連想させるからであろう [大澤2008：p. 71-72]。ショーやアトラクションの裏方が入場者の目に入らない配慮もなされている。ドアノブから食堂まで、ディズニーランドにあるものは、すべ

てが「メッセージ」として機能するものと考えられている。

このように日常的現実から隔離された空間をつくりだす工夫が随所でなされることで、ディズニーランドは自律した虚構の世界を構築しているのである。

3-2. ディズニーランドの物語性

広いディズニーランドには、入り口が一箇所しかない。すべての入園者が同じ入り口から入るようになってきているのは、「映画のようにストーリーを持たせて構成する」ためである。ディズニーランドは、次第に現実の世界から夢の世界へと入り込めるように設計されている。園内のエリアからエリアへの転換点では、新しいエリアに入るときに世界が変わったことを「靴底から感じられるように」、舗道の素材が変えられている。

東京ディズニーランドで最初に通るのは、土産物が売られる「ワールドバザール」である。ここは現実世界に最も近く、映画のストーリーでいえば、オープニングの役割を果たす。ストーリーのクライマックスは、ディズニーランドの最深部「ファンタジーランド」である。ここにはディズニーの物語に関連したアトラクションがある。アメリカの開拓時代を連想させるウェスタンランドとアドベンチャーランドは、「過去の世界」を象徴し、宇宙開発やSF世界を連想させるトゥモローランドは「未来の世界」を象徴している [大澤2008: p. 73]。

「ファンタジーランド」にあるシンデレラ城はディズニーランド全体の象徴である。高さ51mの城は、映画のセットで使われる「強制遠近法」という技法で作られている。上に行くほど縮尺が小さくなっており、目の錯覚で実際より高く見えるのである。

物語性を構成しているのは設計だけではない。ディズニーランドでは客を「ゲスト」、従業員を「キャスト」、制服を「コスチューム」、面接を「オーディション」と呼び、パレードのスタッフもアトラクションのスタッフもすべてが、ディズニーランドを舞台とするショーの一部とみなされている。園内にゴミ箱はなく、代わりに「キャスト」がおしゃれなコスチュームを着て、ショーと

してゴミ清掃をこなす。

フロリダのディズニーランドが完成する前に、ウォルトが語った言葉は印象的である。「忘れないでくれよ。最大のアトラクションはまだここに来ていないんだから」 [トマス1995: p. 43]。ディズニーランドでは、入園者もショーの出演者であり、人の集まりは「最大のアトラクション」なのである。

このような空間配置や独特の手法によって、ディズニーランドは高度な物語性を表す虚構世界として構成されている。入園者は、ジェットコースターやメリーゴーランドといった乗り物を目当てに足を運ぶのではない。ディズニー独特の世界観を、自分が登場人物のひとりである物語として楽しむために訪れるのである。

3-3. リピーターを惹きつける理由

東京ディズニーランドは1983年4月15日に開業し、18年後の2001年9月4日には東京ディズニーシーが開業した。これら2つのテーマパークを合算した入園者数は、1983年から2007年の間で、延べ4億3643万7000人を数える。そのうち90%以上が2度以上訪れたりリピーターである。また、2007年の入園者数2542万4000人のうち、68.8%が18歳以上の大人であるとされる。これらの数字は、東京ディズニーランドは子ども向けの娯楽施設ではなく、むしろ大人が何度行っても楽しめる場所であることを示している。それにはどのような工夫があるのだろうか。

ディズニーランドとディズニーシーのアトラクションは合計で63個ある。混雑していない日でも、アトラクションやパレードすべてを体験するのは現実的に不可能である。とはいえ、それは完全制覇まであと少しというくらいの数に設定されている。そこには目標に近ければ近いほど、目標の価値が高まるという「目標勾配仮説」が組み込まれている。一日ではすべてを経験することができないが、次こそは全部制覇できると思わせる工夫が、リピーターを増やす一因となっている。また、遊び心に満ちた巧妙な仕掛けを細部に施すことによって、訪問者が好奇心をつねにかきたてるようにも配慮されている。

ウォルトは「人にイマジネーションがあるかぎ

り、ディズニーランドは永遠に完成しない]、「新しい世界を開拓しつづけなければ、僕は死んでしまうよ」と語っている [竹内2003 : p. 90-91]。永遠に完成しないことは、ディズニーランドの基本理念である。建物も、ショーも、パフォーマンスにも絶えざる変化が求められている。完成形は停滞であり、退屈な大人の世界を意味する。子どもが成長するように、ディズニーの世界は、つねに完成をめざして変化し続け、それによって新鮮な魅力を発し続ける。いわばディズニーランドはつねに変化し成長する夢物語なのである。

東京ディズニーランドは、1980年代に日本各地に広がったテーマパークやメセナといった大量消費型イベントの先駆けとなった。ところが、後発のテーマパークや遊園地は、大阪のユニバーサルスタジオ・ジャパンを除いて、そのほとんどが閉園や規模縮小に追い込まれている。東京ディズニーランドの成功は、首都圏に近く、成田市の新東京国際空港にも近いという有利な立地条件に支えられている。しかし成功の最大の要因は、ディズニーランドが、細心の配慮と絶え間ない努力によって、独自の世界をつねに構築し続けているという点にあるだろう。

4. おわりに

ウォルト・ディズニーは、厳格な父親のもと、貧しく不自由な幼少期を過ごしながらも、旺盛な好奇心と開拓精神によって独自のエンターテイメント世界をつくりあげた。エンターテイメントは、それなくしては生きていけないというものではないが、ひとときの夢を体験させることで、人に明日を生きる活力を与えてくれる。ディズニーランドは万人に開かれた楽しい「夢」だが、日常的現実から隔絶した夢の世界を現実に構築するためには、緻密な計算と工夫が必要であった。

本論は、主としてウォルトの前半生を論じたが、後半生の歩みにおいてディズニーの世界がどのように展開したかを考えるのは今後の課題である。いま世界には5カ国12のディズニーリゾートが存在する。ここでは東京ディズニーランドに焦点をあてて論じたが、これをフロリダ、カリフォルニア、パリ、香港のディズニーランドと比較検討し、各国におけるディズニー受容の差異を考えること

も残された重要な課題である。

引用参考文献

- 朝日新聞社編, 2007, 『知恵蔵』, 朝日新聞社
 生井俊, 2008, 『ディズニーランド「また行きたくなる」7つの秘密 なぜか心をつかまれる「仕組み」と「仕掛け」』こう書房
 大澤真幸, 2008, 『不可能性の時代』岩波新書
 桂英史, 1999, 『東京ディズニーランドの神話学』青弓社
 香取貴信, 2002, 『社会人として大切なことはみんなディズニーランドで教わった』こう書房
 三省堂編修所編, 1987, 『大きな活字のコンサイス 外来語辞典 第四版』三省堂
 三省堂編修所編, 2001, 『グランドコンサイス英和辞典』三省堂
 竹内均, 2003, 『一世を風靡した事業家たち』ニュートンプレス
 ディズニー・インスティテュート, 2005, 『ディズニーが教えるお客様を感動させる最高の方法』月沢李歌子訳, 日本経済新聞社
 コネラン, トム, 1997, 『ディズニー7つの法則』仁平和夫訳, 日経BP社
 新村出編, 2008, 『広辞苑 第六版』岩波書店
 ゲイブラー, ニール, 2007, 『創造の狂気 ウォルト・ディズニー』中谷和男訳, ダイアモンド社
 トマス, ボブ, 1983, 『ウォルト・ディズニー——創造と冒険の生涯』玉置悦子・能登路雅子訳, 講談社
 堀貞一, 1987, 『人を集める——なぜ東京ディズニーランドがはやるのか』ティービーエス・ブリタニカ
 アイズナー, マイケル, 2000, 『ディズニー・ドリームの発想』(上)(下), 布施由紀子訳, 徳間書店
 吉沢典男・石綿敏雄, 1979, 『外来語の語源』角川書店
 オリエンタルランド社ホームページ <http://www.olc.co.jp/company/guest/> [2008年12月15日参照]