

## 世界を知り尽くした 岡村龍哉

### 岡村 龍哉の宝石・健康紀行「東京ディズニーリゾート」編 (2009)

SWINE FLU (新型インフルエンザ) の影響で、帰国後、海外渡航を自粛している Tatsuya Okamura に、オリエンタルランド (OLC) から特別招待状が届いた。OLCがウォルト・ディズニー・カンパニーから世界で唯一のライセンス方式で運営している東京ディズニーランド (所在地：千葉県浦安市舞浜1番地1, 開園日：1983年4月15日金曜日, 年間来場客数：東京ディズニーランドと東京ディズニーシーを合わせて約2500万人) への特別招待状だ。折しも、岡村 龍哉の宝石紀行『セシリシリーズ』のヘビーユーザーから昨年の一マンショック (2008年9月15日月曜日に経営破たんしたアメリカ大手証券会社リーマンブラザーズの衝撃) に端を発した100年に1度とも呼ばれる世界経済不況に対して、『岡村の考え』への期待・要望が多かったので、次への備えの一環 (情報) として紹介したいと思う。新幹線のぞみ号 (もちろんグリーン車) の広島駅<->東京駅間は約4時間だ。さあ、出発だ！



そもそも、**東京ディズニーリゾート**や**ユニバーサル・スタジオ・ジャパン**（所在地：大阪市此花区桜島二丁目1番33号，開園日：2001年3月31日土曜日，年間来場客数：約800万人）などの『**テーマパーク**』とスペースワールドやひらかたパークなどの『**遊園地**』（USJやひらかたパークを挙げるのは大阪がんばれの大阪人気質に由来する。幼少期にはエキスポランドによく行ったが今は閉園、とても残念！）の違いは何か？シンプルな疑問が存在する。誤解を恐れず『岡村の考え』を大胆に申し上げると、『**テーマパーク**』は、**コンセプト**（理念）を追求し続ける**株式会社 JO** 同様の**理念追求型パーク**である。長い年月を経ても、入り口（当初）と出口（現在）のコンセプトの齟齬がわずかで、自らトレンドを作り出しユーザーへ提示し、ユーザーをコンセプトに惹きつけ、共同体の如く成長を試みる。ジュエリーのトリロジーデザイン《過去→現在→未来》の如く繋がりを重視する。対して、『**遊園地**』は、**トレンド**（現実）を常に意識した**現実対応型のパーク**である。長い年月を経れば、入り口と出口のコンセプトの齟齬が大きく、トレンドに敏感で現時点のユーザーの欲求に関心を持ち、ユーザーの欲求がコンセプトになり、時代に適応しながら成長を図る。両者を違う視点で捉えると、**【人が創造する】**のが『**テーマパーク**』、**【モノが創造する】**のが『**遊園地**』である。上や下や右や左はない。もちろん、良い悪いもない。何を選ぶかだ！『岡村の考え』は、**RAW THINKING**（自頭力）だ！！個人の全ての知識を取り除いて生まれる考えこそが『岡村の考え』であり、オリジナルの知恵を生み出す源泉だと確信している。さて、色々考えているうちに、宿泊先ホテル、「東京ディズニーランドホテル」へ到着だ。



ホテルでゆったりと過ごした後、まずは[東京ディズニーシー](#)（所在地：千葉県浦安市舞浜1番地1，開園日：2001年9月4日火曜日）へ行こう！この『[テーマパーク](#)』のコンセプトは、[Where Adventure and Imagination Set Sail](#)（冒険とイマジネーションの海へ）だ。要するに、岡村の大好きな『[海](#)』をテーマとしている。早速、楽しもう。入園後すぐに、岡村の大好きな「地球儀」、しかも大好きな「ブルー」。とても気が合う。



以前は、東京ディズニーリゾートにも休園日があったように思える。大規模小売店舗法に沿った措置だったのであろう。その法律が2000年6月に廃止され、

新たに大規模小売店舗立地法が施行されたので、年中無休になったのだろう。

ここで『サービス』について言及しよう。JOや東京ディズニーリゾートのようなラグジュアリー(高級な)サービスの提供で気をつけることは、意外に感じるかもしれないが、堅苦しくユーザーと接するのではなく、丁寧さに【親しみ】を加えることである。すると、「ゆったりとした時間」が提供できる。反対にカジュアル(気軽な)サービスの提供は、ざっくりばらんに対応するのではなく、手際の良さに【敬語】を加えれば完璧である。また、会話に於いては、機知な質問には機知に答え、大胆(ビッグマウス)には謙虚に、謙虚には知識を提供する。すると、ヘビーユーザー誕生間違いない。また、ユーザーの入場時の挨拶より、退場時の挨拶に特に注意することが肝要である。ユーザーの頭の角度が《入場時<退場時》にならなければならない。角度の差が大きいほど、顧客満足度が高まっている証拠だ。これ以上言及すると、JOの勝ち組企業たる所以を明かすことになるのでこの辺りで。さすがは、東京ディズニーリゾートのサービス。私の分析通りだ。しかし、問題点も多いな・・・このままでは・・・、20:05 からの‘火’と‘水’のショー、BraviSEAmo を堪能した。さて、明日に備えよう。







宝石は、大きく分けて 90 種類、細かく分けると 300 種類に及ぶ。5 大宝石と呼ばれるジュエリーがある。ダイヤモンド・ルビー・サファイア・エメラルド、そして、アレキサンドライト（日本では真珠を挙げる場合もある）だ。宝石商岡村の大好きな宝石ばかりだ。東京ディズニーランドには、7 大テーマパークがある。ワールドバザール・アドベンチャーランド・ウエスタンランド・クリッターカントリー・ファンタジーランド・トゥーンタウン、そして、トゥモローランドだ。



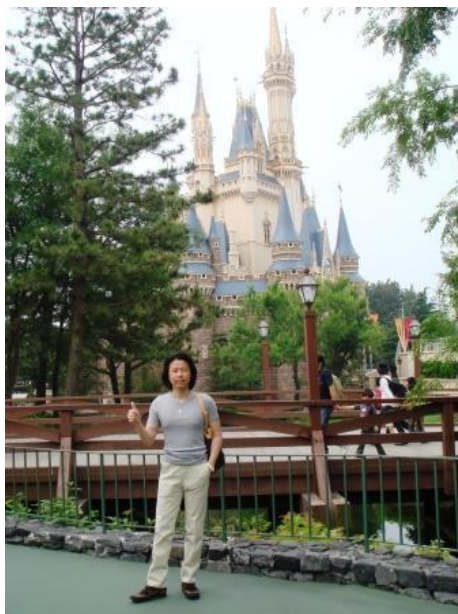


まずは、目的のウエスタンランド内の【Party会場】へ。ミッキーマウス・ミニーマウス・ドナルド・プルート・グーフィー・デイジーなどで大盛り上がり。(ディズニーの大ファンばかりだ) ファンは本当にありがたい。スタッフもサービスがし易い。『World』を理解している人たちだから徹底的なディズニーサービスを快く享受する。また、ディズニーサービスの受け方を皆よく熟知している。『World』の理念が浸透すれば、このような現象が起きる。インターラクティブな高度の関係が心地良い「くつろぎの空間」を生み出す。





アトラクションのシアターの出入口のドアで気づいたことだが、ドアが全て外側（室外側）へ開くようになっている。気になったので、スタッフの方に尋ねてみると、千葉県浦安市の消防条例に対応しているそうだ。パニックドアの対応だろう。やはり、『夢の国』であっても、治外法権の訳ではない。



東京ディズニーランドを堪能して思ったことは、ここには、【組織成立の3要素】「コミュニケーション」・「貢献意欲」・「共通の目的」が見事に達成されている。組織の優劣を決める「共通の目的」が全ての経営資源に浸透している。とても素晴らしい！19:30からの‘電飾’のショー、ELECTRICAL PARADEを満喫し



て、ホテルへ。



翌日、東京へ立ち寄った。今回は銀座ではなく、築地の江戸前を食し、1948年設立の‘はとバス’観光へ。外国人観光客や地方観光客の気持ちがよく分かる。(私も地方組みかも知れないが・・・) 東京は、大阪と比べてとても整然としている気がする。言葉のせい何か物足りなさをいつも感じる。大阪の「これでもか、これでもか、これでもか」がやはり良い。たまらなく良い。懲りない街に焦られる。懲りないのはこちら。気負い・手負いの鳩、四面楚歌の軸の無い口、やはり龍が良い。「自分へのご褒美・パートナーへの感謝を込めて栄冠」を果たそう。





『夢の国』からインスパイアされたエネルギーで、明日からよりクリエイティブに活動しよう。「遊び」ながら「ビジネス」の【ヒント】を得るのは最高だ。また、「ビジネス」をしながら「遊び」が入るので、疲労や重責を岡村は感じない。「遊び」と「ビジネス」の境界線をボーダーレスにすることが、人間成長の最大の【ヒント】である。岡村個人もそうだが、法人たるJOも人格がある。その人格＝『理念』を映画のスクリーンのように映し出し、支持して頂くことを切に望む。これぞ、モニタリング主義ではなく、『スクリーニング主義』である。

余談だが、大阪系広島人としては、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン編を『セシリシリーズ』へと一瞬思ったが、特別招待状が届いたらにしよう。「ゆったりとした時間」・「くつろぎの空間」・「自分へのご褒美・パートナーへの感謝を込めて栄冠」の3KAN全てを株式会社JOは、Jewelryと共にあなた様へご提供申し上げます。(HP参照)では、『行っ・て・らっ・しゃ〜い!』。