

ディズニーランド・ディズニーシーのグッズについて

宮本理未

ディズニーランドで販売されているグッズとディズニーシーで販売されているグッズの中で、まず違いを感じたのはやはり、ダッフィーとシェリーメイのグッズがディズニーシーでしか販売されていないということです。

ダッフィーの商品は、ぬいぐるみ（S、M、Lサイズ）を始め、バッジ、ストラップ、ポーチ、クッション、コインケース、ボールペン、メモ、タオル、マグカップなどの関連商品がある。お菓子も販売されています。



ダッフィーは熊のぬいぐるみをモチーフにしたキャラクターで、東京ディズニーシー以前よりカリフォルニアのディズニーランドなどで、ディズニベア（Disney Bear）という名前で販売されたことがあり、東京ディズニーシー登場当初もこの名前でした。2005年クリスマス後、新しい商品が発売された際にダッフィーという名称が付け加えられました。この大幅なリニューアルはディズニーシーの運営会社であるオリエンタルランドによって施されたものであり、ダッフィーは過去のディズニー作品には登場しておらず、いわば日本独自の仕様でした。ふわふわした柔らかい手触りで、手作りの縫製のため一体一体の表情が微妙に異なることが特徴です。2008年以降、ダッフィーのぬいぐるみを東京ディズニーランド、ディズニーシーのパーク内で持ち歩く若い女性が急増し、一番人気のぬいぐるみとなり、常時品切れ、品薄状態になっているほか、2009年3月期の関連商品売り上げは前期比3倍程度まで急拡大しました。オリエンタルランド商品開発部が、特に戦略的に流行を仕掛けたわけではなく、持ち歩きする人が増えたことで、他の客の目を引き、さらに人気が出るという相乗効果が起きていると考えられています。

ダッフィーがなぜそれほどまで人気になったのでしょうか。それには、ストーリー性が大きくかかわってくると考えられます。テディベアからダッフィーと名付けられた際、次のようなストーリーが設定されました。「ミッキーが長い航海に出る前の夜、ミニーはミッキーが一人ぼっちで寂しくならないようにとミッキーのためにテディベアを作りました。

『ありがとうーミニー！』 ミッキーはミニーが心を込めて作ったプレゼントをととても喜びました。ミッキーはダッフルバックに入れられていたこのテディベアのことを『ダッフィー』と呼ぶことにしました。ミッキーは世界のどこにでも、ダッフィーを連れて出かけます。ダッフィーはどんな時もミッキーを明るく楽しい気分にしてくれます。」こういった航海をするストーリーのため、このダッフィーは販売当初はディズニーシー内の 2 店舗でしか販売していなかったのです。正式投入は 2004 年 11 月 5 日です。ダッフィーは販売目的として作られた商品で、このように独自のストーリーがあることによって、人形をペットのように可愛がったり、名前をつけたりなど、消費者はひとつの人形にのめりこむ。このようなことが、ダッフィーの人気の大きな要因であるのではないかと考えられます。

実際パーク内では、若い女性または子供がダッフィーを抱っこしている姿が見受けられました。また、ダッフィーを販売しているショップで目についたのがダッフィーの着せ替え衣装です。「自分ならではのスペシャル感」を持ってもらうため、作られたようです。しかしこの「衣装」には大きな効果があります。この「衣装」はダッフィーのアフターマーケットであるといえます。アフターマーケットとは、顧客を囲い込み、使用続けさせることで利益を創出することをいいます。プリンターは本体よりも専用インクを購入してもらうことで利益を出すというのがこの例です。自分のダッフィーに感情移入している熱心なファンは同時に 2 体は自分の周りに存在させようとはしません。しかし、衣装ならバリエーションが増えコレクション感覚で購入するというわけです。ダッフィーのさまざまな衣装は、季節ごとに販売しバリエーションが増えてきており売れ続けています。アフターマーケットは、製品そのものの市場が成熟した後でも、アフターマーケットには拡大の余地が残されている場合が多いのです。市場の成熟化が進行するとともに、アフターマーケットは、企業が事業を拡大していくための重要なフロンティアとなります。

また、ダッフィーにはクロスセリングが活用されています。ダッフィーやシェリーメイのサイズ違い、キーホルダーなどの関連グッズは、クロスセリングです。クロスセリングとは、自社の製品・サービスの顧客に対して、さらに関連する他の製品・サービスを販売していくことであり、例えば、コピー機に加えて OA 機器を提供するといったことがこの例です。ゆえに、関連商品としてバリエーション展開をしてクロスセリングを図っているのです。また、シェリーメイの導入により、アフターマーケットやクロスセリングの効果は 2 倍となりました。

オリエンタルランドは、2010 年に「ダッフィーのお友だち」として、ピンクの毛並みに大きなリボンが特徴の新キャラクター「シェリーメイ」を投入しました。ダッフィーと同じく、ミニーマウスが製作した熊のぬいぐるみであり、そのストーリーも設定されています。「ミニーはダッフィーのお友達を作っています。ダッフィーはミニーからのプレゼントにちょっぴりはにかみました。目の前にかわいらしい女の子のお友だちが現れたからです。ハートのかたちをした貝がらのペンダントがとってもチャーミング！『よろしくね、シェリーメイ！』」このストーリーによって、すでにダッフィーを持っているファンならばシェ

リーメイの購入にも至るでしょう。

また、ディズニーシー内の各所にダッフィーを置いて一緒に記念撮影ができる専用の台座を設置しました。ダッフィーのフォトポイントと言い、ディズニーシーパーク内で 8 箇所あります。これによって、ダッフィーを抱いて歩くという行動に、よりつながりました。これらのことから、ダッフィーの人気にはストーリー性が重要な要素となっていることがわかります。ミニーマウが航海に旅立つミッキーが一人でも寂しくないように作った熊のぬいぐるみは、海、米国の漁村「ケープコッド」の街並みなど東京ディズニーシーの世界観を反映させています。このストーリーにはディズニーシーの「海」というキーワードが関係しています。ディズニーシーにしか売っていない、他では手に入らないという限定性がディズニーファンを刺激しているともいえます。

他にも、ディズニーシーのアトラクション例えば、アリエルやトイストーリーのグッズはディズニーシーでしか販売していません。東京ディズニーランド、東京ディズニーシーではアトラクションを出るとすぐにそのアトラクショングッズを販売するショップがあります。



グッズやショップに関連する工夫として、今回の研修の際に知ったことを挙げますと、

- お土産文化の日本では、海外のディズニーランドに比べ、お菓子が特に大量に売れるため、随時商品補充をしていました。
- 値段はポップなどでは表示すると現実感が出てしまうため、きちんと値札を見ないと分からないようにしています。
- 割れ物は値段を見るために触って、落としてしまう危険性があるため値段をプレートなどに表示して分かりやすくしています。
- グラスなどの割れ物を並べている棚は、落ちないように前に落下防止策が施されています。



ディズニーランドとディズニーシーだけのグッズ、お土産を求めて来るのはダッフィーとシェリーメイのグッズ、あとはそれぞれにあるアトラクションのキャラクターグッズではないかと思います。お菓子はディズニーランド、ディズニーシーとも比較的変わらないように思えますが、トイストーリーマニアがあるシーにしか販売されていないお菓子など、限定のものはいくつかあるようです。また、現在は30周年だったため、数多くの30周年の記念グッズが目につくように陳列されていました。ディズニーリゾートでは、季節ごとや期間ごとに数多くのグッズが次々に販売されているようです。ダッフィーのようにディズニー作品には登場していないながらも、ストーリー性や着せ替え衣装など、ゲストの心を掴む商品の展開の仕方は、ディズニーらしい戦略だと思いました。また、ぬいぐるみを抱いて歩くという行動は、大人なら普段はできない行動です。しかし、ディズニーランド、ディズニーシーのパーク内では大人がぬいぐるみを抱いて歩いていても不自然さを感じさせません。それは、ディズニーリゾートが「夢の国」という徹底した空間作りをしているからでしょう。当日は雨天だったため、レインコートを着用しているゲストが多くいました。ディズニーリゾートだからミッキーやミニーのキャラクターのレインコートしか販売されていないため、多くのゲストがこのレインコートをやむを得ず購入したのだと思いますが、通常の透明のレインコートも安価で販売されていました。やはり雨の中でもディズニーに染まり、パーク内の雰囲気を感じたいと考えているからではないかと思います。



グッズが与える効果として最も言えることは、ディズニーランドやディズニーシーで楽しんだ思い出や体感した感動を持ち帰ることができるということではないかと考えます。アトラクションの出口にすぐショップがあり、アトラクションの興奮が止まないうちに関連したグッズを見ることで購入に至ります。そのとき購入したことで持ち帰っても、興奮の記憶がよみがえるのではないのでしょうか。自分の可愛がっているダッフィーと撮ったフォトポイントでの写真も楽しかった思い出としてよみがえる。このようにディズニーリゾートで買ったグッズやお土産は、ディズニーリゾートでの感動をもう一度味わいたい、楽しみたいという思いにつながっているのではないかと思います。