

## ■ 研究発表論文

東京ディズニーランドにみる日常から非日常への  
心理的变化と環境の相互関係の研究The Relationship between Physical Environment and Psychological Alteration in the Case of Tokyo  
Disney Land近藤龍司\* 土肥真人\*\* 柴田 久\*\*  
Ryuji KONDO Masato DOHI Hisashi SHIBATA

摘要：本研究は、日常から非日常への心理的变化とそれに及ぼす環境の影響を把握する事を目的とする。東京ディズニーランドの来訪者を被験者として、性別、年齢、利用交通機関などの被験者の属性および出発点から終着点までの10の場面毎の日常-非日常の心理的变化を聞き取り、共分散構造分析を用いて被験者属性と場面特性との因果解析を行った。本論の分析、考察より、被験者の約9割がディズニーランドを非日常空間として認識し、被験者の約7割は物理的環境からの直接の影響により非日常への心理的变化が喚起されている事が明らかになり、被験者の個人属性、物理的環境からの影響の有無、心理的变化の場面特性の因果関係を定量的に把握した。

## 1. 研究の背景・目的

日常と非日常の転換には、様々な環境の要素が深く関係している<sup>1)</sup>。同時に、それらの環境的要素に日常-非日常の象徴的な意味付けを行うのは人間であり、この意味で人間の心理状況の変化もまた、日常-非日常を規定する基本的な条件であることも明らかにされている<sup>2)</sup>。もとより、環境と人間の相互作用は、人間が環境を意味付け、意味づけられた環境が人間の心理変化を喚起するという、双方向の因果関係を持つものであることが予想される。本論では、上記の環境と人間による意味付けの双方向の因果関係の一端を明らかにすることを目的とし、第1に、人間の空間的移動を伴う日常-非日常の心理的転換場面を同定し、第2に、それぞれの転換場面と環境的な要素との関係を定量的に考察し、最後に、環境的要素と一見無関係に生起する心理的变化について、潜在的な環境的要素の影響についても若干の考察を加えることとしたい。人間をとりまく物理的な存在である環境とその環境への人間による意味付けを考慮することは、環境計画、設計にとって基礎的な一側面であり環境心理学がこの分野を先行的に開拓してきたと言えるが、近年の研究成果は少ない<sup>3)</sup>。

## 2. 研究の方法と対象地の選定

本研究においては、調査対象地を東京ディズニーランド（以下ディズニーランド）およびその周辺部に定めた。ディズニーランドは全国のテーマパークのなかでも、施設規模、集客力など多くの点において際立った存在となっており<sup>4)</sup>、来訪者の地域別分布をみてもそれが全国範囲に及んでいる等の理由が挙げられる。また、ディズニーランドが日常的に非日常的空間を提供する場所

表-1 アンケート概要

|      |  |
|------|--|
| 期間   | 1997年10月～12月、延べ8回  |
| 対象   | ディズニーランド現地において<br>出園者計130人   |
| 方法   | 対面式アンケート調査   |
| 質問事項 | ・基礎データ<br>(性別・年齢・交通機関・出発地・来園回数)<br>・ディズニーランドは日常的か非日常的か<br>・心理的变化点(聞き取り及び選択式) |

であり、来訪者は出発点である日常的空間(自宅)からディズニーランドへ至るいくつかの場面で日常-非日常の心理的变化を起こしていると予測されるためである。調査方法は、アンケート調査により、ディズニーランドが非日常的空間であるか否かを確認し、複数の

設問事項を用意し<sup>5)</sup>、来訪者の日常から非日常への心理的变化点を抽出した(表-1)。定量的分析には共分散構造分析法を用い、それらの分析結果に対して、環境と環境への意味付けについての考察を加えた。

## 3. 心理的变化に関する調査結果の分析

## (1) 基礎データの特徴

被験者の男女比では圧倒的に女性が多いが、この結果はディズニーランドのオフィシャルデータ<sup>6)</sup>ともほぼ同様の傾向である。また、年齢層をみると20代が約半数を占めており、更に10代の18パーセントをあわせて、今回の調査では約7割の被験者が若年齢層によって占められている。さらに出発地では関東地方からの来訪者が最も多く69%、次いで近畿地方以南17%、中部・甲信越地方11%と続く。これもオフィシャルデータとほぼ同じ傾向である。来訪回数では、今回が初来訪という被験者が9%に満たないのに対して、ほとんどの被験者は2回以上来訪経験のある、いわゆる「リピーター」となっている。中でも10回以上来訪経験のある被験者は22%に達している。利用交通機関では概ね電車が多いが、これには飛行機を利用して最終的に電車に乗り換えたという場合も含まれている。また、自家用車による来訪者は全員が首都高速湾岸線を利用している他、羽田空港からバスを利用する泊まり掛けでの来訪者も見受けられた(各ホテルからはディズニーランドまでの送迎バスが運行されている)。

表-2 基礎データの詳細

| 性別   |      | 年齢   |      |        |     |     |
|------|------|------|------|--------|-----|-----|
| 男    | 女    | ～19  | 20代  | 30代    | 40代 | 50～ |
| 28人  | 100人 | 21人  | 63人  | 28人    | 13人 | 3人  |
| 22%  | 78%  | 16%  | 49%  | 23%    | 10% | 2%  |
| 出発地  |      |      |      | 利用交通機関 |     |     |
| 関東   | 東北以北 | 中部   | 近畿以南 | 電車     | 車   | バス  |
| 90人  | 4人   | 13人  | 21人  | 83人    | 16人 | 29人 |
| 70%  | 3%   | 10%  | 17%  | 65%    | 12% | 23% |
| 来園回数 |      |      |      | 合計     |     |     |
| 初めて  | 2～4回 | 6～9回 | 10回～ |        |     |     |
| 12人  | 41人  | 36人  | 39人  | 128人   |     |     |
| 9%   | 32%  | 28%  | 31%  | 100%   |     |     |

\*東京工業大学大学院社会理工学研究科 \*\*東京工業大学大学院情報理工学研究科

(2) 日常・非日常の認識について

この質問に関しては約9割の被験者が「ディズニーランドは非日常的な場所である」との回答を示した。一方、ディズニーランドは「日常的」な場所であると回答した被験者は約1割であった。

表-3 日常・非日常の認識

|        | 全体   |     | 男性  |     | 女性  |     |
|--------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 「日常的」  | 12人  | 9%  | 2人  | 7%  | 10人 | 10% |
| 「非日常的」 | 116人 | 91% | 26人 | 93% | 90人 | 90% |

(3) 日常・非日常の心理的变化点

出発地からディズニーランドまでのプロセスの主要な10場面を設定し、来訪者がディズニーランドへ入園するまでの間での日常的心理状態から非日常的な心理状態へと変化した点を、照合した(図-1)(図-2)。更に年代及び来訪回数ごとに場面ごとの分布を図示した(図-3)(図-4)。(図-2)のグラフはその長さによって被験者の心理的变化の様子を表している。縦軸の1番上、つまり場面Aは「家を出る以前」での変化を表しているため、グラフが上に伸びるほど被験者は早い時期に心理的变化を経験していることになる。

調査結果の特徴としては、場面E:「実際にディズニーランドが見えてきたとき」と回答した被験者が28人(24.1%)、場面A:「家を出るより以前」27人(23.3%)と、この2つの場面に約半数の回答が集中していることが挙げられる。その後、場面F:自動車や電車から「降りたとき」17人(14.7%)、場面D:「ディズニーランドが見えてくるまでの間」及び場面J:「実際に入園したとき」12人(10.3%)と続く。逆に、場面B:「家を出たとき」、場面C:「電車、自動車に乗ったとき」、場面I:「チケットを買ったとき」等の回答は少数であった。男女別分布では、場面Aでは圧倒的に女性の割合が高く、男性は1人だけしか見られないが、男性の数は場面E以降で増加し、特に場面E、場面F、場面Jで高い数字を示している。これら変化点と各基礎データをクロスさせた結果を表にまとめた(表-4)。

- A 家を出る以前
- B 家を出た時
- C 電車・車に乗った時
- D ディズニーランドが見えてくるまでの間
- E 実際に見えてきた時
- F 電車・車から降りた時
- G 降りてからゲートまでの間
- H キャラクターが見えた時
- I チケットを購入した時
- J 実際に入園した時

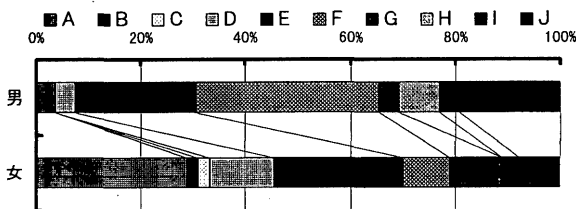


図-1 心理的变化点の男女別グラフ

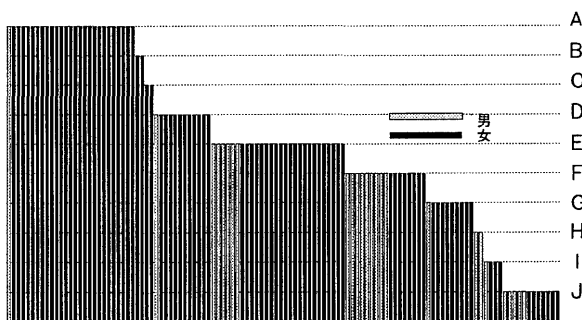


図-2 心理的变化の様子

表-4 変化点の詳細(クロスデータ)

| 項目    | 性別   | 変化点(人) |    |    |    |    |    |    |    |   |     | 計(人) | 総計(人) |    |
|-------|------|--------|----|----|----|----|----|----|----|---|-----|------|-------|----|
|       |      | A      | B  | C  | D  | E  | F  | G  | H  | I | J   |      |       |    |
| 年齢    | 10代  | 女      | 8  | 0  | 0  | 3  | 5  | 1  | 0  | 0 | 1   | 18   | 18    |    |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0 | 0   | 0    |       |    |
|       | 20代  | 女      | 13 | 2  | 1  | 6  | 11 | 2  | 6  | 0 | 1   | 47   | 60    |    |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 1  | 2  | 5  | 1  | 1 | 2   | 13   |       |    |
|       | 30代  | 女      | 3  | 0  | 1  | 0  | 5  | 4  | 1  | 0 | 2   | 16   | 25    |    |
|       |      | 男      | 1  | 0  | 0  | 0  | 2  | 4  | 0  | 1 | 0   | 9    |       |    |
|       | 40代  | 女      | 2  | 0  | 0  | 2  | 1  | 1  | 1  | 0 | 0   | 8    | 11    |    |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0 | 2   | 3    |       |    |
|       | 50代  | 女      | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1 | 0   | 2    | 2     |    |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0 | 0   | 1    |       |    |
| 計     |      | 27     | 2  | 2  | 12 | 28 | 17 | 10 | 2  | 4 | 116 | 116  |       |    |
| 出発地   | 関東   | 女      | 19 | 1  | 1  | 8  | 18 | 6  | 5  | 0 | 2   | 4    | 59    | 81 |
|       |      | 男      | 1  | 0  | 0  | 1  | 5  | 8  | 1  | 1 | 1   | 4    | 22    |    |
|       | 東北以北 | 女      | 1  | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 0  | 0 | 0   | 1    | 4     | 4  |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0 | 0   | 0    |       |    |
|       | 中部   | 女      | 3  | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1  | 0 | 1   | 9    | 12    |    |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1 | 0   | 3    |       |    |
|       | 近畿以南 | 女      | 3  | 0  | 0  | 3  | 7  | 1  | 3  | 0 | 0   | 1    | 18    | 19 |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0 | 0   | 1    |       |    |
|       | 計    |        | 27 | 2  | 2  | 12 | 28 | 17 | 10 | 2 | 4   | 116  | 116   |    |
|       | 交通   | 電車     | 女  | 17 | 2  | 1  | 8  | 18 | 6  | 7 | 0   | 2    | 4     | 65 |
| 男     |      |        | 0  | 0  | 0  | 0  | 2  | 5  | 0  | 1 | 1   | 2    | 11    |    |
| 車     |      | 女      | 4  | 0  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 0 | 1   | 1    | 13    | 27 |
|       |      | 男      | 1  | 0  | 0  | 0  | 4  | 4  | 1  | 1 | 0   | 3    | 14    |    |
| バス    |      | 女      | 5  | 0  | 0  | 2  | 2  | 0  | 1  | 0 | 2   | 12   | 13    |    |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0 | 0   | 1    |       |    |
| 計     |      | 27     | 2  | 2  | 12 | 28 | 17 | 10 | 2  | 4 | 116 | 116  |       |    |
| 回数    | はじめて | 女      | 2  | 0  | 0  | 1  | 2  | 2  | 0  | 0 | 1   | 1    | 9     | 12 |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 0  | 0 | 0   | 1    | 3     |    |
|       | 2~4回 | 女      | 7  | 0  | 0  | 1  | 7  | 1  | 5  | 0 | 1   | 2    | 24    | 34 |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 3  | 0  | 2 | 1   | 2    | 10    |    |
|       | 5~9回 | 女      | 5  | 1  | 0  | 4  | 7  | 2  | 3  | 0 | 0   | 2    | 24    | 34 |
|       |      | 男      | 0  | 0  | 0  | 0  | 3  | 5  | 0  | 0 | 0   | 1    | 10    |    |
| 10回以上 | 女    | 11     | 1  | 2  | 5  | 6  | 3  | 1  | 0  | 1 | 2   | 32   | 36    |    |
|       | 男    | 1      | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 1  | 0  | 0 | 1   | 4    |       |    |
| 計     |      | 28     | 2  | 2  | 12 | 29 | 16 | 10 | 4  | 3 | 12  | 116  | 116   |    |

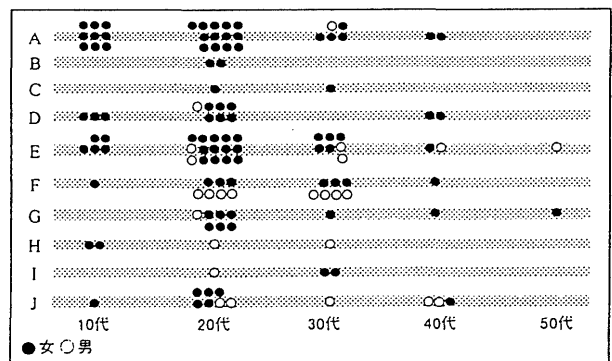


図-3 年代別の心理的变化点分布図

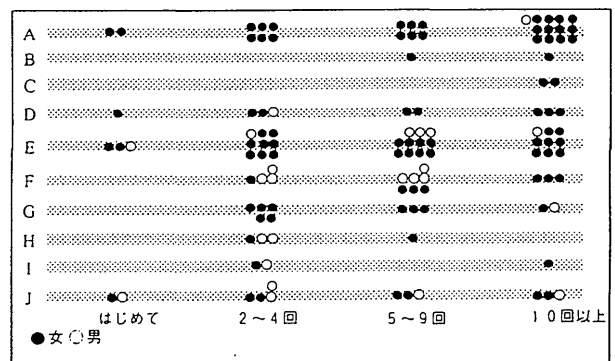


図-4 来園回数別の心理的变化点分布図

#### 4. 共分散構造分析による定量的説明

日常から非日常への心理的变化構造を明確にするため、共分散構造分析を適用した定量的説明を試みる。共分散構造分析は、イメージや心理状態といった直接観測することのできない潜在変数を定量的に把握し、現象構造の因果関係についてモデル化が可能という優れた性質を持っている<sup>7)</sup>。ここでは環境(ディズニーランド)側から直接的働きかけを受けない、つまり個人の経験による記憶的イメージ<sup>8)</sup>とも呼べる前半部場面 A, B, C, D と、環境側から直接影響を受けると考えられる後半部場面 E, F, G, H, I, J の 2 種類の場面群に心理的变化が生じていると考えられる。よって場面群に作用する個人の心理的变化特性を潜在変数として設定し、これらの特性に対する個人属性の影響度、またこれより形成される心理的变化特性が各場面に対していかなる影響を及ぼしているかについて把握を試みる。本分析では、個人属性、各場面を観測変数として設定、個人属性→場面群ごとの心理的变化特性→各場面といった因果構造を仮定し、日常-非日常における心理的变化の因果特性についてモデル推定を行った(図-5)。

適合度指標である GFI 値は 0.920 (AGFI=0.874) であり、モデル全体の統計的有意性は高い<sup>9)</sup>。前、後半部における心理的变化とも、性別からの因果係数が -0.789, 0.933 と高く、前半部では女性が、後半部では男性が変化を起こしやすいことが分かる。また前半部における心理的变化については、来園回数からの因果係数が 0.377 であるのに対し、後半部では -0.243 と正負逆の因果関係となっている。これは回数が多ほど、記憶的イメージによる心理的变化を起こしにくいことを示している。さらに前半部での心理的变化点については場面 A の「家を出る以前」が 0.308、場面 D の「ディズニーランドが見えてくるまでの間」が、0.115 の順に高く、来園行動における初動時場面 C の「家を出た時」、場面 D の「電車・自動車に乗ったとき」に比べ、行動が継続または静止した状態において変化が起こされていることが考えられる。また後半部については場面 F の「電車・自動車から降りたとき」が 0.311、場面 H の「キャラクターが見えたとき」が 0.198 と、他の場面に比べ比較的強い因果関係を示している。これに対し、3 章の単純集計結果より、最も心理的变化点として回答が多かった「実際にディズニーランドが見えてきたとき」の場面 E に対する因果係数は -0.008 と低い。これは実際にディズニーランドが見えてきたことによる非日常への心理的变化は、潜在的な個人属性とほとんど因果関係を持たないことを示している。

#### 5. 心理的变化要因の考察

まず、環境と人間との関係に着目し、環境側から直接的働きかけを受けると考えられる後半部(場面 E, F, G, H, I, J)における、日常から非日常への心理的变化要因について考察を加える。3 章の単純集計結果において多数の回答が集中した場面 E では、まず被験者に認識されるのは、最も高層なシンデレラ城である。来園者はシンデレラ城というランドマークを視覚的に認識するこ

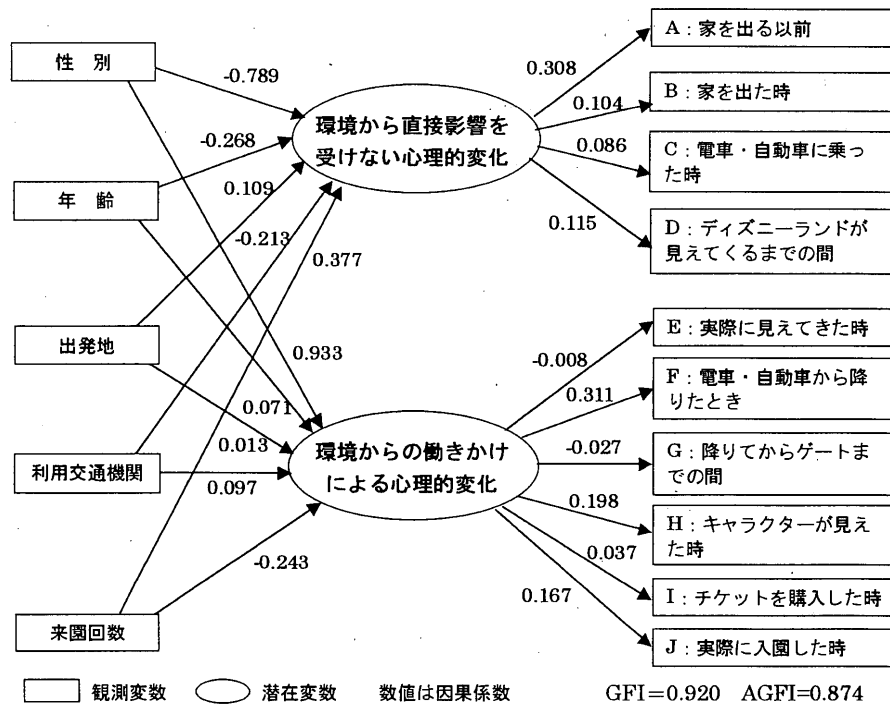


図-5 日常から非日常への心理的变化における因果モデル

とにより自らディズニーランドに来園したという意味付けを行い、それにより日常から非日常への心理的变化が生じたと考えられる。また、男性との因果が最も高かった場面 F については、場面 E では視覚的な影響が大きかったのに対して、行動的な要素が多く含まれているということが考えられる。ここは交通の結節点であり、一つの空間的な節目となっていることから、これが心理的变化の要因となったと考察される<sup>10)</sup>。同じく、場面 J においてもゲートという結節点における「くぐる」という行為が空間的な変化の象徴となっていると考えられる。以上、まとめると、後半部に関しては環境から人間への働きかけがきっかけとなり、人間が環境へと非日常の意味付けを行っていることがわかる。一方、前半部(場面 A, B, C, D)では、環境から人間への直接的働きかけは存在していない。前章で述べたように、このような状況における心理的变化の要因としては、過去の経験による記憶的イメージが影響している事が推定され、またこのような記憶的イメージが心理的变化に対して機能するとき、実際の環境からの働きかけに対して心理的变化が起きにくくなることも推定されている。これは、人間が環境への意味付けをする際に、すでになんらかの形で意味付けられている環境がもつ作用の強さを示しているのではないだろうか。このように、物理的空間と対応する形で、被験者はそれに反応する形で、自らの心理を日常から非日常へと変化させていることが観察された。さらに、被験者に内在していた過去の経験等によるディズニーランドの記憶的イメージの影響が、家を出る以前の心理变化の原因となっていることも考察された。

#### 6. まとめ

以上の調査結果から、本研究においては以下のことが明らかになった。

- ①ディズニーランドに来園した被験者の約9割が、ディズニーランドという環境に対して、何らかの意味付けをもってそこを「非日常空間」とであると認識している。
- ②被験者の、日常から非日常への心理的变化場面を同定し、環境

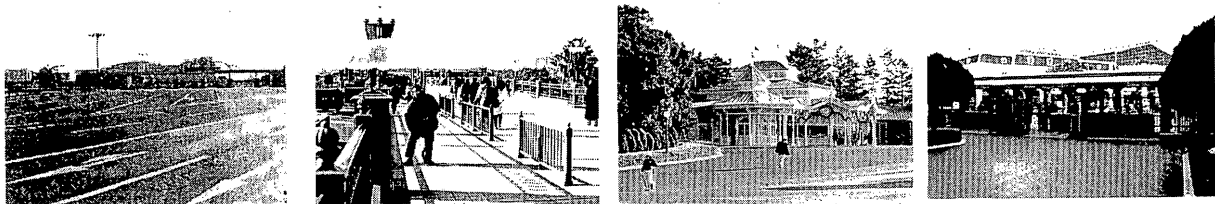


写真-2 駐車場

写真-3 ゲートウェイ

写真-4 チケット売り場

写真-5 入場ゲート



写真-1 電車から見えるシンデレラ城

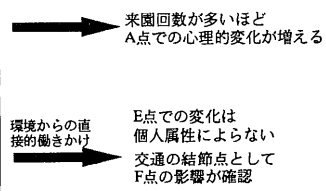
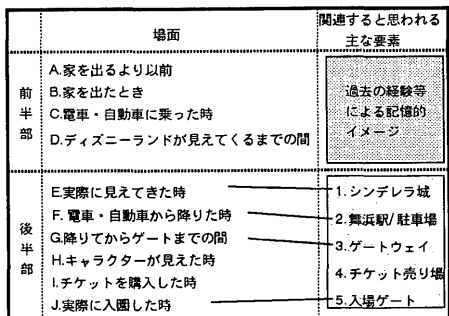


図-6 心理的变化要因考察図

からの直接的働きかけが生起すると考えられる、ディズニーランドが視界に入る前後において、回答は約1対2の割合となった。  
 ③後半部で回答の集中した箇所では環境的な特徴が観察され、この動きと来園者の心理が相互作用を起こすことにより、ディズニーランドの非日常性が想起されている事が考察された。  
 ④前半部においてもっとも回答が多かったのは「家を出る以前」であった。これは、来園者が予めディズニーランドに対して抱いている、過去の経験などによる「記憶的イメージ」が大きく影響

しているものと考察され、これは直接的でないものの、一種の相互作用として考察された。

本論文では、非日常に対する空間認識に焦点を当て調査を行い環境と人間との関わり合いの一端を明らかにしたが、考察の一つである環境からの直接的な働きかけのない部分での「記憶的イメージ」による相互作用についての十分な考察を行うことができなかったため、この点について検討することを今後の課題とする。

補注

- 例えば神社と盛り場空間に着目した堀口他：神社と盛り場空間の関連性：第31回日本都市計画学会学術研究論文集、271-276や、参道空間に着目した船越他(1988)：参道空間の分節と空間構成要素の分析(分節点分析・物理量分析) -参道空間の研究(その1)-：建築学会計画系論文集384、53-62など。
- K.リンチ(1968)：都市のイメージ：岩波書店、7-9参照。リンチは著書において、イメージというものは環境と観察者の相互作用の産物であるとしている。
- 環境心理学の分野においては、例えばゲシュタルト学派であったコフカ(Koffka,K)やレヴィン(Lewin,K)などの業績が挙げられるが、いずれも19世紀の人物であり、近年の研究成果としては目立つものは見あたらない。
- 東京ディズニーランドダイアリー(1996)によると、東京ディズニーランドの年間入場者数は1736万8千人、1983年の開園から14年間の累計では1億8千万人を超えている。
- 被験者の回答をより効果的に得るため、「自

- 分にとって、ディズニーランドの始まりはどこと思うか」「日常空間とディズニーランドの境界はどこと思うか」「今回来訪する際に、気持ちの変化はどこで起こったか」というような内容の類似した質問事項を聞き方を覚えて複数用意し、変化点を総合的に判断した。
- オフィシャルデータ(1992)によれば、年間入場者の男女比は男性35%、女性65%で、来園者の地域別分布では関東地方約65%、中部甲信越地方約12%、近畿地方約10%、東北地方約4%、その他が続いている。
- 共分散構造分析において推定する因果モデルは、基本的に構造方程式と測定方程式という2種類の式から成り立っている。以下にモデルの考え方を一般形で示す。  
 構造方程式： $\eta = B\eta + \Gamma\xi + \zeta$   
 測定方程式： $X = K\eta + \Lambda\xi + \epsilon$   
 ここでXが直接観測可能な変数ベクトル、 $\eta$ 、 $\xi$ は直接観測不可能な潜在内生、外生変数ベクトル、B、 $\Gamma$ 、 $\Lambda$ 、Kは未知パラメータ行列、 $\zeta$ 、 $\epsilon$ は誤差項ベクトルである。
- 田中一成(1996)：都市空間における記憶的イメージの抽出と空間変化指標との関係：

- 第31回日本都市計画学会学術研究論文集、169-174を参考とした。田中はイメージを「反射的イメージ」「記憶的イメージ」の2つに大別し、反射的イメージが蓄積されて記憶的イメージが形成されると述べている。
- 共分散構造分析では、現象構造の因果関係をモデルとして仮定、推定計算し、適合度指標等の検定によりモデル構成、観測変数等の改良を重ね、最適な因果モデルを同定していく。分析結果とした因果モデルについては、適合度指標GFI値、AGFI値より統計的有意性は高いと考えられ、モデルを採用し考察を行った。なお、モデル推定においては、性別について男性を+1、女性を-1、出発地について、関東地方を+1、関東以外の地域を-1、さらに利用交通手段について電車を+1、車・バスを-1としてそれぞれ数値化し、観測変数として設定した。
- 文献(1)において筆者は結節点を“Nodes”と定め、「接合点、つまり交通が一時調子を変える場所には、都市の観察者の注意を引かざるを得ない重要性がある」と述べている。

Summary : The purpose of this article is to grasp the relationship between the physical environment and the psychological function to give meaning to the environment. Particularly, it is focused that the image alteration from ordinariness to extraordinariness with spatial moving. We set the research field on Tokyo Disney Land because the visitors are supposed that they have started to give extraordinary meaning at some point on their way. We did the survey with questionnaire to clear at which point visitors has changed their images and analyze those data with Covariance Structure Analysis. As conclusions, 1. Over 90% person has extraordinary image to T.D.L. 2. Two specific points of image alteration are grasped. 3. About half of those images are under influence of the environment in certain ways 4. Another half of image alterations are thought that those are occurred by memorial image independently from physical environment.