

国内実態調査報告書

テーマ : 日本の産業革命遺産とテーマパークに学ぶ
ゼミ名 : 高見澤 秀幸 ゼミ
調査日 : 2024年9月9日(月)～9月11日(水)
調査先 : ①高島、端島(軍艦島)、②ハウステンボス(HTB)
授業科目名 : 演習Ⅲ
参加学生数 : 11名(4年生)

調査の趣旨(目的)

①長崎市の沖合にある高島と端島(軍艦島)を訪れ、その歴史や文化的背景、また産業遺産としての重要性を学ぶことが目的である。軍艦島は明治から昭和にかけての日本の急速な産業発展を象徴する場所であり、特に石炭採掘業の繁栄とその後の衰退が日本経済や社会構造に与えた影響を知るための重要な調査地である。本調査では、現地のガイドツアーや史料を通じて、島の歴史的意義とその現状について理解を深めることを目指す。

②長崎県佐世保市にあるHTBは、1992年の開園直後から順調に集客を伸ばし1996年には年間380万人を達成するも、2000年代に入ると二度にわたり経営破綻した。2010年にHISの傘下に入ると、その翌年には初の黒字化に成功し、その後も日本屈指の人気テーマパークの地位を保っている。この再建プロセスにおけるマーケティング戦略や、成功のカギとなったプロモーション施策について学ぶことが本調査のもう一つの目的である。

調査結果

①軍艦島は日本の産業を支えた重要な拠点であったことがわかった。1890年に三菱財閥が島の所有権を取得すると石炭採掘業が本格化し、増え続ける労働者やその家族のために高密度な住宅やインフラが整備され、ピーク時には約5,000人もの人々が生活していたという。しかし、エネルギー政策の転換にともない1974年に閉山が決まると、わずか3か月程の間に全住民が島を離れ、以降島は無人となった。現在ではその廃墟的な風景とともに、産業遺産として世界遺産に登録されており、日本の近代化の象徴としての価値が再評価されている。このように、繁栄と衰退が凝縮された軍艦島の歴史は現代の経済やエネルギー問題を考える上でも示唆に富んだものであり、また現在では観光資源として活用されている点は地域経済の活性化を考える上でも貴重な材料となった。

②HTBの再建成功には、独自のマーケティング戦略が大きく寄与していることが分かった。具体的には、ターゲット層を家族やカップルに絞り、四季折々のテーマパークイベントやイルミネーションなどの集客力のある企画や、「ロボットホテル」や「VRアトラクション」などの最新技術を活用したサービスを展開している。実際に園内を回って見て、ターゲット層である顧客が多く見られ、彼らを魅了するアトラクションや企画、SNS

映えするスポットが数多くあった。また、大人数でも園内を快適に移動できる手段等も整えられており、様々な観点から工夫が凝らされていることがわかった。



軍艦島



ハウステンボス