オイコノミア
楽しいだけじゃない？ 遊園地とテーマパークの経済学

対象校種　中学校　高校
対象教科　社会　商業

放送日：2017年11月22日　放送時間：43分

この番組の良さ

● 遊園地・テーマパークから経済を学ぶ

この番組は、お笑い芸人で小説家でもある又吉さんが、社会のさまざまな場面・事象を身近なテーマとして捉え、経済の視点を通して分かりやすく考えます。

番組では、家族連れで行くイメージの強い遊園地やテーマパークが、少子化の時代になぜ好調な業績を上げているのか、経済の視点から解き明かします。

例えば、プールを冬の期間に釣り堀として活用するなど、発想の転換を行って遊休資産を有効活用している様子がよく分かります。

● 経済学ポイントやクイズが関心を高める

番組では、経済学の視点に関する場面にきた際に、大竹文雄教授が「経済学ポイント」と書かれたパネルを提示します。またクイズ形式で経済の視点を踏まえた質問を出題するなど、難しいイメージの経済学に親しみを持てるよう工夫されています。

授業での活用でも、番組を一時停止しクイズに対してグループで回答や理由を考えるなど、楽しく経済を学ぶ場面が設定できます。

執筆者
大分県立津久見高等学校
指導教諭　**森　浩三**

番組活用のポイント

● 遊園地・テーマパークを運営側から考えてみる

経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」（2016年）では、遊園地・テーマパークの売り上げが過去最高額の約6650億円と報告されています。好調な要因の一つとして、『発想の転換』が挙げられます。

都内のプールでは、冬はプールを釣り堀として営業し、ロッカールームをフットサル場として貸し出すなど、発想を転換して遊休資産を有効活用することで生産性の向上につなげています。

価格差別や価格弾力性として、子供と大人でそれぞれ利益が最大になる価格（入場料）を設定していることや、行列について経済学の機会費用の観点で捉え、追加料金を設定して行列をなくすなど、遊園地・テーマパーク利用者（消費者）の立場では見えない運営側（経営する側）の視点がよく分かり、教材として活用しやすい番組です。

経済用語もたくさん出てきますが、又吉さんとコメンテーターの大竹教授が映像や事例を用いて分かりやすく解説するので、経済学の専門用語を意識せずに視聴することができます。笑いのあるトークも、楽しく経済を学べる要素となっています。

● SNSと遊園地・テーマパークの好調の関連性について学ぶ

遊園地・テーマパークでは、「SNS映え」を意識した仕掛けを取り入れるなど、社会・時代の移り変わりを踏まえ、顧客のニーズに積極的に対応しています。経済学の視点から見ると、SNSの登場で遊園地・テーマパークでの消費の意味が変わってきていると言われます。楽しい思い出をSNSを通じて発信することで満足を得るようになり、非地位財（他人と比較しても自分にとって価値が変わらないもの）である遊園地が、地位財（他人と比較することで自分にとっての価値が変わるもの）へと変化してきているのです。地位財になって他人より貴重な体験をしていないと自分の満足度が上がらなくなったとも言われます。その要因について公民や情報などと関連付けて考察を深めれば、さまざまな教科との関連を踏まえた学習となり、生徒の経済への興味・関心を高めることにつながるでしょう。

遊園地・テーマパークを運営する側の視点で考える

対象校種　中学校　高校　　対象教科　社会

［授業時間 50分×2］　分割視聴

学習者の思考と活動の流れ	教師の支援と評価
夏にぎわう屋外プールは、冬は営業しているのだろうか？	・夏場にぎわうプール等、季節を限定されるエンターテインメント施設は、冬の時期に何をしているのか聞く。
客が来ないから営業していない 利益がないけどどうしているの？ 施設は休んだまま？ やっぱり何か営業しているの？ 違う使い方で営業している 会社は、施設を休ませておくより 活用して利益を得た方がいい。 釣り堀？スケートリンク？	・聞いたことがあることや知っていること、また思いつくことなど、出された意見を『営業している』・『営業していない』に分類して板書する。
番組を冒頭から8分2秒まで視聴する	・「遊休資産」について、休ませておくだけでは維持管理の費用が発生し、利益が発生しないことなど、「発想の転換」を踏まえ、番組を8分2秒まで視聴する。
釣り堀やフットサル場など有効活用して利益につなげていると分かった	・「遊休資産」について、「範囲の経済」など、同じ資源や技能を使って複数の事業を展開して有効活用し、利益を増やしていることを確認する。
今、遊園地やテーマパークが、売上高を伸ばし 好調であることを資料で確認する	・番組冒頭の「遊園地の売り上げが好調であること」の一つの要因であることを確認することで、次の学びにつなげる。 ・経済産業省の　「特定サービス産業動態統計調査」（2016）のデータを、ICTを用いて処理・活用して、遊園地やテーマパークの売り上げが好調であることを説明する。
遊園地やテーマパークは，子供が少なくなってきた時代に なぜ売上高を伸ばし、好調なのだろうか？	・なぜ少子高齢化といわれている今、売上高が過去最高額を記録するほど好調なのかについて話し合い、さまざまな考えから自分の考えを再構築する。 ・自分の考えを踏まえ、番組を最後まで視聴する。
どんな工夫があるのか周りの人と話してみよう！ アトラクションの新設？ 施設のリニューアル？ 料金の割引、特典？ 広報活動の強化？ イベントの工夫？	
番組を8分3秒以降から最後まで視聴する 範囲の経済 価格差別 SNSの普及 体験型イベント 待ち時間の工夫	・視聴中、経済学のポイントで示される好調の鍵となる経済用語等を板書しておく。 ・SNSが好調の一つの要因であり、遊園地やテーマパークでの楽しい体験を発信することで消費者が満足を得ていることなどについて、番組視聴後に確認する。 ・非地位財から地位財への変化を補足する。
○範囲の経済である遊休資産の活用や、地域割引や価格弾力性などの工夫が、コスト削減と利益につながっている ○SNS利用者の非地位財から地位財へ変化や、顧客満足度を向上させるための行列で待ち時間をなくす工夫などが好調につながっている	【主体的に学習に取り組む態度】 経営側の経済的な視点を通して、自身の生活や地域と関連付けて考えるなど、主体的に学んでいる。
身近な施設にもいろんな工夫があるはずだ、もっと調べてみたい！	