



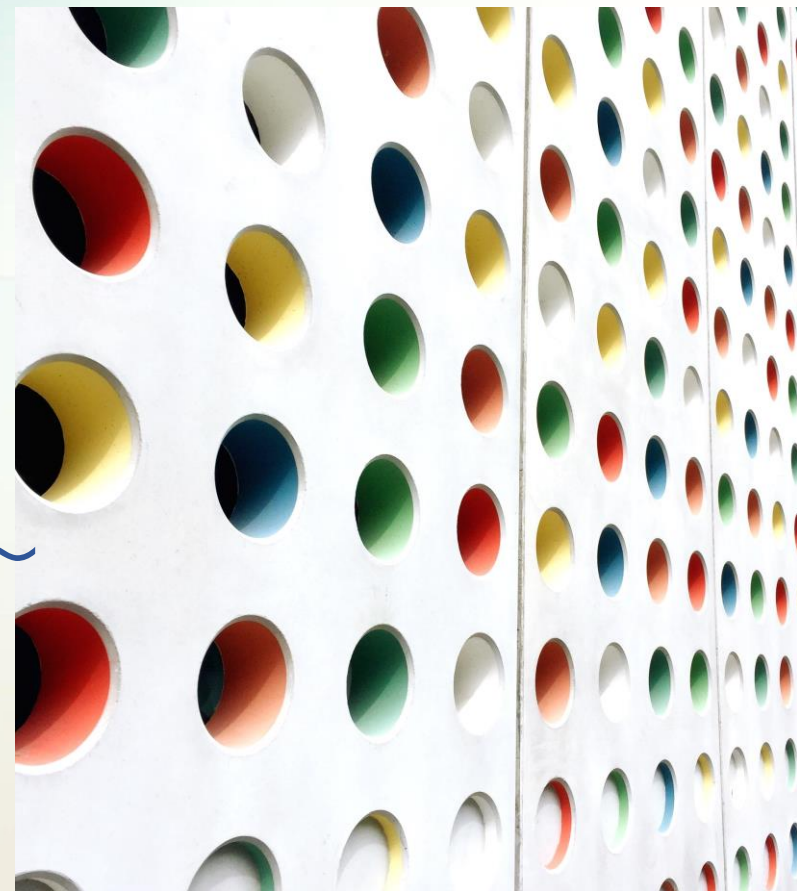
脇町高校 イノベーション ワークショップ

～通いたくなる地方空港にする～

2023.9.

徳島県立脇町高等学校

坂本 淳



このワークショップの流れ

①

- ワークの説明
- 事実の抽出
- 解釈
- 示唆
- 次回予告

②

- ワークの説明
- 前回の振り返り
- 事例読解
- 機能抽出
- 機能に対するコメント
- 次回予告

③

- ワークの説明
- 前回の振り返り
- アイディア出し
- アイディア評価
- ちゃぶ台返し
- 次回予告

④

- 流れの説明
- プレゼン準備
- プレゼン
- 総評

イノベーション ＝技術革新 は誤解

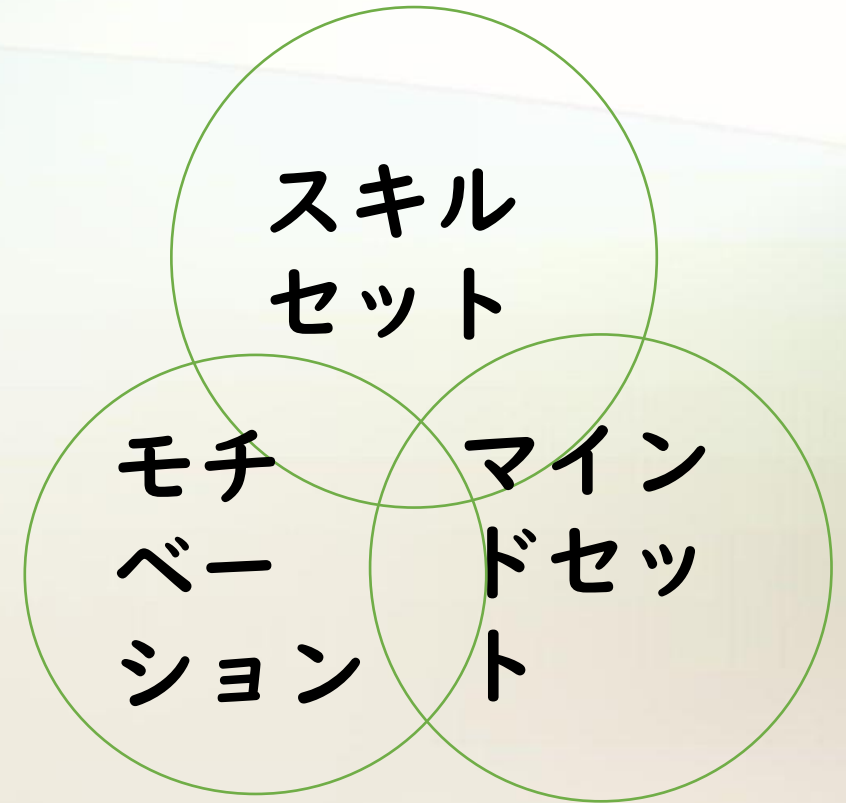
- 「三省堂新明解国語辞典」Innovation＝革新
経済発展の基本的動因となる技術の革新
- 「広辞苑」新機軸・刷新・革新の意 生産技術の革新に限らず、新商品の導入、新市場、または新資源の開拓、新しい経営組織の実施などを含めた概念。わが国では技術革新という狭い意味に用いる。
* 中型の辞典では「技術革新」の意味しか掲載されていないことが多い。



「人間中心イノベーション」～文系とか理系といった枠組みから離れ、人間の生活様式や価値観について深く見つめることによって変革を起こすもの。

「新しさ、影響の大きさ、実現可能性の高さ、などが備わったモノやコトと、それによる社会変革」をどう生み出していくのかを経験を通して理解し、実践につなげる。

三要素を組み合わせることによって創造的な課題に対する過程を設計できるようにする。また、イノベーションは誰でも生み出せるという自信をもつ。
(東京大学発i-schoolの目標)

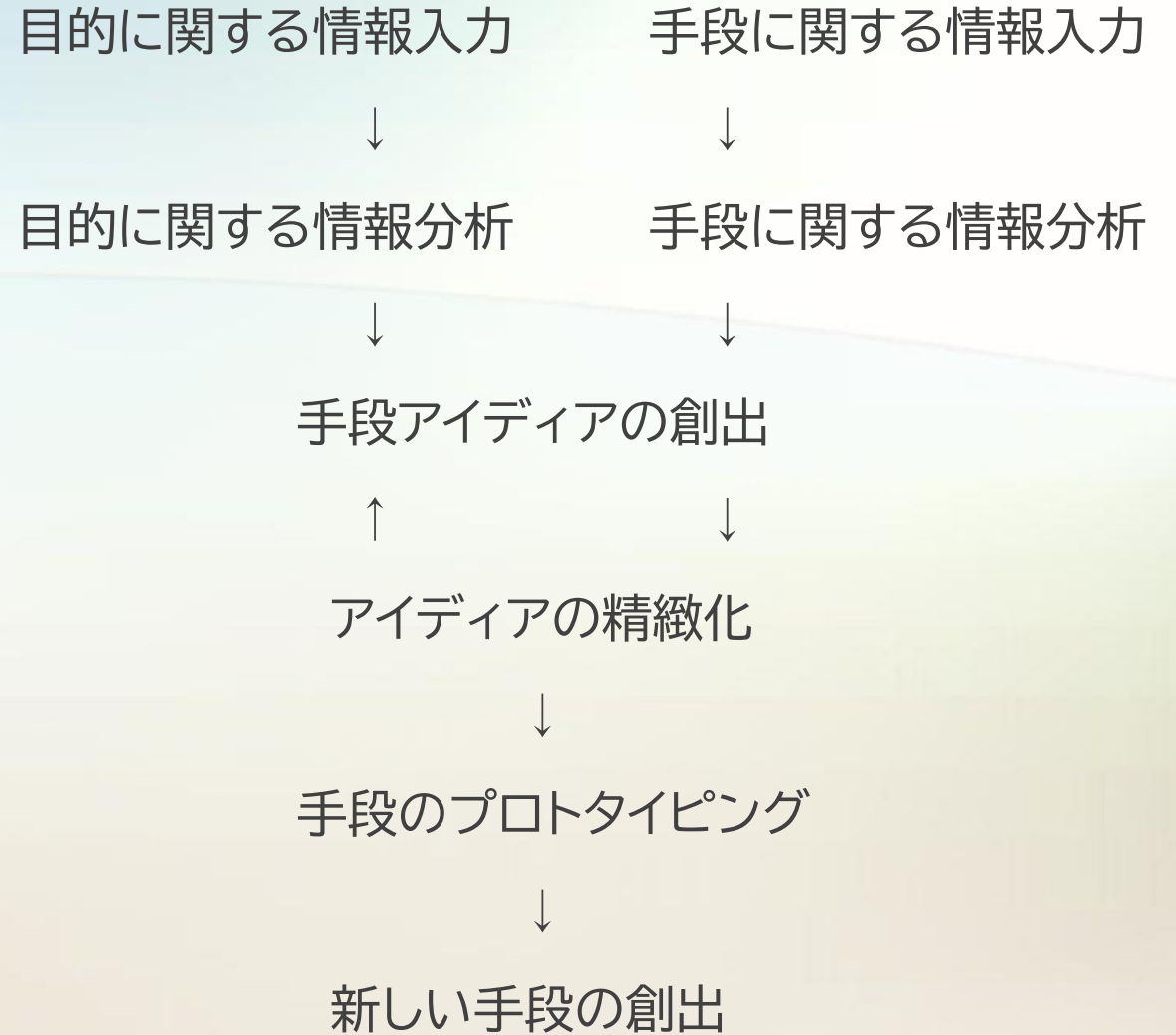


新しさを生み出す仕組み

- 1 他者を理解する
- 2 未来を洞察する
- 3 概念を明確にする
- 4 思考の型を変革する
- 5 価値基準を変える
- 6 新しい組み合わせを見つける
- 7 アナロジー活用
- 8 想定外の使い道から目的発見
- 9 ちゃぶ台返し

具体的な方法

- 1 未来探索アプローチ
- 2 エスノグラフィックアプローチ
- 3 エクストリームケースアプローチ
- 4 アナロジー思考アプローチ
- 5 ニーズ×テクノロジーアプローチ
- 6 バイアスブレイキングアプローチ



実例（ユニクロ 柳井 正） 服を変え、常識を変え、世界を変えていく

ユニーク・クロージング・ウェアハウス
(UNIQUE CLOTHING WAREHOUSE) の略

- ① 20世紀の服は、流行を着ることで自分をよりよく見せようとするものでした。ファストファッションは、その典型。しかし21世紀は、「自分らしく服を着こなす」ことこそがクールだという価値観に変えていきたいと柳井さんは本気で思っている。そのような思いを込めたイノベーションが「LifeWear」。
- ② 東レとのオープンイノベーションによって、ヒートテックに代表される数々の新商品が生まれた。
- ③ ファーストリテイリングは自らを「情報製造小売業」と呼んでいる。ZARAなどのSPAは、製造小売業という新産業を生み出した。ユニクロはSPAにデジタルを掛け算することで、情報産業と融合した新業態を目指している。
- ④ 常に自らの創造的破壊を心がけている。「Change or Die（変われ、さもなくば、死ね）」というモットーが柳井さんにある。



ワークショップの構造

1 テーマについての課題を考える



2 テーマに対するアイデアを考える

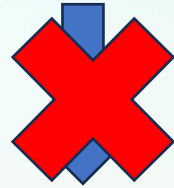


4 アイデアの共有・評価・選択・改善

ワークショップの構造

1 テーマについての課題を考える

ニーズ/課題



テクノロジー/方法

2 テーマに対するアイデアを考える



4 アイデアの共有・評価・選択・改善

付箋の使い方（留意事項）

1 具体的に書く（何がどのように問題なのか書く）



歩道が狭い



歩道が狭いと
すれ違えない



歩道が狭いと視覚
障害者が安心して歩
けない

2 大きく、内容を一枚に一つずつ書く。 **2つ以上書かない**

3 積極的に何でも書く。 **間違いを恐れず書く**

4 理解できる内容で書く。 **自己満足でなく、他者に理解
してもらえる記述を心がける。**

社会を変えるアイデアを生み出すための2つの考え

1 地方空港の課題を考える 2 良く行く場所について考える

3 よく行きたくなる地方空港のアイデアを考える

- 新しい手段が
- 新しい目的を生み出し、
- 新しい目的が
- 新しい手段を生み出す

ニーズや課題
(目的)



技術、仕組み
(手段)



4 アイディアの共有・評価・選択・改善

今回のワークショップ構造

1 地方空港の課題を考える 2 良く行く場所について考える



3 よく行きたくなる地方空港のアイデアを考える

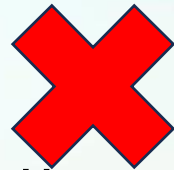


4 アイデアの共有・評価・選択・改善

今回のワークショップ構造

1 地方空港の課題を考える 2 良く行く場所について考える

ニーズ/課題



テクノロジー/方法

3 良く行きたくなる地方空港のアイデアを考える



4 アイディアの共有・評価・選択・改善

グループ活動について

- 多様な背景をもつ人が集まって、集団で考えるだけではなく、その議論が白熱することでいいアイデアがわいてくる。それは一人の天才が考える内容よりよいものになることが十分あり得る。
- 議論を活性化するために必要なのが感情。感情面は言葉や身振り手振りにしないと伝わらないので、笑顔であったり、うなづきであったり、すごい、いいね、といった言葉であったり具体的に表現をするよう心がけてください。
- 正解は一つではないので、提示された内容を頭ごなしに否定しないで、思考の過程を言語化してもらえよう促すなどして、一つの発言が契機となって議論が活発化していくよう心がけてください。

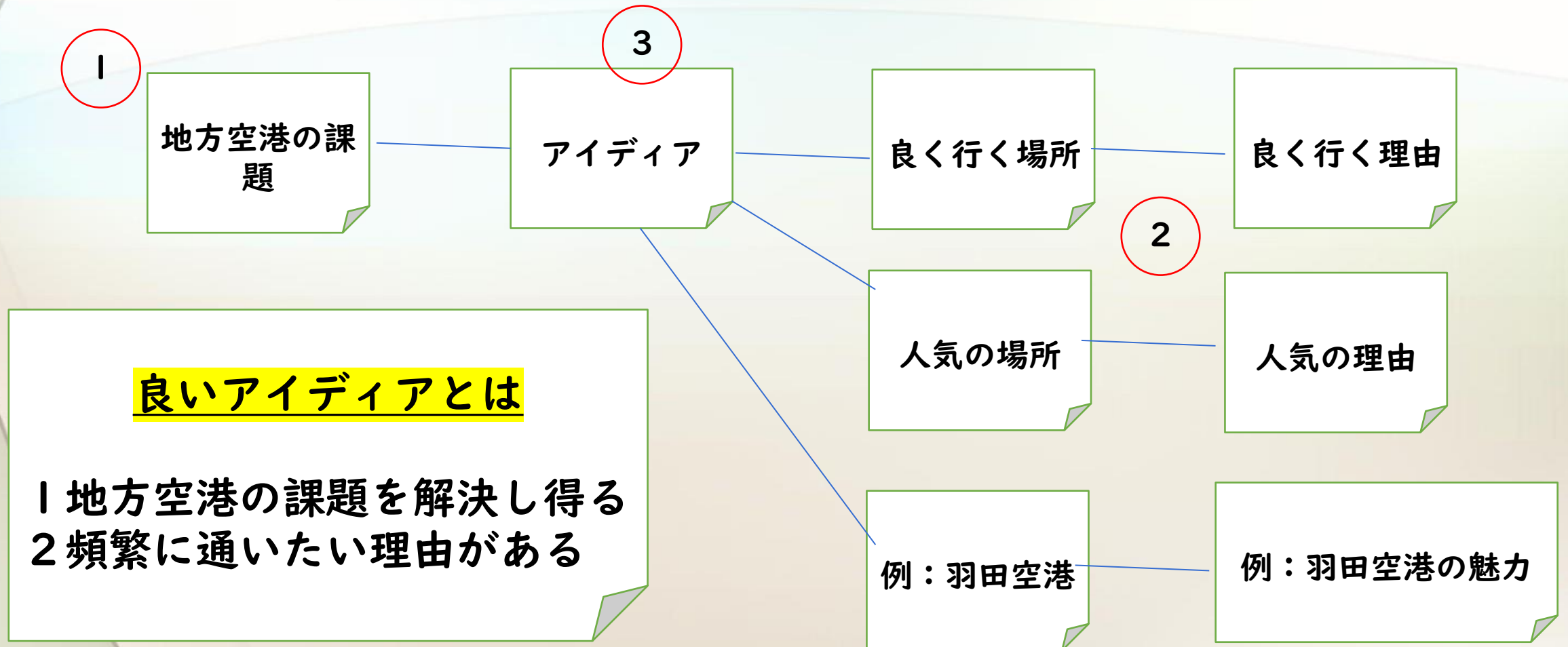
思考の種

- 人間中心イノベーション、ということを再確認してください。
- ①事実、としてどんな言動があるのかを確認してみる。
- ②解釈、として何がその言動を生み出したのか考えてみる。
- ③示唆、としてどうしたら持続可能になるのか考えてみる。

漠然とした気持ちを言葉にしてみるだけでなく、付箋に書き込むことでそれが可視化されると、考えが整理され、新しいものが生み出されていきます。

アイデア発想

- 1 人気の場所、良く行く場所と、そこになぜ惹かれるのかを個人で考えて緑の付箋に書く。
- 2 地方空港の課題を個人で考えて青の付箋に書く。
- 3 1, 2に基づいてアイデアを考えて赤の付箋に書く。



アイデアの共有・評価・選択・改善

アイデアの共有

- 個人で考えたアイデアのうち、最も良いと思うものを共有する。
- 聴いている人は黄色の付箋にコメント（疑問・指摘・改善案）を書く。
- 新しく思いついたアイデアがあれば追加する。

アイデアの選択

- チームで最も良いアイデアを選ぶ基準
 - A 今までに見たことがないような新しいもの
 - B 地方空港の課題を解決しているもの
 - C 自分が通いたいと思うもの

フィードバック

- アイディアを簡潔に説明し意見をもらう
- 必ずしも意見に従う必要はない

ちゃぶ台返し

さらに内容をよいものにするためワークショップをやり直す
グルーピング、概念化、事例検索のやり直し
一度目の試行で得たメタ認知に基づいて短時間で改善する

• 方法

- 1 アイディアの改善点を話し合う
- 2 課題がどこの過程にあるかを考える
- 3 その過程をやり直す
- 4 もう一度アイディアを考える

* 一度考えたアイディアに愛着がわき「もったいない」という気持ちが出てくるが、それを振り切って捨て、新しいものを考えようと努力することが大切。

P D C A サイクル (plan-do-check-action) 回すということ

最終発表

- 時間 発表3分＋質疑応答3分 班ごとに
- 形式 付箋を見せてグラフィックレコーディングしながら説明
- 内容 以下の3点は必ず伝える
 - 1 考えた通いたくなる地方空港の概要 1分
アイデアのどこが新しいのか
 - 2 仕様について 1分
なぜ通いたくなるのだろうか
 - 3 自分との関係性 1分
自分はなぜ通いたいと思えるのか

第一回 2023. 9. 15①

- 1 地方空港の課題を考える
- 赤 個人でアイデアが出てきた順番と名前を記載する
 - 一つのアイデアを一つの付箋に
 - 些細なものでもかまいません
 - どんどん書きましょう
- 緑 共有 肯定的に意見をつけてあげましょう
 - 意見は緑で記名しましょう
 - これも沢山だしましょう
- 黄 さらにアイデア～最後 共有したものと元のアイデアとを参考に新しく考えを出しましょう
 - ここは個人でも共有しながらでもかまいません
- 2 良く行く場所について考える 次の時間

第二回 2023. 9. 15③

- *「ギャラリーウォーク」前回他の班で出たアイデアを見に行ってさらにアイデアがわいたら1の項目足しておく
- 2 良く行く場所について考える
- 赤 個人で～ アイデアが出てきた順番と名前を記載する
 - 一つのアイデアを一つの付箋に
 - 些細なものでもかまいません
 - どんどん書きましょう
- 青で アイデアの理由をそえましょう 誰が何のために行くのか具体化する
- 緑 共有～ 肯定的に意見をつけてあげましょう
 - 意見は緑で記名しましょう
 - これも沢山だしましょう
- 黄 さらにアイデア～最後 共有したものと元のアイデアとを参考に新しく考えを出しましょう
 - ここは個人でも共有しながらでもかまいません
- 青で アイデアの理由も添えましょう
- 1と2を組み合わせる＝次回やること

第三回 2023. 9. 21③

＊「ギャラリーウォーク」前回他の班で出たアイデアを見に行ってさらにアイデアがわいたら2の項目足しておく

- 1 地方空港の課題を考える
- 2 良く行く場所について考える

1の課題

1 2を組み合わせたアイデア名
内容説明

2の説明

1の課題

1 2を組み合わせたアイデア名
内容説明

2の説明

- 1と2で出てきたアイデアについて、
- 1で見つけた課題を克服できそうな
- 2の概念とつなげて新しい地方空港のあり方を考える



第四回 2023. 9. 22③ (本日)

- * 「ギャラリーウォーク」 前回他の班で出たアイデアを見に行っ
て前回の確認をしましょう 5分
- ① 評価マトリクスを使って 15分
- 良いと思うアイデアを検討してください
- ② (ちゃぶ台返し) 15分
- 評価マトリクスを参考にしつつ
- アイディアを再度考えて見てください
- ③ 一番のものを使ってプレゼン資料をA3で作成 15分

発表原稿作成

班名 班員名
タイトル
内容
図

1の課題

1 2 を組み合わせたアイディ
ア名
内容説明
一番よいものを班で決定して
発表原稿作成

2の説明

アイデア評価マトリクス

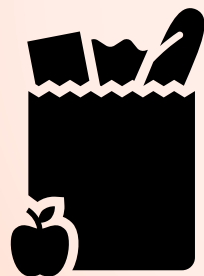
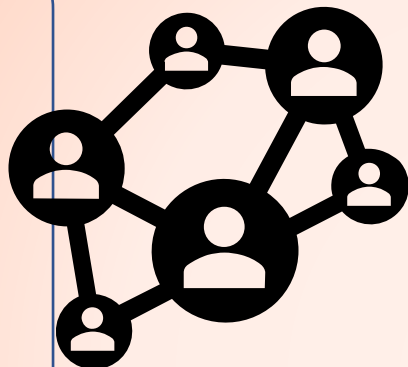
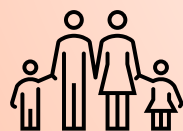
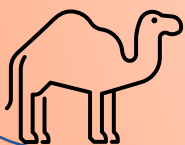
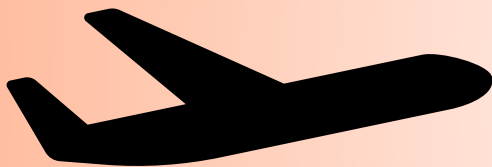
グループワークで評価を話し合う

①選んだアイデア	②評価点					
	社会課題の解決につながるか		アイデアによって課題は解決出来るか		実現可能か	
	いい面	悪い面	いい面	悪い面	いい面	悪い面
A						
B						
C						
D						
E						
F						

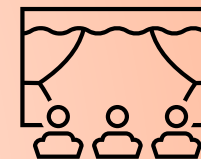
発表フォーマット

A3用紙横でプレゼンテーション資料を作ってください

- チーム名 **3 1**
- 4桁番号氏名 3 1 0 1 AABBC
- 3 1 0 2 AACCR
- 3 1 0 3 AASSR



- 説明文
- 1 考えた通いたくなる地方空港の概要
- アイディアのどこが新しいのか
- 2 仕様について
- なぜ通いたくなるのだろうか
- 3 自分との関係性
- 自分はなぜ通いたいと思えるのか
- グラフィックレコーディング



第五回 2023. 9 27 ② 最終発表

- 時間 発表 3 分 + 質疑応答 2 分 班ごとに
- 形式 付箋を見せてグラフィックレコーディングしながら説明
- 内容 以下の 3 点は必ず伝える
 - 1 考えた通いたくなる地方空港の概要 1 分
アイデアのどこが新しいのか
 - 2 仕様について 1 分
なぜ通いたくなるのだろうか
 - 3 自分との関係性 1 分
自分はなぜ通いたいと思えるのか

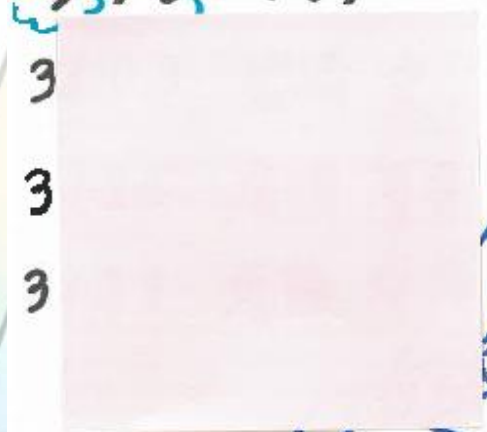
発表スケジュール

	9:45~ 9:51	9:51~ 9:57	9:57~ 10:03	10:03~ 10:09	10:09~ 10:15	10:15~ 10:21	10:21~ 10:27	10:27~ 10:33	10:33~ 10:40
発表	1	5	1	2	1	2	1	5	
評価									
発表	2	6	3	4	4	3	2	6	
評価									
発表	3	7	5	6	7	5	3	7	
評価									
発表	4	8	7	8	8	6	4	8	
評価									
発表		9	9			9		9	
評価									

評価をする際は毎回違う班の発表を聞き自分の班のも含めて
 つの班の採点をしてください

クルム班

世界中の空へ Take off!!

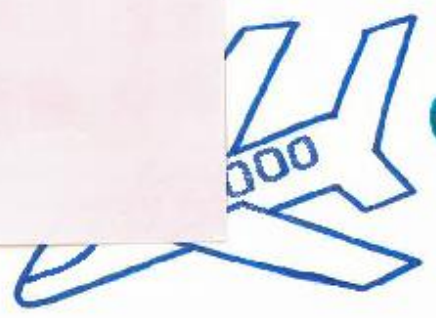


◎ アイデアの内容

- ・空港内にフライトシュミレーターを設置する

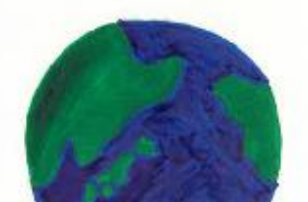
◎ このアイデアのどこが新しいのか

- ・地方空港でもリアルなフライト体験ができる
- ・世界中のフライト映像を導入する



◎ なぜ通いたくなるのか

- ・小学生から大人まで気軽に楽しめる
- ・パイロット体験をできる所が少ない
- ・座席も動くからよりリアルな体験ができる
- ・おじいちゃん、おばあちゃんが孫を連れて行きたいと思える
- ・〇回プレイすると、新しい映像が追加される
- ・〇回体験すると特典(空港限定グッズ)が貰える



◎ 自分だけが通いたくてもいいから

空港があるカフェ

1. 木造を基調とした Book Cafe での。

落ち着いた雰囲気を本を読むことができ、読み聞かせがしやすいので、子どもを預けることができます。

カフェでは、徳島の特産品である、すだちや鳴門金時のドリンクやスイーツを販売し、徳島の息口を知ることができます。

入口に 植林 したり、内装に木を用いているので SDGs にも響けり、森の中のおまじな雰囲気味わえます。

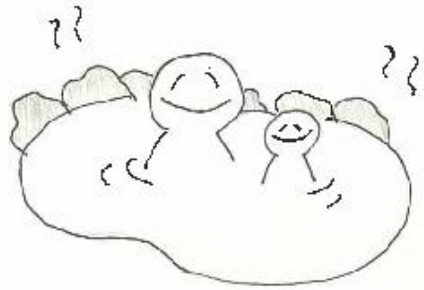
例、メインの施設がカフェにある空港ではよく、空港があるカフェにいます。飛行機を見ながらお茶をします。

2. 親は、子どもに飛行機を見せに来たり、本を読んだり、おしゃべりしたり、学生は勉強のために来たりしています。
若い方はカフェのスイーツなど、映えのために来たり。

3. 広々とした空間で勉強したり、本を読んだりしたいと思っています。



空の湯



3
3
3
3

課題

飛行機に乗る目的以外で空港を訪れる人が少ない

解決案

サウナ付きの温泉を空港内につくる
幅広い世代の人に利用してもらえる
サウナで身も心も整え、温泉でリフレッシュできる

仕組み

海に近い特徴を活かし、海水をひき水を確保する
温泉やサウナを出た後に利用できる休憩スペースに売店を設置する

自分との関係性

健康促進

趣味として楽しむことができる

チーム

きりたんぽと
わんこそば



3107

3117

3121

親子でも子どもだけでも参加できちゃう!!
郷土料理体験!!

空港の課題 ・待ち時間がひま ・リピートするほどの魅力がない

好まれる場所 ・親子で楽しむことができる ・一息つける
・新たなことを体験できる

解決策

・親子でも子どもだけでも参加できるコースを設定し
日本全国の郷土料理を作る体験を行う
季節や日によって作る料理を変える → リピートにつながる
(例) きりたんぽ, ほうとう, さくら餅, わんこそば

魅力

・子どもにとって勉強となる ・親子で交流が可能
・ここしかできない体験 → 特別感がある
・子ども一人でも参加できる

↳ 空いた時間で親は普段できないことを
ex 美容室, マッサージ, ヨガ, ネイル など



「田んぼ」しかない故郷を羽ばたかせて活気ある藩の都市に

3102

3109

3112

3119



滑走路を利用したスポーツ
イベント

1 概要

滑走路で飛行機とかがっこ
飛行機と綱引き

2 仕様

普段立ち入ることのできない
滑走路で飛行機を間近で
見ることが出来る。

3 自分との関わり

滑走路に行ってみたい
飛行機を間近で見たい

おいしい! 楽しい! 新しい!

ソネ班

空港グルメ旅



1. ニーズ^ニにより扱う食品(海鮮系, スイーツ系, めん系など)を変え各地の特産品を集める。

↳ テーマを決めて開催することで、フードコートや飲食店にはない斬り切りがある。

2. 食べ物目的で訪れることができる。
そのニーズ^ニの食べ物^が食べられる(限定の食・人との交流も!)

3. 扱うテーマにより年齢層や性別を特定できる。(ターゲットを変えられる)

⇒ 幅広い年代の人たちが楽しめる。

飛ぶ前なら勝てるゾ!



3 / 1 0
3 / 2 2
3 / 3 0

課題

便の数が少ないため、滑走路のような広大な土地の有効活用ができていない。

アイデア

滑走路を利用したイベントを開催する!

概要

- ・飛び立つ直前の飛行機とかけっこ
- ・スケートボード, ゴーカーなど
- ・避難訓練

期待できる効果

- ・健康増進
- ・緊急時の対応について学べる
- ・家族連れなどの大人数の集客可能



空港周辺地域の活性化に繋がる。

引きたくなっちゃうコンビニくじ



1 通いたくなる地方空港の概要

- 空港内に必ずあるコンビニの中のくじ引きに焦点をおいたアイデア

2 仕様について

- 中身の物珍しさ
- ハズレを引いても、もう一度引きたくなる



3 自分との関係性

- 中身に入っているものは珍しいものなので、他県からの人だけでなく、地元民も利用したいと思う

↓
空港の利用人口の増加



ヒーローパーク



3/09

3/20

アイディアの概要

- ・空港内で子ども達が遊べる
(ヒーロー、アスレチック)
- ・今の空港での待ち時間は、静かだが、子ども達の賑やかな空間になる。
- ・ヒーローとアスレチックで行い、子どもたちと一緒に遊ぶ
- ・若手の人には補助とついで安全性を確保する。
　　→ヒーローにも補助してもらおう。
- ・難易度別にして自分にあつたレベルで遊べる。

仕様について

- ・補助がついているので、親が安心して子どもを遊ばせることが出来る。
- ・屋内であるため、屋外よりは熱中症に陥る危険が少い。
- ・普通のヒーローと違って、命も考慮できることが珍しい。
- ・雨の日には休む動かしにくく、たまたまに行ける。

自分との関係性

- ・親目線で見ると、室内で安全を確保した上で、遊びはせざるを得ない。
- ・今まで屋内施設がなかったため、家族で行きたかった。

付箋の活用方法

- ①エクストリームユーザーケース
赤
- ②事実情報 ~だ 青
- ③解釈 ~だろう 黄
- ④示唆 ~かも 緑
- ⑤アイデア 赤
- ⑥テクノロジー事例 青
- ⑦機能 黄
- ⑧活用に関するコメント 緑

- ①エクストリームケース（タイトル記入）
- ②事実を抽出して記述
- ③事実からいえる解釈を記述
- ④解釈から考えられる示唆を記述
- ⑤アイデアを記入
- ⑥事例を記入
- ⑦機能を記入
- ⑧活用に関するコメント記入

- ①A空港
- ②~だ
- ③~だろう
- ④~かも
- ⑤「！！」
- ⑥~だ
- ⑦~だ
- ⑧~できる

①②③④⑥⑦⑧⑤の順番で考えます
A 3用紙に付箋貼っていきます

記載したものに記名をして誰
が書いたか分かるようにして
おく

手法の説明

- ①エクストリームユーザーケース
- ②事実情報 ~だ
- ③解釈 ~だろう
- ④示唆 ~かも
- ⑤アイデア
- ⑥テクノロジー事例
- ⑦機能
- ⑧活用に関するコメント
- ①千歳空港
- ②温泉がある（坂本）
- ③空港にも癒やしが必要だろう（坂本）
- ④リラックスできる場には人が集るかも（坂本）
- ⑤
- ⑥6GX人間拡張技術（坂本）
- ⑦人間拡張技術で動作を遠隔で伝達できる（坂本）
- ⑧寝たきりの人も動けるようになる（坂本）

アイデア評価マトリクス

*対話しながら評価していく

①選んだアイデア	②評価ポイント					
	未来社会課題解決につながるニーズとして適切なニーズを捉えているか		アイデアによって未来課題は解決できるか		アイデアは実現可能か	
	ポジティブ評価	ネガティブ評価	ポジティブ評価	ネガティブ評価	ポジティブ評価	ネガティブ評価
	ポジティブ評価	ネガティブ評価	ポジティブ評価	ネガティブ評価	ポジティブ評価	ネガティブ評価
	ポジティブ評価	ネガティブ評価	ポジティブ評価	ネガティブ評価	ポジティブ評価	ネガティブ評価

発表用紙の内容例

- アイディアのタイトル（人を引きつけるような言葉でかつ内容を端的に示すよう意識する）
- グラフィックレコーディングで可視化する
- 1 考えた通いたくなる地方空港の概要（アイディアのどこが新しいのか）
- 2 仕様について（なぜ通いたくなるのだろうか）
- 3 自分との関係性（自分はなぜ通いたいと思えるのか）

発表フォーマット A3用紙横でプレゼンテーション資料を作ってください

- チーム名（メンバー）
 - ▶ 説明文とそれについてのグラフィックレコーディング

流れ 再掲

①

- ワークの説明
- 事実の抽出
- 解釈
- 示唆
- 次回予告

②

- ▶ ワークの説明
- ▶ 前回の振り返り
- ▶ 事例読解
- ▶ 機能抽出
- ▶ 機能に対するコメント
- ▶ 次回予告

③

- ▶ ワークの説明
- ▶ 前回の振り返り
- ▶ アイディア出し
- ▶ アイディア評価
- ▶ ちゃぶ台返し
- ▶ 次回予告

④

- ▶ 流れの説明
- ▶ プレゼン準備
- ▶ プレゼン
- ▶ 総評

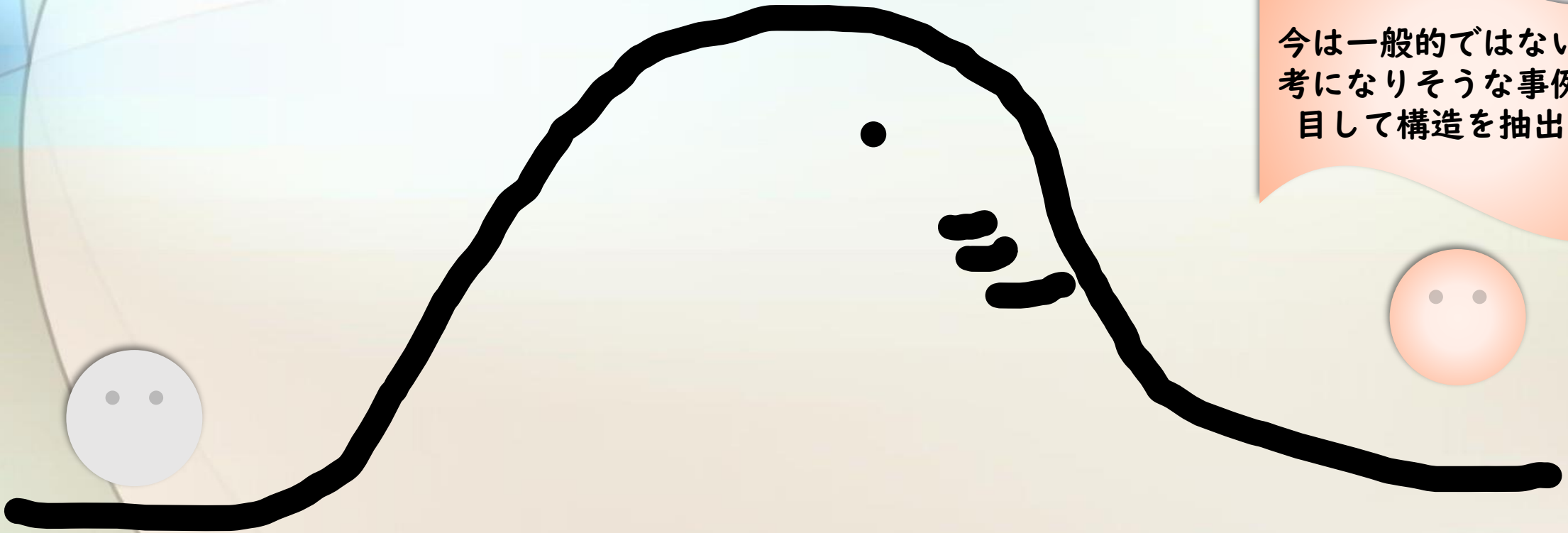
事例について

一般的→



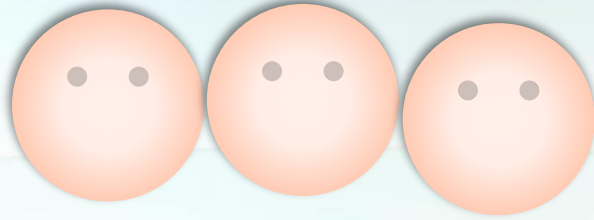
先進事例

今は一般的ではないが参考になりそうな事例に着目して構造を抽出する



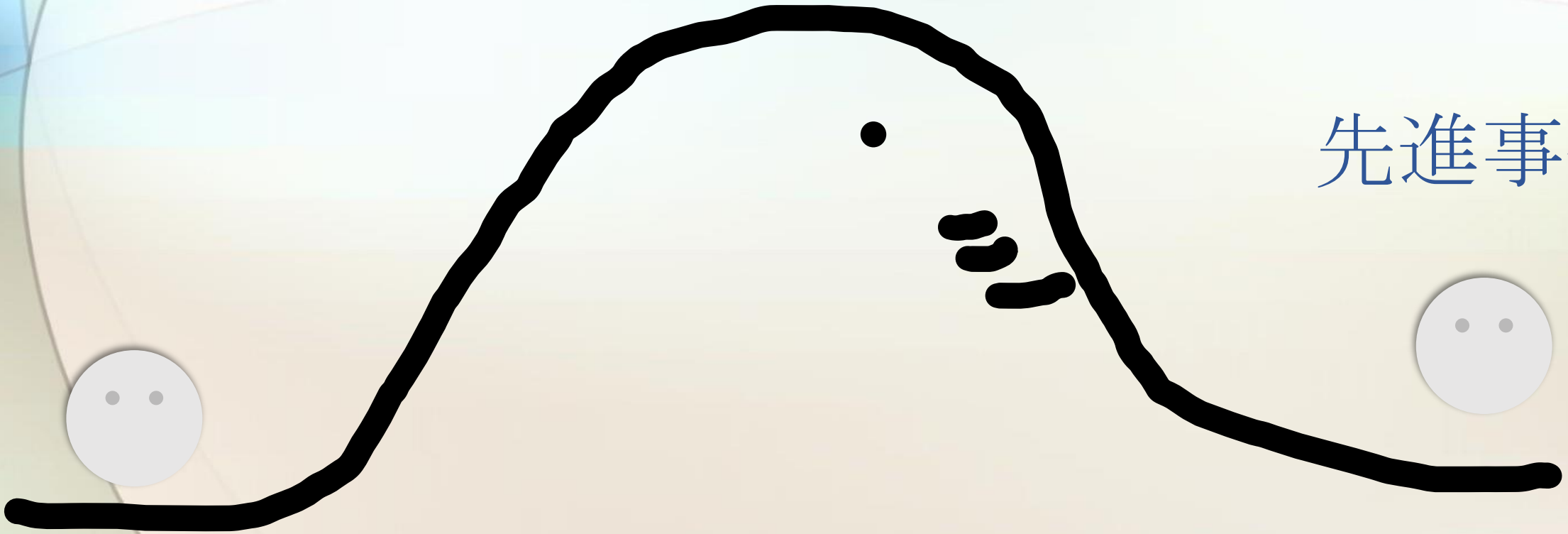
事例について

一般的→



地方空港の日常使いが当たり前前に

先進事例

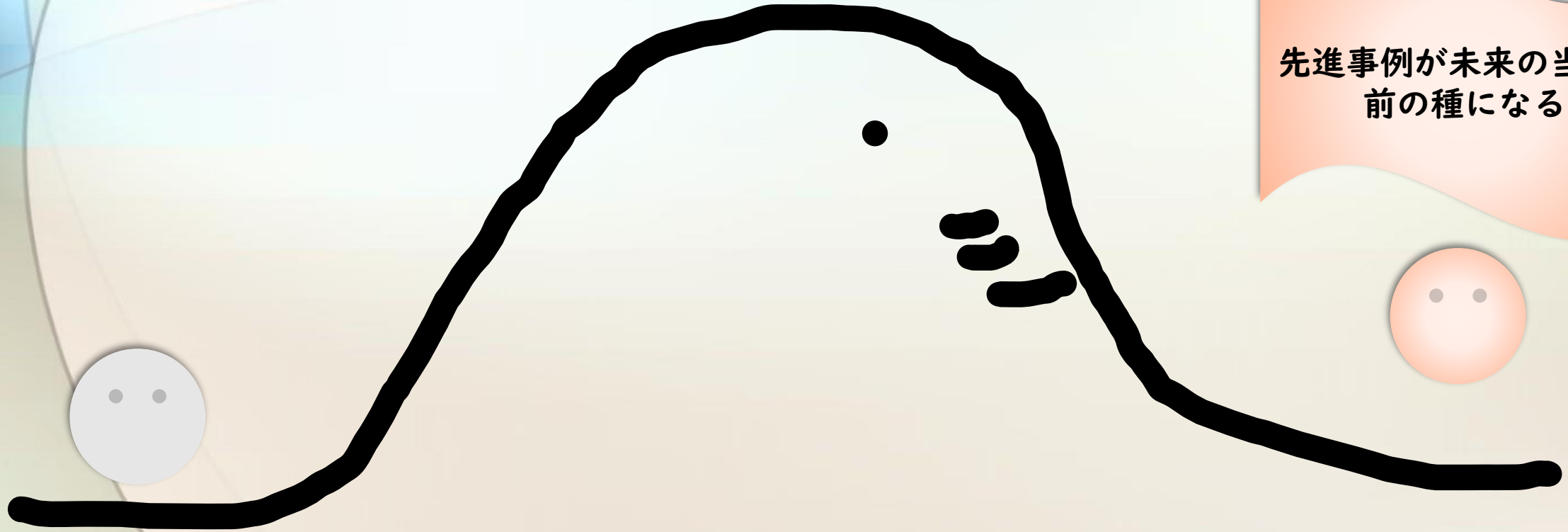


事例について

一般的 → 

先進事例

先進事例が未来の当たり
前の種になる



付箋の活用方法 再掲

- ①エクストリームユーザーケース 赤
- ②事実情報 ~だ 青
- ③解釈 ~だろう 黄
- ④示唆 ~かも 緑
- ⑤アイデア 赤
- ⑥テクノロジー事例 青
- ⑦機能 黄
- ⑧活用に関するコメント 緑

- ①エクストリームケース (タイトル記入)
- ②事実を抽出して記述
- ③事実からいえる解釈を記述
- ④解釈から考えられる示唆を記述
- ⑤アイデアを記入
- ⑥事例を記入
- ⑦機能を記入
- ⑧活用に関するコメント記入

- ①A空港
- ②~だ
- ③~だろう
- ④~かも
- ⑤「!!」
- ⑥~だ
- ⑦~だ
- ⑧~できる

①②③④⑥⑦⑧⑤の順番で考えます
A 3用紙に付箋貼っていきます

手法の説明 再掲

記載したものに記名をして誰が書いたか分かるようにしておく

- ▶ ①エクストリームユーザーケース
- ▶ ②事実情報 ~だ
- ▶ ③解釈 ~だろう
- ▶ ④示唆 ~かも
- ▶ ⑤アイデア
- ▶ ⑥テクノロジー事例
- ▶ ⑦機能
- ▶ ⑧活用に関するコメント
- ▶ ①千歳空港
- ▶ ②温泉がある（坂本）
- ▶ ③空港にも癒やしが必要だろう（坂本）
- ▶ ④リラックスできる場には人が集るかも（坂本）
- ▶ ⑤
- ▶ ⑥6GX人間拡張技術（坂本）
- ▶ ⑦人間拡張技術で動作を遠隔で伝達できる（坂本）
- ▶ ⑧寝たきりの人も動けるようになる（坂本）

エクストリームユーザーケース

- 先ほど上げた方法
- 1 ニーズ × 2 テクノロジー
- 地方空港の課題を考える 良く行く場所について考える
- これを自分の頭でのみ考えるのはけっこう大変
- * 事例を参考にしてみればアイデアを簡単に生み出せるはず
- 1 ニーズ～エクストラユーザーケースを分析してみよう
- 2 テクノロジー～新しそうな技術を分析してみよう

世界の空港ランキング

2021	2020	空港名	国名	国際線旅客数
1	1	ドバイ国際空港	アラブ首長国連邦	29,110,609
2	6	イスタンブール空港	トルコ	26,466,169
3	2	アムステルダム・スキポール国際空港	オランダ	25,488,783
4	5	フランクフルト空港	ドイツ	22,697,490
5	4	パリ・シャルル・ド・ゴール空港	フランス	22,616,995
6	7	ドーハ・ハマド国際空港	カタール	17,701,978
7	3	ロンドン・ヒースロー空港	イギリス	17,624,931
8	31	アンタルヤ国際空港	トルコ	17,148,111
9	10	マドリードバラハス空港	スペイン	15,337,775
10	28	カンクン国際空港	メキシコ	13,261,951

世界の素晴らしい空港ランキング総合TOP10 (スカイトラックス社調査)

- 顧客満足度調査の結果をもとに集計をおこなっているため、顧客サービスと施設を評価しているランキングになっています。たとえば、入国管理スタッフの態度や保安検査場での待ち時間、洗面所の清潔さ、子供の遊び場と施設、Wi-Fiサービスの規格など多彩な項目から調査がおこなわれました。
- 1.シンガポール・チャンギ空港：シンガポール
- 2.ハマド国際空港：カタール
- 3.東京国際空港（羽田空港）：日本
- 4.仁川国際空港：韓国
- 5.パリ・シャルル・ド・ゴール空港：フランス
- 6.イスタンブール空港：トルコ
- 7.ミュンヘン空港：ドイツ
- 8.チューリッヒ空港：スイス
- 9.成田国際空港：日本
- 10.マドリード・バラハス空港：スペイン



地方空港の実情

順位 (昨年)	空港名	2022年度 旅客数	2019比								
1(1)	東京国際 (羽田)	59,810,290	-27%	31(30)	出雲	838,268	-17%	61(68)	大館能代	149,773	-3%
2(6)	成田国際	18,656,460	-53%	32(35)	新潟	810,906	-29%	62(61)	中標津	149,043	-27%
3(2)	福岡	17,967,916	-22%	33(23)	奄美	805,650	-9%	63(69)	能登	111,212	-33%
4(3)	新千歳	17,876,335	-22%	34(28)	女満別	733,633	-9%	64(71)	石見	109,604	-24%
5(4)	那覇	16,228,632	-21%	35(36)	山口宇部	702,434	-27%	65(63)	沖永良部	101,757	-12%
6(5)	大阪国際 (伊丹)	12,988,740	-18%	36(31)	釧路	691,850	-16%	66(64)	調布	97,667	3%
7(7)	関西国際	11,446,868	-60%	37(38)	百里	596,536	-23%	67(65)	与那国	93,143	-8%
8(8)	中部国際	6,012,571	-52%	38(37)	帯広	550,052	-17%	68(67)	種子島	90,141	4%
9(9)	鹿児島	4,678,643	-19%	39(41)	美保	399,444	-37%	69(57)	与論	75,924	1%
10(10)	神戸	3,109,115	-6%	40(40)	花巻	385,774	-21%	70(66)	喜界	73,247	-16%
11(11)	仙台	2,793,973	-25%	41(39)	下地島	368,117	192%	71(73)	隠岐	61,416	-4%
12(14)	熊本	2,642,789	-19%	42(43)	静岡	362,978	-52%	72(72)	紋別	51,335	-29%
13(12)	宮崎	2,574,511	-20%	43(52)	岩国	362,610	-25%	73(74)	利尻	47,432	7%
14(15)	長崎	2,573,014	-19%	44(47)	佐賀	345,717	-53%	74(70)	南大東	44,009	-10%
15(13)	石垣	2,422,092	-6%	45(42)	丘珠	320,286	20%	75(76)	天草	38,742	-3%
16(16)	松山	2,235,579	-25%	46(46)	三沢	307,812	1%	76(75)	多良間	38,525	-17%
17(17)	広島	2,047,376	-32%	47(45)	山形	298,236	-16%	77(77)	壱岐	33,517	±0%
18(18)	宮古	1,526,060	-13%	48(51)	鳥取	285,544	-28%	78(79)	新島	31,424	-1%
19(19)	大分	1,469,809	-20%	49(56)	庄内	270,655	-37%	79(81)	但馬	29,616	-27%
20(20)	函館	1,375,936	-18%	50(58)	富山	251,510	-54%	80(80)	三宅島	28,069	-2%
21(22)	高松	1,367,754	-32%	51(44)	対馬	233,326	-8%	81(78)	北大東	25,081	8%
22(21)	高知	1,309,656	-17%	52(49)	南紀白浜	231,319	31%	82(83)	大島	23,817	-1%
23(24)	小松	1,143,850	-36%	53(53)	松本	228,512	46%	83(82)	神津島	23,690	8%
24(26)	青森	981,270	-18%	54(50)	久米島	203,445	-21%	84(84)	奥尻	12,709	10%
25(32)	秋田	956,016	-27%	55(55)	八丈島	199,580	-4%	85(85)	粟国	1,057	25%
26(34)	岡山	874,972	-42%	56(54)	屋久島	186,763	26%	86(87)	慶良間	234	13%
27(29)	旭川	858,321	-20%	57(48)	徳之島	186,238	-8%	87(86)	伊江島	32	-
28(27)	北九州	851,387	-47%	58(60)	福島	183,367	-30%	88(88)	岡南	4	-50%
29(25)	名古屋	842,665	-7%	59(62)	稚内	158,014	-20%	89(-)	大分県央	1	-
30(33)	徳島	839,629	-26%	60(59)	福江	154,121	-6%				

空港にある基本的施設

- 総合案内所・展望デッキ・ラウンジ・郵便ポスト
- レセプションルーム（多目的会議室）・有料待合室
- 多目的トイレ・救護室・キャッシュサービス（ATM）
- 更衣室・礼拝室・授乳室・喫煙室・キッズコーナー
- AED・宅急便カウンター・コンビニエンスストア
- コインロッカー・フライトシミュレーター・レストラン
- サイクルステーション・ベビーカーの貸し出し・レンタカー
- 車椅子の貸し出し・傘貸し出し・手荷物カート・バス発着場
- 公衆無線LAN（OitaAirport-WiFi）・駐車場・土産物店

世界の空港にある特徴的な施設

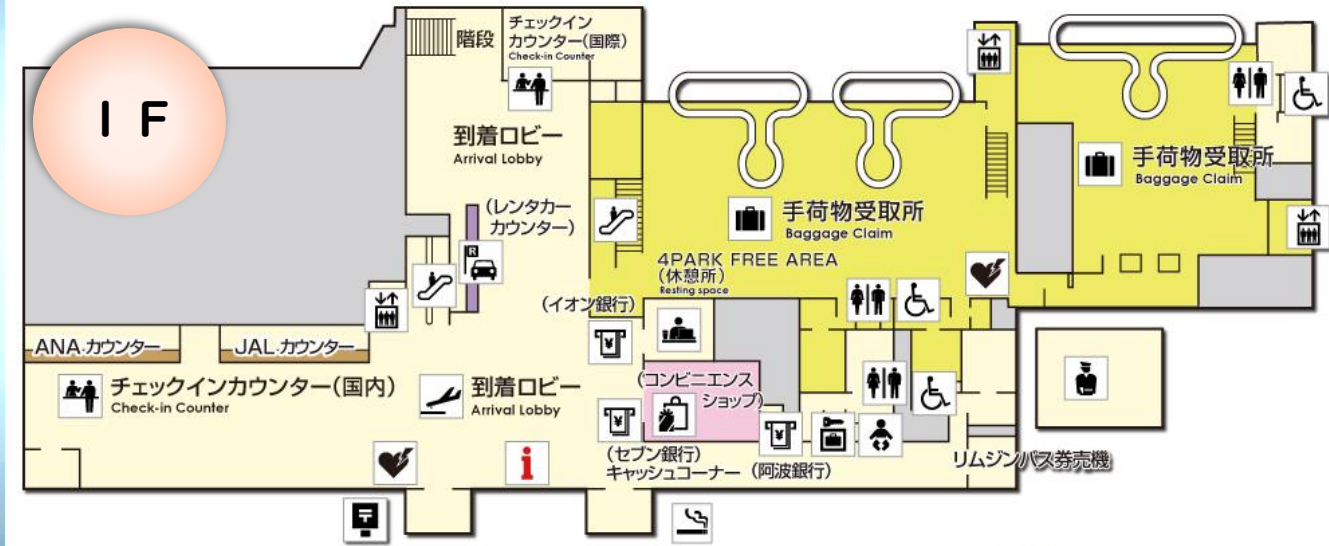
- 1. 乗り継ぎ客向けに**ヨガのスペース**を提供しているのが、サンフランシスコ国際空港。24時間使用可能で無料。
- 2. シンガポールのチャンギ空港には7:00～23:00まで利用できる**スイミングプール**があり、利用料として13.91シンガポールドルが必要ですが、タオル、バーでのノンアルコール飲料込みの値段。
- 3. ドイツのミュンヘン国際空港。**お昼寝専用ブース**を備えています。中には、ベッドに加えて、机やテレビ、WiFiも完備されている。料金は、6:00～22:00は1時間15ユーロ、22:00～6:00は1時間10ユーロ。
- 4. ビールの聖地ミュンヘンの空港で醸造された**地ビール**を飲む。
- 5. **映画館**を備えているのは、香港国際空港。新千歳国際空港にもあります。
- 6. **スケート**ができるのは仁川国際空港。スケートリンク「Ice Forest」の場合、使用しているのは氷ではなく、表面が特殊プラスチックでできた人工氷結路面。
- 7. **温泉施設**が新千歳国際空港や羽田空港にあります。

日本の空港にある特徴的な施設

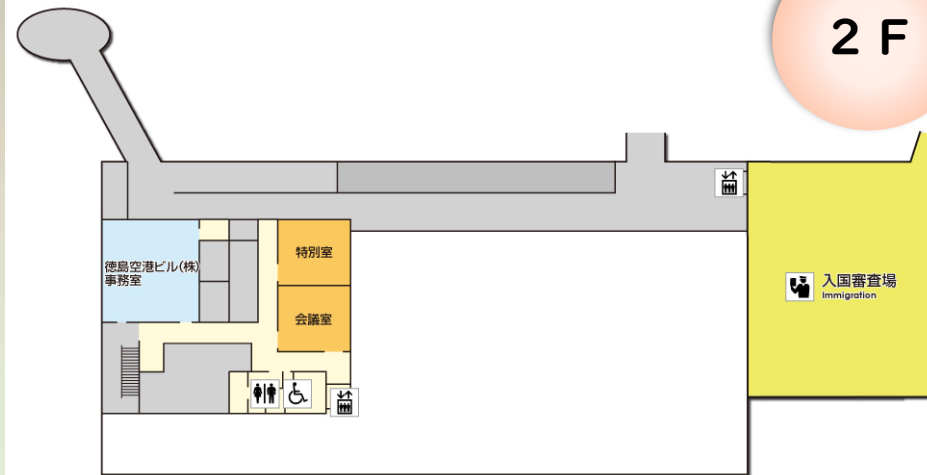
- 1 仙台空港展望台 【宮城県】
- 2 大館能代空港 【秋田県】道の駅 のと里山空港 【石川県】
飛行機の本数が少ないため、道の駅としても使われている。
- 3 茨城空港 【茨城県】航空自衛隊「百里基地」隣接で、平日は飛行訓練を見られることもある。
- 4 中部国際空港 セントレア 【愛知県】ユニバーサルデザインを随所に採用したり、出発階と到着階を分離して、上下移動を少なくしたり、コンパクトな施設配置で移動距離を削減するなど、利用者の利便性が追及された空港。飛行機を間近で体験する滑走路見学コースもある。
- 5 南ぬ島石垣空港 【沖縄県】空港内に色とりどりの魚の水槽がある。

徳島阿波おどり 空港案内

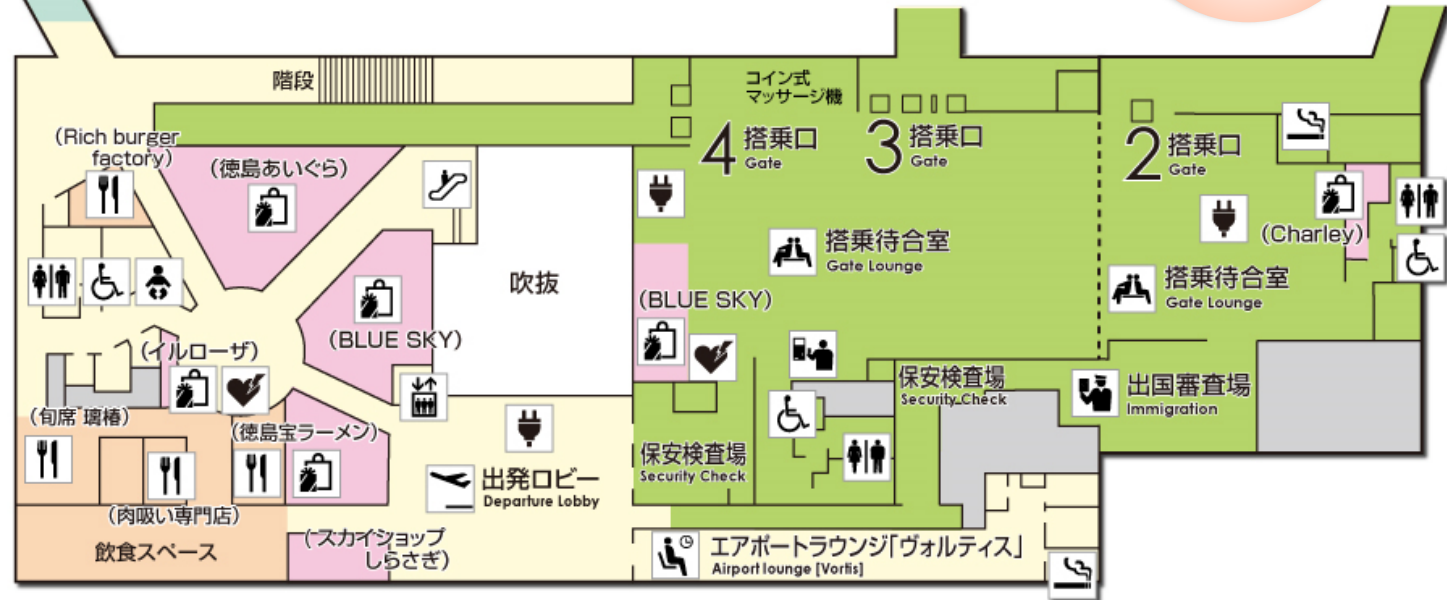
1 F



2 F



3 F



- 先進事例

- 1 コウノトリ但馬空港

- 2 のと里山空港

- 3 チャンギ国際空港

コウノトリ但馬空港

(離島以外での利用者が最低の空港)



- 定期便は伊丹間の1日2便だけで、離島便を除けば全国最短の路線。伊丹から但馬に飛ぶのは日本航空（JAL）グループ、日本エアコミューターの三十数人乗りプロペラ機。直線距離で約100キロ、たった40分の空の旅。JR特急こうのとりでも大阪駅から豊岡駅まで2時間半少し、高速バスなら3時間。空港アクセスや搭乗手続きを考えれば飛行機にそれほどメリットはない。現在の就航機材はATR42-600。プロペラ機でありながら、静穏性に優れた機体ではある。プロペラ機初めて体験が可能。また、ターミナルの屋上からは、プロペラ機の離発着を間近で見ることができ。
- 但馬空港は午前10時10分に伊丹便が出発した後、午後5時40分の伊丹便到着まで定期便は無い。夏のキャンプは空港内の緑地にテントを張り、飛行機を眺めつつバーベキュー。マラソン大会は「滑走路を走れる」と話題。
- 日本の空からほとんど見ることができなくなった日本初の国産旅客機「YS-11」（日本航空機製造が製造した双発ターボプロップエンジン機で、東京オリンピックの1964年にデビュー）。1969年から30年活躍した「YS-11（登録番号・JA8734）」が現在コウノトリ但馬空港に展示されている。2022年のNHK連続テレビ小説『舞いあがれ!』で展示機が登場。機内は一般公開していないが、機体のすぐそばまで近づける。
- 晴れた日なら午前の伊丹便が飛び立った後は酸素ボンベ無しで上げられる上限高度4000メートルからスカイダイビングできる場所となる。航空管制など法的な条件を満たすのは西日本で但馬空港だけ。年間200日以上、多い日は1日で10回以上もスカイダイビングを実施する。
- 期間限定1日1組だけの特別体験プログラム『但馬空港見学ツアー』。但馬空港内のパトロールカーに乗って、普段は立ち入りできないエリアを空港職員ガイド付きで見学。定期便ATR機が出発する際には滑走路横から迫力ある離陸の見学も可能。その後は滑走路、格納庫、特殊車両車庫、対空通信室（管制塔）、展示航空機（YS-11）内なども見学できる。
- 飛行機の離発着を特等席で見れる空港キャンプ「Airport Campsite in TAJIMA」。滑走路が目の前にあり、離陸、着陸を迫力満点で楽しめる日本で唯一のキャンプ場。サッカーグラウンドが2面も取れる広い芝の敷地のため、緑のフィールドに開放感がある。空港だけに、上空をさえぎる電線もなにもない満天の星空を満喫できる。
- 各航空会社は運営するマイレージサービスで空港ラウンジ利用や獲得マイル上乘せなどの特典が受けられる上級会員を設定するが、資格を得るには搭乗マイルの積算以外に搭乗回数を積み上げる方法もある。JALの場合、年間50回の搭乗で上級会員に認定される。ただその目的のためだけに、ひたすら搭乗を繰り返すことを「修行」と呼び、短距離で運賃も比較的安い伊丹—但馬便に集中して乗る「修行者」が関西には多い。

のと里山空港



「のと里山空港」は、石川県輪島市にある地方管理空港。地域の特産品や観光情報を提供する施設である「道の駅」と一体となっており、空港ターミナルビル内に道の駅が併設されている。空港内には、レンタカーカウンターや売店、市町村行政サービスセンター、警備派出所、授乳室、多目的トイレなどがあり、レストラン「あんのん」や見学者デッキもある。能登半島北部に位置し、周辺には能登半島ジオパークや能登半島国定公園などがある。道の駅は1階にあり、空港の駐車場が利用できて無料。空港内にトイレや観光案内所・レストランがあるため、道の駅と書かれていた場所はお土産販売だけの営業で、空港自体が、道の駅の役目をしている感じ。小さな売店で、道の駅さとやま空港という掲示がないと見落としそう。売店では能登半島の土産物などが売られているが、品数がそれほど多くない。

ANAが羽田空港との間に1日2便運行。地方から訪れる場合は、羽田空港まで一度移動した上での乗り継ぎ。のと里山空港から羽田空港以外の空港に行く場合も、一度羽田に移動してからの乗り継ぎしか手段はない。

待ち時間に本を読めるようになっているが、冊数はそれほど多くない。また、チェックインしてしまうと売店がないが、そのかわりに無人販売所がある。

能登町では、のと里山空港航空便を利用すると航空運賃を助成。往復利用で1,000円の上乗せ、乗り継ぎ利用でさらに2,000円の上乗せ。羽咋市では、「のと里山空港」を往復または片道利用した方に助成金を交付。開港にあたり、1日2往復の就航を実現させるため、航空会社の路線就航リスクを地方自治体でも分担する全国初のスキームとして、「搭乗率保証制度」を導入。就航以来、県・市町・経済界等が一体となってあらゆる利用促進に取り組んでおり、航空会社との間で設定した目標搭乗率を毎年達成し、路線を維持しているものの、今後本格化する人口減少等の地域課題に対応した利用者確保策の確立が急務。これまで積極的に空港を利用していた地元住民の高齢化や、北陸新幹線金沢開業（H27.3）等による移動手段の多様化に伴い、地元の空港利用者が年々減少。子どもサポートキャンペーン、能登・羽田便を往復利用する未就学児を対象に、子ども向け運賃を助成。応募枠上限150人に対し助成（10,000円/人）対象の小学生に航空教室の開催、羽田空港の機体整備工場等の見学ツアー。航空教室50名程度、見学ツアー28名参加。中学生に航空利用の修学旅行時における観光PRなどの体験学習を支援、2校・30名を対象に支援。高校生の課外活動時（部活動、県外研修等）の航空利用に対する助成10名を対象に支援（2,500円/席）。

チャンギ国際空港（世界一の空港）



- シンガポールの玄関口として親しまれる、チャンギ国際空港（通称：チャンギ空港）。世界60カ国以上に就航するハブ空港であるほか、東南アジア最大の規模を誇る巨大な空港でもある。およそ80秒に1度のペースでフライトが発着している。チャンギ空港が位置するのは、市内中心部から東に約23km離れた場所。市内へはタクシーや空港シャトルのほか、路線バスやMRT（地下鉄）を利用してアクセスすることができ所要時間は約30～60分が目安。
- iChangi（アイチャンギ） というアプリを使えばSIMカードの販売店をはじめ、最寄りの喫煙所やトイレの場所までスムーズに把握することができる。
- Jewel（ジュエル）は、チャンギ空港直結の複合商業施設。総延床面積は東京ドーム3個分に及ぶとされ、ショップや飲食店のほか、庭園やアトラクション、ホテル、ラウンジなどが併設。商業エリアは全7フロアで構成されており、なんと300店以上のテナントが入居している。
- レイン・ボルテックス。チャンギ空港のシンボリック存在として親しまれる高さ40mの滝。屋内にあるものでは世界最大級を誇り月曜から木曜の20:00と21:00、および金曜から日曜の20:00～21:00の毎正時には「光と音のショー」を開催。日中のトロピカルな雰囲気とは異なる、幻想的な趣に包まれた滝も非常に見応えがある。
- 資生堂フォレストバレー。レイン・ボルテックスを取り囲む緑豊かな森は屋内にありながら、6万本以上の木々で構成される近未来的な空間。5つのフロアにまたがる広大な庭園には200種類以上の草花が植えられている。園内には遊歩道が設けられており30分ほどで散策を楽しむことができる。
- キャノピーパーク。ジュエルの最上階（5階）には広大な敷地を利用した遊び場が設けられている。5シンガポール・ドルの入場料が必要な有料ゾーン。入場料に含まれるのは遊歩道のほか、滑り台や霧が出る広場、世界の花が咲く庭園の4カ所。別途料金を支払えば、さらに5つのアトラクションを楽しむことができる。地上25mに張られたネットの上を歩いたり、迷路の中を冒険したりなど。
- ショッピングエリア。ジュエルにはファッションから生活雑貨まで、様々なテナントが入居。その数280店舗あまり。
- アライバルガーデン。第1ターミナルの1階に位置する亜熱帯植物や10m以上のヤシの木が立ち並ぶ空間。
- 巨大スライダーは第3ターミナルにある高さ12mの滑り台。営業時間は12:00～23:30、料金は無料だが空港内で10シンガポール・ドル以上の買い物をするのが条件。
- チャンギ空港には現代アートが至るところに点在。それぞれのターミナルには素敵な作品が展示されているので、美術館を訪れるような気分で散策を楽しむことができる。
- KINETIC RAIN。1,200以上のしずくが織りなす優美なアート空間。自然界に存在する何気ない日常に隠された“一瞬”をよりダイナミックに表現した作品。午前6時から深夜24時までには曲線を描くように動く姿を見ることができる。
- トランジットホテル。乗り継ぎ時間が長い場合は、仮眠というよりもベッドでしっかりと休みたい。短時間の場合はシャワー・スパサービスを利用することが出来る。
- 無料のミニシアター。

テクノロジー事例

- 1 暗闇ごはん研修dinner in the dark
- 2 「牛角」が講じたクレーム客をファンに変身させる方法
- 3 USJのマーケティング戦略

暗闇ごはん研修dinner in the dark～敢えて視覚情報を遮断するという不自由さを体験する～坂本淳

多くの情報にあふれた今日、ビジネスをすすめていく中で重要となるのは、真に重要な情報を見極め、他の雑多な事象に惑わされずに決断し実行していくことです。

暗闇ごはんではMBAホルダーの住職が講師となり、仏教の数千年の教えの中からビジネスで使えるノウハウを食をとおして体験していただきます。

薄暗闇の中アイマスクを着用し、視覚に頼らずお食事を召し上がっていただくことで、普段の生活の中では意識できないたくさんの方に気がつきます。同じグループの方とコミュニケーションを取りながら進めていくことで、ご自身の持っている先入観や他者への寛容などに、自然と意識が向かうようになるプログラムです。

尚、一つひとつのお料理に対して企業の抱える様々な問題、背景に通じるお料理をお出しすることができます。例えば、新商品開発、チームビルディングなど、研修を通じて御社の抱える課題に向き合うための視点など、多くの気づきを得ることができます。

Non bias

暗闇で食事をするすることで、見た目等の先入観なしに食材を味わう感覚を体験します

Diversity

様々な食材を使った食事をとおして多様な人材を組織で活かすダイバーシティについて体験します

Team building

食材の個性を尊重しつつそれが料理となることによってさらに魅力が高まることをとおしてチームビルディングの重要性を学びます

講師 青江覚峰

緑泉寺住職 カリフォルニア州立大学MBA

1977年東京生まれ。株式会社なか道代表取締役。浄土真宗東本願寺派 湯島山緑泉寺住職。米国カリフォルニア州立大学にてMBA取得。料理僧として料理、食育に取り組む。ブラインドレストラン「暗闇ごはん」代表。超宗派の僧侶によるウェブサイト「彼岸寺」創設メンバー。ユニット「料理僧三人衆」の一人として講演会「ダライ・ラマ法王と若手宗教者100人の対話」などで料理をふるまう。



[暗闇ごはん – Dinner in the Dark \(nakamichi.world\)](http://nakamichi.world)

「牛角」が講じたクレーム客をファンに変身させる方法

- 大手焼肉チェーンの「牛角」では、お店に対してクレームを入れたお客様への割引サービスを実施。悪口（不満）を言うだけで300円割り引いてくれるので、たまたまクレーム（要望）が集まった。その後牛角はお客様が何にお客様へ持っているか徹底的に拾い上げ、改善策を言っただけで300円割り引いてくれるので、結果顧客満足度が向上し、見事になりピーターの増加に繋がった。また、お客様が何を求めているのか、現状を正確に把握してはじめて、顧客満足度を上げてファンを育てていけるようになる。客のクレームが集中したのは、多い順に、1、提供時間、提供順番、2、味、3、店内環境の3つ。クレーム対策の原則は正確な状況把握。
- 事前期待 >> 実感 = 怒り
- 事前期待 > 実感 = 不満
- 事前期待 = 実感 = 満足
- 事前期待 < 実感 = 感動
- 事前期待 << 実感 = 感激
- 事前期待 <<< 実感 = 感謝
- お金を稼ぐ以外に、働く意味を見出せないのは、働く側のせいではなく、明らかに雇用する側のマネジメントの問題。アルバイトを雇う時に、がんばれば評価制度によって仕事の役割も上がることと説明すると共に、お客様に喜んでもらうことがどれほど嬉しく、楽しいことが、その点についても正しく理解してもらうように努めた。
- *グッドマンの法則
- グッドマンの法則のもととなっているのは、1970～1980年代にアメリカで行われた消費者苦情処理に関する調査です。この調査を行ったジョン・グッドマン氏のデータのなかから、日本の佐藤知恭氏（顧客ロイヤルティ協会の設立者）が法則性を見出し、分析して、その名前を付けました。グッドマンの法則とは次の3つです。
- グッドマンの第一法則
- 不満を持った顧客のうち、苦情を申し立て、その解決に満足した顧客の当該商品・サービスの再購入決定率は、不満を持ちながら苦情を申し立てない顧客のそれに比べて高い
- グッドマンの第二法則
- 苦情処理（対応）に不満を抱いた顧客の非好意的な口コミは、満足した顧客の好意的な口コミに比較して、2倍も強い影響を与える
- グッドマンの第三法則
- 顧客に適切な「情報を提供する」（企業が消費者教育を行う）ことによって、その企業に対する消費者の信頼度が高まり、好意的な口コミの波及効果が期待されるばかりか、商品購入の意図が高まり、かつ市場拡大に貢献する
- 引用：グッドマンの法則 | 顧客ロイヤルティ協会・佐藤知恭

リピート率をあげる施策（商品の場合）

- 欠品しない、探し易い場所に配置
- 季節感、旬の訴求
- 次回購入日を意識させる施策
- 脱落者への施策
- 飽きさせない工夫
- リピートして初めて効果が出ることを知らせる、励まし
- マイレージ要素のある施策
- リピートを促すPOP
- サブクラブを通じた情報提供
- 使用量(使用者、使用機会)を増やす

USJのマーケティング戦略

USJは、多彩な施設と魅力的なアトラクションで訪問者を魅了。ハリウッド・エリア：USJのメインエリアの一つであり、ハリウッド映画の世界を再現。ここでは、有名な映画のセットやストリートが再現され、実際の映画製作現場のような雰囲気を楽しむことができる。ジュラシック・パーク・エリア：ユニバーサル・ピクチャーズの人気映画「ジュラシック・パーク」シリーズをテーマにしたエリア。迫力ある恐竜のアトラクションやウォーターライドなどがあり、スリル満点の体験が待っている。ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター：J.K.ローリングの人気小説シリーズ「ハリー・ポッター」の世界を再現したエリア。ホグワーツ城やディアゴン横丁など、魔法の世界を体験できるアトラクションやショップがある。スヌーピー・スタジオ：ピーナッツのキャラクター、スヌーピーと仲間たちが活躍するエリア。可愛らしいアトラクションやキャラクターショーやパレードが楽しめる。ザ・ウォーキング・デッド・アトラクション：人気のホラードラマ「ザ・ウォーキング・デッド」をテーマにしたアトラクション。迫力のあるシナリオと特殊効果で、シリーズの世界に没入することができる。スパイダーマン・ザ・ライド：スパイダーマンの世界を舞台にしたアトラクションで、3D映像とシミュレーションを組み合わせた没入型の体験が特徴。訪問者は映画やキャラクターの世界に没入し、スリルや感動を体験することができる。常に新しいアトラクションやエンターテインメントを導入し、訪問者に最高のエンターテインメント体験を提供するために努力。また、ショップやレストランも展開されており、訪問者はお土産やグルメを楽しむこともできる。キャラクターグッズや映画関連商品など、USJ独自のアイテムも豊富に取り揃えられている。季節ごとにイベントやスペシャルショーも開催。例えば、クリスマスシーズンには美しいイルミネーションや特別なショーが行われ、訪問者に特別な体験を提供。USJの施設とアトラクションは、幅広い年齢層の訪問者に楽しみと興奮を与えることができる。

年間を通じて数百万人の訪問者を迎え、特に休日やイベントシーズンには大勢の人々が訪れる。日本のエンターテインメント業界で重要な位置を占め、観光産業や地域経済の発展に大きく貢献。日本国内では、東京ディズニーリゾートが主要な競合相手。ディズニーブランドやキャラクターの強力な魅力を持ち、多くの訪問者を集めている。他の競合相手としては、東京ドイツ村、よみうりランド、長島スパランドなど。これらの施設は、独自のテーマやアトラクションを提供して訪問者を惹きつけている。アジア地域では、上海ディズニーランドや香港ディズニーランドなどのディズニーパークが人気。

競争環境で優位性を持つ要素の一部。ユニバーサル・スタジオや人気映画・キャラクターとのライセンス契約を結んでいる。訪問者に独特の体験を提供することができる。最新の技術と高品質な施設を活用。革新的なアトラクションや特殊効果、迫力のある3D映像など、先進的な技術を活かしたエンターテインメント体験を提供。季節ごとに特別なイベントやショーを開催。クリスマスやハロウィンなどのイベントでは、特別なデコレーションや限定アトラクション、エンターテインメントが提供。地域との連携にも力を入れ大阪府や大阪市とのパートナーシップや協力関係を築き、地域の観光振興や経済発展に貢献。また、周辺のホテルやショッピングモールなどとの連携も行い、訪問者により便利で魅力的な総合エンターテインメント体験を提供。常に新しいアトラクションやイベントを導入し、訪問者の期待に応えるために努力。新たな体験を提供するために定期的なリニューアルやアップグレードも行っており、訪問者が再び訪れたいと思うような魅力的なエンターテインメントを提供。有名な映画やキャラクターだけでなく、USJ独自のキャラクターやストーリーを活用し、訪問者に新たな体験を提供。効果的なマーケティング戦略を展開。広告、プロモーション、デジタルマーケティングなど、様々なチャンネルを活用し、広範な観客層にアピール。顧客の声を重視し、顧客満足度向上に取り組んでいる。デジタルテクノロジーの活用や予約システムの改善など、便利でスムーズな訪問体験を提供するための取り組みも行っている。