

キッズニアのブランディング戦略



名古屋経済大学経営学部
ポジベーションゼミ(徐ゼミ) 3年生

加藤綺子

2019年5月10日(金)

KidZania[®]
Tokyo



http://www.kidzania.jp/tokyo/news/uploads/ph_ana_tokyo01_864.jpg

入場受付

平日第1部

園児
小学生
中学生

3,450円
3,850円
3,950円

障害のある園児
障害のある小学生
障害のある中学生

1,720円
1,920円
1,970円

大人(16歳~)
シニア(60歳~)

1,850円
850円

介助者
シニア介助者

920円
420円

第1部 9:00~15:00(6時間)
第2部 16:00~21:00(5時間)

第2部
1時間分700円安い

全てのプランにおいて
同価格

パビリオンに入るのも、体験するのも**基本子供だけ**
およそ9割は、**保護者の入場が制限**されている



大人の料金が子供より低い

入場受付

キッズ

仕事系のアクティビティ
(施設)



獲得

サービスのアクティビティ

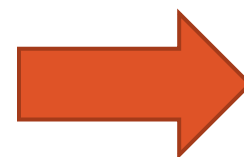


支払う

「トラベラーズチェック」
50キッズ

資生堂
ビューティーサロン

顧客の肌状態から
肌に合ったケア方法を勧める



獲得

顧客側になる



支払う

子供の目線

日常：家事手伝いでのお小遣い

非日常：働いて給料をもらう

貴重で特別な体験だと
感じる

50キッゾもらうが.....

消費体験には使わず
日本の多くの子供は
まず貯金をして働く



証券会社で資産運用の
体験ができる

- ①銀行に預けて
キャッシュカードを使って
ATMからキッズを引き出す
- ②e-Kidzoカードで
キッズをチャージし
電子マネーとして使用する
- ③半年に一回
年に10%の金利が付く

キッザニア甲子園

日本二号店兵庫県

キッザニア東京よりは小規模

キッザニア東京には無い仕事がある



https://www.kidzania.jp/koshien/activity/uploads/11_005.jpg



https://www.kidzania.jp/koshien/activity/uploads/11_006.jpg

劇場



松竹芸能株式会社

<http://www.10inc.jp/shochiku/img/img01.png>

吉本興業株式会社に並ぶ大阪の芸能事務所

鶴瓶師匠

ますだおかだ

よゐこ

安田大サーカス



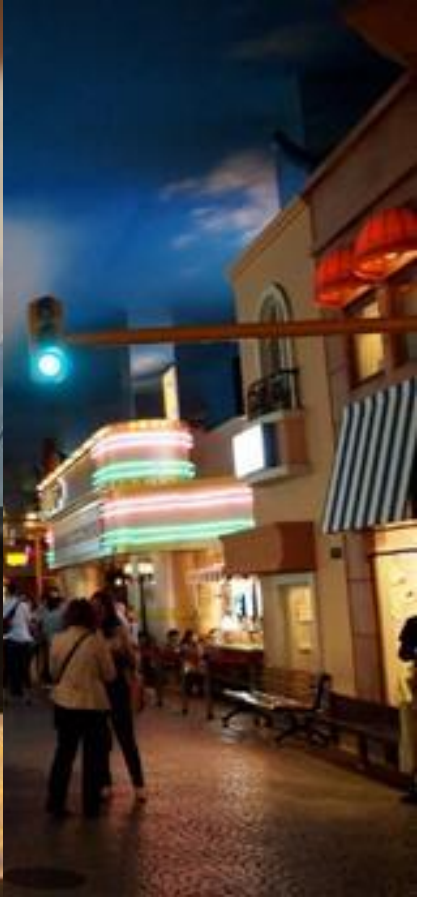
https://www.kidzania.jp/koshien/activity/uploads/11_004.jpg

エデュテインメント

教育の中に娯楽要素を取り入れることの造語。
ex ドラえもんを使用した英語教材



<https://syufuzizi.com>



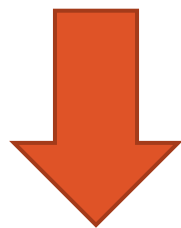
[ds/o60117_o205_1.jpg](#)

https://service-award.jp/result_case/images/springo5.jpg

教育上のメッセージ＝スポンサーの企業理念

ヤマト運輸

ユニフォームを
綺麗にたたむように指導



荷物に込められている顧客の真心も
一緒に届ける仕事
その道具であるユニフォームを大切に扱う

ただお金を稼ぐだけではなく
仕事をするうえで
お客さまに思いを持って接することが大切

バビエル・ロペス氏

1999年メキシコでキッザニアが誕生

住谷栄之資氏

2006年キッザニア東京オープン

メキシコのキッザニアにて
孫二人が
スペイン語を理解していない中
見よう見まねで
一日中様々な職場体験を続けた

スポンサー探し

前例がないものに
出資をするのは
リスク

Meeting

オープン時
45、6社決定

好転したきっかけ



日経トレンドの
ヒット予測ランキングで
インドアプレイルームとして
トップに選出された

大量購入

スポンサー企業に配布

2006年以降
スポンサーが急増

□ スポンサー候補とマスメディアとキッザニア・メキシコシティへのツアーを実施

☞ 各メディアで取り上げられる

□ 芝浦工業大学にて、プレカンファレンスを実施

☞ 従業員の子供たちにスポンサー企業の制服を着てもらい、ファッションショーや司会をしてもらった

□ スポンサー企業がー社決まるごとにプレスリリース
(報道機関への情報提供)

☞ 一般紙も関心を示すように

メディアを中心とした広報活動で
エデュテインメント
というコンセプトを伝えた

標準化



日本での
現地化



標準化

メキシコのキッザニアで作成された マスターライン

①街並み(メキシコ風)
京都のような基盤型ではない。
入り組んでいて開けた
ところに
中央広場がある。
広場の周辺にはレスト
ランやシアターがある。



<https://ay-travel.jp/wp-content/uploads/2018/03/e7843cb1636f106b98doba5b842854b2-1.jpg>

https://stat.ameba.jp/user_images/20180111/13/hamiltonoo/26/42/j/00480036014109777356.jpg?caw=800

標準化

② スポンサーシップ制
原則一業種につき
一社だけ出店できる。



https://www.kidzania.jp/club/news/uploads/ph_mori_864.jpg



ミルクハウス

森永乳業がスポンサーを降らない限り
他の乳製品メーカーが出店することはない。

日本での現地化

海外進出一号店

メキシコに確認を取りつつ、バリエーションを広げることが可能であった。

「ポジショニングの現地化」に細心の注意を払った。

日本での現地化

難点

日本には有名なテーマパークが多く存在する。



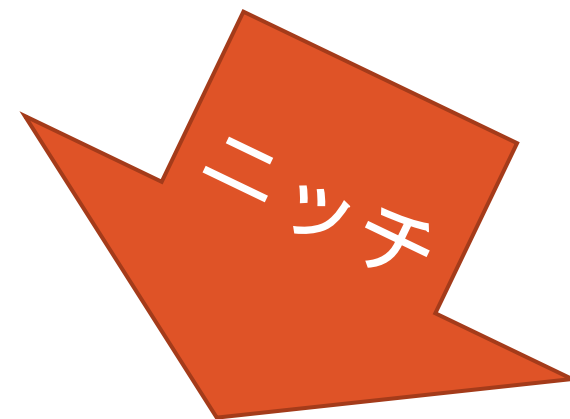
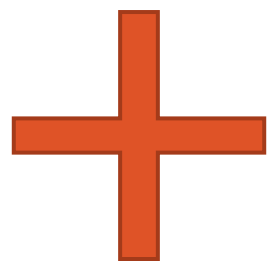
正面から戦うのではなく、「ニッチ」の部分で差別化を極めた



ブルーオーシャン戦略

日本での現地化

ファミリー層



自分の子供のキャリア形成に関心を持ち
教育投資に積極的な家庭

日本での現地化

現代社会を通じた学びの場という
子供の職業体験施設
教育的側面を
より強く前面に出した



教育 × 娯楽(エデュテインメント)

日本での現地化

広告

真剣な顔



CSR

利益だけではなく、社会への影響に責任を持ち、あらゆるステークホルダーからの要求に応える責任。

こそ

保護者とCSRを求めるスポンサーに有効であった



http://www.kidzania.jp/koshien/news/uploads/p_h_philosophical02.jpg

保護者への宣伝と
企業への宣伝が
同一化した

顧客の意見を取り入れる



こども会議

議員募集

任期二年、小学校二～五年生対象、20名
書類やレポートによって選出される

★ユーザーである子供の目線から離れないようにするための
重要なシステム

簡単すぎないか

活発に出される

こどもだったら
うだろう？

成功事例



おまけつきポップコーン

キッズニアにはない仕事の
レアカードをおまけにした
人気商品へ

<http://www.kidzania.jp/tokyo/guide/shop/store/files/29.jpg>

顧客の目線を企業が考えるのではなく
顧客の目線を直接顧客からもらい
さらにはアイデアも活用した



顧客にうける商品も
生まれやすいのではないか

年齢、出身地、性別が異なるこどもたちが
一つのプロジェクトを通じて



習い事として
通わせる親も

- 年長者が年少者に
- 社交性と協調性を
- 自然と異年齢交流が図れる

行儀作法

接客でお辞儀の練習



きちんとできなければ報酬を得られない

就活の準備にも
役立つのではないか

共同研究にて

利用回数

仕事への意識や積極性に
正の影響を及ぼすことが
明らかにされた

従業員



スーパーバイザー(スタッフ)

- 職場と同じく、子供たちに「さん」付けで敬語で話す。
- ☞ 子供たちはふざけることなく、真剣に仕事と向き合える。
- 先回りして伝えない。
- ☞ 子供の質問に対して、自分で考えて行動できる方向に話を促す。

大学の児童教育の専門家から指導を受けている。
歌や踊りなどの表現面でも教育を受けている。

同じ時間帯

前半☞警察官

後半☞宅配センターのセールスドライバー



さっき警察署にいたのに、
なんで今は宅配センターのいるの？

[https://up.gc-
img.net/post_img_web/2016/02/c2dd
7be2d0192319681208b1095b23a9_14
456.gif](https://up.gc-img.net/post_img_web/2016/02/c2dd7be2d0192319681208b1095b23a9_14456.gif)

今は潜入調査中なんです。



[http://www.caa.go.jp/policies/policy/c
onsumer_education/public_awarenes
s/teaching_material/illustration/img/1-
32.jpg](http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/illustration/img/1-32.jpg)

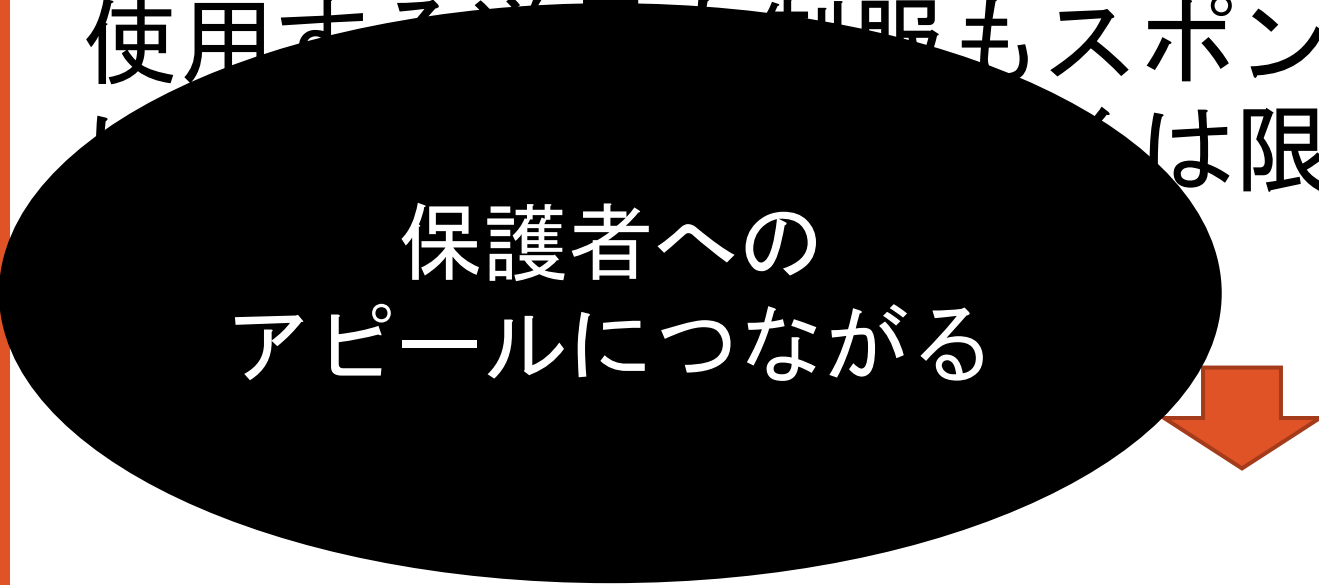
人材確保の基準が明確である
同じタイプの従業員が揃うので
職場環境もよくなるのではないか

企業の可視化

アクティビティがリアル

使用する商品や制服もスポンサー企業が実際に使っているものは限りなく近いものを使用。

保護者への
アピールにつながる



企業理念や社風がわかる

企業のプロモーション活動が
禁止されている



企業のプロモーション活動

But

スポンサーデー

各企業1年に1回1社で貸し切って自由に利用できる

□ キャンペーンに利用

☞ 割引券の配布。

□ 社員の福利厚生を活用

☞ 社員の家族を招待し、親の仕事を知って尊敬されることで自社を誇りに思い、会社との一体感がうまれる。

□ 社会貢献活動として活用

☞ 病気と闘う子供や家族、NPO法人や医療関係者などのステークホルダーとの関係ができると、信頼へつながる。

企業にとっても
宣伝活動だけではなく
有益な職場環境作りもできる
という利点が伺える

キャパシティの制限



学校や団体の予約が増えた
東京と甲子園の二か所に制限されている
修学旅行の利用時期が集中するためすぐに満員に
なってしまう

ほかの都市で開業するには
設備投資、人件費、スポンサー探しが必要だが
どれも容易ではない

Out of KidZania

キッザニアの街を飛び出して職業体験を行う

スケジュール

8月7日～9日、20日 2泊3日+日帰り1日

1日目： ニッポンハムグループについて学ぶ、食とスポーツの関係について学ぶ
現役のプロ野球選手に、食事についてインタビュー、試合観戦

2日目： 乳搾りや餌やりなど牛の世話体験、豚舎、鶏舎の見学、皮革工場の見学

3日目： ソーセージ工場の見学、手洗いなど衛生についての検査、五味検査、官能検査

4日目： ソーセージづくり

函館カール・レイモンの商品PR、新聞を作成し、ひとりずつ一番学んだことを発表

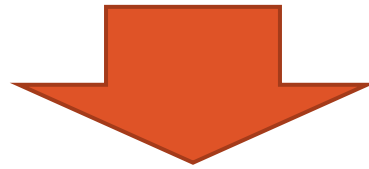


http://www.kidzania.jp/outof/list/uploads/thumbnail/2018/09/ph_2018hokkaido_02_580-thumb-280xauto-8536.jpg

インターンシップ

1年に4企業が開催
関東だけではなく
全国各地で開催

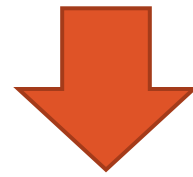
企業にとっても
宣伝になる



キッザニアにとどまらず
全国で

さらにキッザニアには無いスポンサー企業の体験を
できるようにした

課題が生まれる毎に
ニッチの視点とこどもの視点を取り入れ
新しい企画に取り組んでいる



企業と子供と保護者を
エデュテインメントでつなぐ

顧客を集めることだけではなく
スポンサーである企業も顧客として考え
より有益になるアイデアを提示している

BtoC

&

BtoB

2020年
キッザニア名古屋開業予定

みなとアクルス



https://co1.castel.jp/picture?url=https%3A%2F%2Fcastel.jp%2Fimg%2Fup%2Fpicture_53322.jpg&w=669

キッザニア東京
キッザニア甲子園
ららぽーとの建物内にある

最新技術を使った未来の職業を体験できる

KCJ GROUP がKDDIの傘下に入った

「スマートシティ時代に適応した、未来の職業体験の提供」

「5G、IoTなど先端技術を活用したスポンサーパビリオンの
体験価値のさらなる向上」

を期待できるとKDDIが公表

車の自動運転やロボットの遠隔操作が期待できる

https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=oahUKEwjUkMLHpoHiAhU8K6YKHcQvCrkQMwhzKAlwAg&url=https%3A%2F%2Ftoyota.jp%2F&psig=AOvVaw1aU-2QQQouMte_kd_M_wVc&ust=1557039575413334&ictx=3&uact=3



TOYOTA

議題

名古屋のキッザニアに有力な
話題性があり日本のキッザニアと差別化ができる
東海地方の企業はどこか

働きたくない若者に対して
キッザニアが貢献できることがあるのではないか

ご清聴ありがとうございました。

参考文献

藺部靖史(2017)「教育を通じて企業活動を可視化させる場の提供—日本におけるキッザニアのブランディング」
『Japan Marketing Journal』 Vol.37, No.1, pp.139-156.
https://www.j-mac.or.jp/mj/download.php?file_id=526(2019年4月25日確認)。

キッザニア東京公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/>(2019年4月26日確認)。

KCJ GTOUP公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/corporate//>(2019年4月26日確認)。

キッザニア甲子園公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/koshien//>(2019年4月27日確認)。

松竹芸能
<https://www.shochikugeino.co.jp//>(2019年4月27日確認)。

吉本興業
<https://www.yoshimoto.co.jp//>(2019年4月27日確認)。

Out of KidZania 公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/outof//>(2019年4月27日確認)。