

東京ディズニーリゾートの入場者数の傾向と業績

—課題と解決策—

2008MI250 坪内 優依

指導教員：尾崎 俊治

1 はじめに

90年代初めから全国各地にテーマパークが建設されたが、バブル経済崩壊から日本経済は不況をたどる一方であり、一時は脚光を浴びたテーマパークが相継いで閉園を余儀なくされている。現在、日本のテーマパーク産業は東京ディズニーリゾートの一人勝ちであり、テーマパーク産業全体としては右下がりの傾向にある。さらに、2011年3月に起きた東日本大震災後は海外や遠方からの入場者数が減少しているとの報道もあった [1]。本研究では、東京ディズニーリゾートの入場者数の傾向を分析し、実績とあわせてテーマパーク産業が抱える課題について予測し、解決方法を考えていく。

2 テーマパークとは

まず、テーマパークについて定義していく [2]。テーマパークとは、特定のテーマ（特定の国の文化や、物語、映画、時代）をベースに全体が演出された観光施設を指す、とあるが実際のところテーマパークの定義は曖昧であり、テーマパークと遊園地は区別されていないことも少なくない。

2.1 代表的なテーマパーク

日本には数多くのテーマパークがあるが、本研究では、以下に挙げるテーマパークを、日本にある代表的なテーマパークとする。

- ・東京ディズニーリゾート [3]（千葉県 浦安市）
- ・ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（*以後 USJ とする）（大阪府 大阪市）
- ・富士急ハイランド（山梨県 富士吉田市）
- ・ナガシマリゾート（三重県 桑名市）
- ・八景島シーパラダイス（神奈川県 横浜市）
- ・ハウステンボス（長崎県 佐世保市）

3 ABC 分析

3.1 ABC 分析とは

管理しようとする対象を A, B, C の 3 グループに分け、それぞれの特性に対応した管理方式を重点的に実施するための前提となる分析をいう [4]。

3.2 分析結果

代表的なテーマパークの入場者数について ABC 分析を行った結果、図 1 のような結果を得ることができる [5]。このことから東京ディズニーリゾートは構成比が 52.2% も占めていることがわかる。今後、東京ディズニーリゾートについて詳しく研究していくこととする。

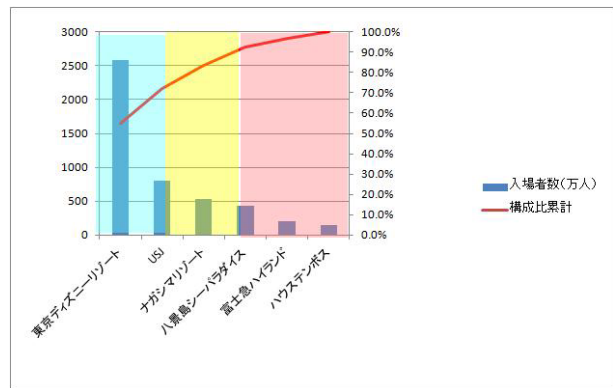


図 1 テーマパークの入場者数分析結果

4 東京ディズニーリゾートの検証

4.1 入場者数の変化

2005年～2010年までの入場者数の変化について表したものが図 2 である。このことから、2008年には 2722 万人もの人々が東京ディズニーリゾートに訪れていることがわかる。

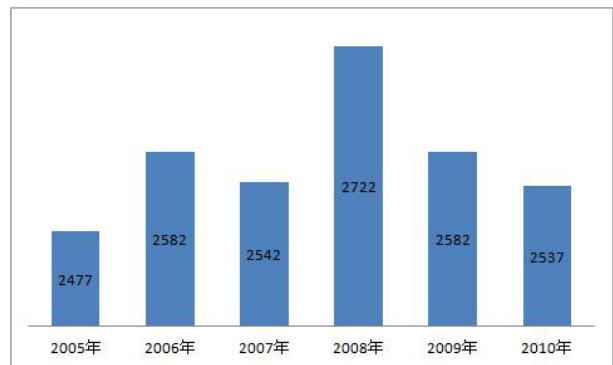


図 2 入場者数の変化 (万人)

4.2 年代別入場者比率

次に年代別入場者比率について考える。ここでは大人 40 歳以上、大人 18 歳～39 歳、中人 17 歳～13 歳、小人 12 歳以下という定義に基づきデータを出した。図 3 をみると、小人の入場者が非常に少なく、大人のテーマパークと言っても過言ではないことがわかる。また、40 歳以上の大人の入場者が年々少しずつではあるが、増加の傾向にあることがわかる。

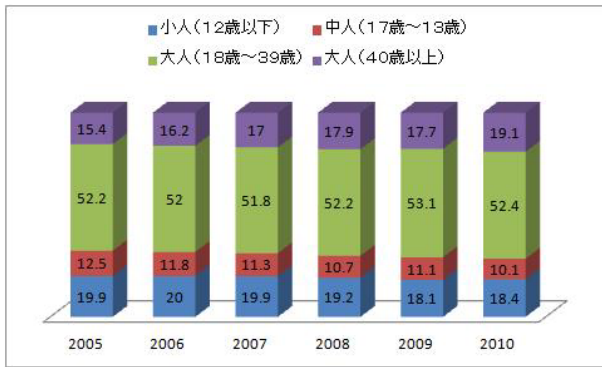


図3 年代別入場者数 (%)

4.3 1人あたりの売上高

入場者1人当たりが東京ディズニーリゾートで使う金額について考える。ここでは主にチケット収入、商品販売収入、飲食販売収入に項目を絞って考える。図5を見ると、年々1人あたりの売上高は伸びていることがわかる。一番売上が多いのがチケット収入、次いで商品売上収入、飲食売上収入となっている。



図4 1人あたりの売上高 (円)

5 重回帰分析

5.1 重回帰分析とは

(単) 回帰分析では単一の説明変数(独立変数)を用いて単一の目的変数(従属変数)を予測することを考えることが可能であるが、重回帰分析では、複数の説明変数を用いて単一の目的変数を予測することを考えることが可能な方法である。さらに、個々の説明変数が目的変数に対してどの程度影響を与えているかを表すこともできる[6]。

本研究では重回帰分析を用いることとする。

5.2 分析結果

目的変数を入場者数とし、説明変数を1人あたりの売上高とすると表5のような結果を得ることができた。このことから重回帰式は、

【入場者数(万人)】 = - 119 × 【売上高(円)】 + 120 × 【チケット収入(円)】 + 119 × 【商品売上収入(円)】 + 118 × 【飲食売上収入(円)】 - 1746 となる。また、こ

の重回帰式によって入場者数の約71%を説明している。

表1 分析結果

変数	回帰係数	標準誤差	p 値
定数項	-1746	3013	0.666
売上高(円)	-119	102	0.453
チケット(円)	120	103	0.451
商品(円)	119	102	0.453
飲食(円)	118	102	0.453

$R^2=0.712$

6 おわりに

今回、重回帰分析より、一人当たりの売上高が少ないほど入場者数が増えるという傾向にあることがわかった。チケット料金を安くすることにより入場者数が増加することは容易に推測できるが、東京ディズニーリゾートは、2011年4月よりチケット料金の値上げがされており、チケット料金を値下げすることは考えにくい。このことを踏まえ、飲食や商品の値段を値下げすることによって入場者数を増やすことが最も効率的であると推測できる。しかし、東京ディズニーリゾートは決して低料金で楽しめるテーマパークというわけではない。それに関わらず、ABC分析の結果からも圧倒的な支持を得ていることがわかる。このことからテーマパーク自体の質が入場者数と関わりがあると推測できる。つまり各テーマパーク施設はそれぞれの特色にあったアトラクションやイベントを充実させて付加価値を高めることが重要である。

テーマパーク産業が抱える今後の問題として、ますます高齢化社会になっていく日本で入場者数を増やすためには、お年寄りも安全に楽しむことができるようなテーマパーク作りが絶対条件になってくる。そのためには、園内をバリアフリーにしたり、お年寄りでも楽しむことができるようなアトラクションの新設、ファーストフード以外の健康を考慮した食事など様々な努力と工夫をしていくことが今後の大きな課題になっていくだろう。それだけではなく、東日本大震災後に落ち込んだ入場者数をどのように回復させるのかということも、日本のテーマパーク産業が抱える課題の一つになってくるであろう。

参考文献

- [1] 日本経済新聞：2011年10月4日
- [2] テーマパーク：<http://ja.wikipedia.org/wiki/テーマパーク>
- [3] 東京ディズニーリゾート・オフィシャルウェブサイト：<http://www.tokyodisneyresort.co.jp/>
- [4] ABC分析：<http://www.ne.jp/asahi/juku/excel/>
- [5] 月刊レジャー産業資料：総合ユニコム，2010年9月号
- [6] 永田靖，棟近雅彦，多変量解析法入門，サイエンス社，2011