



テーマパーク 値上げでも盛況

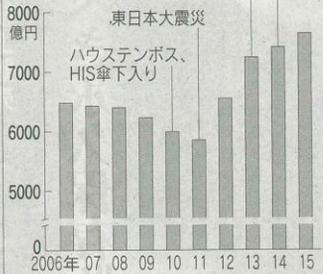
15年、7640億円で最高更新

東京ディズニーランドではイベントで集客を図る
(千葉県浦安市)

遊園地・レジャーランド市場は
右肩上がり(レジャー白書2016、推計)

USJ「ハリ・ポッター」エリア開業

東京ディズニーランド30周年



遊園地・レジャーランド市場が拡大している。日本生産性本部(東京・渋谷)がまとめた「レジャー白書」によると、2015年の市場規模は前年比3.1%増の7640億円と前年に続いて過去最高を更新した。大型テーマパークが新アトラクションを相次ぎ導入して集客力を向上。15、16年は値上げする施設が増えているが、3世代消費や訪日外国人客を取り込んで影響を抑えている。

訪日客・3世代消費伸びる

東京ディズニーリゾート(TDR)とユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)で市場の6割以上を占める。15年度の入園者はTDRが3019万人と過去3番目の水準を維持。USJは1390万人と2年連続で過去最高を更新した。16年に入っても集客力は衰えていないようだ。TDRは東京ディズニーシー(TDS)の開業15周年イベントが人気で「前年同期より雨天が多かったにもかかわらず、4〜6月の入園者数は前

年も料金を見直し、すでに値上げしていたUSJと並ぶ7400円にした。富士急ハイランドやハウステンボスも今年に入り値上げしている。値上げしても集客力を維持しているのは、新アトラクションによるリピーターの獲得が理由のひとつ。さらに祖父と親と孫の3世代の利用、訪日客の増加が値上げの影響を抑えているようだ。TDSは15年4月に約40億円をかけた映画「リトル・マーメイド」のミ

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)、大阪市は9月14日から人気映画「ハリ・ポッター」がテーマのエリアで初の期間限定イベントを開く。ハリウィーンに合わせ、闇の魔法使い「デス・イーター」が登場するショーを開く。

「ハリポタ」で ハロウィーン USJ、限定イベント

魔法の呪文を唱えると、たちまちからキャンディーが出てくる子供向けイベントもある。11月6日まで開催する。今年もハリポタエリア以外でも夜間限定の「ハロウィーン・ホラー・ナイト」を9月10日以降は毎日開催する。

TDRを運営するオリエンタルランドは3世代消費を促すため楽しみ方をウェブサイトで提案。6月には祖父が主役のテレビCMを放映した。福井市からTDSに来た女性(50)は3世代14人で入園。「夫の定年退職を東京に住む息子や娘、孫たちと祝うために来た。公式ホテルに泊まったりと100万円以上かかった」と話す。

訪日客も数字を押し上げた。TDRの15年度は180万人を超え過去最高になった。3月から訪日客向けに入園券と周辺ホテルの宿泊をセットにした「パッケージ」の販売を始めるなど営業を強化。USJも訪日客が15年度に全体の約1割と前年度の2倍に膨らんでいる。