

東京ディズニーリゾートの戦略はスポーツに活かせるのか Applicating strategies of Tokyo Disney Resort to Sport Organizations.

1K09B198-4

指導教員 主査 武藤泰明先生

宮澤真菜

副査 松岡宏高先生

【研究背景・目的】

この研究を行おうと思ったきっかけが 2 つある。まず 1 つ目が、私自身、東京ディズニーランドが大好きだと言うことである。幼い頃は年間パスポートを所持していたほどである。2 つ目は、2013 年 3 月から一般企業に就職し、平日休みの仕事に就く。社会人としては、ストレス発散に好きなスポーツ観戦も楽しみたいと思っている。しかし、スポーツの試合やイベント等は、平日になかなか人が集まらず、そもそも試合やイベント等が開催されないと言うのが現実である。その一方で東京ディズニーリゾートはどんなに天気が悪くても、どんなに寒くても、どんな日であっても、毎日多くの人が訪れる場所である。そこで東京ディズニーリゾートに人が集まる何らかの仕掛けや秘密の戦略があり、それが集客という面でスポーツの試合やイベント等にも活かせるのではないかと考えた。平日のスポーツの試合やイベントを盛り上げていくことで、もっと日本のスポーツ界が盛り上がっていくことを願い研究、考察を行った。

【方法】

研究方法としては、資料調査を中心に行った。具体的には、まず第 1 章で、本論の主張と展開を述べた。そして、第 2 章では、日本でメジャーな 5 つのリーグ(J リーグ、プロ野球、bj リーグ、F リーグ、V リーグ)の開催日程、時間を調べた。これは、平日には試合をやっている競技が少ないということを示すためである。そして、次に第 3 章で、日本人の多くが週休 2 日であり、土日・祝日休みの労働者が多いという事実を調べるために、日本人の労働条件について調べた。さらに、第 4 章、第 5 章ではオリエンタルランドグループのホームページと月刊レジャー産業資料から東京ディズニーリゾートに関する様々なデータ、戦略等を取り上げ、分析を行った。そして、最後に第 6 章で結論と考察を述べた。

【結果】

東京ディズニーリゾートはまず始めに東京ディズニーランドが出来上がるまで様々な苦労があり、今なお進化し続けている複合型リゾート施設である。現在

では、東京ディズニーシーやホテルミラコスタをはじめとした様々なホテル、東京ディズニーリゾートライン、イクスピアリなどの様々な施設が多くの人を魅了している。そして、東京ディズニーリゾートの来園者数は、増減を繰り返しながらも、増加傾向にある。周年イベントの際には、前後の年度よりも来場者数が増える傾向にある。東京ディズニーリゾートの戦略はテーマパーク単体事業から複合型リゾート事業への変換、割引パスポートの販売、イベントの開催、地方市場や中高年市場の開拓、個性化対策などがある。これらをスタジアムの規模から、東京ディズニーリゾートと同じくらいの集客力を発揮できそうな J リーグに焦点を当てて、分析した。しかしながら、J リーグもシーズンパスの販売や選手を派遣してのイベントの開催などすでに同じような策を講じているということがわかった。また、複合型施設の計画もいくつか上がっている。

【考察】

これはまだ結果がでていないので、何とも言えない部分もあるが、複合型施設でショッピングセンターやホテル、病院、ラーニングセンター、老人福祉施設、オフィス、コンベンションセンターなどが完備されるようになると平日にもスタジアムに訪れる人が増加すると考えられる。それに、試合を開催するようになると、「買い物ついでに」と試合観戦者が増えるのではと考えられる。

また、正直ここでは調査しきれなかった東京ディズニーリゾートの戦略がまだあると考えられる。これからこのような機会があれば、ぜひ研究したいと考えている。