

ディズニーランドとユニバーサル スタジオジャパン(USJ)の比較

グループ3



テーマパークの歴史



日本最初の遊園地

- ・浅草花やしき
 - ・始めは植物園「花屋敷」だった
 - ・1949年「花やしき」に改名

ディズニーランドの歴史



ディズニーランドの歴史

- オープンは1983年4月15日
- 開演一ヶ月で100万人突破
- 「日経・年間優秀製品賞」最優秀賞のうち「日本経済新聞社賞」を受賞

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの 歴史



ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの 歴史

- オープンは2001年3月31日
- 2006年11月7日 入場者数が5000万人を突破
- 2007年3月16日 東証マザーズへ上場

東京ディズニーリゾートの立地

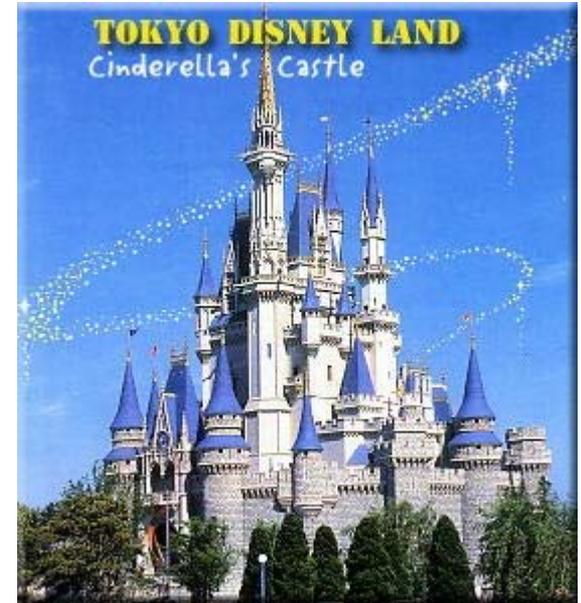
・所在地：
千葉県浦安市舞浜1番地1



☆東京都心からの交通の便が良い。

*東京駅から最寄り駅の舞浜駅まで電車一本でいくことができる。

*昼行便で空港、夜行便で名古屋・大阪などからも高速バスが運行している。



ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの立地

・所在地

大阪府大阪市此花区



阪神工業地帯の中心地だった

☆空港からの直通バス(片道900円)、関東からは夜行バスが出ている。

☆海上シャトル船も運行している。

東京ディズニーリゾートの強み・弱み

☆強み

- ・「夢と魔法の王国」の空間づくり
- ・様々なイベントで話題づくり
- ・リピーター率97.5%

★弱み

- ・混雑

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの 強み・弱み

☆強み

- ・大人の男性も楽しめる。
- ・迫力のあるアトラクション。

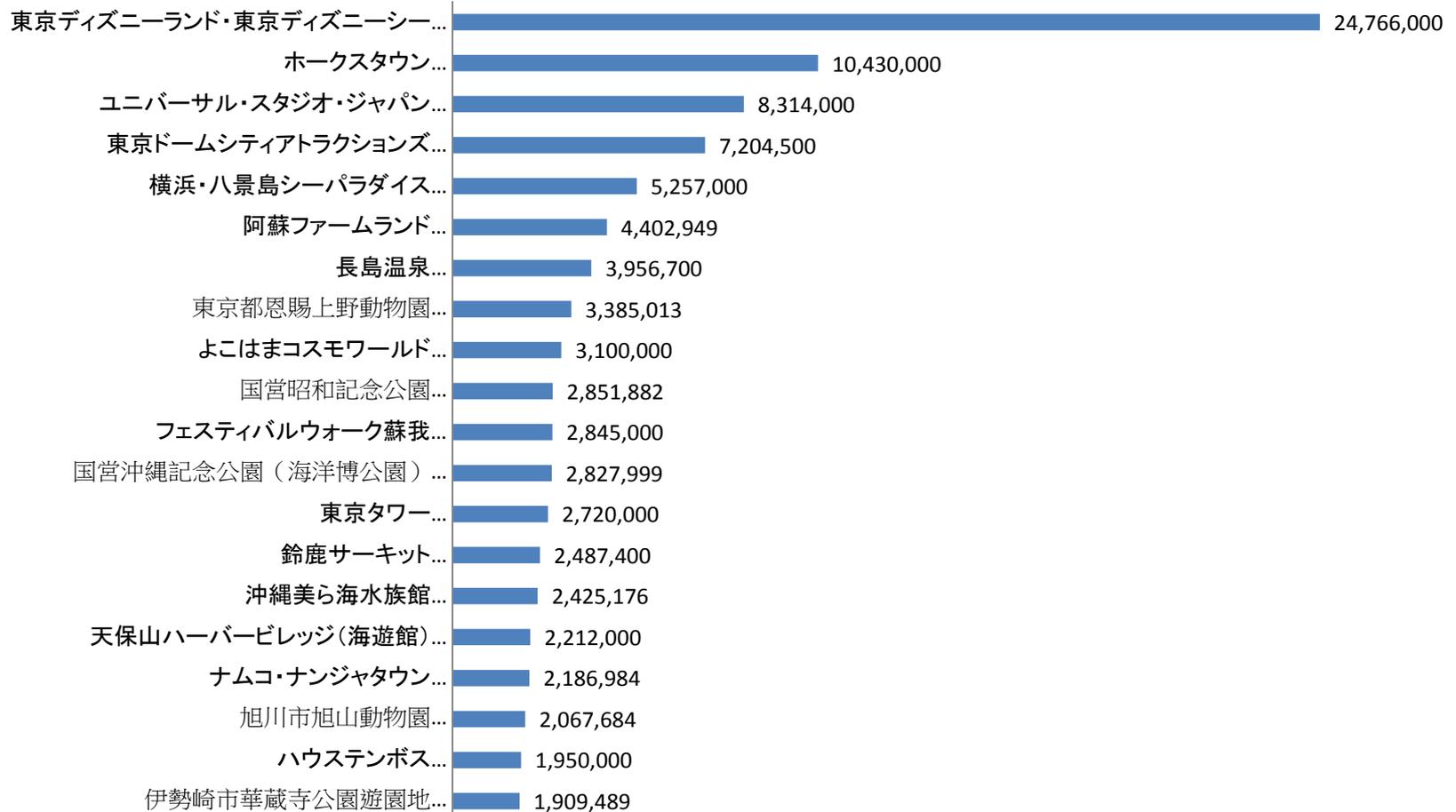
★弱み

- ・映画を見ていないとなじめない。

業界全体に与える影響

入場者数(人)

■ 入場者数(人)



レジャー業界売上高シェア

	企業名	売上高(億円)
1	オリエンタルランド(ディズニーランド・シー)	2,845
2	東京ドーム	967
3	バンダイナムコホールディングス	881
4	ユー・エス・ジェイ	720

業界全体に与える影響

- 市場規模6480億円
- オリエンタルランド(ディズニーランド・シー)シェア率40.3% 「レジャー白書2007」
- 東京ディズニーリゾートを運営するオリエンタルランドのひとり勝ち状態

東京ディズニーランドとユニバーサルスタジオジャパンの比較





東京ディズニーランド



概要

日本の二大テーマパークのうちの一つとして人気がある。施設の名称は「東京」とあるが、実際に所在しているのは千葉県浦安市である。海外にある他のディズニーパークと異なり、ディズニーグループの直営ではなく、オリエンタルランドがライセンス形式で運営している。年間来客数1700万人、売上高世界一のテーマパークである。

開園日 1983年4月15日

キャッチフレーズ 夢と魔法の国

売上高 2,800億円 **来客数** 年間1,700万人(2006年度)

入場料金 フリーパス大人(18才以上)5,800円 中人(12~17才)5,000円
小人(4~11才)3,900円 シニア(60才以上)5,100円

ランキング goo旅行2007年人気観光地アクセスランキング1位
外国人に喜ばれそうな日本の観光地ランキング5位

USJ(ユニバーサル・スタジオ・ジャパン)



概要

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、ユニバーサルグループが手がけたテーマパークとしては、米国外第一号である。ハリウッドエリア、ジュラシックパークなど9つのエリアから構成されており、それぞれのエリアでアメリカ各地の町並みや映画の舞台となった場所の風景などが再現されている。パーク内にはテレビ番組収録スタジオも併設されているほか、日本語、英語に加え中国語、ハンガール語の表示もいち早く取り入れ、国際化に対応している。

開園日

2001年3月31日

キャッチフレーズ

DREAM(2007年度)

売り上げ高

720億円 **来客数** 830万人

入場料金

スタジオパス 大人5,800円 子供3,900円
シニア5,110円

ランキング

goo旅行2007人気観光地アクセスランキング3位



ディズニーランドの特徴

- ディズニーのアニメが元になったアトラクションもより多い
- パーク内でディズニーキャラクターに会える確率もより高い
- パーク内でディズニーキャラクターに会える確率もより高い
- 7つのテーマランド



USJの特徴

- バックロット・ムービーセット・ストリート
- アトラクション



ディズニーランドとUSJの共通点

- 建物
- サービス
- 夜景
- 再入園



ディズニーランドとUSJの相違点

ディズニーランド	USJ
アトラクション一人でもグループでも並ばないといけない	アトラクションは1人が有利！

USJの課題

- 大阪ならではのオリジナリティをどう出してゆくか。
- TDLと男女比を比べると女性が少ない。日本のマーケットを引っ張っているのは女性や子供である。戦国時代村のように年寄りと時代劇好きの男をターゲットにしているとは大きな成功は望めない。女性と子供をどう惹きつけるかも大きな課題である。

TDLの課題

- TDLとディズニーシーとの関係性をうまく運営していく

ポイント

ディズニーシーはTDLの延長ではない！
ライバルである！あえて差別化する！



相乗効果

事業を運営していく上での 重要ポイントは(TDL)

- 好立地とアクセスの良さ: (周囲50km圏内に人口3000万人の巨大マーケット)(空港から車で50分、東京駅から電車で15分という近さ)



- リピーター・ 永遠に完成しないテーマパーク(年間150億円を投資し、継続的にリニューアル)
何度、来園しても新鮮な感動を作り出す



リピーター率97.5パーセント

事業を運営していく上での 重要ポイント(USJ)

- 好立地とアクセスの良さ(関西国際空港から60分・大阪駅から10分)
- リピーター・外国人が多い(関西国際空港・ハリウッド) 地元に根付いている(年間パス保持者が多い)

リサーチを終えて・・・

- パワーポイントを作成する為に調べていてとても楽しい気持ちになり、行きたくなりました。今まで知らなかった事まで知れてとても勉強になりました。 END