

ディズニーランドはなぜここまで人  
気があるのか？

三井グリーンランドとの比較

# 1.各会社概要

## ディズニーランド(以後TDL)

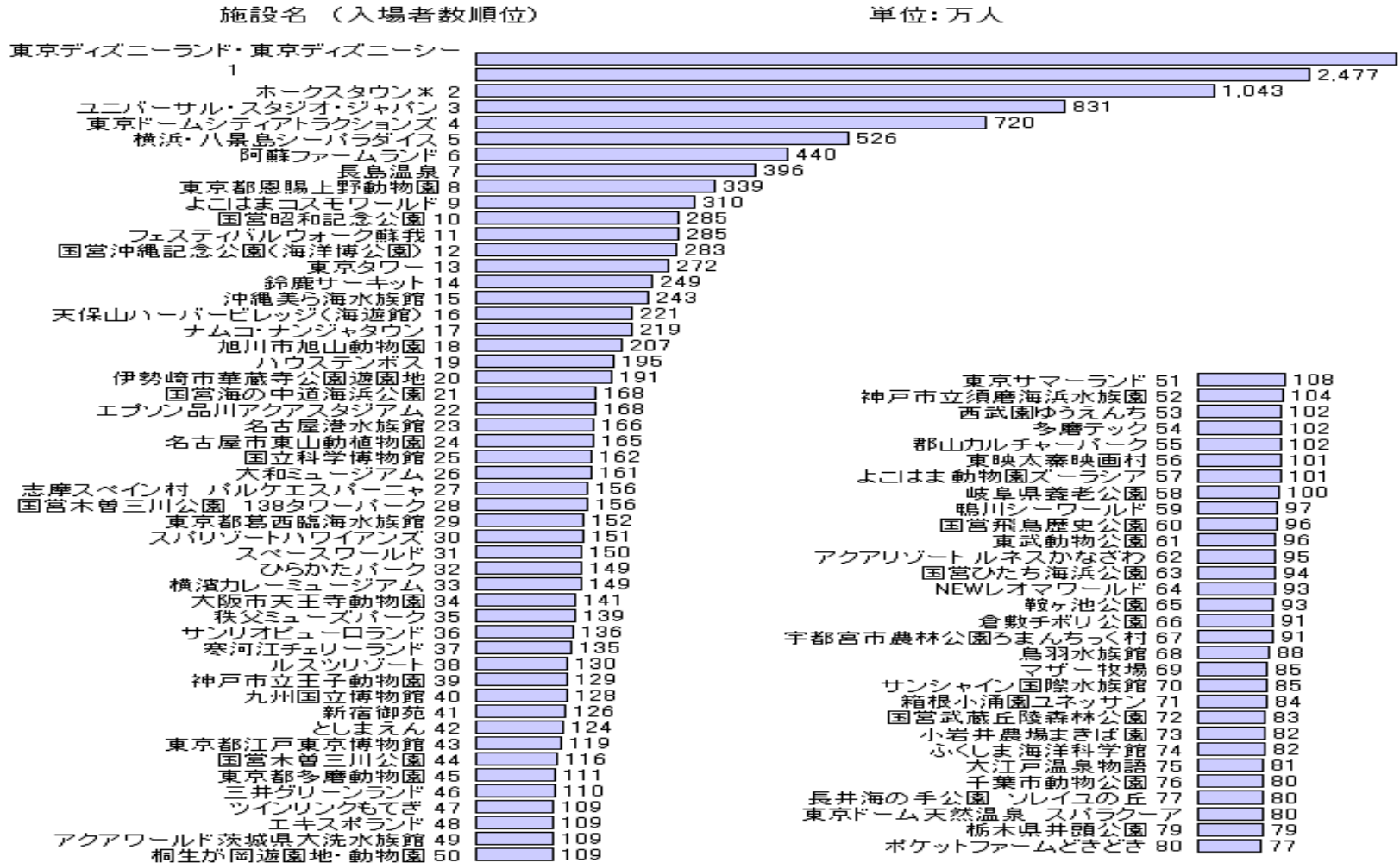
- 社名 :オリエントタルランド
- 売上高 :単体 2,845億28百万円
- 連結 3,440億82百万円(2007年3月期)
- 従業員数:2,387名(2007年4月1日付け)
- 入場者数:24,766千人(2005年度)
- 業界No.1企業

# グリーンランド(以後GL)

- 社名 : グリーンランドリゾート株式会社
- 売上高 : 単独 4,946百万円
- 連結 8,133百万円(2006年12月期)
- 従業員数:123名(2006年12月期)
- 入場者数:1,100千人(2005年度)
- 業界No.46
- 入場者数ではTDLの1/20以下

# 資料

## 遊園地・テーマパーク入場者数ランキング・ベスト80(2005年度)



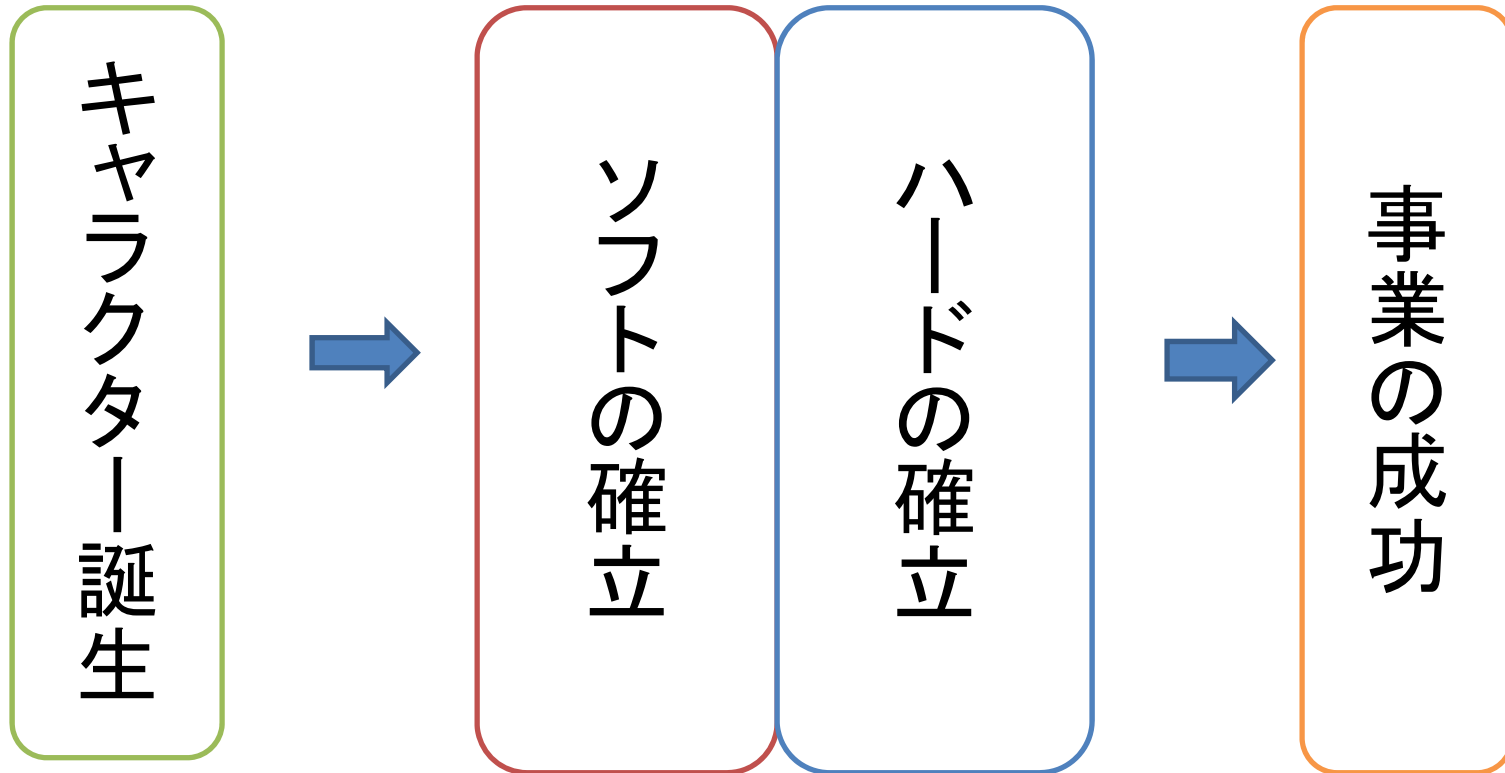
\*ホークスタウンはホークスタウンモール、JALリゾートシーホークホテル福岡との合算  
 (資料) 総合ユニコム「2007レジャーランド & レクパーク総覧」

## 2. 東京ディズニーランド(以後TDL)の 沿革

- 1979: オリエンタルランド(以後OT)とディズニー本社 業務提携
- 1983: 東京ディズニーランド開園
- 2001: 東京ディズニーシー開園
- ホテル・ミラコスタ オープン
- 2008: 東京ディズニーランド・ホテル オープン予定

# 3.TDLの成功

- TDLの事業の成功の流れ



# ソフトについて①(キャラクター)

- キャラクターの魅力: 子供だけではなくあらゆる世代の人を楽しませる
- キャラクターの著作権管理: 徹底したキャラクターのイメージ戦略



キャラクターの多大な人気

# ソフトについて②(キャスト)

- 徹底した従業員教育
- スタッフをキャスト、お客様をゲストと呼ぶ。
- 職場は一つの巨大なステージ
- いつも園内はきれいに



クオリティーの高いサービス



# ソフトについて③(ルール)

## ルール

- 前払い制、パスポートによって財布を開ける機会を少なく
- おみやげ屋では値札は必ず裏返しに
- 飲食物のキャストは積極的にゲストに声をかけない



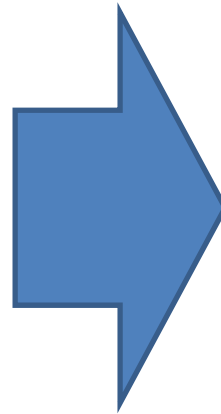
経済性を忘れさせる

# ソフト面の構築

キャラクター  
の多大な人気

クオリティーの  
高いサービス

経済性を忘れ  
させる



非日常の世界を構築

# ハードについて①

テーマパークは永遠に完成しない



継続的な追加投資

アトラクションやホテル

- 追加アトラクションの例
  - スプラッシュマウンテン
  - ビッグサンダーマウンテン
  - ホテル
  - プーさんのハニーハント
  - タワーオブテラー など
- ・その他の追加投資
  - 2000: イクスピアリ
  - アンバサダー
  - 2001: ディズニーシー
  - ホテルミラコスタ

## ハードについて②

- 本物志向の小道具
- 日常的なものを廃した建物
- 日常的なものを隠す建物の配置
- 一日で回りきれない規模
- 恵まれた立地条件

# ハードについて③

- ストーリー性のあるアトラクション
- 魅力のあるパレード、ショーによる創造世界の実現



大人も楽しめるエンターテイメント

# GLの沿革

- 1980年1月10日 - 「株式会社グリーンランド」  
として会社設立。
- 1990年6月 - 社名を「三井グリーンランド株式会  
社」に変更。
- 1991年11月 - 福岡証券取引所に上場。
- 1992年12月 - 大阪証券取引所第2部に上場。
- 2005年9月1日 - 大株主が三井鉱山から西部ガス  
へ移動。
- 2006年7月1日 - 社名を「グリーンランドリゾート株  
式会社」に変更。

# 施設概要

- 80種類を超えるアトラクションの数は日本一
- 多くのレストランやテイクアウトショップ
- バーベキューパーティーや運動会にも使用することのできる自由度の高いグラウンド
- 弁当の持ち込みが認められ、お祭り広場で食べることができる

# 経営方針

- 「お客様第一主義」の経営方針
- TDLが「夢と魔法の国」というテーマを軸として七つのテーマランドを展開していたのに対し、GLでは企業として基本的考え方である顧客満足度のことを第一としている。



# イベントについて

- 「グリーンランドといえはやっぱりイベント」というリピーターからの声がよく聞かれるらしい。年間を通じて、特定のテーマに捉われず、新しいエンターテイメントを創造することを心がけていて、そのために何度訪れても常に新鮮な感動を味わうことができる。
- いい意味で考えれば自由度が高く、裏を返せばこだわりがないともいえる。
- いまいち統一性が感じられず、ただ単に流行りものを遊園地に組み込んでいるだけに見える。
- そもそもテーマが「お客様第一主義」というあいまいなものであるからこういった統一性の無さに繋がるのだろうか。

# グリーンランドとは

- このように調べていくうち「これで大丈夫か？グリーンランド」と思ったが、ここ最近の会計報告書を見る限り  
当期純利益が49百万円(2005年度)→64百万円(2006年度)→86百万円(2007年度)  
というように順調に利益を延ばしている。
- 実に興味深い。楽しいと思えることやイベントを「これでもか！」といった風に、乱雑なおもちゃ箱に詰め込んだという遊園地があっても成り立つことが。
- そもそも遊園地が「楽しい場所であり、お客様も入るようなら」特に問題はないのかもしれない。

# まとめ

- GLは現状維持ではなく、今の段階より上を目指すのならばTDLのような実際の経営につながるようなテーマを考えなくてはいけない。
- 「夢と魔法の国」という、テーマに強くこだわり、多大な労力をかけているTDLには他のテーマパークが出せない魅力がある。この魅力を生み出しているのはまさに、こだわりなのだ。
- アトラクション数日本一、ジェットコースターの数日本一という現在の強みを生かせるような、もっともっと「日本一」を強調するようなテーマなりを考えなくてはいけない時期にGLはさしかかっているのかもしれない。