

2004年1月20日提出

論文題目

テーマパークの動向における計量的分析

植松 忠博 研究室

学籍番号 001Y219E

氏名 田中和宏

## 目次

<b>序章 論文構成と方法</b>	1
<b>第1章 テーマパーク発展の歴史と現状</b>	3
はじめに	3
第1節 テーマパークの発生および発展	3
第2節 テーマパークの特徴と類型化	10
第3節 個別テーマパークの現状と考察	16
むすび	24
<b>第2章 計量的分析への基礎的理論</b>	26
はじめに	26
第1節 レジャー市場の需給決定メカニズム	26
第2節 観光に対する需要分析	28
第3節 市場における企業の価格決定	29
むすび	41
<b>第3章 入場者数に関する同時方程式モデル</b>	43
はじめに	43
第1節 入場者の需給モデル	43
第2節 使用した資料と独立変数の説明	48
第3節 同時方程式による実証結果とその吟味	53
むすび	61
<b>第4章 今後のテーマパークの課題と展望</b>	62
あとがき	70
参考文献	73
参考資料(付表)	75

## 序章 論文構成と方法

90年代初めからテーマパークが全国各地で建設された。しかし、バブル経済崩壊から現在に至るまで日本経済は長期の不況下にあり、一時は脚光を浴びたテーマパークが相次いで休園・倒産を余儀なくされている。現在、日本のテーマパーク産業は、東京ディズニーランドの一人勝ちであり、テーマパーク全体としては右下がりの傾向にある。本論文では、歴史、理論、計量、政策の4点から体系的に日本のテーマパークの動向を分析する。

本論文の構成を概観することにしよう。第1章では、テーマパークの発生および発展に関しての歴史的分析を行う。ここで述べるテーマパークの発展過程および考察は第3で行われる計量的分析の歴史的基礎となるものである。具体的には、まずテーマパークの発生および発展について述べる。その後、テーマパークの類型化と特徴に関して述べる。最後に、個別テーマパークの現状と考察について述べることとする。

第2章では、第3章で行う計量的分析をする際に必要となる理論的基礎を示す。第3章ではテーマパークをグループに分け、入場者に関する需給要因を分析するが、その際に用いる各変数の理論的根拠を示すものである。具体的には、まず、レジャー産業における需給メカニズムを取り上げ、さらにサービスの性質に関して述べる。つづいて、観光に対する需要の分析において用いられるモデルに関して述べる。最後に、テーマパーク入場料金の設定に関連した理論について述べることとする。

第3章では入場者数に関する需給モデルを用い、テーマパーク市場の特徴を計量的分析によって捉えることを試みる。具体的には、まず需給モデルの仮説について述べる。つづいて、用いた資料と需要要因と供給要因に関する若干の説明を行うことにする。その際、需要面で用いる変数に関しては、第1章の考察と第2章で述べた理論をもとに2つの指標を作成することにする。最後に、幾つかのテーマパークをグループ分けすることで1つの市場と考え、需給モデルを用いて検討を行う。具体的には、3グループに分けることで、それらを計量的に分析する。その後、各グループから得られた計測結果を検討し、さらにそれぞれのグループの比較を行う。これらの考察は、グループ化された3つ市場から得られた計測結果を用い、第4章でテーマパークビジネス全体の流れを説明することを試みるために行う。

第4章では、これまで行ってきた歴史的分析、理論的分析および計量的分析の総括

と、そこから得られる政策的インプリケーションを述べ、今後のテーマパークビジネスの課題と展望を検討する。

## 第 1 章 テーマパーク発展の歴史と現状

### はじめに

この章では第 1 節でテーマパークの発生と発展、第 2 節でテーマパークの類型化と特徴、第 3 節で個別テーマパークの現状と考察について歴史的 analysis を行う。第 1 では日本のテーマパークの始まりについて述べ、日本におけるテーマパークの定義とその変遷を考察した後、テーマパークの発展過程を概観する。つづいて、テーマパークの特徴を 2 つの側面から捉えることによって、テーマパークの分類を行う。最後に、集客数の推移を入場料金の変化とともに分析し、本論文で計量的 analysis を行う根拠について述べる。

### 第 1 節 テーマパークの発生および発展

#### 1. 日本のテーマパークの始まり

90 年代初めから地域振興の重要な手段としてリゾートとともにテーマパークが全国各地で建設・計画されてきた。テーマパークとは、もともと米国から移入された用語・概念であるが、定義に関しては曖昧である。但し、共通認識としては、“ある特定のテーマを設定し、そのテーマに沿って一定区域内の環境、施設およびイベント等を設定して、全体を構成・運営するレジャー施設の一形態”がテーマパークと考えられている。また、テーマパークの利用形態は基本的には「立ち寄り観光型」で人々の好奇心を満たす場である。日本にテーマパークという概念が導入され、人々に認識されはじめたのは、東京ディズニーランドが開業した 1983 年であると言われている。確かに、日本初のテーマパークは、米国のウォルト・ディズニー・プロダクションズ社（当時）と業務提携を行った東京ディズニーランドであると言える。東京ディズニーランドが 83 年開業した際に作成した広報用パンフレットにも自身がテーマパークであることを謳っている。しかし、“東京ディズニーランド＝テーマパーク”という図式が人々に認知され、「テーマパーク」という言葉が日本に根付いた理由としては、東京ディズニーランドが開発面積（82.6ha）、初期投資額（約 1,800 億円）等従来のレジャー施設と比較できないほどの大プロジェクトであったことに加え、初年度で年間

1,036 万人近くを集め成功したことが挙げられる。そして、東京ディズニーランドに続き「長崎オランダ村」(83 年、長崎県西彼町)や「日光江戸村」(86 年、栃木県藤原町)が人気を集めるにしたがって、全国各地に類似レジャー施設が計画されるようになり、テーマパークは新しいレジャー施設の一部として脚光を浴びるようになった。但し、東京ディズニーランドの開業以前にも一定のテーマ性をもったレジャー施設が存在はしていたのである<sup>1</sup>。しかし、これらの施設と現在の「テーマパーク」とを比較するならば、前者は私的な野外博物館型施設が多いのに対し、後者はパレード、ステージショーなどを積極的に取り込んだ動的なエンタテインメント型施設が多い。つづく次項において、曖昧と言われるテーマパークの定義について日本では如何に定義されているかを概観することにしよう。

## 2. テーマパークの定義とその変遷

テーマパークを述べるにあたりまずその定義を明確にしたい。本論文では、テーマパークの定義について「特定サービス産業実態調査」で用いている定義を引用し、その変遷を概観する。経済産業省(旧通産省)が定義する日本のテーマパークの定義は以下の通りである。同省は、「特定サービス産業実態調査」の対象の一つとして遊園地・テーマパークを取り上げている。「特定サービス産業実態調査」での定義の変遷は第 1-1 表で示した。但し、ここではテーマパークの定義のみを取り上げている。遊園地とテーマパークの最初の調査は 1986 年であった。しかし、この調査では両者間には区別はなく、遊園地という大きな枠組みの中で両者が定義されていた。第 2 回目の調査(1993 年)では「遊園地」と「テーマパーク」の区別が行われるようになった。以後、第 3(1997 年)、第 4(2001 年)の調査では、「テーマパーク」と「遊園地」の区別が明確にされている。

テーマパークの定義では、93 年、97 年および 01 年を比較すると、全ての年で特定のテーマに基づき、「入場料をとる」、「全体の環境づくり」および「空間全体を演出して、娯楽を提供する」という項目に変わりはない。しかし、93 年は 97 年、01 年とは異なり、「遊戯施設の有無にかかわらず」と掲載されている。そして、「ショーやイベ

---

<sup>1</sup> 博物館明治村(S.40 年)、鴨川シーワールド(S.45 年)、ウエスタン村(S.49 年)、東映太秦映画村(S.50 年)、石炭の歴史村(S.55 年)、マインランド尾去沢(S.57 年)、リトルワールド(S.58)および北海道開拓の村(S.58 年)が挙げられる。

第 1-1 表 特定サービス産業実態調査における遊園地・テーマパークの定義

1986 年（昭和 61 年）

この調査は、一定のスペースに樹木、池等の自然の環境を有し、遊戯施設を設備し、客に娯楽を提供することを業務としている事業所を対象としたものである。

1993 年（平成 5 年）

本調査は、一定のスペースに遊戯施設または特定のテーマで統一された施設（展示を含む。）を有し、入場（入園）料をとり客に娯楽を提供する業務を営んでいる遊園地及びテーマパークを対象としている。遊園地、テーマパークの定義は次のとおり。

（2）テーマパーク

一定のテーマ（例：「外国」、「歴史」、「自然」など）のもとに、遊戯施設の有無にかかわらず、全体の環境づくり、ショーやイベントなどのソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する施設づくりがされている遊園地、レジャー施設。

1997 年（平成 9 年）

この調査でいう遊園地・テーマパークとは、客に娯楽を提供する業務を営んでいる以下の遊園地及びテーマパークをいう。

テーマパークとは、入場料をとり、特定の非日常的なテーマ（例：「外国の建物・文化」、「日本の文化・歴史」、「近未来、ハイテク、SF」など）のものに施設全体の環境づくりを行い、空間全体を演出し客に娯楽を提供する業務を営んでいる事業所のうち、常設かつ有料（入場料にアトラクション施設利用料金相当額を含むものを含む。）のアトラクション施設を有する事業所をいう。

2001 年

「テーマパーク」とは、入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベントなどのソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所をいう

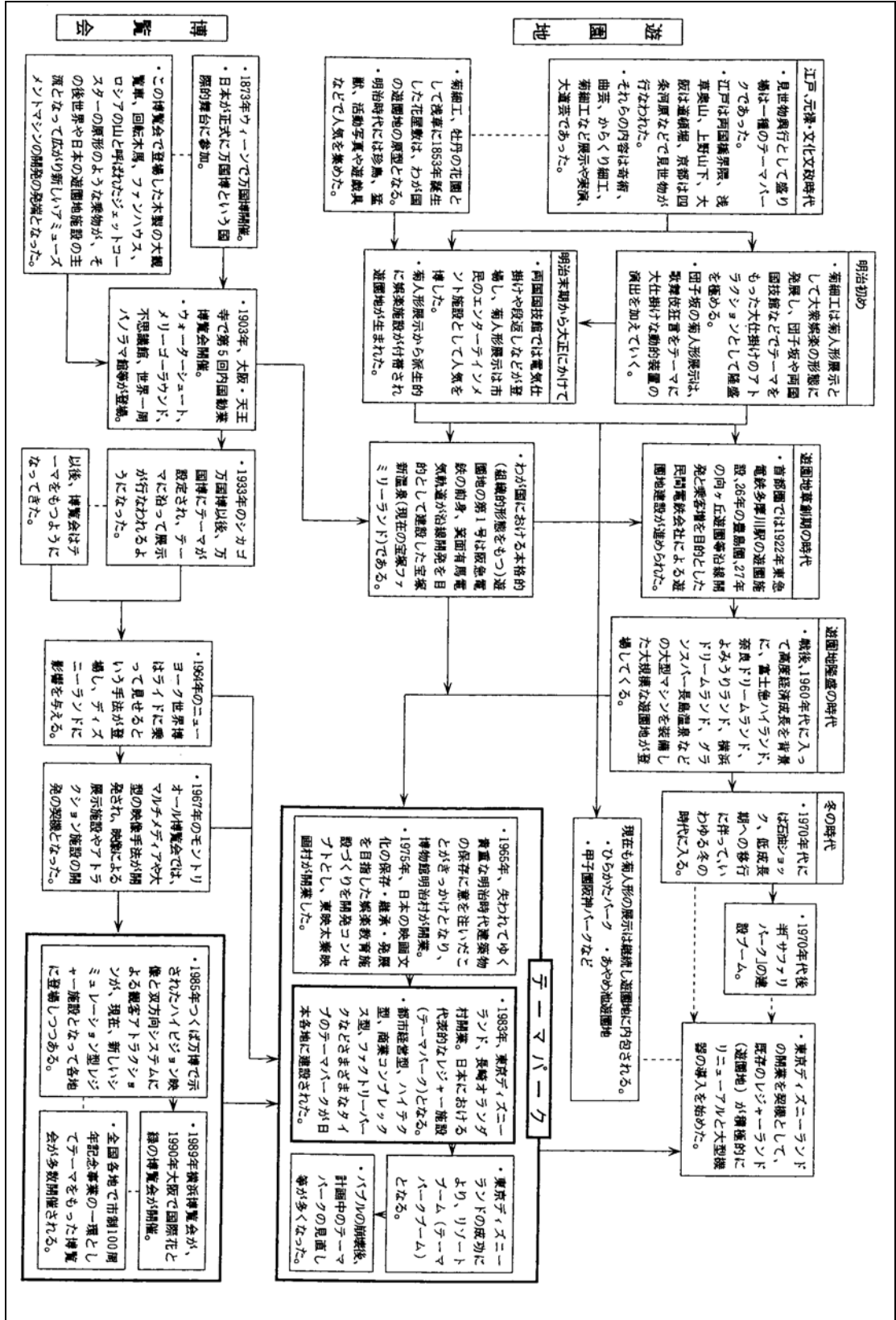
出所：経済産業省（旧通産省）「特定サービス産業実態調査」を引用。ただし、筆者が修正。

ントなどのソフト」の面を重要視するようになってきている。このソフト面を重要視する定義は、97 年には省略されていたが、01 年になると再び「パレードやイベントなど」と再度ソフト面が付け加えられるようになってきている。また、遊戯施設に関しては、97 年では「常設かつ有料のアトラクション施設」、01 年ではさらに「テーマに関連する」という条件が付け加えられている。以上のように、テーマパークの定義は常に異なり時間と共に若干の修正が施されてきた。テーマパークの特徴は様々な角度から切り込むことで多くの特徴が得られる。さらに、第 2 節で述べるように、テーマパークは様々な種類のものが多く存在する。結果として、これらがテーマパークの定義を曖昧にさせる一要因となっているのかもしれない。以上、現在の日本における定義を踏まえ、つづく次項では現在のテーマパークに至るまでの発展過程を概観することにしよう。

### 3. テーマパークの発展過程

既述の定義に従えば、テーマパークとは「入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベントなどのソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所」であ

第 1-1 図 テーマパーク誕生までの歴史



出所：総合ユニコム『レジャーランド&レクリエーション総覧 94』p.24の図表を引用。

る。既述のように、日本では、東京ディズニーランドの成功以降テーマパークという言葉が一般化した。しかし、日本でのテーマパークの先駆けとなったのは、博物館明治村（昭和 40 年）、東映太秦映画村（昭和 50 年）等である。細内信孝 [ 1994 ] は第 2-1 図のようにテーマパークの誕生までを整理している。

では、歴史を概観することにしよう。日本のテーマパークの誕生までの歴史の始まりは、2つの側面から眺めることが出来る。一方は遊園地であり、他方は博覧会である。また、前者の側面には2つの大きな系統がある。1つは、日本人の行楽や生活習慣の中から自然発生的に出来上がったものである。もう1つは、電鉄の沿線開発、顧客培養のためにつくりあげたものである。さて、江戸時代の見せ物奥行として盛り場は一種のテーマパークであったと言えよう。その後、日本の遊園地の原型となる花屋敷（1853年）が登場する。以後明治初めから大正に菊細工が菊人形展示として大衆娯楽の形態に発展し、さらにそこから派生的に娯楽施設が付帯され遊園地が生まれた。他方、1873年にウィーンで万国博覧会が開催され日本が正式に国際的舞台に参加した。この博覧会で登場した乗り物がその後の遊園地施設の主流となって広がり、新しいアミューズメントマシン開発の発端となる。これらの流れを受け、日本における本格的な遊園地の第一号である宝塚新温泉<sup>2</sup>（1911年）が誕生した。1922年、1926年および1927年には民間電鉄会社による遊園地建設が進められた（遊園地草創期の時代）。戦後、1960年代の高度成長期を背景に大型マシンを装備した大規模な遊園地が登場することになる（遊園地隆盛の時代）。1965年に、失われていく貴重な明治時代建築物の保存に意を注いだことがきっかけとなり、博物館明治村が開業したのである。

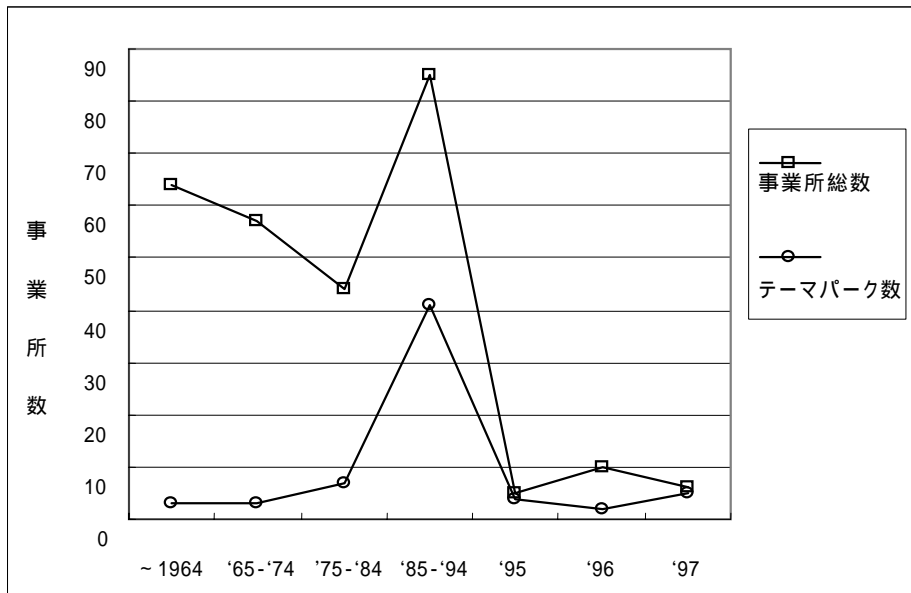
一方、日本に現在のテーマパークが到来する以前、欧米におけるテーマパークの発展は如何なる流れであったかを簡潔にみることにしよう。近代的な遊園地の始まりは、17世紀にヨーロッパで成立したプレジャーガーデン<sup>3</sup>とされている。その後、幾つかの遊戯機械の誕生を経て、いわゆる遊園地と呼ばれるものが形成された。アメリカに遊園地が導入されたのが19世紀中頃であり、19世紀末から20世紀初頭にかけて各地に多数の遊園地が建設されることになった。1930年代に入り自動車と映画の登場し、娯楽の多様化が進むことで遊園地は大きな影響を受けた。1950年代初頭にかけて遊園

---

<sup>2</sup> 阪急電鉄の前身、箕面有馬電気軌道が沿線開発を目的として1911年に建設。現在の宝塚ファミリーランドである

<sup>3</sup> 緑地、公園、花園等の施設が整備され、その中で音楽や見せ物等のイベントが催されていた一種の都市公園。

第 1-2 図 テーマパーク数の推移



出所：経済産業省（旧通産省）「特定サービス産業実態調査」[1997]を引用。  
筆者が数字からグラフ化。

地の数が縮小していく中で、1955年に映画会社（現ウォルト・ディズニー・カンパニー）によるディズニーランドが登場したのである。米国では、既存のテーマ・パーク企業が、新たに同じコンセプトでチェーン展開することが多い。東京ディズニーランドもまたチェーン展開の一つとして日本に輸出されたのである。こうした国内外の流れを汲み、本格的に日本のテーマパーク時代が到来したのは、東京ディズニーランド（千葉県浦安市）と長崎オランダ村（長崎県西彼杵郡）がいずれも1983年に開園して以来のことである。また、この年は「テーマパーク元年」と呼ばれている。以後バブル経済が崩壊する90年代前半までに日本の津々浦々で多くのテーマパークが開園することとなった。一時期200を越すテーマパーク建設・計画があったとさえいわれている。経済産業省（旧通産省）が公表している「特定サービス産業実態調査」（1998年）をもとに、テーマパーク数の推移を第1-2図で示した。この図をもとにテーマパークの業務開始年度別事業所数を概観してみよう。なお、以下に示すからの期間区分は上記の調査に基づいている。

1997年時点での遊園地・テーマパーク等のサービス産業における事業所数は271である。そのうちテーマパークの数は65である。但し、この数字は1997年時点で存続しているテーマパークである。つまり、第2回の調査で対象となっていたテーマパークであっても、第2回から3回の調査を実施する間に閉園したテーマパークは除か

れているであろう。実際にデータを見ると、1964年以前に業務を開始したテーマパークの数は3、1965-74年は3、1975-84年は7という推移である。しかし、昭和60-平成6年は41と驚異的な数で事業所数が増加している。この期間におけるテーマパーク数の増加率は約5.86(対期間)である。テーマパーク建設のこの驚異的な増加率を見ればバブル期においてテーマパーク建設ラッシュが起こっていたことは容易に想像できる。その後単年度ではあるが、1995年は4、1996年は2、1997年は5という水準になっており、以後テーマパークは毎年全国各地で開業していることがデータから伺える。

では、バブル期以後、日本各地でテーマパークが次々と建設されたのはなぜか。その背景に存在した関係者(ステークホルダー)と期待された内容について見ることにしよう。根本祐二[1995]は4つの立場からこの問題を捉えている。すなわち、(1)地方自治体、(2)民間企業、(3)消費者および(4)米国企業の4つである。(1)に関しては、東京一極集中の是正と地域活性化である。優秀な娯楽施設とは、施設建設と運営にあたって多くの雇用機会と経済効果を発生させることに加え、地域のイメージを向上させ、若者の地域への定着を図ることに寄与すると考えられている。(2)に関しては、企業の事業多角化である。企業は、高度成長期を通じて大いに成長・発展を成したが、一方、安定成長期に入ってからはその経営資源の活用先を新たに開発する必要が生じた。一般の生産部門の多くが既に飽和状態であるのに対し、レジャー・リゾート分野は未成熟で無限の可能性を秘めた魅力的な市場と考えられたのである。(3)に関しては、大衆娯楽の需要である。日本の伝統的な娯楽は、レジャーそのものよりも相当の鍛錬によって習得していく過程、習熟の達成度が目的となっているものが多い。

しかし、消費者はなんの予備知識も練習も不要で、ある程度の金額さえ払えば楽しみを得ることのできる大衆娯楽を必要としている。その意味でかつての大衆娯楽であった映画が急速に衰退するにつれ、台頭してきたのがテーマパーク、レジャーランドといえるのではないだろうか。(4)に関しては、米国からの輸入圧力である。米国のディズニー社は、近年つぎつぎと新しいコンセプトを開発し、市場に送出ししている。こうした動きは業界他社や関係者を刺激し、さらに新たなコンセプト開発への企業努力を促進させる。一方、これを経営面から捉えると多大な研究開発費を投入することになり、ノウハウを海外に輸出することはその莫大な費用を回収するための方策の一つである。輸出先として日本市場がクローズ・アップされたのである。社会的側面に焦点

を当てて考えると、(1)と(2)に関しては、中曽根内閣時代の民活法<sup>4</sup>と金融緩和さらに総合保養地域整備法（リゾート法）等がこれらの 2 側面を促進させたと考えられる。その結果、官・民共同型の法人である第 3 セクターの設立が活発になり、地方自治体で観光・リゾート関連の会社設立も目立ったのである。

そして近年、既存のテーマパークの大半が集客不足で経営難に陥り閉鎖されていく中、90 年代初めの建設ラッシュを思わせる「第 2 期テーマパークブーム」ともいわれるテーマパーク開業ラッシュが訪れている。特に東京湾沿岸では、「東京ディズニーシー（千葉県浦安市、2001 年 9 月開業）」、「ロッテワールド東京（東京都江戸川区、2004 年開業）」とうの大型テーマパークが既に開業あるいは開業予定であり、このまま事業が進めば 21 世紀初頭には東京湾岸にテーマパークの一大集積地帯が形成されることになる。以上がテーマパークの発展過程と現状の一部である。次節では、集客施設としてのテーマパークには如何なる特徴があるか、そしてそれらの特徴からテーマパークを如何に分類することができるかを考察することにする。

## 第 2 節 テーマパークの特徴と類型化

### 1. テーマパークの特徴

ここでは、テーマパークの特徴について述べる。テーマパークの共通認識は、“ある特定のテーマを設定し、そのテーマに沿って一定区域内の環境、施設およびイベント等を設定して、全体を構成・運営するレジャー施設の形態” であると考えられている。テーマパークに対する認識は各個人の主観に基づいてなされるであろう。(財)自由時間デザイン協会(旧余暇開発センター)の井手信雄[2003]は、テーマパークについて 5 つの特徴を挙げている。まず第 1 にテーマ性、第 2 に閉鎖性、第 3 にレジャー性、第 4 に複合性および第 5 に統合性である。具体的に言えば、テーマ性は、特定のテーマが設定され、これに基づきパーク内のすべての要素がデザインされ統一性を保っていること。閉鎖性は、テーマに基づく一世界を創りあげるため日常生活とは切り離された閉鎖的な空間となっていること。レジャー性は、利用者がアトラ

---

<sup>4</sup> 厳密には、1986 年に施行された「民間事業者の能力による特定施設の整備の促進に関する臨時措置法」である。

クシオン、パレードやショー、イベント等を通じて別の世界に入り込むことができること。複合性は、テーマパークでは、物販施設、飲食施設あるいは休息施設等も充実していること。統合性は、パークの各要素、各施設や各部門を統合し、一体的に運営されていること。以上の5つである。視点を少し変え、産業としての日本のテーマパークの特徴をみてみよう。根本祐二[1990]は、「3“ち”産業」として以下の3つの特徴を挙げている。第1は「装置産業」、第2は「地域産業」、第3は「幼稚産業」である。第1は、テーマパークの建設に巨額の投資が必要となることを指す。投資はハード面のみならず、建設から運営に至るソフト面についても莫大なコストがかかるのである。第2は、テーマパークの主な顧客がテーマパークの地元周辺の地域の人々であることを指す。テーマパーク事業は、まず地元の人に受け入れられる施設であることが第1である。第3は、日本のテーマパーク産業が欧米に比較して大幅に遅れていることを指す。建設・運営にあたって必要なノウハウの大半を海外に依存しなければならない現状である。

この根本の指摘に対し、小松史郎[1999]は、第1に「金持ち産業」、第2に「ハイタッチ産業」を加え、産業としての日本のテーマパークを「5チ産業」としている。

第1は、大規模な投資を継続的に行う必要性から再投資能力を備えていることを指す。

第2は、万人がそこにいけば最高のもてなしを受けられることを指す。したがって、接客サービスの質の高さをもっていなければならないのである。以上が、理念的観点と産業の観点から捉えた特徴である。次項では、これらの特徴を踏まえテーマパークの分類を行うことにする。

## 2. テーマパークの類型化

ここでは、本論文で対象としたテーマパークが如何に分類可能かを述べることにしよう。筆者は、主として10のテーマパーク(施設)を対象とした。対象となるテーマパークは、東京ディズニーランド、ハウステンボス、パルケエスパーニャ(志摩スペイン村)、スペースワールド、サンリオピューロランド、倉敷チボリ公園、東映太秦映画村、日光江戸村、東武ワールドスクウェアおよびシーガイア・オーシャンドーム<sup>5</sup>である。正直なところ、テーマパークに関する諸データ(例えば、消費単価、投資額、

---

<sup>5</sup> シーガイア・オーシャンドームについては上位15位にランク付けされてはいないが、リゾート法(総合保養地域整備法)指定第一号の施設であり近年の動向には目を見張るものがあると考え研究の対象とした。

第 1-2 表 テーマパークの開業年、所在、敷地面積および、施設内容

東京ディズニーランド S.58.04.15	千葉県浦安市 801,000	夢と魔法の王国ファミリーエンターテインメント	ハウステンボス H.4.03.25	長崎県佐世保市 1,520,000	オランダの街並みがモチーフ、環境重視の街作り
東映太秦映画村 S.50.11.01	京都市右京区 36,000	江戸の町が舞台。映画会社の特性を活用	日光江戸村 S.61.4.23	栃木県塩谷郡 495,000	江戸時代の街並みを再現し、教育・文化・歴史を供給
スペースワールド H.2.4.22	福岡県北九州市 330,000	宇宙をテーマに学び楽しむエデュテインメント	サンリオピューロランド H.2.12.07	東京都多摩市 21,173	ピューロたちが平和と幸せをもたらす世界を創造
東武ワールドスクウェア H.5.4.24	栃木県塩谷郡 83,000	世界の建築物を精巧なミニチュアで再現	シーガイア・オーシャンドーム H.5.7.30	宮崎県宮崎市 84,622	年中南国気分世界最大の室内型ウォーターパーク
倉敷チボリ公園 H.9.7.18	岡山県倉敷市 120,000	デンマークのチボリの基本原則を尊重。日本風に	パルクエスパーニャ H.6.4.22	三重県志摩郡 340,000	スペインの魅力を再現。複合リゾート施設

敷地面積の単位は平方メートルである。

出所：『レジャーランド & レクリエーション総覧 2003』および『月刊レジャー産業資料 2002』を参照。筆者が一部加筆し作成。

売上高等)は、企業のシークレット情報であるために入手することは容易ではない。したがって、本論文で対象としたテーマパークは、データの一部が入手可能であったテーマパークであることに加え、第 1 に、「レジャーランド & レクリエーション総覧 2003」(総合ユニコム)のテーマパークの年間入場者数推移のデータで上位 15 位にランクインし、過去のデータにおいても概ねランクインしていたこと、第 1 に加え関東から九州までの太平洋ベルト上に位置していること、以上を基準に選択した。

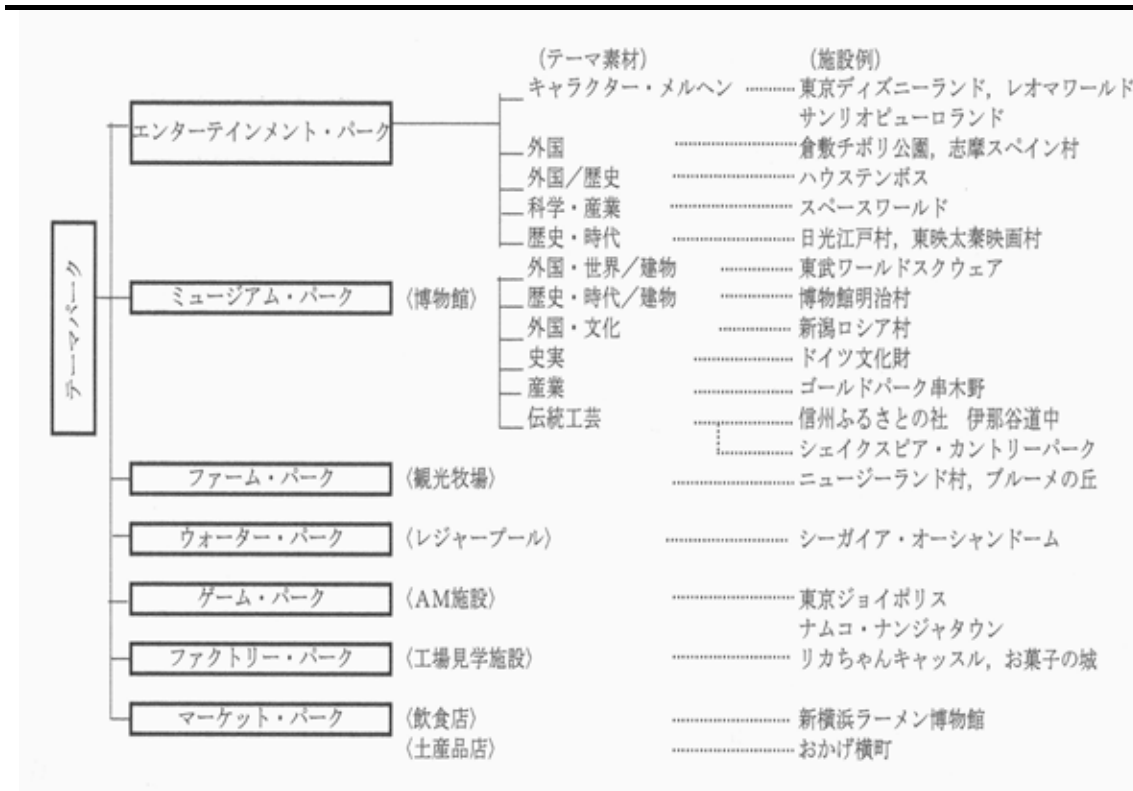
まず、対象となったテーマパークの特徴に関して、開業年、所在、敷地面積および施設内容別に見てみよう。これらを簡潔に整理し第 1-2 表で示した。東京ディズニーランドは、昭和 58 年千葉県浦安市に建設された。2001 年の時点で敷地面積は 80.1 ha である。施設の特徴は、夢と魔法の王国で子どもだけでなく大人も楽しめるファミリーエンターテインメントを掲げている。第 2 テーマパークである東京ディズニーシー(敷地面積 71.4 ha、初期投資額 3,380 億円)が 2001 年 9 月に開業した。事業主体であるオリエンタルランドは両者をまとめて東京ディズニーリゾートとしている。次に、ハウステンボスは、長崎オランダ村の第 2 期工事として計画され、平成 4 年長崎県佐世保市に建設された。2001 年の時点で敷地面積は 152 ha である。施設の内容は、オランダの街並をモチーフに、博物館、美術館、劇場、レストランおよびショッピング街等のほかホテル、別荘を整備し、テーマパークを核に開発している。なお、環境面に配慮したことも大きな特徴で、例えば敷地内にある運河の水際線の基盤整備にはコンクリートを使わず、すべて石積みになっている。つづいて、東映太秦映画村は、昭和

50年京都市右京区に建設された。2001年の時点で敷地面積は3.6haである。この施設は“東映あつての映画村、撮影あつての映画村”をコンセプトに、既存の映画スタジオやアトラクションだけでなく、実際の映画・テレビの撮影風景、作品で使用される道具や衣装の展示、それに合わせた多彩な関連イベントを提供しており、入場者は年間を通して楽しむことが出来る。また、日光江戸村は、昭和61年栃木県塩谷郡に建設された。2001年の時点で敷地面積は49.5haである。施設の内容は江戸時代の元禄から享保年間を中心とした街並みをつくり、忍者活劇、華麗な花魁道中を劇場で行う等、教育・文化・歴史を供給している。後述する東武ワールドスクウェアと共に鬼怒川温泉という観光地に立地する。次に、スペースワールドは、平成2年福岡県北九州市に建設された。2001年の時点で敷地面積は33haである。テーマは、宇宙を学び楽しむエデュテインメントであり、米国アラバマ州立米国スペースキャンプ財団とのライセンス契約を行うことで、日本において独占的にスペースキャンプ（宇宙飛行士訓練を子ども向けにアレンジしたもの）を行える。

つづいて、サンリオピューロランドは、平成2年東京都多摩市に建設された。2001年の時点で敷地面積は約2.1haである。この施設の特徴は、ピューロ（人を楽しませるピエロとPURE（純粋さ）の2つの単語からなる造語）たちが子供たちに夢と平和と幸せをもたらす世界を創造した全天候型屋内施設である。次に、東武ワールドスクウェアは、平成5年栃木県塩谷郡に建設された。2001年の時点で敷地面積は8.3haである。東武ワールドスクウェアでは、世界の歴史的・文化的・芸術的・建築学的に価値のある建築物を精巧なミニチュアで再現されている。また、東武鉄道が出資した電鉄系の施設である。日光江戸村と共に鬼怒川温泉地区にある。つづいて、シーガイア・オーシャンドームは、1987年にリゾート法制定後88年に承認第1号として宮崎県が指定を受けた際、「宮崎・日南海岸リゾート構想」として計画され、平成5年宮崎県宮崎市に建設されたものである。2000年時点で施設面積は約8.5haである。施設の特徴は、年中南国気分を味わえる世界最大の室内型ウォーターパークである。

次に、倉敷チボリ公園は、平成9年岡山県倉敷市に建設された。2001年の時点で敷地面積は12haである。この施設の特徴は、デンマークの遊園地「チボリガーデン」の基本原則を尊重しながらも、日本風にアレンジされていることである。そして、園内では20のアトラクション、飲食施設およびデンマークの食品等を扱う物販施設がある。また、倉敷市は美観地区などを中心に年間600万人が訪れる観光都市である。

第 1-3 表 テーマパークの類型化



出所：井手信雄 [ 1998 ] .p35 を参考に、一部筆者が加筆して作成。

最後に、パルケエスパーニャは、宮崎県と共に、三重県がリゾート法第 1 号の指定を受けた際、「三重サンベルトゾーン構想」の重点整備地区の 1 つの計画として平成 6 年三重県志摩郡に建設された。日本近畿鉄道(株)を中心とした第三セクター(株)志摩スペイン村が展開している。パルケエスパーニャの特徴は、スペインの魅力を 4 つのエリアで再現した複合リゾート施設である。また、近年では、同施設内において「ひまわりの湯」が建設された。

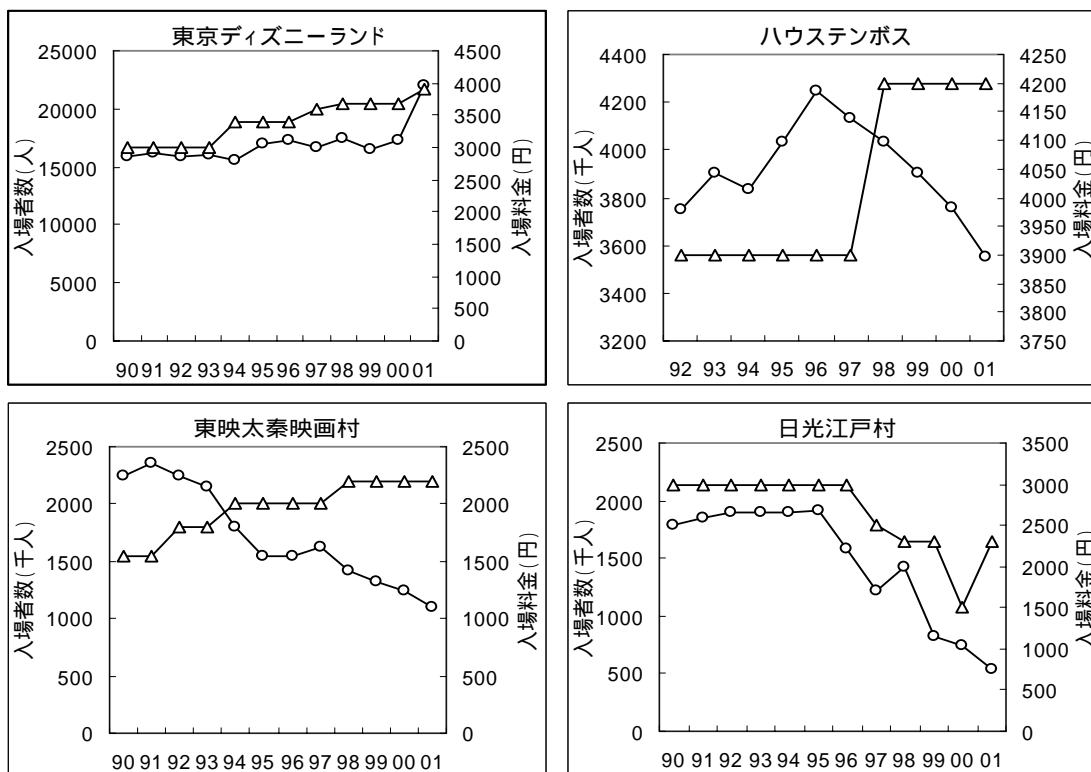
さて、テーマパークのグループ化について、井手信雄 [ 1998 ] は次のように述べている。『レジャー活動の活発化は新しいレジャー施設を求める。しかし、新しい施設は大人気のテーマパークの影響も受けないわけにはいかない。よいところを積極的に採り入れようとするから類似してくるこのような施設は、既存のレジャー施設のテーマパーク化であり、“テーマパーク的施設”である。』井手は、この類似性からテーマパークの類型化を行っている。テーマパークの類型化は第 1-3 表で示した。テーマパークは大きく分けて エンターテインメントパーク、ミュージアム・パーク、ファーム・パーク、ウォーター・パーク、ゲーム・パーク、ファクトリー・パーク

そして マーケット・パークの7つに分類される。さらに、 および はテーマの素材で細分化される。 に関しては、 -a はキャラクター・メルヘン、 -b は外国、 -c は外国の歴史、 -d は科学・産業そして -e は歴史・時代である。 に関しては、 -a は外国・歴史の建物、 -b は歴史・時代の建物、 -c は外国・文化、 -d は史実、 -e は産業、 -f は伝統工芸である。本論文で対象としたテーマパークは、 -a に東京ディズニーランドおよびサンリオピューロランド、 -b に倉敷チボリ公園および志摩スペイン村、 -c にハウステンボス、 -d にスペースワールド、 -e に日光江戸村および東映太秦映画村、 -a に東武ワールドスクウェア、そして シーガイア・オーシャンドームが該当と思われる。経済産業省(旧通産省)「特定サービス産業実態調査」(1998)のデータでは、既述したように1997年時点で調査に該当したテーマパーク数は65であった。そのうち設定テーマが「外国の建物・文化」に該当する施設数は22、「日本の文化・歴史」に該当するものは11と日本外国を問わず文化や歴史に関するテーマパークが内訳の半数を占めているのである。本論文においても対象施設のうち、倉敷チボリ公園、志摩スペイン村、日光江戸村、東映太秦映画村および東武ワールドスクウェアがこれに該当する。

テーマパークを分類する第2の方法として立地場所で分類することができる。但し、一義的に分類することは難しいということを含め断っておく。根本祐二[1990]はテーマパークの立地場所にしがって以下のように分類している。大都市中心またはその近郊、 地方都市またはその近郊、 リゾート地および観光地、そして 山林原野や過疎地域などの集積の乏しい場所の4つである。 は大都市の消費者を対象にできるという絶対的な優位性を持っているが、用地の大きさ、単価そして自然環境等の面では逆にハンディを負っている。このグループに該当する施設は、東京ディズニーランドおよびサンリオピューロランドであろう。 は地方都市の購買力に依存するため、規模は超大型というものはない。このグループに該当する施設は、倉敷チボリ公園およびスペースワールドであろう。 は人口や利便性の観点からは劣るものの、自然環境の良さや用地費負担の少なさなどのメリットが大きい。このグループに該当する施設は、志摩スペイン村、ハウステンボス、日光江戸村、東映太秦映画村、東武ワールドスクウェアおよびシーガイア・オーシャンドームであろう。つづく第3節では、対象としたテーマパークごとに入場料金と入場者数のデータをグラフ化し、これらの推移をみて動向の把握をする。

第1-3.a 図 入場者数と入場料金の推移

○ 入場者数 △ 入場料金



出所：『レジャーランド & レクリエーション総覧』の各号の数字より筆者がグラフを作成。

### 第3節 個別テーマパークの現状と考察

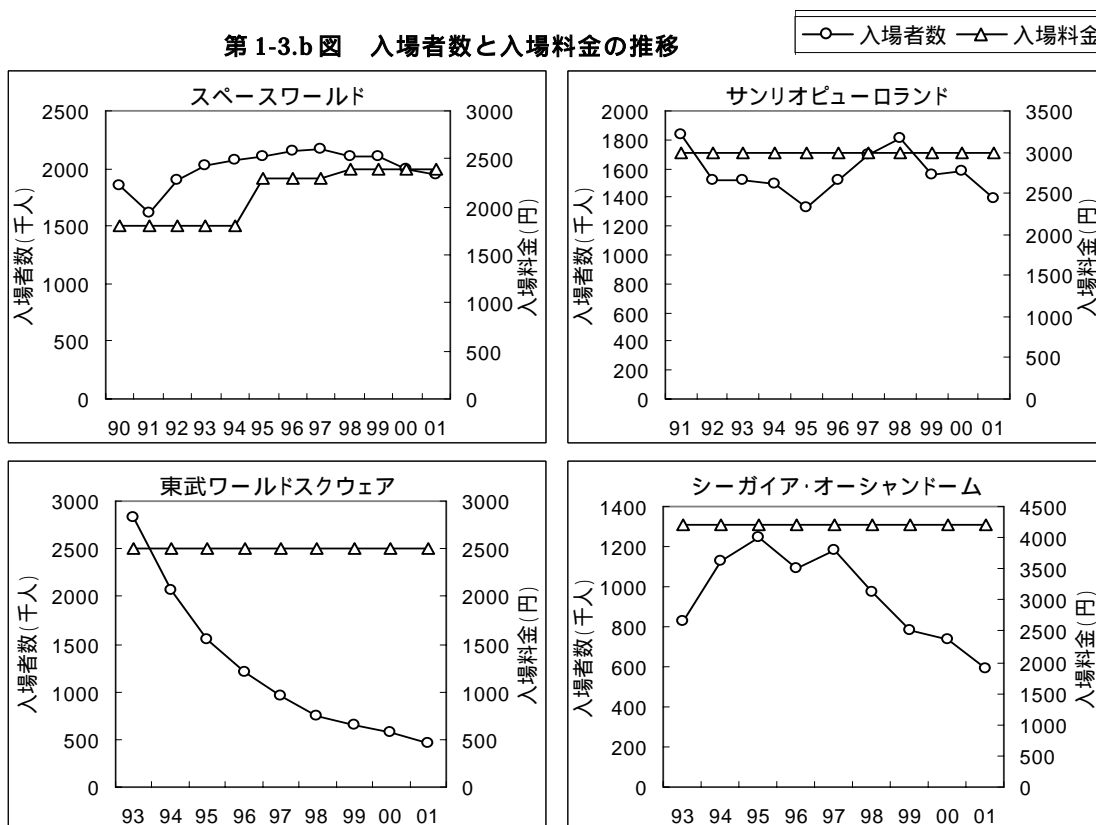
#### 1. テーマパークの集客数の推移

ここでは、第3章で計量的分析を行うにあたり、90年から2001年における各テーマパークの入場者数の推移および入場料金の変化を考察することにする。但し、テーマパークのなかには開業が90年以後のところもある。したがって、90年以後に開業したテーマパークに関しては、開業年から2001年までの推移をみている。まず、東京ディズニーランドである。90年から01年における入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金変更から大きく分けて4つに区別することが可能である（第1-3.a 図東京ディズニーランドを参照）。第1は90年から93年、第2は94年から96年、第3は97年から2000年および第4は01年である。第1の期間は入場料金が3,000円であり、入場者数は多少の上下変動はあるにしろ90年と93年とを比べるとその増加率は1.2%である。第2の期間は入場料金が3,400円とに比べ料金が上昇している。入場者数は、料金変更のあった94年において-3.3%(対93年比)の増加率あったが、

95年、96年は16,986千人、17,368千人と対93年比で6%、8.3%の増加率となっている。第 Ⅰの期間は入場料金が3,600円、3,670円であり、料金の上昇の程度は Ⅱから Ⅲにかけての上昇度よりも程度は小さい。しかし、ここでも料金変更後の97年は96年に比べ-4%の増加率である。98年に17,459千人と過去最大の入場者数を達成したが、つづく99年と2000年ではこの入場者数を上回っていない。第 Ⅱの期間は入場料金が3,900円である。入場者数は22,047千人であり、対2000年比では27.4%の増加率と驚異的な伸び率である(この数字の中には、東京ディズニーシーの入場者数も含まれている)。概して、90年から01年における東京ディズニーランドは、入場料金を変更した直後は若干入場者数が減少してはいるものの、確実に入場者数は増加していることがわかる。次に、ハウステンボスについて考察する。92年から01年における入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金変更は97年に一度行われている(第1-3.a図ハウステンボスを参照)。第 Ⅰは92年から96年、第 Ⅱは97年から01年である。第 Ⅰの期間は入場料金が3,900円である。この期間の入場者数について分析する(但し、ハウステンボスの入場者数に関する数字は長崎オランダ村の入場者数も含まれている)。92年および93年は3,750千人、3,902千人と右上がりの増加であり、一度94年で-2.3%(対'93年比)の増加率を見せるものの、96年までは以後順調に入場者数を伸ばしている。しかし、96年以後入場者数は減少の一途をたどる。第 Ⅱの期間は入場料金が4,200円である。97年の入場料金変更と96年からの減少傾向とが相まってであろうか、97年、98年、99年、2000年および01年の入場者数は対前年度比で-3%、-2.4%、-3.2%、-3.6%および-5.6%の増加率である。概して、92年から01年のハウステンボスは、97年以降入場者数が減少し、その間に一度行われた入場料金変更後もさらに入場者数の減少を大きく促しているように思われる。

次に、東映太秦映画村について分析する。90年から01年における入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金変更は4度にわたって行われている(第1-3.a図東映太秦映画村を参照)。第 Ⅰは90年から91年、第 Ⅱは92年から93年、第 Ⅲは94年から97年および第 Ⅳは98年から01年である。第 Ⅰの期間では、入場料金は1,550円である。入場者数は2,241千人から2,364千人と増加している。第 Ⅱの期間では、入場料金が1,800円である。この期間の入場者数は、92年および93年においてそれぞれ対前年度比で-5.1%、-4.4%とマイナスの増加率を見せている。第 Ⅲの期間では、入場料金が2,000円である。入場者数に関して料金変更が行われた後の94年、つづ

第 1-3.b 図 入場者数と入場料金の推移



出所：『レジャーランド & レクリエーション総覧』の各号の数字より筆者がグラフを作成。

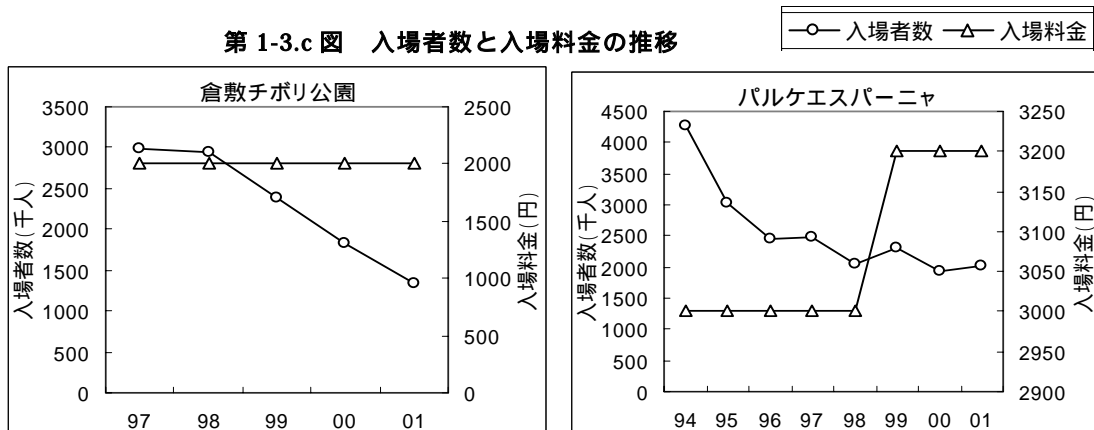
く 95 年では対前年比で-15.9%、-14.4%と 2 桁のマイナス増加率である。96 年では、入場者数は減少しているもののほぼ横ばいとなっている。97 年において、増加率は対前年比でプラスの増加率に転じている。第 1 期の期間では、入場料金が 2,200 円である。ここでも入場料金変更の影響があるのであろうか、98 年の入場者数は-12.1%（対 97 年比）と大きなマイナスの増加率となっている。つづく 99 年、2000 年および 01 年は、入場者数が 1,325 千人(-7%)、1,249 千人(-5.7%)および 1,096 千人(-12.3%)と減少の一途を辿っている（但し、(・)内は対前年比の増加率である）。概して、東映太秦映画村の入場者数は、90 年から 01 年において減少傾向にある。また、グラフを見ると料金の動きと入場者数の動きとが実に対照的に描かれているのが分かる。

次に、日光江戸村に焦点を当てる。90 年から 01 年における入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金変更から大きく分けて 3 つに分けることが可能である（第 1-3.a 図日光江戸村を参照）。第 1 期は 90 年から 96 年、第 2 期は 97 年および第 3 期は 98 年から 01 年である。第 1 期の期間は、入場料金が 3,000 円である。この期間の入場者数は 90 年と 95 年を比較すると 8.5%増加しており、各年においても徐々に入場者

数は増加している。しかし、96年に入場者数は1,579千人にまで減少しており、対95年比においても-17.8%マイナスの増加率に転じている。第 Ⅰの期間は、入場料金が2,500円であり、入場者数はさらに減少している。第 Ⅱの期間は入場料金が基本的に2,300円である。入場者数の動きをみると、入場料金変更後の98年は入場者数が1,421千人(対前年比16.9%)に増加した。しかし、99年は反対に816千人(対前年比-42.6%)と大きく減少した。入場料金に関して、2000年は日光江戸村10周年キャンペーンとして入場料金はこの年に限り1,500円に設定された。大幅な変更にもかかわらず2000年は入場者数が減少、つづく01年も同様である。概して、日光江戸村は90年から96年まで入場者数は増加していたものの、以後01年まで料金改定後においても入場者数の減少傾向が続いている。

次に、スペースワールドについて考察する。90年から01年までの入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金変更から3つに分けることが可能である(第1-3.b図スペースワールドを参照)。第Ⅰは90年から94年、第Ⅱは95年から97年、第Ⅲは98年から01年である。第Ⅰの期間は、入場料金が1,800円である。入場者数の推移を見ると、91年では入場者数が対90年比で-12.6%とマイナスの増加率であるものの、92年には対91年比で17.5%の増加率を見せ、つづく94年まで入場者数は逡増している。第Ⅱの期間は、入場料金が2,300円である。入場者数は、入場料金変更後の95年においても増加し、つづく96年と97年においても僅かずつではあるが増加している。第Ⅲの期間は、入場料金が2,400円である。入場者数は98年以後僅かずつではあるが減少しているのがわかる。98年は対97年比で-2.8%とマイナスの増加率を示し、以後99年は横ばいであるが、2000年および01と確実に減少傾向を呈し、後者において98年と比較すると実に-10.2%にも及んでいる。概して、スペースワールドは、90年から97年において入場者数は逡増していたが、98年以後は逡減している。しかし、逡減はしてはいるものの、90年と比較すると01年の水準は前者に勝っている。次に、サンリオピューロランドに焦点を当てる。91年から01年までの入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、開業から01年まで入場料金は3,000円と一定である(第1-3.b図サンリオピューロランドを参照)。入場者数は91年では1,830千人であったが、92年では1,519千人と-17%の増加となっている。つづく93年と94年はほぼ横ばいである。95年はさらに減少するが、96年にはプラスへと転じている(対95年比で14.5%の増加率)。以後98年まで入場者数は平均9.2%の増加率とな

第 1-3.c 図 入場者数と入場料金の推移



出所：レジャーランド&レジャーパーク総覧の各号の数字より筆者がグラフを作成。

っている。99年に再度入場者数は減少し、98年と比較すると-14.1%の増加率であり、ほぼ96年の水準となっている。その後若干増加率はプラスに転じるが、98年から01年において入場者数は減少傾向を示している。概して、サンリオピューロランドは、開業から01年まで入場料金変更はなく、95年までは減少、98年までは増加と入場者数が上下変動しており、近年の傾向としては減少傾向にあるといえる。

次に、東武ワールドスクウェアについて分析する。93年から01年までの入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金は2,500円で一定である(第1-3.b図東武ワールドスクウェアを参照)。入場者数に関しては、増加は見られず開業年である93年の2,834千人をピークに、対前年比で見ると94年は-27.4%、95年は-24.7%、96年は-22.5%および97年は-20.5%の増加率となっている。確かに減少幅は小さくなっているが、最終的に01年では入場者数は453千人となり、開業当初と比べると実に-84%の増加率である。概して、東武ワールドスクウェアは、01まで入場料金変更は行われず、入場者数に関しては驚異的な勢いで減少していることが伺える。次に、シーガイア・オーシャンドームについて見ることにする。93年から2000年までの入場者数と入場料金の推移に焦点をあてると、入場料金は4,200円と一定である(第1-3.b図シーガイア・オーシャンドームを参照)<sup>6</sup>。入場者数に関して、94年は1,125千人、95年は1,248千人であり、各々対前年比の増加率で見ても36%、11%と増加している。96年は1,092千人(対前年比で-12.5%の増加)に減少するが、97年で1,186千人と再度

<sup>6</sup> ここで注意しておくことがある。グラフでは2001年のデータがプロットされているが、シーガイアは2001年2月に倒産している。そのため、この年のデータを得ることは出来なかったが、第3章の実証分析で用いるために外挿法を用いて補っている。従って、ここでは2000年までの推移を考察することにする。

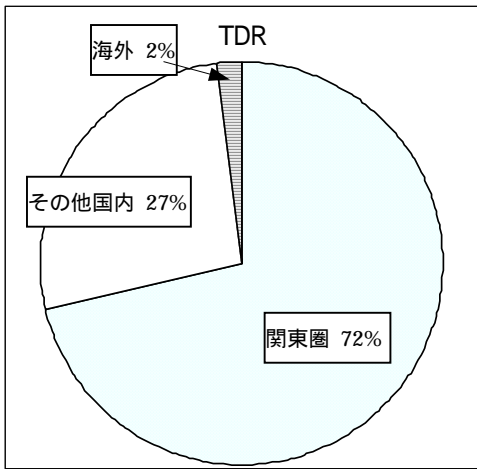
8.6%の増加率を見せている。しかし、98年以降入場者数の傾向はマイナスへと転じる。98年、99年は各々対前年比で-18.1%、-19.5%となり、開業時の水準を下回っている。2000年7月にシーガイアにおいてサミットが開催された。しかし、この年の入場者数もまた99年と比べ-5.9%の増加率となっている。つづく2000年は対前年比でさらに-5.5%の増加率となっている。概して、シーガイア・オーシャンドームは、入場料金は開業時から2000年まで一定であるが、その間入場者数は概ね97年までは増加傾向を示しているが、98年以降一転して減少傾向を呈している。

次に、倉敷チボリ公園について考察する。97年から01年までの入場者数と入場料金の推移に焦点をあてると、入場料金は2,000円と一定である(第1-3.c図倉敷チボリ公園を参照)。入場者数に関して、97年は2,980千人、98年は2,940千人と-1%の増加率ではあるが、ほぼ横ばいと言えよう。99年以降入場者数は減少傾向を示している。99年、2000年および01年は入場者数が2,380千人、1,820千人および1,340千人と平均-25%の増加率を呈している。概して、倉敷チボリ公園は、開業から僅か5年であるが、その間に入場料金変更は行っていない。入場者数に関しては、一貫して減少傾向を見せている。最後に、パルケエスパーニャについて分析する。94年から01年までの入場者数と入場料金の推移に焦点を当てると、入場料金変更から2つに分けることが可能である(第1-3.c図パルケエスパーニャを参照)。第1は94年から98年であり、第2は99年から01年である。第1の期間は、入場料金は3,000円である。入場者数に関して、94年は4,265千人であるが、つづく95年、96年は3,014千人、2,457千人と各々対前年比で-29.3%、-18.5%の増加率である。96年から97年にかけては概ね横ばいである。しかし、98年は2,035千人と対前年比で-17.7%の増加率となっている。第2の期間は、入場料金は3,200円である。入場者数に関して、99年、2000年および01年では、各々対前年比で13.7%、16.9%および4.4%となっており、98年をも含めて考えると、増減率は上下変動しているが入場者数は年々低下しているのが分かる。概して、パルケエスパーニャは、94年から01年において1度入場料金変更が行われている。入場者数はその増減率は上下変動をするものの、傾向としては減少傾向を呈している。

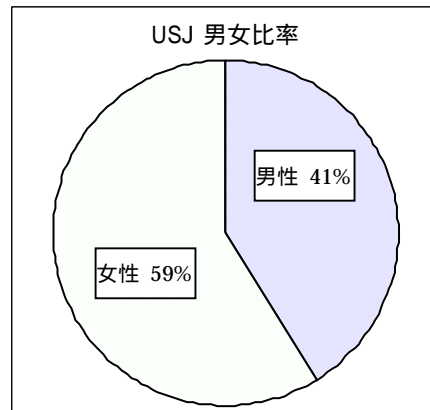
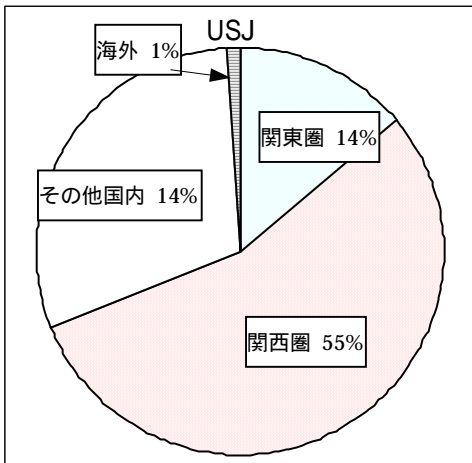
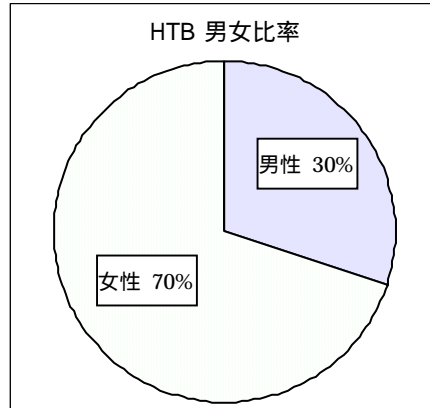
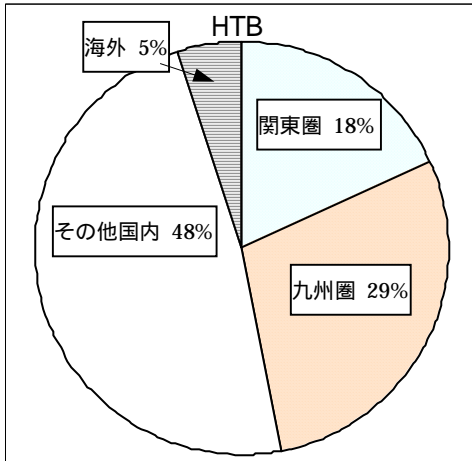
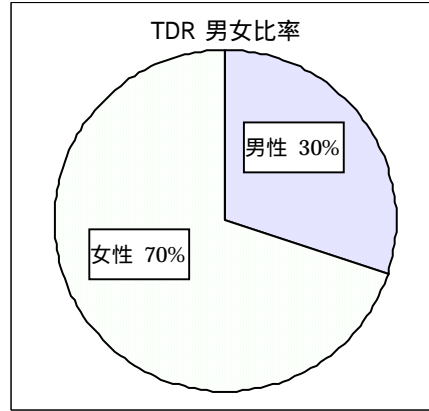
以上、データが入手可能で、かつ、減少傾向にはあるがある程度の集客を達成しているテーマパークの現状を考察してきた。さらに、以下では第3章にてテーマパークを計測する上でキーとなる入場者に関して、地域別構成の比率および男女比率を見て

第 1-4 図 2001 年における入場者の地域別構成の比率および男女比率

地域別構成の比率（単位は%）



男女比率（単位は%）



出所：知人から頂いた資料をもとに筆者が作成。

備考：それぞれのデータのアルファベットは、TDR は東京ディズニーランド、HTB はハウステンボス、USJ はユニバーサル・スタジオ・ジャパンをそれぞれ指している。

いくことにしよう。それぞれの比率に関しては、第 1-4 図で示した。但し、データの入手困難さから 3 つのテーマパークのデータしか得られなかったため、2001 年度における 3 つのテーマパークのデータをもとに考察することを断っておく。まず、地域別入場者を見ると、一番多い地域はそれぞれ、TDR は関東圏が 72%、HTB は九州圏が 29%そして USJ は関西圏が 55%となっている。さらに、TDR には世界各国から客が来園していることもありその割合は 2%である（全体的に見て比率は小さいが、絶対数は多い）。しかし、むしろこのデータを見る限り、HTB の 5%という比率には一目おくべきであろう。また、男女比率に関しては、TDR、HTB、USJ の女性比率がそれぞれ 70%、70%、59%と 3 つのテーマパークに共通して女性比率の方が高い。以上の考察から、概して、テーマパークの入場者層は、男性客よりもむしろ女性客の方が多い。そして、テーマパークの主たる客はテーマパークの周辺に住む人々であると言えよう（このことは、テーマパークの特徴の際に述べた根本の指摘と一致している）。この考察から導き出された結論は、対象としたテーマパークの数は確かに少ないが、異なるテーマパークにおける実際のデータから同様のことが言えるため、ほぼ正しいと言えよう。さて、次項では、これまでの考察を含めたテーマパークビジネスの現状と問題点を挙げ、その後本論文で行う実証分析の意義を述べることにする。

## 2 . テーマパークビジネスの現状と問題点

1983 年の「東京ディズニーランド」および「長崎オランダ村」開業によって日本ではテーマパーク時代が始まったとされるが、現在はこの年から 20 年が経過した。テーマパークビジネス全体として見れば、この 20 年間に於いて、テーマパークの建設は、地方博覧会ブームとともに地域活性化の有効な手段として評価され、さらに、余暇時間の拡大と平成景気の波に乗って最盛期には全国各地で頻繁に見られた。しかし、バブル崩壊後事態は急変した。90 年代後半、特に大型施設の休園・倒産が目立ち、一時期脚光を浴びた第 3 セクター経営は、とりわけその運営上の問題を露わにしている。リゾート法指定第 1 号で 3 セク経営テーマパークであるシーガイア・オーシャンドームが、総額 3,261 億円の負債を抱えて倒産したことは記憶に新しい。「失われた 10 年」という言葉で日本経済が象徴されるように、その影響は長期の不況を招いており、他の産業と同様、テーマパーク産業にとっても将来の見えない時期が続いている。なぜなら、テーマパーク産業全体として入場者数は右下がりの傾向を見せている。そして、

過去、97年の消費税率引き上げにより一部のテーマパークは入場料金の変更を余儀なくされた。それは結果として施設の運営を困難にさせた一要因であると思われるが、現在では税率5%から10%への引き上げも議論されている。さらに、テーマパークの定めともいえるべき追加投資がこの不況下においても必要とされているのである。ゆえに、現在のテーマパークビジネスとしてはかなり厳しい局面におかれているということが容易に捉えられるからである。個別のテーマパークに関してはどうであろうか。先で考察したように、東京ディズニーランドは継続的な追加投資やイベントの充実等により、開業時から好調に入場者数を伸ばしている。入場料金を上げて集客が減ることはなく、まさに一人勝ちの状態と言えよう。但し、他のテーマパークが追加投資やイベントの充実等を行っていないわけではないが、集客不足に悩んでいるという現状は否めない事実である。しかし、対象としたテーマパークは2001年度時点においてテーマパーク全体の中でもある程度の集客を依然誇っていることも事実である。とくに、スペースワールドは、入場者数の傾向が右下がりではあるが2001年度におけるこの水準は開業時のそれと比べまだ高い。また、テーマパークの中には、入場料金を上げたところもあればその逆のところもある。さらに、著しい環境の変化の中にあっても入場料金の変更をせずしてある程度の集客を達成させているところもある。

以上のことから、テーマパークビジネス全体としては苦しい状況でも、個別テーマパークでみると若干事情が異なっていると考えられる。このことは、テーマパーク全体の市場と幾つかのテーマパークをグループに分けた市場では、同じ需要と供給の要因でも市場に与える影響は異なっている可能性があることを示唆しているかもしれない。そこで、本論文では、テーマパークビジネスの動向みるため、個々のテーマパークを幾つかのグループに分けることでそれを1つの市場と見立て、すべてに同じ外生的な要因を与えることで得られるその市場の特徴を導き出し、吟味していこうと思う（具体的な方法に関しては、第3章に譲ることにする）。

## むすび

以上第1章では3節に分けて、テーマパークの発生および発展、テーマパークの特徴と類型化および個別テーマパークの現状と考察について述べてきた。

第1節を要約すると、次のようになる。日本におけるテーマパークの始まりは、東

京ディズニーランドと長崎オランダ村がそれぞれ開業した 1983 年であると言われている。実際にはこれら 2 つのテーマパークよりも以前に存在していたが、1983 年以後「テーマパーク」というものが一般に認知されることとなった。日本におけるテーマパーク定義は「入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベントなどのソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所」である。テーマパーク誕生の始まりは、江戸時代の見せ物が概念的なテーマパークの始まりであった。その後、遊園地や博覧会そして欧米のテーマパークの流れを受けて現在のテーマパークに至った。バブル期には全国各地でテーマパークが建設されたが（背後にはステークホルダーの存在と国の政策があった）、バブル崩壊後は休園・倒産が相次いだ。現在、既存のテーマパークの大半が集客不足で経営難に陥り閉鎖されていく傍ら、テーマパーク開業ラッシュが訪れている。

第 2 節を要約すると次のようになる。井手信雄はテーマパークの特徴に関して、テーマ性・閉鎖性・レジャー性・複合性・総合性の 5 つを挙げている。また、根本祐二と小松史郎は、テーマパーク産業は装置産業・地域産業・幼稚産業・金持ち産業・ハイタッチ産業であるという特徴を挙げている。また、テーマパークはテーマの素材等に関して類型化できる。さらに、類型化に関しては、テーマではなく、立地場所でも分類することもできる。根本祐二は、大都市中心またはその近郊・地方都市またはその近郊・リゾート地および観光地・山林原野や過疎地域などの集積の乏しい場所という分類を行い、それぞれの長所と短所を述べていた。

第 3 節を要約すると次のようになる。10 のテーマパーク（施設）を対象に、基本的には 90 年から 2001 年における入場者数と入場料金に関する動向を分析した。対象としたテーマパークは、東京ディズニーランド、ハウステンボス、パルケエスパーニャ（志摩スペイン村）、スペースワールド、サンリオピューロランド、倉敷チボリ公園、東映太秦映画村、日光江戸村、東武ワールドスクウェアおよびシーガイア・オーシャンドームである。東京ディズニーランドは集客数を確実に伸ばしているが、他のテーマパークは減少傾向にある。しかし、テーマパークの中にはある程度の集客は達成している。また、入場者の主要な構成要因がテーマパークのある地域の人であったこと、女性比率が高いことも伺えた。テーマパーク全体から見ると苦しい状況でも、個別で見ただけでは若干事情が異なっているといえよう。

## 第2章 計量的分析への基礎的理論

### はじめに

第2章では、つづく第4章で計量的分析を行うに当たりその背景にある理論を述べることにする。そこで、この章は、第1節のレジャー市場の需給決定メカニズム、第2節の観光に対する需要の分析および第3節の市場における企業の価格決定の3つから構成されている。さらに、第2節では潜在的需要の分析で用いられるグラヴィティ・モデルを述べ、つづく第3節ではフル・コスト原理ならびに需要の価格弾力性を考慮した価格決定、二部料金正による入場料金の決定の理論を説明する。

### 第1節 レジャー市場の需給決定メカニズム

第1節で考察するは、完全競争が成立する財・サービス市場である。この市場で価格と取引量が如何に決定されるかを分析するには、当該サービスに対する市場の需要関数と供給関数を導出する必要がある。まず、各消費者の所得は一定、他の財の価格は一定とする。消費者の集合を  $N$ 、消費者  $i \in N$  の当該財に対する需要関数を  $x^i = D^i(p)$  と表記すると、市場の需要関数は

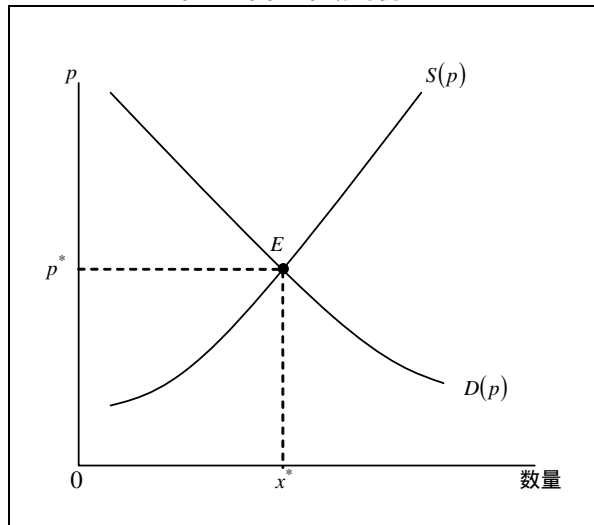
$$D(p) = \sum_{i \in N} x^i = \sum_{i \in N} D^i(p) \quad \left( \sum_{i \in N} \text{は } N \text{ のすべての消費者に関する合計} \right)$$

となる。つまり、この財の価格が  $p$  のときの各個人の需要量が  $D^i(p)$  ならば、それをすべての個人について合計することによって、その価格における市場の需要量が得られる。 $p$  の水準は任意であるから、各個人の需要曲線を水平方向に合計すれば、市場の需要曲線が導出できる。次に、供給関数については企業の集合を  $M$ 、企業  $j \in M$  の当該財に対する供給関数を  $y^j = S^j(p)$  と表記すると、市場の供給関数は

$$S(p) = \sum_{j \in M} y^j = \sum_{j \in M} S^j(p)$$

となる。需要関数同様、供給関数においても各企業の供給曲線を水平方向に合計すれば、市場の供給曲線が導出できる（但し、厳密には短期供給関数である）。これらを図示すると第2-1図となる。 $D(p)$ が市場の需要曲線、 $S(p)$ が市場の供給曲線である（上

第 2-1 図 市場均衡



出所：荒井一博 [ 1999 ] p.143 の図を引用。

述では、消費・需要を表す変数として  $x$  を、生産・供給を表す変数として  $y$  を用いたが、ここでは主として  $x$  によって取引量を表す。図中の  $E$  点では、 $D(p) = S(p)$  が成立しており、 $(x^*, p^*)$  の組み合わせが達成されている。以上のように、市場では、需要と供給が均衡する点において最適な価格と数量とが決定されるのである。

本論文で扱う対象はレジャー産業<sup>1</sup>である。レジャー産業市場において取引される対象はサービスであり、サービスは以下の特徴をもつ。サービスはモノとは異なり無形であるから、それを購入しようとしているツーリストには事前にその品質の善し悪しを確かめることが極めて困難であるため不確実性が存在する。さらに、在庫が不可能であるから、需要の急激な増加に対して即座に供給を増加させることはできないのである（サービス供給の非弾力性）。また、観光需要には3つの特徴がある。第1に、所得水準や購買力と同等に、余暇時間や人々のライフ・スタイルと密接に関わること。第2に、観光者が外出 観光活動 帰宅までの全旅程の欲求充足が一つの観光商品に含まれ、その効用が単一ではないこと。第3に、季節性(seasonality)に大きく左右されること。なお、その季節性には、オフ・シーズン(off-season)とオン・シーズン(on-season)という観光目的地の季節性だけでなく、観光者の居住地の季節性、盆や正月等の社会制度的な季節性も含まれる。サービスは在庫が利かず、その価値が日々の

<sup>1</sup> レジャー産業は観光産業に含まれ、需要と供給はそれぞれ観光需要と観光供給とみなすことができる。また、扱われるものは通常の財とは性質を若干異にする。性質に関しては、河村誠治 [ 2000 ]、小沢健市 [ 1994 ] 及びその中で取り上げられた井原哲夫 [ 1992 ] を参照されたい。

市場の中でしか実現できないことから、レジャー産業企業は市場での需要に最大の関心を寄せている。従って、市場の需要予測・把握が、企業が営業規模と利益の目標を立てる上で極めて重要となる。次節以降では、テーマパーク側の視点に立った需要の捉え方と入場料金の設定に関してみていくことにしよう。

## 第2節 観光に対する需要分析

観光需要予測に用いられる代表的な予測方法としては、1)趨勢分析、2)単純回帰分析及び重回帰分析、3)コンピュータ・システム分析、4)デルファイ・モデル、5)グラヴィティ・モデル及び6)確率モデルの6つが挙げられる。ここでは、5)の距離あるいは旅行時間の観光へ及ぼす効果をより重視するグラヴィティ・モデルを引用することにする。グラヴィティ・モデルは、Newtonの重力の法則からの類推に基づいている。Newtonの法則は、2つの物体が互いに引き合う力は、それら2つの物体の質量に比例し、それらの物体の距離の2乗に反比例するというものである。従って、以下の式で表される。

$$I_{ij} = \frac{GM_i M_j}{D_{ij}^2}$$

ここでそれぞれの記号は、 $I_{ij}$ ：2つの物体*i*と*j*の間の重力、 $G$ ：定数、 $M_{ij}$ ：物体*i*と*j*の質量、 $D_{ij}$ ：*i*と*j*の間の距離を意味する。

このモデルを観光に対して適用するならば、質量( $M$ )は観光客の居住する地域の人口及び観光地の魅力度等の要因を指し、距離( $D$ )は観光客の居住地域から目的地までの距離あるいは時間距離及び社会的距離を指すであろう。

小沢 [1992] によれば、Crampon<sup>2</sup>は、グラヴィティ・モデルを用いて米国のワシントンを含む51の州と米国内の46の目的地(観光地)それぞれへの訪問客数の流量を分析した。その際に用いられた基本的グラヴィティ・モデルは以下の式で示されるものである。

---

<sup>2</sup> 小沢健市 [1992] が言うように、Cramponの論文の目的は、米国のコロラドにおける潜在的観光需要を推計することにあったという。

$$\frac{I_{ij}}{\sum_{i=1}^n I_{ij}} = G \frac{P_i}{d_{ij}^b}$$

ここでそれぞれの記号は、 $I_{ij}$ ：出発地  $i$  から目的地  $j$  までの現実の旅行者数、 $P_i$ ：出発地  $i$  の人口、 $d_{ij}$ ：出発地  $i$  から目的地  $j$  までの距離、 $G, b$ ：パラメータを意味する。また、左辺は、出発地  $i$  から目的地  $j$  までの現実のトリップ数をすべての  $i$  から  $j$  までの総トリップ数の割合として与える。Crampon は、ワシントンを含む 51 州の 46 の出発地 - 目的地統計を導入した。これらのデータを上の式に適用し、46 の目的地に対して 0.48 から 0.97 までの  $r$  の範囲を得た。またパラメータ  $b$  の中位値は 1.88 であると計算された。そして、他の事情が一定である限り、低い  $b$  の値をもつ目的地は高い  $b$  の値をもつ目的地よりも遠い距離からよりおおくの訪問客を引きつけることができると考えられる、と結論づけた。また、小沢が言うように、単純なグラヴィティ・モデルを用いることで Jud・Malamud は所得水準と観光の距離が最も重要な説明変数であるということを主張している。

一方で、小沢はこのモデルの問題点も指摘している。第 1 に、Smith は、グラヴィティ・モデルが予測するであろう旅行回数に上限が存在しないと言っている点。第 2 に、Wolfe は、人々は遠くへ行けば行くほど、ますます遠くへいきたがるという、いわゆる「はずみ・惰性」(momentum)の問題を考慮していないという欠点を持っている点。これらの 2 つを小沢は挙げている。このモデルが観光の需要予測においてしばしば用いられる理由は、それが観光において最も重要な変数と考えられている観光地までの距離とその魅力度といった要因をカバーし、さらに Smith が言うように、「実質的な洗練と修正の余地を残している」からであろう<sup>3</sup>。

### 第 3 節 市場における企業の価格決定

#### 1. フル・コスト原理による価格決定

第 1 節の議論は完全競争市場であったが、現実にはこの仮定を完全に満たすものは

---

<sup>3</sup> これらの議論については、小沢 [1992] を参照されたい。小沢の書物によれば、Archer は、このモデルは堅固な理論的支柱を欠くと述べており、一方、Niedercorn and Bechdolt は、効用理論の枠組みの中でこのモデルの理論的基礎を提供する意図を持つと言っている。

存在しない。現実の市場においては、企業による経営戦略、市場の構造等により価格は需要と供給が一致する均衡価格から乖離しているのが通常の状態と言える。但し、長期的にみると、財やサービスの価格設定は基本的な原則を指向しているとみなすことができる。このような状況下において企業は如何に価格設定を行うか、以下では費用のみを考慮した価格設定であるフル・コスト原理(full cost principle)について記述する。

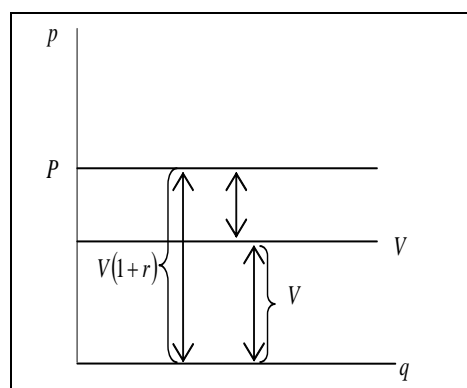
長年にわたり価格の変動幅が小さい財やサービスは、価格の決定方式がフル・コスト原理によることが多い。このフル・コスト原理とは、「限界」という概念ではなく、「平均」という概念で価格が決定される。つまり、財やサービスの生産量や価格が、限界収入 = 限界費用で決定されるのではなく、それらの生産・提供に必要なとされる費用(変動費と固定費)にマークアップ率を掛けたものに、適正な利潤を加えて決定されるのである。固定費やマークアップ率は企業家(事業主体)が経験や勘で決めることが多い。以上をまとめると、フル・コスト原理の含意は以下の3つである。第1は、限界費用が不適用であること。第2は、目標利益率の決定とその実現を目指す価格決定であること。第3は、価格は硬直的であること。以上を踏まえ、フル・コスト原理を定式化すると以下の式で表される。

$$\begin{aligned}
 P &= V + mV + m'V \\
 &= V(1 + m + m') \\
 &= V(1 + r)
 \end{aligned}$$

但し、 $V$  : 単位当たり平均費用(賃金、原材料)  
 $m$  : 固定費を補うためのマークアップ率、  
 $m'$  : 利潤マージンのためのマークアップ率、  
 $r$  : 目標利潤率である。

また、長期において固定費用は可变的である。

第2-2図 フル・コスト原理の図式

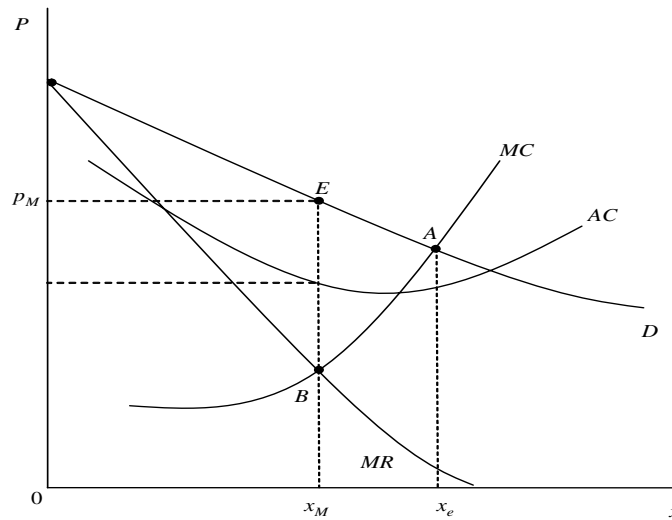


出所：筆者の講義ノートをもとに作図。

## 2. 需要の価格弾力性を考慮した価格設定

フル・コスト原理はテーマパークに係る費用のみを考慮した価格設定であるが、ここでは需要を考慮した価格設定について述べる。消費者がテーマパークに行くには、入場料金という与えられた価格に従わざるを得ない。すなわに、このことはテーマパークが一種の独占企業であるといえよう。では、独占企業であるテーマパークは、如

第 2-3 図 独占企業の生産量と価格の決定



出所：荒井一博（1999）p.303 の図を引用。

何にして利潤を最大にするよう価格設定を行うであろうか。通常、独占企業が直面する市場の需要曲線は右下がりである(当該財はギッフェン財ではない)と仮定される。生産物価格を  $p$ 、生産量を  $x$ 、市場の需要を  $D(p)$ 、企業の総費用を  $c(x)$  とすると、企業の利潤は以下の式で表される。

$$\pi = pD(p) - c[D(p)]$$

しかし、多くの場合に市場の逆需要曲線  $p(x)$  を用いると分析が容易となる ( $p' < 0$ )。従って、上の式は以下のように変形される。

$$\pi = p(x)x - c(x)$$

ここで、右辺の第 1 項は総収入 ( $TR$ )、第 2 項は総費用 ( $TC$ ) である。利潤最大化のための一階条件は

$$p(x) + p'(x)x = c'(x) \quad \dots$$

となる。この式の左辺は限界収入 ( $MR$ )、右辺は限界費用 ( $MC$ ) を表す。最大化問題が唯一の解をもつように、ここでは次の二階の条件を仮定する。

$$2p'(x) + p''(x)x < c''(x)$$

式から、ゆえに独占企業の生産量  $x_M$  においては  $MR = MC$  が成立する。生産量が  $x_M$  と決まれば、独占価格も  $p_M = p(x_M)$  と自動的に決定される。また、二階の条件は、 $MR$  の勾配よりも  $MC$  のそのほうが大きいことを意味する。以上の論点は第 2-2 図で示

した。 の左辺は  $p\left[1+\left(\frac{dp}{dx}\right)\frac{x}{p}\right]$  と変形することができる。  $\varepsilon(x)\equiv\left(\frac{dx}{dp}\right)\frac{p}{x}$  ( 需要の価格弾力性 ) を用いると、同式は以下のように書き直すことができる。

$$p(x)\left[1-\frac{1}{\varepsilon(x)}\right]=c'(x) \dots$$

$p$  や  $c'$  は正であるから、上の式は  $\varepsilon > 1$  のところで生産量が決まることを示唆する。

もし、市場の需要曲線が  $x = \alpha p^{-\beta}$  ( $\alpha > 0, \beta > 1$ ) であるなら、このとき需要の価格弾力性は  $\varepsilon = \beta$  と一定になる。また、限界・平均費用を高さ  $c$  の水平線とする。 を用いる

と、独占価格  $p_M$  は  $p_M = \frac{c}{(1-1/\beta)}$  という結果が得られる。これは独占価格が限界 ( 平均 ) 費用にマークアップをした形になっていることを意味する。このマークアップ率

$\frac{1}{(1-1/\beta)}$  は需要の価格弾力性だけに依存する。以上が、需要の価格弾力性を考慮した価格設定についてである。

### 3 . 二部料金による入場料金の決定<sup>4</sup>

#### 3.a 二部料金と差別化独占

独占企業は限界費用と限界収入が等しくなるように価格を設定する。この価格にて、消費者はその企業によって奪われていない消費者余剰をなお享受している。もし合法ならば、代わりの価格政策は、単一価格の料金を採用することによって実現される独占利益を常に越えて上げる。もし独占企業がディズニーランドであるなら、その製品は乗り物 ( *an amusement park ride* ) である。消費者は、その施設へ行くことそれ自体からは効用を得ることはなく、すべての効用が単位期間当たり乗り物の量  $x$  から得られるとみなされる。このモデルにおいて、消費者が 1 乗り物当たりの価格  $p$  で乗り物を購入するための権利に対して、一括徴収料金  $T$  を支払わなければならない二部料金をディズニーランドは設ける。二部料金はこうして消費者の予算式に不連続を導入する。

$$\begin{aligned} (1) \quad & XP + Y = M - T \quad [ \text{if } X > 0 ] \\ & Y = M \quad [ \text{if } X = 0 ] \end{aligned}$$

<sup>4</sup> この議論はWalter Y.Oi [ 1971 ] に依拠している。

ここで、 $M$  はニューメレル単位で測られた所得であり、財  $Y$  は価格が 1 に等しくなるように設定されている。

消費者は、この予算制約に従って効用  $U = U(X, Y)$  を最大にする。均衡において、ディズニーランドの顧客は限界代替率 (MRS) を二部料金の独立変数 (the variable argument) を形成する価格  $P$  と等しくさせる。

$$(2-a) \frac{U_x}{U_y} = P$$

入場料金  $T$  の支払いを拒む消費者は自らの消費を財  $Y$  に特化しなければならず、それによって効用指標  $U_0 = U(X, Y) = U(0, M)$  を達成する。その消費者の効用関数が不等式を満たしたならこの特化は最適であろう。

$$(2-b) \frac{U_x}{U_y} < P \quad [ \text{when } X = 0, Y = M ]$$

入場料金は、単に消費者余剰の一部を乗り物から引き出す購入特権税であり、それによって所得を消費者からディズニーランドへと移転する。

二部料金の下で、乗り物への消費者の需要は乗り物当たりの価格  $P$ 、所得  $M$ 、及び入場料金  $T$  に依存する。

$$(3) X = D(P, M - T)$$

所得  $M$  と入場料金  $T$  の等しい増加は、方程式 (1) の予算制約に対しなんら影響を与えないため、所得  $M$  と入場料金  $T$  の差 ( $M - T$ ) が需要方程式に入る。従って、以下の式を得る。

$$(4) \frac{dX}{dM} = - \frac{dX}{dT}$$

1 消費者が存在するならば、あるいはすべての消費者が同一の効用関数及び所得をもっているならば、独占企業にとっての最適な二部料金を容易に決定することができるであろう。総利潤は以下によって与えられる。

$$(5) \pi = XP + T - C(X)$$

ここで、 $C(X)$  は総費用関数である。 $T$  に関する微分は以下の式を与える。

$$(6) \frac{d\pi}{dT} = P \left( \frac{dX}{dT} \right) + 1 - c' \left( \frac{dX}{dT} \right) = 1 - (P - c') \left( \frac{dX}{dT} \right)$$

ここで、 $c'$  は追加的な乗り物を生産することの限界費用である。もし財  $Y$  が正常財で

あるなら、 $T$ の増加は利益を増加させるであろう<sup>1)</sup>。しかしながら、その一括徴収税の規模には制限が存在する。 $T$ の増加は、独占企業がより多くの消費者の消費者余剰を取り上げるので、その消費者をより低い無差別曲線へと移動させる。ある臨界的税 $T^*$ において、その消費者は独占市場から立ち去りそして財 $Y$ に特化するほうががましであろう。その臨界的税 $T^*$ は、消費者によって享受される消費者余剰にすぎない。つまり、それは効用が $U_0$ に保たれる場合の補償需要関数 $X = \varphi(P)$ （ここでは、効用は $U_0 = U(0, M)$ で一定に保たれている）から決定されうるのである。1乗り物当たりの価格 $P$ が低くなればなるほど、消費者余剰はますます大きくなる。従って、顧客を保ちつつディズニーランドによって課されうる最大の一括徴収税 $T^*$ が高くなればなるほど、 $P$ はますます低くなる。

$$(7) \quad T^* = \int_P^{\infty} \varphi(P) dP \quad \frac{dT^*}{dP} = -\varphi(P) = -X$$

効用関数および所得が同一の消費者のケースにおいて、ディズニーランドは、最大値かつ $P$ に依存する $T^*$ に税 $T$ を設定することが適当である<sup>2)</sup>。従って、利潤 $\pi$ はただ1つの変数、すなわち乗り物当たりの価格 $P$ の関数へと変形されうる。 $P$ に関して $\pi$ を微分すると以下の式を得る。

$$(8-a) \quad \frac{d\pi}{dP} = X + P \left( \frac{dX}{dP} \right) + \frac{dT^*}{dP} - c' \left( \frac{dX}{dP} \right)$$

$P$ の変化による最適一括徴収入場税 $T^*$ は方程式(7)から得られる。従って、均衡において1乗り物当たりの価格 $P$ は以下の必要条件を満たす。

$$(8-b) \quad (P - c') \left( \frac{dX}{dP} \right) = 0 \quad \text{or} \quad P = c'$$

均衡において、1乗り物当たりの価格 $P$ （二部料金制を構成している変数）は限界費用に等しくなる。一括徴収税 $T^*$ （固定された構成要素）はその時、 $P$ より上で補償需要関数 $\varphi(P)$ の下の部分を取ることによって決定される。

異なる所得と嗜好とを持った多くの消費者の市場において、差別化独占は、1乗り物当たりの価格 $P$ を限界費用と等しくさせるようにかつすべての消費者にとって同じであるような理想的な料金を設けることができるであろう。しかしながら、各々の消費者は彼の全部の消費者余剰を使い果たす異なる入場料金を課せられるであろう<sup>3)</sup>。アミューズメントパークの乗り物を消費することからより大きな余剰をえる客は、こうしてより高い購入特権税を課せられる。独占利潤を同じく包括的に最大化すること

もまた第一種価格差別のピグーヴィアン (Pigovian) モデルを用いることによって達成されるかもしれないが、差別的な二部料金は同じ結果を得るためにより簡潔なシステムを提供するのである。確かにそれは差別化ではあるけれども、この二部料金は、消費の限界代替率 ( $U_x/U_y$ ) を生産の限界代替率 ( $c'/1$ ) (ここでは、財  $Y$  の限界費用が 1 に等しいと仮定される) と等しくさせるという意味で、パレート最適性 (Pareto optimality) をもたらす。入場税は消費者を必然的により低い無差別曲線におくまさに所得の移転にすぎない。

### 3.b 一様な二部料金の決定

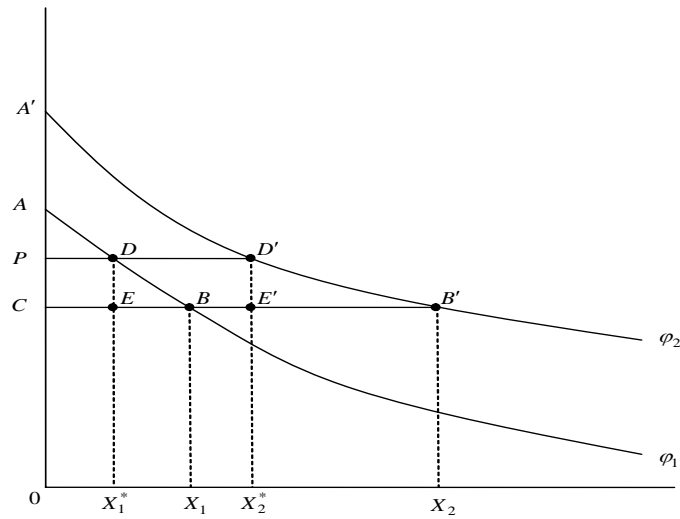
ディズニーランドにとって最善のものは、1 乗り物当たり価格を限界費用に等しくさせ、かつ各々の消費者が異なる一括徴収税を支払うような差別化二部料金であろう。独占反対の見方ではこの理想的な価格政策に対する曖昧な見方をきっとしているだろうし、十中八九すべての消費者の一様な扱いを主張しているであろう。もし、ディズニーランドが、すべての入場者に対して同じ入場税  $T$  と乗り物当たり価格  $P$  を課すことを法律で強制させられたとしたら、如何にしてディズニーランドは最適で一様な二部料金の決定をし始めたであろうか。

乗り物に対する需要が、第 2-4 図の曲線  $\varphi_1$  と  $\varphi_2$  によって描かれた 2 消費者が存在すると仮定する。もし所得の弾力性がゼロであるなら、 $\varphi_1$  と  $\varphi_2$  は一定の効用需要曲線である。もし価格を限界費用 (ここでは 1 乗り物当たり  $C$  で一定とみなす) に等しくさせるならば、第 1 の消費者によって享受される余剰は三角形 ABC の部分に等しくなっており、一方、第 2 の消費者の余剰は三角形 A B C である。両消費者を市場の中にとどめておくために、一括徴収入場税  $T$  は、2 つの消費者余剰のうちで小さい方を越えることはできない。価格は一定の限界費用  $C$  と等しくさせるので、乗り物の売上高からは利潤ゼロが達成され、そしてすべての利潤は入場から得るのである。

$$\pi = \pi_1 + \pi_2 = 2(ABC)$$

しかしながら、利潤は限界費用より上で価格が上昇することによって増加するのである。小さい方の消費者の愛顧を保つために、 $P$  の上昇は  $T$  の減少を同時に伴わせなければならない。価格  $P$  で、第 1 の消費者は  $X_1^* = PD$  の乗り物を需要し、ADP 以下の入場税を支払うことを望んでいる。今、独占企業は乗り物からいくらか利潤を得ているけれども、ABC から ADP へ一括徴収税が減少することは小さい消費者からの利潤

第 2-4 図 2 消費者における二部料金



出所：Walter Y.Oi (1971) p.82 の図を引用。

の純損失を結果として生じるのである。

$$\Delta \pi_1 = \pi_1^* - \pi_1 = [(ADP) + (PDEC)] - [ABC] = (DBE)$$

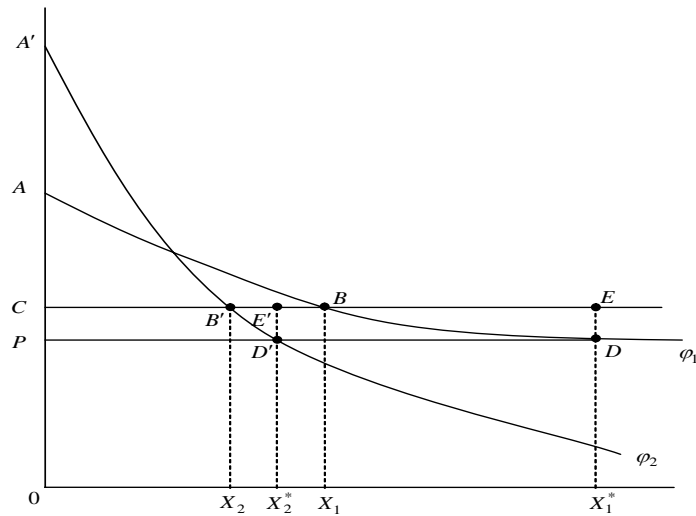
第 2 の消費者は、(先述の水準より)低い税から便益を得ているけれども、彼は乗り物に対し(先述の水準より)高い価格を支払わなければならないのである。売上高から第 2 の消費者への利潤の変化は、こうして以下の式によって与えられる。

$$\Delta \pi_2 = \pi_2^* - \pi_2 = [(ADP) + (PD'E'C)] - [ABC] = +(DD'E'B)$$

両消費者に対して同じ二部料金をつけなければならないと仮定すると、四角形(DD'E'B)の部分(DD'E'B)の部分(DD'E'B)が三角形(DBE)の部分(DD'E'B)を超過した場合、Tの減少が同時に伴うPの上昇は独占利潤を増加させるであろう。実際、2人の消費者という特別なケースにおける最適な価格Pは、四角形と三角形の部分の差を最大にするであろう。

多数の消費者からなる市場へとモデルを一般化する前に、独占企業が限界費用よりも下で価格を設定する必要があるような興味の惹かれる反対の例に注意を向けよう。第 2-5 図の需要曲線を生み出すであろうよくある凸型の特性をもった効用関数を作ることが可能である。この場合もまた所得効果はゼロに等しいと仮定される。もし価格が限界費用に等しくさせられるなら、一様な一括徴収税は2つの余剰のうちの小さい方(第 2-5 図の中の ABC に等しい)を越えることは出来ない。この場合もまたすべての利潤は、2人の消費者の各々からの税T(ABC)から得られる。今、第 2-5 図で示されるように、価格が限界費用よりも下で設定されると仮定しよう。この価格で、第

第 2-5 図 MC よりも低い価格設定



出所：第 2-4 図と同様で p.84 の図を引用。

1 の消費者は乗り物  $X_1^* = PD$  を購入するための権利に対して  $(ADP)$  の税を支払ってもよいと思っている。限界費用よりも下の価格における乗り物の売上高は、長方形  $(CDEP)$  によって与えられる損失になるが、その損失の一部は高い税によって相殺される。低い価格  $P$  と高い税  $T$  の結果として、第 1 の消費者からの利潤の純変化は以下の式によって与えられる。

$$\Delta \pi_1 = \pi_1^* - \pi_1 = [(ADP) - (CEDP)] - [ABC] = -(BED)$$

$P$  を低くすることによって、独占企業は両消費者に対して一括徴収税を上げることが出来る。もし  $(ADP)$  が  $(ADP)$  よりも大きいなら、第 2 の消費者はなおいくらかの消費者余剰を享受し、その市場にとどまる。しかしながら、税  $(CBDP)$  の増加は限界費用よりも下の価格で第 2 の消費者に  $PD$  の乗り物を売り上げる際の損失よりも大きい。より正確には、第 2 の消費者からの利潤の純増加は以下の式で示される。

$$\Delta \pi = \pi_2^* - \pi_2 = [(ADP) - (CE'D'P)] - [ABC] = +(E'BDD')$$

$(E'BDD')$  の部分が  $(BED)$  の部分よりも大きい場合、低い価格における合計利潤はより大きくなるであろう。この例外的なケースにおいて、第 1 の消費者は適当な範囲の価格に対してさらに乗り物を需要するのだが、彼は小さい方の消費者余剰である。この例外的なケースに対する理論的根拠は、第 1 の消費者の愛顧を維持するため、入場税は価格を低くすることによって上げることが唯一できるということに依存するのである。限界費用よりも下の価格設定は乗り物の売り上げにおける損失を引き起こすが、

この損失はこの例外的なケースにおいて取り立てられるであろう高い入場税によって十二分に相殺される。

多くの消費者からなる市場における最適かつ一様な料金の設定は、消費者の数を決定することの追加的な問題によって複雑化される。確かに、小さい消費者を市場の外へ追いやることによって合計利潤が最大化されるということは、2人の消費者のケースにおいて起こるのである。しかし、このことにおける解決策は、価格を限界費用と等しく設定し、一括徴収入場税によってとどまっている多くの消費者の全ての余剰を引き出すことである。多くの消費者からなる市場で最適な料金を達成することの独占企業の役割は、2つの段階に分けられる。

第1段階において、独占企業は、あらゆるN人の消費者が市場にとどまるという制約に従って利潤を最大化するような制約された最適料金（1乗り物当たり価格 $P$ と一括徴収入場税 $T$ で構成されている）を達成しようとする一般に考えられる。如何なる価格に対しても、独占企業はNの消費者余剰の中で一番小さいものに匹敵するまで一括徴収税を上げることができる。つまり、この行動は利潤を増加させるだけでなく、あらゆるN人の消費者はその市場にとどまるということを保証もするであろう。この第1段階において、あらゆるN人の消費者をその市場の中にとどめさせなければならないので、税 $T$ は価格 $P$ が変更される時はいつでも調整されなければならない。方程式(9)によって与えられた総利潤はこうしてただ一つのパラメータ、すなわち1乗り物当たり価格 $P$ の関数へ変形することができる。

$$(9) \quad \pi(N) = XP + NT - C(X)$$

ここで、 $X$ は乗り物に対する市場の需要、 $T = T_1^*$ はN個の消費者余剰の中で最も小さい余剰、及び $C(X)$ は総費用関数である。

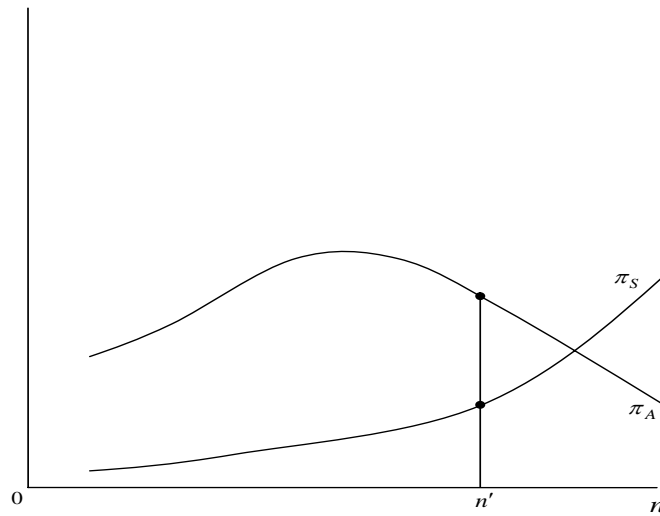
N人の消費者から成るマーケットに対する最適な価格は、 $d\pi/dP$ をゼロと等しくなるようにすることによって得られる。

$$(10) \quad c' = P \left[ 1 + \left( \frac{1 - N s_1}{E} \right) \right]$$

ここで、 $s_1 = x_1/X$ は最も小さい消費者によって需要される市場シェア、 $E$ は乗り物に対する需要の“総”弾力性である。

もし最も小さい消費者が合計した市場需要の $1/N$ 以下を需要することを意味する $(1 - N s_1) > 0$ ならば、価格 $P$ は限界費用 $c'$ を超過するのである。もし $(1 - N s_1) < 0$ ならば、

第 2-6 図 合計利潤  $\pi(n)$  の変化と最適規模 (人数)



出所：第 2-4 図と同様で p.87 の図を引用。

最適な価格は限界費用の下にある。正確には、これは第 2-5 図の例外的なケースにおける状況である。さらに、カッコの中の項だけが正である必要があるので、均衡価格  $P$  は需要曲線の非弾力的な部分において現れうる。もし独占企業が一括徴収税を上げるならば、もっとも小さい消費者（そして、おそらく  $T = T_1^*$  の僅かに上で消費者余剰をもつ他の消費者）は、独占企業の生産物なしに行動することを選択するであろう。こうして消費者の数を契約することを決定し、独占企業は、より高い一括徴収税と多くの場合低い 1 乗り物当たり価格を備えた新しい一様な料金の決定に取りかかるのである<sup>4)</sup>。こうして、如何なる数の消費者  $n$  に対しても利潤を最大化するような一様な料金を得ることができるのである。幾らかの消費者を排除することが望ましいかどうかを確かめるために、 $n$  を変化させる際の制約された独占利潤  $\pi(n)$  の動きを調べればよい。

第 2 段階において、総利潤  $\pi(n)$  は一括徴収入場税からの利潤  $\pi_A = nT$  と乗り物の売上高からの利潤  $\pi_S = (P - c)X$  とに分解される（但し、ここで限界費用は一定であると仮定される）。 $T$  の上昇は独占企業の生産物を購入する消費者の数  $n$  を減少させ、また  $\pi_A$  の変化は  $T$  の変化に対する  $n$  の反応に依存する。一括徴収税に関して、消費者の数の弾力性は、消費者余剰の分配によって完全に決定される。分配についてのもっともらしい仮定は、第 2-6 図で描かれるもののような  $\pi_A$  関数を生み出すであろう。独占企業は、

税  $T$  の大きさを操作することによって市場の規模を明らかに制限することが出来る。以前より少ない消費者に関して、独占企業は、自らの生産物を購入し続ける消費者のうちより大きな余剰を獲得するため、1 乗り物当たり価格  $P$  を低くするために代金を支払う。結果、売上高からの利潤  $\pi_S = (P - c)X$  は市場の規模が狭められるにつれておそらく減少するであろう。なぜなら、利潤マージン  $(P - C)$  と乗り物に対する市場の需要  $X$  の両方がおそらく減少するからである。その制約の中において、ただ一人の客のみその市場にとどめさせている場合、価格は限界費用と等しくさせそして全ての利潤は税から得るのである。従って、 $\pi_S$  関数は第 2-6 図で示されたように消費者の数  $n$  の単調な増加関数である。包括的に利潤を最大化するような最適かつ一様な二部料金は、以下の式の際に達成される。

$$(11) \quad \frac{d\pi(n)}{dn} = \frac{d\pi_A}{dn} + \frac{d\pi_S}{dn} = 0$$

最適な料金は、第 2-6 図で示されたように、市場を  $n$  人の消費者に制限することによって達成されるのである。 $\pi_A$  と  $\pi_S$  の曲線上の各々の点におけるものだと思えば、一様な料金  $(P, T)$  は、正確には  $n$  人の消費者から成る市場に対して利潤を最大化させるように選択される。最適な消費者の数  $n$  は、 $\pi_A$  曲線の下方向へ傾いている部分であり、また、たとえ幾らかの消費者が市場の外へ追いやられようとも、 $T$  の上昇が入場からの利潤を上昇させるであろう部分において得られる。

一様な二部料金の実行はより多くの情報を必要とする。需要の価格弾力性  $\varepsilon$  は、限界収入が限界費用に等しい単一料金を採用する独占企業によって必要とされる唯一の情報である。生産物の転売に対して障害が存在すると仮定すると、二部料金は実行可能なもう一つの手段である。独占企業は最初に実行可能な二部料金を設定することによって試行錯誤を進めるであろう。一括徴収入場税が幾らかの消費者を市場の外へ追いやってしまうかどうかを知るために、その税は高くされるであろう。独占企業は、その後価格  $P$  によって利潤が高くなっているか低くなっているかの決定を反復して行うだろう。最終的な均衡において、1 乗り物当たりの価格は限界費用を超えるが、単一価格モデルによって暗示される価格よりは低くなるであろう。しかしながら、独占企業の生産物を購入し、一括徴収入場特権税を支払う客は、予算  $(XP + T)/M$  の大部分をその財に費やすであろう。

一様な料金は全ての消費者に対して用いられなければならないという主張は、差別

化された二部料金の下で達成可能な水準より下へ独占利潤を明らかに減少させる。一様な料金に関する厚生的含蓄は、第 1 図の 2 消費者のケースから明らかである。最も小さい消費者余剰をもった個人は十分に奪われる。つまり、その消費者は財  $X$  の全く含まれていない組に相当する無差別曲線へと強いられるので、消費者余剰を引き出すことはできないのである。しかしながら、もう一方の消費者は、一様な料金よりもむしろ税によって消費者余剰を奪う差別的な料金を好むのである。第 2-5 図の例外的なケースを除いた全てのケースにおいて、価格  $P$  は限界費用を超えるであろう。結果として、概念的には奪いやすい消費者余剰の大きさの方が、価格を限界費用と等しくさせるという 3.a の料金における税  $T_j^*$  よりも小さいのである。

## むすび

本章では、第 3 章で行う計量的分析を行う際に必要となる基礎的な理論について議論した。第 1 節を要約すると以下ようになる。レジャー産業市場において取引される対象はサービスである。サービスはモノとは異なり無形であるから、不確実性が存在する。そして、在庫が不可能であるから、需要の急激な増加に対して即座に供給を増加させることはできないのである（サービス供給の非弾力性）。また、観光需要には 3 つの特徴がある。第 1 に、所得水準や購買力と同等に、余暇時間や人々のライフ・スタイルと密接に関わること。第 2 に、観光者が外出 観光活動 帰宅までの前旅程の欲求充足が一つの観光商品に含まれ、その効用が単一ではないこと。第 3 に、季節性(seasonality)に大きく左右されること。なお、その季節性には、オフ・シーズン(off-season)とオン・シーズン(on-season)という観光目的地の季節性だけでなく、観光者の居住地の季節性、盆や正月等の社会制度的な季節性も含まれる。

第 2 節を要約すると以下ようになる。観光需要予測に用いられる代表的な予測方法の中に、グラヴィティ・モデルがある。これは、Newton の重力の法則からの類推に基づいており、距離あるいは旅行時間の観光へ及ぼす効果をより重視したモデルである。Crampon は、このモデルを利用して、他の事情が一定である限り、低い  $b$  の値をもつ目的地は高い  $b$  の値をもつ目的地よりも遠い距離からよりおおくの訪問客を引きつけることができると考えられる、と結論づけた。また、Jud と Malamud は所得水準と観光の距離が最も重要な説明変数であるということを主張している。

第3節を要約すると以下ようになる。市場において企業が価格を設定する際、費用のみを考慮したフル・コスト原理に基づいて行う場合、さらに需要の価格弾力性をも考慮して行う場合が基本的な方法としてある。また、テーマパークが入場料金を設定する際、Walter Y.Oiによって主張された二部料金という考え方がある。これは、ディズニーランドが高い入場料金で乗り物代を無料にするか、あるいは低い入場料金で高い乗り物代にするかを決定するにあたり、消費者余剰の移転問題にふれ理論展開している。

1) (1)の予算制約から、以下の式を得る。

$$p\left(\frac{dX}{dM}\right) + \left(\frac{dY}{dM}\right) = 1, \quad \frac{dY}{dM} = 1 - p\left(\frac{dX}{dM}\right)$$

これを(6)式へと代替すると、以下の式を得る。

$$\frac{d\pi}{dT} = \frac{dY}{dM} + c'\left(\frac{dX}{dM}\right)$$

上昇あるいは一定の限界費用曲線は、 $c' \geq 0$ を暗示する。このことにおいて、もし $Y$ が正常財である( $\frac{dY}{dM} > 0$ を意味する)ならば、その時 $\frac{d\pi}{dT}$ もまた正であろう。

2) 消費者から引き出される最大収入 $R = XP + T^*$ は、 $P$ を低くするにつれ増加する。

3)  $x_j = \varphi_j(p)$ を第 $j$ 番目の消費者の一定の効用需要曲線とする。ここで、効用は $U_0$ (乗り物に乗らない $X$ を含む消費バンドルに対応した指数)で一定とする。これら一定の効用需要曲線の合計は、適切な市場の需要曲線を与える。そして、限界費用曲線との交点が最適な1乗り物当たり価格 $p$ を確立する。こうして $p$ を固定し、第 $j$ 番目の消費者にとって最適な一括徴収税 $T_j^*$ が(7)式から計算される。

4) 一括徴収税が上げられると、その結果、小さい消費者余剰の個人を外に追いやる。価格 $p$ は、少なくなった消費者の市場に対し、(10)式を満足させるようにその後修正される。もし $(1 - N_{s_1}) > 0$ ならば、それが通常そうであろうように、さらに少ない消費者が市場にいる時、独占企業にお金を払って $p$ を低くさせるのである。

### 第3章 入場者数に関する同時方程式モデル

#### はじめに

この章では、入場者に関する需給両面の同時方程式を用い、計量的分析を行う。まず第1節では、同時方程式を用いる際の識別問題について述べ、その後本論文で用いる需給モデルを構築する。つづく第2節では、分析に用いた資料と独立変数の説明について述べる。その際、2つの指標を作成する。最後に、第3節では、需給モデルを用いて計測し、得られた結果を検討する。

#### 第1節 入場者の需給モデル

##### 1. 識別問題と同時方程式モデル

第3章では同時方程式を用いて入場者数の需給モデルを計測する。ここでは、需要面と供給面とに分けて計測するために、何故同時方程式を用いたか、その理論的根拠を述べる。

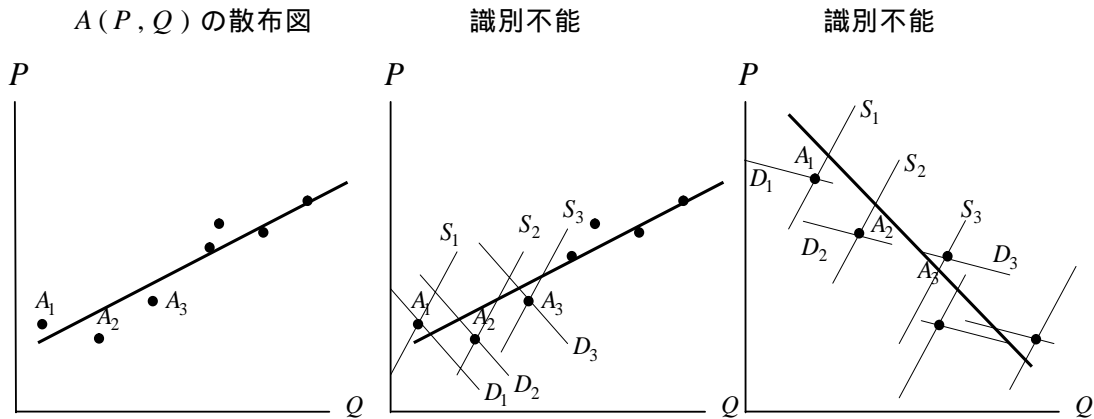
説明変数が2つ以上の場合を重回帰という。重回帰分析では、複数の説明変数  $X_1, X_2, \dots, X_k$  が含まれ、モデルが以下のように表される。

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + u_i \quad (i=1, 2, \dots, n)$$

ここで、 $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_k$  は未知パラメータで、他の説明変数の影響を除去した純粹の影響を表している。また、 $u_i$  は誤差項である。通常、単一方程式では  $X_1, X_2, \dots, X_k$  から  $Y_i$  への単方向因果性 ( $X \rightarrow Y$ ) のみが問題にされる。しかし、経済変数の多くは相互依存関係にある。つまり、 $Y_i$  から  $X_1, X_2, \dots, X_k$  への因果性 ( $Y \rightarrow X$ ) も大いに考えられる。この相互依存関係 ( $X \rightarrow Y$  かつ  $Y \rightarrow X$ ) が連立方程式体系として表されるのが同時方程式モデルである。単一方程式ではなく、同時方程式体系によって経済分析を行う際、2つの重要な問題が生じる。第1は認定あるいは識別 (identification) 問題であり、第2は同時方程式バイアス (bias) 問題である。以下ではこの2つの問題を具体的に述べることにする。

まずは、第1の認定(識別)問題に関して述べる。需要関数や供給関数を計測する際には、ある財に対する価格 ( $P$ ) と取引量 ( $Q$ ) をデータとして用いる。実際に観測される

第 3-1 図 需給モデルの識別問題



出所：蓑谷千鳳彦（1988）p.226-227 の図を引用

価格( $P$ )は均衡価格であり、取引量( $Q$ )は需給均衡量である。さてここで、第 3-1 図で示された観測点  $A_1(P_1, Q_1)$  ,  $A_2(P_2, Q_2)$  ,  $\dots$  ,  $A_n(P_n, Q_n)$  が得られたとする。  $Q$  の  $P$  への回帰をとれば  $P$  の推定値は正の符号をもつであろう。しかし、このことは、単に  $P$  の推定値の符号が正であるからといって供給関数が推定されたということの意味しない。  $A_1, A_2, A_3, \dots$  が示すように、実際の観測点が  $D_1, D_2, D_3, \dots$  とシフトしていく需要曲線および  $S_1, S_2, S_3, \dots$  とやはりシフトしていく供給曲線の交点であるとすれば、観測点から得られる曲線は需要曲線と供給曲線の混合 (mongrel) にすぎない。一定のパラメータをもつ、たとえば需要曲線  $D_1$  が推定されたわけではなく、あるいは供給曲線  $S_1$  が推定されたわけでもない。つまり、無意味な両者の混合曲線 (図中の太線で示した直線) が推定されたにすぎない。

同様に  $Q$  の  $P$  への回帰をとれば  $P$  の推定値の符号は負であろう。しかし、この推定回帰曲線 (図中の太線で示した直線) は一定のパラメータをもつ需要関数ではなく、やはり無意味な混合曲線にすぎない。 および  $A_1, A_2, A_3, \dots$  は識別不能であると言われる。誘導形パラメータから構造パラメータを求めることが出来るかどうか、これが識別問題である。識別には次の場合がある。<sup>1</sup>

- (1) 識別不能
- (2) 識別可能
  - 正確に識別
  - 過剰識別

<sup>1</sup> 正確に識別されるとは誘導形パラメータからちょうど 1 組の構造パラメータを求めることが出来る場合である。過剰識別とは誘導形パラメータから 2 組以上の構造パラメータが得られる場合である。識別不能とは誘導形パラメータから構造パラメータを求めることが出来ない場合である。

識別問題はパラメータ推定量の特性の問題、あるいは標本数や標本期間を変更して解決できる標本の問題でもない。観測データから、モデルを構成している一本一本の構造方程式の構造パラメータを識別できるかどうかという問題である。それ故、識別問題はパラメータ推定以前の論理問題である。従って次の識別条件を用いて、識別不能な構造方程式がないかどうかを検討し、もしあれば識別可能となるようにその構造方程式あるいはモデル全体を再構築しなければならない。識別条件は次のとおりである。

$$\begin{aligned} k < G-1 & \text{ 識別不能} \\ k = G-1 & \text{ 正確に識別} \\ k > G-1 & \text{ 過剰識別} \end{aligned}$$

ここで、 $k$  = すべての変数の内、当該モデルに現れない変数の数

$$G = \text{モデル全体の内生変数の数}$$

である。正確に識別および過剰識別の識別条件を満たした後、次の問題は構造パラメータ推定である。単一方程式では現れなかった問題が、同時方程式体系において新たに生じる。これが、第2の同時方程式バイアス問題である。構造方程式の説明変数に、被説明変数と同時に決定される内生変数があると、その説明変数と誤差項は相関をもち、通常最小2乗推定量は普遍性も一致性ももたない。説明変数に同時内生変数が現れるときには、通常最小2乗法 (ordinary least square, OLS) に代わってもう少し良い特性を与えるパラメータ推定法が必要になる。それが同時推定法と呼ばれているパラメータ推定法であり、間接最小2乗法 (indirect least square, ILS) および2段階最小2乗法 (two stage least square, TSLS) が挙げられる。

構造パラメータの推定に ILS を用いることができるのは、方程式が正確に識別されるときのみである。過剰識別される場合には、2組以上得られる構造パラメータの推定値のどの組を採用すべきかを決定できない。実際のモデルにおいては、過剰識別される構造方程式が多い。このような場合、TSLS を用いることで構造パラメータの1組の推定値が得られる。以上の過程を踏まえて次項では計測の基礎となる需給モデルの仮説を説明する。

## 2. 基礎となる需給モデルの仮説

ここでは、次節で行う計量的分析の基礎となる需給モデルの仮説を構築することにする。第2章でみたように、観光の分野に関する研究は通常の財に対する需要とは若干性質を異にするため、分析の多くが需要分析へと向けられているのではないかと考

えられる。本論文は入場者数を被説明変数として、需要面だけでなく供給面もまた考慮し、需給両側面からアプローチすることでテーマパークの現状について経済学的分析を試みるものである。基本的なフレームワークは第2章第1節でみたような市場を想定している。また、本論文において入場者数とは需給両側面から如何に解釈されているかは後の説明に譲ることにする。

では、需要に及ぼす要因を考慮すると、消費者の所得、需要する財・サービス価格、テーマパークまでの距離、運賃、趣味・嗜好、人口、天候およびテーマパークに関する情報等が挙げられるであろう。次に、供給に及ぼす要因を考慮すると、技術革新、R&D、投資、インフラの整備、広告費、人件費、市場の企業数等が挙げられるであろう。以上より、テーマパークに関連するもので、データの都合のつくものを取り上げ、入場者数に対する需給要因について同時方程式を用いて捉えることにする。モデルは次のような式で決定されるものである。

(1) 入場者数 =  $f$ (入場料金, 一人当たり所得, 潜在的需要) … 需要要因

(2) 入場者数 =  $f$ (入場料金, 電力量, 給水量, 道路舗装率) … 供給要因

これを記号で書けば、次のようになる。

$$(1) Q^d = f(p, y, QP)$$

$$(2) Q^s = f(p, Q_l, Q_w, PR)$$

この式の内生変数は、入場者数( $Q$ )および入場料金( $p$ )の2変数であり、外生変数は一人当たり所得( $y$ )、潜在的需要( $QP$ )、電力量( $Q_l$ )、給水量( $Q_w$ )および道路舗装率( $PR$ )の5変数である。

最初に、入場者数および入場料金に関して需給それぞれの側面から説明を行う。第2章の二部料金モデルでみたように、テーマパークで供給されているサービスを楽しむためには消費者はまず入場料金を支払ってテーマパークの中に入る必要がある。また、そのサービスを望むものは入場料金を支払うであろうし、それを拒むものは入場料金を支払わないであろう。このことから、本論文の需給モデルでは、入場料金はサービスの一つの価値を反映した価格であると考えている。また、需要面から捉えた入場者数は、ある価格において供給されているサービスを需要しようとする人の数であり、供給面から捉えた入場者数は、ある設定した価格のもとで、企業が供給するサービスを増加させることにより、増加させることの出来る供給人の数である。

では、需要要因の各変数についての仮説を説明する。一般的な需要の法則では、入

場料金(価格)の上昇は需要を減少させる。筆者の仮説では、需要に対して入場料金の上昇は負の影響をもたらすと考える。次に、一人当たり所得についてである。需要要因に一人当たり所得を入れることは、所得効果(本論文では、所得が上昇するにつれてテーマパークに行こうとする効果と定義)や代替効果(本論文では、所得の上昇があるテーマパークに行くことよりも別のテーマパークに行くことや他の財・サービスに嗜好を転ずることになり、そのテーマパークに行かない方向に働く効果と定義)にかかわらず必要な変数であろう。したがって、筆者の仮説では需要に対し所得の上昇は正の影響と負の影響の両方をもたらさうと考えている。

つづいて、潜在的需要についてである。潜在的需要はあるテーマパークに行きたいと思っている人の数を意味している。潜在的需要に関する研究は、第2章でみたようなグラヴィティ・モデル等の研究で行われている。このモデルの中で潜在的需要を如何に表すかは次項に譲るとして、筆者の仮説では、潜在的需要の高まりは需要に対しプラスの影響をもたらさうと考えている。次に、供給要因の各変数についての仮説を説明する。一般的な供給法則では、入場料金(価格)の上昇は供給を増加させる。従って、筆者の仮説では、供給に対して入場料金の上昇は正の影響をもたらすと考える。つづいて、電力量についてである。企業にとって電力は追加的投資や日々の運営にとって必要不可欠であろう。ある統計資料において、テーマパークの建設の際に電力量の需給は増加していたとの分析もなされている。ゆえに、筆者の仮説では、電力量(業務用)の増加は供給に対し正の影響があるだろうと考えている。

次に、給水量についてである。水はパーク内の飲食施設等において、電力と同様にサービスを提供するテーマパークにとっては必要不可欠な要素であろう。先述の電力量と給水量について用いた資料と若干の説明については次項に譲るとして、筆者の仮説では給水量の増加は供給に対し負の影響があるのではないかと考えている。次に、道路舗装率について説明する。道路舗装率(定義については後述を参照)の数値が高いことは車両等の走行性が良くなるとともに除雪等の維持管理が容易になる。このことは消費者にとって活動範囲を広げることにつながるであろう。テーマパークを一度建設すれば立地場所を変更することは出来ないことを考慮すると、社会的インフラである道路の整備は電車等の交通機関しか利用できない場合と比較して、より効率的なサービスの供給を可能にさせられると思われる。ゆえに、筆者の仮説では道路舗装率の増加は供給に対し正の影響をもたらさうと考えている。以上より、需要要因および

供給要因に分けた入場者数に関する需給モデルの仮説を記号で表すと以下のとおりである。但し、記号の上の(・)はそれぞれ  $Q$  に与える影響を表している。

$$(1) Q^d = f(p^{(-)}, y^{(+,-)}, QP^{(+)})$$

$$(2) Q^s = f(p^{(+)}, Q_I^{(+)}, Q_w^{(-)}, PR^{(+)})$$

以上の仮説から、テーマパーク市場において、外生的要因が需要と供給に対し何らかの影響を与え、その結果、需給が一致する点で入場料金と入場者数が決定されると説明するのが本論文において基礎となる入場者に関する需給モデルである。

## 第 2 節 使用した資料と独立変数の説明

### 1. 使用した資料および各変数の作成

ここで使用したデータは 1990 年から 2001 年までのものが用いられている。まず、供給要因で用いた変数についてである。入場者数および入場料金に関するデータは、『レジャーランド&レクパーク総覧』(総合ユニコム(株))の各号から引用し、一つ一つ必要なデータを集計した。さらに、入場料金については、消費者物価指数(サービス平均)で除して実質化している。つまり、 $\left( P = \frac{\text{入場料金}}{\text{消費者物価指数}} \right)$  と処理している。こ

の物価指数は、『週刊東洋経済 経済統計年鑑 2002』(東洋経済新報社)を引用した。つづいて、電力量に関するデータは、『民力』(朝日新聞社)の各号からテーマパークのある県の電力年間使用量(万  $kwh$ )を引用して集計した。電力年間使用量の供給者は電気事業連合会の 9 電力会社および沖縄電力である。電力使用量は業務用、小口電力、大口電力、その他の電力の年間使用量の合計であり、供給者の供給電力量を需要側から捉えたものである。ゆえに、本論文では需要面から捉えられた電力年間使用量をテーマパークの投資にかかる派生的需要として考えている。ただし、使用電力量がすべてテーマパークの需要ではないことを予め断っておく。

次に、給水量に関するデータは、『民力』(朝日新聞社)の各号からテーマパークのある県の上水道年間給水量(千  $m^3$ )を引用して集計した。上水道年間給水量は配水管に設置するメーターの年間積算実測値である。水道は上水道、簡易水道および専用水道

に分けられるが、上水道年間給水量の数値は上水道のみである。水のもつ資源性を考慮すると、県全体としての給水量の増加は今後の良質な飲料水等の確保が困難になり、テーマパークのみならずあらゆる分野においてサービスを供給するのに支障をきたすのではないかと考えられる。ゆえに、本論文の仮説的モデルの中では、給水量の増加は供給量に対し負の影響があると考えているのである。次に、道路舗装率は舗装道 ( $km$ ) と一般道路実延長 ( $km$ ) で除している。つまり、 $\left( PR = \frac{\text{舗装道}}{\text{一般道路実延長}} \times 100 \right)$  と処理

している。各々のデータは各都道府県から公表されている統計年鑑の各号より引用した。つづいて、需要要因に用いた変数についてである。一人当たり所得  $y$  は基本的には一人当たり県民所得 (『県民経済計算年報 平成 15 年度版』(内閣府経済社会総合研究所編) を引用。但し、各都府県の平成 13 度の一人当たり県民所得はデータが未だ一部公表されていないため、95 年度から外挿法により補うことにした) を用いたが、以下のことを考慮して指標を作成した。第 1 章のテーマパークの特徴でみたように、東京ディズニーランドは全国から集客するといえども関東圏からの入場者が 72% を占め、また USJ は関西圏からの入場者が 55% を占めている。従って、筆者は、一人当たり所得はテーマパークが存在する県だけでなくテーマパークのもつ商業圏を考慮に入れた一人当たり所得 (以降、単に一人当たり所得と表記されたものは、商業圏に含まれる地域の一人当たり所得を意味する) の作成を試みることにした。

その作成手順は以下のとおりである。第 1 に、テーマパークのある点を中心にして半径約 150  $km$  の円を描き、その円内に含まれる都府県をテーマパークの商圏とした (半径約 150  $km$  は車で行くならば最大 4 時間強で行ける距離である)。第 2 に、この商圏に含まれる各都府県の一人当たり所得のデータを収集し、消費者物価指数(総合) で除して実質化する (物価指数のデータの出所は入場料金と同じである)。第 3 に、商圏に含まれる各都府県の一人当たり所得の加重平均を行う。加重平均によるウェイトは商圏に含まれる各都府県の総人口を商圏の総人口の合計で除したものである。総人口のデータは『日本都市年鑑』(全国市長会) 各号から住民基本台帳人口の総人口を引用した。これらの過程を踏んで作成した指標を式で表せば以下ようになる。

$$y = \frac{E_1}{CPI} \times \frac{n_1}{N} + \frac{E_2}{CPI} \times \frac{n_2}{N} + \dots + \frac{E_i}{CPI} \times \frac{n_i}{N} \quad (1, 2, \dots, i \text{ は商圏の各都府県を表す。})$$

それぞれの記号は、一人当たり県民所得 ( $E$ ) , 消費者物価指数 ( $CPI$ ) , 総人口 ( $n$ ) , 商

圏に含まれる都府県の総人口の合計( $N$ )を意味する。ここで、各テーマパークで対象とした都府県を挙げる。東京ディズニーランドは、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、静岡の9つであり、ハウステンボスは、福岡、佐賀、長崎、熊本、大分の5つであり、日光江戸村および東武ワールドスクウェアは、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、新潟、長野の9つであり、スペースワールドは、山口、福岡、佐賀、長崎、熊本、大分の6つであり、サンリオピューロランドは茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野、静岡の10であり、シーガイア・オーシャンドームは、熊本、大分、宮崎、鹿児島のみである。以上が一人当たり県民所得 $y$ の説明である。最後に、潜在的需要についてである。既述のように潜在的需要の分析はCrampon、Jud、Malamud等がグラヴィティ・モデルを用いている。筆者は、彼らのモデルで扱われている出発地の人口を出発地から目的地までの距離で除するという点に着目して、潜在的需要の指標を作成することを試みた。

その作成手順は以下のとおりである。第1に、出発地の人口を求める。対象としているテーマパークが太平洋ベルト上にあることから、筆者は出発地の総人口を関東地方、中部地方、近畿地方、九州地方の4つに限定し、さらにその地方に含まれる都市の総人口を合計した。各都市は、総人口が平成14年度時点で50万人以上の都市に限定している。各地方の対象とした都市は以下のとおりである。関東地方は、東京(23区)、横浜、川崎、さいたま<sup>2</sup>、千葉、相模原、船橋、八王子の8つ、中部地方は、名古屋、浜松の2つ、近畿地方は、京都、大阪、堺、神戸の4つ、九州地方は、北九州、福岡の2つとした。各都市の総人口のデータは『日本都市年鑑』(全国市長会)各号から住民基本台帳人口の総人口を引用した。第2に、出発点からテーマパークの最寄り駅までの距離を求める。各地方からの出発点は以下のように設定している。関東地方は東京駅、中部地方は名古屋駅、近畿地方は大阪駅、九州地方は博多駅としている(なお、設定した駅は各地方で近く最も乗客数の多いと思われる駅を対象とした)。各駅からテーマパークのある最寄り駅までの距離は『Yahoo!路線情報』(<http://transit.yahoo.co.jp/>)で検索された短時間かつ低運賃で最適だと思われるルートの結果を用いた<sup>3</sup>(但し、空路は除いている。なぜなら、消費者は選択可能な状

---

<sup>2</sup> さいたま市は、平成13年5月1日に旧浦和・大宮・与野の3市合併により誕生した。合併前のさいたま市総人口に関するデータは各市の総人口を合計している。

<sup>3</sup> 各出発点からテーマパークの最寄り駅までの距離は付表を参照されたい。

況下において、時間や金銭支出をともに最も節約できる組み合わせを選択すると考えるのが合理的であろう。確かに、短時間で行けるということでテーマパークに行く者の中には空路を利用する者もいるであろう。しかし、空路を利用すると運賃はかなり上がってしまうため、大半の消費者が利用するかと言えれば否と言えないのではないかと思われたからである。

また、ここで求められた距離は、単に物理的距離だけでなく、運賃という費用をも含んでいる。つまり、距離が遠くなることは、運賃が高くなるということを意味するのである。これらの過程を踏んで作成した指標を式で表せば以下のようなになる。

$$QP_i = \frac{POP_{\text{関東}}}{D_{\text{関東},i}} + \frac{POP_{\text{中部}}}{D_{\text{中部},i}} + \frac{POP_{\text{近畿}}}{D_{\text{近畿},i}} + \frac{POP_{\text{九州}}}{D_{\text{九州},i}} \quad (i \text{ は各テーマパークを表す})$$

それぞれの記号は、添え字の地方の対象都市の総人口の合計( $POP$ )、添え字の地方の出発点から各テーマパーク $i$ の最寄り駅までの距離( $D$ )を意味する。この指標は、潜在的需要( $QP$ )の上昇は人口の増加( $POP$ )あるいは距離(または運賃)( $D$ )の減少の2つの解釈ができることを意図している。以上が人口の影響と距離(費用)を考慮に入れた潜在的需要( $QP$ )の説明である。次項では、既に仮説を立てた基礎となる需給モデルを若干修正して計量的分析を行うことにする。

## 2. 基礎的な需給モデルの再構築

第1章でみたように、テーマパークの現状は入場者数(集客数)を見る限り、勝ち組と負け組に分かれていることが伺える。つまり、現在の入場者数の水準を開業時のそれと比較して見る限りでは、東京ディズニーランドが大幅にその水準を伸ばし、まさに一人勝ちと言えるであろう。また、集客不足により大半のテーマパークが経営危機に陥っているのも現状である。各テーマパークが直面している問題とその解決策については、マーケティングの専門家が膨大なデータを利用して調査していることであろう。しかし、本論文では、個々のテーマパークの一つ一つの実態を捉えてテーマパークを分析するのではなく、テーマパークをグループに分け、グループ化された市場の中において、仮説を立てた外生的要因がこの市場に如何なる影響を与え、結果として市場は如何なる状況にあるかを計量的に分析することにする。では、既述の需給モデルを再確認する。本論文では、需要面と供給面は以下のように表されると考えた。それぞれの記号の意味は既述のとおりである。

$$(\text{需要}) Q^d = f(p, y, QP)$$

$$(\text{供給}) Q^s = f(p, Q_l, Q_w, PR)$$

この仮説的需給モデルに基づき、以下のグループ分けをおこなったが、一部のグループではこのモデルにタイムトレンド( $t$ )を組み込み、若干修正している。また、すべてのモデルにおける分析は、各テーマパークのある期間の時系列データとある時点におけるテーマパークのクロス・セクションデータを組み合わせたプーリングによって行われる。

入場料金一定のテーマパークのグループ

$$Q^d = f(p, y, QP, t) \quad \dots \quad .a$$

$$Q^s = f(p, Q_l, Q_w, PR, t) \quad \dots \quad .b$$

では、モデルの識別条件を検討する。このモデルの内生変数は入場者数( $Q$ )と入場料金( $p$ )の2つであり、外生変数は一人当たり所得( $y$ )、潜在的需要( $QP$ )、電力量( $Q_l$ )、給水量( $Q_w$ )、道路舗装率( $PR$ )およびタイムトレンド( $t$ )の6つである。以上より、 $G-1=2-1=1$ である。 $k$ について、.aは $k=8-5=3$ 、.bは $k=8-6=2$ で共に過剰識別であり、識別条件を満たしている。従って、このモデルについて2段階最小自乗法を行うことにする。このグループに属するテーマパークは、開業時から入場料の変更をしていないテーマパークであり、サンリオピューロランド、東武ワールドスクウェア、シーガイア・オーシャンドームの3つである。また、分析した期間は平成5年から13年の9年間である。

関東圏のテーマパークのグループ

$$Q^d = f(p, y, QP) \quad \dots \quad .a$$

$$Q^s = f(p, Q_l, Q_w, PR) \quad \dots \quad .b$$

では、モデルの識別条件を検討する。このモデルの内生変数は入場者数( $Q$ )と入場料金( $p$ )の2つであり、外生変数は一人当たり所得( $y$ )、潜在的需要( $QP$ )、電力量( $Q_l$ )、給水量( $Q_w$ )および道路舗装率( $PR$ )の5つである。以上より、 $G-1=2-1=1$ である。 $k$ について、.aは $k=7-4=3$ 、.bは $k=7-5=2$ で共に過剰識別であり、識別条件を満たしている。従って、このモデルについて2段階最小自乗法を行うことにする。このグループに属するテーマパークは、関東圏に位置するテーマパークであり、東京ディズニーランド、日光江戸村、サンリオピューロランド、東武ワールドスクウェアの4つである。また、分析した期間は平成5年から13年の9年間である。

九州圏のテーマパークに関する需給モデル

$$\ln Q^d = f(\ln p, \ln y, \ln QP, t) \quad \dots \quad .a$$

$$\ln Q^s = f(\ln p, \ln Q_I, \ln Q_w, PR, t) \quad \dots \quad .b$$

では、モデルの識別条件を検討する。このモデルの内生変数は入場者数( $\ln Q$ )と入場料金( $\ln p$ )の2つであり、外生変数は一人当たり所得( $\ln y$ )、潜在的需要( $\ln QP$ )、電力量( $\ln Q_I$ )、給水量( $\ln Q_w$ )および道路舗装率( $PR$ )およびタイムトレンド( $t$ )の6つである。

以上より、 $G-1=2-1=1$ である。 $k$ について、 $.a$ は $k=8-5=3$ 、 $.b$ は $k=8-6=2$ で共に過剰識別であり、識別条件を満たしている。従って、このモデルについて2段階最小自乗法を行うことにする。このグループに属するテーマパークは、九州圏のテーマパークであり、ハウステンボス、スペースワールド、シーガイア・オーシャンドームの3つである。また、分析した期間は平成5年から13年の9年間である。

つづく第3節において、これら3つの計量的分析から得られた結果を示し、その結果について解釈を施すことにする。

### 第3節 同時方程式による実証結果とその吟味

#### 1.入場料金一定のテーマパークの計測結果

このモデルの計測結果は、第3-1表に示した。まず、モデル  $.a$  とモデル  $.b$  の自由度修正済決定係数( $\bar{R}^2$ )に関して、前者は0.492734であり、後者は0.572985であるが、入場者数というものは人々の心理的要因、経済的要因や制度的要因等、非常に複雑な因果関係を持つゆえ、完全に回帰式で説明することは至難の業であり、その意味で5割から6割程度の説明力はかなり良い結果であると思われる。また、 $t$ 値に関しては信頼できる値となっている。では、モデル  $.a$  の各説明変数の推定値について見ていく。入場料金に関して、 $t$ 値は-1.9758と有意水準5%で有意である。弾力性が-7.047644、符号が負となり、筆者の仮説どおりの結果が得られた。次に、一人当たり所得に関して、 $t$ 値は-1.9095と有意水準5%で有意である。弾力性は-10.6882と高い弾力性を示し、符号は負となっている。入場料金が一定であるグループにおいて、所得が上がれば需要が増える所得効果よりも、むしろ所得の増加に伴い、その他のテーマパークあるいは別の財・サービスを需要する代替効果の方が大きいため、推定値

第 3-1 表 入場料金一定のテーマパークの計測結果

説明変数	モデル .a		モデル .b	
	係数	平均値における 弾力性	係数	平均値における 弾力性
入 場 料 金 ( $p$ )	-263927.4** (-1.9758)	-7.04644	71285.53* (2.2272)	1.903209
一人当たり所得 ( $y$ )	-419527.6** (-1.9095)	-10.6882		
潜在的 需要 ( $QP$ )	2.902093* (2.8002)	0.475442		
電 力 量 ( $Q_l$ )			73.61173*** (1.4779)	1.296404
給 水 量 ( $Q_w$ )			-0.43299 (-0.2570)	-0.2509
道 路 舗 装 率 ( $PR$ )			-264114** (-1.7943)	-17.449
タイムトレンド ( $t$ )	-130616.9* (-4.3107)		-15690 (-0.1779)	
自由度修正済 決定係数 ( $\bar{R}^2$ )	0.492734		0.572985	
観測数	27		27	

注 1: \* 有意水準 1%で統計的に有意。

\*\* 有意水準 5%で統計的に有意。

\*\*\* 有意水準 10%で統計的に有意。

注 2: 括弧内の数値は t 値を表す。

注 3: タイムトレンドは、各テーマパークの平成 5 年を 1,平成 6 年を 2,⋯,平成 13 年を 9 とおいた。

出所: 筆者が作成。

の符号が負になっていると考えられる。それゆえ、一人当たり所得の影響は負となるという方の結果が得られた。

つづいて、潜在的需要に関して、t 値は 2.8002 と有意水準 1%で有意である。弾力性は 0.475442、符号は正となり、筆者の仮説と同じ結果が得られた。次に、モデル .b の各説明変数の推定値についてみていく。入場料金に関して、t 値は 2.2272 と有意水準 1%で有意である。弾力性が 1.903209、符号が正となり、筆者の仮説どおりの結果が得られた。つづいて、電力量に関して、t 値は 1.4779 と有意水準 10%で有意である。弾力性は 1.296404、符号は正となり、筆者の仮説どおりの結果が得られた。次に、給水量は弾力性が-0.2509、符号は負となっているが、t 値が-0.2570 で統計的に有意な結果を得ることはできなかった。最後に、道路舗装率に関して、t 値は-1.7943 と有意

第 3-2 表 関東圏のテーマパークの計測結果

説明変数	モデル .a		モデル .b	
	係数	平均値における 弾力性	係数	平均値における 弾力性
入 場 料 金 ( $p$ )	-3814.044 (-0.0173)	-0.02109	1925582* (33.2323)	10.64783
一人当たり所得 ( $y$ )	1480794* (3.7702)	9.771546		
潜在的 需要 ( $QP$ )	14.17226* (6.9639)	1.310549		
電 力 量 ( $Q_l$ )			-4.308733 (-0.0365)	-0.01948
給 水 量 ( $Q_w$ )			-16.45755* (-6.7883)	-2.22938
道 路 舗 装 率 ( $PR$ )			2003042* (9.8545)	30.07352
タイムトレンド ( $t$ )				
自由度修正 決定係数 ( $\bar{R}^2$ )	0.941543		0.974747	
観測数	36		36	

注 1: \* 有意水準 1%で統計的に有意。

注 2: 括弧内の数値は t 値を表す。

出所: 筆者が作成。

水準 5%で有意である。弾力性は-17.449、符号は負となり非常に高い弾力性を示している。道路舗装率に関しては、道路舗装率の上昇は供給に対しプラスの影響を与えるという筆者の仮説とは反対の結果を得た。考察に関する詳細は後に述べることにしよう。

## 2 . 関東圏のテーマパークの計測結果

のモデルの計測結果は、第 3-2 表に示した。まず、モデル .a とモデル .b の自由度修正済決定係数 ( $\bar{R}^2$ ) に関して、前者は 0.941543 であり、後者は 0.974747 と被説明変数の全変動をほぼ 90%近く説明できることになる。では、モデル .a の各説明変数の推定値について見ていく。入場料金に関して、弾力性は-7.04644、符号は負と仮説どおりになったのであるが、t 値は-0.0173 で統計的に有意な結果は得られなかった。次に、一人当たり所得に関して、t 値は 3.7702 と有意水準 1%で有意である。弾力性は 9.771546、符号は正となり、高い弾力性を示している。関東圏にあるテーマパーク

第 3-3 表 九州圏のテーマパークの計測結果

説明変数	モデル .a		モデル .b	
	係数	弾力性	係数	弾力性
入 場 料 金 ( $\ln p$ )		-0.001952 (-0.1268)		0.004014 (0.5139)
一人当たり所得( $\ln y$ )		8.184161*** (1.6684)		
潜在的需要 ( $\ln QP$ )		0.336984 (0.8405)		
電 力 量 ( $\ln Q_l$ )				3.395421** (2.4443)
給 水 量 ( $\ln Q_w$ )				-3.584289** (-2.0596)
道 路 舗 装 率 ( $PR$ )				0.243888* (9.7856)
タイムトレンド( $t$ )	-0.035128 (-0.2427)		-0.244415* (-2.8038)	
自由度修正 決定係数( $\bar{R}^2$ )	0.343657		0.819356	
観測数	27		27	

注 1: \* 有意水準 1%で統計的に有意。

\*\* 有意水準 5%で統計的に有意。

\*\*\* 有意水準 10%で統計的に有意。

注 2: 括弧内の数値は t 値を表す。

注 3: タイムトレンドは、各テーマパークの平成 5 年を 1, 平成 6 年を 2, ..., 平成 13 年を 9 とおいた。

出所: 筆者が作成。

のグループにおいて、所得が上がれば需要が増える所得効果の方が大きいと考えられる。したがって、一人当たり所得の影響は正であるという方の結果が得られた。つづいて、潜在的需要に関して、t 値は 6.9639 と有意水準 1%で有意である。弾力性は 1.310549、符号は正となり、筆者の仮説と同じ結果を得た。次に、モデル .b の各説明変数の推定値についてみていくことにする。入場料金に関して、弾力性は 10.64783、符号は正と高い弾力性を示している。t 値は 33.2323 と有意水準 1%で有意である。ゆえに、入場料金は供給に対してプラスの影響を与えるという筆者の仮説と同じ結果となった。つづいて、電力量に関して、弾力性は-0.01948、符号は負となっているが、t 値は-0.0365 と統計的に有意な結果ではない。次に、給水量に関して、弾力性は-2.22938、符号は負となっている。t 値は-6.7883 と有意水準 1%で有意である。したがって、筆

者の仮説と同じ符号の結果が得られた。最後に、道路舗装率に関して、t 値は 9.8545 と有意水準 1%で有意である。弾力性は 30.07352、符号は正となり、道路舗装率の上昇はよりサービスの供給を可能にさせる（正の影響）という仮説と同じ結果を得た。

### 3．九州圏のテーマパークの計測結果

のモデルの計測結果は第 3-3 表に示した。まず、モデル .a とモデル .b の自由度修正済決定係数( $\bar{R}^2$ )に関して、前者は 0.343657 であり、後者は 0.819356 と被説明変数の全変動を前者はおおよそ 30%強、後者はおおよそ 80%強説明できるといえよう。まず、モデル .a の各説明変数の推定値についてみていくことにする。入場料金に関して、弾力性は-0.001952、符号は負の値を示し仮説と同じ符号は確かに得られたが、t 値は-0.1268 と統計的に有意な結果ではなかった。つづいて、一人当たり所得に関しては、弾力性が 8.184161、符号は正となり、有意水準 10%で統計的に有意である。したがって、一人当たり所得がプラスの影響を与えるという筆者の仮説どおりの結果を得られた。次に、潜在的需要に関して、弾力性は 0.336984、符号は正であるが、t 値は 0.8405 と統計的に有意な結果は得られなかった。つづいて、モデル 3.b の各説明変数の推定値についてみていくことにする。入場料金に関して、弾力性は 0.004014、符号は正となり仮説と同じ符号は確かに得られたが、t 値は 0.5139 と統計的に有意な結果を得ることはできなかった。次に、電力量に関して、弾力性は 3.395421、符号は正である。t 値は 2.4443 と有意水準 5%で統計的に有意である。このことから電力量は供給に対し正の影響を及ぼすという筆者の仮説と同じ結果が得られた。つづいて、給水量に関して、t 値は-2.0596 と有意水準 5%で有意である。弾力性は-3.584289、符号は正を示し、給水量が供給に対し負の影響をもたらすということが分かった。最後に、道路舗装率に関して、弾力性は 0.243888、符号は正である。t 値は有意水準 1%で統計的に有意である。ゆえに、道路舗装率の上昇は供給に対しマイナスの影響を及ぼすという結果が得られた。

### 4．計測結果の吟味とそのインプリケーション

入場料金が一定であるテーマパークにおける需給関係、関東圏のテーマパークにおける需給関係および九州圏のテーマパークにおいてにおける需給関係の計測結果については既に述べた。ここではこれらの計測結果の吟味をしていくことにしよう。まず、

入場料金が一定であるテーマパークにおいて、入場料金の弾力性を需要面と供給面で比較すると、需要面における価格の弾力性の方が大きいという結果を得た。このことは、すなわち、入場料金が一定であったテーマパークが将来入場料金変更の政策を行う場合、消費者の方が価格に対しとても敏感に反応するであろうことが予想される。しかし、仮にテーマパーク側が入場料金を下げるとしても、継続的に下げ続けることは運営上不可能であろう。また、入場料金下落に伴い一時的に需要が拡大したとしても、これが継続することはおそらくないと思われる。

次に、潜在的需要についてである。本論文の潜在的需要は、都市人口の影響および距離（運賃）を考慮していると既に述べた。潜在的需要の高まりが需要を高めるということは、人口増加の著しい地域ではより需要の拡大が見込めるのは当然であろう。また、消費者がテーマパークに行く際、限られた予算の下で、入場料金、テーマパークの乗り物代、交通費、食事代、お土産代等を旅行費用として捉えた上で、最適な組み合わせ選択しているであろう。潜在的需要の高まりが需要を高めるということは、同時に、距離（運賃）が近（安）ければ需要を増加させると言えよう。つづいて、テーマパークの商圈に含まれる地域の一人当たり所得であるが、代替効果がみられるのではないかと既述した。また、一人当たり所得と道路舗装率をあとの2つのグループの結果と比較すると、このグループにおいてのみ両者ともマイナスの符号を示していた。筆者の推測では、一人当たり所得と道路舗装率の間の符号関係は同じであるように思われる（例えば、前者がマイナス（代替効果が大）を示すならば後者はマイナス示し、前者がプラス（所得効果が大）を示すならば後者はプラスを示す）。

なぜなら、確かに道路という社会資本の整備はテーマパークに対し、より効率的なサービスの提供を可能にさせると思われる。しかし、一方で道路整備の充実は消費者の移動能力を拡大させ、テーマパークの前に障壁となることもあり得るであろう。従って、仮にテーマパーク側が同じ価格の下でサービスを供給していたとしても、所得の代替効果の大きい地域においては、道路の整備はテーマパークにとってサービス供給に支障をきたし、マイナスの要因となりうるだろうと考えたからである（所得に関して、今回の論文では不況下における水準を用いている。計測結果では負の値を示したが、仮に高度経済成長期のように経済が右上がりの状態での所得を要因として用いれば、所得は正という結果が得られたかも知れない）。潜在的需要のデータをみると、潜在的需要は右上がりの傾向を見せている。故に需要は高まっているといえるのではな

かるうか。

では、次に関東圏のテーマパークの計測結果を吟味しよう。まず、テーマパークの商圏に含まれる地域の一人当たり所得であるが、関東圏においては一人当たり所得が需要を増加させるという所得効果がとても大きいようである。また、先述のように、道路舗装率に関しては、関東圏では所得効果の方が大きいことから、道路が舗装されるにつれ一層効率的なサービスの供給を可能にさせられると思われる。つづいて、潜在的需要についてであるが、人口増加の著しい増加は潜在的需要が高まる要因である。関東圏は、人口の絶対数が非常に大きく、さらにここ数年社会増加率は上昇している。それゆえ、潜在的需要は近年高まっており、関東圏にあるテーマパークは他の地域に比べ需要が多く、優位な場所に立地していると言えるだろう。入場料金に関してはというと、テーマパーク側は入場料金を上げることによってサービスを増やそうとするが、一方で需要側は価格の変化には敏感ではないと思われる。

このグループに含まれるテーマパークに関して、第1章と同様に入場料金と入場者数のデータを個別にみると、東京ディズニーランドは入場料金と入場者数はともに右上がりであり、日光江戸村は入場料金と入場者数はともに右下がり、東武ワールドスクウェアおよびサンリオピューロランドは入場料金が一定であるが、前者における入場者数は右下がりであり、後者におけるそれはある年までは右上がりその後右下がりである。このグループの商圏に含まれる地域の一人当たり所得ならびに潜在的需要は右上がりの傾向をみせており、需要は高まっているだろう。しかし、テーマパークごとに入場者数の傾向がまばらであるということは、消費者は入場料金の高い低いにかかわらず、行きたいと思うテーマパークになら行くという意識が強いように思われる。

つづいて、九州圏のテーマパークの計測結果を吟味することにしよう。入場料金に関して、九州圏のテーマパークは、入場料金を変更するといった政策に対し需要側と供給側はともに反応しないということになる。第1章のテーマパークの現状で述べたように、入場料金を上げている施設の中には税制改革や経営難から価格変更せざるを得なかったところもあろう。そうした場合の価格変更は供給側のサービス供給増加につながるものではなかったといえるのではないだろうか。次に、需要側の増加要因であるテーマパークの商圏を考慮した一人当たり所得をみると、かなり大きく需要増加に貢献していよう。また一方で、潜在的需要の影響はないと思われる。つまり、人口

増加の影響は需要を増加させず、さらに距離（費用）が近（安）くなっても消費者は該当地域のテーマパークへ行かないという意識が強いように思われる。以上より、先に述べた旅行費用のうち、入場料金や運賃は消費者のテーマパーク需要にさほど影響を与えることはなく、むしろ一人当たり所得の増加のみが需要を高める要因であると考えられる。潜在的需要はデータでも高まっているが分かるが、その影響が需要に對しないことの表れからであろうか、近年の動向では、九州圏は、韓国、中国、台湾等のアジア諸国からの入場者を積極的な受け入れも見られる。

さて、以上は主として需要要因をみてきたが、つづいて3つのグループにみられる供給要因について見てみよう。本論文では、投資に必要なものとして電力を代替的に利用しているが、九州と入場料金が一定であるグループでは、投資に用いられる使用電力の増加はサービスの供給を増加させるといえる。また、テーマパークの飲食施設等で利用される水の量は、サービス供給の増加につながる（テーマパークのある地域の人々が水を使い過ぎることは、サービス供給のマイナス要因になる。このことは、裏を返せば、テーマパークに水が滞りなく供給されることは、サービス供給にプラスの要因になるといえよう）。つまり、電力、水に関するインフラの充実は少なからずサービス供給にプラスとなりうるであろう。

では、最後に関東圏と九州圏のテーマパークの結果を比較してみよう。入場料金に関しては、需給両要因を見ると、関東圏のテーマパークの供給要因にのみ計測結果が有意であった。このことから、関東圏のテーマパークは入場料金の上昇の政策はサービス供給の増加につながっていると思われる。また、両地域の需要面において、一人当たり所得の上昇は需要を喚起させると思われる。入場料金と一人当たり所得の関係を見る限りでは、入場料金の如何に依らず一人当たり所得の増加が需要を高めていると考えられる。さらに、関東圏のテーマパークにおいては、潜在的需要が需要を高めることから、人口が増えればあるいは距離（運賃）が近（安）くなれば、一層需要を高めるということが予想される。また、両地域において、水の効率的な供給及び（所得効果が大きいということから）道路舗装率の上昇は効率的なサービス供給を可能にさせるといえよう。

## むすび

本章では、テーマパークを3つのグループ（入場料金が一定、関東圏、九州圏）に分け、入場者に関する需要要因と供給要因について、同時方程式を用いて計量的分析を行った。のグループは、サンリオピューロランド、東武ワールドスクウェアならびにシーガイア、のグループは、東京ディズニーランド、日光江戸村、サンリオピューロランドおよび東武ワールドスクウェア、のグループは、ハウステンボス、スペースワールドおよびシーガイア・オーシャンドームでそれぞれ構成されている。また、分析の際、外生的な需要要因として、テーマパークの商圈に含まれる地域の一人当たり所得ならびに潜在的需要を考え、それぞれの指標を作成した。とりわけ後者に関しては、都市の人口が潜在的需要を高め、距離（運賃）の長（高）さが潜在的需要を低くするように考慮している。また、外生的な供給要因として、電力、給水量および道路舗装率といったインフラ関連の要因を考えたのである。そして以下のような計測結果を得た。

のグループの計測結果から、需要要因は、入場料金と一人当たり所得の上昇が需要を減らすこと、潜在需要の上昇が需要を増やすこと、供給要因は入場料金と電力量が供給を増やすこと、舗装率の上昇が供給を減らすことが示された。のグループの計測結果から、需要要因は、入場料金の上昇が需要を減らすこと、一人当たり所得と潜在的需要の上昇が需要を増やすこと、供給要因は、入場料金と道路舗装率の上昇が供給を増やすこと、給水量の増加が供給を減らすことが示された。のグループの計測結果から、需要要因は一人当たり所得の上昇が需要を増やすこと、供給要因は入場料金、電力量および道路舗装率の上昇が供給量を増やすこと、給水量の上昇が供給を減らすことがわかった。最後に、これらの計測結果を比較することで、入場料金を高くすることは需要側にとっては不利で、供給側にとっては有利であること、潜在的需要と一人当たり所得の上昇は需要を高めることなどが言えた。

## 第4章 今後のテーマパークの課題と展望

ここまで、本論文で論じてきた内容の流れをまとめると次のようになる。

第1章では次のことを述べた。日本におけるテーマパークの始まりは、東京ディズニーランドと長崎オランダ村がそれぞれ開業した1983年であると言われている。しかし、実際にはこれら2つのテーマパークよりも以前に博物館明治村、鴨川シーワールド等の野外博物館型の施設は登場していたのである。確かに1983年以後「テーマパーク」というものが一般に認知されることとなったが、日本におけるその定義ならびにその変遷を概観し、現在のテーマパークの定義を明確にした。すなわち、テーマパークとは「入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベントなどのソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所」である。

つづいて、現在のテーマパークに至るまでの発展過程を概観した。発展過程は次のとおりである。日本のテーマパークの誕生の始まりは、概して遊園地と博覧会の2つの側面から捉えることができた。前者の側面においては、過去にさかのぼること江戸時代の見せ物興行がテーマパークの概念的な役割を果たし、後に、遊園地の原型となる花屋敷が登場する。後者の側面においては、1873年に日本が初めてウィーンの万国博覧会に参加しのだが、この万国博という国際的な舞台への参加が、後に日本の遊園地施設の主流となった乗り物を日本にもたらすのである。これらの流れを受け、本格的な遊園地であった宝塚新温泉が誕生したのであった。その後、電鉄会社による活発な遊園地建設 大型マシンの導入(高度経済成長期)という流れがあった。1965年に博物館明治村が登場する。現在とは若干性質を異にするが、確かにこれはテーマパークの先駆けであった。

一方、テーマパークの用語・概念の発祥地である米国において、テーマパーク誕生から東京ディズニーランドの誕生に至るまでの流れも見てきた。その流れは、17世紀のヨーロッパに成立したプレジャーガーデン ヨーロッパにおける遊園地の形成 アメリカに導入 アメリカにおける遊園地の盛況 自動車と映画の登場による娯楽の多様化 遊園地の衰退かつ映画会社のウォルト・ディズニー・カンパニーによるディズニーランドの誕生 東京ディズニーランドという図式で表されるものである。そして、「テーマパーク＝東京ディズニーランド」の成功とバブル経済の影響が相まって、90

年代初めには日本各地でテーマパーク建設ラッシュが起こったのであった。旧通産省が発表しているデータから、85年から94年の10年間の数字は75年から84年の数字の約5.86の増加率を示していたことは、当時の起こったテーマパーク建設ラッシュを裏付けていた。

また、バブル期以後、日本各地でテーマパークが次々と建設された背景について、4つのステークホルダー（地方自治体、民間企業、消費者および米国企業）が存在し、とりわけ地方自治体と民間企業との関係が注目された。民活法、金融緩和さらにリゾート法が両者の思惑を助長させ、第3セクター経営のテーマパークの設立を促したのであった。次に、テーマパークとテーマパーク産業のもつ特徴を見た。井手信雄はテーマパークの特徴に関して、テーマ性・閉鎖性・レジャー性・複合性・総合性の5つを挙げている。また、根本祐二と小松史郎は、テーマパーク産業は装置産業・地域産業・用地産業・金持ち産業・ハイタッチ産業であるという特徴を挙げている。さらに、テーマの素材等に関してテーマパークの類型化も検証した。日本においては日本外国を問わず文化や歴史に関するテーマパークが半数をしめているという現状である。類型化に関しては、テーマではなく、立地場所でも分類することもできる。根本祐二は、大都市中心またはその近郊・地方都市またはその近郊・リゾート地および観光地・山林原野や過疎地域などの集積の乏しい場所という分類を行い、それぞれの長所と短所を述べていた。

以上の考察から、10のテーマパーク（施設）を対象に、基本的には90年から2001年における入場者数と入場料金に関する動向を分析した。対象としたテーマパークは、東京ディズニーランド、ハウステンボス、パルケエスパーニャ（志摩スペイン村）、スペースワールド、サンリオピューロランド、倉敷チボリ公園、東映太秦映画村、日光江戸村、東武ワールドスクウェアおよびシーガイア・オーシャンドームである。個別テーマパークの現状については以下のものであった。まず、東京ディズニーランドは、90年から2001年の12年間で、入場料金に関しては4度（94年、97年、98年および2001年）料金変更が行われていた。入場者数に関しては、変更直後は若干入場者数が減少してはいたものの、入場者数は確実に増加していることが分かった。つづいて、ハウステンボスは、92年から2001年の10年間で、入場料金に関しては1度のみ（98年）料金変更が行われた。入場者数に関しては、97年以降入場者数が減少し、その間に行われた入場料金変更がさらに入場者数の減少を大きく促しているだろうこ

とが分かった。

次に、東映太秦映画村は、90年から2001年の12年間で、入場料金に関しては3度(92年、94年および98年)料金変更が行われていた。入場者数に関しては、この10年間に於いて減少傾向に分かった。また、入場料金と入場者数は実に対照的な推移の仕方をしていることも注目すべきであった。つづいて、日光江戸村は、90年から2001年の12年間で、入場料金に関しては2度(97年、98年)料金変更が行われていた。ただし、2000年に於いて、開業10周年のイベントとして1年間限定で料金変更されていた。入場者数に関しては、90年から96年まで入場者数は増加していたものの、以後2001年までその間に於いた料金改定後においても入場者数の減少傾向が続いていることが分かった。また、スペースワールドは、90年から2001年の12年間で、入場料金に関しては2度(95年、98年)料金変更を行っていた。入場者数に関しては、90年から97年まで入場者数は逡増していたが、98年以後は逡減していることが分かった。だが、確かに逡減はしているものの、90年と比較すると2001年の水準は前者に勝っていたのであった。つづいて、サンリオピューロランドは、91年から2001年の11年間で、入場料金に関しては全く変更されていなかった。入場者数に関しては、95年までは減少、98年までは増加と入場者数が上下変動しており、近年の傾向としては減少傾向にあるということが分かった。

さて、東武ワールドスクウェアは、93年から2001年の9年間で、入場料金に関しては1度も変更されていなかった。入場者数に関しては、驚異的な勢いで減少していることも分かった。また、シーガイア・オーシャンドームは、93年から2000年の8年間で、入場料金に関しては1度も変更はなく一定であった。入場者数に関しては、概ね97年までは増加傾向を示していたが、98年以降一転して減少傾向を呈しているのが分かった。2000年7月に行われたサミットの波及効果は遺憾なことに見られなかったようだった。つづいて、倉敷チボリ公園は、97年から2001年の5年間で、入場料金に関しては全く変更されていなかった。入場者数に関しては、一貫して減少傾向を見せているのが分かった。最後に、パルケエスパーニャは、94年から2001年の8年間で、入場料金に関しては1度のみ(99年)料金変更が行われた。入場者数に関しては、入場者数の増減率は上下変動するものの、傾向としては減少傾向を示していることが分かった。個別のテーマパークの現状を見てきたが、第3章の実証的分析に向け入場者の特徴をつかむために、さらに入場者の地域別構成ならびに男女比率につ

いて、データの入手が可能であった東京ディズニーランド、ハウステンボスおよびユニバーサル・スタジオ・ジャパンを対象に分析した。その分析結果は以下のようであった。3つのテーマパークに共通して、男性よりも女性の比率のほうが高かった。また、3つのテーマパークは、順に関東圏、九州圏および関西圏に位置するが、各々のテーマパークにおける入場者は主としてテーマパークの位置する地域の人々から構成されていたのであった。さらに、海外からの客も構成要素となっているが、とりわけハウステンボスの5%という比率には注目された。

最後に、個別のテーマパークの現状を考慮してテーマパークビジネスという大きな分野における現状を述べた。テーマパークビジネス全体としてみれば、テーマパークの建設は地域活性化の有効な手段として取り沙汰され、バブル期においては全国各地で建設された。しかし、バブル経済崩壊後事態は急変した。90年代後半は特に大型施設の休園・倒産が相次ぎ、一時期脚光を浴びた第3セクター経営のテーマパークはとりわけ運営上の問題を露わにしている。さらに、「失われた10年」という言葉で象徴されるような長期不況の影響もあり、テーマパーク産業全体としての入場者数は右下がりの傾向を呈している。さらに、テーマパークの定めともいえるべき追加投資がこの不況下においても必要とされているのである。しかし、個別のテーマパークに関して先の考察を見る限りでは、入場者数が右下がりであるとはいえ、テーマパーク全体の中でもある程度の集客を依然誇っていることも事実である。

以上のテーマパーク発展の歴史と現状を踏まえて、第3章ではテーマパークを3つのグループに分け、入場者に関する需要要因と供給要因についての計量的分析を行った。その際、外生的な需要要因として、テーマパークの商圈に含まれる地域の一人当たり県民所得ならびに潜在的な需要を考え、それぞれの指標を作成したのである。とりわけ後者に関しては、都市の人口増加が潜在的な需要を高め、距離（運賃）の長（高）さが潜在的な需要を低くするように考慮されていた。また、外生的な供給要因として電力、水および道路舗装率といったインフラ関連の要因を考えたのである。つづいて以下では、第3章で行った計測の結果についての説明を再度確認していく。計測結果は以下のようであった。第1のグループは、入場料金が一定であるテーマパークである。該当するテーマパークは、サンリオピューロランド、東武ワールドスクウェアならびにシーガイア・オーシャンドームである。これらのグループにおいて、入場料金に関して言えたことは需要の弾力性と供給の弾力性を比較すると、需要面における価格の弾

力性のほうが大きいということが分かった。他のテーマパークは入場料金を変更しているが、今後入場料金変更を行うのであれば、これらのテーマパークに料金を安くすることの方が入場者を獲得できると言えたのである。しかし、実際料金変更を行う際には若干の注意が必要であった。潜在的需要に関しては、確かに人口増加は潜在的需要を高くし、また距離（運賃）が潜在的需要を低下させることが分かった。

第2のグループは関東圏にあるテーマパークである。該当するテーマパークは、東京ディズニーランド、日光江戸村、サンリオピューロランドおよび東武ワールドスクウェアであった。入場料金に関しては、供給側の弾力性は高く、仮に料金を上昇させることによってサービス供給を増加することが可能である。しかし、需要側は入場料金に対して反応しているという結果は見らないのであった。むしろ、潜在的需要の影響と商圈に含まれる地域の一人当たり所得の増加が大きく貢献しているという結果が導かれた。つまり、このことから消費者側は入場料金の高い低いにかかわらず、行きたいテーマパークには行くという強い意識の表れであるかのように思われ、さらに所得の増加や距離の近さが大いに需要を高めるということが考えられた。

第3のグループは九州圏にあるテーマパークである。該当するテーマパークは、ハウステンボス、スペースワールドおよびシーガイア・オーシャンドームであった。入場料金に関しては、供給側と需要側はともに反応していなかった。このことから、供給側が入場料金変更を行うことはサービス供給の増加につながるものではないし、需要側は入場料金が仮に低くなったからといって需要を増やすのではないというというのが九州圏の特徴であると考えられた。さらに、潜在的需要の影響もあまり見られず、距離が近く（あるいは運賃が安い）からと言って消費者が行くということもないと考えられた。商圈に含まれる地域の一人当たり所得の増加のみ需要増加の要因になっているとの計測結果が得られたのであった。以上は主として需要面における計測結果に関して述べたが、次に、3つにグループ化された市場に見られた供給要因の計測結果について確認していく。電力に関しては、第1、第2のグループで投資に用いられる使用電力量の増加はサービス供給を増加させるという結論を得た。そして、水に関しては、すべてのグループにおいて滞りなく供給されることがサービス供給増加につながるという結果を得た。つまり、電力、水に関するインフラの充実は多少なりサービス供給にプラスとなり得ることが分かった。一方、道路舗装率に関しては、プラスとマイナスの影響を持つという計測結果を得た。このことから、所得効果(本論文では、

所得が上昇するにつれてテーマパークに行こうとする効果と定義)や代替効果(本論文では、所得の上昇があるテーマパークに行くことよりも別のテーマパークに行くことや他の財・サービスに嗜好を転ずることになり、そのテーマパークに行かない方向に働く効果と定義)と何らかの関係があるという可能性を指摘した。

最後に第2グループと第3グループの計測結果を比較した。入場料金に関しては、関東圏のテーマパークの供給要因にのみ有意な計測結果が得られたことから、この地域のテーマパークが仮に入場料金を上昇させる政策をとるならば、サービス供給の増加につながるであろうということが分かった。また、商圈に含まれる地域の一人当たり所得の増加は、両テーマパークにおいて需要を高めること、さらに、関東のテーマパークにおいては潜在的な需要も需要を高めることが計測結果から得られた。また、両地域において水の効率的な供給ならびに道路舗装率の上昇は、効率的なサービスの供給を可能にさせるであろうということも分かった。つづいて、第1章で見た個別テーマパークの現状とこれらをグループに分けた市場から導き出されたインプリケーションより、テーマパークビジネスに対して今後の課題と展望についての検討を行うことにする。

テーマパークビジネスがビジネスとして成立するためには、当然のこのことのように継続的に集客数を高め、維持していかなければならない。テーマパーク産業は地域産業であり、地域住民の所得にも大きく左右される(このことは商圈に含まれる地域の一人当たり所得の計測結果が裏付けている)。そこで、上述の目的を果たすためには、地域人口数は無限ではないことを考慮すると、同じ人に何度も足を運ばせることが重要になってくる。ゆえに、テーマパークは、リピーター(常連)を如何に創造するかが目的達成のための課題であると言えよう。そこで、以下では幾つかの点に絞ってリピーターの創造に関する政策提言を行う。

まずは、料金についての政策提言である。あるテーマパークの入場料金に関しては、一定期間維持していた水準から入場料金を低い水準に変更することは、確かに需要の拡大を図れることになるだろう。このことは第1のグループの計測結果も理解できる。だが、仮にテーマパーク側が入場料金を下げるとしても、継続的に下げることは運営上不可能であろうし、一時的な拡大は見込めてもこれが持続することは現状のテーマパークを見る限りではないように思われる。さらに、テーマパーク側からみれば、むしろ水準を高く変更し直すことはサービス供給を増加させるのであろう。では、如何

にして需給の事情を調整することができるであろう。既述のように、消費者があるテーマパークに行くということは、限られた予算の下で、入場料金、テーマパークの乗り物代、交通費、食事代、お土産代等を旅行費用として捉えた上で、最適な組み合わせを選択しているであろう。それゆえ、消費者がテーマパークに行くのに支払う金額は入場料金のみではないのである。そこで、料金については、テーマパークは諸費用を1つのパッケージとしてまとめて提供する必要があるだろう。例えば、入場料金と乗り物代が1つになったパスポートである（現在、このパスポート・システムは多くのテーマパークで採用されて、入場料金という代金は次第になくなりつつが、現在でもまだパスポート・システムを導入していないところもある）。また、パッケージとしてまとめるのは、入場料金と乗り物のみに限ったことではない。旅行会社と協力した入場料金と交通費のパッケージあるいは周辺地域の施設と協力した共同利用のパッケージ等も考えられよう。

つづいて、インフラ関連についての政策提言である。追加的な投資や飲食施設等で電力や水は用いられている。したがって、それらが効率よくテーマパークに供給されるための整備（例えば、上下水道の整備）は不可欠であろう。さらに、消費者の中には車や鉄道で来る者もいる。道路の未整備は、客足を確保できないこと・道路が狭くピーク時に車が渋滞してしまうこと等の問題を生じさせる。故に、テーマパークに向かう道路や交通機関等の整備・充実もまた必要なことである。但し、これらはテーマパーク単体ではコントロールできないため、地方自治体や他の企業との連携が重要になってこよう。

最後に、潜在的需要と商圈に含まれる地域の一人当たり所得に対し、企業がとるべく政策提言を行う。第3章の計測結果から人口の多い地域は集客に有利であることが実証されている。主要都市の人口動態を見る限り、関東圏、関西圏にあるテーマパークは比較的有利な立地場所と言えよう。さらに、テーマパークとの距離（費用）が近（安）ければテーマパークにとり、有利であることも実証的に分かった。さらに、一人当たり所得の増加がテーマパークに対する需要を高めることも計測結果が支持している。現状を見る限りでは、人口は増加しているゆえ、潜在的需要は高まっていると言えよう。長期の不況の中にあるものの、一人当たり所得は増加している。従って、需要は高まっていると考えられる。テーマパークが集客数を伸ばすためには、この需要を取り込み、リピーター確保につなげる必要があるだろう。いずれにせよ、テーマパー

クに行きたいという動機あるいは関心を消費者に持たせなければ、この潜在的需要の獲得は不可能である。現実には、東京ディズニーランドの追加的投資等は、(潜在的需要に関する)需要喚起の1つの政策であると考えられる。また、先に提言したような交通費パッケージの提供は、費用対策効果のみならず、旅行会社側のツアー企画等による需要促進効果も含まれるであろう。これもまた(所得に関する)需要喚起の1つの政策であると考えられる。以上より、潜在的需要と一人当たり所得をうまく取り込むには、テーマパーク単体だけではなく、他の企業や地方自治体と協力するなど総合的に取り組んでいくといった企業の姿勢が必要である。こうした企業努力が、より一層今後のテーマパークビジネスにおいて課題のひとつとなる。

## あとがき

筆者の幼少時代はやんちゃな男の子であった。小学校に上がる頃には、近くのスクラップ工場に出向き、よく怪我をしたものだった。しかし、筆者にはその頃から少しずつ変化が表れていた。気づいた頃には時すでに遅し、肥満体型になっていたのである。校内の健康診断で、ただ一人コレステロール検査でひっかかったこともあった。その頃の苦い思い出は今でも覚えている。中学に上がると部活に入り、過度に脂肪を燃焼させた結果、今度は逆に痩せすぎた。高校では、It's my life!!と言わんばかりに、青春を謳歌させていた気がする。筆者の性格は、様々な事象に大変興味を抱きやすく、没頭しやすい。だが、要領が大変悪い。勉強に関しては、どちらかといえば性格が好奇心旺盛であったこともあり、好きであった（勿論現在においても）。小・中学校の先生にはかわいがってもらい、勉強に関して疑問が生じれば、気軽に質問が出来る環境であった。現在でも、真弓先生には親しくしていただいている。

しかし、この人なつこく好奇心旺盛なことが、むしろ裏目に出たのが高校時代であった。高校入った当初、先生と生徒である自分との間になんらかの距離があることを感じた。その頃からであったろうか、勉強を一時的にしなくなったのは。大学受験に失敗し、一年浪人をした。高校時代には嫌いだった高田先生に、浪人時代は自宅まで押しかけ、数学を教えて戴いたものだった。こんなにいい先生を高校時代には嫌っていたのだと後悔した。今では、先生の家に行くとお子さんとも遊んだりする。また、この時に出会った有樹子ちゃん、彼女の勉強に対する迫力には圧倒され、と同時にいい刺激をもらった。浪人時代をともに乗り越えた最高の友達だ。もちろん彼女とは今でも仲がいい。この時期学んだ物事に取り組む姿勢は、昔の勉強に対する情熱を取り戻すことができ、現在の筆者を形成していると言えよう。

大学に入った当初は、「経済」というものに対して興味をもっていたわけではなかった。そんな筆者に対し「経済」を真剣に勉強させるきっかけとなったのは、バイト（当時、新地のとある喫茶店に毎日行っていた）中に出会った真央さんの言葉であった。真剣な態度から出たその言葉は重く、筆者にバイトを辞めさせ大学の勉強に向かわせた。その後すぐ、経済学の初歩も知らない状態で望んだ入谷先生の授業は大変だった。同時に田中先生のミクロもあった。先生方へ積極的に質問していくことで、分からないことが次々解決されていった。2つの講義がうまくリンクしたことで、この

頃から次第に経済学のおもしろさを感じ、さらに虜になっていった。筆者が3回生の中頃にゼミが始まった。この1年半ともに頑張ってきた仲間との出会いだ。第2の先生的存在であり、自宅にお邪魔してはケーキをご馳走になった伊谷さん、大らかな雰囲気だが、鋭い視点で指摘する時計フリークの管さん、植松ゼミの女王バチで、ゼミ後によく密会(笑)をした近藤さん、アパレルに詳しくいつもお洒落さんの中條くん、これぞ大和撫子、しっかり者のかこちゃん。皆と議論を交わしたゼミで、筆者は物事を見る際の視野を広げることができたように思われる。実に充実した1年半だった。そして、体調がすぐれない状態ながら夜遅くまでゼミで指導して下さった担当教官の植松先生には、感謝してもし尽くせない。卒論で行き詰まった際、「いいじゃないですか。頑張りなさい。」の言葉に、筆者は幾度救われたことでしょうか。先生、ありがとうございました。大変お世話になりました。お体には十分お気をつけ下さい。

ゼミおよび学部の勉強の集大成である今回の卒論を、本格的に手掛け始めたのは10月であった。家業のことを考慮すると、集客施設に関する研究を行いたいというのが動機であった。テーマを決定したまではよかったが、そこから分析に取りかかるまでさらに大変時間がかかった。テーマパークに関する1つ1つのデータが企業情報であるため、入手困難であったからだ。資料収集に大学図書館にこもるのはしばしばで、東京にも2,3度足を運んだ。資料探しに卒論の半分は時間を費やしたであろう。その後、なんとか計量にもっていったものの結果が出ない。まさに、今回の論文作成は毎日が苦しかった。だが、卒論がなんとか出来たときには言葉では表現できない満足感に満たされた。今回の論文を作成して感じていたことは、大学で学んできたミクロ・マクロという基本的なツールを用いて、経済という生き物を自分の手で分析することの喜びであった。また、作成中にも自分の思考が進化していくために、もっと追求したい、もっと時間がほしいということであった。今では手掛けた時期が遅すぎたと大変後悔している。

自分で満足のいく論文を書けたのは、実に山口先生のおかげでもあった。筆者が3回生の頃、先生の食料経済論を受講した際、先生のクリアーな講義は筆者を魅了させた。今回の論文作成にあたり、先生に無理をお願いし昼間のゼミに参加させていただいた。このゼミは「+」を卒論に出すことが伝統であった。先生は適切なコメントを与えてはくれるが、手取り足取り生徒にしている訳では決してない。あくまで自分主体であった。ゼミ生が真剣に頑張らざるをえない状況にさせるのは、先生自身の勉

強に対する真摯な姿勢が伝わるからであろう。そんな山口ゼミの、阿江君、黒川さん、高橋さん、中村君、鍋倉さん、浜津君、原君、休石さんは、まるで同じゼミ生のように筆者を受け入れてくれた。本当に嬉しかった。皆の卒論に対する真剣な取り組みに刺激され、苦しくても取り組めたのである。本当にありがとう。そして、この大学生活において、山口先生にお会いできたことは僥倖である。筆者を昼間のゼミに参加させて下さったことは感謝し尽くせない。また、卒論を途中で投げ出さず最後まで頑張れたのも、研究室で徹夜して勉強する先生の姿勢が筆者を奮い立たせたからである。山口先生、公私にわたり筆者を助けて下さり、本当にありがとうございました。

最後に、この論文を通じ、たくさんの人たちにお世話になりました。親身になって手伝って下さった市役所の加藤氏、東京の森谷氏、洞口氏にはテーマパークに関する資料の提供、電話による相談等多大なるお世話になった。また、リエゾンセンターの関口さんには、夜遅くまで資料収集を手伝って頂いた。研究所の小川さんは、データ検索や収集に多大なるご迷惑をおかけした。萩原先生は、突然筆者が研究室に押しかけ失礼したにもかかわらず、データ収集のサポートをして下さった。竹内先生には、参考文献を長い間お借りし大変ご迷惑をかけた。大学院の堀江さんには、分析のアドバイス、資料提供と多岐にわたり助けて戴いた。斉藤氏や加藤さん、そして後藤氏からは、筆者のテーマに対し、とても深みのあるアドバイスを数々戴いた。また、東京では、清原先生、資料収集のため一緒に大学を回って手伝ってくれた大貫、立教大学の方々にもお世話になった。さらに、友人のサリットや徹には、論文調査のため、深夜まで大変迷惑をかけた。皆様にはこの場を借り、心からの感謝を申し上げたい。本当に有難うございました。

論文作成中、父親と母親には大変気を遣わせてしまった。両親がいて、こうして何不自由なく論文に打ち込めた。本当にありがとう。この論文は、たくさんの方の支えがあってこそ完成することが出来た。筆者は本当に幸せ者である。すべての人に感謝の気持ちを込めて・・・。

2004年1月20日

田中 和宏

## 参考文献

- [ 1 ] Walter Y.Oi ( 1971 ) “ A Disneyland Dilemma:Two-part Tariffs For A Mickey Mouse Monopoly, ” The Quarterly Journal Of Economics,Vol.LXXXV,No1,pp.77-96.
- [ 2 ] 朝日新聞社 ( 1989-2002 ) 『民力』朝日新聞社
- [ 3 ] 荒井一博 ( 1999 ) 『ミクロ経済理論』有斐閣アルマ , 26-65 , 140-143 , 302-314 頁。
- [ 4 ] 井手信雄 ( 1998 ) 「裾野の広がりが新たな発展を生む - テーマパークとテーマパーク的施設」『通産ジャーナル』通巻第 324 号 , 財団法人通商産業省調査会 , 34-35 頁。
- [ 5 ] 小松史郎 ( 2003 ) 「特定サービス産業実態調査における遊園地・テーマパークの定義を考える」『月刊レジャー産業資料』2003 年 1 月号 , 134-137 頁。
- [ 6 ] 小沢健市 ( 1992 ) 『観光の経済分析』文化書房博文社 , 117-153 頁。
- [ 7 ] 小松史郎 ( 1994 ) 『観光を経済学する』文化書房博文社 , 25-31 頁,117-153 頁。
- [ 8 ] 河村誠治 ( 2000 ) 『観光経済学の基礎』,九州大学出版会 , 29-74 頁。
- [ 9 ] 小松史郎 ( 1999 ) 「不況下のテーマパークの動向と今後の展開」『Report Leisure』no.553 , 1-23 頁。
- [ 10 ] 通商産業大臣官房調査統計部 ( 1987 , 1994 , 1998 ) 『特定サービス産業実態調査報告書』経済産業統計協会
- [ 11 ] ( 財 ) 日本交通公社 ( 1989-2001 ) 『旅行年報』日本交通公社
- [ 12 ] ( 財 ) 日本交通公社調査部 ( 1994 ) 『観光読本』東洋経済新報社 , 121-123 頁。
- [ 13 ] 市町村自治研究会 ( 2002 ) 『全国市町村要覧』第一法規 , 6 頁。
- [ 14 ] 全国市町村会 ( 1991 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 116-128 頁。
- [ 15 ] 市町村自治研究会 ( 1992 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 100-112 頁。
- [ 16 ] 市町村自治研究会 ( 1993 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 99-111 頁。
- [ 17 ] 市町村自治研究会 ( 1994-1995 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 105-117 頁。
- [ 18 ] 市町村自治研究会 ( 1996-1997 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 103-115 頁。
- [ 19 ] 市町村自治研究会 ( 1998 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 93-105 頁。
- [ 20 ] 市町村自治研究会 ( 1999-2000 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 94-106 頁。
- [ 21 ] 市町村自治研究会 ( 2001 ) 『日本都市年鑑』第一法規 , 96-108 頁。

- [ 22 ] , (2002)『日本都市年鑑』第一法規, 98-110 頁。
- [ 23 ] 総合ユニコム編集部 (1991)「跳躍するテーマパークの全容 主要施設の実態から事業構造を探る」『月刊レジャー産業資料 10月号』総合ユニコム, 69-70 頁。
- [ 24 ] , (1992)『レジャーランド & レクリエーション総覧'92-'93』総合ユニコム, 29-47 頁。
- [ 25 ] , (1992-2002)『レジャーランド & レクリエーション総覧』総合ユニコム
- [ 26 ] 東洋経済新報社 (2002)『経済統計年鑑 2002』東洋経済新報社, 142-143 頁。
- [ 27 ] 細内信孝 (1996)「日本のレジャー考 - 今日のレジャーランドの現状と課題」『レジャーランド & レクリエーション総覧'94』21-41 頁。
- [ 28 ] 内閣府経済社会総合研究所 (2003)『県民経済計算年報 平成 15 年版』, 財務省印刷局
- [ 29 ] 中崎茂 (2002)『観光の経済学入門 - 観光・環境・交通と経済の関わり - 』古今書院, 54-57 頁。
- [ 30 ] 根本祐二 (1995)『マルチ・エンターテイメント・ビジネス テーマパークを超える新産業』, ダイヤモンド社, 2-50 頁。
- [ 31 ] , (1990)『テーマ・パーク時代の到来』, ダイヤモンド社, 134-155 頁。
- [ 32 ] 蓑谷千鳳彦 (1988)『計量経済学 (第 2 版)』, 東洋経済新報社, 226-227 頁。

参考資料（付表）

付表1 テーマパークの入場者数（人）

	TDL	HTB	TUE	NEM	SW
1990年	15876000		2240507	1794566	1851300
1991年	16139000		2364310	1851977	1617300
1992年	15815000	3750000	2243733	1891783	1900000
1993年	16030000	3902600	2146104	1904234	2020000
1994年	15509000	3831100	1805201	1904444	2070000
1995年	16986000	4030000	1545000	1921420	2100000
1996年	17368000	4250000	1539566	1579118	2150000
1997年	16686000	4128900	1621640	1215740	2160000
1998年	17459000	4031300	1425000	1421430	2100000
1999年	16507000	3901200	1325000	816000	2100000
2000年	17300000	3760700	1249036	750000	2000000
2001年	22047000	3550000	1096000	538983	1940000

	SPL	TWS	SG	KTK	PE
1990年					
1991年	1830000				
1992年	1519000				
1993年	1516000	2834190	827700		
1994年	1500000	2058041	1125800		4265500
1995年	1327000	1550000	1248700		3014500
1996年	1520000	1200892	1092400		2457000
1997年	1695000	955000	1186000	2980000	2473000
1998年	1810000	750000	970900	2940000	2035000
1999年	1555000	656000	781100	2380000	2313000
2000年	1580000	574400	735500	1820000	1922000
2001年	1387000	453200	593767	1340072	2006000

出所：総合ユニコム『レジャーランド&レクパ-ク総覧』各号による。

注：2001年におけるシーガイア・オーシャンドームの数値は外挿法により補っている。

備考：東京ディズニーランド(TDL)、ハウステンボス(HTB)、東映太秦映画村(TUE)、日光江戸村(NEM)、スペースワールド(SW)、サンリオピューロランド(SPL)、東武ワールドスクウェア(TWS)、シーガイア・オーシャンドーム(SG)、倉敷チボリ公園(KTK)、パルケエスパーニャ(PE)

付表2 テーマパークの入場料金(円)

	TDL	HTB	TUE	NEM	SW
1990年	3000		1550	3000	1800
1991年	3000		1550	3000	1800
1992年	3000	3900	1800	3000	1800
1993年	3000	3900	1800	3000	1800
1994年	3400	3900	2000	3000	1800
1995年	3400	3900	2000	3000	2300
1996年	3400	3900	2000	3000	2300
1997年	3600	3900	2000	2500	2300
1998年	3670	4200	2200	2300	2400
1999年	3670	4200	2200	2300	2400
2000年	3670	4200	2200	1500	2400
2001年	3900	4200	2200	2300	2400

	SPL	TWS	SG	KTK	PE
1990年					
1991年	3000				
1992年	3000				
1993年	3000	2500	4200		
1994年	3000	2500	4200		3000
1995年	3000	2500	4200		3000
1996年	3000	2500	4200		3000
1997年	3000	2500	4200	2000	3000
1998年	3000	2500	4200	2000	3000
1999年	3000	2500	4200	2000	3200
2000年	3000	2500	4200	2000	3200
2001年	3000	2500	4200	2000	3200

出所：総合ユニコム『リゾート&レジャー総覧』各号による。

付表3 一般道路実延長と舗装道 (km)

	千葉県		長崎県		京都府		栃木県		福岡県	
	実延長	舗装道	実延長	舗装道	実延長	舗装道	実延長	舗装道	実延長	舗装道
1990年	36912	27817	17053	14146	14103	10510	22074	16178	33468	25919
1991年	37370	27996	16909	14163	14147	10632	22163	16279	34041	26148
1992年	37158	28556	16997	14304	14211	10736	22346	16683	34220	26531
1993年	37299	28906	17092	14506	14286	10844	22552	17032	34420	26996
1994年	37460	29224	17168	14649	14357	10962	22745	17338	34655	247415
1995年	37475	29503	17229	14983	14468	11261	22873	17580	34817	27772
1996年	37667	29830	17323	14953	14650	11481	23046	17879	35009	28113
1997年	37792	30061	17342	15043	14706	11587	23160	18107	35320	28481
1998年	38107	30495	17400	15109	14592	11587	23293	18327	35338	28804
1999年	38232	30837	17457	15234	14714	11691	23433	18550	35515	29093
2000年	38447	31162	17523	15350	14791	11816	23603	18819	35636	29337
2001年	38640	31490	18030	15386	14823	11911	23729	19053	34641	29709

	東京都		宮崎県		岡山県		三重県	
	実延長	舗装道	実延長	舗装道	実延長	舗装道	実延長	舗装道
1990年	22671	19095	18319	14113	29514	21906	22488	15129
1991年	22736	19215	18218	14246	29860	22193	22633	15254
1992年	22767	19301	18360	14465	29952	22424	22694	15510
1993年	22830	19429	18449	14688	30067	22637	22816	16153
1994年	22834	19545	18504	14848	30182	22863	22984	16406
1995年	22919	19663	18579	15018	30340	23143	23208	16720
1996年	23018	19796	18669	15203	30498	23427	23402	17066
1997年	23119	19933	18716	15351	30651	23707	23608	17430
1998年	23175	19997	18816	15550	30724	23935	23842	17796
1999年	23265	20111	18948	15734	30857	24172	23631	17724
2000年	23335	20224	19086	15889	30998	24415	23733	17944
2001年	23426	20335	19625	16072	30612	24682	23925	18293

出所：『各都道府県統計年鑑』各号による。

備考：1990年と2001年の数値は外挿法により補っている。また、長崎、福岡、宮崎、岡山の1997年の数値は内挿法を用いて補っている。

：それぞれのテーマパークの数値は、千葉県(TDL)、長崎県(HTB)、京都府(TUE)、栃木県(NEM と TWS)、福岡県(SW)、東京都(SPL)、宮崎県(SG)、岡山県(KTK)、三重県(PE)のデータを用いている。

付表 4 電力年間使用量 (100万 kwh)

	千葉県	長崎県	京都府	栃木県	福岡県	東京都	宮崎県	岡山県	三重県
1990年	19964	3000	8617	10283	16332	42548	3153	9449	9172
1991年	20894	3119	8848	10508	16354	43737	3332	9806	9571
1992年	20507	3252	8744	10434	16542	43950	3339	9937	9447
1993年	20956	3322	8738	10462	16573	44086	3300	10053	9235
1994年	22600	3576	9388	11319	17689	47101	3573	10513	3868
1995年	22935	3711	9491	11707	18188	47550	3782	10717	10180
1996年	23148	3940	9730	12325	18725	47985	3990	11029	10672
1997年	23805	3976	9919	12599	18965	49847	4075	11212	11037
1998年	23367	4117	10018	12430	19022	50756	4124	10847	10951
1999年	23664	4136	10202	12790	19316	51841	4181	11197	11210
2000年	24342	4307	10452	13090	19675	52911	4377	11333	9179
2001年	23846	4399	10093	12629	19471	52479	4383	10838	9928

出所：朝日新聞社『民力』各号による。

付表 5 上水道年間給水量 (1000m<sup>3</sup>)

	千葉県	長崎県	京都府	栃木県	福岡県	東京都	宮崎県	岡山県	三重県
1990年	593333	139944	389299	218940	485660	1839273	133874	259870	254876
1991年	611015	139997	389884	224782	490245	1848492	135041	263895	260228
1992年	624533	142321	390957	229411	493324	1858623	136817	263722	263466
1993年	626054	143420	386295	231680	490415	1829230	137679	262620	264859
1994年	637884	135380	988717	239956	473786	1812539	143225	257278	270316
1995年	648970	133427	384460	243178	480061	1794676	144010	262510	273840
1996年	645121	138335	385030	246030	493558	1764695	145622	267858	276583
1997年	652780	138062	383125	244423	493258	1755620	146175	265633	274264
1998年	650511	140318	379114	242480	498291	1739203	149868	264640	275234
1999年	659994	139961	376180	243821	501476	1760973	146234	269211	277468
2000年	661581	140586	373718	244435	501926	1742879	145125	270029	275896
2001年	662593	140129	365468	244007	503662	1720613	143802	266841	273957

出所：朝日新聞社『民力』各号による。

付表6 商圏に含まれる各都府県の一人当たり所得(ウェート)

	TDL	HTB	NEM	SW
1990年	37.143	26.376	36.916	26.651
1991年	37.103	26.165	36.897	26.622
1992年	36.066	25.656	35.900	26.228
1993年	34.861	25.353	34.557	25.756
1994年	35.188	26.043	35.019	26.374
1995年	35.729	26.375	35.558	26.684
1996年	36.823	27.158	36.664	27.494
1997年	36.357	26.740	36.351	27.025
1998年	35.447	25.895	35.560	26.145
1999年	35.489	25.669	35.842	25.958
2000年	35.589	26.245	35.846	26.554
2001年	36.064	26.273	36.513	26.558

	SPL	TWS	SG
1990年	35.478	36.916	24.010
1991年	35.448	36.897	23.674
1992年	34.470	35.900	23.832
1993年	33.299	34.557	23.478
1994年	33.603	35.019	24.307
1995年	34.130	35.558	24.580
1996年	35.182	36.664	25.632
1997年	34.741	36.351	25.296
1998年	33.895	35.560	24.651
1999年	33.930	35.842	24.752
2000年	34.033	35.846	25.452
2001年	34.509	36.513	25.672

出所：所得に関するデータは、内閣府経済社会総合研究所『県民経済計算年報 平成15年版』による。また、人口に関するデータは、全国市町村会『日本都市年鑑』各号による。

備考：東京ディズニーランド(TDL)、ハウステンボス(HTB)、日光江戸村(NEM)、スペースワールド(SW)、サンリオピューロランド(SPL)、東武ワールドスクウェア(TWS)、シーガイア・オーシャンドーム(SG)

付表 7 テーマパークの潜在的需要

	TDL	HTB	NEM	SW
1990年	1251876.001	43101.421	123819.199	67326.686
1991年	1255539.049	43207.963	124167.656	67497.783
1992年	1257357.632	43315.678	124337.555	67694.534
1993年	1257122.874	43446.835	124312.511	67966.054
1994年	1256488.54	43370.776	124235.07	67832.216
1995年	1257544.978	43382.793	124285.912	67879.32
1996年	1261251.903	43498.035	124612.689	68081.169
1997年	1266919.144	43651.55	125121.11	68337.996
1998年	1274639.074	43826.948	125821.684	68614.812
1999年	1281909.131	43962.223	126479.301	68815.688
2000年	1291881.831	44053.362	127355.592	68913.717
2001年	1302335.08	44276.881	128317.626	69247.357

	SPL	TWS	SG
1990年	451047.407	123819.199	25440.427
1991年	452355.803	124167.656	25498.944
1992年	453001.212	124337.555	25540.496
1993年	452913.424	124312.511	25567.04
1994年	452671.536	124235.07	25533.211
1995年	453002.294	124285.912	25517.065
1996年	454300.062	124612.689	25567.424
1997年	456292.932	125121.11	25643.683
1998年	459015.978	125821.684	25743.282
1999年	461578.427	126479.301	25829.422
2000年	465068.567	127355.592	25914.478
2001年	468767.363	128317.626	26056.557

出所：人口に関するデータは、全国市町村会『日本都市年鑑』各号による。また、距離に関するデータは、付表 8 を参照。

備考：東京ディズニーランド(TDL)、ハウステンボス(HTB)、日光江戸村(NEM)、スペースワールド(SW)、サンリオピューロランド(SPL)、東武ワールドスクウェア(TWS)、シーガイア・オーシャンドーム(SG)

付表8 地域からテーマパークの最寄り駅までの距離

施設名	所在地
東京ディズニーランド	京葉線舞浜駅
ハウステンボス	長崎本線佐世保線ハウステンボス駅
日光江戸村	東武鬼怒川線鬼怒川温泉駅
スペースワールド	鹿児島本線スペースワールド駅
サンリオピューロランド	京王相模原線・小田急多摩線多摩センター駅
東武ワールドスクウェア	東武鬼怒川線鬼怒川温泉駅
シーガイア	日豊本線宮崎駅

	関東 (東京)	距離	中部 (名古屋)	距離	近畿 (大阪)	距離	九州 (博多)	距離
TDL	210	12.7	10580	378.7	14260	569.1	21720	1187.6
HTB	23780	1287.7	19480	921.7	16540	738.9	3940	112.8
NEM	2830	144.7	13400	510.7	16670	701.1	24940	1319.6
SW	21090	1117.8	16360	751.8	13750	569.0	1080	57.1
SPL	540	36.3	10760	372.4	14340	562.8	22610	1181.3
TWS	2830	144.7	13400	510.7	16670	701.1	24940	1319.6
SG	25540	1468.5	20700	1081.6	18300	898.8	9640	407.1

出所：『Yahoo!!路線情報』( <http://transit.yahoo.co.jp/> ) による。

備考：上段は最寄り駅、下段左欄は運賃(円)、下段右欄は距離(km)をそれぞれ示す。

：東京ディズニーランド(TDL)、ハウステンボス(HTB)、日光江戸村(NEM)、  
スペースワールド(SW)、サンリオピューロランド(SPL)、東武ワールドスクウェア(TWS)、  
シーガイア・オーシャンドーム(SG)