



顧客がリピーターになる レジャー施設要素の特定方法の提案

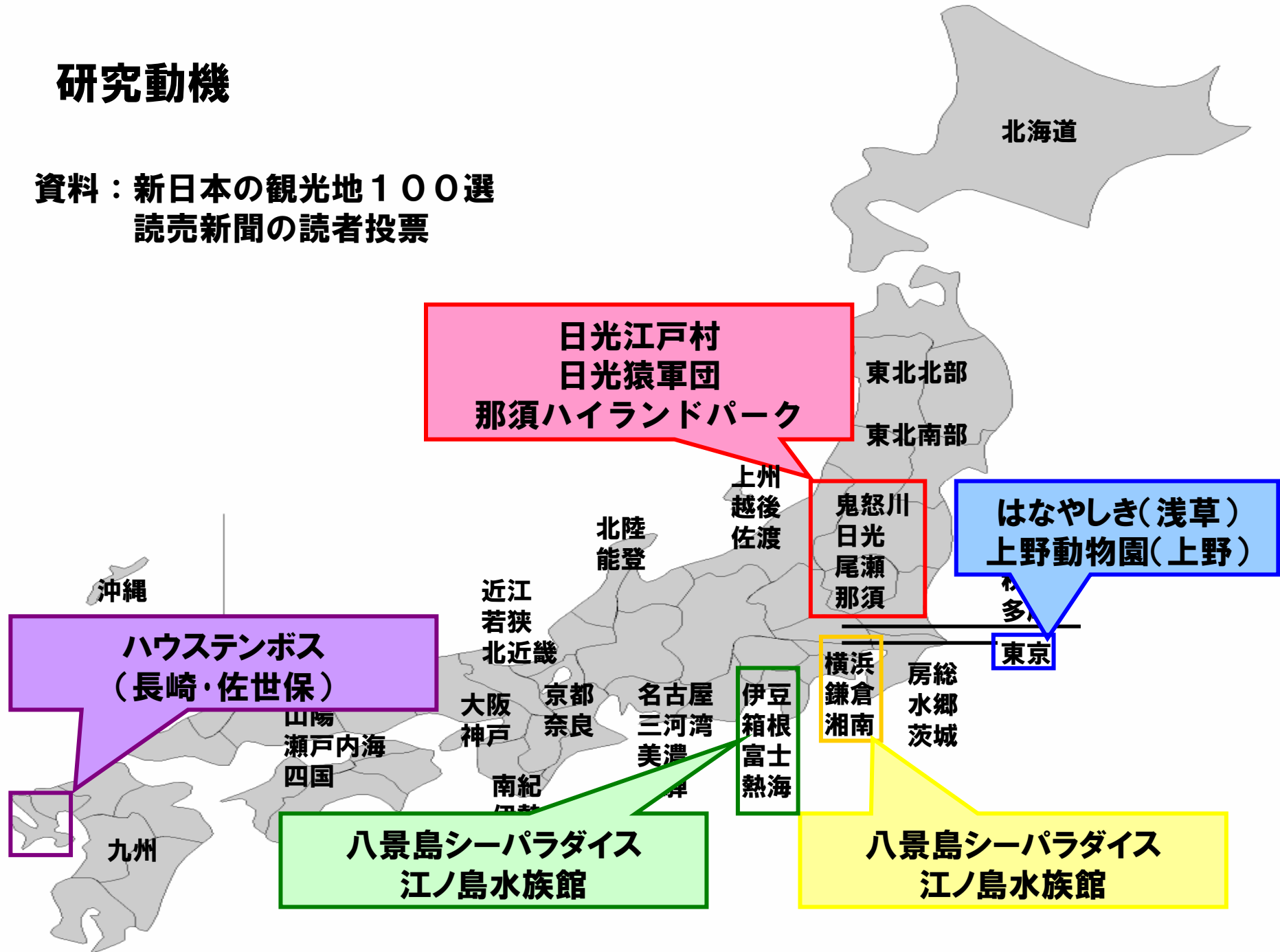
根本研究室10期生

渡邊 泰行



研究動機

資料：新日本の観光地100選
読売新聞の読者投票

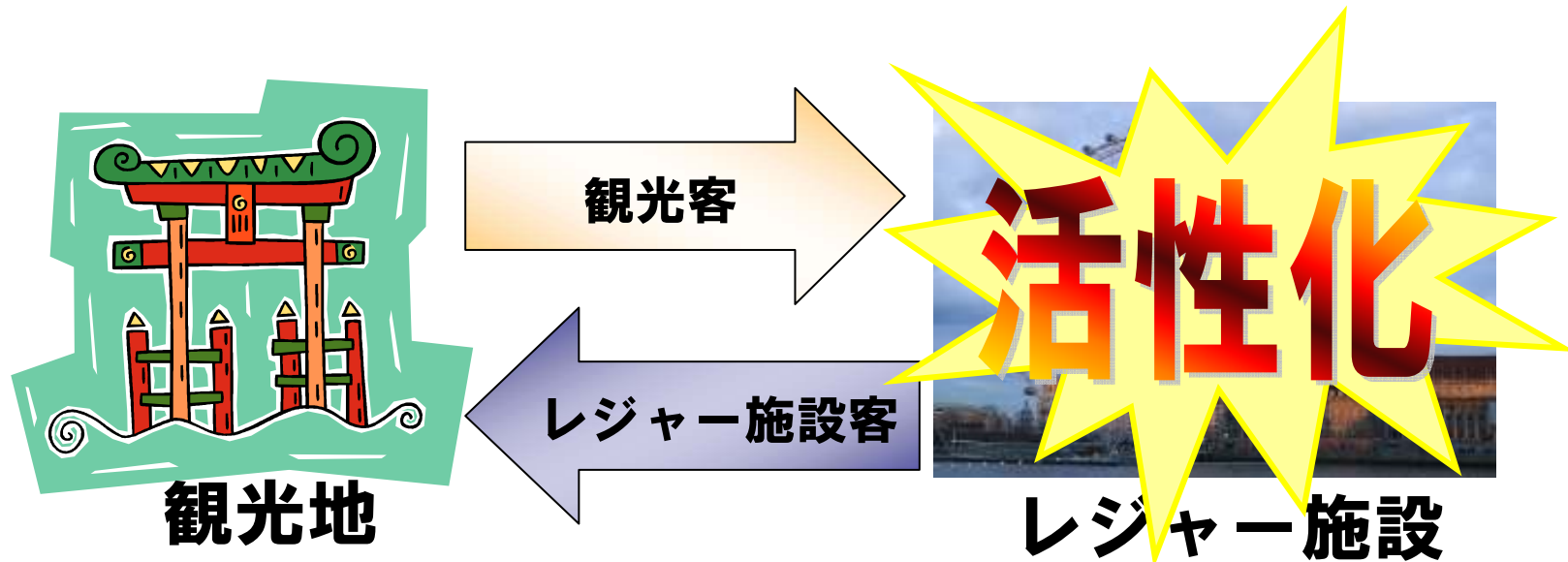


観光地とレジャー施設の関係

1988年～1990年
観光産業の活性化

1988年～1990年
レジャーブーム

- 観光地の活性化とレジャー施設建設の流行（**歴史背景**）
- 観光地付近にはレジャー施設（**事実**）



レジャー施設の活性化について

レジャー施設の活性化 → **リピーター**



2005年 Vol. 50 No. 1

オペレーションズリサーチ 経営の科学

『特集 観光とOR』

著者：井門隆夫

観光・旅行分野における顧客満足度の調査について

☆☆顧客の**リピーター化**→ **高い満足** ☆☆

高い**満足**を与える**要素** → **特定** → **リピーター**を獲得

特定手順①：満足を与える要素の特定

レジャー施設を特徴付ける要素とは？

KJ法で特定

乗り物、飲み物、動物、植物、魚、イルカ
入場費用、売店、おみやげ化、飲食費、交通費
乗り物代、規程、アトラクションの大きさ、トイレ、池
アトラクションの質、着ぐるみ、ヒーローショー、公園
マスコットキャラクター、森、テニスコート、運動場、アジラ
イルカ、おばけやしき、ゲームセンター、つり堀、プール
パレード、

特定手順①：満足を与える要素の特定



特定手順①：満足を与える要素の特定

出来るだけ**高い満足**を特定

・AHP(階層分析)



費用

規模

		お	
良	高	9	志
良	大	7	悪
良	中	5	悪
良	小	3	悪



特定手順①：満足を与える要素の特定

	費用	アトラクション	売店	施設面積	幾何平均	重み	順位
費用	1	1/5	3	9	1.754	0.219	2
アトラクション	5	1	3	9	5.130	0.642	1
売店	1/3	1/3	1	9	1.000	0.125	3
施設面積	1/9	1/9	1/9	1	0.111	0.014	4
合計値					7.995	1	

費用

アトラクション

売店

特定手順②：主成分分析による総合的解釈

遊園地			
施設名	一人当たりの平均費用（円） 一部推定	アトラクション 数	売店数
東京ディズニーランド	9180	47	61
東京ディズニーシー	9180	23	32
USJ	7205	20	26
東京ドームシティー	467	21	1
ナムコナンジャタウン	3900	26	4
郡山カルチャーパーク	135	14	0
スペースワールド	4800	33	12
サンリオピューロランド	7400	8	3
としまえん	4800	36	9
東京ジョイポリス	3800	25	1
多摩テック	5600	27	1
三井グリーンランド	4500	82	8
エキスポランド	3950	44	2
愛知こどもの国	43	37	4
伊勢市華蔵寺公園	118	13	1
倉敷チボリ公園	6000	21	18

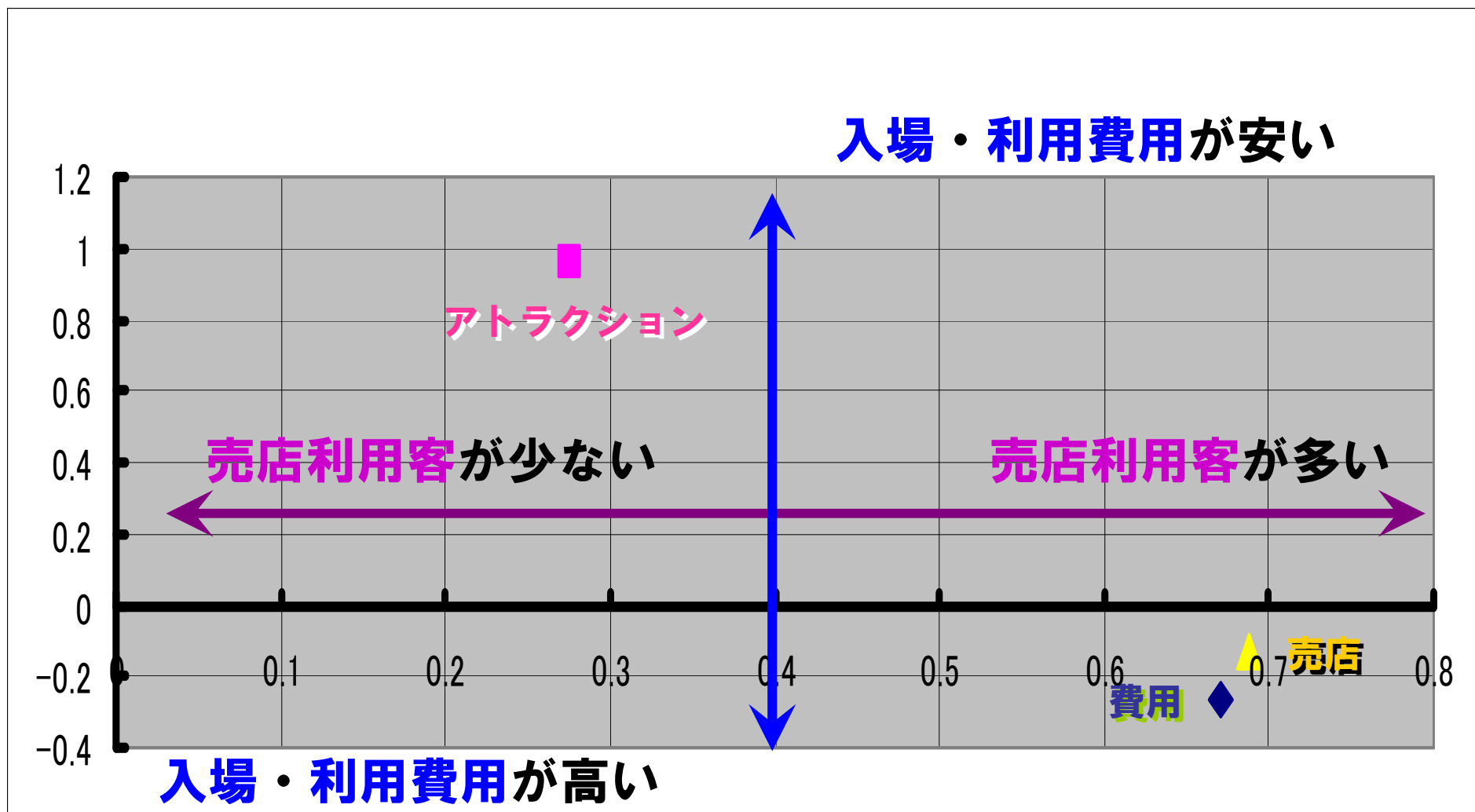
例：身体測定

身長 & 体重

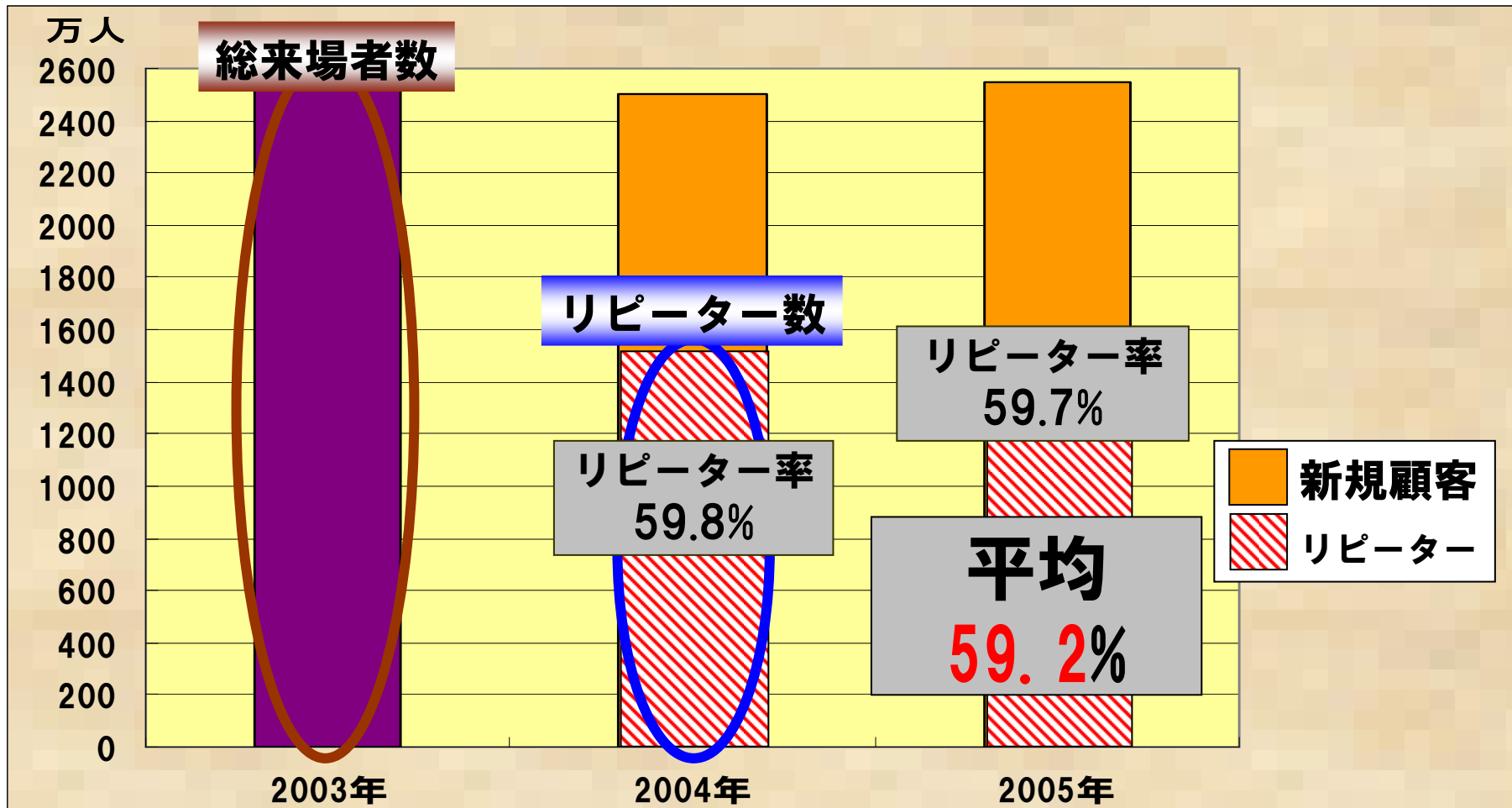
肥満 & 体格

統計ソフトで計算

特定手順②：主成分分析による総合的解釈



特定手順③：平均リピーター率1位の施設の特定

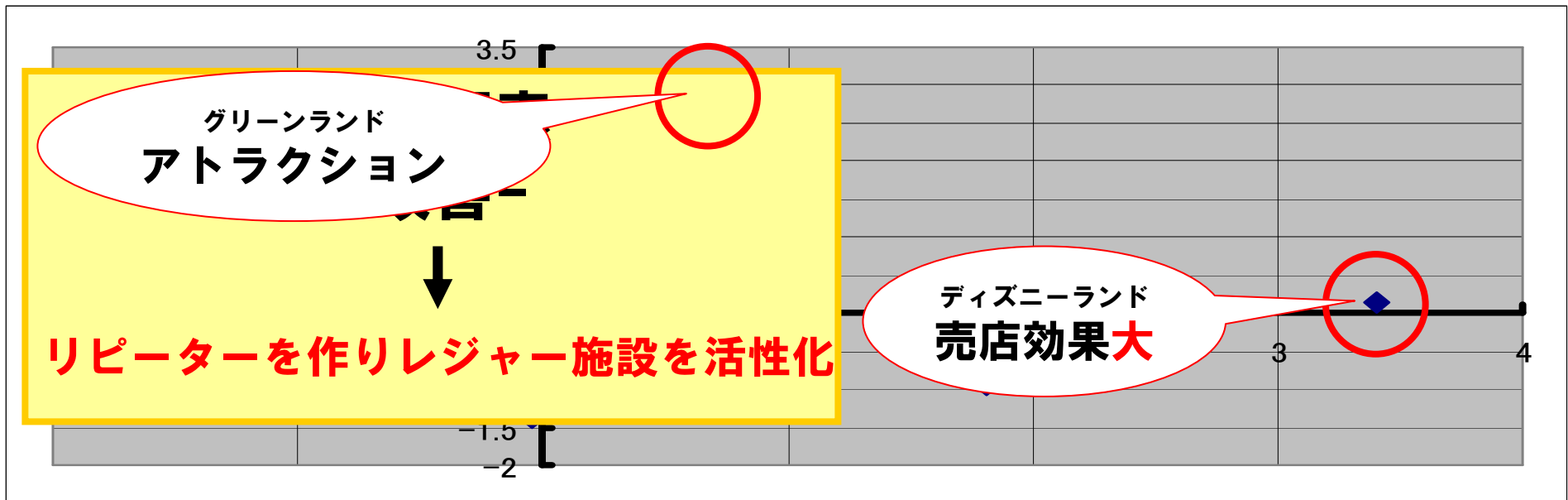
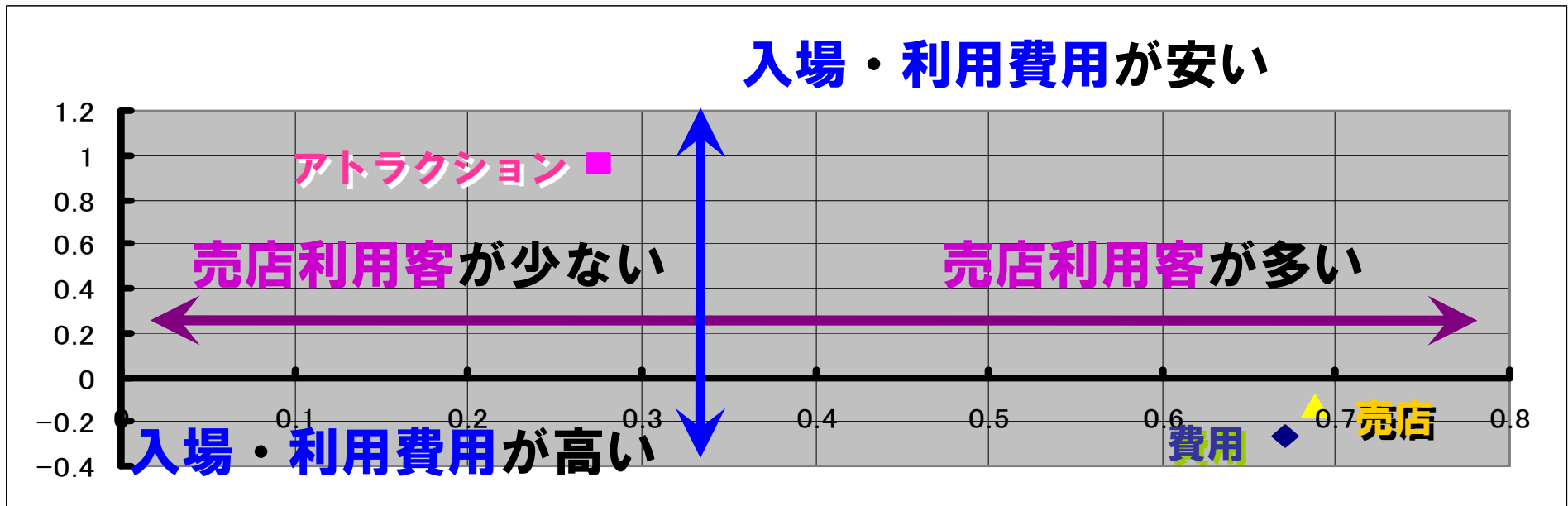


前年度来場者数 ÷ リピーター人数 = リピーター率

平均リピーター率で順位付け

東京ディズニーランド
リピーター率暫定1位

特定手順④：要素の特定



まとめ

顧客がリピーターになる
レジャー施設要素の特定方法

満足を与える要素
KJ法 & AHP

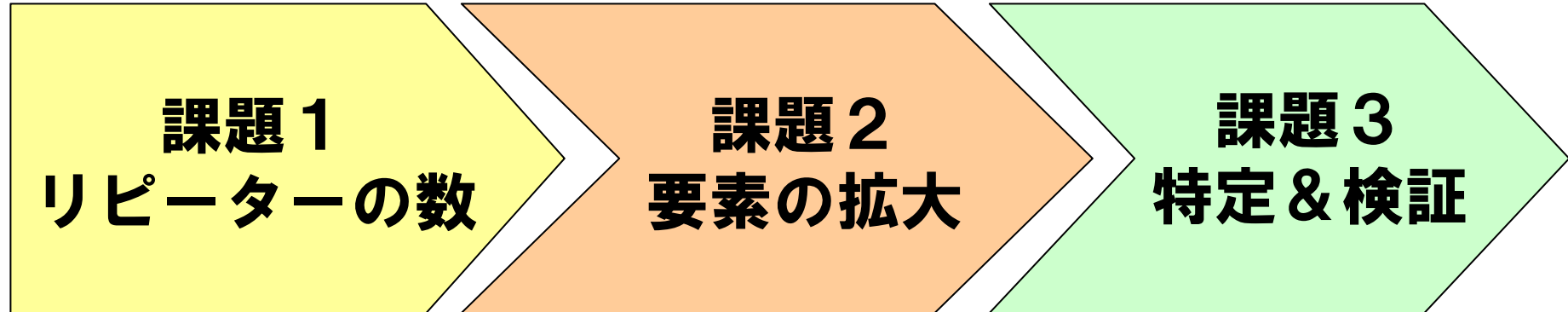
リピーター率
1位の施設

主成分分析
総合的解釈

要素の**特定**

提案

今後の課題

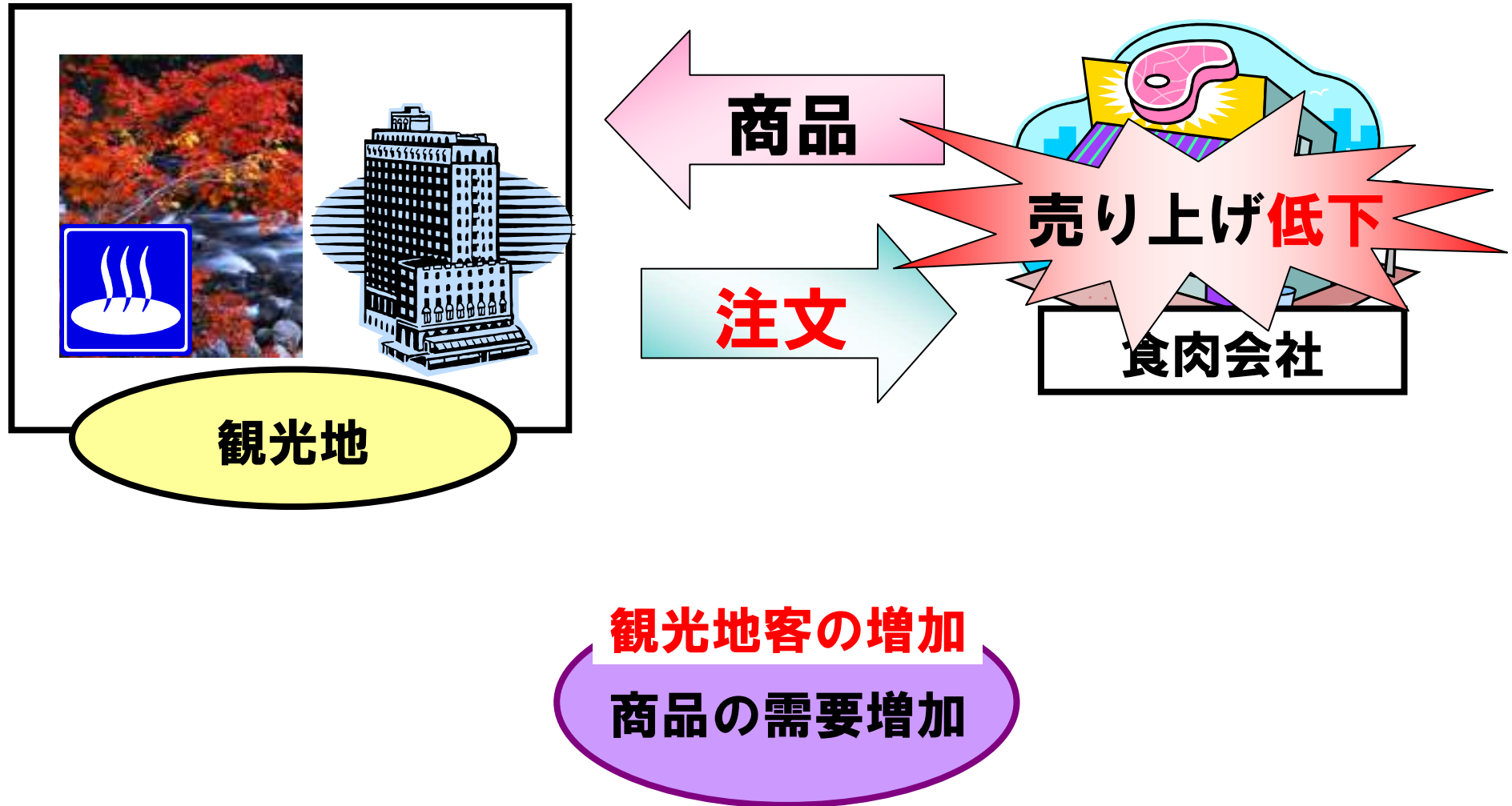


- **各施設が得ているリピーター数の調査**
アンケートには費用がかかる
- **レジャー施設を特徴付ける要素の拡大**
例：広告、旅行会社との提携
- **特定と結果の検証**
リピーター人数不明 → 特定方法の提案

終

ご清聴ありがとうございました

研究動機



特定方法

手順②：リピーター率の高い施設

例：東京ディズニーランド

	今年度 来場者数	前年度 来場者数	リピーター (仮定)	新しい 顧客	リピーター 率
2003年	25473000人				
2004年	25021000人	25473000人	15230042人	10242958人	59.8%
2005年	25500000人	25021000人	14683260人	10337740人	58.7%
			平均 リピーター率		59.2%

・リピーターの人数はデータが**無**（オレンジ）

リピーター獲得1位
レジャー施設

高い満足

要素A

要素B

要素C

要素D

レジャー施設

要素A
-改善-

活性化

発表の流れ

1. 観光地とレジャー施設の関係
2. レジャー施設の活性化について
3. 特定方法について
4. まとめ
5. 今後の課題