



普10 大型遊園地に学ぶ人の惹き付け方について

目的

大型遊園地や人気店のノウハウ
(リピートの秘訣)を知る



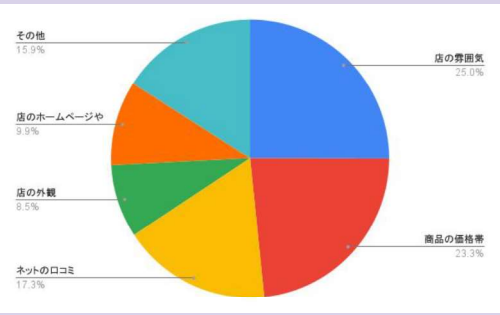
地域の活性化を図る

研究方法

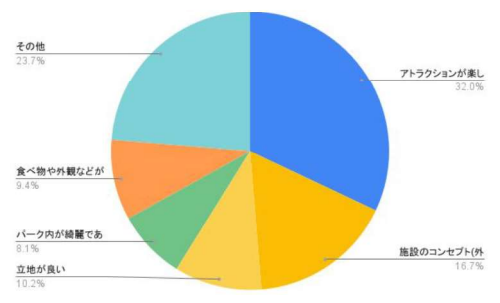
- 1. テーマに沿ったアンケートの実施
→ googleフォームで実施
* 中学生以上 ~ 1回目 237人 2回目 145人
- 2. 現地調査(ベニーランド)
- 3. 商工会議所、大型遊園地の調査

調査結果①

Q.1 初めて行く店を選ぶ基準はなにか



Q.2 リピートされる遊園地に必要だと思うものはなにか



- ・SNSやそのお店の雰囲気が重要
- ・アトラクションやグッズなどにも焦点を当て
企画案を練る

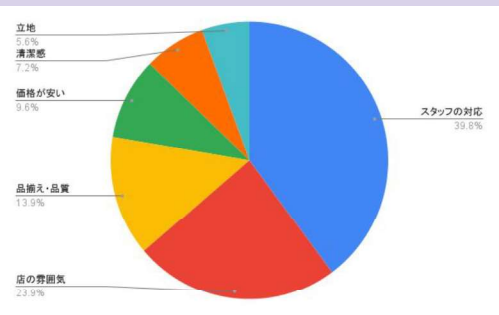
修学旅行の学び

- 大阪商工会議所
 - ・人気地域とは異なる方法で集客する独自の路線を確立
 - ・地域全体で活性化し合う
 - ・特別な体験から得られるポジティブな感情が地域愛に繋がる
 - 持続的な発展へと繋がる

R-1	大阪市立 阿倍野警察センター (あべのタスカール)	災害から助かるか、助ける力を学ぶ	あべのフェリス3階 体験会館
R-2	大阪マリオット 都ホテル	ホテル館内ツアー	大阪マリオット 都ホテル
R-3	大阪市立 阿倍野図書館	夏のおたのしみ会	阿倍野図書館 多目的室
R-4	イングリッシュ ツールが 天王寺校	外国人の先生と英会話レッスン	イングリッシュ ツールが 天王寺校
R-5	みずほ銀行 阿倍野橋支店	銀行の仕事を見てみよう!	みずほ銀行 阿倍野橋支店
R-6	アイン薬局 あべのハルカス店	薬局お仕事体験	アイン薬局 あべのハルカス店

- USJ
 - ・スタッフの対応が良い (笑顔で対応)
 - ・”そこでしか味わえない”特別感
 - アンケートの裏付け

Qリポートされる店に必要なと思うもの



まとめ

アンケート調査や現地調査の結果、リピートには”特別感”が必要だとわかった。SNSや顧客のニーズに答えることが顧客の満足度につながるのではないと思った。地域の活性化には、強みを生かした独自の路線を確立することが大切だと分かった。

参考文献

ベニーランドのホームページ <https://www.benylan.com/>