

カジノツーリズムと IR（アイアール）

エンタテインメントビジネス総合研究所
主任研究員 木曾 崇

カジノツーリズムとは

現在、カジノ施設はホテル・ショッピングセンター・劇場・コンベンション施設などを併設した複合リゾート施設として、伝統的なギャンブル顧客のみならず一般的な観光客を取り込むことに成功している。カジノツーリズムとは、このように複合観光施設として高度に発展したカジノを中心として行なわれる様々な余暇活動のことである。刑法で賭博が禁じられている我が国ではこれまであまり論議に挙げられてこなかったが、カジノツーリズムはエコツーリズムやヘルスツーリズムなどと並ぶ「ニューツーリズム（新しい観光）」として世界的に注目される観光産業内の成長分野である。

複合カジノリゾート（IR・アイアール）

IR（アイアール）とは **Integrated Resort**（複合型リゾート）の略称。シンガポールで来年に開業するカジノを含んだ2つの大型リゾート施設を指す。1990年代まではこのような複合カジノ施設はラスベガス特有のものとして「ラスベガス型カジノ」などと呼ばれていたが、それが徐々にアメリカ全土に広がったことで「アメリカ型カジノ」などと呼ばれるようになった。しかし、それがさらにシンガポール、マカオをはじめとして世界中に広まった現在では、このようなカジノ施設を複合型リゾート（IR）と呼ぶのが通例となっている。

【シンガポールの複合カジノリゾート】

	<p>名称 : The Marina Bay Sands 総開発投資額 : 約 3,700 億円 総床面積 : 57 万平米 ホテル施設 : 2,500 室 レジャー施設 : 2,000 席のシアター2 施設／ビデオゲームなどのエンターテインメントゾーン (3,700 平米)／10,000 人収容の野外イベント場／レオナルド・ダ・ヴィンチ科学技術館 (2 万平米)／ホテルタワーを跨ぐ空中展望公園 (1 ヘクタール)／ショッピングモール (11.7 万平米) 各種有名レストラン／半水中トンネルで繋がる水上パビリオン 2 施設など</p>
	<p>名称 : Resorts World at Sentosa 総開発投資額 : 約 4,000 億円 総床面積 : 34.3 万平米 ホテル施設 : 1,830 室 レジャー施設 : ユニバーサルスタジオ・シンガポール／ドリームワークス・デジタルアニメーションスタジオ／Dolphin Quest 社による世界最大級の海洋生物水族館／カナダ Forrec 社によるウォーターズライダー親水公園／Ralph Applebaum Associates 社による海運博物館</p>

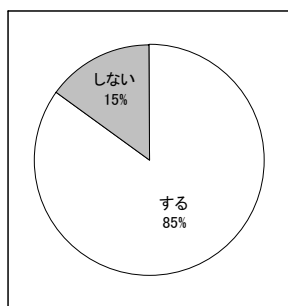
注) データは全て初期発表値

強みおよび特性：カジノツーリズム

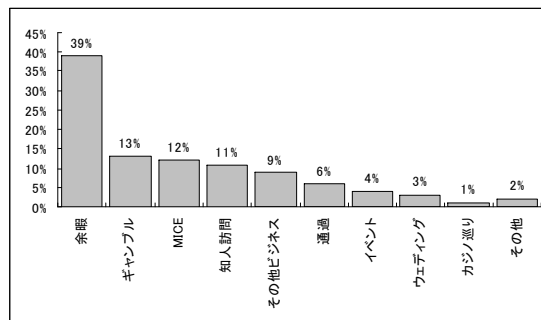
カジノツーリズムは強力な観光資源である一方で、世間的には非常に偏ったイメージで捉えられることも多い。本ディスカッションペーパーでは、その偏ったイメージを払拭するため、カジノツーリズムの特徴を顕著に示すデータをご紹介します。

- ラスベガス訪問者のゲーム参加率は高いが、それを主たる訪問目的とする者は少ない。

【ゲーム参加率】



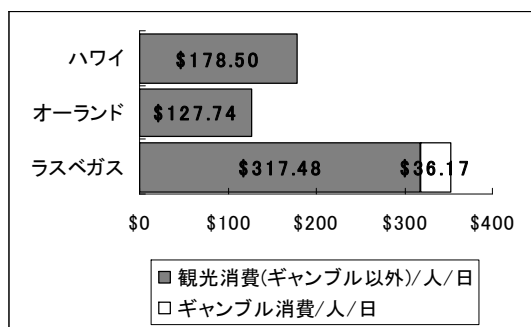
【ラスベガス訪問目的】



出所：Las Vegas Visitor Profile(LVCVA)を元に EBI 編集

- 米国内で同様に有名な観光都市と比べても、観光消費額が非常に高い。

【1日あたり消費額/人】



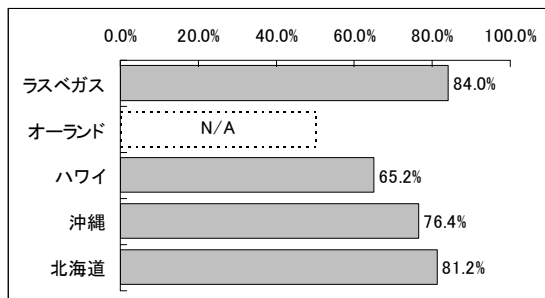
【各種観光統計】

	訪問者数	平均滞在日数	総観光消費額
ラスベガス	3,750万人	4.5日	597億ドル
オーランド	4,890万人	5.8日	311億ドル
ハワイ	682万人	9.4日	114億ドル

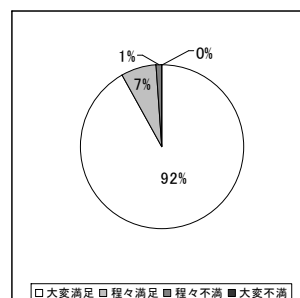
出所：各地域の2008年観光統計およびアンケート調査を元に EBI 推計

- 顧客満足度とリピーター率が非常に高い。

【リピーター率】



【ラスベガス訪問満足度】



出所：左:各地域の2008年度アンケート調査、右:Las Vegas Visitor Profile(LVCVA)を元に EBI 編集

カジノ顧客プロフィール

何故、カジノに惹かれる観光客はこれほどまでに消費力が高いのか。その答えは、カジノに来る顧客の人物像から見えてくる¹。

1. 年齢、男女比

	米国平均	カジノ顧客
年齢(中央値)	45	46
男/女比	48/52	48/52
平均所得	\$48,997	\$56,663

カジノ顧客と米国国民全体の間には年齢、男女比ともに差はないが、平均所得においてはカジノ顧客が米国平均を15%ほども上回る。

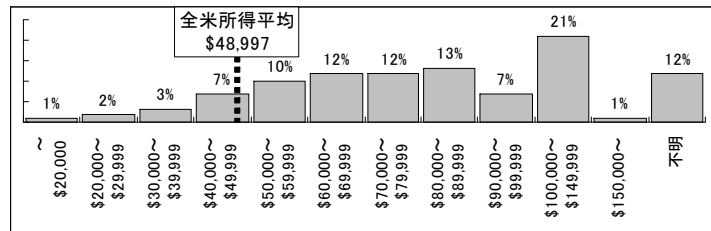
2. 所得 vs. カジノ参加率

この理由は所得別の参加率にある。所得別参加率を見ると高額所得者ほどカジノ参加率が高い。即ちお金持ちほどカジノへの参加を好む傾向が見て取れる。また、この傾向はカジノの複合化、リゾート化が進むほど強くなり、ラスベガス訪問者中では76%が全米平均以上の所得を持ち、全米平均を下回る所得の者は全体の13%しか存在しない。

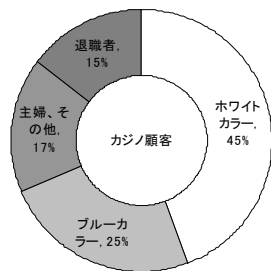
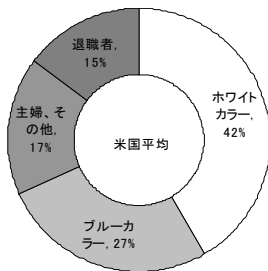
【所得とカジノ参加率 (全米)】

所得レンジ	参加率
~\$35,000	20%
\$35,001~\$55,000	25%
\$55,001~\$75,000	27%
\$75,001~\$95,000	29%
\$95,000~	31%

【ラスベガス訪問客の所得分布²】

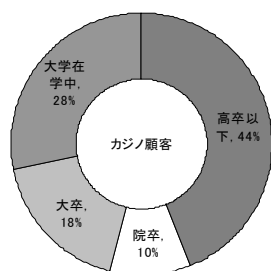
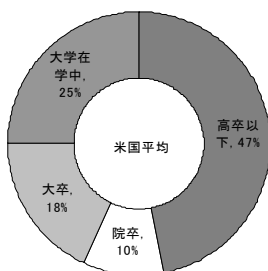


3. 職種



さらにカジノ顧客の従事している職種を見ると、退職者、主婦・その他の比率においては米国平均と変わらないが、知的労働従事者が全米平均を上回っていることが判る。

4. 最終学歴



また、カジノ顧客の最終学歴を全米平均と比べてみると、高卒以上の高等教育を受けた者の比率において全国平均を3%上回っていることも判る。

¹ 特に指定がない限り、以下統計はすべて”Harrah’s Survey 2006, Profile of the American Casino Gambler” (Harrah’s Entertainment)を元に EBI 編集。

² Las Vegas Visitor Profile(LVCVA)を元に EBI 編集

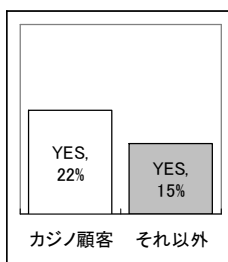
カジノ顧客消費性向

また、カジノ顧客（1年以内にカジノに行った層）と、それ以外（カジノに行かない層）の価値観や嗜好の違いを比べてみると、カジノ顧客の消費者としてのさらなる特性が見えてくる³。

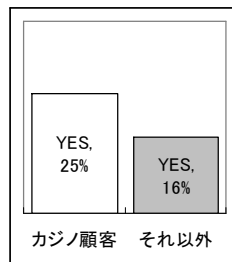
1. カジノ顧客と流行

カジノ顧客は流行に敏感かつ非常に活発な消費者である。カジノ顧客はカジノに行かない層よりも、世間の流行に敏感な消費者であり、最新のファッションや話題の食べ物を好み、新しく出来た飲食店にも果敢に挑戦する傾向がある。

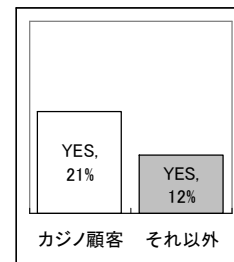
【最新ファッションが好き】



【流行の食べ物が好き】



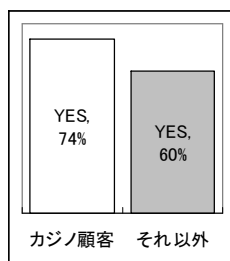
【新しい飲食店に挑戦したい】



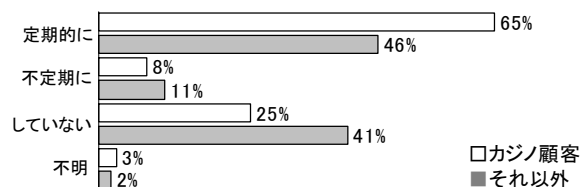
2. 貯蓄と老後の計画

一方、意外にもカジノ顧客はカジノに行かない層よりも老後に備えて慎重に計画を建てている。カジノ顧客のおよそ 65%が将来のために定期的に貯蓄を行っており、逆に将来のための貯蓄をしていないと答えた者はカジノに行かない層の方が圧倒的に多い。

【老後の計画を建てている】



【将来のための貯蓄】

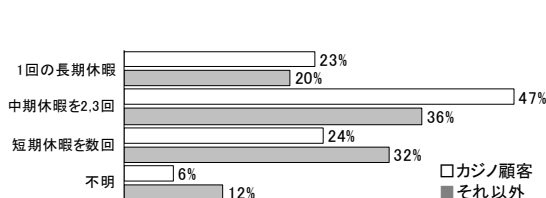


³特に指定がない限り、以下統計はすべて Harrah's Survey 2006, Profile of the American Casino Gambler” (Harrah's Entertainment)を元に EBI 編集

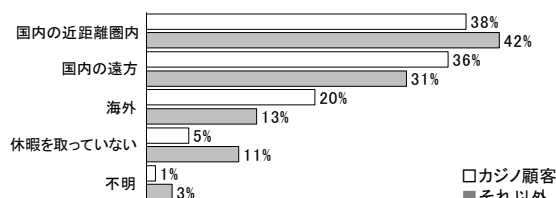
観光消費者としてのカジノ顧客

また、カジノ顧客はカジノに行かない層よりも、長期休暇を取得して海外もしくは国内の遠方地域へ観光に出かける傾向が高い。一方でカジノ顧客は、大きな買い物の前には入念に情報収集を行なう慎重な消費者でもあり、旅行に際してもインターネットなどを利用して積極的に情報を集めながら計画を建てる情報リテラシーの高い消費者である。

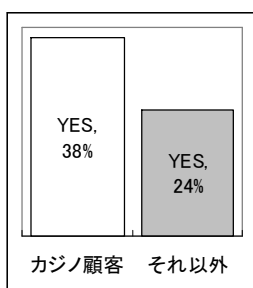
【どのような休暇取得を好むか】



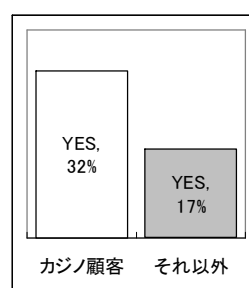
【最近行なった余暇観光】



【買い物前に必ず情報収集を行なう】



【旅行計画にインターネットを使う】



まとめ：

イメージだけではなく、データに基づいて正確にカジノツーリズムとその顧客の実態を理解する事が必要

1. カジノツーリズムは、その他の観光資源と比べて非常に高い観光消費と顧客満足度を生み出す強力な観光資源である。
2. 高級顧客層に向けた観光資源として、カジノツーリズムは有効である。
3. カジノ顧客は非常に流行に敏感かつ活発な消費者であり、消費市場を牽引するオピニオンリーダーである。カジノ顧客の消費力の高さは、所得の高さと共にこのようなカジノ顧客の旺盛な消費意識にも起因する。
4. 観光消費者としてのカジノ顧客は、比較的長期の休暇を取得して、海外や遠方の観光地に滞在することを好む。また、インターネットなどを利用して事前情報を積極的に収集する高い情報リテラシーを持つ消費者でもある。

【著者プロフィール】

木曾 崇

㈱エンタテインメントビジネス総合研究所 ゲームングビジネス事業部長／主任研究員

早稲田大学アミューズメント総合研究所 カジノ産業研究会 研究員

ネバダ大学ラスベガス校ホテル経営学部を主席卒業（カジノ経営学専攻）。米国ラスベガス Four Queens Hotel & Casinos でのカジノ事業部長付き経営研修生を経て、カジノ事業者大手 Caesars Entertainment 社（現 Harrah's Entertainment 社）に入社。同社会計監査部にて監査人業務を勤めた後、帰国。2004年、㈱エンタテインメントビジネス総合研究所に入社。主任研究員としてカジノの専門調査チームを立ち上げ、現在では国内外の各種カジノ関連プロジェクトに携わる。2005年より早稲田大学アミューズメント総合研究所カジノ産業研究会研究員として一部出向、同研究所で国内カジノ市場の予測プログラム「W-K シミュレータ」を共同開発。

エンタテインメントビジネス総合研究所は、日本で最も早くからカジノ研究に取り組むエンタテインメント業界の専門シンクタンクです。1993年、弊社はそのグループ基金によりネバダ大学内に「国際ゲーミング研究所（IGI）」の設立を支援、世界でも珍しいカジノ専門の研究所として業界内外より大きな評価を頂いています。国際ゲーミング研究所では、世界で初めてとなるカジノ経営学を含むホスピタリティ経営に関する博士号取得講座を運営。弊社と共同でカジノ、ゲーミング業界に直面する様々な問題と状況に焦点をあてその解決法を探るほか、ゲーミング産業のソフト、ハード両面における研究支援を行っています。また、現在ではカジノに関する基礎調査、実地調査など各種クライアント様からのご要望に応じた、個別の調査研究も承っております。

各種お問合せは下記連絡先まで。

〒110-0015 東京都台東区東上野 3-24-3

Tel: 03-5688-4751

Fax: 03-5688-5353

E-mail: kiso@eb-i.jp