

レジャー業界戦略レポート： 体験の再発明と収益化戦略

AIとパーソナライゼーションが駆動する次世代産業への転換

Analysis Period: 2019-2030

Focus: Theme Parks, Hospitality, Tourism, Entertainment

需要回復の裏に潜む「構造的脆弱性」と「二正面の変革」

表面的な回復 (The Illusion)

5兆3,065億円 

訪日外国人旅行消費額 (過去最高)

市場規模 75.2兆円 (2024年)

2019年水準を回復

水面下の危機 (Structural Crisis)

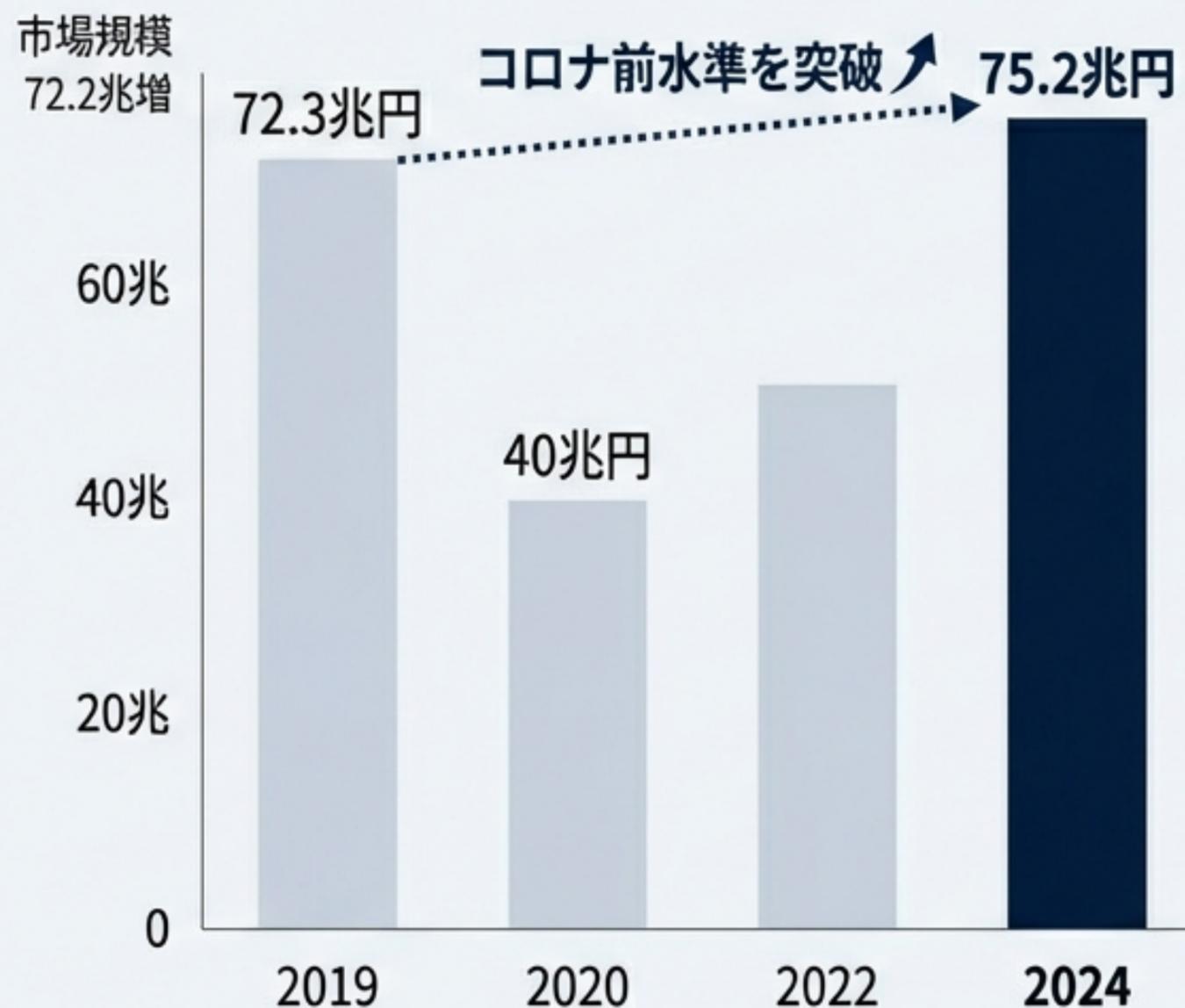
-  **労働供給の限界**
有効求人倍率 3 倍超によるサービス崩壊の危機
-  **消費価値の変遷**
モノ消費から「トキ・エモ消費」への不可逆的シフト
-  **可処分時間の争奪戦**
競合は同業他社ではなく、動画配信・ゲーム等のデジタル娯楽

Strategic Imperative: デュアル・トランスフォーメーション

「AIによるオペレーション効率化」と「パーソナライズによる体験価値最大化」を同時並行で推進する。

市場概観：インバウンドをエンジンとしたV字回復の軌道

レジャー市場規模推移（2019-2024）



訪日外国人消費のインパクト



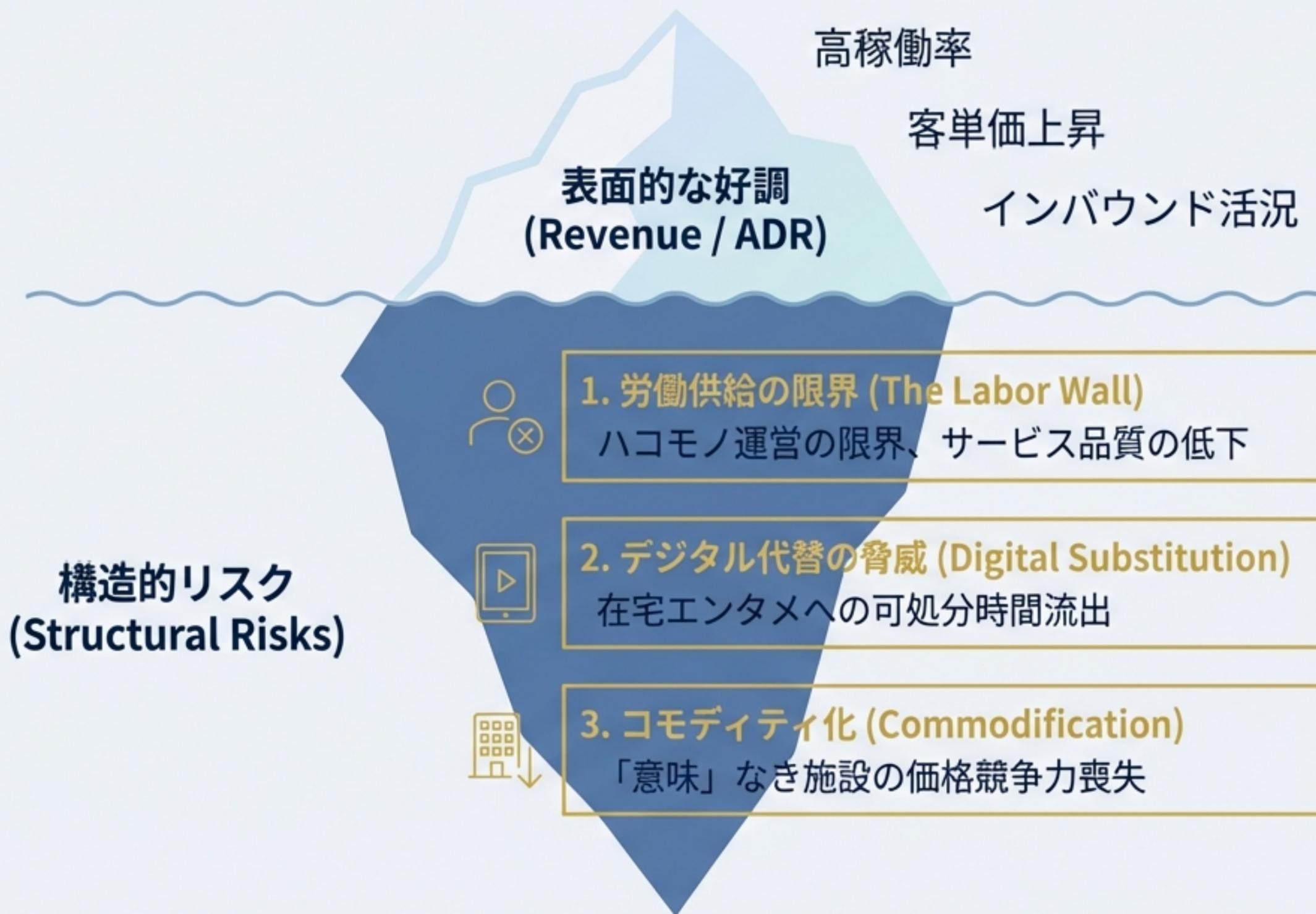
訪日客数は8割回復だが、円安と体験消費により消費額は過去最高



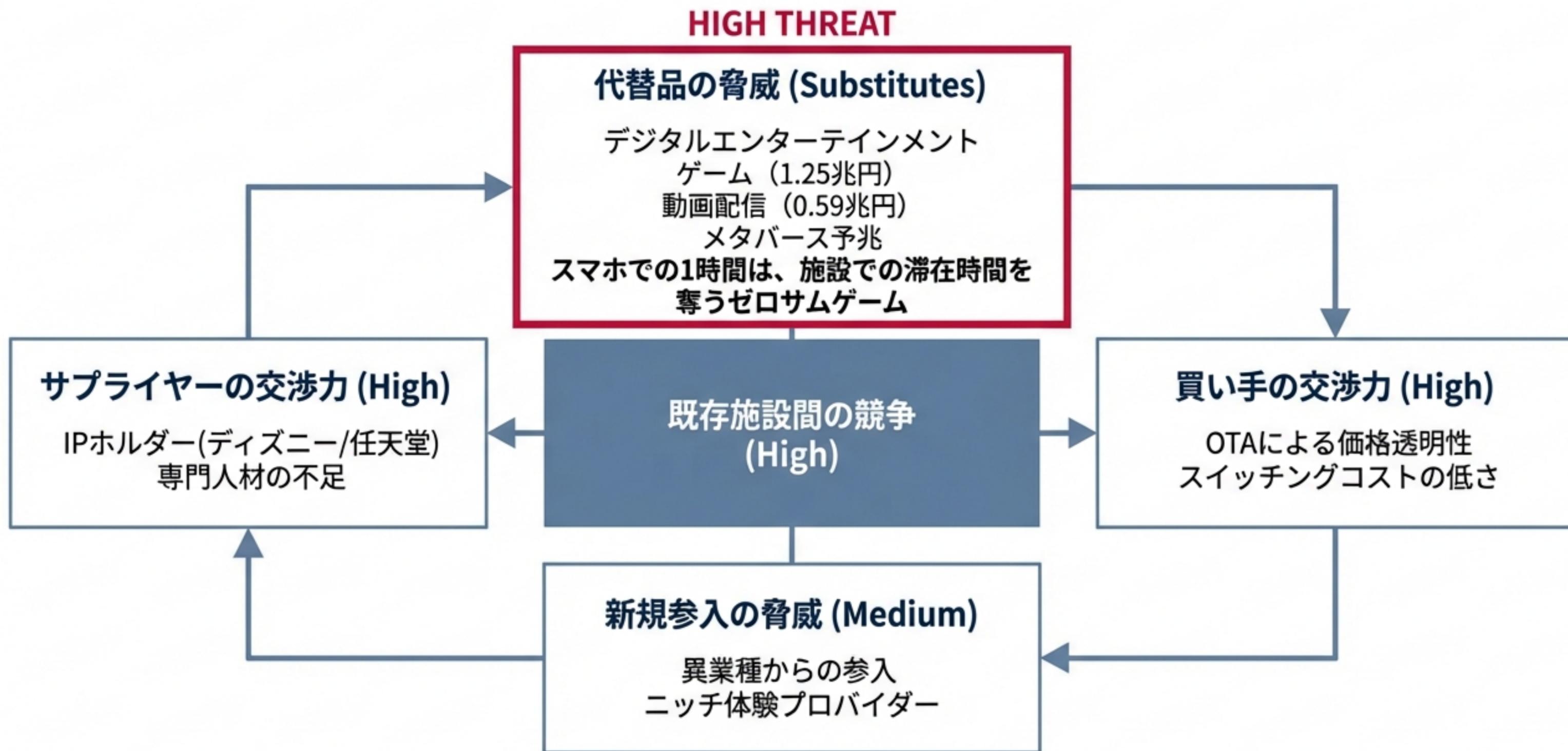
オンライン予約比率 (Global) : 69%

国内はOTA (じゃらん・楽天) による複占状態が継続

収益回復の水面下で進行する3つの構造的亀裂



競合の再定義：可処分時間を奪い合う「異次元の競争」



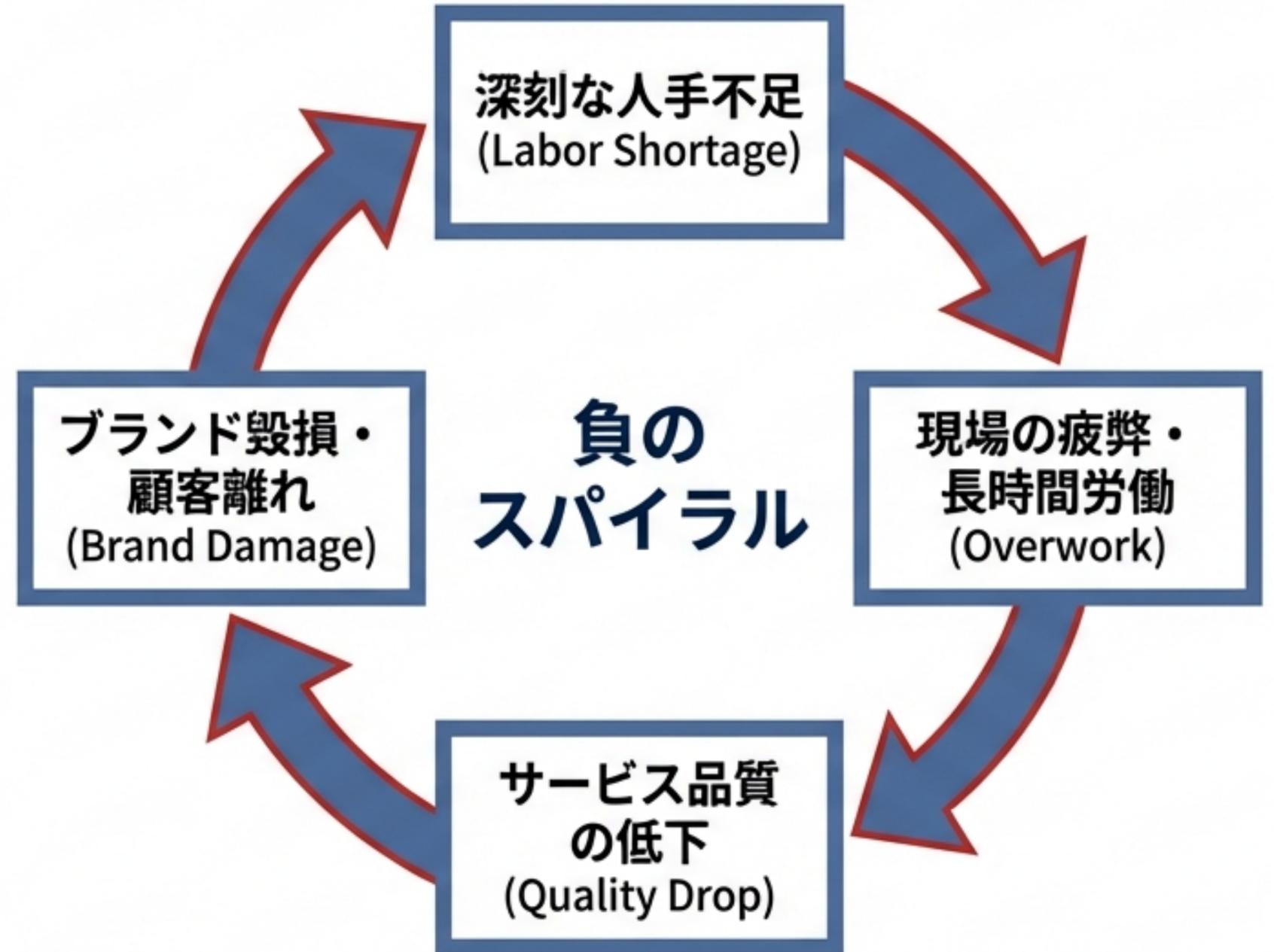
労働集約型モデルの崩壊：採用難と低生産性の二重苦

3倍

宿泊・飲食業の有効求人倍率
全産業平均を大きく上回る採用難

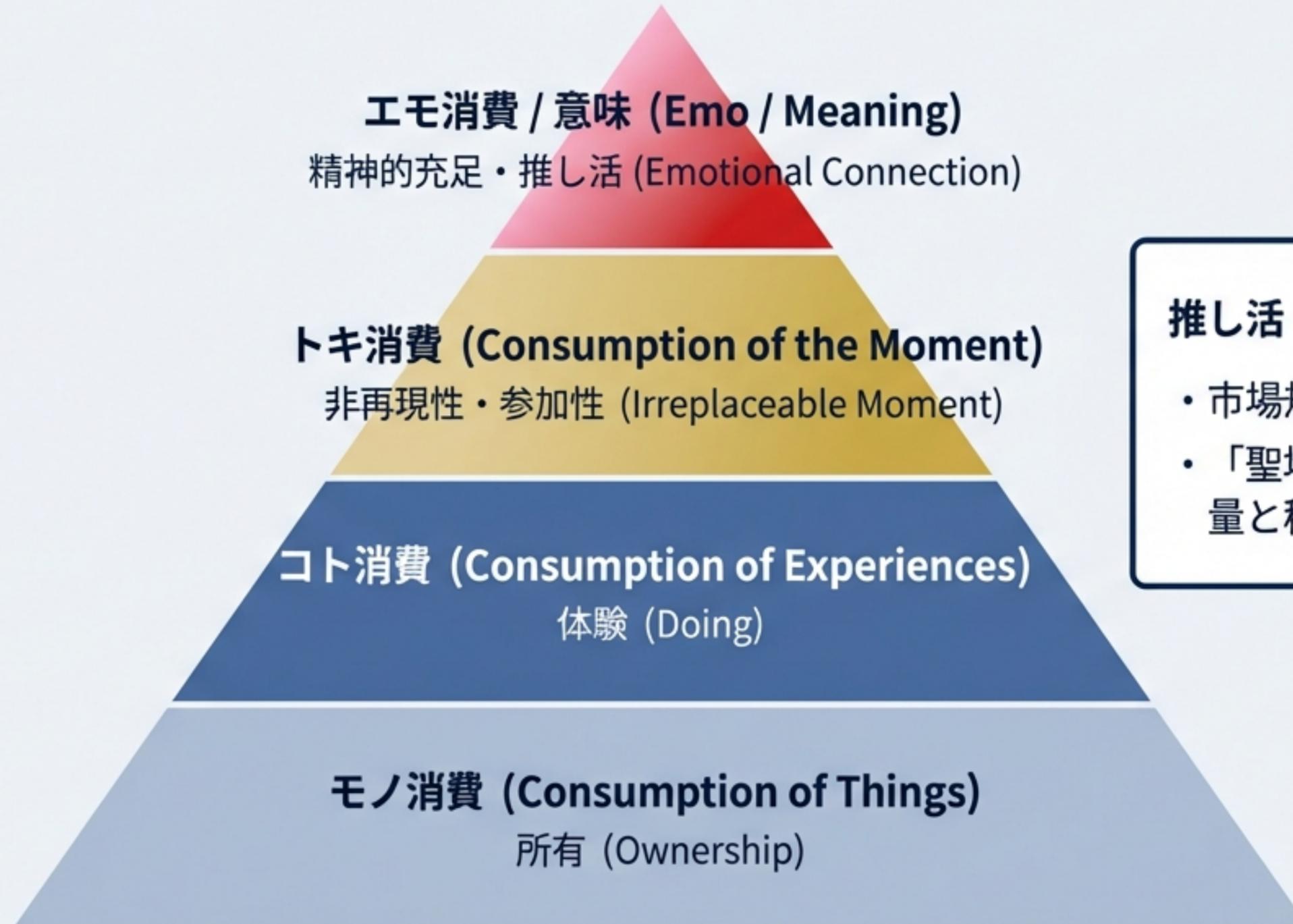
G7 最下位

日本のサービス産業労働生産性
OECD 38カ国中 32位



Conclusion: 人力頼みの「おもてなし」は維持不可能。テクノロジー活用が唯一の解。

消費価値の変遷：モノから「トキ」、そして「エモ」へ

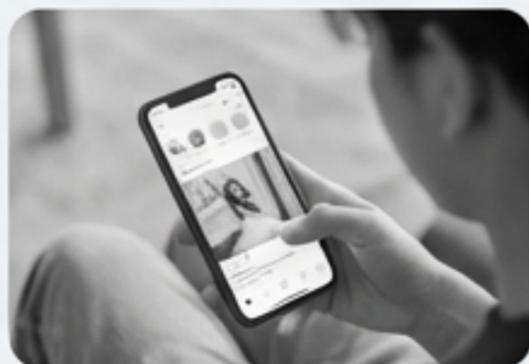


推し活 (Fandom Economy)

- ・市場規模 1兆円超
- ・「聖地巡礼」など、高い熱量と移動を伴う消費行動

顧客セグメンテーションとKBF（購買決定要因）

Z世代 (Digital Natives)



- Key Values: **タイパ** (Time Performance), **映え** (Worldview)
- Behavior: SNS検索 (TikTok/Instagram) が起点。ソーシャルプルーフのない場所には行かない。

インバウンド (Inbound)



- Key Values: **日本らしさ** (Authenticity), **ポップカルチャー** (Anime/Game)
- Driver: 円安による割安感。高価格帯体験への支払い意欲が高い。

アクティブシニア (Active Seniors)

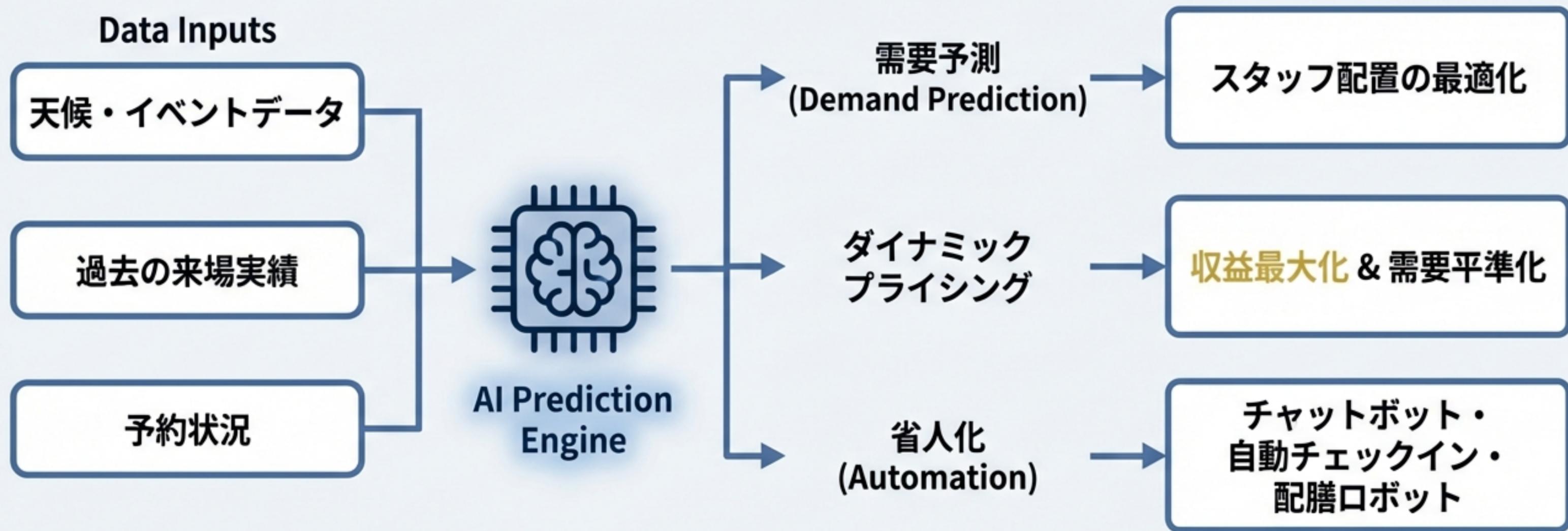


- Key Values: **ウェルネス** (Wellness), **快適・安心** (Comfort)
- Trend: 観光から「心身のリトリート」への目的変化。

**Strategic Implication: マスマーケティングの終焉。
各層に最適化されたハイパー・パーソナライ・ゼーションが必須。**

AIによるオペレーション革命：労働制約の突破

Solution Part 1: Operational Efficiency



定型業務をAIに任せ、人は「おもてなし」に集中する。

AIによる体験の再発明：ハイパー・パーソナライゼーション

Solution Part 2: Experience Value



「Phygital (Physical + Digital)」：デジタルでリアルな資産を拡張する。

先行企業の成功要因分析分析 (Case Studies)

Oriental Land / USJ

Strategy: IP Leverage (知的財産)

- 強力なコンテンツ (Disney/Nintendo) による「Moat(堀)」の構築。

Key: Premium Accessによる客単価向上。

Hoshino Resort

Strategy: Operational Excellence

- マルチタスクによる生産性とサービスの両立。

Key: ブランドへの信頼 (Brand Trust)。

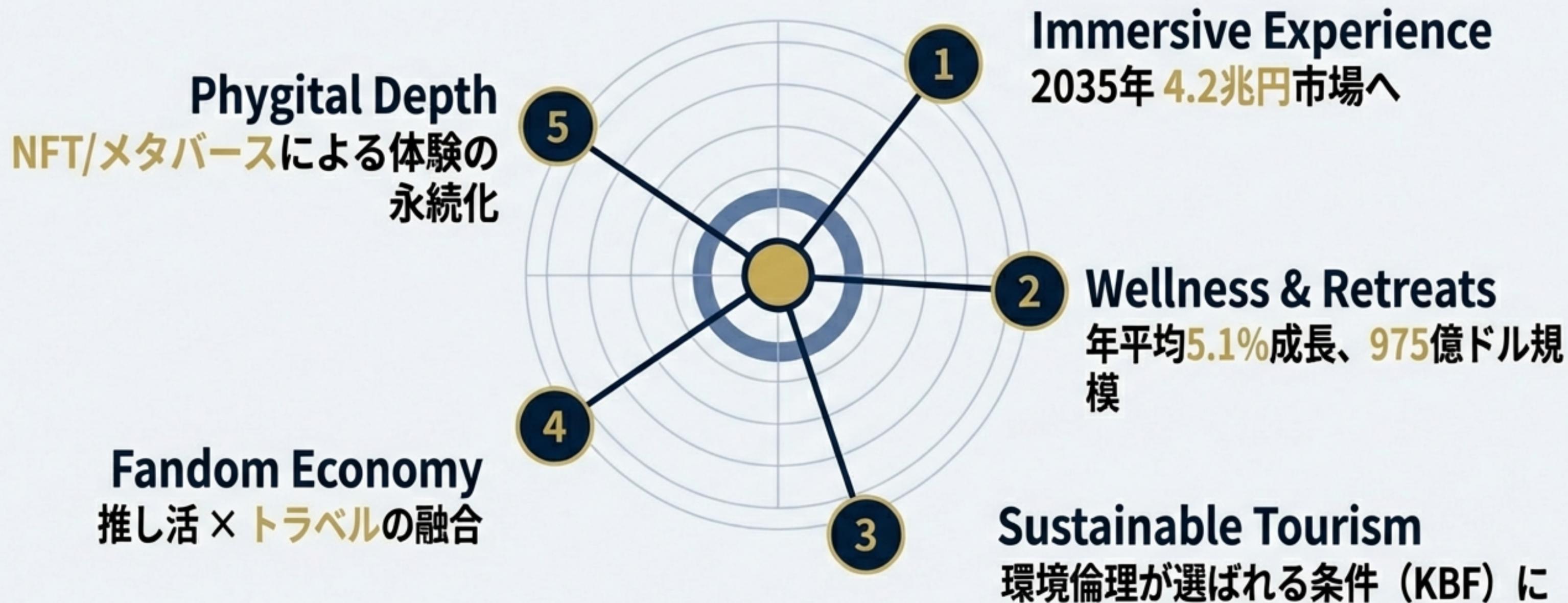
TeamLab

Strategy: Tech-Art Integration

- テクノロジーで「没入感」を創造。

Key: 他社にないクリエイティブ能力 (Inimitability)。

2030年への展望：成長を牽引する5つのメガトレンド



戦略的ビジョン：「AIドリブン・エクスペリエンス・プラットフォーマー」

Asset Operator (ハコモノ運営)

- 立地依存
- 労働集約
- マス・ターゲティング

Ticket Sales

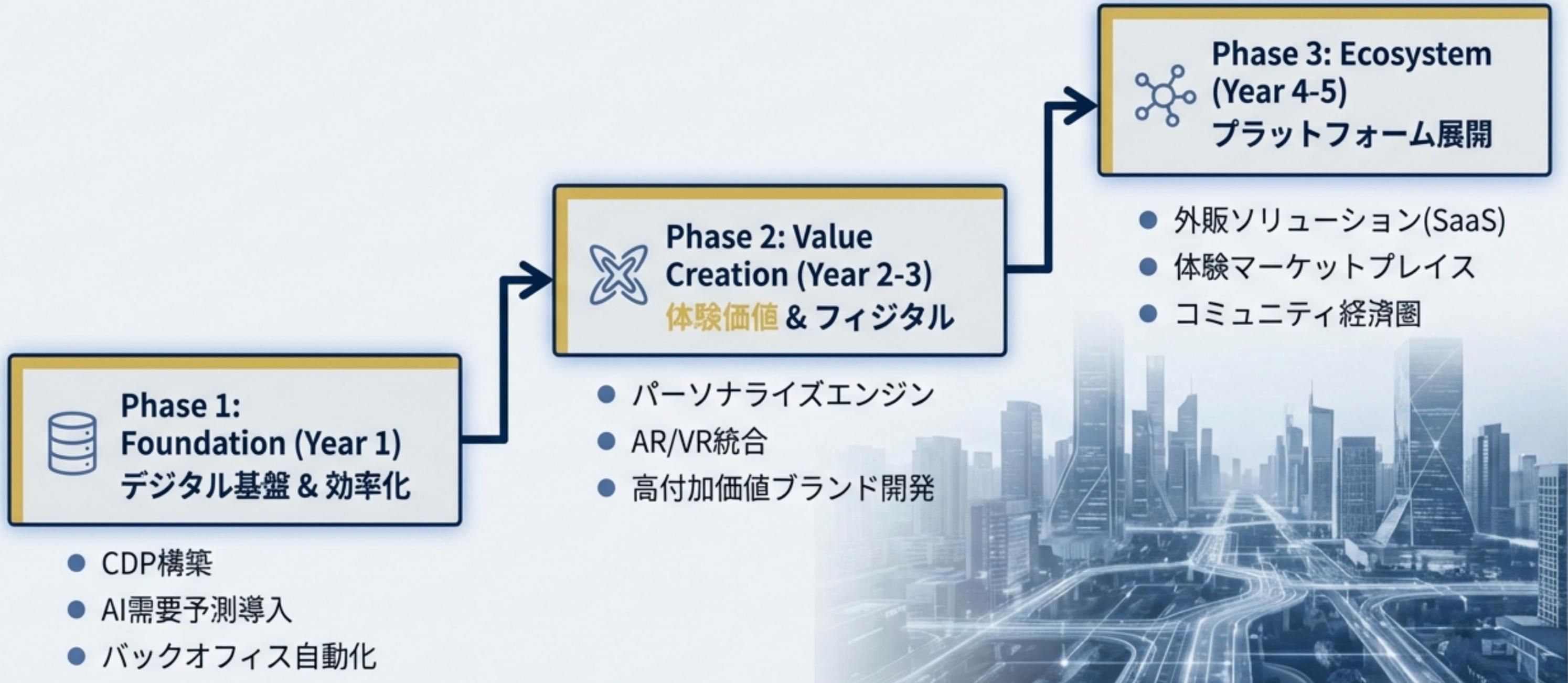
Real Assets × Digital Brains

Experience Curator (体験キュレーター)

- データ/IP依存
- AI最適化
- ハイパー・パーソナライズ

Lifetime Value (LTV)

変革へのロードマップ (3フェーズ)



結論：構造的リスクを競争優位への転換せよ



Labor Reform

採用ではなく
自動化で解決する。



Data Personalization

マスを「個」
に変える。



Phygital Integration

リアルとデジタルの
融合で時間を制する。

Become an Experience Platformer.

施設管理者から、体験プラットフォームへ。