

特別企画：九州・沖縄地区における遊園地・動植物園・水族館の経営実態調査（2019年決算）

収入高合計は前年比 4.7%の減少 ～SNSの活用などで増収、減収の明暗が分かれる～

はじめに

2019年の訪日外客数は約3188万2100人で過去最多を更新（日本政府観光局〈JNTO〉）。2018年度の遊園地・テーマパークの入場者数は約7946万人と前年比微増にとどまったが、増加基調にあり（経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」）、令和最初の行楽シーズンは好調であった。

しかし、令和2年目の夏は新型コロナウイルスの影響により、遊園地・動植物園・水族館を運営する企業にとって厳しい年となる。既に、緊急事態宣言の発出時には、休園や営業時間短縮などで影響を受けており、特に、九州においては訪日外国人観光客に対して依存していただけに2020年は通期を通して減収になることが見込まれる。長期化する新型コロナウイルスが企業に影響を及ぼしているかを比較するうえで今回のランキングはひとつの指標となるだろう。

帝国データバンク福岡支店は、2020年7月末時点の企業概要ファイル「COSMOS2」（147万社収録）および公開情報から、遊園地・動植物園・水族館経営企業のうち2017年～2019年（1月期～12月期決算）の3期連続で収入高が判明した九州・沖縄地区（以下、九州）の29社を抽出して分析した。九州における遊園地・動植物園・水族館経営企業に関する調査は今回が初めて。

- ◇ 「遊園地・動植物園・水族館経営企業」とは、原則として収入高のうち、遊園地・テーマパークおよび動物園・植物園・水族館経営による収入が最も大きい企業
- ◇ 業績は単体数値で推定値も含む。損益は当期純損益
- ◇ 対象期間中（2017年～2019年）に決算月変更を行った企業は集計対象から除いた

調査結果（要旨）

1. 九州における2019年の収入高ランキングは1位がハウステンボス（株）、2位が一般財団法人沖縄美ら島財団、3位がグリーンランドリゾート（株）となった
2. 2019年の決算における29社の収入高合計は前年比4.7%減の584億7100万円。うち、増収企業は8社で全体の27.6%
3. 29社のうち、2018・2019年の2期連続で損益が判明した15社をみると、2019年において2期連続の黒字企業は10社で全体の66.7%。一方で2期連続の赤字企業は1社（構成比6.7%）
4. 29社を収入高規模別にみると、「1億～10億円未満」が12社と最も社数が多かった。「10億～50億円未満」の企業で去年より増収企業が減少した

1. トップはハウステンボス(株)

九州における2019年の収入高ランキングは以下の結果となった。日本一広いテーマパーク「ハウステンボス」の運営を手がけるハウステンボス(株)(長崎県、前年比10.0%減)は、花や光、ロボット、ゲームなど6つの王国をテーマに楽しむことができるほか、夏には西日本最大級の花火大会である「九州一花火大会」が開催される。2019年は6つの王国シリーズをベースに、光りの噴水ショー「Water Magic」や季節限定イベントが好評で、長崎県の中央部に位置する大村湾の無人島「長島」で、AR(拡張現実)を利用したシューティングアトラクション「ジュラシックアイランド」を2018年7月から開始するなど新しいイベントを始めた。しかし、全国のテーマパークとの競合や天候不良、猛暑などの影響に加え、インバウンド需要の頭打ちにより減収推移が続き、業績を牽引してきた宿泊客数も減るなどの影響もあって、減収を余儀なくされた。

■2019年収入高ランキング

順位	商号	主な遊園地・動植物園・水族館	本社所在地	決算月	2019年		
					収入高(百万円)	前年比増減率(%)	構成比(%) ※1
1	ハウステンボス(株)	ハウステンボス	長崎県	9	23,638	▲10.0	40.4
2	一般財団法人 沖縄美ら島財団	沖縄美ら海水族館	沖縄県	3	-	-	-
3	グリーンランドリゾート(株)	グリーンランド	熊本県	12	5,298	8.9	9.1
4	(株)南都	おきなわワールド文化王国玉泉洞	沖縄県	3	2,815	0.6	4.8
5	(株)城島高原オペレーションズ	城島高原パーク	大分県	12	2,400	1.0	4.1
6	(株)海の中道海洋生態科学館	マリンワールド海の中道	福岡県	3	-	-	-
7	九州アフリカ・ライオン・サファリ(株)	九州自然動物公園 アフリカンサファリ	大分県	2	1,802	7.8	3.1
8	(株)マリンパレス	大分マリンパレス水族館「うみたまご」	大分県	5	-	-	-
9	多幸山(株)	琉球村	沖縄県	3	1,600	0.0	2.7
10	(株)阿蘇ファームランド	阿蘇ファームランド	熊本県	1	1,484	▲20.1	2.5

※1 2019年収入高の構成比は全29社の収入高合計に対する比率

※2「-」は収入高について当該企業が非公表を希望のため、収入高合計等には加算しているが、ランキング表については未掲載としている

2. 収入高合計、4.7%減

2019年の29社の収入高合計は584億7100万円で、前年比4.7%の減少となった。各社の収入高の増減をみると、2019年に増収となった企業は29社中8社(構成比27.6%)で、前年から17.2ptの減少となった。一方で減収となった企業は6社(同20.7%)だった。増収企業が減収企業を上回ったものの、ランキング1位のハウステンボス(株)や10位の(株)阿蘇ファームランド(熊本県、前年比20.1%減)といった規模の大きい企業の減収が全体の収入高を押し下げた要因として考えられる。

	収入高合計(百万円)	前年比増減率(%)
2018年	61,331	4.2
2019年	58,471	▲4.7

	2018年		2019年	
	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)
増収	13	44.8	8	27.6
減収	6	20.7	6	20.7
横ばい	10	34.5	15	51.7
合計	29	100.0	29	100.0

※横ばいは増減率±3.0%未満

増収企業では、“Instagram”などのSNSで動物の情報を発信した企業や、イベントシーズンの際にSNSの投稿に注力したことで集客が伸びた企業が見受けられたほか、香港や台湾などのアジア諸国のほか、フィリピン等の東南アジアからの来客者数が伸びたことも増収につながった。

一方、減収企業は前者とは逆で新サービスやイベントの告知不足のほか、インバウンド需要が頭打ちとなり外国人の集客を増やせなかったことや、日韓関係の悪化から韓国人の来客低迷が減収の要因となっていた。また、前期が大規模リニューアル1年目だったことによる反動で個人および団体客数ともに減少した企業も見受けられた。

3. 黒字企業増加、赤字企業減少

29社のうち2018年、2019年の2期連続で損益が判明した15社をみると、2019年の黒字企業は13社（構成比86.7%）で、前年から2社増加した。また、このうち2期連続の黒字企業は10社（同66.7%）となった。

他方、赤字企業は2社（同13.3%）。うち、2期連続で赤字となった企業は1社（同6.7%）となった。

損益比較	2018年		2019年	
	社数	構成比 (%)	社数	構成比 (%)
黒字	11	73.3	13	86.7
2期連続			10	66.7
赤字	4	26.7	2	13.3
2期連続			1	6.7
合計	15	100.0	15	100.0

※2期連続で損益が判明した企業が対象

4. 収入高「1億～10億円未満」の企業が最多

収入高規模別にみると、2019年で社数が最も多いのは「1億～10億円未満」で12社となった。前年比でみると、「1億～10億円未満」の企業で増収した企業が増えたものの、「100億～500億円未満」である2社が減収、「10億～50億円未満」の企業で増収企業が減っていることから、売上規模が大きい企業で減収や収入の伸び悩みが相次いだことで全体の減収幅も拡大したと考えられる。

収入高	社数	2018年						2019年						
		増収	構成比 (%)	減収	構成比 (%)	横ばい	構成比 (%)	増収	構成比 (%)	減収	構成比 (%)	横ばい	構成比 (%)	
500億円以上	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
100億～500億円未満	2	1	7.7	1	16.7	0	0.0	2	0.0	2	33.3	0	0.0	
50億～100億円未満	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	12.5	0	0.0	0	0.0	
10億～50億円未満	9	6	46.2	1	16.7	2	20.0	8	25.0	2	33.3	4	26.7	
1億～10億円未満	12	3	23.1	2	33.3	7	70.0	12	62.5	0	0.0	7	46.7	
1億円未満	6	3	23.1	2	33.3	1	10.0	6	0.0	2	33.3	4	26.7	
合計	29	13	100.0	6	100.0	10	100.0	29	8	100.0	6	100.0	15	100.0

※横ばいは増減率±30%未満

※四捨五入の関係上、構成比が100.0%にならない場合がある

5. 今後の見通し

九州・沖縄地区における遊園地・動植物園・水族館の2019年の収入高合計は584億7100万円で、前年比4.7%の減少となった。要因としてはランキング1位や10位の売り上げ規模が大きい企業が減収となったことがあげられる。また、SNS等を利用した情報発信や、インバンド需要の取り組みの仕方によって増収、減収の明暗を分ける結果となった。

2020年上半期は、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため臨時休業を余儀なくされ、繁忙期であるゴールデンウィークや卒業旅行シーズン中に利用客の取り込みができなかった企業が多い。加えて、自粛明けの収入回復源として期待されていた夏期休暇は、休校分の学習時間を取り戻すために短縮する学校が多いほか、足元で感染者数が増えていることで旅行や他県への移動を自粛する人が増えたため想定していたよりも収入が伸びていない可能性がある。また、7月22日から国内観光需要喚起を目的として「Go To トラベル」キャンペーンがスタートしたものの、新型コロナウイルス感染症が収束していない現状では利用者が急増するとは考えにくい。各遊園地や動植物園等では、入館制限や一部施設の利用制限などを設けて開園しているが、収入を増やすためには来客者数を増やす必要がある。しかし、人を増やせば3密対策が困難になるため歯がゆい状況が続いている。今後は長期化する新型コロナウイルスへの対応・対策をSNSでアピールすること、インバンド需要や県外の国内旅行者の増加を望めないことから、県内の利用者を如何にして取り込むかが重要となってくるだろう。

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク福岡支店情報部 担当：^{はなし} 晨 智海（分析）／橋谷祐樹（集計）
TEL：092-738-7779 FAX：092-738-8687

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。

著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。