

# 研究員 の眼

## 世界一安いディズニーランド

-円安のメリットを生かす努力を

取締役 経済研究部 部長 宮垣 淳一

(03)3512-1793 miyagaki@nli-research.co.jp

4月1日から東京ディズニーランドの入場料が値上げされた。6400円から6900円へ500円の値上げである。しかし、海外に目を転じると東京ディズニーランドの入場料が世界で一番安いことがわかる。下表の通り、フロリダの12,600円 カリフォルニアの11,500円に比べれば、およそ半分の入場料だ。円安の効果が大きい。

1ドル120円前後の円安になって半年近くが過ぎた。ドルを持っている人からすれば、80円の時代に比べれば、3分の2の価格になっていることになる。この円安の効果は、東京ディズニーランドだけではなく、日本のあらゆるもの・サービスの価格競争力を高めている。内閣府の景気ウ

ォッチャー調査でも、外国人からの需要の強さは如実に出ている。昨年春ごろは、「外国人」「インバウンド」といった言葉をともなった景気前向きコメントはほんのばらばらという感じであったのが、秋ごろから急激に増えはじめ、今や景気ウォッチャーの強気コメントの大半は「外国人・インバウンド」という感じである。

もともと外国や外国人からの需要に注力している分野では、この価格競争力を活かしさらにビジネスチャンスを拡大するための投資が活発に行われている。東京都心における免税品専用店舗の開発な

世界各国のディズニー入場料 (2015年4月現在)

	現地通貨	円換算
東京ディズニーリゾート	6,900円	6,900円
ディズニーランド (カリフォルニア・米国)	96ドル	11,523円
ディズニーワールド (フロリダ・米国)	105ドル	12,603円
ディズニー・パリ (フランス)	69ユーロ	8,867円
香港ディズニー	499香港ドル	7,730円

筆者調べ、為替レートは4月23日現在のレートで換算。

どもそうだし、地方の観光地においても外国人観光客受入れ増加のための様々な投資<sup>1</sup>が行われている。しかし、「外需」慣れしていない産業や地域では、まだまだこの円安効果を生かしたビジネス戦略が立てられていないところも多そうだ。

品質に自信はあるが、外国に輸出したこともない、日本に来る外国人に売ったこともない。外国人に自分たちの作るもの、提供するサービスの良さがわかるのか、という迷いもわかるが、まずはチャレンジしてみてもどうか。国産ワインの産地も地道な努力を続けて、本場欧州への輸出を試みている。

今の円安水準がずっと続くとは限らないが、すぐに80円に戻ることもなさそうだ。価格競争力のあ  
る間に、海外向け商品の開発、従業員への外国語教育、外国語ホームページの整備、海外販路の開拓、  
海外で通用するブランド構築などへの投資を進めてはどうか。多少円高になっても通用する日本のも  
の・サービスがひとつでも増えることを期待したい。円安には、メリットもデメリットもある。円安  
のメリットを最大限に生かす努力をしなければ、国民の購買力が減少するデメリットだけが残ってし  
まうことになりかねない。

---

<sup>1</sup> 例えば、2015年2月の景気ウォッチャー調査には、「英語版メニューを商店街で作った。外国人観光客の周遊コースになってきた（一般レストラン、南関東）」といったコメントがある。