

カンザスシティの娯楽施設におけるマーケティング 佐藤 孔基

私は現在ボートレースの運営に携わっているセクションに在籍しており、たくさんの方にレースを楽しんでいただけるような環境づくりに日々励んでいます。最近では本場に来場されるお客様が減少しているため、カンザスシティで同様の施設があればどのような手法で顧客獲得に努めているのか、比較検討してみたいと思い、調査しました。

残念ながらカンザスシティには公営競技が存在しませんが、類似施設としてカジノがあったため、今回は地元で有名なカジノを数か所訪問し、その調査結果を報告します。



この度、ホストファミリーの協力もあって、マーケティング担当のマネージャーともお話をすることができました。



(1) ターゲットの顧客層

昔に比べてアジア(特に中国)の経済成長が著しく、顧客数とゲーミングに消費する金額も圧倒的に多くなっているとのこと。このエリアの富裕層については、様々なサービスの差別化を図っているとのことでした。また、専門のツアーなども企画しているとのことでした。

(2) 外観イメージ

カンザスシティのシンボルである噴水を随所にちりばめ、ゴージャスかつエレガントなイメージを想起させています。



(3) 各種イベントの開催

有名歌手の無料コンサート、フリーゲームスロットなどの様々な魅力的なイベントを次々と企画し、さらにホエール(鯨)と呼ばれる大金を使われる顧客には、手紙やメールなどで直接案内文を送り、場合によっては渡航や宿泊にかかる費用の一部を負担するなどのサービスも行っています。



※写真は併設されている劇場。
コンサート会場はとても広く
生バンドの迫力は最高でした。

(4) 魅力的なファシリティー(レストランやスパなど)

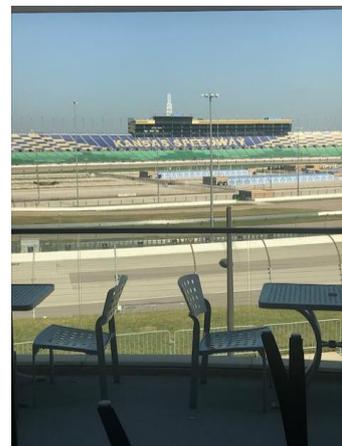
豊富なメニューを揃えたレストランやバー、極上のリラクゼーションが味わえる温浴施設など、ゲームの分野以外でも楽しめる環境づくりをしています。

※実に多種多様なレストランがありました。紙幅の都合でごく一部の写真を掲載しています。



(5) 大人の娯楽場から、家族も楽しめる場所へ

ゲーミングエリア内は21歳未満は入場禁止であるが、外にはキッズが遊べるエリアとして遊具が設置されていたり、カジノの屋外にはレーシング場が併設されていて、車のレースが観戦できたり、家族連れでも楽しめる娯楽施設となっています。



日本でもIR法案が可決され、今後ますます娯楽は多様化していくものと思われます。我がポートレース場も、今回調査した手法を用いて顧客獲得に向けて努力はしているものの、不十分な点があると認識しました。(特に、中国人向けのアピールとレストランを含めたファシリティーの拡充は急務であると考えました。)

今回の調査で得たものが、少しでもポートレース場への来場者数の増加につながるよう今後も努力・改革を行っていきたいと思います。