

東京サマーランド
水の王国プラン推進準備室
報告書
(アクションプラン)

2019 年 2 月

基本編

第1章 水の王国の基本的な考え方	2
1 水の王国プラン推進準備室について	3
2 本報告に至るまでの活動について	4
第2章 水の王国実現に向けた計画	5
1 アクションプランを策定する上での方向性	6
2 アクションプランの策定	8
3 アクションプラン 3つの基本施策	9
4 アクションプランの進行管理	10

計画編

アクションプラン内容	13
基本施策1 お客様の視点に立った施設運営	14
1-1 駐車場	14
1-2 入園口	14
1-3 ロッカー等	15
1-4 プール	15
1-5 遊園地	16

1-6	飲食物販	16
1-7	情報発信	16
1-8	受入態勢強化	17

基本施策2	(株)東京サマーランドの自立	19
2-1	集客の戦略化	19
2-2	東京都競馬(株)との関係	19
2-3	社内組織	20
2-4	人材育成	20
2-5	オフィス環境	20

基本施策3	社会環境変化への対応・地域との連携	21
3-1	交通手段・ライフスタイル	21
3-2	地域連携	21
3-3	南岸道路	22
3-4	C S R	22

基本編

基本編 第1章

水の王国の基本的な考え方

- 1 水の王国プラン推進準備室について
- 2 本報告に至るまでの活動について

1

水の王国プラン推進準備室について

経緯・目的

東京サマーランドは、オープン当初からプールを中心に健全なレジャーをお客様に提供するという使命により、プール、ウォータースライダーの施設の充実を図り、プールランキングでは現在日本一の評価をされる等多くのお客様に親しまれてきている。

しかしながら、少子高齢化、レジャーの多様化加え、近年の天候不順などにより経営環境は一段と厳しさを増している。

これを受け、近年の収支では、連結（東京都競馬(株)遊園地事業セグメント）・単体（(株)東京サマーランド）ともに赤字に陥ることが多く、東京都競馬グループにおける「都民レジャーの補完」という理由のもと事業継続することについて、株主・投資家から理解を得るには難しい状況となっている。

このような中、2017年10月、東京サマーランド未来戦略構築プロジェクトを立ち上げ、「東京サマーランドの現状把握と未来戦略構築」という共通のテーマについて検討を進めていくことで、東京都競馬(株)第2次中期経営計画「Road to『NEXT STAGE』」で掲げているグループ間でのノウハウ・ネットワークの共有やグループ間連携を図ることとなった。2018年3月、同プロジェクトは調査報告をもって終了し、同年4月、水の王国プラン推進準備室を設置し、東京都競馬(株)第2次中期経営計画、並びに(株)東京サマーランド中期経営計画に掲げる「心ときめく 水の王国」実現に向けての施策等の検討、立案を行うこととなった。

水の王国プラン推進準備室における検討・活動内容

2017年10月～2018年3月に活動した、東京サマーランド未来戦略構築プロジェクトでは、主に定量分析および定性分析による現状把握を行い、東京サマーランドにおける現状の課題事項を洗い出しつつ、外部有識者からの意見を聴取した。

これを受け、水の王国プラン推進準備室では、東京都競馬(株)並びに(株)東京サマーランド中期経営計画を踏まえ、報告対象項目を

1. お客様の視点に立った施設運営
2. (株)東京サマーランドの自立
3. 社会環境変化への対応・地域との連携

の3つのカテゴリに分類して抽出し、それぞれの目的、目指す姿、対策をまとめるべく(株)東京サマーランド内に設置した「企画会議」と定期的な合同ミーティングを実施しながら検討を行った。

基本編 第2章

水の王国実現に向けた計画

- 1 アクションプランを策定する上での方向性
- 2 アクションプランの策定
- 3 アクションプラン 3つの基本施策
- 4 アクションプランの進行管理

1

アクションプランを策定する上での方向性

水の王国プラン推進準備室では、「心ときめく 水の王国」の実現のため、各カテゴリーのアクションプランを策定するにあたり、東京サマーランドが持つ特長をどのように生かし、また、課題についてどう対応していくかという方向性を定めた。

方向性 1

豊かな自然を生かした「水の王国」へ

- ・オールシーズンで楽しめる、オンリーワンの水のテーマパークづくりを目指す。
- ・清潔、快適、オシャレを意識したインフラ整備を行う。
- ・建築物をはじめとして東京サマーランドに配されるものについて、景観（東京都景観計画の基準等）に配慮した素材・色彩を用いて、自然との調和を目指す。

方向性 2

裾野拡大による事業基盤強化

- ・各季節における集客テーマ・コンセプトを設定し、オールシーズン裾野を広く集客を行う。
- ・季節ごとに定番コンテンツの発掘を行い、通年営業を目指す。

方向性 3	お客様の笑顔は従業員の笑顔から ・東京サマーランドならではの“笑顔（おもてなしマインド）”を確立し、接客体制を統一する。 ・オフィス環境の改善など E S、モチベーションの向上に取り組む。
方向性 4	人材の活用による生産性の向上 ・内（会社、業務）外（社会）に通じる人材教育を強化し、従業員個々の能力、スキルを高める。 ・マルチタスク制度による効率的な人材配置により、会社の生産性を上げる。
方向性 5	常に先を見据えた施策の実施 ・社会やライフスタイルの変化（A I、キャッシュレス、S N Sなど）を見ながら、お客様の視点に立った施策を行う。 ・南岸道路都道化による効果（隣接地であることの潜在性）を考慮した事業運営を目指す。

2

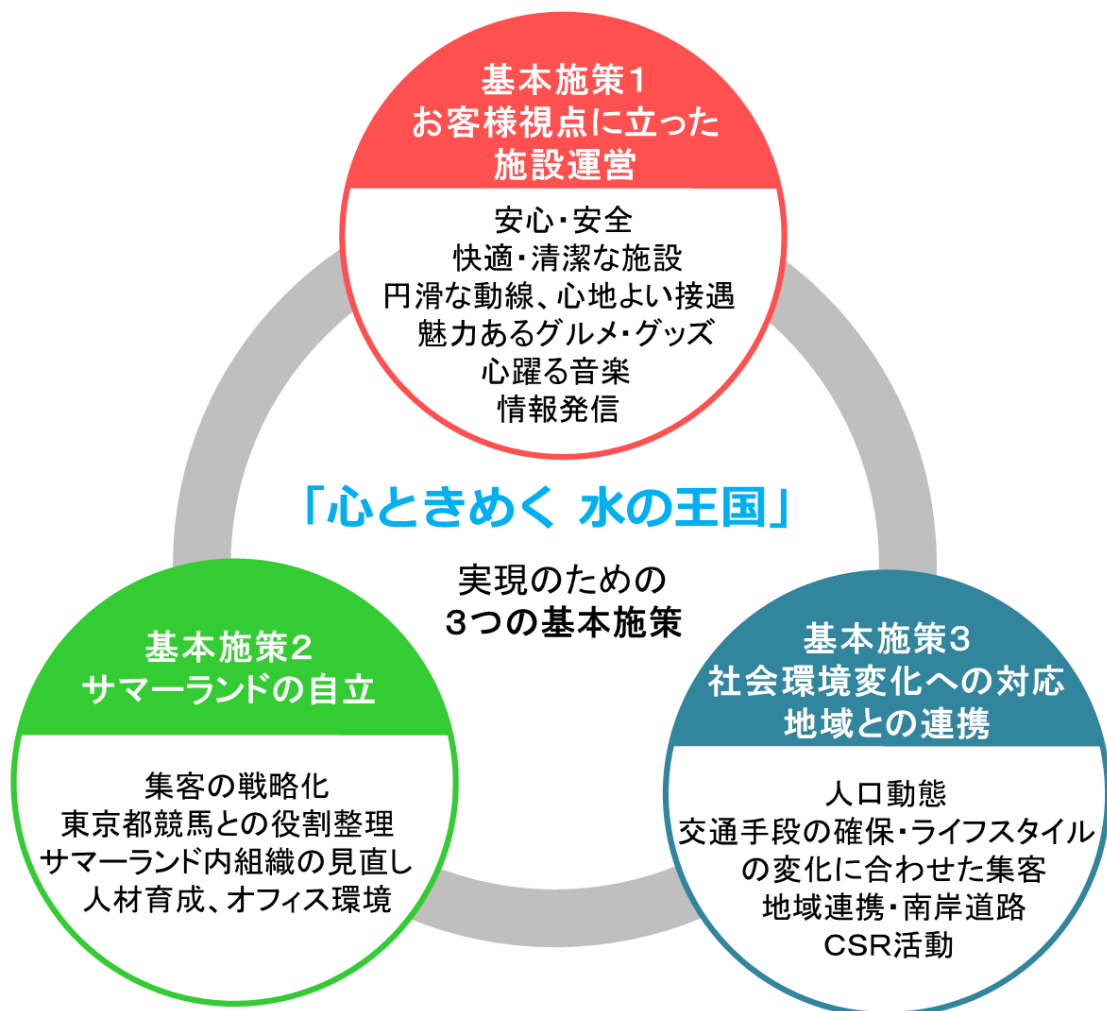
アクションプランの策定

水の王国を実現していくため、基本方針を軸として、アクションプランを策定する。計画期間は、2019 年から㈱東京サマーランド中期経営計画が終了する2021 年度までの3 年間とする。ただし、計画期間中は社会経済情勢の変化や行財政の変更が生じた場合など、必要に応じて見直しを行うものとする。

3

アクションプラン 3つの基本施策

本アクションプランでは、事業コンセプトである「心ときめく 水の王国」実現のため、前述の基本方針を念頭に水の王国プラン推進準備室および(株)東京サマーランド各セクションによる協議検討を行い、3つの基本施策を設け、これに基づき、現状分析や他社調査等を実施のうえ具体的施策を取りまとめた。



4

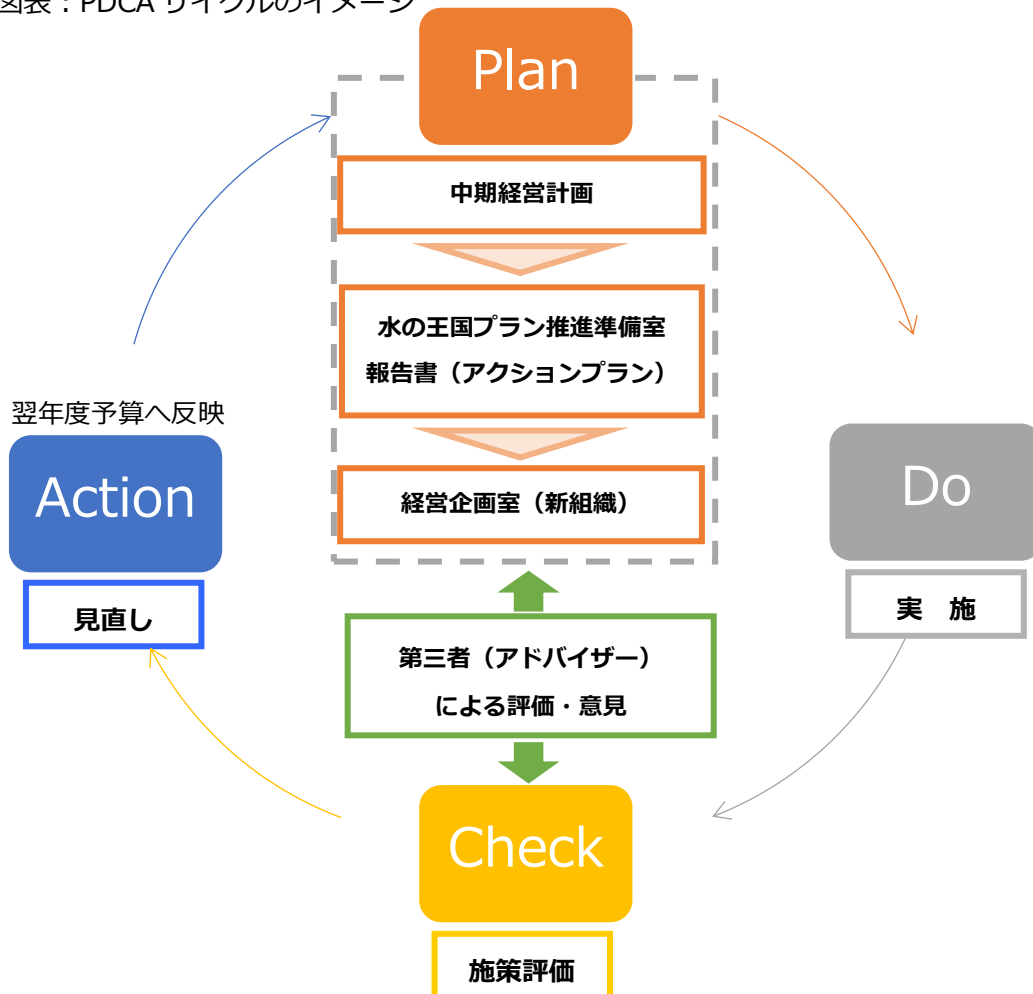
アクションプランの進行管理

東京サマーランドの事業コンセプトである「心ときめく 水の王国」の実現のためには、アクションプランに掲げた施策を着実に推進することが必要である。

成果を重視した質の高い㈱東京サマーランドの経営・運営を実現するとともに、お客様の満足度を高めるために、相談機能（アドバイス）を強化し、第三者からの評価・意見を積極的に取り入れる。（次頁参照）

アクションプランの進行管理にあたっては、効果的・効率的な施策評価制度を構築し、施策の達成状況や課題把握を行いながら着実に推進し（PDCA サイクル）、「心ときめく 水の王国」実現につなげていく。

図表：PDCA サイクルのイメージ



相談機能（アドバイス）の強化

社会経済状況の変化を踏まえた東京サマーランドの方向性の構築や、現状の課題・懸案への対応において、客観的な立場、また、各分野での専門的な立場にあるアドバイザーを設け、適宜、相談し指導・アドバイスを受けることとする。

また、個別相談と並行し、四半期ごとに合同会議を開催する。

編 画 計

計画編

アクションプラン内容

- 1 お客様の視点に立った施設運営
- 2 (株)東京サマーランドの自立
- 3 社会環境変化への対応・地域との連携

お客様の視点に立った施設運営

東京サマーランドでは本当にお客様を第一に考えた運営が行われているであろうか。東京サマーランド側の都合によって物事を決定していないか改めて見直し、アンケート等に見られる「利便性」や「快適性」についてのお客様の声を真摯に受け止め、あるいは、潜在的なニーズを想定した施策を実行することで、入園から退園に至るまで「心ときめく 水の王国」を目指す。

具体的施策

1-1

駐車場 / 駐車料精算の自動ゲート化

施策の目標

- お客様の入庫待ち時間削減（ゼロ）を目指す。
- 有人対応の削減（ゼロ）を目指す。

1-2

入園口 / 新入園管理システムの導入

手荷物検査の緩和によるスムーズな入園

施策の目標

- お客様の安全性を担保しつつ、不快感を軽減する。
- お客様のチケット購入待ち時間を削減（ゼロ）にする。
- 夏季期間中の入園受入れスタッフの総労働時間を2018年の1/2とする。

1-3

ロッカー等 / 園内での新設・分散配置、地下エリアの換気改善

施策の目標

- お客様が快適にロッカー、更衣室、シャワー室（以下、「ロッカー等」と言う。）を利用できるように、衛生環境を改善する。
- ピーク時における混雑に対応するため、ロッカー等の分散化を図り、清掃や案内といったソフト面での対応も強化する。
- お客様が施設を利用する前の段階で、期待を裏切らない環境を提供することにより、顧客満足度の向上、リピーター獲得につなげる。

1-4

プール / 造波再開、ナイトプールのバリューアップ

施策の目標

- 顧客満足度向上のため、安全で楽しい波のプールをお客様に提供する。
- 比較的空いている夏の夜の時間帯を有効活用し、夜のプールの新たな魅力を創出する。また、他施設にはない魅力を創出する。

プール / ドームのリニューアル

施策の目標

- 夏季の魅力を落とさず、春・秋にも集客できるようオールシーズン・全天候型で楽しめる、オンリーワンの水のテーマパークづくりを行う。

1-5

遊園地 / 老朽化遊戯機器・ロッジの廃止

施策の目標

- 老朽化遊戯機器の廃止および跡地利用を検討する。遊戯機器の跡地は、多目的に利用可能なエリア等にする。
- 2018年12月末のサマーランドロッジ営業終了に伴い、今後の宿泊客に対して宿泊施設の斡旋をし、さらには地域活性化等を目的として提携宿泊施設との連携を強化する。

1-6

飲食物販 / 魅力のある商品ラインナップ

施策の目標

- 季節の催事に合わせた限定メニューや、地産食材を取り入れたメニューがあり、その季節でしか食べられないという魅力がある。
- パッケージや容器などの見た目がおしゃれでかわいく、SNSで拡散したくなる商品となっている。
- アトラクションや有名キャラ・ゲーム・メーカーとのコラボ商品を作る。

1-7

情報発信 / ホームページ・SNSの活用

施策の目標

- ホームページ
「サマーランドの伝えたい情報」から「お客様が知りたい情報」への転換を図る。
- SNS
各種SNSのフォロワー数を増加させる。

受入態勢強化 / 接客体制の統一

施策の目標

- 全従業員にわかりやすく伝わる、東京サマーランドならではの“笑顔（おもてなしマインド）”の確立
- “おもてなしマインド”を浸透させるための教育体制の整備
- “おもてなしマインド”を維持し続けるための従業員のモチベーション向上策の実施

受入態勢強化 / 接客体制の統一（水の戦士）

施策の目標

- 「水の王国の戦士」になるためには「一流のプール監視員」としてのスキルと資質が必要不可欠である。
- 一流のプール監視員（スキル）
プール監視員として必要な資格の取得はもちろんのこと、公共プール施設の指定管理者が取得できる水準へ到達する。
 - 水の王国の戦士（ヒーロー）
エンターテイナーとしてパフォーマンスを実施、また水辺の事故防止の普及活動を実施する。キーワード：実務性、話題性、遊び心、憧れ、社会性

受入態勢強化 / キャラクターの活用

施策の目標

- キャラクターを通じて東京サマーランドのPRを行い、東京サマーランドを知っていただく機会を創出する。
- お客様と東京サマーランドの繋がりをより深め、キャラクターに愛着を持っていただき、リピーターの創出や、新たな価値創造に繋げる。
- キャラクターは、お客様や地域とコミュニケーションを図れる重要な要素であることを全社的に共有する。

受入態勢強化 / 園内 BGM の考え方と運用方法

施策の目標

- コンセプトに合わせ、非日常が感じられるような入口・出口の空間演出を行う。
- 園内では、ワクワク感や癒しなど、東京サマーランド（水の王国）ならではの気分が醸成できる音楽・BGM を提供する。

(株)東京サマーランドの自立

(株)東京サマーランドは、東京都競馬(株)より委託を受け「東京サマーランド」を運営している。東京サマーランド未来戦略構築プロジェクトにて、“会社として東京都競馬(株)との役割・関係性を考えなければならない”との報告を受け、役割・関係性の在り方を設定する。加えて、売上増、グループ間連携を模索する。

また、(株)東京サマーランド内においては、機能性の高い組織運営を目指すとともに、人材育成により、会社の自立を促進する。

具体的施策

2-1

集客の戦略化 / 季節別コンセプトの確立

施策の目標

- 季節ごとのコンセプトを設定し、コンセプトに沿った企画・イベントを立案する。
- 夏以外の季節について、企画・イベントの成熟度を高め、1年を通じて一定の集客ができる環境を整備する。

2-2

東京都競馬(株)との関係 / 経営と運営の明確化、設備投資等の経営判断

施策の目標

- 経営者＝東京都競馬(株)、運営者＝(株)東京サマーランドの立場と役割を明確にする。
- 投資判断の手順を整備し、適正な設備投資を行う。

2-3

社内組織 / 意思決定の迅速化、業務の効率化

施策の目標

- 経営企画室の設置により、意思決定→各部署への共有の迅速化、ボトムアップ型の円滑化を行う。
- マルチタスク制度の導入により、業務負担の効率化、情報・意識共有の平準化を目指す。

2-4

人材育成 / グループ共通・(株)東京サマーランド個別研修、 グループ内人事交流

施策の目標

- 少子高齢化やレジャーの多様化等、社会環境の変化に対応できる人材を育成する。
- 各事業に対する理解を深め、(株)東京サマーランド全事業に対する広い視野を持った従業員を育成する。
- グループ間のスムーズな人事交流を可能な状況とする。

2-5

オフィス環境 / オフィス環境の改善

施策の目標

- 業務の生産性や効率性を向上させ、従業員同士の活気ある交流が生まれるオフィス環境を整備する。
- 従業員が働きやすく、意欲向上につながる清潔な職場づくりの推進。

社会環境変化への対応・地域との連携

継続的な営業を目指す上で、刻々と変化する社会環境とのマッチングは言うまでもなく必須事項である。地域社会との連携などにより、将来の社会環境の変化に向けていかにリスクを軽減し、チャンスに転換できるかを考え、段階的に施策を講じていく。

具体的施策

3-1

交通手段・ライフスタイル / 車以外のアクセス拡充

流行を取り入れたイベント

施策の目標

- アクセスの拡充により、マイカーでなくても来やすい環境にする。
- 季節ごとのコンセプトを意識しつつ、流行にマッチしたイベントを実施する。

3-2

地域連携 / 地元自治体・企業との連携

施策の目標

- 市町村民感謝デーを三多摩エリア（26市3町1村）の自治体を対象に拡大を目指し、地域住民が地元を知り、アイデンティティを実感できるイベントを実施する。
- 企業感謝デーを取引先等の関係企業を対象に拡大し、各企業とアトラクション、イベント、商品等のコラボレーションを目指す。

3-3

南岸道路 / 都道化後による影響分析および今後の対応

施策の目標

- 周辺地域と連携する観光道路を目指し、パーク＆ライド、宿泊等の事業展開を進める。
- 秋川南岸道路事業が(株)東京サマーランドの経営・運営に支障をきたさないように、行政と協議・連携する。
- 都道化を踏まえた今後の都市計画のあり方を検討する。

3-4

CSR / 自然と調和した施設、地域・社会貢献

施策の目標

- 従業員が一致団結して景観の整備・保全に取り組み、お客様に感動と心地よい時間を提供する。
- 井戸水の利用に加え、LNG や自然エネルギーの導入を検討し、空調、電気設備等の省エネルギー化に努める。
- 秋川流域の連携・協働を意識したCSR活動を実施し、地域の観光拠点を目指す。

※本報告書の記述は、作成時点における計画・目標であり、今後の経済情勢などの要因により変更となる可能性があります。

東京サマーランド 「水の王国」プラン報告書

（ビジュアル資料編）

東京サマーランド 新コンセプト

「心ときめく 水の王国」

ソフト・ハード両面から
実現するためのキーワード



「Waterland = Summerland」

全てのモノ、コトが「Water」に結びつくことで
はじめて実現可能となる

① アドベンチャードーム

- ・入口のリノベーション
- ・ロッカー・シャワー・更衣室セットの分散配置
- ・アドベンチャードームのリノベーション

② アドベンチャーラグーン

- ・植栽スペースの追加
- ・豊かな水があることを強調
- ・「全てが天然水のプール」を強調
- ・大きくて楽しいプールを強調
- ・さらにパワーアップする絶景ナイトプール
- ・日陰エリアの拡張

③ スリルマウンテン

- ・フリーエリアの追加
- ・水のトンネルやミストなどの施設の追加
- ・水着で楽しめるスリルマシンを強調

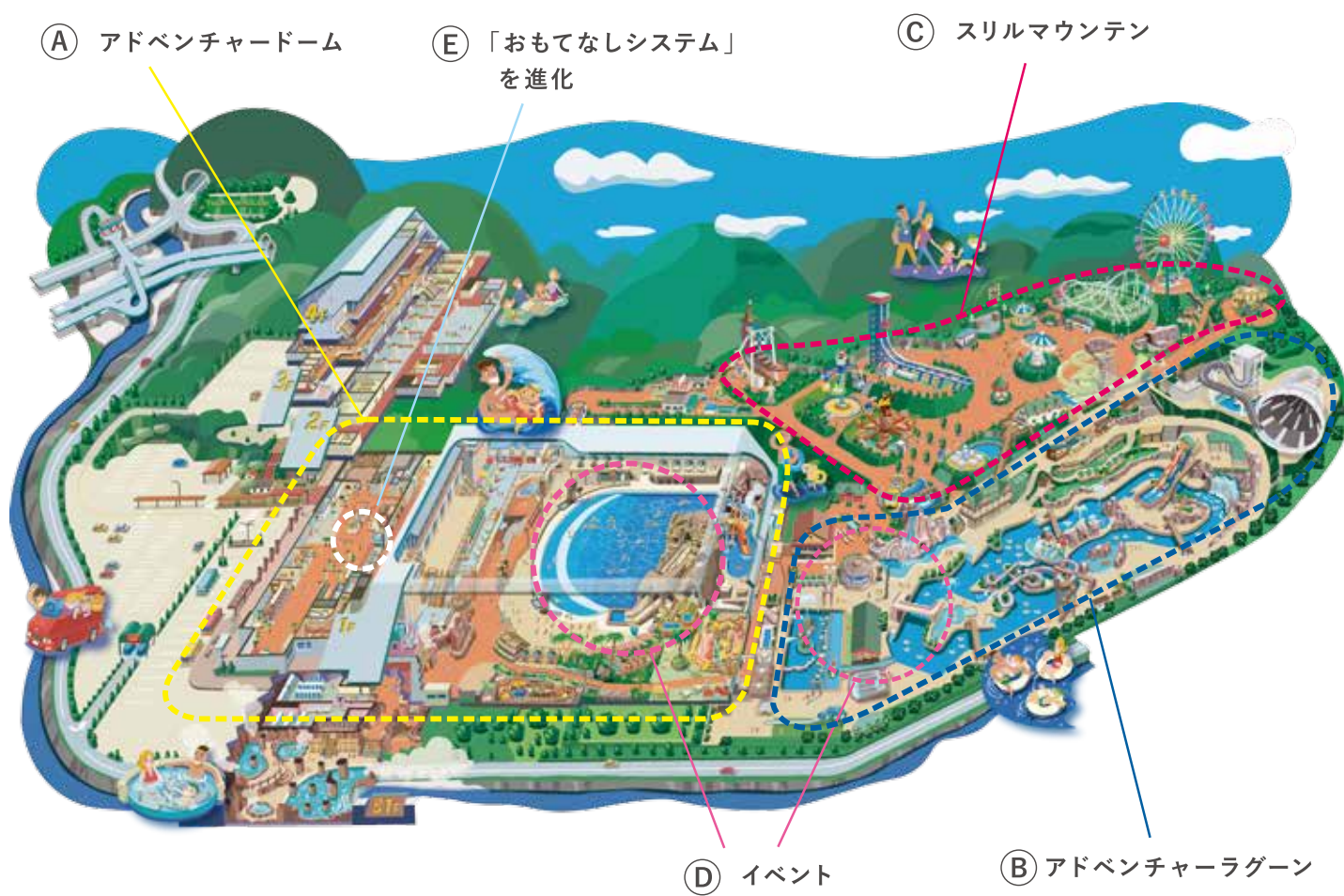
④ イベント

- ・水をテーマとし、プールを中心に
冒険・体験・学びができるイベントの開催

⑤ 「おもてなしシステム」 を進化

水
Water

「水は楽しい！！」
のために



① アドベンチャードーム

正面入口のリノベーション案（シックな色合いを出す、ブラウンを基調に）



① アドベンチャードーム

地下1階ロッカールームカウンター イメージ



清潔・快適 ①

清潔感、清涼感を演出
（2019年完了予定）

地下1階パウダールームイメージ



清潔・快適 ②

清潔感、清涼感を演出
(2019年完了予定)

① アドベンチャードーム

2階 女性用 ロッカー／シャワーエリア入口 イメージ



2階 女性用 ロッカーエリア イメージ



清潔・快適 ③

清潔感、清涼感を演出
(2019年完了予定)

① アドベンチャードーム

2階 男性用 ロッカー／シャワーエリア入口 イメージ



2階 男性用 ロッカーエリア イメージ



① アドベンチャードーム

新規顧客獲得に向けた「アドベンチャードーム」リノベーション案
（2020年以降）

アドベンチャードーム リノベーション CG



“水”と“体験”をキーワードにした
日本最大級の全天候型レジャープール（6月～9月）



“体験”と“冒険”をキーワードにした
冬でもTシャツで遊べる、日本最大級の全天候型アスレチックフィールド（10月～5月）

唯一無二の水のテーマパークへ！！
『大自然、オアシス、アドベンチャー』

ユーザーの新たな「オアシス（快適な水空間）」を創出
(2020年以降)

② アドベンチャーラグーン

植栽・イベントスペース追加イメージ



『徹底水質』→井戸水だから冷たくて、キレイなんだね！

プールの水が「天然水」

② アドベンチャーラグーン

全てが「天然水のプール」



② アドベンチャーラグーン

大きくて楽しい プール



緑とブルー（森・空・水）に囲まれた、夏の開放空間。
スケールだってスゴイぞ！！

水の王国にふさわしい「大きさ」を保有している

夜のちょっと大人な思い出（女性はもちろん家族でも楽しめる）

今年さらに魅力的になる「ナイトプール」
（2019年から）

② アドベンチャーラグーン

2019年さらにパワーアップする「絶景ナイトプール」



③ スリルマウンテン

「快適な水廻り」要素としての「日陰」づくり
(2019年から)

日陰のある フリーエリアイメージ



水着で乗る爽快感!!

③ スリルマウンテン

「水着で楽しめるスリルマシーン」

水着で楽しめるスリルマシン



※ご利用の際はTシャツ等の上着と履物の着用が必要となります。

③ スリルマウンテン

滝のステージ ミストメージ



水とふれあう。人とふれあう。

各シーズンに合わせたイベントを創出

④ イベント

春イベント（3月～4月中旬）

キッズダンス



GWイベント（4月中旬～5月下旬）

フラダンス



水とふれあう。光と音を楽しむ。

昼も夜も楽しいサマーランド。

④ イベント

夏イベント（6月～9月）

絶景ナイトプール



なつうた



水とふれあう。人とふれあう。

昼も夜も楽しいサマーランド。

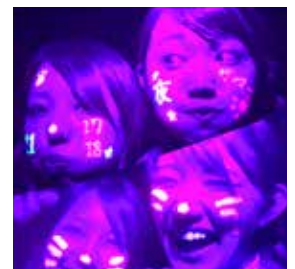
④ イベント

秋イベント（9月～11月）

カッパウェーブ



光を楽しむ！
Enjoy the Night



アイドルステージ



水とふれあう。人とふれあう。

冬もやる！サマーランド。

④ イベント

冬イベント(Xmas)

フラフェスタ



キッズデイ



水の王国へのストーリーは、入る前から始まる！
さあ わくわくの世界へ……

⑤ 「おもてなしシステム」を進化

入口 ドライミストメージ

