

富山青年元気塾 チームTAKAHASHI

---

## らいちようバレースキー場再生プラン

～日の丸飛行隊のように V字回復へ～

# 事業企画趣旨

## 内部背景(現状)

- 運営開始:昭和52年1月
- 利用者数:ピーク時の平成7年は約20万人
- 昨シーズンは約9万人(うち1万人はグリーンシーズン)
- ボード:スキー=6:4~7:3でボード多い
- 職員数=8~9名(県&立山山麓レクリエーション開発)
- 従業員数=50~60名(リフト、駐車場、パトロールなど)

### 支出の内訳(年間)

- ・運営委託=約1億円(立山山麓レクリエーション開発へ)人件費、電気代、圧雪車
- ・土地代=約2千万円(地主へ)・原価償却=約9千万円・修繕(点検・整備)=約1億円

### 収入はリフト券のみ

- ※ロッジ・レストランは個別経営で、売上に応じたマージンはもらっていない。
- 1日券より、時間券(午前・午後・デイトム)が売れるようになっている
- 極楽坂は富山市(旧大山町)が所有、運営は大山観光開発㈱

らいちょうバレースキー場の平成16年度決算は、リフト券の料金引き下げなどを行うも利用客は前の年度よりも8パーセント減り、9万人余り。料金収入は、1億8929万円で人件費などを抑えた結果、赤字幅を前年度よりも2400万円削減するも、1億1000万円の赤字で、7年連続で1億円以上の赤字となる。累積赤字は30億9300万円。

## 外部背景(環境・市場)

### ■市場

国内のスキー人口はピークだった1993年の1770万人から、2003年は760万人と実に57%も減っている。

「バブル崩壊と入場者が減り始めた時期は、ほぼ一致する」

シーズン	総人口	スキー人口	ボード人口
'04シーズン	1,190万人	760万人	430万人

<http://homepage3.nifty.com/skis/story5.htm>

### ■環境

- ・アクセスの効率アップにより若者の県外への流出
- ・「安・近・短」型レジャーへの移行
- ・アシックスは5月、スキー板など用具の販売事業から撤退した。スポーツ用品販売のアルペンは、主力のスキー用品店を、野球やサッカーなど総合スポーツ店に転換する方針

## 事業方針の基本的な狙い

### 【改善方針】

- ・県外に滑りに行っている若者に「らいちょうバレー」(立山山麓)に来てもらう
- ※雪質はどうしようもないが、高速代がかからないメリットがある
- ・北陸(福井・石川)、関西から上越・白馬方面へ流れている客も狙う
- ※福井・石川・関西のスキー場よりは雪質・ゲレンデスケールとも上
- ・韓国、中国からのスキー客のさらなる獲得

## 事業ビジョン・将来展望

森市長の「公設民営」の理念を取り入れ、「安・近・短」のメリットを最大限に活かし、スキー客以外の集客、夏場の集客も目指し、「らいちょうバレースキー場」を再生させ、県民の娯楽・冬のスポーツ場所を提供する。

⇒大幅なイメージチェンジが必要

※ハードの追加・改修には大きな費用がかかるので、できるだけソフトでできることから

## 基本戦略 方向性

リピーターを創出するための販促を展開。  
告知手段として参加型イベントにて母集団を形成し  
そこからハブ役を作り、拡大させる集客を行う。

# 基本コンセプトへ

## 現状イベント

---

- 12月15日(木) スキー場オープン!(安全祈願祭)
- 12月17日(土) オープニング・ファン感謝デー  
(リフト、ゴンドラが1日無料)
- 1月12日(木) スキーの日(先着プレゼント)
- 2月18日(土) らいちょうバレー感謝イベント  
~19日(日) (雪上ボーリング、宝探しなどご家族、カップルで楽しめるイベントを予定)
- 2月24日(金) ファン感謝デー  
~26日(日) (1日券・2日券購入者はナイター無料)
- 3月3日(金) ひなまつりファン感謝デー  
(女性のみリフト、ゴンドラ無料)
- 3月上旬~ ファン感謝サービス(HP等でお知らせします)
- 3月12日(日) ファン感謝デー

### ■こどもサービスデー

毎週土曜日、小学生はリフト1日券・2日券が半額。  
(らいちょうバレー・極楽坂でのみ利用できます。)

■第3日曜日は「スキー子どもの日」リフト券購入のお子様为先着プレゼント。



イベント風景(17年2月)

## 成功事例

### NPOが運営する粟巣野スキー場に注目

#### ●ボランティアによってスキー場と地域を活性化

スキー&スノボシーズン到来。県内13スキー場は12月中～下旬にオープン予定となっており、天候や積雪状況が気になる所。県内スキー場のなかで特に注目したいのが、立山山麓の粟巣野スキー場だ。昭和35年にオープンした同スキー場は県内でも草分け的な存在だが、近年入場者の減少などにより採算が悪化。スキー場を存続させ、地域活性化に役立てようと、地元住民や青年団、有志らによって民間非営利団体「NPOあわすの」が設立され、昨シーズンからスキー場の運営にあたっている。

昨シーズンは140名余りのボランティアの活躍やリフト券の値下げ、リフト乗り場での検札廃止などによる経費抑制によって来場者の減少に歯止めがかかった。今シーズンはさらに集客を図ろうと、ゲレンデ拡張による中級者向けコースの新設や天然ハーフパイプの開放、モーグルバーン・深雪バーンの拡張、キッズコーナー新設など、ハード面での充実に積極的に取り組んでいる。ゲレンデの草刈りや整地、リフト降り場の板張り替え、休憩用デッキの作成などはボランティアを中心に9月から進められてきた。あとは冬将軍の本格的な到来を待つばかりだ。

NPOあわすのの野崎和彦事務局長は「粟巣野スキー場は12月20日(土)にオープンします。スキー・スノボ・歩くスキーの無料講習会の実施や、立山少年自然の家などと粟巣野スキー場をバスで結び、宿泊者や修学旅行生の団体を運ぶサービスも計画しています。県外のお客さまにぜひ粟巣野の魅力を感じてほしいですね」と語る。NPOが運営するスキー場は全国でも粟巣野と宮城県白石市の蔵王白石スキー場の2カ所だけで、スキー人口が減少するなか赤字に悩む全国のスキー場関係者から粟巣野の取り組みが注目されている。



# 基本コンセプトマップ(事業の全容)

## テーマ

らいちょうバレーの復活のために、リピーターを創出するための販促を展開。  
告知手段として参加型イベントにて母集団を形成しそこからハブ役を作り、拡大させる集客を行う。

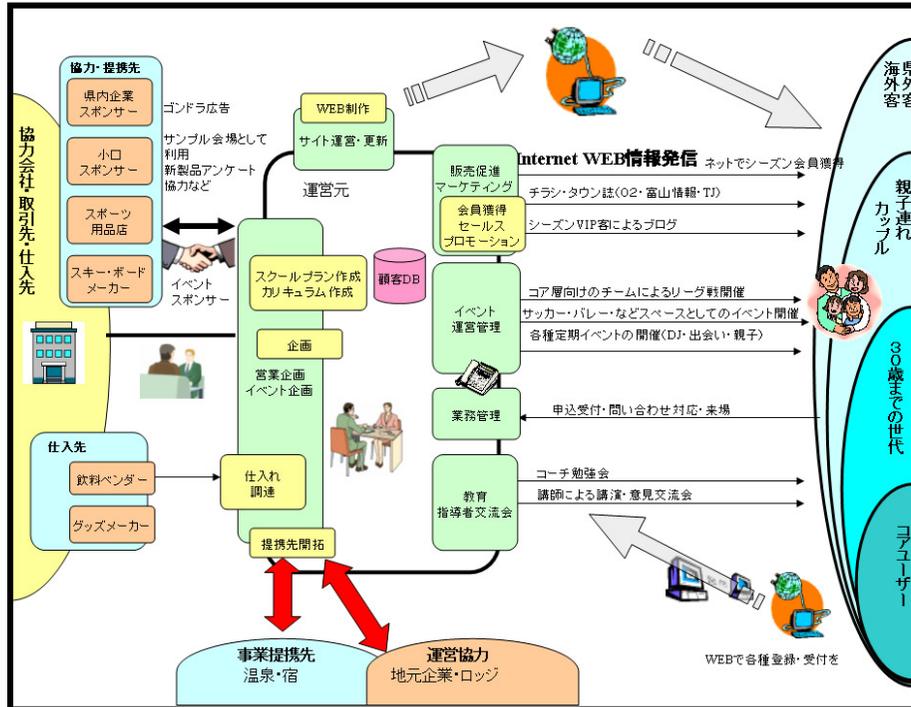
## 内的環境

- ・1億1000万円の赤字で、累積赤字が30億円超
- ・利用客は前年度よりも8パーセント減り、9万人余り。
- ・7年連続で1億円以上の赤字となる。
- ・県が今季限りで「らいちょうバレースキー場」からの撤退を打ち出し、富山市が受け入れを検討している。

客単価3500円 × 9万人 = 3.15億円

客単価3000円 × 10万人 = 3億円

## 第1フェーズの基本システム(全体イメージ)



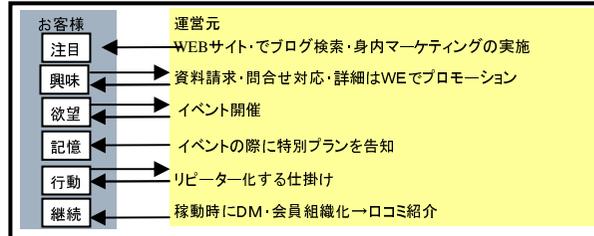
## サブシステム

<b>販促マーケティング</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広告など販促ツールの準備、構築</li> <li>・ユーザーごとのハガキ、DM郵送</li> <li>・WEB製作</li> <li>・外商営業、ポスティング</li> <li>・検証作業</li> <li>・身内マーケティング</li> </ul>
<b>イベント運営</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・登録受付(チーム・個人)</li> <li>・個客リレーションによる情報収集・専門的説明</li> <li>・予約受付</li> <li>・イベント運営</li> </ul>
<b>営業企画イベント企画</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業活動の振り返り PDCサイクル確認</li> <li>・イベント(大会)企画と実施</li> <li>・カリキュラム開発</li> <li>・提携店への企画提案業務</li> <li>・販売商品選定</li> </ul>
<b>販売顧客管理</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自販機の選定、交渉</li> <li>・グッズもとの交渉、提携・テナント管理</li> <li>・仕入れ、在庫管理</li> </ul>
<b>教育指導者</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コーチを目指す人材確保</li> <li>・子供育成、人格形成</li> <li>・コーチ育成</li> <li>・提携先へ派遣研修</li> </ul>

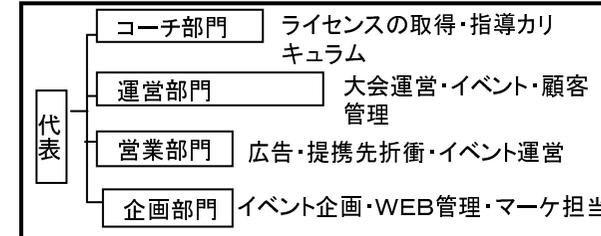
## 外的環境

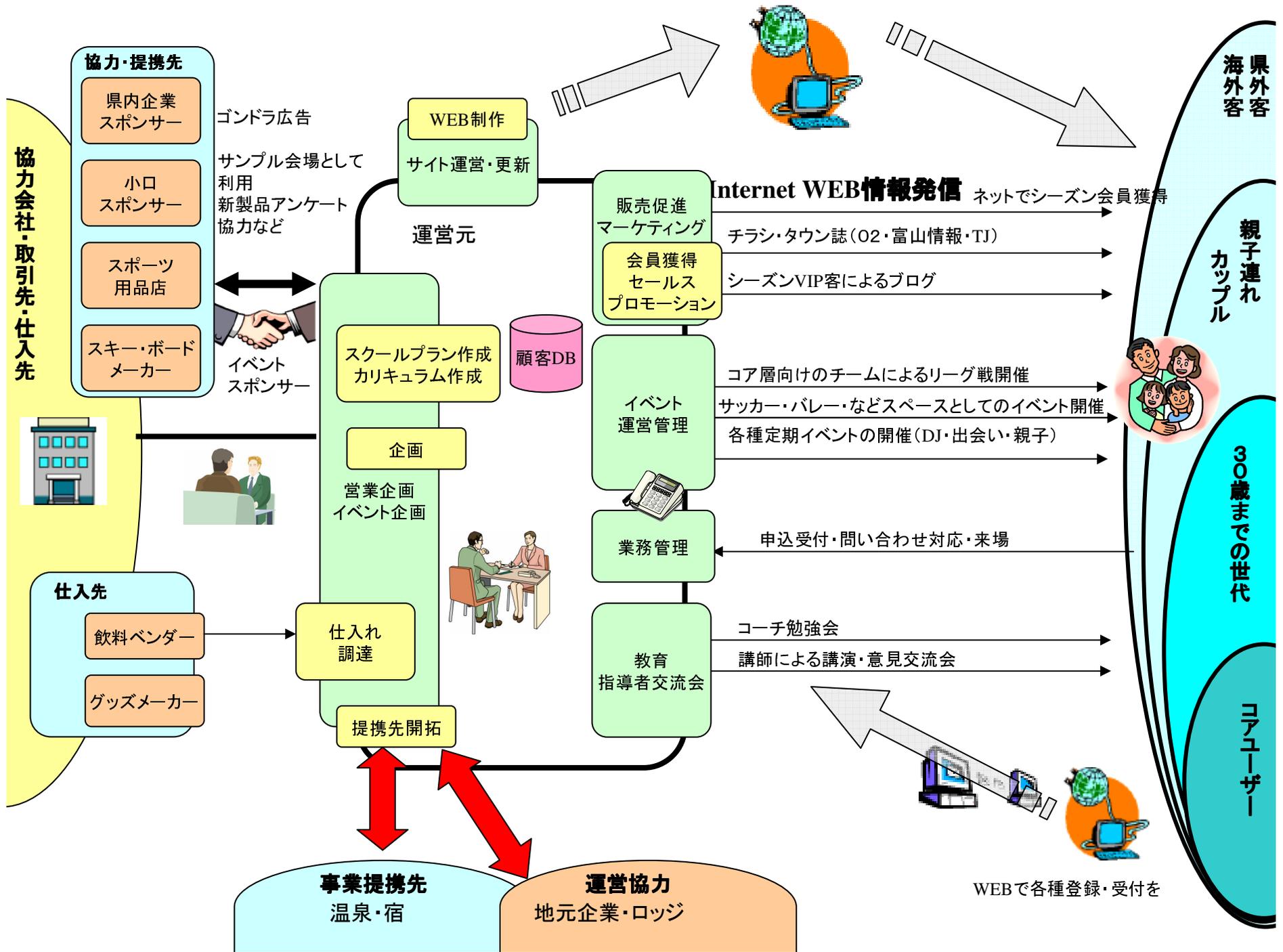
- ・アクセスの効率アップにより若者の県外への流出
- ・「安・近・短」型レジャーへの移行
- ・アシックスは5月、スキー板など用具の販売事業から撤退。アルペン、主力のスキー用品店を、野球やサッカーなど総合スポーツ店に転換する

## 起ち上げ時会員接近フォーメーション



## 組織概要





## <運営方法 例>

---

### ○ネーミング変更(極楽坂も含めて)

一般公募による参加型スキー場を演出

### ○レストハウス:味の向上・名物メニューを作る

パン・ピザ・パスタなど女性が好きなメニューで、街中にある店のレベルのメニューを揃える  
その中でも一品は街中でも食べられない名物メニューを作る。  
著名な料理人に開発依頼をする。

### ○音楽:クラブDJによるゲレンデDJへ

期待アーティストの招待・チャンスを提供

### ○リフト管理者:農閑期のおじいちゃん

学生のアルバイトへ

### ○スキー場HPのリニューアル&メンテナンス(更新)の充実

会員ブログなどの相互リンクによるアクセスアップ

さらに・・・

○パーク、パイプの管理・運営をボードショップに任せる(面白いアイテムを作る)

○週末に開催する大会(パイプ・クロス・滑降など)もショップ単位で募集～運営。

○チューブ、スライダー(滑り台)など滑れない人も楽しめるアイテムの整備

○託児所(スペース)の充実 などなど

## <集客UP・イベント案>

---

### ○子供だけレッスン

駅などで子供だけをバスに乗せてスキー場へ(シーズンに4回程度のセット料金を設定)

親は一日自由に動ける(家計のリフト代の節約にもなる)

「子供のリフト券を無料にして、親のリフト券収入を狙う方法」から「レッスン付きで子供の単価を上げ、ある程度上達した子供が親と一緒に来る」のを狙う

### ○「☆☆市の日」

毎週順番に市町村を指定し、その市民はリフト料割引

その市の特産品の振る舞いなど

### ○スキー・ボード以外の人も来場・参加できるものを定期的で開催

雪上サッカー、バレー、雪合戦、宝探し

### ○モーグル、ボーダークロスなどコアなユーザー向け定期イベント

チーム単位でエントリーさせ、リーグ戦方式でシーズン通して開催(ショップ連動)

### ○カウントダウン花火(大晦日)

## < 広告収入も集める！ >

---

○ペイントゴンドラ(路面電車やバスのように)

○ゴンドラの中

○リフトの安全バーに広告

○途中の道に看板

⇒華やかなロードサイドでゲレンデまでの気分を盛り上げる！！  
(現状は暗い気分になる・・・)

# 富山市青年元気塾presents1DAYイベント

“冬のドナタ！？@らいちょうバレー”

【集客目標】最低300名

## 【来場特典】

- 3人で来ると、1人分のリフト料金(ナイター券)が無料 (2人分の料金で3人のリフト券ゲット！)
- シーズンチケットの30%OFFでの格安購入

## 【イベント内容】

### 『ゲレンdeディスコ』

クラブDJが盛り上げます！  
ゲストパフォーマー（HIPHOP系）を入れてのライブ  
ラストは花火で締めくくります！！

### 『ベストウェア賞』

ウェアが似合うカワイイ女の子&カッコイイ男の子を探せ！  
投票し、優勝者には豪華景品を（旅行、板、来シーズン券など）

その他、ウェアファッションショー  
プロによるデモンストレーション(ハーフパイプ) & レッスン  
松明滑降など

## 【イベント概算収支】

### <支出>

- ・ディスコ設営一式 100万円
- ・花火一式 30万円
- ・その他設営費 100万円
- ・宣伝費 50万円

### <収入>

- ・冠スポンサー 100万円
- ・小ロスポンサー 100万円
- ・リフト券収入 80万円