

とりくみ事例	「徹底した地元集客戦略」と「スキー場の特性を活かした高付加価値化戦略」を柱としたとりくみ
事業者名（事業主体） スキー場名	ニセコいわない国際スキー場（北海道）
背 景	<p>スキー場は、岩内町市街地から車で10分程度に位置し、地域住民のための冬期間のスポーツ振興、レクレーション確保のための境域施設、広く道内外から冬期観光客を集客する施設として長く営業してきたが、長引く不況とスキーヤーの減少、過疎化・少子化を背景に利用者数、売上は大きく減少した。</p> <p>周辺の大規模スキー場には集客力・アクセス時間・施設規模等の面で太刀打ちできない状況で、町外からの利用者は極めて少なく、主な客層は地元小学生。</p> <p>この状況の打開のため低価格競争に参入したが、集客は伸びず、逆に収益性の悪化を招いてしまった。</p> <p>しかし、スキー場には、①ロケーション・雪質抜群。②周辺の温泉宿泊施設がある。ことなど、これを活かした施策が望まれていた。</p>
とりくみの概要	<p>1. 徹底した地元集客戦略 2. スキー場の特性を活かした高付加価値化戦略」 の2つを柱として取り組んだ。</p> <p>主な取り組み</p> <p>1. 徹底した地元集客戦略</p> <p>(1) 近隣町村小学生への招待券の配布 小学生のスキー参加率の向上と親子でのスキー場来訪の促進のため近隣町村の小学生（1,365人）にシーズン中1回利用できる無料使用券を配布。</p> <p>(2) 子どもが楽しめるコースづくり スキーの技量が一定程度上達した小学生高学年の児童等が飽きずに楽しめるようなコース整備を行う。</p> <p>(3) 大人も子供も楽しめるイベントの開催 「かまくらカフェ」「ダストバックレース」等、大人も子供も楽しめる、また、繰り返し来訪しても飽きずに楽しめることができる多彩なイベントを開催。</p> <p>(4) 地元商店街ポイントカードとの連携 いわないポイント会の「たら丸カード」の交換景品に「リフト1日券」を登場させた。地元商店街との連携により、“街なか”でリフト券を入手できるシステムができた。</p>

<p>とりくみの概要</p>	<p>2. スキー場特性を活かした高付加価値</p> <p>(1) キャット（圧雪車）ツアーの実施 パウダースノー愛好者や外国人スキーヤーを取り込みをねらう。 ・アウトドアツアー会社によるキャットツアー アウトドアツアー会社のもつ集客・宣伝ノウハウで利用者確保。 ・有名プロによるキャットツアー 魅力の向上、対外的宣伝効果を高めるねらい。 ・キャット&下山ツアー スキー・スノーボーをしない観光客への体験ツアー。</p> <p>3. その他</p> <p>(1) スキー場ホームページを作成 … 情報発信を強化 (2) 修学旅行スキープログラムの改善 修学旅行生が楽しめるプログラムに。訪れた修学旅行生にアンケートを実施し、以降の評価・改善につなげる。 (3) ボランティア制度の充実 ボランティアスタッフの活動を維持・継続させるために組織・制度として一定のルール化を図った。</p>
<p>実績</p>	<p>【シーズンの成果】</p> <p>来場者数： 約 15,000 人 対前年比 約 14%増 売上額： 約 2,200 万円 対前年比 約 15%増</p> <p>【とりくみの実績】</p> <p>(1) 近隣町村小学生への招待券の配布 近隣町村の家庭へのスキー場オープンちらし（両面カラー）の新聞折込み <u>10,465 枚を配布</u> ちらしにはオープン日限定の無料 1 日券交換チケットを添付 オープン日入込客数 382 人 うち、225 人（58.9%）無料チケット利用</p> <p>(2) 子どもが楽しめるコースづくり 「スキルアップ・トレイン・パーク」を緩斜面に設置 小学生のほとんどがパークを滑走し、「ジャンプが面白い」「波が楽しい」など好評。</p> <p>(3) 大人も子供も楽しめるイベントの開催 スーパーダウンヒルチョッカリ大会 85 名参加（こども） かまくらカフェ …巨大かまくらを2基設置 カフェオレ、ホットミルク、かぼちゃポタージュ等無料で配布 300 人以上集客</p>

	<p>チューブスライダーの設置 多くの子供たちで賑わう。</p> <p>(4) 地元商店街ポイントカードとの連携 1日券をたら丸満点カード(1枚500円相当の金券)3枚で交換 交付実績 25枚</p> <p>(5) キャットツアーの実施 40ツアー、340名の参加(視察、取材を含む)</p> <p>(6) ボランティア制度の充実 町職員を中心にボランティアスタッフの募集を実施。 土日祝のレストラン業務を中心に、延べ221名の活動。</p>
<p>評 価</p>	<p><u>『地域密着型スキー場としての展開』</u> 家族割、学割などの新券種の発行、大人も子供も楽しめる多彩なイベント開催により、地域住民がスキー場に足を運ぶ“きっかけ”づくりに繋がった。</p> <p><u>『キャットツアーにマーケット拡大の可能性』</u> 参加者のリピーター化や口コミによる新規マーケットの拡大に期待感がもてる。</p> <p><u>『ボランティアスタッフの活躍』</u> 繁忙時間帯の人手確保のみならず、小さなスキー場ならではのスタッフによるきめ細かな対応が地元の評判につながり、地域が一体となってスキー場を盛り上げる雰囲気生まれた。</p> <p><u>『メディアによるPR効果』</u> TV、新聞等多くの取材があり格段のPR効果があった。 地元がTVに取り上げられたことで、地元利用者の意識向上に繋がった。</p> <div data-bbox="564 1435 852 1675" data-label="Image"> </div> <p>かまくらカフェ 北海道運輸局 ホームページより</p>