

とーりまかし
プロジェクトレポート

昨年の19歳は今年も雪山に戻ってきたのか!?

2年目を迎えた

雪&マジ! 19 snow magic

昨年度施策の効果報告

2011～12シーズンからスタートした雪マジ! 19 snow magic。本特集では、昨年度よりも賛同スキー場、会員登録数共に増した2年目の雪マジ! 19の様子、そして昨年19歳だった雪マジ世代の再訪状況について分析してお届けする。



若者に
スキーの魅力に
気が付いてもらう
仕掛けまじよ。

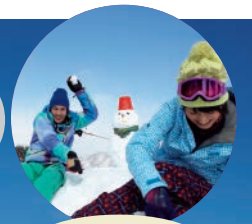


プロジェクトの着想と 昨年の様子

雪マジ! 19 (ユキマジナインティーン) ～SNOW MAGIC～とは、スキーエリアを訪れる若者を増やし、今後長きにわたってスノーアクティビティ市場と日本全国の雪の地域を活性化する仕掛けだ。2011～12シーズンである昨年度を初年度とし、19歳のリフ

ト券を無料にするというシンプルな施策でまずは体験してもらおうことを重視。取組に賛同してくれた全国89か所のスキー場と共に走りだした。リフト券無料のためには

ネットでの会員登録(無料)が必要だが、会員登録数は4万9290名(2012年3月27日時点)、雪マジ! 19によるゲレンデ来訪のべ人数12万8千人。2・8万人の



去年はじめて
車にチャリアをつけるまで
しちやいました!
(新潟県・女性)

後輩など
誘って行けるので
ぜひ続けてほしいです!
(栃木県・女性)

雪マジがなかったら
ボードの楽しさを知らずに
大学生活を
送っていたかもしれないです。
(群馬県・男性)



19歳スノーエリアデビューを創出し、市場に一定のインパクトを与えたといえよう。

なぜ「19歳無料」が効果的なのか? まずスキー・スノーボードは年代が上がるにつれて参加人口が右肩下がりになるスポーツである。ゴルフなどと違い中高年での人口増加が期待できない。つまり、エントリーのタイミングでできるだけ多くの参加人口を獲得する必要がある。また、19歳は旅行の同行者が家族から友達や恋人へ変わるタイミング。これは費用負担が、親から自分自身になることを意味する。加えてアクティビティがスキーからスノーボードになるために、装備にも費用がかかることが考えられる。これらをふまえて19歳のタイミングで彼らの資金不足を補う施策を打ち、シーズン中は無料にすることで、短期間に何度も雪山を訪れてもらうことを可能にし、スポーツの最大の醍醐味である「上達」を感じてもらい、翌年以降に続く有料リピートを狙う。更に、子連れで雪山を訪れるかどうかは両親のスキー熟練度に関連性があることが分かっている。つまり、19歳への投資は、10年後、彼らがファミリーになったとき



表1 2012-13シーズン 雪マジ!19 賛同136スキー場と選択した無料パターン

地域	スキー場名	パターン	地域	スキー場名	パターン	
北海道	かもい岳スキー場	B	信越	X-JAM高井富士	A	
	スノークルーズ・オーンス	㊦ A		あららぎ高原スキー場	D	
	ぬかびら源泉郷スキー場	B		おんたけ2240	A	
	富良野スキー場	㊦ C		軽井沢スノーパーク	㊦ A	
	星野リゾート トマムスキー場	A		軽井沢プリンスホテルスキー場	㊦ B	
	今金町ピリカスキー場	C		車山高原スキー場	A	
	東北	ナクア白神スキーリゾート		A	黒姫高原スノーパーク	A
		秋田八幡平スキー場		C	さかえ倶楽部スキー場	㊦ A
		ジュネス栗駒スキー場		A	治部坂高原スキー場	B
		阿仁スキー場		㊦ A	中央道伊那スキーリゾート	A
国見平スキー場		㊦ A	戸隠スキー場	㊦ B		
越路スキー場		㊦ A	野麦峠スキー場	A		
雫石スキー場		A	白馬コルチナススキー場	㊦ C		
ひめかゆスキー場		㊦ A	白馬さのさかスキー場	A		
網張温泉スキー場		C	白馬八方尾根スキー場	D		
オニコウベスキー場		A	白馬八方尾根スキーリゾート	㊦ B		
関東	栗子国際スキー&リゾート(栗子国際スキー場)	A	ヘブンスそのはら SNOW WORLD	A		
	湯殿山スキー場	㊦ B	MT兼鞍	A		
	蔵王ライザワールド	B	よませ温泉スキー場	A		
	会津高原たいくろスキー場	A	ヤマボクワイルドスノーパーク	㊦ A		
	会津高原高畑スキー場	A	奥只見丸山スキー場	㊦ A		
	会津高原南郷スキー場	A	池の平温泉スキー場	B		
	あだたら高原スキー場	B	かぐらスキー場	㊦ B		
	アルツ磐梯スキー場	A	休暇村妙高ルンシルンスキー場	㊦ A		
	裏磐梯猫魔スキー場	A	シャルマン火打スキー場	A		
	猪苗代スキー場	A	苗場スキー場	㊦ B		
中部	裏磐梯スキー場	A	舞子スノーリゾート	㊦ A		
	グランディ羽鳥湖スキーリゾート	B	松之山温泉スキー場	A		
	グランドデコスノーリゾート	B	松代ファミリースキー場	A		
	グランドサンピア猪苗代リゾートスキー場	㊦ B	妙高杉原スキー場	㊦ B		
	スキーリゾート天栄	A	六日町スキーリゾート	A		
	二本松塩沢スキー場	A	六日町八海山スキー場	㊦ B		
	沼尻スキー場	A	湯沢中里スキー場	A		
	ファミリースノーパークばんだいX2	A	ヤナバノスキー場	㊦ C		
	箕輪スキー場	A	神立高原スキー場	㊦ B		
	横間温泉スキー場	A	宇奈月温泉スキー場	㊦ A		
信越	リステルスキーファンタジア	B	スノーパレー利賀	㊦ A		
	八幡平リゾート パノラマ&下倉スキー場	C	たいらスキー場	㊦ A		
	たざわ湖スキー場	㊦ A	タカノボスキー場	㊦ A		
	Asahi自然観スノーパーク	㊦ A	北陸	国境高原スキー場	A	
	日光湯元スキー場	㊦ A		箱館山スキー場	A	
	マウントジーンズ那須	B		おじろスキー場	B	
	ハンターマウンテン塩原	㊦ B		ちくさ高原スキー場	㊦ A	
	草津国際スキー場	㊦ B		ばんしゅう戸倉スノーパーク	A	
	たんばらスキーパーク	㊦ B		氷ノ山国際スキー場	㊦ B	
	ノルン水上スキー場	A		ミタタスノーパーク	B	
バルコール楯恋スキーリゾート	C	若杉高原おおやスキー場		A		
武尊牧場スキー場	㊦ A	中四国		津黒高原スキー場	㊦ B	
ホワイトバレースキー場	A			上蒜山スキー場	㊦ A	
万座温泉スキー場	A		恩原高原スキー場	㊦ B		
水上高原 藤原スキー場	C		スキーパーク寒曳	㊦ A		
スノーパーク尾瀬戸倉	B		ユートピアサイト	A		
サエラススキーリゾート尾瀬	㊦ A		スノーリゾート猫山	㊦ B		
狭山スキー場	㊦ A		ひろしま県民の森スキー場	㊦ A		
カムイみさかスキー場	B		道後山高原スキー場	㊦ A		
サンメドウズ清里スキー場	B		りんご今日話国スキー場	㊦ A		
ふじてんスノーリゾート	㊦ B		恐羅漢スノーパーク	㊦ B		
九州	ダイナランド	㊦ B	大山ますみず高原スキー場	A		
	高鷲スノーパーク	㊦ B	奥大山スキー場	A		
	チャオ御岳スノーリゾート	㊦ B	だいせんホワイトリゾート	B		
	乗鞍高原飛騨高山スキー場	A	花見山スキー場	A		
	飛騨高山スノーリゾートアルコピア	A	わかさ氷ノ山スキー場	A		
	飛騨かわいスキー場	B	鏡ヶ池スキー場	㊦ A		
	平湯温泉スキー場	A	アサヒテングストンズスノーパーク	A		
	ひるがの高原スキー場	㊦ A	琴引フォレストパークスキー場	㊦ A		
	モンテデウス飛騨位山スノーパーク	A	瑞穂ハイランドスキー場	B		
	アサマ2000パーク	C	石鏡スキー場	㊦ A		
エコバレースキー場	A					

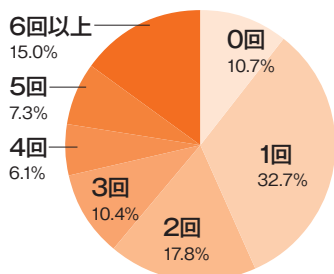
A: 全日無料: 84カ所 B: 平日無料: 40カ所 C: 特定日以外全日無料: 10カ所 D: ナイター無料: 2カ所 (※順不同)

供を連れて再訪というかたちで戻って行くかもしれないというわけだ。初年度、雪マジ19に賛同してくれた89か所のスキー場事後アンケートによると、心配されていた運用に関しても大きな混乱はなく、またリフト券は無料であっても、レストラン、レンタル等付帯サービス売上があったと答えたスキー

場も多く、プロジェクトの継続を希望するという割合が72・1%となった。(詳細はとーりまかし Vol 128 P 16・17を参照) ただし、初年度の成果だけでは、まだまだこの取組みの真価を問うことはできない。2季目となる今年度の進化・拡大、そしてなにより、中長期にわたる、成功の肝と

なる昨年度参加の19歳、つまり今年度の20歳が本当にスキー場を再訪したのかに関してご報告していきたい。参加した19歳からの反応は早く、雪山を初体験した楽しさがSNS等で活発につぶやかれた。結果、口コミで広がった雪マジ!19は、多くの19歳を雪山へ動かし、

図1 雪マジ!19 を使って雪山に行った回数



2012-13 雪マジ!19会員対象調査 調査概要
調査対象者: 雪マジ!19会員登録者
調査方法: インターネットアンケート調査
調査期間: 2013年3月14日(木) ~ 2013年3月21日(木)
回収数: 1392名

続いて、2012~13シーズンの結果を報告する。今年度の賛同スキー場は136か所、会員登録数は、10万7961人(4月9日現在)のうち、9割がスキー場を訪れたと回答し、来訪0回含む雪マジ!19利用での平均来訪回数は約3・21回であった。雪マジ!19会員数とのかけ合わせから算出し、本プロジェクトによるスキー場動員数は、34万6554人。19歳層の新規創出延べ動員数は12・6万人(平均来訪回数3・21)通常の19歳平均来訪回数2・04回×会員数)となった。

賛同スキー場、会員登録数共に大幅アップ

2012~13
シーズン
成果

2012～13 シーズン詳細分析

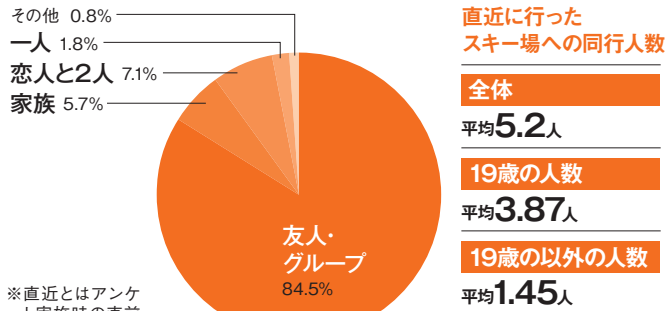
19歳は
どんなスキー場
に行ったか
教えるまじよ



5～6人の大人数で
アクセスのいいスキー場へ

雪マジ！19会員登録者向けに行
ったアンケートの結果から、
2012～13シーズンである今年
度の詳細を見ていく。

図2：直近に行ったスキー場への同行者



※直近とはアンケート実施時の直前に行ったスキー場を指す

単一回答 (n=1392) 「雪マジ!19会員対象調査」

直近に行った
スキー場への同行人数

全体	平均5.2人
19歳の人数	平均3.87人
19歳の以外的人数	平均1.45人

平成22年国勢調査による各都道府県居住の19歳人口に占める雪マジ！19会員シェアを見ると、1位が長野県(34・9%)と、実に3割以上の19歳が雪マジ！19に登録している。2位栃木県(24・6%)、3位鳥取県(24・4%)、4位福島県(21・2%)、5位新潟県(20・7%)。会員登録者数は近隣スキー場の賛同率が高いところが多くなる傾向にある。スキー場への同行者には「友人・グループ」を挙げた人が84・5%を占め同行人数は5・2人と多め(注1)。19歳は無料ということと、同世代を誘いあつて来訪していると推測される。スキー場への交通手段としては、自家用車が最も多く56・5%。続いて高速バス・夜行バスが19・8%。大規模、もしくはアクセスのいいスキー場が選ばれやすく、初心者が多い19歳だけのグループではその点がより顕著であった。また、同行者に19歳以外を含んだグループの場合スキー場選びに変化がでる(図3)。最後に、来シーズンのスキー場再来訪意向には、99・9%が「来年度もスキー場に行きたい!」と回答している。このように満足したシーズンを終えた彼らのフリーコメントを見てい

図3：直近に行ったスキー場を選んだ理由

理由	19歳のみのグループ	19歳以外を含むグループ
交通アクセスが便利	39.4	40.3
アクセス時間が短い	32.4	34.0
規模が大きく、コースのバリエーションが多い	25.5	23.6
雪質が良い	20.2	17.5
景色・雰囲気がいい	17.6	15.0
自分のレベルにあったコースが多い	17.6	15.9
長いコースがある	13.1	11.5

19歳のみのグループではアクセス重視。違う年齢を含むと、コースや景観規模などが選択基準になっており、よりスキー場本来の魅力に関しても注目している印象

くと、昨年度同様、雪マジ！19が「行くきっかけ」「誘うきっかけ」になった様子。また、「今回初めて自分たちで手配し旅をした」という声もあり、雪マジ！19は旅を

図4：直近で行ったスキー場 上位10か所

苗場スキー場	5.9
高鷲スノーパーク	4.3
ノルン水上スキー場	4.2
狭山スキー場	3.8
ハンターマウンテン塩原	3.6
箱館山スキー場	3.6
猪苗代スキー場	3.5
ダイナランド	3.4
舞子スノーリゾート	3.1
アルツ警梯スキー場	2.9

大規模スキー場、アクセスのいいスキー場が上位に来ている。屋内である狭山スキー場がランクインしているのも特徴的だ

発想の斬新性と拡大傾向が受賞理由 スノーエリアでの旅体験が、次なる旅を生む?

若年需要創出による日本のスノーエリア再活性化プロジェクト雪マジ！19～SNOW MAGIC～が、観光庁主催 第一回「今しかできない旅がある」若者旅行を応援する取組表彰にて、奨励賞を受賞した。

審査員からの講評として19歳という特定の年齢に絞り込む発想の斬新性、若者の将来の需要にもつながるという需要創出効果の大きさを評価。各スキー場がリフト券無料化分を

自己負担するという難易度の高い取組みにもかかわらず、これを実現させ、取組の2年目にはさらに拡大している点を挙げた。写真は、井手観光庁長官(当時)より授与の様子(2013/6/27)

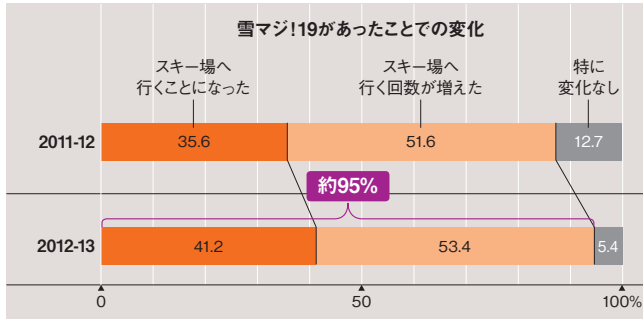


企画するきっかけとなっている。こうした成果から雪マジ！19は観光庁第一回「今しかできない旅がある」若者旅行を応援する取組表彰で奨励賞を受賞した。

注1 JRC宿泊利用調査2013による旅行の平均グループサイズは3.6人。



図5: 雪マジ!19によるスキー場訪問意向、昨シーズン比較



2011-12 雪マジ!19会員対象調査 調査概要
 調査対象者: 雪マジ!19会員登録者
 調査方法: インターネットアンケート調査
 調査期間: 2012年3月15日(木) ~ 2012年3月18日(日)
 回収数: 2074名

図6: 19歳のスキー場での宿泊実施率、昨シーズン比較

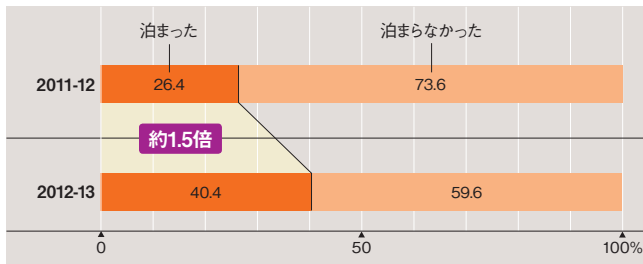


図7: レンタル用品の利用状況

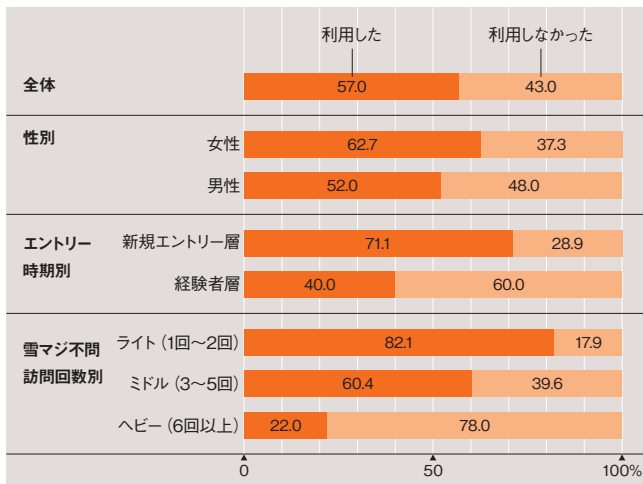
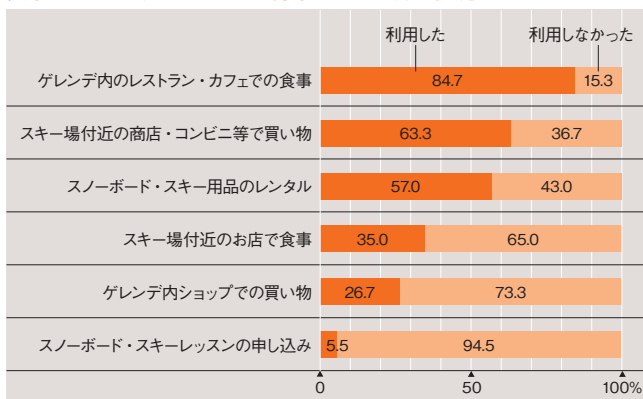


図8: 直近に行ったスキー場での、食事・レンタル、レッスンなど付帯サービス利用状況



今年度の会員登録数は、10万7961人(4月9日現在)で、昨年度人数より5万8671人の

基本は口コミ!!
 スマホで雪マジを知る。
 来訪回数、宿泊数共にUP!

宿泊率が1.5倍以上に増えたまじよ!



中長期的分析①
 昨年度との比較
 19歳の動向

増加。トータル2年間で本プロジェクトに15万7251名が登録したことになる。
 今年度も口コミでの周知が多くを占めたが、その口コミの一端を占めるSNS、それを使う端末に変化が表れていた。19歳を全国区で見つけた場合、2011~12シーズンはフューチャーフォンの使用率が高かったが、2012~13シーズンはスマートフォンシェアが圧倒的となった。またSNSの使用状況を見ると98%と、ほぼすべての19歳が情報発信ベースを持っていることになる。使用しているSNSも昨年度トップであったミ

クシイから、ツイッター・フェイスブック・ラインに移行している。雪マジ!19を利用しているスキー場への平均来訪回数は、昨年度の2.61回から3.21回に伸び(P25図1参照)、雪マジ!19があったことでスキー場へ行くことになった、スキー場への訪問回数が増えたという人が約95%という結果でスキー場への訪問意向も昨年度より伸びている(図5)。昨年度は宿泊をせずに日帰りしてしまいう19歳が多かったが、今年度は雪マジ!19会員に限定して、じゃらネットで使える1000円分のポイント配布したこともあって

か、宿泊をしたと回答した人の割合が約1.5倍に増えた(図6)。宿泊費用のボリュームゾーンは5000円~10000円未満で全体の37.7%を占めたが、2万円以上と回答した層も、13.5%と少なくはない。また、レンタル用品の利用状況も昨年度が50.1%に対し、今年度は全体で57.1%と微増。特に、女性、新規エントリー層、雪山訪問回数が少ない人が多くレンタルを利用している傾向にある(図7)。賛同スキー場が期待するリフト券以外の付帯サービス利用については、約85%が食事やカフェ利用を行った(図8)。

図9：雪マジ!19での来訪者 想定数と実際との比較

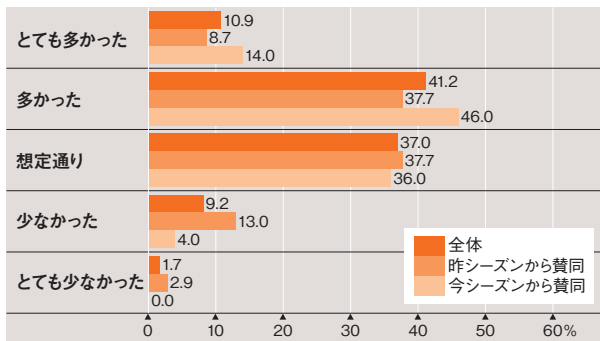
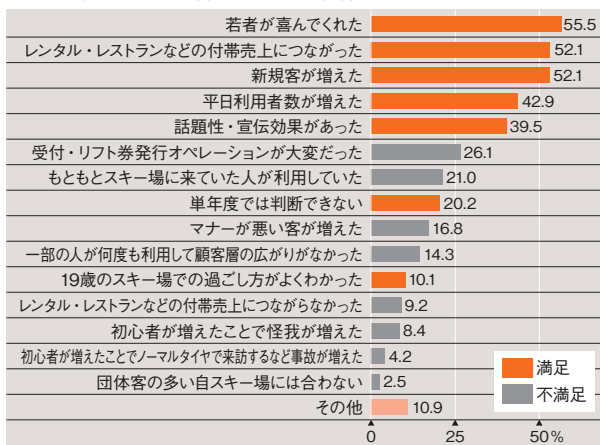


図10：雪マジ! 19に満足・不満足の原因



雪マジ!19賛同スキー場対象調査 調査概要

調査対象者：雪マジ!19参加スキー場全国136か所 調査方法：記入式アンケート
調査期間：2013/03/04(月)～2013/04/12(金) 回収数：119スキー場

中長期的分析② 昨年度との比較 スキー場サイドの反応

賛同スキー場数も満足度もUPしたまじよ!



若者が増えて付帯サービス 売上にも好影響

今年度の賛同スキー場は136か所と、昨年度より47か所増加した。スキー場の賛同満足度も昨年度64%に対して、71%と伸びている。その詳細を全136か所スキ

ー場に行った記入式アンケートから見ていくと、まず、「雪マジ!19参加前の期待を超えた来訪数があった」と答えたスキー場が約半数(全体のとても多かった+多かったが52・1%)で、今シーズン初賛同スキー場のみならず昨シーズンからの賛同スキー場でも来訪者が増えた。(図9)。続いて、賛同に満足した理由を見ていくと、「若者が喜んでくれた」という微笑ましい項目から始まり、「レンタル・レストランなどの付帯売上につながった」という売上に関する回答が続いた。そのほか新規客が増えた52・1%、平日利用者数が増えた42・9%とある。

Column

飲食店なら「予算4000円」は 広告を打つに値する大切なお客さん

村営・町営スキー場にも 賛同を勧めます

「19歳は費用の負担が親から自分自身にかわる時期」という説明をうけて、納得したんです。自分も学生時代、お金の無い中でいかにスキーをするか知恵を絞った時期があったので、その着眼点に賛同しました。

僕は事業再生の仕事をしていますが、雪マジ!19は中長期的に業界全体にとってプラス。短期的に見ても、個々のスキー場の利益アップが望めます。もちろんどこがやっても上手くいく取組みというわけではなく、地に密着して生徒さんだけを集めているスキー場にとっては、有料客が無料客になってしまうということも考えられ、利益が必ず上がるとは言いきれません。けれど、僕の考えでは、

村営、町営のリフト1本のみで運営しているスキー場であっても、業界や将来のことを考えたら賛同したほうがいいと思う。すでに多くのスキー場で、やらないよりやったほうが、効果がある取組みになっていくと思います。

20歳になった彼らを いかにひきつけるかが大切

経営しているスキー場で2年間雪マジ!19に賛同しました。リフト券は無料でも、レストランで1食1000円、レンタルで3000円。合計4000円くらい使ってくれるんです。一般のレストランで4000円使ってくれる人って、広告をして集める大切なお客さんですよ。懸念があるとしたら、雪マジ!19のあと、20歳になって突然可処分所得が増えるわけではないという点。そこは独自のサービスで補おうと考えています。



株式会社
スマイルスキーリゾート
代表取締役
田中章生氏

湯沢中里スキー場、六日町スキーリゾート、舞子スノーリゾート、アサヒテングストンスノーパークを保有し、初年度から雪マジ!19に参加、すべてのスキー場で効果を上げている。学生時代は、スキー場に住み込みで働き、スキーを練習した。



図11:
20歳(2011-12シーズンの
19歳)の
今シーズンの
スキー場訪問回数

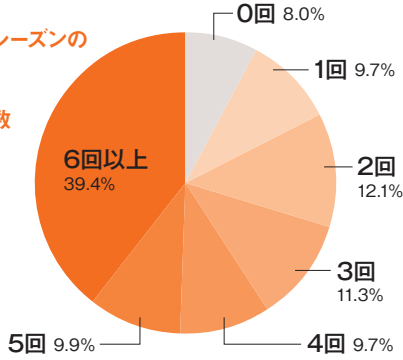
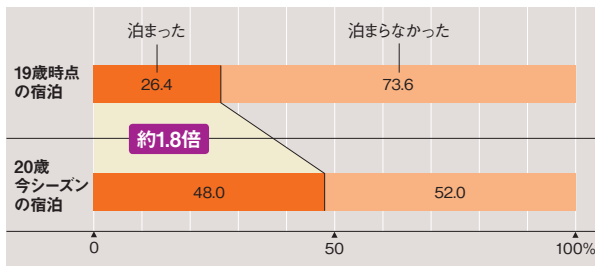


図12: 20歳(2011-12シーズンの19歳)の
今シーズンの宿泊実施率の変化



今シーズンの宿泊回数内訳は1回が23.7%、2回が12.3%、3回が4.3%、4回が2.2%、5回以上が5.5%となった

担当研究員より



じゃらんリサーチセンター 主席研究員

加藤史子

Jマジ!20も開始。雪から拡がり、若者の行動支援プラットフォームづくりを目指す。



じゃらんリサーチセンター 研究員

室田明里

来シーズンに向け、19歳会員数の更なる拡大のための施策を仕掛け中心。

雪を、雪の地域を「楽しむ」ことへの共感を

あるスノーボード指導書では、これまでの「基本姿勢」に代えて「カッコいいスタイル」と書かれているという。違いは言葉ひとつかもしれないが、選択の背景には、「学ぶ」「楽しむ」のどちらを重視するのかの差があるように思える。

純粹に、雪とのふれあいを喜ぶ。そして、その喜びをそのまま友達に勧める。会員アンケートからは、そんな若者像が浮かび上がる。彼らのまっすぐな雪を「楽しむ」気持ちには、現在スノー産業に携わる方々が、かつて感じていた気持ちと通じるものが、確かにあると思う。

雪が降ると、ほんの一夜で風景はがらりと変わる。若者が雪自体の楽しみを体感し、雪の地域をより楽しむ事ができれば、10年後、日本の雪の地域の風景はがらりと変わる。夜明けを信じ、地域ぐるみで「楽しむ」を若者と共感したい。(文責 室田明里)

ここまで賛同スキー場、登録会員数、満足度などの面から2季目も拡大傾向である雪マジ!19のこの報告をしてきたが、昨年度の雪マ

2011~12シーズン
19歳の92%が雪山を来訪!!

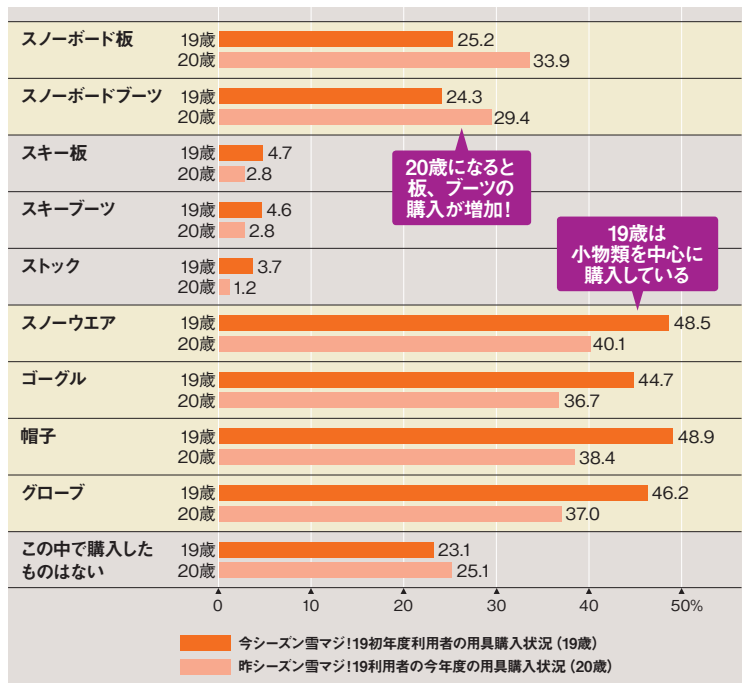
昨年度参加した
19歳が雪山に
戻って
きたまじよ!!



中長期的分析③
昨年度の19歳
雪マジ経験者の
動向反応

ジ!19経験者は、今年度雪山に戻ったのだろうか。結論として、約92%の20歳が、雪山を再訪した。訪問回数も無料の恩恵を受けている今年度の19歳と大差のない結果となり(P25図1と本頁図11を比較)、宿泊した割合も48%と自分達の昨年度にあたる2011~12シーズンの26.4%よりも2012~13シーズンの19歳の92%よりも数値が高い(図12)。特徴的なのは、用具の購入傾向。スノーボードに初挑戦する人が多い19歳は小物類を購入するのに対し、2年目には板やブーツを買う人が増える。これは、長期的なスキーヤーになってくれる兆しと言えよう。

図13: 用具購入状況の比較



雪マジ20歳会員対象調査 調査概要

調査対象者: 昨年度雪マジ!19歳会員登録者 調査方法: インターネットアンケート調査
調査期間: 2013年3月14日(木)~2013年3月21日(木) 回収数: 649名