



奥伊吹観光株式会社（グランスノー奥伊吹） 草野 丈太 代表取締役インタビュー

1990年代のスキーブームのころからスキー、スノーボード人口は減少傾向にあり、一部では斜陽産業のような見方もされています。スキーバブルともいえるような時期を基準に考えることが適切だとは思いませんし、決して斜陽産業ではありません。コロナ禍におきましても過去最多の入場者を記録され続けている元気なスキー場をご紹介します、是非、関係者のご参考にいただければ幸いです。

岩尾専務)

本日は、グランスノー奥伊吹を訪問させていただきました。先週まで営業されていたようですが、すっかり春の景色ですね。今年はいかがでしたでしょうか？

草野社長)

今シーズンは積雪にも恵まれ、開業52年目で過去最高となる24万人余りの入場者を迎え関西圏では最多になります。



富井野沢温泉取締役)

野沢温泉からみても多い数字ですね。

岩尾専務)

この数字は、いろいろ経営努力をされた成果と承知いたしますが、開業以来、これまでの経緯をご紹介いただけないでしょうか。

草野社長)

もともこの辺りは冬季は雪に閉ざされ、アクセスの悪さなどから近隣市町への人口流出による過疎化が課題となっていました。祖父の代に、地域のためにもこの雪を活用できないかということでスキー場の開設を各方面に働きかけましたが誰も手を挙げてくれませんでしたので、当時建設業を営んでおりスキーとは無縁であった祖父が、まさに手探りで、リフト1台から始めたのが52年前、1970年と聞いています。その後、国有林地を借り受ける等、事業を拡大してきました。実は、祖父母、父母もスキーはほとんど経験がなく、私も幼少の頃から滑るよりも働いていた気がします。家族経営ですから自分が楽しむ前に、まず、家業の手伝いでした。今でも降雪は私が一人で担当しています。社長自らが雪を作り降雪して回るというお話をすると皆さん驚かれますが、スキー場の状態が分かりますので、毎朝、ミーティングをする手間も省けます。

2006年にこの会社に入り2013年から社長をしています。スキー場はどうしても降雪に非常に左右されます。積雪が4メートルの年もあれば20センチしか降らない年もありました。経営を少しでも平準化するため、2007年に試験的に人工降雪機を導入しました。気温や湿度が高いと「雨」になってしまいます。関西は比較的気温が高く降雪可能時間が短いことから、気象条件に応じたきめ細やかな降雪機の操作・稼働を行う必要があり、2015年に降雪機の自動化を進め、現在はスキー場内27機をネットワーク化しスマートフォンからの操作が可能になり、効率的に最良の雪を作れるようになりました。

2010年にはICゲートを導入し、これによりコンビニでのチケット販売や各種データ収集、デポジット交換による金券化さらには近年ではWEB販売など、リフト券の新たな販売チャネルの確立をすることができました。

2014年に複合機能を持たせたセンターハウスを新設、翌年にはラジオDJステーションや女性専用トイレを増設するなど、ソフト面の充実に注力しています。



また夏季事業では2010年にスキー場駐車場を利用したJAF公認の「奥伊吹モーターパーク」を開設し、週末毎にドリフトやジムカーナ、バイクイベント等にご利用をいただいています。2017年にはグランピング施設『グランエレメント』を開設し、昨年開催された第5回旅館甲子園ではグランプリを獲得しました。2021年には琵琶湖岸でのビーチリゾート『OUMI WAVE』の開業や今春からは道の駅の運営にも着手し、一年を通じた安定経営への取組を進めています。



グリーンシーズンもグランピング、キャンプ、イベントなど、たのしみいっぱい！



岩尾専務)

多角経営も進められているようですが、スキー場の経営理念はいかがでしょうか。



草野社長)

スキーやスノーボードはスポーツであるとともにレジャーでもあると考えており来場者に楽しんでもいただく、そしてスキー場での一日を満足していただくことが大切だと考えています。

そのためにはゲレンデの充実が一番ではありますが、グランスノー奥伊吹はベースが740m、トップでも1,250mと既に山頂まで開発を終えておりこれ以上のゲレンデ拡張は難しい状況にあります。私たちは常に利用者の立場に立ち、改善してゆくことに注力しています。スキー場は、寒い、古い、高い、とよく言われます。雪山ですから寒いのはある程度仕方ありませんが、計画的に設備を更新し、例えば、日本一遅いといわれていたリフトを日本一早いリフトに更新したり、レストランやトイレなどのパブリックスペースにおいても清潔でおしゃれな空間を提供できるように努めています。また食事メニューの充実にも力を入れ、その上で『スキー場価格』を廃止し街中と変わらない価格帯での提供を行っています。自販機ドリンク類は100円ですし(笑)

全国ランキング1位の理由

センターハウス

レストラン

人気メニューランキング

私事になりますが、家族で出かけるとき妻はいつも大きな荷物を持っています。聞いてみると、荷物の大半が紙おむつでした。スキー場にも3歳以下のおむつ世代のお子様連れのお客さまに多くお越しいただいており、5年程前から紙おむつとおしり拭きのセットを無償でお渡しをしています。また、スキー場内のすべてのトイレにおむつ交換台を設置するなどファミリー層へのストレスフリーなスキー場作りを進めています。一時期スキー専用スキー場であったことから、スノーボードのお客様にとってはリフトの乗り継ぎが不便な箇所が数か所あり改善の必要性を感じていました。リフト起終点の延伸や短縮、高さの変更を行い全てのリフトの乗り継ぎをワンフットで行けるように改良を進めています。これらには一か所毎に数千万単位の費用がかかり、さらに売り上げに直結しない事から後回しになりがちですが、少しずつでも利便性が向上すれば中長期的に利用者の増加につながると信じています。

富井取締役)

利用者の利便性よりもリフトのかけやすさだけでリフトの設置を決めてしまうとえてして乗り継ぎが大変なリフトができてしまいますね。野沢温泉スキー場もマスタープランを作り直し乗り継ぎの改善を検討しています。

草野社長)

リフト券のWEB販売でも独自の予約システムを作りました。既存のシステムを導入したかったのですが、既存のシステムでは、オンラインで予約し、支払いを済ませてしまえば、取り消しても払い戻しがされません。特にスキー場は天候や道路事情の影響で必ずスキー場に行けるとも限らない施設です。このことからグランスノー奥伊吹ではノーショーキャンセルのキャンセル料を無償化した事で、お客様にとっての安心感が増し結果的には大幅なWEB販売の増加に繋がっています。改めてお客様の立場、目線に立った運営をしてゆくことが大切と感じています。



岩尾専務)

グランスノー奥伊吹は、どのような方を利用対象と考えられているのでしょうか。例えば、ファミリー、若者、上級者、初心者、インバウンドなどです。まだ、どのような地域の利用者が多いでしょうか。



草野社長)

一言でいえば万人向けということです。例えば、ファミリーでも父親が上級者で子供が初心者、友人同士でもレベルはいろいろでしょう。ですから、コースや施設を充実させ、上級者から初心者、キッズの広場まで、幅広い層に満足していただけるように配慮しています。京阪神や名古屋圏の方が中心で日帰りが可能ですから、敢えてターゲットを絞るとすれば立地を生かした日帰り特化型のスキー場を目指しています。近隣に宿泊施設が無いことなどからインバウンドの利用はコロナ禍以前からほとんどなく、お陰で落ち込みもありませんでした。

岩尾専務)

先ほど、多角経営を進められているということでしたが、グリーンシーズン対策はいかがでしょうか。

草野社長)

通年雇用の社員、アルバイトを確保し一年を通じて接客クオリティの向上を目指しています。とは言えまだまだ夏季事業は冬季売上の半分位ですのでグランピング施設や道の駅など引続きグリーンシーズンの充実に力を入れてゆきます。そしてなにより雇用の場を確保することで過疎化が進む山間地域の活性化にも貢献出来ると思っています。



岩尾専務)

今後に向けての更なる取り組みをお教えてください。

草野社長)

幸い今年は降雪に恵まれ2年連続で過去最高の入場者をお迎えできました。この10年で見ると入場者も倍増となりますが、この間おこなってきた各施設への設備投資や新たなサービスの提供がお客様に評価をいただいたものと、大変ありがたく思っております。今後もお客様の声に耳を傾け、また中長期的な視点に立った設備投資を継続的に行い、引き続きお客様に楽しんでいただける環境整備、施設整備を進めて行きます。また小規模事業所であるからこそその即断即決できる強みを生かしたきめ細やかなサービスの提供と、毎年一步步進化するグランスノー奥伊吹を楽しんでいただければと思っております。

スキー場の敷地内に水力発電所を建設し今年3月から運転を開始しました。これにより自社で運営するスキー場をはじめとする全施設の使用電力の実質自給化が可能となり年間620tのCO₂削減効果を持ちます。とても小さな一歩ですが全世界のスキー産業にとっての脅威である地球温暖化防止への取り組みの契機となる事を願っています。

河野常務)

今から100年以上前にオーストリアのレルヒ少佐が新潟県高田町で日本にスキーを伝えてから日本中にスキーが普及しました。昭和12年の全日本スキー選手権大会でアルペン種目が採用され、その第一回目の大会が伊吹山で開催されています。

最後になりますが、地元でのスキーへの取り組みはいかがでしょうか。

草野社長)

皆さん意外に思われるかもしれませんが豪雪日本一の記録はここ伊吹エリアで、11m82cmという記録がある程です。子供の頃からスキーに親しんでいただくことは非常に大切ですが、残念ながら、長野ほど盛んではないと思います。

奥伊吹グループでは、「2070年地域の子供たちにスキーを」を理念に掲げ、近隣市町（米原、長浜）の全小中学生1万4千名を対象に無料のリフト券をお配りし、少しでもスキー人口の増加に役立てられることを期待しています。



岩尾専務)

本日はありがとうございました。人口減少地域にとってスキー場は非常に貴重な財産です。スキーやスノーボードは決して斜陽産業でないことは解っていただけたと思います。利用者の目線に立って、より楽しく、利用しやすいスキー場を目指し、スキーヤー、スノーボーダーの増加を図ってゆくことが大切ではないでしょうか。