



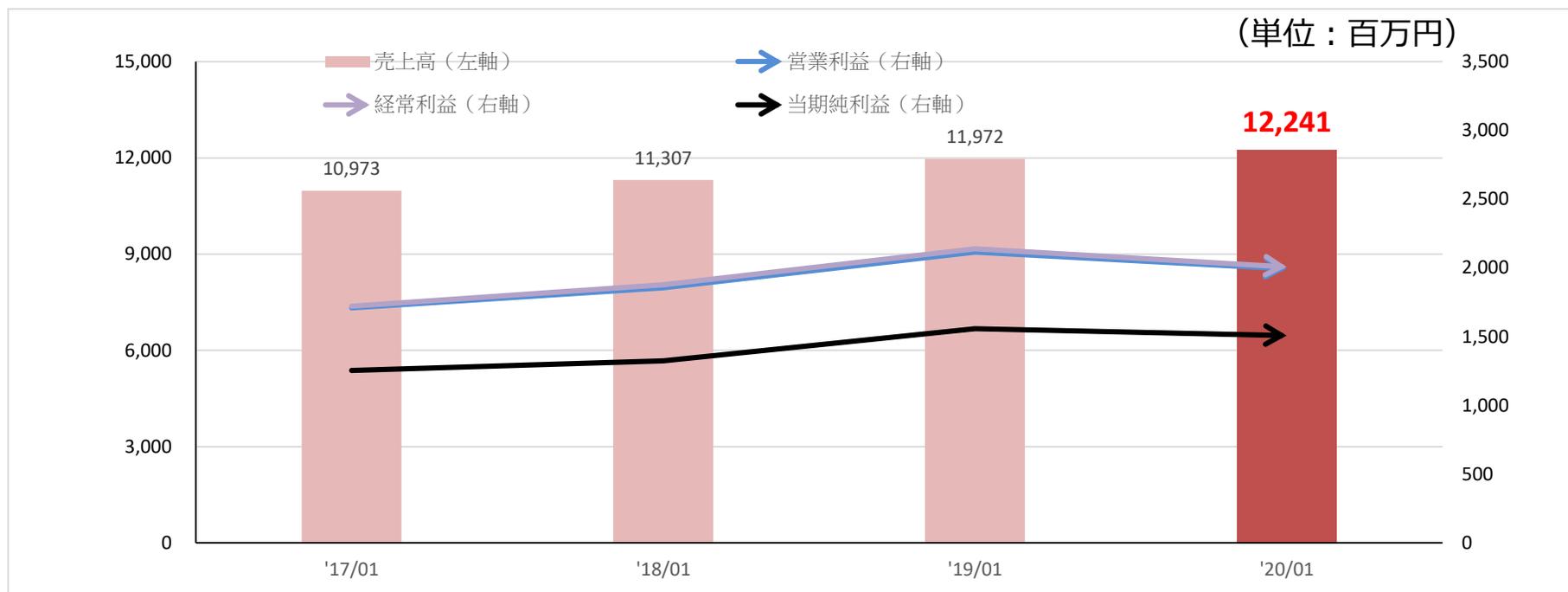
NIPPON PARKING DEVELOPMENT

2020年7月期 第2四半期
決算説明会

日本駐車場開発株式会社

(証券コード:2353)

売上高 **過去最高** 達成!!!



	'19/01	'20/01	増減	増減率	計画	達成率
売上高	11,972	12,241	+268	+2.2pt	12,700	96.4%
営業利益	2,114	1,993	△121	△5.7pt	2,150	92.7%
経常利益	2,138	2,006	△132	△6.2pt	2,100	95.5%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,558	1,507	△50	△3.2pt	1,400	107.7%

- 運営物件の改善と採算性の高い投資による収益性の向上
- 積極的な株主還元施策により投資指標の改善を目指す
 - ✓『JPX日経中小型株指数』の構成銘柄に選定
 - ✓『第8回企業価値表彰』にノミネート。第2回から7回連続でノミネートされる

種類	項目		'16/07	'17/07	'18/07	'19/07	'20/07 (予想)	目標値
収益性	営業利益率	連結	10.9%	14.0%	15.5%	17.1%	17.3%	25%
		単体	17.0%	16.2%	15.1%	17.9%	20.0%	
	営業利益成長率	連結	△23.1%	55.1%	15.2%	17.7%	8.2%	20%
		単体	7.4%	△9.8%	△17.6%	11.2%	18.6%	
	経常利益率	連結	12.4%	14.6%	15.9%	17.0%	16.9%	25%
		単体	18.8%	16.9%	21.1%	27.1%	30.0%	
健全性	自己資本比率	連結	31.2%	32.5%	36.3%	37.0%	41.2%	40%
		単体	39.7%	36.9%	40.3%	38.6%	44.7%	
投資指標	ROE	連結	18.7%	31.0%	27.2%	32.1%	30.0%	30%
		単体	24.5%	20.9%	23.4%	33.6%	39.1%	
	ROA	連結	11.5%	14.2%	15.3%	17.3%	18.1%	20%
		単体	14.8%	12.1%	13.5%	17.2%	21.9%	

- 2019年9月に**500百万円の自社株買い**の実施
- **10期連続増配**を予定、毎期、増収・増益・増配を実施していく方針

	'16/07	'17/07	'18/07	'19/07	'20/07 (予想)
1株あたり配当金 (円)	3.50	3.75	4.00	4.25	<u>4.50</u>
配当総額 (百万円)	1,180	1,264	1,349	1,414	1,485
自己株式取得総額 (百万円)	0	200	198	994	<u>500</u>
自己株式取得を含めた株主還元総額 (百万円)	1,180	1,464	1,548	2,408	1,985
当期純利益 (百万円)	1,255	2,242	2,211	2,823	2,840
配当性向 (%)	94.1	56.3	61.0	50.4	52.3
総還元性向 (%)	94.1	65.3	70.0	85.3	69.9

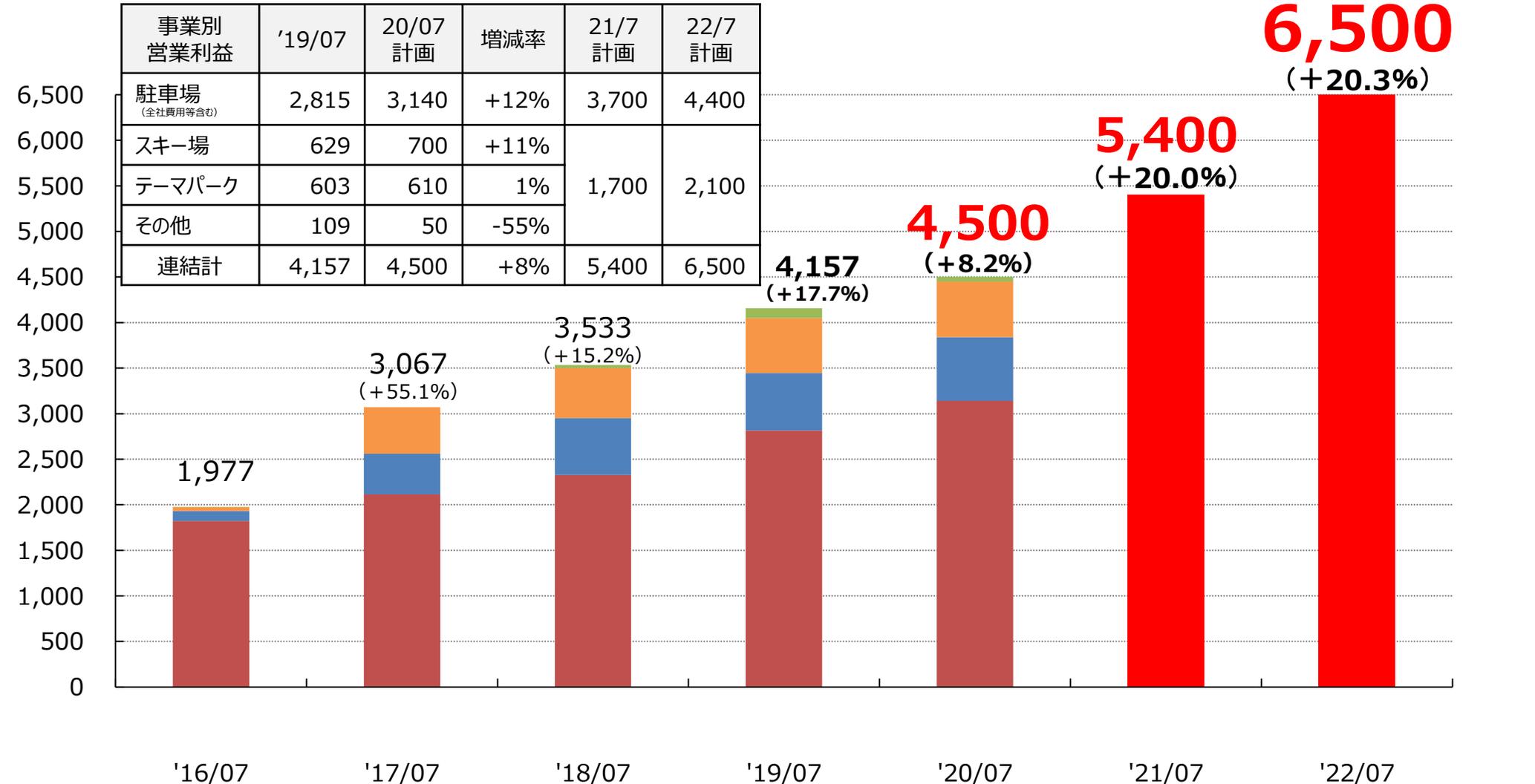
中期業績の見通し

2022年7月期までに連結営業利益65億円の達成を目指します

■ 駐車場事業 ■ スキー場事業 ■ テーマパーク事業 ■ その他事業

(単位:百万円)

事業別 営業利益	'19/07	20/07 計画	増減率	21/7 計画	22/7 計画
駐車場 (全社費用等含む)	2,815	3,140	+12%	3,700	4,400
スキー場	629	700	+11%	1,700	2,100
テーマパーク	603	610	1%		
その他	109	50	-55%		
連結計	4,157	4,500	+8%	5,400	6,500

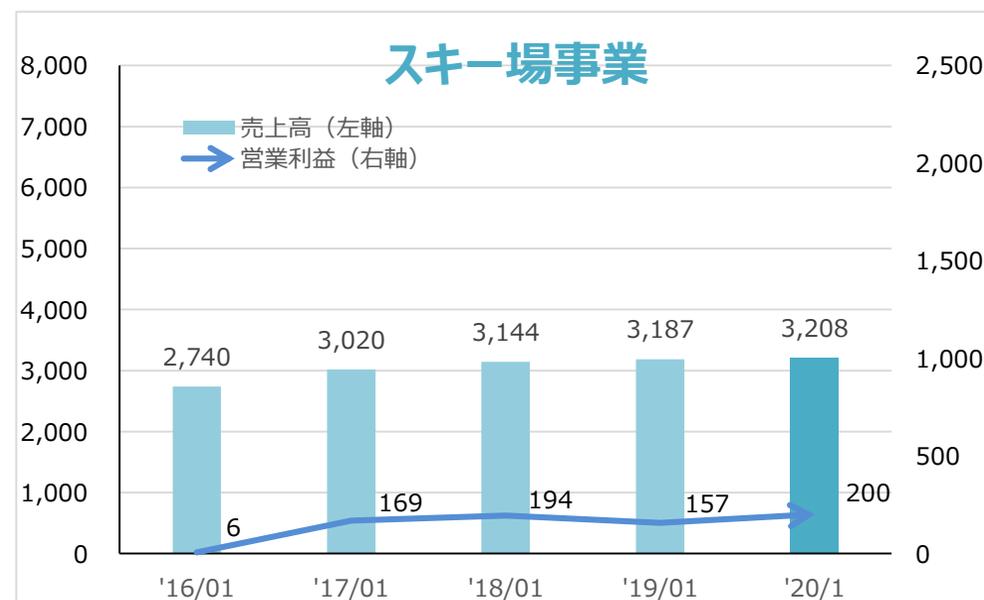
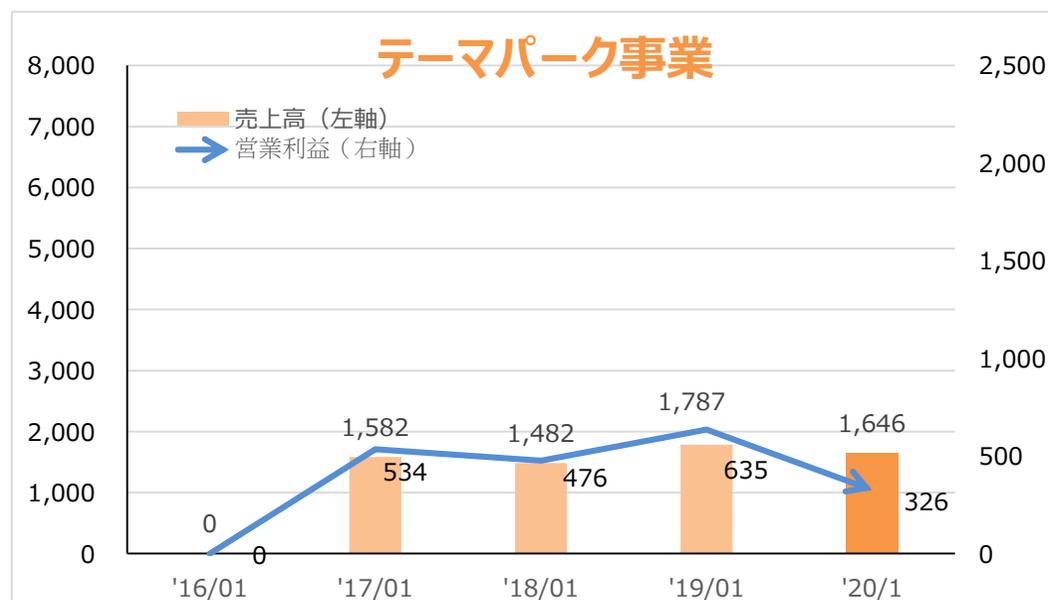


各セグメントの状況

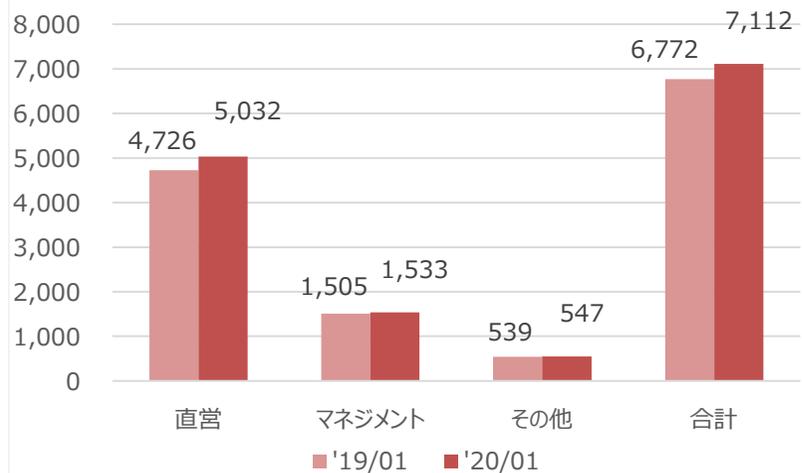
セグメント別売上高・営業利益推移



※駐車場事業は
全社費用を含む金額で記載



売上高区分別 前年対比



セグメント売上高・営業利益

	'19/01	'20/01	増減	増減率
売上高 (国内)	6,079	6,234	+154	+2.5%
売上高 (海外)	692	878	+185	+26.8%
営業利益 (国内+海外)	1,564	1,650	+86	+5.5%
営業利益率	23.1%	23.2%	+0.1pt	-
営業利益 (全社費用含)	1,297	1,420	+122	+9.4%
営業利益率 (全社費用含)	19.2%	20.0%	+0.8pt	-

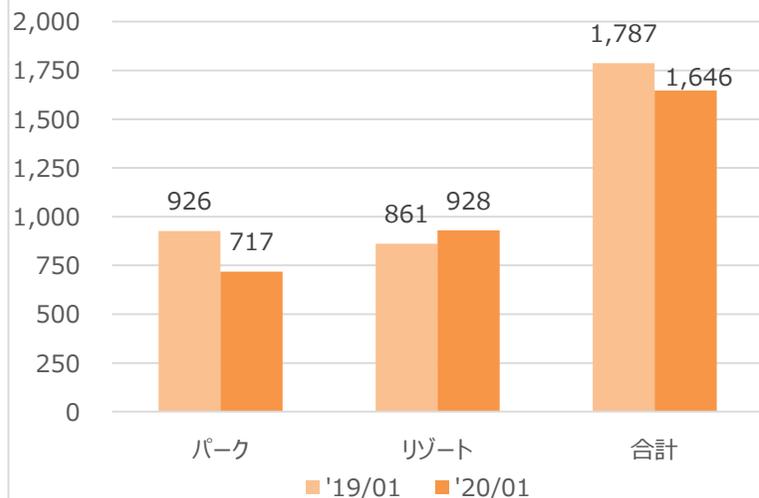
主な経営指標

	'19/01	'20/01	増減	増減率
物件数 (国内)	1,195	1,191	△4	△0.3%
物件数 (海外)	50	65	+15	+30.0%
総台数 (国内)	43,518	44,290	772	+1.8%
総台数 (海外)	12,600	19,716	7,116	+56.5%

増減の主な理由

海外駐車場	大型商業施設駐車場などの物件獲得が順調に推移 売上高 +186 百万円（前期比 +26.8% ）を達成
国内駐車場	既存物件の改善・新規物件の獲得などにより 営業利益 +106 百万円の増益を達成

売上高区分別 前年対比



セグメント売上高・営業利益

	'19/01	'20/01	増減	増減率
売上高	1,787	1,646	△141	△7.9%
営業利益	635	326	△309	△48.7%
営業利益率	35.6%	19.8%	△15.7pt	—

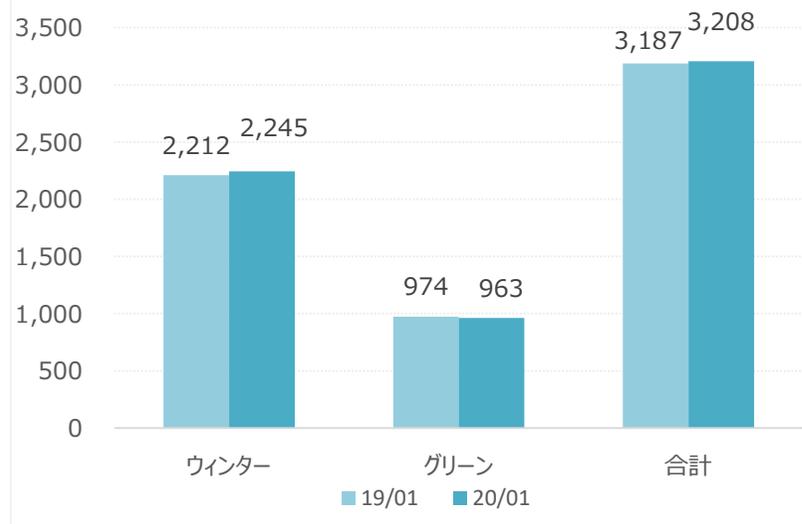
主な経営指標

	'19/01	'20/01	増減	増減率
来場者数 (千人)	306	258	△48	△15.8%
顧客単価 (円)	3,767	3,566	△201	△5.3%

増減の主な理由

当期施策	M&A強化やガバナンス強化を実施による全社費用増加 「 那須りんどう湖レイクビュー 」の完全子会社化を決定
リゾート事業強化	透明型テント「AURA」や「RESORT HOUSE」の宿泊施設増加などにより、リゾート売上高 +67 百万円増加
単価減少 来場者減	開業40周年の近隣宿泊者入園無料キャンペーン実施したものの、台風上陸などの悪天候により 来場者数△48千人（前期比△15.8%）

売上高区分別 前年対比



セグメント売上高・営業利益

	'19/01	'20/01	増減	増減率
売上高	3,187	3,208	+21	0.7%
営業利益	157	200	+42	27.2%
営業利益率	5.0%	6.3%	+1.3pt	-

主な経営指標

	'19/01	'20/01	増減	増減率
ウインター来場者	738	691	△47	△6.4%
グリーン来場者	247	269	+22	+9.0%

増減の主な理由

- グリーンシーズン
 - 新施設「HAKUBA MOUNTAIN HARBOR」の来場者数が順調に推移。
 - シーズン全体の来場者数が**+22**千人増加
- ウインターシーズン
 - 小雪により白馬エリアの来場者が減少したものの、一人当たり単価の高い川場は来場者が増加。
 - シーズン全体で**+82**百万円の増益を達成

※ウインターはスキー場の来場者数、グリーンは索道を稼働した施設の来場者数を記載

オーナーの
満足

『ハッピートライアングル』

関わる人 全ての人が
Happy なビジネスを！

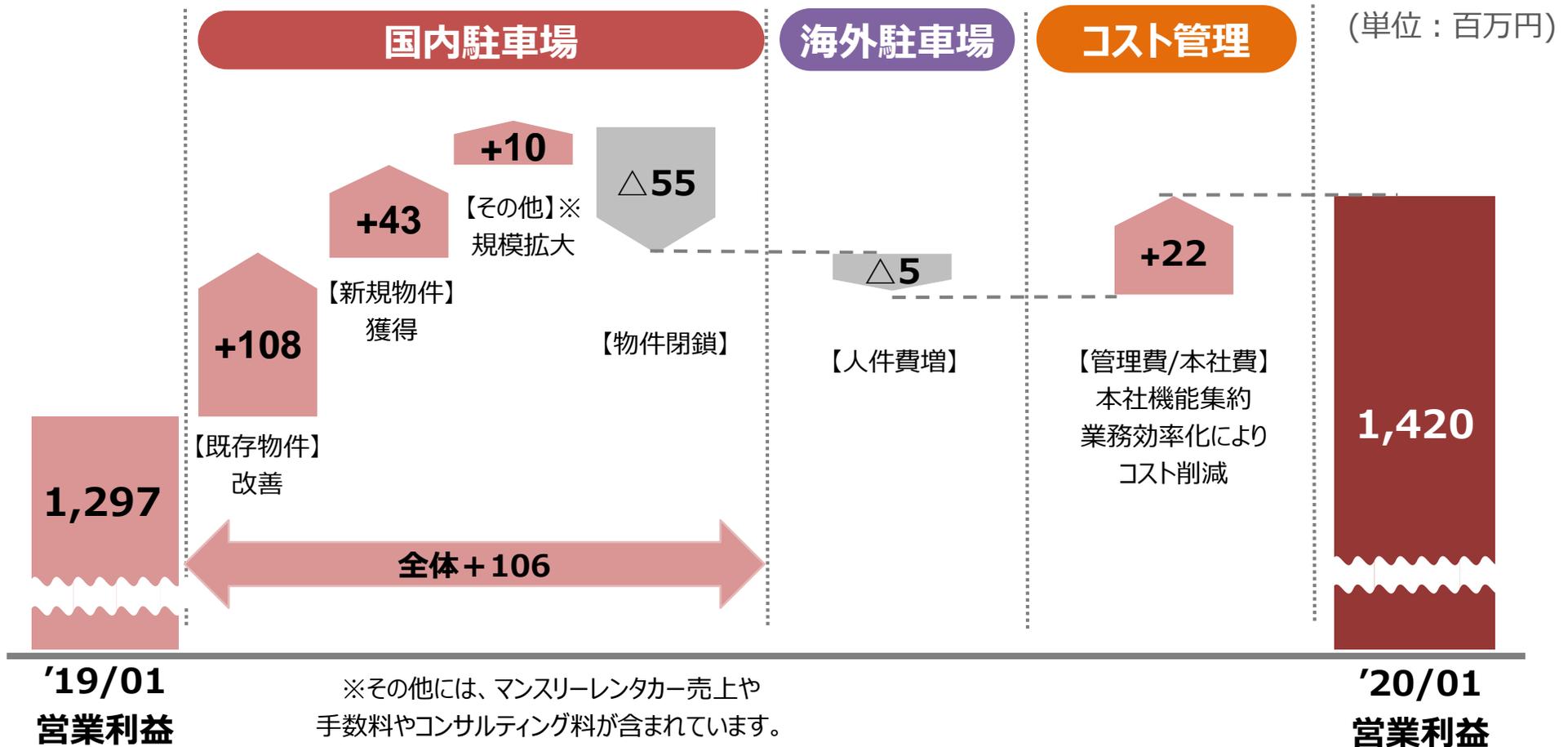
駐車場事業

ユーザーの
満足

社会の
満足

駐車場事業 営業利益増減要因

- ✓ 国内駐車場事業の安定的な成長により **+106** 百万円の増益
- ✓ 本社機能集約や業務効率化により **+22** 百万円の増益
- ✓ 海外駐車場事業拡大に伴う雇用拡大による人件費増加により **△5** 百万円の減益



駐車場事業 営業利益30億の達成に向けて

1. 国内駐車場事業の新規物件獲得強化

営業人員増加

ドミナント戦略の展開

提案件数 **3** 倍

2. 海外駐車場事業の拡大

新規物件獲得に注力

既存物件の改善

組織体制の強化

3. 法人月極ユーザーソリューションの強化

営業車両に係わる
課題の抽出

営業車両の稼働状況の
分析と最適化

駐車場付き
マンスリーレンタカーの拡大

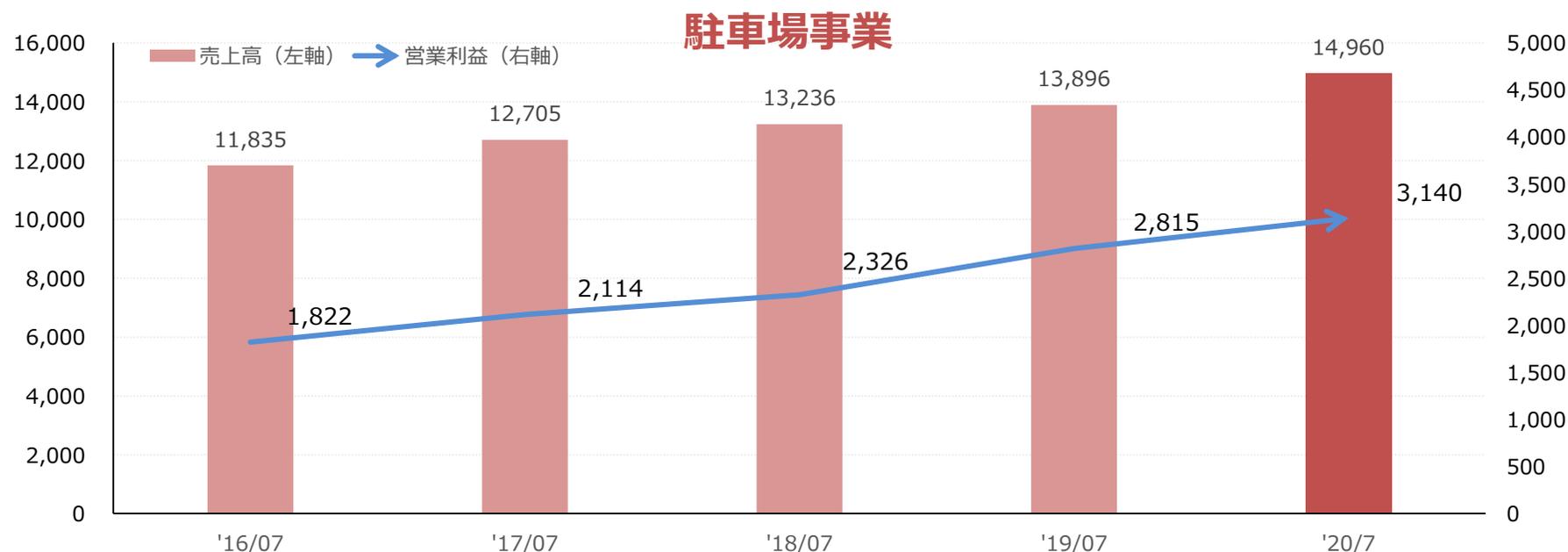
駐車場事業 2020年7月期計画



セグメント売上高・営業利益

(単位：百万円)

	'19/07	'20/07	増減	増減率
売上高	13,896	14,960	+1,064	7.7%
営業利益	3,331	3,730	+399	12.0%
営業利益率	24.0%	24.9%	+0.9pt	-
営業利益 (全社費用含)	2,815	3,140	+325	11.6%
営業利益率 (全社費用含)	20.3%	21.0%	+0.7pt	-



自然

『ハッピートライアングル』

関わる人 全ての人が
Happy なビジネスを！

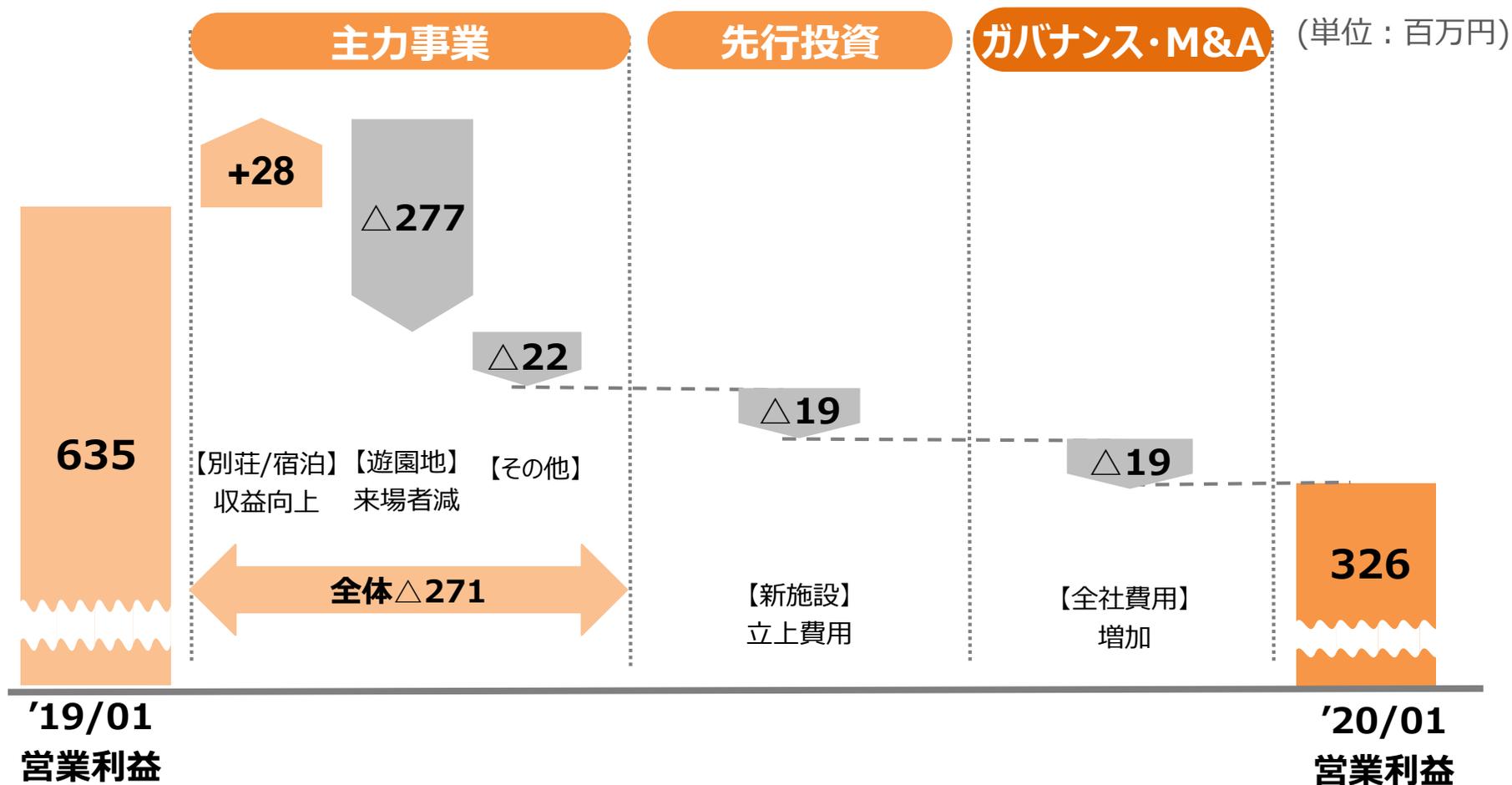
テーマパーク事業

お客様

地域社会

テーマパーク事業 営業利益増減要因

- ✓ 那須ハイランドにおけるホテル事業、バケーションレンタル（貸別荘）事業の収益性向上
- ✓ 悪天候等による那須ハイランドパークの来場者減
- ✓ 安全対策、管理体制強化、M&Aのための費用増加



① 持続的な内部成長

- 日本初等の新たな魅力の追求により、
那須ハイランドパーク来場者数増加
- バケーションレンタル強化による宿泊者数増加

② 那須エリア集客増

- りんどう湖レイクビューグループ化による相互送客
- 周辺観光施設との連携強化

③ 新規M&A・運営受託

- りんどう湖レイクビューのM&Aによる認知度向上
- 新規M&A・運営受託の加速

地域の「中核企業」として
「地域経済」を牽引

**テーマパーク業界の活性化に
貢献する**



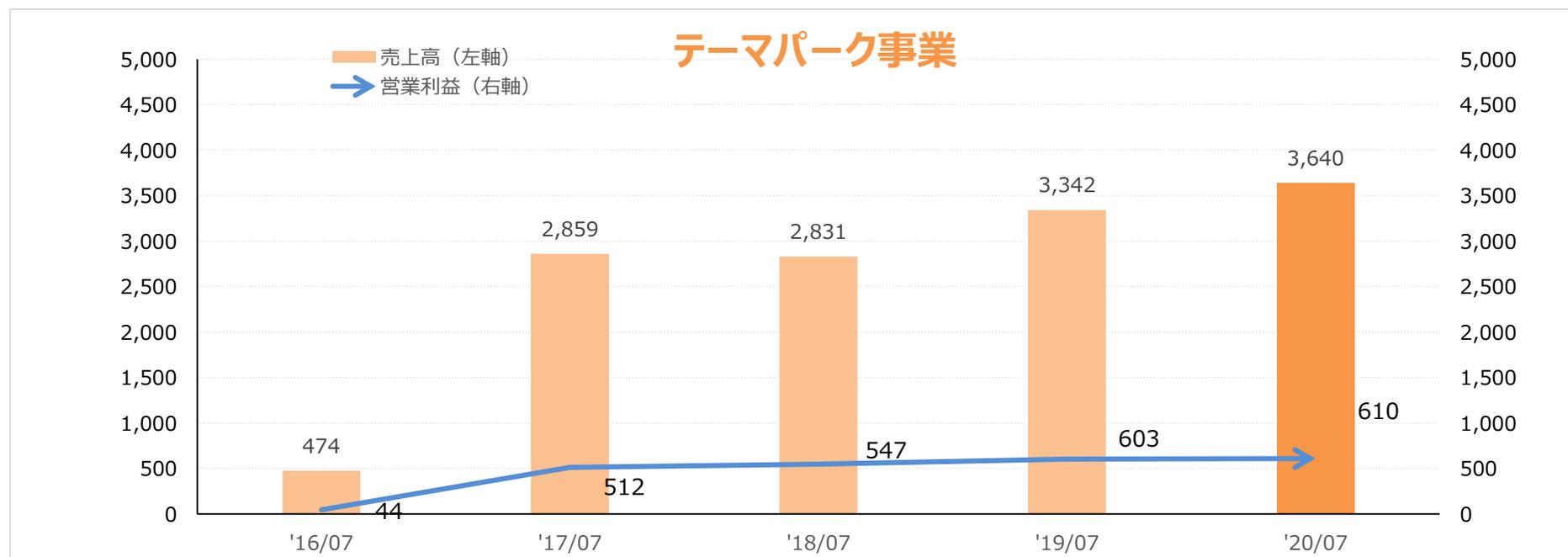
テーマパーク事業 2020年7月期計画

セグメント売上高・営業利益 (単位：百万円)

	'19/07	'20/07	増減	増減率
売上高	3,342	3,640	+297	+8.9%
営業利益	603	610	+7	+1.1%
営業利益率	18.0%	16.8%	-1.2pt	-

主な経営指標

	'19/07	'20/07	増減	増減率
来場者数 (千人)	544	550	+5	+1.0%
単価 (円)	3,707	3,700	△7	△0.2%



自然

『ハッピートライアングル』

関わる人 全ての人が
Happy なビジネスを！

スキー場事業

顧客

地域社会

詳細なIR資料は日本スキー場開発(株)(6040)の公式HPでアップロードされています。

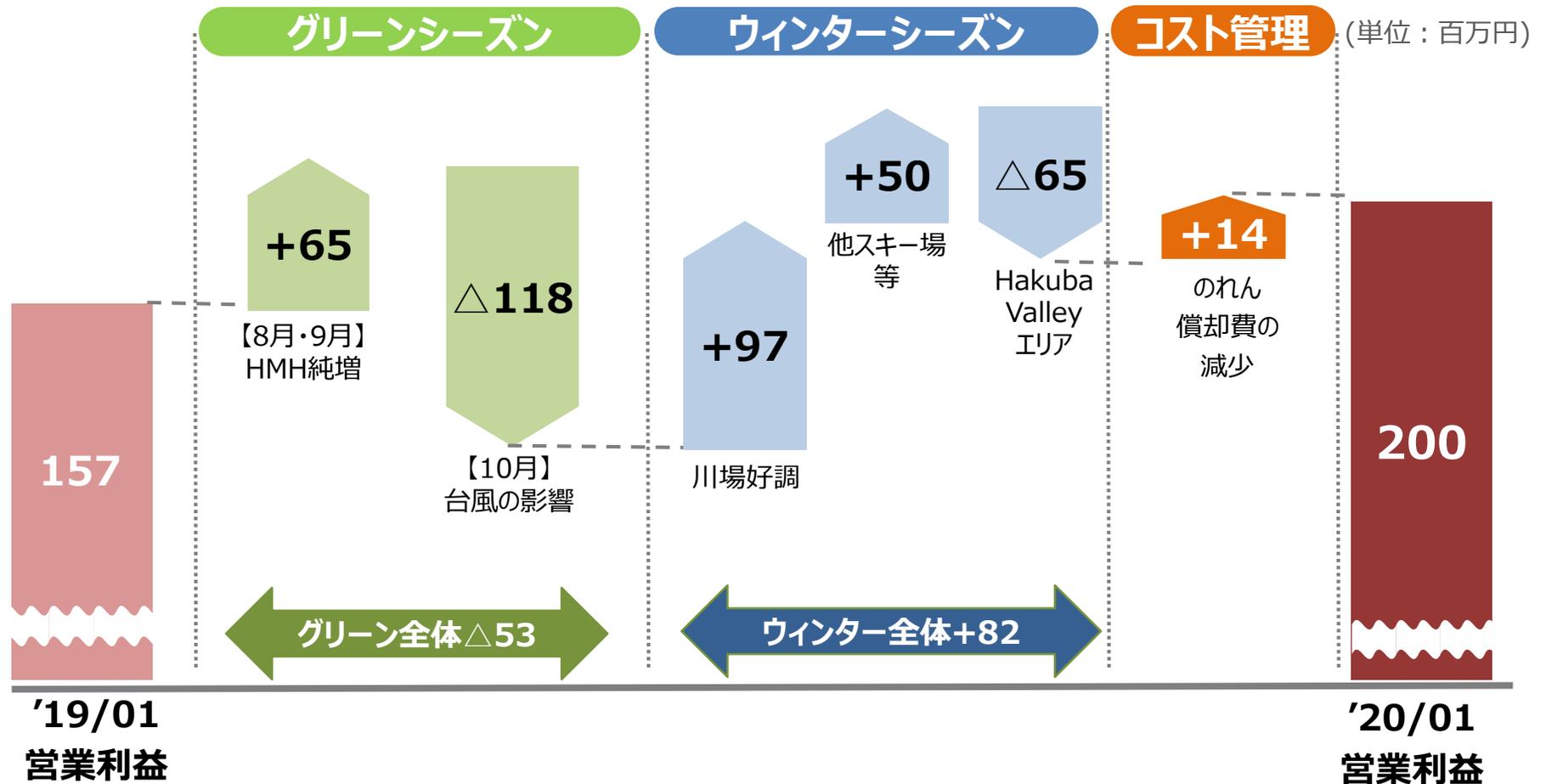
<https://www.nippon-ski.jp/ir-library.php>

毎月「来場者数データ」も配信しています。

<https://www.nippon-ski.jp/ir-news.php>

スキー場事業 営業利益増減要因

- グリーンシーズンは昨年10月にオープンしたHakuba Mountain Harbor(HMH)が8月、9月純増。しかし10月は台風19号及びその後の旅行キャンセル等の影響を受ける
- ウィンターシーズンは特に川場が好調で来場者数も前年比33%増。白馬エリアは暖冬小雪の影響で滑走面積の拡大が進まず前年比マイナス



①小雪対策投資の継続

- 小雪のシーズンでも例年並みにオープンできる体制の構築
- 19-20シーズンは記録的暖冬及び小雪であったが、前年並みのオープンとなり一定の集客を獲得
- 川場スキー場は早期にコース拡大でき来場者数は前年比+33%。全体の単価向上にも貢献



②グリーンシーズンの強化 新規施設の増強

- 白馬エリアにて2018年8月に梅池WOW!、同年10月に白馬岩岳マウンテンハーバー、2019年7月に白馬マウンテンビーチをオープン
- 白馬岩岳マウンテンリゾートのグリーンシーズン来場者は8月、9月が前年比純増となり、来場者数は45千人(19/7期上期)から、83千人(20/7期上期)へと85%の増加
- 2019年10月の台風19号の悪影響を受けるものの、グリーンシーズンの来場者数は247千人(19/7期上期)から269千人(20/7期上期)へと9%の増加



③インバウンドの取り組み 外部との提携や域内連携

- HAKUBA VALLEY とVail Resortsが長期アライアンス契約を締結。世界最大のリゾートシーズン券であるEpic Pass保有者の来場促進、世界的知名度の向上を目指す
- 白馬岩岳スノーフィールドや梅池高原スキー場では古民家及びホテルのリノベーションによる地域密着での宿泊施設の再生や、商業施設の誘致による活性化にも、地域と連携して取り組む
- めいほう高原スキー場ではインバウンドが多数来場する高山エリアに自社バスを運行し、スキー場への誘客を実施



スキー場事業 2020年7月期計画

セグメント売上高・営業利益

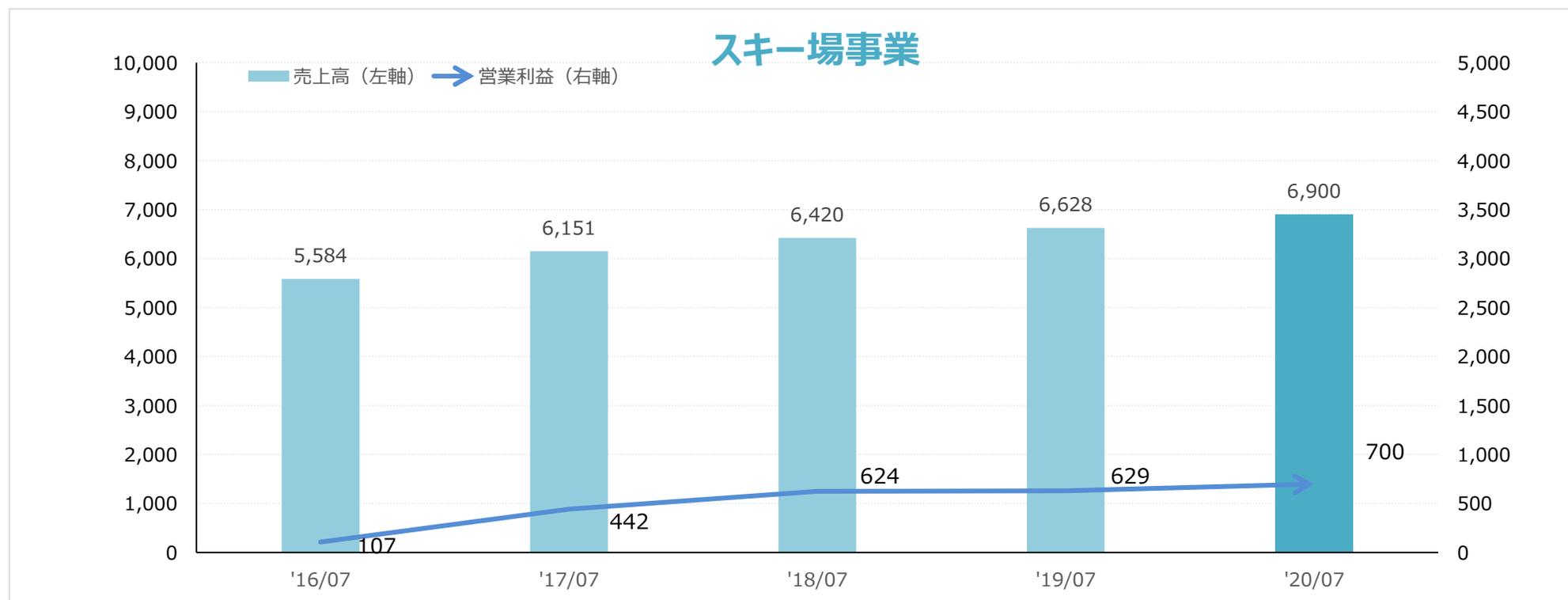
(単位：百万円)

	'19/07	'20/07	増減	増減率
売上高	6,628	6,900	271	4.1%
営業利益	629	700	+70	+11.1%
営業利益率	9.5%	10.1%	+0.6pt	-

主な経営指標

	'19/07	'20/07	増減	増減率
来場者数				
ウインター シーズン (千人)	1,691	1,687	△4	△0.2%

※ウインターシーズンの来場者数は、スキー場別来場者数の合計となり、その他施設の来場者数は含んでおりません。



CSR活動

NPDグループとしての持続的成長

NPDグループにおいては「全ての事業が社会課題の解決につながっており、且つ企業活動を通じた持続的成長を実現するもの」と捉えておりますが、グループの企業活動の中で特に国連が掲げた世界共通目標であるSDGs達成につながる取組を抜粋して紹介します。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



地域の“宝”である子供たちを、みんなで育むこども食堂

2 飢餓を
ゼロに



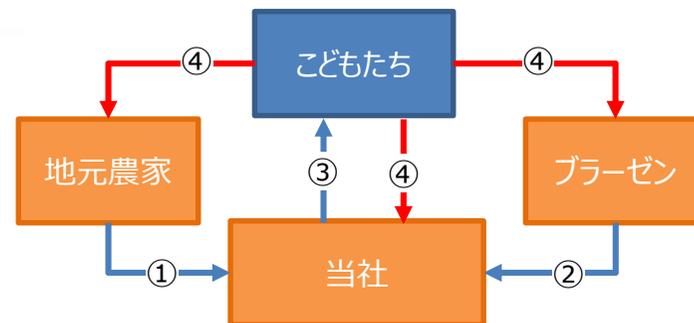
17 パートナースhipで
目標を達成しよう



- 地元企業の余剰リソース(食材、人材、場所)を活用して、子供達の心もお腹も満たされる環境を提供
- こどもたち同士が触れ合える環境をつくる



【持続可能な仕組み】



- ① 食材の提供
- ② 店舗・人員の提供
- ③ 食事・人員の提供
- ④ 地域経済の担い手

【主な成果】

- ✓ 36名の子供たちに食事を提供
- ✓ 4社の農家さんから食材の協賛をいただく

【事業面における展開】

- 今まで直接的に取引の無かった地域企業と、積極的に提携を構築
- 取組を通じたパークのファン作り

自転車チーム那須ブラーゼンへのスポンサーシップ

8 働きがいも
経済成長も



17 パートナーシップで
目標を達成しよう

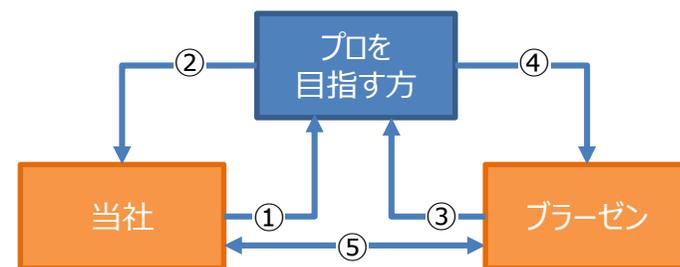


- プロレースチームと共同で若者の夢を応援
那須ハイランドパークレーシングチームでデュアルキャリア採用



Photo: Shusaku MATSUO

【持続可能な仕組み】



- ① 正社員として雇用
- ② 正社員として就労
- ③ 練習・大会への参加機会の提供
- ④ プロ昇格時の所属を優先
- ⑤ レーシングチームマネジメント契約

【主な成果】

- ✓ 6名の練習生を受け入れ
- ✓ 1名が練習生からブラーゼンに昇格

【事業面における展開】

- ✓ これまで採用出来なかった層、地域の優秀な人材が採用可能に



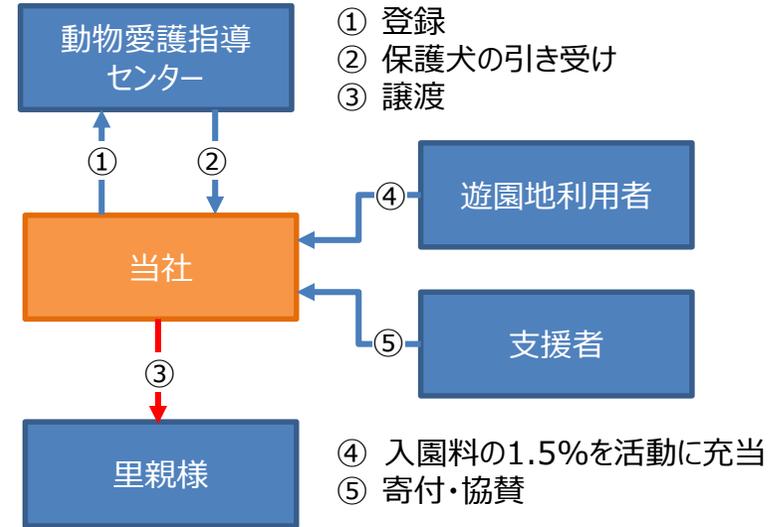
● ペット殺処分のゼロ運動



那須ハイランドパークでは、施設に収容された犬の殺処分0を目指し、一頭でも多くの尊い命を救うため、保護犬の里親探しを行っています。



【持続可能な仕組み】



【現状までの取組】

- ✓ 45頭のわんこを引き受け
- ✓ 25頭を新しい里親様の元へ譲渡
- ✓ 栃木、福島、群馬、茨城県の社会問題を解決

【事業面における展開】

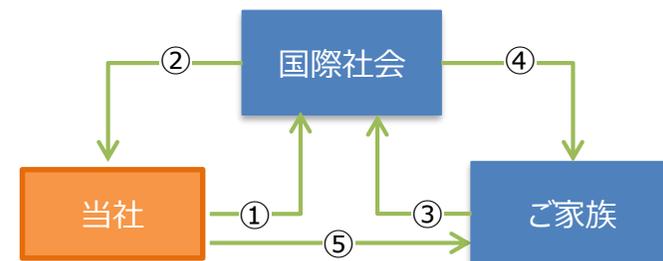
- ペットフレンドリーなテーマパークを目指すことで、
- ✓ 年間約8千頭のわんこが遊園地に来園
⇒ペット向け年間パス売上 約6百万
 - ✓ 年間約3千頭のわんこがコテージに宿泊
✓ ⇒わんこの宿泊売上 約6百万

4 質の高い教育を
みんなに



● 社会の国際化により増加する海外子女・帰国子女・留学生を対象に、オンライン学習サポートによる「場所」を超えた、バイリンガル人材による「質の高い」サービスを提供

【持続可能な仕組み】



- ① 未来の国際世代の育成
- ② 外国人人材・教育の機会の提供
- ③ 駐在員・企業活動により社会貢献
- ④ 海外駐在員の充実したサポート
- ⑤ 世界中どこでも質の高い教育の提供

【未来の国際世代の育成】

- ✓ 海外大学進学などを英語・日本語の両言語で対応できる教育により、**日本国内の国際教育に貢献**
- ✓ 小中高生の単身留学など国際教育のニーズにも対応し、**未来の国際世代の育成**

【世界中どこでも質の高い教育の提供】

- ✓ 海外に駐在するご家庭の教育不安を解消し、安心して暮らせるよう**ご家族をサポート**
- ✓ 日本に駐在する外国籍のご家庭にもサービスを展開して、**グローバルに社会貢献**



対象となる児童生徒

海外子女	推定8万人(平成28年度) 3年で10%増加 *外務省統計
帰国子女	毎年約1万人が日本に帰国
留学生	2020年までに倍増(文科省)
バカロレア	現18校から200校へ(文科省)

運営会社の「TCK Workshop」とは

お子様の海外滞在経験を「財産」にすることをミッションとしオンライン家庭教師サービスを**世界34か国、延べ800名**に提供（2020.3月現在）
教育機関やサービスが十分に行き届いていない地域に滞在する日本人ご家庭、海外現地校やインターナショナルスクールに通うお子様に向けて日本語・英語でご家族の教育相談を実施しています。



NIPPON PARKING DEVELOPMENT

質 疑 応 答

参考資料

- 国内進出拠点にて営業人員を増加、ドミナント戦略を展開
- 営業社員の生産性向上を目的に拠点の統廃合、運営形態の見直しに着手
- 立体駐車場の修繕・リニューアル投資・購入を絡めた当社独自のソリューションの展開を加速

メズム東京 (東京)



種別：ホテル

概要：日本ホテル（JR東日本グループ）がマリオットインターナショナルと提携し開業するラグジュアリーホテルのバレーパーキングサービス。

横浜グランゲートタワー (横浜)



種別：オフィスビル

概要：横浜市のみなとみらい54街区の大型竣工物件を獲得。同エリアの実績を基にした詳細な収支予測と運営手法の提案を評価され獲得に至る。

大阪イーマビル (大阪)



種別：オフィス、商業ビル

概要：低稼働の機械式駐車場設備に有人のバレーサービスを導入することで、稼働率、売上の大幅改善を実現し、ビル所有者に収益を還元。

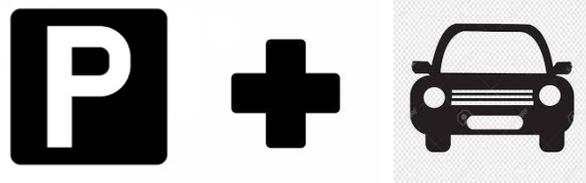
オフィスビル：サンシャインシティアネックス（東京）、日本生命日本橋ビル（東京）、NTTクレド岡山ビル（岡山）

ホテル、商業：アマン京都（京都）、からくさホテル新大阪（大阪）、エスポワール表参道（東京）

分譲マンション：パークタワー横浜ステーションプレミア（横浜）、ローレルコート難波（大阪）

- 東京、大阪の法人月極駐車場ユーザーの車両管理業務のコスト削減・効率化・安全性向上を実現
- 当社グループ経営資源の活用とギャップに着目した駐車場 + 1 事業の開拓
- 海外から日本企業への就職を希望する外国籍社員の採用を強化

マンスリーレンタカー (駐車場付きレンタカー)



車 + 駐車場 + 保険を一括で契約。
コストと手間を削減。法人の営業人員の増減に伴う、お車の増減に対応する最適なソリューション。

- ・運行データを基にした最適台数の提案
- ・新型ドライブレコーダーの搭載
- ・自動ブレーキ搭載車両の導入

駐車場 + 1 事業 (有人時間貸し + レンタカー店舗)



NPD運営の有人時間貸し駐車場にレンタカー店舗、車両を誘致。
レンタカー会社の貸出業務の一部を当社スタッフがサポートすることで店舗の省人化を実現。
NPDとレンタカー会社のWIN-WINの事業モデル。

人不足に対する対応 (外国籍採用)

日本で培った経験で、
韓国の駐車場を盛り上げていく。

NPD KOREA 代表取締役社長
鄭 弼圭 (ジョン・ビルギョ)



NPD KOREA 代表取締役社長 鄭 弼圭

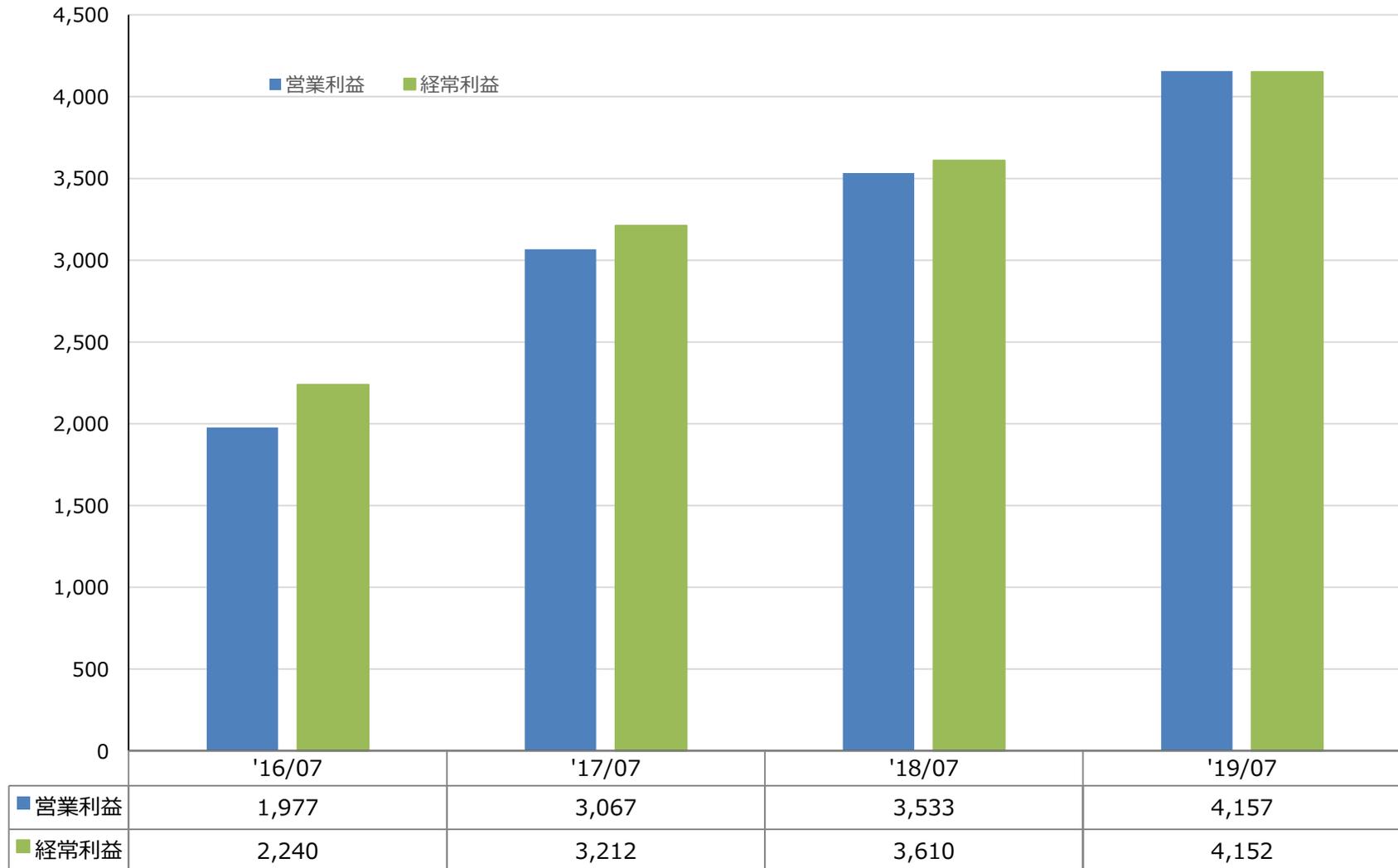
昨今の少子高齢化に伴う人不足が更に悪化することを見越し、外国籍社員の採用を強化。東京・大阪・名古屋の拠点を中心に配属。

- ・人事部の採用担当に外国籍社員を登用
- ・NPD海外拠点を中心に説明会を開催
- ・国内外の大学、日本語学校の開拓

参考資料) 連結営業利益・経常利益推移



(単位:百万円)



参考資料) 連結貸借対照表推移

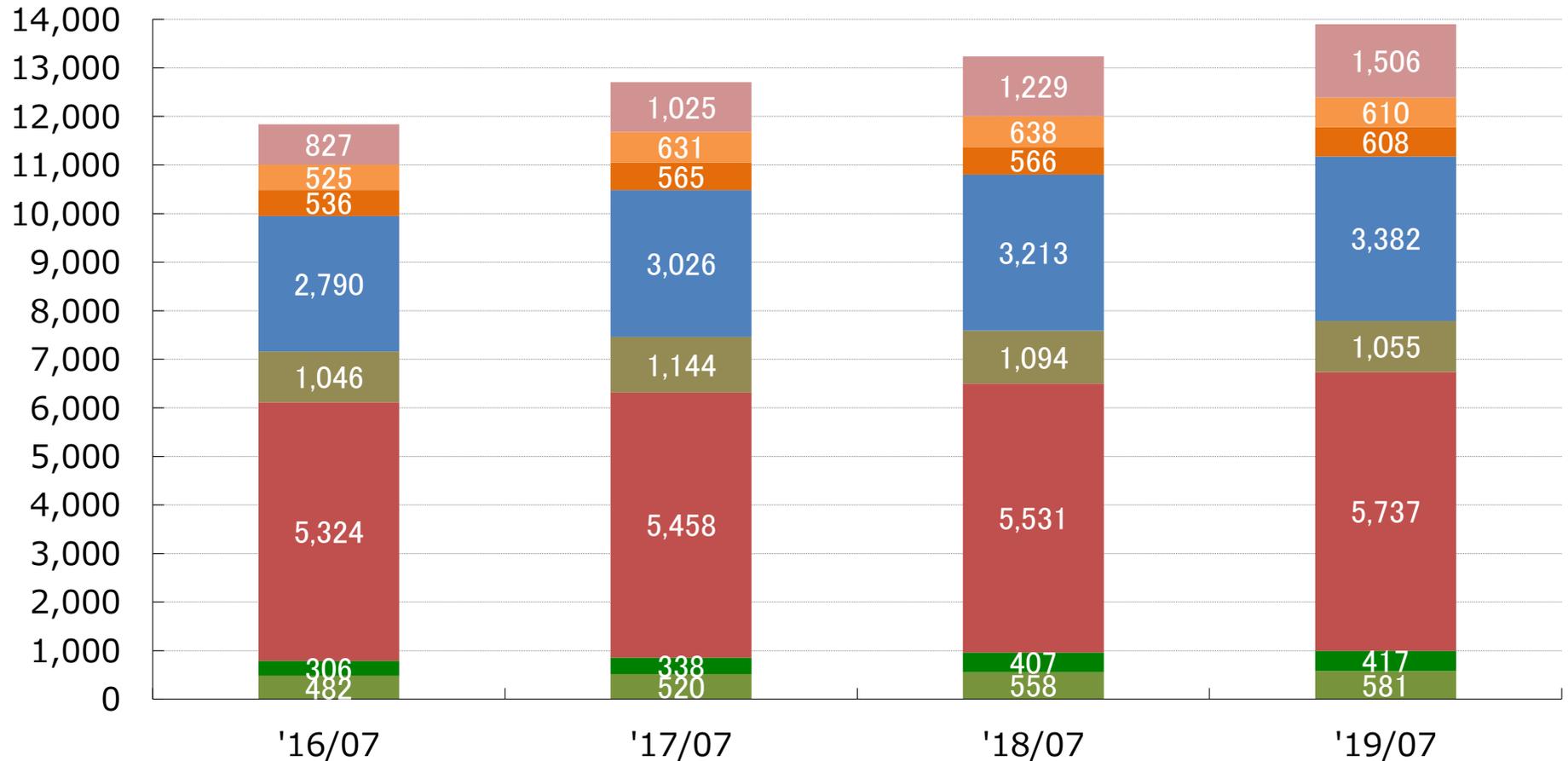
単位：百万円	'16/07	'17/07	'18/07	'19/07
流動資産	15,014	15,524	13,451	13,537
（現預金）	13,120	13,887	11,708	11,716
有形固定資産	3,851	5,015	6,583	8,135
無形固定資産	379	393	205	218
投資その他の資産	2,098	3,040	3,130	2,745
（投資有価証券）	903	1,584	1,465	984
固定資産合計	6,329	8,448	9,920	11,099
資産合計	21,344	23,972	23,371	24,637
流動負債	2,841	4,435	3,002	4,970
固定負債	9,855	9,518	9,377	7,753
（有利子負債）	7,047	7,823	6,598	6,701
負債合計	12,697	13,953	12,379	12,723
純資産合計	8,646	10,018	10,992	11,913
負債純資産合計	21,344	23,972	23,371	24,637
純有利子負債	-6,072	-6,063	-5,109	-5,015
流動比率	528.3%	350.0%	448.1%	272.4%
固定長期適合比率	38.3%	48.8%	55.5%	60.0%
自己資本比率	31.2%	32.5%	36.3%	37.0%

参考資料) 駐車場事業 地域別売上高

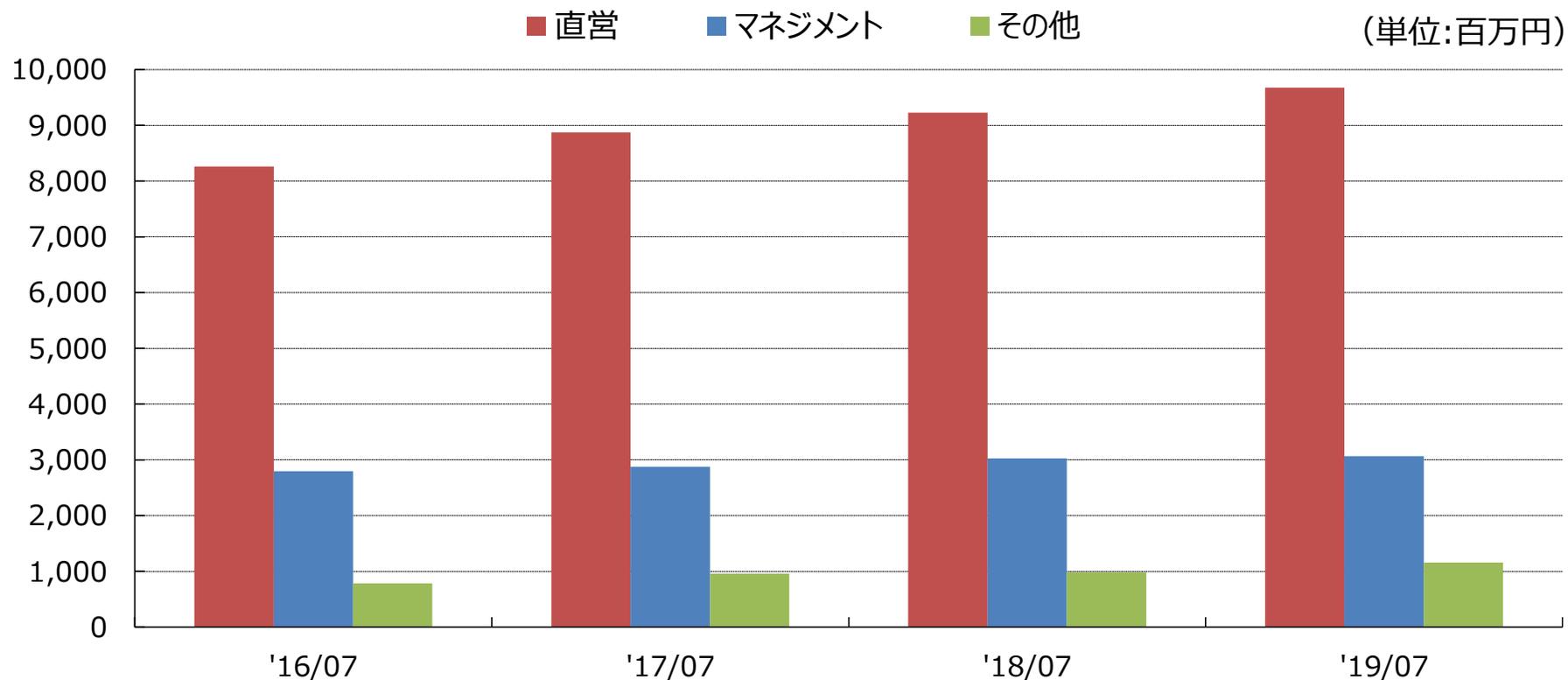


(単位:百万円)

■北海道 ■東北 ■関東 ■東海 ■近畿 ■中国 ■九州 ■海外



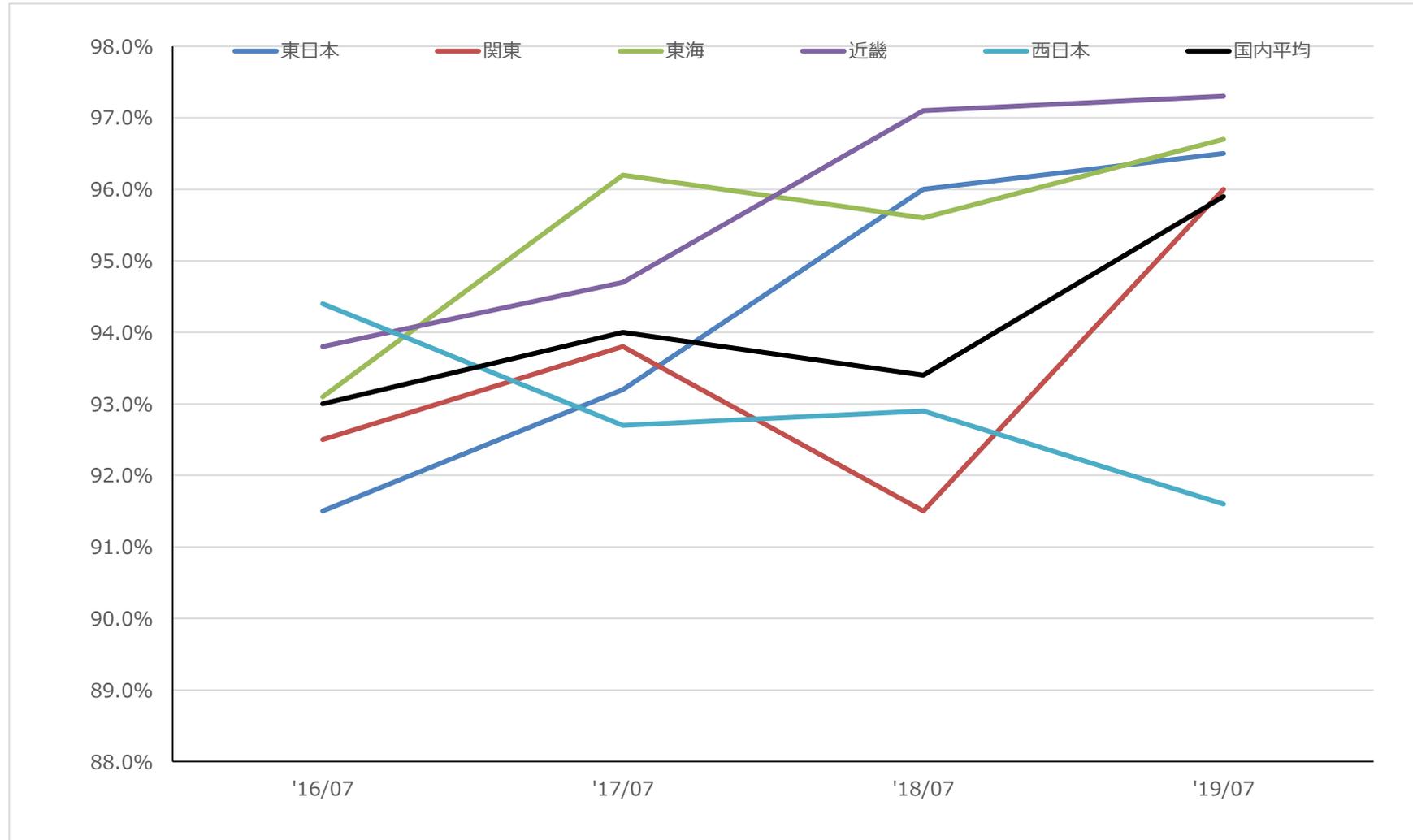
参考資料) 駐車場事業 モデル別売上高



直営	8,258 (+6.0%)	8,871 (+7.4%)	9,227 (+4.0%)	9,673 (+4.8%)
マネジメント	2,793 (+7.8%)	2,875 (+2.9%)	3,024 (+5.2%)	3,064 (+1.3%)
その他	783 (+11.4%)	958 (+22.4%)	983 (+2.6%)	1,158 (+17.8%)

		'16/07	'17/07	'18/07	'19/07
月極専用 直営物件	物件数	985 (+8.0%)	985 (±0.0%)	990 (+0.5%)	1,001 (+1.1%)
	借上 台数	15,647 (+10.0%)	16,169 (+3.3%)	16,698 (+3.3%)	16,805 (+0.6%)
時間貸し 併用 直営物件	物件数	157 (+1.9%)	150 (△4.5%)	137 (△8.7%)	147 (+7.3%)
	借上 台数	16,964 (+17.5%)	17,524 (+3.3%)	18,021 (+2.8%)	21,309 (+18.2%)
時間貸し マネジメント 物件	物件数	111 (+5.7%)	112 (+0.9%)	102 (△8.9%)	102 (±0.0%)
	管理 台数	20,282 (+10.7%)	22,689 (+11.9%)	21,668 (△4.5%)	22,509 (+3.9%)
合計	物件数	1,253 (+7.0%)	1,247 (△0.5%)	1,229 (△1.4%)	1,250 (+1.7%)
	総台数	52,893 (+12.6%)	56,382 (+6.6%)	56,387 (+0.0%)	60,623 (+7.5%)

(契約率)



	HAKUBA VALLEY 鹿島槍 スキー場	竜王 スキー パーク	川場スキー場	HAKUBA VALLEY 八方尾根 スキー場	HAKUBA VALLEY 岩岳スノー フィールド	HAKUBA VALLEY 柵池高原 スキー場	めいほう スキー場	菅平高原 スノーリ ゾート
グループ化	2006年9月	2009年11月	2010年10月	2012年11月	2012年11月	2012年11月	2014年10月	2015年11月
立地	白馬エリア (長野)	志賀エリア (長野)	沼田エリア (群馬)	白馬エリア (長野)	白馬エリア (長野)	白馬エリア (長野)	奥美濃エリア (岐阜)	上田エリア (長野)
標高 山頂-山麓	1,550-830(m)	1,930-850(m)	1,870-1,290(m)	1,831-760(m)	1,289-750(m)	1,680-800(m)	1,600-900(m)	1,650-1,250(m)
総面積 (当社所有面積)	78ha(35ha)	95ha(11ha)	60ha(0.1ha)	200ha(2ha)	125ha(10ha)	156ha(0.4ha)	96ha(-ha)	175ha
リフト本数	8	13 + ロープウェイ1基	5	24 + ゴンドラ1基	13 + ゴンドラ1基	19 + ゴンドラ1基 + ロープウェイ1基	5	19
来場者数 (201907期ウィンターシーズン)	93千人	222千人	146千人	396千人	119千人	285千人	188千人	239千人
ゲレンデ特徴	<ul style="list-style-type: none"> 北アルプスを望む雄大な景観 	<ul style="list-style-type: none"> 166人乗りロープウェイ 幅広いゲレンデ 	<ul style="list-style-type: none"> 都心から2時間圏内 良質な雪質 	<ul style="list-style-type: none"> 長野オリンピックのアルペン競技会場、スキーヤーのメッカ 	<ul style="list-style-type: none"> 全国岩岳学生スキー大会が有名 	<ul style="list-style-type: none"> 柵池自然公園の散策、トレッキングなど夏季営業も盛ん 	<ul style="list-style-type: none"> 名古屋中心部から2時間圏内、良質な雪質 	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏から日帰り圏内に立地しアクセス良好
主要な客層	首都圏、長野県内のファミリー及び幅広い層	首都圏からのバスツアー利用者	首都圏からの日帰り顧客	初心者～上級者、関東・中部・関西から幅広い客層	首都圏、長野県内のファミリー及び幅広い層	初級者～上級者、関東・中部・関西から幅広い客層	名古屋圏、関西圏のファミリー及び幅広い層	首都圏、長野県内のファミリー及び幅広い層

- 小雪の影響を受けやすく、単価の高いスキー場から降雪機を順次増強
- めいほうの12月の自然降雪は20cm程度であったが、降雪機の稼働により一定の集客を獲得
- 今後も小雪対策投資を継続し、気候変動に対応した経営を行う

川場降雪機



15-16シーズン上期 : 43千人

75%増加

19-20シーズン上期 : 75千人

- 山麓エリアまでのコース拡大可否により集客力に大きな差が出る
- 多雪のシーズンでも人工雪が根雪となり、シーズン延長にも貢献
- 降雪機投資の可否が今後のスキー場の生き残りに影響

めいほう降雪機



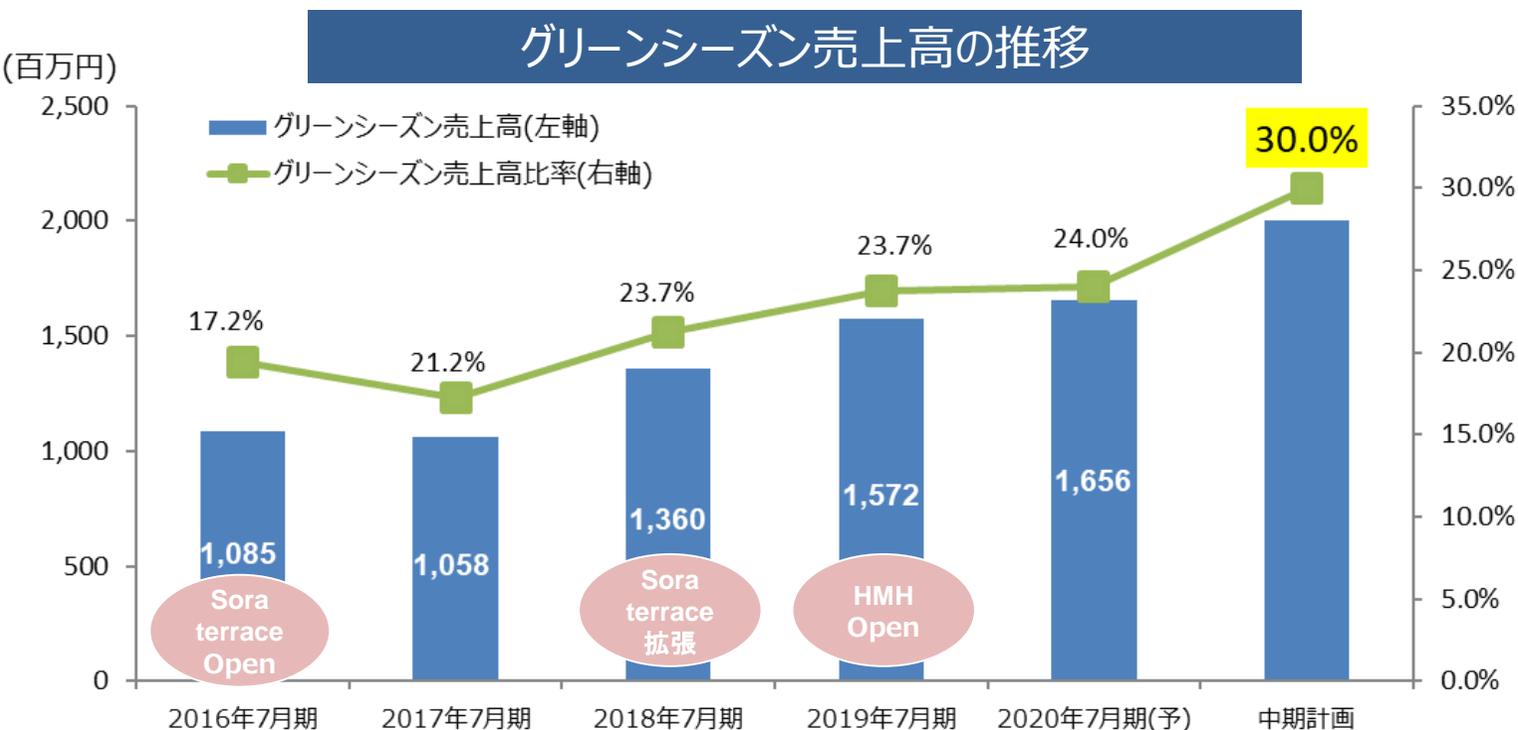
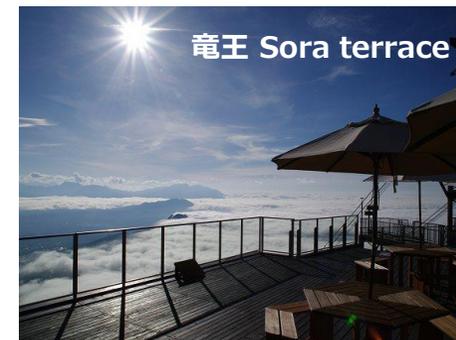
15-16シーズン上期 : 55千人

28%増加

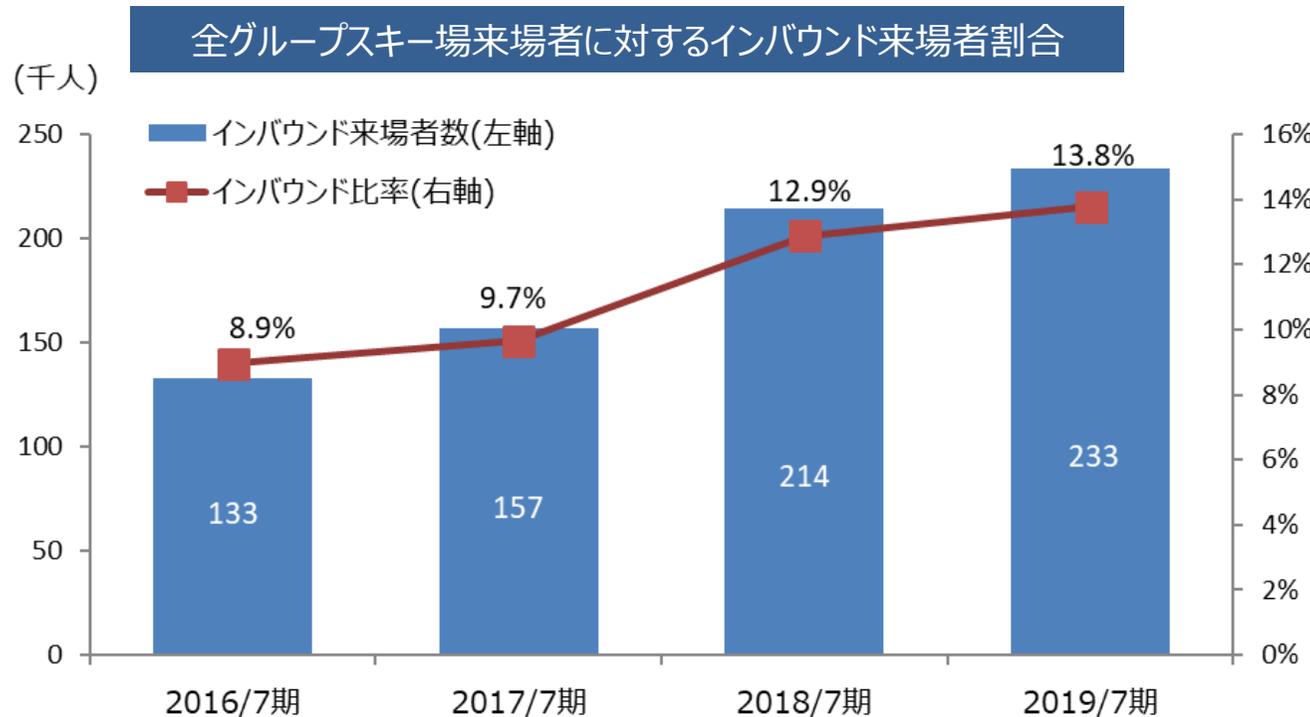
19-20シーズン上期 : 70千人

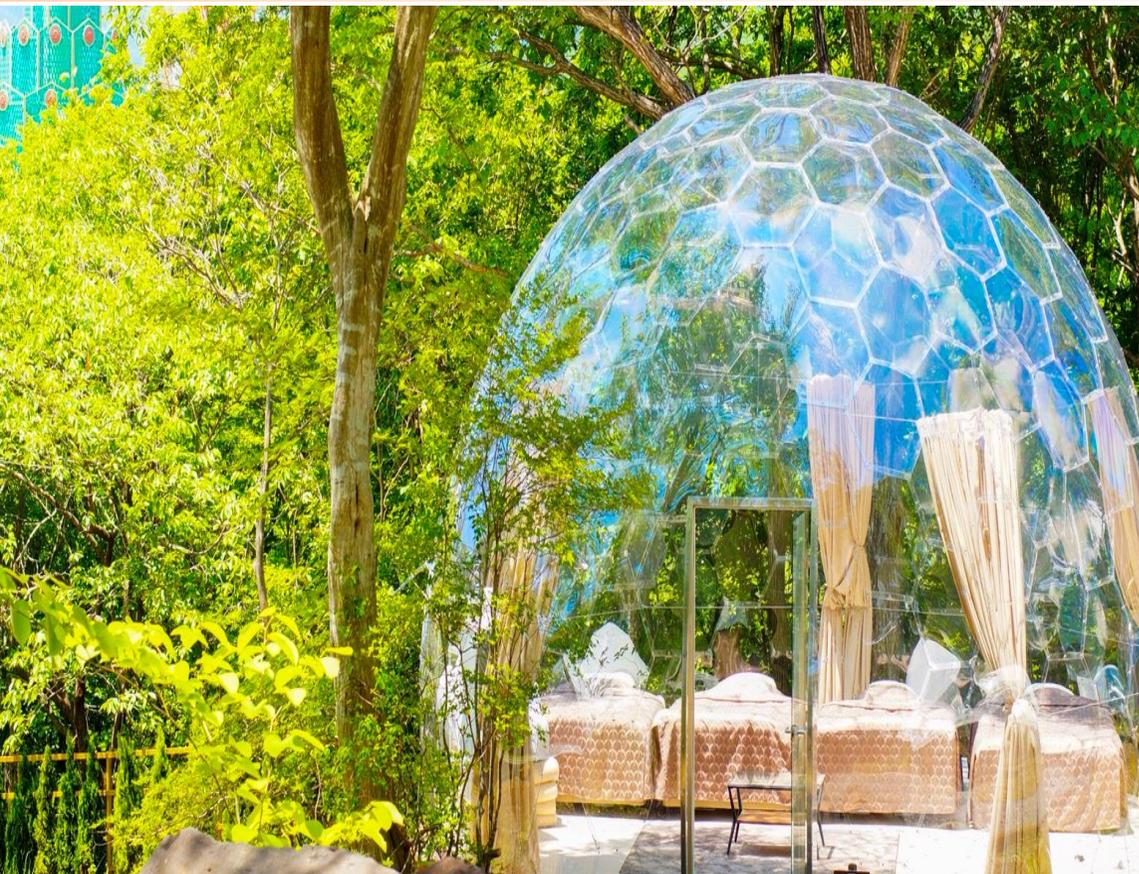
参考資料) グリーンシーズン成長戦略

- 竜王では2015年10月にSORA terraceをオープンし、来場者数は9千人(15/7期)から98千人(19/7期)まで増加
- 山頂テラスのノウハウを横展開し、白馬岩岳マウンテンリゾートではHAKUBA MOUNTAIN HARBOR(HMH)を2018年10月に開業。来場者数は34千人(18/7期)から91千人(19/7期)まで増加
- グループのグリーンシーズン売上高は1,085百万円(16年7月期)から1,572百万円(19年7月期)まで増加



- HAKUBA VALLEYエリアは、これまでのオーストラリア・ニュージーランドエリアだけでなく、引き続き台湾・中国・東南アジア圏からの集客に注力。Epic passとの提携も継続し知名度向上を目指す
- ソフト面では外国人向けのスクールやサービス等、地域の外国人とも連携しながら改善を継続
- スキー場ベースエリアにおける大型ホテルやアコモデーション不足には、地域連携し、中長期的に解決





日本初！泊まれる透明テント

AURA



千差万別の1棟貸し別荘 Resort House

