

スキー場活性化に向けて

—若年層のスキー志向調査と提言—

山根 宏文

目 次

- I. はじめに
- II. 長野県のスキー場利用者の動向
- III. 若年層によるアンケート調査結果
- IV. アンケート調査にもとづく考察
- V. まとめ・若年層スキー振興のための提言

【引用文献】

I. はじめに

長野県の平成16年度観光消費額は9133億円（県外客8,029億円＋県内客1,104億円）、生産波及効果1兆2,019億円（7%）、付加価値効果6,854億円（8.6%）、雇用効果68,849人（9.1%）税収効果は261億円（13.0%）であり、観光は長野県の基幹産業であるといっても過言ではない。長野県の観光を支えるものとして温泉地とスキー場は主要な観光資源であるが、双方とも利用者が年々減少傾向にある。今後のスキー人口を増やす、又は維持するためには、団塊世代対策だけでなく将来を考え若年層対策を図ることが不可欠である。

若年層対策を考察するにあたり、スキー志向調査のアンケートを実施し、結果分析および振興策を提言したい。

（注）カッコ内は長野県経済の貢献度である。各比率はそれぞれ、生産波及効果は平成12年度産業関連表県内生産額、付加価値効果は平成14年度県内総生産、雇用効果は平成12年度国勢調査県内就業者総数、税収効果は平成15年度県税合計額に対応している。

Ⅱ. 長野県のスキー場利用者の動向

(単位：千人、%)

年 度	ス キ ー 場				
	利用者数	対前年増減	対前年比	対前年伸び率	指 数
昭和40年	3,050	—	—	—	100.0
昭和41年	3,669	619	120.3	20.3	120.3
昭和42年	4,888	1,219	133.2	33.2	160.3
昭和43年	4,841	△ 47	99.0	△ 1.0	158.7
昭和44年	5,549	708	114.6	14.6	181.9
昭和45年	6,152	603	110.9	10.9	201.7
昭和46年	6,718	566	109.2	9.2	220.3
昭和47年	8,186	1,468	121.9	21.9	268.4
昭和48年	8,562	376	104.6	4.6	280.7
昭和49年	8,643	81	100.9	0.9	283.4
昭和50年	7,902	△ 741	91.4	△ 8.6	259.1
昭和51年	9,721	1,819	123.0	23.0	318.7
昭和52年	8,494	△ 1,227	87.4	△ 12.6	278.5
昭和53年	8,449	△ 45	99.5	△ 0.5	277.0
昭和54年	8,414	△ 35	99.6	△ 0.4	275.9
昭和55年	10,236	1,822	121.7	21.7	335.6
昭和56年	10,626	390	103.8	3.8	348.4
昭和57年	11,140	514	104.8	4.8	365.2
昭和58年	12,645	1,505	113.5	13.5	414.6
昭和59年	12,806	161	101.3	1.3	419.9
昭和60年	13,259	453	103.5	3.5	434.7
昭和61年	12,952	△ 307	97.7	△ 2.3	424.7
昭和62年	13,978	1,026	107.9	7.9	458.3
昭和63年	17,088	3,110	122.2	22.2	560.3
平成元年	19,078	1,990	111.6	11.6	625.5
平成2年	21,104	2,026	110.6	10.6	691.9
平成3年	21,070	△ 34	99.8	△ 0.2	690.8
平成4年	21,195	125	100.6	0.6	694.9
平成5年	20,074	△ 1,121	94.7	△ 5.3	658.2
平成6年	18,351	△ 1,723	91.4	△ 8.6	601.7
平成7年	18,165	△ 186	99.0	△ 1.0	595.6
平成8年	16,594	△ 1,571	91.4	△ 8.6	544.1
平成9年	13,474	△ 3,120	81.2	△ 18.8	441.8
平成10年	13,832	△ 358	102.7	2.7	453.5
平成11年	12,477	△ 1,355	90.2	△ 9.8	409.1
平成12年	11,035	△ 1,442	88.4	△ 11.6	361.8
平成13年	10,780	△ 255	97.7	△ 2.3	353.4
平成14年	10,465	△ 315	97.1	△ 2.9	343.1
平成15年	9,343	△ 1,122	89.3	△ 10.7	306.3
平成16年	8,795	△ 1,670	94.1	△ 5.9	288.4

信州ブランド・観光戦略局 スキー場利用数の概況より引用

昭和53年にディズニーランドが開園し、昭和55年には高速リフトが新設された。スキー利用者数が大幅に伸びたのは昭和62年から63年であるがこれは、映画「私をスキーに連れてって」が公開されて空前のブームになった。その後、スキー場利用数は順調に増えていった。平成4年にピークをむかえるのであるがこれは、平成3年に湾岸戦争がおこなわれ、海外旅行を手控え全体的に国内旅行が伸びた年であった。平成6年には全国のスキー場利用者がピークになるのであるが、長野県の場合はこの年はすでに減少傾向になっていた。平成10年には、対前年102.7%となったのであるが、これは長野オリンピック開催効果である。スキー場が全体的に営業努力をしてきたと言うより、他の要因によってスキー場利用者は増え続けてきたのであるが、平成3年から毎年減少傾向にあるのが現状である。

年齢別の統計がないので若年層の動向は不明であるが、将来を見据え若年層向けに対策を講じなければ、今後毎年減少し続けることは明白である。

Ⅲ. 若年層によるスキー場アンケート調査と考察

若年層におけるスキー志向を調査する為に下記のアンケートを行った。その集計結果を報告する。

スキーに関するアンケート 対象：松本大学総合経営学部・松商短期大学部学生289名

(実施日：2005年12月5、8、12日)

3-1-1. あなたは、スキー、スノーボードをしますか？

① スキーをする	67名
② スノーボードをする	57名
③ 両方する	43名
④ 両方しない	122名

3-1-2. (④と答えた方に) これからやってみようという気持ちはありますか？

① はい	67名
② いいえ	55名

3-1-3. (以下①～③と答えた方に) 昨シーズンは何回スキー、スノーボードに行きましたか？

日 帰 り		宿 泊	
0 回	53名	0 回	120名
01～09回	63名	1～4 回	17名
10～19回	13名	5～9 回	0名
20～29回	2名	10回	2名
40～49回	1名	無回答	15名
50回以上	3名		

* スキー場までは住居から近く条件としては恵まれているのであるが42.2%が、スキーをしない。(57.8%がスキーをする)

* スキー、スノーボードの両方が出来る人は、25.7%である。

- * スキーをする（したことがある）人の50.6%が昨年スキーをした。
- * スキーをしない人の54.9%はスキーをしたいという要望はある。
- * 日帰りでスキーをするのは（昨年度）1回～9回が多くスキーをする人の51.6%である。
- * 設問が「スキーをしますか」とあり、「スキーをした経験がある」のか、「スキーが出来る」のか「最近スキーをする」のか、わかり難かったのであるが、「スキーをすることが出来、スキー場に行った経験がある人」と判断する。

3-2. あなたがスキー場に行く目的は何ですか

① 冬のレジャーとして	142名
② スポーツの技術向上を目指して	27名
③ 友達との交際の一つとして	61名
④ 健康維持のため	10名
⑤ その他	13名

- * 56.1%はスキーの目的を冬のレジャーとして考えているが、24.1%は友達との交際として考えている。

3-3. あなたがよく行くスキー場はどこですか

日帰りの場合と宿泊の場合に分け答えてください。

① 日 帰 り

1	白 馬	28名		白馬岩岳	2名
2	ヤナバ	27名		苗 場	2名
3	鹿島槍	25名		飯綱リゾート	2名
4	飯 綱	12名		八方尾根	2名
	あさひプライム	12名		妙 高	2名
6	乗 鞍	8名		戸 隠	2名
7	白馬五滝	7名		エコバレー	2名
8	じいがたけ	6名		湯の丸	2名
9	黒 姫	5名		苗 場	2名
10	志賀高原	4名	30	いがや	1名
	さのさか	4名		やぶはら高原	1名
	車 山	4名		奥志賀高原	1名
	野沢温泉	4名		ブランシュたかやま	1名
14	富士見パノラマ	3名		諏訪・青科高原	1名
	ピラタス蓼科	3名		野麦峠	1名
	白 馬47	3名		こまる山	1名
	伊那スキーリゾート	3名		軽井沢	1名
	夜間瀬	3名		妙高杉ノ原	1名
	菅平高原	3名		妙高池の平	1名
20	しらかば2in1	2名		タングラム	1名

② 宿泊を伴う場合

八方尾根	2名	竜王プリンス	1名
白馬	2名	野沢温泉	1名
榑池	1名	飯綱	1名
ヤナバ	1名	志賀高原	1名
鹿島槍	1名	白馬五竜	1名

- * 日帰りでは白馬、ヤナバ、鹿島がよく行くスキー場である。
- * 白馬方面の回答が多く、具体的なスキー場を把握できない。

3-4. あなたが1回のスキーにかかる金額はどのくらいですか

日帰りの場合

0 ～ 1,000円未満	2名
1,000 ～ 3,000円	3名
3,000 ～ 5,000円	13名
5,000 ～ 8,000円	43名
8,000 ～ 10,000円	14名
10,000 ～ 15,000円	12名
15,000円以上	2名
シーズン券 40,000円	1名

宿泊の場合

0～ 5,000円	1名
5,000～10,000円	1名
10,000～15,000円	4名
20,000～25,000円	3名
30,000～35,000円	1名

- * 日帰りの場合、1回のスキーにかかる費用は、10,000円以内が83.3%であり、なかでも5,000円～8,000円が全体の47.8%と圧倒的に多い

3-5. スキーに係る経費は高いと感じていますか？

① 高い	150名
② 妥当	63名
③ 安い	1名

- * 全体の70.9%はスキーに係わる経費は高いと感じているが、妥当と感じている人が28.6%いる。

3-6. あなたにとって、レジャー、旅行等にかかる費用の中で、スキーにかかる位置づけはどうか？

① 他のレジャーを節約してもスキーに回したい	58名
② スキーにかかる経費は切り詰めて他の旅行、レジャーに回したい	135名

* 全体の70.0%は、スキーにかかる経費を節約し他のレジャーにまわしたいと思っているが、他のレジャーを節約してもスキーにまわしたい人が30.5%いる。

3-7. スキー場を選ぶ際のポイントはどのような点でしょうか？

日帰り、宿泊に分けて御回答下さい(ポイントとなる項目に丸をつけて下さい。複数可)

選ぶ際のポイント	日 帰 り	宿 泊
① アクセス(交 通)	162	88
② ゲレンデ、雪質	112	79
③ ゴンドラ、リフト	67	44
④ 食 事	69	99
⑤ レンタルスキー用品	91	56
⑥ スクール	17	14
⑦ 価 格	141	109
⑧ 人の印象	39	45
⑨ 景 観	69	72
⑩ 土 産 物	17	44
⑪ 温 泉	38	101
⑫ 宿泊施設	18	127
⑬ そ の 他	9	4

* スキー場を選ぶポイントは、日帰りの場合は①アクセス②価格④ゲレンデ・雪質⑤食事・景観であり宿泊を伴う場合は、①宿泊施設②価格③温泉④食事⑤アクセスである。

3-8. スキー場全般について、満足している点、不満な点を5つまで○をつけて下さい。

	満 足 な 点	不 満 な 点
① アクセス	64	86
② ゲレンデ、雪質	92	34
③ ゴンドラ、リフト	83	32
④ 食 事	47	96
⑤ レンタルスキー用品	46	46
⑥ スクール	12	14
⑦ 価 格	30	132
⑧ 人の印象	41	33
⑨ 景 観	95	9
⑩ 土 産 物	21	26
⑪ 温 泉	35	26
⑫ 宿泊施設	29	26
⑬ そ の 他	10	11

- * 満足している点としては、①景 観 ②ゲレンデ・雪質③ゴンドラ・リフトであり、不満な点としては、①価格 ②食事 ③アクセスである。

3-9. あなたはスキー場に関する情報を何から得ていますか？

① 新 聞	25名
② 雑 誌	49名
③ テレビ	59名
④ ラジオ	3名
⑤ インターネット	46名
⑥ 口コミ	91名
⑦ その他	18名

- * 口コミが圧倒的に多い。次にテレビ、雑誌、インターネットであり、ラジオ、新聞からはあまり得ていない。

3-10. あなたがスキー場に行きたくするための条件あるいは、スキー場の振興策を書いてください。

3-10-1. 対象：スキー経験者

1	低価格	90名	14	夜の景観	9名
2	アクセスの良さ	54名	15	清潔感	8名
3	食 事	31名		宿泊施設	8名
4	若者対象のイベント	23名		娯楽施設	8名
5	施設の充実	15名	18	休憩所	6名
	雪 質	15名		スキー用具の価格	6名
7	初心者向けのコース	14名		宣 伝	6名
8	特典・サービス券の提供	13名	21	混雑解消	5名
	温泉〈露天風呂、プールなど〉	13名		レンタル用品の充実	5名
10	特殊なコース	12名		スキーコースを増やす	5名
11	スキー場の広さ	11名		若い人が多い（女性）	5名
	インストラクター、スクール	11名	25	スキー場の印象〈人、活気〉	4名
13	安全性	10名	26	ナイトスキー	3名

3-10-2. 対象：スキーをしたことがないが、これからやってみようという気持ちのある人 (設問 3-1-2で②に丸をした人)

1	低価格	23名	11	休憩所の充実	3名
2	アクセス	12名		雪 質	3名
3	経験者と一緒	9名		宣 伝	3名
4	夜の景観、ライトアップ	8名		スキー場の広さ	3名
	初心者コース	8名		清潔感	3名
6	スキー以外のイベント	7名	16	温 泉	2名
	インストラクター	7名	17	宿泊施設	1名
8	食 事	5名		近くの観光スポット	1名
9	特典、サービス	4名		レンタル用品の充実	1名
	安全性	4名		スキー用品の価格	1名

3-11. 追加アンケート

対象：松本大学総合経営学部・松商短期大学学生322名

(実施日 2006年1月12日、16日)

3-1-1の設問は、「あなたは、スキー、スノーボードをしますか？」であるが、「スキーをした経験がある」のか「スキーが出来る」のか「最近スキーをする」のか、わかり難かったので再度実施した。

3-11-1. あなたはスキーをしたことがありますか。

① はい	296名
② いいえ	26名

3-11-2. 設問1で①はいと答えた人に聞きます。

最近もよく行きますか

① はい	53名
② いいえ	243名

3-11-3. 設問1、2の回答を出身地別に分類すると下記のようなになる。

出身地・人数	回 答	人 数
長野県出身 285名	よくスキーをする	47名
	最近はしていない	225名
	スキーをした経験がない	13名
長野県以外の出身 37名	よくスキーをする	6名
	最近はしていない	18名
	スキーをした経験がない	13名

長野県出身者（若年層）の78.9%は、スキーが出来るのだが最近していない休眠中のスキーヤーである。彼らがスキーを再開するための動機付けが必要であり、振興のための大きなターゲットとなる要素を秘めている。

3-11-4. 白馬、ヤナバ、鹿島槍がなぜ人気のあるのか、あなたの考えを記してください。

白馬、ヤナバ、鹿島槍スキー場が多かったなのでその理由について記してもらった。

その結果としては、下記の通りである。

白 馬	<ul style="list-style-type: none"> ・オリンピックによる知名度 ・雪質がよくゲレンデが広い ・ナイトスポットの充実 ・アクセスが良い
ヤ ナ バ	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤナバスキー場駅前にある ・アクセスが良い
鹿 島 槍	<ul style="list-style-type: none"> ・青木湖、佐野坂と共通して利用できる。 ・北アルプスが一望出来、温泉もある ・2方面からアクセスできる ・シャトルバスが充実している

IV. アンケート調査にもとづく考察

(1) 現 状

スキーあるいは、スノーボードをしていない若者が42.2%と多い。しかし、スキーが出来ない、あるいはしない若者の54%はしたいという要望はある。

スキー、スノーボードをする人の37.7%は、昨シーズン1回～9回、スキーを楽しんだ。

(2) スキーにかかる経費について

1回にかかる経費は日帰りの場合5,000円～8000円が47.8%である。

70.9%は高いと感じ、スキーにかかる経費を節約して他のレジャーにまわしたいと思っている。しかし、28.6%の人が経費は妥当であると考えている。

(3) よく行くスキー場とスキー場選びのポイント

よく行くスキー場は、白馬方面、ヤナバ、鹿島槍である。

スキー場選びのポイントは、日帰りの場合は、①アクセス ②価格 ③食事 ④ゲレンデ雪質である。アクセスが良く、経費が安くつき、リーズナブルで美味しい食事が楽しめ、ゲレンデ、雪質ともに良いことが重要である。

宿泊をともなう場合のポイントは、①宿泊施設 ②価格 ③温泉 ④食事 ⑤アクセス である。宿泊をともなう場合は、宿泊施設が温泉付きで、美味しい食事が楽しめることである。日帰りと違いアクセスについての関心は5番目であり、ゲレンデ、雪質は6番目である。

(4) スキー場に関する満足、不満足について

スキー場に関して満足していることは①景 観②ゲレンデ・雪質③ゴンドラ・リフトである。長野県のスキー場の特色として対外的に宣伝する必要がある。

不満な点としては、①価 格 ②食 事 ③アクセスである。

スキー場についての景観、ゲレンデ、雪質、索道施設は比較的満足している。しかし、食事についてはかなり不満を持っている。スキー場内レストランの充実さは重要である。

(5) スキー情報について

スキー情報については①口コミ ②テレビ ③雑誌 ④インターネットである。

口コミが情報として一番多いということは、リピーター客になる可能性を大きい。満足度をあげることが大切である。ラジオ、新聞での情報は若者の場合、効果が少ない。

(6) スキー場について

アクセスの悪いスキー場は、宿泊施設、宿泊地の魅力（部屋、温泉、食事など）をアピールして日帰よりは、宿泊客をターゲットにして地域一体となった営業展開が必要である。

アクセスの良いスキー場は、日帰り客の集客増を図るのであれば、食事の充実を図り、廉価（経費の安くなる方法を検討し）をアピールすることが必要である。

(7) スキー場に行きたくなる条件とは

スキー経験者がある人のスキー場に行きたくなる条件とは、多い順に次の通りである。

- ① 低価格 ② アクセスの良さ ③ 食 事 ④ 若者対象のイベント
- ⑤ 施設の充実、雪質

スキーをしたことがないがこれからやってみようという気持ちのある人のスキー場に行きたくなる条件とは、次の通りである。

- ① 低価格 ② アクセスの良さ ③ 経験者と一緒 ④ 夜の夜景・ライトアップ
④ 初心者コース ⑥ スキー以外のイベント ⑥ インストラクター

上記の中で、「経験者と一緒」、「インストラクター」を「初心者向き指導」とし夜の夜景、ライトアップ」と「スキー以外のイベント」を「イベント」として含めると、スキー場に行きたくなる条件とは、次の通りである。

- ① 低価格 ② 初心者向き指導 ③ イベント ④ アクセス

V. まとめ・若年層スキー振興のための提言

アンケート調査結果の考察から、今後の若年層スキー振興のための提言を述べる。

(1) 低価格あるいはリーズナブル感を提言する。

費用対効果及び付加価値を明確に伝える

日帰りは5,000円～8,000円が一番多い。

それ以上になる場合、内容がともなえばその理由（価値）を伝える。

高くても、費用に見合った内容なら選択される可能性は充分ある。

(2) アクセスの良さ、途中のドライブの状況を伝える。

運転歴が浅く運転に自信がない人が多く、雪の運転に不安をもっている。

(3) ゲレンデ、雪質の状況も大きな要素である。良さを的確に伝える。

ゲレンデの状況をインターネットで確認できる配慮が必要である

(4) 食事は大きな関心の一つである。

スキー場の名物料理を決めてアピールすべきである。高価でなくても地域色豊かな愛着のある料理を提供する事が大切である。

若者が、コンビニで弁当を買うのはスキー場の食事に魅力がないことも要因の一つである。

(5) 若者向きのイベントあるいは、アフタースキー(スキー以外)の楽しさを提案する

オーストリア・チロル州の若年層にターゲット絞ったスキー場・ゼーフェルトはスキー靴を履いたまま楽しめるディスコ、イベントなどアフタースキーの楽しさを提案している。スキー以外での楽しを提供することが重要である。

(6) スキー場のトイレ・休憩室・レストランなどの清潔感と綺麗さは重要である

ゲレンデ・雪質・リフトは充実していても、汚いトイレ、休憩室、レストランであれば魅力は半減する。掃除、または改善する必要がある。

(7) 顧客満足に努めること

若年層のスキー情報の31.3%は口コミである。

若年層のスキー場に関する評価は厳しいと言う事を忘れず顧客満足に努めること。

初心者向きのコース、指導員などのサービスがあれば安心して参加できるスキー場であること、内容などを情報提供する。

(8) 若者は出会いを求めている

若年層に人気のあるスキー場、特に若い女性の多いスキー場は、さりげなく情報として提供すると効果がある。一般の観光地でも、女性に好まれることは非常に重要である。

(9) アクセスの悪いスキー場はスキー宿泊プランを提案する。

宿泊が伴う場合は、宿泊施設の内容に一番関心がある

宿泊の場合は価格と宿泊施設の魅力を案内する

食事（郷土料理などの案内）部屋（部屋からの眺望・清潔感・トイレ・プライバシーが保てるか）風呂・（温泉、露天風呂）など、さらなる魅力を明記する

若年層の民宿選びのポイント調査報告 (個人で民宿を利用する場合のチェック事項)

順位	項 目	数 値
1	部 屋：部屋のきれいさ	80
2	部 屋：くつろげるか	56
3	風 呂：露天風呂の有無	54
4	セキュリティ：部屋にキーがありプライバシーを保てる	53
5	食 事：郷土料理、名物料理	52
6	部 屋：部屋からの眺め	50
7	部 屋：部屋にトイレがあるかどうか	39
8	食 事：美味しい食べ物、若者受けするもの	35
9	風 呂：温泉かどうか	33
10	トイレ：綺麗さ、清潔度	33

(スポーツ合宿の幹事としてのチェック事項)

順位	項 目	数 値
1	施 設：ミーティング出来る部屋があるか	74
2	部 屋：部屋の広さ	72
3	施 設：洗濯機、乾燥機、干す場所はあるか	61
4	食事の量：ご飯、味噌汁のお代わりは可能か、buffetの有無と質	56
5	風 呂：風呂の広さ、収容人員	38
6	部 屋：くつろげるかどうか	37
7	部 屋：部屋の綺麗さ	36
8	料 理：料理の値段（宿泊代に含まれているかどうか）	33
9	周辺の施設：コンビニ、スーパーマーケット	29
10	部 屋：睡眠の快適さ	27

(調査：2004年12月06日、12月09日) 対象：松本大学学生 218名

スポーツ合宿と個人で民宿に宿泊する場合とでは、宿泊施設に期待（チェック項目）しているものは明らかに違う。

アンケートの集計を参考にし、彼らの望む情報を提供することが大切である。

（この調査は、スキー場の民宿を対象としたものではないので、スキーを目的とした人向けのサービスをさらに加える必要がある）

（10）スキー情報は口コミ・テレビ・雑誌・インターネット（合計84.2%）で得ている。

効果のある宣伝が必要である。スキー場の施設の案内ではなく、「スキー場に来てもらってどのような感動を生むか」提案することが大切である。長野県のスキー場の満足度が一番高いのは「景観の良さ」である。

【引用文献】

山根宏文 「若者のスキーに関する志向調査と提言」(社)信州長野県観光協会 2006年3月

7. スキー場を選ぶ際のポイントはどのような点でしょうか？

日帰り、宿泊に分けて御回答下さい(ポイントとなる項目に丸をつけて下さい。複数可)

選ぶ際のポイント	日 帰 り	宿 泊
① アクセス(交 通)		
② ゲレンデ、雪質		
③ ゴンドラ、リフト		
④ 食 事		
⑤ レンタルスキー用品		
⑥ スクール		
⑦ 価 格		
⑧ 人の印象		
⑨ 景 観		
⑩ 土 産 物		
⑪ 温 泉		
⑫ 宿泊施設		
⑬ そ の 他		

8. スキー場全般について、満足している点、不満な点を5つまで○をつけて下さい。

	満 足 な 点	不 満 な 点
① アクセス		
② ゲレンデ、雪質		
③ ゴンドラ、リフト		
④ 食 事		
⑤ レンタルスキー用品		
⑥ スクール		
⑦ 価 格		
⑧ 人の印象		
⑨ 景 観		
⑩ 土 産 物		
⑪ 温 泉		
⑫ 宿泊施設		
⑬ そ の 他		

9. あなたはスキー場に関する情報を何から得ていますか？

- ① 新 聞 ② 雑 誌 ③ テレビ ④ ラジオ
 ⑤ インターネット ⑥ 口コミ ⑦ その他 ()

10. あなたがスキー場に行きたくなる条件、あるいはスキー場の振興策を書いてください。