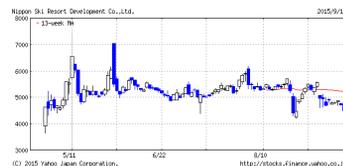




2015年4月22日上場

- 日本スキー場開発株式会社(東証マザーズ:6040)
(スキー場の経営、スキー場に関するコンサルティング事業)
- 設立2005年12月、資本金16億円
- 本社東京千代田区大手町2-6-2、社員数156(外、臨時410名)
※社員数は2014年7月末現在



(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	配当金(円)	EPS(円)	株価(円)	PER(倍)
2014/7期	4,909	724	750	520	0	242.85	-	-
2015/7期	5,882	905	845	706	0	179.32	*4,560	25.4
2016/7(予)	6,559	1,035	993	718	0	179.50	*4,560	25.4

*2015年9月17日株価



代表取締役社長 鈴木 周平

トップインタビュー

■ 鈴木社長のご紹介

1976年11月10日生まれの38歳の若手社長。監査法人トーマツのIPO支援業務からスタートし、PGM(パシフィックゴルフマネジメント)に移籍し、ゴルフ場の再生からIPO準備までを経験。その後、日本駐車場開発(株)のCFOとなり、同社のグループ企業であるスキー場開発を親会社のCFOという立場で経営に従事。その後、2010年にスキー場開発社長に自ら立候補し、同社の事業拡大を推進し、2015年4月に東証マザーズに上場を果たした。

趣味は、ウィンタースポーツで、本業のスキー場開発のビジネスを真に愛する若手起業家。スキー場のある地方現場で、社員と共に如何にスキー場を盛り上げ、また、地域住民、諸団体と如何にスキー場の地元を盛り上げ活性化していくかを考え、行動に移し着実に成果を上げてきた社長。

■ 日本スキー場開発の沿革と強みを教えてください

私は、日本駐車場開発に入る前に監査法人トーマツからPGMに転籍し、そこでゴルフ場の再生から株式上場までの仕事に従事していました。そこでの経験は現在のスキー場開発の経営に大きく役立っています。PGMの再生当時はゴルフ場10コースでこれを100コースまで拡大していきました。その過程で、違った地域の社員や、新たにグループ化した社員間でのコミュニケーションの重要性和、各地域ごとでの、地元に密着したマーケティングの凄さを体得しました。都市近郊のゴルフ場は、オペレーターもお客様も都市部からの方々が大半で、都市部からの送客となります。しかし、地方のゴルフ場は、地域のお客様や、企業ユーザーに如何に頻繁に来ていただくかがポイントで、草の根のマーケティングがとにかくすごいという違いがあります。全国100箇所のゴルフ場を見て回るなかで、現場の力を引き出すことの重要性を学びました。そこで、私自身が現場寄りの仕事をしたいと常に感じる事ができたのは、スキー場開発の経営に大きく役立っております。当社グループは長野県、群馬県、岐阜県で7つのスキー場をM&Aという形で譲り受け運営しておりますが、法人格は子会社としてそのまま残しております。各運営会社の社長は、皆地元へ移り住み経営を行っています。スキー場だけではなく、スキー場のある地域社会全体の活性化を共に行っていくことが重要で、スキー場自体の魅力に加え、地元の方々からの助言、アイデアを活用していくことが重要となってきます。こうした現地に根付いた運営が当社の強みの根幹と思います。当社のスキー場はM&Aによるものですが、これまでなかなか収益的に厳しかったスキー場が伸びていくためには、こうした現場力から生まれる取組にあります。

■ スキー場の譲受とその後の来場者向上への取組を教えてください

当社は、白馬において「HAKUBA VALLEY」を構成する10ヶ所のスキー場のうち4つのスキー場を、他事業主・企業から譲り受けました。譲受金額は、EBITDA(減価償却前営業利益)の3倍~5倍です。もちろん、地域や規模を考慮し、譲受か否かを検討します。スキー場を譲り受けた後は、地域社会と共にスキー場を活性化することを基本に、スキー場の社長が地元・現場に移住し、地域とスキー場の活性化に向けた取組を推進します。

例えば、白馬エリアでは、他スキー場や地元の皆さまと協力し合いながら、インバウンド(訪日外国人)顧客をはじめとして多くのお客様の「HAKUBA VALLEY」への誘客を推進しております。また、「HAKUBA VALLEY」は世界の有名スキー場で構成される「The Mountain Collective」にアジアで初のパートナースキー場として選ばれました。このように、白馬エリアは世界トップ10に入るスキーリゾート地を目指しております。

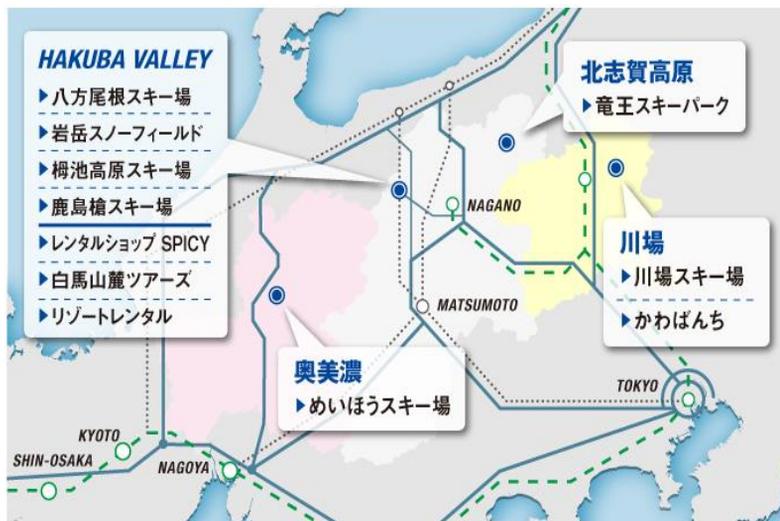
■ インバウンド(訪日外国人)の取込みに向けた動きを教えてください？

インバウンド強化のため、外国人社員の採用も数年前から積極的に推進してきました。また、各旅行会社との連携や地元団体との横の繋がりを密に行い、海外からのお客様も楽しめるスノーリゾートを目指しております。白馬に魅力を感じ、移り住んだオーストラリアご出身の方もおりますが、昨シーズン、インバウンド顧客が占める割合は、白馬八方尾根で20%、白馬岩岳で18%前後となりました。また、当社子会社のスパイシーのレンタル事業においても既に利用者の約70%がインバウンド顧客です。白馬以外のエリアにおいてもインバウンドは増加傾向にあります。北志賀竜王では外国人に人気の「スノーモンキー」とセットになった商品をつりました。北陸新幹線の開通もあり、今後も益々インバウンドへの取り組みを強化してまいります。

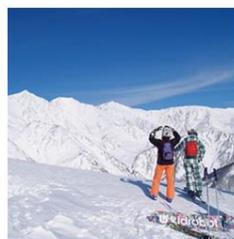
■ 収益的には、夏場に如何に来場者を増やせるかがポイントでは？

当社は、ウィンターシーズンを12月～5月、グリーンシーズンを6月～11月と設定しております。シーズンリティーは高い事業ですが四半期毎の特徴として、まず1Q(8月-10月)は現在赤字であります。夏休みや紅葉シーズンを活用し収益強化を図っております。2Q・3Q(11月-4月)のウィンターシーズンは高収益である一方、4Q(5月-7月)は赤字となります。1Qでも夏や秋はゴンドラやロープウェイがある施設においては、高山植物やハイキング・登山を楽しまれる方で賑わっておりますため、この度北志賀竜王では山頂から夕日等を眺めるテラスを新たに設備投資しオープンしました。他にも豊かな自然の中での合宿や研修等のニーズを取り込む為に、鹿島槍では冬季に寮として使用していなかった宿泊施設をこの夏に再オープンしました。キッズキャンプの大型団体宿泊を受注するなど、各スキー場においてそれぞれ特徴のあるハードを活用しつつ、今後もさらに、グリーンシーズンの活性化を目指してまいります。

【運営スキー場】



＜ウィンターシーズン＞



＜グリーンシーズン＞



■ 前期業績と今期業績予想並びに配当政策について

2015年7月期は、新たに「めいほうスキー場のグループ化」があり、売上高で58億円(前期比+19.8%)、営業利益905百万円(前期比+24.9%)、当期純利益で706百万円(前期比+35.7%)という結果となりました。ウィンターシーズンの来場客は前期比11.0%増となりました。4月にIPOを果たしたことにより、財務体質もより強固となり、実質無借金経営となりました。これからのM&Aや夏を含めたスキー場設備への投資に向けたキャッシュポジションも24億円の状況となっております。今期2016年7月期は、集客活動やサービスを更に強化し売上高で+11.5%の65億円、営業利益で+14.3%の10億円、当期純利益+1.6%の7億円を見込んでおります。配当政策については、今後の新規スキー場や、周辺事業のM&Aによる取得を積極的に行っていく計画ですので、配当による株主還元よりも事業の成長による株式価値の増大により、株主の皆様へ利益還元をしていきたいと思っております。IRも今後は積極的に行っていくとともに、広く、株主様にも当社グループの施設をお使いいただきたく考え、グループ運営スキー場の割引チケット5枚、また親会社の日本駐車場開発の1日駐車料金30%割引5枚の株主優待制度を導入しております。投資家の皆様へ広くご利用いただければ幸いです。