

女性視点からみたタイアップサービスの可能性提案

■ IGの Identityを明確にするための施策

案 件	内 容
音響メーカーによる恒例コンサートの開催	<ul style="list-style-type: none"> 東芝が毎年スポンサーしている八ヶ岳コンサートのように、音響メーカー、レコード会社等とタイアップし、IG独自の音楽イベントを毎夏恒例化して行う。
常設彫刻展 彫刻家をネットワークしている	<ul style="list-style-type: none"> 屋外彫刻やオブジェなどを敷地内に設営する。各エリアのテーマ毎に作品を合わせる。“彫刻の森美術館”のような、芸術と自然との融合をIG独自で目指す。
化粧品メーカーによるエステサロンの常設	<ul style="list-style-type: none"> スポーツ後の肌の手入れは欠かせないもの。また、日常は多忙で、つい手入れをおこたってしまうという女性のための、エステサロン。IGのカジュアルリゾートのイメージにふさわしい化粧品メーカーの協力を得る。
寝具メーカーによるリラクゼーションルームの完備	<ul style="list-style-type: none"> 「リラクゼーション」をテーマにしたスペースを設置。リラクゼーションや眠りに関するシュミレーションスペース。展示物などもあり、雨天時には小イベントが行える。
オリジナルグッズの展開	<ul style="list-style-type: none"> Tシャツ、シューズなど、リゾート地での必需アイテムを販売する。e x. ケン・ドーンなどの海外の有名イラストレーター、デザイナーと契約し、ハイセンスなIGのオリジナルブランド（スキーショップジローのようなイメージ）を開発する。
オーナ家庭の協力による人材（求人）システム	<ul style="list-style-type: none"> オーナー家庭やリゾートクラブ会員のネットワークを活用して、スポーツ、プレイのオーガナイザーや繁忙期のアルバイトスタッフの募集を行う。オーナー家庭の子女がIGスタッフだと、宿泊者も従業員という感覚がなくなり、親しみがわく。

■ モニタリングシステムのモニターのグルーピング

モニター属性	モニタリングの視点
ヤングアダルト OL／サラリーマングループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤングアダルト層における、会員制リゾート商品開発の方向性抽出。 ・グループリゾート活性化層における、リゾート消費の実状把握。
ヤングエグゼクティブ& ヤングエグゼクティブカップル	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネス高感度層による、今後のリゾートの方向性開発。 (アンテナとして活用) ・投資型会員制リゾートのシステム開発。
ヤングファミリー (子供が小学生まで)	<ul style="list-style-type: none"> ・現IGのプライマリーターゲット 問題点、解決施策抽出のための、データベース活用。
ミドルファミリー (子供が中高生)	
シニアカップル シニアフレンド	<ul style="list-style-type: none"> ・シニアライフ (e.g. 長期滞在など) を想定したリゾートライフのニーズ把握。 ・老後とリゾート接点からみた、新たな会員制リゾートの、方向性抽出。 ・今後のIGのターゲットとして、どのように位置づける かが課題。