

〔事例紹介〕

コロナ禍前後の中国スキー事情

桜 田 照 雄

要 旨

訪日外国人スキーヤー（インバウンド・スキーヤー）の誘客が、日本のスキー業界の盛衰を左右することは、業界全体の共通認識になっているとよい。小泉内閣以来、政府は、「観光立国・日本」をかかげて外国人観光客の誘致を重点的な政策課題として取り組んできた。なかでもスキーリゾートへの誘客は、2015年以來一貫した観光庁の重点政策である。習近平主席が2022北京冬季オリンピックの開催を契機に「3億人のウィンタースポーツ愛好者」を宣言したことで、巨大なスノースポーツ市場の創生が期待されている（その後、1億2,000万人に修正）。ところが、日本のスキー場経営に携わる人々には、肝心の“中国スキー事情”が十分に伝えられているとも思われない。そこで、中国のスキー産業に関連する白書類から誘客マネジメントの前提となる大陸中国のスキー事情を紹介する。なお、紙幅が限られているので、事実を簡潔に述べ、若干のコメントを付すこととした。

キーワード：中国スキー事情、インバウンド・スキーヤー、スキーリゾート経営、
デスティネーション・リゾート、スノースポーツ

はじめに

日本の観光庁が、2017（平成29）年4月に公表した「スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会の最終報告は、約500ヶ所ある国内スキー場でのスノースポーツ人口は、ピーク時の1,800万人（1998年）から740万人（2015年）へと4割程度にまで減少するなかで、今後の取組みの方向性として以下の6点を指摘した。すなわち、1）スノーリゾート地域の経営力の向上、2）訪日外国人旅行者のスノーリゾートへの誘客の対応、3）国内からのスノーリゾート来訪者の増加に向けての対応（国内客対応）、4）安全・安心の確保、5）関係者の連携強化、アクションプログラムの策定・実施等、6）モデル事業の実施、である。

これらの対策でとりわけ大事だと思われるの

は、スノースポーツ人口が急減しているもとでの訪日外国人旅行者（以下、インバウンド）の誘客である。「最終報告」は、インバウンドへの情報発信と滞在コンテンツの充実を対応策としているのだが、実は、ここにインバウンドのスキー場への誘客の陥穽がある。結論からいえば、インバウンドのニーズ分析こそが誘客策の前提になければならないということである。

この点でいえば、JAPOW（ジャパウ：ジャパンと柔らかな新雪を意味するパウダースノーをかけあわせた造語）という日本の類まれな雪質が、障害になっているのかも知れない。たとえば、ヨーロッパのスキー場は標高3,000メートルを超える氷河地帯に造成されているし、年間300日の晴天率を北米コロラドのスキー場は誇っている。日本のニセコのように“雪・雪・雪・吹雪・雪・雪・すこし晴れの一週間”などとい

うコンディションは、めったにあるものではないだろう。

このことをうらづけるかのように、越後湯沢でインバウンド向けのスキー・インストラクターをつとめるPatrick Latterは、私への私信のなかで、湯沢の雪を以下のように語っている（原文は英文。桜田の翻訳による）。

永年ヨーロッパで働いていて、日本の雪の量にはいつも驚かされてきました。多くの日本人は湯沢の雪は水分が多いので敬遠するようですが——事実、湯沢はスキー場の雪質が他の地域に比べて劣るので、新幹線によるアクセスの良さをアジア人を中心にアピールしたという——、私は不満を感じたことはありません。雪をあまり見たことがなく、自然の雪を見てとても喜んでいくという点では多くのスキーヤーと同じだと思います。共に働くインストラクターの多くは、雪のコンディションが大きく異なる南半球やヨーロッパで働いた経験がありますが、どのインストラクターも湯沢の雪を楽しんでいます。ただ、野沢で働いていたインストラクターは、ニセコに比べて本州の雪はひどいものだと言っていました。

敷衍すると、日本は雪質がよいので、ヨーロッパ人やアジア人からすれば、日本のスキー場ならどのスキー場でもかまわない。だから、新幹線の駅がゲレンデと直結しているガーラ湯沢スキー場では「日帰り客が卓越し、初級者によるスキーやスノーアクティビティが充実」し、「短時間体験型」のインバウンド・スキーが形成されている（吉沢 直、呉羽 正昭「新潟県湯沢町における冬季インバウンド・ツーリズムの発展」『スキー研究』16巻1号、2019年）。

インバウンド・スキーヤーがニセコや白馬、越後湯沢など特定の地域に集まれば、遅かれ早かれ、オーバーツーリズムの弊害がスキーリゾートにおいても現れるだろう。JAPOWに“すがりつく”マーケティングではなく——そのこ

とはインバウンド・スキーヤーへの、単純に雪が良いというだけではない“雪との遊び方の教育”を含む——、それぞれのスキーリゾートが各自の特徴や個性を自覚し、インバウンド・スキーヤーのレベルとニーズに適合した誘客戦略を立案・実行しなければならないだろう。

以上のような問題意識にもとづき、以下では、いずれ大きな誘客市場となる大陸中国のスキー事情を、『2022年スノー＆マウンテン・ツーリズムに関する国際報告書』（2022 *International Report on Snow & Mountain Tourism*, April 2022）と『2022-23中国スキー産業白書』（『2022-23中国滑雪产业白皮书』、2023年9月1日、2024年1月31日閲覧）にもとづいて、中国スキー事情を紹介しよう（なお、中国語の翻訳にはDeepLを用いた。また、以下で記述されるスキー人口などの人数は延べ数である）。

I 中国冰雪（スキー）産業の現状

◆中国のスキー文化——発展小史

近代的なスキーとスノーボード文化は、中国の北東部、ハルビン（黒竜江省）で始まった。ハルビンには現在も数多くのスキー場があるが、気温は非常に厳しい低温だ。中国初のスキー場は1980年代に誕生したが、そのほとんどはスキーレーサーのトレーニング用に作られたもので、ゲレンデは1つしかなく、宿泊施設も貧弱だった。

亜布力（ヤブリ）スキー場（黒竜江省ハルビン）が1996年のアジア冬季競技大会に選ばれて以来、スキーへの関心は急速に高まった。大会開催に必要なインフラが整備されただけでなく、主要都市の周辺にスキー場が突然、開発され始めたのだ。数人のウィンタースポーツ愛好家が初歩的な手段で、1996年に河北省張香口・崇礼（チョンリ）を開発し、犀北（サイベイ）スキー場（すでに廃業）を開業した。このスキー場はスキー場開発への意欲を高め、2003年の同地区の万龍（ワンロン）スキー場のオープンにつな

がる。2000-01シーズンには、北京近郊に中国初の屋内スキー場が建設され、スキー文化が成長するペースも上がった。

中国のスキー場の数は、2000年の50ヶ所から2015年には568ヶ所に増加し、2022-23シーズンでは697ヶ所に達している(2022 *International Report on Snow & Mountain Tourism*, pp.186-7.)。

◆冰雪産業とは

冰雪産業(スキー・スノーボードのスノービジネスとスケート産業との総称と理解する)とは、冰雪資源とその開発・利用を基盤とし、社会的・経済的利益を生み出す、冰雪に関連した一連の社会・経済・文化活動を指す。雪氷観光産業、雪氷文化産業、雪氷スポーツ産業に分けられ、中でもスポーツは雪氷産業の重要なテーマである。2022北京冬季オリンピックは「心臓刺激剤」のようなもので、国内の冰雪産業の発展を強力に後押しする。

スポーツ用アイスリンクも商業レジャー用アイスリンクも程度の差こそあれ増加しており、冰雪産業の供給が増え、冰雪文化が普及すれば、冰雪産業の需要市場は今後発展する可能性がある。2019年末のコロナ禍の影響で多くのスキー場と冰雪リゾートが営業停止となり、2019-20シーズンの業界規模が減少したが、2020-21シーズンの初めに業界は力強く回復し、2020年の業界規模は6,000億元に達した。

このような背景から、『トレンド発展白書』では、雪氷産業の発展の現状と冬季オリンピックが雪氷産業の発展に与える影響について詳しく分析している。

◆冰雪産業の特徴

初期投資にせよ運営費にせよ、この産業は装置産業の色合いが濃い。四川省でのスキー場(アル沟滑雪场:アルグー・スキー・リゾート)の投資・運営コスト構造をみると、投資に占める施設・設備の割合は42.1%、スキー場の造成コストが47.5%、その他のコストが10.4%とい

う内訳になる。また、運営コストに占める設備の動力費は44.5%、営業費用が12.0%、人件費が43.5%である(前瞻产业研究院整理『阿尔沟滑雪场项目环境测评报告』)。サプライチェーンの川上に位置づけられる施設・設備の市場需要と市場規模も拡大している。

◆中国冰雪産業の発展現状——冰雪装備の主要な消費モード

2019-20シーズンにおけるスキー参加者のスポーツギア携帯状況をみると、レンタルが89.5%、新品購入が8.0%、中古購入が2.4%、その他が0.1%であった。スキー参加者の89.5%を占めるレンタル冰雪装備は、最も重要な装備チャネルである。そのため、中国の冰雪スポーツギア(スキー板やスキーウェアなどのスキーを楽しむのに必要な用具・用品)の開発はスキー場のフィールド施設とは別次元である。パンデミックの影響にもかかわらず、レンタル需要が依然として強いいため、スノー・ギア・マーケットは依然として成長傾向を示している。

中国のほとんどのスキー場は、スキーヤーが使用するレンタル品として輸入スキー用品を優先的に選択しており、スキーヤーも輸入ブランドを購入する傾向にある。国産ブランドのレンタル用品のシェアが5%に対して、中古の輸入ブランド品が15%、輸入ブランド品が80%のシェアを誇っている。

冰雪スポーツ装備の主要ブランドの価格状況を総括すると、装備の客単価が高い上、使用制限が比較的大きいため、一般的な体験型の観光客は依然としてレンタル冰雪装備を主とし、レンタル消費は依然として冰雪スポーツ装備の主要な消費モードである。

2019-20シーズンにおける中国のスキー参加者の装備携帯状況は、レンタルが89.5%、新品購入が8.0%、中古品購入が2.4%、その他が0.1%だった。スキー参加者の約10人のうち9人までが求めるレンタル用品は、それがなければスキーを楽しめない。パンデミックの影響にもかかわらず、レンタル需要が依然として強い

め、用品マーケットは依然として成長傾向を示している。

スキー板の輸入状況は重量ベースのデータではあるが、106トン(2015年)、113トン(2016年)、137トン(2017年)、92トン(2018年)、119トン(2019年)、109トン(2020年)と推移しており、レンタル品という特性からか、パンデミックの影響はみられない。

◆スキー場の数と推定スキーヤー人口

2022-23シーズン、中国では屋内スキー場8ヶ所、屋外スキー場5ヶ所の計13ヶ所のスキー場が新設・営業開始され、8ヶ所のスキー場が疫病などの理由で営業開始されず、営業中のスキー場は計697ヶ所となった。2023年4月30日現在、ゴンドラを有するスノーパークは166ヶ所が営業している。

『白書』は、2022-23シーズンのスキー来場者数は1,118万人で、前年の1,202万人から約7%減少し、国内での平均来訪頻度は1.77回で前年の1.79回から減少した。表-1は、省別のスキー人口ベスト10を示している。『白書』は、「明らかに、疫病の予防と管理政策の大幅な変更によって引き起こされた市場の反応は、スキー市場の深刻な不均衡をもたらし、ほとんどの省では旅客数が大幅に減少した」と評価している。

◆屋内スキー場が大きなウエイトを占める

世界の屋内スキー場滑走面積ベスト10では中国の屋内スキー場が5ヶ所を占めている。なかでもハルビンに所在する「万達(ワンダ)スノーパーク」は、4基のリフトと初心者(最大斜度8度)からエキスパート(最大斜度25度)までの6つのコースが用意され、最長コースは500メートルあり、6つのコース幅を合計すると300メートルにもなる。日本の六甲山人工スキー場は長さ260メートル、幅20メートルだから、二つ分がすっぽり入る規模だと考えてよい。

屋内スキー場は2022-23シーズンでは施設比では50ヶ所(約7%)、参加人数比では365万人(18%)が屋内スキーを楽しんでいる。全体では、697ヶ所のスキー場で1,983万人が楽しんだ。21-22シーズンは692ヶ所、2,154万人であったので約8%の減少である。だが、屋内スキー場は前年より5ヶ所増設され、利用者も6.4%増加している。

◆スキーシミュレーターやドライ・ゲレンデが屋内スキー場を補完する

ここ数年、スキーシミュレーターの市場は拡大しており、北京、上海、広東省を中心に140のスキー場がこのような設備を提供している。ドライ・ゲレンデも初心者が練習するための別の

表-1 省別スキー人口ベスト10 (含:スキー場数)

順位	前年順位	省名	スキー場数	増減比(%)	2022-23(万人)	2021-22(万人)
1	3	河北	63	36.1	254	187
2	2	吉林	41	▲ 6.67	203	218
3	1	北京	14	▲ 25.31	180	241
4	4	新疆	64	▲ 17.63	137	167
5	7	浙江	23	15.81	125	108
6	5	四川	15	▲ 4.26	119	124
7	6	黒竜江	78	▲ 9.74	104	115
8	8	山西	49	▲ 19.75	84	105
9	9	山東	60	▲ 19.73	83	103
10	10	広東	3	▲ 13.25	72	73

『2022-23中国滑雪产业白皮书』より筆者作成

選択肢を提供しており、その数は2012年の2ヶ所から2019年には45ヶ所に増加した。これらの施設は現在、年間110万人の来場者を生み出していると推定されている(2022 *International Report on Snow & Mountain Tourism*, p.188.)。

◆垂直落差で表されたスキー場の規模

スキー場の垂直落差の大きさは、山の大きさを表現するので、今後の開発余地を占う指標の一つとなる。垂直落差が大きければ、ゲレンデ滑走の難易度が高く、スノースポーツの多実化を実現できるので、他のスキー場に代替されるリスクも相対的に小さくなり、経営にとっても好ましい。この垂直落差によって、中国のスキー場は以下の3種類に分類できる。

垂直落差が300メートル以上のスキー場(4.7%)で21.2%を集客し、100～300メートルのスキー場(15.1%)で28.2%を、100メートル以下のスキー場(80.2%)で50.5%を集客した。

◆ゲレンデの面積で表されたスキー場の規模

100ヘクタール以上のゲレンデをもつスキー場は全体の1.9%に過ぎないが、13.1%を集客している。50～100ヘクタールでは2.0%のスキー場が7.1%を、10～50ヘクタールでは12.1%のスキー場が27.1%の、10ヘクタール未満の84.1%のスキー場が52.7%を集客している。

697ヶ所のスキー場すべてを集めても6,309ヘクタールにしかならず、平均すれば9.05ヘクタールのゲレンデ面積である。ゲレンデ面積の平均値が10ヘクタールを超える省は5つしか

ない。

◆リフトの設置状況

リフトを設置しているスキー場は全体の1/4にみたない(23.8%)。戦前にすでに数百の「スキー地」(当時はそのように表現されていた)が存在した日本で、民間リフトが架設されたのは赤倉中央スキー場、池ノ平スキー場、野沢温泉スキー場であって、それは1950年のことである。

◆圧倒的多数は初心者スキーヤー・スノーボーダー

スキー場の標高差・ゲレンデ面積・リフト設置状況や、宿泊を伴うスキー行の状況から判断すれば、大陸中国でのスキーやスノーボードは黎明期にあって、2,000万人の圧倒的多数は、初心者スキーヤー・スノーボーダーで占められていると言ってよいだろう。

この論点について若干補足しておこう。

中国のスキー文化は広くは普及していない。ほとんどの中国人スキーヤーは1シーズンに2回以上滑ることはなく、80%が初心者だ。一部のスキー場では、スキーヤーが転んだら起き上がるのを手伝ったり、用具を回収したりするために、有給の従業員を雇っているほどだ。ほとんどのスキー場では、スキー用具を含む2時間のスキー・パッケージを提供している。スキーは、繰り返し練習が必要なスポーツというよりは、一種の娯楽商品として消費されることが多い。当分の間、スキー場はマウンテン・リゾー

表ー2 リフトを設置しているスキー場と集客数

リフト設置状況	スキー場(ヶ所)	比率(%)	22-23集客数(万人)	比率(%)	21-22集客数(万人)	比率(%)
4基以上	15	2.2	316	16.0	238	11.1
2基以上	58	8.3	743	37.5	647	30.0
1基以上	166	23.8	1,140	57.5	1,136	52.7
ゴンドラまたはフード付リフト	34	4.9	475	24.0	370	17.2
全体	697		1,983		2,154	

出所)『2022-23中国滑雪产业白皮书』

トというよりもスキー場は遊び場と考えられており、来訪するスキーヤーのかなりの部分を1回きりのスキー客が占めているが、近年は状況が改善され、リピーターの割合が増えているようだ。スキーは25歳から35歳の中国人の間で人気が高まっている。スキー客の約80%は40歳以下である(2022 *International Report on Snow & Mountain Tourism*, p.189.)。

◆宿泊をともなうスキー行はごく少数

『白書』は、スキー場での平均滞在時間でスキー参加者を分類している。1日以上宿泊をともなうデスティネーション・スキー場(27ヶ所, 3.8%)の参加者は432万人(21.8%)、平均滞在時間が3-4時間の郊外型スキー場(134ヶ所, 19.2%)の参加者は901万人(45.5%)、平均滞在時間が2時間程度の観光体験型スキー場(536ヶ所, 76.9%)の参加者は、650万人回(32.8%)と報じられている(1人が2回参加すれば2人回とカウントされる。延べ人数を表現した指標である)。

II 中国スキー消費者の消費動向

◆中国氷雪産業の市場規模

2022年の北京オリンピックは、国内の氷雪産業の発展を強力に後押しした。スポーツスケートリンクであろうと、商業レジャースケートリンクであろうと、ある程度の増加が見られた。同時に、将来、氷雪産業の供給の増加と氷雪文化の普及に伴い、氷雪産業の需要マーケットが発展するであろう。

2019年末の新型コロナウイルス感染症の影響で、多くのスキー場と氷雪観光地が一時的に閉鎖されたため、2019-20の氷雪シーズンの産業規模はある程度減少したが、2020-21の氷雪シーズンの初めに産業は力強く回復し、2020年の産業規模は6,000億人民元に達した。今後、中国の氷雪スポーツの生産額はさらに増加し、2025年には兆元規模に達し、中国のスポーツ総生産額の1/5を占めると予想される。

◆地域競争構造

中国の氷雪は主に北方に集中しており、東北部の3つの省には豊かな氷雪文化がある。2020年の雪シーズンまでに、黒竜江省は全国で最も多くのスキー場を保有しており、その数は94に達している。新疆、山東省、河北省のスキー場の数はいずれも60を超えている。スキー人数の面では、河北省のスキー人数は3つの雪シーズン連続でトップになり、2020-21シーズンのスキー人数は2,210,000人に達し、2019年の雪シーズンに比べて62.5%大幅に増加し、その他の省の2020-21シーズンのスキー人数も比較的大幅に増加した(ここで大事なことを指摘しておく、それらのスキー場は氷点下25度から30度に達する厳しい寒冷の地であり、日本は、「厳しい寒さに出会うことなく、天然雪の滑走が楽しめる場所」ということになる。これは大きなベネフィットだと思われる)。

「北氷南展」の傾向はますます顕著になっている。雪氷スポーツへの好奇心と強い消費力のために、南部のスキーヤーは北部のスキーヤーよりも多くのお金を使う。雪氷観光のトップ10都市のうち、南部の都市が5つを占めている。客観的な市場需要も資金を呼び込み、ますます多くの氷雪プロジェクトや投資が南部の市場に移行している。

◆大規模スキー場への集客集中が進む

2022-23シーズンでは42ヶ所(6.0%)のスキー場が925万人(46.6%)を集客した。前年の2021-22シーズンも46ヶ所(6.7%)のスキー場が972万人(45.1%)を集客しているので、“人が集まるスキー場にでかけていく”のが恒常化しているものと思われる。

フォーサイト産業研究所(前瞻产业研究院)による『2022中国スキー産業トレンド発展白書』(『2022中国冰雪产业趋势发展白皮书 驭』https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202203161552961967_1.pdf?1647442578000.pdf)にもとづいて、中国スキー産業のトレンドをみることにしよう。

◆**单板装備（スノーボード）が爆発期に入る**

2020-21 シーズンには、全国のスキー場はどこでも、スノーボードのブームが巻き起こった。そのため、スキー場のレンタル・スノーボードは深刻な供給不足に陥った。これは注目に値する出来事である。世界最大のスノーボード・サプライヤーであるバートンが発表したデータによると、2020年のバートンの中国でのスノーボード販売量は前年比62.0%増加したという。

◆**2020年バートンの中国での販売増加率**

2020年の販売台数の対前年比増加率は、スノーボードが62.0%、ボード・ブーツが71.8%、ボード・ビンディングが75.2%、スノーウェア及びその他31.5%であった。偶然にも、デカトロン傘下のスキーブランドWEDZEの販売データによると、2020年の中国のスノーボード販売量はスキー板販売量をはるかに凌いだ。前年比の販売状況を見ると、子供用のスノーボードとブーツはプラス成長を維持している唯一のカテゴリであり、それぞれ26.4%と60.0%の増加となっている。

◆**スキー消費者の分布状況**

スノースポーツ関連アプリの統計によれば、中国人スキー愛好者へのアプリ浸透率が82.4%に達し、このアプリユーザーの地域分布を分析したところ、スキー消費者（氷雪産業のユーザー）は、スノースポーツの伝統を持つ省と市に集中しており、その中で、北京、吉林省、河北省のユーザー数が最も多く、それぞれ全ユーザー数の25%、18%、12%を占めている。経済が比較的発達している南部の省と市では、近年、スポーツ参加者数も大幅に増加しており、上海と広東のスノーボードユーザーはそれぞれ全体の7%と4%を占めている。

◆**スキー消費者は何に関心をもっているか**

業界内の主流スキーコンテンツサービスAPPデータを分析したところ、消費者はスキーの逸話やスキー場の情報に比較関心が高く、

その関心度は31%と25%を占めている。他方で、スポーツイベントや技術教育などの専門的なスポーツコンテンツへの関心は比較的低く、それぞれ12%と11%である。

◆**消費者の買い戻し頻度**

ユーザーの消費頻度を分析したところ、スノーテックのアプリ統計には、装備、スノーチケット、教育などの製品の再購入が含まれており、ユーザーの再購入頻度は10回以内に集中している。そのうち、再購入回数が5～10回のユーザーが38.6%と最も多く、2～5回のユーザーが22.7%と2番目に多く、1回のみのユーザーが19.7%を占めている。一方、顧客単価が高い教育製品では、同じユーザーが2～5回の教育コースを注文する割合が89.61%と最も高い。

Ⅲ **中国スキー業界の将来動向**

◆**「育成計画」進行中**

中国のスキー・スノーボード・インストラクターの養成機関は、米国、カナダ、日本、ニュージーランドなどのスキー学校との協力を継続的に強化し、国際的に先進的なスキー訓練システムの導入を加速している。スキー・スノーボードや、大人や子供のスキーヤー・スノーボーダーといった異なるグループに対して、スキー・インストラクター市場のニーズを十分に満たしている。

“How to attract Chinese skiers overseas?”
China Travelnews, 02/09/2018

(<https://www.chinatravelnews.com/article/120266>) は、スイス政府観光局の取組みをこう紹介している

中国語によるスキー指導は、初心者にとって大きな魅力となる。2013-14シーズンから、スイス政府観光局は、定期的に中国人のスキー・インストラクターを招き、スイスで研修を受けた後、スイスのスキー

リゾートで1シーズンを過ごしてもらうことにしている。

現在、スイスには、13のスキーリゾートがあり、希望に応じて中国語でのスキーレッスンをやっている。これらのリゾートは、スイス政府観光局のウェブサイトの中国語セクションに掲載されている。

カナダのバンクーバー郊外にあるウイスラー・ブラッコムは、「ウイスラーを訪れる人々の間で話されている多くの言語をカバーするインストラクターやスタッフを雇っており、中国語もそのひとつです。ウイスラー観光局のシャウナ・ラング市場開発部長は、「ツアーオペレーターのパートナーには、中国語を話すガイドやドライバもいます」と説明する。

しかし、民間のスキースクールにとっては、中国人のビザの問題がある。さらに、中国にはスキー・インストラクターを統括する組織がまだないため、中国人のスキー・インストラクターはヨーロッパでトレーニングを受けて指導資格を得なければならな

い。

フィリップスによれば、中国語を話すインストラクターの代わりに、スキー・インストラクターの実演や身振り手振りで多くのことをうまく伝えることができ、マッターホルン・ダイヤモンドでは、通訳が必要な中国人グループはツアーガイドを同行させることが多いという。

言葉の壁とは別に、注意すべき文化的な行動もある。「彼らはとても勉強熱心で、興味津々です。でも、休憩を取るようには言わないと、かなり疲れていても続けてしまうことがよくある。このような文化の違いについてインストラクターとワークショップを行い、特に初心者の場合、インストラクターがこまめに休憩を取ることの重要性を話し合っている」とフィリップスは言う。これは、先日、別記事で紹介された中国のスキー指導に対するより激しいアプローチとは強い対照をなしている。

表-3 中国へのスキー・インストラクター・養成システム進出概要

名称	開始時期	内容	国籍	実施場所
米国スキー学会 (PSIA-AASI)	2014	各レベルの初級インストラクターを養成する	米国	マジックスキー学院・万松花湖リゾート、万竜スキー場
カナダプロスキー指導員連盟 (CSIA-CASI)	2016-17	スキースクール	カナダ	北京、祭礼
カナディアンSA	2016-17	スノーボード教習	カナダ	「雪山之王」のブランドを展開
オーストリアスキー学校協会	2016-17	スキーインストラクター養成	オーストリア	ヤプリスキー場、万竜スキー場
英国雪上運動指導員会 (BASI)	2015	初級スキーヤー対象のスキースクール	英国	北京万科石京龍スキー場、北大湖スキーリゾート
パンダ雪だるま児童スキー学校	2014	3-6歳児のスキー教室	日本	万科松花湖リゾート
ニュージーランド・プロスキーヤー連盟 (NZSIA)	2017	スキーインストラクターの養成	ニュージーランド	万竜スキー場
ニュージーランド・スキーインストラクター養成学校	2015	ヤプリ地域のスキー・インストラクターを養成	ニュージーランド	ヤプリスキー場
スイス・スキー協会	2017	スキー・インストラクター養成	スイス	北京万科石京龍スキー場

出所) 『2022年中国冰雪产业趋势发展白皮书』

Aug. 2024

コロナ禍前後の中国スキー事情

◆重点開発プロジェクト

以下では、2022 *International Report on Snow & Mountain Tourism* 誌が紹介した中国各地でのスキーリゾート造成計画を紹介する。

○黒龍江省 2013ハルビン万達雪娛樂樂園

ハルビン万達雪娛樂樂園は世界規模最大の屋内スキー場で、上級、中級、初級の計6本のスキーコースがあり、高低差は80メートルを超え、1,500人が同時にスキーをすることができる。雪娛樂樂園は人工降雪を採用し、雪場内は1年を通して-1から-3℃に維持し、1年を通して全天候降雪を実現することができ、自然条件に依存する必要がない。

○吉林省 2008白頭山国際旅行リゾート区

白頭山国際リゾートは吉林省白山市撫松県松河川鎮、白頭山西麓に位置し、万達グループが230億元を投資して建設した高級山岳リゾート体験地であり、全国で投資規模が最も大きい単独の観光プロジェクトである。リゾートはスキー、山岳リゾート、高級ホテル群、リゾートタウン、娯楽、温泉を一体化し、リゾートのニーズを満たしている。2015年には、国家観光局から初めての国家級観光リゾートとして評価された。

○吉林省 2011科松山湖リゾート区

科松花湖リゾートは、151ヘクタールの松花湖スキー場と夏のアウトドアスポーツで運営される。北米風の商業リゾートタウンが造成され、スノーパークには家青山マンション、別荘松花溪別荘のほか、中国初の日本西武プリンスホテルや青山宿泊所、松花湖の3つのテーマホテルが建設された。松花湖スキー学校、松花湖青少年キャンプが国家体育総局に2020年国家体育産業模範単位と命名された。

○江蘇省 2015ウーシー万達冰雪樂園

万達(ワンダ)が全国の多くの地域で展開している冰雪プロジェクトは、すでに次々と着地

している。比較的早い時期からスキー産業を展開している。ワンダが今年初めに買収したスイスの盈方スポーツメディアグループは、冬季五輪の7つのスポーツ競技をすべて代行するだけでなく、冬季五輪の放映権も握っている。

万達=大連万達グループは、中華人民共和国のコングロマリットである。通称、万達集団。傘下に、商業、文化、インターネット、金融の四大企業を所有している。また不動産、映画制作、映画館運営、スポーツなどの事業を展開している。同族経営であり、2019年の「グローバル・ファミリー企業500社ランキング」で41位にランクインしている。資金繰りの悪化が懸念されている。

○広東省 2015広州万達冰雪樂園

広州の万達茂スキーリゾートは、50,000平方メートルの冰雪で覆われており、ハルビンの万達茂スキーリゾートに次いで世界で2番目に大きな屋内スキー場である。スキーリゾートには、スキーコース、スノボコース、氷穴探検、子供スキーリゾートなど多くのアトラクションが含まれており、観光客に全く新しい刺激的な冰雪体験を提供している。冷却と雪生成はスキーリゾートの主要なテクノロジーであり、雪の質、プロジェクトの建設コスト、運用エネルギー消費などを直接決定する。会議では、オーストリアの天氷、シムコ、銘星冰雪の3つの業界内最高レベルの供給者の冷却と雪生成プログラムを詳細にレビューし、最終プログラムを決定した。

広州スキー樂園は、「本物の雪」の造雪技術を採用し、天然雪が降る過程を模倣し、室内環境の中で柔らかくて自然な良質の雪を作り、人々に天然雪のような感覚体験をもたらす、プロジェクトの品質を全面的に向上させるうえで、重要な役割を果たしている。

◆吉林市スキー産業のハイクオリティな発展 ぶり

吉林日報2023年1月16日付

(http://japanese.jl.gov.cn/mobile/xw_162745/jlyw_162837/202301/t20230116_8661627.html 2023年8月13日閲覧) から、最近のスキー・リゾート開発事情を紹介しておこう。

2023中国スキー観光発展フォーラムで、吉林市は「2023スキー観光都市トップ12」の称号を獲得した。長年にわたり、吉林市は優位な資源を深く掘り、スキー産業の質の高い発展の道はますます広がってきた。2021年、全国唯一の省レベルのスキー経済高品質発展試験区を設立した。試験区はスキー観光を主導産業とし、北大湖スキーリゾート、万科松花湖リゾート及び松花湖景勝地などを含み、統一的な配置を通じて、プロジェクト建設を強化し、吉林市のスキー産業をスキー経済へと飛躍させる。

ポスト冬季五輪において、人々はスキー運動への参加意欲が高まりつつある。新しい雪シーズンに、松花湖リゾートと北大湖スキーリゾートは項目内容をさらに豊富にした。北大湖には温泉リゾートホテルが新たに追加され、松花湖リゾートには10余りの国際ブランドと協力してサービスの品質を高め、ブランド活動を展開し、観光客の体験を豊かにする。

北大湖スキー場のレストランエリアにはさまざまな特色あるグルメが集まっており、各地からのスキー愛好者に多くの選択肢を提供する。スキー装備レンタルエリアでは、雪服、プロテクターなどが整然と配置され、すべてそろっている。今年、リゾート地では德邦（配送業者Deppon）宅配便を導入し、観光客に便利な雪具輸送サービスを提供している。

「我々は続々と質の向上とグレードアップを完成し、37本の雪道を新たに建設し、そのうちの20本はすでに稼働しており、雪道の総数は47本になった。さらに2本の

ケーブルカーを新たに追加し、総数は10本になった。リゾート地ではベッド数は6,800、1日の観光客数は2万人で、アジア最大規模のスキーリゾート地である」と北大湖スキーリゾートの曾岩社長は紹介した。

「ここ数年来、吉林市のスキー産業は勢いよく台頭し、現在、上級、中級、初級スキー場12ヶ所あり、滑走コース114本を造成し、滑走斜面の総面積は約398ヘクタール、総延長は約111キロとなった。2022年12月6日現在、北大湖と万科松花湖という2つのスキー場の滑走距離は全国トップ2を占め、合計19,977キロに達し、3位から15位までの他のスキー場の総計を上回っている」と吉林市文広旅局の王明春副局長は語った。

むすびに代えて

急速な少子高齢化やデフレ経済突入の懸念など、スポーツ振興の前提である経済環境——人々の消費動向を規定する——の悪化が懸念されてはいるものの、日本だけでなく世界のスキー産業にとって中国は、巨大な市場であることに変化はないであろう。日本のスキー・スノーボード人口は、1998年の1,800万人をピークに2022年には470万人まで落ち込んだのに対して、中国では2,000万人前後のスキーヤー・スノーボーダーがいる。

ニセコで生まれた高額消費を特徴とする“富裕層ブーム”をきっかけに、安比高原のように“海外富裕層をターゲット”とするスキー・リゾート・マネジメントも登場してきている。富裕層をターゲットにするにせよ、マス層をターゲットにするにせよ、肝心の中国のスキー事情を理解することなしに、対中スキー・ビジネスは展開のしようがない。

天然雪のスキー場は新疆ウイグル自治区にまででかけなければならず、スキー場が集中する東北4省のスキー場は人工降雪機によっ

Aug. 2024

コロナ禍前後の中国スキー事情

る。われわれからすれば、パウダースノーとは新雪の粉雪で、文字通りの深雪なのであるが、天然雪に馴染みのない人々にとっては、われわれが日常に見る天然雪がパウダースノーなのである。だから、越後湯沢にタイや大陸中国からのスキーヤーが集中するのは、雪質よりも利便性——アクセスの良さや訪問地での過ごしやすさなど——なのである。

スキー先進国のアメリカ・カナダ・オーストリア・ニュージーランド・フランスは、中国人インストラクターの養成に各国のスキー協会が乗り出している。フランスでは国内スキー場を訪れる中国富裕層スキーヤーには、協会が養成し、フランスで雇用する中国人インストラク

ターをサブ・アシスタントにつけるといふ。自国のメソッドで養成したインストラクターをエンドーサーとして誘客や商品販売を担わせることも期待してのことであろう。

大半のスキーヤーが初心者であり、宿泊をとまなうスキー行は稀である。このことを出発点として中国人スキーヤーの存在が、日本のスキー産業の発展の契機になることを望みたい。

付 記

本稿は、2022～2023年度阪南大学産業経済研究所助成(B)「国際競争力の高いスノー・リゾート形成に関する基礎的研究」の成果報告の一部である。