

## 5 その後のスキー場——85 年 95 年比較

前章で 1985 年のおもに白馬地域のスキーエリアに例にとって、遊びとファッションの実態に触れて見たが、前章に記述されたデータを、現在のスキーリエリアと比較したとき、どのような差異が指摘されるのか、これを確かめようと試みたのが本章である。

### 5-1 スノーボード・モーグラーの登場

#### 5-1-1 スノーボード

スキーエリアで 85 年当時見られなかったことのひとつは、スノーボードである。これは 90 年頃アメリカのスキーエリアで流行しはじめていたもので、当時からかなり主流になるといわれていたものである。図表 5-1 のモーグラーは、①キャップ、②ボーダーよりはずっと細い、③色は鮮明、④ゴムで縛る衣装を提案した。キャップは街でも使用する。「おれはできるんだぞ」という印象を出す。ただグレンデではマイナーな扱いをされがちである。スノボーに代わって、ややいじめられている感じだ。

日本では 93/94 のシーズンから目立ってふえてきた。当初から、グレンデをめぐっては、スキーヤーとボーダーとの主導権争いがあったが、最初は排斥されていたボーダーも、いまや完全にスキー場の顧客として定着した。スノーボードは、スキーよりは容易に上達できる点で人気がある。

図表 5-1 モーグラー



92/93 頃まではボードもヤング中心であったが、95/96 あたりからボードを楽しむ年齢層が確実に拡大している。ヨーロッパでは高齢者のためのボードスクールが大きな人気をあつめている。

ボーダーはボードだけだが、スキーヤーは、レンタルで道具を借りてボードを楽しむ。このときはスキーウェアのままである。3 日グレンデにいれば、1 日はボードに当てるという具合である。

#### 5-1-2 モーグラー

85 年に比べて、最大の変化は、スノーボー

ダーとならんで、モーグラーが登場したことである。スキー場に伝統的なスキーではない遊び(ないしはスポーツ)が登場した。スキー連盟にも、スキー場にこのようなスポーツが登場することを、あるいは嫌う向きがないではないと推察されるが、スキー人口は限界だし、万一、全面拒絶となれば、スポーツとしてのスキーとビジネスとしてのスキーエリアとが対立し、自ら首を絞めることになる。

モーグラーは、コブ斜面のコブコブをいかに早く、途中でジャンプして、飛んだときの技を競う、ジャンプすることを「エア」というが、コブがある斜面で、早さと美しさとエアのできばえを競う。アメリカで生まれたスポーツだけに、音楽に乗って自由に遊べる雰囲気がある。基礎スキーに比べて楽しい世界が広がり、あこがれを誘う。

## 5-2 スキーヤーとファッション

### 5-2-1 ミルキータイプの減少

ミルキーは確実に減っている。86年のミルキー(本稿4-4-1参照)は、95年のコギャルに該当しようが、いわばダサイイメージの子は、いまスキー場には見だしにくい。あえていえば修学旅行くらいである。彼らとて、おそろいのレンタルウェアつまりは制服を着用させられているから、そう見えるのであって、自由な身で来場すれば、まったく違って見える。いったい、教育とファッションとはいかなる関係にあるのか、考えさせられる別途のテーマである。

コギャルは低年齢のギャルを意味する。逆に低年齢の大人化を意味しよう。事実上、15-25歳の差が見え難くなっているという結論にたどりつく。

18-25歳の境目がなくなったということは、高校生からアルバイトに従事し、裁量支出の枠を広げてきた努力がうかがえる。裁量支出の増大→自由の拡大である。さらに人口減少の時期になって、若手の存在はもてはやされ、下の世代のほうが発言力を得かねない時代にある。ことほどさように自由が狭まる要因は少ない。実際、外見からみたスノーボーダーは年齢不詳であって、容易にはひとつの層としてまとまっているとは記述しにくい。

### 5-2-2 サーファー風の浸透

スキーウェアの場合も、85年と95年ではかなり異なる。まず、流行色がきまらない。かつては、シーズンによりむらさきとかオレンジとか暗黙のうちに決まっていたが、関連業界からの参入などで、ウェアメーカーがふえたためであろう。なかなか話がまとま



らないせいか、種々の色が出回っている。素材の開発が行き届いた成果で、体温の上昇が確保できて、かえって暑さが嫌われ、全体に薄手化している。あまりあつくはない薄手のジャケットを、ダウンベストと重ね着して、温度調節しやすくすることを訴求するなどしている。

ちなみにある製品の素材はどのようなようであった。

パンツ：表ナイロン 95%+ポリエステル 5%・裏ナイロン 100%・中綿ポリエステル 55%+ポリプロピレン 45%、

ジャケット：表：ナイロン 95%+ポリエステル 5%・裏袖ナイロン 100%・その他ポリエステル 100%・中綿ポリエステル 55%+ポリプロピレン 45%、

ベスト：表胸肩ポリエステル 100%(ここで光った感じを外示する)、胴ナイロン 100%、裏ポリエステル 100%

ダウンベスト：表ナイロン 100%、裏ポリエステル 100%、中綿ダウン 100%

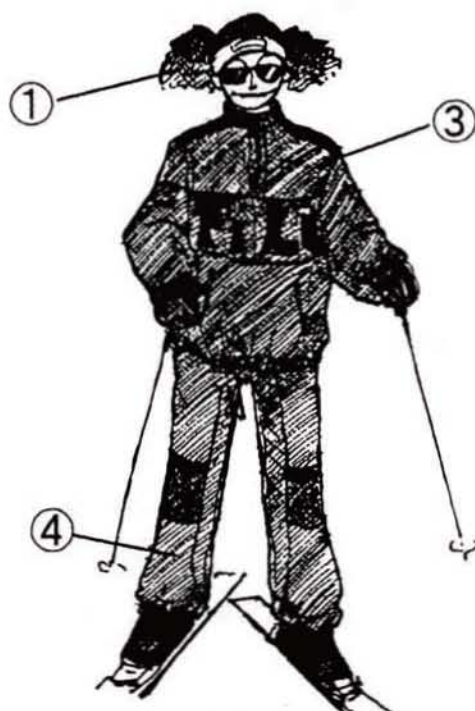
さて、ボーダーやモーグラがふえるにつれて、ウェア、マテリアルも変化してくる。ウェアは、スキーヤーに比べてボーダーは、オーバーサイズ(ダボダボ)でよく、ストリートないしはサーファーにうけるために、いまや、スキー場を二分する勢力になった。

図表 5-2 のスキーヤーには、① 2 つにわけた髪、② 街着に近いダウン、③ ウィンドブレーカー、④ 裾が小ラップをあしらった。髪はちょっとおしゃれした。この格好でいまさらお嬢さんもないので、街で流行っているス

ポータティな髪型とした。街着に近いものを使う 図表 5-2 スキーヤー

う。ウィンドブレーカーのなかは、フリース地で暖かい。取り外し可能である。むしろダウンでも良い。裾が少し広がり気味で、スキー靴の上からかぶせるほうが、足が細く長く見える。モード系のスキーヤーなら身体のラインをみせる。オーバーサイズ全盛だが、こういうファッションも健在である。色はしまって見えるものを使う。スノーボードオーバーサイズにはしない。縄張りを犯して浮くことになるからである。

モーグル向きのスキー・ブーツ、ボーダーに近いウェアが好まれたため、ますますラフで派手になっている。デサント、ゴールドウィン、エア・ボン(アシックス)、ファイアー&アイス(フェニックス)などのアパレルが、すでに



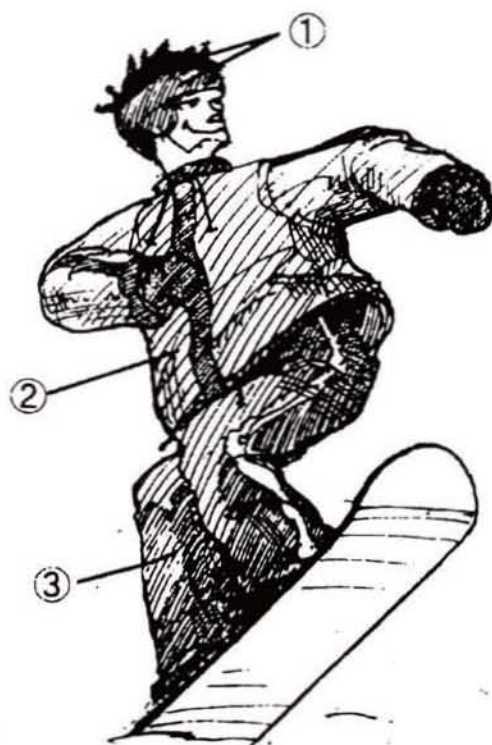
参入している。ボーダーもモーグラも、実際、ファッションに関しては同じような傾向にある。オーバーサイズすぎではモーグルはやりにくいというスポーツの性格から、ボーダーの方がオーバーサイズだが、ともにサーファー風のものが好まれている。

85年比較で変わったエピソードは、バスケットシューズである（本稿 4-7-2 参照）。かつて女の子のマネジャー役を勤める男の子を、3つの類型、ブランド・ライト・19パをあててた。そして、前2者のイメージを、「街着+皮ぐつ」・「バスケットシューズ+トレーナー+ジーンズ」としたけれども、95年では、このバスケットシューズに、高い価値を認められている。これも流行すなわちファッションの典型例であるので、記録にとどめ  
図表 5-3 ボードウェア  
ておこう。

図表 5-3 ボーダーでは、①派手な髪+イヤーパーット・ターバンキャップ、②オーバーサイズトップ、③オーバーサイズボトムを提案した。

ボーダーも小物に凝る。トップは動きやすく街着の感覚で、カーキ・モスグリーンのモノトーンがいい。ボトムはダボダボでも足が固定される。ボーダーは運ぶのも着るのも楽しい。スキーヤーでスノーボーダーを楽しむ者はあるが、スノーボーダーからスキーヤーに転向するのはまれである。スキーに入らないのは、スキーだとスポーツとして難しいし、恥をかかないようにするにはキャリアがいる。ボーダーの方が、ウィンタースポーツ初心者でも恥かかずに、昔のスケボー少年が燃える感じで、「オレ、スノボーはじめてだから」で済んでしまう。また、スケートボードやサーフボードというように、「ボーダー」であることのこだわりもあろう。

本来、バスケットシューズなどは、マイナスイメージしかない。しかしTVのスポーツ番組の効果から、俄然人気が出て、ことにナイキ、あるいはアディダスのシューズにも、人気が出て、小売り店もプレミアムをつけて売っている状況である。95年の夏あたりからというが、1-2万円のシューズが、3万円で売れる。小売り店はさらにプレミアムをつける。さらにブームになるという過程ができ、ナイキのエアマックスなどは8万円の高値を呼ぶ。こうなると洋服の売上をシューズが取ったという解釈もなりたつ。





95/96におけるスキー場における若者（18-25歳）のファッションは、六本木のクラブに似る。ことにボーダーは典型だが、一部のスキーにも通じるものがあるファッションとは、ブカブカのジーンズ+ヨロヨロのトレーナー+茶パツ+ピアス、これにナイキのエアマックスでもはいていれば、周囲の目を集めることができる。これはサーファーファッションであり、むしろスケーターファッションにも通じ、ボーダーや一部のスキーヤーの好みを捉える。

もっとも、スキー場はどんな格好でも認められはするが、ことに若手はファッションにこだわる。すくなくもリフトに乗っているときは、スキーの巧拙はわからない。その時点では、スキーの腕がファッションに関係することはない。

## 5-2-3 価格の動向—ウェア>マテリアル

ウェア・マテリアル・リフトの価格を、この10年間で比べると、ウェアの値上がりが目立つ。マテリアル10万円は横ばい、リフトは3,000円から4,500円、一方、ウェアは5万円から8万円になっている（図4-11および図4-12参照）。リフトについては、性能の向上や時間券が登場したりして説得力がある。道具はいささか乱売気味のところもある。その点ウェアは興味深い。全体としては、用具に使うかカネが、ウェアに流れている可能性が高い。

10年前に比べてあまり値上がりしなかったマテリアルだが、全体にいい道具が安くなっている。バブル崩壊のゆえもある。

たとえばウェアについては、上代9万円のものなら、年内8掛け、越年して75掛け、シーズン後5掛けである。

スキーの板に関しては、年内6ないし7.5掛け、2月で5-6掛け、4月で4掛け、2シーズン経過して2-3掛けとなる。したがって粗悪品をたたき売りする例はみられない。

マテリアルはフランスのロシニョールがトップを独走、サロモンもスキー板に進出してこれを追う。全身を同一ブランドで固めるとするなら、この2社しかない。フルライン構想で失敗したものにチロリアンがある。85年当時は、ロシニョールにならんで、オーストリアのアトミックが2大ブランドでならんでいた。ブーツやビンディングに人気があったが、サロモンに変わった。この他、板のブリザード、ビンディングのゲッツェもマーケットでの影は薄れている。スロベニアのエランは一回潰れたが、国の助成で立て直したようだ。日本ではカザマの倒産が記録されよう。

スキーマテリアルは、例年新しいモデルがでる。ただし、96/97の生産高は、95/96の売れ残りの在庫高よりも少ないという。ニューモデルを追う層が、スキー板を買わずに、1万円でチューンナップに出して来シーズンに使うなど、購買回転が遅くなっている。

そのため、スキーマテリアルのチューニング店が繁栄しはじめている。

85年当時、リフト券は一日券半日券一回券があったが、いまは回数券は後退している。2時間券、4時間券がでている。時間券は買ったときからの有効時間内で利用ができる。1日券4500円とすると、2時間券は1,500円程度である。滞在3日目、おそめのチェックアウトのあと、10時くらいから1時くらいまで滑るというときに有効である。

これは、IDカードによる入場チェック(カードから発する微弱電波をとらえてゲートを開閉する)が可能になったこと、リフトの輸送能力が拡大したこと、高速道路や空路や鉄道の充実などにより、帰路時間が遅くなったことなどがあげられる。

#### 5-2-4 サーファーとオーバーサイズファッション

繊維事業プロジェクトからみると、すでに触れてきたようにオーバーサイズファッションが注目される。新素材の登場の背景にはむしろ技術的な発展はもとよりだが、サーファーに源流をもつ、スケートボーダーの果たす役割が大きい。

サーファーが、繊維事業プロジェクトに及ぼした影響は少なくない。現在のボーダーファッションはサーファーに遡る。サーフィンは泳ぐことでもヨットの搬送ともことなる、新しい海の遊びであった。たかだかハワイの裏海岸で行われていた波乗り遊びが、かほどに定着するとは誰も思わなかった。サーファーの衣装は気安く脱ぎやすいものでなければならない。どうしてもオーバーサイズになる。海のサーファーが街にでたとき、スケートボードに注目した。ひまつぶしに遊びはじめたのがきっかけでスケートボーダー(スケボー)が生まれた。日本には、75年と87年にブームがあった。若者からカリスマ視された藤原某が、雑誌「ゴロー」で火をつけたという説もある。小学生や中学生まで巻き込んだ。着実にファンが増えた。スケボー専門店の「ストミー」は、いま5店舗になった。スケボーのファッションは当然サーファーの延長である。

スケボーのプロや達人が冬スキー場に出かけたとき、みつけたのがスノーボードである。スケートボードもスノーボードも、スポーツのテクニクとしては、互換性がある。怠惰数のサーファーにとって冬はオフである。その冬にスキー場に押し掛けてスノーボーダーに転向した。スキーヤーと肩を並べるまでに成長した。

しかし、スノーボードのファッションは、スキーヤーファッションとことなる。オーバーサイズのままである。サーファー出身のスノーボーダーは、サーフィンのための冬の練習であるから、スキーヤーと同じファッションになるはずもない。しかも目立つためには、「ヒカリモノ」が好まれる。おのずから化学繊維に注目が集まった。そして、街のボーダーが好んだ曲がテクノで、店がクラブであった。ゆえにヒップホップのコンセプトに一致する部分が少なくない。よって、オーバーサイズのファッションはさらに流行することになった。同質化である。これが古着につながっていく。DCの凋落にかかわっ



て登場した「セレクトショップ」の客層になった。

この流れや仕組みキーコンセプトは、ことごとく、アメリカからきている。日本ではなぜ遊びのオリジナルが生まれないのか、パチンコとかゲーム・カラオケみな電子化されたものである。

### 5-3 スキービジネス

#### 5-3-1 ニューコンセプトスキーと在庫負担

96/97はニューコンセプトスキーが登場している。先が広く中が細く後が広いカービングスキーが大きな流れになるといわれる。板の曲がる形状をサイドカーブというが、この曲がり具合が今後の流行を作り出す要因になるらしい。カービングスキーで滑走にどれほどの差異があるかと聞くと、初心者にはあまり関係はなく、少々滑れるようになってくると、曲がりやすさ曲がり難さを感じるようになるという。

レンタル用は別途に制作されており、レンタル会社に一括納品されていて、一般には出回らない。ブランド名はしっかり記載されているが、流行とは無縁に出来ている。なかなかしたたかである。

ビンディングは、かなりの間、目立った新製品にはおめにかからない。しかし96/97では、各社ともにスキー操作のしやすさという付加価値を狙った用具を開発している。すでに商品を出しており、各社でそろった感じだ。からだの力をスキー板全体に伝える方式で、セレクトレバーをつけたビンディングがでている。雪質によってレバーを操作し、堅い雪柔らかい雪を滑走し分ける。キャッチフリーズは、板の性能を3種類を楽しめるマテリアルということである。

マテリアルへの支出を減らして、ウェアを買っているとも解せる。また、マテリアルのメーカーとしては、我慢比べになる。生産量を落とせばコストアップは不可避だ。在庫がふえれば在庫負担が増す。乱売路線では低粗利ないしは赤字販売を受容しなければならない。その状況のもとで次シーズンの企画試作をはじめる。企画力も去ることながら、企画を展開できる下地が不可欠であり、どのみち資金力がものをいう。

マテリアルメーカーにして、ウェアに進出すれば、このようなリスクは2重に負うことも有り得る。マテリアルの在庫増資金負担を、ウェアの経常利益でカバーしてくれる保証はどこにもない。

### 5-3-2 スケール拡大と設備投資

85年当時は都市近郊型、別名コンビニエンスストア型のスキー場として、野辺山が話題になっていた。すでに、人工降雪システム(SMS)を活用した、西武の軽井沢プリンスや狭山は存在していた。その後10年間のなかで、特筆に値するものは、千葉のザウスである。平時もしっかり集客している、滑走空間の斜度・広さならびに雪質(したがってSMSの性能)は狭山を凌ぐ。完全屋内で-3度に保たれている。

このプロジェクトが当初検討されていた頃、いくつかの方面から、採算性を問われたことがある。TDLがあればほどの入場者数があることと、同じく浦安のシェラトンに併設されていたスポーツクラブが高額の入会金にかかわらず健闘していたことから、どちらかというと楽観的な回答をしたことを記憶しているが、正直いって、夏の暑いときに、わざわざスキーしに千葉の臨海部までいくものだろうかという、安全な思考を捨てきれなかったのは確かなことだ。装置型のサービスビジネスのプロデュースのおもしろさと恐さをうかがうに十分な話題のプロジェクトだえる。ここに、恐さとは、何でも反対していれば済む——という保守的な思考に何の疑いも抱かない、抱けないという意味である。

地域とスキービジネスは、日本にスキーが紹介されて以来、地域住民のかなり重要な部分の日常生活と密接な関係にあるため、リフトの開発主体あるいは宿泊FB等の関連ビジネスを志す転入者側と、利害関係をもちやすい。むろんなかにはプロないし競技スポーツに忠実に意識する者がいるのではないが、たいていはこの利害関係を別途の論理で説明する動機から、85年頃までは、ことに地元上級スキーヤーらのなかには、スキーを神聖なスポーツとして視る向きもないではなかった。

いま95年の段階で40歳代以上の層にはこうした傾向を感じとる場合があるものの、30代では珍しい存在になりつつある。かつて10年前の30代はスキーを自分のビジネスとして完全に掌握しようとする意思をもつ層があったが、いまはそこまでの情熱がない。かかる地元上級スキーヤーは、冬こそ、地域でスキービジネスに従事するが、夏は、土木作業や大型トラックの運転手をしたりしてつないでいる。別段こうしたライフスタイルは批判に値しないが、スキービジネスのレベルがかなり高度になってきて、単なるサービスビジネスではなくなっていることの証と受けとめることが肝要である。ことに信州はオリンピック関連で、この「高度化」が早いテンポで進んでいることを意味しよう。

雪見族(P74)は今でもいる。しかしこのクラスに対応するベッドを通年で回すのは、バブル崩壊後の団体客減で容易ではない。また、スキー場に温水プールを併設する例が、五竜とうみや野沢に出来ている。グレンデの下はガラス張りの温水プールであった。また、大規模のゲーセン(ゲームセンタ)もその例である。



高度化すればするほど、スキーに関する従前の事業分野は、資金量をより多く要するプロジェクトが主流になる。往年のゴンドラ競争のときのように、無力感におおわれる向きも出現するはずである。

### 5-3-3 白馬のこと

岩岳・梅池・八方の、85年95年比較は、本来はさらに本格的に試みてまとめるべきだが、本稿取りまとめの時点である96年は、いかにも調査の時期が悪い。オリンピックが終わってみたいことにはわからないことが多い。

とりあえず指摘できることは、岩岳はあいかわらず学生スキーの中心である。ただし、夏にマウンテンバイクの競技が盛んになった。ゴンドラで自転車と運転者をあげて、ダウンヒルで競技をする。これが盛んになった。

梅池はナイトスポットとしての機能は減少した。夜は梅池ではなくて、エコーランドである。エコーランドのほうは、事業所の集積があまり進まなかったけれども、さしたる規模ではないにせよ、別荘団地のなかの商業集積向けということで最初からスペースを用意した開発計画であった。これに対し、梅池はグレンデのフロンと部分に民宿とペンションがあい半ばするような一見洋風宿泊施設があつまり、その軒を合間に無理して、非宿泊物販売サービス系の事業所が集積した。ちぐはぐな感じは否めないが、なんといっても雪景色になるとうまく隠せるので人気もあったが、通年ということになると、集積効果が乏しく雰囲気が出にくい一面があった。したがって、こういう変化はもっともなこととして説明できる。こうしてアフタースキーで、梅池が後退し、エコーランドがのびたことは、これは予想されなくはなかったことであるが、興味深い問題を投げかけている。今95/96シーズンでも調査をかけるべきだが、どのみちたかだか2週間の催事である98年2月のオリンピック準備で、いまはすべて好い状態にあるから実態が見えにくく、ファッションを取り出すにせよ、現状の白馬八方は分析の対象になりにくい。オリンピック後の98/99に取り上げることになるう。

オリンピック準備の効果は、ファッションではなくて、アクセスの改良にある。八方は道が良くなって、アクセスしやすくなった。96/97シーズンから営業成績は向上するはずだ。一体に、オリンピックに関係のないスキー場は、ワリを食うことは不可避である。