

パウダーユニオン構想： 雪夜の経済圏を取り戻す

罰するか、設計するか。
白馬マナー条例が突きつけた問いと、
和製アプレスキーのグランドデザイン



010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

010
011
012
013
014
015
016
017
018
019
020
021
022
023
024
025
026
027
028
029
030
031
032
033
034
035
036
037
038
039
040
041
042
043
044
045
046
047
048
049
050
051
052
053
054
055
056
057
058
059
060
061
062
063
064
065
066
067
068
069
070
071
072
073
074
075
076
077
078
079
080
081
082
083
084
085
086
087
088
089
090
091
092
093
094
095
096
097
098
099
100

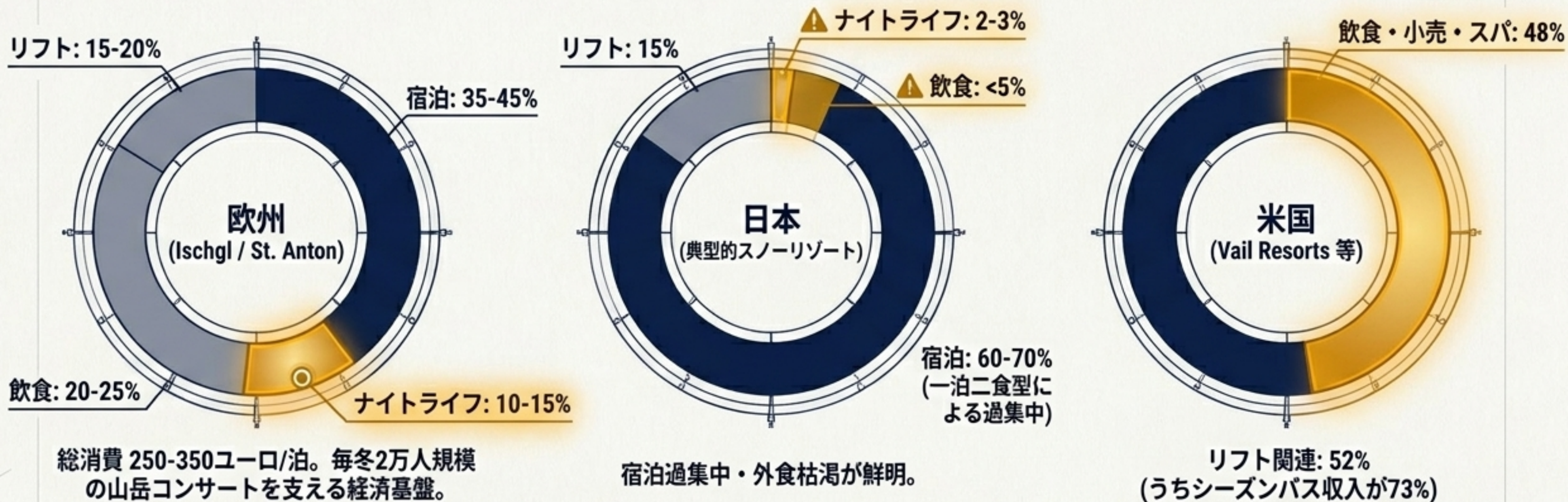
白馬マナー条例2025：日本のアプレスキー政策は「転換点」を迎えた



条例は防衛措置に過ぎない。長期的に真に問われているのは「雪国の夜を殺すか、生かすか」である。

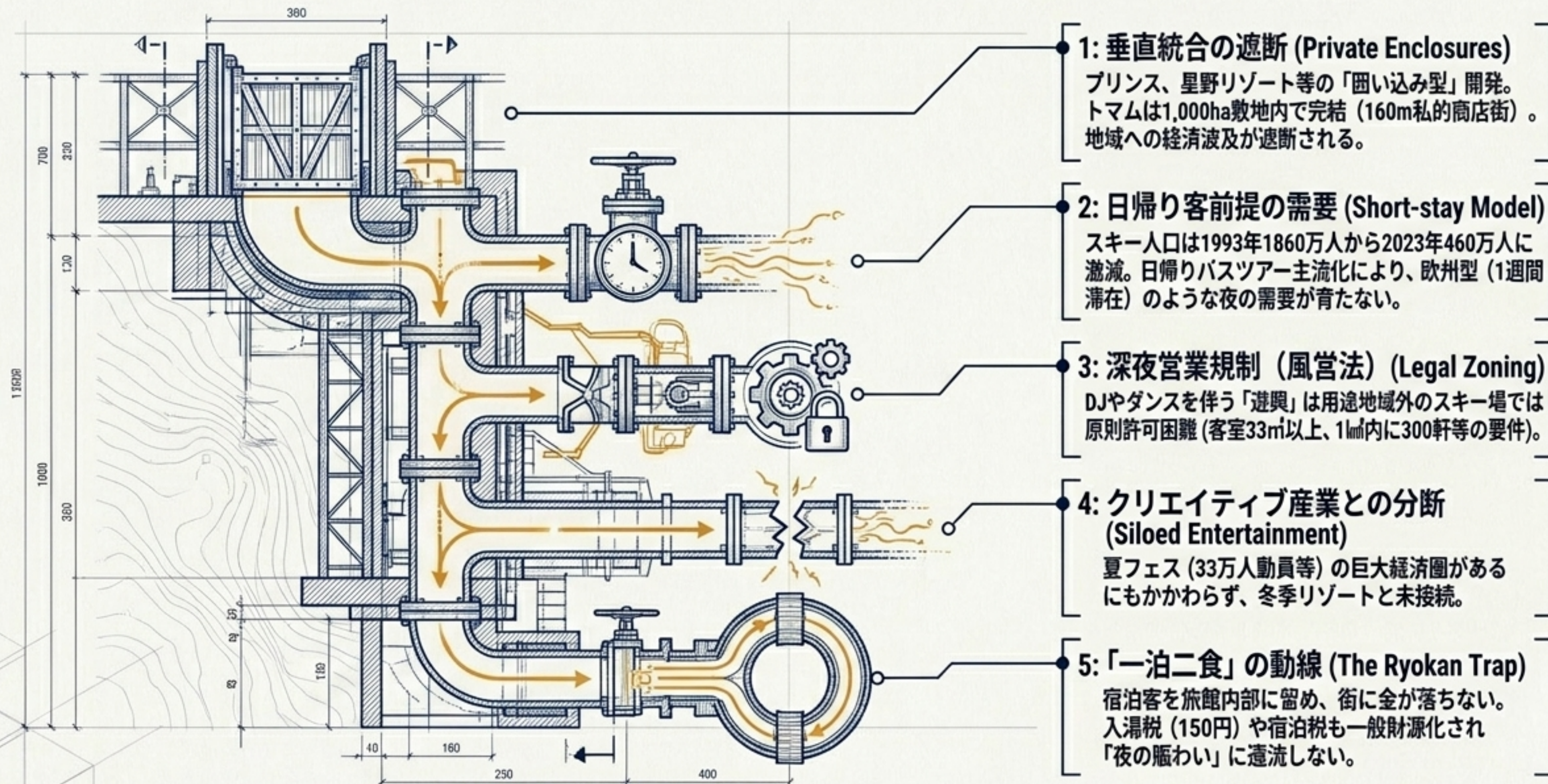
1泊250ユーロ vs 外食枯渇：アプレスキー経済の彼我格差

1人1泊の消費構造



日本は世界最高の雪を持ちながら、世界最低水準の「アプレスキー経済圏」しか生み出せていない。差は雪質ではなく、消費の器の有無にある。

なぜ日本の夜は稼げないのか？ 5つの構造的要因



「私的リゾート」か「公的村落」か：ガバナンスの決定的違い

Japan: The Enclosed Fortress (私的リゾート)



例：星野リゾート・トナム、Club Med。索道・宿泊・飲食を同一資本が独占（垂直統合）。
宿泊客は敷地外の街に出ない「資本の独占」。

Europe: The Public Village (公的村落)



例：Ischgl（オーストリア）。独立経営のホテル・バーが共存。リフト会社は地元住民所有。
法定観光組織（Tourismusverband）が地域全体をプロモーションする「ネットワーク効果」。

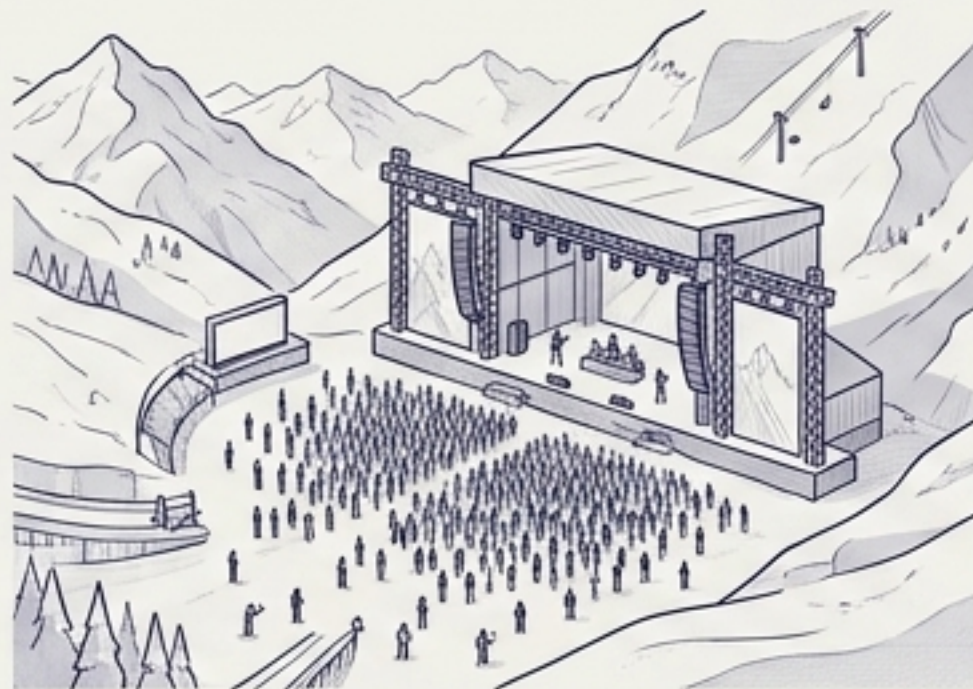
欧州が50年かけて築いた「山岳エンタメ帝国」の実像



La Folie Douce (フランス)
山岳クラビング帝国

総売上 **64百万ユーロ** (2023年)。仏アルプス8拠点、ピーク時従業員700人。

Chamonixホテル拠点には**1,800万ユーロ**を投資。カンヌ映画祭型の「**Rock the Top Show**」による高単価演出。



Ischgl Concerts (オーストリア)
スキー場=世界級コンサート会場

標高2,320mで **2万人以上** を集客。

Elton JohnからChristina Aguileraまで。**2日以上のリフト券** (1日95ユーロ) で入場無料。**シーズン末の「U字曲線」** を見事に埋め、単回イベントでペイアウト。



Snowbombing & Tomorrowland
フェス経済の冬季実装

パッケージ販売 **2,000~4,000ユーロ** (Tomorrowland)。

欧州若年層を熱狂させる**EDM/ダンスフェス**。**Igloo Village**や伝統山小屋を活用し、スキーとラリー文化を融合。



日本の現在地：スノーリゾート「3極」の構造比較

	ニセコ（外資集中型）	白馬（ハイブリッド型）	野沢温泉（地元資本型）
代表格	倶知安ひらふ地区 (Park Hyatt, Ritz-Carlton)	八方尾根・エコーランド	野沢組（戸数約751戸）
データ	外資経営比率 55-65%。 インバウンド比率 60-70%。	延べ来場89万人超、インバウンド比率 46%。	13の外湯、St. Anton am Arlbergと姉妹村提携。
特徴	Bar Gyu+ 等の独立系集積。	エコーランドにはバー200軒超が集積。	道祖神火祭り(重要無形民俗文化財)。
[+] 強み	+ 完成されたグローバル・ラグジュアリー生態系。	+ 規模の大きさと、外資・地元資本の多様な混在。	+ 生きた温泉文化・湯仲間コミュニティという無形資産。
[-] 弱み	- 地元文化の希薄化、「ニセコ価格」による分断。	- エリア分散ブランディングの弱さ、オーバーツーリズム摩擦。	- キャパシティ限界、多言語対応、ナイトライフ動線の不足。





欧州の「ハコ」に日本の「魂」を実装する：パウダーユニオン構想



×



=



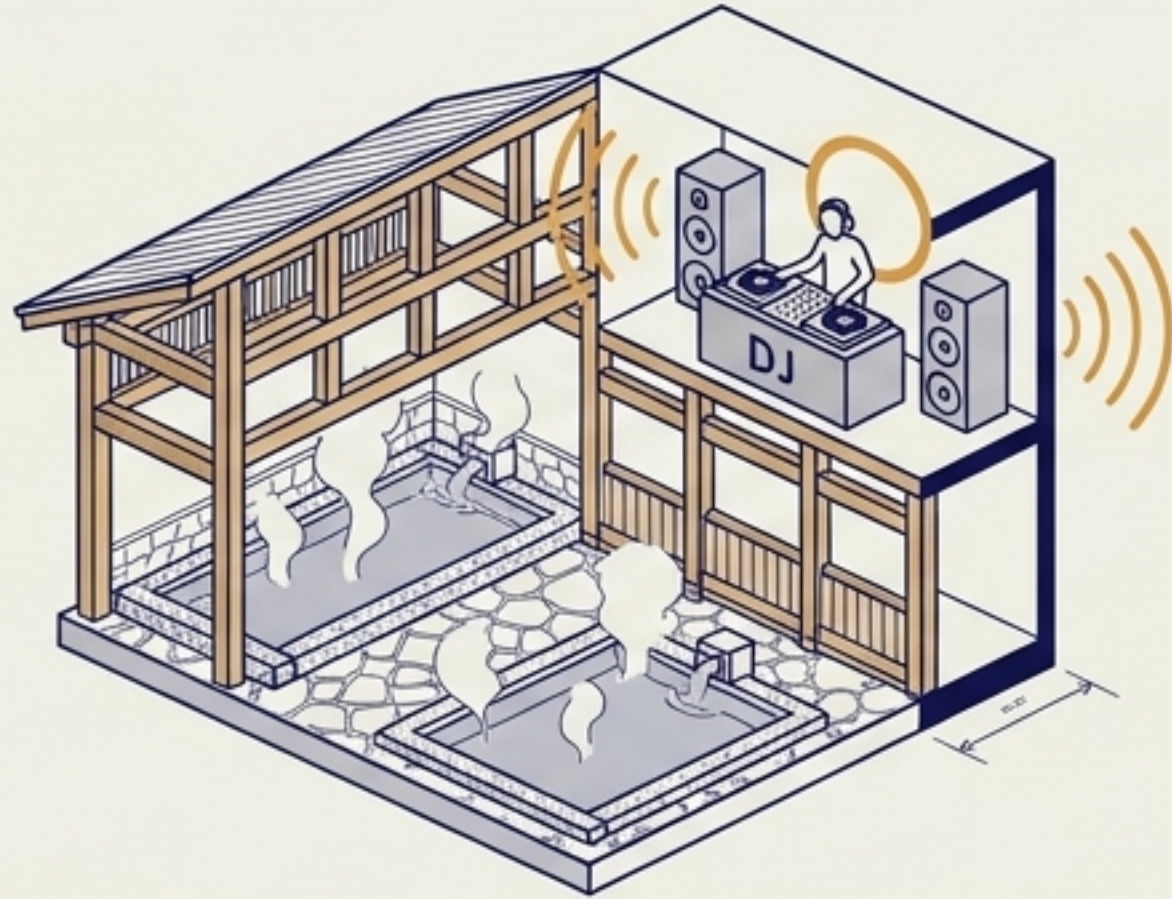
【欧州型ガバナンス】
(Tourismusverband、ゾーニング、
DJカルチャー)

【日本固有の文化資産】
(13外湯の湯仲間コモンズ、道祖神火
祭り、雪室熟成酒、大正ロマン建築)

欧州を逆立ちさせても作れない、日本独自の「雪夜の経済圏」を創出する。
新規建設を最小化し、既存アセットを国際市場向けに再パッケージする7つのプロダクト・ビジョン。



構想カタログ I：温泉・サウナのナイト・エンタメ化



カテゴリー1：温泉 × DJナイト

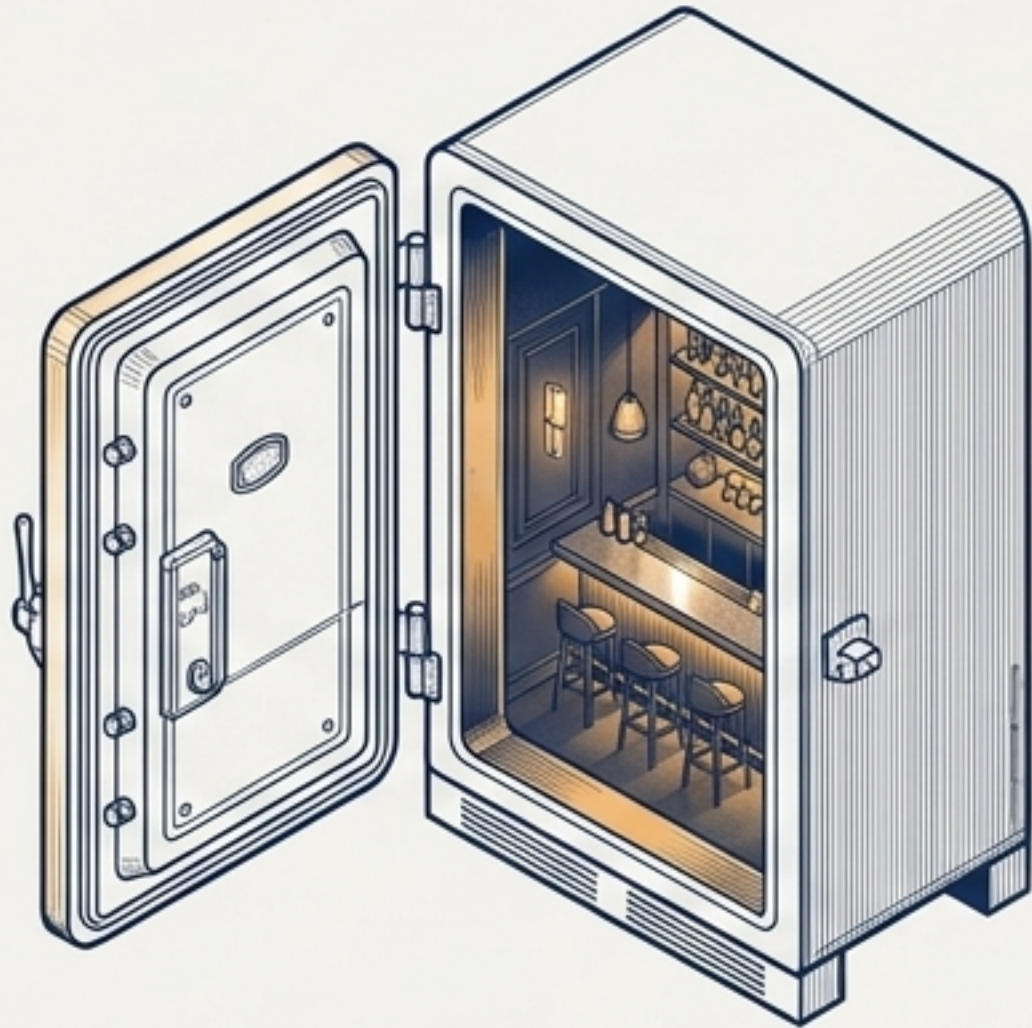
- コンセプト: アイスランドのBlue Lagoon、ハンガリー-Széchenyi BathのSpartyを日本で実装。
- アセット活用: 野沢13外湯の「湯仲間」制度を活かし、湯仲間承認制のプライベート貸切ナイトとして法的整理（村長申出制の適用）。
- 経済性: 規模200名、限定営業（月2-4回）。客単価 1.5~3万円の高収益モデル。



カテゴリー2：サウナ × アウフグース × 雪上プランジ

- コンセプト: 日本人（井上勝正氏）が2022年Aufguss World Championshipで総合優勝した実績をテコにした雪上ウェルネス。
- アセット活用: 「雪中テントサウナ + 雪風呂（プランジ） + 地酒ペアリング」のパッケージ化。
- 経済性: 1セッション2-3時間で1万円台の設定。欧州Aqua Dome Tirol（1日券47.20ユーロ）に匹敵する高単価ウェルネスツーリズム。

構想カタログ III：和製スピークイージーと斜面活用



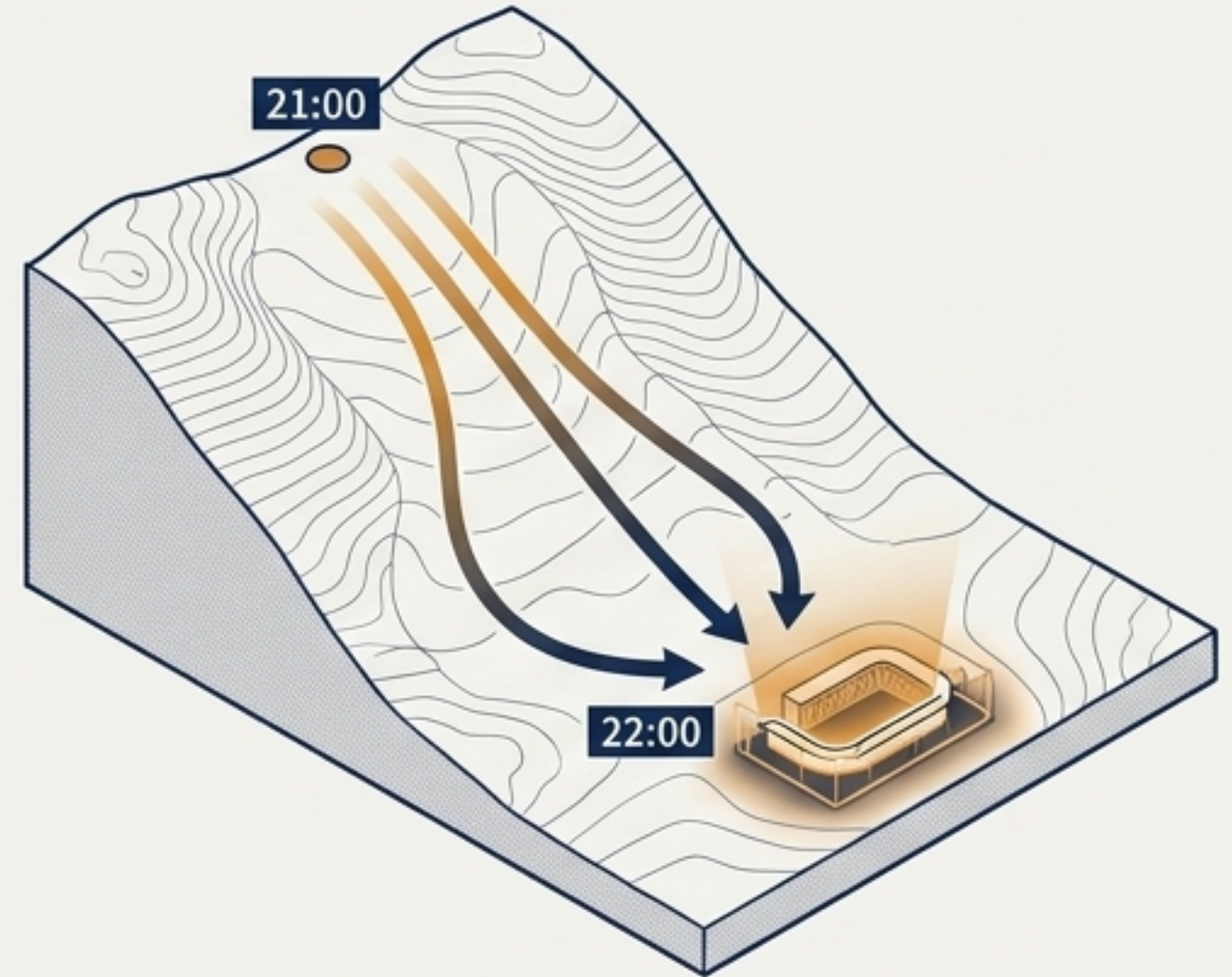
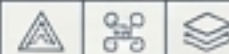
カテゴリー6：隠れ家バー（Speakeasy）の国際発信

コンセプト：ニセコ「Bar Gyu+」（冷蔵庫扉）の世界的成功を模展開。

実装：各スキーリゾートに1-3軒の「Destination Bar」を設計。

Instagram・小紅書で映える「扉ギミック」+和素材カクテル。

経済性：初期投資1,500~3,000万円。3-5年でのスピード回収（高ROI）。



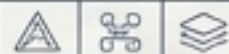
カテゴリー7：ナйтスキー×アプレの動線設計

コンセプト：既存のナイター営業をバーイベントと連動させる「スロープ×DJ」。

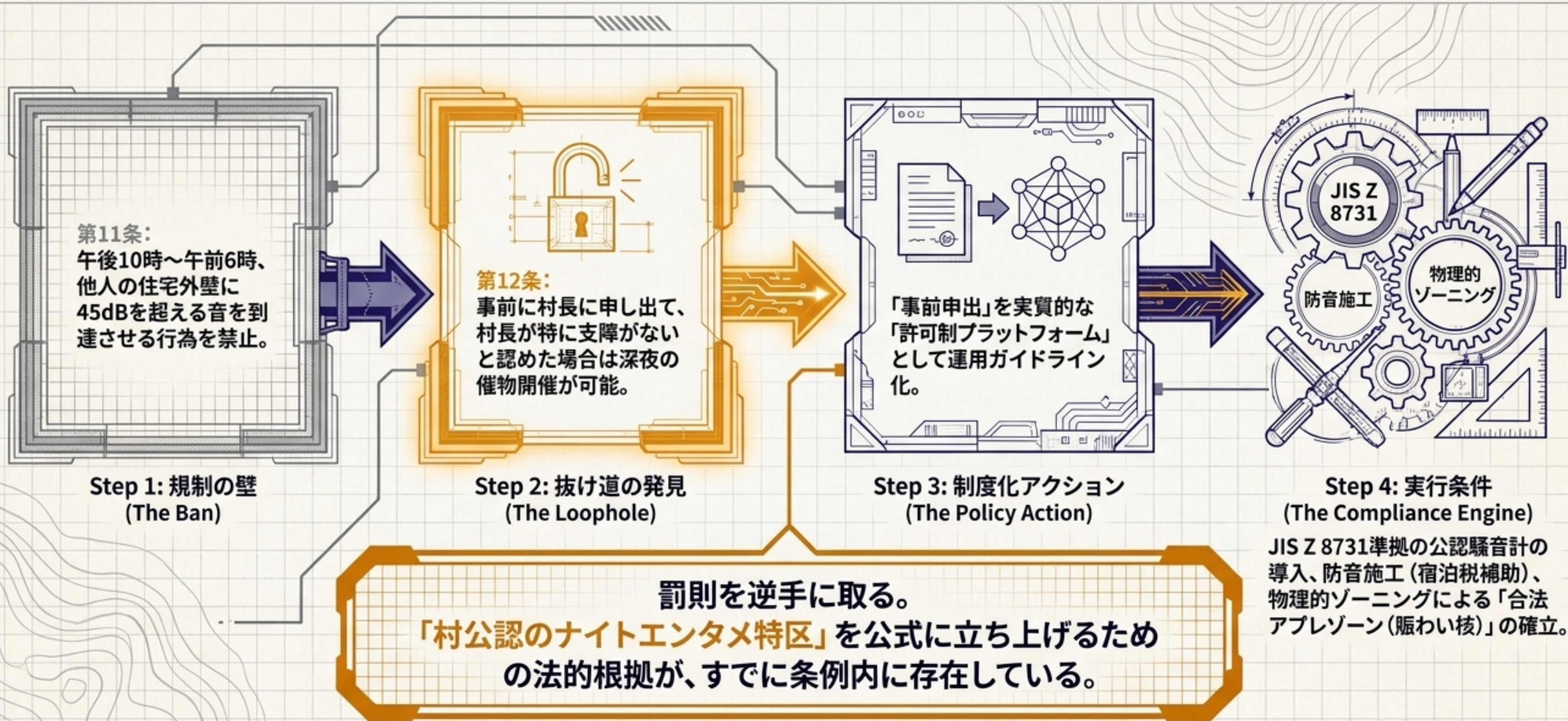
法的ハック：21:00 ナイター終了 → 22:00 山麓バーでのアプレ開始。

特定遊興飲食店営業要件（風営法）を回避し、「通常営業+BGM」

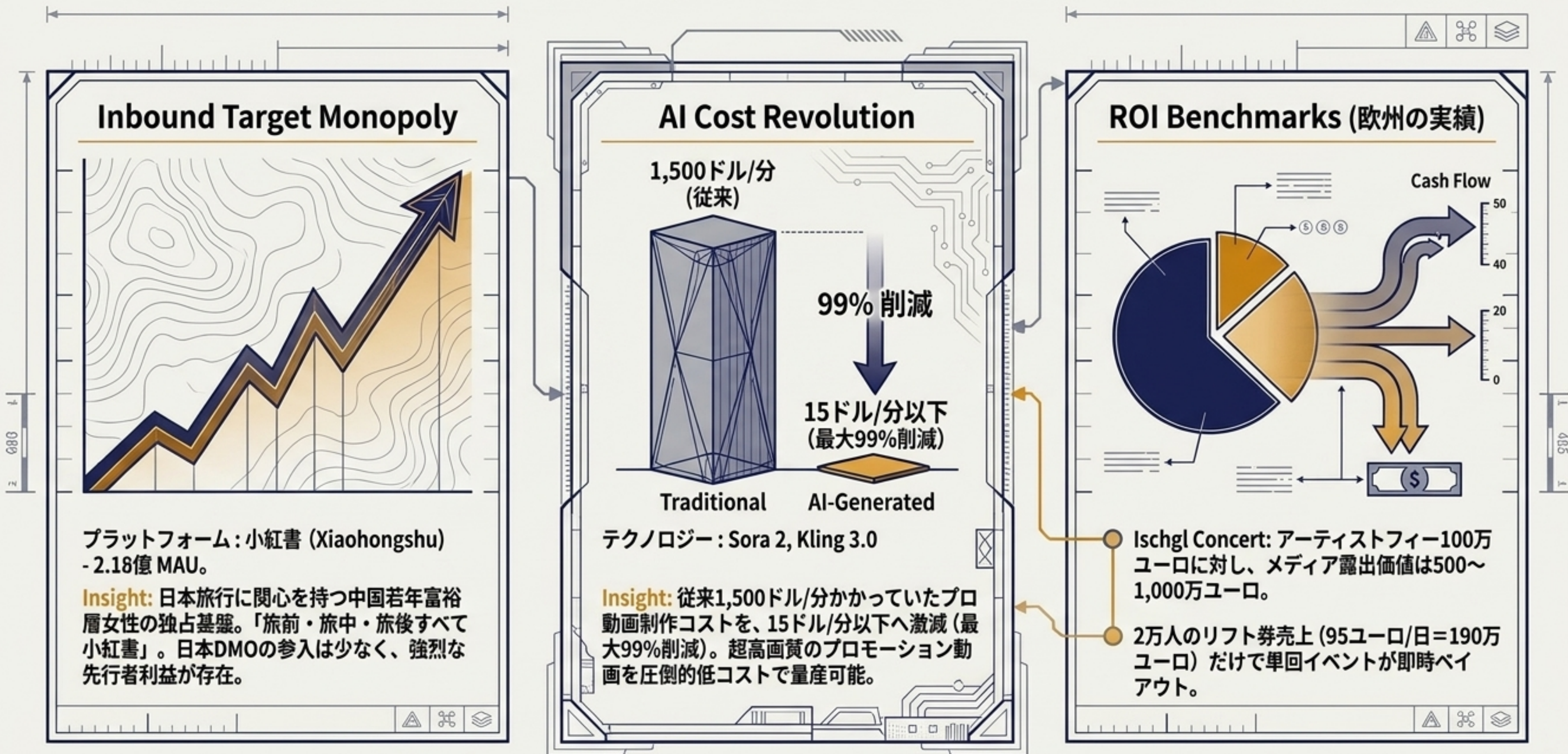
の範囲内で合法的に回避動線を作る。



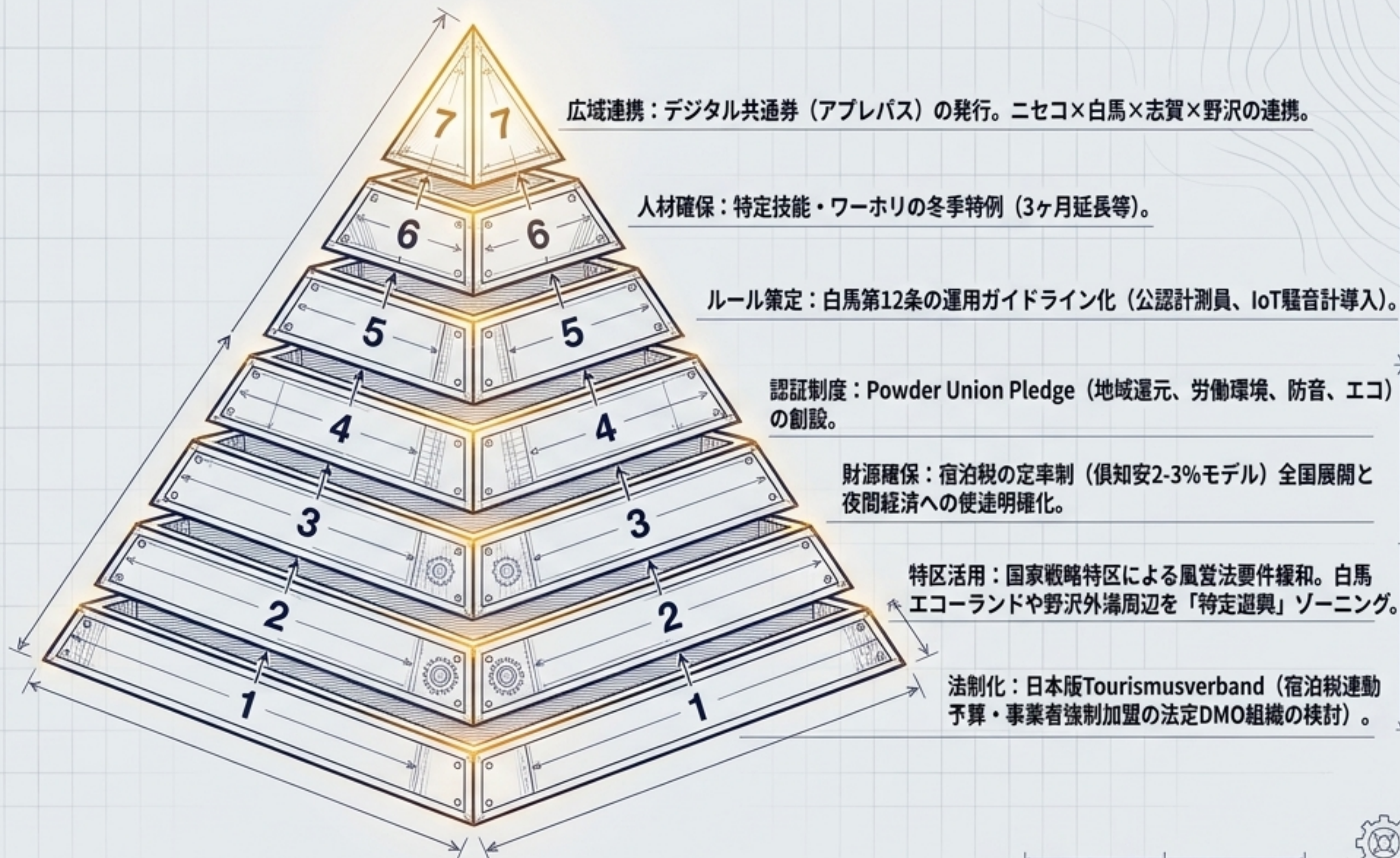
「白馬第12条」の積極運用：抜け道をプラットフォーム化する



デジタル戦略と投資効率：小紅書 (Xiaohongshu) と生成AIの活用



パウダーユニオン・プロトコル：実装に向けた7つの政策アジェンダ



結論：雪国の夜を殺すか、世界基準の文化を築くか

「囲い込み型 vs まちづくり型」「外資 vs 地元」「深夜 vs 静寂」 —
これらは二項対立ではなく、同時に設計すべき方程式である。

大型ラグジュアリーホテルも、地元事業者も、「Powder Union Pledge」
の誓約のもとで共存し、街と共に育つことができる。

2026年7月1日。
白馬村の罰則適用開始日は、日本のアプレスキー政策が
新時代に入る幕開けとなる。



パウダーユニオンは、世界に類のない雪夜文化を築くための最初の青写真である。