

What the **Sharing Economy** Means to the Future of Travel

シェアリングエコノミーが
未来の旅のためにできること



Introduction

はじめに

2020年から始まった世界的なパンデミックによって、観光業界は大きな変化を遂げることになりました。しかしその変化とは、必ずしもネガティブなものばかりではないとわたしたちは考えています。

コロナ禍を経たいま、人々は働きながらいつでも旅ができるようになり、より多様な場所に、より長く滞在するようになりました。その旅行スタイルの変化は、観光をますます持続可能なものにするだけでなく、旅行者と地域との関係をより深いものへと変えていくでしょう。

そのように観光のかたちが変わりつつある時代に、シェアリングエコノミーはどのように地域の可能性を広げてくれるだろう？ そんな問いから生まれた「シェアリングエコノミーが未来の旅のためにできること」は、Airbnbがさまざまな有識者や観光従事者、そして現場で地域の窓口としてゲストを迎えるAirbnbホストの声を聴きながらまとめた、「新しい旅のかたち」を提案し、シェアしていくためのガイドブックです。

このガイドブックで紹介するさまざまなケーススタディやエピソードのなかから、地域活性を担う自治体やDMOのみなさまにとってのヒントが見つければ幸いです。

シェアリングエコノミー協会 理事

シェアリングシティ推進協議会 ボードメンバー（2021年度）

Airbnb Japan株式会社

What the **Sharing Economy** Means to the Future of Travel

シェアリングエコノミーが未来の旅のためにできること

03 4 Perspectives on the Future Tourism

「未来の観光」を考えるための4つの視点

12 It Starts with You

新しい旅は「誇れる暮らしざま」からはじまる
山田雄一さんが語る、いま日本の観光に必要なこと

16 Who Is the Conscious Traveller?

ポスト・コロナの「コンシャス・トラベラー」とは？

18 Why We Are Hosting

わたしたちがホストをする理由

23 Trust & Safety

Airbnbが「信頼と安全」のために取り組んでいること

4 Perspectives on the Future Tourism

「未来の観光」を考えるための4つの視点

「シェア」という概念を導入することによって持続可能なまちづくりを実現することを目的に、一般社団法人シェアリングエコノミー協会が2020年に設立した「シェアリングシティ推進協議会」。Airbnb Japanは本協議会の理事会社として、参加自治体のみなさまと地域住民との「対話の場」を設けることを目指し、公益財団法人日本交通公社と協力をしながら「観光ワーキンググループ（WG）」を開催しました。

個人と個人のつながりを強めることで、いかに地域コミュニティを再生・活性化させることができるのか？そして、これからの時代の観光のあり方や役割をどう定義していかなければいけないのか？観光WGでは、各回有識者や専門家を招いて、シェアリングシティ推進協議会会員のみなさまとこれらの問いを考えてきました。

コロナウイルスによる社会変化、ミレニアル・Z世代、多様性、レジリエンス。未来の観光を考えるための4つの視点をから、2021年度に開催した観光WGの内容と、いくつかの自治体による先進的な取り組みをご紹介します。

#1

COVID-19

ポスト・コロナの観光再開に必要なこと

開催日: 2021.07.28

コロナ禍において、ハワイはいかにしてスムーズに観光再開への舵を切ることができたのか？
疫学専門家としてハワイ州で新型コロナウイルス感染症対策チームの一員として働く岡田悠偉人
さんが考える、いま、観光再開のために日本の自治体がしなければいけないこと。

2020年から始まったパンデミックによって、世界中の旅行産業は大きなダメージを受けています。しかし、この状況においてもハワイは2021年、観光客数においてコロナ前のピークだった2019年の記録を更新。コロナ禍においても、観光客は渡航72時間以内に指定された医療機関で診察された陰性結果を提示すれば、ハワイに着いたら隔離なしで自由に移動することができた。そして、感染者のデータベースを透明性をもって市民に提示することで、観光客がウイルスを持ち込むケースは極めて少ないことを示すことができた。そんな地元民と旅行者の両方の気持ちに配慮した「Safe Travel Program」が功を奏した結果だったと、ハワイ州政府 新型コロナウイルス感染症対策チームに所属する疫学者・岡田悠偉人さんは言います。

「こうした観光再開の舵を切っているのは、ハワイ州ではなくホノルル市なんですね。それはやっぱり、感染率も観光の構造も、社会の大事にしている価値観も、地域によって違うから。感染対策強化はトップダウンで行えても、緩和に関しては国も都道府県もやってくれません。感染対策の緩和、とくに観光再開のリーダーにならなくてはいけないのは、みなさん自治体なんです」

疫学者として、科学的なデータはもちろん重要と念を押しつつも、コロナ後の観光をつくるうえでそれ以上に大事になるのは、「どういう社会を目指したいか？」という価値観を考えることだと岡田さんは言います。ホノルル市の場合、それは子どもと高齢者を優先的にケアすることと、何よりも「自然」と「健康」の2つを大事にすること。その価値観が広く共有されているからこそ、ハワイではみなが大事なものをを守るために協力し合い、感染対策に成功することができたのでした。

「価値をシェアすると文化になるんです。経済指標では測れない、自分たちが大事だと考えるものを共有することで、コミュニティが生まれていく。そんな地域の価値観を大事にしながら、会いたい人に会える世の中にしていきたいと思っています」



ハワイ大学にある岡田さんのご自宅から見える「いつもの景色」。のどかな山々の景観からは、「日系人が開墾した土地で受け継がれてきた自然と文化を感じることができると」岡田さんは語ります。



岡田悠偉人 | YUITO OKADA

ハワイ州政府 新型コロナウイルス感染症対策チーム/ハワイ大学 疫学専門家。実地疫学専門家として、これまでに70以上の国際プロジェクトを担当。日本企業に対しても新型コロナウイルス対策の支援を行う。一児の父として、「シェア・アロハ」の価値観を大事にしながら感染症対策に取り組んでいる。

Case Study - COVID-19

「時間にも場所にも 縛られない仕事」の作り方

熊本県 上天草市 インタビュー実施日: 2022.04.12

2022年3月、シェアリングエコノミー協会と熊本県上天草市は、シェアエコを使った地域課題の解決を推進するために連携協定を締結しました。仕事をつくり、起業家を育て、移住者を増やしていく。連携の発起人・飯野 亮さんに、上天草のシェアエコ活用方法を訊きました。

NPO時代にシェアリングエコノミーの概念を知って、上天草市役所で働き始めてからも「シェア」という考え方で街の課題が解決できるんじゃないかと考えていました。そのなかで2020年よりシェアリングシティ推進協議会に参加したことがきっかけで、連携協定を締結することになりました。

この連携による取り組みは大きく2つあり、ひとつは起業家の育成。スキルシェアのサービスを使って稼げる人を生み出していくための「シェアワーカー育成プロジェクト」を立ち上げ、上天草で活動している地域おこし協力隊を対象に全7回の講座を行っています。今後は講座を修了した卒業生たちが教える側に回ることで、さらにシェアワーカーを増やしていく予定です。もうひとつの取り組みは、シェアリングエコノミーを推進する地域おこし協力隊の任用。シェアリングエコノミーのサービスを泥臭く、地域の人たちに普及させていく人材を募集することで、上天草を「シェアリングエコノミーの街」にすることを目指しています。

実は上天草では、コロナをきっかけに移住の相談件数が約2倍に増えています。というのも、68の島々からなる上天草には豊かな海があると同時に、熊本市からクルマで1時間程度で来られるアクセスのよさもあるため、移住先として注目を集めているんですね。また行政も「移住コーディネーター」を増やしたり、地道に空き家バンクの登録件数を増やしたりと努力をしています。なので、よく移住のハードルは「家」と「仕事」だといわれますが、家の部分はクリアしつつある。もうひとつのハードルである仕事面において、シェアリングエコノミーを広めることで時間や場所に縛られない働き方を生み出せるといいと思っています。

これは地方共通の課題ですが、上天草には高校がひとつしかなく、地元の中学生の7割が市外に進学します。そして一度離れてしまうと、戻ってこない人も多い。そうやって都市部で修行をしてきた若者が上天草に戻ってきたときに、そのスキルを使いつつ、海を見ながら暮らせるような環境ができればいいなと思っています。



上天草市は68の島々で構成されており、そのほとんどが橋でつながっている。飯野さんは初めて上天草を訪ねたときに「天草五橋」の景色に感動し、この土地に一目惚れをしたといいます。



飯野 亮 | RYO INO

上天草市役所 企画政策部企画政策課 地方創生係。JICA海外協力隊、NPOでの勤務等を経て、2019年より妻の実家である上天草に移住し、現職。NPO時代にMBAを取得。「これまでの経験を生かして上天草に貢献したい」という思いから、現在は経営学の視点を活かしながら上天草の地域創生に取り組んでいる。

#2

Millennials & Gen Z

これからの旅をかたちづくる若者たちの価値観

開催日: 2021.09.08

コロナ禍において最も旅をしているミレニアル・Z世代。彼ら・彼女らはどのように旅先を決め、そこで何を求めているのだろうか？若者たちの旅に対するマインドセットを、トラベルマーケティングカンパニー・バリーズ株式会社の平松ゆいさんに訊きました。

「コロナ禍において旅行事業の回復を握るのは、日本のZ世代とミレニアル世代だとわたしたちは考えています」と、「旅×ミレニアル女性」に特化したトラベルマーケティングカンパニー・バリーズ株式会社の平松ゆいさんは言います。回復の兆しは見え始めているものの、海外からの訪日インバウンド層や健康リスクの高いシニア層の需要回復には時間がかかるもの。そうしたなか、いま最も旅に意欲的なのが日本人若年層。JTB総研の調査*によれば、コロナ禍において最も旅をしているのは20～30代なのだそうです。

現在消費の中心にいるミレニアル世代（1981～96年生まれ）と、5～10年後の消費の中心層となりうるZ世代（1997～2004年生まれ）。2つの世代に共通する価値観は、モノよりコトに価値を感じることと、SNSで意思決定をすること。とくに写真共有SNS・Instagramの利用率は高く、旅行情報の収集においてInstagramを活用するのは70%以上。Instagramで「ハッシュタグ検索」を行うことが当たり前のため、InstagramをGoogleのような「検索ツール」と捉えているのもこれらの世代の特徴だと平松さんは説明します。

一方で、2つの世代の相違点は、ミレニアル世代がSNSをポジティブに捉えているのに対し、Z世代はネガティブに捉えていること。成長する過程でSNSを生活に取り入れてきたミレニアル世代に対し、Z世代にとって「SNSのある生活」は当たり前。だからこそSNSに疲弊し、より一層「リアルなもの」を求めている。その価値観の違いは、両世代にとっての「映え＝共感する世界観」の違いにもつながっており、ミレニアル世代はSNS上での共感性の高いナチュラルなビジュアルを好むのに対し、Z世代は青春を切り抜いたような、映えに捉われない何気ないシーンを好むと平松さんは話します。

「違いはあれど、『モノよりコト世代』の両世代はともにシェアリングエコノミーに肯定的。だからこそ、これからの旅を考えるうえでこの世代への理解を深めることが重要になってきます。わたしとしては、この2世代を『日本人若年層』と一括にせず、それぞれの特徴を理解したうえで最適なアプローチを考える必要があると思っています」

*「コロナ禍におけるこれからの日本人の海外旅行意識調査」（JTB総研／2021.2）



平松ゆい | YUI HIRAMATSU

「旅×ミレニアル女性」に特化したトラベルマーケティングカンパニー バリーズ株式会社COO。同社では旅行コミュニティメディア『TabiMUSE』運営のほか、若年層×旅をテーマとしたマーケティングやプロモーション支援、旅行商品のプロデュース等を行う。valise.jp



WGのなかで平松さんが紹介した、Z世代にとっての「映え」の一例。きれいに整ったビジュアルを好むミレニアル世代とは異なり、Z世代は青春を切り抜いたような何気ないシーンを好むといいます。

Case Study - Millennials & Gen Z

若者を呼ぶ。地元と触れ合う。 地域はもっと魅力的になる。

佐賀県 インタビュー実施日: 2022.04.13

2021年10月、佐賀県は担い手不足の課題を抱える地域と若者のマッチングサイト「おてつたび」との連携を発表。嬉野市、玄海町、太良町の3地域で受け入れを行いました。佐賀県庁の牟田口勝起さん、おてつたびの土居和生さんに、その舞台裏を語っていただきました。

牟田口：佐賀県では中山間地域の支援に力を入れています、どの地域も抱える課題は担い手不足。そこで、県内外の学生さんたちにお手伝いに来ていただき、地域の方々との交流を通じて佐賀の伝統や魅力を感じてもらえれば、互いにとってよい体験になるはず。そうした仕組みをつくるために2021年春にコンペを行い、おてつたびさんとの連携が始まることになりました。

土居：それはまさにわたしたちが日々取り組んでいることだったので、自信をもってコンペに参加をさせていただきました。コロナ禍で移動を伴う取り組みはしづらい状況でしたが、ほかの自治体がしていないことにあえて取り組む佐賀県庁の姿勢には共感しましたね。

牟田口：その後に行ったのは、地元の方々へのあいさつ回りです。地元の方々の郷土愛の強さゆえに、外から人が来ることに不信感をもたれることがないよう、地元の方への説明は徹底して行うようにしました。

土居：おてつたびとしても、本気で佐賀に向き合う姿勢を時間をかけて示していきました。受け入れ先を見つける過程も苦労しましたが、逆に時間をかけてそのステップを踏んだことで、最終的に地元の方々に信頼いただけることにつながったと思っています。

牟田口：正直、どれくらいの方が来てくれるのかはわからなかったのですが、募集をかけるとターゲットにしていた大学生を中心に、40～50代の方まで幅広い方が参加してくれることになりましたね。

土居：玄海町に来てくれた2人は、ともに休学中の大学生でしたよね。

牟田口：みなさん本当に感受性が豊かで、地元の方々には当たり前のものに対しても、「これいいですね！」と佐賀の魅力を見つけてくれる。そうした新たな視点をもった若者が地域に入ることによって地元の方々も刺激され、地域は盛り上がっていきます。今後は受け入れを行った事業者の方々を集めた報告会を行うことでプログラムの魅力を伝えていき、最終的には県内に広げていきたいと思っています。



玄海町の中山牧場にて「おてつたび」を行った際の様子。訪れた大学生の2人は、「なぜ地域に来たのか」「佐賀県で何を学べるのか」をよく考えながら行動していたと牟田口さんは振り返ります。



牟田口勝起 | KATSUKI MUTAGUCHI

佐賀県地域交流部 さが創生推進課 地域振興担当 主事。1997年、佐賀県生まれ。長崎県の大学に進学したのち、外から故郷を見たことで佐賀の魅力に気づき、2020年に佐賀県庁に入庁。2021年よりおてつたびとの連携を担当。自身もZ世代として、県内外の若者と地元の人々をつなぐための取り組みを行っている。



土居和生 | KAZUKI DOI

大阪府柏原市出身。「誰かにとっての“特別な地域”を創出する」をミッションに若者と地域をつなぐプラットフォーム「おてつたび」で、全国の自治体との連携業務、おてつたび受入先のサポート業務を担当。人手不足などのお困りごとを通して、地域の長期的なファン（＝関係人口）を創出している。otetsutabi.com

#3

Diversity

多様な人々を受け入れられる旅先であるために

開催日: 2021.11.10

多様性が尊重されるいま、これまで旅にアクセスしづらかった人々を積極的に受け入れていくことがますます求められています。「障がい」という観点から旅先をより多くの人に開いていくための視点を、徳島県で福祉交流民宿を営む榎本峰子さんに訊きました。

人種、国籍、障がいの有無から性的指向まで、多様性が尊重される現代において、観光のかたちも少しずつ変わりつつあります。LGBTQ+フレンドリー宣言を行うホテル、がん患者向けの宿泊施設、民宿や旅館を活用した産後ケアサービスなどが生まれ、これまで旅を楽しむことが難しかった人々への選択肢が増えているのです。

とはいえ、まだまだ課題は山積みで、支援が必要な方が最初に諦めてしまうのが残念なのだと、20年間にわたり介護・福祉の現場に携わり、2019年より徳島県阿波市で福祉交流民宿「旅の途中」を営まれている榎本峰子さんは言います。ある調査*によれば、介護が必要な方の78%が「旅行に行きたいが不安がある」と考えている。観光地や周辺のユニバーサル対応の有無、移動手段、介助者の手配や緊急時のサポート体制まで、高齢者や障がい者、その周りの介護従事者たちが旅先で抱える問題は挙げ始めれば切りがありません。

「旅の途中」では、こうした不安を払拭することで「誰もが安心して泊まれる旅館をつくりたい」という榎本さんの想いから、7人の現役の介護従事者がサポートできる体制を整えています。それに加えて、孤立しがちな介護従事者の駆け込み寺としての役割もあるほか、将来的には災害時の避難場所やさまざまな理由で支援が必要な方のためのシェルターとしても宿を使っていきたいといいます。

既存の宿泊施設を支援の必要な方のために開いていくためには、「ハードを変えなくてもできることはたくさんあります」と榎本さんは言います。例えば、シャワーチェアや浴室の滑り止めマットなどのアイテムを揃えておくこと。そして、困っている人には「どうしてほしいですか？」と声をかけたり、話せなくてもコミュニケーションがとれるための指差し表を用意しておくこと。「病院や施設以外の場所でも、生活圏のさまざまなところでお手伝いできるような人が増えていけば、やさしい街に変わっていくのだと思っています」

*「ユニバーサルツーリズムの目指しているもの」(NPO法人 ユニバーサルツーリズム推進ネットワーク/2018.11)



榎本峰子 | MINEKO ENOMOTO

一般社団法人旅の葉 代表理事。20年にわたり介護・福祉の現場に携わったのち、2017年に株式会社TABIJIを、2019年に旅の葉として福祉交流民宿「旅の途中」を徳島県阿波市に創設。「徳島ニュービジネス支援賞2020」部門賞をはじめ、旅の途中は数々のビジネス賞を受賞している。tabinoshiori.or.jp



榎本さんが営む福祉交流民宿「旅の途中」の客室。12畳の客室には電動ベッドが2台あり、最大7名が宿泊可能。檜風呂もあり、支援が必要な方が旅行の際に諦めがちな入浴もゆっくり楽しむことができます。

Case Study - Diversity

「ちがいをちからに変える」 ためのデザイン

東京都 渋谷区 インタビュー実施日: 2022.05.11

「ちがいを ちからに 変える街」を掲げる渋谷では、障がいをもつ方の描いた文字や数字を使った「シブヤフォント」がお土産に使われています。発起人の磯村 歩さん、渋谷区観光協会の小池ひろよさんが語る、多様性の街・渋谷の魅力と「行政×デザイン」の可能性。

磯村: そもそものきっかけは、2016年に長谷部（健）区長が「渋谷区のお土産を考えてほしい」といろんな部署に呼びかけたことでした。そのなかで障がい者福祉課も参加したいということで、桑沢デザイン研究所の教員であり福祉施設の商品開発にも携わっていたわたしに声がかかったんです。ボランティアとして参加してくれた学生たちとアイデアを出すなかで、障がい者支援事業所に見学に行った学生が、障がいのある方が書かれる文字がユニークだと気づいた。これをフォントにしたら面白いんじゃないか、そのフォントでお土産をつくれるんじゃないか、というところからシブヤフォントが生まれていくことになりました。

小池: そのお話を聞くだけでも、渋谷が「チャレンジする人を応援する街」だなと思いますよね。ここでは毎日同じ光景を見ることがない。いろんな人が行き交うところに、渋谷のパワーがあるんだろうなと思います。

磯村: そうした人の交流が、広義の意味での「観光」につながっていくんですね。例えば、シブヤフォントに参加した学生は週1回ほど福祉施設に行きますが、これが非常に好評で、場が華やぐんです。それから自分の描いたものが商品として採用されることで、本人の自己肯定感にもつながっていく。シブヤフォントを通して、福祉が開かれていく。福祉の人も外に出ていく。そういったことが起こってきたわけです。

小池: そうした広がりが生まれていったのも、渋谷区がデザインやクリエイティブの重要性を理解して、その力を活用できたからですね。

磯村: そうですね。渋谷ではわたしたちがつくったデザインに対して、区の職員の方も「ちょっと渋谷っぽくないですね」と言ったりする。つまり、みんなが「渋谷らしさ」という共通のイメージや価値観をもっているんですね。

小池: それに加えて、クリエイターと自治体の距離が近いのも渋谷の特徴。地域によっては役所って遠い世界に感じられるかもしれませんが、渋谷ではあらゆる個人や団体に間口が開かれている。そうやって自治体側が多様な人を受け入れていくことで、自治体だけでは考えられなかった可能性が開かれていくんじゃないかと思うんです。



磯村 歩 | AYUMU ISOMURA

一般社団法人シブヤフォント共同代表／株式会社フクフクプラス共同代表／専門学校桑沢デザイン研究所非常勤教員。富士フィルムでのユーザビリティデザインに従事したのち、デンマークでソーシャルインクルージョンを学ぶ。2021年より産官学福のメンバーが集う一般社団法人シブヤフォント共同代表。shibuyafont.jp



小池ひろよ | HIROYO KOIKE

一般財団法人渋谷区観光協会 理事／事務局長。公助から共助へ、シェアリングエコノミーやソーシャルキャピタルにより豊かな社会を目指したいと考え、2016年よりシェアリングエコノミー協会事務局次長やスペースマーケットの社長室ブランド戦略など、広報・講演活動に従事。2018年より現職。play-shibuya.com



シブヤフォントは現在、11の福祉施設、約40社の企業と協働しながら、400～500種類の商品を世に送り出している。採用商品の年間売上は2,000万円を超え、売上の一部は福祉施設に還元されています。



区役所の内装から工事現場の仮囲いまで、シブヤフォントは街中でも見ることが出来る。自身の作品が街に染み出していくことで、障がいのある方が積極的に外出することにつながっていると磯村さんは語ります。

#4

Resilience

変化は地域の魅力を増すための機会である

開催日: 2022.03.09

人口減少、気候変動、パンデミック。これらの脅威も「変化のための機会」と捉えることができれば、地域はより魅力的になることができる。そんなレジリエントな地域のつくり方を、公益財団法人 日本交通公社でレジリエンスの研究を行う福永香織さんが解説します。

「しなやかさ」や「強靭さ」という意味をもつ「レジリエンス（resilience）」という言葉が近年、観光分野でも注目されています。日本ではとくに東日本大震災以降、そして2020年から始まった世界的なパンデミック禍においても、「レジリエントな地域づくり」が注目されてきました。

観光地におけるレジリエンスの定義を、「自然災害や人口減少といったさまざまな影響を機会と捉えて、元の状態に戻るのではなく、むしろ元よりもいい状態に変化する能力」と説明するのは、日本交通公社で観光政策に関する研究を行う福永香織さん。度重なる自然災害や開発などの脅威に対応しながらさまざまなイノベーションを起こしてきた大分県由布院を挙げ、いまや地域を代表するコンテンツとして知られる「ゆふいん音楽祭」や「湯布院映画祭」、「観光辻馬車」などが、1975年に起きた大分県中部地震の風評被害をきっかけに生まれたことを紹介しました。

それ以外にも、地域全体をひとつの温泉宿として捉えることで団結してきた黒川温泉、コロナ以前から進めてきたリゾートテレワークの取り組みに力を入れる軽井沢、VRなどを活用しながら新たな経験価値を発信する有馬温泉など、さまざまな地域がいま、危機をきっかけにポジティブな変化を遂げているといいます。

では、観光地がレジリエンスを高めるためには何が求められるのでしょうか？ 福永さんは「アイデンティティ・コアコンピタンス」と「柔軟性・適応力」、「地域内コミュニティ」と「外部とのネットワーク」、「準備」と「経験」という、それぞれ表裏一体の関係にある6つのバランスが必要だと話します。

「まず一歩目にしなければならないことは、地域に起こりうる影響やリスクを把握し、認識すること。そして、視察や勉強会などを通して同じものを見て、考える時間、学ぶ時間を共有すること。そうした時間を増やし、地域のさまざまな主体の信頼関係を構築していくことが、地域のレジリエンスを高めることにつながるのだと思います」



自然災害などの脅威をきっかけに観光地をより魅力的にすることができた「レジリエントな地域づくり」の事例として福永さんが挙げた、大分県由布院の辻馬車の様子。
(写真提供：由布市まちづくり観光局)



福永香織 | KAORI FUKUNAGA

公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 主任研究員。観光政策、観光計画、まちづくり、農村計画を専門とし、2020年から観光地におけるレジリエンスに関する研究を行う。地域の人々の想いや特性を大切にしながら、実践をふまえた適切な解決策の提案を心がけている。

Case Study - Resilience

一人ひとりが希望をもって この街で暮らせること

岩手県 釜石市 インタビュー実施日: 2022.05.11

2011年の震災以降、岩手県釜石市は「オープンシティ戦略」と呼ばれる地方創生の方針を打ち出しながら、地域のレジリエンスを高めてきました。オープンシティ推進室長を務める金野尚史さんに、これまでの釜石の歩み、そして、未来の目標について訊きました。

釜石市は2011年3月11日の震災以降、まずはハードの復興を優先させながら、被災された方々の暮らしの再生に取り組んできました。しかし復興の中期になると、ただこの街を復興させるだけでなく、その後のレジリエンスにも取り組まなくてはいけないのではないか?と自覚し始めることになりました。そこで2015年3月、市役所の若い職員、市民50人によるワーキンググループ、約700人の市民との対話を経て、釜石の地方創生の羅針盤「釜石市オープンシティ戦略」を策定することになりました。

この戦略の基本的な考え方は、復興プロセスで得たわれわれの最大の資産である「つながり」を活かしたまちづくりをしていくこと。具体的には、「つながり人口」と呼ばれる釜石が大好きな市外の方々や企業と市内のコミュニティのコラボレーションによって新たなプロジェクトを生み出すことで、経済活動や化学反応を起こしていく。それによって今後人口が減っても街の活力は失わない、失わせないというのが、このオープンシティ戦略の肝となる考え方になります。

もうひとつ、釜石市の復興に対する考え方として大事なのは、この街の将来を担う未来の世代に夢と希望を与えること。その代表的な事例が2019年のラグビーワールドカップです。大会は復興に直接関係するものではありませんでしたが、その開催地に立候補し、試合には市内の全小中学生を招待しました。そこで子どもたちは、世界中からいただいた復興支援への感謝の気持ちを綴った歌「Thank You From KAMAISHI」を大合唱したんですね。その姿に、われわれ大人たちも希望を感じることができた。そうした子どもと大人の関係性が築かれたことが、この大会で得られたいちばんのレガシーだったんじゃないかなと考えています。

震災から12年、干支が一回りしようとしているいま、つながり人口をもう一度紡ぎ直していくことが求められていると思います。わたしたちの夢は、住んでいる住民一人ひとりが、そして釜石とつながっている一人ひとりが、誰ひとり取り残されずにこの街に希望をもって生きていけること。大げさに聞こえるかもしれませんが、それこそが地方創生の究極のゴールだと思っているんです。



金野尚史 | HISASHI KONNO

釜石市 総務企画部総合政策課「オープンシティ推進室」室長。釜石生まれ。盛岡の高校、県外の大学を卒業後、半導体製造装置メーカー勤務を経てUターンし、釜石市役所に入庁。震災後、復興推進本部にて9年間にわたり復興まちづくり全般に携わり、2021年より現職。



2015年に策定されたオープンシティ戦略。「釜石の未来をつくる5つの打ち手」として、つながり人口を増やしていくための方針を、出産・子育てのケア、ビジネス創出、人材育成などの観点から提案しています。

It Starts with You

新しい旅は「誇れる暮らしざま」からはじまる

山田雄一さんが語る、いま日本の観光に必要なこと

社会のあらゆる価値観やルールをがらりと変えることになった世界的なパンデミックが収束に向かういま、地域と自治体はこれからの変化にどう向き合っていかなければいけないのか？ 観光ワーキンググループのアドバイザリーボードである公益財団法人日本交通公社 山田雄一さんが語る、観光の未来を担うすべての自治体へのメッセージ。

インタビュー実施日: 2022.05.19

——今後コロナで閉じていた国境がますます開いていき、インバウンドの観光客が戻ってくることを考えたときに、観光やまちづくりを担う自治体にはどんな視点が求められるのでしょうか？

コロナの状況は今後2～3年で収まって、旅客数は元のトレンドラインに戻るというふうに予測されています。それはこれまでの地震などの出来事からの回復でもほぼ同じことが起きているので、おそらくそうなんでしょう。そういう意味では、放っておいても訪日のお客さんは増えていき、数年もすれば逆に人がいなかった頃のことが記憶から消えてしまうようになると思います。

ただ、そうやって自動的に戻っていくものに対してどう向き合うかは、それぞれの地域の判断になってくる。何もしないまま復元させていくのか、そこに介入しようとするのか。もちろん賢く戻していくためには、そこにはやっぱりデザインが必要になる。「どう

いうふうに戻したいのか？」「3年後や5年後にどのような姿になっていたいのか？」ということについて、地域でビジョンを共有することが必要だと思いますよね。

とはいえ、現実的にはこれまでが厳しすぎたので、とにかくお客さんに戻ってきてほしいという状況で、具体的なビジョンを描けているところはほぼないんじゃないでしょうか。しかし、戻り始めたときには本当にバタバタと状況は変わっていくので、戻り始めてから議論をしても間に合わない。このままいくと、また混乱の時代になってしまうんじゃないかと危惧しているところです。

——何もしないまま観光客の数が戻ったとしても、決してコロナの前と同じ状況になるわけではないですよね。

そう、観光客が戻っても、5年前の姿とまったく同じにはなら

ないと思うんです。というのも、やっぱり人々の行動原理が変わってきているから。例えば2015～16年の日本の旅行市場では団塊の世代が消費の中心だったんだけど、コロナが始まる前の時点ですでに、20代がいちばん旅行をしているんですよ。

だから、旅行市場はコロナの前から若い世代に移っているし、コロナによってその変化は加速しています。海外では日本よりもっと速くその変化が起きているから、ポストコロナの後の観光の世界というのは、間違いなく1世代ぐらい若くなる。20～30代が中心になることで、量的に見ればこれまで通りに見えても、実は中身の質はだいぶ変わってくる可能性が高い。

それがひとつは環境問題の話であったり、LGBTQ+のような話だったりするわけです。だからいま、日本の社会で「環境

よ。環境問題やLGBTQ+の話って、個人や企業は好き嫌いを言えちゃうわけです。もちろん度を過ぎた発言はNGですが、ヘイトまでいかない限りは言いたい放題なわけですよね。そういう社会のなかで、正論を吐ける立場というのは公共を担う人たちになる。なので、自治体の人たちは社会の変化をきちんと認識し、そのうえで意思決定ができるようになることが必要ですよ。

それは必ずしも完璧なレベルでなくてもいいと思うんです。例えばジェンダー格差の問題にしても、もちろん理想的にはマネージャーには男女同数がいたほうがいいわけですが、たとえそれがすぐに達成できなくても、地元企業よりは自治体のほうが進んでいることが大切。公共を担う側が新しい時代の価値観をちゃんと見ていく。地元の人たちよりも先に取り入れていく。そういうこ

公共を担う側が新しい時代の価値観をちゃんと見ていく。

地元の人たちよりも先に取り入れていく。

そういうことを意識的にやっていくことが必要だと思います。

対策しなくちゃいけない」「多様性を尊重しなくちゃいけない」「DX（デジタルトランスフォーメーション）しなくちゃいけない」と言われているものは、単純に若い世代の価値観がそうになっている、というだけの話なんです。コロナが世代交代を加速させることになり、そうした変化が徐々にではなく、一気にやってくる。そう考えると、受け入れ側の人たちの発想を変えていかなくちゃいけなくなってくると思いますね。

——そうやって社会変化が早送りされるなかで、これからの自治体に求められる役割はどんなことになるとお考えでしょうか？

やっぱり、正論を吐ける立場ってたぶん自治体しかないんです

とを意識的にやっていくことが必要じゃないかなと思います。

——これからの観光を考えていくうえで、民泊の意義や役割にはどのようなものがあると考えていますか？

大きく5つあると思います。1つは供給量の調整。観光は繁閑の激しい世界ですが、ピークに合わせて施設整備をすると、それが固定的なストックになってしまうので、それを避けることができる。要は需給の調整弁としての活用ですね。過大なストックは墓標化しますから。

2つ目は、住民とのコミュニケーションや生活文化の体験といった文化的・情緒的な部分。例えばアメリカの一般住宅って、日

これからの観光では、
その地域のライフスタイルが観光資源そのものになる。
それは言い換えれば、地元の人たちが
自分の街を楽しめなくちゃいけないということです。

本人から見ればびっくりしますよね。本来的な民泊の価値は、たぶんここにある。3点目は経済的な側面。経費構造上、ホテルに対して価格競争力をもつので。4点目は連泊対応。とくに日本はキッチンなどを備えたコンドミニウムが乏しく、連泊対応できる施設に限られていますから、これに現実的に対応できるのは民泊になる。

そして5点目は、ライフスタイルの変化への対応。ワーケーションみたいなもの、デジタルノマドもそうですが、おそらく中長期的に「居住地」という概念が希薄になっていく。どこに住んでも仕事ができる人々は、自分の都合で居住先を選ぶので。2・3・4の特徴は、人々の行動様式にも変容を及ぼしていくから、それが進んでいくと、「居住」「滞在」「立ち寄り」の境目がどんどん薄れていく。それに対応しやすいのが、民泊。自治体としては、そういう認識をもち、そこにキャッチアップしていくのか否かの意思決定を行う、というあたりがスタートラインになってくると思います。

——一方で、既存の旅館やホテルにはどのような可能性があるとお考えでしょうか？「新しい民泊のかたちと、既存の旅館やホテルが共存できている状態」がどのような姿になるのかをお伺いしたいです。

シェアリングエコノミーとホテルの関係について、実は論文もいっぱい出ているんですよ。そこでは大体同じようなことが言われていて、一言で言えばホテルはシェアエコをやらない、ということなんです。

ホテルや旅館は固定資産としての自分の場所をもっていて、宿泊に関するいろんなノウハウもしっかりあるわけです。ただ、固定資産だけだとさっきもお話した需給調整ができない。例えば自分たちで20室もっていたとして、ピークシーズンには30室、40室必要になるとすると、漏れ出した需要には対応できない。そこでホテルとは別に軽めの資産をもって民泊を行う、あるいはオーナーを別に雇うことで管理業務だけ行うことができれば、大きな負担にならずに変動する需要に対応できるようになります。

例えば、有馬温泉には「御所坊」という老舗旅館があるんですけど、そのオーナーさんはいま、街にある古民家を使って、シンプルな宿泊施設にしているんです。それによって、旅館には普段泊まらないような層のお客さんも有馬に来るようになり、賑わいが生まれ、飲食やお土産屋さんも集まってくる。そうすると、有馬全体の価値が上がることになります。自分たちはそれこそフラグシップの旅館をもっているから、有馬の価値が上がれば自分たちの旅館にとってもプラスになるわけです。

——自分の旅館だけが儲かればいいという考え方ではなく、地域全体が「面」として盛り上げることが最終的には自分たちにも返ってくる、という視点をもたないといけないわけですよね。同じ地域のプレイヤーがお客さんを取り合うのではなく、お互いが地域を盛り上げていくという発想が、もっと広がっていくといいなと思いました。

そうですね。もうひとつ大事な点は、お客さんの経験値が上がっていること。Airbnbが出てきてもう10年以上経つじゃないで

すか。そうすると、お客さん側もそのときどきの旅行によってホテルに泊まるか民泊に泊まるかを使い分けられるようになってきています。例えば出張で1泊しかなければ、ホテルに泊まったほうが楽なんです。でも家族で3泊するとなったら、ホテルだと部屋も狭いし値段も高くなるので、一棟貸しの民泊を借りたほうがいい。ホストさんがいるところでも、現地の人とコミュニケーションしたい旅のときと、ひとりで過ごしたいときがあるわけじゃないですか。

そうやってだんだんお客さん側が、今度の出張はホテルにしよう、次は民泊にしよう、と使い分けをしていくので、需要が分かれてくるわけですね。だからそのエリアに民泊ができたからといって、ホテルや旅館にお客さんが来なくなるという話ではないわけです。なので、これまでのようにホテルとシェアリングエコノミーが対立をするのではなく、むしろお互いが連携して、補完関係をつくっていかなくちゃいけない。そうやって時代によって人の意識が変わってきていることも理解しないとイケないですね。

——もうひとつ、観光以外に民泊がもつ可能性として、社会インフラとしての価値があるんじゃないかと考えています。例えば熊本市では実際に、大雨洪水が起きたときにホストさんたちが有志で避難場所を提供するような事例も生まれている。そうした「社会インフラとしての民泊」がより根付いていくといいなと感じているのですが、それを推進していくためには何が必要だと山田先生は見ていますか？

やっぱり旅行業の強みというのは、有事の際に人のロジができることですね。ただ現状だと、災害が起きたときに誰がどのように旅行会社に発注をすればいいのか？という問題がある。有事の際に、旅行会社同士で入札をして決めるわけにもいかないからです。

そういうことを考えると、災害が起きる前に「この地域ではJTBが対応します」「こっこの地域では近畿日本ツーリストが対応します」といった契約を結んでおいて、発災時にはほぼ半自動で対応策が動くようにすることが大事になってくるんじゃないかと思います。

だから、もし今後Airbnbがそうした有事の際の取り組みをするのであれば、ホストが宿泊場所を提供し、そこにバスを出すようなロジの部分は旅行会社をお願いをする。そうした旅行会社とのアライアンスを予め組んでおくことが大事になってくるかもしれません。

——最後に、山田先生が考えるこれからの観光産業のあるべき姿について教えてください。インタビューの最初に、「コロナ後にどんなふうに観光を戻していきたいか」という意志が大事だとおっしゃられていましたが、山田先生は日本の観光がどんな姿になっていくといいとお考えでしょうか？

これは以前から言っていることですが、観光客というのは訪れる先のライフスタイルがカッコいいと思ってそこに行くわけですね。それはニューヨークでもハワイでも東京でもそうじゃないですか。わかりやすい例はハワイとグアムの違いで、日本からの距離や海のきれいさは大して変わらないのに、人はハワイには取り憑かれたように行く。それはやっぱり、ハワイの人たちがサーフィンをしながら暮らしているのがカッコいいと思うからですね。

だからこれからの観光というのは、サービスとしてお客さんをおもてなしするというよりも、自分たちが誇れるライフスタイルをしていて、それを外の人たちにとっても良いと思ってもらえるようにならなくちゃいけない。それは言い換えれば、地元の人たちが自分の街を楽しめなくちゃいけないということです。

とくにこれからの若い人たちの旅行というのは、何かを観に行くためのものというよりも、体験や経験をするためのものになる。そうすると、地域の“ライフスタイルざま”を見せられないとお客さんが来なくなってくる。もっと多くの地域が、自分たちの暮らしざま自体が観光資源そのものなんだという発想をもてるようになるといいなと、個人的には思っていますね。



山田雄一 | YUICHI YAMADA

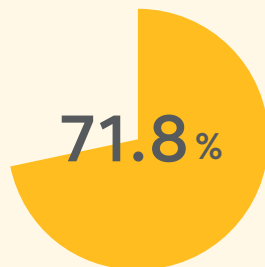
公益財団法人日本交通公社 理事・観光政策研究部長

1968年生まれ。博士（社会工学）。ゼネコンの開発企画部門、ITベンチャーの起業にかかわったのち、財団法人日本交通公社の研究員となる。その後、米セントラルフロリダ大学ホスピタリティマネジメント学部客員研究員や、経済産業省観光チーム企画官を経て現職。経済産業省 産業構造審議会 地域分科会委員など公職に就きつつ、サービスマネジメントの視点から「観光地ブランディングの実践」をテーマにDMOや観光財源の研究・コンサルティングに従事。武蔵野大学及び立命館ビジネススクールの客員教授も兼任。

Who Is the Conscious Traveller?

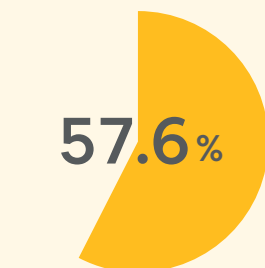
ポスト・コロナの「コンシャス・トラベラー」とは？

Airbnbは2021年11月、英調査会社・エコノミストインパクト社とともにアジア太平洋地域における観光業の復興について調査をした報告書「Rebuilding tourism in Asia-Pacific」を発表しました。4,500名以上の旅行者を対象に行ったアンケート調査から明らかになったのは、世界的なパンデミックを経たいま、自分の旅行によって旅行先の地域社会にポジティブな影響をもたらしたいと考える「コンシャス・トラベラー（意識の高い旅行者）」と呼ばれる人々が増えていること。果たしていま、アジア太平洋地域の旅行者たちは何を求めているのか？ 報告書のポイントを読み解きながら、コンシャス・トラベラーの価値観を紹介します。



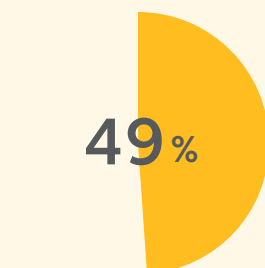
「持続可能な観光」が以前より重要になった

ライアソン大学教授でSustaining Tourismディレクターのレイチェル・ドッズ氏によれば、「サステナブル・ツーリスト」とは「自分の信念や価値観に従ったり、それが正しい行いだからという理由で、自らの行動様式を変化させる旅行者」のこと。コロナ禍を経て、そうした旅のあり方が大事だと考える人が増えています。その傾向はとくに若い世代に見られ、ミレニアル世代の62.1%、Z世代の55.5%が持続可能な観光は「非常に重要」と答えています。



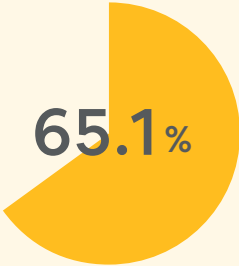
「オーバーツーリズム」の原因にならないようにすることが重要

「持続可能な観光」への意識が高まるなか、旅行者たちはどこに、どのような手段で旅行するかをより慎重に考えるようになっています。環境や経済、そして社会的な側面において、訪問先の地域やその住民たちに悪影響を及ぼしたくない。そうした気持ちから、自身が「オーバーツーリズム（観光客の過度な増加が、地元住民の生活や自然環境に悪影響を及ぼしたり、土地の魅力を低下させたりすること）」の原因になりたくない、と考える人が増えています。



観光地化されていない地方に関心がある

パンデミックによって混雑した人気スポットを避けるようになった旅行者たちは、観光地化されていない地方での体験をもっと追求したいと考えています。地方での観光は都市と比べて資源を使うことなく、ソーシャルディスタンスを自然に維持できる。旅行者たちは今後、海外の定番コースとは異なる旅を求めて国内旅行を増やしたいと考えており、それはこれまで集中しがちだった観光客による経済的恩恵が地方にも分散していくことにつながります。



65.1%

旅行を通して地域経済に貢献したい

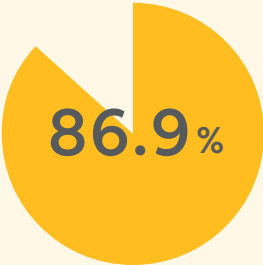
とはいえ、「持続可能な観光」とは、単に混んでいない地域に旅することだけを意味するものではありません。旅行者たちは自分の出費がコロナ禍で経済的に苦しんでいる地域社会をどのように支援できるかを考えており、回答者の半数以上は、旅行の計画や予算を立てるときに「地域社会の経済回復」を考慮に入ると答えています。そして同じく回答者の半数以上が、次の旅行ではコロナ以前よりも多くの出費をしたいと答えています。



41.3%

観光の「社会的な側面」も大事である

持続可能性（sustainability）は、環境や気候への配慮と結びつけられることが多い話題です。しかし今回の調査で明らかになったのは、旅行者たちは環境以外の影響についてもよく考えているということ。彼ら・彼女らは、旅行を「現地の人々や文化と有意義なつながりを構築する手段」として捉え、経済的・社会的・文化的な側面においても地域を支援したいと思っています。旅行における「持続可能性」の意味が拡張しつつあることがわかります。



86.9%

テクノロジーが「持続可能な観光」を可能にすると思う

意識の高い旅行者たちは、テクノロジーの可能性を信じています。環境にやさしい宿泊施設や移動手段が探しやすくなるなど、テクノロジーのおかげで持続可能な観光の検索・計画・実現が容易にできるようになりました。そしてテクノロジーは、シェアリングエコノミーを推進し、あまり知られていない地域の文化へアクセスする機会も与えてくれます。コロナ禍では、VRを使って自宅にいながら旅先を体験できるバーチャルツアーも注目されています。



54.5%

持続可能な旅行には追加料金を惜しまない

旅行者たちは「持続可能な観光」を支持しており、その気持ちをお金というかたちで表すことも厭いません。回答者の57.2%は、環境や地域社会に悪影響を及ぼす旅行先やアクティビティは避けたいと答えています。このことは、旅行会社には新たな収入源を生み出すチャンスがあること、そして「持続可能な観光」に取り組む企業にはプラスの影響があることを意味します。旅行者たちはいま、観光がよりよいものになるための変化を望んでいるのです。

Why We Are Hosting

わたしたちがホストをする理由

Airbnbは、ホストの存在なしには成り立ちません。いまでは当たり前になった現地に暮らすような旅のスタイルも、ホストが「自らの住まいに旅人を受け入れたい」と思う気持ちがなければ実現しませんでした。2022年現在、Airbnbのホスト数は400万人に増え、世界のほぼすべての国と地域で、ユニークな宿泊先やほかではできない体験をゲストに提供しています。

旅行者と直に触れ合うこと。そして、地域と外の人々をつないでいくこと。地域をより開かれた場所にするために大事な役割を担うホストたちは、何をきっかけにホスティング活動を始め、そこにどんな魅力や可能性を見出しているのでしょうか？ 北は北海道から、南は熊本まで。個性あふれる4人のホストのストーリーを紹介します。

Why We Are Hosting #1

みんなが民間外交官

ピダーソン広美さん

熊本県 熊本市 インタビュー実施日: 2022.04.12

自身が海外で経験した異文化同士のすれ違いから、文化の溝を埋めるためにホストとして活動するピダーソン広美さん。彼女のエピソードは、異なる文化や背景、価値観をもつ人とのつながりが、たったひとつの民泊からでも生まれていくことを教えてください。

わたしたちは14年前、英語教育に携わっている主人が熊本大学に赴任したことがきっかけで熊本に移住しました。彼も囲炉裏や抹茶といった日本文化がとても好きな人で、茶室のあるこの日本家屋に一目惚れをして住むことを決めましたね。Airbnbのホストを始めた直接のきっかけは、2019年のラグビーワールドカップ。イベント民泊という枠でホストを募集していたのを見て「これいいかも!」と飛びついたのでありますが、振り返ってみると、以前から「文化の異なる人たちと交流をしたい」という気持ちはずっとあったんです。

わたしは若いころにオーストラリアで日本語教師をしていたのですが、当時日本文化を伝えるイベントを行ったときに、ある生徒が「先生のつくった料理は食べられないんです」と泣きながら訴えてきたことがありました。よくよく話を聞いてみると、その子のお父さんの親戚が日本軍に殺されており、「日本食なんて食べるんじゃない」とその日の朝に言われていたんだそう。それを聞いてすごいショックでした。史実を知らずにいた自分、お父さんの悔しい気持ち、女の子の戸惑い。もちろん起こってしまったことを変えることはできないけれど、わたしたちが一つひとつ文化を越えて交流をしていったら、そうした溝も埋められるんじゃないかって、その頃からずっと思っていたんです。

ホストを始めてからは、イギリスから来られた、奥様を亡くされたばかりのご主人と息子さんと深い話ができたり、うちでカレーをつくってくれたインドの方とは食を通していまでも交流するほどの仲になれたり。そうやってゲストの方々と、いい関係を保ちながら心を通わせる経験をいくつもすることができました。これからは、海外から来たゲストさんにご近所さんたちをつないでいくようなこともしていきたいですね。一緒にカレーを食べたり、折り紙やおはぎを一緒につくったりと、難しいことはしなくてもいいと思うんです。気張ることなく、みんなが民間外交官のように国際交流をしていくこと——そうやって滞在先のコミュニティと交流できるこそが、民泊に泊まることの醍醐味だと思うんです。



茶室では単にゲストと一緒に抹茶を立てて飲むだけでなく、その裏にある日本の文化や考え方も紹介することで、異文化を深く理解するためのきっかけを提供したいと広美さんは語ります。



ピダーソン広美 | HIROMI PEDERSON

airbnb.com/users/show/286225306

栃木県生まれ。オーストラリアでの日本語教師、東京での外資系企業勤務を経て、夫スタンさんの転職をきっかけに2008年に熊本県に移住。2019年よりホストの活動をスタート。現在は、英語教師とAirbnbホストの二足のわらじを履いて活動中。英語教師としてFM熊本の番組も担当している。

Why We Are Hosting #2

「場所」があることでしか 起こらないことがある

小柳秀吉さん

徳島県 徳島市 インタビュー実施日: 2022.04.13

旅行事業を営む起業家の小柳秀吉さんは、ゲストハウスのオーナーとしての顔ももちます。場所があること、そこで直に旅行者と交流をすることでしかわからないことがある。そんな温かい交流のあるところからは、また新たな出会いの連鎖が生まれていくといいます。

徳島に出会ったのは、忘れもしない2015年6月。前職の同僚のつながりで訪問をしたときに、たくさんの地元の人や場所を紹介してもらって、一気にこの土地が好きになりました。徳島には壮大な自然があることに加えて、お接待文化と呼ばれるような、人を気遣う文化があるんですよね。「どっから来たの?」と街行く人が気軽に声をかけてくれたり、知り合いから特産品をもらったり。こうした徳島の気遣いのかたちというのは、ほかの地域にはないものだと思います。その後、2017年に観光まちづくりと民泊をプロデュースする会社としてトリップシードを立ち上げ、現在は徳島と東京の2拠点生活をしています。

トリップシードでは、観光に関するコンサルティング業と民泊業の2軸で活動をしています。民泊業のなかでも自社でやっているのは、「Hostel Coliberty」という交流型のゲストハウス。ぼくらは自治体や企業のお手伝いをする立場でもあります。旅行者のことを理解するためには、やはり自分で宿を運営しなくちゃわからないんですよね。人々がどんな目的で徳島を訪ねて、実際に何を見て帰るのか。そうしたリアルな温度感のある情報を大切にするためにゲストハウスをやっているとれます。そうやって場所をもつことで、ここに訪ねた人たちと個人としてのつながりができることもありますし、昔の知り合いがたまたまこの宿を選んでくれて偶然的な再会をしたこともあります。やっぱり「場所」があることで、何かが起こるんだなと思いますね。

実はいまトリップシードで働いているスタッフのひとは、「Hostel Coliberty」にゲストとして宿泊したことがきっかけで徳島への移住を決めてくれました。そうやってこの土地に惹かれて移住をした人が、また外の人を迎え入れていく。そんな連鎖が生まれていけば、きっと地域はもっとハッピーになっていく。自分自身でももっと徳島の魅力を伝えていきたいですし、観光業をやりたい次の世代にもその想いをつなげていきたいなと思っています。



「旅人が繋がる出会いの宿」をテーマにした「Hostel Coliberty」。宿泊場所としてだけでなく、交流・コワーキングの場としても活用することで、偶発的な出会いが生まれる空間になっているといいます。



客室には、最大6名で利用できる和室が2室、ドミトリーが2室が用意されている。屋上のテラスも利用可能。各フロアには、「廻路」「藍」「大麻」など徳島の伝統文化にちなんだ名称がつけられています。



小柳秀吉 | HIDEYOSHI KOYANAGI

airbnb.jp/users/show/112229019

株式会社トリップシード代表。グローバルユースビューロー、楽天トラベル、百戦錬磨を経て、2017年より現職。全国の自治体の民泊や農泊をプロデュースするほか、交流型ゲストハウス「Hostel Coliberty」、日常から解放されるコテージ「Cottage Coliberty」のオーナーを務める。tripseed.jp

Why We Are Hosting #3

地域との距離を縮める 「暮らしのお裾分け」

林 啓介さん

北海道 白老町 インタビュー実施日: 2022.04.14

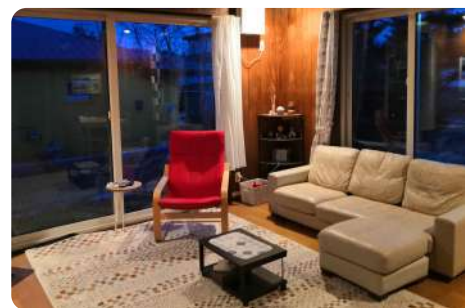
林 啓介さんの周りなんだから楽しそう。世界各地で暮らしたのちに白老町へ移住をし、周りの人を巻き込みながら、身軽に新しいコトを起こしていく。民泊はすでに暮らしの一部になっているという林さんは、ホームシェアには「数字では測れない可能性」とあると語ります。

白老町に引越す前は、貿易関係の仕事で日本とロシアを行き来していました。その頃から白老町には出張で来ていて、気の合う友人たちができていたんですね。その後、自分たちの拠点を考えたときに、その友人たちの顔がボンと浮かんで。一時はロシアに住むことも考えたのですが、すでにつながりのあるところへ行こうと思い、当時のパートナーと地域おこし協力隊として移住をしました。

最初にAirbnbで始めたのは、ホームシェアではなく体験のほう。「この街すごいな」と自分たちが驚いている体験をそのまま提供しようと思い、来て2カ月後から始めています。農家さんやスーパーに地元の食材を買いに行き、自宅にお招きしてご飯をつくって食べる。そうすると、「こういう人がAirbnbで来ているんだな」ということが地域の方々にも見えるので、外からの人を迎え入れる準備ができていったのかなと思います。体験を始めて1年が経った頃、たまたま相談をしたスーパーのオーナーさんに物件を借りて民泊も始めることになりました。

これまで宿泊いただいた方は、みなさん一人ひとりをしっかり覚えています。うちは家主居住型なのでゲストとお話もしますし、SNSでもつながりが続いている。チェックアウトの日にもかかわらずぼくらのために小麦粉だらけになって刀削麺をつくってくれた中国からのゲストや、大晦日にブレーカーが落ちちゃってゲストみんなでカセットコンロに集まった元日の朝など、忘れられない経験はたくさんあります。いまではホームシェアをしているという意識もなく、暮らしをお裾分けしている、そんな感じですね。

民泊が増えれば、地域の暮らしに触れる機会も増える。そうすることで、住民票上での「1」にはならなくても、一度宿泊したゲストが今度は友人を連れてきてくれるかもしれないし、周りにその地域のことを発信してくれるかもしれません。そうやって地域との距離を縮め、ファンづくりをするうえで、ホームシェアには大きな可能性があるのかなと思っています。



家主居住型の民泊に来るゲストには、ホストとの会話が好きな方が多いと林さんは言います。「『地域』に来ているというよりも、『うち』に来ている。そんな体験をされていく方が多いのかなと思います」



林 啓介 | KEISUKE HAYASHI

airbnb.jp/users/show/266503

岡山県生まれ。さまざまな仕事をしながらイギリス、アメリカ、アルゼンチン、ロシアなど世界各地で暮らした経験をもつ。2018年に北海道白老町に移住。Airbnbエクスペリエンス（体験）のホストを経て、2019年より家主居住型の民泊を運営している。

Why We Are Hosting #4

「ここであったこと」を見つめていく

越戸浩貴さん

岩手県 陸前高田市 インタビュー実施日: 2022.04.12

震災をきっかけに陸前高田の復興に携わり続けてきた越戸浩貴さんは、Airbnbのホストとして新たな一歩を踏み出します。いま彼が伝えたい、空き家の仕事に向き合ってきたからこそわかる「そこにあったもの」の価値、そして、「ここであったこと」を見つめ続けることの意味。

2011年の震災があったとき、ぼくは空間デザインの仕事をしながら岩手の大学院で社会哲学を学んでいました。自分の地元も沿岸ですし、被災地のために何かできないかと思い、陸前高田の仮設商店街を手伝ったことがこの地域との最初のかかわりだったんです。その後、陸前高田のまちづくりに携わるために2013年に移住をし、2017年にともにまちづくりをやっている仲間たちを誘われるかたちでNPO法人高田暮舎を設立しました。

ぼくらがやっている空き家の仕事というのは、地味な仕事なんです。具体的には、相続問題や遺品の整理といった家にまつわる困りごと。でも、こうした地味な仕事をちゃんとかたちにして、これもまちづくりを支えるカッコいい仕事なんだと思ってもらいたい。実際に受注件数も増えていきますし、人が住める物件もたくさん出てくるようになってきました。

そうしたなか、個人として泊まれる古本屋「山猫堂」を始めます。きっかけは、空き家の整理をしているともったいないものも多くて、「そこにあったもの」をしっかりと使っていきたくと思ったこと。だから山猫堂では、本や棚は空き家から出てきたものだけを使い、どこか懐かしさが感じられるような生活のコラージュをつくっていく。本屋をやった理由は、自分が本好きということもありますが、ぼくらが住んでいるような街には本屋がないんですよね。ここに来れば、自分だけの本を探せるような、内的なものを深められるような空間があって、そこに旅人が泊まっていたり、いろんな人が交流していたりしたらすごくいいなと、そんなことを考えています。

震災というのは、どこまでいってもあったことはあったことです。どれだけ時間が経っても「ここであったこと」を見つめていくのは大事なことだと思いますし、そういう意味でも、空き家や、そこに眠っているものを民泊というかたちで継承することには、計り知れない価値があるなってぼくは感じています。そうしたものを、背伸びをせずに、もっと素直に見てもいいんじゃないかなと思うんです。



越戸浩貴 | HIROTAKA KOETO

NPO法人高田暮舎 副理事長。岩手県久慈市生まれ。岩手大学大学院在籍中に東日本大震災を経験し、復興に携わるために2013年に陸前高田に移住。民泊修学旅行や移住定住促進などに携わり、2017年より現職。近年は「残す」をテーマに、空き家を活かしたアート制作や泊まれる古本屋を展開予定。takatakurashi.jp



陸前高田の空き家を活用してつくる泊まれる古本屋「山猫堂」の準備中の様子。日本中・世界中の旅人が足を運ぶと同時に、古本屋として地元の人々にも開かれた場所にしていきたいといいます。



棚やテーブルなどの家具からそこで売られる本まで、山猫堂のすべては空き家から出てきたものだけで構成されることになります。「空き家を使うことの意味を掘り下げてみたい」と、越戸さんはその想いを語ります。

Trust & Safety

Airbnbが「信頼と安全」のために取り組んでいること

Airbnbは、観光の本格的な回復に向け、日本の法令を遵守し、旅行者を受け入れる地域社会のみなさまの安心安全を大事にしながら、ホストと旅行者との間の「信頼と安全」に取り組んでいます。このハンドブックでは、Airbnbが「信頼と安全」を実現するために行う取り組みの概要を紹介します。さらに詳しい情報は、ページ下のQRコードよりご覧ください。

安全な仕組み

Airbnbは当初より、オンラインとオフライン双方の安全対策を念頭にデザインされています。



リスク評価

Airbnbにおけるすべての予約は、確定されるまでにリスク評価が行われます。予測分析と機械学習で数百点ものシグナルを瞬時に評価し、問題が生じる前に疑わしい動きの検知や調査を行っています。



ウォッチリスト照合と

バックグラウンドチェック

Airbnbでは、国内外すべてのホストおよびゲスト情報を取引規制、テロリスト、経済制裁国の制裁対象者リストと照合し、スクリーニングの徹底に努めています。また、米国内のホストとゲストにはバックグラウンドチェックも実施しています。



防災活動

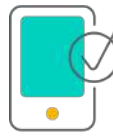
Airbnbは、ホストと地元の専門家が参加する防災ワークショップを開催しています。またホストには、地域の重要な情報をゲストに提供するようにお願いしています。ホストは、リスティングに設置する煙・一酸化炭素検知器の無料配布を申し込むこともできます。

※中国と日本では配送を一時停止しています（2022年8月時点）。



安全な決済システム

Airbnbの安全なプラットフォームを通して、お支払いは確実にホストへ届きます。お支払いは常にAirbnb経由で行い、口座振込や現金でのお支払いは一切行わないでください。



アカウントの保護

Airbnbではアカウントを保護するために、さまざまな対策を講じています。新しい電話やコンピュータからのログインがある場合には多要素認証を要求し、変更があった際はアカウントにお知らせが届きます。



詐欺対策

お支払いと連絡は、常にAirbnbのウェブサイトやアプリで行いましょう。連絡、予約、支払いまですべての手続きをAirbnbで行うことにより、さまざまな安全対策と保証の適用を受けることができます。

事前におきましょう

リスティング、体験、ゲストやホストのことを、予約前に簡単に知ることができます。

プロフィール

Airbnbでは全員がプロフィールを掲載し、ゲストもホストも互いをチェックし合えるようになっていきます。宿泊利用に際しては泊まる側も泊める側も、氏名、生年月日、電話番号、支払い方法、メールアドレスの入力が必須です。

安全なメッセージング

Airbnbの安全なメッセージツールでは、事前にホストやゲストのことを知ったり、リスティングや体験に関する質問をすることができます。予約後には、メッセージを通してチェックイン方法や道順の確認を簡単に行えます。

相互レビュー

ゲスト、ホスト、リスティングや体験の評価が気になった場合は、レビューを読むことができます。ゲストやホストがレビューできるのはすべて予約後ですので、ここに書かれた内容はすべて体験に基づいたものと信頼することができます。



Live Like a Local

地域コミュニティに寄り添う旅へ

➡ airbnb.jp/d/japanpolicyhub



The Good Guest Guide to Japan

日本を訪ねる海外の旅行者に知っておいてほしいこと

➡ youtu.be/osoPFmlO4FY

企画・発行

シェアリングエコノミー協会

シェアリングシティ推進協議会観光ワーキンググループ

Airbnb Japan株式会社

発行日

2022年8月

編集

宮本裕人 (Troublemakers Publishing)

デザイン

井上麻那巳 (Troublemakers Publishing)

お問い合わせ先

Airbnb Japan 公共政策本部

pjapan@airbnb.com