

民泊による地域振興の課題



立教大学観光学部教授・観光研究所所長 東 徹

～要旨～

本小稿は、民泊が地域社会にもたらすメリット、デメリットを検討しながら、民泊が地域社会に受容され、さらに地域振興につながるための課題について検討したものである。

民泊は、シェアリングエコノミーを活用した新たな観光ビジネスとして注目されるだけでなく、地域振興にとっては、地域の暮らしを活かした新たな観光魅力として、住民が参画し主役となる観光・地域振興につながる可能性をもち、さらに地域社会と共存・共生する「地域連携型観光ビジネス」の仕組みづくりに発展する可能性も期待される。しかしながら、地域社会の中には民泊に対する不安や警戒心、反発や嫌悪感を抱く住民が少なからず存在しており、多くの自治体で民泊に対する地域独自の規制が行われているのが実情である。民泊が地域社会になじみ溶け込んだビジネスになるためには、民泊のメリットを一方向的に主張するだけでなく、地域の開放性や住民感情に配慮し、ある程度時間をかけて理解を得るとともに、地域コミュニティの受容力に応じた規制のあり方を検討することにより、対立の構図を解消していくことが求められる。

1 はじめに

民泊がにわかに注目を集め、その必要性が叫ばれ始めた当初、その根拠として示されたのは、急速に増加するインバウンドに対して宿泊供給が逼迫しつつあり、宿泊キャパシティの量的不足が、さらなる拡大に向けた障碍になりかねないとの懸念であった。2020年に東京五輪・パラリンピックの開催を控えていたことも、こうした懸念に拍車をかけた。もっとも、一時的なスポーツ・イベントの際の宿泊対策なら「イベント民泊」で十分ではないかとの考え方もないわけではなかったし、2020年に向けて東京都内の

ホテル投資が活発化するとの見通しが出始めたこともあって、「オリパラ対策」としての民泊の必要性という根拠は、次第に薄れていく。

それに代わるように登場した根拠が、「空き家対策」としての民泊の必要性である。総務省の調査をもとに、日本各地に空き家が増加していることが指摘されると、増加するインバウンドと空き家問題を結びつけることで問題の解決を図ると同時に、個人の遊休資産を有効活用した新たな経済活動、すなわちシェアリングエコノミーの活性化を促すことにつながるのと考えが浮上したのである。この空き家対策としての民

泊という根拠が主張されたがゆえに、「住宅宿泊事業法」(民泊法) 制定時に、「家主不在型」というある意味異質な、とりわけ「家主やその家族との交流や生活体験こそが民泊の魅力」と考える立場からすれば極めて違和感のある民泊形態が含まれることになる。

さらに、観光客のニーズに着目すれば、個人客の中には、日本の日常生活に関心を持ち、体験したいと望む観光客が含まれることから、日本人の日常的な生活を体験できる民泊が、新たな日本の観光魅力になりうるものとして関心を集め始めていたこともあろう。

こうした事情に加え、実態として、既にアメリカ系仲介サイトをはじめ、世界各地で民泊の利用が広がりを見せていたこと、国内でも「ヤミ民泊」などといわれるような、無許可で営業を行う違法な民泊が問題化していたことも、民泊が注目され始めた一因であろう。

そうした背景の中、その是非はともかく、政府は、民泊を「旅館業法」の枠組みとは異なる新たな宿泊カテゴリーとして合法化すべく「民泊法」の制定に踏み切った。そこには、シェア

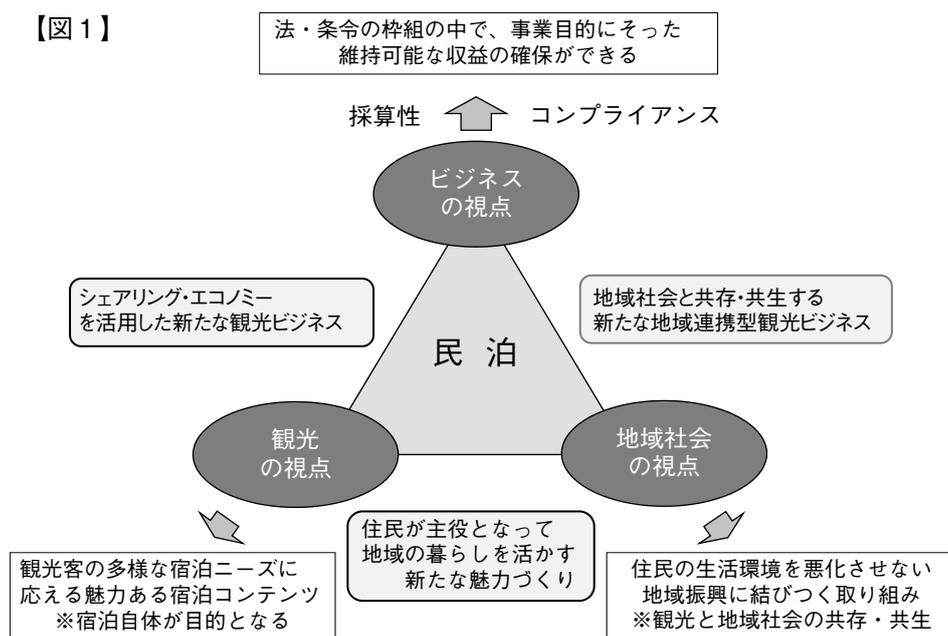
リングエコノミーの推進を図ることに加え、この機会に実態が先行している民泊を新たな宿泊ビジネスとして容認することで、不透明だった民泊の存在を一定の法秩序の下で適正化し、コントロールしようとする政策的思惑があったように思われる。

民泊法が制定・施行され、一定のルールの下で本格的な民泊ビジネスがスタートしたとはいえ、社会においては、民泊をめぐる賛否がまだ分かれる状況にある。

民泊が、社会から容認されるためには、少なくとも次の三つの条件がある。

- ① **コンプライアンスと採算性**：民泊が「健全なビジネス」として成立するためには、少なくともコンプライアンスと採算性がなくてはならない。違法営業を行うことなく、法や条例の枠組みの中で、事業目的にそった維持可能な収益を確保できるビジネスとなることが必要である¹⁾。
- ② **宿泊コンテンツとしての魅力**：民泊は程度の差はあるが、日本の住環境を体験できる宿泊コンテンツである。地域の日常的な暮らし

【図1】



(出所) 筆者作成

を体験したり、家主やその家族と交流を楽しみたい、日本のリアルな生活空間、あるいは伝統的な家屋に泊まってみたいという観光客のニーズにそった魅力的な宿泊コンテンツとなることが期待される。

- ③ 地域社会との共存・共生：周辺住民の生活環境に配慮し、地域コミュニティに受け入れられる存在となることはもとより、より積極的に、地域振興に結びつく取り組みに発展させることが期待される。

本小稿では、民泊が地域社会にもたらすメリット、デメリットを検討しながら、民泊が「地域社会に溶け込んだ新たな宿泊ビジネス」として成立し、さらに地域振興につながるための課題について考えてみることにしよう。

2 民泊の諸形態と利用者ニーズ

(1) 家主居住型民泊と家主不在型民泊

民泊法では、民泊を「家主居住型」と「家主不在型」の二つのタイプに分けている。前者は、文字通り家主が居住し、生活を営んでいる住宅に観光客を宿泊させるタイプの民泊であり、後者は、住宅施設を利用して宿泊サービスを提供するものの、事業者はその住宅に居住して生活を営んでいないタイプの民泊で、空き家・空き室の有効活用方法として期待されるものである。「古民家」を再生して宿泊施設として活用するタイプも後者に含まれる。

(2) 短期ホームステイ型民泊

家主居住型民泊は、いわば短期間のホームステイを通じて、日本の「ごく普通の」生活を体験し、家主やその家族との交流を楽しもうとする観光客のニーズに適合しており、「短期ホームステイ型」の民泊と呼ぶことができる。このタ

イプを求める観光客は、旅館のような、日本人にとってさえも「非日常的な和の雰囲気」ではなく、「日常の日本らしさ」を求めているのであり、またホテルや旅館のような専門の宿泊業者が提供する「プロのもてなし」ではなく、「素人だからいいもてなし」を求めているのである。

このタイプは、地域の日常生活を観光対象化するものであり、「地域のリアルな生活のニオイ」を感じ取ることができる宿泊コンテンツであるからこそ魅力がある。人によっては、このタイプこそが「本来の民泊」とする考え方もある。

(3) 不動産ビジネス型民泊

家主不在型民泊の多くは、分譲マンションや戸建て住宅などを所有してはいるものの、実際の生活拠点は他においている者が、遊休資産化した住宅を民泊として運用し収益を得ようとするタイプ、当初から営利を目的として賃貸マンションの空き室を賃借し、宿泊施設として活用することによって収益を得ようとするタイプ、さらには居住者のいない住宅を宿泊施設としてリノベーションし、民泊として活用するタイプなど、いずれも収益の獲得を主たる目的としたものであることから、いわば「不動産ビジネス型」の民泊といえることができる。このタイプの民泊は、家主に気兼ねなく自由に部屋を使えるし、広さによってはグループでの宿泊にも適している。住宅施設であるからキッチン等の設備もあり、多人数の場合、ホームパーティーを楽しむこともできる。一般的には料金もホテル・旅館等の宿泊施設よりも割安であると考えられる。このタイプの民泊は、いわば「割安で気兼ねなく自由に使える」ことが利用の目的であると思われる。

(4) 古民家再生・活用型民泊

古民家再生・活用型の民泊は、かつてその地域で実際に使われていた伝統的家屋に宿泊・滞在し、かつての日本の日常を感じながら、家主に気兼ねすることなく自由に楽しむことができる。居住者と生活を共にし、地域のリアルな生活を体験するものではないが、ある意味で「地域の生活のニオイ」を感じることでできる宿泊コンテンツである。

古民家再生・活用型民泊は、京町屋など、地域独特の伝統的家屋の保全とそれによる街並みの保存にとって有用であり、地域の資源を観光対象化して新たな経済価値を与えるという意味で、地域資源の有効な活用法である。古民家の再生・活用法には、民泊のほか、飲食施設や小売店舗、展示施設やコミュニティ・スペースなど様々な方法がある。

現行の民泊法では、家主が居住していない場合には、古民家再生・活用型も、家主不在型に含まれるが、その目的・意義の違いから、営利目的に特化した不動産ビジネス型とは異なる規制の対象とすべきであるとの考え方もある。

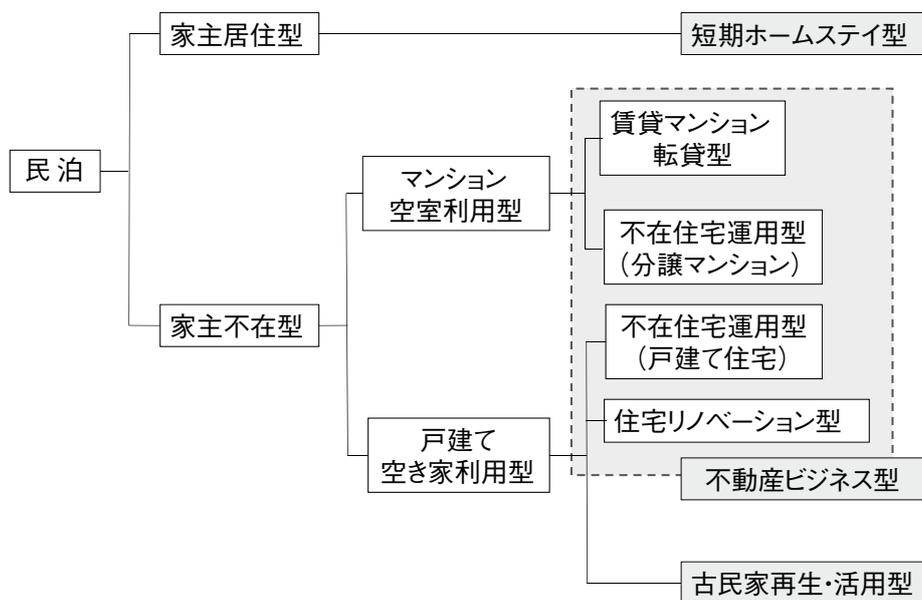
3 地域社会における民泊のメリットとデメリット

地域社会にとっての民泊のメリットとしては以下のようなものがあると考えられる。

① 地域の日常生活を活かした観光魅力となりうる：民泊が注目される背景には、「地域の生活のニオイのする観光」を求めるニーズがある。こうした観光客は、定番の観光名所めぐりや、観光客向けの施設や店舗などを避け、街歩きや路地裏散策をはじめ、住民に愛されてきた味を彼らが集う店でともに楽しもうとするなど、地域のリアルな日常生活が感じられる観光体験を求めている。

これまでの観光地づくりは、美しい自然景観や歴史的建造物等の観光名所、スキー場等の観光施設に頼っていた。しかし、「地域の生活のニオイ」が感じられる民泊があれば、観光名所がなくとも、そこに「泊まること自体が目的」の観光客が訪れる可能性が生まれる。観光名所がないために観光集客力が乏しい地域や、宿泊機能が弱く、「立寄り型」の観光地になっている地域にとって民泊は、地域の生

【図2】 民泊の諸形態



(出所) 筆者作成

活を活かした新たな観光魅力となるとともに、宿泊機能の不足を補う存在となることが期待される。さらに、地域の暮らしの独自性を訴求することで、「まだ見ぬ日本への旅」を促すことになれば、インバウンドの地方分散化にもつながる可能性がある。

- ② **観光・地域振興に住民が参画する機会が生まれる**：これまでとかく行政主導、観光事業者主導であった観光・地域振興から、住民が参画し、主役となる「観光まちづくり」をめざす契機になることも期待される。地域の日常生活こそが観光対象として求められ、「素人だからいいもてなし」が魅力となる民泊は、地域に居住し、ごく普通の生活を営む住民誰もが担い手となりうるものであり、観光・地域振興に一般の住民が参画できる機会を提供する。
- ③ **空き家の有効活用**：地域の定住人口減少によって生まれた空き家、ほとんど利用されなくなったリゾート・マンション等が問題化しているが、民泊は、そうした遊休資産、あるいは負の遺産に新たな利用価値、経済価値を与える可能性をもっている。地域の文化遺産としての価値をもち、また街並み保存にとっても重要な古民家の有効な活用法の一つとしても期待される。
- ④ **地域への経済効果**：観光とはあまり縁のなかった地域、観光集客力や宿泊機能が弱い地域にとっては、民泊による観光需要・宿泊需要の創造が期待される。民泊利用者の観光消費が、民泊事業者だけでなく、商店街等に立地する小売店や飲食店等に広くもたらされることはもちろん、清掃やクリーニング等、民泊事業者をサポートする事業を地元事業者が請け負い、さらにその従事者として住民の雇用機会が生まれるなど、地域への経済効果が

期待される。このことから、後述する「まちぐるみ民泊」への発展可能性も期待される。

- ⑤ **地域における交流機会の拡大**：民泊を通じて外国人観光客が地域を訪れ、滞在し、生活を体験することで、地域社会に異文化交流の機会が生まれることが期待される。

以上のように、民泊は地域社会にとって、様々なメリットをもたらす可能性をもっている。しかしながら、その反面、民泊には地域社会にとって次のようなデメリットをもたらす可能性もある。

- ① **住民の生活環境に悪影響を及ぼすおそれがある**：住民にとって、自らの居住する地域や集合住宅において、知らぬ間に民泊が行われ、見知らぬ観光客が頻繁に出入りすることで、安心安全であるべき自らの生活環境が脅かされ、地域コミュニティの秩序が乱されるとの懸念や不安が少なからず存在している。この点については次節で検討することにしよう。
- ② **住宅地としての商品価値・ブランド価値の低下**：民泊が住民の生活環境に悪影響をもたらすとの懸念は、住宅地や集合住宅の商品価値の低下を招き、需要の減少につながる可能性もあり、住宅所有者や不動産業者の中にはそうした事態を懸念する声もある。さらに「良好な住宅地」として評価されている地域においては、ブランド・イメージが損なわれるとする懸念もある。

4 民泊に対する住民感情とその背後にあるもの～民泊に対する地域コミュニティの受容力～

民泊法が施行され、民泊についてのルールが整備されたとはいえ、地域社会の中にはまだまだ民泊に対する警戒心や嫌悪感を抱く住民が少

なからず存在していると思われる。

民泊が、本来居住を目的とする住宅を用いた宿泊サービスである以上、生活空間に観光が入り込むことになる。民泊を通じて、本来観光とは無関係の生活が営まれてきた空間に観光を受け入れることができるかどうか、それは地域コミュニティの観光受容力²⁾にかかっている。地域コミュニティが民泊ビジネスを受容できる許容範囲は、住民生活の場の開放性、および地域コミュニティの秩序に対する住民感情という側面からとらえることができる。

(1) 「住宅地」という場の開放性

観光地や商業地は、その機能・性格において、外来者（交流人口）に対してより広く開かれた空間であるのに対して、住宅地は、相対的に外来者への開放性に乏しい空間である。住宅地は居住を中心とした生活空間であり、地域コミュニティのルールやマナーを共有できない人々に対して開かれてはいない空間である。そこにいわば「想定外」の人々＝本来いるはずのない観光客が入り込むことによって地域コミュニティを構成する住民の間にストレスが生じるのである。住宅地に暮らす住民にとって、自らの生活空間を観光空間として外来者に開放するという意識はほとんどなく、それゆえに住民個人や彼らが構成する地域コミュニティの観光受容力は決して大きいものではない。一見するとわずかなように感じる住宅地への観光客の入込であっても、住民のストレスは増大し、彼らの心理的な許容限度を超えることで反発が顕在化するようになる³⁾。

民泊事業者は、自らのプライベートな生活空間を、ビジネスや交流を目的として、意図的に開放するという意識・態度が明確にあるが、そうした意思のない周辺住民にとっては、いかに

民泊の意義を説かれたとしても、自らの生活空間に来るはずのない外来者が頻繁に出入りすることへの警戒心・嫌悪感は容易に消すことはできない。

両者の間には、自らの生活空間に対する開放性の認識とこれに起因する観光受容力の大きさに明確な違いがある。周辺住民から民泊への懸念や反発があるのは、そうした意識ギャップの表れであり、民泊を営む上で、周辺住民への配慮がことさらに必要な理由もそこにある。

(2) 民泊に対する住民感情

地域社会において、民泊を受け入れたくないと考える住民感情⁴⁾には、次の三つの側面があるように思われる。

- ① 安心して暮らせるはずの生活環境が「想定外」の人々の出入りによって脅かされるといふ恐怖心：地域の日常生活にふれ、体験することが新たな観光魅力となると期待するのは、あくまで観光側の論理である。住民にとって自らの生活環境に観光を受け入れる覚悟や心構え、あるいは合意が欠如したまま、知らぬ間になし崩し的に民泊が行われることにより、住民にとって最も安心できる場であるはずの生活空間が、いつしか観光客の好奇の目に晒され、あるいは居住者相互の配慮によって保たれるはずの静穏な生活環境、日常生活の秩序が、無遠慮に入り込んでくる想定外の人々によって侵されていくことへの恐れ、それが民泊への警戒心や嫌悪感に結びついている。
- ② 地域コミュニティの秩序に対するある種の不変願望：かつてのようなタイトな関係性、共同体意識は希薄化しているとはいえ、地域コミュニティには、ある程度にせよ、近隣に住む者同士としてマナーや配慮がある人々が居住しているはずだという暗黙の了解がある

ように思われる。そうしたある種常識ともいえる前提、秩序が、本来いるはずのない観光客や、周辺住民への配慮に欠けた民泊事業者によって乱されていくことへの苛立ちが民泊に対する反発を生んでいる。ゴミ問題や騒音問題に対する「苦情」は、それ自体が問題というよりは、地域コミュニティの秩序を乱されることへの恐れや反発の表れにほかならない。

- ③ 他者の利益のために一方的不利益を被り、忍従を強いられることへの反発：交流目的であれ、営利目的であれ、民泊を営むことで自らの目的を実現し得る「受益者としての民泊事業者」と、自らの生活環境を脅かされ「一方的に不利益を被る周辺住民」とが、地域社会における民泊の是非をめぐって対立しあうこともしばしばである。民泊のメリットや可能性に一定の理解を示す人々もいるが、自らが一方的に不利益を被る立場におかれ、忍従を強いられることに対する割り切れない思いを強く感じる人々は少なくない。

これらの思いが相互に関連しあいながら、民泊に対する不安や警戒心、反発や嫌悪感が生じ、受容を拒む態度が形成されているように思われる。そうした住民感情・態度が民泊に対する様々な苦情となり、行政に対して規制を求める声となって表れているのである。

5 自治体行政に求められる民泊規制のあり方

(1) 地域独自規制（上乗せ規制）の意味

民泊法の制定・施行に伴い、多くの自治体では、条例による地域独自の規制強化、いわゆる「上乗せ規制」が行われた。「住民が安心して暮らせる生活環境の確保」を使命とする自治体にとって、地域の実情に合わせた独自の規制を行うの

は、ある意味当然のこととも言える。その背景には、先に述べたように、民泊に対して不安や嫌悪感を抱く住民感情がある。上乗せ規制に踏み切った地域においては、まだ民泊を容認できる環境が十分に整っていないとの状況認識から、トラブルや対立が生じる懸念があることと、上乗せ規制を行うことで住民生活優先の自治体の立場を示し、わずかながらも住民の懸念を和らげる必要があるとの政策判断が働いていたように思われる。マンションは自主規制が可能であるのに対して、戸建て住宅はその術がないことも規制が必要とされる根拠となったとも考えられる⁵⁾。

見方を変えれば、規制緩和を通じて観光振興とシェアリングエコノミーの推進を図り、経済の活性化を図ろうとする国と、住民の生活環境を守ることを優先する自治体との温度差が、上乗せ規制として表れているともいえる。あるいは地域社会の実情、とりわけ地域に暮らす住民感情を顧みることなく、拙速に規制緩和を推し進める国の姿勢に対する自治体の抵抗とみることもできる。

(2) 地域コミュニティの受容力に合わせた規制のあり方

自治体の上乗せ規制は、あくまで住民が安心して暮らすことのできる生活環境を守るための「社会的な」規制である⁶⁾。それゆえ規制のあり方は、地域コミュニティの受容力に大きく影響される。民泊をめぐるルールづくりは、まだまだ試行錯誤の過程にある。その意味では、民泊が当初心配されたようなトラブルや問題もなく、住民感情も和らぎ、民泊を容認する雰囲気次第に醸成されるのであれば、それに応じて柔軟に規制を見直し、段階的に緩和することも必要となろう。

各自治体においては、地域コミュニティの受容力に合わせた規制のあり方が求められる。

(3) 求められる違法民泊の取り締まり

自治体に求められるもう一つの取り組みは、民泊法施行後もなお違法営業を続ける悪質な民泊を見つけ出し、取り締まることである。それは住民の安心安全な生活環境を守ると同時に、民泊に対して不安や嫌悪感を抱く住民感情を和らげることにもつながる。「悪貨が良貨を駆逐する」の例えのように、違法民泊が「民泊」それ自体に対する誤解と良からぬイメージにつながっていることも事実であり、住民感情もそれに影響を受けている。一方で違法民泊を徹底的に取り締まり、もう一方でルールを守り、地域に溶け込み、地域振興に結びつく「よい民泊」の例を示すことで、住民の理解を得ることが、民泊の受容・容認を促すことにつながる。

6 「まちぐるみ民泊」という提案

民泊を地域振興に結びつける一つの可能性として、ここでは「地域連携型民泊ビジネス・モデル」(まちぐるみ民泊)という仕組みづくりを提案したい。それは、民泊事業者と地域の様々な事業者が連携・協力しあい、観光消費を分散し、分かち合うような民泊ビジネスの仕組みを構築していくことである。宿泊サービスは、宿泊・滞在スペースの提供、飲食、入浴、リネン類のクリーニング、客室の清掃等々、多様なサービスのミックスによって成立している。これら宿泊サービスを構成する諸要素を地域の様々な事業者が分担し、相互に補完し合う仕組みを作り出すのである。地域の商店街やその周辺には、様々な業種・業態の事業者が集積している。小売店や飲食店、クリーニング店、銭湯やコインランドリー等々、地域によって構成や集積度は

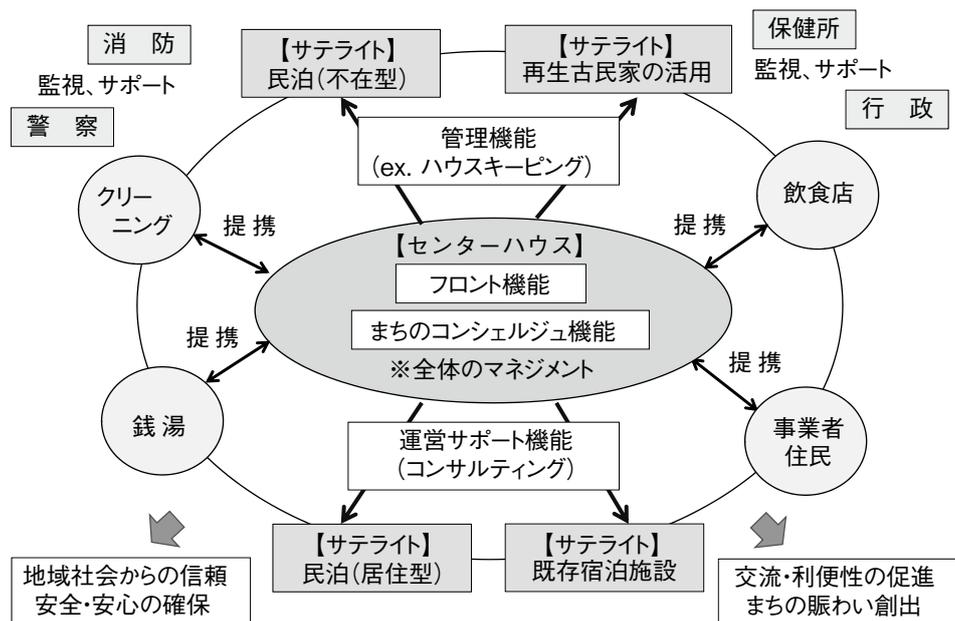
異なるものの、「宿泊サービス・ミックス」を支え合う仕組みを構築できる可能性がある。

家主不在型の民泊では、宿泊客が街に食事や買い物に出る機会も多いし、家主居住型の民泊では、家主やその家族と一緒に散策や買い物に出かけることもあろう。地域の商店街や様々な事業者が関わりあって、観光消費の受け皿を作ることができれば、地域で広く利益を分かち合える可能性がある。

商店街周辺地域を前提に考えると、例えば駅前立地するホテルや不動産業者、コンビニエンスストア等が、地域の民泊全体のフロント機能を担い、本人確認と鍵の受け渡し等、チェックイン業務を行うという方法もある。あるいは鉄道会社と商店街振興組合が連携し、駅にフロント機能やまちの情報提供機能(いわばコンシェルジュ機能)を担う施設を設置することも考えられる。民泊によっては銭湯の利用券や、近隣の飲食店の食事券を付けることもできるし、シーツやタオル等リネン類の洗濯を地域のクリーニング店が請け負うこともできる。また、商店街振興組合が清掃や管理業務等、民泊サポート事業を運営することも考えられる。さらに言えば、既存の宿泊業者が、地域に分散した民泊のフロント業務やハウスキーピング業務を代行することも可能であろう。

地域DMOや商店街振興組合等がオーガナイザーとなって「まちぐるみ」で宿泊客を受け入れる「地域連携型」の民泊ビジネスの仕組みを作り、運営することで、地域への経済効果も生まれ、住民の容認にもつながると考えられる。さらに民泊に限らず、旅館やホテル、ゲストハウス等、既存の宿泊業態を巻き込むことで、様々なタイプの客室、飲食、入浴、娯楽等の施設・サービスが地域に分散的に存在し、それらを地域が主体的に運営管理する新しい宿泊ビジネス

【図3】 地域連携型民泊ビジネス・モデル(“まちぐるみ民泊”)



(出所) 京王電鉄提供資料を参考に筆者作成

の仕組みをつくることも可能であろう。民泊が地域社会に溶け込み、地域振興に結びつくために、そうした仕組みづくりが期待される。

7 おわりに

これまで述べてきたように、民泊を地域振興に結びつけようとするならば、地域社会との共存が大前提となる。いかに国際交流や経済効果等のメリットを強調しようとも、それは民泊からの受益者の論理であり、それに伴うデメリットを回避・抑制しようとしめない限り、一方的に不利益しか被らない周辺住民に対しては説得力をもちえない。一部事業者が、民泊に懸念を示し、慎重な態度をとる人々を「民泊の意義を理解できない反対派」と決めつけ、周辺住民への配慮どころか、政治圧力を利用して自治体に対して規制緩和を働きかけるような拙速で強引な行動にでることは、かえって住民の態度を硬化させ対立を深めるだけである。一方的に民泊のメリットばかりを主張し続けても、ましてや政治圧力で強引に規制緩和を迫っても、対立の構図は解

消されない。民泊が地域社会になじみ溶け込んだビジネスになるには、それなりの時間が必要である。時間をかけて根気よく住民感情を和らげ、民泊を容認する雰囲気徐々に醸成されて、地域コミュニティの受容力を広げていくことなしには問題を解決に導くことはできない。このことは、自治体の民泊規制のあり方を考える上でも、民泊を地域振興につなげるためにも、避けては通れないプロセスである。

民泊は観光が生活空間に入り込んでくることから、地域社会に摩擦を引き起こす。国や地域の経済活性化の立場から観光を推進しようとする論理と、住民の生活環境を守るという論理との対立の構図を解消しない限り、地域振興にはつながらない。

「オーバーツーリズム」が問題視されはじめ、観光と住民生活の両立のあり方が問われる時代となった。民泊は「住んでよし、訪れてよし」の国・地域づくりの実現にとって、その試金石とはならないだろうか。

【注】

- 1) コンプライアンスに関しては、民泊事業者のみならず、仲介業者にとっても十分留意されなければならない。民泊法成立以前から横行していた違法民泊が、営業許可の有無をチェックされることなく仲介サイトに掲載されていたことが違法民泊の温床となったことは明らかである。また採算性に関して、民泊法では営業日数の上限が180日と定められていることから「採算が危ぶまれる」との懸念が示されることがある。それゆえ、旅館業法の「簡易宿所営業」や地域によっては「特区民泊」に移行するものもある。ただし、営業日数に上限のない簡易宿所営業であっても、建築基準法(48条)による規制があり、住居専用地域などには立地することはできない。現行法(特区を除く)では、日数制限を受けたくなければ立地規制を受けねばならず、反対に立地規制を受けたくなければ日数制限を受け入れなければならない。
- 2) 地域が観光を受け入れる許容範囲を「観光受容力」と呼べば、それには①観光施設の受容力、②社会資本・公共サービスの受容力、③(自然)環境の受容力、④地域コミュニティの受容力があると考えられる。観光客が生活空間に入り込むことによる住民ストレスの増大は、地域コミュニティの受容力に関わる問題である。東 徹(2003)「観光地づくりにおける持続可能性と地域イニシアティブ」、総合観光学会編『観光の新たな潮流』同文館出版、78～79ページを参照。
- 3) マンションのような集合住宅は、居住専用空間で、外来者に対する開放性に乏しいという意味では住宅地と同様であるが、同一の建物内であること、居室が近接していることから、被る悪影響に対する警戒心が強く、民泊に対する反発の声も大きい。
- 4) 2019年7月に世田谷区が実施した調査によれば、無作為抽出した区民の8割が自宅の近所に民泊が

できることを「(どちらかといえば) 歓迎しない」と回答した。樋野公宏(2019)『『民泊』のいま』『住宅』Vol.68、2019年11月。

- 5) 国土交通省が示した「住宅宿泊事業に伴うマンション標準管理規約改正の概要」には、民泊を禁止する場合の管理規約の改正例が示されている。
- 6) 自治体による独自の規制は、民泊法第18条を根拠としている。仮に、規制の背後に既存宿泊業者を保護する意図があるとすれば、それは「経済的な」規制であり、法の趣旨に反する。既存の事業者の事業機会を確保するために競合する事業者の新規参入を制限する規制、地域の政治的強者にとって経済的な利害関係が有利に働くような地域ルールの存在は、「もはや過去のもの」であり、地元ではともかく、社会から容認されるとは思えない。

あずま とおる

北海学園北見大学(現北海商科大学)、日本大学商学部教授を経て、2010年より立教大学観光学部教授。

総合観光学会副会長(2019～)、日本フードサービス学会理事(2018～)。

豊島区民泊サービスのあり方検討会・座長、世田谷区住宅宿泊事業検討委員会・副委員長として民泊問題に対する自治体対応に関わる。

観光庁平成29年度産学連携による実務人材育成WG・委員(2017)、「観光地マスタープラン整備事業」第三者委員会・委員(経済産業省・2018)のほか、笠間市観光振興基本計画策定委員会・委員長(2017)ならびに同市「道の駅」整備推進協議会・会長(2017～18)、釜石市観光審議会・顧問(2018～)、山梨県観光推進会議・座長(2018～19)、昇仙峡リバイバル会議・座長(甲府市・2019)、港区観光振興ビジョン検討委員会・委員長(2020)等、国・自治体の観光政策に関わる職務を務める。

(一財)地域活性化センター全国地域リーダー養成塾、(公財)全国市町村研修財団市町村職員中央研修所(市町村アカデミー)ならびに全国市町村国際文化研修所のセミナー・講座で講師を担当。

【著書・論文等】

「地域ブランド戦略の意義と展開」総合観光学会編『新時代の観光—課題と挑戦—』同文館出版、2007年、所収
 「『観光まちづくり』への進化—回顧と展望—」阿部秀明編著『地域経済の進化と多様性』泉文堂、2013年、所収
 『現代マーケティングの基礎知識(改訂版)』(共編著)、創成社、2017年
 『新現代観光総論(第3版)』(共著)学文社、2019年