

北海道のコミュニティ・ベースド・ツーリズム振興に果たす 小規模宿泊施設の役割に関する実証的研究 ～農山漁村地域の民宿と都市部のゲストハウスとの比較分析～

北海道大学観光学高等研究センター准教授 山村 高淑
北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 博士後期課程 石川 美澄

I 研究の枠組み

1 はじめに

本研究の目的は、個人・家族経営型の小規模宿泊施設を事例として取り上げ、こうした施設の起業・運営がコミュニティ・ベースド・ツーリズム（以下、CBT）振興に果たす役割について明らかにすることで、北海道のCBT振興に果たす小規模宿泊施設の役割を指摘するとともに、北海道の観光開発手法としてのCBTの可能性を提示することにある。具体的な調査事例対象は、農山漁村地域にある民宿やそれに類する宿泊施設（以下、これらをまとめて民宿と称する）と、近年都市部や観光地での開業が相次いでいるゲストハウスである。

なお、本報告書は大きく三つの章からなる。第I章では、研究の枠組みを提示する。研究の目的、背景を述べた上で、CBTとそれに類する語であるコミュニティ・ツーリズム（以下、CT）に関連する既往研究のレビューを行い、それぞれの語の定義を明確化するとともに、本研究におけるCBTの定義を示す。同時に基礎情報として、北海道の宿泊施設の現状を概観する。第II章は事例分析の章である。具体的には、まず長野県白馬村と北海道ウトロにおける民宿の事例を分析する。次に、本研究が実施した質問紙調査「国内の民宿・ペンション・ゲストハウス等の経営実態と特性に関するアンケート調査」の結果を基に、これまでほとんど明らかにされてこなかったゲストハウスの経営実態と特性を示す。また、札幌市のゲストハウスでの参与観察を基に、ゲストハウスの実践に対する考察を行う。以上を踏まえた上で、第III章で北海道のCBT振興に果たす小規模宿泊施設の役割・可能性と課題について論じる。

2 研究の背景

(1) 「地域コミュニティ」を取り巻く現状と課題

我が国では、明治期以降の急速な近代化、とりわけ戦後高度経済成長期における大都市部への人口集中によって、地域住民の生活場所・住民集団としての「地域コミュニティ」は大きく変質してきた。さらに近年は、特に若い世代を中心とした労働観やライフスタイルの変化によって「地域コミュニティ」は新たな変化を迫られつつある。こうした中、現在、我が国の「地域コミュニティ」を巡る課題は、大きく3つに整理することができる。

まず一点目は、都市化の進展を受け、流動性の高い都市型住民と、既存の地縁型「地域コミュニティ」との間に如何に良好な関係性を構築すべきか、という課題である。特に戦後高度経済成長による産業構造の急変は、大都市部への人口集中と市街地の拡大、ベッド

タウン開発に伴う昼夜間人口格差の拡大といった状況を生み、人口流動性の高い都市型住民の人口比率が急増した。こうした都市型住民は、流動性が高いが故に地縁社会への関心が薄く、一方で職場への帰属意識が強く、個人と個人の関係構築を重視するという特性を持つ。広井（2010）は、こうした住民個々が関係構築した集団を「都市型コミュニティ」¹と呼び、この「都市型コミュニティ」と「自治会・町内会等を含む（伝統に根ざした）地域コミュニティ」との「クロス・オーバー」のあり方を検討することが重要であると指摘している（前掲書：18-19, 28-29）。実はこうした「クロス・オーバー」の場として特に都市部で注目されつつあるのが、ゲストハウスの機能である。

二点目は、少子高齢化・過疎化の進展による「地域コミュニティ」そのものの存続の危機である。限界集落の例を挙げるまでもなく、地方都市・農村、中山間地域の多くが極めて深刻な状況に直面している。こうした中、近年注目されているのが、観光による交流人口増大を通じた地域コミュニティの活性化・再構築である。

そして三点目は、地方で仕事をしたい人々を「地域コミュニティ」は如何に受け入れられるかという点である。ICT（情報通信技術）の発達に伴い、都市と農村の情報格差は著しく是正され、これまで都市部でしかできなかった仕事も農村部の自宅で可能な時代となった。こうした中、かつてのマイホーム信仰世代、会社第一主義の世代とは異なり、現代の若年世代の多くは、家族や友人、地域住民との充実した関係性を楽しむことに価値を見出す傾向が強くなっている。更には、より生活環境の良い、地方都市や農村、中山間地域で仕事をしながら暮らしたいと希望する人々も多い。こうした傾向は、「地域コミュニティ」を重視する人々が増えつつあることを示す。再生を目指す「地域コミュニティ」にとっては、こうした流れは好機である。これまでとは異なるライフスタイルを希求する人々を、地域コミュニティが如何に受け入れることができるのかが問われている。実はこの点においても、ゲストハウスや民宿が大いに参考になる。他地域から移住し、こうした事業を開業した経営者が多く見られるからである。

（2）個人・家族経営型の小規模宿泊施設の可能性

国際化、情報化が進む中で、人・モノ・カネ・情報の流動性はますます高まる。こうした社会では、ある場所や地域に自ら赴き、その土地の自然や歴史・文化を楽しんだり、人と交流したりすることも益々容易となる。この「人の移動」に伴って自然や社会文化にもたらされる「ダイナミズム」が、ツーリズムである（山下 2011: 3）。

ツーリズムの一連のプロセスのなかで、人と人、人と地域コミュニティの結節点の1つとなり得るのが宿泊施設である。そもそも、宿泊施設は古くから泊まり合わせた者同士や近隣住民、あるいは周囲の自然等との出会いや交流の場として機能してきた（内田 2011）。特に、個人・家族経営型の小規模宿泊施設は、宿主や家族がその地域コミュニティを生活基盤としながら経営しているという特徴を持つ。すなわち、個人・家族経営型小規模宿泊施設はその土地や地域コミュニティと密接に結びついた存在である。故に、旅行者が地域コミュニティとの接触を得る拠点的な場所となりやすいと考えられる。

¹ なお、広井（2010: 19）は、「共同体的な一体意識」が基盤となって形成される「農村型コミュニティ」の対立概念として「都市型コミュニティ」という表現を用いている。したがって、「都市型コミュニティ」というのは都市という地理的条件下でしか成立しないということではない。

一方、個人・家族経営型の小規模宿泊施設のハード面やソフト面には、宿主のライフスタイルや趣味、価値観等が反映されやすく、宿泊施設のコンセプトや雰囲気、宿主の人柄等に共感する人々が集う場所となる一面も強い。これはいわゆる「連の場」と呼ばれる概念に近い。連の場とは、趣味等の文化的営みを介して生成される人間関係や場の共有のダイナミズムのことであり、「他の個体や共同性に一体化したり同化したりする」ことはなく、あくまでも個と個が「連なる」場を指す概念である（田中 1993: 11）²。こうした、地縁に縛られない流動的な人口（旅行者）が、宿泊施設という場を共有することで個々に連なっていくという機能は、これまで宿泊施設を語る上でほとんど論じられてこなかった。しかし後述するように、近年旅行者がゲストハウスに求めている機能のひとつはここにあると考えられ、宿泊施設の持つもうひとつの重要な機能として評価を行う必要がある。

以上の背景を踏まえ、本研究では個人・家族経営型の小規模宿泊施設、とりわけ先駆的試みを行っている施設を中心に取り上げ、経営者側の意識や考え方ならびに実践内容を把握・考察することで、北海道の観光開発手法としてのCTBの可能性を検討してみたい。

3 コミュニティ・ベースド・ツーリズムとは何か

(1) CBT と CT の定義

中嶋（2008）や Dittmann（2009）、財団法人日本交通公社編（2010）等の議論を参考にすると、CBT は以下のように定義できる（表 1）。

表 1 CBT の定義

CBT とは、ある地域共同体や民族集団等のコミュニティが管理・継承してきた資源を地域振興のために利用し、そこで得られた利益を当該コミュニティならびにその構成員に還元することで、コミュニティの自律的な発展や資源の持続的な管理等が目指されている観光開発のあり方を指す。対象となるコミュニティは、地縁や血縁を基盤とした組織や集団であり、こうした集団の構成員が主な担い手となって進められる観光開発の方式である。

これまで CBT に関する議論は、主に発展途上国や先住民コミュニティを対象として行われてきた。というのも、こうしたコミュニティは、先進国や都市部、当該国の多数派民族等から収奪型の観光開発を強いられることが多い。そこで、CBT を掲げることで、当該コミュニティが、自らの資源をこうした収奪型の開発から守り、自らの経済・社会・文化的発展の為に活かしていく仕組みを構築しようとしてきたのである。

もちろん、こうした CBT の考え方は、北海道の観光振興に当てはまる部分が多い。とりわけ、アイヌ民族が主体となった先住民族観光の振興においてはこうした知見の適用が可能であろう。しかし一方で、北海道が置かれている社会経済環境は、そうした事例とは大きく異なる点には注意が必要である。すなわち、北海道においては、こうしたコミュニティと比べ、地域共同体の弱体化、地縁的結びつきの希薄化、少子高齢化が著しく進んでい

² 田中（1993）は、近世の俳諧ネットワークを題材に「連なり」や「連」、「連の場」について議論している。田中（1993:11）によれば、「場を共有する個体は、他の個体と離れながら連なる。他の個体や共同性に一体化したり同化したりすることはありえず、あくまで連なるのである。したがって場の共有は、人間の側名の上に注目した場合、『連』と呼ばれることがある」。

る点である。つまり、表1に示したようなCBTの考え方だけでは、北海道への適用には不十分である。

そこで、途上国や先住民コミュニティを中心としたCBTの理念や取組み蓄積を参考にしつつも、地縁・血縁を基盤としない、流動性の高いコミュニティに適用可能な観光振興の枠組みを構築していく必要がある。

その際、参考になる概念として本研究で取り上げるのが近年注目を集めている、同じくコミュニティという語を冠したツーリズムの形態、コミュニティ・ツーリズム（CT）である。CTとは、旅行者や住民が互いに興味・関心のある事柄を介しながら地域の自然や歴史・文化、そこで暮らす人とのコミュニケーションを楽しむような仕組みとして位置付けられている。母倉（2006）や松村・丸市（2010）、松村・ありむら・平川（2011）、茶谷（2012）等の議論を踏まえると、CTは以下のように定義可能である（表2）。

表2 CTの定義

CTとは、個々人の興味関心に基づきながら、地域資源や人とのコミュニケーションを楽しむ観光振興のあり方である。地域社会への利益還元という点よりも、当該地域や文化等と関わりを持ってもらうことで文化への敬意や愛着を醸成し、地域のファンを増やす効果が重視されることが多い。なお、日本ではまち歩きと関連付けて論じられる傾向にある。
--

このように見ると、CBTは、地域や民族コミュニティを主体として、彼らの所有する資源を如何に主体的に管理するのかという点に論点が置かれる一方で、CTは旅行者並びに地域の人々がその土地の自然や社会・文化を楽しみながら消費し、そのことを通じて地域振興を展開していくという、楽しみ方や交流の方式に論点が置かれていることがわかる。

しかし一方で、CBTとCTを区別せず濫用されている場合も未だ少なくない。目下、用語の定義や理論の精緻化が望まれている状況にあるというのが現状である（松村・ありむら・平川2011）。

（2）本研究におけるコミュニティ・ベースド・ツーリズムの定義

これらのCBTとCTに関する既往研究を踏まえた上で、本研究におけるCBTの定義を示す。すなわち、本研究におけるコミュニティとは、地縁・血縁に基づく従来の地域コミュニティに加えて、互いの興味関心等を介した場の共有による人々の繋がりも含むものとし、そうしたコミュニティを基盤とした観光振興のあり方をCBTとする。そしてその目指すべき方向性は、CBTを通じて人々の暮らしが経済的・社会文化的に豊かになることにありと位置付ける。

4 北海道の宿泊施設の概況

（1）北海道観光の発展の歩み

戦後の観光旅行の大衆化に伴い、北海道でも観光産業が大きく発展する。1950年代半ばに「北海道周遊券」が発売されたり雑誌『旅』で北海道特集が組まれたりするなど、「観光地としての北海道」が定着していく（佐藤2006）。その後、札幌オリンピック開催や団体ツアーによる大量輸送・大量宿泊型観光の隆盛化に伴い、交通インフラや宿泊施設の整備

が加速、北海道の観光産業は益々発展する。その後、スキーブームによるスキー場開発、バブル期における大規模リゾート開発が進められた。

2011年12月には新千歳空港が旅行者も住民も楽しめる施設へとリニューアルし、2012年には複数のLCC（格安航空会社）が北海道へ就航した。東日本大震災以降落ち込んでいた海外からの訪日旅行者数も回復傾向にあり、これまでのオーストラリアや中国からの旅行者に加え、韓国や台湾、タイ、マレーシアなどのアジアを中心とした国や地域からの旅行者が増加すると予想されている（北海道銀行2012）。

（2）北海道の宿泊施設の概況

観光庁によれば、宿泊業を営むホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所などの施設は全国に52,041軒ある（2012年1月1日現在）。ここでは、観光庁（2012）が発表している「宿泊旅行統計調査報告（平成23年1～12月）」を基に、北海道の宿泊施設の現状を概観する。

① 道内の宿泊施設数とタイプ

この調査報告によると、北海道には2,635軒の宿泊施設があるが、うち約4分の3（1,973軒）は従業員9人未満の宿泊施設である。また、この報告では宿泊施設のタイプを5つに区分している。その区分によれば、北海道には旅館が1,230軒、ビジネスホテルが500軒、リゾートホテルが210軒、シティホテルが90軒、会社・団体の宿泊所が60軒ある。この数値から判断すると、これら以外のタイプの宿泊施設、すなわち民宿やペンション、ユースホステル、ゲストハウス等は、合計で道内に500軒以上あるという計算になる。

ところで、旅館業法上ではリゾートホテルやシティホテルといった宿泊施設タイプの区分は存在せず、施設構造や設備面によって4つの営業許可種別（①ホテル営業、②旅館営業、③簡易宿所営業、④下宿営業）に分かれている³。ホテルは洋式、旅館は和式の構造及び施設が中核を成す必要があり、簡易宿所は「宿泊する場所を複数人で共用する構造及び設備を設けてする営業」という点に特徴がある⁴。簡易宿所営業は、ホテル営業等よりも比較的容易に営業許可を取得できることから、民宿などの小規模宿泊施設がその許可を有していることが多い⁵。

② 道内延べ宿泊者数（外国人含）・定員稼働率・客室稼働率

都道府県別延べ宿泊者数の1位は東京都の4,153万人泊（シェア10.0%）で、2位が北海道の2,729万人泊（同6.5%）、3位が大阪府の2,176万人泊（同5.2%）である。この上位3都道府で日本全体の約5分の1を占めている。次に、都道府県別外国人延べ宿泊者数では、1位は東京都の565万人泊（外国人延べ宿泊者数全体に占めるシェア30.7%）、2位が大阪府の237万人泊（同12.8%）、3位が北海道の158万人泊（同8.6%）である。この上位3都道府で全体の2分の1以上を占めている。しかしながら、北海道の宿泊施設の定

³ 厚生労働省ホームページ内の「旅館業法概要」を参照。<http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/seikatsu-eisei04/03.html>（アクセス日2013年2月18日）。

⁴ なお、本稿では下宿に関する説明は省略する。

⁵ 例えば、今井（2001）や寺前（2005）。なお、旅館業法の営業許可種別はホテル営業に該当していても、営業戦略上、当該宿泊施設の名称を「〇〇民宿」や「〇〇ペンション」と名付けることが可能（寺前2005）。またその逆（簡易宿所営業の施設が「〇〇旅館」や「〇〇ホテル」と称すること）も可能であることから、業法上の区分のみで宿泊施設のタイプや特徴を断定することは難しい。

員稼働率は35～40%、客室稼働率は50%前半であり、東京都や大阪府よりも若干低い。こうした背景には、北海道特有の季節による旅行者数の増減やビジネス客の割合の差等が関係していると考えられる。

③ 宿泊者数構成比

上記の調査報告の「図 1-2 県内・県外（除く外国人）・外国人延べ宿泊者数構成比（平成 23 年 1～12 月）」によれば、北海道は他の都府県に比べて県内（道内）宿泊者が最も大きく、全体の 50%を占めている。この割合が 50%に達している地域は他にみられず、道内の宿泊施設利用者はビジネス客も含めて道内旅行者によるウエイトが大きいといえる。

II 事例分析

第 II 章では、道内外の小規模宿泊施設の事例を基に、CBT 振興における小規模宿泊施設の役割を明らかにする。なお、本研究が実施した現地調査の概要は表 3 のとおりである。

表 3 現地調査の概要

地域	ご協力いただいた宿泊施設及び関係機関	調査期間
北海道・ぬかびら源泉郷	中村屋、森のふくろう、山湖荘、東大雪ぬかびらユースホテル	2012 年 6 月 10～12 日
北海道・知床ウトロ	民宿 A、民宿 B	2013 年 1 月 16～18 日
北海道札幌市	縁家	2012 年 9 月 14～18 日
長野県北安曇郡	東上館、はぼうえ、白馬村観光局（白馬村）、梢之雪（小谷村）	2012 年 8 月 31 日～9 月 7 日
沖縄県	月光荘（那覇市）、結家（今帰仁村）、かびらゆ～な屋、フジゲストハウス、月桃屋、石垣市役所、石垣市観光協会（石垣市）	2012 年 6 月 18～24 日

1 民宿

(1) 民宿の新たなあり方の実践：長野県白馬村の「新民宿」の事例

① 長野県白馬村の概要と民宿の現状

長野県北安曇郡に位置する白馬村は、民宿発祥の地と言われており、また全国に先駆けてスキーリゾート開発が行われた代表的な地域の 1 つである。そのため、民宿の他にもペンションやホテル、貸別荘など多数の宿泊施設が立地している。白馬村の目的別観光客数推移⁶をみると、ピークは 380 万人前後を記録した 1992 年前後であることがわかる。しかしその後減少が続き、ここ数年は 250～220 万人前後で横ばい状態である。特に、ピーク時に比べるとスキー目的の観光客が激減している⁷。

このような状況下、白馬村観光局は宿泊促進事業の 1 つとして「白馬村 新民宿宣言プロジェクト」（以下、新民宿 PJ）の実施に乗り出す。2009 年にはじまるこの新民宿 PJ は、一般的な民宿に付与されがちな「古くさい」や「雑然としている」というイメージを刷新し、「いい民宿作りの普遍的ルール」をつくることを目標とした、企業・マスコミ・学生・民

⁶ 1986（昭和 61）年以降のデータである。白馬村ホームページ参照。http://www.vill.hakuba.lg.jp/so mu/statistics/estimate.pdf（アクセス日 2013 年 1 月 31 日）。

⁷ 白馬村観光局からいただいた白馬村観光局理事会資料（全体）の「2009 年白馬村観光局政策」による。

宿のコラボレーション企画である（林・連 2011）。

② 新民宿プロジェクトの経緯

新民宿PJのコンセプトは、「都市の人々が望む『人を軸とした白馬村本来の生活文化』の提供」である（前掲書：20）。それを実践するためのモデル候補として民宿2軒に協力を仰ぐことになるが、その候補は次の5つの基準を満たす必要があった。それは、①「経営の意識／意欲を持っていること」、②「屋号を持っていること」、③「畑／田んぼを所有している農家民宿であること」、④「自家栽培／自家消費が基本姿勢であること」、⑤「個人／家族単位のお客様に向けたサービスを提供すること」の5つである（前掲書：22）。なお、基準②の「屋号を持っていること」という点からもわかるように、新民宿PJの対象は白馬村に昔から暮らし営業している民宿である。

観光局は、「村には約150軒の民宿があるが、この基準を満たした数十軒の民宿を1軒ずつ訪ね歩き、新民宿PJの趣旨説明や協力を仰ぐという過程が苦勞した点の1つだった」と話す⁸。民宿側に改修工事費用等の経済的負担が発生したり、これまでの宿運営のあり方や暮らし方の見直しが求められたりしたこと⁹から、モデルとなる民宿が決定するには困難も伴ったが、最終的に「はばうえ」と「東上館（ひがしわかた）」の2つの民宿が新民宿のモデルケースとして新たなスタートを切ることとなった。

③ ケーススタディ1 新民宿「はばうえ」

はばうえは、昭和40年代に開業した民宿である。2009年に新民宿PJのモデルケースの話があり、2010年夏に新民宿として新たなスタートを切った。当初、民宿を切り盛りする宮田氏（女性）は、観光局やPJ企画側の「民宿を新たにすることがある」という考えがよく理解できなかったと話す。「なによりも大変だったのは、母（民宿を始めた宮田氏の母）に納得してもらったことだった」、「私も母も、なぜ、今までの宿の運営ではだめなんだろう…今もお客さんは来てくれているのに」という思いがあり、新民宿PJの話は「雲を掴む感じ」だったという。また、新民宿として運営を始めるに当たり、様々な変更点が生じた。例えば、それまで居間に置いてあった仏壇を他の部屋に移動させる、ダイニングの改修工事の実施、食事内容の質を高める等である。



写真1：はばうえの畑・ダイニング・朝食（2012年9月石川撮影）

⁸ 白馬村観光局へのインタビューに基づく（2012年9月実施）。

⁹ 例えば、新民宿の宿泊代金は1泊2食付き8,500円という条件がある。それまで6,000～7,000円代で営業していた「はばうえ」と「東上館」の両民宿にとって、この価格帯まで引き上げることは挑戦であったと推察される。

こうした苦労や新たな試みはあったものの、宮田氏は「結果的には、新民宿にして良かったと思っている」と話す。その理由は様々あるが、一つは夏期の宿泊客が増加したという経済的効果が得られたことにある。また、「(白馬村観光局が運営する)新民宿の紹介・予約サイトを通じて宿泊予約をしてくださる人は、こういった宿に興味のある人だったり、こうした宿を知った上で泊ってみたいという人だったりする。宿側としては、そういう人に泊ってもらいたい。新民宿の紹介・予約サイトのお陰で、宿側と宿泊者のマッチングがうまくいっている。手広く宿をやると、お客さんと宿の間に差ができて、それを埋めるのが大変」と話す。なお、はばうえは主に宮田氏親子の2人で運営している。

④ ケーススタディ2 新民宿「東上館」

2010年夏、もう1つの民宿が新民宿として新たなスタートを切った。それが、昭和30年代から営業している民宿東上館である。宿を運営する丸山夫婦は、「当初は、観光局や観光協会の担当者に背中を押されるように始まった向きが強かった」と話す。しかしながら、八方温泉(はっぽうおんせん)をひいている風呂を改装したことや畑で採れた野菜等を使った料理を以前にも増して提供していることなどは、リピーターにも新規宿泊者にも好評を得ているという。

東上館も、はばうえと同様に新民宿を始めたことによって夏季の宿泊者が増加したと実感している。このことについて女将の明子氏は、「グリーンシーズン(夏季)のお客が増えた理由の1つは、新民宿になった際に宿泊料金を値上げしたからだと思っている」と話す。さらに、新民宿開始以前から行っていたインターネットからの宿泊予約受付についても、昼夜を問わず気軽に予約ができることから、比較的若い年齢層による直近の予約が入るようになったとも言う。こうした取り組みが、全体的に民宿の集客増に結び付いたと考えられる。

また、東上館は丸山氏家族3人で運営されている。このことについて尋ねると、「家族でできる範囲でやるのが、一番いい」とのことである。忙しい時期は近隣の人に手伝ってもらうこともあるそうだが、それが常時雇用となると経費がかさむ。自分たちで持続的に宿を運営していくためには、「家族でやるのが良い」、「ときどき休日を設けて、自分たちの体調や生活も大切に作る」とも話してくれた。

(2) 北海道ウトロにおける小規模宿泊施設の事例

① ウトロの概要と宿泊施設の現状

ウトロは、北海道の東端である斜里郡斜里町に位置する。ウトロ地域の主な産業は、水産業と農業ならびに観光業である。水産業は歴史が長く、地域を代表する産業であり、サケ類の定置網漁を中心としている。また、知床の大自然や縄文文化期からアイヌ文化期にかけての遺跡が10ヶ所存在する(斜里町立知床博物館2005:20-21)など、自然や歴史・文化を活かした観光業も盛んである。

斜里町によれば、ウトロの観光には2回のブームがあったと言われている。1回目は1970年代初期である。この時期は、ウトロを含む知床半島が知床国立公園に指定され(1964年)、歌「知床旅情」が大ヒットした(1971年)。それとともに1970年に48万人弱だった斜里

町の観光客数¹⁰は、1971年には70万人まで伸びた。また、ウトロ温泉開発と同時に大型観光ホテルの建設が始まった時期でもあり、斜里町はこの動きを「第一次知床ブーム」と呼ぶ（斜里町総務環境部企画総務課2009:11）。「第二次知床ブーム」は、1980年にウトロと羅臼¹¹間を結ぶ知床横断道路が開通し、翌年から知床観光客数が100万人台に突入した時期である（前掲書:11）。その後、知床半島は国連教育科学文化機関（UNESCO）の世界自然遺産に登録され（2005年）、このことが現在のウトロのイメージ形成の要因の1つとなっている。

ウトロの宿泊施設は、大きく3つの形態に区分できる。それは、客室数100室以上の大規模ホテル、50室規模の中規模ホテル、数十室から数室程度の小規模宿泊施設としての民宿等である。知床民宿協会のホームページ¹²には11軒の民宿が紹介されている。その多くは客室数15室前後であるが、なかには50室規模の施設もある。こうした民宿の多くは、観光船やシーカヤック、ダイビング、トレッキングなど様々な自然体験を直接提供もしくはそれを提供するツアー会社と連携しており、先住民文化の発信をコンセプトとしている施設もある。

② ケーススタディ1 民宿A

民宿A（仮称）は、1998年に開業した小規模宿泊施設である¹³。開業以来、大手旅行会社との取引をせず、ホームページのみで集客しているのが特徴である。このような経営方針をとることについて、宿主のA氏（仮名）は、「大手旅行会社との契約にかかる費用を宿泊客に還元し、宿泊客の満足度を高めたいと考えているからだ」と話す。具体的には、冷凍食品等を使わず季節に応じた野菜や地元で採れた魚介を使った食事を提供したり、いつでも快適なお湯を楽しめる浴室の整備に充てたりしている。つまり、宿泊客から直に宿泊予約を受けることによって広告費や仲介手数料等の経費を抑えるだけでなく、その余剰分を食事内容に反映したり施設整備に投資したりすることで利用者の満足度向上に努めているわけである。

さらに民宿Aでは、リピーターがいつ来ても飽きないように地域の自然や文化の体験を中心とする様々なプログラムを開発している。その1つとして流氷ダイビングがある。A氏は、流氷の下に潜る流氷ダイビングを目当てに世界中のダイバーが民宿Aにやってくると話す。

③ ケーススタディ2 民宿B

民宿B（仮称）は、夫婦経営の民宿である。B氏（仮名）が、この地で15年間営業していた民宿を前オーナーから引き継ぎ、2010年から始めた。B氏は10代半ばに初めて知床に来て以来、ウトロと知床の大自然に魅せられ、その後はウトロでのホテル業務や飲食業等に携わり、現在に至っている。

B氏は、ガイド業や宿泊業、飲食業、土産店などすべての業種に関わっている人を、地域の魅力を伝達する「ガイド」として捉えることができるのではないかと話す。また、ガ

¹⁰ ウトロは斜里町に所属しており、ウトロだけの観光客数入り込みの統計はないため、斜里町の統計を利用する。

¹¹ 知床半島の南東部、ウトロの反対側に位置する地域である。

¹² <http://www.siretokonoyado.com/>（アクセス日2013年3月17日）

¹³ 洋式の建物であるが、知床民宿協会に所属していることや客室数20室未満という規模等を踏まえ、ここでは民宿と同形態の小規模宿泊施設として扱うこととする。

イド業と宿業を分けて考えるのではなく、重要なことは「本当の知床」の持つ魅力をどう観光客に伝えるのかであって、その際に宿主が果たす役割や可能性というものは少なくないと言う。B 氏のいう「本当の知床」の魅力とは、大自然のなかに佇んだ時に感じる「時間が止まる瞬間」や「恐怖感」、「静けさ」である。10代20代の頃にB氏自身がそうした体験をしたことが、現在のこうした考えにつながっているとのことである。

このような思いや経験から、ウトロや知床の魅力を伝えるために、民宿Bでは2つのネイチャーツアー会社と連携し、宿泊客に自然体験や日帰りツアーなどの紹介を行っている。

(3) 小括：ケーススタディから得られた知見

長野県白馬村の両民宿では、夏季の集客が増加したという経済的効果が実感されていた。この背景には複数の要因があると考えられるものの、両民宿が新民宿に転向したことによって閑散期の集客・利益が増大したと認識していたことは意義深い。また、両者に共通してみられたのは、「手広くせず、自分たち（家族）で切り盛りできる範囲で宿業をする」という考え方である。このことは、個人・家族経営型の小規模宿泊施設が自分たちの暮らしと宿業を無理なく営む上で重要な点である。そして、宿側が提供するサービスと宿泊客側が求めているものとのマッチングと、それによって互いに心地よい関係が構築されるという点も、CBT 振興における小規模宿泊施設の役割を考える上で示唆に富む。

北海道ウトロの宿Aでは、大手旅行会社との販売契約を提携するのではなく、インターネットや口コミなど独自のネットワークを駆使して宿泊者数を増やしたり、維持していたりしていた。その結果、訪れる宿泊者と経営者側との間にアットホームな関係構築や、その家族的な雰囲気を楽しみに宿泊者が翌年や翌シーズンに再訪するという好循環が生成されている。このような人間関係や雰囲気づくりができやすいのは、家族経営型の小規模宿泊施設の特徴であると言える。

また、民宿BのB氏は、ツアーガイドだけがその地域のガイドとしての役割を果たすのではなく、ウトロという地域を構成している多様な人々が地域の自然や歴史・文化の魅力を発信するガイドとなり得るという考えを示しているが、このことも今後の北海道におけるCBT 振興のあり方を検討する上で示唆深い意見である。地域の魅力を伝達できる人々が、ウトロのあちらこちらにいるというのは旅行者にとっても地域住民にとっても意義のあることである。なぜならば、漁業や農業あるいはその他多種多様な属性の人々が、地域の歴史や文化あるいは自然環境の現状などについて興味関心を持ち、それについて互いに話したり旅行者に説明したりすることで、地域がより多様なコンテンツを持ちうるからである。こうした地域の魅力は観光関連業者だけでは語りつくせない。そのため、今後は異業種や多世代がこうしたプロセスに関わる機会や余地をどのように創出していくかが課題となる。

2 ゲストハウス

(1) アンケート調査結果にみるゲストハウスの実態

① 調査概要

本研究が実施した質問紙調査「国内の民宿・ペンション・ゲストハウス等の経営実態と特性に関するアンケート調査」の結果を基に、ゲストハウスに限定してその実態と特性を

示す。本調査の概要は、表4にまとめた。なお、これまでも民宿やペンションに関する調査や議論は実施されている一方で¹⁴、ゲストハウスに関しては不明瞭な点が多いことから、本調査では後者の実態把握に主眼を置いた。したがって、ゲストハウスへの質問紙配布枚数が多くなっていることに留意されたい。

調査対象の選定手続きは以下のとおりである。すなわち、民宿及びペンションは既存の協会や組織に登録・加盟している宿泊施設（130軒該当）とした。一方のゲストハウスについては、体系立った協会等がほとんどないため、以下の手順で調査対象を抽出した。まず、世界最大級の低廉な宿泊施設予約サイト「Hostel World」の中から、Home>Asia Hostels>Japan Hostels>Cities in Japanの順で絞り込み、各Cityに登録されている39のHostelsを抽出した（調査日2012年5月16日）。また、月間約35万人の利用があるとされる国内の宿泊施設の公式ホームページリンク集サイト「旅行と宿のクリップ」内の宿泊施設タイプ「民宿/ゲストハウス」に登録されている全2,627軒の中から、各宿の公式ホームページのトップページに「ゲストハウス」又は「バックパッカーズホステル」が表記されている宿泊施設を抽出した（調査日2012年5月15日）。なお、それらが明記されていない又は確認できなかった施設、「民宿」等と「ゲストハウス」を併記している施設、(財)日本ユースホステル協会に加盟している施設、民宿の英訳として「Guesthouse」を用いていると読み取れる施設、宿泊施設と月貸しの賃貸物件との見極めが困難な施設については対象外とした。また、「旅行と宿のクリップ」上で「民宿」「B&B」「ペンション」「保養所」という用語が確認できた宿泊施設は、宿の公式ホームページは確認せず、対象外とした。以上の手順によって、1道1都2府37県に立地する計353軒のゲストハウスが抽出された。

表4 国内の民宿・ペンション・ゲストハウス等の経営実態と特性に関するアンケート調査の概要

調査の方法・期間	質問紙調査。配布回収は郵送による。 2012年5月26日～6月30日に実施。
質問紙配布先*	日本民宿協会(51票),日本ペンション協会(39票), 日本エコノミ観光旅館連盟(40票),ゲストハウス(353票)
質問紙配布総数	483票
回収数・回収率	回収数161票(7月5日までの消印を有効とした) 回収率33.5%。
主な調査項目	①開業年,②旅館業法上の営業許可区分,③宿泊施設形態,④経営体,⑤年間延べ宿泊者数・稼働率,⑥施設所在地,⑦建物様式及び客室数等,⑧土地所有等の関係,⑨宿泊料金・宿泊サービス,⑩宿泊者・アンケート回答者の属性,⑪開業動機

*日本民宿協会と日本エコノミ観光旅館連盟の双方に加入している宿泊施設が2軒あった。それらは、前者としてカウントした。

② ゲストハウスの経営実態と特性

本調査によって得られたデータから、ここではゲストハウスに限定してその結果を示すこととしたい。ゲストハウスの経営実態と特性についてまとめたものが表5である。

¹⁴ 例えば、中小企業庁小規模企業部サービス業振興室(1983)。

表 5 国内ゲストハウスの実態と特性

<p>a) ゲストハウスの開業時期と開業理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1999 年以前に開業したゲストハウスはいくつか確認されるが、2000 年以降の開業が目立つ。 ・ とりわけ全国的には 2000 年代後半以降の開業が比較的多く認められる。 ・ 開業理由の大半は、市場のニーズなどを踏まえた「市場・経済志向」と個人のゲストハウス経験等がきっかけとなった「旅の経験・感情志向」の 2 つ。 ・ 一方で、地方都市における情報発信拠点の必要性という意識のある「地域の情報拠点創造志向」、人との出会いやコミュニケーションの場が必要だとする「出会いや交流の場の創造志向」、定年退職後の楽しみとしての「退職後のセカンドライフ志向」等も確認された。 <p>b) ゲストハウスの所有・経営パターン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ゲストハウスは、土地等の所有者と宿泊業の経営者が同一の「所有・経営一体型ゲストハウス」と、物件所有者と経営者等が異なる「賃貸物件型ゲストハウス」の 2 つに大別される。 <p>c) ゲストハウスのハード面</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大半のゲストハウスは、200 m²以下、平均最大収容人数 20 名前後の小規模宿泊施設である。 ・ 「ドミトリー」と呼ばれる相部屋制度ないし相部屋がある。 ・ 宿泊者同士が情報交換したりおしゃべりしたりできるような共有スペースが設けられている。 <p>d) ゲストハウスのソフト・サービス面</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 素泊まりが基本である。宿泊料金の相場は大人 1 人 1 泊 2,500～3,000 円であるが、なかには 1,000 円以下や 5,000 円以上のゲストハウスもある。 ・ 利用者の中核は 20～30 代の若年層である。利用者の旅行形態は 1 人あるいは 2,3 人といった少人数グループであり、団体客中心で運営されているゲストハウスは確認されなかった。

(2) 札幌市中心部におけるゲストハウスの事例

札幌市内には、ゲストハウスやバックパッカーズホステルという看板を掲げている相部屋・素泊まりを基本とした宿泊施設が 6 軒ある¹⁵。本稿では、その内の 1 軒「札幌ゲストハウス 縁家（えにしや、以下縁家とする）」での参与観察を基に小規模宿泊施設の役割を考察する。

① 縁家の概要

縁家は、札幌市中央区にあるマンションの 1 戸を改装して、2009 年 4 月にオープンした定員 14 名のゲストハウスである。宿泊料金は、1 人 1 泊 3,000 円（素泊まり）である。宿泊者の大半は日本人旅行者であり、リピーターも多い。札幌市出身の荏原氏（女性）が経営しており、日常的な業務も基本的には彼女一人で行っている。

② 旅先での情報交換の場としてのゲストハウス

表 5 にも示した通り、一般的なゲストハウスは素泊まりが基本となっている。縁家も食事提供はしていないが、宿泊者が自由に使えるキッチンが備え付けられているため自炊可能である。しかしながら、縁家の徒歩圏内に歓楽街として有名なすすきのや新旧の店舗が立ち並ぶ行啓通商店街等があることから、多くの宿泊者は外食する。それゆえ、縁家では、飲食店に関する情報提供や情報交換に関するやりとりが頻繁に見られる。それは、荏原氏と宿泊者という二者間で交わされることもあれば、その場に居合わせた宿泊者同士（例えば、リピーターと札幌に不慣れな宿泊者という二者）の間でも行われる。具体的には、縁家周辺のお薦めのラーメン店やスープカレー店等に関する情報が提供・交換される。

¹⁵ 6 軒の内訳は、中央区に 5 軒、白石区に 1 軒である。なお、これらは旅館業法上の営業許可を有している施設であり、それ以外で「ゲストハウス」等と謳っている施設については対象外としている（2013 年 2 月現在、石川調べによる）。

こうしたやりとりで交わされる情報は、旅行ガイドブックに掲載されている類のものもあれば、地元の人や札幌好きのリピーターが好んで訪れるようないわゆる「ローカルな、地元ならでは」のものもある。また、ある宿泊者がオーナーやリピーターから紹介された店に実際に足を運ぶことで、宿泊者同士の間「食」や「店」という共通の話題が生まれ、その後のゲストハウスでの会話に弾みが付くということも確認された。

③ 宿泊者には「まちの資源」を大いに利用してもらおう

ゲストハウスは、宿泊者の行動が施設内で完結するような設計・構造にはなっていない。言い換えれば、宿泊施設内から一步も外に出ずに食事や土産品購入が可能な観光地の大規模ホテルとは全く異なる形態を採っている。したがって、ゲストハウスは「地域」や「まち」に既にある資源を活用するということを前提として成立している側面が強い¹⁶。

「地域」や「まち」にある資源とは、具体的には自分たちの施設には無い機能を有する、食事等の飲食店や土産販売店、カラオケ等のレジャー施設等である。こうした地域資源を活用することは、宿泊者の滞在先での選択肢の増大につながるため、より自由度の高い旅行を実現可能とする。さらに、宿泊者の消費による経済効果が、宿のみでなく、地域のより広い範囲に及ぶ仕組みとなっていることも注目されよう。なお、以上のことは縁家に限らず、他地域のゲストハウスにおいても確認されることである¹⁷。

(3) 小括

まず、ゲストハウスの大半は、概ね 200m² 以下、平均最大収容人数 20 名前後の小規模な宿泊施設であることが明らかとなった。またそれらは、相部屋や共有スペースを有しているという点に特徴がある。ゲストハウスのソフト・サービス面の特徴は、素泊まりを基本とした 1 泊 2,500~3,000 円前後で利用できるという点や 20~30 代の若年層や 1 人あるいは 2,3 人といった少人数グループの利用が中心という点等である。なお、全国的にゲストハウスの開業が相次ぐのは 2000 年代後半以降である。

ケーススタディとして取り上げた縁家では、オーナーと宿泊者という二者間のコミュニケーションだけでなく、宿泊者同士のコミュニケーションも見られた。このことは、ゲストハウスが旅先での面識のない者同士の出会いや交流の場所としても機能していることを示唆する。また、縁家を含む多くのゲストハウスでは、自施設内で宿泊者の希望や欲求（食事や買い物等）を満たすことは難しい構造・仕組みになっている。しかしながら、ゲストハウスの外、すなわち宿泊者に「地域」や「まち」に出かけてもらうことでそれらのニーズを満たすという仕組みをつくっている。ここから示唆されるのは、宿泊施設単体ではなく、その地域やまちにある既存の資源を活用したり組み合わせることで、旅行者をもてなすことが CBT 振興における小規模宿泊施設の役割の 1 つであるという点である。

¹⁶ ただし、こうしたことは都市部やそれに類する地域に立地するゲストハウスに限られるという面もある。一部の中山間地域等で開業しているゲストハウスには、こうした点は必ずしも指摘できるものではない。

¹⁷ 例えば、長野市や京都市のゲストハウスのオーナーからも聞かれる意見である（石川によるヒアリング調査による）。

3 参考事例：コミュニティ・ベースド・ツーリズム振興における小規模事業及び個人事業主の役割を考える上で参考となる事例

(1) 長野県小諸市の事例

① 小諸商工会議所青年部の取組みの概要

小諸市は長野県東部、浅間山の南斜面に位置し、北国街道の宿場町・小諸宿として古くから商業で栄えてきた。2012年10月1日現在の人口は4万4,046人である。この小諸市で2012年の7月7日から10月31日まで開催されたイベントに「なつまちカードラリー」（小諸商工会議所青年部主催）がある。

「なつまち」とは2012年1月から3月にかけて放映されたテレビアニメ作品『あの夏で待ってる』の愛称である。同作品は小諸市を舞台としており、作中にも小諸市の風景が非常に丁寧に描かれている。そこで同作品をきっかけに現地を訪れる旅行者に、地元商店との接点を持ってもらおうと企画されたのがこのラリーである。

市内17のラリー参加店舗（うち飲食店11）で食事をするか500円以上の買い物をする、1回の買い物につきカードを1枚もらうことができる。このカードは作中のシーン（公式画像）をあしらったもので、店舗ごとに絵柄が異なっており、17枚全て揃えると、小諸市限定オリジナルカレンダーが景品としてもらえる、というものである。

青年部では、今回カードラリーという手法を採用した背景として、旅行者と店舗との接点を増やしたかった点を強調している。事実、ラリーは店に入るきっかけ・理由になり、カードを介して対話も生じた。店舗側にとってもこれまで想定していなかった潜在的顧客を開拓できる大きなチャンスとなった。さらに17店舗をまわることで、旅行者に広く市内を散策してもらい、特定の観光スポット訪問ではなく、地域全体を面として把握し、住民の暮らしそのものに触れてもらうことができたという効果も生んだ。

② 各店舗が本業で勝負することの重要性

本事例は、アニメをきっかけにしてはいるものの、各店舗は本業で勝負した点に大きな特徴がある。もちろん地域限定のキャラクター関連商品（ポストカード、てぬぐい等）やカードラリー限定商品も販売されたが、これらに過剰に頼ることはせず、あくまでも、蕎麦店なら蕎麦というように本業の既存商品で勝負したのである。

その結果、旅行者は、地域住民に長年親しまれてきた商品を通して、地域に受け継がれる文化遺産としての地場産業に触れることになる。そして商品の実力と経営者との対話を通して地場製品のファンが増えていく。こうして地域の文化を活性化していく可能性が今回の取組みには秘められていた。

個人商店という空間は、公的空間でもなく、全く私的な空間でもない、中間的な性格を持つ空間であり、出会いや対話が生まれる空間である。劇作家・演出家の平田オリザ氏はこうした空間を「セミパブリック」スペースと呼び、コミュニティの活性化に重要な役割を果たすことを指摘している（平田1998）。CBT振興において個人商店の果たす役割が重要な理由のひとつはこの点にある。

(2) 石川県金沢市湯涌温泉の事例

① 湯涌温泉と「ぼんぼり祭り」

湯涌温泉は「金沢の奥座敷」とも呼ばれ、人口約1,000人、旅館数9軒、温泉街として

の宿泊客最大収容人数約 500 人という、山間の閑静な温泉街である。この温泉街に 2011 年 10 月、「ぼんぼり祭り」という新たな祭りが誕生し、全国から約 5,000 人が集まる賑わいを見せた。実はこの「ぼんぼり祭り」、元はアニメ作品『花咲くいろは』中で描かれた架空の祭りである。

『花咲くいろは』は 2011 年 4～9 月にかけて放映された TV アニメ作品で、湯涌温泉がモデルとなった湯乃鷺温泉を舞台に、東京育ちの女子高生である主人公が、仲居見習いとして成長を遂げていくという物語である。この中で湯乃鷺温泉の伝統的なお祭りとして描かれたのが「ぼんぼり祭り」であった。小さな女の子の神様が神無月に出雲に帰る際の道標として、願い事を書いた「のぞみ札」を下げたぼんぼりの灯りで送り出す、という設定である。

以前より 9～10 月の閑散期に何か祭事を開催したいと考えていた湯涌温泉観光協会では、アニメ制作委員会の協力を得て、TV 放映後の 2011 年 10 月 9 日に、湯涌温泉水害復興三周年記念事業としてこの「ぼんぼり祭り」の再現を決定。同祭り実行委員会では、小規模でも末永く継続する本物の「地域の祭り」を創る方向で調整が進められた。具体的には、作品や地域のイメージを損なわないこと、小さな温泉街のキャパシティや体力で継続実施できること、将来的にはアニメがオリジナルだったということがわからないくらい地域の伝統行事として定着できること、といった点が特に配慮され、地域側の準備・調整も、通常 of 伝統行事と変わらぬしっかりとした手順で進められた。

こうして湯涌稲荷神社の境内や参道を中心にぼんぼりが設置され、祭り当日には、住民らが 2 台のかごを担いで約 1 時間温泉街を練り歩き、作品ファンや観光客らが、それぞれ願いを記した「のぞみ札」をかごに投げ入れた。そして温泉街はずれの玉泉湖畔で、神送の儀、「のぞみ札」のお焚き上げが行われた。

このようにアニメ等の娯楽作品で描かれた架空の祭りが、地域主導で「地域の祭り」として実施された前例はなく、「ぼんぼり祭り」は大きな話題を集め、翌年の 2012 年 10 月 6 日には第二回「ぼんぼり祭り」が開催されている。

② 地域の旅館業と地域外の事業者との良好な協力関係

「ぼんぼり祭り」実現に至るプロセスで特筆に値するのは、地域側も制作委員会側も本業が何であるかをしっかりと認識し、本物で勝負できるよう協力関係を構築した点である。旅館業はおもてなしのプロであり、アニメ作品がきっかけで訪れたお客様に対しても、何か特別なサービスをするというのではなく、他のお客様と変わらぬおもてなしをする。制作委員会側はファンから長く愛される質の高い作品を作る。こうした考えの下、アニメは「まちおこしの核」ではなく、あくまでもまちに訪れてもらう「きっかけ」であり、短期的経済効果ではなく、如何に作品ファンに地域のファンになってもらえるか、そして末永く地域のファンでいつづけてもらえるかが重要である、と双方が共通認識を持ったのである。

湯涌温泉の事例からは、CBT 振興においては、短期的経済効果にとらわれるのではなく、関係者それぞれが本業を大切に相互補完関係を構築し、来訪者との良好な関係性を地道に築き上げていくことが極めて重要であることが示唆される。言い方を変えれば、こうした取り組みを丁寧に進めることができるのが CBT の強みであるとも言えよう。

(3) 北海道ぬかびら源泉郷の事例

① 上士幌町とぬかびら源泉郷の概要

北海道河東郡上士幌町は、十勝総合振興局管内の北部に位置する面積 695.87 平方 km の南北に長く広大な町である（北海道上士幌町企画財政課編 2012）。その町の北部に位置するぬかびら源泉郷は、大正 8（1919）年に「湯元館」の初代経営者の島氏が温泉を発見したことに始まる。大正 15（1926）年には、旧国鉄の士幌線鉄道が帯広駅から上士幌駅まで開通し、その後道路等のインフラが整備されたこともあって、昭和 9（1934）年には 15 軒の宿泊施設が営業するまでになった。その後は、スキー場が開発されるものの、1980 年代後半から 1990 年代前半に中堅のホテルが 2 軒倒産するなど、バブル経済崩壊の影響を受けている。現在は、宿泊施設 9 軒（総客室数 160 室、定員 550 名）、飲食店 4 軒、土産店 1 軒で、コンビニエンスストア等はなく、徒歩で湯めぐりができる程度のこじんまりとした温泉街となっており¹⁸、この地理的特性を生かした様々な実践が現在行われている。また、2007 年 6 月には「源泉かけ流し宣言」を行っている（9 つ全ての宿泊施設の風呂が源泉かけ流しである）。地域全体でこの宣言を行うことは「全国的にも珍しい事例」とされる（十勝毎日新聞社編 2012：57）。

なお、上士幌町にはぬかびら温泉以外にも自然や文化に関連する資源が複数存在する。例えば、北海道遺産にも選定されている「旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群」がある。その中でも、季節によって表情を変えるタウシュシュベツ川橋梁は観光資源としても重要な役割を担っている。また、日本一広い公共牧場の「ナイト高原牧場」や大雪山国立公園内にある「ぬかびら源泉郷スキー場」、人造湖である糠平湖とそこでのアクティビティ、冬夏の 2 シーズン開催される熱気球イベントなども観光資源として挙げられる。しかしながら、上士幌町では、スキー場やナイト高原にあるレストハウス等の入込客数減少やぬかびら源泉郷にある廃業した宿泊施設が美観に及ぼす影響等が問題として認識されている（上士幌町企画財政課編 2012）。なお、上士幌町全体の観光客入込数を表 6 に示す。

表 6 上士幌町の観光客入込数（単位：千人）

年度	観光客入込数（延）			左のうちの区分		宿泊者（延）
	道外客	道内客	計	日帰り、通過	宿泊者（実）	
2005	65.4	253.7	319.1	277.6	44.5	43.6
2006	79.2	255.2	334.4	290.9	43.5	45.6
2007	104.7	277.0	381.7	332.1	49.6	52.1
2008	70.0	243.2	313.2	272.4	40.8	42.7
2009	85.4	227.5	312.9	273.0	39.9	41.9
2010	76.7	198.3	275.0	237.8	37.2	39.3

出所)『北海道上士幌町/2012 町勢要覧資料編』(2012)を基に筆者作成。

② 「ぬかびら源泉郷は、1 軒の宿である」という発想

上述したとおり、ぬかびら源泉郷は歩いて回れる温泉街であり、宿泊施設も 9 軒と多くない。しかしながら、各宿泊施設の風呂や料理にはオリジナリティがある。そうした地理

¹⁸ 北海道上士幌町ホームページ参照。http://www.kamishihoro.jp/sp/nukabira（アクセス日 2013 年 2 月 26 日）。

の条件や個性を生かして実践されているのが、「湯めぐり手形」と「味めぐり」である。

前者の「湯めぐり手形」は、ぬかびら温泉の7つの宿泊施設と幌加温泉にある1つの宿泊施設の計8つの風呂のうち3つに入浴することができるというものである(1手形1,200円)。これは、本州等の温泉地でもよく行われている湯めぐりのシステムとも言える。しかしながら、他の温泉地、とりわけ道内の温泉地では、湯めぐりをしようにも車で移動しなければならない場所も少なくないが¹⁹、ぬかびら源泉郷ではその「狭さ」を活かしてゆったり歩いての湯めぐりが可能となっている。

一方、後者の「味めぐり」は、2泊以上連泊する宿泊者に対して、2泊目以降は他の宿泊施設で出される夕食を追加料金等無しで食べられるという「自分が泊まっている宿に加えて、他の宿の夕食も食べられる」という仕組みである。これには、現在5軒の宿泊施設が実践している。「味めぐり」は、宿主同士で雑談をしているときに、「そういえば、隣の宿でどんな夕食を出しているのか知らない」という話になり、最初は宿主たちが他の宿の夕食を食べに訪れ、勉強したという。そこには、「小さい地域なのに、隣の宿がどんなことをやっているのか知らなかった」という反省もあったと同時に、「このことをお客様にもしてもらったら面白いんじゃないか？」という展望もあったという。こうして始まったのが「味めぐり」という試みであるが、このような取り組みが実現した背景には、「ぬかびら源泉郷は、1軒の宿である」という考えがあるという²⁰。

この「ぬかびら源泉郷は、1軒の宿である」という考え方は、北海道におけるCBT振興の将来像を描く上で重要な示唆を含んでいると考えられる。9軒の宿泊施設のなかには、長期滞在者を積極的に受け入れているところもあれば、団体やグループなどが貸切で利用できるコテージもあるなど、幅広い客層やニーズを地域全体で分担して受け入れることが可能となっている。また、夫婦2人で経営しているところもあれば、従業員を雇って営業しているところもある。このように施設面や担い手や提供されるサービスが均一ではないがゆえに、「湯めぐり手形」や「味めぐり」に全ての宿泊施設が参加しているわけではない。しかしながら、そのことは個々の宿泊施設の営業形態を尊重するものであり、地域の多様性と捉えることもできる。

なお、類似した考えのもとで新たな実践を試みているものとして、「仏生山(ぶっしょうざん)まちぐるみ旅館」(香川県)という事例がある。これは、「まち全体を旅館に見立てる」というコンセプトの元で動き出し始めた取り組みであり、今後の展開が期待される²¹。

Ⅲ まとめと今後の課題

1 まとめ

本研究では、まずCBTに関する議論を整理した上で、CBTの定義を行った。本研究におけるコミュニティとは、地縁・血縁に基づく従来の地域コミュニティに加えて、互いの興味関心等による場の共有による人々の繋がりも含むものとし、そうしたコミュニティを基盤とした観光振興のあり方をCBTとした。そしてその目指すべき方向性は、CBTを通じて

¹⁹ 例えば、ニセコには多くの温泉があるがそれらは点在している。

²⁰ ぬかびら源泉郷にある小規模宿泊施設のオーナーへのヒアリング調査による(2012年6月実施)。

²¹ 香川県高松市仏生山町にある仏生山温泉とその界隈で展開されつつある実験的とも言える動きである。

人々の暮らしが経済的・社会文化的に豊かになることにあると位置付けた。

次に、北海道観光の発展経緯を概観した上で、道内の宿泊施設の現状把握を行った。それにより、道内の宿泊施設の約4分の3は従業員数9人未満で経営されていることや稼働率等は季節変動が大きいこと、他地域と比べて宿泊者に占める道内宿泊者の割合が多いこと等を確認した。

第Ⅱ章の事例分析では、北海道や長野県での現地調査の結果を示すとともにCBT振興における小規模宿泊施設の役割や可能性について考察を行った。また、小規模宿泊施設に対する質問紙調査を実施し、特にこれまでほとんど実態が掴めていなかったゲストハウスの経営実態と特性を明らかにした。さらに、CBT振興のあり方を考える上での参考事例を3つ挙げ、それらの先駆的・萌芽的な取り組みを紹介した。

これまでの考察を総合すると、北海道のCBT振興において小規模宿泊施設が果たす役割は以下の3点にまとめられる。すなわち、第一に地域の自然・社会・文化と旅行者の接点を創造する結節点としての役割、第二に四季折々の地域情報を発信する情報発信拠点としての役割、第三に面識のない人や普段身近に触れ合うことのない文化等との出会いや交流の場としての役割の3点である。

一点目の「地域の自然・社会・文化と旅行者の接点を創造する結節点としての役割」という点は、ツーリズムにおけるホストとゲストの接点、外と内の境界、言うなれば「中間領域」的な空間として小規模宿泊施設が存在していることを示唆するものである。二点目の「四季折々の地域情報を発信する情報発信拠点としての役割」という点は、民宿等の経営者らの日常生活がその土地や場所、地域コミュニティと密接に結びついていることで効果を発するものである。三点目の「面識のない人や普段身近に触れ合うことのない文化等との出会いや交流の場としての役割」という点は、共用スペースを比較的多く備えるという民宿やゲストハウスのハード面での特徴や、旅行者同士あるいは旅行者と地域の自然や社会・文化との出会いのきっかけをつくり出すコーディネーターとしての宿主というソフト面での特徴を示すものであり、小規模宿泊施設が有する特性が相対的に強く反映される点である。

地元で採れた食材を使った料理や観光名所等に関する情報を提供する民宿も、地域に既にあるレストランやカフェ等を紹介したり泊まり合わせた旅行者同士のコミュニケーションの場となっていたりするゲストハウスも、旅行者と地域の様々な資源との接点をつくりだしているという意味で両者の結節点としての役割を果たしている。また、旅行者にとって、訪れた旅先で暮らしている地域の人々や、同じように旅行でやって来た他の旅行者と出会ったり交流したりすることは、旅行の醍醐味の1つである。

このような旅行の本質的な価値と、宿泊施設は地域の自然や社会・文化と密接に関係しておりそれ単体では機能しないという点を再認識すれば、CBT振興を实践するうえで、小規模宿泊施設が果たす役割は少なくないことがわかる。

2 今後の課題

ツーリズムにおける結節点や中間領域としての役割をもつ空間は、小規模宿泊施設以外にも社寺や商店街などが位置づけられる。例えば、本稿のⅡ-3で紹介した参考事例が好例である。今後の課題の1つは、それらの場所に共通する点や相違点を整理し、それぞれの

場所が有する特徴や限界について考察を深めることである。また、北海道では年々外国人旅行者数が増加している。それと並行して、外国人の個人旅行も活発になり、北海道のライフスタイルを体験できる小規模宿泊施設の利用増加も予想される。ゆえに、そうした社会的状況下における小規模宿泊施設の役割や可能性についても検討することが必要である。さらに、宿泊施設に限らず、小規模事業や個人事業主が地域振興や観光開発に寄与する点についてもツーリズム研究の視点から知見を深める必要があると思われる。

【付記】

本研究の調査にご協力いただいた観光・宿泊業関係者と旅行者の皆様方に心から御礼申し上げます。また、現地調査に関して、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻の文化資源デザイン研究室に所属する博士後期課程の張慶在（ジャンギョンゼ）さんにご協力いただいた。

参考文献リスト

- 今井成男（2001）「第7章 旅館業」北川宗忠編著『観光事業論』，pp.149-177，ミネルヴァ書房。
- 内田彩（2011）『近世後期における温泉地への旅と滞在生活に関する研究』，立教大学大学院博士論文。
- 観光庁（2012）「宿泊旅行統計調査（平成23年1～12月）」，2012年6月，<http://www.mlit.go.jp/common/000220592.pdf>（アクセス日2013年2月25日）。
- 黒川紀章（2006）『都市革命—公有から共有へ』，中央公論新社。
- 毛谷村英治（2006）「ホテル—交流を生む旅の結節点」『交流文化』（4），pp.4-11，2006年7月。
- 小林英俊・緒川弘孝・山村高淑・石森秀三編（2010）『コミュニティ・ベースド・ツーリズム研究：世界の実践事例に学ぶ成功の鍵』，公益財団法人日本交通公社。
- 佐藤郁夫（2006）「北海道観光のライフサイクル活性化：成長軌道へのマーケティングとネットワーク」『産研論集』，No.31・32，pp.31-104，2006年3月，<http://ci.nii.ac.jp/naid/110005050341>（アクセス日2013年2月14日）。
- 斜里町総務環境部企画総務課（2009）『斜里町分野別統計書』，北海道斜里町。
- 斜里町立知床博物館編（2005）『データブック知床（第27回特別展「世界遺産知床」解説資料）』，pp.20-21，斜里町立知床博物館。
- 田中優子（1993）『江戸はネットワーク』，平凡社。
- 茶谷幸治（2012）『「まち歩き」をしかける コミュニティ・ツーリズムの手ほどき』，学芸出版社。
- 中小企業庁小規模企業部サービス業振興室（1983）『ペンション経営の現状』，大蔵省印刷局。
- 寺前秀一（2005）「戦後における宿泊法制度の分析と課題」『観光研究』，Vol.16，No.2，pp.29-38，2005年3月。
- 十勝毎日新聞社編（2012）『かみしほろ旅図鑑』，上士幌町，https://www.kamishihoro.jp/files/up/0001/00000983_kamishihoro_tabi_zukan.pdf（アクセス日2012年6月1日）。
- 中嶋真美（2008）「観光・開発・生活の視点によるコミュニティ・ツーリズムの『担い手』再考：タンザニアを事例として」，東京大学大学院博士論文。
- 母倉修（2006）「コミュニティツーリズムが生み出すもの」『CEL』，Vol.76，pp.23-26，2006年3月，http://www.osakagas.co.jp/company/efforts/cel/search/_icsFiles/afieldfile/2009/09/04/cel_76_04.pdf（アクセス日2013年2月25日）。
- 林賢司・連勇太郎（2011）「白馬村新民宿事業プレゼンテーション資料」2011年12月，白馬村観光局より入手。
- 平田オリザ（1998）『演劇入門』，講談社。
- 広井良典（2010）「第1章 コミュニティとは何か」広井良典・小林正弥『コミュニティ 公共性・コミュニティ・コミュニティ・コミュニティ』，pp.11-32，勁草書房。
- 北海道士幌町（2012）『北海道士幌町/2012町勢要覧資料編』，上士幌町。
- 北海道士幌町企画財政課編（2012）『第5期士幌町総合計画2012～2021』，上士幌町。
- 北海道銀行（2011）『調査ニュース』8・9合併号，No.325，<http://www.hokkaidobank.co.jp/business/lab/2011089rs.pdf>（アクセス日2013年1月9日）。
- 北海道銀行（2012）『調査ニュース』12号，No.339，<http://www.hokkaidobank.co.jp/business/lab/201212rs.pdf>（アクセス日2013年1月9日）。
- 松村嘉久・ありむら潜・平川隆啓（2011）「都市におけるコミュニティ・ツーリズムの実践と可能性—釜ヶ崎のまちスタディ・ツアーを事例として—」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』，26号，pp.289-292，2011年12月。

- 松村嘉久・丸市将平 (2010) 「外国人向け着地型まち歩きツアーの理論と実践」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』, 25号, pp.97-100, 2010年12月.
- 山下晋司編 (2011) 『観光学キーワード』, 有斐閣.
- 立命館大学人文科学研究so編 (2012) 『立命館大学人文科学研究so紀要』(特集:アジアのツーリズム空間の生成過程とトランスナショナルな人の移動) No.98, 立命館大学人文科学研究so.
- Dittmann, Marcus(2009) “*Community Based Tourism - Modern Destination Management: in Peripheral Areas, based on the Example of Cape Town, South Africa and its Townships*”: VDM Verlag Dr.Müller Aktiengesellschaft & Co. KG, Germany.
- Okazaki Etsuko(2008) “A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.16, No.5, pp.511-529, *Doi*:10.1080/09669580802159594(Accessed date on 24/March/2013).