

<テーマ：東京の島しょ地域に係る宿泊産業の現状と課題>

I 発表

1. 研究の背景・目的及び実施方法

(安藤)

皆さま、こんにちは。ただ今ご紹介いただきました、JTB 総研、コンサルティング第一部の安藤と申します。本日、私が主に発表させていただきます。また、後半は、後方の席にあります、篠崎、三瓶と共に、ディスカッションにつなげていければと思いますので、よろしくをお願いいたします。お手元にある配布資料、一部スライドに映写するものから抜粋してお配りしておりますので、よろしくお願い致します。

まず、私どもが、今回、共同研究で選んだテーマは、東京の島しょの宿泊産業についてというものです。こちらの民宿を中心とした宿泊産業の現状と課題を踏まえて、島の観光の持続とそれをいかに東京都の魅力向上に繋げていくかについて、将来に向けて産業を継承するモデルを共同研究していく、そういった思いで、前半は継承での課題等についてご説明申し上げ、後半は具体的ないくつかのロールモデル等についてお話をしてみたいと思います。

冒頭に、なぜ東京の島しょ部を選んだのかについてご説明させていただきます。皆さまよくご存じかと思いますが、森記念財団の都市戦略研究所が毎年発表している世界の都市のランキングで、現在東京がロンドン、ニューヨークに次いで、総合で第3位というポジションになっております。今後より東京の価値を向上させるため、差別化という視点で素材やソリューションを研究していく中で、ロンドンやニューヨークにはない東京が誇る特徴的な要素として、伊豆諸島をはじめとした大都市に近接した島しょ地域に着眼しました。同地域はまだまだ可能性を生かしきれていないのではないかと考え、モデルの検討を行うことにしました。

研究の内容は、主に二つございます。一つ目が民宿等の小規模の宿泊事業の事業承継に関するモデルで、二つ目が小規模宿泊事業の新規開業のモデルです。二つ目につきましては、今後東京に増えることが予想される海外を含んだ高所得者層旅行者をターゲットにした、新規の投資モデルの構築を想定しております。この二つについて取組を開始しており、まずは島しょ地域の現状把握を行い、次に事業承継と新規開業について投資を促すビジネスの魅力度を把握するために、市場関係者や金融機関等へのアンケートを行いました。現在三段階目としまして、モデル事例の整理と新たなモデルの構築を行っており、引き続き東京観光財団様と共に、ヒアリング等の定性調査を行っているところでございます。

2. 調査結果（中間報告）

(安藤)

伊豆諸島は日本の離島です。国がどういった離島の振興政策を行っているかにつきまし

ては、国交省のホームページで確認できます。このページでは、全国の離島を対象にした共通の支援メニューが 70 程度掲載されています。スライドに出ているものの中には、伊豆諸島に適用されないものもありますが、国の政策としては東京の島しょ部であろうが、他の道府県の離島であろうが変わりません。東京都心に近接した伊豆諸島が持つチャンスを生かすには、ステークホルダーの方々と他の離島にはない中長期的な施策を打っていく必要があると仮定して、このページを紹介しました。

また、こちらは小規模宿泊事業が関係する伊豆諸島の年次別の観光客数の推移です。各島ともに底を打った後、直近 3 年はやや微増傾向にあります。島毎の内訳として一番上が小笠原で、縦じま部分が八丈島、斜線部分が新島、一番下にある最大のボリュームゾーンが大島という構成になっております。

次は、宿泊施設数の推移のデータです。平成 29 年を含めた過去 3 年分が抽出されており、この中で縦棒の点々の部分が民宿になります。各島で 7 割、8 割以上の軒数を占める小規模宿泊事業、民宿が今後どうなっていくか、またどうしていくのか、東京都のユニークさをグローバルな目線で打ち出すべく、研究を進めるところです。

一番下の部分が、民宿、ペンションの数字です。372 軒、344 軒、一番右下が 332 軒というように、民宿は軒数が右肩下がりになってきております。

またこちらが、各島の生産年齢人口の推移です。下の部分に左右に分かれたグリーンの矢印が引かれており、2015 年より右側は推計値として RESAS よりいただいたデータとなります。これらのデータから読み取れることとして、生産年齢人口が右肩下がりになり、このままでは特に小規模宿泊事業者が、例えば想定される親族間の承継、もしくは第三者の承継もなかなか活発になされずに、更に減っていくと思われまます。その一方で、外部による新規投資や参入もわずかながら各島で始まっているものの、漸減傾向は変わらないと思われまます。全国の道府県と伊豆諸島を同様に捉えるのではなく、東京都の島しょとして 2020 年以降のチャンスを活かし、モデル化とその検証を通じて投資なり第三者承継なりを活発にすべく、外からの「呼び水」を見出すことを念頭に、この研究を都への政策的な提言につなげていきたいと考えております。

対照的な事例として、特徴のある沖縄県宮古島をご参考に紹介したいと思います。直近の人口が 5 万人を切り始めた島で、主力の産業は農業です。その生産額は 150 億円で、北海道の帯広と同じ規模です。下のグラフが観光客数と消費額の推移です。これ以上上がり切れないのでという位、直近 3 年でグングン上がっています。

宮古島は中心に大きな島が一つあり、その周りを囲むように四つの島がありますが、中心の島とそれぞれの島が橋でつながるようになりました。これまで船でのみ往来していた伊良部島への橋が 2015 年に架かったことによって、非常に大きな変化が宮古島全体におき、橋の景観や新たなドライブスポットがうまく伝わり、観光客が押し寄せるようになりました。またアジアの大型クルーズ船の寄港も手伝って、バブルのようにどんどん急激に伸びています。

また来月 3 月 31 日には、宮古島で宮古空港に続いて二つ目の空港、下地島空港が開港します。こちらの併用で路線キャパが増えるなど、インフラもトレンドも好材料ばかりなのですが、スライド下に書かれたような課題もあります。県外の外部資本が堰を切ったようにホテルの新規参入に乗り出しており、伊良部島、宮古本島で土地が 5 倍近く値上がりし、ビーチ沿いの土地ではこれ以上の進出が難しくなっていました。地元の住民にとっても、今まで自由に行けた海岸に行けなくなる問題が出ており、観光のバブル経済のような状態、いわゆるオーバーツーリズムにおいても地方部では宮古島が突出した状況になっています。外部資本が入れば一番のステークホルダーである地元の島民の生活が潤うかという、必ずしもそういうわけではないという、極端に矛盾した離島の事例も国内にあります。それらを踏まえて今回の研究を進めています。

ここからは、伊豆諸島の小規模宿泊事業に関するモデル構築で、三つのステークホルダーの方々にヒアリングを行った結果を、端的に 3 ページ紹介していきたいと思います。まず、海外からの観光市場として一つ念頭に置いている、高所得者層の旅行市場の関係者である 3 組織にヒアリングした調査結果です。まず一点目として、インバウンド需要は引き続き、東京、日本で旺盛ですが、全体の統計としては消費単価の減少が始まっております。二点目として、高所得者層は消費力はありますが、使える時間が限定されています。観光経済を拡大させたい地域は、どこも高所得者層を虎視眈々と狙っています。

三点目として、欧米に限れば、高所得者層の東京への関心はここ 1-2 年で急激に高まっています。アジア圏の方は、レポートに伴い大都市から地方分散する傾向が出ておりますが、欧米の方は初回層が中心です。世界的に見ても東京への関心が非常に高まっています。四点目として、ラグジュアリーホテルに関しましては、高所得者層の方が必ずいつも泊まっているとは限らない現状があります。五点目として、例えば東京の都心に求める価値と、島しょをはじめとした自然や人の営みを感じる場所に求める価値は彼らの中で異なっており、真に価値に見合った対価を払う傾向にあります。民宿には 8,000 円払い、都心のラグジュアリーホテルには 15 万円払う。自分の価値に見合えば、金額の高さに関わらず納得して消費をしていく、高所得者層はそういう客層であるというのが市場関係者の共通した見方です。

また、地域金融を担う、全国の地方銀行 105 行へアンケート調査をいたしました。計 30 行の方からの回答の端的な傾向をお示ししたいと思います。この調査では小規模の宿泊事業者の定義を「客室数が 20 室以下」としております。各地域で回答いただいた 30 行について、小規模宿泊事業者への投融資をしている割合は高いという結果が出ました。半数以上が、小規模宿泊事業者への投融資を行っています。積極的に関与している銀行は、第三者承継の取次ぎ、新しい投融資、事業計画の改善支援を行っています。

また、いわゆるフランチャイズモデルを 20 室以下という事業規模の中で取り入れている投融資先の事業者も一部ありました。高所得者層向けの宿泊事業者への投融資も行われており、スライドの一番下の地方銀行では、第三者承継の手法、小規模な宿泊事業の運営改善、運営のテクノロジー、第三者の参入の方法など、運営形態の工夫に非常に関心が高いのが共

通点となっています。高い関心の裏を返すと、情報やネットワークが全く足りておらず、地方銀行も今後のあるべき小規模宿泊モデルを知りたいがっているというような状況です。

続いての関係者動向として、大手デベロッパー、大手金融機関の回答結果をご紹介しますと思います。まずはデベロッパーですが、とにかく中山間地、離島を含めた細かい地域の情報が入らないという状態とのことです。地域が具体的に何にどう困っているのか、どんなチャンスが生まれる可能性があるのかよく分からない状況下、単に様々なPR情報を持っただけの行政の方や地元関係者が、デベロッパーを訪れることが多いそうです。「〇〇島がいいですよ」などの様々な情報を得てもなかなか響かない、という状況でございました。また、新規の立地開発を大手デベロッパーが手がけるケースは、投資効率の観点からなかなか少ないのが現状でした。相当なハイエンドのホテルブランドが島に関心を持っている、といったようなインパクトが必要です。

二点目はメガバンクです。離島の事例ではないですが、中山間地の小規模宿泊事業にメガバンクが関与する例がかなり出てきている、ということが分かりました。関与の形態はいろいろあるかと思いますが、直接的な投融資もあるかもしれませんが、調査したところでは、ファンドに参画する、または、アセットマネジメントの手法を取り入れて関与する例がはじめていました。以前は考えにくかったのですが、地域の元気がなくなれば、ゆくゆくは金融もビジネスの機会が無くなるという危機意識が持たれています。また、個々の事業者との点のつながりではなく、面を見た地域再生のために、個々では融資を受けられないような小さな物件ややる気のある人をまとめて金融で支援できる仕組みを検討しています。

三点目として、金融機関自体ではなく、地域の金融機関の地域活性化の取組を支援する組織にヒアリングしたところ、小規模宿泊事業を回し続ける運営体制と、その担い手を丁寧にマッチングすることが重要であるという肝の部分、金融機関への支援の立場から把握されておられるステークホルダーもおられました。

若干重複しますが、四点目として、先ほどのアンケートで回答いただいた地方銀行の中には、新規の運営モデルの情報を非常に多く収集されているところが複数ありました。五点目も新しい例で、大手のハウスメーカーが、地域の観光立寄り拠点を宿泊事業と一体化したプロジェクトを始めています。具体的には、この後のスライドでご紹介したいと思います。

このようなヒアリングの状況を踏まえて、事業承継のモデルの条件整理、そして下段で、高所得者層向けの投資モデルの条件整理をまとめてみました。まず、民宿を存続していく際の事業承継に関わる部分では、投資や滞在の価値に対する経営や施策、考え方などを、オーナーの方と共に地域が体系的に習得することが必要だと考えられます。二点目として、オーナー及び地域の方が、民宿の経営と土地建物の所有を分離した概念を理解する必要があると考えます。三点目としては、大きな絵を描けるプレーヤーが必要です。地域の中はもちろん、場合によっては地域外におられても良いかと考えます。その地域に深く関与する方が必要です。四点目は伊豆諸島に限らない非常に現実的な話ですが、土地建物の権利関係が二世帯、三世帯と承継される中で不明確になっており、いざ承継をしようとするときに大きな足

かせになって、なかなか事業が進まないことがあります。事業承継モデルにおいては、これをしっかり担保することが必要です。

下の箇所は高所得者層向けについて指しており、まずは伊豆諸島の価値を評価するシステムをきっちり作る必要があると考えます。二つ目に、消費者、旅行者だけでなく業界の市場関係者にも、その価値を伝達する方法をパッケージ化して明確に伝えるという「教育」をしていく必要があります。三つ目は、投資の呼び水をしっかり分析することの必要性です。個人投資家の方、あるいは行政の施策方針などに訴え掛ける必要があります。その他としては、最新の運営の研究も必要です。このようなところが組み合わないと、なかなか外部資本も関心を寄せないという状況でした。

続きまして、具体的なロールモデルのご紹介です。金融機関、関係者へのヒアリング等を通じて、具体的に回答があったところを含めて7点ほどご紹介していきたいと思えます。まず一つ目としては、ご存じの方もおられるかと思いますが、兵庫県の丹波篠山でNOTE という法人が、古民家再生のプロフェッショナルなノウハウを築きあげました。簡単にご説明しますと、丹波篠山に色濃く残る城下町の町並みにおいて、利活用されてない古民家を一軒一軒再生してそれを一軒あたり幾らという価値付けをするのではなくて、滞在できる古民家が城下町の各所に分散しているため、その地域全体の古民家をファンド化してしまうというものです。この手法で改めて街と土地の価値を再生させようとしている動きがあります。こちらはメガバンクが関与している事例です。

続いては、伊豆諸島の環境とは全く異なった、大規模な都市部の話になります。こちらも宿泊施設ではなく、その土地の価値の上げ方の新しいトレンドとして、土地にまつわるストーリーをいかに重視して、ローカル体験をいかにできるような仕込みをするかというところで、富裕層、高所得者層をキャッチアップするモデルです。激戦区の京都の祇園や銀座に展開する大手デベロッパーのホテルブランドの事例や、有名なアマン・リゾートの三重県・伊勢志摩の物件など、滞在をローカル体験といかに結び付けるか、地域にどれだけの魅力を顕在化させて運営に結び付けていくかという事例です。いくら豪華な施設があっても、それだけでは富裕層や高所得者層をキャッチアップすることはできません。

三点目も土地の価値との連動に関するものです。ポップアップホテルという言葉が聞かれたことのある方もおられるかもしれませんが、普段何にもない大自然の真ん中に、突然宿泊施設が現れて、時期が過ぎるとまた消えるという、ポップアップ、急に出現するという形態のホテル運営がアメリカにあり、マリオットグループが既にこの手法を展開しています。料金帯は500ドル、700ドルあたりです。適用可能な例として、例えば伊豆大島のナショナルパークでも、このような撤去可能な仮設の施設を想定できるかと考えます。

続きまして、いかに運営に継続性を持たせて合理的に行うか、そういった手法が世界で試されている中国の杭州の事例です。客室数は66室と小規模ではない「無人」のホテルがあり、管理スタッフ2人で66室の部屋を回しています。完全にICT、AIテクノロジーで回していくモデルです。中国ではご多聞に漏れず、AlipayやWeChatPayなどのキャッシュレス、

スマホ認証で行い、全く人を介さないというような新しいモデルが進出しています。合理化、効率化することが手を抜いていると捉えられず、スマートな演出として一つの価値になっています。そういった価値付けはモデルに必要な着眼点であると考えます。

続いてヒアリングを行った地銀の具体的な投融資の例をご紹介します。まず上段は、長野県の蓼科のとある旅館で、3カ月間、夕食の料理のバリエーションがわずか2種類となっています。客室が松、竹、梅で金額が変わる、そういったシンプルな料金体系で、あれもこれもとほしない代わりに2種類のコース料理の質だけにはこだわるといった手法です。客室数が確か10数室の所での経営改善と、顧客満足、運営の持続化を工夫した経営効率化の例といえます。

下段は静岡県の伊豆の先端のホテルで、業態としては旅館です。旅館の従業員の典型的な働き方は朝と晩のピーク時間、あとはチェックインのときだけ働くというものですが、このような従来の形ではなく、いわゆるマルチシフトを取り入れた例です。星野リゾートで馴染みのある言葉だと思いますが、このマルチシフトに大変な苦労を重ね、金融機関も様々な工夫をされて転換されたと伺いました。マルチシフトで、掃除、調理、配膳もする、みんなで3ヶ月毎の新しいメニューを考えて、みんなで試食会もするといった形態を取られています。

次は、客室自体の面白さが特長です。グランピングの変形版みたいなどころかもしれませんが、客室にエンターテインメント性を求めるといった顧客層に向けています。どんな人に適しているのかを具体的にアピールして、時期で変えたり、イベントや祭りに応じて変えたりと客室の面白さを打ち出して、小規模宿泊事業を展開維持している地域がございます。

次はローカルというキーワードを超えた事例になります。宿泊事業だけではなく、シェアスペースや飲食店といったものを、使われていない1棟のビル等の物件に組み合わせて配置して運営する例です。どういった業種、業態があれば地域にプラスになるのかという目線で、組合せのバリエーションを施してやりたい人を募る。一棟に込められた統一感のあるリノベーションをした上で、宿泊施設も含めて地域の拠点のようなポジションで展開している例です。

続いて、こちら金融機関の回答例として、大手のハウスメーカーが、地域のドライブの立ち寄り先である道の駅とそこに隣接するホテルをパッケージ化・モデル化しようとしています。1件目は来年以降にオープンしますが、グローバルブランドのマリオットが入ります。これにより、例えばホテルが素泊まりで営業して、買い物は地元のお店、飲食店も道の駅や地元の飲食店を利用してもらおうといった地域消費が可能となります。各種報道発表でご存じの方があろうかと思いますが、一つのロールモデルとして大きな特徴がございました。

続いては、例えばサイクリングツアーを一つの滞在拠点のテーマにした、仙台の秋保温泉の例です。泊数を1泊延ばしてもらうために、滞在者の滞在目的の前と後の行動拠点と、小規模宿泊事業の再生を掛け合わせて行っている例です。

次のモデルは、ハンモサーフィンという取組で聞かれた方もいるかもしれません。簡単に

ご説明しますと、別荘をシェアしていこうというもので、利用者は1年間の規定の年会費を払うと、何泊でも全国に散らばる施設を宿泊利用できます。このような形態で、全国の小規模宿泊施設をネットワークで展開しているロールモデルもございます。

最後に宿泊、ワークスペース、居住場所の境目にある人が集う場を、地域の中で作るべく取り組まれている例をご紹介します。

今後の流れとしまして、事業承継の課題をクリアしたモデル、投資を促すモデルをそれぞれブラッシュアップしていくに当たり、まずは地域にとって上質な観光客とはどんな人なのかという点を、地域のマーケティングにおいてもローカルな目線で押さえる必要があります。大まかに言いますと、地域に与える経済的な効果を持っている人、地域で働く人を元気にするような動きのある人、あとは魅力を外部にどんどん伝えてくれるプロモーション効果が得られる人、こういった二次的な働きが期待できる層を地域にとっての上質な来訪者として位置づける必要があります。今回は、世界的な人流のトレンドとして、東京へ注目する高所得者層、富裕者層を念頭に入れてこのモデルを検討しようとしています。一般的なイメージの富裕層が、必ずしも上質なお客さまではあるとは限らないので、富裕層という概念をよりブレイクダウンして考えていく必要があります。高所得者層の方々がサービス等を選んで買う場合、人的なつながりやルートで買うという傾向を持っていることも念頭に置くべきであると考えます。

最後のスライドになりますが、研究の現段階で、島における小規模宿泊事業の継続というところでの在り方を、改めて四つの部分に分けてまとめようとしております。上の二つ、経営の部分と働く人とオーナーの部分が、モデル研究として非常に重要になってきます。下二つはなければ当然成立しないところとして押さえた上で、上二つについてお話ししたいと思います。経営の目線、外部資本等を考えると、まず土地建物の権利関係を明確にしておくことが必須となります。また、持続可能性のある運営方法を研究する必要があります。さらに、施設としての点ではなく、面として価値をどうつくり出していくかというところで、必ずしも第三者承継だけが全てではありませんが、島全体の宿泊受入れ規模を下げないためには避けて通れません。例えば、資金はないものの、ゲストハウス、小規模宿泊を起業したい若者や個人は多いです。早期退職した方々も、第二の人生としてゲストハウスや民宿に関心を持つケースが多く、そういう人と島をマッチングする機会や仕組みが現状ではあまりありません。金融機関も含めて仕組みを作ること、人と人をつなぐことが実はとても大切で、事業化計画のあとは事業承継を経営目線で行っていく必要があります、今まとめております。

また右側のセルは、現地で働く人とオーナーについてです。二者がそれぞれモチベーションを高く維持して働いていく、またはオーナーとして存在する必要があると考えます。端的に言うと、儲かってきちんと休暇も取れる宿を作っていないとこのモデルは成り立たない、ということを考えています。

下二つは、地元で受け入れる側と外から入る側について、よそ者を受け入れられる地域を醸成していくことと、島の魅力を旅行者、宿をやりたい人、金融機関へパッケージとして伝

えてサポートしていく戦略についてです。これらはどちらかというと、東京都など大きな枠組みで行う戦略が必要ではないかということで、現段階の研究をまとめております。長くなりましたが、発表は以上でございます。

II トークセッション

(田所) 安藤さん、どうもありがとうございました。今回、島しょ部における宿泊産業の現状と課題ということで研究をしております、いくつか先行事例等をご紹介いただきましたが、結局これは、宿泊の減少とか、生産年齢人口が減っているという部分において、全国で起きていることが、島しょ部でも起きているということですよ。ということは、先行事例として、全国にまだまだケーススタディー、それからロールモデルはあると思っていでしょうか。ここに出ているものが全てではないですよ。

(安藤) はい。

(田所) ただ、いくつかある、そういう成功事例に比べると、ある意味、東京の近くにあるという分においては、本来は優位性があるということですよ。何か、そういう優位性に関して、ヒアリングの中で感じたことはありますか。

(安藤) 優位性につきましては、日本人と訪日客という客層の違いにもよりますが、後者に対する発言として、羽田の航空座席の圧倒的な量の多さがまずは大きな利点ではないかという声がありました。裏を返せば、趣旨とは少し異なるかもしれませんが、横田基地の問題で23区の上を飛行機が飛べない状況を緩和することによって、東京にはより路線のキャパシティを増やすチャンスがあるのではないかと考えます。実現すれば、外客の数はもっと増えるのではないかと思います。ひいては近接する島しょ部にもさらなるチャンスが出てくるのではないかと、そういったお声をいただきました。

(田所) あと、いくつかスライドに基づいて、お尋ねしたいことがあるんですが、モデル構築の部分、これはスライドの12ページだったでしょうか。全国の地銀さんにアンケートを取っていただいて、その中で、第三者継承を支援していると回答している地銀さんもあったんですけども、どんなことをやっているのか具体的なお話までは聞いていますでしょうか。

(安藤) 最も多い具体的なケースは、地域の商工会や行政、国の出先機関と連動するといった、想像できる範囲内のものがほとんどです。ただし一方で、小規模の宿泊事業を運営してみたいという人が確実に増えており、その兆候をつかんでいる金融機関も一部あります。20～30年前はそのような傾向が少なく、ホテルの仕事、旅館の仕事は3Kの代表だったのですが、今は逆に、例えば早期退職してリタイアした方の次のライフスタイルの在り方として、移住して継ぎたいという方が増えています。地銀の中には、そういう方々とのネットワーキングを始めようとしている所がございました。

(田所) やる気のある方と、物件をどうやって結び付けるかというのが、やはりここでは大事になってくるってということなんでしょうか。

(安藤) はい。そのとおりです。

(田所) 分かりました。あと、次のページで、食事提供で、地域一体で考える必要があると。それから、大手ハウスメーカーでは、具体的なプロジェクトが動き出しているということで、後ろのスライドでおっしゃっていましたが、これはどの部分がそれだったのでしょうか。

(安藤) 道の駅に隣接するホテルの事例のところですよ。

(田所) これですか。積水ハウスさんがこれをされているということですね。これはちょっと、島しょ部の話とは、ずれてしまうと思うんですけども、やはり、道の駅だと、単に寄って、物産品を買って、みんな帰ってしまうというところで、より滞在してもらって、地域の良さを分かってもらおうというところからスタートしているのでしょうかね。

(安藤) はい、そのとおりです。典型的な寄り道スポットを、滞在拠点に変えていこうとしています。

(田所) でも、車で皆さん来られていますし、ありですよ。いわゆるインスタイルのホテルを作るという意味では。あと、14 ページで、モデル構築の話の中で、事業承継モデルの条件整理等をしていただいていると思うんですけども、空き家というのは、ここには入ってくるんですか。後ろの方のケースで、丹波篠山の古民家利用なんかは、空き家だとは思いますが、やはり全国で、空き家が非常に問題になっていて、実際に民宿だった所も空き家になっていて、それを再生するという動きも結構、出てるんじゃないかなと思うんですが。

(篠崎) 篠崎です。まさに先週、五島列島の奈留島という所に行ってきました。ちょうど上五島と下五島、福江島の中心にある島です。江上教会が世界遺産になって、観光客が増えました。ただし、教会の横に漁港があり、観光客はその漁港に海上タクシーを横付けして、上陸した後 30 分ほどでいなくなってしまうそうです。島に全然メリットがありません。以前は何とかなるのではないかと考えられていましたが、構造的な欠陥として、宿泊施設が全く足りていません。

そのような状況の奈留島で、『大工三兄弟』として知られる人々がいます。彼らが最初に

始めたのは木の工房でした。しかし1,200人の島で大工をやっている、修理ぐらいしかニーズがありません。そこで、最初は観光客向けにツバキで何か作ることを始め、更には民宿を始めました。大工と民宿は非常に相性が良く、材料費だけできれいな屋家ができます。また実家が空き家になってしまい、この空き家を有効活用しようということで、彼ら自身で中を改修しました。材料費は600万程度だったそうです。すると今度は周辺の空き家を持っている方から、「うちもやってくれ」という話がたくさん入ってくるようになりました。

空き家の活用は実際に全国で進んでおり、コストを掛けるのか安く上げるのかという違いはありますが、離島で空き家を宿泊施設に変えるというのは非常に重要ではないかと考えております。

(田所) 高いところでいくのか、そうじゃないところでいくのかというのは、実際にその場所のロケーションと、ターゲティングの問題だとは思いますが、東京の島しょ部、一応、高所得者みたいな話も出ていますが、ある程度のお金は持っていないと、それは来てくれないよねという、あとは、お金を落としてもらえないよねというスタンスがあるとは思いますが、その辺りのバランスというのは、どう考えてらっしゃいますか。

(篠崎) 離島の調査を行う中で、部内では「どうして東京の島しょが、他の離島と同じような顔をしているのだろう」ということが常に話題になっています。これだけ東京から近ければ、おそらくヘリコプターでも往来できるはずですが。飛行機は将来的に電気で飛ぶようになり、小型化が進みます。そうすると、この距離感が最大限に生きてきます。日本の中で最も富裕層が集まるのは東京です。東京の島しょはかなり優位性が高い。それにもかかわらず、富裕層向けの宿泊施設があまりないというのは、やはりもったいないと思います。

ただし離島の場合、先ほどの宮古島の例を挙げますと、課税されている土地の半分が農地で、その農地の9割がサトウキビ畑です。ご存じのようにサトウキビは、例えば1トン分を工場に持っていけば6,000円になるのに加えて、1トンにつき1万6,000円も補助金が出てしまう。こうなってくると、土地が動きません。

もう一つの課題例として、離島で例えば富裕層の宿泊施設や富裕層の施設を作ろうとする際に、きちんと相続をがなされていない土地が多いです。実際に何かをやるという際に、権利がはっきりしません。また権利を持っている人が20人、30人いるというような状況も結構ありますので、この辺りをどのように整理できるかが重要と考えます。東京の島しょが他の奥尻や佐渡などの島と同様に考えられるのは非常にもったいないことで、大きなチャンスがあるとは思いますが、課題もかなりあると考えております。

(田所) 今、富裕層という言葉が出ましたが、別に、富裕層だからといって、先ほどのスライドの中にもありましたが、何か豪華なものを作るということでは決してないと

ということですよ。

(篠崎) そうです。

(田所) 当然、その島に見合ったものでよくて、そこに富裕層が、価値を認めれば来てもらえればいいって話ですよ。

(篠崎) はい、そのとおりです。

(田所) 分かりました。結局、事例として、比較的、宿単体に沿ったものが、今回、多かったと思うんですけども、そういう意味では今回、研究課題としては宿単体もさることながら、やっぱり、コミュニティとして、どうやって観光を取り込んで、地域の活性化につなげていくかという話ですよ。そういうことを、他の全国の先進事例でもしているというふうな理解でよろしいでしょうか。

(篠崎) 今の話は、特に島しょにおいては非常に重要です。実は我々は現在宮古島の観光計画を作成しており、来月に完成します。この計画作成に際して、地元の市民にアンケートを取ったところ、観光事業者に対する親近感が17パーセントしかないことが判明しました。最初の頃は、皆さん進出するに当たって、コンセンサスを取りながら慎重に入っていましたが、現在は進出することを優先するあまり、受け入れ側とのきちんとしコンセンサスが取れていない状態になっています。

今回の東京の島しょに関しましても、条件がそろえば、進出を希望する事業者はかなりいると思われます。その際にやはり非常に重要になるのが、地元のコミュニティとどうコンセンサスを取るかという点です。これを欠いて進出するとハレーションが大きく、今まではパブリックビーチに自由に行けたのに、手前の土地を買われてしまって行けなくなったといった声が多く寄せられるようになります。それともう一点として、地元側に所得が上がるという実感がないと、お金を持っていかれるといった印象を持たれがちです。この点も非常に重要と考えます。

(田所) 宮古、ある意味、極端な例だとは思いますが、なかなかそういうふうにはならないかなと思うんですけども、今、レスポンシブル・ツーリズムともいわれておりますし、やはり、持続可能性と、あとはやはり、地域の方が、実感として良くなったよねというようなのが分からないと、やっても意味がないのかなということですよ。あと、結局、そういうことで、いろんなことを進めていくと、働き手、担い手の問題というのは、やはり出てくると思うんですけども、そこは、マッチングのことを作れば、ある程度は事足りてしまうんですかね。

(安藤) はい。まさにそこが今回の研究課題の重要なポイントの一つです。それをどのように作っていくかについての方策がほぼないというのが現状で、非常に重要だと考えます。

(田所) それは、他の先進事例でも、なかなか、これがうまくいっているというのはないということですか。

(安藤) はい。局所的には成功している金融機関等もありますが、系統立って横展開できるという例は、今のところ見つかっておりません。

(田所) ただ、東京という、ある意味、全国で一番、労働人口も多いし、若者も多いしという部分においては、その人たちに、やはり島の価値を認めていただいて、そこに転居してもらって、働き手となってもらうということは、十分可能だということですよ。あとは、それをどううまくスクリーニングしながらやっていくか。

(安藤) そのとおりです。

(田所) 分かりました。ありがとうございます。少しトークの時間が短いかもしれませんが、後ろもございますので、申し訳ございません。続きはまた後でということで、どうもありがとうございました。