注目される「民泊ブーム」の動向

外国人観光客の急増で、いきなり起きた「民泊ブーム」は、今後どのような展開を見せていくのだろうか。民泊という新しい宿泊ビジネスは、政府を動かすほどの社会現象になっており、今後の動向に大きな注目が集まっている。

民泊ブームに法律が追いつかない

日本を訪れる外国人観光客の急増ぶりは驚くほどで、約２０００万人に達した現在においても留まることなく２０２０年には倍増の４０００万人に達するといわれている。

そのため、ホテルや旅館等の宿泊施設が足りなくなり、「民泊ブーム」が起きている。

民泊という宿泊形態は、欧米ではかなり以前から普及しているが、日本では知っている人も少なく、話題にもならないほどだった。

しかし、いったん火が付いた民泊ブームは勢いを増すばかりで、ビジネスチャンスとばかりに民泊経営に乗り出す人や企業が増え、マスコミでも度々取り上げられるほど話題になっている。

政府も外国人観光客の誘致や、東京オリンピック対策の一環として「民泊」の必要性を認め、本気で民泊業の障害になっている旅館業法の見直しを開始している。また、「国家戦略特区」「民泊条例」等を矢継ぎ早に施行して、民泊経営をバックアップしている。

しかしながら、現時点ではまだ法律と現実の間にギャップがあり、民泊経営の基本ルールが確立されていないがゆえの地域トラブルも散発しているのが実情だ。

これらは新しい業態が生まれる際に付き物の現象だが、法律が整い、経営環境が整えば、旅行者にとっても旅行・観光業界にとっても、大きな役割を担う「新しい宿泊業」として成長していくことは間違いないであろう。

二極分化の傾向が見え始めた

民泊とは、文字通り「民家に泊まる」という意味であり、空いている家や部屋を旅行者に貸すことから始まった。

欧米では、かなり以前より行われている宿泊形態であり、利用者は年々増え続けている。そのため、自宅の一室を提供する形から、利用しない別荘や、変わった所では古城や係留ボートなど様々な宿泊施設の提供へと広がり、「民家に泊まる」という定義では収まらないほど多様化してきている。

わが国でも同様に、ブームが始まった当初は、普通の民家の

自在客（じざいけ、ツーザイクゥ）のホームページ

Ａｉｒｂｎｂ（エアビーアンドビー）のホームページ

一室を提供するケースから広がり始めたが、すぐに賃貸マンションや投資用マンションの一室、あるいは使わなくなった別荘などを民泊施設として貸し出すようになり、また、宿泊ビジネスとして多室展開をするケースも増えてきている。

日本に「民泊」が登場してまだ日が浅いにもかかわらず、このように個人の副業的な収入手段としての民泊と、ビジネスとしての民泊業の二極分化がすでに始まっている。

わが国では、見知らぬ他人を自宅に泊まらせることに抵抗を抱く人が多いだけに、自宅を宿泊施設として提供するケースは、ある程度の拡大で留まると推測されるが、後者のビジネスとしての「民泊」は、これから拡大し続ける可能性がかなり高い。

利用者が確実に増え続けることは間違いないだけに、有望ビジネスとして期待値は高いものがある。

話題のＡｉｒｂｎｂとは？

民泊ブームで一躍有名になった「Ａｉｒｂｎｂ」という会社がある。

Ａｉｒｂｎｂ（エアービーアンドビー）は、２００８年にアメリカで生まれた個人の部屋や家を利用者に仲介するサービス会社。

その後、世界中に拡大して今や１９１カ国・３４０００都市で事業を展開し、登録宿泊施設は２００万室を超えている。利用者数は延６０００万人という世界最大の民泊仲介会社である。

日本には２０１４年５月に進出。２０１５年には、日本に年間５２０７億円の経済効果を生み、標準的なホスト（宿泊施設提供者）に平均１２２万２４００円の年間収入額をもたらし、１３８万３０００人以上の訪日外国人旅行者を受け入れたと、同社は発表している。

このような民泊仲介サービスはインターネット上で展開されており、現在では、中国の「自在家」や「住在客」といったサイトなど多くの仲介サイトがネット上で世界中から利用者を集めている。

Ａｉｒｂｎｂに登録されている物件数（部屋数）は、すでに２万６０００室。わずか1年半で３倍に膨らんだ。それに対して利用者は年間52万５０００人。その内、日本在住者の利用は９万６０００人。

現在のところ圧倒的に外国人客が多いが、今後、認知度が高まるに従い日本人客は飛躍的に増えていくと予測されている。

それにしても、日本にこれほど巨大な「民泊市場」が潜在していたとは驚くばかりである。

外国人が都会から地方へ

外国人観光客の旅行スタイルにも変化が起きている。

日本を代表する有名観光地から地方へ、田舎へと行き先を移し始めているのだ。

「もっと日本文化や自然を知りたい」「日本人の生活や習慣に触れたい」「地元のお祭りや行

事に参加したい」といった人々が、その目的を果たすために地方を旅行先に選び始めた。しかも、かなり目立つほどに増えている。

この現象は、観光旅行から「体感旅行」「ふれあい旅行」へと関心事が移っていることを意味しており、特にアピールできる観光資源のない地方でも、外国人観光客を誘致できる可能性が生まれてきたといえよう。

ただ、そのためには宿泊施設が問題になるが、「民泊」であれば十分に受け入れ可能である。ホテルや旅館よりも自由にできるということで、民泊を希望する外国人は想像以上に多いので、むしろ民泊の方が喜ばれる可能性が高いかも知れない。

日本人の旅行客も凄い

テレビ等の報道では、外国人観光客の話題が盛んに取り上げられているが、日本人の旅行熱も凄いことは案外に知られていない。

観光庁の観光実態調査（平成27年度）によると、日本人の国内旅行者数は年間で延6億0，472万人。うち宿泊旅行が3億1，299万人。これだけ多くの人々が旅行を楽しんでいる。驚くほどの数字である。

そして経済効果はというと、日本人国内旅行消費額は20兆4，090億円で、前年比より10．8％も伸びている。そのうち宿泊旅行消費額は15兆8，120億円で、これも前年比13．8％増である。

超高齢社会を迎えた日本では、長年の仕事を終えてリタイアした後、余暇を楽しむ人々が年々増えている。時間とお金を旅行に費やすことができる世代である。この年齢層では2泊3泊して、ゆったり、のんびりと過ごす旅行が主流になりつつある。

また、働き盛りの世代、子育て世代においても、かつてのように仕事第一ではなく、趣味や家族のために時間を大切にする傾向が強く、グループ旅行や家族旅行の回数も増えてきている。

ただ、この旅行ブームで、やはり問題になっているのが「宿泊」である。外国人観光客の急増により、都会だけではなく地方においても、またシーズン以外でも宿泊施設の予約が難しくなりつつある。

再び注目を浴びる貸別荘

旅行の目的にも変化が起きている。観光やアクティブなレジャー旅行ではなく、「癒しの旅」「歴史を訪ねる旅行」「夫婦や仲間との時間を楽しむ旅」といった目的で旅行先を選び、宿泊施設を選ぶ傾向が目立つようになってきた。

そこで注目されてきたのが「貸別荘」。ホテルや旅館では得られない自由空間を確保できるということが魅力とのことで、貸別荘に泊まることが旅行目的というケースもみられる。

かつてのように一流ホテルや豪華な旅館に泊まることが憧れだった旅行では得られない何かを「貸別荘」に期待していることも再注目され始めた要因の一つであろう。

そのような人々が増えていることはネットを調べるとすぐ分かる。貸別荘の多くはほとんど広告をしていない。そこで利用者はネットで希望の貸別荘を探し、ネットで予約する。また、評判の良い貸別荘はクチコミ効果が大きい。そのため収容人数をはるかに超える申込者が殺到している所もあるほどだ。

このように、既存のホテルや旅館とは異なる宿泊施設を選んで利用する傾向は、「民泊ブーム」や「Ａｉｒｂｎｂ」のような仲介サイトによって、さらに加速しつつある。

民泊ブームは、日本ではまだ始まったばかりだが、すでに旅行の形態を変え、宿泊施設の多様化をもたらし、さらに先に紹介したような大きな経済効果を果たしている。

今後、「民泊」はどのように発展していくのか、そしてどのような効果を地域にもたらしてくれるのか、民泊関係の法整備や民泊経営の多様化に注目しながら、その発展に大きな期待をかけたい。

（編集部）