

## 外部資本による着地型観光



【タイトル】

外部資本による着地型観光の実現

【研修先の概要】

(1) 布施商店街(大阪府東大阪市)

布施商店街は約 400 店舗が連なる生活拠点として発展してきた歴史がある。日常の買い物需要に加え、土曜戎市などの季節のイベントにおいては、多くの来訪者を集めており、非常に活気のある商店街である。特に近年は次に記載する SEKAI HOTEL の影響を強く受け、宿泊者が地域内を回遊する観光動態も見られるなど、生活圏としての利便性と観光的な回遊性が重なってきている。

(2) SEKAI HOTEL 布施

SEKAI HOTEL 布施は、布施商店街の空き店舗や空き家を客室に改修し、商店街全体を一つのホテルに見立てる「まちごとホテル」として 2018 年に始まった。宿泊者は商店街の飲食店や銭湯を利用する仕組みで、地域内消費を促進。外部からの来訪者増加と空き物件再生に寄与している。

【研修の概要】

(1)スケジュール

2026 年 2 月 9 日から 11 日までの 3 日間

	午前	午後
2 月 9 日	移動	チェックイン 散策 インタビュー調査に向けての確認
2 月 10 日	インタビュー調査	散策 ヒアリング調査
2 月 11 日	意見のすり合わせ 最終確認	移動

(2)研修内容

①地域の方との交流

食べ歩きや、食事、入浴等の観光と生活を通して、SEKAI HOTEL 布施と提携関係にある地域拠点を訪問し、店主や店員の方、その他近隣住民の方々からお話を伺った。交流により、SEKAI HOTEL 布施が住民にとってどのような位置づけにあるのかについて検討をした。

## ②インタビュー調査

SEKAI HOTEL 布施の運営母体である、クジラ株式会社の社員の方にお時間をとっていただきインタビュー調査に応じてもらった。事前に送付した質問票と簡潔なご回答を元にインタビュー調査を進めていった。主な質問内容は以下の通りである。

- i) 商店街に着目した理由や、背景
- ii) 地域住民との関係性
- iii) 「共存する観光」の実現に関して

その他にもインタビュー調査に応じてくださったご担当者様の人柄もあり、和やかな雰囲気であったため、ご担当者様の想いや価値観等についても伺うことができた。

### 【研究テーマ】

#### (1) 調査の目的

近年オーバーツーリズム等の観光に関する問題から、観光地に住む地域住民の介入や意思というものに注目されるようになり、「着地型観光」や「暮らし観光」というキーワードが見られるようになった。そこで、私は外部資金で行われる着地型観光は、地域住民が納得しているのかという点に疑問を感じた。そこで、2018年のコロナ禍前から外部から着地型の暮らし観光を始めており、先行事例ともいえる SEKAI HOTEL 布施にて、どのように「地域と共存する観光」の実現を図っているのか明らかにする。

#### (2) 調査結果

##### ① 地域の方との交流

商店街の商店の方からは時代おくれ、おかんとひとしなの方からお話を伺った。各店舗共通して体感した点は、若い働き手世代の店員さんがいらっしゃるという点である。中には新しい商店もあり、SEKAI HOTEL 布施のフレンドシップ制度というものは、新たな事業の後押しになっている様子が見受けられた。

##### ② インタビュー調査

###### i) 商店街に着目した理由や、背景

SEKAI HOTEL 事業を行う以前に、リノベーションホテルの運営を近隣の他地域で行っていた。唯一無二の強みになり得る事業を検討した際に、空き家に関する社会課題の解決という点からソーシャルビジネス性を高めることに着目をした。

中でも、商店街は建物が密集しており、取り壊し難い建物も多いことから空き家が多く集まっている。そこで、商店街をターゲットエリアとすることになった。

また、布施エリアに着目した理由としては、昔ながらの商店もまだ残っていることや、中枢エリアから外れているため賃料が安いということが挙げられる。一方で、近隣に数校の大学があることから若い世代も生活圏として利用している側面がある。

学生が多い地域ではインターン生等の確保が容易であることや、変化に寛容であるという地域性が見られるため、数ある商店街の中でも布施商店街を選んだ。

###### ii) 地域住民との関係性

提携商店での飲食や定期的に近況を聞く機会を設けている。SEKAI HOTEL 布施では宿泊プランに含まれる食べ歩きチケットを配布することで、商店街の様々な店舗で利用することができ、宿泊者が気軽に複数店舗へ訪問することが容易になるという制度がある。

月末に、SEKAI HOTEL 布施側が清算をするという目的のもと、各商店を訪問すると共に近況や、お困り事がないかなどのヒアリングをしている。

また、地域住民の方との交流という側面では、私たちがフレンドシップ制度という提携している商店でのサービスを受けられる商店にいる際に、地域住民とスタッフが偶然会い、共に夕食をとっているところに立ち合うことができた。このように、布施商店街内で何度か偶然会い、ご飯を食べることを通して地域への理解や地域からの理解を得ていることがわかった。

以上より SEKAI HOTEL 布施のスタッフと地域住民との関係性は良好であるといえる。

### iii)「共存する観光」の実現に関して

地域と共存する観光として、「布施をもっと盛り上げたい」という目標を商店の方々で共有することが最も重要である。一般的に、宿泊施設側がホスピタリティの精神を持って宿泊客や商店と接することが重要視されるが、SEKAI HOTEL 布施では、フレンドシップという言葉を用いて、宿泊施設側と宿泊客、商店の三者が対等な関係であることを重要視している。

#### 【考察】

本調査を通じて明らかになったのは、外部資本による着地型観光が地域住民の納得感を得るためには、「経済的還元の明確さ」と「関係性の質」の両立が不可欠であるという点であると考える。

一般に、外部資本は利益を域外へ流出させる存在として懸念されやすいという点がある。しかし、SEKAI HOTEL 布施の事例では、宿泊プランに組み込まれた食べ歩きチケットの仕組みや、フレンドシップ制度により、宿泊者の消費が商店街内部へ循環する構造が設計されている。観光消費を自社施設内で完結させるのではなく、地域店舗へと分配する、「まちごとホテル」という考えに、このモデルの特徴があると考えられる。これは外部資本であっても、プランニング次第で地域還元型の観光の実現ができるのではないかと考える。

加えて、経済的な循環を支える日常的な対話の存在は重要性が高いのではないかと考える。月末の清算時に各店舗を訪問し、近況や困りごとをヒアリングする機会を設けていることは、単なる事務的手続きではなく、関係性を維持・更新する装置として機能しているといえるのではないかと考える。観光事業においては、地域が主体となる側面があるため、一時的な賑わいが生まれても、地域住民の不安や違和感が蓄積すれば持続性は失われてしまう。そのため、継続的なコミュニケーションを通じて相互理解を深める姿勢は、住民の心理的納得感を高める基盤となっていると考えられるため、着地型観光を行う上でとても重要になる要素だと考える。また、「フレンドシップ」という概念の提示も特徴的だと考える。宿泊施設・宿泊者・商店を上下関係ではなく対等な三者関係として捉える視点は、観光をどちらか一方の利益のために「消費される地域」から双方に利益を生む「共に価値を創る地域」へと変化させることができると考える。

以上より、外部資本による着地型観光は、その資本の出処のみで評価されるのではなく、当人が地域をどのように位置づけ、どのような循環構造と関係性を設計するかによって

左右されると考えた。地域住民を主役にした独自性や地域性溢れるブランディングと、利益還元を伴う具体的な仕組みを両立させることで、地域の発展と外部主体の利益の双方を実現することは可能であるといえる。

#### 【感想と謝辞】

はじめは、私自身が商店街のまちづくりに携わっていることもあり、商店街という立地や、ホテルとの提携したサービスを行っているという点より失礼ながら高齢化などで存続が難しい商店もあるのではないかと考えてしまっていました。しかし、実際訪れてみると皆さんの活気溢れる様子や、若い方もいらっしや、どの年代でも自然体で受け止めてくださりそうな暖かい雰囲気を感じました。お忙しい中インタビューに応じてくださった副島さんをはじめとして、布施の皆さんには大変お世話になりました。短くなってしまい恐縮ですが、ここに深く感謝の意を表するとともに、本報告書を結びといたします。