

With/After コロナ時代の民泊/ホームシェアのあり方

～シェアリングエコノミーの本来価値を再認識し、多様なニーズへの対応を～

田端 慎吾

みずほ総合研究所 コンサルティング第2部 オープン&コネクチーム
コンサルタント

1. コロナショックで民泊業界は痛手

新型コロナウイルスの世界的な流行を受けて訪日外国人客(インバウンド)は急減し、4月以降前年同月比▲99%超の落ち込みが継続している。この影響を大きく受けている業界のひとつが民泊業界^{iv}である。

そもそも日本における民泊は、主に訪日外国人客の観光需要を取り込んで成長してきた。不動産事業者等が手掛ける都市部の比較的低価格な物件が、昼間の観光を重視する外国人旅行者層のニーズにマッチしていたこと等から、民泊の宿泊者数は民泊新法施行(2018年6月)後右肩上がり^vで推移してきた^{vi}。ただし、新法施行から新型コロナウイルス流行前(2020年1月)までの利用実績を集計すると、宿泊者の7割以上が訪日外国人客と、利用実績の内訳には大きな偏りがあった。そのような中、新型コロナウイルスの感染拡大防止のための入国禁止等の措置により、これまで訪日外国人客をメインターゲットとしてきた民泊業界は痛手を被り、売上が大きく減少している状況にある。海外渡航の本格的な回復は2024年以降になるとみられるなか^{vii}、これまで「訪日外客」による「観光宿泊需要」をメインターゲットとしてきた民泊は、そのあり方を再考する必要に迫られている。

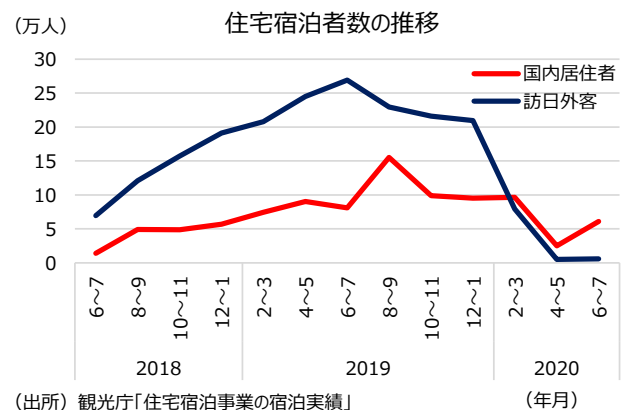
そこで本稿では、シェアリングエコノミーの本質に立ち返り、With/After コロナ時代においてこそ発揮する民泊/ホームシェアの価値・方向性について検討してみたい。

2. 泊まる「民泊」から広義のホームシェアへ

民泊とは、一般的に住宅(戸建住宅、マンションなどの共同住宅等)の全部又は一部を活用して、旅行者等に宿泊サービスを提供することを指し、シェアリングエコノミー^{vi}の筆頭格とされてきた。レイチェル・ボッツマン、ルー・ロジャース著『What's Mine Is Yours : The Rise of Collaborative Consumption』(2010)では、近代のハイパー消費(大量生産・大量消費)に対して、今後人々の間では協働型消費が台頭し、シェアすることへの抵抗や劣等感は薄れること、協働型消費は資源の効率利用や長寿命化の促進につながるなど、環境負荷の低減にも寄与すると指摘している。シェアリングエコノミーの各サービスは、利用者が意図しないうちに環境や社会への負荷が低い形で経済を循環させるものであると言える。また、これまで消費者として享受してきたサービスを、提供者の立場で体験することで「シェアする側の楽しみ」

も生まれる^{vii}。加えて、人と人とのかかわり合いの中での価値観の共有、価値の共創も期待できる。こうしたシェアリングエコノミーの持つ価値は、With/After コロナ時代において一層重視されるものと考えられる。

民泊は、その言葉に「泊」が含まれていることもあり、「宿泊」を提供価値の中心として捉えられがちであるが、既存住宅ストック^{viii}を日単位、時間単位でデジタルプラットフォームを介して有効活用すること(=「ホームシェア」)であると捉え直せば、その活用の幅は大きく拡大する。実際、観光旅行がほぼ行われなかったと考えられる2020年4～5月においても約3万人(うち国内居住者が2.4万人)の利用があり、観光以外の仕事やその他用途(家族や親族のパーティー等)でも活用されていたとみられる。今後は観光旅行における宿泊部分のみならず、仕事や居住、教育などといった生活の各シーンにおいて、またデユースも含めたホームシェアの活用可能性を検討していくことで、さらなる広がりが期待できる。



以降、生活シーンの一部として、リモートワーク、ワーケーション、移住/多拠点居住を取り上げ、その動向とホームシェアの活用可能性、方向性等について述べる。

3. リモートワークスペースとしての活用

2020年4月に発出された緊急事態宣言を受け、リモートワークを導入あるいは運用拡大した企業が多くみられた。大手企業を中心に、全就労者の3割程度が自宅等で働いたものとみられている^{ix}。宣言解除後に通常の出勤体制に戻した企業も一定数あるものの、今回の自粛を契機として、リモートワークを中心とする働き方にシフトする企業が増加し

た。これにより、生活と仕事の境界が曖昧になり、ワークライフバランスを図るというよりも生活に仕事がマージされたスタイル(ワークライフミックス)が主流となっていく可能性がある。一方で、リモートワークの課題を尋ねたアンケート調査では「家族がいて集中できない」が最も多く(20.1%)、「コミュニケーションが取りにくい」(17.2%)、「集中が続かない、やる気が出ない」(16.5%)と続いており、仕事に集中できる環境が求められている可能性が高い。これに対し例えば東急リゾート&ステイ株式会社が運営する「東急ステイ」ではベッドを設置せずにワークスペースとしての利用に特化した部屋を用意して対応している。民泊施設においても株式会社 MDI(東京都中央区)や株式会社 Y&Y コーポレーション(大阪市浪速区)などでパソコンデスク・チェア等の設備を用意するなどワークスペースとしての利用を狙った取組が実施されている。

今後リモートワークが維持・拡大するとみられるなかでは、職場やシェアオフィスと比較して他人との接触が少ないホテルや民泊施設が仕事場として選択される可能性が高いと考えられる。この需要を取り込むためには、これまで海外や国内の遠方から訪れる観光客に向けていたプロモーションを、周辺住民等に向けていくことも重要となる。

4. ワークーション施設としての活用

観光と仕事を掛け合わせた「ワークーション」は、政府の旗振りもあり、今後普及していくと想定される。チームや部署単位での利用については企業の制度整備が待たれるが、リモートワークが可能な就労者による個人的な利用は徐々に増加しているⁱ。

個人・家族での利用に対しては一棟貸切の物件にワークスペースとバケーション要素(キャンプやトレッキング、釣り等)を付帯するなどして、非日常感や家族とのふれあいと仕事を両立したいという需要を取り込める可能性がある。またチームや部署単位のワークーションでは、例えば昼間のプレストミーティング等で利用する大部屋と各自の居住スペースとしての部屋など、場合によっては周辺の複数の施設を

バンドリングするなどして、一体感の醸成とプライベートを両立した運用が考えられる。いずれの場合でも、民泊に限らない周辺施設との連携や、働き方に合わせた空間デザイン、企業・個人への働き方の提案が重要となろう。企業での取組を促進するためには、経済団体等との連携も欠かせない。

5. 移住・多拠点居住のトライアルとしての活用

リモートワークの普及に伴い、職場への通勤圏内に居住していることの必要性が低下し、地方への移住や、複数の生活拠点を構えるスタイルも増加していくと考えられる。地方移住や多拠点居住を考えるにあたってのトライアル的な滞在(数日~数週間滞在し、自身のライフスタイルに合った環境であるかを見極める期間)には、キッチン等の居住用設備を備えた民泊物件が適している。当該地域での暮らしを提案しつつ、必要となる生活サービス(例えばカーシェアリングや食材の調達等)も含めて提供できれば、これまで以上に地方における民泊の役割が増す可能性が指摘できる。

6. 人々の暮らしにホームシェアでコミットする

これまで民泊は、特に家主不在型については都市観光や地方でのイベント開催時等における需給の調整弁としての役割を果たしてきた。しかし With/After コロナでは都市や観光地から地方へと視線が移り、ワークライフミックスが当たり前の世界となるだろう。関連する事業者においては、宿泊から視野を広げた「ホームシェア」として、仕事やレジャー、教育などを包含する人々の暮らしにどうコミットできるかという視点が重要となる。清掃・消毒の徹底や運用上の工夫により感染リスクを可能な限り下げたうえで、多様な暮らし方を提案してニーズを創出する市場となることに期待したい。

再びインバウンドを受け入れる段階をにらみつつ、シェアリングエコノミーが持つ環境負荷低減や人と人とのかわり合いによる価値共創等の効果と、エコシステムの根底に持つ「信頼」し合える仕組み(相互レビュー等)を再認識し、「ホームシェア」のあり方を検討していくことが必要であろう。

i 執筆時点(2020年9月)までに公表された JNTO(日本政府観光局)「訪日外客統計の集計・発表」月別データに基づく。

ii 我が国における民泊は、2018年に施行された住宅宿泊事業法(民泊新法)に基づく届出のほか、簡易宿所等の旅館業法の許可、特区民泊の認定、イベント民泊施設として地方公共団体から要請を受ける等の方法で運営が可能。2019年3月末時点の観光庁集計では、旅館業法による民泊が最も多く(約36万件)、次いで民泊新法(約2.3万件)、特区民泊(約1.2万件)、その他(約600件)となっている。また、海外では別荘として保有する物件の一種貸しが多い一方で、我が国の民泊市場は企業が事業として複数運営するケースと、個人が観光客との交流体験を求めて運営するケースに大きく分けられ、特に都市部においては前者のタイプが多く存在している。

iii 国土交通省ウェブサイト(2020年9月18日閲覧)

iv IATA(国際航空運送協会)による先行き5年間の航空需要見通しでは、世界の国内線は2021年中にもコロナショック前の水準に回復すると見込む一方、国際線の回復は、「米国と新興国におけるウイルス封じ込めの遅れ」、「ビジネストラベルの減少」、「消費者信頼感の弱含み」といった理由から、2024年以降になるとされている。グローバル移動を抑制し得る要因が当面残ると想定されるなか、訪日客はコロナショック前に予想されたレベルを中長期的にも一定程度下回る可能性がある。

v 国土交通省ウェブサイト(2020年9月18日閲覧)

vi 山田貴大「シェアリング・エコノミーにおける民泊の位置づけ」『民泊を考える』、プログレス社、2018年)によれば、公文書においては総務省「平成28年版情報通信白書」ではじめて使用されたものだという。その他のサービスとしては、飲食店の配達部分を担う「Uber Eats」や、クルマの「タイムズカーシェア」「エニカ」、スキルをシェアする「ビザスク」、フリマの「メルカリ」「ラクマ」などが挙げられる。

vii 例えば個人間カーシェアの「エニカ」では、シェアリングによる所有者にとつての経済的メリットに加えて、所有するクルマを魅力的にアピールし、利用者が快適に使用できよう工夫したり、利用者との継続的なコミュニティが形成されたりといった「シェアする側の楽しみ」も創出している。

viii ただし、民泊用に新規建設するパターンや、非住宅(店舗、博物館、図書館、寺院等)を活用するパターンも存在する。

ix 株式会社パーソル総合研究所が3~4月に実施した「新型コロナウイルス対策によるテレワークへの影響に関する調査」参照。

x 株式会社ビズヒッツが2020年6月に実施したウェブアンケート調査による。対象はリモートワークを経験したことのある全国の男女961人(回答率84.2%)。

xi 株式会社JTBウェブサイト(2020年9月18日閲覧)。株式会社JTBとアウトドアオフィス事業を展開する株式会社スノーピークビジネスソリューションズは、観音崎京急ホテルと協業して、キャンピングワークスタイルという非日常を味わうことで同僚との一体感を醸成するプランを提案している。

(免責) 当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。

本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。

また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。