

東京都区部におけるゲストハウスの多様化の要因と現状

太田 知 希

I はじめに

1. 研究の背景と目的

近年、全国の観光地や主要都市において「ゲストハウス」や「ホステル」と呼ばれる低廉宿泊施設が増加してきた。ゲストハウスとは旅館業法上、簡易宿所に分類される宿である。しかし、その定義は明確に設定されていない。一般的なイメージとしては既存のユースホステルに近く、トイレや浴室などの設備を多人数で共有し、宿泊部屋は相部屋（ドミトリ）であることが主流な小規模宿泊施設である。そのため、宿泊者間や宿のスタッフとの間で交流が生まれやすい。

ゲストハウスはその数を増やすに連れ、多様化が進み、カフェ併設型やビル型など従来とは異なる特徴を持った施設も出てきている。個性的な施設も数多く存在し、これらは、現代の多様化するホテルトレンドにも影響を与えたという意見もある¹⁾。国内がインバウンド獲得に向けて盛り上がりを見せる中、多様な宿泊客の受け入れ環境の整備は必須であり、様々な嗜好に応えるゲストハウスやホステルの役割も重要性を増していく。そのため、多様化するゲストハウスやホステルに関する多方面からの研究が必要である。

観光客の多い京都では、早くからゲストハウスが注目され、ゲストハウスの発展の様子や立地について研究がなされている。しかし、東京都に関する事例は見られない。そこで、東京都区部におけるゲストハウス、ホステル業界の近年の動向を明らかにすること、それを踏まえ、ゲストハウスが多様化した要因を考察することの二つを本研究の目的とする。

2. 既往研究

ゲストハウスやホステルに関する研究の蓄積は不十分である。それは、ゲストハウスが近年取り扱われるようになったからであり、それに加え、定義が存在しないだけに実態の把握が難しいという点も関係している。しかしこれまで、ゲストハウスの全体像や特徴を捉えようとした基礎研究はいくつか行われてきた。

代表例として、石川は一連の研究の中で、質問紙調査を用いることでゲストハウスの実態を掴み、その変化を見ている。石川（2014）は、この時点でのゲストハウスの特徴として、個人経営の小規模宿泊施設であり、空き家や商業ビルを改修して営業しているものが多いことを指摘している。また、宿泊料金は比較的低廉で相部屋や交流スペースが存在することを基本とするなどの点を示した。次に、石川（2017）では、2015年以降に開業軒数が増加していることを明らかにし、業界が飽和しつつあることも危惧している。また、利用者の嗜好が変化し、ゲストハウスも多様化していると述べている。さらに、過去5年におけるゲストハウスの特徴の変化を見た石川（2018）では、以前にゲストハウスの特徴として挙げた個人経営であるという点は見直すべきであると提示し、施設の形態の多様化が進み、ゲストハウスと一括りにすることに限界があると述べている。一方、松原（2016）は、特に古民家を利用したゲストハウスに注目して、都道府県別の開業動向を検討している。

ゲストハウスが台頭してきた背景についての研究は、石川（2014）、鈴木（2011）がある。石川（2014）は、開業動機に対するアンケート結果から、ゲストハウス台頭の背景として、訪日外国人の増加による宿泊需要の高まりという点と日本における宿泊形態の少なさという点が関係していると指摘した。一方、鈴木（2011）は東京都の山谷地域の宿泊施設に着目し、ドヤ街としてのイメージが強く残る山谷地域は、簡易宿所が外国人の客の受け入れを開始したことで活性化し、後にゲストハウスが集積する土台となったことを示唆している。

本稿に類似する研究としては以上のようなものが挙げられる。また、地域における近年のゲストハウスの展開の様子を述べたものとしては、京都市を対象とした永田（2013）や大阪市を対象としたキーナー・コルナトウスキ（2015）、奈良市を対象とした関川（2017）があるが、東京都に関する事例は見られない。加えて、立地の展開に着目した例もあまり見られていない。したがって、これらを明らかにすることは業界の基礎的な研究として意義があると考え

た。

Ⅱ 調査方法

東京都区部におけるゲストハウスの展開の様子を把握する手段として、文献調査や聞き取り調査などにより業界動向の質的な調査を行った後、独自に抽出したゲストハウスのデータから質的調査結果の検証を行い、分析する。

1. 質的調査

初めに、ゲストハウスが登場してから現在に至るまでの観光・宿泊・不動産業界の動向、主なゲストハウスの開業経緯、ゲストハウス業界のトレンドなどを調査した。しかし、先に述べたように、既往研究のみでは、東京都における展開の様子を調査するには不十分である。そのため、その調査方法として、ゲストハウスオーナー等の業界人への聞き取り調査、新聞・雑誌・ネット記事等の記事検索による二つの方法を用いた。聞き取り調査から得ている情報は形式的な質疑応答で得たものではなく、実際に宿泊して行った業界に関する会話の中から得たものである。個人名は伏せるが、聞き取りを行った5名の方の一覧を第1表に掲載する。

第1表 聞き取り調査の対象

番号	職業・役職	施設所在地	調査実施日
①	宿経営・オーナー	葛飾区高砂	2018.11.15
②	宿経営・オーナー	墨田区業平	2018.9.5
③	宿経営・オーナー	台東区蔵前	2018.11.17
④	宿経営・店舗責任者	台東区千束	2018.10.11
⑤	宿経営・オーナー	台東区西浅草	2018.8.20

2. 定義設定

Ⅱ章1節で得られた質的調査の結果を検証するために、東京都区部に位置するゲストハウスの一覧を作成する。その際、ゲストハウスと見なすか否かの判断基準として、本稿では、ゲストハウスを「HP等でゲストハウスやホステル、バックパッカーズ等を自称していることが確認可能な施設」と定義する。

このように設定した経緯を以下に記述する。

石川・山村（2014）は、ゲストハウスを調査対象とした都市計画・建築分野における調査等は見当たらず、観光庁が実施する宿泊旅行統計調査や自治体による観光動態調査でも、ゲストハウスに関するデータはほとんど無いとし、ゲストハウスの定義については研究者の間でも共有されていないと述べている。つまり、ゲストハウスについて研究を行う場合、全体数等を扱う場合は特に、自らが設定した定義が必要となる。従って同論文では、「ゲストハウスやホステル、バックパッカーズ等と自称している施設」を定義としているが、この理由として第一に、旅館業法上でホテル・旅館営業に分類されている宿泊施設であっても、経営戦略として、ゲストハウスやホステルと思うままに自称することができ、客観的指標での判断が難しいという点があること。第二に、それゆえ、宿泊施設側が自分たちの施設をどのように捉えているかという主観的な側面を重視することが、ゲストハウスの実態や特徴を把握するうえでは妥当という点をあげ、定義の設定に至っている。本稿では、これに同意し、HP等でゲストハウスやホステル、バックパッカーズ等の自称が確認可能な施設を対象とした。ただし、石川・山村（2014）とは調査方法が異なるために、HP等での自称が確認可能な施設とした。

しかし、石川（2018）は後の論文で、「ゲストハウスの特徴が変化し、その形態が多様化・細分化していることから、ゲストハウスと一括りにして調査等を実施するには限界が生じている」と述べている。そのため、ゲストハウス開業ブームという業界の流れの中で開設した施設を含むためには、より広範に捉える必要がある。そこで、①相部屋（ドミトリ）スタイルの宿泊部屋があること、②シャワーやトイレ等の水周りが共用であること、③交流の有無に関わらず、宿泊者同士の交流が可能なスペースがあることの三つの条件を設定し、ゲストハウス等の自称が確認されない場合であっても、これら全てを満たしているものは対象に追加した。なお、①～③は、業界人への聞き取りや既往研究中の一般的なイメージから重複するものを参考とした。以降、本論文では、ホステルやバックパッカーズと称する施設もゲストハウスとまとめて表記する。

3. 対象施設の抽出とデータ作成

ここで、分析対象となるゲストハウスの抽出手順について示す。まず、現在のゲストハウスの宿泊予

約ツールとして最も用いられているのが、宿泊予約サイト等のインターネット経由であることから（石川,2018）、一覧としての充実度が比較的高い「Hostel World」「Booking.com」「Expedia」の3サイトを参照することとした。それぞれのサイトでゲストハウス・ホステルのカテゴリの中から東京都区部に位置するものを絞り込んだ。その際、判断に迷う様々な形態が見られたため、それらの施設はその都度、以下のように判断した。

ゲストハウスやホステルとホテル、旅館等が併記されている施設は対象に含めた。ゲストハウスやホステルと明記されておらず、ロジやロジング、カプセルホテルと称している施設は対象から除いた。ゲストハウスやホステル等と称していても、部屋貸し、一棟貸しのものは対象から除いた。さらに、日本ユースホステル協会に加盟している施設は、組織的に経営されているものであり、本稿の対象となる近年急増してきたゲストハウスとは展開の時期や様子が異なるため、対象から除いた。

インターネットでの抽出後、詳細なデータを収集するために、サイト上で施設名称と所在地を得た上で、東京都内で軒数の多かった区に対して旅館業法に基づく営業許可施設の一覧について情報開示を請求した。インターネット上では開業時期等が掲載されていない施設が多く見られたため、この方法を用いた。これによって現存する各施設の営業許可区分、営業許可年月日（開業日）、営業者名（団体名）、最大収容客数（定員数）を得た。さらに、併設施設の有無、営業者の業種の情報を、HPや営業者名を調べることによって追加した。

なお、上記の手順で抽出した施設の中で、営業許可を受けずに営業している施設、或いは、近日開業予定で未だ営業許可を受けていない施設など何らかの理由で一覧に掲載されていない施設が数件見られ

たが、これらの施設は対象から外した。以上の結果から、東京都区部に立地する205軒のゲストハウスが抽出された（第1図）。

Ⅲ 業界動向

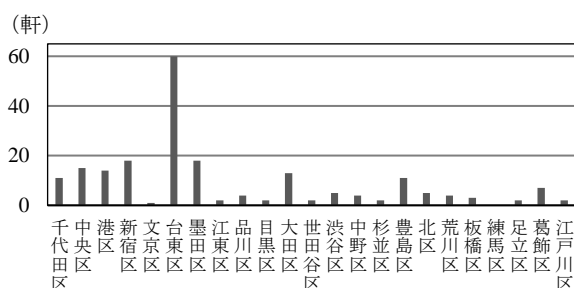
まず、文献調査や聞き取り調査によって得られた東京都区部におけるゲストハウス業界の動向を2010年以前、2011～2015年半ば、2015年半ば以降に分けて説明する。

1. 2010年以前

日本におけるゲストハウスの聖地は、沖縄であるという意見がある（石川,2012）。永田（2013）は、京都では1970年代の大阪万博を契機として、比較的大きな家を持つ家庭が京都市の要請により特に外国人旅行者に向けて自宅を開放したのが簡易宿所型ゲストハウスの始まりであり、以後、外国人向けゲストハウスが複数開設されたことを、聞き取り調査の結果から明らかにした。

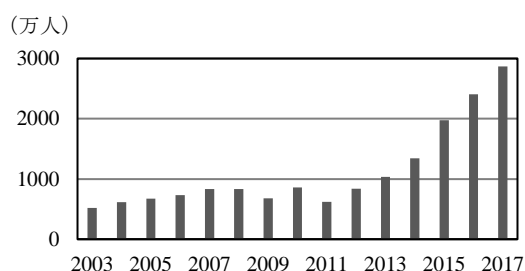
これらの都市と比較してみても、全国的に、東京におけるゲストハウスの展開は後発である。東京におけるゲストハウスのルーツは浅草近辺であるという意見が多い（石川,2012）が、その土台となる外国人客をターゲットとした簡易宿泊施設の始まりは、荒川区南部と台東区北部にまたがる山谷地域である。鈴木（2011）は、当時、山谷地域の簡易宿泊所街では、ドヤ街としてのイメージが強く残り国内のビジネス客や旅行者の宿泊は期待できなかった。そのため、特定の地域イメージを持たない外国人客をターゲットとして受け入れを開始する施設が、1991年ごろから出現し始めたとしている。また、その後、2002年の日韓ワールドカップの際に多くの外国人サポーターがこれらの施設を利用したことで注目を浴び、これらの施設が外国人客の受け入れに成功したことで、徐々に似た施設が開設されていった。

2003年のビジット・ジャパン・キャンペーン以降、訪日外国人旅行者数は、リーマンショック等の影響を受けた2009年と、東日本大震災の影響を受けた2011年を除き、増加傾向にある（第2図）。こうした需要の増加は、受け入れ環境整備の必要性を高め、国内においてゲストハウスが台頭してきた要因の一つである。第2図を見ると、2003年から2010年ごろにかけては緩やかな伸びである。石川（2014）が2012年に実施した質問紙調査におけるゲストハウスの開業理由の中では、この時期に開業した施設の



第1図 東京都区部における区別ゲストハウス数

注) 抽出データをもとに筆者作成。



第2図 年別訪日外国人旅行者数

注) 日本政府観光局資料より作成。

回答者が、「外国人用のゲストハウスが無かったため」や「日本には低料金の宿、相部屋を中心とした宿があまり無かったから」と答えている。このことが示唆するように、ゲストハウスが当時の日本国内における新たな宿泊施設形態として注目されたことで、緩やかな需要の伸びと相まってその数を増やしていったと思われる。具体的には、低廉宿泊施設が少なかったことや、個人客が増加しているのに対し、部屋貸しのため2名分の料金がかかっていた等の問題を、現場に決定権のあるゲストハウスが解決させた。

この流れの中で開業したのが、業界大手の有限会社万両が経営する「カオサン東京」である。インタビュー²⁾によると、浅草に位置したこの施設（現在は閉館）は、2003年に1号店を出店して半年後には満室になるほど、ニーズは高かったという。ゲストハウスやホステルを主業とした会社は国内に数社しか存在しないが、元々京都で展開していた株式会社ケイズハウスもこの時期に東京都に進出し、この2社を筆頭に盛り上がりを見せた。

同インタビューによれば、バックパッカーは2008年頃から、現地に飛び込んで宿を探すスタイルから、インターネット上で情報を検索し、オンラインで事前に予約を入れるスタイルに切り替わったという。さらにこの時期は、SNSの世界的な普及によって、個人の発信力が高まった時期である。このようにインターネットの発展が進んだことで、個性的な宿の情報がバックパッカーを通じて広まった結果、この時期からゲストハウスの急速な高品質化が進んだ（聞き取り②より）。そして、2010年10月、台東区下谷に株式会社Backpacker's Japanが経営する「toco.」が誕生した。

2. 2011～2015年半ば

「toco.」は、台東区下谷に位置するバー併設型の

ゲストハウスである。東京メトロ日比谷線入谷駅、JR 鶯谷駅、上野駅の徒歩圏内で成田空港と浅草近辺へのアクセスのよい場所に位置し、築90年の古民家を改装した日本らしい雰囲気が人気を集めている。

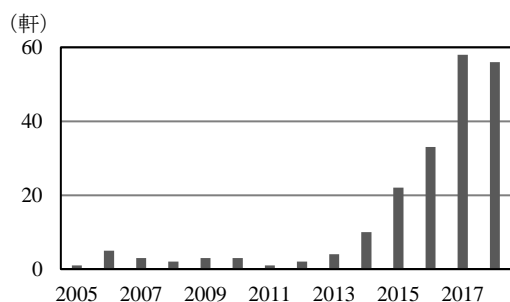
最大の特徴は、客室である母屋とは別棟に開かれたバーである。名をtoco.'s barと言い、照明や音楽の工夫、イベントの開催などによって交流が生まれるきっかけ作りを行っている。「現在この業界で高稼働率を保っているのは『toco.』くらいだろう」（聞き取り③より）というように、業界を牽引する存在であることは間違いないだろう。また、「経営者によると、利用者以外にゲストハウス開業等に関する相談で訪れる人も多く、都市におけるゲストハウス経営の先進的事例として認知されているといえる（片桐ほか、2015）」というように、ゲストハウス研究の題材としても用いられており、多様化した現在のゲストハウス業界の先駆的な存在であるとも言えるだろう。

世界的な経済誌であるForbesの「現代ホテルトレンド概論」（龍崎、2018）の中では、「日本のゲストハウスブームの萌芽となったのは『ウガヤゲストハウス（奈良）』や『和楽庵（京都）』であり、今でこそ当たり前となった、カフェと宿が一体化したゲストハウスという業態を初めて提案したのがこれらである。そしてこの文脈を汲んで誕生したのが『toco.』であり、日本中のゲストハウスブーム、そして業界を超えてホテルシーンにも影響を与えた金字塔となった。」という意見も見られた。『toco.』が出来て、カフェやバー併設型のゲストハウスが急増した（聞き取り①より）という意見からも、業界に与えた影響の大きさが伺える。この他にも様々なメディアの記事などで取り扱われており、これらを踏まえると、「toco.」が東京都だけに留まらず、日本中のゲストハウスブームの火付け役となったことが分かる。

この時、ゲストハウスの開業を始めたのは主にバックパッカー経験者などの個人や、その宿の経営を目的に設立された会社であったと言う（聞き取り⑤より）。中でも、起業を夢見る多くの若者が、ゲストハウスでの起業を選択した。開業に至るまでの資金が比較的低く、ゲストハウス開業の敷居が低いということが関係しており、当時はゲストハウスの成功事例が多くあっただけに、開業が相次いだと思われる。

また、「toco.」が実装した宿泊者以外にも利用可能なバーやカフェの併設というスタイルは、地域住民と宿泊者との交流の場となることで、まちづくりの一環としても注目された。こうしたスタイルが確立さ

れたことで、ゲストハウス＝社会貢献というイメージが形成されたという（聞き取り④より）。起業をする上で、こうした社会貢献というイメージがあることは非常に優位に働く。「toco.」の開業は、起業の選



第3図 東京都区部における年別ゲストハウス開業軒数
注) 抽出データをもとに筆者作成。

択肢としてゲストハウス開業を定着させたという面でも、ゲストハウスブームに影響を与えていたと考えられる。

一方、2012年以降は訪日外国人旅行者数も大幅に増加した（第2図参照）。訪日外国人旅行者数の増加は複数の要因からなるものであり、格安航空会社（LCC）の就航や第二次安倍政権で円安傾向となったことなどが挙げられる。その中でも、経済成長が著しいアジア圏への観光ビザの発給要件緩和や免除が大きな要因となったのは間違いないだろう。

しかし、彼らの数にそのまま比例してゲストハウス利用者が増加するわけではなく、経営に苦しむ宿も出始めた。元々、ニッチなマーケットであるため、利用者層が増えない限りは苦しい。また、たとえ繁忙期でもベッド数の上限は決まっており儲けは一定、閑散期にはベッドが埋まらないという現状が多くあったという（聞き取り④より）。それらを解決するために、ビジネスとしてゲストハウス業に参入した会社による値下げが行われ始めた。こうした現状があったにも関わらず、2012年に当時の安倍首相が観光立国を宣言し、2013年には2020年のオリンピック東京開催が決定するなど、観光需要の高まりを受けて宿泊施設全体としての供給不足が叫ばれたことで、多くのゲストハウスが商機を見出し、開業した（聞き取り⑤より）。この時期はゲストハウスが主なターゲットとする1人や少数グループのバジェットタイプ旅行者が急増したわけではなく、旅行者全体の大幅な伸びがあったことで、需要と供給のバランスをかるうじて保つことが出来た時期であった。

3. 2015年半ば以降

ゲストハウス市場がある程度拡大すると、業界では、企業化が進み、全体数は急増した（第3図）。元バックパッカー達の個人事業は、商機を見出した企業の事業へと変わっていったのである。石川(2018)はゲストハウスの特徴の中で見直すべき点として経営主体を挙げているが、それはまさにこの時期の変化であると思われる。その中でも特に、不動産関連を主業とする中小企業の参入が相次いだという。ゲストハウスは元々、空き家などを改修して開業されるものが多い（石川, 2014）。そのため、ゲストハウスとして有用な物件の情報を持った企業が参入してきたものと思われる。

ゲストハウスとして有用な物件とは、観光地や空港へのアクセスや最寄り駅へのアクセスが良いこと、地価が安いことなどが挙げられるが、改装が可能な建物であることもその一つである。多くのゲストハウスオーナーのブログ上では、開業の際に苦労したこととして物件の確保が挙げられており、ビル等の持ち主から改装を断られたというケースも見られた。こうした難点を企業の力によってクリアできたために、急増したものと思われる。

その後、「ゲストハウスがマーケットに受け入れられ、『Generator Hostel』がイギリスのファンドに買収されたことで、ゲストハウスがファイナンスの対象となることが世に知らしめられると、ゲストハウスは不動産ビジネスのコンテンツとして投資の対象となっていく」³⁾とあるように、ゲストハウスは次第に投資の対象ともなっていく。ゲストハウス開業は、地域にとってプラス面も多く、世間ではホテル不足が叫ばれている。こうした背景があったことも、ファイナンスの対象としての評価が高く、ゲストハウス投資が始まったのではないと思われる。現在では、フランチャイズ営業のゲストハウスも登場し、ビジネス指向の高まりを感じさせる。

しかしこの間、旅行者は相変わらず増え続けるものの、ゲストハウスの需要はそれほど増えていなかったという（聞き取り①より）。ある宿のオーナーは、「ゲストハウス1泊の平均的な値段はどんどん落ちてきていて、どこの宿も苦しいのだろう。人気だった宿も廃業になったし、今、稼働率が8~9割あるのは『toco.』くらいじゃないか」（聞き取り③より）と述べており、業界が飽和し、明らかな供給過多となったことが分かる。また、一気にシーンに登場した「Airbnb」のサービスによって、バジェットタイプ

の旅行者層が奪われたことも、ゲストハウスの経営を圧迫させた要因の一つであったと思われる。

業界が飽和すると、経営者たちは顧客を獲得するため、各々の宿の強みや個性をさらに磨き始めた。旅行者が増えたため、当然旅行者の嗜好も多様化する。それに合わせるようにして、ゲストハウスも多様化が進んだのである。例えば、ドミトリーは嫌うものの宿泊費は安く抑えたいという旅行者をターゲットとした個室タイプのものや、高品質を追求したものなど様々なゲストハウスが開業した。これによって、ゲストハウスやホステルを区分する特徴はさらに曖昧になった。既存のホテル等と何ら変わらないサービス内容のゲストハウスもあり、利用者の層は確実に拡大した。現在では、「泊まれる本屋」や「泊まれる鉄道」といったコンセプト型のゲストハウスも登場しており、本来の利用者層とは異なり、泊まること自体を目的とする新たなターゲットの獲得も進んでいる。

このようにして、経営者たちは様々な角度から顧客を獲得してきた。さらに一時は、2018年6月の民泊新法施行に伴い、正当な許可を受けずに部屋貸しを行っていたいわゆる闇民泊が消えたことで、ゲストハウスを利用する旅行者は増加した。しかしそれでも、業界では未だ供給過多の状態である。オーナーの中には、2020年のオリンピックを機に廃業を考えている方も少なくなかった。こうした現状の厳しさから、ビジネスを目的としたゲストハウス業界への新たな参入は減少している。

IV 調査結果の検証・分析

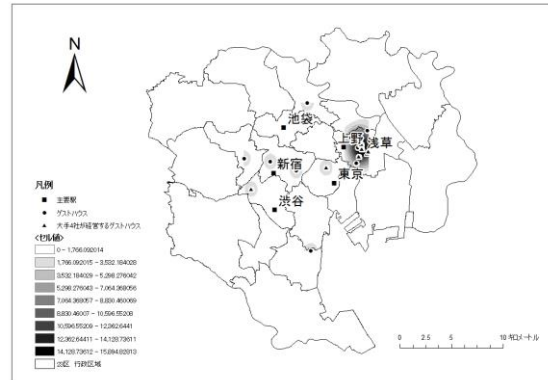
Ⅲ章において、ゲストハウスは需要の変化などに対応しながら、その数を増やし、多様化してきたことが分かった。本章では、Ⅱ章で抽出したデータを用いることで、Ⅲ章における質的調査結果の検証・分析を行う。

1. 23区

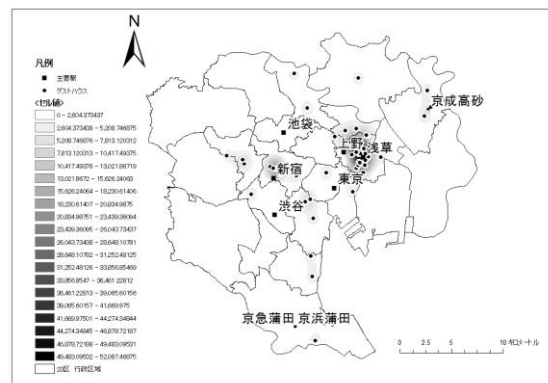
抽出したデータを基に、東京都23区内において、それぞれ2010、2015、2018年までに開業したゲストハウスの分布を示したのが第4図である。

ゲストハウス黎明期とも言える2010年以前、全体数は18軒であり、質的調査の結果通り、浅草近辺に集積が見られた(第4図a)。その他の区は、新宿区や品川区などに何軒も見られただけであった。これらの施設の多くは簡易宿泊所営業を主業とする業

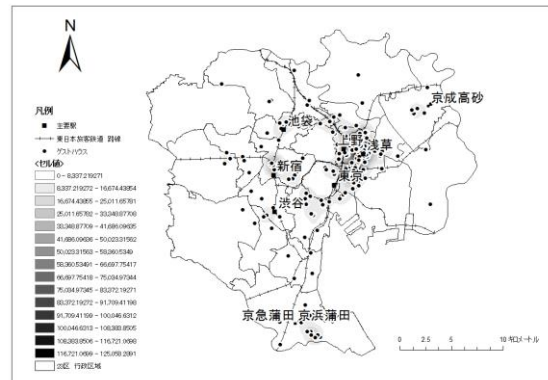
界大手の系列店であり、個人経営の施設はあまり見られなかった。



a 2010年までに開業



b 2015年までに開業



c 2018年までに開業

第4図 東京都区部におけるゲストハウスの分布

注) 図中のセル値はカーネル密度推定法による。
抽出データをもとに筆者作成。

2015年になると、全体数は57軒にもなり、分布に散らばりが見えてきた(第4図b)。集中している浅草付近を中心とすると、北東、南西、西方向へ散らばったように見える。質的調査の結果によると、

この時期は「toco.」の成功や観光需要の高まりを受けて、元バックパッカーたちが各地に開業を始めた時期であり、具体的には、品川区や中野区などに新たな出店が見られた。個人事業主たちは地価が安く、商店街の空き店舗などを利用して開業し、各地に広がったと思われる。

次に、現在の分布の様子を第4図cに示す。訪日外国人客の急増を受け開業が相次いだこの間、全体数は205軒まで増加し、2015年から3年間で約4倍にもなっている。全体としては、JR山手線の路線沿いに広がっている。また、比較的地価の高い都心3区（千代田区、中央区、港区）にも新たに集積が見られた。これはゲストハウスが地価の高い地域でも現実的に営業が可能なビジネスになってきたことを示している。さらに、中心地から離れた地域では、大田区や葛飾区での立地が見られるが、これは、従来ゲストハウスで重視されてきた交流よりもビジネスとしての傾向が強くなり、それぞれ羽田空港、成田空港へのアクセスの良さを意図した結果と思われる。

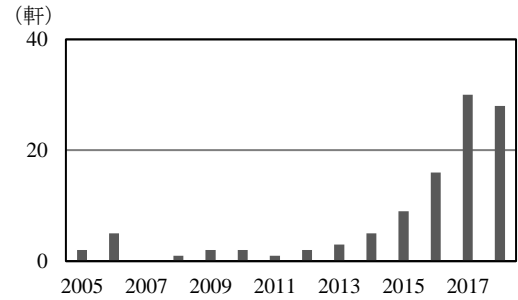
ここで、第4図a～cを通して見ると、集積度が最も高い地域は一貫して浅草付近であることが分かる。2000年代初頭からの変化を読み解くために、以下では、浅草付近から南方向の隅田川流域（台東区、墨田区、千代田区、中央区、江東区）を分析範囲として、詳しく検証・分析を行う。

2. 隅田川流域

（1）ゲストハウスの特徴について

Ⅱ章で抽出したデータを用いて、ゲストハウスの特徴の変化を見る。対象となる隅田川流域の各区における現在のゲストハウスは、台東区60軒、墨田区18軒、千代田区11軒、中央区15軒、江東区2軒であり、合計106軒である（第1図参照）。

分析範囲におけるゲストハウスを開業年別に示し



第5図 隅田川流域における年別ゲストハウス開業軒数
注) 抽出データをもとに筆者作成。

たのが、第5図である。基本的には区部全体の開業年を示した第3図と類似しており、2006年前後の開業が数件見られ、2011年以降は増加傾向にある。さらに2015年以降は急増したことが確認でき、Ⅲ章での調査結果と合致した。許可区分では、ホテルや旅館の営業許可でありながらゲストハウスとして運営している宿も数軒見られたが、特に特徴は見られなかった。

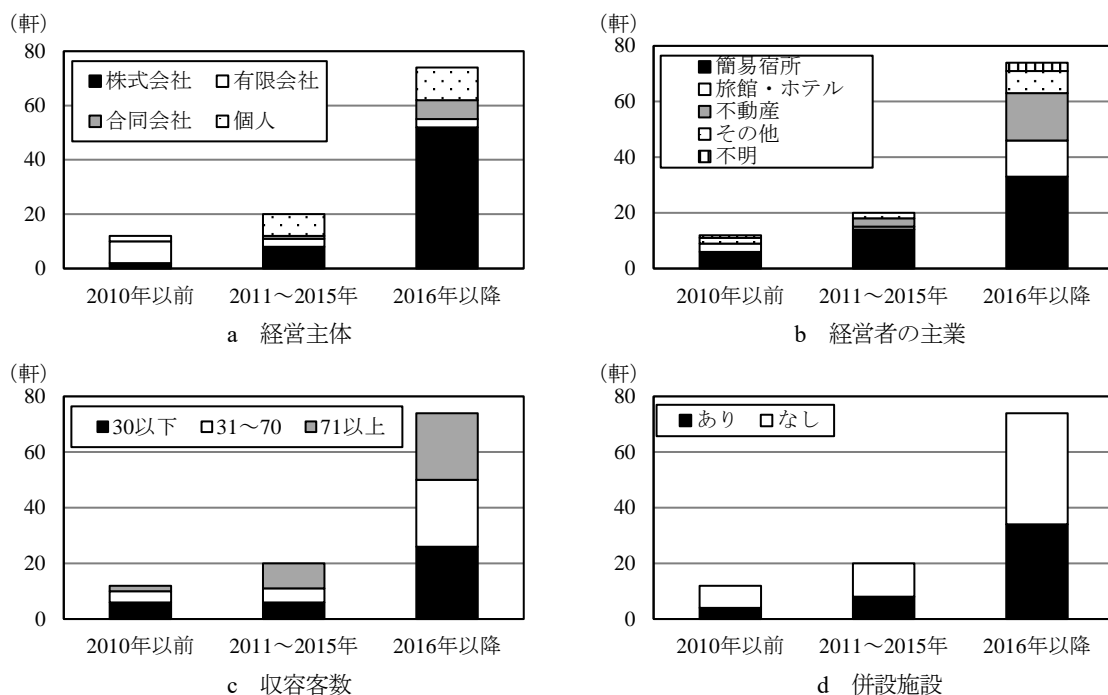
第2表に、隅田川流域において現存するゲストハウスの経営主体、経営者の主業、収容客数、併設施設の有無を集計してまとめた。また、第6図は隅田川流域におけるゲストハウスの特徴を、開業年別に示している。

第2表を見ると、株式会社による経営が最も多く、石川（2018）が述べたように、ゲストハウスの特徴は個人経営であるとは言えないことが分かる。経営主体の変化を見ると、Ⅲ章での調査の結果通りとなった（第6図a）。まず、2000年以前は業界大手の有限会社が多くを占めており、「toco.」の開業した2010年以降、個人経営の割合が増加している。しかし、ゲストハウスが急増した2015～2016年以降、株式会社の経営する施設が急激に増加している。このことから、2015～2016年を境にして、ゲストハウス事

第2表 隅田川流域におけるゲストハウス（N=106）の特徴

経営主体		経営者の主業		収容客数		併設施設の有無	
株式会社	62%	簡易宿所	50%	30人以下	36%	あり	43%
有限会社	15%	旅館・ホテル	16%	31～70人	31%	なし	57%
合同会社	8%	不動産	19%	71人以上	33%		
個人	15%	その他	11%				
		不明	4%				
合計	100%	合計	100%	合計	100%	合計	100%

注) 抽出データをもとに筆者作成。



第6図 隅田川流域における開業年別にみたゲストハウスの特徴

注) 抽出データをもとに筆者作成。

業の企業化は実際に進んでいたことが分かった。

次に、経営者の主業を見ると、現在では宿泊業に次いで、不動産業界の会社がある程度ゲストハウスを経営していることが分かる(第2表参照)。「その他」の項目では、デザイン会社や喫茶店を経営する会社、IT関連の会社など様々であり、経営者の点でも多様化が確認された。不動産業を主業とする経営主体のゲストハウスは、2010年以前、0軒であった。しかし、2016年以降に開業した施設の中では、約23%を占めており(第6図b)、2015年半ば以降にゲストハウスとして利用可能な物件の情報を持った不動産業界の参入があったという意見は正しかったことが分かった。

収容客数に関して、聞き取り調査の中で複数のオーナーが小・中・大規模施設であると認識していた30人以下、31～70人、71人以上に区分すると、それぞれ同程度の割合となった(第2表参照)。第6図cにおいて、三つの期間中に開業したゲストハウスの収容客数を比較して見ると、収容客数30人以下の小規模施設は2010年以前には50%を占めていたが、2011～2015年開業、2016年以降開業の施設の中ではそれぞれ30%、35%に留まっている。逆に、収容客数30人を超える中・大規模施設が7～8割を占める結果となっている。これは、ゲストハウス経営

の企業化による、施設の大規模化を反映している。

ここで、2016年以降に開業した施設に注目し、HPでこれらの施設の経営方針を確認したところ、収容客数30人を境目として異なる点が見られた。小規模施設は、大半が2015年半ばごろから見られた既存のゲストハウスの領域を超え、宿泊自体が目的とされるようないわゆるコンセプト型の施設であった。一方、中・大規模施設の多くは集客力のある鉄道駅周辺などに立地して格安で売り出すなど、バジェットタイプの旅行者やビジネス客などをターゲットとしたシンプルかつビジネス特化型の施設であった。このように、企業ビジネスとなったゲストハウス事業はこの時期、二極化が進んだと思われる。

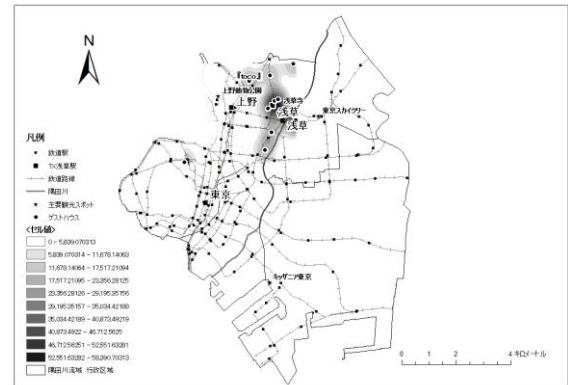
カフェやバーを併設するゲストハウスは現在、4割程度の割合を占めている(第2表参照)。第6図dを見ると、2010年以前に開業したカフェやバーを併設する施設は30%程度であるが、これらの施設は宿泊者へのみサービスを提供する施設が主であり、「toco.」のような形態は実質1割にも満たない。それを踏まえると、その後は、併設施設型のゲストハウスが40%、46%と、2010年の「toco.」開業以降にカフェやバー併設型の施設数が増加しており、「toco.」の影響力を反映したと思われる結果となった。

(2) 立地について

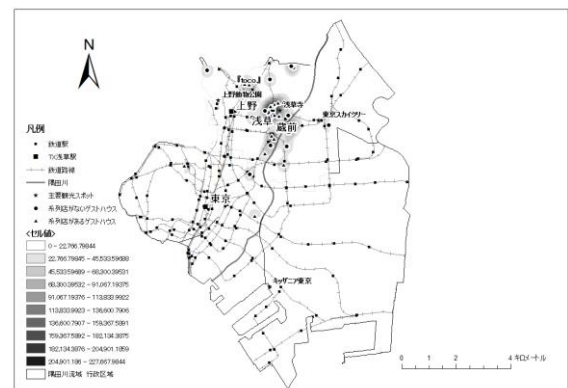
2010 年以前に開業した施設は、浅草地域の中でもつくばエクスプレス浅草駅付近に多く立地している（第7図 a）。この地域は名物の雷門や仲見世通りの最寄りである都営地下鉄浅草線の浅草駅周辺に比べて格段に地価が安く、さほど観光名所と距離も離れていない。そのため、事業主たちはこの周辺を好んだとも言える。最寄り駅へのアクセスが良くない施設も見られるが、旅行者の多さに対してゲストハウスが少なかったために、高稼働率を保つことが可能であったと思われる。また、この時期のゲストハウスは、それまでの宿泊形態とは異なる強みを持っていたために、現在ほど立地によって集客に影響がなかったと思われる。

2015 年までに開業した施設は、分布にいくつかの特徴が見られた（第7図 b）。まず、つくばエクスプレス浅草駅付近の更なる集中である。第7図 b を見るとこの近辺に出店しているのは業界大手の株式会社万両やキッザニア東京を手掛けた新規参入の UDS 株式会社など、資金力があり多店舗展開も行っている経営主体であり、この付近では既に企業による集客競争が進んでいたと思われる。これらの施設の周辺に位置する飲食店は、必ずと言っていいほど多言語に対応したメニューを用意しており、ゲストハウスがこの地で根付いている様子が伺えた。

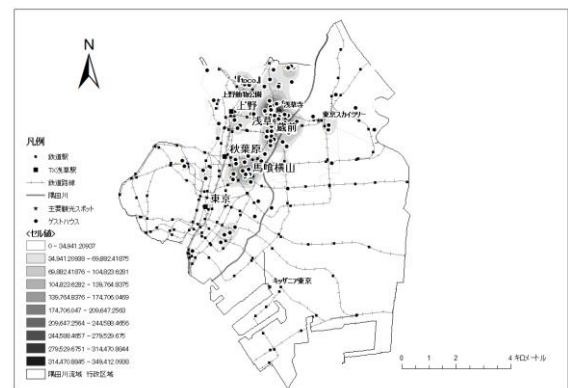
次に、集中エリアから南方向にいくつかの出店が新たに見られた。南方向では、都営地下鉄大江戸線、浅草線の蔵前駅を最寄りとする二つの店舗が開業している。蔵前は元々、モノづくりの街として発展しており、古くなった倉庫をリノベーションしたカフェや雑貨店などおしゃれな建物が数多く存在し、散策スポットとして注目を集めている。空き家とゲストハウスは相性が良い。この頃はまだ、ゲストハウス経営は個人事業の傾向があり、物件探しをしている個人事業者にとって、古き良き味を演出し、かつ、リノベーションによって開業資金を抑えることのできる建物がある蔵前は絶好の地であった。二つの店舗のうち、一つは「toco.」を運営する株式会社 Backpacker's Japan の別店舗であり、もう一つは個人店であるが、両店ともに未だ人気の宿である。この個人宿のように、この時期に開業した宿の多くは「toco.」の成功を受けて、少なからず影響を受けた施設であり、特に個人経営者が各々条件の良かった街や場所に個性的な店舗を展開し、隅田川流域だけでなく、大田区や葛飾区などへの集積の先駆けとなったと思われる。



a 2010 年までに開業



b 2015 年までに開業



c 2018 年までに開業

第7図 隅田川流域における開業年別ゲストハウスの分布

注) 図中のセル値はカーネル密度推定法による。
抽出データをもとに筆者作成。

2015 年から現在に至るまでには、企業ビジネスとしての面が強くなったことで、分布にも特徴が表れた（第7図 c）。最も集積度が高い地域は一貫してつくばエクスプレス浅草駅付近であるが、これまで地価が高くゲストハウスの立地が見られなかった中央

区、千代田区にも立地が見られた。千代田区と中央区の個人経営による施設は全 26 施設中 1 施設のみである。また、JR 上野駅や秋葉原駅周辺にも立地が進み、これらの駅近くの施設は大規模な施設、もしくは、フランチャイズ営業でビルの中に入っている傾向があった。

一方、特徴的な変化として、都営新宿線馬喰横山駅周辺の地域に新たな集積が見られた。馬喰横山は江戸時代から続く繊維や衣料品の問屋街として、周辺は基本的にはオフィス街である。交通利便性が高く住む町としても人気があり、近年開発が進んでいるエリアである。また、問屋街の古い建物や倉庫をアトリエやギャラリー、カフェとしてリノベーションしたアートな街としても注目が集まっている。

このリノベーションの風潮を高めたのが、「CET」というイベントである⁴⁾。このイベントは、ここ 30 年ほど、周辺の大規模開発に押され、空きビルや空室が目立つエリアとなっていた日本橋を再生したいと企てた者たちによって、2003 年からスタートした⁵⁾。イベント名は日本橋駅周辺から隅田川までを指した「セントラルイースト東京」の頭文字であると同時に、かつて東京の中心部であった日本橋を、デザイン、アート、建築の観点から「再発見＝創造」するための運動体という意味が含まれている⁶⁾。CET のエリアは、有用物件の宝庫であった。比較的古く、改装が可能な物件が多くあったのである。ここに目を付けた CET の仕掛け人たちがリノベーションを駆使してアトリエやギャラリーへと変容させていったという⁷⁾。近年その数を伸ばし、業界としても力を付けてきたゲストハウスは、このイベントと相性が良く、イベントの主催側としても日本橋を周遊する拠点ともなる可能性があるゲストハウスの開業は望ましいことであった⁸⁾。また、聞き取り①によれば、CET のエリアは「売られた地域」でもあるという。浅草や他の地域では、それぞれの理想の立地に対して条件の良い土地を自ら選択して開業に至っている。一方、CET エリアでは、「日本橋周辺では、『ゲストハウスやってくれませんか?』というお誘いがあった開業した宿もある」(聞き取り①)というように、まちづくりの上でのインフラとしても認識されていたのである。こうした両者の思惑の一致があつて、馬喰横山駅周辺に多くのゲストハウスが開業した。

V まとめと考察

本稿では、ゲストハウスのデータ作成やゲストハウス関係の聞き取り調査等を基にして、東京都区部におけるゲストハウス業界の動向、多様化の要因と現状について様々な点から述べてきた。その結果、以下のことが分かった。

東京都区部では、2000 年代以降、徐々にゲストハウスがその数を増やした。この時期、開業したのは業界大手の数社であった。彼らはビジット・ジャパン・キャンペーンによる需要の高まりを受け、ホテルや旅館がカバーできないニッチな業態を開始した。その際、地価が安く、観光地、空港へのアクセスが良い浅草地域に集積した。そして 2010 年、業界に大きな影響を与えた「toco.」が開業する。パー併設型というスタイルはゲストハウスのビジネスとしての可能性を高めるとともに、業界自体の認知度を上げた。以降、旅行者の増加とともに、個性的な宿が多方面で開業した。ゲストハウス業界の認知度が上がってからは、そこに商機を見出した不動産業界などからの参入が相次いだ。彼らは資金力と情報を活かし、好条件の土地へと出店した。また、ゲストハウス投資や空き家の再生プロジェクトなども開始し、本格的にビジネスやまちづくりの一環として扱われるようになった。しかし、ゲストハウスが増加しすぎたために、供給過多となってしまった。そのため、現在では各施設が趣向を凝らし、多種多様な形態を展開している。今後については、現状でも閉店する宿が見られているように、2020 年の東京オリンピックを節目としてゲストハウスが淘汰されていくことが予想される。

この結果をもとに考察すると、ゲストハウスの形態の多様化には、主に、「toco.」の成功やゲストハウス事業の企業ビジネス化が関連していると思われる。「toco.」の成功は現場に決定権のあるゲストハウスの可能性を示し、ゲストハウスを単なる低廉な宿泊施設という枠組みから外した。一方、企業ビジネス化は、施設の大規模化や分布範囲の拡大など様々な面でゲストハウス業界に影響を与えている。特に、市場が完全に飽和した 2015 年半ば以降、企業の競争が行われ始めたことによって、急速に多様化を進めたと思われる。

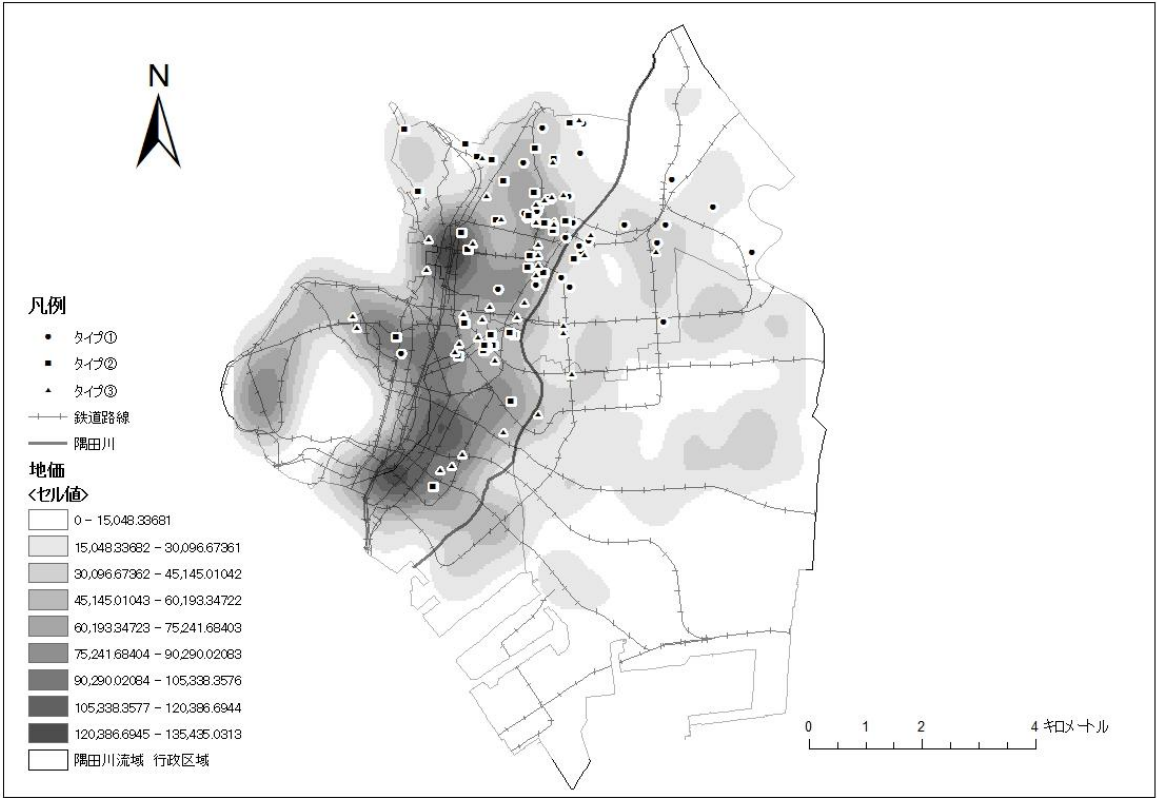
しかし、多様化と言っても、細かな違いこそあるが、現在では企業経営のゲストハウスは二極化が進んだように思われる。具体的には、宿泊自体が目的となるようなコンセプトや強い個性を持ち、今までのゲストハウス利用者層とは異なる層にターゲットを広げた小・中規模施設か、形態がカプセルホテル

等に限りなく近づき、それらの利用者層を獲得しようとする中・大規模なビジネス特化型の施設である。ゲストハウス全体でみると、これらに加え、従来の一般的なイメージのゲストハウスも存在する。これらの施設を経営しているのは主に個人事業主である。このように、現在では主にこれら3タイプが存在していると思われる。

また、これら三つのタイプは立地にも違いが見られた。HPなどで経営方針を確認しつつ、収集したデータで大まかに区分を行い（第3表）、分布を示した（第8図）。まず、タイプ①は、全体的に地価の安い地域に多いことがわかる。また、商業地域でなくても立地が見られた。タイプ②は、他の2タイプに比べ、あまり散らばりが見られず、集積する傾向にある。宿の個性を強く持つこのタイプでは、日本橋の「CET」などと親和性が高く、空き家の再生地域に集積しやすいとも言える。タイプ③では、隅田川に沿うような立地の広がりが見られる。しかし、ビジネス特化型であるため、集客の見込みが少なくなる隅田川の東側にはあまり立地していない。また、他

第3表 ゲストハウスのタイプ区分

	特徴
タイプ①	<ul style="list-style-type: none"> 経営者は個人、もしくは宿の経営のために設立された会社である場合が多い。そのため、経営者の主業は簡易宿泊所営業である。 施設は比較的小規模であり、併設施設はない場合が多い。
タイプ②	<ul style="list-style-type: none"> 企業営業で、その主業は簡易宿泊所営業が大半であるが、一見すると簡易宿泊所営業とは無縁な企業が経営している例もある。 併設施設は、それをウリにしていなければ、ついていない場合が多い。
タイプ③	<ul style="list-style-type: none"> 比較的資金力のある企業や業界大手企業の営業である。 経営者の主業は、簡易宿泊所営業、旅館・ホテル業、不動産業である場合が多い。 大規模な施設で、カフェやバーなどが併設されている場合が多い。



第8図 隅田川流域におけるタイプ別ゲストハウスの分布

注) 図中の地価のセル値はIDW法による。
抽出データをもとに筆者作成。

の2タイプに比べ、鉄道の路線沿いに立地している場合が多い。このように、現在では、ゲストハウスの形態によって立地傾向に違いが見られることが分かった。

また、これを逆に捉えると、蔵前や日本橋の例のように、その場所が持つ特性によって立地するゲストハウスの形態が規定されてきていることが示唆される。このことから、さらに細かなタイプに分けて分析することで、都市計画などに役立つ可能性もある。

本研究の課題としては、次の3点が挙げられる。まず、前提として本研究の分析の対象となった施設が独自に定義されたものであるということである。石川(2018)も、「ゲストハウスと一括りにして捉えることに限界がある」と述べたように、今回の結果は、あくまで一般的なイメージを基に定義を設定してはいるが、人によっては捉え方が異なることも十分ある。第二に、分析は現存するものに限っているということである。統計資料が存在しないために、各区の保有する旅館業法に基づく営業許可施設の一覧を用いたが、一覧には現存する施設の情報のみ記載されているため、閉店した店舗の情報を把握しきれなかった。特に、全体数の少ない中での分析であったこと、近年では価格競争が激化し、人気宿でさえも廃業した施設があることを踏まえると、それらを含めた明確な分析には至っていない。第三に、業界の転機ともいえる2010年、2015年で区切り、三つの期間での変化にとどまった点である。ゲストハウス業界はここ数年で劇的な変化を遂げてきた業界でもあり、今後もオリンピックを控え、変化していくことが予想される。従って、より細かな時期区分をすることにより、詳細な変化を掴むことができると思われる。今後は、これらの点を踏まえた上で、さらに深く解明していきたい。

(株式会社ワールドインテック)

謝 辞

調査にご協力いただいたゲストハウス関係者の皆さま、首都大学東京都市・人文地理学研究室の皆さまには、大変貴重なご意見をいただきました。ご協力いただいた全ての方に心から感謝申し上げます。なお本稿は、首都大学東京都市環境学部地理環境学科に2018年度に提出した卒業論文を加筆・修正したものである。

注

1) 龍崎(2018)による。

2) 小澤(2012)による。

3) 前掲注1) 参照。

4) 馬場(2006)による。

5) 前掲注4) 参照。

6) 前掲注4) 参照。

7) 前掲注4) 参照。

8) 前掲注4) 参照。

文 献

石川美澄(2012): なぜ、今、ゲストハウスか—ゲストハウス増加が物語る社会的課題の所在。第7回北海道歴史文化研究会配布資料。

石川美澄(2014): 国内におけるゲストハウス台頭の社会背景に関する考察—質問紙調査を基に。日本国際観光学会論文集, 21, 99-104。

石川美澄(2017): 国内における宿泊施設型ゲストハウスの実態に関する考察—2017年に実施した質問紙調査を基に。第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集, 93-96。

石川美澄(2018): 国内におけるゲストハウスの特徴の変化に関する一考察—2012年と2017年に実施した質問紙調査の比較。都市計画報告集, 17, 64-70。

石川美澄・山村高淑(2014): 国内における宿泊施設型ゲストハウスの経営と利用の実態に関する研究。都市計画論文集, 49(2), 140-145。

小澤弘視(2012): やまごころ.jp 有限会社万両代表取締役インタビュー。https://www.yamatogokoro.jp/inbound_interview/4372/ (最終閲覧日: 2018年12月26日)

片桐由希子・梶山桃子・東 秀紀(2015): 都市部の簡易宿所型ゲストハウスにおける交流機能に関する研究。観光科学研究, 8, 61-69。

キーナー ヨハネス・コルナトウスキ ヒェラルド(2015): インナーシティにおける外国人向けゲストハウス事業の実態と地域へのインパクト—大阪市西成区北部を事例に。人文地理, 67, 395-411。

鈴木富之(2011): 東京山谷地域における宿泊施設の変容—外国人旅行者およびビジネス客向け低廉宿泊施設を対象に。地学雑誌, 120, 466-485。

関川卓司(2017): 新しい宿泊形態(ゲストハウス・民泊)の出現による町屋地域の再生の可能性—奈良市ならまち・京終地域の事例を中心に。創造都市研究 e, 12(1), 9-29。

永田 匠(2013): 簡易宿所型ゲストハウスの立地展開—京都市を事例に。2013年人文地理学会大会研究発表要旨, 86-87。

馬場正孝(2006): 東京R不動産特殊コラム「セントラルリースト東京2006」。https://www.realtokyoestate.co.jp/column/cet06/cet06.php (最終閲覧日: 2019年1月3日)

松原小夜子(2016): 都道府県別にみた宿泊型ゲストハウスの開業実態。相山女学園大学研究論集自然科学篇, 47, 95-107。

龍崎翔子(2018): Forbes JAPAN「ネット黎明期からミレニアル世代まで、現代ホテルトレンド概論」。https://forbesjapan.com/articles/detail/19934 (最終閲覧日: 2019年1月3日)