

関係人口の増加におけるまちやどの効果に関する研究

—熱海の guesthouse MARUYA を対象として—

1882054 村上奈津季

指導教員 江口亨 准教授

1. 研究背景と目的

現在地方都市には、人口減少、少子高齢化などの様々な問題があり、地方都市が存続していくためには、流浪的な観光客ではなく、長くその地域を応援する人たちが重要になるという意見がある（注1）。このような、当該地域に住んではないが、地域と多様に関わる人々は『関係人口』と呼ばれている。

観光目的で来た人々が関係人口になるためには、当該地域に関心を持ち応援したくなる魅力とそれを伝える媒体が求められる。それを実現する一つの手法として『まちやど』という宿泊形態がある。日本まちやど協会によると、まちやどには「まちを一つの宿と見立て、まちぐるみで宿泊客をもてなすことで地域価値を向上していく」理念がある（注2）。この手法が関係人口の増加につながると考えた。

そこで本研究では熱海市のまちやどを研究対象とし、宿泊者の行動を分析することで、まちやどが地域の関係人口の増加に寄与している状況を明らかにすることを目的とした。

2. 研究概要

(1) 研究対象

研究対象である guest house MARUYA（以下、「マルヤ」）は熱海銀座通り商店街に位置し、2015年に開業したゲストハウスである。ここにはカフェバーMARUYA Terrace（以下、「マルヤテラス」）が併設されており、地元の常連客、スタッフ、住民、宿泊者など多様な交流が生まれやすい場となっている。

(2) 関係人口について

総務省「関係人口」ポータルサイト（注3）によると、関係人口とは『移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉』と定義されている。また、田中（注1）は関係人口を「特定の地域に継続的に関心を持ち、関わるよそ者」と定義している。主に3つの指標があり、①地域外、②一過性や短期的でない継続性、③関心と関与を持つ、これらを満たすものとなっている。

そこで田中の既往研究と、マルヤでのヒアリングを踏まえて、本研究では関係人口の構図を表1のように設定した。田中が定義する関係人口には関わりの度合いに濃淡があり、本研究ではそれを3分割した。このSTEP3からSTEP5へと段階が進行していく様子を、詳細に分析した。

	STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5	STEP 6
関わり度	知っている	行ったことがある	地域に関心がある	軽い関わりがある	深い関わりがある	定住移住
分類	交流人口	交流人口	関係人口	関係人口	関係人口	定住人口
具体的な行動	知っているが行った事はない	・観光で行った ・仕事で行く（地域無関係） ・ワークショップ ・ふるさと納税（返礼品目的）	・何度も行く ・地元の人と交流 ・仕事で行く（地域に関係がある） ・愛着を持つ ・ふるさと納税（地域の為に）	・何度も頻繁に行く ・地元の人と一過性ではない交流（互いに覚えるなど） ・仕事で地域に関わる ・愛着を持つ ・イベント・ボランティアに参加	・通う ・二拠点生活 ・人間関係を築く ・仕事で地域により深く関わる ・愛着を持つ ・イベント・ボランティアを企画	主拠点を持つ

表1. 関係人口の段階

3. アンケート調査

(1) 調査方法

本研究では熱海市内にあるまちやど「guesthouse MARUYA（以下、マルヤ）」、及び、マルヤが運営する「ロマンス座カド」の宿泊者を対象に、滞在中の地域との交流に関してアンケート調査を行い、その補足のためにヒアリング調査を行った。アンケート調査は期間中の宿泊者から23件、過去の宿泊者から31件、ヒアリングは12件の回答を得た。なお、期間は2021年12月～1月である。

期間内の宿泊者からの回答	23 件
過去の宿泊者からの回答	31 件
合計	54 件

表2. アンケート調査の回答数

調査内容は、属性、宿泊回数、滞在中の交流、食事、熱海への関心、マルヤへの関心である。

(2) 調査結果

(2)-1 属性

回答者の属性として、同行者がおらず一人で宿泊した回答者が41件(76%)、20代の回答者が27件(50%)という結果となった。また、回答者の44件(81%)が関東圏、特に東京都神奈川県からの来訪者であった。

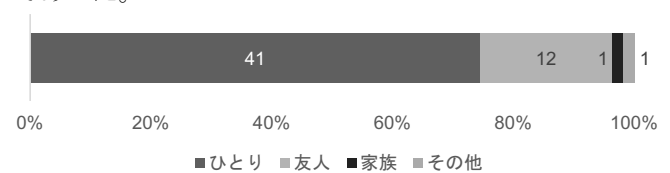


図1. 同行者

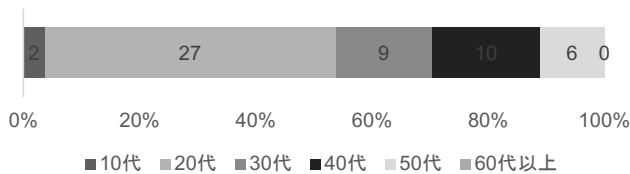


図 2. 年代

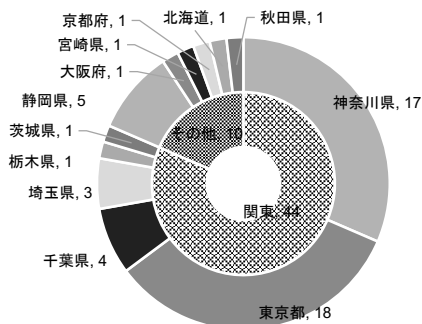


図 3. 居住地

マルヤに初めて宿泊した回答者が 32 件 (59%) リピーターが 22 件 (41%) という結果となった。マルヤスタッフのヒアリングによればこの結果は宿泊者全体の割合とほぼ同程度である。

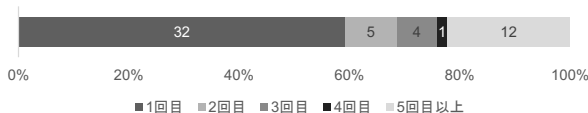


図 4. マルヤの宿泊回数

(2)-2 熱海に来る理由

熱海に来る理由として、「マルヤスタッフに会うため」「人に会うため」と回答した人が一見は 32 人中 15 人であるのに対して、リピーターは 22 人中全員がそれらの回答を選んでいた。対し、「観光」を目的とした回答数は、リピーターは一見の半数であった。この結果から、人とのつながりによって熱海に何度も来る人が多いと言える。また、ヒアリングから、「前回の体験がよかった」と答えた方が 10 件あり、全員が「スタッフの雰囲気」「人との交流」がよかったと答えた。他にも「訪れた店がよかった」「テラスでの交流がよかった」という意見があった。

(2)-3 滞在中の交流

滞在中交流として、スタッフとは 99%が、他のゲストとは 55%が、熱海の地域住民とは 68%が交流したと答えた。また、その交流の場所として、マルヤラウンジやテラス、スタッフに教えてもらった店が多く挙げられた。これらから、マルヤやスタッフによって交流が生まれていると言える。

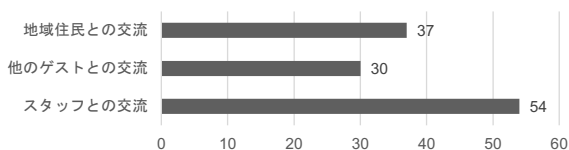


図 4. 滞在中の交流

(2)-4 滞在中の食事

滞在中の食事として「外食」と答えた回答者が 54 件中 46 件であった。また外食と答えた回答者に対し、どうやってその店舗を知ったのかという質問に対し、64%の 30 件がマルヤスタッフから聞いたと答えた。これから、マルヤによって地域との接点が発生したケースがあると言える。また外食と答えた方のうち、16 件が店員と交流をしており、5 件が他客と交流をおこなっていた。

(2)-5 熱海への関心

熱海に来た前後での熱海の印象の質問（複数回答可）に対し、「賑わっている」と答えた回答者が 8 件から 31 件に増加しており、「まちづくりを頑張っている」と答えた回答者が 8 件から 41 件と増加した結果となった。

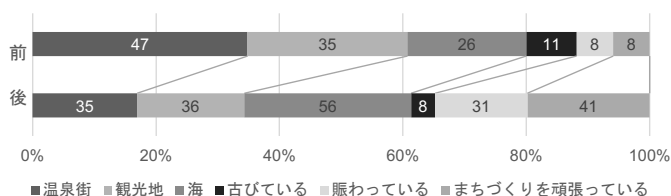


図 5. 熱海の印象の変化

4. 結論

マルヤでは、40%がリピーターであり、それらはスタッフを含む熱海の人との交流を目的に来ている人が多いという結果であった。

5. 考察

表 1 より、一見の宿泊者は STEP2 の「行ったことがある」交流人口の層であり、熱海への関心を持って熱海に来るリピーターは STEP3 の「関心がある」関係人口の層と言える。STEP2 から STEP3 に変化する要因の一つとして、「熱海の人との交流」が熱海にくる理由の調査から考えられる。人との交流は宿泊者の性質や熱海にくる理由にも左右されるが、マルヤの空間やスタッフによって促進されていることが分かる。これらより、マルヤによって熱海の関係人口が増加していると考えられることができる。

今回マルヤのみの調査であり、他のまちやどの実態は調査できなかった為、一概にまちやどが関係人口増加に寄与しているとは結論づけることはできなかった。また、マルヤによって増加する関係人口は軽い関わりを持つライトな層であり、より地域に深く関わる層を増やしたいのであれば、別の手段が必要になっていくだろう。また、熱海の外の人を受け入れてきた歴史やそれによる地域性の影響もあるため、他地域でこの方法を活用する場合は、それらも考慮する必要がある。

参考文献

1. 関係人口の社会学-人口減少時代の地域再生- 田中輝美 大阪大学出版会 2021年 4月
2. まちやどとは-日本まちやど協会- HP
3. 『関係人口』ポータルサイト-総務省