

## 民泊と合意形成 : Air bnbの事例

著者	安田 雪
雑誌名	セミナー年報
巻	2015
ページ	193-205
発行年	2016-03-31
その他のタイトル	MINPAKU and Consensus Building: the Case of Air bnb
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10112/10083">http://hdl.handle.net/10112/10083</a>

# 民泊と合意形成

## — Airbnb の事例 —

安 田 雪  
関西大学社会学部教授

### はじめに

本日は「民泊と合意形成」というタイトルのもと、Airbnb（「エアビーアンドビー」あるいは短く「エアビー」などと呼ばれる）についてお話ししたい。私はネットワークの研究をしており、一番新しい『震災から見える情報メディアとネットワーク』という本では東日本大震災直後にデマがどう広がったか、あるいは人々の社会関係が震災後にどのように変わったかというような、人々の社会的つながりについて検討をしている。そのほかにも漫画に関する本やパーソナルネットなど、いろいろと書いてきたが、今回はもう少し具体的な、自分が身近に感じられるネットワークの問題として「民泊」（みんぱく）についてとりあげたい。

基本的に私の研究分野は経済社会学あるいは組織社会学である。経済社会学とはどういうものかという、たとえばスタンフォード大学のマーク・グラノヴェッターという社会学者が「経済的な取引は社会的な関係の中に埋め込まれている」と言っている。彼は経済的な取引が、経済学者がつくる美しいモデルのように単に「需要と供給で価格が決まる」というようなものではなく、その取引を取り巻く社会関係や文化や制度、状況、慣習、などから多く影響を受けているという説を唱えた。このことを最初に少しだけ頭に入れておいていただきたい。また最後の結論のところでもこのことについて触れようと思う。

もう1つ、私の恩師にあたるロナルド・バートはもっとも新しい本で「結束している人々には『仲介（橋渡し機能）』は役立たない。結束が役立つのは、そこに評判（レピュテーション）が機能している時なのである。評判の形成には時間がかかる」と言って、ネットワーク形成の難しさを語っている。結束して皆が一致団結すれば物事が進みやすくなるのは当然だが、実はその裏に「評判」というものが機能している。そしてその「評判」は作るのには非常に時間がかかるが、壊すのは一瞬である——あるいは壊すのは一瞬だが作るのには時間がかかる。このことに留意していただいたうえで、民泊の話に入りたい。

今回の概要は以下のようなものである。まず、基本的に「民泊」というのはどのようなものである

か。そして民泊ビジネスの今や世界的な、代表的な会社とも言える「Airbnb」の会社とビジネスモデルについて——もし仮にAirbnbに登録したら、こんなふうに計算が成り立って、こんなふうにビジネスができるという事例をお話する。また、その背景としての、外国から日本を訪れる人々——いわゆる「インバウンド」の増加と、宿泊施設の不足状況を、京都の事例をもとに触れる。その次に「民泊」に対する推進派と反対派の意見や議論のポイントをまとめたうえで、Airbnbがシステムに埋め込んだ「評判」というものがそれらの意見の調整メカニズムとして働くのではないか、しかしこの評判メカニズムにも関わらず、なかなか合意形成は困難である——という展開で述べていく。

## I. 民泊とは

「民泊」というのは「旅館業法の適応を受けていない個人あるいは法人が、保有する自宅やマンションの一部を旅行者、観光客などに貸し出すこと」である。お客様は日本人であれ、外国人であれ関係ない。日本には去年9月末の時点で1万3000軒以上が存在すると推定されており、現在はもっと増えていると思われる。最大手はAirbnb、略して「エアビー」と言われる会社があり、この会社が「民泊」というビジネスモデルを作って世界中に進めた。

「民泊」は違法な貸し出しルームというものとは少し性格が違う。違法貸し出しルームは、防火関係の規定を守らずにカラオケボックスや漫画喫茶のような状態に見せかけて複数の人々を宿泊ないし、居住させているものを指す。「民泊」は実際には必ずしも違法貸し出しルームではない。自分の部屋の一部、あるいは自分の家そのもの、あるいは自分のマンションといったものをたとえば一泊数千円で貸し出すとサイトに情報提供をし、そのサイトを見た人が「その値段なら借りたい」という形でサイト上で契約をする。そしてゲストとホストの間で合意がなされるというシステムである。

## II. Airbnbとそのビジネスモデル

「Airbnbって変な名前だな」と思われるかもしれないが、基本的にはイギリスの伝統的な宿屋であるBed & Breakfastをもじったネーミングである。Bed & Breakfastでは家に住んでいる人が自分の家のベッドと朝食を提供する。一緒に居住していることが前提になって、客を迎えて空きベッドそして朝食を提供するという、イギリスの伝統的な宿屋（民宿）の仲介の仕組みをウェブ上で行うためエア（Air）がついたわけである。

会社そのものは2008年に設立され本社はサンフランシスコにある。サイトは多言語使用が可能になっており、われわれは日本語で見ることができる。宿泊施設をネットや携帯やタブレット上で紹介して、それを見る人が予約、そして決済をしてもらうというサービスになっている。

「ホスト」というのがアパートや部屋を貸し出す方だが、サイトで見ると家やアパート、部屋、場合によってはお城などまでが提供されている。これらの宿泊施設をサイトで宣伝して、一泊ベースで客に貸し出す。宿泊客は部屋の写真と価格などを見てホストを選び、「ここに泊まりたい」と思ったところへサイトで予約を入れて宿泊する。決済は基本的にチェックイン後にWeb上で行うことになる。

イギリスのBed & Breakfastと決定的に違うのは、ホストがその家に在住の場合と在住でない場合の両方があり、ホストとの接触がないまま部屋ないし建物を借りるということも可能な点である。それができるのは、鍵管理や清掃あるいは基本的な設備の整備専門のサービス業者が多数出現しているからである。

口コミやいろいろなサイトの書き込みでAirbnbのシステムは拡大を続け、ホスト（泊める側）もゲスト（泊まる側）も急増中である。検索すればすぐにAirbnbのホームページが出てきて、それによれば、基本的にアパートを1泊でも、お城を1週間でも、ヴィラを1ヶ月でも、スーパーセレブが所有する別荘を1ヶ月借りられるというような高価格帯のサービスまでが展開され、“幅広い価格帯で世界190ヶ国3万4,000以上の都市で人と人をつなぎ、ユニークな旅行体験を叶えている”とされる。この会社のサイトでは、世界一流のカスタマーサービス、成長中のユーザーコミュニティを抱えていると言っている。いわば旅行の代理店のようなところでもあり、空き部屋、使っていない部屋、空き家利用のビジネスにも使えるシステムになっている。法人代表者の連絡先はアイルランドであり、通算ゲストが4000万以上に達し世界的なサービスになっていると2015年の12月時点でウェブページに記されている。

ビジネスモデルとしてはどうなっているのかを次に述べる。まず私がホストになって部屋を貸したい場合には、部屋についての情報をAirbnbのサイトに載せる。面積、設備、内装、寝具やバスルームの写真など、わかりやすく魅力的に提供するのである。サイトでは部屋の所在地についての情報はおおまかに提示されるが、具体的な町名・番地・部屋番号などの詳細は載せない。これも一つのポイントである。

ゲストは「どこかで京都で泊まりたいところはないか？」と思い、Airbnbのサイト内を探しているうちに私が出しているサイトにあたり「この部屋を借りたいな」と思う。そしてAirbnbに予約をとりたい旨を連絡する。そうするとAirbnbは貸し出し手続きの代行をして、「こういうゲストが借りたいと言っていますが、あなたはOKですね？」と言って、ホストから了承を取る。基本的に宿泊料金はゲストがチェックインをした後にホストにAirbnbから払われるが、その際Airbnbが宿泊料金の3パーセントを手数料として徴収する。そしてAirbnbはゲストから宿泊料金の6～12パーセントを手数料でもらうということになっている。

### Ⅲ. Airbnbの事例

これでどうして儲かるのかというと、例えば私が自分の家ではなく、仮に家賃8万円でどこかのアパートを借りたとして、アパートを借りただけではAirbnbに提供できないので寝具や冷蔵庫や、最低限の宿泊に必要な設備——できれば英語でマニュアルなどがあれば親切だが——そのようなものを整える。そしてその状態を写真撮影し、「綺麗な家ですよ、素敵なマンションですよ、どうぞお泊まりください」という宣伝文とともにAirbnbのサイトに載せるわけ。ホストとして8千円くらいの値段が取れるだろうと自分で値付けをしたうえで、Airbnbのサイトに「私はこのアパートの部屋を一泊8千円で貸し出します」と登録する。自分が最初にマンションを借りて宿泊できる状態に整備する初期投資が必要だが、Airbnbに対して支払いは生じない。

この次の段階で、サイトの上に部屋の情報が掲載され続けると、それを見たゲストが「1泊8千円だったらいいかな」というぐあいに気に入ってくれたら予約が入ってくる。予約がきた後は、Airbnbを仲介に両者がウェブ上で連絡をとる。ハンドルネームなり固有のネームを使ってゲストとホストがやり取りをして、ここでホストがOKすれば予約が成立する。ゲストからは8千円の宿代のうちの10パーセント程度がAirbnbへ支払われ、ホストは宿代の3パーセントにあたる240円をAirbnbに支払う。残りの金額はAirbnbからホストへ宿泊費として振り込まれる。

税金やサービス料などは考慮しない粗い計算になるが、このようにすると1泊8千円で宿を提供したところ1泊あたりだいたい6千960円がホストに入ってくることになる。鍵や寝具などのメンテナンスは代行業者に委託することもできるし、逆に自分で行ってもよい。このように考えれば、初期費用を除けば、月に12泊以上の宿泊客があれば1か月分の家賃だけは元が取れるので、水道料金・光熱費などが発生するが、低コストで高利回りのビジネスになる。そのため、自分の家に空き部屋があったら、あるいは空きマンションを持っていたらこのような活用をしたいと思う人が多数現れても全く不思議ではない。ビジネスモデルとしては非常に面白いものだと思う。

### Ⅳ. 背景としての観光客の増加と宿泊施設の不足（京都の事例）

国際交流あるいは地域の観光案内などを兼ねるようなホストの人もいる。世界からいろいろなお客様が自分の持ち家や空き部屋にやってきて、その人たちに地域を案内したり、あるいはいろいろな交流したりすることを楽しみながらビジネスを営む人々である。この背景には、日本を訪れる外国人観光客の増加があるが、外国人と日本人を合わせた観光客の総数は京都市ではもう年間5千万人を突破している。東日本大震災の年はさすがに減少し、インフルエンザなど

が流行すると需要が下がることもあるものの、京都市だけでも観光客数は平成12年の4千万人から平成25年には5千万人を突破するほどの勢いがある。

京都市の人口は150万弱くらいで、世帯は約70万世帯である。京都市によれば、市外に住んでいて通勤や通学以外の目的で（仕事や買い物の目的も含む）京都に来た人は、年間で観光客が5千100万人位いる。宿泊客数はその内の1千308万人。これは平成25年の調査の数字で、前年の平成24年と比べて87万人増加している。確定している数字はこれだけだが、その後の26年、27年と増えていることは間違いない。ざっくり考えると年間に、5千万人が訪れて1千300万人が宿泊しているという計算になる。

このうち外国人の数を見ると、外国人の宿泊客数は100万人を突破して平成25年には113万人、対前年比で約35パーセント上昇している。こちらも今後、増加が続くと考えられる。日本人も合わせた観光消費額についても、これまでの最高額はそれまでは平成20年の6千561億円だったが、平成24年度はさらに441億円増の7千億円越えになった。まだ「爆買い」という言葉もなかったような時で、このような数字が出ている。年間の観光客数は平成26年は5千564万人になっている。京都市、京都府の観光振興政策の後押しもあり、観光客、宿泊者の増加は著しい。これらの数値は京都観光総合調査（平成25年）によるものである。

このような観光振興による経済効果は膨大であるが、その次が問題である。というのは、観光客は京都市の特定の一部エリアに集中して来ており、必ずしも広いエリアに散らばっているわけではない。

宿・下宿などを経営する人は、保健所への届出が義務づけられているので、保健所の統計を見れば、京都府の旅館・簡易宿所及び下宿営業の施設数や、年ごとの営業許可年数や廃止件数がわかる。それによれば、現在はホテルの建設ラッシュが続くが、平成25年度にはホテルの施設数は207、客室数は2万2千820で増加傾向ではなかった。旅館の営業施設数は減少して712施設、客室数も増えておらず、1万208となっていた。簡易宿所の営業施設数は821で若干前より増えているが、全体で、新しく下りた営業許可件数は79件しかない。Airbnbが創業したのが平成20年だった。それ以後に正式に認められ認可されているホテルの数、旅館の数、簡易宿泊所の数には大きな変化がないにもかかわらず、実際には京都の中には現在Airbnbに推定2千件以上が登録されているとされている。

ここまでをまとめると、人口150万の京都市に、年間で5千万人以上の観光客が来ている。その内1千300万人が滞在、宿泊している。外国人が113万人来訪する。それに対してホテルと旅館の客室数は3万3千。現在、市内中心部でもホテルの建設ラッシュが進んでいるが、わずか3万3千では、宿泊客の急増に対応しきれない。宿泊施設の不足化と高価格化に拍車がかかっている。留意すべきは、Airbnbの施設は2千もあると言われながら、簡易宿所や旅館営業の年間営業許可件数はほとんど増加していない。

このような状況は京都に限ったことではなく、東京をはじめ観光地まで宿泊施設の稼働率は

大幅に上昇している。東日本大震災当時とくらべれば思いもよらない状況である。ゴールデンウィークの京都ではシティホテルが9割近い予約、ビジネスホテルも8割以上の予約で、非常に稼働率が高く、また非常に高価になっている。東京に学会などで出張してビジネスホテルの16平方メートルほどの狭い部屋に1人で泊まると、一年ほど前までは一泊約9千円だったが、昨今では平日の同じホテルで一泊1万8千円程度という感覚がする。

今日もし京都にAirbnbで泊まるとしたらどのような条件で泊まれるのか、調べてみた。一泊数千円のシェアホテルから、数万円の町屋、マンションの一部屋貸しなどの多数が、借りようと思えば今日、借りられる。京都市でもホスト、そしてゲストの数は非常に拡大している。Airbnbで宿泊可能な施設が2000軒以上、存在する。だが、それほどの数の旅館業法に関わる施設が存在しているというのは、先ほどの数字からしても「数が合わない、どうもおかしい」ということになる。料金はだいたい平均すると一人8千500円くらい。時期にもよるが一泊それくらいで、10万円以上の宿もあったりする。10万円以上というと有名旅館の俵屋さんなみの値段であり、リッツ・カールトン・ホテルで約8万円くらいだから、相当大きな建物も含まれるようである。

今日、かりに京都で泊まろうとすると、一泊シェアハウス、掃除代金とサービス代金を含めて、1人約5千円で泊まれる宿がある。これは三条駅のすぐそばにあるということなので実は現地に行って観察してきたのだが、営業施設であることはすぐ認識できた。また別に、町屋の丸々一棟貸しのものである。サイトによれば「建物がそのまま借りられます、3人までどうぞ」という表示がなされており、掃除・サービス代金を含めて3人までで1万7千円、東山駅のそばである。この条件であれば、夫婦と子供1人連の家族が、観光にも非常に便利な宿として一棟を気楽に借りることができるだろう。だが、この建物は外部からは宿泊施設か否かは特定できない。このような宿泊施設の情報がAirbnbからは提供されており、所有者にとっては空き家あるいは空き部屋ビジネスになっている。

## V. 民泊をどうとらえるか

Airbnbだけが民泊紹介業者ではなく、他にも民泊業者は存在し始めているが、これらの民泊に対する評価は非常に難しい。「泊まってみたい」「うちの部屋を貸して見たい」と思われる方もいるだろうし、逆に「ちょっと待って」「そういう人たちが周りに出入りしたらどうしよう」といろいろなことを思われる方もいるだろう。学生に民泊について話をした時にも、意見は賛否半々で拮抗した。

経営的には、ゲストの宿泊ニーズとホストの空き部屋の提供ニーズ、これをマッチさせる新しいビジネスモデルで、新しいイノベーションだという考え方ができる。空き部屋として置いておくくらいなら、そこに客を泊めて代金を得ればお互いのニーズが一致するという、新しい

ビジネスチャンスになっている。経済的に見ても、需要と供給をマッチさせる新しい市場の形成と考えられる。宿泊客の安全や保険、地域住民との調整、営業認可をするための条件や法令の整備待ちが必要であるという状況でありながら、新しい市場ができていくことは確実である。

だが、法的にグレーな部分がやはり存在する。現在、法的には、民泊条例というものを設置して、国家戦略特別区域法——「特区」と言われるが、この13条旅館業法の特例「旅館業法の規定は適用しないこととする」、こういう形で旅館業法の許可を取らなくても普通の家が民泊として、自分の部屋なり持ち家を貸すことができるようにしようではないかという動きが出ている。特区がどのように成立し、どの範囲に適用されていくのかが、これから一番、注目される。政治的には安倍政権のインバウンド拡大戦略に整合的なので特区で適用させた民泊を増加させていくことになるだろう。

たとえば東京都大田区では平成27年12月に条例が制定され、大阪府でも平成27年10月に条例を可決して府の中の政令指定都市以外の一部で今年（2016年）の4月から施行を検討しているなど、実際に対応の開始や検討が進められている<sup>1)</sup>。

国際的に考えるならば、非常にグローバル化していく社会の中で、イスラムやヒンドゥーなどの、ありとあらゆる宗教や政治や文化、いろいろな背景を背負った人々と、自宅であるいは近くのコミュニティでの接触が可能になれば、市民間の交流あるいは相互理解の促進につながる効果も期待できる。

## V-1 推進派の意見

民泊推進派の意見の1つには、基本的にはこれは新たな宿泊ビジネスだという捉え方がある。これは民泊を「投資型」と捉えるタイプである。新たな宿泊ビジネスの創出であり、観光産業の振興にもなる。安倍政権もインバウンド政策で民泊のようなあり方を推進して、大勢の外国からのお客様に来てもらって物を買っていただきたいと考えている。当然ながら宿泊客の増加は、コンビニ・飲食業など観光客を相手とする店の売り上げも増大させる。地域の活性化という観点からは、不用心な空き家や住民不在の空間よりは、外国からの宿泊者も含めて、宿泊者や来訪者の通行があるほうがよいとする考え方もある。

もう1つ別の推進派の意見で多いのが、異文化体験あるいは国際交流で市民相互の理解を促進しようとする「交流型」である。「投資型」とは性格が異なるが、国際交流の機会を増やすために民泊を進めるべきだという考えかたも多い。

事例でいえば、2020年の東京オリンピックを視野にいれ、イベント時の短期間の外国人宿泊客への対応をしていくというのが東京都大田区の特区申請の理由である。羽田空港を抱えてい

---

1) 今回の講座は2016年1月10日に開催されたが、その後1月15日に大阪市議会によって、2016年10月以降の施行を付帯条件とした民泊条例が可決された。



る東京都大田区は、民泊を多数作り、外国からの宿泊客に対応できるようにするという特区の戦略を進めている。

## V-2 反対派の意見

ところが反対派には全く逆の意見がある。第一が、既存の旅館・ホテル業界からの猛反発である。全国のホテル生活衛生同業組合が「小規模宿泊業のための規制緩和に関する要望書」を出しているが、その趣旨は、民泊を自由化すると旅館業法の存在意義がなくなる、安全・衛生管理のない宿泊施設が無秩序に広がってしまうので非常によろしくないというものである。既得権域の侵害になるため旅館業者、ホテル業者が猛反発するのは当然ともいえる。実際にAirbnb経由で民泊に宿泊しても、その施設が旅館業法における安全基準、衛生基準に則しているとは限らず、事前にうかがい知ること難しい。

反対派の主張ではもう1つ、顧客リストの管理ができていないので、どのような人が泊まるのかわからないことが不安だということがある。顧客リストの管理ができておらず、家主不在のところでAirbnbで施設を借りた人がマンションのオートロックキーを解除し、建物に入るとするのは他の住民には不安を招く。伝染病などの予防措置についても危惧される。

民泊の内でもこれはAirbnbの特徴なのだが、Airbnbのサイト上の情報では宿泊地の詳細な所在地、住所、部屋番号が分からない。予約のためにゲストと連絡を取り合ったところで初めて、その宿の詳細な所在地が判明する。「A駅の近く」とか、「B駅から約5分」といった所まではサイト上で分かるが、所在地の詳細が不明である。詳細な所在地情報がサイト上に掲載されていないということは、つまり、外観からはその家や物件、部屋が民泊を営んでいるのかどうかの区別がつかないケースが多々あるということである。ホストとゲストは連絡を取り合い所在地や部屋番号などの必要な事項を伝え合うが、第三者である外部の人はAirbnbのサイトを見ているだけでも、たとえその物件の前を通行したとしても、そこが民泊施設であるのか否かの判断がつかない。

もちろんそれはオーナーの権利を守るためでもあり、オーナーが個人情報をおかしくないためサイト上に所在地の情報を掲載しないということになっているのだが、近隣の人にとっては、所在地・住所が出ていないために、どこが民泊を営んでいるのか否か外見から判断がつかず、非常に不安だということになる。Airbnbの登録施設のなかには建物外観の写真を掲載しているところもあるが、部屋の内部や、ソファなど設備の写真しか掲載していない施設が多い。

不特定多数が出入りする建物付近では、ゲストのマナー違反や騒音に対して、地域の住民が不安に思うなど、いろいろなことが起こりうる。マンションなどで一部の部屋が貸し出されると共同体意識の欠落した人たちが出入りするので、ごみの捨て方、共有施設の扱い方など、全体としての管理責任をいずれに帰すべきかという問題になる。さらには不動産価格の面で、Airbnbなどを営んでいる部屋があるということがマンション全体の価値を下げるのではないか

という心配をする人もいる。賛成派と反対派の意見は複雑に入り組んでいるのである。

### V-3 錯綜する賛否

大阪府は積極的だが、京都市では門川市長が、2015年10月7日の段階では非常に慎重なコメントを出している。観光客の増加は大事であると断ったうえで、「最高のおもてなしの視点は、安心安全の確保だと思います。京都市としましては、観光客と地域住民との調和、安心安全の確保をすることがまちづくりにとって最も大切なことであると思います。」(2015年10月7日記者懇談会)と述べている。「町屋を民泊にできるような制度を作りたいと思うのだけれど、とりあえず試行的に町屋を宿泊施設にできるような制度を作って、いろいろな法律にも適合的な状態で行ったものは上手く利用されて好評をいただいている。その一方でAirbnbの方には大変問題がある」というような言い方を市長はされている。「これは旅館業法、消防法等に一切基づかず、違法な状況になっている。近隣住民との調和がとれていない。宿泊・旅館組合、事業関係者と協議していきたいと思う」ということを言われている。さらに「大阪等では条例が提案されているところもあるので、状況を見極めていきたいと思います」というところで市長のコメントは終わっている。大阪府の場合は、政令指定都市以外の一部で民泊が認められることになったので、これからの進め方が注目される。

現状ではAirbnbに限らず、民泊として一般住宅を提供する個人の大半が、地方自治体の許可を得ていない。厚生労働省の生活衛生課が「泊める場所が自宅でも許可は必要です」「許可をとることを徹底してください」と言っており、旅館業法違反の疑いで浅草や京都でも書類送検という事例もでている。東京の事例は、定常的に複数の人を旅館同様に一定の金額を取って自分の所有する建物に宿泊させ、注意が繰り返されても営業を止めなかったというケースである。

大阪府における特区をつうじた対応について調べたところ、去年の10月に大阪府議会が認めた、マンションの民泊を認める条件が4つあった。まず7日以上滞在していただきましょう、というのが第1の条件である。少なくとも1週間はいてください、1泊や2泊で出て行かないでください、ということである。実態としては観光客で遠くからやってきて、7日以上連続宿泊は非常にまれであり、普通は1泊か2泊で他のどこかに行ってしまうことが多いので、「7日以上」という前提が実際に機能するのかどうかは分からない。次の条件として、滞在者の名簿管理と旅券確認の義務化がある。3つめの条件が、府の職員による立ち入り調査が可能で、問題が生じた場合、民泊の認定を取り消せるということである。4つめの条件が、府内の一部で2016年から民泊の申請受け付けを開始するということであった。

大阪市内は当面对象外だが、府下の該当する地域のマンションの管理組合などは、条例の可決に対して管理組規約で「民泊」を禁止するのか、それとも民泊を受け入れていくのか、難しい判断を迫られることになるだろう。基本的には府の職員による立ち入り調査が可能で、問題があったら民泊業者の認定を取り消せると書いてあるが、特に罰則はない。認定取り消しま

ではできるが罰則がないのであれば、どこまで効果があるのかについては疑問が生じる。東京都大田区がどのように民泊モデルを進めていくのかにも注目していきたい。

問題を整理すると、注意すべき点がいくつかある。第一に民泊の問題と Airbnb そのものの問題は若干ずれがあって、別と考えなければならない。今回は代表的な例として Airbnb についてとりあげている。第二の問題として、投資型（マンション・不動産投資、宿泊ビジネスだとして投資する経営者）と、交流型（外国の方と交流したい、異文化を受けいれたい、異文化を体験させてあげたい、外国の方同士を交流させてあげたいという善意がモチベーションとして強い人）の民泊とが混在していて、利用者にも地域住民にも区別がしにくい状態になっていることがある。外観からは両者の違いがみえない。第三の問題は、Airbnbに限らず、民泊は外観からは宿泊施設か否かが識別しにくいということである。Airbnbではホストとゲストの間でのみ所在地の詳細な情報がやり取りされるため、外見から識別が不能である。それ以外の民泊も基本的には個人対個人が合意の上で契約をするため、外から見て分からない。これはやはり周囲の人間にとっては非常に不安で怖いということになる。

見知らぬ他人、そのなかには言葉が通じない人も多い。そういう人々がマンションの共有部分を使ったりすることをどう考えたらいいのか。あるいはゴミ捨てや駐輪とか、さまざまなマナーの問題をどうしたらいいのか。民泊投資目的の区分所有者と、マンションの管理組合とが、現在係争している事例もある。「うちのマンションを勝手に貸すな」「Airbnbに登録することの何が悪いのか」「管理規約に民泊登録を禁止するという規約はなかった」といったことで、東京では数件が係争中であると聞いている。

保健所への登録件数から判断すれば、正規に登録された民泊が2千軒も京都市内に存在するはずはない。京都市だけでも不適切な状態で貸し出されている施設が多数、存在していることになる。宿泊旅館業法によれば構造の基準や管理の基準、それから衛生の基準、多くの要件が満たされないと宿泊業を営むことは許されていない。簡易宿泊所は銭湯が近くにあることや、ゲストハウスは学校や公的な施設からの距離制限があるなど、さまざまな規制がある。生活衛生同業組合も懸念をしている。

反対派のマンションは区分所有者の禁止事項の追加という行動に出ている。マンションの所有者に「こういうことをしないでください」という禁止事項を予防措置として取っている。例えば専用部分を住宅として使用するものとして、他の用途（不特定多数の者を対象として、その部分を宿泊や滞在の用に供することを含む）に供してはならない。あるいは区分所有者はその専有部分を脱法ハウスやシェアハウス等、不特定多数の人数の居住の用にしてはならない。ただしマンション所有者が賃貸を行う場合には、期間を最低一カ月以上として下さい、というような規則を作っているところもある。不特定多数の人を出入りさせたり、そのために専有部分の鍵を貸し出したりすることを禁じるなど、反対派が禁止事項、予防措置としての管理組合の規約を改定しているような事例もある。しかしこれは居住者側の意見であり、前述したとお

り、投資目的でマンションを買った側からすればこの措置は十分、訴訟の対象になり得る。

## VI. 「評判」(レピュテーション)の解決可能性と合意形成の困難さ

賛成派と反対派のいろいろな意見を整理してきたが、Airbnbが導入した面白い1つのシステムに「レピュテーション、評判のメカニズム」というものがある。これはゲストがホストについてウェブサイト上でコメントができるのと同様に、ホストがゲストについてもコメントできるという制度である。ホテルでもレストランでも、顧客側が訪問後にウェブサイトの上に「ここは美味しい」だの「不味い」などと評価をサイトに書くのが通常だが、Airbnbは面白いことに、宿泊者についてホストの側がどう思ったか、宿泊者はどういう人であったか、面倒をおこさなかったか、備品を壊したり、迷惑行為を行わなかったかなどのコメントを書けるシステムが作り込まれている。

Airbnbのサイトでは、ホストが信頼できるかどうか、十分に細かく連絡できるかというようにゲストの側がホストについて確認できるだけでなく、ホストの側がゲストについても、過去に問題を起こしたかとか、どこかの宿で迷惑行為を行っていないかが事前にチェックできるようになっている。これは情報の仲介を営むAirbnbの工夫として注目すべきであろう。事前そして事後に、ゲスト、ホストともお互いの信頼、お互いの評判を可視化することで信頼を担保するというシステムができています。評判の形成には時間はかかる。これはゲスト・ホストについての相互の情報共有と監視のシステムとも考えられる。ただし、このシステムをもってしても、ホストとゲスト以外の人たちとの問題は解決できずに残される。

合意形成の最適な手段の一つは熟議であると政治学ではされているが、ホストとゲスト以外の人たちとの問題には、熟議では対応できない。「仲介」(Brokerage)はネットワーク分析の大事な概念だが、互いに繋がっていない人々へ情報を拡散させていくには、Airbnbのような仲介サイトが非常に強い力を持っている。だが、膨大な情報拡散ができるとはいえ、そこに評判や信頼を埋め込むには時間がかかる。多数の地域住民とホスト、それからゲストの人々の合意形成が「熟議」を前提にできればいいのだが、熟議は継続的な接触と時間を必要とする。「旅の恥はかき捨て」という言葉もあるが、我々も旅行先では悪気なく無意識にマナー違反を起こすことがある。ホスト、ゲスト、そして地域の人々のすべてが三方良しというわけにはいかないのが現状であろう。

ホストがゲストについて、ゲストがホストについて評価をするレピュテーションの仕組みは、1対1や少人数では作り込めるが、周辺の住人、あるいは地域の住人の人までをもまきこんだレピュテーションを作り上げるということは困難である。ゲストとホストで「A氏は良いホストである」、「B氏は良いゲストである」と分かりあったとしても、それは地域住民の、ホストやゲストに対する評価とは関係がない。レピュテーションは基本的に閉じた集団、結束した集

団の中でのみ有効なのである。

宿泊客と地域の住民の協調の困難さが、民泊の事例では突きつけてられているが、肝要なのは、まずはホストと地域住民が共通理解のうえに合意を形成することである。ゲストとホストとはレピュテーションやマーケットメカニズムでしっかり結ばれるが、ホストと地域住民の合意なしに、ゲストと住民との協調の醸成は不可能である。

## まとめ

最初に触れたグラノヴェターの「経済的な行為は社会的な関係に埋め込まれている」という言葉に沿って考えると、民泊という新しいビジネスモデル・新しい経済取引は市場メカニズムには非常に整合的であるにもかかわらず、地域レベルでの社会的規範とは必ずしも整合的ではない面を持っている。結局はマナーの問題に帰すとのみは言い切れず、不動産価値の問題、コミュニティの統合の問題にもなりうる。取引にかかわる個人のレベル、ホストとゲストの当事者同士で評判や信頼という安心のための仕組みを担保できたとしても、それから利益を得ることがない地域住民との合意の形成は困難である。このときにリスクを負うのは誰かという問題が生じる。地域の住民、外国人に限らず異なる価値観や行動規範を持つ人々との交流、観光振興とコミュニティの一体性をどのようにバランスをとっていくのが難しい。いわゆる三すくみ状態になっていて、ホストよし、ゲストよし、住民よしの仕組みをいかに構築するかが課題だと言える。

この問題の含意の一つは、「シェアエコノミーの台頭」でもある。民泊の場合には部屋、あるいはベッド、スペースを提供しあうのだが、これから、お互いに持っているものを貸し合うことがビジネスと結びついてくるだろう。自転車でも各家庭1台ずつ持つのではなく、ある特定の場に行けば自転車を貸したり借りたりできるように皆でコミュニティ自転車を持てば良いという形でのビジネスもあるように、部屋に限らず、自転車であれ、車であれ、シェアエコノミーというものがこれからどんどん流行すると考えられる。

民泊については、現状の違法状態な施設を急ぎ取り締まるべきなのか、経済的な効果を考慮して、規制緩和により拡大していくべきか。少なくとも旅館業法、あるいは民泊条例などをしっかり作り込み、制度によって信頼を担保する必要がある。ゲストとホストの間の2者関係についてはレピュテーションシステムが時間をかけて機能していく可能性はある。ゲストとホストに対する「評判」の開示は、安全面、治安面の不安をある程度解消しつつあると思う。

しかしホストとゲストの間の合意が形成できても、周囲の地域住民がどう考えるのかは別の話である。外国人などの短期滞在者・旅行者と地域住民による時間をかけた熟議といった合意形成が非常に困難であるなかで、宿泊施設と旅行者の間の信頼・評判生成に加えて地域の住民の合意をどのようにして得るのか。あるいは地元、あるいはマンションそのものとして民泊を

完全に禁止するシステムを作っていくのか。東京都大田区、そして大阪府の条例が施行された状況において、これから Airbnb はじめ関連する民泊ビジネスがどのように展開していくのか——これをビジネスチャンスととらえて「うちも参入して頑張るぞ」「私もやってみて儲けてみたいわ」と考えるか。あるいは異文化を理解し、国際交流を進展させる良い機会であるのでどんどん広めていこう、と考えるのか。いずれにしても負の部分と正の部分に合わせて、地域コミュニティが分断されないような制度設計をしていかななくてはいけない。

理論的には仲介行為について評判のメカニズムがどこまで機能していくかに注目していきたい。実務的には、民泊という、今までの日本の宿泊文化とは異質な、旅館業法の根本を変えかねない宿泊ビジネスをどうとらえ、日本社会に適合的なものにしていくのかという課題がある。民泊は地域のミクロレベルでの分断を推し進めるリスクをもつと同時に、マクロレベルでは世界の人々との交流促進によるグローバルな統合にも貢献しつつある。このような分断と統合は現在、いろいろなかたちで生じているが、急増する民泊という社会現象は、この分断と統合の縮図でもある。<sup>2)</sup>

---

2) 公開講座後に、「民泊」という言葉は、1970年の大阪万博開催時に使われていたというご指摘を参加者のかたからいただいた。お礼を申し上げたい。大阪万博開催時に「東京ブルー観光」（現ビッグホリデー）社が、千里ニュータウンの空きマンションに貸布団をいれ、弁当を提供し宿泊させるツアーがあったという談話を後日、確認した。