HOKUGA 北海学園学術情報リポジトリ
学校法人北海学園
北海学園大学
北海商科大学

タイトル	我が国におけるゲストハウスの実態調査に関する一考察
著者	土橋，明; Dobashi，Akira
引用	北海学園大学経営論集，17(4)：219-230
発行日	2020-03-31

Hokkai-Gakuen Organization of Knowledge Ubiquitous through Gaining Archives.

《研究ノート》

我が国におけるゲストハウスの実態調査に関する一考察

土　橋　　明

1．はじめに

近年，全国各地にゲストハウスが誕生し，その存在価値が高まっている。

本小論の目的はゲストハウスの実態を明らかにし，今後のゲストハウスの方向性を考察するものである。今回の実態調査は現地調査（2018年）とアンケート調査（2019年）の2段階から構成されている。先ず，筆者が実際に宿泊（2018年6月6日～11月4日）した時の現地調査を踏まえ，その後その宿泊したゲストハウスに対して調査票による実態調査（2019年7月21日～8月20日）を試みている。なお，本小論は今回の実態調査を予備調査と位置付けゲストハウスの実態を浮き彫りにし，今後，本格調査によりゲストハウスの更なる実態と可能性，新たなビジネスモデルを探求して行く予定である。

2．訪日観光客の状況

近年，訪日観光客の増加，日本人旅行者の意識の変化から，ゲストハウスへの宿泊者が増加傾向にある。訪日観光客は2018年には3,119万人（前年比250万人増）になっている。これらの要因は短期査証発給の大幅緩和，消費税免税制度の拡充，宿泊施設の法の改正，円安などにより，訪日観光客数が右肩上がりで伸びている。

政府もビジット・ジャパン構想により2020年＝4,000万人，2030年＝6,000万人の目標を掲げ観光立国を目指している。今後も訪日観光客は2020年の東京オリンピックの開催等により増加傾向が続くことが予想されている。これらの背景により宿泊施設の不足問題が浮上し，ゲストハウスや民泊の存在が注目され新たな宿泊先として期待されている。

3．ゲストハウスの特徴

ゲストハウスの特徴は，従来のホテル等の宿泊形式と違い，格安料金，素泊まり，相部屋（ドミトリー），交流スペースによる情報交換等が挙げられる。これらの特徴により，若者や海外宿泊者を中心に支持され利用者も急増中であり，この勢いは止まらない傾向である。ゲストハウス数は公の機関で公表されていないが，松原[1]の報告によれば2016年には522軒が存在し，都道府県別に多い順は近畿＝140軒，沖縄＝102軒，関東＝53軒と報告されている。昨今の訪日観光客増などによりゲストハウスは全国各地に普及している。

4．先行研究

ゲストハウスに関する先行研究は始まったばかりで数少ない。石川，山村[(2)~(4)]は，ゲストハウスの開業年，経営形態，建築形式，料金，交流スペース有無等を質問票により実態調査をしている。林，藤原[5]はゲストハウスを交

流の場として，実際に宿泊した体験から分析している。更に片桐，梶山，東[6] は都市部のゲストハウスに着目し，宿泊者と地域等の交流機能について論じている。ゲストハウスの研究は，様々な角度から多くの観光学，経営学，都市計画学などの研究者[7]~[9] により研究が進められている。

特にゲストハウスは地域に寄り添った経営が全国各地で営まれ，徐々にゲストハウスが地域に根差した存在になってきている研究報告が多い。これらの先行研究をベースに，筆者は，特に石川，山村[3]~[4] の調査項目を参考に以下の手順で調査を試みている。

5．実態調査の概要

実態調査は，実際に宿泊（2018 年 6 月 6 日～11 月 4 日）した時の現地調査（図表 1 参照）と，その宿泊したゲストハウスに対しアンケート調査（2019 年 7 月 21 日～ 8 月 20 日）の 2 段階で実態を調査している。

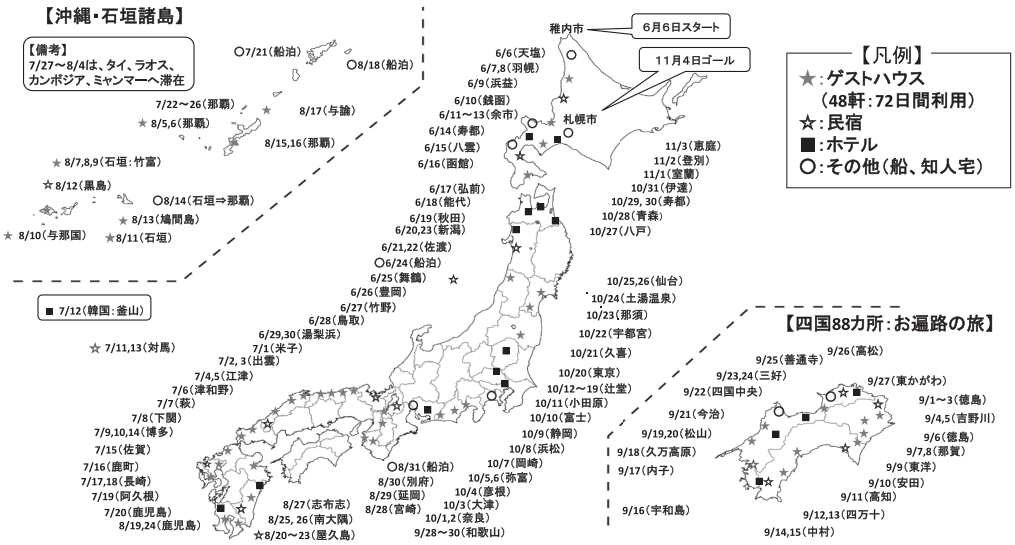
6．ゲストハウスの現地調査

筆者は，2018 年 6 月 6 日～11 月 4 日において，自転車で『還暦　日本一周の旅』に挑戦し，全国各地のゲストハウスに宿泊している。その際，ゲストハウスの魅力を再認識しながら簡易な現地調査を試みている。

6-1　宿泊したエリア別ゲストハウス数

旅行期間中の 151 日においてゲストハウスに宿泊したのが 48 軒，連泊を含め利用日数は延べ 72 日間にのぼる。宿泊した 48 軒のエリア別内訳は，北海道＝ 4 軒，東北＝ 3 軒，北陸・山陰＝10 軒，九州＝ 7 軒，沖縄＝ 8 軒，四国＝ 9 軒，関西＝ 4 軒　東海・関東＝ 3 軒である。日本のゲストハウスは Web 上において沖縄，九州，沖縄，関西，東海，関東地区に多くのゲストハウスが存在している。現地調査において日本列島を南下するほどゲストハウスが多く，価格競争により低価格で宿泊出来たことを実感している。

図表 1　『還暦　日本一周の旅』宿泊先マップ一覧
～2018.6.6～11.4（151 日間）自転車の旅～



6-2　宿泊料金

筆者が実際に宿泊した素泊まり料金は，最低宿泊料金 2,000 円から最高金額 4,400 円で，平均宿泊料金は 2,571 円であった。特に沖縄地区は低価格で宿泊できたが，旅行目的では無い格安宿として長期滞在者の利用も多いことも観察できた。ゲストハウスと長期滞在者との相関も今後の追求課題としたい。

6-3　現地調査内容

宿泊したゲストハウスのオーナーやスタッフ等への簡単なヒヤリングの感想としては，全国各地のゲストハウスは，古民家利用や地域おこし協力隊出身者による参入者が多い。全体的に女性の経営者やスタッフが多くダイバーシティーの時代を肌で感じた。また，若いボランティアスタッフによる日々の宿泊業務を献身的に行っていた姿が印象深い。

ゲストハウスでは，小規模・少人数の経営で家族的おもてなしが至る所に満載で一人旅には癒しの空間となり，新しい旅の面白さを感じた。交流スペースには手作りパンフレットや情報誌が置かれ，旅人が過ごし易いように多種多様の創意工夫がなされていた。

富士山の見えるゲストハウス（富士市）では，大きな世界地図に訪日観光客の母国がプロットされていた。旅人の思い出や足跡，痕跡が見える交流スペースには，旅人とゲストハウスの絆が作れる空間になっていた。また，地元の祭り（博多），地元音楽ライブ（石垣），地域名産品の見学（四万十）はスタッフが同行してくれた。これらの無償のサービスは旅人には心地良いおもてなしとなり，見知らぬ地域と旅人の距離がより一層近くになった。従来から標準化されたホテル等には出来ない差別化サービス・戦略を感じ，大型ホテルや老舗旅館とは違うゲストハウスの新しいコンセプト，旅文化を痛感した。

現代はストレス社会，クレーム社会，監視社会であり，その中のゲストハウスのおもてなしは人と人とのコミュニケーションの出来る癒しの場所となっており，その快適な空間を求め，旅人には魅力的な宿泊施設になっているようだ。

6-4　ゲストハウスの差別化戦略

全国どのゲストハウスでも，地域の人々との交流，地域イベントの参加，宿泊者同士の交流に力を注ぎその小さな戦略に新鮮さを感じた。現地で聞き込んだ戦略を下記に列記する。

- 老舗温泉ホテルが新規事業としてゲストハウスへ参入
- 地域密着型バーとカフェ併用による地元への認知拡大
- レストラン，シェアハウスとの併用による安定収入の確保
- 地域に寄り添ったイベント参加による顧客満足度の向上
- 図書コーナーを設置したフレンドリーな地域貢献

地元の良さを伝えたいと言う声（信念）が，どこのゲストハウスでも耳にしたのが印象的である。他方，その影では集客に苦慮し奔走しているスタッフの姿を目の当たりにしている。また，地元以外の人々（よそ者）が，ゲストハウスを営む経営者が多いことにも驚愕した。

振り返ると我が国は，戦後より全国各地で地域活性化を試みてきたが，これと言ってよい方策が無いまま今日までに至っている。その間，インターネット等の情報インフラが出現し国境を超えて情報が入手出来る時代となり，高度情報化社会とともに地域活性化の在り方も進化してきた。昨今では人口減少が社会問題となり，地方消滅と言う危機的な状態を目前としている。筆者はこのような状況の中，地方の空き家等を利用し，よそ者が経営するゲストハウスには，新たな地域の活性化の可能性があると期待を寄せている。

これらを背景に，アンケートによる実態調査を試みた。

7．アンケートによる実態調査

筆者が 2018 年 6 月 6 日～11 月 4 日（151 日間）の旅行期間中，実際に宿泊先（ゲストハウス：48 軒，宿泊日数 72 日）での簡易な現地調査と先行研究を踏まえ，以下の内容でアンケート調査を実施した。

実施月日（期間）＝2019 年 7 月 21 日～ 8 月 20 日（31 日間）

送付物＝依頼文（A4：1 枚），質問紙（A4：2 枚），返信用封筒（1 通）

送付枚数＝48 通（2018 年に実際に宿泊したゲストハウスを抽出）

回収枚数（回収率）＝30 通（62.5％）

7-1　質問票の設計

アンケートの質問数は 30 項目を設定した。質問内容は，①宿泊施設に関する項目，②利用者に関する項目，③ゲストハウス取りまく外部要因に関する項目，④従業員等の意識に関する項目，⑤お客様接点に関する項目の 5 つの視点により質問している。

①宿泊施設に関する項目（11 項目）

開業年，営業許可区分，経営主体，建物様式，交流スペース，相部屋，食事提供，カプセル型ベッドの比率，素泊まり料金，経営者の年代，スタッフ数。

②利用者に関する項目（7 項目）

利用者の年齢層，外国人宿泊者の傾向及び比率，旅行スタイル，新規客とリピーター比率，リピーター数の傾向，ゲストハウス利用方法の理解度。

③外部環境に関する項目（4 項目）

地域住民との交流，行政支援，他業務との併用，直近の課題。

④従業員からみたゲストハウスの意識についての項目（5 項目）

従業員満足度，ゲストハウスの将来性，満足度，回答者の出身地と属性。

⑤お客様接点に関する項目（3 項目）

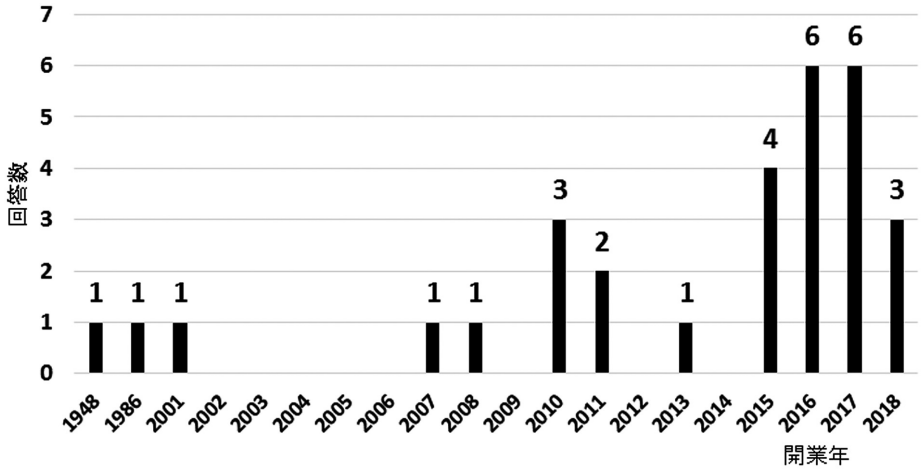
お客様とのエピソード，充実感及び達成感，新しい試み・企画を記述式による調査。

8．アンケート調査結果

8-1　開業年

今回調査したゲストハウスの開業年は，2015 年以降の開業が 19 軒であり全体の 63.3％を占めている。我が国のゲストハウスは，2010 年頃から開業ブームが起き，今回の

図表２　開業年



調査でも 2010 年以降の開業が多い傾向が見られた。2000 年以前に出来たゲストハウスは，当初，民宿等の名称を掲げ，近年のゲストハウスブームにより改名した可能性がある。この点については，今後の本調査で追跡を行う予定である。

8-2　旅館業法上の営業許可区分と経営主体

旅館業法上の営業許可区分の結果は，8 割以上（25 軒：88.3％）が簡易宿泊営業の許可を取得して経営している。ゲストハウスの営業主体については，個人事業主は 17 軒（56.7％）で一番多く全体の半数以上を示した。次に株式会社での登録は 9 軒（30％）と続く。以上の結果によりゲストハウスは，簡易宿泊の許可，個人事業主で経営しているパターンが多いことが浮き彫りとなった。よってゲストハウスは大規模な宿泊施設で資金力のある株式会社等によるホテルや旅館とは違い，小規模で経営されている。

8-3　ゲストハウスの建築様式

ゲストハウスの建物については，「空き家」を利用しているケースが最も多く 9 軒（30％），次に元宿（6 軒：20％），自宅利用（5 軒：16.7％）と続く。ゲストハウスの建物は，既存の建物である空き家，元宿，自宅を最小限で改修して宿泊業をしているケースが多い。今回の調査では，新たに新築したゲストハウスは僅か 2 軒（6.7％）だった。

8-4　交流スペース，相部屋，食事の提供

宿泊者が交流できるスペースの有無，相部屋（ドミトリー）有無，及び食事の提供の有無の結果は以下の通りとなった。交流スペースと相部屋は，ほぼ全てのゲストハウスが有ると回答（29 軒：96.7％）している。食事サービスの提供は，約 6 割（17 軒：56.7％）が提供していない。

8-5　カプセル型ベッドの比率

前項の質問結果よりゲストハウスの相部屋

図表 3　旅館業法上の営業許可区分

ホテル	旅館	簡易宿泊	下宿営業	その他	合計
1	3	25	0	1	30
3.3％	10.0％	83.3％	0％	3.3％	100％

図表 4　ゲストハウスの経営主体

株式会社	有限会社	個人事業	その他	合計
9	2	17	2	30
30.0％	6.7％	56.7％	6.7％	100％

図表 5　建築様式

新築	自宅利用	空き家	商業ビル	元宿	その他	無回答	合計
2	5	9	2	6	5	1	30
6.7％	16.7％	30.0％	6.7％	20.0％	16.7％	3.3％	100％

図表 6　交流スペース，相部屋，食事の提供の比率

	交流スペース		相部屋		食事の提供	
有り	29	96.7％	29	96.7％	13	43.3％
無し	1	3.4％	1	3.3％	17	56.7％
合計	30	100％	30	100％	30	100％

は 9 割以上（96.7%）が有りと回答している。その相部屋のタイプについて，プラベート空間を重視したカプセル型ベッド（隣同士が壁で仕切られている）の導入について質問をした。その結果，設置有りが 14 軒（46.6%），設置無しが 13 軒（43.3%）であった。100% カプセル形ベッドで運営しているゲストハウスは 4 軒（13.3%）もあった。その 4 軒のうち 3 軒が，2015 年（1 軒）と 2016 年（2 軒）に開業しており，最近開業したゲストハウスであった。プライベート空間を重視したカプセル型ベッドが，今後潮流となる傾向が見られた。

8-6　素泊まり料金

素泊まり料金については，2,001～3,000 円帯と 3,001～4,000 円帯で，それぞれ 13 軒ずつ（43.3%）と同値だった。この 2 つの料金帯で約 9 割（86.6%）を占めている結果となった。今回の回答結果では 4,001 円以上の素泊まり料金の設定は 1 軒も無かった。ゲストハウスの素泊まり料金は，ホテル・民宿と比べ，低料金の設定であることが明らかになった。

8-7　宿泊者の年齢層/他業務との併用

ゲストハウスの利用者の年齢層は，20～29 歳が 14 軒（46.7%）と多く約半数を示した。次に 30～39 歳が 10 軒（33.3%）と続く。20 代と 30 代で約 8 割（80%）が利用し，40 代以上の利用は少ない結果となった。よってゲストハウスは若い年齢層に利用されている。

宿泊業務と他業の併用についての質問には，30 軒中 16 軒（53.3%）が併用していると回答している。併用業務で 1 番多いのはカフェが 6 軒（31.6%），順にシェアハウス 4 件（21.1%），レストラン 3 件（15.8%）と続く。今回の調査では，その他と回答しているゲストハウスが 6 軒あり，本調査でその併用業務を明確にして行く。

図表 7　カプセル型ベットの比率

10 割	9 割～ 7 割	6 ～ 4 割	3 ～ 1 割	無し	無回答	合計
4	3	4	3	13	3	30
13.3%	10.0%	13.3%	10.0%	43.3%	10.0%	100%

図表 8　素泊まり料金

2,000 円未満	2,001～,3000 円	3,001～4,000 円	4,001 円以上	無回答	合計
3	13	13	0	1	30
10.0%	43.3%	43.3%	0.0%	3.3%	100%

図表 9　宿泊者の年齢層

20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～59 歳	60～69 歳	合計
14	10	2	2	2	30
46.7%	33.3%	6.7%	6.7%	6.7%	100%

図表 10　他業務との併用（n=16）

レストラン	カフェ	シェアハウス	その他	合計
3	6	4	6	19
15.8%	31.6%	21.1%	31.6%	100%

＊併用しているゲストハウス＝16 軒。重複回答有り

8-8　訪日客の利用状況

近年，訪日観光客が多く日本に訪れ，2018年は3,000万人を超えている。その訪日観光客の利用動向の質問に対しては，「増えた」「多少増えた」と21軒（70%）が回答している。他方「若干減った」「減った」と回答したゲストハウスは2軒に留まっている。

訪日観光客ブームにより利用者が多くなる傾向であり，今後の追跡調査により，訪日観光客とゲストハウスの利用状況を調査していく。

8-9　訪日観光客の比率

ゲストハウスの訪日観光客と日本人の比率は，60%以上が訪日観光客と回答しているゲストハウスが7軒（23.3%）あった。訪日ブームにより訪日観光客がゲストハウスを利用している傾向が見出された。

8-10　旅行スタイル/リピーター客の利用状況

旅行スタイルは，一人旅の旅行者は16軒（53.3%），2～4人での利用13軒（43.3%）で，ゲストハウスは比較的少人数で利用されていることが浮き彫りとなった。その利用は20代から30代の若い年齢層である（図表9）。

リピーター客については，「増えた」「多少増えた」と回答したゲストハウスが28軒（93.4%）と高い値を示している。ゲストハウスは一度宿泊した客がリピーター客となって利用する傾向であることが理解出来る。付表1～3の記述式回答で明記されているように，リピーター客が満足している状況が理解できる。

8-11　新規客対リピーター客の比率

新規客とリピーター客との比率については，9対1の割合で新規客が多いと回答したゲストハウスが12軒（40%）であった。なお，調査対象のゲストハウスの開業年（図表2）は，比較的新しいため新規客が多い傾向になった。

8-12　利用者のゲストハウスの施設利用の理解/スタッフ数

宿泊者がゲストハウスの利用方法（トイレ，

図表11　訪日観光客の利用状況

増えた	多少増えた	変わらない	若干減った	減った	無回答	合計
8	13	6	2	0	1	30
26.7%	43.3%	20.0%	6.7%	0%	3.3%	100%

図表12　訪日観光客の比率

10%	20%	30%	40%	50%	60%以上	無回答	合計
6	7	5	1	3	7	1	30
20.0%	23.3%	16.7%	3.3%	10.0%	23.3%	3.3%	100%

図表13　旅行スタイル

一人旅	2～4人	団体	その他	合計
16	13	0	1	30
53.3%	43.3%	0.0%	3.3%	100%

図表14　リピーター客

増えた	多少増えた	減った	分からない	合計
5	23	1	1	30
16.7%	76.7%	3.3%	3.3%	100%

図表 15　新規客対リピーター客の比率

9 対 1	8 対 2	7 対 3	6 対 4	5 対 5	その他	無回答	合計
12	6	5	3	0	1	3	30
40.0%	20.0%	16.7%	10.0%	0%	3.3%	10.0%	100%

バス等が共有）が理解しないで宿泊するケースも多いと言われている。その状況について質問したところ，利用方法が分からず泊まる客が居るは 13 軒（43.3%），時々居るが 9 軒（30%）だった。他方，ゲストハウスの利用方法を理解しているが 6 軒（20%）と回答し，徐々に利用方法が理解されている。

ゲストハウスのスタッフ数については，3 人以下のゲストハウスが 20 軒（66.7%）を示し，約 7 割が少人数で，宿泊業務を遂行している。

8-13　経営者の年齢

ゲストハウスの経営者の年代は，30 代（40%）が，他の年代より高い値を示す結果となった。他業種の経営者の年齢と比べると，ゲストハウスの経営者は，比較的若い経営者が多い結果となっている。

8-14　地域住民との交流/行政の支援

ゲストハウスを取り巻く外部要因である地域住民と行政との関わりについての質問は，地域住民との交流は，「ある」「ややある」と答えた施設が，27 軒（90%）で，約 9 割が地域住民との交流を深めている。他方，行政との関わり合いは，「受けていない」が 24 軒（80%）で約 8 割が，行政からの支援を受けずにゲストハウスを経営している。

8-15　従業員満足度

従業員満足度（ES）が高いと顧客満足度

図表 16　利用方法が分からない

居る	時々居る	居ない	分からない	合計
13	9	6	2	30
43.3%	30.0%	20.0%	6.7%	100%

図表 17　スタッフ数

3 人以下	4 ～ 6 人	7 ～ 9 人	10 人以上	合計
20	5	2	3	30
66.7%	16.7%	6.7%	10.0%	100%

図表 18　経営者の年代

20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	無回答	合計
1	12	4	6	6	1	30
3.3%	40.0%	13.3%	20.0%	20.0%	3.3%	100%

図表 19　地域住民との交流

ある	ややある	ない	合計
15	12	3	30
50.0%	40.0%	10.0%	100%

図表 20　行政からの支援

受けている	時々受けている	受けてない	合計
1	5	24	30
3.3%	16.7%	80.0%	100%

(CS) が高いと言われている。その従業員満足の意識については,「満足」「やや満足」との回答が 25 軒 (83.3%) であり,日常業務に対して不満が無いと回答している。

8-16 直近の課題

ゲストハウスの課題についての質問については,集客と答えたのが 18 軒 (60%) で,高い値を示した。次に労働力不足は 7 軒 (23.3%) であった。我が国の人口オーナス期に突入し,労働人口不足は慢性化し,ゲストハウスにおいても深刻な問題となっている。

8-17 出身地/アンケート回答者の役職

アンケート回答者の出身地と役職についての質問に対しては,地元出身が 17 人 (56.7%),地元以外の出身が 13 人 (43.3%) と約半々の結果となった。

今回のアンケート回答者は,経営者が 26 人 (86.7%) であり,今回のアンケート回答は経営者の意見が反映されていると思われる。

8-18 ゲストハウスの将来性/幸福度

ゲストハウスの将来性については,将来性があると 15 軒 (50%) が回答している。他方,分からいないとの回答は 11 軒 (36.7%) あり不安要素があることが,浮き彫りとなった。

最後に,アンケート回答者の幸福度については,27 人が「はい」と答えており,いいえと答えた人が 0 人であり,非常にゲストハウスに携わっている人の幸福度が高い結果が確認できた。これらを裏付けられる根拠として,記述回答の付表 1 ～ 2 の結果を参考にされたい。

8-19 お客様接点に関する項目

最後に,お客様とのエピソード,日常業務における達成感及び充実感,更には新しい試み・企画を自由に記述してもらった。その結果を付表 1 ～ 3 に整理した。

9. 考　　察

本小論では,実際宿泊したゲストハウスの

図表 21 日常業務に対しての従業員満足度

満足	やや満足	やや不満	不満	その他	合計
10	15	3	1	1	30
33.3%	50.0%	10.0%	3.3%	3.3%	100%

図表 22 直近の課題

集客	運営資金	労働力不足	地域の理解	その他	合計
18	1	7	0	4	30
60.0%	3.3%	23.3%	0%	13.3%	100%

図表 23 出身地

地元	地元以外	合計
17	13	30
56.7%	43.3%	100%

図表 24 回答者の役職

経営者	スタッフ	合計
26	4	30
86.7%	13.3%	243%

図表 25　将来性

ある	ない	分からない	合計
15	4	11	178
50.0%	13.3%	36.7%	100%

図表 26　幸福度

はい	いいえ	無回答	合計
27	0	3	30
90.0%	0.0%	10.0%	100%

現地調査（2018 年）とアンケートによる実態調査（2019 年）から，現状のゲストハウスの実態を明らかにした。以上の調査結果から 5 つの視点で考察する。

1 点目の設備・サービスに関する視点では，ゲストハウスは，従来のホテルや旅館とは違い，既存の建物（空き家等）を再利用し，簡易宿泊届けによる個人事業主の形態で小規模で経営をしている。設備面では宿泊者が情報共有出来る交流スペース，相部屋（ドミトリー）を 9 割以上設置していた。サービス面では，食事については 6 割が提供していないが，他業務のカフェ，レストランを併設しているゲストハウスも出現しつつ，地域住民との交流の場を提供している。

2 点目の利用者の視点では，利用者の年齢層は，20 代，30 代が 8 割を超え，一人旅や，小グループ（2 ～ 4 名）の利用が多いことが明らかになった。また，素泊まり料金が 2,001 円～4,000 円の低料金で設定され若者に支持されている。交流スペースは 9 割以上のゲストハウスが配備し，手作り満載の有益な情報を入手できるようになっている。更に現地調査においても一人旅や小人数でも快適に過ごし易く，地域イベントへの同行等，創意工夫され癒しの空間及び交流の場になっていた。

3 点目の訪日観光客の視点では，近年の訪日観光客の増加により，ゲストハウスにも宿泊する訪日観光客が増加傾向であることを確認できた。訪日観光客の利用者が 6 割以上のゲストハウスも出現し，現地調査時においても訪日観光客の比率が高いことを感じた。今後は，国内旅行客より訪日旅行客の需要が高まり，インバウンド専門のゲストハウスの登場にも期待したい。

4 つ目のゲストハウスを取り巻く外部環境に関する視点では，殆どのゲストハウスでは，地域住民との交流があると 9 割が回答している。ゲストハウスの新しい試み・企画（付表 3）の回答から，地域密着型で多種多様のアイデアで地域貢献していることが理解出来る。他方では行政から支援等を受けていないゲストハウスは 8 割を示し，連携していないことが浮き彫りとなった。

5 つ目の従業員意識の視点では，3 人以下（66.7%）の小人数体制で日常業務をしているが，8 割が満足していると答え従業員満足度が高いと言える。経営者の年齢は 30 代が 40%を示し，新しい感性でゲストハウスを営んでいる姿を現地調査でも確認できた。直近の課題は集客を 1 番に掲げ，次に労働力不足である。従業員満足度や幸福度の回答が高い要因について，付表 1，2 に示す通り，お客様とのエピソードや達成感や充実感は，日々宿泊者に寄り添ったサービスをしていることが回答から理解が出来る。

小規模経営のゲストハウスであるが，人と人との交流，宿泊者と地域との交流の場を提供している観点から，人と人との交流が希薄な現代社会において存在価値は高い。更に全国のゲストハウスの個々の交流スペースがインターネット上でリアルタイムで繋がるゲストハウスの出現にも期待したい。

10. 残された課題

今回の現地調査及び実態調査は，数々の問題が埋もれている。特に抽出法，サンプル数，

設問内容等については問題があることを指摘する。これらを再検討し，これからの本調査に向けてAIやビックデータ等を利用した新たな解析方法等も試みたい。

本調査に向けて，以下の3つの課題について深掘りしていく。

・訪日観光客の行動分析とゲストハウスとの相関
・ゲストハウスの社会的価値
・ゲストハウスの質の向上による新たなビジネスモデルの提案

我が国は人口減少，高齢化等により国内市場が衰退している状況において，地の利を活かした観光ビジネス市場は大きく期待されている。その中でゲストハウスの存在価値は限りなく大きく，地域活性化の源泉になるように今後も研究を進めたい。

〈謝辞〉

本小論に，ご協力頂いた全国のゲストハウスの皆様に，この場を借りて心より厚く御礼を申し上げます。特に，忙しい中，アンケートに明記された文脈には，これからの私の研究に非常に価値のある内容となっており重ねて御礼を申し上げます。

〈参考文献〉

⑴ 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』椙山女学園大学研究論集第47号自然科学編　pp. 95-107.
⑵ 石川美澄（2012）『地域社会における小規模宿泊施設の役割も関する一考察―長野市善光寺門前のゲストハウスのイベントを事例として―』生活學論叢　pp. 95-102.
⑶ 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』日本都市計画学会　都市計画論文集　Vol. 49　No. 2　pp. 140-145.
⑷ 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』第32回日本観光学会全国大会学術論文集　2017. 12　pp. 93-96.
⑸ 林幸史　藤原武弘（2013）『旅行者が交差する場としてのゲストハウス』関西学院大学社会学部紀要　pp. 79-87.
⑹ 片桐由紀子　梶山桃子　東秀紀（2015）『都市部の簡易宿泊型ゲストハウスにおける交流機能に関する研究』首都大学東京　観光科学研究　pp. 61-69.
⑺ 矢ケ崎紀子（2017）『観光の視点から見た民泊の現状，課題，展望』国際交通安全学会誌　Vol. 42 No. 1　pp. 38-47.
⑻ 関川卓司（2017）『新しい宿泊形態（ゲストハウス・民泊）の出現による町家地域の再生の可能性』大阪市立大学大学院創造都市研究科電子ジャーナル　創造都市研究 e　12巻1号 pp. 9-29.
⑼ 澤田彩希　岡絵理子（2012）『都市型短期滞在型ゲストハウスの地域まちづくりへの可能性に関する研究―関西4市のゲストハウスを事例に―』日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集10巻 pp. 1-4.

付表１　お客様とのエピソード（記述回答）

お客様との エピソード	・３日間の滞在が，延泊，延泊で１ヵ月いたイタリア人 ・ロシア語しか話せないロシア人が，歩きお遍路で２週間滞在してくれた ・外国人のお客様（女性一人）が，88 カ所を歩きお遍路された ・お客様と仲良くなって世界中に友達が出来た（類似回答複数有） ・この地域の「匂い」が最高だと言って貰え，延泊してくれた ・ゲストハウスがきっかけで，日本，博多が好きになって貰えた時 ・些細なトラブルが発生後，翌日ゲストハウスを好きになって頂いた ・毎年家族で利用して下さる方の子供の成長を感じる時（類似回答複数有） ・子供が家と同じように過ごしている時は感動します ・お客様同士が結婚した（類似回答複数有） ・長期宿泊者が，日常のように過ごしてくれた ・スタッフやお店が気に入って，宿泊日数を延長された時 ・足の悪いゲストがあきらめていたカヌーを乗り，リハビリしたいと言う気持ちになり，その後元気になり，再度，泊まりに来てくれた ・ゲストさんが，公園でギターを弾いて居た人を連れてきて，ゲストハウスで飲み会をしたこと ・若い旅人から沖縄のお母さんと慕われた ・長期滞在者から，誕生日パーティを開いて貰い感動した

付表２　達成感・充実感（記述回答）

日頃，達成感や 充実感を 感じる時	・良い口コミや手紙を頂いた時（類似回答複数有） ・お客様から，地域の良さや良かったことを教えて貰う時 ・地元の人々とお客様が楽しく交流してくれる時（類似回答複数有） ・宿泊者と地元民との交流がラウンジで生まれた時 ・お客様が笑顔で帰られた時 ・１度来てくれたお客様が再訪問してくれた時（類似回答複数有） ・今まで泊まった中で一番良いと言われたこと ・リピータが増えること，また会いに来てくれること（類似回答複数有） ・宿泊ゲストだけではなく，地域の人にとっても喜ばれる時 ・普段の生活では，とうてい出会うことのない人達が，自分の目の前で笑顔になっている瞬間に立ち会えること ・外人の文化に触れるとき ・普段会えない人達が自分の目の前で繋がり，笑顔になった瞬間 ・ゲストハウスを喜んでくれた時 ・帰り際に，また来たいと言ってもらう時 ・世界中の人の話がきける ・来年も来ると言われた時 ・ゲストの期待を上回ったと実感できる瞬間

付表３　新しいイベント企画（記述回答）

新しいイベント 企画（案）	・地元の飲食店との連携 ・地元を案内するツアーを企画 ・宿泊者と地元民との交流イベントを開催 ・宿同士のソフトボール大会 ・ラウンジを利用したドリンクイベント ・ローカルウェブメディア ・地域の人（仲間）との合宿イベント ・お土産品の開発 ・花見 ・玄関前で撮ったお客様の写真を年賀状にして送付（希望者のみ） ・アコースティックライブ ・七夕イベント ・遍路宿として登録 ・日曜坐禅，弓道体験，抹茶体験 ・飲食イベント ・ミシンの貸出