

【論 文】

地方におけるシェアリングエコノミーの導入と運営主体の役割 —観光振興導入の飛騨市、津和野町、屋久島町事例の比較—

倪 卉[†], 野田哲夫[‡], 章 立[†], 宋 思佳[†]

([†]島根大学法文学部山陰研究センター)

([‡]島根大学法文学部)

摘 要

地方におけるシェアリングエコノミーの導入は、全国的なプラットフォームを活用しながら、地域で運営する主体の役割が重要になる。これまでに地域の足の確保を中心にシェアリングエコノミーの導入例の調査研究を行ったが、地方自治体等の行政の役割の重要性が明らかになった。一方でシェアリングエコノミーの導入事例が多い観光振興の取組では、民間機関による運営も比較的多い。そこで、本研究は観光振興を目的としたシェアリングエコノミーの導入例に焦点を当て、岐阜県飛騨市、島根県津和野町、及び鹿児島県屋久島町の現地調査に基づき、運営主体がどのように取り組みに参加しているかについて考察する。

キーワード：シェアリングエコノミー、地域振興、観光産業、運営主体、地方政府

1. はじめに

地域振興、または地域の課題を解決するため、日本では地方におけるシェアリングエコノミーの導入が注目されている。野田他 (2018) では、近年、カーシェアである Uber と空間・宿泊のシェアの Airbnbなどを代表とするシェアリングエコノミーが急成長する中、地方における雇用創出、育児支援、地域の足の問題、地域の観光振興などの課題に、シェアリングエコノミーの手法が導入される事例の考察を行っている。

内閣官房シェアリングエコノミー推進室は2018年度から「シェアニッポン100～未来につなぐ地域の活力～」で地方自治体や民間団体が地域の課題を解決するために、シェアリングエコノミーを積極的に取り込んでいる事例を取り上げて、その後毎年バージョンが更新されるたびに事例も増え、2022年度時点では100を超えている。日本におけるシェアリングエコノミーの導入を議論する際に、実際の事情を再確認する必要がある。一般社団法人シェアリングエコノミー協会ではシェアリングエコノミーをインターネット上のプラットフォームを介して個人間でシェア(賃借や売買や提供)をしていく新しい経済の動きであり、シェアリングエコノミーには主に、場所、乗り物、モノ、人、スキル、お金の5つに分類されるように解釈している¹。また、総務省は「シェアリング・エコノミーとは、個人等が保有する活用可能な資産等を、インターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等も利用可能とする経済活性

化活動であるとしている。ここで活用可能な資産等の中にはスキルや時間等無形のものも含まれる」と定義している²。また、野田他では、シェアリングエコノミーは遊休資材、時間またはスキルを所有者の願望でシェアするという考えに基づいている(野田他, 2018)と指摘している。

しかしそもそもシェアリングエコノミーとは、アメリカで導入される Airbnb や Uber のように空き部屋を宿泊客に提供する空間のシェア、カーシェアも含め、いずれも資材の所有者が自ら他人と分かち合う願望があり、個人的な行動からプラットフォームの活用とともに次第に規模拡大し、より広範囲で社会的な経済効果が実現できたプロセスがあった。日本では「活用可能」や「利用価値があるが使われていない資材を活用」という意図で導入されたことが日本のローカルな事情に合わせた特徴が見られる。

従って、日本でのシェアリングエコノミーの導入を議論しなければならない点として、第一に日本でシェアリングエコノミーを導入する際、「活用の可能な遊休資材やスキル」を再発見する必要がある。内閣官房シェアリングエコノミー推進室のプロジェクトに取り上げられた事例を見れば、空き家問題の解決や、車の空き席のシェアなどの場合、インターネットやプラットフォームを利用し、遊休資材を活用できる道を探る需要が明らかである。とりわけ、本稿で議論する観光産業の振興のために、地域にシェアリングエコノミーを導入する場合、空き家などの空間、そして伝統文化を含めた観光資源を活用するために、地方自治体はその地域の状況を把握し、また地域の住民の理解を得た上で、活用できる道を模索することが重要である。

第二に、シェアリングエコノミーの運営主体の違いである。活用可能な遊休資材を発見する意味からでは、現在日本における導入例を見れば、地域の交通問題、空き家や地域の資源の活用、観光、または人材や育児支援なども含め、いずれの目的から見ても異なる運営主体によって、シェアリングエコノミーの取り組みから得る効果が大きく左右される状況がうかがえる。本研究グループではこれまで、「地域の足」の確保を解決するためのシェアリングエコノミーの取り組みを考察するため、京都府京丹後市、北海道の中頓別町及び天塩町に対し現地調査を行い分析した。これらの事例から、自治体主導で展開する方式、民間企業または団体主導で運営するスタイルの違いによって取り組みの効果が大きく異なる結論を得た。個人やNPO等の中間組織のみで運営された場合、制度や地域の事情による制限が多く、限られている領域でしか活用できない限界が見られる。取り組みの強みが発揮できるためには、地方自治体などの行政の参加が必要と考える。さらに観光振興の場合、シェアリングエコノミーの運営によく見られる個人、NPO等の組織、民間企業、そして地方自治体のうち、地域の状況をよく把握し、また地域住民とのつながりがあるのは地方自治体であると考えられる。よって、シェアリングエコノミーの運営主体に地方自治体が運営に参加しているかどうかについて、考察すべき点である。

第三に、シェアリングエコノミーの導入と地域について、地方への配慮が必要不可欠である。内閣官房シェアリングエコノミー推進室によると、「①破壊的なイノベーション」(スペースシェアやライドシェアなど、新たな需要を掘り起し、市場に劇的な変化をもたらす分野をさしている)、「②温もりのあるイノベーション」(地域の共助の精神などを育て、地域コミュニ

ティの再生や地域独自の課題の解決を目的としたイノベーション)に分類される。シェアリングエコノミーは「破壊的なイノベーション」という側面を持っている。この「破壊」とは従来の慣習や風俗、ないし規則そのものに変化をもたらすことである。とりわけ地方に導入される場合、シェアリングエコノミーの「破壊的」な部分を回避し、いかにして「温もりのあるイノベーション」へ転化させ³、取り組みを地域に定着させるのが課題である。地域の実情を把握し、「温もりのあるイノベーション」へ転化させる意味では、行政や自治体の強みを活かし、地方自治体や地方の民間業者・中間組織などと協力し、シェア事業を活用して地域の課題を解決することが求められている。また、地方の中小規模の自治体や中間組織とともに、近隣する自治体や組織とより広域的な取り込み、多様な事業を組み合わせた多角化を通じて、シェア事業によって継続的・持続的な効果が発揮できると考えられる⁴。

そこで、本稿ではシェアリングエコノミーの地域への活用と導入の主体として、行政＝地方自治体の役割に焦点を当てて考察する。

2. シェアリングエコノミーの導入と地域における観光振興

(1) 日本におけるシェアリングエコノミーの導入状況

日本の地域で地域課題を目的としたシェアリングエコノミー導入事例地域の取組主体(組織)や目的による取組の相違や、シェアリングエコノミーを活用した取組の課題と可能性についての考察を行うため、本研究グループは2022年10月～12月にかけて内閣官房による発表した『シェアリングエコノミー活用事例集(令和2年度版):シェア・ニッポ100～未来へつなぐ地域の活力～』に取り上げられた108の事例を対象に、独自にアンケート調査を行った。調査依頼とアンケートの配布は紙媒体の郵送と Web アンケートを合わせて行った。調査依頼をした108部の内、回収できた有効な答えは51件で回答率が47%である。

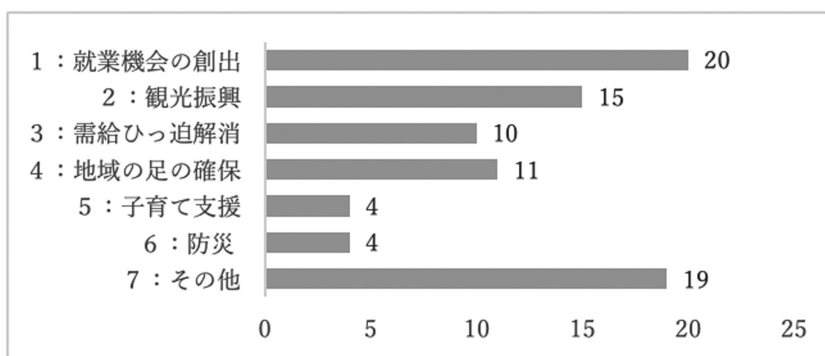


図1 シェアリングエコノミーに取り込んでいる目的(複数回答可)
出所: 著者らが実施したアンケート調査の集計より

回収できた51件のうち、シェアリングエコノミーに取り込んでいるの目的からでは、「観光振興」のためは15例で全体の28.8%である。「就業機会の創出」と「その他」をのぞいて、「観光振興」は3番目に多い(図1参照)。「観光振興」が重要な目的であることが伺える。

「観光振興」の運営主体については、行政主導が12件だったが、中間組織が6件、民間企業が5件となっており、外郭団体やその他の主体も見られた(表1参照)。運営形態から見ても、同時に複数の主体が協力し、運営を担う状況がみられる。多様な主体による共同運営の割合大きいと考えられる。運営の形態については、後述のヒアリング調査から見られるように行政が主導しながら、運営面では、多様に取り込んでいる事例が多く見られる。そして地方自治体、NPO等の民間団体など、運営主体が様々である状況が明らかになった。

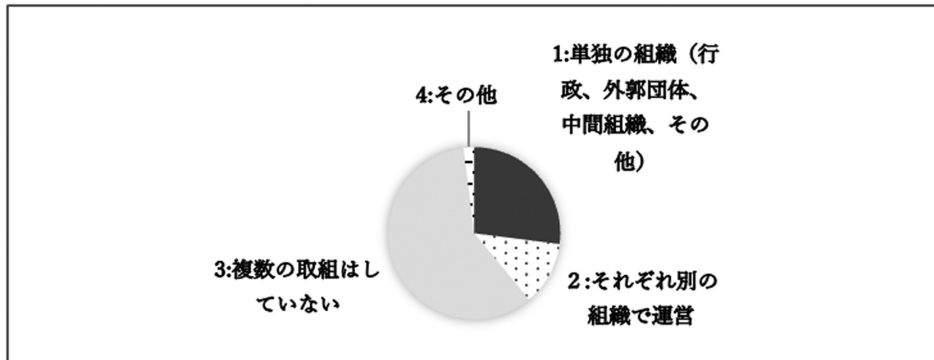


図2 複数のシェアリングエコノミーの取り組みが行っている地域の運営主体
出所：著者らが実施したアンケート調査の集計より

また、複数のシェアリングエコノミーの取り組みを行っている地域は20件(39%)であり、運営の組織形態は「単独の組織(行政、外郭団体、中間組織、その他)」が14件、「それぞれ別の組織で運営」が6件で、また20件の地域のうち、16件の地域の取組主体が行政(市町村)であり、そのうち9件は行政による単独の組織運営である(図2参照)。またそれぞれ別の組織で運営されている6件のうち、いずれも行政(市町村)が運営組織の一つとなっており、取り組みの運営に参加している状況がうかがえる。

表1 シェアリングエコノミーを取組む主体(組織)別の取組み目的(複数回答)

	行政(市町村)	外郭団体	中間組織	民間企業	その他
その他	15	0	1	10	2
防災	4	0	1	0	1
子育て支援	2	1	1	1	0
地域の足の確保	8	0	2	1	1
需給ひっ迫解消	6	2	2	5	1
観光振興	12	2	6	5	1
就業機会の創出	15	1	5	5	0

出所：著者らが実施したアンケート調査の集計より

目的別で運営主体のクロス集計の結果を見ても、本稿で取り上げる「観光振興」の分野では行政の関与が12件で最も多く、中間組織6件、そして民間企業5件があった。特定のシェアリ

ングエコノミーだけに特化して事業を行うだけでなく、他シェア事業とも組み合わせた事業の多角化が進められていることが確認された(表1参照)。

(2) 本稿の事例について

本研究グループは、これまでに行った「地域の足」の確保のために導入されたシェアリングエコノミーの取り組みの分析結果、そして、前述した導入例に対する独自のアンケート調査の結果を総合し、導入目的が地域の「観光振興」となっている事例に対して、「運営主体の違い」に注目し、それぞれ異なる主体によって取り組みの成果にどのような影響をもたらすのかを事例で比較しながら、考察することにした。

そこで、本稿ではアンケート調査対象を中心に、実際に現地調査及びヒアリング調査のできた事例から、観光資源を有する伝統的な観光地域であり、かつシェアリングエコノミーが導入され異なる運営方式と主体の違いという3点の基準に比較の事例を選定した。さらに、本稿は地方自治体・行政の関与によってシェアリングエコノミーの導入効果を考察するのが課題である。そのため、上記3点の基準の内、運営方式と主体を重視して、議論に用いられる事例を選定した。

このように、本稿では、①本州中心部に立地し都市圏から比較的アクセスしやすい行政(市役所観光課)が運営主体である岐阜県飛騨市、②伝統的な観光地でありながら近年観光産業が衰退しアクセスも不便であり、民間企業と行政が協力して取り組みを推進している島根県津和野町、③離島で最もアクセスの不便な地域だが世界遺産である著名な観光地域であり、行政が運営を民間会社に任せて事業を行っている鹿児島県屋久島市の3つの事例を取り上げる。

3. 行政主導の運営：岐阜県飛騨市

(1) 導入の背景

飛騨市は岐阜県の北部に立地し、北には富山県、東には長野県へのアクセスも便利である。2004年に2村2町から合併し、現在では河合村、古川町、宮川町、神岡町の1村3町からなる。2022年の人口22947人、高齢化率39%、高齢化と人口減少が課題である。

飛騨市は豊かな観光資源を有している。宮川町宮川の下流での鮎釣が伝統的な観光資源である。毎年の夏頃に鮎釣期間では全国から釣り客が賑わう。また2016年に全国的にヒットしたアニメ映画『君の名は。』のシーンにも登場した飛騨市図書館、古川駅および関連地域ではアニメファンの「聖地」となり、「聖地巡礼」のブームがあった⁵。さらに神岡町にある宇宙線研究施設「スーパーカミオカンデ」や宮川町「漫画王国」など、多彩な観光資源も見られる。

飛騨市は高山市や白川郷のような有名な観光地域と近隣し、アクセスしやすいことから、近隣地域への波及効果で飛騨市の観光産業への促進効果に対する期待もうかがえる。

(2) シェアリングエコノミーの取り組みの導入経緯と運営体制

飛騨市は観光振興を目的に、2018年に総務省シェアリングエコノミー活用推進モニターに応募したことをきっかけに取り組みを開始した。総務省から100%の委託金で飛騨市役所が受託

し単独事業として実質的な運営主体となっている。

取り組みの主な内容は鮎釣り漁が解禁された期間中に急増する釣り客のために、宮川町を中心に民居の空き部屋を宿泊施設として釣り客に提供する空間のシェアだった。また、空き部屋の情報を Airbnb などのプラットフォームを活用し、オンラインでの宿泊のマッチングと予約管理サービスを試みた。

飛騨市に対するヒアリングからでは、毎年夏頃に鮎釣りの解禁日に合わせ、宮川流域周辺では全国から集まる釣り客で賑やかにあり、宿泊客は期間的に急増する。しかしながら、宮川町には十分な宿泊施設がなく、大半の釣り客は車中泊か、テントなどで野宿することも多かったという。時期的に急増する釣り客、車中泊や野宿では安全面にも懸念があり管理が難しい。この状況を改善し、また宿泊数を増やすことによって地域住民との交流で観光振興ないし移住招致の効果を念頭に、シェアリングエコノミーの仕組みで民居の空き部屋の利用を可能にしたいという趣旨があった。そのため、現地の住民に空き部屋を宿泊施設として提供することとシェアリングエコノミーの仕組みを理解してもらうために、2019年飛騨市役所観光課と現地の住民が話し合った上で、鮎釣り客が集中する宮川町において一時利用を中心とした「イベント民泊」を開催し、民泊のお試しのイベントなどを企画した。

しかし現地の住民は空き部屋などがあるものの、「知らない人に部屋を提供できない」ため、企画は一般的に公開されるのではなく、常連客や、住民の友人、または地元の大学生などを対象に、限定した形にイベントを開催することになった。「イベント民泊」開催当初では住民ら6家族から協力を得て、空き部屋を宿泊施設として提供したが、その内「イメージと違う」や「疲れた」などの理由で2軒が脱落、イベント後には2軒が「一見さん」に信用できないことや、Airbnb のポリシーに合わないなどの理由で間も無く民泊をやめた。さらに残った2軒のうち1軒は親の介護のため、民泊を取りやめることになった。2021年11月にヒアリング調査の時点では、民泊として継続的に運営しているのは1軒のみである。

お試し期間としての「イベント民泊」の間でも、空き部屋を提供する民居では、高齢者住民が多いため、Airbnb のプラットフォームを使いこなすことが難しく、オンライン予約のやりとりができないため、宿泊の予約を含めた接客業務はほぼ観光課の担当者が窓口となって、プラットフォームの予約状況を電話で民泊経営者に伝えたり、宿泊者と連絡を取ったりして、受け入れ側と宿泊客の間に斡旋していた。とはいえ、ヒアリングから飛騨役所の観光課の担当者はこのやりとりを通じて、プラットフォームの仕組みへの理解や、またマッチングによる集客の効果が実感できたことが確認できた。

宿泊マッチングの効果を受け、2019年に飛騨市役所観光課は観光資源を見直して、シェアリングエコノミーの仕組みを宿泊のみならず、鮎釣りや農業体験など地元の資源が活用できるように、空き家再生でイベント会場の空間のシェアや、雇用機会の創出や移住の招致の効果にも着目するなど、シェアリングエコノミーを活用することで、事業をより多角的に展開する動きが見られた。

2020年より、鮎釣りのイベントも含め、飛騨市が運営する従来の観光 PR サイトを大幅に再構成し、さまざま観光資源を統合して「みんなの博覧会」という企画を開始した。2020年には

「みんなの博覧会」のペーパーのパンフレットを作成し、また飛騨市観光のPR用のWebサイトにリンクした形で専用ページも作成した。さらに、2022年以降では、従来の「みんなの博覧会」のWebページを元に、地域の宣伝、体験コースや宿泊の予約などの機能も含めた公式のWebサイトを立ち上げる予定である。

(3) 飛騨市におけるシェアリングエコノミーの取り組みの効果と課題

「イベント民泊」の試みでは民泊経営の促進効果は期待通りにならなかったが、運営主体である飛騨市役所観光課にとって、地元の観光資源の見直し、体験もできる新しいコンテンツ作りのきっかけになった。「みんなの博覧会」の運営によって、飛騨市におけるシェアリングエコノミーの導入による効果が明白である⁶。

そして、この取り組みには市役所主導の強みが発揮できた。地元の事情を市役所がよく把握しており、民泊、地元資源(葉草、木工など)のように、地元に着する様々な観光資源や新コンテンツが開発された。また、飛騨市観光課がまとめ役として「みんなの博覧会」を開始し、観光体験のプログラムが毎年増え、多彩になった。シェアリングエコノミーの導入では、観光産業を中心に、空き家の活用と空間のシェア、経験やスキルのシェアや、遊休資材や道具のシェアなどの多角的な展開の動きも伺える。シェアリングからでは、就農で移住した家族が農業体験のプログラムに協力する事例などがあったことから、これらの活動を通じて地元に興味の持つ観光客の招致効果も見られた。

さらに飛騨市役所は中間組織の育成も、民間団体の参加も積極的に促進している。市役所のホームページデザインや観光企画に参加していた「地域おこし協力隊」の隊員が2022年に任期終了後に飛騨市でNPOを立ち上げ、観光案内の中間業者として活動する予定である。今後、飛騨市の観光関連Webページの運営を含めた観光関連事業をNPO委託運営する予定がある。

また、より多様なコンテンツを開発するため、2016年8月にアニメ映画『君の名は。』がヒットした際に、飛騨市役所観光課が主導でアニメ映画のコンテンツを活用しようと積極的に映画制作側に働きかけた。飛騨市をアニメ「聖地巡礼」の1ヶ所として飛騨市の知名度大幅に上げた。現在では、アニメ映画のみならず、映画やドラマロケ地ツーリズムの試みをしている。

4. 行政と民間企業による運営：島根県津和野町

(1) 導入の背景と観光産業の課題

津和野町は島根県と山口県の県境に立地する人口おおよそ7600人ほどの小さな町である。1970-1980年代では、「アンノン族」に人気の高い観光地として有名で、さらに「山陰の小京都」⁷と呼ばれていた。また、安野光雅美術館、森鷗外の旧宅と記念館、機関車SLの「山口号」の終着駅である。そして日本遺産である「石見神楽」などの観光資源を有している。

さまざまな観光資源を有しているにもかかわらず津和野町の観光産業には課題が多い。近年観光スタイルの変化とともに客数の減少と高齢化問題が深刻になっている。コロナ前ではバスで来る団体客が客層の中心となっていたが、コロナ禍で団体客数が大幅に減少し、代わりに個人観光や小グループの観光客が主な客層となった。とはいえ、津和野の観光施設では、たとえ

ば大型観光バスのための駐車場など大型団体客向けに整備されていたため、観光スポット間の公共交通手段が乏しいなど、観光スタイルの変化には追いつかない状況である。とりわけ、個人や小グループの観光客では限られている範囲内の観光スポットしか利用できないため、津和野の多く地域の観光資源が活用されていない。

また、津和野町の観光施設の大半は1980年代に建設されたもので老朽化が目立つ。町人口の高齢化とともに、観光サービス側の従業員の高齢化と労働力不足問題もある。さらに、「山陰の小京都」としてブームになっていた津和野観光は1980年代ごろがピークだったため、当時20代～30代を中心であった観光客が、現在ではリピーターとして津和野を訪れることがある。しかし、ヒアリング調査では、このような観光客のリピーター層は現在では60代～70代が多く、新規客が少なく、観光客側の高齢化という問題も意識していることが伺える。現在津和野の伝統的な観光コンテンツのみでは元「アンノン族」以外の新規の客を招致するには限界が見られ、観光産業が衰退する傾向が見えている。

(2) 津和野町におけるシェアリングエコノミーの導入と運営

観光資源を活用し、新規観光客の拡大、そして移住の招致や地域活性化が目的で津和野町は内閣官房のシェアリングエコノミー事業に応募し、2021年よりシェアリングエコノミーの取り組みを開始した。

応募及び準備段階では津和野町役場(行政)主導で行っていたが、後に役場内部の人事異動が行われ役場側の担当者がシェアリングエコノミーの事業から外され、2022年現在では民間企業の(株) Founding Base(以下FB社と略す)が「地域おこし協力隊」員として津和野町役場に派遣した社員が実質的に運営している⁸。そして津和野のPRサイトやホームページの作成と管理、地元の資源を活用できる観光コンテンツの創出など、実際に取り組みの運営を担当している。

FB社が地域おこし協力隊員を派遣し、シェアリングエコノミー事業に取り組んだ出発点は地域における観光産業の振興である。とりわけ津和野のように伝統的な観光資源を有しているにもかかわらず観光産業が衰退している地域では、シェアリングエコノミーの手法を活用し新規観光コンテンツの創出によって観光ないし地域振興に役立たせることが求められている。

(3) シェアリングエコノミー導入の効果及び今後の課題

津和野におけるシェアリングエコノミーの導入は、観光PRサイトの運営、宿泊機能兼ねたイベント用空き家の再生と活用、新しい観光コンテンツの創出の3点に集中している。FB社の紹介によれば、コロナ以前から津和野に来訪する観光課客層がすでに大型団体客から個人や小グループに転換していた。個人客などは津和野に宿泊することが少なく、観光して通過するケースが多いという。従って、最初に宿泊数を増やすことに着目した。

そこで津和野町では個人や小グループ客をターゲットに、中・長期滞在の可能性を創出するため、体験型観光の推進を企画している。それに合わせ、津和野のPRサイト、体験型観光、中・長期滞在施設のマッチングサービスなどを提供する窓口として「つわのびより」という

Webサイトを地域おこし協力隊員を中心に立ち上げ、運営している。サイトに取り上げた内容は、地域おこし協力隊員が自ら写真を撮影し、津和野町内を歩き回って、コンテンツ材料を集め、サイトのデザインや構成などを手がけている。

とりわけ、小グループ客でも宿泊可能な多機能活動スペースとして、町の空き家を改造し、滞在やイベントに利用できる空間のシェアなどシェアリングエコノミーを導入した事業にも取り込んでいる。2021年12月調査時ではすでに空き家1軒を再生し、一幢貸しのできる滞在やイベント会場として運営している。

また、宿泊のきっかけになる新しい観光コンテンツを創出するため、津和野中心地域から若干離れる農業地域である「畑迫」地域では、地域住民との交流も可能した滞在長期滞在可能な施設として古民家を一軒改造するプロジェクトがある。山菜取りや畑体験などの体験で得た野菜や果実を住民とともに調理し食べるなどストーリー性のある農業や田舎生活を体験できる観光プランを作成することによって、地元の資源の活用できるコンテンツを探っている。さらに、地元住民との交流を通じて、移住誘致、今後はインバウンド効果への期待もできる⁹。

津和野の事業が開始して1年間余り経過した時点(ヒアリングした2021年12月時点)で、すでにいくつかの課題が見られる。まず、津和野におけるシェアリングエコノミー事業には地方自治体としての津和野役場の参加は少ない点である。行政は名義上の運営主体であるが、実質民間企業のFB社に活動を任せになっている状態である。しかし、派遣された地域おこし協力隊員が、自治体の関与なしで地元の住民との意思疎通には難しさを感じたという。例えば、地元の資源を活用する提案を住民側に提示しても、住民の方から積極的に応じてもらえず、話し合いへの関心度も低い。また、行政も話し合いに積極的に参加しないなどの経験があるとのことである。

津和野の事例から、シェアリングエコノミーの取り組みには民間企業のみで運営する場合、行政や住民を含めた地元関係者との連携に限界が感じられ、この点で自治体の姿勢が局面を打開する可能性がある。

5. 実質的な民間企業運営：鹿児島県屋久島町

鹿児島県屋久島町は人口1万2千人ほど(2020年現在)高齢化率35.3%で、主な産業は農業及び観光業である。世界自然遺産として登録された屋久島の知名度が高い。

コロナ渦で屋久島の現地までに訪問できる観光客が激減したことによって、現地まで訪れなくても観光のできる方法を探っていた庁職員がインターネット業務関連のセミナーに参加し、民間企業の「Treasure foot」社(以下TF社と略す)からのアドバイスを受け、シェアリングエコノミーの手法に着目したのが導入のきっかけだった。屋久島町のふるさと納税に関連する業務にシェアリングエコノミーを活用し、オンライン上のマッチングサービスを利用するメリットがあった。その後、TF社を中心に、屋久島の「ふるさと納税特設サイト」を開設し、新プラットフォームとして立ち上げた。このサイトに登録されたふるさと納税の寄付者たちを「ファンクラブ」にするオンライン組織を作り、いわゆる屋久島の「関係人口」として、屋久島の関連情報を共有するためのコミュニティを形成する仕組みである。

名義上では屋久島町が主導で事業を展開しているが、実際に屋久島町はふるさと納税の返答品の開発に集中し、プラットフォームの運営や「ファンクラブ」の管理も含めた諸業務は民間企業のTF社が全般的に担っており、ほぼ丸投げの状況である。屋久島町ではインターネット業務を担うことのできる人材を有しておらず、サイトの管理技術や経験の欠如により、シェアリングエコノミーの取り組みの重要な一部であるプラットフォームの運営に関して、行政の参加も消極的であるように伺える。

「ふるさと納税特設サイト」を中心にシェアリングエコノミーの取り組みが開始してから、屋久島町とTF社が共同でふるさと納税と返礼品をPRするためのWebイベントを開催した。イベントを通じて、返礼品として屋久島町の地酒「三岳焼酎」や特産であるジンジャーシロップの知名度が高くなり、ふるさと納税の寄付件数も増加した。しかし、屋久島町の場合、委託しているTF社は全国的に事業を展開する民間企業であり、地元の屋久島との連動が少ない。とりわけ屋久島の地元に着目し、定着している事業展開などについても、現地調査では確認できなかった。

また、上述した飛騨市と津和野町では積極的に観光客を呼び込む姿勢と反対に、屋久島町役場に対するヒアリング調査から、屋久島では自然保護のため観光のオーバーフローの懸念を抱えており、数多くの観光客が足を踏み入れることを望んでいない。そもそも観光客数を促進するのが目的ではなく、シェアリングエコノミーを活用し、インターネット上の情報提供や、遠距離観光などの代替手段を模索する目的があった。

6. おわりに：3事例の比較と総括

本稿では観光振興を主な目的で、シェアリングエコノミーの手法を導入した飛騨市、津和野町、屋久島町の3つの事例を分析した(表2参照)。

飛騨市は行政が積極的に取り組みに参加しながら、将来的に委託や協力のできる中間組織を育成している。行政と中間組織の取り組みが地元で定着し、観光促進、地域活性化の効果が確実に見られた。3事例のうち、最も効果的で、地域における「温もりのあるイノベーション」の側面がみられる。

津和野町では、行政がシェアリングエコノミーの導入を主導で行ったが、実際に運営しているのは民間企業のFB社である。行政が取り組みに積極的に参加していないが、FB社は地元資源を中心に事業を展開しているため地域に対する愛着があった。ただ、自治体を含めた地元住民との意思疎通に課題が残されている。津和野町の取り組みは3事例中最も新しいもので、ヒアリングを行った2021年12月時点でもまた1年ほどの実績しかない。今後、シェアリングエコノミーの導入の効果、地域におけるイノベーションの創出について経過観察も必要と考える。

最後に屋久島町の場合、民間企業のアドバイスを受け、シェアリングエコノミーの取り組みを開始した屋久島町役場ではネット管理やサイトの運営に参加することが難しく、ほぼ域外にあるTF会社に任せている状態である。そして、運営会社はビジネスを全国的に展開しているが、屋久島の地元で定着している状況は確認できない。屋久島は世界自然遺産に登録されてお

り、3事例の中では最も知名度の高い観光地である。伝統的な要素と慣習が根深いため、シェアリングエコノミーの導入前後では明白な変化見られなかった。この意味では、「イノベーション」がもたらす「破壊的な」側面を回避できたともいえるが、地域におけるイノベーションにはなり得ていない。

総じて3つの事例から、シェアリングエコノミーの導入が地域により効果的な効果をもたらすポイントとして以下の3点の要件にまとめられる。

①地方自治体主導また自治体の参加、そして中間組織など多様な主体の協力で取り組みを展開すること、②ローカルな特徴を考慮し、地元に着着できるようにWebサイトやプラットフォームの作成や運営ができると、③地域の資源を活用した新しい観光コンテンツの促進、である。そのためには行政(地方自治体)が運営主体となり、活動に積極的に参加することが必要とされる。

表2 3地域におけるシェアリングエコノミー導入の比較

	飛騨	津和野	屋久島
経緯/背景	民泊を通じた招客、地域観光の振興	観光スタイルの変化とともに観光産業の衰退	コロナで観光客減少、遠隔の現地情報
運営主体	飛騨市役所主導、地域おこし協力隊経験者のNPOに一部業務の委託予定	行政の参加は積極的ではない、民間組織のFB社より地域おこし協力隊派遣し、業務を担っている	地元運営主体が不在。自治体は実質民間企業のTreasurefoot社に運営を任せると
導入の内容	既存の観光資源の再検討、従来分散した観光資源を統合し「みんなの博覧会」を立ち上げる	新しいコンテンツ作り、津和野PR「津和野びより」HPの運営、空き家の再生	ふるさと納税サイト、納税者を関係人口として、オンラインコミュニティ形成
導入の成果	空き部屋の宿泊の効果は薄い(4件のうち参加6軒、継続1軒のみ)観光資源再編による効果が明白、例えば、アニメ聖地巡礼客、木工や薬草体験、鮎釣など	効果はまだ明白に見られない、イバウント期待、個人観光客招致、主に域外の関係人口拡大への効果	ふるさと納税の増加、オンライン関係者の増加、返礼品開発に成果があった
今後の見込み	行政運営だけでは限界が見えており、将来的にNPOや民間組織に一部運営を移行への期待	地元に着している民間企業、行政や地元住民との連携の方法を模索	現行体勢を継続の予定
運営主体の変化	行政→地域協力隊→民間組織立ち上げる→行政から委託運営	民間→地域協力隊→行政と連携	変化の見通しがないが、TF社1社で運営
今後の課題	1. 関係人口(宿泊)高齢化、地域人口の減少 2. 「一見さんお断り」の壁と新規観光客招致の限界 3. 行政主導と民間組織の連携 4. 新しい観光コンテンツの創出	1. 中間運営組織と地方行政・役場の協力問題 2. 伝統観光資源弱体化と新コンテンツ作りの矛盾の調和	1. 運営会社が不在のため、屋久島地元への関心不足の懸念 2. シェアリングエコノミーの取り組みを地元に着させることが課題 3. 行政の関心度を上げ、地元に着着のできる中間/民間組織の協力

出所：著者らが実施したヒヤリング調査に基づき、作成。

補注：本稿の関連する主要調査

屋久島町：2021年7月、屋久島町役場、役場担当1名、島根大学2名

飛騨市：2021年11月、飛騨市市役所、飛騨市市役所2名、島根大学3名

津和野市：2021年12月、津和野町役場、役場担当1名(地域おこし協力隊員)、FB 社関係者1名(オンライン)、島根大学3名

参考文献

- 1) 秋山哲夫(2018)「人口低密度地域のライドシェアの実験とその意味」『農業計画学会誌』Vol.37, No.3, 2018年12月, pp.272-275.
- 2) 東恒好(2019)「現地報告スマートフォンで直接配車しマイカーを使った公共交通の実現：『ささえ合い交通』の実践京都府京丹後市(旧丹後町), 地方議会人『議員研修誌』49(8), 特集シェアリングエコノミーと地域活性化所収, pp.30-33.
- 3) 章立・羅文俊・野田哲夫・倪卉(2020)「シェアリングエコノミーを活用した中山間地域の公共交通課題の解決とその課題」『山陰研究』第13号, pp69-86.
- 4) 内閣官房シェアリングエコノミー促進室「シェア・ニッポン100～未来につなぐ地域の活力～」令和2年度版(https://cio.go.jp/sites/default/files/uploads/documents/share_nippon_100_R2.pdf (2022年9月30日アクセス))
- 5) 野田哲夫・田中哲也・王皓・泉洋一・角南英郎・野澤功平(2018)「地方におけるシェアリングエコノミー政策の展開と課題」『経済科学論集』第45号, pp1-29.
- 6) 田中耕市(2009)「中山間地域における公共交通の課題と展望」, 『経済地理学年報』第55巻, pp.33-48.
- 7) 松原仁・田柳恵美子(2015)「公共交通の課題解決と今後の展開」, 『サービソロジー / 2巻特集：公共サービスにおけるイノベーション創出のキーワード』所収, pp.16-19.
- 8) シェアリングエコノミー協会 HP, 飛騨市事例 <https://sharing-economy.jp/ja/case/9861/> (2022年9月30日アクセス)

1) シェアリングエコノミー教会 HP より。 <https://sharing-economy.jp/ja/about> (2022年9月30日アクセス)

2) 総務省『平成29年版情報通信白書』第1部、第2節②シェアリング・エコノミー(C to C サービス)、23頁より

3) 2018年5月14日、内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略/シェアリングエコノミー促進室におけるヒアリングより。

4) 例えば、佐賀県多久市では自治体、民間組織や地域NPOと連携し、シェアリングエコノミーの事業展開の多角化を通じて持続的な運営を試みている事例がある。詳細は野田他(2018)を参照。

5) 飛騨市が公表した『平成29年飛騨市観光客入込者数等について(1月～12月)』の統計データでは、2016年に古川町の観光客数は約58.5万人で、2017年では70万人に増え、そのうち約38万人は2016年8月より公開されたアニメ映画『君の名は。』の聖地巡礼者であると推計されている。また、アニメ聖地の一つである飛騨市図書館も、入館者数が大幅に増加し、累計で10万9千人と推計されている。飛騨市HPより公開資料：<https://www.city.hida.gifu.jp/uploaded/attachment/15694.pdf> (2022年9月30日アク

セス)

- 6 本稿を執筆時点では、ヒヤリング調査の際に紹介された飛騨市の「みんなの博覧会」が「HIDA Minpaku 2022」という Web サイトがインターネット上で確認できる。<https://hidaminpaku.com> (2022年9月30日アクセス)
- 7 1985年に京都市観光協会の呼びかけで、京都に含めた全国の26ヶ所がによって「全国京都会議」結成した。1988年の同会議総会では、京都に似た街並みや風景、京都と歴史的なつながり、伝統文化や産業を有することという3つの加盟基準より、加盟された地域では「○○の小京都」という風と呼ばれていた。「全国京都会議」のホームページには、本稿の事例である津和野町を含め、現在全国40ヶ所の「小京都」が加盟している。
- 8 民間企業より社員を地域おこし協力隊員として地方自治体に派遣する制度の詳細について、総務省『地域外からの人材・企業等と連携した地域課題解決』を参照。https://www.soumu.go.jp/main_content/000679562.pdf (2022年9月30日アクセス)
- 9 ヒアリング相手であるFB社の担当者はコロナ前に、日本の田舎生活を体験したい中国人の観光グループを津和野の農村地域に案内した経験があるため、今後海外からの観光客は日本の田園風景や田舎生活が体験できる観光希望が増加するのではないかと考えられる。

Solutions and Issues of Tourism Using Sharing-Economy and Local Keyholders —Case Study in Hida City, Tsuwano Town, and Yakushima Town—

NI Hui[†], NODA Tetsuo[‡], ZHANG Li[‡], and SONG Sija[†]

([†]San'in Research Center, Shimane University)

([‡]Faculty of Law and Literature, Shimane University)

[Abstract]

Local government, NPO organization or a typical company, which one could be a keyholder to lead an efficiency sharing economy in local regions, Japan? This paper shows 3 case studies in Tourism to compare different keyholders and discuss the significance of sharing economy in Japan.

Keywords: Sharing economy, regional promotion, tourism, management bodies, local governing bodies