

第16回 UII まちづくりフォーラム

「地域資源を活かした宿泊業のカタチ～SEKAI HOTELの取り組み」講演録（要約版）

■日時：2020年11月10日（火）19時～20時30分

■開催方法：オンライン会議システム Zoom のウェビナーによる開催

■講師：SEKAI HOTEL 株式会社

代表取締役 矢野 浩一 様

■記録：

はじめに

クジラ株式会社、SEKAI HOTEL 株式会社の矢野でございます。今日はクジラ株式会社が行っている、SEKAI HOTEL(セカイホテル)という事業を中心に、様々なまちづくりやデベロップメントはこれからどうなるのかというお話ができればと思っています。

私は19歳のころから不動産業界におりまして、2007年にクジラ株式会社を創業しました。ずっと不動産仲介業をやってきたなかで何か形に残る不動産開発をしたいとか、他の会社にできないことをしたいということをいろいろ模索して、できあがったのが SEKAI HOTEL ということになります。このレターをご覧の皆様の中にもいままでの不動産開発、あるいはまちづくりの手法のままでは今後ビジネスとしても成り立たないし、社会の変革期にもついていけないのではないかと感じておられる方も多いのではないかと思えます。私たちがそのような思いで今不動産事業をやっています。

最初に2つの会社について説明します。クジラ株式会社というのは親会社として不動産・建築を生業とする会社です。そして SEKAI HOTEL 株式会社というのはホテルの運営を行う会社になりまして、両方とも私が代表取締役を務めております。

SEKAI HOTEL の概要

SEKAI HOTEL はどういった価値観を大事にしているかということと“ORDINARY”という英単語です。こちらを直訳すると“普通”という意味になるのですが、私たちはこれを“日常”と解釈しまして、「だれかの日常が、あなたにとっての非日常」というキャッチコピーになります。観光スポットをたくさん巡る旅行もいいのですができればもう一步踏み込んでそのまちの住民が日々当たり前のように行っている生活に是非飛び込んでいただきたいということです。できれば、旅先で友達の一や二人ができていつかまた帰ってきたくなる旅先になったらいいなということで、“ORDINARY”という英単語を大切にしています。今営業再開している SEKAI HOTEL 布施は、道頓堀があるなんばからも近鉄電車で10数分の好立地にあります。また京都方面・関西空港にも直行のバスが出ています。

SEKAI HOTEL の特徴

SEKAI HOTEL の特徴について説明します。SEKAI HOTEL は1つの大きな建物に客室がたくさんあるという一般的なホテルと違いまして、そのまちにたくさんある空き家とか空きテナントを客室にしていますので客室が街中にバラバラにあるのです。ですからフロントでチェックインするとフロントスタッフがいっしょに商店街の中を歩いて客室に案内するのです。このように客室がまちに点在する“まちごとホテル”という形態をとっています。部屋のタイプは1人で利用するドミトリーから、2人部屋、4人部屋もありますし、最大で6人部屋もあります。デザインコンセプトとしては東大阪は町工場が多いということで、“泊まれる町工場”というコンセプトにしています。

次に客室が街中にバラバラにある“まちごとホテル”をどうやって楽しむのかということです。それはこの SEKAI PASS がサポートしてくれます。このパスと地図をもって、私たちと提携しているパートナーショップにいくと、喫茶店のモーニングが無料で食べられたり、夜はお好み焼屋で10%割引になったり、昔ながらの銭湯が無料で入れたりします。そういうふうに、地域の住民が日常生活で行っている体験を SEKAI PASS ひとつでできます。一方 ORDINARY Plan というのは宿泊プランとして色々なお楽しみがついています。例えばたこ焼き体験ができたり、町工場の渋い技術を手軽に楽しんだり、セカイホテルの榎をもって梯子酒をしていくと、お店に行くたびに一杯ついてくれるというようなプランも用意しています。

さらに、我々のホテルに泊まっていただくと Social good 200 という取り組みにすべてのお客様が関わることとなります。これはお客様から頂く宿泊料金のうち200円がこどもたちの未来に使われますということで、チェックアウトのときにどの子どもの未来に投資したいですかということで投票していただきます。お客様が選んだ投票箱の目的にお客様の200円が投資されるという仕組みになっています。初めてきた、1泊しか泊まらないお客様も今日はあなたもこのまちの住人ということ、これがすごく大事なことではないかと思っています。

SEAKI HOTEL でどんな社会課題が解決できるか？

こういった仕組みでホテルを営業していますけれども、SEKAI HOTEL としてどのような社会課題が解決できるのかについてご説明します。例えば、2019年までに西九条と布施の2つの SEKAI HOTEL で計19件の空き家を再生してきました。そして2019年の1年間で15,000人の宿泊客が来訪してくれました。皆さんは、大阪への観光旅行で東大阪の布施に行かれるでしょうか。なかなか大阪の人も特別な用事がない限り行かないでしょうし、ましてや観光目的で関西圏以外から布施や西九条に行く人は今まで少なかったのですけれども、我々がホテルを営業したことでこれだけ外部から人を集めることができました。そして最後にテレビの取材も5回ほど受けました。

しかし私たちはこのような指標よりももっと大事にしているものがあります。それは SEKAI HOTEL で働きたいといってくれる人が何人いるのかということです。私たちがも

ともと SEKAI HOTEL を始めたきっかけというのは、地方創生のモデルとして様々な地方に持っていきたいというふうに考えていました。大阪だけでなく様々な地域を活性化していくために、お客様を呼ぶのも大切なのですけれども多くの方がここで働きたいと言ってくれる魅力があるかということも大事です。今パートナーショップのかまぼこ屋さんの娘さんは一緒に働きたいといってくれています。一方、SEKAI HOTEL を自ら広めたいという人を登録するアンバサダー制度を始めたのですけれども、これに 80 名以上の方が応募されています。そのように正規雇用に限らず SEKAI HOTEL をどんどん良くしていきたいとか、働きたい人が何人いるかというのがまちを盛り上げていくうえで大切なのではないかと思っています。

汎用性の高い地方創生モデルを目指す SEKAI HOTEL

それでは地方創生をどのように考えて行くかという話になるのですけれども、いままでやってきたまちの開発などに関わる業務、すなわち金融・不動産・建築・ブランド・運営、そういった一連のサプライチェーンのような仕組みそのものを見直す必要があるのではないかとというのが我々が今取り組んでいる仮説です。例えば、今まであれば地方に新しく大きな建築物を立てようというときには、お金を投じるだけの収益が見込めるのかという開発目線が入るかと思います。そうでなければ行政のお金を使って大きい建築物をつくらうということになるので、ちょっとビジネスとしては軸がずれてくるというデメリットもあるのではないかと思います。そこで SEKAI HOTEL の場合は、そもそもクジラ株式会社という開発ができる会社が新しい取り組みの仕方で SEKAI HOTEL をつくったので、ホテル業としても新しい取り組みができたというふうに考えていただきたいと思います。それで来年に富山県の高岡市というところで初のフランチャイズ展開ということで地方第 1 号をオープンしたいと思っています。たぶん富山県の高岡市に行ったことがあるという人は少ないと思うのですけれども、SEKAI HOTEL が一緒になってその地域の魅力にフォーカスしていきたいと思っています。

なぜホテルなのか？

私自身がホテル業をものすごくやりたかったかといわれるとそんなことはないですね。あくまで不動産業として新しい形の開発ができないかと模索していたときにホテルが一番いいのではないかと思いました。ホテルという業態に目を付けた理由は、いろいろなもの間にギャップや格差が生じているのではないかと思うからです。例えば海外と国内。海外の人が遊びに来た時にもっと日本の情報を気軽に知りたいとか、国内の方が海外の方とどう接していいかわからない。今まで観光地ではなかったところに急に海外の人が増えてきたのでちょっと怖いとか、そういったギャップがあるのではないかと思います。他で言うと学生と社会人。大阪にいとちょっとピンとこないかも知れませんが、地方の学生さんだとほんとうに地元の大学と家の行きかえりだけなので、いきなり都会で就職というのがイメー

ジできない。社会人の方も学生と接点を持ちたいけれども毎年の一括採用の場面しかない。他にもいろいろなメディアが地域のディープな情報を取材したくてもそれを持っている地域の住民はメディアの方とそんなに近くない。そういったいろいろなギャップがある中でホテルはこの真ん中の立ち位置を取ることが可能です。要するに両者をつないであげたりギャップを無くしてあげたりすることが可能な役割なのではないか。そういうふうを考えてホテルという業態を選びました。つまりホテルは地方における分断・格差・疎遠を解決できるポジションになれるということです。

実際に今年に入っただけでもテレビの取材は3件ぐらいきていまして、この地域にスポットが当たりだしてきたのではないかと思います。商店街の方々にはスマートフォンやインターネットが苦手な人が結構いますので、その情報発信のお手伝いをホテルという立ち位置でしてあげたりする場合があります。また学生がたくさんインターンで来てくれます。社会との接点を持つだけでなく、これから自分の地元貢献したいという、そういった学生もインターンを通じて地域社会と接点を持てるようにしています。ですから、SEKAI HOTELがこの真ん中にいることでいろいろなステークホルダーを広く巻き込んでいくことができるようになります。それは私が思い描いていた通りでしたし、当初予想していたよりも広く巻き込んでいるのではないかと思います。

地域の価値の再定義が必要

ところでひとつポイントになるのがSEKAI HOTELをきっかけに地域が発信していくべき、そして継承していくべき価値を再定義するということがすごく大事なのではないかと思えます。例えば東大阪市といえばラグビーとか町工場が魅力ある資源になるのですけれども、ではそれを推すだけでいろんな人が東大阪を訪れたいかという、難しいのではないかと思います。

要するに、こちらが推したいものではなくて、様々な方にどうしたら興味を持ってもらえるかというユーザー目線になる必要もありますし、そのうえで本当にこの地域の魅力とはなんだろうということを真剣に考え直す機会が大切ではないかと思っています。布施でもですね、このまちの魅力は町工場なのか、商店街なのか、何なのかというのを私たちが腰を据えて働く中で議論してきましたのでだんだん何を伝えていくべきかということが決まってきました。それによって、住民をはじめとする様々な人が多彩な魅力と一緒にあってつくってくれて発信までしてくれるようになりました。それを受け取った体験者もその魅力をつくる側に回りたいとか発信する側に回りたいという現象がどんどん起きていますので、いわゆる関係人口が増えてきています。

では私たちが考える布施の魅力は何かということです。それは「粋な大人が多い」ということです。つまりこの街の魅力は粋という人格だということに辿り着いたので、未来に残すべき価値はなんだろうというときに、大阪人ですからドヤ顔でもいいですしいろんなハートフルな部分を未来にしっかりつないでいくことで、地域の人もプライドが持てるし観光

客もそれを他にないものとして体験したいから訪れるというふうに昇華させていこうということですが、こういうことは説明が難しいですから、SEKAI HOTEL と関わることでいつものまにか粹な大人とか粹な街という表現が未来に向けて新しいものになりますし、それが過去を振り返っても納得感のあるものになるという、そういうかたちでやっていくべきではないかと思っています。

SEKAI HOTEL は何を作っているのか？

SEKAI HOTEL はホテル業を通じて何をつくっているのかということ、私たちは friendship でまわる Give & give community(ギブアンドギブコミュニティ)という言い方をしています。つまり観光客も地域の住民も我々も 3 者対等という考え方をしています。ですから周囲に迷惑をかけるお客様であれば堂々と「住民の方に対して迷惑になりますので」と注意します。もしも give&take だと非常に資本主義的な経済価値の交換のニュアンスになります。それが give&give になると互酬という言葉になります。お互い様とか、お陰様とか助け合い、支えあいというものを互酬といいます。観光客のおかげで地域の人も潤うし、地域の人のおかげでゲストも潤うし、私たちのおかげで地域も盛り上がるけれども地域の人といっしょに私たちも楽しいというような、定量的な生産性だけではない、ある種あいまいな価値観ではあるのですけれどもこの 3 者が織り成すコミュニティというのが、これからのまちづくりにかなり重要な関係性の在り方ではないかと思っています。

人口減少が進む日本において“まちづくり関係者”という定義を考え直す時期に来ている

人口減少が進む日本においてまちづくりも変わらなければいけないのですけれども、まちづくりに関わっている人というのは誰なのかということも考え直す時期に来ているのではないかと思います。一度 SEKAI HOTEL に泊まってくれた人が、その街の魅力を発信する側に回ってくれたりとか、ちいさい子どもが SEKAI HOTEL を通じてまちづくりに参画しているとかということで、まちづくりの関係者というのがいわゆるデベロッパーだけではないと考えるべき時代にきているのではないかと思っています。プレイヤーが変わればまたどんな組織を編成するかということも変わってくると思います。SEKAI HOTEL では旧来型のピラミッド型組織というのは使えないという考え方で仕事をしています。ですから人口減少が進む日本において、人口が増加していた時代と同じようなまちづくり関係者という考え方はもう通用しないと思いますし、まちづくり関係者という定義も考え直す時期に来ていると思っています。

最後に

私が最初に SEKAI HOTEL をやると決めたときに事業計画の数字をエクセルに打ち込む前に、この絵を知り合いのデザイナーに書いてもらいました。これをもってこういうまちをつくりたいからホテルをやらせてくださいと様々な人をお願いにいきました。お陰様で多

くの方の協力を得ることができましたけれども、この絵は、海外の方も、日本の方も、地域の方も観光客も、障がい者の方も健常者の方も、すべての格差とか障壁を取り除いた分け隔てのない楽しい時間というのを表現しています。つまり本当に NoBorder なセカイを目指しています。Give & give の連鎖が生む「NoBorder なセカイ」を目指す SEKAI HOTEL というビジョンを掲げて取り組んでいます。