

環境共生型ペンションにおける  
ホストとゲストの多様な関係性に関する研究

- 「舎廬夢ヒュッテ」の18年 -

仁賀 崇之

2003 年度

## 目 次

概要	1
第1章 序論	7
1-1 研究の背景	7
1-2 研究の目的と意義	8
第2章 研究の方法	10
2-1 本研究の仮定と仮説	10
2-1-1 本研究の仮定	10
2-1-2 本研究の仮定	11
2-2 研究の流れ	12
第3章 難分解性 DOM	14
3-1 本研究における難分解性 DOM の定義	14
3-2 難分解性 DOM の化学的構造と性質	14
3-3 難分解性 DOM の土壌への吸着および土壌中微生物による分解について	15
第4章 タンクモデル	17
4-1 タンクモデルの概要	17
4-2 タンクモデルにおける計算手順	19
4-3 タンクモデルにおける蒸発量の推計方法について	24
4-4 タンクモデルについての欠点および留意点	26
第5章 シミュレーション	27
5-1 本研究で用いる各種のデータについて	27
5-1-1 アメダスによる降水量データについて	27
5-1-2 北湖流域平均降水量の推計方法について	27
5-1-3 琵琶湖工事による琵琶湖流出量推計データについて	31
5-2 北湖タンクモデル	34
5-2-1 北湖タンクモデルの構造および計算式	34
5-2-2 北湖タンクモデルにおける諸条件	40
5-2-3 北湖タンクモデルによるシミュレーション	41
5-3 北湖タンクモデルの各種係数についての 最小二乗法による最適化	44

第6章 論議	53
参考文献および参考 web ページ	55
謝辞	57

## 図表目次

### 図目次

図 1-1 琵琶湖北湖における BOD , COD および Chl-a 濃度の推移 ( 1985 ~ 1999 )	7
図 1-2 北湖における難分解性 DOM 増加原因についての仮説の対立	8
図 2-1 北湖流入河川水 ( 長命寺川 ) と北湖々水の溶存有機物の GPC-TC クロマトグラム	10
図 2-2 本研究の仮定 : 北湖流域における降水と土壌の接触時間の短縮	11
図 2-3 研究の方法	12
図 3-1 琵琶湖北湖水中における難分解性 DOM の主要成分の分子構造	14
図 3-2 難分解性 DOM を含む試水の 実験土壌流入前後におけるクロマトパターン	15
図 4-1 タンクモデル概念図	17
図 4-2 タンクモデルからの河川への流出の仕組み	19
図 4-3 タンクモデルからの流出の仕組み	19
図 4-4 タンクモデルの計算における時間の考え方	20
図 4-5 一般的な 4 段直列のタンクモデル	21
図 5-1 ティーセン法	29
図 5-2 北湖流域内のアメダス観測点	30
図 5-3 北湖流域平均降水量の推移 ( 1985 / 1 / 1 ~ 2000 / 12 / 31 )	31
図 5-4 琵琶湖工事による琵琶湖流入量データに基づく北湖への推計流入量	34
図 5-5 北湖タンクモデルの構造	35
図 5-6 北湖タンクモデルによる北湖推計流入量	42
図 5-7 北湖タンクモデルによる北湖推計流入量と 琵琶湖事務所データに基づく北湖推計流入量の比較	43
図 5-8 北湖タンクモデルによる北湖推計流入量と 琵琶湖事務所データに基づく北湖推計流入量の相関	44
図 5-9 各パラメーターを最適化した北湖タンクモデルによる北湖推計流入量と 琵琶湖事務所データに基づく北湖推計流入量の相関	45
図 5-10 北湖への推計流入量 ( 各種係数の最適化後 ) と 琵琶湖事務所データに基づく北湖推計流入量の比較 ( 1985-2000 )	46
図 5-10 北湖タンクモデル各種係数の 1 年ごとの最適化における推移 ( 流出係数・浸透係数 )	47

図 5-11	最適化した北湖タンクモデルにおける各種パラメターの推移（流出高）	… 48
図 5-12	最適化した北湖タンクモデルにおける 各種パラメターの推移：5ヶ年移動平均（流出係数・浸透係数）	…… 50

表目次

表 3-1	土壌浄化実験施設における実験条件	…… 15
表 5-1	琵琶湖工事による琵琶湖流入量計算方法の変更について	…… 31
表 5-2	北湖タンクモデルにおける各種の係数（初期値）	…… 40
表 5-3	北湖タンクモデルにおける各タンクの水位の初期値	…… 41
表 5-4	北湖および流域の面積	…… 41

## 第1章 序論

---

### 1-1 本研究の背景

現在、価値観の多様化やライフ・スタイルの個性化をはじめとする近年の社会の構造変化等に対応して、国民の観光ニーズは多様化・個性化が進んでおり、自然志向、健康志向、ふれあい志向、ほんもの志向などが注目され、関心を集めている。

また、近年の自然環境の保全・保護に関する関心の高まりなどから、少人数で自然や野生生物とのふれあい等を通じて自然保護に対する理解・認識を深めていく「エコツーリズム」の関心が高まっている。さらに、近年の自然志向への高まりを背景に、旅行業者と各地域の観光協会、農林漁業者や農協等との連携により、農山漁村地域を中心に自然、文化、人々との交流等を目的とした滞在型の余暇活動である「グリーン・ツーリズム」への関心も高まっている。このような傾向は、文化遺産の見学が中核となっていた修学旅行においても表れてきており、農業体験や自然体験等による体験学習の比重が高まってきている。つまり、観光にとって「環境」や「体験」ということがキーワードになってきているのである。

このことは、観光と密接な関係のある宿泊施設にとっても例外ではない。実際に様々な面で環境に配慮した取り組みを行う宿泊施設やそれを認定する団体や制度は増加している。例えば、ECOTEL や ISO14001 のような環境認証を取得し、環境配慮を行う施設や、自主的に環境配慮の取り組みを行う施設が増加している。また、環境に配慮した宿泊施設を評価し、そのような宿泊施設を積極的に利用していこうという取り組みも行われている。さらに、研究においても、環境と宿泊施設をテーマにした研究が取り組まれるようになってきている。

しかし、現在の環境配慮の取り組みは、主に環境のハード面に関する取り組みであることが多く、ソフト面での取り組みはあまり取り組まれていない。つまり、「宿泊施設の環境配慮＝ハード面での取り組み」という図式が強いのが現状である。しかしながら、環境配慮の取り組みの中でもソフト面の取り組みは、ゲストの環境意識に刺激を与える事や、エコロジカルなライフ・スタイルへの転換の足掛かりとなり、重要であると考えられる。つまり、今後の宿泊施設における環境配慮はハード面の取り組みだけでなく、ソフト面の取り組みも必要であり、重要なのである。

### 1-2 本研究の目的

本研究では、ハード面、ソフト面の両面における環境配慮の取り組みを行っている環境共生型ペンションを対象とする。そして、現在のような環境共生型のスタイルになった経緯、成功とされる要因、現在まで継続している理由について、オーナーの思想、その思想をゲストに伝える事、また宿泊しに来るゲストに注目して調査・考察を行う。最終的には、環境共生型ペンションやエコセンターへの知見を見出す事を目的とする。

### 1 - 3 論文の構成

本研究は、環境共生型ペンションの経緯、成功とされる要因、現在まで継続している理由について、オーナーの思想、その思想をゲストに伝える事、また宿泊しに来るゲストに注目して調査・考察を行い、環境共生型ペンションやエコセンターへの知見を見出すものである。本論文は、結論を含めて6章から構成されている。図1 - 1に本論文の全体構成と各章の相互関係を示す。各章の内容は次の通りである。

第2章は、観光と宿泊施設について論じている。観光に関しては、観光心理学の側面から考察を進めている。また、宿泊施設に関しては、宿泊施設における環境配慮の取り組みの現状や特徴を「宿泊施設における環境配慮の4領域」から論じている。

第3章は本研究の目的や調査方法、分析方法、研究対象である『舎廬夢ヒュッテ』についての概要を説明している。

第4章、舎廬夢について、舎廬夢の歴史、システム、プログラムの3点から調査した結果を考察し、舎廬夢の特徴を抽出している。

第5章は、舎廬夢に来るゲストに注目し、ゲスト全体、ビギナー、リピーターの3つの視点から調査、舎廬夢のゲストの特徴を舎廬夢との関係から考察している。

第6章は、4章、5章で得られた結果を基に、環境共生型ペンションの要素を抜き出した。また、エコセンターと舎廬夢の要素が類似している事から、舎廬夢型エコセンターという新しい形態のエコセンターのモデルを考察、提案している。

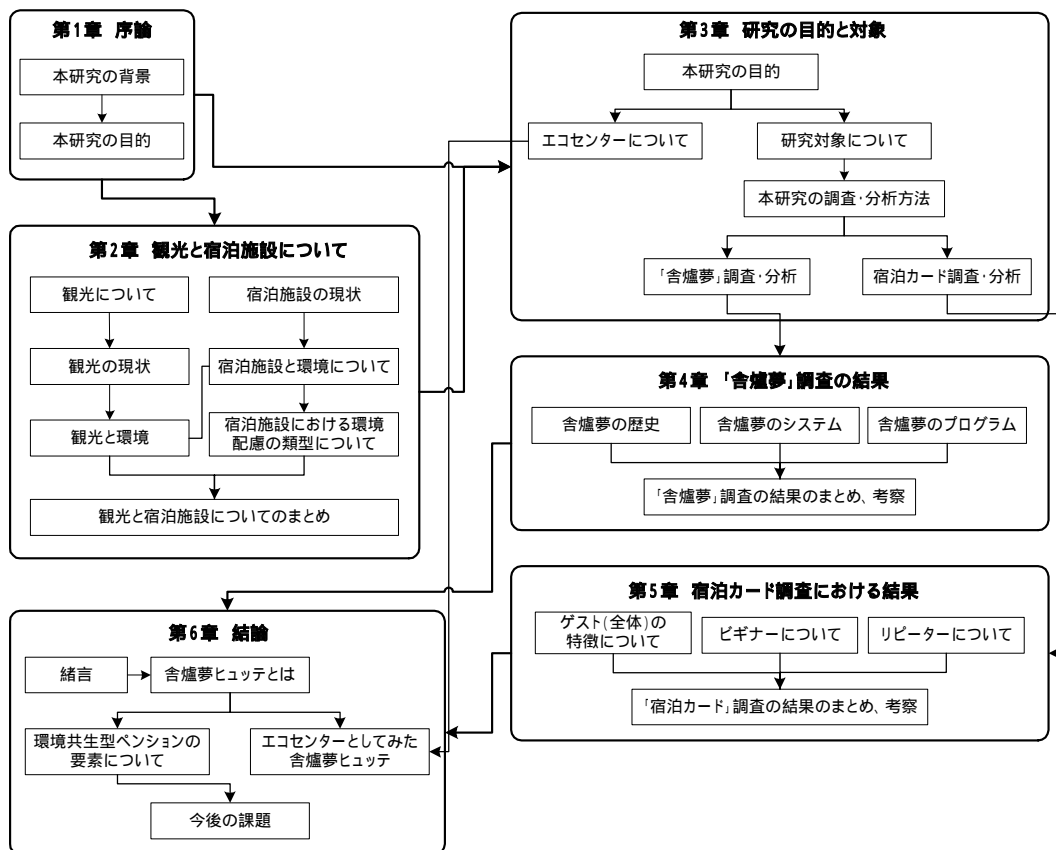


図1 - 1 論文の全体構成

### 2 - 1 観光について

ここではまず、人間がなぜ観光という行為を行うのかについて、観光心理学の側面から考察していく。

#### 2 - 1 - 1 観光とは<sup>1)</sup>

観光とは、日ごろの日常的な生活を離れて「非日常的な経験」をすることである。つまり、日常性を離れて、非日常性の空間や時間を経験する事であるということができる。このような、日常性と非日常性との関係で生まれてくるのが「離れる」ということである。日ごろの日常的な生活や仕事から非日常的な観光へと移行するには、日常的な生活空間から「離れ」なければならない。「離れる」という行為によって、日常性から非日常性を作り出すことができるのである。

では、なぜこのように日常的な生活を離れて非日常的な空間への移動を好むであろうか。それは、日常的な生活や仕事の繰り返しにより、飽きが生まれ、そこから無意識のうちに「新奇なものへの興味」や「新奇なものへの欲求」というものが生まれてくるからである。そのことにより、人間は日常性から非日常性へと「離れる」心理的原動力が生まれるのである。

#### 2 - 1 - 2 観光行動のメカニズムについて<sup>2)</sup>

次に観光行動についてみていく。ここで観光行動とは、観光を実際に起す行動のことである。この観光行動を起すには観光への「動機づけ」があってはじめて生まれる。「動機づけ」とは、「わたくしたちが内部にもっているさまざまな要因 - たとえば、生理的要求や心理的欲求、あるいは、はっきりと意識される欲求や意識されない無意識的な欲求など - と、観光行動が向かう目標が一体となって起こる行動、あるいは、それを起させるもの」<sup>3)</sup>である。この「動機づけ」には、「要求」や「欲求」、「動機」というものが関係している。

要求：人間の基本的な生理的欲求。つまり、基本的生理的要求。

欲求：「要求」が社会的色合いをもったもの

観光行動は、「要求」が「欲求」に昇華されただけでは行われぬ。そこに、「目標」という軸が入ってきて始めて成し得るのである。

つまり、観光行動というものは、第一段階として人間人間の内に存在する「要求」が社会的欲求へと意味付けられて「欲求」に昇華されなければならない。そして、この「欲求」が「目標」に誘発されたとき、その「目標」を達成するために行う行動や、「欲求」を充た

すために行われる行為である（図2 - 1）。

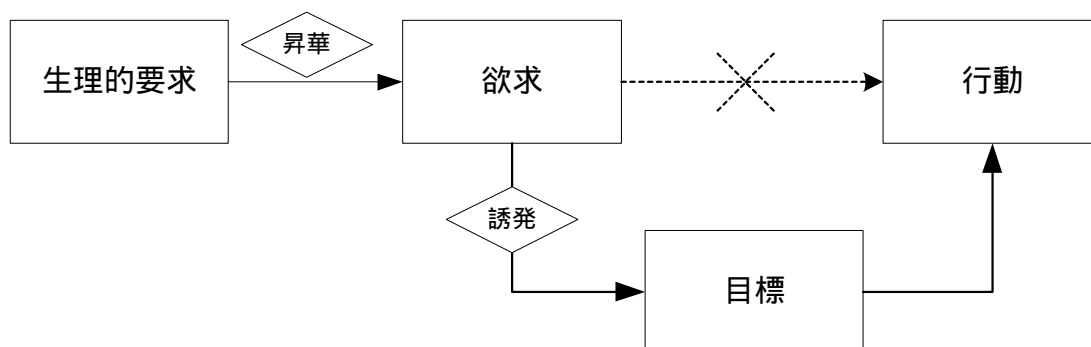


図2 - 1 観光行動のメカニズム

### 2 - 1 - 3 観光における「情報」と「イメージ」の役割<sup>4)</sup>

上記で人間が観光行動にいたるには、要求が欲求に昇華され、目標を誘発されてはじめて行われると述べた。この目標を誘発したり、達成したりする時に重要になってくる要素は「情報」である。人間は、何か目標ができたときにそれについて調べたり、人に聞いたりして「情報」を集める。例えば、自分の行きたい観光地について、どんな場所で、何があるのか、どういう名産品があるかを調べたり、聞いたりすることである。このような「情報」を集められると、人の頭の中にはその観光旅行についての「イメージ」が形成される。この「イメージ」が観光行動を生み出す最も重要な心理的要因なのである。

つまり、人間が観光行動を起すには、人間が観光対象に対してどのように「情報」を捉え認識し、どのような「イメージ」を作り出すのかということである。たとえ、要求が起こったとしてもそれが「観光」という次元までに高められるかどうかという事は、「情報」が鍵をにぎっており、そこから作り出される「イメージ」が決定的な役割を果たすのである。



## 2 - 2 観光の現状

次に日本における観光の現状についてみていく。

### 2 - 2 - 1 国内宿泊旅行の回数

国内宿泊旅行を行った回数は、国民1人当たり年間平均2.49回であり、国民全体では延べ3億1700万回と推計されている。これを旅行の目的別で見ると、「観光」が1人当たり平均1.26回(全旅行の50.6%)、「家事・帰省」が同0.63回(同25.4%)、「業務」が同0.30回(同12.2%)、「兼観光」(業務、家事・帰省、のついでに1泊以上付け加えて観光を行った場合)が同0.15回(同5.9%)となっている(表2-1)。

表2-1 国民1人あたり平均宿泊旅行回数及び宿泊数

総理普遍：観光白書，大蔵省印刷局，p12(2003)より

事項		年	10	11	12	13	14	
年間 宿泊 旅行 回数	観 光	回	1.42 (102)	1.37 (96)	1.32 (96)	1.29 (98)	1.26 (97)	
	兼 観 光	回	0.21 (88)	0.18 (86)	0.19 (106)	0.13 (69)	0.15 (112)	
	家 事 ・ 帰 省	回	0.60 (107)	0.48 (80)	0.50 (104)	0.49 (98)	0.63 (129)	
	業 務	回	0.31 (97)	0.37 (119)	0.40 (108)	0.25 (62)	0.30 (123)	
	そ の 他	回	0.15 (136)	0.17 (113)	0.15 (88)	0.14 (92)	0.15 (106)	
	宿 泊 旅 行 回 数 計			2.69 (103)	2.58 (96)	2.56 (99)	2.30 (90)	2.49 (108)
	宿 泊 観 光 旅 行 (観 光 + 兼 観 光)			1.62 (99)	1.55 (96)	1.52 (98)	1.42 (93)	1.41 (99)
	年間 宿 泊 数	観 光	泊	2.30 (105)	2.13 (93)	2.03 (95)	1.92 (95)	1.85 (96)
		兼 観 光	泊	0.43 (75)	0.50 (116)	0.44 (88)	0.31 (69)	0.40 (130)
		家 事 ・ 帰 省	泊	1.56 (105)	1.11 (71)	1.29 (116)	1.30 (101)	1.52 (117)
業 務		泊	0.71 (80)	0.98 (138)	1.24 (127)	0.53 (43)	0.72 (134)	
そ の 他		泊	0.24 (200)	0.25 (104)	0.19 (76)	0.23 (121)	0.17 (73)	
宿 泊 数 計			5.24 (100)	4.97 (95)	5.18 (104)	4.30 (83)	4.65 (108)	
宿 泊 観 光 旅 行 (観 光 + 兼 観 光)			2.73 (99)	2.63 (96)	2.47 (94)	2.23 (90)	2.24 (100)	

- (注) 1 国土交通省総合政策局観光部調査による。  
 2 ( )内は前年比(%)を示す。  
 3 13年の数値は、本白書の作成にあたり再集計した。

時系列で見ると、宿泊旅行全体の回数(2.49回)は、平成13年(2.30回)に比べて8%増加しており、4年ぶりに増加に転じた。目的別にみると「観光」を目的とした宿泊旅行は引き続き減少しているが「兼観光」とあわせた「宿泊観光旅行」でみると、ほぼ横ばいになっており(1.42回 1.41回)減少傾向に下げ止りの兆しが見られる(図2-2)。

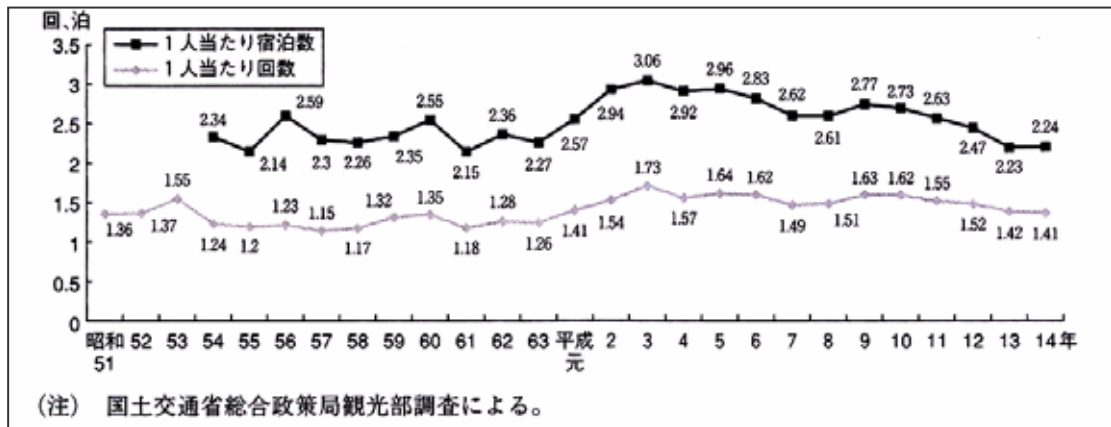


図2 - 2 国民1人当たりの宿泊観光旅行回数及び宿泊数の推移(平均)

総理普遍：観光白書，大蔵省印刷局，p12(2003)より

## 2 - 2 - 2 国内宿泊旅行の宿泊数

年間を通じた宿泊日数は、国民1人当たり平均4.65泊(前年比8%増)、国民全体で延べ約5億9200万泊と推計され、前年から増加に転じた。目的別にみると、宿泊旅行の回数と同様、「観光」は引き続き減少しているが、「兼観光」を合わせた「宿泊観光旅行」でみると、1人当たり平均2.24泊とほぼ前年(2.23泊)並みであり、下げ止まりの兆しが見られる(図2 - 2)。

## 2 - 2 - 3 国民の旅行に対する意識の動向

次に国民の旅行に対する意識の動向についてみる。国民の「レジャー・余暇生活」についての満足度を見ると、男女とも「満足している」とする者の割合は1割強であるが、「まあ満足」を合わせると6割近くになり、しかも前年よりその割合は高くなっている。性・年齢別に見ると、女性の方がわずかに満足度が高い。また、男女とも20歳代が最も満足度が高く、40歳代が最も低くなる(表2 - 2)。

国民が今後の生活で特に重点をおきたい分野としては「レジャー・余暇生活」をあげるものが36.2%と最も高く、しかも前年よりわずかではあるが上昇している(図2 - 3、3 - 4)。

また、国民の余暇活動ごとの潜在需要を、参加希望率から実際の参加率を引いた数値を見てみると、第1位は性・年齢を問わず、「海外旅行」が最も高く、第2位が「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」となっており、観光旅行に対する潜在需要は依然として他の活動に比べて高くなっている。

以上のことからわかるように、人間の生活は余暇生活をいかに充実したものに、また楽しむかという事に重点が置かれる傾向にある。

表2-2 現在の生活に対する満足度 レジャー・余暇生活

総理普遍：観光白書，大蔵省印刷局，p21（2003）より

	該当者数	満足			不満足			どちらとも いえない	わからない
		満足している	まあ満足している	満足していない	まあ満足していない	不満足			
総数	7,247 (7,080)	58.9 (56.3)	11.0 (10.5)	47.9 (45.8)	37.1 (39.5)	25.4 (26.7)	11.7 (12.8)	3.2 (3.2)	0.8 (0.9)
〔性〕									
男性	3,352 (3,233)	57.2 (54.8)	10.0 (9.7)	47.3 (45.2)	39.0 (41.0)	27.0 (28.1)	12.0 (12.9)	3.0 (3.2)	0.8 (1.0)
女性	3,895 (3,847)	60.3 (57.6)	11.8 (11.2)	48.5 (46.3)	35.5 (38.2)	24.1 (25.6)	11.4 (12.7)	3.3 (3.3)	0.9 (0.9)
〔性・年齢〕									
〔男性〕									
20～29歳	404	64.1	16.3	47.8	33.2	23.8	9.4	2.5	0.2
30～39歳	502	58.0	7.8	50.2	40.0	30.9	9.2	1.4	0.6
40～49歳	556	48.9	7.7	41.2	48.4	33.6	14.7	2.2	0.5
50～59歳	690	53.5	9.0	44.5	43.5	29.0	14.5	2.8	0.3
60～69歳	683	60.5	11.6	48.9	35.9	24.5	11.4	3.1	0.6
70歳以上	517	60.9	8.9	52.0	30.4	19.3	11.0	6.2	2.5
〔女性〕									
20～29歳	435	67.4	20.2	47.1	30.6	20.5	10.1	1.1	0.9
30～39歳	628	58.3	9.2	49.0	40.6	30.1	10.5	1.0	0.2
40～49歳	664	55.1	9.3	45.8	42.5	29.2	13.3	1.8	0.6
50～59歳	832	57.9	9.3	48.7	38.7	26.2	12.5	3.0	0.4
60～69歳	759	64.0	14.5	49.5	31.2	20.2	11.1	4.2	0.5
70歳以上	577	61.5	11.3	50.3	26.7	16.5	10.2	8.7	3.1

(注) 1 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」(14年6月)による。  
2 ( )内の数字は、平成13年9月に行った同調査の結果。

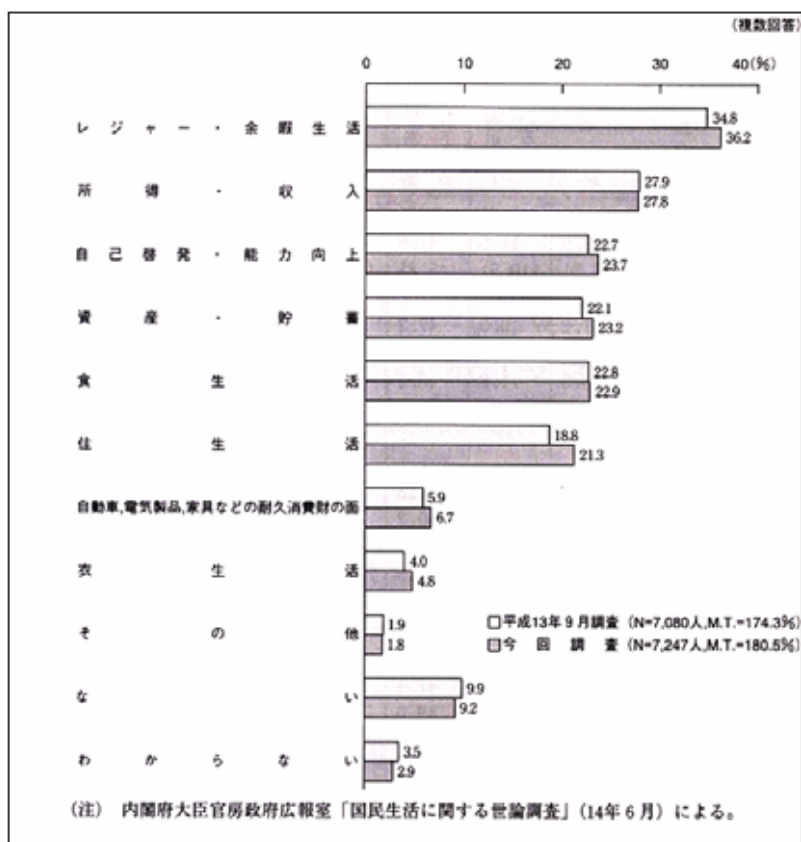


図2-3 今後の生活の力点

総理普遍：観光白書，大蔵省印刷局，p22（2003）より

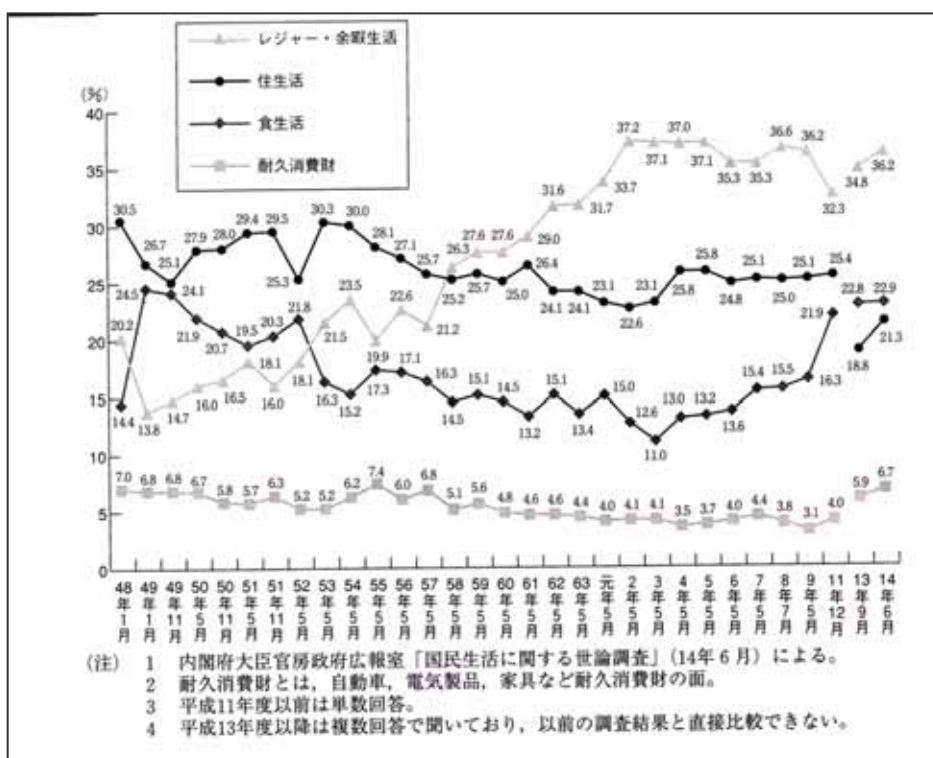


図2 - 4 今後の生活の力点の推移

総理普遍：観光白書，大蔵省印刷局，p23 (2003) より

## 2 - 2 - 4 観光と環境について

次に観光と環境の関係についてみる。観光では「持続可能な観光」と呼ばれる、持続可能な開発という概念に基づいた観光形態が主流になっている。この持続可能な開発の概念は1992年の地球サミットの中心的な考えである「将来の世代のニーズを満たす開発」の事であり、地球環境保全の取り組みにおいても不可欠なキーワードである。観光学辞典ではこの「持続可能な観光」を、「環境と観光開発を相反するものとしてではなく、互いに依存するものとして捉え、環境保全してこそ将来にわたっての観光開発が実現できるとする概念」<sup>5)</sup>であると定義している。

この持続可能な観光の概念の普及や近年の自然環境の保全・保護に関する関心の高まりなどから、少人数で自然や野生生物とのふれあいを通じて自然保護に対する理解や認識を深めていく「エコツーリズム」に関心が高まっている。さらに、自然志向の高まりや、田舎暮らしなどの関心の高まりを背景として、旅行業者と各地域の観光協会、農林漁業者や農協などとの連帯により、農山漁村地域を中心に自然、文化、人々との交流を目的とした滞在型の余暇活動である「グリーン・ツーリズム」への関心も高まっている。

このような、環境に配慮する観光が関心を集めるようになったことにより、修学旅行にも変化が現れた。今まで、文化遺産の見学が中核となっていた修学旅行が、農業体験や自然体験などの体験学習を行う比重が高まってきたのである。

## 2-3 宿泊施設の現状

### 2-3-1 宿泊施設と環境配慮について

2-2-4で観光の分野でも環境に配慮する傾向にあるという事は述べた。このような事は、観光と密接な関係にある宿泊施設にとっても例外ではない。実際に様々な面で環境に配慮した取り組みを行う宿泊施設やそれを認定する団体や制度は増加してきている。

例えば、環境認証のISO14001を取得する宿泊施設や、ECOTELという宿泊施設専門の環境認証を取得する宿泊施設も出てきている。また、地方自治体の中には環境配慮型宿泊施設に対する認証モデル事業を行っている所もある。さらにグリーン購入ネットワーク(GPN)では環境に配慮した宿泊施設を積極的に利用してもらうために、エコチャレンジという宿泊施設を独自の評価基準で評価するという事を行っている。そして、インターネット宿泊予約サイトと提携しそれをネットに公開するという事も行っている。

以上のような例からもわかるように、宿泊施設を取り巻く環境配慮の状況は進んできているのである。

次に環境と宿泊施設に関する既往研究を見してみる。京のアジェンダ 21<sup>6)</sup>では宿泊施設の環境対策に対する宿泊客の意識調査を行い、「宿泊客の環境意識は全般的に高い事がわかった。しかし、環境意識と行動との間には、現実にはずれが存在する。今後の宿泊施設における環境対策は、顧客の高い環境意識を汲み上げて支えていくこととなり、新しい満足を満たすことにつながると思われる」<sup>7)</sup>と論じている。

深井らは<sup>8)</sup>、宿泊施設と環境の問題を廃棄物に焦点を当て、宿泊施設の廃棄物問題の現状把握をおこなう研究を行った。そこで「宿泊施設における廃棄物問題の重要性」を論じている。

溝口は<sup>9)</sup>、宿泊施設の中でもホテルを対象とし、ホテルの資源、エネルギー消費量及び環境負荷度を把握しエネルギー消費削減、環境対策効果というエネルギーに焦点を当てた研究を行った。そして「現在ホテルでは、資源、エネルギー消費、環境問題に関しては問題があり、そのための対策を講じなければならない」<sup>10)</sup>ということを論じている。

星野は<sup>11)</sup>、ホテルを対象に環境配慮行動に至るまでの意思決定のあり方について廃棄物問題を用いて把握する研究をおこなっている。そこでホテルの売上規模と環境行動の有無について論じている。また、星野はホテルの環境問題として、廃棄物問題を優先課題と捉え、その中でも廃棄物全量の約半分を占める有機性廃棄物の管理についての研究<sup>12)</sup>も行っている。

筆者は<sup>13)</sup>、京都市内の宿泊施設を対象として、宿泊施設における環境配慮の取り組みの現状を把握し、それを評価するためのシステムを提案する研究を行った。そこで、「京都市内における宿泊施設において環境配慮をしていない施設は皆無であるが、施設によって取り組みレベルに差がある事。また、環境配慮における取り組みには、取り組み易いものと、取り組みにくいものがある」<sup>14)</sup>ということを論じている。

以上の既往研究を見ても、宿泊施設の環境問題とは廃棄物やエネルギーなどのハード面

に焦点を当てたものがほとんどであり、「宿泊施設の環境配慮 = ハード面での取り組み」という図式が強い。また、宿泊施設と環境については研究されはじめた段階である。

次に宿泊施設での環境配慮に対する取り組みや制度、団体について説明する(表2 - 3)。

表2 - 3 環境認証の種類と内容

環境認証の種類	内容
ISO14001シリーズ	ISOが作っている国際規格で、環境管理システム、環境監査、環境ラベル、環境パフォーマンス評価、ライフサイクル・アセスメントなどの分野にわたる。しかし、これらの基準は管理システムを評価するものであって、実施内容を規定するものではない。
ECOTEL	米国の環境コンサルティング会社『HVSエコサービス社』による認証制度で、第三者的立場からそのホテルが環境にやさしいことを保証するものである。
グリーングローブ	企業が次の3項目を遂行するための手段を示す非営利団体である。 世界的なガイドラインに則って環境改善を進める 環境管理と効率の良い運営方法のアドバイスを得る マークを使用し、環境関連の認定を獲得する事で社会にアピールする
グリーンリーフ	グリーンリーフは、環境に配慮した事業を実践していると認める事により、その規約への関心度を高め、サポートする目的で開発された。
グリーン・キー	デンマークにおけるグリーン・キー協会が認定する環境に良いホテル・宿泊施設を認定するものである。グリーン・キーは55項目からなっていて、3つの分野に分かれている。必須項目、達成予定項目、努力項目である。

(1) ISO14000 シリーズ<sup>15)</sup>

ISO(International Organization for Standardization の略)つまり、国際標準化機構は、世界共通の規格・基準などを定める目的で1947年に設立された。

ISO14000 シリーズは、ISOが中心となって規格作りを行っている国際規格で、環境管理システム、環境監査、環境ラベル、環境パフォーマンス評価、ライフサイクル・アセスメントなどの分野にわたる。これらは、国際貿易を促進しつつ、地球環境の保護を行う管理システム構築を目的とした世界共通の規格・基準である。ただし、これらの基準は管理システムを評価するものであって、実施内容を規定するものではない。

(2) ECOTEL<sup>16)</sup>

ECOTELとは、米国に本拠を置く宿泊施設専門の環境コンサルティング会社、『HVSエコサービス社』による認定制度であり、第三者的立場からそのホテルが環境にやさしいことを保証するものである。HVSエコサービス社は、実践的で、費用効果のある環境プログ



ラムを作り、既存の、また開発途中のホテル、リゾート施設、ロッジの環境対策改善を手助けしている。現在（2000年）までに1000にのぼるホテルや宿泊施設がこの認定申請を行っているが、そのうちわずか39施設しか認定されていない。

ECOTEL認定は、環境保護の観点から最も重要な分野を5つのグローブ（地球の意）として規定し、それぞれの分野で必要条件を満たす事によって1つから5つのグローブを得られる仕組みになっている。

#### 【5つのグローブ】

環境保護への取り組み姿勢  
固形廃棄物の管理  
省エネルギー  
節水  
従業員教育とコミュニティ参加

#### （3） グリーングローブ<sup>17)</sup>

母体組織は1993年に設立されたWTTC（ワールドトラベル&ツーリズムカOUNシル）である。WTTCは世界的な連合組織で、旅行・観光業界の最高経営責任者70人で構成されている。グリーングローブは企業が次の三項目を遂行するための手段を示す非営利団体でWTTCとは別組織になっている。

世界的なガイドラインに則って環境改善を進める  
環境管理と効率の良い運営方法のアドバイスを得る  
グリーングローブのマークを使用し、環境関連の認定を獲得する事で社会にアピールする。

会員は環境セルフアセスメント調査を実施し、一年後までに環境改善策を遂行するとの公約にサインしなければならない。グリーングローブは個々の改善プランや実現可能なゴール設定をアシストしている。

#### （4） グリーンリーフ<sup>18)</sup>

母体組織は1994年に設立したPATA（パシフィックアジア・トラベルアソシエーション）である。PATAは1992年に環境に責任ある環境事業のために組織規約を導入した。グリーンリーフは、環境に配慮した事業を実践していると認める事により、その規約への関心度を高め、サポートする目的で開発された。グリーンリーフを得るにはまず一般及び分野別（約20種類）の調査表に記入し、PATA本部がその調査表を評価する。グリーンリーフの認定には、それぞれのフォームで最低50%、合わせて平均60%のスコアを獲得する必要がある。

ある。第三者による監査は行われない。

#### (5) グリーン・キー<sup>19)</sup>

グリーン・キーとはデンマークにおけるグリーン・キー協会が認定する環境に良いホテル・宿泊施設を認定するものである。グリーン・キーは55項目からなっていて、3つの分野に分かれている。必須項目、達成予定項目、努力項目である。必須項目はグリーン・キーが認定されるその日に基準を満たしておかなくてはならないものであり、達成予定項目は特定の期間内に規定を満たせばよい。最後の努力項目は、その中の一部を満たせばよい事になっている。

以上のような環境認証制度は、宿泊施設のハード面に関する取り組みが多い。(ここでのハード面とは施設の設備やリサイクルなどの取り組みの事を指し、ソフト面とは従業員教育やゲストへの説明のような事を指す。)

その要因として、ハード面の取り組みは宿泊施設のメリットに繋がり易いからであると考えられる。なぜなら、ソフト面の取り組みに比べると、ハード面の取り組みは、取り組んだ結果が、コスト削減のように目に見えるメリットが得やすいからである。

このように、宿泊施設での環境配慮の取り組みは、ハード面の取り組みに偏っているのではないかと考える。しかし、環境を総合的に配慮する事を考えると、ハード面の取り組みだけでなく、ソフト面も必要であると考えられる。

#### 2-3-2 宿泊施設における環境配慮の類型について

図2-5は宿泊施設における環境配慮の要素がどの領域を満たしているかを表した図である。この図は、ハード面、ソフト面、ホスト側、ゲスト側という4つの要素から出来ている。つまり、ハード面、ソフト面という宿泊施設の要素の軸と、ホスト側に関係があるのか、ゲスト側に関係があるのかという軸で構成されている。

ハード-ホストの領域はごみのコンポスト化や水のリサイクル、コージェネレーションなどの設備の設置などが含まれる。ソフト-ホストの領域は、従業員への環境教育や、規則を設けるというようなことである。また、ハード-ゲストの領域とは、カードキーや、タイマーで消える電気、トイレの流水音装置などのことであり、ソフト-ゲストの領域とは、ゲストに対してホスト側が取り組んでいる環境配慮の取り組みを提示したり、説明したりして伝えるということである(表2-4)。



表 2 - 4 環境配慮の 4 領域の取り組み内容

領域	取り組みに内容
ハード - ホスト	ごみのコンポスト化、水のリサイクル、コージェネレーションなどの設備の設置
ソフト - ホスト	従業員への環境教育や規則など
ハード - ゲスト	カードキー、タイマーで消える電気、トイレの流水音装置など
ソフト - ゲスト	環境配慮の取り組みを提示したり、伝えるなど

2 - 2 - 1 では現在の宿泊施設における環境配慮や認証制度について述べた。これらの環境配慮は主に図 2 - 5 中の、ハード - ホストの領域、ソフト - ホストの領域という、宿泊施設側（ホスト側）のみの環境配慮である事が多い。しかし、宿泊施設の中には図 2 - 6 のようにハード - ゲストの領域も満たしている場合がある。しかし、宿泊施設ではゲストに負担を負わせたくないとの理由から、ハード - ゲストの領域や、ソフト - ゲストの領域あまり取り組まれていないのが現状である。

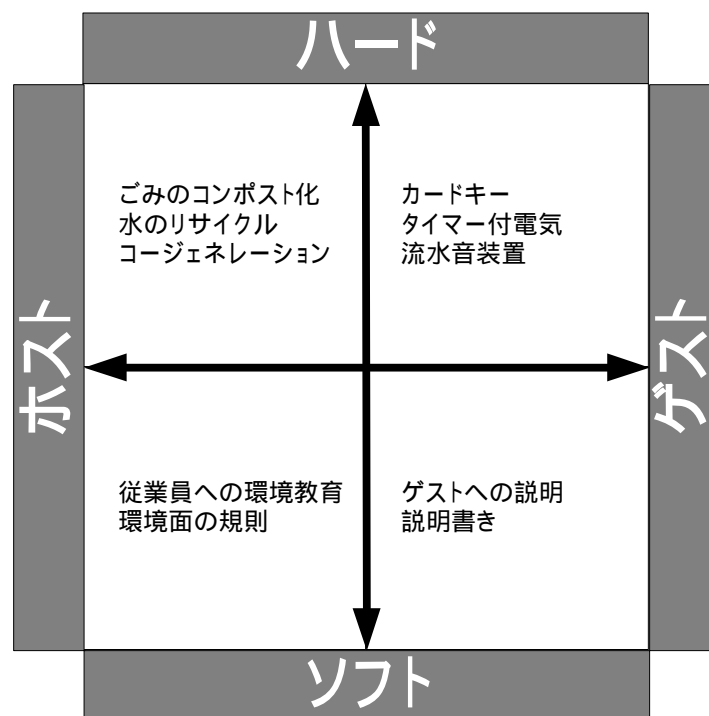


図 2 - 5 宿泊施設における環境配慮の 4 領域

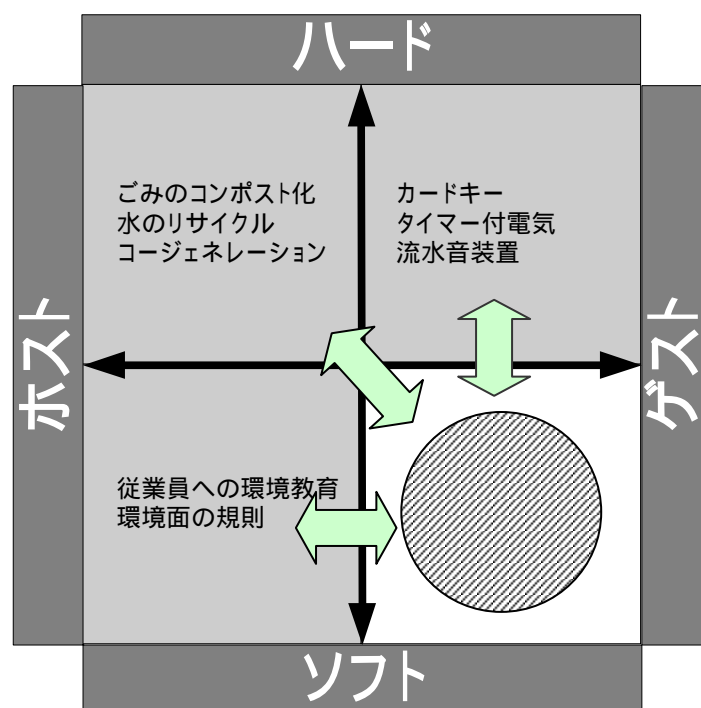


図2 - 6 現在、環境配慮を行う宿泊施設が主に取り組む領域（グレーの領域）

本研究では、図2 - 6では満たしていないソフト - ゲストの領域(図2 - 6のマル印の領域)が今後の宿泊施設の環境配慮にとって重要であると考えます。

このソフト - ゲストの領域とは、ゲストに対してホスト側が取り組んでいる環境配慮の取り組みを提示したり、説明したりして伝えるということである。現状としては、あまり取り組まれていない。また、取り組まれていても、張り紙程度であることが多い。

このソフト - ゲストの領域が重要であると考えるのは、京のアジェンダの言う「今後の宿泊施設における環境対策は、顧客の高い環境意識を汲み上げて支えていくこととなり、新しい満足を満たすことにつながると思われる」<sup>20)</sup>に基づいており、取り組んでいる環境配慮を理解してもらう事を通じて、ゲストの環境意識に刺激を与える事が出来るのではないかと考える。また、近藤は「人間主体がライフ・スタイルを自主的に変革していく契機には、思想あるいは先行する生活イメージが必要である。現代では、ライフ・スタイルは固定的に決定されるものではなく、学習や模倣によって変わり得るものと考えられる」<sup>21)</sup>と述べている事からも、近年示唆されているエコロジカルなライフ・スタイルへの転換の足掛かりになることも考えられる。

また、ホスト側について考えると、このソフト - ゲストの領域に取り組む事によって、漠然と環境配慮の取り組みをこなすのではなく、取り組みを振り返る、ゲストに伝えるための工夫をするなどの行動をとると思われる。このことは、環境との関わりを再認識したり、考えたりする事につながり、ホストの環境意識を向上させると考える。

## 2 - 4 観光と宿泊施設についてのまとめ

第 2 章では、観光行動のメカニズム、観光の現状、観光と環境、宿泊施設と環境について述べてきた。以下にこれらの事を簡単にまとめる。

観光行動を起すには、観光への「動機づけ」があってはじめて生まれる。この「動機づけ」には、「要求」や「欲求」、「動機」というものが関係している。また、観光行動は「要求」が「欲求」に昇華されただけでは行われぬ。そこに、「目標」という軸が入ってきて始めて成し得るのである(図 2 - 1)。この目標を誘発したり、達成したりする時に重要になってくる要素は「情報」である。つまり、「観光」という次元までに高められるかどうかという事は、「情報」が鍵をにぎっており、そこから作り出される「イメージ」が決定的な役割を果たすのである。

次に、観光の現状としては、国内宿泊旅行を目的別にみると「観光」を目的とした宿泊旅行は引き続き減少しているが「兼観光」とあわせた「宿泊観光旅行」でみると、ほぼ横ばいになっており減少傾向に下げ止りの兆しが見られる。また、国民が今後の生活で特に重点をおきたい分野としては、「レジャー・余暇生活」をあげるものが 36.2%と最も高く、しかも前年よりわずかではあるが上昇している。以上のことから、人間の生活は余暇生活をいかに充実したものに、また楽しむかという事に重点が置かれる傾向にある。

次に、観光と環境については、「持続可能な観光」と呼ばれる、持続可能な開発の概念に基づいた観光形態が主流になっている。さらに、この持続可能な観光の概念の普及や近年の自然環境の保全・保護に関する関心の高まりなどから、「エコツーリズム」に関心が高まっている。さらに、自然志向の高まりや、田舎暮らしなどの関心の高まりを背景として、「グリーン・ツーリズム」への関心も高まっている。このように、観光業界でも環境を配慮したり、観光をメインとしたりする観光が行われている。

次に、宿泊施設と環境の現状としては、環境認証の ISO14001 を取得する宿泊施設や、ECOTEL という宿泊施設専門の環境認証を取得する宿泊施設も出てきている。また、地方自治体の中には環境配慮型宿泊施設に対する認証モデル事業を行っている所もある。以上のように、宿泊施設を取り巻く環境配慮の状況は進んできている。しかし、宿泊施設の環境配慮の現状では、廃棄物やエネルギーなどのハード面に焦点を当てたものがほとんどであり、「宿泊施設の環境配慮 = ハード面での取り組み」という図式が強いのが現状である。

そこで、本研究では宿泊施設における環境配慮の取り組みを、ハード面、ソフト面という宿泊施設の要素の軸と、ホスト側に影響があるのか、ゲスト側に影響があるのかという軸で構成している、「宿泊施設における環境配慮の 4 領域(図 2 - 5)」なるものを作成した。そして、現在、宿泊施設における環境配慮の取り組みにおいて、あまり取り組まれていないソフト - ゲストの領域の取り組みが、今後の宿泊施設における環境配慮に重要であると考え、研究を進めていく事とする。

## 第2章 註及び引用・参考文献

- 1) 原英種・宮原和子：観光心理学を愉しむ ツーリズム・サイコロジー ,ナカニシヤ出版 , pp5 - 7 , 2001
- 2) 宮原英種・宮原和子：前掲書 , pp27 - 32 , 2001
- 3) 宮原英種・宮原和子：前掲書 , p28
- 4) 宮原英種・宮原和子：前掲書 , pp32 - 34 , 2001
- 5) 長谷政弘：観光学辞典 , 同文館 , p12 , 1997
- 6) 京のアジェンダ 21：京都市・市民・事業者が連携して環境まちづくりを目指すための円卓会議
- 7) 京のアジェンダ 21 エコツーリズムワーキンググループ：環境にやさしい宿泊施設へ「宿泊施設における環境問題に関するお客様へのアンケート」の結果報告と戦略提案 , ( 2000 )
- 8) 深井純一：京の岐路 環境にやさしい宿泊施設をめざして ,立命館大学産業社会学部 , ( 2000 )
- 9) 溝口和宏：ホテルにおけるエネルギー消費・環境対策に関する研究 , 京都大学大学院エネルギー科学研究科エネルギー社会・環境科学専攻修士論文 , ( 1999 )
- 10) 溝口和宏：前掲書 , p62
- 11) 星野朋子：ホテルにおける環境問題への対応の意思決定 , 立教観光学研究紀要第 1 号 , pp53 - 60 ( 1999 )
- 12) 星野朋子：ホテル産業における有機性廃棄物管理の基本的枠組み , 立教観光学研究紀要第 2 号 , pp43 - 50 ( 2000 )
- 13) 仁賀崇之：宿泊施設の環境配慮に関する研究 京都市内の宿泊施設を対象として , 滋賀県立大学環境科学部卒業論文 , ( 2001 )
- 14) 仁賀崇之：前掲書
- 15) ヒルトン大阪 広報部 , 2001 , 私信
- 16) 同上
- 17) 同上
- 18) 同上
- 19) HOTEL MIWA GROUP , 2002 , 私信
- 20) 京のアジェンダ 21 エコツーリズムワーキンググループ：前掲書 , p24
- 21) 近藤隆二郎：環境イメージの発達過程における役割行為の意義と効果に関する基礎的研究 , 大阪大学大学院工学研究科博士課程学位論文 , p1 ( 1994 )

### 第3章 研究の目的と対象

#### 3 - 1 本研究の目的

第2章では観光や宿泊施設の現状や、宿泊施設と環境の関係を見てきた。特に宿泊施設と環境についてみると、ISO14001 や ECOTEL という認証制度を取得する宿泊施設や様々な環境配慮の取り組みを行っている宿泊施設が増加しており、環境に対する意識の向上が見られる。しかしながら、これらの取り組みは主としてハード面の取り組みであり、あまりソフト面の取り組みは行われていないのが現状である。本研究では、このソフト面の取り組みが、今後の宿泊施設における環境配慮の取り組みには重要であると考えられる。

本研究では、研究対象を決める条件として、第2章で示した宿泊施設における環境配慮の領域を全て満たしている事とした(図3 - 1)。つまり、ハード面だけの取り組みをしている宿泊施設ではなく、その取り組みを伝えるというソフト面での取り組みも行っている宿泊施設を対象にする。

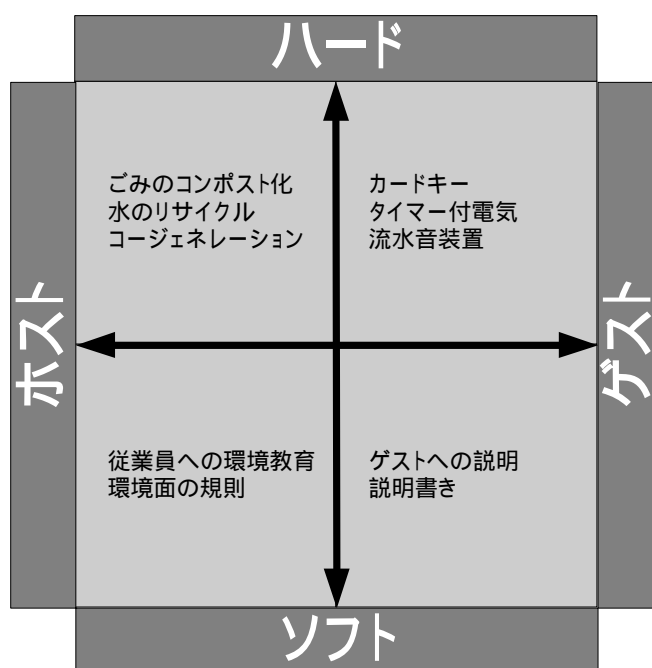


図3 - 1 研究対象とする宿泊施設が取り組むべき環境配慮の領域(グレーの部分)

現在、エコツーリズムやグリーンツーリズムの流行から、自然体験や農業体験といったプログラムを持つ宿泊施設や、無農薬野菜や有機野菜などを用いた自然食を提供する宿泊施設が増加している。これらの宿泊施設はハード面の快適さを追及するよりも、人と人の繋がりやコミュニケーションというソフト面を重視している宿泊施設である。しかし、農業なら農業のみ、自然食なら自然食のみというように一部に特化して行われているものが多い。さらに、ソフト面のみでハード面も取り組んでいるという宿泊施設はほとんどなく、

ソフト面、ハード面における4領域を取り組んでいる宿泊施設は1件しか把握することができなかった(図3-2)。

この1件が本研究で対象とする『舎廬夢ヒュッテ』(以下、舎廬夢とする)という環境共生型ペンションである。ここで言う「環境共生型」とは、物質的な豊かさを追求して環境を破壊する暮らし方ではなく、自給自足をベースにした、自然と共生する暮らしと、循環のある暮らしを目指す<sup>1)</sup>ということである。舎廬夢は、図3-1のように宿泊施設における環境配慮の4つの領域を全て満たしている。さらに、ここでは農業や自然食だけという一部の取り組みではなく総合的にエコロジーライフを実践している。

本研究では舎廬夢を対象として、現在のような環境共生型のスタイルになった経緯、舎廬夢の成功とされる要因、現在まで継続している理由について、オーナーの思想、その思想をゲストに伝えること、舎廬夢に来るゲストに注目して調査・考察をおこなう。

具体的には舎廬夢という宿泊施設の歴史、システム、プログラムを把握する事により、舎廬夢の全体像や特徴を把握する。さらに、舎廬夢に来るゲストとを調査し、舎廬夢に来るゲストの特徴、初めて来る人のタイプ、リピーターの特徴を把握する。以上より最終的には環境共生型ペンションやエコセンター(3-1-2で説明)への知見を見出す事を目的とする。

本研究では対象が1つである事から、結果を一般化することは難しいと考える。しかし、現在、環境共生型ペンションとしてシステムが巧く機能している希少な事例である。したがって、環境共生型ペンションの見本とすべき一形態として結果を提示する事は可能であると考える。

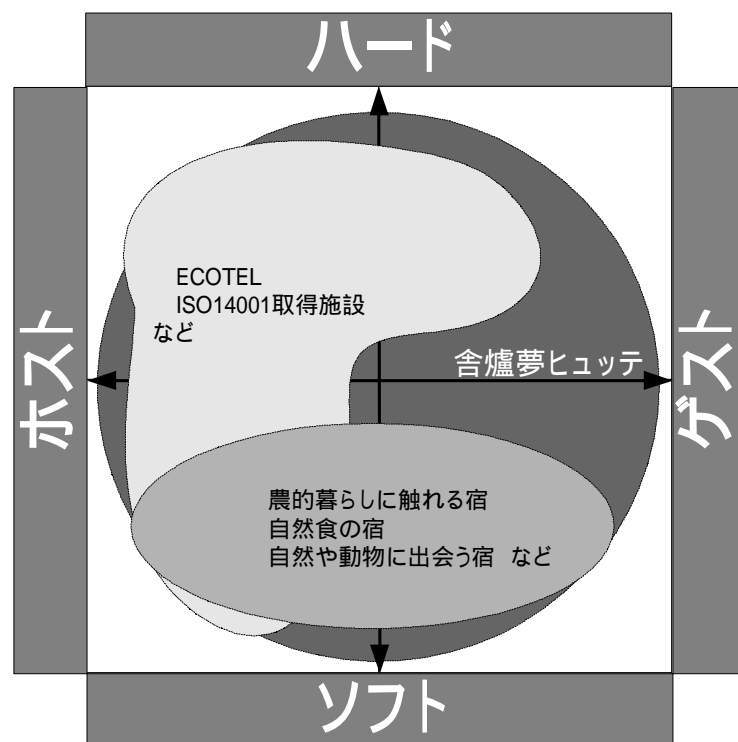


図3-2 宿泊施設のタイプ別、環境配慮の領域

### 3 - 1 - 1 エコセンターについて

#### (1) エコセンターとは<sup>2)</sup>

ここで、上記のエコセンターについて説明する。エコセンターとはエコロジーをテーマとするテーマパークである。エコセンターとしての最大の特徴は、バーチャルではなく実際に存在する場所があることである。

エコセンターの基本的な目的は、「持続可能性とはなにか」を勉強するところである。大切な事は実践的なアイデアをきちんと表現し、人から人へ伝わり広がっていく事である。つまり、エコセンターを訪れる人にそこで何かを「見る」のではなく持ち帰ってなにかを「する」事に期待しているのである。

#### (2) エコセンターが出来る背景<sup>3)</sup>

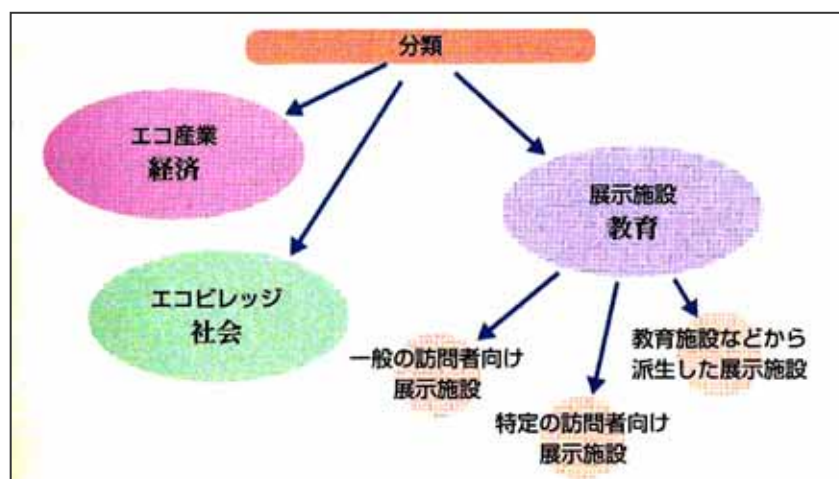


図3 - 3 エコセンターの成立背景

ピーター・ハーパー：エコセンターの作り方，  
BIO-CITY No.25 ,(株)ピオシティ，p5，2003より

次に、エコセンターの設立経緯をしてみる。大きく分けると「産業」、「エコヴィレッジ」、「教育（展示施設・観光）」である。この中で最も多いのは展示施設としてのエコセンターである。展示を行うエコセンターも3つのタイプに別れる。まずは、展示する事を想定し、観光客向けのテーマパークのようなセンター（一般の訪問者向け展示施設）。次は、研究者や学生などを対象にした特殊な展示がされたセンター（特定の訪問者向けの展示施設）。そして、展示する事を想定してはいなかったが、結果的に展示する事になったセンターである（教育施設などから派生した展示施設）(図3 - 3)。

### (3) エコセンターと環境配慮の4領域の関係について

次に、エコセンターと第2章で説明した、宿泊施設における環境配慮の4領域との関係を考察する。エコセンターはエコロジーをテーマとするテーマパークである事は述べた。したがって、ハード・ホストの領域やソフト・ホストの領域は満たしていると考え。しかし、エコセンターのテーマや目指している物によって取り組み内容やレベルは異なってくると考える。

次に、ハード・ゲストの領域やソフト・ゲストの領域に関しては、エコセンターではテーマや目指している物の違いはあるものの、ゲストに見てもらったり、体験してもらったり、学んでもらう事により、持ち帰ってもらいながしてもらう事が共通の目的である。したがって、この2つの領域に関しても満たしていると考え。しかし、エコセンターを、宿泊施設の環境配慮の4領域で考える場合、ハードとソフトの境界線、ホストとゲストの境界線は明確ではないと考える。なぜならば、エコセンターで行われるゲストのハード面の取り組みなどは、ゲストに展示して伝える事が目的だからである(図3-4)。

次に、舎廬夢との関係について考察すると、エコセンターはテーマパークであり、宿泊施設ではないが、エコセンターを構成している要素が舎廬夢を構成している要素と類似していると考え(環境配慮の4領域を満たしている)。したがって、舎廬夢からエコセンターへの展開という可能性を示唆する事が出来ると考える。

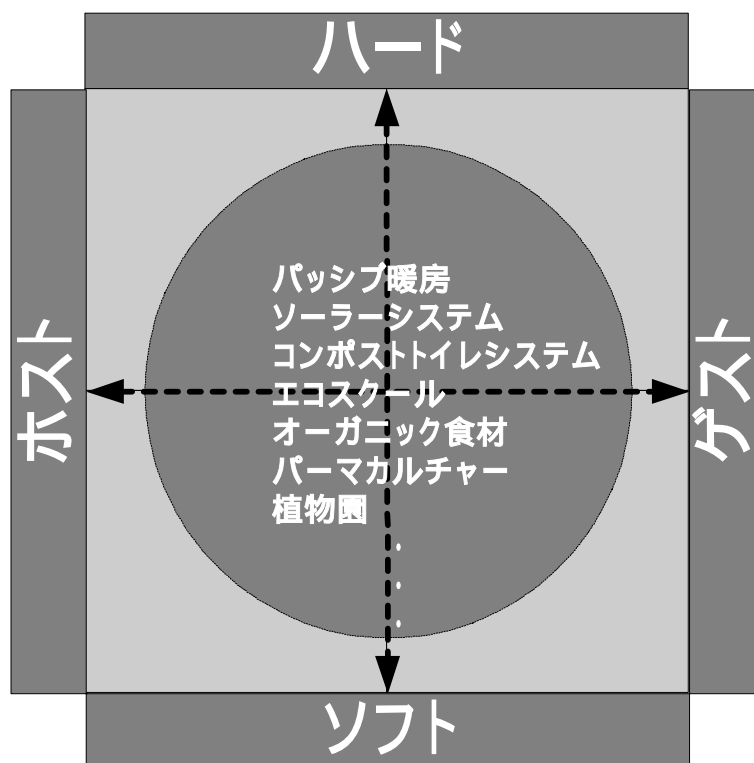


図3-4 エコセンターの環境配慮の領域





写真 3 - 1 エコセンター（スウェーデン）の  
汚水の簡易な浄化システムの展示

ピーター・ハーバー：エコセンターの作り方，



写真 3 - 2 エコセンター（スウェーデン）の  
エコトイレの展示

ピーター・ハーバー：エコセンターの作り方，

### 3 - 2 研究対象（舎爐夢ヒュッテ）について

#### 3 - 2 - 1 概要

舎爐夢は信州の長野県安曇野に今から 24 年前の 1979 年にオープンした宿泊施設である。舎爐夢はオーナーの臼井健二（以下、臼井とする）が山の仲間たちとアイデアを出し合い、建設プランを練り上げ自らの手で作り上げたセルフビルドの宿である。

オーナーである臼井は、名古屋の大学で商学を修め、その後東京の商社に勤めた。しかし、1 年で退社。その後、地元安曇野の山小屋に入る。当初年間 3000 人だった宿泊者は毎年 1000 人ずつ増えた。しかし臼井は、1997 年に山を降りる。それは「あまりに理想的な世界だったのかもしれませんが。そこでは皆が同じ自然環境の中で平等に過ごせる。こんなにお金と関係のない世界は山だけです。でも消費ばかりで生産がなかった。もっと人の中に入り、自分に何かできるか試したかった」<sup>4)</sup> という考えがあったからである。山を降りたあと宿を始めようとする。土地は父親の土地と交換しても

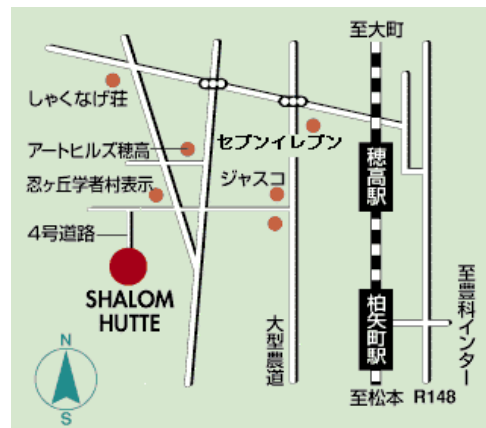


図 3 - 5 舎爐夢周辺の地図

らい、資金に関しては山で知り合った人たちに「舎廬夢の会」という会員（この制度については後述）を募って集めた。そして、3年後舎廬夢は完成した。

宿泊者数は完成当初から多少の増減はあるものの、ここ数年着実に増加し、売上も増加している。また、何度も訪れるリピーターが多いことも特徴である。現在、舎廬夢ではマクロビオティックやパーマカルチャー、自然農などに取り組み持続可能な農的暮らしを実践している。また、フェアトレードの雑貨屋やオーガニックレストランなどを含むコミュニティを建設し、エココミュニティとしても注目されている。ここで言うエココミュニティとは自然と人との共生がテーマの共同体という意味であり、安曇野の豊かな自然の中で21世紀の生き方を共に考える集いの場を目指している<sup>5)</sup>。

### 舎廬夢の会について

舎廬夢では計画を具体化するのに必要になる多額の資金を、山小屋で出会った人々に会員として募る事にした。なぜなら、銀行からの借り入れでは返済に追われるのみで、健全な宿泊施設経営は困難になると考えたからである。具体的な会の内容は表3 - 1のとおりである。

表3 - 1 舎廬夢の会の内容

舎廬夢の会の内容	説明
目的	舎廬夢を通じての仲間作りをする事を目的として、舎廬夢を金銭面、精神面、労力面でバックアップする
入会金	1人 10000円
預かり保証金	1口 50000円(何口でも可)この保証金は舎廬夢オープンの日から、満5年経過後に、退会の方には返却する
会員の特典	1口につき無料宿泊券(2食付き)を1枚、2割引き宿泊券(2食付き)を5枚毎年送る。また、各種行事に優待し、喫茶は5割引きにする

以上のような「舎廬夢の会」というものの会員を最初は200人限定で募った。なぜなら、同じような趣旨で、多額の入会金を必要とするようなクラブもあるが、大きな組織になればなるほど家庭的なあたたかみから遠ざかっていくような気がするという考えがあったからである。

つまり、舎廬夢では宿泊施設を始める最初の段階から、人と人のつながりということを重要視して作られた宿なのである。

### 3 - 3 本研究の調査・分析方法について

#### 3 - 3 - 1 調査方法

本研究では、大きく2つの方法で調査した。まず、1つは舎廬夢の歴史、システム、プログラムを把握する事から舎廬夢の全体像を把握する「舎廬夢」調査である。これは、舎廬夢のホームページ調査、文献調査、オーナーへのヒアリング調査を行った。

もう1つの調査は、舎廬夢に来るゲストの特徴、初めて来る人のタイプ、リピーターの特徴を把握するための「宿泊カード」調査である。この調査には、舎廬夢で実際に用いられている宿泊カード（宿泊名簿のようなもの）を用いた。なぜなら、この宿泊カードは1981年度から1999年度までの18年間の舎廬夢に来たゲストの完全なデータであり、ゲストについての正確なデータを得られるからである。

#### (1) 舎廬夢のホームページ調査

舎廬夢のホームページ（<http://www.ultraman.gr.jp/~shalom/index.html>）を調べ、そこから舎廬夢についての情報を得るために行った。舎廬夢は1997年からホームページを開設した。舎廬夢のホームページは他の宿泊施設のホームページとは異なり、部屋の料金や予約だけでなく、舎廬夢とはどういう所なのか、舎廬夢のコンセプトなどが詳しく載せてある。さらに、それだけではなく、舎廬夢で取り組んでいる事についても詳しく載せてある。また、オープンレター状というコンテンツから、ゲストの舎廬夢に対する感想や印象を抜き出した。

#### (2) 文献調査

舎廬夢は現在までに少なくとも55誌以上に取り上げられている（ファッション誌の背景になっているものは除く）。しかも、取り上げられている雑誌のジャンルは様々である。このように、様々な雑誌の情報を調べる事により、客観的な舎廬夢の評価から舎廬夢の把握を試みた。表3-2は舎廬夢が取り上げられた雑誌である（ファッション誌の背景などに取り上げられたものは除いている）。

#### (3) ヒアリング

舎廬夢のオーナーやスタッフへのヒアリングを行った。2002年9月15日、16日と2003年11月17日、18日の2回行った。このことから、舎廬夢の歴史や舎廬夢の目指すものなどを把握した。質問内容としては、舎廬夢の歴史や考え方、また工夫している点、なぜ食を自然食に変えたのか、舎廬夢の魅力とは、今後目指す事はどういう事かというようなことを聞いた。また、スタッフには舎廬夢に来た理由や実際に働いてみた印象などを聞いた。ゲストのヒアリングに関しては、雑談程度でヒアリングの調査は出来ない。

表3 - 2 舎廬夢が掲載された雑誌リスト

年月	雑誌名/タイトル
2003	自給自足 / すべてを循環させる人
2001	オレンジページ / 心地いい暮らしがしたい 素食が美味しい
2001	リゾート物件情報 / 地球にやさしい住まい方のヒント
2001	anemone / 楽しいお金 嬉しいお金
2001	ソコト
2001	歩こう信濃路夏秋号 / カントリーウォーク 安曇野みちくさの仲間たち
2001	むすび / 癒しの宿、癒しの旅
2001	市民タイムス / 「自然」テーマに共同体作り
2001	信濃毎日新聞 / タウン情報 21世紀は共生がテーマ
2000	ミマン / 私の安曇野物語
2000	菜園生活 / 自然農で育てた野菜のおいしさが、人の輪を広げる
1999	お腹から元気になる本
1999	secsa / 美味しい隠れやリゾート
1999	アルファー / オリジナル器を作る ガラスの里安曇野へ
1999	ユーシーエスプレス / 自然食
1999	ヒーリングリゾート / 美味しいオーガニックホテル
1999	読売旅行 / アトピーの人にやさしい宿
1998	ラ・セーヌ / 紅葉のオーベルジュへ
1998	ウッディライフ / 燻製
1998	NHK今日の料理 / 味こころ 旅こころ
1998	SINRA / この夏自然で癒す宿
1997	caz / こだわりのプチリゾートホテル
1997	きれいになりたい / 舎廬夢ヒュッテを訪れて
1996	TANTO / 信州安曇野食いしんぼ旅行
1996	コンバ21 / 安曇野で自給自足を目指して
1996	自然食通信 / 旅に出よう アトピーでもへっちゃら
1995	自由時間 / 日本で一番いい街 安曇野
1995	コンバ21 / 自然食レストラン食べある記
1995	オリーブ / ナチュラルダイエット
1995	晴れ予報
1994	おはよう奥さん / ナチュラルに生きる
1994	WOMAN / カンパーニュの素朴で心温まる味わい
1993	TANTO / 自然の恵みを利用して楽しむナチュラル・リサイクル
1992	LEE / 信州安曇野 高原を遊ぶ 高原を描く
1991	くらしの木 / 自然にかなった地球にやさしい食事ともてなしが心にしみ
1988	岳人別冊夏山 山小屋はアルプス大学
1982	婦人と暮らし
1982	夏山JOY
1981	婦人と暮らし
1980	ミリオン / 手作りの家に住む 山の仲間のロッジ作り
1980	セゾンドノン / くっきりと、安曇野の光の中で...
1978	ウッディライフ1-3号
不明	美味しくて安心自然派の宿
不明	女達の便利帳
不明	Japan Health Handbook
不明	きれいになる宿
不明	手作りライフ / 夢を建てた男
不明	アドベンチャー / 朝日旅の百科
不明	北アルプス 安曇野
不明	ペンション物語
不明	まともな食べ物ガイド
不明	もう一つの日本地図
不明	いらっしやいらっしや

3 - 3 - 2 「宿泊カード」調査について

(1) 宿泊カードとは

宿泊カード(写真3-3)とは、舎廬夢に泊まりに来たゲストが記入する名簿である。記入項目としては、個人データである「氏名」、「性別」、「年齢」、「住所」、「職業」、グループデータである「今回の旅は何泊か」、「舎廬夢ははじめてか」、「動機」がある。ここでの個人データとは、言葉の通り個人のデータであり、グループデータとは、宿泊カード1枚を1グループとみなしたデータ(1枚に記入欄は1つで、個人個人での記入はできない)の事である。この宿泊カードの1981年から1999年までの18年間分のデータについて調査した。

この宿泊カードのデータ数を年度別に表したのが表3-3である。ここからわかるように、18年間のデータの合計数は16554枚である。

表3-3 宿泊カードの年度別

名簿の年代	枚数(枚)
81年度	876
82年度	921
83年度	969
84年度	730
85年度	679
86年度	743
87年度	721
88年度	779
89年度	840
90年度	881
91年度	1156
92年度	1123
93年度	1112
94年度	988
95年度	761
96年度	787
97年度	809
98年度	873
99年度	806
全年度合計	16554

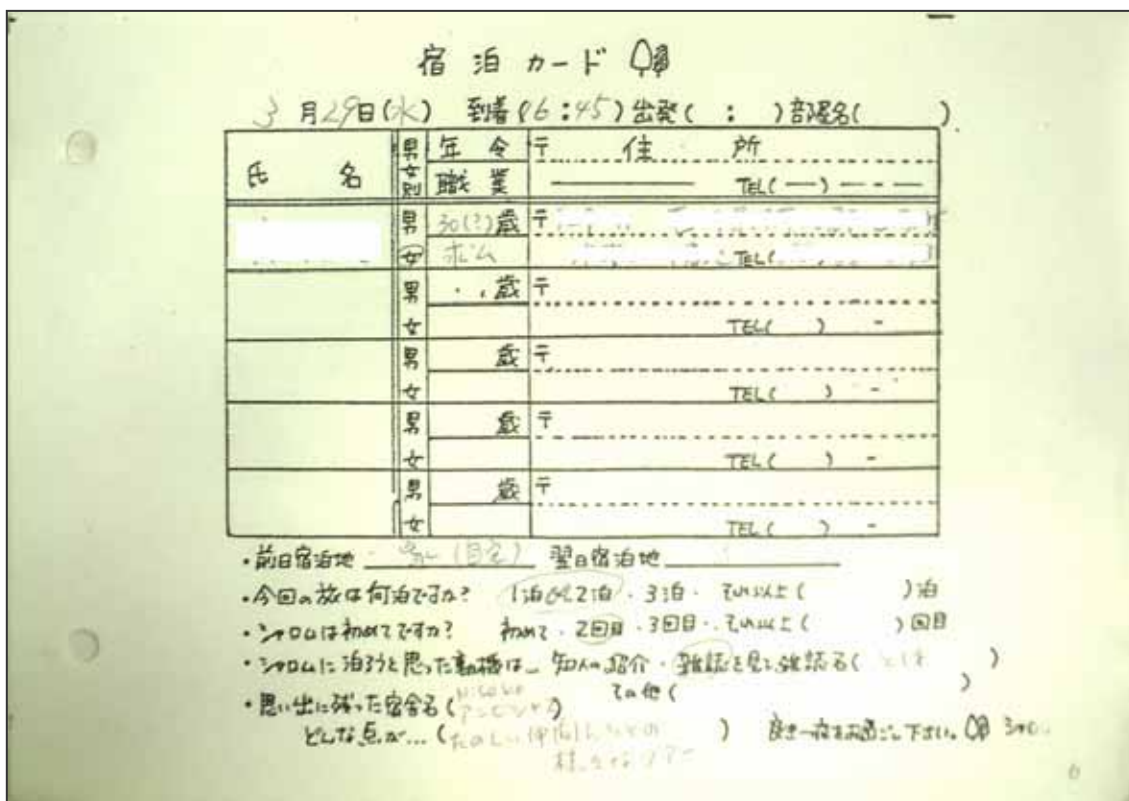


写真3-3 宿泊カード(実物)

## (2) 調査手順

まずこの宿泊データ18年間分を、デジタルデータにした。そのために、Windows Accessを用いてデータ・ベースを作成した(図3-6)。これは、膨大なデータをより早く入力するために作成した。項目に関しては、上記で述べた項目以外に来ているメンバーの氏名や住所、性別を考慮して判別する「グループ構成」と記入内容が読み取れない時や記入されていない時のために「不備欄」を付け足した。

個人データ					
① 名簿ID	<input type="text"/>				
② 氏名1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
③ 性別	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 職業	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
⑤ 年齢	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
⑥ 郵便番号	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
⑦ 住所	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
備考					
グループデータ					
⑧ 何泊か	<input type="text"/>	⑨ 何回目か	<input type="text"/>	⑩ 動機	<input type="text"/>
⑪ グループ構成 <input type="text"/>					

図3-6 宿泊カード入力用データベース

以下に入力する手順と入力方法を図3-6の番号に合わせて説明する。

ここは自動的にナンバーが入力される。

基本的に記入されているように入力する。「氏名」に関しては全てフルネームで記入。

家族で来ている場合も同様に記入。字が読み取れない場合は と記入する。

「性別」は男性の場合のみチェックする。(性別不明の場合は不備欄に性別不明と記入)

「職業」は記入されている場合のみ記入する。記入されていない時は空欄

「年齢」は記入されて入ればその年齢を入力。されていなければ、不備欄に不明と記入

「郵便番号」は - をはさまずに7桁連続で入力する。例： 5600011、×560-0011

「住所」郵便番号を - を入れて入力する。変換すると出てくるレベルの住所を入力

「何泊か」は「今回の旅は何泊か」という項目で、記入されている数字を記入

「何回目か」は「舎廬夢ははじめてか」の項目で、記入されている数字を記入。

「動機」は知人の紹介・雑誌を見てきた（雑誌のタイトルが分かれば雑誌のタイトルを記入し、タイトルがわからなければ雑誌と記入）、知人＋雑誌・その他のいずれかを記入してもらう。しかし、その他の場合はその内容が記入されていれば、それを記入する。

グループ構成」に関してはあらかじめ「1人」、「家族」、「カップル」、「女グループ」、「男グループ」、「男女グループ」、「その他」の7種類に設定した。そして、これらのどのタイプに当てはまるかを、氏名や住所、年齢などを参考にして記入する。

宿泊カードの入力で、6人以上のグループは入力しなかった。それは、宿泊カードが5人しか記入することができないフォーマットになっていたために、データベースを作成する時も同じように5人までしか入力できないフォーマットにしたからである。全体的なデータ数から考えると、6人以上のグループは誤差の範囲に入ると判断した。

### 3 - 3 - 3 分析方法

#### (1) 「舎爐夢」調査における分析

「舎爐夢」調査における分析方法としては、ホームページ調査、文献調査（表3 - 2の網掛けの雑誌を参考）、オーナーへのヒアリング調査をもとにデータを収集し、そこから舎爐夢の歴史、舎爐夢のシステム（宿泊システム＋生活システム）、舎爐夢のプログラムを把握し、舎爐夢の全体像や特徴を把握した（図3 - 7）。

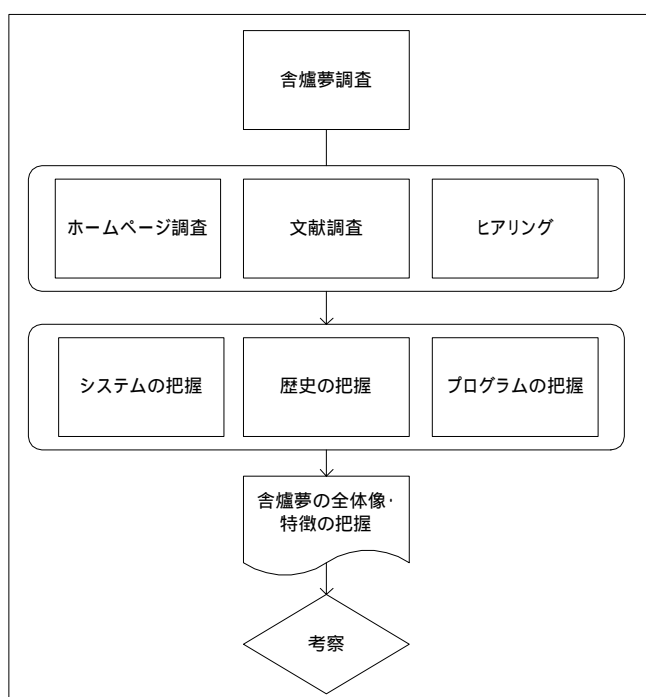


図3 - 7 舎爐夢調査における分析フロー

## (2) 「宿泊カード」調査における分析

「宿泊カード」調査における分析方法としては、「宿泊カード」調査から得たデータを、舎廬夢に来るゲストの全体分析、舎廬夢に初めて来る人（以後ビギナー）分析、リピーター分析の3つの分析を行った。ゲストの全体分析では、データの単純集計の結果を基にゲストの全体的な特徴の把握を行った。次に、ビギナー分析では、データの中でもなぜ舎廬夢にきたのかという「動機」に焦点を当てた。そして、その動機の大半が「雑誌を見てきている」ということから、雑誌のタイプ分けを行い、そこからビギナーのタイプ分けを行った。最後にリピーター分析では、グループ構成の変遷に注目して、リピーターのタイプ分けを行った（図3-8）。

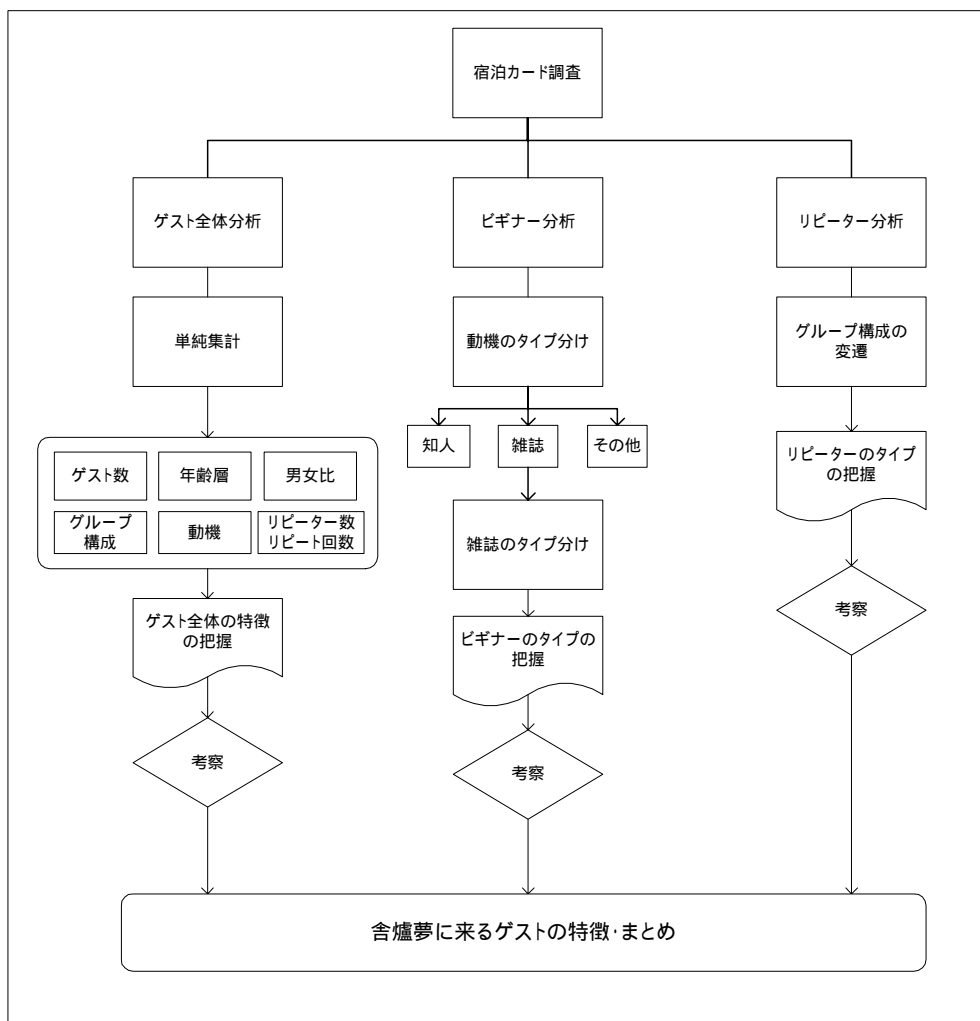


図3-8 「宿泊カード」調査における分析フロー



### 第3章 註及び引用・参考文献

- 1) 臼井健二：光の国レインボープロジェクト  
< <http://www.ultraman.gr.jp/~shalom/hikarinopurojekut.htm> >
- 2) ピーター・ハーパー：エコセンターの作り方，BIO-CITY No.25 ,(株)バイオシティ，p5，  
2003
- 3) ピーター・ハーパー：前掲書，p5，2003
- 4) 門辺貴至：全てを循環させる人 - 長野県穂高町・臼井さんの暮らし - ，自休自足 Vol.2，  
(株)第一プロGRESS，pp36 - 37
- 5) 臼井健二：シャロムコミュニティー  
< <http://www.ultraman.gr.jp/~shalomcommunity/> >

## 第4章 「舎廬夢」調査の結果

### 4-1 舎廬夢ヒュッテの歴史

舎廬夢の歴史をみていくと、大きく3つの時期に分けてみる事が出来る。まず、第1期は舎廬夢が成立した1979年から1988年までである。次の第2期は1989年から2000年まで。そして第3期は2000年から現在、未来にいたる時期である。

このように、3つの時期に分類する際に注目したのは、舎廬夢の取り組みの中で最も重要な取り組みの1つであると考えられる「食」についてである。この「食」が自然食へと変換したことに注目してこの3つの時期を設定した。簡単に言うと、自然食を視野に入れ始めた時期を第1期。自然食（肉を減らし魚だけにする）を実践し始めた時期を第2期。肉を無くし完全に自然食にした時期を第3期とした（図4-1）。以下にこの3つの時期別に歴史をみていく。

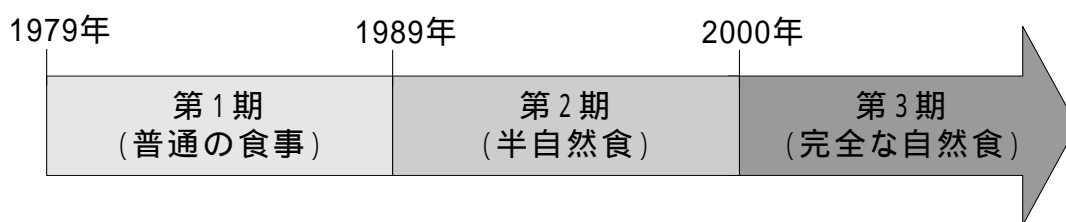


図4-1 舎廬夢の3つの時期

#### (1) 第1期(1979年～1988年): 萌芽期

舎廬夢の第1期では、できる限り自給自足というものを目指して取り組みながら、食事に関しては肉も魚もありのいわゆる普通のコース料理を出していた。しかし、1985年くらいから自然農などに関心をもちはじめ自然食を視野に入れ始める。

次の文は、舎廬夢が発行していた「丸太小屋のうた」という機関紙(1985年2月号)の一部である。

「何とか食べて生かされる世の中に感謝するとともに豊かな合理化された能率中心主義の分業、画一化の世の中に疑問を感じています。人間はもっとトータルに生きるべきではないのかと思います。土を耕し手近なもので道具を作り他人に全てを依存するのではなく、なるべく自立でき自然によって生かされるという事に感謝できれば、もっと豊に暮らせるのではないかとおもいますが・・・今年は、舎廬夢の将来展望を考えると共に、自然農法もやってみたいと思っています。そのうち、舎廬夢の夕食は肉の出ない玄米定食になるかもしれません。」

このことから、自分の生活を見つめなおし、現在の生活だけでなく先のことを考え、自然農・自然食に変換しようとしている事が把握できる。

次に第1期の経営や運営に注目してみる。1979年のオープン当初は、『宿泊表』という雑誌だけで、ほとんど宣伝はしていなかった。したがって、ゲストは身内や舎廬夢の会員、知り合いが大半を占めていた。また、この時期には契約保養所という形で3社ほどの会社と契約をするという取り組みも行っていった。2年目は、1年目よりは知人は少ないので必然的にゲスト数は減少していく。しかし、その年の夏に『セゾンド・ノンノ』という雑誌にとりあげられ、舎廬夢が出来るまでの歴史をドキュメンタリー風に載せてもらった。そのことにより、社会的にも認知され、さらにペンションブームという時代の流れも後押しして、ゲスト数が徐々に増え、経営が軌道に乗るようになった。以上の事から、第1期は、普通のペンションとあまり変わらないものであったと考えられる。

この第1期は、自然農などに関心を持ち始め、自然食を視野に入れはじめたということから、舎廬夢の発展につながるための萌芽の時期であったとすることが出来る。

## (2) 第2期(1989年~2000年): 成長期

1985年くらいから自然農などに関心をもち始め、視野に入れていた自然食を1989年から実践し始めたのが第2期である。最初は肉を減らして菜食的な玄米食への変更から始めた。このように食を自然食に変更したのは、「みんな栄養過多で病気ではないかと。菜食の方が良いのではないか」<sup>1)</sup>という考えがあったからである。しかし、最初から完全な菜食に変更するのは難しいということから、最初は肉を減らし魚だけ入れて菜食にした。

以下に菜食に変更した1989年の冬季のメニューを紹介する。

梅のお酒、にんじんのスープ、にじますの燻製、白菜とはこべのサラダわさびドレッシング、高きびのハンバーグきのこソース、天然酵母パン、小豆入り玄米、くわの実のアイスクリーム、紅茶 or 玄米コーヒー

杏のお酒、ピシソワーズ、大根のサラダ、きのこのマリネ、野沢菜のそば粉クレープ、豆腐の和風フラン、玄米ご飯、紅茶のアイスクリーム、レモングラスとミントのお茶

また、朝食のスタイルもこの時期に、バイキングスタイルに変わった。

このように、一時に全てを変化させるのではなく、徐々に変化させていることがわかる。

またこの第2期は、現在の舎廬夢の土台となる重要な期間であると同時に、様々な変化を伴った時期である。例えば、一泊二食の料金設定をやめ、ルームチャージ制に変えた。また、一週間を単位にして「シャロムエクスペリエンスウィーク(体験週間)」というのを設けて、シャロムでの生活を体験できるようにした。さらに施設面では、床暖房の補助熱源や燻製室、オープン、ベチカなどが一体になる多機能な暖炉を作成した。

以上のような取り組みから、この時期にオーナーの思想が様々な事に広がってきている事がわかる。もともと舎廬夢を建てる時から自給自足という考えをもっていた。それが「食」を変えたことにより、そこから暮らし全般に至るまで思想が首尾一貫して広がったのであ

る。つまり、最初は自給自足を理想としていた宿泊施設が、徐々に循環型の農的暮らしというものを実践している宿泊施設へと成長したのである。そしてさらには、そのことを実現するために勉強し様々な要素を取り込み、実践し、それをプログラムやワークショップという形でゲストなどに発信し始めた。

以上のように、「食」を一般的な食事から自然食に変化させたことをきっかけに舎廬夢は成長していくのである。つまり、この第 2 期は舎廬夢の成長の時期であったということがわかる。

### (3) 第 3 期 (2000 年 ~ ) : 成熟期

第 3 期は、「食」に関しては、魚をメニューからはずし、完全に菜食にした。このことは、舎廬夢の発展・進化という問題だけでなく、時代がスローフードやマクロビオティックという流れになってきているということも後押ししていると考えられる。以下の文章は舎廬夢の部屋などに置いてあるパンフレットの 1 枚である。

#### 【地球にやさしい食の提案】

社会が高度化し、効率、専門、分業化していく中で私たちは、なるべく自分達で作り出すナチュラルでシンプルでエコロジーな生活を心がけてきました。田舎に住み、畑を耕し、建物や家具を作り地域に溶け込んで 10 年あまりがたちました。

そんな中で食についてもより自然にかなった地球や体にやさしい食生活を考えています。世の中が便利になるにつれ、旬を感じさせない野菜や果物、化学調味料や合成保存料、インスタント食品、自然のサイクルからかけ離れた食べ物が多くなりました。食べるものは豊になったけれど、色々な病気もふえてきました。最近、健康や食事に関心のある方やグルメの方に玄米自然食の人が非常に多くなっています。健やかに旬を食する玄米食はシンプルだけど生命力を高め、素材の甘さ、うまみを生かしたナチュラルで健康的な食事です。また、ヘルシーなダイエット食としても注目されています。ピュア - (純) で安全な地方色豊かな食事はまたとてもおいしくあるものです。(以下省略。)

このように、ただ単に食事を変えるだけでなく、なぜ自然食に変えたのか、どういう考えに基づいているのかをゲストに提示する、伝えるということを行っている。

この第 3 期は舎廬夢にとって、思想的な面を実践し、形にし発展させるという面でも成熟した時期である。それは、舎廬夢の本館の横にレストランやフェアトレードの商品を扱う雑貨屋などを含んだコミュニティを形成したのである。これは「都会とのつながりはあるが、地元とのつながりがとても少ない。」「コミュニティを皆で形成することによって何か新しいものができるのではないか。」「これからは、縦型の社会ではなく、横型のパートナ

ーシップの時代である」<sup>2)</sup>というオーナーの考えを反映したものになっているのである。

また、Be Good Café Azumino というイベントやパーマカルチャー塾などを始め、積極的に外に発信するということを行っている。また、この第 3 期に入ると宿に対するオーナーの考え方も少しずつ変わってきていると考えられる。第 1 期の「安らぎの場を提供し、そして皆様に自然の豊かさを十分味わっていただきたい」<sup>3)</sup>と言う漠然としたものとは異なり、「ゲストに舎廬夢に泊ってもらい、ここの暮らし、行き方を味わってもらいたい」<sup>4)</sup>とより具体的に考える用になっているからである。つまり 21 世紀型の持続可能な農的暮らしのデザインをゲストに提言したいということが宿の目的になっているのである。

以上のように、この第 3 期は、思想的な面を実践し、形にし発展させ、外に発信するという事や、宿に対する考え方の変化などを含めて、舎廬夢の成熟期だと言える。

#### 4 - 1 - 1 舎廬夢の歴史のまとめ、考察

4 - 1 では舎廬夢の歴史を、「食」が一般的な食事から自然食に変換したということに注目して、3 つの時期に分けて見てきた。

第 1 期では、自給自足ということを目指しながら、あまり普通のペンションとはかわりがなかった。しかし、途中で自然農、自然食というものに関心を持ち始めたという事が特徴である。そして第 2 期では第 1 期で関心を持ち始めた自然食を、肉を減らし魚だけにするという形で始めた。そのことがきっかけとなり、舎廬夢のことが社会的にも認知されゲスト数も大幅に増加した。さらにこの自然食をきっかけとし、生活の様々な面にも持続可能性ということを実践し始めた。第 3 期では実践し始めた持続可能な取り組みというものを成熟させ、ゲストなどに発信するというレベルまでに高めた。以上のように舎廬夢は第 1 期から第 2 期、第 3 期と時期をおうごとに成長し、舎廬夢の魅力（要素）が大きくなっている。また、「完成形はないのでは」<sup>5)</sup>というオーナーの姿勢から舎廬夢はどんどん成長していくのではないだろうか。このように現在まで継続しているだけでなく、発展している要因として次のようなことが考えられる。

1 つ目に、「食」に関してだけではないが一時に全てを変化させてしまうのではなく、徐々に段階を経て変化させていったこと。

2 つ目に、自給自足や持続可能な生活を思想の核とし、様々な取り組みを行ったことである。そして、3 つ目に、思想（持続可能性）をプログラムや日常生活に反映し、その事を通じてゲストに取り組みを伝えていることがゲストにとって魅力になった事である。

ここで、舎廬夢に起こったこのような現象を人間・環境システムの視点から見てみる。末石は「周囲の環境との関わりの再認識の中で、自己の暮らしのあり方を反復的に問い直しつつ、環境にやさしい行動を積み重ねていくことが、地域環境の保全と創造に不可欠の態度であるとともに、地球規模の環境問題とわれわれの暮らしを結びつける道筋でもある」<sup>6)</sup>と述べており、このようなことを「環境社会化 (environmental socialization)」と名づけている。次に、人間・環境システムにおける環境として、近藤の言う環境イメージについて焦点を当てる。この環境イメージとは、物的環境と人間との間に存在する媒介<sup>7)</sup>であり、様々な刺激を受ける事により変容するものである。この環境社会化と環境イメージの二つの概念を合わせて考えたものが、図4-2である。これは、環境社会化が起こるにつれて、対象はより身近な環境イメージを形成していくというものである。このことを、実際に舎廬夢に起こったことに当てはめて考察していく。

舎廬夢のオーナーである臼井氏の「みんな栄養過多で病気ではないか。菜食の方が良いのではないか」<sup>8)</sup>、「マクロビオティックの重要性に気が付いた」<sup>9)</sup>という話からも、舎廬夢での自分たちの生活を見つめなおし、環境にやさしい暮らし、持続可能な暮らしを実践し始めたという変化が起こったことがわかる。つまり、舎廬夢では第1期の後半から「環境社会化」が起こったのである。そして、環境イメージの発達を繰り返し、徐々に身近な環境イメージを形成していく。第2期になると、形成した環境イメージを実践し始める。そして、第3期ではその取り組みの幅を広げるだけでなく、外(ゲスト)に発信するという発展を遂げたのである。

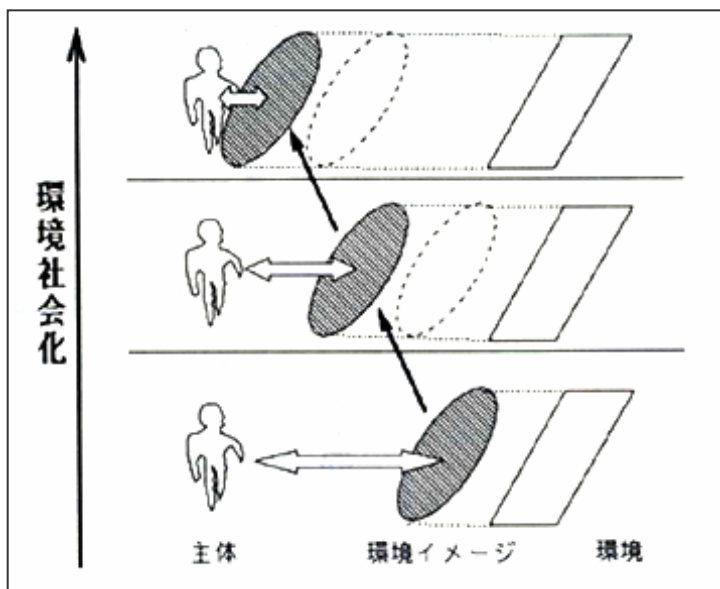


図4-2 環境イメージの発達過程

近藤隆二郎：環境イメージの発達過程における役割行為の意義と効果に関する基礎的研究，大阪大学大学院工学研究科博士課程学位論文，p25 (1994) より

次に近藤の言う意味的参加のはしご<sup>10)</sup>に焦点を当てて考察する。この意味的参加のはしごとは Sherry Arnstein による住民参加のはしごを参考として作られたもので、はしごをのぼるほど意味的に積極的な関与の仕方を示している。つまり、のぼるにつれて環境に対しての付き合い方がより身近になるのである。表 4 - 1 は意味的参加のはしごと舎爐夢の歴史の時期を対応させた表である。

表 4 - 1 意味的参加のはしごと舎爐夢の歴史の対応<sup>11)</sup>

舎爐夢の歴史			
↑	意味付与・創造 意味参加・支援	創造 (innovation)	第3期
	意味宣伝 意味伝達	伝達 (communication)	第2期
	意味入手 意味教授	受容 (acceptance)	第1期

舎爐夢の第1期は、自給自足を目指していたが、取り組みとしてはあまり実行されていなかった。それが第1期の後半に食を自然食に変えるということを考え始めた。この段階は、環境イメージの「受容 (acceptance)」の段階であると考えられる。そして、第2期では、食を自然食に変え、それに伴って食以外の取り組みも行うようになった。さらに、取り組みをゲストに伝えるということをはじめた。これはまさに意味的参加の「伝達 (communication)」の段階である。第3期に入ると、ゲストに伝えるためのワークショップやプログラムが充実してくる。さらに、地元のつながりや、新しいものの創造という目的からコミュニティーを形成し、舎爐夢を発展させた。この第3期は「創造 (innovation)」の段階にあたりと考える。

以上のように舎爐夢を意味的参加のはしごに当てはめて考察した。その結果、舎爐夢ではこの意味的参加のはしごを上層部までのぼっていることがわかる。このことは、舎爐夢が環境との関係をより身近なものとして認識しており、人間 - 環境システムとして成熟した段階にあると言えるのではないかと考えられる。

表 4 - 2 舎廬夢の歴史の変遷

	食	取り組み&プログラム	取り巻く状況
第1期 (1979-1988)	肉も魚もありの普通のコース料理	畑(有機農法) 自給自足を目指す 寄せ書き	「るるぶ」に広告を出す ペンションブームで客数増加 同類系の宿がオープン 穂高町への観光客減少
第2期 (1989-1999)	肉を減らし菜食的な玄米食(半自然食)	自然食 ヨガ カントリーウォーク トイレの水循環システム シュタイナー勉強会 ホームページ開設	自然食が人気で客数・売上増大 ファッション誌に取り上げられ、シーズン外の客数増加 景気低迷で観光客減少
第3期 (2000-)	肉をなくし、完全な菜食(マクロビオティック)	マクロビオティック 朝の畑の案内 地域通貨 パーマカルチャー ワークショップ ルーフトップガーデン 水系デザイン 畑(自然農)	レストラン建設のため7、8月のみの営業(B&B営業) ホームページのアクセス増加

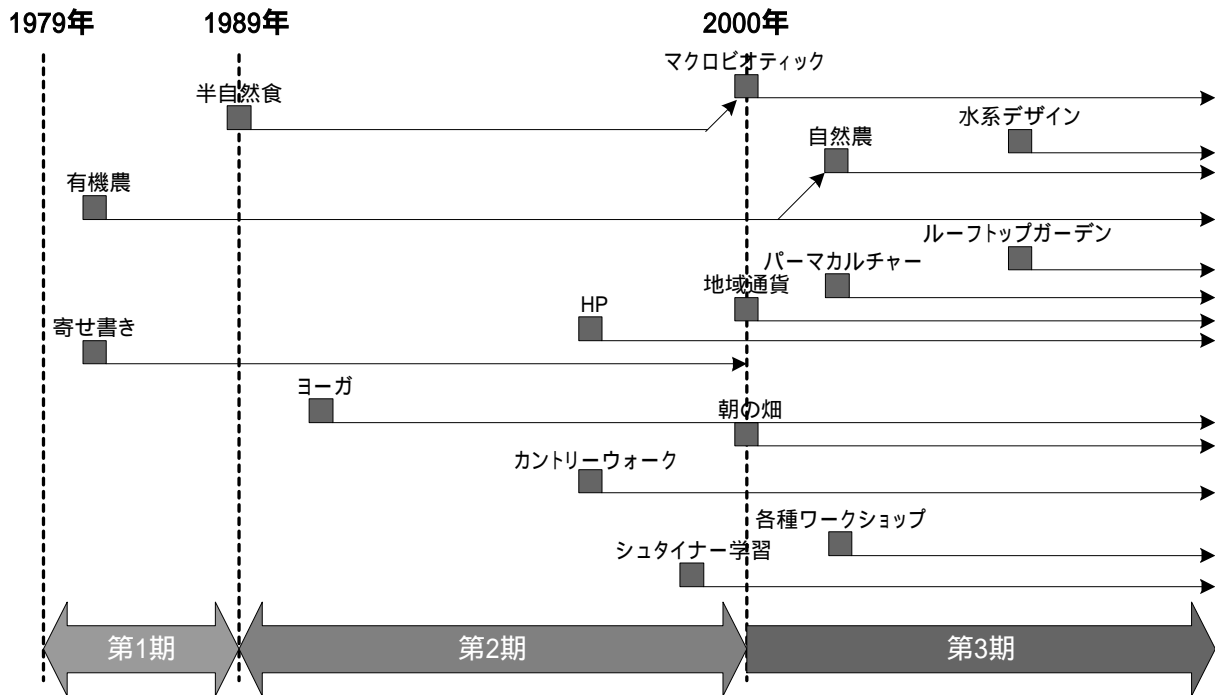


図 4 - 3 取り組み・プログラムの変遷



#### 4-2 舎爐夢のシステムについて（第3期）

舎爐夢では日常生活の延長線上に宿泊業というものが存在している。この点は、ホテルや旅館とは大きく異なるところである。通常、そこで働く人にはホテルは仕事としての生活であり、自宅での生活とはかけ離れている。しかし、舎爐夢は舎爐夢の日常生活そのものが宿泊業なのである。つまり、日常生活と宿泊業としての生活の境界線はほとんどといっていいほどないのである。したがって、舎爐夢のシステムを把握するためには、宿泊のシステムと生活のシステムの両方を把握する必要があると考える。

##### 4-2-1 宿泊システムについて

###### (1) 宿泊のタイプ

舎爐夢は宿泊のタイプを、ゲストの目的やゲストのグループ構成、経済的状況に応じて選ぶことが出来る（表4-3）。以下にそのタイプを記す。

表4-3 宿泊タイプとその内容

宿泊タイプ	内容
通常の宿泊	・ダブルベッドとシングルベッド×2の部屋 ・シングルツインの部屋
ホステラールーム	男女別相部屋3畳に2段ベッドの部屋
ドミトリー	男女別カーテンに仕切られた相部屋
キャンピング	テント、シュラフ持参で舎爐夢の裏の林でキャンプできる。 自炊コーナー、ランドリースペース、お風呂、シャワー、トイレなどの舎爐夢の全ての施設が使用可能
車中泊	車の中で寝る。施設利用料あり

石鹸や歯ブラシなどのアメニティグッズは基本的に用意されていない。舎爐夢では使い捨ての商品は極力使われていないのである。タオルに関しては洗面所に1部屋1枚使用できるように置いてある。



写真4-1 トイレにおいてある部屋別のタオル

## (2) 基本的なプログラム

基本的な舎爐夢でのプログラムの流れを以下に記す。

チェックイン (PM3:00~)



写真4-2 舎爐夢&コミュニティー

夕食 (PM6:00~7:00)

旬を食する穀類菜食玄米自然食のコース料理。アトピー除去食など対応可である。この食事の最中にオーナーが次のようにアナウンスする「食べきれなかったり、食べれないものはこの皿に入れてください。隣のテーブルの人が食べます。それでも残ったら私が食べます。みんなが平和に暮らせます！」。このことにより、食べ残しがほとんどないのである。





写真4 - 3 自然食のコース料理（ディナー）

上の写真の献立（野菜のスープ、きのこ・ワカメ・えのき・ラデッシュの和え物、ひよこまめのハンバーグ、玄米、おからのコロッケ、りんごのタルト・大豆のクリーム・玄米コーヒー）これらは全て、この季節に取れる無農薬、有機栽培の物を使用。味付けは昆布と干しいたけのだしで、白砂糖、添加物、化学調味料は使っていない。日本古来の素材を使用し、体にやさしい食事を作っている。

#### スライドによる安曇野案内（PM8：30～）

この時間が舎爐夢のメインタイムとして位置付けられている。オーナーがスライドを交えながら安曇野の案内と21世紀のあり方を語るののである。この参加は自由である。

また、このスライドでの案内のあとに、一人ずつ簡単に自己紹介を行う。そこで、他のゲストがどのようなことをしていて、どのようなことに興味を持っているのか、なぜ舎爐夢に来たのかなどを把握することができる。自己紹介のあとは、野草茶を出してくれ、それぞれ他のゲストと会話をしたり情報交換したり、オーナーの話を聞いたりコミュニケーションを取ることが出来る時間である。これは、オーナーが人と人のつながりというものを重要視しているからであり、そのための機会を提供してくれているのである。このようなことは普通の宿泊施設とは大きく異なる点であり、舎爐夢の魅力の1つである。



写真4 - 4 スライドを使った安曇野案内の様



朝の畑案内（AM6：00～）

福岡農法・川口農法・MOA 自然農法・有機農法・パーマカルチャーの圃場の見学を行う。  
農の世界から社会経済を語る。自給可能な農的暮らしのデザインに触れることが出来る



写真4 - 5 オーナーの説明の様様



写真4 - 6 パーマカルチャーガーデン

ヨーガと瞑想 ( AM6 : 45 ~ 7 : 30 ) :

朝ごはん ( 8 : 00 ~ 8 : 30 )

バイキング形式である。施設の様々なところで食事出来るようになっている。したがって、外で食べることも、テラスで食べることも可能であり、ゲストの趣向や気分に合わせてる事ができる。



写真 4 - 7 パンや野菜などを自分で盛り付ける朝食

舎廬夢の基本的なプログラムは以上のような流れになっている。しかし、これはあくまで基本的なプログラムの流れである。「スライドによる安曇野の案内」や「朝の畑」などのプログラムに参加したくなくてもかまわない(ご飯に関しては時間が決められている)。また、舎廬夢では自然農やヨガ、シュタイナー学習などのワークショップ(毎日行っているわけではない)を行っているので、そのようなことを自分のプログラムに組み込むことによって何パターンも違った舎廬夢を体験できるのである(図 4 - 4)。

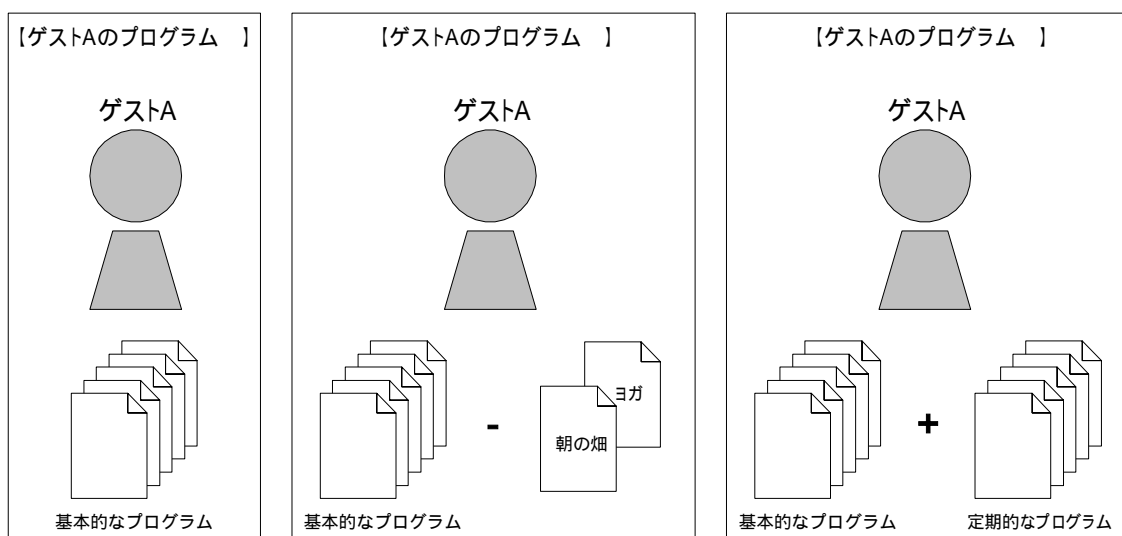


図 4 - 4 ゲスト A のプログラムの組み合わせ例

舎廬夢のスタイルとしては、基本的に押し付けがましい事はしない。ゲストに様々なきっかけを提供するのみである。しかし、ゲストがもし興味を持っていれば、それに関するビデオを見せてくれたり、話をしてくれるのである。

つまり舎廬夢の宿泊システムは、あくまでも、ゲストに舎廬夢の生活に興味・関心を抱いてもらうためのシステムであり、ゲストの目的や気分にあわせることができる柔軟なシステムになっているのである。

### (3) 舎廬夢での規則

次に、宿泊した際の規則について説明する。舎廬夢では基本的に規則はない、しいて言えば全館禁煙と施設の消灯が11時というくらいである。基本的には何をしても自由である。それは、人と人の結びつきや、信頼関係というものを重要視しており、ゲストを信頼するという事に基づいているからである。その事は、次にあげる事例に顕著に表れている。

舎廬夢の中にはワインやビールなどの飲み物やスナック（自然食品や無添加の食品）が販売されている。しかし、誰が見張っているわけでもセンサーが置いてあるわけでもない。ただ単に冷蔵庫が置いてあり、その上にお金（支払ったお金）を入れるためのピンが置いてあるだけなのである（右の写真）。

筆者も実際に利用してみたが、冷蔵庫のピンの中にはお金がいっぱい入っていた。取ろうと思えばいつでも取れる状態である。

以上の事からも、舎廬夢では自由と信頼に基づいたシステムが成立しているという事がいえる。



写真4 - 8 舎廬夢の無人売店

### (4) コミュニティー

舎廬夢は2000年にこれまで実践してきた、自然と共生する農的な暮らしをさらに発展するために、オーガニックレストラン&カフェ、フェアトレード雑貨や書籍、八百屋、自然食品などを扱うショップなど兼ね備えた「舎廬夢コミュニティー」を立ち上げた。それは「2000年までに宿というものをやっ



写真4 - 9 舎廬夢コミュニティー



てきて都会とのつながりはあるのだが、地元とのつながりがすごく少ない。レストランや共同体を皆でやる事によって、何か新しいものが出来るのではないか。社会は分断させ競争させる、それが資本主義の仕組みでそれなりに豊になったが個と個のつながりが薄くなっている。そのつながりを全て自分の中で持ちつつ、小さな世界の中で自給自足的な循環のある暮らしをしてみたい。」<sup>12)</sup> という思いがあったからである。

### シャンテバザール

オーガニックコットン、麻、シルクなどの天然素材で手作りの衣類やフェアトレードの雑貨などがある。また、シュタイナー思想に基づいた木のおもちゃやみつろう粘土やクレヨン。草木染めフェルトや指人形型、羊毛など手作りのための材料もそろっている。また、中にあるミニ書店ではエコロジー・環境・食・子育て・教育・精神世界など次の時代へのヒントになる本などがそろっている。



写真4 - 10 シャンテバザールの中の様子

### ファーマーズ（八百屋・自然食の店）

信州産のものを優先的に扱っている。野菜はできるだけ地元の安全なものを提供している。委託販売も行っている。また、自然食品も販売している。今後は、ただ野菜を売るのではなく実際に舎廬夢の畑で獲ってもらうということも、計画中である。



写真4 - 11 ファーマーズの様子

### 地域通貨（安曇野ハートマネー）

このコミュニティでは、地域通貨、安曇野ハートマネーというものを使用する事が出来る。これは、地域通貨をつうじて、人と人のつながりを作れるのではないかという考えから始められた。

### 自然育児 森の子

2002年から始まった、園舎を持たない保育の場で、シュタイナー理論に基づいた自然誘導型縦割り保育を行っている。四季を通じて、雑木林や野道を歩いたり、外でお弁当を食べたりと、野外での活動がほとんどである。また、保育士任せにしない「自主保育」という形で、保護者も保育に出るだけ参加している。

このような活動を通して、親も子も一緒に育っていくような園である事を目指している。



写真4 - 12 保育の様子



#### 4-2-2 生活システム（第3期）

次に第3期の舎爐夢の生活システムについてみていく。

##### （1）施設・設備について

舎爐夢は三年間かけて作ったセルフビルドの建物である。そして、建て始める段階から設備面などを削らず間に合わせではなく本物を目指した。部屋は全面床暖房、壁は漆喰、大きな暖炉も装備している。その他に新建材も使っていない。エネルギーの点でしていることは、二重のペアガラスを用いている事と、温室があって温室の昼間の暖かい空気を循環させて蓄熱したものを夜にだす。そういう試みを行っている。



写真4 - 13 共有フロア - にある暖炉

最終的には、自家発電をしたいと考えている。しかし、基本的には「そんな暖房するより、服一つ着ればいいんだよ。うち九時になるとみんな切れちゃう。そういう風にしてある」<sup>13)</sup>と臼井さんは言う。

以上のような事は、舎爐夢を建てる段階から環境にやさしい、循環のある暮らしという事を念頭に入れていた結果である。

##### （2）環境配慮について

シャロムでは建物から家具や小物までほとんどが自家製である。また、使い捨てでない循環のあるエコロジカルな生活を目指しているので様々なところで工夫している。地球のためにできること一つずつを合言葉に、様々なエコロジー活動を進めている。1回きりで捨てる備品を部屋にはおかず、簡便さだけでない視点でのエコロジカルな使用を目指している。

##### 【紙について】

**リサイクル用封筒用紙・リサイクル便せん**

毎日たくさん来る手紙の封筒をリサイクルしている。

##### **リサイクルボックス**

ホールにリサイクルボックスがあり、「いらぬ物で有用な物はリサイクルボックスへ、必要な方はお持ち下さい」と表示してある。少しでもゴミにならず、新たな命が与えられる工夫をしている。

### サニタニーバック

新聞の広告で袋を作りサニタニーバックにしている。使う方も気持ちよく、処理も便利と言う点から実践している。右の写真は実際にトイレに置いてあるものである。



写真4 - 14 サニタニーバック

### 【食について】

#### エコロジーパン（玄米おかゆパン）

野菜の残りや、玄米の残りをおかゆにしてパンを作っている。

#### 預け鉢

食事の時にテーブルにおき、「預け鉢 食べられない物はあらかじめ預け鉢へ、食べられる人は取って食べましょう。テーブルで処理できなかつたら隣のテーブルにお持ちします。みんなが平和に暮らせます。」と一声かける。この工夫により、毎日ほとんど食べ残しがでない。

#### 残飯処理

ほとんど残飯はでないが、コンポストに入れて畑で使われる。また犬やアヒル鶏のえさとしても生まれ変わる。

#### 廃油・てんぷらの油のリサイクル

油は漉してディゼルエンジン、トラクターの燃料として使っている。3分の1以上入れなければ燃料として充分使える。

## 【水について】

### トイレの水循環システム

合併浄化槽を浄化槽の後ろに2個付けてEM菌を使いトイレ水の循環をしている。したがって、中水道により水の使用量をかなり減らすことができる。また、このようなシステムをただ使用しているだけでなく、そのようなシステムになっており環境に良いということをゲストにもわかるように説明書きが置いてある。

コミュニティーにあるレストランでは、コンポストトイレが用いられている。そこにも、しっかりと説明書きがされていて、使用するゲストにわかるようにしている。

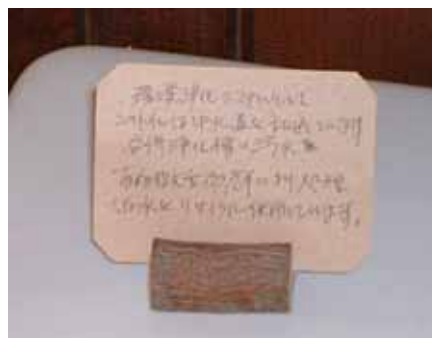


写真4 - 15 トイレ&説明書き

### 雨だれの水

雨だれを受ける樽として、ウイスキーの樽をリサイクルしている。花の水はこの水を使用している。また中水道としてトイレの水循環にも使用される。

## 【その他について】

スリッパは何度も洗って使える素材で出来ている

ゴミ箱のごみ袋にもビニールは使用せずに、新聞紙で袋にしている



写真4 - 16 舎廬夢の備品

タオル・歯ブラシ・石鹸：洗濯に石鹸を使わない。洗髪にシャンプーを使わない。風呂でも石鹸を使わない。食器洗いも洗剤を使わない。洗濯も塩と木炭を用いて行う。

ワインの空きビンや瓶は棚において再利用を進めている。お茶を入れるのに使用したり、おいしい安曇野の水をお土産にするのにも使用している。また、缶ジュース缶ビールの類は置かないことにしている。

以上のように小さい事から大きい事まで舎廬夢では少しでも環境に負荷を与えない事を考え、それを実践している。それは施設を建てる段階から考えているので、全ての要素が首尾一貫している。

### (3) 農業

舎廬夢では 2 反の畑と田んぼを自給自足のためにおこなっている。それは、自らの畑で採れた野菜を食卓に出し、残飯は畑に返し肥料にするというような循環のある暮らしを実践するためである。具体的に農法として有機農法と自然農（耕さず、無農薬、無肥料、草や虫を敵とせず共生する自然の理に沿った農である）パーマカルチャーの畑を行っている。

臼井さんは次のように語る「60点でいいんじゃないですか。自然農法は60%しかとれないですよ。それでいいんです。その代わりに健康的な汗もかけますし田畑は気持ちがいい。何にでも完璧を求めるから社会がおかしくなるんです。化学肥料を使って無理やり育てて、全て収穫しないと気が済まない。(以下省略)」<sup>14)</sup> このように、全てを取ってしまうのではなく、取れる分だけ取る。その事によって、自然の力を最大限に生かすことが出来るのである。

また、臼井さんは次のような事も言っている。「百姓もいいけど、それだけじゃあいけないと思う。百一姓がいいと思う。一とは何か秀でた事をやる。百姓は農的なベース、そしてもう一つ何かがある。ここの場合は宿という形で一姓をやっている。そうすると、全体的に地域と経済的なものも解決しつつ、自給自足的なものもできていく。新しい生き方が出来るのではないか」<sup>15)</sup>。このことからわかるように、農業は舎廬夢にとって生活の中心であり、ベースであり、舎廬夢の思想を反映するそのものである。



写真4 - 17 耕さない舎廬夢の畑

#### 4-3 舎爐夢のプログラム

4-2-1(2)で舎爐夢の基本的なプログラムについては説明した。ここでは、基本的なプログラム以外にどのようなプログラムがあるのかに注目する。注目する際には、4-1-1で分けた3つの時期(第1期・第2期・第3期)ごとにみていく。

また、ここでいうプログラムとは、舎爐夢で行われる行事やイベント、ワークショップというものも含めたものである。

##### 4-3-1 プログラムの変遷(第1期・第2期・第3期)

プログラムの変遷を見ていく事は、舎爐夢の歴史や取り組みを見ていくことになる。4-1-1でも述べたが第1期の舎爐夢は、自給自足というものを念頭におきながら取り組みはしていたものの具体的にはあまり実践されていなかった。つまり、漠然とした方向性はあったもののそれをしっかり実践するレベルには至っていなかったのである。第1期のプログラムは以下のような事が行われていた。

(丸太小屋のうた 増刊号より)

- 6月下旬：初心者向け登山教室
- 8月中旬：盆踊り大会・花火大会
- 9月下旬：初心者向け登山教室
- 11月上旬：マラソン大会
- 12月24日：クリスマスパーティー
- 12月31日：年越しパーティー
- 1月1日：もちつき大会
- 2月下旬：居候大会
- 3月下旬：冬山入門登山教室

このプログラムを見ると、「初心者向け登山教室」というオーナーの趣味・特技を反映させているプログラム以外は、普通の宿泊施設のプログラムとあまり変わりのないものである。このことから、第1期では舎爐夢の生活や考えを体験したり伝えたりするようなプログラムは存在していないという事がわかる。

第2期には、「食」を自然食に変えることをきっかけに様々な取り組みを実践し始めた。その事によって、舎爐夢のプログラム自体も変わっている。例えば、

朝のヨガと瞑想

をやるという事を4-2-1(2)の基本的なプログラムに取り入れる

カントリーウォーク

シュタイナーの勉強会

のようなイベントやワークショップを定期的なプログラムとして始める。

以上のようなプログラムは舎爐夢が目指している方向性に、有機的につながっている。

このことから、第2期のプログラムは、舎爐夢の目指している方向性を様々な角度から提示して、コンセプトを伝えるという目的が明確になっていることがわかる。

第3期に入ると、舎爐夢コミュニティーの立ち上げを始めとして、第2期のよりも増してさまざまな事を実践し始めた。それに伴って、プログラムもさらに充実したものになったのである。例えば

朝の畑の案内  
 が基本的なプログラムに加わった。また、  
 安曇野自然農学習会  
 カントリーウォーク  
 ポタリング  
 Be Good Café Azumino (表4-4)  
 などが定期的なプログラムに加わり、時期によってコンサートを開いたり、写真展を開いたりというような一時的なプログラムも行われている。

以上の事から、舎爐夢のプログラムは基本的なプログラム、定期的なプログラム、一時的なプログラムの3つから構成されているということが把握できる(図4-5)。

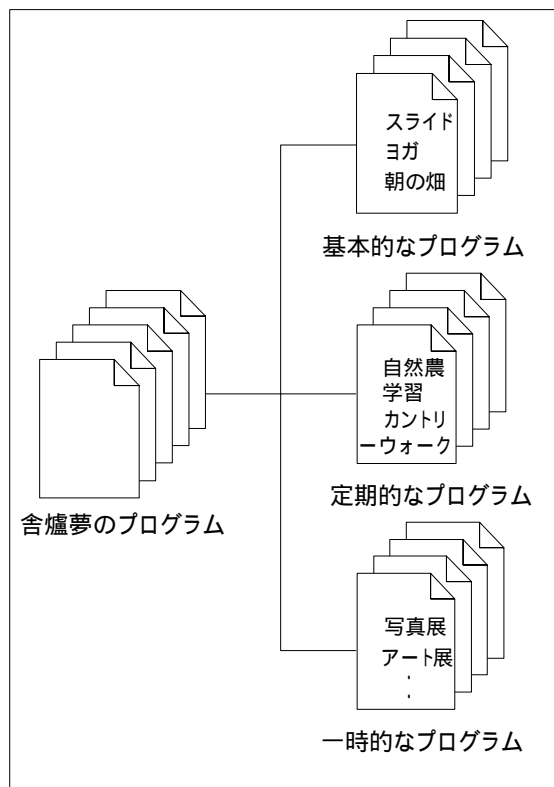


図4-5 舎爐夢のプログラム構造図(第3期)

表4-4 舎爐夢のプログラム(2003年度)

定期的プログラム	内容	日時・会費(2003年度)
安曇野自然農学習	自然農実践者を迎えての学習会	年6回、年会費2000円 / 単発参加500円
安曇野シュタイナー学習会	シュタイナーの思想、理論を学び、体験、実践しながらお互いに意見交換を行う。神秘学概論など。	第4火曜日、1回500円
カントリーウォーク	何も無い、誰もいない野道・山道・峠道を歩く、そこに村人の息遣いを感じながら心を開放する喜びを味わう小さな旅	5/18、6/15、9/2、10/19の第3日曜 年会費1500円 / 単発参加500円
ポタリング (自転車による散歩)	安曇野を自転車を使って散歩する。	5/11、6/8、7/13、9/15、10/13 年会費2000円 / 単発参加500円
Be Good Cfe Azumino	パーマカルチャーの実験農園作り。循環型社会モデル、豊かな社会へのキーワードを学習する	3/29、30、5/31、1、8/30、31、10/25、26 参加費6000円

#### 4-4 「舎廬夢」調査の結果のまとめ、考察

第4章では、舎廬夢の歴史、舎廬夢のシステム、舎廬夢のプログラムに焦点をあてて、舎廬夢とはどのような施設なのかを明らかにしてきた。以下にこの3つについて簡単にまとめる。

まず、舎廬夢の歴史については、「食」に注目して考察した。そして舎廬夢の食事が普通の食事の時期、肉類を少なくした自然食にした時期、肉類をなくし完全に菜食のみの自然食にした時期と言うように3つの時期に分ける事が出来た。その結果、舎廬夢は建設当初から自給自足の持続可能な生活を目指していたが、「食」を自然食に変えた事をきっかけに様々なことを実践し始めているという事を把握した。このように、舎廬夢では第1期、第2期、第3期と時期を経るに伴って、舎廬夢の魅力を増幅させていったのである。

次に舎廬夢のシステムについて考察した。舎廬夢はホテルや旅館とは異なり、ホストの生活とゲストの生活に明確に境界というものがあまりみられない。つまり、舎廬夢の宿泊施設としてのシステムとホストの日常生活のシステムが混在しているのである。したがって、この二つのシステムをあわせてみる事が舎廬夢のシステムだといえることができる。

舎廬夢のシステムの特徴は、大きく3つある。まず1つは、宿泊のタイプが1種類出ない事である。このことによって、ゲストのメンバー構成や経済的理由に関わらず宿泊することができる。2つ目は、基本的なプログラムと言うものはあるものの、自由参加であり、ゲストの目的や気分によって自由にプログラムを組む事が出来る柔軟性が存在している事である。3つ目としては、最低限の規則はあるものの基本的には自由であり、ゲストを信頼する事に基づいている事である。

最後に舎廬夢のプログラムについて考察した。ここでは、舎廬夢の歴史で分類した3つの時期ごとにみて、プログラムの変遷に注目した。その結果、プログラムは舎廬夢の歴史に大きく相関しており、「食」を自然食に変えて様々なことを実践していくにつれて、取り組みをプログラムとして反映している事がわかった。つまり、第1期では普通の施設と変わらないようなプログラムであったのが、第2期を境にして舎廬夢のコンセプトを体験できるようなプログラムへと変わっていったのである。そして、第3期にはより充実したプログラムが行われるようになったのである。

以上の事を総合して舎廬夢の特徴を抽出する。

舎廬夢では、1つの施設のみで様々な魅力を持っている。つまり、多様性(Diversity)を成立させている。

ゲスト別に対応できる、自由で柔軟なシステムを確立させている

施設の設備から様々な取り組み、プログラムに至るまで、舎廬夢の思想を核として、様々な要素が有機的に結びついている

次に第2章で取り上げた宿泊施設における環境配慮の領域に焦点を当てて、舎廬夢の要素の変遷について考察する。

図4-6は、舎廬夢の第1期の要素を、宿泊施設における環境配慮の4領域に舎廬夢の要素を当てはめたものである。図4-6をみればわかるように、第1期では4領域の大半が取り組まれていない。ハード-ホストの領域とソフト-ホストの領域の取り組みに関して、わずかに行われているだけである。つまり、第1期では、自給自足を目指していたが、具体的な取り組みは実行されていなかった。

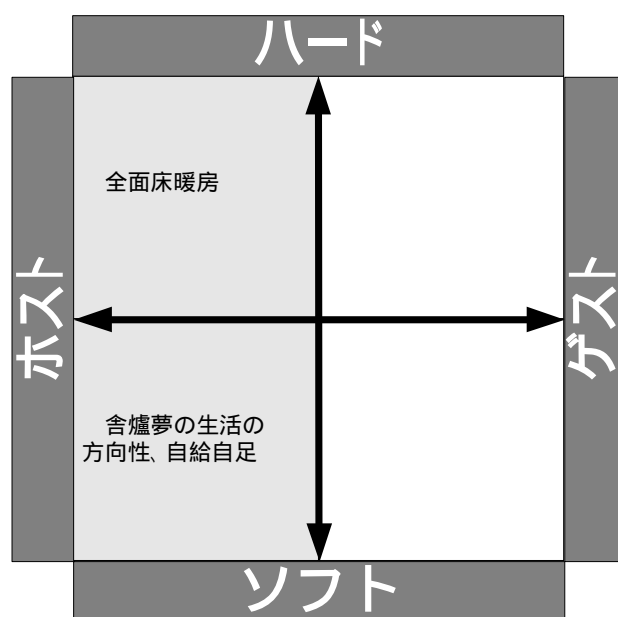


図4-6 舎廬夢における環境配慮の領域(第1期)

図4-7(図中の の取り組みは、以前から取り組んでいたもの。 の取り組みは、新しい取り組み)は、図4-6同様に、第2期の要素を当てはめたものである。これを見ると、第1期の取り組みとは異なり、4領域全てにおいて取り組みがなされていることがわかる。このことから、食事を半自然食にする事に伴って、自分たちの生活自身も見つめなおし、環境に配慮した取り組みを行うようになってきている事がわかる。特に、ハード-ゲストの領域、ソフト-ゲストの領域というゲスト側の取り組みが大幅に増加していることがわかる。

これは、舎廬夢で取り組んでいる環境配慮の取り組みやエコロジカルなライフスタイルを、外(ゲストなど)に発信しようという意図が読み取れる。また、外に発信すると言う事を行うことに伴って、プログラムも増加していることがわかる。



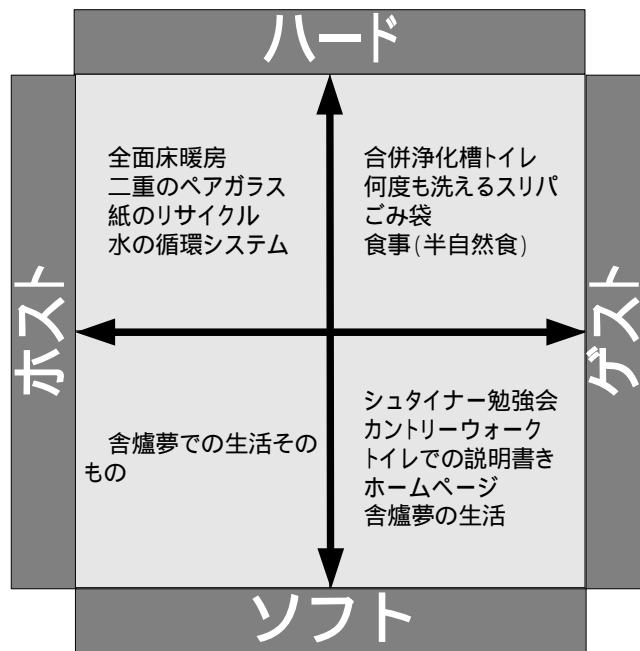
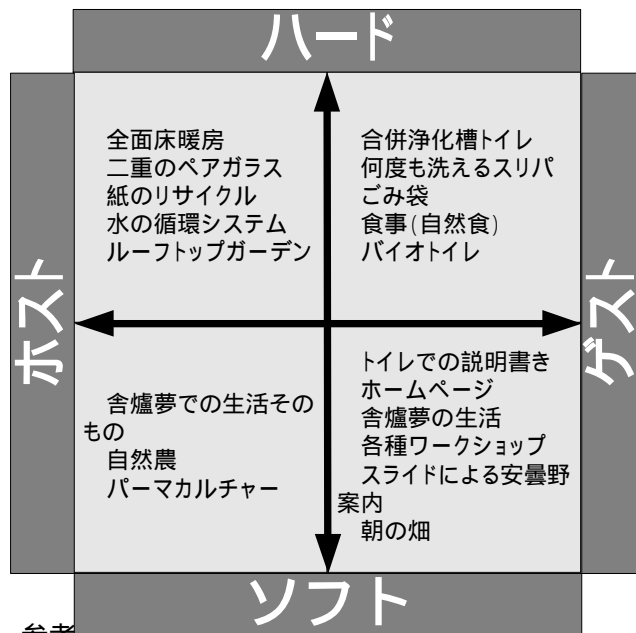


図4 - 7 舎廬夢における環境配慮の領域(第2期)

第3期になると、第2期にも増して取り組みの幅が広がっている。しかも、特定の領域の取り組みだけを行うのではなく、4領域全ての領域において取り組みが広がっている事がわかる。これは、第1期では、宿やゲストに対する考えが漠然としていた事とは異なり、舎廬夢の暮らしを味わって欲しいと、より具体的な考えになったからと考える。つまり21世紀型の持続可能な農的暮らしのデザインをゲストに提言したいということが宿の明確な目的になった事により、より積極的に様々な事に取り組み始めたと考えられる。



第4章 註及び引用・参考文献  
図4 - 8 舎廬夢における環境配慮の領域(第3期)

##、

- 1) 臼井健二, 2003-11-17, 私信
- 2) 同上
- 3) 同上
- 4) 同上
- 5) 同上
- 6) 末石富太郎+環境計画研究会:環境計画論 - 環境資源の開発・保全の基礎として - ,p197 , 森北出版株式会社 (1993)
- 7) 近藤隆二郎:環境イメージの発達過程における役割行為の意義と効果に関する基礎的研究, 大阪大学大学院工学研究科博士課程学位論文, p19 (1994)
- 8) 臼井健二, 2003-11-17, 私信
- 9) 同上
- 10) 近藤隆二郎:前掲書, p25, 1994
- 11) 近藤隆二郎:前掲書, p26, 1994 を参考に筆者が舎廬夢の歴史を追加して作成
- 12) 臼井健二, 2003-11-17, 私信
- 13) 同上
- 14) 門辺貴至:全てを循環させる人 - 長野県穂高町・臼井さんの暮らし - ,自休自足 Vol.2 , (株)第一プログレス, p38 - 39
- 15) 臼井健二, 2003-11-17, 私信

## 第5章 宿泊カード調査における結果

### 5-1 舎廬夢に来るゲスト（全体）の特徴について

ここでは、3章で説明した宿泊カードを用いた調査の結果を考察していく。宿泊カードの調査によって、1981年から1999年までの18年間における舎廬夢に来たゲストのデータを取得することができた。ここでは、18年間を各年度にデータを集計し、そこからゲストの全体的な特徴、ゲストの中でもはじめて来た人（以下ビギナーとする）のタイプ、何度も舎廬夢に来ているリピーターの特徴を把握することを試みた。しかし、データの関係上ここでは第1期と第2期のゲストのみが対象である。

この宿泊カードの調査で得られるデータは、「氏名」「性別」「年齢」「住所」の個人データと「今回の旅は何泊か」「舎廬夢には何回目か」「動機」のグループデータである。このグループデータは宿泊カードに記入欄が1つしかないので個人の情報としては捉えずに、舎廬夢に来たグループのデータとして扱った。

表5-1 宿泊カードのデータ項目

データのタイプ	項目
個人データ	・氏名 ・性別 ・年齢 ・住所
グループデータ	・今回の旅は何泊か ・舎廬夢には何回目か ・動機

#### (1) 年度別の「ゲスト数」の推移

ゲスト数に関しては、個人数とグループ数の2つをみた。個人数とは、舎廬夢に来たゲストの個人の数である。一方、グループ数とは、宿泊カード1枚を1グループとみなし他グループの数のことである。

図5-1をみると、総人数は84年度に減少するものの、そこから91年度まで増加している事がわかる。そして、再び減少する。これは、94年に1日の宿泊人数を30人から24人に、95年に宿泊人数を20人に減少させたことが原因だと考えられる。その後、平均して1900人以上のゲストが来ている事がわかる。次に時期別に見てみる。

第1期のはじめの時期は、身内や知り合いがゲストの中心であった。また、ペンションブームも影響し順調にゲスト数は増加している。しかし、84年度から同類の宿が舎廬夢の周りにオープンし始める。さらに、あまりPRしてこなかった事が重なりゲストが減少した。その後は少しずつゲスト数が増加した。

第2期に入ると、自然食が人気になり順調にゲスト数が増加し続ける。そして、91年

に急激にゲスト数が増加する。これは、この年にファッション誌に取り上げられた事により、幅広い人に認知された事によると考えられる。また、この頃からシーズン外のゲストも増加する。このあと、1日の宿泊人数を減少させた事により、ゲスト数は減少していくが、その後は、再び徐々に増加している。

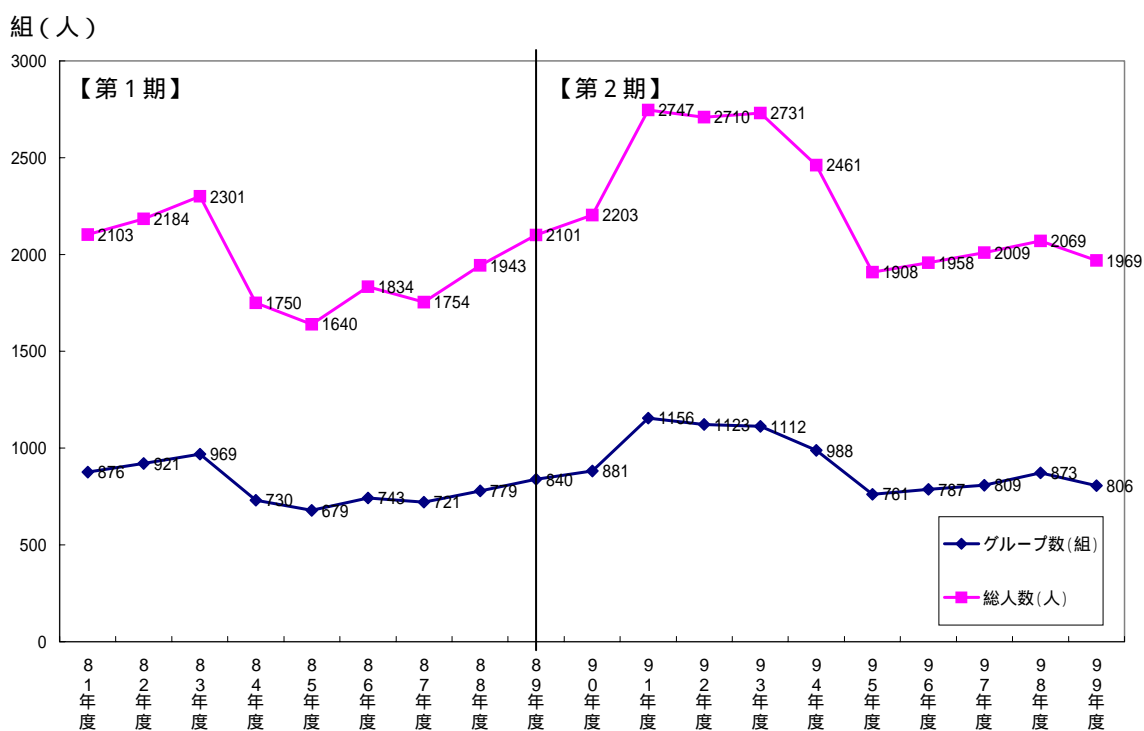


図 5 - 1 年度別の個人数、グループ数の

(2) 年度別の「年齢層」の推移

図5 - 2を見ればわかるように舎廬夢では幅広い年齢層のゲストが来ている事がわかる。また、年度別の推移を見ていくと、20代の年齢層は年々減少している。一方、その反対に30代、40代は増加していることがわかる。1つの見方としては、80年代に来ていたゲストがリピーターとして90年代に来た時に30代になっておりこのようなことになっているということが考えられる。また、もう1つの見方としては、高齢者の観光が増加したとも考えられる。いずれにしても、舎廬夢には年代関係なく、ゲストを引き付ける魅力を兼ね備えているという事がわかる。このことは、舎廬夢が家族のように様々な年齢層を含んだグループでも、高年齢のグループでも、どのような年齢層のグループにでも対応できるような柔軟で多様性のあるプログラムを持っているからであると考えられる。

また、第1期と第2期による違いはあまりみられない。

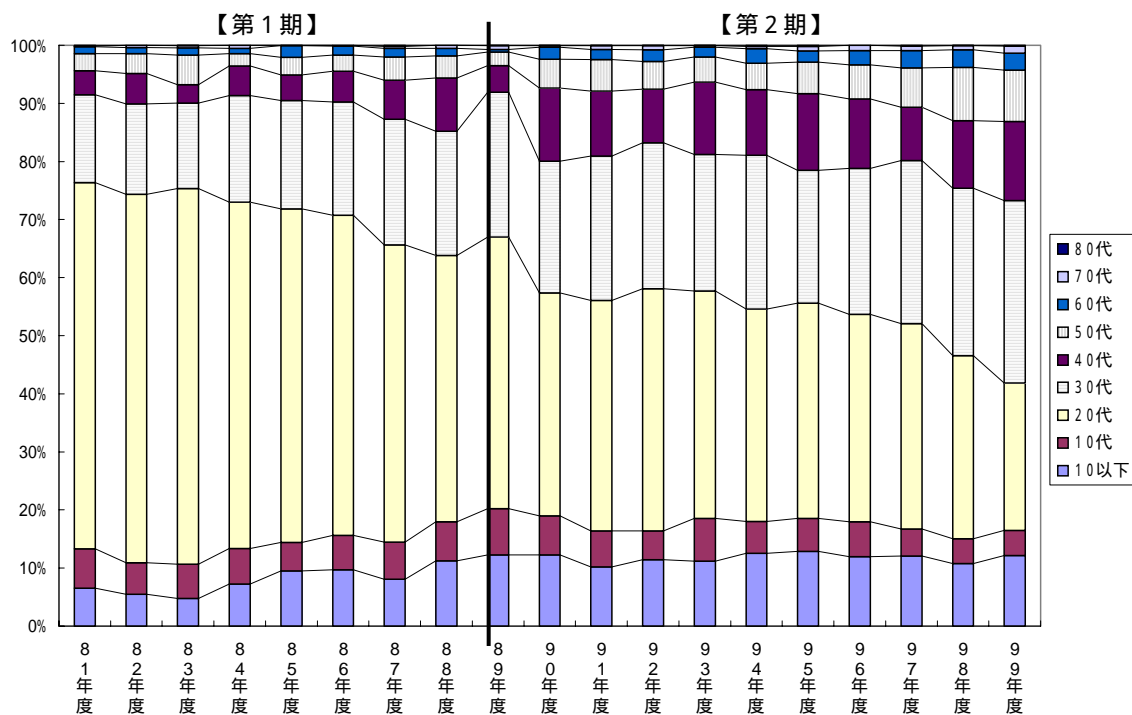


図5 - 2 年度別のゲストの年齢層の推移

### (3) 年度別の「男女比」の推移

次に舎爐夢に来るゲストの男女比に注目する。図5-3は年度別の男女比の推移を表したグラフである。これから、年度別に多少の上下はあるものの変わりなく女性の方が断然多いことがわかる。男女比をみると18年間の平均は約1:2.1で女性の方が多いことがわかる。この事について、レジャー産業の側面から考察する。

博報堂生活総合研究所が1993年から毎月調査している「消費意欲指数」の長期推移によると、93年から常に女性の消費意欲の方が高い数値を残している。また、90年代半ば頃から、経済環境が悪化するにつれて男女の消費意欲指数の差が開いている（一般的に女性の方が高い）。このことから、女性の方が消費意欲は高く、消費市場は女性主導型になってきていると言う事がわかる。このことは、レジャー産業に関しても例外ではない。昨今の海外旅行などの観光についてもエルダー女性の消費パワーが、主要要因になっているのである。

このことを踏まえ、レジャー産業での女性主導型に求められる要素を挙げる。まず、幅広い年齢層の女性ニーズに対応できる事が必要である。また、多少手間がかかっても温かく気持ちの良い雰囲気作りを心がけ、かつ高齢者や子供にも配慮することが必要である<sup>1)</sup>

以上の事を舎爐夢に当てはめて考察する。舎爐夢では、幅広い年齢層に対応している。また、ゲストの多くは舎爐夢の雰囲気が良いということを感じてあげている。このことからわかるように、舎爐夢では女性主導型の要素を満たしているのである。したがって、舎爐夢では男性よりも女性の割合の方が高くなるのではないだろうか。

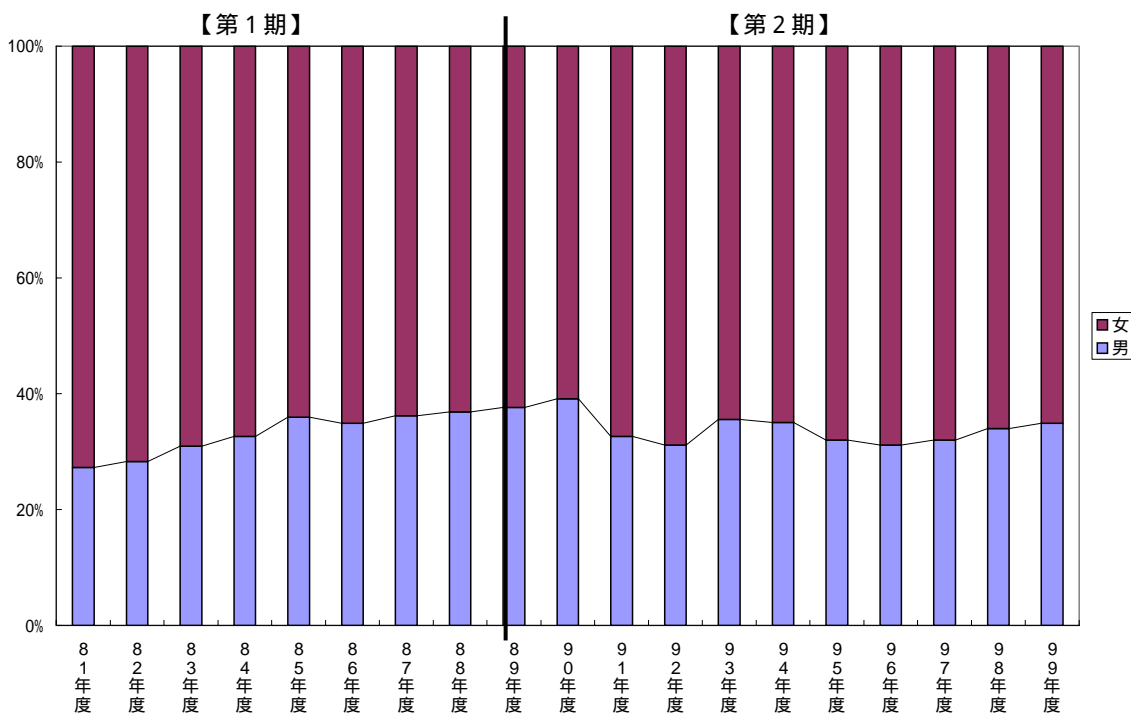


図5-3 年度別の男女比の推移

#### (4) 年度別の「グループ構成」の推移

図5 - 4は年度別のグループ構成に推移を表したグラフである。これを見るとわかるように、舎廬夢のゲストのグループ構成は全体的に「家族」と「女グループ」いう形体が多くどの年度もこの2形態で約70%を占めている事がわかる。また、「1人」という形体も毎年15%程を占めている。

次に「家族」、「女グループ」、「1人」に注目して第1期、第2期の変遷を見ていく。

第1期のはじめでは、「家族」が20%くらいと少なく、「女グループ」が全体の40%くらいを占めているのがわかる。しかし、第1期の後半から第2期にかけては「家族」の割合が「女グループ」の割合を上回っている。第2期に入ると完全に「家族」の割合が「女グループ」を上回っている。「女グループ」は91年度に増加している。これは、舎廬夢が自然食を始め人気で、そのためにファッション雑誌に取り上げられた事が関係しているのだと考えられる。「1人」に関しては第1期から第2期にほとんど変わらない。

以上のように、第1期のはじめでは「女グループ」が多かったが、年を経るごとに「家族」が増加してきた。これは、舎廬夢が第1期では普通のペンションとあまり変わりなく、様々なゲストのタイプにあまり対応できなかったからであると考えられる。しかし、第2期に入り、自然食を始めたことを初めとし様々な取り組みをはじめたために、「家族」という年齢や性別など幅広いタイプが存在するグループに対応できるようになったと思われる。

このことは「子供に舎廬夢を見せたい」<sup>2)</sup>、「環境のことや、心のあり方についていろいろ考えさせられた」<sup>3)</sup>、「夏の宿泊以来、子供たちもその思い出を語り、オーナーの口上を真似たりしている」<sup>4)</sup>というゲストのコメントからも把握することが出来る。

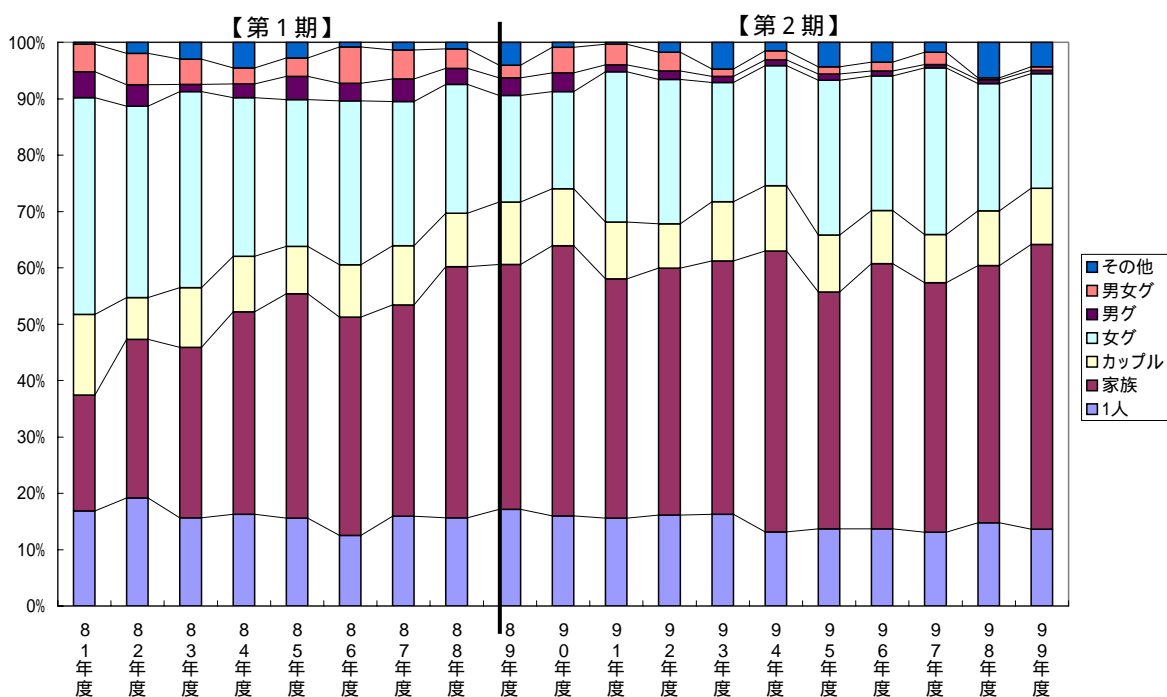


図5 - 4 年度別のグループ構成の推移

(5) 年度別の「動機」の推移

動機は「雑誌」・「タイトル(雑誌のタイトルがわかる場合)」・「知人の紹介」・「前回来て良かった」・「ネット」・「テレビ」・「その他」を単純集計した。

図5-5は年度別の推移を表したグラフである。これを見るとわかるように雑誌を見てきた人(「雑誌」+「タイトル」)がどの年度も70%程度を占めていることがわかる。また、「知人の紹介」と合わせると、どの年度も約90%はこの二つの動機が占めている事がわかる。「ネット」を見てきた人が97年度から出てきた。これは、舎廬夢がその年にホームページを開設したからである。これを境に「ネット」の人が増加している。これには、世間へのインターネットの普及が関係していると思われる。

次に、第1期、第2期別の動機の変遷についてみる。雑誌に注目すると、第1期のはじめでは、「タイトル」が50%くらい占めている。この雑誌の内容はほとんどが一般的な旅行雑誌で他のジャンルのものはほとんどない。第1期での取り上げられている雑誌の種類は少ない。しかし、第2期の91年度あたりから、様々な雑誌に取り上げられるようになる。そのことによって、「タイトル」を動機としているゲストが増加しているのだと考えられる。雑誌については後で詳しく説明する。

以上のように、第1期から第2期になるにつれてゲストが様々な雑誌を動機として舎廬夢に来るようになった。このことは、舎廬夢が社会的に認知されてきていると同時に時代が舎廬夢のような生活に注目し始めたと言う事が言える。

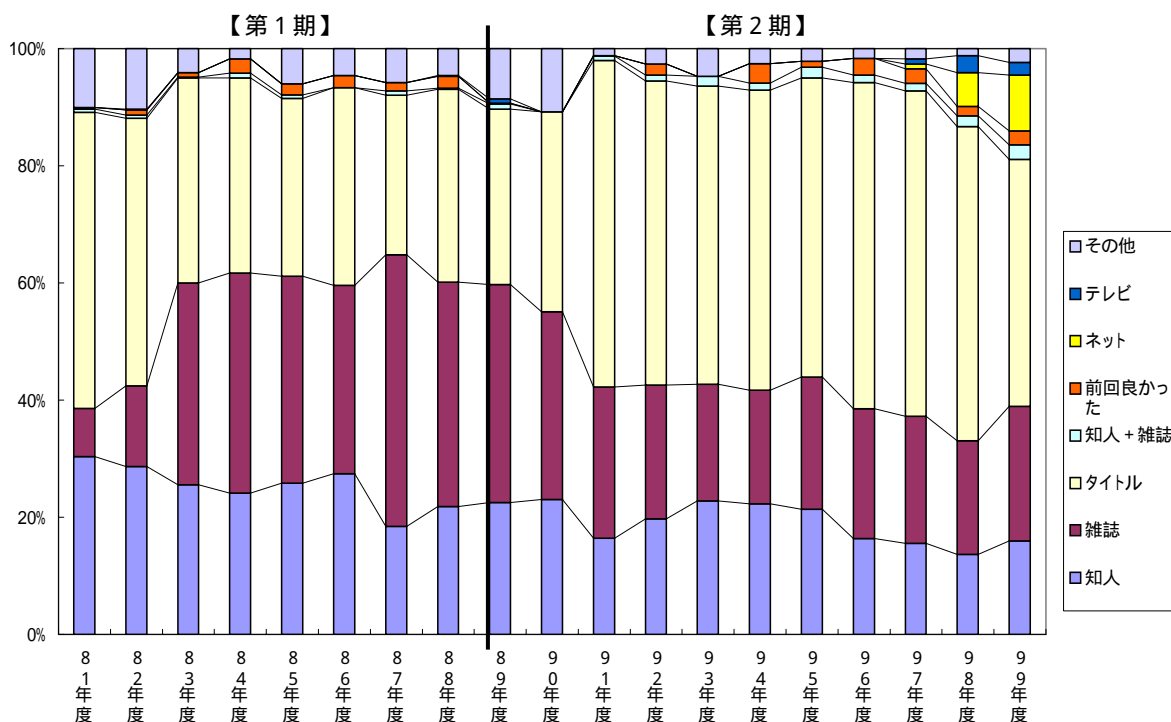


図5-5 年度別の動機の推移



(6) 年度別の「リピーター数」、「リピート回数」の推移

図5-6は年度別のリピーター数、リピート率の推移である。これをみると、年度別に多少のばらつきはあるものの、100組以上のリピーターが来ている事がわかる。また、は全年度の平均リピート率は約14%である。第1期は第2期と比べるとリピーター数は少ないがリピート率は右肩上がりである。一方、第2期でははじめの時期はリピーター数が増加しているものの、後半では減少している。

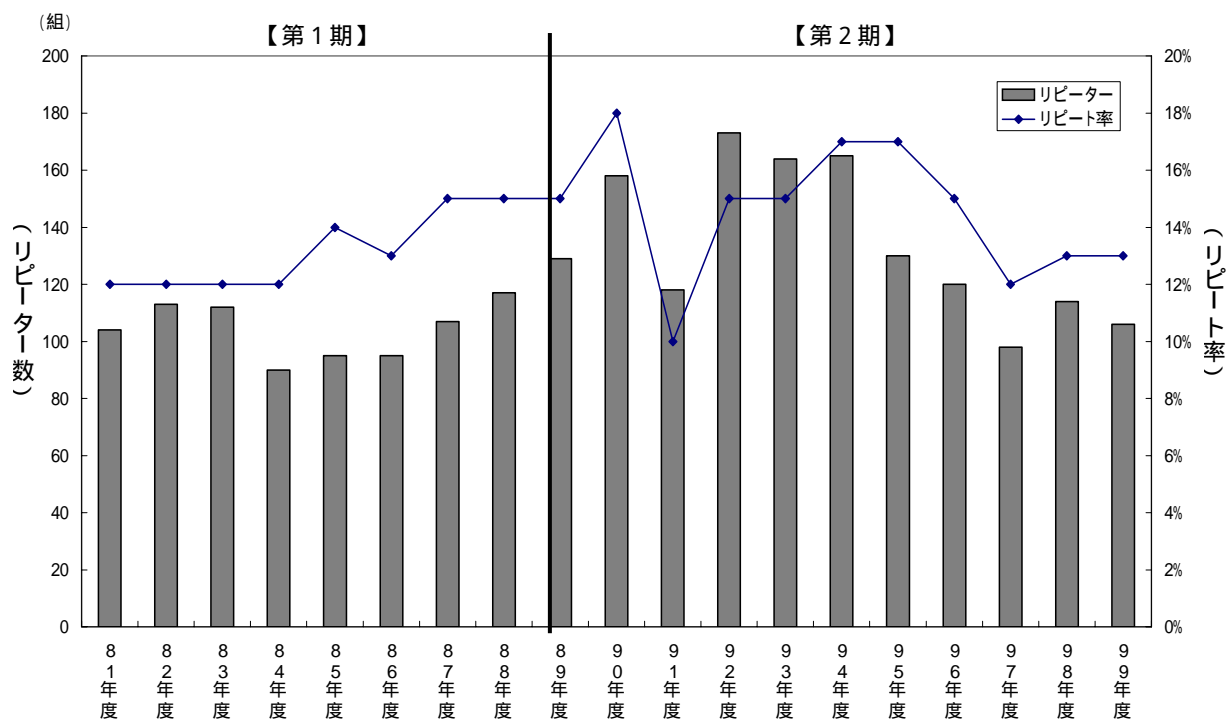


図5-6 年度別のリピーター数、リピート率の推移

図5-7は年度別のリピート回数の推移を表しているグラフである。「それ以上」というものは、3回以上だが何回かわからないというものである。

これをみると、2回目、3回目というリピーターがリピーターの大半を占めている事がわかる。しかし、3回以上来ているリピーターも少なくなく、第2期の後半くらいから増加している。中には10回以上も来ているというリピーターも存在する。

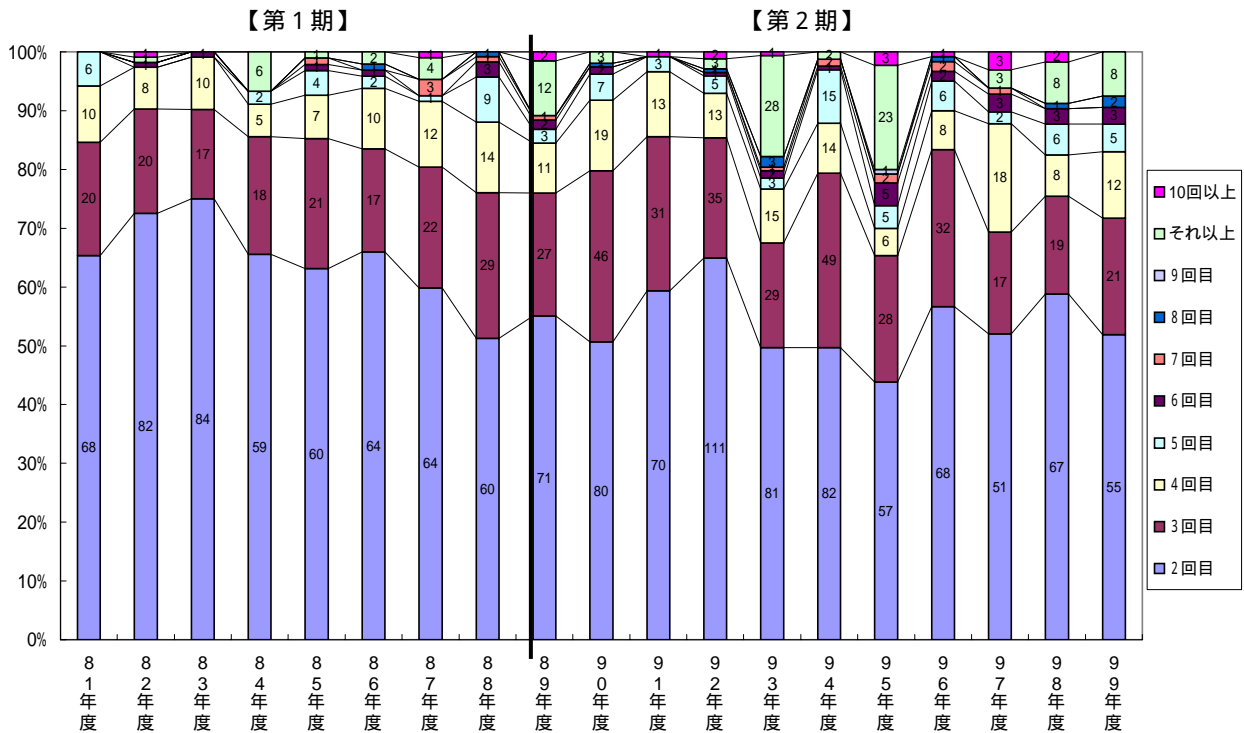


図5-7 年度別のリピート回数の推移

### 5-1-1 舎廬夢に来るゲストの特徴のまとめ

5-1では18年間のデータをもとに舎廬夢にはどのようなゲストが来るのかを見てきた。まず、ゲスト数に関しては第1期の当初は伸び悩んだものの、第1期後半から順調に増加した。そして、第2期で自然食にし、その事が雑誌に紹介されたのを契機としてさらに増加する。第2期の後半からは1日の宿泊人数を減らすということでゲスト数は減少していくが、そのあと徐々に増加している。

年齢層に関しては、幅広い年齢層が舎廬夢に訪れている。これは、年代関係なくゲストを引き付ける魅力があるということと、どのような年齢層にも対応できる柔軟なプログラムがあるからだと考える。

男女比に関しては、平均して2:1の割合で女性の方が男性よりも多い。このことは、女性の方が、消費意欲が高いということに関係していると考えている。

グループ構成については、「家族」と「女グループ」で全体の約70%を占めている。そして、第2期に入ると、「家族」の割合が増加する。これは、第2期になり様々な取り組みを始めた事により、幅広い人に対応できるようになったからであると考えている。

動機に関しては、雑誌を見てきた人がどの年度も70%くらいを占める。リピーターは年度別に多少のばらつきはあるものの、毎年100組以上のリピーターが来ている。

## 5-2 ビギナーについて

次に舎廬夢に来るビギナーはどのようなタイプのグループなのかをみていく。ビギナーをタイプ分けする際に注目したのは舎廬夢に来た「動機」である。観光心理学の側面から見ると「動機」とは、観光行動を引き起こす重要な要素の1つである。その中でも「動機」は、具体的な行動へとかかりたてるエネルギーである。したがって、この「動機」の違いによって、舎廬夢に来る目的も異なり、それによってビギナーのタイプも異なると考えられる。

「動機」はグループデータであって個人データではない。したがって、ここでいうビギナーとは個人ではなくグループのことである。

### 5-2-1 ビギナーの舎廬夢に来た動機

1981年度から1999年度までのビギナーの動機を見てみると大きく「知人の紹介」、「雑誌全体」、「知人の紹介+雑誌」、「その他」に分ける事が出来る。それぞれの年度別の割合を見ていくと「知人の紹介」は年度平均が19.3%、「雑誌全体」が74.3%、「知人の紹介+雑誌」が1.0%、「その他」が5.3%である(図5-8)。このことから、ビギナーの人が舎廬夢に来る動機としてはなんらかの雑誌を見てくることが大半を占めるということがわかる。これは、舎廬夢に関する情報が雑誌という媒体以外あまりだしてないということが原因であると考えられる。しかし、雑誌を見たからといって舎廬夢に実際に来るといってそれはまた別の問題である。人々は舎廬夢に関する記事を見て少なからず舎廬夢のある部分に魅力を感じて、それをイメージして、その魅力を体験するために実際に行動に至ったのである。また、見てきた雑誌というのも多種多様であり舎廬夢に対する記事も多種多様である。このことから、雑誌を見て来た人も見てきた雑誌の内容によって目的や興味がそれぞれ異なると考える。

「知人の紹介」に関しては全体の約19%を占めている。データの関係上どのようなことを知人に紹介されてきたのかは不明である。しかし、知人に紹介されて舎廬夢に足を運んだということから、舎廬夢の良い点や印象を聞いたということは容易に推測できる。

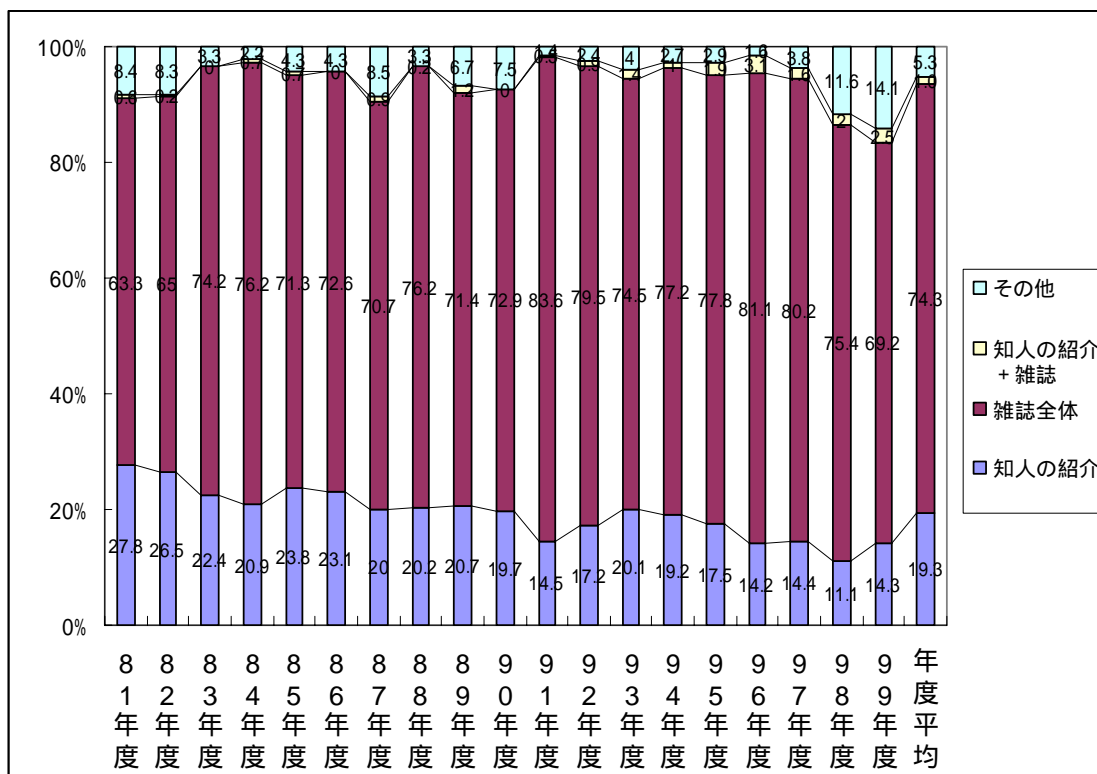


図5 - 8 年度別の動機の割合

### 5 - 2 - 2 ビギナーが見てきた雑誌のタイプ分け

5 - 2 - 1 でビギナーは見てきた雑誌の内容によって様々な興味や目的が異なっていると述べた。したがって、ここでは実際にどのような雑誌を見てきているかを調査し、そこから雑誌のタイプ分けを試みる。

#### (1) 雑誌のタイプ分け方法、結果

雑誌をタイプ分けするには、基本的には舎燼夢が掲載されている内容を KJ 法でタイプ分けした。しかし、どのような内容かを把握できない場合は、掲載されている雑誌がどのような雑誌かを調べ、タイプ分けの参考とした。内容もどのような雑誌かもわからない場合はその他の雑誌とした。

タイプ分けの結果、「一般旅行系」、「自然・山系」、「歴史系」、「コンセプト系」、「暮らし系」、「食・料理系」、「食・自然派の宿系」、「体・健康系」、「その他」の 9 つのタイプに分けることが出来た(表5 - 2)。同じ雑誌でも年度によって内容が異なる場合がある。そのことが把握できる場合は年度ごとにタイプ分けしている。

表5 - 2 雑誌のタイプとその説明

タイプ	説明	例(一部)
一般旅行系	一般的な旅行雑誌や宿泊施設雑誌	るるぶ 全国ペンションガイド 旅行ガイド 資格旅の手帖
自然・山系	山登りや、木の建物などの雑誌	ウッディーライフ 山溪ガイドブック 夏山ジョイ
歴史系	舎廬夢が出来るまでの歴史を書いている雑誌	セゾンドノンノ(80年) 手作りライフ ミリオン
コンセプト系	舎廬夢のコンセプトについて書いている雑誌	コンパ21(96年) LEE(92年) おはよう奥さん(94年)
暮らし系	舎廬夢の暮らしに焦点をあてている雑誌	TANTO(93年) はれ予報(95年) 暮らしの木(91年)
食・料理系	主に料理や食事に関して取り上げている雑誌	コンパ21(95年) 自然食通信 新しき世界
食・自然派宿系	食事が旨く自然派の宿という紹介をしている雑誌	CAZ(97年) SINRA(98年) ラ・セーヌ(98年)
体・健康系	体や健康面から舎廬夢を取り上げている雑誌	ターザン フィッテ オリーブ(95年)
その他	ファッション誌や様々な特集が組まれる雑誌で内容が特定できない雑誌	NONNO

5 - 2 - 3 雑誌タイプの年度別の傾向

5 - 2 - 1 (1) でタイプ分けした雑誌を、ビギナーがどれくらいの割合で見えてきたのかを年度別に把握した。その他の雑誌については、タイプが把握できないために今回は省いた。したがって、グラフからも省いた。

図5 - 9をみるとどの年度も大半を「一般旅行系」が占めていることがわかる。しかし、89年度を境にして占める割合が減少しており、92年度あたりから「一般旅行系」の雑誌以外の雑誌も出てきていることがわかる。さらに99年度には「一般旅行系」は半分を下回っている。このことから、舎廬夢がただ単なる宿泊施設としてだけでなく、他の面も注目され始めている事が把握できる。

次に第1期と第2期別に見てみる。第1期では、舎廬夢の歴史で、あまり普通の宿泊施設と変わらないものであると述べた。したがって、舎廬夢を取り上げている雑誌は「一般旅行系」のものがほとんどである。しかし、舎廬夢がセルフビルドである事やオーナーが山男であるという特徴から「歴史系」や「自然・山系」の雑誌に取り上げられている。

第2期では、自然食をはじめとして様々な取り組みを始めた。したがって、自然食など食に関する「食・料理系」の雑誌に取り上げられている。そして、舎廬夢での暮らしが注目され「コンセプト系」や「暮らし系」の雑誌に取り上げられる。このような暮らしは体にいいということから「体・健康系」の雑誌にも取り上げられるようになったと考えられる。

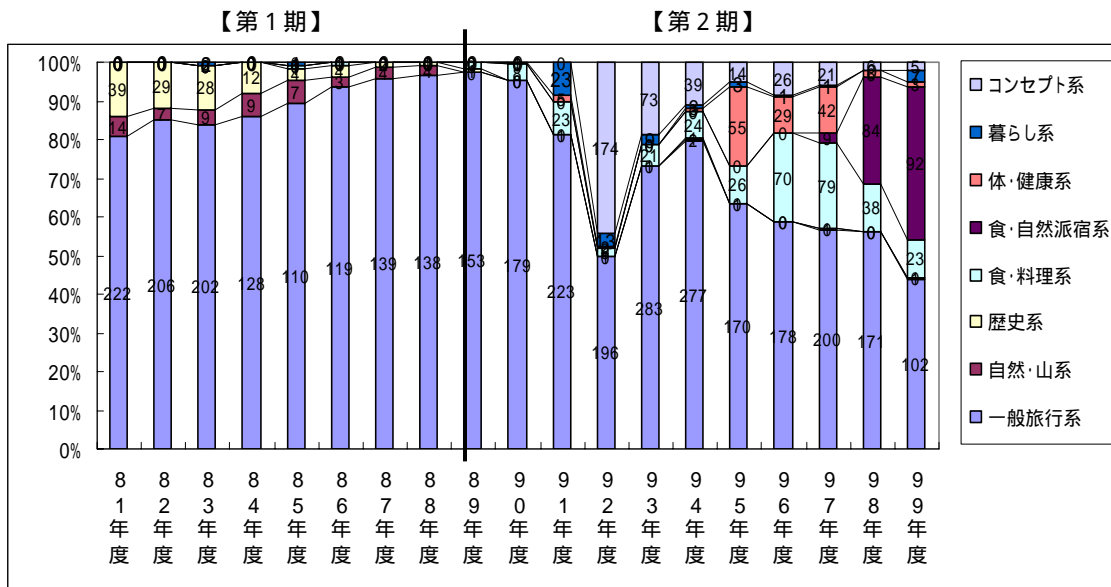


図5 - 9 年度別雑誌のタイプ別の割合（その他は除く）

次に図5 - 10をしてみる。この図5 - 10は図5 - 9の中から「一般旅行系」を除いたグラフである。これは、「一般旅行系」以外にどのようなタイプの雑誌が見られていたのかを把握するために行った。

1981年度から1988年度までは大半を舎爐夢が出来るまでの経緯をドキュメント風にした「歴史系」と「自然・山系」の雑誌が大半を占めていることがわかる。それが89年度になると一変して「食・料理系」という舎爐夢の食事を主に取り上げた雑誌が大半を占めるようになる。そして、91年度からは「暮らし系」や「コンセプト系」という舎爐夢の暮らしそのものを取り上げた雑誌が増える。95年度くらいからは「体・健康系」の雑誌が出てくるようになり、98年度から自然豊かな中で美味しい食事が食べられると言うような「食・自然派の宿系」の雑誌が増えている。

このことを第1期と第2期と言う時期に注目して見てみる。第1期では、「歴史系」と「自然・山系」の雑誌が大半を占めていたのに対して、第2期では、「食・料理系」、「暮らし系」、「コンセプト系」、「体・健康系」、「食・自然派の宿系」と様々なタイプの雑誌に取り上げられるようになってきている。このように舎爐夢が様々な方面から注目がされるようになったと言う事は、舎爐夢の魅力が増加したと言う事ができる。

以上のことからわかるように、舎爐夢は年を重ねるごとに様々な雑誌に取り上げられるようになってきている。これは、舎爐夢のような宿泊施設が近年の流行に合致しているという側面もある。しかし、舎爐夢が流行に合わせたのではない。流行が舎爐夢に追いついたのである。つまり、舎爐夢が自分たちの生活を見つめなおし、改善させ、徐々に様々な要素を取り込み発展し続けている結果である。

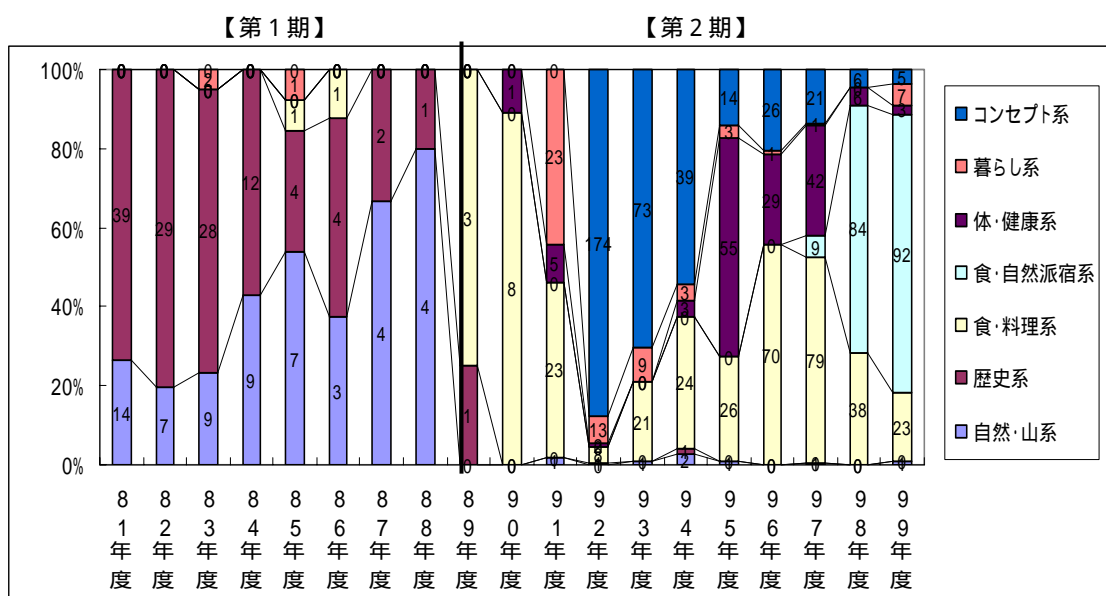


図5 - 10 年度別雑誌のタイプ別の割合（一般旅行系、その他は除く）

#### 5 - 2 - 4 ビギナーのタイプ分け

ビギナーのタイプ分けは5 - 2 で述べたように、舎廬夢に来た「動機」に注目しておこなう。「動機」に注目してタイプ分けする理由は、「動機」によって舎廬夢に行く目的や興味が把握でき、それらの違いからビギナーをタイプ分けできると考えるからである。

「動機」は大きく「知人の紹介」、「雑誌」、「知人の紹介+雑誌」、「その他」の4種類に分けることが出来た。その中でも「雑誌」を動機としている人に焦点を当ててタイプ分けを行う。それは以下の理由からである。

みてきた雑誌を把握できれば、その内容から目的や興味が把握できると考える

「知人の紹介」、「その他」は、内容が把握できず、目的や興味が不明である

「雑誌」を動機として舎廬夢に来ている人は18年間の平均で74.3%と他の3つ（「知人の紹介」は19.3%、「知人の紹介+雑誌」は1.0%、「その他」は5.3%）と比べると大幅に高い。このデータは、18年間の舎廬夢に来た人の完全なデータであるので、その中の74.3%は全体の傾向を網羅していると考えられるからである。

ビギナーのタイプ分けには、雑誌のタイプ分けを基に行う。雑誌のタイプは表5 - 2 で説明した。そこから再びKJ法を用いてさらに分類しビギナーの層を割り出した(図5 - 1 1)。その結果、健康志向層、グルメ層、エコロジー層、ミーハー層、一般旅行層の5つの層に分ける事が出来た(表5 - 3)。

表5 - 3 ビギナーの層とその説明

ビギナーの層	説明
健康志向層	アトピーの人や、健康に気を使っている人、ダイエットしようとしている人などで、食事や生活を見直そうという気がある人たちの層
グルメ層	舎廬夢の自然食を食べるのが目的で来ている人たちの層
エコロジー層	舎廬夢の暮らしや取り組みに興味を持ち、体験したり、みに来た人の層
ミーハー層	舎廬夢の成り立ちやセルフビルドという興味から来た人の層
一般旅行層	観光旅行のいち宿泊施設としてきた人の層

このように舎廬夢は、単なる観光旅行の中の宿泊施設と認識されてゲストが来ているわけではない事がわかる。ゲストによって舎廬夢を訪れる目的は多種多様である。その事によって、ゲストの多様性が生まれるのであり、それに答える事が出来るだけの多様な要素を舎廬夢は持っているからゲストの多様性は生まれるのである。

舎廬夢が多様な要素を持っていることは、舎廬夢が一般旅行雑誌だけでなく多種多様な



雑誌に取り上げられている事からも、社会的に認知され始めていると言える。

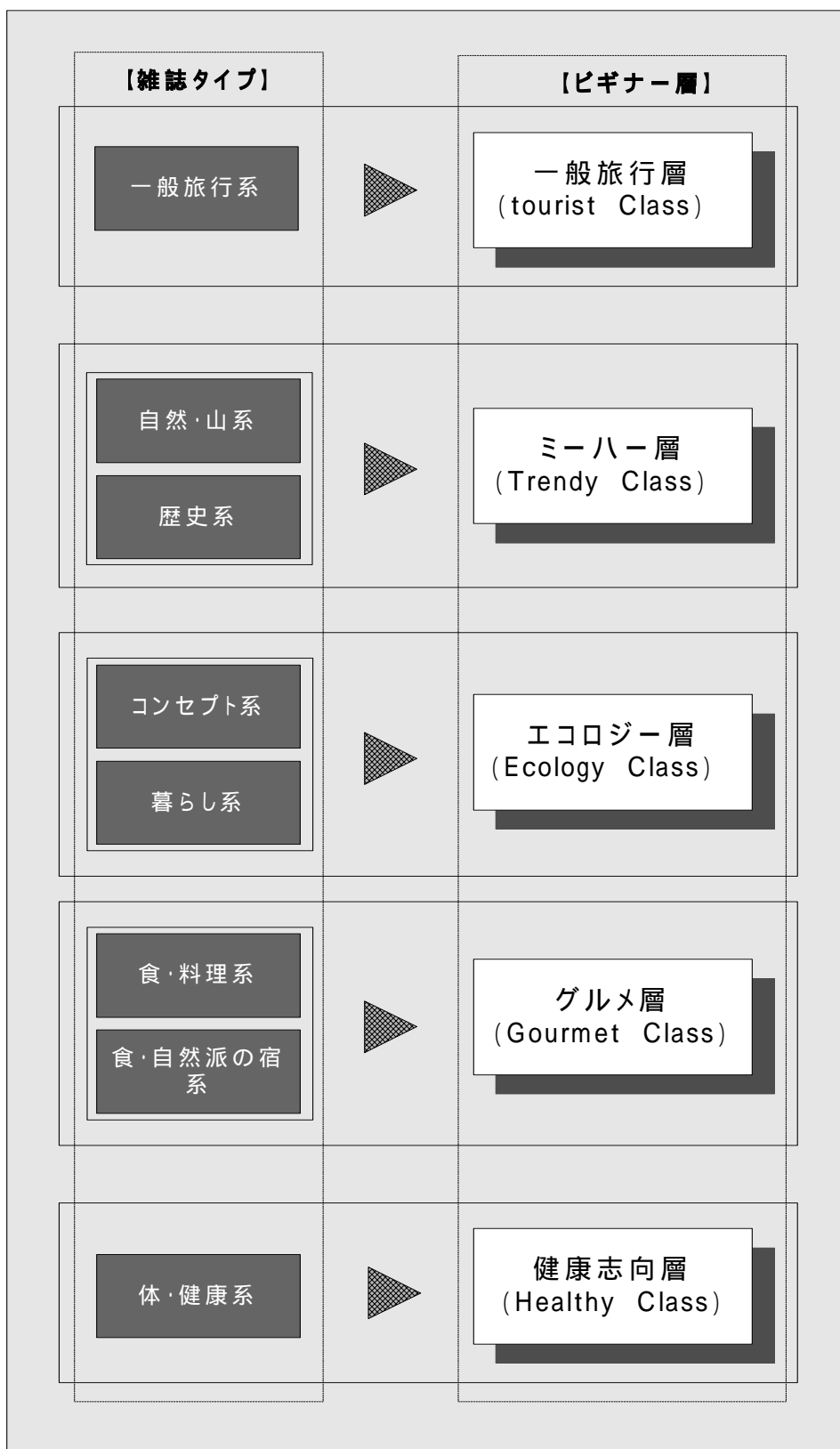


図5 - 1 1 雑誌タイプからのビギナーの層の抽出

#### 5 - 2 - 5 ビギナーについてのまとめ、考察

5 - 2 では舎爐夢に来るビギナーに焦点を当て、ビギナーのタイプを明らかにした。その際に注目したのは舎爐夢に来る動機である。中でも雑誌を動機として舎爐夢に来ている人に焦点を当ててタイプを分けた。なぜならば、雑誌を動機として来ているビギナーはその雑誌の内容を把握する事によって舎爐夢に行く目的や興味が把握できると考えたからである。また、雑誌を動機としている人は全体の 74.3% を占めており、データの質からも充分舎爐夢のビギナーのタイプの傾向を表していると考えたからである。

そのために、まずビギナーが見てきた雑誌のタイプ分けを行った。その結果として、一般旅行系、自然・山系、歴史系、コンセプト系、暮らし系、食・料理系、食・自然派宿系、体・健康系、その他の 9 タイプに分類する事が出来た。さらにそこから、ビギナーのタイプが一般旅行層、ミーハー層、エコロジー層、グルメ層、健康志向層の 5 つの層に分類できる事がわかった。しかしこの 5 つの層は、最低 5 つの層という意味である。

つまり、舎爐夢のゲストは単一的なタイプではなく、多様なタイプのゲストが訪れるという事が言える。しかし、最初から多様であったわけではない。舎爐夢の魅力が増すにつれて徐々に多様になったと考えられる。

また、このように多様なゲストが様々な目的で舎爐夢を訪れるという事は、舎爐夢が観光の中の単なる宿泊施設として認識されているのではなく、観光の目的そのものになっていることがいえる (図 5 - 1 2 )。

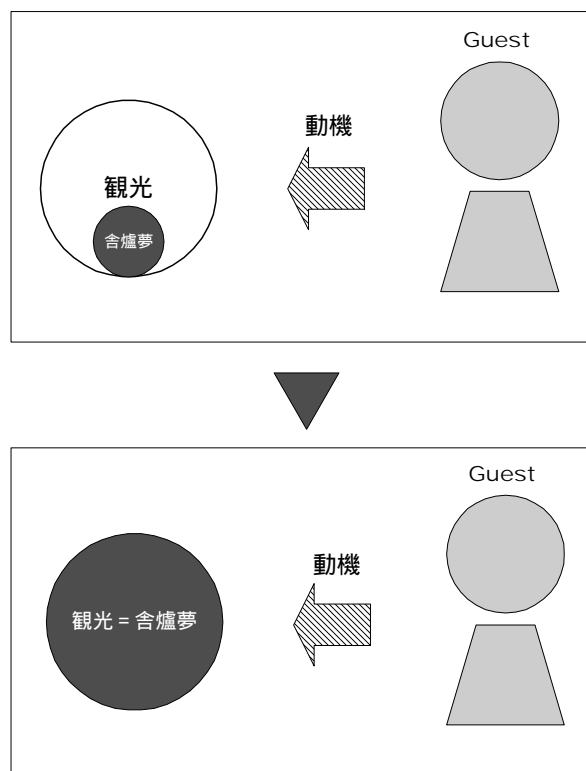


図 5 - 1 2 ゲストの舎爐夢に対する認識

次に、年度別のゲストタイプの変遷について考察する。図5 - 13は、5つの層の年度別の変遷である。これをみると、第1期、第2期と時期に関係なく一般旅行層が多いことがわかる。これは舎廬夢が宿泊施設である事から、至当な事であると考ええる。しかし、第2期の中頃から徐々に一般旅行層が減少して、エコロジー層やグルメ層など他のタイプのゲストが増加していることがわかる。このことから、舎廬夢が様々な取り組みを行い、それを外に発信した結果であると考ええる。つまり、舎廬夢の取り組みが社会的に認知され、それに興味を持ったゲスト（舎廬夢に来る事が目的であるゲスト）が増加したのである。

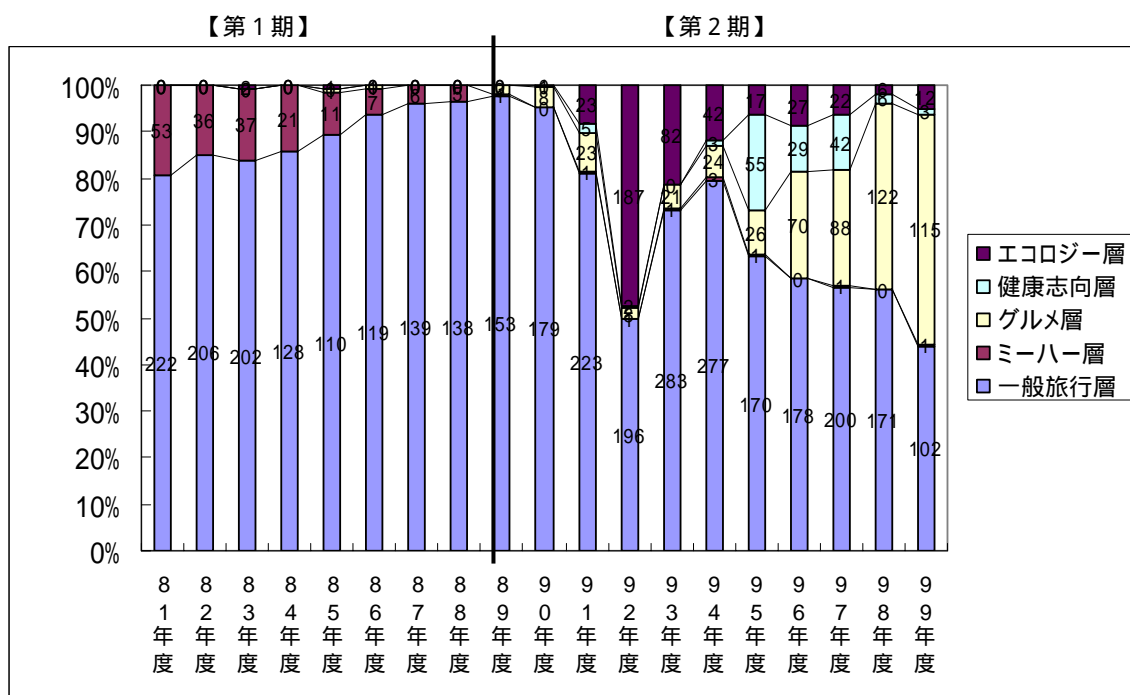


図5 - 13 年度別のゲストタイプの変遷

次に、図5 - 14をみる。これは、図5 - 13から「一般旅行層」を除いた図である。これは、「一般旅行層」以外のタイプの変遷を把握するためである。

第1期はミーハー層が大半を占めていることがわかる。第1期の舎廬夢は自給自足を目指してはいたが、具体的に取り組んでいた事があまりなく、普通の宿泊施設とあまり変わりがなかった。したがって、舎廬夢の魅力は、セルフビルドという話題性しかなかったと考えられる。よって、ゲストとしては、セルフビルドという話題性に引き付けられたミーハー層しかいないと考えられる。

第2期になると、第1期には主流であったミーハー層はほとんどいなくなり、エコロジー層や健康志向層やグルメ層が大半を占めるようになる。このエコロジー層やグルメ層のゲストは、舎廬夢の取り組みに魅力を感じてきているゲストである。つまり、第1期とは

異なり舎廬夢の魅力が増えた事によって、ゲストのタイプの多様性が生まれたのである。

また、第2期では、エコロジー層、健康志向層、グルメ層が年度によって占める割合がそれぞれ異なっている。これは、その年度に発行された雑誌に関係していると考えられる。つまり、「コンセプト系」の雑誌が発行された年度は、エコロジー層が多くなり、「食・料理系」の雑誌が発行された時はグルメ層が多いのである。この事は、雑誌のタイプ分けを基にゲストのタイプ分けを行った事の限界である。しかし、舎廬夢の取り組みが多様になったために、多様なゲストのタイプが存在すると言う事は証明していると考えられる。

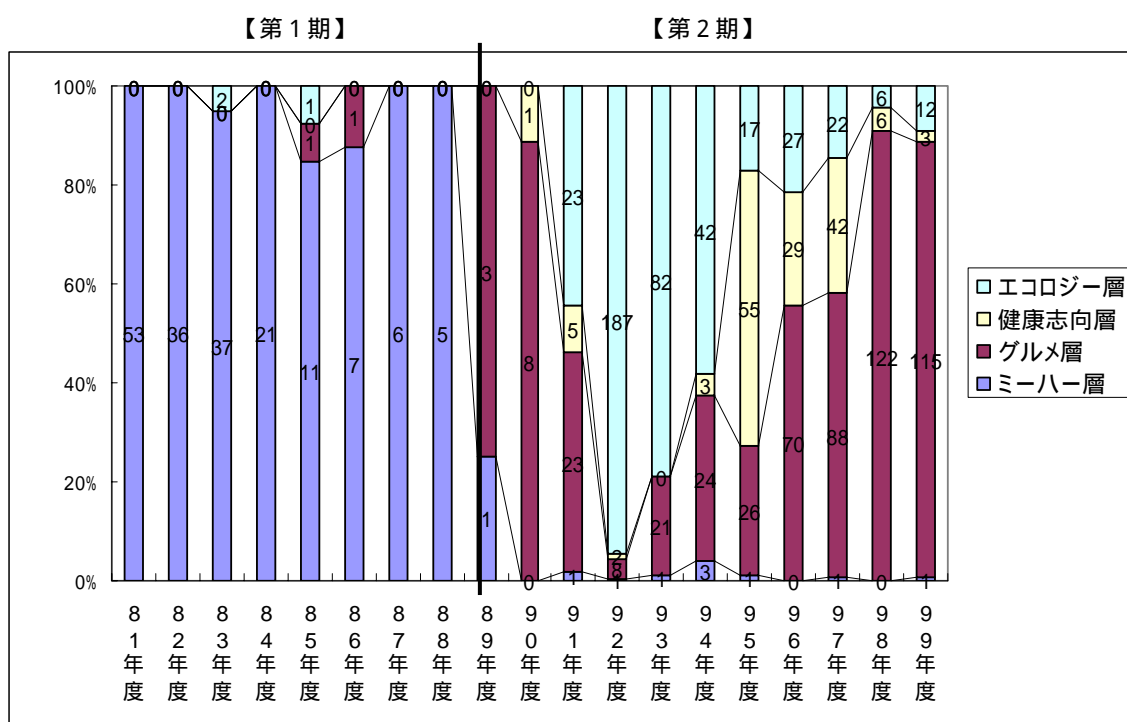


図5 - 14 年度別のゲストタイプの変遷（一般旅行層は除く）

### 5-3 リピーターについて

舎廬夢ではリピーターが多いのも特徴である。18年間平均して約14%ゲストがリピーターである。また、舎廬夢のリピーターは1、2回目と言う人だけではない。多い人になると10回以上という人がいる。このようなことは、通常の宿泊施設ではあまり考えることが出来ない。したがって、このリピーターの中でも回数の多い人に焦点を当てていく。

#### 5-3-1 リピート行動について

ここで、ゲストが同じ宿泊施設に何度も来るといリピート行動について考える。第2章で観光心理学から、観光行動のメカニズムについて説明した(図2-1)。本研究では、その観光行動のメカニズムと近藤の言う「もちかえり」<sup>5)</sup>という概念を用いて、ゲストのリピート行動のメカニズムを構築する。

近藤の言う「もちかえり」とは、「間接効果や波及効果と呼ばれるものを含み、イベント後にどのような影響・効果が残ったかと言う捉え方」<sup>6)</sup>である。本研究では、これを読み替えて「宿泊することにより、間接効果や波及効果というものを含み、宿泊後にどのような影響・効果が残ったかと言う捉え方」で用いる。

観光行動のメカニズムと「もちかえり」の概念を融合させたのがリピート行動のメカニズムである(図5-15)。行動にいたるまでは、観光行動のメカニズムと同じである。しかし、行動・宿泊した時に刺激や影響を受け、日常生活に何かをもちかえる。それによって、再びそこに行きたいという欲求が生まれ、リピートすると考える。「もちかえり」の内容はゲストによって様々であり、レベルが存在すると考える。しかし、本研究では扱わない。

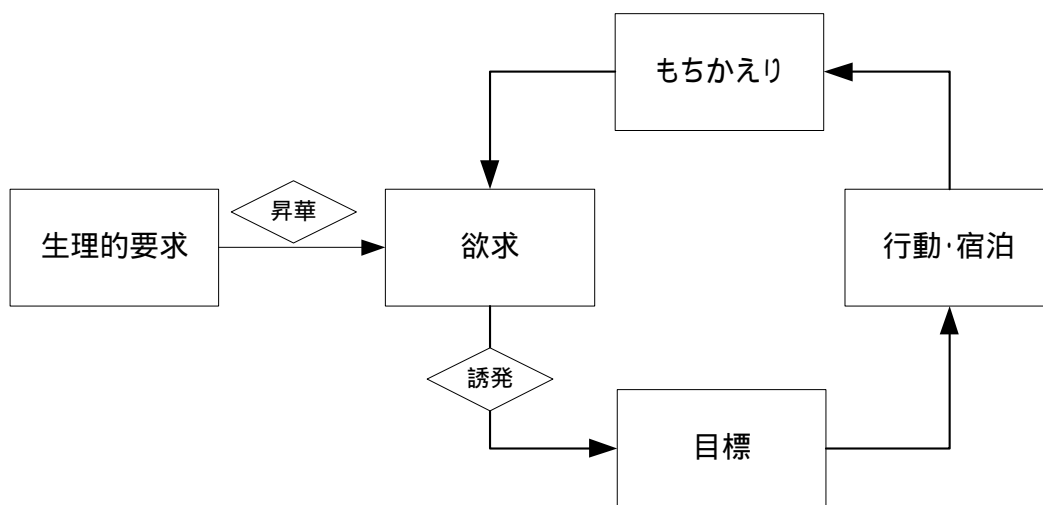


図5-15 リピート行動のメカニズム

### 5-3-2 リピーターの追跡調査

本研究では、舎廬夢に来るゲストの特徴としてリピーターが多いということに注目してリピーターの追跡調査を行った。

#### (1) 分析方法

99年度の宿泊カードのデータから順にリピーターを取り上げていく。そして、そのリピーターのグループ構成や動機などのデータからリピーターの特徴を把握し、舎廬夢との関係を考察する。また、対象とするリピーターの中でも特徴的なリピーターに関しては取り上げてみていく。

#### (2) 対象

対象リピーターとしては図5-16をみればわかるように、大幅に組み数が減少する6回以上リピートしているリピーターを対象とする。これらの特にリピート回数の多いリピーターに注目して舎廬夢のリピーターの特徴を把握する。

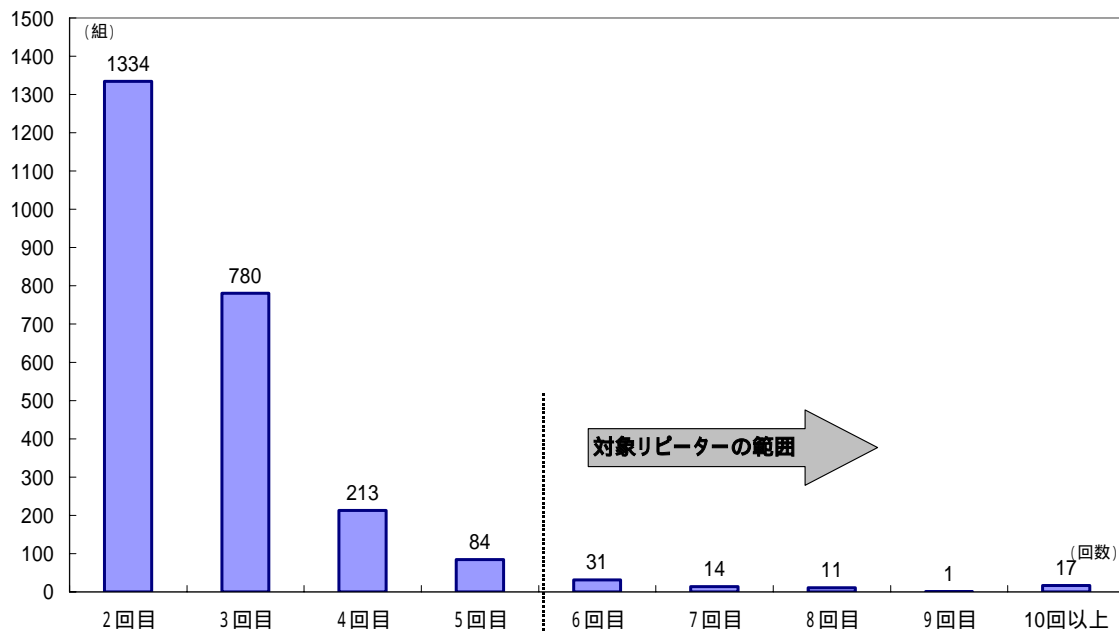


図5-16 リピート回数別のリピーターの数

### 5 - 3 - 3 リピーターの特徴

この調査では、6回以上来ているリピーターを対象としている。しかし、宿泊カードに書いている回数と実際に来ている回数には若干の違いが見られる。今回の調査では、宿泊カードに書いている回数を基にリピーターを追っていき、実際の回数の方をリピート回数として認識した。つまり、6回以上と書いているリピーターでも4、5回しか来ていない人は除いた。

また、この調査は81年度からデータであるので、それ以前に来ている回数は把握できない。したがって、もし79年度、80年度に来ていたとしても、そのリピート回数は省いて考えている。

まずリピーターを追っていく上で、グループ構成に注目してみた。その結果、毎回家族で来るリピーター、毎回女グループで来るリピーター、最初は女グループや男女グループで来て次からは家族で来るリピーター、数回は家族で来て、その後に他の家族と一緒に来るリピーターというような様々なタイプがみられた(表5-4)。

表5-4 リピータータイプ別のデータ(一部)

回数	年度	グループ構成	動機
1回目	97	家族	知人の紹介
2回目	98	家族	前回とても気に入ったので
3回目	98	家族	未記入
4回目	99	家族	カントリーウォーク
5回目	99	家族	カントリーウォーク
6回目	99	家族	カントリーウォーク
7回目	99	家族	カントリーウォーク
8回目	99	家族	カントリーウォーク
9回目	99	家族	カントリーウォーク

回数	年度	グループ構成	動機
1回目	84	男女グループ	未記入
2回目	86	家族	未記入
3回目	87	家族+家族	未記入
4回目	90	家族	未記入
5回目	90	家族	子供に舎廬夢を見せたい
6回目	91	家族	未記入

回数	年度	グループ構成	動機
1回目	92	女グループ	知人+雑誌
2回目	92	女グループ	未記入
3回目	94	女グループ	未記入
4回目	94	女グループ	未記入
5回目	95	女グループ	未記入
6回目	95	女グループ	未記入
7回目	96	女グループ	未記入

回数	年度	グループ構成	動機
1回目	92	女グループ	未記入
2回目	92	家族	未記入
3回目	92	家族	未記入
4回目	94	家族	未記入
5回目	95	家族+家族	未記入
6回目	95	家族+家族	未記入
7回目	96	家族	未記入

これらのタイプを見ていくと、リピーターは大きく二つのタイプに分類できる事がわかった。1つは、毎回家族のみでやってくるタイプや、同じグループのメンバーでやってくるタイプ、最初は女グループや男女グループで来て次からは家族で来るタイプ、のように同じ人たちで何回も来る閉鎖型リピーター。もう1つは、数回は家族で来て、その後に他の家族と一緒に来るタイプや毎回違うグループ構成で来るというように、リピートする

時に新たなメンバーを連れてくる連鎖型リピーターである。また中には基本的に閉鎖型で1、2回違う人とくるという閉鎖型と連鎖型の中間のリピーターもいる。

次にリピーターの年間訪問回数に注目する。すると、1年間に2、3回訪れるというリピーターがほとんどである。中には1年間に6回も訪れるというリピーターが存在する。このように1年に何回も同じ宿泊施設を訪れるという事は、普通の宿泊施設では考え難く、筆者自身もそのような経験はない。このことから、舎廬夢にはゲストが1年に何度も訪れるという他の宿泊施設とは異なった特徴がある。

#### 5 - 3 - 4 リピーターのタイプについて

次にこの閉鎖型リピーター、連鎖型リピーター、2つのタイプについて考察する。

##### (1) 閉鎖型リピーター

まず、閉鎖型リピーターとは、基本的に1回目来たメンバーとあまり変わらないメンバーで来るリピーターの事である。つまり、1回目に家族で来たら、2回目、3回目も家族で来るという事である。

今回のリピーター調査では、この閉鎖型リピーターは、家族で毎年のようにやってくるというタイプが多くみられた。このことを考察すると、閉鎖型リピーターは、半ば年中行事的に舎廬夢に来ているのではないかと考えられる。つまり、舎廬夢で特別に何かを行うという目的は明確ではなく、癒されたり、寛いだりするために行くのではないだろうか。

次に第1期、第2期と時期別に見ていく。すると、第1期、第2期関係なくリピーターは存在する。しかし、第2期の方が1年に複数回訪れている割合が高い。また、1年に4回や6回来ているリピーターも第2期である。第1期では、1年に1、2回がほとんどである。このことは、舎廬夢が第2期に様々な取り組みをはじめ、魅力が増したことによると考えられる。

##### (2) 連鎖型リピーター

次に連鎖型のリピーターだが、このタイプは決まったメンバーで来るのではなく、様々な人と舎廬夢に来る。つまり、様々な人に舎廬夢を紹介しているのである。そして、始めてきた人が再び他の人たちと来る、というように連鎖していくのである。これが連鎖型リピーターである。

このようなことは普通の宿泊施設でも考えられる事である。しかし、その場合紹介した人はその施設がよかったと言う事を紹介するだけで、自分自身が再び何回も訪れるという事はあまり考えられない。なぜなら、観光心理学の側面から見ると、我々は同じことを繰り返す事をあまり望まず、新しいものを無意識の基に求めているからである。したがっ



て、1回行った事のある宿泊施設ではなくほかの宿泊施設を体験したいと思い選ぶのである。この点が舎廬夢の連鎖型リピーターとは異なる点である。舎廬夢の連鎖型リピーターは何回も自分自身も訪れるのである。それは、舎廬夢には何回行っても飽きない魅力が備わっているからである。その魅力とは舎廬夢が常に発展しており、行くたびに前回は行った時の舎廬夢と少し変わっている点である。したがって、ゲストは何回も舎廬夢に宿泊するのである。

次に第1期、第2期別にみていく。その結果、連鎖型リピーターは第1期にはほとんど存在せず、第1期の後半から第2期にほとんど存在することがわかった。このことから、舎廬夢の連鎖型リピーターが他の宿泊施設の連鎖型リピーターと異なるのは、舎廬夢の多様な取り組みが関係していると考えられる。この多様性があることによって、紹介する人は今までの変わらず残っている舎廬夢の良さ（懐かしさ）と、新たな舎廬夢の一面を発見する事が出来る（新鮮さ）ということから自分自身も何度も来ると考える。

#### 5 - 3 - 5 リピーターについてのまとめ、考察

5 - 3ではリピーターに焦点を当てて、舎廬夢のリピーターの特徴を把握した。リピーターに焦点を当てる際には、回数が6回以上のリピーターにした。それは、6回以上のリピーターになると数が大幅に減るという事と1、2回のリピーターでは把握できない事が把握できると考えたからである。

このリピーター調査によって、以下のような舎廬夢のリピーターの特徴を把握する事が出来た。

舎廬夢のリピーターには大きく閉鎖型リピーターと連鎖型リピーターという2つのタイプがある

舎廬夢の連鎖型リピーターは他の宿泊施設の連鎖型リピーターとは異なり、紹介する人自身も何回も舎廬夢に訪れる

舎廬夢のリピーターは1年に何回も訪れる割合が高い

また、このような舎廬夢のリピーターの特徴には、舎廬夢が様々な取り組みを行っており魅力の多様性を確立させていることが関係している。つまり、舎廬夢は基本とする部分を残し（懐かしさ）、さらにそこから上乘せさせるように発展させていく（新鮮さ）のである（図5 - 17）。この懐かしさと新鮮さを両立している事が、舎廬夢がリピーターを魅了している仕組みであると考えられる。

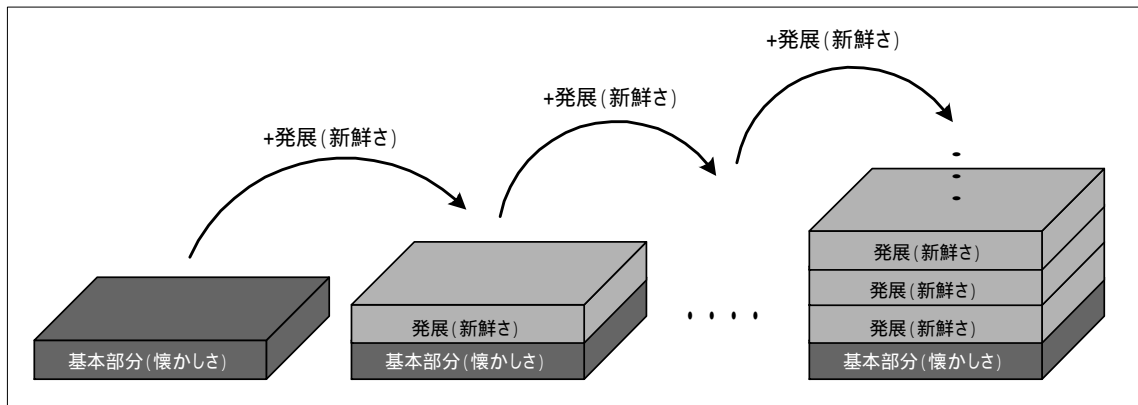


図5 - 17 舎廬夢の発展モデル

次に、なぜ舎廬夢のゲストがリピートするのかについて、5 - 3 - 1で説明したゲストのリピート行動のメカニズム(図5 - 15)を用いて考察する。このリピート行動のメカニズムでは宿泊して体験する事によって「もちかえり」が行われ、その結果再び行きたいという欲求が生まれ、リピートすると説明した。このモデルで重要な事は「もちかえり」が行われるということである。そこで、舎廬夢での「もちかえり」の内容に注目する。

例えば、ゲストの「近い将来田舎暮らしをしたいと思っている。そこで、どんな風に生きていったらいいのか、そのヒントの多くが舎廬夢の中にあったと思う。」<sup>7)</sup>、「生き方に対する新しい価値観との発見でした」<sup>8)</sup>というコメントからは生き方、生活に関する事を「もちかえり」していると考えられる。また、「環境のことや、心のあり方についていろいろと考えさせられた」<sup>9)</sup>、「自然のサイクルと共に生きることの「心地よさ」と「調和」の波動を体全体で感じた」<sup>10)</sup>、「都会生活の中でどのように自然との「共生」を図っていったらいいかをささやかながら考える」<sup>11)</sup>という事からは環境や自然の事について「もちかえり」している。

さらに、「すぐにでもそちらに行きたいです。食事に、空気に、景色、爽やかな風」<sup>12)</sup>、「とても素敵な宿に自分の求めるものが何か改めて考える良い機会となりました」<sup>13)</sup>のように舎廬夢ではリフレッシュできるということを「もちかえり」する事もあると考えられる。

これらの例から、舎廬夢では様々なことを「もちかえり」されていることが把握できる。その事により多様なゲストが再び行きたいという欲求が起きるのである。さらに、舎廬夢に3回、4回と何度も行くのは、図5 - 16で説明したような発展モデルが存在している事によって、我々人間が、同じ事を繰り返す事をあまり望まず、新しいものを求める性質があるという問題をクリアしているからと考える。

#### 5 - 4 宿泊カード調査の結果のまとめ、考察

第5章では、舎廬夢に来るゲスト全体、ビギナー、リピーターに焦点を当て、舎廬夢に来るゲストとはどのような人々であるのかを明らかにしてきた。以下にこの3つについて簡単にまとめる。

舎廬夢に来るゲスト全体については年度別に「ゲスト数の推移」、「年齢層の推移」、「男女比の推移」、「グループ構成の推移」、「動機の推移」、「リピーター数、リピート回数の推移」について考察した。ゲスト数に関しては第1期の当初は伸び悩んだものの、第1期後半から順調に増加した。そして、第2期で自然食にし、その事が雑誌で紹介されたのを契機としてさらに増加する。第2期の後半からは1日の宿泊人数を減らすということでゲスト数は減少していくが、そのあと徐々に増加している。

年齢層に関しては、幅広い年齢層が舎廬夢に訪れている。これは、年代関係なくゲストを引き付ける魅力があるということと、どのような年齢層にも対応できる柔軟なプログラムがあるからだと考える。このことは、「子供に舎廬夢を見せたい」<sup>14)</sup>、「環境のことや、心のあり方についていろいろ考えさせられた」<sup>15)</sup>、「夏の宿泊以来、子供たちもその思い出を語り、オーナーの口上を真似たりしている」<sup>16)</sup>、「ヒュッテそのもののたたずまい、おいしい食事、臼井さんのお話にすっかり癒された一日でした」<sup>17)</sup>のようなゲストのコメントからも把握できる。

男女比に関しては、平均して2：1の割合で女性の方が男性よりも多い。このことは、女性の方が消費意欲が高いということに関係していると考えている。

グループ構成については、「家族」と「女グループ」で全体の約70%を占めている。そして、第2期に入ると、「家族」の割合が増加する。これは、第2期になり様々な取り組みを始めた事により、幅広い人に対応できるようになったからであると考えている。これは、「とてもシンプルだけど大切なものを、たくさんみつけたような気がしました」<sup>18)</sup>、「生き方に対する新しい価値観との発見でした」<sup>19)</sup>、「とても素敵な宿に自分の求めるものが何か改めて考える良い機会となりました」<sup>20)</sup>、「のんびりできる宿だと実感しました」<sup>21)</sup>のようなゲストのコメントからも把握できる。

動機に関しては、雑誌を見てきた人がどの年度も70%くらいを占める。リピーターは年度別に多少のばらつきはあるものの、毎年100組以上のリピーターが来ている。

次にビギナーに関してはその際に注目したのは舎廬夢に来る動機である。中でも雑誌を動機として舎廬夢に来ている人に焦点を当ててタイプを分けた。なぜならば、雑誌を動機として来ているビギナーはその雑誌の内容を把握する事によって舎廬夢に行く目的や興味が把握できると考えたからである。また、雑誌を動機としている人は全体の74.3%を占めており、データの質からも充分舎廬夢のビギナーのタイプの傾向を表していると考えたからである。

そのために、まずビギナーが見てきた雑誌のタイプ分けを行った。その結果として、一

般旅行系、自然・山系、歴史系、コンセプト系、暮らし系、食・料理系、食・自然派宿系、体・健康系、その他の 9 タイプに分類する事が出来た。さらにそこから、ビギナーのタイプが一般旅行層、ミスター層、エコロジー層、グルメ層、健康志向層の 5 つの層に分類できる事がわかった。しかしこの 5 つの層は、最低 5 つの層という意味である。

つまり、舎廬夢のゲストは単一的なタイプではなく、多様なタイプのゲストが訪れるという事が言えるのである。しかし、最初から多様であったわけではない。舎廬夢の魅力が増すにつれて徐々に多様になったと考えられる。

また、このように多様なゲストが様々な目的で舎廬夢に訪れるという事は、舎廬夢が観光の中の単なる宿泊施設として認識されているのではなく、観光の目的そのものになっていることがいえる。それは「観光ではなく、今度は安曇野を舎廬夢を楽しみに来ます」<sup>22)</sup> というコメントからも把握できる。

最後にリピーターに関しては、以下のような舎廬夢のリピーターの特徴を把握する事が出来た。

舎廬夢のリピーターには大きく閉鎖型リピーターと連鎖型リピーターという 2 つのタイプがある

舎廬夢の連鎖型リピーターは他の宿泊施設の連鎖型リピーターとは異なり、紹介する人自身も何回も舎廬夢に訪れる

舎廬夢のリピーターは 1 年に何回も訪れる割合が高い

また、このような舎廬夢のリピーターの特徴には、舎廬夢が様々な取り組みを行っており魅力の多様性を確立させていることが関係している。つまり、舎廬夢は基本とする部分を残し（懐かしさ）、さらにそこから上乘せさせるように発展させていく（新鮮さ）のである（図 5 - 17）。この懐かしさと新鮮さを両立している事が、舎廬夢がリピーターを魅了している仕組みであると考える。

## 第5章 註及び引用・参考文献

- 1) 鷲田祐一：曲がり角に来た日本人のレジヤースタイル，月刊レジヤ産業，2003.01号，p60，2003
- 2) 臼井健二：オープンレター、礼状 < <http://www.ultraman.gr.jp/~shalom/reijyou.html> >
- 3) 同上
- 4) 同上
- 5) 近藤隆二郎・盛岡通：「もちかえり」の効果に着目したイベント型まちづくりに関する研究，土木計画学研究・講演集 No. 14 (1)，p171，1991
- 6) 近藤隆二郎・盛岡通：前掲書，p171，1991
- 7) 臼井健二：オープンレター、礼状 < <http://www.ultraman.gr.jp/~shalom/reijyou.html> >
- 8) 同上
- 9) 同上
- 10) 同上
- 11) 同上
- 12) 同上
- 13) 同上
- 14) 同上
- 15) 同上
- 16) 同上
- 17) 同上
- 18) 同上
- 19) 同上
- 20) 同上
- 21) 同上
- 22) 同上

## 第6章 結論

### 6-1 緒言

第4章から第5章にかけて舎爐夢の歴史、システム、プログラムの把握や、舎爐夢に来るゲストの把握を行った。

本章では、まず「舎爐夢の歴史と意味的参加のはしごの関係」、「舎爐夢における環境配慮の4領域の変遷」、「年度別ビギナーのタイプの変遷」という3つの結果からの考察をする。次に、これらの結果を基に環境共生型ペンションの要素を抜き出す。また、従来のエコセンターと舎爐夢の比較、考察から、新たな形態の舎爐夢型エコセンターの提案を行う。

### 6-2 舎爐夢の変遷と多様性について

「舎爐夢の歴史と意味的参加のはしごの関係」、「舎爐夢における環境配慮の4領域の変遷」、「年度別ビギナーのタイプの変遷」という3つの結果から舎爐夢の変遷とホスト、ゲスト、環境イメージとの関係の考察を行った。

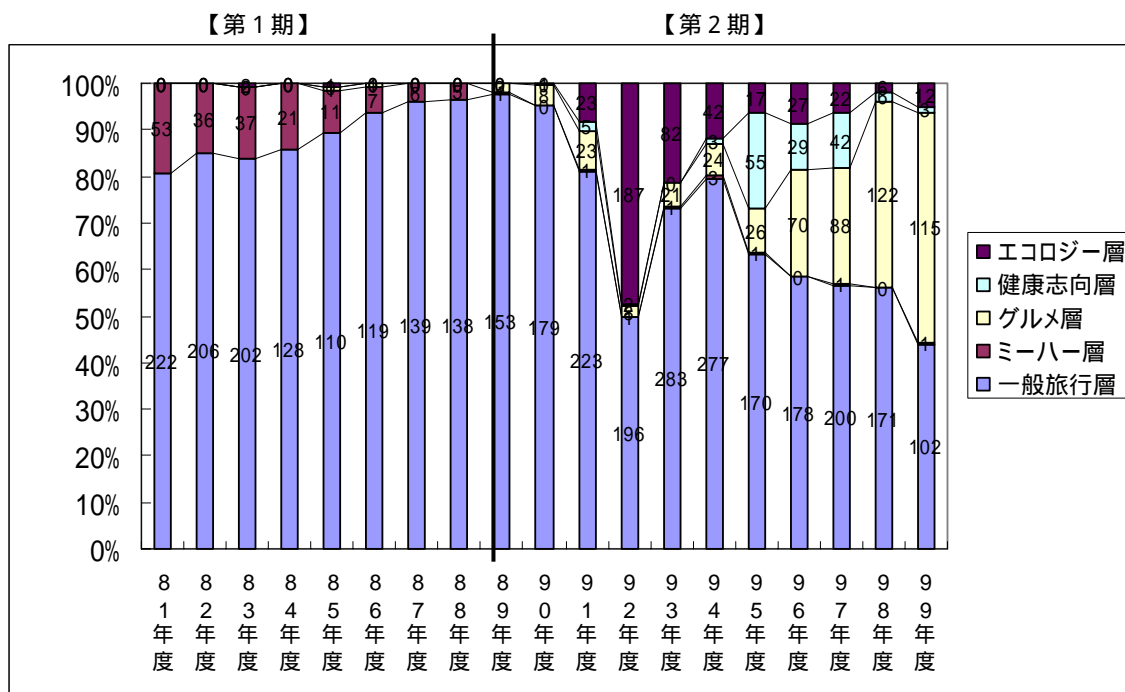


図6-1 年度別のビギナータイプの変遷

( 1 ) 第 1 期

表 6 - 1 第 1 期における意味的参加のはしご

舎廬夢の歴史		
↑	意味付与・創造 意味参加・支援	創造 (innovation) 第 3 期
	意味宣伝 意味伝達	伝達 (communication) 第 2 期
	意味入手 意味教授	受容 (acceptance) 第 1 期

第 1 期は、意味的参加のはしごでいうところの受容 (acceptance) の段階である。これはオーナー(ホスト)が自分の生活を見つめなおし、環境イメージとの関係を模索している段階である。ここで、図 6 - 2 をみてみると、ハード - ホストの領域、ソフト - ホストの領域というゲスト側に関係する取り組みしか行われていないことがわかる。しかも、環境イメージを完全に受容できていないので、日常生活や宿泊業としての舎廬夢に、環境への取り組みを反映できていないのである。その結果、ゲスト側の取り組みまで取り組めていないのである。したがって、ゲストにとっての魅力は、セルフビルドである事や、自給自足を目指している事しかなく、その事に伴ってゲストのタイプも一様化 (図 6 - 1) するのである (図 6 - 3)。

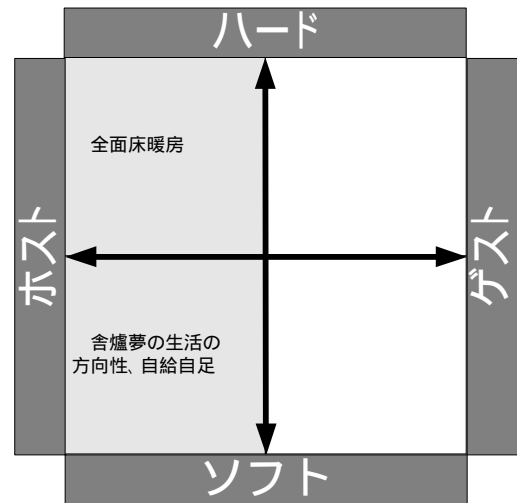


図 6 - 2 舎廬夢における環境配慮の領域 (第 1 期)

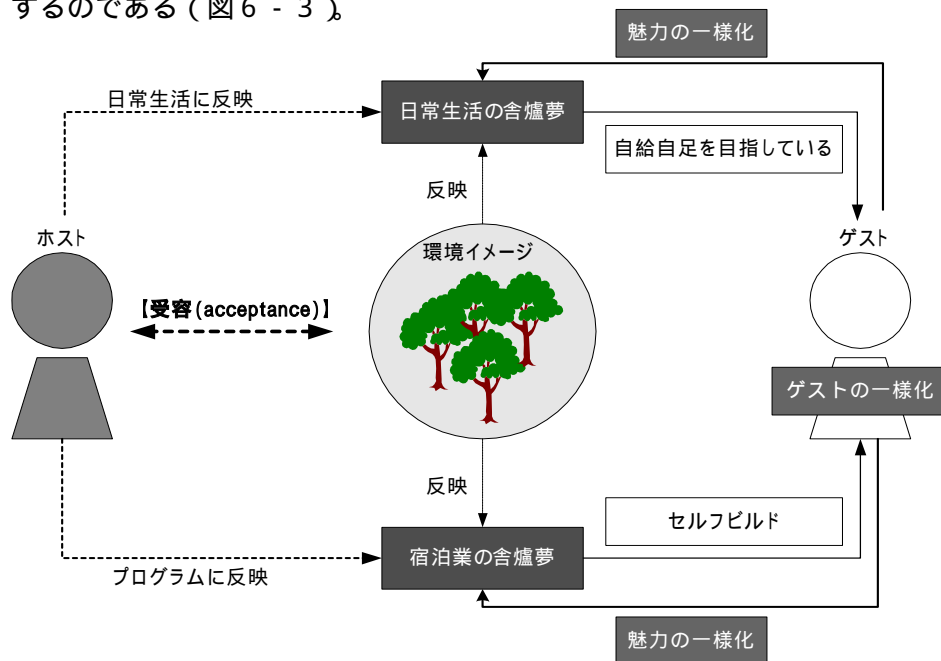


図 6 - 3 第 1 期におけるホスト、ゲスト、環境イメージの関係

( 2 ) 第 2 期

表 6 - 2 第 2 期における意味的参加のはしご

舎 廬 夢 の 歴 史			
↑	意味付与・創造 意味参加・支援	創造 (innovation)	第 3 期
	意味宣伝 意味伝達	伝達 (communication)	第 2 期
	意味入手 意味教授	受容 (acceptance)	第 1 期

第 2 期は、意味的参加のはしごでいうところの伝達 (communication) の段階である。この段階では、オーナー (ホスト) が、環境イメージを受容し、付き合い方が明確に決まり、さらにそのことを外 (ゲストなど) に伝達する。図 6 - 4 ( 図中の の取り組みは、以前から取り組んでいたもの。 の取り組みは、新しい取り組み) をみても、第 1 期ではホスト側の取り組みしか出来ていなかったのに対して、ハード - ゲストの領域、ソフト - ゲストの領域というゲスト側の取り組み行うようになっている。しかも、ホスト側の取り組みに関しても、様々なことを取り組んでいる事がわかる。これは、環境イメージを受容していることで日常生活や宿泊業の舎廬夢に、持続可能な生活や様々なプログラムという形で反映する事が出来ているからである。そして、この持続可能な生活を体験してもらう事や見てもらう事、様々なプログラムを体験してもらう事によってゲストに環境に対する取り組みを伝達する事が出来ているのである。

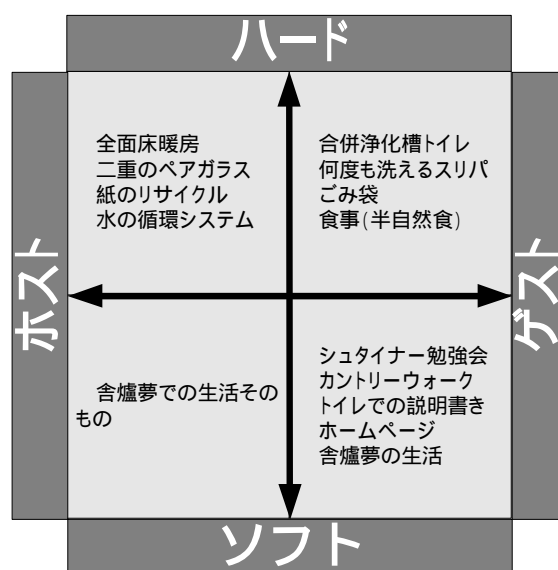


図 6 - 4 舎 廬 夢 における環境配慮の領域

したがって、ゲスト側にとっては魅力が多様になり、舎廬夢に行く目的が増加する。その事によって、ゲストの多様化が生まれるのである ( 図 6 - 1 )。また、舎廬夢にいて持続可能な生活やプログラムを体験したゲストの中には、環境に対して興味が沸いたり、考えたりする事によって、意味的参加のはしごにおける受容の段階に達する可能性が考えられる ( 図 6 - 5 )。



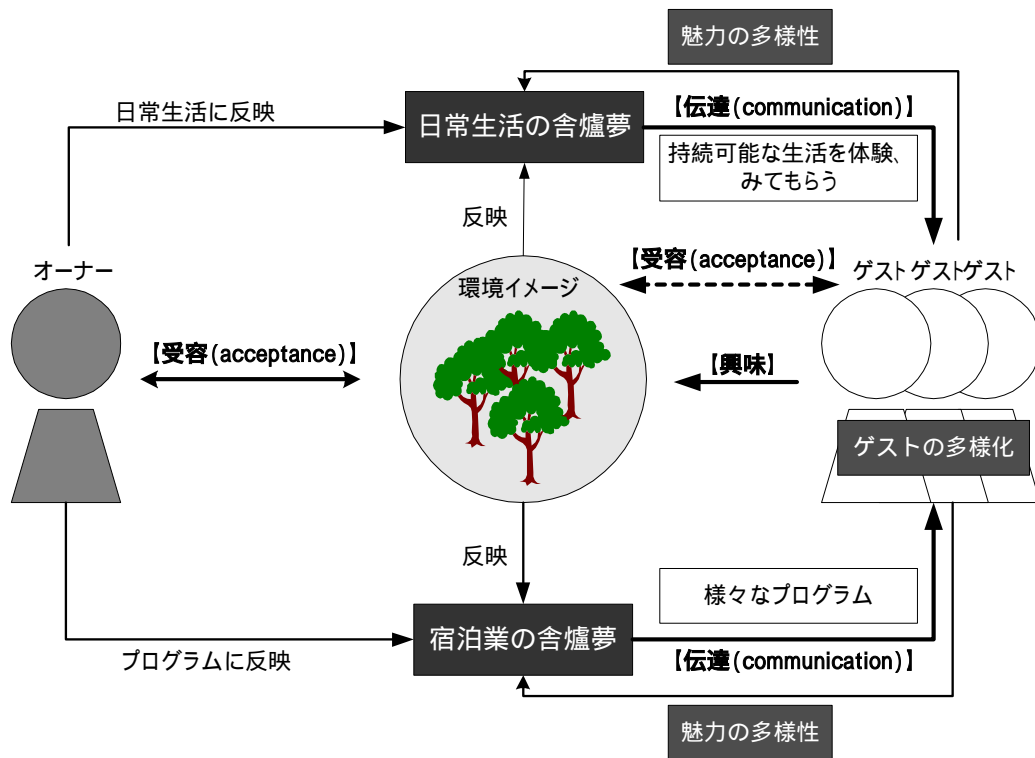


図6 - 5 第2期におけるオーナー、ゲスト、環境イメージの関係

(3) 第三期

表6 - 3 第3期における意味的参加のはしご

舎爐夢の歴史		
↑ 意味付与・創造 意味参加・支援	創造 (innovation)	第3期
意味宣伝 意味伝達	伝達 (communication)	第2期
意味入手 意味教授	受容 (acceptance)	第1期

第3期は、意味的参加のはしごでいうところの創造 (innovation) の段階である。この段階では、オーナー (ホスト) が、環境イメージを受容し、付き合い方が明確に決まり、さらにそのことを外 (ゲストなど) に伝達する。そして、さらには創造するというレベルにまで達することである。図6 - 6 をみると、第2期にも増して取り組み内容が多様になっていることがわかる。これは、パーマカルチャーや自然農など、新たに創造された取り組みが、増加しているからである。また、施設としては、舎爐夢コミュニティという、

レストランやフェアトレードの雑貨を扱った雑貨屋を含む施設を創造した。このことによつて、舎爐夢の魅力はさらに多様化したと考えられる（図6 - 7）。また、本研究ではデータの関係上、第3期のビギナーのタイプについては、把握する事が出来なかったが、魅力が増したことによりゲストの多様化がさらに進んでいると考える。つまり、舎爐夢が新しい取り組みを行い、魅力が増すということは、ゲストにとっての窓口が広がるのである。

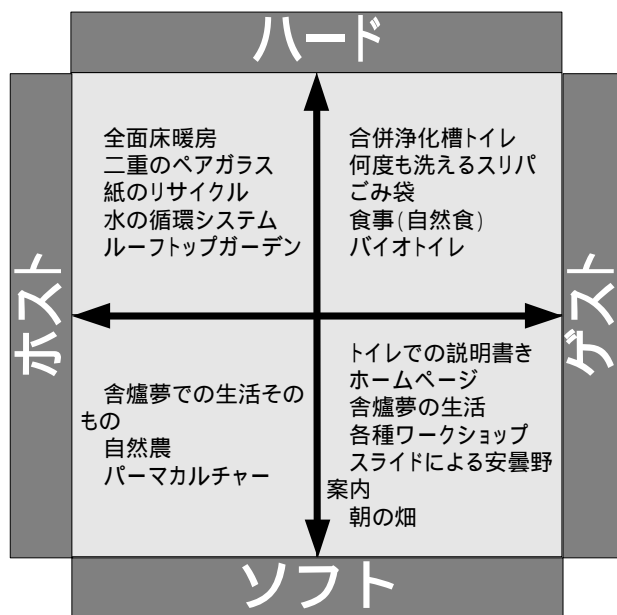


図6 - 6 舎爐夢における環境配慮の領域（第

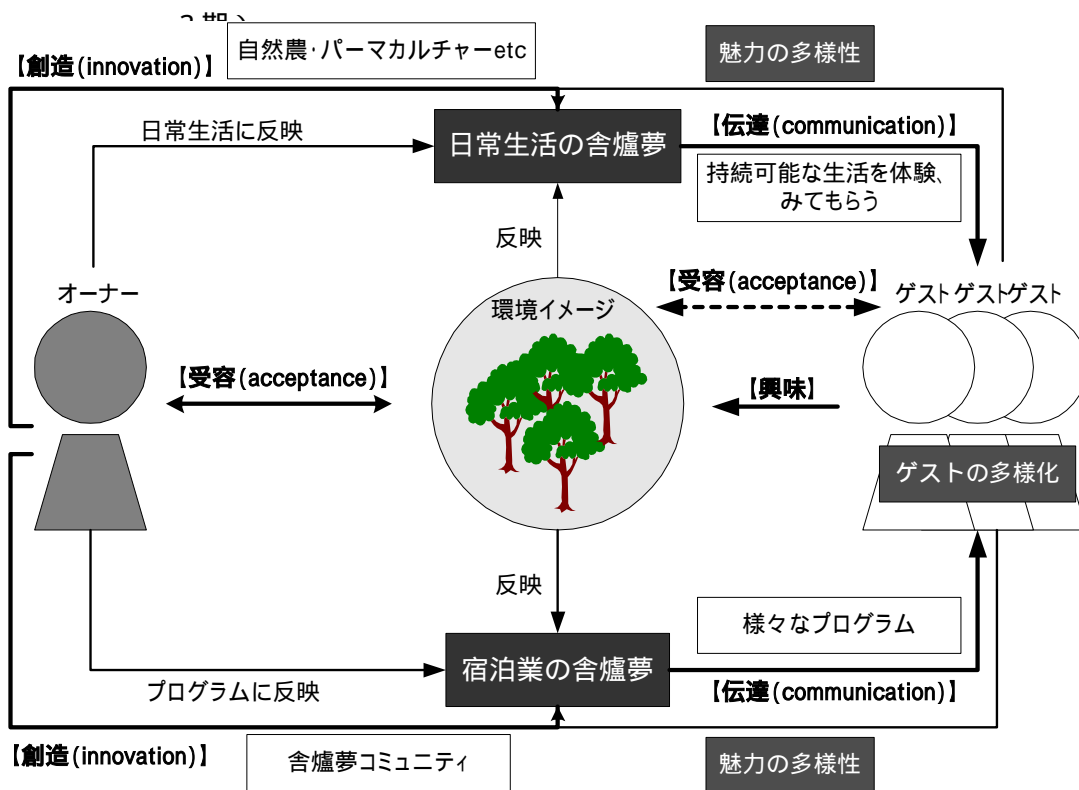


図6 - 7 第3期におけるオーナー、ゲスト、環境イメージの関係

以上のように、第1期、第2期、第3期と意味的参加のはしごを上っていくことにより、オーナーの環境イメージが明確になり、環境をより身近なものとして捉えるようになった。したがって、日常生活や宿泊業にまで環境配慮の取り組みを取り入れたのである。

これは、人間 - 環境システムとして成熟した段階にあるといえる。また、環境配慮の取り組みを、日常生活や宿泊業にまで行った事によって、ゲストにとっては、その取り組みが魅力に変化したと考えられる。したがって、舎廬夢が、第1期、第2期、第3期と基本的な部分を残しつつ、新しいものを取り組んできたことによって魅力が積み重なり、その事によって、様々なゲストの興味や目的に適応できるものとなったのである。

舎廬夢では、現在の宿泊施設があまり取り組んでいない、ゲスト側の取り組みを行う事によって、ゲストに対しての新たな魅力を創造する事に成功したと考えられる。このことから、宿泊施設にとって敬遠されがちなゲスト側の取り組みも、取り組み方によっては宿泊施設の新たな魅力となるとともに、満足を満たす事も出来るのである。また、ソフトーゲストの領域の取り組みを行っている事から、環境の事だけでなく、生活や生き方、食事に至るまで、ゲスト別に様々な「もちかえり」が行われている。

これらのことから、舎廬夢は環境共生型ペンションの成功事例であり、今後このような宿泊施設を行う指針に成り得ると考える。

## 6 - 3 舎廬夢ヒュッテとは

### (1) 舎廬夢の特徴

第4章では舎廬夢の歴史、システム、プログラムについてみていく事によって、舎廬夢を構成している要素を明らかにした。以下にこの3点を簡単にまとめる。

まず、舎廬夢の歴史については、「食」に注目して考察した。そして舎廬夢の食事が普通の食事の時期、肉類を少なくした自然食にした時期、肉類をなくし完全に菜食のみの自然食にした時期と言うように3つの時期に分ける事が出来た。その結果、舎廬夢は建設当初から自給自足の持続可能な生活を目指していたが、「食」を自然食に変えた事をきっかけに様々なことを実践し始めているという事を把握した。このように、舎廬夢では第1期、第2期、第3期と時期を経るに伴って、舎廬夢の魅力を増幅させていったのである。

次に舎廬夢のシステムについて考察した。舎廬夢はホテルや旅館とは異なり、ホストの生活とゲストの生活に明確に境界というものがあまりみられない。つまり、舎廬夢の宿泊施設としてのシステムとホストの日常生活のシステムが混在しているのである。したがって、この二つのシステムをあわせてみる事が舎廬夢のシステムだということができる。

宿泊施設としてのシステムだが、舎廬夢の特徴は大きく3つある。まず1つは、宿泊のタイプが1種類出ない事である。このことによって、ゲストのメンバー構成や経済的理由

に関わらず宿泊することができる。

2つ目は、基本的なプログラムと言うものはあるものの、自由参加であり、ゲストの目的や気分によって自由にプログラムを組む事が出来る柔軟性が存在している事である。

3つ目としては、最低限の規則はあるものの基本的には自由であり、ゲストを信頼する事に基づいている事である。

最後に舎爐夢のプログラムについて考察した。ここでは、舎爐夢の歴史で分類した3つの時期ごとにみて、プログラムの変遷に注目した。その結果、プログラムは舎爐夢の歴史に大きく関連しており、「食」を自然食に変えて様々なことを実践していくにつれて、取り組みをプログラムとして反映している事がわかった。つまり、第1期では普通の施設と変わらないようなプログラムであったのが、第2期を境にして舎爐夢のコンセプトを体験できるようなプログラムへと変わっていったのである。そして、第3期にはより充実したプログラムが行われるようになったのである。

以上のことを踏まえて、以下に舎爐夢の特徴を抽出した。

舎爐夢では、1つの施設のみで様々な魅力を持っている。つまり、多様性 (Diversity) を成立させている。

ゲスト別に対応できる、自由で柔軟なシステムを確立させている

施設の設定から様々な取り組み、プログラムに至るまで、舎爐夢の思想を核として、全て有機的に結びついている

## (2) 舎爐夢に来るゲスト

第5章では舎爐夢のゲストに焦点を当て、舎爐夢に来ているゲスト、またゲストと舎爐夢の関係性を把握した。ゲストは大きくビギナーとリピーターに分類し、それぞれに焦点を当て考察した。

舎爐夢に来るゲストの全体的な特徴としては以下の通りである。

ゲスト数：第1期の当初は伸び悩んだものの、第1期後半から順調に増加した。そして、第2期で自然食にし、その事が雑誌で紹介されたのを契機としてさらに増加する。第2期の後半からは1日の宿泊人数を減らすということでゲスト数は減少していくが、そのあと徐々に増加している。

年齢層：幅広い年齢層が舎爐夢に訪れている。これは、年代関係なくゲストを引き付ける魅力があるということと、どのような年齢層にも対応できる柔軟なプログラムがあるからだと考える

男女比に関しては、平均して2:1の割合で女性の方が男性よりも多い。このことは、女性の方が、消費意欲が高いということに関係していると考えている。

グループ構成：「家族」と「女グループ」で全体の約 70%を占めている。そして、第 2 期に入ると、「家族」の割合が増加する。これは、第 2 期になり様々な取り組みを始めた事により、幅広い人に対応できるようになったからであるとする

動機：雑誌を見てきた人が、どの年度も 70%くらいを占める。

リピーター：年度別に多少のばらつきはあるものの、毎年 100 組以上のリピーターが来ている。

ビギナーについての調査から、次の事を把握した。

舎廬夢のゲストは単一的なタイプではなく、多様なタイプのゲストが訪れる。しかし、最初から多様であったわけではない。舎廬夢の魅力が増すにつれて徐々に多様になったと考えられる。以下に、本研究で把握した、舎廬夢に来るゲストの 5 つの層を示す(表 6 - 4)。この 5 つの層は最低限 5 つの層という意味である。

表 6 - 4 ビギナーの層とその説明

ビギナーの層	説明
健康志向層	アトピーの人や、健康に気を使っている人、ダイエットしようとしている人などで、食事や生活を見直そうという気がある人たちの層
グルメ層	舎廬夢の自然食を食べるのが目的で来ている人たちの層
エコロジー層	舎廬夢の暮らしや取り組みに興味を持ち、体験したり、みに来た人の層
ミーハー層	舎廬夢の成り立ちやセルフビルドという興味から来た人の層
一般旅行層	観光旅行のいち宿泊施設としてきた人の層

リピーターについての調査からは次の事を把握した。舎廬夢のリピーターは、1年に何回も訪れる割合が高く、閉鎖型と連鎖型の 2 種類のリピーターが存在する。閉鎖型リピーターとは、基本的に 1 回目来たメンバーとあまり変わらないメンバーで来るリピーターの事である。一方、連鎖型リピーターは決まったメンバーで来るのではなく、様々な人と舎廬夢に来る。つまり、様々な人に舎廬夢を紹介しているのである。また、舎廬夢の連鎖型リピーターは他の宿泊施設の連鎖型リピーターと異なり、紹介する人自身も何回も舎廬夢に訪れるという特徴がある。

このような舎廬夢のリピーターの特徴を構成している要因としては、次の事が考えられる。舎廬夢は基本とする部分を残し(懐かしさ)さらにそこから上乘せさせるように発展させていく(新鮮さ)のである(図 6 - 8)。この懐かしさと新鮮さを両立している事が、舎廬夢がリピーターを魅了している仕組みであるとする。

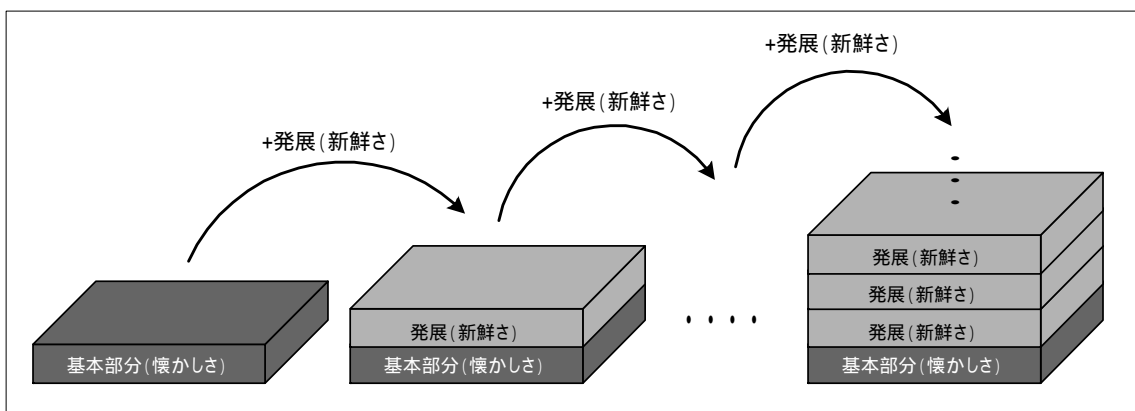


図 6 - 8 舎爐夢の発展モデル

#### 6 - 4 環境共生型ペンションの要素について

舎爐夢の調査から把握した事から、環境共生型ペンションに必要なと思われる要素を以下に示す。

施設の魅力が、自然食のみのように単体で存在するのではなく、様々な魅力が存在している。つまり、多様性 (Diversity) を成立させる

設備から様々な取り組み、プログラム、魅力に至るまで、思想を核として、全て有機的に結びついている

取り組みを増やしていく時は、基本とする部分を残し (懐かしさ) さらにそこから上乘せさせるように発展させていく (新鮮さ) (図 6 - 7)。つまり、懐かしさと新鮮さの共存が必要

環境イメージとホストの関係を明確にして、意味的参加のはしごを上るように、段階をへて変化させていく

ゲスト別に対応できる、プログラムや宿泊形態など、自由で柔軟なシステムを確立させる

環境配慮の 4 領域、全ての領域の取り組みが必要

以上に 6 つ環境共生型ペンションの要素を挙げた。これは、舎爐夢 1 つの事例から抜き出した要素であり、一般性という点に関しては、欠けていると考える。また、これらの要素が、必ずしも必要なのかという段階までは調査できていない。しかし、この環境共生型ペンションの 6 つの要素は、現在、環境共生型ペンションとして成功している舎爐夢の要素である。よって今後、舎爐夢のような環境共生型ペンションを目指している宿泊施設にとって重要な指針や目指すべき指標に成り得ると考える。

## 6 - 5 エコセンターとしてみた舎爐夢ヒュッテ

舎爐夢とは、単なる宿泊施設としての領域を越え、1つの閉じた世界での持続可能な生活（閉鎖循環）を確立させつつある。そこで、本研究では近年エコロジーのテーマパークとして注目され始めているエコセンターと舎爐夢の比較、考察から、新たな形態の舎爐夢型エコセンターの提案を行う。

### 6 - 5 - 1 エコセンターとしての舎爐夢の位置付け

今までのエコセンターの始まりとして産業、教育、エコヴィレッジの3つの入り方があると言う事は述べた。しかしながら、エコヴィレッジとエコ学習、つまりコミュニティと観光を両立させたものがないというのが現状である。それは、観光ではゲストが入ったり出たりする。しかし、エコヴィレッジとは閉じた社会での循環を目指す。したがって、この2つが存在するという事は矛盾が生じてしまうのである。

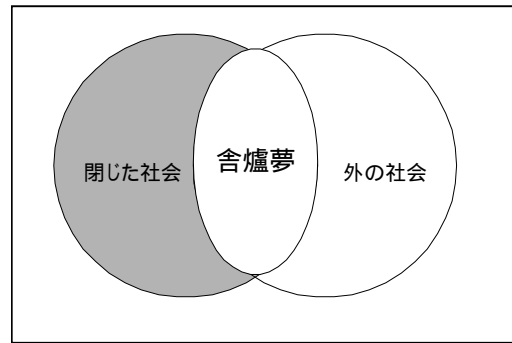


図6 - 9 媒介役としての舎爐夢

しかし、舎爐夢ではこの問題を巧みに解決しているといえるのではないだろうか。つまり、外の社会と閉じられた社会の媒介役（つなぎ役）として宿泊施設としての舎爐夢があるのである（図6 - 9）。このように、舎爐夢が閉じた社会と外の社会をつなぐ役割をしていると捉えると、今まで存在しなかった形態のエコセンターを提案できると考える。この新しい形態のエコセンターを舎爐夢型エコセンターとして、次にこの特徴を見ていく。

### 6 - 5 - 2 舎爐夢型エコセンターの特徴と限界

次に舎爐夢をエコセンターとして捉えると、従来のエコセンターとは異なった要素や特徴を見出す事が出来る。以下に舎爐夢型エコセンターの特徴と限界を考察する。

[1] 舎爐夢は従来のエコセンターのように、他の企業や団体から資金援助を受けずに単体で成立させている。それは、宿泊業をメインにすることによって経済性を確保しているからである。また、基本的には舎爐夢単体でやっているのも、他の企業や団体からの圧力を受けずに自らの方向性にそって発展・進化させることが出来る。

[2] 舎廬夢の多様性には、エコセンターに必要な持続可能性の暮らしに関する多様性 + 宿泊施設としての魅力の多様性という大きく 2 つのタイプの多様性が存在している。

このことは、エコセンターのように持続可能性の暮らしに関する多様性しか存在していない事から誘引されるであろうゲストのタイプの単一化（環境に関心がある人。環境意識が高い人）という問題を解決している。つまり、従来のエコセンターよりも幅広いゲストを対象とする事が出来る。

[3] 舎廬夢型エコセンターは、深さよりも広さを重視した施設である。なぜならば、全く環境に興味のない人も舎廬夢を訪れ、そこで舎廬夢を体験するからである。

したがって、持続可能性という暮らし方があるということ認識させるという意味で、裾野を広げるのに効果があると考ええる。しかし、ゲストが深さを求めれば、深さを達成する事も可能である。

[4] 舎廬夢には、持続可能な暮らしに興味を持った人から、ただ単に癒されに行く、のんびりしに行くという人まで幅広いゲストが存在する。エコセンターの目的である、持続可能性や環境に関して学んでもらう事を第一に考えると、舎廬夢型エコセンターでは、この点を達成できない。したがって、この点が舎廬夢型エコセンターの限界である。

4 点の舎廬夢型エコセンターの特徴と限界について述べた。そこから、舎廬夢型エコセンターでは、単体施設での経済性の確立や、持続可能性という暮らしの認識を広めるという意味での裾野の拡張という点で従来のエコセンターよりも優れているのではないかと考える。しかし、裾野を広げるという点に関しては、エコセンターの目的や方向性が大きく関係する。つまり、対象とするゲストによって変わってくると考える。例えば、特定のゲスト（持続可能性に興味のある人など）に、持続可能性や環境について詳しく知って欲しいのか。また、多くの一般市民などに広く持続可能性に関して知って欲しいのか、という対象ゲストや目的の設定によって方針や展示の仕方などが変わってくると考える。

以上のことを踏まえて考察すると、舎廬夢型エコセンターは、持続可能性や環境に関する認識の裾野を広げる事を第一目的に考えると、最適なエコセンターのモデルに成り得ると考える。



## 6 - 6 今後の課題

(1) 本研究では、舎廬夢 1 件の事例しかみていくことができなかった。その結果、得られた結果の一般性に欠ける点と、舎廬夢型の環境共生型ペンションが良いのかという比較、考察が出来ていないという点を課題として挙げる事が出来る。つまり、本研究の結果はあくまで舎廬夢型の環境共生型ペンションの要素であり、他の環境共生型ペンションが存在するならば、その数だけ要素があるのではないだろうか。しかし、現状として舎廬夢のように総合的な環境共生型ペンションがあまり存在していないのは事実である。

したがって、今後の課題として、このような環境共生型ペンションと比較、考察する事によって一般性の高い要素を抜き出す必要があると考える。

(2) 次に、本研究では主にホスト側の取り組みや意識についての調査を行った。よって、ゲストに関してヒアリングなどの詳しい調査は出来ておらず、ゲストの意識変化や「もちかえり」などに関して詳しく把握する事はできなかった。しかし、この点を把握する事によって、環境共生型ペンションに宿泊することによるゲストに与える効果や影響がみることが出来るのではないだろうか。したがって、ゲスト側の調査を詳しく行う事が今後の課題として必要であると考ええる。

---