

## 地域観光の成功と変質

——タイ国・メイカンボン村のCBTを事例に——

米 田 公 則\*

Community-based Tourism: Success and change  
—Case Study of Mae Kampong Village in Thailand—

Kiminori KOMEDA

### はじめに

近年我が国において最も注目される産業の一つが「観光」である。2003年、政府により「観光立国」が提唱され、当時は外国人観光客1000万人を目標とされ、そのための様々な施策が実施され、その成果もあって今日では3000万人を超える外国人観光客が我が国を訪れている。このような状況を踏まえ、地域経済の疲弊、人口の減少に苦しむ地方の諸都市・自治体は、観光を数少ない成長産業、活性化の方策と捉えられ、そのための積極的な取り組みを進めている。しかしながら観光振興は必ずしも地域にメリットをもたらすばかりではない。

地域にとって観光は地域の観光資源を活用することによって成り立つものであるが、それによってもたらされる利益は一部の観光業者のみを潤し、地域住民にとっては観光振興が地域の環境悪化をもたらす場合さえある。その意味で観光と地域がどのようにかわり合うのかを検討することは重要なテーマといわねばならない。このテーマを考えるうえで、コミュニティを観光の土台とするコミュニティ・ベース・ツーリズム community-based tourism（以下、CBT）の取り組みは、最も適切な材料ということができよう。

本論文は、タイ国において最も成功としているCBTの村、メイカンボン村に注目し、その成功と変質を検討したものである。マイカンボン村は、観光において成功し、タイ全土から注目され、多くの観光客を受け入れるようになったがゆえに、それに伴う地域観光のあり方に変化が生じている。この点を、2019年2月に現地において実施したホームステイ経営者に対する住民調査をもとに分析を進めていきたい。

住民調査は、地域リーダーへのインタビュー調査並びにホームステイ経営者へのアンケート調査の二種類の調査を実施した。地域リーダーへのインタビュー調査は、元村長でメイカンボン村CBTを主導し、今日でも地域観光のリーダーを務めている人物と、現在

---

\* 文化情報学部 メディア情報学科

の村長に対して行った。質問紙によるアンケート調査はメイカンボン村でホームステイを営むホームステイ経営者42名に対して行った。現在メイカンボン村のホームステイ事業は68か所まで営まれている。この内分けはCBTを導入する時に立ち上げられたホームステイ・グループと、個人的なホームステイ経営を営む形式とに大別される。ホームステイ・グループに対しては現在のメンバー全員の19名にアンケート調査を行い、プライベートなホームステイ経営者を営む49名の内、村内の中心地域でホームステイを経営する23名を対象にアンケート調査を実施した。

## 1. コミュニティ・ベース・ツーリズム (CBT) とは

### 1.1 コミュニティ・ベース・ツーリズムとは何か。

コミュニティ・ベース・ツーリズムとは何か。タイ国観光非政府組織RESTでは次のように定義されている<sup>1)</sup>。

「CBTとは、環境的、社会的、文化的持続可能性を考慮したツーリズムである。それは、観光客がコミュニティと地方の生活様式について意識を高め、学習することを促すことを目的とし、コミュニティによって、コミュニティのために、管理、運営される。」

しかしながらこの定義では重要なポイントを理解することが難しい。CBTとは何かについてすでにその詳細を別のところで検討しているが、CBTとは一言で言うならば「コミュニティの、コミュニティによる、コミュニティのためのツーリズム」ということができよう<sup>2)</sup>。

「コミュニティのツーリズム」とは、コミュニティに由来し、その起源をもつツーリズム、観光であるという意味で理解したい。ツーリズムの対象は地域のコミュニティに由来する文化や生活様式、さらには自然などである。文化や生活様式がコミュニティに由来するということは容易に理解できようが、自然も同様で本来特定の個人や企業に属するものではない。地域の自然は地域住民に生活と密接に関わってきたからこそ守られてきたのであり、活用されてきたのである。自然景観、都市景観などの景観に特定の所有者が存在しないように、観光の対象となる自然・文化・生活も同様の性格をもつ。そのような意味で、本来的にツーリズムの対象となるもの自然・文化・生活は「公共財」であり、その公共性はコミュニティに由来するのである。コミュニティが自らの文化、生活様式、自然を、コミュニティ全体に関わる観光資源であると認識することから出発することが重要なのである。

「コミュニティによるツーリズム」とは、ツーリズムの担い手がコミュニティであることを意味する。従来ツーリズムは観光開発業者などその地域・コミュニティとは全く関係のないものが開発の主体となることが多かった。ツーリズムの担い手がコミュニティであるということはこれまであまり発想されてこなかったものであろう。

ツーリズムの企画、管理、運営の担い手がコミュニティであるためには、コミュニティ内にその担い手となる組織が、コミュニティ全体の了解のもとに、常にコミュニティと関係を持ちながら存在しなければならない。それによって初めて、コミュニティ主導のツーリズムというものが可能となるのである。

しかしながら、コミュニティ全体の了解のもとでの組織作りは容易なことではない。タイ国において大学付属のCBT研究所をはじめ様々な観光関係諸組織がコミュニティを積

極的に支援をしているのはこの組織作りや住民の意識形成が容易でないことをある意味反映している。我が国においても観光の担い手は、行政や観光組織が中心であるが、観光組織は直接的に観光に関わる人たちであり、そのメンバーで形成されている観光組織が市町村あるいは県や国との行政と関係を持ち、様々な施策を立案・実行するという形をとっている。そこでは観光に直接関わらない地域住民はその政策や取り組みに意見を述べる機会ほとんど保障されていない。

実は観光は地域全体に関わる様々な問題を生じさせる。例えば我が国においても世界遺産に登録された観光地が観光客の急増により、ゴミの投棄やゴミ急増による処理問題、交通障害や駐車場問題が発生するなど、観光客の急増は地域住民の日常生活にも大きな影響を及ぼしている。そのように考えると、直接的に観光に携わらない住民も観光のあり方に直接的に関係を持つ保証がされていることは重要である。「コミュニティによるツーリズム」という発想は決して突飛なものではなく、画期的なものと言わなければならない。

Nopparat Satarat は、担い手としてのコミュニティが、実際どのようにツーリズムに関与すべきかについて、①決定、②実行、③利益、④評価の4つの項目を挙げているが、これらの項目はコミュニティがツーリズムへの真の担い手であるのかどうかを見る指標ということもできよう<sup>3)</sup>。「コミュニティによるツーリズム」はこのうち①決定、②実行、④評価に関わるものである。

「コミュニティのためのツーリズム」とは、ツーリズムがコミュニティの利益につながるものでなければならないという極めて常識的な内容ということもできよう。しかし実際には観光業に直接関わる住民のみに利益がもたらされる場合が当然多い。直接的に観光業に関わらないコミュニティの住民にとっても利益が配分されることが重要な要素となる。これはもちろんツーリズムの担い手がコミュニティであるからこそ、コミュニティ全体の利益を考えながらツーリズムを進めることを意味する。コミュニティに存在する観光資源はコミュニティ全体に関わるものがほとんどである。自然環境や生活、文化などいずれもコミュニティと切り離して考えることはできない。そのようなものが観光資源として活用されることを考えるならば、当然その利益は一部の観光に携わるもののみが独占すべきものではなく、直接的に観光に関わりを持っていなくても、その利益を享受する権利を持っている。

これは同時に、ツーリズムが「コミュニティのため」に利益をもたらすためには、自然環境や生活、文化が存続可能でなければならない。ツーリズムによる自然環境の破壊は論外であるが、コミュニティの生活や文化がツーリズムによって全く変化をしないということはない。それまで孤立した生活をしていた山岳民族の人たちがCBTに取り組むことは当然経済的利益を求めてのことであり、これまでの生活や文化を経済的利益につながる＝商品化するということは避けられない部分もあろう。文化の観光化という事態も想定される。しかし、ここで重要な点は、そのような商品化、観光化がコミュニティ住民の生活のために良い方向に向かっているかどうかである。そのような意味でも、「コミュニティのための」ツーリズムは、先の定義にある「環境的、社会的、文化的持続可能性」が保障されるものでなければならない。

## 1.2 CBTへの世界的注目

CBTは、Peter Murphyが1985年、*Tourism: a community approach*を出版し注目を集めるきっかけとなったが、既に1980年代には学者やコミュニティ活動家などから関心を持たれていたといわれる。それがさらに世界的に注目され始めたのは、1992年国連環境開発会議において「持続可能な開発」が提唱され、その観光領域での実践として、これまでのマス・ツーリズムに対するオルターナティブとして提唱されたことによる。マスに代わるサステナブルでオルターナティブなツーリズムの一つとして、コミュニティを土台としたツーリズムがまさに、Community-based Tourism だったのである。もちろんCBT自体は、タイ観光全体から見るとかなり小規模で、その比率も低い。Payap大学CBT研究所のWorapong氏の話では、2010年の研究では、CBTはタイ観光全体の1%程度に過ぎないという。しかし、そのコミュニティ文化の保全、コミュニティ住民の自らの生活や文化に対する誇りを持つという点では重要であるという話であった。観光大国タイにとってはCBTの比率は決して高くないが、サステナブルなコミュニティの形成・維持、そしてその理念やコミュニティに与える文化的影響は、経済的効果以上に重要であるといわなければならない。

タイ国ではREST (Responsible Ecological Social Tour) が組織され、1997年には様々な活動を展開し、政府観光局TATが、1998年に「ナショナルエコツーリズム政策」を宣言し、1999年には地域観光 (community tourism) を強化するためにアグロ・ツーリズムやホームステイ・ツーリズムの推進し、地域コミュニティの保全と利益をもたらす持続可能な新たなツーリズムとしてCBTを積極的に推進している<sup>4)</sup>。

CBTの取り組みはタイ国だけではなく、発展途上にあるアジア諸国さらにはアフリカ諸国においても展開されている<sup>5)</sup>。タイ国を含むASEAN諸国ではCBTに関する研究交流の一つの成果として、2016年にASEAN Community Based Tourism Standard を呈した。これは2012年から15年に進められたASEAN Tourism Strategic Planの一つの成果ということであるが、これはいかにASEAN諸国がCBTに関心を持ち、積極的に推進したいかを示すものということもできよう。

ではなぜCBTに大きな期待を寄せているのか。その主要な理由は、脱貧困政策としての期待である。東南アジア諸国をはじめ、発展途上にある国の多くは貧富の格差が激しく、特に近年のグローバリゼーションの影響により、都市部と農村部、中央と地方との格差が顕著になっている。CBTは、格差の中で取り残されつつある農村部、地方にこれまでにない利益をもたらすことができると期待されているのである。また、観光はよく言われる通り他の産業に比べて多くの投資を必要とせず、推進することができる。コミュニティの自然、文化、生活そのものを観光資源にすることにはそれほど投資は必要としないからである。

これらの理由に加え、忘れてならないのはCBTが地域の自然、文化、生活様式を持続可能にするものとして期待されている点である。ともすれば観光開発は少数民族などの伝統的な文化や生活様式を変質させることも多々ある。これに十分な配慮をしながらコミュニティの住民自身が主体的にCBTに取り組むことが、持続可能性を高めることになるのである。

以上のような理由は、実は我が国の観光政策においても注目しておかなければならない

視点でもある。特に地域の自然、文化、生活様式を持続可能にする観光のあり方、それを支えるコミュニティという視点は重要であろう。

## 2. メイカンボン村CBTの成功とその特質

### 2.1 タイ国のCBTとメイカンボン村

タイ国のCBTは、2005年資料によると全国で132の村で実施され、地域別では北部72、東北部26、東部25、中央部、18、南部11となっている。2014年の段階では、151か所がCBTとして認定され、全国各地に点在しているが中でもチェンマイ市を中心とする北部で積極的に展開されており、CBT研究所のあるPayap大学もチェンマイ市内であり、タイ北部がCBTの最も活発な地域ということができよう。CBTを進めている北部や東北部、そして南部のコミュニティは少数民族のコミュニティが数多く含まれている。その理由としては二点があげられる。第一は、CBTが本来、脱貧困政策の一つとして位置づけられているという点である。少数民族の多くは山岳地域に生活をし、十分な収入を得ることができずにいる。そのために少数民族の中には違法な大麻栽培などを行っているものもいる。これらを取り締まるだけでなく、代替として観光を奨励しているのである。

第二の理由は、少数民族の持つ観光資源の豊かさである。山岳地域の自然資源に加え、色鮮やかな民族衣装や民芸品、民族独自の生活スタイルなど魅力的なものを多く持っている。この点でもCBTを可能にする基盤を持っているということができよう。

しかしながら、そこには多くの困難があることも指摘しておかなければならない。その理由の一つは地理的に不利な条件の場所が多いことである。少数民族の多くは山岳地域に生活し、道路整備などがあまり進められておらず、観光客にとってはアクセス困難な場所にある。もう一つの理由は、CBTを進めるための組織づくりが容易ではないという点である。少数民族の多くは独自の文化や生活を持ち、CBTを指導するリーダーの育成が困難な側面を持っていることを指摘しておきたい。

多くのCBTで最も成功しているCBTの村の一つがメイカンボン村である。メイカンボン村はタイ北部の中心都市チェンマイ市から自動車で約1時間、北東50kmに位置し、6つの集落からなる人口300人強の、標高1000メートル前後の高地にある。村の7割は森林におおわれ、村には川が流れその上流には滝があり、夏訪れても、冷涼な場所である。メイカンボン村の村民はタイ族であり、少数民族ではない。メイカンボン村はチェンマイ近郊であるが、村への自動車の通れる道路が整備されたのは1975年のことであり、その後1981年にロイヤル・プロジェクトが実施されるなどこの時期からようやく生活環境が整備されてきたのである。

メイカンボン村がCBTに成功した理由について、Nick Kontogeorgopoulosらは、次の三点を挙げている<sup>6)</sup>。それは、幸運な環境、外部支援、リーダーである。

「幸運な環境」とは、一つにはその自然環境である。標高のある冷涼な溪谷に位置する村は観光にとって恵まれた環境だったといえよう。村は森林に囲まれ、村内には川が流れ、せせらぎを聞きながらコーヒーを飲んだり、くつろぐことができる。足を延ばせば、滝があり、森林内を探索するツアーなどもある。メイカンボン村は幸運なことにその場所が観光都市チェンマイの近郊で、自動車で1時間程度で行ける恵まれた条件にある。チェン



マイ市自体が古都であり、歴史をさかのぼれば地方王朝であったランナー王朝の中心都市であり、市内にはその城壁の一部が今でも残っている。チェンマイを観光で訪れる人たちにとって、少し足を延ばせばチェンマイとは異なる自然を楽しむことができる場所が身近に存在するのである。これらを総称して「幸運な環境」といつている。

第二は「外部からの支援」の充実である。TRFやTAT、大学など様々な政府あるいは非政府機関が住民向けのトレーニング（例えば音楽演奏のチーム作りやマッサージを習得するための研修など）やマーケティングを行い、CBT成功の支援をしたのである。私が2012年に訪れた時に、地域住民に対する外国人旅行者向けの英語力向上のためのセミナーが、チェンマイ大学の支援のもとで行われていた。いわば全国のCBTモデル事業とでも呼べるような手厚い支援が行われたのである。

第三は、マイカンボン村長のリーダーシップである。インタビューによると当時の村長（現在の観光リーダー）は2019年現在67歳、1996年44歳の時に村長になり、村長を3期15年、2011年まで務めた。その後はコミュニティ観光委員会のリーダーとして活動し、今でも人望が厚い。村長は村外の生まれであるがその後村に移り住み、村のリーダーとなった。後も積極的にCBTや国内外の観光を視察・研究し（日本にも訪れたことがある）、活動的で開明的な人ということできよう。

しかしながらそのリーダーシップは強権的なものではなく、住民との十分な話し合いに基づいて進められた。先に述べた「コミュニティによるツーリズム」であるためには、①決定、②実行、④評価、があってはじめて「コミュニティのためのツーリズム」として、③利益をもたらすことができる。マイカンボン村がCBTに取り組むためにリーダーは村民全員が参加する水力発電協同組合のもとにCBTホームステイ事業を立ち上げた。事業での収入の配分、経営者の取り分などはそこで決定されている。そのリーダーシップは決して独裁的なものではなく、民主的な手続きを踏まえて進められていることがわかる。

以上な要因に加え、忘れてならないのはメディアによる情報発信である。マイカンボン村がTATで全国的な賞を受け（「観光大賞」のようなもの）、それがきっかけでメディアに取り上げられることが増えた。

しかし単に既存メディアに取り上げられただけではなく、訪問客がSNSを活用し、積極的に村の魅力についての情報発信を行ったことを忘れてはならない。あまり知られていないが、タイはSNS大国でもある。2013年の調べで、facebookユーザーが2400万人を超えており、タイの総人口約6800万人の35%が利用していることになる。ちなみにわが国ではユーザー数2200万人、人口の20%程度である。しかもアクティブユーザーは半数以上で、世界で最もfacebookを利用している人が多いのがタイ・バンコク市だという資料もある。実は我が国以上にタイ人は積極的にSNSを活用し情報発信をしているのである。2010年代以降の観光客急増の背景にはこの要因があることは確かであろう。

## 2.2 メイカンボン村CBTの実態

マイカンボン村のCBTは先に述べた「コミュニティの、コミュニティによる、コミュニティのためのツーリズム」という点でも最も成功した事例の一つである。マイカンボン村の観光資源の第一は自然そのものである。しかしより魅力ある観光地であるためにそれ以外の観光資源の開発や観光客がマイカンボン村に利益をもたらす仕組みを作る必要があ

る。メイカンボン村ではその主要な取り組みであるホームステイ・サービス以外に、森林探検や自然観察などのローカル・ガイド、タイの伝統的な音楽などを提供する文化的パフォーマンス、マッサージ提供するグループなどを様々なグループに分かれ、魅力ある観光地づくりを進めてきた。

ここで重要な点はコミュニティの村民の合意のもとに観光地づくりが進められたことである。ホームステイ経営のみならず、様々なアクティビティを提供するグループも村民の合意の下で作られ、専門家の指導を受け、スキルを身に付けたうえで実施されている。

これらのサービスは基本的にコミュニティのメンバーしか担当できない。以前メイカンボン村出身の女性と外国人男性の夫婦がプライベートな宿泊事業を行おうとしたが、これはコミュニティ主導の原理に反するものであり、コミュニティ内の大きな問題となった。村の僧侶の仲介もあり、コミュニティとしては他のホームステイメンバーと同様、一定の利益をコミュニティに還元するとの合意ができたがその後それが実行されず、コミュニティとの対立が生じるところとなった。結局、最終的には夫婦が村を離れることにより決着を見た。これは「コミュニティによるツーリズム」という原則に反するとの意識が働いたと考えられる。

ホームステイ事業において重要な原理は、平等性である。ツーリストをホームステイさせるときは、村長を経由して、順番に受け入れることとなっている。事情によりホームステイを受け入れられない場合は次のホームステイ受け入れ家族に紹介される。このような受け入れルールが明確であり、基本的に平等になる仕組みとなっている。

ツーリズムに関わる上記のサービスは基本的にコミュニティリーダーである村長を唯一の窓口にして進められてきた。これにはCBT開始当時のメイカンボン村の情報環境が影響している。リーダーの話では、2001年リーダー自らがアンテナを購入し、電話予約を受け付けることができる情報環境を整備したとのことであった。そのために必然的に受け入れが一元化されなければならなかった。これによってある意味ルールの明確さと平等性が保障されたとも言えよう。

様々な取り組みの中でもっとも重要な取り組みはホームステイ事業である。2000年当初の宿泊料金は1泊100バーツであったが今日では、宿泊料金として1泊400バーツ、食事代は160バーツとなり、ホームステイ・オーナーに380バーツが渡り、残りの180バーツはコミュニティ全体に還元される。そのうち100バーツは村のファンドとなり、その他は雑費として利用される。コミュニティ全体に還元されたファンドは、村の電力協同組合（30%）や開発基金（20%）、観光マネジメント・インフォメーション代（25%）、社会福祉基金（15%）、村の会議運営費（10%）として配分されている。社会福祉基金は、出産（時2000バーツ）、死亡（時2000バーツ）、教育支援金（学費援助）などにも利用され、利益が村全体に波及する仕組みとなっている。まさに「コミュニティのためのツーリズム」ということができよう。

以上みてきたようにメイカンボン村は「コミュニティの、コミュニティによる、コミュニティのためのツーリズム」を実現し、同時に成功したCBTの村となったのである。

### 2.3 メイカンボン村のコミュニティとしての特質

上記のような成功の背景にはメイカンボン村の「コミュニティとしての結束の強さ」に

あることを指摘しておかなければならない。村内のコミュニティのルールを守らない者に対して毅然とした対処をした例はそれをよく表している。このような「コミュニティの結束の強さ」が生まれる背景には何があるのか。それは一つに村が自然的に隔離した状態に長く置かれてきたことが影響していると思われる。現在では道路も整備され、村へのアクセスも容易になっているが、これは観光開発が進むと同時に整備されたものであり、自動車で訪れるには今でもかなり狭い場所や上がり下がり大きな場所もある。また、先に述べたように電話が使えない情報環境にあり、村自体が孤立した状態だったということもできよう。

これらの条件に加え重要なポイントは、村の共有財の存在があると考えられる。村は以前電気のない状態であった。これを改善するために、村では国の援助により、小規模水力発電を進め、そのための協同組合が整備された。村全体の共有財としての水力発電所が整備され、それをコミュニティのメンバーが管理・運営をするという経験はコミュニティの共同性の顕在化であり、コミュニティとしての結束を強くするものであったことは想像に難くない。

## 2.4 メイカンボン村観光の成功

2001年村長が自費でアンテナを購入し、電話予約を開始し、わずか7軒のホームステイから開始されたツーリズム事業は、観光大賞の受賞、メディアによる宣伝効果などにより、今やチェンマイ近郊の観光拠点の一つとなった。ホームステイ経営は年々増加し、2012年には28軒に増え、特に、2015年に観光客が急増し、リーダーの話では、観光客が3倍近く増加するに至ったとのことである。

PAYAP大学CBT研究所Worapong氏へのインタビューでは、2013年までのマイカンボン村での観光は、CBTが8割でマス・ツーリズムが2割程度であった。それが、メディアに注目されたことにより、2014年以降はマス・ツーリズムが7割、CBTが3割程度を観光の比率が大きく変化したとの話であった。そのために、環境問題、ごみ問題、駐車場問題など様々な問題が発生しているとのことであった。

メイカンボン村のCBTは順調に拡大をしていった。2000年時点でCBTに参加した後にプライベートなホームステイ経営に乗り出した2軒を含めると9軒であった。その後の増加は、2004年から2014年まではほぼ年に1軒ずつの増加となっており（2009年、2012年は増加していない）、急激な増加というより、順調に拡大していったことがわかる。

現村長へのヒヤリングによると2019年現在の住民134世帯、346人であるが、そのうち観光ビジネスに関わる世帯は、70世帯に上り、半数以上に増加し、若い世代で村に戻る者も徐々に増加しているとのことであった。

## 3. メイカンボン村CBTの成功に伴う変化

### 3.1 メイカンボン村CBTホームステイ経営の変質

メイカンボン村CBTの地域観光としての成功は新たな局面をもたらす。本来観光客がどの程度地域を訪れるかは予測不可能である。ここに観光の難しさがある。観光客は外部からの流入であるから、需要と供給のバランスは常に不確実であり、コントロールが困難



である。CBTの特質は、このコントロール困難な観光を地域が主体的に取り組み、できる限りコントロールする点にある。

メイカンボン村では地域リーダーの主導のもと、ホームステイ事業を展開した。ホームステイ事業は観光事業の中でももっとも地域に利益をもたらすものである。そこでの原則は地域住民への平等な利益配分である。受け入れの窓口をリーダーに一元化し、受け入れ可能なホームステイ先に順番に観光宿泊者＝ホームステイ希望者を配分することにより、観光客の過剰流入を抑制するとともにホームステイ経営者に平等な利益をもたらすことを可能にしたのである。この点でも地域観光の成功ということできよう。

しかしながら、観光客のさらなる流入は地域観光の在り方に変化をもたらす。メイカンボン村が観光で注目されたことにより、日帰り観光客だけではなく、ホームステイ希望者も増加をする。必然的にホームステイ・グループのみでは宿泊希望者に対応できない状況が生まれる。と同時に、村人の意識も変化を生み、「観光」を自分たちのビジネスとして位置づけようという住民が現れることは想像に難くない。

「平等」な利益配分は一方で自由な経済活動＝ホームステイ経営を求める住民にとっては足かせとなる。「平等」による足かせは次の2点において生じる。一つは、ホームステイの宿泊料金の設定の問題である。地域リーダーを中心としたCBTホームステイは、一律の料金であり、当然自由な料金設定をすることができない。よってホスピタリティを高めるための投資をしても、それにふさわしい自由な料金設定ができない。ホームステイ事業をビジネスと考える観点からは自由な料金設定なしに投資をすることは困難である。

第二は宿泊者の受け入れが自由にできないという制限である。宿泊者の受け入れは、順番にグループ内メンバーで回されるので、ホームステイ経営者個人が自由に宿泊者を受け入れることができない。外部からの通信連絡が整備されない時代はリーダーによる一元管理に妥当性があったが、メイカンボン村にも情報通信網が整備され、だれもがスマホを持ち、ホームページやfacebookを立ち上げ、外部に自分のホームステイをアピールでき、受け入れ可能な時代ではこの受け入れルールは大きな経済的足かせとなる。

これらの2点はいわば自由な経済活動としてホームステイ事業を展開したい住民にとっては「足かせ」以外の何ものでもない。

メイカンボン村は2016年新たな展開を迎える。それまでのホームステイ事業の歴史を振り返ると、1999年、当初7軒から開始されたCBTホームステイ事業が2005年のCBT活動での賞の受賞などによりメディアからも注目され、観光客の増加をもたらす。特に2015年には観光客が急増した。その翌年コミュニティの会議において2016年にこれまで認めていなかったプライベートなホームステイ経営を一定の条件で認めることにした。一定の条件とは、ホームステイ・グループと同様に宿泊者1人当たり、180パーツを村へ還元するという条件である。また、ホームステイ・グループを行っている人はプライベートなホームステイ経営を実施することはできないという制限も設けている。

自由でプライベートなホームステイ運営は認めるが、受け入れた宿泊者からコミュニティに利益を還元される仕組みを作ることによって、宿泊者増加への対応をしたとみることもできよう。

しかし実態は多少異なるといわざるをえないであろう。宿泊料金の村への利益還元は実際にはホームステイ経営者の申告に任されている。実際の宿泊者数を正確に村が管理する

ことは行っていないのでその実態を完全に把握することは不可能である。これまでのホームステイ・グループの透明性から見るとかなり不透明な要素が発生したことになる。

また、ホームステイ・グループのメンバーはプライベートなホームステイ経営をできないことになっているが、実際には家族が経営していれば問題はない。ということは名義上他の家族が経営している形式をとっていれば実際には経営を行っていても問題にされることはないのである。このように見ていくと、これまでの村の管理下で実施されてきたホームステイ経営が、かなり変化したことがわかっていく。

以上のような質的な変化に加え、量的な側面でも大きな変化を生じた。観光リーダーの話では、ホームステイ・グループは現在19軒であるに対して、プライベートなホームステイ経営は、48軒にまで急増している。プライベートなホームステイが公式に許可された2016年からわずか3年で急増したことになる。

### 3.2 ホームステイ経営の開始年度—アンケート調査から

では、ホームステイ経営の推移はどのようになってきたのであろうか。筆者は2019年2月にPAYAP大学CBT研究所の協力を得て、メイカンボン村でのホームステイ経営者に対するアンケート調査及びリーダーへのインタビュー調査を実施した。CBTホームステイ・グループの全世帯19軒とプライベートなホームステイ事業を展開する48軒のうちの23軒を対象としたものである。

下記の表1はアンケート調査を実施したホームステイ・グループと個人経営の開設年次である。観光リーダーの話では、2016年以前には個人経営でのホームステイ経営は認められていなかったが、そのルールが変更されたのちに、ホームステイ・グループから離脱し、個人経営へと形態を変えた経営者が4軒出たとのことである。

観光リーダーのヒヤリングでは、ホームステイ・グループは、2012年に28軒まで増加をしたが、ホームステイ経営のルール変更後、2017年に22軒、2018年には20軒と徐々に減少している。個人経営に転じた4軒以外の減少理由は、経営者の高齢化などによりグループから離脱するものが多いとのことである。

それに対して、プライベートなホームステイ経営はどうであろうか。2016年にプライベートなホームステイ経営が認められたが、経営者の回答では、2014年に1軒、2015年に2件、ホームステイ経営を開始したと回答し、公式に認められる以前からホームステイ経営をしていたことになり、矛盾した回答ということになる。記憶の不確かさによる回答の矛盾と思われるが、以前からCBTとしてホームステイ経営をしていた4軒に加え、メイカンボン村が観光地として注目され、観光客の増加以降に7軒が新たにホームステイ経営に乗り出したことになる。2017年には8軒、2018年には4軒と急増している。今回の調査ではプライベートなホームステイ経営者全体を対象とすることができなかったが先に述べたように、全体の半数近い数であることを考えると、およそこの倍の数がわずか3年に内に急増したことになる。本年のメイカンボン村訪問においても住宅建築があちらこちらで進められており、建築ラッシュというような状況であった。

2019年現在、プライベートなホームステイ経営を行っている住民は48軒に急増し、従来からのホームステイ・グループは19軒となっている。既にホームステイ・グループの倍以上の個人経営が営まれており、ホームステイ経営の在り方が大きく変質したといわざ

表1 ホームステイ経営・形態別の開始年

開始年	homestay-group		private・sector		全体累積
	数	累積	数	累積	
1999			1	1	
2000	7	7	1	2	
2001	1	8			10
2002					
2003					
2004	1	9			11
2005	1	10			12
2006	1	11			13
2007	1	12	2	4	16
2008	1	13			17
2009					
2010	1	14			18
2011	1	15			19
2012					
2013	1	16			20
2014	1	17	1	5	22
2015	2	19	2	7	26
2016			4	11	30
2017			8	19	38
2018			4	23	42
		19		23	42

るをえない。

### 3.3 ホームステイに関するCBTグループとプライベート経営者達との差異

メイカンポン村はこれまでのCBTによるホームステイから、観光客急増に伴い、2016年からプライベートなホームステイ経営を可能にした。これは単にホームステイ経営のあり方に新たな方法を導入可能にしたという単純なものではない。

CBTによるホームステイ経営は、既存住宅の部屋を、ホームステイを希望するツーリストに対して部屋を貸す形式のものである。よって、従来からの生活が前提となる。これに対して、プライベートなホームステイ経営に乗り出す住民はホームステイを主要な収入源とし、積極的な経営に乗り出そうとするものであり、ホームステイに対する考え方がかなり異なる。これはホームステイ希望者の受け入れ方に顕著に表れている。先に述べたように、CBTホームステイ・グループは受け入れを順番に回すことになっており、共同で同時に原則平等である。

これに対して、プライベートなホームステイ経営者は当然個人経営者であるために、その受け入れ方法や人数、料金設定など自由である。当然その規模など大きく異なることに

なる。「ホームステイ」という名称は同じであろうがその質やあり方は大きく異なるといわざるをえない。

さらに、プライベートなホームステイ建築の急増は、これまでの昔ながらの村落の景観を変化させることにもなる。先に述べたように、CBTホームステイ・グループは19軒であるのに対して、プライベートなホームステイ経営者は、48軒に急増している。これはわずか3年のことである。CBTグループからの変更をした者もいるが、それを除いても3年間で44軒、年平均15軒近く増加したことにある。では従来のホームステイ・グループとプライベートなホームステイ事業者とはどのような違いがあるのかを次に見ていく。

#### 〈年齢比較〉

アンケートに回答したホームステイ・グループのメンバーと個人経営者を比較するとホームステイ・グループメンバーの平均年齢は59.5歳、それに対して個人経営者メンバーの平均年齢は52.2歳、7歳以上の年齢差があり、個人経営者のメンバーが若い。年代別にみるとホームステイ・グループメンバーは、40歳代1名、50歳代8名、60歳代8名、70代1名となっている。これに対して、個人経営者メンバーは20歳代1名、30歳代2名、40歳代7名、50歳代5名、60歳代7名、70歳代1名となっており、ホームステイ・グループでは、その中心が50歳代、60歳代であるのに対して、個人経営者メンバーでは、ホームステイ・グループにはいない20歳代、30歳代のメンバーがおり相対的に若い世代が個人経営に乗り出していることがわかる。

表2

年齢	H・G	P・S
20代		1
30代		2
40代	1	7
50代	8	5
60代	8	7
70代	2	1
平均年齢	59.5	52.2

#### 〈ホームステイ経営にあたっての住宅建築・既存のものか新築か〉

表3は、ホームステイを開始するにあたって、既存の住宅を利用したのか、それとも新たな住宅を建築したのか、あるいは両方なのかを設問したものへの回答である。アンケート調査対象では、CBTホームステイ・グループの19軒では新たに住宅を建築し、それを利用しているのは、3軒16%であるのに対して（これらの3軒はいずれも既存の住宅を利用している）、プライベートなホームステイ経営者では、新築と既存の住宅を両方使っているものが2軒9%であるが、新築のみを利用しているものが15軒65%にも及んでいる。このことから、ホームステイ経営のためにのみ新たに住宅をつくり、経営に乗り出したことがうかがえる。

表3 既存・新築

	既存	新築	両方
H・G	16 (84%)	0	3 (16%)
P・G	6 (26%)	15 (65%)	2 ( 9%)

〈家屋の利用・部屋数と改修の有無〉

表4は、ホームステイ経営にあたっての部屋数の数である。CBTホームステイ・グループではホームステイに利用している部屋数が、1部屋2軒、2部屋9軒、3部屋7軒、4部屋1軒で最も多い部屋数でも4部屋であり、自分たちの保有する住宅の2、3部屋を利用するという形をとっており、自分たちの生活のための住宅の一部をホームステイ希望者に貸すという、通常考えるホームステイのあり方に該当する利用形態であることと言える。

それに対してプライベートなホームステイ経営は表のとおり、最も数が多いのが4部屋を利用というもので、5部屋3軒、最も多い部屋数は8部屋となっており、通常のホームステイ事業というよりも、明らかにビジネスとして外部の観光客を宿泊させることを目的とした経営であるといえる。

表4 部屋数

	1部屋	2部屋	3部屋	4部屋	5部屋	8部屋
H・G	2	9	7	1		
P・S	2	3	5	9	3	1

〈受け入れ可能人数〉

これは表5の受け入れ可能人数にも表れている。CBTホームステイ・グループでは、最大12名受け入れ可能との回答もあるが、最も多いのが6人（5軒）で、次いで7人、10人の4軒であり、平均すると7人程度となっている。これに対してプライベートなホームステイ事業経営では、最も多いのが10人6軒で、最高は30人受け入れ可能との回答もあった。平均すると12人程度であるが、ホームステイ・グループにはない14人以上受け入れができるという回答数が、8軒もあったことは、これまでのホームステイのイメージとは異なる宿泊ビジネスを展開しているといってもよいであろう。

表5 受け入れ可能数

	3人	4人	5人	6人	7人	8人	10人	12人	14人	15人	18人	24人	25人	30人	平均人数
H・G	1	1	1	5	4	2	4	1							7.26
P・S	0	1	1	2	0	4	6	1	2	2	1	1	1	1	12.17



#### 4. メイカンボン村の変化

メイカンボン村はCBTの村として大きな成功を収めた。それによって観光客も増加し、村は大いに潤ったといえよう。先にも触れたが、コミュニティをベースにする観光であることによって、ホームステイ事業などの観光収入の一部はコミュニティ全体に入り、それが冠婚葬祭への援助や子供たちへの奨学金など、様々な形の福祉事業を通じてコミュニティの住民に還元させる仕組みとなっている。

しかしながら、CBTによる地域観光は、あまりに期待以上の成功をおさめたときに、その性格を変質させることとなる。CBTの村として出発したメイカンボン村には大量の観光客を訪れ、それに伴う大きな変化を求められた。それがホームステイ事業の「自由化」である。これに伴いホームステイ事業は観光ビジネスとして展開されるようになった。

これによって、メイカンボン村は観光を主軸とする村へと変化しつつあるともいえる。先に述べたが、何らかの形で観光に関わる世帯は70軒と過半数を超えている。そして、従来の主要産業であったミャン栽培に代わってコーヒー栽培が主要な産業となりつつある。(栽培軒数についてはインタビューの対象者により回答が異なった。あるリーダーは40軒といい、別のものは80軒とのことである。)コーヒー栽培は二つのグループに分かれ、前の生産・販売を行っており、観光客への土産物としても販売されている。

ホームステイ事業者の増加は当然村の景観へも影響を与える。これまでの自然豊かなメイカンボン村はその道路沿いに様々な宿泊施設が点在するようになった。

観光客の増加は地域のゴミ問題も深刻化させている。コミュニティでは住民のゴミだけでなく、公的なゴミも回収するために予算を組み、回収する人への賃金としている。最近のリーダーの会議でも話題になったのはゴミ問題であったとのことである。

村人の生活は観光の成功によって大きな変化が生じている。いわば観光を軸としたコミュニティづくりが新段階に入ったといえよう。CBTの軸であった「コミュニティの、コミュニティによる、コミュニティのためのツーリズム」の視点から見れば、コミュニティの中でその展開は合意され、コミュニティのためになる仕組みが存続している。しかしながら、自由な経済活動を求める住民の増加により、これまでのようなコントロールが徐々に困難になりつつあることも見逃してはならない。

#### 注

- 1) RESTとは、タイ国の政府機関 Responsible Ecological Social Tours の略称である。
- 2) 拙稿 「タイ国の観光政策とコミュニティ・ベース・ツーリズム (2)」 相山女学園大学「文化情報学部紀要」第14巻 41頁
- 3) Nopparat Satarat (2010) *Sustainable Management of Community-Based Tourism in Thailand*. P. 138
- 4) Niti Wirudchawong (2017) *Policy on Community Tourism Development in Thailand*. pp. 17-18
- 5) アジア諸国やアフリカでの取り組みの事例研究として次のような文献がある。  
P.S.Manhas, D.R. Gupta and A. Gupta (2014) *Strategic Development Policies and Impact Studies of Sustainable Rural and Community-based Tourism*. Primusbooks, (India)  
Jaime A.Seba et al (2012), *Ecotourism and Sustainable Tourism*, .Apple Academic Press (New York)

Derk Hall and Greg Richards, *Tourism and Sustainable Community Development*. Routledge (New York).

- 6) Nick Kontogeorgopoulos, Anuwat Churyen, Varaphorn Duangsaeg (2014) *Success factors in community-based tourism in Thailand: the role of luck, external support, and local leadership. Tourism Planning & Development*.

(補足)

- ・ TAT とは、正式名称 Torism Authority of Thailand の略称であり、日本の観光庁にあたる政府機関である。
- ・ 1 パーツは、約 3.5 円である。(2019 年 9 月レート)