

# シェアリングエコノミーの プラットフォームとしての道の可能性 キッチンバスを活用した学生イベントを通しての実証

地域にある既存の施設や自然環境を地域外の人にもシェアし、有効活用する——。コロナ禍で打撃を受けた観光分野においては今後、このシェアリングエコノミーが重要なになると考えられ、道路もまたプラットフォームとして期待されている。札幌国際大学の観光学部では、探究型学習の一環として「キッチンバス」を活用したプロジェクトに学生達が挑戦。指導を担った藤崎達也准教授に、新たな道路活用の可能性についてご寄稿頂いた。

## 1 はじめに

コロナ禍を受けて観光業界は未曾有の打撃を受けた。2020年冬、北海道の緊急事態宣言直後の影響は特に大きく、稼働率が通常60~70%台の北海道のビジネスホテルなどは同年5月には7%台まで落ち込み、その影響の長期化はこれまでのSARSなどによる需要落ち込みの比ではない<sup>1)</sup>。また筆者はアウトドアガイド会社を経営していたこともあり、アドベンチャーツーリズムの国際サミットを控える中、同時期、アウトドア事業者らの実態を調査したところ、回答をいただいた北海道内72の事業者の全てが「コロナ禍が経営に影響を及ぼしている」とし、約2割の事業者が廃業を考えているほどであった<sup>2)</sup>。このように観光業界は、宿泊及び観光コンテンツの担い手とともに大きな打撃を受けたことが明らかとなっている。さらに、観光業界の方々にインタビューすると、データばかりでなく、かつてのお取引先の困窮を伺う機会が増えて来ていた。

「アフターコロナ」など未来の観光を見据えた提言も必要である一方、おそらく観光が回復するまでのいわば「移行期の観光」についてより実践的で具体的な研究を行う必要があると、私は一研究者として考えている。密を避け、しかし北海道という広い土地を持つ観光地の宿命として大量に送客する、というこの命題をどのような形で解決していくことができるのか。

筆者はかつて北海道の住宅宿泊条例策定の際の調査を依頼された。世界中の旅行者が便利に利用していたにもかかわらず、当時アンダーグラウンドとしてその全体像が隠されていた民泊事業者の実態調査を行った経緯から、シェアリングエコノミーにこそ次世代観光のヒントが



札幌国際大学  
観光学部観光ビジネス学科  
准教授

藤崎 達也 氏

隠されていると提案させていただいていた。そもそも観光はもともとあった自然景観や歴史建造物などをシェアして楽しむ活動といつてもよく、元々シェアリングエコノミーとの相性は良い。シェアということをより掘り下げていくことが最近の研究テーマの一つであるが、例えば民泊以外にも十勝の雄大な畑を借りてガイドをする「いただきますカンパニー」や、移動式サウナ、ホテル敷地でのグランピングなど、シェアリングエコノミーを活用した多彩なサービスが人気を得ていることは周知の事実である。様々な課題や企画をシェアという視座で見つめ直すと、アフターコロナの観光に向けての新しいサービスのあり方が見えてくるのではないだろうか。これに伴い、この冊子のテーマである「道路」の役割にも柔軟な視点が求められていると言える。

この寄稿では、本学の地元札幌市清田区にあるバス会社との連携で行われた、本学オープンキャンパスでのキッチンバスの展示と(写真1)、地元食材を使い、有名料理人に監修を依頼したカレーを提供した実践演習から見えた「シェアリングエコノミーのプラットフォームとしての道の可能性」について述べていきたい。



写真1 オープンキャンパスにおけるキッチンバス展示の様子

## 2 「クルーズキッチンバス」のビジネスモデル

コロナ禍は観光産業にとって経験したことのない事態ということがいえる。裏を返せばその後の対策は誰にも正解が分からず、地域の意欲や具体的な動きがものを言うと考えられる。このように述べる際、私たちはしばしば「地域」という言葉を用いるが、長年観光地域においてガイド事業を営んでいた経験から申し上げると、「地域の誰々」「地域の何々の活動」と固有名詞が出ることが重要と考える。その点この(株)クールスターが運営する「クルーズキッチンバス」は曖昧になりがちな活動に具体性を持たせる働きがある。ここでは、地域を具体的に動かすソリューションとしてのビジネスモデルを述べたい。



写真2 (株)クールスターの「クルーズキッチン」

### (1) (株)クールスターのビジネスモデル

同社は2016年に創業、「クルーズキッチン」と呼ばれる大型バスを厨房に仕立てたバス(写真2)の派遣サービスなどを中心の業務としている。北海道の地方に観光に行くと、海産物や農産物では優秀な食材が手に入るにも関わらず、地域にそれらを扱うレストランがなかったり、外国人富裕層などが満足いくようなレベルでの調理・給仕ができないという課題がある。同社は移動できる

本格的な厨房というコンセプトで「全ての絶景が、レストランになる」を合言葉に、主に地域のイベントなどで稼働していた。その際、例えば畠の真ん中にその日限りのレストランを開く際の駐車スペース、調理をする際の料理人、給仕をするスタッフ等々は全てシェアサービスとなり、このクルーズキッチンを呼ぶことそのものが観光まちづくりと直結する。例えば、札幌から料理人を連れていくこともできるし、地域でまかなうこともできる点など、その土地土地の事情に見合った展開が可能であるからである。

これまで、観光地では一流の調理人に派遣を強いたり、あるいは現地で調達できる料理人のレベルで我慢をするということが一般的であった。しかし、観光業のような季節変動の大きな業態においてはそれらは大きなリスクとして存在し、一流の食材があり、求める旅行者がいるにも関わらずビジネスとして踏み込めない領域であった。それをこのクルーズキッチンはシェアリングエコノミーを活用して実現し、地方の観光提供のオルタナティブ～新たな選択肢～を示しているといえる(図1)。

### (2) ソリューションが揃っていないところがソリューション

ここで特筆すべき点が、(株)クールスターが提供するサービスが極めて限定的であるという点である。簡単にまとめる表1の通りで、観光地域で活用する場合は、地域側が検討しなければならないことが多いことがわかる。つまり地域としての力が問われる部分であり、逆に言えば(株)クールスターのサービス提供を地域で取組むこと自体が観光まちづくりであるといえる。

このような仕組みは、大学で観光を学ぶ上でも示唆に富み、今夏、実際に学生とのイベント企画を行った。以下にご紹介する学生たちの取り組みは、各観光地域等で応用する際の参考にしていただきたい。

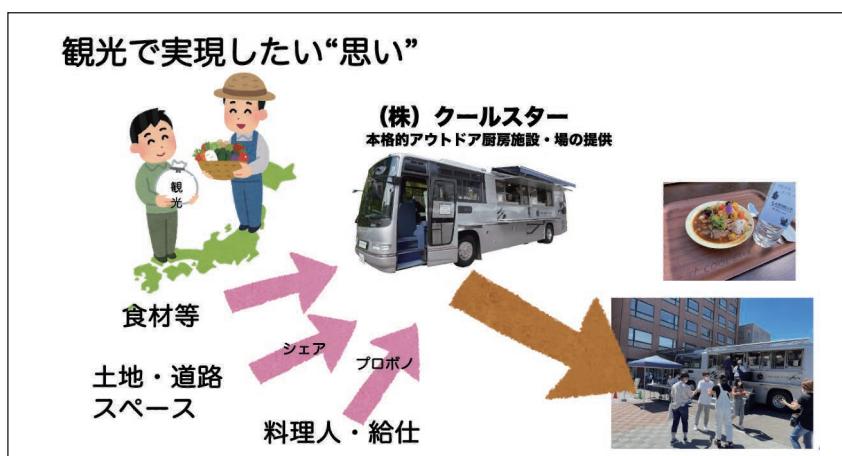


図1  
(株)クールスターのサービス

表1 クールスターのサービス

項目	クールスターでの対応	備考 ※これらの検討が地域観光の実力を測る
客を乗せての移動	×	白ナンバー登録。スタッフ等の移動のみ
調理	△	調理人の確保が必要。実績も多いため紹介などは可能
給仕	△	数名の基本スタッフのみ
食材の調達	△	実績も多いため紹介などは可能
テーブル・椅子	○	基本的なセットのみ
場所の確保	×	主催者側が準備
広報・集客	△	協力しての実施は可能

### 3 学生による企画「旅するカレー屋SIUプロジェクト」

この企画は、「国際観光探究」という授業の中で取り組んだ。履修している学生は総勢で48名。この科目は学習者自らが課題を抽出し、その課題解決に向けたチームプロジェクトを実行し、何らかの結論まで導き、それを公表することをねらいとした演習である。課題を見つけ出し、学生の自らの力でプロジェクトを推進する探究型学習であり、観光地でのまちづくりに応用することを狙いとしている。探究型の学習は教員の関与は最小限に抑えられるのが理想である。そのため、講義方法としては少人数のチームを結成し、グループワーク等を通じて、具体的な課題解決のためのプロジェクトに取り組むこととしており、教室での文献調査だけではなく、実地演習(聞き取り調査、課題解決のための実践等)も行うアクティブラーニングとするために自らが課題を見つけ、解決方法や相談する先なども学生自らが選定しプロジェクトを進めた。

#### (1)若者の考える北海道観光の課題

この科目が対象とする2年生の前期ということといえば、まだまだ基礎科目を中心に履修してきた中で、ようやく北海道観光の課題に向き合い始めるタイミングである。その点「ピュアな若者が見る北海道観光の気になるポイント」として、地域の食とその際のフードロス、SDGsを勘案した地産地消やフードマイレージなどを探究テーマとしてあげる学生が多くいた。

当初の課題抽出の結果、大きく①SDGs②国際交流・文化交流③食などが挙げられた。これらはいわゆる“ビッグワード”であることは否めないが、逆に言えば、若い

世代が社会や観光に対して求めていることと言っても良いかもしれない。また、札幌国際大学の観光学部に入学してくる時点で、旅行が好きであり、さらには昨今のインバウンドの隆盛などについては関心のある学生が多い。また留学生も多く、国際交流などについての興味が多いことも特徴といえる中で、若者が観光に寄せる等身大の想いが垣間見られた。

#### (2)ビッグワードから具体的なソリューションへ

しかし、一般的に大学での指導ではこのビッグワードは厳しく指摘される。つまり例えば「環境問題」といった曖昧な言葉を使い、良いことを言ったようなつもりになっているようでは具体的に研究したとはいえない。この当初のテーマ探しに対しては観光学部で学ぶ以上、より具体的にビジネス界で受け入れられるソリューションと、何らかの実装を課すこととなり、今回のイベント開催につながっている。これは地域の観光まちづくりでも言えることではないだろうか。より具体的な手法に落とし込むことが必要なのである。

#### (3)観光まちづくり手法として見たときの本イベントの意義

これらの取り組みの中で、現代の観光地域が抱える様々な課題に直面する。例えば、出来るだけ産地の近くで消費をすることにより、輸送中のCO<sub>2</sub>を削減したり、輸送用の資材を節約したりすることを考えるフードマイレージについて検討するとき、本学の位置する札幌市清田区で食材を調達することは容易ではなかった。このようなことはイベントを通して、新たな提携先を見つけ、さらにはサービスの提供先であるお客様にとっての地域

らしさを検討する上で示唆に富む。観光業はシーズンによる浮き沈みがあるとはいえ、他のビジネスと違わず安定供給することは大きな命題である。そのような中で学生たちが検討したサービスの提供のあり方は、地域での観光まちづくりにおいても大いに参考になるものと考える。このような視点に立ち、これらについて「地域で行うとしたら」という視点を持って、イベント開催まで読み進めていただきたい。

## 4 イベントの様子

### (1) 目的

- ◎学生が取り組みたいと考えることをメインテーマとし、オープンキャンパスで具現化する。
- ◎食を通じ、地域と観光を考える。
- ◎本取組を通じて広く観光を考える(生産者が抱える問題・飲食店が抱える問題・消費者が抱える問題・観光事業者が抱える問題・観光により起る諸問題(人種、食の制限、高齢者、障がいなどによる行動の制限等))。
- ◎イベント構築を通じて、異業種同士のつながりを考える。

### (2) イベント概要

「旅するカレー屋さん～SIU Project～」

■日時:2021年7月31日(土)

※オープンキャンパス10:30～16:00

<料理提供時間>

- ・1st 11:50～12:20
- ・2nd 12:20～12:50
- ・3rd 12:50～13:20
- ・4th 13:20～13:50
- ・5th 15:20～

■会場:札幌国際大学

(札幌市清田区清田4条1丁目4番1号)

■主催:札幌国際大学観光学部観光ビジネス学科

■協力:カレーのマチさっぽろ推進委員会、北海道コカ・コーラボトリング株式会社、JAさっぽろ清田支店

### (3) 内容

オープンキャンパス来場者へ向け、「食と観光」「SDGs」を軸とした学習テーマ発表及び、テーマを踏えた飲食サービスの実施。

■パネル展

- ・清田区の自然が育む豊かな水の紹介、豊かな水をつくる自然を守るために企業の取り組み、商品として手に

するペットボトルにも工夫されているSDGsの取り組みなど

・生産者紹介。どんな場所で、どのように作られているのか、生産者の苦労、こだわり、喜びなど

・協力企業紹介。取り組みなど

#### ■オープンキャンパスでのプレゼンテーション

#### ■移動式大型厨房設備を活用した、食事「札幌国際大学ダイバーシティCURRY」の提供



### 実施概要

#### 【メニュー】 <札幌国際大学 ダイバーシティCURRY>

「札幌国際大学を一言で表すと"多様性"」という学生の言葉からカレーの中で色々な色で表現した。

オープンキャンパスで学生が高校生に伝えたい、「観光で未来を創っていくことを少しでもカレーで伝えられたら」という想いで考案。



※井出剛 考案  
※調理・提供：らっきょ



米：今金町

食材：ベビーリーフ、じゃがいも、にんじん、玉ねぎ、パプリカ(赤・黄)、ブロッコリー(芯も使用)、紫キャベツ、鶏肉、スープ



## 学生活動

札幌国際大学 web site  
(8/12掲載)

The screenshot shows a news article titled '2年生科目「国際観光探究」にてクルーズキッチンバスの取組' (Implementation of the cruise kitchen bus in the second-year course 'International Tourism Research'). It includes several images: people interacting with the bus, a close-up of a dish, and a menu featuring various colorful dishes. The text discusses the collaboration between the university's观光学部 (Tourism Studies Department) and (株)クールスター (Koorsu Star Co., Ltd.) to promote tourism through food.

旅するカレー屋さん web site  
-学生制作-

The screenshot shows the official website for the 'Traveling Curry House' project. It features a large image of a white bus, a close-up of a curry dish, and a menu page with various curry options. The text on the site provides information about the project's mission to promote SDGs through food and tourism.

札幌国際大学 youtube  
(旅するカレー屋さん告知)



## 5 おわりに ~道路への期待

コロナ後の観光を考える際、地域は積極的に「シェア」を取り入れることを考えなければならない。例えば、学生たちは大学のエントランスのロータリー部分を使った。気温35度を超える暑さの中、アスファルトも痛むがインターロッキングの中庭まで乗り上げることはできなかった。たまたま電源も近くから取ることができた。これを地域として考える際、まず「バスを置く場所」「シェアリングサービスを呼び込みやすい場所」のあり方を検討すべきと考える。

道路周辺の空きスペース等を、利活用する際に流行りだけで検討していくには、せっかくのシェアリングサービスを活用できない可能性が出てしまうのである。また観光人材の不足の中、調理人を自前で集めるのを諦めたり、

ましてや移住といったハードルの高いテーマに取り組むよりも、例えば、シェア人材が快適に過ごせる部屋(それも例えば、ホテルや地元企業の従業員寮のシェアや空き家のシェア)を確保することも重要だ。

道路自体をシェアの場所として提供すると同時に、さまざまなシェアリングサービスの検討を活性化させるためのプラットフォームとしての機能が期待されている。

### 【引用・参考文献】

- 1) 「ウィズコロナ、アフターコロナにおける北海道観光～インバウンド再開に向けた安心・安全への正確な情報発信を～」  
日本政策投資銀行 2020年11月
- 2) 「アドベンチャートラベル担い手の危機」藤崎達也  
2020年8月 「観光文化」246号