

**AIRBNB PARTNERS  
INNOVATION PROGRAM**

**Summary**

**Background Reports for Brand Launch**

produced by

**A.DDReC**  
DESIGN FIRM

---

# Live Travel. Discover Your Life with Homesharing.

旅先の日常のなかに、出会いも、発見も、未来もある。





## 日本の美しさを守り、成長を促すホームシェアリングの可能性を追求する—— Airbnb Partnersの皆さまと新たな価値の共創を

パンデミック以前にも高まりを見せていた日本のインバウンド需要は、日本の円安も後押しとなって、V字回復を見せています。観光庁の調査によると、2024年のインバウンド消費額は8兆1,395億円（前年比+53.4%、2019年比+69.1%）となり、過去最高額を記録しました。

その前年には、Airbnbコミュニティが、2022年3月から2023年3月までの1年間で4,055億円を日本の国内総生産（GDP）に貢献し、約4万1,500人の雇用機会を創出したことも明らかになっています。パンデミック以降の新たな旅行トレンドとして、日本人のAirbnb国内利用も加速。「Living Anywhere」の概念は日本でも定着してきました。

1カ所に留まるわけではなく、好きな場所に「居場所」を見つけて暮らすように旅をする。人口減少、生産性の低下、そのほかさまざまな社会課題に直面する日本にとって、そして地域にとって、第二、第三の「HOME」を持つ人の増加は、再び成長を促す後押しになるでしょう。

人々が旅するように暮らし、「ホームシェアリング」がインフラ化した未来では、HOME——「家」そのものや、「家族」のかたち、「日常」や「暮らし」を取り巻くさまざまな“当たり前”がもっと“自由”になるはず。その「場」の良さや伝統も引き立てながら、文化の融合点となっていきまちなや宿泊施設、コミュニティ、コンテンツ、そして課題を解決するソリューションを、私たちはAirbnb Partnersの皆さまとともに創り出していきたいと考えています。

Shared Vision

# ホームシェアリング

この10年ほどで、旅行のかたちは大きく変化してきました。

暮らすように旅する人たちが増え、旅行や観光も生活の一部であり、そこには日常が存在している——

今や、「日常型観光」が定着しつつあるのです。

そんな、旅の、暮らしの、日常のあり方の変化は、

HOME——「家」「家族」「生活」のかたちを変えつつあります。

ホームシェアリングとは、日本らしい【ハレとケ】を映し出す新たな生き方とも言えるかもしれません。



# オープンイノベーションによる価値創造の好機



# 日本におけるホームシェアリング拡大の可能性

Airbnb Japan は「暮らすようにエアビーする、さまざまな地域を訪れる分散型の旅へ」という考え方——「ホームシェアリング」を提唱してきました。その拡大によって新しい動線が生まれることで地域に新しいビジネスが生まれ、周辺を取り巻くステークホルダーが共に発展しながら協調することで、社会は変わっていく——。私たちは、その未来の実現のために、「居心地の良い場所」や「地元にいるような場所」とはどのような場所なのか、そこに生まれるべき新しいビジネスとは何か、ゲストもホストも、そして地域やビジネス関係者も発展しながら協調し合える関係性はどのように生み出していけるのか、Airbnb Partners の皆さんと考え続ける仕組みをつくります。

## GUEST

家や拠点の置き方、  
働き方、暮らし方、  
家族のあり方などが変わる

## HOST

空き家・空き部屋の管理の仕方、  
子育てや介護の仕方、  
地域との関わり方が変わる

## ホームシェアリング 拡大に伴う未来の変化

## LOCAL

地域経済のしくみ、少子高齢化問題、  
伝統や産業の担い手不足問題、  
都会との学びの格差問題などが変わる

## BUSINESS

流動性が高まり、  
動線や生活様式が変わり、  
新たな需要、新たな課題が生まれる

**Our Philosophy**  
**Making Home Sharing the New Infrastructure**

# WELCOME BACK

扉の向こうから聞こえてくるのは、いつもの笑い声。

旅行者たちが帰るのは、ただの宿でもなければひと気のないレンタルハウスでもない。

「ただいま」—— そう言葉をかけることができる友人たちが待つ、居場所です。

人と場所が織りなしてきた思い出の詰まったその場所は、旅行者たちにとって第二、第三のHOMEとなるでしょう。

「おかえり!」—— 故郷に帰ってきた友人たちを、いつでも変わらず迎え入れる場所。

私たちはそんな新たなHOMEを築いていきます。



# 「ただいま」「おかえり」と言い合えるつながりが 日本の「安全性」に新たな価値を生む

ロシア・ウクライナ戦争やイスラエル・パレスチナ戦争のほか、衝突の危機が続く朝鮮半島、中国と台湾の緊張関係、そして米国内の激しい党派対立——と、世界中に「分断」による不安が漂うなか、日本の「安全性」に関心を寄せる外国人渡航者はますます増えています。データサイト「NUMBO」発表の国別犯罪率ランキング（2024年版）では、日本の犯罪発生率は146カ国中138位と低く（G7のなかでは最も低い）、経済平和研究所による世界平和度指数（2024年版）では17位（G7では2位）にランクイン。後者の指標をカテゴリー別にみれば、日本は「社会の安全・治安」でフィンランドに次ぐ2位と評価されています。

銃器の所有が法律で禁止されている日本では、銃犯罪に巻き込まれる危険性が少なく、テロの発生率も高くありません。加えて、日本政府は2022年、「世界一安全な日本」創造戦略と題した治安向上に向けた5か年計画を発表しており、「外国人との共生社会の実現に向けた取組の推進」についても具体的な施策を投じています。

ただ、この施策が必要とされていることから想像できる通り、外国人との「共生」に課題があることも事実。異なる文化、異なる人種の流入によって、マナー問題などを含めた「オーバーツーリズム（観光公害）」もたびたび取り沙汰されてきました。なかには、インバウンド需要の増加が治安の悪化につながると指摘する地域の人たちもいます。

しかしもしも、旅行者と地域の人たちの間に「ただいま」「おかえり」と言い合える関係ができればどうでしょうか。多くの人たちは、その地域の人たちの思いやルールを知り、その友人たちと楽しく過ごせる滞在にしたいと思うはず。きっと、自分の家なら、自分の家族に対してなら……という想像力が働くようになるはずです。

私たちが目指すのは、そんな地域と旅行者のコネクターとなる「居場所」をつくることであり、「文化の融合点」をつくること。訪れた場所で日常を過ごす新たな価値を提供していきたいと考えています。

2024年版 世界平和度指数ランキング（G7を抜粋）

ランク	地域
1位 (11位)	カナダ
2位 (17位)	日本
3位 (20位)	ドイツ
4位 (33位)	イタリア
5位 (34位)	イギリス
6位 (86位)	フランス
7位 (132位)	アメリカ

※「世界平和度指数」は、世界人口の99.7%を占める世界163の国と地域を対象に、現在進行中の国内・国際紛争の程度、社会の安全と治安のレベル、軍事化の度合いの3つの領域にわたる全23の項目について評価される。

※（）内の順位は世界163カ国の総合順位。



## Japan's Housing Issue

# 日本の空き家は900万戸。 2030年には 30%が空き家になる国で進む、 多拠点生活

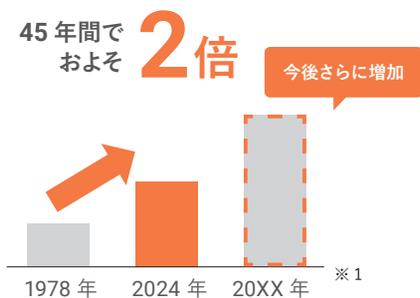
**Japan has 9 million vacant homes.  
By 2030, 30% will be vacant, driving the  
rise of dual-location living.**

人口減少が進む日本では、全国的に「空き家問題」が深刻化しています。2024年時点で国内の空き家数は約900万戸、空き家率は13.8%にまで増加。新築が好まれてきた日本では空き家の改善が進まぬまま新たな物件が建てられてきた背景があり、一部では2030年には空き家率が30%にも上る可能性があるとも推計されています。空き家率が30%を超えると都市環境は悪化し、居住快適性が著しく低下すると言われており、「二地域居住」の促進制度を整備するなど、今、対策が急がれています。

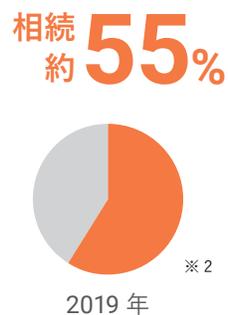
## 空き家の所有者に関するデータ

日本の空き家は地方を中心に増加しつつあるが、3割は未活用

### 空き家の増加率



### 空き家取得の経緯

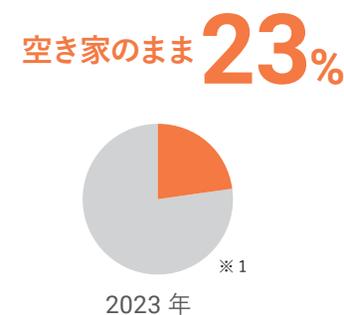


### 都道府県の空き家率



※空き家率20%以上の地域は、山梨県、長野県、和歌山県、徳島県、高知県、鹿児島県

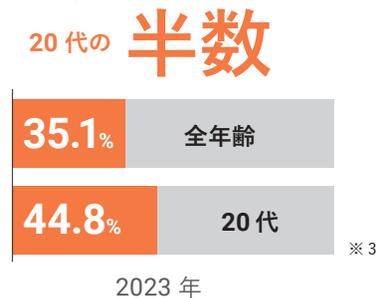
### 今後の活用予定



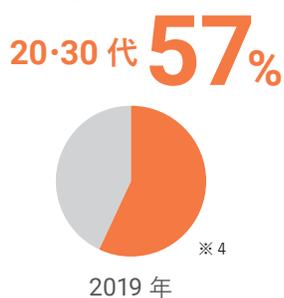
## 空き家の利用者に関するデータ

空き家問題が深刻化する一方で、若い世代の地方移住志向は高く、ホームシェアリングへの抵抗は少ない

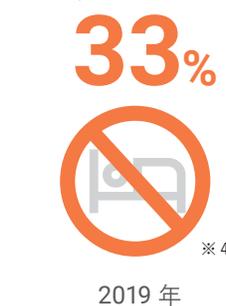
### 地方移住へ関心がある



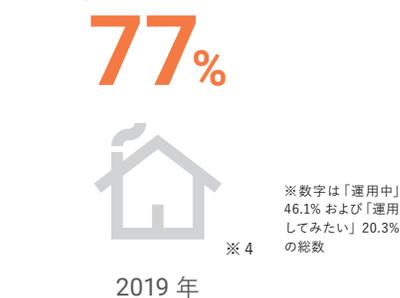
### 多拠点生活者の年代



### 不在時の住居のシェアNG率



### 不在時の住居運用率



※1 出典：総務省『令和5年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計（速報集計）結果』より作成  
 ※2 出典：国土交通省『令和元年空き家所有者実態調査報告書』より作成

※3 出典：内閣府『新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査』より作成  
 ※4 出典：株式会社リクルート住まいカンパニー「デュアルライフ（2拠点生活）に関する意識・実態調査」（SUUMO調べ）より作成



## Our Vision

# Z・α世代の「旅の価値観」で、 世界を彩る

**Forging ahead to create a dynamic synergy  
between travel and the art of living.**

Airbnb の登場、そしてコロナ禍のリモートワークの推進によって、日本の若者たちの間にも「Living Anywhere」の概念が浸透してきました。少子高齢化が進み、日本では少数派となり得る若者たちのその価値観は、世界ではすでに市場化しはじめています。デジタルノマドビザの発給によってインバウンド需要がさらに高まる今、彼ら／彼女らの「旅の価値観」「暮らしの価値観」にフォーカスし、日本とグローバルのギャップを埋めていかなければならないと考えています。

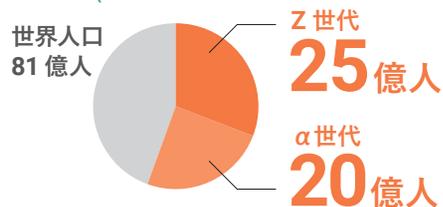
# デジタルノマドシティとして注目を集める日本 世界中から集まる若者の中長期滞在者が増加中

アメリカン・エクスプレス・トラベルが2023年に発表した自社の予約データによる調査では、2019年以降、Z世代とミレニアル世代による日本への旅行予約が13倍に増加。日本あ今、「若い旅行者に最も人気のある旅行先」と位置付けられています。

その背景には、急速に進んだリモートワーク環境の整備があります。事実、東京は2022年だけでリモートワーカーが369%増加。2023年に「nomadist.com」が発表した世界で急成長しているノマド旅行先の1位に選ばれました。過去2年間で、ウェブサイトへのチェックイン数が最も多かった都市となっています。

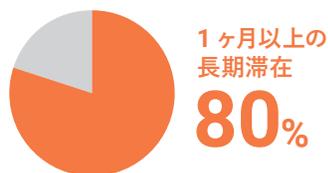
そんな「デジタルノマドシティ・東京」をさらに後押しすることになりそうなのが、日本における「デジタルノマドビザ」の発給です。世界中の都市が進めてきた同ビザの発給を、日本も2024年4月1日よりスタート。「年収1000万円以上」であることを条件に、日本にビザなしで入国できるアメリカ、オーストラリア、ドイツ、フランス、韓国、香港、台湾など約50カ国・地域を対象として、最長6カ月間、国内で滞在・就労できる在留資格を付与しています。「年収1000万円」の条件があるにもかかわらず、円安も後押しとなって申請手続きをサポートする各種機関には今、問い合わせが殺到しています。家族や夫婦、パートナーと共にビザの申請をする人たちも増えており、訪日外国人の滞在期間が長期化されるだけでなく、さまざまな滞在の形が必要とされはじめています。

2025年には  
全人口の過半数がZ・α世代に



※オーストラリアの世代研究者であるマーク・マクドナルド氏のレポートをもとに作成  
※Z世代=1990年代後半から2010年代初頭に生まれた世代  
α世代=2010年前後～2024年生まれ世代

デジタルノマドが  
日本に滞在する際の想定期間は？



出典：観光庁資料より作成

訪日外国人の7割以上は  
家族や友人を帯同



出典：一般社団法人日本デジタルノマド協会「デジタルノマドブック2023」より作成

日本滞在の長期化+  
さまざまな形での  
滞在が予想される





## Our Mission

# 新しい「居場所」のあり方を 生み出し、世界へ展開する

## Mapping Japan's Trailblazing Path: Redefining Value Creation in the Age of Downsizing

日本を訪れた人たちが暮らすように時間を過ごし、地域とつながっていく。第二、第三の「HOME（故郷）」を発見することで、滞在期間の長期化、リピート率の増加が期待されています。世界に先駆けて「ダウンサイジング」の課題に直面している日本に、「居場所」を持つ人が増えていく可能性——その新しい「暮らしと旅の融合」のかたちを追求し、価値を生み出し、世界中に発信していきたいと考えています。

# 社会課題を解決し、日本の強みを輸出可能なソリューションに 加速するグローバル化におけるリバランスの必要性

日本では2023年7月、総務省によって発表されたデータによって、初めて47都道府県すべてで人口が減ったことが話題になりました。日本一の出生率を誇る沖縄県でも人口減少が始まっており、2056年には1億人割れとなることが推測されています。

ただ、日本の少子化問題は決して特殊なことではなく、世界に先立って起きているだけであることは周知の事実でしょう。韓国や中国をはじめ、他国も同様に少子化と人口減少が始まっており、欧州連合（EU）においても出生率は低い状況です。自国の力だけでは、これまでの経済規模、生活力を維持することが難しくなっていく——この課題に、今後世界中が直面することになるのです。

そうしたなか、グローバルに“暮らし歩く”デジタルノマドの存在に多くの国が期待を寄せています。日本でも発給がスタートしたデジタルノマドビザは、カナダ、メキシコ、韓国、チェコ、スペイン、エストニア、ハンガリー、トルコ、アラブ首長国連邦をはじめ、世界十数カ国で提供されており、各国の経済活動に影響を与えています。



出典：厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況まとめより作成

さらに、滞在期間が長くなることで、旅行先となる地域の分散が期待されます。事実、Airbnb Japanの利用者データによると、2022年に都市部からの観光客の分散が3倍に加速。より広いスペースを求めて、都市部よりも地方を選ぶ人が増加傾向にあることがわかりました。日本で働く外国人移住者も過去10年間で倍以上となっており、50年後には外国人が国内人口の10%以上を占めるようになるとも言われている今、こうした他国の人たちとの交流と共生が経済的ダイナミズムを生む基盤となっていくことでしょう。

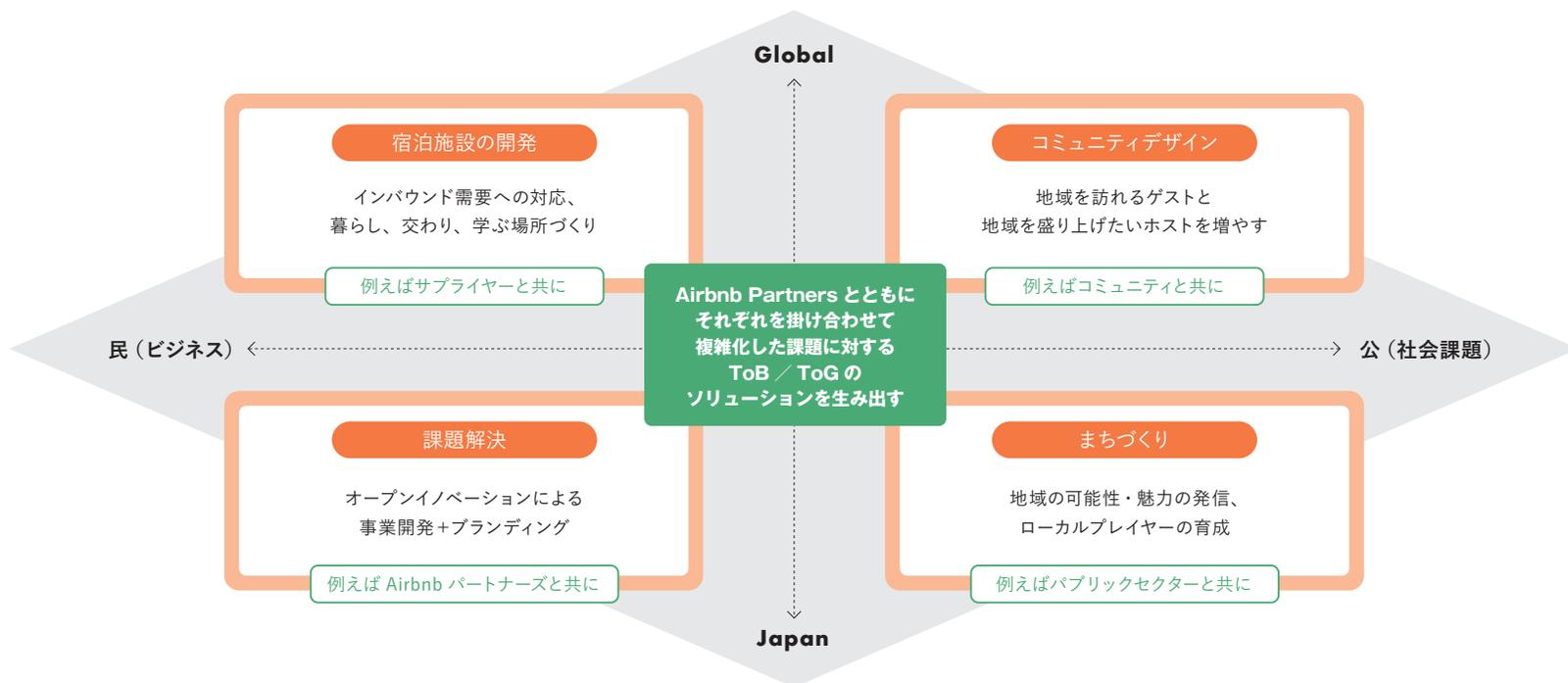
世界の例をみれば、多国籍化することで一定の摩擦が起きてきた歴史があることもまた事実。しかし、私たちは日本ならではのホスピタリティとつながり方をもって、グローバル化のロールモデルとなるようなソリューションの開発を目指していきます。



## Our Ideal Form of Co-Creation

# ホームシェアリングの拡大に向けて私たちが共創すべきソリューションの形 The Solutions We Should Co-Create for Realizing Local Bloom

「人口減少」「少子高齢化」「空き家問題」——日本におけるこれらの社会課題が深刻化する一方で、インバウンド需要や多拠点生活需要、デジタルノマドシティとしての日本の可能性やZ・α世代への期待が高まる今こそ、私たちは企業や組織の枠を越えて、共に新たな価値創造に向かわなければなりません。暮らしや旅の新たなかたちを模索しながら、4つのテーマを掛け合わせて未来へのソリューションを生み出していきましょう。



Produced by ADDReC  
co-Branding with Airbnb Partners

➔ **Be a HOST!**

## Innovation Case Studies through Collaboration with Airbnb Partners

# 旅と暮らしの新たな価値を探索し、創造し続けるブランド 「Sumu」をローンチ

ここまで見てきた通り、日本は今、複数の課題が立ち塞がると同時に、多くの可能性を持っています。その可能性を広げ、共に社会課題に挑むために、私たちは Airbnb Partners によるオープンイノベーションプロジェクトとして、新しい旅のかたちを探索するブランド「Sumu (スム)」を立ち上げました。

# Sumu



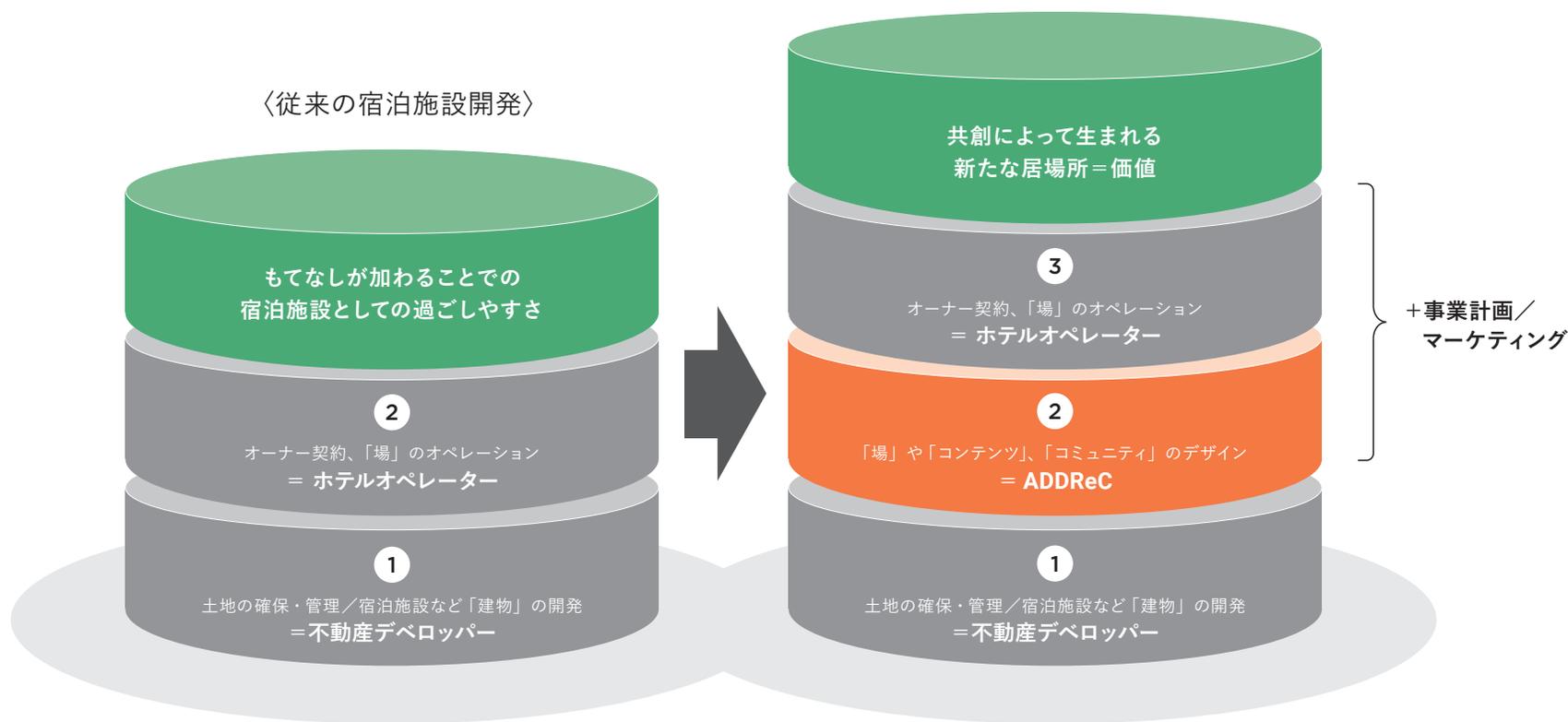
詳細は Sumu 公式サイトへ

## Creation Scheme

場をつくり、デザインし、運営していく。

それぞれの強みをもち寄り、新たな可能性を模索する

例えば宿泊施設の開発では、土地の確保や管理から不動産を開発するデベロッパーと、WELCOME BACK のコンセプトをもって場を運営するオペレーターと共に、新たな「居場所」づくりを行っています。どのように空間を活かし、どんなコンテンツをもって地域の人たちとの交流や学びを得る場にしていくのか。またその空間を利用したコミュニティをどうデザインするか。私たちが統括的なデザインを行うことで、新たな価値をおこなっています。



Co-branding with Airbnb Partners

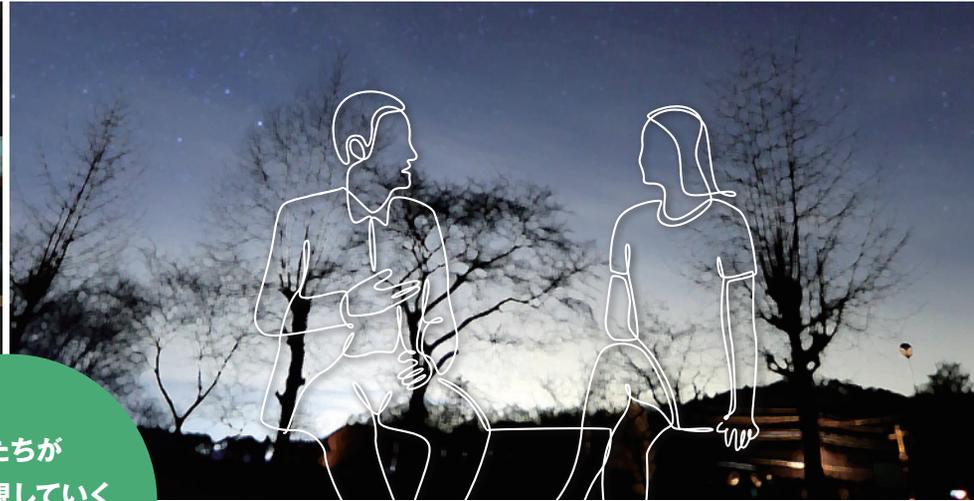
宿泊施設開発

ただの宿泊先としてのホテルではなく、暮らし、交わり、学ぶ居場所を開発する



コミュニティデザイン

世界中の人が日本に“HOME”となる場所を持ち、ともに地域の可能性を開花させていく



私たちが  
共に実現していく  
Sumuの姿



課題解決

空き家利活用の魅力を高め、ホームシェアリングを促す

まちづくり

過疎化が進む地域の可能性を探り、世界中の人が行き来するまちをつくる



What is ADDReC, the Backbone of  
Airbnb Partners' Co-Creation?

## SOLUTION DEVELOPMENT



## Living Anywhere

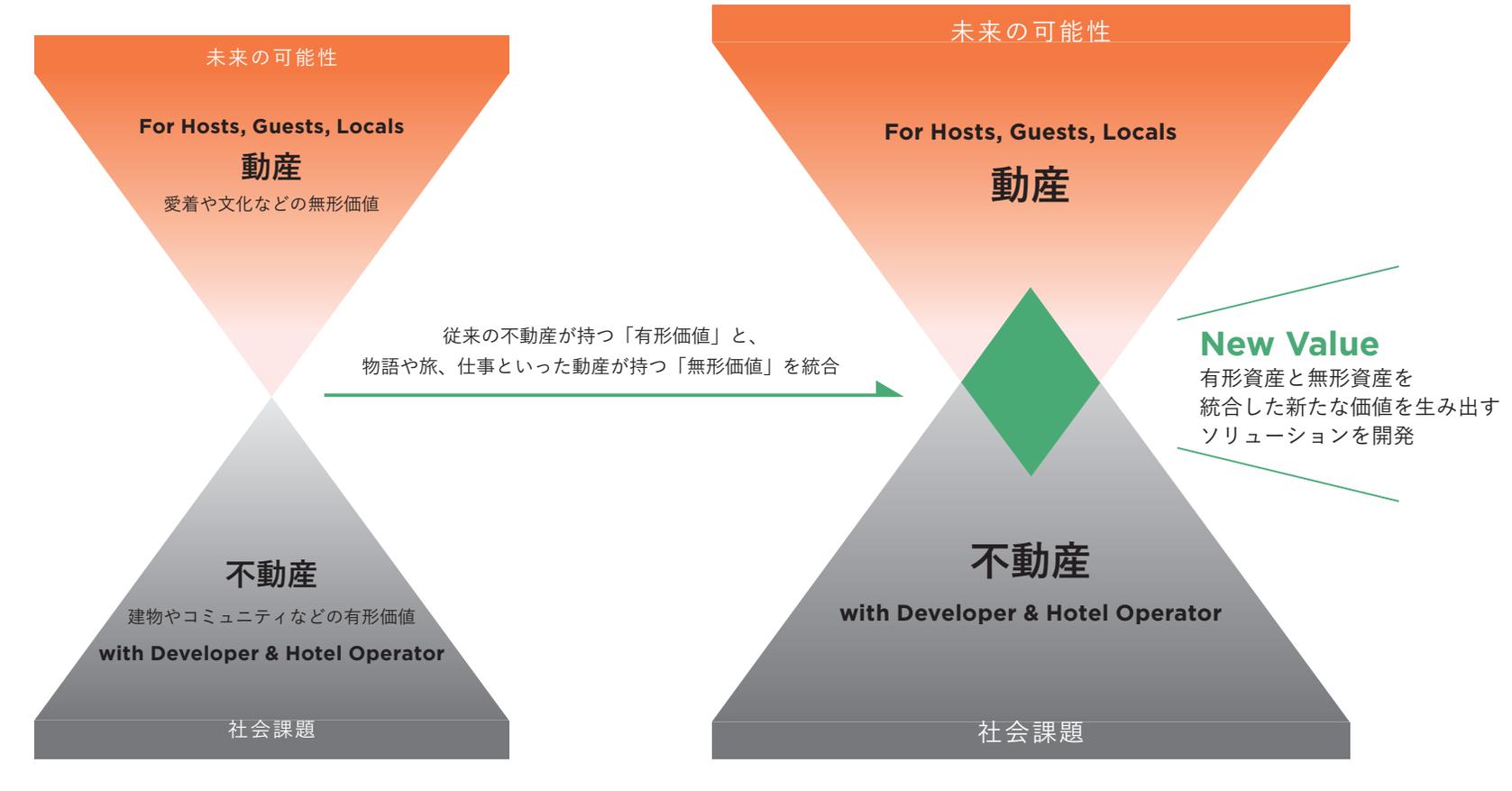
私たちはソリューション開発を起点として、  
不動産などの「ハード」と、物語や旅、仕事といった  
動産的な「ソフト」を統合・デザインしながら、  
新たな価値、新たな市場を生み出していきます。

### ソリューション開発を行うADDReCとは？

建築・空間デザインを軸として、社会の課題を解きながら住まいやまち、旅の新たな  
価値、未来のあり方を創造していく統合デザインファームです。私たちは、地域やそこ  
を行き交う人々の「理想の姿」を描きながら、産学官をつなぎ、さまざまな可能性を掛  
け合わせて、ソリューション開発を行なっています。30年後、50年後、100年後の私の、  
私たちのありたい姿の実現に向けて、共創していきましょう。



# ホームシェアリングの拡大と価値が高まる未来の創造に向けて、 ADDReCがAirbnb Partnersと共に起こしたい変革



Produced by ADDReC

**Vacant house renovation**  
**Apartment hotel**      **Solutions**      **Urban development**



**Expanding the possibilities of home sharing.  
Together, building Japan's future.**

