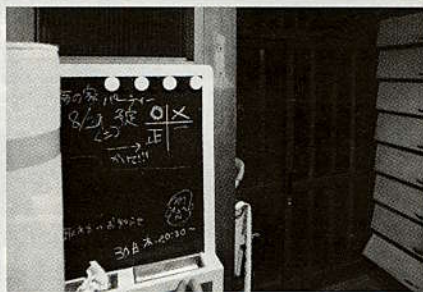


⑤「家族でもなく、友達でもない不思議な関係」と住人の一人は言う。心地よい関係をもたらしたのは、実はオーナーが面接し、価値観の合う入居者を選んだ結果でもある



⑥(左)パウハウス高円寺は築50年で、元は学生用の下宿。オーナーが台所やリビング、テラスを改装した。それぞれが自分の食料をキッチンに置く一方で、梅酒やナッツなど、住人が提供し合って一緒に楽しむ共有食材もある

④ひつじ不動産は、ゲストハウス専門のポータルサイト。運営者の北川と佐藤は、共同でゲストハウス白書を公開。市場規模などのデータを出した



⑥庭はオーナーがウッドテラスに改装した。夏の夜はビール片手に住人が集まってくる。「仕事の愚痴は不思議と誰も言わない」と住人の一人。写真右端は、ひつじ不動産の運営者である佐藤正樹④海水浴やパーティなど、行事も絶えない。玄関にある黒板に連絡事項を記す



心に急増している。ゲストハウスの情報サイト「ひつじ不動産」を運営するひつじインキュベーション・スクウェア(東京都渋谷区)によると、ゲストハウスは04年ごろから東京を中心に増加。07年には04年の約6倍に増え、首都圏に拠る物件、7000床があるとわかった。「利用者は20〜30代が中心で、うち7割は女性」と、同社社長の北川大祐は言う。ひつじ不動産のサイトは、ゲストハウスに住んだことのある北川が潜在需要に気づき、05年に立ち上げた。

ゲストハウスは80年代から存在していた。短期滞在の外国人が身元保証なしで安く泊まれる施設として普及。2000年ごろ、入居者募集媒体が外国人向けフリーペーパーからネットに広がると、その存在が日本人にも知れ渡る。希望者が増え、物件も増えた。オーナーにとってゲストハウスは、水回りを各室に造らなくて済むため、初期投資を抑えて賃貸物件を建てられる。半面、安かろう悪かろうの粗悪な物件も増えている。また、「ゲストハウスは設備を共用するだけに、住人同士の摩擦が起きやすい。管理には、普通のアパートやマンションとは比べものにならないほど手がかかる」(北川)。その最たる例が入居者選びだ。

北川とともにひつじ不動産を運営する佐藤正樹は、自らも都内のゲストハウス「パウハウス高円寺」に住んでいる。元は学生用の下宿だった築50年の物件を飲食店のオーナーが購入し、07年に改装したもの。地方公務員、ダンサー、会社員など、社会人の男女8人が暮らしている。人気物件で、入居倍率は10倍に上る。佐藤はこう説明する。「オ

ナーが面接し、『この人はいい』と感じる人を選んでいる。実は、それがゲストハウス内の人間関係がうまくいくポイントになっている。どのゲストハウスでも、オーナーの価値観が、住人の人間関係に反映されるんです」。

人が集まれば、そこは社会になる。まして赤の他人が一つ屋根の下に住むとなれば、居住者の顔ぶれがその場所の色を決める。ゲストハウス生活は複数人で部屋を借りるルームシェアと似ているが、ルームシェアは友人同士など、元から人間関係が構築されている場合が多い。しかし、ゲストハウスは違う。全く接点のない他人同士が、家の一部を共用して暮らす。「誰を入れるか」の選択は、心地よい居住空間をつくるうえで、非常に重要になる。

「自己研鑽の場」としての家 年収300万円では入居できず

人柄に加え、年収などで運営者側が厳しく住人を選び、「選ばれた人」を集めていることを売りにするゲストハウスもある。「ソーシャルアパートメント恵比寿」はその一つ。全36室のこの物件には、「平均年収が70万円、30歳前後の自己研鑽意欲の強い社会人が集まっている」と、管理を手がけるグロリアルエージェンツ社長の山崎剛(28)は言う。入居希望者は、山崎をはじめ同社の社員と2時間近く話をする。これが事実上の面接で、コミュニケーション能力や常識の有無を判断。さらに、家賃の引き落としに使うクレジットカード会社の与信審査で、経済力を見る。「社会人で年収300万円以下なら入れません」と山崎は言う。