



調査レポート

SURVEY REPORT

※提案時点のイメージです。

「ザ・リッツ・カールトン福岡(仮称)」完成イメージ
出典:福岡市公表資料より抜粋

訪日外国人旅行者(インバウンド)増加を 背景にした宿泊施設の多様化

近年、急激な訪日外国人旅行者(インバウンド)の増加を背景に、宿泊施設の開業ラッシュが続いています。また、宿泊施設の中身についても旅行者のニーズの変化に対応する形で、多様化が進んでいます。

今回は、足元で進む宿泊施設の新たな潮流についてご紹介いたします。

株式会社FFGビジネスコンサルティング
コンサルティング部 副部長
八波 達也

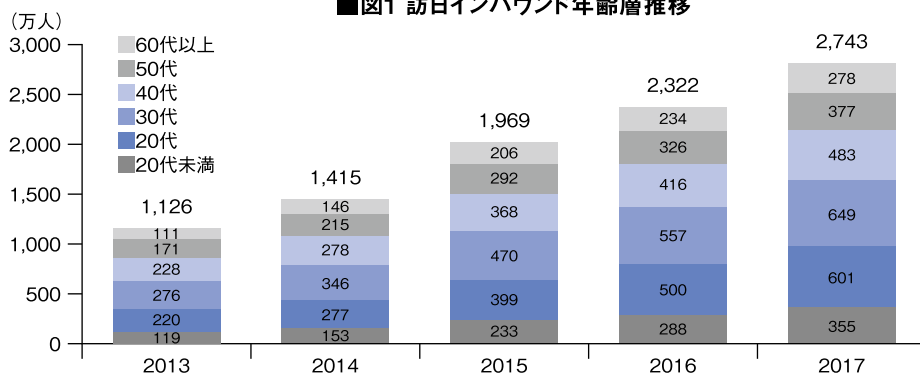


はじめに 量・質ともに大きく変化する インバウンド観光

2019年1月16日の日本政府観光局による報道発表によると、昨年の訪日外国人旅行者（インバウンド）の累計が、推計3,119万人に達するなど、近年インバウンドが全国・九州においても急増しています。そうした状況の中、日本各地で、宿泊施設の開業ラッシュが続いており、福岡市内においても2018年以降2020年までに33棟5,250室のホテルが開業すると報道されるなど（2018年4月7日付西日本新聞記事）、次々とホテルオープンが続いています。今回と同じようなホテル建設ラッシュは、1990年代後半から2000年代初頭にも起こりましたが、その時と今回はその中身が大きく異なります。過去の建設ラッシュ時は、海外からの要人やビジネスエグゼクティブの宿泊需要と富裕層観光客をターゲットとした東京でのラグジュアリーホテルの進出が主でしたが、その後インバウンドの潮流は、「若年層の増加」や「（自由にプランニングできる）個人旅行の主流化」等、大きく変化し、インバウンドにおける「ニーズも「買い物」だけでなく「食」

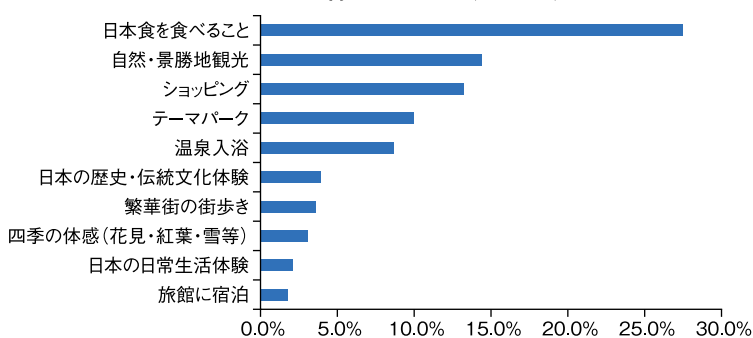
や「温泉」等の体験への意向が強まるなど多様化しています（図1、2）。そのニーズに合わせるように宿泊施設も変化しております。今回は、宿泊施設の新たな潮流について、近年注目される施設の動き等を交えながら、考察いたします。

■図1 訪日インバウンド年齢層推移



出典：日本政府観光局「訪日インバウンドデータブック2018」に基づき、弊社にて観光目的の客数推移グラフ作成

■図2 訪日前に期待していたこと（複数回答）



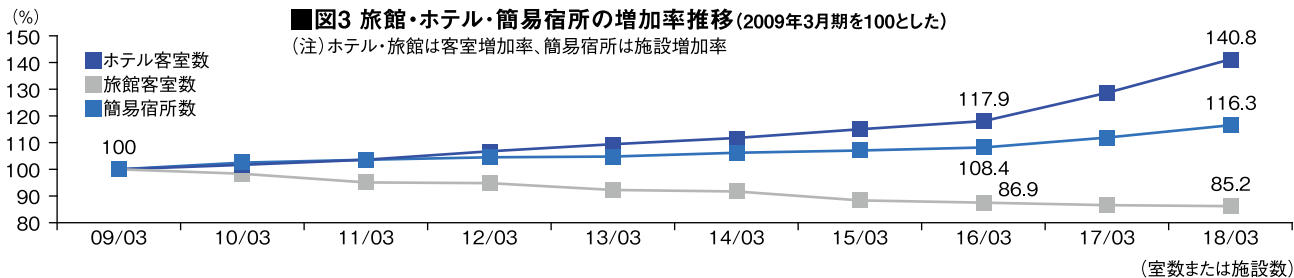
出典：観光庁「訪日外国人客消費動向 平成29年年次報告書」に基づき、弊社にて作成（上位10項目を抜粋）

① 多様化する簡易宿所 宿泊施設の新たな潮流

「宿泊施設」というと「ホテル」や「旅館」のことを思い浮かべる方も多いと思いますが、正式には旅館業法により、「旅館・ホテル営業」、「簡易宿所営業」、「下宿営業」に分類されています。そして、全国の宿泊施設（下宿営業を除く）の客室数、施設数の推移をみると、「簡易宿所」の伸びが顕著となっています（図3）。

■図3 旅館・ホテル・簡易宿所の増加率推移（2009年3月期を100とした）

（注）ホテル・旅館は客室増加率、簡易宿所は施設増加率



（室数または施設数）

	2009/03	2010/03	2011/03	2012/03	2013/03	2014/03	2015/03	2016/03	2017/03	2018/03
ホテル客室数	780,505	798,070	803,248	814,355	814,984	827,211	834,588	846,332	869,810	907,500
旅館客室数	807,697	791,893	764,316	761,448	740,977	735,271	710,019	701,656	691,962	688,342
簡易宿所数	23,050	23,429	23,719	24,506	25,071	25,560	26,349	27,169	29,559	32,451

出典：厚生労働省「衛生行政報告例」に基づき弊社作成

「簡易宿所」とは、宿泊する場所を多人

数で共用する構造と設備を設けているもので、代表的な施設としてゲストハウス、ホステルやカプセルホテル等があります。

施設の規模こそ小規模ですが、急増するインバウンド需要を取り込むために様々なタイプの施設がみられます。人気が高いホステルは、共用のコミュニティスペースや簡易キッチンを用意している施設が多く見られ、最近では、ライブラリーやバー機能を設け多様な過ごし方を提供している施設も少なくありません。比較的安価な料金で宿泊でき、宿泊客同士の交流が楽しめることで若者層を中心に支持されており、福岡市内でもエントランスに独特の大きなオブジェを設置した施設は、「インスタ映え」効果もあるようで、話題を呼んでいます。



「泊まれる本屋®」をコンセプトとした「BOOK AND BED TOKYO」
出典：「BOOK AND BED TOKYO 福岡店」ホームページ



「WeBase HAKATA」エントランスのオブジェ
出典：「WeBase HAKATA」ホームページ

また、最近では昨年に新法が施行された「民泊」を「簡易宿所営業」として運営する住宅型施設が目立ってきています。

住宅型施設は大きく、「戸建て型」と「マンションタイプ」の集合型に分けられますが、いずれもファミリーやグループが同じ部屋で自由に過ごせるだけでなく、訪れた土地の日常に溶け込み「暮らすように旅する」というニーズを満たしています。特に



小値賀島の古民家宿泊施設
画像提供：「おちかアイランドツーリズム」

伝統的の日本住宅での宿泊は、和様式の生活体験ができることでインバウンドの利用が多く、京都の町家がその典型といえるでしょう。

九州でも長崎県の小値賀島では10年ほど前より、築100年の古民家を再生し、「離島ならではの暮らし体験」ができる1棟貸しの宿泊施設やレストランとして、インバウンドに限らず、国内の幅広い年齢層の旅行客を受け入れています。

独自の日本文化体験を提供する個人的な施設として「宿坊」にも注目が集まっています。日常から離れた瞑想や写経等の修行体験と歴史的建築物や庭園に囲まれた静かな環境の中での宿泊は、インバウンドや国内女性客を中心に多く利用されています。



高野山で人気の宿坊「恵光院」での修行体験
出典：「恵光院」ホームページ

宿泊施設の新たな潮流 ②より個性化する大都市のホテル

ホテルの動向に目を向けて見ましょう。近年の国内大都市部における新規開業のホテルは、「1、（宿泊特化型としてチェーン展開する）国内ホテル企業」と「2、大手外資系ホテルチェーン」、「3、異業種からの参入によるホテル開業」に大きく区分されます（3の動向については別途紹介します）。

その中で目立つのが、「2、大手外資系ホテルチェーン」の動きで、足元で新たなブランドによる外資系ホテルの開業が相次いでいます。ハイアット ホテルズ アンド リゾーツの「アンダーズ 東京」や「ハイアット セントリック 銀座 東京」は、同社が立ち上げた「ライフスタイル」というブランドカテゴリーのホテルとして日本に初めて登場しました。

同社の「ライフスタイル」のホテルは、世界共通のサービスを提供する伝統的なハイクラスブランドとは一線を画し、居心地の良さを追求したパーソナルなサービスが特徴です。また、立地する都市の個性や周辺地域との融和重視は、デザインにも反映され、顧客に新たな付加価値を提供するこれまでにない、より個性的なホテルと位置付けられています。



ポップ感覚に溢れた「モクシー東京錦糸町」のロビーラウンジ
出典:「モクシー東京錦糸町」ホームページ

また、マリオット・インターナショナルも、2017年に東京と大阪で同時に「モクシー」ブランドのホテルを開業させました。いずれもオフィスビルを改装したもので、「ホテルはこうあるべき」という枠を越えた空間やデザインが特徴です。「節約志向の旅行者向けブティックホテル」というコンセプトのもと、ミレニウム世代を主要ターゲットにした革新的なブランドとして展開しています。

「1、国内ホテル企業」においても特徴的な動きが見られます。その代表例として挙げられるのは「星野リゾート」です。同社が東京・大手町にオープンした「星のや東京」は、トリップアドバイザー株式会社が発表した「外国人に人気のホテルと旅館2018」の旅館カテゴリで1位に選ばれました。都会の中心にありながら、伝統的な日本旅館の空間と質の高いサービスがインバウンドから高い評価を得ています。

更に、同社は昨年新たに「OMO」ブランドを立ち上げました。「寝るだけでは終わらせない、旅のエンションをあげる都市観光ホテル」というコンセプトのもと、ビジネスではない都市観光を目的とした旅行者へ焦点をあて、「OMOLenja」と呼ばれるスタッフによるユニークなアクティビティで他のホテルと差別化を図っています。



「近所専隊OMOLenja」イメージ
出典:「OMO5東京大塚」ホームページ

旅行者が街に溶け込む!? 「GO-KINJO」
OMOでは、ホテルを中心とした街全体をひとつのリゾートとして捉え、ゲストにはホテルにこもらず、どんだん街に出かけてほしいと考えています。「GO-KINJO」は、ホテルから徒歩圏内の「街」を深く知り、エキサイティングなコトやファンタスティックなモノに触れ、街に溶け込むことをサポートするサービス。「近所専隊OMOLenja」「近所マップ」「街探索のおすすめコース案内」「ご当地ワークシッップ」の4つのコンテンツで構成されています。
出典:「星野リゾート」2018年4月11日付ニュースリリースより抜粋

宿泊施設の新たな潮流

③ 異業種企業によるホテル事業への参入

このところ異業種から参入したホテルも話題を呼んでいます。

「new basic for new culture」をブランドコンセプトにするライフスタイルブランド「koé」による「ホテルコエトーキョー」が、昨年渋谷で開業しました。

ファッション、音楽、食などの多彩なコンテンツを提供するホテル併設型店舗として、そのブランドコンセプトを表現しています。



日本伝統文化の象徴である「茶室」の要素を表現した「ホテルコエトーキョー」のシンプルでモダンな空間
出典:「ホテルコエトーキョー」ホームページ

また、生活雑貨ブランドである「無印良品」も中国深センと北京で「MUJI HOTEL」を展開しています。



MUJI HOTEL BEIJINGの客室
画像提供：良品計画

同ホテルのコンセプトは、「アンチゴー
ジャス、アンチチープ」。心地よい空間や宿
泊客と土地をつなげる様々なサービスを
提供することで、同社の思想を体感でき
るホテルとして現地でも注目されており、
今年4月には世界旗艦店「無印良品 銀
座」に併設された日本初のMUJI
HOTELが銀座に開業予定です。

どちらのホテルも、企業が持つ独自の世
界観や価値観を発信する施設として、従来
のホテルとは異なる存在感を放っています。
これまでに紹介した宿泊施設にみられ
る、旅先での過ごし方や街とのつながりを
重視するなど、旅に対する新たな価値観

を提供するといった共通点や施設形態の
多様化は、滞在型交流観光への変化をと
らえた当然の流れといえるでしょう。

九州の宿泊施設動向

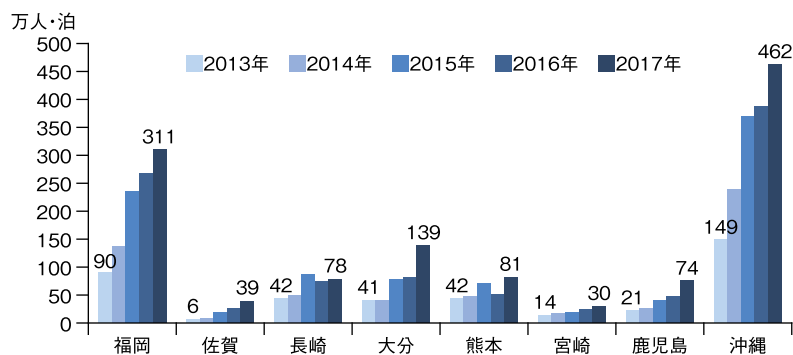
①概要

九州の宿泊施設動向に目を向けてみま
す。九州の中でも特にインバウンド需要が
高いのは沖縄県と福岡県です。

どちらも全国の都道府県の中でも常に
上位にランクされるほど多くのインバウン
ドが訪れており、特に福岡県においては、
福岡市を中心に、ここ数年急速に宿泊施
設が増えています。新たなホテル

は、類似する宿泊特化型がほとん
どで、ダブルルームやツインルームを
標準としたり、最新の通信機能を
導入するなど、観光客ニーズへの対
応として最近のトレンドになってい
る「様々な場面で顧客への利便性
を高める取り組み」が取り入れら
れている一方、これまでご紹介し
た、個性的な施設はまだまだ少な
いのが現状です。
ただ、最近その状況も変わりつ
つあります。以下、いくつかの事例
をご紹介します。

■九州沖縄のインバウンド延宿泊客数推移



出典：日本政府観光局：「訪日インバウンドデータブック2018」に基づき弊社作成

②独自の価値観を提供するホテルの登場

今年1月、「博多東急REIホテル」
に、「博多山笠」をテーマに、山笠で着用さ
れる水法被の柄をデザインモチーフとし
たコンセプトフロアが誕生しました。客室
内外の随所に祭りの賑わいが表現されて
おり、地元の祭り文化を体験できるホテル
として差別化を図っています。



「ホテルグレートモーニング」の朝食は、博多の老舗洋菓子店
「チョコレートショップ」のオーナーが手掛けるクロワッサンを
ルームサービスしている。
出典：「ホテルグレートモーニング」ホームページ



「博多東急REIホテル」のコンセプトフロア客室の一例（上段）
コンセプトフロア客室扉に表現された「アアの流れ」の法被姿（下段）
出典：博多東急REIホテルホームページ

同じく福岡市内にて昨年11月に開業し
た「ホテルグレートモーニング」は、異業種企
業によるもので、自社で開発した次世代型
冷暖システムの導入により世界初の「エアコ
ンゼロ」ホテルとなっています。また、家具や
アメニティへの自然素材使用だけでなく、朝
食内容についても徹底したオリジナリティ
の追求がなされており、独自の価値観を提
案するホテルとして注目されています。

九州の宿泊施設動向

③ハイクラスホテルの進出

今年8月、「別府鉄輪」に世界的なラグジュアリーブランドの「インターコンチネンタルホテル」が開業します。

インバウンド観光客にとって需要が高い体験の中に「温泉」がありますが、九州は良質の温泉に恵まれた有数の温泉地があり、別府にも国内外を問わず多くの旅行者が訪れています。

別府を代表するホテルに、圧倒的な規模と稼働率の高さで存在感を放つ「杉乃井ホテル」があります。料理だけでなく演出や設備などにこだわったレストランと絶景露天風呂や多彩なアミューズメント施設を併設し、すでに国内外を問わず幅広



「ANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパ」の客室
画像提供: IHG・ANA・ホテルズグループジャパン

い客層より支持されていますが、大分でも開催が予定されているラグビーワールドカップ大会に先駆けたラグジュアリーホテル開業により、エリア全体への新たな客層の集客が期待されています。

更に、他の九州エリアに目を向けても、ここ数年の内に長崎や鹿児島において外資系ホテルの開業が予定されているほか、福岡市には2022年にラグジュアリーホテルを代表する「ザ・リッツ・カールトン」が誕生します。東京オリンピック・パラリンピック、それに続くスポーツのメガイベントや国際博覧会を見据えた、九州各市へのハイクラスホテルの進出は、グローバル



「ザ・リッツ・カールトン福岡(仮称)」完成イメージ
出典: 福岡市公表資料より抜粋

ルチェーン顧客層の利用や新たな顧客開拓のみならず、政財界の国際交流受入れ施設としての役割が期待されています。

結び

大都市におけるインバウンドの急増は、ホテルの立地や客室仕様、あるいはブランドの有無等に関わらず、客室を提供すれば集客が見込めるほどの客室供給不足をもたらしました。一方で、世界的な民泊仲介サイト「Airbnb」の日本進出等により加速された民泊や簡易宿所の急増と施設多様化の影響は、ホテルにとって決して少なくはありません。

今回ご紹介した宿泊施設は、旅行者のニーズに合わせた宿泊施設多様化の一例です。時代の変化に関わらず、ホスピタリティに溢れた心からのおもてなしやサービスにより国内外を問わず多くのお客様に愛され続けるホテルや旅館があることはいうまでもありませんが、今日、インバウンド旅行への期待が、「モノ消費」から「コト消費」へ変化する中、旅行者にとって宿泊体験そのものも重要な旅の要素となっています。

本稿ではご紹介しておりませんが、九州には温泉以外にも「コト消費」の需要を満

たすことのできる観光資源が豊富に存在しています。また、これまで大都市圏を中心に進んできた宿泊施設の多様化も徐々に進みつつあります。今後、「観光資源の豊富さ」という強みをベースに、個々の宿泊事業者が都市や地方、施設力・コトを問わず、持続可能な独自の付加価値の提供と、進化し続ける運営力で差別化を図ることによって、九州全体としての魅力の向上、そして、より多くの観光客の九州への呼び込みに繋がることを期待します。

PROFILE



株式会社FFGビジネスコンサルティング
コンサルティング部
副部長

八波 達也

1983年ホテルキャリアスタート
旧ダイエーグループホテルチェーンの
主要部門支配人を務めた後、
ゴールドマンサックスグループの
ホテルアセットマネジメント会社にて再生案件に従事、
その後、株式会社南西楽園リゾート(現、ユニマツプレシャス)が
展開する沖縄県八重山エリアのリゾートホテル総支配人を経て
2012年FFGビジネスコンサルティング入社
主にホテル・旅館に関するコンサルティングを担当