# ホテル市場最前線

訪日外国人数が回復し、2024年は過去最高だった2019年の数を更新する勢いだ。そのなかで、活況を呈すのがホテル市場だ。不動産業界でも投資妙味のあるアセットとして浮上する。一方、ホテルの形態によっては供給過剰であるとともに、インバウンドの恩恵も受けにくい。ホテル市場の「狙い目」はどこにあるか。好調ホテルの事例を見ると、そのヒントが見つかってきた。

## アパートメントホテルに妙味見出す
## 最新ホテルは10月稼働率90%超に

世界的なパンデミックを引き起こした新型コロナウイルス感染症が収束し、日本へのインバウンドが戻ってきている。日本政府観光局（JNTO）がまとめる最新の訪日外客統計によれば2024年1～9月までで累計2688万200人となり、23年の年間訪日外客数を上回った。過去最高の3188万人が訪日した19年対比でも10%増で推移しており、このままいけば上回る見通しだ。

ホテルの稼働率も高まりを見せる。国土交通省の宿泊施設統計では、9月（速報値）で客室稼働率は61・9%。ビジネスホテルやシティホテルは70%を超えた。

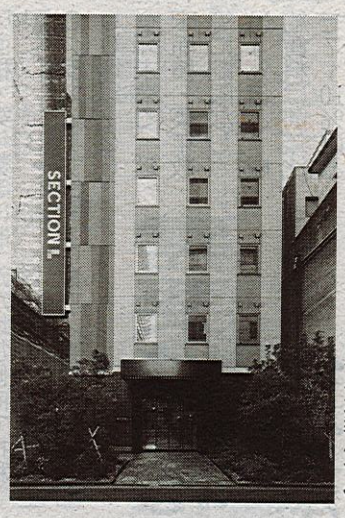
インバウンドの流入回復とともにホテル市況が再び活気づくなかで、「開業2カ月で稼働率90%超」と好調なのがアパートメントホテル「SECTION L Shimbashi West」だ。

同ホテルはAM会社のプロフィッツ（東京都千代田区）がアセットマネジメント、セクションL（東京都千代田区）がオペレーションを行う。ホテルの客室から東京タワーが間近に見える景色は人気が高い。「御成門」駅から徒歩2分、「新橋」駅から徒歩14分。さらに虎ノ門エリアや銀座・新橋エリアも徒歩圏内と、観光・ビジネスの双方のニーズを取り込める立地だ。

建物はもともと、18年に開業したビジネスホテルだった。当時もホテル需要が高い時期だったが、ほどなくしてコロナ禍入り。再起に向けて手を打ったものの、閉業となった。その物件をプロフィッツが組成したファンドにて購入し、アパートメントホテル「SECTION L Shimbashi West」に改装を行った。築年数の浅さから言えば、「そのまま」でも活用できた物件だ。なぜ手を加えたのか。

ホテルの稼働率は向上するものの、ビジネスホテルは供給過剰にあると指摘される。コロナ前のデータになるが、ザイマックス総合研究所が3200社にホテル運営について調査した「ホテル運営に関する実態調査2019」によれば、ホテルのタイプについて42%が「ビジネスホテル」と回答。当時から「競争激化」を懸念する運営者は53%にのぼり、「インバウンド進展によって外国人宿泊客が増加しても、家族連れなどグループ客が多いため、特にシングルルームの比率が高いビジネスホテルの場合、必ずしも稼働率の上昇につながらない」といった声があがっていた。

コロナ収束後は、ホテルの客室単価も上昇する。ビジネスホテルのシングルでも1泊1万円超はザラだ。ビジネスや出張需要頼みでは限界がある。こういった背景から、プロフィッツはより購買力のある長期滞在インバウンド客の需要にシフトを決意。部屋数は95室を44室としたが、倍以上の収益力を実現している。こういった事例はプロフィッツによれば「業界初の事例」とのことだ。



▶「SECTION L Shimbashi West」外観

### 空間を有効活用し平米数以上の広さ

ホテルの客室は44室。42㎡の最大4人部屋から18㎡の2人部屋までの5タイプの部屋をそろえる。中長期の滞在に対応するため、室内にはキッチンやランドリーを設置する。18㎡の部屋にはランドリーを置かないが、ホテル共用部にランドリールームを設ける。

室内で驚くのは、平米数以上の広さを感じられることだ。ビジネスホテルで感じられるような狭さを感じない。プロフィッツ不動産投資運用部プライベートアセットマネジメント部の太田寛明氏は「客室にしたほうが良いのでは」という意見もありました。しかし近隣でジムやサウナを完備しているホテルはラグジュアリーホテルくらいしかありません。このホテルは宿泊単価が3万円台半ばとなっていますが、この価格帯でジムとサウナがあることは大きな武器になると考えました」

客室だけでなく共用施設も充実させることで、オープン当初から大きな支持を得ることに成功したわけだ。

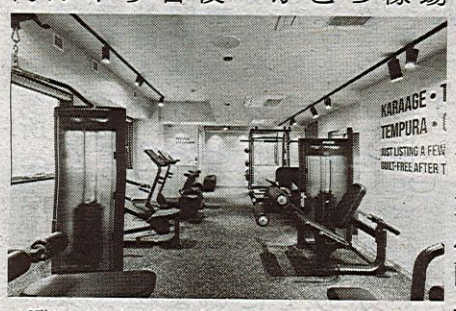
▲客室はデッドスペースがなく平米数以上に広く感じるつくりに（画像1）

この理由について「設置している家具の多くはオーダーメイドで部屋の間取りに合わせて作られている」と説明する。

画像1を見ると、手前のソファとサイドテーブルから張り出す白い壁、その奥のキッチンやランドリーまで直線状に並んでいることがわかる。画像右にあるベッド下には空間があり、スーツケースが収納できる寸法となっている。室内のデッドスペースをなくし荷物の収納スペースをしっかりと設けることで、宿泊者がゆったりと休まる客室を実現した。

平米数以上の広々とした部屋に、東京タワーが一望できる景観。実は人気の理由はこれだけではない。ホテルの2階は客室を置かず、宿泊者専用のジムと3室のサウナがある。この設備は当ファンドの取得前にもあったものだ。ホテルの定石に従えば、ここも客室にするのだが、太田氏はジムとサウナを「残す」と決断した。

「もちろん社内からは『客室にしたほうが良いのでは』という意見もありました。しかし近隣でジムやサウナを完備しているホテルはラグジュアリーホテルくらいしかありません。このホテルは宿泊単価が3万円台半ばとなっていますが、この価格帯でジムとサウナがあることは大きな武器になると考えました」



▲2階にはジムとサウナがあり、ホテルの付加価値向上に寄与

### 大都市圏でホテル展開へ 今年度AUM千億円台乗せに上積み

プロフィッツは、SECTION Lと協業し23年に「Hamamatsucho」、今年「Shimbashi West」を開設。さらに他社との協業で京都や札幌でも展開し、横浜のホテル開設も予定する。

同社の現在のAUM（運用資産残高）は約1千億円となっており、その内訳として、不動産投資運用部が約700億円、プライベートアセットマネジメント部が約300億円となっている。それを更に上積みしていきたい考えだ。太田氏によれば「増額分のうち、ホテルが多くを占める見込みです」と話す。エリアは大都市圏を中心に考える。オペレーターも特徴を見極めながら、各エリアで最適なパートナーと組む。

コロナ禍の収束で再び投資対象として注目を浴びるホテル。プロフィッツとしては、満たされていない消費者の潜在的ニーズに着目したホテル開発により、他のホテル投資との差別化とより高いリターンを図っていくつもりだ。

## アパートメントホテルがグループ旅行の受け皿に

プロフィッツ
不動産投資運用部
プライベートアセットマネジメント部
マネージャー
太田　寛明氏

近年、グループ旅行や中長期の滞在客をターゲットとしたアパートメントホテルは増加傾向にありますが、ホテル全体に占める割合はまだ少なく、需要を満たせていないとお考えます。国内旅行者でも家族単位などのグループが一定数います。こういったニーズの取り込みはホテル運用において重要です。「SECTION Shimbashi West」で給しています。

泊客が大半で、英語ネイティブのスタッフが高いホスピタリティをもってお迎えしています。こういったことは、サウナやジムとあわせて、ホテルの価値向上につながっています。こういった宿泊者の様々なニーズに応えられるホテルを各都市圏で供

# ソーコに学ぶビル経営

イーソーコ総合研究所
代表取締役　出村　亜希子
奈良女子大学大学院修了後CM会社を経て現職。一級建築士、宅建士。「倉庫ドクター」として建築面からオーナー支援に取り組む。

## 第77回「産業不動産の社会的役割と機能美、用の美」

倉庫をオフィスやスタジオに生まれ変わらせる倉庫リノベーションを手掛けていることもあり、これまでは都市部の中小倉庫との関わりが多くを占めていました。それが最近では23区内にも超大型の先進物流施設が登場するようになって、そうした施設にも内覧会やテナントリーシング、内装工事などで足を運ぶことが増えてきています。大規模な先進物流施設は、いわば社会のインフラです。物流の円滑化に寄与することも大切な役割の一つですが、最近では雇用や産業を生み出し、地域の防災拠点としても大きな影響力を発揮するなど、幅広い機能を担うようになってきました。

物流はかつて、縁の下の力持ちと言われていました。重要でありながら、その活躍がまだまだ知られていなかったゆえでしょう。

特に倉庫などはコストセンターと言われ、企業の業績が悪化した際は整理対象としても真っ先に挙げられてしまいたほどです。建築や物流施設の担当は花形ではなかったと聞きます。ところが流通経路が発達してオムニチャネル化が進んだ今、「物流を制する者はビジネスを制す」と言われるようになりました。

モノの流れを掌握するということは、業界を制することにつながります。物流が、一躍主役に躍り出たのです。

消費行動が多様になるにつれて物流も進化し、それに対応して物流不動産も変化してきました。一般的な保管倉庫から、冷凍冷蔵倉庫、危険物倉庫、自動倉庫を備えた賃貸型施設などへとニーズが拡大し、物件の供給も進んでいます。最近ではR&D（研究・開発）センターなどのニーズも高まりを見せています。物流不動産の使われ方はますます多様になっていき、あらゆる産業ニーズの受け皿を担う「産業不動産」、「産業インフラ」として活用の幅を広げつつあります。

多様な役割を担うようになった施設は、建築面や機能面からも興味深いものがあります。外観だけを見れば造りはどれも似たようなものかと思っていたのですが、さにあらず。敷地との関係や動線計画、さまざまな業種の需要に対応する工夫など、あらゆる細部に惹き込まれてしまいます。地域とのつながりについても、施設ごとの考え方が表れていて、非常に興味深いのです。そして、そこには機能の美しさがあります。

元々、物流不動産は、無駄を削ぎ落した建物です。機能が追加され、新たな役割を担うことになったとしても、本質はかわりません。実用性を追求し、さらに洗練されていくと、いずれ「用の美」へと昇華していく。すなわち、産業を担うインフラが地域とのつながりを持ち、人が利用する空間として美しさをまとうというのも、社会的役割の一つなのではないでしょうか。そんな可能性を想像していま