

ホテル・旅館（13年6月～7月調査）

ここ数年、宿泊、宴会ともに不振が続いていたホテル・旅館は、ユニバーサルスタジオジャパンの開業効果で、梅田周辺では客数が大幅に増加するところがあり、市内中心部や港湾部にかけても開業効果がみられる。その一方で、客単価の低下で採算は厳しい。宿泊特化型ビジネスホテルの進出が続き、今後も競争は激化するものとみられている。同スタジオの集客効果を高めるため、組み合わせ企画の考案に力を入れている。

業界の概要 旅館業法による宿泊施設は、ホテル、旅館、簡易宿泊所、下宿の4種類である。本調査は、このうちホテル、旅館を対象としている。ホテルは洋室を主とした施設、旅館は和室を主とした施設と規定される。

ホテルは、一般に都市部に立地する多機能なシティホテル、宿泊機能に特化しサービス機能を簡略化したビジネスホテル、観光地や保養地などに立地しレクリエーション施設を有することが多いリゾートホテルなどに分類される。大阪府内ではシティホテルとビジネスホテルがほとんどを占めている。この両者を区別する明確な基準はないが、一般に、ビジネスホテルとは、駅前など便利な場所に立地し、1人用の洋室を主体とし、売上げに占める宿泊の比率が60%以上であることが目安とされる。

大阪府内における平成11年度末のホテルの営業施設数は234、客室数は38,749で、全国比はそれぞれ、2.9%、6.3%となっており、全国平均よりも規模の大きい施設が多いことが分かる（厚生労働省『衛生行政業務報告』）。一方、同年度末の旅館の営業施設数は1,240、客室数は24,134で、全国比はそれぞれ1.9%、2.5%と、全国とほぼ同規模の施設が多いとみられる。1施設当たり平均客室数をみると、ホテルは166、旅館は19となっており、旅館はホテルより小規模な施設が多い。

新規開業の続くホテルと減少する旅館 ホテルは、全国的に施設数、客室数とも増加傾向にあり、大阪府においても、11年度末の施設数、客室数は、前年度比較2.2%増、1.3%増と、ともに増加している。大阪市中心部やその近郊では、12、13年度も新規開業が続き、今後開業予定のホテルも多い。数年前までのホテル開業ラッシュでは、シティホテル、シティリゾートが多かったが、ここ数年はビジネスホテルの開業が相次いでおり、今後の開業予定もビジネスホテルが多い。また、今夏、ユニバーサルスタジオジャパンに隣接して、シティリゾートが2か所開業し、来年度も1か所開業が予定されている。

一方、旅館は、全国的に施設数、客室数とも減少傾向にあり、大阪府でも、11年度末の施設数、客室数は、前年度比較2.7%減、1.2%減と、ともに減少している。

需要の減少 ビジネス客が主流であった宿泊部門では、大阪経済の地盤沈下に伴い、卸売業関係の地方からの買付けなどをはじめとして宿泊客の減少が続き、ホテル、旅館ともに苦戦が続いた。宴会・料飲部門でも、シティホテル、旅館ともに法人需要の減少が続き、シティホテルの婚礼部門も、少子化による挙式人口の減少、挙式の小規模化や海外挙式の増加などで不振が続いている。

一方、企業のリストラクチャリング（再構築）によって生じる需要もあり、逆説的な効果が生じている。例えば、大阪の支店や営業所の閉鎖、本社を関東に集約する動きがみられ、この場合、社員は居住地から出張で来阪する形態となり、宿泊需要は増加する。また、市内中心部では、社内で会議室を保有するよりも必要に応じてホテル等の会議室を利用

する方が低コストであることから、会議室を閉鎖してホテル等を利用する企業が増えてきている。

宿泊特化型ビジネスホテルの進出 宴会・料飲部門を徹底的に削減する一方で、宿泊は快適さを重視し、ベッドサイズを大きめにするなど、機能を宿泊に特化したホテルがここ数年増加している。パンとコーヒーなど簡単な朝食が付いて5,000円から6,000円程度と低料金であるうえ、ポイントによる割引や早期予約割引を行っているホテルもある。これらのホテルでは、省力化を図るため、客室に冷蔵庫を置かないか、あるいは空の冷蔵庫を設置し、飲み物は共有スペースの自販機で購入する仕組みになっている。電話も客室に置かないか、カード式又は外線発信を無くすなどして、チェックアウト時の清算手続きを不要にし、フロントの省力化を可能にしている。

このような宿泊機能に特化した新しいタイプのビジネスホテルは、客室数が100～数百程度と小規模なものが多く、全国的にチェーン展開を進めており、今後も新規開業が続く。その背景には、都市部やその近郊の遊休地の所有者にとって、運営をホテル会社に任せることができる有効な土地活用法であることが挙げられる。

インターネット予約の急増 宿泊の予約方法ではインターネットでの予約が急増し、宿泊予約の形態変化が起きている。ネット上で宿泊予約を展開する人気サイトの急成長もあって、自社ホームページでネット予約に取り組むホテル・旅館が増加し、大手旅行社もネット予約に参入した。ネット予約は、割引料金で宿泊でき、一覧性が高く比較検討できるところに特徴がある。ネット予約の比率は、4%～30%前後とホテル・旅館によってばらつきがあるが、個人客の多いビジネスホテルで高くなる傾向がある。

客単価の下落 上記の低料金の宿泊特化型ビジネスホテルの出現やインターネット予約による割引、さらに旅行社の企画するパッケージ旅行の低価格化、加えて充実した設備で低料金の公共宿泊施設との競合などで、競争が激化し、宿泊料金の下落が激しい。正規料金で宿泊する客はほとんどいない、といった声も聞かれる。最近になって、やや下げ止まり感がでてきたところである。

ユニバーサルスタジオジャパンの効果 今春、大阪市内港湾部に開業した映画のテーマパーク、ユニバーサルスタジオジャパンの開業当初から、梅田周辺のホテルの稼働率は大幅に上昇し、満室となる日が多い状態が続いている。同スタジオへは、JRでのアクセスの人气が高いことから、大阪駅に近いことが好立地となっている。また、市内中心部や港湾部にかけて、客数が前年比大幅増となったホテル・旅館もある。ホテルの場合、シングルのお客が多いと同スタジオの効果は薄く、ツインのお客が多いところは効果が大きい。また、ファミリー向けに3～4人で泊まれるように改装したホテルもある。同スタジオへは、遠方からはパック旅行の利用が多いものとみられるうえ、修学旅行も増加しているため、旅行社を通じた宿泊客の獲得に力を入れるホテル・旅館が多い。

また、同窓会や中小企業経営者のネットワークなどで、各地から人の集まる会合を今年は大阪で開催するといった動きも出ており、同スタジオの効果であるとみられる。

このような客足の好転によって、梅田周辺の一部のホテルでは、下落が続いていた客室料金を、数年ぶりにアップさせることができた。

採算は厳しい ユニバーサルスタジオジャパンの効果で客数が増加しているホテル・旅館でも、各種割引や団体利用などで客単価は低く、採算は厳しい。このため、コスト削減に取り組み、夜間電力の活用などで年間1,000万円ものコスト削減を行った旅館もある。また、中小企業による経営が多い旅館では、市内中心部で比較的規模の大きいところや郊外で広大な敷地を有するところなど、高額の固定資産税の支払いで資金繰りに苦しむところも少なくない。シティホテルでも、グループ企業の業績悪化などに苦しむところがみられる。

設備投資は低調 ホテル・旅館ともに資金繰りに苦しむ企業が多く、当面は改築など大規模な設備投資は行えない状態である。とはいえ、宿泊施設としての清潔さや魅力を維持す

るための投資は、行っていく必要がある。

雇用は削減の傾向 人件費圧縮のために従業員を削減した企業が多い。積極的に削減する場合もあれば、退職後の補充を行わない場合もある。また、派遣社員やパートの割合を増加させている。

今後の見通しと取り組み ユニバーサルスタジオジャパンの効果は、今後も続くと思われる。特に修学旅行客の増加が見込まれ、大阪府内にある介護研修施設での高齢者体験やテーブルマナーの学習など、同スタジオと組み合わせる集客を図る体験型の企画探しに熱心に取り組んでいる。また、スポーツイベントや学会の開催と、同スタジオを組み合わせるなど、関西が一体となった集客への取り組みの必要性を感じている企業が多い。

また、出張に伴う宿泊需要は、景況から半年程度遅れると言われており、年末頃に景気後退の影響が出てくるかもしれないと危惧する声も聞かれた。

一部を除いて業績悪化に苦しむシティホテルでは、稼働率を上げるためにパック旅行や団体旅行などを破格の料金で獲得するところもあるなど、顧客の奪い合いが激しくなっている。ビジネスホテルは、新規開業が続き、客室数が増加しており、競争はさらに激化するとみられる。旅館も、シティホテルの価格引き下げや宿泊特化型ビジネスホテルの進出などで、既存顧客を奪われ、厳しい状況が続くとみられる。また、大阪での宿泊を考える顧客はまずホテルを念頭に置くといったように、大阪の旅館イメージが定着していないことも大きな課題である。

顧客は、新しい施設に流れる傾向が強く、新しいホテル・旅館が競争上優位に立つ。初期投資が大きく、全面的な改築の難しいホテル・旅館は、設備の優位性を失うと、企画力や顧客への接遇態度などの人的能力が重要性を増し、その強化が経営上の課題となっている。

(竹村)