

商業施設新聞

スーパー 百貨店 コンビニ
専門店 外食 ホテル サービス
SC 街づくり 店づくり関連

10/24 TUE 号
第2216号
2017年(平成29年) 毎週火曜日発行

発行所 産業タイムズ社
http://www.sangyo-times.jp/rtn/
〒107-8332 東京都千代田区本町1-19-6 TOWER
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
大塚支店 〒100-0045 東京都千代田区大塚1-1-1

ホテル事業 異業種が続々参入

TKP 良品計画 ひらまつ など
本業とシナジー狙う

訪日観光客(インバウンド)の増加などで、現在隆盛を極めているのがホテル業界だ。こうした中、異業種からのホテル事業参入が増えている。本業とホテル事業をつなげ、相互にシナジー効果を生み出していたり、従来のホテル業界にはない体験や新サービスの提供、さらには自社のブランドの世界観を知らしめることが狙いとなっている。

ブランド力向上にも寄与

ホテル事業を展開する主な異業種企業・ブランド

サービス業




T&G TAKE and GIVE NEEDS

小売・外食業

無印良品

Hiramatsu

STRIPE Int'l

■本業を付加価値に
東京五輪やインバウンドの増加によるホテル建設ラッシュは、ここ数年とほぼ同じところを知らず、2018年には東京だけでも1万室以上が開業すると見込まれている。こうした好況に支えられ、従来ホテル事業を展開していなかった企業もその一つ。首都圏・地方都市での宿泊を伴った娯楽・

る。そのアプローチは会社各種だが、注目されるのは、本業のサービス内容やノウハウをホテル事業に付加価値として反映させた業態だ。

貸会議室事業を運営する「ティーケーピー」が展開する、会議室併設型のホテル。もその一つ。首都圏・地方都市での宿泊を伴った娯楽・

「レクストレー」などを展開

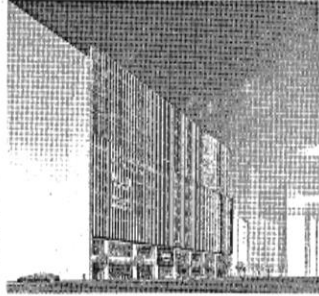
増収増益となった。フーニシャルアパートメントを展開するグローバルエージェンツは、交流型ホテル「ザ・ミレニアス」を展開している。キッチンやライニング、コワーキングスペースなどを備え、宿泊客同士とのコミュニケーション、協働を志向したホテルで、利用客同士の自発的な交流を誘発する。

また、結婚式場を運営する「TRUNK HOTEL」を展開しており、自社グループのサービスを提供するほか、結婚式場でも培った空間づくりのノウハウを活かしている。

これらは、本業がホテルの付加価値となり集客力を高めているが、ホテルの利用客がそれぞれの本業を認知することで、本業のブランド力向上にもつながることがある。異業種との組み合わせは、単にホテルの付加価値にとどまらず、本業へのフィードバックにもなるという好循環の構造がここにある。

■「ト消費を通じて、モノ消費へ」
ブランド力の向上という

現在伊勢志摩、熱海、箱根



「MUJI HOTEL」を併設する無印良品世界旗艦店イメージ

「MUJI HOTEL」を併設する無印良品世界旗艦店イメージ

「体験」を通じて、ECへ対抗していこうとみられる。

■五輪後のサブイタルをシナジー効果で生き抜く
ホテル業界では建設ラッシュが続く一方、五輪後は供給過多になるとの指摘もある。ただ、引き続きインバウンドは五輪後も一定水準で推移するとの見通しもある。いずれにしても重要なのは、ホテルの独自性・付加価値で集客力を高めることだ。こうした面では、異業種企業が展開するホテル事業は大きなアドバンテージとなりえるだろう。

■開業 18年中に沖縄でも開業する予定。同ホテルブランドは「滞在するレストラン」をコンセプトにしており、本業のレストラン仕込みの高級料理を売りにした、ラッシュアリアーな体験を提供する。業態も好調で、ひらまつは18年度第一四半期決算はホテル事業が寄与し、売上高12・8%増、営業利益30・2%増と大幅な増収増益となった。

また、結婚式場を運営する「TRUNK HOTEL」を展開しており、自社グループのサービスを提供

この施設は「KOE」のブランドを「KOE」のグローバル旗艦店を開業する。この施設は「KOE」のブランドを「KOE」のグローバル旗艦店を開業する。

「体験」を通じて、ECへ対抗していこうとみられる。