

拡大する訪日外国人の旅行需要の取り込みが宿泊事業者の重要な戦略となる

I. 需給動向		(短期) ■ 2024年は、全国旅行支援による需要のはく落やビジネス需要の減少を受けて日本人の宿泊需要が2019年比 ▲8.6%を見込む一方、訪日外国人の宿泊需要は訪日客増加により同+11.0%を見込み、全体としては同 ▲4.8%を予想 ■ 訪日外国人数は、円安の後押しなどにより2024年にかけて2019年水準を超える見込み (中期) ■ 日本人の宿泊需要は、人口減少を受けた旅行者減やWeb会議定着に伴うビジネス需要のはく落の影響を受け、微減が継続 ■ 一方、訪日外国人の宿泊需要は、後背地であるアジア圏の人口増加や、GDP 成長等に伴う訪日外国人数増加により右肩上がりで推移
II. トピックス	競争環境	■ シティタイプについては、コロナ禍で加速した宴会・婚礼需要の減少や、グローバル市場において相対的にプレゼンスの高い外資系プレーヤーの積極進出により、日系プレーヤーの収益性・プレゼンスが低下する見込み ■ ビジネスタイプについては、依然日系プレーヤーのプレゼンスが高いものの、例えば近畿圏などエリアによっては供給過剰となり優勝劣敗が進む見込み
	リスクとチャンス	(リスク) ■ 人手不足により、訪日外国人を中心に拡大していく需要を取りこぼすおそれ (チャンス) ■ 足下需要の増加を背景としてADR^(注1)が上昇
	アナリストの眼	(再編・提携による高付加価値化・競争力強化) ■ 人材育成を目的とした事業者同士での提携や、人材確保を目的とした再編が有効 ■ インバウンド需要の取り込みを目的とした、ホテルオペレーターをはじめとする現地事業者との提携・買収により競争力強化が期待できる (DMO主導でのエリアマネジメント推進) ■ 特に小規模事業者はリソースが限定的で単体でのマーケティングが難しいため、DMO^(注2)のエリアマネジメントにより地域全体の誘客を推進することで個々の事業者の収益向上に繋がる可能性

(注1) ADR: Average Daily Rate (販売した客室1室あたりの販売単価)

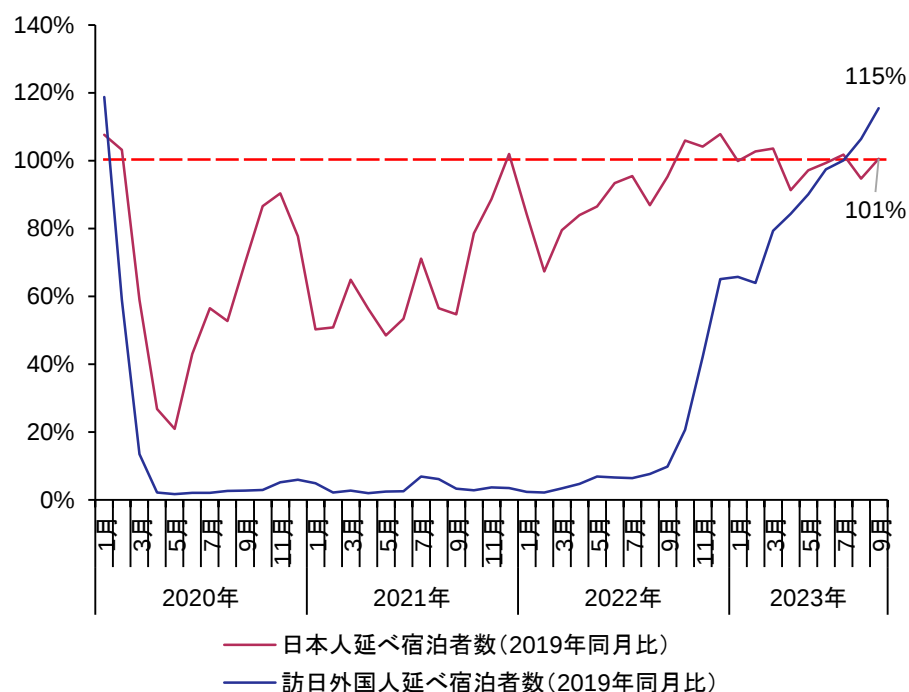
(注2) DMO: Destination Management Organization (官民の幅広い連携によって観光地域づくりを推進する法人)

(出所) みずほ銀行産業調査部作成

【国内需要】宿泊需要はコロナ前を超える水準で推移

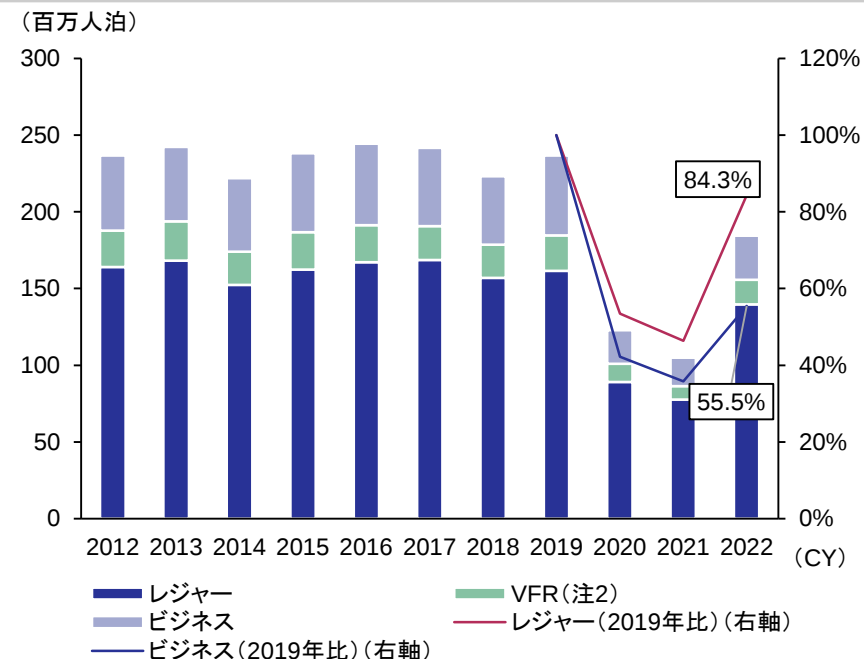
- 足下の国内延べ宿泊者数は、日本人、訪日外国人ともに2019年を超える水準まで回復
- 日本人の目的別の延べ宿泊者数は、レジャー需要は旅行支援の後押しを受けてコロナ前以上の水準で推移する一方、ビジネス需要は一部Web会議での代替が定着し、相対的に回復が弱い

国内延べ宿泊者数の推移(2019年同月比)



(出所)観光庁「宿泊旅行統計調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

目的別の日本人延べ宿泊者数の推移^(注1)



(注1) 全体のうち、友人・知人宅への宿泊を除く

(注2) VFR: Visiting Friends and Relativesの略、知人・親戚訪問を意味

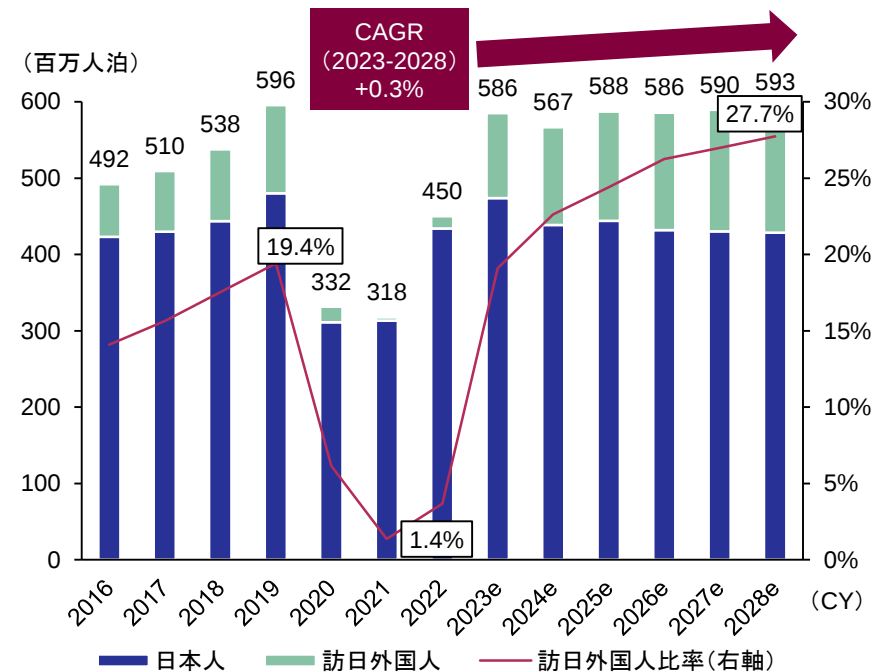
(出所)観光庁「旅行・観光消費動向調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

【国内需要】中期的に日本人宿泊需要は減少し、訪日外国人需要の比率が向上

- 国内延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス影響により需要がほぼ半減したものの、2023年は全国旅行支援による日本人需要増加や訪日外国人需要の回復により、586百万人泊（2019年比▲1.7%）で着地見込み
- 訪日外国人需要は、2024年以降も増加を見込むものの、国内における若年層を中心とした人口減少およびWeb会議浸透による出張減少に伴い、日本人需要は2019年水準まで回復せず、国内需要全体として2024年は567百万人泊、2028年は593百万人泊と漸増が続く見込み
 - 国内延べ宿泊者数に占める訪日外国人の割合は引き続き拡大が見込まれ、2028年は27.7%を占める見込み

国内の宿泊需要の中期見通し

(百万人泊)	2022年 (実績)	2023年 (見込)	2024年 (予想)	2028年 (予想)	CAGR 2023-2028
日本人	434	474	439	429	-
前年比	+38.4%	+9.2%	▲7.4%	-	
2019年比	▲9.6%	▲1.4%	▲8.6%	▲10.8%	▲2.0%
訪日外国人	17	112	128	164	-
前年比	+53.8%	+577.5%	+14.8%	-	
2019年比	▲85.7%	▲3.3%	+11.0%	+42.2%	+8.0%
合計	450	586	567	593	-
前年比	+45.4%	+30.0%	▲3.1%	-	
2019年比	▲24.4%	▲1.7%	▲4.8%	▲0.5%	+0.3%



(注) 両図ともに2023年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) 両図ともにWEO、IATA、観光庁「宿泊旅行統計調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

【国内需要】中期的には訪日外国人数の更なる拡大を見込む

- 2022年10月の水際措置緩和以降、円安やペントアップ需要などの後押しもあり訪日需要が回復し、2023年は2,620万人(2019年比▲17.8%)で着地する見込み
 - 足下の実績(2023年10月)においては、中国人訪日客の回復が相対的に弱いものの、訪日外国人数全体では2019年比+0.8%、中国を除いた人数では同+28.0%と強い回復が見られる
- 今後は、中国人訪日客の回復を受け、2024年にかけて2019年水準まで回復し、2024年には3,515万人(同+10.2%)を見込み、中期的には各国における経済成長や人口増加等により、2028年には4,433万人に達すると予想

アナリストの眼①②③

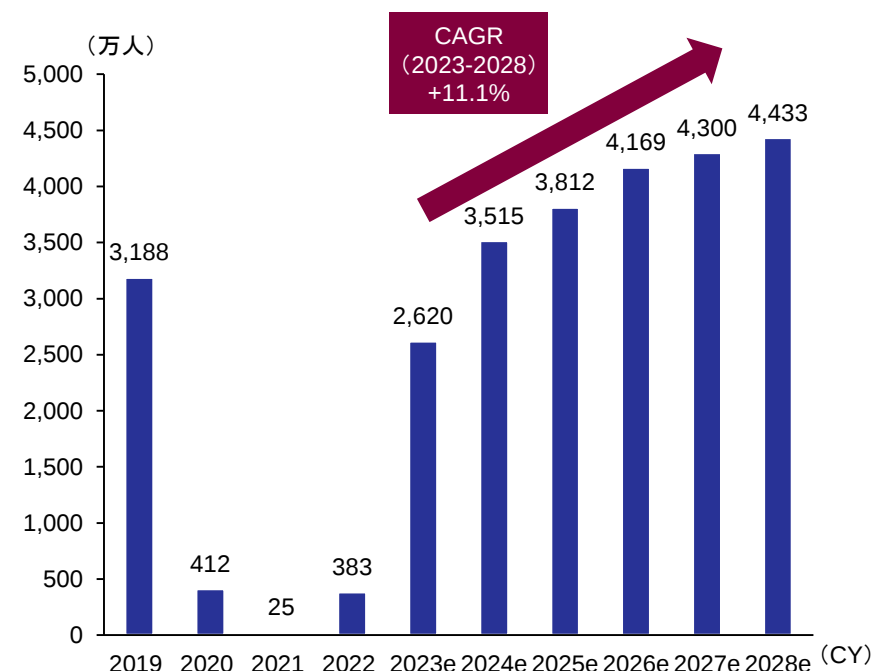
訪日外国人旅行者数の中期見通し

(万人)	2022年 (実績)	2023年 (見込)	2024年 (予想)	2028年 (予想)	CAGR 2023-2028
訪日外国人 旅行者数	383	2,620	3,515	4,433	-
2019年比	▲88.0%	▲17.8%	+10.2%	+39.0%	+11.1%

2023年	足下の訪日外国人数は回復しており、2023年はペントアップ需要、円安の後押しもあり訪日需要の回復が継続する見込み
2024年 ～ 2028年	- 訪日中国人の需要回復加速を受けて、2024年にかけて2019年水準に達する見込み 2019年までの来日実績上位国における1人あたりGDP、人口、為替の実績および予測をベースに算出

(注) 両図ともに2023年以降はみずほ銀行産業調査部予測

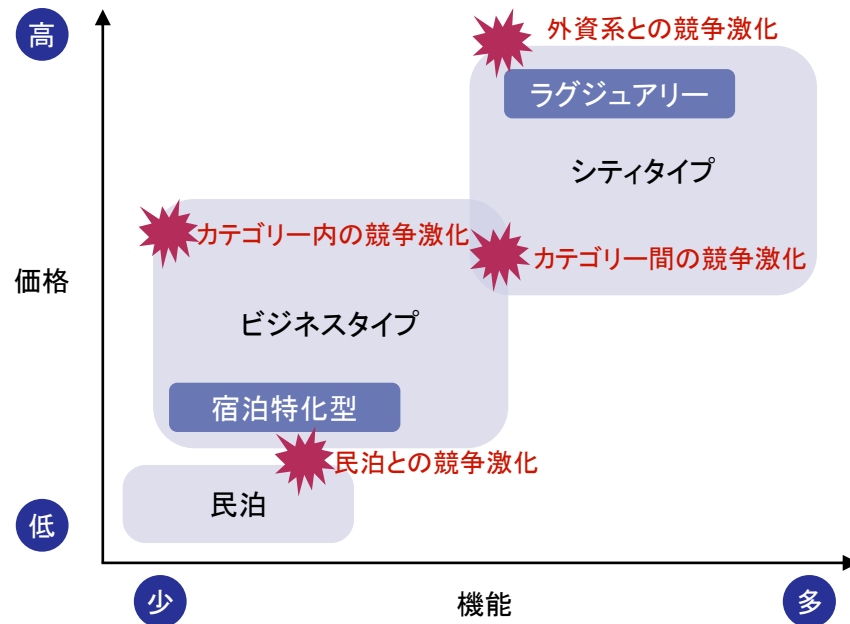
(出所) 両図ともにWEO 各種公表資料等より、みずほ銀行産業調査部作成



外資系プレイヤーの進出や過剰供給により厳しい競争環境に

- ホテルのカテゴリーは、機能面・価格面で分けられるが、高価格・高機能のシティタイプについては日本企業のプレゼンス低下が懸念される
 - 特に最上位に位置するラグジュアリーホテルについては、従来よりグローバル市場においてプレゼンスの高い外資系プレイヤーの進出が加速しており、日本企業のプレゼンスが相対的に低下する状況に
- ビジネスタイプを中心とした宿泊特化型については、依然日系プレイヤーのプレゼンスが高いものの、エリアによっては供給過剰となることや民泊との競合により、優勝劣敗が進む見込み

ホテルカテゴリーと競争環境



日系プレイヤーの方向性

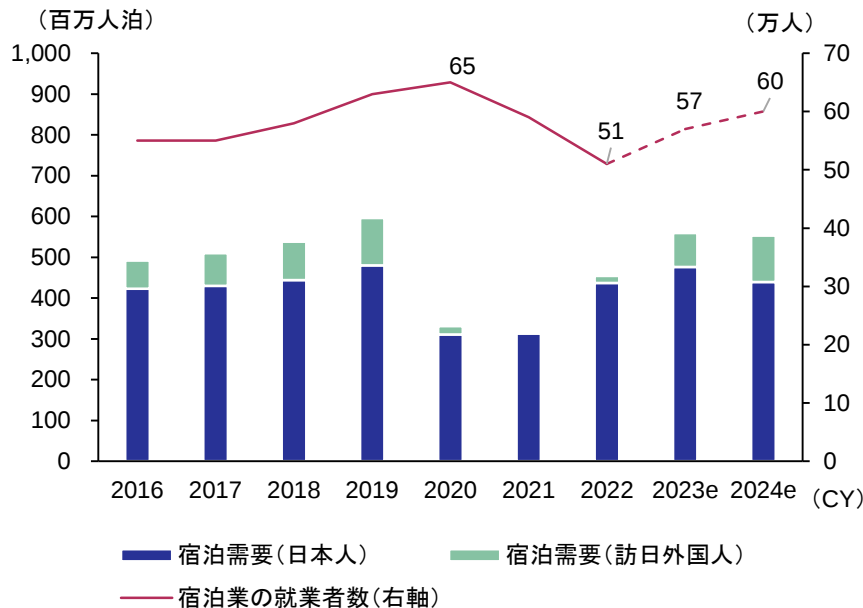
シティタイプ	・ コロナ禍でさらに進んだ宴会・婚礼需要減少により、日系プレイヤーの収益性は低下し、プレゼンスの低下に繋がるおそれ ・ 特にラグジュアリー価格帯では、外資系プレイヤーのプレゼンスが向上し、インバウンドリーチや運営力で劣る日系プレイヤーのプレゼンスは相対的に低下
ビジネスタイプ	・ コスト競争力の高い大手ホテルチェーンのプレゼンスは向上するも、競争環境は激化 ・ 宿泊特化型タイプは、価格面で民泊との競争が激化し、プレゼンスが低下

(出所)両図ともにみずほ銀行産業調査部作成

人手不足による供給制約が懸念される中、付加価値を高める必要

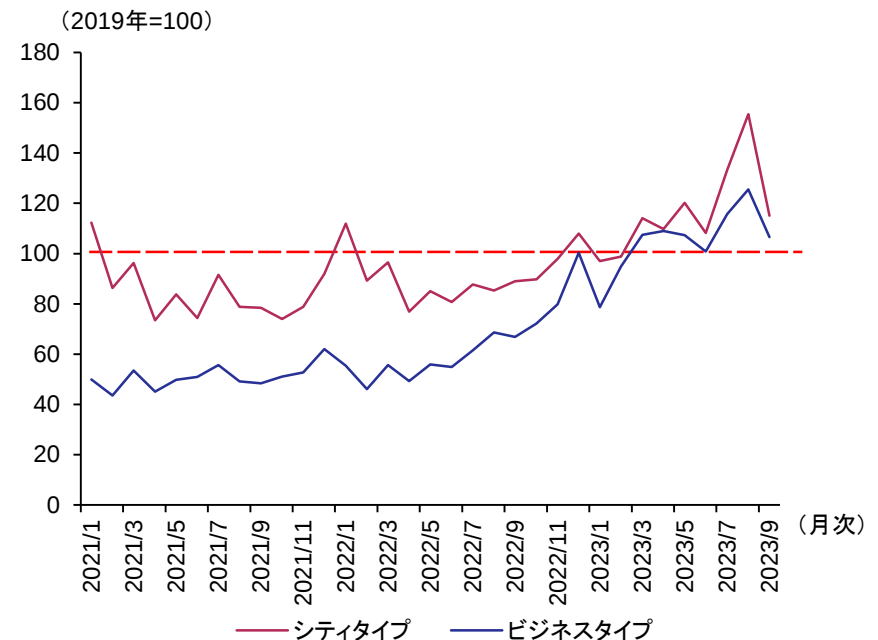
- 宿泊業の労働力は、コロナ禍において低賃金や事業の不安定さを理由に大きく減少し、今後供給制約が懸念される
— 今後の需要回復に対応するためには労働力を約10万人増やす必要がある一方、依然として離職率が高い
- 一方で、足下の宿泊需要の回復に伴いADR^(注1)の上昇が続いており、人材確保に向けた人件費への還元により供給力を維持する必要
— 継続的なADRの上昇のためには、従来、稼働率のみを重視してきたプレーヤーも、RevPAR^(注2)を重視した経営ヘシフトすることが求められる

宿泊業の需給見通し



(注) 2023年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) WEO、IATA、観光庁「宿泊旅行統計調査」、総務省「労働力調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

ADRの推移

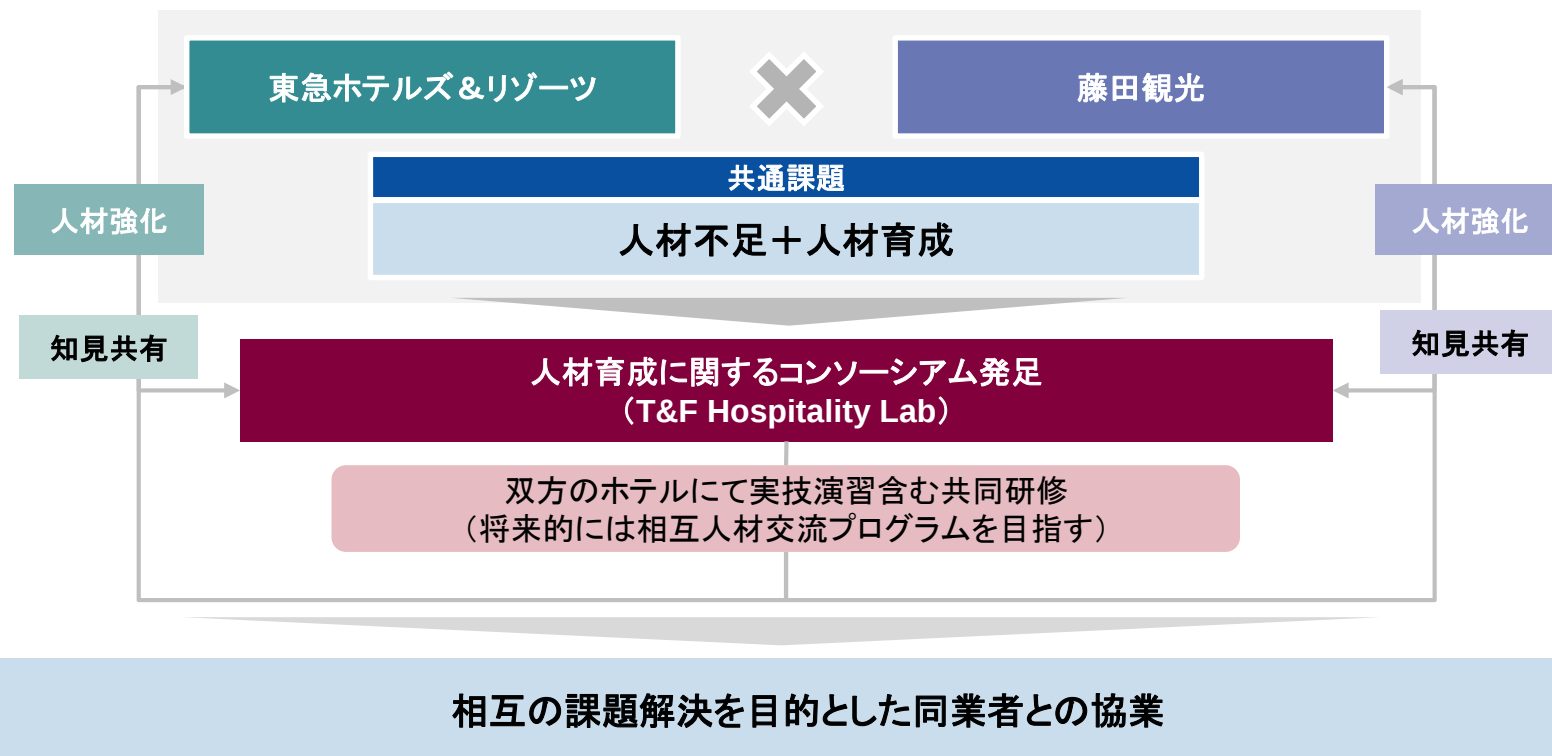


(注1) ADR: Average Dairy Rate (販売した客室1室あたりの単価)
(注2) RevPAR: Revenue Par Available Room (販売可能な客室一室あたりの売上)
(出所) ジャパン・ホテル・リゾート投資法人公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成

人手不足の解決に向けて、事業者間での提携・再編による生産性向上も選択肢

- 人手不足の解決にあたり、人材育成による生産性向上・高付加価値化も有効
- 人材育成を目的とした事業者同士の提携や、人材力強化を目的とした事業者同士の再編も考えられる
 - ― 東急ホテルズ&リゾートと藤田観光は、人材の確保・育成を目的としたコンソーシアムを組成

人材力強化の取り組み事例

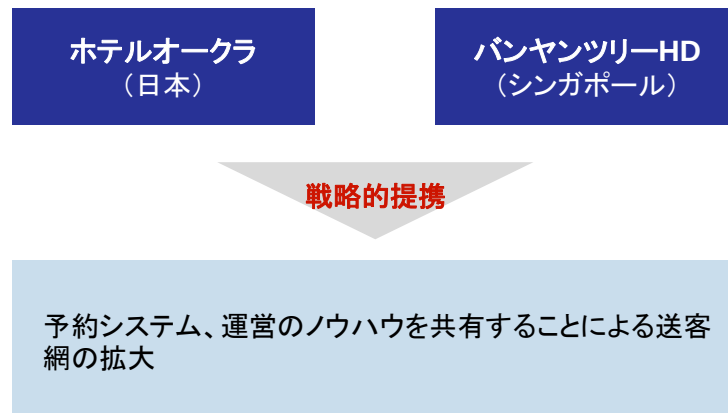


(出所) 各社プレスリリースより、みずほ銀行産業調査部作成

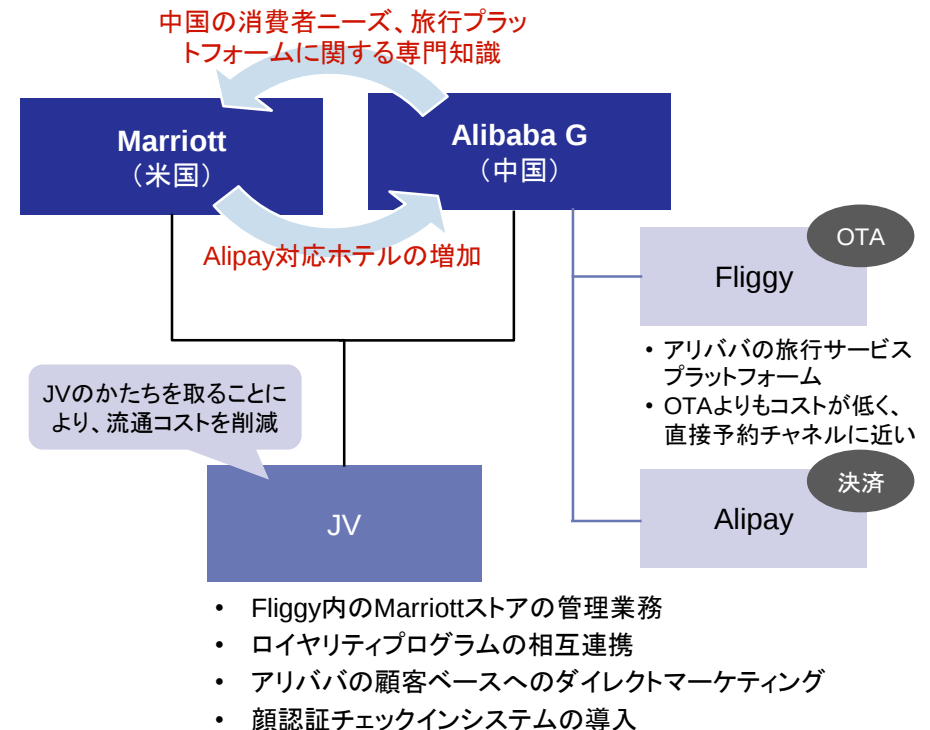
訪日外国人需要の取り込みを目的とした提携・買収による競争力強化

- 日系プレーヤーが、今後も需要拡大が見込まれる訪日外国人に対してマーケティングを強化するためには、現地オペレーターや顧客基盤を有するプレーヤーとの提携・買収も有効。特にアジアからの訪日外国人の増加が期待されるため、アジア系オペレーターとのアライアンスが効果的ではないか
 - ホテルオークラ(日)は、顧客開拓を目的としてバンヤンツリーHD(シンガポール)と業務提携
 - Marriott(米)は、中国人の需要捕捉を目的としてアリババG(中)とJVを設立

現地オペレーターとの提携事例



現地事業者との提携事例

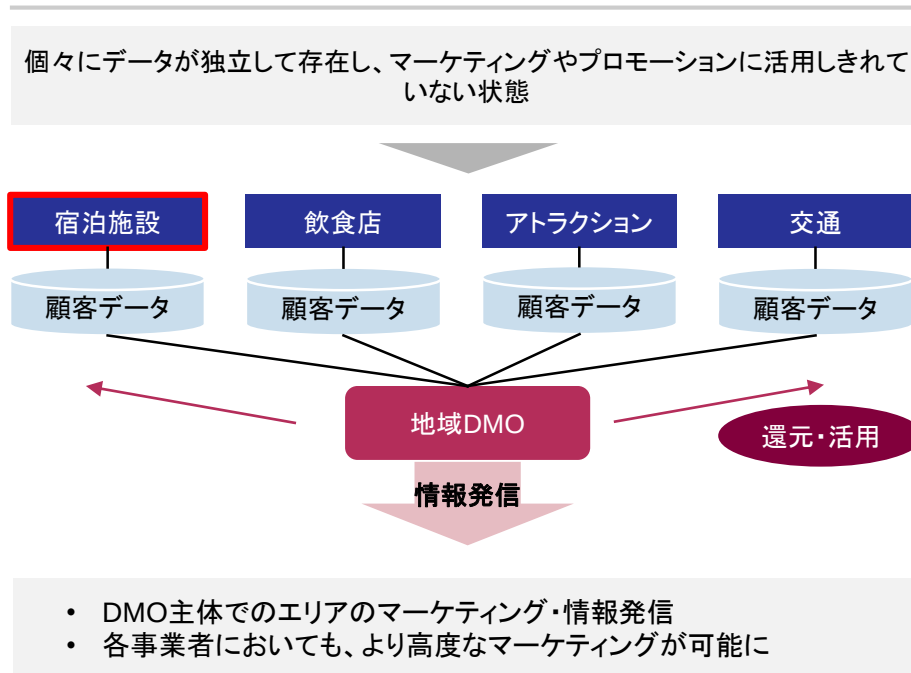


(出所)両図ともにみずほ銀行産業調査部作成

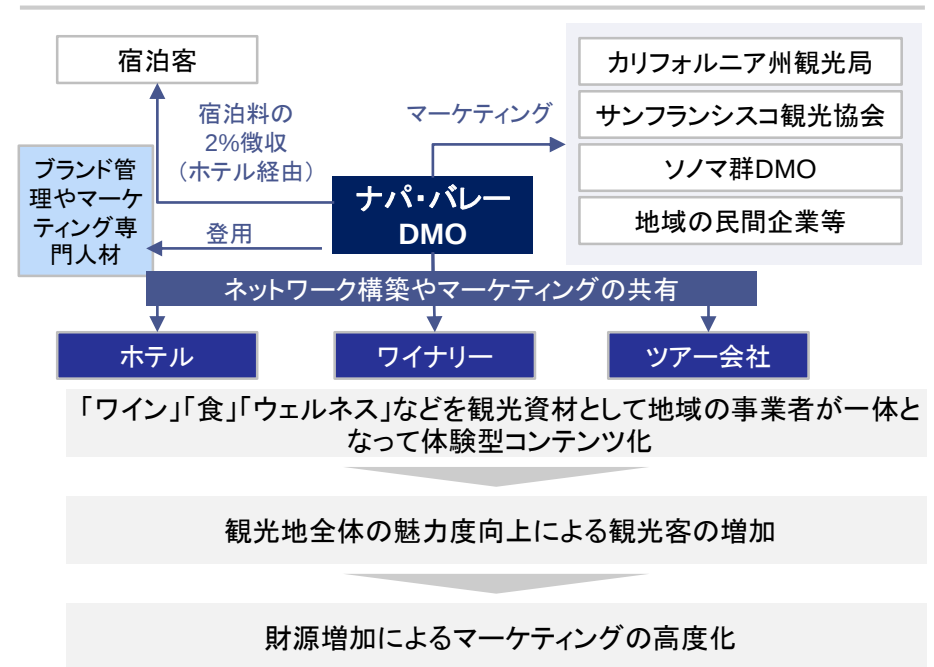
エリア全体での収益向上にあたっては、DMO主導のエリアマネジメントが必要

- DMOによるエリアマネジメントの効果としてエリア全体での誘客促進が期待され、結果としてエリア内の個々の小規模事業者の収益向上に繋がる
 - 特に小規模事業者はマーケティングノウハウ、人材リソースが限定的であり、外部機能活用やデータ共有が求められると推察
- 米国においては、DMO主体で地域マーケティングを推進し、観光客の増加と、それを受けた財源増加による更なるマーケティング高度化といった好循環を生み出す事例も見られる

DMOによるエリアマネジメント



ナパ・バレーDMO(カリフォルニア州)の事例



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

(出所)Visit Napa Valley公表資料より、みずほ銀行産業調査部作成

産業調査部

社会インフラチーム

福島 はるか
前島 裕

haruka.a.fukushima@mizuho-bk.co.jp

[アンケートに
ご協力をお願いします](#)



みずほ産業調査73 2023 No.1

2023年12月7日発行

© 2023 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取り扱い下さいますようお願い申し上げます。
本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

編集／発行 みずほ銀行産業調査部

東京都千代田区丸の内1-3-3 ird.info@mizuho-bk.co.jp