

外資系ホテルの日本市場参入・拡大が加速 高級ブランドの進出がもたらす影

響とは



近年、日本市場における外資系ホテルの進出が加速しています。マリオット・インターナショナル、ヒルトン・ワールドワイド、IHG ホテルズ&リゾーツ、アコーホテルズといった世界的なラグジュアリー、ハイエンドホテルチェーンが、日本各地で新たな宿泊施設を続々と開業しています。その背景には、政府の規制緩和や訪日外国人旅行者の増加によって、日本の観光市場が更なるマーケットの成長が見込めるエリアとして、外資系企業に再注目されている点にあります。

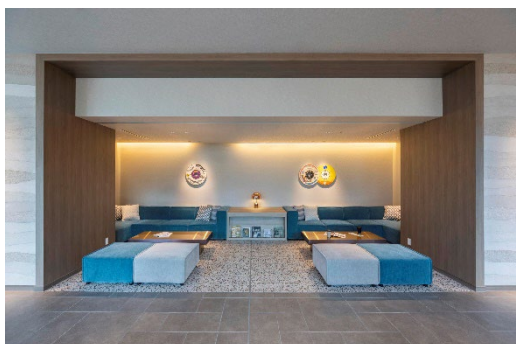
東京・京都を中心に進む高級ホテルの新規開業

2023年4月には東京・丸の内エリアにイタリアの高級ブランド「ブルガリ」が国内初進出となる「ブルガリ ホテル 東京」をオープン。このホテルは、スタンダードルームが1泊平均20万を超えるラグジュアリーホテルであり、中には1泊400万円を超えるスイートルームも提供しており、超富裕層向けの宿泊施設として注目を集めています。

また、訪日外国人の観光名所の一つである京都においても外資系高級ホテルの進出が相次いでいます。2024年以降、「シックスセンス京都」や「バンヤンツリー・東山 京都」などが開業し、京都ならではの伝統的な日本文化と調和した空間デザインが国内外の富裕層から人気となっています。

GARDEでもこれまで数多くのホテルブランドの空間デザインを担当していますが、以前

の [DESIGN MAGAZINE](#) でご紹介した「ハイアット ハウス 東京 渋谷」や「カンデオホテルズ京都烏丸六角」などでも外国人観光客の宿泊が多くみられ、市場として急成長していることを感じています。



外資系ホテル進出の背景 — 円安と観光需要の高まり

外資系ホテルによる日本市場への積極進出の背景には、日々ニュースで取り上げられている通り、コロナ禍からの観光需要の回復と円安の影響が大きく関わっていることは言うまでもありません。2023年、[日本政府観光局 \(JNTO\)](#) の発表によると、訪日外国人旅行者数はコロナ前の水準を回復し、過去最多を記録。それを受けて[政府](#)は2030年までに訪日外国人旅行者数を6000万人に増やし、消費額を15兆円にするという目標を掲げました。その一環として富裕層向けの宿泊施設の拡充を進めており、間取りの広い客室を設ける場合はビルの容積率を緩和するなど、ホテルの客室設計における規制緩和を実施していることも、外資系ホテルブランドが日本に参入しやすい理由の一つといえるでしょう。

建築デザインとテクノロジーの融合

外資系ホテルは、日本市場において単なる宿泊施設としての役割を超え、建築デザインや内装に地域文化を取り入れることで、独自のブランディングを展開しています。

例えば、ザ・リッツ・カールトン京都では、日本庭園や和紙を取り入れたデザインが特徴的で、畳や障子、木材といった伝統的な素材を活用し、京都の文化的要素を反映した空間を演出しています。また、東京・大手町のアマン東京では、モダンな高層建築に石材や木材、和紙を融合させ、洗練された和の美意識を表現しています。

さらに最近では、音声コントロールやAIアシスタントを活用した客室管理システムを搭載するなど、最新のIoT技術やスマートルームを導入することで、宿泊客にシームレスな滞在体験の価値を高めるためのDX化を進めるラグジュアリー、ハイエンドホテルブランドも増加傾向にあります。伝統と最新テクノロジーの融合が、外資系ホテルの強みになりつつあります。

さいごに

外資系ホテルの日本市場への進出は今後も続き、高級ホテルブランドの競争が激化する中、各社は地域の文化を尊重したデザインや独自のサービスを提供することで、他社との差別化を図っています。また、持続可能な観光の観点から、環境に配慮した建築や省エネルギー技術の導入が求められており、業界全体としてサステナビリティを重視した運営が期待されてきています。

観光需要の増加と政府の政策支援を背景に、外資系ホテルだけでなく今後も新たなブランドが日本市場に参入し、業界のさらなる発展を期待しています。