

ビジネスホテルチェーンの全国展開からみる出店戦略

宇野広樹

筑波大学大学院生

本研究は、全国展開をしているビジネスホテルチェーン16社を対象にして、時空間的に出店戦略をパターン化・モデル化し、それぞれの特性を明らかにすることを目的とした。まず都市階層については、全体的に都市部への出店が多いが、地方小都市への出店が多いホテルも数社見られた。次に駅との距離については、多くのホテルが駅との近さが立地への重要な要因となっているが、地方型のホテルは駅から遠い結果となった。その一方で駐車場の多さに関しては、駅との距離と対比する結果となった。さらに役場との距離については、特異なホテルが数社見られた。そして全国展開パターンについては「ドミナントエリア拡大型」「都市階層型」「その他」の三つに大別された。これらを総括すると、「大都市指向駅近接型」、「都市分散駅近接型」、「都市分散CBD近接型」、「地方指向車主体型」の四つに類型化され、ホテルの経営形態がハード・ソフトともに多様化している現状が明確になった。

キーワード：ビジネスホテル、都市階層、距離、全国展開パターン、立地

I はじめに

1. 研究背景と目的

2000年代初頭にホテルの軒数が旅館の軒数を上回り、ホテルの軒数、客室数はともに増加している。さらに宿泊者が利用する宿泊施設においてはビジネスホテルが宿泊者全体の半数近くを占めている¹⁾。それに加えて国による「ビジット・ジャパン・キャンペーン」をはじめとした訪日外国人旅行者の観光促進政策が進められており、訪日外国人旅行者数は2013年の1,036万人から2018年の3,119万人と急激に増加している（観光庁）。このような状況でホテルの中でも宿泊に特化し、ビジネスマンを主な客層とするビジネスホテルの建設ラッシュが進行しており、HotelBankによると2019年1月から2020年1月の間で7,994施設から8,416施設に増加した。このようにビジネスホテルは施設数を増やしており、今後の増加が見込まれている。

ホテルの立地に関しては、地理学においても研究の蓄積がある。浮田(1987)が指摘するように、

ホテルは産業分類上、宿泊業に分類され、宿泊業は地理学において観光産業の指標としての観光地理学と、都市機能として都市の中心性や都市の魅力を研究する都市地理学の二つの視点から研究が蓄積されてきた。

石澤・小林(1991)では、長野市における高度経済成長以降のホテルの集積は新しい核心地域に形成され、都市の核心地域が移動する際のメルクマールとして都心の成長との関連が明らかにされた。同様に、郡山市における小売商業機能や行政機能、オフィス機能といった都心機能の集積過程を論じた松村(1992)では、業務機能や飲食機能に並んで、宿泊機能の集積が都心機能の成長にとって重要であることが指摘された。これらの研究に共通することは、ホテルは「都市の顔」ともいべき存在であり、宿泊機能に付随した会議主催(コンベンション)機能のほか、レストランや宴会場施設の有無、プールやジムといった付帯機能の充実度が都市の規模を物語ることに着目していた点である。

その一方で、浅野ら(2005)の研究に代表され