

2. ホテル

2023年の中国ホテル業界は、2020年以降の徹底した防疫対策によって失われた収益機会を取り戻す一年となることが期待される。中国国内におけるホテル需要を「コロナ以前」の水準に回復するためには、防疫対策によって制限されていた海外からの渡航者の受け入れに加え、宴会や結婚式、MICE等の需要を喚起・促進するための施策が望まれる。

中国のホテル業界

業界動向：2022年はホテル淘汰が本格化

表1は文化旅游局による星級ホテル数と客室数の2019年以降の推移である。2010年代に入り星級ホテル数は減少傾向にあったが、コロナをきっかけによりいっそう厳しい市場環境に置かれることとなった。注視すべきは、2022年に入りその傾向がより顕著になっていることである。

表1：星級ホテル数と客室数の推移

		2019	2020	2021	2022 Q4	20vs 21	21vs 22 Q4
五星級	ホテル数(軒)	822	820	799	747	△21	△52
	客室数(万室)	26.0	26.4	26.4	N.A.	0.0	
四星級	ホテル数(軒)	2,443	2,399	2,324	2,071	△75	△253
	客室数(万室)	44.3	43.8	43.3	N.A.	△0.4	
三星級	ホテル数(軒)	4,350	4,074	3,686	3,024	△388	△662
	客室数(万室)	42.4	39.5	37.1	N.A.	△2.4	
二星級	ホテル数(軒)	1,268	1,100	853	614	△247	△239
	客室数(万室)	7.5	6.2	5.1	N.A.	△1.1	
一星級	ホテル数(軒)	37	30	14	9	△16	△5
	客室数(万室)	0.1	0.2	0.1	N.A.	△0.1	
合計	ホテル数(軒)	8,920	8,423	7,676	6,465	△747	△1,211
	客室数(万室)	120.4	116.1	112.1	N.A.	△4.0	

出所：文化和旅游部統計

注：2019年～2021年は年間統計、2022年は四半期統計より数値を抽出

市場分析：ホテルでの消費額と利用者数が共に減少

この統計は、ホテル業界が直面する3点の困難を示している。

1点目は消費者から選ばれなくなったホテルの淘汰である。これは主に3星級、2星級、1星級の中級・低級ホテルに見受けられる。その背景として、所得水準の上昇や消費者のニーズ・嗜好の多様化に加えて、「衛生・消毒・安全」の面からもコロナ以降は中級・低級ホテルは選ばれなくなっていることが推察できる。

2点目はホテルでの消費額が減少していることにある。背景として第一に、コロナによる影響が考えられる。2020年以降は市中感染が小康状態になると経済活動が回復する一方で、感染拡大が確認されると都市間移動が厳しく制限

されていたため、ホテル需要は限定的かつ不安定な状況にあった。そのため、需要不足すなわち稼働率低下に起因する客室単価への下押し圧力が継続していたものと考えられる(表2参照のこと)。

表2：星級別平均客室単価と平均稼働率の推移

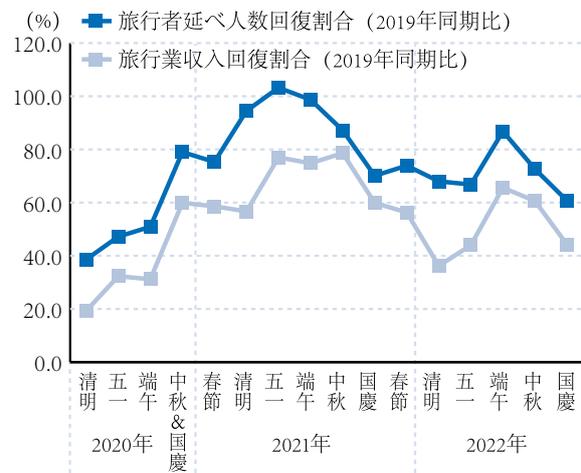
		2019	2020	2021	2022 Q1	2022 Q2	2022 Q3	2022 Q4
五星級	平均客室単価(元)	596.6	518.8	551.0	505.0	463.6	542.0	504.5
	平均稼働率(%)	60.9	40.4	44.7	32.5	34.9	50.0	36.8
四星級	平均客室単価(元)	331.6	300.2	310.3	289.9	296.2	314.2	307.7
	平均稼働率(%)	55.1	39.1	41.9	31.9	36.7	44.8	36.9
三星級	平均客室単価(元)	225.7	206.2	212.9	196.9	207.5	224.4	218.6
	平均稼働率(%)	52.2	38.0	39.9	32.3	38.4	43.7	37.0
二星級	平均客室単価(元)	179.4	161.9	172.3	151.8	167.5	178.3	177.7
	平均稼働率(%)	52.0	38.6	39.0	30.6	34.0	40.3	34.3
一星級	平均客室単価(元)	112.0	117.3	88.2	68.2	84.7	76.8	83.9
	平均稼働率(%)	51.4	35.7	38.1	26.5	32.9	40.7	39.0

出所：中華人民共和国文化和旅游部統計

注：2019年～2021年は年間統計、2022年は四半期統計より数値を抽出

加えて、消費者による旅行支出の変化がうかがえる。図1は文化和旅游局による中国の主要な連休での国内旅行の延べ人数と旅行業収入を、2019年と比較した際の回復状況の推移である。延べ人数の回復に比べて収入の伸びが鈍化、すなわち旅行での消費額が減少していることを示している。これは「周辺遊(周辺旅行)」に代表される支出を抑えた旅行や、「自駕+露營(キャンプ/グランピング)」の様にホテルでの宿泊を伴わない旅行方式の拡大が関係しているものと推測される。

図1：主要連休における国内旅行の旅行者延べ人数と旅行業収入回復状況(2019年同期比)

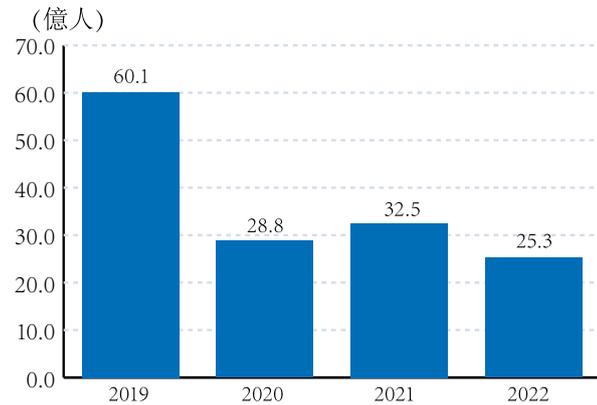


出所：中華人民共和国文化和旅游部統計

3点目は国内旅行者数の減少である。図2は2019年以降

の国内旅行者延べ人数の推移である。2020年下半年から2021年上半年に向けて回復した旅行者数も、それ以降は再び減少傾向に転じている。2022年以降のさらなるホテル数減少は、一時的な旅行者数の回復によって持ち堪えたが、回復の鈍化により廃業を余儀なくされたホテルの存在が垣間見える。

図2: 国内旅行者延べ人数推移 (単位: 億人)



出所: 中華人民共和国文化和旅游部統計

客室単価の低下と利用者の減少はホテル産業の統計数値に如実に現れている。中国星級ホテル業界の営業収入は、2019年には1,908億元であったのに対し、2022年は1,122億元と4割強落ち込んだ。注視すべきは、2022年の客室単価は2019年と比較してマイナス3%からマイナス16%の減少幅であったのに対し、平均稼働率はマイナス18%からマイナス42%の減少幅と、季節要因は存在するものの平均稼働率低下による影響が顕著であったことである(表3参照のこと)。

このような市場環境において収益機会を創出するために必要とされる政策は、端的に「利用者数を増やす」ことである。

表3: 星級ホテルの経営指標推移

	2019	2020	2021	2022 Q1	2022 Q2	2022 Q3	2022 Q4
平均客室単価 (元) ADR	353.0	313.9	335.0	300.8	297.9	342.2	321.5
平均稼働率 (%) OCC	55.2	39.0	41.8	32.1	36.7	45.5	36.8
1日1販売可能客室当り客室収入 (元) RevPAR	194.8	122.4	139.9	96.6	109.4	155.7	118.3

出所: 中華人民共和国文化和旅游部統計

注: 2019年~2021年は年間統計、2022年は四半期統計より数値を抽出

2023年の展望: 全面開放をいかに需要喚起につなげるか

全面開放によって、PCR検査陰性証明やワクチン接種の有無を問わず都市間の移動が原則自由となった。そこからいかに「移動し、集まり、消費する」人々の絶対数を増大させられるかが課題である。

1つ目の建議は、海外からの入境者を増やすことである。

経済活動を活性化していこうとする動きが全世界的に見受けられる中で、海外から中国への渡航は引き続き限定的である。強制集中隔離や自宅観察等の入境時防疫措置の緩和のみでなく、査証取得の簡素化や航空便の増加など、観光・商務等の渡航目的を問わず、中国への入境者増加のための継続的な規制緩和を要望する。

2つ目の建議は、MICE需要を喚起することである。MICEは多くの集客交流を意図したイベントであるため、ホテル需要を促進する直接的な効果が見込まれる。またMICEはその性質上、企業・産業活動や研究・学会活動等と関連しているため、人の集積や交流から生み出される付加価値や経済的波及効果も期待できる。政府主催のMICEのみでなく、社団・民営・外資へのMICEイベント開催の動機付けとなる施策を要望する。

3点目の建議は、個人のホテル利用機会を創出することである。これには海外の政策を参考にできる。日本の「Gotoトラベル (2020年)」や「全国旅行支援 (2022年)」では、上限額を設定した上で旅行代金の割引と利用者に対してクーポンの発行を実施している。その他にも、イタリアやギリシャでは2020年に個人所得や世帯所得に制限を設けて宿泊施設での支払額を割引する政策を、シンガポールでは2020年末から2021年上半年にかけて観光施設や現地ツアー、ステイケーションに利用できるデジタルバウチャーを18歳以上の市民に配布している。観光振興を目的とした財政的インセンティブは旅行者数の回復に寄与することが期待されるため、個人向けの旅行支援策を要望する。

<建議>

- ①観光・商務等の渡航目的を問わず、中国への入境制限の継続的な緩和を要望する。
- ②行政府主導によるMICE機会の創出および事業法人等へのMICE需要喚起のための施策を要望する。
- ③国内旅行や婚礼等、個人のホテル利用につながる機会への支援策を要望する。