

2. ホテル

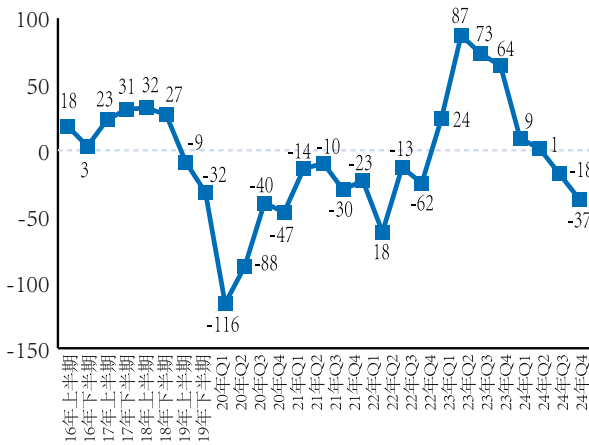
2024年12月の中央経済工作会議にて提示された5つの「バランス」の1つである「『増量拡大』と『ストック活用』のバランス」は、中国ホテル業界が健全に発展していくために克服しなければならない課題を要約するうえで、正鵠を射たものである。ホテル業界は「ストックホテル（存量酒店）」が過多となっており、優良なホテルの増量拡大とストックホテルの再活用を同時に促進していくことが必須である。

短期的視点：需要の底上げと設備投資を促進

景況感の悪化：ホテルを利用する機会をいかに創造していくか

ホテル業界データベースの浩華（Horwath HTL）/厚海データ平台による景況感調査（図1）によると、2024年第4四半期のホテル市場総合景気指数はマイナス37となり、コロナ禍と同等の水準まで落ち込む結果となった。2023年に新型コロナウイルス感染症拡大の終焉を迎え、一時的に回復した国内旅行需要を下支えに景況感は大幅に改善したものの、2024年に入り再びマイナスに転じた。

図1：ホテル業界の景況感推移（2016～2024年）



出所：浩華（Horwath HTL）/厚海データ平台 統計

また、同社調査の需要カテゴリー別指標（表1）に注目すると、会議需要が特段軟化していることが見受けられる。MICE（Meeting、Incentive tour、Convention、Conference、Exhibition）は国の内外を問わず多くの集客交流を意図したイベントであるため、同様に軟化している海外からの商務需要や団体旅行需要との相性も良く、ホテル需要を促進する上で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。

表1：カテゴリー別需要予測（2024年第4四半期）

	非常に良い	比較的良い	普通	比較的悪い	非常に悪い
国内商務需要	0.1%	9.1%	44.6%	43.6%	2.5%
国際商務需要	0.0%	12.8%	31.7%	38.3%	17.2%
国内個別旅行	0.3%	11.2%	34.7%	50.2%	3.7%
国際個別旅行	0.4%	17.3%	28.9%	38.3%	15.0%
国内団体旅行	0.3%	9.1%	32.3%	52.3%	6.0%
国際団体旅行	0.1%	13.5%	28.2%	38.9%	19.2%
会議需要	0.4%	7.6%	27.3%	54.0%	10.6%

出所：浩華（Horwath HTL）/厚海データ平台統計

「以旧換新」政策を推進：期間、金額、対象となる消費財を拡充し、投資を促すことが必要

アジア地区を中心としたホテルデータベースのABNData（亜州旅宿大数据研究院）の2024年度年次報告によると、ホテルの高評価に繋がるキーワードは「コストパフォーマンスが高い（性価比高）」「管理が専門的（管理專業）」「価格が合理的（価格合理）」となっており、利用者が価格に対して非常にシビアになっていることが見て取れる。反面、低評価のキーワードが「施設の老朽化（施設老旧）」「衛生が行き届いていない（衛生細節不到位）」「サービス態度（服務態度）」となっており、設備の老朽化やサービスの悪さにより利用者のニーズに応えられていないことが評価に影響していることが見て取れる（表2）。利用者の満足度を向上していくうえで、施設・設備への継続的な投資は不可欠である。投資を促進していくうえで、「以旧換新」に関連する支援策を拡大適用し、継続していくことを要望する。

表2：ホテル評価に関連するキーワード

高評価キーワード				
コストパフォーマンスが高い	管理が専門的	価格が合理的	サービスが熱心	サービスの応答が速い
新中国式的设计	朝食の種類が多い	絶好のロケーション	スマート化	衛生的で清潔
低評価キーワード				
施設が老朽化	衛生が行き届いていない	サービス態度	異臭がする	駐車料金を取る
朝食が少ない	宿泊価格が高すぎる	毛髪が落ちている	管理が混乱している	無理強いをする

出所：ABNData 統計

一例として2024年11月13日付で発布された「ホテルのテレビ端末の買い替え活動促進に関する通知」を紹介する。当該通知により、ホテルの利用客に対しテレビ視聴体験を改善することが求められた。個別の事情を勘案しつつも、ホテルのテレビ端末を買い替え促進策の対象となる消費財として補助金の範囲に組み入れられたことで、全国各地のホテルに設置されている古いテレビ端末のアップグ

レード、モデルチェンジが推進された。

このような支援策は、設備への投資意欲を促進する一助になることが期待される。ホテルではテレビ端末以外にもさまざまな消費財（固定電話、スマートフォン、タブレット、冷蔵庫等）が数多く設置されており、アップグレードやモデルチェンジの際は、相応の買い替え需要が見込まれる。国内経済や国内総生産の面でも「以旧換新」は在庫を解消し、投資の底上げにもつながることが期待される。金額、期間、対象となる消費財等の範囲を拡大し、「以旧換新」支援策を継続していくことが望まれる。

長期的視点：ホテル業界の構造的問題の解決に向けて

「存量盤活」の実現：在庫整理を促し、激化する「内巻」の解消が急務

中国のホテル業界は改革開放と市場経済移行、および不動産開発投資への機運に乗り、1980年代以降その規模を急速に拡大してきた。40年余りの時を経て、施設・設備の老朽化などハード面での問題のみならず、経営手法が旧態依然のままでソフト面での改革・改善が遅れているホテルは、その多くがストックホテルと化してしまっている。ストックホテルには明確な定義がなく、広範囲に及ぶ漠然とした概念ではあるものの、ハードとソフトの両面で改革・改善が急務とされるホテル群に、星級ホテルを代表とする全国各地に建設されたフルサービス型ホテルが挙げられる。

全国星級ホテルの動向：三～二星級（中端～中低端）を中心に減少傾向

表3は星級ホテル数と客室数の推移である。新型コロナウイルス感染症の影響によりホテル数と客室数は減少の一途をたどるも、2023年はコロナ禍の収束とともに底打ち感が見受けられた。しかしながら、2024年は再度減少傾向に転じ、二番底を探る展開となっている。データが示す通り、星級ホテル全体の規模は2024年第3四半期時点にて2019年比で7割足らずまで縮小しており、特に三～二星級（中端～中低端）がストックホテル化していることが見て取れる。

また星級ホテルに限らず、ここ数年で廃業したホテルは増加の一途を辿っている。図2は2013年から2023年までのホテル競売件数（入札掛値500万元以上）とその成約件数の推移である。過去10年で競売件数は右肩上がりで増加しているものの、成約率は下落傾向にあり、2024年の成約率は2024年第4四半期時点では7%前後で推移している。数多くのホテルが倒産や廃業に陥っているだけでなく、これらの資産が活用されずに放置されている状況が窺える。またホテル運営には多くの人手を要するため、雇用の受け皿が失われていることも意味する。

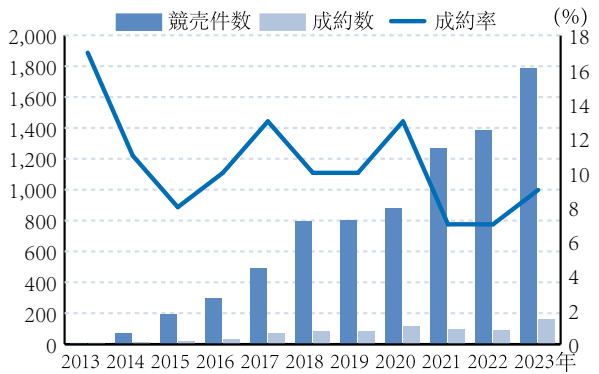
表3：星級ホテル数と客室数の推移

		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年Q3	2023年vs 2024年Q3
五星級	ホテル数(軒)	822	820	799	783	772	736	△36
	客室数(万室)	26.0	26.4	26.4	26.4	25.8	N.A.	N.A.
四星級	ホテル数(軒)	2,443	2,399	2,324	2,285	2,325	2,073	△252
	客室数(万室)	44.3	43.8	43.3	44.1	43.2	N.A.	N.A.
三星級	ホテル数(軒)	4,350	4,074	3,686	3,487	3,471	2,811	△660
	客室数(万室)	42.4	39.5	37.1	36.0	34.6	N.A.	N.A.
二星級	ホテル数(軒)	1,268	1,100	853	768	670	505	△165
	客室数(万室)	7.5	6.2	5.1	4.8	3.8	N.A.	N.A.
一星級	ホテル数(軒)	37	30	14	14	7	4	△3
	客室数(万室)	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	N.A.	N.A.
合計	ホテル数(軒)	8,920	8,423	7,676	7,337	7,245	6,129	△1,116
	客室数(万室)	120.4	116.1	112.1	111.4	107.5	N.A.	N.A.

出所：文化和旅游部統計

注：2019年～2023年は年間統計、2024年は四半期統計より数値を抽出

図2：2013～2023年中国ホテル競売件数と成約件数の推移



出所：盈蝶咨询

チェーンホテルや外商投資系ホテルの誘致：ホテル経営のプロによる資産価値の向上と雇用創出

中国飯店協会が発表した「2024年度中国ホテル業発展報告」によると、2023年末にて中国国内のホテルチェーン数は9.06万軒となり、2022年の7.1万軒から28%増加した。客室数ベースでは、ホテルチェーン化率は38.75%から40.95%に上昇しており、特にラグジュアリーホテルのチェーン化率は55%に達している。

チェーンホテルの誘致は、ストックホテル再活用の一助となることが期待できる。チェーン化率は、一線級都市群は60.04%と先進国並みの水準である反面、副省級都市および省都市群では48.58%、その他都市群では38.67%と、まだまだ発展余地がある。特にこれらの都市群にとって、チェーンホテルが参入することの恩恵は多い。ホテル

運営の専門性を有し、ブランドと知名度を裏付けにした利用者への訴求力を持っているだけでなく、OTA (Online Travel Agent) のプラットフォームが充実しており全国からの集客が期待できる。そして何より、地域住民の雇用創出に寄与することができる。

もう一つは外商投資系ホテルの誘致である。表4は国家統計局によるホテルの出資母体別財務統計である。外商投資系ホテルは中国国内のホテル業界において規模は決して大きくない。しかし、外商投資系は内資や港澳台投資系と比べて、健全な財務体質と収益性を重視した経営手法を厳格に取り入れている。2019年は3系列とも所有者權益比率が23～26%であったにもかかわらず、2023年の同データでは、内資が17%、港澳台投資系が20%に落ち込んだ反面、外商投資系は41%と経営の安全性を高めている。同期間の収益性指標からも、外商投資系はコロナ禍という未曾有の危機においても、損失を最小限に抑え、従前より有していた利益体質をいち早く回復していることが見て取れる。経営基盤が強固な企業に対しては、税や付加価値の点で行政への貢献が見込めるだけでなく、労働者の安定雇用も期待できる。不良債権化したストックホテルを活用していくうえで、チェーンホテルや外商投資系ホテルの誘致は解決策の一つになると期待される。

表4：登記種類別宿泊業財務データ (単位：億元)

内資	2019年	2023年
資産総計	12,023.73	14,939.87
負債合計	9,237.12	12,401.74
所有者權益合計	2,771.74	2,540.31
所有者權益/資産比率	23.1%	17.0%
営業収入	3,708.20	4,644.68
営業コスト	1,503.74	2,200.19
利益総額	△107.19	△55.34
税金および付加	70.55	57.10
利益/営業収入比率	-	-

港、澳、台商投資	2019年	2023年
資産総計	1,631.99	1,725.75
負債合計	1,206.48	1,384.85
所有者權益合計	428.33	340.9
所有者權益/資産比率	26.2%	19.8%
営業収入	342.43	313.38
営業コスト	112.25	113.72
利益総額	△1.00	8.59
税金および付加	9.77	9.15
利益/営業収入比率	-	2.7%

外商投資	2019年	2023年
資産総計	1,115.36	1,271.78
負債合計	822.10	751.34
所有者權益合計	293.17	520.44
所有者權益/資産比率	26.3%	40.9%
営業収入	207.10	168.84
営業コスト	71.37	65.86
利益総額	5.90	7.40
税金および付加	5.31	4.11
利益/営業収入比率	2.8%	4.4%

出所：国家統計局

最後に、不良債権化したホテル資産の再活用を目指すうえで、ABSやリート等を通じた資本市場の有効活用を示す。これらのチェーンホテルや外商投資系はホテルを所有・直営するのではなく、リースやフランチャイズ、HMC (ホテルマネジメント契約) を通じた運営委託による参入が主であり、固定資産を直接取得することは稀である。また外商投資系の場合は、土地・建物等の不動産の取得に制限がかかることが常である。このように所有と経営の分離を前提とした誘致を促進するには、資本市場の有効活用が欠かせない。日本は2001年3月に東京証券取引所にリート市場が開設、9月に本邦初のJリート銘柄が上場し、2006年にはホテル特化型リートが上場するなど20年近くの歴史がある。反面、中国ではいわゆる私募型の取引が中心であり、公募型リートは2020年に上場したばかりである。しかしながら、2024年の不動産投資信託に関する通知 (发改投資 [2024] 1014号) によって、一定の条件下においてホテルも原資産に組み込むことが許可された。今後は資本市場を有効に使うことで専門性・収益性の高い経営を導入するとともに、運用資産としてのホテルの再活用と価値向上を目指す好循環を生み出されることが望まれる。

2025年の課題と展望

中国飯店協会は上記の発展報告の発表に合わせ、「2024年、当協会はグリーンホテル、文化テーマホテル、親子ホテル、リゾートホテル、療養ホテル、ブティック型民泊、ランドマークグルメ、国潮飲食など8種類の消費新シーンを重点的に育成」とのメッセージを発しており、利用者の嗜好やニーズが急速且つ多面的に変化していることを端的に示している。常に利用者には選ばれるホテルであり続けるためには、市場規模、顧客構造、競合他社との比較優位性など多岐にわたる分析をもとに、不断の改革・改善を続けなければならない。市場原理に基づいた競争ではあるものの、過度なイスの奪い合いは企業を疲弊させる恐れがある。行政に対しては、ホテル需要の底上げとなる施策のみでなく、健全な競争環境のもと供給側であるホテルに対して利用者の利益に繋がる投資への広範囲な支援が期待される。

<建議>

① MICE需要の創出に向けた支援

MICE需要の創出はホテル需要を促進する上で直接的な効果が見込まれる。MICEは性質上、企業・産業活動や研究・学会活動等と関連しており、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。

② 「以旧換新」推進とホテルへの拡大適用

「以旧換新」を推進することは政策的要請に就くという意義のみでなく、ホテルに対して施設・設備や消費財への投資を促す一助となる。

「以旧換新」の期間・金額・対象となる消費財の範囲を拡大し、ホテルへ積極的に適用していくことを要望する。

③ 「盤活存量」の実現に向けたチェーンホテルや外商投資系ホテルの誘致

ストックホテル（存量酒店）を活用することは、ホテルの資産価値を回復させ、雇用や税・付加価値を創出するという実利面での恩恵が期待できる。「盤活存量」の実現に向け、チェーンホテルや外商投資系ホテル等、高い専門性と市場競争力を有したプロフェッショナルの参入を促すことを要望する。