



**Increasing inbound and
growing home-sharing market**

Cases of home-sharing business by real estate agents

増加する インバウンドと 民泊市場の 拡大

不動産事業者による
民泊活用事例

MIZUHO

みずほ総合研究所

I.住宅宿泊(民泊)市場の国内における動向

1.今後も増加するインバウンド旅行者

日本を訪れる外国人客数は2011年以降継続的に増加し、2016年に2,000万人を突破した後も未だ勢いは衰えていない。

近年の円安の進行等を背景に、中国、韓国、台湾等からの旅行者が堅調に増加しているほか、タイやマレーシア、インドネシア人の観光ビザ免除等により、アジア全体からの旅行者が急増してきている。東京オリンピック・パラリンピック大会や、万国博覧会(大阪万博)等の各種国際イベント開催を控えていることなどから、今後も我が国のインバウンド市場は拡大が続く見込みである。

政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」において、訪日外客数の数値目標を2020年に4,000万人、2030年では6,000万人に設定し、同ビジョンを踏まえた観光立国推進基本計画等のもと各種施策を講じているところである。

訪日外国人客数の推移と目標値

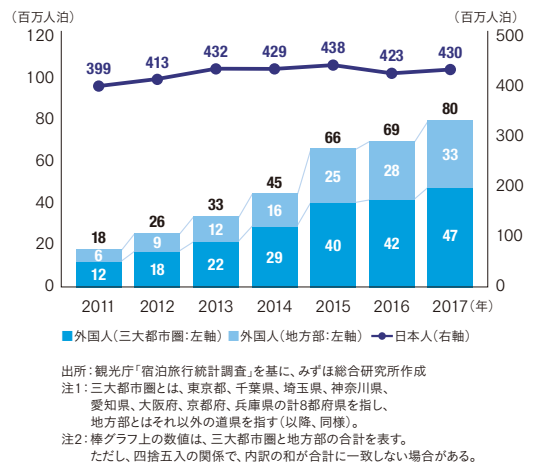


2.外国人の宿泊旅行は地方部でも増加

宿泊施設等への外国人延べ宿泊者数は、訪日外客数の増加に伴い年々増加し、2017年には8,000万人泊となった。

2015年頃までは、三大都市圏²での宿泊数の伸びが大きかったが、以降は特に地方部での伸びが大きくなっている。2011年から2017年にかけて、外国人延べ宿泊者数の年平均増加率が高い順に、香川県(53.7%)、奈良県(49.7%)、佐賀県(47.9%)と地方部の都道府県が続いていることから、都市部のみならず地方に眠る日本の魅力が、訪日外客に認識されつつあるものと考えられる。一方、日本人の延べ宿泊者数は4億人泊程度で堅調に推移してきたものの、将来的な人口減により今後はゆるやかに減少していく見込みである。

延べ宿泊者数の推移



3.旅行のニーズは変化しつつある

近年の日本では、経済の成熟に伴い、従来型の「モノ」の消費ではなく、レジャー体験、文化体験や快適な空間・時間の体感といった「コト」の消費を好む傾向が強まっている。

訪日外客の日本における観光特性も、日本製品の購入を目的とした「爆買い」のような観光から、レジャーや伝統文化の体験といった、コトを消費する体験型の観光へと徐々にシフトしてきている。訪日外客が日本で体験したことや、次回体験したいことを尋ねたアンケート調査によると、飲食や買い物については経験割合が高いものの次回の体験ニーズが低くなっている。一方で、四季の体感、ウィンタースポーツ、舞台鑑賞、自然体験ツアー・農漁村体験等のコト消費にあたる体験は、経験割合と比較して次回の体験ニーズが高くなっている。このことから、旅館等で日本食を食べて、景勝地を巡るといった観光のみならず、各地でアクティビティを体験するようなコト消費型の観光の潜在需要が高まっているものと考えられる。

訪日外客の観光体験(2014年・2017年)と次回体験したいこと(2017年)

	体験したこと(2014年)	体験したこと(2017年)	次回体験したいこと(2017年)	変化(%pt)体験したこと(2014-17年)	変化(%pt)体験したこと→次回体験したいこと(2017年)
日本食を食べること	92.7	96.0	55.0	3.3	-41.0
日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎など)	34.5	43.6	21.7	9.1	-21.9
旅館に宿泊	46.0	33.6	27.7	-12.4	-5.9
温泉入浴	40.9	38.7	43.0	-2.2	4.3
自然・景勝地観光	66.0	73.6	43.4	7.6	-30.2
繁華街の街歩き	65.4	79.2	32.0	13.8	-47.2
ショッピング	80.2	89.3	45.3	9.1	-44.0
美術館・博物館	18.4	21.3	17.2	2.9	-4.1
テーマパーク	22.2	24.8	25.6	2.6	0.8
スキー・スノーボード	3.8	3.4	16.9	-0.4	13.5
舞台観賞(歌舞伎・演劇・音楽など)	4.7	4.1	12.1	-0.6	8.0
スポーツ観戦(相撲・サッカーなど)	2.1	1.3	9.0	-0.8	7.7
自然体験ツアー・農漁村体験	8.2	7.4	15.4	-0.8	8.0
四季の体感(花見・紅葉・雪など)	12.6	13.7	30.3	1.1	16.6
映画・アニメ縁の地を訪問	4.7	5.2	11.4	0.5	6.2
日本の歴史・伝統文化体験	24.9	25.8	25.2	0.9	-0.6
日本の日常生活体験	-	20.5	21.3	-	0.8
日本の現代文化体験(ファッション・アニメなど)	15.4	15.4	15.0	0.0	-0.4
治療・検診	0.7	0.7	4.0	0.0	3.3
上記には当てはまるものがない	0.1	0.2	1.3	0.1	1.1

出所: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」を基に、みずほ総合研究所作成
注1: いずれの設問も複数回答。
注2: 「日本の日常生活体験」は2014年調査の選択肢には存在しない。また、選択肢の変更があったものは表から除外している。

4. 地方部における宿泊施設不足の可能性

2011年から2017年にかけて、外国人延べ宿泊者数は三大都市圏で約3.8倍に、地方部で約5.3倍に増加した。一方、同期間における宿泊室数は、三大都市圏で106%に微増、地方部では96.9%に微減と、特に地方部で宿泊数の増加ペースに供給が追いついていない現状にあると考えられる。

ホテル及び旅館の客室稼働率は、三大都市圏、地方部ともに年々上昇（いずれも年平均+2.4%前後）していることを踏まえれば、都市部ではホテル等の建設計画が進行してもなお、稼働率の高まりに伴い満室で宿泊できないパターンが増加することや、地方部では宿泊需要の高まりを吸収するだけの施設（客室）数が不足してくる可能性が十分に考えられる。

5. 住宅宿泊（民泊）普及の素地

前述のコト消費、地方部の周遊といった近年の旅行ニーズの高まりに伴い、住宅宿泊（民泊）の利用者数も大きく伸長している。2018年6月の住宅宿泊事業法施行以来、住宅宿泊（民泊）を利用した延べ宿泊者数は急速に増加している。観光庁によれば、2018年8～9月の延べ宿泊者数は全国で約47万人泊と、前期（2018年6月15日～7月末）と比較して2倍以上に増加した。住宅宿泊（民泊）の利用は三大都市圏のみならず地方部においても拡大している³。

① 訪日外国人

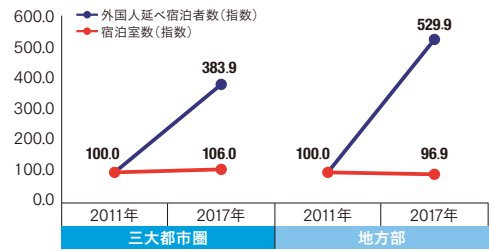
住宅宿泊（民泊）の予約プラットフォームを提供するAirbnb⁴によれば、同社を利用した外国人の91%が「暮らすように旅をする」ことを求めており、84%が再び日本を訪れた際には住宅宿泊（民泊）を利用したいと回答している⁵。近年の訪日旅行者は、一人旅や夫婦・パートナーと訪れる割合が減り、家族や親族、友人等と複数人で訪れる割合が増加していることから⁶、大部屋でキッチンを備える住宅宿泊（民泊）物件への期待が高まりつつある可能性がある。

② 国内在住者

また、前述の観光庁による集計によれば、住宅宿泊（民泊）の利用者の変化率は、国内在住者のほうが外国人よりも高くなっている。住宅宿泊（民泊）を経験した国内在住者の約6割が「また利用したい」と回答していることや、若い世代ほど住宅宿泊（民泊）の利用意向が高いというデータを踏まえれば⁷、今後、人口構造の変化に伴いミレニアル世代が社会の中心を担っていく中で、住宅宿泊（民泊）の経験割合の高まりに伴い、住宅宿泊（民泊）が国内在住者にも急速に受け入れられていくものと考えられる。

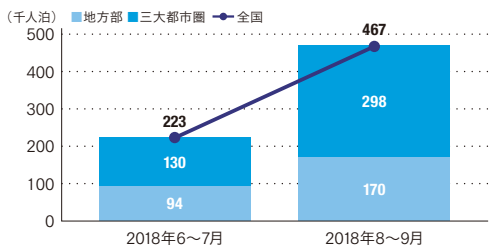
住宅宿泊（民泊）には、立地や部屋タイプ、サービス内容等、既存のホテル・旅館への宿泊と異なる性質が多分にあることから、住宅宿泊（民泊）の普及はホテル・旅館との競合という側面のみでなく、むしろ多様な宿泊サービスの共存により、新しい旅行ニーズに対応できる観光地域を形成することに寄与するものであると考えられる。

宿泊者数・客室数の変化



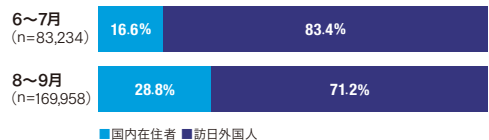
出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に、みずほ総合研究所作成
注：いずれの指標も2011年を100.0として指数化

延べ住宅宿泊者数の推移



出所：観光庁「住宅宿泊事業の宿泊実績について」を基に、みずほ総合研究所作成
注：棒グラフ上の数値は、三大都市圏と地方部の合計を表す。ただし四捨五入の関係で、内訳の和が合計と一致しない場合がある。

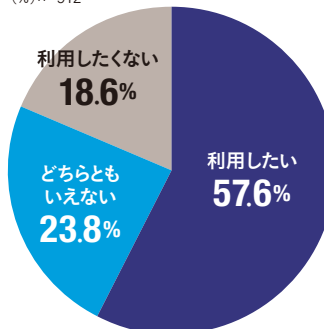
住宅宿泊者数の変化（国内在住者・訪日外国人）



出所：観光庁「住宅宿泊事業の宿泊実績について」を基に、みずほ総合研究所作成

民泊サービスの利用意向

(%) n=912



出所：株式会社クロス・マーケティング「民泊に関する調査」(2018年9月)を基に、みずほ総合研究所作成
注1：実施期間は2018年8月10日(金)～2018年8月17日(金)
注2：スクリーニング調査対象は国内に住む18～69歳の日本人。回答者数は19,760人(男性47.3%、女性52.7%)
注3：本調査は、「民泊」という言葉を認知している人、民泊として宿泊もしくは提供したことがある人、計912人

1 過去のオリンピック開催国の多くで、オリンピック開催決定・開催後も国外からの旅行者が長期的に増加する傾向にある。
出所：みずほ総合研究所「2020東京オリンピックの経済効果～五輪開催を触媒に成長戦略の推進を～」(2013年9月27日)

2 三大都市圏とは、東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県の計8都府県を指し、地方部はそれ以外の都県を指す(以降、同様)。

3 2期間の伸び率が大きかった順に石川県(37倍)、島根県(6.7倍)、香川県(6.5倍)、秋田県(6.3倍)、宮城県(6.0倍)となっている。

4 本資料中の「Airbnb」は、Airbnb Inc.の登録商標である(以降、同様)。

5 Airbnbプレスリリース(2016年11月23日)<<https://www.airbnb.com/ja/airbnb-inbound-guest-3million/>>

6 観光・レジャー目的で訪れた外国人に、旅行の同行者について尋ねたもの。観光庁「訪日外国人消費動向調査」の2011年及び2017年の調査結果を参照(2011年：付表7、2017年：参考表3)

7 マーケティング・リサーチ会社の株式会社クロス・マーケティングが実施した「民泊に関する調査」(2018年9月)

6.住宅宿泊(民泊)普及による社会問題解決への寄与

住宅宿泊(民泊)の普及は、都市部・地方部での宿泊需要の超過分を補う役割にとどまらず、地方部への観光周遊を促進し、地域の活性化にも寄与するものであると考えられる。

また、我が国では、継続的に空き家・空室が増加しており、2017年時点の空き家・空室率(以下、「空き家率」という。)は三大都市圏で12.2%、地方部で14.8%と、その水準の高さが社会的に問題視されている。都道府県別にみても、東京・埼玉を除く各都道府県で、空き家率の水準が高くなっている(秋田・宮城・福島については、東日本大震災の影響により空き家率が比較的低下している)。空き家・空室を住宅宿泊(民泊)で活用することは、高まる空き家率を押し下げることにつながり、当該問題の解決にも寄与する可能性がある。

7.住宅宿泊(民泊)関連市場の広がり

住宅宿泊(民泊)を観光ビジネスとして捉えれば、旅行者の行動に関係する各事業者(レジャー、運輸、飲食、小売等)は、自社事業周辺の旅行バリューチェーンの中に住宅宿泊(民泊)を位置づけ、物件のオーナーやプラットフォーム等との連携により、ビジネスの幅を広げられる可能性がある。

例えば、全日本空輸株式会社や株式会社JTB、損害保険ジャパン日本興亜株式会社、株式会社ファミリーマート等はプラットフォームであるAirbnb Japan株式会社との連携を始めている⁸。また、日本航空株式会社は株式会社百戦錬磨と資本・業務提携を行い、地方公共団体とも連携してエコツーリズム等の商品開発を行っている⁹。

8.不動産事業としての住宅宿泊(民泊)

住宅宿泊(民泊)は、不動産事業としての側面を有しているため、不動産オーナーのほか不動産管理者、仲介業者等のプレーヤーが住宅宿泊事業者となり、自社が保有または管理する物件を活用して住宅宿泊(民泊)ビジネスを展開することが可能である。

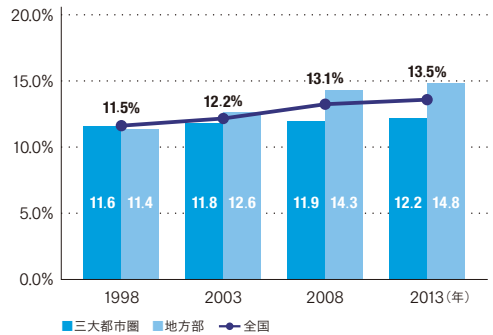
住宅宿泊(民泊)を事業として手がける場合、右表の法規制に則った手法から選択することとなる。さらに、各自治体ごとに条例を設けている場合があるため、物件所在地の自治体で定められたルールの有無を確認しておく必要がある。

⁸ Airbnb Japan株式会社プレスリリース「Airbnb Partners が74社を突破し、発足時から2倍に。」(2018年11月14日) <<https://press.airbnb.com/ja/airbnb-partners/>>
⁹ 日本航空株式会社プレスリリース「JALと民泊サービスの百戦錬磨が資本・業務提携。」(2018年2月8日) <<http://press.jal.co.jp/ja/release/201802/004608.html>>



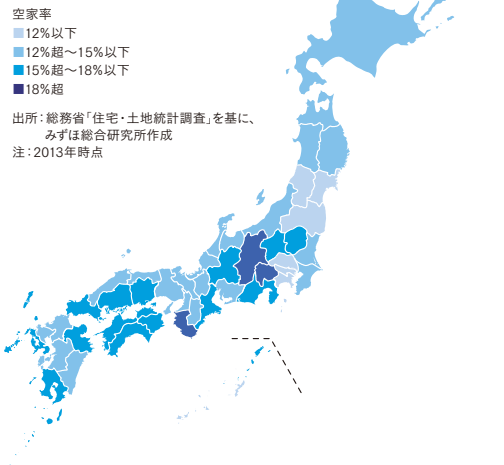
次ページからは、
 実際に住宅宿泊事業を手がけ、
 自社(管理)物件の収益拡大に
 成功している企業の事例を紹介する。

空き家率の推移



出所:総務省「住宅・土地統計調査」を基に、みずほ総合研究所作成
 注:空き家率とは、住宅総数に占める空き家数(マンション含む)の割合。

空き家率(都道府県別)



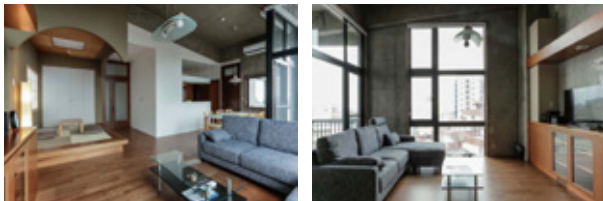
住宅宿泊(民泊)の種類

	住宅宿泊事業法 (民泊新法)	旅館業法 (簡易宿所)	国家戦略特区法 (大田区・大阪の一部、 大阪市、北九州市)
所轄官庁	国土交通省 厚生労働省 観光庁	厚生労働省	内閣府 (厚生労働省)
許可可等	届出	許可	認定
営業日数の制限	年間180日以内 (条例で制限が可能)	なし	なし (2泊3日以上の滞在が条件)
住専地域での営業	可能 (条例により制限されている場合あり)	不可	可能 (自治体ごとに制限されている場合あり)
宿泊者名簿の作成・保存義務	あり	あり	あり
最低床面積、最低床面積(3.3㎡/人)の確保	3.3㎡/人	33㎡。ただし、宿泊者数10人未満の場合は、3.3㎡/人	原則25㎡以上/室
消防用設備等の設置	あり (家主同居で宿泊室の面積が小さい場合不要)	あり	あり
近隣住民とのトラブル防止措置	必要 (宿泊者への説明義務、苦情対応の義務)	必要 (近隣住民への適切な説明等)	不要

出所:国土交通省「民泊制度ポータルサイト」を基に、みずほ総合研究所作成

民泊×マンスリーで空室解消&収益アップ

100㎡超という広すぎて借り手のつかない1室が、民泊×マンスリーの併用で高稼働の収益物件に。「主要スポットへの至便なアクセスとレビューの高さが成功のカギ」と同社の早川政章社長は語る。



所在地 ● 東京都江戸川区平井 築年数 ● 30年
最寄り駅 ● JR総武線「平井駅」徒歩12分
間取り・面積 ● 3LDK(洋室2室+和室1室)・135㎡

実施の背景	民泊制度を新たなビジネスチャンスと捉え、空室解消と収益率のアップを図りたい。
抱えていた課題	135㎡の部屋をリノベーションし、家賃23万円で募集したが入居者が付かず、空室が続いていた。
課題の解決方法	マンスリーと民泊のハイブリッド運営で180日規制をクリアし、稼働率80%を実現した。
収支の状況	空室が解消した上、年間収入は賃貸で想定した賃料の約1.7倍になった。
今後の展望	次に目指すのは行政に理解のある大田区の特区民泊。サブリース契約での民泊ビジネスも始めたい。

BEFORE	AFTER
<p>賃料</p> <p>賃料:23万8000円/月</p> <p>↓</p> <p>年間収入</p> <p>257万円</p> <p>※年間賃料収入285万6000円- 集束手数料5%-空室率5%想定</p>	<p>民泊+マンスリー</p> <p>宿泊料:17,600円(160ドル)/1泊 マンスリー:31万6000円/月</p> <p>↓</p> <p>年間収入</p> <p>427万4000円</p> <p>※民泊180日、マンスリー3.5カ月、 稼働率80%想定</p>

民泊は新たなビジネスチャンス 高いレビューが重要

デザインを軸に管理事業とコンサルティング事業を展開する同社が、ビジネスチャンスと捉えてAirbnbでの民泊に取り組んだのは3年前のこと。「管理会社はオーナーから空室解消と収益アップを求められます。観光客に人気のデザインに改修できることや、管理ノウハウを持つことを強みに、マンスリーと民泊の組み合わせで課題を解決できると確信しました。重視したのはレビューの高いスーパーホストの育成です。ホストの高い評価が民泊事業の成功の鍵と言えます」と早川社長。

賃貸住宅と民泊のニーズは異なり、 下町の立地も和室の間取りも魅力に

江戸川区平井の物件は、一般賃貸では人気とは言えないエリアだが、インバウンドの観光客には『下町情緒があって、JR総武線沿線で交通アクセスも便利』と大好評だ。広すぎて空室化していた部屋も、ホテルと違って子ども連れのファミリーで泊まれるとあって人気を呼んでいる。「賃貸では不人気でフローリング化が必須の和室も外国の方にとっては畳の部屋が魅力になり、ソファマットを利用すれば6畳の部屋に3人は泊まれるので効率的です」

民泊新法の施行で物件数が減少し、 逆にニーズが増加

民泊新法で180日規制となったが、その影響で物件数が減少して同社の民泊利用は右肩上がりに増えている。ただし、同じ建物内に民泊の部屋を多く設けると競合する恐れがあるので、さまざまなエリアに広げていく方針だ。次に目指すのは、行政に理解のある大田区の特区民泊だという。また、「改修・消防設備の費用だけをオーナーに出してもらい、サブリース契約で当社が管理して民泊運用するビジネスを始めたい」と早川社長は前向きだ。



株式会社プリズミック
代表取締役社長 早川 政章 氏

現在、3棟17戸を民泊運営しています。サブリースで預かり当社で改装してマンスリー×民泊運用することで、オーナー様に賃料と同等あるいはそれ以上のお支払いができます。

株式会社プリズミック

代表者 ● 代表取締役社長 早川政章
所在地 ● 東京都港区南青山4-1-9 秋元南青山ビル5階
電話番号 ● 03-5770-4751(代) HP ● <http://www.prismic.co.jp/>
事業内容 ● 不動産管理業、不動産コンサルタント業、不動産仲介業

駅遠の空室物件が民泊で100%稼働に

サブリース契約で逆ザヤになっていた物件が、
マンスリー×民泊運用で現在、稼働率100%を達成。
「池袋駅から徒歩25分の立地でも観光客のニーズは大。
空室に悩む物件はチャレンジする価値あり」と
経営企画室・瀧本勘樹取締役室長は語る。



所在地 ● 東京都板橋区熊野町
築年数 ● 31年
最寄り駅 ● JR山手線「池袋駅」
徒歩25分
間取り・面積 ● 1DK・30㎡

実施の背景

民泊マンスリー事業部を新設。一般賃貸より高い収益を上げ、管理戸数の拡大につなげていきたい。

抱えていた課題

新規でサブリース契約した物件が、駅徒歩25分の立地が難で空室化し、4年後に逆ザヤとなった。

課題の解決方法

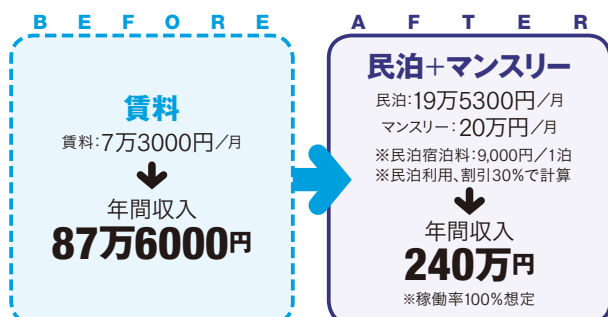
Airbnbの規定条件をクリアし、スーパーホストに昇格。高頻度に表示されることもあり予約数を拡大。

収支の状況

駅遠で空室化していた部屋が100%稼働に。賃貸での設定家賃の3倍近くも収益が出ている。

今後の展望

戸建てや木造アパートの民泊への転用をオーナーに提案して収益アップを図り、家賃下落を防ぎたい。



宿泊前の迅速&丁寧な対応に注力 宿泊日数が長いゲストほど良質と感じる

同社では主軸はマンスリーにして、その間を民泊運用で挟むビジネスモデルを採用。民泊での利用は最低3日~の設定にしているが、10日前後の利用が多いという。「ゲストの利用目的は観光がメインですが、Airbnbでの運営経験から、宿泊日数が長いゲストの方が部屋をきれいに使ってくださり、支払いも良いと実感しています」と瀧本取締役室長は語る。力を入れているのは宿泊前のきめ細かな対応だ。3人のスタッフで24時間スピード対応し、ゲストの不安を解消している。

高いレビューを受け、スーパーホストに昇格。 予約が急増し、賃貸家賃の3倍近くの収益に

同社ではAirbnbの条件をクリアし、スーパーホストに昇格したとたん、物件がより高い頻度で表示されることもあり予約が急激に増えたという。単価も最低9,000円/1泊と高めの設定で、現在100%の稼働率をキープ。割引30%を想定しても20万円/月となり、賃貸の3倍近くの収益が出ている状況。同社の管理物件は現在約4,800戸で、その3割がサブリース契約だという。「逆ザヤ物件をうまく民泊に転換していけたらうれしい」と瀧本取締役室長。

消防設備など許可のハードルが低い 戸建て住宅は民泊運用に向いている

同社では戸建て・集合住宅など計16棟22室をマンスリー・民泊で運営。賃貸住宅の空室率が高まる現在、今後は管理物件の家賃下落を止めるためにも一般賃貸に固執せず、マンスリーや民泊への転用をオーナーに提案して、収益の間口を広げていきたいと考えている。「特に許可のハードルが低い戸建て物件は民泊運用向きです。すでに自動火災警報器が設置されていたり、50㎡未満や平屋の物件だとさらに取り組みやすいと思います」



アルプス住宅サービス株式会社
経営企画室 取締役室長 瀧本 勘樹氏

民泊は一般賃貸の市場と異なり、駅から多少遠くても観光客のニーズは高いとわかりました。賃貸で苦戦している物件は民泊で思いがけない効果が出る可能性があります。

アルプス住宅サービス株式会社

代表者 ● 代表取締役 齊木 一久

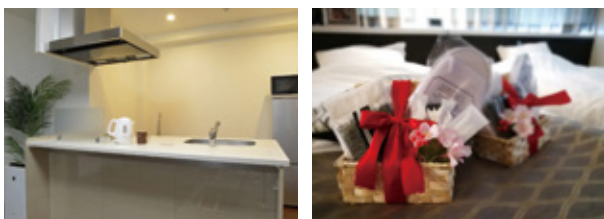
所在地 ● 東京都豊島区池袋2-65-1 プラザフェリス10階

電話番号 ● 03-5992-7777 HP ● <https://alps-jutaku.co.jp/>

事業内容 ● 不動産賃貸の仲介・管理、不動産売買・仲介、損害保険代理業など

グループ力を駆使し、訪日需要を取り込む

簡易宿所の許可を取得し、民泊運用を開始。
高松市のインバウンド需要の高まりで
8カ月空室だったワンルームが大人気の施設に。
「他にない体験サービスで差別化を図りたい」と
高松本店・生山亨店長は抱負を語る。



所在地 ● 香川県高松市 築年数 ● 33年
最寄り駅 ● JR高徳線「高松駅」徒歩11分
間取り・面積 ● ワンルーム・42.04㎡

実施の背景	高松市のインバウンド増加に伴い、民泊・簡易宿所事業に特化した企業として2018年2月に設立。
抱えていた課題	古いビルのリノベーション物件だが、設定賃料が高いため新築と競合し、8カ月も空室化していた。
課題の解決方法	簡易宿所の許可を取得し、365日営業できる体制を実現。グループ力を駆使し、サービスを充実。
収支の状況	1カ月先まで予約で埋まり、順調なスタート。年間宿泊料は217万円超を見込んでいる。
今後の展望	うどん手打ちなど、日本を感じてもらえる「体験」をサービスに付けて他社との差別化を図りたい。

BEFORE	AFTER
<p>賃料</p> <p>賃料:10万6000円/月</p> <p>↓</p> <p>年間収入</p> <p>127万2000円</p> <p>※稼働率100%の場合 稼働率 33.33% ※民泊運営前は8カ月空室</p>	<p>簡易宿所+民泊新法</p> <p>宿泊料:18万1000円 ※直近3カ月の宿泊料平均</p> <p>↓</p> <p>年間収入</p> <p>217万2000円</p> <p>※直近3カ月の宿泊両平均×12カ月 稼働率 66.20% ※直近3カ月の宿泊稼働率</p>

高松市は外国人旅行者が増加の一途 民泊市場が新たな事業領域になる

あなぶきグループは民泊・簡易宿所事業の拡充を目的に2018年2月、(株)あなぶきスペースシェアを設立。高松市は訪日外国人旅行者が増加の一途を辿っており、宿泊施設の整備が急務だ。その一方、空き家も増えている。「こうした状況下で、不動産ソリューション・賃貸管理・ホテル・清掃・トラベルなど、グループの総合力を活かすことができる民泊市場は極めて有望な分野。我々の新たな事業領域と捉えました」と生山店長は語る。

簡易宿所の許可を取得しスタート 5年後、約500戸の運営をめざす

第1号として自社物件の単身者用賃貸マンション2室で簡易宿所の許可を取得し、民泊運用を開始。順調に稼働したため、もう1室増やすことに。「使用用途を変更する床面積の合計が100㎡を超えると建築基準法上の用途変更申請が必要になり、費用も手間もかかります。そこで2室は簡易宿所、1室は新法で運営し180日で収益が出るようにしています」。今後は借り上げ等で物件取得を進め、5年後には同社事業エリアを中心に約500戸の運営を目指している。

日本を感じてもらえる体験サービスで ホテルや他の施設との差別化を図りたい

利用者は中国、香港、台湾、韓国など高松への直行便がある国からの旅行者が多く、平均宿泊日数は2～3泊。同社では「ロフトを設けて多人数で泊まれるようにする」、「遊び心を加えた非日常感のある部屋づくり」などの付加価値に加え、「体験」をテーマにホテルと異なる魅力をアピールしていきたいと意欲を燃やす。「うどんの手打ち体験、着物体験など、日本を感じてもらえる体験サービスを付けて差別化を図りたいと考えています」



株式会社あなぶきスペースシェア
高松本店 店長 生山 亨氏

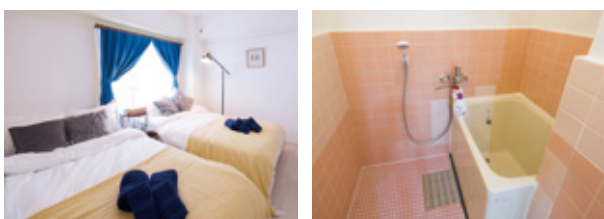
180日規制のある民泊新法で運用する際はホテル業と同じく「レベニューマネジメント」を導入。需要予測を基に宿泊料を変えるなど料金・在庫を管理して収益拡大を図っています。

株式会社あなぶきスペースシェア

代表者 ● 代表取締役社長 平山俊一
所在地 ● 香川県高松市紺屋町3-6
電話番号 ● 087-806-3089 HP ● <http://anabuki-spaceshare.co.jp/>
事業内容 ● 住宅宿泊事業・簡易宿所の開発・運営・管理シェアリング事業

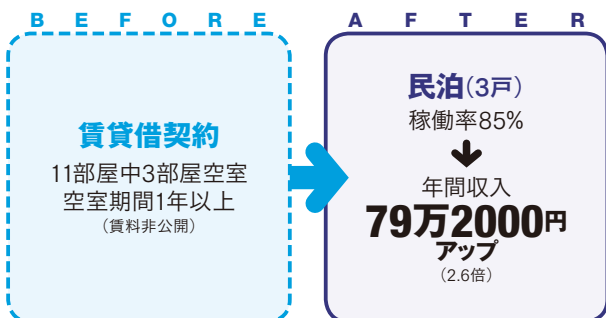
長期空室を解消し、収益アップを実現

民泊専門の不動産会社としてスタート。
民泊運営代行会社とサブリース契約し、
空室物件の稼働率を高め、収益アップを実現する。
「民泊で空室問題は解決できるという提案を行い、
管理数を増やしていきたい」と佐々木代表は語る。



所在地 ● 東京都杉並区 築年数 ● 39年
最寄り駅 ● 京王線「高井戸駅」徒歩2分
間取り・面積 ● 2DK・42.64m²他

実施の背景	不動産投資を手がける中で、賃貸の空室増加を実感。民泊専門会社を設立しオーナーの悩みを解消。
抱えていた課題	築40年で設備は古いが高賃料は高く、稼働率は27%。11室中8室が一年近くも空室状態。
課題の解決方法	オーナーの了解を得て物件を民泊可とし、信頼できる民泊運営代行会社とサブリース契約。
収支の状況	長期空室だった部屋の稼働率が数カ月で90%に上がり収益が2.6倍にアップ。現在も満室稼働中。
今後の展望	民泊・旅館業専門の不動産会社として、インバウンド需要を不動産活用の側面から支援したい。



民泊運営代行サービス会社と提携 民泊で空室を解消し、収益の最大化を

収益不動産の売買を長く手がけてきた佐々木代表は、賃貸住宅の空室増加を解決するべく、民泊新法の施行後にリスタートジャパンを設立。民泊運営代行サービスのmatsuri technologies(株)と密に連携し、現在50室を民泊で運営管理している。「オーナー様の物件の収益を最大化し、資産価値を上げるご提案をするのが当社の役割です。ゲストにとってもニーズにあった部屋に安価で宿泊できるため、反響も上々で手応えを感じています」と佐々木代表は語る。

入居者とのトラブルを防止するために やるべき作業は通常の管理業務と変わらない

民泊運用で心配されるのが、ゲストによる騒音やゴミ等のトラブルだ。オーナーの収益性を高める一方、従来の賃貸入居者の居住環境整備も管理会社の大切な仕事。そこで同社では頻繁な清掃はもちろんのこと、入居者に声をかけて問題点を洗い出し、逐次改善していったという。「その辺りは通常の管理業務と変わりません。管理状態を良くするために当然やるべき作業を地道に行うことで、徐々に改善されていくものと考えています」

簡易宿所の許可が取りやすい 戸建て住宅の民泊活用に力を入れたい

同社では空室に悩む賃貸物件を、オーナーの了解を得て民泊で運用管理することで、インバウンド需要による宿泊施設不足と増え続ける空室問題、この2つの解消に貢献できると考えている。特に注目しているのが戸建て住宅の活用だ。「戸建て住宅は簡易宿所としての営業許可を取りやすく、取得すれば365日営業できるメリットがあります。今後は個人オーナーに向けても空き家が民泊で解決できるという提案を積極的に行っていききたいですね」



リスタートジャパン合同会社
代表 佐々木 良氏

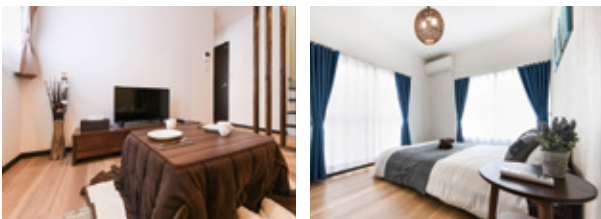
増え続ける訪日外国人をゲストとする民泊市場は、今後人口が減少していく日本の賃貸管理業にとって数少ない有望なマーケットだと思います。一緒に盛り上げていきましょう。

リスタートジャパン合同会社

代表者 ● 代表 佐々木 良
所在地 ● 東京都新宿区高田馬場1-4-21 4階
電話番号 ● 03-5860-9670 HP ● <http://rj100.co.jp/>
事業内容 ● 収益不動産の売買仲介、不動産管理、不動産買取事業等

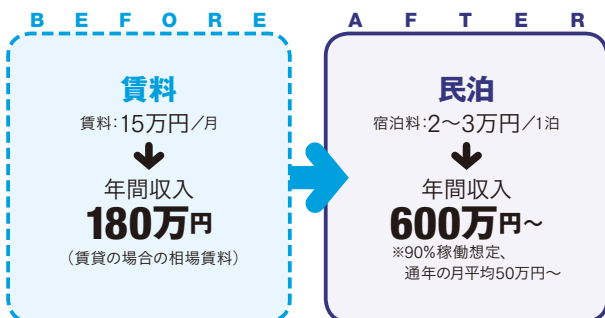
戸建て民泊の新スキームが持つ潜在力

空き家が余っている一方、建て替え需要が減ってリフォームにシフトしている建築会社、収益の高い民泊物件を探している投資家は多い。両者のマッチングで、仲介会社に新たなビジネスチャンスが生まれると青山代表取締役は語る。



所在地 ● 東京都豊島区雑司が谷 築年数 ● 30年
最寄り駅 ● 東京メトロ副都心線「雑司が谷駅」徒歩5分
間取り・面積 ● 3DK(一戸建て)・70㎡

実施の背景	活用が進まない築古の空き家が多数存在。物件オーナーに資金力が不在のため、収益化が難しい。
抱えていた課題	投資家への販売チャンネルを持たない買取再販会社、戸建て民泊を探す投資家がマッチング困難。
課題の解決方法	仲介会社が民泊事業を核にした情報センターの役割を果たし、各プレイヤーをコンサルで結ぶ。
収支の状況	グループ利用・ファミリー層のニーズが多く稼働率も高い。戸建て民泊は戸建て賃貸より高収益。
今後の展望	空き家、空ビルを多様な提案営業で事業化し、仲介管理プラスアルファの業態へ脱皮する。



仲介・賃貸では飽き足らない プラスアルファの収益化の道

賃貸住宅や店舗・事務所の賃貸仲介・管理を主な業務にしていたALDOは、数年前から民泊スキームも採り入れ始めている。「最近、築古の戸建てを買い取り、民泊仕様にリフォームして再販したいという建築会社が増えています。その仲介で終わらずに、実績のある民泊運営代行会社をセットにして投資家への仲介を行っています。そうすると売買の仲介手数料に加え、建築会社や民泊運営代行会社からのコミッションも入ることで、プラスアルファの収益につながっています」と青山代表取締役。

高収益の民泊仕様にすれば 投資家のニーズも高い

土地を建売業者に紹介しても売買仲介だけで終わりだが、民泊で付加価値を高めることで、1つの物件が何倍もの収益を生む。買取再販のスキームでは、リフォーム中の早い段階から代行会社と共にコンサルに入り建築会社への内装デザインをアドバイス、投資家には事業収支計画や資金調達のサポートも行う。「稼働率の高い物件に仕上げ、利回りを高めることが大切です」

民泊運用のノウハウを活かし、 多様な分野で新たなビジネス化

初めは、空室の多いビルを民泊投資家へ部屋単位で賃貸仲介する形からスタート。自社でも1部屋借上げてホストを体験し、代行会社の実力の差や効率的な運用法などのノウハウを学んだ。「築古の空き家だけでなく、3階建て個人商店のビルを民泊仕様にコンバージョンする例も少なくありません。遊休状態の中古ストックを開拓し、各分野のプレイヤーを結びつけていけば、アイデア次第で新たなビジネスチャンスにつなげることができます」



ALDO株式会社
代表取締役 **青山 聡嗣**氏

私自身、若い頃にバックパッカーで海外を旅していたこともあって、民泊への関心が高いのですが、市場としても拡大することは間違いないと思います。今後も強化していきます。

ALDO株式会社

代表者 ● 代表取締役 青山聡嗣
所在地 ● 東京都台東区蔵前2-1-32 第2北條ビル502号室
電話番号 ● 03-5846-9922 HP ● <https://aldo-akiba.com/>
事業内容 ● 不動産仲介業、賃貸管理業、不動産コンサルタント業

オフィス転用民泊による高収益化の可能性

民泊の「直営+代行」でノウハウを蓄積し、借り上げ直営で国内トップクラスの規模を実現。「より高収益な“売れる部屋”を創出するため、オフィスビルのコンバージョン民泊に取り組みたい」と坂本正樹代表取締役は語る。



Grandouce道頓堀(特区民泊・直営)

所在地 ● 大阪市中央区島之内 築年数 ● 新築(2017年竣工)

最寄り駅 ● 地下鉄各線「日本橋駅」徒歩4分

間取り・面積 ● 1LDK~2LDK・30㎡~70㎡

適格な家具家電の選定、搬入の迅速化により、大型物件でも“売れる部屋”づくりを最短のリードタイムで実現。収益も安定。



Grandouceカーサ・コモダ(運営代行)

所在地 ● 大阪市浪速区難波中 築年数 ● 新築(2017年竣工)

最寄り駅 ● 地下鉄御堂筋線「大国町駅」徒歩4分

間取り・面積 ● 1LDK・60㎡

直営と同じハイレベルのサービス品質を提供することによって、1物件当たりの収益性を高め、長期に競争力を保つことができる。

従来の賃貸の場合

賃料

賃料:10万円/月



年間収入
120万円

民泊運営代行の場合

民泊

16万円/月(平均)



年間収入
192万円

※月額収入は売上25万円から運営代行費(20%)5万円、水道光熱費3万円、消耗品費1万円を差し引く

民泊の借り上げ直営は運営会社とオーナーの双方にメリット

民泊運営会社は、オーナーから運営受託してサービスを代行する場合と、借り上げて自らホストとして直営する場合があり、同社では直営が8割に達する。直営を軸にする理由とは。

「物件を借り上げて運営する場合は、サービス向上により付加価値をつけ、稼働率を上げて物件あたりの収益性を向上させることが重要。家賃支払いリスクはあるものの、運営代行の場合と比較して、より運営力とサービス品質を高めていけるものであり、長期にわたり競争力を維持できると考えています」

民泊の借り上げは、オーナーにとってメリットとなるケースが多い。例えば、賃貸住宅のサブリースでは賃料から「保証料」を引いた額がオーナーの手取り額となるが、民泊の借り上げでは民泊運営会社と賃貸借契約を交わすため、オーナーには「相場賃料(相場賃料+αのケースもある)」が毎月安定的に支払われる。つまり、保証料が引かれられない分、収入アップを見込める。

自由設計のコンバージョンでコストを抑え高収益化

同社は、さらに高収益なモデルを求めて新たな手法に挑む。「これまでは、部屋の面積や設備仕様が決まった後、家具家電のセレクトなどインテリアのデザインしかできませんでした。オフィスビルのコンバージョンなら、部屋割から設備仕様まですべて自由に設計できます。この方式だと1部屋当りの家賃負担など、ランニングコストも半分以下に抑えられる可能性が高いのです」

同社はアパマングループと資本提携し、豊富な資金力も強みだ。「今後も立地にこだわり、沖縄、福岡、大阪、京都、東京、神奈川など、全国主要都市の一等地で長く競争力を保てる物件に絞って、運営件数を増やしていきたい。そのためには資金力が必要となるので、より高収益を上げられるノウハウの獲得を目指します」



株式会社グランドゥース
代表取締役(共同代表) 坂本 正樹氏

直営で鍛えた運営力、これまでに培ったサービス品質の高さを活かし、運営代行物件でもオーナーと同じ目線に立って、売上を1%でもアップできるように常に努めています。

株式会社グランドゥース

代表者 ● 代表取締役 柴田敬介・坂本正樹

所在地 ● 大阪府大阪市西区新町1-5-7 四ツ橋ビルディング6階

電話番号 ● 03-4405-5856 HP ● <https://grandouce.co.jp>

事業内容 ● 民泊施設、ホテル、旅館及び簡易宿所の運営

II. 不動産を住宅宿泊(民泊)に活用する際のポイントと展望

1. 住宅宿泊(民泊)事業による収益物件化のポイント

前述の6件の事例を踏まえ、不動産事業として住宅宿泊(民泊)事業を展開し、自社(管理)物件の収益化を目指す上で重要となるポイントを右記に述べる。

2. 物件提供のハードルを下げるワンストップサービス

住宅宿泊(民泊)サービスを提供するためには、部屋の準備、セットアップからオペレーションに関するサービスの提供が必要となる。多くの場合、まず物件運用の収支シミュレーション等により運用設計を行った後、法律に沿った書類等を準備し、届出を行う。さらに、インテリアや家具・家電、Wi-Fiや光回線の準備や、損害保険の契約等を経て、必要に応じて部屋のリノベーションを実施するなど、住宅宿泊(民泊)物件として活用するための各種準備を実施する。当然ながら、サービスを提供してからも、日々の予約・清掃状況の管理や、清掃手配、鍵の受渡し等の業務が発生する。

住宅宿泊業界においては、こうした煩雑な準備やオペレーション業務を、一括または部分的に代行する企業も登場してきており、サービスの提供に必要な機能は、そのほぼすべてをアウトソーシングすることが可能となっている。

住宅宿泊(民泊)のプラットフォームを提供する事業者及び管理代行サービスを提供する事業者の例は右下表のとおりである。

3. 住宅宿泊(民泊)に係る課題解決の方向性

最後に、住宅宿泊(民泊)が持つ課題とその解決の方向性について触れて本レポートを締めくくりたい。

大手の仲介サイトでは、住宅宿泊(民泊)の提供者・利用者の双方が安心できるためのサービスや、合法化に向けた多様な取組を実施しているものの、住宅宿泊(民泊)に対する住民理解が進んでいるとは言い難い面もある。公益財団法人マンション管理センター(東京都千代田区)がマンション管理組合に向けて実施したアンケート調査(2018年6~7月調査、n=105)によれば、回答者全体の96.2%にあたる101組合が、住宅宿泊(民泊)を全面的に禁止しており、その理由として「騒音やゴミ廃棄等の迷惑行為の懸念」、「防犯・安全面の懸念」等が挙げられている。

これに対し、一部の地方公共団体では、サービスを地域に根付いたものとするための取組を進めている。例えば、消防や警察とも連携を図り相談窓口を設置するなど、住宅宿泊(民泊)によるトラブル防止体制を構築している例もみられる。

また、仲介サイトを運営する国内外の大手9社により、2019年1月に業界団体「一般社団法人住宅宿泊協会」が設立され、健全な市場形成に向けた勉強会やシステムの確立に向けての各種取組が進められる見込みである。

住宅宿泊(民泊)は、インバウンド需要を取り込みながら、地域の活性化や新たな旅の形を提供する重要なツールとなり得る。シェアリング・エコノミーのモデル市場として、国・地方公共団体・企業・住民・利用者それぞれにメリットをもたらす形で、日本という国・地域に根付いた市場を形成していくことが重要である。

住宅宿泊(民泊)事業による収益物件化のポイント

① 都市中心部での高稼働運用

東京・大阪等の大都市中心部で、旅館業法もしくは特区に最適化した物件を建設・改築して、高稼働で運用することによる収益化の方法が挙げられる。

② 賃貸向きではない物件の有効活用

築年数が古い、または駅から少し遠いなどの理由で賃貸契約が入りにくい物件であっても、ある程度のアクセスが確保されていれば、高稼働の住宅宿泊(民泊)物件に転換できる可能性がある。特に、転換前の賃貸収益が低い場合には大きな収益増につながると考えられる。

③ グループ旅行者向けの部屋の提供

近年の旅行者のバターンとして、グループや家族での長期滞在を目的とした旅行者が増加しているものの、既存のホテルはグループでの滞在に向かない場合が多いため、キッチンを備えた広い部屋への宿泊需要が高まっている。当該需要を取り込めるような物件を提供することで、収益化を図る方法が挙げられる。

④ 高評価獲得による人気物件化

Airbnb等の大手仲介プラットフォームでは、宿泊者の評価(レビュー)が多く、かつ点数が高いほど予約サイト上の掲載順位が上がる傾向にある。早期から自社(管理)物件の高評価を獲得しておくことで、以降も予約が入りやすい人気物件化を図ることが可能である。

物件提供にあたり必要となる業務

準備	セットアップ	オペレーション
運用設計 法的登録 インテリア・リノベーション	家具・家電準備 Wi-Fi/光回線 損害保険契約 初期資金融資	コンテンツ(写真) リスティング(文章) コミュニケーション チェックイン(鍵の受渡し) 清掃・リネン交換 事業管理 (空室・清掃・評価等)

出所：株式会社エアトリステイ(エポラブルアジアグループ)
ウェブサイトを基に、みずほ総合研究所作成

プラットフォーム及び管理代行業者の例

[プラットフォーム]

Airbnb	2008年に米国でスタート。その後日本法人設立。国内最多のリスティング数を有する
AsiaYo	2013年に台湾で「AsiaYo.com」開設。ホテル以外の宿泊施設が対象で比較的安全な価格が特徴
Booking.com	1997年オランダでサービス開始。2009年日本法人設立。2万室以上の国内宿泊施設を掲載
HomeAway	別荘の宿泊予約サービスを中心に2005年から事業開始。2016年に日本法人を設立
スペースマーケット	2014年に開始したスペースシェアのプラットフォーム「スペースマーケット」内で宿泊施設も仲介
途家	中国の大手民泊予約プラットフォーム。2016年に日本法人「日本途家(Tujia.tv)」を設立
楽天LIFULL STAY	楽天とLIFULLが共同設立。民泊プラットフォーム「Vacation STAY」を提供。管理代行も手がける

[管理代行]

エアトリステイ	民泊物件の導入から運営までを一括してサポート。東京・大阪・京都・那覇・福岡・札幌にて展開
Zens	独自開発した管理ツールと清掃シェアサービスでオペレーションの効率化に寄与
グランドゥース	インバウンド特化型民泊運営企業として設立。民泊運営に必要な各種サービスをワンストップで提供
スクイーズ	宿泊施設の運営事業者や新規参入企業に不動産活用企画～運営を提案、ソリューションを提供
matsuri technologies	物件の運用管理に関する各種ツールを提供。東京・大阪・福岡のほか、フィリピンにも拠点を構える

出所：各種資料を基に、みずほ総合研究所作成
注：各社名の五十音順で記載

増加する インバウンドと 民泊市場の 拡大

不動産事業者による
民泊活用事例

発行日: 2019年1月31日

発行者: みずほ総合研究所株式会社

〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-2-1 日土地内幸町ビル

取材: 株式会社オーナーズ・スタイル

〒104-0061 東京都中央区銀座7-14-16 太陽銀座ビル3階

本資料に関するお問合せ先

みずほ総合研究所株式会社 コンサルティング事業本部

社会・公共アドバイザー部 松本英之 (Hideyuki MATSUMOTO) 田端慎吾 (Shingo TABATA)

Tel: 03-3591-8792 E-mail: shingo.tabata@mizuho-ri.co.jp

- 本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。
- 本資料の情報は、法律上、会計上、税務上の助言を含むものではありません。
法律上、会計上、税務上の助言を必要とされる場合は、それぞれの専門家にご相談下さい。