

平成30年4月13日(金)

会員制ホテルで提携

西武・東急不、競合から転換

西武ホールディングス(HD)と東急不動産が会員制ホテル事業で提携する。両社が手掛けるホテルを相互に利用できたり、東急不が西武HDの会員権を一部受託販売したりする。西武HDは沿線人口の減少を見据え、本業の鉄道事業を補う収益体質作りを急いでいる。西武と東急はかつてリゾート開発などでライバルだったが、勝ち残りには手を組んで競争力を高める必要があると判断した。

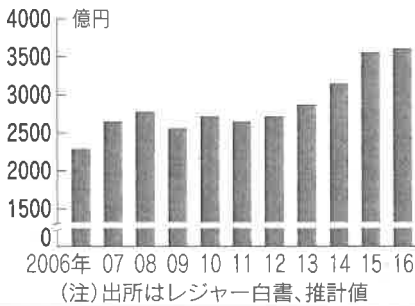
本業補う収益源確保

西武HDは17年、傘下参入した。「プリンス・のプリンスホテルを通バケーション・クラブ」じ、会員制ホテル事業にの名称で全国約20カ所に



西武HDは東急不の一部販売を受託する(西武が軽井沢で建設中の「ヴィラ」のイメージ図)

会員制ホテルなどの市場規模は増加傾向



▼会員制ホテル 数百万円を支払って宿泊する権利を購入すれば、10、20年にわたって年20、30日格安で高級リゾートホテルを利用できるサービス。1部屋を分割して複数の顧客に会員権を売り出すのが一般的だ。

設ける計画で、第一弾は長野・軽井沢。ホテルの客室タイプ48室と別荘のような造りのヴィラを15棟設置し、温泉も掘る。19年7月に開業する。

食事や温泉なども充実しており、余暇を楽しむ富裕層やシニア層を中心に人気が高い。市場は伸びている。レジャー白書によると、会員制ホテルの市場規模は3600億円(16年)と10年前に比べ57%増えた。

東急不は会員制ホテルの大手。グループの東急リゾートが全国約30カ所で「東急ハーヴェストクラブ」を展開している。会員数は2万5千人で、今後も増設を計画する。

提携により会員は両社のホテルを相互に利用できる。西武HDがホテルを新設する軽井沢では東急不と競合するが、どちらかの会員権を持つていれば、他の会員制ホテルでも値引きなどの優遇を

受けられる。東急不の会員は、西武HDが運営するスキー場やゴルフ場も1、2割引きで利用できるようにする方針。

西武は1室を12口に分けたうえで、1口370万円台から会員権を販売するが、ノウハウと豊富な実績を持つ東急に一部販売を委託。着実な売り上げを狙う。会員制ホテルは開業の初期段階で多額の会員権収入が見込めるため、次

の開発案件に機動的に取組みやすい。1回の滞在で2、3泊を想定しているため、一般的なホテルよりも安定的にキャッシュを得やすい。年間の客室稼働率は70%と、一般的なホテルと比べて10倍以上高いのも特徴だ。

西武HDと東急不は2009年、スキー場リフト券を相互販売で協業した経緯があるが、本格的な事業提携は初めて。西武グループと東急グルー

プはかつてリゾートや沿線開発などで激しく競い合ってきた歴史を持つ。特に観光地の伊豆や箱根を舞台にしたリゾート施設の開発を巡っては、交通網の整備や立地などで争奪戦が激化。業界で話題にもなった。首都圏では今も不動産開発で競合するが、全国展開するホテルでは提携しやすく収益効果も大きいと判断したとみられる。

武グループと東急グルー