

# MMCニュース 経営情報

2026年3月号

〒101-0051

東京都千代田区神田神保町 2-20

ワカヤギビル 504

<https://www.mmc-office.co.jp>

有限会社MMC

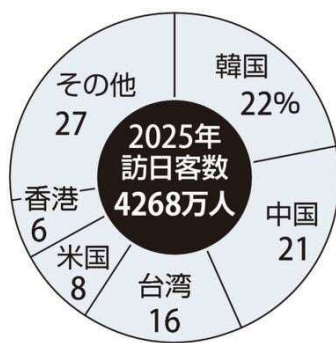
## 2025年の訪日外国人 韓国4年連続1位 中国は渡航自粛で鈍化

日本政府観光局によると2025年の国・地域別の訪日外国人客数は、韓国が前年比7・3%増の945万9600人と4年連続で最多でした。中国は1～11月分の累計でトップでしたが、中国政府による渡航自粛の呼びかけで12月に急減。通年では909万6300人で韓国に次ぐ2位になりました。

一方観光庁の発表によると2025年の訪日客による消費額では、中国が16・0%増の2兆26億円でも

多く、全体の2割を占めました。台湾が11・1%増の1兆2110億円、米国が24・7%増の1兆1241億円となりました。1人当たりの消費額では欧州の多さが目立ちました。ドイツが39・4万円で最も多く、英国と豪州が39・0万円となりました。滞在日数が長い欧米や豪州の訪日客が消費額の増加に寄与しているとのこと。

国・地域別の  
訪日客数の割合



※日本政府観光局の資料から作成

## ビジネスホテル地方進出続々 サービス差別化で競争激化

ビジネスホテル各社が地方への出店を強化しています。新型コロナ禍からの需要回復に加え、訪日外国人客の増加などで、ビジネスだけでなく観光目的の利用増が期待できるためです。全都道府県への進出を達成する大手チェーンも相次ぐ見通しで、サービスによる差別化など、競争が激しくなりそうです。

### 全都道府県に進出

東横インは2026年2月高知市に「東横イン高知」を開業。1986年に東京都大田区で1号店を出店してから40年で全都道府県への進出を果たしました。ビジネスホテルの空白地だった高知県にはこのところ大手による新規出店計画が相次いでいます。アパグループは3月に高知市の既存ホテルを改装し、アパブランドのホテルとして高知県初出店を予定。ルートインジャパンは2027年春に高知県へ出店し、東横インに続いて全都道府県進出を達成する見通しです。最後の出店で高知県が多いのは「大規模な工場が少なく、遠方からの出張客が少なかったからではないか」といいます。

### 高い稼働率

ビジネスホテルは高度経済成長期の1960年代以降、出張需要に応える形で急増しました。宴会場や結婚式場などを備えるシティーホテルと異なり、宿泊機能に特化して低価格化を図ったのです。

近年は安価で交通の便が良いことが評価され、観光客の利用が増えています。さらに訪日客の増加も地方出店の追い風です。欧米からの訪日客は滞在期間が長く、地方の周遊を好む傾向があるほか、自治体などがオーバーツーリズム(観光公害)対策として、訪日客の地方分散を促す動きもあります。

どこでも泊まれる店舗網を作ることで顧客の囲い込みも期待できることから、各社は手薄だった地方への出店を強化しています。

観光庁によると、2024年のビジネスホテルの客室稼働率は73・7%に上ります。出張客も観光客も取り込

める特長を生かして、全宿泊施設の平均(59・6%)より高い状況です。

## 「推し活」・受験生に着目

宿泊機能に特化しているビジネスホテルは、これまで立地や価格での競争が中心でした。しかし近年は、内装や食事のほか、施設、サービスなどで差別化を図る動きも出ています。出張の多い方はご自身の感覚を振り返ると、10年前、20年前からその兆しがあったことがお分かりになると思います。

ドーミーインやリッチモンドホテルでは、大浴場やサウナを備えたホテルを展開します。宿泊客が滞在時に求めるニーズに応えた設備を導入し、出張客に加え、外国人を含む観光客の宿泊需要を取り込む狙いです。

東横インは好きな人やモノを応援する「推し活」市場に着目。宿泊客が持ち込んだぬいぐるみの「お泊まりセット」がついた宿泊プランを用意する。ルートインは受験生を対象に宿泊費を割引するサービスを展開している。ビジネスホテルのサービス競争はさらに激化しそうです。

ビジネスホテル各社の全国展開に向けた動き

|            | 東横イン     | ルートイン    | アパホテル    |
|------------|----------|----------|----------|
| 出店<br>都道府県 | 4 7 都道府県 | 4 6 都道府県 | 4 5 都道府県 |
| 店舗数        | 3 4 4 店舗 | 3 6 2 店舗 | 2 8 8 店舗 |

## 高額所得者（個人事業者） 平均損益計算書 速報値（抜粋）

おかげ様で多くの理美容業の方に顧問契約をいただいております。また、その顧問先のほとんどが15坪から 20坪の事業所を営んでいらっしゃいます。この方々のデータを分析すると何か見えてくるかと思い集計してみました。すべての顧問先の平均値を集計してもよいのですが、一定の成果を出されている方を抜き出してみようと考えました。今回は高い所得を出して

いる方を抜き出してみました。

高額所得者といっても明確な基準がある訳ではありませんが、弊社顧問先の個人事業者（理美容業）のうち、オーナーがトップスタイリストとして現場でお仕事に就いている方・年間所得700万円以上の方を抜き出してデータ集計をいたしました。全体のうち高額所得者の割合は16%で、昨年とほぼ同じ数値でした。サンプルとなった店舗には、データでは計り知れないそれぞれの事情や狙いがあると思いますが、あくまでも数値上は以下のような事が読み取れます。

- 売上はやや減少している
- 人件費は減少して
- 所得はやや増加している

(単位：千円)

|       | 2023年            | 2024年            | 2025年            |
|-------|------------------|------------------|------------------|
| 売 上   | 2, 8 1 6         | 2, 8 2 9         | 2, 8 0 5         |
| 材 料 費 | 1 6 0<br>(5.7%)  | 1 5 8<br>(5.5%)  | 1 5 7<br>(5.5%)  |
| 広告宣伝費 | 6 4<br>(2.2%)    | 6 3<br>(2.2%)    | 5 7<br>(2.0%)    |
| 人 件 費 | 7 9 6<br>(28.2%) | 7 7 5<br>(27.3%) | 7 5 3<br>(26.8%) |
| 家 賃   | 2 1 6<br>(7.6%)  | 2 1 7<br>(7.6%)  | 2 1 8<br>(7.7%)  |
| 所 得   | 7 1 1<br>(25.2%) | 7 2 9<br>(25.7%) | 7 4 9<br>(26.7%) |

上記は平均月額です（カッコは売上比）

『売上の減少をカバーするために経費を節約して所得を確保する』と表現される経営は、将来的に危険であると評されることが多いのですが、顧問させていただいている“はだ感”からは、労働力確保を実現している方の経営は良い方向に向かっていると感じます。皆様はどう分析して何を感じるでしょうか？いずれにしても参考にさせていただければ幸いです。



MMCホームページ



YouTube



10年やりました

<https://www.mmc-office.co.jp> 検索「MMC神保町」