ホテル最前線

キーパーソンに聞く ㊼

㈱デベロップ
上席執行役員 企画情報システム部
部長
迫田 康稔 氏

㈱デベロップ（千葉県市川市市川1－4－10、☎047－320－0119）は、北関東を中心に店舗網を広げ、幅広いニーズに応える。レスキューホテルの側面も持つが特徴で、有事の際は仮設宿泊所として出動・運用する。アフターコロナの戦略などを上席執行役員 企画情報システム部部長の迫田康稔氏に聞いた。

独立型コンテナホテルを展開

西日本エリアの出店強化

——ホテル事業について。

迫田　2017年に中部国際空港内のカプセルホテル、千葉県一宮町のコンテナカジュアルリゾートホテルを開発。同年10月、栃木県佐野市にビジネスホテル「HOTEL R9 SANOFU JIOKA」を開業し、本格的にホテル事業に参入した。同ホテルは東日本大震災の際、宮城県石巻市で震災復興従事者のための宿泊施設として利用していたコンテナモジュールを移設し、ビジネスホテルへリニューアルした。その後、現在のメーンである1棟独立型コンテナホテルのヤードを全国に43店1440室展開し、ホテル事業全体では計52店（11月末時点）を有している。

また、ヤードは自然災害など有事の際はレスキューホテルとして活用。自治体とも協定を結んでおり、その数は71（11月末時点）を数える。

——コロナの影響は。

迫田　感染拡大当初は影響があり、ヤードでは一部の店舗で稼働率が10～15％程度減少した。しかしこれは一過性のもので、ヤードの特徴でもある独立型コンテナホテルにお客様がメリットを感じ、すぐに回復基調となった。稼働率はコロナ禍でも平均60～70％を維持し、感染者数が爆発的に増えるなど変化の激しい環境下でも70％程度、現在は80％程度で推移している。

——コロナによる出店戦略への影響は。

迫田　コロナ禍も稼働率を平均60～70％維持し、独立型という構造、ターゲット層の考え方、徐々にヤードの認知が広がっている背景もあり、一貫してぶれない出店戦略としている。既存店のその後は当社が所在する千葉県などにも広げている。

——ヤードの標準的な規模や強み、特徴は。

迫田　1店あたり敷地約800坪、客室数（棟数）は30室前後（棟）が基準だ。上に積み増す形ではなく、平屋の1棟独立型コンテナを配置したホテルのため、エリアや土地の状況で多少の増減はあるものの、敷地は若干広さが必要である。

強み・特徴は、空間の居住性が良い点だ。お客様からは、1棟1室の独立型がメリットであるほか、コロナ禍には他人との接触が少ないことなどの声が寄せられている。また、当社からすると、コンパクトな設計であるため、出店先があればスピーディーに、かつ短期間で完成するので展開しやすい。有事の際は自治体と連携し出動させるなど社会課題の解決にも役立ち、地域社会に貢献できる。

——コロナ禍で運営・サービス面の変化は。

迫田　衛生面は特に注意し、運営部隊も徹底的な感染予防を行っている。ヤードは元々、自動精算機など非接触型システムを導入していた。従って、運営上大きな変更が生じることはなく、逆に、トレンドを先に取り入れていたと言える。

——今後の出店は。

迫田　ヤードで年間20～30施設・約900～1000室の開発を目指す。郊外ではまだまだ旺盛な需要があると思っているので、そのニーズをしっかり掴むことが大切だ。コンパクトな客室数なので、大手が出店しづらいようなエリアにも積極的に展開し勝負していきたい。

エリアでは、西日本での展開を加速させる。ドミナント戦略により積極的な出店を行う考えだ。北関東では、一定数の主要なエリアは押さえられたと思うので、西日本でも我々にとって魅力的なエリアを探し、ターゲット層の有無などを見定めながら進出していく。未進出の東北や北陸なども魅力的なエリアが多いので、ゆくゆくは展開していきたい。また、レスキューホテルという側面から、九州をはじめ災害が多い地域ではヤードの特徴を生かせるので、宿泊と災害対応の両面をカバーしていけるだろう。

さらに、ホテル事業を通じ、地方創生にも取り組んでいきたい。ホテルがあることで滞在型観光の起点となって街おこしにつながるところもあると思う。地方でホテル事業の成功モデルを作り上げ、地方創生につなげる。

——最後に目標を。

迫田　中期的には、前述した年間20～30施設・約900～1000室を開発していくことをベースに、長期的には会社として掲げる客室8万室を目指す。これには海外進出という考えもあるが、現状では、まず国内で強い事業基盤を作り、ブランディングの強化や、お客様に支持される施設づくり、サービスの提供などに注力していく。

（聞き手・副編集長　若山智令）