

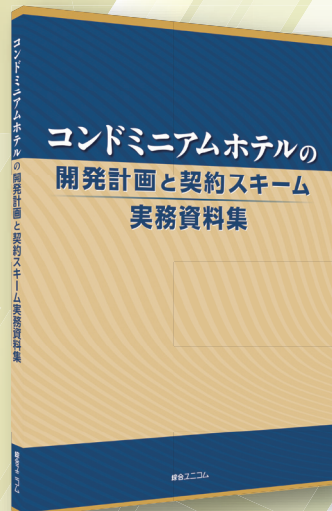
展開地域が広がり、参入が拡大する分譲型ホテル  
早期投資回収のための事業化要件と契約スキームを理解する!

# コンドミニウムホテルの 開発計画と契約スキーム 実務資料集

2024年12月16日発刊

◎A4判／縦型／124頁◎定価104,500円(本体95,000円)

早期回収可能な  
ビジネスモデル!



本書の特徴

特徴

1

事業特有の契約スキームをプレイヤーの役割とともに詳解。立地条件、施設づくり、関連法制度から、運営、物件販売まで、一般ホテルとの違いがわかる

特徴

2

国内顧客対象とインバウンド顧客対象、大都市立地型の3タイプの長期事業収支計画を掲載

特徴

3

最新の供給状況、販売価格、ペイバック利回りなどの開発動向、セカンダリーマーケット、購入者の属性などを詳解! 先進事例からも実態を把握できる

## 発刊の狙い

建築費が高騰する一方の昨今、早期投資回収が見込める分譲型ホテル(コンドミニウムホテル)に一層の注目が集まっています。

これまでベンチマークがなく、なかなか普及が進まなかった同事業ですが、代表的展開地域である沖縄、ニセコともに1,000室を突破、実績のあるプロジェクトが増えるにつれ、スキーム導入を検討する開発事業者も増加してきました。立地も箱根や白馬、軽井沢などに広がり、大手デベロッパーやオペレーターも参入し複数展開するケースも出ています。

コンドミニウムホテルは**オーナーが客室を購入後、リースバックし、自身が利用しないときにホテル客室として貸し出し、収益が還元されるマネジ**

**メント手法**が導入されています。デベロッパー、ホテルオペレーターと三者にとってメリットが生じますが、スキームは複雑であり、開発にはその理解が必須となります。

本書では、**事業スキームの仕組みや契約の留意点をはじめ、一般のホテルとは異なる特有の立地条件や施設づくり・収支計画の最新トレンドや、開発・利用傾向を、国内でのスキーム構築の先駆者および1,000室を超える受託販売実績とノウハウをもつ筆者が詳解いたします。**

コンドミニウムホテルの開発・導入を検討されている事業者をはじめ、ホテル・旅館、投融資に携わる金融機関のご担当者など、広く関連事業者の皆様にご購入をお勧めいたします。

## 第1編 定義と開発動向

## I. コンドミニウムホテルの事業特性

1. 宿泊施設のポジショニング投資
2. コンドミニウムホテルの定義
  - (1)「コンドミニウムホテル」とは
  - (2)ブランドレジデンスとの比較
  - (3)レンタルマネジメントプログラム
  - (4)コンドミニウムホテルの普及と動向

## II. 世界のコンドミニウムホテル最新動向

1. コンドミニウムホテルのブランド化と市場の拡大
2. 高級ホテルブランドを付した場合のメリット
3. ホテル以外的高级ブランドの進出
4. ブランド施設・ノンブランド施設の比較
5. 都市立地開発への流れと日本の今後

## III. 国内コンドミニウムホテルの開発動向(供給状況)と今後の展開

1. コンドミニウムホテル開発の背景
  - (1)コンドミニウムホテルが注目される背景
  - (2)購入者からみたコンドミニウムホテルの特徴
  - (3)開発事業者からみたコンドミニウムホテルの特徴
2. コンドミニウムホテルの供給状況
  - (1)供給状況
  - (2)国立公園における規制緩和
3. 代表的エリアの開発動向
  - (1)沖縄
  - (2)北海道・ニセコ他
  - (3)その他
4. 購入者の属性・利用傾向
  - (1)沖縄
  - (2)ニセコ
5. セカンドリーマーケットの状況
  - (1)沖縄
  - (2)ニセコ
6. 国内のコンドミニウムホテル事業の今後
  - (1)立地エリアの拡大と候補地域
  - (2)国内大手企業の展開と多店舗開発
  - (3)外資系企業による積極展開と多様化

## 第2編 事業化計画と契約スキーム

## I. 事業化のポイント

1. 立地条件
2. コンセプトづくりと販売ターゲットの設定
3. 施設概要と施設づくりのポイント
  - (1)適正規模
  - (2)客室

- (3)パブリックスペース
4. リニューアル物件のチェックポイント
5. 開発スケジュール・スタッフ配置の留意点

## II. 事業の仕組み(事業スキーム)

1. プレーヤー
  - (1)開発事業者
  - (2)所有者(客室ユニット購入者)
  - (3)運営者(ホテル経営を兼ねる)
  - (4)コンドホテル事業者(管理組合外部管理者を兼ねる)
  - (5)資産管理会社
2. 契約スキームと関連契約
  - (1)コンドホテル事業者の役割
  - (2)契約スキーム
  - (3)客室ユニット以外の契約
3. 賃料ペイバックの考え方
4. 「賃貸借契約書」と「運営計画書」の作成
  - (1)賃貸借契約書作成の留意点
  - (2)運営計画書
5. 各プレーヤーの意向と関係
  - (1)各プレーヤーの意向
  - (2)運営者と所有者の関係

## III. 関連法規

1. 旅館業法
2. 建築物衛生法
3. 区分所有法
4. 民法
5. 管理規約
6. その他の法律

## IV. 販売手法と価格の決定

1. 販売手法
  - (1)一般的な販促手法の考え方
  - (2)開業後の販促手法の考え方
  - (3)販売コストの内容と考え方
  - (4)完売までの適正期間
  - (5)契約締結時に必要な書類
2. 販売価格の算出方法
  - (1)販売価格の考え方
  - (2)利回りの考え方
  - (3)管理費
  - (4)オーナー利用料

## V. インバウンドを販売対象とした場合の事業化計画

1. インバウンド対象物件の特徴(国内向け物件との違い)
  - (1)ターゲットとなるインバウンドの特徴
  - (2)施設設計の留意点

## 執筆者

第1編I・II、第3編 **ホーワスHTL** 高林浩司 取締役 マネージングディレクター第1編III、第2編I・IV・V **東急リゾート(株)** 安田昌教/渡邊将一/清永亮/宅間瀬里菜第2編II・III **大成建設(株)** 片野佳弘 都市開発本部 開発事業部 事業推進室(第二) 課長

## 2. 事業化計画・仕組みの留意点

- (1)事業主体・運営主体
  - (2)利回り想定
  - (3)賃料ペイバックの仕組み
3. 販売手法の留意点
    - (1)販促活動
    - (2)売買契約

## 第3編 長期事業収支計画

1. 国内顧客対象のケース(通年リゾート立地)
  - (1)設定条件
  - (2)投資計画・販売計画
  - (3)運営計画
2. インバウンド顧客対象のケース(スノーリゾート立地)
  - (1)設定条件
  - (2)投資計画・販売計画
  - (3)運営計画
3. 大都市立地
  - (1)設定条件
  - (2)投資計画・販売計画
  - (3)運営計画

## 第4編 先進事例研究

●STORYLINE瀬長島  
(沖縄県豊見城市)

東急グループで開発から運営管理までを担い、新ブランドホテルとして新たな価値を提案

●BLISSSTIA箱根仙石原  
(神奈川県箱根町)

国内初、民泊を活用したホテルレジデンスとの併設施設を「自由な滞在」をテーマに都市近郊に開設

●ホテル ラヴィーニュ 白馬 by 温故知新  
(長野県白馬村)

国内屈指のスノーリゾートにインバウンド対応施設をオープン。グリーンシーズンの差別化も図る

## ご注文方法

ホームページからお申込みください。

<https://www.sogo-unicom.co.jp/databook/>

お申込みを受付次第、商品とともに請求書をお送りいたします。

銀行振込でお支払いください。クレジットカードでも決済いただけます。

## お問合せ

## 総合ユニコム株式会社

〒104-0031 東京都中央区京橋2-10-2 む利彦ビル南館6階

ご注文、お支払い等 TEL. 03-3563-0025 [管理部]

編集内容 TEL. 03-3563-0120 [企画情報部]