

## 京都府内のホテル・旅館の経営実態調査（2022 年度～2023 年度）

## 2022 年度は観光需要の回復で、全体の約半数が増収

## ～売上高合計は 2016 年の調査開始以来、最大の増加率～

2023 年の訪日外国人客数（訪日外客数）は前年比 6.5 倍の 2,506 万 6,100 人と大幅増となり、コロナ前の 2019 年比 21.4%減まで回復した（日本政府観光局 2024 年 1 月 17 日発表）。

京都府においても、国内外の観光客が増加し、観光消費額および外国人宿泊客数は増加基調となっている。新型コロナウイルスが感染症法上の 5 類に移行したほか、円安効果などで外国人観光客が増加したことが寄与した。2024 年に入ってから堅調な推移が続いており、京都の観光業界は着実な回復基調に入ったと言えるだろう。

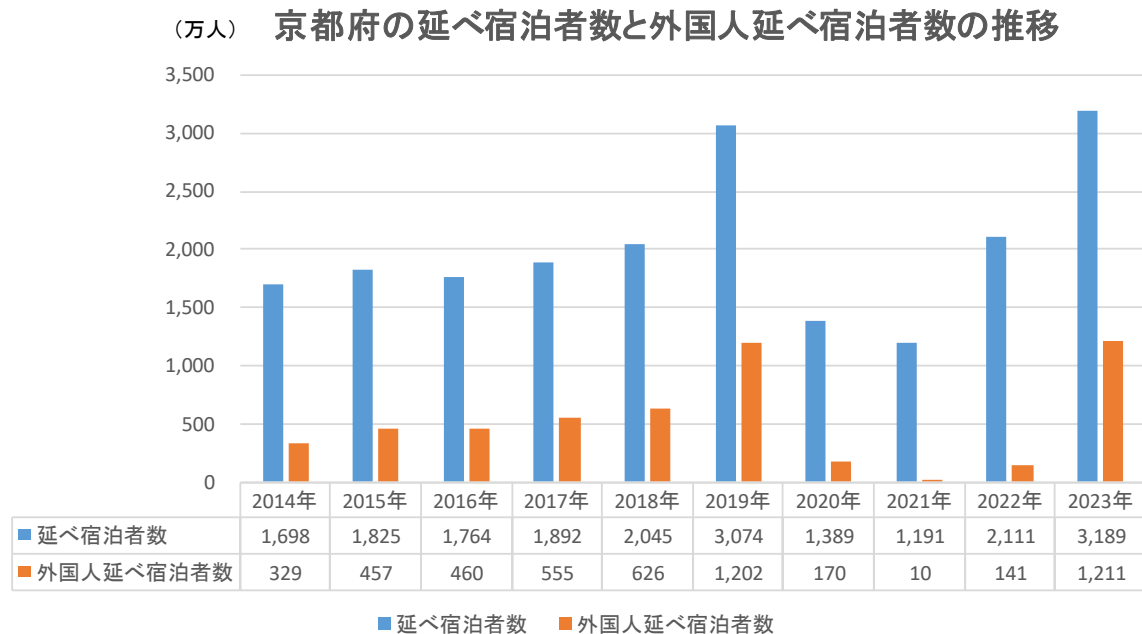
一方、コロナ禍の長期化や物価高、外資を含めた新設ホテルの建設ラッシュにより、ホテル・旅館の競争は激化しており、設備老朽化などで集客力の劣る企業は事業継続を断念する事例がみられる。また、人手不足による受け入れ客数の制限、物価高や人件費高騰に伴う客室単価の上昇もみられ、約 3 年間のコロナ禍で京都の宿泊業界は大きな転換点を迎えている。

帝国データバンク京都支店では、2024 年 3 月時点の企業概要データベース「COSMOS2」（147 万社収録）に収録されている京都府内に本店を置く「ホテル・旅館」を主業とする企業のうち、業績比較が可能な 147 社（個人経営含む）の業績動向などについて分析した（簡易宿所を除く）。同調査は 2022 年 6 月に続き 7 回目。なお、売上高は一部推定値を含む。

## 調査結果（要旨）

1. 京都府内に本店を置く「ホテル・旅館」業者 147 社の 2022 年度（2022 年 4 月～2023 年 3 月）の売上高合計は、新型コロナウイルス感染拡大が落ち着きをみせたことや、各種支援策により前年度に比べて大幅増となり、2016 年の調査開始以来、最大の増加率となった
2. 全体では増収企業が増加した一方、売上高「1 億円未満」では増収企業は約 25%にとどまるなど、中小規模の企業では回復が遅れている
3. 「50 年以上」の企業は横ばいも多く、業歴が長い企業は集客力向上が課題となっている
4. 2023 年度は、インバウンドの回復や宴会需要の増加で更なる回復が見込まれるが、物価高や人手不足が足かせとなる企業も見られ、収益性改善が今後の課題となる

## 1. 京都府の業界動向



※観光庁の「宿泊旅行統計調査」を元に帝国データバンクが作成

### ■ 2020 年まで続いたホテルの建設ラッシュ

2007 年に「観光立国推進基本法」が施行されて以降、日本政府や自治体は世界の観光需要を取り込むため様々な取り組みを行ってきた。インバウンド需要は順調に増加を続け、京都府においても観光客が増加基調を辿り、外国人延べ宿泊者数は 2019 年に 1,200 万人超に急増した。

ホテル需要が高まるなか、京都市内に大規模ホテルがオープンしたことや隣接する大阪府や滋賀県などを含めたホテル間の競争が激化した。富裕層をターゲットとする外資系高級ホテル、京都府外に本店を置く国内宿泊業者が京都へ進出したことで、中小規模のホテルは集客力がさらに低下した。

### ■ コロナ禍でホテル需要が急減

2020 年以降は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により観光需要が急減し、客室稼働率は急落した。特に外国人宿泊客数についてはコロナ禍で一変し、観光産業に大きなダメージを与えた。

京都におけるホテルの開業ラッシュは東京オリンピック開催予定だった 2020 年夏頃まで続き、インバウンドの回復がみられないなかでも総客室数が増加したため、大きな需給ギャップから厳しい経営を余儀なくされる企業もあった。

## ■コロナ禍の長期化と淘汰

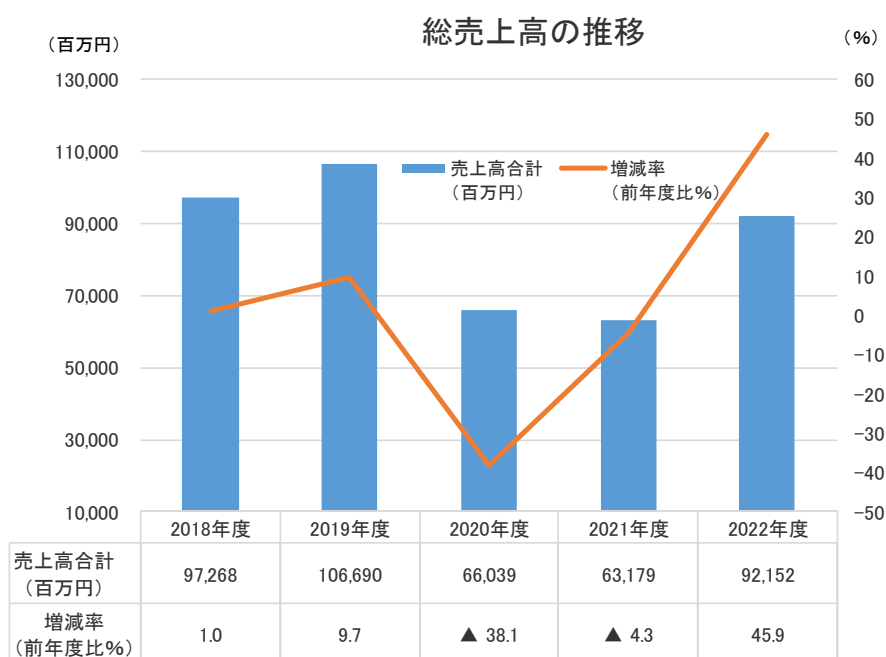
観光需要の回復が遅れ、(株)京都セントラルイン、(株)京都シティホテル、(株)ランドーナージャパン京都マネジメントといった宿泊業者が倒産に追い込まれたほか、廃業を余儀なくされる企業もみられた。

ただ、他の都道府県と比較すると、宿泊業者の倒産件数は限定的であった。その背景には「京都ブランド」を求めて京都に進出を希望していた企業の思惑がうかがえる。資本力のある京都府外の不動産業者などが、コロナ禍で疲弊した老舗ホテルを買収するといった動きが複数みられ、結果的に破綻を免れた宿泊業者もあった。

## 2. 売上高動向 ～調査開始以来、最大の伸び

企業概要データベース「COSMOS2」収録企業のうち、業績比較が可能な京都府内に本社を置く「ホテル・旅館」業者 147 社の売上高合計の推移は下表の通り。

過去 5 年間 (2018 年度～2022 年度) の売上高合計の推移を見ると、2022 年度は新型コロナウイルス感染拡大が落ち着きを見せたことや全国旅行支援をはじめとする各種支援策もあって、前年度比 45.9% 増と 2016 年の調査開始以来、最大の伸びとなった。コロナ禍前との比較では、2019 年度を下回る水準であったが、回復基調となった。

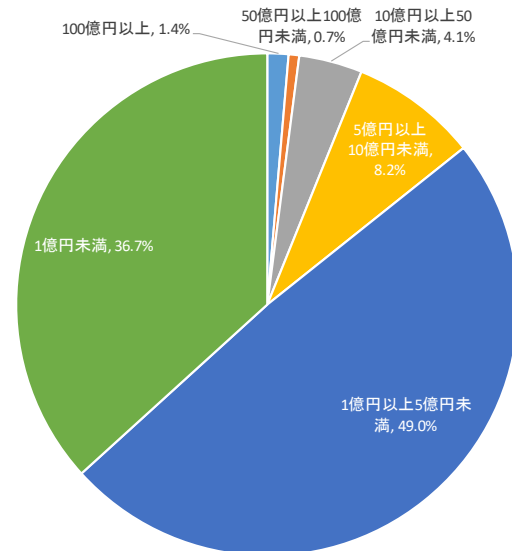


### 3. 売上高規模別動向 ～増収企業が約半数に増加

ホテル・旅館 147 社を売上高規模別に見ると、2021 年度は約半数を占めていた減収企業は、2022 年度は 20 社（構成比 13.6%）に減少した。コロナ禍の収束とともに、2022 年度は増収企業が 73 社（同 49.7%）に増加した。

売上高「1 億円以上」の企業では増収の比率が高かったが、「1 億円未満」では増収は 14 社（約 25%）にとどまった。中小規模の企業ではコロナ禍のダメージが大きく、回復が遅れている。

2022年度の売上高別構成



(単位: 社、構成比は%)

| 売上高規模         | 2019年度 |       |       |       | 2020年度 |       |       |      | 2021年度 |       |       |       | 2022年度 |       |       |       |       |
|---------------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
|               | 社数     | 増収    | 減収    | 横ばい   | 社数     | 増収    | 減収    | 横ばい  | 社数     | 増収    | 減収    | 横ばい   | 社数     | 比率    | 増収    | 減収    | 横ばい   |
| 100億円以上       | 1      | 0     | 0     | 1     | 1      | 0     | 1     | 0    | 2      | 2     | 0     | 0     | 2      | 1.4%  | 2     | 0     | 0     |
| 50億円以上100億円未満 | 3      | 2     | 1     | 0     | 2      | 2     | 0     | 0    | 0      | 0     | 0     | 0     | 1      | 0.7%  | 1     | 0     | 0     |
| 10億円以上50億円未満  | 9      | 3     | 3     | 3     | 5      | 0     | 5     | 0    | 7      | 5     | 1     | 1     | 6      | 4.1%  | 4     | 1     | 1     |
| 5億円以上10億円未満   | 15     | 1     | 4     | 10    | 9      | 2     | 6     | 1    | 6      | 2     | 2     | 2     | 12     | 8.2%  | 8     | 2     | 2     |
| 1億円以上5億円未満    | 80     | 18    | 15    | 47    | 75     | 4     | 70    | 1    | 65     | 14    | 35    | 16    | 72     | 49.0% | 44    | 4     | 24    |
| 1億円未満         | 39     | 5     | 5     | 29    | 55     | 8     | 42    | 5    | 67     | 11    | 37    | 19    | 54     | 36.7% | 14    | 13    | 27    |
| 合計            | 147    | 29    | 28    | 90    | 147    | 16    | 124   | 7    | 147    | 34    | 75    | 38    | 147    |       | 73    | 20    | 54    |
| 構成比           |        | 19.7% | 19.0% | 61.2% |        | 10.9% | 84.4% | 4.8% |        | 23.1% | 51.0% | 25.9% |        |       | 49.7% | 13.6% | 36.7% |
| 前年度比増減(社数)    |        | -     | -     | -     |        | ▲ 13  | 96    | ▲ 83 |        | 18    | ▲ 49  | 31    |        |       | 39    | ▲ 55  | 16    |

色つきはボリュームゾーン

### 4. 業歴別動向 ～「50 年以上」が 7 割弱を占める

業歴別に見ると、「10 年未満」の業歴の浅い企業が 9 社（構成比 6.1%）となった一方、「50 年以上」の企業が 93 社（同 63.3%）となり、業歴の長い企業が全体の 6 割強を占めた。

「100 年以上」の老舗企業（31 社）のうち、売上高「5 億円未満」（28 社）が大半を占めるなど、業歴が長い企業は中小規模の企業が多い。

## 2022年度 業歴・売上高規模別動向

単位: 社(構成比は%)

| 売上高<br>業歴       | 1億円未満 | 1億円以上<br>5億円未満 | 5億円以上<br>10億円未満 | 10億円以上<br>50億円未満 | 50億円以上<br>100億円未満 | 100億円以上 | 合計  | 構成比   |
|-----------------|-------|----------------|-----------------|------------------|-------------------|---------|-----|-------|
| 100年以上          | 12    | 16             | 2               | 0                | 1                 | 0       | 31  | 21.1% |
| 50年以上<br>100年未満 | 22    | 32             | 6               | 2                | 0                 | 0       | 62  | 42.2% |
| 30年以上<br>50年未満  | 12    | 8              | 0               | 2                | 0                 | 1       | 23  | 15.6% |
| 10年以上<br>30年未満  | 5     | 12             | 2               | 2                | 0                 | 1       | 22  | 15.0% |
| 10年未満           | 3     | 4              | 2               | 0                | 0                 | 0       | 9   | 6.1%  |
| 合計              | 54    | 72             | 12              | 6                | 1                 | 2       | 147 |       |
| 構成比             | 36.7% | 49.0%          | 8.2%            | 4.1%             | 0.7%              | 1.4%    |     |       |

※ピンク色は10社以上

業歴にかかわらず増収企業が多くを占めたが、「50年以上」の企業では横ばいの企業も多くみられた。

老舗企業では、集客方法の見直しや設備改修などで集客力を高めることが課題となっている可能性もある。

|                 | 増収    | 減収    | 横ばい   |
|-----------------|-------|-------|-------|
| 100年以上          | 13    | 4     | 14    |
| 50年以上<br>100年未満 | 28    | 6     | 28    |
| 30年以上<br>50年未満  | 11    | 6     | 6     |
| 10年以上<br>30年未満  | 14    | 3     | 5     |
| 10年未満           | 7     | 1     | 1     |
| 合計              | 73    | 20    | 54    |
| 構成比             | 49.7% | 13.6% | 36.7% |

## (参考) 主要企業の2022年度売上高～前年度比7割超の増収

| 商号        | (株)ジェイアール西日本ホテル開発 | 決算期    | 売上高<br>(百万円) | 前年度比<br>増減率(%) |
|-----------|-------------------|--------|--------------|----------------|
| 主なホテル・旅館名 | ホテルグランヴィア京都ほか     | 2021.3 | 12,592       | ▲62.0          |
| 本店所在地     | 京都市下京区            | 2022.3 | 15,134       | +20.0          |
|           |                   | 2023.3 | 26,560       | +75.0          |

| 商号        | (株)京都ホテル    | 決算期    | 売上高<br>(百万円) | 前年度比<br>増減率(%) |
|-----------|-------------|--------|--------------|----------------|
| 主なホテル・旅館名 | ホテルオークラ京都ほか | 2021.3 | 3,847        | ▲60.0          |
| 本店所在地     | 京都市中京区      | 2022.3 | 4,267        | +10.9          |
|           |             | 2023.3 | 7,350        | +72.2          |

## 5. 2023年度の見通し

2023年5月、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行し、一般消費者の消費意欲の高まりから観光需要も回復した。また、入国時の水際対策が撤廃となったことや中国人の団体旅行の解禁に加え、円安基調が継続したこともあり、2023年の延べ宿泊者数は3,189万人

(うち外国人延べ宿泊者数は1,211万人)となり、コロナ禍前の2019年の3,074万人(同1,202万人)を上回るなど、京都府を訪れる観光客は堅調に推移している。

京都府に本店を置くホテル・旅館についても客室稼働率は上昇し、宴会需要の回復もあって業績予想を上方修正する企業もみられる。

ただし、物価高や人手不足、人件費負担などは企業経営に大きな課題となっている。特に人手不足は深刻化しており、受け入れ人数を制限するなどして対応する企業もみられ、機会損失から業績回復が遅れている企業もある。

このため、主要なホテル・旅館においても経営体質を見直し始めている。インバウンドの活況を背景に宿泊料金を引き上げるなど、これまでの価格競争から利益率をより重視した経営に舵を切る企業が増加しており、京都の宿泊業界は転換期にあると言える。

## まとめ

■2022年度の「ホテル・旅館」147社の売上高は、前年度を大幅に上回る結果となった。2023年度についても、インバウンド需要の回復などで業績は上向きつつある。

ただし、物価高や人手不足などが各企業に大きな影響を及ぼしているほか、今後もホテルの新設計画から総客室数が増加する可能性もあり、楽観視できる状況とは言えない。

■ホテル・旅館は、設備のメンテナンスや修繕なども課題であり、每期着実に利益を確保できる体制が求められる業界でもあるため、同業者との差別化ができない企業は業績低迷が続く可能性がある。

また、コロナ禍が長引いたことで金融機関からの借入金負担が膨らんだ企業には、返済負担も重荷となるため、資本金に乏しい中小企業を中心に今後の動向を注視する必要がある。

### 【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク 京都支店 情報部

担当：野田 圭祐 TEL 075-223-5111 FAX075-223-5200

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。