

ホテル・リゾート

市場環境

リスク

- コロナ禍によるインバウンド顧客の回復遅延
- 行動制限やワークスタイルの変化に伴う出張需要の減少

機会

- 国内需要における滞在目的の多様化(「働く」、「暮らす」等)
- 海外渡航制約を受けた国内旅行ニーズの拡大

競争優位性

- 三井ガーデンホテル会員**60万人超**
- 直営客室数約**13,100室(国内外)^{※1}**
- ラグジュアリーから宿泊主体型まで多様な顧客ニーズに合わせたホテル・リゾート13ブランドの展開
- グループ内商品連携によるシナジー発揮(シェアオフィス「ワークスタイリング」との連携、商業テナントリレーションを活かしたレストランテナント誘致、等)

※1 2022年7月1日時点

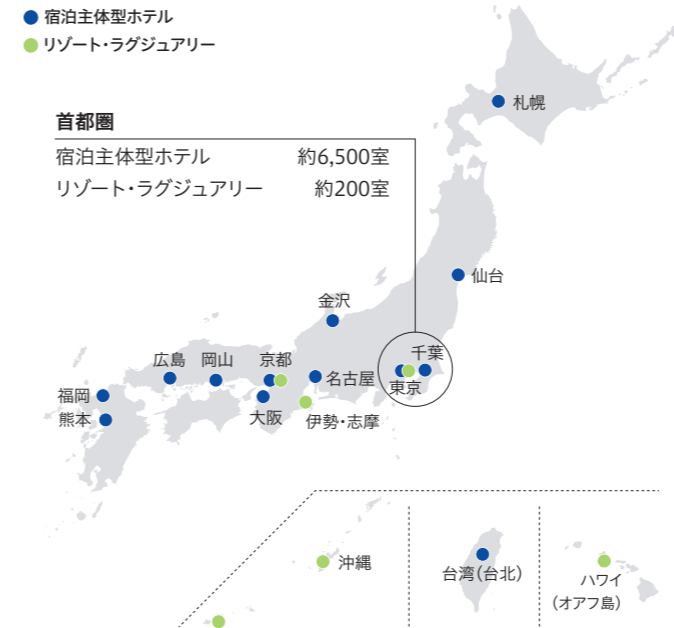
事業戦略

- 「滞在する場」の提供による「働く」「住む」等の新たな需要^{※2}の取り込み
- 会員組織^{※3}のサービス拡充等によるロイヤルカスタマーの拡大・深化
- 海外渡航制約を受けた国内旅行ニーズの積極的な取り込み

※2 テレワーク、短期居住、病院療養・付き添いによる滞在ニーズ等
 ※3 MGH Rewards Club等

国内外の主要都市・観光地におけるホテル・リゾート展開(約13,100室)

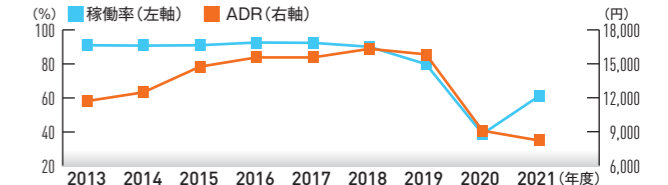
当社ホテル・リゾート施設 展開エリア (2022年7月1日時点)



宿泊主体型ホテル エリア別室数^{※1}

	室数	割合
合計	11,100	85%
東京	5,400	42%
首都圏(東京除く)	1,100	8%
京都	1,300	10%
大阪	500	4%
その他	2,800	21%

稼働率と平均客室単価(ADR)(宿泊主体型ホテル^{※2})



リゾート・ラグジュアリー エリア別室数^{※1}

	室数	割合
合計	2,000	15%
東京	200	1%
沖縄	500	4%
国内その他	600	4%
ホノルル	700	6%

※1 100室単位(2022年7月1日時点) ※2 「東京ドームホテル」を除く

今後の開発パイプライン

客室数(海外含む) **約700室** うち宿泊主体型ホテル**約400室**、リゾート・ラグジュアリー**約300室**

(2022年8月末時点。ただし、海外プロジェクトは2022年6月末時点)

優良なポートフォリオ

物件数・客室数(海外含む) **52施設 約13,100室** (2022年7月1日時点)

多様な顧客ニーズに応えるブランド

宿泊主体型ホテル	リゾート・ラグジュアリー
Mitsui Garden Hotels	Halekulani
THE CELESTINE HOTELS	Halekulani Okinawa
sequence	Halepuna Waikiki
TOKYO DOME HOTEL	はいむるふし Kohamajima
	熱海後楽園ホテル
	AMANEMU
	NEMU RESORT
	Toba Hotel INTERNATIONAL
	HOTEL THE MITSUI KYOTO
	FOUR SEASONS

TOPICS

「滞在する場」の提供による新たな宿泊需要の獲得

「ホテル×働く」

ホテル客室の個室シェアオフィス化



「ホテル×医療」 病院連携による宿泊需要の取り込み

毎年、国内外からのべ30万人弱が来院する国立がん研究センター東病棟の敷地内に、患者様の治療をサポートする「三井ガーデンホテル 柏の葉パークサイド」を2022年7月開業。



TOPICS

生物多様性の保全——サンゴの植樹活動

「ハレクラニ沖縄」では、気候変動や食害などの理由によりサンゴが死滅してしまった場所にサンゴを植え付け、かつてのサンゴ礁の姿を取り戻す活動を実施しています。宿泊されたお客様も参加可能なプログラムとなっており、この活動は、ホテル内の「ハレクラニブティック」において、ペットボトルを再生した原料でつくられたエコバッグの販売による利益の全額を用いて行われています。

