



ホテル・リゾート

事業領域

ホテル・リゾートの開発・運営等

市場環境

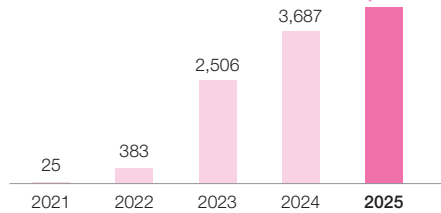
>> リスク

- ・地政学リスクによる、国内外旅行客への影響
- ・各種物価・人件費の高騰に起因する運営コストの増加

>> 機会

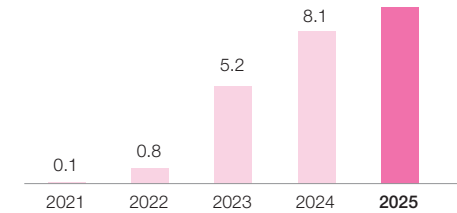
- ・日本の観光資源に対する国内外からの高い評価
- ・訪日外国人旅行客のさらなる増加への期待

<年間訪日客数推移(暦年)>
(万人)



※ JNTOデータより作成

<年間訪日消費(暦年)>
(兆円)



※ 国土交通省データより作成



はいむるぶし

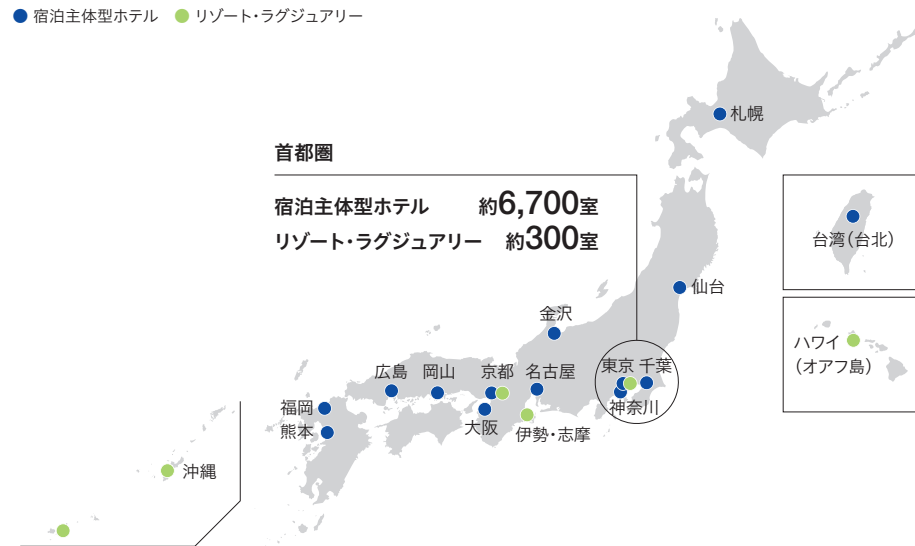
価値創造の源泉

■国内外に広がるホテル運営基盤と100万人超の顧客基盤

物件数・客室数
(海外含む)**52施設 約13,100室**
(2026年6月時点)MGH Rewards
Club会員数**約129万人**
(2026年6月時点)

<当社ホテル・リゾート施設 展開エリア> (2026年6月末時点)

● 宿泊主体型ホテル ● リゾート・ラグジュアリー



<宿泊主体型ホテル エリア別室数※>

	室数	割合
合計	11,000	84%
東京	5,400	41%
首都圏(東京除く)	1,200	9%
京都	1,300	10%
大阪	300	2%
その他	2,800	22%

<リゾート・ラグジュアリー エリア別室数※>

	室数	割合
合計	2,100	16%
東京	300	2%
沖縄	500	4%
国内その他	600	5%
ホノルル	700	5%

※ 100室以下を四捨五入しているため合計が一致しない場合があります。

マネジメントメッセージ

1 三井不動産の価値創造

2 価値創造に向けた戦略

3 戦略を支えるインフラ

4 事業別戦略

5 Appendix

PICK UP

CEOメッセージ

CFOメッセージ

社外取締役座談会

人材戦略

DX戦略

サステナビリティ戦略

ホテル・リゾート

価値創造の源泉

- 宿泊主体型からリゾート・ラグジュアリーまで多様な顧客ニーズに合わせたホテル14ブランドの展開
- 上質な滞在価値の提供によるブランド力の強化を通じて、顧客基盤と収益力の拡大を実現



今後の開発パイプライン (2026年6月末時点)

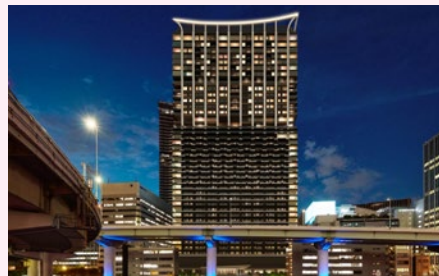
客室数(海外含む) **約730室**

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330室**



HOTEL THE MITSUI HAKONE

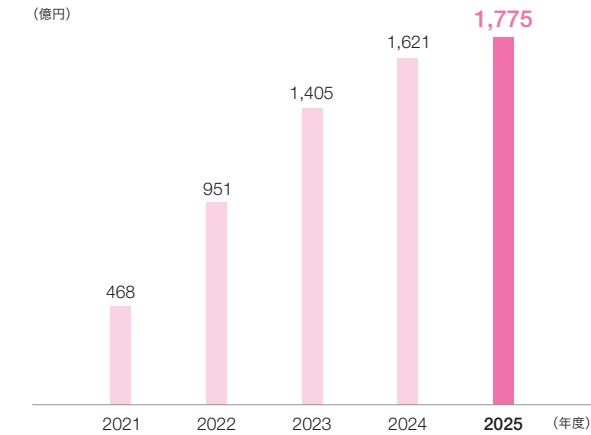


三井ガーデンホテル大阪堂島浜プレミア

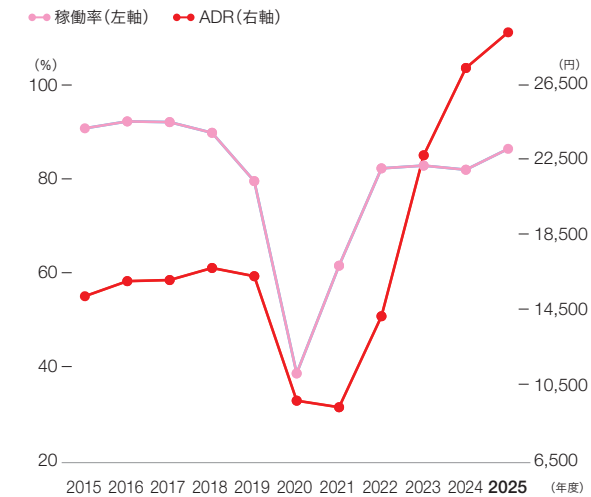
ウオルドーフアストリア東京日本橋
(東京ミッドタウン日本橋内に開業予定)

価値創造の成果

<ホテル・リゾート収益推移>



<稼働率と平均客室単価(ADR) (宿泊主体型ホテル※)>



※「東京ドームホテル」を除く

ADR年平均成長率(CAGR)
(2022年以降)

34%超

稼働率 過去4年連続

80%超

マネジメントメッセージ

1 三井不動産の価値創造

2 価値創造に向けた戦略

3 戦略を支えるインフラ

4 事業別戦略

5 Appendix

PICK UP

CEOメッセージ

CFOメッセージ

社外取締役座談会

人材戦略

DX戦略

サステナビリティ戦略