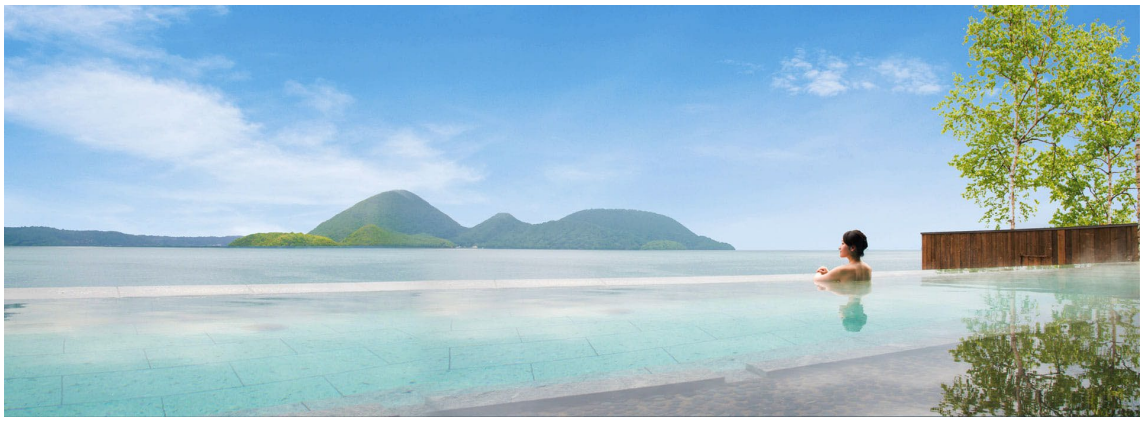
**日本全国の HOTEL 用地開発の銀座 M.A.P.ESTAT 株式会社**
**HOTEL 用地については非公開情報が多いのでお問合せ下さい https://www.map-estate.co.jp。**

洞爺湖について説明してください。四季の景色の変化、リゾート HOTERU 建設した場合のビジネスの可能性と将来性について、年間を通しての集客の可能性について
**ChatGPT:**



**4**
以下では
**①洞爺湖の概要と四季の景観の変化**
**②リゾートホテル建設時のビジネス可能性・将来性**

**③年間を通した集客性の分析**
を専門的にまとめてご説明します。

---

**① 洞爺湖とは（エリア特性の理解）**
洞爺湖は北海道南部に位置する**火山カルデラ湖**で、透明度が高く「日本百景」にも選定。温暖な気候で、冬でも全面結氷しない珍しい湖です。
周囲は温泉地、有珠山、昭和新山などの観光資源が集中し、**自然景観×アクティビティ×温泉**の三位一体の観光が成立しています。

---

**② 四季の景色の変化（強力な観光資源）**
**◆ 春（4〜6 月）：新緑・桜・ロングステイ需要の開始**

- 温暖な湖の周囲は桜が咲き、静かで上質な雰囲気
- ロングステイ客（避暑・ワーケーション層）が動き始める
- マリンアクティビティの開始準備

**◆ 夏（7〜9 月）：花火・アクティビティの最盛期**

- **洞爺湖ロングラン花火大会（4～10 月）**：毎夜花火が上がり宿泊需要が強い
- SUP・カヌー・遊覧船が強い集客力
- 避暑地としてファミリー・カップル需要が増大

◆ **秋（9～11 月）：紅葉と温泉のピーク**

- 湖畔全体が色づく絶景シーズン
- インバウンドに人気の“温泉×紅葉”で高稼働
- 高価格帯リゾートとの相性が良い

**◆ 冬（12～3 月）：不凍湖×雪景色という希少価値**

- フル凍結しない湖に雪景色が重なる独特の風景
- ニセコ・ルスツのスキー客の周遊需要
- 外国人（特に豪州・アジア圏）に人気の温泉リゾート需要が強い

**③ 洞爺湖でリゾートホテルを建設した場合の ビジネス可能性と将来性**

**◆ 1. 高級リゾート立地としてのブランド確立**

洞爺湖エリアには

- ザ・ウィンザーホテル洞爺
- WE Hotel Toya
- 洞爺湖万世閣

など既に**中〜高級ラインのホテル**があり、エリアのブランド価値は高いです。

特に、G7 開催（2008 年）で世界的認知が向上し、**高級層・インバウンドの期待値が高い**という特徴があります。

**→ 新規リゾート開発もブランドに乗せやすく、単価設定がしやすいエリア。**

---

**◆ 2. インバウンド（外国人観光客）の伸び代が大きい**

洞爺湖は

- 新千歳空港から 1 時間 30〜45 分
- ニセコ・ルスツから車で 40〜50 分

という位置で、**北海道ゴールデンルート**（札幌→ニセコ→洞爺湖→函館）に組み込みやすい。

特にニセコの宿泊価格高騰で、**洞爺湖をハブに観光する外国人**が増加しています。

**→ “ニセコの翌泊地” としての需要が今後も伸びる可能性大。**

---

**◆ 3. アクティビティ導入で滞在単価を上げられる**

洞爺湖はアクティビティが豊富で、ホテルが企画運営することで

**客単価アップ（体験料 ＋ 食事 ＋ 宿泊）**

が非常にしやすい市場です。

例えば：

- カヌー / SUP / クルーズ
- 星空観賞ツアー
- 火山地形トレッキング
- 冬季フォトツアー
- ワーケーションプラン

**→ “体験提供型リゾート” にすると収益性が高いエリア。**

---

**◆ 4. 温泉資源＝年間通しての安定した需要**

洞爺湖温泉は歴史が長く、温泉供給量も豊富。

温泉があることで

- 冬の閑散期でも集客可能
- 客単価を上げやすい（客室温泉付き客室など）

- 長期滞在プランが組める

温泉×湖の組み合わせは、北海道の中でも希少価値が高いです。

---

**④ 年間を通じた 集客の可能性（季節別・ターゲット別分析）**

**◆ 春：国内旅行者・シニア・ワーケーション**

- 混雑が少なく落ち着いた滞在が好まれる
- ビジネス利用・長期滞在を取り込める

**→ 比較的安定した稼働をつくりやすい。**

---

**◆ 夏：観光のピーク。ファミリー・カップル・インバウンド**

- 花火大会が毎日あるため、連泊客が増加
- 湖上アクティビティで単価アップ

**→ 売上の最重要期。高級リゾートでも稼働率 80〜90%が期待できる。**

---

**◆ 秋：インバウンド比率が伸びる**

- 温泉×紅葉の組み合わせが外国人に人気
- 高単価客室の稼働が上がる

**→ 単価が最も取れる時期。**

---

**◆ 冬：北海道全体のインバウンド需要で安定**

- ニセコ/ルスツからの周遊客
- 冬の絶景・温泉で写真映え需要
- クリスマス・年末年始の観光需要も強い

**→ 冬に稼働が落ちにくい希少な湖リゾート。**

---

**⑤ まとめ：洞爺湖でのリゾートホテル事業の成否ポイント**

**■ ビジネス上の強み**

- 四季ごとの景観が強力な観光資源
- ニセコ・ルスツとの連携でインバウンドが伸びる
- 温泉 × アクティビティで客単価を上げやすい
- 冬も集客が安定するエリア（不凍湖の希少性）
- 国際的ブランドが既に確立されつつある

**■ リゾートホテル建設の成功モデル**

高単価で成功しやすいタイプは以下の通り：

1. **湖畔ビュー × 温泉付き客室（客単価 5〜8 万円）**
2. **体験型リゾート（アクティビティ・花火観賞・湖上サウナ）**

3. **ウェルネスホテル（スパ、フィットネス、長期滞在）**
4. **ニセコ連泊客を取り込むハイエンドライン**

→ 北海道でも「単価を上げやすい立地」で、投資回収性が高いエリアです。

---

**さらに詳細な分析も可能です**

例えば以下の追加資料も作成できます：

- 洞爺湖の**観光データ（宿泊者数・インバウンド比率）分析**
- リゾートホテルの**収益モデル（ADR、RevPAR、客層別収益）**
- 用地選定条件
- 建築コンセプト案（ラグジュアリー・スパ・ヴィラ型など）

ご希望があれば、さらに掘り下げて作成します。

どの内容を深掘りしますか？

**あなた:**

洞爺湖の観光データ（宿泊者数・インバウンド比率）分析

**ChatGPT:**

思考時間: 18s

いいですね。洞爺湖の観光データ（**宿泊者数・インバウンド比率**）について、入手可能な公的資料／報道をもとに**数値・傾向・解釈**を整理しました。重要な数値は計算過程を示した上で提示します。

---

**要点（先に結論）**

- **洞爺湖町（洞爺湖温泉を含む） の年間延べ宿泊者数（最新公表値）：645,881 人泊（令和 6 年度の町発表）**。town.toyako.hokkaido.jp
- **訪日（外国人）宿泊者数の回復水準の報道例**：報道では訪日客が約**272,000 人（件によっては“人”／“人泊”の定義差あり）**まで回復したとされ、これを単純に比べると **インバウンド比率は約 42.1%**（272,000 ÷ 645,881）。※定義差に注意。北海道ニュースリンク+1
- 北海道全体ではコロナ後の回復が進み、**2024 年度（2024.4–2025.3）で延べ宿泊者数が 4,435 万泊**に回復、外国人延べ宿泊者数も過去最多に達した流れが洞爺湖にも波及しています。北海道観光公式サイト HOKKAIDO LOVE!+1

---

**使ったデータと前提（重要）**

1. 洞爺湖町の自治体発表（令和 6 年度値）＝**645,881 人泊**：町の統計・広報資料。宿泊“人泊”の値。town.toyako.hokkaido.jp
2. 報道（北海道ニュース）による「訪日客＝約 272,000 人」という記述：記事では“訪日客（外国人）”が 2019 年水準まで回復した旨を述べています。北海道ニュースリ

ンク

3. 北海道全体の観光入込・宿泊統計（観光庁／北海道まとめ）で、道全体の回復傾向と季節変動を確認。洞爺湖は道内の主要観光地の一つとして同様の影響を受けると判断。北海道庁+1
4. 市町村レベルの月次・国籍別内訳（過去の調査表）で季節変動と主要国籍（中国・韓国・台湾等）を把握。ハープ

**注意（データの定義差）：**
報道の「訪日客 27 万 2 千人」が**「人数（実人数）」**なのか**「延べ宿泊者数（人泊）」**なのかで比率は変わります。本レスでは便宜上「訪日客＝人数（≒延べ宿泊者数の近似）」として単純計算し**約 42.1%**を算出しましたが、厳密指標を出すには同一定義（人／人泊）での照合が必要です。北海道ニュースリンク+1

---

**季節別の宿泊動向（概括）**

- **夏（7–8 月）**：花火大会・レジャーで宿泊ピーク。道外・インバウンドの比率が高くなる。観光統計データ ｜Tourism Statistics+1
- **秋（9–11 月）**：紅葉＋温泉で客単価が上がりやすい。インバウンド（秋の周遊）も期待。北海道庁
- **冬（12–3 月）**：洞爺湖は不凍・温泉資源で冬でも集客しやすい。ニセコ等と周遊するインバウンド客が来る傾向。環境省+1
- **春（4–6 月）**：花見・新緑、ワーケーション・長期滞在の需要が出やすい。ハープ

（上記は道全体と洞爺湖町の月別データを照合した一般的傾向です。）北海道庁+1

---

**インバウンド構成（国籍ターゲット）**

- 過去データでは **中国・韓国・台湾・香港** が主力（洞爺湖周辺・北海道内全域での傾向）。欧米・豪州も増加傾向あり。環境省+1
- マーケティング上は**中国・台湾・韓国を軸**にしつつ、英語圏（オーストラリア・米国）向けの周遊パッケージ化も有効です。北海道観光公式サイト HOKKAIDO LOVE!+1

---

**解釈とホテル事業へのインパクト（数値を踏まえた示唆）**

1. **高いインバウンド比率（約 40%前後）**は、為替や航空規制、国別の入国制限に敏感。→ 海外マーケット復調が続けば、宿泊稼働は比較的高い水準を維持しやすい。town.toyako.hokkaido.jp+1
2. **夏と秋が稼働の柱**。一方で温泉・冬観光の強さにより年間通じて比較的安定した稼働が見込める。北海道庁+1
3. **客単価向上余地**：インバウンドを集める体験・周遊型商品（周辺スキー場／ニセコ

周遊、花火席、体験ツアー）を組むと、宿泊だけでなく F&B・体験売上で収益性が改善。北海道観光公式サイト HOKKAIDO LOVE!+1

---

**欠けている（追加で出せば有用な）データ**

- 同一定義（「延べ宿泊者数＝人泊」または「実人数」）での**年別推移（2017〜2024）**。
- **月別の延べ宿泊者数（人泊）**の直近 3 年分（季節性の定量化）。
- **客室稼働率（稼働率、ADR、RevPAR）**の実測値（もしくは近隣ホテルの代表値）。
- **国籍ごとの延べ宿泊者数（年別）**で、主要国の推移を数値化。

これらが揃えば、**月別需要曲線**、**インバウンド比率の厳密推移**、**価格戦略（ADR）推定**、投資回収シミュレーション（IRR/回収年数）を作成できます。