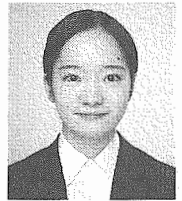


不動産学の魅力

明海大学 不動産学部

第70回



藤 愛奈
不動産学部
3年

オリエンタルホテル東京ベイの外観は、都会的でありながら温かみのある印象を受けた。シンプルで落ち着いたデザインは、ビジネス利用者にも家族連れにも配慮されたもので、駅直結というアクセスの良さと相まって、非常に実用性の高い外観であると感じた。一方で、高級感という点では控え目で、外観からもう少し「非日常感」やラグジュアリーさが演出されてもよいのではないかと感じた。

シテイホテルの経営と資産価値

高級感と親しみのバランス鍵に

持・向上の鍵になるのではない

に有効な差別化戦略だと感じた。チェックイン・アウト時の混雑を避ける工夫や多言語対応も、顧客満足度の向上には貢献していると思う。

一方で、「ウェルカムラウンジ」が全ての宿泊者に提供されている点については、やや疑問が残る。客室の価格帯にに応じてサービスレベルを段階的に設定することで、高価格帯の顧客よりも特別感を提供できて、ブランド

地・稼働率・収益性を考えれば、その評価額には一定の納得感がある。ただし、その価値を体感として実感できるような「特別な空間演出」はまだ十分ではないと感じた。内装にはあたたかみがあり、誰もが入りやすい雰囲気の魅力ではあるが、高級感を求める層にとってはやや物足りなさがあるかもしれない。ラグジュアリー感と親しみやすさのバランスをどう取るかが、今後の資産価値維

では控え目で、外観からもう少し「非日常感」やラグジュアリーさが演出されてもよいのではないかと感じた。

を出す工夫があれば、より印象的な空間になるのではないかと思う。

ング強化につなげる余地がある。また、ウェディング組数は安定であるが、年々1組に対しての来場者数は減ってきているとのコメントには納得できる。少子高齢化のもと、ウェディング業界では、共通にみられる傾向だ。

【教員コメント】
対象ホテルのグレードは、アッパミドル。GOP比率は、37・6%。収益性に優れる理由は、マルチタスクによる人件費の抑制。ラグジュアリー追求は、ヒルトン東京

ホテルの内装は、客室・料飲・テナントに統一感があつて、落ち着いた雰囲気为好印象だ。特にファミ

リ層への配慮が随所に見られ、使い勝手の良い空間設計となつてい

に「ベビースイート」や「キディスイート」を設けている点は、非常

本ホテルの不動産鑑定価値額は、351億円と非常に大きい、立

い勝手の良い空間設計となつてい

に「ベビースイート」や「キディスイート」を設けている点は、非常

本ホテルの不動産鑑定価値額は、351億円と非常に大きい、立

いオペレーションナルアセットたる所

(小松広明)