

# アパマンショップ オーナーズ Owners

MAGAZINE FOR HIGH-END PEOPLE

現状の賃貸経営に加えて取り組み  
「民泊・旅館」で収益を  
上げていく秘策



Dramatic Communication

アパマンショップ  
NETWORK

# From APAMAN

## 全国のエリア別にアパマンショップの会議を行い、 地域に合ったプロモーションを行っております

エリア会議によって、本部の無償プレートサービスなどを利用いただき、2万 2788カ所にプレートや看板を設置し、ブランド認知が拡大しました。看板から問い合わせいただく反響も大幅に増加しました。日本の賃貸契約の半分は県外からです。福岡でいえば、福岡県内が半分、県外から来る方が半分なのです。そうしますと、エリア会議のように各都道府県で施策を講じ活動を行うことで成果を出せますし、その成功事例を全国のエリアで情報共有できるということも、アパマンショップの良さであります。また、大規模なオーナーセミナーをエリアの皆様合同で行うということや、

エリアのアパマンショップでお金を出し合って、テレビCMを打ったり、SNS広告を打ったりしている、これらの活動は、ブランディングにもいい影響が出ていると思っております。地域に愛され、地域に必要なアパマンショップとして、プロ野球やマラソン、バスケットボールなどでの広告戦略など、スポーツ × アパマンショップということで、スポンサーやプロモーションを行うということも全国で行われております。エリア会議は、都道府県毎の特色が出ますし、勉強会や合同研修も多くやらせて頂いており、新しい発想や発見があります。

### エリア会議の取り組み

#### 看板設置

22,788ヶ所



※ エリア会議の取り組みで設置したプレート・看板等・標識は、弊社でのご提供です。©2024 APAMAN株式会社

3

### エリア会議の取り組み

#### 冠試合・協賛



9



#### 大村浩次

APAMAN株式会社 代表取締役社長

50歳を過ぎてから、早稲田大学大学院へ入学。優秀論文賞を受賞し卒業。その後、アメリカのサンタクララ大学に入学し、エグゼクティブMBAを卒業。2024年9月からはスタンフォード大学にて少子化問題の研究に取り組む

現状の賃貸経営に加えて取り組み

# 「民泊・旅館」で収益を 上げていく秘策

急増している  
インバウンド  
需要を狙う



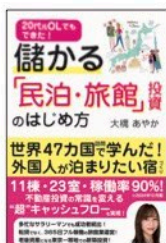
収益物件の価格高騰や  
建築資材の値上がりなどで、  
資産を増やしていくのが  
難しい状況が続いています。  
そこで今月は大家業に加える  
新たな収益源として今最適な  
「民泊・旅館」の運営を  
軌道に乗せ高稼働を実現する  
ノウハウをご紹介します。

エリアの見極めが重要、  
既存物件の再生では  
部屋の広さがポイント

「民泊・旅館」を始める際に

一番重要なのがエリアの選定  
です。観光庁の「住宅宿泊事業  
の宿泊実績について」（202  
4年11月29日発表、調査対象期  
間：8月1日～9月30日）に  
よると、都道府県別の延べ宿泊  
者数は、東京都が最も多く52万  
5503人泊、次いで北海道  
（15万2485人泊）、沖縄県  
（4万7639人泊）です。さら  
に、最近では大阪や広島、東北  
エリアなども人気になってい  
ます。また、一人当たりの宿泊  
日数（延べ宿泊者数÷宿泊者  
数）では東京都が4.1泊で最  
も多く、次いで京都府、沖縄県  
（2.5泊）となっています。こ  
の調査結果を見ても東京は抜  
群の集客力で、特に渋谷や新宿、  
浅草などが人気で宿泊期間も  
長いのが特徴です。実際に、私

20代元OLでもできた！  
儲かる「民泊・旅館」  
投資のはじめ方



大橋あやか



主婦になり本格的に民泊をビジ  
ネスとして開始。自らの主導で  
都内にマイホーム（賃貸併用住  
宅）も建てる。現在は東京で11  
棟 23 室の民泊運営に携わる。  
稼働率 90%を実現（執筆時）。

インバウンド需要を掴んで「民  
泊・旅館」で、高収益を得る手法  
を分かりやすく解説。まさに「民  
泊・旅館」を始める前の必読書！  
○著者：大橋あやか ○発行：ご  
ま書房新社 ○定価 1,800 円＋税