



業界別マーケティングレポートシリーズ

民泊業界の

市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し

徹底対策を！！ 完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目次

Chapter1	エグゼクティブサマリー（要約）	1P
Chapter2	業界の市場概況（PEST分析）	2P
Chapter3	主要プレイヤーと業界構造	6P
Chapter4	経営環境と課題	7P
Chapter5	新たな潮流	9P
Chapter6	AIの活用について	11P
Chapter7	今後の展望と提言	13P

民泊業界は、画一的なホテルとは一線を画し、旅行者に「そこに暮らすような」リアルな体験と、ホストとの温かい交流を提供する「旅の物語の共著者」です。皆様が提供する一つひとつの部屋は、単なる寝床ではありません。その街の日常に溶け込み、旅をより深く、パーソナルなものへと変える、唯一無二の舞台装置です。

しかし、その自由で魅力的な世界の裏側で、皆様の事業環境は今、「Airbnb等OTAプラットフォームによる、顧客と価格の完全な支配」「供給過剰と、同質化したリスティングによる、熾烈な価格競争」「24時間対応を求められる、終わりなき『おもてなし』と、属人的な運営の限界」という、事業の根幹を揺るがす、避けることのできない構造変化に直面しています。これは、従来の「オシャレな部屋を用意して、プラットフォームに登録しておけば、予約が入る」という、受け身の部屋貸しモデルが、もはや通用しない時代の到来を意味しています。

この大きな転換点を乗り越え、未来の旅行者から深く愛され、選ばれ続ける存在となるためには、単なる「部屋を貸す人（ホスト）」から脱却し、その土地でしか味わえない、唯一無二の体験を総合的にプロデュースする「ローカル・エクスペリエンス・デザイナー（地域体験の設計士）」へと、自らの使命を再定義することが絶対条件です。本資料では、その再定義を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

【脱・価格競争戦略】

圧倒的な「コンセプト」と「物語」を武器に、「宿泊料金」ではなく「その土地の住人になるという、忘れられない体験」への投資として選ばれるための具体的なブランド構築の手法を提示します。

【デジタルとアナログ（おもてなし）の融合戦略】

テクノロジーを、人間的な温かいサービスを最大化するための「支援ツール」として駆使し、感動的な顧客体験をデザインする方法を解説します。

【「ファン」を育てるコミュニティ戦略】

「一見客」を「リピーター」へ、そして「熱狂的なファン」へと育てることで、持続可能な収益基盤を築くストックビジネスへと、事業構造を変革するための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の市場データと現代の旅行者の深層心理に基づき、中小民泊事業者・個人ホスト様が、自らのDNAである「おもてなしの心」と「地域への愛」を武器に、大手ホテルや無個性な施設には決して真似のできない、未来の価値を創造していくための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

日本の民泊市場は、コロナ禍を経て、インバウンド（訪日外国人旅行）需要の爆発的な回復と共に、再び力強い成長軌道に乗っています。特に、円安を背景に、海外からの旅行者にとって日本の宿泊費は極めて魅力的であり、ホテルとは異なる「日本のリアルな暮らし」を体験できる民泊への関心は、ますます高まっています。しかし、その成長以上に、新規参入も相次いでおり、特に人気観光地では供給過剰による競争激化が顕著です。

【民泊市場の動向と近年の背景】

年度	市場の状況・動向	主な市場背景
2023年	インバウンドの完全復活と「長期滞在」ニーズ	訪日客が急増し、特に欧米からの旅行者を中心に、一都市に長く滞在し、地域の日常を体験するスタイルの旅が増加。キッチン付きの民泊は、その受け皿となる。
2024年	「体験」への投資と、宿泊以外の収益化	Airbnbの「体験（Experience）」サービスのようになり、宿泊と、ホストが提供するユニークな地域体験（例：料理教室、街歩きツアー）をセットで予約する流れが一般化。
2025年	「ワーケーション」市場の定着	リモートワークが可能な環境（高速Wi-Fi、快適なデスク）を備えた民泊が、「働く場所」と「旅する場所」を融合させたい、新たな顧客層を獲得。
2026年 - 予測	「サステナブル・ツーリズム」と「地域貢献」	地域の環境や文化を尊重し、その土地に貢献する旅のスタイルが、感度の高い旅行者にとっての常識となる。ホストの地域への関わり方や、施設の環境配慮が、選択の重要な基準となる。

今後の市場は、「部屋のスペック（広さ、綺麗さ、安さ）」という**ハード（設備）の競争**から、「**その部屋を拠点として、どのようなユニークな体験ができ、どのような地域との繋がりを感ぜられるか**」という**ソフト（体験・物語）の競争**へと、完全に移行します。

2-2 市場の動向（PEST分析）

民泊ホストの経営を規定する、外部環境の変化を分析します。

【PEST分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小民泊事業者が取るべき戦略的対応
P 政治 (Political)	<p>■住宅宿泊事業法（民泊新法）と自治体の上乗せ条例 年間営業日数 180 日という上限に加え、京都市のように、特定の期間・地域での営業を厳しく制限する自治体独自の「上乗せ条例」が、事業の収益性を大きく左右します。</p> <p>■消防法・安全基準 不特定多数が宿泊する施設として、消防設備の設置など、安全基準の遵守が厳格に求められます。</p>	<p>■法規制を前提とした、ハイブリッドな事業モデルの構築 180日ルールに対応するため、残りの期間を、マンスリー賃貸や、地域のイベントスペース、あるいは自身のセカンドハウスとして活用するなど、複数の収益源を持つ事業計画を立てる。</p> <p>■「絶対安全」という、最高のおもてなし 消防法などを完璧に遵守し、その安全への取り組みを、リスティングページで積極的にアピール。「海外からでも、安心して泊まれる場所」としての信頼を勝ち取る。</p>
E 経済 (Economic)	<p>■円安による、インバウンド需要の追い風 海外旅行者にとって、日本の宿泊費は極めて割安。これは、中小のユニークな民泊にとって、大手ホテルと対等以上に戦える、大きなチャンスです。</p> <p>■光熱費・清掃費・リネン代の高騰 電気、ガス、水道といった光熱費や、外部に委託する清掃費、リネンのレンタル・クリーニング代は、コスト構造を直撃する、重い負担です。</p>	<p>■「付加価値」による、高価格戦略 安さで勝負しない。円安を追い風に、価格以上の「体験価値」を提供することで、強気の価格設定を維持し、利益を確保する。</p> <p>■コストの「見える化」と、省エネ・効率化の徹底 スマートメーターなどで、光熱費を常に監視。清掃業務の内製化や、リネンの自社購入・洗濯なども、規模に応じて検討。徹底したコスト管理が、利益の源泉となる。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小民泊事業者が取るべき戦略的対応
S 社会 (Social)	<p>■「暮らすような旅」への、根源的な欲求 旅行者は、もはや観光客として「おもてなし」されるだけの旅では満足しません。その土地のスーパーで買い物をし、キッチンで料理をし、地元の人が集う居酒屋で飲む、といった「日常」そのものを体験することに、価値を見出しています。</p> <p>■近隣住民との共存問題 騒音や、ゴミ出しのルール違反など、旅行者のマナー問題は、近隣住民との深刻なトラブルに発展する可能性があります。これは、事業の継続を揺るがす最大のリスクです。</p>	<p>■「最高の日常」を、丁寧にデザインする おすすめのスーパーの地図、美味しいパン屋の紹介、地元の食材を使った簡単なレシピなど、ゲストが「暮らす」ための、ホストならではの情報を、愛情込めて提供する。</p> <p>■「地域の良き一員」となるための、徹底した配慮 騒音やゴミ出しに関するルールを、多言語で、分かりやすく、何度も丁寧に伝える。そして何より、ホスト自身が、日頃から近隣住民と良好な関係を築くことが、最大のリスク管理となる。</p>
T 技術 (Technological)	<p>■OTA プラットフォームへの完全な依存 巨大プラットフォームなくして、集客は成り立ちません。そのアルゴリズムや、手数料ポリシーの変更に、事業は完全に左右されます。</p> <p>■スマートロック・スマートホーム技術の普及 スマートロックを使えば、鍵の受け渡しが必要に。照明やエアコンを遠隔操作できるスマートホーム技術は、ゲストの快適性向上と、ホストの省エネを両立させます。</p>	<p>■プラットフォームを「使いこなし」、自社ブランドを築く OTA を、新規顧客との「出会いの場」と割り切り、滞在中の素晴らしい体験を通じて、次からは「直接予約」してもらえるような、ファン（リピーター）を育てる。</p> <p>■テクノロジーで「おもてなし」を拡張する スマートロックで、深夜便で到着するゲストのストレスをなくす。定型メッセージを自動化し、人間であるホストは、よりパーソナルで、温かいコミュニケーションに集中する。</p>

2-3 専門性・業態別の動向や格差

民泊は、その「コンセプト」が、すべてを決定づけます。

■都市型アパートメント

ビジネス・観光の拠点。利便性と、清潔感、そしてリモートワーク環境が重要。

■伝統的な日本家屋（町家・古民家）

日本の伝統文化そのものを体験する、インバウンドに絶大な人気を誇る。

■自然の中の一軒家・ヴィラ

ファミリーやグループ向け。プライベートな空間で、BBQ や焚き火といった、非日常体験を提供する。

■コンセプト特化型

「サイクリスト向けの、自転車を部屋に持ち込める宿」「アート好きのための、ギャラリーを兼ねた宿」「ペットと泊まれる宿」など、特定の趣味やライフスタイルに、徹底的に特化。

中小事業者の成功の鍵は、自らが最も情熱を傾けられる「コンセプト」を定め、その世界観を、空間、アメニティ、情報提供の全てで、一貫して表現し、深掘りすることです。

民泊市場は、グローバルな巨大プラットフォームを頂点に、多様な規模の運営事業者が存在する、デジタル時代の典型的なエコシステムです。

■トッププレイヤー（OTA プラットフォーマー）<代表例：Airbnb, Booking.com, Vrbo など>

【ビジネスモデル】

ホストとゲストを繋ぐ、巨大なマーケットプレイスを運営。予約手数料で、莫大な利益を上げる。

【強み】

圧倒的な集客力と、ブランド力。

■ミドルプレイヤー（民泊運営代行会社）

【ビジネスモデル】

複数の物件を所有するオーナーから、清掃、ゲスト対応、予約管理といった、運営業務をまるごと受託する。

【強み】

効率化された運営ノウハウ。

■スモールプレイヤー（大多数の個人経営・小規模施設）

【ビジネスモデル】

自らが所有、あるいは賃借する、一軒～数軒の物件を、自らのセンスと情熱で運営。

【強み】

唯一無二の、極めてパーソナルな世界観と、ホストとの直接的なコミュニケーション。

【課題】

24時間 365日、全ての業務を、一人または少人数で担う、リソースの絶対的な不足。

業界の動向

これまで民泊とは無縁だった、不動産デベロッパーや、ホテル運営会社が、その資金力と運営ノウハウを活かし、「サービスアパートメント」のような、ホテルと民泊の中間的な形態で、市場に本格参入。競争は、ますますプロフェッショナル化しています。

中小民泊事業者・個人ホストが抱える課題は、その「好き」を仕事にするという魅力の裏側にある、極めて過酷で、終わりなき労働集約性にあります。

【課題の本質 1】利益が出ないのは、「OTA への手数料」と「見えない労働コスト」

■「デジタル小作人」という収益構造

売上の大部分を、集客を依存する OTA に、手数料として支払い続ける。プラットフォームのルール変更一つで、経営は根底から覆る。

■「おもてなし」という名の、24 時間無償労働

予約前の問い合わせ対応、チェックイン前の道案内、滞在中の質問への回答、そしてチェックアウト後のレビューへの返信。この、24 時間 365 日続く、精神的にも負担の大きい「感情労働」が、価格に全く反映されていません。

【課題の本質 2】予約が埋まらないのは、「コモディティ化」という名の、個性の喪失

■「地図上の一つのピン」でしかない現実

OTA のサイト上では、あなたの愛情のこもった部屋も、ただの無数の「ピン」の一つです。顧客は、写真の第一印象と、価格、そしてレビューの星の数だけで、数秒で判断を下します。

■「物語」の不在

なぜ、あなたはこの街で、この部屋をやっているのか。この部屋を通じて、ゲストに、どんな体験をしてほしいのか。その、予約の決め手となるはずの「物語」が、効率化された UI（ユーザーインターフェース）の中で、埋没してしまっています。

【課題の本質 3】 事業がスケールしないのは、「ホストの魔法」への完全依存**■ノウハウの完全な属人性**

ゲストを感動させる、絶妙なタイミングでのメッセージ。トラブルを未然に防ぐ、鋭い観察眼。地域の隠れた名店に関する、膨大な知識。その全てが、ホスト個人の「魔法」であり、他の誰にも真似できません。

■「自分がないと、回らない」という限界

清掃、リネン交換、備品補充、ゲスト対応。その全てを、ホスト自身が、あるいは少数のスタッフで、手作業で行っている。この労働集約性が、事業の拡大を阻む、最大の壁となっています。

【課題の本質 4】 事業が続かないのは、「情熱」という、有限な燃料**■「好き」の搾取**

人と交流するのが好き、自分の街が好き。その純粋な情熱が、日々の終わりなき雑務と、心ないレビューによって、少しずつ削られていく。

■引き継ぐべき「仕組み」の不在

後継者が引き継ぐのは、物理的な部屋と、ホスト個人の「スーパーホスト」という看板だけです。ゲストを安定的に集め、効率的に運営し、利益を生み出す「事業の仕組み」がなければ、その情熱を引き継ぐことはできません。

この厳しい現実の中から、未来の旅行者に熱狂的に支持され、持続可能なビジネスを築く、新しい民泊の形が生まれています。

■「テーマ特化型」による、デスティネーション化

【具体例】

「アート好きのための、ギャラリー併設の宿」「サイクリストのための、メンテナンスピット付きの宿」「映画好きのための、ホームシアター完備の宿」など、極めてニッチなテーマに、徹底的に特化する。

【ポイント】

その体験を求めて、わざわざ遠くからでもゲストが訪れる「目的地」となる。OTAの検索結果の、価格競争とは無縁の世界です。

■「ホストの才能」を売る、体験プロデュース

【具体例】

料理が得意なホストが、宿泊とセットで「家庭料理教室」を開催。書道家であるホストが、「書道体験」を提供する。

【ポイント】

部屋を貸すだけでなく、ホスト自身の「才能」や「ライフスタイル」そのものを、商品とする。これにより、宿泊以外の、高付加価値な収益源を確保します。

■「ワーケーション・長期滞在」専門施設**【具体例】**

高速 Wi-Fi、高品質なデスクと椅子、外部モニター、そして長期滞在者向けの割引料金プランを用意。リモートワーカーが、快適に「働き、暮らす」ための、最適な環境を提供する。

【ポイント】

週末だけでなく、平日の稼働率を劇的に高める。予約の回転率が低いため、運営の手間も削減できます。

■地域の事業者との連携による、「街ごと、おもてなし」**【具体例】**

近隣のカフェの「モーニング無料券」を、ウェルカムギフトにする。地元の銭湯の入浴券をプレゼントする。提携するレストランの、予約代行サービスを行う。

【ポイント】

自施設単独で完結するのではなく、地域の魅力を、ゲストに紹介する「コンシェルジュ」となる。これにより、ゲストの満足度と、地域経済への貢献を、同時に実現します。

24時間365日、孤独に戦う個人ホストにとって、AIは、単なる作業効率化ツールではありません。自らの「おもてなしの心」を、世界中の未来のゲストに、24時間365日、多言語で届け続ける、最強の分身となります。

1.AIによる「心を驚掴みにする」リスティングと、ゲストとの自動コミュニケーション

【課題】

Airbnbの紹介文が、ありきたりになってしまう。海外からの問い合わせに、英語で返信する自信がない。

AI活用シナリオ

【STEP1】部屋の「スペック」と「届けたい想い」をAIに伝える

プロンプト (AIへの命令文) 例

あなたは旅好きのコピーライターです。京都の西陣にある、築100年の町家を改装した私の民泊の、Airbnb用の紹介文を、海外からの旅行者（特に、日本の伝統文化に興味がある層）に響くように、英語で作成してください。特徴は、「一日一組限定」「坪庭」「檜風呂」「西陣織のクッション」です。単なる設備紹介ではなく、ここできれい味わえない「時間旅行」のような体験が伝わるように、エモーショナルに記述してください。

AIの回答 (紹介文例)

Title: Step into a Time Machine: A 100-Year-Old Kyoto Machiya.

Forget hotels. Forget tourists. This is not just a place to sleep. This is your private portal to the real, untold Kyoto.

Wake to the soft light filtering through the paper screens, listen to the quiet wisdom of the moss in your private garden (tsuboniwa), and feel the history of a century of weavers' lives in the authentic Nishijin-ori cushions. At night, soak in the fragrant hinoki cypress bath, letting the day's journey melt away.

This isn't a room; it's a story. And you are the main character. Book your chapter in history.

【効果】

AIが、単なる部屋のスペックを、ターゲットの心に深く刺さる「物語」と「招待状」へと昇華させてくれます。これにより、無数のリスティングの中で、唯一無二の輝きを放ち、価格を超えた価値で選ばれるようになります。

2.AI チャットボットによる、24 時間コンシェルジュ

【活用例】

チェックイン方法、Wi-Fi のパスワード、おすすめのレストランといった、頻繁に来る質問に、AI チャットボットが、24 時間、多言語で自動応答する。

【効果】

ホストは、夜中の問い合わせで起こされることなく、睡眠時間を確保できる。そして、人間であるホストは、AI では対応できない、よりパーソナルで、温かいコミュニケーションに、そのエネルギーを集中させることができます。

民泊は、もはや単なる「宿泊施設」ではありません。人と地域を繋ぎ、文化交流を促し、新しいライフスタイルを提案する、「社会の実験室」です。その誇りを胸に、未来を切り拓く中小事業者・個人ホストが実践すべき、5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. アイデンティティの変革：「部屋を貸す人」から「その街の最高の体験をプロデュースする、地域のアンバサダー」へ

【アクションプラン】

自らの事業を「不動産賃貸業」ではなく、「体験サービス業」であり「地域プロデュース業」とであると再定義する。

ゲストに渡す「ウェルカムガイド」を、単なるマニュアルではなく、ホストの個人的な愛情が詰まった、最高の「ガイドブック」へと進化させる。

2. ビジネスモデルの変革：「OTA 依存（フロー）」から「直接予約のファン（ストック）」へ

【アクションプラン】

宿泊してくれたゲストに、次回の直接予約で使える割引クーポンを渡すなど、あらゆる手段で「ダイレクトブッキング」を促進する。

自身の SNS や、メルマガで、地域の季節の便りや、施設のアップデート情報を発信し続け、忘れられない「繋がり」を育む。

3. 商品（施設）戦略の刷新：「万人受けする、無難な部屋」から「特定の誰かに、深く刺さる、尖った空間」へ

【アクションプラン】

自らの「好き」という哲学を、施設のコンセプトとして、徹底的に先鋭化させる。中途半端な「北欧風」ではなく、「フィンランドの、森のサウナ小屋」を、完璧に再現する。

そのコンセプトに共感するゲストだけが、最高の体験をできるよう、アメニティや、備品、部屋に置く本の一冊に至るまで、徹底的に編集する。

4. マーケティング戦略の刷新:「OTAのアルゴリズムとの戦い」から「物語と共感による、ファンの創造」へ

【アクションプラン】

SNS を、単なる空室案内の場ではなく、自らの「ライフスタイル」や「街への愛」を発信する、ブランドメディアとして運営する。

ゲストの許可を得て、その最高の笑顔や、感動のレビューを、積極的にシェアする。幸せなゲストの姿が、何より雄弁な広告となる。

5. パートナーシップ戦略の構築:「孤独な戦い」から「地域の魅力を共創する、おもてなしチーム」へ

【アクションプラン】

地域の飲食店、体験工房、タクシー会社、そして他のユニークな民泊ホストと、積極的に連携する。ライバルではなく、共に地域を盛り上げる「仲間」となる。

自らがハブとなり、複数の施設や体験を組み合わせた、オリジナルの「地域周遊プラン」を企画・販売する。

旅とは、人生そのものです。その、かけがえのない一ページを、最高の形で彩るお手伝いができる。これほどまでに、やりがいと喜びに満ちた仕事はありません。本資料が、貴施設がその誇り高き使命を、揺るぎないビジネスとして未来へ繋いでいくための一助となることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025年9月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 roughRocks

