

早期投資回収と価格プレミアムに期待！世界的販売傾向と事業化までのプロセス、日本における法的留意点を詳解！

ブランドドレジデンスの開発計画と法的実務資料集

ホテル併設型／独立型／非ホテル型

●A4判／縦型／約100頁●定価104,500円(本体95,000円)

1 予約特価
引き！

2026年1月中旬発刊予定

予約特価 **94,050円**(本体85,500円)

※予約特価は2026年1月15日までにお振込みいただいた方に限ります。

本書の特徴

1

ブランドドレジデンスの定義や世界の市場動向、タイプ別の事例など、世界的な不動産コンサル企業がグローバル視点で解説

2

事業上の検討項目、事業収支計画、マーケティング、必要なフィーなどブランド導入から開発までの留意点を専門家が詳解

3

事業の肝となる、特有のストラクチャー、レンタルプログラムや契約、運営管理などの法的側面を、実績多数の弁護士が解説

編集内容

第1編 定義と市場動向

1. ブランドドレジデンスの定義と特性

- (1) ブランドドレジデンスとは
- (2) 開発者・ブランド・オーナーの各メリット
- (3) ブランドドレジデンスのタイプ
ホテルブランド併設型
ホテルブランド独立型(スタンドアローン)
非ホテルまたはライフスタイルブランド
- (4) レンタルプログラム
必須型／オプション型／設定なし
- (5) オーナー特典・付帯施設・サービス
付帯施設／サービス／特典

2. 世界の市場動向と展望

- (1) 市場成長動向
- (2) 展開地域・主要マーケット
- (3) 主要プレイヤーとブランドの状況
ホテルブランドランキング
トレンド：ホテルブランドと非ホテルブランド／都市とリゾート
- (4) チェーン規模別市場シェア
- (5) 価格プレミアムとパフォーマンス
- (6) ESGへの取り組み
- (7) 今後10年の展望とトレンド

- (8) 海外参考事例
ブルガリ・レジデンス／フォーシーズンズ・レジデンス「トゥエンティ・クラブナー・スクエア」／ボルシェデザインタワーなど
- (9) 総括

3. 日本の市場動向と展望

- (1) 超高級住宅の市場
- (2) コンドミニウムホテルとの違い
- (3) ブランドドレジデンスの開発動向
- (4) ハイエンド観光市場の現状
- (5) 購入者層 (6) 価格プレミアム
- (7) 展望 (8) 参考事例

第2編 事業化計画のポイント

1. 事業上の検討事項

- (1) ブランド導入意義
- (2) ポジショニング
- (3) 提携ブランド選定
- (4) 市場調査・フィジビリティスタディ
- (5) ブランドスタンダード等の施設要件
- (6) 差別化要因
- (7) レジデンスミックス、アメニティ
- (8) デザイン

2. プロセス—プロジェクトフェーズ

- (1) ブランドとの交渉
- (2) 契約フェーズ
- (3) デザインフェーズ
- (4) マーケティングと宣伝
3. 付帯施設・サービスによる差別化ポイント
4. デザインの付加価値
5. 販売方法
6. 事業収支の考え方
●主要なフィーと相場
7. 事業収支計画

第3編 ストラクチャーおよび法令上の留意点

1. ストラクチャー

- (1) ストラクチャーおよび関連契約の例
レジデンスマネジメント契約、ライセンス契約等
- (2) レンタルプログラムの仕組みとその契約形態

2. 関連法令と検討上の留意点

- (1) 想定ストラクチャー
- (2) 区分所有法
- (3) マンション管理適正化法
- (4) 旅館業法
- (5) 不動産特定事業法・金融商品取引法
- (6) その他の関連法令

※編集内容は一部変更となる場合がございますので、あらかじめご了承ください。

執筆者

第1編1、2 Savills Global Residential Development Consultancy
サヴィルズジャパン株式会社

第3編 糸川貴視 長野・大野・常松法律事務所 弁護士
北川貴広 長野・大野・常松法律事務所 弁護士

第1編3、第2編 高林浩司 ホーワスHTL 代表取締役社長