

UNWIND HOTEL & BAR

ホテル業界で進むパラダイムシフト
滞在そのものが魅力となる
ライフスタイルホテル業態開発を牽引

グローバルエージェンツ

未開拓マーケットである
ライフスタイルホテルに照準

(株)グローバルエージェンツはソーシャルアパートメントやホテルの企画・開発・運営会社である。代表取締役社長の山崎剛氏が東京工業大学在学中の2005年に設立した。

ソーシャルアパートメントとは、同社が提案する住まいとコミュニケーションを融合させた新しい住宅の形態であり、マンション内に交流用のラウンジを併設していることが最大の特徴。06年にオープンさせた「ソーシャルアパートメント蒲田」を皮切りに、首都圏を中心に新店を重ね、17年3月現在36棟・約2000室を展開する。

設立時から「文化創造企業」たることを理念に掲げる。「隠れたニーズや課題を見つけ出し、新しいライフスタイルを積極的に提案

する。さまざまな情報・人脈・チャンスにアクセスでき、お互いを尊重しながら自己実現を図れる社会の実現を目指したい」と山崎氏は狙いを話す。

13年からはソーシャルアパートメント事業で培った人が集まる場づくりのノウハウを活かし、住宅併設型カフェというコンセプトで飲食事業にも参入。これまでマンションは居住者だけの内向きの施設として認識されるなか、これをソーシャルアパートメントの1階にカフェを設けることで居住者(内)とエリア住民(外)をつなぎ、コミュニケーションやにぎわいを創出することに成功。住宅地にも出店可能な新しい飲食事業の形としても注目されている。

そのグローバルエージェンツが近年注力しているのがホテル事業だ。ここでもコミュニケーションの創出を軸におく。13年に東京都台

東区でゲスト交流型ホテルの「HOTEL GRAPHYNEZU」を、15年には沖縄県那覇市で「ESTIMATE HOTEL」をオープンした。そして17年2月には札幌市中央区で3棟目となる「UNWIND HOTEL & BAR」(以下、アンwindホテル&バー)を開業させた。

同社が展開するホテル事業は「ライフスタイルホテル」と呼ばれる領域である「図表1」。「ホテル業界はパラダイムシフトの時期にある。旅行代理店にとって替わりOTAなどインターネット予約サイトが集客に力をもつようになった。旅行代理店の都合を意識した万人受けするホテルではなく、個人客が泊まってみたい、体験したいと強烈に思う魅力的で個性的なホテルを提案できるかが試されている」(山崎氏)。

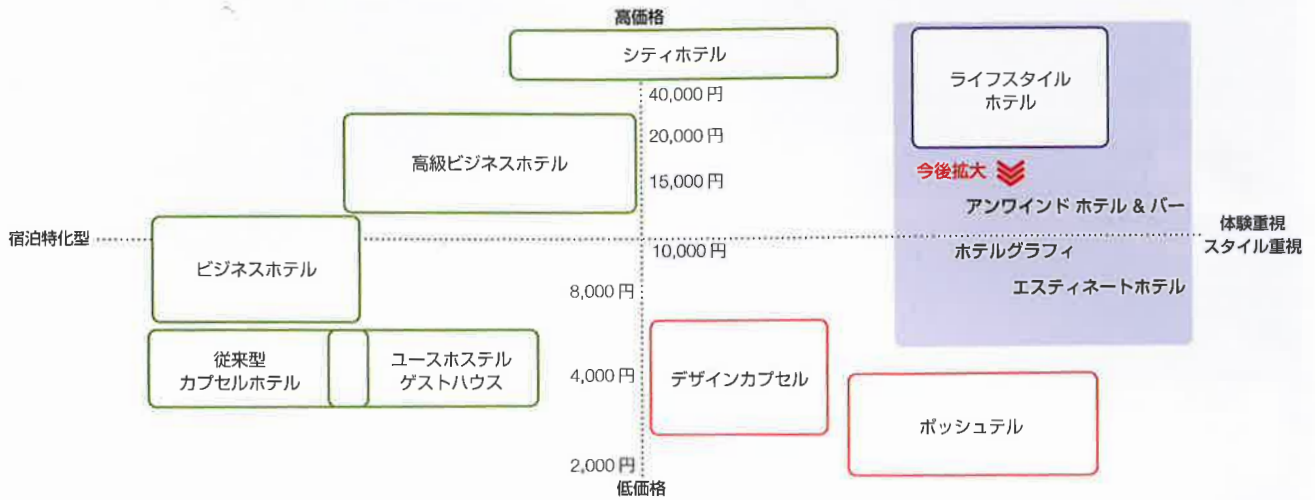
ビジネスまたは観光・レジャーが主目的で

あるため客室は狭くても仕方ないが、できれば駅至近がよいなどといった、ユーザーがホテルにさほど期待をもたない従来型のビジネスホテルとは異なり、宿泊主体であるもの(フルサービス型ではない)、その雰囲気や居心地のよさなど滞在することそのものが楽しみになるのがライフスタイルホテルの特徴。「そのためならミレニアル世代は、ホテルが駅から徒歩3分か15分かなんて気にもしません」(山崎氏)と指摘するように、団塊世代とは異なる需要が顕在化していることがうかがえる。

事実、同社のソーシャルアパートメントの多くは駅近ではない。なかには駅徒歩20数分に立地するものもあるが、そこで提供されるサービスに価値が見出され、いずれも高稼働が続いている。

ライフスタイルホテル業態は近年、アンダー

【図表1】 ライフスタイルホテルのポジショニング



資料: (株)グローバルエージェンツ

【図表2】 展開ブランドのターゲット・コンセプト比較

名称	(近日公開)	ホテルグラフィ	エスティネートホテル	アンwind ホテル & バー
タイプ	簡易宿所	ホテル&ホテル	ホテル	ホテル
宿泊料金	低	中	中	高
インバウンド	◎	◎	◎	◎
日本人	○	×	△	○

資料: 図表1に同じ



上—薪ストーブの暖かさがホッとする感覚を演出するロビー。薪ストーブに火をくべたり、薪割体験も実施
下—「BAR IGNIS」は宿泊ゲストのたまり場として夕刻に無料のワインサービスを、夜はバーとして営業するなど時間帯ごとに多様なシーンを演出する

ズ(ハイアットブランド)などの外資や国内オペレーターの一部が高価格帯で参入しはじめたばかり。場の空気・雰囲気づくりなど、マニュアル化しにくい要素が重要なライフスタイルホテルは誰もが手がけられる業態ではないため、同社では競争優位性を早期に確立していく構え。年間8棟のオープン、5年で30ホテルのペースでの開発を計画 중이다。

なお、多様な価格帯でのライフスタイルホテルチェーンを目指すにあたり、低〜中価格帯で今夏、簡易宿所タイプの業態開発も控えている模様である「図表2」。

都会のロッジがコンセプト
ホテル滞在のすべてを商品として提案

アンwind ホテル & バーは、札幌市営地下鉄南北線「中島公園」駅から徒歩4分に立地。1988年に竣工した、旧ホテルクレール札幌を取得後、フルリノベーションしたものの。コンセプトは「ロジライクホテル」。ロジ特有の喧騒から離れた非日常感と、アットホームな雰囲気を札幌という大都市のなかで提案する。デザイン面ではロッジのアイコンともいえる木、レンガ、アンティーク家具、火



右—札幌市内という都会のホテルでロッジの世界観を再現
左—メインタイプとなるダブルルーム



客室ごとにデリバリーされる朝食。パンはミニバーのバルミューダ製トースターで焼くことができる

会社概要

会社名	㈱グローバルエージェンツ
本社所在地	東京都渋谷区渋谷2-15-1渋谷クロスタワー25階
設立	2005年5月
資本金	3,100万円
代表者名	代表取締役社長 山崎剛
従業員数	200人
事業内容	ソーシャルアパートメント(交流型賃貸住宅)の開発・運営 ホテルの開発・運営 カフェ・レストラン等飲食施設の開発・運営 ウェブメディアの開発・運営
売上高	17億4,000万円(2016年3月期)

施設概要

施設名	UNWIND HOTEL & BAR (アンwind ホテル & バー)
所在地	札幌市中央区南8条西5-289-111
オープン	2017年2月
建物所有	㈱グローバルエージェンツ
運営主体	㈱グローバルエージェンツ
事業形態	所有・直営
敷地面積	457.26㎡
延床面積	1,772.26㎡
構造・規模	RC造・地上10階建て
客室数	47室
付帯施設	バー、ルーフトップテラス
客室稼働率	90%(2017年2月現在)
ADR	1万4,500円(2017年2月現在)
年間売上高	2万円(2017年目標)
総投資額	リニューアル投資費用2億5,000万円

客室タイプ

客室タイプ	広さ	客室数(室)	料金
ツイン(2ベッド)	25㎡以上	32	1万4,000円前後
ダブル(1ベッド)	25㎡以上	7	1万3,000円前後
ファミリー(4ベッド)	25㎡以上	8	1万8,000円前後

という4つの要素を随所にちりばめロッジの世界観をデザインした。

部屋数はツインを主体に47室を配備、全室25㎡以上(バス・トイレ別)の余裕ある広さを確保した。朝食はコンプリメンタリーサービスとして客室ごとにデリバリーする形式を採用。ロッジで楽しむ朝食の雰囲気や存分に味わってもらおう狙いだ。最高の香りと食感を実現する感動のトースターとして人気の高級トースター「バルミューダ」を全室に設置するなど、ロッジの食事面での不便さを解消するにとどまらずプレミアム感まで演出した。

無論、コミュニケーションを醸成させる仕組みも盛り込む。広々とした落ち着いた雰囲気の1階ラウンジフロアに加え、10階にはバー

を設けた。バーに連結するルーフトップテラスも今春を目前にオープンさせ、サマーシーズンはもちろん、寒空のなか焚火を囲んで語る特別な時間を演出する計画。札幌では希少なバーやテラスは、一般客の利用も受け入れる。夕方からは宿泊者に向けフリーワインサービスも実施し、自然な形で人が集まりにぎわう場づくりを行なっていく。

「非日常感と自宅感というロッジの純粋な魅力をホテルのスペックやサービスで体験できることが最大の特徴。ホテル滞在のすべてを商品として打ち出していきたい」(山崎氏)。

宿泊料金は二室約1万3000円に設定する。根津、沖繩の2ホテルとも稼働率は平均90%を超えており、札幌についても同

等以上の水準を見込む。

顧客層はインバウンド比率が過半を占める2ホテルとは異なり、国内外客をバランスよく取り込んでいく方針。オープンしたばかりだが、平均宿泊人数2.4人、平均泊数2.5泊、平均ADR1万4500円、平均宿泊総額3万5600円、日本人約4割(うち道内半数)と好調な滑り出しをみせているという。

インバウンド需要の盛り上がりで新規ホテルの開発は後を絶たないが、似たり寄つたりの施設が乱立し、いずれコモディティ化するとのリスクも指摘されている。消費者の隠れたニーズに向き合い、新たな価値を提案する同社の商品づくりは、今後さらに注目を集めていくと思われる。