

ライフスタイルホテル「ザ・ライブラリー」

地域の文化やコミュニティに触れる。地域で暮ら

のように滞在する。宿泊客も地元の人と交流する。宿泊に特化するのではない。体験の価値を提供するのがライフスタイルホテルだ。

バー中心の構成

グロージャーエージェンツ（東京、山崎剛社長）はこの7月、福岡市にライフスタイルホテル「ザ・ライブラリー」をオープンした。ホ

テルを「世界中から人と情報が集まる場」と定義し、博多の街をデザインコンセプトに築50年のホテルをリノベーションした。

最初目に飛び込んでくるのはアイランド型のバー

ター、ラウンジなどが配置されている。訪れた人たちが気軽にコミュニケーションできる場を提供する。バーはホテルを訪れる人たちが自由に、気楽に語り合うことのできるスペースとなる。午後5時から宿泊客のためのフリービールタイムを設けて交流しやすいシ

43棟2500室、ライフスタイルホテル7棟600室のほか、「コワーキングスペースや飲食などを運営する。いずれもコミュニケーションを軸とした新しいライフスタイルを提案するもので、アパートメントではシアターやラウンジなどを設けている施設もある。ホテルでは異なるコンセプトの4ブランドを運営しているが、今回の「ザ・ライブラリー」は同社がこれまで蓄積してきた知見をフルに生かして開発・運営する旗艦ライフスタイルブランド」と位置付ける。今年

文化に触れ、暮らすように滞在 体験の価値を提供

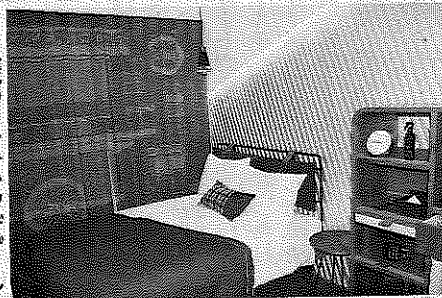
カウンターだ。

テムも整えた。

泊料金は季節変動型だが、平均するとスタンダードダブルで一泊1万2000前後、ザ・ミレニアルズが5000円前後。

アパートの運営も

同社は「文化創造企業」をコンセプトに、これまでソーシャルアパートメント



地域のコンテンツデザインモチーフにコーディネートした客室



ゲスト相互のコミュニケーションを図るバー

カウンターで、ソファが置かれたロビーでもない。バーをパブリックスペースの中心に置いて、レストランやフロント、エレベーター、デザイン照明がコ

同社は「文化創造企業」をコンセプトに、これまでソーシャルアパートメント

台北（台湾）でのオープンを予定している。（村上洋一）