



## VISUAL REPORT

# 「ふふ 箱根」

敷地形状を有効活用し絶景ビューを実現。  
連泊を促す仕組みづくりに注力

1

### 1.一ノ棟最上階の展望大浴場

「ふふ」ブランドの6施設目「ふふ箱根」が構想から5年を経て1月26日にオープンした。事業主はヒューリック(株)、経営はヒューリックふふ(株)、開発プロデュースおよび運営はカトープレジャーグループ。

施設が立地するのは箱根登山鉄道「強羅」駅から車で5分ほどの、中心部から少し外れた緑豊かで閑静なエリア。箱根一帯を形成するカルデラの外輪山ふもと部分に位置し、約25mもの高低差を有する敷地形状のため周囲を取り囲む箱根連山を一望できる。こうした立地環境から、近隣でカトープレジャーグループが運営する「箱根・翠松園」が森の中に佇む施設であるのに対比して、周囲に広がる絶景を楽しむことができる施設づくりへと当初計画を変更。より理想的なビューを実現するため隣接地を買収し、敷地面積を1.5倍に拡大、それにより施設もゆとりある空間を実現している。また、地盤が亀の甲羅のように固く、「強羅」という地名がつけられたという歴史や土地の特性から、施設コンセプトは「森林の香り岩と草花箱根連山が

広がる山のリゾート」と設定。もとの土地にあった岩石や樹木などの自然や環境を効果的に採り入れながら計画を進めてきた。

施設は1万㎡超の敷地に全4棟からなる建物で構成され、そのすべてが箱根連山が広がる溪谷に直面できるように配棟。本館1階のエントランスから入館し、3階のロビーを抜けた先に一ノ棟、二ノ棟、三ノ棟へとつながる遊歩道が続く。

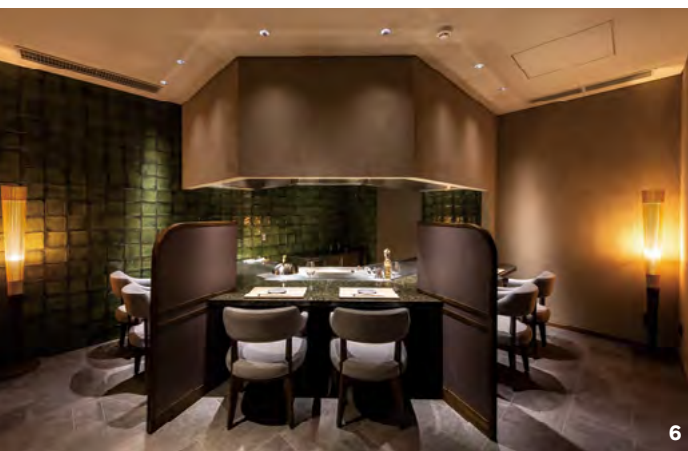
客室は50×120㎡の8タイプ。全39室で、全室スイートクラスのスイートルラグジュアリーリゾート。グレイや木目調と落ち着いた色合いの内装に、ゆったりと腰掛けられる大きなソファを設え、室内のところでこころに植栽や岩石もポイントとして採り入れられている。さらに前述したような配棟計画の妙により、天井までの大きな窓からは箱根連山のパノラミックな景色を望むことができる。

2種類の温泉が引かれていることも大きなポイントだ。全客室の窓際に配された石造りの浴槽では塩化物を含む「強羅温泉」、施設で最も標高





2. エントランス。箱根火山噴火で生まれた希少な「小松石」がゲストを迎え入れる  
3. ふらぐジュアリープレミアムスイート



4. ロビーのいすもプライバシーが確保できるレイアウトに。オリジナルカクテルが楽しめる「BAR空木」も  
5. 高低差を巧みに活かしたつくり  
6.7.8. レストランのコース料理のメインは13品から選べるプリフィックススタイルを採用。個室のほか、鉄板焼き専門のスペースも





9. スパ「桜香 -HINOKA-」

10. ふふオリジナルのアメニティも各客室に用意

の高い一ノ棟最上階の展望大浴場では「大桶谷温泉」と、異なる効能をもつ泉質が楽しめる。また、スパ「桜香 -HINOKA-」にはヒノキパウダーを使用した温熱木浴を導入。浴槽内のパウダーは微生物による自然発酵の力のみで65〜85度まで温まるため、電気やガスなどの設備も使わないエコな運営が可能だ(6分6000

円、全身トリートメント1万5000円ほか、レストランは日本料理84席と、その一角に鉄板焼き6席を配置。半個室や衝立のあるカウンターなどでプライバシーが確保できるように配慮した。また、料理は「ふふ」シリーズ初のプリフィックススタイルを採用し、メインは13品のなかから3品を選べる。食事のバリエーションと

チョイスする楽しさで連泊やリピートを促す仕掛けとして機能させたいとする。宿泊料金は4万1400円(税込)。(税サ入湯税込込み、2人1室利用時1人当たり)。販売促進は同グループが有する既存顧客2万人への発信を優先的に進める一方、特にリピートの多いVIP客には試泊体験も提供しすでに追加

の予約も入っているとのこと。また、「箱根・翠松園」との間では無料送迎も行ない、相互利用を促進。すでに2施設間での連泊予約も入りつつあり、今後は利用者の嗜好などの情報をグループ全体で蓄積・共有しつつサービスクオリティを高め、全国のふふブランドで回遊を促していくとしている。

#### 施設概要

オープン	2022年1月26日
所在地	神奈川県足柄下郡箱根町強羅1320-807
事業主	ヒューリック株
経営会社	ヒューリックふふ株
開発プロデューサー／運営会社	カトーレジャーグループ
客室数	39室(最大定員数98人)
敷地面積	1万0,352.53㎡
施設構造	本館／RC造・地下1階地上5階建て 一ノ棟・二ノ棟／RC造・地下1階地上5階建て 三ノ棟／RC造・地下1階地上3階建て
延床面積	5,933.76㎡
付帯施設	バー、レストラン、スーベニア、温泉、スパ

#### 料金表

ふふラグジュアリープレミアムスイート	102-120㎡	27万5,300円～	3室
ふふラグジュアリーコーナースイート	97㎡	22万0,300円～	1室
ラグジュアリースイート	92㎡	15万4,300円～	3室
プレシャスイート	61-67㎡	12万1,300円～	10室
コンフォートプレミアムスイート	62㎡	9万9,300円～	3室
コンフォートスイート	61-62㎡	9万3,800円～	10室
スタイリッシュプレミアムスイート	50㎡	8万8,300円～	3室
スタイリッシュスイート	50㎡	8万2,800円～	6室

INTERVIEW

日本より世界へ発信する「スモールラグジュアリーリゾート」の開発経緯を語る。今後のテーマとする「トラベルリレー」構想、そして新ブランド「GLAMDAY STYLE TEITAKU」とは。



加藤友康氏  
カトープレジャークループ  
代表取締役兼CEO

コ ロナ禍で苦しむホテルメーカーですが、「ふふ」シリーズの「スモールラグジュアリーリゾート」は、プライベートを尊重したつくりで、もともとお客様同士の接触が少なく、密にならない施設特性であることから比較的落ち込みも少なくなっています。コロナ禍前には約2000万人いたアウトバウンド（国内からの海外旅行者）の方々が国内を向き、特に関東近郊の景勝地にお越しになるという新たなニーズが生まれていることを感じています。

弊社では2007年の「箱根・翠松園」「ふふ熱海」開業を皮切りにスモールラグジュアリーリゾートを展開してきました。そのコンセプトは外資系ラグジュアリーホテルのマイナードからヒントを得たもの

でした。国内ではバブル崩壊後の1990年代に熱海をはじめとしたローカルリゾートが衰退の一途をたどっていた一方、都心部では国内進出が加速していた外資系ホテルのハイクオリティなレストランが都会の遊び場として潜在的なニーズにフィットし人気を集めていました。日本で初めての「パークハイアット」として94年に開業した「パークハイアットホテル東京」ではレストラン2店舗が常に満席でADR10万円超のスイートルームの宿泊稼動も好調と、ADRが低く料理に注力できていなかった旧来の日本式ホテルや旅館では考えられない現象が起きました。

またアジア圏のアマンリゾートを代表とするスモールラグジュアリーホテルは、

日本であれば従業員数40人程度で運営するような施設に400人近くのスタッフが在籍し、最上級の接客とフレンドリーなコミュニケーション、その一方でプライベートにも最大限配慮するバランスのとれた運営スタイルで人気を得ていました。私自身の経験も踏まえ「日本にもこうしたマーケットが存在するだろう」という仮説のもと、これら海外のホテルや従来の国内高級旅館を超えた日本オリジナルのスモールラグジュアリーリゾートの新業態開発を目指しました。

「ふふ」ブランドでは、ロケーションは都心から1時間半程度、客室数は料理人自らが手づくりの料理を提供することができる50室程度、そしてソフトとオペレーションはその土地の魅力を引き出すためすべて変更する、という基本コンセプトがあります。最初に都内からアクセスがよい熱海に開業したことでブランドを確立し、「ふふ」シリーズの展開を河口湖、奈良、京都、日光、箱根の6か所にまで広げることができました。

スモールラグジュアリーリゾートの強みは時が経つにつれて円熟していくことで、約20万人以上のリピーターも獲得できました。今後の構想としては、一泊二日の滞在ではなく連泊や各景勝地に展開する他の「ふふ」にも足を運んでいただく「トラベルリレー」としてご利用いた

だくことです。今後も城ヶ島、軽井沢で開業を計画していますが、一つひとつ趣が異なる「ふふ」の魅力を堪能していただきたいと考えています。そしてインバウンドが回復した時には日本の観光を点でなく線で結ぶ「トラベルリレー」を確立し、独自のブランディングを強化していきたいと思っています。

またマーケティングを進めるなかでいま注目している軽井沢では、3億〜5億円別の売行きが好調な一方、駅近の物件は老朽化しており、富裕層のニーズに応える高いホテルサービスを付帯したパッケージションレンタルやシェアリゾートがないと感じています。

そこで、新たなライフスタイルを提案する全10棟各200㎡を超えるヴィラタイプからなる新ブランド「GLAMDAY STYLE TEITAKU」を計画、今春には着工し、2023年の開業を目指しております。軽井沢の土地は価値も安定していることから、潜在的なニーズを引き出すコンセプト開発により新しいマーケットを創りたいと思っています。

これからも唯一無二の魅力ある土地と、その地にふさわしいクリエイティブ、ホスピタリティの提供に努め、一つひとつ異なるテーマ、コンセプトで施設を創り上げることでヒットブランドの創造に取り組んでまいります。（談）