

ホテル評論家 瀧澤信秋の 「イケてる」レジャーホテル探訪

ラグジュアリーホテルからビジネスホテル、カプセルホテル、そしてレジャーホテルと、さまざまな宿泊空間を利用者の視点から「体感」するホテル評論家・瀧澤信秋氏。同氏が実際に利用者として体感した最新のレジャーホテルの「感動」空間、「イチ押し」サービスをレポートする。



PROFILE

日本で数少ない宿泊者・利用者目線のホテル評論家として、テレビやラジオへの出演、雑誌・新聞連載など、多方面で活躍。著書に「365日365ホテル上」(マガジンハウス)、「ホテルに騙されるな! プロが教える絶対失敗しない選び方」(光文社新書)、「ホテル評論家が自腹で泊まる! 最強のホテル100」(イースト・プレス)、「辛口評論家、星野リゾートへ泊まってみた」(光文社新書)など <https://sites.google.com/view/hoteltakizawa/>

ホテル評論家

瀧澤 信秋氏

HOTEL SARA GRANDE 五反田 (東京都品川区)

そこに“ゲストがいる” 50のコンセプトルームと50の楽しみ方

レジャーホテルはどこへ向かっているのかーレジャーホテルを評論家のカテゴリーとして13年。ボーダレスも指摘されつつ多様化する宿泊業態にあって、レジャーホテルは定まらないポジショニングと共に、進化・停滞・退化が混沌となってさまざまな外因に翻弄されてきたと筆者には映る。バラエティ豊かに見える内実は、特定のコンセプト合戦の様相も呈するなか、際立つことの意味合いが薄らいできた向きもある。

コンセプトというワードはホテル評論にとっても定番のワードで、外資系ラグジュアリーからビジネスホテル、カプセルホテルに至るまで多業態にわたり用いることができる“便利な”表現だ。評論行為において汎用化されているといっても良い。ゆえに、高きテーマ性のコンセプトに出会うとその印象は相当に強烈だ。そうしたアプローチでレジャーホテル業界における「SARAグループ」の際立ち進化というベクトルの先端に位置する。

「HOTEL SARA GRANDE 五反田」は、SARAグループにとって最大客室数である50室というある種社運をかけた肝いりプロジェクトであり、初のSARA GRANDEというフラッグシップブランドともなった。グループのスタンスを踏襲しつつ大いなる進化を遂げ、大きな人気を博している。

出向いてみるとこれまでのSARAグループにも増して相当コンセプトチュアルである。実現する秘密はどこにあるのか気になるところだ。聞いてみると、設計、オーナー、運営の論理でホテルを作る……どこかにゲストを置き去りにしているのではないだろうか? そんな問いが根底にあった。

ホテルがどんなに良い作品であっても、そこに運営の意向が伴わなければならない、さらにゲストの意見を

尊ぶことの重要性も認識、それを“お客さまと作り上げること”と表現する。こんな部屋を作してほしい、あんな部屋を作してほしい……事実SARAグループとして抜群の人気を誇るホテル SARA 錦糸町では、一般からの多彩なアイデアを設計へふんだんに組み込んだ。

ひとつのホテルにひとつのテーマをというよりは、それぞれの客室にテーマ性をもたせることも重視する。すなわち“全室バラバラ”にすること。たとえばリゾートチックが全体テーマとするとそのホテルを好きだという人だけが来る。HOTEL SARA GRANDE 五反田の50室には50のタイプのゲストが来るのだ。選択の幅とも表せるだろうか。事実、比較すると稼動も客室単価も高い傾向があるという。無論、ホテル作りの労苦は大変なものとなるのだが。

他方、コンセプトルームで大切なポイントは、意外にも作り込みすぎないということで、作り込みは気持ち悪さが出るという。クスッと笑えるくらいがよく、ただし絶対守っていることは目線の通り。たとえば教室部屋、保健室部屋であれば、扉を開けたとき目に飛び込まないように、まずは普通のホテルのように見せておき別室に教室、保健室を設ける。

人気の店舗になって稼動が高くなる教室部屋、保健室部屋は必ずしも希望としないゲストも来る。とはいえ際だったコンセプトルームは全体の1割~1割5分で、その他はネーミングやソフトなイメージはもたせている。コンセプトは作り打ち出すもの、これもまた真なり。そしてコンセプトは長い時間をかけて醸成されていくものなのだ。ゲストの声と共に。

HOTEL SARA GRANDE 五反田

東京都品川区東五反田1丁目20-3

