

三井不動産(株)×(株)ウェルカム×(株)グリフォン 新ホテルブランド「sequence」にかける思い

三井不動産(株)は、新たなホテルブランド「sequence」を発表した。1月28日に行なわれた記者会見では、三井不動産(株) ホテル・リゾート本部 ホテル事業部長の小田 祐氏、(株)ウェルカム 代表取締役の横川 正紀氏、(株)グリフォン 代表取締役の齊藤 貴史氏が登壇。伊藤忠ファッションシステム(株) 取締役 ifs 未来研究所 所長の川島 蓉子氏をモデレーターとして迎え、パネルディスカッションにて、「sequence」開業に向けての思いを語った。

取材・本誌 高実子 未来

▶このプロジェクトに参加しての思いはいかがでしょうか。

齊藤 “三井不動産のホテル”という先入観があるかもしれませんが、そこをデザインだけでなく、ルールや考え方などを規制のホテルの枠組みを超えて一から体験を作れたことに喜びを感じます。

横川 渋谷の場合は商業施設の規模感や立地条件、公園と隣接する環境に恵まれていたということ、以前宮下公園でよく遊んでいたということもあって、より今回のコラボレーションは楽しめましたね。新しい次世代型ホテルは山程できていますが、多くはハード面の話ばかりをされています。今回のコラボレーションは、ソフトの部分を重視したホテルのプロジェクトでしたので、とても良い体験でしたね。

▶このホテルの“独自性”は何でしょうか。

小田 ホテルのスタッフは口コミを非常に重要視します。sequence において一番うれしい口コミの書かれ方としては、宿泊したときのあの時間が面白かった、あるいはそこで見た心象風景がすてきだったとか、ホテルスタッフとの距離感が心地よかったとか。僕たち自身が記



sequence | MIYASHITA PARK ロビーラウンジ

憶にあるのは、ホテルのスタッフに教えてもらったレストランがすてきだったとか、あそこで出されたシャンパンがおいしかったとか、新しい人との出会いがあったとか。意外と、そういう方が旅の心象として残るんですね。ですから、「あの時間は忘れたい」と記憶に残るような場にすべく、魅力あるホテルの空間作りと、そこに魅力を感じるスタッフの採用を進めています。また、既存の概念にとらわれず、朝の時間をゆったりくつろげるようにチェックアウトの時間を遅めたり、スマートに顔認証でホテルの出入りができたり、さまざまな文化体験といったものも用意しています。こういった点も、ほかのホテルにはない点かなと思います。

横川 “スマート”というものは大きなキーワードだと思います。普段の生活や自分のリズムを程よく感じながら、自宅とは少し違うホスピタリティを感じるという、”スマート&コンフォート”がこのホテルブランドの一番の魅力になるのではないかと考えています。また、デザイン性やサービス、コンセプトを含めて、それぞれの街をフォーカスしている点も一つの特徴なのではないかと思っています。

齊藤 われわれが手掛ける京都五条、水道橋は、「住宅」と「オフィス」と「レストラン」を足して3で割ったような場所です。われわれの24時間にずっと入ってくるような。家やオフィスとして、自由な使い方をしてもらえ場所になればいいかなと思います。

▶こういう記憶をつくりたいというものを挙げるとしたら何でしょうか。

横川 渋谷の宮下公園は、立地に恵まれていて360度視界が開けているので景色がとても良いです。建築面でも、客室の窓ガラスをギリギリまで大きくしていただきました。この大きな窓の前に作った、小さな縁側のような場所も客室の強みです。そこに座って東京の景色を眺める時間があってほしいな、と思います。ベンチとしても、寝転がってもいいです。オフィス、または自分の自宅にいるような感覚で自由に使っていただけるとうれしいですね。

齊藤 京都五条、水道橋は夜9時以降に来て欲しいですね。ホテルに帰ってくると、世界中の仲間たちがフロント前やバーに集っていて、「今日はどこへ行ってたの?」、「あの場所はどだった?」という会話が飛び交っていると思います。お客さま同士を緩やかにつなげていけるような空間を作れば良いですね。

▶超えていかなくはいけない壁、課題もあったのではないのでしょうか。

小田 デザインだけでなく“過ごし方”を変えるという部分には壁がありましたね。正直、チェックインアウト時間が14時というホテルはあまりないのではと。常識を変えるという点でも壁がありました。面白いものができたのではないかと思います。また、ホテルのスタッフとレストランのスタッフの垣根がないような「縦コンシェルジュ化」オペレーションを目指し、ゲストとの心地よい距離感を醸し出

するために、(株)グリフォン、(株)ウェルカムと混然一体となり壁を越えてきました。

横川 その場所で過ごす時間や、今後進むだろう技術開発も含めて、どんな“スマート”を実現できるかという点を考えました。しかし一方で、実際の建築の面では「できる」・「できない」という大きな問題がたくさんありました。コンセプトとハード面のすり合わせの部分は、建築、オペレーション、デザイナー、すべての担当の方と長い時間をかけて議論を重ねてきました。

▶ **具体的に、貫き通した点はこういったところでしょうか。**

横川 とにかくレセプションカウンターなど、人の導線を決めつけるような装飾を作りたくなかったので、4階のレセプションは公園と一体化した空間になっています。ホテルに訪れる人もそうでない人も、違和感を感じない空間になっているのではないかと思います。

齊藤 感覚として残るものは何か、という部分を重要視し議論しましたね。従来のホテルと異なる部分は多くありますが、その中でも強く残る何か、それが“やさしいつながり”なのかなと。2020オリパラに向けて日本全体が動いていますが、このホテルは違います。20年、30年先を見越して動いています。そしてその目指すべきゴールを見つけられたのではないかと思います。

▶ **10年後に「sequence」はどうなっていると思いますか。**

小田 2020オリパラに向けてというより、その先を重要視しています。過去のオリンピック開催地では、それがきっかけとなり街が知られるようになりました。2020オリパラを契機に日本の良さをどう伝えるか。10年後、どういうホテルになっ

ていてほしいかという、気ままにスマートに過ごせる空間の中で、国籍、年代、性別に関係なく、緩やかなつながりを感じながら場の共有をしている、そういった光景がそれぞれのホテルで広がっていることが望ましいですね。

齊藤 立地規模問わず、日本全国にたくさんあるとうれしいですね。そしてアジアも含めて世界中に。その目的地に「sequence」があれば、「とりあえず行っちゃおう」という気楽な存在になるといいですね。

横川 海外からやってくるたくさんのお客様に「絶対泊まった方が良い」と自信を持って言えるホテルになってほしいですね。そして、ホテル同士が影響し合い、日本のホテルサービスや旅の時間のクオリティーが上がるきっかけになればうれしいです。10年後、『sequence』が始まりでホテル業界に良い流れが生まれたよね」というふうに言われていたらうれしいですね。

▶ **“やさしいつながり”というのは、口で言うのは簡単だが実際には難しいと思います。ブランドコンセプトを体現するスタッフの教育をどのように考えていますか。**

小田 ホテルの魅力を引き継ぎさせるために、北極星のように理念や目指す姿を明確に言葉で表現することは重要だと考えております。「このホテルでの滞在時間がメモリアルで忘れたいよね」と思っただけのようなサポートをするのが現場のスタッフであり、やさしいつながりを体現するsequenceであると思います。ゲストと心地よい空気感で接する関係性を構築するための、コミュニティーマネージャーのような存在も組織の中に必要ですし、同じ志を持つメンバーを今、集めています。スタッフ一人一人がsequenceのやさしいつながりを体現す



sequence | KYOTO GOJO 外観



sequence | SUIDOBASHI (仮称) 外観

るような、魅力あるスタッフが集まれば、必然的にゲストからの評価につながると考えています。(※1)

▶ **3社が協力したことで良かった点、または気づきというものはありますか。**

齊藤 設計、運営、料飲、さまざまな担当との話し合いがありましたが、自由に意見を言い合える空気感が良かったですね。自分では気づけなかったことが、ほかの話し合いでは行なわれていて、そしてそれが自然と一つの方向に向かっていく、そういったプロジェクトの進み方も面白く、良かったと思いますね。

横川 この担当だからこの部分だけについて話すのではなく、全員がこのプロジェクトについて、一つの方向に向かって話せた点が良かったですね。デザインを担当された方もクリエイターの方も、たくさん時間を割いて話し合い、一緒に作り上げました。

小田 (株)グリフォン、(株)ウェルカムの方も、実際に開業した後にホテルのスタッフとして入ります。本気で腹を決めて、嘘偽りのない実態的なものとして、やりがいを感じることができましたね。

(※1)採用に関してはこちらをご覧ください。 <https://www.sequencehotels.com/employ/>