

宿泊施設の今、これから

量から質へ 多様な旅のあり方を宿泊施設にする

—星野リゾートの施設を通して—

佐々木達郎建築設計事務所
佐々木達郎



1. 地域の自然や文化を顕在化する

私が初めて関わった宿泊施設は、2005年に竣工した「星のや軽井沢」という星野リゾートが運営するリゾートホテルの物件だった。当時の宿泊施設のビルディングタイプといえば、都市型のシティホテルか、地方の温泉旅館、宿泊特化型のビジネスホテルが一般的であった。「星のや軽井沢」は、谷の集落というコンセプトのもとに、緑豊かな軽井沢の環境に溶け合うように、建物が用途ごとに分棟配置され、建物の集まりが、1つの集落をつくるように計画されたものである。敷地周辺を流れる湯川を敷地内に引き込み修景池として計画された風景は1つのホテルの計画というよりも、まさに集落をつくっているような計画であった。また、地中熱利用、水力発電といったその場所の資源を活かしエネルギー自給率は70%で計画され、エコリゾートとしても先進的なものとして評価された。この現場を経験した私は、ホテルを計画する場所の風景、資源、環境、文化を活かした、その場所そのものの魅力を滞在の魅力として顕在化させることこそが、宿泊するというだけではない、滞在を楽しむ体験を提供する宿泊施設をつくる方法なのだ確信し、その後の活動の原点となっている。

2. SNSにより多様化する旅のかたち

東京オリンピックやコロナ禍を経て、インバウンド需要の変化やマイクロツーリズム等、旅のかたちは時代と共に常に変化を続けている。ゲストが旅に求めるものは、旅行先の観光地を巡る団体ツアーの旅から個人の特別な体験のための旅へ大きくシフトした。それに伴い、宿泊施設のかたちもライフスタイルホテル、グランピング、民泊等、多様化が進み、新しいサービスが次々と生まれている。背景にあるのは、ネットやSNSの普及である。マスメディアのような画一化された情報ではなく、個人から発信される膨大化した情報網の中から自分の価値観にあった好きな情報を選択するようになったことで、自

分の価値観と近い情報が集まるようになり、同じ価値観を持つスモールコミュニティが混在する時代となっている。また、InstagramやAirbnb等のWebサービス、旅行を取り巻く環境の変化も著しい。多様な価値観が、同時に混在する世の中に対して、宿泊施設に求められるコンテンツや求められる空間は、さらに多様化していくと感じている。

3. ご近所と繋がるマイクロツーリズム

星野リゾートが観光客のための都市観光ホテル「OMO」ブランドを2018年に立ち上げた。幸運にも設計者として関わらせていただいた。欧州の事例を視察し、観光客向けの宿泊特化型ホテルが、街のにぎわいをつくる要素として機能していることに驚いた。日本との違いは明白で、ホテルのロビーは街に面し、多くの人がそこで仕事や待ち合わせをし、ルーフトップでは毎日のように人が集まり賑わいの場となっていた。当時、日本の宿泊特化型ホテルはビジネスホテルがほとんどで、エントランスには、チェックインカウンターが配置され、ホテルのセキュリティ上の問題や旅館業法の制約により、結果的に閉じられた構成となっていることがわかった。「OMO5東京大塚」では、チェックインカウンターの自動化や、配置の工夫など、街の賑わいに貢献できる計画とし、ホテルを街に開くことを意識した。

また、ホテルスタッフが街を案内するというサービスも展開している。壁面に「ご近所MAP」という地図を設けている。単なる観光案内ではない、ホテルからの徒歩圏内にあるご近所の魅力に着目しているところが特徴で



「OMO5東京大塚」左：ご近所MAP、右：ヤグラルーム

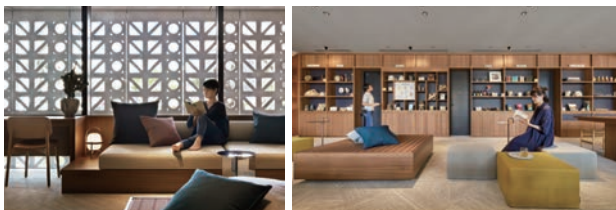
ある。知らない土地へ旅行に来ると、昔ながらの小さなお店や、この時間のこの風景といった、地元の人しか知らない場所等、本来ある魅力を体験しないで帰ってしまうことが多い。そういった街の魅力とゲストを繋ぐ役割もホテルが担うことで、それぞれの場所がもつ、独自の魅力が旅の体験として提供できるようになっている。

また、「ヤグラルーム」という客室を設計した。ビジネスホテルのツインルーム同等の20㎡の広さの客室に、立体的な家具を利用して、寝るだけではない楽しみのある滞在空間を提供している。小さな客室の中でも、家族や仲間、カップル等で旅を楽しむために、コンセプトに合った客室デザインが可能である。

4. 日常の風景にある作品のプラットフォーム

コロナ禍の2022年に開業した、「OMO5沖縄那覇」では、沖縄で日常的に出会う、民芸や工芸の職人がつくる作品を展示する「ゆんたくライブラリー」を設けている。アート作品ではない、沖縄の日常的な営みの中で生まれる作品に着目している。また、沖縄の職人がつくる花ブロックをモチーフとしたGRCのスクリーンでホテルのファサードをつくり、ゲストが寛ぐラウンジの光をコントロールしている。このような場所が、沖縄の文化をつくる職人たちとホテルゲストが出会う場となることを期待している。

ホテルがプラットフォームとして機能し、地域に潜在する魅力を可視化する役割を担えると、ホテルと地域との繋がりが街を変えていききっかけになれるのではないだろうか。OMOブランドでは、日本各地に出店が進んでおり、このような試みで、各地の魅力を可視化していければと考えている。



「OMO5沖縄那覇」 ゆんたくライブラリー

5. 個人の趣味から街を活性化する

OMOブランドと同時に、20～30代の若者をターゲットとする「BEB」というブランドも開発が進み、「BEB5 軽井沢」が計画された。利用するゲストの年齢層によっても、空間に求められる機能や質は変わるべきである。ここでは、ホテルの中心に、若者が仲間と集うための「TAMARIBA」という場所をつくり、「ホテルでルーズに過ごす」というテーマのホテルを設計している。旅をし

なくなった若者たちを取り込むため、夜な夜な火を囲み、語り合い過ごすことができる空間を提供している。周辺にはレストランや温泉が近接しており、エリア全体が連携して相乗効果を生んでいる。



「BEB5 軽井沢」 左：TAMARIBA、右：焚き火

茨城県JR土浦駅の駅ビルのコンバージョンのプロジェクトでは、自転車をテーマにしたサイクリスト向けホテル「BEB5土浦」を設計している。そこでは、自分の自転車を寝泊まりする客室まで持ち込むことが可能となっている。自転車を愛するサイクリストの価値観に特化したホテルを実現し、霞ヶ浦をサイクリングする体験とホテルのサービスが補完関係を持つことで、街と関わりをもつ新しい層を生み出すことができている。



「BEB5 土浦」 左：TAMARIBA、右：サイクルルーム

(撮影すべて：ナカサ&パートナーズ)

6. 量から質へのシフト

2017年に観光立国推進基本計画が閣議決定され、国策として観光立国の実現が我が国の経済発展のための重要課題と位置づけられた。訪日外国人の旅行者数は、コロナ禍に入る直前の2019年頃には3000万人を超え、観光地ではインバウンド需要への対応が求められた。コロナ禍が始まる2019年頃までは、インバウンド需要を見込んだ観光政策が、人口減少が進む地方経済の活性化の期待となっていた。一方で、インバウンド宿泊者数は、大都市に集中し、各地の観光地は、オーバーツームで地元の住民が暮らしにくい環境が生まれてしまった。コロナ禍により、インバウンドの訪日外国人が減少した今、今後の理想的な観光のあり方も考える必要がある。すでにある観光地の来訪者を増やすことも必要であるが、量ではなく質を高める方向にシフトすべきである。また、日本の地方には、見過ごされた素晴らしい自然や、産業、営みが埋もれている。どこへ行っても同じ空間ではなく、各地方や地域の多様な魅力が顕在化し、その場所を持続可能な状態にするような宿泊施設がさらに必要である。

集落文化×「伝泊+まーぐん広場」が創る 「日常の観光化」によるまちづくり

アトリエ・天工人
奄美イノベーション
山下保博



1. はじめに

2021年7月世界自然遺産に登録された鹿児島県の奄美群島には、今なお手付かずの豊かな自然環境が残っています。それだけでなく、さまざまな歴史的背景の影響により約360の集落が750年以上残り、方言や唄、踊りなどがそれぞれに少しずつ異なる独自の文化が今日まで継承されてきたことは、世界に誇るべき貴重な事例です。

私は、自身の故郷である奄美の「集落文化」を次の時代へ伝えることを使命とし、4つの異なるタイプの宿泊施設「伝泊」や地域交流拠点「まーぐん広場」の設計および運営をしています。また、地域住民と連携した集落文化体験プログラムを観光客へ提供するなどして、両者の交流や地元雇用の創出に取り組んでいます。こうした集落の「日常を観光化」するまちづくりを通して「誰一人、何一つ取り残さない社会」の実現を目指しています。

2. まちづくりへの参入

私は、建築家として素材・構造・構法の開発を中心に、これまで数々の革新的な建築で評価をいただけてきました。視野を世界規模へ広げていく中で、今後社会において「環境」というキーワードが重要になると考え、未利用資源を新しい建築素材として再編集した建築、消費エネルギー「0」を目指した循環型住宅、伝統的古民家を海外に移築し建設した文化交流施設など、環境配慮型の建築にも精力的に挑戦してきました。

しかし、建築という「点」のデザインでできることに限界を感じたことから、徐々に社会＝「面」をデザインする「まちづくり」の研究に着手しました。慶應義塾大学のゼミでは空き家問題や江戸時代の循環型社会に関する研究を約5年間行い、その後障がい者人口が約4割を占めるドイツ・ベテルという街の在り方に感銘を受けたことから、九州大学では高齢者・障がい者・観光客を交えた地域活性のまちづくりについて、6年間研究しました。

そんな中、奄美大島でのリゾート開発に携わった際に、島内で増加する空き家に関する相談を受け、この利活用を模索することとなりました。また、奄美群島が世

界自然遺産の登録を目前に控える中で、国内外の富裕層によって安く土地が買い荒らされていくこと、オーバーツーリズムにより地域コミュニティや貴重な文化資源が壊されていく危機も迫っていたことから、2016年に奄美大島でのまちづくり事業をスタートさせました。

3. 「伝泊+まーぐん広場」を中心とした事業の拡大

「伝統的・伝説的な建築と集落文化を次の時代に伝える」というコンセプトのもとスタートした「伝泊」は、空き家となった伝統的な古民家の改修から着手しました。稼働率が高くなくても運営を継続できるように、改修時に建設当時の姿に戻すのではなく、古民家が集落の中にあることを踏まえて経過した「時間」を尊重し、家の伝統や歴史を残すと同時に初期費用を大幅に抑えるなど、建築家であることを活かした工夫を施しています。

2018年に伝説的なスーパーマーケットを改修して誕生した「まーぐん広場」は、集落住民と観光客のどちらにも求められる機能を複合させることで、両者の出会いの場となっています。「福祉×観光×地域のまちづくり」を実現する拠点であるために、高齢者施設(有料老人ホーム・デイケア・訪問看護の3種類)の運営、学童や塾の開催、伝統料理を提供する食堂の展開、アートや音楽のイベント実施等、地域の声に耳を傾けた企画および運営に努めています。

そして、2019年には「伝泊 The Beachfront MIJORA」、2021年には付帯するフロント兼レストラン&バー「2 waters」が完成しました。この新築の高級ヴィラリゾート施設が、現在の会社の利益の7割を生み出しており、それによりまちづくりの推進と会社経営の両立が実現しています。

2023年1月現在、奄美群島内における自社施設は32



島のときと対話する宿「伝泊 古民家」



「まーぐん広場」 「まーぐん」とは奄美の方言で「みんな一緒」の意



島の自然と対話する宿
「伝泊 The Beachfront MIJORA」



眼前に広がる空と海に向き合い、
心の奥行きを整える静謐な時間を過ごす

棟44室まで拡大しました。コロナ禍においても稼働率を維持し、拡充に力を入れたことで雇用はさらに拡大し、2016年に2名でスタートした従業員数は100名以上、その7割が地元雇用であるなど、奄美大島北部を中心に多大な雇用を創出しています。

4. 環境を守る取り組みとその評価

世界自然遺産で海外からも注目が集まっていることも鑑み、関連施設内ではさまざまな環境に配慮した取り組みを実践しています。

- 客室やレストランに設置したコンポストでできた肥料を自社農園で使用し、ハーブや野菜をレストランで提供
- アメニティのノンプラスチック化と部屋置き廃止
- 周辺住民と連携したビーチ清掃の定期開催
- E-Bike貸出による二次交通の見直し
- 小風力発電と太陽光発電による「エネルギーロスゼロ」の実現に向けた実証実験

こうしたSDGs達成に向けた積極的な取り組みを通して、2021年に国際的なエコラベル「グリーンキー」を2つ取得しました。改修をコンセプトとした「伝泊 奄美 古民家」「伝泊 奄美 ホテル」「伝泊 フレンドリー」の3種類の施設と、新築の「伝泊 The Beachfront MIJORA」のそれぞれにおいての取得となりました。

5. 文化を守る取り組みとその評価

奄美の「日常を観光化」というコンセプトを持つ上で、主役となる集落住民と観光客の交流の機会を創出することが重要になります。その主たる手段として、集落住民が行事や遊び、自然体験といったさまざまな体験

プログラムを、観光客へ提供し、伝統文化を次世代へ受け継ぐための仕組みとしています。

さらに、まちづくりを行う企業として、地域の素材を活用した高付加価値な商品の開発や伝統技術の保全にも取り組んでいます。

- 「AMATSUMIZU」：障がい者支援施設で採集・加工した植物と、麻由来の天然成分CBDを掛け合わせた高付加価値なオリジナル商品の開発
- 「RPAP」：地域固有の植物と器をアートという視点を介して再構築し、販売およびイベントを開催
- 「大島紬」：後継者不足解消および伝統技術の継承を実現するため、地元企業・賛同する島外企業・大学と連携した新たな展開を模索
- 「伝泊 Catamaran」：本島と沖縄の「アイノコ」の特徴を持つ奄美独自の船をリデザインし、宿泊客へのアクティビティへ活用

こうした取り組みは、2020年度「第6回ジャパン・ツーリズム・アワード」において最優秀賞にあたる国土交通大臣賞とUNWTO倫理賞のW受賞に続き、2021年グッドデザイン金賞（経済産業大臣賞）、2022年第12回地域再生大賞優秀賞を受賞しました。国外では2022年「LUXURY LIFE STYLE AWARDS 2022」において「Best Luxury Resort Architecture in Japan」を受賞するなど、まちづくり事業における海外での評価も高まりつつあります。



伝統行事の八月踊りなど、多彩な体験プログラムを提供



文化を担ってきた島のおじ・お婆の経験や知識こそ奄美の宝物

6. 最後に

人間の体を構成しているのが37兆個の「細胞」であるように、地球上の伝統および文化を担っている単位は「集落」です。細胞と同じように、集落がネットワークを組むことで都市や国になり、外部の情報が入ることで健全なコミュニティとなります。集落の特色を掘り起こし、充実させ展開することが、持続可能な社会のあり方だと考えています。

奄美の自然と集落と人が持続していくために、宿泊施設の灯りがともる場所から活気の輪をひとつひとつ大きくしていくなかで、この波紋を奄美から日本、そして世界へと広げ、集落に徹底的に寄り添ったまちづくりを行います。

伝統建築と新築ホテルの共存

—国内外の旅行者に伝統文化を繋ぐ—

カンデオ・ホスピタリティ・
マネジメント
穂積輝明



「使う人が自ら企画する」をコンセプトに

私は建築を専攻していましたが、学生時代からデベロッパーの設計実務に携わる機会がありました。その過程で「建物を使う人と建物を企画する人が同一である」ことが極めて稀であるという事実に気づき、建築の企画を使う人が直接手掛ければイノベーションが起これると確信しました。特にホテルではその溝が深かったので「使う人が自ら企画する」をコンセプトにホテル事業を展開してきました。当社がチェーン経営を行いつつも毎回企画を進化させる理由も同じです。顧客のニーズの進化に合わせて常に建築企画を進化させる。これは「使う人」でなければなかなかできません。このギャップに事業の面白さを感じています。

カンデオホテルズは2005年創業の独立系ホテルオペレーター（運営委託会社）であり、建築中を含め日本全国に29棟5,950室を展開しています。ビジネスホテルとラグジュアリーホテルの中間領域のブランドポジションに位置し、最上階の展望露天風呂・手作りで高品質な朝食ビュッフェ・デザイン性の高い建築空間をコンセプトに「唯一無二の四つ星ホテル」を展開しています。

ホテルチェーンオペレーターは、1つ雛形をつくったらそれをコピーペーストするのが一般的ですが、当社は前の店舗より必ず次の店舗は進化させるという方針で、毎回新しい企画を盛り込んでいます。また地域ニーズに合わせて商品企画も柔軟に対応しています。

今回ご紹介する2つのプロジェクトは当社チェーンの中でも極めて特殊な企画となっています。

伝統的な京町家をホテルに再生

2021年6月に開業した「カンデオホテルズ京都烏丸六角」の敷地には、築127年の表屋造りの京町家が建っており、維持費の問題で閉鎖されていました。名前は「伴家住宅」。京都市登録有形文化財です。

既存建物は敷地の間口いっぱいには建っていたのですが、一部が増築で当該部分は文化財ではないため、解体が可能でした。そこで文化財部分は完全保存・フル改修して建設当時の姿に復元し、解体した増築部分の奥に新築10階建てのホテル（106室）を建設し、さらに解体後の敷地には外気浴が楽しめるスパ棟を新たに建設する計画としました。技術的にもコスト的にも極めて難易度の高いプロジェクトでしたが、クライアントの文化的な建築に対する深い理解から実現が叶いました。

京町家を再生したエリアでは、オリジナルの設えを完全に復元しつつ1階はホテルレセプションとラウンジとし、2階はライブラリーカフェ・ワインバー・朝食レストランとして利用しています。新築で古民家風の建物を再現するホテルは京都市内に数多く存在しますが、オリジナルの京町家そのものをホテルに転用している例は稀です。逆に、町家そのものに宿泊する場合は、設備面での古さから利便性が犠牲になるケースが多く見受けられ



「カンデオホテルズ京都烏丸六角」京町家を改修したエントランス



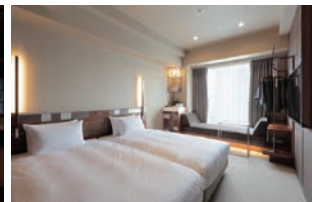
外観



エントランス



レストラン



客室

ます。本プロジェクトは築127年の京町家の空間をホテルユーザーとして長時間体験でき、かつ宿泊は最新型のホテルに泊まれるという珍しい企画になっています。

実際に日本人のみならず、歴史文化を好む欧州を中心とした外国人利用客が数多く宿泊しています。ホテルとしての再利用を通じて、閉鎖していた京町家が数多くの方々に向けて復活した意義は大きいと感じています。

文化財は解体か保存か、という二択でせめぎ合うケースが多く見受けられますが、良い部分は残しつつ時代のニーズに合わせて変更すべきは変えていくというスタンスが、経済的にも文化的にも最適な処方箋であると感じています。

お寺の本堂の直上にホテルを建設

「カンデオホテルズ大阪心齋橋」は、1808年に再建された三津寺の本堂を、曳家を3回実施しながら基礎工事を行い、本堂全体を覆うように上層部に鉄骨造180室のホテルを新設するプロジェクトです。

戦時中の大空襲においても奇跡的に残った本堂は類い稀なる歴史的価値を有していますが、檀家の減少により建物の維持改修費用の捻出が課題でした。そこで敷地を事業主に借地し、その上にホテルを建設することを認め、地代を維持改修費用に当てていくプロジェクトを推進しました。古くから存在するお寺の本堂の直上に存在する新築ホテルは世界でも例がありません。



「カンデオホテルズ
大阪心齋橋」
(完成イメージパース)



三津寺本堂を建物に内包 (完成イメージパース)

敷地は大阪・御堂筋に面して凄まじい歩行者交通量があり、本堂を見ながらホテル棟にチェックインするアプローチとなっています。

三津寺の住職と副住職は極めて画期的な発想をお持ちであり、自分たちの宗派の布教には一切固執せず、広く世界的に敷衍する宗教体験の一部として、お寺での信仰体験を提供したいと考えておられました。当社も特定の宗派に偏ることはできませんが、人類に普遍的な信仰心を再度見直すきっかけを提供する、という立ち位置であれば、ホテルのお客様へ中立的にご案内が可能となります。写経や朝のお勤め、心を整える禅風の朝粥の提供など、企画を練っている最中です。こちらは今年の11月26日に開業予定です。

地域との繋がりを増やす

上記2つのプロジェクトは、いずれも日本の伝統文化建築を再利用しつつ新築ホテルを併設した例です。地元住民のみならず、世界中から集まるホテル宿泊客が地域の伝統建築に触れ、またそれを通じて地域の皆様との繋がりを増やしていける可能性を強く感じています。

当社はもともと、ランチやディナーの営業は全店で行っていません。朝食は周辺に朝ごはんを提供する店が稀なので直営で行っていますが、ランチやディナーは当社のスタッフが直接地域のお店に赴き、誠実に美味しい料理を提供しているお店を見出して積極的に宿泊客に紹介しています。そうすることで世界中から集まった宿泊客のお金が地域に還流し、経済的な地域貢献ができるからです。当社が紹介する飲食店は連日満席になることも珍しくありません。

今回の2つのプロジェクトはその枠を超え、建築的なアプローチから既存の文化的価値の高い建築物と新築ホテルを重ね合わせることで、建築物の利用頻度や来訪客数が上がる一方、競争過多のホテルとしても唯一無二の差別化を図っています。まさに既存の伝統文化建築とホテルとの長期的な共存共栄のモデルになります。

日本は長期的に著しい人口減少が予測されますが、逆に日本に旅行したいと考える外国人は世界中で増えています。日本全国に存在する伝統文化建築は、洗練された意匠や職人技の結集であり、力強いメッセージ発信力を持っています。それらを国内の域外の方々、また世界の人々に繋ぐ意味でも、これらの取り組みが日本中で増えていくことを強く期待しております。