

# 公園のように開かれたホテル

「HOTEL THE KNOT TOKYO Shinjuku」

いまだ増え続ける宿泊特化型ホテルと差別化しようと、ライフスタイルホテルの開発を志向するデベロッパーや不動産会社が増えてきた。いちごは既存ホテルを取得して、当該エリアの立地特性や都市の歴史に合わせてコンセプトメイクし、その都度最適なオペレーターやデザイナーらと組んで新しいホテルに転換する“心築”事業を昨年から本格始動。結び目を意味する「THE KNOT」をブランド名に冠し、昨年12月1日に第1号案件をJR横浜駅近くで開業した。「HOTEL THE KNOT TOKYO Shinjuku」(408室)は横浜に続く第2号案件となる。

同物件(新宿区西新宿4-31-1)は都営地下鉄大江戸線都庁前駅から徒歩4分に立地。3107.41m<sup>2</sup>(939.99坪)の敷地に、SRC・RC造地上14階建て、延床面積1万3809.03m<sup>2</sup>(4177.23坪)の建物が建つ。1979年9月の竣工以来、昨年まで「新宿ニューシティホテル」として池田創業が38年間運営してきた。土地建物の前所有者である朝日生命保険は2016年3月、香港の旅行会社のチャイナトラベルサービス(CTS)に約80億円で売却を決めていたが、CTSが一転して取得を断念。いちごはいちご地所を通じて、

同年9月に取得していた。旧耐震の躯体は老朽化し、配管などの設備も劣化が進んでいたことから総額40億円を掛けて耐震補強、設備更新、客室内装の変更・改修を行い、使える設備は残しつつイメージを一新させた。運営は池田創業が継続する。

ホテルの通りを挟んで向かいには、新宿中央公園が広がる。緑に恵まれた立地環境を最大限に活かすため、公園のように開かれた空間を1~2階の広い共用部で表現した。共用部の企画・運営を受託した、西東京を中心に飲食店13店舗を展開する(株)MOTHERSは、「ホテルと一体感がある、継ぎ目のないサービスの提供」を目指し、同社初となるホテル業態レストランを展開。“more than just hotel”の意味を込めた「MORETHAN」を共通名としてダイニング、グリル、ティー・スタンド、ベーカリー、ラウンジ、バンケットの6つの機能を用意し、宿泊者だけでなく地域の住民や働く人たちも朝から晩まで日常使いでできるようにした。グリルでは、明治大学と(株)フードイズムが共同開発したエイジングシートを使用して製造した発酵熟成肉を提供する。

客室はグリーンをアクセント

に、シンプルにまとめた。全408室の内訳はツイン258室、ダブル109室、トリプル33室、デラックス6室、スイート1室。3階のスイートは130m<sup>2</sup>の客室と同じ広さのテラスを設け、公園の眺望を存分に取り込んだ。

ニューシティホテルの頃は修学旅行など学生の団体客が多く、直近3年間の平均稼働率は90%と高かった。リブランド後はADRをいかに上げていけるかが課題。国内外のオンライン・トラベル・エージェンツ(OTA)を積極活用して新たな顧客を獲得し、ADRを従前の1.5倍となる1万4000円~1万5000円まで上げていく。予約段階ではインバウンド客からの問い合わせが多く、インバウンド比率は7~8割まで高まる可能性もある。

いちごは今後も、全国の主要都市で「THE KNOT」を継続的に展開する方針。既存物件の改修・リブランドのみならず、新築による開発も行う。現在、札幌と広島で開発中で、2020年のオープンを見込む。



2階では窓外に緑を感じながらグリルを味わえる