

客室コンセプト「ウェルビーイング」

ホテルはこれから、どんな「新しい価値」を創造できるかがキーワード。そのキーワードの1つとして世界的に注目されているのが「ウェルビーイング」です。

この部屋のテーマは「エナジーチャージ」。

オフィスワーカーがエナジーチャージ出来る
アクティブで都会的な空間をイメージし、
仕事をしながらワークアウトも出来るスペースを体感いただけます。

Before



カリモク(KNS) / テーブル

(製品名: CASTOR DINING 75 PUREOAK
/ 型番: D343EFME / サイズ: W750×D750×H740)

CASTOR TABLEは、国産ナラ材を活用したシンプルな構造体のテーブルです。脚部を見て分かるように、KNSブランドでは材料を貼り合わせ加工する手間を今まで有効的に使われてこなかった小径の木材を積極的に使い込んでいます。

カリモク(KNS) / アームチェア

(製品名: CASTOR ARM CHAIR PUREOAK
/ 型番: C343OAME / サイズ: W554×D540×H804/SH470)

CASTOR ARMCHAIR PLUSは、高度な加工設備と職人の手による仕上げを融合させる、カリモク独自の技が最大限に活かされたモデルです。背もたれからアームにレストへとつながる美しいディテールに注目ください。

After



カリモク(KNS) / ソファ

(製品名: ELEPHANT SOFA CHAISelongue L BLACK VIDER:NAVY
/ 型番: U342ZAM780 / サイズ: W1500×D850×H660/SH390)

ELEPHANT SOFAは、シンプルさとエレガントさを兼ね備えています。落ち着いた色のある優しいフォルムは、時代を超えて快適さと居心地の良さをもたらす緩やかなカーブを描くアームレストによって様々な姿勢で寛ぐことができます。

カリモク(KNS) / サイドテーブル

(製品名: ELEPHANT SIDETABLE BLACK OAK
/ 型番: T342CCZB / サイズ: W420×D420×H530)

ELEPHANT SIDE TABLEは、脚の支柱を天板とベースの円の中心からずらした位置に配置することでソファ座面の上まで天板を引き寄せて使用することが可能で、座った状態からでもテーブルに手軽に手が届きます。

<この部屋の香り>

「baobabコレクション」トートム フェザーズトゥアレグ 2L……紅茶とフレッシュミントのノート

YELLOWKORNER / アートフォト

(作品名: ZENTRALBALKON / 作家名: JENS VOM DORP)

毎日の生活にもっと気軽にアートフォトを取り入れてほしいという思いから、フランス・パリで誕生したアートフォト専門店。200名以上の作家の写真を7サイズ、9カテゴリーで展開。豊富な作品であらゆる空間をたのしく豊かにするご提案をしています。

Louis Poulsen / フロアランプ

(製品名: AJ フロア ライトグレー)

建築家アーネ・ヤコブセンが、1957年にコペンハーゲンのSASロイヤルホテル(現ラディソンコレクション)のためにデザインし、ホテルのコンセプトの一部として誕生したAJランプ。シンプルでシャープなフォルムが様々なインテリアに調和し、空間を美しく演出します。全14色で展開。

SONY / テレビ

(製品名: ソニー4Kブラビア
/ リビング用型番: KJ-75X8000H [75インチ]
/ 寝室用型番: KJ-49X8001H [49インチ])

客室に設置したソニー4Kブラビアではインターネット動画の鑑賞やスマートフォン、タブレットからのキャストなどの機能に加え、多言語に対応した客室インフォメーションを組み合わせることで、ゲストからの問合せ対応や朝食会場や温泉施設、コインランドリーの混雑状況といった場面での業務の効率化をサポートする。また、Amazon Echo Showから音声でソニー4Kブラビアを操作。電源起動やチャンネル切替、音量調整に加え、インターネット動画を起動します。

※インターネット動画については、お客様のID/PASS、視聴履歴の自動削除に対応。

カリモク(KNS) / スツール

(製品名: ELEPHANT POUF LOUNGE
BLACK VIDER3:NAVY
/ 型番: X3426AM780
/ サイズ: W430×D430×H390)

ELEPHANT SOFA POUFは、シンプルさを追求したデザインです。コンパクトサイズなので、場所を選ばず使用いただけます。

カリモク(KNS) / テレビボード

(製品名: PROP TV_BOARD 200 BLACK
/ 型番: Q343PEM000
/ サイズ: W1940×D420×H470)

PROP TV-BOARDは、国産ナラ材を活かしたミニマルなボードです。華やかな装飾はなく引き戸で構成されているシンプルな見た目は異なり、AV機器収納や配線の工夫、耐震対応など機能が充実されています。

Before



After



Louis Poulsen / テーブルランプ

(製品名: AJテーブルミニ ダークグレー)

建築家アーネ・ヤコブセンが、1957年にコペンハーゲンのSASロイヤルホテル(現ラディソンコレクション)のためにデザインしたAJランプ。今年、SASロイヤルホテル開業60周年記念とヤコブセンの功績を称えて、AJテーブルミニが復刻リリースされました。AJテーブルミニは、ベッドサイドやテーブルランプとして、くつろいだ雰囲気をつくりだす小ぶりなランプです。全14色で展開。

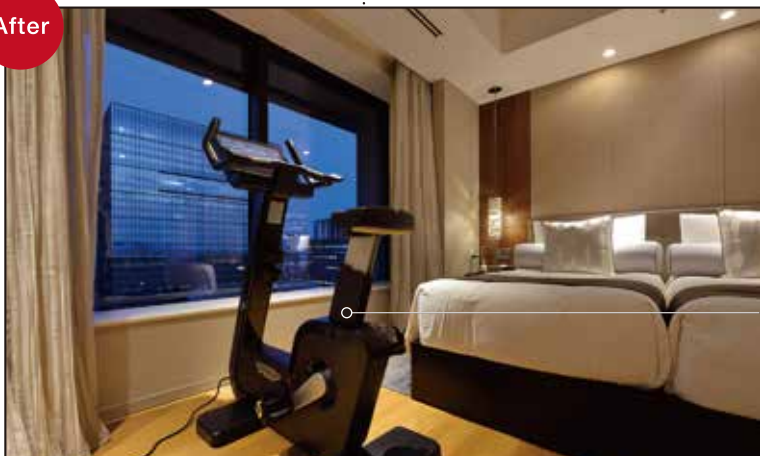
ハーマンミラー / ワークチェア

(製品名: Taper Chair / テーパーチェア)

デザイナー: マーク・ゲッツ

従来の革張りのエグゼクティブチェアでは、機能性重視のタスクチェアと同等の健康への効果を得ることはできませんでした。しかし、重役も一日の大半を座って過ごします。テーパーは、質感、機能ともに、高級車の座席と変らないエグゼクティブチェアです。

After



テクノジム / フィットネスマシン

(製品名: アルティスパイク)

テクノジム製品の最高峰ラインであるアルティス。流れるようなラインとフレームレスな機能美はデザイン特許により保護されています。また人間工学に基づいた設計が、最適なトレーニング効果をひきだします。

カルテック / 空気清浄機

(製品名: TURNED K / 型番: KL-W01)

吸着フィルターを搭載しない、光触媒のみで除菌・脱臭が可能な「除菌・脱臭デバイス」は業界初優れた光触媒材料の開発力とその反応率を限界まで向上させる製品開発力により、これまでにない圧倒的なパフォーマンスでお部屋の除菌・脱臭を実現します。



ハンスグローエ / シャワーヘッド

(製品名: レインフィニティ
ハンドシャワー 130 3ジェット)

ハンスグローエ社が独自開発した新シャワーモード"パウダーレイン"。絹のように繊細でありながら、パワフルなシャワーに。静かな水音と、まるで水の滝に包まれたような今までにない体験をお楽しみいただけます。

SONY / スピーカー

(製品名: グラスサウンドスピーカー)

客室のインテリアに調和する美しいデザインの「グラスサウンドスピーカー」。透明な有機ガラス管を震わせてリアルなサウンドが部屋全体を満たします。音楽とともに優しい光が灯ることで、リラックスタイムを演出します。

※ワイヤレスでのハイレゾ音質に対応。

SONY / アイボ

(製品名: aibo)

「aibo(アイボ)」をホテルの「おもてなし犬」として客室やロビーに配置することで、ホテル空間に付加価値をもたらします。客室に入った瞬間に「aibo」が寄ってくることで、お客さまは自然と笑顔になれます。

空間プロデューサー: イエローコーナージャパン

<協賛企業>

カリモク / SONY / テクノジム ジャパン / ハーマンミラージャパン / ルイスボールセン ジャパン
ハンスグローエ ジャパン / カルテック / 中川政七商店 / ソレキア / プレイライフ

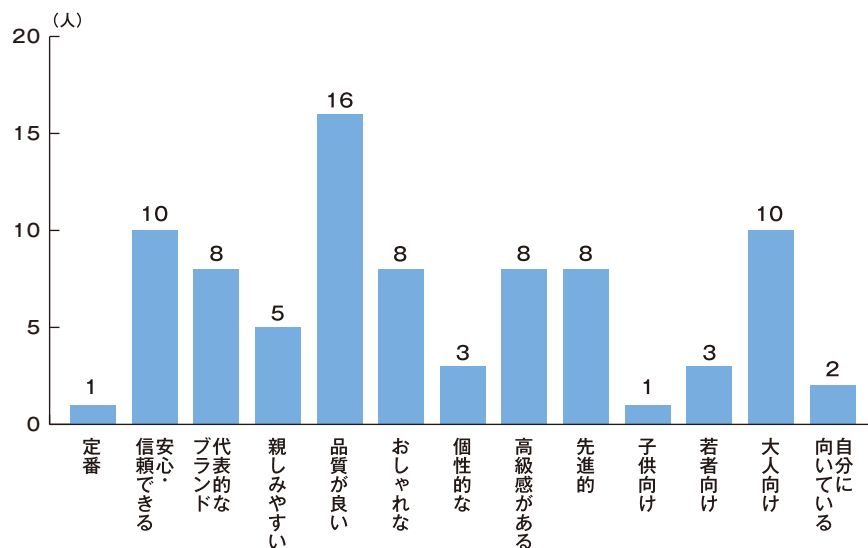
アンケート結果

＜アスコット丸の内東京＞

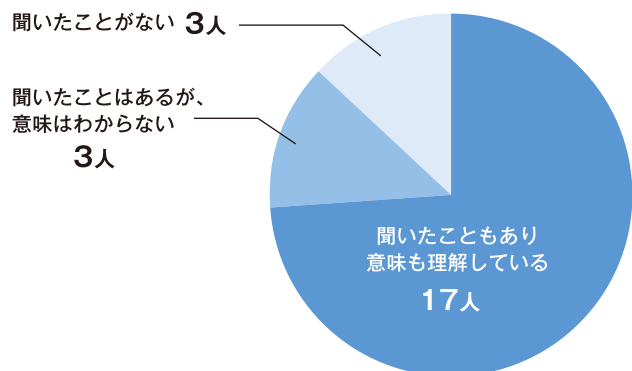
※アンケート結果を一部ハイライトとして紹介します。



Q. 今回の宿泊を体験してのイメージで当てはまるもの全てにチェックを付けてください。



Q. ウェルビーイングという言葉を知っていますか？



Q. 今回宿泊した客室内での過ごし方を考えて、自社の運営するホテル客室の課題などがありましたらお聞かせください。

●弊社のホテルは古くからのホテルが多いため、最新設備アイテムもなく客室はテレビを見て寝るだけ、のような機能性の乏しい客室が多い中客室内でいろいろな設備アイテムがあり連泊したくなるような客室はとても魅力を感じました。

●サービスアパートメントは通常のホテルよりも長めに滞在する客室でもあり、今後、仕事を行う時間も増えると思う。ウェブ会議は個人のPCでデータを共有しながら行うので特に客室専用のPC、カメラは設けなくてもよいかと思いますが、もう少しくつろぎ間のある家具を入れてほしい。特にソファー。また、感染予防のためにマスクを皆さん使われていますが、数分しか使用していないようなマスクを置くスペースなどを考慮したほうが良いかと思った。

また、自室で調理を行う方もいると思う。特に大手町のような場所では、どこで食材を入手するか？どのように提供するか？ミールキットのようなものをホテルで用意するか？？完全な家ではないが、そのようなことも考慮したほうが良いかと思いました。エアロバイクを客室において健康面も考慮するという考えも面白いですが、ベッドルームのベッド前に設置するのは無理やり感がある。窓側に置くのもどうかと思います。もう少しスマートな方法もあっていいかと思います。特に今回アスコットのウェブサイトがわかりづらいと思いました。もう少し、ゲスト目線でサイトを作ってください。

●長期滞在の提案の限界

●当該ホテルはレジデンスなので、コロナ禍においては居住性も高く、長期滞在型でオフィスとしても利用ができて便利だが、おそらく価格帯が高額なため、利用者は可なり限定される。ホテルが乱立する中で差別化要素としては優位性がある。ホテルに滞在する際に客室内の湿度調整が重要。

●ウェルビーイングの観点から2点、

①様々な先進的な器機類を敷設しているが、すべてにおいて説明書が必要な環境を作るべきでない。顧客セグメントが非常に狭い領域となり、限定的な使い勝手となりやすい。日常的な機器以外にアクセントで最先端の機器を1点ないし2点がベターと考える。

②要素は盛沢山であるが、結果として空間のコンセプトは何なのかがボケてしまう。つまり、客室空間のコーディネートが中途半端な環境を作り出しやすい。実際、入り口からの雰囲気、リビング機能、寝室機能でバラバラな空間が並んでいるに過ぎない。これはデザインではない。

●やはり顧客の来館目的が重要であることを再認識した。「客室で過ごす時間が旅のなかでどの程度を占めるか」を

・館全体の方向性として決めて客室設定に反映させるか
 ・顧客ごとに客室をアレンジするか
 後者を理想として、どこまでバランスよく対応できるかがコロナ後のホテル業として問われると思う。

●部屋の大小に拘わらず、リラックスして落ち着く空間に貢献するアイテム。

●従来よりテレビはあるものの、ただのテレビを不要としているユーザーも多い。テレビの使い方がユーザーのモニターディスプレイとしての用途に変化してきている。この部屋のように、テレビ会議システムや、インターネットオンデマンドサービスへのアクセス、自身のデバイスのミラーリングなどによって、より使い方を現在のニーズに合わせることができる。

●①この部屋に入った時の香りがよかった。香りは好みがあるもののこのさわやか系(ユーカリ?)ならば夏のビジネスマンにも心地よい。(アスコットシグネチャーセントではないのでどこから香りが出ているのでしょうか?) ②このくらい大きなモニターとカメラがあればテレミーティングがしやすい。③ジムに行かなくても部屋にバイクがあったので快適(イタリアを走ってみた) ④シャワーヘッドは心地よかった ⑤ソニーのグラスサウンドスピーカーは当社はエステルームで使用(部屋ではBOSE)。音源が良ければとても良い音(低域の量感はBOSEのほうがあるが) ⑥AIBOやアレクサはやはり使い勝手がまいち ⑦ターンドケイの威力なのか空気に清涼感があった ⑧TV内の案内機能(ランドリーの使用状況までわかる)が充実していてよかった このホテルの案内ではなく架空? アスコットホテルは初めてのホテルでしたが快適でした。キッチンがついておりサービスアパートメント機能が充実していてビジネス街での長期滞在が可能。貴重な機会をいただきありがとうございます。

●長期滞在するにはとても過ごしやすい空間だと思いました。日本的なデザイン、特に天井や食器などにも好感が持ちマーケティングが国外に向いているのだと感じました。

●自社のホテル客室は、単に寝泊まりする場所の性格が強く、客室内で有意義な時間を過ごすためのコンテンツが少ない点。

●担当している開発案件は、外資のラグジュアリーホテルが多いですが、ワークスペースは考慮されていないことが、今後の課題だと思いました。

●ウェルビーイングに適した客室にしたいが、費用的な面で中々思い切った投資が出来ない。また、フィットネスマシンはスペースの関係で、一部の客室にのみしか対応できない。

●滞在するターゲットを限定したコンセプト的な客室の大切さを再確認しました。過ごしやすかったです。

●自社の運営するホテルでは、客室内での過ごし方にレパトリーがないと感じました。リゾートホテルではリラックスすることに重きを置きすぎていて客室で仕事しにくいし、シティホテルでは機能的であるがゆえに客室でリラックスできないといった、ホテルがライフスタイルを押し付けている感じがしました。

●オフィスワーカーがエネルギーチャージできる、ということを考えて際、テーブル、アームチェアはシンプルで最低限のものでよいとして、個人的にはソファの形状が違うような気がします。(様々な姿勢でくつろぐことを想定していると思うのですが、最終手に一番くつろぐ場所で背もたれが低い場合、目的にふさわしくないような気がします。) すべてのドアがソフトクローズになっていることはとても良いです。(開める際に気を使わなくても、大きな音がならない。)

●ホテルの客室は広さ、高さ、デザイン、FFEやOSEでしか差別化が難しいが、それらの多くは時間経過とともにすぐに陳腐化してしまう。息の長い、「売れる客室」とは何か?

●アフターコロナのワークプレイスについてのアイデア

●客室TV(またはゲストのモバイル)からレストランなどのリアルタイムの混雑状況を確認できることは必要 狭いルームタイプ内での客室内の過ごし方。(今回は客室が広いので室内にずっとこもることは全く苦でないが、狭いスペースでも苦にならない過ごし方の提案) 客室内でのWell Beingの提供

●我々のホテルは開業したばかりであり、客室などの居住空間が狭い。今後の開発の際には参考になった。

●仕事の関係で滞在時間が短かったため、連泊が望ましいと思った。いくつかの個性を持ったアイテムで、随分宿泊者のイメージが変わることに気づかされた。築年数が17年と全体的に古くなってきており、老朽感が否めない。

●お水はご用意いただき良かったです。長期滞在するならすぐ便利なお部屋ですね。居心地もよく、ロケーションも良いので、海外から顧客が来日した際には勧めたいとおもいます。

●客室内TVを使用したNETFLIXやYouTubeの視聴が容易で使いやすかった。弊社ではホテルごとにTVのスペックもまちまちで接続できないホテルや客室もまだ多い

Q. 今回の宿泊で得られた気づきなどありましたらお聞かせください。

●客室内のアイテム選定をするにあたっての利用客ターゲットの想定、絞り込みがされているとすべてにおいて統一感のある客室になる、と感じました。

●キッチンエリアの充足が改めて価値につながると感じた

●長期滞在のための対応の参考になる。テレビの画面が大きすぎるので、ソファに座ると圧迫感があります。

●空間クリエイティブ側の意図として、やりたいこと取り入れたいことを頑張っただけではいけないことの再認識が出来た。機能・デザイン・商品選定と内装空間・FFE/OSEのアンバランスがどのようにして生じるかが理解できた。

●ありがたいことに広めの客室だったため、AIBO、エアロバイクは客室内での有効な時間の使い方のひとつになりえるが、エコノミーサイズの客室ではできることも限られるため、館内すべてをトータルでアクティビティとして提案できるような考え方が必要と感じた。

●部屋に入って感じるアロマの香りの基となるデスク上の花瓶とリードディフューザーが一つのオブジェとなっていること&テーブルに置いてある観葉植物。

●都心のビジネス立地の場合は特に、テレビ会議システムなどの使い勝手向上は図られるべき。自身のPCをつなげて使うことはもちろん、それがなくてもモニター側でブラウザ等からアクセスや、スマートフォン等からの拡張として利用できるとより良い。ミラーリングについて、デスク上の43インチのみができて、リビングに置かれている75インチへのミラーリングができなかったのは残念。仕様なのか、なにかのトラブルなのかは不明だが、直接HDMI端子など物理的につなげられる箇所も残しておくのがベター（壁に固定なので背面端子にアクセスできない）。同じメーカーのテレビが2台あることで、リモコンで片方の操作をした際にもう片方も動いてしまうのが煩わしい。

別件だが、aiiboなどの愛玩ロボットがあることは子連れのファミリー層へは訴求力があり、インバウンドにも日本の技術を見せる機会になる。しかし、実施使用して気づいたことは、センサリング用とはいえロボットにカメラがついていることは、客室使用上気になる人はいるように思う。（自分にカメラが向いているのは気になる）

●部屋に入った時の空気感（第一印象）の重要性を感じました。

●価格のわりに高級感ももてて（例えば廊下やロビーのゆとりあるスペースなど。）エグゼクティブビジネストリップによい。

●「〇〇のソファ」、「□□のデスクチェア」など、FFEやアメニティなどの解説があるだけでも自然とそれらのアイテムに興味を湧きました。大型の投資をしなくても、既存施設の見せ方を少し工夫するだけで、多少は充実した滞在に近づけるのかと感じました。

- フィットネス機器の客室への設置は有効だと思いました。
 - ・移動可能なタスクライトも効果的
 - ・リモート会議用のモニタが便利

●色々な機器によりウェルビーイングを感じることも良いですが、やはりゆったりとした空間を確保できていることがポイントだと感じました。今回手配していただいたお部屋はとても広く、大型のソファやフィットネスマシンが設置されていても窮屈さを感じないことが良かったです。狭いお部屋にあれこれ詰め込むのはウェルビーイングには逆効果かもしれません。また、客室内に異なる居場所（ソファに座ったり、デスクで仕事したり、フィットネスしたり、ベッドで寝転がってTVを観たり、ダイニングテーブルで食事したり、バスタブにつかったり。。）があるのがとても良いと感じました。これもやはりある程度広いお部屋でないと実現できないことかと思えます。

●今回宿泊した客室では、リラックスすることもできるし、仕事することもできるし、生活することもでき、お客様のライフスタイルに合わせて、使い方が自由自在な感じがしました。さらに、長期滞在向け客室なので、お客様が自分好みに客室をカスタマイズできる機能を備えており、よりお客様のライフスタイルを実現しやすくなっていることに感心しました。

●気づいたこととして、ホテルというのは「滞在する時間の価値をどのように享受できた、と理解させる」という点にあると思った。客室の中にバイクがあれば、好きな時に運動できるが、その「動機付け」まで用意しておいてあげる、さらにはその行動によって「価値をもらった」と時間させるところまで一連の流れをプログラムのように作ることができないだろうか。

●一人がけのもっとゆったりとした背もたれのあるカウチソファのほうが“仕事をして、ワークアウトをした”後にゆったりとした時間をソファで過ごすのではと思いました。

●仕事とプライベートが共存する空間構成の在り方について非常に参考になった。

●【TV】大型TV画面を、従来のリモコン操作ではなく、スマホの使い勝手に自由に使えるようになるといい。従来型のリモコン操作はわかりにくいし、反応も鈍い。【GYM】コロナ禍の影響で、フィットネスジムやヨガクラスへ行く代わりに、自宅でYOUTUBEなど見ながらトレーニングすることがRoutineになってきている人も多いと思うので、ホテルの客室でも当たり前を提供できることが必要

●個性のある、品質の良いアイテムを上手に配置することで、従来のイメージから脱却できることを改めて思った。