



エグゼクティブスイートは一泊9万円前後。too muchではないというだけで十数万の部屋に比べるのも無粋な感じ。ベッドのヘッドボードには着物の古布をあしらひ、アメニティも充分



同じくエグゼクティブスイートの木製バスタブ。広さ(大きさ?)を敢えて書けば大人3人が入れる位の大きさ。特徴はもの凄く早さでお湯がたまること



「(同ホテルの成り立ち)は」ひとつのビジネスモデルになったと思います」と横山総支配人

ベッドルームと和室からなるリーゼンシー エグゼクティブスイート(全3室)。庭に面した窓は超大型で、ほとんど足下から天井まで。この掘り込み型の庭を望むために、スイートとしては珍しく1Fにある

# 食べ放題90分より、一服の茶を。



取材・文/竹中 聡(本誌)  
撮 影/瀧本加奈子

最初の一步は1年と少し前。

およそ1年前、昨年の7月1日。某所にまつさらな事務所が開かれた。「さて、と。時間はない。やることは山積み。これから取りかかる仕事を思っつて事務所の主は、いつそゆっくり腰を下ろし、「一服つけようか」と、逆にそんな気になったのではなからうか。

それから半年と少し、七条通東大路の南西角に一棟のホテルができた。鳥の目を持ってこのホテルを俯瞰すると壮観だ。北向かいには京都国立博物館、東隣には智積院、南隣には養源院、そして西隣が蓮華王院、つまり三十三間堂。もの凄い立地である。緑だらけである。不謹慎を承知で例えるなら、前後左右に屈強の兵を従えた小柄な王のようだ。

ホテルの名を「HYATT REGENCY KYOTO」。全世界に200以上の系列ホテルを持ち、ブランド力で知られる世界有数のホテルチェーンである。

1mでもスペースがあれば売る。

さて、先の事務所の主が同ホテルの総支配人・横山健一郎さんである。通常、いちらからホテルを建てるとなれば、その準備には2年ほどかかるという。作業的にはリニューアルではあるのだが、人事は求人からのスタート、それを半年である。「(建てるという意味では)ゼロからはなかつたですし、契約がトントン拍子に進んだこと、デザインと建築が同時進行できたというのがあります」という好材料も確かにあつただろう。だが根本は「1mでもスペースがあれば売ろうと思う」という指針ではないか。時間も同じ、1秒でも売ろうである。いわゆる外資系のビジネスポリシーは、合理的でドラステックである。だからこそ伊

達や酔狂でもつての京都進出ではないと知れるのだ。「ビジネスポテンシャルもないのに無理に参入はしません」。ホテルが存続し、税金を納めて、初めて地域貢献は成るのだと。待つのもまた、旅の楽しみ。

では、京都のどこに価値と勝算を見いだしたのか。「京都に対する憧れはあつたんです。閑散期がなくなつてきたと言われますが、ハイシーズン、ローシーズンはまだまだありますし、地方都市の中では群を抜いた魅力があります」。加えて「海外からの利用を考えるときに、キャパシティをフルに使う可能性が見える」とも。実際、海外からの利用が実には多い。元来インフラが進んだ都市ではないし、市街に比べればアクセスも良い方とは言えないのだが、「全く問題ありません。欧州ではオンタイムに電車やバスが来るわけがないんですから(笑)。待つのもまた、旅の内。ここでまた同ホテルの性格が浮き彫りになる。

贅沢と低コスト。旅行業界は二極化している。後者をとれば、旅行にボリュームが求められるようになった。例えるなら、90分一本勝負の食べ放題のようなものだ。時間の許す限りアレもコレも食う。まあ、そんな旅行があつても良い。だが同ホテルが目指すのは、心を落ち着けて喫する、一服の茶のようなものではないか。

合理的はドライと同義ではない。

インターナショナル・ホテルチェーンの中では、デザインやコンセプトが統一規格ではないのが同社の特徴だ。「1mでもスペースがあれば売ろうと思う」人が、「京都では庭は維持する」と言う。その意味は、エグゼクティブスイートを見ると解



東山とホテルの通路をつなぐ短い廊下を巨大な鉢植えを飾っている。館内は全て同社の各ホテルや無印良品の内装などで知られ、杉本貴志氏が率いる「Super Potato」の監修

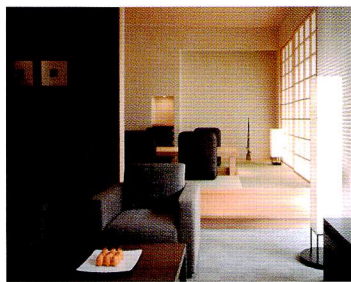
庭を越えて外観を望む。総支配人の提言で実現した一葉。美術館的な趣すら漂う外観と、豊かな緑が印象的である。名刹に囲まれた物件であるから、結構や庭の素性も古く、学術調査を依頼中

こちらは「東山」の寿司カウンター。和の伝統柄をモチーフにしたパターンを組み合わせたパーテーションを組み合わせ、京都の小路に迷い込んだような印象をつくり上げている

炭火焼き・割烹・寿司・バーからなるメインダイニング「東山(Touzan)」。開放感溢れる気持ちのよい空間でシンプルに美味しさを追求した日本料理を楽しめる。こも意外に庭がある。それも石庭

## 旅館がライバル、な世界基準。

る。広さもしつらえも、メディアで紹介されているスイートに比べるとおよそ質素だ。できるだけ身につけているものをそぎ落として行く。残るものは何か？それは「本当に自分に必要なもの」である。虚飾や過飾を嫌い、間尺にあった部屋を最高ランクとして用意する。「豪華なフラワールアレンジメントではなく、一輪挿しを愛でる感じ」。吉宗公ではないが、質素儉約をもって美德とする。その理がひしひしと感じられるのだ。それこそ、今まで多くの茶人や粋人が求道してきたものではないか。



大きなコミュニケーションとは何か？

「東京では1000m先の熊野神社に行くことはなかったけど、京都ではご近所(の寺院)を回るが多くなった。かど掃きにしても、私の世代では子供の頃に当たり前だったもの。今はそれが忘れられてるだけで、もっと若い世代であれば慣れないものになっている。『隣のオヤジに殴られた』『みたいなのがね(笑)』。何が必要かは理解している。確かに「まずビジネスありき」ではある。それは明日食べるものに窮しては、茶の湯を楽しめないからなのだ。攻めか待ちかと言えば、ホテルと

いう仕事は後者だ。積極的に商おうと思っても、宿泊予約がなければどうしようもない。だが同じ待つなら目をつぶって待つのではなく、話をしながら待つ。受け入れるのではなく、発信する。そこに必要なのが、コミュニケーションなのだ。横山さんは言う。ありきたりなようだが、こう考えれば得心がいく。コミュニケーションによって人と人が関わる。人を「ホテル」と「街」と言い換えても図式は同じ。街と関われれば、街から得るものがある。それは京都を知ることでもある。その知識は発信すれば武器になり、また集客ができるのだ。スケールは大きい、これもコミュニケーションである。

京都には長期滞在型の、いわゆるリゾート型ホテルが実は少ない。近い存在を挙げるならば、旅館となるうか。京都に暮らす方ならば、正直、当地でホテルや旅館に宿泊するというケースはあまりないだろう。だが同ホテルは、旅行するにせよ、旅行されるにせよ、日本という国の旅行に対する成熟度を問うているようでもある。

日が暮れる頃、三十三間堂あたりで竹林越しに仄かにもる灯りが見えたなら、ここにはそんな旅行の楽しみ方があるんだと、そう思っただけだ。



Hyatt Regency Kyoto

京都市東山区三十三間堂廻り644番地2 ☎075-541-1234 (代表)