

BASE LAYER HOTELのリブランド事例

【三井デザインテック】

国内各地で、既存ホテル・旅館のブランド変更（リブランド）が相次いで行われている。既存施設のレイアウトやインテリア、機能を生かしながら、新たなブランドのコンセプトに合わせて空間を再構築するには、デザインの力が欠かせない。

三井デザインテック（東京都中央区）では、リブランドに伴う大規模改修やリノベーションを数多く手掛けている。今回はその事例の一つとして、霞ヶ関キャピタルグループの fav hospitality group（東京都千代田区）と GREENING（東京都渋谷区）が立ち上げた `カルチャービジネスホテル、ブランドの「BASE LAYER HOTEL」のデザイン実績を紹介する。

遊び心を取り入れつつ快適性と機能性にも配慮

BASE LAYER HOTELは、昨年、 fav hospitality groupとGREENINGが共同で立ち上げたホテルブランド。「カルチャービジネスホテル」という新たなカテゴリを掲げ、「街を遊ぶ、ビジネスホテルの新しいカタチ」をコンセプトに展開。ビジネスパーソンが仕事のパフォーマンスを高めるだけでなく、滞在する街の文化や魅力に触れ、そこから新たな刺激やインスピレーションを得られる滞在体験を提供する。



▲ウェルネスの要素も (BASE LAYER HOTEL FUKUOKAサウナツインルーム)
©Masato Kawano (Nacasa & Partners Inc.)

な旅行者が街の魅力を楽しみながら、新鮮なホテル体験を得られるブランドを目指す。

ブランド名の「BASE LAYER」は、アウトドアにおける基礎機能ウェアに由来する。快適な滞在と街歩きを支える基本的な機能を備えるとともに、地域とのつながりや上質な滞在を感じられるコンテンツを提供。年齢や性別・国籍を問わず、様々な

ブランド名の「BASE LAYER」は、アウトドアにおける基礎機能ウェアに由来する。快適な滞在と街歩きを支える基本的な機能を備えるとともに、地域とのつながりや上質な滞在を感じられるコンテンツを提供。年齢や性別・国籍を問わず、様々な

ブランド名の「BASE LAYER」は、アウトドアにおける基礎機能ウェアに由来する。快適な滞在と街歩きを支える基本的な機能を備えるとともに、地域とのつながりや上質な滞在を感じられるコンテンツを提供。年齢や性別・国籍を問わず、様々な

ブランド名の「BASE LAYER」は、アウトドアにおける基礎機能ウェアに由来する。快適な滞在と街歩きを支える基本的な機能を備えるとともに、地域とのつながりや上質な滞在を感じられるコンテンツを提供。年齢や性別・国籍を問わず、様々な



▲BASE LAYER HOTEL NAGOYA NISHIKIの客室。壁面の有孔ボードは持ち物の収納や空間装飾にも対応
©Masato Kawano (Nacasa & Partners Inc.)

を楽しむ客室、ロウリュ付きサウナを併設したスイートタイプの客室など、バラエティに富んだ客室タイプを設ける。全ての客室にはFRUIT OF THE LOOMのパジャマやタオル、cadoの空気清浄機などを採用したほか、QRコードや暗証番号で解錠できるスマートロックを導入し、シームレスな滞在を実現する。

館内には貸切サウナやランドリ、ロッカールームなど、長期滞在需要に応える設備を用意する。1階には「MAISON WINE」が店出し、自家製の料理やドリンク、アルコールを提供する。また、街の魅力を発信するWEBメディア「YOUR CITY IS GOOD?」と連携し、音楽やアートなどのイベントも展開する。

今年4月、名古屋に続くブランド2号店として開業したが、BASE LAYER HOTEL FUKUOKA（福岡市中央区）だ。福岡

カラー・マテリアル・ライティングでブランディング



三井デザインテック デザインディレクター 岩畑奈生子氏

スな印象を持たせるため金物やメッシュ素材を採用し、都市とカルチャー感をライティングで演出しています。名古屋の客室はローカルブラン ドカラーのグリーンを使い、ミニマムでシンプルなデザインの中に機能を詰め込んでいます。また、ミニマムさを逆手に取り、シャワーブースを空間のアクセントとし、壁面はカスタマイズできる遊び心を取り入れたりしています。

岩畑 既設のハードを活かしつつ、インテリア・設備をアップデートする手法を随所に取り入れています。最初に調査と検討を行い、できることできないことをそれぞれ精査し、できることをお客様と対話を重ね詳細を詰めていきました。

例えば、福岡の1階共用部には厨房やサウナのチャイルド設備などを新設しており、デザインとともに、いわゆるバックヤードの計画も重要ポイントとして進めました。また、客室は広さ11㎡から12㎡のタイプが最も多かったため、いかに快適性と機能性を両立できるかを最優先に考えました。ミニマムさを逆手に取りながら、BASE LAYER HOTELのブランドイメージをしっかりと取り入れ、同ブランドらしい客室となるようデザインしています。

福岡は、博多の賑やかさを表現する意図でオレンジをローカルデザインカラーとし、オレンジと相性の良いネイビーの2色をキーカラーとしました。また、マテリアルは、街とシームレスな滞在を実現する。館内には貸切サウナやランドリ、ロッカールームなど、長期滞在需要に応える設備を用意する。1階には「MAISON WINE」が店出し、自家製の料理やドリンク、アルコールを提供する。また、街の魅力を発信するWEBメディア「YOUR CITY IS GOOD?」と連携し、音楽やアートなどのイベントも展開する。

今年4月、名古屋に続くブランド2号店として開業したが、BASE LAYER HOTEL FUKUOKA（福岡市中央区）だ。福岡

快適な滞在と街遊びを融合



霞ヶ関キャピタル Hospitality and Culture Division Rethink & Opportunity Senior Vice President 細見優花氏

アウト後の17時まで朝食を利用でき、さらに、ホテル周辺の飲食店やショップなどを独自の視点で紹介するなど、従来の宿泊主体ホテルの枠組みにとらわれな いサービスを提供します。既存ホテルのリブランドでは、建物ごとに客室や設備、立地などの条件が異なります。建物のもとの特徴を活かしながら、BASE LAYER HOTELの思想や体験を共通させることで、ブランドとしての一貫性をつくっています。

ロビーエリア。グレーとメタル調をメインに、ローカルカラーのオレンジとブラケット照明や間接照明のライティングをアクセントに取り入れた。スピーカーも設置してサウンドとともに楽しめる空間となっている

・渡辺通り沿い、天神と博多の中間に位置し、ビジネスと観光の双方に便利な立地環境にある。客室数は126室、全7タイプで、ダブルルームやツインルームのほか、家族・グループでの滞在に対応するファミリールームやフォースルーム、専用サウナを設けたサウナツインも用意し、滞在中、街遊びとウェルネスを自由に楽しめる。

アメニティには、植物由来の香りが心を整えるスキンケアランド「athletia（アスレティア）」を採用したほか、cadoの空気清浄機、大型液晶テレビ、3Dサラウンドシステム「OPSO DIS1（オプソディスワン）」を設置した。1階には24時間利用可能な無人コンビニ「BL*MARKT」を設け、地域住民と旅行者をつなぐカルチャーストアとして運営する。



BASE LAYER HOTEL FUKUOKAの1階ロビーエリア。グレーとメタル調をメインに、ローカルカラーのオレンジとブラケット照明や間接照明のライティングをアクセントに取り入れた。スピーカーも設置してサウンドとともに楽しめる空間となっている

今年4月、名古屋に続くブランド2号店として開業したが、BASE LAYER HOTEL FUKUOKA（福岡市中央区）だ。福岡

（お問合せ）
三井デザインテック MITSUI DESIGNTEC
三井デザインテック株式会社
〒104-0061 東京都中央区銀座 6-17-1
銀座 6丁目 -SQUARE
TEL 03-6366-3131