

コネクティングルーム活用で、
グループ宿泊に適した仕様に。
平均稼働率は90%超を達成

観光客向け
宿泊特化型ホテル

ココに
注
!!

VOL.109

ザイマックスグループ

 karaksa hotel

初弾の3物件はオフィスビル・商業施設からのコンバージョン。4件目以降はノウハウを生かした新築物件を供給している（写真は今年1月オープンした「からくさホテル札幌」）（写真提供：（株）からくさホテルズ）

ココに 注目!!

（株）ザイマックス（東京都港区、代表取締役・吉本健二氏）を中心企業とするザイマックスグループでは、子会社の（株）からくさホテルズ（東京都港区、代表取締役社長・佐藤亮祐氏）により2016年から観光客をメインターゲットとするホテル「からくさホテル」事業をスタートした。現在5件533室を稼働。2020年には10件1500室規模にまで拡大させる計画だ。

アジアからのミドル所得層のグループ観光客急増を見込んでCREコンサルティングや不動産マネジメント事業などを展開する（株）ザイマックスがホテル事業に着目したのは14年。当時、同社に所属していた佐藤亮祐氏（現・（株）からくさホテルズ代表取締役社長）が、識者から、日本では今後新関西国際空港（以下、「関空」）を通じてインバウンド観光客が急増するとの予測を聞いたことがきっかけだった。

『LCC（ロー・コスト・キャリア…格安航空会社）が数多く就航するようになり、アジアのミドル層・アッパー・ミドル層の観光客が大勢日本を訪れる

アジアからのミドル所得層のグループ観光客急増を見込んで

「ようになる」と聞いたのです』（佐藤氏）。

当時はLCCが日本に就航して間もない時期で、インバウンド観光客も現在ほど多くはなかった。しかし同社ではそうした動きを注視しながら、状況

が変化することを前提にホテル市場の分析やエリアマーケティング等を進めていった。すると、日本に存在するホ

テルは、フルサービスを提供するシティホテルか、単身宿泊用のビジネスホテルがほとんどで、トリップ以上の部屋もまれだった。つまり、LCCの利用者層であるミドル層のインバウンド観光客のニーズに合致するホテルはほとんど存在していない、ということが

そこで同社は、15年10月にからくさホテルズを設立。ターゲットをアジアのミドル所得層の観光客に設定、ファミリーやグループの宿泊に特化したホテルを供給・運営していく方針を決定した。

平屋の家電量販店を2層のホテルに

からくさホテルズでは、ホテル用地とホテルへのコンバージョンに適した既存物件の仕入れを進めていった。まず、大阪・心斎橋（大阪市中央区）および京都（京都市中京区）にある既存ビルを取得。コンバージョンにより、初弾としてコンバージョンホテル「からくさホテル大阪心斎橋Ⅰ」（69室）、



「ミドル層のインバウンド観光客のニーズに応えた」と話す、（株）からくさホテルズ代表取締役社長の佐藤亮祐氏（写真提供：（株）からくさホテルズ）

「からくさホテル京都Ⅰ」（36室）を16年3月にオープンした。

同社の名を大きく知らしめたのは、17年1月、3件目にオープンしたコンバージョンホテル「からくさスプリングホテル関西エアゲート」（大阪府泉州郡、139室）だ。

空港近くで用地を探したもの、当時まだホテル実績のなかつた同社には、土地の売却・賃貸に応じてくれるオーナーを見つけるのは困難だったと



新関西国際空港近くに立地していた家電量販店舗をコンバージョンした「からくさスプリングホテル関西エアゲート」（写真提供：株からくさホテルズ）

いう。その時に候補に挙がったのが、関空近くに立地する、もとは家電量販店だった物件。平屋のため客室数が確保できないという問題もあり、当初社内からは反対の意見が多くかった。しかし設計担当と検討を進めると、新たに構造体を設置して床を貼れば2階建てにでき、客室数も平屋だと90室のところ139室にまで増やせることが分かった。事業採算性がクリアできたことから同物件を取得、コンバージョンし、17年1月にオープンした。家電量販店だった建物を宿泊施設に用途変更したのはおそらく日本初の取り組みで、その珍しさから、マスコミにも多く取り上げられた。

一方、新規開発物件としては「からくさホテル大阪なんば」（大阪市中央区、112室）が17年11月に、「からくさホテル札幌」（札幌市中央区、177室）が18年1月に開業、現在5件・533室の規模まで拡大している。

コネクティング利用で 大人6人まで宿泊可能

建物は、シンプル＆スタイルで、

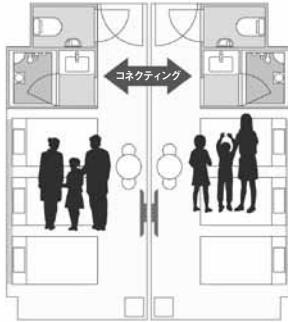
な和モダンなデザインを採用。客室は、 20m^2 以上のツインルームが基本だ。「インバウンド観光客の多くが、家族や親戚、友人同士などのグループで来日する。そのため、多様な人数に対応できるようにしています」（同氏）。ベッドを3台まで置ける面積を確保することで、ツイン1室に3人まで宿泊できるようにした。コネクティングルームを可能な限り多く確保しているのも特長。2室を1室のように使うことができ、最大大人6人まで宿泊できる。添い寝の子供を含めれば、より多

人数にも対応可能だ。

さらに、「コネクティングにするときりが2つになるため、洗面やトイレの混雑を緩和することができます。また、片方の部屋で子供を早い時間に寝かせ、もう片方の部屋で大人たちがお酒を楽しみながら語らうといった使い方もできます。宿泊客からは大変好評です」（同氏）。

朝食サービスについては、外国人が多いことから、豊富な種類のパン、シリアル、サラダ、温菜を中心にブッフェスタイルで無料提供（一部のホテル

ココに 注目!!



シングルルームはあえて用意せず、ツインルームを基本に構成。コネクティングルームができるだけ多く用意し、対応できる人数の幅を広げている（写真提供：株からくさホテルズ）

では有料提供）。ドリンクもマシンを設置してステップも含めフリードリンクとしている。なお、朝食提供時間以外としている。

は、そのスペースをコミュニティスペースとして開放、宿泊客同士の情報交換や語らいの場として活用してもらっている。

人材確保、宿泊客の獲得へ グループ力を結集

19年には東京に2件、新大阪に1件のからくさホテルを開業予定で、20年までに10件1500室運営の目標を掲げる。そうした中で同社にとっての最大の課題は、人材の確保だ。フロントスタッフや清掃、警備など、ホテル運営に不可欠な人手の確保が、ホテル業界全体で厳しい状況となっている。この課題に対し、ザイマックスではグループの強みを生かした取り組みを実践している。

オフィスビルや商業施設等の清掃を請け負う同社のグループ企業（株）マックスクリーンのスタッフが、からくさホテルの清掃業務も担当。グループで多くの種類の建物を管理しているため、朝はオフィスの清掃、その後ホテルに移動してホテルの清掃に従事してもらうことで、ホテルの人材不足を補うこ

とに加え、従業員にとつては連続した就労と収入アップを実現することもできる。さらには、働きやすい環境を作り出すことにより、人材マネジメントもスムーズにできているという。

フロントスタッフについても「外国人の採用を積極的に行なっています。グループ会社の（株）ザイマックスグローバルパートナーと連携して、海外での募集活動も実施。語学能力に対応した「ランゲージインセンティブ」制度も設けるなど、待遇改善にも努めています」（同氏）。

集客チャネルについても、取り組みを進める。現在はOTA（インターネット旅行代理店）での販売がメインだが、今後は利益率の向上に向け、顧客の直接獲得にも力を注ぐという。高得点の口コミの拡大を下支えに、グループ会社を通じて航空会社と連携したマイル提供や、海外でのメディア展開なども進めている。「こうしたグループによる取り組みができるのは、ザイマックスグループならでは。今後もグループ間の連携を進め、事業規模をさら