

デザインコンセプト

富士レークホテル西館全館改修プロジェクト

2022.4.5

1. 変革の時代背景

◆ ライフスタイルホテル化への必要性和意義

今までの温泉旅館ホテルのビジネスモデル（従来の一泊、ベルトコンベヤー式）のみならず、複数泊・滞在型・レジデンシャル型・リピート型・2拠点のベース・ビジネス研修・年間契約も加えた、宿泊形態のベストミックスを目指し、新たな顧客層を取り込み、年間需要の平準化を図る取り組みとなる。また、ホテルだけに閉じこめるのではなく、町全体を複数泊かけて味わってもらえるようなコンテンツや施設により、町にも利益が還元できるビジネスモデルを達成する。



様々な顧客のニーズ、ライフスタイルに対応できるホテルとして、
ライフスタイルホテルというコンセプトを提唱。

その時代的背景

- 補助金を契機にファイナンスが組める千載一遇の好機。だからこそその挑戦。
- 時代が変革期を迎える 10年かかる変化がコロナで起こった
- 好きな時に好きな場所で好きなように働くライフスタイルへと、特に知識レベルの高いクリエイティブ系の職種における変化が起きている
- 自然の中で心豊かに過ごす時間を、もっと身近に持ちたいという要求の高まり
- サステイナブル、SDGSが生活の根底であるべきとの認識の高まり
- 温泉でどんちゃん騒ぎの団体旅行の減少はコロナにより加速。モラハラ、パワハラ、サービスする人が泣く、倫理上の問題を抱えるビジネスモデルへの問題性があぶりだされた。

2. ライフスタイルホテルが目指すもの

◆ なぜライフスタイルホテルとして差別化できるのか

1. 河口湖で唯一湖畔に接し広大な土地を持つホテル。周辺所有地所も点在する。これらの利点を最大限に活用することで可能性を広げる。
2. 富士レークホテルのもつ豊かな自然資産、文化資産を組み込むアクティビティが可能で、それらをパッケージ化する。アクティビティ事例：サイクリング、ヨガ、プール、サウナ、ウォーキング、富士登山、水上スポーツ、伝統工芸体験(富士吉田織物等)、井出醸造とコラボ、円通寺とコラボが可能。
3. ホテル食の選択の広さ フレンチ、和食、パン屋。さらにバン屋を併設、すぐ近くにコンビニ。ミニキッチンを持つ部屋でちょっと食事をとれる。長期滞在においてもホテル食とのバラエティを楽しめる。
4. 部屋からの穏やかな自然景観は仕事環境に最適。
5. ホテルとしての経験と実績による豊かな人的資源によるサービスのバラエティがある。それらを総動員できる強みがある。
6. 早くからのバリアフリー化、今回ライフスタイルホテルとなる西館にも導入。



3. ライフスタイルホテルのターゲット

◆ 地元、首都圏からの「3世代家族リピーター」に加えて訴求できる新たなターゲット像



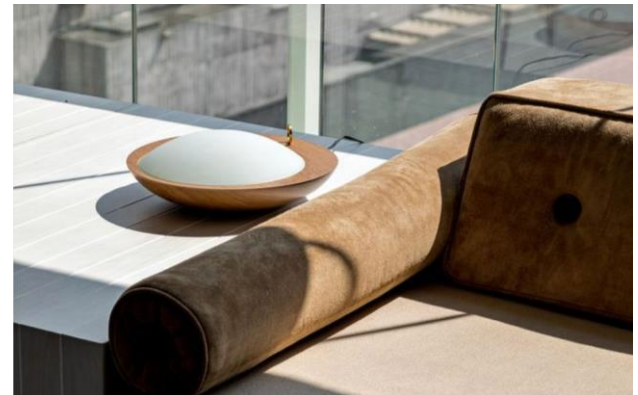
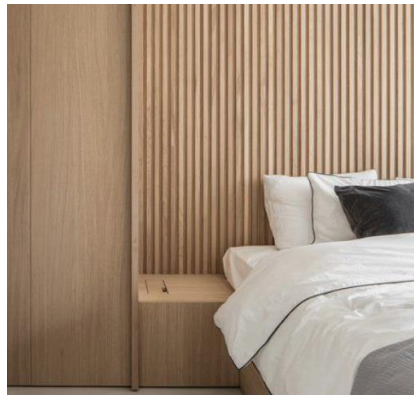
目指すべきデザインの方向性

様々な年齢層や趣味嗜好を持つ
人々が嫌味なく受け入れられる、
地域の自然や文化をきちんと
さりげなく取り入れた、
サステイナブルでコンテンポラ
リーな共感型のデザインを目指す

4. ベースとなるデザイン

◆ミレニアル・ジャポニズム

- ・ サステイナブルを旨とし、日本の色や自然素材をベースとする、全世界的に高感度の高い「和」の空気感を持ち、かつ若い世代の感性にも響く和洋折衷のこなれ感を兼ね備えた飽きのこないデザイン。
- ・ その上に地域の伝統や文化をアクセサリーやファブリックとして投影することで、地域やホテルが持つ文化を表現するデザインを達成できる。



※BABIDが2020年ミレニアル世代に向けて実施した嗜好調査において導き出したスタイル

5. デザインのインスピレーションの素となる富士、河口湖の豊かな自然・景観

◆ 自然から見出すエレメントー富士山×河口湖・溶岩・樹海



富士山(河口湖大橋)



富士レークホテル テラスから見た河口湖の景観



船津胎内樹形 富士山世界遺産構成資産/構成要素



青木ヶ原樹海溶岩 大地の上に育った森 (富岳風穴と鳴沢水穴)

6. デザインの素となる文化・歴史―「富士講」

◆ 富士講紋：トライアングル小紋

富士山信仰から派生した「富士講紋」といわれる無数のロゴマークが今も関東地方のあちらこちらにみられる。庶民の富士山への深い思いが歴史に残った一つの形と言える。



丸嘉講
(東京・品川富士)



山清講
(東京・居木神社)

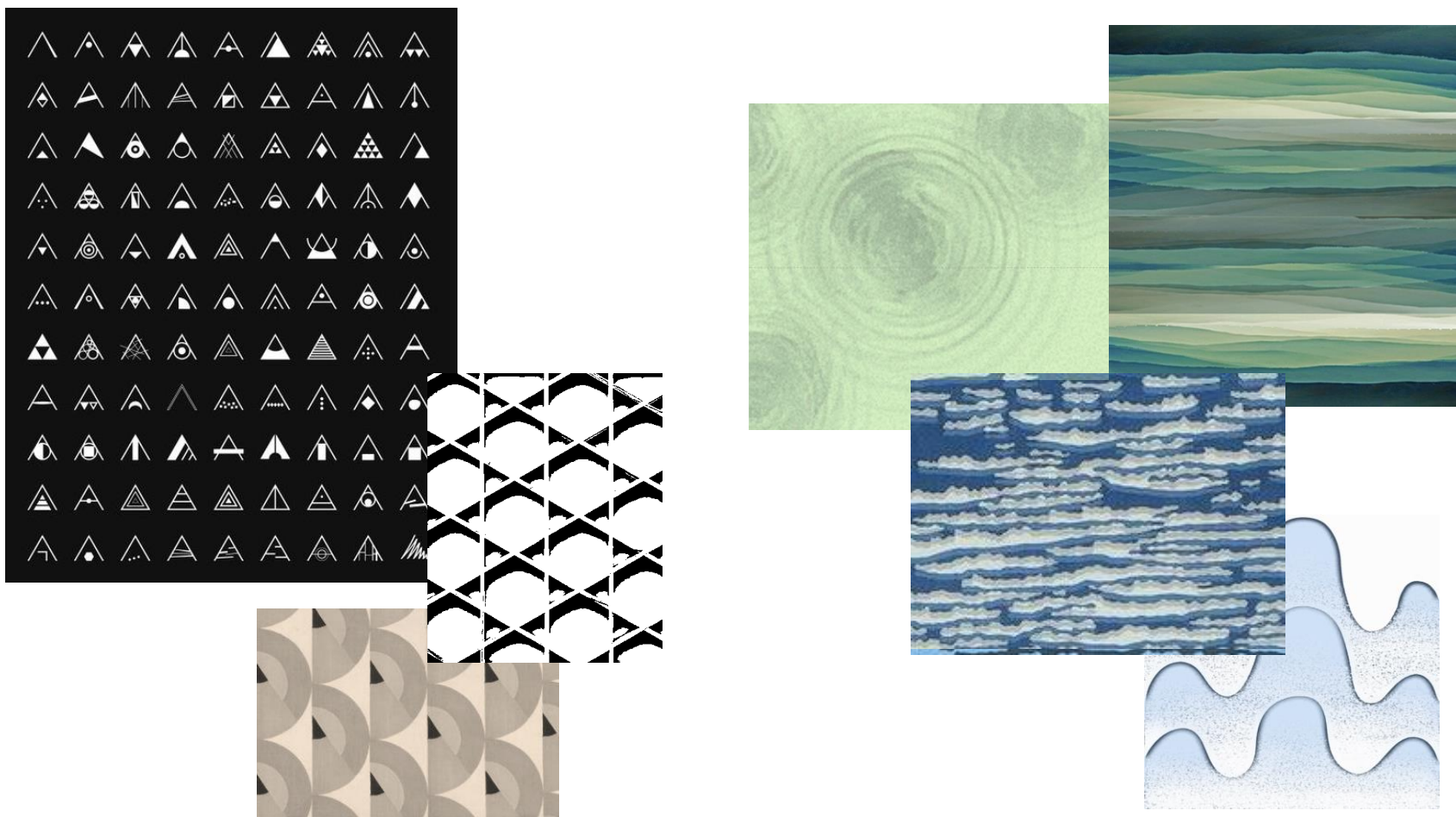
参照：「富士講とその講紋」 大谷 正幸著

参照：富士講紋 (fc2.com)

7-1. デザインを豊かに彩るフレアー

◆ モチーフデザイン

富士講の文化から派生した山・トライアングル模様は古からのモダン紋様。
地域の自然をグラフィック化したオーガニックなモチーフを豊かな彩に。



7-2. デザインコンセプトの枝葉や方向性となる「色」ー古来から描かれた富士の色

◆ カラーコンセプト

客室からそれぞれの階層で見える周囲の自然の色にも呼応する
各階で異なるコンセプトカラーを採用も可能



葛飾北斎『富嶽三十六景 凱風快晴』
山梨県立博物館



土 山肌 溶岩



木肌 森



水面 空

8. デザインコンセプトを代表するテキスチャ ー河口湖・富士吉田・山梨における自然資産文化資産マテリアル

◆ テキスチャ

河口湖周辺、広義では山梨県に見られる自然的、文化的素材をデザインマテリアルに用いる

- ・溶岩 → 溶岩タイルや溶岩パネル
- ・木肌 → 杉など白木で優しい色合いの木肌
- ・土 → 骨材や色を工夫してデザインする佐官壁
- ・和紙 → 障子紙を現代的なデザインで使用 ex.竹ひごと組み合わせてランプシェード



溶岩タイル



白木・木肌



原田佐官



谷 俊之

9. デザインコンセプトのフォルム（家具や建築エレメントなど）

◆ 日本建築の直線美 x 有機的なカーブ

日本建築に見られる直線に、自然素材や職人の手作業から生まれる有機的曲線をミックス。アートのようなフォルムが、空間に緩やかなリズムを生み出す。



10. 山梨・富士吉田の伝統工芸品

◆ 伝統工芸品を未来へ

豊かな地域の伝統工芸品をコンテンポラリーなデザインエレメントとして導入



甲州鬼瓦
豊富な水と燃料による



西島手漉き和紙



富士吉田ファブリック
あらゆる可能性を持つ



現代的なパターンの
甲州印伝



アゲートスライス
大自然が生出す不思議な魅力



富士勝山スズ竹細工/富士山2号目付近で
自生している竹

1 1. デザインにより達成するもの

◆ 地域の魅力をデザインで昇華させ未来へと繋いでいく

- 地域の自然や歴史遺産、文化をデザインに落とし込んでアレンジし、デザインやアートのモチーフとして、プロの手によりさりげなく盛り込んで伝える事により、これまでのリピーターゲストにとっては地域の魅力の再発見の場となり、一方でサステイナブルを貫いたメッセージ性、ストーリー性のあるインテリアは意識の高いの人たちからの共感を呼ぶ空間となる。
- 古来より使われてきた日本建築エレメントの畳、障子などと、地域の文化資産、自然資産である竹、土、和紙を丁寧に重ね合わせ、全ての年代の人が心地よく過ごせる空間を創造。
客室から見下ろす雄大な自然を目の前に自分を見つめ直し心のケアをすることで、日本、そして地域の魅力の核心に触れ、心と体の緊張をほぐすリトリートとなる。
- 窓辺に大きなデスクを配置し、リビングと寝室エリアを分離したレイアウト、加えてキッチン、ロッカールームなどのファシリティは長期滞在型のワーケーションや二拠点生活にも最適。
暮らすようにSTAYする。ビューバスを持つ、バリアフリールームも拡充。



1 1-2. デザインコンセプトイメージ

◆ 富士レークホテル西館リニューアルプロジェクトで表現するデザインイメージ

ホテルを包む自然・歴史・文化が響き合い奏で合うデザイン

Kanade
(奏)

