

新しいホテルの形式

—ロードサイドスタイルへの模索—

小川真樹

(小川真樹建築総合計画代表)



建築をデザイン（設計）する立場に居ると陥りがちな感覚として、経済性との衝突感がある。ひとくちに経済性と言っても、単に建設コストの問題ではなく、建築を商品として捉えた場合に起こるさまざまな価値観のせめぎあいである。価値観自体が多様な広がりをもせる現代にあつては、一定の枠に納まらない大衆の上に成立する建築の場合はなおさらにそれは起こる。

しかし私はその衝突感が面白い。それは乗り越えるべきものであり、時として新たな知識や発想を生む力になることがあるからである。ここでは比較的安く利用出来るホテル（あえてビジネスホテルとはよばない）の設計を通じて、そのようなことを書いてみたい。

ロードサイドホテル

『ロードサイドホテル』というカテゴリーのホテルがある。その名の通りロードサイドに立地し、車での利用を前提とした企画のホテルであるが、利用目的はビジネスと観光両方である場合が多い。市街地からはずれた工業団地などの企業施設や、それに付随した研修会などの開催、加えて自家用車やバイク利用のファミリー旅行の増加によって、近年、このカテゴリー

に属するホテルの着工件数増加は著しい感がある。しかし、建てられている建築を見ると、駅前のビジネスホテルが田舎の国道沿いに突然舞い降りたようなものが多い。

アメリカ映画には昔からモーターがよく登場する。日本でモーターという言葉は『つれこみ』的な意味で用いられて来たが、本来別種のものであることは今は良く知られていて、車で部屋の玄関口に付けられる連棟形式の貸し部屋のようなものであろうか……車で利用する上にはこの上なく便利なのであると思われる。なぜこのような形式が成立したかといえば、その成因のひとつには土地の価格の低さがある。では日本のロードサイドはどうだろうか。やはり土地代は都市部に比べて非常に安いのである。ここに、建築の成立要件として着目すべき点があり、そこに適した建築も自ずと駅前ビジネスホテルとは変わってくる。

スペース効率

4年ほど前に、ある大手都市型ビジネスホテルチェーンのリノベーションがあり、その基本計画の仕事を見せていただいた。主な既存ホテルを見て廻り各ホテルの客室を図面化して感じたのは、そ

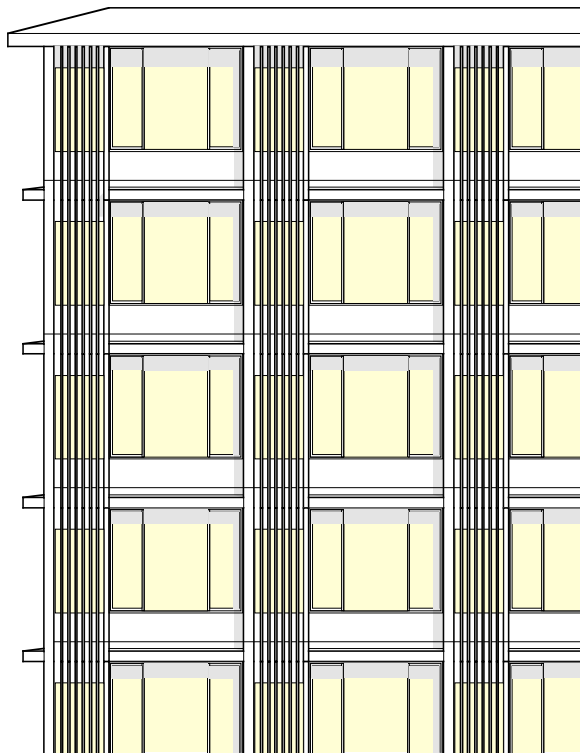


図 1-2 企画段階でのファサードスケッチ

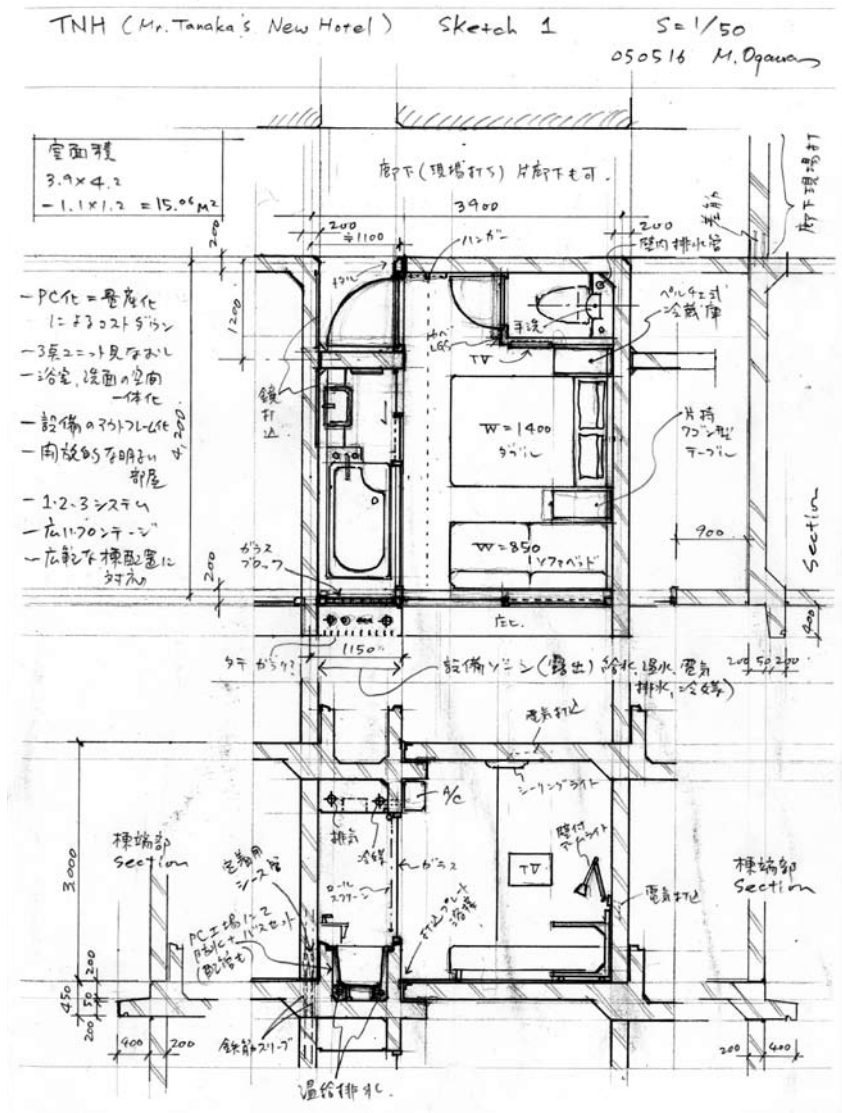


図 1-1 企画段階での標準客室と構造スケッチ(PC化された壁式構造による)

ここに紹介するホテルの設計に先立って、依頼主との間で企画検討の時期があった。対象はロードサイドホテルである。既述のような前提があり、すでにある都市型ビジネスホテルの既成概念を取り

企画段階

連続する単位空間の間口寸法を小さくすることが、数次的な経済性に結びつくことは、集合住宅の例を見ればよくわかる。大規模な集合住宅を設計する場合、同一専有面積の1住戸の間口を狭く、つまり奥行きを長くするほど経済効率は高まる。ホテルの客室も同様である。しかし、それは居住性(実

は需要に直結する)との危ういバランス感の上に成り立っている。そして、そうした間口寸法の狭小化要求は、レンタブル比の向上(工事費との関係)以上に、土地の価格と連動する部分が大きい。

の建築の骨格が経済的に洗練されているということだった。すなわち、スペース効率の追求という一面において到達点近くにあるということである。都市型ビジネスホテルとして、出張料を浮かせたい企業戦士を迎え入れ続けてきた器がそこにあった。細かい部分はさておいて、その効率化とは端的に言えば客室の間口寸法の最小化である。



図 2-2 起伏のあるロケーションへの構成案



図 2-1 ファミレスなどの共同出店をイメージした構成案



プレミアイン松山／国道側全景。右手の無窓部分はタワーパーキング。

名称：プレミアイン松山
所在地：愛媛県松山市
建築主：リアン・インク
所有者：米国系投資会社
総合企画・運営：ホスピタリティパートナーズグループ
設計・監理：小川真樹建築総合計画
構造設計：田中構造設計
設備設計：巖技術研究所
構造・規模：RC造・地上11階、97室
敷地面積：434.54㎡
延床面積：2,661.66㎡(駐車場含)
工期：2006年10月～2007年10月
施工：建築／みどり建設興業
設備／四電工
空調／ダイキン空調四国
電気／東亜電設



エントランスからフロントを見る。フロント背面は外壁ガラススクリーンで、季節によってかけ替える、透光性のタペストリーを掛けている。

払って考えることからスタートした。そのときすでに宿泊特化型という概念があり、それは睡眠をとることのみに機能とサイズを限定して、さらに利用単価をさげる発想であった。しかしそれに飽き足らない利用者の存在は大きいと考え作業を重ねた。客室のプランは、その後、白河で実施されたものに受け継がれていくが、3点(浴槽、便器、洗面)ユニットの放棄から出発している。これによって3点ユニット横の通路状部分を無くし、スクエアな平面形の中にベッドルームを置き、水廻りはそれに平行して配置、浴槽は外壁面に面することになる。当然、客室間口寸法は4m近くに達し、従来のビジネスホテルでは考えられない大きさになったが、客室面積自体はさして大型化はしていない。プロポーションが変わって無駄なスペースが無くなっただけである(図1)。

松山

こうした検討を重ねるうち、依頼主より自社で運営するためのホテルを四国の松山に建設するとの

話があった。建築主は福岡のデイベロップである。ところが、計画地は松山の市街地でロードサイドではない。敷地も小さく、間口の大きな客室は計画的に無理があった。そこで、ここではロードサイドの検討を捨て、先に記した経済性と居住性のバランスをとことん追求したものをいったん考えてみることにした。

従来、よく見られるビジネスホテルのシングルタイプを模式的に描くと、間口を小さくする為にベッドを縦置きとし、ワークデスクを隣室側壁に沿って配置したスタイルが主流である(図3)。デスク上にはTVやポットが並び、ワークスペースは残らない。また、大梁下の開口部は小さなボツ窓として外壁面に並び、室内は概して

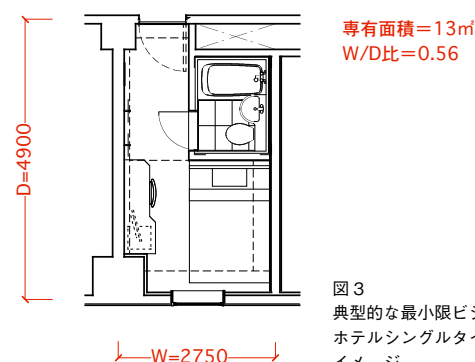
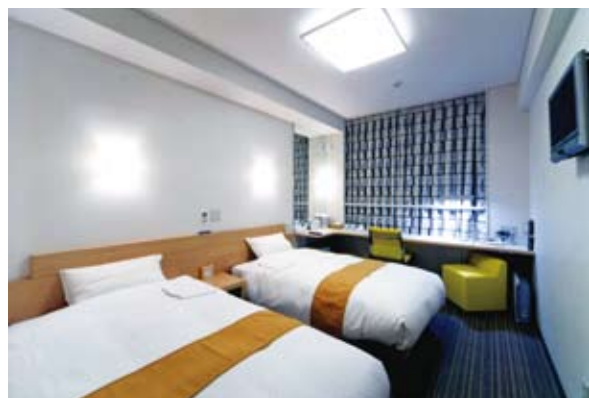


図3 典型的な最小限ビジネスホテルシングルタイプのイメージ。



プレミアイン松山／車寄せ



右：プレミアイン松山／シングル＊
左：プレミアイン松山／ツイン＊

暗い。

そうした問題点をクリアするため、客室間口はベッドを横向きに置ける最小寸法の3050とし、デスクを窓側に寄せて客室間口一杯にとることとした(図4)。

デスクの高さは大梁成と一致するので、これを逆梁とし、開口部を天井まで広げた(図5)。TVはベッド足元の壁掛けなので、約3mの長さのあるデスクはそのほとんどをフリーに使える。この逆梁とデスクの関係は『寝るためだけではなく仕事をしたくなる部屋。』という言葉のもとでその後のホテル設計でも踏襲されることになる。

完成した建築は、幸せなことにこの後に続くホテルシリーズの建築主である米国系投資会社が買い取ることとなり、同系列ホテルとして運営されることになった。1階共用部も含めて最小限設計ではあるが、その意味でもこのシリーズのタウンタイプホテルのプロトタイプになったと思う。内外装の仕上は、松山を見た時の第一印象であった緑がかった白い花崗岩の街のイメージから引用している。

白河

松山のホテルが着工したころ、心待ちにしていたロードサイドホテルの基本設計がスタートした。計画地は福島県中通り地域の最南

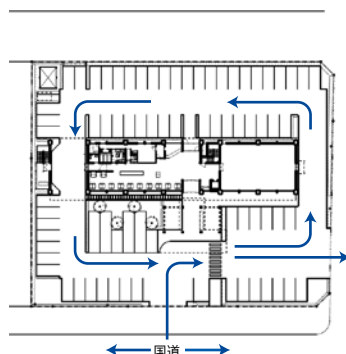
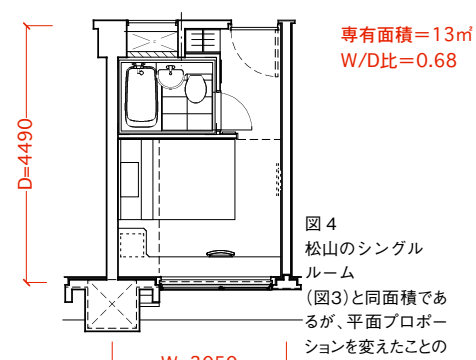


図6
国道からの車両の流れを最重視した白河の配置。



図5
ワークデスクを逆梁と一体化した松山の基準階断面。



専有面積=13㎡
W/D比=0.68

図4
松山のシングルルーム(図3)と同面積であるが、平面プロポーションを変えたことの効果が見える。



プレミアイン白河／正面車寄せ

プレミアイン白河／客室階廊下

客室ドアはアルコーブの中に隠れている。



右：プレミアイン白河／ツイン
左：プレミアイン白河／シングル

部、東北自動車道白河インターチェンジの至近で、新幹線新白河駅から徒歩でのアクセスも可能な好立地であった。敷地面積も充分かつ整形で、国道沿いの敷地内に平置の駐車場が確保出来る点でも絶好のロケーションと言えた。

先の企画段階で検討した正方形プロポーションの客室をさせることは確かだ、それを元に配置を検討。少しでも低層に抑えたいことと、国道からの見え方として前面に駐車場を展開したいことなどから、国道と平行に配棟し、その前後の駐車場を建物下通路を通じてサーキュレートする配置とした（図6）。

客室階の構造はRCのラーメンとなったが、客室の奥行きが小さいので建物短辺方向をワンスパンにすることが出来、小梁に囲われた整形のワンベ이에水廻りを集約している。構造をシンプルなフレームに出来たことはコスト面でも有利に働いた（図7）。

寝室は完全なスクエアで、シングル、ツインがまったく同じ設計である。同じにした理由は両タイプの構成比を随時調整出来ることが運営上有利であるからだ、その転換の自由度をあげるためには客室ドアの軌跡が邪魔になるため、捻破りの外開きドアとなっている。ここは最後まで悩んだ部分

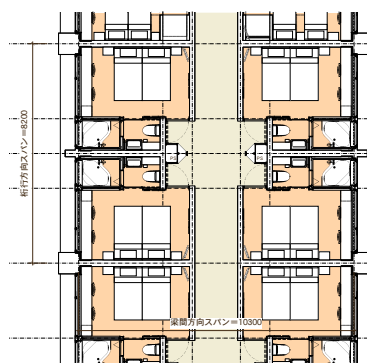
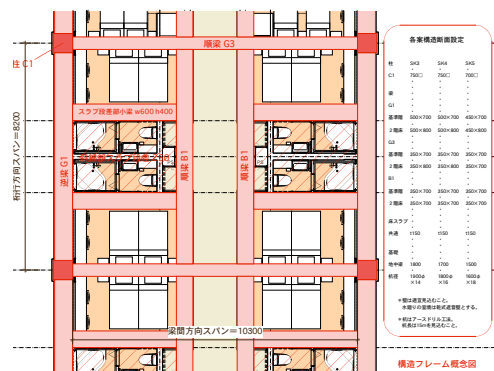


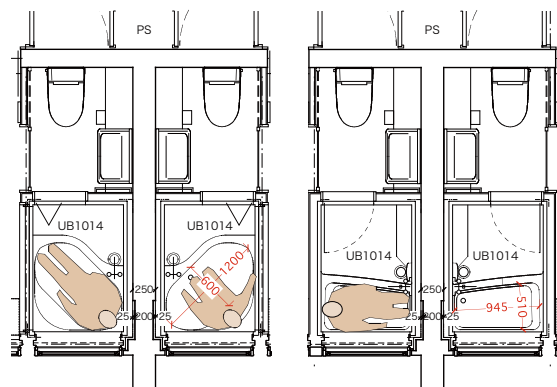
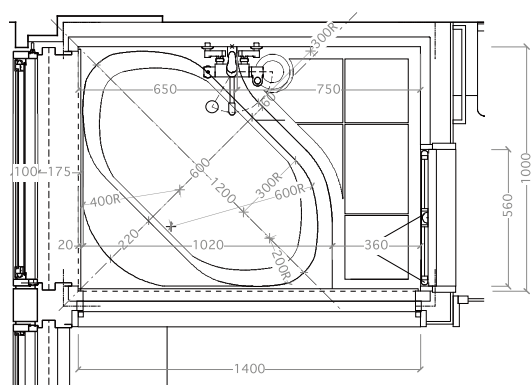
図7
基本設計段階でのティピカルプランと構造フレームの考え方を示した説明図（細かい部分は実施とは異なる）。



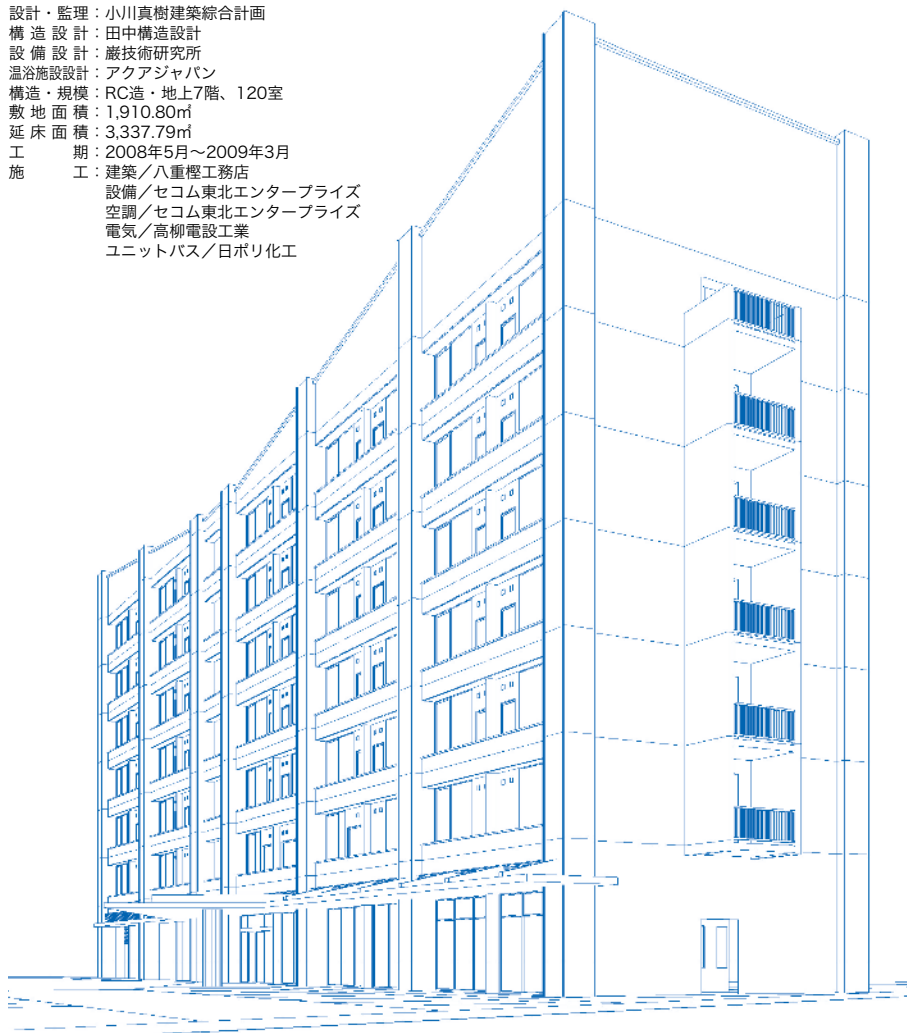
であった。そもそもなぜホテルのドアは内開きが多いのか？ その理由には①経済的側面、②文化的側面、③心理的側面の3つがある。

①経済的側面とは、外開きにして廊下の通行を邪魔しないようにするため（つまり衝突の危険を無くするため）には相当大きなドア位置の「引き」が必要で、そのような余裕のある設計はレンタル比的に許されない場合が多いという点とであり、②文化的側面とはブライバードゾーンに他人を迎え入れる場合の開き戸文化＝西欧文化に根ざしている。また、③心理的側面とは仮に暴漢が侵入しようとした時、内側からドアを押して防ぐ方が、引いて防ぐよりも安心感があるというものである。然して、ここでは次のように考えた。①についてはプラン的に無理無く充分なアルコーブが設置出来、これは共用廊下からの見え方をむしろ好ましい方向に導く（ドアが並ぶ廊下は窮屈なものである）。②については、元来日本の住宅は西欧のそれと違い外開きが多く、これは履物をぬぐことに起因しているが、結果的には外開き文化と言っても過言ではない。③については、高度のセキュリティが確保されたキーシステムなどの採用で実害は無いと判断出来る。

実施設計上の一番大きな課題は



名称：(予定)プレミアイン多賀城
 所在地：宮城県多賀城市
 建築主・所有者：米国系投資会社
 総合企画・プロジェクトマネージメント・運営：
 ホスピタリティパートナーズグループ
 設計・監理：小川真樹建築総合計画
 構造設計：田中構造設計
 設備設計：巖技術研究所
 温浴施設設計：アクアジャパン
 構造・規模：RC造・地上7階、120室
 敷地面積：1,910.80㎡
 延床面積：3,337.79㎡
 工期：2008年5月～2009年3月
 施工：建築／八重樫工務店
 設備／セコム東北エンタープライズ
 空調／セコム東北エンタープライズ
 電気／高柳電設工業
 ユニットバス／日ポリ化工



プレミアイン多賀城外観

名称：プレミアイン白河
 所在地：福島県西白河郡
 建築主・所有者：米国系投資会社
 総合企画・プロジェクトマネージメント・運営：
 ホスピタリティパートナーズグループ
 設計・監理：小川真樹建築総合計画
 構造設計：田中構造設計
 設備設計：巖技術研究所
 構造・規模：RC造・地上6階、120室
 敷地面積：3,449.39㎡
 延床面積：3,278.03㎡
 工期：2007年6月～2008年2月
 施工：建築／鹿島建設
 設備／セコム東北エンタープライズ
 空調／セコム東北エンタープライズ
 電気／高柳電設工業
 ユニットバス／日ポリ化工



特注ユニットバス

浴槽であった。当初は在来工法によって単独の浴槽を設置する案もあったが、荒い使い方に対する信頼性や清掃のしやすさで、どうしてもユニットにする必要がある。サイズ的には1014という既製ユニットの最小サイズが限度で、その大きさの中にくつろげる浴槽を入れる必要があった。くつろげる浴槽とは、日本人の平均身長クラスであれば充分に脚を伸ばして入れる浴槽であり、おおまかには長手内法で1200^{ミリメートル}が必要となる。数案を図面化した結果45度に浴槽を配置した案(図8)が採用となり、日ポリ化工というメーカーの奈良工場が製作にあたることとなった。コーナー部分には座浴のための腰掛けがつき、窓から外を眺めて入浴が出来る。洗い場は犠牲となったが、そもそも3点セットのホテルユニットには洗い場は無く、優先順位の問題と考えた。原寸図検討やモックアップを重ねて細部を検証し、製品化されたが(図9)、この浴室は非常に好評で、容量も大きく1泊で夜と朝2度入るお客さんが多いため、燃料代の面で運営に予期せぬ負担をかけている程である。

客室のことはかり書いてきたが、白河では朝食堂を国道から見通せる明るいオープンスペースとして、ここを日常的にビジネスの

多賀城

松山、白河が、プレミアインの名称で開業して間もなく、次に設計したプレミアインが宮城県多賀城市で着工となっている。基本は白河と同じロードサイドスタイルであるが、客室間口を100^{ミリメートル}広



図9-1*
 原寸図を事務所の床に広げてチェックする担当の佐伯所員(身長174cm)。



図9-2*
 工場での最終型のチェック



代表者：小川真樹

1983年 東京芸術大学美術学部建築科卒業

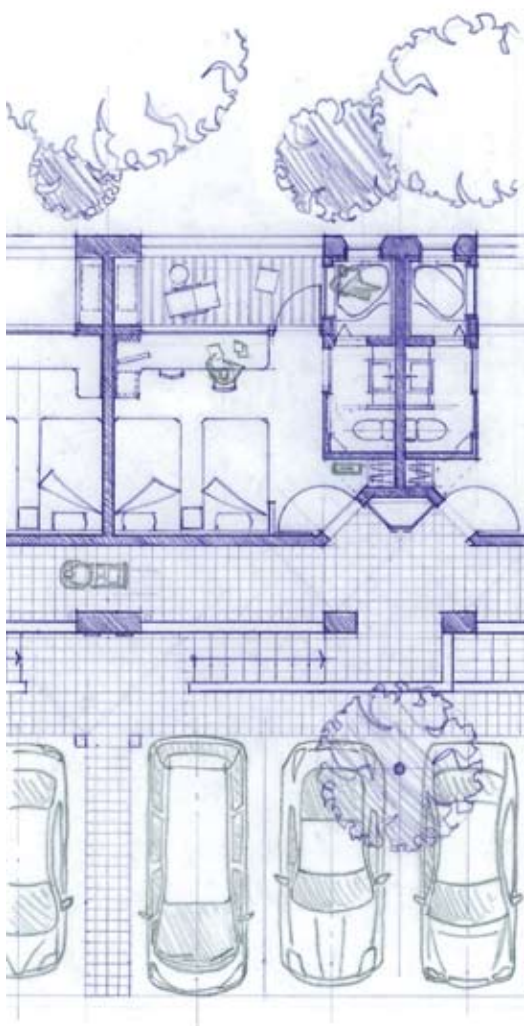
1985年 同、大学院美術研究科建築設計終了

1985—1998年 三上祐三氏主宰のMIDI総合設計研究所勤務

1998年 現事務所設立

JIA 登録建築家

工学院大学非常勤講師



2階建ての試案

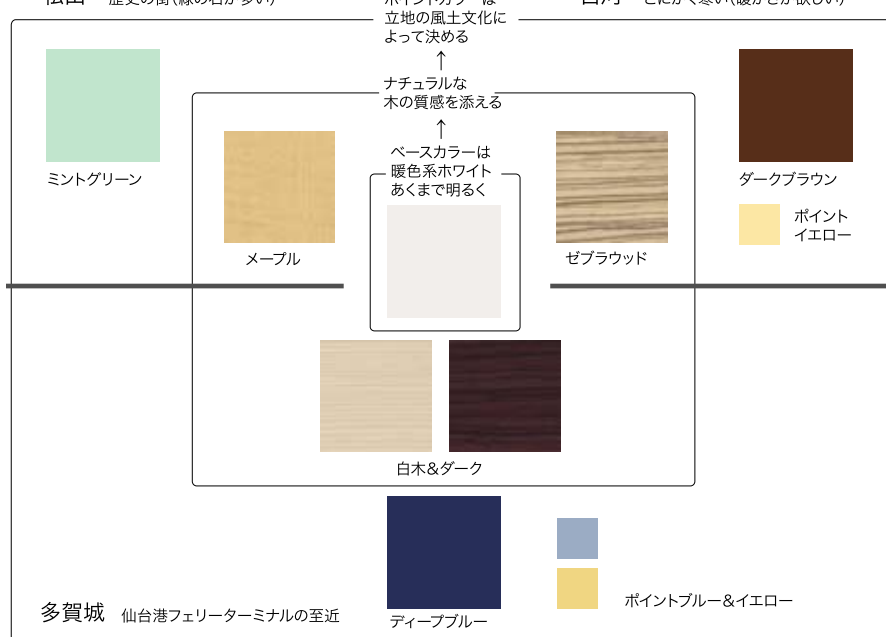
写真（*を除く）：

Glass Eye Inc.

海老原一己

松山 歴史の街(緑の石が多い)

白河 とにかく寒い(暖かさが欲しい)



三つのホテルを並記した、多賀城でのカラースキーム提案書

げたことによる水廻りレイアウトのマイナーチェンジをおこない、シャワーブースユニットを使った新企画客室や大浴場も設置されるなど進化している。

このホテルシリーズは3棟目にあたるが、ここでよく考えねばならないことにホテルブランドの建築的な捉え方というものがある。それは、どこに行っても同じ物に出会え、同質の空間が存在し、同じサービスが期待できるということとは、利用者にとっての安心感につながるホテルブランドの重要な要素であるということである。たとえば、竣工済のホテル利用者からの印象的な言葉として、『自分の部屋に居るようで落ち着いた。』というものがあつた。たしかに、逆梁ハイサッシや水廻りの処理などには集合住宅的なものがあり、

私自身集合住宅の設計歴が長いこともあつて空間が住宅的なものかもしれない。そうした骨格を成す空間の性質は大事にしたいものである。

しかし一方で、松山は地方都市の中心市街地、白河は高速インターチェンジ至近の田園地帯、多賀城は商・工業化の進む港湾地帯、と、そのロケーションはまったく異なる。あたり前ではあるが、日本中に「同じ場所」は2つとないわけで、その違いによって、ここに来る人々の目的や気分もさまざまに変化する。従ってそれを受けとめる建築も違ってくるのは当然とも言える。

そうしたことについて、進化しつつあるこのホテルシリーズを設計しながら思うことは、安心感につながる空間構成については詳細

な改良を繰り返す中でスタンダードとして洗練させ、同時に、引いて見たときにはどのホテルもどこかでしっかりとその場所で生まれた顔をしていてほしい、とでも言おうか、そういうことを私は常に考えている。多賀城では、骨格の似ている白河との間でそれを実践してみたい。そして、いつの日か、2階建てで客室ドア至近に駐車出来る、正にモータルのようなスタイルに適した敷地が現れるのが楽しみでもある。

最後に、こうした試みも、一貫して前向きな姿勢を持つ建築主をはじめ、総合企画者でありプロジェクトマネージメントから竣工後の運営までおこなっているホテル企画運営会社グループ、地域の色を出しながら真剣に施工して下さる地元施工者、そして開業後に笑顔で従事しておられる地域の方々の有意義な共同作業によるものであることに感謝し、これからも永く愛されるホテルを考えていきたい。

