

大阪のホテル史

～歴史的な迎賓館ホテルを中心として～

たか た ひろし
高田 宏 大阪学院大学
とく え じゅん い ちろう
徳江 順一郎 東洋大学

This paper analyzes the purpose and target of the establishment of the “Jiyutei Hotel” (later the “Osaka Hotel”) and the “Shin-Osaka Hotel” (now the “Rihga Royal Hotel”), both of which played the role of guesthouse hotels in Osaka. In addition, the history of hotels up to the present day is examined based on the transition of their roles and organized and proposed as follows

- (1) Period of providing convenience to foreigners
- (2) Period of attracting the domestic middle class
- (3) Era of bipolarization of value
- (4) Era of diversification of value

It was found that until the opening of the Ritz-Carlton, Osaka in 1997, hotels in Osaka had historically focused on local banquet and food and beverage customers and the middle class. Considering the future of the hotel industry, we proposed that although foreign-affiliated hotels will be the main target for the affluent class, domestic hotels can also increase their presence by narrowing their targets and understanding and responding to the characteristics of the affluent class.

キーワード：大阪のホテル史、迎賓館ホテル、ラグジュアリーホテル、ターゲティングの変化

Keywords：History of hotels in Osaka, Guest house hotel, Luxury hotel, Changes in targeting

1. はじめに

1-1 研究の背景と目的

わが国のホテルは、江戸時代末期、1858年の日米修好通商条約の締結にともなう訪日外客の増加を機に誕生した。すなわち、ホテルが担った最初の役割は外国人を泊めることにあり、当初から迎賓館機能も求められた。以降、ホテルは時代の変化にあわせ、経営上の観点から、提供する価値観や役割を変化させてきた。

本研究では大阪の迎賓館ホテルがどのような歴史的経緯をたどってきたのかを、その役割を担った自由亭ホテルから大阪ホテル、新大阪ホテル、そしてリーガロイヤルホテルという流れを軸に、設立趣旨や標的とする市場セグメントの変化を考察することにより、明らかにしていきたい。

加えて、1990年代以降に開業した、迎賓館ホテルとは異なる役割を持つ外資系ホテル・外資系ブランドによる「ラグジ

ュアリーホテル」が急増した背景を明らかにすることにより、富裕層対策が急がれる日本のホテル市場における、特に迎賓館ホテルへの経営上の示唆などの考察を加えたい。

1-2 概念の整理

本研究においては「迎賓館ホテル」、「ラグジュアリーホテル」といった用語を用いている。それぞれの用法について、まず定義づけをしておきたい。

「迎賓館ホテル」とは、その都市を代表するような存在のホテルであり、国賓・公賓クラスの宿泊や宴席にも対応可能な施設を指す。きわめて高価格の客室も保持する一方で相対的に低価格な客室もあり、料飲サービス施設を多数揃え、国際会議の開催も可能な宴会場も擁している、いわゆる「フルサービス型」のホテルである。

一方で「ラグジュアリーホテル」とは、

21世紀に入った頃からわが国でも聞かれるようになった表現であるが、最高価格帯の市場をさらに細分化し、標的市場をより狭めたものと考えられる。もっともベーシックな客室でも1泊10万円以上といった施設もあるが、もっとも広い客室でも100万円程度であり、必ずしも国賓・公賓の接遇に適しているとはいえない。料飲サービス施設や宴会場も限定的であり、どちらかというところでも私用、あるいはビジネス利用が主たる市場を構成することになる。

また、「外資（系）ホテル」や「外資（系）ブランド」といった表現は、経営が海外に本拠地を置くホテルチェーンによるもののみならず、運営、すなわち運営ノウハウの供与や人的協力、マーケティング面での連携などがなされている施設も含むことになる。

2. 大阪におけるホテルの歴史

2-1 新大阪ホテル以前の迎賓館ホテル

大阪における迎賓館ホテルは、1935年に開業した新大阪ホテルにはじまるといえる。同ホテルは1973年に閉鎖されるが、その途中1965年に大阪ロイヤルホテルを開業しており、これが1973年に増築するとともにロイヤルホテルへと名称を変更し、1997年にリーガロイヤルホテルへと再改称した。

本項では、まずは新大阪ホテル開業前の、いわば大阪におけるホテルの「前史」を語る所からスタートする。

1858年の日米修好通商条約締結にともなう日本は開国する。

日本におけるホテル第一号は、1860年にオランダ人フフナーゲルによって横浜居留地に開業した横浜ホテルといわれている。ただし、横浜ホテルは貧弱で、実際にはホテルのイメージとは少々異なっており、本格的なホテル第一号となる築地ホテル館の開業は1868年である。

他方、商都・大阪における当時のホテル事情について、堀田暁生の研究（堀田（1988、2008、2014）など）を基に述べる。

前述した日米修好通商条約により、大阪と江戸が開市することが決まった。1867年に開市が実現し、大阪では川口（現在の大阪市西区川口の一部）に外国人居留地が設置され翌年には開港するに至っている。市内にホテルがなかったことから、時の大阪府知事である後藤象二郎ならびに外国官権判事兼大阪府権判事の五代才助（友厚）が、長崎出身で、長崎でオランダ総領事のシェフを務め後に自身の西洋料理店を営んでいた草野丈吉に命じて外国人止宿所を設置させることとなった。

それが大阪におけるホテル第一号の自由亭ホテルであり、開業は1868年、場所は居留地に接する雑居地の梅本町である。

草野丈吉は、自由亭ホテルの開業5年目にあたる1872年にロシア皇太子の、1877年には鉄道開業式で大阪・神戸を訪問した明治天皇の料理を担当するなど、

西洋料理に関しては大阪において重要な立場にあったと考えられる。ただしロシア皇太子の宿泊場所は大阪市内の東本願寺別院であり、自由亭でなかったことから、建物・施設については迎賓館的な要素は少なかつた可能性が高い。

実際には自由亭（梅本町）の外観、施設規模など詳細な記録は残っていない。草野丈吉の孫娘の婿である星岡重一による丈吉の伝記『暁霞生彩』（1940）によると、1869年に土地、建物、備品等の購入費として、外務局に9,500両の借用書を提出したとの記録がある。

草野丈吉は自由亭開業後に、新店舗を大阪（1876年）、京都（1877年）、神戸（1885年）に開業している。開業から13年間で、大阪・神戸・京都にホテルを開業しており、いわばチェーンホテルのはしりともいえる実業家である。

この前後1881年に自由亭ホテルは中之島へ移転している。これは、大阪の居留地が港の状況からあまり発展せず、貿易港としての役割が神戸に移ったことが大きい。中之島は大阪の経済の中心地である堂島と堂島川を挟む地にあり、やがて自由亭ホテル（中之島）は隣接地を買収し拡大、名称を大阪ホテルと改め、大阪を代表するホテルとなる。現存する資料から想像しても、築地ホテル館と遜色はなく迎賓館的役割があったものと推察される。

ただし、草野丈吉の1886年の没後にその事業を継いだ長女の草野錦は、短期間に事業を売却していることから、実際の業績については不明である。

持ち主の変遷については、本論主旨とは異なるので、ここでは詳細を省くが、持ち主が変わっても大阪ホテルは大阪を代表するホテルであり、迎賓館としての役割を担っていたと推定できる。

当時持ち主の意向で名前を大阪クラブホテルと変えていたホテルは、1901年に火災に見舞われ焼失するが、1903年同地に大阪ホテルとして再建されている。

再建後の大阪ホテルの規模、施設概要について、木村（2006、p.180）によると、

「木造2階建て、500坪余り（延べ床面積と推測）の建物であった。1919年頃にはバス付の洋室客室14をはじめ、大小宴会室、食堂、酒場、談話室、図書室、ビリヤード、調髪室等が設けられ、技量のあるシェフが腕を競って西洋料理が供される大阪唯一のホテル」とある。ここからも、大阪ホテルが大阪での迎賓館ホテルの役割を担っていたことが理解できよう。

一方、当時の大阪の外国人来阪の実態はどうであったのか。

国際観光局「入国外国人統計」（国立国会図書館）を基にした「アジア歴グロッサリー どのくらい多くの外国人が日本を訪れていたの？」によると、1912年～1939年の訪日外国人数は、16,000～43,000人前後で推移している。大阪への訪問数については、推定となるが、2013年度の訪日外国人10,364千人のうち大阪市を訪れた外国人が2,625千人であることから、その比率25%を当てはめた場合、年間4,000～10,750人、すなわち1日当たり11～29人となる計算である。また前述の木村（2006）では、1929（昭和4）年の大阪市調査で大阪ホテルの外国人宿泊数は2,541人（1日当たり5人）との数値が紹介されている。大阪ホテルの客室数は41室であったことから、外国人による客室稼働率は12%程度であったことになる。

このことから、実態としては国際都市としてホテルが外国人を主たる対象としていたわけではなく国内市場中心であったことが分かる。

その後、大阪ホテルは1924年に二度目の火災焼失に見舞われる。今回の火災ではその立地が大阪市所有の中之島公園であったことから再建許可が下りなかった。そのため支店的なホテルであった今橋ホテル（大阪・今橋、1920年開業）を大阪ホテルと改名し営業を続けた。

大大阪と呼ばれる都市であるにも関わらず、大阪ホテル（旧今橋ホテル）は施設的には迎賓館的なものではなかった。そのため、大阪商工会稲畑会頭や大阪市副市長が迎賓館ホテルを建築すること

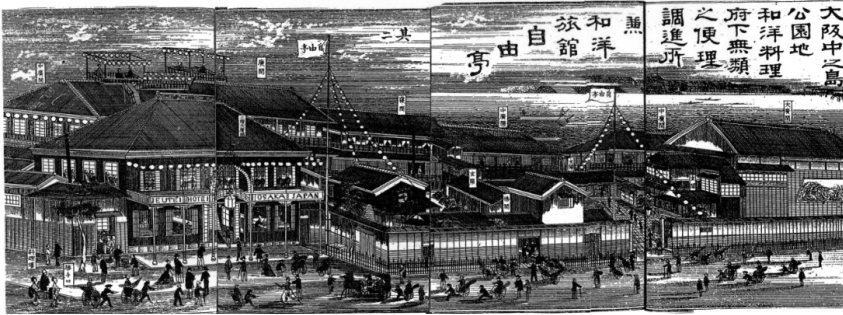


図1 自由亭ホテル（中之島）絵図

（出典：『大阪市中近傍案内』、1888年より）

を目論んだのは当然といえる。

こうした経緯を経て1935年に、関西の政財界が総力を挙げて、「迎賓館ホテル」として新大阪ホテルが開業するに至った。

2-2 新大阪ホテル開業の経緯

新大阪ホテル開業の1935年以前の大阪におけるホテルは、1934年鉄道省発行の『観光地と洋式ホテル』によると、大阪ホテル（旧・今橋ホテル）、堂ビルホテル、梅田ホテルの僅か3軒184室であった。質量共に足りないことから、大阪で迎賓館ホテルを求める声が政財界で高まってきた。

大阪商工会稲畑会頭が1923年に提唱したホテル設立構想提起に端を発し具体的な事業計画がスタートし、1924年には大阪市長関一がかつて師弟関係にあった帝国ホテルの犬丸徹三支配人（当時）にホテル計画について相談をしている。

正式決定までは、その資金計画、立地決定にいたるまで紆余曲折があるが、ここでは本論文のテーマとは異なるために詳細は省きたい。

結果として、大阪市長からの相談を受

けた形で帝国ホテル並びに、そのオーナーである大倉組が協力をする形となり、大阪財界を代表する住友合資ともども計画をリードし、1935年1月に開業を迎える。そのため初代取締役役に住友合資の小倉が代表取締役役に、大倉（大倉組）がその名を連ねている。株主構成を見ても、筆頭株主は住友合資、大倉組が共に15%ずつを保有している。

さらに、大倉組と帝国ホテルは出資及び大倉喜七郎の取締役就任だけでなく、ホテル開業を実質取り仕切っている。それは、初代支配人である郡司茂、料理長はじめ82人のスタッフを送り込んでいることから分かる。この82名は開業時の全従業員453名の約20%にあたる。

以上から住友が経営面を、ホテル開業指導、人的派遣を行った帝国ホテルが運営面を支えたといえる。新大阪ホテル開業後は、帝国ホテルによる直接のサポートは行われていなかったと考えられ、あくまでの人的派遣を含めた開業支援であった。

自由亭ホテルもそうであったように、新大阪ホテルも大阪市などが、大大阪に迎賓館ホテルを作るという旗を振ること



図2 大阪ホテル（火災再建後）

（出典：国立国会図書館『写真の中の明治・大正』より）

により完成している。また東京の帝国ホテルも開業について指導したのが外務大臣井上馨、渋沢栄一らであり、このことから迎賓館ホテルの開業には政財界の強い要望があったことが分かる。すなわち、都市として迎賓館の役割を持つホテルの建設は不可避であったと考えられる。

その後の新大阪ホテルは、戦後GHQに接収された後に1952年に接収が解除され、営業を再開している。戦後の混乱期が収束に向かい、新大阪ホテルが営業を再開した時点で、大阪のホテルは新大阪ホテルと新大阪ホテルが接収期間中の対策として作った東邦ホテルの2軒であった。海外からの訪日客も増える中、1958年に新大阪ホテルは第3のホテルを同じ中之島に開業する。それが大阪グランドホテルである。このホテルは朝日新聞グループとの共同プロジェクトで、オフィスに加え、フェスティバルホールと同ホテルが造られた。

2-3 ロイヤルホテルとリーガロイヤルホテルへ

1961年、新大阪ホテルによる新ホテル建築プロジェクトがスタートする。その背景として、新大阪ホテルと大阪グランドホテルの稼働率が90%を越えているうえ、日本人の生活様式の西洋化、国内旅行や社用出張の増加、1960年の大阪国際空港国際線開設、東京オリンピックを契機として外国人観光客増加見込などが挙げられる。

以上の経緯から1965年に誕生したのが

表1 (株)新大阪ホテル設立時の初代取締役一覧と株主構成

小倉正恒（代表取締役）	住友合資	住友合資	9,260株	15%
阿部房次郎	大阪商工会議所・東洋紡	大倉組	9,000株	15%
稲畑勝太郎	大阪商工会議所・稲畑産業	三井合名	5,000株	8%
大倉喜七郎	大倉組・帝国ホテル	三菱合資	5,000株	8%
野村徳七	野村財閥・大阪瓦斯	大阪商船	2,000株	3%
堀啓次郎	大阪商船・阪神電鉄	※全株式	60,000株	

（出典：木村（2006）より筆者抜粋。）

大阪ロイヤルホテルである。場所は新大阪ホテルと同じ中之島ではあるが、当時倉庫街でもあった北区玉江町である。設計に芸術院会員の吉田五十八を招き、デザイン意匠に日本風情を織り込んだホテルとなった。

倉庫街はホテルにとって疑問のつく立地であったが、これは当時社長であった山本為三郎の意見、すなわち中之島が大阪駅や本町といった大阪のビジネス中心地に近かったこと、中之島の倉庫街を再開発して、大阪発展の起爆剤としたことが挙げられる。なお、この山本は戦後、朝日麦酒を創立し、関西財界を代表する人物であった。

大阪ロイヤルホテルは順調に営業成績を伸ばし、隣地を買収することにより、増築を行った。これが1973年開業のロイヤルホテル（大阪ロイヤルホテルから名称変更）である。これを機に、手狭で老朽化しつつあった新大阪ホテルは閉鎖、売却され、会社名も(株)新大阪ホテルから(株)ロイヤルホテルへと変更された。

ロイヤルホテル増築は、大阪ロイヤルホテル建設と同様に、設計に吉田五十八を起用し、「自然との融合と伝統美」をテーマに様々な意匠を展開している。

規模としては客室数1,565室、料飲施設20店、宴会場50か所という、東洋一を誇るものであった。

やがて、1980年代後半のバブル景気の中、ロイヤルホテルはチェーン拡大を計画する。その際に問題となったのが「ロイヤル」という名称である。この文字は一般的に使う形容詞・名詞であり、(株)ロイヤルホテルが独占的に使うことはできなかった。そのため、(株)ロイヤルホテルと関係のないホテル、ホテルチェーンが全国で「●●ロイヤルホテル」の名称を使っていた。こうしたことから、チェーン展開に際して新たなブランド名を付けることとなった。

それが1990年に発表した「リーガ(RIHGA)」である。このRIHGAは「Royal International Hotel Group & Associates」の頭文字からとった造語である。

チェーン名称をロイヤルホテルグループからリーガロイヤルホテルグループへ改称、リーガロイヤルホテル広島（1994年開業）など新たに開業したホテルに「リーガ」の名称をつけ、グループ展開を進めた。

そして1997年、よりチェーンとしての「リーガ」ブランドの浸透を図るために、旗艦ホテルであるロイヤルホテルの名称もリーガロイヤルホテルと改めている。

この年にはザ・リッツ・カールトン大阪が開業し、前年に帝国ホテル大阪の開業もあり、ロイヤルホテルとしても、よりブランドを高めるために名称変更に踏み切ったと考えられる。

改称後のリーガロイヤルホテルは、帝国ホテル、リッツカールトンなどが開業した後も、天皇、皇太子の来阪時の宿泊場所としての役割は変わらなかった。

また、国際会議においても、いくつかのラグジュアリーホテルが大阪に進出済みの2019年「G20サミット」では、ロシア、イタリア、ベトナム、EU、OECDの首脳の前泊と、大阪府・市、経済団体などの地元主催による歓迎レセプションを担当している。このことから、現在に至るまで新大阪ホテル開業以来、迎賓館ホテル役割を担い続けているといえよう。

3. 営業方針・価値観の変化

3-1 新大阪ホテルと大阪ロイヤルホテルの営業方針

大阪のホテル史において迎賓館の役割を担ったといえる「自由亭ホテル～大阪ホテル、新大阪ホテル～リーガロイヤルホテル」の動向を、開業経緯を軸に記載した。本章では、自由亭ホテルから現在に至るまでのホテルの営業方針・価値観の変化について考察するが、自由亭ホテルと大阪ホテルは明確な営業方針の資料はないため、新大阪ホテルと大阪ロイヤルホテルの設立時における営業方針について記載する。

(新大阪ホテル)

新大阪ホテル設立に向けて、大阪市が

大阪市議会に提出した資料が大阪市公文書館に残されている。木村（2006、279頁）記載のものを引用する。

「ホテル設立ノ件」（1930・昭和5年）
 大阪市「大阪公文書館所蔵資料」
 「本市ニ於テハ此等外人ノ宿泊滞在設備ノ見ルヘキモノナク遺憾トストコロ少カラス殊ニ国際貸借改善ノ要切実ナルモノニ顧ニ茲ニ政府ノ低利資金ノ融通ヲ受ケテ適當ナルホテルヲ建設シテ以テ本市ノ進展ニ資セムトス」

ここでのホテル設立の趣旨の要点は「外国人に対する宿泊施設提供」「国際貸借改善」である。外国人のための利便供与は自由亭ホテルと同じである。

また初代総支配人でもあり後の新大阪社長を務めた郡司茂『運鈍根』（1976、141～142頁）に下記の記載があり、そのことを裏付けている。

「第一流の設備で、しかも他の追随を許さぬサービス、すなわち旅情を満喫させ、しかも慰める心遣いと安価な室料」
 「採算を第二次的として、大阪市の発展と国際貸借改善を目的として、外人誘致の国策に沿った社会奉仕の精神」

一方、事業者として、帝国ホテルの犬丸が開業指導時に重要視した経営方針は、外国人宿泊を主眼としながらも、経営採算を重視して宴会・食事部門におくとしたことである。これは1924～28年の帝国ホテルの宿泊稼働率平均が65%、売上比率が宿泊収入20%、料飲・宴会70%であったことに起因する。

(大阪ロイヤルホテル)

郡司（1946、191頁、209頁、257頁）に大阪ロイヤルホテルの営業方針について以下の記載がある。

「将来のホテル経営は客室経営だけでは成り立たないという点で私鉄系、本業とも見方が一致した。宴会部門、食

事部門の比重が相当高まり、重要な因子となりそう」

「この（大阪）ロイヤルホテルはビジネスホテルで、一流会社の係長が泊まれるということを標準としています」

「日本の場合、個人所得が増え、中間層が厚くなって来たという点が大切である。一六〇〇室（新大阪ホテル、大阪グランドホテル、大阪ロイヤルホテルの合計）もあったならば、当然中間層の人たちにも大いに利用してもらわねばならぬ」

*（ ）内筆者注記

このことから、大阪ロイヤルホテルが、外国人のための宿泊施設という新大阪ホテルの営業方針を受け継ぎつつも、新大阪ホテルが迎賓館の役割を持ったホテルであったのに対し、大阪ロイヤルホテルは、一流会社の係長が泊まれる部屋も多数用意するなど幅広い層の利用を想定していたと考えられる。これは客室のカテゴリーからも分かる。大阪ロイヤルホテルでは全875室の内65%にあたる573室が20㎡前後のシングルルームであった。一方、料飲、宴会設備は充実したものとなる。当時の大阪では最大規模となる500㎡超の宴会場を初め、西洋料理だけでなく、吉兆やつづの家などの日本を代表する最高級和食店を誘致している。このことから、大阪ロイヤルホテルの営業方針としては、戦後の経済発展期でもあり、最も母数が多いと想定される係長クラス前後のビジネスマン出張を宿泊のメインターゲットとし、料飲、宴会の地元中間層需要を取り込むことで売上げの多数を占めようというものであったと考えられる。

ここで見たように、経営上の主目的は係長クラスの宿泊、地元中間層需要獲得であったが、新大阪ホテル老朽化もあり、皇室・海外からの賓客の利用という迎賓館ホテルの役割を新大阪ホテルから引継いでいる。事実、「ロイヤルホテル70年史」のVIP宿泊記録によると、大阪ロイヤルホテルにスウェーデン女王（1967）、

皇太子（1969）、さらには1970年大阪万博の際には天皇はじめ多数のVIPの利用が記載されている。

3-2 ホテルが提供する価値観・役割・標的市場セグメントの時代変化

新大阪から大阪ロイヤルホテルの営業方針を見てきたが、この項では、今回取り上げたホテルだけでなく、一部大阪の他ホテルの名前も入れながら、現在に至る時代毎のホテルの役割、主たる標的市場セグメントの変遷について考えたい。その時期の想定期間を記載しているが、明確に分けることはできないため、重要なホテルの開業年、重要な事項を基にした。

なお東京や他の都市もおおよその流れは同じではないかと考えられる。

①外国人への利便提供期（迎賓館機能）

*期間 1868～1964年

- ・自由亭ホテル（1868開業）～大阪ホテル
- ・新大阪ホテル（1935開業）

②国内中間層獲得期

*期間 1965～1996年

- ・大阪ロイヤルホテル（1965開業）
- ・ホテルプラザ（1969開業）

③二極化の時代

*期間 1997～2012年

- ・ザ・リッツ・カールトン大阪（1997開業）

④多様化の時代 急増訪日客需要を背景に

*期間 2013年～

- ・2013年 訪日客1000万人突破、右

肩あがり

以上の流れについて、個々に詳細を補記する。

①外国人への利便提供期（迎賓館機能）

*期間 1868～1964年

大阪でのホテルの歴史的経緯を振り返る。自由亭ホテル（梅本町）は、大阪市の開市・開港にあたり、外国人が泊まることができる西洋風宿泊施設が必要となり、大阪府長の強い要請があった。また、新大阪ホテルは、大大阪として東京を超える人口を有し一大工業・商業都市となった大阪に国内外の賓客が利用できるホテルがなかったため、関西政財界を中心に日本を代表する大倉組、その傘下にある帝国ホテルの全面協力のもと、迎賓館としてのホテルをつくる必要があった。

自由亭～大阪ホテルにおいても記録によると天皇を初めとする皇族、海外賓客の来阪時での利用があったこと、ただし宿泊利用がメインではなく、会食など宴会的な利用が多かったと推察されることが重要である。

開国時に外国人が泊まることができるホテルを作ることが当時の大日本帝国には求められており、居留地の開発を含め、明治前半までは国策的な理由が主であった。しかし、外国人利用そのものが少なく、商売を考えると自ずと対象は日本人となる。西洋化をまい進する政府の方針が後押しする形で、ホテル利用は進んでいったものと考えられる。

そのため、売上の主要を占めたのが、宴会・料飲となった。もちろん、この時



図3 自由亭ホテルの絵図

(拡大再掲/出典：前掲)

期は貧富の差も大きく、一部の富裕層の利用が大半であったと考えられる。

本項の最後に、先に掲載した自由亭ホテルの絵図を基に、その傍証になりえると考えられる事象を以下に記載する。

この絵には、それぞれの施設に「大広間」「中広間」「広間」「寝間」が注記として書かれている（「広」は旧字体の「廣」である）。それを拡大したのが図表中の注記である。ここでは、広間は宴会場のことと思われ、宿泊施設と考えられる「寝間」の占める割合がきわめて低いことが分かる。つまり、間接的ではあるが、その商売は宿泊ではなく、社交場としての宴会が中心であったことが推測される。

②国内中間層獲得期

*期間 1965～1996年

内需拡大、一億総中流といわれる中、ロイヤルホテル含め多くのホテルが富裕層だけでなく、拡大する中間層の獲得に注力した時期である。

上記のように、日本においては外国人のためのホテルという側面に加え、地元富裕層の会食、宴会が中心とした時期が長く続く。それは戦後のGHQによる接収、営業再開を経た1960年代前半まで同じであったと考えられる。そこにターゲットとして加わったのが、人口増に伴う経済成長により増大した中間層である。

実質経済成長率が10%を越えた1955年に始まる高度成長期以降、景気の循環はあるものの、「総中流社会」といわれるように日本人の中間層が大幅に増え、ホテルを憧れの場所として利用するようになっていった。

ホテル側としても、富裕層の利用を中心とした特別なものとしてではなく、そのイメージも残しながら、幅広い利用層の利用を促してきている。

以下は筆者がロイヤルホテル勤務時に営業企画・広告担当をしていた1980年代後半から1990年代の状況である。

当時、広告を「日経新聞」「朝日新聞」「文藝春秋」に加え、関西ローカルの若いOLを対象としていた雑誌「SAVVY」や

フリーペーパー「シティリビング」などにも出稿していた。あわせて宿泊プラン、ホテル主催のパーティーや媒体とのタイアップイベントを開催するなど、20～30代への知名度アップ、利用増進を図っていた時期でもあった。この動きは、バブル経済崩壊後の1990年代以降も続く。多くのホテルでタイアップイベント、デザートブッフェなどが企画されていた。また、親子客もターゲットとした。その結果、リーガロイヤルホテルで夏のお盆時期に開催されていた「サマーフェスティバル」では1日4,000名のゲストが来館し、子供がロビーを走り回るということもあった。

③二極化の時代 *期間 1997～2012年

その中大阪に富裕層にターゲットを絞り登場したのが、1997年開業のザ・リッツ・カールトン大阪である。

富裕層の価値観としては、ホテルの内装、サービスクオリティに加え、客層も重要なポイントとなる。すなわち、自分たちと同様の客層の中に、「異分子」として中間層などが多く混じることは、ストレスとなりホテルの格を左右すると考えていたと思われる。これまで見てきたように、国内の迎賓館ホテルといえども、中間層獲得を重要な経営方針としており、その結果として客層も様々な層が入り混じる状態であった。これは、リーガロイヤルホテルだけでなく国内のフルサービス型ホテルの多くがそうになっていたと推察する。

一方、東京ではザ・リッツ・カールトン大阪開業に先立ち、「新御三家」とも称されるフォーシーズンズホテル椿山荘（1992開業）、ウェスティンホテル東京、パークハイアット東京（ともに1994開業）が開業し、「ラグジュアリーホテル」という認識が定着していく。ここでのラグジュアリーホテルは価格が高いというだけでなく、客層としては一部そこに憧れる中間層もいるが、富裕層を中心に行っているということである。

ラグジュアリーホテルという新しい市

場セグメントが生まれる中、バブル景気崩壊やリーマンショック、東日本大震災の余波もあり日本経済は停滞し、多くのホテルは低単価競争へ突入していく時期でもある。

そのため、この時期は、富裕層注力ホテルとそれ以外と二極化の時代といえる。

本項最後にロイヤルホテルとザ・リッツ・カールトン大阪のイメージを確認する。

〈ザ・リッツカールトン大阪 HP〉

(<https://www.ritzcarlton.com/jp/hotels/japan/osaka>, 2022年10月18日アクセス)

「18世紀の優雅な英国貴族の邸宅の雰囲気の色濃く放つザ・ザ・リッツ・カールトン大阪。水の都大阪の梅田にある当ホテルへ一歩足を踏み入れると、第二の我が家のような落ち着いた雰囲気が広がります。」

〈ロイヤルホテル開業時（1973年）の広告コピー〉

「きょうロイヤルホテルは新しいひとつの街として誕生です」

*「リーガロイヤルホテル70年の歩み」（p72）

注）アンダーラインはいずれも筆者

ザ・リッツ・カールトン大阪のいう「第二の我が家」は、対象が富裕層であることを表現している。「旅においても、富裕層の日常をそのまま楽しんでもらえますよ」という意味である。一方の多数のレストランやショッピングアーケードを備えたロイヤルホテルの開業広告にある「新しいひとつの街」という表現は、ターゲットを富裕層に限定するのではなく、色々な層のお客様に来て欲しいという理念が表現されていると考えられる。

④多様化の時代 急増訪日客需要を背景に *期間 2013年～

二極化の時代から大きな変化が起こるきっかけが、訪日客の急増である。

訪日外国人が1,000万人を超えたのが

2013年であり、3年後の2016年には2,000万を、さらにそこからわずか2年後の2018年には3,000万台に入っている。

2002年に500万人を越え、倍増となる1,000万人越えが2013年であり、12年かかったことを考えれば、まさに急増といえるだろう。

この訪日客急増に合わせ、多くの都市で訪日客を標的としたホテルが開業した。

その多くは、宿泊施設+料飲施設（1～2か所）といった、リミテッドサービス型が多かった。ここで大切なことは、標的市場、宿泊料金の設定である。2012年以前であれば、リミテッドサービス型ホテルは日本ではビジネスホテルと分類され、その多くは出張ビジネスマンをターゲットとした、シングルルーム中心の室単価1万円前後のものであった。

一方、この時期に開業したりミテッドサービス型ホテルには、低単価訪日客団体客をメインとした2～3人用客室中心のホテルに加え、高級客室特化型ホテルとも呼ばれるものが誕生している。機能はビジネスホテルと同様ではあるが、部屋も広く2人用中心のホテルであり、室単価も2万円を越えるものも多い。

また、いわゆるライフスタイルホテルというホテルが日本に誕生したのもこの時期である。それ以外にも「スーパーラグジュアリーホテル」「分散化ホテル」「グランピング」など、さまざまな価値観を提供するホテルが登場する。

これは旅行者にとって、旅の目的が多様化してきたということであろう。ラグジュアリーホテルを例にとると、以前は海外旅行でも自分たちの特権的ともいえる生活レベルを求める伝統的富裕層をターゲットとしたホテルが多かったが、旅先での体験や地元との交流を優先する富裕層をターゲットとしたホテルも誕生していく。後者の一部がライフスタイルホテルとして枝分かれしていったという側面もあるだろう。

現状コロナ禍の影響が強く残っているも、欧米の旅行マーケットは回復の途に

あり、withコロナの時代において、今後また違うコンセプトや価値観を提供するホテル群が登場する可能性もある。多様化の時代とって過言ではないと考えている。

4. おわりに「ラグジュアリーホテル」への視座と今後の研究課題

JNTOの2022年度の重点分野の一つが「高付加価値旅行」である。いわゆる外国人富裕層の誘致強化である。そのためには、富裕層を受入れ満足させることのできるラグジュアリーホテルが必須であり、2019年、菅官房長官（当時）が富裕層誘致のために国内に世界のラグジュアリーホテルを50軒誘致するという考えを発表したのもそれが理由といえる。

先に見たように、国内中間層獲得期までは、迎賓館機能を持った国内ホテルが、内外富裕層の需要も取り込んでいたが、富裕層に特化した外資系ラグジュアリーホテルが日本に誕生して以降は、リニューアル後のパレスホテルなど一部を除いては、国産ホテルのプレゼンスは低いままである。

ホテルの歴史を振り返ってみると、欧州においてホテルは身分制度のもと、特権階級向けの宿泊施設として発展してきた歴史がある。一方日本では売上を支えるのは地元客や中間層であり、また厳格な身分制度がなく、富裕層そのものへの理解も少なかったといえる。

訪日客拡大期においては、ようやく国内資本でも三井不動産、テイク&ギヴ・ニーズなどによって、富裕層を対象としたホテルが誕生してきている。個々のホテル単位では、様々な取組が行われているが、業界全体を見た場合、富裕層マーケットは外資系ホテルチェーンが中心となっているといわざるをえない。

今後も大阪においては、2025年大阪関西万博やIR推進を見越し、訪日客、中でも富裕層の宿泊需要が増えるとの見込から、フォーシーズンズやウォルドーフ＝アストリアなどラグジュアリーホテルを中心にホテル開業が予定されている。

これまでの経緯を振り返ると、富裕層に対する取り組みを行ってきた外資系ホテルが中心となることは、その歴史的な蓄積からやむを得ないと考えられるが、今後、国内資本のホテルが大阪初め国内外の富裕層マーケットでプレゼンスを築くことを期待している。

そのためには、まずは自分たちのホテルの標的となる市場セグメントを明確にすることからはじめないといけないのではないか。これまでの国内資本ホテルの強みであった、地元を中心とした料飲・宴会中心の営業方針とするのか、ここまで見てきたように外資系チェーンホテルのように対象を絞るのかが第一歩となるだろう。50㎡以上の客室やスパを作るだけでなく、特に伝統的特権階級に根差した富裕層をターゲットとするのであれば、独特のマナーや富裕層が何を求めているのか、どうすればストレスなく滞在していただけるのかなどの理解を深めることが大切である。

今後の研究課題としては、1868年開業の自由亭ホテルをさらに深く研究することにより、大阪のホテル史を確かなものにした。具体的な記録がほとんど無い中ではあるが、ほぼ同時期に開業した築地ホテル館との比較や、当時の大阪・神戸で発行されていた英字新聞の精読により、推察されることがあるのではと考えている。

また今回は大阪のホテル市場を題材に論を進めたが、大阪という市場そのものの特殊性を、東京あるいは他の都市との比較を行うことにより、より精緻化が図れると考えている。あわせて、迎賓館ホテルの今後の外資系ラグジュアリーホテルとの共存方法の可能性など、多角的に研究を進めていきたい。

2023年1月20日に、リーガロイヤルホテルの外資系ファンドへの売却、ならびにソフトブランドではあるもののIHGグループへの加盟に関するニュースが流れた。今後、1935年の新大阪ホテル開業以来、迎賓館機能を担い、かつ中間層獲得を経営方針としてきたリーガロイヤルホ

テルに当該ファンドがどのような運営方針で臨むか注視していきたい。

5. 謝辞

本論文では、日本のホテル史について様々な先行研究を参考とした。一覧は下記の「参考文献」に記すが、中でも自由亭ホテル～大阪ホテルについての研究・考察は、堀田暁生氏（元大阪市史編纂所長）によるものであり、直接お会いしお話を伺えたうえ、数々の貴重な資料をお貸しいただいた。ここに深く感謝の意を表し本論文の結びとしたい。

参考文献

- ・犬丸徹三『ホテルと共に七十年』展望社、1969年。
- ・運輸省『日本ホテル略史』運輸省、1946年。
- ・木村吾郎「大阪のホテル今昔」『大阪春秋83号』大阪春秋社、1996年。
- ・木村吾郎『日本のホテル産業100年史』明石出版、2006年
- ・郡司茂『「運鈍根」ホテルマン50年』毎日新聞社、1976年。
- ・下郷市造『ホテルの想ひ出（大阪ホテル／名古屋ホテル）』ゆまに書房、2017年。
- ・鐵道省『観光地と洋式ホテル』鐵道省、1934年。
- ・永松実『本邦初の洋食屋 自由亭と草野丈吉』えぬ編集室、2016年。
- ・日本ホテル協会編『日本ホテル協会百年の歩み』日本ホテル協会、2009年。
- ・堀田暁生「自由亭ホテル」『川口居留地1号』川口居留地研究所、1988年。
- ・堀田暁生「中之島の自由亭ホテルと草野丈吉について」『大阪の歴史』第71号、大阪市史編纂所、2008年。
- ・堀田暁生『大阪のホテル事始め』大阪市史編纂室主宰講演資料、2014年。
- ・星岡重一『暁霞生彩』私家版（国立国会図書館デジタルコレクション）、1940年。
- ・ロイヤルホテル『ロイヤルホテル創業55周年記念誌』ロイヤルホテル、1990年。
- ・ロイヤルホテル『リーガロイヤルホテル70年の歩み 1935-2005』ロイヤルホテル、2005年。
- ・『大阪市中近傍案内』、1888年。

[電子資料]

- ・アジ歴グロッサリー『どのくらいの多くの外国人が日本を訪れていたのか』<https://www.jacar.go.jp/glossary/tochikiko-henten/qa/qa06.html>（2022年8月3日アクセス）
- ・一休.com 大阪特集
<https://www.ikyuu.com/osaka/310000/t911/>（2022年10月25日アクセス）
- ・国立国会図書館「写真の中の明治・大正」、国立国会図書館、<https://www.ndl.go.jp/scenery/kansai/data/30/>（2022年9月15日アクセス）
- ・ザ・リッツ・カールトン大阪 HP
<https://www.ritzcarlton.com/jp/hotels/japan/osaka>（2022年10月18日アクセス）
- ・トラベル Watch（2022年1月28日版）
<https://travel.watch.impress.co.jp/docs/news/1384031.html>（2023年1月29日アクセス）

【本稿は所定の査読制度による審査を経たものである。】