

藤田観光のあゆみ

社会の変化とともに歩む経営資本の形成

藤田観光は、社会の変化を敏感に捉え、革新的な事業モデルや技術導入を通じて成長を遂げてきました。

1948年～1960年代 藤田財閥から藤田観光へ

社会のニーズ・時代背景

戦後の荒廃から立ち直ろうとするなか、人々は心の安らぎを求め、新たな希望や生活の喜びを見つける場所を熱望していました。

Our History



初代社長
小川 栄一

藤田観光は1877年創業の藤田傳三郎商社をルーツとし、1955年、藤田興業の観光部門が分離・独立して設立されました。初代社長の小川栄一は、「戦争で傷ついた人びと、これから日本の再建に尽くす人びとに、健全で、楽しい憩いの場を提供すること」を念願とし、それには「これまで一部の階級に所有されていた邸宅・別荘・庭園などを、多くの人びとが利用できるようにすることこそ社会的事業である」と確信しました。この考えから、ルーツである藤田家の邸宅・庭園を旅館およびレストランとして営業することを手始めに観光事業を興しました。

「箱根小涌園」「椿山荘」の開業

1948年、小川栄一の手により、藤田家別荘を旅館化した「箱根小涌園」が開業。温泉の掘削や施設拡充で、大衆に親しまれる憩いの場を実現しました。1952年には、「椿山荘」を開業。戦争で荒廃した庭園の再生やレストラン開業を通じて、東京の緑豊かなオアシスを提供しました。両施設に込められた「人々に憩いの場を提供したい」という小川のホスピタリティ・マインドは、1955年設立の藤田観光に受け継がれ、現在に至るまで多くの人々に愛される施設運営の基盤となっています。



開業当時の「箱根小涌園」
(現「箱根小涌園 蕎麦 貴賓館」)



開業当時の「椿山荘」
(現「ホテル椿山荘東京」)

経常利益の推移

沿革



1970年～1980年代 時代が求めた「ビジネスホテル」の先駆け

社会のニーズ・時代背景

高度経済成長期には経済活動の活発化に伴い、出張などで一人で宿泊する日本人ビジネスマンの利用が大幅に増加しました。

ビジネスホテルの基盤、ワシントンホテル誕生

当時ビジネスマンが出張で宿泊する施設は相部屋の商人宿のようなところしかなく、「出張旅費の範囲で、できれば夕食時にビールを1杯飲めて、子どもにちょっとしたお土産を買えるようにしたい」というコンセプトのもと、ワシントンホテルが誕生しました。当社は1973年「札幌第1ワシントンホテル」、1974年に「仙台第1ワシントンホテル」を開業、その後フランチャイズシステムを導入し一気に全国展開を進めました。ホテルの名称はアメリカ建国の父ジョージ・ワシントンに憧れた小川が命名したといいます。出張旅費内で提供するために1室あたりの面積を抑え、今では当たり前に見られるユニットバスを導入、また、ホテル業界で初めて自動フロントシステムを採用しました。

※ワシントンホテル1号店は1969年開業の「名古屋第1ワシントンホテル」。(株)名古屋国際ホテル(現「ワシントンホテル(株)」)が運営。



開業当時の「札幌第1ワシントンホテル」

培った経営資本 社会の変化を捉えた革新と成長基盤の構築

顧客ニーズを捉える市場分析力 > 出張需要に応えるビジネスホテルを創出、効率的かつ実用的な宿泊施設を提供。

全国展開を可能にした運営ノウハウ > 効率的運営でコストを抑え、多店舗展開を実現。

藤田観光のあゆみ

1990年～2000年代 国際化の波と新たな挑戦

社会のニーズ・時代背景

旅行需要が旺盛だったバブル期を経て、消費者の経験値が増え、旅行に対する個別ニーズが高まりました。同時にインターネットの普及とともにオンライン旅行サイトが急成長しました。また、多くの外資系ホテルチェーンが日本市場に進出し、観光業の国際化と競争の激化が進みました。



外資提携で培った国際基準のサービス

1992年、フォーシーズンズ社との提携により、「フォーシーズンズホテル椿山荘 東京」が開業。日米のホテル文化の違いを乗り越え、互いの強みを融合させた結果、世界でも類を見ない美しいホテルが誕生しました。この提携を通じて、ラグジュアリーホテルの運営ノウハウや国際的なセールス手法を取り入れました。国際基準で磨かれた接客スキルは、現在の高品質なサービスの礎となり、藤田観光の強みとして受け継がれています。



「フォーシーズンズホテル椿山荘 東京」

自社資産を生かした独自の事業展開

「フォーシーズンズホテル椿山荘 東京」では、都内随一の庭園という希少な資産を最大限に生かしつつ、フィットネス施設やエステ、多彩なダイニングを提供し、お客さまの期待に応えました。また、「箱根小涌園」では、温泉という地域の特性を生かし、2001年に温泉アミューズメントパーク「箱根小涌園ユネッサン」を開業。自社の強みを生かした独自の事業展開で新たな価値を創造しました。



お茶風呂



ワイン風呂

培った経営資本 伝統と国際性を融合したホテル運営の革新と競争力の確立

- 独自性を生かした価値創造 > 庭園や温泉といった資産を活用し、独自の強みを生かした事業展開を推進。
- 国際ブランドの運営ノウハウ > 外資系ブランドとの提携で、高品質なホテルサービスやセールス手法を獲得。

2010年～現在 観光業の未来を切り拓く挑戦

社会のニーズ・時代背景

日本政府の観光立国政策などによりインバウンドが急増。LCCも登場し国内外の旅行が手軽に。新型コロナウイルスの世界的な拡大は、非接触型サービスの需要の高まりや、プライバシーを重視する旅行スタイル、「コト消費」の拡大など、観光ニーズの多様化に拍車をかけました。



インバウンド需要の獲得

2015年に開業した「ホテルグレイスリー新宿」は、新宿東宝ビルの8～30階に位置し、訪日外国人や観光・レジャー客を積極的に取り込む拠点となりました。特に「ゴジラルーム」の設置は、日本文化への関心が高い外国人観光客の心を惹きつけ、宿泊体験に特別感を与えています。当社グループは訪日需要を確実に捉え、インバウンド市場における競争力を高めています。



「ホテルグレイスリー新宿」ゴジラルーム

過去最高益
2024年12月期
126.2億円

多様化するニーズに応えるユニークな事業展開

当社グループは、伝統と革新を融合させた施設展開で多様なニーズに応えています。「箱根小涌園 三河屋旅館」では、日本建築の美や歴史を体感できる空間を提供し、伝統の魅力を発信。一方で、新しい旅のスタイルを提案する施設にも挑戦しています。「藤乃煌 富士御殿場」は、独立型キャビンで自然と調和したグランピング体験を提供し、「HOTEL TAVINOS」はミレニアル世代を意識した宿泊特化型ホテルとして利便性を追求。さらに「永平寺 親禅の宿 柏樹閣」では禅文化を体験できる滞在を提供しています。また、自動チェックイン機やセルフクロークの活用を促進し、その分のマンパワーをお客さまに寄り添った接客に振り向けることで、サービスの充実を図っています。

培った経営資本 多様化するニーズに応える観光業の革新と持続可能な成長

- 多様化するニーズへの対応力 > 顧客の多様なニーズを捉え、柔軟なサービスや施設運営を展開する力。
- 国内外での市場開拓力 > インバウンド需要の獲得、会員プログラムを通じた顧客とのコミュニケーション。



1992

2001

2006

2013

2015

2017

2018

2019

2021

2023

2024

1992

「フォーシーズンズホテル椿山荘 東京」開業



2001

「箱根小涌園ユネッサン」開業



2013

「ホテル椿山荘東京」開業
(「フォーシーズンズホテル椿山荘 東京」と「椿山荘」を統合、リブランド)



2015

「ホテルグレイスリー新宿」開業



TM & © TOHO CO., LTD.

2017

「箱根小涌園 天悠」開業

2018

「箱根ホテル小涌園」建て替えのため営業終了
「ホテルグレイスリーソウル」開業

2019

「ホテルタビノス浜松町」開業

2021

「ホテルグレイスリー台北」開業

2023

「箱根ホテル小涌園」開業

