

ワールド オブ ハイアット

アンバサダー岸優太さん、バーテンダー、サーバーなどホテルマン役に初挑戦！
スマートなスーツ姿と職人のような佇まいでシグネチャーメニューをおもてなし

新ブランドムービー公開

「Be More Signature (もっと、ここでしか味わえない)」篇

4月14日(火)より特設WEBページにて公開

ハイアットは、2024年より実施しているロイヤルティプログラム「ワールド オブ ハイアット」のキャンペーンの一環として、Number_iの岸優太さんが出演する新ブランドムービー「Be More Signature (もっと、ここでしか味わえない)」篇を2026年4月14日(火)より特設WEBページにて公開いたします。また、インタビューも実施し、岸さんが撮影の裏側などについて語っています。バーテンダーやサーバーなどのホテルマンに扮した岸さんが、ハイアットの洗練された空間で、さりげない演出によって高められ、味覚を超え、心で感じる瞬間へと変わるシグネチャーメニュー体験を提供いたします。

ワールド オブ ハイアット 新ブランドムービー「Be More Signature (もっと、ここでしか味わえない)」篇



もっと、
ここでしか味わえない

また味わいたくなる、その一皿を、
ハイアットのレストランで。

BE MORE SIGNATURE

4月14日より、新ブランドムービー公開

(60秒) URL : <https://www.japanhyattcampaign.com/>

撮影場所：アンダーズ 東京

Signature Menu「シグネチャーメニュー」とは、そのレストランの“顔”となる一皿であり、ハイアットの各レストランを訪れた際にぜひ味わっていただきたい一品です。ハイアット レストランのシグネチャー体験は、ひと口前からすでに始まっています。料理が仕上がるまでの高揚感や、目の前でのさりげない演出、そして最も美味しい瞬間に届けられる一皿。味わいだけではない、その一連の流れすべてが、記憶に残る特別なシグネチャー体験へと昇華されます。

前期から続く「Be More Foodie (もっと美食を)」キャンペーンのコンセプトのもと、ハイアットのレストランでは日常や特別なひとときをより豊かに彩るシグネチャー体験をご提供します。各店の哲学や世界観を込めたシグネチャーメニューをご賞味いただける全国のハイアットのレストランへお越しいただきたいという想いを込めて、岸優太さん出演の「Be More Signature 編」をお届けします。

ハイアットでシグネチャー体験を楽しめるレストランの一例：

【アンダーズ 東京】★=本編動画に含まれているメニュー3品。

- **ザ タヴァン グリル&ラウンジ：** 国産牛ステーキを風味豊かなソースで仕上げたシグネチャー★「ペッパーステーキ」をオーダーいただいたお客様には、種類豊富なナイフセレクションよりお好きなカトラリーをお選びいただけます。

★季節のフルーツとともに味わうデザート「シーズナル ラムババ」は、お客様の目の前で香り高いラム酒をかけて仕上げ、一番美味しい、最高の状態でご提供いたします。

- **ルーフトップ バー：**

★シグネチャーカクテル「ジン・ローズヒップ・コスモ」は、芳醇なボタニカルが香るジンにローズヒップティーのやさしい酸味と甘み、ライムとクランベリーのスーパースムージーの爽やかな味わいが重なります。ゲストの目の前で広がる、ほのかなスモークが上質な余韻を残す一杯です。

【ホテル虎ノ門ヒルズ】

- **ル・プリスティン東京：**

濃厚な魚介の旨味が凝縮された「ル プリスティン シーフードオレキエツテ」は、食感が楽しいショートパスタに、国産の手長海老や蛤などを合わせ、ムール貝のフォームをまとわせたミシュランスターシェフ セルジオ・ハーマンを代表するディッシュ。香り高い出来立ての逸品をテーブルサイドで取り分け、一番美味しい温度でご提供いたします。

【パーク ハイアット 東京】

- **ニューヨーク グリル&バー：**

シグネチャーの「山形産トマホーク」はブロックで焼き上げて木箱に入れ、お客様のテーブルへ。目の前で開けた瞬間に立ち上るスモークとともに芳醇な香りが広がり、ダイナミックな存在感も、ディナーのクライマックスを華やかに演出します。香ばしく焼き上げた表面と、やわらかく旨味あふれる肉質は、まさにグリルの真髄。味わいはもちろん、五感を魅了するプレゼンテーションも楽しい一品です。

- **ジランドール by アラン デュカス：**

軽やかに焼き上げたパイに、鶏肉と仔牛のリードヴォー、トリュフ香るクネルを合わせた、贅沢な味わいの「鶏肉、リードヴォー、モリーユ茸のヴォロヴァン」。目の前でモリーユ茸の濃厚なソースとヴァン ジョーヌのジュをプレートに注ぐ、アラン デュカスならではの演出により、豊かなフレーバーが幾重にも重なります。食材が織りなす絶妙なハーモニーを、ソムリエおすすめのワインとともに楽しみください。

ハイアットのシグネチャーメニューが楽しめるレストランはキャンペーンページから：

キャンペーン特設サイト

URL <https://www.japanhyattcampaign.com/>

ブランドムービー概要・見どころ

岸優太さんがホテルマン役に初挑戦！スマートな立ち振る舞いと、真剣な表情に注目！

本ムービーでは、「ワールド オブ ハイアット」のアンバサダー2年目を迎える Number_i の岸優太さんが、ホテルマンに扮して登場いたします。ルーフトップバーでの撮影では、岸さんがバーテンダー役としてカウンターに立ち、カクテルを提供。初めてとは思えない手際で、まさに職人のような佇まいを披露いたしました。また、テーブルセットが並ぶアンダーズ 東京のレストラン、「ザ タヴァン グリル&ラウンジ」を移動しながら撮影するシーンでは、スーツ姿でトレイを手に颯爽と歩き、お客様にスマートにシグネチャーメニューをサーブするなど、大人の魅力が溢れるホテルマン姿の岸さんを納めています。プロからレクチャーを受けながら挑戦する岸さんの表情は真剣そのもので、普段の明るい印象とは異なる、クールな一面に注目です。

▼ストーリーボード



「Be More Signature (もっと、ここでしか味わえない)」篇. 15秒

01



02



03



04



05



岸さん(NA)ハイアットのシグネチャーメニューで

06



岸さん(NA)感動の食体験を

07



08



岸さん(NA)さあ あなたも

09



10



岸さん(NA)Be More Signature

11



撮影秘話&インタビュー内容

● 撮影秘話／現場レポート

バーテンダーやサーバーを演じるにあたりプロからレクチャーを受けた岸さんは、細かな所作を何度も調整し、完璧なカットが撮影できるまで真剣な表情で取り組みました。手元のアップ撮影のみのシーンでも表情を崩すことなく、ラグジュアリーな世界観を表現しています。また、少しのアドバイスでOK テイクを連発する岸さんの飲み込みの早さに、プロからもお墨付きをもらうなど、撮影の裏側でもスマートな立ち振る舞いを見せました。自身も普段利用しているホテルということで、岸さんの想いが詰まった映像に仕上がっています。

● インタビュー (一部)

バーテンダー、サーバー役に初挑戦した感想について、「全ての所作が難しかった」と振り返りながらも、実際に体験することで改めてサービスの奥深さを実感したと語りました。特にシェイカーを振るシーンは「ドラマなどで見ていた動きだが、いざやってみると本当に難しかった」とコメント。もし実際にホテルマンとして働くならという質問にも、「バーテンダー」を挙げ、「素質があるかもしれないと言っていたので、もう一度挑戦してみたい」と意欲を見せました。また、おもてなしする側に立ったことで、「サービスの裏側には楽しませるための細やかな気遣いがあると実感した」と語り、「細部まで徹底されたサービスは、自分たちのダンスのフォーメーションの細かさに近い感覚がある」と、プロフェッショナルな姿勢を自分と重ね合わせました。所属グループ Number_i として今後チャレンジしたいことについては、「皆のパスポートがスタンプで埋まるくらい、色々な場

所を旅してみたい」と語り、仕事でもプライベートでも世界を巡りたいという思いを告白。最後に、岸さん自身も普段利用している「アンダーズ 東京」の館内レストラン「ザ タヴァン グリル&ラウンジ」のシグネチャーメニュー、“ペッパーステーキ”をオススメメニューとして「もうご褒美って感じの、満足度を得られる一品」と、笑顔で紹介しました。

Q.今回の撮影で印象に残っているシーンは？

本当に、全部の所作が難しかった印象ですけれども、改めてサーバーの方たちの凄さを知れましたね。一番難しかったと思ったシーンは、バーテンダーをやらせていただいた時のあれが（シェイカーを振る所作）、いざやってみるとめちゃくちゃむずいんだなと思って。全く悔いはないですけど。凄く貴重な体験ができたので、新鮮な気持ちでしたね。

Q.おもてなしする側に立ってみた感想は？

もてなす方も大変だなと思いましたね。もてなす側がお客さんにどれだけ気遣っているかということ、改めて確認させていただきましたね。やっぱりケアというか、お客様を楽しませることだったり、サービスに対する熱を感じましたね。（サーバーを演じた時）やっぱりスーツは自然とピシッと締まる感じがあって、自分でもちょっと太鼓判を押していいんじゃないかなって思っています。

Q.もしハイアットのホテルマンとして働くとしたら、どんな職種に挑戦してみたいですか？

もう1回、バーテンダーをやってみたいですね。教えてくださったバーテンダーの方からも「もしかしたら素質があるかもしれない」という話が少し出て、頑張ってみたい。スモークが出てくるドリンクもあって、（それを見た）お客さんが驚く瞬間を、ちゃんと目の前で見てみたいですね。スナップの使い方とか、注ぐ時も片手でとか、ラベルもお客様の方に向くよう角度を合わせてとか…凄いなと思いましたね。自分たちで言うと、ダンスの立ち位置が細かい時は0.25（という位置指定が）あったりするんですよ。その感覚でしたね。ちょっと重なる部分もあった気がしましたね。（端々まで徹底されていることに）本当に驚きましたし、多分自分が知れたのはほんの一部に過ぎないので、本気で働いている現場をもっと見てみたいなと改めて思いましたね。

Q. Number_i で挑戦したいことは？

やっぱりチームでもっと旅もしたいですし、みんなのパスポートがスタンプでビタビタに埋まるくらい、いろんなところへ行きたいですね。仕事でもプライベートでも。

Q「アンダーズ 東京」の中でおすすめのメニューは？

「タヴァン」のペッパーステーキですね。柔らかいお肉とソースが凄くマッチしているのもそうですし、ペッパーがより肉の美味しさをより引き立ててくれて。もうご褒美って感じの、満足度をしっかり得られる一品でしたし、マッシュポテトと一緒に食べるのが凄く好きでしたね。

Q.ホテルマンとして、岸さんがシグネチャーメニューの魅力を一言で表現するとしたら、どんなふうに表現しますか？

そのレストランの顔となるメニューで、ただ美味しいだけでなく、「記憶に残る体験の提供」をしてくれるものですね。

Q.この動画を見ている方へ

皆さんの何気ない日常だったり、特別な時間だったり、本当にいろんな時間があると思うんですけど、どんな時でも、ハイアットにお越しいただいたら、きっと素敵な気持ちや特別な時間が生まれると思います。皆さんもリフレッシュだったり、宿泊もそうですし、是非、楽しんでいただけたらうれしいです。是非、皆さんも来てください！ ワールド オブ ハイアット、これからもぜひよろしくお願ひします！

新ブランドムービー概要

- ムービータイトル：「Be More Signature (もっと、ここでしか味わえない)」篇
- 出演者：岸優太
- 放映開始日：2026年4月14日(火)
- ブランドムービーはキャンペーンサイトからご覧ください：<https://www.japanhyattcampaign.com/>

岸 優太(Kishi Yuta)さんのプロフィール

1995年9月29日生まれ。

2023年10月、平野紫耀さん、神宮寺勇太さんと共にNumber_i(ナンバーアイ)を結成。

2024年1月、ファーストデジタルシングル「GOAT」をリリースし、デビュー。

音楽活動を中心に活躍の幅を広げている。

キャンペーン特設サイト

URL <https://www.japanhyattcampaign.com/>

ハイアットのシグネチャーメニューを楽しめるレストラン情報やこれまでのブランドムービー、岸優太さんのQ&Aムービーなどを公開しています。

ハイアットの公式LINEアカウントでは、旅のお得な情報やプレゼントキャンペーン、お友だち限定のコンテンツなどを配信しています。

▼ワールド オブ ハイアット LINE 公式アカウント



URL : <https://lin.ee/ebbfrGT>

※本リリース中の「ハイアット」とは、ハイアット ホテルズ コーポレーションおよび(または)その関連会社を指す用語として使用されています。

ハイアット ホテルズ コーポレーションについて

ハイアット ホテルズ コーポレーション(本社:米国イリノイ州シカゴ)は、私たちの存在意義を「人をケアすると、人は最高の状態になれる(We care for people so they can be their best.)」と定める世界有数のホスピタリティー企業です。2025年12月31日現在、世界6大陸の83カ国で1500軒以上のホテルやオールインクルーシブ施設を展開しています。ハイアットが展開するブランドには、ラグジュアリー・ポートフォリオとして「Park Hyatt®」「Alila®」「Miraval®」「Impression by Secrets」「The Unbound Collection by Hyatt®」、ライフスタイル・ポートフォリオとして「Andaz®」「Thompson Hotels®」「The Standard®」「Dream® Hotels」「The StandardX」「Breathless Resorts & Spas®」「JdV by Hyatt®」「Bunkhouse® Hotels」「Me and all hotels」、インクルーシブ・コレクションとして「Zoëtry® Wellness & Spa Resorts」「Hyatt Ziva®」「Hyatt Zilara®」「Secrets® Resorts & Spas」「Dreams® Resorts & Spas」「Hyatt Vivid® Hotels & Resorts」「Sunscape® Resorts & Spas」「Alua Hotels & Resorts®」「Bahia Principe Hotels & Resorts」、クラシック・ポートフォリオとして「Grand Hyatt®」「Hyatt Regency®」「Destination by Hyatt®」「Hyatt Centric®」「Hyatt Vacation Club®」「Hyatt®」、エッセンシャル・ポートフォリオとして「Caption by Hyatt®」「Unscripted by Hyatt」「Hyatt Place®」「Hyatt House®」「Hyatt Studios®」「Hyatt Select」「UrCove」があります。また関連会社では、ロイヤルティプログラム「World of Hyatt®」のほか「ALG Vacations®」「Mr & Mrs Smith」

「Unlimited Vacation Club®」「Amstar® DMC」「Trisept Solutions®」を運営しています。詳しくは www.hyatt.com をご覧ください。

ワールド オブ ハイアットについて

ワールド オブ ハイアットは、受賞歴を誇るハイアットのロイヤルティプログラムで、プログラム参加ホテルは以下を含みます。ラグジュアリー・ポートフォリオの「Park Hyatt®」「Alila®」「Miraval®」「Impression by Secrets」「The Unbound Collection by Hyatt®」、ライフスタイル・ポートフォリオの「Andaz®」「Thompson Hotels®」「The Standard®」「Dream® Hotels」「The StandardX」「Breathless Resorts & Spas®」「JdV by Hyatt®」「Bunkhouse® Hotels」「Me and All Hotels」、インクルーシブ・ポートフォリオの「Zoëtry® Wellness & Spa Resorts」「Hyatt Ziva®」「Hyatt Zilara®」「Secrets® Resorts & Spas」「Dreams® Resorts & Spas」「Hyatt Vivid® Hotels & Resorts」「Sunscape® Resorts & Spas」「Alua Hotels & Resorts®」、クラシック・ポートフォリオの「Grand Hyatt®」「Hyatt Regency®」「Destination by Hyatt®」「Hyatt Centric®」「Hyatt Vacation Club®」「Hyatt®」、エッセンシャル・ポートフォリオの「Caption by Hyatt®」「Unscripted by Hyatt」「Hyatt Place®」「Hyatt House®」「Hyatt Studios®」「Hyatt Select」「UrCove」。ハイアットで直接予約した会員のお客様は、最上位会員待遇の利用特典「ゲスト・オブ・オーナー (Guest of Honor)」、予約時に確約するスイートへのアップグレード、各種ウエルビーイング関連サービス、デジタルキー、会員限定料金などを含む、お客様一人一人に合わせたサービスや限定特典が楽しめます。ワールド オブ ハイアットの会員は6300万人以上。ポイントの獲得と利用は、宿泊のほかホテル内の食事やスパ、ウエルビーイング体験などを取り揃える「**FIND** エクスペリエンス」プラットフォームにても可能です。さらに、アメリカン航空のAAdvantage®ともロイヤルティプログラムで戦略的コラボレーションを展開しています。入会は無料で、hyatt.com から登録できます。また、ワールド オブ ハイアットのスマートフォンアプリは日本語でも Android と iOS で用意しており、Facebook、Instagram、TikTok、X (旧ツイッター) からハイアットにつながることもできます。