課題解決型 グローバルインターンシップ2026 ｜ 最終成果発表会　2026.11.28

課題提供：北エリアのホテル

2030年の大阪北エリアに、世界から選ばれるホテルをつくろう！

大阪発のカプセルホテルに緑と健康を

カプセルホテルの導入によって、宿泊客層の拡大を目指し、北区により多くの宿泊客を迎える。

【 A Luxury × Capsule Hotel Focused on Eco-friendly and Wellness 】

チーム①

S.W
【金　善佑】
【関西大学・２年】
【韓国語・日本語・英語】

N.K
【野木 胡桃】
【同志社大学・２年】
【日本語・英語】

H.J
【胡 嘉琚】
【同志社大学・２年】
【中国語・日本語・英語】

J.H
【張 準亨】
【同志社大学・２年】
【韓国語・日本語・英語】

M.K
【金 民哲】
【同志社大学・１年】
【韓国語・日本語・英語】

Transcend-Learning

2030年にブランド価値を守りながら、若年層を将来の顧客へとつなげる仕組みを構築する。

Our Goal & the Real Question

① ホテルからの問い

2030年の大阪北エリアに、世界から選ばれるホテルをつくろう！

― **新規開業メンバーになったつもりで、ターゲットとコンセプトを考える** ―

② 私たちが見つけた本当の課題

2030年の観光需要拡大を見据え、ホテルの**ブランド価値**と**既存顧客の満足度**を維持しながら、新たな宿泊需要に対応し、**「緑と健康」**を軸に既存ホテルとの差別化を図ること。

③ 2030年のゴール

カプセル → 将来の高価格帯顧客へ

2030年、既存顧客には**「緑と健康を重視した上質な滞在」**を、若年層には**「手頃な価格で楽しめる高級ホテルのサービス」**を提供する。

さらに、カプセルホテルでの宿泊をきっかけに、**将来的な高価格帯客室**の利用につなげる。

なぜこのゴールなのか（ホテルにとっての意味）

新規顧客の獲得：カプセルホテルによって、これまで価格面で利用しにくかった若年層を取り込める。

将来の顧客育成：若いうちに上質なサービスを体験してもらい、将来の高価格帯客室の利用につなげられる。

新たな収益源の確保：高級ホテルとカプセルホテルの2つの価格帯で、異なる宿泊需要に対応できる。

ブランドの新たな価値創出：「緑と健康」という特色で既存ホテルと差別化し、ブランドの魅力を広げられる。

調査から、若年層の需要と健康志向の高まり、快適性への課題が明らかに

Evidence & Voices

調べたこと	気づき	だから、こう設計する
大阪の宿泊客の55%が30代以下 出典：大阪府「大阪観光分野における現状分析及び将来予測に関する国内調査」p.14 Z世代の７１％が宿選びでコストパフォーマンスを重視LDKプロジェクト「Z世代の旅行先の宿選びに関する実態調査」	**若年層は大阪観光の重要な客層** コストパフォーマンスが重視される	**価格を抑えたカプセルルームを導入し、若年層の宿泊需要に対応**
他府県と比べ、宿泊リピーターの割合が高い 出典：大阪府「大阪観光分野における現状分析及び将来予測に関する国内調査」p.14	**再訪客との継続的な接点が必要**	**カプセル宿泊を将来の高価格客室利用につなげる**
世界のウェルネス市場は **2030年に10.9兆ドルへ拡大予想** 出典：Global Wellness Institute（2026）「Global Wellness Monitor 2026」	**健康を重視した市場が成長**	**緑と健康を重視した宿泊空間を提供**

世界の声

３か国　１５人

質問：カプセルホテルのイメージ

【声1】中国・女子大学生

*「**料金が安く**、一人でも利用しやすいが、共用スペースに不安がある。」*

【声2】韓国・男子大学生

*「**安く**、**気軽**に泊まれるが、**狭く**、周囲の音が気になる。」*

【声３】日本・女子大学生

*「**狭くて暗い**イメージがあり、**セキュリティ面**も不安なため、カプセルホテルに泊まりたくない。」*

↓

手ごろな価格が魅力である一方、安全性、静穏性、快適性の確保が課題。

⇓

高級ホテルらしい上質なサービスに加え、セキュリティ、防音対策を強化することで、マイナスなイメージの払拭を図る

健康志向の人と若年層が、緑と上質な宿泊体験を楽しむためこのホテルを選ぶ。

Who We Serve & Why

ターゲットカード

誰か	A:国内外の健康・美容意識が高く、上質な滞在を求める社会人 B:快適な睡眠と手頃な価格を重視する若年層・一人旅・ビジネス客
なぜこの客層か	健康志向や快適性を重視する宿泊ニーズに応えながら、若年層との新たな接点をつくり、将来の高級ホテル利用につなげるため
このホテルのどこを気に入るか	A：緑豊かな環境、充実したウェルネス施設、プライバシーを重視した上質なサービス B：静かで快適な睡眠環境、独立した宿泊空間、手頃な価格で高級ホテルの施設を利用

コンセプトシート



ホテル名

【A：グリーンガーデンホテル 】
【B：グリーンネストステイ 】

コンセプト

【A:プライバシーと上質なグリーン＆ウェルネスサービスを重視したホテルステイ】
【B: 静かで快適な宿泊品質を追求した新しい宿泊スタイル 】

象徴となる体験 3つ

【1】 高級ホテルの施設を利用できる新しい宿泊スタイル
【2】 緑に囲まれたウェルネス体験(フローティングセラピー)
【3】 健康を意識した朝食サービス

なぜこのホテルで・なぜこの場所で

大阪発祥の宿泊文化に、上質な接客サービスを掛け合わせ、新たな宿泊体験を提供することで、緑豊かな大阪北区から、新しい宿泊スタイルを発信し、宿泊客層の拡大に貢献

あえてやらないこと

- すべての施設とサービスを共通化しない
- 異なる宿泊スタイルの客室を同じ棟に設けない
- プライバシーや睡眠の快適性を犠牲にした客室設計をしない

22歳の女性大学生・芽衣さんが体験する、緑とウェルネスに包まれた特別な一日

A day in 2030

到着の前



お客様

手頃な価格に加え、静かな睡眠環境と快適な寝具に魅力を感じ、B棟を予約する

現場スタッフ

予約情報を確認し、快適に過ごせるように客室や共用施設を整える

到着



お客様

緑の空間と丁寧な接客に触れ、チェックインを済ませ、男女別の宿泊エリアと大浴場への動線を確認する

現場スタッフ

B棟の宿泊者に共用施設の利用方法やエリアを案内する

滞在中



お客様

ジムやサウナなどの共用施設を利用し、独立した静かな空間で快適な睡眠を楽しむ

現場スタッフ

共用施設の利用状況を確認し、快適性とA棟のプライバシーを守る

出発の後



お客様

快適な睡眠環境に満足し、高級ホテルの魅力を実感したことで次回はA棟にも興味を持つ

現場スタッフ

B棟のセルフ清掃状況を確認宿泊後の感想を収集し、A棟の宿泊プランや再訪特典を案内

画像はすべてAI生成

A棟：プライバシーと上質なウェルネスサービス　|　B棟の価値：手頃な価格 × 独立した空間 × 快適な睡眠

既存の運営ノウハウとB棟の省人化を生かし、実現を目指します

Why It Works

誰が動かすか

北エリアのホテルの運営部門を中心
A棟は接客・健康美容サービスの専門スタッフ
B棟は少人数の運営スタッフを配置

・A棟：フロント・接客、レストラン、ジム、セラピーなどの専門スタッフ
・B棟：フロント・施設管理、衛生管理（セルフサービスを中心とした運営）
・共通：施設管理、設備保守、予約管理

何が良くなるか（ゴールの数字）

B棟（200室）の年間延べ宿泊数目標

約５.５万人泊/年

当ホテルと新たな顧客層との接点が拡大

出典:大阪市「国内外の観光需要の取り込みの強化」p.41（観光庁「宿泊旅行統計調査」）

お金：かかる費用と収益

投資・費用
初期費用：約23.08億円（建物本体費用）＋約135.85億円（土地取得費）＋その他開業関連費用
建築工事費：A棟16億　B棟7.08億
土地取得費：約６５００㎡×２０９万円/㎡
収益
A棟・B棟の宿泊収入に加え、レストランや健康施設の利用収入を見込む。
年間売上：約64億円（年間客室売り上げ）＋その他施設利用収入
年間客室売り上げ：A棟約58.4億円＋B棟約5.5億円

懸念とその対策

① 客層の違いによる満足度の低下
対策：A棟とB棟の宿泊エリア・動線を分離し、それぞれの客層に適したサービスを提供する。
② 高級ホテルのブランドイメージの低下
対策:B棟でも清潔感と上質な接客を維持し、当ホテルの品質を保つ。
③ B棟の低価格設定による収益性の低下
対策：セルフサービスや省人化で運営費を抑え、共用施設の利用による追加収益を確保する。

出典：大阪市「国内外の観光需要の取り込みの強化」p.41（観光庁「宿泊旅行統計調査」2025年速報値）
関電不動産開発株式会社（2023）「センタラグランドホテル大阪」竣工のお知らせ、物件概要より
ナインアワーズ「ナインアワーズ新大阪」　ファーストキャビンHD「ファーストキャビン西梅田」
国土交通省「令和8年地価公示 鑑定評価書」（大阪北5-15、大阪市北区大淀南1丁目10-9）
国税庁『地域別・構造別の工事費用表（1m2当たり）【令和4年分用】』

多様な専門人材を国内外から確保する

The Talent We Need — and Where to Find It



① これからのホテル

このアイデアを実行すると、現場では

A棟では上質な接客と健康施設の専門的なサービスが求められる一方、B棟ではセルフサービスを活用した**効率的な運営**が必要となる。

2030年の大阪では

IR開業などに伴い、国内外からの集客強化が目指されている。そのため、**多言語対応や多様な宿泊ニーズに応えられる人材**が重要になる。

出典：大阪府・大阪市（2026）「大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域の整備に関する計画について」p.14

② だから必要な人材

人材像1：多言語対応・ホスピタリティ人材
外国人宿泊客のニーズを理解し、A棟の上質な接客とB棟の施設利用案内を**多言語**で行える人

人材像2：ウェルネス専門人材
健康、運動、リラクゼーションに関する**専門知識**を持ち、緑と健康を重視した滞在を支えられる人

人材像3：省人化・二棟運営管理人材
ITやホテル運営の知識を持ち、B棟のセルフサービスを活用して業務を効率化し、限られた人数で両棟のサービス品質を維持できる人。

③ その人材はどこにいるか

ホスピタリティ人材：
ホテル・観光系学部の学生、ホテル業界経験者、外国人留学生

ウェルネス専門人材：
健康・スポーツ系学部の学生、フィットネス・
スパ業界経験者

省人化・二棟運営管理人材
ホテル運営経験者、IT・業務改善分野の専門人材

私たちの提案：どこから、どう迎えるか

大学・専門学校との連携による学生や留学生の採用と、ホテル・ウェルネス・IT業界からの経験者採用を組み合わせる。さらに、インターンシップや専門研修を通じて、両棟の運営に必要な人材を育成する。

40.8万人

出典：JASSO「2025（令和7）年度外国人留学生在籍状況調査結果」

まずは既存ホテルで需要調査と利用者アンケートから、始めてみませんか。

First Step from Tomorrow



明日

本館で試せる小さな一歩
・利用者に、カプセルホテルへの需要や共用施設の利用意向を調査する。
・カプセルルームのモデルを設置し、快適性や高級ホテルとの共存に対する反応を確認する。

2027年

開業準備
・カプセル200～300ユニットの設計を進める。
・緑豊かな空間とウェルネス施設を計画する。
・必要な人材の採用と育成研修を行う。

2030年

開業
・A棟500室、B棟200ユニットの二棟型ホテルを開業する。
・緑豊かな環境と健康施設を備え、上質なサービスと手頃な宿泊体験を提供する。B棟ではセルフサービスを活用し、効率的な運営を実現する。

その先

グループの他の拠点へ広げる
・顧客満足度と収益性を分析する。
・B棟で獲得した若年層の将来的なA棟利用につなげる。
・成功した運営モデルを他の拠点にも展開し、新たなホテルブランドを育てる。

ホテルの皆さまへのお願い

・既存ホテルの宿泊客へのアンケートを実施させてください。
・利用者層や運営コストについて、可能な範囲でデータをご提供ください。

まずは小さな一歩から。当ホテルの伝統を守りながら、新たな宿泊体験をともに作っていきたいと考えています。

【ホテルの完成予想図】

Architectural rendering



ありがとうございました

Thank you

【大阪発のカプセルホテルに緑と健康を】　|　チーム①

課題提供：北エリアのホテル

Transcend-Learning

出典及び計算詳細

収益

・年間客室売り上げ：A棟：稼働率79.4%×客室数500室×宿泊単価（詳細は下）＝**約58億4000万円**

（スタンダード：150室・２３,000円、スーペリア：150室・３３,000円、デラックス：100室・４５,000円、プレミアム：70室・６５,000円、スイート：30室・９0,000円）

B棟：稼働率75.2%×宿泊数200室×宿泊単価（９９００円）＝**約５億5000万円**

A棟＋B棟＝年間客室売り上げ＝約64億円

出典：*大阪市「国内外の観光需要の取り込みの強化」p.41（観光庁「宿泊旅行統計調査」2025年速報値）*

初期費用

・敷地面積：A棟　約4500㎡

出典：*関電不動産開発株式会社（2023）「センタラグランドホテル大阪」竣工のお知らせ、物件概要より*

B棟　約2,000㎡

出典：ナインアワーズ「ナインアワーズ新大阪」　*ファーストキャビンHD「ファーストキャビン西梅田」*

合計　約6,500㎡

・土地取得費　６,500㎡×209万円／㎡＝**約135.85億円**

出典：*国土交通省「令和8年地価公示 鑑定評価書」（大阪北5-15、大阪市北区大淀南1丁目10-9）*

・工事費用　１㎡あたり：A棟：35万4000円　×約4500㎡　＝**約１６億**

B棟　×約2000㎡＝**約7億800万**

出典：*国税庁『地域別・構造別の工事費用表（1m2当たり）【令和4年分用】』*

土地取得費＋工事費用（A棟＆B棟）＝初期費用＝158億９３００万円