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！

中之島に架ける、三つの橋

関西をつなぐ・世界とつなぐ・人と街をつなぐ ― 三つの橋を架けるホテル

Three Bridges over Nakanoshima — Welcoming the People Who Build the City

チーム②

しんゆ	サイ	ももか	ガオン	ジンミン	ゆうこ
【李心喻】 【同志社・３年】 【日本語、中国語、英語】	**【CHOI MINKI】** 【同志社・修1年】 【韓国語、日本語、英語】	**【近藤 桃加】** 【近畿 ・３年】 【日本語、韓国語】	**【黄ガオン】** 【同志社・1年】 【日本語、韓国語】	【KIM JINMIN】 【同志社・1年】 【日本語、韓国語】	**【出口 結子】** 【同志社・1年】 【日本語】

Transcend-Learning

この発表は、「問い」に一つずつ答える形で進めます

How We Present: One Question at a Time

出発点：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！

Q1　本当の課題は何か？ p.3

Q2　何を調べ、何がわかったか？ p.4–5

ホテルの「方向性」「強み」と、大阪北エリアの「特徴」の三つを調べた。

わかったこと（答え）

人のおもてなしで選ばれる、上質なビジネスホテル

答えから生まれた、残りの問い

Q3 p.6
誰に、何で選ばれるか？
ターゲット・選ばれる理由

Q4 p.7
どんなホテルか？
北エリアとホテルの共通点：三つの橋

Q5 p.8–9
どこで？
立地と役割分担

Q6 p.10
お客さまはどう過ごすか？
2030年のある1日

Q7 p.11
本当に実現できるか？
運営・お金・懸念と対策

Q8 p.12
誰がこのホテルを支えるか？
必要な人材と迎え方

Q9 p.13
明日から何を始めるか？
本館で試す小さな一歩

すべての答えは、一つの言葉につながります ― **一流とアットホームのあいだに、人が橋を架ける。**

Q1　本当の課題は何か？

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

宿泊主体型のホテルは、何で選ばれる**のか。**

キタには外資系の高級ホテルが集まり、建物や規模では差をつけにくい。

その答えを探すため、私たちはホテルの「方向性」「強み」と、大阪北エリアの「特徴」の三つを調べた。

③ 2030年のゴール

出張の宿 → 常宿

2030年、大事な仕事で大阪を訪れる出張者に「大阪出張なら、ここ」「おかえりなさい、と迎えてくれるホテル」と言われる。

指標（案）：リピート率、会員組織会員比率

なぜこのゴールなのか（ホテルにとっての意味）

収益：宿泊主体型ホテルは「高収益体制の実現」を担う（中期経営計画2026 p.6）。　**ブランド：**価値の源泉は建物ではなく「先人から受け継いできた精神・サービス技術」（p.4）。

顧客基盤：新規出店を契機に会員組織の経済圏を拡大する方針（p.19–20）。リピートする出張者は、その中心になる。

Q2　何を調べ、何がわかったか？ ― 三つの調査

Evidence (1/2): Our Direction, Our Strengths, and the North Area

ホテルからの問いに答えるため、私たちは三つを調べました。

①ホテルの方向性

調べたこと

・2023年、「資産保有・運営一体型」から「運営特化型」へ転換

・ホテル経営の変化：かつての価値は「建物」。いまは「サービス（人）」が価値になる。ホテルも価値の源泉を「精神・サービス技術」とする

・新規出店は宿泊主体型（リミテッドプラス）が中心

出典：中期経営計画2026 p.4・5・27、メンター面談

気づき

これからのホテルは、建物ではなく「人」で選ばれる。人を中心にしたサービスが必要。

答えのことば　**「人のおもてなしで」**

②ホテルの強み

調べたこと

ホテルの現場で聞いたこと

「一流」でありながら、「アットホーム」

お客さまアンケートで多く挙がった言葉

・一流＝最上のサービスとラグジュアリー。国賓・G20・G7を迎えてきた

・アットホーム＝家のような温かさとくつろぎ

出典：ホテルの方（お客さまアンケート）、中計 p.38・40

気づき

反対に見える二つを両立させるのは「人」。宴会場のない小さなホテルでも、**当館らしさは届けられる。**

答えのことば　**「上質な」**

③ 大阪北エリアの特徴

調べたこと

・進化する街：うめきたなど開発が続く。万博(2025)、IR(2030)、なにわ筋線(2031年春)

・国際交流：大阪国際会議場、G20大阪(2019)

・関西の中心：京都・神戸・二つの空港へつながる

・ビジネスの街：商談・会議で国内外から人が集まる

出典：中期経営計画2026 p.29、大阪市資料

気づき

キタは「国際交流」と「ビジネス」の架け橋になる街。

答えのことば　**「ビジネスホテル」**

Q2　何を調べ、何がわかったか？ ― 三つを合わせた答え

Evidence (2/2): Three Findings, One Answer

三つの「答えのことば」を合わせると、ホテルの姿が見えました。

①ホテルの方向性 建物から人へ	→「人のおもてなしで」
②ホテルの強み 一流 × アットホーム	→「上質な」
③ 大阪北エリア 国際交流とビジネスの架け橋	→「ビジネスホテル」

↓

答え

人のおもてなしで選ばれる、上質なビジネスホテル

→ この答えから、次の問いが生まれる：誰に、何で選ばれる？　どんなホテル？　どこで？（Q3〜Q5）

世界の声

4 か国　**5** 人

質問：ホテルを選ぶとき、重視する順に並べてください

①交通　②値段　③サービス

結果：交通と値段で"候補"を絞り、最後はサービスで"選ぶ"。
→ 新ホテルは、中之島の交通（2031年新駅）と中間の価格帯で候補に入り、「人」のサービスで選ばれる。

Q3　誰に、何で選ばれるか？

Who We Serve & Why

ターゲットカード

誰か

大事な商談・会議で大阪北エリアを訪れる、1〜2泊の国内の出張者が中心。海外からの出張者にも、これから広げていく。

なぜこの客層か

出張者の約半数は「いつも決まったホテル」を持つ（楽天トラベル調査、2014年）。日本の出張を知るホテルなら、その一つになれる。

選ぶ理由・また来る理由

初回に選ぶ理由 — 「一流」

ホテルの安心、翌日の仕事を支える準備、よく眠れる客室。

また来る理由 — 「アットホーム」

好みを覚えた応対と、二度目からの「おかえりなさい」。

コンセプトシート

ホテル名（案）

THE BRIDGE 中之島　（仮称・案）

コンセプト（一文）

一流とアットホームのあいだに、人が橋を架ける。

出張の前・中・後を、人が先回りして支えるホテル。

象徴となる体験 3つ（三つの橋）

①関西をつなぐ橋：関西出張の動線提案（大阪駅シャトル・ホテル間の荷物配送）

② **国際交流の橋**：世界の賓客を迎えてきた応対と料理を、朝食と出張の準備に

③ **人がかけた橋**：好みを覚えて、二度目からは「おかえりなさい」

Q4　どんなホテルか？— 大阪北エリアとホテルの共通点

The Concept: What the North Area and the Hotel Share — Three Bridges

八百八橋

はっぴゃくやばし

江戸時代の大阪は
「八百八橋」と呼ばれるほど、
橋の多い街だった。

私たちはこの言葉から、
大阪北エリアとホテルをつなぐ
「三つの橋」を考えた。

① 関西をつなぐ橋

大阪北エリア　京都・神戸・二つの空港へつながる、関西の結節点。

ホテル　1935年に中之島で開業。関西の歴史とともに歩んできたホテル。

② 国際交流の橋

大阪北エリア　国際交流の都市・大阪。大阪国際会議場、そして2030年のIR。

ホテル　G20大阪（2019）など、国際交流の舞台を担ってきたホテル。

③ 人がかけた橋

大阪北エリア　大阪の橋の多くは、町人が自ら架けた「町橋」。幕府の公儀橋は12橋だけ。

ホテル　「賓客のための近代的ホテルを大阪に」という政財界の想いから生まれた。

そして今　**出張で行き交うビジネスパーソンの仕事が、かつての商人のように人と街をつなぐ。**

出典：大阪市建設局「かわら版」第23号、協力ホテル公式サイト「歴史・沿革」、中期経営計画2026 p.29・40

Q5　どこで？ ― 北エリアの中でも、中之島西部

Where (1/2): West Nakanoshima, Within the North Area

観点	中之島西部（本提案）	うめきた
交通（現在）	京阪中之島線・肥後橋駅が中心で、梅田より不便	大阪駅に直結し、最も便利
交通（2031年〜）	なにわ筋線の新駅で大阪駅まで1駅。関西国際空港・新大阪へのアクセスも向上	引き続き便利
周辺環境	国際会議場を核に、国際交流拠点に向けた宿泊機能の導入を大阪市が掲げる	高級ホテルが集中（例：ウォルドーフ・アストリア大阪、2025年4月開業）

中之島西部を選ぶ理由

① 2030年の時点で、すでに便利

京阪中之島駅・肥後橋駅が使える。北エリアのホテルの大阪駅無料シャトルを共用する。

② 2031年春、さらに便利に

なにわ筋線の新駅で大阪駅まで1駅。関西国際空港・新大阪へも行きやすくなる。開業はその一年前。

③ 仕事と物語がある場所

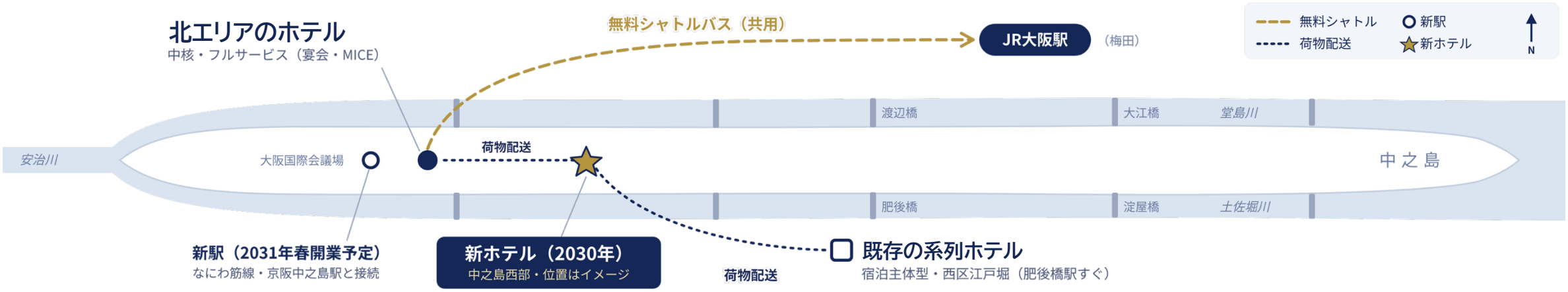
大阪国際会議場のそば。橋の街・中之島で、ホテル発祥の地（1935年新大阪ホテル）。

懸念：中之島5丁目の大型用地はマンション計画が進む → 開発事業者・既存ビルのホテルを運営受託で担う（Q7）

出典：大阪市「なにわ筋線整備事業」、大阪市「中之島五丁目地区」資料（2025年11月）、ウォルドーフ・アストリア大阪 開業リリース（2025年4月3日）

Q5　どこで？— 中之島に三つ目のホテルがあっても良い理由

Where (2/2): Three Hotels, Three Roles



※位置関係は概略。新ホテルの位置はイメージ。

競合ではなく、役割分担。中核ホテルの周りに新しいホテルを置く「ドミナント出店」（中期経営計画2026 p.27）。

中核・フルサービス型

北エリアのホテル

客層：国際会議・宴会・観光で訪れる人
求めるもの：大宴会場・会議機能・格式、上質な滞在
価格帯：高

宿泊主体型（新規・2030年）

新ホテル

客層：大事な仕事で訪れる国内の出張者（1〜2泊）が中心
求めるもの：仕事を支える準備とよく眠れる客室（一流）、好みを覚えた応対（アットホーム）
価格帯：中（両者の中間）

宿泊主体型（既存）

既存の系列ホテル

客層：ビジネス・レジャーで訪れる人
求めるもの：立地と機能性（ワークスペース、長期滞在への対応）
価格帯：標準

※「求めるもの」は仮説。今後、顧客データやヒアリングで検証する。　出典：中期経営計画2026 p.6・27、協力ホテル「グループホテル一覧」

Q6　お客さまはどう過ごすか？

A Day in 2030

1日の流れ

到着の前	到着	滞在中	出発の後
予約時に「翌朝の予定」を一問だけ伺う（希望者のみ）	名前で迎える。荷物は別のホテルから先に届いている	下の表：仕事に集中する時間と、くつろぐ時間	次も同じ部屋・同じ準備で「おかえりなさい」

	ON ｜ 仕事に集中する（一流）	OFF ｜ ホテルと大阪・キタを楽しむ（アットホーム）
お客様	**翌日の身支度を、ホテルに任せる** 夜22時までにシャツやスーツを預けると、翌朝7時に部屋へ届く。プレス代は宿泊料金に含み、自分でアイロンをかける手間がない。 **予定に合わせて、朝の過ごし方を選ぶ** 9時の商談がある日は7時から館内でホテルの朝食。早く出る日は6時半に朝食ボックスを受け取り、前夜に決めた交通手段で訪問先へ。	**ホテルでくつろぐ** 北エリアのホテル（本館）監修の夕食を、一人でも落ち着けるカウンター席で。食後は翌朝の準備をフロントに任せ、静かな客室で休む。 **大阪・キタを楽しむ** スタッフ手作りの「キタ地図」で、中之島美術館や北新地の店を探す。商談後の1〜2時間でも寄れる場所を、橋を渡る道順と徒歩時間つきで。
現場スタッフ	**到着前に相談し、翌朝から逆算して準備する** 予約確認メールで「翌朝の予定」を一問だけ伺う。衣類の返却時刻、朝食の時間、交通手段（タクシー・シャトル・電車）を前日の夕方までに決めて伝える。 **担当が替わっても、対応を引き継ぐ** 預かり品・手配・約束した時刻を会員組織の記録に残し、朝夕の申し送りで共有。お客様に同じことを二度聞かず、スタッフの確認の手間も減る。	**食事の時間を心地よくする** 本館の料理人と組んだメニューから、食事に使える時間（30分・60分）に合わせて料理と提供のペースを提案する。 **街を楽しむきっかけをつくる** 「キタ地図」を月1回スタッフ全員で更新し、開館時間・催し・歩く道を確かめて案内する。提携が決まった施設のチケットや宿泊者向けの優待も紹介する。

Q7　本当に実現できるか？

Why It Works

誰が動かすか

開発：新規事業開発室（2023年4月新設）が、立地に合うブランドカテゴリーと契約形態を選ぶ。

現場：北エリアのホテルで育った接遇人材が中核。接遇インストラクターは累計39名（目標54名）。

無理なく続ける工夫：基本は全員に、個別の準備は希望者だけに。シャトル・荷物配送・会員情報など今あるものを使う。

出典：中期経営計画2026 p.19・25・26

何が良くなるか（ゴールの数字）

36万人 → 60万人

会員組織の会員数（2024年3月期→ 2027年3月期の会社目標）。新ホテルは、繰り返し訪れる出張者でこの拡大に貢献する。

出典：中期経営計画2026 p.20

お金：かかる費用と収益

収益の柱：客室が中心。宿泊主体型は「高収益体制の実現」を担うカテゴリー（p.6）。

投資：運営特化型のため、土地・建物への自社投資を抑えられる。BGO社とのパイプライン契約を活用できる（p.26・43）。

懸念と対策：中之島5丁目の大型用地はマンション計画が進む → 開発事業者や既存ビルのホテルを運営受託で担う。

客室単価（ADR）・売上目標（概算）

想定ADR：18,200円／室・泊
客室数：120室、**目標稼働率**：75％
年間客室売上：約5.98億円

既存の系列ホテルや競合ホテルの料金･客室面積を参考に、客室タイプ別の想定単価を加重平均して算出。

※公開料金を参考にした暫定試算。実績値ではなく、客室売上のみを対象とする。

Q8　誰がこのホテルを支えるか？

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

出張の目的を事前に伺う、動線を提案する、好みを記録して引き継ぐ。「先回り」の仕事が生まれる。

2030年の大阪では

IR開業（2030年）、関西国際空港の拡張、訪日外国人6,000万人の目標。海外からの出張者と国際会議の参加者が増える。

出典：中期経営計画2026 p.29

② だから必要な人材

人材像1：先回りして気づける人
価値の源泉は「人」。お客さまが言う前に準備する。

人材像2：言葉と文化に橋を架ける人
海外からの出張者を、その人の感覚で迎える。

人材像3：キタの街を語れる人
橋の物語と「キタ地図」で、街と人をつなぐ。

③ その人材はどこにいるか

日本の学生・社会人
おもてなしの感覚と土地勘。インターンシップと社内公募制度で出会う。

日本で学ぶ留学生・外国人材
多言語と自国の出張者の視点。課題解決型の実習で出会う。

海外の高度人材
国際ブランドでの運営経験。大手ホテルグループとの共同運営のつながりで出会う。

私たちの提案：どこから、どう迎えるか

日本の学生、留学生、海外人材が一つのチームになり、まず北エリアのホテルで「先回り」の応対を学ぶ。その経験を持って新ホテルの開業メンバーになる。留学生は、世界と大阪をつなぐ「橋」になれる。

約40.8万人

日本で学ぶ外国人留学生（2025年5月1日現在）
出典：JASSO「2025年度外国人留学生在籍状況調査」

Q9　明日から何を始めるか？

First Step from Tomorrow

明日

本館で試せる小さな一歩

出張のお客さまに、予約時に「ご出張の目的」を一つ伺い、翌朝の準備に生かす。スタッフ手作りの「キタ地図」を試作する。

2027年

開業準備

三つのホテルの顧客構成を確かめ、同じ日付で客室料金を比べる。中之島西部での開業の可能性と、ホテル名を固める。

2030年

開業

新駅開業の一年前に開業。大阪駅シャトルの共用と、ホテル間の荷物配送を始める。

その先

グループの他の拠点へ広げる

2031年春、なにわ筋線が開業。「地域の物語×人の先回り」の型を、他の都市のドミナント出店へ広げる。

ホテルの皆さまへのお願い

各ホテルの顧客構成（出張のお客さまの比率・リピートの状況）を見せてください。本館フロントで1か月、事前ヒアリングを試させてください。

街をつくる人を、迎える。

一流とアットホームのあいだに、人が橋を架ける。

ありがとうございました

Thank you

中之島に架ける、三つの橋　|　チーム②

課題提供：北エリアのホテル

Transcend-Learning

出典一覧

Appendix for Q&A: Sources

・協力ホテル「中期経営計画2026」（2024年5月13日公表）　（URL省略）
・協力ホテル公式サイト「歴史・沿革」　（URL省略）
・協力ホテル「グループホテル一覧」（系列ホテルの紹介文）　（URL省略）
・大阪市建設局「かわら版」第23号（公儀橋と町橋）
・OSAKA-INFO「常安橋」（淀屋常安・常安町）　https://osaka-info.jp/spot/joan-bashi-bridge/
・大阪市中央区 資料（淀屋橋）
・じゃらん「北エリアのホテル」（アクセス・無料シャトルバス）　（URL省略）
・大阪市「なにわ筋線整備事業」
・大阪市「中之島五丁目地区」まちづくり資料（2025年11月）
・「ウォルドーフ・アストリア大阪」開業リリース（2025年4月3日）　https://digitalpr.jp/r/107278
・日本学生支援機構（JASSO）「2025（令和7）年度外国人留学生在籍状況調査結果」（2026年5月公表）
・メンター面談

※Webサイトはいずれも2026年11月8日閲覧（JASSOのみ2026年11月13日閲覧）