GLOBAL INTERNSHIP 2026 · FINAL PRESENTATION · 2026.11.28

ユニバーサルシティエリアのホテル ｜ TEAM 4

2030年、15周年を迎えるホテルが
「選ばれるホテル」であるために

TIME TRAVEL EXPERIENCE



他にはない体験を、進化したコンセプトと共に。

台湾の家族が、ホテルでの時間まで「時空旅行」として楽しみ、また戻ってくる滞在へ

水野 海愛
同志社大学 1年

Lee Eunji
同志社大学 2年

Sun Yihan
大阪大学 博士1年

早川 翔
同志社大学 1年

海外のお客さまに選んでもらえる「導線」を

Our goal: Match Osaka’s foreign-guest share by 2030.

① ホテルからの問い

15周年

2030年までに、
海外から選ばれる
ホテルへ

② 課題：大阪のほかのホテルとの差



来るはずの外国人客を、取りこぼしている
（＝潜在的な収益の流出）

→「選んでもらえる」導線が、まだない

③ 2030年のゴール

差をなくす

大阪平均と同じ水準へ。
そのための導線を、
私たちが提案します。

大阪の外国人宿泊比率：2025年 年間 41.7%（外国人2,452万人泊／全体5,877万人泊、観光庁 宿泊旅行統計調査・確定値）。
バーの長さはイメージ。

Why Taiwanese families: growing, close, and loyal all year

台湾を、一年の土台に

BOARDING PASS
台湾の家族

TPE 台北 → KIX 大阪

FLIGHT **約3時間**

STAY **平均6.5泊**

近くて短い
→ 閑散期も埋めやすい

韓国・欧米と比べると ■ 台湾 ■ 韓国 ■ 米国（欧米の代表）

家族で来る・欧米並みに使う・また来る ── 3つそろうのは台湾だけ

来てくれる？ YES

+13%
訪日客が増加
前年同月比（2026年9月）

76%
一番好きな国は日本
台湾の人への世論調査（2025）

＋ 家族で来る人 **45%**
韓国 30%・米国 21% より多い

このホテルに合う？ YES

1泊あたりの支出（買物込）

台湾	**2.8万円**
韓国	2.6万円
米国	2.8万円

＋ 人気スポットまで **徒歩1分**
＋ 全体平均 2.4万円より **多く使う**

一年中、続く？ YES

2回目以上の来日（リピーター）

台湾	**88%**
韓国	84%
米国	37%

＋ 月ごとの波 **90〜114%**（平均＝100）
＋ 大阪再訪 **84.2%**

次の課題

① **台湾だけはリスク。でも全部の国は追えない**
→ 月ごとに主役の国を決める（4枚目）

② **海外向けの公式サイトが見つかりにくい**
→ どう知ってもらい、選んでもらうか（5枚目）

出典：JNTO（2026年9月推計・前年比、月別データ）／日本台湾交流協会 対日世論調査（2025）／観光庁 インバウンド消費動向調査 2025年 年次報告書（全目的：同行者・訪日回数、1泊あたり＝1人あたり旅行支出÷平均泊数）／大阪観光局 関西空港出口調査（2025）。月ごとの波は年平均を100とした当チーム算出。欧米の代表として米国（英・仏・独も家族と来る割合は17〜22%、初めての人が6割以上）。

台湾を土台に、月ごとに主役の国を足す

1月	2月	3月	4月	5月	6月
韓国 豪州	韓国 **日本**	タイ　**日本** 米国 欧州	**全世界**	欧州 米国 GWは日本人を優先	米国 **ローシーズン**
台湾	台湾	台湾	台湾	台湾	台湾

7月	8月	9月	10月	11月	12月
夏は今のまま	香港 **近場の国中心**	欧州 豪州 **ローシーズン**	**全世界**	シンガポール タイ	シンガポール タイ 豪州
台湾	台湾	台湾	台湾	台湾	台湾

- **ターゲットの明確化→労力の無駄を省く**
- ターゲットの嗜好に合わせたホテルのアピールが必要

出典：JNTO 月別訪日客数（2024・2025年）。2年とも年平均より多い月の国を主役に（当チーム算出）。中国は2026年に大きく減っているため、今は様子見。

②の課題　**どのようにして知っていただくのか**

かかる費用を減らす

予約経路＝公式サイト

課題

1. 公式の認知度の低さ＋見つけにくさ
2. 無視できないOTAの影響力

1．サイトに辿り着いていただく

公式サイトをもっと魅力的に

- 外国語検索で英語のページを出せるように
- 公式サイトから得られる特別な割引

公式サイト予約の特典
例：客室・お食事の割引

追加費用：割引の分だけ

SNSから公式サイトへ誘導

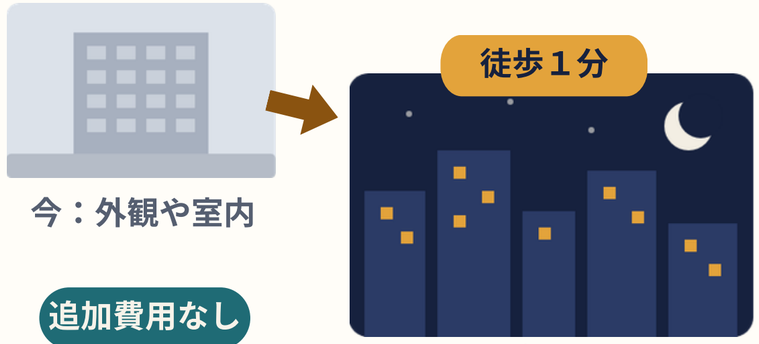
留学生の友人に聞きました

答えはバラバラ！

台湾・香港	Facebook・Instagram
欧米豪	Instagram・YouTube
韓国	Instagram・Naver
タイ	Facebook・LINE

- OTAの手数料を1件あたり約3,000円節約
- 月ごとにターゲットの言語と活動領域で発信
- 更新頻度を上げることで“目につく”ように

2．OTA内での対策



追加費用なし

ホテルの特徴がわかりやすい写真
→他との差別化

広がる＋α

- 口コミに母国語で返信
- 予約サイトでの区別化
- SNSでの#タグ案内

手数料：Booking.com 15〜18%（smartorder）。SNS：訪日ラボ（台湾・タイ）ほか。検索・画面：当チーム（2026年11月）

いまのコンセプト

「時空を超えたアメリカ旅行」

を、ホテルの中だけでなく **旅の前後まで** 広げる。

TIME TRAVEL EXPERIENCE



① いまある魅力

- **時計エレベーター**
  開業時からの「時空旅行」の世界観
- **徒歩1分＋夜景**
  このホテルが選ばれる最大の理由
- **休息の場所**
  ホテルとしての安らぎ

② でも…

海外には伝わっていない
他のホテルと差がつかない
体験が館内だけで終わる

だから

③ こう“魅せる” — このホテルにしかない魅力へ

- **時空の入口に**
  時計エレベーターで、世界観に入りこむ
- **旅の舞台に**
  徒歩1分と夜景を、冒険の舞台に
- **次への架け橋に**
  休むだけでなく、次の旅へのワクワクを

あえて、やらないこと　× ホテルの既存の形を崩す　× 人気スポットの力に頼りきる　× 国内需要を引き下げる

休息とワクワクを体験できる滞在へ

2つのキットで、旅をサポート

冒険キット
― エリアの人気スポットへ行く朝に ―



- 旅立ちのティッシュ
- 浄化のウェットシート
- 再生の紋章

回復キット
― エリアの人気スポットから帰った夜に ―



- 時空回帰の湯
- 若返りの仮面
- 漆黒の帳

TIME PASSPORT

3か所を巡って、時計を完成させよう！

なぜスタンプ？

1. SNSで広まったスタンプ帳累計 **20万部**
2. 春日部市の観光案内所：スタンプを置いたら2か月で **外国人客 1.8倍**（特に台湾から）

① ロビー



チェックイン待ちに

② 時計エレベーター



記念撮影と一緒に

③ レストラン



夕食のときに

3つのスタンプで時計が完成！





完成後、QRコードからアンケートへ

ホテル滞在も思い出に、そして次への架け橋へと

写真はイメージ（AI生成）

出典：JTBパブリッシング（2026年6月）／春日部経済新聞（2023年8月）

07 ／ お客様の声

QRコードで、魅力を伝え、声を集める

魅力を伝える　到着〜滞在中

1　館内・客室にQRコードを設置
読みこむと、ホテルの紹介ページへ

2　ホテルの魅力を、多言語で紹介
例：アメリカンコンセプト／
時計型エレベーター／人気スポットビュー

3　チェックイン時に、QRコードを案内
置いてある場所と、使い方をひとこと

3つ重ねると現れるQR



→ 母国語で1分アンケート

日本語　English
繁體中文　简体中文
한국어　ภาษาไทย

声を集める　チェックアウト〜改善

1　スタンプ3つで、隠しQRが現れる
3つ重ねて時計が完成 → 写真でSNSへ
角のQRから、母国語で1分アンケートへ

2　インターンがまとめ、週1回共有
平均点だけでなく、
低評価の割合と自由記述まで

3　すぐ直して、次のお客様へ
例：案内の言語、チェックインの待ち時間

魅力はたくさんある。しかし、その魅力が伝わらなければ、体験価値にはつながらない。

ツール：Googleフォーム（無料）

ここでクーポンメールの同意も → 再訪へ

まとめ役は留学生インターン → 9枚目

まずは約4万円で試す。効果を見て、留学生3人を迎える

予算

1か月の試験導入

約4万円

1,000組で試算・1組あたり 約40円

TIME PASSPORT 1,000枚	**8,000円**
スタンプ 3個	**14,280円**
冒険キット 1,000組	**15,280円**
案内カード 1,000枚	**3,400円**
回復キット・アンケート	**0円**

公式サイト予約なら 1件 約3,000円得
試験の約4万円 → **14件**で回収
インターン 月約17万円 → **57件**で回収

必要な人材

新しく採用 3人

母国語で、魅力を発信する留学生

国ごとのSNS・予約サイトを担当

繁體中文　韓国語　タイ語

出会いから就職まで

1. **出会う** — 右の3つのルートで SNS投稿案1本で選考
2. **インターン** — 3か月・週10時間×3人 **月 約17万円**
3. **研修** — ホテルの世界観と お客様の声のまとめ方
4. **採用** — インターンの成果を見て SNS・声のまとめ担当に

どこで出会う？

3つのルート

1. **大学の留学生センター**
   関西の大学で、有償インターンを募集
2. **留学生の就職支援の場**
   留学生支援コンソーシアム大阪など
3. **各国の留学生会・SNS**
   台湾・韓国・タイなどの学生の集まり

約41万人 日本で学ぶ留学生の数

出典：二つ折りカード相場 約8円/枚（biz.ne.jp）、楽天市場・アスクル・ラクスル（単価）、JASSO（2025年5月）
仮定：1,000組・1泊2万円・時給1,300円（大阪府の最低賃金は1,231円）

09 ／ 2030年のある1日・明日からの第一歩

2030年・陳さん一家の2泊3日

予約・出発前



繁体字のページで、夜景と
「徒歩1分」を見て予約。

ホテルに到着



ロビーで1つ目のスタンプ。
時計エレベーターで
記念撮影し、2つ目。

エリアの人気スポットの一日



朝は冒険キットでエリアの人気
スポットへ。
夜は回復キットでほっと一息。
夕食で3つ目のスタンプ。

帰国後・次の旅へ



QRで母国語のアンケート。
パスポートを持ち帰り、
また来ようと決める。

4つがめぐる、ひとつの好循環

呼び込む
見る数字：国別の予約数
→ 楽しむ
スタンプ・キットの利用数
→ 声を集める
回答率・低評価の割合
→ また来たい
リピート率

再訪・口コミが、次の集客につながる

お願い：2027年、1か月の試験導入から。2030年までに、差をなくす。