

SDGs REPORT 2024

SUPERHOTEL

Natural, Organic, Smart

会社概要

■社名	株式会社スーパーホテル ホテルチェーンの展開/土地有効活用のコンサルティング
■代表者	代表取締役社長 山本 健策
■本社	〒550-0005 大阪市西区西本町1丁目7番7号 CE西本町ビル TEL. 06-6543-9000 FAX. 06-6543-9008
■東京本部	〒104-0028 東京都中央区八重洲2-1-8 八重洲Kビル 10階 TEL. 03-3241-9001 FAX. 03-3241-9009
■設立	1989年12月20日
■資本金	67,500,000円
■従業員数	199名 (2024年3月末時点)
■売上高	481億4,300万円 (2024年3月期)
■店舗数	国内172店舗、海外1店舗 (2024年9月末時点)

■関連企業	ホテル経営で培ったサービスとノウハウを活かし、クリーン事業や清掃スタッフの人材派遣をはじめ、高齢化社会に必要な介護施設や関連事業なども展開。多彩なビジネスで社会を支えています。
株式会社スーパーホテルクリーン	総合清掃業/清掃請負・コンサルティング業務/人材採用事業/人材派遣・紹介業
株式会社スーパーコート	有料老人ホーム/パーキンソン病専門住宅/訪問看護ステーション/居宅介護支援事業所/福祉用具事業所
社会福祉法人 聖綾福祉会	特別養護老人ホーム/グループホーム/デイサービス施設の運営
医療法人嘉健会 思温病院	病院の運営・管理/地域医療サービスの提供
株式会社スタッフ満足(笑がおで介護紹介センター)	看護師・介護士の人材派遣・老人ホームへの入居仲介

取得規格

ISO9001

品質マネジメント国際規格ISO9001は、2024年3月現在の認証は162店舗。サービスの品質向上とラッキーコルゼロを目指した仕組みづくりを構築しています。



ISO14001

環境負荷の低減を経営の重要課題と位置づけ、ISO14001の環境マネジメントシステムを導入しています。2024年3月現在の認証は本部機能と162店舗となっています。



ISO27001

情報システムのリスク防止のため、情報セキュリティマネジメントシステムISO/IEC27001を導入。2024年3月現在、本部IT・AI戦略室、経営品質本部、運営ソリューション本部において取得しています。



環境大臣認定
先進的な環境保全運動に取り組む企業を、環境大臣が「エコ・ファースト企業」に認定する制度



SUPERHOTEL

Natural, Organic, Smart

サステナブルに、イノベティブに、 そして対話を豊かに。 新しいビジョンによって スーパーホテルは生まれ変わります。

「サステナホテル」を目指す

2020年10月、私がスーパーホテルの社長に就任した時、世界はパンデミックの只中にありました。先の見えない日々の中で私は「必ず夜明けは来る」という信念のもと、未来にさらなるバリューを提供できるようブランドコンセプトの再構築に取り組んできました。2024年、ようやく社会が賑わいを取り戻すと同時に、私たちの目指す新たな方向が明確になりつつあります。

その中核にあるのが「サステナホテル」のビジョンです。これは気候変動や持続可能な地域づくりなどの世界的な課題に対し、これまで以上に積極的に取り組んでいくという決意を表現したキーワードといえるでしょう。一例として、これまでオンライン予約者に限定していたカーボン・オフセットを今後は全宿泊者に拡大するなど、カーボンニュートラルへの対策を強化していきます。

また、単に環境に優しいホテルというだけでなく、地域社会と共に発展し、地方創生に貢献する存在でありたい。これまでも「食と泊」や「ご当地結びスタ」といったプロジェクトを通じて地元の飲食店と連携し地域経済の活性化に力を注いできましたが、今後は行政とも密に連携して官民一体となった取り組みへと発展させていきます。私は、ホテルは街づくりの起点になると常々考えています。宿泊施設があるから人が集まり、人が集まるから街が発展する…そんな地域の担い手になることも、サステナホテルとして目指すところです。

「イノベーション」を意識する

2つ目のキーワードは「イノベーション」です。スーパーホテルはこれまで、ノーキー・ノーチェックアウトや客室から電話をなくすなど、革新的な試みを実現してきましたが、現在それらは業界の標準となり、かつての革新性が薄れつつあります。そこで私は「イノベーション委員会」を立ち上げ、支配人たちとブレインストーミングを繰り返しながら新しいホテルのあり方を模索しています。

イノベーションは業務全体を対象とし、スーパーホテルがこれまで誇ってきた「おもてなし」も例外ではありません。私はこれからの時代にAIやロボット技術の導入は必須だと考えていますが、その一方で、人にしか提供できな

い接客も確かにあります。テクノロジーを活用しつつ「人の温もりを感じるサービス」を提供するのが、次世代のおもてなしではないでしょうか。スーパーホテルはこれまで9年連続で「D. パワーのホテル宿泊客満足度1位」を獲得してまいりました。この評価をキープし続けるには、現状に満足するのではなく常にイノベティブにおもてなしを進化させることが必要だと思っています。

また2024年に出版した「スーパーホテル マニュアルを超えた感動のおもてなし」という書籍には、私たちが蓄積してきたおもてなしの知見が集約されています。「ここまで明らかにしては競合他社から模倣されるのでは」と周囲が心配するほど、当社ならではのノウハウを詰め込みました。この本によって業界全体のサービスが向上し、結果的に人々の笑顔や幸福につながれば、それこそが我々の願いです。

「コミュニケーション」を実践する

3つ目のキーワードが「コミュニケーション」です。2023年からスタートし、定期的に行っている「ファンミーティング」は、お客様と対話する場として非常に大きな効果を上げています。「スーパーホテルのファン」と言ってくれる皆様からの声は私たちにとって貴重な財産であり、サービス改善の原動力となっています。こうしたコミュニケーションを大切に、ファンの声を積極的に取り入れながらスーパーホテルサービスを発展させていく。コミュニケーションはそのためのモチベーションであり、重要な情報源といえるでしょう。

「サステナホテル」「イノベーション」そして「コミュニケーション」。3つのビジョンを軸とした取り組みの先に、10年後、20年後のスーパーホテルのあるべき姿が見えると確信しています。環境や地域にやさしいサステナホテルとしてまちづくりの拠点となる。斬新なアイデアやおもてなしで、業界にイノベーションを起こす。お客様の声を聞き、それを経営に活かすコミュニケーションを大事にする。私たちが目指す理想のホテルにどうぞご期待ください。

株式会社スーパーホテル
代表取締役社長 山本 健策



TOP Message

WELLNESS

ぐっすりにこだわるホテル

お客様が「ぐっすり」眠ることができ、翌朝には「すっきり」と元気に1日をスタートできるように…。スーパーホテルはあらゆる角度から快眠を追求した取り組みを行っています。

P.05

GUSSURI
NEMURETE
NAMBO!

COMMUNICATION

対話がはずむホテル

アンケートやSNSでお客様の声を集めたり、ファンミーティングを開催することで、サービスの質を向上させた…。スーパーホテルはお客様とのコミュニケーションを何よりも大切にしています。

P.15

FAN
MEETING

Natural, Organic, Smart

唯一無二の サステナ ホテルへ

気候変動や地方の過疎化、そして地球規模の課題に向き合い、私たちが掲げるのは、「サステナ地球に優しいだけでなく、人やサステナホテルとしての多彩な

人生100年時代のウェルネス。持続可能な社会に貢献するため「ホテル」というビジョンです。地域も元気にすることを目指した取り組みを、ここにご紹介します。

ECO
FIRST

2001年から環境活動をスタートし、2015年にはSDGsへの取り組みを表明したスーパーホテル。これまでも、これからも、地球と社会にやさしいホテルを目指します。

P.23

地球と社会にやさしいホテル

SUSTAINABILITY

HOSPITALITY

HOSPITALITY

P.19

属人化しがちな「おもてなしスキル」を科学的に分析し、誰もが最高のサービスを提供できるように…。スーパーホテルは常にホスピタリティの向上を追求し続けています。

おもてなしを極めるホテル

HOSPITALITY

WELLNESS

ぐっすり にこだわるホテル

ぐっすり眠ること、それは心身の健やかさに直結しています。
スーパーホテルでは誰もが快適睡眠を体験できるよう、

大阪府立大学の名誉教授・清水教永医学博士と共同で

「ぐっすり」を科学的に探究しています。

ベッド、温泉、音、香り…、

五感で触れるものすべては快眠のために。

翌朝の「すっきり」をぜひご体感ください。

GUSSURI
NEMURETE
NAMBO!

「ぐっすり研究所」から始まった快眠へのこだわり

スーパーホテルでは2004年より大阪府立大学名誉教授の清水教永医学博士と共同で「ぐっすり研究所」を設立。睡眠を科学的に解き明かし、本物の快適睡眠を誰もが体験できるよう研究を重ねてきました。「ぐっすり」へのこだわりは20年以上前から始まっているのです。



ぐっすり眠って元気になる。
そのこだわりはずっと変わらない。

「この子の未来のために」



きれいな空気、
きれいな水、
きれいな言葉、
きれいなホテル。

そして地球も同じようになっただらよいですね。（お客様のお声より）

スーパーホテルには、全国から
月2万件ほどお客様の声が寄せられます。
その中であつたこのメッセージに感動し、
ご本人に許可をいただきブランドコンセプトに。

「きれいな空気」は、
空気清浄効果のある自然素材で。

「きれいな水」は、
ぐっすり・すっきりが検証された健康イオン水で。

そして「きれいな言葉」は、
お客様を心から大切に思うおもてなしで。

これからも「きれい」を実現するホテルとして、
心からくつろげる睡眠と一日の元気なスタートをお約束します。

「ぐっすり眠れるホテル」を 創業当初から目指して

創業当初から、お客様が「ぐっすり眠れる」睡眠環境づくりにこだわってきたスーパーホテル。2004年より、大阪府立大学名誉教授・清水教永医学博士と共同で「ぐっすり研究所」を設立しました。
睡眠を科学的に研究した結果、寝具や寝室環境が睡眠の質の改善に役立つことが明らかに。研究結果をスーパーホテルで実践し、健康イオン水や8種類の枕、天然温泉、客室天井への珪藻土の活用などの取り組みを展開してきました。

宿泊時にぐっすり眠れなければ宿泊料金を返金する業界初の「品質保証」を実施しています。今後も睡眠への徹底的なこだわりをさらに進化・深化させてまいります。

「ぐっすり」を実現する 客室へのこだわり

スーパーホテルが目指すもの、それは宿泊されたお客様に「ぐっすり」とおやすみいただき、翌朝、元気にお出かけいただくこと。健康の要ともなる快眠のためのこだわりは、館内の随所に息づいています。

天然温泉

本物ならではの心地よさで 心身ともにリラックス

お客様の健康と安眠のために、各店舗で天然温泉の導入を進めています。温浴によるリラクゼーション効果に加え、お湯に溶け込んだ成分が疲労回復や美肌など様々な効果をもたらします。



珪藻土

客室の湿度をととのえ きれいな空気に

客室の天井に調湿・消臭・抗菌などの効果が期待できる北海道稚内産の珪藻土を使用。天然の空気清浄効果とともに睡眠の大敵である乾燥を防ぎ、より眠りやすい環境へ。



健康イオン水

「ぐっすり」「すっきり」が 検証された水を供給

水を加圧しながら特殊な鉱石と接触させ、分子活動を活発にして高エネルギー水に。浸透力や抗酸化力に優れた水を飲用だけでなく洗面やお風呂にも使っています。



防音設計

図書館並みの静けさで 安眠効果に期待

窓ガラスやドアなどは設計段階から防音を意識。静かな部屋では音が気にならない静音タイプの冷蔵庫を採用し、音に悩まされずにぐっすり眠れる環境を整えています。



選べる枕

高さ・硬さ別に 8種類から選べる

快適な睡眠環境に欠かせない枕。特にレディースルームでは女性の身体に合わせた女性専用枕をご用意。「これが眠りやすい!」と感じられる理想の枕をお選びいただけます。



ベッド

硬すぎず柔らかすぎない ゆったり広い寝心地

ベッドは140~150cm幅のワイドサイズ。ポケットコイル5ゾーン構造で理想的な寝姿勢を保つオリジナルマットレスを採用し、絶妙な弾力で吸い込まれるような心地よい眠りを満喫できます。



スリーププランナーの資格取得を推進

従業員全体が睡眠に関する知識を伸ばし お客様のパフォーマンス最大化へ

スリーププランナーとは、エビデンスに基づいた正しい睡眠知識を持った有資格者のこと。睡眠の基礎知識のほか、睡眠の正しい評価方法や計測方法、睡眠の悩みへの改善・対処方法が多角的に学び、取得すると最新の研究に基づいた深度の深い睡眠提案も可能になります。

5人に1人が睡眠に関する悩みを抱えているとされる現代。スーパーホテルでは、お客様の課題にあった睡眠改善プランを提供できるよう従業員がスリーププランナー資格の受講を開始。ゆくゆくは全従業員の資格取得を目標としています。

また、「ぐっすり」をさらに向上させるため、株式会社ブレインスリープと秋田大学大学院医学系研究科保健学専攻理学療法学講座准教授上村佐知子氏との共同研究もスタート。普通のお風呂と天然温泉での入浴を比較して睡眠の質を測ったり、睡眠に特化したコンセプトルームを開発するなど、お客様一人ひとりの睡眠にさらにきめ細かく応えられるホテルを目指しています。



株式会社ブレインスリープ
創業者 兼 最高研究顧問
西野 精治氏



睡眠研究の世界的権威である
西野精治氏をはじめ、
計12名の医師や専門家が監修。



超ぐっすりパジャマ

さらりと優しい肌触りで、 動きやすく自然と深い眠りへ

「パジャマのまま館内を歩きやすくしてほしい!」というお声から、セパレートタイプのパジャマが誕生。ハイブリットメッシュ素材で通気性がよく、マシュマロのような柔らかな肌触り。肌にあたる部分は綿混素材なので汗がすばやく乾き、入浴で少し体温を上げたのちに着用すると、入眠から少しずつ深部体温が下がって徐波睡眠(深睡眠)がもたらされます。生地には特殊加工を施しており、からだのリズムを整え免疫および疲労回復効果が期待できます。

また、ゆったりサイズに設計することで、睡眠中もスムーズに姿勢を変えやすく、良質な眠りをサポート。浴衣やロングシャツタイプと比べてはだけにくく、館内でもリラックスしてご着用いただけます。良眠にこだわった優しい着心地をぜひご体感ください。



フリーサイズとSサイズの2タイプ



リラックス&リフレッシュ効果のあるアメニティ

夜は「リラックス」、朝は「リフレッシュ」 アメニティの香りで心地よく演出

スーパーホテルでは、アメニティにも眠りにつながるこだわりがあります。男女で共用できるものとして、「クレンジング・ウォッシング・シェービング」と「オールインワン・モイスト」をご用意。前者はジェルから泡立ち、すっきり洗える「洗顔料+メイク落とし+髭剃りジェル」。後者は肌の上でスッと消えるような軽い使用感なのにリッチにうおう「化粧水+乳液+クリーム+美容液+化粧下地」です。

どちらにもリラックス効果が期待された香りと、肌の疲労感をケアする成分を配合。たったの2ステップで最大限の効果を発揮し、入眠を誘いリフレッシュして目覚められるアロマとの相乗効果で、一日の終わりと始まりを心地よくサポートします。



「リフレッシュ感重視の軽やかな香り」

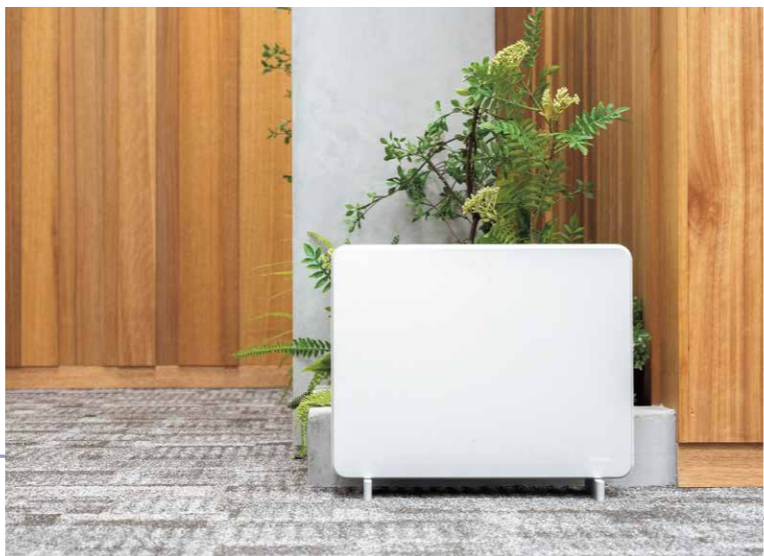
ビターなレモン&ベルガモットが爽やかなトップノートに、穏やかさを感じるラベンダー、ローズ、ジャスミンのミドルノート。ムスク&アンバーのラストノートで明るくまとめるシトラス&ハーバルの香り。



天然ヒノキアロマのディフューザーを設置

こころまで癒されるような清々しい香りを フロントロビーやエレベーターにも

ホテルに入った瞬間、お客様をお迎えする清々しい香りは天然ヒノキアロマによるもの。スーパーホテルでは、お客様に森の中のような清々しい香りですっきりとリラックスしていただけるよう、フロントロビーや廊下、エレベーター内(Premier店舗のみ)といった共用スペースにアロマディフューザーを設置しています。原料となるヒノキは、パートナーシップを結ぶ岐阜県東白川村で採れた、FSC認証を受けたもの。疲れやストレスを癒し、心身ともにリフレッシュしていただくことで「ぐっすり」につながるこの取り組みは、同時に環境保全と地方創生にも役立っています。



Premier店舗のロビーを音で演出

無意識のうちに心身がリラックスする 自然の中にいるようなヒーリング音

スーパーホテルPremier池袋天然温泉を皮切りに、ハイレゾ自然音音響空間デザインシステム「R-LIVE(アールライブ)」を導入し、耳からもリラックスしていただける空間づくりを進めています。

「R-LIVE」の特徴は、自然(森)の原音をその“空気感”と共に再現できること。どこからともなく聴こえてくる森のざわめきや川のせせらぎ…。空間を音で包み込む無指向性床置き型スピーカーによって、ロビーにまるで森の中にいるような立体感のある音環境を創り出します。さらに、可聴音と可聴域を超えた48kHzまでの周波数を含む自然の原音を「春夏秋冬×朝昼晩」の12音源で再現し、人のサーカディアンリズム(体内時計)にも好影響をもたらす、快適な眠りにつながるリラックス状態へと導きます。

加えて、設置した「R-LIVE」はスーパーホテルと包括連携協定を結んでいる宮城県諸塚村産の木材を使用したフレームで囲い、館内のインテリアと調和するようなデザインに。木の特性を活かした音の広がりや、リラックスにつながる目にやさしい温もりをお客様様に提供しています。



こちらから実際の音を
お聞きいただけます♪



オリジナル朝食メニュー「健康増進シリーズ」

「ぐっすり」のあとは元気をチャージ！ スパイスのちからで体が目覚める

ぐっすりお休みいただいた後は、元気に1日をスタートしていただきたい。そんな思いから、新陳代謝を促してデトックス効果も期待できる「健康増進カレー」の提供を2023年6月より開始。2024年3月からは痺れる辛味が交感神経を刺激し目覚めをスッキリとさせる「大豆ミート100%四川風麻婆豆腐」の提供を開始しています。



健康増進カレー



大豆ミート100%四川風麻婆豆腐

オリジナルコロッケでご当地の味を演出

朝食にてご当地メニューを提供する中、合同食品株式会社と連携してご当地コロッケの展開を開始。東京エリアは「もんじゃコロッケ」、三重エリアは「松阪牛入りコロッケ」、仙台エリアは「ずんだコロッケ」などを提供。今後も地域食材×コロッケの切り口で、地域を応援する取り組みを進めてまいります。



Stakeholder Message

「食」を通じて旅の思い出を豊かに— そんな想いから、スーパーホテルと合同食品がタッグを組み、ご当地コロッケの取り組みをスタートしました。地域ならではの食材と味わいを活かし、手作りに近い製造過程で、無添加や自然な風味を大切に調製した調味料を使用。一つひとつのコロッケには、土地の魅力や人々の情熱が詰まっています。

ただの食事ではなく、その土地の物語を味わう特別な一品として仕上げたコロッケは、旅の新しい発見や地域とのつながりを感じられるきっかけとなるはずです。スーパーホテルのご当地コロッケを通じて、その温かみとストーリーをぜひお楽しみください。



合同食品株式会社 代表取締役
和田 友宏様

長年の思いが今、確信に変わりました。

「ぐっすり」が最高のラグジュアリーだという

メンテナンスを行うのが睡眠です。

起きている時にはできない、脳と身体



プロフィール(にしの・せいじ)
1955年生まれ、大阪府出身。1987年、在籍していた大阪医科大学大学院からスタンフォード大学精神科睡眠研究所に留学。突然眠りに落ちてしまう過眠症「ナルコレプシー」の原因究明に全力を注ぐ。1999年にイヌの家族性ナルコレプシーにおける原因遺伝子を発見し、翌2000年にはグループの中心としてヒトのナルコレプシーの主たる発生メカニズムを突き止めた。2005年にスタンフォード大学睡眠生体リズム研究所の所長に就任。睡眠・覚醒のメカニズムを、分子・遺伝子レベルから個体レベルまでの幅広い視野で研究している。著書「スタンフォード式 最高の睡眠」は睡眠本としては異例のシリーズ35万部を超えるベストセラーに。

撮影場所：湯元「花乃井」スーパーホテル大阪天然温泉

SDGs REPORT | 特別対談 |

スタンフォード大学医学部の教授であり、同大学の「睡眠生体リズム研究所」で所長を務めておられる西野精治氏。2017年に出版された「スタンフォード式 最高の睡眠」がベストセラーとなり、著書の中にある「睡眠負債」という言葉が流行語大賞にもノミネートされました。

今回はスーパーホテル会長の山本梁介が、そんな睡眠研究の第一人者である西野氏と対談。眠りに関する豊かな知見を伺うと共に、スーパーホテルが推進する「ぐっすり」への取り組みについてもアドバイスいただきました。

株式会社スーパーホテル 会長

山本 梁介

スタンフォード大学医学部 教授

西野 精治氏

睡眠のミッションは 予想以上に広範で重要

山本 スーパーホテルは「ぐっすり」を言葉に、お客様に良質な睡眠を体験していただくための取り組みを行っています。なぜならビジネスホテルにとって最も大切なのは、宿泊によって心と身体を整えられること。翌日の仕事のパフォーマンスが上がるように…そんな思いから様々な有識者や専門家の方々と一緒に「ぐっすり」を追求してきたのです。

西野 画期的な試みですね。日本は世界でも「睡眠偏差値」が低い国といわれ、質の高い睡眠をどう取るかは社会全体の関心となっています。

山本 そんな中で西野先生の著書「スタンフォード式 最高の睡眠」を拝読して、非常に感銘を受けました。睡眠の効果、あらゆる

パフォーマンスとの関連性など、まさに目から鱗の連続でした。

西野 ありがとうございます。睡眠の研究は日進月歩で、その効能や仕組みはどんどん解明されつつあります。かつては「24時間戦えますか」という栄養ドリンクのCMのように、睡眠は削って当たり前という風潮でしたが、現代では人間のパフォーマンスと睡眠の関係は明らかになっています。

山本 確かに優れたアスリートやビジネスマンで「寝ないでがんばる」人はいませんね。

西野 私の師であり「スタンフォード大学睡眠生体リズム研究所」の初代所長ウィリアム・C・デメント氏はレム睡眠^{*}の発見者でした。それまで睡眠とは単に眠気や疲れを取る以外に重要な機能を果たしていないと思われていましたが、レム睡眠中にも

脳が働いていることがわかり、睡眠研究は大きく進歩したのです。昨今では、起きている時にはできないような脳や身体メンテナンスを睡眠中に行っていることがわかっています。

山本 例えばどんなことでしょうか？

西野 具体的には「脳と身体に休息を与える」のはもちろんですが、それ以外にも「記憶を整理して定着させる」「免疫力を上げて病気を遠ざける」そして「脳の老廃物を取る」などの役割が、睡眠のミッションといえるでしょう。

山本 脳の老廃物ですか？

西野 脳を使えば疲れるし、老廃物は溜まってきます。寝ている間だったら効果的にこれを除去できるのです。例えば野球観戦

^{*}レム睡眠… 脳は起きているが身体は眠っている睡眠。脳も身体も眠っているのがノンレム睡眠。



中球場で飲んだり食べたりしますね。試合中は掃除ができないが、試合が終わったら水を流したりきれいにする。そんなイメージで睡眠中に脳のゴミを除去するのです。脳の老廃物がきちんと除去されないとアルツハイマー病などの引き金となる可能性もあるんです。

山本 なるほど、睡眠のミッションとは、かくも重要で広範なのですね。

「黄金の90分」が眠りの質に大きく影響する

山本 西野先生の著書で驚いたのが「入眠直後の90分が最高の睡眠の鍵を握る」というくだりです。

西野 「黄金の90分」ですね。人間は眠りに

落ちてから目覚めるまで同じように眠っているわけではありません。レム睡眠とノンレム睡眠を繰り返しています。睡眠において意識したいのが「最初のノンレム睡眠」をいかに深く持続させるかということなのです。ここで深く眠ることができれば、その後の睡眠リズムが整い、翌日のパフォーマンスも向上します。

山本 まさに眠りのゴールデンタイムですね。

西野 新陳代謝や免疫機能に関与するグロースホルモン(成長ホルモン)が最も多く分泌されるのも最初のノンレム睡眠中なんです。黄金の90分の質を高めれば、多少、睡眠時間が短くてもすっきりした朝を迎えられる。眠いののに無理やり勉強や仕事をするのはではなく、一度ぐっすり短時間でも寝

る方が効率が良いのです。そもそも寝ないで勉強しても記憶は定着しません。翌日のテストならそれでいけるかもしれませんが、受験に必要な長いタームの記憶はレム睡眠によって定着させていくべきです。

山本 全国の受験生に教えたいですね。ところで、寝付きを良くして、最初からぐっすり眠るためには、どうすればいいでしょうか？

西野 最も大事なものは体温です。体温には皮膚温度と深部体温の2種類があり、これをコントロールすることが深い睡眠への入口です。子どもが眠くなる時、手が温くなることは知られていますね。これは皮膚温度を「上げる」ことで毛細血管から熱を放射して深部体温を「下げて」います。簡単に言えば、体温が下がる過程が良質な睡眠には欠かせません。入眠前の軽い運動や入浴は、いったん体温を上げますが、その後急速に体温を下降させますので、まさに快眠への「スイッチ」なのです。

山本 スーパーホテルでは「ぐっすり」眠っていただく取り組みの一環として、各店舗に天然温泉を導入しています。温泉でリラックスしていただくとう始めたのですが、やはり安眠にもつながるのですね。

西野 温泉はさらに効果的です。普通のお湯に比べて熱吸収が良く、深部体温が上がりにやすく下げやすい。そのぶん深い眠りに誘ってくれると思います。



スーパーホテルの「ぐっすり」は眠りへの最適解

山本 ビジネスホテルにお客様が滞在するのはだいたい10時間。そのうち7~8時間をベッドの上で過ごすわけですからこのひとときを最高のものにしたい。だから当ホテルにおける「ぐっすり」の取り組みは、多岐にわたっています。まずベッド周りの寝具。寝返りを打ちやすいマットや、高さや硬さをお客様が選べる8種類の枕を用意しています。

西野 マットと枕は、私自身もブランドをプロデュースするほど重要な存在だと思っています。マットは深部体温をコントロールする通気性や、体圧を分散してスムーズに寝返りが打てるのが質の良い眠りにつながり、枕は個々人の体型によってベストなものが違います。スーパーホテルさんの「選べる枕」はそういう意味でも非常に先進的な取り組みではないでしょうか。

山本 そのほか、備え付けのパジャマを通気性が良く肌に心地良い素材で作ったり、客室の湿度を整える珪藻土を天井に使用したり、遮音性の高い壁やドアで図書館並みの静かな環境を実現したり。さらに客室の蛇口から出る水を加工して、浸透力や抗酸化力に

すぐれた「健康イオン水」にしています。

西野 あらゆる角度から「ぐっすり」にこだわっておられるのですね。我々はよく「フラジール(=壊れもの)」と呼ぶのですが、あらゆるものに影響を受けるのが睡眠です。温度や湿度が少し不快だと眠れない。身体が痛くても眠れない。心配事があっても眠れない。逆に言えばほとんど全てのファクターが関わってきますから、多方面からのアプローチを試してみるこそ、快適な眠りへのソリューション。スーパーホテルさんの「ぐっすり」は、まさにそうですね。

山本 「ぐっすり」をスタートしたのは20年ほど前ですが、あの頃と今では社会の関心も大きく変わってきました。

西野 そうですね。ホテルだけではなくありません。例えば飛行機でも、以前は高いクラスだと食事や丁寧なサービスが重視されていましたが、近年では「食事は不要なので眠りたい」という乗客が増えているようです。「休息」に人々がお金を払う時代になったのかもかもしれません。

山本 これからのラグジュアリーは豪華や贅沢ではなく「ぐっすり」ということですね。以前から私はそう感じていたのですが今日、確信できました。

お客様との対話が「ぐっすり」を進化させる

山本 最後に、当ホテルの「ぐっすり」をさらに進化させるためのアドバイスなどはございますか？

西野 やはりお客様の声をフィードバックすることですね。前述の通り、睡眠とは非常に個人的なもので、どんなファクターが影響を及ぼすかまだまだ解明されていないのですから、できるだけ多くの意見を取り入れていくことをお勧めします。

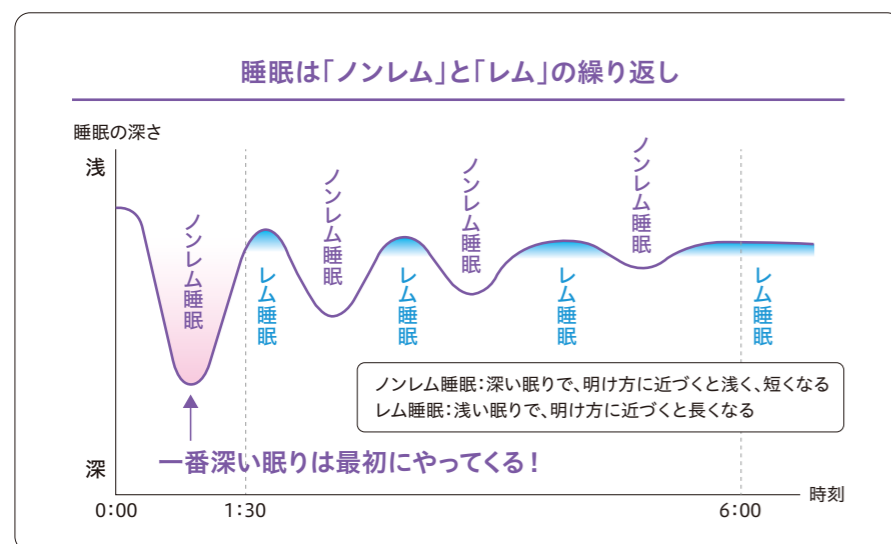
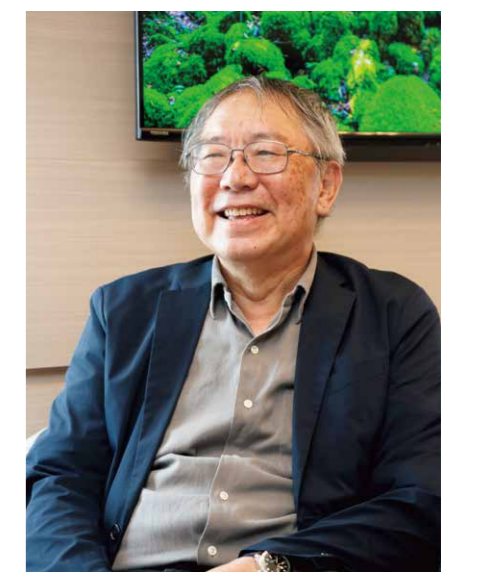
山本 当ホテルでは2023年より「ファンミーティング」を定期的に開催し、お客様とのコミュニケーションを活性化しています。

西野 すでにチャレンジされていませんか？

山本 確かにファンミーティングでは思わぬ意見やアイデアが飛び出すこともしばしばです。例えば「ロビーのアロマが好き」という声が多かったので、アメニティの香りにもこだわることにしたのですが、それが「リラックスして眠れる」と非常に好評です。

西野 香りは大切です。嗅覚は味覚の2~3倍、受容体の数が多く記憶や感情に大きく作用するからです。私も先日、スーパーホテルさんに初めて宿泊させていただきましたが、ロビーに漂うヒノキのアロマは非常に心が落ち着き、懐かしい気持ちになりました。客室ではよく眠れたし、朝食も素晴らしかった。朝食をしっかりと食べて身体を覚醒させることは、良質な睡眠の次に重要なことです。今後、日本に滞在する時はスーパーホテルに泊まるという楽しみが増えました。

山本 光栄です。いつでも大歓迎いたします。



COMMUNICATION

対話

がはずむホテル

スーパーホテルは、お客様のことを知りたいと思っています。
「なぜスーパーホテルを選んでいたのか」

「どのような点を喜んでいただけているのか」

私たちの提供するサービスが一方にとどまることなく、

お客様の声を受けてさらにブラッシュアップしていけるように。

双方向のコミュニケーションを大切にしながら

よりよい未来につなげていきます。



優れた経営の証、
日本経営品質賞(大規模部門)を受賞

日本経営品質賞は、企業の経営モデルが評価された証。顧客視点から経営全体を運営し、自己革新を通じて新しい価値を創出し続ける「卓越した経営の仕組み」を有する企業のみが表彰されます。スーパーホテルは2009年、2015年において受賞しています。



学生の目を通して取り組みを発信
SDGs絵本プロジェクト

スーパーホテルのSDGsをもっとわかりやすく、多くの方に知っていただけるよう、2023年11月から大阪総合デザイン専門学校に協力いただき、「スーパーホテルでのSDGsの取り組みを絵本にする企画」をスタートしました。

まずは学生に取り組みを知ってもらおうと、ホテルに宿泊いただいたところ「発見が多かった!」とお声が。宿泊者視点が盛り込まれたことでよりお客様に伝わりやすいものとなり、当初は関西の店舗のみに設置する予定でしたが、全国170店舗で展開することに。

意外と身近な環境活動が楽しく伝わるSDGs絵本。館内で無料配布していますので、ぜひお気軽にご覧ください。

※終了している店舗もあります。



「SDGs絵本プロジェクト」に参加した学生さんの声

『名探偵とスーパーホテルの謎』

作・絵 すずたろ.さん

実際に泊まってみて、取り組みを発見することがすごく楽しかったです。朝食や地域の名産品、内装や温泉など、ホテルのこだわりを細かく描いたのでじっくり見ていただけたとうれしいです。今回の制作を通じて、SDGsがぐっと身近になりました。



『スーパーホテルのひみつ』

作・絵 まさきさん

宿泊して印象に残ったことを、小さいお子さんにもきちんと伝えるように意識しました。食べておいしく、描いて楽しかった「食べ物」は、時間をかけて仕上げたのでぜひ注目してください。ホテルのいたるところで見られた取り組みがSDGsにつながっていることを実感し、私自身SDGsに興味を持つきっかけになりました。



『スーパーホテルはとってもエコ!』

作・絵 はやまはしをさん

宿泊中は楽しくリラックスして過ごせたので、それをSDGsの普及につなげられたらと思いました。泊まった時のワクワクした感じを表現したく、お子さんが見ても楽しいようにスゴロク表現を取り入れてみました。様々な取り組みの背景まで知れたのが興味深く、とても楽しかったです。



Stakeholder Message

梅田を拠点とする本校「大阪総合デザイン専門学校」は、来年60周年を迎えます。時代と共にその時々世相を反映したデザインを求めて、学生を育成してまいりました。この度、スーパーホテル様と産学連携として『SDGsをテーマとした絵本』を制作いたしました。見てくださった方々のとても良い評価を得て、学生たちにとっても大変よい経験となりました。制作された絵本は、学生たちの視点によって、ホテルスタッフによる心配りの数々が、多くの気づきと共に描かれています。単なる接客では終わらない『スーパーホテル』スタッフ様の意気込みを絵本というカタチを通して、宿泊される多くの皆さまにも感じていただけると幸いです。学生たちにとっては、今回、目新しいことばかりでしたが、今後はこれを機会にぜひ若い層に向けてのデユースプランを企画していただければと期待しております。



大阪総合デザイン専門学校
吉坂 峰子様



「対話」から新しいサービスが生まれる ファンミーティングを開催

スーパーホテルを応援して下さる特別なファンの皆様をご招待し、スーパーホテルへの愛を語り合ってくださいファンミーティング「超(スーパー)・集会」を全国で開催しています。これまで大阪、東京、仙台で開催し、あわせて60名以上の方が参加。毎回、お客様との対話を通して新たな「気づき」が得られ、サービスの向上やブランド価値の深化につながっています。



ファンミーティングには山本梁介会長も参加。スーパーホテルへの愛を熱く語り合う場となりました。



ファンと共に、楽しみながら価値を創造する

「我々はお客様が感じているスーパーホテルの価値を正しく理解しているのか?」。そんな問いをきっかけに、お客様の価値観やどのようなサービスを望まれているのかを直接聞いてみよう、と、2023年からファンミーティングがスタートしました。

大切にしているのは「本音で対話すること」。第4回目のミーティングではホテルのバックヤードをご案内するツアーを企画するなど、初対面の方向士が打ち解けられるよう工夫。これまでにロビーで使用している天然ヒノキのアロマが思いのほ

か高く評価されていることがわかり、香りの演出を深掘りするきっかけにもなりました。今後もより多くのファンの皆様と交流するため、全国各地での開催を予定しています。



参加者の声

スタッフの皆さんが盛り上げてくださり、楽しく過ごせました。普段入れないスイートルームやまだ誰も入っていない温泉に入れるなど、非日常の体験ができて大満足でした。



参加者の声

あの場所にいるすべての人が心から笑顔でいらっしや、初めて会ったと思えないほど楽しく過ごせました。



Column ファンミーティングから生まれた紙コップのアイデア

活動の周知に課題感を持っていた時、「ホテルで使う紙コップにスーパーホテルが取り組んでいるSDGsを記載すれば、もっと多くの方に知ってもらえるのでは?」というアイデアが出され、実現。お客様視点でなければ出てこなかったアイデアも、対話があるからこそ発掘できました。



HOSPITALITY

おもてなし

を極めるホテル

開業以来、私たちが大切にしてきたのは、
顧客満足を超えた感動をお客様に提供すること。

「Natural, Organic, Smart」のコンセプトをふまえて

一步前に歩み寄った接客で

心のこもったおもてなしを実現。

人にしかできないサービスの質の向上を目指して、

スーパーホテルはこれからも努力を続けていきます。



10年連続 宿泊客満足度No.1

2023年に引き続き、J.D.パワー「ホテル宿泊客満足度10年連続No.1<エコノミーホテル部門>」。JCSI(日本版顧客満足度指数)「ビジネスホテル業種Standardクラス」調査全指標での第1位。2024年も、スーパーホテルは、おもてなし分野における堂々のダブル受賞を果たしました。



J.D. パワー2014-2024年ホテル宿泊客満足度調査。*調査実施年ベース(2020年は調査実施なし)。最多客室面積が15㎡未満のホテルブランドが対象(2014-2023年は正規料金の最多価格帯9,000円未満かつ最多客室面積が15㎡未満のホテルブランドが対象)。2024年調査は直近1年間に宿泊した6,007名からの回答による。japan.jp-power.com/awards

「おもてなしの科学化」が書籍に

約7年にわたる研究の成果を書籍化した「おもてなし」のバイブルが誕生

スーパーホテルは2017年より京都大学経営管理大学院の原良憲教授と協働して「おもてなしの科学化」に取り組んできました。このプロジェクトの目的は「おもてなし」という形のなものを形式知に変え、属人化しがちな接客スキルを誰もが実践できるよう標準化することです。従来、サービス業の接客は、スタッフ個人の資質に依存することが多く、結果、サービスの質にバラつきが生じていました。この課題を解決するため、接客スキルを体系化し、全アテンドが高品質なサービスを提供できる仕組みづくりに注力してきたのです。

そんな研究結果が2024年に『スーパーホテル「マニュアル」を超えた感動のおもてなし』として書籍になりました。内容は全5章で構成され、第1章ではスーパーホテルの「マニュアル」を超えるおもてなしの全貌を解説。第2章以降では、京都大学との共同研究や「理念浸透の仕組み」、さらには「自律型感動人間の育成プロセス」が詳細に紹介されています。最終章では「経営理念×自律型感動人間」のマネジメント手法がまとめられており、全編にわたって原教授の考察が織り込まれています。

この本の魅力はスーパーホテルが培ってきた「おもてなしの真髄」が惜しみなく公開されている点。単なるマニュアルではない実践的ノウハウも詰まっており、ホテル・航空業界からも「参考にしている」という声が寄せられています。スーパーホテルのブランド価値を高めるだけでなく、サービス業界全体のクオリティ向上に寄与するツールとして、期待される一冊です。



スーパーホテル
「マニュアル」を超えた
感動の
おもてなし

リピーター率
70%以上
満足度調査
No.1位
京大教授陣が
ホスピタリティを
科学した!

『スーパーホテル「マニュアル」を超えた感動のおもてなし』
■共著/原良憲(京都大学経営管理大学院教授)
嶋田敏(京都大学経営管理大学院講師)
星山英子(スーパーホテル経営品質本部本部長)
■発行/かんき出版



京都大学経営管理大学院
原良憲 教授

スーパーホテルの皆様と共に研究を重ねてきた「おもてなしの科学化」が有意義な知見として結実

Message

スーパーホテルの皆様と共に挑んだ「おもてなしの科学化」が、一冊の書籍として結実しました。日本のサービス産業は労働生産性の向上が長年の課題となっており、少子高齢化の進展に伴い、限られた人材で高品質なサービスを提供することがますます重要になっています。本書では、スーパーホテルの皆様が常に真摯に取り組んでおられるサービス・おもてなしを、共同研究によって得た有意義な知見の一部として紹介しております。

スーパーホテルの「おもてなしの科学」の取り組みは、京都大学経営管理大学院の社会人エグゼクティブ講座「サービス・エクセレンス」(現在はサービス・エクセレンス次世代経営者セミナーとして開講)での共同研究に始まりました。スーパーホテルは「おもてなし」を経営の基軸に据え、私たちとともにその本質を探求し、全社員が実践できる技術として再現性のある方法を模索してきました。この研究を通じて、スーパーホテルは「おもてなし」を科学的に分析し、サービスの質を向上させる具体的な方法を体系化することに成功したのです。

本書では、スタッフがどのように顧客の感情を察知し、どのような行動をとることで満足度やリピーター率を高められるかといった技術を、定量的な裏付けに基づいて紹介しています。おもてなしを科学することは、接客を単なるコストと見なすのではなく、価値創出の基盤として捉え、持続可能なサービスモデルを追求するものです。スーパーホテルがこの知見をスタッフ教育や現場の改善に活かし、実際に成果を上げていることは、おもてなしの科学化の意義を示しているといえます。

スーパーホテルのおもてなしが、日本のサービス産業全体に貢献し、未来を切り拓く一助となることを心より願っています。

スーパーホテル接客グランプリ

独自の社内接客コンテストを開催し おもてなしを年々強化

フロントアテンダントを育成する場として、2013年から「スーパーホテル接客グランプリ」を開催しています。誰もが参加でき、課題に対する接客ロールプレイを幹部が審査。トップ3名を金賞・銀賞・銅賞として表彰し、優秀店舗賞や特別個人表彰も行っています。他店舗の接客を見て学んだり、終了後の懇親会で意見交換を行うことで切磋琢磨する風土作りに役立っています。毎年、大会内容を深化させることでうれしい効果が。

- ①目標設定ができ、日頃のセルフトレーニング意識が向上。
- ②自分たちの接客レベルが具体的に把握可能に。
- ③店舗で一致団結する風土が醸成。
- ④参加者がインストラクターとなり新人教育が活発に。

この結果、2023年には「J.D. パワー ホテル宿泊客満足度No.1(エコノミーホテル部門)」の9年連続受賞と、「JCSI(日本版顧客満足度指数)調査顧客満足度No.1(ビジネスホテル業界Standardクラス)」のダブル受賞という快挙を達成。今後も全店舗でお客様の心に響くおもてなしを提供し続けられるホテルを目指します。



第10回大会 接客グランプリ金賞受賞者の声

あらゆる側面からお客様対応を学べ、スタッフ間の絆も深まりました

入社当時、出場した先輩の姿に憧れて挑戦しました。支配人や副支配人、先輩アテンダントが練習に付き合ってくれ、お客様対応など多くのことを学べました。出場後は細かな所作まで気を配るように。他のスタッフの接客力アップにもつながるよう、チェックイン時やロビー係をしているときに気になったことは後で本人に伝えたり、見て学んでもらえるよう自身も積極的にお客様と会話することを心がけています。



スーパーホテル
Premier東京駅八重洲中央口
神明 真奈美さん



「朝の接客グランプリ」も実施

朝の接客力を向上させるため、副支配人・アテンダント1名にマイクを付けて30分間撮影。その動画を一次・二次審査で採点し、金・銀・銅賞を決定しています。



<審査項目①>

朝の挨拶

- ◎満開の笑顔と元気な挨拶
- ◎一歩前に歩み寄る
- ◎パーソナルなお声掛け
- ◎混雑時の対応

<審査項目②>

こだわり訴求

- ◎タイミングのよい訴求
- ◎ご当地・オリジナル訴求
- ◎パンのラウンドサービス
- ◎食べ方のアレンジ提案

<審査項目③>

お見送り

- ◎食後のお声掛け
- ◎アテンダントもお見送り
- ◎+αのお見送り
- ◎玄関までのお見送り

ご滞在中もお客様に喜んでいただけるよう、今後もおもてなしを磨いていきます。

イノベーション委員会が発足

業界にイノベーションを起こすための プロジェクトが発足

山本社長を中心に、主要店舗の支配人や本部のメンバーが参加する「イノベーション委員会」が2024年2月にスタートしました。委員会の目的は、文字通りスーパーホテルにおけるイノベティブな取り組みを創り出すこと。かつてセルフチェックインやフロントのIT化などで業界の常識を破ってきたスーパーホテルの革新的なイメージを取り戻したい…そんな思いから発足しました。

主な活動は月に1度のミーティングです。バックキャストという手法によるアイデア会議は、最初に未来像を描き、それを実現するための道筋を考えます。劇的な変化が求められる課題に対して有効なやり方で、メンバーたちはサービス業界全体の中でスーパーホテルが「今後どうあるべきか」を考えることからスタートしました。

誕生して間もないイノベーション委員会ですが、20年後にスーパーホテルが「誰に」「何を」「どのように」「何のために」提供できるホテルであるかというビジョンが早くも固まりつつあります。今後は、具体的なプロジェクトを立案するという、次のフェーズへ歩みを進めていきます。



運営ソリューション本部
部長 蒲池 俊裕

自分が変わっていけるチャンスももらえました

Message

今あるリソースで何ができるかというフォアキャストの考え方に慣れていた私にとって、バックキャストでアイデアを出すためには発想をガラリと変える必要がありました。最初は戸惑いましたが、精鋭メンバーと議論を交わし、スーパーホテルの未来を考えるのは非常に刺激的な体験。次第に前向きに意見交換ができるようになりました。これまでの議論でいただいた設計図ができたので、これからはまさにイノベティブな作業になるでしょう。面白いのはこれからだとワクワクしています。

アテンダントの制服をリニューアル

パンツスタイルに、ワンピース

アテンダントの印象と働き方が変わる

スーパーホテルでは数年に一度、アテンダントの制服を見直すことで時代性や快適性を常にブラッシュアップしています。2024年のリニューアルにあたり現場のアテンダントにアンケートを取ったところ「パンツスタイルがほしい」「もう少し動きやすければ」という要望が多く寄せられました。そこで、開業以来初のパンツスタイルを導入し、スカートとの選択制に。「パンツスタイルは動きやすいけれど、それだけだと気分が上がらない」というアテンダントのために、ワンピースも作って全員に貸与することになりました。ワンピースも初めての試みでしたが、着やすくフェミニンな印象が好評。機能性とデザイン性を兼ね備えた制服のリニューアルに、働く人のモチベーションも上がっています。



SUSTAINABILITY

地球と社会

にやさしいホテル

まだ世の中の関心が薄かった2001年から
環境活動を展開し、持続可能な暮らしの実現に
取り組んできたスーパーホテル。

2015年に国連が採択したSDGsにも

いち早く賛同を表明し、環境だけでなく人権や
パートナーシップも目指すところとなりました。

地球に優しく、地域に優しく、社会に優しく。

今後は自然災害や過疎に悩む地域の問題にも目を向けて
ホテルができる最大限の貢献を心がけていきます。



ホテル業界唯一のエコ・ファースト企業として

エコ・ファーストとは、企業が国に対し環境保全に関する取り組みを約束する制度。その活動が先進的で独自の、かつ業界をリードする場合のみ認定されます。環境省では原則として「1業種に1社ずつ」を掲げており、スーパーホテルはホテル業界唯一のエコ・ファースト企業です。

**ECO
FIRST**
環境大臣認定
エコ・ファースト企業

グリーンツアーを開催



1泊2日のツアーを体験。

自然豊かな東白川村、諸塚村で

スーパーホテルでは従業員の環境意識を高めるため「グリーンツアー」を毎年開催しています。2023年は8月に岐阜県の東白川村、9月に宮崎県の諸塚村へ。どちらも雄大な山や河川に恵まれた美しい村で、豊かな森林はFSC®森林認証を取得。持続的な環境管理を目指す姿勢がスーパーホテルの理念とぴったり合うということで、交流がスタートしました。参加者たちは現地の自然や産業、文化や食、そして人々に触れて1泊2日の日程を満喫。「日本の森林や地域の文化を守りたい」という気持ちや決意につながっています。



岐阜県・東白川村

2023年8月29～30日

1日目は林道をトレッキングしながら森林に触れ、名産のヒノキ材工場を見学。ここで作られる風呂桶はスーパーホテルでも使われています。夜は「持続可能な地域づくりシンポジウム」と題して、地域の課題と解決法をみんなでディスカッションしました。2日目は有機栽培の茶園を視察した後、お茶の火入れやおいしい淹れ方を体験。昼食に郷土料理の「けいちゃん定食」に舌鼓を打ち、アウトドアプログラムを楽しみました。

宮崎県・諸塚村

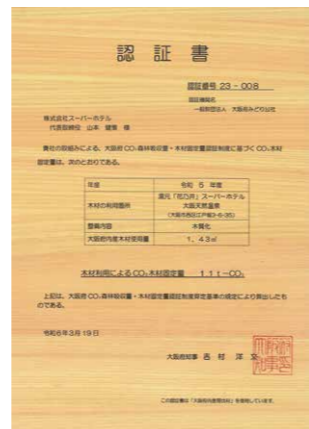
2023年9月21～22日

1日目は「諸塚村とスーパーホテルの取組み」についてセミナーを受けた後、原木しいたけ狩りや、村有林地の間伐を体験。夜は竹筒に米や具材を詰めて直火で炊き上げる郷土料理「かっぱめし」をいただきました。2日目は農作物生産施設、林業の現場、木材加工工場を見学し、最後にツアーの感想を共有。諸塚村長から修了書を授与され、充実したプログラムとなりました。



木材活用による新店舗づくり

木材のフレームが印象的な新店舗が
大阪府より認証を授与



2024年2月にリニューアルオープンした、湯元「花乃井」スーパーホテル大阪天然温泉。1階ロビーに大阪府内産ヒノキ材を使った木のフレームを設置するなど内装木製化に取り組んだことで、大阪府が2023年4月に創設した「CO₂森林吸収量・木材固定量認証制度」第8号に認証されました。この制度に認証されると「大阪府気候変動対策の推進に関する条例」に基づいて、企業におけるCO₂森林吸収量およびCO₂木材固定量を、温室効果ガスの排出量削減の削減実績として広く訴求することが可能に。業界唯一のエコ・ファースト企業であるスーパーホテルでは、今後も地元の木材を内装や家具に活用する「地産地消」の店舗づくりを推進していきます。

新東京オフィスが完成

「森」をイメージした内装や音響の
デザインが働く人を快適に

2024年3月、スーパーホテルの新しい東京拠点である「東京八重洲オフィス」が完成しました。新オフィスは「地球にも人にもやさしい」というコンセプトを形にした、究極のリラックス空間を目指したスペース。木とグリーンをふんだんに使ったナチュラルな内装、ハイレゾリューションと呼ばれる高品質な自然音が人に優しい間接音で届くという音響デザインなど、居心地の良さとことごとくこだわった設計です。働く人やお客様がここでリフレッシュするだけでなく、アイデアや集中力がアップしたり、商談やミーティングなどコミュニケーションが活発化するなど、様々な効果が期待される、時代の先端を行くオフィスです。



学校法人白藤学園 × SUPERHOTEL

スーパーホテルPremier JR奈良駅
リニューアルから始まった地域交流

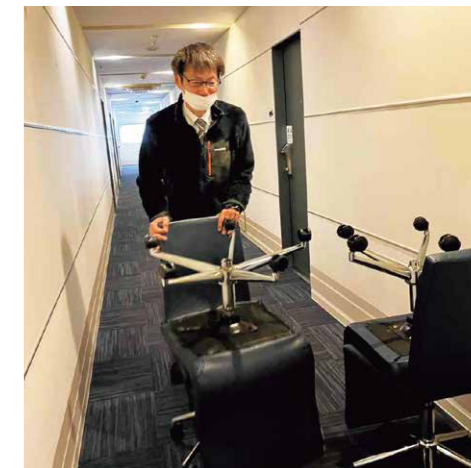
2023年12月から2024年3月にかけて、スーパーホテルPremier JR奈良駅では館内のリニューアルが行われました。開業から約15年が経過し、施設の老朽化が進んだためです。リニューアルのコンセプトは和モダン。組子細工や木材を使用したシックなインテリアの朝食会場など、お客様が心地良く過ごせる空間に生まれ変わりました。

リニューアルを進める中で、ホテルと地域社会との新たな「つながり」が生まれました。不要になった家具の処分が課題となっていたところ、学校法人白藤学園の奈良女子高等学校へ寄付されることになったのです。あるアテンダントのお母様が学校のPTAに所属していたのがきっかけでした。空気清浄機70台、椅子やテーブルなどが学校に届けられ、現在も生徒たちのために再活用されています。この取り組みは、リサイクルによる処分費の削減やゴミ削減にも貢献。地域にとっても意義深い結果となりました。

その後、スーパーホテルと学園の交流はさらに深まり、両者のコラボレーションが様々な形で実現することに。例えばスーパーホテルの従業員による出前授業。スーパーホテルを題材としたマンガを描いたり、ラジオ番組やVlogを制作したり、「エコひいき」でお客様にプレゼントする新しいお菓子のアイデアを考えたり。高評価な成果物は、実際にホテルで展開・発信するという実践的な授業です。生徒たちは質問や提案を積極的に行い、モチベーション高く取り組んでくれました。



和モダンをコンセプトに生まれ変わったホテル



ホテルで使用した家具を教育のために再利用



奈良女子高等学校の学食で使われている椅子

この交流で生徒たちが得た学びは計り知れない

Message



学校法人白藤学園
奈良女子高等学校
新宮 済様

奈良女子高等学校ではESD※に力を入れています。1300年の時を超えた文化遺産が点在する奈良には持続可能な社会づくりのヒントが豊富であり、生徒たちは海外の観光客に向けてSDGsをテーマに動画を作ったり、人と鹿の共生を訴求するメッセージをSNSで発信しています。

このたびスーパーホテルPremier JR奈良駅より、本校にリニューアル前の家具を譲ってくださるお話をいただき、まさにESDの本質ではないかとワクワクしました。引っ越しの日はスタッフの方々と共に汗をかきながら、地域のことやインバウンド対応など授業づくりに役立つ多くの情報も得ることができました。今もコラボ授業という形で交流は続いています。生徒たちにとっては「持続可能な社会づくりへの参画」を実践的に学ぶ素晴らしい機会となっています。

※Education for Sustainable Developmentの略。持続可能な社会を実現する次世代に向けた教育。

令和6年能登半島地震災害への支援

義援金募金の実施と、受験生を対象にした無料宿泊で被災地を応援

2024年1月1日、石川県の能登半島を襲った最大震度7の地震は北陸地方に甚大な被害をもたらし、多くの被災者を出しました。スーパーホテルでは同年1月15日から6月30日の期間、全国の店舗で義援金募金を実施。多くのお客様に協力をいただき合計441,336円が寄せられました。お預かりした義援金は8月9日、日本赤十字社へ委託しています。

また、被災者支援として石川県・富山県在住の受験生とその保護者を対象に、2024年2月5日～3月31日の期間、全店舗で無料宿泊を提供しました。ホテルだからこそできるサポートとして、被災地の受験生が大切な日に向けてゆっくり休むことができるスペースを提供できたら…そんな思いを形にした取り組みです。「ぐっすり」にこだわった静かな客室、アテンダントの心からのおもてなしは、多くの受験生たちを元気づけました。



取り組みに対してたくさんのお声をいただきました

SNSより抜粋

石川、富山両県在住の受験生と...
石川、富山両県在住の受験生にとって宿泊無料は有りがたいですね。

被災した受験生、宿泊無料に 能登地震でスーパーホテル（共同通信）
#Yahooニュース
こちらは良い話で心が癒されます。そして、本当に寝ますね。良い話だけ見て心落ち着かせて寝ることにします😊
おやすみなさい😊

スーパーホテル知らなかったけど覚えた。

産経ニュース @Sankei... 6日
スーパーホテル、石川・富山の受験生に宿泊無料に

地方から受験する時って何校か本命・滑り止めと何校か受けるから連泊するし出費も嵩むんだよね...本当にありがたい😊
今度ホテル使う時はスーパーホテルにします!!

さすが #スーパーホテル 更にファンになりました!!

何て寛大な措置
みんなの家族や知人には受験生は居ませんが、旅行の際にはスーパーホテルさんを利用して応援させていただきます!

ありがたい...😊
4月以降出張や遠征するときはスーパーホテルさんにお世話になるうっつ。元県民として少しでもお礼したい😊
わたしは今受験一切関係ないけど、受験だけでも大変なだけに遠くへ旅して泊まる不安な気持ちは分かるがいちゃ。当事者やったからね😊

素敵な応援の仕方なあ
既存予約も対象だから別に空室を使うと言わなくてもいいし、受験票でOKだから手続きに必要なもので当日焦る心配もない。寄付とかと違って会計的にも特にメリットはないはずなのに、太っ腹というかなんとというか

スーパーホテルすげえ...
受験生と同行者は無料で宿泊だって
落ち着いたら絶対に泊まらせてもらうから覚悟しとけよ!!
ありがとう!!

能登半島地震支援。ありがとう「スーパーホテル」。

全国にあるホテルなら安心よね。
たしか、ちいさいけどお風呂もあったはず。少しでもリラックスできるやん。うれしいニュース。



私たちはホテル業界唯一の環境大臣認定エコ・ファースト企業です

エコ・ファースト企業とは

業界内でも特に先進的な環境保全運動に取り組む企業を、環境大臣が「エコ・ファースト企業」に認定する制度。「企業が、環境大臣に対し、地球温暖化対策、廃棄物・リサイクル対策など、自らの環境保全に関する取組みを約束する」「その企業が、環境分野において“先進的、独自のかつ業界をリードする事業活動”を行っている企業（業界における環境先進企業）であることを、環境大臣が認定する」という前提条件のもとに認定を受けます。業界における環境保全の推進企業として認められた証です。

スーパーホテル 3つの約束

進捗状況

1 脱炭素社会実現のために、事業活動におけるCO₂排出量を削減します

- 再生可能エネルギーの導入や電力証書の導入、カーボン・オフセットの活用を推進し、2030年度までにホテルのCO₂総排出量46.2%のCO₂削減(2019年度比)、2043年度にカーボン・ニュートラルを目指します。
- 公式ホームページからご予約いただいた宿泊に対して、宿泊時に発生するCO₂排出量の100%をカーボン・オフセットする「ECO泊」を推奨し、ビジネスや観光におけるエコ旅行を推進します。
- 「ECO泊」におけるカーボン・オフセットの信頼性を確保するために、第三者認証を毎年取得します。
- 連泊時に清掃を行わない活動「エコひいき」を一層推進し、1回の客室清掃に必要な水約7ℓ、リネン洗濯における水約14ℓ(CO₂排出量0.07kg)の削減を推進します。
- エアコンの設定温度の表示や、清掃時の客室照明の消灯といったISO14001の運用に伴う環境負荷低減活動に取り組みます。

- カーボン・オフセット調整後の排出量が18,950t-CO₂となり、2019年度比で35.0%増の結果となりました。1泊当たりの排出量は減少していますが総量は増加しております。2023年度の電力は都内100%・関西一部において再生可能エネルギー由来の電力導入を1年通して実施したことが、1泊当たりのCO₂削減につながっていると考えております。2023年度ではより拡充してまいります。
- 2023年度は2,918,034泊のECO泊にご協力いただき、12,180t-CO₂のカーボン・オフセットを実現しております。
- 2023年度も昨年に引き続きカーボン・オフセットの信頼性確保のために、カーボン・オフセット認証の第三者認証を取得しております。
- 2023年度は清掃不要のお申し出に1,219,782件のご協力をいただきました。これは、ご連泊の61.26%にあたります。今後より一層推進し、客室清掃に必要な水の削減に取り組みます。

2 自然との共生実現のために、生物多様性の保全に向けた活動に取り組みます

- 朝食において環境配慮農産物(オーガニック野菜、特別栽培米、有機・特別栽培食材等)を全店で積極的に導入します。
- 国産木材をホテル内の備品や内装などに積極的に活用し、林業やそれに携わる地域創生に貢献します。
- 中山間地域で行う社員研修や地域でのボランティア活動など、自治体・NPO・地域コミュニティなどと連携して実施し、森林環境の保全・生物多様性の配慮に取り組みます。

- 2012年度から引き続き、オーガニックサラダを継続導入し、他にもユーロリーフ認証を取得しているパン(BIOロール)や味噌やお米・有機大豆を使用した醤油の導入など、順次環境配慮農産物を使用した食品を導入しております。
- 大阪天然温泉のリニューアルオープンに伴い、河内長野産の木材を内装に使用し、炭素固定につなげるなど、木材活用の新たな取り組みを模索し実践しております。また、新たにお風呂の桶・椅子の材料として奈良県産のヒノキも活用するなどし、新たな地域との共創にも力を入れております。
- 5年ぶりに現地でのグリーンツアー研修が開催できました。今まで現地実施ができていなかった入社4年目までの新卒社員を対象に、東白川村と諸塚村の2地区に分かれて実施いたしました。コロナ禍の影響で現地の状況も変わっている部分が多く、更なる連携強化に努めてまいります。

3 社員一人一人が環境意識向上に努め、お客様を巻き込んだ環境保全活動に取り組みます

- 社員の環境意識向上に努め、eco検定®(環境社会検定試験)取得を推進し全社員合格を目指し、社員一人一人が事業活動におけるさまざまな環境活動に取り組みます。(取得率92.86% 2021年3月時点)
- ホテルの立地する地域の子供たちや学生に向け、ホテルが取り組む環境保全活動を学習する機会を設け、環境意識の醸成に貢献していきます。
- FUN TO SHAREやCOOL CHOICEの活動に賛同し、ホームページ・公式SNS等を通じ、SDGsの取り組みや魅力を伝えることで、家庭や会社でできる環境負荷低減活動を啓発します。
- お客様一人一人にホテルフロントにて「ECO泊」「エコひいき」の案内を積極的に実施し、環境負荷低減の啓発活動を推進します。

- 引き続き、eco検定®を社内推奨資格として推進しております。社員の取得率は87.31%(2024年8月現在)となっています。
- 2-3年目の社員を中心に、大阪総合デザイン専門学校とのコラボで、老若男女に伝わりやすい「スーパーホテルのSDGs絵本」を作成いただきました。スーパーホテルの取り組みを発信する素敵なツールとなり、かつグローバル社員への教育ツールとしても活用できるなど、用途の幅が広がりました。また、エコ・ファースト推進協議会の取り組みの一環で「学びのフェス」にも参加し、小学生向けに授業を行いました。引き続き産学連携・地域貢献に努めてまいります。
- 「エコひいき」活動の取り組みとして、歯ブラシ回収を再開いたしました(2022年3月ぶり)。また、バイオマス素材入りの歯ブラシに変更するなどし、お客様の目に見える形でプラスチック使用量の削減にも努めてまいります。

株式会社スーパーホテルは、上記取り組みの進捗状況を定期的に確認し、その結果について環境省に報告するとともに、ホームページなどを通して公表してまいります。

スーパーホテルの環境マネジメント

環境理念

地球環境保全の為に、
地球にやさしく
環境を大切にする
企業を目指します。



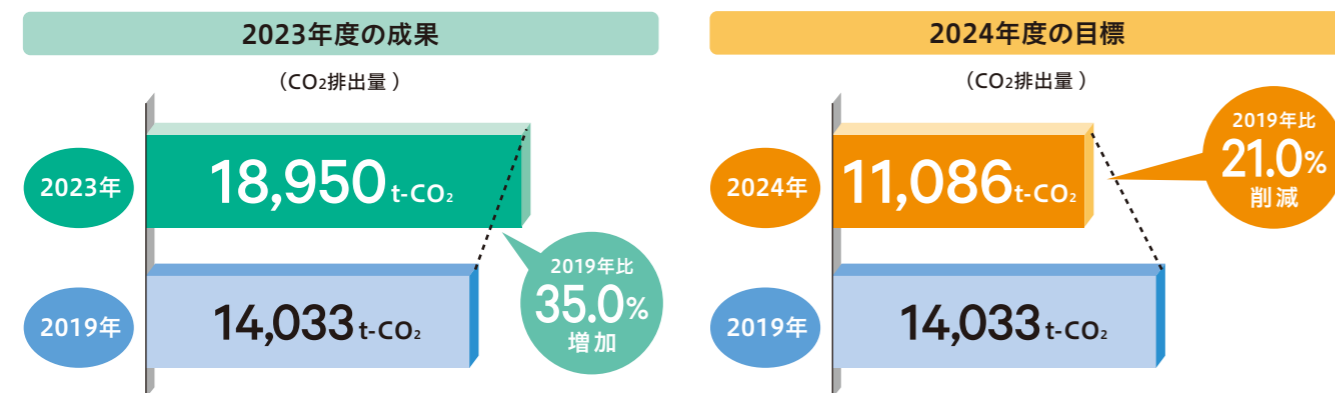
株式会社スーパーホテルは、地球環境の保全が人類共通課題の一つと認識し「常に安全・清潔・ぐっすり眠れるスペースを創造し、世界的レベルでの質の高いサービスを提供する」との経営理念及び環境理念に基づき、地球にやさしく環境を大切にして豊かな自然と快適な環境を次世代に継承していくための活動を行っています。

環境マネジメントの推進体制

地球環境の保全に配慮した経営を実現するため、環境経営推進体制を敷いています。環境管理責任者のもと、環境目標の達成状況の確認や環境情報の共有化などを行っています。また、年1回の内部環境監査と外部認証機関による監査を実施。内部環境監査では、社内で監査チームを編成して定期的にチェックを行っています。

脱炭素社会の実現に向けたCO₂排出量の「成果」と「目標」

日本政府は温室効果ガスの排出量を2050年までに実質ゼロにするというカーボン・ニュートラルを宣言しています。スーパーホテルも「エコ・ファーストの約束」において2030年度までにホテルの温室効果ガス総排出量を46.2%減らし、2043年度までにカーボンニュートラルを実現すると公表し、脱炭素社会実現に向けた目標に取り組んでまいります。2023年度も新店舗のオープンや前年度比での宿泊客の増加に伴い、温室効果ガス排出量の全体量が増加しました。ただ、1泊当たりの温室効果ガス排出量は約5.3kg/泊と、減少傾向で推移しております。引き続き、エコ・ファースト企業として環境経営に邁進していきます。



環境負荷の全体像

2023年度は、コロナ禍から回復した宿泊客の増加、新店舗のオープンなどによってエネルギー投入量および水資源投入量・物質投入量は増加しました。また客室1室あたりでは、電気・ガス・水道使用量は減少しています。

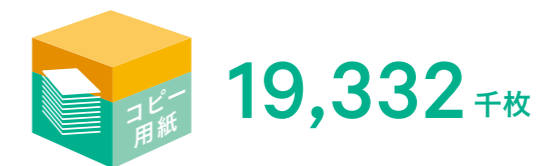
エネルギー投入量



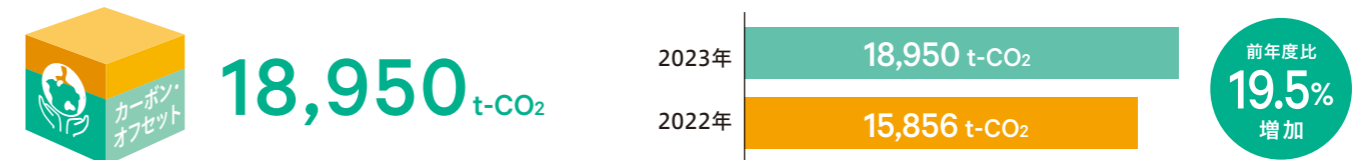
水資源投入量



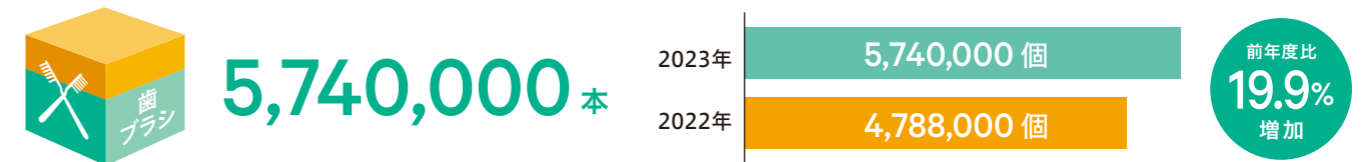
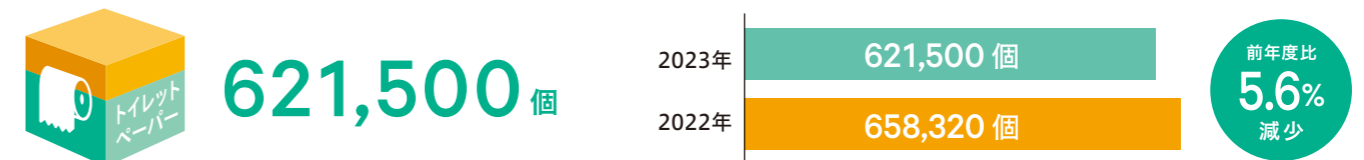
物質投入量



カーボン・オフセット後の温室効果ガス排出量



廃棄物排出量



太陽光発電の活用



2023年度その他の実数

カーボン・オフセット	12,180 t-CO ₂
ECO泊数	2,918,034 泊
全宿泊数	5,897,198 泊
清掃不要のお申し出	1,219,782 件



こだわりのカフェを地元・東船橋にオープン

ぶれない目標を胸に、2号店の開業にも果敢に挑戦！

「CHILL KITCHEN」 「CHILL KITCHEN BASE」

オーナー 宮口 勝久さん・優奈さん

「CHILL KITCHEN」
千葉県船橋市東船橋2-9-9
「CHILL KITCHEN BASE」
千葉県船橋市東船橋3-39-10 1F

情報の伝達と役割分担を徹底！ 目標を共有して原動力に

「夫婦でカフェを開きたい」という夢があり、卒業後は独立することを前提にスーパーホテルのベンチャー支配人に応募した勝久さんと優奈さん。最初に着任した新居浜店では、周辺の観光地や名物を何も知らない状態からのスタートでした。「1年目はとにかく大変でした。いざ運営を始めたものの、どんな風に働けばよいのか二人のスタイルも定まっておらず、引き継ぎミスでケンカをしたことも」と勝久さん。それをきっかけに引き継ぎや朝礼をしっかり行い、互いの役割分担と、公私混同しないための切り替えを大切にしてきたとか。

そして、その頃に始めたのが二人で夢を

書き込むスケッチブック。「どれだけ忙しくてもコミュニケーションは大切にしようと、将来作りたいカフェの形を描くことを習慣化。くじけそうな時こそ目標がぶれないように共有していました」と優奈さんは語りまます。支配人として働いている間はカフェ経営を学ぶ時間は限られ、そのため宿直室にエスプレッソマシンを置いて勉強を続けていたそうです。

立地×コンセプトの相乗効果と SNS戦略で逆境をくつがえす

スーパーホテルに7年半ほど在籍し、卒業後は地元の東船橋に戻って物件探しをスタートした二人。「船橋駅周辺は人口も多く、出店には好条件だったのですが、カフェ

(経歴)

2010年11月 スーパーホテル新居浜 着任
2013年 2月 スーパーホテル函館 着任
2015年 8月 スーパーホテル宇都宮 着任
2016年11月 スーパーホテルFC鹿島 着任
2018年 3月 卒業
2018年 9月 「CHILL KITCHEN」をオープン
2021年11月 「CHILL KITCHEN BASE」をオープン

のコンセプトを考えて最終的に隣の東船橋駅に決めました」と優奈さん。東船橋は商売には向かない土地だと聞いていたものの、支配人時代にコンセプトメイクや市場調査など、経営に必要なノウハウを学んできたKさんには、「絶対に成功する！」という自信がありました。

そこで、毎日ブログを更新していた函館店でのSNS活用術を駆使し、オープン前からInstagramやFacebookを立ち上げ、お店を発信。すると口コミで情報がみるみる広がり、今では「懐かしの自家製プリン」がヒット商品に。「数量限定で提供しているため特別感があるのか、食べた方がSNSに投稿してくださり、それを見て注文して下さる方が増えました」と勝久さん。季節に合わせて新メニューを考案してSNSにアップす



木目調の落ち着いたたたずまいの「CHILL KITCHEN」。ランチタイムからカフェ利用までにぎわう人気店。



華やかなドライフラワーで飾られた「CHILL KITCHEN BASE」。テイクアウト利用もできます。



二人の息のあったコンビネーションでおいしい料理が作られています。



住宅街の中にある隠れ家的な雰囲気。

ると、その商品から売れていくそうです。

あらゆる角度から解決策を探し ネガティブをポジティブへ

ぶれないコンセプトとSNS戦略が功を奏し、人気店となった「CHILL KITCHEN」。食事の提供と製菓の仕込みを同じ場所で行うのが難しくなってきたことから、2021年に2号店となる「CHILL KITCHEN BASE」をオープン。1号店のすぐ近くで、しかも目に留まりにくい場所。コロナ禍の出店もあり周囲からはネガティブな意見も。しかし、「コロナ禍でテイクアウト需要は伸びる！」と読んで、結果は狙い通りに。「ホテルを運営していると毎日がイレギュラーの連続。そんな時に動じることなく二人で協力して迅速に解決する力を養えたのは大きかったで

す」と優奈さん。「解決方法は一つじゃない」、「どんなことでも何とかできる」と、問題解決能力が身に付き、それが今に生きていくそうです。

二つの店舗で街の回遊性を高め 地域の活性化にも貢献！

「もともと1号店の生産性を高めるための出店だったので、業態を大きく変えようとは考えていませんでした。提供するメニューを少しずつ変えることで、「CHILL KITCHEN」では食事を、「CHILL KITCHEN BASE」ではデザートを楽しんでもらうイメージです。歩いて行き来できる距離にあるので、東船橋の街を回遊してもらえれば地域の活性化にもつながると考えました」と勝久さん。「軌道に乗るまで1年ほどかかりましたが、

それができたのはスーパーホテルでの経験があったから。お客様の反応を見ながらすぐに行動・改善していく姿勢は、今も変わらず継続しています」。

現在でも毎朝の朝礼は欠かさず、スタッフ間の情報共有を大切にされているそう。「ペット向けのおやつも開発・提供していますが、新しいことに挑戦する時もコンセプトに忠実で、ぶれないように気を付けています」と優奈さん。「うまくいかないこともあります。大切なのはそこで迷走しないこと。常に原点に立ち返り、ぶれずに突き進んできた結果が今につながっています」と勝久さんは語ります。「スタッフの人生も背負うので決して楽な仕事ではありませんが、自分たちが発信したことの反応がダイレクトに返ってくることの喜びややりがいは何ものにも代えがたいですね」。

今のお店で「接客がすごくいいね！」とお褒めの言葉をいただくことがあります。それはスーパーホテルで感謝と感動の気持ちをもって接客してきたことが体に染み込んでいるから。お客様の表情を見て、自然と気配りする習慣がついています。

スーパーホテルではスタッフ全員でミーティングを行い、意見や要望を聞くようにしていました。支配人・副支配人ではありませんが、私たちが主導にならずに「全員で参画している」という意識でいたことでチームワークも向上。今の仕事でも活かしています。



Super Dream Project® とは

「Super Dream Project®」とは将来、独立・起業の夢をサポートするスーパーホテル独自の制度。2人1組が支配人・副支配人としてスーパーホテルを経営し、独立資金を貯めたり経営ノウハウと自信をつけることができるシステムです。

- 初期投資0円でスタート
- 快適な住環境も提供
- 独立後に役立つ経営ノウハウが学べる

- 報酬は4年間で4,750万円以上+奨励金+業績報奨金 (アテンダント補助費用含む/100室規模の場合)
- 4年目以降も人生設計によりキャリアの選択が可能

SUPERHOTEL SDGsの歩み

2001

水俣市が独自に制定した旅館・ホテル向けの環境ISO取得をきっかけに環境への取り組みを重要課題に掲げるようにトイレトーパーやコピー紙を再生紙に切り替えたり、IT化によるペーパーレスを実施。



2011

エコ・ファースト企業に認定

環境省創設の「エコ・ファースト制度」においてホテル業界初の「エコ・ファースト企業」に認定。



2015 SDGsへの取り組みを表明

- 2012年 ●ECO泊におけるカーボン・オフセット割合を50%に。
●朝食にオーガニック野菜サラダやオリジナルドレッシングを提供開始。
- 2013年 ●三重県伊賀市に巨大太陽光パネルを設置し、再生可能エネルギー事業を開始。
- 2014年 ●ECO泊におけるカーボン・オフセット割合を100%に。
●アライバルカードのペーパーレス化を進めるエコチェックインの開始。
- 2015年 ●FSC認証を受けた間伐材を使用した客室備品の導入開始。
- 2016年 ●第6回カーボン・オフセット大賞 環境大臣賞を受賞。
●滋賀県甲賀市で2つ目のメガソーラーが稼働。
●えるぼし企業に認定。
●株スーパーホテルクリーンを設立し海外人材採用を本格化。
- 2017年 ●バイオ生ゴミ処理機による資源循環サイクルを開始。
(スーパーホテルPremier武蔵小杉駅前)
●第12回 日本パートナーシップ大賞グランプリを受賞。
- 2018年 ●宮崎県諸塚村産のFSC認証木材を使用したリニューアールを実施。(スーパーホテル宮崎天然温泉)
●ブランドイメージの刷新。新しいホテルコンセプトとして「Natural, Organic, Smart」を展開。
- 2019年 ●木材の地産地消で地域の森を活性化する店舗づくりを開始。
●地域グルメと宿泊をコラボレーションさせた「食と泊」プロジェクト展開。

2020

コロナ禍における挑戦

- 2020年 ●新型コロナ発生にあたり、大阪で第一号の宿泊療養施設に。(スーパーホテル大阪天然温泉)
●医学博士指導のもとで館内や従業員の防疫対策を徹底。
●可能な範囲でのリモートワークの推進。
- 2021年 ●コロナ禍で各店舗それぞれが独自のSDGs活動を推進。
●アテンダントが地域の魅力を発信する「ご当地結びスタ」スタート。
- 2022年 ●宮崎県諸塚村と包括連携協定を提携。

2024

- 2023年 ●リファラル採用、グローバル採用の強化。
●オーガニックな原材料のみを使用した無添加のパン「BIOロール」の導入。
●ファンミーティングの初開催。
●バイオマス歯ブラシの導入。
●エコひいき清掃の推進を強化。
- 2024年 ●再エネ電力の積極的導入。
●CO2実質ゼロ泊のスタート。
●多様性に合わせた制服を導入。

社会からの評価

J.D.パワー2024
日本ホテル宿泊客満足度調査



J.D.パワー「ホテル宿泊客満足度 NO.1 <エコノミーホテル部門>」(2014~2024年10年連続)

J.D.パワー2014-2024年ホテル宿泊客満足度調査。*調査実施年ベース(2020年は調査実施なし)。最多客室面積が15㎡未満のホテルブランドを対象(2014-2023年は正料金の最多価格帯9,000円未満かつ最多客室面積が15㎡未満のホテルブランドを対象)。2024年調査は直近1年間に宿泊した6,007名からの回答による。
japan.jpowers.com/awards

JCSI(日本版顧客満足度指数)調査
ビジネスホテル業種
Standardクラス 第1位



公益財団法人日本生産性本部
サービス産業生産性協会
(2023年11月)

おもてなし規格認証
紫認証



経済産業省創設
サービスデザイン推進協議会
現Premier東京駅八重洲中央口(2023年)
Lohas JR奈良駅(2020年)

2019年度(第6回)
サービス・ホスピタリティ・
アワード 優秀賞



公益社団法人企業情報化協会
(2019年9月)

女性活躍推進法
「えるぼし」認定



厚生労働大臣認定
(2016年8月)

○2009年度・2015年度 日本経営品質賞
経営品質協議会
2009年度 中小規模部門(2010年2月)
2015年度 大規模部門(2016年2月)

○第1回 日本サービス大賞
優秀賞(SPRING賞)
サービス産業生産性協議会(2016年6月)

○平成22年度地球温暖化防止活動環境大臣賞
環境省(2010年12月)

○環境大臣認定エコ・ファースト企業
環境省(2011年4月)

○DBJ 環境格付2011 認定
DBJ 日本政策投資銀行(2011年12月)

○ワットセンスアワード2012(アクション部門)
環境大臣賞(2013年4月)

○第6回 カーボン・オフセット大賞 環境大臣賞
カーボン・オフセット推進ネットワーク(2016年12月)

○エコマークホテル認定
スーパーホテルPremier銀座 他7店舗
公益財団法人 日本環境協会(2019年9月)

○第22回グリーン購入大賞 優秀賞
グリーン購入ネットワーク(2021年11月)

○気候変動アクション環境大臣表彰
普及・促進部門
環境省(2020年11月)

○第12回 日本パートナーシップ大賞グランプリ
ムラ流社会貢献型人材育成プログラム事業
パートナーシップ・サポートセンター(2017年3月)

○地域未来牽引企業 選定
経済産業省(2017年12月)

○第9回「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞
審査委員会特別賞
人を大切にす経営学会(2019年3月)

第三者意見



おおわだ じゅんこ
大和田 順子 教授

教育テック大学院大学 教授
立命館大学日本バイオ炭研究センター 客員教授
地域力創造アドバイザー(総務省)

「SDGsレポート2024」で、スーパーホテルの山本健康社長は、ビジョンに関する3つのキーワード「サステナホテル」「イノベーション」そして「コミュニケーション」を掲げています。「環境や地域にやさしいサステナホテルとしてまちづくりの拠点となる。斬新なアイデアやおもてなしで、業界にイノベーションを起こす。お客様の声を聞き、それを経営に活かすコミュニケーションを大事にする。」ことで10年後、20年後の理想のホテルを作っていくと決意を表明されています。

これらの中核にあるのが「サステナホテル」のビジョンで、気候変動や持続可能な地域づくりなど世界的な課題に対し、例えば「これまでオンライン予約者に限定していたカーボンオフセットを今後は全宿泊者に拡大するなどカーボンニュートラルへの対策を強化」と書かれていますが、すなわち宿泊に関するゼロカーボンが実現するという事は高く評価できると言えるでしょう。

一方、気候変動と並んで注目が高まっているのは生物多様性、特に「ネイチャーポジティブ(自然再興)」という考え方です。ネイチャーポジティブの取り組みは、さまざまな業界で進んでいます。特に生物多様性の保全を促進する「自然共生サイト」(OECD: Other Effective area-based Conservation Measures)が注目されています。これは、国立公園や保護区以外のエリアでも効果的な自然保護を行い、地域資源を持続可能に活用する取り組みです。例えば、世界農業遺産にも認定されている「阿蘇の草原」の一部は、自然共生サイト(OECD)に登録されていますので、連携した取組の可能性があるでしょう。

2023年度から「ファンミーティング」を開始されました。ファンの声を聞き対話する姿勢は高く評価できます。報告書には「ロビーで使用している天然ヒノキのアロマが思いのほか高く評価されていることがわかり、香りの演出を深掘りするきっかけにもなった」とありますが、その天

然ヒノキのアロマを、なぜ、どのようにスーパーホテルが採用するようになったか、という物語を伝えることもとても重要です。東白川村の持続可能な森林管理による東農ヒノキが原材料となっていることをお伝えすることも、生物多様性やネイチャーポジティブの実践と言えるでしょう。地域の生物多様性を保全することは地域の持続可能性と共に、観光業の持続可能な発展にも寄与します。また、自然との触れ合いを通じて、顧客の満足度を高めることも可能です。これからのホテル業界では、CO2削減だけでなく、生物多様性保全を意識した取り組みも魅力の一つ、他社との差別化の要素になっていくと考えられます。

また、主要店舗の支配人や本部のメンバーが参加する「イノベーション委員会」が2024年2月にスタートしたと報告されています。2050年のサステナブルな社会において、スーパーホテルはどのような事業を展開しているのか、カーボンニュートラルをいかに達成するのか、バックキャストという手法により、具体的なアイデアや戦略が生まれ、サステナブルな未来への道が描かれることを期待しています。例えば、ホテルのCO2総排出量について2043年度までにカーボンニュートラルを実現すると約束していますが、その目標からバックキャストして、具体的に来年度どのような取り組みを行うか、計画を立てることをお勧めします。

なお、これらの数値に関して、スーパーホテルは株式公開していませんが、上場企業と同様に、対象や範囲を明確に定め、目標を定めて取り組み、エビデンスに基づき成果を公表することが期待されます。

最後に今年もウェルビーイングについて触れます。令和6年5月に公表された「第六次環境基本計画」では、「現在及び将来の国民一人一人の生活の質、幸福度、ウェルビーイング、経済厚生の上昇」をもたらす「新たな成長」を実現していくことが、最上位の目的として掲げられました。まちづくりに関しても「ウェルビーイング指標」(デジタル庁)等のデータに基づき、自治体と住民が持続可能でウェルビーイングな地域社会を実現する戦略や政策を共創(co-creation)する時代になってきました。今後は、スーパーホテルの「ファンミーティング」と「イノベーション委員会」の合同ミーティングを開催し、ネイチャーポジティブやウェルビーイングについて共に学び、対話し、アクションを共創してはいかかがでしょうか。