

関係各位

2022年7月5日
サムティ株式会社
株式会社刀

**サムティ株式会社と株式会社刀は、
大自然の冒険テーマパーク「ネスタリゾート神戸」の経営権を取得しました**
～旧グリーンピア三木から続く地方創生の『大義のリレー』を受け継ぎます～

サムティ株式会社（本社：大阪市淀川区、代表取締役社長：小川靖展、以下「サムティ」）と株式会社刀（本社：大阪市西区、代表取締役 CEO：森岡毅、以下「刀社」）は、2022年7月より、ネスタリゾート神戸の経営を引き継ぐ運びとなりましたことを、お知らせいたします。

今後、サムティと刀社はネスタリゾート神戸の「大自然の冒険テーマパーク」としてのブランドを強化し、より一層発展させることで、兵庫県及び関西圏の地域活性化に貢献いたします。

【今回の経営権取得の目的】

持続可能な事業を創り、地域を活性化するという地方創生の実現に向けて、「ネスタリゾート神戸」をさらに発展させ、地域経済に貢献できる事業にしていきたいため今回の取得に至りました。



ネスタリゾート神戸は、年金保養施設「グリーンピア三木」が経営破綻した後、地域の活性化につなげたいという強い想いを持つ前オーナーにより引き継がれ、2016年にオープンしました。刀社は、2018年よりネスタリゾート神戸のマーケティング支援を開始し、「大自然の冒険テーマパーク」としてのリブランディングを推進してまいりました。この度、前オーナーより、サムティと刀社の2社が地方創生に懸ける「大義のリレー」を引き継ぐこととなりました。

【ネスタリゾート神戸のこれから】

サムティと刀社は、ネスタリゾート神戸の「大自然の冒険テーマパーク」のブランディングを強化し、関西レジャーにおける消費者の彩りある選択肢としての地位確立を図り、本取り組みが日本全国に存在する類似の地方創生課題を解決する1つのモデルケースとなるよう、様々な投資及び運営の改善を行ってまいります。

- ✓ お客様の体験価値の向上（本能を揺さぶる体験の拡充）
- ✓ 阪神甲子園球場 約 60 個分に及ぶ広大な土地に広がる大自然のさらなる有効活用
- ✓ テーマパーク運営経験を活かしたゲストサービスの強化
- ✓ マーケティング力のある組織づくり
- ✓ インバウンド導線の誘引と強化
- ✓ 次世代 marketer およびテーマパーク運営のプロフェッショナル人材の育成

【イメージ写真】



40 種類以上のアクティビティ（イメージ）

【サムティ株式会社について】

1982年に大阪で創業し、現在では大阪と東京の二本社体制、そして全国各地並びに海外にも拠点を展開するサムティグループは、国内の主要都市を投資対象とした不動産開発、売買、物件管理、REIT等のファンド運用及び海外事業等を手掛ける、「総合不動産会社」です。主力事業である不動産開発においては、賃貸マンションブランド「S-RESIDENCE」シリーズを中心に、全国で300棟以上の供給実績を有しています。また、成長を加速する事業の柱として、自社グループ内のホテルマネジメント機能と、ラグジュアリーホテルに強みを持つ関連会社等のリソースを活用し、時勢やエリア、顧客ニーズを捉えた様々なホテルへの投資・運用を手掛けています。

我が国は人口が減少傾向にあり、将来的には当社が手掛けている住宅市場が縮小していくことも考えられます。このような中、国内において新たな収益源を確保するべく、2025年11月期を終期とする中期経営計画「サムティ強靱化計画(アフターコロナ版)」のその先を見据え、さらなる事業を強化することを目指し、不動産開発や投資運用等に加え、国内における成長戦略の柱として、新たに「集客施設」事業に進出します。アフターコロナにおいて、人々の意識や消費行動は「コト・体験」にシフトするという考えのもと、世界的に活況を呈する観光・レジャー関連の「集客できる不動産」は、持続的成長が見込める有力なアセットであり、国内外の来場者を取り込み、収益機会を得ることができると考えています。また、同分野に厳選投資を行うことで、インバウンド需要や観光産業に寄与するだけでなく、地域の特性を活かした魅力づくりや地域社会の発展にも、様々な形で貢献ができるものと考えています。

WEBサイト：<https://www.samty.co.jp/>

【株式会社刀について】

日本を代表する戦略家・マーケター、森岡毅が立ち上げたマーケティング精鋭集団です。USJを劇的にV字回復させ、経営再建の使命完了後の2017年より始動しました。世界初の“マーケティングノウハウのライセンス・カンパニー”として、高等数学を用いた独自の戦略理論、革新的なアイデアを生み出す法則、マーケティング理論等、一連の形式知化されたマーケティングノウハウと、消費者視点で機能する維持可能なマーケティング組織をつくる戦略人事を体系化した“刀メソッド”を駆使し、マーケティング力の注入による価値創造を主眼にした企業成長の加速、新規事業に取り組んでいます。

破綻した旧グリーンピア三木(現ネスタリゾート神戸)をわずか1年でV字回復させ、2020年12月期には初の営業利益(償却前)黒字化も達成しました。70周年記念事業として「西武園ゆうえんち」をリニューアルオープンする等、「マーケティングとエンターテイメントで日本を元気に」という大義のもと、刀流地方創生にも邁進しています。また、USJ在職時代に断念した沖縄テーマパーク構想に再び着手し、沖縄北部にて事業実現に向けて邁進しています。2022年3月17日には沖縄県と「沖縄のブランド強化に関する連携協定」を締結し、沖縄県のブランドアドバイザーとして沖縄全体のブランド価値の向上に努めています。

WEBサイト：<https://katana-marketing.co.jp/>

以上