



# One Asia in Kobe

～五感で繋がるニューゲート～

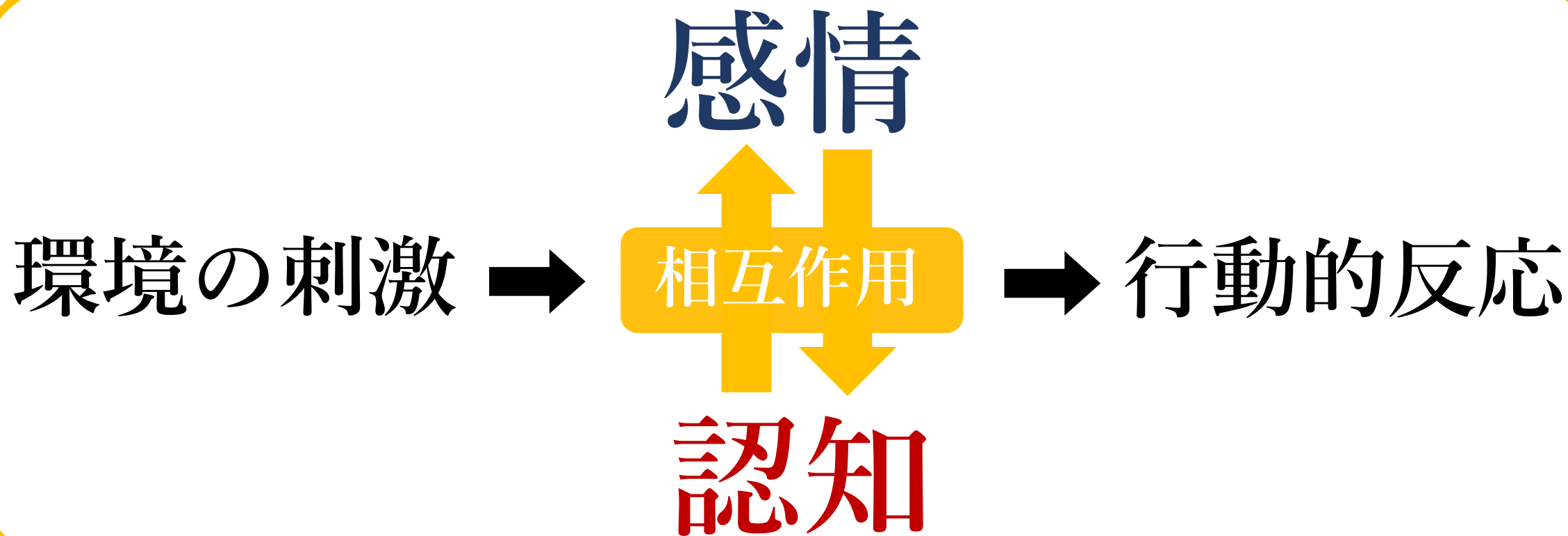
甲南大学経営学部 西村ゼミ

# 目次

- ✓ なぜ五感を使うのか
- ✓ STP分析①
- ✓ 私たちのASIAN PARK
- ✓ STP分析②
- ✓ 検証と最終提案
- ✓ 参考文献

# 消費者行動論における多属性態度モデル

## 消費者行動のモデル



# 【五感】



# 世界人口



約77億人

# SNS利用者数



約38億人

東アジアにおけるSNS普及率

約71%

# 西村ゼミアンケート

実施者： 西村ゼミ3回生一同

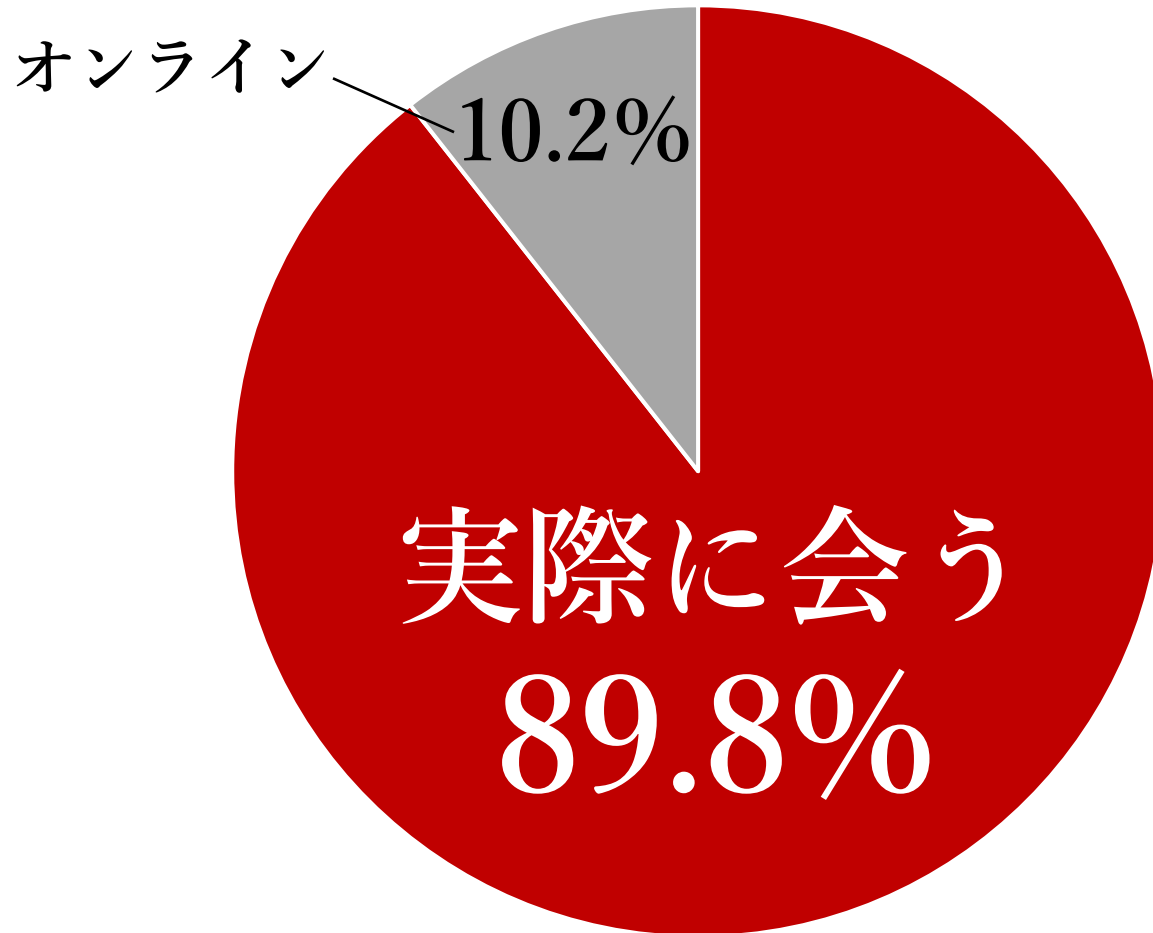
実施期間： 2021年8月

調査対象者： 20代～80代男女304名(有効回答303)

調査手段： Googleフォーム

目的： アジアンパーク構想案に関する情報収集

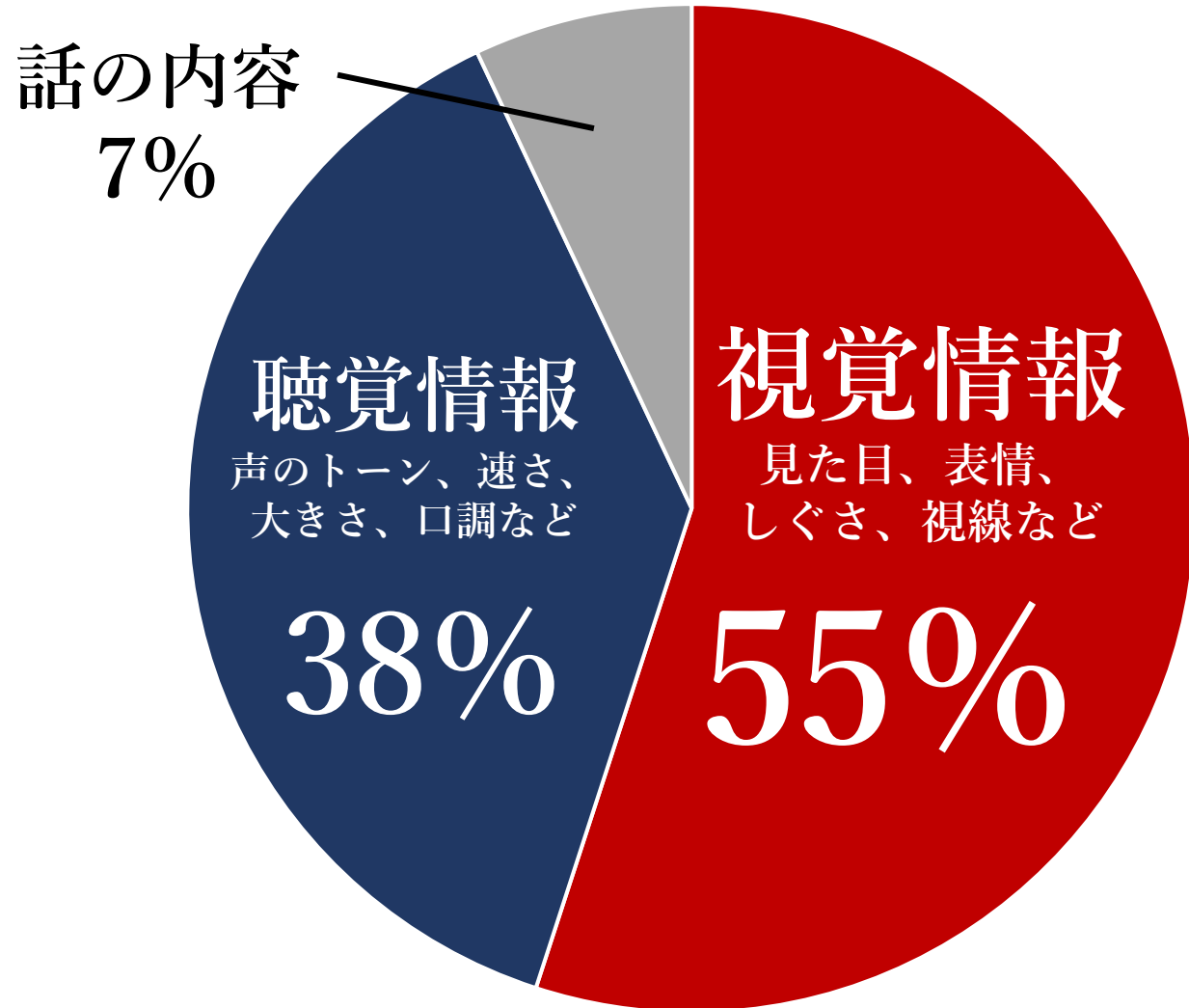
人とコミュニケーションをとる際、  
リアルかオンラインどちらを好むか



五感の  
感じやすさ



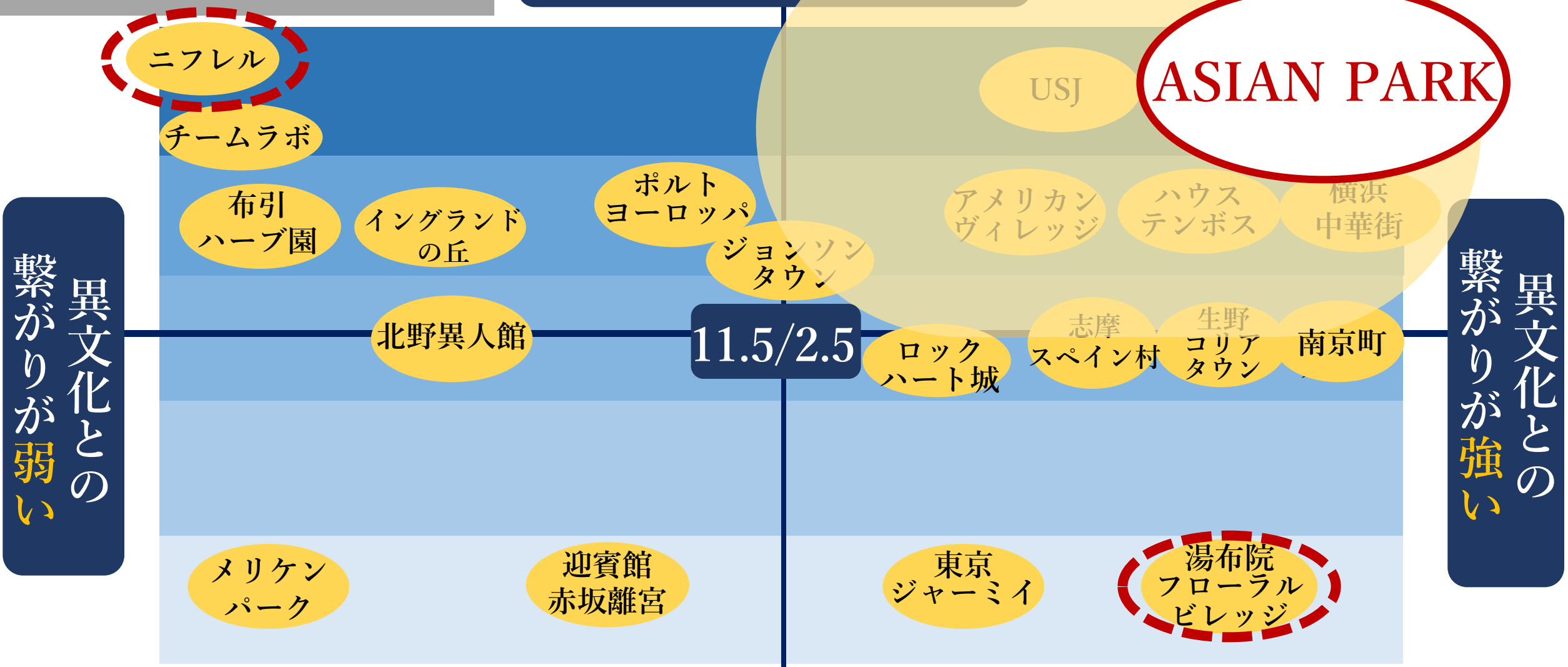
# ～メラビアンの法則～



五感による情報  
約9割

# STP分析①

五感を感じる要素が多い



異文化との繋がりが弱い

異文化との繋がりが強い

五感を感じる要素が少ない

縦軸(0~5)：中央値2.5  
横軸(0~20)：平均値11.5

# ASIAN PARK マップ

ASIAN PARK ホテル

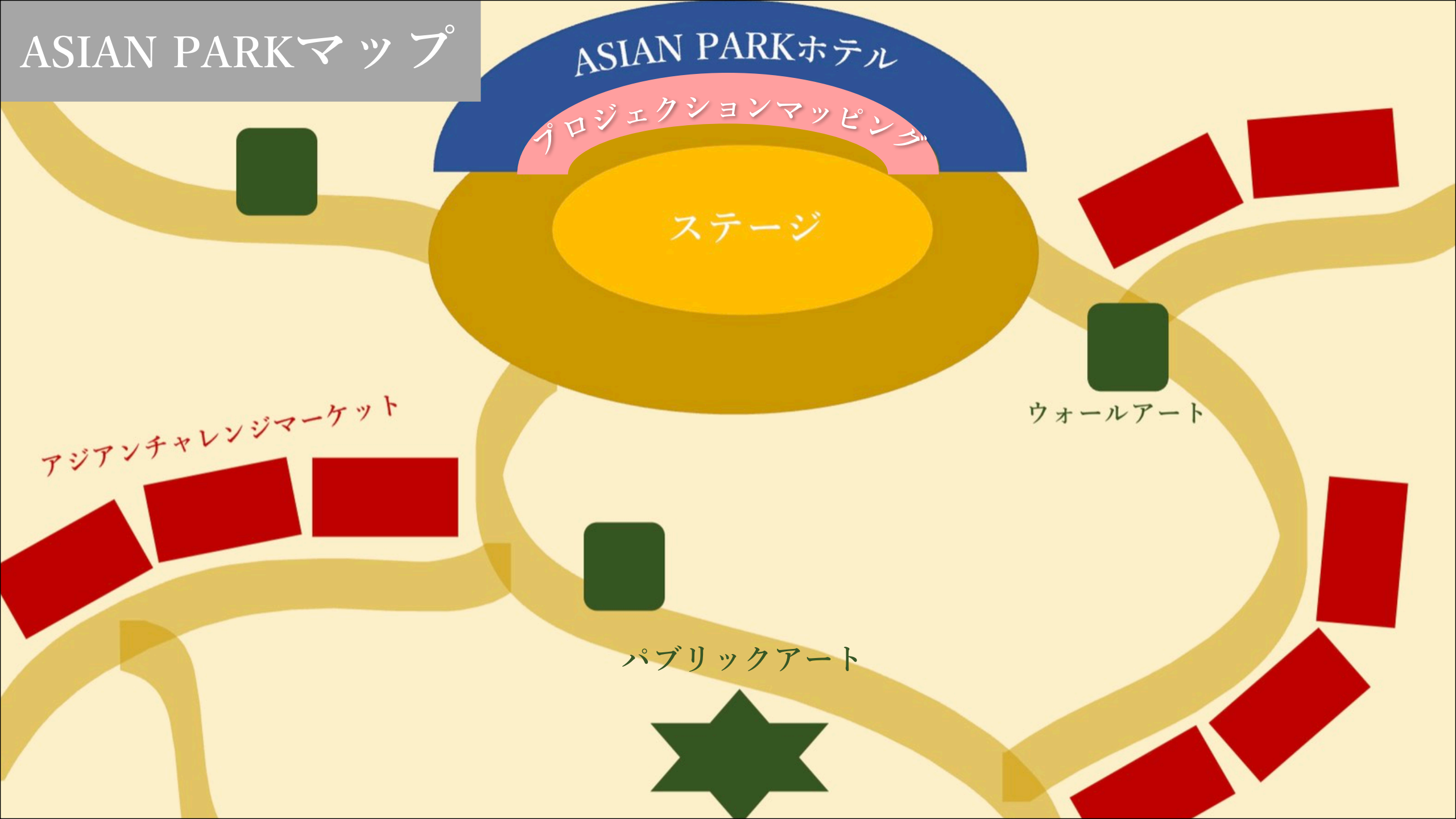
プロジェクト マッピング

ステージ

アジアンチャレンジマーケット

ウォールアート

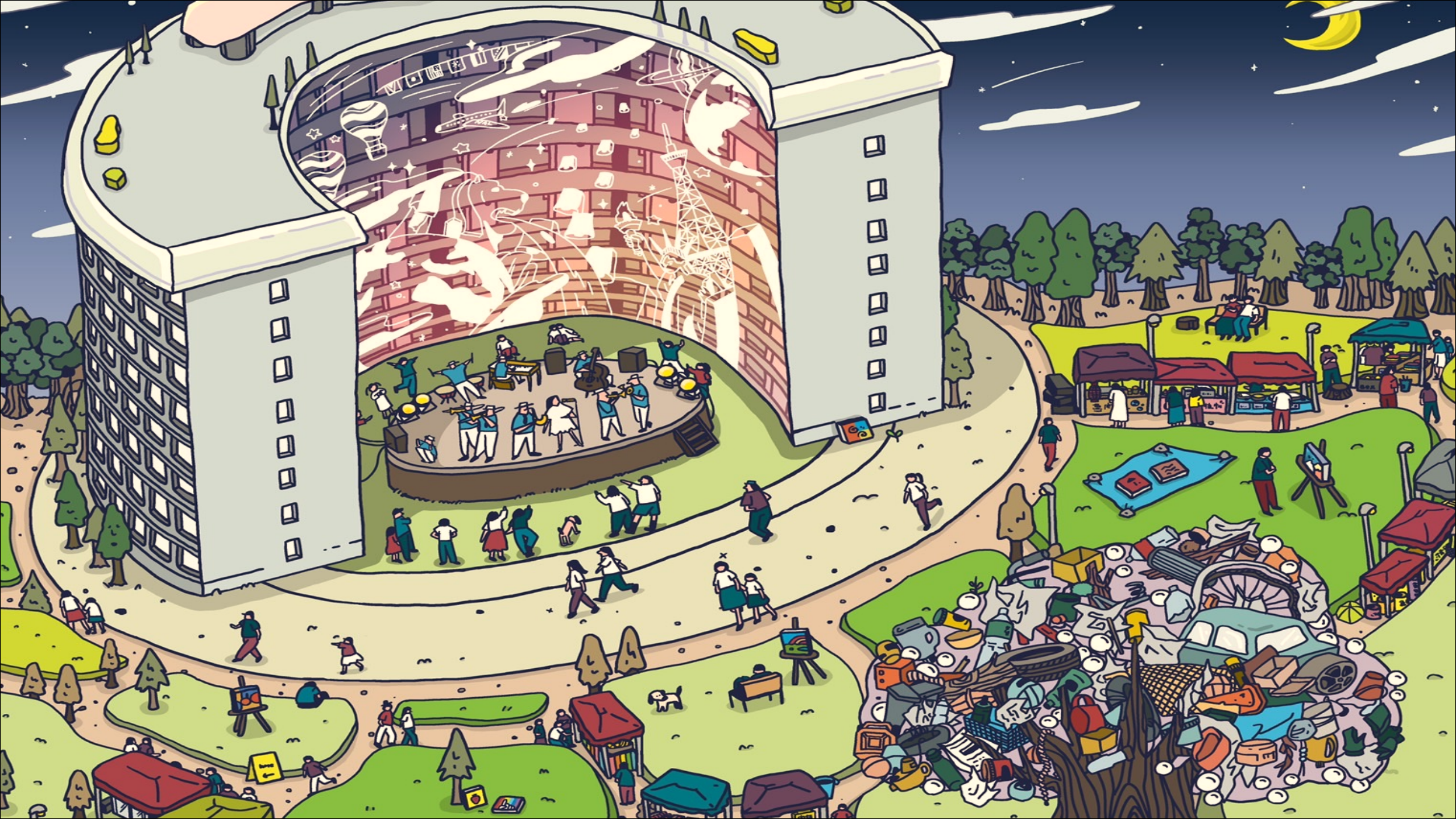
パブリックアート





# ウォークアブルシティ の実現







am11:00 ① 入場

シンボルであるパブリックアートに触れる

pm12:00 ② アジアンパークでお買い物

アジアンフードの食べ歩きや神戸の雑貨、骨董品などを探索

pm18:00 ③ アジアンナイトライブ

プロジェクトマッピングを楽しみながら  
神戸発祥のジャズやアジア各国の音楽に浸る

pm21:00 ④ ASIANPARKホテルに宿泊

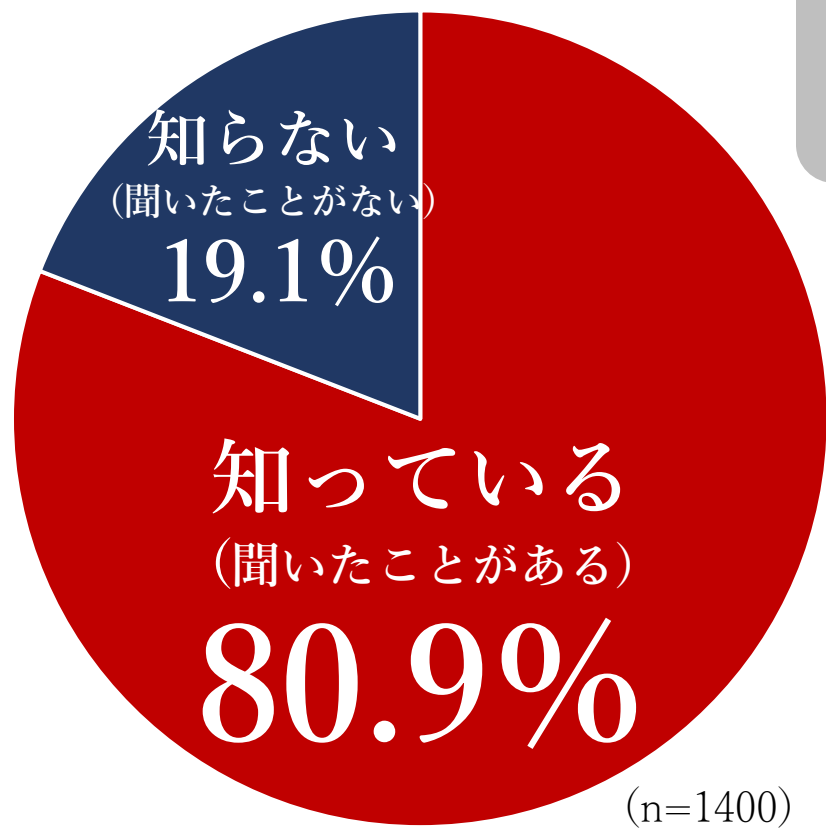
アジアンスーパーでお買い物  
コンセプトルームでアジアの日常を体感

# ① 海洋ゴミパブリックアート

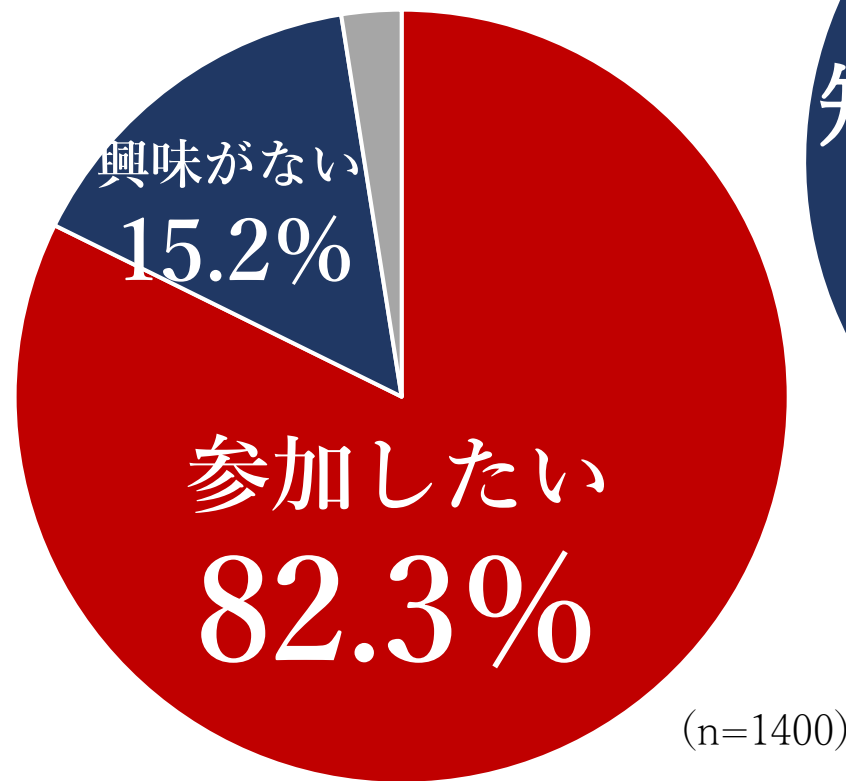
現状 800万トン/年



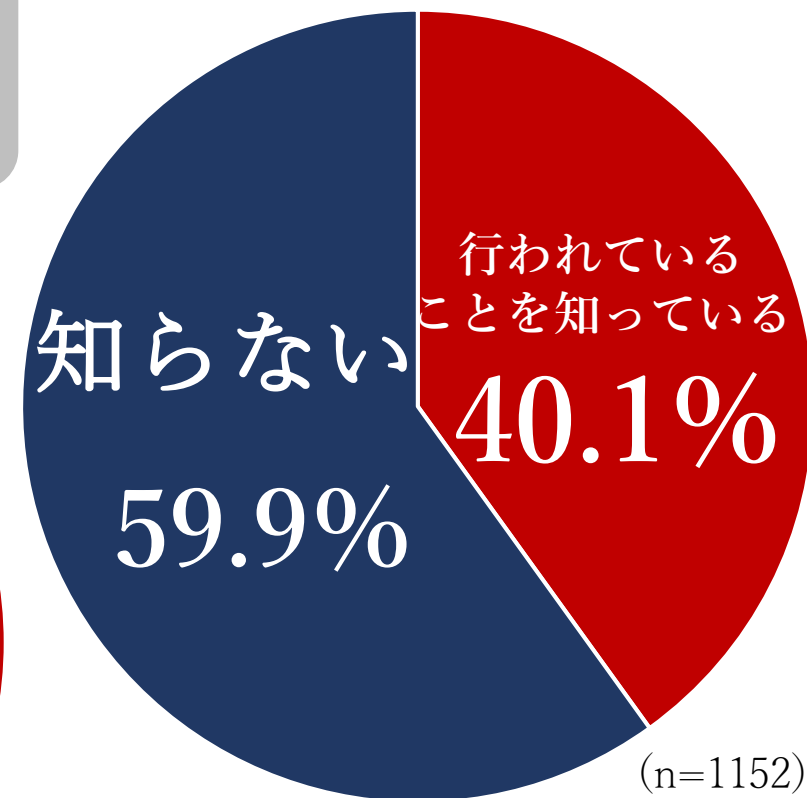
## 海洋ごみの認知度



## 「ごみを減らす活動」について



## 活動の認知状況





# ASIAN PARKのシンボル



×



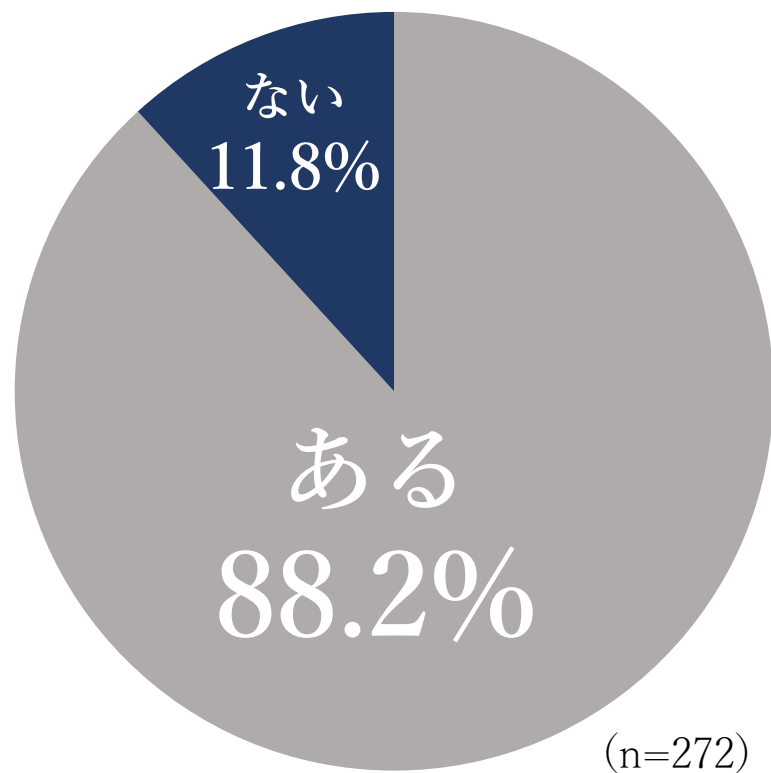
## ② アジアンチャレンジマーケット

知られていない  
アジアの**魅力**

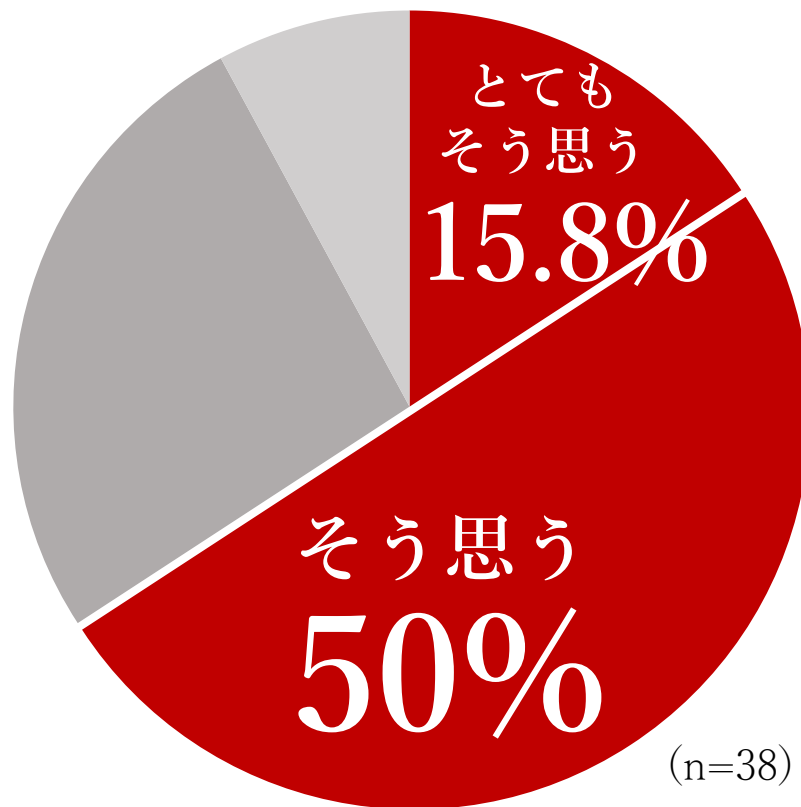
**興味**を  
持っている人

現地の雰囲気再現

海外の食を提供するお店に  
訪れたことがあるか

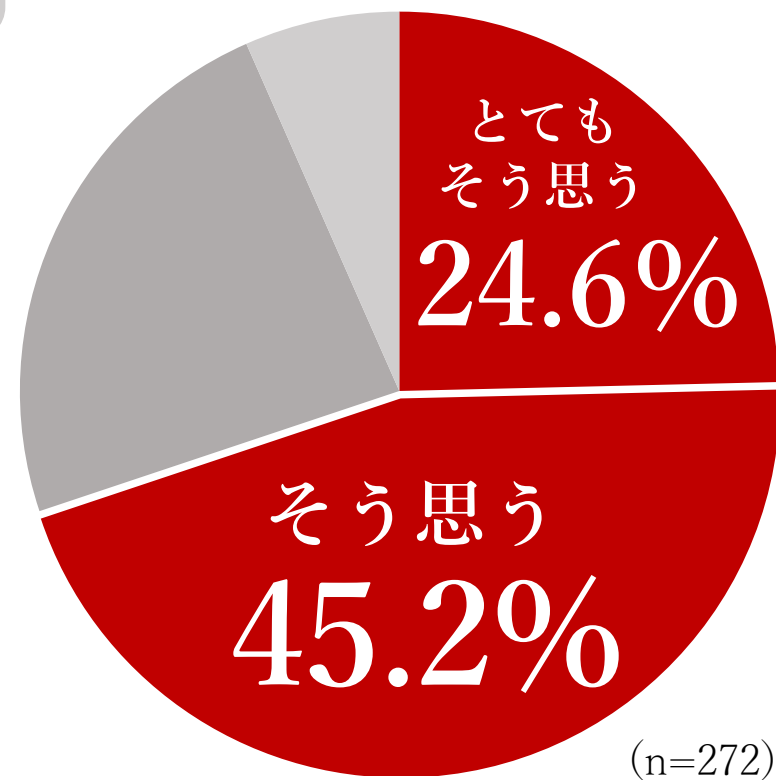


『行ったことがないと答えた人』  
入りにくさを感じるか



計65.8%

そのような  
お店に興味があるか



計69.8%

# ワンストップショッピングの実現

## ② アジアンチャレンジマーケット

気軽にチャレンジ  
スタートアップを支援



# 神戸のアジアンフード店の活性化

### ③ アジアンナイトライブ

神戸のジャズ

アジアン  
ミュージック

聴覚

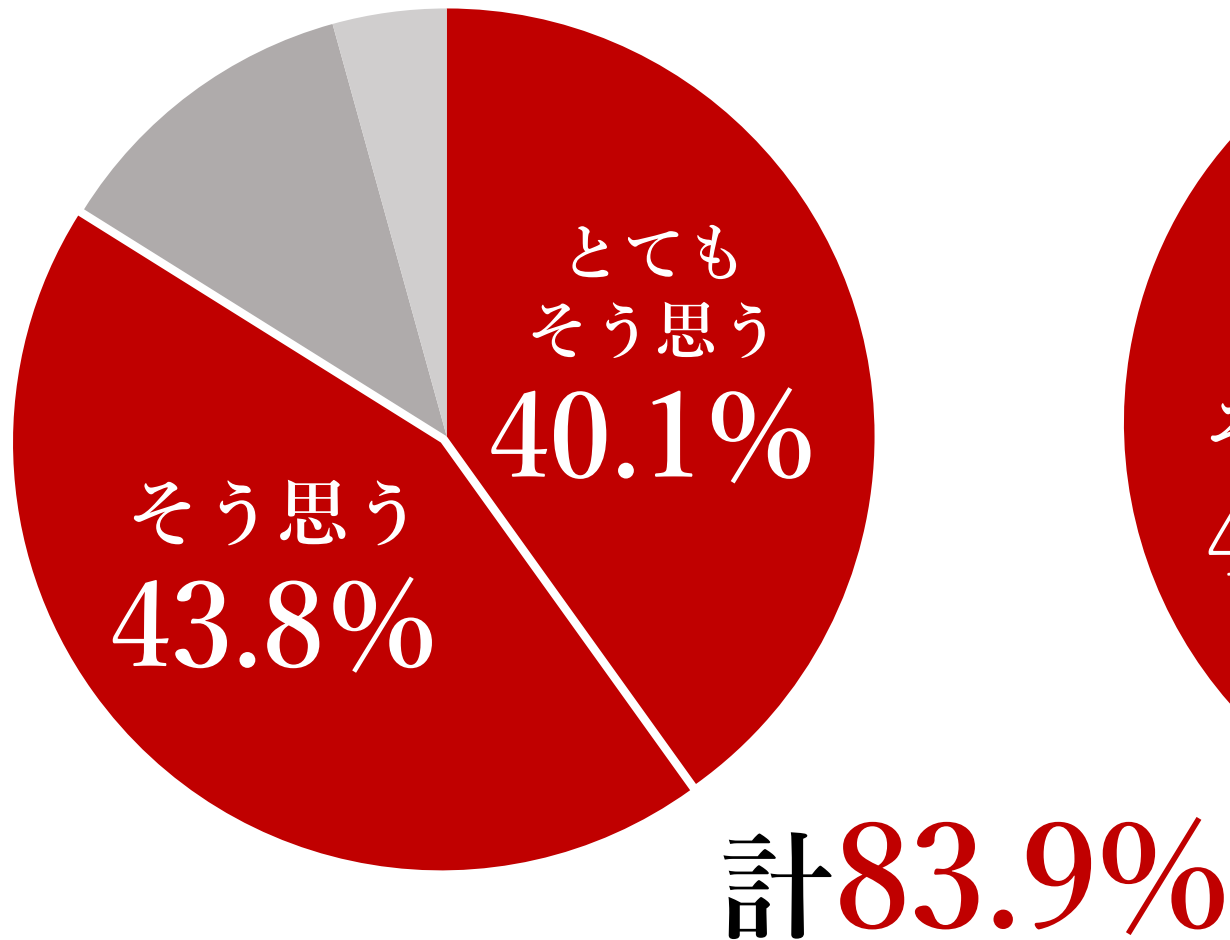


視覚

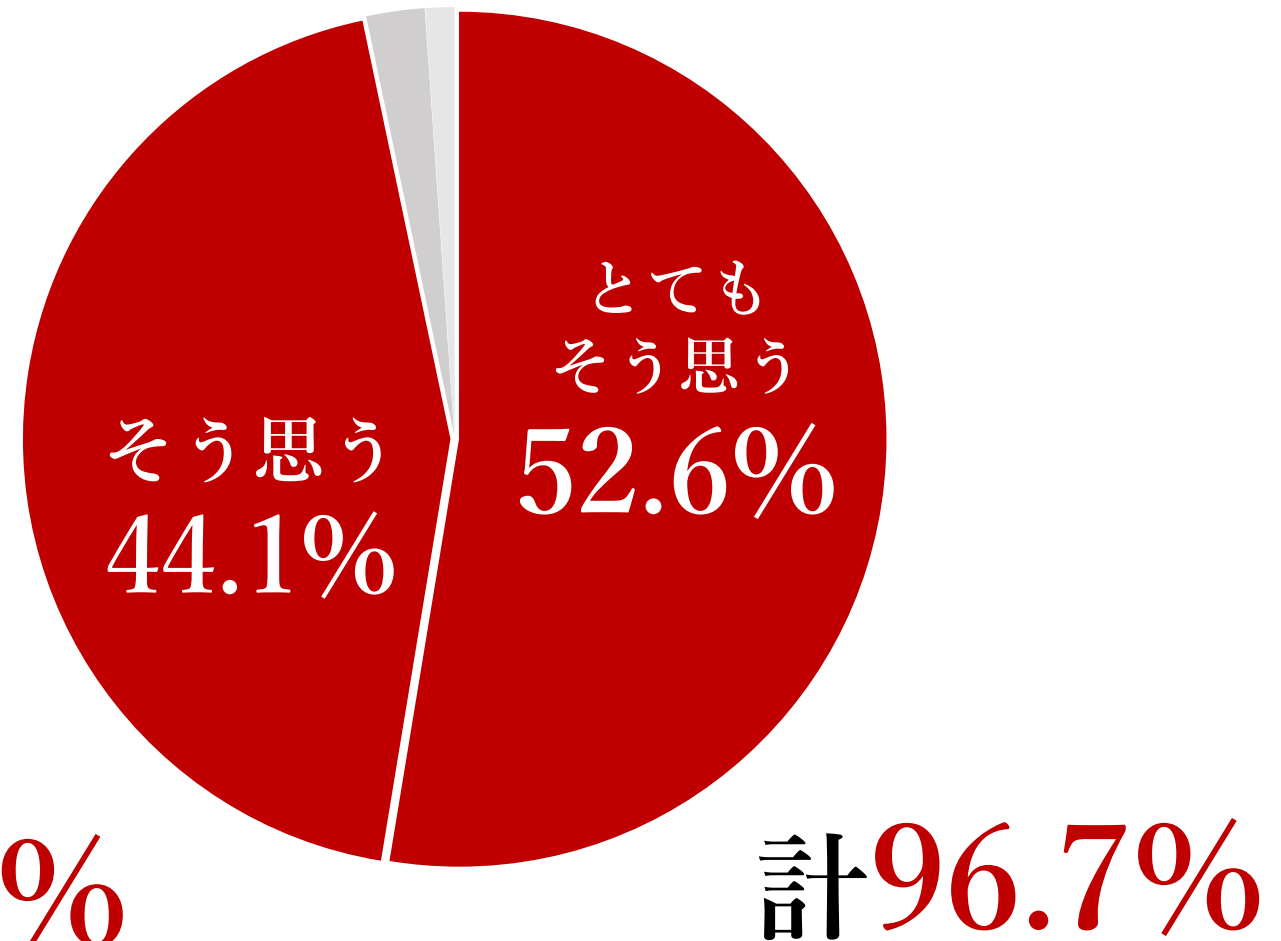




音楽を通して、同じ空間にいる人と  
**繋がり**を感じたことがあるか



他人と同じことをして、  
時間や空間共有を通じた  
**親近感**を感じたことがあるか





他者との心理的距離を縮める

人と人を繋ぐ力

言語の壁を超えたコミュニケーション



# 衣装・ヘアメイクサービス

韓国メイク・チャイナドレス



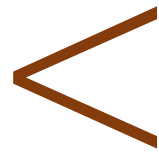
# アジア版Costco アジアンスーパー

様々な国のソウルフードを一つの場所で手に入れる



# アジアの世界観を表現した コンセプトルーム

アジア各国をコンセプトに

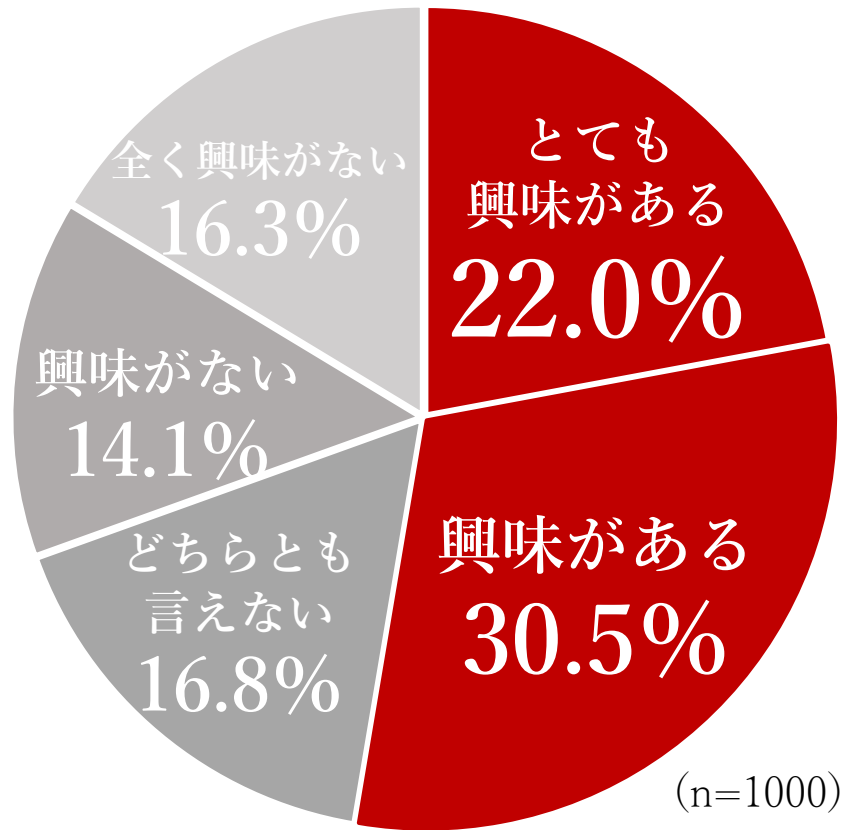


ライフスタイルホテルの登場

“ホカンス”

ライフスタイルホテルの登場

## 海外で生活することに 興味があるか



計52.5%

## 興味がある理由 ※複数回答

(n=528)

- 行ってみたい  
国・地域・場所がある ▶ 50.6%
- 海外の文化が  
好き・関心がある ▶ 50.2%

## 興味がない理由 ※複数回答

(n=472)

- 日本の生活環境が  
良いから ▶ 46.0%
- 危険だから ▶ 39.2%



ニーズに  
マッチ

興味を持つ  
第一歩

# STP分析②

五感を感じる要素が多い

ASIAN PARK

地域性弱

地域性強

6.94/2.5

五感を感じる要素が少ない

縦軸(0~5)：中央値2.5  
横軸(0~15)：平均値6.94

ニフレル

USJ

布引  
ハーブ園

イングランド  
の丘

東映太秦  
映画村

神戸どうぶつ  
王国

ネスタ  
リゾート

南京町

北野異人館

ONOKORO

京都るり溪  
温泉

コリアン  
タウン

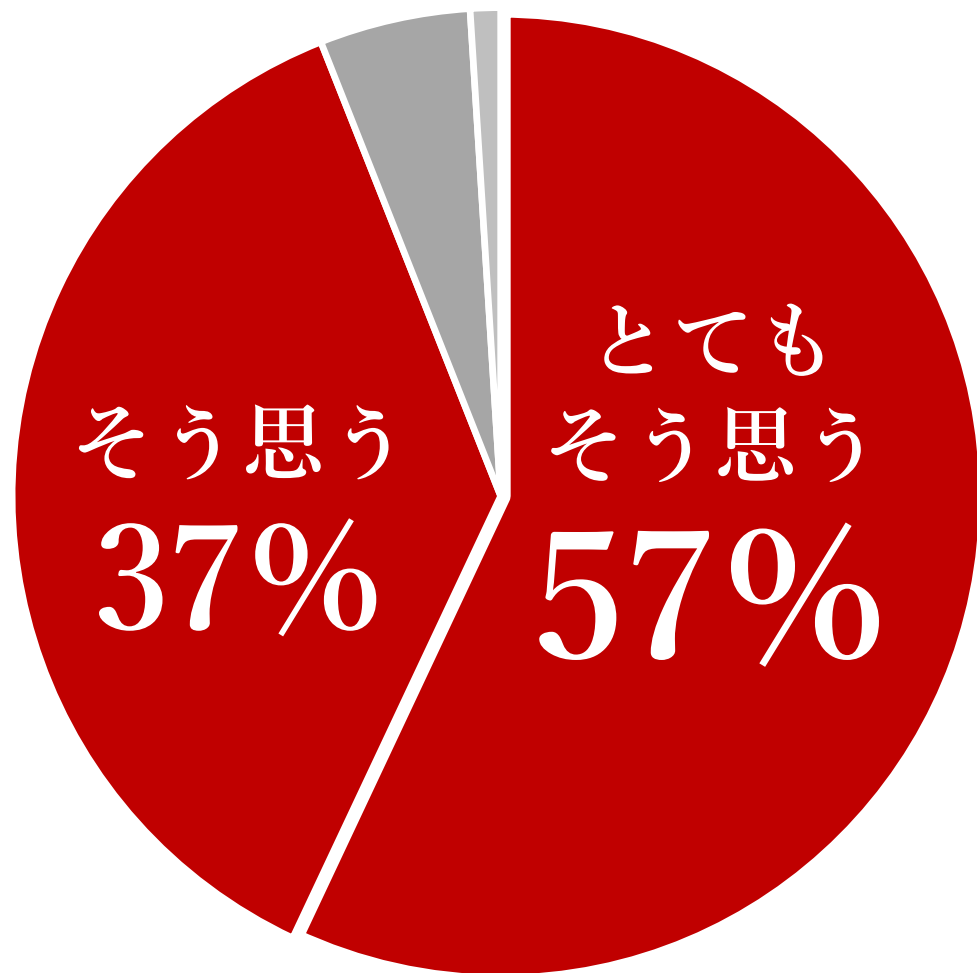
ひらかた  
パーク

京都  
水族館

メリケン  
パーク

# 検証

私たちの考えるASIAN PARKが実現した場合、  
行きたいと感じますか？



94% が  
行きたいと回答



# 最終提案

## One Asia in Kobe

～五感でつながるニューゲート～

広場  
非日常

ホテル  
日常

海洋ごみパブリックアート  
アジアンチャレンジマーケット  
アジアンナイトライブ

衣： 衣装・ヘアメイクサービス  
食： アジアンスーパー  
住： コンセプトルーム

神戸

アジア

ニューゲート

## 参考文献

- ✓ 「世界のデジタル事情、要注目ポイント」 (2019年度調査)  
<https://www.infocubic.co.jp/blog/archives/2478/> (最終閲覧日2021/09/20)
- ✓ 兵庫韓国商工会議所 [シンポジウム] (2021年7月3日)  
<http://www.hyogokccj.org/> (最終閲覧日2021/09/20)
- ✓ 環境省 [プラスチックを取り巻く国内外の状況と国際動向] (2019年度調査)  
<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r01/html/hj19010301.html> (最終閲覧日2021/09/20)
- ✓ 日本財団 [海洋ごみに関する調査] (2018年度調査)  
[uminohi.jp](http://uminohi.jp) (最終閲覧日2021/09/20)
- ✓ 日本財団 [18歳意識調査 -海外と日本-] (2019年度調査)  
[https://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/eighteen\\_survey](https://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/eighteen_survey) (最終閲覧日2021/09/20)
- ✓ 石淵順也『買物行動と感情－「人」らしさの復権』 (2019年) 有斐閣
- ✓ 田中正人、齊藤勇(著)「図解心理学用語大全」誠文堂新光社出版 (2020年) 誠文堂新光社

ご清聴ありがとうございました。