

プラン名称：World House ～グローバル化と市民がつながるまちづくり～

チーム名	MCC2015	対象地域	大分ステージ
大学名	立命館アジア太平洋大学	テーマ	<input checked="" type="checkbox"/> A) 若者を惹き付ける大分の魅力を活かした「観光まちづくり」 <input type="checkbox"/> B) ○○の国の人を惹き付ける大分の魅力を活かした「観光まちづくり」 ※○○の中には、国（地域）名を入れてください。
リーダー名	宮平松宗		
指導教員名	牧田正裕		
メンバー名	池上沙綾 林建志 大江佳苗 後藤英貴 立石優		

【本選出場】
観光庁長官賞・クリエイティブ賞 受賞

問題と現状

<別府の現状> 温泉のイメージに固定化→ 若者にとって魅力的ではない
 ・後継者のいない宿泊施設の増加→ 廃れる
 ・類似のサービス・価格帯の旅館が多い=つまらない
 別府は高い年齢層のリピーターの地となっている

<若者の現状> 多くの若者は海外に興味を持っているが、
 様々な理由で実際に海外に行くことができない

お金がない

時間がない

<別府に住む留学生の現状> 別府は留学生にとってアルバイトしづらい

調査

若者（19-24歳）にアンケートを実施

①若い世代の約7割が別府に関心を持っている

②別府に来たことのない人のうち、2人のうち1人以上が

海外に興味はありますか？(149人に行った調査)

別府＝温泉というイメージを持っている

また、若者の99%が海外に対して興味を持っている

しかし、金銭面や時間的問題、情報不足で若者が海外に行きたくても行けない

APUIに通う留学生(18~)にアンケートを実施

別府は留学生にとってアルバイトがしにくい環境である

解決策の提案

別府市の国際性

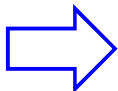


アルバイト先を探す留学生



海外に行きたいが行けない日本人の若者

ターゲット



World House

プラン

新規性 ①別府のまだ知られていない「異文化」を味わうことができる

②全7棟から構成（各棟世界7大陸に振り分け）

・各階をある一ヶ国をテーマとする

・その階の各部屋の内装がその国仕様

例：インドがテーマのフロア

BGMがインド風、インドの伝統技術の刺繍があしらわれた

ベッド、welcome drinkがインド特産のチャイティー等

③宿泊客に受付の時点で好みの大陸及び国を選択してもらう

APUIに在籍する留学生の

テーマとする国はまだ日本では認知度の低い国を採用

出身国の多くは認知度が低い

(バングラデシュ、サモア、スリランカ等)

④選択できる国の中に「日本」も置き、大分/別府を資源として提供

⑤食事・夜/ビュッフェスタイルでワールドハウスに存在する全ての国の料理が楽しめる

朝/大分の郷土料理で日本の「朝ごはん」を提供

また別府で経営している各国専門のレストランや別府の魅力をNPOハットウ・オンパクと提携し紹介



郷土料理には
・だんご汁
・とり天
など

食器には
伝統工芸品である
竹細工を使用

特徴

WHY? 入浴施設がない!



宿泊客には別府市営の温泉施設（ワールドハウスと提携を組んだ）を紹介し
 気に入った温泉を利用してもらうよう案内するという仕組み

古くから続く伝統的な温泉施設の衰退を防ぎ
 地域とワールドハウスでもって別府をたくさんの人であふれる街に！！

地域活性 + 別府温泉の認知度向上 の実現

◎上記③により、「未だかつて経験したことのない国を味わう」ことの実現
 → 日本人の海外への幅広い知識を養うことができる

◎別府に居住する78か国からの留学生をアルバイトとして採用

アンケート結果より

・アルバイトをすることが困難な留学生の悩みを解消

・宿泊客に外国人と触れ合う機会を与えることができる

・海外に興味があるのに「時間がない」「お金がない」と答えた多くの日本人の若者に
 国内で海外旅行を疑似体験できる空間を提供できる

◎海外からの観光客のためにも英語をはじめ、中国語、韓国語、アラビア語、ヒンディー語、様々な言語に対応

◎主要な国は勿論のこと、認知度の低い国を体験してもらうことで、その国への興味を持ってもらう

◎実際に宿泊した国に興味があった、訪問してみたいと思った宿泊客のためにその国行きの航空券が買えるチケットセンターを設置

実現計画 既存の旅館を別府を起点に活動するデザイナーやクリエイターに依頼し改装

後継者問題を抱える中小の宿泊施設を借り受け、ゲストハウス型に用途転換を行う

→既存の資源の有効活用！！

宣伝方法：Twitter、Facebookなどでフォローやシェアをしてもらう

※SNS利用率は18-24歳が一番多い（全国消費者価値観調査より）

（宣伝をSNSのみにし、広告費を削減。その分宿泊費の低価格を実現する）

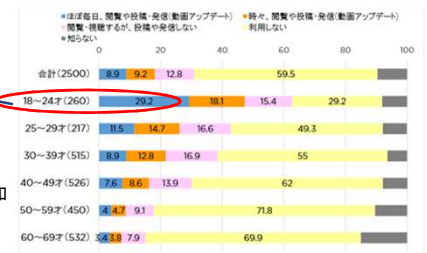
期待される効果

国内の世界旅行という革新的なアイデアで若者の集客率を増加

若者の海外へのマイナスな意識を払拭

「新と旧」の共存→別府全体の活性化

隠れた名泉に集客可能



（参照：全国消費者価値観調査「Cover」調査結果（PDF）