

プラン名称: **ピンクのときめきstay～恋する乙女の休日～**

【本選出場】 観光庁長官賞・JTB賞 受賞

チーム名	チームごびっと	対象地域	山梨ステージ
大学名	山梨県立産業技術短期大学校	テーマ	ミズベリングと連動した富士川水系流域の「観光まちづくりプラン」
リーダー名	窪田梨乃		
指導教員名	田代明彦		
メンバー名	市川美咲・小宮山亜美・植原真里奈		

①問題の解決案

- ・「**ピンク**」を活用した誘客キャンペーン
 - ・「**点**」→「**面**」の広域観光へ
- でエリアの課題を解決！ ※富士川流域「笛吹市」「富士川町」を対象エリア



②エリアの課題

課題① 知名度が低く、場所が知られていない。

笛吹市をご存知ですか？	%
①地域の存在、市名とも知っていた	33%
②地域の存在は知っていたが、笛吹市という市名は知らなかった	25%
③地域の存在自体、知らなかった	42%

67%が知らない

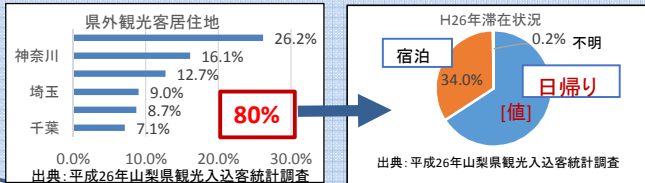
笛吹市観光市場動向調査報告書

課題② イメージが良くない、地域イメージが沸かない

「石和温泉」→軟楽型温泉、団体旅行、宴会、コンパニオン…イメージ悪い
「富士川町」→場所がどこにあるの？…地域イメージが沸かない

課題③ 日帰り客の比率が高い

首都圏、隣県からの観光客が多く、日帰りが多い



知名度向上、イメージ改善、宿泊客増加

を図る取り組みが必要

③ターゲット

20代以上の恋する乙女をターゲットに、女性が好む「ピンク」を活用して誘客促進キャンペーンを展開!!!

- ターゲット像
- 自由になるお金がある ○ピンク・ハートが好き
 - 活動的 ○ヨガ、美容、健康志向
 - SNS (facebook・twitter等) を利用し、拡散力がある
 - グルメ・お酒好き ○国籍は問わない



④どうして、ピンクなの？

- 理由1 笛吹・富士川には、ピンクの地域資源や景観が多数存在!!
桃、桃の花、ワイン(ロゼ)、さくらんぼ、紅水晶、芝桜…
- 理由2 ピンクは「女性らしさ」、「恋愛運UP」「美と健康」の象徴色!!
ピンクのイメージ:かわいい、女性、ハート、愛情、若い (カラーセラピーランド調べ)
- 「**ピンク**」は地域と女性を象徴する色



⑤新規性

- ・「地域の色」をコンセプトにした観光振興の取り組み事例は確認できなかった。
 - ・「色」から連想される地域は極めて少ない。
- 前例のない、新しい取り組み



⑥キャンペーン内容

実施期間: エリアがピンクに染まる春・夏に開催

ピンクによる多彩な仕掛けで、特別なステイを演出!

ピンクでエリアを装飾!

- ・のぼり、竹あかり、ちょうちん、鯉のぼりの川渡し等、ピンクで装飾し、もてなし感を演出。
- ・ピンクの商品による特設ブース設置 (旅館、みやげ店、道の駅 ピンク限定商品も販売)

ワイン風呂&スパークリングワインでリラックス

ワイン風呂で香りと共に美肌効果を体験。
入浴後は地元産スパークリングワイン(ロゼ)提供。

「桃神様(ももがみさま)」の設置

「桃神様」(紅水晶を「桃」の形に加工)を設置して「恋愛成就」、「美と健康」など女子カアップを祈願。撮影した画像をSNSで拡散し、話題性を高め、パワースポット化を図る。

「自転車に恋する乙女」で笛吹・富士川の往来・宿泊を増やす!

富士川町→只今、サイクリング拠点として売り出し中
「ツール・ド・富士川」、「シクロクロス」大会、道の駅富士川に「ロードバイク展示ブース」設置などを展開。

サイクリングロードの環境整備

笛吹市⇄富士川町エリアに26.1kmの笛吹川サイクリングロードを自転車乙女が楽しめる環境に整備する。
(植栽、サイクルマップ、ビューポイントの標識・トイレ整備)

富士川町⇄笛吹市の往来を活発化

笛吹川サイクリングロードを活用し、サイクルツアーやイベント開催によってエリア内の往来、宿泊客を増やす。



開始せしモニーを大々的に実施

- ・ピンクを連想させる有名人・キャラクターによりキャンペーンの開始を宣言する。
- ・メディアを集め、注目度を高める。

ゲスト	元笛吹市観光メッセンジャー「林家ペーペー夫妻」
	・やまなし観光ナビゲーター「ハローキティ」
	・サンワカミ・ピカで人気「マイメロディ」
メディア	テレビ、新聞、女性誌、旅行雑誌、自転車専門誌

- ・ピンクリボン(乳がん早期発見・啓発活動)とタイアップして普及活動に協力。

「ピンク」をテーマとした着地型ツアーを開催

着地型ツアーを月1で開催し、何度も来てもらいます!

●ツアー例 4月実施(1泊2日コース)	【2日目】
8:30 東京発	9:00 富士川町へ移動
11:00 道の駅でランチ	10:00 大法師さくら餅(昼食)
12:00 富士川町観光(温泉・試飲)	14:00 富士山絶景スポット立ち寄り
14:00 ハーブ・スイーツ(桃神様)体験	17:00 東京へ
19:00 交流イベント参加(レンタサイクル、石和SPA)	

観光客と地元住民による交流会を開催し、

地元ファン(リピーター)になってもらう!

笛吹市	「石和ジャズ」を同時開催
エリア	一井葡萄酒を堪能みて飲む、山梨スタイルでワイン提供
富士川町	会場:花のミズベ公園(仮設)に仮設ステージ設置
エリア	「富士川舟下り」を復活させ、川下り体験を同時開催
	郷土料理「のみみ」、地元名産の臼と臼でついた餅のふるまい
	会場:富士川道の駅

⑦キャンペーン効果

- ・過去3年の平均女性客数→76万人(3月-8月)
- ・キャンペーンによる増加10%で計算

7万6千人の女性客の増加

- ・観光消費額の算出→10億3410万円
- ・諸経費を引くと、約10億円の経済効果



Wfee

- 知名度、地域イメージ浸透 →観光客、宿泊客の増加へ
- 点→面の広域観光へと発展