

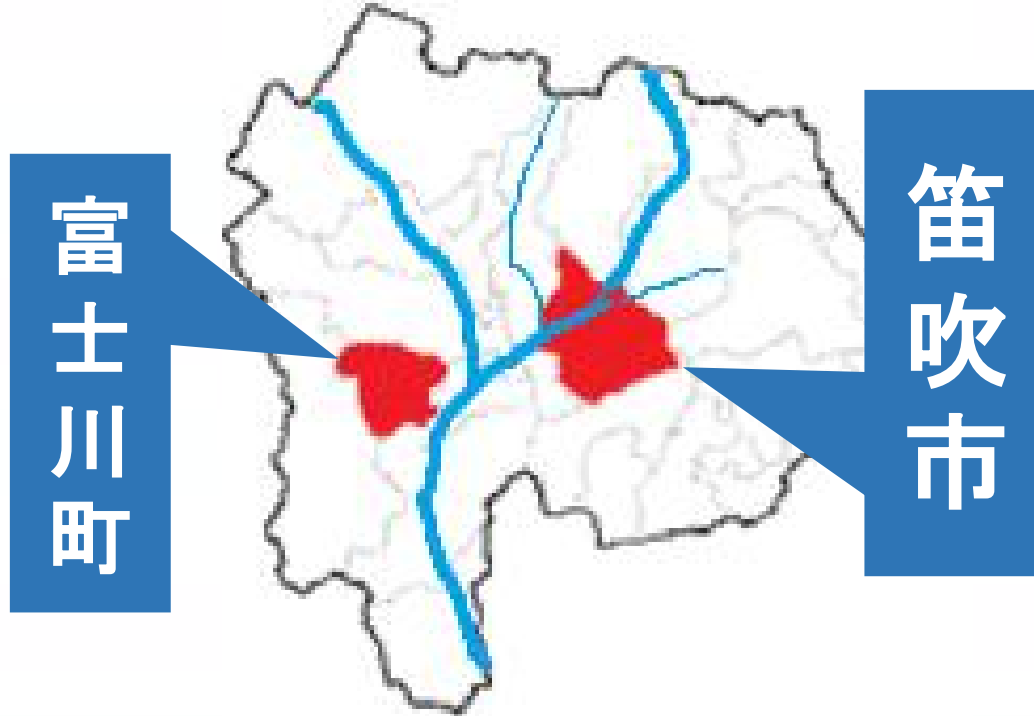
The background is a soft, warm pink color. At the top, there are two faint, glowing rainbows. A small yellow butterfly is perched on the right rainbow. The bottom of the image features a pattern of stylized flowers in various shades of pink and orange. The main text is centered and has a glowing pink outline.

ピンクのときめきstay
～ 恋する乙女の休日 ～

山梨県立産業技術短期大学校
チームこびっと

対象エリア

富士川水系流域の「笛吹市」「富士川町」



富士川町

笛吹市

- ・平成22年 町村合併(2町)→ 富士川町へ
- ・人口→ 15,341人(平成27年5月現在)
- ・名産→ 柚子、ラ・フランス、キノコ
- ・町東部に富士川が流れ、かつて富士川舟運により、物流拠点として栄えた

- ・平成16年 町村合併(5町1村)→ 笛吹市へ
- ・人口→ 70,748人(平成27年7月現在)
- ・名産→ 桃・ぶどう(出荷量日本一)、ワイン
- ・果樹、石和温泉が有名で、市内には富士川水系の笛吹川が流れる

問題の解決策

「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**！

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%

出典 笛吹市観光市場動向調査報告書

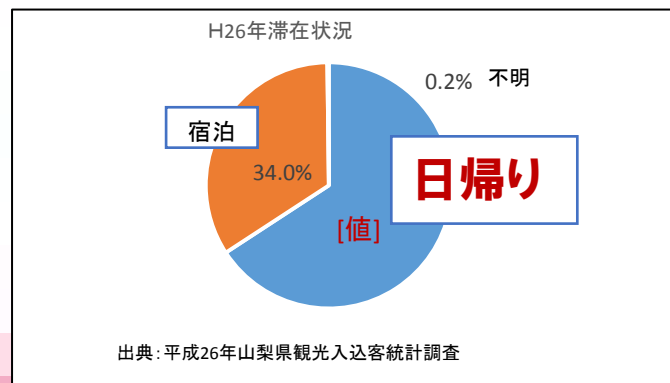
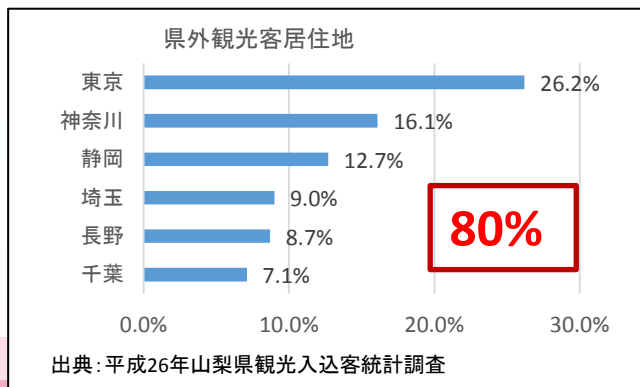
67%が
知らない

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」→ 歓楽型温泉、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

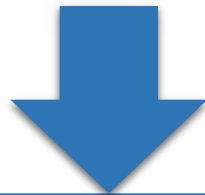


エリアの課題

課題① 知名度が低く、場所が知られていない。

課題② イメージが良くない、地域イメージが沸かない

課題③ 日帰り客の比率が高い



知名度向上、イメージ改善、宿泊客増加

を図る取り組み

ターゲットの選定

■ 笛吹市・富士川町エリア

最も遠い存在・・・女性客

● 女性客の取り込み→マスト(購買力、安全・清潔イメージ)

● 女性客→ファミリー客→インバウンドへと波及

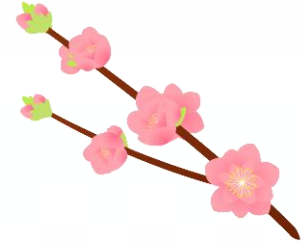
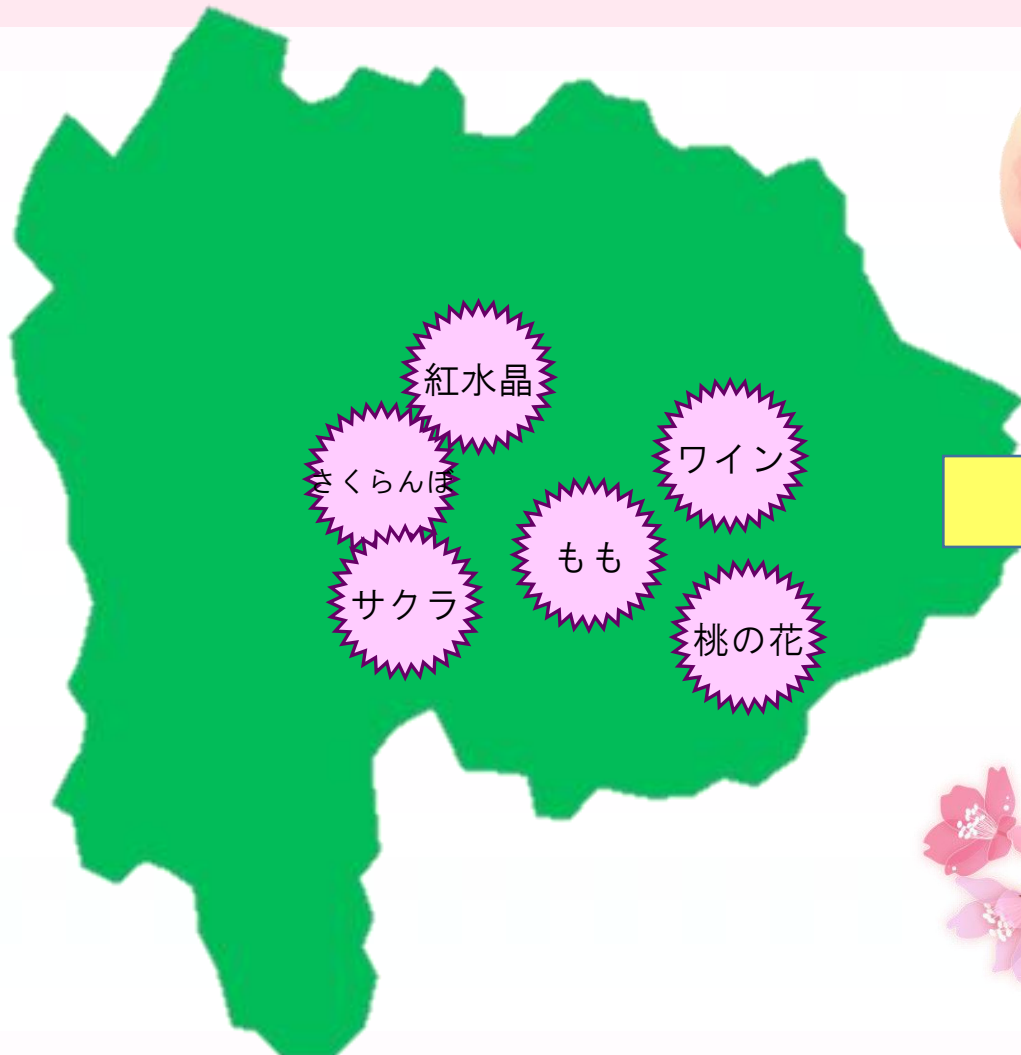
ターゲット像

- 自由になるお金がある
- ピンク・ハートが好き
- 活動的・新しいもの好き
- 美容、健康志向(ヨガ・スポーツ)
- SNS(facebook・twitter等)を利用、
情報拡散力がある
- グルメ・お酒好き
- 国籍は問わない

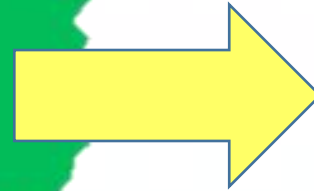
20代以上の
恋する乙女

- いつも何かに恋をしたい
乙女の心を持った女性

なぜピンクなのか？



画像協力：ルミエール



ピンク



ピンクの地域資源・景観が多数存在!!

さらに…

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、健康

(カラーセラピーランド調べ)

地域を象徴する色

×

ターゲットである女性の象徴色

「ピンク」を活用して何かできないか？

広域にまたがるエリア

プラン作成の課題

笛吹市・富士川町・・・広域エリア

富士川町・・・集客力が弱い（笛吹市の1／8）

そこで・・・「笛吹市→富士川町」へ誘客

「色」を活用し、エリアの一体感を演出

「点」→「面」の観光へ

20代以上の恋する乙女をターゲット

女性が好む「ピンク」を活用した笛吹・富士川
エリアの誘客促進キャンペーンを展開!!!

ピンクを体感するコンテンツで 観光キャンペーンを展開 (仮称：ピンク・キャンペーン)

実施期間

エリアがピンクに染まる**春**・**夏**に開催

桃源郷



桜



桃畑



開始セレ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

連絡待ってます！
(本人確認済！)

ゲスト案

- ・元笛吹市観光メッセンジャー
「林家ペーパー夫妻」
- ・サンリオファミリー
やまなし観光ナビゲーター
「ハローキティ」
- ピンクで人気「マイメロディ」



画像協力：P&P企画

- 多くのメディアを集め、注目度を高める
TV(人気番組への露出)、新聞(全国紙、地方紙)、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、おもてなし感を演出。

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 ピンクの限定商品も販売)



ピンクキャンペーン

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。



画像協力：笛吹観光ナビ



画像協力：シャトー・ルミエール

「桃神様(ももがみさま)」の設置

- キャンペーンシンボルとして「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。



設置場所：笛吹市石和温泉「近津用水 笛吹権三郎像」周辺

「ピンク」をテーマに着地型ツアーを開催

キャンペーン中、地域資源を活用した魅力的なプログラムで、何度も参加してもらおう!

●ツアー例 4月実施(1泊2日コース)

【1日目】

8:30 東京発～

11:00 笛吹市着

・シャトー・ルミエールワイナリー見学・試飲

12:00 併設レストラン「ゼルコバ」でランチ
(地元食材・ワイン)



14:00 パワースポット(桃神様)参拝



19:00 ・交流イベント参加(ピンク自慢、石和ジャズ)



・石和温泉泊



シャトー・ルミエール・ワインカーブ



ゼルコバ



桃神



【2日目】

9:00 ・富士川町へ移動



10:00 ・大法師さくら祭り(昼食)



14:00 ・富士山絶景スポット立ち寄り
・赤石温泉にて秘湯体験



17:00 ・東京へ



観光客と地元住民による交流会で、 地元ファン(リピーター)になってもらう!

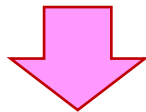
- 旅先で印象に残った事 → 「地域住民との交流」上位
- 地域住民・文化に触れる場を意識的に作り出す

プログラムイメージ(笛吹市版)

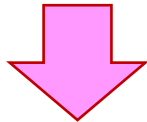
会場:花のミズベ公園(仮称)ステージ

■「ピンク好き」観光客と地元住民によるピンク自慢会

(例:料理、服、食べ物、車など)



■一升瓶ワインを湯飲みで飲みながら、歓談(地域の習慣)



■地元イベント「石和ジャズ」開催



富士川町版

- ・ピンク自慢会→「富士川舟下り」を復活、川下り体験
- ・郷土料理「みみ」、地元名産「臼と杵」でついた餅のふるまい
- ・会場:水辺公園

「自転車に恋する乙女」で笛吹・富士川の 往來を活性化！

笛吹市・富士川町エリアには、全長26.1kmの
笛吹川サイクリングロードが整備されている！



笛吹川サイクリングロード

笛吹川

サイクリングロードの環境整備

自転車乙女が、サイクリングを楽しめる環境を整備！

- サイクルマップ配布（空気入れ、トイレ、自動販売機を掲載）
- 富士山ビューポイント、トイレ等の標識整備
- スポーツ自転車のレンタル、乗り方教室
- 植栽（ピンク系の花、ひまわり など）



富士川町→ 自転車による地域活性化を目指し、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」の開催、道の駅富士川に「ロードバイク展示ブース」設置などを支援



画像協力 NPO法人やまなしサイクルプロジェクト

笛吹川サイクリングロードを活用した
自転車乙女向けサイクルツアーやイベント開催

- 笛吹市⇔富士川町の往来を活性化
- 宿泊客の増加

⑥ キャンペーン全体

・多彩な仕掛けで、ピンクを満喫！

ピンクでエリアを装飾！

ワイン風呂&スパークリングワイン

「桃神様(ももがみさま)」の設置



キャンペーン中実施

・自転車によって笛吹・富士川の
往来、宿泊を増やす！

自転車女子向けにサイクリングロードの環境整備

富士川町→サイクリング拠点として売り出し中

富士川町⇔笛吹市のイベント、サイクルツアーの実施
で往来と宿泊を増やす。



□□□□

4月

桃・桜見頃
(笛吹・富士川)

5月

6月

桃狩り
石和鶺鴒

7月

8月

石和花火

B □

メディアを呼んで、開始セレモニー
を大々的に開催

- ・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。
- ・ピンクリボン（乳がん早期発見・啓発活動）とコラボして普及活動に協力。

「ピンク」をテーマに着地型ツアー開催

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)

【1日目】

- 8:30 東京発～
- 11:00 笛吹市着
- ・シャトー・ルミエールワイナリー見学・試飲
- 12:00 「ゼルコバ」でランチ(地元産食材・ワイン)
- ↓
- 14:00 ハウスホップ(桃神様)参拝
- ↓
- 19:00 ・交流イベント参加(ピンク自慢、石和ジャズ)
- ↓
- ・石和温泉泊

【2日目】

- 9:00 ・富士川町へ移動
- ↓
- 10:00 ・大法師さくら祭り(昼食)
- ↓
- 14:00 ・富士山絶景スポット立ち寄り
- ・赤石温泉にて秘湯体験
- ↓
- 17:00 ・東京へ



- ・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・富士川各2回開催)

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は確認できず。
- 「色」から連想される地域も極めて少ない。

「赤」→ 東京・山梨県は？



前例のない、新しい取り組み

キャンペーン効果

- ・エリア内過去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率10%で計算

7万6千人の女性客増加

- ・観光消費額の算出 10億3410万円

(日帰り消費額×エリア日帰客率)+(宿泊消費額×宿泊客率)で算出

- ・諸経費

品名	単価	個数	単価
竹明かり	3000	400	1200000
のぼり	8000	200	1600000
ちょうちん	1500	400	600000
雛こいのぼり	0	30	0
設置費用	500000	1	500000
桃神様(設置料込)	1000000	1	1000000
スパークリングワイン	2000	10000	20000000
ワイン風呂	1000	1000	1000000
笛吹市交流会(JAZZギャラ、会場設置費等)	1500000	1	1500000
富士川町交流会(富士川舟運、会場設置費等)	1200000	1	1200000
開始セレモニー費用(タレントギャラ、会場設置費等)	1000000	1	1000000
笛吹川サイクリングロード整備(標識、マップ等)	800000	1	800000
広告費	1000000	1	1000000
合計			31400000

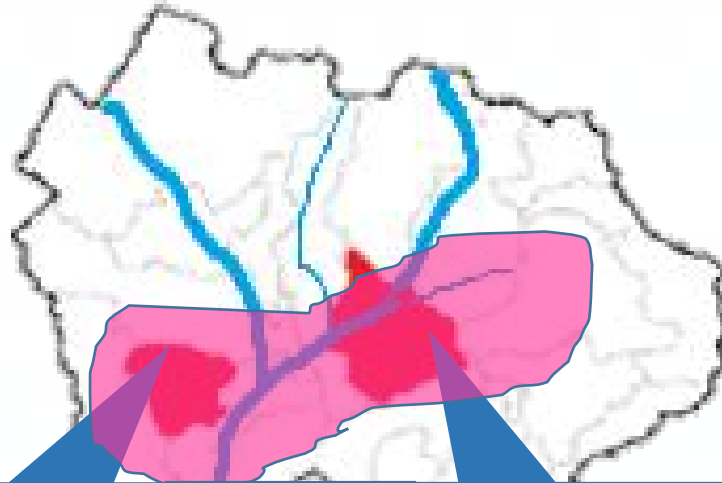
3,140万円

諸経費を引くと **約10億円**の効果期待

キャンペーン効果

さらに・・・

- 知名度、地域イメージの向上、浸透
観光客、宿泊客の増加
- 「点」→「面」の観光へ
富士川水系に沿った広域観光エリアへ



富士川町

×

笛吹市

ご静聴ありがとうございました

