

プラン名称:山梨県にどこよりも早く“リトル東南アジア”を創ってしまおう!

チーム名	ばにやにゃんはー	対象地域	山梨ステージ
大学名	東洋英和女学院大学		
リーダー名	原 真菜美	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」
指導教員名	小寺 敦之		
メンバー名	仲摩 美也子、関 綾香、土屋 琴子、土屋 瞳		

【本選出場】クリエイティブ賞 受賞

1. 山梨の現状と課題

最重要課題

認知度の低さ

首都圏から近いが、富士山とフルーツのイメージが強く他の観光資源があまり知られていないため、温泉街と豊かな自然があるが、首都圏の旅行者は箱根や熱海に流れる傾向にあるのではなにか??

2. 解決策

- SNSを利用した情報発信
- 新たな交通を提案
- 複数人旅行者を呼び
- 泊まりたくなるきっかけ作り

3. ターゲット

(1)キラ女とは



- ・常にInstagramをチェック
- ・首都圏在住
- ・20代前半女子
- ・片手にスタバ
- ・自撮り棒を所有し写真撮影
- 雑誌の一部を切り取ったような恰好

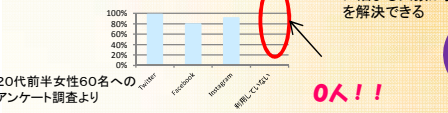
観光庁のデータより、20代女子の旅行者の減少が著しいことが分かる。しかし私たちが行った20代女性60名へのアンケート調査によると、この世代は①費用が②日程が合わない等の理由から旅行に行く機会が減った。旅行に興味がないわけではない!!ということが分かった。観光庁のデータより、行きたい場所が見つかった時や友人からの誘いがあった際は旅行へ行くという調査結果がある。

つまり

①安く②短期間で③行くきっかけ。という3つの条件をそろえることが出来れば旅行へ行くのではないかと考えた。そこで、キラ女が旅行に行きたくなるような新たなプランを提示する。

(2)期待できる効果

①PR力  
20代前半女子60名へのアンケート調査より、キラ女のSNS利用率は100%であった。キラ女は、SNSから情報を得ており、また自ら情報を発信している。彼女たち自身が広告媒体となる。

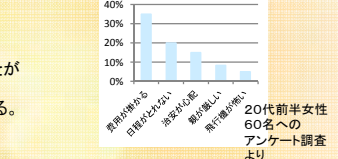
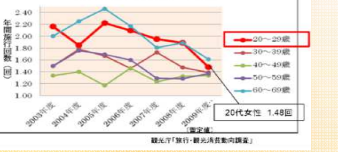


20代前半女子60名へのアンケート調査より

・交通の不便さ(現地調査より)  
県内移動には車が必須であった。

・1部屋に泊まる人数が少ない  
荻野さんのお話から分かった事

・宿泊者が少ない  
調べて分かった事



②いつめんか!!  
いつもともに行動するメンバーのことを「いつめん」という。平均いつめん人数は4人である。このことから、いつめんの宿泊旅行を促すことができれば1部屋に泊まる人数が少ないという問題を解決できる

(フリー株式会社「GIRLS TREND研究所」より)

(3)キラ女が求める旅

- ①安く
- ②短期間
- ③行くきっかけ



4. 新プランの提案

メイン地域の分析

道の駅富士川→休憩所  
高速道路の新設に伴い、利用者の増加が期待されるが飲食スペースが少ない。「道の駅」という特徴を活かし、旅行者が旅の途中の休憩所として利用できるプランを提案する

リトル東南アジア

笛吹市→夜まで楽しめる街に  
石和温泉を中心に温泉街が広がっている。鵜飼や花火大会の代わりとなる。夕方から夜にかけてのイベントを提案する。

ハンモックマーケット

ハンモックを利用したマーケットを道の駅に作る。山梨県の特産品と東南アジアを感じるような出来る料理を提供する

ヨガ

山梨県の自然を感じながら行う自然ヨガ

チュナンダイ

ラオス語で肉という意味。お昼ご飯にカンボジア風鍋を楽しむようにする。手ぶらで来れるように、機材食材はすべて道の駅に貸出。



なぜ海外とコラボ?

長崎県のハウステンボスや神奈川県の中野橋のように異国の雰囲気を感じられる空間が人気となっている。

なぜ東南アジア?

ファミリーレストランやコンビニエンスストアでは東南アジアのメニューを取り入れたものが多く見受けられる。東南アジアは海外旅行先として上位にランクインしている。

1	ハワイ
2	台湾
3	ケアン
4	シンガポール
5	タイ
6	ベトナム

ONLY ONEを山梨につくる!!!

移動の不便さ解消

TOUKTUK  
東南アジアの移動手段の一つであるTOUKTUKを導入  
シャトルバスの運行  
富士川と笛吹をつなぐシャトルバスを運行



ナイトマーケット

テントとハンモックをならべ川沿いにナイトマーケットをつくる。ステージも設置し、地元の人たちの発表の場にもなるようにする。



ランタン祭り

山梨県産の和紙で出来たランタンを川沿いに飾る。満月の夜はみんなでランタン流しを行う。



ソングラン

夏限定!!  
タイの水かけ祭りを山梨で行う。本場のお祭りを見習い、甲府市の動物園からゾウを招く!



Pho To 山梨プロジェクト

5. 経済効果

- 今ある課題
  - 認知度が低い
  - 交通面の不便さ
  - 1部屋に泊まる人数が少ない
  - 宿泊者が少ない

Pho To  
①Instagramへの投稿  
各イベントごとにインスタフレームを用意しInstagramへ投稿を促す。

To 山梨  
②オンラインガイドブックの作成  
山梨県の地図とInstagramを連動させる。トイレや食事処に関する地図や各イベントの感想などをみながら共有できるようにする

ハンモックマーケット 2億5550万円  
チュナンダイ 3億660万円  
ヨガ(夏季5か月) 228万円  
TOUKTUK 1億8250万円

ソングラン(月2回×5か月) 4500万円  
ナイトマーケット 7億3千万円  
ランタン 満月5400万円 個人で912万5千円  
バス 1億8250万円

17億6750万円

- ✓ キラ女を呼び、SNSで発信してもら
- ✓ TOUKTUKとシャトルバスを運行する
- ✓ キラ女といつめんを呼ぶ
- ✓ 宿との連携をはかる

(フリー株式会社「GIRLS TREND研究所」より)