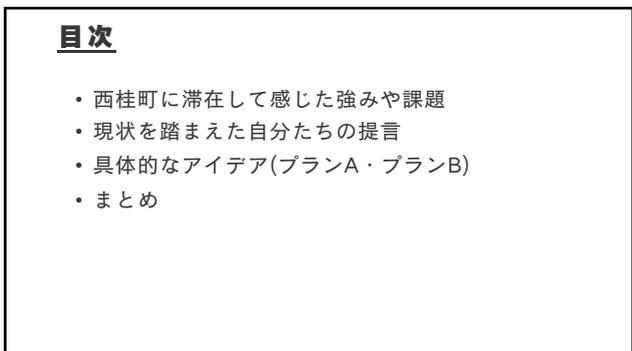
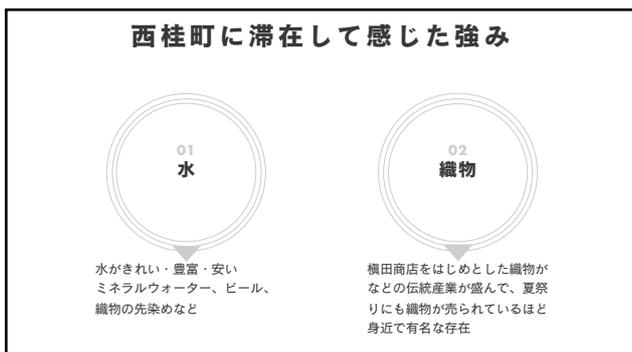


1



2



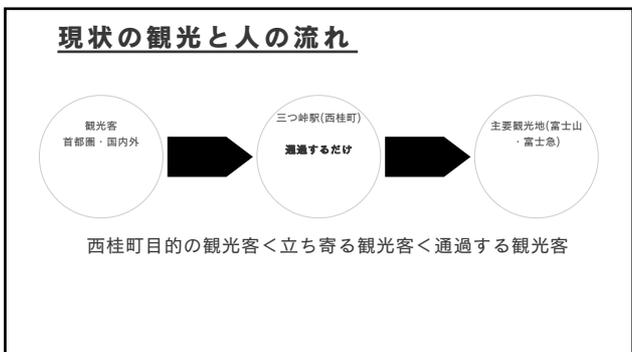
3



4



5



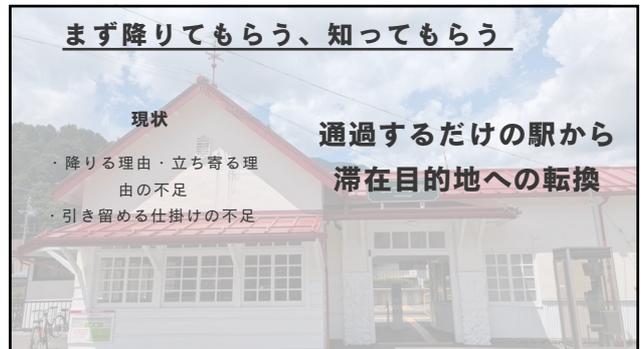
6

新規顧客をグリーンセンターへの宿泊を促すといったことは、ハードルが高いと考えられる

↓

まずは次の電車が来るまでの数十分でもいいから立ち寄ってもらう= “西桂といえば” のイメージの植え付け

7



8

**プランA**

休憩所で織物をお土産として駅で売る

9

**理由**

- ・織物が有名
  - 町の強みにした
  - 観光客にも知ってもらいた
- ・休憩所に人がいない
  - 休憩所の活用

10

**具体的な提案**

織物を取り扱っている店との連携

- 休憩所にお土産雑貨を置く
- 傘やティッシュケース、キーホルダー

看板の設置

- 織物の存在を知ってもらう

11

**見込める効果**

- 地域の産業の活性化
  - 織物産業のエンパワメント
- 織物を知ってもらえる
  - 他の織物にも興味を持ってもらえる
- 手軽に買ってもらえる
  - 幅広い年齢に受け入れられる

12

予想される反対意見	回答
<ul style="list-style-type: none"> <li>・スペースはあるのか</li> <li>・本当にそれを目当てに降りる人があるのか</li> <li>・人員配置はどうするのか</li> <li>・外国語が話せない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あまり幅をとらないものを置く</li> <li>・外国人に織物の人気が高い</li> <li>・地域おこし協力隊やバイト等で補う</li> <li>・翻訳アプリなどを使う</li> </ul>

13



14

**理由**

- ・三つ峠駅に降りるきっかけづくり
- ・西桂町の豊富で綺麗な水を使ったクラフトビールを知ってもらう
- ・地元の人たちの憩いの場づくり



15

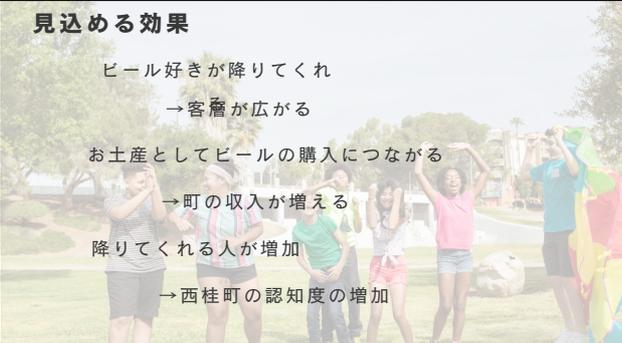
- ・案内所を利用した小さなBarを開く  
→短時間でも利用できるようにす
- ・TPM BREWINGと連携する  
→ビールを売ってもら
- ・ウォーターサーバーの設置  
→未成年でも楽しめるような空間を提供する
- ・駅付近(中)に看板を設置



16

**見込める効果**

- ・ビール好きが降りてくれ  
→客層が広がる
- ・お土産としてビールの購入につながる  
→町の収入が増える
- ・降りてくれる人が増加  
→西桂町の認知度の増加



17

予想される反対意見	回答
<ul style="list-style-type: none"> <li>・昼間からこの場を利用する人はいるのか</li> <li>・固定費負担を賄えるだけの売り上げは出せるのか</li> <li>・泥酔者対策はどうするのか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昼間は案内所、夜間はbarという営業体系</li> <li>・売上見込みは未知数 町役場と相談</li> <li>・グリーンセンターの利用を進める</li> </ul>

18

**まとめ**

・西桂町には人々の目を引き付けるような魅力がたくさんあり、それらを多くの人々に知ってもらい必要がある。

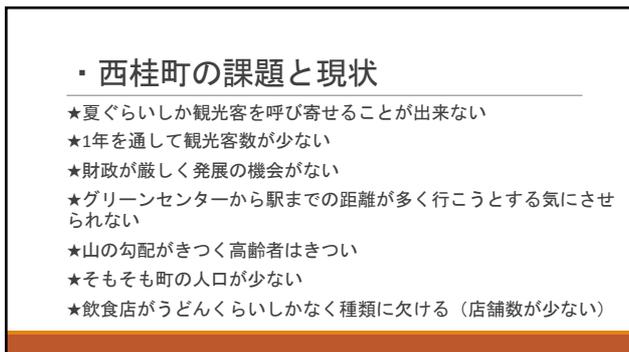
・地域が一丸となって活性化に臨む姿勢が重要



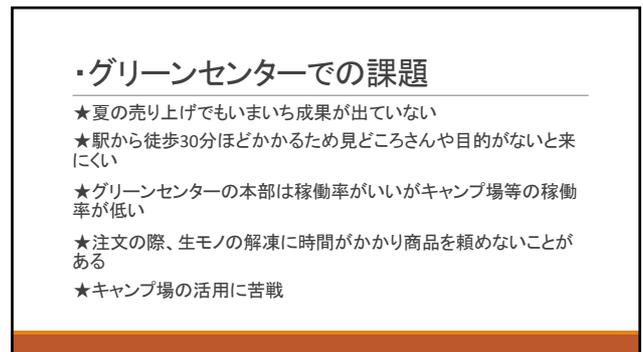
1



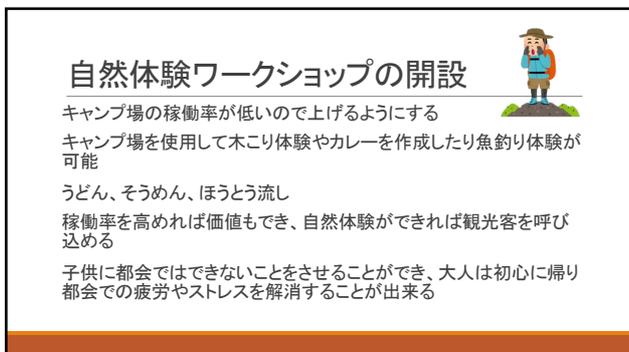
2



3



4



5



6

### 空き家の活用

- ★空き家が多くあり使用されていない、倒壊の危険性がある
- ★無料や1万円程度で明け渡しをする。その代わりに空き家の開拓は購入者が行う
- ★建てるよりも壊すほうが費用が高いため無駄な費用を押さえて効率的に消化できる
- ★長く住ませれば収入も入ってくる

7

### ・例えば

- 自然体験、天体観測を一つにまとめ、コースとして提供する。
- (例) 大人1万円、高大生3000円、小学生以下無料、等
- 海鮮丼大中小やメニューの充実化
- 女性風呂のリンス、洗顔石鹸の提供
- 薬用風呂の位置の明確化

8

### 西桂町の外国人向けSNS活用提案

#### ★背景・課題

訪日外国人は東京・大阪・京都に集中  
 深度旅行・地方観光への関心が上昇  
 西桂町はまだ外国人への認知度が低い

#### ★西桂町の魅力

富士山の自然と静けさ  
 河口湖より人が少なく落ち着いた雰囲気  
 田舎ならではの体験型観光

9

**鎌倉一日遊**

成功事例としての鎌倉  
 「近郊日帰り旅行」として人気上昇「レトロ小町」「和風カフェ」「海辺散歩」など、若年層に刺さる体験を発信SNS拡散により「外国人がわざわざ訪れる小町」に成長  
 ★西桂町も「自然×癒し×ローカル体験」で同様のポジションをねらえる

ユーザー目線の魅力  
 写真映える景観スポット  
 1日で楽しめるモデルコース  
 地元ならではの体験や食べ物  
 ★西桂版「ディーブトラベル」を発信すれば、潜在的需要を取り込める

10

### 「体験 × 宿泊 × 癒しを一つのストーリーに」

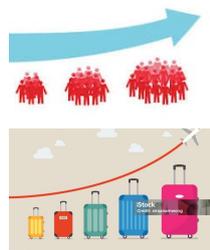
- 発信内容の方向性**  
 施設紹介: 複合型施設(宿泊・食事・体験)を中心に  
 モデルコース: 1泊2日・日帰り旅行プラン  
 体験型投稿: 農家体験、祭り参加  
 映えスポット: 富士山ビュー、自然散歩道
- sNS別アプローチ**  
**小红书**  
 ・種草帖形式: 「西桂町1泊2日隠れスポット完全攻略」  
 ・カフェ・宿・写真映えスポットを組み合わせた投稿
- Instagram**  
 ・写真メイン: 「#HiddenJapan」「#MtFujiView」で拡散  
 ・ストーリーで季節ごとの町の雰囲気を共有
- YouTube / TikTok**  
 ・Vlog: 「東京から90分、西桂で過ごす癒し旅」  
 ・比較系: 「河口湖より静か、鎌倉より穴場」



11

### ・期待される効果

- ★観光客の増加
- ★住人の人数増加
- ★地域の活性化
- ★観光地の設備充実化や通路の整備
- ★財政確保



12

### ・活動するために必要なこと

★情報発信  
→ポスターを作成 駅やとなり町の駅にポスターを貼る。  
★SNSも活用 → 魅力を発信!!



13

### ・将来的な希望

#### 登山ルート多様化

三つ峠山の登山ルートを多様化し、初心者から上級者まで楽しめるようにする  
ケーブルカーやリフトなどの導入を検討し、アクセス性を向上  
西桂町の複合施設や宿泊施設と連携し、「登る+治まる+楽しむ」の一体型観光を創出



事例：  
高尾山複数ルート設定により、幅広い登山者層に対応  
ケーブルカー・リフトを整備し、初心者や観光客にも人気登山だけでなく、食事・観光を含めた「一日体験」を提供  
● 三つ峠山も同様の仕組みを導入することで、観光資源の魅力を最大化できる

14

### 最終的なゴール

西桂町といえば「ここ」という場所を作る。  
そして皆が来る目的を作ること!!

15

### ご清聴ありがとうございました



是非ご検討ください!

16



### ②町巡りのしかけ

- ・町の各所に小規模なフォトスポット（アーチ、壁紙、逆さ傘オブジェなどのバリエーション）
- ・スタンプラリーやQRコードを活用して次のスポットへ誘導して街歩きにつなげられる
- ・商店街や飲食店と連携し、「フォトスポット＋クーポン」企画などで来店促進

7

### ③昼と夜の二面性

- ・昼：カラフルなデザインや陰の美しさを楽しむ
- ・夜：ライトアップや発行素材を活用して幻想的な空間を

※骨組みにLEDテープ、傘の布に蓄光プリント（昼間に光を吸収→夜にほんのり発光）

8

### ④SNS映え要素

- ・写真を撮るときのフレーム構造（ハート形に並んだ傘、鏡に傘を映して実際より多く広がって見えるようにする写真映えを狙う）
- ・ハッシュタグキャンペーンで「#傘と歩く西桂町」などで統一
- ・ストーリー投稿用に動きのライト（点滅、色変化）を組み合わせる

9



10

### 織物に触れ歴史と文化を学ぶ

体験の目的・目標

- 1. 歴史的理解の深化**  
西桂町の織物の歴史や西桂町の歴史を聞くことで、西桂町の歴史や文化に対する理解を深める。
- 2. 文化を体感する**  
織物体験を通じて、伝統文化を体感し、興味を持ってもらう。
- 3. 自己表現と思い出作り**  
新鮮な環境と体験を通して西桂町での自分らしさを織物で表現する。

11

### 短期滞在者向け

お守り	コースター	しおり
日常的に持ち歩く心の支えとなる「大切に丁寧に扱うもの」なのが織物と合っている	インテリアのアクセントになるお客様への心遣いを表すアイテムとして使用される	お気に入りのしおりは読書へのモチベーションを高めるまた、読書空間を彩り、個性を演出できる

12

### 長期滞在者向け

ストール	タペストリー
	
コーディネートのアセントになる 持ち運びやすく、旅行や外出時に便利	手軽に部屋の雰囲気を変えられる 季節や気分に合わせて作れる

13

### どうSNS発信につなげていけるか

- シェアしたくなる仕掛け  
→完成したものをSNSに投稿すると次回割引、特典がもらえる。
- 動画で織物を発信  
→実際の制作過程をtiktok, Instagramのリール動画で投稿することで若者の興味を引く。



14



### 効果

- 体験型観光資源になる  
→観光客が西桂町を訪れる理由になる。
- SNS発信の素材になる  
→出来上がったものの拡散効果が期待できる。
- 伝統技術、西桂町への理解  
→伝統工芸への興味関心が高まり、西桂町を知ってもらえる。
- 飲食、宿泊との連携  
→町のほかの産業にも波及効果をもたらす。

15

### オリジナルハッシュタグ

西桂町に関する投稿に付けるハッシュタグを作る  
魅力的なハッシュタグにすることで目に留まりやすく、覚えてもらいやすい



16

#ニシカツ #西桂さんぽ #西桂の笑顔



文化を体験する      自然を感じる      町民と交流する

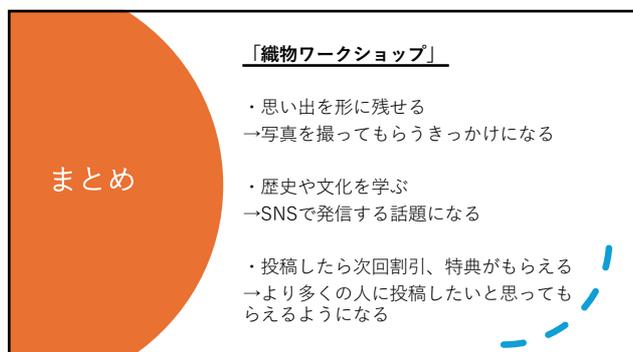
17

### 「映えスポット」

- 若者映えスポットを増設する  
→若者が訪れやすくなる
- 映えスポットは写真を撮りやすい  
→若者がSNSに投稿しやすい
- 町のスポットを活用しやすい  
→町巡りなどに活用できて町をもっと知ってもらえる

まとめ

18



まとめ

「織物ワークショップ」

- ・ 思い出を形に残せる  
→ 写真を撮ってもらうきっかけになる
- ・ 歴史や文化を学ぶ  
→ SNSで発信する話題になる
- ・ 投稿したら次回割引、特典がもらえる  
→ より多くの人に投稿したいと思ってもらえるようになる

19