

“野沢温泉村らしさ” ～今あるものを生かして～



野沢温泉村 B グループ

のざわんだふる

政治経済学部 2 年 砂村香奈実

政治経済学部 2 年 嶋田奈緒

商学部 2 年 星川宏樹

経営学部 1 年 岩間由弥

—目次—

1. はじめに
2. 現状分析
3. 提案①～夕陽百選の活用～
 - (1) 道中に花道をつくる
 - (2) 周辺の整備
 - (3) ウォーキング大会
4. 提案②～温泉地らしさの向上～
 - (1) 十二神将の活用
 - (2) 浴衣割
 - (3) 細かい雰囲気づくり
5. 期待できる効果
6. おわりに

1. はじめに

私たちは明治大学社会連携機構が主催する学生派遣プログラムに参加し、「長野県野沢温泉村のグリーンシーズンの観光誘客」という課題に取り組んだ。

その課題において、私たちは「野沢温泉村らしさ」を押し出す、というテーマを設定した。

これは少々アクセスが不便であるために観光客が近隣に流れてしまうという問題を解決するためである。私たちは観光客の旅行地が野沢温泉村でなくてはならない理由を模索し、複数回のグループワークや事前調査及び現地調査における分析を通して地域の実情を把握した。

そして「夕陽百選の活用」、「温泉地らしさの向上」という二つの企画を打ち出した。以下では地域の現状分析、2つの企画の具体案及び期待できる効果をまとめる。

2. 現状分析

まずは、日本の旅行者動向から挙げたい。図1を見てわかるように、自然観光と温泉旅行がどの年齢層でも上位、特に50代から70代ではトップ2を誇っている。そこで、自然観光と温泉旅行の観点から野沢温泉の現状を分析したい。

野沢温泉村では、既に山菜狩りや残雪トレッキング、ノルディックウォーキング、キノコ狩り、野沢菜収穫体験など様々な自然を活かしたイベントを開催している。野沢温泉観光協会が発行しているフリーマガジン『からんころん』を見る限りどのイベントも非常に魅かれるものばかりだ。

しかし、上述した自然を活かしたイベントの多くは事前予約が必要であり、大学生の私たちからすると値段も高く感じる。予約を促す看板やチラシ、時期に合わせたバックプランなどの大々的な工夫も見られなかった。加えて、夕陽百選に選ばれているサンセットポイントだが、長野県唯一であるのにもかかわらず、あまりアピールされていないように感じた。期間限定のシャトルバスの運行がすでに行われているが、天候が悪い日は運休となっている。周辺が乏しいことや整備があまりなされていないこともあり、晴れていない日はサンセットポイントまで登ることを勧められないのが現状であろう。

次は温泉旅行についてだ。村の名前自体に「温泉」と入っているだけで希であり、希少価値があると考えられる。加えて、各地区で運営されている外湯は訪問者に対して無料であり、外湯を売りにしている町も少ない。実際に外湯を全てめぐって確認したが、外観もそれぞれの場所で風情があった。1泊2日の現地調査時には、野沢温泉村の外湯を訪れたことのある人たちに浴槽と脱衣所の境がない、不衛生や石けんなどが無いと言われ、外湯に入る気にすらならなかったが、3泊4日の現地調査の際に入ってみると無料のクオリティーとは思えないほど充実していた。

しかし、同時に課題も浮き彫りとなった。それは風評被害を含めた外湯のアピール不足だ。冬場だけではなく夏場でも観光客を呼べるだけの価値があると私たちは考えている。

そして現地調査を通じて、浴衣を着ている観光客が少ないとも感じた。「温泉＝浴衣」というイメージは言うまでもない。村長が中間発表の講評でも仰っていたが、各民宿で浴衣の貸し出しは大前提である。しかし、浴衣を着ている人を見ない。そこで私たちは、貸し出しシステムやメリットが明白でないために浴衣を着る観光客が増えていないのだと考えた。

以上、1泊2日の現地調査と3泊4日の現地調査でわかった現状だ。これらを踏まえ、企画を提案したい。

図1 旅行者動向 2011

■年代別の行ってみたい旅行タイプ

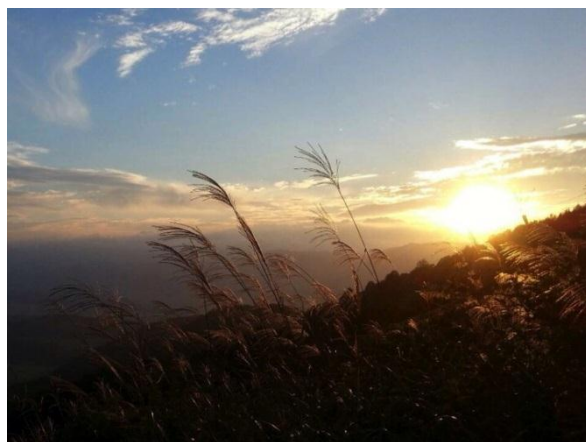
※長野県が上位の旅行タイプは色つきで表示

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
20代男性	自然観光	グルメ	温泉旅行	世界遺産巡り	歴史・文化観光	テーマパーク	都市観光	スキー	町並み散策	海浜リゾート
20代女性	グルメ	テーマパーク	温泉旅行	自然観光	世界遺産巡り	歴史・文化観光	海浜リゾート	ショッピング	おしゃべり旅行	動物園・水族館
30代男性	温泉旅行	自然観光	グルメ	テーマパーク	歴史・文化観光	海浜リゾート	世界遺産巡り	都市観光	おしゃべり旅行	動物園・水族館
30代女性	温泉旅行	自然観光	グルメ	テーマパーク	世界遺産巡り	歴史・文化観光	海浜リゾート	ショッピング	都市観光	パワースポット
40代男性	温泉旅行	グルメ	自然観光	テーマパーク	世界遺産巡り	リゾートホテル	海浜リゾート	歴史・文化観光	動物園・水族館	都市観光
40代女性	グルメ	温泉旅行	テーマパーク	自然観光	歴史・文化観光	ショッピング	おしゃべり旅行	海浜リゾート	都市観光	世界遺産巡り
50代男性	温泉旅行	自然観光	世界遺産巡り	テーマパーク	グルメ	歴史・文化観光	高原リゾート	海浜リゾート	スキー	登山・山歩き
50代女性	温泉旅行	自然観光	歴史・文化観光	グルメ	世界遺産巡り	町並み散策	ショッピング	テーマパーク	都市観光	海浜リゾート
60代男性	温泉旅行	自然観光	世界遺産巡り	グルメ	歴史・文化観光	高原リゾート	おしゃべり旅行	和風旅館	海浜リゾート	町並み散策
60代女性	自然観光	温泉旅行	世界遺産巡り	グルメ	歴史・文化観光	テーマパーク	おしゃべり旅行	海浜リゾート	町並み散策	都市観光
70代男性	温泉旅行	自然観光	世界遺産巡り	歴史・文化観光	グルメ	高原リゾート	都市観光	和風旅館	町並み散策	海浜リゾート
70代女性	自然観光	温泉旅行	歴史・文化観光	グルメ	町並み散策	世界遺産巡り	和風旅館	海浜リゾート	自然現象鑑賞	高原リゾート

悪天候時のサンセットポイント



晴天時のサンセットポイント



風情を感じる外湯（外観）



風情を感じる外湯（内装）



3. 提案①～夕陽百選の活用～

(1) 道中に花道をつくる

夕陽百選の魅力をより高めるための具体案の 1 つ目として、夕陽百選が見えるスポットまでの道のりに花を植えることを提案する。花道をつくることで、夕陽百選のスポットまでの約 20 分の移動時間も楽しむことができ、もし天候が悪く夕陽が見えなくても、それだけで十分楽しめるという利点がある。現在、山頂付近にヤナギランが植えられているが、8 月中旬の見頃以外は殺伐とした状態であり、他に名物となるものがない。そこで、様々な種類の花を植え、季節ごとに見頃の花を楽しむようにし、常に花が咲いている状態をつくることを提案する。そして豊富な種類の花が常に咲いている状態をつくるには育てやすい草花や山野草を植える必要がある。そこでいくつか比較的育てやすい草花や山野草を提示する。

<春>

- ・アシュガ 4～5月頃 寒さ日陰に強く、地面を覆うグラウンドカバーに最適
- ・シラン 3～4月頃 寒さに強く、毎年増えていく

<夏>

- ・サルスベリ 8月頃 耐病性があり、必要以上に大きくなるしない
- ・ギボウシ 6～9月頃 毎年花を咲かせる多年草で、日陰にも強い
- ・キキョウ 6～9月頃 毎年花が咲き、耐寒性耐暑性に優れている

<秋>

- ・コスモス 7～11月頃 種まき期間が長く、強健で育てやすい性質
- ・ヒメツルソバ 7～11月頃 生育旺盛で剛健、こぼれ種で毎年増える

<冬>

- ・ヒマラヤユキノシタ 2～4月頃 毎年花が咲き、寒さや日陰に強い
- ・フクジュソウ 2～4月頃 毎年花が咲き、迎春の花として親しまれる

さらに、道中だけでなく、これらの花と夕陽と一緒に楽しめるよう、夕陽スポットにコスモスなどの花を植えることを提案する。現在は夕陽百選スポットにはススキしかないため、新たに花を植えることで付加価値が高まることが期待される。

(2) 周辺の整備

現地調査において私たちが日本の夕陽百選のサンセットポイントを訪れた時、その周辺において気になる点を2点感じた。

1点目はサンセットポイントの足元が草むらで生い茂っており、また、集合写真などの写真は撮りにくく、決して観光客には見やすい環境ではなかったことだ。その場所をより見やすい環境にすれば、観光客もより夕陽を満喫できるのではないだろうか。

また、今の展望台では、木のベンチ2台と案内図が置いてあるだけである。そのため、通った車がサンセットポイントの存在に気づかない可能性もある。

そこで、私たちは展望台を木の板を並べた本格的なデッキ上にすることを提案したい。より見やすく、そして、より写真も撮りやすくなることで、観光客が満足できるのではないだろうか。また、目立つ展望台によって通った車への認知も期待できる。

サンセットポイントから眺めた風景



2点目は、周辺に楽しめる要素がなかった為に私たちが退屈に感じてしまったことだ。そこで私たちが考えたのはビアガーデンの新設である。私たちが訪れた際サンセットポイントから眺めた夜景の写真を見せてもらったが、夕陽に劣らずとても眺めがよいと感じた。そこで、お酒を飲みつつ、夕陽から夜景など景色の変化を楽しめたら最高だと私たちは考え、本案を考えた。

実際、似たような例として高尾山のビアガーデンは、東京が一望でき、夜になれば1000万ドルの夜景が楽しめることからしばしば満席になることも珍しくないという。またあるアンケートによれば、ビアガーデンにほぼ毎年行っているという人は22%もあり、グリーンシーズンの観光誘客として一役になる可能性を秘めている。しかし、野沢温泉村の場合は、ポイントまでは車を使用するため、飲酒運転の問題によってビアガーデンの利用は不可能である。そこで送迎を実施したり、ツアーに組み込んだりすれば、この課題をクリアできるであろう。

(3) ウォーキング大会

今日、スポーツは若者からお年寄りまで幅広く楽しまれている。特にお年寄りは、定年を迎えてもなお、体を鍛えている方も多い。そのような中、運動初心者の方から自信のある方まで楽しめるウォーキング大会が年々人気を博している。

埼玉県東松山市で行われている日本最大級のウォーキング大会「日本スリーデーマーチ」を例に挙げたい。この大会は、市の人口を超える8万人以上が毎年参加し、50キロメートル・30キロメートル・20キロメートル・10キロメートル・5キロメートルを自分の体力にあわせて自由に選び、広大な自然を眺めながら3日間歩くというものだ。世界2位の規模を誇り、海外からの参加者も多い。加えて、事前登録を参加者がすることで、市も膨大なデータを預かることも可能となっている。

上記の成功例を参考に花道を利用したイベントとしてウォーキング大会を提案する。概要としては、中心街やゴンドラの下の広いスペースをスタートとし、車で約20分の道りを歩いて楽しむというものだ。道中に休息所を設け、その地点で野沢の「水」や「特産品」を提供し、サンセットポイントでは郷土料理を振る舞うことで知名度の向上やお土産の販売促進につなげることが可能となる。

ほかのウォーキング大会との差別化を図るポイントとして、花道と夕陽で景色を楽しむことや、完走後温泉に入れることが挙げられる。温泉地で汗をかき、そのまま洗い流せ、尚且つリフレッシュもできるとなるとそれだけでも他との差別化を図れるのではないのだろうか。すでにウォーキング大会やトレッキングなどのアウトドアスポーツが野沢温泉村でも行われていることも理解している。しかし、夕陽と花道を利用したウォーキング大会にスポットを当てるのはどうだろうか。需要も十分にあり、規模拡大も期待できる。加えて、参加者に事前登録をしてもらうことで、今後の課題である外国人観光客の誘客やリピーターを増やすための連絡手段も獲得することができるのだ。

4. 提案②～温泉地らしさの向上～

(1) 十二神将の活用

私たちは当初設備をより良くするために外湯を有料化する案を考えていた。そして現地調査で外湯をすべて巡り、具体案を探る予定だった。しかし、実際全てを巡ってみて、無料のままでも外湯巡りを楽しめることに気づいた。そのため「野沢温泉村らしさ」を表す外湯を無料のまま、さらにもっと外湯を巡りたくなるような案を考えることにした。

そこで私たちが目をつけたのが、外湯を守っている十二神将である。十二神将とは、薬師如来の十二の大願を成就するために仕えた従者であり、薬師如来を助けるだけでなく、薬師如来を信じる者も守っていると言われている。それぞれの十二神将は、十二支をつけており、それぞれの方位、時間を主に病気の悪魔から守護すると言われている。その十二神将を活用し、外湯をより神格化させると興味深くなるのではと考えた。例えば、おみくじやお守りである。おみくじは「外湯みくじ」として十二支ごとにそれぞれの外湯に分けて、それぞれの観光客の十二支に沿って引いてもらう。その「外湯みくじ」の隣には、病氣退治として十二支の動物をあしらったお守りを用意する。外湯にこのような付加価値があると、より観光客に楽しんでもらえるのではないだろうか。また、収益も望め、相乗効果が期待できる。

各外湯を守る十二神将



(2) 浴衣割

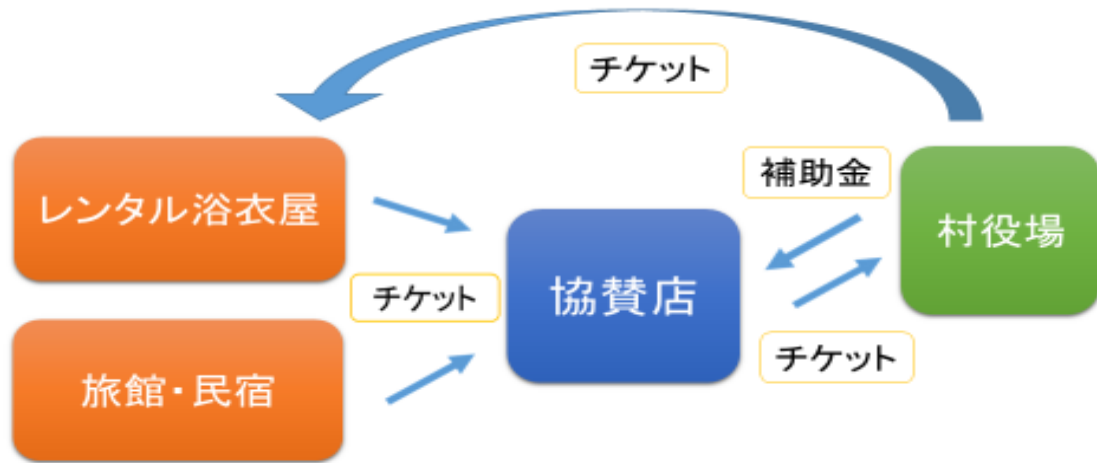
「浴衣割」とは、湯上がり浴衣を着て商店街で買い物をした観光客に割引サービスを行うというものである。ここでいう湯上がり浴衣とは、お祭りなどに着ていくしっかりとした浴衣ではなく、旅館などに寝間着として置かれている浴衣のことである。この湯上がり浴衣の方がしっかりとした浴衣よりも外湯巡りがしやすく、観光客がわざわざ浴衣を用意しなくても旅館のものを気軽に利用できるというメリットがある。観光客は浴衣を着て村内を巡ることで、非日常の旅行気分を満喫でき、浴衣割によって浴衣を着る観光客が増えれば、村全体にも温泉街らしさの風情が生まれるという効果が期待できる。

さらに、この湯上がり浴衣にデザイン性を重視した「おしゃれ浴衣」というものを貸し出すサービスを行うことを提案する。そうすることで、浴衣が置かれていない一部の民宿にも対応でき、かわいい浴衣を着たいという観光客のニーズも満たすことができる。ただ、このサービスは実際に旅館組合ですでに実施されていた。さらに、そこでは約 100 種類もの豊富な浴衣が用意されていた。しかしながら、そこでは女性用の浴衣しか用意されておらず、男性用、子供用はなかった。また、下駄やサンダルなどの貸出も行われていなかった。実際に現地調査中に見かけた浴衣を着た観光客の方は、浴衣姿にスニーカーという組み合わせだった。そこで、その豊富な浴衣を活かして、旅館組合以外に宿泊した観光客にも提供できるようにするとともに、男性用、子ども用、下駄の貸出も行い、より充実した浴衣サービスを提供するということを提案したい。

そして、旅館組合では女性用の浴衣に上下が分かれている二部式という浴衣が用意されていた。これは外湯巡りにも対応した着替えやすくするための工夫である。この珍しい二部式の浴衣も野沢温泉村ならではのものであり、野沢温泉村らしさなのではないだろうか。よって、この二部式の浴衣を貸出で勧め、野沢温泉村の名物のひとつとして広めることも野沢温泉村らしさの向上につながると考える。

割引方法としては、100 円割引券のようにチケット制にし、おしゃれ浴衣を貸出する施設（以下：レンタル浴衣屋）と湯上がり浴衣の置いてある各旅館・民宿に置き、それぞれ浴衣を着用する観光客に配布する。その割引チケットは商店街などの村内の協賛店で利用し、協賛店はそのチケットをもとに村役場と負担する。また、無料で浴衣を借りられる旅館・民宿よりも、レンタル浴衣屋で借りた観光客の方に多くの枚数のチケットを配布する。さらに、紹介券付きの割引券や次回以降利用できる割引券を配布することで新規とリピーターの獲得も狙う。

＜浴衣割制度の仕組み＞



(3) 細かい雰囲気づくり

目玉の企画は新規格の獲得に大きく貢献する。しかし、リピーターを増やすには再び訪れたいと思える細かい工夫が必要であろう。たとえば、城崎温泉のホームページだ。外湯関係を調べていた際、城崎温泉のホームページにたどり着いた。温泉地らしさを前面に出したもので筆者一同、非常に訪れたいと思えるものだった。

さて、温泉地らしさの向上に欠かせない細かい雰囲気づくりを2点に分けて提案したい。

第一に、モノによる雰囲気づくりだ。たとえば、街に提灯をつけるというのはどうだろうか。秋祭りを視察した際たくさんの提灯があり、とても風情を感じた。風鈴なども加えることでさらに温泉地らしさを出すことができるだろう。

第二に、地元の人による雰囲気づくりだ。外湯をすべてめぐったが、それぞれの場所で地元の方とお話をする機会を得た。気さくに地元の方から話しかけていただけ、外湯や野沢温泉村の歴史に至るまで様々なことを聞くことができた。そこで、地図やパンフレットも重要だが地元の方からめぐる道筋や詳細を聞くように促すというのはどうだろうか。若者は特に地域のつながりが希薄で、親しい間柄でのみ関係をつくっている。そのような意味でも地元の方と会話を積極的に促すことで差別化を図ることもできるだろう。

上述したように、細かい雰囲気づくりでは新規客の獲得は難しいと考えられる。しかし、リピーターの獲得にはとても重要なことであろう。それらを念頭に置いた企画案である。

5. 期待できる効果

提案①～夕陽百選の活用～

道中の花道により、夕陽に対する付加価値が生まれる。幅広い年齢層がターゲットとなるうえ天候不良の時でも楽しめるため、花道だけでも充分目玉となりえる。

周辺の整備ビアガーデンの新設によって、夕陽を眺める以外の新たな目的を付け加えることができる。

また、ウォーキング大会というイベントの開催により話題性に繋がるはずだ。これは道中の花道や夕陽百選を生かすことを想定したうえでの提案である。参加者への事前登録を行うことでリピーターへの連絡手段を確保することもできる。

提案②～温泉地らしさの向上～

病気から守るという十二神将を活用し、お賽銭や「外湯みくじ」などで財政面を安定させることができる。その資金で外見、中身などを向上し、より外湯の魅力を高められるのではないかと考える。

浴衣割では、浴衣を着用する人が増えることで温泉情緒を高めることができ、観光客に好印象を与えられる。それによってリピーターの獲得、また口コミによる新規客の獲得も期待できる。次回用割引チケット、紹介チケットを用意することで不特定多数ではなく特定の相手を対象にできるシステムが生まれる。

どちらも“野沢温泉村らしさ”を押し出した提案である。他の観光地との差別化を図り、観光客が「ここでなくてはならない」という確かな動機づけとなれば、と考える。

6. おわりに

これらの提言に至るまでに大変お世話になった社会連携事務室の皆様や長野県の野沢組惣代の皆様、観光協会の皆様、また小池先生や木谷先生にはメンバー一同感謝しております。特に私たちグループの担当としてサポートしていただいた野沢温泉村役場の佐藤さまにはこちらの毎回のグループワーク、また事前調査、現地調査でも親身になって接していただきました。本当にありがとうございました。

皆様方のサポートなしでは本報告書の作成及びこのように充実したプログラムを経験することはできなかったと存じ上げます。心より感謝いたします。

《参考文献》

- ・出典：統計から見る長野県観光状況（2014年9月25日アクセス）

<http://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/kensei/soshiki/shingikai/ichiran/kanko/documents/01shiryo3.pdf>

- ・「仏像がわかる本」 淡交社 岩崎和子 2001