

# のざわの「輪」

～ ひとつになろう野沢～

野沢温泉村 C 班 のざ WATCH

政治経済学部 3 年伊東宏崇  
国際日本学部 2 年加藤阿子  
政治経済学部 1 年宮城 遥  
経営学部 1 年渡邊智哉

# 目次

はじめに.....	2
理想のイメージ.....	3
政策提言.....	5
結婚記念日.....	5
料理コンテスト.....	7
おわりに.....	9

# はじめに

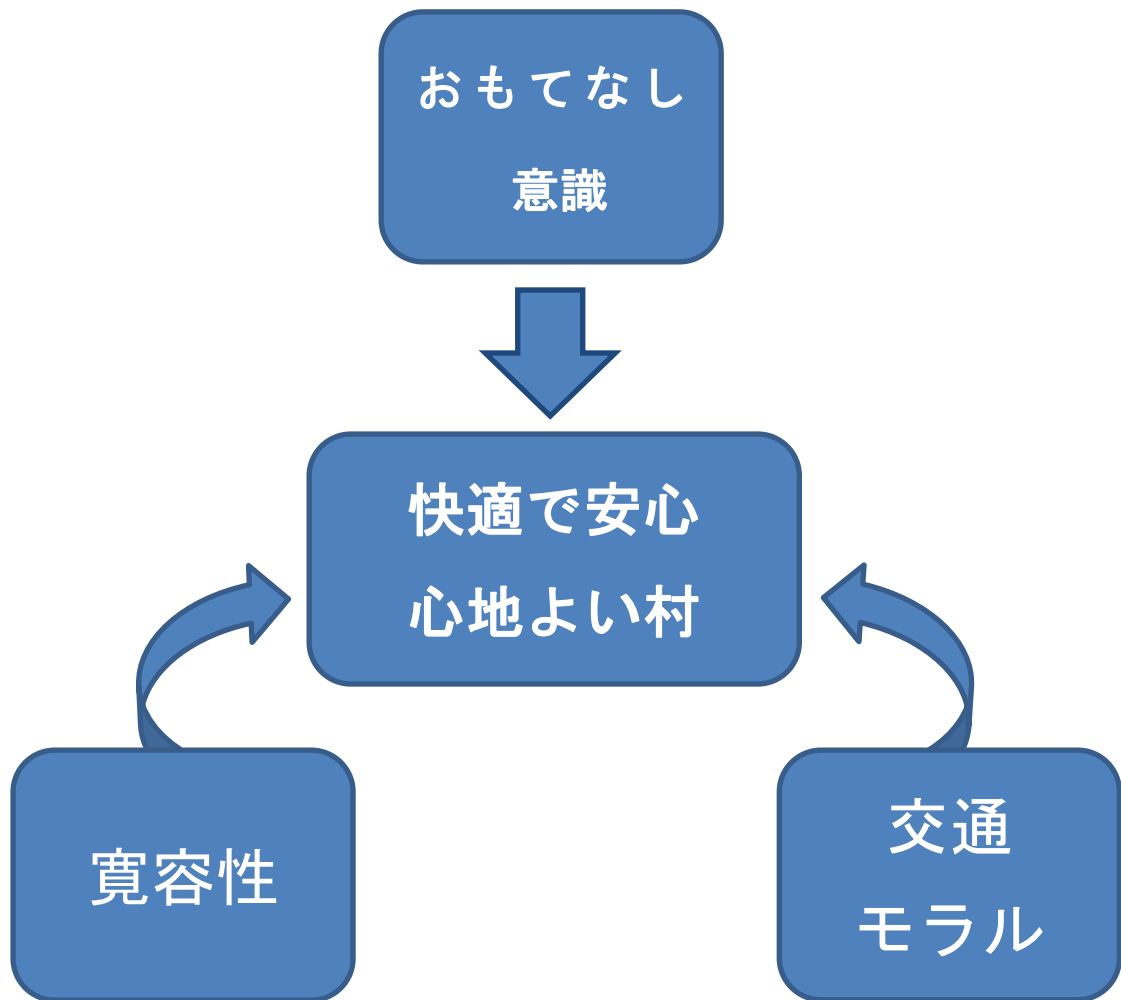
私たちは今年から新たに提携を結んだ長野県の野沢温泉村に行ってまいりました。野沢温泉村はホワイトシーズンにスキーをするのに最適なパウダースノーと源泉かけ流し生源泉の外湯、そして名物、野沢菜が有名な場所で、観光によって村民の生活の多くが成り立っている村です。

私たち C 班は野沢温泉村の方から「グリーンシーズンの観光誘客」という課題をいただきました。上記したように野沢温泉村の有名な点はすべて冬に似つかわしいものです。スキーをするための柔らかい雪、寒いときに入りたい熱々の温泉、そして冬の保存食である野沢菜漬は野沢温泉村の寒い冬を存分に楽しめるものとなっています。しかしその一方で、グリーンシーズンはホワイトシーズンに比べると断然、人の訪れが減少しています。それを少しでも私たちの企画で増加させるために、「野沢温泉村の良好な景観づくりに向けた基本方針（案） 新しい『野沢ルール』の提案」と「温泉とスキーのふるさと 信州・野沢温泉村観光振興指針 目指すところは日本型「和」のリゾート」という村のイメージ戦略を考慮に入れるとともに、野沢温泉村長からいただいた、「野沢100年計画」という言葉を考慮にいれ、長期的に野沢温泉村に残る和のイメージをきちんと残せるものを考えました。また、野沢温泉村の方からのもうひとつの課題が「地域ブランド商品の開発」だったのでそちらとも関連付けました。

そこで私たち C 班は「野沢温泉村民の意識改革」を念頭に提案します。

# 理想イメージ

## 3つのポイントの向上 (Three Up Operation)



観光誘客に悩む現在のポジションをマイナスと仮定します。どんなに良いイベント、名物でお客さんを集めたとしても野沢温泉を気に入ってもらわなくては一過性の人気で終わってしまいます。マイナスからのスタートを切るにはまずは観光地、温泉街としての原点に戻す必要があります、それには住民の意識改革は必須となります。そこで野沢温泉の現状を考慮した改善方法として3つのポイントの向上を提案します。

### (1) おもてなし意識の向上

まず改善すべきところは住民全体のおもてなし意識です。観光地に住んでいる以上観光産業は切っても切り離すことのできない収入源となっています。たとえば外湯などで観光客の方と話す機会があるのであれば「野沢へようこそ」「ごゆっくりしてってください」「ぜひ楽しんでください」などのようにやさしい一言をかけるだけでも観光客はもてなされていると感じ、なにより住民のぬくもりに触れることができることでしょう。ディズニーランドのキャストの接客しかり、徹底したおもてなしはリピーターの確保につながるでしょう。

### (2) 寛容性の向上

これに関しては我々が出会ったわけではないのであくまでも実際にあったとされるクレームやトラブルに基づいて述べさせていただきます。まず聞いたのはお湯の熱さに関するトラブルで観光客がお湯をぬるくすることを地元の人が嫌がるということです。もちろん一部の人とのトラブルであるのは承知の上ですが、やはり防がなくてはならないトラブルです。確かに地元の人からしたらいつも通りの温度で入りたいしそれが普通なのでしょう。しかし旅行者や観光客にとって野沢温泉の外湯は数年に一度の限られたときにしかは入れないものなのです。そこで熱くて入れなかったり地元の人とトラブルを起こしてしまったりしたらもうそこへくることはなくなってしまうでしょう。寛大な心で、外湯が熱くて入れない観光客がお湯をぬるめるのももう許してしまおうとか、さらには外国人の文化の違いから生じるマナー違反も、理解してあげるということを徹底してはいかがでしょうか。

### (3) 交通モラル

これについてもおもてなし意識と通じるものがありますが、目立つのは交通マナーの悪さです。長野ナンバーの歩行者を顧みないスピードでの運転が目立ったのですが、野沢温泉は土地柄道路のわきに水路があり一步間違えれば歩行者が溝に落ちてしまうことも考えられます。観光客が町をゆっくり見て歩く環境でないのが現状です。ぜひとも交通安全キャンペーンを行うなり、講習会を開くなりして交通モラルの向上に努めていただきたいと思いますとおもいます。

以上に述べたように内面から改革できることはたくさんあります。ポスターの活用や講習会の定期開催、回覧板などに載せるなどして住民全体で共通の意識を持てるような対策ができればいいなと思います。

# 企画提言

## 1. 野沢で結婚記念日を祝おう～セカンドライフに新たな風を～

銀婚式とは、結婚 25 周年の記念に行うものです。女性が 25 歳前後で結婚したと仮定した場合の 50 代、金婚式であるなら 70 代を主な対象として考えています。お金に余裕のある世代に対して高級感のあるゆったりとしたプランを提案したいと思います。また、現在いちばん多い集客層であるシニア世代により来ていただきたいと考えています。

結婚式に対して、銀婚式、金婚式を迎えるのはとても難しいことですが、銀婚式や金婚式を祝うということはおこなわれていないと感じました。そこで結婚記念を迎える夫婦などを対象に、その特別な時間を有意義に過ごせるようなツアーや企画を提案することで、野沢温泉村の集客が見込めると考えました。40 代から 70 代の方はまだまだアクティブに動ける方が多いですが、だんだんと人混みにひどく疲れを感じるようになるので野沢温泉村ののんびりした雰囲気や温泉、浴衣などを楽しみ特別な癒しを提供できると考えました。

主な日程は以下のように考えています。

### 2 泊 3 日 夫婦、子どもからのプレゼント旅行

#### 1 日目 長野駅着

バスで観光

善光寺（数珠作り、参詣）→小布施（休憩）

→野沢温泉村（夕焼けバス、ナイトゴンドラツアー、外湯）

#### 2 日目 野沢温泉村でお祝い（おぼろ月夜の館、野沢温泉スパリーナ）

#### 3 日目 周辺地域の観光（飯山市、長野市）

お土産 はと車（ペア使用：二つのはと車をつないだ特別品）

アルバム（旅行中の写真をまとめたものをプレゼント）

期待されること

- ・継続的な宣伝効果

勿論両親の幸せや感謝の意味を込めて企画したものだと思いますが、そこから今度は自分たちが年をとった時にまた野沢温泉で二人の思い出作りをしてもらえばその家族のすべての世代に認知してもらうことにつながります。それは結果としてリピーターにもつながることになり、温泉と聞いた時に他の温泉地との差別化にもなります。また新たな食の名物を作ることで次に来た時もまた新たな楽しみを生み出せると思います。

- ・地域間の連携

交通の便に問題を抱えている以上、野沢温泉だけで観光客を誘致するには限界があります。その周辺の地域と協力し一体化したプランを提示することでただ泊まるだけの温泉地に付加価値をつけ、かつ色んなところを回って飽きさせないようにできます。それにより今まで以上に地域全体を観光する流れが生まれ、その分の集客や収益も見込め、さらに地域間の中での情報共有も計れます。

- ・野沢にしかない独自性

セカンドライフにおいて温泉地の評価や知名度は高いが、その中で野沢温泉にきていただくためにはもう一段階アピールできるものがあります。野沢温泉は街並みや外湯が日本を感じさせ、のんびりと時間を過ごす土地として適しているのに加え、村の守り神で子孫繁栄を願う道祖神があることで金婚式や銀婚式などのイベントにもぴったりですし、それに付随した道祖神祭りなどで夏に来る野沢もいいなと感じてもらえると思います。

## 2、 料理コンテスト ～野沢の新名物誕生へ～

野沢温泉は野沢菜発祥の地として知られ、野沢菜を村の特産品として民宿やレストラン、またお土産という形で観光客に提供しています。しかし、今や野沢菜は全国各地で販売され、いつでも簡単に食することが可能となり、野沢菜を観光客誘致の商品として押し出すことに限界を感じました。そこで私たちは野沢温泉の新たな名産を生み出すという視点から、料理コンテストの開催を提案します。

### A) 概要

野沢の食材を利用できる料理レシピをポスターやウェブサイトなどを活用しながら募集し、応募の中から何品かを厳選したのち、その応募者を野沢温泉に招待して料理コンテストで実際に作っていただきます。そして、試食会という名のもと、村民や観光客の方々による審査・投票によって受賞対象を決定します。ここで選ばれた料理が、野沢温泉の新たな名産になることができます。

### B) 注目点

この料理コンテストは以下の 2 つの点において、その成功が確固たるものになると考えます。

#### ① 有名シェフを招待

「宣伝力向上」の観点から、メディアでも活躍しているような有名シェフを招待し、特別審査員として料理コンテストに参加していただくことを考案しました。有名シェフの誘致は、それだけで企画に十分な話題性をもたせ、長野県内のみならず全国から注目される対象となり、さらにはマスメディアにも取り上げられる可能性があります。また、シェフ自らが情報の発信源となることで、より大きな宣伝効果が期待できます。

#### ② 民宿、レストランでのメニュー化

今までも野沢温泉では、子宝どんぶりや道祖神鍋など、新しい料理を開発し新名物として広げようという試みがなされてきましたが、なかなか成功には至りませんでした。

その原因として、その料理を提供する機会が少なく、村内に普及しづらかったことが挙げられます。そこで、私たちは料理コンテストで選ばれた料理を、野沢温泉内の民宿やレストランのメニューに加え提供していただきたいと考えました。そうすることで、その料理が村民並びに観光客など多くの人々に認識され、野沢温泉の新名物として普及・定着化が実現できるのではないかと考えます。



### C) 期待されること

料理コンテストの開催は一度に多くの集客が期待できるうえ、村民と観光客の積極的な交流が促進されます。また、レシピの募集段階においてクックパッドなどの人気サイトを活用は、野沢温泉の認知度向上に大きく寄与するはずです。さらに地元の人々が審査員という形で観光客と一緒にコンテストに参加できるため、村全体での観光に対する気運の高まりも期待できます。



# おわりに

頭で考えたことをどう野沢温泉村に生かせるか、実際に野沢温泉村に足を運んでみて村に最適な方策とは何か、ありきたりなものになっていないかと約4か月間の長期間、ほかのチームとは違う視点で考えてきました。実際に野沢温泉村に行き、現地の空気を全身に感じながら野沢温泉村の方と出会い、話をすることで当初とは違う視点から考え直すことができました。

私たちが提案する方策は野沢温泉村に新たな風をもたらすことでしょう。単発のイベントから長期に村に根付かせることはとても難しいことです。本文でもふれたように、「道祖神鍋」、「子宝どんぶり」が成功しなかった背景には野沢温泉村民が一団となってイベントを盛り上げられなかったことに敗因があります。野沢温泉村の方が全体としてしっかりと同じ方向を見て進んでいくことが大切なのです。何をするかではなく、みなさんの納得できる同じ方向に進んでいってほしいです。

村の今後を考え直すきっかけとなってくれば幸いです。

将来的には、少子高齢社会が発展するこの日本でしっかりと残っていく村になってほしいと考えています。野沢温泉村が観光立村であるので、まずはお客様が行きたいと思う村になってもらいたいと感じました。

最後になりましたが、今回の派遣プログラムを行うにあたりご協力を賜りました、野沢温泉村役場、野沢温泉村観光協会、その他野沢温泉村民の皆さま、明治大学教授、社会連携事務室の皆さま、心より感謝申し上げます。