

「道祖神おごっつお弁当」

～野沢の美味しさ、詰め込みました。～

チーム E

友崎 雄貴

田川 梨紗

岩田 朋子

及川 愛梨

目次

概要	2
商品企画の目的	2
この商品を売ること期待できること	3
駅弁に至る背景	3
現地での調査	4
駅弁効果の事例	6
道祖神とは.....	6
駅弁の外観イメージ	8
使用する具材について.....	8
独自性と差別化	11
売り方.....	13
おわりに	15

【概要】

私たちチーム E は、地域資源を活用した地域振興政策について地域ブランド商品の開発という観点から課題に取り組み、「道祖神おごっつお弁当」という駅弁を考案しました。この駅弁は野沢温泉で採れた美味しい旬の食材を詰め込んだものです。具体的には、春はアスパラガスや野沢菜の新芽、夏はズッキーニ、秋はナメコやカリフラワー、そして冬はきのこ、キャベツ、白菜などがあります。お弁当にかかせないお米は、水、空気、土壌の良質な野沢温泉で育ったものを使用します。また、野沢温泉の郷土料理である、芋なますはシャキシャキとした触感が楽しめるうえに、お酢を使って作っているので日持ちが良く、駅弁に最適です。野沢菜を使用したおかずも入れますが、野沢菜の浅漬けや本漬けは空気に触れた瞬間から酸化が始まり、味が変わってしまうため、この駅弁では野沢菜の油炒めを入れます。その他にも小さめの野沢菜のおやきも入れる予定です。

お弁当箱はインパクトを求め、道祖神をモチーフにしたものを使用します。（道祖神についての詳しい内容は後述）また、駅弁の中には道祖神のイラストが印刷されている箸を使用します。こちらは駅弁を食べ終わった後もマイ箸として使えるようになっており、環境にも配慮しました。さらに、おまけとして恋愛おみくじをつけるので、食べることで以外にも駅弁の楽しみ方をプラスしました。

【商品企画の目的】

「道祖神おごっつお弁当」企画目的は、野沢温泉村の食材を用いて、美味しさと伝統文化を知ってもらうことです。そして野沢温泉村に関する知識を深め、野沢温泉＝道祖神というイメージを植えつけることにあります。平成26年度末に北陸新幹線飯山駅が開業することに伴い、お弁当という手軽さや地域色が出やすい駅弁を宣伝方法に選びました。駅弁は鉄道の駅やその周辺地域にちなんだ食材やパッケージで作ったお弁当であり、日本全国でその数は約数千種類もあります。車内でおいしい駅弁を食べることは旅をより豊かに楽しいものにします。野沢温泉村を観光立村にするためには、まずその存在を知ってもらうことが第一に必要です。そして数多くの駅弁の中から「道祖神おごっつお弁当」を選んでもらわなければなりません。インパクト抜群のパッケージ「道祖神おごっつお弁当」は食材にこだわり、郷土料理を加え、美味しさもさることながら、恋愛おみくじがついている点や、食べ終わった後も箸や弁当の容器をマイ箸、置物として使えるので、お土産として持ち帰ることができます。

ひとつ事例を挙げるとすれば、佐賀県の有田駅の「有田焼カレー」です。佐賀県有田町のカフェ「創ギャラリーおおた」の名物、焼カレーを駅弁にアレンジした商品で、有田駅の販売店では再加熱して、香ばしく熱々のカレーを食べられます。容器は有田みやげとして持ち帰ることができ、陶器市の期間中には、1週間で3000食を売り上げたこともあります。

駅弁の容器を持ち帰る人がいるだろうか、という疑問も生じましたが、お土産として持

ち帰って、自宅でも使えるので、この疑問は解消しました。

【この商品売ることで期待できること】

上でも述べましたが、野沢温泉村の食材を用いて、美味しさと伝統文化を知ってもらうこと、そして野沢温泉村に関する知識を深めてもらうことがこの企画の目的であり、野沢温泉村の魅力を、「道祖神おごっつお弁当」を皮切りに知ってもらいます。スキー、スノーボード目的で野沢温泉村を訪れる観光客が今まではほとんどでしたが、ウィンターシーズン以外にも野沢温泉村には水や自然、温泉や季節ごとに楽しめる旬の食材、そして良縁祈願として祀られている道祖神など、多くの魅力的な観光資源があります。これらの地域資源を最大限に活かすことで、グリーンシーズンの観光客数が増加することを見込んでいます。駅弁が野沢温泉村の魅力のPRの場になり、その魅力を知った観光客が新たな観光客を呼び込む。駅弁とは言いつつも、駅だけでなく、サービスエリアや百貨店で販売、さらにフェスに参加して駅弁を宣伝するので、より多くの人の目に触れる機会が増えます。こうしたサイクルの中で、野沢温泉村は観光立村へと成長していくでしょう。

【駅弁に至る背景】

私たちのグループが駅弁を提案するに至る背景としては、事前調査の際、今回の野沢温泉村派遣プログラムに協力してくださった村の役場の方とお話をし、どんな商品開発を行うかというブレインストームをしていたとき、野沢温泉村の名物である野沢菜をぜひ使って商品開発をしてほしいとの要望が村役場の方からあったことからです。そこで私たちは、どうやったら多くの人に野沢温泉村の野沢菜を多くの人に食べてもらえるのかということに着眼点を置き、商品開発を考え始めました。そこで、野沢菜を使った何かを野沢温泉村内で売のではなく、飛行機での機内食に野沢菜を使い、不特定多数の人々に野沢菜に親しんでもらう、また、駅の売店等で野沢菜を使ったお弁当を販売し、まずは野沢温泉村の知名度を上げる等の案を考えつきました。しかし、お弁当のようにパッケージもない機内食での野沢菜の使用では「野沢温泉村で作られた野沢菜」と、十分にアピールすることも出来ないのではないか、という懸念から、機内食案は断念しました。そこで、野沢菜を使ったお弁当を販売したとすれば、野沢菜をアピール出来ると同時に野沢温泉村の知名度アップにつなげることが出来るのではないかと考えました。また、事前調査の際に、野沢温泉村ではおいしいお米や野菜も栽培している、ということも知ることが出来たのでその食材も一緒に詰め込んだ駅弁を考案しようと決めました。また9月の現地調査を通して、駅弁を商品化することの具体的な理由づけ、実現化に向けての具体案を考えることが出来ました。

【現地での調査】

観光旅行協会の森様

野沢温泉村での過去から現在の観光協会の取り組みについて伺いました。内容としては野沢の食材を使ったものでかつて取り組んできたものにフォーカスをして調査しました。

野沢温泉村では、駅弁の開発をしたことは無いが、野沢菜の食材を使い、また具材を道祖神祭りに見立てた道祖神鍋やご飯の上に野沢菜の油炒めと温泉卵をのせた子宝どんぶりの開発を郷土料理研究会の方々が取り組んだがあまり普及しなかったということを知りました。理由としては、野沢温泉村には民宿がたくさんあり、各民宿でこだわった料理が存在し、地域全体で取り組もうという意思が野沢温泉村を観光立村として発展させたいと思う一方で、強くないということが一つあげられます。また、道祖神鍋は手が凝った料理のため、作るのに手間がかかるため賛同を得られにくかったということでした。

みやざき農園の宮崎様

野沢温泉村にて栽培できる農作物についてお伺いしました。また、どのような料理が野沢温泉村らしいのか、お弁当にその料理を入れることは可能かどうかについて伺いました。

春にはアスパラ、菜の花、野沢菜の新芽、夏にはトマト、きゅうり、いんげん、ズッキーニ、秋にはなめこ、カリフラワー、ブロッコリー、冬にはキノコ、きゃべつ、白菜、大根、ほうれん草等の野菜が野沢では栽培出来る、ということを教えていただきました。また、野沢温泉村のおふくろの味として、じゃがいも煮ころがし、カレー芋や芋なますは日持ちもするのでお弁当に適しているというアドバイスを頂きました。野沢菜に関しては、野沢菜は時間が経つにつれ鮮度が落ち、酸化が進んでしまうため、野沢温泉村の名物の古漬けをお弁当に入れることは厳しいのではないかとということも教えていただきました。野沢温泉村で栽培出来るものは山菜や野菜だけではなく、その他にも黄金軍鶏、イワナやニジマス等の川魚も手に入るためお弁当に入れてみては、という意見も頂きました。

郷土料理研究会竹井様

郷土料理研究会での今までの取り組みについて、また、駅弁の商品化についての意見を伺いました。かつて郷土料理研究会で開発をした道祖神鍋や子宝どんぶりは失敗に終わったわけではなく、根強いファンも居り、道祖神鍋を求めて問い合わせる観光客もいるというお話を伺いました。その他にも、郷土料理をまとめたレシピの作成もしており、このレシピを活用して駅弁づくりをするのも良いのでは、というアドバイスを頂きました。野沢菜を単に入れるだけではなく、いためた野沢菜、野沢菜コロッケ、野沢菜おやきとして野

沢菜を使う方法等も教えて頂きました。野沢温泉村の郷土料理は他の人からすればよくわからないものになり得ることもあるので駅弁にお品書きをつけてみるのもいいのでは？というアドバイスも合わせていただきました。

現地調査を終え、私たちは郷土料理に自分たちでも実際に食べてみたいという思いから、子宝どんぶりに特徴の似ている菜っぱどんぶりを村にあるなっぱカフェで頂きました。野沢温泉村の人々にとっては昔から食べ慣れているものかもしれないが、私たちからすればシンプルな料理ではあるが、初めての味でありとても新鮮で美味しいと感じました。そのため、売り方や宣伝方法によっては商品として売ることが出来る、という確信を得ました。

野沢温泉村では地産地消が促進されているということで私たちの考える地元の旬な食材を使って作る駅弁の商品開発は的を射ていると思います。郷土料理研究会の方々の作成しているレシピは私たちにとっては見慣れない料理ばかりのため、積極的に活用したいと思いました。そのレシピは販売されているため、私たちの開発したお弁当を食べ、野沢温泉村に興味を持ち、訪れた観光客がそのレシピを買う、というサイクルが出来ると良いな、と思います。

しかし、駅弁を開発するだけでは他の駅弁と差別化が出来ないため、長野県の観光名所である善光寺と関連づけてお弁当におみくじを付けたり、道祖神の知名度アップを狙い、道祖神をかたどったお弁当箱での駅弁販売を試みるのも面白いのではないかと、思います。（詳細は後述）

お話を伺った方々全員が村を活性化させるためにこれまでに様々なアイデアを出し、現在まで取り組んできた方々ばかりでした。取り組んできたが、思うように結果がまだ出ていないということでした。また、今の村の状況を変えるには観光客の声や、私たちのような外からの直接的な声がさらに必要だとおっしゃっていました。

野沢温泉村では現在、様々な観光客誘致への取り組みをしていることもわかりました。例えば、春であれば残雪トレッキングや山菜狩り、夏であればマウンテンバイクのレースやトレイルラン、ノルディックウォーキング、秋はきのこ狩り体験、野沢菜収穫体験、冬はスキースノボだけでなく雪原遊覧といった雪上車が楽しめます。また、私たちが実際に野沢温泉村を訪れ、様々なお祭りへの参加、地元の方々との交流を通し、野沢温泉村の良さをもっと多くの人に広めたいという思いがさらに深まりました。

しかし、これらも野沢温泉村をまず知らないと始まりません。駅弁を東京駅や長野駅等の大きい駅や新しく新幹線の開通する飯山駅、又は道の駅やサービスエリア等で販売することによってまずは、長野県の野沢菜の産地である野沢温泉村を知ってもらいと同時に様々な旬な野菜、山菜、お米も知ってもらい、それと同時に道祖神、野沢温泉村でのビッグイベントである道祖神祭りを知ってもらい、という同時多発的に野沢温泉村の知名度アップをはかることを目指します。

【駅弁効果の事例】

ここで駅弁が地域にどのような効果をもたらすのか他の観光地での前例を見ていきたいと思います。

・群馬県高崎市の例

「やまと豚弁当」

鉄道が地域の食のPRの場になり、地域の食が新たな乗客を呼び込むものとして発売された駅弁です。やまと豚にこだわったタレで勝負するだけでなく、わたらせ渓谷鉄道のトロッコ列車の絵柄などを描いた手ぬぐいもセットにして、さらに特典として同鉄道の桐生駅―間藤駅間の片道無料切符をプレゼントするという商品です。てぬぐいは旅の途中に沿線の温泉でも使えるようにしたこともヒットの一因となりました。2009年から製造・販売を始め、これまでに5万個以上売れるヒット商品となっています。

・青森県津軽地方の例

「ストーブ列車弁当」

津軽鉄道は廃止に追い込まれる程でしたが、地域の住民が協力して津軽にも駅弁を、と考え、ストーブ列車を宣伝に活用し、ストーブ列車弁当と名付けたものを製造・販売を開始しました。ユニークな駅弁が話題を呼び、全国各地から観光客が津軽を訪れるようになりました。上記に述べた群馬県の「やまと豚弁当」とはタイプが全く異なり、列車にストーブを取り付け、ストーブの上には、スルメなど焼くなど情緒豊かな光景が見ることが出来ます。

全国のテレビで取り上げ、車内では三味線の演奏や地元の人たちの踊りなどが披露され、地方の文化に触れることが出来るそうです。

以上のように、かつては観光地として衰退してしまった場所でも駅弁を使い、町、村を再び活性化することは可能です。これをお手本にし、野沢温泉村を活性化していきたいと思います。

【道祖神とは】

そもそも、我々が提案するお弁当のモチーフである、道祖神とは何なのでしょう。道祖神とは、集落の堺や村の中心、また村外と村内の境界などで祀られる、石碑形態の民間信仰の神です。地域によって道祖神が織り成す利益はさまざまありますが、厄災の侵入防止や子孫繁栄、旅の安全などを祈願するために村の守り神として置かれています。全国的に広い分布をしていますが、主に甲信越地方や関東地方に多いと言われています。



そしてこの野沢温泉村で祀られる道祖神は、子供の成長や子宝祈願などの対象として祀られている、石碑ではなく木造というのが最大の特徴です。

この男女二人の神は必ず二体並んで置かれています。男の神は「八衢比古神(やちまたひこのかみ)」、女の神は「八衢比賣神(やちまたひめのかみ)」と伝えられています。容姿が非常に見苦しいため婿にも嫁にも行けずにいたこの二神が結ばれたところ、めでたく男子が出生したという説があったことから、縁結びと子宝の神であるとされています。男女一体の神様は、各家庭などで、それぞれに個性があり素朴な味わいの手作りで、神棚や建物の入口など、一年間どこの家庭でも祀られる、野沢温泉村の大きな特徴でありシンボルでもある存在です。

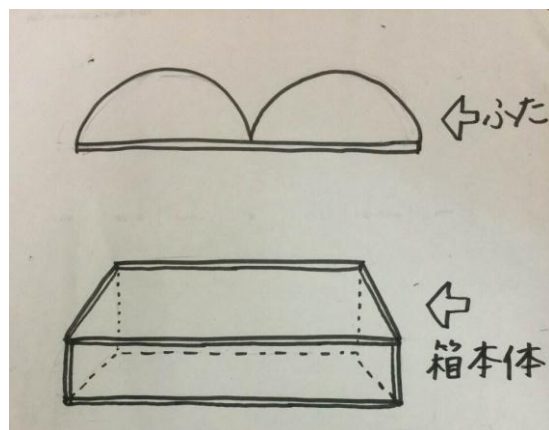
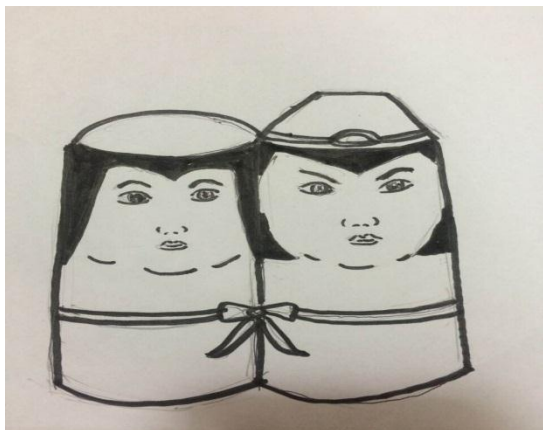
野沢温泉村では、道祖神にちなんだ催し物などが年間を通して数多く開かれています。その例として、『道祖神お絵かき体験』、『道祖神餅焼き』、『道祖神の唄』などが挙げられますが、なかでも最大のイベントは、『道祖神祭り』です。野沢温泉村の道祖神祭りは、毎年1月15日に行われ、地区を代表する野沢組惣代が総元締めとなり祭りを執行します。会場にある大きなたらいに自分の家の神様を納め、他の家から来た気に入った神様を持ち帰り、またその年の祈願を新しい神様に託します。また、各家庭で不要となったお札や書初め、門松や飾り物などを持ち寄り、その全てを社殿と共に燃やすという、豪快且つ勇壮な伝統的なお祭りです。

地元の人が事前に何か月も前から準備を重ね、本番は命がけでこの行事をする。この行事を勤めることにより、初めて村の仲間入りが出来、一人前として認められるとされています。村内での仲間づくりでもあります。

この祭りは国の重要無形民俗文化財の指定を受け、日本三大火祭りの一つと言われているため、全国さまざまな地方からの参加者も多いものとなっています。

【駅弁の外観イメージ】

では我々が提案する『道祖神おごっつお弁当』の外観イメージについて説明します。このお弁当は、木造道祖神をそのままお弁当箱にした、大変ユニーク且つ今までにはないようなものになっています。男女二人の神様が二体でセットになっており、“縁結び”にちなんで、箱を一本の紐で結んだ形になっています。



蓋は丸く立体的で、二人の道祖神が繋がってくっついている形になっており、それを開けるとお弁当箱本体は四角い木箱になっています。この木箱の素材は、かまぼこの板に使われている“空板”と呼ばれる、丈夫で汚れがつかず、且つ水分を吸収しない質になっています。食べ終わったらこれを洗って、記念に持って帰ることが出来、お弁当箱だったものが木造道祖神の置物になるので、野沢温泉村の家庭のように、家に置いてさまざまなご利益を祈願することが出来るものになっています。

【使用する具材について】

続いて、このお弁当に取り入れる具材について説明します。このおごっつお弁当は、“100%野沢産”というのをテーマにしているため、使用する具材は全て、野沢温泉村で採れたものにします。また、春夏秋冬季節ごとに、野沢独自の美味しい旬の食材を取り入れて、いつの時期も飽きることなく楽しめるものになっています。

では、具体的に使用する具材についてひとつずつ説明していきます。

・地元特産のお米

メインとして、地元特産のお米で白飯を作ります。また、野沢菜の葉を一緒に付けることで、好みに合わせてお米をその葉で巻いて食べるという、もう一つのお米の楽しみ方も

提案します。

・黄金軍鶏



長野県産を誇る地域オリジナルブランドであり、長野県畜産試験場でのびのびと健康的に育てられた、高級感のある新品種の地鶏です。“歯ごたえ・おいしさ・風味“の全てを兼ね備えた、ご飯が進むこと間違いなしの食材。価値のあるブランド食材を一つ取り入れることによって特別感を出し、贅沢な駅弁として観光客の注目を寄せることも目的とします。

・いもなます



北信地方の伝統的な郷土料理であり、冠婚葬祭のもてなしやお酒の席など、季節を問わず古くから食べ継がれている。じゃがいもを細かく縦切りにし、それを炒めるという、簡単かつシャキシャキの食感が楽しい、信州ならではの食材です。また、カレーの粉をあえて炒める、『カレーいもなます』も人気の一品です。

- ・野沢菜油炒め



野沢菜は野沢温泉村をはじめとする信越地方の最大の特産品であり、最も主流の野沢菜の食べ方は野沢菜漬けですが、これはすぐに酸化が進んでしまい、駅弁は作り始めから売る段階までに少なからず数日の時間を取ってしまうため、お弁当の具材として使用するには不向きであるとのことでした。そのため、代わりに野沢菜油炒めを使用します。醤油、砂糖とシンプルな味付けに、ごま油と唐辛子の辛さを加えた、こちらもご飯が進む濃い味付けになっています。

- ・野沢菜コロッケ



野沢菜を使った料理の中でも、地元の人にはもちろん観光客の間でも人気の高い一品です。その名の通り、じゃがいもコロッケの中に細かく刻んだ野沢菜が入っています。

- ・野沢菜おやき



表面はカリカリ、中の生地はしっとりもちもちで、具材はシャキシャキの野沢菜が贅沢にたくさん入っている、定番の一品をお弁当のおかずとして扱うことにしました。お弁当に野沢菜おかきを取り入れたことがないので、今までにない新たな試みとなります。宮城県の牛タン弁当のように、食べる直前に駅弁の弱点とえば、食べるころには冷めてしまっていることでしたが、この方法を利用することによって、その問題点が解決されます。

【独自性と差別化】

まず、今あるさまざまな駅弁の中から具体的にいくつか例を挙げ、それらと比較し我々が提案する駅弁だけが持つ独自性と、他の駅弁と比べてどのような差別化を図れるか、説明します。

今現在、日本には非常に多くの種類の駅弁があります。昔からずっと食べ続けられているものや最近生まれたもの、私たちは今回、駅弁作りを企画するにあたって、数多くの駅弁を偵察しました。どれを見てもまず第一に思ったことが、これと言ったずば抜けた個性がそれぞれにないのではないか、ということでした。印象的だったものがあまりなく、外観イメージも、どれも似ているようなものが多いという印象でした。競争力の高いこの駅弁業界で、いかに人々の注目を集め人気と知名度、そして安心感の高いものにするか、考えました。そこで我々の提案する駅弁は、これまでの駅弁にはない三つの独自性を生み出しました。

① My 箸

通常の駅弁は割り箸であるが、この道祖神弁当は今後も長く使い続けることの出来る、エコにも繋がる“My 箸”をお弁当と一緒に付けます。この箸も、頭の部分に道祖神の顔をイラストし、可愛らしくかつオリジナリティーに富んだものになっています。

② 形として残るランチボックス

上記の外観イメージの説明にもあったように、このお弁当箱の最大の特徴は、木造道祖神に見立てたお弁当箱です。野沢温泉村の人々が道祖神を家庭に置いてその年のご利益を祈願するという伝統風習のように、食べ終わった後、その道祖神弁当箱を本物の木造道祖神と同じような役割を果たすことが出来ます。ただ食べるだけではなく、食べ終わった後もまた別の楽しみ方が出来、野沢温泉村の伝統文化を身近に感じる事が出来るものになっています。

③ 100%野沢産

このお弁当に取り入れる食材はすべて、野沢温泉村で採れた旬のものです。これにより、地元の人はもちろん、他の地方の人々にとっても、信頼感を持って安心して手に取ることが出来、野沢温泉村の特産品を直接的に知ってもらい、それが野沢温泉村の知名度向上に繋がることを目的とします。

つまり、我々が提案する駅弁が誇る“エコ・安心・美味しさ” —この三つのポイントが他との差別化を図り、独自性を持たせます。

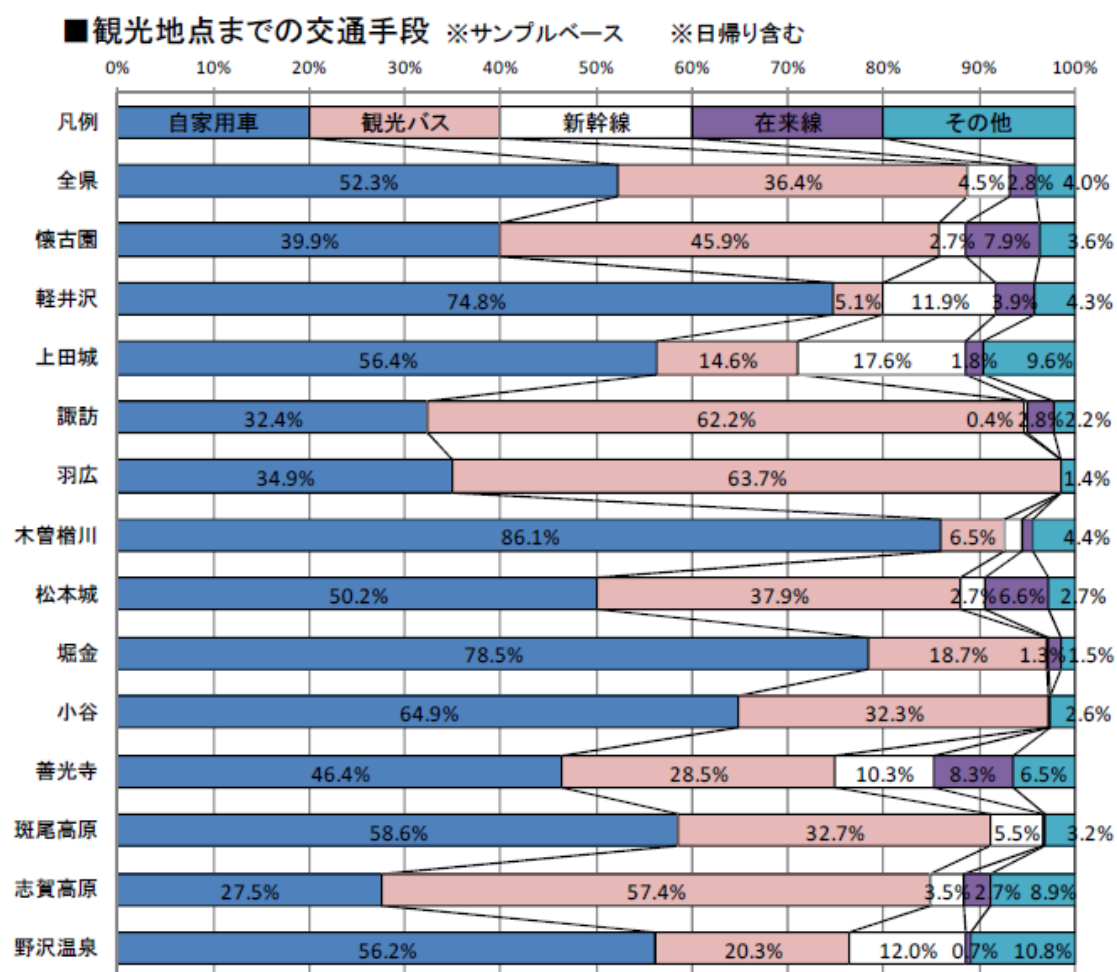
【売り方】

さて、ここまで我々が考案してきた駅弁ですが、実際に販売する方法をみていきたいと思います。“どこで”、“誰に”、“どのように” 売っていくのか、という側面から販売方法を考えていきます。

1. “どこで”

まず、この駅弁をどこで売なのか。駅弁である以上、効果のある販売場所の一つだと考えるのは長野県内にある主要な駅だと考えます。特に、長野県内で乗降者数 1 位、2 位の長野駅、松本駅では多くの人々の目に触れることができます。また、北陸新幹線飯山駅の開業に合わせて、この駅での目玉商品として売り出すことも、飯山駅と野沢温泉村の近さを考慮すると効果があると考えました。

一方で、もうひとつ販売場所として効果があると考えられるのは、道の駅や高速道路のサービスエリアです。図1を参考にすると、長野県への観光という側面から見た交通手段



1 統計からみる長野県観光の現況 平成 25 年 9 月 長野県観光部観光企画課 より引用

が見えてきます。どの地域への交通手段を取ってみても、自家用車や観光バスといった自動車での移動が主となっており、野沢温泉村も例外ではないことが分かります。自家用車が 56.2%、観光バスが 20.3%、合わせると 76.5%にも上り、野沢温泉村に観光で訪れる人々の 4 人に 3 人は自動車を交通手段としています。そうすると、移動中に必然的に道の駅やサービスエリアに休憩等で立ち寄ることが多くなるわけです。また、野沢温泉村に観光で訪れる人々だけでなく、他の近隣地域への観光客に向けても野沢温泉村の食材を知ってもらい、楽しんでもらえるようにしていくための一つの拠点として販売できるのではないだろうかと考えました。

2. “誰に”

続いて、誰を対象にして販売していくか、というターゲットの設定。新幹線利用客や高速道路利用者をターゲットにして販売していくことはもちろんですが、その中でも特に狙いを定めたいのが、夫婦やカップルといった客層です。八衢比古神（やちまたひこのかみ）、八衢比賣神（やちまたひめのかみ）の男女の神様は、縁結び、子宝の神とされているため、夫婦やカップルといった顧客をターゲットに設定をすることによって、その他の客層よりも商品として売ることが比較的容易であると考えました。そのために、販売時には「縁結び」「子宝」といったキーワードを押し出しつつ、道祖神についての知識を植えつけさせる必要があります。また、カップルや夫婦といった客層をターゲットしつつも、子供から大人まで楽しめる駅弁としても期待ができると考えています。

3. “どのように”

販売場所として近隣地域の主要駅、または道の駅がメインと考えていますが、広くこの駅弁の認知度を高めていくにあたって、ポジショニング、販促なども考えていかなければなりません。

まず、地の食材、旬の食材を使うため、「本当に美味しいものを提供する」というコンセプトから考えると、①鮮度に関しては非常に重点を置かなければならないこと。②野沢温泉村を中心とした食材は量に限りがあること。③実際に弁当の製造する際の手手が限られていること。この 3 点を踏まえると、近隣地域において、かつ数量限定で販売することになるであろうと考えます。2011 年度版「観光ビジネス白書」によれば、「移動の際の弁当は、鉄道、飛行機、自動車の高速化によって、車内や機内でわざわざ食事を取る必要性が少なくなったことや、弁当にさらに力を入れているコンビニをはじめ、デパ地下、駅ナカ等との競争激化に伴い代替品が多く出現したことにより、駅構内での販売や車内販売のみで十分な利益を確保できる業者は一握りになっています」と論じる一方で、「そこで、近年はこれら移動の際の弁当を『手頃な価格かつ実用的なお弁当』として企画・販売するのではなく、地元の特産物にこだわったちょっと贅沢な弁当を食べたいというニーズを捉えた『高付加価値弁当』として企画・販売する例が多く見られます」と、駅弁のについての記

述があります。つまり、「数量限定」や「地の食材・旬の食材」といった付加価値を与えることによって、一般的な駅弁とは差別化した商品として売り出すことが可能です。

また、より多くの人々にこの商品を知っていただくためには、大都市圏での宣伝ということも重要になってくると考えます。前述の高崎の「やまと豚弁当」の事例では、積極的に東京でのローカル鉄道フェアや駅弁フェアに参加し、百貨店のような人目の付く場所での販売促進を行いました。その結果、フェア終了後も弁当を求め、多くの観光客が高崎を訪れています。

【おわりに】

今回、野沢温泉村に赴き、時間をかけて調査・取材をさせていただいた中で、村の様々な魅力を感じることができました。例えば、季節ごとの旬の美味しい食やスキー発祥の地であるという強み、13ある外湯や伝統的な祭り。実際に自分の五感を使って体験することで多くの野沢温泉村を発見することができました。

その中でも特に、野沢温泉村の食と伝統文化の素晴らしさに感動を覚えたため、私たちの願いとしては、この2つをより多くの人々に知ってもらいたいということであります。そのためのツールとして、今回駅弁という商品を立案しました。つまり、まだ野沢温泉村のことを知らない人に対して、村のことを知るきっかけ、そして第一歩としてこの駅弁を位置づけています。もちろん、村のことをよく知っている人に対しても、更なる知識や理解を深めてもらい、野沢温泉村が凝縮された駅弁を楽しんでももらいたいと感じます。

先に述べたように、土地柄や村で収穫できる食材、人手の問題によって、決して多くの量を製造はできず、一度に多くの人々の手に届けることは難しいですが、それを逆手に取って、「本当に美味しいもの」「数量限定」「子宝・縁結び」といった付加価値を付け、差別化を図ることで人々の心を掴めるような商品に設定しました。ひいては、話題性のある商品として口コミで知れ渡ることにも期待しています。

このようにして、観光客を呼び込めるような名物をつくり、さらなる村への観光客誘致、そして観光立村としての野沢温泉村へしていくことが私たちのビジョンです。調査・取材を通して、より活気のある村にしたいという村民の方々の願いや思いを感じることができました。だからこそ、「協働」というキーワードを意識して、村全体として観光客を呼び込むという目標達成を推進していくことが重要ではないでしょうか。