

野沢温泉村—見える個性へ—



野沢温泉村 A 班 チーム好

大学院・商学部研究科 前期 1 年 顧瑩

法学部 2 年 伊藤百恵

政治経済学部 2 年 中村美穂

政治経済学部 1 年 高野葉月

野沢温泉村 富井亜紀

宮澤佑佳子

【目次】

- 1、はじめに
- 2、野沢温泉物語について
- 3、新商品の提案
- 4、新商品開発にあたってのプロセス
- 5、終わりに

1、はじめに

明治大学発『野沢温泉物語』を考える。私たちはこの課題に対し、ある方針を第一義においた。新たな商品提案を行うにあたり、野沢温泉に関わる人々の声を反映すること、この方針に従い、私たちは2度の現地調査を通して、住民や役場職員、観光客などへの聞き取り調査を行い、商品像を確立させた。お忙しい中、ヒアリングに協力してくださった多くの方々に対し、感謝申し上げたい。

聞き取り調査において、野沢温泉村には“見えにくい個性”があることを強く感じた。村民だけは知っている、しかし一見では違いが見えない個性が野沢温泉村には散らばっているのである。この見えにくい個性を見える個性にすること、村民だけでなく観光客に見える個性にすること。この個性の可視化を念頭とし、課題解決の重要なテーマとした。

上述の現地調査、またグループワークを通じて、私たちは明治大学発『野沢温泉物語』として“水まんじゅう”を提案したい。野沢温泉を代表する水、野沢温泉らしさを忘れず背伸びをしない本物という意識、また野沢温泉を代表する和菓子屋の個性という3つの要素を融合したものがこの水まんじゅうである。この商品が観光客、ひいては村民に親しまれ、また村民の意識を変える一つのきっかけとして機能することを私たちの掲げる地域活性化の第一歩としたい。

本報告書では新商品発案までの経緯、また新商品がもたらす新たな村の形について提言を行う。

2、野沢温泉物語について

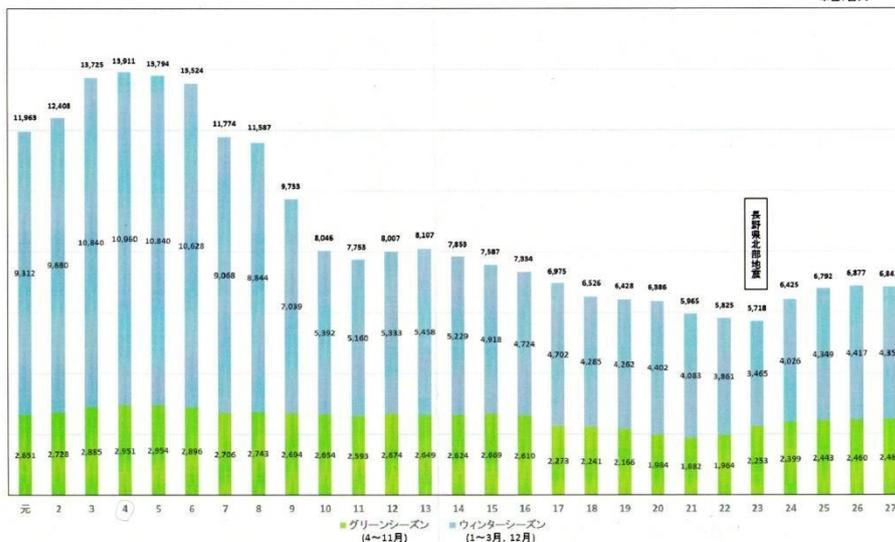
○野沢温泉村の現状

野沢温泉物語を語るには野沢温泉村を理解することは不可欠である。野沢温泉村は全国的に伝統あるスキー場と豊富に湧き出る温泉が有名であり、バブル期到来とともに訪れたスキーブームは村に賑わいをもたらした。しかし、年々のスキー離れや不景気も相まって、観光客は減少状態にあるのが野沢温泉村の現状である。

事実、私たちは事前調査(6月25日～6月26日)、現地調査(9月5日～9月9日)のグリーンシーズン2回にわたり野沢温泉村に赴いたが、いずれも観光客の姿を見かけることは少なかった。また、現地での村民(主に商店)への聞き取り調査で多くの方々が挙げられたのは「夏場のお客さんがほしい。」ということである。野沢温泉村が抱える問題点としてグリーンシーズンの弱さが挙げられる。

野沢温泉村観光地利用者推移（暦年延数）

単位：百人



上記のグラフの通りグリーンシーズンの野沢温泉村観光地利用者数は横ばいになっており、その数は増えてきているとは言い難いものだ。スキー場が有名である野沢温泉村はウィンターシーズンの観光客は望めるがグリーンシーズンについて観光地としてはあまりにも弱いのである。また、野沢温泉村がスキー場と温泉という確固たる観光資源を持っているがゆえに、そのイメージに縛られ、夏に行くのではなく、冬に行く場所であるという固定観念を強く抱かれているのも問題の一つだ。このグリーンシーズンの観光客を増やすことが野沢温泉村活性化の一つの解決策であり、野沢温泉のグリーンシーズンをアピールする新商品の開発が急務であると考えた。

○私たちが考える野沢温泉物語のこころ



現在、野沢温泉村では、野沢温泉村のきれいで豊かな水をベースにした商品を開発するとともに、新たに「野沢温泉物語」ブランド商品として 6 商品を認定し、村内外に発信している。このシリーズの新商品提案を行うにあたり、私たちは野沢温泉物語を次のように理解をした。

野沢温泉物語とは単なる利益追求というよりも、野沢温泉古来の伝統を守りつつ多くの村民を巻き込むことで、村民らの意識を変えるきっかけとなる商品づくりである。

現地調査において、野沢温泉物語制作に関わった多くの方のお話を伺い、野沢温泉物語は利益追求でなく、村民が新たな事業に乗り出すためのきっかけとして生み出されたことがわかった。現状維持でなく、村のために村

民が動くためのひとつの踏み台となること、この野沢温泉物語に秘められたメッセージを中核におき定義した。

○商品提案における守るべき事項

新商品の提案を行うにあたり、村民の方々や役場の方々の声から二つの事項を守るべきテーマとしておいた。一つに地元野沢温泉村産の食品を使用するという意味で**本物**。既存の野沢温泉物語も地元でとれる水を主とした商品であるように、新商品提案においてもこれを順守する。次に野沢温泉の伝統を守り、そのイメージを壊さない、また背伸びしないという意味でありのままである。観光客のためだけに、野沢温泉の伝統を無視し、奇抜な商品を生み出してもそれは野沢温泉物語でない。見栄を張らない、背のびをしないことで、**ありのまま**の野沢温泉村を観光客に好きになってもらう、また村民に対しても野沢温泉の良さを再発見してもらう。

3、新商品の提案

○調査結果

前項目の「本物」「ありのまま」というキーワードを踏まえ、今までにない、だがそれでいて背伸びせずに野沢温泉村に馴染めるような新商品を目指す。それにあたって実際に野沢温泉村の商店の方々からお話を聞き、提案の参考とした。村の現状について伺ったところ次のような回答が多数であった。「冬場はスキーをしに訪れる観光客が多くそれなりに賑わっているが、夏場は観光客の数が減少してしまう—そのため夏に訪れる観光客の数を増加させたい」というものである。

また私たちが商店を訪れた際、通りにある複数の商店に対してそれほど差異は感じられなかった。しかし、それぞれの商店のおすすめの商品について尋ねたところ、ある店では T シャツを、ある店ではタオルを、というようにひとつひとつ異なる商品を一押しとしていることが判明した。観光客の目からは商店各々の個性は見えにくいため、現状には差別化を図ることができていない。

以上のことより、夏に食べやすく、個性を強調するような商品が良いのではないかという結論に至った。特に「個性」という言葉に重点をおいて後に新商品の概要について述べていく。

観光客へ聞き取り調査を行ったところ、「野沢温泉物語」シリーズについて、知る人が少ないことが判明した。一方、興味を示してくれる人がいたのも事実である。その中では、特に米、水、お酒に関心を寄せている人が多かった。

また、商店の方々に、「あなたが思う野沢温泉村とは？」と問いを投げかけた。自らが住んでいる村の特徴を一単語で表現するというのは意外と困難なことであったかもしれないが、村民の方々は悩みながらも快く答えてくださった。回答は、やはり水・自然(山や川)・スキー・

食(野沢温泉菜)・温泉という回答が多かった。その中でも「水」という言葉は他のキーワードにも共通するものである。

さらに、野沢温泉村に訪れた観光客の方々に是非とも勧めたいお土産についてうかがったところ、①野沢温泉菜・②温泉まんじゅうとの回答が大多数を占めていた。野沢菜は野沢温泉村の代名詞とも言える野菜で、漬物以外にもお茶漬け・ふりかけ、さらにはソフトクリームなど沢山の派生商品が売られている。また温泉まんじゅうは各地にある温泉のお供となり、手軽に手に取ることができる。野沢菜は様々な商品が流通しており、新たに考え出す商品で野沢菜を使用してインパクトを与えるのは難しいと感じ、新たな商品を提案するのにより良いヒントとなるのは温泉まんじゅうだと考えた。

これらの調査で得た商店の方々からの回答を基に、「水」や「温泉まんじゅう」を商品提案の重要な糸口とした。そこでまず野沢温泉村にある複数の温泉まんじゅうの店舗へ出向き、それぞれの温泉まんじゅうの特徴を捉えるために調査を行った。

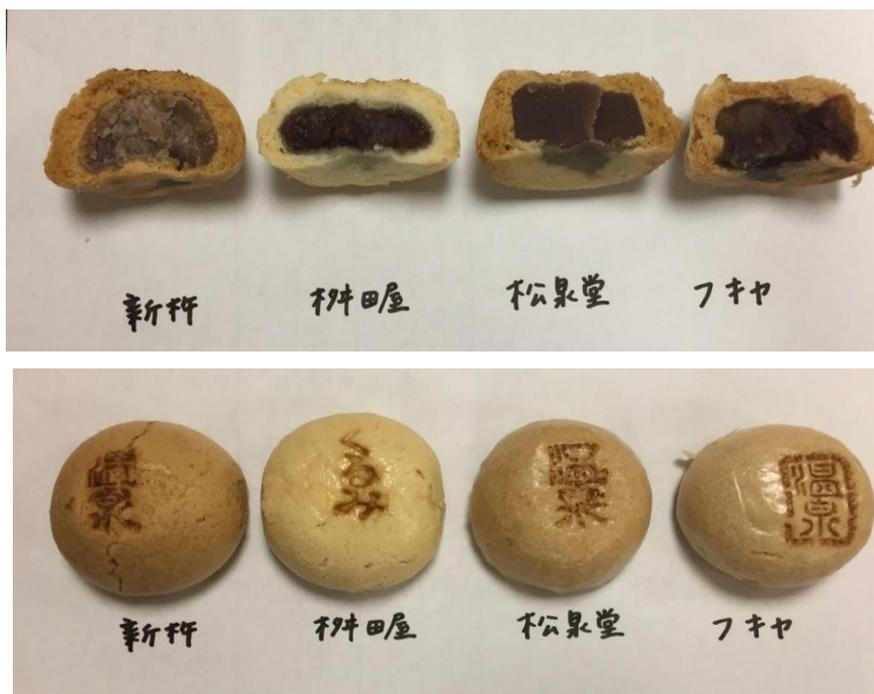
○店舗比較

野沢温泉村にある温泉まんじゅうが売っている店舗は新杵・柘田屋・松泉堂・フキヤの四店舗である。

四店舗のうち、新杵・柘田屋・フキヤは右図の通り、村のメインストリートである大湯通りに集中しており、観



光客の方がそれぞれの店舗を巡りやすい配置となっている。私たちは実際に四つ全てを訪れ、まずお話を伺った。やはり野沢温泉村には、各地に温泉があるので、温泉まんじゅうを食べながら足湯をしたり、食べ歩きをしたりしてほしいとの声があった。そして次に実際に各々の温泉まんじゅうを購入し、我々で食べ比べをしてそれぞれの個性に着目することとした。以下は四店舗の商品を比較したものである。



- 新柵** 柵：皮に弾力性があり、餡の色が他店に比べうすめで甘さ控えめの風味
- 榎田屋** 田屋：皮に卵が使われており、饅頭というよりは洋菓子に近い印象
こしあん・よもぎ・栗・胡桃と販売されている饅頭の種類が豊富
- 松泉堂** 泉堂：皮がうすく餡の量が他店に比べ多く、なめらかな風味
- フキヤ** キヤ：皮の部分が柔らかく、皮も餡も甘さが強い

○スローガン

画像からもわかるように見た目にそれほどの差は感じられず、店舗の個性が突出しているとは考えにくい。そこで私たちは現時点ではわかりにくい個性をわかりやすくできないかと考え、商品提案におけるスローガンを『見えにくい個性に見える個性に』というものに設定した。調査結果の項目でも述べたように、お土産を販売している店舗は一見するとわかりづらいが実際は各々が個性を出そうと努力しているのが窺える。その個性を可視化することが重要だと考えた。『見えにくい個性に見える個性に』というスローガンを根幹に、野沢温泉村の象徴である「水」と「温泉まんじゅう」を融合させてたどり着いたのが水まんじゅうである。

○水まんじゅう

水まんじゅうと聞くとどのようなものをイメージするだろうか。水まんじゅうは皮の部分が主に水でできたまんじゅうであり、透明な水餅の中に餡を包む。見た目は涼しげで、皮の部分が透明なため中身の様々な工夫を視覚的に伝えやすいのが特徴だといえる。この点で私たちは水まんじゅうなら個性をわかりやすく表現できるのではないかと考えるに至った。



また、調査結果でも表れたように、野沢温泉村の最大の特徴に水が挙げられる。水のきれいさ、美味しさは村の誰もが誇るものだ。その上、温泉まんじゅうは温泉を象徴とした伝統的で親しみのあるものである。

以上のことから、**水と温泉まんじゅうの融合**ともいえる水まんじゅうこそが、「見えない個性に見える個性に」そして「本物でありのまま」を体現する商品だと考えた。

前述した通り、村内に数店舗ある和菓子屋の温泉まんじゅうは、それぞれが特徴ある個性を持つ。その個性を水まんじゅうで表現してもらうため、開発・販売は各店舗ごとに行い、基本的には食べ歩き型として販売していただく形をとる。

以下、具体例である。

新杵	梶田屋	松泉堂	フキヤ
・主流なこし餡	・よもぎ粒餡	・白餡	・栗とクルミ

○この商品の物語について

野沢温泉物語には過去のすべての商品にこだわりの物語が存在する。この商品についても私たちがオリジナルの物語を設定した。(以下参照)

村民の生活に根付く水と村民から長く愛される温泉まんじゅうから生まれた水まんじゅう。
その涼しげな見た目は野沢温泉の豊富な水を連想させ、野沢温泉の水をたっぷり使用した餡は店それぞれの個性が光ります。
温泉巡りとともに野沢温泉を代表する和菓子屋四店の味をご賞味ください。

○水まんじゅうの応用

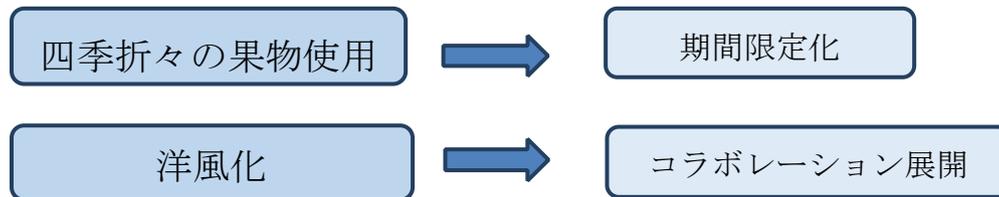
水まんじゅうは水餅の部分が味に癖がなく、透明であることも重なり、味覚的にも視覚的にも多種多様に応用できる。そこで私たちは二つの案を考えた。

一つ目は、**四季折々の果物を使用**すること。

果物によって水まんじゅうに新しくカラフルな印象をもたらし、季節感を演出する。また味覚的にも他の和菓子とは異なる魅力を引き出し、新しい水まんじゅうを表現できる。期間限定化することによって、季節ごとの様々な味を味わえる。提携都市の果物を使用することで、新たな野沢温泉物語を開発できるという可能性もある。

二つ目は、**水まんじゅうの洋風化**である。

水まんじゅうと言えば和風・和菓子の印象が強いが、中の餡をカスタードやクリーム、ジャムに置き換えることによって、ガラリと印象を変え斬新な洋風水まんじゅうを考案できる。村内のジャム専門店サンアントンとのコラボレーション展開も視野にいれてもよい。



○雪まんじゅう

水まんじゅうからさらに発展させた商品として、雪まんじゅうも考案したい。水まんじゅうの水皮の部分をお米のアイスにし、野沢温泉の雪のイメージと村の和菓子屋を融合させたものである。特にサマーシーズンの補強を目的としている。



温泉まんじゅう



お米

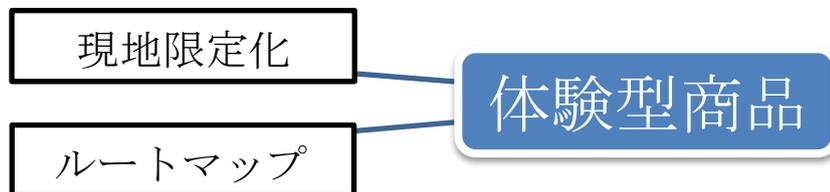


スキー

○新しいかたち・体験型商品へ

- ① 従来の野沢温泉物語の商品はいずれも長期保存の可能なものである。私たちが提案する水まんじゅうは生菓子であるため、冷凍保存はできるものの賞味期限が短く、長期保存が不可だ。しかしこれは、現地で消費していただく、**野沢温泉でしか手に入らないという限定化**をもたらす。
- ② 和菓子店それぞれが密集して立地していることに対して、和菓子店と温泉街のルートマップを作成し、**温泉巡りをしながら各店舗の食べ比べを推奨**。

⇒以上の2点をふまえ、**体験型商品**として販売することによってより野沢温泉の魅力を引き出せると考えた。



○販売・保存方法

食べ歩き用とお持ち帰り用の 2 種を販売する。

食べ歩き用：現地消費型。温泉巡りとともに楽しんでもらうため、カップ型での販売となる。スプーンですくってその場で味わってもらう。

お持ち帰り用：お土産型。持ち帰ってホテル・旅館や自宅で消費してもらう。パックに詰めて冷凍保存で保管。2週間ほど保存が可能。野沢温泉での思い出を自宅で味わえる。



<カップ型>



<パック型>

○水まんじゅうの作り方

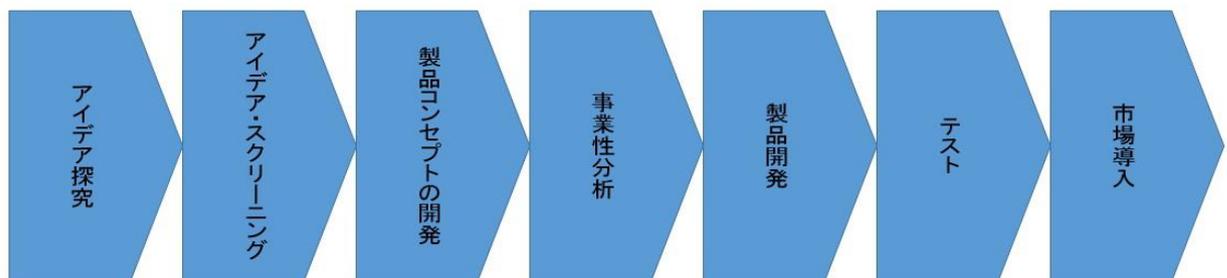
材料（4～6個分）： 水 200cc / 片栗粉 20g / 砂糖 10g / 餡 お好み量

- ① 鍋に水、片栗粉、砂糖をよく混ぜ火にかける。弱火～中火。ドロツとするまで混ぜ続ける。
- ② 火を止め、素早く適量ずつ容器に入れる。餡やフルーツなど具を入れ、再び上から水餅をかぶせる。
- ③ 氷水で冷やし、完成。

上記のように、作り方はとてもシンプルかつ短時間で作成できる。

4、新製品開発にあたってのプロセス

新製品開発にあたって、一般的には以下のようなプロセスを踏むことになる。



今回新商品水まんじゅうの考案について、まずマーケティング調査をはじめた。次にアイデアを集め、スクリーニングすることによって、製品コンセプトをはっきりとさせた。

○アイデアの創出と製品コンセプトの確立

今回は新商品「水まんじゅう」という結論に至った具体的理由は以下のようにある。

- ① 村内で温泉まんじゅうを作る老舗が数箇所あり、店舗の専門知識と経験を生かし、開発コストを低く抑えることができる。
- ② 「温泉まんじゅう」は村内で一定の知名度を有しているため、同じ製品ラインに商品を増やすことで、消費者にいち早く認知させられる。また製造業者がバラバラになっており、ブランド想起が難しいという問題に関しては、野沢温泉物語のブランドで統一させることで解決を図る。
- ③ 野沢温泉物語の商品構成について、食べ物（米）と飲み物（水とお酒）は持ち運ぶことが難しく、女性や子供向けの商品が足りないという問題点から、「既存商品を原材料として生かし、老若男女誰でも手軽に食べられるもの」という製品コンセプトを考案した。原材料調達の容易さにもつながる。また既存商品は主力製品が曖昧であることから、水まんじゅうを主力製品に位置づけ、ほかの製品を巻き込んでアピールしたい。

○ストーリー性の構築——「水まんじゅう」ゆるキャラの提案

「水まんじゅう」を単なる新商品とし、いかに売れるかを中心に考えるのではなく、水まんじゅうを通じて、どのように消費者に「野沢温泉物語」というブランド体験をもたらしていくのが重要なポイントになる。

それに対して、「あなたが感じているこの町のおもてなし」を主題に、観光客にインタビュー調査を行った。そこで、観光客は「雨の日に宿の人から傘をもらった」「役場の人たちから美味しい水ももらった」「数え切れなくて、いきなり言われるとどこから話せばいいのかわからない」と、好意的な反応を示した。ここで野沢温泉物語の「水まんじゅう」を通して野沢温泉村ならではの「おもてなし」体験を消費者に提供していく。

「野沢温泉物語」のストーリー性の創出にあたって、ゆるキャラを構築することで、ゆるキャラに物語を語ってもらう。野沢温泉村の商店は一見個性がないように見えるが、実は個性があることが発見された。特に現在温泉まんじゅうを製造している複数の業者はそれぞれの個性をアピールしていくことが課題になる。そこでそれぞれの個性を具現化し、複数の個性豊かなキャラクターを作り上げることが提案したい。「みずまんくん兄弟」で、それらのキャラクターを「野沢温泉物語」というブランドのもとに統一する。主に女性と子供たちをターゲットにする。

また、キャラクターのイメージ作りについて、野沢温泉村村内の学生たちから募集することが考えられる。目的は村の人に「野沢温泉物語」のブランドを浸透させることにある。このように、ブランド価値を「内から外へ」発信していく仕組みが構築される。

○サービス提案

まず、「水まんじゅう」を単なる和菓子として考えるのではなく、観光客とのコミュニケーション媒介として位置づけなければならない。そのため、民宿・旅館・商店・飲食店にコラボレーションを求め、商品露出度を強化する。キャラクター関連グッズ、ミニサイズの水まんじゅう、もしくは野沢温泉物語ブランド化商品を、最適な場所で観光客が一番求めているものを無料で提供する。「おもてなし」のシーンをできるだけ多く演出し、SNSを通じて口コミを広げていくことが一つの大きな狙いである。

無料サービスは短期的な視点から見れば、コストがかかり、メリットの見極めが難しい。一方で長期的な視点で口コミ効果が期待でき、関連購買などに直接売り上げをつなげられる可能性が大きい。このように「水まんじゅう」を通じて、伝統を守りながら少しずつ革新していくことで、村民に希望をもたらし、村民と観光客のコミュニケーションの架け橋になっていく。

5、終わりに

この『野沢温泉村への学生派遣プログラム 2016』を通し、私たちが強く感じたのは人の声から商品が生まれるということである。人の声を聴くことで問題が洗い出され、特定の個人に限定しない、地域に関わる人のための商品が出来上がる。地域の方の声を聴くことでその方々が意識していない地域の素晴らしさを発見することもまた然りである。私たちが提案した“水まんじゅう”は和菓子屋各店の個性を可視化することを第一の目的としているが、同時に地域住民にも地域の魅力を再発見してもらいたいというのも私たちのほんのささやかな狙いである。

本プログラムに関わってくださった皆様の協力なしでは上述の提言を行うことは到底なしえなかった。深く感謝申し上げます、今後私たちの提言が野沢温泉村の一助になることを願い、ここに記させていただきます。