

2017年度 成果報告会発表資料

2016年度の提案概要紹介

《本資料について》

2017年11月2日の成果報告会において、発表をお聴き頂く上での導入として、2016年度提案のダイジェストを本資料で紹介しました。

大野 未希
近藤 星矢
近藤 裕美
才木 希
山内 愛

2016年度 プログラム内容

2016年度は4-5人ずつの3班に分かれ、
「野沢温泉物語の新商品を提案する」
というテーマで活動した。

- 事前調査 6/25-26
村を訪問し、今後の方針を策定した。
- 本調査 9/5-9
村でインタビュー調査などを行った。
- 成果報告会 10/31
村民の皆さんの前で3班それぞれがプレゼンテーションを行った。

2016年度 成果概要

各班の共通した点

- 村のそのものの良さを伝えられる商品が良い。
 - 「野沢温泉物語」の認知度が、住民、観光客ともに低い。
- ⇒ 商品を提案するだけでなく、PR戦略を立てる必要がある。

A班

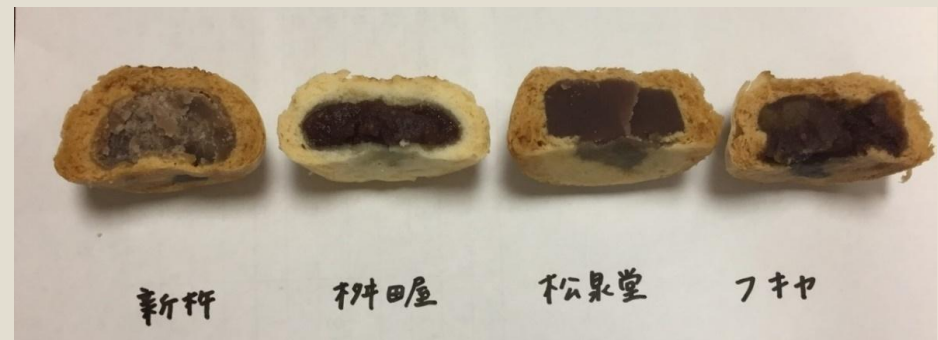
『見えにくい個性を見える個性に』

- 見えにくい個性：村民だけが知っている野沢温泉村の個性。
⇒観光客からは見えにくい。
- 見える個性：観光客にも見える個性にすること。
- 野沢温泉村の個性：人の和・野沢菜・水・温泉



『水まんじゅう』の提案

- 村にある4つのブランドの温泉まんじゅうを観察し、中身や特徴について分析。それぞれの個性が見えにくいという問題点を挙げた。
- 水溶き片栗粉で餡を包む水まんじゅうは、透明で中が見えやすくなる。
- 販売方法
 - 食べ歩き用と持ち歩き用を考え、食べ歩き用では、和菓子店と温泉のマップを作成することによって“体験型”商品へ。
 - ゆるキャラの提案（公募制）



B班

3つの商品の提案と企画全体に関わる提案

- 村をイメージするものとして「水」「米」を挙げ、これらを使用した料理を提案。

⇒ フルーツかき氷、米粉のシフォンケーキ、こねつけ

- 料理をブランド商品にするためには飲食店の協力が不可欠

⇒ 統ルール策定、飲食スペースの確保

- 村民の認知度を上げるために

⇒ 住民が参画する仕組み



C班

商品、PR戦略、組織づくりへの提案

- 商品として「根曲がり竹と野沢菜の炊き込みご飯の素」「飲む！野沢菜」などを提案。
- PR戦略として、ロゴマークの改良、コンパクトサイズの商品、自動販売機の活用について提案した。
- 「野沢温泉物語推進委員会」を村の観光協会に設置し、戦略や村民参画のきっかけにすることを提案。



2017年度に引継ぎされた内容

- 村民が参加する企画
- ロゴマーク
- 野沢温泉物語推進委員会
- 飲食店などを記載した温泉街の食べ歩きマップ
- “体験型”の有効性

以上