

誰もが東川観光の広報マン

旭岳も10月上旬に初冠雪し季節がゆっくりと移り変わっていく中、緊急事態宣言が明け、東川町内も賑わいが徐々に戻ってきた感じがします。

さて、人が旅行先を選ぶ際の情報収集源には主にガイドブックやパンフレット、旅行会社などの窓口、WEB、雑誌、新聞等ありますが、その9割がWEBです（アグリテック調べ）。WEBでも旅行会社や観光協会等の公式サイトはもちろん、次に多いのはブログやSNSとなっています。とくにSNSはインターネット利用者の6割がアカウントを持っており（総務省調べ）、情報収集や発信の大きなツールに台頭してきています。このような背景もあり、観光関連事業者も公式SNSを活用したPRも多くなってきています。SNSは相互交流ツールでもあるので個人情報のやりとりにも利用され、発信された情報を得るだけでなく自ら情報を発信（投稿）することができます。投稿内容は趣味や日常の出来事など多岐にわたりますが、共通の趣味や仕事などをベースにつながっているユーザーが多いため、自分に関心のある話題などが流れてきたりします。たとえば登山や写真を趣味にしている人のSNSに「旭岳の紅葉がいま見頃」といった話題が流れてくると、ニュースや雑誌などよりもいち早く旬の情報を得られます。ほかにも「このお店のこれが美味しい」



大雪の麓くひがしかわ的観光イズム

「ここは絶好の写真スポット」など穴場情報を得られたり、来訪動機につながります。弊社で



10月上旬に9日間に渡り実施したローズマリー収穫体験でも、参加者がSNSで発信してくれたりして、イベント終盤の日程になるにつれてその投稿を見て参加したという人も多くみられました。

そんな中、町内に道道1116号があります。地滑りの危険性から天候が安定する9月中旬から1ヵ月ほどしか開通しないことから「幻の道道」とも呼ばれ、ライダーやドライバーに人気で、これもやはりSNSを通じて年々多くの人が訪れる場所となってきています。とくに開通情報やその周辺情報など地元の人が投稿するSNSがよく閲覧されています。ここまで広まると「幻」ではなくなってしまうかもしれませんが（笑）。町民のみなさんが自分の身近なこと、旬な話題などを何気に発信すること自体が、実は東川観光の広報につながっていたりします。あなたが日々感じる東川をぜひSNSで発信してみませんか？（つづく）

アクティビティ提供専門ショップ「HAC」
（株）アグリテック代表 中田 浩康



ウズベキスタンの「ノン」

東川町国際交流員（CIR） ナルギーザ（ナノ） ・ ニグマノヴァ

アッサラームアライクム！

今回はウズベキスタンの主食である「ノン」についてご紹介します。小麦粉とイーストに水を加えてこね、窯焼きにした直径18センチほどの丸く平べったいパンで、香ばしくて豊かな風味が特徴です。日本人にとってのお米のように、ウズベキスタン人にとって食卓に欠かせない主食です。



ウズベキスタンでの食事は、最年長の人がこのノンを小さくちぎり、食卓にいる全員に渡すという儀式から始まります。ナイフでは切らず、必ず手でちぎるほど敬意を持って扱われている食べ物で、多くの歌や詞も作られています。子どもたちはノンを大切にするようにに教えられて育ち、自宅にお客さんが来た際には、まずノンを食卓に出すのがウズベキスタン流のおもてなしです。このようにノンは、人々の生活の中で重要な役割をもつ食べ物であり、「国の財産」ともいわれています。

ノンと日本のパンの一番大きな違いは、発酵時間の長さです。日本ではしっかりと時間をかけて生地を発酵させ、ふんわりと焼き上がるパンが好まれるかと思いますが、ウズベキスタンではおかずと一緒に主食として食べるため、ノンは発酵時間が短く、あまりふくらまずにずっしりと重たく、食べごたえがあります。

また、インド料理の「ナン」を焼くようにタンドール窯の内側に貼り付けて高温の炭火で一気焼いていくので、外側のこんがりとした香ばしい風味と、中の柔らかい口当たりがたまりません。一度食べたらやみつきになる美味しさです！地方によってスタイルが異なるのも特徴で、西へ行くほど薄く固くなっていき、中でもサルカンド地方のものが美味しくて有名です。さらには長期保存できるという利点もあります。

朝ごはんにはハチミツやジャムをつけて、昼や夜にはスープに浸したりおかずの汁に付けながら食べたり、毎食の主食です。これからもノンは、ウズベキスタンの食卓を彩り、支えていくことでしよう。

