

新たに発掘する「意外にいいところ」をめぐり視点

隠れた地域ブランドに着目

全国に散在する観光資源の隠れた「卵」。今は地元だけで認知されているものでも、観光客誘致の引きがねになる「可能性」を秘めた「隠れた地域ブランド」を全国から集め、他の地域の女性生活者がどの程度魅力に感じるのか、その資源価値を明らかにするのが、今回実施した「意外にいいところアンケート」だ。

この調査は、2008年度のリビング新聞ネットワークテーマ「日本全国いいところ自慢」プロジェクト（※1）の一環として、全国58エリアに広がるリビング新聞ネットワーク（※2）とリビングくらしHOW研究所が実施。全国から推薦された54の隠れた地域ブランドの魅力を測定し、地域の内外に情報発信していこ

地域活性化に貢献する観光資源とは何か？ 2008年7月、全国のリビング新聞ネットワークでは、読者である女性の視点を最大限に生かし、今後スポットをあてるべき地域資源の発掘を目的に調査を実施。その結果をレポートする。

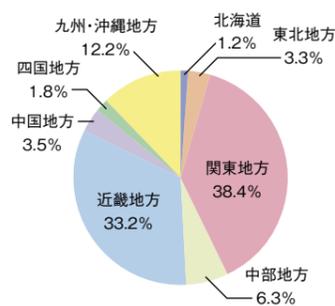
うというものだ。

まず今回の調査の肝は、評価対象となる「隠れた地域ブランド」をいかに発掘するか。富士宮焼そばのように、他の地域の人にも知られるようになり、いわば一般名詞化した地域ブランドではなく、まだ意外性のあるブランドを主に対象とした。さらにそれが、他の地域の人にとって魅力的でなければならぬ。そのため今回は、地域の中で生活情報を発信し続けている全国のリビング新聞編集長が、地域を熟知している強みを生かして隠れた地域ブランドをピックアップした。

実際の調査は、全国から集められた54の隠れた地域ブランドに関する写真と説明文を提示し、認知度の

ほか、興味度や体験意向など複数の視点からウェブ上で評価してもらった。設問量が多く、回答時間は平均して約40分と回答者には負担が大きかったが、回収サンプル数は4000人を超え、このテーマについての関心の高さがうかがえた。集計は女性に絞り、関東・近畿を中心とした全国の30代、40代が回答者のポリウムゾーンだ（グラフ）。

<グラフ>居住地域（n=4034）



（※1）リビング新聞ネットワークテーマ「日本全国いいところ自慢」とは…

リビング新聞は、全国の主要都市圏で主婦を対象に、暮らしに役立つ生活情報を発信する地域密着型のフリーペーパー。北は仙台から南は鹿児島まで、58エリア約900万部を発行している。この全国のリビング新聞が一丸となって、年に1つ共通のテーマを企画し、紙面やサイトを通して情報発信する取り組みが「リビング新聞ネットワークテーマ」。2008年度のテーマは「日本全国いいところ自慢」で、地元の主婦が自らの目で新たに地域資源を発掘する「地域の価値の再評価」と、その価値をさらにブラッシュアップして紙面・サイトで「地域情報を発信」することの2つを活動の柱に展開している。

（※2）本調査には、提携紙「オントナ」（道新サービスセンター発行）も参加

調査概要

調査期間
2008年7月24日（木）～8月10日（日）

調査方法
リビング新聞の読者を対象にしたWebアンケート

有効回答人数
女性4034人

「意外にいいところ」をめぐり指標

今回の評価軸のひとつのポイントは、「意外性」にある。そのため今回は知られていない割合、つまり「非認知度」を特に取り上げ、評価対象への興味度や体験意向といったプラスの評価をそれに合算することによって、「意外にいいところ」という指標を作った。

興味関心をひくモノ・コトであったとしても、認知度が高くて一般に

知られている場合には、ただの「いいところ」となる。それは一般的にはプラスに評価されるべきなのだが、今回の調査では意外性の持つ面白みはないということになり、「意外にいいところ」評価は低くなる。つまり、認知度が低く、興味度と体験意向が高いほど、魅力度の高い「意外にいいところ」と考えたのだ。

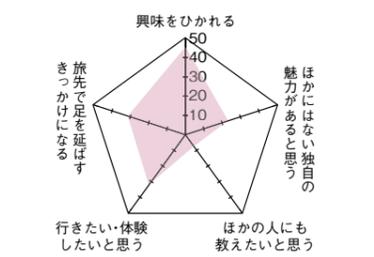
〈場所・行事・体験部門〉 1位は熊本のイベント「みずあかり」

54の隠れた地域ブランドを〈場所・行事・体験部門〉と〈飲食・物産部門〉の別にそれぞれ測定した結果、まず〈場所・行事・体験部門〉でもっとも「意外にいいところ」に選ばれたのは、熊本のイベントである「みずあかり」。熊本の資源である火、水、竹、和ろうそくを使って、灯りのオブジェが熊本城下を彩り、幻想的で美しい空間を作り出すイベントだ。全国的な認知度は9%と低いにもかかわらず、その一方で興味度や体験意向が高く、みごとランキング1位となった。

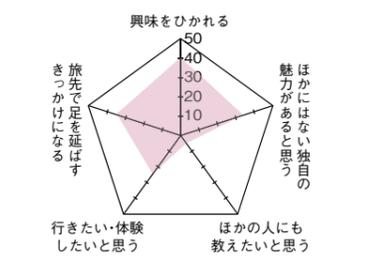
具体的な評価結果をリーダーチャートで見ると、「みずあかり」に対する関心の高さが、「旅先で足を延ばすきっかけになる」という評価を押し上げている点に注目できる。「熊本は何度か訪れたこともあ

るが、こんな幻想的なイベントがあるならまた行きたい」（50代・東京都）という自由回答のように、旅行先としてプラスαの魅力付けができていることも明らか。今後、認知拡大のためのしっかりとしたPR活動によって、全国的な集客力のある、女性にアピールするイベントとして新たに注目されると思われる。

同じく〈場所・行事・体験部門〉の2位は、札幌の「ルイ・イカール & ガレ・ドーム 石狩美術館」。イカル作品とガレのランプなど数百点のコレクションを展示し、ランプの灯りの幻想的な映り込みが美しい私設美術館で、「ほかにはない独自の魅力があると思う」という評価に、この魅力が反映されている点特徴となっている。



熊本の資源である火、水、竹、和ろうそくを使って、灯りのオブジェが街中を彩るイベント。県民運動の一環として2002年にスタート。多くのボランティアによって、毎年10月に熊本城下で開催。竹のオブジェからこぼれる灯りが水に映え、幻想的で美しい空間を作り出す。



愛妻に似た女性を描いたリトグラフを購入して以来40年、某企業の社長がコツコツと収集してきたイカル作品と、ガレほかランプのコレクション数百点を展示する私設美術館。ランプの灯りの幻想的な映り込みが、息をのむ美しさ。



3 福山/折りばら

福山市は「ばらのまち」。戦後復興と平和への祈りを込めて人々が植えはじめたばらが今や約49万本。ボランティアの会が広めている「折りばら」は、46の複雑な工程を経て一枚の折り紙から完成。完成時の感動は大きい。

4 湘南/湘南の海にタイの屋台「リトルタイランド」

鎌倉・由比ガ浜海岸には毎年、夏になるとタイの屋台村が登場。その名も「リトルタイランド」。グリーンカレーにトムヤムクンなどタイ料理の数々を、海を眺めながら楽しめる。夜はリゾート気分一杯も。

5 鹿児島/吹上砂丘

日本三大砂丘のひとつの吹上砂丘は東シナ海に面し、南北45kmにわたって、ゆるやかな弧を描く美しい砂浜。自然遊歩道、キャンプ場、国民宿舎などのレクリエーション施設も揃っている。

〔飲食品・物産部門〕

1位は、札幌の新しい土産物「紙石鯨 初雪」

次に「飲食品・物産部門」でもっとも「意外にいいもの」に選ばれたのは、札幌の「紙石鯨 初雪」。

2007年のさっぽろ雪まつり会場での試験販売後に商品化され、今では密かに人気の札幌土産になっている。洗顔もできる高品質石鯨だ。まだまだ認知度は低く、またリーダーチャートでも分かるように、特に興味度の高い点特徴で、認知が拡大すれば興味が集まり大ブレイクする可能性あり。自由回答でも、「北海道には有名な土産がたくさんある

が、有名すぎて面白くないので、今度北海道に行ったときにはぜひ土産にしたい」(20代・大阪府)というように、早速新たな土産として評価する意見が多く見られた。

2位は仙台の「ひょうたん揚げ」という市内のある蒲鉾店の人気商品。名物の蒲鉾が入った和風アメリカンドッグというべきもので、形がかわいさも影響してか、「食べたり買ったりしたい」という気持ちに直接大きく響いた結果に。

目ヂカラを持つ「人」との連携

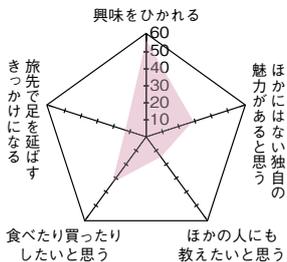
今回評価の対象になった「隠れた地域ブランド」は、その多くが認知度も低く、かつ興味度の高い「意外にいいところ」として、地域の魅力を底上げするチカラを持っていると実感できる。既存のメジャーな地域ブランドを、単なる興味度という尺度で測定するだけでは見えてこなかった新しいモノ・コト。すなわち「意外にいいところ」こそが、地域が主導する地域活性化の主役として大きな可能性を持っている。

「意外にいいところ」はそれぞれが旅行の目玉になるほどではないものも多い。さらに「意外にいいところ」からメジャーな「いいところ」に進化

させるには、地域からの情報発信力が必要不可欠だろう。

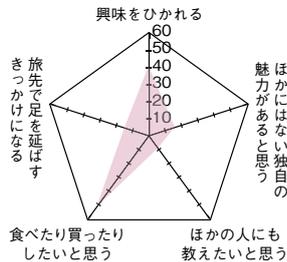
しかしそれにも増して重要なのは、地域に隠れている有象無象のブランドの中から、とりわけ「意外にいいところ」を生活の中から発掘する目ヂカラではないか。地域の生活者を共感させ、さらに他の地域からも新鮮なインパクトで興味をもってもらえるモノ・コトは、定量的な手法だけでは発掘できない。地域生活者の代表者が、高い可能性を持つブランドをいかに発見できるか、発掘できる目ヂカラを持つ人といかに連携できるかに、隠れた地域ブランド戦略のポイントがあるのではないだろうか。

1 札幌／札幌スタイル商品「紙石鯨 初雪」



2007年さっぽろ雪まつり会場での試験販売で即完売、早速商品化され、今では密かに人気の札幌土産。北国に理想的な商品を認定する「札幌スタイル」の商品で、手作り石鯨で人気の会社が製作。洗顔もできる高品質。

2 仙台／ひょうたん揚げ



仙台市中心部・アーケード街の角にある蒲鉾店の人気商品。中に仙台名物の蒲鉾が入った和風アメリカンドッグは、信号待ちについ買いたくなるコロンとした形がかわいい、仙台の隠れた名品(あたり付き)。

3 滋賀／鰻のじゅんじゅん



できれば琵琶湖産の天然鰻をみたい湖国の郷土料理「鰻のじゅんじゅん(すき焼き)」。すき焼き鍋に油を引き鰻を入れると皮が「チュンチュン」と音を立てることからこの名に。

4 埼玉／粉文化



埼玉県の郷土料理といえば、うどんに代表される小麦粉グルメ。「埼玉B級ご当地グルメ王決定戦」の初代王者には「煮ぼうとう」(深谷市)が輝き、2代目王者は「豆腐ラーメン」(さいたま市岩槻区)。

5 高松／骨付鳥



うどんに続くご当地グルメなら、鶏の骨付きもも肉を焼き上げた「骨付鳥」。かむほどに旨みができる通好みの「おやどり」か、やわらかくジューシーな「ひなどり」か…。店ごとに違う味わいも魅力。