日本海新聞
(23) 地域総合 2012年(平成24年)5月6日 日曜日

「行ってみたい」→「住んでみたい」へ

謎解きで圏域ブランド化

鳥取県中部がキャンペーン

NPO法人未来(倉吉市宮川町)は、鳥取県中部の地名や名所にまつわる「謎」を解きながら各地を巡るキャンペーン「謎のほうき」を展開している。現在九つの「謎」が紹介され、謎を解けばその魅力が分かる仕組み。「謎」は今後も増やしていく予定で、「行ってみたい」からさらに進んだ「住んでみたい」と思わせる圏域のブランド化を目指している。

「謎の伯耆。」プロジェクトで、道の駅などに置かれているさまざまなポストカード

「謎」は「伯耆」の読み方に始まり、自然治癒力を高めるとされる三朝温泉のホルミシス効果や、牛骨ラーメンの味の系統、江戸・明治期に建てられた建物が残る白壁土蔵群などを取り上げた。

素材は一級品ながらも知名度不足なことを逆手にとり、「謎の場所」として売り出した。虫眼鏡を手に謎解きを導く「名探偵」には倉吉市出身のガイナーレガール、安藤ヴィヴィアーネさん(11)を起用した。

3月に大阪や神戸、広島の駅にポスターを張ったほか、「謎」がある地域の駅や観光施設にポストカードを配布。「謎のほうき」のサイトには、謎を解く鍵となるサイトが紹介され、答えに近付くことができる。

観光客の誘客だけでなく、県外からの移住、定住を視野に入れた中長期的なキャンペーンと位置付け、今後は県西部も含めた伯耆エリア全体の「謎」を掘り起こしていく予定。同法人の麻田雄一事務局長は「一つ一つが全国級の素材。この圏域は面白いという印象をつくり、謎も100個ぐらいまで増えれば知名度も上がって謎のない地域になる。そこがゴール」と話していた。