

地域別政策点検調書

展開方向		(1)食料を基礎として産業を横断する「食」産業の形成		地域名	東青地域																														
昨年度の施策の実施状況と成果			今年度の新たな取組内容																																
重点施策	事業名	実施状況と成果	事業名	取組内容																															
①「良品」生産力の強化による農林水産業の経営安定	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○浪岡バサラコーンのブランド化の推進を図った結果、A品率が前年の50%から86%に向上した。 ○転作小麦と転作大豆の生産性向上を図った結果、重点指導地区における小麦の10^ア当たりの収量は前年の238kgから307kgに、大豆の1・2等比率は前年の約10%から約70%に向上した。 ○このほか、トマトの高温対策、プランクトンの発生を促すホタテ貝殻の魚礁の整備、ホタテ貝の適正養殖可能数量の割当などに取り組んだ。 	スイートアピオス産地確立普及宣伝事業	<ul style="list-style-type: none"> ○世界三大健康野菜の一つで、東青地域の特産品となる可能性を持った「アピオス」の生産技術の向上、栽培面積の拡大、新たなメニュー開発等に取り組む。 																															
②「こだわり」のある産地の形成	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○農薬の使用を従来の半分に抑えた「青森クリーンライス」の作付面積が前年より28%（20%）拡大した。 ○安全・安心なトマトの産地強化に取り組んだ結果、エコファーマーとして18名が認定された。 ○一株一果取りかぼちゃのブランド化を推進した結果、作付面積が前年の12^アから30^アに拡大した。 ○このほか、健康な土づくりの推進、販売戦略向上のためのフォーラムの開催、「寒締めちぢみほうれんそう」の産地ブランド化、りんごの減農薬栽培推進などに取り組んだ。 	地域ブランド産品の芽発掘・販路開拓事業（地域連携部）	<ul style="list-style-type: none"> ○地域ならではの県産品の新たなブランド産品の芽を発掘し、地域の特性を活かして評価を高めながら流通ルートに乗せ、販路拡大を図るとともに、安定供給体制確立のため産地化に取り組む。 																															
③経営感覚に優れた担い手の育成と法人化の促進	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○農業法人化に向けた支援を行った結果、集落営農からの法人化管内第1号となる「上小国ファーム」が発足した。 ○転作組合等を対象に集落営農組織の育成に取り組んだ結果、2つの組織が設立された。 ○地域をリードする元気な若手農業者の育成に取り組んだ結果、2名が「チャレンジプラン」を作成した。 	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○集落営農組織を核とした地域営農システムの確立のため、高収益作物を取り入れた経営モデルの策定などに取り組む。 																															
④農林水産業と他産業との連携促進と相互参入の支援	東青の農村起業活性化対策事業	<ul style="list-style-type: none"> ○農村起業者と商店街関係者との連携強化を図った結果、販路拡大（青森駅前に応援ショップ開設等）、新たな8品の商品化等に結び付いた。 	東青の農村起業活性化対策事業（再掲）	<ul style="list-style-type: none"> ○20年度の実績等を踏まえて、新たな商品開発や販路拡大、農村起業家と異業種との協働推進体制整備などに取り組む。 																															
	東青津軽「体験と食の観光」発掘強化事業	<ul style="list-style-type: none"> ○東青産のそばを新たな特産品にするため、食品業者と協働で「鴨南蛮そば」をコーディネートし、販路拡大を図った。 	あおもり海道そばステップアップ事業	<ul style="list-style-type: none"> ○生産者、飲食店、農協等で構成する協議会を設立し、新たなメニュー開発、観光客向けの商品開発、販路拡大のための取組などを行う。 																															
⑤グリーン・ツーリズム、ブルー・ツーリズムや農村起業などの推進による多面的な仕事づくり	東青の農村起業活性化対策事業（再掲）	<ul style="list-style-type: none"> ○農村起業の推進に努めた結果、新たな参入実績が2件、4経営体が活動を拡大した。 	東青の農村起業活性化対策事業（再掲）	<ul style="list-style-type: none"> ○20年度、21年度の取組を22年度以降につなげ、農村起業を実現する気運を醸成するため、フォーラムを開催する。 																															
	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○外ヶ浜町におけるグリーンツーリズムについての研修会を実施し、農作業や郷土料理、伝統行事の体験等を取り入れた4つのモデルコースを策定した。 ○女性起業家に経営プラン、商品開発等を支援した結果、2団体が新商品を開発し、県外への販売を開始した。 	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○若手女性の起業化に向け、講習会の開催、起業化プラン策定支援、経営コンサルティング、販売体験機会の提供などを実施する。 																															
取組の成果・現状・今後の課題等に関するデータ			課題と翌年度に向けた方向性																																
<p>工業統計調査によると、東青地域（平成17年から旧浪岡町を含む）の食料品製造品出荷額は、減少傾向にあり、八戸地域の約3分の1にとどまっている（平成19年）。</p>			<p>○個々の経営体での経営拡大や一部加工商品化が実現したものの、産業を横断する「食」産業の形成には至っていない。このため、リンゴ、ホタテに次ぐ特産品の安定生産、グリーンツーリズム・農家レストラン等への経営拡大、食品加工業者等との連携などに取り組んでいく。</p> <p>○アピオスの調理方法を広める。</p> <p>○アピオス、ヤーコンが世界三大野菜であることを対外的にアピールするとともに、生産者への周知も併せて図る。</p>																																
<p>食料品製造品出荷額等(億円)</p> <table border="1"> <tr><th>年</th><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td></tr> <tr><th>額</th><td>569</td><td>558</td><td>551</td><td>496</td><td>499</td><td>456</td><td>507</td></tr> </table>		年	13	14	15	16	17	18	19	額	569	558	551	496	499	456	507	<p>食料品製造品出荷額等(平成19年、億円)</p> <table border="1"> <tr><th>地域</th><td>青森</td><td>津軽</td><td>八戸</td><td>西北五</td><td>上十三</td><td>下北</td></tr> <tr><th>額</th><td>507</td><td>221</td><td>1492</td><td>29</td><td>582</td><td>69</td></tr> </table>				地域	青森	津軽	八戸	西北五	上十三	下北	額	507	221	1492	29	582	69
年	13	14	15	16	17	18	19																												
額	569	558	551	496	499	456	507																												
地域	青森	津軽	八戸	西北五	上十三	下北																													
額	507	221	1492	29	582	69																													

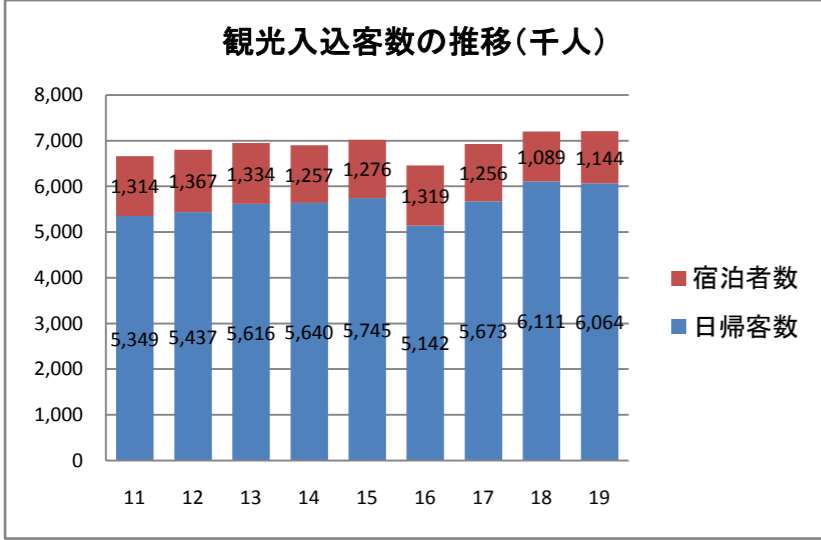
事業名中 赤：東青地域県民局実施の重点事業、青：東青地域県民局実施の重点事業以外の事業、黒：東青地域県民局以外の実施事業

地域別政策点検調書

展開方向		(2)販売先や販売方法を考慮した「売れる商品」の生産		地域名	東青地域																				
昨年度の施策の実施状況と成果			今年度の新たな取組内容																						
重点施策	事業名	実施状況と成果		事業名	取組内容																				
① 地域外へのブランドイメージ発信による販売促進	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○地域内の企業や農林水産業者、行政機関等をメンバーとする「東青地域まるごと売り込み隊」を組織し、首都圏量販店で「まるごと青森フェア」を開催し、併せて商談会を行ったところ、管内3団体と量販店が通常取引を開始した。 ○「青森の正直」2009展示商談会を開催し、特産品をPRした。 		地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○東海地方の量販店で青森フェアを開催する。 ○新たなブランド商品の芽を発掘し、販路を開拓するための取組を行う団体を支援する。 																				
② 地域内での販売戦略の定着	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○東青産そばを新たな特産品にするため、食品業者と協働で「鴨南蛮そば」を商品化した。(再掲) ○「浪岡バサラコーン」のブランド化を図るため、ポスター、のぼり等を作成、スーパー等での即売会を行った結果、青森市内の取扱店が7店から10店となった。 		あおり海道そばステッピング事業	<ul style="list-style-type: none"> ○県内一の作付面積を誇るそばは、一次産品として販売する場合、付加価値が著しく低いため、東青産そばの使用飲食店の拡大、サポーターの育成などに取り組む。 																				
③ 「中心商店街」と「地域内の産地や生産者」との連携、交流の促進	中心商店街との協働による地産地消推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ○産地と商店街相互のネットワークづくりを支援し、商店街における産直市や地場産品を使ったメニューの開発等を通じて地産地消への取組を強化した結果、好評の産直市は常設継続的な開催が検討され、また、商店が農家から直接生産物を仕入れるなど、連携・交流の動きが出ている。 		中心商店街との協働による地産地消推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ○20年度の成果を踏まえ、更に地産地消推進のための取組を進めていくほか、産地と消費地の連携強化を図っていく。 																				
④ 「東青地域の食」の創造と発信	地域農林水産部実施事業	<ul style="list-style-type: none"> ○産直施設が相互に販売促進を図るため「青森ふるさと産直ネットワーク」を設立し、共同で直売活動を行う「青森ふるさと産直の日」を2回開催したほか、スタンプラリーを実施した。 ○東青地域の新鮮な食材を活かし、こだわりの加工品の消費宣伝活動を行う「元気なかつちゃの味自慢・うで自慢」を開催した。 		あおりまるごと茶開発支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ○県内で販売される茶系飲料のほとんどが県外産である現状を踏まえ、東青産の機能性の高い農産物を原料とした茶系飲料を開発し、地産地消の推進を図るため、機能性・商品性を検証しながら、民間企業による商品化が行われるよう支援を行う。 																				
⑤ 都市型産直システムの形成と普及	中心商店街との協働による地産地消推進事業(再掲)	<ul style="list-style-type: none"> ○中心商店街の屋外の空きスペース、空き店舗を利用した産直市を開催した結果、中心市街地での産直農林水産物の需要の高さ、産直市の他の商店への波及効果が確認された。 		産地との協働による「まちの駅」開設実験事業(地域連携部)	<ul style="list-style-type: none"> ○中心商店街の活性化のための「まちの駅」開設に向け、実証実験を行う団体を支援する。 																				
取組の成果・現状・今後の課題等に関するデータ			課題と翌年度に向けた方向性																						
<p>東青地域(平成16年度からは、旧浪岡町を含む。)における産地直売施設での販売額の推移をみると、右肩上がりに増加しており、8年間で7倍以上販売額を伸ばした。</p>			<ul style="list-style-type: none"> ○首都圏量販店や青森市中心商店街への販路拡大など一定の成果はあったものの、一部の地域や商品に限定されるため、より具体的な戦略の策定に取り組んでいく。 ○昔からあるものの昔ながらの調理方法、食べ方などをまとめ、発信していく。 ○高くても品質のよいもの、品質が劣っても安く手に入るものを消費者が選択できるような戦略を。 ○観光客を意識した農産物の生産・販売方法の展開。 ○宣伝・包装を含めた商品の売り込み戦略。 																						
<p>産地直売施設販売額の推移(万円)</p> <table border="1"> <caption>産地直売施設販売額の推移(万円)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>販売額(万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>11</td><td>15,960</td></tr> <tr><td>12</td><td>18,100</td></tr> <tr><td>13</td><td>20,807</td></tr> <tr><td>14</td><td>33,415</td></tr> <tr><td>15</td><td>55,349</td></tr> <tr><td>16</td><td>74,895</td></tr> <tr><td>17</td><td>91,508</td></tr> <tr><td>18</td><td>103,121</td></tr> <tr><td>19</td><td>119,726</td></tr> </tbody> </table>			年度	販売額(万円)	11	15,960	12	18,100	13	20,807	14	33,415	15	55,349	16	74,895	17	91,508	18	103,121	19	119,726			
年度	販売額(万円)																								
11	15,960																								
12	18,100																								
13	20,807																								
14	33,415																								
15	55,349																								
16	74,895																								
17	91,508																								
18	103,121																								
19	119,726																								

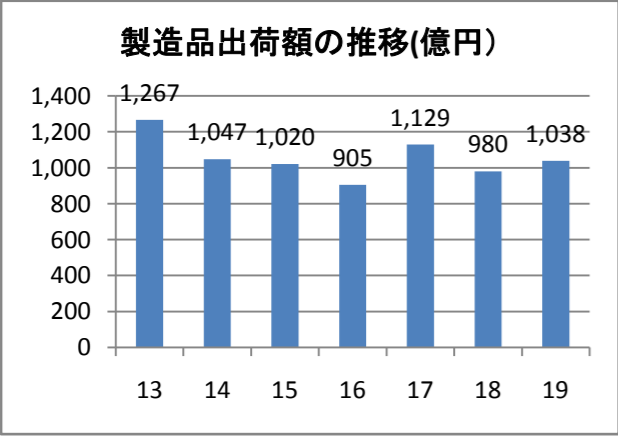
事業名中 赤:東青地域県民局実施の重点事業、青:東青地域県民局実施の重点事業以外の事業、黒:東青地域県民局以外の実施事業

地域別政策点検調書

展開方向		(3)県内観光の起点機能の確立と本県の魅力の発信		地域名	東青地域																																								
昨年度の施策の実施状況と成果			今年度の新たな取組内容																																										
重点施策	事業名	実施状況と成果		事業名	取組内容																																								
① 地元住民も楽しめる観光資源の掘り起こしと磨き上げ	東青津軽「体験と食の観光」発掘強化事業(再掲)	○外ヶ浜町(蟹田、平館地区)及び今別町、外ヶ浜町(三厩地区)において、体験型観光の可能性を検証するため、体験診断を行った。また、平内町における漁業体験ツアーの課題を明らかにし、東青管内におけるブルーーツーリズムのモデル構築を図った。		東青津軽「体験と食の観光」発掘強化事業(再掲)	○青森市(上磯方面)・蓬田村エリア及び青森市(浅虫方面)・平内町エリアの2地区を対象に、体験型観光サービスの掘り起こしや磨き上げを行うため、地域検討会や体験診断、体験型観光の気運醸成を図るためのフォーラムを開催する。																																								
② 県内広域観光推進の起点機能の確立	現代の「津軽」の旅推進事業	○平成21年に生誕100年を迎える太宰治と代表作「津軽」を題材に、西北地域県民局と連携して誘客対策に取り組んだ。また、青森市を起点として津軽半島を周遊する旅行プランを募集し、3コースを現代の「津軽」の旅お薦めコースとして公表した。		温泉プロデューサー育成事業	○東北新幹線新青森駅の開業効果を確実に獲得し、浅虫温泉の再活性化に向けて中心的に取り組む人材を育成するため、温泉の知識や地域づくりに関する講座を開設するとともに、人材育成と活用実績のある温泉地での実地訓練を行う。																																								
				青森ベイエリア発ホスピタリティ強化事業(地域連携部)	○青森港周辺地域の活性化のため、観光ガイドの育成、ガイドブックの作成、新たなグルメメニューの開発等により地域のホスピタリティ向上に取り組むNPO法人に支援する。																																								
③ 宿泊地にふさわしい「おもてなし」の確立	現代の「津軽」の旅推進事業(再掲)	○太宰治の代表作『津軽』を題材に、地元のホスピタリティ向上のため『『津軽』と太宰のガイド』を育成することとし、座学と実地研修からなるガイド育成研修を実施した。また、ガイドが観光客に説明する際活用する資料を作成した。さらに、県内居住者が薦める津軽半島周遊コースを募集し、優秀コースを公表した。		現代の「津軽」の旅推進事業(再掲)	・太宰を偲んで津軽を訪れる観光客等を対象に、津軽を旅した紀行文を募集、津軽の魅力をよく描いている作品を公表することで、誘客に結びつけていく。また、20年度に選定した津軽の旅お薦めコースを県外の旅行業者等にPRしていく。																																								
④ 継続的かつ効果的な誘客宣伝の展開	現代の「津軽」の旅推進事業(再掲)	○平成21年に生誕100年を迎える太宰治に関して、観光局では県外での誘客活動、当県民局では県内での歓迎体制の整備と役割を明確にして取り組んだ。		現代の「津軽」の旅推進事業(再掲)	・没後60年を経過しても人気の高い太宰治であるが、当時の記憶や記録が失われていく中、関係者と連携をとって、後世に伝えられるような取組を行う。																																								
⑤ 長期滞在者向け観光資源の開発と地元サポート体制の整備	東青津軽「体験と食の観光」発掘強化事業(再掲)	○首都圏に自宅を持ち、「もう一つの居住空間」である東青地域に滞在を繰り返しながら、自然の中で生活するようなライフスタイルの可能性について検討した。		東青津軽「体験と食の観光」発掘強化事業(再掲)	・20年度の検討を踏まえ、既存施設を活用した滞在型観光や体験型観光メニューの開発・ブラッシュアップなどについて協議する地域検討会、気運醸成のためのフォーラムを開催する。																																								
取組の成果・現状・今後の課題等に関するデータ			課題と翌年度に向けた方向性																																										
<p>青森県観光統計概要によると、東青地域を訪れる観光客は、年度によってバラツキはあるものの、微増傾向にある。しかしながら、宿泊客は減少傾向にある。</p>  <table border="1"> <caption>観光入込客数の推移(千人)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>日帰客数</th> <th>宿泊者数</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>11</td><td>5,349</td><td>1,314</td><td>6,663</td></tr> <tr><td>12</td><td>5,437</td><td>1,367</td><td>6,804</td></tr> <tr><td>13</td><td>5,616</td><td>1,334</td><td>6,950</td></tr> <tr><td>14</td><td>5,640</td><td>1,257</td><td>6,897</td></tr> <tr><td>15</td><td>5,745</td><td>1,276</td><td>7,021</td></tr> <tr><td>16</td><td>5,142</td><td>1,319</td><td>6,461</td></tr> <tr><td>17</td><td>5,673</td><td>1,256</td><td>6,929</td></tr> <tr><td>18</td><td>6,111</td><td>1,089</td><td>7,200</td></tr> <tr><td>19</td><td>6,064</td><td>1,144</td><td>7,208</td></tr> </tbody> </table>			年度	日帰客数	宿泊者数	合計	11	5,349	1,314	6,663	12	5,437	1,367	6,804	13	5,616	1,334	6,950	14	5,640	1,257	6,897	15	5,745	1,276	7,021	16	5,142	1,319	6,461	17	5,673	1,256	6,929	18	6,111	1,089	7,200	19	6,064	1,144	7,208	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の観光資源の活用やホスピタリティの向上に取り組んだものの、交通の要衝としての機能、あるいは情報発信の中心としての機能を十分発揮していないため、本県観光の起点として機能するための検討を行っていく。 ○地域内の各市町村が連携した、観光客の「おもてなし」の展開。 ○新幹線開業後の地域の魅力を県外に発信。 ○地域が気づいていない素材のアピール。 ○県内観光の起点としての効果的な情報発信。 ○温泉プロデューサーの育成メニューには、入浴法を入れること。 		
年度	日帰客数	宿泊者数	合計																																										
11	5,349	1,314	6,663																																										
12	5,437	1,367	6,804																																										
13	5,616	1,334	6,950																																										
14	5,640	1,257	6,897																																										
15	5,745	1,276	7,021																																										
16	5,142	1,319	6,461																																										
17	5,673	1,256	6,929																																										
18	6,111	1,089	7,200																																										
19	6,064	1,144	7,208																																										

事業名中 赤:東青地域県民局実施の重点事業、青:東青地域県民局実施の重点事業以外の事業、黒:東青地域県民局以外の実施事業

地域別政策点検調書

展開方向		(4)関係機関の役割分担による経営支援等の充実		地域名	東青地域
昨年度の施策の実施状況と成果			今年度の新たな取組内容		
重点施策	事業名	実施状況と成果	事業名	取組内容	
① 企業などの戦略的な国内・海外展開の支援	地域農林水産部実施事業(再掲)	○地域内の企業や農林水産業者、行政機関等をメンバーとする「東青地域まるごと売り込み隊」を組織し、首都圏量販店で「まるごと青森フェア」を開催、併せて商談会を行ったところ、管内3団体が量販店との取引を開始した。	都市近郊型貸し農園実証モデル事業	○市街地周辺の比較的小規模な耕作放棄地を貸し農園として再び農地化するため、耕作放棄地の実態調査、貸し農園のニーズ調査等を行う青森市と連携して、貸し農園を開設・運営する場合の採算性等を検証する。	
② 地域内外の大学間連携の強化による産業人財の育成					
③ 産学官金の連携による起業支援	あおもり産学官金連携促進支援事業 産学官金コーディネート加速化事業 (商工労働部新産業創造課)	○産学官金の関係者が一堂に会し、情報交換・意見交換等を行う「あおもり地域産業総合支援会議」の開催、大学等の研究シーズの掘り起こしから、マッチング、研究会の立ち上げ、事業化までの一貫した支援を行うコーディネーターの配置などに取り組んだ。	東青の地域アイデンティティ強化事業	○関係各方面の有識者等で構成する未来戦略チームにおいて、県民局が果たすべき役割や連携のあり方などを明らかにし、次年度以降に取り組むべき内容を検討していく。	
④ 企業誘致の促進と新たなものづくり産業の創出支援	あおもりものづくり再発見広報事業(商工労働部工業振興課)	○県内の企業が持つ先端技術、伝統的工芸品等を製作する職人の技能等を若者を中心に広く周知することにより、技術者側の意識向上、県民のものづくりに対する意識の向上などを図る取組を行った。	あおもりまるごと茶開発支援事業(再掲)	○地域の新たな生業づくりに資するため、東青地域の農産物等を活用した茶系飲料の開発を支援する。	
⑤ 中心商店街のにぎわいの創出支援	中心商店街との協働による地産地消推進事業(再掲)	○「AOMORI春フェスティバル」における地産地消食堂の開設をはじめ、中心商店街が主催するイベント等において、主に「食」について連携・支援した。また、地元食材を用いた逸品メニューの創作、お弁当コンテストなど中心商店街の賑わい創出に向け取り組んだ。	産地との連携による「まちなか」開設実験事業(地域連携部)(再掲)	○中心商店街の活性化のための「まちなか」開設に向け、実証実験を行う団体を支援する。	
取組の成果・現状・今後の課題等に関するデータ			課題と翌年度に向けた方向性		
工業統計調査によると、東青地域(平成17年から旧浪岡町を含む)の製造品出荷額は、バラツキはあるものの平成13年を上回った年はない。			○農産物を中心とした支援にとどまっているが、他の産業についても、県民局として可能な役割を明確にしていく。 ○耕作放棄地対策にとどまらず、利用者の満足度を満たし、採算が合う貸し農園の経営に向けた検証を行う。		
 <p>製造品出荷額の推移(億円)</p>			 <p>製造品出荷額(平成19年、億円)</p>		

事業名中 赤:東青地域県民局実施の重点事業、青:東青地域県民局実施の重点事業以外の事業、黒:東青地域県民局以外の実施事業

地域別政策点検調書

展開方向		(5)コミュニティ機能の再生による「住んでい(み)たい場所」づくり		地域名	東青地域																												
昨年度の施策の実施状況と成果			今年度の新たな取組内容																														
重点施策	事業名	実施状況と成果		事業名	取組内容																												
① 質の高い地域コミュニティの維持及び活性化支援	地域連携部実施事業 元気まち創造サポート育成事業(東青教育事務所)	○各市町村におけるコミュニティの現状を把握するため、聞き取り調査を行った。 ○高校生が地域の様々な活動団体と協働することにより、企画力や行動力等の向上を図るため、タウン情報誌「ふいーらあ」の誌面に高校生の視点からのページを作ることとし、青森市内3校が7号にわたって記事を作成した。		東青の地域アイデンティティ強化事業(再掲)	○東青地域の住民自らが地域を見つめ直し、「青森県基本計画未来への挑戦」の地域別計画に掲げる4つの将来像等について意見交換をすることにより、地域のアイデンティティを強化し地域づくりへの住民の積極的な参画につなげるための取組を行う。																												
② 地域に対する愛着心を育む活動の推進	元気まち創造サポート育成事業(再掲)	○高校生が地域活動に参画することにより、地域を見つめ直し、地域との繋がりを深める機会を提供し、将来のまちづくりの担い手として育成することを目的に、青森市内3校の生徒が「かかしロード280」での企画・実践に参加した。		東青の地域アイデンティティ強化事業(再掲)	○4つの将来像等の具体的なイメージを描き、それに向けた戦略を調査研究する「未来戦略チーム(仮称)」を設置し、その成果を住民に発表、意見交換を行う。																												
③ 地域貢献度の高いコミュニティビジネスの支援				障害者が高齢者の生活を支えるまちづくり事業(地域連携部)	○高齢者が暮らしやすいまちづくりを実現するため、障害者が高齢者の生活を支える体制づくりをモデル的に実施し、給食サービスのシステム化とコミュニティビジネスの確立に取り組むNPO法人の活動を支援する。																												
④ 地域課題に取り組むNPO活動などの支援	東青地域づくり情報交換会(地域連携部)	○東青地域で地域づくりに取り組む個人・団体が、市町村や活動分野の枠を越えて連携し、新たなエネルギーを生み出すことを目的に、「東青地域づくり情報交換会」を開催した。		青森ベイエリア発ホスピタリティ強化事業(地域連携部)(再掲)	○青森港周辺地域の活性化のため、観光ガイドの育成、ガイドブックの作成、新たなグルメメニューの開発等により地域のホスピタリティ向上に取り組むNPO法人に支援する。																												
⑤ 自然体験などを通じた都市部と農山漁村部のコミュニティの交流支援	中心商店街との協働による地産地消推進事業(再掲)	○東青産地・青森市中心商店街交流会議を設立し、商店街関係者が産地を訪問する機会を設けた結果、その後商店街関係者が自主的に産地を訪問するなど交流が深まった。		中心商店街との協働による地産地消推進事業(再掲)	○20年度に引き続き、交流会議での具体的な検討、相互の交流機会の提供などに取り組んでいく。																												
取組の成果・現状・今後の課題等に関するデータ			課題と翌年度に向けた方向性																														
<p>平成20年「青森県民の意識に関する調査」の結果、「生活全般に対する満足度」について、東青地域に住む方の41.1%が生活全般に関して満足(満足:10.0%、やや満足:31.1%)と回答している。(上北地域に次ぎ2番目に高い。)</p> <p>また、「住んでいる地域への定住志向」については、74.4%が住み続けたいと回答している。(西北地域に次いで2番目に高い。)</p>			<p>○コミュニティの現状の把握や地域づくりに取り組む団体等への情報交換の場の提供などにとどまったため、住民の参画による地域づくりやNPO法人等が活発に活動するための方向性を検討していく。</p>																														
<p>満足している人の割合</p> <table border="1"> <tr><th>地域</th><th>割合</th></tr> <tr><td>東青</td><td>41.1</td></tr> <tr><td>中南</td><td>39.6</td></tr> <tr><td>三八</td><td>38.1</td></tr> <tr><td>西北</td><td>34.7</td></tr> <tr><td>上北</td><td>43.6</td></tr> <tr><td>下北</td><td>35.5</td></tr> </table>			地域	割合	東青	41.1	中南	39.6	三八	38.1	西北	34.7	上北	43.6	下北	35.5	<p>地域に住み続けたい人の割合</p> <table border="1"> <tr><th>地域</th><th>割合</th></tr> <tr><td>東青</td><td>74.4</td></tr> <tr><td>中南</td><td>72.7</td></tr> <tr><td>三八</td><td>71.1</td></tr> <tr><td>西北</td><td>74.6</td></tr> <tr><td>上北</td><td>71.1</td></tr> <tr><td>下北</td><td>65.4</td></tr> </table>			地域	割合	東青	74.4	中南	72.7	三八	71.1	西北	74.6	上北	71.1	下北	65.4
地域	割合																																
東青	41.1																																
中南	39.6																																
三八	38.1																																
西北	34.7																																
上北	43.6																																
下北	35.5																																
地域	割合																																
東青	74.4																																
中南	72.7																																
三八	71.1																																
西北	74.6																																
上北	71.1																																
下北	65.4																																

事業名中 赤:東青地域県民局実施の重点事業、青:東青地域県民局実施の重点事業以外の事業、黒:東青地域県民局以外の実施事業