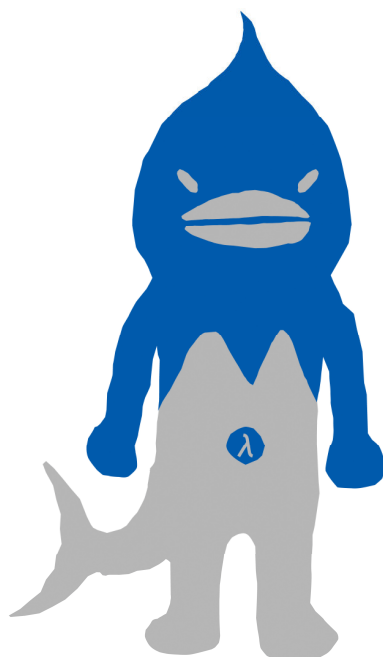


# 津軽海峡交流圏形成の鍵は、 ここにある。



青森県津軽海峡交流圏ラムダ作戦会議からの提案です。

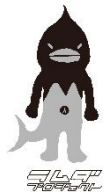
これまでの提案は北海道新幹線開業という大きな転換期に向け津軽海峡交流圏を盛り上げるという視点が多かったのですが、今年度の提案は北海道新幹線開業を受け、中長期的な視点で提案しています。面白く、楽しく、津軽海峡交流圏を盛り上げるために、皆さんの活動のヒントにしていただけると幸いです。

文中の〔提案番号〕欄には、関連があると考えられる過去の提案番号を記載しています。

- 平成 28 年度提案……………4 ページ～20 ページ
- これまでの提案と取組状況……………21 ページ～37 ページ

## ■平成 28 年度提案 目次

提案番号	タイトル	ページ
28 - 1	AOMORI HIBA ブランドを牽引する新たなヒバ材を使った商品を世界へ！ ～津軽海峡圏を青森ひばまるごとミュージアムに！～	5
28 - 2	新幹線に乗っちゃって、在来線にも乗っちゃって！	7
28 - 3	津軽海峡ユニバーシティで学ぼう！	10
28 - 4	青森県内を自分のオフィス代わりに！ ～移住でも観光でも企業誘致でもない誘客作戦～	12
28 - 5	青森ひばセラピーのススメ～ヘルスツーリズムで津軽海峡圏を元気に！	14
28 - 6	ゴールデンルートと爆買いに飽きたら、津軽海峡を周遊でしょ！ インバウンド・越境 EC 企画	17
28 - 7	待ってるだけじゃ物足りない！ 友好都市の大連の富裕層に PR/販促イベント企画	19



## 【提案 28-1】 AOMORI HIBA ブランドを牽引する新たなヒバ材を使った商品を世界へ！～津軽海峡圏を青森ひばまるとミュージアムに！～

[関連する提案番号：(2)奥津軽4、6、8(26年度)]

### 1 はじめに

藩政時代より青森の繁栄を支え、日本の近代化の礎となった「青森ひば」ですが、明治時代からの乱伐により現在では、保護・保全のためその生産量は激減。それにより、県内の青森ひば産業は、斜陽となってきています。しかし余すところなく活用できる「青森ひば」の能力を活かした取り組みは、この地域ならではの取り組みとして、津軽海峡圏全体に大きな経済効果を生み出すと考えます。

ヒバの効能を活かした雑貨やキッチン周り、水周り商品などは売れているものも少なくありません。しかし、青森県を代表する木製品のブランド「BUNACO」のようなブナの木材としての特性や地域ならではの技術、そして洗練されたデザインなどを使った付加価値の高い商品は青森ひばのシリーズではなかなか見当たらないのが実状です。「買いたい」を喚起するブランド商品が少ないのです。

一方で、休館している金木歴史民俗資料館に「青森ひば」の曲げわっぱがあります。昔は津軽にもこの曲げわっぱの技術があったのです。しかし、現在では技術伝承者がおらず、まぼろしの技術となってしまっていますが、その道具類が、金木歴史民俗資料館に保管されています。この技術「曲げわっぱ」を青森ひばブランドを牽引していくブランドづくりができるのではないかと考えます。



### 2 提案のねらい

「青森ひば」は4つの効果があります。

- 1) 抗菌効果                      2) 精神安定効果                      3) 殺菌効果                      4) 消臭・脱臭効果

この優れた効能・能力を活用した「AOMORI HIBA」ブランドを牽引する商品が求められます。そこで、「曲げわっぱ」×新進気鋭のデザイナーとコラボレーションして、今までにない青森ひばのアイテムを開発していくことはできないでしょうか。

こうした「曲げわっぱ」の伝統技術を活用した商品が牽引役となって、「青森ひば」全体のブランド化を推進していくことが可能であると考えます。そういった商品が開発されていくことで、青森ひば全体のイメージが高まり、青森ひばの生息する青森県、道南が面白くなっていくはずで、ちなみに高知県馬路村にあるエコアス馬路村では魚梁瀬杉×伝統技術×デザイナーのコラボレーションによってできた「モナッカ」というバックのシリーズがあります。このモナッカは、ニューヨーク近代美術館販売



店でデザイン性、機能性を認められ、結果、世界に情報発信され、逆輸入して広がっていきました。青森ひばという木材の魅力は多くの人たちには伝わっていないのが実情です。このようなストーリーを持たせた青森ひばブランドを牽引する商品開発がヒバ産業を支えていく上で重要であると考えます。

### 3 今後の取組の方向性

津軽にはこの青森ひばを活用した商品開発に興味をもっている製材所、工房の方々は多いのです。そして青森ひばは青森県から道南にかけて津軽海峡圏を郷土（ごうど）とする他地域にはない不思議な樹木です。このヒバ産業に関わる方々に賛同してくれる地元出身のインダストリアルデザイナーの方を交えたワークショップを実施し、「曲げわっぱ」などの伝統技術を復活させ、AOMORI HIBA ブランドを牽引していく商品を開発するワークショップを実施し、商品ブランドを構築していければと考えます。そして、青森ひばの「木育」も兼ねた商品としていきたいです。

まず、津軽海峡圏民が買いたいと思う、そして、誇りに思う商品を世に送り出していければと考えます。海外への情報発信を行い、著名な海外ブランドとのコラボレーションなども始まっていければ、「青森ひば」自体の魅力や効能が、全国へ、世界へ知れ渡りていき、青森ひば産業も興隆していくに違いありません。

### 4 おわりに

県内の青森ひばを主とする製材所にヒアリングすると、保育園・幼稚園、校舎、福祉施設、しいては病院にまで、ヒバの効能・能力が認められ、使用されてきているといいます。しかし、現在は、ヒバ自体が市場にあまり流通していないため、大きなビジネスにはなっていないのが実状です。

したがって、まず、貴重な青森ひばを活用した商品を作り、認められていくことが、多くの人たちがその郷土である津軽海峡圏に足を運ぶきっかけになればと考えます。

青森ひば林を楽しみ、青森ひば材を活用した施設、歴史的建造物なども見学し、青森ひばに触れることのできる津軽海峡圏全体が青森ひばミュージアムになればと考えます。

100年、200年先を見据え、こうした青森ひばの魅力を今、商品を媒介として情報発信することが大切であると共に、日本三大美林のひとつ「青森ひば林」を津軽海峡圏民が誇りに思い、保全しながら、大切に育てていく気運を作っていくことが、未来に向けた取り組みとして大切であると考えます。



## 【提案 28-2】

# 新幹線に乗っちゃって、在来線にも乗っちゃって！

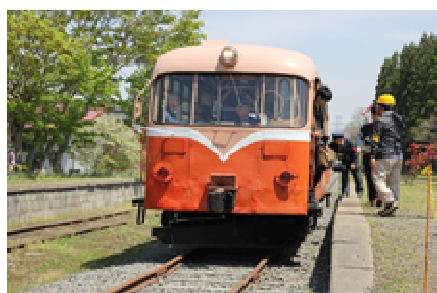
[関連する提案番号: (4) 青森県らしさ 3 (27 年度)、(1) 津軽海峡 12 (26 年度)]

## 1 はじめに

北海道新幹線が開業し、利用者に青森県を通過される可能性を懸念する声もあがっていますが、青森県には全国的に有名な五能線、大湊線、津軽線等の JR 線をはじめ、津軽鉄道、弘南鉄道、青い森鉄道と、特徴をもつ鉄道が運行しています。また、廃線した南部縦貫鉄道や下北交通大畑線、十和田観光電鉄の列車や駅舎等が保存され、一般公開の際には大勢の人でにぎわいます。さらに、森林鉄道の遺構を訪ねるトレッキングコースも注目されています。鉄道は地球環境にもやさしい乗り物で、単に移動の手段というだけでなく、人それぞれの楽しみ方があり、さらに世代を越えて、どなたでも楽しめるという強みもあります。

<鉄道のおもな魅力>

- 視覚：景色や列車、レールを見る など
- 聴覚：列車のモーター音や乗客の方言を聴く など
- 味覚：駅弁や沿線の特産物、アルコールを味わう など
- 触覚：シートや駅舎の柱など触れる、人とのふれあい など
- その他：きっぷやグッズを買う、集める など



▲七戸町観光協会主催・南部縦貫鉄道のレールバス一般公開



▲青い森鉄道・向山駅愛好会の鉄道ファン向けイベント



▲冬の風物詩・津軽鉄道の「ストーブ列車」

## 2 提案のねらい

青森県のバラエティ豊かな在来線路線、鉄道遺構はふるさと自慢のひとつと再認識していただき、それらを今後も遺していくために観光資源として積極的に活用したいと思えます。鉄道の活用により旅行者の滞在時間を延ばし、県内での飲食・土産物の売上等外貨の獲得も可能と考えます。

### 3 今後の取組の方向性

#### ①「あおり鉄旅・おせっかいコンシェルジュ」任命の提案

列車の本数が少ない青森県で、首都圏の人が鉄道の旅を楽しむ際、事前にダイヤや乗換、乗車のしかた、お得なきっぷなどを把握しておくことをおすすめしますが、意外に情報不足の人が多くに思います。

これまで様々なガイドブックやパンフレットで、鉄道を使った旅は紹介されていますが、掲載されているコンテンツをどう組み合わせるべきかなどは、一部のマニアや愛好者でなければ理解しにくいのが現状であると考えます。



▲既に発行済みの青森県の「鉄旅」ガイドブック、パンフレット

そこで県内外の鉄道の旅に詳しい人を「あおり鉄旅・おせっかいコンシェルジュ」に任命し、鉄道の旅の魅力をわかりやすく紹介。各コンシェルジュが津軽海峡交流圏内の鉄旅のモデルプランや、知っておくと便利な鉄道情報を、これまでの青森県の観光情報に追加する形で発信する提案です。

コンシェルジュには鉄道の旅に関する情報に長ける方を自薦・他薦で募り、Facebook やツイッター等 SNS も活用し、発信していきます。さらに、県内の観光協会や旅行会社、街歩き団体等と連携し、利用者からの質問にも対応し、旅行者にとって役に立つ情報発信に努めます。

#### ②「学生発ラムダ駅弁（仮称）」開発の提案

駅弁は通常の弁当より単価が高くても旅行者には人気で、旅行者のみならず、デパートの駅弁大会はいつも大人気で、大館の鶏めしや人気の駅弁は県内のスーパーでも時々見かけるほどです。

そこで、県内の学生が鉄道事業者、飲食店、コンビニエンスストア等の協力のもと、沿線や津軽海峡圏の食材を使って開発した駅弁を、県内の在来線列車内で発売することを提案します。開発には調理や栄養、経済等を学ぶ学生が主体となり、学生が青森県の魅力を理解するきっかけとなり、かつ生きた学習となることをねらいます。

沿線の旅館や食堂等の女将等の地元住民にも参加してもらうこと、できる限り地域の素材を使うこと、パッケージにラムダのキャラクター・マギユロウを取り入れる等のルールを決め、県内各社の特徴ある駅弁を作ります【例：長—く愛して弁当（青い森鉄道）、大鰐ほら吹き弁当（弘南鉄道）】。

鉄道の日や各鉄道会社の記念日等に合わせ、各鉄道会社の列車内で学生自らが乗客に販売し、さらに、パッケージツアーの団体向けにも鉄道の利用や見学と共に売り込みます。販売は弁当だけでなく、地元の食材や雑貨・土産物もあわせて販売、イベント化することにより各鉄道会社の利用促進、賑わい作りもねらいます。また、スタンプラリーのように各社線をめぐる旅のきっかけになること、地元の食材をアピールすることも期待します。

### 4 おわりに

新幹線開業のタイミングで、青森県の魅力を再発見するべく、在来線を切り口とした旅の提案ですが、これは県外の方だけでなく、県内の皆さんにもおすすめできる小さな旅の提案でも

あります。

県内を鉄道でめぐることにより、改めて青森県と鉄道のすばらしさを見つけたいと願っています。レールの先には宝物がたくさんありますよ！



## 【提案 28-3】

### 津軽海峡ユニバーシティで学ぼう！

[関連する提案番号：－]

#### 1 はじめに

津軽海峡交流圏（青森県と道南地方）には 25 大学（短大，専門学校等を含む）あり、一般市民向けに魅力的な公開講座が多数開かれています。しかしながら、このような大学公開講座の開催情報は大学内や大学近辺の街中では目にするにはあるものの、それ以外の地域でほとんど目にすることはありません。

せっかく津軽海峡交流圏内の大学において魅力的な大学公開講座が多数開かれているのであれば、これらを地域資源と考え、活用しない手はありません。

#### 2 提案のねらい

本提案の狙いは、津軽海峡交流圏にある大学で開催されている大学公開講座を「津軽海峡ユニバーシティ」と称し、一体感を持った運営を行うことで、一般的な観光とは異なる人の流れを創り出し、ニューツーリズムとして地域内の交流を盛んにすることに。

また、これにより圏内の住民の知的好奇心を満たすとともに、新たな地域の魅力発見のきっかけになることも狙いとしています。

#### 3 今後の取組の方向性

##### ①津軽海峡交流圏大学公開講座ポータルサイトの構築

各大学で開催されている公開講座情報を一括してみることができるポータルサイトを作り、容易に圏内で開催される大学公開講座情報を知ることができるようにします。また、受講希望者の便宜を図り、このサイトから受講申込ができるようにします。

##### ②公開講座受講者への宿泊・交通手段の提供

上記ポータルサイトで申し込んだ受講者が遠隔地からの参加の場合、移動手段や宿泊の情報を提供、希望者には宿の手配なども行います。

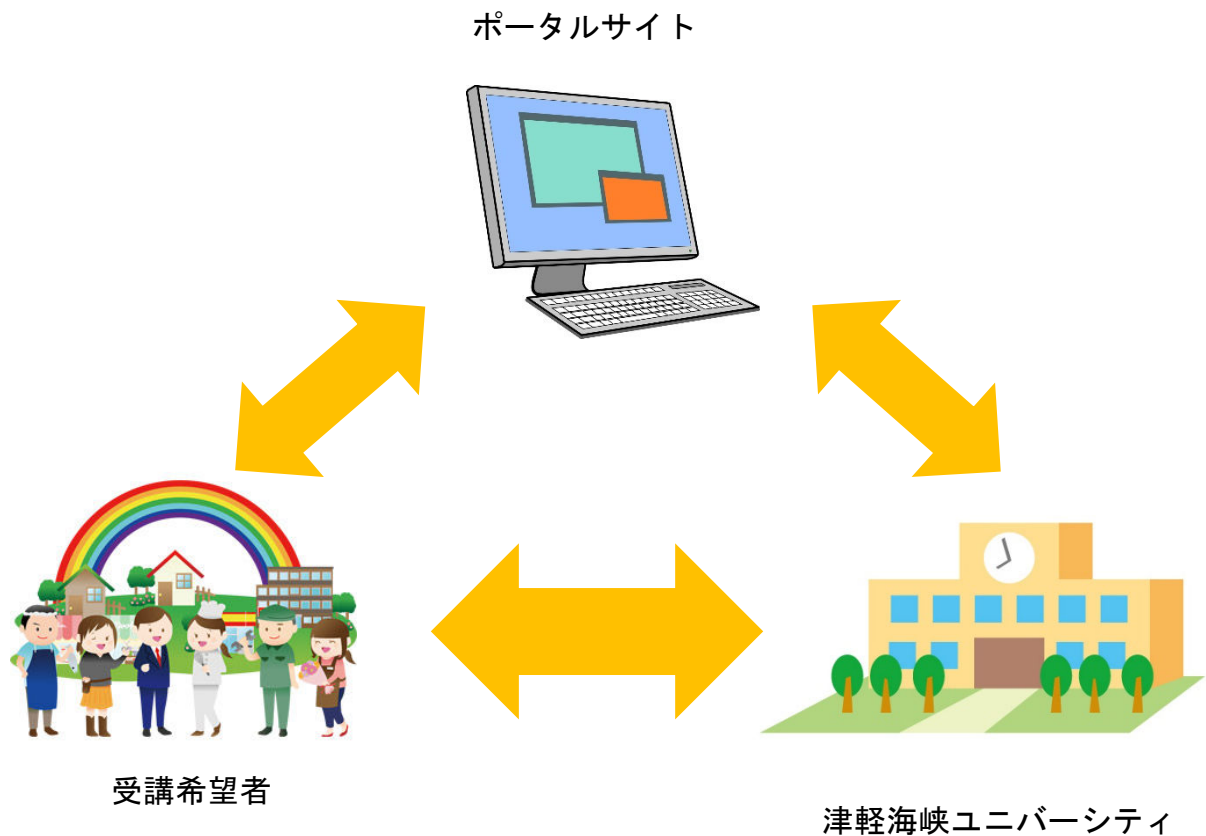
##### ③公開講座関連ツアーの開発

公開講座の内容に関連した着地型観光メニューを提示できるようにします。新たにツアーを創るのではなく、既存のツアーを公開講座に関連させて実施します。



#### 4 おわりに

新しいことを始めるというよりも、あるものを活かすことが重要になってきます。ここでは、大学という既存の地域資源をアレンジした提案としていますが、もっともっと多くのアイデアがあると考えられます。ぜひ、新しい視点での地域の魅力発信や交流人口増加の方策を考えてみてはどうでしょうか。





## 【提案 28-4】

# 青森県内を自分のオフィス代わりに！ ～移住でも観光でも企業誘致でもない誘客作戦～

[関連する提案番号：－]

## 1 はじめに

首都圏の人にとっては、「青森県」は本州最北の遠いところ。

でも実際は新幹線で3時間、飛行機で1時間。大阪に出張に出かけるのとそう変わらないのです。

「意外とすぐに来られるのに、とつても遠くまで来た感じ」これは最大のメリットです！

この首都圏の人の時間と距離の感覚を最大限に生かすとともに、青森県の最高の環境の中でクリエイティブな仕事をしてもらおう場づくりの提案です

## 2 提案のねらい

- ・いきなり来たことのない青森に移住は考えにくい。
- ・いきなり今の仕事をやめてUターンは勇気がない。
- ・自然の中で癒されたいけど、わざわざ仕事を休んで観光地に行くのは気が引ける etc

都会のジャングルの中で心身共に疲れている人達が多いのが現状ではありますが、上記のような理由でなかなか踏み出せないのも現実です。

でも、私の友人知人を何かしらの仕事に絡めて青森に呼ぶと100%の確率で青森ファンになります。その人達が仕事の合間に体験する温泉やグルメや自然体験などをSNSでシェアすると、それを見た都会に居る人達が「すごい！うらやましい！行きたい！」と反応します。

IT関係のみならず、今やPCとwifi環境などがあれば十分仕事ができる人たちは増えていきます。そんな人達が気軽に使えるサテライトオフィス環境を県内各地にネットワークすることで、その日ごとや訪れるごとに仕事以外の時間に違う青森の楽しみ方をしてもらえます。また函館側とも連携し拠点を増やすことで利用者の選択の幅も広がるとともに津軽海峡交流圏の意味合いも出せると考えます。

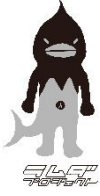
## 3 今後の取組の方向性

- \* 既存のシェアオフィス等との連携、モニター企画
- \* ポータルサイト開設
- \* 観光コンテンツとの連携
- \* レンタカー・ホテルとの連携
- \* 空きテナントのイノベーション活用、森の中・海岸・湖周辺など自然の中のオフィスづくり

#### 4 おわりに

「場づくりに参加する」という視点で首都圏の様々な人たちを巻き込みながら、利用したくなる・また来たくなる環境を創るプロセスも楽しめたらよいと思います。地元の起業家と首都圏の経営者やクリエイター達が出会い・つながり新たな価値を創造できる場所を目指します。





## 【提案 28-5】

# 青森ひばセラピーのススメ～ヘルスツーリズムで 津軽海峡圏を元気に！

[関連する提案番号：(2) 奥津軽 4、6、8(26 年度)、(3) 健康 5(25 年度)]

## 1 はじめに

平成 25 年度より奥津軽の誇りである日本三大美林の一つと謳われる『青森ひば林』と近代化遺産『森林鉄道軌道跡』を活用した『奥津軽トレイル』の開発を NPO 法人かなぎ元気倶楽部（五所川原市）とともにしてきました。

日本の鉄道敷設をはじめとする近代化に『青森ひば』は欠かせない木材であり、津軽森林鉄道は日本初、日本最長を誇るものとして、明治 43 年から昭和 42 年まで、津軽・下北半島に毛細血管のように張り巡らされました。その森林鉄道の軌道跡には、当時の最先端の鉄道敷設技術と技術者の並々ならぬ努力によって造られた木橋、鉄橋、トンネル、石垣などがひっそりと津軽・下北の森林の中に佇んでいます。

しかし、その地域 DNA ともいえる資源は、今まであまりクローズアップされていなかったのです。

その資源をつなぎ、津軽の歴史・文化・自然そして、暮らしの物語をつなげる『奥津軽トレイル』は 8 セクション（トレッキングルート）、全長 117 km となりました。

また、下北半島薬研地区にも青森ひば林と森林鉄道軌道跡があり、それらを活用した森林療法や自然体験プログラムが現在展開されつつあります。

この青森ひば林のトレッキングルートを活用した、単にガイドとともに「歩く」だけではなく、「健康増進」「癒し」をテーマにしたプログラムを展開していくことを提言していきたいです。さらに、そこに青森の食文化、そして青森ひばの香りなどもプログラムに入れていくことで、セラピー効果・健康増進を深めていきたいと考えています。そして、今回北海道新幹線開業に伴い、このセラピープログラムの展開を青森ひばの分布する道南の檜山地方にも展開していけると考えます。平成 26 年度より、津軽、下北、渡島檜山地方の地域づくり団体が手を結んで「津軽海峡ヒバサミット」を実施しています。それらネットワークをフル活用して、青森ひばを活用した取り組みを実施していきたいです。

## 2 提案のねらい

首都圏といった都市部の観光客を呼び込むというよりは、まずは、この青森ひばセラピーに地域住民が積極的に参加し、青森ひばという地域 DNA に愛着と誇りを持つ気運を盛り上げ、地域住民が健康である地域づくりを目指していきたいです。メタボ・ロコモ・ストレスからの開放！まさに短命県返上！です。

そして、地域の人たちが健康になる青森ひばセラピーに様々な地域から交流客が訪れるという流れを作りたいと考えます。笑顔溢れ、健康な人たちがいる地域だからこそ、健康になるために交流客がやってくるという環境を作っていきます。

青森ひば林×食文化（健康食）×温泉（交代浴）×運動療法（ストレッチ・ヨガなど）×香りなどを組み合わせたプログラムを創出することにより、津軽海峡圏全体に観光産業というよりは、新たなヘルスケア産業を創出することを目指していきます。

### 3 今後の取組の方向性

奥津軽トレイルは森林鉄道が走っていた軌道跡のため、勾配が少ないです。したがってカラダへの負担が少なく心地よく森の中をウォーキングができることが特長となります。

また、青森ひば林は日本三大美林と謳われ、ブナとの混合林でもあるので、癒し効果が高いといわれます。

これらの資源に加え、もともと地域が持っている食資源や温泉などを組み合わせ、魅力あるプログラムづくりをしていくことが求められます。そして、それらが実際に効果をもたらすのかの科学的根拠（エビデンス）を取得していくことが求められます。平成28年度より経済産業省が音頭を取り、ヘルスツーリズム認証制度が始まろうとしています。それらを取得していき、ココロとカラダにやさしいプログラムを津軽海峡交流圏に拡げていければと考えます。

そして、重要なのは、人材と組織である、これら地域の資源をつなぎ、組み合わせ、プログラムを開発し、運営していくコーディネーター的役割の人材・組織、そして、現場を仕切り、健康へと導くセラピスト的役割の人材を育成し、その運営基盤となる組織を構築していくことが求められるのです。青森ひばセラピー基地の拠点を設置し、地域の人たちが集まることで、賑わいを創出し、また、交流客も駅を降りれば参加できるというようなくみを構築できればと考えます。

その青森ひばセラピー具現化に向けて、以下のようなステップを踏んで展開していきます。

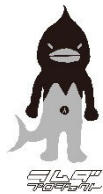
- 現状の青森ひば林と森林鉄道軌道跡を活用したトレッキングコースの中で、青森ひばセラピーを体現できるコースを選出・整備
- 青森ひばセラピーを運営していくプラットフォームの整備（新たなヘルスケア産業の創出）
- 青森ひばセラピープログラムの開発
- 青森ひばセラピーのインストラクターの養成
- 地域住民を対象にしたモニター体験の実施。単発のプログラムではなく、3ヶ月～半年をかける連続のプログラムの体験を実施し、セラピー効果に関して、しっかりとしたエビデンスを取っていく
- そのエビデンスを元に、プログラムの価値を見出しながら、情報発信の展開
- 地域の人たちが癒され、健康になっているところに人がやってくるという状況を生み出していく
- 青森ひばセラピーは奥津軽、下北半島、道南へと広い展開にしていくことを目指す。

### 4 おわりに

短命県返上！そして、新たな産業の創出は青森県にとっては、緊急の課題です。そして、短命県献上！を掲げている健康において、地域が変化したという事実が生まれれば、優位性も生まれてくるはずです。単にウォーキング、トレッキングにとどまらず、地域の人々の愛する自然や文化遺産、そして海の幸、山の幸が豊かな青森の食震源を存分に活用した癒し・健康プログラムであれば、必ずや都市部の方々も共感を持って参加されるはずで

新たな産業という、どうしても交流人口拡大による観光という視点にいきがちですが、本提案は、青森県民がまず健康になっていくということが前提で、その健康な人が多い青森県に、

健康・癒しを求めて交流客がやってきます、まさにヘルスツーリズムという考え方です。  
青森ひばという青森県にとっては他にはない資源を活用し、北海道新幹線が開業し、青森県と道南が近づいたことを契機に、その他魅力ある資源を組み合わせることで、青森県、津軽海峡圏が元気になっていくことを期待したいです。



## 【提案 28-6】

# ゴールデンルートと爆買いに飽きたら、津軽海峡を周遊でしょ！インバウンド・越境 EC 企画

[関連する提案番号：－]

## 1 はじめに

外国人観光客の数は年々増え続け、青森でも多く見かけられるようになりました。

その受け入れや対策については賛否ありますが、経済を活性化するためには少なからず避けられない取り組みだと考えます。

ゴールデンルートと言われる富士山や京都は既に行った人達、爆買いには飽きた人たちが次に求めているのは「美しい景色」や「素敵な体験」。

その宝庫である青森県を北海道新幹線開業にともない、PR する絶好のチャンスです。

## 2 提案のねらい

パック旅行から個人旅行へ外国人旅行者も移行しています。

より経済効果が狙える個人旅行客を獲得し、ファンになってもらい、その情報を SNS などで拡散してもらうことで次なる旅行客を増やすことにつなげていきます。

さらに最近ではインバウンドの経済効果よりも注目されている越境 EC を活用することにより、人と情報の流れを追跡し、情報発信と購買に役立てていきます。

## 3 今後の取組の方向性

- \* アジア圏に精通するビジネスパートナーと青森県内の IT 系を含む各種企業・メディア・銀行・地域団体などと連携をし、役割を明確にして新たなビジネスモデルを創る。
- \* インバウンド向けサービスを展開
  - ・国内プロモーション・ブランディング・ファン獲得・消費者誘導
- \* アウトバンド向けサービスの展開
  - ・海外プロモーション・越境 EC ・決済システム・物流システム
- \* IOT によるモノの情報だけでなく、人のアクション（行為情報）をトレースする技術を活用することにより、継続的な PR と購買につなげていく。

## 4 おわりに

大きな成果は、一人や一企業や行政だけでは得ることができません。

良い情報と目的を共有できる様々な人たちと座組みをし、スモールスタートから大きなプロジェクトにしていくことで他の地域にまだない成果につなげていけると考えます。

アジア各国でビジネスを展開する人達から見ても、様々な具体的条件面で「青森」はチャンスだと言われています。広い視点と連携で新たな価値を創造していきたいと思えます。

< 参考資料 >

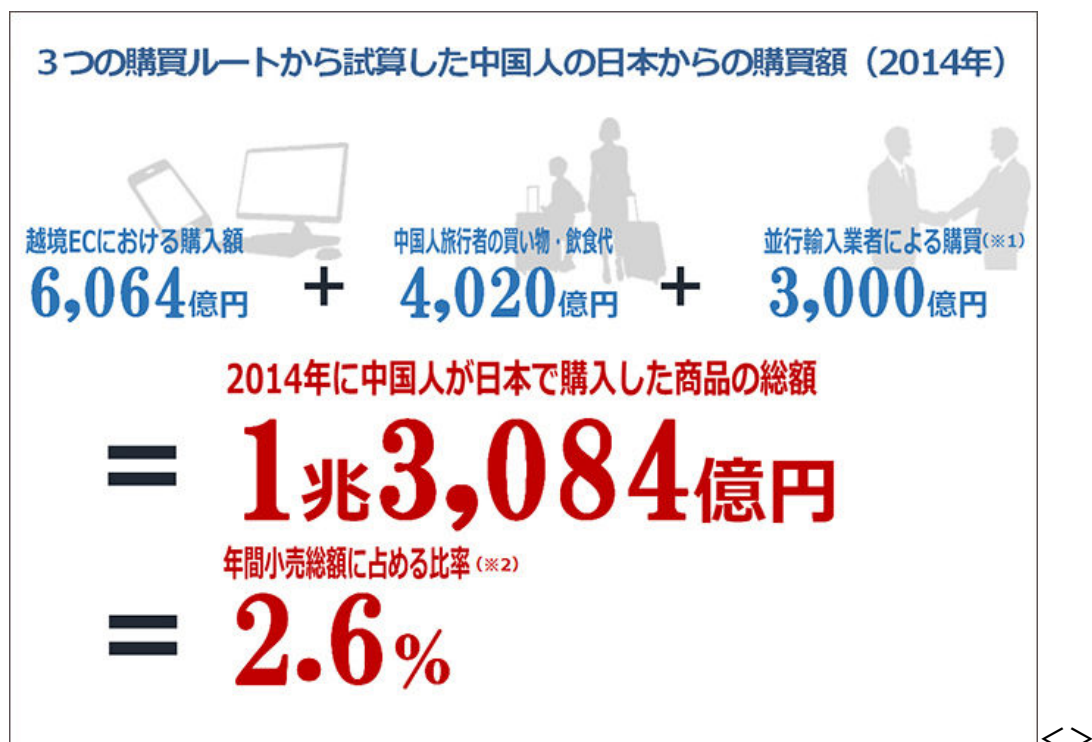


表 3つの購買ルートから試算した中国人の日本からの購買額（2014年）

※1（並行輸入業者による購買）…並行輸入業者による購買額6000億円のうち左に記した2つの項目との重複が含まれる為、半分の3000億円で試算。

※2（年間小売総額に占める比率）…経済産業省 平成21年度版 我が国の商業内の化粧品、飲料、菓子、飲食料品、医薬品、電気機器、婦人服・紳士服・子ども服、身の回り品、家庭用品、その他の医療、家庭用電気機械器具、酒、たばこ、料理品、趣味・スポーツ用品等の小売総額より試算

（出所）ルイスマーケティング

日経ビジネスオンラインより引用





## 【提案 28-7】

### 待ってるだけじゃ物足りない！友好都市の大連の 富裕層に PR/販促イベント企画

[関連する提案番号：－]

#### 1 はじめに

台湾への PR 活動は既に活発に行われており、輸出も伸びていますが、10 年交流をもつ中国大連市とは未だ文化交流にとどまっています。

もちろん上海や北京など主要都市からの誘客も増えていますので、中国本土各都市での PR イベントも良いと思いますが、合わせて友好都市として子どもたちの交流も行ってきた大連市との経済交流を活発にしていきたいと考えます。

#### 2 提案のねらい

すでに大連市の百貨店にて長野県須坂市の成功事例があります。

場所、費用、現地コーディネイト（中国人スタッフ、商談セッティングなど）

ハードルとなる部分がスムーズに準備できます。

また、長野県の場合は中国における輸出禁止区域に指定されているため加工品などの商材の販売や試食などはできず、須坂市の紹介と誘客 PR にとどまりましたが、それでも 2 日間で 3,000 人へのチラシ配布や現地旅行会社との商談など成果を得られました。

青森県は禁止区域から昨年外れたので、試食・販売を積極的にイベントでも行うことができるのでより大きな PR/販促ができると思います。

#### 3 今後の取組の方向性

中国大連の富裕層に向けた PR 企画

EX. 春節や国慶節など、大型連休に親子で素敵な思い出が作れる旅の企画、

夏休みの子供達に英語を学べるキャンプを企画（治安の良い日本で学べる所がポイント）

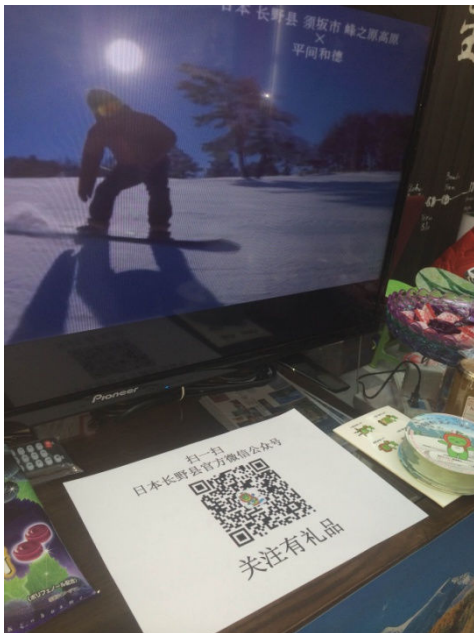
青森県の大学への交換留学

その他、輸出に向けた試食・即売・商談

#### 4 おわりに

中国人の本当のトップ 5% の富裕層をメインターゲットとして企画や PR を展開することはとても意義があると思います。

青森県の魅力は富裕層を惹きつけるポテンシャルがあるので、まずはスモールステップからテストマーケティングしましょう。



## ■これまでの提案と取組状況

●これまでの提案と取組状況一覧

通番	テーマ	番号	タイトル	提案年	取組状況	ページ
1	(1)津軽海峡	1	マグ女が勝手に、青函泊覧会(略して、マグ女のセイカン)	27	○	25
2		2	演歌で巡る 津軽海峡圏	27	○	25
3		3	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	27		25
4		4	来て！見て！暮らして！ 津軽海峡交流圏ロングホームステイ	27	○	25
5		5	津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド	27	○	25
6		6	毎日どこかでバトルが勃発する熱い地域・津軽海峡交流圏	26	○	25
7		7	津軽海峡といえば、マグロだべさ。マグロで徹底バトル！	26	○	26
8		8	圏民ショー！みんなでやれば怖くない。	26	○	26
9		9	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	26		26
10		10	MY FIRST AOMORI&HAKODATE～初めて訪れる外国人にも日本人にも満足してもらえる「鉄板」コースの設定～	26		26
11		11	津軽海峡でJAPAN！	26		26
12		12	求む！津軽海峡交流圏「鉄旅」プラン	26		26
13		13	トモダチ100人できるかな！	26	○	27
14		14	函青(感性)を活かした海峡ブランド商品づくり	26	○	27
15		15	津軽海峡で生物境界線を感じよう	26		27
16		16	そもそも「津軽海峡交流圏」ってなあに？	26		27
17		17	縄文人は津軽海峡を泳いだの！？	26		27
18		18	津軽海峡交流圏のシンボルは何？	26		28
19		19	海峡ソングの制作～津軽海峡・冬景色に続け	25		28
20		20	フェリーの積極的活用	25	○	28
21		21	津軽海峡バリアフリーツアーセンター(仮称)の開設	25		28
22		22	ラムダシンボルマークの制作	25	○	28
23		23	津軽海峡を挟んで同世代がつながる仕組み	25	○	28
24		24	海峡に着目したイベントの推進	25	○	28
25		25	青森県と道南との交通機関等の連携	25	○	28
26		26	船上アウトレットモールの開発	25		29
27		27	マグロ女子バトル勃発	25	○	29
28		28	津軽海峡交流圏の地図の制作	25	○	29
29		29	新幹線の路線愛称「青函新幹線」の制定	25		29
30		30	津軽海峡交流圏をエリアとした情報誌の制作	25	○	29
31		31	世界の海峡圏との連携体制の構築	25		29
32		32	国際競技大会の開催(トライアスロンなど)	25		29

通番	テーマ	番号	タイトル	提案年	取組状況	ページ
33	(2)奥津軽	1	自由自在・青森の自然満喫！PARTⅡ～体験編～	27	○	29
34		2	神秘の森に眠る産業近代化遺産の記憶とツーリズムの連携へ	27	○	29
35		3	ショートムービー「ヒバの樹海」の制作・配信	27		29
36		4	奥津軽 明日はひとつになろう！	26	○	30
37		5	奥津軽いまべつ駅に降りたくなるわけをみんなで妄想・実現しよう！	26		30
38		6	五感で味わおう奥津軽の自然と風	26	○	30
39		7	自由自在、青森の自然満喫！	26		30
40		8	“青森流遊び心＝青森流幸福論”による観光と物づくり：青森ひばの森と生きる	26		31
41		9	キャンプで賑わう奥津軽(仮称)駅周辺づくり	25		31
42		10	津軽今別駅に特急を臨時停車してもらおう仕掛け	25		31
43		11	奥津軽いまべつ駅を「みんなの駅」にする仕掛け	25	○	31
44		12	奥津軽いまべつ駅の名物づくり	25		31
45		13	奥津軽いまべつ駅を降りた人を徹底的におもてなし	25	○	31
46	(3)健康	1	これぞ青森！ 青空に近づこうプロジェクト	27	○	32
47		2	青森ひばセラピーのススメ～新たなヘルスケア産業の創出へ～	27	○	32
48		3	クアオルト(健康保養地)づくり「青森の自然・温泉・食」×「最新ドイツ式ウォーキング」×「健康保養地としての地域づくり」	26		32
49		4	今は短命県だけど！もっと健康になれる青森！	26		32
50		5	クアオルト(健康保養地)づくり	25	○	32
51	(4)青森県らしさ	1	どこでも、誰でもできる“おもてなし”地域住民が参加する「おもてなし短冊」で旅行者を熱烈歓迎&地域のおもてなし力向上作戦	27	○	33
52		2	県内医療機関への先進医療機器の導入	27		33
53		3	新幹線もいいけど、在来線もね！	27		33
54		4	もっとエバろう青森県！アオモリセールスマン増産プロジェクト	26	○	33
55		5	絶対的に青森に行きたくなる理由づくりプロジェクト	26	○	33
56		6	「らしさ」を磨こう	26		33
57		7	青森ひばで感動づくり	25	○	34
58		8	自然を生かした遊びづくり	25	○	34
59		9	どれがお好み？食のコース対決	25	○	34
60		10	看板だけの美術館	25		34
61		11	+1運動	25		34
62		12	個人移動者をターゲットとした代表的なルートの作成	25	○	34
63		13	津軽V.S南部にそろそろ決着・綱引き大合戦	25		34
64		14	津軽・下北半島満喫女子グルメライド	25	○	34
65		15	ターゲットを意識した商品開発、プロモーション	25	○	35

通番	テーマ	番号	タイトル	提案年	取組状況	ページ
66	(4) 青森県らしさ	16	交通アクセスの不便さを楽しみに変える仕掛け	25		35
67		17	鉄道路線毎の体験プログラムの作成・商品化	25	○	35
68		18	100人のよそ者による地元の気づきおこし	25		35
69		19	地元民と交流できるマッチングサイトづくり	25		35
70		20	バス、タクシー、レンタカーを利用しやすくする	25	○	35
71		21	レンタサイクルの充実	25	○	35
72		22	ザ・ご当地グルメ100プロジェクト2020	25	○	36
73		23	古民家活用による宿泊場所の拡大	25		36
74		24	青森らしさを整理するためのポテンシャルブックの作成	25	○	36
75		25	シンボル資源を再認識する場づくり	25	○	36
76		26	青森県版聞き書き甲子園の実施	25		36
77		27	県民参加型CM映像等の制作	25		36
78		28	100人以上でワールドカフェミーティング	25		36
79		29	県民が県内を知る仕組み、きっかけづくり	25	○	36
80		30	県の政策を積極的にPRする条例の制定	25		36
81		31	青森県版三都物語の提案	25	○	36
82		32	雪プロジェクトの推進	25	○	37
83		33	クルージング等の商品開発	25		37
84		34	作家や文化人を活用した情報発信	25		37
85		35	子ども向けテレビ番組の制作(イカール星人VSマグロウ)	25		37

■これまでの提案と取組状況概要

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
津軽海峡 1	マグ女が勝手に、青函泊覧会(略して、マグ女のセイカン)	津軽海峡マグロ女子会がそれぞれのフィールドでおもてなし企画を同時多発的に実施。訪れたお客さんがマグロのように津軽海峡圏を回遊してくれるのでは? エリア内の「どこかで」「なにかを」やっているように企画・プログラムを集積することで津軽海峡圏を面の観光エリアにするとともに、マグロ女子の図抜けた発信力・行動力を生かして全国的な話題性づくりを行い、昭和63年の「青函博」のように、いま再び津軽海峡圏の一体感を生み出す。	27	■平成28年7月1日～7月10日「マグ女のセイカン」博覧会」青函DCスペシャルの先行開催。 ■平成28年年10月1日～11月15日、DC終了後の閑散期を盛り上げるため、「津軽海峡マグロ女子会セイカン博覧会」を開催。 ■平成28年6月27日発表、青函の味「駅弁」をマグロ女子会が開発。	■②東青・道南地域連携型観光推進事業(東青地域県民局)
津軽海峡 2	演歌で巡る 津軽海峡圏	津軽海峡圏は数多くの歌の舞台となっており、多くの方に親しまれているとともに、日本を代表する演歌歌手が誕生している。こうした歌の舞台となった風景や歌手のゆかりの地などを巡る旅は全国に発信しやすく、いくつかの歌をつないで津軽海峡圏をめぐることができる。旅行者にとっては、実際に歌手に会えなくても、親戚や友人などから話を聞いたり、行きつけのお店を紹介してもらうことなども旅の楽しみとなる。	27	■平成27年4月23日、観光関係者による現地視察モニターツアー実施 ■平成27年6月23日、一般募集によるツアー実施	
津軽海峡 3	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	デジタルが主流の今、あえてアナログな交流を通して心をつなぐプロジェクトとして、子どもたちから集めた手紙やメッセージをもとに、テーマソングを作る。青森側から道南側の子どもたちへ、自分たちの住むところの人・もの・ことの自慢を中心に手紙を書いてもらい、道南の子どもたちにも同じように返事を書いてもらい、それらの手紙の中からいい言葉を拾い集め、歌詞を作る。	27		
津軽海峡 4	来て！見て！暮らして！ 津軽海峡交流圏ロングホームステイ	圏外からの大学生たちが津軽海峡交流圏で過ごす4年間のはロングホームステイと捉えられることから、この期間内にとことん津軽海峡交流圏の魅力伝え、ファンにしてしまう。域外へのアピールとして、仙台や北関東での青森・函館合同大学説明会の開催等を行うとともに、域内の魅力向上事業として、青森と函館の学生との学術的などを行う。	27	■平成27年度の弘前大学「オール青森で取り組む『地域創生人財』育成・定着事業」が文部科学省の「COC+」に採択。	
津軽海峡 5	津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド	道中でお酒を飲めるのは、電車旅の魅力のひとつであることから、酒や特産品の紹介を行うとともに、新幹線を軸とした旅のオススメの提案を行う。また、公共交通機関の本数や手段が限られたエリアでは、飲食しながら「ゆるり待つ楽しみ」へと導く発想の転換や、飲食店の有無にかかわらず、自然や情緒ある景色を肴に飲むという方法もある。	27	■平成28年度、青森県と北海道の共同事業により「周遊ガイドブック」を作成予定。	
津軽海峡 6	毎日どこかでバトルが勃発する熱い地域・津軽海峡交流圏	津軽海峡交流圏を「日本で最も熱い地域」に見立てて、様々な分野での対決を通じ、地元の人々が地域資源の見直しを図るきっかけづくりをする。また、バトルカレンダーやバトルマップを作成し、バトルをめぐるツアーなどを作って、圏域内を周遊させる仕掛けづくりをする。	26	■平成27年10月22日(木古内)及び平成27年11月28日サンロード(青森市)にて、青森県と道南地域のご当地グルメ・方言・ゆるキャラなど、それぞれの魅力をバトル形式でPRし、聴衆に判定してもらうイベントを開催。 ■NHK青森放送局と函館放送局の共同企画として、開業まで一年を切った北海道新幹線がつなぐ青森と道南地域のさまざまな人々を紹介するラジオ番組「青函ラジオ～津軽海峡・春景色2015～」が制作された。	

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
津軽海峡 7	津軽海峡といえ ば、マグロだべ さ。マグロで徹底 バトル!	圏域内のマグロ産地で、料理法や見せ方 を目玉に集客を競う「津軽海峡M1グラン プリ」の開催や、漁師たちのマグロ処理法 や生きざまなどを競うドキュメント番組へ の売り込み、加工品・土産品のコンテス ト、おもてなし力を競う「マグロ女子」、キャ ラクター対決などを行う。	26	■平成27年10月22日(木古内)及び平 成27年11月28日サンロード(青森市)に て、津軽海峡交流圏PRイベントを開催 し、イベント内で、テーマ毎にバトルトー クを実施した。	
津軽海峡 8	圏民ショー!み んなでやれば怖 くない。	津軽海峡交流圏に住む人を「圏民」と呼 び、圏民ならではの固有の習慣などを掘 り起こす。また、期間や場所を決めて、徹 底的にアピールする(みんなでほっかむ り、とにかく列車が通ったら手ふり、乾杯 はシールド、雪かき歌・雪かき体操の開発 など)。 また、出てきたネタを活かして、両エリアの 新聞社による記事企画(シリーズ圏民 ショー)や、ケンミンショーのパロディー企 画(津軽海峡交流圏民ショー)を行う。	26	■平成27年10月22日(木古内)及び平 成27年11月28日サンロード(青森市)に て、津軽海峡交流圏PRイベントを開催 し、イベント内で、テーマ毎にバトルトー クを実施した。	■(28)入(ラムダ)プロジェクト加速化事業 (企画政策部)
津軽海峡 9	歌でつなぐ津軽 海峡プロジェクト	学校などの協力を得ながら、子供たちに 自分たちの住んでいるところの人・もの ことの自慢を中心に手紙を書いてもらい、 青森県側から道南側の子供たちに届ける。 同じように道南の子にも返事を書いて もらい、交流していく。その様子を番組化 するとともに、手紙の中にある言葉を拾い 集め、歌詞を作る。	26		
津軽海峡 10	MY FIRST AO MORI&HAKO DATE ~初めて訪れる外国 人にも日本人にも満 足してもらえる「鉄板」 コースの設定~	定番メニューの決定に際しては、①ビュ ースポット(観光地)、②温泉、③食べ物 の3つのカテゴリーの素材を抽出し、それ らの素材に対して「難易度」を付与する 。「定番」「中レベル」「ハイレベル」。こ のうち、「定番」の素材を集めたコースを 作成し、パッケージ商品として造成し、 簡単に購入できるようにする。 パッケージ化することで、特に外国人に ついては、個別の手配が不要になり、利 便性が向上。 コースの設定にあたっては、これらの素 材を結ぶ二次交通の整備、観光素材の 旅行商品、素材化等の作業が必要。	26		
津軽海峡 11	津軽海峡でJ A P A N !	函館イン・アウトの周遊プランを作り、 外国人旅行者のエリア内の長期滞在を 目指す。 観光プランイメージは、奥津軽いまべつ 駅をスタートとし、「ちよっぴり青森(日 帰り)」「じっくり青森(1~2泊)」「とこ ん青森(1週間)」の3つのプランを用意。 リアルな日本文化を体験できる素材は、 祭や工芸品、食体験、交流、ショッピング などが考えられる。	26		
津軽海峡 12	求む!津軽海峡 交流圏「鉄旅」プ ラン	鉄道ファンの中には、乗るだけでなく、 写真を撮る、音を録る、駅弁を楽しむな ど、様々な楽しみ方や魅力があることを 理解する。 北海道新幹線開業を一つのチャンスと捉 え、県内の様々な列車などにも目を向 けてもらうような「仕掛け」を作る。 「あなただったらどう旅する?ラムダ旅 鉄コンテスト」と題し、津軽海峡交流 圏の魅力が感じられる旅のプランを募 集して、楽しみ方のアイデアとして県 内外にアピールする。 【想定される取組主体等】企業、学 校、団体、個人など	26		



番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
津軽海峡 13	トモダチ100人できるかな!	青森県と道南地域の小学校が姉妹校提携を始め、交流を行う。4年生頃から交流を始め、修学旅行でお互いの小学校への訪問や迎える側によるガイドを行うとともに、それぞれの地域の比較をしながら津軽海峡交流圏の学習を深める。 中・高校生になってもインターネット等での交流や双方向の訪問が自然の流れになっていくと理想的。 大学生になると、それぞれの地域へ進学することも多いため、小学生時代の交流が深まる可能性もある。その中で、サークルやゼミの合宿での双方向の訪問に係る経費の割引制度や、フィールドワーク調査時の便宜を図る体制づくり、学生間のもてなしなどがあるとよい。	26	■平成26年9月14日～17日、北海道総合政策部交通政策局新幹線推進室主催の新幹線DMノ大会に青森大学と弘前大学の学生6名が参加した。 ■平成26年11月、キャンパスコンソーシアム函館が主催する「HAKODATEアカデミックリング2014」に、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムの学生委員会「いしてまい」が参加。	
津軽海峡 14	函青(感性)を活かした海峡ブランド商品づくり	連携による商品開発のイメージとしては、食品・お酒などを中心とした商品開発、地域の有名店などを巻き込んだコラボ商品の開発、産業技術センターの強みを活かした異業種コラボ、ブランド認定基準の作成、マッチング会などの開催が考えられる。 また、連携による商品開発の支援として、ビジネスプランコンテストの開催や金融機関連携を活かした企業支援などが考えられる。 これらの商品は北海道新幹線限定商品としてプレミアム感を出したり、津軽海峡を渡るフェリーで船上見本市を開催し、展示販売を行う。	26	■平成26年11月、ウイーン菓子シュトラウス(青森市)が青函のコラボ商品として、青森市名産のカンスと北海道乳業(函館市)のクリームチーズを組み合わせた「カンスガレット」などを販売。 ■平成26年9月、HAKODATE男爵倶楽部HOTEL & RESORTS(函館市)が白神酒造(弘前市)と共同開発した日本酒を発売。 ■平成26年11月、函館商業高等学校、青森商業高等学校による土産品開発に向けたワークショップを開催。	
津軽海峡 15	津軽海峡で生物境界線を感じよう	津軽海峡を東西に横切る「ブラキストン線」により、青森県を北限とする種や北海道を南限とする種がある中で、長野県山ノ内町にある「地獄谷野猿公苑」では猿が温泉に入る姿が外国人観光客に人気であることから、これを手本に、むつ市の「野猿公苑」などに新たな演出による感動できる仕組みづくりを行うとともに、青森県と北海道の異なる種を比較する周遊型ツアーの造成、津軽海峡を渡る鳥類を観察するツアーの実施、生物のドラマに着眼した情報発信・商品造成を行い、青函地域の一体感の醸成と交流人口拡大を図る。	26		
津軽海峡 16	そもそも「津軽海峡交流圏」ってなあに?	小学校の社会科学習での地域を知る教材の一つとして、「津軽海峡交流圏」を学べる冊子を作り、両方の修学旅行の事前学習資料として活用する。 小学生の教材としての内容を重視し、具体例を挙げながらイラストや写真を多用し、観光名所の紹介もする。また、交通手段の地図を掲載し、新幹線が可能にさせる時間短縮を明確にする。その他、地元民は知っているが他県民が知らないことをまとめたり、ピカイチデータを活用してデータを比較分析する。最後は「2030年の津軽海峡交流圏は？」というテーマで締めくくり、子供たちの未来の交流圏の形が出てくることを期待する。	26		
津軽海峡 17	縄文人は津軽海峡を泳いだの!?	「三内丸山遺跡」を道南地域の方に知っていただく機会の一つとして、函館の縄文文化交流センターとの比較を通し、縄文文化を学ぶ。両施設での体験学習(製作体験、食体験)や、両地域の縄文文化の違いや同じものを見つけ、どのように文化を共有し合っていたのか、現在に至るまでの交流を見つけ出す。これにより、地元の良さ、文化の再発見も期待。 【想定される取組主体等】両エリアの行政、大学、関係団体等	26		

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
津軽海峡 18	津軽海峡交流圏のシンボルは何？	津軽海峡交流圏のシンボルとなる資源は各地域県民局にかなりのレベルで深掘りしたものと考えられることから、それをたたき台にして現状に照らし合わせて絞り込む。 ブラキストン・ライン(津軽海峡線)を前面に出し、動植物だけではなくヒト・モノ・文化で津軽海峡交流圏地図を作成する。	26		
津軽海峡 19	海峡ソングの制作～津軽海峡・冬景色に続け	観光スポットを取り入れたご当地ソングを著名人に作詞・作曲してもらい、歌ってもらう。	25		
津軽海峡 20	フェリーの積極的活用	新幹線だけでなく、大間・函館航路、蟹田・脇野沢航路のフェリーを組み合わせたルートを積極的に周知していく。	25		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ㉔航路でつながる津軽海峡交流圏周遊促進事業(企画政策部)</li> <li>■ ㉕下北「海の道」の魅力発信事業(下北地域県民局)</li> <li>■ ㉖㉗台湾から来さまい下北推進事業(下北地域県民局)</li> </ul>
津軽海峡 21	津軽海峡バリアフリーツアーセンター(仮称)の開設	観光案内所の持つ情報に加えて、各地のバリアフリー情報を個人、旅行会社向けに情報提供する機関を設置する。また、センターからレンタル車椅子の貸し出しを行う。 また、障害のある方や高齢の方などそれぞれの立場からの情報をいただき、改めて青森の良さを再発見してもらえるようなバリアフリー情報を整理するとともに、外出が困難な方に合った観光モデルプランをつくり、県外にもPRしていく。	25		
津軽海峡 22	ラムダシンボルマークの制作	ラムダプロジェクトのシンボルマークなどをつくり、広報媒体などで活動をアピールする。  (例)地元を連想させるような(ブナ加工品、こぎん刺しなど伝統工芸を使用)アート性の高いものから、海外版エンブレム風のものまで、多様な値段・風合いのシンボルバッチを制作し、住民にも普及させる。	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 平成26年7月、λ(ラムダ)プロジェクトを進め、盛り上げていくためのシンボルキャラクターとして「マギユロウ」を誕生させた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ㉕北海道新幹線「奥津軽駅」開業プロモーション事業(企画政策部)</li> </ul>
津軽海峡 23	津軽海峡を挟んで同世代がつながる仕組み	津軽海峡合コン(若い世代間)、人生の名人交流企画(高齢者)、子ども交流企画(小中高生)など、海峡を挟んだ同世代がつながる仕組みをつくる。	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 平成26年9月14日～17日、北海道総合政策部交通政策局新幹線推進室主催の新幹線ドミノ大会に青森大学と弘前大学の学生6名が参加した。</li> <li>■ 平成26年11月、キャンパスコンソーシアム函館が主催する「HAKODATEアカデミックリング2014」に、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムの学生委員会「いしてまい」が参加。</li> <li>■ 平成25年度、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムとキャンパス・コンソーシアム函館が連携。</li> <li>■ 平成26年度、「半島の手仕事」体験プログラム、「半島の遊び」、半島ワークショップなどを行う「津軽でつながる半島のじかん」の開催。</li> <li>■ 平成26年度、佐井村と道南地域との交流・連携を目的とした観光モデルコースを検討。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ㉔あおりキャンパスLIFE魅力再発見推進事業(総務部)</li> <li>■ ㉕㉗道南の生徒への青森の魅力発信事業(総務部)</li> <li>■ ㉕㉖道南と津軽・夏泊・下北半島との連携促進事業(東青地域県民局)</li> </ul>
津軽海峡 24	海峡に着目したイベントの推進	津軽海峡を取り囲んだ一つの圏域としての一体感を持たせ、景観、食、歴史文化の個性や魅力を集約する。(海峡を挟んだ半島、岬等のパノラマ景観、釣りレジャー、海草などの健康食品など)	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 平成26年11月、「あおり×はこだてマルシェ」が開催された。津軽海峡フェリーの企画で、青森と函館のつながりの輪を広げることを目的にA-FACTORYで開催。</li> </ul>	
津軽海峡 25	青森県と道南との交通機関等の連携	レンタカーの青森・道南のまたがり利用、乗り捨て可能商品の設定や、青森から函館にまたがる周遊バスなどを運行する。	25		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ㉕㉗津軽海峡交流圏フリーパス構築事業(企画政策部)</li> </ul>

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
津軽海峡 26	船上アウトレット モールの開発	青森・函館を往復するアウトレットショップ 満載のフェリーを開発する。	25		
津軽海峡 27	マクロ女子パ トル勃発	「津軽海峡マクロ女子会プロデュース 大 間・函館・松前・津軽の女の戦い、超～お もてなしバトル」を行う。	25	■平成27年10月22日(木古内)及び平 成27年11月28日サンロード(青森市)に て、青森県と道南地域のご当地グルメ ・方言・ゆるキャラなど、それぞれの魅力を バトル形式でPRし、聴衆に判定してもら うイベントを開催。 ■平成26年3月、「津軽海峡マクロ女子 会」が発足。	
津軽海峡 28	津軽海峡交流圏 の地図の制作	本県と道南を中心とした地図を制作する。  例えば、上下左右のない円形の地図、時 間距離(連絡船時代、新幹線開通後、将 来)でデフォルメした地図などを制作する。 また、地元住民や子ども達に津軽海峡交 流圏域を描いてもらう北海道との共同コン テストを開催するなど、地図をきっかけと して、様々な世代に津軽海峡交流圏を認知 させる。	25		■②北海道新幹線「奥津軽駅」開業プロ モーション事業(企画政策部)
津軽海峡 29	新幹線の路線愛 称「青函新幹線」 の制定	北海道新幹線新青森・新函館北斗間に、 愛称をつける。	25		
津軽海峡 30	津軽海峡交流圏 をエリアとした情 報誌の制作	津軽海峡交流圏を一つのエリアとして紹 介するよう、旅行情報誌の出版社等に働 きかける。	25	■平成26年4月、「街あるきガイドひろさ き2014」に函館の情報を掲載。	
津軽海峡 31	世界の海峡圏と の連携体制の構 築	ドーバー海峡圏、関門海峡圏などと、姉妹 圏の構築・連携を図る。	25		
津軽海峡 32	国際競技大会の 開催(トライアス ロンなど)	津軽海峡を挟んだ両地域で、体力を競うト ライアスロンのような国際的な競技を行 う。実施の際は、沿道や海上から大漁旗 で応援するなど、インパクトのあるもてなし を展開する。 まずは、市民マラソンでも良い。	25		
奥津軽 1	自由自在・青森 の自然満喫！P ARTⅡ～体験編 ～	旬の果物・野菜など、青森の魅力的な素 材を生かして、自然を満喫できる「自由散 策」に「食」に関する体験プログラムを加え ることで、地域の新たな発見や地元の人 との交流が深まり、訪れた方たちに充実 感を持ってもらうことができる。 できれば短時間でできるプログラムをたく さん用意し、空いた時間を埋めることが出 来るので、それらをスムーズに体験できる システムを作り上げる。	27		■②白神山地「選ばれる世界遺産」プロ ジェクト事業(環境生活部)
奥津軽 2	神秘的森に眠る 産業近代化遺産 の記憶とツーリス ムの連携へ	津軽半島に共通する地域DNAは「青森ひ ばの森」と「旧津軽森林鉄道」の記憶であ り、それを地域づくりと効果的に結び付け ることで滞在交流型の観光が成り立つと 考えている。津軽半島各地に残る森林鉄 道の遺構やひばの森をピックアップし、そ れらの場所を周遊させる手段としてトレ イルルートの可能性を調査し、整備して いく。	27	■平成25年より、「ガイド養成講座」「お もてなし研修」など奥津軽全域でおも てなしができる、受入ができる体制づくりに 取り組み、平成27年度、青森ひば林と森 林鉄道軌道跡を舞台としたトレッキング コース全8セクションを設定。	
奥津軽 3	ショートムービー 「ヒバの樹海」の 制作・配信	北海道新幹線の沿線である津軽半島や 道南地域や、下北半島にはヒバが多く生 息していることから、ヒバの特性を青森に 生きる人と重ね、その魅力を引き出すよ うなショートムービーを作成し、沿線から は見えない自然の美しさをPRするとともに、 自然も新幹線の沿線で繋がっているとい うことを青森と道南で生活する人に認識 してもらう。	27		

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
奥津軽 4	奥津軽 明日は ひとつになろう！	青森ひば林及び森林鉄道軌道跡を活用し、奥津軽トレイルを具現化する。 ルート開発の上で、ガイド養成、二次交通の整備、プラットフォームといった受入体制を整備していく。 ノルディックウォーク、クアオルトを滞在交流プログラムとして取り入れ、健康をテーマとしたコースの充実、情報発信とともに、農家・漁家レストランや民宿などの整備により滞在時間を延長できる体制にする。 また、商店街の空き店舗活用、古民家再生などの受入の仕組みづくりやおみやげ品の開発を進めるとともに、既存の観光施設等との連携による滞在型観光を目指す。 将来的には、廃校などの活用や若手のビジネス起業などのサポートを行うなど、単なる観光ではなく、観光による地域づくりを推進し、奥津軽全域の活性化を図っていく。	26	■平成25年より、「ガイド養成講座」「おもてなし研修」など奥津軽全域でおもてなしができる、受入ができる体制づくりに取り組み、平成27年度、青森ひば林と森林鉄道軌道跡を舞台としたトレッキングコース全8セクションを設定。	
奥津軽 5	奥津軽いまべつ 駅に降りたくなる わけをみんなで 妄想・実現しよう！	奥津軽いまべつ駅の見晴らしの良さを活かして、駅に降りたくなるような動機づけをする。 例えば、田舎館村の田んぼアートについて技術指導や応援を仰ぎながら、駅から見えるところに田んぼアートを完成させ、将来的には田舎館村との周遊コースを酌む。その他、お米を駅利用者に配布したり、期間限定でお弁当販売するなど、ブランドをフル活用する。 この他、「いまべつ牛」を提供できる体制の整備や、レンタサイクルを利用したサイクリングコース、駅から出発する津軽半島の周遊バスなど、地域住民が妄想を共有し、実現に向けた方策を考えるためのワークショップを開催する。	26		
奥津軽 6	五感で味わおう 奥津軽の自然と 風	三厩駅からほど遠くない山間部にある「緑の里みんまや・やすらぎ公園」はキャンプサイトや研修施設等が整っている。これを東側の入口とし、西側の国道竜泊ラインを結ぶ全長約21キロの「ひば峡道」ルートは、青森ひばやブナの巨木にあふれ、数多くの滝があり、奥津軽トレイルの最長ルートとして豊かな半島イメージを五感で味わえる、全国的に通用する場所。 これにより、JR津軽線・海峡線の活性化にもつながる。 今後、ラムダフェスティバルウォークなどが実施できたら面白い。	26	■平成25年より、「ガイド養成講座」「おもてなし研修」など奥津軽全域でおもてなしができる、受入ができる体制づくりに取り組み、平成27年度、青森ひば林と森林鉄道軌道跡を舞台としたトレッキングコース全8セクションを設定。	■28/27東青地域アクティビティ推進事業 (東青地域県民局)
奥津軽 7	自由自在、青森 の自然満喫！	青森の財産である自然を楽しむため、歩き、サイクリング、ローカル列車など自由に散策できる魅力をアピールする。 それに付随した地域限定の食の提供、おみやげ品の紹介や、健康に関心がある人へのノルディックウォークに関する対応等を行う。 コースの途中にはその地域の名称や由来などの案内板表示をする。 「みちのく潮風トレイル」「奥津軽トレイル」「弘前路地裏探偵団」など有名なもの以外も掘り起こす。	26		

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
奥津軽 8	“青森流遊び心 ＝青森流幸福 論”による観光と 物づくり:青森ひ ばの森と生きる	①ひばの森林を舞台とする遊び(トレッキ ング、森林鉄道廃線跡探訪など)の開発と 旅行商品化…現在進行中の取組から派 生するバリエーションや新規アイデアで 旅行商品化するとともに、専門サイトの立 ち上げやファミトリップの実施などによるプ ロモーション、広域的観光団体へのひば 専門担当の設置等を行う。 ②ひばの森とともに暮らしてきた津軽半島 (下北半島)の人々との生活体験機会の 提供…農家民泊、空き家活用により宿泊 施設を拡充し、交流機会を創出する。ま た、農家カフェ・レストランなどでの異文化 交流体験等を通じたひばへの興味を喚起 する。 ③ひばを素材にした物づくり…商品開発を 研究するための施設を設立し、Co- Creationをテーマとしたクリエイティブ空間 を創り出す。県外企業の研究開発部門の サテライトオフィス誘致も、この施設を中心 に進める。	26		
奥津軽 9	キャンプで賑わう 奥津軽いまべつ 駅周辺づくり	奥津軽いまべつ駅周辺のキャンプ場等に 地元大学のゼミ合宿などを積極的に招致 し、住民との交流を促進する。	25		
奥津軽 10	津軽今別駅に特 急を臨時停車し てもらう仕掛け	現在、津軽今別駅への特急列車の停車 本数が1日に2往復であることから、臨時 停車してもらうためのイベント等を実施し て津軽今別駅への乗降需要を創出する。  (例)DMV(デュアル・モード・ビークル)の 導入を視野に入れた津軽半島を周遊でき るコースづくり、津軽今別駅を起点としたモ デルツアーの実施など	25		
奥津軽 11	奥津軽いまべつ 駅を「みんなの 駅」にする仕掛け	奥津軽いまべつ駅周辺で、産直、町内会 ミーティング、イベント等を定期的開催 するなど地域住民の活動拠点とするほ か、奥津軽いまべつ駅周辺施設の一口 オーナー制度等を実施するなど、奥津軽 いまべつ駅に関与する人を増やす仕掛け をする。 また、コミュニティレストランや郷土料理教 室など、来訪者も活動に参加できるような 場づくりを行う。	25	■平成26年度、奥津軽いまべつ駅の知 名度アップを図るため、「駅からサイクリ ング」お試しツアーを開催。	■⑳北海道新幹線開業カウントダウン事 業(企画政策部) ■㉑北海道新幹線「奥津軽駅」開業プロ モーション事業(企画政策部)
奥津軽 12	奥津軽いまべつ 駅の名物づくり	JR九州折尾駅の弁当の立ち売りやJR北 海道の函館本線のそば、イカめしの予約 販売のように、奥津軽いまべつ駅でしか 買えない弁当等を販売するなど、演出も 含めた奥津軽いまべつ駅の名物をつくる。  (例)地元食材をふんだんに使用した個数 限定、予約制の温かい駅弁など地元住民 の昼食としても愛される弁当や、別府駅の 「民子の夢弁当」、嘉例川駅の「嘉例川駅 弁当」などのような幻の弁当など	25		
奥津軽 13	奥津軽いまべつ 駅を降りた人を徹 底的におもてなし	奥津軽いまべつ駅で降りた人に対し、他 の地域にはない話題性のあるおもてなし (スタンディングオベーションをする、レッド カーペットを引く等)を行う。	25		■㉒観光おもてなしブラッシュアップ事 業(観光国際戦略局)

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
健康 1	これぞ青森！ 青空に近づこうブ ロジェクト	指定するエリア全体をブランド化し、そのエ リア内では健康的な環境の提供、運動、 食を通して意識向上を図ることができるラ イフスタイルを用意する。 地域住民の健康リテラシーの向上を図る ことにより、エリア内での生活・体験が健 康リテラシーの向上、健康・美容効果につ ながっていく。 このモデルが県内全域に波及し、エリアご とに特色のある健康ライフスタイルにつな げる。	27	■種差海岸などでの着地型体験ツアーを実 施。	
健康 2	青森ひばセラ ピーのススメ～ 新たなヘルスケ ア産業の創出へ ～	青森ひば林のトレッキングルートを活用し た「健康増進」「癒し」をテーマとしたプロ グラムを展開し、津軽半島のみならず、下北 半島や檜山地方にも展開する。 まずは地域住民が積極的に参加し、青 森ひばへの愛着と誇りを持ち、様々な地 域から交流客が訪れるという流れを作り たい。食や温泉、運動療法などを組み合 わせたプログラム創出により、新たなヘル スケア産業創出をめざす。	27	■平成27年度「下北自然体験コーデ イナー育成塾」において「津軽海峡ヒ バサミット」の開催や「蘇りのサブリ『薬研 郷』」テーマとしてプログラム開発を実施。	
健康 3	クアオルト(健康 保養地)づくり 「青森の自然・温 泉・食」※「最新 ドイツ式ウォーキ ング」※「健康保 養地としての地 域づくり」	ドイツにおける「クアオルト(療養地・健康 保養地)」を先進事例とし、国民の健康志 向を受け止める高品質な長期滞在の仕組 みを有する地域となる。 活用する地域資源は青森県が要する豊 富な森林、三方を海に囲まれ中心部に山 地を抱く地形、温泉と陶磁文化、冷涼な気 候、清涼な空気、ミネラル分を豊富に含む 風、新鮮で豊富な地元食材。また、森林 セラピストなどで構成されるガイド組織「あ おもりクア(健康)ガイド協会」。 上記地域資源を最新ドイツ式健康ウォー キングとしてプログラム化するとともに、必 要な施設整備を各地に行う。	26		
健康 4	今は短命県だけ ど！もっと健康 になれる青森！	豊富にある健康増進ファクター(豊富な自 然、高い食料自給率など)を活かし、県内 外にアピールする。 また、身近な温泉を活用し、安価で利用で きる温泉施設をアピールするとともに、医 科学的基盤に基づく健康増進、リラクゼー ションに有効な療養・保養プログラムを提 供する健康保養地として整理する。 さらに、県内のバリアフリーを進め、高齢 者・障害者の移動や観光施設を整えるこ とにより、県民のQOL向上、生きがいつ くりのきっかけ、交流人口の増加、滞在時 間の拡大を図る。	26		
健康 5	クアオルト(健康 保養地)づくり	森林、海、温泉、湯治文化、食などを生か した医科学的な基盤に基づく健康増進や リラクゼーションに有効な療養・保養プロ グラムを提供するクアオルト(健康保養地)を つくる。また、環境への負荷が低い公共交 通機関などでつなげることで、優しさをア ピールする。  (例)都市生活者向けリフレッシュプログラ ム&体内リズム調整プログラム/全国の 企業・団体健康保険組合加入者向け定期 検診と併せた生活改善指導プログラム/ 健康志向の高い観光客向け保養滞在プ ログラム/県内生活者向け健康増進・疾 病予防プログラム/軽度の心身不調に対 応する機能向上・リハビリテーションプロ グラム/国外からの訪日客向け長期滞在プ ログラム など	25		■⑦白神体感自然歩道整備事業(環境 生活部)

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
青森県らしさ 1	どこでも、誰でもできる“おもてなし”地域住民が参加する「おもてなし短冊」で旅行者を熱烈歓迎&地域のおもてなし力向上作戦	イベントや大規模な会議などで旅行者が訪れる機会を活用して、駅や商店街などに「おもてなし短冊」を掲示する。 住民が気軽に旅行者のおもてなしに参加できる企画を実施することで、地域のイメージアップにつなげるとともに、住民にとっては今後の“おもてなし”精神を醸成する機会を創出することで、普段から何気なくできる“おもてなし”を定着させ、将来的には“おもてなし”の企画ができるような人材の育成にもつなげる。	27	■平成27年9月の「日本青年会議所全国大会」や10月の「B-1グランプリin十和田」でおもてなし短冊を提示。	
青森県らしさ 2	県内医療機関への先進医療機器の導入	全国にも数少ない先進医療施設は、その所在地に関わらず全国の患者に求められるものであり、青森県に先進医療機器を導入することは、その治療を求める患者や家族を全国から迎えることができる。 また、先進医療機器の導入により、県を訪れる人員の増加だけでなく、健康長寿をめざす青森県にとっても有意義と考える。	27		
青森県らしさ 3	新幹線もいいけど、在来線もね!	青森県には、JR線以外にも私鉄や廃線になった鉄道の列車や駅舎などが保存されるなど、バラエティ豊かな鉄道資源数多くあることから、これらを観光資源として活用し、旅行者の滞在時間を延ばし、県内での飲食・土産物の売上も伸ばす。 「あおもり旅鉄・モデルプラン」の一般募集や、「ラムダ駅弁(仮称)」発売などについて検討する。	27		
青森県らしさ 4	もっとエバろう青森県! アオモリセールスマン増産プロジェクト	圏民がが地域のことを知り、自慢に思えば、ついあれこれ紹介したくなるものであることから、県民に青森はすごくいいところだと認識してもらうことで、青森県のおもてなし力を上げる。 また、県外の方に青森を褒めてもらい、メディアを活用してPRしたり、啓蒙イベントを実施する。最終的には、県民みんなが青森県のセールスマンとなり、青森を全国に、世界に売り込んでいく。 さらに、短命県や喫煙率の高さなど、身近な課題を認識し、課題を解決していくことにより、豊かに暮らしていることをアピールする。	26	■平成27年6月、A-project(青森公立大学の学生団体)による「今別レポート」の提案。	■㊸つながる県民もつと拡大事業(企画政策部)
青森県らしさ 5	絶対的に青森に行きたくなる理由づくりプロジェクト	絶対的に青森や函館でしか体験できないことを明確にする。食・健康・トレッキングなど、それぞれのニーズに応える商品づくりでターゲット別に津軽海峡交流圏を形成する。トレッキング目的の人に対しては、既存の焦点を活用したツアー商品を提供するなど、狭いターゲットを設定することで何度も行き来してもらえるよう仕掛ける。 また、県内の観光(特に着地型体験ツアー)ポータルサイトを作る。	26		■㊸上北アクティビティ・ブラッシュアップ事業(上北地域県民局)
青森県らしさ 6	「らしさ」を磨こう	近年の旅行商品はターゲットを意識した商品開発やプロモーションが必要。 リピーターとして囲い込みを図るためには個人や小グループのニーズ喚起が必要であり、各地域らしさを磨いていく必要がある。 県民性を平準化しないよう、いい意味での「笑える対決」や、健康食材の方向である本県が総力をあげたヘルスマニューなどにより国内外へアピールできる。 そのほか、土地の雰囲気を感じてもらうための古民家の活用及びネットワーク化も重要なポイント。 これらのプロモーションには、青森県と縁が深い人々(作家や文化人等)を活用すべき。	26		

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
青森県らしさ 7	青森ひばで感動づくり	薬効成分を多く含み、本県の歴史や文化を育んだとも言える「青森ひば」をキーワードとしたコンテンツをつくる。	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■平成25年度「奥津軽トレイル」の開発を実</li> <li>■平成26年度、「ひば」サミットの開催による下北・津軽・檜山におけるひばの連携。</li> <li>■平成26年度、県産ひば材を使った青い森鉄道のキャラクター・モーリーグッズを作成。</li> </ul>	
青森県らしさ 8	自然を生かした遊びづくり	トレッキング、漁獲体験、川遊びなど、本県ならではの自然を生かした遊びをつくる。	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■平成26年度、廃校の建物を活用してオープンした「お山のおもしろ学校」で、学校周辺での定期トレッキング(月2回)をはじめ、夏限定の南八甲田キャニオニングプログラム(7月～9月)といった自然体験プログラムを取り扱っている。</li> <li>■平成26年7月、マタギをテーマとした資料館をオープン。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■②⑥上磯地域のグリーン・ブルー・ツーリズム促進支援事業(東青地域県民局)</li> <li>■②⑥⑦体感する小川原湖推進事業(上北地域県民局)</li> </ul>
青森県らしさ 9	どれがお好み？ 食のコース対決	県内で獲れるマグロ(大間、深浦、三厩)やウニ(平館、佐井、階上)等の特徴(旬、味、漁獲方法の違い等)を整理するとともに、駅などの起点から食べるまでの魅力的な見どころ、体験を組み込んだコースを設定し、充実度合いを競い合う。	25		<ul style="list-style-type: none"> <li>■②⑥⑦北海道新幹線「奥津軽駅」開業効果に向けた観光拠点化モデル事業(東青地域県民局)</li> <li>■平成26年度～、道の駅たいらだて「Oh!だいば」周辺散策マップ配布(外ヶ浜町)</li> </ul>
青森県らしさ 10	看板だけの美術館	絶景ポイントをそれぞれ一つの作品と考え、名所に絵画の額を付けた看板を設置し、空間自体を一つの美術館と見立てる「自然美術館」をつくる。美術館めぐり＝観光地めぐりとなるよう、周遊する動機付けを行う。	25		
青森県らしさ 11	+1運動	商品を販売する際には必ず一言説明を添えるなど、消費者の納得性を高める取組を推進する。  例えば、シジミの産地として有名なみちの駅ではバスに同乗して十三湖周辺を案内しながら魅力を語るなど、地元案内人によるご当地PRなどを実施している。	25		
青森県らしさ 12	個人移動者をターゲットとした代表的なルートの作成	主要ターゲットとすべき個人移動者をターゲットとした代表的な(軸となる)青森めぐりルートを作成し、徹底的に紹介する。	25		<ul style="list-style-type: none"> <li>■②⑥⑦北海道新幹線「奥津軽駅」開業に向けた戦略展開事業(東青地域県民局)</li> <li>■②⑥⑦北海道新幹線開業に向けた津軽半島北部エリア観光推進事業(西北地域県民局)</li> </ul>
青森県らしさ 13	津軽V.S南部にそろそろ決着・綱引き大合戦	津軽藩と南部藩の藩境(野辺地)で、両地域の住民による綱引きイベントを実施する。(下北が審判)	25		
青森県らしさ 14	津軽・下北半島満喫女子グルメライド	津軽、下北の両半島をめぐる女性を対象としたグルメライドのイベントを定期的に行う。	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■平成26年7月、青森県サイクル・ツーリズム推進協議会を設立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■②⑥⑦青函圏サイクル・ツーリズム推進事業(観光国際戦略局)</li> <li>■②⑥青函圏サイクル・ツーリズム魅力発信事業(観光国際戦略局)</li> </ul>



番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
青森県らしさ 15	ターゲットを意識した商品開発、プロモーション	地域、年齢、性別などターゲットを意識した商品開発、プロモーションを行う。	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>■平成25年度、JR東日本として青函の旅行商品を造成。</li> <li>■平成26年度、漁業、農業者とのコラボによる体験ツアー、屋形船で八戸の食、夜景を堪能するツアー、鉄道を利活用した体験プログラムによる着地型体験ツアー等を造成。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■⑳㉑青函エリア食のプロモーション推進事業(農林水産部)</li> <li>■⑳㉑グリーン・ツーリズム新規需要創出事業(農林水産部)</li> <li>■⑳㉑青森県・函館デスティネーションキャンペーン推進事業(観光国際戦略局)</li> <li>■⑳㉑青函広域観光連携事業(観光国際戦略局)</li> <li>■⑳㉑東南アジア誘客促進事業(観光国際戦略局)</li> <li>■㉒㉓青函連携「食と観光」タイアップキャンペーン事業(農林水産部)</li> <li>■㉒㉓観光マインドアップ事業(観光国際戦略局)</li> <li>■⑳㉑青森県・函館誘客促進プロモーション事業(観光国際戦略局)</li> <li>■㉒㉓東アジア・ASEAN向け情報番組制作事業(観光国際戦略局)</li> <li>■㉒㉓青函広域観光推進事業(観光国際戦略局)</li> <li>■㉒㉓アレコ青函ソウル共感力創造事業(観光国際戦略局)</li> <li>■㉒㉓道南地域からの上北地域誘客促進事業(上北地域県民局)</li> <li>■平成25年度～、旅行エージェントへのプロモーション(三沢市)</li> </ul>
青森県らしさ 16	交通アクセスの不便さを楽しみに変える仕掛け	交通アクセスが悪い、不便であるということを秘境度「☆」で表すなど予め不便であるということパンフレット等に表示する。また、交通アクセスが不便で行きにくいが見るべきもの、素晴らしいスポットなどを挙げたパンフレットを制作し、「スゴイ青森」をPRする。	25		
青森県らしさ 17	鉄道路線毎の体験プログラムの作成・商品化	鉄道路線毎に、運行ダイヤを生かした体験プログラム(食、温泉、屋形船、産直列車など)をつくり、商品化につなげる。(例)県外、首都圏からの来訪者、県内住民が他のエリアを訪れたいくなるような商品づくりや、新幹線の3駅を起点に二次交通を含めた体験プログラムの商品化など	25	■平成25年度、青い森鉄道のプロモーションを実施。	■⑳㉑青い森鉄道が運ぶ沿線魅力戦略事業(企画政策部) ■㉒㉓青い森鉄道新需要創造事業(企画政策部)
青森県らしさ 18	100人のよそ者による地元の気づきおこし	地元にとって当たり前になっている資源の掘りおこしのため、よそ者を100人長期滞在させるという他の地域でやったことのないアクションをおこす。そのアクションをシンポジウムや地元メディアなどで取り上げてもらい、地元の人の気づきを促し、商品化につなげる。	25		
青森県らしさ 19	地元民と交流できるマッチングサイトづくり	地元の人と旅行者が交流できるマッチングサイトをつくり、体験した人達が感想などを共有する仕組みをつくる。	25		
青森県らしさ 20	バス、タクシー、レンタカーを利用しやすくする	県内の駅前タクシー乗り場に主要観光地への料金の目安を表示する、主要観光地へのシャトルバス(又はミニ循環バス)の運行、行き先方面別に記号表示するなど、利用者が安心して乗車できる環境を整備する。レンタカーを利用しやすくするための営業所一覧(大手・個人)をマップ化する。	25		<ul style="list-style-type: none"> <li>■⑳㉑奥津軽いまべつ駅二次交通運行・利用促進事業(企画政策部)</li> <li>■㉒㉓奥津軽いまべつ駅二次交通等整備促進事業(企画政策部)</li> <li>■平成24年度～、七戸十和田奥入瀬シャトルバス運行事業(十和田市、七戸町)</li> </ul>
青森県らしさ 21	レンタサイクルの充実	GPS搭載自転車ナビチャリ、電動アシスト自転車などの貸し出しや、乗り捨て型広域レンタサイクルの導入などにより、自転車を利用しやすい環境をつくる。	25		■平成25年度～、種差海岸らくらくサイクル事業(八戸市)

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
青森県らしさ 22	ザ・ご当地グルメ 100プロジェクト 2020	郷土料理を生まれた背景を含めて整理するとともに、新ご当地グルメを開発するなど、食の魅力の創造に注力する。	25	■平成25年6月に青森県初の新・ご当地グルメとして「深浦マグロステーキ丼」がデビュー。	
青森県らしさ 23	古民家活用による 宿泊場所の拡大	空き家や古民家など既存の不動産を活用し、「暮らすように宿泊できる」新しいタイプの宿泊場所を創出する。 また、地元の方とのふれあいや田舎体験プログラムなど立地を生かしたオプションを設定し、充実した滞在時間を提供する。	25		
青森県らしさ 24	青森らしさを整理 するためのポテン シャルブックの 作成	自然、縄文遺跡、北前船、エネルギー、医療機関、大学等高等教育機関、食、方言などの地域の特徴を分析し、青森らしさを整理するためのポテンシャルブックを作成する。	25		■②⑥「あおりポテンシャルビュー」構築事業(企画政策部)
青森県らしさ 25	シンボル資源を 再認識する場づ くり	取引量日本一のりんごや世界遺産登録を目指す縄文遺跡群など、全国的にも知名度が高く本県のシンボルとも言える資源について、県民が改めてその重要性を認識し、更なる活用を進めていこうなきっかけづくりを行う。	25		■②⑧世界に向けた「青森ブランド」発信事業(企画政策部) ■②⑧JOMONムーブメント拡大推進事業(企画政策部) ■②⑥⑦青森県基本計画「青森ブランド」普及促進事業(企画政策部) ■②⑥⑦縄文ムーブメント拡大事業(企画政策部) ■②⑥⑦白神山地21年目からの保全と活用推進プロジェクト事業(環境生活部) ■②⑥白神山地エコツーリズム資源可能性調査事業(環境生活部) ■②⑤⑥白神の食めぐり観光促進事業(中津地域県民局) ■②⑥⑦三陸復興国立公園の新たな魅力発信事業(三八地域県民局) ■②⑥⑦道南地域からの上北地域誘客促進事業(上北地域県民局) ■平成25年度～、ハクチョウのまち再生(平内町)
青森県らしさ 26	青森県版聞き書き 甲子園の実施	学生が、県内の名人・職人を訪ね、知恵や技術を聞き出したものを記録、発表する「青森県版聞き書き甲子園」を実施する。	25		
青森県らしさ 27	県民参加型CM 映像等の制作	東北新幹線への感謝と北海道新幹線への歓迎の気持ちを県民が表現する映像を撮影し、公表する。	25		
青森県らしさ 28	100人以上で ワールドカフェ ミーティング	あらゆる年齢・職業の方々に、青森県の元気づくりに取り組むという動機付けをするため、普段思っていること、感じていることを率直かつポジティブなルールでアウトプットする場をつくる。	25		
青森県らしさ 29	県民が県内を知る 仕組み、きっかけ づくり	県内事業者や学生間の交流、視察、県内旅行の推奨を図るなど、県民が県内の他の地域を知る仕組みやきっかけづくりに取り組む。	25		■②⑥⑦つながる県民プロジェクト事業(企画政策部)
青森県らしさ 30	県の政策を積極 的にPRする条例 の制定	「日本酒で乾杯条例」「乾杯は青森県産品でお願いします条例」「新幹線を見たら手を振る条例」「縄文文化を大切にす条例」などのように、県の政策を効果的にPRできるような条例を制定する。	25		
青森県らしさ 31	青森県版三都物語 の提案	青森、弘前、八戸を三都物語(神戸、京都、大阪)に見立て、「〇〇をしに行くなら〇〇に行こう」というイメージを定着させる。 例えば、食や美容、健康などテーマ毎に3都市をめぐるコースづくりを行い、3都市のイメージをクローズアップするなどし、戦略的な打ち出し方をする。	25		■平成25年度～、津軽海峡ブランド博開催事業(青森市、平内町、今別町、外ヶ浜町、蓬田村)

番号	テーマ	内容	提案年	提取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	提取組状況(行政)
青森県らしさ 32	雪プロジェクトの 推進	毎冬、豪雪が全国メディアに取り上げることを利用して、青森の雪成分の優位性(雑味が少ない、湿度が高いなど)を分析し、雪の利活用を積極的に行う。	25		■(28)(27)雪を逆手に冬を楽しむ中南観光推進事業
青森県らしさ 33	クルージング等 の商品開発	夕方発翌朝到着の船(船上パーティ、船上カジノ)で交流圏を行き来する。	25		
青森県らしさ 34	作家や文化人を 活用した情報発信	文化人などを複数人リレー方式で招いて青森県内を案内し、メディアにとりあげてもらう。	25		
青森県らしさ 35	子ども向けテレビ 番組の制作(イ カール星人VSマ グロウ)	子ども向けのテレビ番組を制作し、道南と青森県で放送する。また、その登場キャラクター数種類を圏域内に出没させる。	25		