

政策テーマ 5

交流（国内外とつながる交流・物流の拡大）



施策1 観光の付加価値創出・向上

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

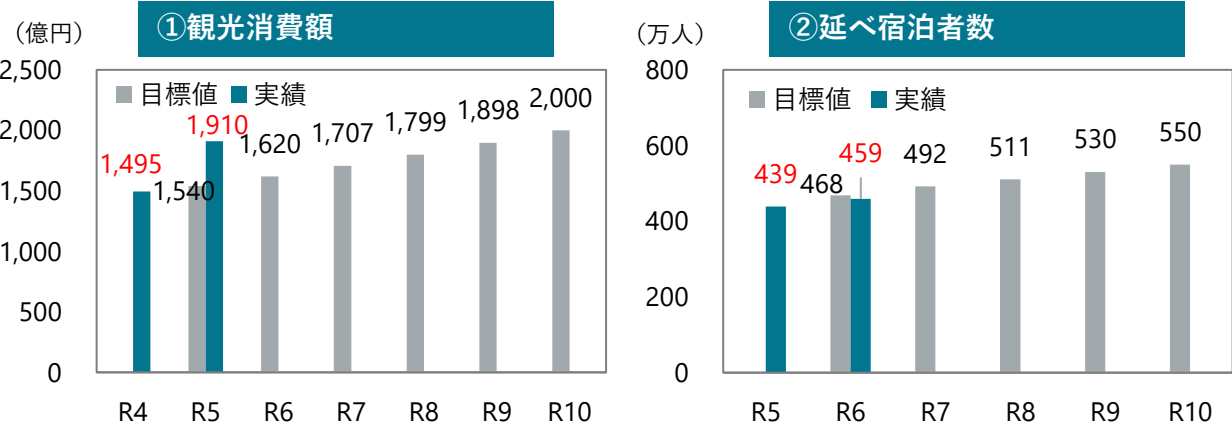
● 本県を訪れる観光客に、本県の魅力を満喫してもらいながら観光消費を促していくため、旅行中のあらゆる場面において付加価値の創出や高付加価値化を推進します。

1. 最終アウトカム 2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観光消費額の
拡大

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 観光消費額	1,495億円 (R4)	1,910億円 (R5)	○	2,000億円 (R10)
② 延べ宿泊者数	439万人泊 (R5)	459万人泊 (R6)	○	550万人泊 (R10)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

あおばな : 冬季の閑散期をいかに乗り越えるかが課題。いつ来ても楽しめるような環境づくりや観光コンテンツが大事。（青森県旅館ホテル生活衛生同業組合）
市町村・関係団体 : 観光客に選ばれるためには、体験型・参加型コンテンツを増やすなど、観光の選択肢を増やす取組が必要。
有識者 : 観光商品やコンテンツにおいては、単純な体験だけでなく、全体のストーリー性を持ち、青森らしさを出していくことが重要。



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策1 観光の付加価値創出・向上

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流

Ⅰ－1

5. 課題

6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り

7. 今後の取組の方向性

(1) アウトドアスポーツ等の体験型コンテンツの整備 (要因) - 自然に恵まれた本県は、アウトドアスポーツの観光地となるポテンシャルがある - 県内事業者がコンテンツ開発に取り組んでいるが、更なるコンテンツの充実が必要 - 食や伝統文化、自然など、本県ならではの体験に対する観光ニーズが高い	<観光交流推進部> - テーマ型コンテンツによる滞在推進（R5のみ：アクティビティや伝統文化コンテンツに関する開発実証） - アウトドアスポーツツーリズムの推進 →新たに本県の強みである豊かな自然を活かしたアウトドアスポーツツーリズムの推進を図るため、関係者と連携し、アウトドアスポーツの磨き上げや新たなコンテンツの開発に取り組んだ結果、計25のコンテンツを開発し、116名が参加した。今後は開発したコンテンツの更なる磨き上げを行うとともに、プロモーションを強化する。 →更なる体験型コンテンツの充実に向けては、アウトドアスポーツツーリズムの推進に関連して、ニーズが高まっているアドベンチャーツーリズム（アクティビティ・自然・文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行）につながる取組を検討する。	観察指標 ①	◆アウトドアスポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズムの推進 ◆滞在時間の増加に向けたコンテンツの充実 ◆冬季観光の促進
(2) 滞在型観光の推進 (要因) - 旅のスタイルが、名所を巡る物見遊山的な通過型観光から、体験や交流を重視する滞在型観光に変化している - 滞在につながる連泊を意識したコンテンツが不足している - コンテンツ開発の司令塔となる県内DMOの経験が不足している	<観光交流推進部> - 先進DMO※による事業フォローアップ - 滞在型観光コンテンツ創出推進事業の実施（R6：コンテンツ開発20件） - 新たな需要獲得観光コンテンツ開発事業の実施 →連泊につながるコンテンツ開発を県内のDMO等と連携して実施し、4つのDMOで計8件のコンテンツを開発した。引き続き、県内DMOのフォローアップを行い、滞在につながるコンテンツの開発を推進していく。 ※地域にある観光資源に精通し、地域と協同で観光地域づくりを行う法人	観察指標 ②	◆連泊の推進 ◆滞在につながるコンテンツの開発・ブラッシュアップ ◆県内DMOのフォローアップ
(3) 奥入瀬溪流の持続可能な観光の推進 (要因) - 一部の期間・場所において、深刻な交通渋滞等のオーバーツーリズムが発生している - 環境保全のためのバイパス事業が行われており、バイパス完成後は奥入瀬溪流沿いの国道が通年交通規制となるため、現在の通過型観光の形態が大きく変化する	<県土整備部> - 県民を対象とした奥入瀬をフィールドとする環境・交通教育である「未来の奥入瀬」体験ツアー（R6親子体験ツアー：1回（16人）、4校（104人））や、奥入瀬に関与する人財育成を目的とした「奥入瀬アカデミー」を開催 - 動画等による戦略的広報の実施 →ツアーの実施や奥入瀬アカデミーの実施により、奥入瀬の魅力と価値の認知人数の増加につながった。一方で、未だバイパス開通後の未来の奥入瀬の姿や、魅力と価値の認知度は低いことから、今後は戦略的広報を実施していくとともに、引き続き、県民を対象とした奥入瀬をフィールドとする環境・交通教育を通じて、奥入瀬の魅力・価値の認知度を引き上げていく。	観察指標 ①	◆オールシーズン滞在型観光への転換 ◆奥入瀬・十和田湖地域の高付加価値化 ◆オーバーツーリズムの現状把握と対策の検討・実施



施策1 観光の付加価値創出・向上

【令和6年度の主要事業の実績】			(単位：千円)
事業名 (担当部局)	事業実績	事業費	
観光コンテンツ魅力向上推進事業 (観光交流推進部)	観光コンテンツ開発件数 20件	8,771	
新たな需要獲得観光コンテンツ開発事業 (観光交流推進部)	アウトドアスポーツの磨き上げ・開発件数 25件 アウトドアスポーツ企画参加者数 116人 DMOとの連携による観光コンテンツ開発件数 8件	18,793	
アウトドアスポーツツーリズム推進事業 (観光交流推進部)	夏・冬のアウトドアスポーツプログラムの開発件数 4件 JRと連携したアウトドアツアー等の造成、販売件数 2件 旅行商品創出本数及び販売実証参加者数 3本、36人	17,697	
「未来の奥入瀬」ブランディング事業 (県土整備部)	体験ツアー参加校数及び参加者数 5校、120人 奥入瀬アカデミー開催回数及び参加者数 4回、267人	16,925	
奥入瀬溪流利活用検討事業 (県土整備部)	オーバーツーリズムの現状把握のための基礎調査の実施 シャトルバス運行日数及び乗降者数 7日、12,966人 自動運転走行台数、走行日数、及び乗降者数 3台、7日、428人	163,624	



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策2 多様な来訪者が快適に滞在できる環境づくり

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流
1 - 2

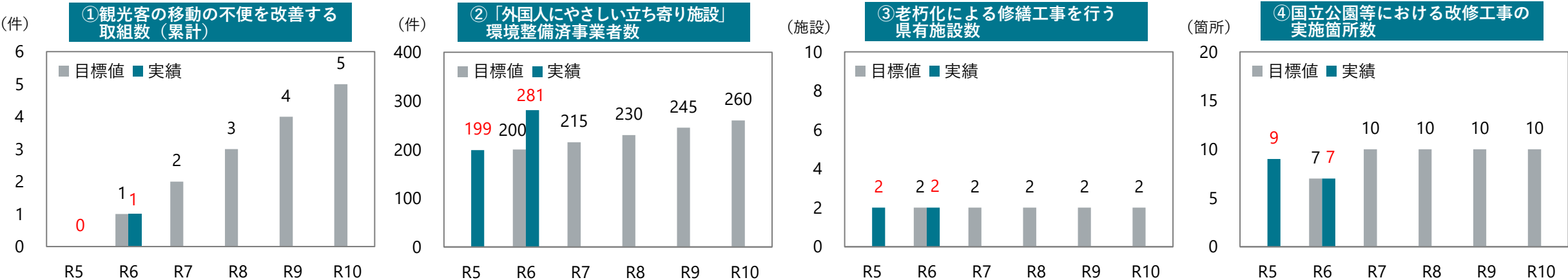
● すべての観光客が本県の観光に満足できるよう、安全・安心、かつ快適な環境整備を推進します。

1. 最終アウトカム 2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観光消費額の
拡大

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 観光客の移動の不便を改善する取組数（累計）	0 件 (R5)	1 件 (R6)	○	5 件 (R10)
② 「外国人にやさしい立ち寄り施設」環境整備済事業者数	199件 (R5)	281件 (R6)	◎	260件 (R10)
③ 老朽化による修繕工事を行う県有施設数	2 施設 (R5)	2 施設 (R6)	○	2 施設 (R10)
④ 国立公園等における改修工事の実施箇所数	9 箇所 (R5)	7 箇所 (R6)	△	10箇所 (R10)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

市町村・関係団体：交通拠点から宿泊施設・観光地への移動手段（二次交通）が不足している。
外国人旅行者：「無料公衆無線LAN環境」、「コミュニケーション（多言語対応を含む）」、「目的地までの地域公共交通の経路情報の入手」に困っている。
関係団体：観光物産館アスパムの本格的な改修工事を実施してほしい。（県観光国際交流機構）
施設運営に支障が生じないように修繕工事を行ってほしい。（県営浅虫水族館）
北八甲田山登山道の適正な維持管理に努めてほしい。（北八甲田山登山道維持ボランティア）



施策2 多様な来訪者が快適に滞在できる環境づくり

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)交通拠点から宿泊施設・主要観光施設までの二次交通の充実 (要因) 個人旅行や小グループでの旅行形態が主流となり、交通拠点から宿泊施設や主要観光地等への二次交通のニーズが高まっている	<観光交流推進部> 地域事業者の連携による共同送迎の実証実験の実施（R6：利用12件） → 二次交通が脆弱な地域での共同送迎について、体制の構築と有効な手段を検討し、送迎タクシーによる実証を行った。その結果、潜在的な需要があることが分かり、地域においてサービスを継続する方針となった。 → 新規客開拓に向けた宿泊や飲食と組み合わせたプランの実証を行う中で、体験コンテンツ等の不足や後継者問題といった地域課題が見えてきたため、それらについても引き続き地域において検討することとなった。	観察指標 ① ◆ 宿泊施設へのアクセスの充実 ◆ 観光客の誘客を促すコンテンツと組み合わせた二次交通の検討、他地域への展開
(2)訪日個人観光客受入環境の促進 (要因) 公共交通機関内や観光地、宿泊施設における、多言語表示や対応、Wi-Fi利用環境等の整備が求められている	<観光交流推進部> 外国人にやさしい立ち寄り施設調査の実施（多言語版HPで調査結果を公表） → 外国人観光客が立ち寄りやすい受入環境の調査・フォローアップを通じ、快適な旅行を満喫できる観光スポットや施設を公表しており、受入環境の調査・フォローアップを継続する。	観察指標 ② ◆ 外国人にやさしい立ち寄り施設の増加
(3)県有施設の施設修繕と改善 (要因) - 青森県観光物産館アスパムは昭和61年の開館から既に38年が経過、県営浅虫水族館は昭和58年の竣工から41年が経過している - 既に耐用年数を超える設備もあり、計画的な施設修繕と改善が必要である	<観光交流推進部> - 青森県観光物産館アスパムの長期保全計画（案）の策定に向けた検討 → 施設の長寿命化に伴う大規模修繕について、引き続き改修方法の検討を進めつつ、関係者との合意形成を図る。 - 浅虫水族館の老朽化対策として、エントランス、照明設備、温水ヒーター等の改修工事を実施 → 浅虫水族館の施設運営に支障が生じないように、引き続き計画的な施設修繕と改善に取り組む。	観察指標 ③ ◆ 県有施設の計画的な施設修繕の実施
(4)国立公園等における登山道・遊歩道や公衆トイレ等の老朽化対策 (要因) 県が管理する公園施設については、適正に維持管理を行い、利用者の利便性や安全性を確保する必要がある	<観光交流推進部> - 国立公園事業については、県が管理している北八甲田登山道や奥入瀬渓流歩道などのトイレ・展望台などについて老朽化対策を含む改修工事を実施（R6：7箇所実施） - 国定公園等については、津軽国定公園や下北半島国定公園、その他長距離自然歩道の歩道や園地について、市町村と連携・調整の上、適正な維持管理を実施 → 優先度の高いものから計画的に改修工事を実施しており、引き続き適正な維持管理に取り組む。	観察指標 ④ ◆ 国立公園等における計画的な施設修繕の実施



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策2 多様な来訪者が快適に滞在できる環境づくり

交流
1 - 2

【令和6年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
「サステナブル観光県青森」推進事業 (観光交流推進部)	セミナーに参加し、持続可能な取組への関心が高まった人数 新たにサステナブルに対応した宿泊施設数 エリア生産性向上モデル創出（二次交通実証）取組件数	77人 4施設 1件 16,660
外国人観光客受入体制整備事業 (観光交流推進部)	外国人にやさしい立ち寄り施設調査件数	2,502件 2,687



施策3 観光DXの推進と持続可能な観光関連産業の確立

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

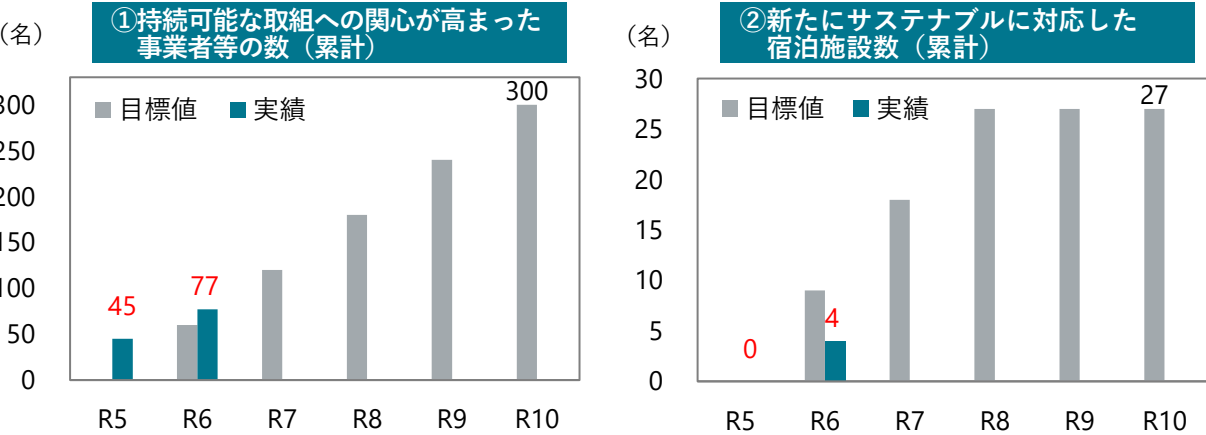
● 観光分野におけるDXを推進し、本県観光産業が稼げる産業として、持続可能な成長を続けていながら、観光に携わる誰もが満足できる観光産業の確立を目指します。

1. 最終アウトカム 2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観光消費額の
拡大

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 持続可能な取組への関心が高まった事業者等の数（累計）	45名（R5）	77名（R6）	○	300名（R10）
② 新たにサステナブルに対応した宿泊施設数（累計）	0件（R5）	4件（R6）	○	27件（R10）

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

事業者：冬季における観光消費額拡大の対策について検討が必要。（青森県旅館ホテル生活衛生同業組合）
有識者：下北地域における生産性向上の取組を行う必要がある。



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策3 観光DXの推進と持続可能な観光関連産業の確立

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流

1 - 3

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)観光地域づくりに取り組む次世代人材の育成 (要因) - コロナ禍等を経て、観光ニーズが多様化、細分化し、観光客や県外事業者からは、丁寧で柔軟かつ迅速な対応が求められている - こうした状況の中、観光地域づくりの牽引役として、DMOへの期待が大きい	<観光交流推進部> - 観光地域づくり人材育成事業の実施（地域づくり研修会成果報告会 R5：107名参加） - 観光産業基盤強化事業の実施（R5：県内3DMOへメンター派遣、成果報告会21名参加） → これまで県内の観光地域づくりの中核となるDMOの人財育成のため、先進的なDMOへの県内DMO職員の派遣研修や県内DMOへのメンター派遣等を行ってきた。今後も変化する観光ニーズに対応できる人材が求められており、県内DMOへのコンテンツ開発の事業委託などを通して、実践的なスキルアップの機会につなげていく。	◆観光地域づくりの担い手育成
(2)宿泊施設の生産性の向上 (要因) - 県内宿泊施策は7割以上が人手不足 - 繁閑差があることや他産業との競争も激化していることから、生産性向上による対策が求められている	<観光交流推進部> - 宿泊施設生産性向上促進事業の実施（R5：県内宿泊施設12施設へのコンサル派遣、セミナー開催（青森会場40名、八戸会場28名）、生産性向上事例集の作成） - 地域事業者の連携による共同送迎の実証実験の実施（R6：風間浦村下風呂地区） → 人手不足等の課題解決のため、個別の宿泊事業者の生産性向上に向けた取組を実施し、延べ12件の利用につながった。更なる生産性向上を図るため、複数の事業者が連携した地域課題の解決に取り組んでいく。	◆二次交通の利便性向上 ◆生産性向上のモデル創出 ◆観光DXの推進
(3)県内事業者のサステナビリティの向上 (要因) サステナブルな旅行ニーズの高まりに対し、取り組む事業者が少ない	<観光交流推進部> - サステナブル観光セミナーの開催（R5：1回、45名） - 県内宿泊施設のサステナブルホテル化に向けた専門家派遣と施設整備支援（R6：4施設） → 令和5年度にセミナーを開催したが、事業者の取組や機運醸成が不十分であったため、令和6年度は宿泊事業者への直接的な支援をすることにより、サステナブルな対応に取り組む宿泊施設を増加させるとともに、広く観光関係者を対象としたオンラインセミナー（53名申込）を開催し、取組を周知することで機運醸成を図った。	◆サステナブルツーリズムの推進 ◆事業者の機運醸成
(4)年間を通じて安定した観光需要の創出 (要因) 冬季（閑散期）の宿泊者数及び観光消費額が少ないため、年間を通して県内観光関連事業者の安定した経営が困難である	<観光交流推進部> - 平日・閑散期誘客対策事業の実施 - 冬季の外国人観光客を対象とした観光消費額拡大の取組の実証（ウェルカムカード）（R6：中南地域） → 令和6年度は県民を対象とした冬の宿泊キャンペーンを実施し、約13,000人泊の実績となった。また、ウェルカムカードを活用した取組には、宿泊施設23件、協賛店61件が参加した。年間を通して延べ宿泊者数は増加傾向にあるが、冬季は国内旅行需要が伸び悩む時期であることから、県内需要の喚起に取り組む。	◆地域課題の解決策の実証 ◆冬季における観光需要の掘り起こし



施策3 観光DXの推進と持続可能な観光関連産業の確立

【令和6年度の主要事業の実績】			(単位：千円)
事業名 (担当部局)	事業実績	事業費	
「サステナブル観光県青森」推進事業 (観光交流推進部) ※交流Ⅰ-2を再掲	セミナーに参加し、持続可能な取組への関心が高まった人数	77人	16,660
	新たにサステナブルに対応した宿泊施設数	4施設	
	エリア生産性向上モデル創出(二次交通実証)取組件数	1件	
平日・閑散期誘客対策事業 (観光交流推進部)	県民向け冬季宿泊キャンペーン宿泊者数	約12,000人泊	20,873
	冬季向け宿泊プラン造成件数	14件	
	平日を対象とした連泊旅行商品造成件数	2件	



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策4 青森ファンを増やす情報発信

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流

Ⅰ－4

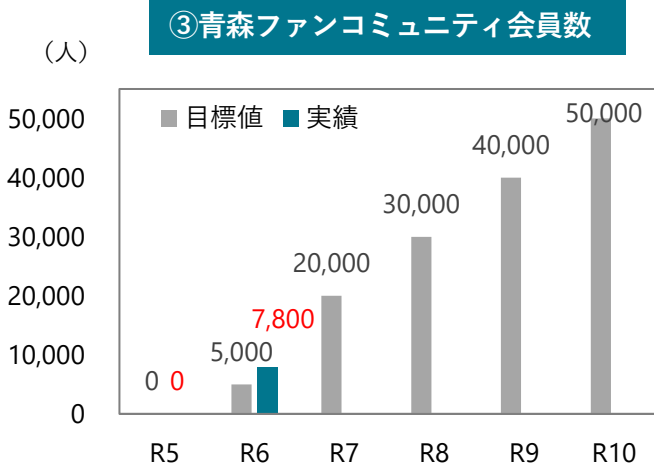
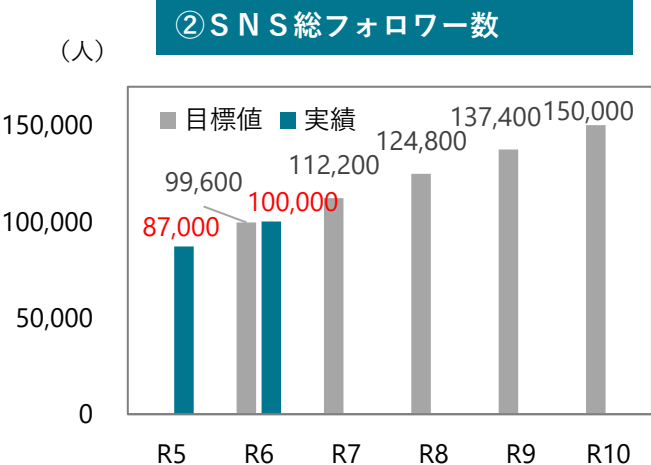
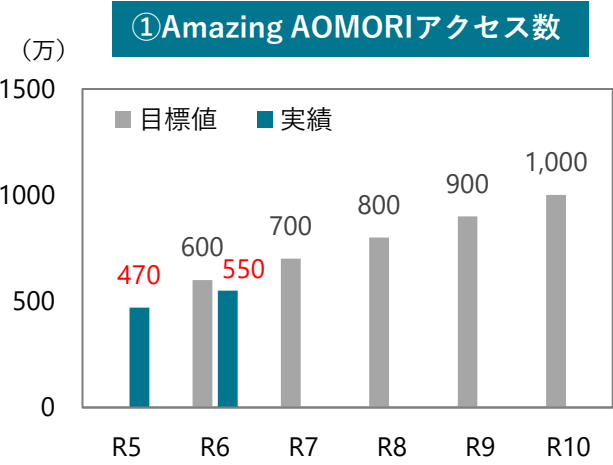
● お客様一人一人のニーズを捉え、的確に情報発信するとともに、国内外のネットワークを活用しながら、ファンの拡大や熱狂的なファンの獲得を目指します。

1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観光消費額の 拡大	観察指標	基準値	現状値		目標値
	① Amazing AOMORI アクセス数（日本語）	470万（R5）	550万（R6）	○	1,000万（R10）
	② SNS総フォロワー数	87,000人（R5）	100,000人（R7.4時点）	○	150,000人（R10）
	③ 青森ファンコミュニティ会員数	0人（R5）	7,800人（R7.4時点）	○	50,000人（R10）

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係者：情報発信やマーケティングリサーチについては、地域単独で行うよりも全県規模で行うことにより、スケールメリットを期待できることから、県主導による一体的な情報発信やマーケティングリサーチを行ってほしい。（令和5年度県内DMOを対象とした意見交換会）

有識者：マスメディアでの情報露出に対応したオウンドメディア※等での情報発信の強化が必要。生活者との関係性を意識した効率の良いSNS投稿の強化など、情報発信の高度化が必要。

※企業等が情報発信に用いる媒体（メディア）のうち、自社で保有し、運営・管理しているメディアのこと。



施策4 青森ファンを増やす情報発信

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)戦略的なメディア露出 (要因) - 生活者のメディア接触時間のうちマスメディアの接触時間は42.2%と未だに影響力を有している - 一方でマスメディアで得た情報はWebでの検索行動に移行するため、観光情報サイトなどでのランディングページを設けるなどの対策が必要だが、本県の対応は不十分	<観光交流推進部> - PR資料の作成、メディアセールスの実施（R5：マスメディア露出 合計200件、広告換算値約78億円） →マスメディアへの露出は高い水準で成果を得ているが、マスメディアの情報を入手した者が検索行動へと進む動線が不十分であるため、消費を取り逃がしている可能性がある。 - 青森県観光情報サイト「Amazing AOMORI」による情報提供（R5：470万PV※、R6：550万PV） ※Webサイト内の特定のページが読み込まれた回数を示す値のこと。ページビュー。 →令和3年度の改修後、PV数は順調に伸びているが、更新頻度やコンテンツが不足しており、PV数で全国上位の新潟県観光情報サイトと比較すると、コンテンツ数は約3割にとどまる。	観察指標 ① ◆オウンドメディアの一体的な運用による相乗効果の獲得 ◆PRや観光企画の専門家によるコンサルティングを踏まえた国内外への情報発信 ◆ブランドイメージ向上のための情報発信 ◆観光情報サイト等のコンテンツの拡充 ◆インフルエンサーによる情報発信
(2)エンゲージメントの高いSNS情報発信 (要因) - SNSによる情報発信では、ユーザーの関心が高い投稿を行うことでアカウントが評価される - 例としてまるごと青森Instagramのフォロワー構成は青森県内約64%、神奈川県約8%、東京都約6%と県外の比率が低くなっている（観光情報サイトAmazing AOMORIの場合、青森県内約11%、東京都約47%）	<観光交流推進部> - SNS・Webは6種類を運営（①まるごと青森ブログ（H17年開設）、②まるごと青森Facebook（H24年開設、フォロワー数約2万人）、③まるごと青森Instagram（H29年開設、フォロワー数2.6万人）、④まるごと青森X（旧Twitter）（H29年開設、フォロワー数約4万人）、⑤はらぺこ青森Instagram（H30年開設、フォロワー数約1.4万人）、⑥いこうよ青森Instagram（R6年開設、フォロワー数約300人） →SNS運用において、県外向けの観光情報と県内向けのおでかけ情報が混在しており、県外フォロワーの増加が鈍かったため、新たに県外向けの情報発信に特化したアカウントを開設するほか、SNSでキャンペーンを実施するなどして県外フォロワー獲得に取り組んでおり、SNS総フォロワー数は順調に推移している（100,000人）。	観察指標 ② ◆SNSアカウントの効果的な運用 ◆SNSやアルゴリズムの専門家によるコンサルティングを踏まえたエンゲージメントの高い情報発信 ◆SNSユーザーが共感する情報発信企画の実施
(3)ファンマーケティングの推進 (要因) - 情報流通量の増加により、一方的な情報発信は、訴求力や費用対効果が低下していく - 顧客の属性、嗜好性及び行動等を継続的に収集・分析できる仕組みに対するニーズが高まっている - 顧客の本県来訪意向や推奨意向の向上に向けた顧客参加型の仕組みに対するニーズが高まっている	<観光交流推進部> - 顧客参加型のプラットフォームである「青森ファンコミュニティ（CRMシステムを搭載）」の有効性の確認を目的とした有識者ヒアリング及び先進事例調査及び県内全DMOを対象とした意見交換会の実施 - 東北広域のマーケティングデータを一元化したプラットフォームである東北観光DMP（東北観光推進機構運営）を県内DMOと連携して活用 - 青森ファンコミュニティ「青森びいき」の設置 →県内全DMO等の協力を得て、令和6年7月に「青森ファンコミュニティ（青森びいき）」を立ち上げ、登録者数の増加に取り組んでおり、会員数は順調に推移している（7,800名）。	観察指標 ③ ◆青森ファンコミュニティの運用を通じた本県来訪意向・推奨意向の向上 ◆顧客分析やテストマーケティングの実施 ◆東北観光DMPを活用した全県的なマーケティングリサーチの実施



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策4 青森ファンを増やす情報発信

【令和6年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
D Xによる青森ファン関係強化推進事業 (観光交流推進部)	青森ファンコミュニティ会員数 7,800人	47,888
まるごと青森インフルエンサー獲得事業 (観光交流推進部)	媒体系インフルエンサーに対する情報提供活動実施件数 242件 マスメディアを通じた情報発信件数 207件 マスメディア関係者向け食セミナー開催	17,142



施策5 国内外からの誘客の強化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

● 観光消費額を拡大するため、本県が持つ魅力を国内外に最大限に訴求し、更なる誘客拡大を目指します。

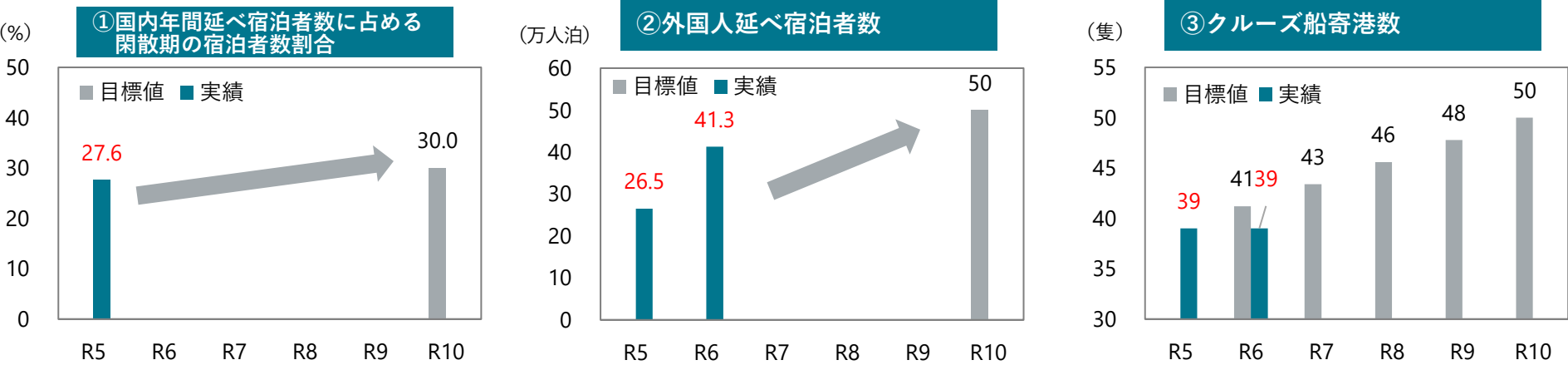
1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観光消費額の
拡大

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 国内の年間延べ宿泊者数に占める閑散期（12～3月）の宿泊者数割合	27.6% (R5)	27.6% (R5)	－	30.0% (R10)
② 外国人延べ宿泊者数	26.5万人泊 (R5)	41.3万人泊 (R6)	○	50万人泊 (R10)
③ クルーズ船寄港数	39隻 (R5)	39隻 (R6)	△	50隻 (R10)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係者：冬季における誘客対策及び県民による県内周遊促進策を実施してほしい。（県内宿泊事業者）
海外旅行会社との商談会の機会等あれば参加したい。（同上）
人財不足、処遇改善。（クルーズ船受入に係る船舶代理店等）



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策5 国内外からの誘客の強化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流

Ⅰ－5

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)平日・閑散期における誘客の強化 (要因) 繁忙期・閑散期における宿泊者数の差が大きく、県内観光関連事業者の安定した経営が困難	<観光交流推進部> - 平日・閑散期誘客対策事業により宿泊プラン（R6：14件）、連泊旅行商品の造成支援（R6：2件） - 青函周遊促進事業により道南エリアとの連携体制の構築、魅力ある旅行企画の創出（R6：4件） → 令和6年度は冬季の宿泊プラン14件の造成を支援し、1,277人泊の実績となった。また、平日を対象とした連泊旅行商品2件の造成を支援し、69名の集客となった。さらに、DMOが実施する冬季の旅行企画4件の創出を支援し、平日・閑散期の誘客を図った。今後も平日・閑散期の旅行需要の更なる拡大に向けた取組を推進する。	観察指標 ① ◆ 宿泊事業者との連携による閑散期の宿泊プラン創出 ◆ 旅行事業者に対する連泊旅行商品の造成の働きかけ ◆ 冬季における県内需要の掘り起こし ◆ 道南エリア自治体、JR等との連携による旅行需要の取り込み ◆ 青函周遊企画の販売促進
(2)外国人延べ宿泊者のコロナ禍前水準への早期回復・増加 (要因) 訪日需要は大都市を中心に回復・伸長しており、本県を含めた地方は低調に推移	<観光交流推進部> - 東アジア（韓国、台湾、香港、中国）やタイ、豪州市場を対象とした本県旅行商品の販売促進、情報発信 - 外国人延べ宿泊者数の更なる増加が見込まれるシンガポール及び米国西海岸を新たなターゲットとしたニーズ調査、情報発信 - 海外OTA※を活用した本県着地型旅行商品の販売促進 → 令和6年の外国人延べ宿泊者数は413,280人泊で令和元年同期比116%となり、国の統計調査開始以降、過去最高となった。50万人泊の目標達成のためには青森空港の国際定期便の再開を契機とした東アジアからの一層の誘客促進に加え、新規市場への参入などの取組を推進する。 ※インターネット上だけで取引を行う旅行会社	観察指標 ② ◆ 海外航空会社・旅行会社と連携した旅行商品の販売促進 ◆ 外国人観光客への適切な情報発信 ◆ 外国人観光客のニーズ把握
(3)クルーズ船の寄港拡大 (要因) - 船舶代理店や綱取り等のクルーズ船受入体制に関わる港湾関連産業の人財不足が顕在化 - 全国の寄港拡大を巡る地域間競争が激化している	<県土整備部> - 青森港のクルーズ船受入体制に係る関連会社等との協議、体制構築 - 欧州ポートセールス、他港と連携した海外セミナー開催（R6：1回） → これまでクルーズ船の誘致活動と並行してクルーズ船受入体制構築に取り組んだ結果、令和6年の青森港への寄港回数は36回と過去最高を記録した。令和7年は48回の寄港が予定されるなど、今後も寄港回数の増加が見込まれていることから、受入体制を強化する。 <観光交流推進部> - クルーズ船社ランドオペレーター社県内視察ツアー（R6：1回）等 → 視察ツアーを通して、新たなツアー造成につながった。今後、寄港が増えている富裕層向けクルーズ船の寄港地ツアーの充実を図る。	観察指標 ③ ◆ 拡大するクルーズ需要の獲得 ◆ 港湾関連産業の人財確保 ◆ クルーズ船寄港等による港湾や市周辺エリアの交流拠点としての機能向上 ◆ 寄港地観光の充実



施策5 国内外からの誘客の強化

【令和6年度の主要事業の実績】			(単位：千円)
事業名 (担当部局)	事業実績	事業費	
世界遺産活用ツーリズム推進事業 (観光交流推進部)	白神山地世界遺産ツーリズム推進プロモーションに係る広告掲載件数 2件 サステナブルツーリズム映像制作件数 6件 WEB媒体による情報発信件数 2件 縄文利用バス助成の申請件数 39件 広告助成による旅行商品造成数 29商品 首都圏講座受講者数 110人	44,540	
平日・閑散期誘客対策事業 (観光交流推進部) ※交流Ⅰ－3を再掲	県民向け冬季宿泊キャンペーン宿泊者数 約12,000人泊 冬季向け宿泊プラン造成件数 14件 平日を対象とした連泊旅行商品造成件数 2件	20,873	
青函周遊観光推進事業 (観光交流推進部)	周遊動向調査を目的とした青函スタンプラリー参加者数 16,426人 冬季誘客促進に向けた魅力ある体験プログラム創出件数 4件 情報誌への掲載件数 3件	12,664	
韓国インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地旅行会社メディア招請回数 4回 現地旅行会社セールス実施回数 4回 SNSによる情報発信回数 72回 展示会参加回数 1回 バイヤー招請回数 2回	32,028	
台湾インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地航空会社・旅行会社招請回数 1回 旅行博・現地イベント出展回数 1回 SNSによる情報発信回数 162回	29,343	
中国インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地旅行会社招請回数 2回 旅行博・現地イベント出展回数 2回 SNSによる情報発信回数 220回	20,651	
香港インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地メディア招請回数 1回 旅行博・現地イベント出展回数 2回 SNSによる情報発信回数 261回	10,882	
タイインバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地メディア招請回数 1回 旅行博・現地イベント出展回数 2回 SNSによる情報発信回数 60回	4,809	



政策Ⅰ 国内外とつながる観光の推進

施策5 国内外からの誘客の強化

交流
Ⅰ－5

【令和6年度の主要事業の実績】			(単位：千円)
事業名 (担当部局)	事業実績	事業費	
シンガポールインバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地大学生を招請したモニターツアー実施回数 旅行博・現地イベント出展回数	1回 1回	3,708
豪州インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地商談会参加回数 旅行博・現地イベント出展回数 SNSによる情報発信回数	1回 1回 45回	6,313
欧米インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部)	現地旅行会社・メディア招請回数 米軍関係者向けモニターツアー実施回数 SNSによる情報発信回数	2回 2回 98回	14,332
海外OTA活用着地型観光商品販売促進事業 (観光交流推進部)	海外OTAにおける販売商品数 海外OTA上の特集ページレビュー数 県内観光事業者向けオンラインセミナーの開催回数	23商品 20,698回 2回	4,683
世界とつながるクルーズ船寄港促進事業 (観光交流推進部) (県土整備部)	県内観光関係者と寄港地観光手配会社との商談会実施回数 県内観光関係者向け寄港地ツアー造成セミナー実施回数 県内在住全国通訳案内士研修会の開催 船会社等へのポートセールス訪問企業数 船舶代理店の新規参入企業数 クルーズセミナー参加者数	1回 1回 19社 1社 26人	21,978



施策1 海外ニーズを捉えた輸出戦略の展開

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

● 外部環境の変化に対応しながら、海外市場の需要を着実に獲得するため、既存の販路の拡大や新たな販路の開拓につながる輸出戦略を展開します。

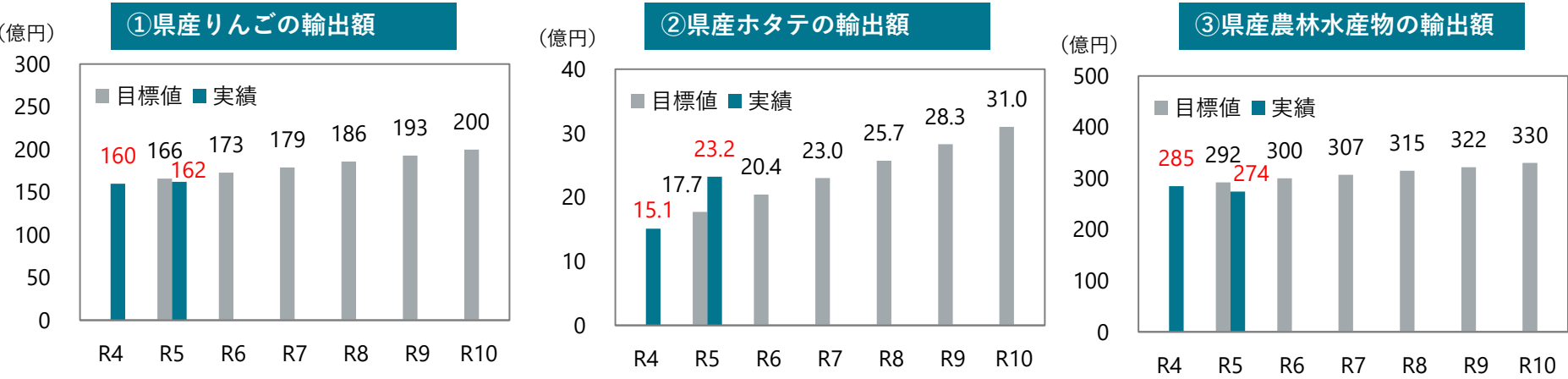
1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

輸出額の拡大

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 県産りんごの輸出額	160億円 (R4)	162億円 (R5)	○	200億円 (R10)
② 県産ホタテの輸出額 (中国以外)	15.1億円 (R4)	23.2億円 (R5)	○	31億円 (R10)
③ 県産農林水産品の輸出額	285億円 (R4)	274億円 (R5)	△	330億円 (R10)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

- 【りんご関係】
- # あおばな：世界に輸出される青森りんごのブランド、品質を守る取組を期待したい。（弘前市りんご生産者）
 - 生産者：園地を管理できなくなった際に、園地や農機具等の相続・処分等を総合的に相談できる窓口、りんご樹の伐採に速やかに対応できる事業がほしい。（西北地域りんご生産者）
- 【ホタテ関係】
- # あおばな：中国向けはしばらく時間がかかります。EUや台湾、別な角度から攻めていきたい。（東青地域ホタテ加工業者）



施策1 海外ニーズを捉えた輸出戦略の展開

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

5. 課題		6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り		7. 今後の取組の方向性	
(1)県産りんごの輸出維持・拡大 (要因) ・ 需要が集中する春節向けは、産地側に輸出拡大できる余力が少ない ・ 主力の台湾・香港以外の国への輸出が少ない ・ 台湾輸入検査でモモシンクイガが発見されると、本県産りんご全体が輸入停止になる		<観光交流推進部> ・ 輸出序盤からの店頭プロモーションや情報発信（R5：2か国・地域、R6：3か国・地域） ・ 東南アジアを対象とした試食宣伝や情報発信（R5：6か国・地域、R6：6か国・地域） ・ 新規輸出国（インド）の有望性調査（R5：ムンバイ、R6：デリー） → 主力の台湾を中心に、店頭プロモーションや情報発信等に取り組んだ結果、安定的な輸出額を確保している。新規輸出国のインドについては、有望性調査等の結果を踏まえて、ニーズに適したプロモーション方法を検討する。		◆ 新たな需要の拡大 ◆ 青森りんごブランドの強化 ◆ 新規輸出先の開拓 ◆ モモシンクイガ被害果選別対策の強化 ◆ 放任園対策の強化	観察指標 ①
(2)県産ホタテの輸出先転換・販路開拓 (要因) ・ 県産ホタテの輸出先の8割以上を占めていた中国向けの輸出が停止している		<観光交流推進部> ・ 台湾での関係団体と連携した店頭プロモーションの実施（R5：4店舗、R6：7店舗） ・ アジアや米国の需要拡大に向けた店頭プロモーション等の実施（R6：3か国） ・ EU（フランス）を対象とした新たな輸出先開拓に向けた調査分析 → 台湾では、店頭プロモーションに取り組んできた結果、輸出量が増加している。その他の国は、今年度の取組結果を踏まえ、ターゲットを絞り込んだ内容に変更する。EUについては、調査分析を踏まえ、ベビーボイルホタテ中心の取組を検討する。		◆ 輸出先のニーズに応じたプロモーションの展開 ◆ EUへの戦略的なプロモーションの展開	観察指標 ②
(3) 県産農林水産品の輸出拡大 (要因) ・ りんごやホタテ以外の輸出額が少ない ・ ニーズに対応できていない品目がある		<観光交流推進部> ・ 関係団体と連携した品目別（米、ながいも等）の試食宣伝等の実施（R5：5回、R6：4回） ・ 複数品目を組み合わせた県産品プロモーションの実施（R6：1回） ・ 新規品目の有望性調査（R5のみ）及びテスト輸出による求評活動の実施（R6：1品目） → 関係団体と連携した品目別の試食宣伝等により、輸出額は堅調に推移しており、令和5年度は過去2番目の高水準となっている。更なる輸出拡大に向けては、品目を組み合わせたPR活動を強化するとともに、ニーズに応じた新規品目のテスト輸出を行い、対象国での課題を把握する。		◆ 輸出先のニーズに応じた品目別や複数品目の組み合わせによるプロモーションの展開 ◆ 新規品目のテスト輸出	観察指標 ③
(4)工業製品の海外販路開拓・拡大 (要因) ・ 工芸品の海外PRや、海外バイヤーとの商談の機会が少ない ・ 工業製品の輸出に取り組むための情報・ノウハウが不足している		<観光交流推進部> ・ 青森県ものづくり海外取引拡大アドバイザーによる工業製品輸出相談窓口を設置 ・ フランス・パリで開催される見本市「メゾン・エ・オブジェ」に出展（R5：7事業者） ・ パリのショールーム（店舗）で約8か月間にわたって工芸品を販売（R6：9事業者） → 県産工芸品は、見本市への出展等により認知度が向上しており、海外事業者との商談機会を創出することにより、更なる販路開拓・拡大が期待できる。		◆ 海外事業者との商談機会の創出	観察指標 なし



施策1 海外ニーズを捉えた輸出戦略の展開

【令和6年度の主要事業の実績】			(単位：千円)
事業名 (担当部局)	事業実績	事業費	
外需を取り込む輸出基盤強化事業 (観光交流推進部)	新規品目（多収米）のテスト輸出による求評活動の実施品目数 海外向け青森産品オフィシャルサイトにおける情報発信対応言語数	1品目 6言語	9,757
青森りんご海外プロモーション強化事業 (観光交流推進部)	輸出序盤からの店頭プロモーション及び情報発信実施国・地域数 青森ブランドの強化のための連携企業数 新規輸出国（インド）の有望性調査実施回数	3か国・地域 2社 1回	9,415
ものづくりグローバル展開事業 (観光交流推進部)	伝統工芸品の展示販売企業数	9社	3,553
ホタテガイ海外需要拡大特別対策事業 (観光交流推進部)	アメリカでのスーパーマーケット試食宣伝及び飲食店への提案活動店舗数 ベトナムでの飲食店への提案活動及びメニュー開発・提供店舗数 フランス（EU）の市場調査・分析実地回数	6店舗 7店舗 1回	8,851
台湾向け輸出入りんごリスク低減対策事業 (農林水産部)	モモシンクイガ被害果選別技術の精度検証品種数 所有者不明で解消困難な放任園に係る弁護士派遣による相談対応回数 所有者不明で解消困難な放任園に係る研修会の開催	2品種 2回	11,850



施策2 グローバルな経済連携の強化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

● 経済協力関係を生かしたビジネス交流や人的交流の促進など、海外との総合的な経済連携体制の強化に取り組みます。

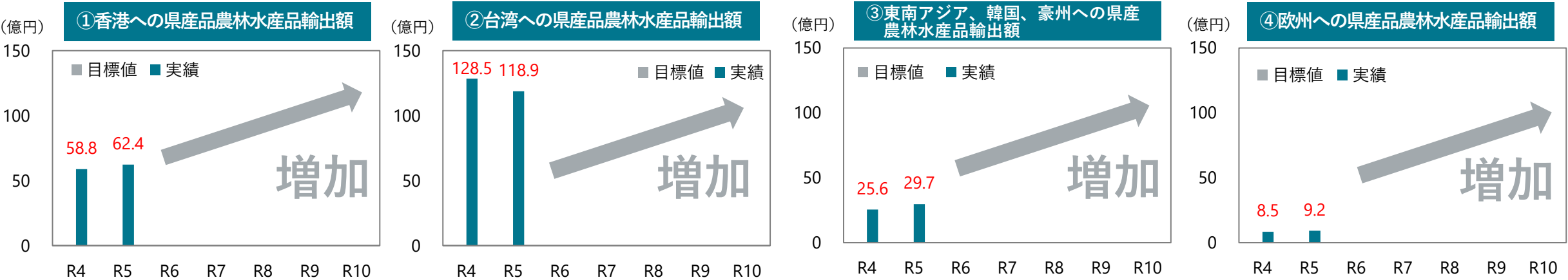
1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

輸出額の拡大

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 香港への県産農林水産品の輸出額	58.8億円 (R4)	62.4億円 (R5)	○	基準より増加 (R10)
② 台湾への県産農林水産品の輸出額	128.5億円 (R4)	118.9億円 (R5)	△	基準より増加 (R10)
③ 東南アジア(タイ、シンガポール、ベトナム)、韓国、豪州への県産農林水産品の輸出額	25.6億円 (R4)	29.7億円 (R5)	○	基準より増加 (R10)
④ 欧米への県産農林水産品の輸出額	8.5億円 (R4)	9.2億円 (R5)	○	基準より増加 (R10)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係団体：海外販路開拓・拡大に向けた、商談機会を創出してほしい。（県内事業者）



施策2 グローバルな経済連携の強化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)香港との経済連携体制の強化 (要因) - 輸出規制等の障壁が少なく、最も取り組みやすいことに加え、中国本土等へのゲートウェイにもなること等について、県内企業への浸透が不足 - MOU(覚書)を締結した香港貿易発展局、コーディネーターを活用し、品目等のニーズを捉え、素早く対応できる体制づくりが必要	<観光交流推進部> - 香港貿易発展局(MOU締結先)と連携した見本市(R6:2回)、輸出セミナー(R6:1回)の開催 - ECサイトにおけるモニタリング販売、商品改善・販売戦略の支援(R6:14社、22商品) - 香港輸出コーディネーターの設置(ビジネスマッチング・現地ニーズ調査・フォローアップ等) →輸出を始めとした海外ビジネスは進んでいるものの、更なる拡大のためには、新規プレイヤーの創出、継続的な輸出販路の開拓・拡大、ヒット商品の創出等が不足している。 - 国内の米卸売会社や青果卸売会社と連携した試食宣伝やテスト輸出の実施(米の試食宣伝 R5:1回、R6:1回、青果物のテスト輸出 R5:2品目、R6:1品目) →県産米の輸出は、米卸売業者と連携して試食宣伝に取り組んだ結果、現地スーパーのPB商品化につながるなど、着実に増加している。青果物については、今年度のテスト輸出の結果を踏まえて、現地ニーズに応じた効果的なプロモーション方法を検討する。	観察指標 ① ◆MOU締結先を始めとした輸出関係団体との連携強化 ◆輸出に取り組む新規プレイヤーの創出・自立化 ◆現地ニーズに即した商品改善・販売戦略の推進 ◆パートナー企業との連携
(2)台湾との経済連携体制の強化 (要因) - 製品の成分等、規制面の障壁が多く、輸出に関する基本的な知識が求められる - 現地ニーズを捉え、商談の機会を創出する等、販路拡大の後押しが必要	<観光交流推進部> - 台湾経済団体と連携した商談会の開催(R6:1回) - 国際食品見本市等におけるプロモーションの実施(R6:2回) - 台湾輸出コーディネーターの設置(ビジネスマッチング・現地ニーズ調査・フォローアップ等) →見本市出展など台湾の有力企業と連携した取組により、県内企業の輸出を始めとした海外ビジネスが拡大。経済協力関係を生かした取組の推進や、輸出の定着・拡大に向けた助言・フォローアップ体制の強化により、海外ビジネスの一層の拡大が期待できる。	観察指標 ② ◆経済協力関係を生かした取組の推進 ◆輸出の定着・拡大に向けた助言・フォローアップ ◆輸出に取り組む新規プレイヤーの創出
(3)東南アジア(タイ、シンガポール、ベトナム)、韓国、豪州との経済連携体制の強化 (要因) 現地ニーズに応じた販路開拓・拡大が必要	<観光交流推進部> - 商社等と連携したフェアの開催(R6:2回)、バイヤー招請(R6:1回)等 - 東南アジア輸出コーディネーターの設置(ビジネスマッチング・現地ニーズ調査・フォローアップ等) →輸出に関心を持つ県内企業は徐々に増えており、対象国に応じたマーケティングや現地有力団体とのネットワーク形成により、更なる販路開拓・拡大が期待できる。	観察指標 ③ ◆対象国に応じたマーケティング ◆東南アジア企業、韓国企業とのマッチング ◆有力団体とのネットワーク形成
(4)欧米との経済連携体制の構築 (要因) 対象国における有望な品目の絞り込みや有力なパートナー情報、マーケットに応じた取組が不足している	<観光交流推進部> - 新規ターゲット(市場・パートナー)の調査・分析(R6:米国(ロサンゼルス)1回) - 国内商社と連携した米国での青森県フェアの開催(R5:1回、R6:1回) - 県内ホタテ事業者と連携したEU見本市でベビーボイルホタテの試食PR(R6:2回) →令和6年度の新規ターゲット調査の結果を基に、対象国における品目や有力パートナーを選定するとともに、効果的なプロモーション方法を検討する。 →米国では、国内商社と連携した青森県フェアに取り組んできた結果、加工品を中心に取扱が増加しており、輸出拡大につながっている。 →EUでは、コロナ禍の影響で物流事業者と連携した取組が進まなかった。今後は、輸出に取り組む県内ホタテ事業者等と連携し、輸出先に合わせたプロモーションを検討する。	観察指標 ④ ◆欧米市場の新規ターゲット調査(市場・パートナー) ◆対象国に応じたマーケティング ◆パートナー企業との連携



政策Ⅱ 輸出・海外ビジネスの拡大と物流の確保

施策2 グローバルな経済連携の強化

交流
Ⅱ－2

【令和6年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
香港との絆づくり・交流深化事業 (観光交流推進部)	展示会参加回数 1回 バイヤー招請回数 2回	10,443
グローバルマーケットシェア獲得事業 (観光交流推進部)	ビジネスマッチング件数 5件 フェア等開催回数 6回 バイヤー招請回数 1回	31,849
台湾県産農林水産品販路開拓支援事業 (観光交流推進部)	ビジネスマッチング件数 12件 商談会開催回数 2回 県産品フェア開催・国際見本市等への参加回数 3回	10,901
香港県産農林水産品販路開拓支援事業 (観光交流推進部)	通年マッチング実施件数 4件 バイヤー招請回数 1回 香港ECサイト青森フェア開催回数 3回	15,818
韓国インバウンド需要拡大事業 (観光交流推進部) ※交流Ⅰ－5を再掲	現地旅行会社メディア招請回数 4回 現地旅行会社セールス実施回数 4回 SNSによる情報発信回数 72回 展示会参加回数 1回 バイヤー招請回数 2回	32,028



施策3 産業と暮らしを支える物流の最適化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

- 需要（消費市場）と供給（生産市場）をスムーズにつなげるため、県産品の流通ルートの維持・拡大、様々な物流手段を適切に組み合わせたモデルミックスの促進等により、物流の最適化を進めます。

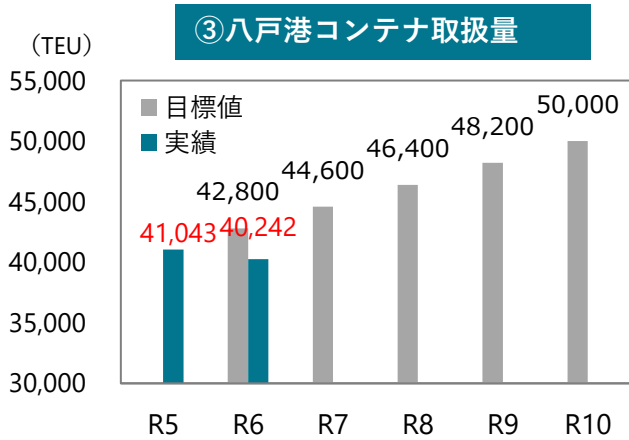
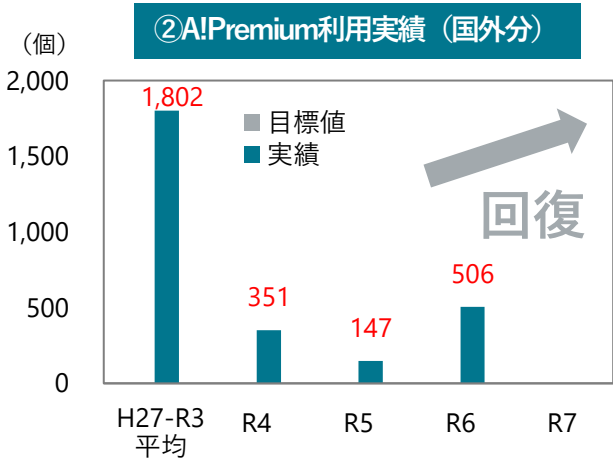
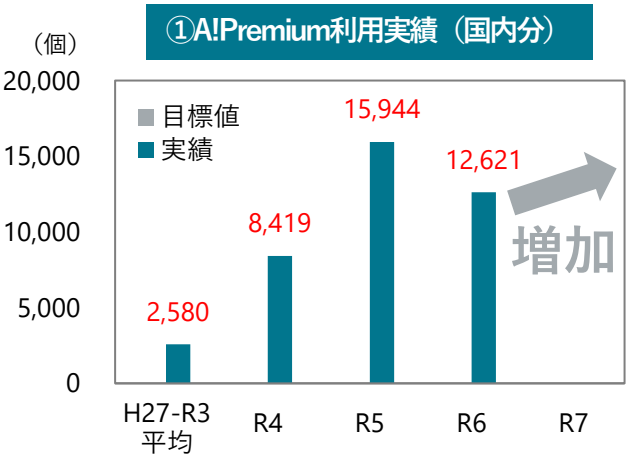
1. 最終アウトカム

ロジスティクス
基盤の強化

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観察指標	基準値	現状値		目標値
① A!Premiumの利用実績（国内分）	2,580個（H27-R3平均）	12,621個（R6）	○	基準より増加（R7）
② A!Premiumの利用実績（国外分）	1,802個（H27-R3平均）	506個（R6）	△	基準まで回復（R7）
③ 八戸港コンテナ取扱量	41,043TEU（R5）	40,242TEU（R6）	△	50,000TEU（R10）

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係団体：鮮度の高い青森県産品を入手できる「A!Premium」は送料が高くとも、その分の付加価値をつけられるため今後とも積極的に利用したい。（実需者）
（現在関西以西が翌々日着となっているため）早く航空便の輸送スキームを確立し、関西以西圏も翌日着にしてほしい。（生産者）



政策Ⅱ 輸出・海外ビジネスの拡大と物流の確保

施策3 産業と暮らしを支える物流の最適化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流
Ⅱ－3

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)A! Premiumの利活用拡大 (要因) - 関西圏以西は、コロナ禍による航空機の小型化、減便等の影響で輸送スピードが低下（通常の宅急便と同等の翌々日配送） - コロナ禍により国外の販路が急激に減衰	<観光交流推進部> - ヤマト運輸と「新青森県総合流通プラットフォーム構築に係る連携協定」を締結（R5：2度目の更新） - 香港フードエキスポへの出展 - 大阪分室による主に関西以西圏のバイヤーへの営業活動（R6取引バイヤー数：179者） - 県内サプライヤーの掘り起こし（R6末現在の登録サプライヤー数：211者） - 新たな輸送スキーム（小型航空機（伊丹線）対応保冷資材など）の検討 → A! Premiumの令和6年度利用実績は、13,127個と過去2番目に多い結果となり、県産品の国内流通の拡大には一定の成果が表れている。 → また、国外の利用実績は、コロナ禍から減少しているものの、発送個数は前年の3.4倍増加し、少しずつ回復している。	◆ 国内外の商流開拓及びプロモーションの継続 ◆ A! Premiumによる輸出拡大 ◆ 生産者と実需者のマッチング ◆ 新たな輸送スキームの導入
(2)八戸港を利用した海運需要の獲得 【再掲：社会資本Ⅱ－2】 (要因) - 東北有数のコンテナ貨物取扱量の八戸港だが、中国経済の減速等で9年ぶりに取扱量が5万TEUを下回った - 働き方改革で海運に注目が集まっており、この機運を貨物獲得につなげる必要がある	<県土整備部> - 八戸港を利用する荷主及び船社に対する支援 - 都市部や海外の船社や荷主、荷役業者等向けセミナー、ポートセールスの実施 - 八戸港を利用した輸送モード転換の可能性を調査、実証 → 令和6年度に荷主2社が八戸港を新規利用、8社が他港からシフトし、貨物獲得に寄与した。また、働き方改革に伴う調査で、企業側の海運への関心が高まっていることから、八戸港を利用した輸送モードへの一層の転換を促す。	◆ 全国的な海運需要の獲得競争に勝ち抜くインセンティブの創出 ◆ 八戸港の立地を活かし、陸送に海運を補完的に組み合わせるモデルコンビネーションの推進による新たな需要の獲得



施策3 産業と暮らしを支える物流の最適化

【令和6年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
ロジスティクス課題対応事業 (観光交流推進部)	「A!Premium」関連取引利用個数 産地訪問受入サプライヤー数	13,127個 延べ87社 39,234



施策 1 海外との友好交流の推進

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

● 県民が国際的視点を持って幅広く活躍できるよう、これまでに締結してきた姉妹提携協定などを生かした更なる国際交流を推進し、地域の国際化を図ります。

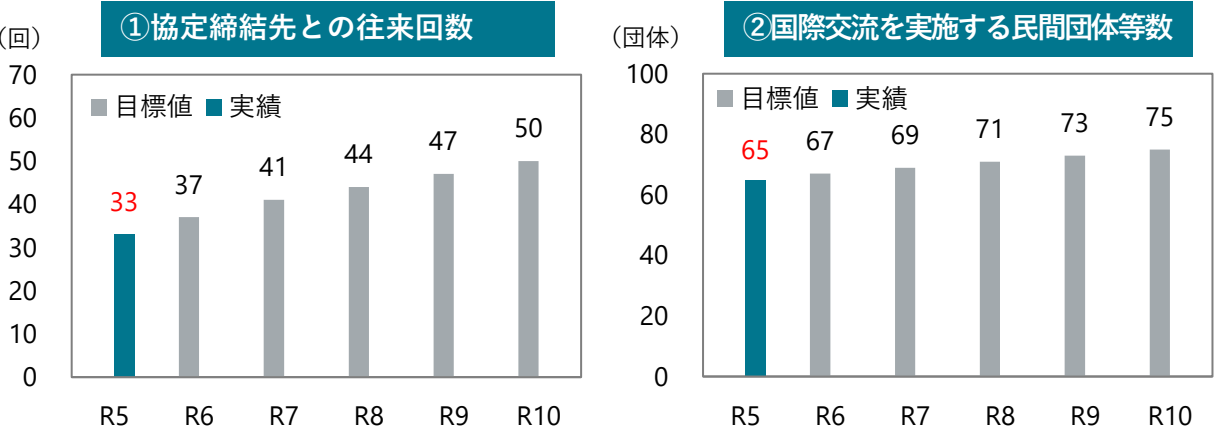
1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

地域の国際化

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 協定締結先との往来回数（県、市町村、協定締結先）	33回（R5）	33回（R5）	－	50回（R10）
② 国際交流を実施する民間団体等の数（県及び市町村の把握分）	65団体（R5）	65団体（R5）	－	75団体（R10）

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係団体：台中市との人的交流を拡大していきたいので、引き続き県のサポートをお願いしたい。（交流中の民間団体）
濟州道に所在する経済団体との交流協定締結に向けて、県にサポートしてほしい。（交流希望の民間団体）



施策1 海外との友好交流の推進

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)協定締結先との交流回復・強化 (要因) - 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う渡航制限により交流が希薄化している - 交流強化の契機となる協定締結10周年の節目を迎える（R8：台中市、済州道、R9：台南市）	<観光交流推進部> 【台湾】 - 県と平川市が共同で台中市主催のランタンフェスティバルに参加 - 知事が台中市長を表敬訪問 - 台中市観光旅遊局長が知事、平川市長を表敬訪問し、併せて平川ねぶたまつりに参加 - 平川市及び県温泉協議会が共同で台中市温泉まつりに参加 - 県と弘前市が共同で台南市主催のランタンフェスティバルに参加 - 知事が台南市長、高雄市長を表敬訪問 県、むつ市、高雄市の3者で国際交流の促進に関する覚書を締結 【済州】 - 知事をトップとする訪問団が済州特別自治道（以下、済州道）を訪問 → 県と市町村における協定先との交流はコロナ禍前の水準まで回復しつつあるものの、一部の市町村ではコロナ禍後も交流が再開されていない。	観察指標 ① ◆ 周年事業に向けた交流先との連携強化 ◆ メディアを活用した地域相互の交流促進に係る情報発信 ◆ 県だけでなく市町村を含めた行政間の交流回復
(2)協定締結先との民間交流促進 (要因) - 民間団体等の国際交流には言語やきっかけづくりなどにおいて一定のハードルがあり、これを民間だけで取り除くことが難しい - 民間団体等から県に対して、情報提供を含めた交流サポートのニーズが高まっている	<観光交流推進部> 【台湾】 県、平川市及び県温泉協議会が共同で台中市温泉まつりに参加 - 台中市観光協会を青森ねぶた祭に招待 【済州】 - 済州道のメディア（漢拏日報、済州放送）を本県に招請 - タムナ文化祭に本県の手踊り団体を派遣し、伝統文化を紹介 - 県及び青森商工会議所が済州商工会議所を訪問し、今後の定期交流に向けた意見交換を実施 → コロナ禍で停滞した民間交流が再開している事例が見受けられるほか、新たな民間交流も検討されており、着実に前進している。	観察指標 ② ◆ 民間団体等の交流サポート ◆ 将来を担う子ども・若者の国際交流



政策Ⅲ 国際交流の推進

施策 1 海外との友好交流の推進

交流
Ⅲ－1

【令和 6 年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
済州・台湾友好交流基盤強化事業 (観光交流推進部)	現地イベント出展回数 2 回	7,556
国際交流員招致事業 (観光交流推進部)	国際交流員（JETプログラム）の招致人数 4 人	19,228



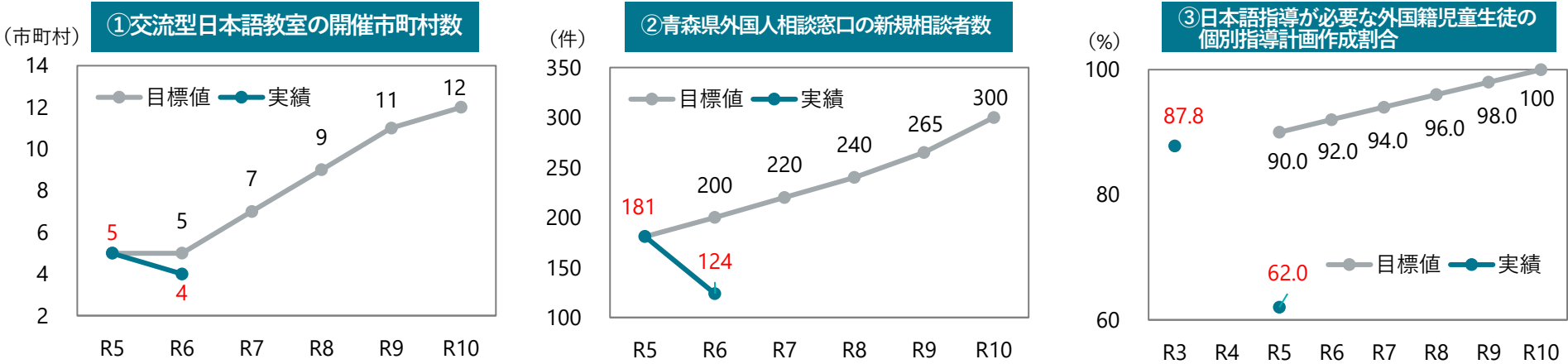
● 在留外国人が不自由を感じずに生活できる環境づくりや包摂性のある社会づくりを推進するため、日本語教育の推進や地域住民との相互理解に向けた交流を促進します。

1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

多文化共生社会 の実現	観察指標		基準値		現状値		目標値	
	① 交流型日本語教室の開催市町村数		5 市町村 (R5)		4市町村 (R6)		△	
	② 青森県外国人相談窓口の新規相談者数		181件 (R5)		124件 (R6)		△	
	③ 日本語指導が必要な外国籍の児童生徒のうち、日本語指導に係る個別の指導計画を作成されている児童生徒の割合		87.8% (R3)		62.0% (R5)		△	

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係団体：交流型日本語教育の内容の充実や、市町村への働きかけについて協議している。（青森県観光国際交流機構）
有識者：交流型日本語教育の内容を充実させていく必要性が高い。（大学教授等）
関係機関：個々の児童生徒の実態に応じた指導内容や指導方法の工夫を組織的かつ計画的に行うために、「個別の指導計画」等の作成が重要である。（ひろだい多文化リソースルーム多文化スーパーバイザー）



政策Ⅲ 国際交流の推進

施策2 多文化共生社会の実現

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流

Ⅲ－2

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)在留外国人に対する日本語教育や地域住民との相互理解の推進 (要因) - 市町村に対する日本語教室開催の働きかけの不足 - 市町村が主体的となる日本語教室の開催が不足（日本語教育に地域格差がある） - 在留外国人と地域住民の交流機会の不足	<観光交流推進部> - 交流型日本語教室の開催 - 大学教授などで構成する「日本語総合調整会議」の設置及び「地域日本語コーディネーター」の配置 →県と市町村の連携による交流型日本語教室開催のノウハウや体制は整ってきたが、地域の日本語教育を担う市町村が主体的に取り組む状況には至っていない。	◆日本語教室の開催の意識啓発 ◆在留外国人と県民の交流機会の創出拡大
(2)在留外国人に対する相談窓口の利用促進 (要因) 在留外国人の相談窓口の認知度が不足	<観光交流推進部> - 青森県外国人相談窓口の設置（R5：対応件数498件（5年間の増加件数400件）） - 日本語、ベトナム語、中国語、フィリピン語、英語で相談を行っているほか、通訳サービス等を活用し18の言語に対応 →相談窓口の体制は整備されているが、在留外国人に十分な認知がなされていない。	◆相談しやすい体制の構築 ◆外国人相談窓口の周知
(3)日本語指導が必要な児童生徒に対する組織的かつ計画的な指導が必要 (要因) 「個別の指導計画」等の必要性や作成方法への理解が不足	<教育庁> 「日本語指導が必要な外国人児童生徒担当教員等連絡協議会」等の開催 →日本語指導に係る講義や協議等を通して、組織的かつ計画的な指導の必要性や指導実例等の理解が深まってきているが、今後見込まれる在留外国人の増加に伴い、日本語指導が必要な児童生徒の多様化が予想されることから、講義や協議等の内容の更なる充実を図る。 「日本語指導に係るケース会議」への支援 →日本語指導を実施している学校で開催されるケース会議に指導主事が参加し、様々な立場の関係者とともに児童生徒の理解状況等の実態について協議を行うことで「個別の指導計画」の策定や見直し等を行い、支援の充実に繋がっている。 - 日本語指導が必要な児童生徒への支援 →「個別の指導計画」等を基に、令和5年度は県立学校4校6名、市町村立小中学校3校5名、令和6年度は県立学校5校7名に日本語指導の支援を行っているが、十分な支援時間を確保できていない。	◆日本語指導が必要な児童生徒に対する組織的かつ計画的な指導の充実



【令和6年度の主要事業の実績】

(単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
外国人受入環境整備事業 (観光交流推進部)	外国人相談窓口の相談件数 243件	10,032
県民と在留外国人の多文化共生推進事業 (観光交流推進部)	国際交流イベントの開催	5,265
交流型日本語教室を起点としたコミュニケーション支援事業 (観光交流推進部)	交流型日本語教室開催回数 60回 交流型日本語教室受講者数 403人	3,814
AOMORI 多文化共生推進事業 (教育庁)	日本語指導支援員等の派遣高等学校数及び支援対象生徒数 5校、7人 日本語指導が必要な外国人児童生徒担当教員等連絡協議会参加者数 106人	2,144



施策 1 地域公共交通ネットワークの確保・維持

更新時点	R7.4月
担当部局	交通・地域社会部

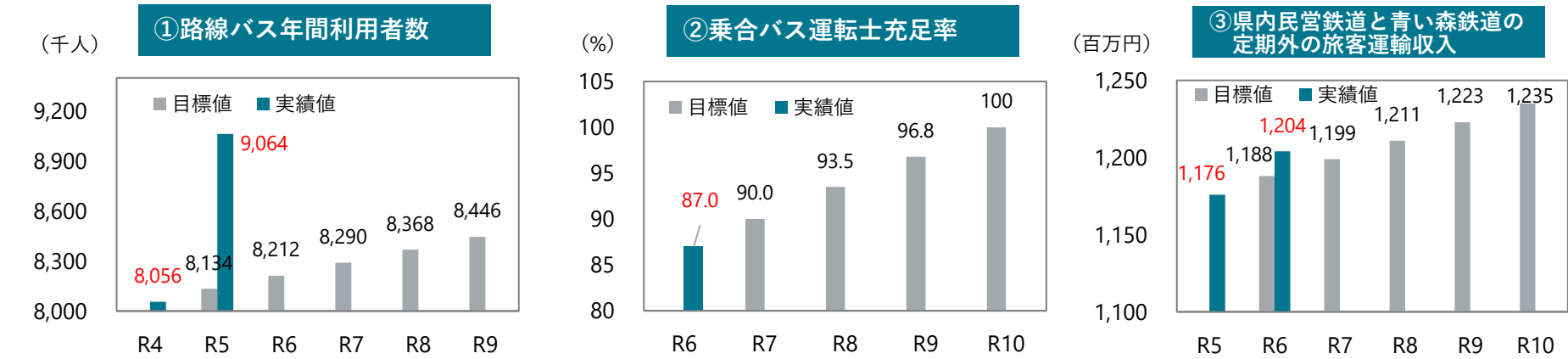
● 県民が安心して移動・外出できるよう、地域公共交通ネットワークの確保・維持に向けた取組を促進します。

1. 最終アウトカム 2. 施策の進捗状況を観察するための指標

地域公共交通の
確保・維持

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 路線バスの年間利用者数	8,056千人 (R4)	9,064千人 (R5)	◎	8,446千人 (R9)
② 県内広域路線バス 5 事業者の乗合バス運転士充足率	87% (R6)	87% (R6)	－	100% (R10)
③ 県内民営鉄道 2 社と青い森鉄道の定期外の旅客運輸収入	1,176百万円 (R5)	1,204百万円 (R6)	－	1,235百万円 (R10)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

市町村：現行の広域バス路線補助制度（地域間幹線系統確保維持費補助制度）は地域の実情に即しているとは言えず、市町村の負担額が大幅に増加している。

関係団体：乗合バス事業の欠損額の拡大に加えて運転手不足も著しく、路線の維持が困難になっている。（バス事業者）

線区別経営状況の開示は、現状を認識し、地域にとって最適な交通体系を議論するため。地域と協議していきたい。（鉄道事業者）

安全・安定輸送の確保、沿線地域等との連携による利活用促進に取り組んでいく必要がある。（同上）

あおばな：バスや津軽鉄道を皆さんが安心して乗れる仕組みを作ってもらいたい。（飯詰を元気にする会）



施策 1 地域公共交通ネットワークの確保・維持

更新時点	R7.4月
担当部局	交通・地域社会部

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)持続可能な自動車交通ネットワークの構築 (要因) - 利用者の減少により収益が悪化し、路線バスの廃止や減便が進んでいる - 地域によって交通資源に偏りがあり、路線バスの廃止や減便を補完する移動サービスが十分に提供できていない	<交通・地域社会部> - 広域路線バスの維持に係る補助（R6広域路線バス補助：36路線ほか） - 広域路線バスの利便増進に向けた協議検討（～R5：15路線再編完了、R6：3路線協議） → 広域路線バスの再編が進んでおり、残る路線についても協議を進めていく。 - 市町村担当者向け勉強会の開催や市町村等のニーズに応じたアドバイザー派遣 「Aomori Mobility Shareセミナー」の開催（R6：2回開催） - 交通不便地域等におけるアオモリモビリティシェアの導入促進（R6：2団体実施） → 各市町村の主体的取組は増えてきたものの、交通不便地域は解消していないことから、地域の交通資源を総動員しながら、引き続き自動車交通ネットワークの構築に取り組む。	観察指標 ① ◆ 広域路線バスの維持、利便増進 ◆ 交通不便地域等における移動サービスの導入促進 ◆ 地域の輸送資源の活用
(2)地域公共交通の安定運行に必要な交通従事者の確保 (要因) 他産業と比較して、拘束時間が長い、給与が低い、資格取得が必要（取得に係る費用が高額）等により、安定運行に必要な交通従事者（運転士等）が不足している	<交通・地域社会部> - 関係者からの情報収集等 → 交通事業者や市町村と連携して交通従事者の確保に取り組む。 <県土整備部> - 自動運転実証実験事業の実施 → 令和6年度の実証実験では、輸送能力の確保が課題であることが確認できた。県内の自動車交通にも波及させ、地域公共交通の交通従事者不足を補うために多角的な実証実験に取り組む。	観察指標 ② ◆ 交通従事者（運転士等）の採用活動支援、就業環境改善支援 ◆ 自動運転の実証
(3)広域移動の軸であるローカル鉄道の活性化 (要因) 利用者の減少により、鉄道事業者単独での路線維持や事業存続が難しくなっている	<交通・地域社会部> - 県内メディアを活用した鉄道沿線の情報発信等による県民の鉄道利用の促進 - 沿線協議会等による活性化に向けた取組への支援、民営鉄道利用促進協議会の取組支援 - 幼・小・中の教育旅行での青い森鉄道運賃無償化（R5：延べ1,554名、R6：延べ2,130名）、小学生以下の絵画を募集し、青い森鉄道の車両や駅舎等に掲示（R5：102点、R6：129点）、台湾から鉄道ファンを招請し、鉄道を通じた交流を実施 → 利用者数がコロナ禍前水準に及ばないものの、県内外でのローカル鉄道の認知度向上や定期外利用の新たな需要開拓・拡大につながっていることから、引き続き沿線への支援、利用機会の創出等による利用促進に取り組む。	観察指標 ③ ◆ マイレール意識の醸成 ◆ 安定的な利用の確保 ◆ 利活用の拡大
(4)民営鉄道、青い森鉄道の安全輸送の確保、老朽化対策 (要因) - 経営状況が悪化している県内民営鉄道2社は施設の老朽化が著しい - 青い森鉄道は全国の並行在来線で最長の営業キロとなっており、維持管理費が多額	<交通・地域社会部> - 民営鉄道：安全輸送設備等の整備に対して、国、沿線市町村と協調し支援を実施 弘南鉄道弘南線には、沿線市村の支援計画（R3～R12）に基づき、修繕費に対する支援等を実施 - 青い森鉄道：鉄道施設や車両の老朽化対策の実施 → 安定輸送が確保されている。民鉄2社は厳しい経営状況が続いているほか、青い森鉄道も設備の老朽化が進んでいることから、引き続き計画的に支援・整備を実施していく。	観察指標 ③ ◆ 鉄道の安全・安定輸送の確保と計画的な施設整備 ◆ 鉄道施設や車両の老朽化対策・延命化



政策Ⅳ 暮らしと交流を支える交通ネットワークづくり

施策 1 地域公共交通ネットワークの確保・維持

交流
Ⅳ－1

【令和 6 年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
地域間幹線系統確保維持費補助 (交通・地域社会部)	対象事業者数及び路線数 5 事業者、36 路線	172,726
生活交通バス緊急整備費補助 (交通・地域社会部)	対象事業者数及び車両数 2 事業者、20 台	25,109
鉄道在来線活性化事業 (交通・地域社会部)	テレビ・ラジオ番組放送回数 16 回 Y o u T u b e への投稿本数 4 本 沿線活性化策への支援件数 2 件	7,519
奥津軽いまべつ駅を拠点とした周遊観光促進事業 (交通・地域社会部) (観光交流推進部)	奥津軽いまべつ駅アクセス交通運行支援対象町数 3 町 P R ポスター作成部数 215 部 P R 動画作成本数 4 本	6,602
津軽海峡交流圏形成加速化事業 (交通・地域社会部)	津軽海峡交流圏ラムダ作戦会議モデル的取組実施件数 4 件 津軽海峡交流圏形成に向けた北海道庁との共同事業実施件数 2 件 「マギユロウ」を活用した情報発信回数 12 回	5,942
青い森鉄道需要開拓・拡大事業 (交通・地域社会部)	地域の教育旅行における鉄道利用実証の利用団体数及び利用者数 67 団体、2,130 人 地域の子どもとその家族の鉄道利用機会創出に係る児童絵画展への絵画応募数 129 点	7,102
奥入瀬渓流利活用検討事業 (県土整備部) ※交流Ⅰ－1 を再掲	オーバーツーリズムの現状把握のための基礎調査の実施 シャトルバス運行日数及び乗降者数 7 日、12,966 人 自動運転走行台数、走行日数、及び乗降者数 3 台、7 日、428 人	163,624



施策 2 地域公共交通の利便性向上・最適化

更新時点	R7.4月
担当部局	交通・地域社会部

● 誰もが分かりやすく利用しやすい地域公共交通を目指し、運行情報等のオープンデータ化やデジタル技術の活用を促進します。

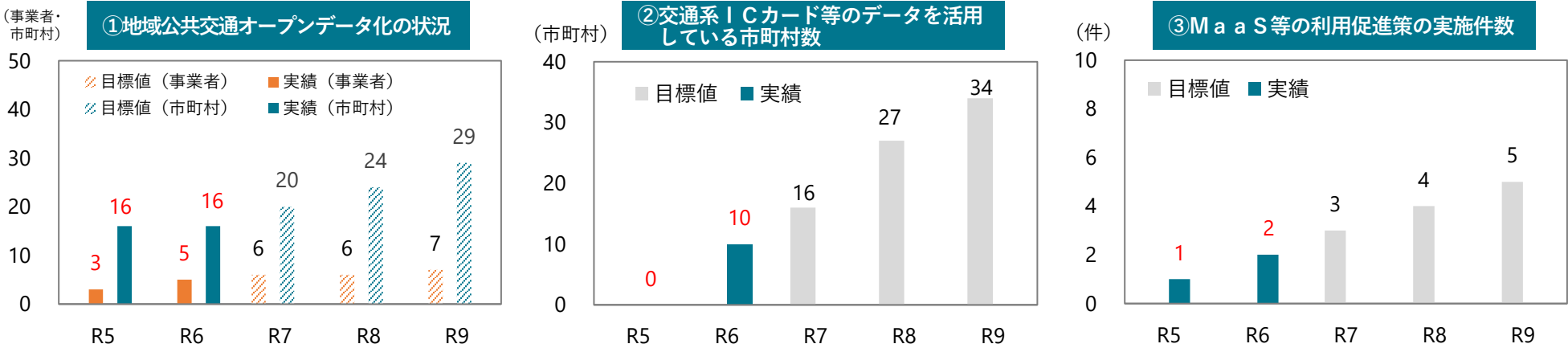
1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

利用しやすい
地域公共交通
の実現

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 地域公共交通のオープンデータ化の状況	3事業者 (R5) 16市町村 (R5)	5事業者 (R6) 16市町村 (R6)	△	7事業者 (R9) 29市町村 (R9)
② 交通系 I C カード等のデータを活用している市町村数	0市町村 (R5)	10市町村 (R6)	○	34市町村 (R9)
③ M a a S 等の利用促進策の実施件数	1 件 (R5)	2 件 (R6)	○	5 件 (R9)

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係団体： I C カードのデータについて、今後は路線再編等の検討に活用していきたいため、最新の動向等について共有する場があるとありがたい。（バス事業者）

市町村： オープンデータ化を図ることによって、路線の見直し等にとっても役立ったので、今後も基礎的な事項を含め、勉強会等を開催してほしい。

有識者： 今後様々な交通資源を総動員していかなければ、サービス水準を確保することが難しくなるので、 M a a S 等によって統一的な取り組みを進めていくことが重要である。（大学教授）



政策Ⅳ 暮らしと交流を支える交通ネットワークづくり

施策2 地域公共交通の利便性向上・最適化

更新時点	R7.4月
担当部局	交通・地域社会部

交流

Ⅳ－2

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)デジタル技術の導入による地域公共交通（バス・タクシー・鉄道等）の基盤強化 （要因） 県内の市町村及び交通事業者間において、キャッシュレスへの対応や経路検索に向けた対応に差が生じている	<交通・地域社会部> - 県内交通事業者によるデジタル技術等を活用した地域公共交通の利便性向上、生産性向上に向けた取組を支援（地域公共交通DX推進事業費補助金（R6：7件）） → 交通系ICカードについては、県内バス利用者の9割以上が利用できる環境が整った。 - 市町村担当者向けオープンデータ化勉強会の開催（R5のみ） → 広域路線バス4社、公営バス1社、市町村バス16市町村において、バス情報のデータ整備が進んでいる。令和7年度は、未整備路線のデータ整備に取り組む。	観察指標 ① ② ◆ デジタル技術の導入による利便性向上
(2)地域公共交通の最適化に向けた交通系ICカード等のデータ活用の促進 （要因） 交通系ICカードが普及したものの、県内の市町村及び交通事業者において、乗降データを活用するための基礎知識や分析・評価のスキルが不足している	<交通・地域社会部> - 市町村担当者向け勉強会（地域公共交通計画の策定に向けた交通データの活用等）を開催（R5：2回開催、R6：1回開催・動画1本作成） - 市町村や交通事業者のニーズに応じた地域交通アドバイザーの派遣（R6：17回派遣） → 交通系ICカードのデータを活用した地域公共交通計画の策定や路線再編等への活用について、県内市町村における機運は高まりつつあるが、現時点の活用事例は2市町村（青森市・黒石市）にとどまっているため、更なる活用を進めていく。	観察指標 ② ◆ ICカードデータを活用した地域公共交通の利用促進
(3)輸送資源の効果的な活用によるサービス水準の維持・向上 （要因） 人口減少やモータリゼーションの進行に伴い、地域公共交通の利用者数が減少している中、1事業者のみでサービス水準を維持することが困難な状況にある	<交通・地域社会部> - 市町村、交通事業者等からなるMaas推進会議を設置（R5のみ） - 八戸圏域におけるMaas実証事業（R5のみ） - AIONデマンドや自動運転を始めとする先端技術についても扱う地域交通DX推進会議を設置 - 八戸圏域及び弘前圏域におけるMaas実装事業 → 八戸圏域において、バスと観光施設等が連携したデジタルチケットが造成され、マーケティング調査を踏まえた新たなチケットの造成にも取り組んでいる。 - 交通モード間（バス・タクシー・鉄道等）の連携についても、八戸圏域及び弘前圏域で取組を進めていく。	観察指標 ③ ◆ 交通モード間の連携によるシームレスな交通サービスの提供



施策 2 地域公共交通の利便性向上・最適化

【令和 6 年度の主要事業の実績】 (単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
地域交通 A X 推進事業 (交通・地域社会部)	地域交通 D X 推進に係る補助対象事業者数 7 事業者 アオモリモビリティシェア利用回数 773回 専門的知見を有するアドバイザー派遣市町数及び派遣回数 3 市町、17回	39,984



政策Ⅳ 暮らしと交流を支える交通ネットワークづくり

施策3 国内外につながる交通ネットワークの強化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

交流

Ⅳ－3

● 多様な交通手段で、国内外の各地と自由に往来できるよう、飛行機・新幹線・フェリーなどを活用した交流ネットワークの充実・強化や新幹線駅や空港等と県内各地を結ぶ二次交通の強化、多様な交流や物流を支える交通環境の構築に取り組みます。

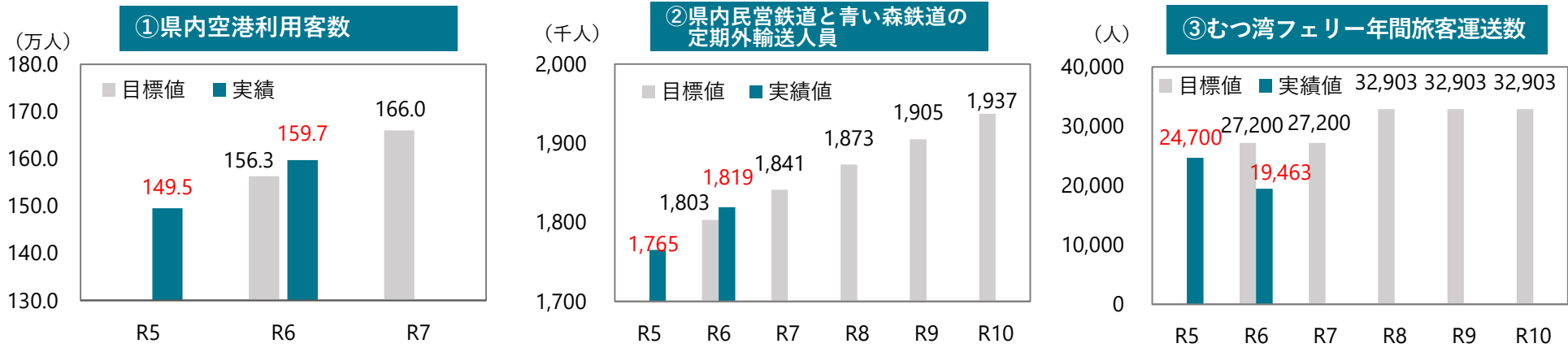
1. 最終アウトカム

2. 施策の進捗状況を観察するための指標

観察指標	基準値	現状値		目標値
① 県内空港利用客数	149.5万人 (R5)	159.7万人 (R6)	○	166万人 (R7)
② 県内民営鉄道2社と青い森鉄道の定期外輸送人員	1,765千人 (R5)	1,819千人 (R6)	○	1,937千人 (R10)
③ むつ湾フェリーの年間旅客輸送数	24,700人 (R5)	19,463人 (R6)	△	32,903人 (R10)

国内外における
交通ネットワー
クの充実

3. 観察指標の目標値と実績



4. ステークホルダー等との対話状況

関係団体：航空需要の閑散期における利用促進策や国際航空路線における日本人の利用率向上と一緒に取り組んでほしい。（航空事業者）
航路の維持に向けて、団体旅行・個人旅行双方の利用促進が必要である。（航路事業者）



施策3 国内外につながる交通ネットワークの強化

更新時点	R7.4月
担当部局	観光交流推進部

5. 課題	6. 令和6年度までの主な取組状況と振り返り	7. 今後の取組の方向性
(1)航空ネットワークの維持・拡大 (要因) - ビジネス需要の低下 - 繁忙期と閑散期の差が大きい（航空機利用率 5～11月：75.2%、12～4月：62.3%） - 県民の海外渡航機会が少ない（パスポート保有率全国46位）	<観光交流推進部> - 航空会社や旅行会社、関係団体等と連携した路線や観光、旅行商品のPR、旅行商品の造成支援、SNS等を活用した情報発信、利用促進キャンペーン等の実施 - 県民向けパスポート助成やアンダー30割引等の実施(R5：470件、R6：1,610件) → 情報発信やキャンペーン等の効果により、利用状況はコロナ禍前と比較して概ね回復した。定期便の安定運航を確保していくためには、閑散期の需要喚起や県民の利用拡大が重要となるが、その対策が十分にできていない。	観察指標 ① ◆ 路線別の現状把握や航空需要の掘り起こし（航空需要調査） ◆ 閑散期や県民の利用拡大 ◆ 就航地双方における路線の認知度向上や観光情報等の発信 ◆ ソウル線及び台北線の増便に向けた空港の受入体制整備
(2)鉄道ネットワークを活用した新たな観光需要の取り込み (要因) - 県内周遊の移動手段であるローカル鉄道の一元的な情報発信がない - 定期利用者が減少傾向にある - 令和8年3月に10周年を迎える北海道新幹線の利便性向上	<交通・地域社会部> 【一部再掲】 - 幼・小・中の教育旅行での青い森鉄道運賃無償化（R5：延べ1,554名、R6：延べ2,130名）、小学生等の絵画を募集し、青い森鉄道の車両や駅舎等に掲示（R5：102点、R6：129点）、台湾から鉄道ファンを招請し、鉄道を通じた交流を実施【一部再掲】 → 教育旅行や国内外の観光需要の取り込みにより、コロナ禍から回復傾向にある運輸収入を更に増加させる。 - 北海道新幹線の高速化等に係る負担、津軽海峡交流圏の形成に向けた交流支援 → 津軽海峡交流圏の形成に係る取組等により、北海道新幹線の利用者数はコロナ禍から回復傾向にあることから、開業10周年を見据えて更なる利便性向上を図る。	観察指標 ② ◆ ローカル鉄道に関する情報発信（多言語） ◆ ローカル鉄道への国内外の観光需要の取り込み ◆ 鉄道事業者と連携した利用促進 ◆ 北海道新幹線の利用促進、利便性向上
(3)空港や新幹線駅などのゲートウェイからのアクセスの向上 (要因) - 増加傾向にある個人・少人数旅行・外国人観光客に対応した二次交通が不足 - 空港や新幹線駅などから直接行けない観光地などがあり、利便性が悪い	<観光交流推進部> - 空港発着予約型乗合タクシーの実証運行（R5：114件、R6：366件） → 令和5年10月の運行開始以降、一定の効果は得られているが利用が少ないルートもあることから、更なる利用促進に向けた取組の実施や利用者の需要を把握する。 <観光交流推進部、交通・地域社会部> - 奥津軽いまべつ駅を拠点とした周遊観光のPR → Web・SNS等を活用した情報発信により一定の効果は得られたが、周遊観光の魅力を訴求するために、引き続き二次交通の利便性を向上していく。 - 奥津軽いまべつ駅から津軽鉄道を結ぶ二次交通（乗合タクシー）の運行支援 → 令和2年11月の運行開始以降、利用者は年間600人以上で推移しており、急激な伸びはないものの、奥津軽いまべつ駅の利活用や周遊観光に一定の効果を果たしている。	観察指標 ①② ◆ 交通拠点からの二次交通の利便性向上 ◆ 二次交通を活用した周遊観光の提案・周知 ◆ 航空、鉄道事業者が連携した利用促進
(4)生活交通のほか 観光振興等の役割を担う航路の維持・活性化 (要因) 旅客輸送数の減少等により収益が悪化し、航路事業者単独での維持や事業存続が難しい（コロナ禍前比で、蟹田・脇野沢航路は15.1%減、大間・函館航路は13.2%減）	<交通・地域社会部> - 蟹田・脇野沢航路：旅行エージェント向け商品造成支援（R6：3社、215本造成）、団体・個人向け利用促進ツアーやキャンペーン等の実施（R6：近隣県発着バスツアー9回、利用促進キャンペーン409台利用）、老朽化した現船に代わる新船の建造（R8.4就航予定） - 大間・函館航路：大間町が津軽海峡フェリーに対して支出する指定管理料の一部を支援 → 蟹田・脇野沢航路については、船員不足による運航休日の設定により旅客輸送数が減少したことから、運航休日の早期解消とともに、利用促進や航路の認知度向上に取り組む。大間・函館航路については、大間町とともに利用促進等に取り組む。	観察指標 ③ ◆ 団体旅行者及び個人旅行者の獲得に向けた販促活動と利用促進 ◆ 航路の認知度向上のための情報発信 ◆ 蟹田・脇野沢航路の新船建造の着実な推進



政策Ⅳ 暮らしと交流を支える交通ネットワークづくり

施策3 国内外につながる交通ネットワークの強化

交流

Ⅳ－3

【令和6年度の主要事業の実績】

(単位：千円)

事業名 (担当部局)	事業実績	事業費
航路を活用した津軽海峡交流圏・北東北周遊定着事業 (交通・地域社会部)	エージェント向け旅行商品造成支援社数及び支援件数 3社、215件 県内外バス会社によるバスツアー実施社数及び参加者数 2社、281人 津軽海峡周遊促進キャンペーン利用自動車数 409台	24,728
大間・函館航路維持特別対策事業費補助 (交通・地域社会部)	補助対象町：大間町	75,000
三沢・羽田線4便化維持対策事業 (観光交流推進部)	着陸料助成の実施 旅行商品造成支援件数 33件	17,599
青森・神戸線2便化プロジェクト事業 (観光交流推進部)	神戸線利用のソウル旅行エージェント向けファムツアーの実施 オンライン・トラベル・エージェントを活用した利用促進 インフルエンサーを活用した路線認知度向上及び旅行商品造成	13,997
国内航空需要拡大事業 (観光交流推進部)	乗継利用促進に係るイベントでのPR実施回数 6回 ANA就航10周年を記念した各種プロモーションの実施 「青い森の翼ファンクラブA-wing」メールマガジンの配信回数 65回	15,934
国内航空路線利用促進強化事業 (観光交流推進部)	航空会社と連携したキャンペーン実施 JAL若年層向け運賃特別割引プロモーションの実施件数 4件	19,706
青森・ソウル線維持対策事業 (観光交流推進部)	テレビを活用した情報発信回数 25回 県民向け韓国イベントの実施 県内メディア向け乗継利用ファムツアーの実施	25,050
青森・台北線利用強化事業 (観光交流推進部)	旅行エージェント向けファムツアーの実施 台湾メディアと連携した路線・観光PRの実施回数 3回	34,780
空港二次交通体制構築事業 (観光交流推進部)	空港発着予約型乗合タクシー運行ルート数 4ルート 空港発着予約型乗合タクシー利用者数 366人	15,329