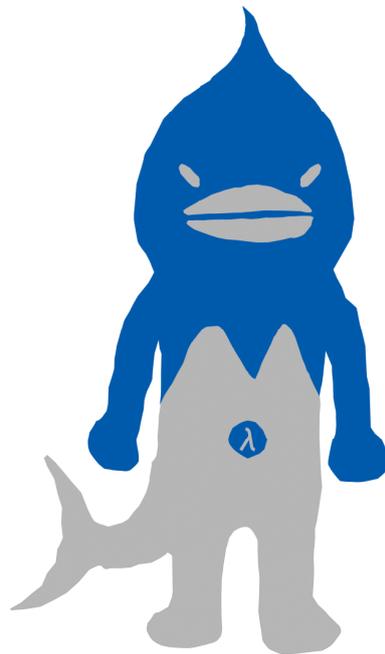


I これからの活動に向けて～委員からの提案～

# 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。

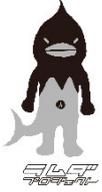
面白く、楽しく、津軽海峡交流圏を盛り上げるために、皆さんの活動のヒントにしていただけたら幸いです。

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 27 年度提案…………… 5 ページ～25 ページ
- 平成 26 年度提案…………… 27 ページ～34 ページ
- 平成 25 年度提案…………… 35 ページ～42 ページ

## ■平成 27 年度提案 目次

提案番号	タイトル	ページ
27- 1	マグ女が勝手に、青函泊覧会（略して、マグ女のセイカン）	5
27- 2	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	7
27- 3	演歌で巡る 津軽海峡圏	9
27- 4	これぞ青森！ 青空に近づこうプロジェクト	11
27- 5	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	12
27- 6	県内医療機関への先進医療機器の導入。	14
27- 7	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～	15
27- 8	自由自在・青森の自然満喫！PARTⅡ～体験編～	17
27- 9	ショートムービー「ヒバの樹海」の制作・配信	19
27-10	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	20
27-11	新幹線もいいけど、在来線もね！	22
27-12	来て！見て！暮らして！ 津軽海峡交流圏ロングホームステイ	23
27-13	津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド	25



## 【提案 27-1】 マグ女が勝手に、青函泊覧会 (略して、マグ女のセイカン)

[関連する提案番号：26-津軽海峡②]

### 1 はじめに

平成26年3月に発足した津軽海峡マグロ女子。泳ぎ続けるマグロのようにチャレンジし続ける女たちのアライアンスは、津軽海峡をぐるりと取り囲んだ。多彩なメンバーはすでに60名。ものすごいスピード感と発信力を持つ。マグ女ならではの地元愛目線で新たな観光資源を掘り起こしながら、津軽・道南・下北でのツアーを企画・商品化してきた。マグ女それぞれのフィールドでのおもてなし企画を、同時多発的につなげれば、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ないか。

### 2 提案のねらい

- 期間中、マグ女が生息しているエリアの「どこかで」「なにかをやっている」ように企画・プログラムを集積させ、津軽海峡圏を面的観光エリアにする。
- マグロ女子のずぬけた発信力と行動力を生かして、全国的な話題性をつくる。
- 昭和63年、青函トンネル開通時に行われた「青函博」の盛り上がりも想起させ、いま再び、津軽海峡圏の一体感を生み出す。

## 津軽海峡マグロ女子会 生息図

会員数60名 青森25名 道南35名 増殖中～!



### 3 今後の取組の方向性

- 青森県・函館DC期間中（平成27年7月～9月）の1ヶ月間を想定し、オンパクのような仕組みで、お客さんが各プログラムに申込みして、回遊できるようにする。
- マグ女ならではのプログラムの切り口・テーマ出し。
- 宣伝の仕掛け、周知の方法（ガイドブック・ホームページなど）、受付・販売などの体制づくり。
- 域内の交通事業者、行政などに向けて、協賛・支援へのアプローチ。

津軽海峡マグロ女子会と行く  
**津軽半島おもてなしツアー**  
2014年9月22日（月）

津軽海峡観光バスセンター（青森駅前）

津軽海峡マグロ女子会  
**マグ女**

POINT1  
①旬魚に得意！  
ミヨウバルワーが  
フカアにあらう下北半島

POINT2  
②下北目（しもぶち）  
里家では、漁获を堪能  
でき、地産地消ツアー

6月20日（土）  
1泊2日4食つき  
旅行代金：**23,000円**  
募集人員：限定**25名**  
（最少催行人数15名）  
お申込締切：  
2015年6月12日

津軽海峡マグロ女子会と行く  
**運気アゲアゲ道南おもてなしツアー**  
2015年1月15日（木）  
日帰りバスツアー

旅行代金 **8,888円**

募集人員：限定30名（最少催行人数20名）  
お食事：昼食1回  
申込締切：2015年1月9日（金、大空）  
必ず少人数に調整させていただきます。  
FAXしてください。

【行程】1月15日（木）  
8:00 函館駅出発  
9:50 木古内駅経由（JR青森8:24発→木古内9:46着）  
午飯 → 知内町 → 城泊の湯（ハンダタン）づくり（恋愛運アップ！）  
→ 木古内町 → 寒中みそ巻作り体験（豊漁豊作を祈るイクメン祭り！）  
昼食（はぐでちろず）  
午飯 → 福島町 → 松前神楽鑑賞（道南No.1イクメン宮司の舞）  
→ 松前町 → 松前歴史ガイド（道南No.1ガイドのおもてなし）  
18:30 木古内駅経由（JR木古内18:57発→青森20:17着）  
19:30 函館駅着・解散



### 4 おわりに

マグ女が自立的に、その後も毎年、発展させながら実施していく前提で、事業の組み立てを行いたい。



## 【提案 27-2】 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

[関連する提案番号：－]

### 1 はじめに

2003年に八戸市民有志で「八戸せんべい汁研究所」を立ち上げ、煎餅製造業者でも飲食店でもない市民が、地元の日常食をツールに街をPRするまちおこし活動を展開している。

現在は学生等も活動に巻き込んで、そこに住んでいる市民が気軽に参加できるまちおこしを広めている。

### 2 提案のねらい

「観光には“おもてなし”が大切」と言われ、行政や観光関係者は様々な“おもてなし”を考えて展開するが、関係者以外の住民が参加する機会はそれほど多くは無い。

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、「おもてなし短冊」を通し旅行者に対する歓迎の気持ちを直接伝え地域のイメージアップにつなげるとともに、住民には今後の“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”を定着させる。

### 3 今後の取組の方向性

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、関係者以外も含めた地域住民が自ら歓迎の言葉を「おもてなし短冊」に記入し、それを大量に駅や商店街などに掲示することで、旅行客に対しては“おもてなし”の心にあふれる地域であることをアピールする。

同時に地域住民が積極的に“おもてなし”の活動に参加することで、今後は「おもてなし短冊」以外でも様々な“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。

※短冊は「のぼり」等のアイテムに変更しても実現可能。

### 4 おわりに

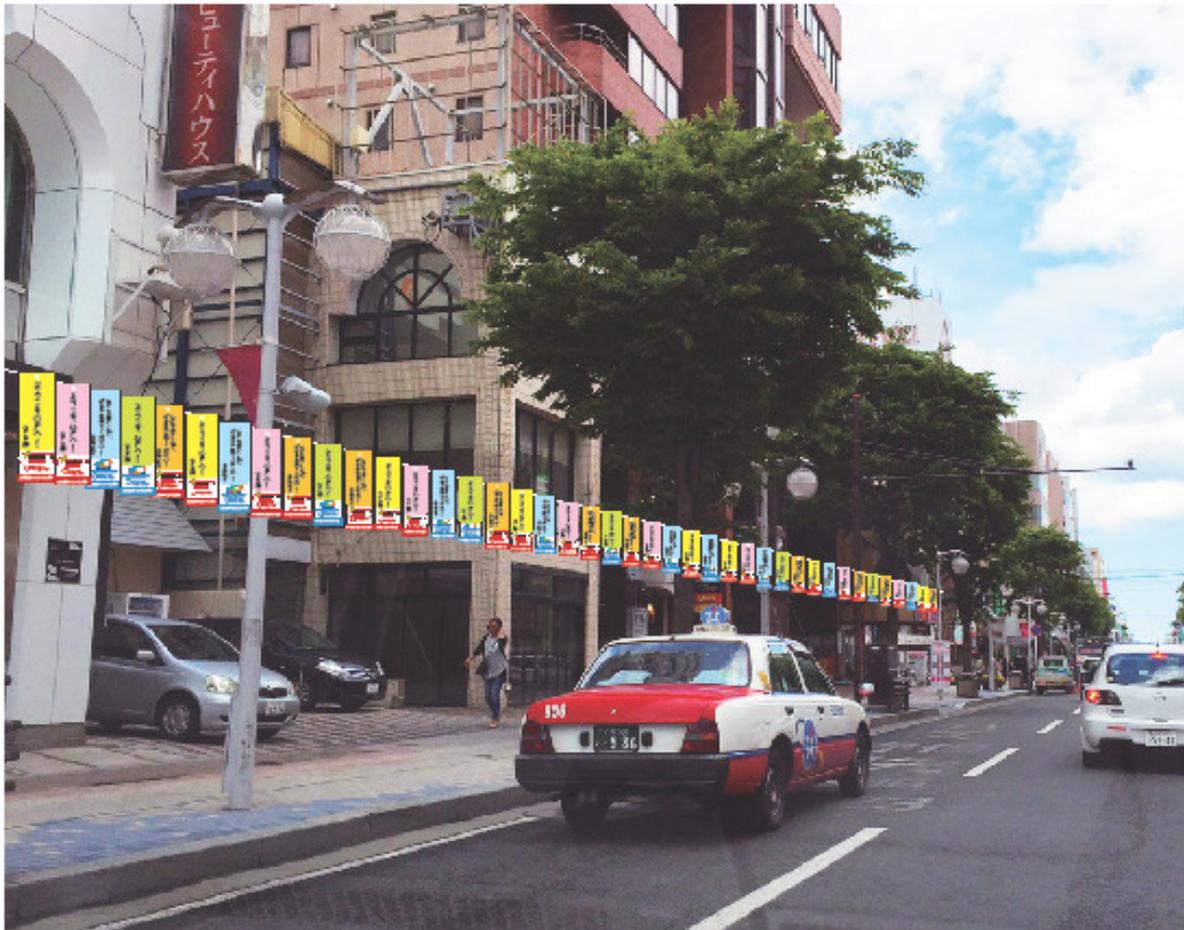
八戸市では9/24～27の「日本青年会議所全国大会東北八戸大会」及び、10/3～4の「B-1グランプリ in 十和田」で多くのお客様を迎えるに当たり、八戸せんべい汁研究所等が中心となり「おもてなし短冊」の制作・設置に取り組んでいる。

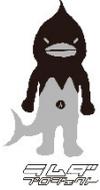
今後、様々な機会に県内各地で実施することで、青森県民の“おもてなし”の心が旅行者に伝わり、青森ファンやリピーターが増えることを期待している。

●短冊デザインサンプル (サイズA4縦1/2)



●飾った場合のイメージ





## 【提案 27-3】 演歌で巡る 津軽海峡圏

[関連する提案番号：－]

### 1 はじめに

地元愛にあふれる人たちと一緒に、自分たちが出来る「おもてなし」を考えて実践している。自分たちに何が出来るのか？まずは自分たちが出来ることをやってみよう！こうした実践の機会をつくるのがツアー企画の始まりであった。行政や観光事業者だけではなく、一般住民も参加して地元を元気にしたいと取り組んでいる。町の案内や、普段やっている事を体験してもらう等、自分たちの得意な事を活かして地域を紹介している。こうした従来の観光地を巡る旅に地元の人との交流が加わることで、リピーターにも繋がっている。しかし、体験や交流は経験して初めてわかる楽しさや魅力であり、外の人には、よほどのインパクトが無ければ伝わりにくいというのも現状である。

### 2 提案のねらい

映画のロケ地巡りように、歌のゆかりの地を巡りながらの旅は、全国の人にわかりやすいのではないだろうか。津軽には吉幾三、道南には北島三郎や三橋美智也など日本を代表する演歌歌手が誕生している。また、石川さゆりの「津軽海峡冬景色」や長山洋子の「恋の津軽十三湖」など津軽海峡圏域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。

### 3 今後の取組の方向性

例えば、長山洋子が歌う「恋の津軽十三湖」は、津軽の伝説となった男女の恋物語を歌っている。この伝説は、平成27年度五所川原市の新作立佞武多の題材にも選ばれた。この歌と立佞武多の題材となった津軽伝説とは、300年前に五所川原市の長円寺と弘前市の長勝寺に夫婦梵鐘と呼ばれる二つの鐘が京都から運ばれる途中、嵐に襲われて十三湖の海底に沈んでしまった。その後、長円寺の雄鐘だけが見つかり納められたが、鐘をつくたびに、女鐘をしたって泣いているような響きになるという。十三湖からは「長円寺恋しやゴーン」と悲しい音がするという。

長円寺の梵鐘と十三湖や津軽三味線大使でもある長山洋子のゆかりの地を案内しながら津軽を紹介するツアーを企画し、行政や観光協会、飲食店、タクシー会社、お寺、観光施設等の関係者と点在するコンテンツをつなぎながら現地を確認しツアーを実施した。このように1曲の歌を例にとっても紹介したいコンテンツはたくさんある。(図Ⅰ参照)

また津軽海峡圏には、演歌で巡る旅のネタは数多く存在する。いくつかの歌をつないで津軽海峡圏を巡ることもできる。(図Ⅱ参照) 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いのではないだろうか。

図 I

## 演歌で巡る津軽の旅 「恋の津軽十三湖」

**モデルコース**

300年前に五所川原市の長円寺と弘前市の長勝寺に夫婦梵鐘と呼ばれる二つの鐘が京都から運ばれる途中、嵐に襲われて十三湖の海底に沈んでしまった。

その後、長円寺の雄鐘だけが見つかリ、鐘をつたひに、女鐘をたてて泣いているような響きになるという。

十三湖からは「長円寺恋しやゴーン」と悲しい音がするとう。

目的地: 十三湖 (北津軽郡)

出発: 長円寺 (五所川原市)

経路: 1. 長円寺 → 2. 田光沼 → 3. 十三湖

恋の津軽十三湖  
長山洋子

立俵武多の館 平成27年度新作 立俵武多「津軽十三湖伝説 白鷺水と夫婦梵鐘」

伝説の鐘 長円寺

図 II

## 演歌で巡る 津軽海峡圏

奥尻島  
江差 道分ながれる町は風も尺八ヒュルヒュル吹いてゆく♪

函館  
はるぼるぎたぜ 函館〜♪

大間崎  
ここは下北 イカ釣り舟に命あずけた若者が親のこころを継ぐ港

津軽半島  
恋し…恋し〜と鐘が鳴る〜♪

青森県

降り積もる〜雪 雪また雪よ〜♪  
津軽には七つの雪が降るとか〜♪

津軽赤毛

千島夫

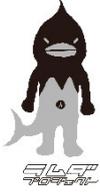
津軽平野

雪国

恋の津軽十三湖  
長山洋子

#### 4 おわりに

旅行者にとっては、地元出身の歌手に会えなくても、親戚や友人達から話を聞いたり、行きつけのお店を紹介してもらうのも旅の楽しみである。行政や観光事業者だけではなく、カラオケ好きの人が集まりそうなスナックのママさんなども一緒に考えると面白いアイデアが飛び出すかもしれない。多くの方を巻き込んで、アイデアを膨らませ、歌で津軽海峡圏を繋いでいきませんか。



## 【提案 27-4】 これぞ青森！ 青空に近づこうプロジェクト

[関連する提案番号：－]

### 1 はじめに

三陸復興国立公園に指定された種差海岸は、遊歩道も整備されており、松林、岩礁地帯、砂浜と変化に富んでおり、波の音、風の音、潮の香りを感じながらトレッキングを楽しめる。公園内はいくつもの漁港があり、自然と共に生きていく生活があり、人の温もりを感じることのできるエリアである。そこで、漁師さんたちや地元の方々とのふれあいを楽しみ、その地域ならではの食を楽しみながら日常の疲れを癒すような着地型体験プログラムを多数作っている。

### 2 提案のねらい

指定するエリア全体をブランド化し、「全国一の短命県」である青森県である中、エリア内では健康的な環境の提供、運動、食を通し意識向上が図れるライフスタイルが用意されている。

地域住民の意識向上とクオリティの追求を図ることにより、エリア内での生活・体験が健康リテラシーの向上につながり、健康かつ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がつながる。

### 3 今後の取組の方向性

#### ■地域資源をブランディング

魚介などエリア内で調達できる食材で、新鮮プラス創意工夫、ネットワークで、この地域ならではの食を充実。何度訪れても継続的に挑戦したくなる運動メニューを取りそろえ、セットでヘルスケアへの意識を高めていく。何度訪れてもあきないプログラムづくりと地域のおもてなし力を向上させていくことにより、リピーター獲得へつなげる。

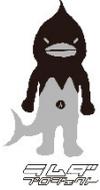
#### ■地域住民の健康リテラシーの向上

サービスを提供する側の地域住民の意識向上を図り、新たな観光産業創出の参画者となり、地域全体の健康リテラシーをボトムアップしていく。

#### ■運動プログラムと栄養バランスを考えた食の提供による新たな旅行商品の開発

### 4 おわりに

地域住民、地元事業者の賛同が事業の成功を左右するところがあるので、それぞれにとってのメリットを感じてもらえるよう、公平性をもって事業を組み立ていかなければならない。



## 【提案 27-5】 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

[関連する提案番号：26-奥津軽①、③、⑤、健康①]

### 1 はじめに

平成17年、五所川原市金木町で産声を上げたNPO法人かなぎ元気倶楽部は、地域の伝統文化や生活文化を活かし、観光を媒体とした地域づくりを目指してきました。もともと太宰文学と津軽三味線といった基盤はあるものの、地域の隠れた魅力を十分に活かしきれていないために、じっくりと腰を据えた滞在型観光が浸透しない現状が続いています。加えて近年は交通形態が高速化したことで交流人口の活発化が認められる反面、滞在時間は縮小され、経済効果はさほど向上していないというのが奥津軽の悩みどころです。

そこで、古い時代にさかのぼって津軽半島における産業基盤を検証すれば、旧金木町を起点に半島全域が国有林の「青森ひば」と関連産業によって支えられていたことが浮かび上がってきます。藩政時代から厳格に保護されてきた「青森ひば」は、明治に入ってから国の財源として伐り出され、その搬出手段として日本初の森林鉄道が津軽半島に敷設されました。津軽半島から端を発した驚くべき鉄道敷設技術は国内にとどまらず台湾やアジア各国の開発にも貢献しています。津軽半島において日本初、日本最長路線を誇った森林鉄道はその後下北半島にも敷設され、青森県を代表する産業近代化遺産であると言えます。

「青森ひば」は木曾ヒノキ、天然秋田杉とともに日本三大美林とされ、今もなお天然林の蓄積量は日本一であり、木材の特質として有効成分ヒノキチオール含有量が圧倒的に多く、防虫性、耐朽性において他の木材とは比較になりません。津軽地方では「ひば」は昔から神木とされ、神事の際に御幣や玉串などで使われていますし、「青森ひば」が生育する津軽半島や下北半島は、フィトンチッドと呼ばれる健康増進効果の高い独特の空気感に包まれており、ココロもカラダもいやされる森が今もたくさん残っています。

### 2 提案のねらい

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ます。震災後の旅行形態が個人型へシフトしたこともあり、これまでの景観や施設を周遊することから、個人の価値観と自ら体を動かすアクティブな楽しみを求める方向へと変わっています。

津軽半島で独特の空気感に抱かれ、人とふれあい、伝統文化や生活文化とふれあうことは、津軽半島へ何度も足を運びたい理由そのものです。その理由が明らかであればこそ、今まで各地域が磨いてきた観光コンテンツやおもてなしの気運が生きると考えます。

### 3 今後の取組の方向性

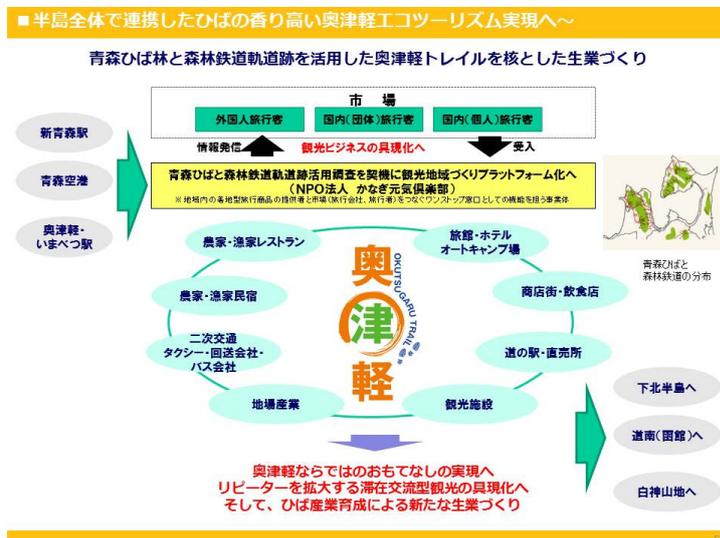
津軽半島各地に残る森林鉄道の遺構やひばの森をピックアップし、それらの場所を周遊させる手段としてトレイルルートの可能性を調査し、整備して行くことが必要です。新しい何かを作るのではなく、地域に共通する記憶遺産を掘り起こせばいいだけで、各市町村でそのような共通理解が生まれれば簡単にできることなのです。

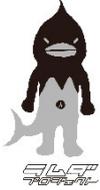
森林鉄道の遺構は朽ち果てる運命にあるものですが、記憶を語り継ぎ、朽ち果てる前に多くの人たちが目にすることが必要です。汗を流して周辺の整備をしたり、安心できるルート標示を設置したり、土地の記憶を語りながらルートガイドをすることは自分たちの誇りを守ることにつながります。

#### 4 おわりに

トレイルルートは国有林や市町村行政区域であるため、森そのものの存在を国民の健康増進と結び付けて考える必要があります。これまで同様、国民の財産であり生産の森として厳格に保護することは必要であるが、森の空気やマイナスイオンが健康増進に役立つという医学的な根拠に基づく「ヘルスツーリズム」や、土地の自然、歴史、生活文化などを盛り込んだ「エコツーリズム」を推進することが半島地域に最もふさわしい観光形態であると考えます。その取組過程において開放や規制緩和が必要になるので、官民が協調できる仕組みと窓口が必要なのです。

ラムダプロジェクトとして広域的な周遊観光を見据えると、下北半島のひばと森林鉄道の遺構は共通項であり、北海道江差町でも「青森ひば」の保護活動が盛んなことから、津軽・下北・桧山地方を結ぶ広域トレイルは壮大なスケール感があり魅力的であると考えます。





## 【提案 27-6】 県内医療機関への先進医療機器の導入。

[関連する提案番号：26-健康①、②]

### 1 はじめに

例えば先進医療として陽子線治療があります。

陽子線治療は副作用が極めて少なく、これまで完治が望めなかった癌も治せる可能性があると言われてしています。

現状、陽子線治療施設は国内で10カ所程度稼働していますが、青森県にはありません。

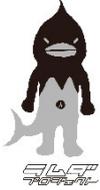
### 2 提案のねらい

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ます。

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と家族を、函館から、あるいは全国から迎えることができます。

### 3 終わりに

先進医療機器の導入は、県を訪れる人員の増加はもちろん、健康長寿を目指す県としても有意義だと思われれます。



## 【提案 27-7】 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～

[関連する提案番号：26-奥津軽①、③、⑤、健康①]

### 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』を活用したトレッキングコースの開発に取り組んできた。

先日、明治日本の産業革命遺産が世界遺産に登録されたが、青森にも世界に誇る近代化遺産があるのである。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ある。

その資源をつなぎ、津軽・下北の歴史・文化・自然そして、暮らしの物語をつなげる魅力的なトレッキング（トレイル）ルートとなってきた。

そこで、この青森ひば林のトレッキングルートを活用した、ガイドとともに「歩く」目的のみならず、「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目指していきたい、さらに、そこに青森の食文化、そして青森ひばの香り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る。地域住民が健康になる、そして訪れた人も健康になる新たなヘルスケアビジネスの創出である。そして、このセラピープログラムの展開を青森ひばの分布する下北半島、桧山地方にも展開し、新たな生業を創出していきたいと考える。

### 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。まさに短命県返上！である。

そして、その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る。地域に根付いているからこそ、おのずとそこに交流客もやってくるという環境を作っていく。

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く。

### 3 今後の取組の方向性

森林鉄道軌道跡のトレッキングルートは、元々、鉄道が通るため、軌道跡は勾配の少ない。したがってカラダへの負担が少なく心地よくウォーキングができることが特長となる。

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、癒し効果が高いと思われる。

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る。

そして、重要なのは、人材である。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、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ある。青森ひばセラピー基地の拠点は、奥津軽いまべつ駅・道の駅などに設置し、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仕組みを構築していきたいと考える。

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く。

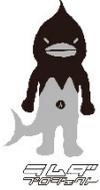
- 現状の青森ひば林と森林鉄道軌道跡トレッキングコースの中で、青森ひばセラピーを体験できるコースを選出・整備
- 青森ひばセラピーを運営していくプラットフォームの整備（新たなヘルスケア産業の創出）
- 青森ひばセラピープログラムの開発
- 青森ひばセラピーのインストラクターの養成
- 地域住民を対象にしたモニター体験の実施。単発のプログラムではなく、連続のプログラムの体験を実施し、そのセラピー効果に関して、しっかりとしたエビデンスを取っていく
- そのエビデンスを元に、プログラムの価値を見出しながら、情報発信の展開
- 地域の人たちが癒され、健康になっているところに人がやってくるという状況を生み出していく
- 青森ひばセラピーは奥津軽にとどまらず、県内、道南の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、緊急な課題である。そして、短命県献上！を掲げている地域だからこそ取り組んでいるプログラムという優位性も生まれてくるはずである。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資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ある。

新たな産業というと、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あるが、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くる、まさにヘルスツーリズムという考え方である。

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、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。



## 【提案 27-8】 自由自在・青森の自然満喫！PART II ～体験編～

[関連する提案番号：26-奥津軽④]

### 1 はじめに

野菜ソムリエとしての活動の中で、旬の果物・野菜等の収穫体験を通して青森の素材に魅力を感じる人が多い。体験を通しての知識はもちろん、「作る」「食べる」だけでなく「話す」の交流の場ともなるから楽しい。素朴な体験も青森の魅力として発信できる。

また、野菜ソムリエを活かし、いろいろな食の提案も可能である。



農地視察後は野菜や野菜の花を使ってアレンジメント

りんごを使ってカービングに挑戦

### 2 提案のねらい

- 自然を満喫できる「自由散策」はすでに提案済みであるが、それに加え「食」に関する体験プログラムも大きな魅力となる。
- りんごもぎ体験をただで福岡からモニターツアーに参加、カシスワインを作りたいために、東京からカシス収穫体験に参加…など、魅力を感じるものには遠くても旅費をかけて訪れてくれる。
- リンゴの収穫体験や試食は、県内どこでも実施し珍しいものではないが、青森県ならではのこの体験にもう少し手を加えることで、もっと充実したものにする。  
例えば、5種類以上のりんごの食べ比べをさせたり、りんごジュースやシードルの飲み比べもぜひ組み込みたい。色がきれい、糖度があるだけで美味しいのではなく、酸味もあって美味しくなること、無袋の方が栄養価も美味しさも詰まっていること、生りんごとそれをジュースにしたときの味比べなど、実際に試食・試飲していただくことでちょっと得した気分になれる。
- こうした体験を提供することで、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。



カシス収穫体験



りんごの食べ比べ

### 3 今後の取組の方向性

■「歩く＋自然」・「体験＋自然」・「食＋自然」いろいろな組み合わせができるが、できれば短い時間でできるプログラムをたくさん用意し、中途半端に空いた時間を埋めることができれば、青森に来た充実感を味わえる。それらを掘り起こし、ショートプログラムを作るとともに、さらに、そのショートプログラムを組み合わせることでスムーズに体験できるシステムを作り上げる。

- ・青森県は冬の農業の取り組みもあり、収穫体験は冬でも可能である。
- ・食だけではなく、地吹雪や稲刈り後の「わら細工」なども体験の一つに組み込むことができる。

#### 【例】プログラムの組み合わせ



ハーブ農園見学&ハーブ料理教室



冬の長芋掘体験&雪室倉庫見学



野辺地のこかぶ畑見学&生試食&野辺地の郷土料理



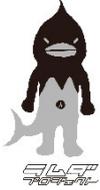
稲刈り&わら細工



地吹雪体験

### 4 おわりに

「ラムダプロジェクト」も少しずつ浸透してきている中で、提案に向けて取り組むべきことがまだまだたくさんある。多少、重荷に感じることもあるが、お互いに楽しみながら取り組めること、参加できることが長続きする秘訣である。スローペースであるが「やるっきゃない」という思いで「ラムダ作戦」を盛り上げていきたい。



## 【提案 27-9】 ショートムービー「ヒバの樹海」の制作・配信

[関連する提案番号：25-30]

### 1 はじめに

第一次産業が経済を支える青森県。その中でもなかなかスポットを浴びることの少ない林業。その中でもあえて「ヒバ」へスポットを当て、ショートムービーを作成し、青森から函館へ向かう沿線の、トンネルからは見えない自然の美しさをPR。自然も新幹線の沿線で繋がっていることを青森、道南で生活する皆さんに認識してもらおう。

### 2 提案のねらい

2016年3月に開業する北海道新幹線の沿線である津軽半島や道南、マグロの一本釣りの漁場として名高い下北半島に多く生育するというヒバは、青森、そして道南の魅力を知っていただく入口になりうると考えた。青森というと、白神山地ばかりがクローズアップされがちだが、自然あふれる青森県は、もっとヒバをアピールすべきではないか。ヒバの特性を青森に生きる人と重ね、その魅力を引き出したい。

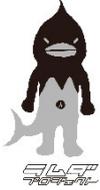
そう考えた作品が今回の「ヒバの樹海」である。

### 3 今後の取組の方向性

できれば年内に撮影を行い、ショートムービーとして映画祭などに出品。  
その後は動画サイトにて公開。

### 4 おわりに

ぜひ青森県農林水産部や青森県観光物産協会などの皆さまにご協力を頂き、青森のPR資源としても使っていただけるような作品を作りたい。



## 【提案 27-10】歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト

[関連する提案番号：26-津軽海峡④]

### 1 はじめに

4月に共演した北斗夢学園さんと一緒に楽曲を制作し、道南、青森の両方からアプローチをしていこうと考えた。

### 2 提案のねらい

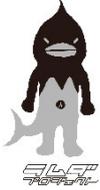
デジタルが主流の今、あえてアナログな交流を通して心をつなぐプロジェクト。  
青森県側のリーダーとしてりんご娘、道南側のリーダーとして北斗夢学園に協力してもらい、子どもたちから集めた手紙やメッセージをもとに、テーマソングを作る。

### 3 今後の取組の方向性

- ・子供たち（学校に協力してもらおう？）にそれぞれ手紙を書いてもらい、青森県側から道南側の子どもたちに届ける。
- ・手紙の内容としては、自分たちの住むところの人・もの・ことの自慢を中心に。
- ・エリアを限定せず、全県から募集してもいいかもしれない。
- ・見ず知らずの道南の子にも同じように返事を書いてもらい、交流をしていく。
- ・その様子を番組化し、子どもたちの手紙の中からのいい言葉を拾い集め、歌詞を作る。
- ・1番は青森県を、2番は道南を、3番は双方をつなぐ歌詞を作る。

### 4 おわりに

行政との連携がなかなかうまく進んでいない現状があるが、うまくメディアと共に進められるようにしていきたい。



## 【提案 27-11】 新幹線もいいけど、在来線もね！

[関連する提案番号：26-津軽海峡⑦]

### 1 はじめに

青森県には全国的に有名な五能線はじめ、大湊線、津軽線等のJR線以外に、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

青森県にはバラエティ豊かな鉄道資源が数多くあることを県民に再認識してもらい、ふるさとの自慢のひとつとっていただきたいと思えます。鉄道を観光資源として活用し、これによって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したいと考えます。

### 3 今後の取組の方向性

#### ① 「あおり鉄旅・モデルプラン」一般募集の提案

県内外から津軽海峡交流圏内の鉄道旅のプランを募集し、WEBやSNSで県内の鉄道をつかった旅のヒントとして情報発信する提案です。

さまざまなガイドブックやパンフレットでも、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を、利用者目線でわかりやすく紹介します。

さらにこのモデルプランをテレビやラジオなどで、影響力のある人に紹介してもらうことにより、県内外へのアピールを強化したいです。



▲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

#### ② 「ラムダ駅弁（仮称）」発売の提案

県内の鉄道事業者、愛好会と飲食店等に協力を募り、各社の駅弁を発売する提案です。

鉄道の日や北海道新幹線開業等に合わせて一斉発売し、一般客に販売するほか、修学旅行や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。

開発には沿線の旅館や食堂等の女将、調理や栄養学を学ぶ学生など沿線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プロジェクトのイメージキャラクター「マギユロウ」を取り入れるなどのルールを決めて、各社の特徴ある駅弁を作ります。

駅弁は通常の弁当より単価が高くてでも旅行者には人気で、デパートやスーパーの駅弁大会も毎回好評です。秋田DCでは駅弁コンテストを実施し、優秀作品を商品化して発売し話題となりました。

県内の鉄道会社各社が同時に発売することで、注目度があがり、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。

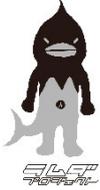


▲秋田DCに向けて開催された駅弁コンテストで商品化された駅弁の掛紙には、県知事の写真とメッセージも掲載。

### 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思っています。レールの先には宝物がたくさんありますよ！



## 【提案 27-12】来て！見て！暮らして！ 津軽海峡交流圏ロングホームステイ

[関連する提案番号：26-津軽海峡⑧、⑨]

### 1 はじめに

北海道新幹線の開業を間近に控え、津軽海峡を挟んだ大学間で交流の動きが見られる。たとえば、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムは、キャンパスコンソーシアム函館が主催する「HAKODATE アカデミックリンク」に2013年度より参加している。同イベントには青森市の“まちなかしかへらあ～s”2014年度に参加している。また、北海道総合政策部交通政策局新幹線推進室主催による「新幹線ドミノ大会」（2014年9月14～17日）に青森大学と弘前大学の学生6名が参加し、函館の学生たちとドミノ製作に挑んだ。

両地域は、進学による相互の学生の行き来があり、元来、学生の行き来はあった。しかしながら、それぞれの地域の大学に通っているというだけでは、津軽海峡交流圏の発展には大きく貢献するものではない。津軽海峡交流圏発展のためには、交流圏の魅力を高め、圏外からの進学者を引きつけていくことが必要である。

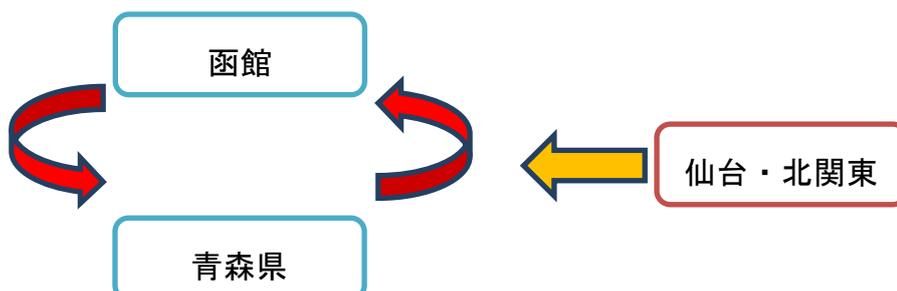


HAKODATE アカデミックリンク 2014の様子

### 2 提案のねらい

この提案の狙いは、学生生活の4年間で津軽海峡交流圏で過ごすことの魅力を高め、県外から進学者（学生人口）を増やし、学生による地域活性化の起爆剤作りを狙ったものである。

圏外からの学生たちは、進学すれば4年間は津軽海峡交流圏で過ごすことになる。ここでは、こうした学生たちの4年間で津軽海峡交流圏の魅力を伝え、このホームステイ期間中にとことん津軽海峡交流圏の魅力を伝え、津軽海峡交流圏のファンにしてみまおうということである。また、圏外の学生たちの学生生活を、ロングホームステイと位置づけることで、各大学や各地域でおこなわれている大学向けのプログラムを統一ブランド化し、全体的なPR効果も狙いたい。



### 3 今後の取組の方向性

域外へのアピール：学生人口増事業

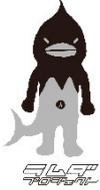
- ・ 仙台，北関東での青森・函館合同大学説明会開催，高校への出張講義
- ・ 交流圏を意識した大学案内パンフレット作成
- ・ オープンキャンパスに合わせ，短期ホームステイの実施（ホテルでなく，圏内住民の家に）

域内の魅力向上事業

- ・ 函館の学生との学術的交流（アカデミックリンク青森版の開催など）
- ・ 相手方の地域資源を使ったビジネスプランコンテスト（青森の学生は函館の地域資源を活用）
- ・ 大学の単位互換（青森県で学ぶ学生が，夏休みに函館に帰省しても近くの大学の授業を受けると単位認定される）
- ・ 遠隔授業の導入（函館の大学に進学しても，青森県の大学の授業を聴講できる）
- ・ 交流を前提とした授業の実施（授業の一環として，函館の学生と交流するプログラムを実施する）
- ・ 圏外学生と圏内学生の交流イベント（祭参加など）
- ・ 圏外学生が圏内の家にリアルホームステイし，地域住民との交流を深める

### 4 おわりに

津軽海峡交流圏内で学生を奪い合うのではなく，交流圏外から若年人口を呼び込み，学生人口の拡大を図ることが，地域の発展に繋がるといえる。そのためには津軽海峡交流圏の濃度を高める（魅力を高める）取組をどんどん増やし，地域の魅力を県外の若者（特に高校生）に伝えていければと思う。



## 【提案 27-13】津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド

[関連する提案番号：25-47]

### 1 はじめに

委員は青森県内外をひたすら飲み歩いている筋金入りののんだくれ。その一部は「ニッポン『酒』の旅」や、青森県観光国際戦略局作成の「青森ほろ酔い旅」でご確認いただけます。

### 2 提案のねらい

#### ●酒と特産品の紹介

道中酒を飲めるのは、電車旅の魅力のひとつ。日本酒が上昇気流にのるなか、県内および道南で生産されている酒や、ともにある美味（駅弁、珍味などを含む）、購入できる場所、飲食店などを紹介する。日本酒の流れはまだしばらく続きそうな気配なので、新幹線開通とからめても十分に力を発揮できるものと思われる。

#### ●旅ルートの提案

読んだ人が実際にたどれるようなリアルな案内をすることで、駅ナカ、駅前、船、バスなどを含め、新幹線を軸とした旅のおすすめルートを広める。大函丸やこれから構築される二次交通ほか、旅人（県内在住者、県外からの旅行者ともに）にはあまり知られていない道筋にも力を入れる。

#### ●交通の便が良くない地域があればそれを逆手に取る

公共交通機関の本数や手段が限られたエリアは、飲みながら（食べながら）「ゆるり待つ楽しみ」へと導けるという発想の転換をもたらす。

#### ●自然や情緒ある景色も取り込む

飲食店の有無にかかわらず、カップ酒やビールを購入して景色（空気）を肴に飲むという手も。

### 3 今後の取組の方向性

パンフレットのスタイルとしては、情報集約の1冊、エリアや目的別に分ける（長崎さるくのマップを参照のこと）など。

### 4 おわりに

酒とともに味わう酒肴、料理は、現時点で注目が集まっているもの以外に、日常のなかに隠れている可能性があると思われる。また、圏内だけではなく、県内でも地域によって飲まれる銘柄が限られている現状を思えば、互いに行き来し、それぞれのエリアの特性をあらためて認識できるチャンスにつながるのではないか。個性豊かな青森県の酒はそのまま、文化や気質の多様性を象徴しているともいえる。



■平成 26 年度提案

●平成 26 年度提案一覧表

テーマ	タイトル	ページ
津軽海峡	① 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	29
	② 津軽海峡といえば、マグロだべさ。マグロで徹底バトル！	29
	③ 圏民ショー！みんなでやれば怖くない。	29
	④ 歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	29
	⑤ 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～	30
	⑥ 津軽海峡で JAPAN！	30
	⑦ 求む！津軽海峡交流圏「鉄旅」プラン	30
	⑧ トモダチ100人できるかな！	30
	⑨ 函青（感性）を活かした海峡ブランド商品づくり	31
	⑩ 津軽海峡で生物境界線を感じよう	31
	⑪ そもそも「津軽海峡交流圏」ってなあに？	31
	⑫ 縄文人は津軽海峡を泳いだの！？	31
	⑬ 津軽海峡交流圏のシンボルは何？	32
奥津軽	① 奥津軽 明日はひとつになろう！	32
	② 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！	32
	③ 五感で味わおう奥津軽の自然と風	32
	④ 自由自在、青森の自然満喫！	33
	⑤ “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	33
健康	① 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」	33
	② 今は短命県だけど！もっと健康になれる青森！	34
青森県らしさ	① 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	34
	② 絶対的に青森に行きたくなる理由づくりプロジェクト	34
	③ 「らしさ」を磨こう	34

平成 26 年度提案

番号	テーマ	内容・想定される取組主体等	ねらい
津軽海峡 ①	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。 【想定される取組主体等】圏域内の任意団体(個人を含む)、NPO、企業、学校、自治体など誰でも参加できる	津軽海峡交流圏の交流活動を圏域内外に向けて、“おもしろおかしく”情報発信する。
津軽海峡 ②	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・手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。 【想定される取組主体等】 個別の取組→圏域の各漁協系、商工会系、観光協会系 圏域ぐるみの取組→着地型の旅行会社、津軽海峡マグロ女子会	あえて競争を煽りつつ、津軽海峡のマグロというキラーコンテンツを、圏域ぐるみで徹底的に活かし尽くす。
津軽海峡 ③	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。 【想定される取組主体等】圏民	津軽海峡交流圏ならではの固有のこと(珍しいこと、はずかしいこと)を、「これが、あたりめだべさ」という誇りをもって、圧倒的な数のパワーで発信する。関わったみんなの一体感、達成感、草の根交流につなげる。
津軽海峡 ④	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。 【想定される取組主体等】リンゴミュージック(りんご娘)、北斗夢学院桜組、青森県・道南地域の教育委員会	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。青森県側のリーダーとしてりんご娘、道南側のリーダーとして北斗夢学院桜組に協力してもらい、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。

番号	テーマ	内容・想定される取組主体等	ねらい
津軽海峡 ⑤	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～	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。 【想定される取組主体等】 DC実行委員会等・・・観光素材の抽出及びランク付け作業、パンフレット作成 県・道の交通政策課・・・二次交通設置における交通事業者間の調整 旅行事業者・・・二次交通及び観光素材の旅行商品化	初めて青森を訪れる人に必ず満足していただける「鉄板」のコースを設定し、まずは青森に対して良いイメージを持ってもらい、リピーターとなってもらう。基本に立ち返って、風景、食、温泉のどれもべたべたの「青森・函館」を満喫できるコースを提案する。
津軽海峡 ⑥	津軽海峡でJAPAN!	函館イン・アウトの周遊プランを作り、外国人旅行客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、「ちょっぴり青森(日帰り)」「じっくり青森(1～2泊)」「とことん青森(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。 【想定される取組主体等】航空会社、JR、フェリー会社、函館空港、文化伝承者、農家、漁業者、伝統工芸品製作会社、酒蔵、ショッピングセンター、レストラン、今別町の人々など	函館空港に離発着する国際線、チャーター便の乗客(ターゲットは台湾、リピーター)に津軽海峡交流圏を巡ってもらい、外国人にはなじみのない津軽海峡交流圏をベースに日本文化を堪能できるマニアックな旅を提供する。
津軽海峡 ⑦	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? ラムダ鉄旅コンテスト」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	鉄道の魅力を再発見してもらい、利用を促進させ、観光の重要ファクターであることを認識してもらう。津軽海峡交流圏の楽しみ方の中に、鉄道の利用を意識してもらう。
津軽海峡 ⑧	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結び、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。 【想定される取組主体等】小学校、中学校、高等学校の生徒及び関係者、大学生及び関係者、自治体、観光関係者など	津軽海峡をまたいで、長期間にわたって学校交流を行い、友達の輪を広げる。

番号	テーマ	内容・想定される取組主体等	ねらい
津軽海峡 ⑨	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。 【想定される取組主体等】食品メーカー、水産業者、農業者、地域有名店ほか、金融機関、行政機関、JR、フェリー会社	青森県企業と道南地域の企業が連携し、新商品を生み出す動きが見られるようになってきたが、その動きをさらに盛り上げるために、函館を中心とした道南地域と青森県の感性(函青)を活かした産学官連携によるビジネスの創出を支援する。
津軽海峡 ⑩	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。 【想定される取組主体等】青森県の全体事業構想のもとで、関係自治体、経済界、企業等、大学等の研究機関、ガイド組織等が連携した協働での取組が必要である。	国の天然記念物「下北半島の北限のニホンザル」の生態を、演出し公開する仕組みづくりを行うとともに、津軽海峡を跨いで異なる生物分布にフォーカスした体験型の観察ツアーを青森県と北海道が連携して催行することによって、国内外からの新たな訪問者獲得を目指す。
津軽海峡 ⑪	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。 【想定される取組主体等】 北海道側、青森県側、双方が情報を提供し、共有する必要がある。両エリアの行政、大学、関係団体等	青函連絡船に始まり、今の北海道新幹線に至るまで、どういったつながりがあり、今後どのようなことが期待されるのか、具体的な事例を上げながら、学校教育の一環として交流圏の必要性をわかりやすい冊子、WEBにまとめる。
津軽海峡 ⑫	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	青森県、道南地域双方に存在する縄文遺跡を中心に、その違いや同じところを見つけ出す体験型学習ツアー、青森県の三内丸山遺跡・縄文時遊館、亀ヶ岡遺跡、是川遺跡などを中心に、函館の縄文文化交流センターもまわり、時代をさかのぼっての交流をひもどく。

番号	テーマ	内容・想定される取組主体等	ねらい
津軽海峡 ⑬	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。 プラキストン・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。 【想定される取組主体等】青森県・道南地域での官民協働	全国的に知名度が高い資源に限定せず、あまり話題にされなかった隠れた日本一やケンミンショー的な食文化などを津軽海峡交流圏イメージと重ねてアピールする。
奥津軽①	奥津軽 明日はひとつになるう！	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。 【想定される取組主体等】NPO法人かなぎ元気倶楽部をはじめとする地域のコーディネーター団体、奥津軽でグリーン・ツーリズムに取り組む団体など	奥津軽の自然・文化・歴史をつなぐ青森ひば林と森林鉄道軌道跡という奥津軽の魅力ある資源を活用して、トレッキングルートを開発し、①滞在交流時間の創出、②観光ビジネスの創出、③地域人材の育成と奥津軽のつながりの創出はもちろん、地域住民も参加し、地域の誇りを醸成していくことで、④健康増進 ⑤自然・文化の保全も図っていく。住んでよしの奥津軽を意識付けしていきながら、さらに下北半島、道南地域とも連携し、津軽海峡交流圏の活性化を図っていく。
奥津軽②	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。 【想定される取組主体等】奥津軽いまべつ駅周辺エリアの住民、関係者等	地域の皆で「こうなったらいいなあ」という妄想を出し合い、実現していく。
奥津軽③	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「緑の里みんなや・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。 【想定される取組主体等】官民協働(東青地域県民局・西北地域県民局・青森森林管理署・津軽森林管理署・外ヶ浜町・今別町・中泊町・青森県・道南地域の皆さん)	津軽海峡交流圏を見た目で実感できる場所で、津軽半島の自然をうまく打ち出した楽しみ方を提供する。

番号	テーマ	内容・想定される取組主体等	ねらい
奥津軽④	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。 【想定される取組主体等】圏域内の自治体、任意団体（個人を含む）、NPO、企業等	どこに降り立っても「自然」の魅力が感じられる青森をPRする。「自然」+「歩く」をメインに 県内様々なコースを取り上げ、発信する。
奥津軽⑤	“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ム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。 【想定される取組主体等】 ①地元の各団体及び総合プロデュースを主管する組織(青森県観光連盟またはそれに類する新組織) ②地元自治体及び県 ③青森県及び商工会議所(地元商工会)	青森の風土と青森県民の歴史的な生活観を具象化することによって青森の地域イメージを明示し、その魅力を県内外(国外)に周知し、観光交流、移住などを促す。
健康①	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、温泉と湯治文化、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。 【想定される取組主体等】青森県の全体事業構想のもとで、各地方自治体、経済界、企業等の健康保険組合、大学等の研究機関、ガイド組織等が連携した協働での取組が必要	「青森の自然・温泉・食」と「最新ドイツ式ウォーキング」の手法などを活用した疾病予防、健康増進プログラムを活用して、人々が心身の状態を健康に保つことのできる「健康保養地」となることを目指す、青森という日本一美しい名前にふさわしい地域づくりを行う。 域外からの交流人口獲得を行うとともに、地域イメージの向上を図り、更には県民の健康な生活を実現することで短命県を返上する。

番号	テーマ	内容・想定される取組主体等	ねらい
健康②	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、生きがいづくりのきっかけ、交流人口の増加、滞在時間の拡大を図る。 【想定される取組主体等】自治体、企業、学校、団体など	県民にとっても関心の高い健康増進につながる、青森県の良さをアピールする。 県民が元気で、住みよい青森県のイメージアップを図る。
青森県らしさ①	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	県民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。 【想定される取組主体等】草の根の取り組みから大きなイベント・広報まで、いろいろやってみるためにも、これに賛同する企業、学校、団体、個人など、県民みんなで取り組む。	本県の魅力を改めて県民に確認してもらい、県の強みをアピールできる人材を増やす。 県民の青森愛を強めて、おもてなし力をアップさせる。
青森県らしさ②	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、既存の焦点を利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。 【想定される取組主体等】着地型体験ツアー実施者、観光関係者、交通機関、行政など	ターゲット別の顧客を呼び込めるコンテンツを充実させ、津軽海峡交流圏の交流人口を圧倒的に増やす。県内の観光情報が網羅されるポータルサイトでの情報発信で集客を目指す。
青森県らしさ③	「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お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。 【想定される取組主体等】県内全域での官民協働	ターゲットを明らかにすることで、商品等の特徴・アピールすべき魅力が明確になり、競争力が高まる。

■平成 25 年度提案

＜参考＞平成25年度提案(事業一覧)/平成25年8月公表「ラムダ」プロジェクトに関する提案」から抜粋

目標	プロジェクト	速やかに	開業までに	中長期的視点
(1)青森県内の交流の活発化	ア 滞留時間の拡大	【自然】青森ひばで感動づくり	【コンテンツ】ターゲットを意識した商品開発、プロモーション	【自然・医療】クアオルト(健康保養地)づくり
		【自然】自然を生かした遊びづくり	【もてなし】交通アクセスの不便さを楽しみに変える仕掛け	【食】ザ・ご当地グルメ100プロジェクト2020
		【自然】キャンペーンで賑わう奥津軽いまべつ駅周辺づくり	【賑わい】鉄道路線毎の体験プログラムの作成・商品化	【もてなし】津軽海峡バリアフリーツアーセンター(仮称)の開設
		【食】どれがお好み?食のコース対決	【賑わい】100人のよそ者による地元の気づきおこし	【もてなし】古民家活用による宿泊場所の拡大
		【もてなし】看板だけの美術館	【もてなし】地元民と交流できるマッチングサイトづくり	
		【もてなし】+1運動	【もてなし】奥津軽いまべつ駅の名物づくり	
		【もてなし】個人移動者をターゲットとした代表的なルートの商品化	【もてなし】奥津軽いまべつ駅を降りた人を徹底的におもてなし	
		【賑わい】津軽V.S南部にそろそろ決着・綱引き大合戦	【移動】フェリーの積極的活用	
		【賑わい】津軽・下北半島満喫女子グルメリライド	【移動】バス、タクシー、レンタカーを利用しやすくする	
		【賑わい】海峡ソングの制作～津軽海峡・冬景色に続け	【移動】レンタサイクルの充実	
(2)圏域内の交流の活発化	イ 一体感の醸成	【賑わい】津軽今別駅に特急を臨時停車してもらおう仕掛け		
		【賑わい】奥津軽いまべつ駅を「みんなの駅」にする仕掛け		
		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	県の政策を積極的にPRする条例の制定	雪プロジェクトの推進
		シンボル資源を再認識する場づくり	青森県版三都物語の提案	
		青森県版聞き書き甲子園の実施		
		県民参加型CM映像等の制作		
		100人以上でワールドカフェミーティング		
		県民が県内を知る仕組み、きっかけづくり		
		ラムダシンボルマークの制作		
		津軽海峡を挟んで同世代がつながる仕組み	海峡に着目したイベントの推進	
(3)津軽海峡交流圏の認知度向上	交流圏の情報発信	青森県と道南との交通機関等の連携		
		クルージング等の商品開発		
		船上アウトレットモールの開発		
		子ども向けテレビ番組の制作(イカール星人VSマグロウ)	国際競技の開催(トライアスロンなど)	
		津軽海峡交流圏をエリアとした情報誌の制作		
		世界の海峡圏との連携体制の構築		
		新幹線の路線愛称「青函新幹線」の制定		

平成 25 年度提案

番号	テーマ	内容	ねらい
1	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。	日本三大美林である青森ひばを核としたコンテンツをストーリー展開することで、共感と感動を生む。
2	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。	自然をうまく打ち出した楽しみ方を提供することで、青森県＝豊かな自然というイメージが定着する。
3	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。	本県在住の若者に奥津軽いまべつ駅周辺地域に興味をもってもらうとともに、賑わいをつくる。
4	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。	地域ごとの素材の特徴の差別化は、三方を海に囲まれた本県だからこそ成立するものであり、その地域ならではの楽しみ方を競い合うことで、相乗効果が生まれる。
5	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。	県内の周遊を高めるとともに、「何もない」こと自体が「価値あるもの」に変化させる。
6	+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。	受入態勢の強化、外貨獲得につながる。
7	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。	個人客の受入態勢の強化、外貨獲得につながる。
8	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)	全国的には津軽と南部の仲が悪いと思われがちなことから、競争するイベントを打ち、話題性を高める。
9	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。	青森県を自転車の聖地とし、交流人口の拡大と外貨獲得を図る。

番号	テーマ	内容	ねらい
10	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。	宣伝費をかけなくても話題となる。また、旅行者が観光対象物を整理することができる。
11	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	奥津軽いまべつ駅への新幹線の停車本数の確保につなげる。
12	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。	地元住民、出身者など、奥津軽いまべつ駅に関与する人を増やし、駅周辺の賑わいを創出する。
13	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。	ターゲットを明らかにすることで、商品等の特徴・アピールすべき魅力が明確になり、競争力が高まる。
14	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を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。	「不便さ」を「想定内の楽しみ」に変換して新しいおもしろさを提供し、時間に余裕がある方の誘客を図る。行きにくさをアピールすることで好奇心を刺激する。
15	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	運行ダイヤ数が多くなっても楽しめるようになるとともに、旅行商品としてリスト化し、様々な組み合わせができるようにする。
16	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。	地元の人が自信を持って「いい」「すごい」と思うことで、地域外の人の納得も得られる。
17	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。	現地で地元の人と仲良く交流する体験を生み出すことにより、リピートにつなげる。

番号	テーマ	内容	ねらい
18	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	奥津軽いまべつ駅の知名度の向上と来訪意欲の喚起を図る。
19	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。	話題性を高め、奥津軽いまべつ駅に降りる動機付けを行う。
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。	フェリーを利用することにより、効率よく本県を周遊することができる。
21	バス、タクシー、レンタカーを利用しやすくする	県内の駅前の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。	交通機関が利用しやすくなる。
22	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。	自転車により行動範囲が広がり、公共交通機関では味わえない楽しみ方を提供できる。
23	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学的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	青森県という美しい名前にふさわしい地域づくりにつなげる。
24	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。	いつ・どこに行っても多彩で魅力的なご当地グルメが食べられるため、長く青森県に居たくなる、何回も通いたくなる、という人を増やす。

番号	テーマ	内容	ねらい
25	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、障害のある方やご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。	障害のある方やご高齢の方などお手伝いが必要な方にきめ細かい現地情報を事前に提供することにより、より長く滞在してもらい、「やさしい青森」のイメージをつくる。
26	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。	子育て世代、長期滞在者など多様な宿泊スタイルへの対応、宿泊場所の増加により、既存不動産の活用と外貨獲得につながる。
27	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。	「青森らしさ」のコンセプトを確立し、ビジネスにつなげる。
28	シンボル資源を再認識する場づくり	収穫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くようなきっかけづくりを行う。	全国的にも知名度の高い資源について県民が共通認識を持ち、活用を推進していくことで、県全体で一体感が生まれる。
29	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。	世代間・地域間交流を促進し、知の伝承につながる。
30	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。	県民の新幹線利活用に対する機運を醸成するとともに、県外に向けてアピールする。
31	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。	気づきを促し、行動につなげる。
32	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。	オール青森としての一体感が醸成される。
33	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。	県民の新幹線利活用に対する機運を醸成するとともに、県外に向けてアピールする。

番号	テーマ	内容	ねらい
34	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」「乾杯は青森県産品をお願いします条例」「新幹線を見たら手を振る条例」「縄文文化を大切にする条例」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。	青森県のスタンスを全国に向けて発信するとともに、策定過程に県民を関与させることで、県民理解を促進し、受入態勢づくりや県産品の消費拡大につながる。
35	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。	三都物語と銘打つことで、心理的に近いというイメージが定着し、一体感が増す。将来的には、函館を含めて四都とする。
36	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。	雪の先進地となる。
37	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(小中高校生)など、海峡を挟んだ同世代がつながる仕組みをつくる。	これまでにない新たな交流が生まれることで新しい文化、発想等が築かれ、生業づくりにつながる。
38	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)	本県と道南の一体感を醸成する。
39	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。	圏域内での交通の利便性が向上する。
40	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。	海を意識した魅力を発信し、時間・お金に余裕がある方の誘客を図る。
41	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。	船上ショッピングを楽しむとともに青森、函館を観光するなど、若者に新たな楽しみ方を提案する。
42	マグロ女子バトル勃発	「津軽海峡マグ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。	敢えて「対決」「バトル」と競争をあおる表現により、海峡圏全体が注目される。
43	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。	ブログや連載などに露出確率が高く、リレーの輪が広がっていけば、一般紙にニュースとしても取り上げられる可能性が高い。

番号	テーマ	内容	ねらい
44	津軽海峡交流圏の地図の制作	<p>本県と道南を中心とした地図を制作する。</p> <p>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。</p>	視覚的に訴えることで、距離的な近さを国内外にPRする。
45	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。	地元住民が親近感を持つことで当事者意識が高まり自分のこととして取り組むとともに、圏域に一体感が生まれ、全国に向けたPRにつながる。また、青函連絡船に思い入れがある世代を対象に、青函新幹線で当地を訪問してもらう旅行企画などにつなげることが可能となる。
46	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。	同じテレビ番組をみることで一体感が生まれる。
47	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。	圏域の一体感につなげるとともに、圏外に向けてアピールする。
48	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。	海峡圏としての魅力を高め、圏外に向けてアピールする。
49	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。	海外も含めて津軽海峡交流圏を宣伝し、スポーツを切り口とした誘客につなげる。