

平成 19 年度地域自立・活性化事業推進費（調査分）

下北地域特有の地域資源を活用した、広域観光振興方策
に資する基盤整備に関する検討調査報告書

平成 20 年 3 月

国土交通省総合政策局

目 次

要約編

第1章 業務概要	1
1.1. 業務の目的	1
1.2. 調査位置図	1
1.3. 業務項目	2
1.4. 業務フローチャート	3
第2章 下北地域における既存地域資源の分析	4
2.1. 下北地域の概況	4
2.2. 下北かるたと地域資源について	12
2.3. 下北ブランド産品と認証制度について	18
2.4. 下北地域における観光の概要	24
2.5. 下北地域における交通アクセスの現状と社会資本整備の状況	52
2.6. 下北地域における活性化の担い手	59
第3章 地域住民への意識調査	60
3.1. 住民意識調査対象及び手法の検討	60
3.2. 住民意識調査票作成、調査実施及び結果とりまとめ	63
3.3. 地域住民を対象としたセミナーの開催及び結果とりまとめ	106
3.4. 地域住民を対象とした意見交換会の開催（3回）及び結果とりまとめ	113
3.5. 「下北かるた」を活用した下北地域の魅力ある資源の普及と啓発活動の実施	119
第4章 地域資源活用方策調査並び検討	120
4.1. ニーズ調査結果のとりまとめ	120
4.2. 首都圏における潜在ニーズ調査とりまとめ	131
4.3. シンポジウム等の開催	148
第5章 下北地域振興方策の検討	156
5.1. 下北地域における地方再生モデルプロジェクトの成果と課題	156
5.2. 下北地域の活性化にむけた背景と構想（案）	164

下北地域特有の地域資源を活用した、
広域観光振興方策に資する基盤整備に関する検討調査

第1章 業務概要

1) 業務の目的

青森県下北地域では、高齢化、人口減少、地理的条件等から地域経済が低迷している状況にあり、地域経済の活性化が求められている。

本業務では、これらを背景に下北地域の自然・歴史・文化等地域資源を分析して課題を抽出するとともに、整備が進められている東北新幹線八戸以北や地域高規格道路下北半島縦貫道路を活用した、広域観光方策等、地域の活性化方策を検討するものである。

2) 調査位置図

青森県下北地域では、高齢化、人口減少、地理的条件等から地域経済が低迷している状況にあり、地域経済の活性化が求められている。

本業務の調査位置は下図に示すとおりである。

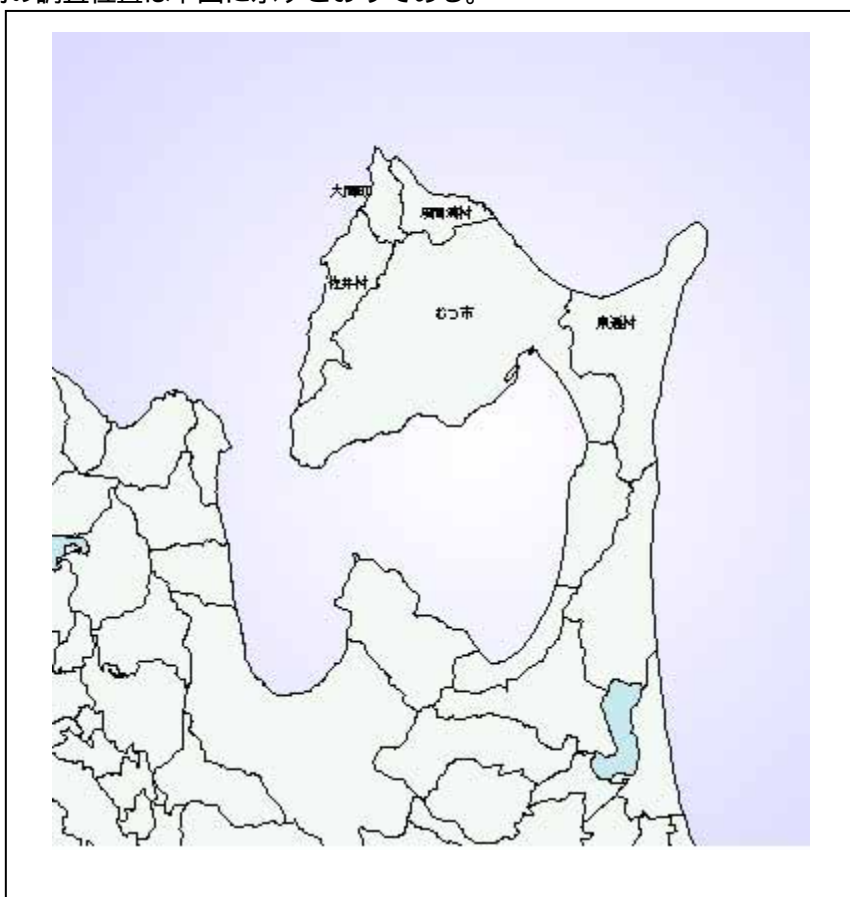


図 調査位置図

第2章 下北地域における既存地域資源の分析

下北地域における振興を図る上で活用し得る既存の地域資源（下北地域に特有な自然・歴史・文化などの資源）の現状を分析し、具体的な活用上の課題を整理した。

1) 下北地域の概況

下北地域は、青森県の北東部に位置する“下北半島”全体の地域である。この半島は、鉾（まさかり）の形をしているため、別名「まさかり半島」と言われている。また、下北半島全体が、“下北半島国定公園”に指定されており、本州最北端の地である大間崎や日本三大霊場の恐山などがある。

下北半島で居住する約8万5千人（2005年時点）のうち、78%にあたる6万5千人弱が、むつ市に居住している。次いで、東通村が約8千人、大間町が約6千人、風間浦村と佐井村がともに約3千人となっている。

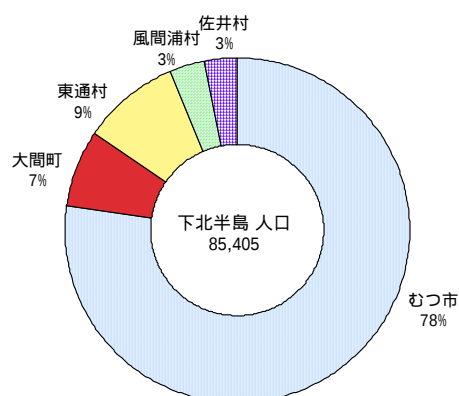


図 下北半島の市町村別人口割合（2005年）

資料：2005年国勢調査

下北地域内での就業者構成を見ると、むつ市では第三次産業の比率が7割を超え、同地域では最も高い割合を示している一方、第一次産業の割合が1割に満たず最も低い。それ以外の町村部では、第一次産業と第二次産業ともに2～3割であり、残りが第三次産業となっている。

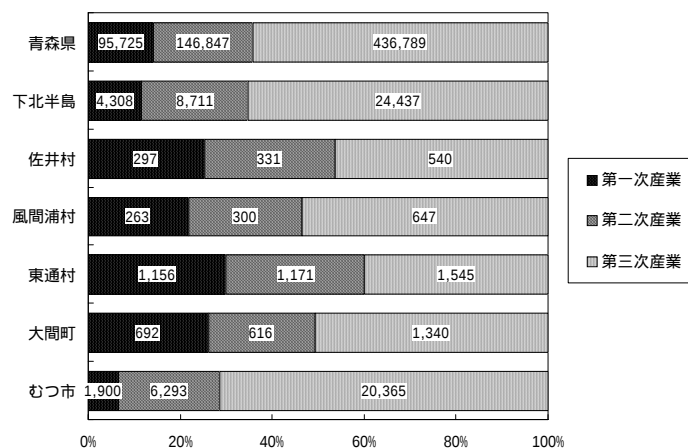


図 青森県と下北半島における産業別従事者数の割合（2005年）

資料：2005年国勢調査

2) 下北かるたと地域資源について

「下北かるた」は、むつ青年会議所が、次代を担う子供たちに郷土下北をよく知ってもらい、郷土を愛する心を育てることを目的に、平成6年11月から発行を続けているもので、現在では、第4版改訂版となっている。この「下北かるた」は、下北地域の誇れる地域資源を一覧するのに最適なツールの1つである。



▲下北かるた

下北地域県民局が今年度から取り組んでいる「下北かるたプロジェクト」は、下北かるたを活用することにより、下北を見つめ直し、下北の個性・魅力に気づき、下北に誇りを持つことにより、下北に愛着を持つ人の拡大や、下北の地域づくり活動の活発化を目指す取り組みである。

3) 下北ブランド産品と認証制度について

下北の誇れる特産品など、各種商品を紹介する制度として「下北ブランド産品認証制度」がある。下北ブランド産品は、下北ブランド開発推進協議会員が生産又は販売している商品で、下北地域において生産された農林水産物及び加工品、又は下北地域の特別な生産、製造方法により生産された優良な商品のことである。認証品には下図のロゴマークがついている。この制度は平成13年に開設した下北ブランド研究開発センターによって運営されている。

< 認証ロゴマーク >



下北ブランド産品として認証された製品は、その証として統一のロゴマーク（商法登録済）を付けて販売することができます。
このロゴマークは、
下北のおいしいものを食べる「口」
下北のいいものを発見する「目」
太平洋、津軽海峡、陸奥湾等からの恵みである「水産物」
夏季冷涼な気候で恵まれる果実等の「農産物」
をイメージしています。

資料：下北ブランド産品ガイドブック

A collection of various Japanese food items. In the center is a bowl of ramen with chopsticks. Surrounding it are several packaged snacks, including onigiri (rice balls) and bento boxes, some with Japanese text labels. There is also a small container of pickled vegetables.

原料となるスルメイカにこだわり、もっとも身の厚くなる10月から12月に香森県内で水揚げされた新鮮なものを使用しています。

- ① 津軽海峡するめいか一夜干し (㈱高橋産業, ㊦25-2111, むつ市)
- ② 生干しいか (㈱真谷, ㊦34-2544, むつ市)
- ③ 生干しいか (㈲渡辺水産, ㊦34-4137, むつ市)
- ④ 生っぴ (㈲マルモ, ㊦34-6601, むつ市)
- ⑤ 船上生干しいか (白糠漁業協同組合, ㊦46-2211, 東通村)
- ⑥ 生っぴ (㈲いさりびハウス, ㊦34-6101, むつ市)

4) 下北地域における観光の概要

景勝地としては、尻屋崎（東通村） 仏ヶ浦（佐井村） 恐山（むつ市） 薬研渓流（むつ市大畑町） 川内川渓流（むつ市川内町）等があり、名所としては、大間崎（大間町） 釜臥山展望台（むつ市）等がある。



図 下北地域の主要観光資源位置図

青森県の 2006 年の観光入込客数は 4,741 万人である。地域別に見ると、中南地域（弘前市を含む）が最も多く、全体の 24.3%を占める。続いて西北地域（五所川原市・深浦町を含む）が全体の 20.0%を占める。下北地域は、全体の 5.2%にあたる 247 万人が訪れた。

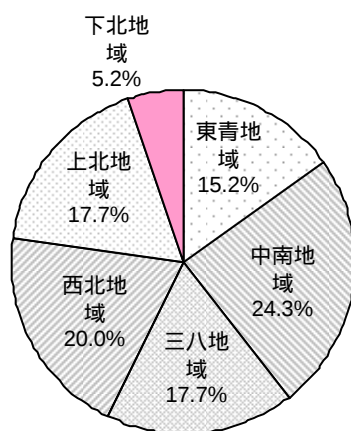


図 青森県の入込観光客数に占める下北地域の割合（2006 年）

資料：平成 18 年青森県観光統計概要

青森県全体の観光客は、71%が県内客であり、29%が県外客となっている。

下北地域では県内客が 66%、県外客が 34%となっている。

青森県と比較すると、県外客の割合が高くなっているが、基本的には、青森県全体の傾向と同じく、同県内客が観光客の中心である。

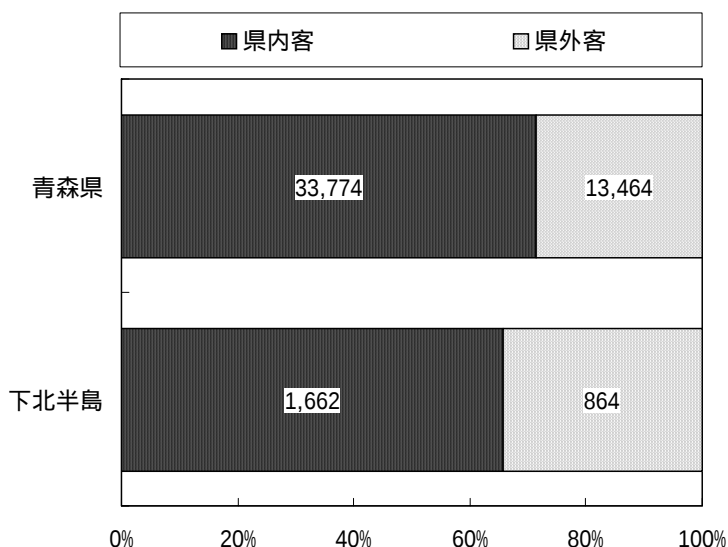


図 青森県への県内・県外観光客数の割合（2004 年、単位：千人）

資料：青森県商工労働部観光局観光企画課「平成 17 年度青森県観光統計概要」

青森県では、年間 4 千万人前半で推移していた観光客数が、2003 年には 4 千 8 百万人まで観光客数を伸ばし、2004 年では、若干減っているものの 4 千 7 百万人台となっている。

一方、下北地域では、2000 年以降から微増傾向にあり、2003 年には 270 万人を超えたが、2004 年には 250 万人に戻っている。

2003 年の、青森県および下北地域の増加（青森県で 109%、下北半島で 111%、いずれも前年

度比)は、2002年12月の東北新幹線八戸開業の効果が現れたものと理解される。

しかしながら、2004年は、青森県が98%(前年比)、下北地域が91%(前年比)と、いずれも減少しているが、特に、下北地域の減少幅が目立つ結果となっている。

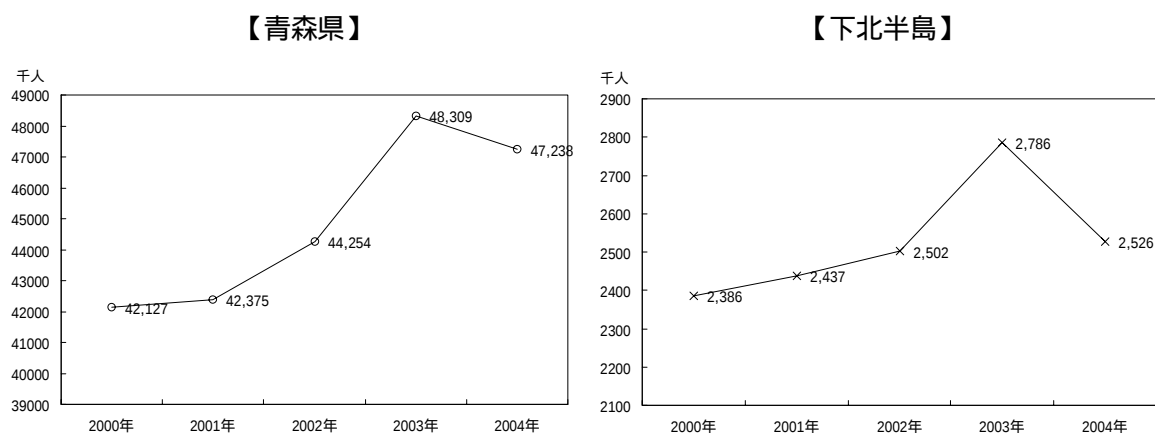


図 観光客数の推移(2000年～2004年)

資料：青森県商工労働部観光局観光企画課：平成17年度青森県観光統計概要

青森県を訪れる県外からの観光客の年代を見ると、50歳以上の観光客が51.4%と半数を越える。一番多い世代は50歳代であり、その割合は30.5%となっている。20代以下は13.5%、30～40代は35.3%となっている。下北地域では、50歳以上の割合は54.4%とさらに高い。また一番多い世代は60歳代以上であり、28.5%となっている。20代以下の占める割合は13.3%であり、県全体よりも高いものの、全体に占める割合は低い。30～40代も32.2%と県全体よりも低くなっている。

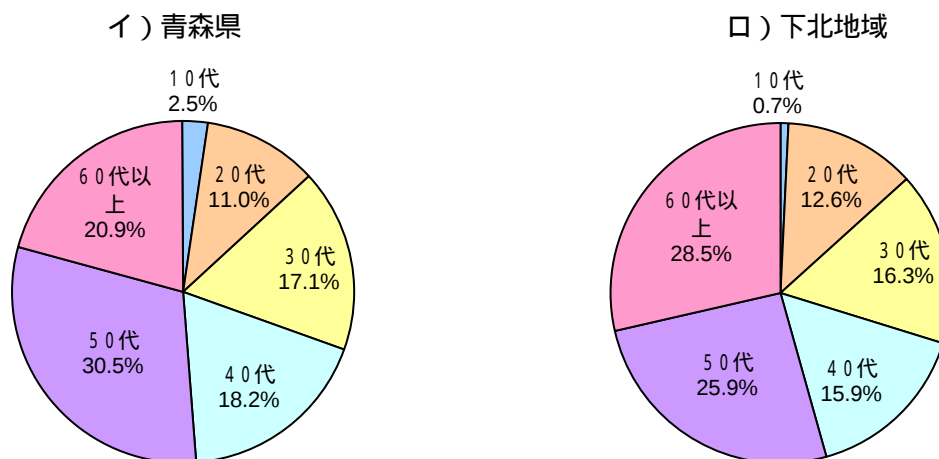


図 青森県と下北地域の年代別県外観光客の割合(2006年)

資料：平成18年観光レクリエーション客実態調査

- 5) 下北地域における交通アクセスの現状と社会資本整備の状況
下北地域における交通アクセスの現状について、下図に示す。

図 下北地域における交通アクセスの現状



【道路交通（自動車・バス）】

下北地域へのアクセスは、青森 - むつ間が 99.3km（約 2 時間 10 分）、青森 - 野辺地間でも 56.3km（約 1 時間 10 分）かかる。下北地域内での移動については、むつ - 佐井間（大間経由）が 60.2km（約 1 時間 18 分）である。域内のバス網は、むつ市を基点に展開しているが、1 時間に 1 本あるかないかの路線が多く、むつ - 佐井間（大間経由）は 1 日 9 往復である。また自家用車に比べて、時間もかかる。

【JR】

かつて下北交通大畑線（下北 - 大畑）が運行していたが、2001 年に廃線になり、今は JR 大湊線（野辺地 - 大湊）があるだけである。JR で東京駅から下北駅へ向かう場合、八戸駅まで新幹線、野辺地駅までを特急列車、下北駅までを快速列車と 2 回の乗り換えを行い、約 5 時間の移動時間となっている。うち、野辺地 - 下北間は JR で約 60 分である。また八戸駅から下北方面までは、ジョイフルトレイン「き・ら・き・らみちのく」が 1 日 1 往復運行している。

【飛行機】

最寄りの空港は三沢空港である。三沢空港へは東京（羽田）、大阪（伊丹）、新千歳からアクセ

スすることができる。東京方面からむつ市まで向かう場合、羽田空港 - 三沢空港が約 1 時間、三沢駅 - 下北駅が約 1 時間 30 分で、合計約 2 時間 30 分の移動時間となっている。その他、広域観光を想定する場合には、青森空港や函館空港も利用可能性がある。

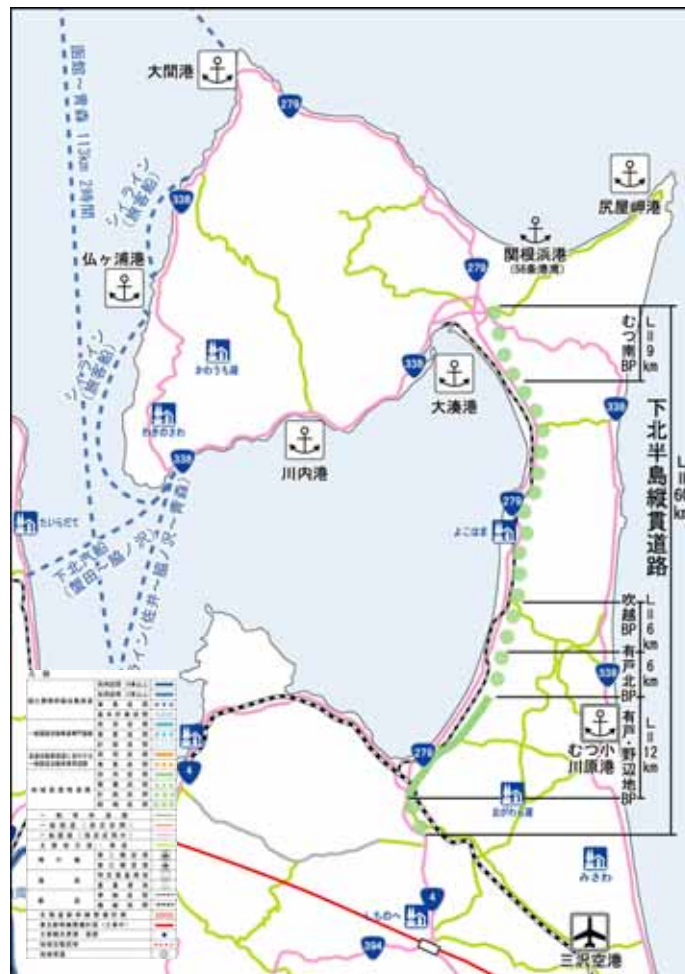
【フェリー】

フェリー航路は「函館 - 大間」間が運行している他、「函館 - 青森」間もある。

対岸の函館からむつ市まで向かう場合、「函館 - 大間」間 40 km をフェリーで 1 時間 40 分、「大間 - むつ」間 47.4 km を車で約 1 時間、合計約 3 時間の所要時間となっている。

下北地域における社会資本整備の状況について、下図に示す。

図 下北地域における社会資本整備の状況



【道路】

下北地域の道路網は、国道 279 号（通称はまなすライン）と国道 338 号（通称海峡ライン）の 2 路線が骨格となっている。

【港湾】

下北地域の港湾は、大湊港、大間港、川内港、尻屋岬港、仏ヶ浦港の地方港湾 5 港と海洋地球研究船『みらい』の母港である 56 条港湾の関根浜港である。

6) 下北地域における活性化の担い手

下北地域に関わる行政主体としては、国（東北地方整備局など）、青森県（下北地域県民局）および各地方自治体となっている。むつ市は、2005年（平成17年）3月14日に下北郡2町1村（川内町、大畑町、脇野沢村）を編入した。その他、東通村、風間浦村、大間町、佐井村がある。自治体においては、商工観光課ないし産業振興課などが窓口となっている。

観光関連では、観光協会などが重要な役割を果たしている。

観光協会	下北観光協議会、むつ市観光協会、大畑地区観光協会、川内町観光協会、脇野沢地区観光協会、東通村観光協会、風間浦村観光協会、大間町観光協会、佐井村観光協会
------	---

地域活性化関連では、商工会議所・商工会、青年会議所が重要な役割を果たしている。

商工会議所・商工会	むつ商工会議所、むつ市川内町商工会、むつ市大畑町商工会、むつ市川内町商工会、むつ市脇野沢商工会、大間町商工会、東通村商工会、風間浦村商工会、佐井村商工会
青年会議所	むつ青年会議所

その他、下記のような組織・団体が活性化の担い手として考えられる。

海上自衛隊	海上自衛隊大湊海曹会	
NPO法人、NPO団体	むつ市	NPO法人GEMBU、NPO法人スワン、NPO法人斗南どんどこ健康村、NPO法人自然学校エコーロジ、NPO法人シェルフオレスト川内、つつじ生活改善グループ
	東通村	東通 東風塾
	風間浦村	
	大間町	NPO法人大間町連合 NPO、大間エスコートクラブ、こすもすの家生活改善グループ
	佐井村	
農協女性部・漁協女性部	大間漁協女性部、むつ商工会議所女性会、むつ市川内町商工会女性部	
その他の任意団体	下北ブランド研究開発センター、風間浦村水産物開発販売振興協議会、その他個々の事業者（水産加工関係など）	

参考 URL : <http://www.pref.aomori.lg.jp/sh-kyoku/>（下北地域県民局）

参考 URL : http://www.mutsu.or.jp/sinko/syoku-08/shokuno_saiten2008_2.htm

（冬の下北半島食の祭典 2008）

参考資料：「青森県下北半島旅ガイド」

第3章 地域住民への意識調査

下北地域における振興を図る上で重要な地域住民の意識を把握するための「住民意識調査」を行い、下北地域の魅力の再発掘やホスピタリティを向上させるための「セミナー」を開催した。

1) 住民意識調査対象及び手法の検討

下北地域の小学生（のいる家庭）や一般住民（東奥日報読者）セミナー、意見交換会の参加者に対して、地域の自然・文化・歴史等の地域資源が集約されている「下北かるた」や「下北ブランド認証品」を中心とした地域資源を提供・紹介し、それらの認知度や活用アイデアなどについての意識・意見を調査する。

- ）新聞広告を活用したアンケート調査：「東奥日報」購読者（下北地域内の多くが購読）
- ）小学生（のいる家庭）への学校を通じたアンケート調査：地域内の小学生(5,000人)の家庭
- ）下北地域魅力再発見セミナーにおけるアンケート調査：セミナー参加者
- ）下北地域の活性化に向けた意見交換会におけるアンケート調査：意見交換会参加者
- ）首都圏シンポジウムにおけるアンケート調査：シンポジウム参加者（学生）

2) 住民意識調査票作成、調査実施及び結果とりまとめ

【調査票作成】

下北地域広域観光振興プロジェクト
下北の地域資源に関する地域住民意識調査
調査主体：青森県
協力：青森県教育委員会、下北管内市町村教育委員会、むつ青年会連所

◆ アンケートへのご協力をお願いいたします ◆

「下北地域広域観光振興プロジェクト」は、今年度、国が地方再生に向けた総合的な支援策の一つとして実施する「平成19年度 地方再生モデルプロジェクト」に採択されたプロジェクトで、青森県が主体となり、地域の方々の参画を得て行われるものです。
本調査は「下北地域広域観光振興プロジェクト」の一環として行うもので、下北地域の観光資源、地域資源を活かした取り組みについての、地域の皆様の関心・理解を把握し、更なる地域の活性化を図るための参考にさせていただくものです。
お忙しいとは思いますが、ご協力のほど、よろしくお願ひします。

お問い合わせ先：
青森県下北地域広域観光振興プロジェクト推進室 主査 長谷川 光昭
青森県むつ市中央1-1-8 TEL0175-22-1195
調査実施機関：
株式会社ドーコン（総合計画部 滝島、今野）
北郷道札幌市東区東山1条5-4-1 TEL011-801-1555

○セミナー参加者へ：以下、それぞれの設問につき、別紙の回答用紙にお答えを記入の上、2月29日までに、調査実施機関までファックスしてください。
○小学生のいるご家庭のみさまへ：以下、それぞれの設問につき、別紙の回答用紙にお答えを記入の上、3月7日までに、お子様を通じて学校へ提出してください。
○意見交換会・首都圏シンポジウム参加者へ：以下、それぞれの設問につき、別紙の回答用紙にお答えを記入して、当日の事務局までお渡しください。

問1 下北地域の観光資源についておたずねします。
(下北地域の主要な観光資源一覧：回答する際に下記の番号で記入してください)

1 恐山	2 川内溪谷	3 湯野川温泉	4 薬研渓流	5 薬研温泉・奥薬研温泉	
6 下風呂温泉郷	7 大間崎	8 仏ヶ浦	9 尻屋崎の灯台	10 寒立馬	11 鯨島
12 釜伏山展望台	13 元祖鳥賊隊レーズ	14 道の駅かわうち湖	15 道の駅わきのさわ		
16 水源地公園	17 海峡いさりび公園	18 野牛川レストハウス	19 ヒバメ里没林		
20 津軽海峡文化館アルサス	21 大間温泉海浜保養センター	22 大湊ネブタ			
23 むつ来さまい館・まさかりプラザ	24 田名部まつり	25 大湊まつり(大湊八幡宮例大祭)			
26 むつ市海と森ふれあい体験館	27 川内八幡宮例大祭	28 脇野沢夏祭り			
29 筒根森八幡宮例祭典	30 大間鉄道メモリアルロード	31 海峡サーモンレース			
32 べこもち作り体験	33 恐山大祭・秋詣り	34 いか釣り体験	35 ふのり採り体験		
36 その他(番号とあわせて回答欄に具体的に記述してください)					

問1-1：あなたが知っている下北地域の観光資源は何ですか。
問1-2：あなたがこれまでに訪れた(体験した)ことのある下北地域の観光資源は何ですか。
問1-3：あなたがお勧めする下北地域の観光資源は何ですか。

【調査実施結果】

新聞広告を活用したアンケート調査の回収状況

< 性別 >

	モバイル回答	PC 回答	全体
男性	6	7	13
女性	4	27	31
合計	10	31	44

小学生（のいる家庭）への学校を通じたアンケート調査の回収状況

冊数	No.	学校名	件数	備考
1	2	烏沢小学校	14	むつ市
2	3	関根小学校	41	むつ市
3	4	苔生小学校	230	むつ市
4	6	第二田名部小学校	200	むつ市
5	7	城ヶ沢小学校	26	むつ市
6	8	角違小学校	10	むつ市
7	12	桧川小学校	14	川内町
8	13	第二川内小学校	12	川内町
9	14	大畑小学校	108	大畑町
10	15	小目名小学校	5	大畑町
11	18	二枚橋小学校	15	大畑町
12	19	大平小学校	264	むつ市
13	20	大湊小学校	104	むつ市
14	21	第一田名部小学校	208	むつ市
15	22	脇野沢小学校	44	脇野沢村
16	23	佐井小学校	81	佐井村
17	24	牛滝小学校	2	佐井村
18	26	奥戸小学校	43	大間町
19	27	大間小学校	109	大間町
20	28	東通小学校	68	東通村
21	32	白糠小学校	31	東通村
22	34	易国間小学校	20	風間浦村
23	35	下風呂小学校	15	風間浦村
		計	1,664	

24	1	不明小学校01	2	川内町
25	2	不明小学校02	3	川内町
26	3	不明小学校03	9	むつ市
27	4	不明小学校04	12	東通村
28	5	不明小学校05	16	東通村
29	6	不明小学校06	21	風間浦村
30	7	不明小学校07	32	大畑町
31	8	不明小学校08	19	東通村
32	9	不明小学校09	31	東通村
33	10	不明小学校10	75	川内町
		計	220	

1,884 + 全33冊

下北地域魅力再発見セミナーにおけるアンケート調査の回収状況

当日回収	25票
後日FAX	8票
合計	33票

下北地域の活性化に向けた意見交換会におけるアンケート調査の回収状況

むつ市	2票
むつ市川内支所	8票
大間町	8票
合計	18票

首都圏アンケート調査の回収状況

首都圏学生	23票
-------	-----

3) 地域住民を対象としたセミナーの開催及び結果とりまとめ

地域資源を活用した活性化への取組みに向けて、以下の項目を実施した。

-) 地元(下北)での取組み事例の紹介(下北検定、かるたコンテストの表彰)
-) 下北地域および先進地域での事例紹介(あいさつ、基調講演)
-) 下北地域での取組み機運の醸成(パネルディスカッション)
-) 「下北かるた」や「下北ブランド認証品」などについての認知度や活用アイデアなどについてのアンケート調査

下北地域魅力再発見セミナー

■セミナーについて

これまでの地域活性化策は、企業やリゾート施設の誘致など画一的なものとなる傾向がありました。しかし、経済情勢が変化し、行財政事情が厳しさを増す今日では、従来型の手法は難しくなりつつあります。

これからの地域づくりは、画一性から脱却し、「個性」を磨くことがポイントです。「下北にあって、ほかにはないもの」こそが、地域の魅力となるのです。

このセミナーでは、下北の未来のために、「下北にあるもの」をどう活用していけばいいのか、住民の皆さんと一緒に考えます。

日時：平成20年2月22日(金)

午後1時～午後4時

会場：むつ来さまい館

イベントホールB

(むつ市田名部町10-1)



■プログラム

13:00～13:10 下北かるたコンテスト、下北検定の表彰

13:10～13:15 開会あいさつ 下北地域県民局長 奈良岡 修一

13:15～14:15 基調講演

「下北の資源を活用した下北活性化

～強い地域ブランドと強い地域づくり～

講師 佐々木 純一郎 氏(弘前大学大学院地域社会研究科教授)

～ 休憩 ～

14:30～16:00 パネルディスカッション

「下北の地域資源で未来をつかめ！」

コーディネーター 牧瀬 穂 氏(財団法人地域開発研究所研究員)

パネラー 五十嵐 健志 氏(むつ市海と森ふれあい体験館館長)

長津 秀二 氏(下北ブランド研究開発センター所長)

山本 文三 氏(健本ハイヤー株式会社代表取締役社長)

アドバイザー 高村 裕平 氏(東北地方整備局企画部企画調整官)

スーパーバイザー 佐々木 純一郎 氏

下北地域魅力再発見セミナー(結果報告)

日時:平成26年2月22日(金) 午後1時～午後4時
会場:むつ市立総合文化センター(むつ市山内町10-1)

セミナー結果概要

13:00～13:10 下北まるごとコンテスト、下北秋定の表彰

代表して、「私の下北まるごとコンテスト」では、中学生の部神澤の丸山先生と、高校一級の部神澤の村瀬希実さん、「下北秋定」では最高賞金賞(98点)の中川瑞穂さんが賞状にて、表彰されました。

13:10～13:15 開会あいさつ

下北地域振興局長 森田 啓一

国の「平成19年度地方再生モデルプロジェクト」に、「下北地域広域観光振興プロジェクト」が採択され、ハード面では道の延伸や幹線道路の整備、ソフト面では「下北まるごと」を活用した観光観光ルートの構築や、各種事業の推進がなされていることをご紹介がありました。

13:15～14:15 基調講演

『下北の資源を活用した下北活性化 ～強い地域ブランドと強い地域づくり～』

講師 佐々木 純一郎 氏(弘前大学大学院地域社会研究科教授)

1. 地域振興の現状

公共事業の縮小や、グローバルな競争の激化として、従来地域経済を支えてきた「財政資金」(公共事業中心の建設費)や、「工場進出」(企業の誘致)に期待が持てなくなった。採られた期待は、農業や観光などの「集約型地域産業」により都市から資金を呼び、(「サービス・小売産業」を通じて、域内にお金を循環させることである。国の検査計画でも、国土の均衡ある発展(大都市も地方も)から、地域資源の活用へと軸が移されつつある。地域の自立/生き残りは「ブランド」によって可能だろうか?



2. ブランドとは何か

ブランドとは、製品及びサービスそのものではない。製品やサービスの品質も、責任を持って保障することであり、そのための体制である。価格が高いとか、品質が高いとか、それだけではない。VIBがある。長く売れ続ける商品は、時代に適用して変化しつづけている(コカコーラの例)。また、ダメージを受けても、また再び売れ続ける(古い服の例)。生産者の夢と情熱。思いが込められているものがブランドになっていく。消費者に受け入れられて初めてブランドになる。

3. 地域ブランドと地域づくり

を、観光客が求めているものは、その土地の人が普段求めているものであり、暮らしの生活、つまりは本物の価値である。にせものやまがいものではない。地域の生き残り競争の中で、こだわりを持ち続け、質を高めるものが求められ、生き残る。地域づくりの主体は地域住民であり、地域ブランドの強い手は地域中小企業である。地域住民が応援しているものがブランドになる(喜多方ラーメンの例)。小さな規模の自治体であれば、住民の総動員が求められる。

4. 強い地域ブランドと強い地域づくり

域外の消費者はいつもその地域にいらるわけではなく、やはり、地域住民自身が地域の「目標、目的、ビジョン」について、自ら思いをめぐらし、自ら考えていく必要がある。競合する他地域との差別化をきちんと図ることが必要だ。一方で、自分達の地域で売れないもので、外県を通じて売れるものもある(長崎県でつくられている自販機の例)。両方向のコミュニケーションを促進し、宣傳にもきちんと考え、成長しつづける地域が強い地域になり、強い地域ブランドをつくっていく。

14:30～16:00 パネルディスカッション
『下北の地域資源で未来をつかめ!』



五十嵐 健一 氏(モデレーター(むつ市海と森ふれあい体験館館長))

当館の管理を任されているNPO法人の理事長もしています。教育委員会の施設ですから、海や山や森をフィールドに、子供達の理科教育・環境教育や、大人達の生涯学習に取り組んでいます。今後はお客からの参加も増やしていきたいと考えています。

皆さん、下北は以上のことをつづけていますが、むつ市の海の資源は強力です。さまざまなもの(「魚」)です。じっくりと考えるべきだと思います。



長澤 貴二 氏(パネリスト(下北ブランド研究開発センター所長))

当センターは平成13年に開設しました。平成15年度から下北ブランド研究開発センターを立ち上げ、最初は魚にあるものを想定してPRしていましたが、「ホテルの」や「ホテルの」や「ホテルの」などが新しい商品を開発するようになり、またそういった商品開発・地域へのPRを支援しています。

下北のブランド化を考えると、大層のまぐさや、東通村のまぐさなど、色々あります。自然の恵みを支えられたものがあふれています。「下北はLOHASだ」という概念を今、考えています。



山本 文三 氏(パネリスト(能率ハイパー株式会社代表取締役社長))

「ふるさと教育」の一環として、「下北まるごと」を作成しました。「北のハイパー」大いなる下北の資源「ふるさと」(「ふるさと」)とあわせて、下北3郡(市)と連携して取り組んでいます。また「北のハイパー」もつくりました。

今後、「下北まるごと」などを通じて、下北の新たな観光コースづくりにつなげていきたいと考えています。次の世代の世代にも大きく継承していきます。



高村 裕平 氏(パネリスト(東北地方整備局企画開発部部長))

我が国では東京は今般景況ですが、地域活性化が広がっていて、これに支えられているために、省庁を横断して「地域活性化推進本部」を設置し、地域活性化モデル事業に着手しています。大切なことは「地域の工夫」です。

今後、下北は交通ネットワークの整備で「距離感」の緩和が図られていきます。機種の面ではインターネットなどを通じて、「コソ」にのりやすい情報発信の工夫が求められると思います。



佐々木 純一郎 氏(パネリスト(弘前大学大学院地域社会研究科教授))

地域のブランドを考えると、商品・サービスのことから入っていて、観光、そして観光はその地に移植してもらって、一緒に暮らすということになります。そうすると地域のアイデンティティは何なのかという問題になってきます。

ハードとソフトの両面から、自に見えない部分を積み重ねている地域が強いですね。下北地域とは別な面から、東に東と西、考えようということから開けていきたいと思います。



佐々木 純一郎 氏(パネリスト(財団法人地域振興研究所研究員))

ブランドとは難しい概念ですが、「個性性(個性性)にこそ個性性」であり、「地域の性」となるものです。今後、地域再生モデル事業の一環として、下北ブランドが果たして着目する大学生にアンケートを行い、実証実験を行いました。素晴らしい意見もありましたが、課題もありました。

LOHAS を目指すとは、東洋の思想にも通じるサービス、おもてなしの精神が求められると思います。強い個性性を持った個性性の個性性もどんどん使ってもらってほしい。

4) 地域住民を対象とした意見交換会の開催(3回)及び結果とりまとめ

下北地域の各エリア住民に対して、「下北かるた」や「下北ブランド認証品」を中心とした地域資源と下北シンポジウム・セミナー(2月22日)の結果を紹介した後、参加者(住民、市町村職員及び関係団体職員など)の意見を、アンケート形式およびフリートーキング形式で聴取した。

むつ市

日時: 3月5日(水) 10:00~12:00

場所: むつ来さまい館

参加者: 22人

【TABLE A】

- ・青森から下北へ来て、お食事ラリーに参加し、下北の色々な所を回れたので、○○ラリーをどんどん企画した方がよいと思う。
- ・下北に来て50年になるが、未だに下北人になり切れていない。が最近、行政が非常に積極的になってきていると感じる。
- ・下北かるた(作って13~14年)はとっつきやすく、下北の魅力をよく伝えていると思う。
- ・下北ブランド製品の認知度が低いのが問題。まさかりプラザ等でも扱っていないのはマズイ。地元に対するPRが不足している。

【TABLE B】

- ・函館はイカの街ということで、ブランド化を徹底している。見習いたい。
- ・下北といえば、最近は大間のマグロ。この時期は冷凍マグロなのだが、「大間でマグロを食べてきた」ということに価値があるようだ。
- ・箱根駅伝の宣伝効果はすごいと聞いた。メディアとのタイアップは積極的に考えたい。
- ・地域の魅力というと、例えば、かたつむりやめだかなどもあるが、従来の観光というカテゴリにあてはまらない。自然が好きで自然を見る人の視線は他の人と随分違うのではないか。またそういう人に対しては、お仕着せではなく、邪魔にならないようにケアしていくようなガイドの仕方が必要ではないか。
- ・本格的に学びたい人と、気軽に楽しみたい人と、全部を同じ基準で扱う必要はない。
- ・遊歩道が荒れている。来てくださいという前に、草刈りなどをした方がいい。

旧川内村

日時: 3月5日(水) 15:00~17:00

場所: むつ市川内庁舎

参加者: 11人

【LOHAS(健康*癒し*環境)をテーマにしたツアーについて】

川内村で「脳ドックツアー」をやっている。

薬膳料理と、小一時間の運動を組み合わせるのが良い。

子供の情操教育にもいいようだ。

【郷土料理の商品化について】

地元定番のメニューである、味噌貝焼きをもっと普及させたい。

貝焼半島と題して、地域地域の味噌貝焼きに特色を持たせる。

高級な食材と、安価な食材と、2種類の商品を試作するのが良い。

普及のためには天然ホタテの貝殻にこだわるべきか。
仮に陶器を使うとしてもホタテの貝殻を材料にするなどすべきではないか。

【ターゲットについて】

ユースホステルを42年間経営していて、久しぶりに学生がきた。
あらためて、旅の概念そのものが違うということにがっかりさせられた。
交通の不便さや冬の旅につきまとうリスクといったものを理解できていない。
旅の練習を経てから下北にきてくれたらもっと楽しめるのではないか。
もう少し長い滞在期間で、時間や空間を楽しめるような旅行にすれば、東京の「息詰まる感じ」
から解放されるのではないか。

大間町

日時：3月6日（木）13：00～15：00

場所：大間町総合開発センター

参加者：10人

【べこもちについて】

まぐろの次の目玉が必要。
べこもちづくりは現在5名でやっていて、完全受注生産。
後継者づくりも課題である。一度メディアに取り上げられて注文が殺到したことがあった。
ところが、商品を送ったのにお金が送金されないケースがあった。
対策を講じたい。

【下北カルタについて】

下北カルタはつくられて13～14年経つので、そろそろ各市町村の最近のウリを取り入れて改訂してはどうか。
大間のまぐろも入っていない。

【観光の考え方について】

函館にくる500万人の観光客のうち、1割でも大間に呼べればいい。
北海道と連携した取り組みを考えたい。
ただ、下北は宿泊施設のキャバが小さく、また観光資源も散在しているので、移動に時間がかかり、観光客が来づらい要因となっている。
冬期間は実は、ウニやサクラマス、ババカレイ等、海産物のおいしいシーズンである。
この期間中に観光客を呼べる仕組みをつくりたい。

5)「下北かるた」を活用した下北地域の魅力ある資源の普及と啓発活動の実施

「下北かるた」の普及のため、「下北かるた」を利用し、各種の会議や調査等において普及・啓発活動を展開した。

【住民意識調査における普及・啓発活動】

住民意識調査（小学生（のいる家庭）への学校を通じたアンケート調査、下北地域魅力再発見セミナーにおけるアンケート調査、下北地域の活性化に向けた意見交換会におけるアンケート調査）では、「下北かるた」の概要が分かるようにし、それらに関する設問を用意した。

また、小学生（のいる家庭）への学校を通じたアンケート調査では、すべての家庭に「下北かるた」を配布した。

【セミナーにおける普及・啓発活動】

下北地域魅力再発見セミナーでは、「下北かるたコンテスト」の表彰に加え、パネルディスカッションでは、「下北かるた」創設者の山本文三氏がパネラーとして参加し、これまでの経緯や今後の期待について表明した。

【意見交換会における普及・啓発活動】

地域住民を対象とした意見交換会では、むつ」Ｃ担当者が参加し、「下北かるた」についての説明を行った。さらに、意見交換会会場で、抽選により、参加者に下北かるたをプレゼントした。



▲意見交換会会場における抽選と参加者への下北かるたプレゼント

【その他の普及・啓発活動】

その他、「下北かるた」ＤＶＤを作成しつつ、下北地域魅力再発見セミナーで、ビジュアルな普及・啓発活動を展開した。

さらに、シンポジウム（下北、首都圏）において、「下北かるた」に関連したディスカッションなどを行い、普及・啓発に努めた。

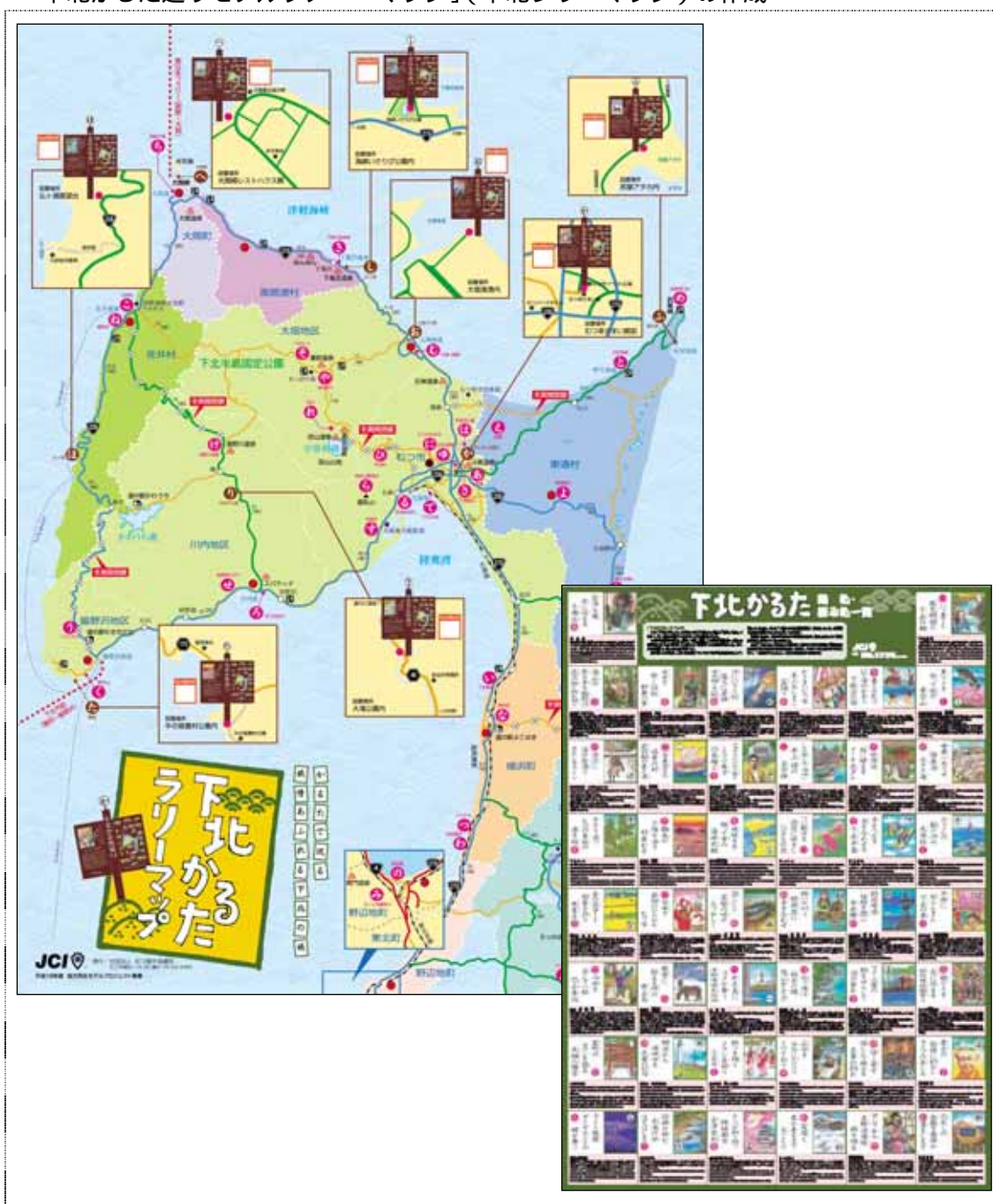
第4章 地域資源活用方策調査並び検討

下北地域の観光コース PR のため、地域内の主要な観光拠点をとり上げた「下北かるた」を用いて、その主要な観光拠点に「下北かるた」を用いた看板を設置し、その設置場所と下北地域の地域資源を活用した新しい観光ルートを示した「下北ラリーマップ」をまとめた。

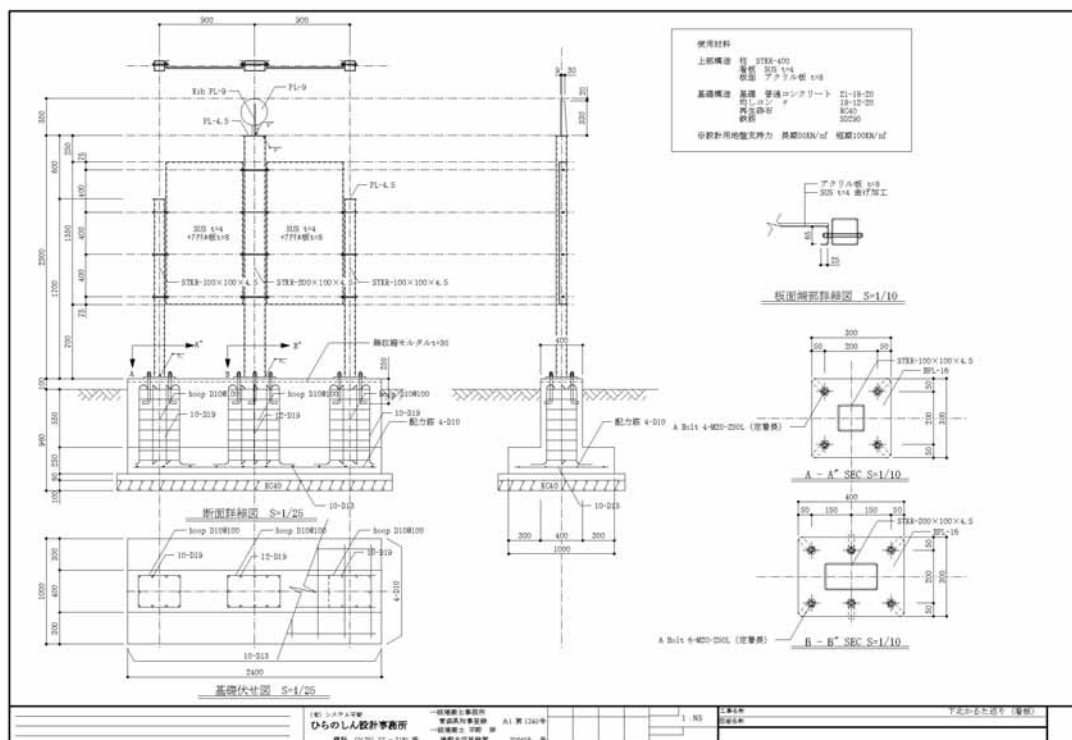
その上で、首都圏在住の大学生を対象とした滞在体験調査ツアーを企画し、下北地域の資源を活用した新たな振興方策について調査するとともに、首都圏在住の大学生及び消費者を対象とした下北半島への観光に関する潜在ニーズを調査した。

さらに、以上の成果を周知しながら、地域住民の観光・地域振興に関する意識向上を図り、かつ取り組みを促進するためのシンポジウム等を実施した。

1)「下北かるた」看板の設置と新しい観光ルートを示した「下北ラリーマップ」のまとめ 「下北かるた巡りモデルツアー・マップ」(下北ラリーマップ)の作成



【設計図】



2) ニーズ調査結果のとりまとめ

首都圏在住の大学生を対象とした滞在体験調査ツアー

調査の対象と手法

法政大学学生 8 名、立正大学学生 3 名、高崎経済大学学生 1 名の合計 12 名による滞在調査をおこなった。

【滞在体験調査等の実施（2月19日～20日）】

日時	第1班	第2班	第3班
1日目	下北駅9:10発 ＜下北交通＞ 大間崎10:52着 ・本州最北端の地見学 エスコートクラブがお迎え ～漁協まで案内 ・漁協にて漁船見学、漁師から話を聞く 大間崎12:52発 ＜下北交通＞ 大間12:58着 ・ぺこもち作り体験 大間16:01発 ＜下北交通＞ 下風呂16:42着 ・公衆浴場「大湯」 ・温泉街散策 下風呂18:11発 ＜下北交通＞ 易国間18:42着 ○宿泊：わいどの家	下北駅通10:56発 ＜JRバス＞ 脇野沢12:09着 ・クロソイ餌やり ・ばおり餅、よもぎ餅作り体験 YH（磯山さん）の車で、YHへ移動 ○宿泊：脇野沢ユースホステル ・アニマルトラック事前学習	ホテル9:00頃出発 ＜タクシー＞ 大和伝承館9:15頃着 ・そば打ち体験 ・もちつき踊り体験 大和伝承館13:00頃出発 ＜タクシー＞ 原牧場13:15頃着 ・酪農体験 ・バターづくり体験 原牧場15:30頃出発 ＜徒歩約20分＞ 斗南丘酪農16:16発 ＜下北交通＞ むつターミナル16:28着 むつターミナル16:50発 ＜下北交通＞ 下北駅前16:59着 ○宿泊：ホテル
2日目	わいどの木9:00～16:00 ・木工体験 易国間16:29発 ＜下北交通¥1,450＞ 下北前駅17:50着 ○ホテル着	脇野沢ユースホステル9:00 ・アニマルトラック 12:00 脇野沢12:55発 ＜JRバス＞ 自衛隊前13:54着 ＜徒歩約15分＞ 釜臥山スキー場 ・スキー体験 自衛隊前発 ＜JRバス＞ 下北駅通着 ○ホテル着	自治体体験 むつ合同庁舎10:00 ・一日局長体験（半日） （行政からの目線で観光振興体験、体験観光などの担当課への聞き取り調査） ～12:00まで ＜川内漁協迎え＞ ・川内漁協にてナマコ加工体験 ・ホタテうろ落とし体験 ＜川内漁協送り＞ ○ホテル着

意識調査票

1. 今回の「かるたラリー」について、よかった点を具体的にお書きください。
2. 今回の「かるたラリー」について、改善点を具体的にお書きください。
3. 「かるたラリー」の観光資源としての可能性について、具体的にお書きください。
4. 「かるたラリー」の今後の展開として、半日コースや1日コース、季節毎のコースなどを考えています。なにか良いアイデアがありましたらお書きください。
5. 今後のラリーマップは有料販売にして、お土産や食事に使えるクーポン券の様なものを付けたいと考えています。有料販売となったマップを利用しますか？また、利用したいと思わせる工夫があればお書きください。

）回答結果（一部 質問１：今回の「かるたラリー」について、よかった点）

- ・自分でガイドブックなどで調べなくても、ラリーによって下北の名所がわかる。
- ・下北半島の広さを実感できた。
- ・下北の自然や寒さを直に体感出来た事です。ガイドブックなんかで見ると、とても自然に近くて広い土地だなと思いました。
- ・看板によってその場所を詳しく知りながら、下北半島の名所を周る事ができたこと
- ・下北かるたをなぞりながらなのですでに知っている人には『あの札の場所かあ』と楽しみながら回れる
- ・下北半島の観光スポットが一目で分かり、旅行者の手助けとなるものであった。
- ・下北の観光地にどんな所があるのか知ることができました。
- ・下北の観光スポットを網羅できた
- ・『下北かるた』にある場所実際にいけたという点では良かったです。「かるたラリー」によって、下北地域を広範囲に見ることができました。
- ・かるたラリーを行うことで下北かるたを知り下北半島についての知識が身につく。
- ・ラリーマップの裏面でかるたの札が一覧できるのは下北かるたを理解する上で効果的だと感じた。半島内全てをフィールドとしたラリーはおもしろい。
- ・かるたの絵と実際の景色が同じであったこと。
- ・景色が美しかったこと。（個人的には尻屋崎と鯛島が良かった。）
- ・下北半島を一周したという達成感があること。

首都圏における潜在ニーズ調査とりまとめ

下北地域の地域資源を活用した新しい観光コースを提案し、首都圏在住の大学生を対象に滞在体験により下北地域の資源を活用した新たな振興方策について調査するとともに首都圏在住の大学生及び消費者を対象に潜在ニーズを調査した。また、PR 資料により、首都圏在住の大学生及び消費者を対象に潜在ニーズを調査した。

）調査の対象

本調査では、若年層に視点を置くため、調査の対象を下記のように設定した。

- ・首都圏大学生（主に１・２年生）
- ・観光客＝首都圏大学生・引率教員

）調査票作成、調査実施及び調査結果とりまとめ

○意識調査票作成

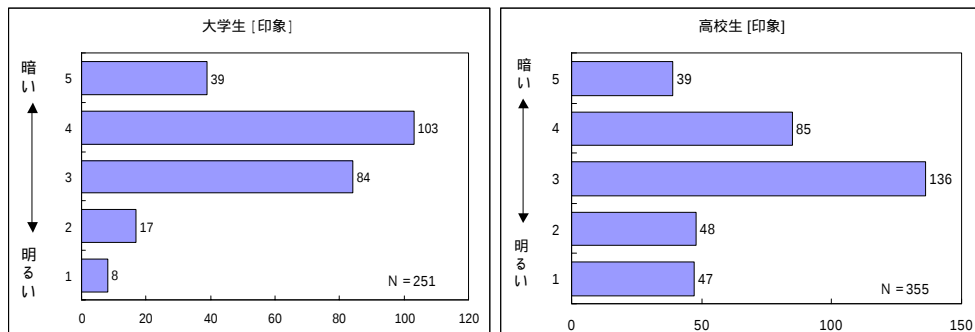
下北地域のニーズ調査アンケート（高校生）										
性別		居住地								
男 ・ 女		市・町・村								
問１）下北半島のイメージについて、下記の中から項目ごとに、１つに？をつけてください。										
○ 印象	【明るい】	1	2	3	4	5	【暗い】			
○ 先進性	【新しい】	1	2	3	4	5	【古い】			
○ 年齢	【若い】	1	2	3	4	5	【高齢】			
○ 地域のイメージ	【癒し】	1	2	3	4	5	【せっかち】			
○ 産業	サービス業	工業		農漁業						
問２）下北地域の好きなところを自由にお書きください。										
()										

○ 調査結果とりまとめ（主要な部分の抜粋）

○ 下北半島の印象について

大学生のほうが高校生と比較して「暗い」に重心があることが理解できる。

高校生は、高校での教育の影響や、下北半島との比較対象が少ないなどの理由から、大学生と比べると、「明るい」印象を下北半島に抱いている。



観光・地域振興方策の検討・実施計画の立案並びにモデル実証

地域資源を活用した新しい観光コースを提案し、その内容の1部をDVDにとりまとめ、それをもとに意識調査を行った。

）回答結果（一部）：

● DVD全体の評価

DVDの内容自体は、下北半島の魅力を丁寧に紹介しているものであり、「資料」としては価値のあるものとの評価が得られた。

映像の強みであるリアリティが体感できる

「かるた」だけでは想起できない情報が入っている

44枚の札を使って下北を丁寧に紹介している。このため、この状態で残しておく価値はある。

● DVDを魅力的に見せるための改良点

これらの改善に向けて下記のような意見が出された。

○ DVDの最初にタイトルを入れる

- ・DVDの趣旨がわかるタイトルを入れる。「かるたで巡る、旅情あふれる下北の旅」など

○ 構成の見直し

- ・この地域がどのような場所なのかわかる映像を1～2分でまとめる。（地理的状況や景観・文化を紹介することで、下北の特徴がつかめやすくなるため）
- ・五十音順の紹介を見直す（テーマに応じた札の紹介にして構成にメリハリをつける。「い」の下北観光の概要から始まり、「な」の季節の風景や「も」の伝統行事など。決してあいうえお順でなくてもかまわない。）

○ 代替ナレーションの収録

- ・下北弁のナレーション（字幕つき）（ナレーションの変更、例えば、下北弁の解説にすると親しみがあっていいのではないか（いな かっぺい風？）。DVDの音声設定で選択できるようにするとよい。ラップ調（DJ風）やミュージカル風などもあったら面白いのではないか）

3) シンポジウム等の開催

地域資源を活用した新たな観光地域振興方策を検討するため、また、地域住民へ観光・地域振興への意識向上を図り、かつ取り組みを広く啓蒙するためシンポジウム等を実施した。

シンポジウム開催概要

)「首都圏大学生との交流事業 in 下北 成果発表会(シンポジウム)」

日時：2月22日(金) 10:00～12:00

場所：来さまい館(青森県むつ市)

内容：1. 開式・青森県下北地域県民局 局長 奈良岡修一氏挨拶

2. 趣旨説明と学生紹介

3. 学生発表および提案

4. 意見交換会

)「下北地域と首都圏大学生との交流事業成果発表会(シンポジウム) in 首都圏」

日時：3月8日(土) 14:30～17:00

場所：財団法人地域開発研究所会議室(東京都文京区)

内容：1. 開会・局長挨拶 青森県下北地域県民局長 奈良岡修一氏

2. 冬季における体験・交流観光調査の趣旨説明&参加学生の紹介

3. 各班の発表(3班・各班35分、コメンテーター・会場との質疑含む)

4. 総括 青森県下北地域県民局長 奈良岡修一氏

5. 閉会・挨拶 青森県下北地域県民局地域支援室 主幹 宇野 貴氏

学生発表要旨

【1班】

河野康乃、田中里絵(法政大学社会学部2年)、高橋紘子(同4年)、菊池恵美(現代福祉学部2年)

●提案

- ・視覚資料の充実
- ・観光案内や手順説明
- ・最低限の設備の整備
- ・地域のバックアップ
- ・雪の魅力

【2班】

・佐藤怜奈、関根綾子、藤山良(法政大学現代福祉学部2年)、田花康志郎(立正大学地球環境科学部2年)

●提案

- ・地元の人とのふれあいを通じて遊びながら学べる
- ・脇野沢の水産業に関する事前学習会などを行う(クロソイ餌やり)
- ・今回、体験した3種類だけではなく、より充実したプログラムや作業工程の確立をすることが望ましい。また、地元住民が郷土料理やその地域に関する話などをする(ばおり餅・よもぎ餅作り、ホタテ貝の開き方体験)
- ・現在、案内人を務めている磯山隆幸さんを中心に案内人の充実を図る(アニマルトラック)
- ・交通の不便さを逆手にとる
- ・地元の方々が案内する周遊ワゴン

【3班】

・小澤寛樹(高崎経済大学経済学部2年)、荒井順也(立正大学地球環境科学部1年)、古関達大(同2年)、山下貴子(法政大学社会学部2年)

●提案

- ・交流のある体験プラン
- ・探究心を満たす体験プラン
- ・想定される観光プラン
 - (a)「地吹雪ツアー、津軽海峡荒波ツアー、雪山探検」
 - (b)「必勝祈願ツアー」

第5章 下北地域振興方策の検討

これまでの検討を踏まえて、下北地域における新たな広域観光振興方策並びに今後の広域基盤整備のあり方について、地方再生モデルプロジェクトの取り組み動向を踏まえながら、検討・提案する。

1) 下北地域における地方再生モデルプロジェクトの成果と課題 プロジェクトの成果

○地方再生モデルプロジェクト連絡協議会の設置

「連絡協議会」(8組織21名)を設置し、メーリング・リストや既存イベント時を活用した打合せを行い、本プロジェクトの実施にむけた一連の動きを確認・協議・記録することができた。

○下北地域の地域資源についての住民意識調査

<意見交換会(「下北かるた」「下北ブランド認証品」重点PR作戦)>

下北地域の各エリア住民に対して、「下北かるた」や「下北ブランド認証品」を中心とした地域資源と下北シンポジウム・セミナー(2月22日)の結果を紹介した後、参加者から見た「下北かるた」や「下北ブランド認証品」などについての認知度や活用アイデアなどについての意見を、アンケート形式およびフリートalking形式で聴取した。

特に、「下北かるた」の看板設置やそれを活用したツアーの実施に関しては、その各地域の理解と協力、主体的な参加を促すことができた。

<アンケート調査(「下北かるた」「下北ブランド認証品」重点PR作戦)>

下北地域の小学生(のいる家庭)や一般住民(東奥日報読者)に対して、地域の自然・文化・歴史等の地域資源が集約されている「下北かるた」や「下北ブランド認証品」を中心とした地域資源を提供・紹介し、それらの認知度や活用アイデアなどについての意識・意見を調査することができた。

○下北地域魅力再発見セミナーの開催

地域資源を活用した活性化への取り組みについて、地元(下北)での取り組み事例の紹介(下北検定、かるたコンテストの表彰)、下北地域および先進地域での事例紹介(あいさつ、基調講演)、下北地域での取り組み機運の醸成(パネルディスカッション)を図るとともに、「下北かるた」や「下北ブランド認証品」などについての認知度や活用アイデアなどについてのアンケート調査を実施した。

○地域資源活用方策調査及び検討(「下北かるた」の有効活用策の提案の事例検討)

<新しい観光モデルコースの提案(下北かるたラリー)>

地域の自然・文化・歴史等の地域資源が集約されている44枚の「下北かるた」を活用した地域活性化へむけて、下北かるた巡りモデルツアー・マップの作成、下北かるた巡りモデルツアーの実証実験の実施、にモデル的に取り組むことができた。

<新しい観光資料(DVD下北かるた)によるPR効果測定>

地域の自然・文化・歴史等の地域資源が集約されている44枚の「下北かるた」を活用した地域活性化へむけて、印刷物(文字、画像)と比較して、臨場感が得られやすいという映像資料の特性を活かした新しい観光資料(DVD下北かるた)を購入し、アンケート等を通じた有効性を把握することができた。

○首都圏の大学と連携した首都圏の若者との交流推進調査

首都圏の大学生が、2008年2月から3月にかけて、下北地域に1～2週間ほど滞在し、「下北地域を首都圏の若者層に売り込んでいくためのコンテンツは何か」「どのような手段で下北地域を首都圏の若者層に提案していくか」等の視点から、グループ毎に「首都圏の若者層を下北地域に呼び寄せるため」の調査を実施し、「冬」という季節に特化し、下北地域の「冬」を若年層に売込み、若年層に受入れられる観光周遊プランを提案することができた。

○首都圏の若者との交流拡大の可能性を考えるシンポジウム開催

下北地域と首都圏の2ヶ所でシンポジウムを開催し、「下北地域に居住する世代のうち、少ない世代となる大学生世代の目線から、冬場の観光資源を探り、冬季における観光資源の可能性について検討・提言する」ことができた。

プロジェクトの課題

- 下北地域の活性化にむけて、全体構想を策定し、その実現化にむけた事業（プロジェクト）を企画・推進するためのマネジメント体制が必要である。

モデルプロジェクトでは、「連絡協議会」を設置し、プロジェクトの実施にむけた一連の動きを確認・協議・記録したが、これは、あくまで、個別事業（プロジェクト）の実施マネジメント体制にすぎず、下北地域全体の活性化を図る上で、どのような位置づけにあるのかについても検討を深める必要がある。

以上のことから、今後は、中長期を目標期間とした「下北地域活性化構想」を策定し、その上で、個別事業（プロジェクト）を位置づけ、実施していくことが望ましい。

特に、構想の策定にあたっては、既にある国や県などの長期計画・総合計画などの地域別計画との整合性に留意しながらも、『地域活性化の目標（テーマやイメージ、戦略）』を明確にしなが、『個別事業（プロジェクト）の担い手』の参加を積極的に図ることが必要である。

また、構想策定から事業実施にいたる一連のプロセスでは、日常業務をもち、多くの利害関係の中で活動している地域内の住民や関係者だけではなく、事業（プロジェクト）の遂行にむけて、客観的にマネジメントできる立場の人間を「専門的マネジャー」として位置づけることが不可欠である。

- 下北地域の地域資源については、著名な観光資源（恐山など）や、本プロジェクトで重視した「下北かるた」「下北ブランド認証品」ばかりではなく、日常生活や地場産業の取り組みや人材そのものを資源と捉え、まずは、地域住民が楽しむことが必要で、その上で、地域外にストーリー性を持たせてPR・活用していく必要がある。

各種の地域資源調査（アンケート、ヒアリング、意見交換会、セミナー、シンポジウム）や実態調査などから、下北地域には数多くの資源があるものの、（新幹線開業にも関わらず）下北地域への観光入り込みは他地域より減少しており、エリアとしての比較優位性は決して高くはないことが現実の数字となって示されている。

また、むつ」Cが重視する「下北かるた」や下北ブランド推進協議会等が手掛ける「下北ブランド認証品」などに対しては、地域住民に対して、それぞれ一定程度認知されているものの、日常生活の上で意識され、活用・購買が進むという状況になるには、今しばらく取り組みを継続していく必要性が感じられた。

一方、首都圏大学生の滞在調査からは、下北地域における日常生活や地場産業の取り組み、人材そのものに対する興味や関心の高さが伺われ、特に、「食」や「体験」、「冬」、「地域」などといったテーマを重視している傾向が捉えられた。

ただし、地域住民が考える「観光資源」の中には、日常生活や地場産業の取り組み、人材が

資源とは意識されていない。

以上のことから、今後、下北地域の地域資源については、著名な観光資源（恐山など）や、本プロジェクトで重視した「下北かるた」「下北ブランド認証品」ばかりではなく、日常生活や地場産業の取り組みや人材そのものを資源と捉え、まずは、地域住民が楽しむことが必要で、その上で、地域外にストーリー性を持たせてPR・活用していく必要がある。

- 下北地域のブランド化を図るためには、地域資源を活用したツアー実施と販売促進などのソフト展開の上での連携を図りつつ、さらに、各種観光拠点の滞在環境、快適な移動を支える道路や道の駅、人流・物流の拠点である港湾などといった社会資本整備などのハード展開に並行して取り組む必要がある。

開催されたセミナーにおいては、地元での取り組み事例の紹介に加え、「下北地域のブランド化」をテーマとした講演会やパネルディスカッションが行われたが、「下北かるた」や「下北ブランド認証品」などの地域資源を活用したツアー実施や販売促進などのソフト展開だけではなく、各種観光拠点の滞在環境、快適な移動を支える道路や道の駅、北海道と結ぶ人流・物流の拠点である港湾などといった社会資本整備などのハード展開に並行して取り組む必要性も指摘された。

実際、今回のプロジェクトで設置された8基の「下北かるた」看板を巡るためには、冬期通行止めや狭隘な道路が多く、決して快適な移動が可能とはなっていない。

また、下北ブランド認証品の販売箇所が分からないため、「下北かるた」看板ツアーとお土産として下北ブランド認証品の購入がセットにならない。

以上のことから、今後、下北地域のブランド化を図るためには、地域資源を活用したツアー実施と販売促進などのソフト展開の上での連携を図りつつ、さらに、各種観光拠点の滞在環境、快適な移動を支える道路や道の駅、人流・物流の拠点である港湾などといった社会資本整備などのハード展開に並行して取り組む必要がある。

- これまでの「下北かるた」に関する取り組みを一過性のものとして終わらせず、継続的に展開するため、資金調達モデルを構築する必要がある。

今回のプロジェクトでは、「下北かるた」を活用した地域活性化へむけて、下北かるた巡りモデルツアー・マップを作成・配布し、その上で、8基の看板を設置しながら、下北かるた巡りモデルツアーの実証実験を実施し、新しい観光資料としてのDVD下北かるたを作成・公開することに取り組んだ。

しかしながら、最終的には44基の看板設置が果たされない限り、下北地域全体を巡る下北かるた巡りモデルツアーは不可能であるため、看板の設置を継続しつつ、マップやDVDの更新などを図らなければならないが、それらを支える資金調達モデルは確立されていない。

以上のことから、今後は、これまでの「下北かるた」に関する取り組みを一過性のものとして終わらせず、継続的に展開するため、資金調達モデルを構築する必要がある。

特に、「下北かるた」については、むつJICが発案・展開しているものであるが、今後、下北地域の住民が共有化することも念頭に、住民参加型でかるたの内容を更新していくことや、全国で展開されている地域かるたの取り組み主体との交流といった新たな展開なども検討する必要がある。

- 継続的な関係構築を前提とした首都圏の大学生との交流を継続するとともに、近隣の大学生との日常的な研究交流（例えば、仙台の東北大学や函館の北海道大学水産学部などの学生を対象とした研究面での交流）を基盤とした専門領域内での全国ネットワークの構築（学生さんが学生さんを研究フィールドと呼ぶ）などに挑戦することが重要である。

今回のプロジェクトでは、首都圏の大学生による滞在調査が実施され、首都圏の若者との交流拡大の可能性を考えるシンポジウムが開催されたことから、若者らしい視点からの様々なアイデアが出され、メディアを通した取り組み紹介などの効果もみられた。

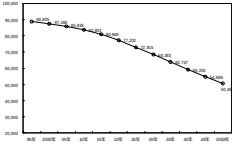
しかしながら、首都圏の大学生が、本プロジェクトを離れた後に、下北地域とどのような関係を構築できるかについては今後の課題である。

一方、セミナーや意見交換会を通じて、本地域には、海をテーマにしたり、地場ブランドづくりをテーマとするなど、青森県、東北地方の大学と深いつながりのある人材が少なくなく、本プロジェクト以外でも、日常的なつながりのもとでの活動があることが把握された。

以上のことから、今後は、継続的な関係構築を前提とした首都圏の大学生との交流を継続するとともに、近隣の大学生との日常的な研究交流（例えば、仙台の東北大学や函館の北海道大学水産学部などの学生を対象とした研究面での交流）を基盤とした専門領域内での全国ネットワークの構築（学生さんが学生さんを研究フィールドと呼ぶ）などに挑戦することも重要である。

2) 下北地域の活性化にむけた背景と構想(案とイメージ)

下北地域の活性化にむけた背景と構想(案)

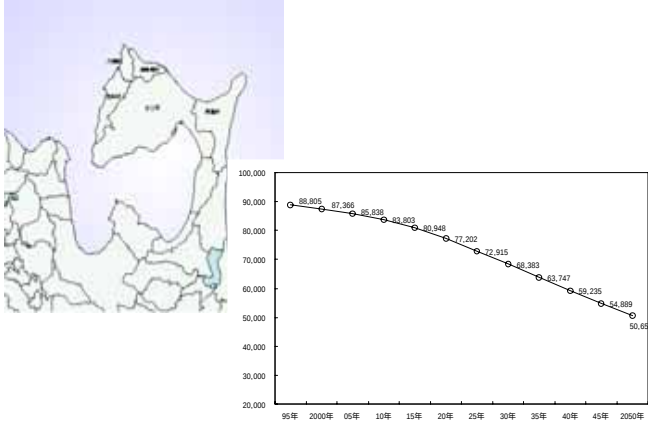
下北地域における活性化の背景 1 下北地域の概況 【地域の社会・経済状況】 ○本州最北部に位置し、津軽海峡を挟んで北海道と対峙する鉾(まさかり)の形をした半島 ○構成する行政組織は、むつ市(5町村が合併)、大間町、東通村、風間浦村、佐井村 ○現在(2005)の人口は約85,000人だが、将来(2050)は約51,000人に減少し、高齢化も進む(36%、2050)見通し ○産業は、従業者数では3次産業主体だが、基幹産業は1次産業(特に、漁業、林業、農業)  【下北かるたと下北ブランド産品】 ○下北地域固有の風土、歴史、文化などが詰まった「下北かるた」 ○下北の誇れる特産品など、各種商品を紹介する制度として「下北ブランド産品認証制度」  【下北地域の観光】 ○2000年以降から微増傾向で2003年に270万人超、2004年には250万人に減少 【下北地域の交通アクセスと社会資本整備】 ○自動車・バス、JR、フェリーによるアクセス ○観光面・安全面などで整備が必要な道路が多い 【下北地域における活性化の担い手】 ○県民局、むつJC、下北ブランド推進協議会などの他にも多くの担い手があり 2 下北地域における活性化上の課題 下北地域の活性化にむけた全体構想策定から実現化事業の企画・推進マネジメント体制の構築 まずは、地域住民が楽しみ、それを地域外にお裾分けするプログラムの導入 ソフトとハードの連携・一体化した取り組み 持続可能な事業計画・ビジネスモデルの構築 近隣大学との交流促進と全国ネットワーク構築

下北地域活性化の長期的構想 1 下北地域における活性化のテーマと方針 1) テーマ：誇れる下北、満足できる下北 ・生活することを“誇り”に思え、滞在することに“満足”できる下北地域づくりを目指す。 2) 長期的展開方針 下北地域住民による継続的・段階的な相互交流活動(広域・長期) ・下北地域における生活の“誇り”と滞在の“満足”をテーマとした地域内住民相互の広域的な基礎調査や相互交流活動を、継続的に、段階的に実施する。 顔の見える個別プロジェクトの企画立案と実施(個別・短期) ・地域内住民相互の交流を通じて共有化された問題意識やアイデアをベースに、関係する地域内外の住民や事業者等による組織化を図りながら、個別にプロジェクトを企画立案し、実施する。 公共組織によるハード事業・ソフト事業との有機的な連携(官民連携・一定期間) ・国・県・市町村により一定期間取り組みが続くハード事業(道路等)やソフト事業(認証制度等)と、地域住民による個別プロジェクトを有機的に連携させる。 多様な情報の受発信(情報) ・広域的な交流活動と個別プロジェクトのプロセスについては、多様な情報媒体を通じて、地域内外に広く受発信する。 2 下北地域における活性化の目標 居住者の定住意向の向上と定住者(移住者)の増加 観光客の満足評価の向上と観光客(滞在者)の増加 各種交流(下北地域内、観光等)による地域内消費と地域内波及効果の増加 構想マネジメント組織の設立による新規雇用の創出 3 下北地域における活性化事業 下北地域活性化推進協議会の設置と交流会議の開催(年2~3回) ・下北地域内の住民等により「下北地域活性化推進協議会」を設置し、地域持ち回りで交流会議を開催し、基礎調査や相互交流活動を実施する。 個別プロジェクト推進会議の設置と開催(適宜)および事業実施 ・個別プロジェクト関係者による推進会議を設置し、その事業化にむけた会議を適宜開催しながら事業を実施する。 下北公共事業官民連携会議の設置(年2回)と連携イベントの開催(適宜) ・協議会のコアスタッフと国・県・市町村担当者による「下北公共事業官民連携会議」を設置し、ハード・ソフトにわたる主要公共事業と連携可能なイベント等に関する情報交換を行う。(連携イベントの実施は、個別プロジェクトとする) 下北地域情報受発信システムの構築 ・下北地域の各種情報媒体組織と連携して、フリーペーパー、コミュニティFM、Web、地域情報誌などによる下北地域情報受発信システムを構築する。 4 下北地域における活性化事業の展開プログラム 【取組方針模索期】(平成19年度、地方再生モデルプロジェクト) ○下北かるた、下北ブランド認証品に関する調査・実証実験等、首都圏大学生交流調査 【ビジョン策定期】(平成20年度) 下北地域活性化推進協議会の設置と交流会議の開催(年3回) 個別プロジェクト推進会議の設置と開催(適宜)および事業実施 主に、H19プロジェクトの発展的な継続とする。 下北公共事業官民連携会議の設置・開催(年2回) 下北地域情報受発信システム構築準備会議の開催(適宜) 【個別事業推進期】(平成21年度~) 下北地域活性化推進協議会・交流会議の開催(年2回) 個別プロジェクト推進会議の設置と開催(適宜)および事業実施 下北公共事業官民連携会議の開催(年2回)と連携イベントの開催 下北地域情報受発信システムの段階的構築	下北地域活性化にむけた取り組みのテーマと目標 1 下北地域活性化にむけた取り組みのテーマ 1) 取り組みテーマ：まずは、下北地域住民相互の交流と、北東北、青函圏をターゲットにした『下北ツーリズム』の推進 ・下北地域に生活する“誇り”と滞在する“満足”のために、まずは、下北地域住民相互の交流と、北東北と青函圏をターゲットとした「下北ツーリズム」推進のためのビジョンを策定する。 2) 取り組みの方針 下北地域住民による継続的・段階的な相互交流活動の開始 H19プロジェクトの継続展開を目指した個別プロジェクトの企画立案と実施 公共組織によるハード事業・ソフト事業との有機的な連携の開始 多様な情報の受発信の開始 2 下北地域活性化にむけた取り組みの目標 ・相互交流活動などにより効果が期待される目標を設定する。 居住者の定住意向の向上 観光客の満足評価の向上と滞在者の増加 各種交流による地域内消費の増加
	下北地域活性化にむけた取り組みの内容とプログラム 1 下北地域活性化推進協議会の設置と交流会議の開催(年3回、夏・秋・冬) ・ビジョン策定を目標とした交流会議を開催(年3回)する。 2 個別プロジェクト推進会議の設置と開催(適宜)および事業実施(適宜) 「下北ツアー・プロジェクト」(北東北と青函圏等をターゲットとした「下北かるた」ツアーの実施。マップ・DVD作成や看板増設方策検討なども行う) 「下北ブランド・プロジェクト」(1と2と連携して、食やお土産品などの地域住民やツアー客への普及・啓発・販売促進を行う) 「大学生研究支援プロジェクト」(、と連携しつつ、北東北、青函圏、首都圏の大学生の研究支援事業を行う) その他(下北地域の各種活動のうち、大間町の取り組みなど、と連携しつつ、全体テーマに合致し、担い手の顔の見えるプロジェクトを位置づける) 3 下北公共事業官民連携会議の設置・開催(年2回、協議会と併催) ・主要公共事業と連携可能なイベント等に関する会議を開催する。 4 下北地域情報受発信システム構築準備会議の開催(年3回、協議会と併催) ・下北地域情報受発信システム構築にむけた準備会議を開催する。
	下北地域活性化にむけた取り組みの体制 1 下北地域活性化推進協議会 1) 協議会：下北地域内外の「地域活性化」に意欲あるメンバーで構成する。 基本的には自由参加で、MLなどにより連絡・情報発信を行う。 2) 事務局：行政(県民局、市町村)、民間(個別プロジェクト・リーダー)、専門家などで構成し、プロジェクト全体の実質的なマネジメントを担う。 2 個別プロジェクト推進会議 ・個別プロジェクトの関係者で構成する。 下北ツアー・プロジェクト推進会議 下北ブランド・プロジェクト推進会議 大学生研究支援プロジェクト推進会議 その他 3 下北公共事業官民連携会議 ・行政(県民局、市町村)、協議会事務局で構成する。 4 下北地域情報受発信システム構築準備会議 ・地域情報関係者、行政(県民局、市町村)、協議会事務局で構成する。

下北地域における活性化の背景

1 下北地域の概況

【地域の社会・経済状況】

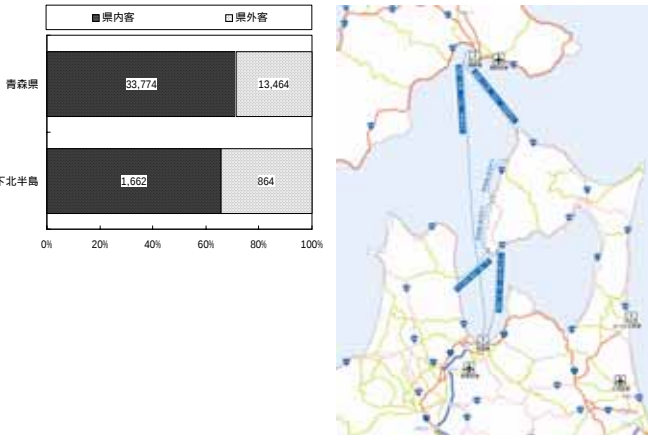


【下北かるたと下北ブランド産品】



【下北地域の観光】

【下北地域の交通と社会資本】



【下北地域における活性化の担い手】

- 下北県民局、市町村などの行政組織
- 観光協会、観光ボランティアガイドなどの観光関連組織
- むつ」C、下北ブランド開発推進協議会などの地域活性化関連組織
- あおぞら組（大間町、島さん）やエフエムアジュール（むつ市、山崎さん）などの任意組織や地域活性化リーダー

下北地域活性化構想（案）のイメージ

- 下北地域の長期的な姿 ○
- 【居住者】誇れる下北
- 【滞在者】満足できる下北

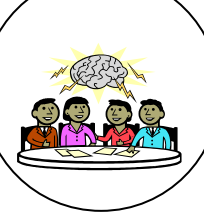


○ 長期的な姿を実現するための取り組み ○

下北地域内住民による
継続的・段階的な
相互交流活動



顔の見える
個別プロジェクト

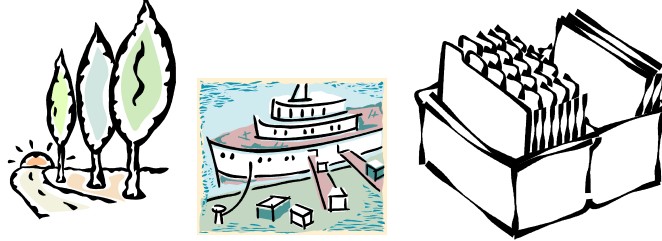


多様な
情報受発信

フリーペーパー
コミュニティFM
Web
地域情報誌など



公共組織によるハード事業・ソフト事業との有機的連携



○ 目指すべき地域構造と活性化の効果（目標） ○

青函圏（函館・北海道）からの観光客

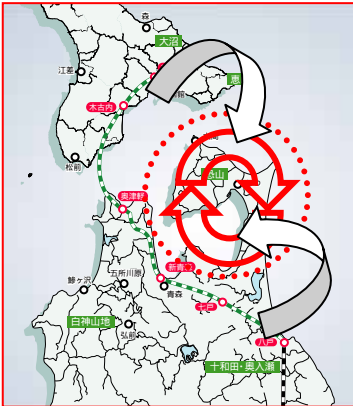


北東北からの観光客

- 居住者の定住意向の向上
- 定住者（移住者）の増加
- 観光客の満足評価の向上
- 観光客（滞在者）の増加
- 各種交流による地域内消費と地域内波及効果の増加
- 新規雇用の創出

○ 下北地域における（当面の）取り組みテーマ ○

まずは、下北地域住民相互の交流と、
北東北、青函圏をターゲットにした『下北ツーリズム』の推進



○ 下北地域における（当面の）取り組み内容とプログラム ○

< 下北地域活性化推進協議会（3回）の開催 >

例えば、
風間浦村で、
元祖舟越様レースを
楽しめる日時に、
会議を開催する。

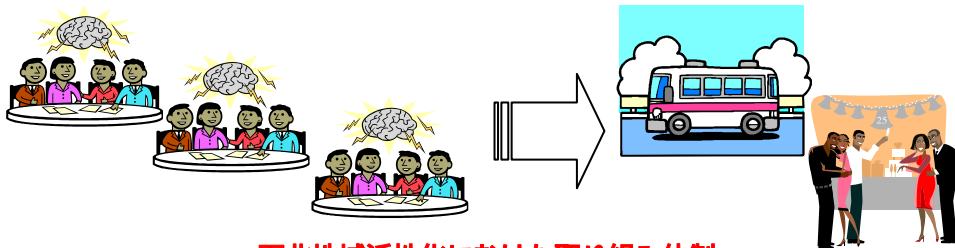
例えば、
大間町で、
大間超マクロ祭りを
楽しめる日時に、
会議を開催する。

例えば、
東通村で、
田植え餅つき祭りを
楽しめる日時に、
会議を開催する。

- 下北公共事業官民連携会議の併催（夏と冬のみ）○
- 下北地域情報受発信システム構築準備会議の併催 ○

< 個別プロジェクト推進会議（適宜）の開催と実験事業の実施 >

- 1 下北ツアー・プロジェクト（会議開催とツアー実施）
- 2 下北ブランド・プロジェクト（会議開催とツアー時の販促イベント実施）
- 3 大学生研究支援プロジェクト（会議開催と研究調査支援）
- 4 その他 大間超マクロ祭り連携ツアー（10月、大間町、大間町商工会ほか）
食の祭典連携ツアー（1月、むつ市、むつ商工会議所ほか）



< 下北地域活性化にむけた取り組み体制 >

