

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、「下北かるた」を「下北ラリーマップ」にまとめるとともに、その代表的な箇所を紹介する看板を設置した。

また、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。

さらに、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。

4.1. ニーズ調査結果のとりまとめ

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取り上げた「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、今後の観光振興への効果を期待した。

さらに、地域住民や観光客のニーズ調査を実施し、結果をとりまとめ、今後の地域資源活用方策の検討を行った。

(1) 調査の対象及び手法の検討

実施目的

下北地域の活性化へむけて、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」を活用したツアーコースの提案と、「下北かるた巡りモデルツアー・マップ」を作成し、その1部を、実証実験事業（下北かるた体験ツアー）として、看板を仮設置した上で実施し、参加者への意識調査を行うことを目的とした。

調査対象者

下北を訪れている首都圏大学生を対象とした。

実施方法・内容

44枚ある「下北かるた」に関する観光拠点をつなぐモデル的なツアーコースを設定し、「下北かるた巡りモデルツアー・マップ」を作成する。

さらに、8基の「下北かるた」看板を仮設的に設置する。

その上で、首都圏から訪れている大学生が参加する「下北かるた体験ツアー」で活用し、評価してもらう。

実施スケジュール

1月26日（土曜日）	第1回全体会議
1月30日（水曜日）	協定原案送付（県民局→むつＪＣ、東北地方整備局） 協定検討開始（むつＪＣ、東北地方整備局、県民局）
1月31日（木曜日）	看板設置に関する設置場所現地調査（ＪＣ、県民局）
2月初旬（4日の週）	モデルツアー・マップ&実証実験（枠組）確定 モデルツアー・マップ作成開始 看板（8基）の製作開始
2月15日（金曜日）	モデルツアー・マップ完成
2月18～20日	「下北かるた体験ツアー」（首都圏大学生参加）

2月22日(金曜日)	【セミナー】下北地域魅力再発見セミナー開催
2月下旬～3月上旬	【意見交換会】意見交換会(3箇所)開催
3月16日～	【大学生】発表会(シンポジウム):首都圏
3月中旬	看板(8基)の完成・設置
3月下旬	成果とりまとめ

実施体制

主催：むつ青年会議所、青森県(下北地域県民局地域連携部地域支援室)
国土交通省東北地方整備局

(2)調査票作成、調査実施及び調査結果とりまとめ

調査票作成

「下北かるたラリー」を通した意識調査のため、以下の作業を実施した。

）調査の対象

・観光客＝首都圏大学生・引率教員

）調査の手法

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。

）意識調査票

【観光客＝首都圏大学生・引率教員】

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。

調査実施

「下北かるたラリー」を通した意識調査のため、以下の作業を実施した。

）首都圏大学生体験調査プログラムの策定

従来あった「下北かるた」を活用した観光プログラムを開発する。

「下北かるた」で取り上げられたポイントに看板を設置し、その看板を巡る「かるたラリー」の可能性を探る。

「下北かるた」の関係箇所を示した「下北かるたマップ」に従ってラリーを実施する。

看板は合併前の 8 市町村に設置し、下北地域を一周できるようルートを設定する。

首都圏の大学生を対象に実験的にかるたラリーを実施し、冬季観光に使えるかどうか、検討することとなった。

）首都圏大学生体験調査の経緯（ニーズの把握）

下北地域は、観光資源が多数あるが、観光ポイント間の距離が離れていることが従来からの課題であった。

そのため、観光ポイント間の移動中の楽しみ方の一つとして、既存の「下北かるた」を活用した「かるたラリー」を提案した。

下北地域に呼び込む若年層の実証例として、首都圏大学生の体験調査とした。

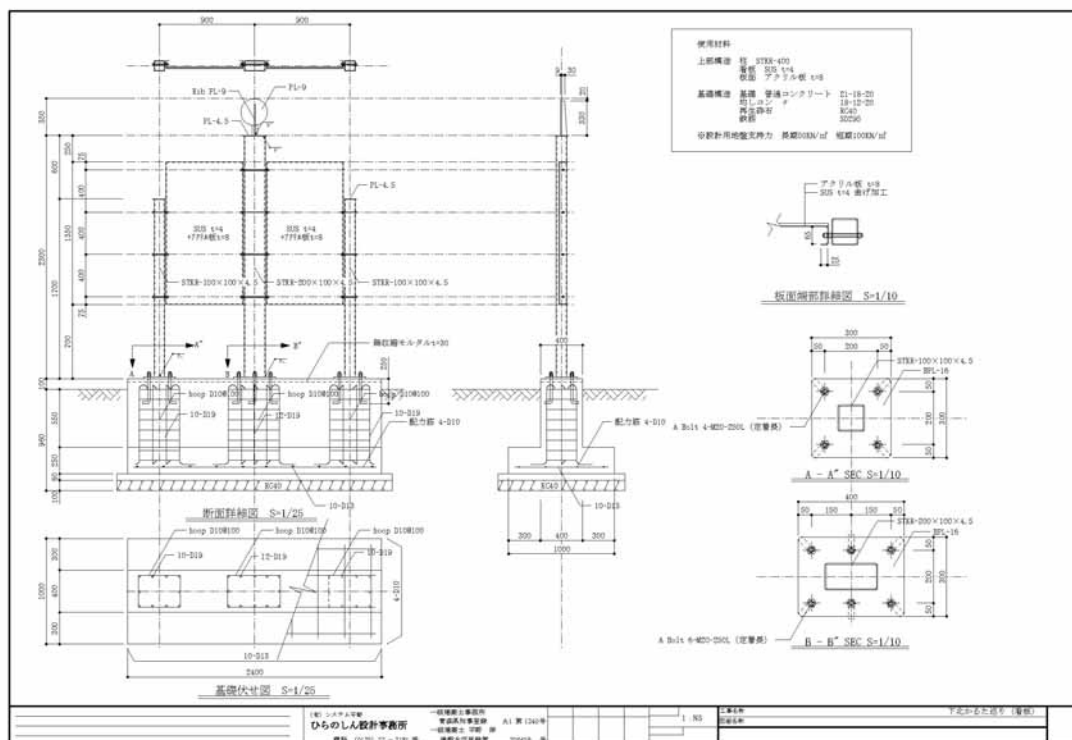
首都圏大学生の目線から、かるたラリーの観光資源としての可能性を探ることとなった。

この調査により、「かるたラリー」の観光資源の可能性、大学生世代のニーズなどが明らかになる。

)「下北かるた巡りモデルツアー・マップ」の作成



【設計図】



結果のとりまとめ

かるたラリーの体験者から得られた意見は、下記のとおりである。

）今回の「かるたラリー」の良かった点

かるたラリーの評価については、下北の名所が一通りわかること、下北半島の大きさを体感できるなど、好評であったといえる。

また、「下北かるた」の内容を知っているため、より理解が深まったものと思われる。

○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。（質問１）

- ・ 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『あの札の場所かぁ』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』にある場所実際に実際に行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。

）今回の「かるたラリー」の改善点

改善点として多かったのが、ラリーをする際の移動手段の問題である。

「車酔い」「観光客には行きづらい」「自分たちで回ろうとしたら困る」などがあげられた。

また、冬場のレンタカーなどでの移動には疑問の声もあった。

次に、設備や施設の問題点が挙げられる。

冬季閉鎖のトイレが多かったこともその要因であるが、「土産物屋が看板の周りにないと寂しい」など、せっかく回ったのだからその到達感がほしいという意見が見られた。

スタンプラリーにするとよいとの提案もあった。

また、単に「ラリー」といってもその目的がわからないという意見もあった。

ポイント間の距離の遠さもあり、テーマを設けた方が回りやすいしPRにつながるという意見が出された。

○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。（質問２）

- ・ あの環境(沿道にも特に何も無い、ポイント間の移動距離が長い)でトイレが閉鎖しているのはいただけない。
- ・ 車酔いをしやすい人にとっては楽しめない。
- ・ 道路などにも下北かるたを実感できる素材が所々ないと楽しめない。
- ・ 食事もラリーの一環にできるとなるとよい。
- ・ 移動時間が長い。
- ・ まだ数が少ないというのももちろんありますが、やはり一つ一つが離れすぎだと思います。

- ・ また山道を結構通ったので、観光客には行きづらい場所もあるのではないかと感じました。
- ・ 名所に行ってもその看板しかない寂しいのでお土産屋さんなどがあると観光客としてはありがたい
- ・ 行った事が証明出来たり思い出に残るように、スタンプを押せるなどの工夫がほしい
- ・ 今回は車で回ることができたが、やはり交通には問題があると感じた。いざ自分たちで回るとしたら困ると思う。周遊バスを運行するなどの改善が必要ではないだろうか。
- ・ 大畑漁港や仏ヶ浦などを下北の観光スポットとしてあげることができますが、そこで何をするのか、または何ができるのかという疑問が生じました。
- ・ 札を立てている事をもっとアピールしてほしい
- ・ 広域地図だけで「かるたラリー」を行うのは難しいと思います。
- ・ ラリーするのにおいて各地への移動が大変である。特に仏ヶ浦や龍神の滝への道は冬は特に険しく雪道に慣れていない人のために道路整備をする必要がある
- ・ かるたラリーを巡っても利益がない。巡るための足が乏しい。大畑漁港の設置場所が分かりにくい。冬期は全制覇できない。今後、設置数が増加した場合、設置地点の拡大図を載せるスペースが必要。大まかなバス停の表示が地図上にあると良いのでは。
- ・ 各ポイントにおいて飲食店や土産物屋がもっと充実していた方が良い。せっかく到達しても少し寂しいという印象があった。その静けさを生かす・残すとしても、もう少し観光客が楽しめる工夫が必要であると思う。また、かるたを覚えていない、存在を知っているだけの観光客にとっては、かるたのポイントに行くことの喜びや楽しみを感じることができるのか疑問である。そのため、「かるたラリー」という名称をアレンジし、下北 100 景めぐり、美食めぐり、半島を網羅できる（一日で、（半日で）下北が全部わかる！）といったような、「かるたに取り上げられた場所」以外の価値があるというニュアンスを取り入れてはどうだろうか。「かるたラリー」という響きだけでは何のためにラリーするのかよく分からない。スタンプラリーのようにありきたりで、魅力を感じない。「かるたに取り上げられた場所」以外にどのような価値を見出すかは、今後の下北ブランド展開の趣向に依存すると思うので、単に店を増やすなどの対策が適しているのかは分からないが、今のままで、かるたのためだけにかなりの距離を回することは面白みにかける。「かるたで知る下北の絶景」「かるたラリー～下北のうまいものめぐり」「かるたで行く！寒立馬に出会う、綺麗な海と（ホタテ？） 静かな夜景」...など、かるたラリーによって何が分かるのか、できるのか、を明確に PR する必要があると思う。名前を変えるだけでも趣旨が様々に展開できると思う。

）「かるたラリー」の観光資源としての可能性

観光資源の可能性として、食事との組み合わせ、スタンプラリー、テーマ設定などの必要性があるとの指摘があった。

また、積極的な PR が不可欠との意見もあった。

また、ただ回るだけではなく、地元の人とのふれあいや説明など、何かしらの地元との交流が含まれた方がいいという意見や、かるたラリーの付加価値を高める必要があるとの意見が見られた。

- 「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。（質問 3）
- ・ 認知度を高めれば下北を効率良く回るための有効な手段となりうると思う。例えば観光ガイド(るるぶ等)誌上で紹介してもらうなど。
- ・ 食事もラリーの一環にできるとよい。
- ・ 移動中も楽しめる何かが欲しい。（BGM など？）
- ・ 目的地に行って見て、ハイ終了だとさみしいので、その場所に精通している人の話を下北案内人として、少しの間でも聞ければ良いと思う。（5 分くらい...）
- ・ かるたラリーは観光資源というよりはまず地元の子供達に活用してもらった方が良いでしょう

思います。

- ・ 来た人にとっては観光資源になりますが、人を呼ぶための観光資源として活用するにはかなり大々的なPR活動が必要だと感じました。
- ・ 質問2のように（お土産物屋・スタンプなど）改善されると観光資源としての可能性があるのではないかと思います
- ・ 下北地域に住んでいるなど普段から下北カルタに親しんでいる方には十分、観光資源となるだろうが、それ以外の人たちには難しいかもしれない。
- ・ 今回は地元民でいらっしゃる宇野さんが解説付きで案内してくださったのでより下北について知れましたが、初めて訪れる人たちだけでカルタラリーをしてどこまで楽しめるのかわかりません。カルタラリーで全ヶ所回るのもいいと思いますが、テーマ毎にわけたラリーにしても良いと思います。（例えば、文豪や映画監督など著名人を訪ねるコースなど）
- ・ 札がある場所いけば下北の観光地を回れるようになっているのでそれを観光客が周知していれば気軽に訪れる事ができ、観光の活性化につながる可能性がある
- ・ 『下北かるた』は観光地を網羅しています。また、観光地を説明するものとしての機能も持っています。私は「かるたラリー」をするためだけに、下北半島まで行かないと思います。しかし、下北半島に行ったとしたら観光の付随的なものとして「かるたラリー」を行うかもしれません。なぜなら、「かるたラリー」の看板が今後設置されるとされる場所は観光地に隣接しているところが多いからです。
- ・ 「かるたラリー」の付加価値を明らかにすることができれば、観光資源としての可能性はあると思います。
- ・ 現時点では看板もすべて建っておらず、自分から下北を知りたいと思う人意外は興味を示すのか疑問である。しかし誰もが回りやすい環境をつくれれば気軽に寄ってくれる可能性があると思う。
- ・ やはり、ラリーといえばスタンプがあると到達した証明になり、終わってからも楽しめるので欲しい。何ヶ所か制覇することで何か特典があるとラリーをしたいと思う。
- ・ 質問2と同じ。ラリーすることによる「良いこと」を増やす、押し出すことで、十分楽しい半島めぐりになりうると思う。

）「かるたラリー」の今後の展開にむけたアイデア

今回の体験は、日程の都合もあり 1 日で全てのポイントを回る強行軍であったため、ラリーコースについていくつかのパターンを用意すべきとの意見が見られた。

また、季節ごとのおすすめコースなどの設定もあって良いのではないかという意見もあった。

スタンプラリーにして、回った箇所に応じた記念品をプレゼントしたらどうか、定期観光バスのコースに組み入れたらどうか、フリー券を作って温泉入浴が無料になる、といったかるたラリーの付加価値付けの提案が見られた。

- 「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。（質問4）
- ・ とりあえず、冬道での1日強行ツアーは厳しいものがある。
- ・ 全部をいっきにまわるよりも、何パターンか用意して、選べて体験も出来るとなおよいと思う。
- ・ 時間がない人にとっては、半日コースもいいと思うが、1日コースでは、日没の時間を配慮して、仏ヶ浦で夕日を見られるように廻るとか、季節によって計算してラリーを組めば良いと思う。
- ・ 目的地それぞれ季節や時間によって違う顔を持っていると思うので、それを考慮した上で、目的地が一番美しく見られる時間を選んでラリーを製作すれば良いと思う。という事で、時間を指定してオススメのコースを提案する形でかるたマップを作ればよいと思う。

- ・ かるたを美味しい名所や大自然に触れられる名所などの分類に分け、そのテーマにそったコース
- ・ スタンプを設置し、スタンプラリーの要素を導入する。
- ・ スタンプラリー形式にして、集めた個数により地元ならではのお土産品(ヨーグルトやホタテの貝柱、ヒバ製品など)を景品としてもらえるという特典をつけても良いと思いました。
- ・ 冬だからこそかんだちめが面白く、夏だからこそ大畑のイカがうまいなど季節性があるが、季節ごとに場所の表情が違うのがまた面白いわけで、特にはないです
- ・ 既存の定期観光バスに「かるたラリー」を組み込み、定期観光バスに乗ると必然的に「かるたラリー」の一部になるようにしてはどうでしょうか。「かるたラリー」が定期観光バスのツアー名として時刻表にも掲載されれば、一定のPR効果が見込まれるのではないのでしょうか。
- ・ また、「かるたラリー」のための「フリーエリア券」などを設定し、エリア内の指定された温泉であれば入湯が無料になるなどといった企画はどうでしょうか。
- ・ 他に観光の分類として、下北かるたの中で特産品巡り、絶景巡りなど分類してやれたら観光客側も自分の好きな分野について下北を知ってもらえるのではないのでしょうか
- コース 全制覇←いろは順、その逆も
- コース 冬期は行けない或いは行きにくい地点のみ周遊(夏期)
- コース 例えば、3・5・10などの様にある一定の数字の数だけ巡る(一日や半日でも廻れる。逆に二、三日かけて廻ることもできる。)
- コース 下北ゆかりの人物、自然、文化・芸能等のテーマを決め、それに関する所を巡る。
- コース 海岸沿いのみ、大間と尻屋の両岬周辺のみなどの地理的特徴を利用
- ・ コースごとに有効期限を付けるのもいいのでは(例：全制覇コースは1年以内に制覇しなくてはならない)
- ・ 一日は少し長いですが、朝から夕焼けまで堪能できるという点で時間を有効に活用できれば、一日使う価値がある。問題は移動中に飽きないかどうかと回るポイントの数ではないか。
- (1)ポイントに季節ごとに何か変わっていくものを設置する。
- (2)夕焼けが綺麗に見えるスポットの紹介は魅力的。Ex) 昼から夕焼けの半日コース...
- (3)かるたの札に沿ったお土産をつくる。Ex) 鯛島を見ながら鯛焼きを食べる・全種類コンプリートしたくなるようなもの。

) マップの有料販売化について

ラリーマップの有料化については賛否両論あることが分かった。

有料化賛成の意見としては、それなりの「お得感」があればよいとするものが多かった。

値段の幅も 300 円以内、500 円以内などといった範囲で提案が見られた。

一方、有料化に否定的な意見では、「けちくさい」、フリーペーパーにすらクーポンがついている、というような意見が出た。

「広告」と思ってクーポンをつければよい、クーポンより「下北の名産」をつけたほうがよい、という提案もあった。

○ 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。(質問5)

- ・ 値段によるが、有料なら買わないかもしれない。
- ・ 実際レンタカーでなければラリーは厳しい気がするから、レンタカー利用者はマップ割引などとすれば良いかもしれない。
- ・ クーポンのアイデアは良いと思う。
- ・ 有料でも高くなければ利用します。
- ・ 私が観光客ならば買ってまでは利用しないと思います。クーポンがついていなくてもお店を

知らないなので、紹介だけでも利用すると思います。

- ・ きつい言い方になりますがクーポン券ならばフリーペーパーにすらついているので目新しさがないかもしれません。それならば何か下北名物の品物をつけた方がこのマップを利用するかもしれません。
- ・ マップ自体はカラフルでとても楽しいものでした。
- ・ 今は市販のガイドブックが詳しく説明してあるので、それで済ませてしまうかもしれない。この現状を考えると、かなりのおまけ要素を加えないと購入にいたらないと思う。
- ・ 今回いただいた JC のマップは下北半島がどういう街で構成されているのかがわかりやすく示されていたので、下北にいる間中役に立ちました。また裏にかるたの読み札・絵札・解説が掲載されていたので、下北をよく知りたい人には最高だと思いました。現在は 8 ヶ所しか札が立っていないので 8 ヶ所の細かい地図を載せたとしても今のサイズで収まっていますが、44 ヶ所に札を立てたらパンフレットのように本にしないと収まりきらなくなるのではないのでしょうか。有料化するのであれば、下北かるたラリーマップの情報だけ載せるのではなく、「下北半島旅ガイド」並みの情報を掲載して、下北半島にいる間使えるハンドブックのようなものにしたら観光客は手に取るのではないかと思います。かるたマップ以外の情報量を増やし、そこに付加価値をつければ、有料でも観光客はマップに手を伸ばしてくれるのではないのでしょうか。
- ・ 有料販売なら買わない。広告を打つという概念でクーポンをいれればよい。有料販売とかケチくさい事いってたら更に人がいなくなる気がする
- ・ 有料になった場合、マップの情報量により購入を検討します。有料の場合 300 円程度までならば、購入を考えます。仮に、高額だったとしてもそれだけの価値が見込まれれば購入します。
- ・ 値段にもよりますがせめて 500 円以内で収まるなら考えます。ただ、それと別に無料のラリーマップを各観光施設などに設置、配布するのでもいいと思います。
- ・ お得感がないと利用したいとは思わない。←マップ料金<クーポン券の総割引額であれば利用したい。クーポン券を利用するにしても、わざわざ利用するために遠くへは行きたいとは思わない。
- ・ 青森市内（アスパム・青森駅・青森空港等）や首都圏（羽田空港・東京駅・下北沢・新幹線車販等）での販売はどうか。
- ・ ドライブのチェックスポット
- ・ 良い場所が選定されているという認知度があれば、ラリーしなくとも、一箇所だけでも近くにいい場所があるらしいから寄ってみるかということにも使える。単なる観光マップより面白いと思って買うかも知れない。マップの利用法を多用に、明確にすべき。

）その他

ここでは、様々な意見が寄せられた。興味深いのは、地域学習にとりいれてはどうかというものである。

また、「下北かるた」の認知度を上げないと、ラリーに結びつきにくいのではとの意見も出された。

ラリー完走者への記念品を、交換場所で変えたら面白いとの提案もあった。

○その他、「かるたラリー」について何かありましたらお書きください。（質問 6）

- ・ せっくなのでダイヤモンドの蝶が見たかった。（「ら」の札）
- ・ 違う話になるが、観光客向けだけでなく、小学生向けにも行えば良いと思う。あれだけ小学生が熱を入れてかるた大会に参加しているのだから、総合学習の一環として、小学生向けにもラリーを考えてみてはどうでしょうか？若年層の、まちづくりに対する意識向上に繋がると思う。

- ・ 小学生があれだけ本気になって自分の郷土な事を知ろうとしていることは、貴重な事だと思う。この中から、次世代の下北を担う人達が出てくれば、持続可能なまちづくりになるのではないか。
- ・ あと、個人的に道の駅を廻りたかった。
- ・ 下北カルタを予め勉強していた私たちにとっては、楽しいものであったが、実際、何も知らない一般の観光客にはピンと来ないものになるのではないだろうか。下北を訪れた人たちに下北カルタに親しみを抱いてもらうことが今後のキーポイントになると思う。
- ・ スタンプをおいて全部回ったら札がある市町村の特産物をプレゼントすればよい。
- ・ またスタンプ交換する場所によって土産を変えても面白いかもしれない
- ・ 例えば大間でコンプリートしたならマグロTシャツであったり、東通でコンプリートしたならかんだちめストラップなど
- ・ 「かるたラリー」を行い、例えば全 44 カ所を周ると、プレゼントなどはあるのでしょうか。何らかのインセンティブがないと、観光地に隣接している数カ所くらいしか、私は行かないと思う。
- ・ また、チェックポイントに到達したことを証明するもの、例えばスタンプの設置など、は検討しているのでしょうか。
- ・ かるたラリー自体はいい案だと思います。他にいくつかの看板を回り写真を撮れば景品が出るなどの特典があってもいいと思いました。
- ・ 今後、ラリーマップにクーポン券等が付き、巨大化した際の折り畳み方として『三浦折り』を活用してはどうか。
- ・ 全部あるいは3箇所以上回ると何か良いことがあるといったオプションをつけてはどうでしょうか。

4.2.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。

(1)調査対象及び手法の検討

首都圏の大学生が「首都圏の若者層を下北地域に呼び寄せる」(特に冬)ため、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を目的に、大学生が下北地域に1～2週間(2008年2～3月)ほど滞在して、「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、グループ毎に調査を実施し、全体をとりまとめた。

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。

- ・地域住民 = 下北地域内の高等学校生徒(3年生)
- ・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

調査の手法

【地域住民 = 下北地域内の高等学校生徒(3年生)】

高等学校生徒に対しては、ニーズに対するアンケート調査を実施した。

調査を実施した高等学校は以下の通りである。

- ・青森県立田名部高等学校
- ・青森県立大湊高等学校
- ・青森県立むつ工業高等学校
- ・青森県立川内高等学校
- ・青森県立大畑高等学校
- ・青森県立大間高等学校

【首都圏大学生(主に1・2年生)】

首都圏大学生に対しては、まず、法政大学社会学部で開講されている「地方自治論」「行政法」「地域政策論」に加え、立正大学地球環境科学部の「地域文化論」と高崎経済大学経済学部の「自然地理学」の受講学生に対してアンケート調査票を配付し、授業内で回収した。

【観光客 = 首都圏大学生・引率教員】

法政大学、立正大学、高崎経済大学の学生による滞在調査を行った。

滞在調査実施後に、一般向けのアンケート調査も実施した。

引率教員に対しては、学生とともに滞在調査をおこなった後、一般向けアンケート調査を実施した。

(2)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

【地域住民 = 下北地域内の高等学校生徒（３年生）】

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。									
（ ）									

【首都圏大学生（主に１・２年生）】

下北地域のニーズ調査アンケート（大学生）									
性別： 男 ・ 女		居住都県： 都 ・ 県							
年齢： 歳		出身地： 都 ・ 道 ・ 府 ・ 県							
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）あなたが下北半島に行くとしたら、どのような商品やサービスがあったらいいと思いますか。自由に記述してください。									
（ ）									

【観光客 = 首都圏大学生・引率教員】

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。

調査の実施

【地域住民 = 下北地域内の高等学校生徒（３年生）】

高等学校生徒に対してのアンケート調査の回収数は 357 である。

【首都圏大学生（主に 1・2 年生）】

首都圏大学生に対してのアンケート調査の回収数は 252 である。

【観光客 = 首都圏大学生・引率教員】

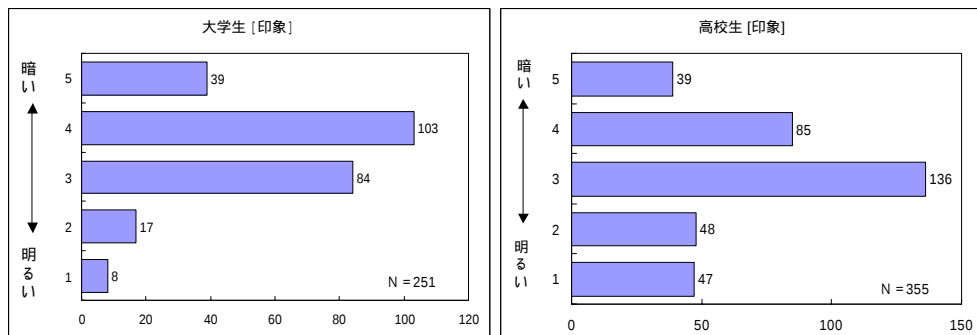
法政大学学生 8 名、立正大学学生 3 名、高崎経済大学学生 1 名の合計 12 名による滞在調査を行った。

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。

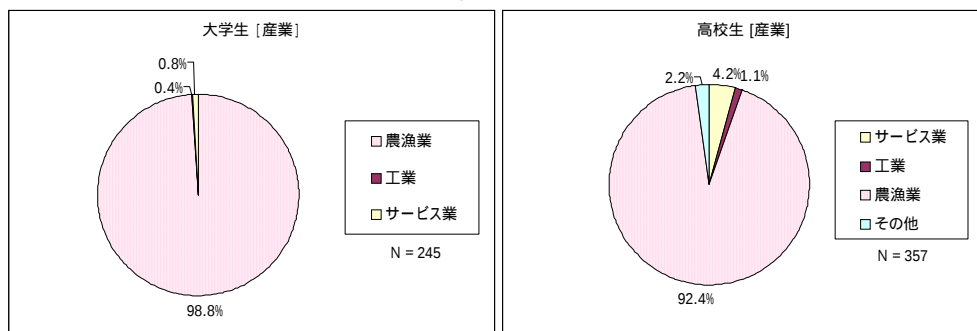
高校生は、高校での教育の影響や、下北半島との比較対象が少ないなどの理由から、大学生と比べると、「明るい」印象を下北半島に抱いている。



○ 下北半島の産業について

大学生は 242 名（98.8%）が「農漁業」というイメージを抱いている。

高校生は、大学生と同様に「農漁業」の印象を強く持っているが、それ以外にも「サービス業」や「工業」のイメージも持っている。



○ 下北半島への要望

大学生は「交通手段の改善」が多かった。

また、下北半島のよさをアピールすることで、「東京にないものを売る」という意見も多かった。

首都圏と同じではなく、下北半島らしさを前面にだし、徹底的に差別化していくべきという回答が多かった。

また、「まぐろの一本づり」や「イカ釣り」などを「体験したい」という声も多く聞かれた。

高校生は、「大間まぐろ」や「陸奥湾のホタテ」といった産物の他、「人があたたかい」「やさしい」など下北に住んでいる人々についての言及が目立った。

また、「海」「山」「のどかさ」など「自然」が好きという回答が多かった。

しかしながら、これらの自然は「どこにでもある」という否定的な回答も少なくなかった。

(3)滞在体験調査実施及び調査結果とりまとめ

「冬季下北観光周遊プラン」提案のための実態調査を実施し、結果をとりまとめた。

調査対象及び手法の整理・提案

「冬季下北観光周遊プラン」提案のための実態調査の対象と手法は、以下の通りとした。

）調査対象

- ・首都圏大学生（12名）
- ・首都圏大学生引率教員（2名）

）調査手法

- ・滞在体験調査とする。
- ・首都圏大学生に、いくつかの「体験プログラム」を体験してもらう。
- ・「体験プログラム」の体験から、観光資源としての可能性を探る。

滞在体験調査等の準備・実施及び調査結果とりまとめ

滞在体験調査等の準備・実施及び調査結果とりまとめは、以下の通りである。

）滞在体験調査等の準備

- ・既存の観光地めぐり以外の冬季の体験・交流型観光プログラムを創出。
- ・地域からの体験メニューの提案と学生の希望とのマッチング。
- ・学生が地域に入っていき、新たなメニューを見つけ出す。
- ・学生が冬季に下北地域へ来たくなるようなメニューを、無いところから見つけ出す。
- ・回遊型ではなく滞在型（体験中心）観光を目指す。
- ・学生に、下北地域について下調べをしながら、体験・交流のメニューを考えてもらう。
- ・考えたメニューを県民局へ問い合わせる。
- ・県民局は問い合わせに応じて、地域とのマッチングをおこなう。
- ・その上で体験プログラムを作成する。

）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 ・べこもち作り体験 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＞ 大利伝承館9:15頃着 ・そば打ち体験 ・もちつき踊り体験 大利伝承館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

調査結果とりまとめ

< 1 班 >

●体験調査の魅力

- ・ エネルギッシュなかつちゃ達
- ・ おいしいマグロ丼
- ・ 伝統を学ぶことができる
- ・ べこもちを作ったその場で食べることができる
- ・ 地元の人がフレンドリー
- ・ わいどの家の設備に感動
- ・ 自由な発想の木工体験

●改善点

- ・ 体験金額の問題
- ・ 食事をする場所の確保
- ・ 体験時間が短い
- ・ 下風呂温泉共同浴場の設備
- ・ 木工体験での詳しい説明がほしい

●提案

- ・ 使われていない施設の活用
- ・ 土産物屋と連携した土産物開発
- ・ 手作りしたべこもちにお土産としてシールを貼る = 記念となる
- ・ 下風呂温泉共同浴場をもう少し観光客向けに
- ・ 体験先での地元の方々とのふれあい
- ・ 雪の演出

< 1 班の作成した資料 >



大間町①

- 下北駅9:10発→大間崎10:52着
- エスコートクラブ(OEC)の出迎え
- ・ 最北端の地で写真撮影
- ・ 土産屋でショッピング
- ・ 展望台で360°のパノラマ津軽海峡
- ・ 漁港見学
- ・ マグロ丼を食す
- 「べこもち」づくり体験
- ・ こすもすの家生活改善グループによるべこもち作り体験

※OEC・・・Oma Escort Club(大間エスコートクラブ)





大間町②

魅力

- ・ エネルギッシュなかつちゃ達【OEC、こすもす】
- ・ おいしいマグロ丼【OEC】
- ・ 4社の旅行会社との契約【OEC】
- ・ 伝統を学ぶことができる【こすもす】
- ・ べこもちをその場で食べられる【こすもす】

改善点

- ・ 金額【OEC、こすもす】
- ・ 食事をする場所【OEC】
- ・ 土産屋が入りづらい
- ・ 時間の余裕がほしい【こすもす】



大間町～提案～

- 使われていない施設の活用【OEC】
- 視覚資料を取り入れる【OEC、こすもす】
- 土産屋との連携(OECがお土産開発)【OEC】
- 手作りしたべこもちをお土産として(シールを貼る)【こすもす】



風間浦村



風間浦村①

- 日和田町16:09発→下風呂16:42着
- 下風呂温泉
 - ・入浴
 - ・散策
- 下風呂18:11発→易国間18:24着
- わいどの家宿泊
- わいどの木で木工体験(翌日)



風間浦村②

魅力

- ・地元の人がフレンドリー【下風呂】
- ・マニア向け【下風呂】
- ・わいどの家が感動、おしゃれ【わいど】
- ・大人数でも泊れる【わいど】
- ・ヒバのお風呂、カラオケ【わいど】
- ・自由な発想の木工体験【わいど】

改善点

- ・パンフレットとのギャップがありすぎる【下風呂】
- ・ドライヤー、シャンプーなどの備品について【下風呂】
- ・温泉。。。??女子大生向きではない【下風呂】
- ・作業服、軍手の連絡【わいど】
- ・詳しい説明が欲しい【わいど】
- ・泊まって体験か、体験して泊まるか?【わいど】



風間浦村～提案～

- 下風呂温泉をもう少し観光客向けに(今の素朴な状態を残しつつ……)【下風呂】
- 宿泊して、2日目に体験でもわいどの家の方々とふれあえる何か【わいど】
- 雪の演出【わいど】



体験を終えて……



全体を通して言えること

- 全体的に視覚資料が少なかった。(パンフレット、写真、パネルを使っのガイドetc)
- 説明(マニュアル通りではないが、行き当たりばったりでもないガイド)
- 最低限の整備(清潔なトイレ、ドライヤー、暖房、安全)
- 生活改善グループを支える人々の力
- 雪の活用
- 交通→フリーパス券の導入

お世話になった皆さん、

楽しい思い出を

ありがとうございました。(^ _ ^) ☆

< 2 班 >

●体験調査の魅力

- ・ クロソイの餌やりでは漁船に乗ることができ、漁師の方との交流ができた
- ・ かっちゃん達がやさしかった
- ・ 郷土料理を食べることができた
- ・ 地元の方々との会話ができることで旅行者の好奇心を刺激した
- ・ アニマルトラックは非常に興味深かった

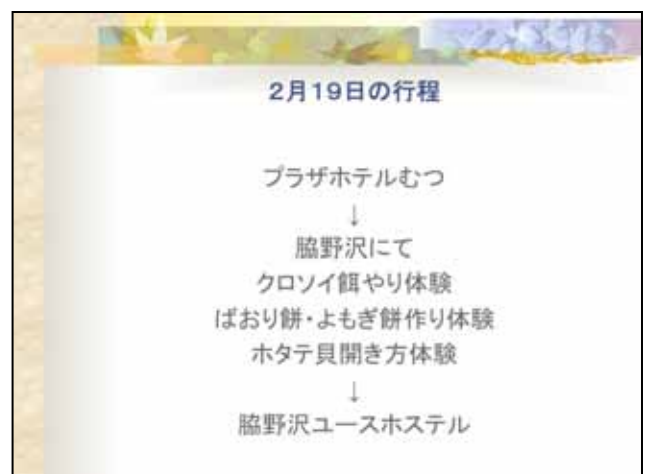
●改善点

- ・ 体験についての説明がほしい
- ・ クロソイ料理を味わいたかった
- ・ 観光メニューとして受け入れられる体制が整えられるか
- ・ 大人数の対応ができるのか
- ・ 体験行程の工夫が必要
- ・ アニマルトラックガイドの確保

●提案

- ・ 観光客の受入体制の整備
- ・ 観光商品として売り出すための前向きな姿勢が必要
- ・ アニマルトラックを活かした首都圏へアピールが必要

< 2 班の作成した資料 >



2月20日の行程

脇野沢ユースホテル
 ↓
 愛宕山公園・牛の首農村公園にて
 アニマルトラック
 ↓
 釜臥山スキー場
 ↓
 ブラザホテルむつ

クロソイの餌やり① クロソイとは

- クロソイとは
 - ・メバル科の黒い魚である
 - ・脇野沢では昭和58年頃からクロソイの養殖を始めている
 - ・脇野沢の特産品のひとつとして知られている



クロソイの餌やり② 行程

- 漁協組合到着
- ↓
- 港へ移動
- ↓
- ひらめ丸で養殖場へ
- ↓
- 餌やり
- ↓
- 港へ戻る



クロソイの餌やり③ 長所

- 長所
 - ・漁船に乗ることができる
 - ・養殖の仕事の一部を知ることができる
 - ・地元の漁師の方々と交流することができる



クロソイの餌やり④ 要望

- 要望
 - ・餌やり体験に対して事前説明がなかった。
 - ・クロソイに関する説明がなかった
 - ・餌やりだけでなく、クロソイ料理を味わいたかった
 - ・観光商品として受け入れられる体制があるのか



クロソイの餌やり⑤ まとめ

- メインの餌やりは珍しい体験であり、首都圏の若年層が楽しめる体験である

↓
 よりよい観光商品にするためには？



クロソイの餌やり⑥ まとめ

- メイン+αの企画を作る
 - ・漁協の方による講習
 - ・クロソイ料理を味わう
- 観光客を受け入れられる体制をつくる



ばおり餅・よもぎ餅作り・ホタテ貝の開き方体験①



ばおり餅・よもぎ餅作り・ホタテ貝の開き方体験②

長所

- ・地域住民と直接関わることができる。
- ・直接関わりを持つことによって、実際の生活の様子などを知ることができる。
- ・新しい出会いを持つことができる。
- ・郷土料理の体験が良い。
- ・自分たちが作った料理をその場で温かいまま食べることができる。
- ・自分たちでホタテ貝を開き、刺身を食べることができる。
- ・**何よりもかっちゃたちが優しかった！**

ばおり餅・よもぎ餅作り・ホタテ貝の開き方体験③

要望

- ・大人数でも対応できるのか。
- ・場所の確保はどうなるのか。
- ・餅をつくことから始めたい。
- ・作業工程の組み立てができていない(ホタテ貝の開き作業に手間取ってしまったため、ばおり餅が冷めてしまったなど)。
- ・ばおり餅の味の更なる改善。

ばおり餅・よもぎ餅作り・ホタテ貝の開き方体験④

評価

- ・出来立てのよもぎ餅やホタテの刺身、貝焼きはとても美味しかった。
⇒東京都心では滅多に食せない。
- ・かっちゃたちの優しさから脇野沢らしさを味わうことができた。
⇒人と関わることの楽しさ。
- ・地域住民との会話。
⇒地域らしさの発見。
⇒旅行者の好奇心を刺激すること。
⇒旅の醍醐味。

ばおり餅・よもぎ餅作り・ホタテ貝の開き方体験⑤

提案

- ・観光資源への発展に向けてハード面とソフト面の整備。
ハード面・ある程度の人数が収容できる施設の確保。
ソフト面・より充実したプログラムや、きめ細やかな対応、それを観光商品として売り出すことに対する前向きな姿勢の確立。

アニマルトラック①アニマルトラックとは

- アニマルトラックとは
- ・足跡を観察してその動物の名前を知り、その生態を学ぶものである。
- ・脇野沢YHの磯山さんに案内いただいた。
- ・北限に住むニホンザルを観察できる。



アニマルトラック② 行程

- 19日夜動物の生態や足跡を座学にて学ぶ
- ↓
- 朝、愛宕山公園へ出発
- ↓
- 愛宕山でニホンカモシカを観察
- ↓
- ニホンザルの群れを観察
- ↓
- 牛の首農林公園でかんじきを履き山林を散策



アニマルトラック③長所

- 運が良いと野生動物を間近で観察できる
- YHの磯山さんによる事前学習により、動物への興味がわき、生態も理解した状態で山を散策できる。
- 牛の首農村公園からの眺望がとてもよかった
- YHの内装がおしゃれであった
- 宿泊費が良心的であった
- YHのベアレントが温かかった



アニマルトラック④ 要望

- ・集客力を十分にもっているモノなので、もっと全国にアピールすればいいと思う。
- ・アニマルトラックという性質上大人数のお客さんを呼び込むことは不可能であり、磯山さんしか案内人がいないという状況も課題の一つであると思う。

アニマルトラック⑤ 提案

- 自然を間近で味わえ、動物の生態を学べ、普段都会で生活する者からしてみれば貴重な体験ができる
- ↓
- 十分な観光資源になるうる。
- ↓
- しかし、それは自然界と人間界のバランスを崩しかねない。
- ↓
- 動物たちの生活様式を崩さないよう努力しながらアニマルトラックという観光資源を活かし、大消費地へアピールしていったほうが良いと思う。

釜臥山スキー場①

下北最大のスキー場で、陸奥湾を臨む立地にある。



釜臥山スキー場②

長所

- ・陸奥湾に向けた眺望が最高だった。
- ・コースが長い。

短所

- ・バス停から遠い。
- ・ロッカーがないなどセキュリティ設備があまりない。

釜臥山スキー場③

評価

- ・景観は言うことなし、まさに絶景。

提案

- ・交通の不便の解消。
- ・他の観光資源との抱き合わせ。

脇野沢を更に盛り上げるためには！？

私たちが考える2つのキーポイント

- 「脇野沢ならではの」体験ができる
- 「脇野沢ならではの」交通機関の確立

脇野沢ならではの体験ができる

例えば・

- ・郷土料理
- ・自然が豊富
- ・人との出会い・・・のような体験



「脇野沢ならではの」を学ぶことのできる観光の提案

⇒さらに「脇野沢ならではの」交通機関の確立へ

交通「脇野沢ならではの」交通機関の確立
各観光スポットが離れているという課題
→新たな交通機関の確立は必須

「脇野沢ならではの」をプラスすると・

例えば

かっちゃんたちが案内人として、各スポットを
回る巡回バスなど

最後に・・

訪れた各地で温かく迎えて下さり、
本当にありがとうございました！！

< 3 班 >

● 体験調査の魅力

- ・蕎麦打ちの魅力は味の良さと地元の方々との交流
- ・もちつき踊りは楽しい体験であった
- ・酪農体験を通じ、酪農業の重要性を認識できた
- ・漁協による体験は「特別な体験をした」という充実感

● 改善点

- ・蕎麦打ちは一定以上の団体客でないと通常は受け入れない点
- ・もちつき踊りは体験するより見るものと感じた
- ・酪農体験を実施している農家が 1 軒のみ。受入体制はどうなっているのか

● 提案

- ・「交流・郷土料理・新しいお土産」をキーワードに受入体制を検討してはどうか
- ・企業秘密がともなうがナマコの加工体験は、貴重で魅力的な体験に転換できると感じた
- ・リアルなナマコキャラクターなどで、食用以外の魅力発掘ができるのではないか

< 3 班の作成した資料 >

下北地域冬季体験型観光資源
調査報告 第3班

小澤寛樹
荒井順也
古閑達大
山下貴子

1. はじめに

- 1日目
そば打ち もちつき踊り バター作り 酪農体験
- 2日目
自治体体験 川内漁協(ナマコ・ホタテガイ加工体験)

2-1. そば打ち体験



- 東通村大利生活改善グループの方々に指導していただき各々がそば打ちを体験。

2-2. もちつき踊り



- 東通村の伝統芸能「もちつき踊り」を体験。今のところ、一般観光客が体験することはできない。

2-3. バター作り体験



- 家庭でも手軽にできるバター作りを通して、牛乳の成分や殺菌方法について学ぶ。

酪農体験



2-4. 川内漁協での体験



- ナマコの加工やホタテガイのほやしき方などを体験。

3. 行政関係ヒアリング



- 下北地域県民局にて行政側からの視点で、下北半島の観光資源について聞き取り調査。

4. 体験調査を通して(1)

- 下北での移動に際してレンタカーの存在は不可欠であると感じた。
- 大学生は観光の足となる交通機関の便数が少ないと行きたい気持ちを諦めてしまう。



- 若者が観光地に行くための移動手段の改善が必要。

体験調査を通して(2)

- 一つ一つの体験プランとしては下北らしさや、若者にはインパクトにかけるとい印象がある。
- 下北の特色が曖昧になってしまっていて、素材をうまく活かしてないのではないかな。
- ただし個々のプランの中には若者をひきつける可能性を秘めたものが存在する。



- これらのコンテンツをうまく組み合わせ、PRすれば、下北に若者が興味を示すのではないかな！

5. 提案

- 下北限定「海軍コロッケ」をご当地限定で露天販売などを検討してみる(ソウルフード定着)
- 現在使われている移動手段のメリットを生かす
- 観光拠点となるむつ市にみやげ物屋や伝統料理屋を展開するなど施設の充実
- 訪れる人の為に料理店や土産店などのマップを作る(地元住民のおすすめ店を募集・ご当地ラーメンマップなど…)

私たちの班が興味を示すもの

- 「本州最北端の地」のイメージ
⇒ 厳しさ、寒さ、荒波、…
= 刺激的なもの！？(みてみたいー！！)
- 地理的条件を生かした観光資源の開発
⇒ 「本州最北端の地」は1つしかない
- 「一球入魂かぼちゃ」と「十割そば」から野球が連想された。これには必勝のイメージを持ち、下北で食べてみるインセンティブになる。「北れ 挑戦者」。

6. 提案する観光プラン

地理的条件から

- 地吹雪ツアー
- 津軽海峡荒波ツアー
- 雪山探検

オプション

- +温泉
- 海産BBQ
- その他ご当地土産

PR方法の案

- 下北ハロウィン祭り
(かぼちゃ祭り)
- 下北雪祭り



大々的にイベントを行い
地域の目玉に

7. おわりに

- 私たちは調査を通して、以上のように感じました。
- 下北には潜在的な良いところがあり、若者も興味を持っています。
- 下北には「いいもの」があるので、それを生かせば、若者が取り込めるのではないのでしょうか。

(4)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1部を実証実験事業(DVD)を企画・実施し、意識調査を行い、全体をとりまとめた。

調査対象及び手法の整理・提案

）実施目的

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。

）調査&配布対象

- ・シンポジウム用(首都圏)50部
- ・その他 50部(学校配布など)

）実施方法・内容

- 新しい観光資料(DVD下北かるた)の購入
- ・新しい観光資料(DVD下北かるた、100部)を購入する。
- 新しい観光資料(DVD下北かるた)の有効性調査
- ・新しい観光資料(DVD下北かるた、100部)を配布し、その有効性をアンケート等で調査する。
- ・具体的には、首都圏在住者(大学生)にみてもらい、観光という視点から、DVDの活用可能性について評価を行う。

）実施スケジュール

- | | |
|------------|---|
| 1月26日(土曜日) | 第1回全体会議(各種準備・1週間) |
| 2月初旬(4日の週) | 新しい観光資料(DVD下北かるた)(枠組)確定
DVD(平成19年度)作成開始 |
| 2月17日(日曜日) | DVD(平成19年度)データ完成 |
| 2月18~20日 | 「下北かるた体験ツアー」:首都圏大学生参加 DVD上映 |
| 2月22日(金曜日) | 発表会(シンポ):下北 DVD上映、アンケ200部配布
→(仮)「いくべし下北」発表会
下北地域魅力再発見セミナー開催 |
| 3月16日~ | 発表会(シンポ):首都圏 DVD上映、アンケ配布
→(仮)「いくべし下北」発表会 |
| 2月下旬~3月上旬 | アンケート回収・分析(配布から半月程度) |
| 3月下旬 | 成果とりまとめ |

）実施体制

主催:むつ青年会議所、青森県(下北地域県民局地域連携部地域支援室)
国土交通省東北地方整備局

調査結果とりまとめ

）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をみて気になった点

丁寧に紹介しているとの評価の一方で、説明不足・変化に乏しい・単調・飽きてくるなどの課題が指摘された。

○DVDのタイトルがない

・再生するといきなり「あ」札の説明が入る

・このDVDがなんなのかわからない

○構成について

・ナレーションが単調

・項目ごとの構成が同じ

・30 分間集中してみることが困難、「飽き」てくる

○映像について

・感性の問題だが、こちらに訴えてくる力が弱いと感じた

・単調に感じられた

・ズーム映像が少ないせいか、迫力がなく、心をわしづかみにされない

）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。)

○画像について

・画像切り替えを工夫する。(詠み札に対応するかるたを手でめくった際に、解説映像を写しだす、というような感じ。札から札への展開に際してメリハリがつくように編集する)

・映像アングルの工夫(事物に直近させ、人(住民)を多数映像にいれると「行ってみたい」と思う)

○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 っぽい風?)。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)

上記のような改良点をまとめると下記ようになる。

○タイトルをいれる = DVD の狙いをはっきりさせる

- 五十音順の見直し = 構成にメリハリをつける
- 画像の切り替えの工夫
- ズーム映像の使用
- 代替ナレーションの収録 = 下北弁で特徴づけを

）その他の意見

また、下記のような意見が得られたので、掲載しておく。

- ・下北かるたは観光名所と下北の知識の項目が混じっている。
- ・「に」札のように知識を得れば済むものがあるので、44ヶ所すべてを回る好奇心に駆られない。
- ・逆に季節限定の「え」札の能舞や「ゆ」札の田名部祭りの様子はDVDの映像で「行ってみよう」という気持ちになった。
- ・現在おこなわれている活気のある行事は、魅力的であり観光に強いと考える。
- ・「きらきらみちのく下北号」車内で流しても良いのではないかな。
- ・かるたの読み手の代わりに使うことができないかな。
- ・ネット配信ができると良いのではないかな。
- ・DVDの効果的な活用方法を考える必要がある。

4.3.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。

(1)シンポジウムの実施計画の立案

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ってもらい、冬季における観光資源の可能性について検討・提言するとともに、首都圏の大学生による調査をもとに、首都圏の学生を下北地域へ呼び込むための方策を検討した。

シンポジウム開催の目的

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ってもらい、冬季における観光資源の可能性について検討・提言する。首都圏の大学生による調査をもとに、首都圏の学生を下北地域へ呼び込むための方策を検討する。

大学生は、調査という視点を持ちつつ、下北地域の観光資源を体験したうえで成果をまとめる。その成果をシンポジウムにおいて発表する。シンポジウムは下北地域と首都圏の2ヶ所で開催する。

下北地域で発表することにより、大学生が持つ視点を下北地域の利害関係者に提示する。また首都圏でも開催することにより、下北地域の発信力強化の一助となるようにする。

また、今後実施が予定されている夏場の観光資源調査での比較検討資料とする。

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)

)「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)

(2)地域シンポジウムの開催・とりまとめ

「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)」を開催し、とりまとめた。

開催概要

テーマ：「首都圏大学生との交流事業 in 下北 成果報告会(シンポジウム)」

日時：2008年2月22日 10:00～

場所：むつ市来さまい館イベントホール

発表者：法政大学学生、立正大学学生、高崎経済大学学生

式次第

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

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)

1・1. 体験メニュー

- ・2月19日：むつ市から路線バスにて大間崎へ。本州最北端の地見学。エスコートクラブがお迎え。漁協にて漁船見学、漁師から話を聞く。昼食にマグロ丼を食べる。午後、べこもち作り体験。路線バスにて下風呂温泉へ移動。公衆浴場「大湯」に入浴、その後路線バスにて易国間へ移動。わいどの家に宿泊。
- ・2月20日：わいどの木にて木工体験、夕方路線バスにてむつ市帰着。

1・2. 各プログラムの魅力・問題点

○魅力

- ・大間：エネルギーなかつちゃ達【OEC、こすもす】、おいしいマグロ丼【OEC】、4社の旅行会社との契約【OEC】、伝統を学ぶことができる【こすもす】、べこもちをその場で食べられる【こすもす】
- ・下風呂温泉・わいどの木：地元の人がフレンドリー【下風呂】、マニア向け【下風呂】、わいどの家が感動・おしゃれ【わいど】、大人数でも泊れる【わいど】、ヒバのお風呂、カラオケ【わいど】、自由な発想の木工体験【わいど】

○改善点

- ・大間：金額【OEC、こすもす】、食事をする場所【OEC】、土産屋が入りづらい、時間の余裕がほしい【こすもす】
- ・下風呂温泉・わいどの木：パンフレットとのギャップがありすぎる【下風呂】ドライヤー・シャンプーなどの備品について【下風呂】、温泉??女子大生向きではない【下風呂】、作業服、軍手の連絡【わいど】、詳しい説明が欲しい【わいど】、泊まって体験か、体験して泊まるか?【わいど】

○提案

- ・大間：使われていない施設の活用【OEC】、視覚資料を取り入れる【OEC、こすもす】、土産屋との連携(OECがお土産開発)【OEC】、手作りしたべこもちをお土産として(シールを貼る)【こ

すもす】

- ・下風呂温泉・わいどの木：下風呂温泉をもう少し観光客向けに（今の素朴な状態を残しつつ...）

【下風呂】 宿泊して、2日目に体験でもわいどの家の方々とふれあえる何か【わいど】、雪の演出【わいど】

1・3・全体を通していえること

- ・全体的に視覚資料が少なかった（パンフレット、写真、パネルを使っのガイド etc）説明（マニュアル通りではないが、行き当たりばったりでもないガイド）最低限の整備（清潔なトイレ、ドライヤー、暖房、安全）生活改善グループを支える人々の力、雪の活用、交通→フリーパス券の導入

【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)

2・1・体験メニュー

- ・2月19日：むつ市から路線バスにて脇野沢へ移動。昼食に焼干しラーメンを食べる、クロソイの餌やり、ばおり餅、よもぎ餅作り体験。脇野沢ユースホステルに宿泊、アニマルトラック事前学習。
- ・2月20日：アニマルトレック、その後路線バスにて釜臥山スキー場へ向かう（最寄りバス停から徒歩）スキー体験、その後バスにてむつ市帰着

2・2・各プログラムの魅力・問題点

○魅力

- ・クロソイ餌やり：漁船に乗ることができ、養殖の仕事の一部を知ることができる。地元の漁師の方々と交流することができる。
- ・ばおりもち体験他：地域住民と直接関わることができ、実際の生活の様子などを知ることができる。新しい出会いを持つことができる。自分たちが作った料理をその場で温かいまま食べることができる。自分たちでホタテ貝を開き、刺身を食べることができる。何よりもかっちゃたちが優しかった！
- ・アニマルトレック：運が良いと野生動物を間近で観察できる。YH の磯山さんによる事前学習により、動物への興味がわき、生態も理解した状態で山を散策できる。牛の首農村公園からの眺望がとてもよかった。YH の内装がおしゃれであった。宿泊費が良心的であった。YH のペアレントが温かった。
- ・釜臥山スキー場：陸奥湾に向かった眺望が最高だった。コースが長い。

○改善点

- ・クロソイ餌やり：餌やり体験について事前の説明がなかった。クロソイに関する説明がなかった。餌やりだけでなく、クロソイ料理を味わいたかった。観光商品として受け入れられる体制があるのか。
- ・ばおりもち体験他：大人数でも対応できるのか。場所の確保はどうなるのか。餅をつくことから始めたい。作業工程の組み立てができていない（その理由は、ホタテ貝の開き作業に手間取ってしまったため、ばおり餅が冷めてしまったなど）。ばおり餅の味の更なる改善。
- ・アニマルトレック：集客力を十分にもっているモノなので、もっと全国にアピールすればいいと思う。アニマルトラックという性質上大人数のお客さん呼び込むことは不可能であり、磯山さんしか案内人がいないという状況も課題の一つであると思う。

- ・釜臥山スキー場：バス停から遠い。ロッカーがないなどセキュリティ設備があまり。
- 提案
 - ・クロソイ餌やり：メインの餌やりは珍しい体験であり首都圏の若年層が楽しめる体験である。メイン+αの企画を作る（漁協の方による講習、クロソイ料理を味わう）。観光客を受け入れられる体制をつくる。
 - ・ぱおりもち体験他：出来立てのよもぎ餅やホタテの刺身、貝焼きはとても美味しかった＝東京都心では滅多に食せない。かっちゃんたちの優しさから脇野沢らしさを味わうことができた人と関わることの楽しさ。地域住民との会話 地域らしさの発見。旅行者の好奇心を刺激すること。旅の醍醐味。
 - ・観光資源への発展に向けてハード面とソフト面の整備。ハード面：ある程度の人数が収容できる施設の確保。ソフト面：より充実したプログラムや、きめ細やかな対応、それを観光商品として売り出すことに対する前向きな姿勢の確立。
 - ・アニマルトレック：動物たちの生活様式を崩さないよう努力しながら、アニマルトラックという観光資源を活かし、大消費地へアピールしていったほうが良いと思う。
 - ・釜臥山スキー場：景観は言うことなし、まさに絶景。交通の不便の解消。他の観光資源との抱き合わせ

2・3．全体を通していえること

- ・「脇野沢ならではの」を学ぶことのできる観光の提案 さらに「脇野沢ならではの」の交通機関の確立へ
- ・各観光スポットが離れているという課題→新たな交通機関の確立は必須
- ・「脇野沢ならではの」をプラスすると...例えば、かっちゃんたちが案内人として、各スポットを回る巡回バスなど

【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)

3・1．体験メニュー

- ・2月19日：むつ市内からタクシーにて大和伝承館へ。そば打ちともちつき踊りを体験。その後タクシーにて原牧場へ。酪農体験とバターづくりを体験。バスにてむつ市帰着。
- ・2月20日：合同庁舎にて「一日局長」、その後川内漁協へ移動。ナマコ加工とホタテうろ落としを体験。漁協の車にてむつ市帰着。

3・2．各プログラムの魅力・問題点

○体験を通じての課題

- ・下北での移動に際してレンタカーの存在は不可欠であると感じた。大学生は観光の足となる交通機関の便数が少ないと行きたい気持ちを諦めてしまう→若者が観光地に行くための移動手段の改善が必要。
- ・一つ一つの体験プランとしては下北らしさや若者にはインパクトにかけるとい印象がある。下北の特色が曖昧になってしまっていて、素材をうまく活かしてないのではないかと。ただし個々のプランの中には若者をひきつける可能性を秘めたものが存在する。
- ・これらのコンテンツをうまく組み合わせ、PRすれば、下北に若者が興味を示すのではないかと！

○提案

- ・下北限定「海軍コロッケ」をご当地限定で露天販売などを検討してみる(ソウルフード定着)・現在使われている移動手段のメリットを生かす。観光拠点となるむつ市にみやげ物屋や伝統料理屋を展開するなど施設の充実。訪れる人の為に料理店や土産店などのマップを作る(地元住民のおすすめ店を募集・ご当地ラーメンマップなど...)

3・3・3班が興味を持ったもの

- ・「本州最北端の地」のイメージ 厳しさ、寒さ、荒波... = 刺激的なもの!?(みてみたいー!!)
- ・地理的条件を生かした観光資源の開発 「本州最北端の地」は1つしかない
- ・「一球入魂かぼちゃ」と「十割そば」から野球が連想された。これには必勝のイメージを持ち、下北で食べてみるインセンティブになる。「北れ挑戦者」

(3)首都圏シンポジウムの開催・とりまとめ

「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」を開催し、とりまとめた。

開催概要

テーマ：首都圏大学生との交流事業成果報告会（シンポジウム）in 首都圏

日 時：2008 年 3 月 8 日 14:30～

場 所：財団法人地域開発研究所会議室

発表者：法政大学学生、立正大学学生、高崎経済大学学生

式次第

- 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

●意見交換・コメント

- ・マグロ丼の美味しさをもっと伝えてください
- マグロ丼だけではなく、味噌汁など大間で取れたもので作られた食事は大変おいしかった。東京では食べられない。
- ・短所を改善するよりも、長所を伸ばして不便であるが、行きたい場所にしていけるのも重要だと感じた。
- ・観光客を受け入れたいならば、案内表示をきちんとすべきだと思う。
- ・わいどの家は私も泊まったが、とても心地のよい空間であった。ツアーでは無理だが少人数であれば良いと思う。
- ・具体的にどのように案内表示をすればいいのかを提案してくれると、よりよかったと思う。
- ・大間に行く前と行ったあとではイメージが変わったか？
- 行く前は「まぐろ」、行ったあとは「元気なかつちゃ」たちや、かつちゃの案内によって、普通の漁港が魅力あるものになった。見晴らしの良い場所へ連れていってもらったことにより、自然や風景に感動した。
- 意外と寒くなかったので、首都圏の若者でも大丈夫なのではと思った。
- ・大間へは「入口としてのまぐろ」があるので、導入として上手に活用できると思った。
- ・本州最北の地は大間にしかないのも、それは十分魅力的である。
- ・北海道との連携も考えていけばいいのではないかな。
- ・私にとっては東京の方が不便。3 週間分ぐらい今日一日で歩いた気がする。
- ・学生だけでなく、他の世代に聞いても似たような意見が聞かれる。

- ・下風呂温泉の例、「ドライヤーがない、でも素朴で良い」という意見が多い。果たしてどちらなのか？
- 地元密着はよい、でもドライヤーがあれば嬉しい。小さな所を見直すだけで全体の魅力が増すと考えられる。大きく変えてしまのはよくない。でもバランスが難しい。
- 今回はバスの時間もあり、髪の毛を乾かすのにストーブを使った。ドライヤーを貸し出してくれるだけでもいい。
- ・ドライヤーがなかったからここまで盛り上がったというのも事実。整備と素朴さのバランスは難しいと思う。
- ・いろいろな問題点を挙げてもらったが、全てクリアーした場合、友人を連れてきてくれるか？
- クリアーできれば、沖縄や北海道と同じくらいの魅力があると思う。
- 最低限クリアーできれば、連れてきたい。わいどの家がよかったので私はそう思う。

【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

●意見交換・コメント

- ・下北の冬の観光は弱い。夏にスキーの代わりにマリンスポーツを入れて、同じような体験メニューを組んだ場合、夏に来るか、冬に来るか？
- 夏：陸奥湾を泳いで横断したい。トライアスロンの大会を開けば話題になるのではないかな。だから夏が良い
- 冬：最初は地味に感じたが、体験してみると冬の脇野沢ならではのものが体験できた。ここでしかできないことがあるので、冬が良い
- ・トライアスロンや大会などは面白い提案だと思う。
- ・土産物屋の話が出ていたが、寂しい感じがしたのは、冬だからである。夏はうるさいくらいにかちやちやがよってくる。こちらにすれば、冬場にかけているだけありがたい。
- ・交通費の問題は、距離感の違い。むつの中心部から脇野沢まで50～60km離れている。
- ・フリー乗車券は需要の問題がある。増えれば可能性が出てくる。皆さんも友達を連れてきてください。
- ・イメージがわいてこなかった。クロソイってなに？
- 私たちも餌をあげただけ。事前レクチャーがあればよかった。
- ・私も体験ツアーを企画して首都圏のお客さんを連れてアニマルトラックをやった。その時は楽しかったし感動した。感動する気持ちは年齢に関係ない。
- ・いくつかの要望が出ているが、私もそれを感じた。早急に改善してほしい。
- ・若者にとって交通費は高い。「遠いから仕方がない」のではなく、受け入れる気持ちがあるならば、折り合いをつけて「来やすい金額」にする必要があると思う。
- ・焼干しラーメンはおいしかったか？

→ご当地ラーメンで期待していたが...

- ・クロソイが食べられなかったのは、もったいなかった。食と組み合わせが必要と感じた。
- ・自分が学生の頃、ドライバーは持っていったものであった。今は違うということがわかった。このような感覚は大事だと感じた。

【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」

●意見交換・コメント

- ・特産品を売り込む際に「ストーリー」を盛り込むことが重要だが、蕎麦打ちやもちつき踊りなどで、そのあたりの「ストーリー」が語られていなかったのが残念である。
 - ・県民局でのヒアリングで、「観光振興は行政主導ではなく民間主導」とあったが、当を得たコメントだと思う。
 - ・男性ならではの視点で興味深かった。
 - ・「海軍コロケ」は、若者の興味をひくかもしれない。
 - ・なまこの体験や一球入魂力ボチャに注目するなどの視点が面白かった。
 - ・「必勝祈願ツアー」はすぐにでも企画したい。
 - ・川内＝なまこのイメージが出来上がった。キャラクターを作ると「ゆるキャラ」で売れるかもしれない。
 - ・行く前から期待はしていたか？
- 地味かと思っていた。
- ・行ってみれば面白いことが多い。なので「とっかかり」が大事。
 - ・海軍由来の地域と連携して売り出すなにかがないのか？
 - ・最後の落としどころとして「必勝祈願ツアー」というのがあると思い知らされた。
 - ・交通機関の不便さの話がなかったが...
- タクシーでの移動であった。効率よく移動するには、また4人での移動ではタクシーの利用もありだと思う。
- 首都圏から来ると、雪道の運転が不安なのでレンタカーは厳しいと思う。

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。

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

(1) 地方再生モデルプロジェクトの位置づけと今後の展開

背景（地方再生の総合的な推進）

国では、地域の再生にむけ、平成 19 年 10 月 9 日の閣議決定により、地域から見て分かりやすく、より効果的な取組を実施するため、地域活性化関係の 4 本部（都市再生本部、構造改革特別区域推進本部、地域再生本部及び中心市街地活性化本部）を合同で開催することとし、これを「地域活性化統合本部会合」と称することとした。

また、地域の再生に向けた戦略を一元的に立案し、実行する体制をつくり、有機的総合的に政策を実施していくため、4 本部の事務局を統合し、「地域活性化統合事務局」を新たに設置した。



「地方再生モデルプロジェクト」の実施

この組織再編に伴って、平成 19 年度には、「地域における経済活動が低迷し、活力を失いつつある地方において、民間の発意を公とのパートナーシップにより後押しするなど、地域の経済活性化に寄与するプロジェクトを発掘・構築し、関係支援施策を緊急かつ総合的に実施することにより、地域経済の下支えを図る」ことを目的とした『地方再生モデルプロジェクト』が実施されている。

モデルプロジェクトの具体的な展開プログラムは、以下の通りである。

8 道県の中から、それぞれ緊急的な対応を図るべきプロジェクトを決定
プロジェクトごとに、地域の創意工夫のもと、従来からの取組に加え、雇用創出や地域活性化に有効と考えられる追加策を検討
各府省連携のもと、平成 19 年度中に実施する追加支援策を確定、従来からの取組とも併せて緊急かつ総合的に実施
その他、地域活性化伝道師の派遣等についても必要に応じて実施

【目的】

地域における経済活動が低迷し、活力を失いつつある地方において、地域の経済活性化に寄与するプロジェクトを発掘・構築、関係支援施策を緊急かつ総合的に実施により地域経済の下支えを図る。

【概要】

地方再生に向けた総合的な支援策の一環として、本年度既定の予算により、「平成 19 年度地方再生モデルプロジェクト」を先行的に実施。

→民間の発意を公とのパートナーシップにより後押しするなど、地域の経済活性化に寄与するプロジェクトを発掘・構築し、関係支援施策を緊急かつ総合的に実施することにより、地域経済の下支えを図る。

【対象地域】

- ・雇用情勢の厳しい有効求人倍率が 0.7 未満の青森県を含む 8 道県。
- ・下北地域広域観光振興プロジェクトは、決定された 17 プロジェクトの一つ
- ・県内その他：青森市中心市街地まちづかいまちそだてプロジェクト



「地方の元気再生事業」への展開

平成 20 年度は、新たな取組として地域の自由な取組をそのまま受け止め国が直接支援する「地方の元気再生事業」を創設することとされている。

(2)下北地域広域観光振興プロジェクトの成果と課題

プロジェクトの概要

青森県では、下北県民局を中心に、“東北新幹線七戸駅（仮称）の平成 22 年開業の機会に合わせ、主要観光施設を結ぶ幹線道路の狭隘箇所の解消等とともに、下北地域の自然・歴史・文化などの地域資源の発掘・地域ブランド形成に向けた取組（食を核とした冬季観光振興、首都圏の大学と連携した交流等）により、ハード・ソフト両面から広域的な観光振興を図る”ことを目的とした「下北地域広域観光振興プロジェクト」を構想し、「地方再生モデルプロジェクト」に応募・採択された。



このプロジェクトの具体的な内容は、以下の通りである。

長期的な目標の実現にむけて、 マネジメント体制を構築し、 地域資源を発掘し、 社会実験により検証し、 首都圏マーケットの確保を図りながら、「ハード・ソフト両面からの広域的な観光振興」について検討する。

）マネジメント体制の構築

- 地方再生モデルプロジェクト連絡協議会の設置

）地域資源の発掘

- 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）
 - ・ 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）
- 下北地域魅力再発見セミナーの開催

）社会実験検証

- 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）
 - ・ 新しい観光資料（DVD下北かるた）によるPR効果測定

）首都圏マーケット

- 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
- 首都圏の若者との交流拡大の可能性を考えるシンポジウム開催

具体的なプロジェクトの実施スケジュールは、以下の通りである。

1～2月	【大学生】下北地域交流人口基礎調査：交流推進調査 【大学生】下北地域のイメージ把握：交流推進調査
1月26日（土曜日）	【協議会】第1回全体会議
1月30日（水曜日）	【セミナー】パネラー等とのシナリオ案作成 【ラリー】協定原案送付（県民局→JC、東北地方整備局） 【ラリー】協定検討開始 【大学生】首都圏大学連携調査＆発表会
1月31日（木曜日）	【ラリー】看板設置に関する設置場所現地調査
2月初旬（4日の週）	【セミナー】個別案内開始 【ラリー】モデルツアー・マップ＆実証実験（梓組）確定 【ラリー】モデルツアー・マップ（平成19年度）作成開始 【ラリー】看板（8基）の製作開始 【DVD】新しい観光資料（DVD下北かるた梓組）確定 【DVD】DVD（平成19年度）作成開始
2月6日（水曜日）	【セミナー】パネラー等とのシナリオ調整完了
2月7日（木曜日）	【セミナー】記者発表資料作成
2月8日（金曜日）	【セミナー】記者クラブに資料提供
2月15日（金曜日）	【意見交換会】日時・場所・講師等確定 【意見交換会】参加依頼通知配信 【意見交換会】マップ（平成19年度）完成 【小学生アンケート】アンケート内容等確定 【新聞アンケート】アンケート内容等確定 【セミナー】当日配付資料原稿完成＆確認・手配 【ラリー】マップ（平成19年度）完成（予定）
2月17日（日曜日）	【DVD】DVD（平成19年度）データ完成
2月16～23日	【大学生】「下北観光周遊プラン」提案実態調査（滞在調査）
2月16日	・移動日（東京→下北）
2月17日	・「下北検定」の受検
2月18日	・下北かるた体験ツアー
2月19日	・交流創出事業の実施
2月20日	・交流創出事業の実施
2月21日	・宿泊施設で資料づくり（翌日発表会）
2月22日	・午前：発表会（シンポジウム）：下北 ・午後：下北フォーラムにスタッフとして参加 ・移動日（下北→東京）
2月23日	
2月18～20日	【ラリー】「下北かるた体験ツアー」（首都圏大学生参加）
2月21日（木曜日）	【セミナー】出演者打合せ
2月22日（金曜日）	【協議会】第1回個別打合せ（下北シンポ・セミナー時） 【意見交換会】参加PR（下北シンポ・セミナー時） 【小学生アンケート】かるた完成 【新聞アンケート】進呈内容等確定 【セミナー】下北地域魅力再発見セミナー開催 【セミナー】結果概要作成（意見交換会用） 【大学生】発表会（シンポジウム）：下北
2月29日（金曜日）	【意見交換会】新聞広告アンケートに開催案内掲載

	【小学生アンケ】小学校へ配布
	【新聞アンケ】新聞アンケート記事に掲載
2月下旬～3月上旬	【協議会】第2回個別打合せ（3ヶ所での意見交換会時）
	【意見交換会】直前案内
	【意見交換会】意見交換会（3箇所）開催
	【DVD】アンケート回収・分析（配布から半月程度）
3月7日（金曜日）	【小学生アンケ】回収（配布から1週間）
	【新聞アンケ】回収（掲載から1週間）
	【新聞アンケ】進呈送付開始
3月16日～	【協議会】第3回個別打合せ（首都圏シンポ時）
	【大学生】発表会（シンポジウム）：首都圏
3月中旬	【ラリー】看板（8基）の完成・設置
3月下旬	【全体】成果とりまとめ

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ーク形式で聴取した。

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組みについて、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)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、アンケート等を通し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、『地域活性化の目標（テーマやイメージ、戦略）』を明確にしながら、『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、地元での取組事例の紹介に加え、「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、メディアを通じ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。

5.2.下北地域の活性化にむけた背景と構想（案）

5.2.1.下北地域における活性化の背景

(1)下北地域の現状

今後の下北地域における活性化への取り組みを想定しつつ、下北地域の現状について、強みと弱みについて、以下のように整理した。

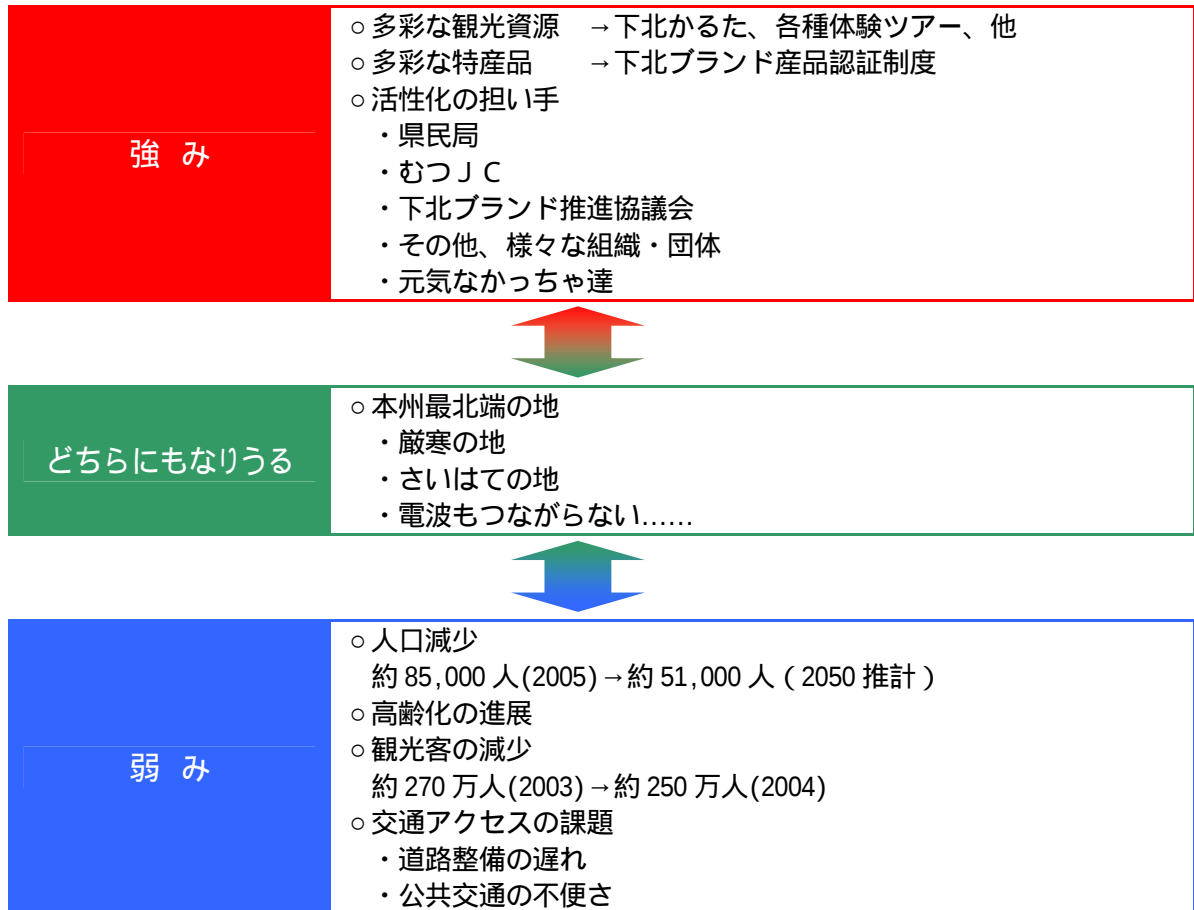


図 下北地域の現状

【来訪者の印象】

今回参加した首都圏学生の意見から読みとれることは、下北地域の第一印象は「最北端（厳寒の地・さいはての地・電波もつながらない.....）」という点である。

このことは、非日常性を演出する上では強みともなり、また不慣れな観光客が戸惑いを感じる点で、弱みともなる。

【下北地域の強み】

下北地域の強みについて整理すると、まず第一に、恐山や大間のマグロなど、全国的にも知られた観光資源が豊富にあることである。

また飲むヨーグルトや、ひば製品など、多彩な特産品があり、これらを地域のブランドとして価値を高め、活用していこうという地域の機運がある。

下北かるたが10年以上も使われ、地域に浸透していることも今後の展開に向けて大きな力となる。むつJCや下北ブランド推進協議会など、下北地域の活性化に向けて、それを支える担い手がいることも大きな強みである。

【下北地域の弱み】

一方で、下北地域の弱みは、人口減少や高齢化の進展、観光客の減少といったことから地域全体の活力が衰退しつつある点である。

しかしこのことは、下北地域に限ったことではなく、今や我が国全体の抱える課題である。

ただし、交通アクセスについては、下北地域は他地域に比べて道路整備が遅れており、公共交通も観光客にとって不便であるため、折角の強みが活かされないまま終わっている可能性がある。

【青函圏のつながり】

強みと弱みと双方に関わる可能性のあるものとして、下北地域は津軽海峡を挟んで、北海道道南地域とも接している。函館と青森は「青函ツインシティ」や「青函インターブロック交流圏構想」の一環として、各種交流を行ってきた。テーマとしては「縄文文化交流」や、ヨットレースなどの「スポーツ交流」が活発に行われてきた。

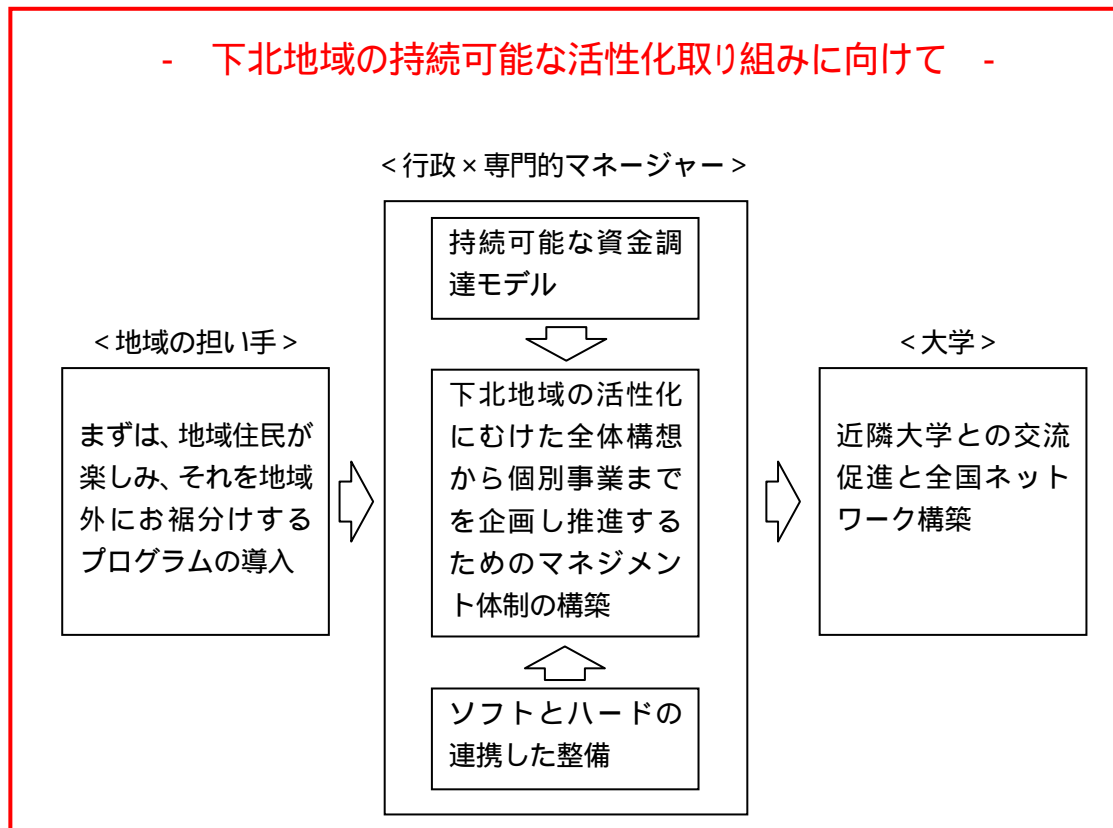
下北地域の中でも特に大間町周辺では、医療などで函館市に依存するところも大きく、生活圏としての密接なつながりを持っているとも言える。また、今は函館市に合併したが、戸井町と大間町（さらに言えば、松前町も）はマグロ漁において、常にお互いを意識しあう関係であると言える。

今後、青函圏のつながりが、半島間の交流にまで波及していくことができれば望ましい。ただし、一方で、イカやホタテなど、下北のブランドは北海道のそれと重なるところがあり、違いを明確に打ち出すことができれば、印象が薄らいでしまう危険性も含まれている。

(2) 下北地域における活性化上の課題

下北地域の「強み」と「弱み」を把握した上で、今後の下北地域の活性化における課題について、平成 19 年度の取り組みを踏まえた、それぞれの担い手の役割の整理とともに考察する。

- 下北地域の持続可能な活性化取り組みに向けて -



地域の担い手の役割

活性化の担い手は、まず第一に、その地域に住む人々である。

第 2 章で整理したように、下北地域には、さまざまな地域の担い手が存在する。

まずは、地域住民自らが楽しめるプログラム、味わえるメニューを創出し、交流を通じて、下北全域に浸透させていくことが必要である。

そのために必要なものは、地域に対する熱い思いであり、その熱い思いを常にお互いに交わし続けることである。

行政×専門的マネージャーの役割

下北地域の活性化の取り組みを実りあるものにするためには、取り組みを持続可能にするための資金調達のためのビジネスモデルの構築や、国や県のハード整備・ソフト整備・各種プロジェクトと上手く連携させていくことなどが必要である。

そのため、下北地域の活性化にむけた全体構想から個別事業までを企画し推進するためのマネジメント体制の構築が必要である。

この体制は行政（国・県・自治体）だけでは実現しないため、専門的マネージャーの力を借りることになるが、仮に個々の人材が流出・異動しても体制としては一貫した役割を果たし続けることができるような仕組みをとることが望ましい。

大学の役割

地域に新たな風を呼び込むためにも大学との連携が不可欠である。

学生の動機づけの仕方が課題であり、まずは近隣大学を中心に交流促進を図り、やがて研究者が研究者を呼び込むような全国ネットワークの構築にも着手していくことが望ましい。

5.2.2. 下北地域活性化構想（案）

(1) 下北地域活性化の長期的構想

下北地域の活性化のためには、様々な担い手の参加・協力が不可欠である。下北地域が1つになって、同じベクトル（方向性）を共有して取り組むことが必要である。

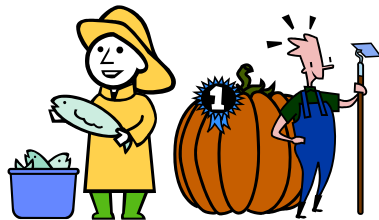
そのために、関係者間で「下北地域活性化の長期構想（案）」を共有化すると共に、取り組みの進展と共にフィードバックを重ねて、より具体的かつ実践的な構想へと進化させていくことが必要である。

下北地域における活性化のテーマと展開方針

）テーマ

下北地域活性化のテーマを「**誇れる下北、満足できる下北**」とし、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。

【居住者】誇れる下北



【滞在者】満足できる下北



）長期的展開方針

下北地域における長期的展開方針を以下の通りとする。

- 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、地域内外の広域的な基礎調査及び、地域内住民相互の交流活動を、継続的かつ段階的に実施する。
- 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）
調査及び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して、さまざまなプロジェクトを個別に企画立案し、実施する。それぞれの個別プロジェクトについて、関係する地域内外の住民や事業者等による組織化を図る。
- 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をさまざまな情報媒体を通じて、地域内外に広く受発信する。

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。



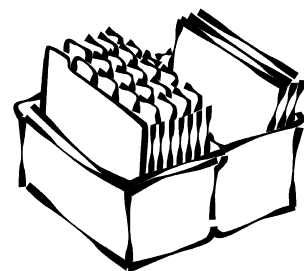
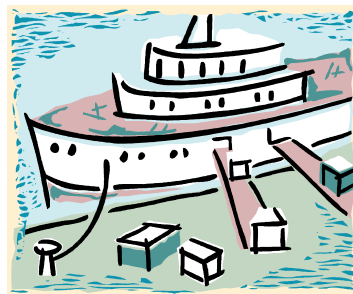
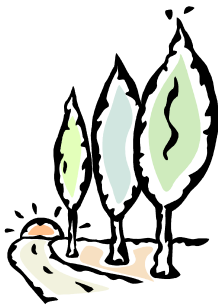
）個別プロジェクト推進会議の設置と開催（適宜）および事業実施

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。



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）

平成 19 年度は地方再生モデルプロジェクトに基づき、以下のことについて取り組んだ。

- 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）

平成 20 年度を「ビジョン策定期」と位置づけ、以下のことに取り組む。

- 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～）

平成 21 年度以降を「個別事業推進期」と位置づけ、以下のことに取り組む。

- 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

(2) 下北地域活性化にむけた当面の取り組みのテーマと方針

当面の取り組みテーマ

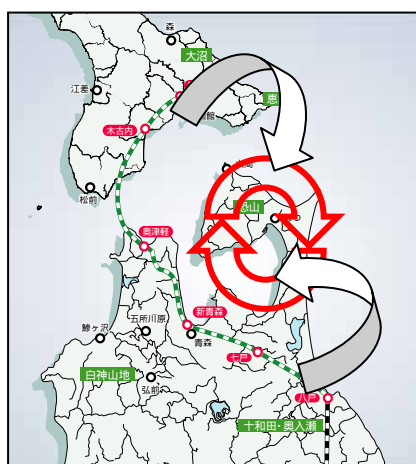
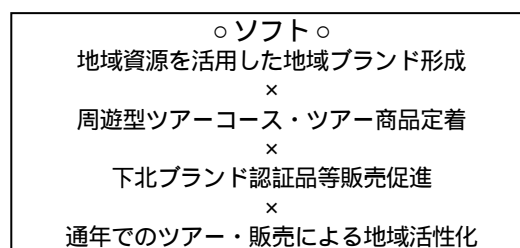
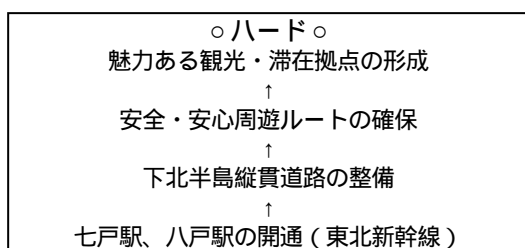
下北地域住民相互の交流と、北東北、青函圏をターゲットにした『下北ツーリズム』の推進

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、青函圏をターゲットにした『下北ツーリズム』を推進する。

- 基本的な目標(下北地域活性化ビジョン) -

- ・北東北～青函圏までを視野においた広域的な観光振興(「下北ツーリズム」の確立)を図る。
- ・また、そのために必要な体制づくりを進め、必要な人材を確保し、それによって地域に新たな雇用を創出する。

○(地域・行政・大学等が連携した)マネジメント体制の構築○



当面の取り組み方針

下北地域における当面の取組方針を以下の通りとし、それぞれの取り組みが有機的に連動し、相乗効果を発揮するように工夫する。

それぞれの取り組み	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	地域の主要な祭り・行事に配慮しつつ、相乗効果を図る。
個別プロジェクトの企画立案と実施	H19 年度プロジェクトの発展的展開を目指す。また、担い手の「顔の見えるプロジェクト」であることを重視する。
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の開始	北東北・青函圏を視野においた連携を重視する。
多様な情報の受発信の開始	北東北・青函圏を視野においた情報受発信を重視する。

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。

目標		評価手法
目標 1	居住者の定住意向の向上と定住者（移住者）の増加	地域住民アンケート
目標 2	観光客の満足評価の向上と観光客（滞在者）の増加	観光客アンケート
目標 3	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	協力店舗を通じたモニタリング
目標 4	構想マネジメント組織の設立による新規雇用の創出	実績をもって評価

(3)下北地域活性化にむけた当面の取り組みの内容

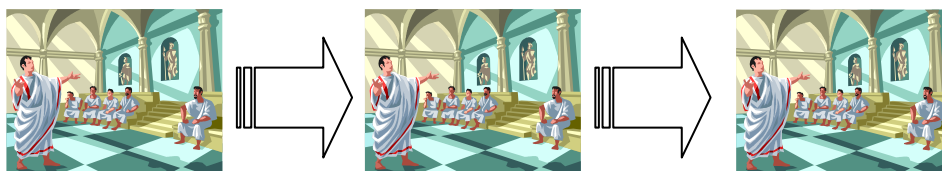
下北地域活性化推進協議会の設置と交流会議の開催

【開催頻度】

- ・年3回（夏・秋・冬）

【開催趣旨・目的】

- ・ビジョン策定を目標とした交流会議を開催（年3回）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○

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

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

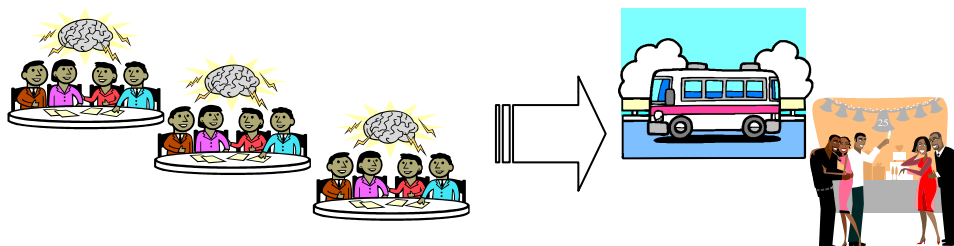
個別プロジェクト推進会議の設置と開催、および事業実施

【開催頻度】

- ・適宜

【開催趣旨・目的】

- ・平成 19 年度の取り組みを継承しつつ、また、その際の意見交換等で生まれたアイデアを実現するため、個別プロジェクトごとの推進会議を設置し、事業実施に向けて取り組む。



【個別プロジェクトのイメージ】

）大学生研究支援プロジェクト

北東北、青函圏、首都圏の大学生の研究支援事業を行う。

）下北ツアー・プロジェクト

）と連携して、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

）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。

）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。

○その他アイデア1 風間浦村「元祖烏賊様レース」との連携

【日時】 平成20年7月（ないし8月）

【場所】 風間浦村下風呂温泉

○その他アイデア2 大間町「大間超マグロ祭り」との連携

【日時】 平成20年10月

【場所】 大間町

○その他アイデア3 むつ市「食の祭典」との連携

【日時】 平成21年1月

【場所】 むつ市



▲烏賊様レース



▲大間超マグロ祭り



▲食の祭典

下北公共事業官民連携会議の設置・開催

【開催頻度】

・年2回（協議会と併催）

【開催趣旨・目的】

・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。

下北地域情報受発信システム構築準備会議の開催

【開催頻度】

・年3回（協議会と併催）

【開催趣旨・目的】

・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。

(4)下北地域活性化にむけた取り組みの体制

下北地域活性化にむけた取り組みの体制は、以下の通りとする。

下北地域活性化推進協議会

- 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。
- 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。

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

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。

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。

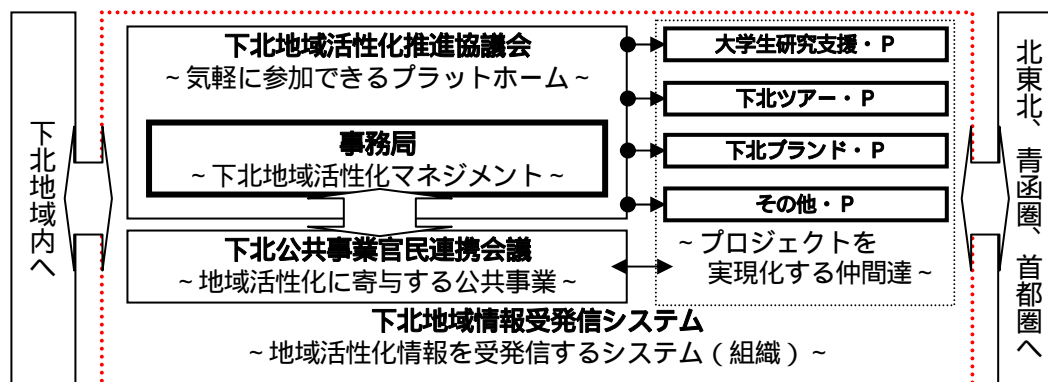


図 下北地域活性化にむけた取り組みの体制

また、それぞれの分野と取り組み体制との関係は、以下の通りとする。

- 行政（国（地方整備局） 県（県民局）及び自治体）

- ・主として「下北公共事業官民連携会議」で中心的な役割を果たす。
- ・他、「下北地域活性化推進協議会およびその事務局」「下北地域情報受発信システム」にも参加する。

- 観光関連、地域活性化関連

- ・主として「下北地域活性化推進協議会およびその事務局」で中心的な役割を果たす。
- ・他、「個別プロジェクト推進会議」「下北公共事業官民連携会議」「下北地域情報受発信システム」にも参加する。

- その他（海上自衛隊、NPO、農協漁協の女性部、その他の任意団体）

- ・主として「個別プロジェクト推進会議」で中心的な役割を果たす。プロジェクトのリーダーは、「下北地域活性化推進協議会の事務局」においても重要な役割を果たす。
- ・他、「下北地域活性化推進協議会」にも参加する。

- 地域情報関係者（フリーペーパー、コミュニティFM、Web、地域情報紙など）

- ・主として「下北地域情報受発信システム」で中心的な役割を果たす。

(5) 下北地域活性化にむけた取り組みプログラム

上記体制を踏まえ、当面の取り組みプログラムを以下に示す。

2008年(平成20年)

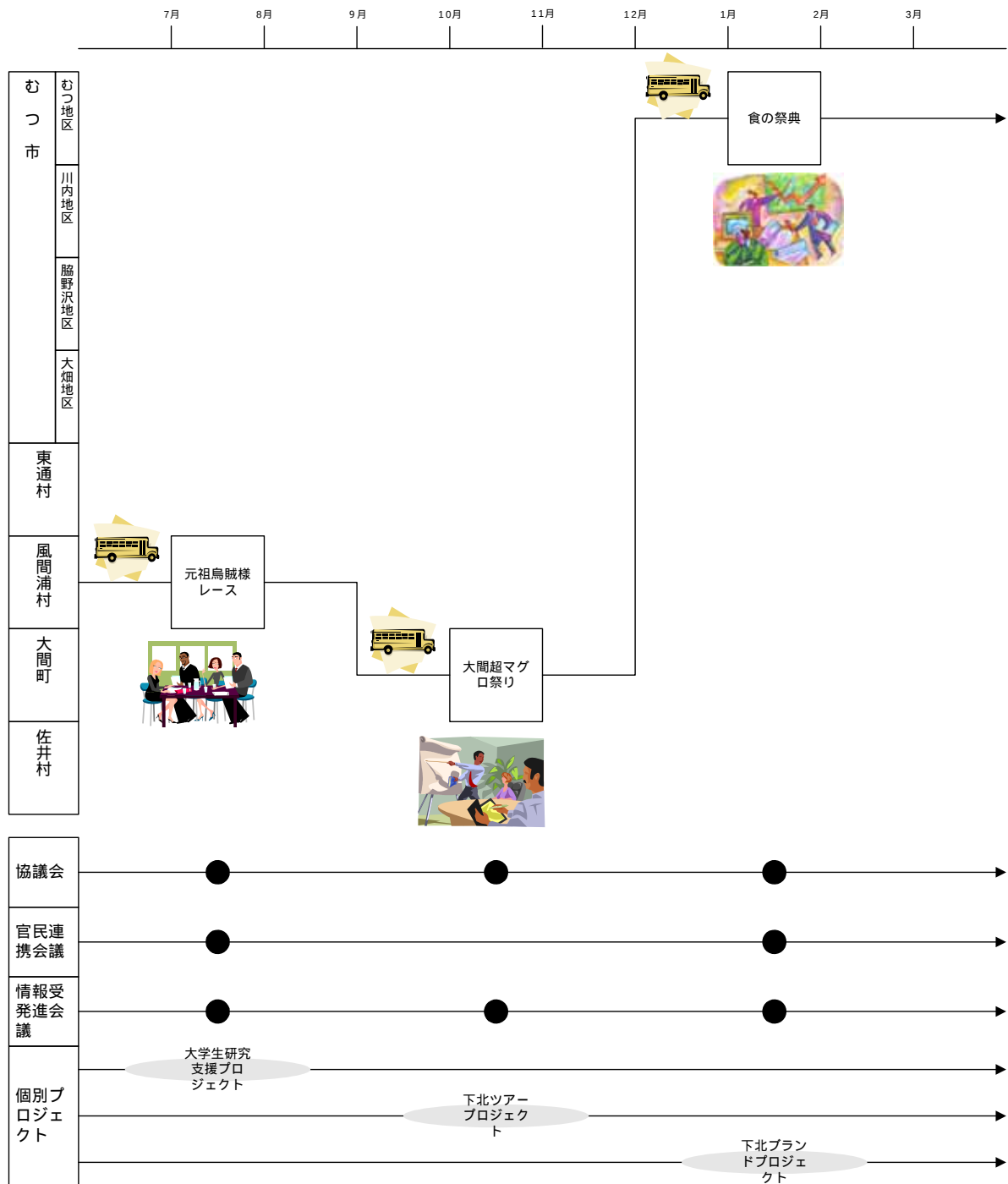
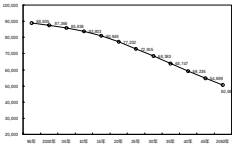


表 下北地域の活性化にむけた背景と構想（案）

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製品】 ○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
--

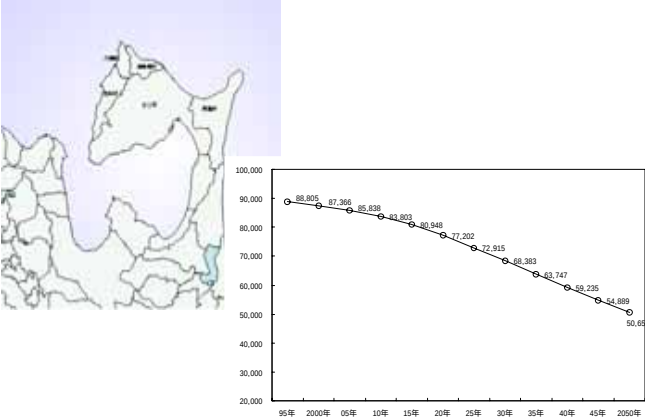
下北地域活性化の長期的構想 1 下北地域における活性化のテーマと方針 1) テーマ：誇れる下北、満足できる下北 ・生活することを“誇り”に思え、滞在することに“満足”できる下北地域づくりを目指す。 2) 長期的展開方針 下北地域住民による継続的・段階的な相互交流活動（広域・長期） ・下北地域における生活の“誇り”と滞在の“満足”をテーマとした地域内住民相互の広域的な基礎調査や相互交流活動を、継続的に、段階的に実施する。 顔の見える個別プロジェクトの企画立案と実施（個別・短期） ・地域内住民相互の交流を通じて共有化された問題意識やアイデアをベースに、関係する地域内外の住民や事業者等による組織化を図りながら、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 【取組方針摸索期】（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。

表 下北地域の活性化にむけた背景と構想（イメージ）

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】



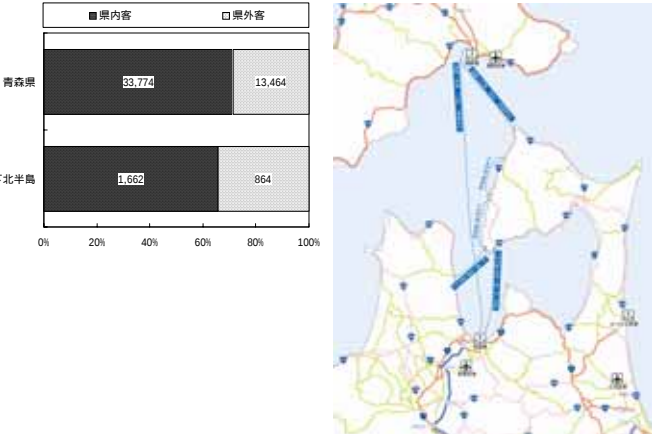
95年 98,805 2000年 97,366 05年 96,838 10年 96,545 15年 96,303 20年 96,061 25年 95,819 30年 95,577 35年 95,335 40年 95,093 45年 94,851 50年 94,609

【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】

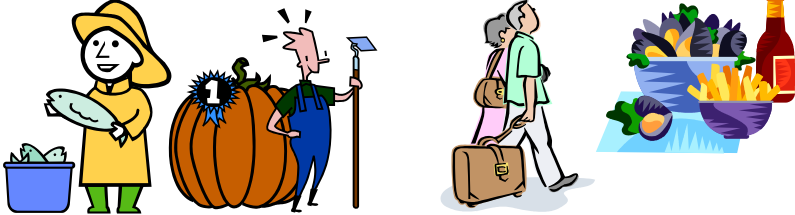
- 下北県民局、市町村などの行政組織
- 観光協会、観光ボランティアガイドなどの観光関連組織
- むつJC、下北ブランド開発推進協議会などの地域活性化関連組織
- あおぞら組（大間町、島さん）やエフエムアジュール（むつ市、山崎さん）などの任意組織や地域活性化リーダー

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

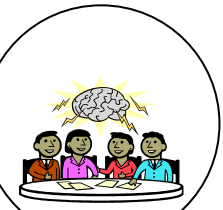


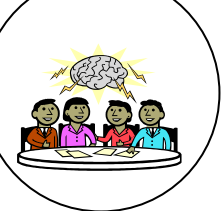
○長期的な姿を実現するための取り組み○

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



○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、大間町で、大間超マクロ祭りを開催する。

例えば、東通村で、田植え餅つき祭りを開催する。

○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>

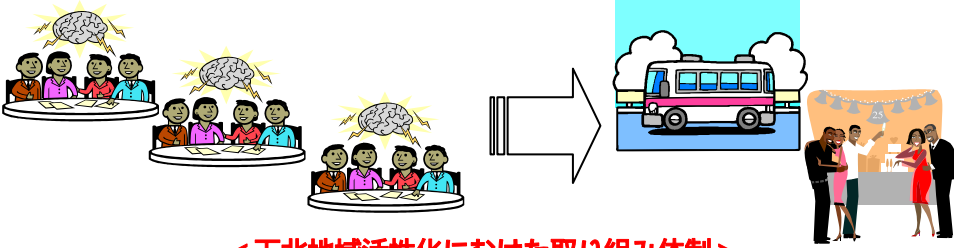
1 下北ツアー・プロジェクト（会議開催とツアー実施）

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>

下北地域活性化推進協議会

～気軽に参加できるプラットフォーム～

事務局

～下北地域活性化マネジメント～

下北公共事業官民連携会議

～地域活性化に寄与する公共事業～

下北地域情報受発信システム

～地域活性化情報を受発信するシステム（組織）～

下北ツアー・P

下北ブランド・P

大学生研究支援・P

その他・P

～プロジェクトを実現化する仲間達～

北東北、青函圏、首都圏へ

178

