

- I 「津軽海峡交流圏」を形成し、「観光圏」、「経済圏」へ発展させるためにやるべき具体的な取組～北海道新幹線開業後の今を、札幌開業後の未来へつなげる～

津軽海峡交流圏形成の鍵は、 ここにある。



津軽海峡交流圏ラムダ作戦会議からの提案です。

青森県と北海道の委員による「津軽海峡交流圏ラムダ作戦会議」の初めての提案です。北海道新幹線開業という大きな転換期が過ぎ去り、津軽海峡交流圏を盛り上げるという視点から、北海道新幹線開業を受け、中長期的な視点での提案が求められています。津軽海峡交流圏を盛り上げるために、皆さんの活動のヒントにしていただけると幸いです。

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

- 平成 29 年度提案……………3 ページ～26 ページ
○これまでの提案と取組状況…………… 27 ページ～43 ページ

■平成29年度提案 目次

提案番号	タイトル	ページ
■圏域内の交流・連携		
1	津軽海峡でつながる 学べる旅 似ているようで違う、違うようで似ている津軽海峡交流圏	5
2	津軽海峡冬景色を楽しもう！「ラムダの宿」による連携	7
3	津軽海峡☆婚活大作戦・「大人の修学旅行」で赤い糸を探そう！	9
■圏域外との交流・連携		
4	世界遺産になる前に「北海道・北東北縄文遺跡群」の観光コースをつくろう	10
5	“津軽海峡”地域カテゴリー・ブランドの確立	12
■体制づくり		
6	函館・青森美食の合同次世代育成プログラム	16
7	津軽海峡交流圏インターンシップ事業	18
8	つながろう、農林水産高校生！！	19
9	あなたを喜ばすためのビジネス創出大作戦～稼ぐ力を持った新たな ビジネスモデルを創出する津軽海峡交流圏版DMO創設へ～	20
■その他		
10	マギユロウやイカール星人等のイメージキャラクターを活用した情報発信	23
11	青森ひばセラピーが牽引する健康ブランド「津軽海峡交流圏」へ！ ～津軽海峡交流圏を滞在交流型ヘルスツーリズムで元気に！	24



【提案 29-1】

津軽海峡でつながる 学べる旅 似ているようで違う、違うようで似ている津軽海峡交流圏

【区分】圏域内の交流・連携

1 はじめに

旅の目的は様々ありますが、ここで注目したいのは、視察や研修を兼ねた旅行です。例えば、同じような取り組みを行っている先進地を訪ね、体験し交流し対話したいという需要は多く、実例として、自家栽培の大豆を使用して味噌をつくり地元で販売する北海道の女性農業者グループが、青森で味噌や豆腐などの加工品を使った郷土料理の店を経営する農業者グループを訪ねて、同業者から学ぶ研修旅行がありました。このグループは、加工所の改修を計画しており、どんな調理器具や設備を導入したらいいのか、費用や使い勝手などを伺いたいというものでした。その他にも、まち歩きガイド研修、地域づくり活動や地域資源を活用したモノづくり、拠点活用事業などの先進地視察なども実例として多いです。

このように、旅に、視察や研修という「学び」の要素を全面に組み込むことで、交流や連携の拡大が期待できます。

また、津軽海峡圏の道南や青森県津軽・下北地方は昔から多くの人やモノが行き来し、深い交流の歴史があり、この地方に住む人々は交流する他の地方の影響を受けながらも、独自の文化や祭り、郷土芸能を育んできました。私たちがこれから津軽海峡圏を形成するにあたり、地域に住む人たちのアイデンティティを尊重し理解することがとても重要です。

幸いにも道南江差には江差追分、津軽には津軽三味線、そして下北佐井村には漁村歌舞伎と言う一見異質にも見える個性豊かな郷土芸能が綿々と継がれています。しかし、この三つの郷土芸能は知名度がありながらも、生で観る機会は意外と少ない状況ですが、この圏域には、江差追分会館、津軽三味線会館、歌舞伎の館という拠点が整備されています。この拠点をつなぎ、先ずはお互いを理解することからはじめたいと思います。

2 提案のねらい

圏域内のあちらこちらで個人やグループの活躍が紹介されており、地元の資源を活用した取り組み事例は身近な話題として、多くの関心が寄せられています。どのように取り組んでいるのかという活動のヒントとなる「学べる旅」を提案することで、圏域内の交流機会が増え、様々な取り組みがますます注目され交流が活発となります。

また、日本のどこにもない津軽海峡交流圏にある独特な文化や郷土芸能の連携は、メンバーの地域への誇りと共通理解を確立することにもなります。

3 今後の取組の方向性

学べる旅プラン（案）を提案します。

- ① ものづくりのヒントを探る（食品や工芸品など）
一緒に取り組む仲間との親睦を図ることができ、販路拡大のヒントとなります。
- ② 拠点を活用した取り組み（蔵、空き店舗活用など）
町内会や商店などが取り組んでいる事例として、みんなが集まる場づくりのヒントとなり

ます。

③ 歴史文化や伝統芸能を保存し継承するための取り組み

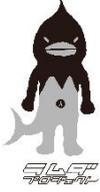
江差町の江差追分会館にて、江差追分、佐井村福浦の漁村歌舞伎、津軽三味線の公演を開催予定です。三つの会館での交流を継続させ、北海道新幹線の札幌延伸を視野に、三つの郷土芸能やこれらの拠点を結ぶルートをつくり、周辺の間はまだ知られていない文化・芸能の発掘も行いたいです。

人口減少にどのように対応していくべきか、この圏域の資源の価値を改めて考える機会となることでしょう。また、こうした「学べる旅」の提案は、旅を贅沢だと遠慮しがちな方々も活用していただけるのではないのでしょうか。

4 おわりに

海でつながる津軽海峡圏。北海道から、津軽や下北に何度も通っていますが、行く度に新たな発見があり魅力ある人たちに出会います。そしてまた、その人に会いたくて訪ねています。外を見ることで自分の足下を再発見します。この地に誇りを持って楽しい交流をして行きましょう。

津軽海峡交流圏民が互いに学び合い、共感し、刺激し合うことで、互いの技や心を知る機会にもつながります。ラムダ作戦会議の委員が圏域内の皆さんの取り組みを紹介しながら、人と地域をつなぐコーディネーター役を担う事ができますので、お声がけください。



【提案 29-2】

津軽海峡冬景色を楽しもう！「ラムダの宿」による連携

【区分】圏域内の交流・連携

1 はじめに

旅を計画する時、まずは宿から決めるという方も多いのではないのでしょうか？ 泊まる場所が決まると、そこを拠点にして、どこでどのくらいの時間がとれるかわかってくるので、旅先で何をしようか、具体的に計画がたてられます。津軽海峡を周遊していただくために、宿泊先を定めたモデルコースを提案する、2か所に滞在した方への特典を設ける等で、旅行者に津軽海峡圏周遊を誘導したいと考えました。

2 提案のねらい

閑散期の冬の旅行者を呼び込むために青森県・道南の宿泊施設が連携して誘客キャンペーンを行なってはいかがでしょうか？

冬季は寒さや積雪等のために青森県も北海道も県外からの旅行者は減少傾向になりますが、クリスマスファンタジー、あおもり灯りと紙のページェントなどの集客のためのイベントもあり、また、冬ならではの味覚、景色などの強みもあります。

それらの強みを活かすために、津軽海峡交流圏の圏民をターゲットに、青森から道南へ、道南から青森への小さな旅を提案したいと思います。この取り組みにより市民レベルでお互いの良さが再認識され、その小さな一歩から相互の連携が強化されていく可能性があると思います。互いの情報を交換、共有できれば、旅の橋渡し役となることも可能だと思われます。

3 今後の取組の方向性

青森県・道南の宿泊施設に「ラムダの宿」として登録をしていただき、それらの宿を拠点にした、冬の津軽海峡圏を楽しむモデルコースを設定し、津軽海峡圏民にPR。モデルコースには各地の体験プログラム、イベントや味覚の情報も盛り込みます。

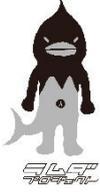
さらに日程を決めて、マギユロウやラムダ作戦会議の委員を宿に派遣し、宿泊者向けのトークショーの開催、双方の特産物を取り入れた料理や地酒・ジュース等飲み物を提供するなどのイベントや特典を設定することも検討できます。

また、半島を巡る、海峡を渡る。インバウンドを含む個人旅行者の増加をみすえ、宿泊施設に限られたエリアをじっくり旅してもらうために、民泊の充実をしてはいかがでしょうか。

4 おわりに

青森県・道南の皆さんにとって、お互いのエリアへの親近感はあるものの、実際に訪れる機会はあまり多くはないのではないかと思います。しかし、青森県・道南に住む人ならば、首都圏の方々が懸念する寒さや積雪への不安も少なく、移動時間も比較的少ないため、興味を沸かせる「しかけ」や交流のきっかけにより、冬季の訪問も可能で、それによりお互いの魅力を再発見できるものと思っています。遠い首都圏から、寒い冬にこの圏域に来てくださいというのは、旅行者にとってはハードルが高いと思いますが、新幹線で1時間、さらに目的となるもの

があれば、冬を楽しむきっかけになると思います。ラムダ委員を活用いただくことで交流を広げることにも可能です。いざ、ディスカバー☆津軽海峡交流圏！



【提案 29-3】

津軽海峡☆婚活大作戦・「大人の修学旅行」で赤い糸を探そう！

【区分】圏域内の交流・連携

1 はじめに

青森市と函館市にはツインシティー（双子都市）提携 20 周年を記念して作られた「赤い糸のモニュメント」があります。これは、太宰治が弟と青森港棧橋から海峡を渡る連絡船を眺めて、運命の女性と結ばれる「赤い糸」について語り合ったエピソードを基に作られたものです。

青森県と道南の人は修学旅行でお互いを訪れた経験を持っている人も多いものの、大人になってからの交流は多くはないように思います。そこで、相互に招待しあう「大人の修学旅行」を通じ、人生のパートナーを見つけてはいかがでしょうか？

2 提案のねらい

地域の課題として掲げられる少子高齢化。独自の婚活イベントを行う自治体も多いですが、津軽海峡圏内では食文化や方言はじめ生活習慣等があまり変わらず、お互いへの親近感がある者同志という意味では親しみやすく、さらに結婚後は帰省時間が短くて済む、高齢の両親も訪れやすいというメリットがあります。

津軽海峡圏内でのカップル誕生は、人口減少が最重要課題となっている昨今、大変意味のあるものと考えます。

3 今後の取組の方向性

修学旅行で青森県を訪ねた道南の独身男女 10 人と、道南を訪ねた青森県の独身男女 10 人を集め、「大人の修学旅行」と題した婚活イベントを各地で 2 回開催！

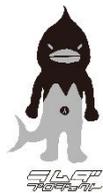
迎える側は、特別編成された観光やプレゼン等のプロの指導を仰ぎながら、来てくれる方々に喜んでもらえる地元での「おもてなし作戦」を検討しつつ、自分をアピールします。

また、「大人の修学旅行」ならではの津軽海峡交流圏の楽しみ方として、この圏域の B 級グルメや日本酒や地ビールなど「食べて呑む」を満喫する旅の提案も行います。ここ数年の日本酒や地ビールへの注目はまだまだ熱く、加えて電車での移動だからこそ「呑む」という楽しみが生まれますので、例えば、八戸駅から新函館北斗駅にいたる新幹線を軸とした旅の提案はいかがでしょうか。

津軽海峡圏での開催により、地元では知り合いがいたら恥ずかしいと婚活イベントへの参加を躊躇する方にも参加しやすいものになるのではないのでしょうか。

4 おわりに

修学旅行で訪れた場所に大人になって行ってみると、学生だった頃を思い出す、現在までの自分を振り返るなどのチャンスにもなります。そんなロケーションで、同様に思い出のある者同志が交流するだけでも楽しいひとときになるのではないのでしょうか？ 婚活イベントとしてはカップル成立が重要ですが、このプランではたとえカップルにならなくても、参加者にとって今後に生かせる良い機会になるものをご提案いたします！



【提案 29-4】 世界遺産になる前に「北海道・北東北縄文遺跡群」の 観光コースをつくろう

【区分】圏域外との交流・連携

1 はじめに

北海道・北東北縄文遺跡群は、世界遺産暫定表に記載されており、世界遺産に向けて文化庁の推薦を目指しています。遺跡群は、北海道、青森県、岩手県、秋田県 17 遺跡で構成されています。

近年、文化遺産の登録は、明治日本の産業革命遺産（岩手県、静岡県、山口県、福岡県、熊本県、長崎県、佐賀県、鹿児島県）、ル・コルビジェの建築作品（東京、ドイツ、アルゼンチン、ベルギー、フランス、インド、スイス）等、各地の資産で構成されています。ただし、登録後、必ずしも一体的な公開等が行われていません。

北海道・北東北縄文遺跡群も、構成遺跡を有する 4 道県が縄文遺跡群世界遺産登録推進本部（事務局：青森県企画政策部世界文化遺産登録推進室）をつくり、世界遺産登録に向けた取り組みを行っていますが、登録後の公開、PR、観光等に向けた取り組みは、それぞれの道県の範囲にとどまっています。



青森県の PR グッズ



北海道渡島振興局の PR グッズ

2 提案のねらい

北海道・北東北縄文遺跡群の世界遺産登録前に、

- ・複数の道県の構成資産を一体的に公開する観光コースを作成します。
- ・キャラクターやデザイン等を統一をはかり、商品開発につなげます。

世界遺産登録後に、互いの遺跡の相乗効果が期待され、リピーターを含め、持続可能な成果が期待されます。

北海道・北東北縄文遺跡群は 4 道県にありますが、当面、日帰りで行き来できる北海道の函館市、青森県を対象とし、双方の遺跡を含む観光コースとします。構成遺跡は大船遺跡（函館市）、垣ノ島遺跡（函館）、三内丸山遺跡（青森市）、小牧野遺跡（青森市）、是川石器時代遺跡（八戸市）、亀ヶ岡石器時代遺跡（つがる市）、大平山元遺跡（外ヶ浜町）等です。

地元では、

観光コースを立案することにより、交通手段やガイド、看板等の課題が明らかになります。

複数の遺跡をつなぐことにより、相互理解が図られ、体験プログラムやガイドの養成等、互いに学び合うことができます。複数の遺跡が連携した旅行会社等へのPR、お土産等の商品開発も考えられます。

3 今後の取組の方向性

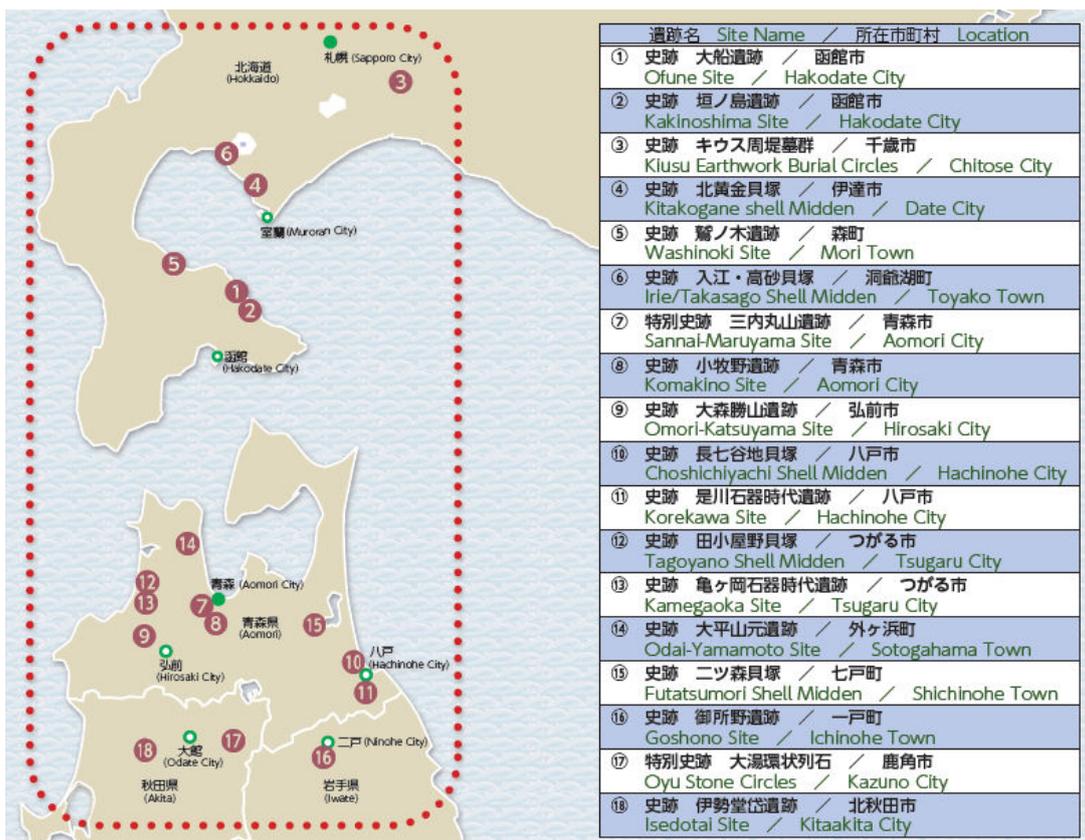
函館市、青森県双方の遺跡を含む観光コースを立案します。様々なルートがありますが、周辺の観光スポットを入れ込んだゴールデンルートを作成します。ターゲットは世界遺産登録後にはじめて縄文遺跡群を訪れる観光客です。

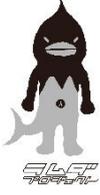
立案時には、旅行会社やバス・レンタカー会社の協力を求めたり、コンテスト形式で公募も良いと思います。

立案後はガイドブックの作成、地元向けの体験ツアー、旅行会社を招いたツアー等を実施します。

4 おわりに

資料 北海道・北東北の縄文遺跡群リーフレットシリーズ（縄文遺跡群世界遺産登録推進本部）





【提案 29-5】

”津軽海峡”地域カテゴリー・ブランド確立

【区分】圏域外の交流・連携

1 はじめに

お客様の目線で訴求することが非常に大切と考えます。

現在、旅行代理店のホームページ等の殆どが、マーケットに対して依然として「北海道」「東北」「関東・甲信越」・・・「九州」「沖縄」など、社会科の教科書のような地域区分でデステイネーションを紹介することが慣例になっています（台湾など訪日旅行を取り扱う海外旅行社も同様の仕分けとなっています）。

昨年の青函DCでは特にJR東日本のお蔭で青森-道南縦断型旅行の魅力が具体的な商品として周知され、他社追従を含めて商品造成数は増えてきましたが、それらがどこに整理されているかというやはり「北海道」或いは「東北」のカテゴリーに入っています。

津軽海峡を周遊（或いは縦断）する魅力を今後も発信し続けようとするなら“その”カテゴリーがあるべきです。出来れば津軽海峡周遊・縦断商品はもとよりこの地域が含まれる商品は全て検索でひっかかる様にすることで、お客様の目が「津軽海峡」に向くこと（周知されること）、そして、津軽海峡を中心に周辺地域をからめた滞在型旅行に興味を持って頂くよう誘導が出来ることが大切ではないかと考えます。

例えば、北海道、青森県ともに東京駅周辺にアンテナショップをもっており、函館市は北海道とは別に東京駅周辺のコンビニの一角にアンテナショップコーナーをもっています。

ただし、青森県の東京駅周辺のアンテナショップは東京・有楽町・新橋駅近くの全国のアンテナショップ多数出店地域から外れており、外観が比較的地味で目立ちません。また、函館市のアンテナショップはコンビニの一角にあるため、函館市のアンテナショップであることがわかりづらくなっています。アンテナショップは地域の情報発信拠点であり、地名に加えて、名産品や観光・移住情報等を知ってもらう必要がありますが、青森県、函館市ともにアピール度が低くなっています。

それぞれの予算の都合があり、単独では難しいですが、力を合わせれば、東京・有楽町・新橋駅近くの全国のアンテナショップ多数出店地域に合同のアンテナショップを持つことができます。

加えて、アンテナショップでは、それぞれの名産品であるスイーツと魚介類のつまみが一緒に販売されており、スイーツのおしゃれなイメージと、魚介類の大漁旗のイメージがまじってしまい、イメージを損ねています。アンテナショップは展示会の常設店なので、スーパーで売られているような安価な商品ではなく、高級感を感じてもらうことが必要です。この問題も、合同でアンテナショップを持ち、コーナーを分けて、什器や飾りつけを工夫することで解決することができます。



青森県のアンテナショップ東京店

函館市のアンテナショップ

※写真はアンテナショップ東京店 HP より



アンテナショップの位置 ※アンテナショップ MAP (特産品情報サイトたくさんとれさん) より

2 提案のねらい

(1) 「津軽海峡」という観光圏の存在を確固たるものにする。

いま、「北海道」と「東北」の間に「津軽海峡」というdestinationカテゴリーを作らないと、今後、アピールするタイミングや材料を失う可能性があると思います。特に、札幌延伸が近づけば近づくほどdestinationは「北海道」で良くなる。で、この地域は「東北」なのか「北海道」なのか不明のまま、“没 Identity”のままの状態です。それでは元の本阿弥。

例えば、函館市と青森県が予算を出し合って、合同でアンテナショップを持つことで、東京、有楽町、新橋駅近くに情報発信の拠点を持つことができます。インバウンド観光客を含め、多くの人を訪れ、全国のアンテナショップが多数出店する地域にあたり、アンテナショップを目的に来る客を呼び込むことができます。また、銀座が近く、銀座のブランドイメージを利用して、アンテナショップで発信する情報のイメージを高級感がある方向に導くことができます。

現在のアンテナショップで、スイーツと魚介類のつまみが並び、互いのイメージを損ねている状況も、コーナーを分けて什器や飾りつけ等に工夫をすることで解決できます。スイーツはおしゃれな「恋人の聖地・ロマンチック海峡」、魚介類は「津軽海峡」の大漁旗のイメージで、函館市と青森県の商品を並べて販売することもでき、相乗効果が期待できます。

観光・移住情報の提供では、函館市と青森県の案内を並べて行うことで周遊観光等につなげることができます。

(2) 「津軽海峡」観光圏のエリアイメージを創造する。

これは様々な分野の方々の知恵が必要です。

いままで、色々な組織で「マップ」が作られてきたと思います。「津軽海峡」エリアが、昔で言うところの“〇〇共和国”みたいな「ひとつの場所」に見えることが大事だと思います。

ベースになるマップの中に、特徴のあるエリアの集合であることを見せた上で、「自然」「文化」「歴史」「遊び」「食」など様々な切り口のレイヤーを重ね合わせてお客様に見せていきます。このエリアが「奥深い」地域であると思えます。本当に奥深いと思うのでお客様には通じるとは思います。まるで日本の〇〇みたい、という言い方もいいかどうかはわかりませんが、この地域を知らないお客様にわかり易い「プレゼンテーション」を考えるのは手だと思います。



(3) 「津軽海峡」観光圏と他の観光エリアと連携する。

観光地同士の連携を進めることで「お客様の取り合い」から「共有」にシフトすることは可能と考えます。今後、国内外ともに観光入込み客数が伸びるとは限りません。魅力ある地域が連動し合い Quality の高いお客様（例えば台湾や中国の富裕層など）に繰り返し訪問してもらえる地域になっていくことは大切と思われます。例えば、季節の違いを生かした連携（夏は北へ逃げる、冬は南に逃げる）、時間差を生かした連携（桜を追いかけて北上する、紅葉を追いかけて南下する）、同時期なのに別世界の連携（北は地吹雪極寒真っ白だけど、南は菜の花畑～2月の房総）・・・など

3 今後の取組の方向性

(1) 「北海道」と「東北」の間に「津軽海峡」というデスティネーションカテゴリーを各旅行代理店に作ってもらう運動を行う。

最初は移行期なので「津軽海峡（あおもり・北東北～函館・みなみ北海道）」などサブタイトルで地域をイメージしやすい言葉を付加すると良いかもしれません。

具体的取組として、函館市と青森県で、東京・有楽町・新橋駅近くに、合同アンテナショップをもちます。

- ・店構えは、高級感のあるイメージの飾りつけにします。
- ・スイーツと魚介類のコーナーを分けて、什器や飾りつけに工夫をします
スイーツは おしゃれな「恋人の聖地・ロマンチック海峡」のイメージ
魚介類は「津軽海峡」の大漁旗のイメージ

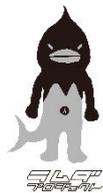
・函館市と青森県の商品を並べて販売し、観光・移住情報の提供も並べて行います。

アンテナショップはもうかりません。情報発信の拠点として、一定程度の費用がかかります。

また、下手にすると逆にイメージを損ねてしまいます。函館市と青森県が互いにメリットがあるかたちで、一緒にできれば良いと思いませんか。

(2) エリアイメージの創造

(3) 告知宣伝、Google などの検索エンジンでの「津軽海峡」の露出を高めていく。



【提案 29-6】

函館・青森美食の合同次世代育成プログラム

【区分】体制づくり

1 はじめに

函館には、美食のまちとして有名なサンセバスチャンで修行をした深谷シェフを中心に、調理人のネットワークがあり、食べ歩き西部地区バル街を実施したり、相互研修のために世界料理学会を行ったりされています。バル街は青森市、弘前市でも行われ、これまでから深谷シェフとのつながりがあります。弘前市では、フランスに修行に出かけて帰ってきた調理人が店を開いた経緯があり、弘前フレンチとも呼ばれています。函館、青森（青森市、弘前市）それぞれに、美食のまちとして雑誌やガイドブック等に取り上げられており、観光にも役立っています。

ただし、最近、調理人の希望者が少なく、次世代の担い手が乏しくなっています。有名な飲食店でも調理人が揃わないためにランチの営業を取りやめたり、シェフが農家に直接向いて食材を選ぶことができなくなったりしています。調理人同士の研修や情報交換へも出かけることが難しくなっています。

調理人の希望者が少なくなっている理由には、修業が厳しいこと、休日に休めず勤務時間が夜にかかること、給料が安いこと等があげられます。これらの問題の根本的な解決はなかなか難しいですが、まわりから、社会的な評価を高め、研修やネットワークを応援していくことができます。



函館西部地区バル街



函館の美食クラブの建物

2 提案のねらい

美食のまち函館・青森を維持していくためには、次世代の育成が必要です。少子化で調理人の希望者が少ない中で、個々の飲食店の努力だけでなく、社会的に応援が必要です。

特に、函館はサン・セバスチャンに学び、バル街をはじめたり、世界美食学会を行っている経緯があり、バル街は青森市、弘前市にも広がっています。弘前市はフランスに研修に出かけて帰ってきた調理人が多く、このためサン・セバスチャンやフランスへの視察研修や長期海外研修への助成をしたいと思えます。視察研修や長期海外研修にあたっては、現在、飲食店を運営して

いるシェフ等の協力、推薦を得て、他ではできない研修プログラムが可能になります。これまでの歴史的な経緯を活かして、それぞれの美食のまちにふさわしい、次世代育成につながれると思います。

3 今後の取組の方向性

調理人の次世代育成に向けて

- ・調理師専門学校の入学生に奨学金を出します（一定期間、該当地域の飲食店で働けば返済免除）

現在の調理人のステップアップに向けて

- ・毎年数人、サンセバスチャン等への視察研修に招待します
サンセバスチャンでの視察研修先の例)
ミシュラン3つ星飲食店、マーケット、町並みやバルの視察
バスク・クリナリーセンター（4年生大学）、美食クラブ（地元住民の料理サークル）等
- ・毎年数人、海外長期研修へ助成をします



ピンチョスが並ぶ飲食店



バスク・クリナリーセンター



マーケット

※写真はサン・セバスチャン観光協会

調理人の社会的な評価を高めるために

- ・毎年数人、有名調理人を表彰して、伝道師に認定します
- ・伝道師によるケーブルテレビ、地方新聞、コミュニティラジオを通じた広報を行います。
- ・当該地区の美食の歴史的経緯をまとめます。

4 おわりに

美食のまちを維持するためには、飲食店の努力だけではなく、まわりの応援が必要です。



【提案 29-7】

津軽海峡交流圏インターンシップ事業

【区分】 体制づくり

1 はじめに

津軽海峡交流圏を盛り上げるためには、圏内で仕事をもち、生活を営む若者を増やすことが求められています。折しも若者の就職活動は売り手市場になり、あこがれの仕事を求め、首都圏等で職を求める若者が多い状況です。いつの時代も、都会は若者のあこがれの地となっています。

しかしながら、圏内ではさまざまな面白い仕事があると、若者たちにきちんと伝えてきたのだろうかという疑問が残ります。

2 提案のねらい

圏内にどのような仕事があるのか、残念ながら、学生たちには伝わっていません。学生たちは就職活動に際して、大手の就職情報サイトを見て、志望企業を決めるからです。圏内にある多くの企業は、就職情報サイトに載らない中小規模の企業が多いのです。

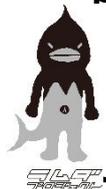
そこで、圏内の企業の良さを圏外の学生に伝えるため、津軽海峡交流圏インターンシップ事業を提案します。

3 今後の取組の方向性

- ・ インターンシップ受け入れ可能な企業の洗い出し（もしくはインターンシップ受け入れのための研修会実施）。
- ・ 特に首都圏の大学の学生へのアピールや受け入れるための方法、費用の検討。
- ・ 首都圏の大学との連携。
- ・ 圏内出身で、圏外の大学に進学した学生へのアピール。
- ・ 首都圏での津軽海峡交流圏インターンシップフェアの開催 など。

4 おわりに

圏内企業の良さを学生たちにアピールできるよ、圏内全体で盛り上げていきましょう。



【提案 29-8】

つながろう、農林水産高校生！！

【区分】体制づくり

1 はじめに

青森県と道南の小学生は修学旅行でお互いの地域を訪れているため、親近感はあるものの、学生同志の交流の機会はなかなか多くはないように思います。

青森県・道南には7校の農業・水産高校がありますが、各校で栽培した農作物や加工品は大変人気があり、五所川原農林高校では津軽鉄道での車内販売も毎回好評です。

農業や水産等、同じことを学ぶ学生同志であれば、より親密な情報交換ができて、さらに連携することにより、青森県・道南の強みのひとつである農林水産業の情報発信力強化にもつながると考えました。

2 提案のねらい

各校で作ったものをエリア外で販売やPRする機会はこれまではなかなかなかったのではないかと思います。相互に出向き、他エリアでの販売体験を通して交流することにより、青森県・道南の農林水産業をアピールできます。

接客の際には自地域の紹介もしてもらうことにし、改めて自分の地域への理解を深めるきっかけづくりとし、自地域の優位性を知ることにより、生徒達の地元への定着化も図ります。

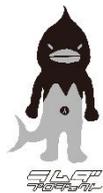
3 今後の取組の方向性

- ①参加校の生徒・先生に集ってもらい、どんな取り組みができるかのワークショップを開催、情報交換しながら交流します。なるべく生徒の意見を取り入れ、自主的に参加してもらえようにはたらきかけます。
- ②津軽鉄道、青い森鉄道、道南いさりび鉄道等で、道南、青森県の学校が複数校一緒に車内販売を実施。鉄道の賑わい創出もあわせて見込みます。
- ③津軽海峡フェリーの船上またはターミナルでの物販・PRイベントを開催。道南、青森県の学校が複数で参加し、あわせて津軽海峡交流圏のPR強化も図ります。

4 おわりに

津軽海峡交流圏の今後を担っていく若い世代の交流・連携こそ、少子高齢化の進む今こそ、必要だと思えます。

「なぜ、津軽海峡交流圏として連携を強めようとしているのか」についても、若い皆さんと一緒に考える機会にできたら、ラムダプロジェクトとして大変大きな一歩になるものと考えます。



【提案 29-9】

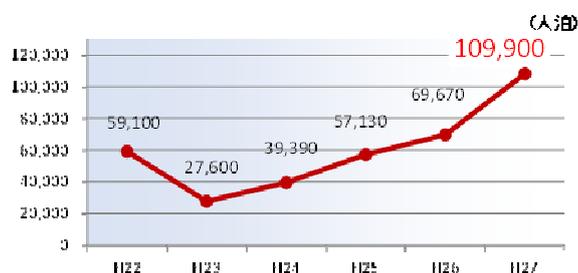
あなたを喜ばすためのビジネス創出大作戦～稼ぐ力を持った新たなビジネスモデルを創出する津軽海峡交流圏版DMO創設へ～

【区分】体制づくり

1 はじめに

シニア層に支えられている国内旅行客の停滞、人口減少に伴う団体旅行客減少への危惧といった課題がある一方で、2020年インバウンド目標は、4000万人。北海道新幹線開業、青森県の進める立体観光の効果、新たな暮らしツーリズムなどの提言もあり、平成27年度の外国人延べ宿泊者数は、10万泊を越え、過去最高を記録、2018年には20万泊を目標に掲げています。東北地方では、大健闘しています。ますますインバウンドの重要性がクローズアップしてきています。

しかし、その受入先である観光産業、特にホテル、旅館、二次交通などは、シニア層の人材に支えられ、高齢化が進み、経営側も雇用側も新たな若手人材が育っていないのが現状です。また、耐震基準に満たない施設が増えてきているなど、ホテル・旅館に対する設備投資が進まず、老朽化も進み、廃業に追い込まれている旅館・ホテルも多くなってきています。



出典:宿泊旅行統計調査(観光庁)

観光DMOの設立が叫ばれ、圏域の地域DMOの役割を果たす地域・団体が観光コンテンツの充実等を推進、健闘しているものの、観光産業の基盤を支える人材育成、リノベーションなどを推進するマーケティング力・資金調達力を持った組織がしていないのが実状です。観光産業全体を支える新たな機能を持つDMO的役割を持ったプロデュース組織が求められているのです。

観光人材の働く場である施設のリノベーション、労働環境の整備、賃金アップなどで圏域の観光産業全体の地位を上げ、滞在時間をより満足させていく新たな価値を旅行者に提供していくことが重要な時期にきています。

これまで、ラムダ作戦会議では様々な提案を行ってきており、地方自治体、民間、団体等で提案の具体化に取り組んできています。その一つ一つの単発のコンテンツはラムダ委員自らのフィールドで実現可能なものであり、ラムダ委員の掟にあるように自らも汗をかきながら取り組んできたものです。今後は、これらのコンテンツを上手く組み合わせ、ビジネスの下地となるものとする仕組みを考えていかなければなりません。

2 提案のねらい

行政と企業が連携し、補助金にたよらない足腰の強い、持続可能な観光産業を支える組織の具現化へ

- 津軽海峡交流圏の観光産業の地位向上と価値創造する組織の具現化
- 観光産業を支える人材の育成と輩出
- リノベーションを推進する旅館・ホテルへのサポート体制の充実（ファンドの創設など）
- 新たな観光産業におけるビジネスの創出
- 津軽海峡交流圏の観光ブランド化

これらの取組は大きく二つに分かれます。地域を活性化させ満足させるものと外から来た人を満足させるもの。ターゲットが違いますが、どちらも満足させる必要があります。ラムダ作戦会議の情報量と戦力があれば、この二つの満足させることができると思います。これからは、ビジネス創出の基盤づくりの実現に向けて進んでいく必要があると考えます。

3 今後の取組の方向性

観光庁の唱える日本版DMOは地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人としています。現在、域内には地域DMO、地域連携DMO的役割を果たす団体、組織は顕在化してきています。しかし、この圏域全体の底上げしていく組織が存在できていないのが現状と考えています。

そこで、例えば、青函DC及び現在のアフターDCの推進母体の事務局を担っていた青森県観光連盟を核とするなどして、以下のステップで新たなDMOを検討していくことが重要と考えます。

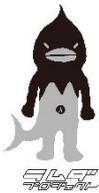
1. 津軽海峡交流圏の観光産業を支える協議会の設立
 - ・圏域の銀行、観光団体、人材派遣会社、旅行会社などの民間企業を巻き込んだ上記ねらいを達成するために必要な協議会の設立
2. 観光産業を支える旅館・ホテル、二次交通などのポテンシャルを調査&ファンドなどの検討
 - ・現状投資が難しいが、可能性の高い観光産業企業を抽出し、地域とも連携しながら、雇用の創出、経済効果の創出、観光産業の育成を目指していく
3. 津軽海峡交流圏をより魅力的にする地域・施設などの抽出～モデル地域選定
4. 圏域の観光産業の地位を高める施策の検討及び観光産業を支える人材の育成・確保
5. 次世代の観光産業を担う経営人材の育成へ（大学との連携）
6. 教育機関と連携し、観光産業の人材の賃金を上げていくための資格などの検討と人材育成
7. マーケティング力による経済効果の創出へ。他地域に拡大へ
8. 旅行商品にこだわらず、新たな観光ビジネスモデルをもった津軽海峡交流圏版DMOの設立へ

4 おわりに

津軽海峡交流圏は、まだまだ訪日外国人に認識されていない魅力ある自然資源、歴史文化資源、食資源などを有しています。それをコンテンツ化することは、圏域で積極的に取り組まれてきています。しかし、観光産業全体をサポートする実行組織が表面化していないのが現状です。

折角、優位性、独自性の高い観光コンテンツが輩出されていっても、10年後、20年後にそれを支える観光産業が低迷していつてしまえば、観光による地方創生を進める圏域にとっては、厳しいでしょう。

そこで、それを支える組織を圏域の行政はもちろん、銀行や企業、そして、大手旅行会社、人材派遣会社などが連携して、マーケティング機能を充実させ、稼ぐ力を地域に拡散していく、司令塔的な組織が求められると考えます。地域資源に魅力があり、可能性の高い津軽海峡交流圏だからこそ、今、新しいビジネスモデルを持った、公共性を担保し、積極的に稼いでいくしくみを持った津軽海峡交流圏版DMOの出現が求められるのではないのでしょうか。



【提案 29-10】

マギユロウやイカール星人等のイメージキャラクターを活用した情報発信

【区分】 その他

1 はじめに

函館市は 2008 年度から 2012 年度までの 5 年間に「函館ブランド映像事業」として、YouTube を活用した PR 活動を行いました。約 100 本制作、YouTube 公開した映像作品の中で、ずば抜けて人気を誇るのが「イカール星人シリーズ」です。高度な CG とくすっと笑える内容は評判を呼び、シリーズ累計で 180 万回以上再生されています。自治体動画の成功事例として、日経新聞 1 面、朝日新聞全国版、NHK「おはよう日本」、全国区のマスコミで数多く紹介されました。さらに、イギリス BBC 放送での特集や、ヨーロッパの映画祭での上映など海外でも話題を呼び、台湾から研究者がリサーチに訪れるなど、世界規模の函館 PR を実現しました。

マギユロウは圏域に於いてでさえ、知名度が低い状況です。また圏域での理解も浸透していません。

また、「ねぶたを観に青森に行くんだけど他に何をすればいい？」よく尋ねられます。近頃は自分で旅の計画をする人が減っているそうです。はとバスの人気からも解ります。手間をかけずに「青森や函館を訪れた時にはどこここに行きましょう。」という指示や情報が求められています。

2 提案のねらい

マギユロウやイカール星人等、この圏域にあるものを活用して、さらにこの圏域を知ってもらう仕掛けが必要です。

- ◆津軽海峡の一体感を、映像を通じて全世界にアピールする
- ◆マギユロウやイカール星人等の知名度アップ

3 今後の取組の方向性

(1) イメージキャラクターアニメのオンエア

圏域の方に、圏域の概念の理解の促進、圏域の素敵なスポットを再認識して頂くための企画として、圏域各所の魅力発信をマギユロウやイカール星人がナビゲートする 1 本 1 分程度の連続アニメを製作し、青森県と北海道の情報 TV 番組内からわずかなタイミングを頂きオンエアさせて頂いてはどうでしょうか。

(2) イメージキャラクター写真集の配布

圏域外の方に、圏域の概念を理解して頂くことと、圏域の訪れるべきスポットを知らしめること、圏域に興味を持って頂くための企画として、私たちは圏域から 20 箇所程度、全国に誇る素敵な場所、土地を選定します。それらを周遊しやすいようにナンバリングします。そのナンバリングの順番に従い、マギユロウとイカール星人と宮本大誠さんが圏域を旅する様子をストーリー仕立てに写真集化します。JR さんや旅行会社さんにご協力頂き圏域外に配布します。※宮本大誠さんは青森高校卒、函館を愛し、東京で映画や TV で活躍している俳優です。この写真集で提案(3)と連動しキャンペーンの告知をするのが得策だと考えます。

(3) 圏域外から圏域を周遊させるキャンペーン企画

圏域外の方に、圏域の概念を理解して頂くことと、圏域の訪れるべきスポットを知らしめること、そして圏域を巡って頂くための企画です。

同時に、県内各地やマギユロウやイカール星人の写真を圏域を訪れた方により SNS にアップされることが期待できます。そして、自治体によるスマホのアプリを利用した誘客の取り組みが全国的に話題になると思います。

また、ウェブを使ったキャンペーンを行います。キャンペーンの期間はラムダプロジェクトが終了する頃までの期間。

『あなたもプロカメラマン！絶景をコンプリートして素敵なプレゼントをゲット！更に篠山紀信が選ぶ最優秀賞者にはマギユロウまたはイカール星人グッズプレゼント！のダブルキャンペーン』

私たちは圏域から 20 箇所程度、いい写真が撮れる撮影場所を選定します。それらを周遊しやすいようにナンバリングし、ウェブ上で公開します。撮影場所とは風景だけのそれではありません。わさおの小屋の前などでもいいんです。

お客様はその撮影場所を訪れます。そこでスマホに無料オリジナルアプリをダウンロードし、緯度経度からドンピシャの「絶景ビューポイント」を探します。探し当てた際にはアプリの詳細指示により、最高の景色をヴァーチャルなマギユロウとの 2 ショットで撮影できます。同時にスマホから文字情報、音声、映像が現れ、その場所の解説を楽しむことが出来ます。また、次の撮影場所への誘導も行います。撮影された写真は主催者に送ることができ、それでこのキャンペーンへのエントリーとなります。

全ての撮影場所を訪れ、撮影写真を送って頂いた方にはマギユロウやイカール星人のクリアファイルなどを差し上げて、更に圏域のファンになってもらいましょう。

後に、送られてきた写真から篠山紀信さんに最優秀賞を選考して頂き、その方にもマギユロウやイカール星人のコースターなどを差し上げて、更に圏域のファンになってもらいましょう。

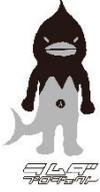
(4) 「マギユロウ+イカール星人×の映像制作」YouTube による全世界 PR

(株)シンプルウェイは、(有)猫乃手堂（函館市）とタッグを組み、コンピューターグラフィックス動画を制作することが可能です。

青森県の皆様のご協力のもと、我々のチームが、全国的にも類を見ない映像を制作します。

↓過去作品の 1 シーン（左）マグルン星人と対峙するイカール星人 （右）八甲田丸が援軍に駆けつける





【提案 29-11】

青森ひばセラピーが牽引する健康ブランド 「津軽海峡交流圏」へ！

【区分】 その他

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『青森ひば林』と近代化遺産『森林鉄道軌道跡』を活用した『奥津軽トレイル』の開発を NPO 法人かなぎ元気倶楽部（五所川原市）が中心となって行ってきました。その津軽の歴史・文化・自然そして、暮らしの物語をつなげる『奥津軽トレイル』は 8 セクション（トレッキングルート）、全長 117km となり、新たな奥津軽の観光資源として、話題を集め、観光客を集めるようになってきています。

この奥津軽トレイルを活用し、この青森ひば林のトレッキングルートを活用した「歩く観光」に留まらず、「健康増進」「癒し」をテーマにしたヘルスツーリズムプログラム開発を推進していきます。

青森県の掲げる「短命県返上！」は、もちろんですが、団塊の世代が後期高齢者に突入することによって医療費が拡大する「2025 年問題」は、津軽海峡交流圏にとって緊急の課題です。健康寿命延伸のために、青森ひば林を活用した森林療法、こちよく歩く運動療法、そして、津軽三味線を活用した音楽療法を取り入れた奥津軽トレイルならではの地域住民を対象にした健康プログラムを具現化していきます。青森県と道南を郷土（ごうど）とする青森ひばの持つ可能性と津軽海峡交流圏の気候や地域資源を活かした健康をテーマにしたプログラムを造成し、津軽海峡交流圏の健康寿命を延伸していくのです。

地域住民が健康になっていく、健康な地域に住民が誇りを抱く、だからこそ、その健康な地域に交流客が訪れ、すべての人が健康になっていく、この流れを作っていくことによって、青森ひばを活用したヘルスツーリズムを推進していきたいと考えています。

そして、さらに青森ひばの存在する下北半島、道南の檜山地方にもこういった健康×交流プログラムを展開していきたいと思えます。

2 提案のねらい

青森ひば林×食文化（健康食）×運動療法（ウォーキング・ストレッチ）×香り×音楽療法などを組み合わせたプログラムを創出することにより、奥津軽トレイル倶楽部を核としたヘルスツーリズムによる新たなヘルスケア産業を創出します。ヘルスツーリズム商品を醸成し、地域住民の参加意欲を高めていくことによって、ロコモ・メタボ・ストレスに対する対策を促し、人口減少の続く五所川原金木町における雇用を創出、また、地域住民が参加し、大学との連携によるコミュニティの活性化、さらに、地域の医療費の削減を目指していきます。

そして、これらのしくみを下北半島、そして檜山地方にも展開していきたいと思えます。

3 今後の取組の方向性

現在、各自治体において医療費抑制は緊急の課題となっており、これら取り組みによって東北の先進事例であるドイツの気候性療法を活用した山形県上市市が県内でもトップクラスだった国民健康保険の医療費が削減できていることを踏まえ、健康教室などの取り組みを行政のア

ウトソーシングとなることで、収益性を高めていきます。

現状、奥津軽トレイルでは山岳ガイドといくトレイル弁当付のプログラム（6,000円/1人）を提供し、参加者が増え、好評を博していることから、それら体験に健康になるというエビデンスを取得し、付加価値をつけ、健康プログラムを指導するセラピストを育成し、ヘルスツーリズム商品を構築し、収益性を高めています。農家民宿にも取り組もうとしているかなぎ元気村での「しつらえ」や「おもてなし」を充実させた拠点にしていくことで、滞在交流型のヘルスツーリズムを具現化し、経済効果を高めています。

また、青森ひばの効能は注目すべき点が多くあるため、健康志向のある奥津軽トレイルによる交流によって、魅力ある青森ひば商品を今後開発し、販売していくことも目指していきます。

さらに奥津軽トレイルの拠点となる「かなぎ元気村」でのカロリー・塩分・PFCバランスに配慮した健康メニューを大学などの管理栄養士とともに開発し、提供できるしくみづくりを行っています。かなぎ元気村では、住民向けの弁当販売なども行っており、それら取り組みを実施していくことで、優位性を獲得していきます。そこでは、青森県が推進している出汁を活用することによる塩分控えめのメニューなども検討します。

このような取り組みを、青森県内の大学と連携し、青森の食文化、そして青森ひばの香り、津軽に育まれた津軽三味線、江差追分などによる音楽療法もプログラムに入れていくことで、健康増進&交流拡大していきたいと考えています。

こういった取り組みが津軽海峡交流圏のそれぞれの地域の実状にあった展開になるモデルとしていきます。

4 おわりに

津軽海峡交流圏は三方を海に囲まれ、美しい山、森、湖を有する自然環境に恵まれた地域です。清浄な空気（冷氣）、水、太陽の光、可視光線、そして温泉などドイツなどヨーロッパで進められている気候療法、海洋療法、森林療法を展開するための地域健康資源が溢れています。

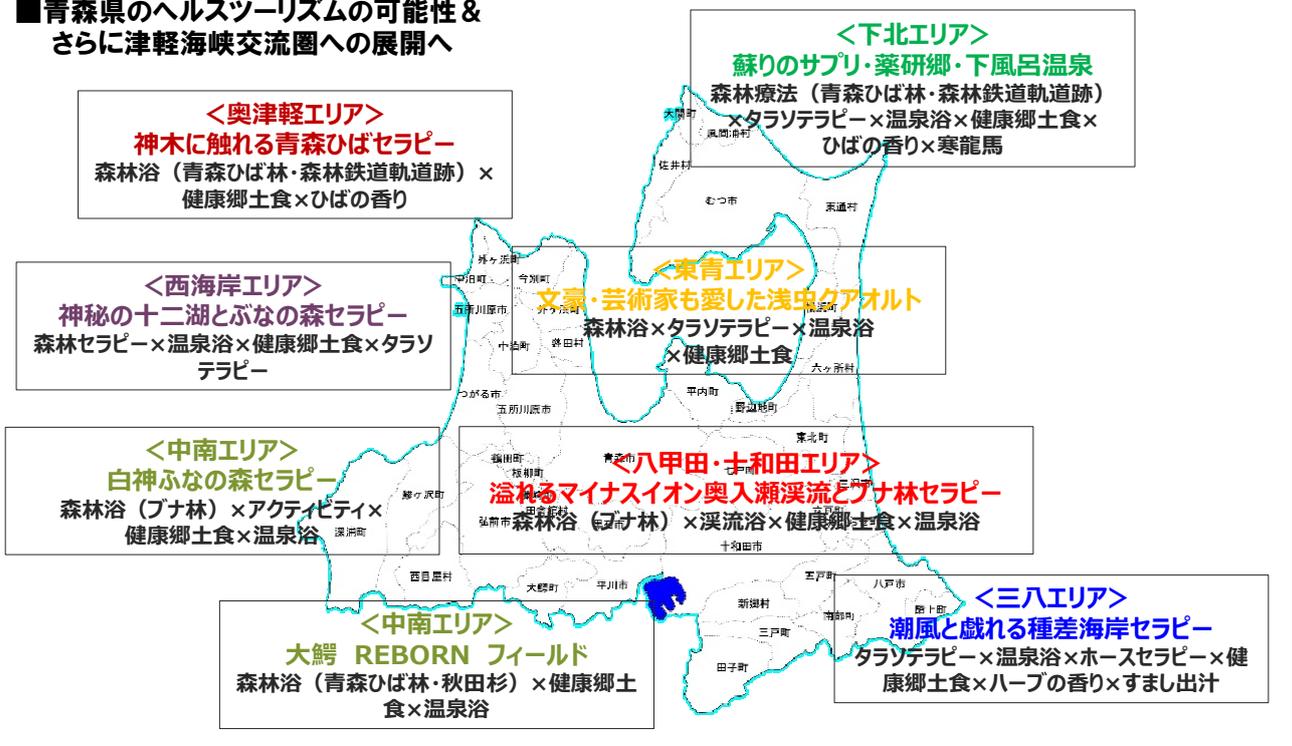
そして、食資源にも恵まれ、健康の3要素である「運動」「栄養」「休養」を充実させるためのプログラムを実施するためには、絶好の地域、可能性を持つ地域なのです。

例えば、大沼公園で実施されているどさんこセラピー、これは、歴史的に馬の産地で知られた南部地方、そして、下北半島の寒立馬などと連携すれば、新たな健康交流コンテンツに繋がっていきます。また、西海岸や種差海岸など美しい海岸線とその景観と温泉を活用したタラソセラピー、白神山地や八甲田、駒ヶ岳などでの森林浴と温泉などまだまだヘルスツーリズムの可能性は拡がると考えられます。まずは、ヘルスツーリズムの牽引役となる地域の出現が今、求められるのです。

ただし、短命県を脱しえないという健康に対する意識が低いのが実状です。地域資源が健康に及ぼす効果に、圏民一人ひとりが気づきを持ち、健康づくりに取り組むことができれば、必ずや短命県返上につながり、交流が生まれ、そこに新たなヘルスケアビジネスが創出され、新たな地方創生の礎となるはずです。



■青森県のヘルスツーリズムの可能性 & さらに津軽海峡交流圏への展開へ



■これまでの提案と取組状況

●これまでの提案と取組状況一覧

通番	テーマ	番号	タイトル	提案年	取組状況	ページ
1	(1)圏域内の交流・連携	1	AOMORI HIBAブランドを牽引する新たなヒバ材を使った商品の世界へ！～津軽海峡圏を青森ひばまるごとミュージアムに！～	28		31
2		2	新幹線に乗っちゃって、在来線にも乗っちゃって！	28	○	31
3		3	津軽海峡ユニバーシティで学ぼう！	28		31
4		4	青森ひばセラピーのススメ～ヘルスツーリズムで津軽海峡圏を元気に！	28		31
5		5	マグ女が勝手に、青函泊覧会(略して、マグ女のセイカン)	27	○	31
6		6	演歌で巡る 津軽海峡圏	27	○	31
7		7	毎日どこかでバトルが勃発する熱い地域・津軽海峡交流圏	26	○	31
8		8	津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド	27	○	32
9		9	自由自在・青森の自然満喫！PARTⅡ～体験編～	27	○	32
10		10	神秘の森に眠る産業近代化遺産の記憶とツーリズムの連携へ	27	○	32
11		11	ショートムービー「ヒバの樹海」の制作・配信	27		32
12		12	これぞ青森！ 青空に近づこうプロジェクト	27	○	32
13		13	青森ひばセラピーのススメ～新たなヘルスケア産業の創出へ～	27	○	32
14		14	どこでも、誰でもできる“おもてなし”地域住民が参加する「おもてなし短冊」で旅行者を熱烈歓迎&地域のおもてなし力向上作戦	27	○	32
15		15	新幹線もいいけど、在来線もね！	27		33
16		16	津軽海峡といえば、マグロだべさ。マグロで徹底バトル！	26	○	33
17		17	圏民ショー！みんなでやれば怖くない。	26	○	33
18		18	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	26		33
19		19	求む！津軽海峡交流圏「鉄旅」プラン	26		33
20		20	トモダチ100人できるかな！	26	○	33
21		21	函青(感性)を活かした海峡ブランド商品づくり	26	○	34
22		22	縄文人は津軽海峡を泳いだの！？	26	○	34
23		23	津軽海峡交流圏のシンボルは何？	26		34
24		24	五感で味わおう奥津軽の自然と風	26	○	34
25		25	クアオルト(健康保養地)づくり 「青森の自然・温泉・食」※「最新ドイツ式ウォーキング」※「健康保養地としての地域づくり」	26		34
26		26	今は短命県だけど！もっと健康になれる青森！	26		35
27		27	もっとエバろう青森県！アオモリセールスマン増産プロジェクト	26	○	35
28		28	絶対的に青森に行きたくなる理由づくりプロジェクト	26	○	35
29		29	フェリーの積極的活用	25	○	35
30		30	「らしさ」を磨こう	26		35
31		31	海峡に着目したイベントの推進	25	○	35
32		32	青森県と道南との交通機関等の連携	25	○	35

通番	テーマ	番号	タイトル	提案年	取組状況	ページ
33	(1)圏域内の交流・連携	33	マグロ女子バトル勃発	25	○	36
34		34	津軽海峡交流圏の地図の制作	25	○	36
35		35	国際競技大会の開催(トライアスロンなど)	25		36
36		36	奥津軽いまべつ駅を「みんなの駅」にする仕掛け	25	○	36
37		37	キャンプで賑わう奥津軽いまべつ駅周辺づくり	25		36
38		38	津軽・下北半島満喫女子グルメライド	25	○	36
39		39	子ども向けテレビ番組の制作(イカール星人VSマグロウ)	25		36
40		40	青森県版聞き書き甲子園の実施	25		36
41	(2)圏域外との交流・連携	1	青森県内を自分のオフィス代わりに！ ～移住でも観光でも企業誘致でもない誘客作戦～	28		36
42		2	待ってるだけじゃ物足りない！友好都市の大連の富裕層にPR/ 販促イベント企画	28		36
43		3	ゴールデンルートと爆買いに飽きたら、津軽海峡を周遊でしょ！ インバウンド・越境EC企画	28		36
44		4	来て！見て！暮らして！ 津軽海峡交流圏ロングホームステイ	27	○	37
45		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～	26		37
46		6	津軽海峡でJ A P A N !	26		37
47	(3)体制づくり	1	津軽海峡で生物境界線を感じよう	26		37
48		2	奥津軽 明日はひとつになろう！	26	○	37
49		3	奥津軽いまべつ駅に降りたくなるわけをみんなで妄想・実現しよう！	26		38
50		4	“青森流遊び心＝青森流幸福論”による観光と物づくり：青森ひばの森と生きる	26		38
51		5	津軽今別駅に特急を臨時停車してもらおう仕掛け	25		38
52		6	津軽海峡を挟んで同世代がつながる仕組み	25	○	38
53		7	世界の海峡圏との連携体制の構築	25		38
54		8	地元民と交流できるマッチングサイトづくり	25		38
55		9	県民が県内を知る仕組み、きっかけづくり	25	○	39
56	(4)その他	1	県内医療機関への先進医療機器の導入	27		39
57		2	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	27		39
58		3	そもそも「津軽海峡交流圏」ってなあに？	26		39
59		4	自由自在、青森の自然満喫！	26		39
60		5	海峡ソングの制作～津軽海峡・冬景色に続け	25		39
61		6	津軽海峡バリアフリーツアーセンター(仮称)の開設	25		39
62		7	ラムダシンボルマークの制作	25	○	40
63		8	船上アウトレットモールの開発	25		40
64		9	新幹線の路線愛称「青函新幹線」の制定	25		40
65		10	津軽海峡交流圏をエリアとした情報誌の制作	25	○	40

通番	テーマ	番号	タイトル	提案年	取組状況	ページ
66	(4)その他	11	奥津軽いまべつ駅の名物づくり	25		40
67		12	奥津軽いまべつ駅を降りた人を徹底的におもてなし	25	○	40
68		13	クアオルト(健康保養地)づくり	25	○	40
69		14	青森ひばで感動づくり	25	○	40
70		15	自然を生かした遊びづくり	25	○	40
71		16	どれがお好み？食のコース対決	25	○	41
72		17	看板だけの美術館	25		41
73		18	+1運動	25		41
74		19	個人移動者をターゲットとした代表的なルートの作成	25	○	41
75		20	津軽V.S南部にそろそろ決着・綱引き大合戦	25		41
76		21	ターゲットを意識した商品開発、プロモーション	25	○	41
77		22	交通アクセスの不便さを楽しみに変える仕掛け	25		41
78		23	鉄道路線毎の体験プログラムの作成・商品化	25	○	42
79		24	100人のよそ者による地元の気づきおこし	25		42
80		25	バス、タクシー、レンタカーを利用しやすくする	25	○	42
81		26	レンタサイクルの充実	25	○	42
82		27	ザ・ご当地グルメ100プロジェクト2020	25	○	42
83		28	古民家活用による宿泊場所の拡大	25		42
84		29	青森らしさを整理するためのポテンシャルブックの作成	25	○	42
85		30	シンボル資源を再認識する場づくり	25	○	42
86		31	県民参加型CM映像等の制作	25		42
87		32	100人以上でワールドカフェミーティング	25		43
88		33	県の政策を積極的にPRする条例の制定	25		43
89		34	青森県版三都物語の提案	25	○	43
90		35	雪プロジェクトの推進	25	○	43
91		36	クルージング等の商品開発	25		43
92		37	作家や文化人を活用した情報発信	25		43

■これまでの提案と取組状況概要

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域内の交流・連携 1	AOMORI HIBAブランドを牽引する新たなヒバ材を使った商品を世界へ！ ～津軽海峡圏を青森ひばまるごとミュージアムに！～	青森ひばと伝統技術や著名な海外ブランドとのコラボレーションなどによりストーリー性のある青森ひばブランドづくりを進め、津軽海峡交流圏全体を青森ひばミュージアムとする。	28		
圏域内の交流・連携 2	新幹線に乗っちゃって、在来線にも乗っちゃって！	鉄道の旅に詳しい人をコンシェルジュに任命し、鉄道の旅の魅力をわかりやすく紹介してもらおうとともに、「学生発ラムダ駅弁(仮称)」開発などで、青森県の魅力を再発見するための在来線を切り口とした鉄道の活用を行う。	28		■⑳青い森鉄道の新たなユーザー獲得事業(企画政策部)
圏域内の交流・連携 3	津軽海峡ユニバーシティで学ぼう！	津軽海峡交流圏にある大学で開催されている大学公開講座を一体感を持った運営により、一般的な観光とは異なる人の流れを創り出し、地域内の交流を活発化する。	28		
圏域内の交流・連携 4	青森ひばセラピーのススメ～ヘルスツーリズムで津軽海峡圏を元気に！	青森ひば林×食文化×温泉×運動療法×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、新たなヘルスケア産業を創出する。	28		
圏域内の交流・連携 5	マグ女が勝手に、青函泊覧会(略して、マグ女のセイカン)	津軽海峡マグロ女子会がそれぞれのフィールドでおもてなし企画を同時多発的に実施。訪れたお客さんがマグロのように津軽海峡圏を回遊してくれるのでは？エリア内の「どこかで」「なにかを」やっているように企画・プログラムを集積することで津軽海峡圏を面の観光エリアにするとともに、マグロ女子の図抜けた発信力・行動力を生かして全国的な話題性づくりを行い、昭和63年の「青函博」のように、いま再び津軽海峡圏の一体感を生み出す。	27	■平成29年10月1日～11月17日、「マグ女のセイカン」博覧会開催。 ■平成28年7月1日～7月10日「マグ女のセイカン」博覧会青函DCスペシャルの先行開催。 ■平成28年10月1日～11月15日、DC終了後の閑散期を盛り上げるため、「津軽海峡マグロ女子会セイカン博覧会」を開催。 ■平成28年6月27日発表、青函の味「駅弁」をマグロ女子会が開発。	■㉑㉒東青・道南地域連携型観光推進事業(東青地域県民局)
圏域内の交流・連携 6	演歌で巡る 津軽海峡圏	津軽海峡圏は数多くの歌の舞台となっており、多くの方に親しまれているとともに、日本を代表する演歌歌手が誕生している。こうした歌の舞台となった風景や歌手のゆかりの地などを巡る旅は全国に発信しやすく、いくつかの歌をつないで津軽海峡圏をめぐることができる。旅行者にとっては、実際に歌手に会えなくても、親戚や友人などから話を聞いたり、行きつけのお店を紹介してもらうことなども旅の楽しみとなる。	27	■平成27年4月23日、観光関係者による現地視察モニターツアー実施 ■平成27年6月23日、一般募集によるツアー実施	
圏域内の交流・連携 7	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。	26	■平成27年10月22日(木古内)及び平成27年11月28日サンロード(青森市)にて、青森県と道南地域のご当地グルメ・方言・ゆるキャラなど、それぞれの魅力をバトル形式でPRし、聴衆に判定してもらったイベントを開催。 ■NHK青森放送局と函館放送局の共同企画として、開業まで一年を切った北海道新幹線がつなぐ青森と道南地域のさまざまな人々を紹介するラジオ番組「青函ラジオ～津軽海峡・春景色2015～」が制作された。	

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域内の交流・連携 8	津軽海峡圏ぐるりゆるりの飲み旅ガイド	道中でお酒を飲めるのは、電車旅の魅力のひとつであることから、酒や特産品の紹介を行うとともに、新幹線を軸とした旅のオスマルートの提案を行う。また、公共交通機関の本数や手段が限られたエリアでは、飲食しながら「ゆるり待つ楽しみ」へと導く発想の転換や、飲食店の有無にかかわらず、自然や情緒ある景色を肴に飲むという方法もある。	27	■平成28年度、青森県と北海道の共同事業により「周遊ガイドブック」を作成。	
圏域内の交流・連携 9	自由自在・青森の自然満喫！PARTⅡ～体験編～	旬の果物・野菜など、青森の魅力的な素材を生かして、自然を満喫できる「自由散策」に「食」に関する体験プログラムを加えることで、地域の新たな発見や地元の人との交流が深まり、訪れた方たちに充実感を持ってもらうことができる。できれば短時間でできるプログラムをたくさん用意し、空いた時間を埋めることができるので、それらをスムーズに体験できるシステムを作り上げる。	27		■(29)28白神山地「選ばれた世界遺産」プロジェクト事業(環境生活部)
圏域内の交流・連携 10	神秘的森に眠る産業近代化遺産の記憶とツーリズムの連携へ	津軽半島に共通する地域DNAは「青森ひばの森」と「旧津軽森林鉄道」の記憶であり、それを地域づくりと効果的に結びつけることで滞在交流型の観光が成り立つと考えている。津軽半島各地に残る森林鉄道の遺構やひばの森をピックアップし、それらの場所を周遊させる手段としてトレイルルートの可能性を調査し、整備していく。	27	■平成25年より、「ガイド養成講座」「おもてなし研修」など奥津軽全域でおもてなしができる、受入ができる体制づくりに取り組み、平成27年度、青森ひば林と森林鉄道軌道跡を舞台としたトレッキングコース全8セクションを設定。	
圏域内の交流・連携 11	ショートムービー「ヒバの樹海」の制作・配信	北海道新幹線の沿線である津軽半島や道南地域や、下北半島にはヒバが多く生息していることから、ヒバの特性を青森に生きる人と重ね、その魅力を引き出すようなショートムービーを作成し、沿線からは見えない自然の美しさをPRするとともに、自然も新幹線の沿線で繋がっているということを青森と道南で生活する人に認識してもらおう。	27		
圏域内の交流・連携 12	これぞ青森！青空に近づこうプロジェクト	指定するエリア全体をブランド化し、そのエリア内では健康的な環境の提供、運動、食を通して意識向上を図ることができるライフスタイルを用意する。 地域住民の健康リテラシーの向上を図ることにより、エリア内での生活・体験が健康リテラシーの向上、健康・美容効果につながっていく。 このモデルが県内全域に波及し、エリアごとに特色のある健康ライフスタイルにつなげる。	27	■種差海岸などでの着地型体験ツアーを実施。	
圏域内の交流・連携 13	青森ひばセラピーのススメ～新たなヘルスケア産業の創出へ～	青森ひば林のトレッキングルートを活用した「健康増進」「癒し」をテーマとしたプログラムを展開し、津軽半島のみならず、下北半島や檜山地方にも展開する。 まずは地域住民が積極的に参加し、青森ひばへの愛着と誇りを持ち、様々な地域から交流客が訪れるという流れを作りたい。食や温泉、運動療法などを組み合わせ合わせたプログラム創出により、新たなヘルスケア産業創出をめざす。	27	■平成27年度「下北自然体験コーディネーター育成塾」において「津軽海峡ヒバサミット」の開催や「蘇りのサブリ」薬研郷』テーマとしてプログラム開発を実施。	
圏域内の交流・連携 14	どこでも、誰でもできる“おもてなし”地域住民が参加する「おもてなし短冊」で旅行者を熱烈歓迎&地域のおもてなし力向上作戦	イベントや大規模な会議などで旅行者が訪れる機会を活用して、駅や商店街などに「おもてなし短冊」を掲示する。 住民が気軽に旅行者のおもてなしに参加できる企画を実施することで、地域のイメージアップにつなげるとともに、住民にとっては今後の“おもてなし”精神を醸成する機会を創出することで、普段から何気なくできる“おもてなし”を定着させ、将来的には“おもてなし”の企画ができるような人材の育成にもつなげる。	27	■平成27年9月の「日本青年会議所全国大会」や10月の「B-1グランプリin十和田」でおもてなし短冊を提示。	

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域内の交流・連携 15	新幹線もいいけど、在来線もね!	青森県には、JR線以外にも私鉄や廃線になった鉄道の列車や駅舎などが保存されるなど、バラエティ豊かな鉄道資源数多くあることから、これらを観光資源として活用し、旅行者の滞在時間を延ばし、県内の飲食・土産物の売上も伸ばす。 「あおり旅鉄・モデルプラン」の一般募集や、「ラムダ駅弁(仮称)」発売などについて検討する。	27		
圏域内の交流・連携 16	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。	26	■平成27年10月22日(木古内)及び平成27年11月28日サンロード(青森市)にて、津軽海峡交流圏PRイベントを開催し、イベント内で、テーマ毎にバトルトークを実施した。	
圏域内の交流・連携 17	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(みんなではっかむり、とにかく列車が通ったら手ふり、乾杯はシールド、雪かき歌・雪かき体操の開発など)。また、出てきたネタを活かして、両エリアの新聞社による記事企画(シリーズ圏民ショー)や、ケンミンショーのパロディー企画(津軽海峡交流圏民ショー)を行う。	26	■平成27年10月22日(木古内)及び平成27年11月28日サンロード(青森市)にて、津軽海峡交流圏PRイベントを開催し、イベント内で、テーマ毎にバトルトークを実施した。	■㉙入(ラムダ)プロジェクト道南連携強化事業(企画政策部) ■㉚入(ラムダ)プロジェクト加速化事業(企画政策部)
圏域内の交流・連携 18	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	学校などの協力を得ながら、子供たちに自分たちの住んでいるところの人・もの・ことの自慢を中心に手紙を書いてもらい、青森県側から道南側の子供たちに届ける。同じように道南の子にも返事を書いてもらい、交流していく。その様子を番組化するとともに、手紙の中にある言葉を拾い集め、歌詞を作る。	26		
圏域内の交流・連携 19	求む! 津軽海峡交流圏「鉄旅」プラン	鉄道ファンの中には、乗るだけでなく、写真を撮る、音を録る、駅弁を楽しむなど、様々な楽しみ方や魅力があることを理解する。 北海道新幹線開業を一つのチャンスと捉え、県内の様々な列車などにも目を向けてもらうような「仕掛け」を作る。 「あなただったらどう旅する? ラムダ旅鉄コンテスト」と題し、津軽海峡交流圏の魅力が感じられる旅のプランを募集して、楽しみ方のアイデアとして県内外にアピールする。	26		
圏域内の交流・連携 20	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。	26	■平成26年9月14日～17日、北海道総合政策部交通政策局新幹線推進室主催の新幹線ドミノ大会に青森大学と弘前大学の学生6名が参加した。 ■平成26年11月、キャンパスコンソーシアム函館が主催する「HAKODATEアカデミックリング2014」に、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムの学生委員会「いしてまい」が参加。	

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域内の交流・連携 21	函青(感性)を活かした海峡ブランド商品づくり	連携による商品開発のイメージとしては、食品・お酒などを中心とした商品開発、地域の有名店などを巻き込んだコラボ商品の開発、産業技術センターの強みを活かした異業種コラボ、ブランド認定基準の作成、マッチング会などの開催が考えられる。 また、連携による商品開発の支援として、ビジネスプランコンテストの開催や金融機関連携を活かした企業支援などが考えられる。 これらの商品は北海道新幹線限定商品としてプレミアム感を出したり、津軽海峡を渡るフェリーで船上見本市を開催し、展示販売を行う。	26	■平成29年2月、青函ブランドの商品開発や販路拡大を目指す「第7回パートナーシップ構築懇談会」開催 ■平成26年11月、ウィーン菓子シュトラウス(青森市)が青函のコラボ商品として、青森市名産のカシスと北海道乳業(函館市)のクリームチーズを組み合わせた「カシスガレット」などを販売。 ■平成26年9月、HAKODATE男爵倶楽部HOTEL & RESORTS(函館市)が白神酒造(弘前市)と共同開発した日本酒を発売。 ■平成26年11月、函館商業高等学校、青森商業高等学校による土産品開発に向けたワークショップを開催。	
圏域内の交流・連携 22	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じ、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、地元の良い文化の再発見も期待。	26		■⑳㉑JOMONムーブメント拡大推進事業(企画政策部)
圏域内の交流・連携 23	津軽海峡交流圏のシンボルは何?	津軽海峡交流圏のシンボルとなる資源は各地域県民局にかなりのレベルで深掘りしたものと考えられることから、それをたたき台にして現状に照らし合わせて絞り込む。 ブラキストン・ライン(津軽海峡線)を前面に出し、動植物だけではなくヒト・モノ・文化で津軽海峡交流圏地図を作成する。	26		
圏域内の交流・連携 24	五感で味わおう奥津軽の自然と風	三厩駅からほど遠くない山間部にある「緑の里みんまや・やすらぎ公園」はキャンプサイトや研修施設等が整っている。これを東側の入口とし、西側の国道竜泊ラインを結ぶ全長約21キロの「ひば峡道」ルートは、青森ひばやブナの巨木にあふれ、数多くの滝があり、奥津軽トレイルの最長ルートとして豊かな半島イメージを五感で味わえる、全国的に通用する場所。 これにより、JR津軽線・海峡線の活性化にもつながる。 今後、ラムダフェスティバルウォークなどが実施できたら面白い。	26	■平成25年より、「ガイド養成講座」おもてなし研修」など奥津軽全域でおもてなしができる、受入ができる体制づくりに取り組み、平成27年度、青森ひば林と森林鉄道軌道跡を舞台としたトレッキングコース全8セクションを設定。	■㉒㉓東青地域アクティビティ推進事業(東青地域県民局)
圏域内の交流・連携 25	クアオルト(健康保養地)づくり「青森の自然・温泉・食」※「最新ドイツ式ウォーキング」※「健康保養地としての地域づくり」	ドイツにおける「クアオルト(療養地・健康保養地)」を先進事例とし、国民の健康志向を受け止める高品質な長期滞在の仕組みを有する地域となる。 活用する地域資源は青森県が要する豊富な森林、三方を海に囲まれ中心部に山地を抱く地形、温泉と陶磁文化、冷涼な気候、清涼な空気、ミネラル分を豊富に含む風、新鮮で豊富な地元食材。また、森林セラピストなどで構成されるガイド組織「あおりくア(健康)ガイド協会」。 上記地域資源を最新ドイツ式健康ウォーキングとしてプログラム化するとともに、必要な施設整備を各地に行う。	26		

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域内の交流・連携 26	今は短命県だけ！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、医学的基盤に基づく健康増進、リラクゼーションに有効な療養・保養プログラムを提供する健康保養地として整理する。 さらに、県内のバリアフリーを進め、高齢者・障害者の移動や観光施設を整えることにより、県民のQOL向上、生きがいつくりのきっかけ、交流人口の増加、滞在時間の拡大を図る。	26		
圏域内の交流・連携 27	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。	26	■平成27年6月、A-project(青森公立大学の学生団体)による「今別レポート」の提案。	■⑳つながる県民もっと拡大事業(企画政策部)
圏域内の交流・連携 28	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。	26		■⑳㉑上北アクティビティ・ブラッシュアップ事業(上北地域県民局)
圏域内の交流・連携 29	フェリーの積極的活用	新幹線だけでなく、大間・函館航路、蟹田・脇野沢航路のフェリーを組み合わせたルートを積極的に周知していく。	25		■⑳㉑航路でつながる津軽海峡交流圏周遊促進事業(企画政策部) ■㉒下北「海の道」の魅力発信事業(下北地域県民局) ■㉓㉔台湾から来さまい下北推進事業(下北地域県民局)
圏域内の交流・連携 30	「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。	26		
圏域内の交流・連携 31	海峡に着目したイベントの推進	津軽海峡を取り囲んだ一つの圏域としての一体感を持たせ、景観、食、歴史文化の個性や魅力を集約する。(海峡を挟んだ半島、岬等のパノラマ景観、釣りレジャー、海草などの健康食品など)	25	■平成26年11月、「あおもり×はこだてマルシェ」が開催された。津軽海峡フェリーの企画で、青森と函館のつながりの輪を広げることを目的にA-FACTORYで開催。	
圏域内の交流・連携 32	青森県と道南との交通機関等の連携	レンタカーの青森・道南のまたがり利用、乗り捨て可能商品の設定や、青森から函館にまたがる周遊バスなどを運行する。	25	■平成29年7月、青森港フェリーターミナルと主要観光地や大学などを結ぶタクシー料金の運賃割引サービス開始。	■㉕㉖津軽海峡交流圏フリーパス構築事業(企画政策部)

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域内の交流・連携 33	マクロ女子バトル勃発	「津軽海峡マクロ女子会プロデュース 大間・函館・松前・津軽の女の戦い、超～おもてなしバトル」を行う。	25	■平成27年10月22日(木古内)及び平成27年11月28日サンロード(青森市)にて、青森県と道南地域のご当地グルメ・方言・ゆるキャラなど、それぞれの魅力をバトル形式でPRし、聴衆に判定してもらうイベントを開催。 ■平成26年3月、「津軽海峡マクロ女子会」が発足。	
圏域内の交流・連携 34	津軽海峡交流圏の地図の制作	本県と道南を中心とした地図を制作する。 例えば、上下左右のない円形の地図、時間距離(連絡船時代、新幹線開通後、将来)でデフォルメした地図などを制作する。また、地元住民や子ども達に津軽海峡交流圏域を描いてもらう北海道との共同コンテストを開催するなど、地図をきっかけとして、様々な世代に津軽海峡交流圏を認知させる。	25		■②⑥北海道新幹線「奥津軽駅」開業プロモーション事業(企画政策部)
圏域内の交流・連携 35	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、インパクトのあるおもてなしを展開する。 まずは、市民マラソンでも良い。	25		
圏域内の交流・連携 36	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に行うなど地域住民の活動拠点とするほか、奥津軽いまべつ駅周辺施設の一口オーナー制度等を実施するなど、奥津軽いまべつ駅に関与する人を増やす仕掛けをする。 また、コミュニティレストランや郷土料理教室など、来訪者も活動に参加できるような場づくりを行う。	25	■平成26年度、奥津軽いまべつ駅の知名度アップを図るため、「駅からサイクリング」お試しツアーを開催。	■⑦北海道新幹線開業カウントダウン事業(企画政策部) ■②⑥北海道新幹線「奥津軽駅」開業プロモーション事業(企画政策部)
圏域内の交流・連携 37	キャンプで賑わう奥津軽いまべつ駅周辺づくり	奥津軽いまべつ駅周辺のキャンプ場等に地元大学のゼミ合宿などを積極的に招致し、住民との交流を促進する。	25		
圏域内の交流・連携 38	津軽・下北半島満喫女子グルメライド	津軽、下北の両半島をめぐる女性を対象としたグルメライドのイベントを定期的に行う。	25	■平成26年7月、青森県サイクル・ツーリズム推進協議会を設立。	■②⑦青函圏サイクル・ツーリズム推進事業(観光国際戦略局) ■②⑥青函圏サイクル・ツーリズム魅力発信事業(観光国際戦略局)
圏域内の交流・連携 39	子ども向けテレビ番組の制作(イカール星人VSマグロウ)	子ども向けのテレビ番組を制作し、道南と青森県で放送する。また、その登場キャラクター数種類を圏域内に出没させる。	25		
圏域内の交流・連携 40	青森県版聞き書き甲子園の実施	学生が、県内の名人・職人を訪ね、知恵や技術を聞き出したものを記録、発表する「青森県版聞き書き甲子園」を実施する。	25		
圏域外との交流・連携 1	青森県内を自分のオフィス代わりに！～移住でも観光でも企業誘致でもない誘客作戦～	首都圏の人の時間と距離の感覚を最大限に生かすとともに、青森県の最高の環境の中でクリエイティブな仕事をしてもらう場づくりを行う。	28		
圏域外との交流・連携 2	待ってるだけじゃ物足りない！友好都市の大連の富裕層にPR/販促イベント企画	中国大連の富裕層に向けたPR企画等により、大連市との経済交流を活発にしている。	28		
圏域外との交流・連携 3	ゴールデンルートと爆買いに飽きたら、津軽海峡を周遊でしょ！インバウンド・越境EC企画	インバウンドの経済効果よりも注目されている越境ECを活用することにより、人と情報の流れを追跡し、青森県の情報発信に役立てる。	28		

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
圏域外との交流・連携 4	来て！見て！暮らして！ 津軽海峡交流圏ロングホームステイ	圏外からの大学生たちが津軽海峡交流圏で過ごす4年間はこのロングホームステイと捉えられることから、この期間内にとことん津軽海峡交流圏の魅力を伝え、ファンにしよう。域外へのアピールとして、仙台や北関東での青森・函館合同大学説明会の開催等を行うとともに、域内の魅力向上事業として、青森と函館の学生との学術的などを行う。	27	■平成27年度の弘前大学「オール青森で取り組む『地域創生人材』育成・定着事業」が文部科学省の「COC+」に採択。	
圏域外との交流・連携 5	MY FIRST AO MORI&HAKO DATE ～初めて訪れる外国人にも日本人にも満足してもらえる「鉄板」コースの設定～	定番メニューの決定に際しては、①ビュースポット(観光地)、②温泉、③食べ物の3つのカテゴリーの素材を抽出し、それらの素材に対して「難易度」を付与する(「定番」「中レベル」「ハイレベル」)。このうち、「定番」の素材を集めたコースを作成し、パッケージ商品として造成し、簡単に購入できるようにする。 パッケージ化することで、特に外国人については、個別の手配が不要になり、利便性が向上。 コースの設定にあたっては、これらの素材を結ぶ二次交通の整備、観光素材の旅行商品、素材化等の作業が必要。	26		
圏域外との交流・連携 6	津軽海峡でJAPAN!	函館イン・アウトの周遊プランを作り、外国人旅行者のエリア内の長期滞在を目指す。 観光プランイメージは、奥津軽いまべつ駅をスタートとし、「ちよびり青森(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。	26		
体制づくり 1	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「プラキストン線」により、青森県を北限とする種や北海道を南限とする種がある中で、長野県山ノ内町にある「地獄谷野猿公苑」では猿が温泉に入る姿が外国人観光客に人気であることから、これを手本に、むつ市の「野猿公苑」などに新たな演出による感動できる仕組みづくりを行うとともに、青森県と北海道の異なる種を比較する周遊型ツアーの造成、津軽海峡を渡る鳥類を観察するツアーの実施、生物のドラマに着眼した情報発信・商品造成を行い、青函地域の一体感の醸成と交流人口拡大を図る。	26		
体制づくり 2	奥津軽 明日はひとつになるろう!	青森ひば林及び森林鉄道軌道跡を活用し、奥津軽トレイルを具現化する。 ルート開発の上で、ガイド養成、二次交通の整備、プラットフォームといった受入体制を整備していく。 ノルディックウォーク、クアオルトを滞在交流プログラムとして取り入れ、健康をテーマとしたコースの充実、情報発信とともに、農家・漁家レストランや民宿などの整備により滞在時間を延長できる体制にする。 また、商店街の空き店舗活用、古民家再生などの受入の仕組みづくりやおみやげ品の開発を進めるとともに、既存の観光施設等との連携による滞在型観光を目指す。 将来的には、廃校などの活用や若手のビジネス起業などのサポートを行うなど、単なる観光ではなく、観光による地域づくりを推進し、奥津軽全域の活性化を図っていく。	26	■平成25年より、「ガイド養成講座」「おもてなし研修」など奥津軽全域でおもてなしができる、受入ができる体制づくりに取り組み、平成27年度、青森ひば林と森林鉄道軌道跡を舞台としたトレッキングコース全8セッションを設定。	

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
体制づくり 3	奥津軽いまべつ駅に降りたくなるわけをみんなで妄想・実現しよう!	奥津軽いまべつ駅の見晴らしの良さを活かして、駅に降りたくなるような動機づけをする。 例えば、田舎館村の田んぼアートについて技術指導や応援を仰ぎながら、駅から見えるところに田んぼアートを完成させ、将来的には田舎館村との周遊コースを酌む。その他、お米を駅利用者に配布したり、期間限定でお弁当販売するなど、ブランドをフル活用する。 この他、「いまべつ牛」を提供できる体制の整備や、レンタサイクルを利用したサイクリングコース、駅から出発する津軽半島の周遊バスなど、地域住民が妄想を共有し、実現に向けた方策を考えるためのワークショップを開催する。	26		
体制づくり 4	“青森流遊び心＝青森流幸福論”による観光と物づくり:青森ひばの森と生きる	①ひばの森林を舞台とする遊び(トレッキング、森林鉄道廃線跡探訪など)の開発と旅行商品化…現在進行中の取組から派生するバリエーションや新規アイデアで旅行商品化するとともに、専門サイトの立ち上げやファミトリップの実施などによるプロモーション、広域的観光団体へのひば専門担当の設置等を行う。 ②ひばの森とともに暮らしてきた津軽半島(下北半島)の人々との生活体験機会の提供…農家民泊、空き家活用により宿泊施設を拡充し、交流機会を創出する。また、農家カフェ・レストランなどでの異文化交流体験等を通じたひばへの興味を喚起する。 ③ひばを素材にした物づくり…商品開発を研究するための施設を設立し、Co-Creationをテーマとしたクリエイティブ空間を創り出す。県外企業の研究開発部門のサテライトオフィス誘致も、この施設を中心に進める。	26		
体制づくり 5	津軽今別駅に特急を臨時停車してもらおう仕掛け	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、臨時停車してもらおうためのイベント等を実施して津軽今別駅への乗降需要を創出する。 (例)DMV(デュアル・モード・ビークル)の導入を視野に入れた津軽半島を周遊できるコースづくり、津軽今別駅を起点としたモデルツアーの実施など	25		
体制づくり 6	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。	25	<ul style="list-style-type: none"> ■平成26年9月14日～17日、北海道総合政策部交通政策局新幹線推進室主催の新幹線ドミノ大会に青森大学と弘前大学の学生6名が参加した。 ■平成26年11月、キャンバスコンソーシアム函館が主催する「HAKODATEアカデミックリング2014」に、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムの学生委員会「いしてまい」が参加。 ■平成25年度、学園都市ひろさき高等教育機関コンソーシアムとキャンバス・コンソーシアム函館が連携。 ■平成26年度、「半島の手仕事」体験プログラム、「半島の遊び」、半島ワークショップなどを行う「津軽でつながる半島のじかん」の開催。 ■平成26年度、佐井村と道南地域との交流・連携を目的とした観光モデルコースを検討。 	<ul style="list-style-type: none"> ■⑳㉑あおもりキャンパスLIFE魅力再発見推進事業(総務部) ■㉒㉓農山漁村でとことん「学び・交流・体験」事業(農山漁村体験留学支援事業「津軽海峡交流編」)(教育庁) ■㉔㉕道南の生徒への青森の魅力発信事業(総務部) ■㉖㉗道南と津軽・夏泊・下北半島との連携促進事業(東青地域県民局)
体制づくり 7	世界の海峡圏との連携体制の構築	ドーバー海峡圏、関門海峡圏などと、姉妹圏の構築・連携を図る。	25		
体制づくり 8	地元民と交流できるマッチングサイトづくり	地元の人と旅行者が交流できるマッチングサイトをつくり、体験した人達が感想などを共有する仕組みをつくる。	25		

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
体制づくり 9	県民が県内を知る仕組み、きっかけづくり	県内事業者や学生間の交流、視察、県内旅行の推奨を図るなど、県民が県内の他の地域を知る仕組みやきっかけづくりに取り組む。	25		■⑳㉔世界に向けた「青森ブランド」発信事業(企画政策部) ■㉕㉖つながる県民プロジェクト事業(企画政策部)
その他 1	県内医療機関への先進医療機器の導入	全国にも数少ない先進医療施設は、その所在地に関わらず全国の患者に求められるものであり、青森県に先進医療機器を導入することは、その治療を求める患者や家族を全国から迎えることができる。また、先進医療機器の導入により、県を訪れる人員の増加だけでなく、健康長寿をめざす青森県にとっても有意義と考える。	27		
その他 2	歌でつなぐ津軽海峡プロジェクト	デジタルが主流の今、あえてアナログな交流を通して心をつなぐプロジェクトとして、子どもたちから集めた手紙やメッセージをもとに、テーマソングを作る。青森側から道南側の子どもたちへ、自分たちの住むところの人・もの・ことの自慢を中心に手紙を書いてもらい、道南の子どもたちにも同じように返事を書いてもらい、それらの手紙の中からいい言葉を拾い集め、歌詞を作る。	27		
その他 3	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、ビカイテ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り、子供たちの未来の交流圏の形が出てくることを期待する。	26		
その他 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。	26		
その他 5	海峡ソングの制作～津軽海峡・冬景色に続け	観光スポットを取り入れたご当地ソングを著名人に作詞・作曲してもらい、歌ってもらう。	25		
その他 6	津軽海峡バリアフリーツアーセンター(仮称)の開設	観光案内所を持つ情報に加えて、各地のバリアフリー情報を個人、旅行会社向けに情報提供する機関を設置する。また、センターからレンタル車椅子の貸し出しを行う。また、障害のある方や高齢の方などそれぞれの立場からの情報をいただき、改めて青森の良さを再発見してもらえるようなバリアフリー情報を整理するとともに、外出が困難な方に合った観光モデルプランをつくり、県外にもPRしていく。	25		

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
その他 7	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・風合いのシンボルパッチを制作し、住民にも普及させる。	25	■平成26年7月、λ(ラムダ)プロジェクトを進め、盛り上げていくためのシンボルキャラクターとして「マギユロウ」を誕生させた。	■ 26 北海道新幹線「奥津軽駅」開業プロモーション事業(企画政策部)
その他 8	船上アウトレット モールの開発	青森・函館を往復するアウトレットショップ満載のフェリーを開発する。	25		
その他 9	新幹線の路線愛称「青函新幹線」の制定	北海道新幹線新青森・新函館北斗間に、愛称をつける。	25		
その他 10	津軽海峡交流圏をエリアとした情報誌の制作	津軽海峡交流圏を一つのエリアとして紹介するよう、旅行情報誌の出版社等に働きかける。	25	■平成26年4月、「街あるきガイドひろさき2014」に函館の情報を掲載。	■ 29 28 東アジア・東南アジア向け青函情報発信事業
その他 11	奥津軽いまべつ 駅の名物づくり	JR九州折尾駅の弁当の立ち売りやJR北海道の函館本線のそば、イカめしの予約販売のように、奥津軽いまべつ駅でしか買えない弁当等を販売するなど、演出も含めた奥津軽いまべつ駅の名物をつくる。 (例)地元食材をふんだんに使用した個数限定、予約制の温かい駅弁など地元住民の昼食としても愛される弁当や、別府駅の「民子の夢弁当」、嘉例川駅の「嘉例川駅弁当」などのような幻の弁当など	25		
その他 12	奥津軽いまべつ 駅を降りた人を徹底的におもてなし	奥津軽いまべつ駅で降りた人に対し、他の地域にはない話題性のあるおもてなし(スタンディングオベーションをする、レッドカーペットを引く等)を行う。	25		■ 26 27 観光おもてなしブラッシュアップ事業(観光国際戦略局)
その他 13	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科学的な基盤に基づく健康増進やリラクゼーションに有効な療養・保養プログラムを提供するクアオルト(健康保養地)をつくる。また、環境への負荷が低い公共交通機関などでつなげることで、優しさをアピールする。 (例)都市生活者向けリフレッシュプログラム&体内リズム調整プログラム/全国の企業・団体健康保険組合加入者向け定期検診と併せた生活改善指導プログラム/健康志向の高い観光客向け保養滞在プログラム/県内生活者向け健康増進・疾病予防プログラム/軽度の心身不調に対応する機能向上・リハビリテーションプログラム/国外からの訪日客向け長期滞在プログラム など	25		■ 27 白神体感自然歩道整備事業(環境生活部)
その他 14	青森ひばで感動 づくり	薬効成分を多く含む、本県の歴史や文化を育んだとも言える「青森ひば」をキーワードとしたコンテンツをつくる。	25	■平成25年度「奥津軽トレイル」の開発を ■平成26年度、「ひば」サミットの開催による下北・津軽・檜山におけるひばの連携。 ■平成26年度、県産ひば材を使った青い森鉄道のキャラクター・モーリーグッズを作成。	
その他 15	自然を生かした 遊びづくり	トレッキング、漁獲体験、川遊びなど、本県ならではの自然を生かした遊びをつくる。	25	■平成26年度、廃校の建物を活用してオープンした「お山のおもしえ学校」で、学校周辺での定期トレッキング(月2回)をはじめ、夏限定の南八甲田キャニオニングプログラム(7月～9月)といった自然体験プログラムを取り扱っている。 ■平成26年7月、マタギをテーマとした資料館をオープン。	■ 29 東青地域冬季観光育成事業(東青地域県民局) ■ 26 上磯地域のグリーン・ブルー・ツーリズム促進支援事業(東青地域県民局) ■ 26 27 体感する小川原湖推進事業(上北地域県民局)

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
その他 16	どれがお好み？ 食のコース対決	県内で獲れるマグロ(大間、深浦、三厩)やウニ(平館、佐井、階上)等の特徴(旬、味、漁獲方法の違い等)を整理するとともに、駅などの起点から食べるまでの魅力的な見どころ、体験を組み込んだコースを設定し、充実度合いを競い合う。	25		<ul style="list-style-type: none"> ■ 26⑦北海道新幹線「奥津軽駅」開業効果に向けた観光拠点化モデル事業(東青地域県民局) ■ 平成26年度～、道の駅たいらだて「Oh! だいば」周辺散策マップ配布(外ヶ浜町)
その他 17	看板だけの美術館	絶景ポイントをそれぞれ一つの作品と考え、名所に絵画の額を付けた看板を設置し、空間自体を一つの美術館と見立てる「自然美術館」をつくる。美術館めぐり=観光地めぐりとなるよう、周遊する動機付けを行う。	25		
その他 18	+1運動	商品を販売する際には必ず一言説明を添えるなど、消費者の納得性を高める取組を推進する。 例えば、シジミの産地として有名なみちの駅ではバスに同乗して十三湖周辺を案内しながら魅力を語るなど、地元案内人によるご当地PRなどを実施している。	25		
その他 19	個人移動者をターゲットとした代表的なルートの作成	主要ターゲットとすべき個人移動者をターゲットとした代表的な(軸となる)青森めぐりルートを作成し、徹底的に紹介する。	25		<ul style="list-style-type: none"> ■ 26⑦北海道新幹線「奥津軽駅」開業に向けた戦略展開事業(東青地域県民局) ■ 26⑦北海道新幹線開業に向けた津軽半島北部エリア観光推進事業(西北地域県民局)
その他 20	津軽V.S南部にそろそろ決着・綱引き大台戦	津軽藩と南部藩の藩境(野辺地)で、両地域の住民による綱引きイベントを実施する。(下北が審判)	25		
その他 21	ターゲットを意識した商品開発、プロモーション	地域、年齢、性別などターゲットを意識した商品開発、プロモーションを行う。	25	<ul style="list-style-type: none"> ■ 平成25年度、JR東日本として青函の旅行商品を作成。 ■ 平成26年度、漁業、農業者とのコラボによる体験ツアー、屋形船で八戸の食、夜景を堪能するツアー、鉄道を活用した体験プログラムによる着地型体験ツアー等を造成。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 29青森ならではのグリーン・ツーリズム確立事業(農林水産部) ■ 29選ばれるあおもりサイクリング推進事業(観光国際戦略局) ■ 29青函周遊観光定着化推進事業ああ8 ■ 29タイ誘客対策強化事業 ■ 29②青函エリア食のプロモーション推進事業(農林水産部) ■ 29⑦グリーン・ツーリズム新規需要創出事業(農林水産部) ■ 29⑦青森県・函館デスティネーションキャンペーン推進事業(観光国際戦略局) ■ 29⑦青函広域観光連携事業(観光国際戦略局) ■ 29⑦東南アジア誘客促進事業(観光国際戦略局) ■ 29青い森鉄道の新たなユーザー獲得事業 ■ 29⑦青函連携「食と観光」タイアップキャンペーン事業(農林水産部) ■ 29⑦観光マインドアップ事業(観光国際戦略局) ■ 29⑦青森県・函館誘客促進プロモーション事業(観光国際戦略局) ■ 29⑦東アジア・ASEAN向け情報番組制作事業(観光国際戦略局) ■ 25②青函広域観光推進事業(観光国際戦略局) ■ 26⑦アレコ青函ソウル共感力創造事業(観光国際戦略局) ■ 25②道南地域からの上北地域誘客促進事業(上北地域県民局) ■ 平成25年度～、旅行エージェンต์へのプロモーション(三沢市)
その他 22	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。	25		

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
その他 23	鉄道路線毎の体験プログラムの作成・商品化	鉄道路線毎に、運行ダイヤを生かした体験プログラム(食、温泉、屋形船、産直列車など)をつくり、商品化につなげる。 (例)県外、首都圏からの来訪者、県内住民が他のエリアを訪れたいくなるような商品づくりや、新幹線の3駅を起点に二次交通を含めた体験プログラムの商品化など	25	■平成25年度、青い森鉄道のプロモーションを実施。	■⑳㉑青い森鉄道が運ぶ沿線魅力戦略事業(企画政策部) ■㉒㉓青い森鉄道新需要創造事業(企画政策部)
その他 24	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ふ他の地域でやったことのないアクションをおこす。そのアクションをシンポジウムや地元メディアなどで取り上げてもらい、地元の人の気づきを促し、商品化につなげる。	25		
その他 25	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。	25		■㉔㉕奥津軽いまべつ駅二次交通運行・利用促進事業(企画政策部) ■㉖㉗奥津軽いまべつ駅二次交通等整備促進事業(企画政策部) ■平成24年度～、七戸十和田奥入瀬シャトルバス運行事業(十和田市、七戸町)
その他 26	レンタサイクルの充実	GPS搭載自転車ナビチャリ、電動アシスト自転車などの貸し出しや、乗り捨て型広域レンタサイクルの導入などにより、自転車を利用しやすい環境をつくる。	25		■平成25年度～、種差海岸らくらくサイクル事業(八戸市)
その他 27	ザ・ご当地グルメ100プロジェクト2020	郷土料理を生まれた背景を含めて整理するとともに、新ご当地グルメを開発するなど、食の魅力の創造に注力する。	25	■平成25年6月に青森県初の新・ご当地グルメとして「深浦マグロステーキ丼」がデビュー。	
その他 28	古民家活用による宿泊場所の拡大	空き家や古民家など既存の不動産を活用し、「暮らすように宿泊できる」新しいタイプの宿泊場所を創出する。 また、地元の方とのふれあいや田舎体験プログラムなど立地を生かしたオプションを設定し、充実した滞在時間を提供する。	25		
その他 29	青森らしさを整理するためのポテンシャルブックの作成	自然、縄文遺跡、北前船、エネルギー、医療機関、大学等高等教育機関、食、方言などの地域の特徴を分析し、青森らしさを整理するためのポテンシャルブックを作成する。	25		■㉘「あおりポテンシャルビュー」構築事業(企画政策部)
その他 30	シンボル資源を再認識する場づくり	取引量日本一のりんごや世界遺産登録を目指す縄文遺跡群など、全国的にも知名度が高く本県のシンボルとも言える資源について、県民が改めてその重要性を認識し、更なる活用を進めていこうなきっかけづくりを行う。	25		■㉙㉚青森県基本計画「青森ブランド」普及促進事業(企画政策部) ■㉛㉜縄文ムーブメント拡大事業(企画政策部) ■㉝㉞白神山地21年目からの保全と活用推進プロジェクト事業(環境生活部) ■㉟白神山地エコツーリズム資源可能性調査事業(環境生活部) ■㊱㊲白神の食めぐり観光促進事業(中津川地域県民局) ■㊳㊴三陸復興国立公園の新たな魅力発信事業(三八地域県民局) ■㊵㊶道南地域からの上北地域誘客促進事業(上北地域県民局) ■平成25年度～、ハクチョウのまち再生(平内町)
その他 31	県民参加型CM映像等の制作	東北新幹線への感謝と北海道新幹線への歓迎の気持ちを県民が表現する映像を撮影し、公表する。	25		

区分・番号	テーマ	内容	提案年	取組状況(ラムダ作戦会議・企業団体等)	取組状況(行政)
その他 32	100人以上で ワールドカフェ ミーティング	あらゆる年齢・職業の方々に、青森県の 元気づくりに取り組むという動機付けをする ため、普段思っていること、感じていること を率直かつポジティブなルールでアウト プットする場をつくる。	25		
その他 33	県の政策を積極 的にPRする条例 の制定	「日本酒で乾杯条例」「乾杯は青森県産 品でお願いします条例」「新幹線を見たら 手を振る条例」「縄文文化を大切にす る条例」などのように、県の政策を効果的にP Rできるような条例を制定する。	25		
その他 34	青森県版三都物 語の提案	青森、弘前、八戸を三都物語(神戸、京 都、大阪)に見立て、「〇〇をしに行くなら 〇〇に行こう」というイメージを定着させ る。 例えば、食や美容、健康などテーマ毎に3 都市をめぐるコースづくりを行い、3都市の イメージをクローズアップするなどし、戦略 的な打ち出し方をする。	25		■平成25年度～、津軽海峡ブランド博開 催事業(青森市、平内町、今別町、外ヶ浜 町、蓬田村)
その他 35	雪プロジェクトの 推進	毎冬、豪雪が全国メディアに取り上げるこ とを利用して、青森の雪成分の優位性(雑 味が少ない、湿度が高いなど)を分析し、 雪の利活用を積極的に行う。	25		■ 28 27雪を逆手に冬を楽しむ中南観光推 進事業
その他 36	クルージング等 の商品開発	夕方発翌朝到着の船(船上パーティ、船 上カジノ)で交流圏を行き来する。	25		
その他 37	作家や文化人を 活用した情報発 信	文化人などを複数人リレー方式で招いて 青森県内を案内し、メディアにとりあげても らう。	25		