

平成24年3月21日

報道機関各位

財団法人 東北活性化研究センター

(協力機関) 一般財団法人 青森地域社会研究所

「津軽半島における地域活性化に関する調査研究」の公表について

財団法人東北活性化研究センター(会長:高橋宏明・東北電力(株)会長)では、「知をつなぎ、地を活かす」を活動理念として、総合的な地域整備や地域・産業活性化に関する調査研究、プロジェクトの発掘・支援などを通じて東北地域の活力向上と持続的な発展に寄与することを旨とし事業活動を展開しております。

当センターでは、青森県の要望を受け、青森銀行グループのシンクタンクである一般財団法人青森地域社会研究所(理事長:浜谷哲)の協力のもと標記の調査研究に取り組みました。

本調査研究は、平成27年度に開業が予定される北海道新幹線奥津軽駅(仮称、今別町)の開業を起爆剤とした津軽半島北部地域の観光振興をテーマとしております。検討に際しては、委員会(委員長 角田周氏 観光カリスマ<sup>※</sup>)を設置すると共に、現地調査や識者インタビューを踏まえた仮説の設定とアンケートによる検証を進め、具体方策を取りまとめました。

報告書では、首都圏在住の中高年層をターゲットに、当該地域のストーリー性のある歴史・文化(奥津軽ロマン)とグルメの訴求が有効であること、函館などの近隣地域との連携が望ましいこと、段階を追った推進体制の確立が必要なことなどを提案しております。

本報告書が、津軽半島における観光振興の端緒となることを期待いたします。

本調査研究の概要については別添のとおりです。報告書全文については、東北活性化研究センターのホームページに掲載予定ですので、そちらもご覧ください。

※『観光カリスマ百選』選定委員会(事務局 内閣府・国土交通省・農林水産省)選定

以上

<添付資料>

- ・調査研究報告書の概要

<お問合せ先>

一般財団法人青森地域社会研究所 担当:竹内(紀)

〒030-0801 青森市新町2-2-7 青銀新町ビル4階

TEL 017-777-1511 FAX 017-735-3417

財団法人東北活性化研究センター 担当:調査研究部 宮曾根・野呂

〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9-10 セントレ東北9階

TEL 022-222-3394 FAX 022-222-3395

URL <http://www.kasseiken.jp>

# 津軽半島における地域活性化に関する調査研究

報告書  
(概要版)

2012年2月

財団法人 東北活性化研究センター

# 目次

## <本編>

■ 本調査研究の概要	3
■ 調査研究体制	4
■ 奥津軽駅(仮称)活用による津軽半島地域活性化 (観光振興)骨子	5
第1部 基本的方向性	6
Ⅰ. 地域資源の発掘	7
Ⅱ. ターゲットとコンセプト	8
Ⅲ. 地域間連携	10
第2部 コンテンツの候補	11
Ⅳ. 奥津軽ロマン(歴史・文化)5つのストーリー	12
Ⅴ. 食鮮・奥津軽プレミアムグルメ	17
Ⅵ. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルート	21
第3部 実践に向けて	26
Ⅶ. 提言	27
Ⅷ. 北海道新幹線 奥津軽駅(仮称)開業までの スケジュール(案)	33

## <参考資料>

■ 首都圏在住識者インタビュー(2011年10月実施)	34
■ 函館商工会議所インタビュー(2011年10月実施)	42
■ 北海道新幹線「奥津軽駅」(仮称)開業に関する アンケート調査	47

## <別紙資料>

□ 別紙1. 奥津軽駅(仮称)周辺エリアの観光資源	
□ 別紙2. 奥津軽駅(仮称)周辺の自然体験型メニュー	
□ 付録 検討の方法論について	

※報告書より抜粋して作成しています。参考資料・別紙資料からはアンケートのみを一部抜粋しています。  
目次は報告書のみを掲載しています。

# 本調査研究の概要

## □ 目的

2015(平成27)年度の北海道新幹線奥津軽駅(仮称)開業を起爆剤とした、津軽半島北部地域の活性化策を検討する。

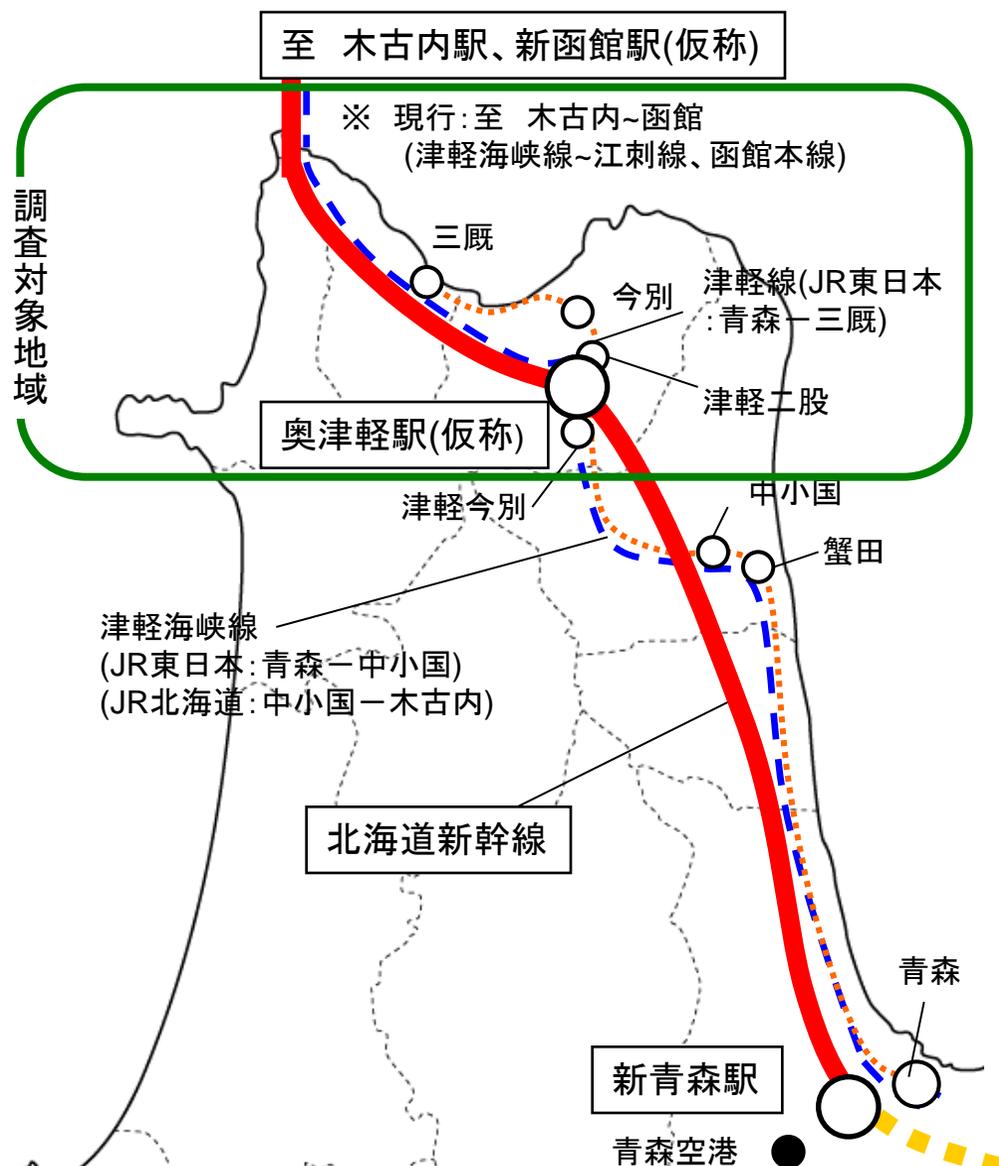
## □ 津軽半島北部地域の現状

- ・ 津軽半島北部地域は、人口減少や高齢化の進行により、青森県内においてもとりわけ地域経済の弱体化が顕著な地域である。
- ・ 当該地域においては、2015(平成27)年度に予定されている奥津軽駅(仮称)開業をチャンスととらえ、地域活性化の具体的方策につなげていくことが是非とも必要である。

## □ 調査対象地域

- ・ 今回の調査研究については、「奥津軽駅」(仮称)立地町の今別町に外ヶ浜町平館地区、三厩地区と中泊町小泊地区を加えた津軽半島北部地域に限定する。

## 奥津軽駅(仮称)の位置と調査対象地域



# 調査研究体制

## □ 調査研究体制

### 津軽半島北部地域活性化検討委員会

#### 【委員】(敬称略)

委員長 角田 周  
観光カリスマ、青森観光デザイン会議代表世話人  
委員 鈴木 雅之 (株)JTB東北青森支店長  
委員 関口 哲雄 (財)東北活性化研究センター専務理事  
委員 工藤 真二 今別町商工会 経営指導員  
委員 杉谷 徹也  
ホテル竜飛 三厩観光開発(株) 常務取締役支配人

#### 【事務局】

財団法人 東北活性化研究センター  
宮曾根 隆 調査研究部長  
野呂 拓生 調査研究部 主任研究員

一般財団法人 青森地域社会研究所  
高山 貢 専務理事  
竹内 紀人 企画統括部長  
谷口 清和 研究員

## □ 委員会開催日

第1回 2011年 7月14日  
第2回 2011年11月10日  
第3回 2012年 1月19日

## □ 本調査研究の位置づけ

本調査は、青森県の要望を受けて行う財団法人東北活性化研究センターの自主研究であり、一般財団法人青森地域社会研究所の協力を得て実施した。

## □ 謝意

青森県、ヒアリング先である函館商工会議所、首都圏識者の方々、アンケート調査にご協力頂いた方々、観光資源等の写真掲載についてご承諾頂いた方々など、お世話になりましたすべての関係者に対しまして、厚く御礼申し上げます。

# 奥津軽駅(仮称)活用による津軽半島地域活性化(観光振興) 骨子

掘り起こせば多くの観光資源(歴史・文化、グルメ、自然)が存在。新幹線新駅の活用を前提とすれば、首都圏等の中高年をターゲットに、当地の歴史・文化とグルメをメインの売りにするのが妥当。また、近くの観光地(西北津軽、函館、下北)との連携が重要。

## 1 基本的方向性

- ・コンセプト案:「ゆったり体感・カスタムメイドの奥津軽ロマン」
- ・ターゲット: 首都圏等遠隔地の中高年
- ・コンテンツ: 歴史・文化+グルメをメインに
- ・近隣の観光地と連携

### 自地域の特徴(観光資源)

- ・有名資源は龍飛崎くらい しかし
- ・ロマンティックな歴史・文化資源、グルメ素材、手つかずの自然あり (2011年6~9月実地調査等)

### ターゲット顧客

- ・新幹線新駅の利用客(所与)
- ・遠隔地の比較的所得の高い層 ⇒ 首都圏等の中高年層 (2011年10月首都圏インタビュー等)

### 近隣の観光地

- ・近くの観光地(西北津軽の太宰 関連、函館、下北)は強力
- ・函館では連携を望む (2011年10月函館商工会議所インタビュー)

## 2 コンテンツの候補

### 【歴史・文化】

次の5テーマは相当のストーリー性あり

- ・義経北行伝説
- ・太宰治「津軽」紀行
- ・徐福伝説
- ・吉田松陰 国防の旅
- ・青函トンネルの歴史

### 【グルメ】

- ・海鮮プレミアム(荒波に育てられた魚介類は圧倒的な品質。市場に出回らない希少品種も)
- ・山海プレミアム・加工品 (山菜、いのしし肉、古代米を使った麺等)

### 【広域的視点を踏まえたモデルコース】

### 【自然】

- ・上記にプラスするサブのコンテンツとして一部取り入れることは可能
- ・新幹線客以外の層(近隣の幅広い層)に別のコンセプトで提供する考え方もある (ただし、投資の優先度は歴史・文化、グルメの次)

## 3 実践に向けて

### 1. コンテンツの充実

- (1) モデルコースの確立
  - ・奥津軽ロマン(歴史・文化)を取り込んだコース設計
  - ・広域観光の需要に応えるコース設計
  - ・モニターツアー実施等によるコースの早期確立
- (2) 統一的な宣伝戦略の推進
  - ・VI(ビジュアル・アイデンティティ)等の戦略

### 2. 受け入れ態勢の整備

- (1) 最低限のインフラ整備
  - ・新駅の付帯設備や観光地の標識の整備
  - ・観光客に適切に対応できる人材の育成
- (2) 二次交通の整備
  - ・レンタカー、レンタサイクル拠点の整備
  - ・DMV(デュアル・モード・ビークル=鉄陸両用車)導入の検討

### 3. 推進体制の確立

- (1) ステップ1: 緩やかな繋がり組織体の形成
- (2) ステップ2: 正式な推進組織の立ち上げ
- (3) ステップ3: 北海道・道南側組織との連携

首都圏中高年を対象にアンケート調査(2012年1月実施)  
・基本的方向性の検証 ・モデルコースの具体設計等への示唆

## 第1部 基本的方向性

津軽半島北部地域には当初の想定以上に、素晴らしい素材があまり知られないままに埋もれている。

### 1. 歴史・文化

歴史や文化のバックグラウンドを持ち、ストーリー性に富んだスポットが点在している。

- ・ 義経北行伝説に関わる資源  
(義経寺、既石など)
- ・ 太宰治に関わる資源  
(旧奥谷旅館、小説「津軽」の像など)
- ・ 徐福伝説に関わる資源  
(日本最北の徐福像、権現崎など)
- ・ 吉田松陰に関わる資源  
(みちのく松陰道、平館台場など)
- ・ 青函トンネルに関わる資源  
(青函トンネル記念館、あじさいロードなど)

### 2. グルメ

海鮮素材を中心に一級品が豊富で、なかなか市場に出回らない珍しい食材も多い。地元ならではの食文化もある。

- ・ 多種多様な高品質海鮮素材  
(海峡マグロ、ウニ、ヒラメなど)
- ・ 漁師町ならではのレア素材もある  
(オニカサゴ、ドンコなど)
- ・ その他の山海プレミアムおよび加工品  
(山菜、特産品、加工品)  
(ミズ、若生おにぎり、紫麺、エメラルドモズクなど)

### 3. 自然

素朴で安らげる手付かずの自然景観やフィールドが残されている。

(小泊十二景、津軽山地、今別川など)

※調査対象地域の各種資源は別紙1を参照

## Ⅱ. ターゲットとコンセプト

「首都圏等の中高年層」に「奥津軽ロマン(歴史・文化)とグルメ」を売る

### 1. ターゲットの絞り込み

調査の前提条件、インタビュー結果、奥津軽および青森県観光を取り巻く条件から、以下の層がターゲットとなる。

- ・新幹線「奥津軽駅」の利用客
- ・中高年の首都圏客
- ・特に旅慣れた富裕層

【根拠】

#### (1) 所与の条件

○新幹線新駅「奥津軽駅」を活用した振興策

#### (2) 首都圏インタビュー

「東北新幹線の新青森駅キャンペーンなどで、青森県が近くなったと感じている(首都圏の)人が多い」

「新幹線駅の活用を前提とすれば、地域は東日本中心で、首都圏が最大のターゲット」

「想定される具体的な観光客像は、おおむね中高年富裕層。すでに国内外の旅行をある程度経験した、時間と経済力と体力のある中高年」

### 2. コンセプトの明確化

地域資源の内容と想定されるターゲットを照らし合わせ、「首都圏等の中高年層」に「奥津軽ロマン(歴史・文化)とグルメ」を売っていく事が妥当であると判断。

観光振興のコンセプト(案)は

「ゆったり体感、カスタムメイドの奥津軽ロマン」

とした。

なお、「Ⅰ. 地域資源の発掘」で確認した3種類の資源のうち、「自然」は今回のターゲットを考える中では、メインに据えることは難しい。サブコンテンツとして一部有効に組み合わせられる可能性はある。

また、今回とは別のコンセプト(例:「奥津軽の自然満喫!」)で、県内客を中心とした近隣の幅広い層に提供することが考えられるが、投資の優先度は低い。

※ 首都圏識者インタビューより

「全国的に著名な鹿児島県の自然体験イベントでも、参加者の8割がたは県内客である」

※ 自然体験型メニューについては、別紙2を参照

# (参考) 青森県を訪れる県外客の特徴

青森県を訪れる県外客は50～60歳代が半数。  
居住地は関東+東京が4割弱で、利用交通機関は新幹線がトップ。  
観光時の構成メンバーは2～4人のグループが7割。

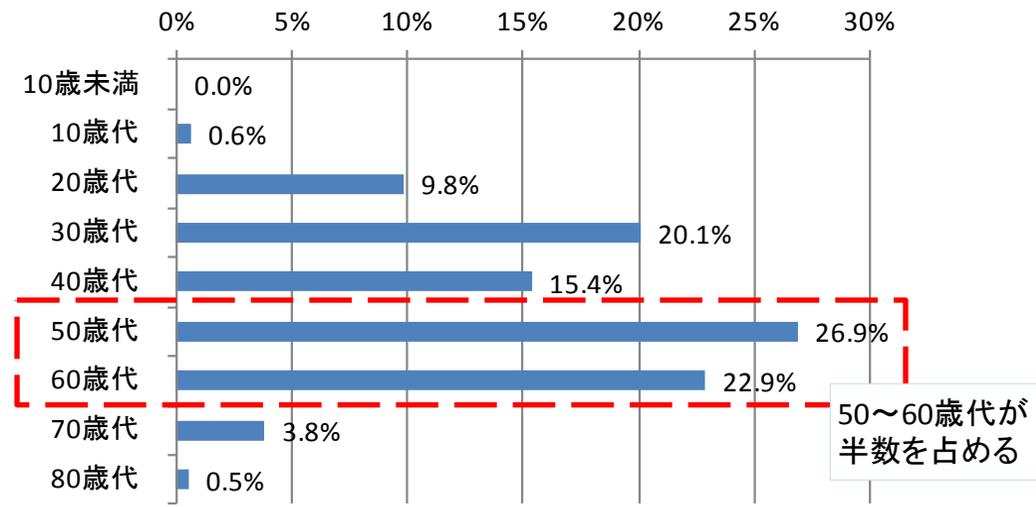
## ■青森県を訪れる県外客の特徴

(青森県「平成22年青森県観光入込客統計」パラメータ調査\*より)

### (県外客の傾向)

- ①年齢層は、1位が50歳代で26.9%、2位が60歳代で22.9%  
50～60歳代として見ると、約5割を占める。
- ②県外客の居住地の上位は、順に、  
関東(23.4%)、秋田(14.9%)、岩手(14.2%)、東京(12.7%)  
「関東+東京」として見ると、県外客の4割弱を占める。
- ③「関東+東京」から訪問に利用した交通機関は  
新幹線がトップで、約4割(41.4%)の利用率。

青森観光(県外客)の年齢層



(パラメータ調査とは)

2010年度より定められた、国主導の観光統計共通基準に従って実施された調査。  
 今回の調査期間は、2010年4月から12月。期間内の四半期毎(4～6月、7～9月、10～12月)の土日祝日いずれか1日で実施。今回は3回調査。  
 調査方法は、調査員の面接もしくは観光客の直接記入。  
 調査地点は県内を6地域に分け、各2地点を抽出。

※ 関東は、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県  
 ※ 数値は四捨五入

### (県内客・県外客に共通する傾向)

- ①人数は2～4人のグループが約7割  
(県内外区別なし、72.5%)。
- ②構成メンバーは家族・友人で約8割  
(県内外区別なし、家族67%+友人12%)。

# Ⅲ. 地域間連携

西北津軽地域はもとより、北海道道南や下北半島との連携が必要

## 1. 函館商工会議所インタビュー(2011年10月実施)

「海峡マグロの例にみられるように、『津軽海峡』は青森県と北海道道南の双方にとって大切な資源だ」

「地域間競争に打ち勝っていくためには、函館圏だけでは困難。例えば津軽海峡観光圏とでもいうような構想が必要だ」

## 2. 首都圏在住有識者インタビュー(2011年10月実施)

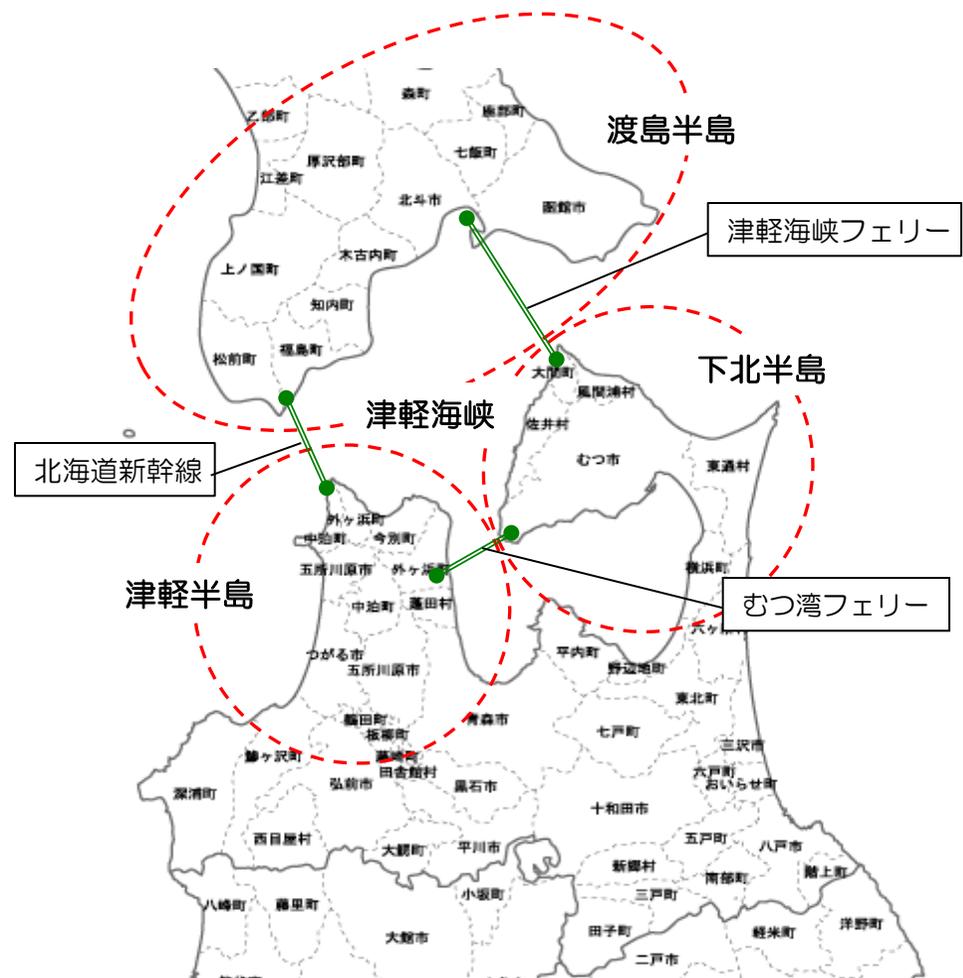
「奥津軽駅(仮称)周辺の観光は、西北津軽地域への展開抜きには考えにくい」

「最終的には、津軽半島、下北半島、道南地域のトライアングル広域観光圏を指向すべき」

## 3. 首都圏中高年アンケート(2012年1月実施)

・行ってみたい仮想観光ルート

- 第1位: 奥津軽～函館 津軽海峡物語      26.6%
- 第2位: 津軽・下北 2つの半島物語      20.5%



青森地域社会研究所作成

## 第2部 コンテンツの候補

# IV. 奥津軽ロマン(歴史・文化)5つのストーリー

## 1. 義経北行伝説

(関連スポット)

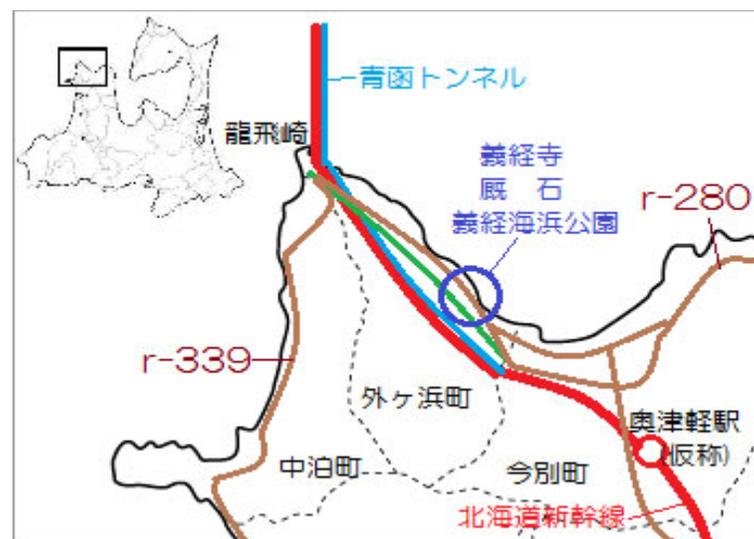
義経寺(ぎけいじ)、厩(まや)石、龍飛崎など

(ストーリー)

1189年、奥州平泉で死んだはずの源義経は、実は追っ手を逃れ、残った部下とともに三厩に着いた。

津軽海峡は大しけが続いていたが、義経が厩石に座り3日3晩祈禱すると、白髪の翁が3頭の龍馬を与え、海も静まったため、一行は無事に蝦夷地(北海道)へ渡った。さらに義経は北海道からモンゴルへ渡りチンギス・カンになったという伝説がある。

資料: 青森県観光情報アプリネット



龍飛崎周辺図(青森地域社会研究所作成)



厩石

写真提供: 青森県観光情報アプリネット



義経寺 観音堂

写真提供: 青森県観光情報アプリネット



龍飛崎灯台

写真提供: 外ヶ浜町

# IV. 奥津軽ロマン(歴史・文化)5つのストーリー

## 2. 太宰治「津軽」紀行

### (関連スポット)

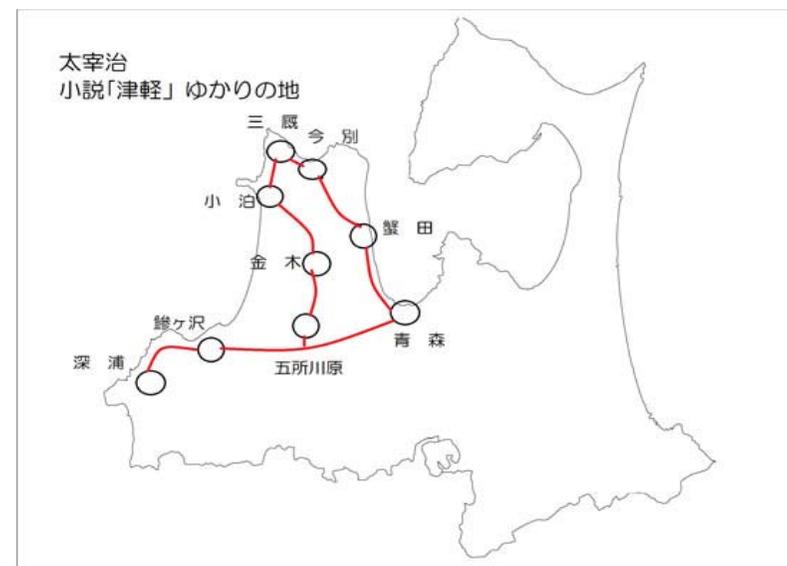
今別、三厩、龍飛崎「旧奥谷旅館」、「太宰文学碑」、  
小泊「小説『津軽』の像記念館」、ほか津軽地方全域に多数

### (ストーリー)

1944年の自伝的小説「津軽」。太宰(津島修治)は、久しぶりに故郷・  
金木に帰ることになり、ついでに津軽の各地を訪ね歩く。蟹田では親  
友N君の大歓迎を受け、今別で Mさんと合流、“ここは、本州の袋小  
路だ”と表現した三厩龍飛崎の宿で飲み明かす。

幼年時代の子守りで育ての親とも言うべき「越野タケ」を小泊で探し  
当て、30年ぶりに再会する。

資料:新潮文庫『津軽』、青森県観光情報アプリネット



小説「津軽」ゆかりの地  
(青森地域社会研究所作成)



旧奥谷旅館・龍飛岬観光案内所  
写真提供:青森県観光情報アプリネット



太宰文学碑  
写真提供:青森県観光情報アプリネット



「津軽」の像  
写真提供:青森県観光情報アプリネット

# IV. 奥津軽ロマン(歴史・文化)5つのストーリー

## 3. 徐福伝説

(関連スポット)

徐福の里・日本最北の徐福像、権現崎、尾崎山、尾崎神社など

(ストーリー)

2200年前、中国を統一した秦の始皇帝の命を受けた徐福は、3,000人の若者と技術者を従え東方海中にある三神山(蓬莱、方丈、えい州)不老不死の仙薬を求めて船出した(司馬遷『史記』)。

対馬海流に乗り北上し、日本海に突起する航海の目印、神の岬権現崎こそ霊草のある蓬莱山だ、と下前海岸にたどり着いたとの伝説がある。

徐福がたどり着いて永住したとする徐福伝説は日本各地にあるが、青森県小泊の伝承は日本最北のものである。

資料:青森県観光情報アプリネット



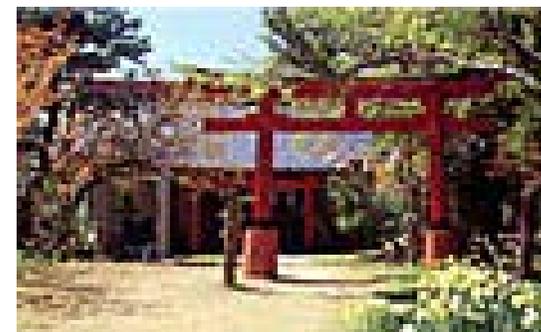
小泊周辺図(青森地域社会研究所作成)



日本最北の徐福像  
写真提供:中泊町



権現崎  
写真提供:青森県観光情報アプリネット



尾崎神社  
写真提供:中泊町

# IV. 奥津軽ロマン(歴史・文化)5つのストーリー

## 4. 吉田松陰 国防の旅

(関連スポット)

みちのく松陰道(小泊-三厩)、今別「松陰くぐり」、平館台場など

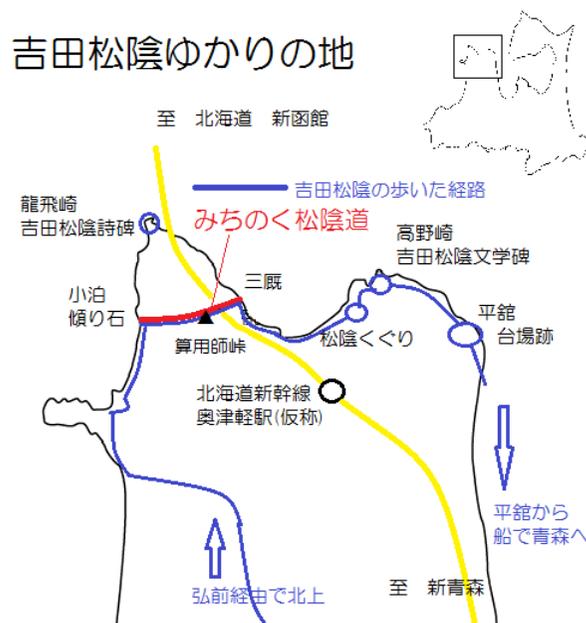
(ストーリー)

吉田松陰は、黒船来航以前から異国の脅威と海防の充実を説いていた兵学者のひとりだった。松陰はロシア船が出没していた東北沿岸の視察に出かけることを決意。長州藩からなかなか許可が下りなかったため、あえて脱藩して北へ向かった。

1852年3月上旬、日本海沿岸から雪深い津軽半島の山越えを敢行、津軽海峡に至り平館台場の現状を検分した。

資料:国土交通省弘前国道維持出張所HP「青森の吉田松陰」  
(株)PHP研究所 月刊歴史街道平成23年10月号など

### 吉田松陰ゆかりの地



吉田松陰ゆかりの地  
(青森地域社会研究所作成)



みちのく松陰道入口(旧三厩村側)  
写真:青森地域社会研究所



みちのく松陰道入口(旧小泊村側)  
写真:青森地域社会研究所



平館台場跡(外ヶ浜町)  
写真:青森地域社会研究所

# IV. 奥津軽ロマン(歴史・文化)5つのストーリー

## 5. 青函トンネルの歴史

(関連スポット)

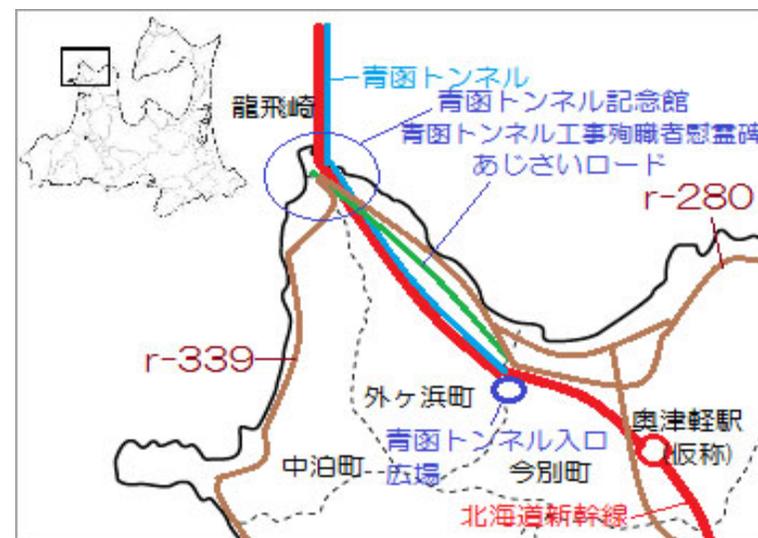
龍飛崎、青函トンネル記念館、青函トンネル入口広場、あじさいロード

(ストーリー)

かつて青森駅と函館駅を結ぶ青函連絡船が運航されていたが、1950年代には朝鮮戦争によるとみられる浮流機雷が津軽海峡に流入、また1954年には台風で洞爺丸事故が発生するなど航路の安全性が問題となり、本州ー北海道間をトンネルで結ぶ構想が一気に具体化した。

軟弱な地盤や異常出水に悩まされ、34名の殉死者を出しながらも、1985年、ついに青函トンネル本坑が開通し、その3年後には津軽海峡線が営業開始となった。その後、人の動きのみならず、特に本州ー北海道間の物流が劇的な進展を遂げた。

資料: 青森県観光情報アプティネット



竜飛崎周辺図(青森地域社会研究所作成)



青函トンネル記念館内部  
写真提供: 青森県観光情報アプティネット



体験坑道ケーブルカー「もぐら号」  
写真提供: 青森県観光情報アプティネット



あじさいロード  
写真提供: 外ヶ浜町

## V. 食鮮・奥津軽プレミアムグルメ

海鮮素材をはじめ、種類の豊富な山海の幸について、品質の高さや希少性を活かしたレシピの開発、プロモーションに注力する。特に当地ならではのレアなグルメを「奥津軽ロマン(歴史・文化)」のストーリーに合わせて開発、提供することが望ましい。

### 1. 奥津軽グルメの課題

夏の生ウニ丼や海峡マグロ丼など、海鮮グルメの提供は、地元食堂や各種イベントで相応に行われているが、初めて訪れた観光客が気軽に味わえる態勢にはなっていない。

多種多様な素晴らしい山海の幸があるが、多くの素材は、ウニやマグロのように、一品でお客様を呼べるようなネームバリューはない。

観光施設が非常に少ないので、見えやすい形で奥津軽グルメを開発・提供できる場所が、極度に限られている。



津軽半島産生ウニ  
(キタムラサキウニ)

写真提供：  
青森県観光情報アプティネット



海峡マグロの刺身  
(三厩漁港水揚げ)

写真提供：  
青森県観光情報アプティネット



平館お台場のイカ焼き

写真提供：  
青森県観光情報アプティネット

# V. 食鮮・奥津軽プレミアムグルメ

## 2. 高品質海鮮素材による展開

中心は海鮮プレミアム。素材の素晴らしさを最大限に活かし“来なければ食べられない”観光資源に育てる

具体的展開例として3種類に分類を試みた。

### (1) 地元では当たり前の海鮮プレミアム

津軽海峡を中心とした荒波に育てられた魚介類は身が締まり、すべて圧倒的な鮮度と品質を誇るプレミアム素材である。よそから来た方には当たり前でない多様性と鮮度を生かしたレシピの開発が求められる。

(代表的な例)

クロマグロ、ウニ、ヒラメ、タイ、ソイ、アイナメ、ブリ、イカ、ミズダコ、アブラツノザメ、ホヤ、トゲクリガニ、イシモズク、等



青森県の魚 ヒラメ  
写真提供: (株)釣り東北社

### (2) 漁師まかせの海鮮プレミアム

新鮮なものを手に入れることが、漁師や釣り人以外には難しいプレミアム素材。地元においても入手困難であることから、シンプルな提供法で展開できる。

(代表的な例)

オニカサゴ、沖メバル(標準和名ウスメバル)、オニエビ、等

### (3) もっと大切にしたい隠れ海鮮プレミアム

どちらかというと邪魔者扱いされているが、実は美味しいプレミアム素材。ドンコやゴッコは煮物や汁物で地元定番の調理法があり、ネズミゴチやギンポは天ぷらで津軽そばと合わせるなど、様々な活用ができる。幾分怪しげな名前や外観と味覚との間にギャップがあるため、それを逆手にとって、B級路線で展開することも可能。

(代表的な例)

ドンコ(エゾイソアイナメ)、ゴッコ(ホテイウオ)、ネズミゴチ、ギンポ、ウマヅラハギ、等

ドンコ  
写真提供: 青森魚類(株)



オニカサゴ  
写真提供: 小泊港  
釣りバカ号船長  
STO孤溪氏

## V. 食鮮・奥津軽プレミアムグルメ

### 3. その他の山海プレミアムおよび加工品による展開

地域性を活かし、ご当地ランチ、サイドメニュー、土産品として魅力を向上

当地には海産物以外にも、地域性の高い、山菜、いのしし肉、古代米を使った麺、地元婦人部が工夫を重ねた漬物などの食材が豊富である。また、山海の幸を新鮮なうちに加工した地元ならではの優れた加工製品も多い。

海鮮プレミアムと合わせ、地域性を活かしたご当地ランチの開発や、気の利いたサイドメニュー、あるいは土産品としての活用法が期待できる。また、地物の野菜類も大いに活用すべきである。

(代表的な例)

若生おにぎり、姫竹(ネマガリタケ)、ミズ(ウワバミソウ)、サメの飯寿司、ホヤの塩辛、もずくうどん、紫麺(シーメン)、いのしし肉、寒じめほうれん草 等



若生おにぎり  
写真提供： 外ヶ浜町



ミズ(ウワバミソウ)  
写真提供： 外ヶ浜町

## V. 食鮮・奥津軽プレミアムグルメ

### 4. 「奥津軽ロマン(歴史・文化)」との一体的な提供

#### コンテンツの複合的・一体的な提供を心がける

具体的な観光パッケージを組成する際には、それぞれ単体ではなく、複合的、一体的に提供することを心がける必要がある。

#### 【奥津軽ロマンと奥津軽プレミアムグルメの一体的提供例】

##### ○ 太宰治「津軽」紀行と「太宰の花見料理」

外ヶ浜町の蟹田・観瀾山の観桜会の料理、具体的にはトゲクリガニ、シャコ、イカの漬け焼き等をメインとしたコース料理の設定。あるいは、それらを盛り込んだ弁当の企画。

太宰治  
小説「津軽」ゆかりの地

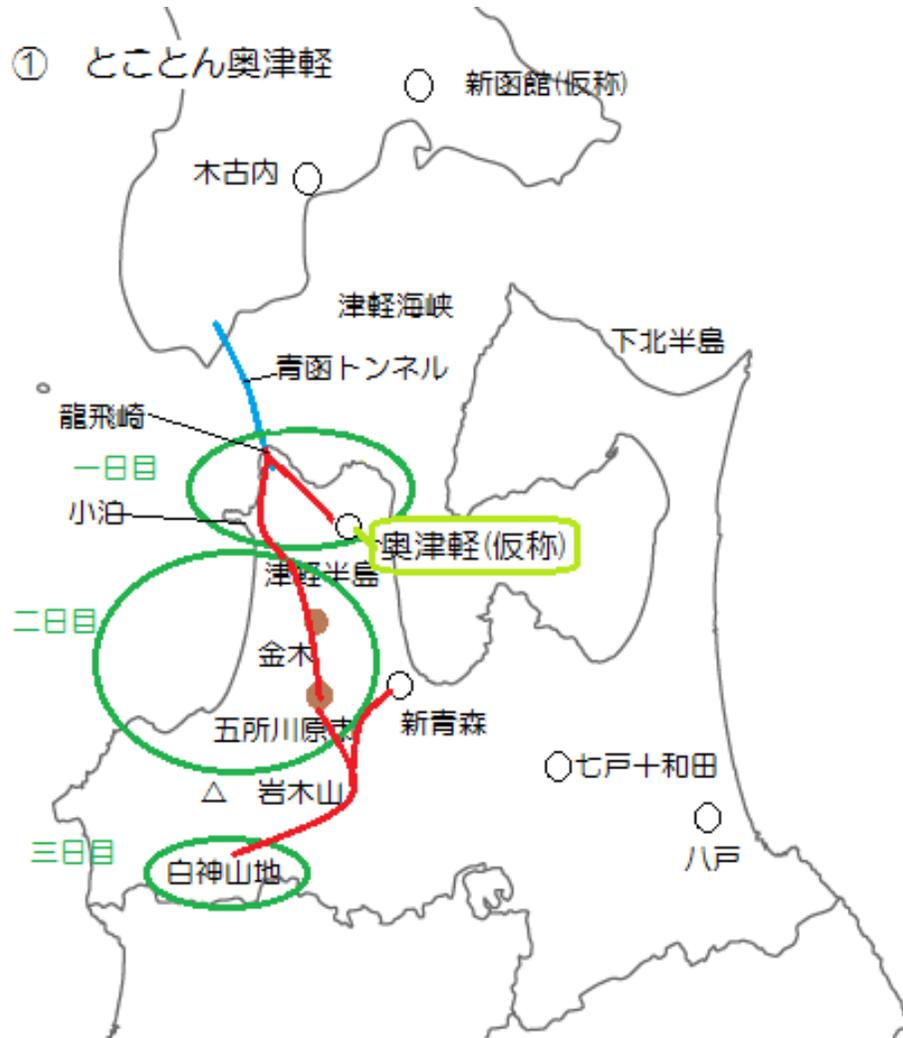


写真(上)トゲクリガニ、(下)シャコ  
写真提供：(社)青森観光コンベンション協会

## VI. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルート

### 1. とことん奥津軽

以上に挙げた津軽半島北部地域の観光資源を踏まえ、広域的視点を加味した2泊3日の観光ルート案を検討した。



#### <1日目>

(奥津軽駅)→(バス)奥津軽駅周辺<龍飛崎ほか>  
→(龍飛崎温泉 宿泊)

#### <2日目>

青函トンネル記念館→(バス)津軽平野方面  
<小泊十二景、太宰関連>→五所川原市  
<立倭武多の館>→(西北津軽地域の温泉 宿泊)

#### <3日目>

(バス)白神山地→(新青森駅)

# VI. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルート

## 2. 奥津軽と陸奥湾・八甲田山



<1日目>

(奥津軽駅)→(バス)奥津軽駅周辺<龍飛崎ほか>  
→(龍飛崎温泉 宿泊)

<2日目>

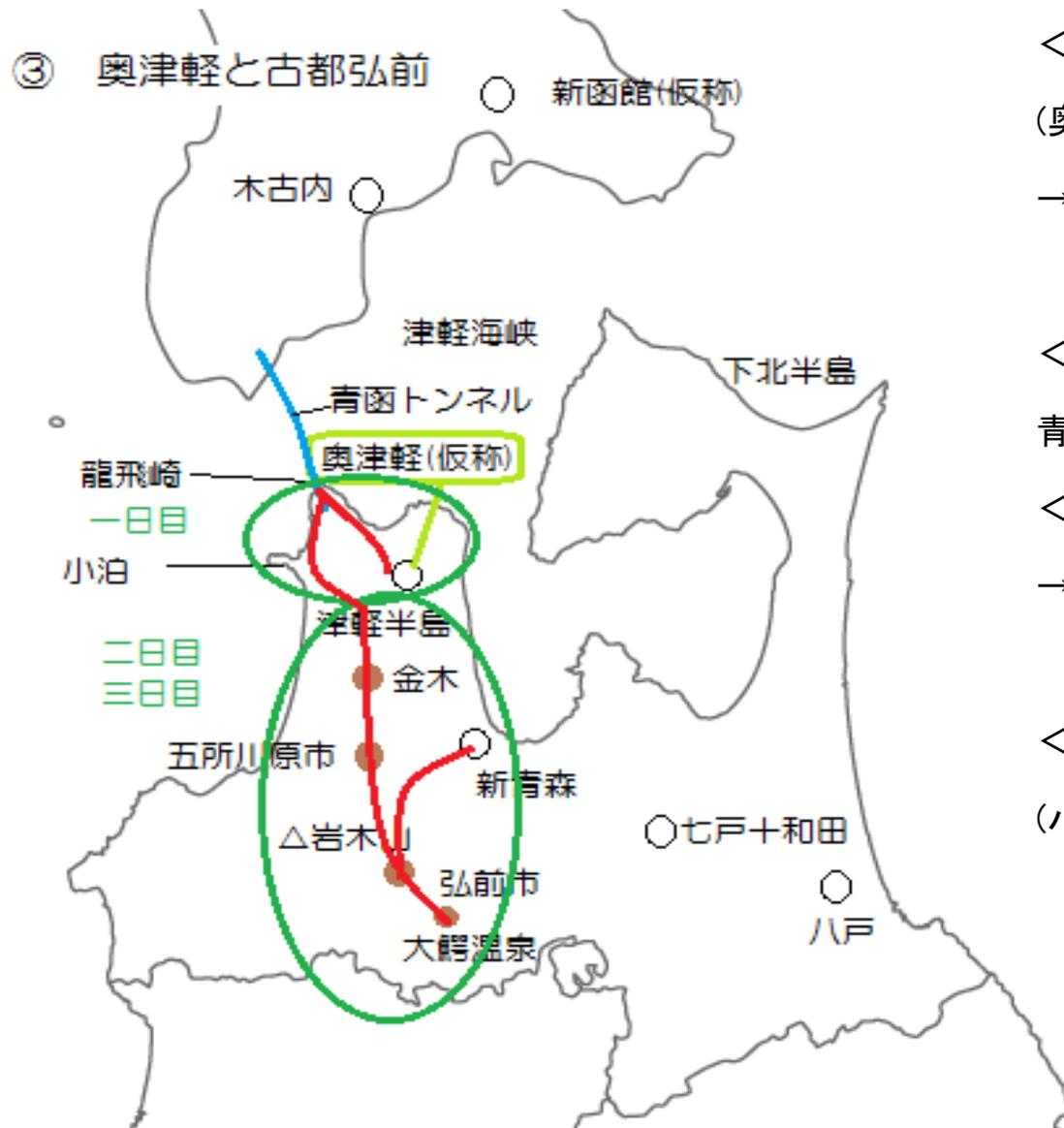
(バス)青森市  
<ウォーターフロント、三内丸山遺跡、県立美術館>  
→(浅虫温泉 宿泊)

<3日目>

(バス)八甲田山<酸ヶ湯、ロープウェー>  
→(新青森駅)

## VI. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルート

### 3. 奥津軽と古都弘前



<1日目>

(奥津軽駅)→(バス)奥津軽駅周辺<龍飛崎ほか>  
→(龍飛崎温泉 宿泊)

<2日目>

青函トンネル記念館→(バス)津軽平野方面

<小泊十二景、太宰関連>

→ 弘前市<弘前城ほか>→(大鰐温泉 宿泊)

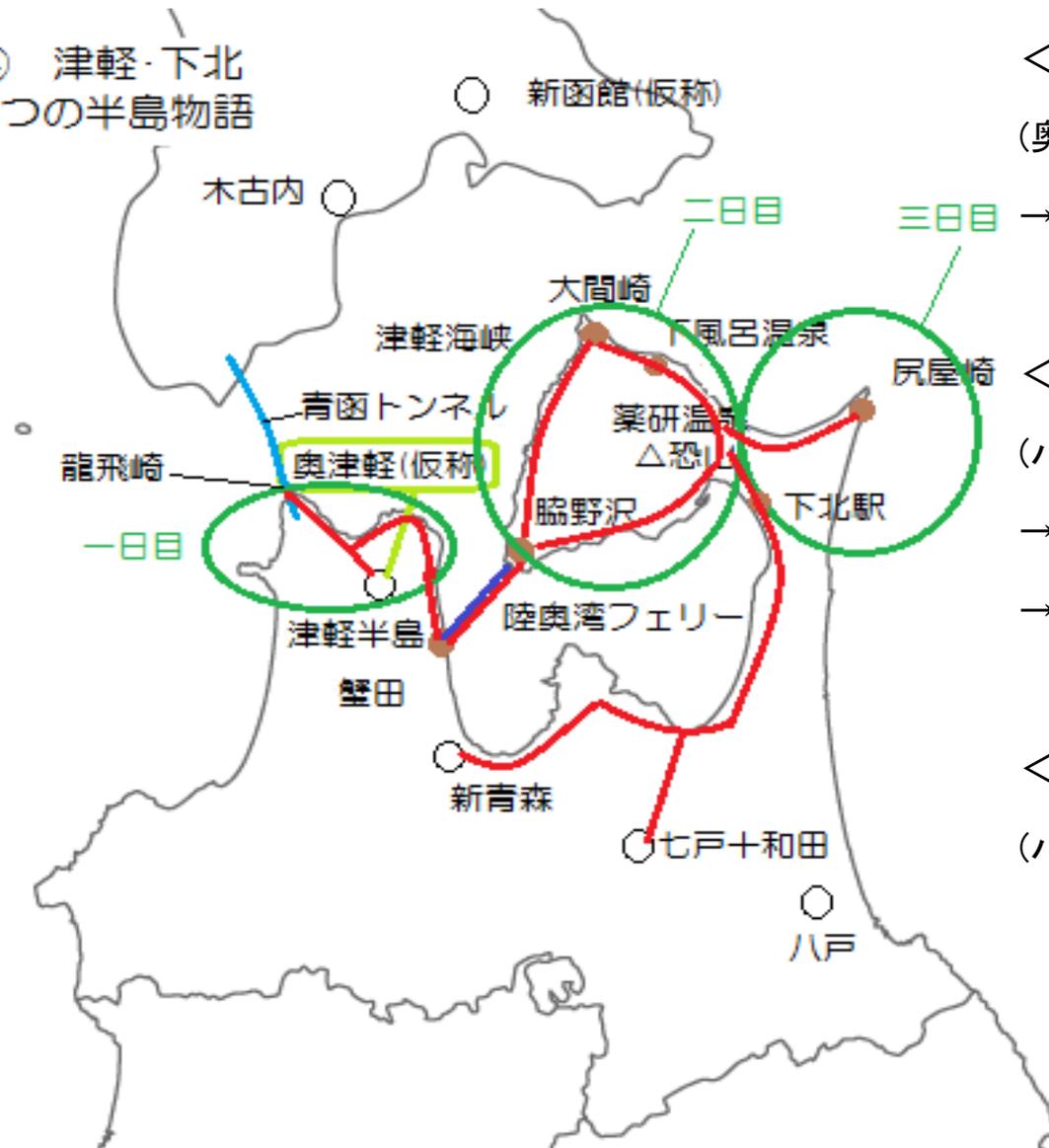
<3日目>

(バス)弘前市→(JR在来線~新青森駅)

# VI. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルート

## 4. 津軽・下北 2つの半島物語

### ④ 津軽・下北 2つの半島物語



#### <1日目>

(奥津軽駅)→(バス)奥津軽駅周辺<龍飛崎ほか>  
→(龍飛崎温泉 宿泊)

#### <2日目>

(バス)(蟹田港~陸奥湾フェリー~脇野沢港)  
→(バス)恐山・薬研  
→(下風呂温泉 宿泊)

#### <3日目>

(バス)尻屋崎→(リゾートあすなろ~新青森駅)



## 第3部 実践に向けて

### 1. コンテンツの充実

コンセプトを明確化し、具体的な観光振興策を展開していくために、早急にモデルコースの確立を図る。あわせて、統一的な宣伝活動を推進する。

### 2. 受け入れ態勢の整備

新駅の拠点機能を重視した附帯設備、標識などの整備とともに、観光客に適切に対応できる人材育成を進めていく。二次交通への対応も遅滞なく進めていく。

### 3. 推進体制の確立

具体的な観光振興策の実施主体を確立し、段階を踏みながらも、タイムリーに事業展開を進めていく。

# VII. 提言 1. コンテンツの充実

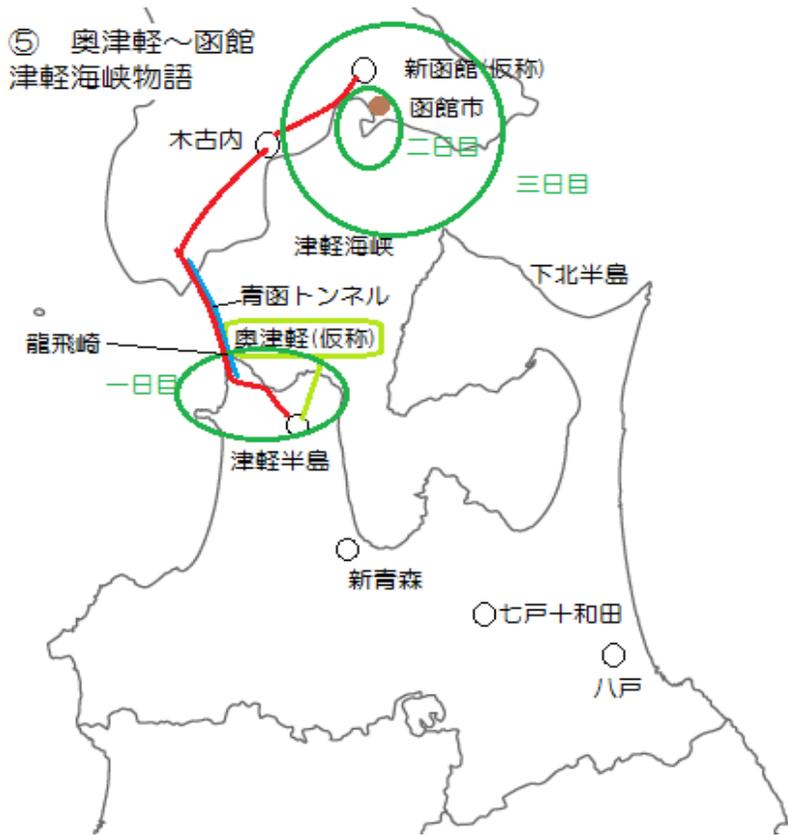
コンセプトを明確化し、具体的な観光振興策を展開していくために、早急にモデルコースの確立を図る。あわせて、統一的な宣伝活動を推進する。

## (1) モデルコースの確立

コースの確立に際しては、以下の点に留意して取り組むことが望ましい。

- 奥津軽ロマン(歴史・文化)を取り込んだコース設計
    - ・奥津軽のストーリー性の訴求力は確認済み。
  
  - 広域観光の需要に応えるコース設計
    - ・道南や下北との広域連携の重要性は確認済み。
    - ・詳細なアンケート調査を重ねる。
    - ・大学生のセンスやマンパワーを活用する。
    - ・専門家(旅行社)の協力を得る。
  
  - モニターツアーの早期実施
    - ・コース設計ができれば速やかに誘客のためのモニターツアーを実施する。
    - ・2013年度末まで※にコースの確立に向けた動きを加速する。
- ※JR北海道が開業ダイヤを設定する時期は、開業1年以上前とみられることから、それまでに一定の需要確保に向けた動きを現実のコース設計やモニターツアーの実績で示す必要がある。

モデルコース例 (IV. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルートより)



# VII. 提言 1. コンテンツの充実

## (2) 統一的な宣伝戦略の推進

〇VI(ビジュアル・アイデンティティ) ※等の、統一的な宣伝戦略の推進

- ・観光客に対して観光振興コンセプトおよび奥津軽駅(仮称)周辺の代表的な観光コンテンツを明確に伝えるためには、統一的なビジュアルで表現し、繰り返し露出することが効果的である。
- ・その際には、イメージの伝達が散漫にならないよう、多くても2つ程度のアイテムに留め、いつでもどこでも同じ写真を使うようにするのが望ましい。
- ・アンケートの結果等から、奥津軽駅(仮称)誘客のアイテムとしては、「龍飛崎」や「青函トンネル」が有力候補である。

※ ビジュアル・アイデンティティとは:

企業や商品のイメージを統一して、書体やマークなど視覚的なものによって、そのイメージを表現すること。

(VI=Visual Identity)

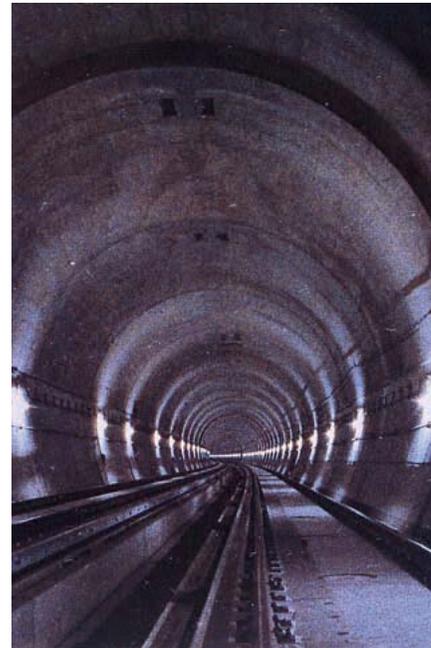
(参考) VI(ビジュアル・アイデンティティ)確立の先行事例

例: 立山黒部アルペンルート

- ・雪の壁でアイデンティティを確立
- ・雪の壁のインパクトの強さにより一気に人気が高まった。



龍飛崎 写真提供: 外ヶ浜町



青函トンネル  
写真提供: 青森県観光情報  
アプリネット

## VII. 提言 2. 受け入れ態勢の整備

奥津軽駅(仮称)活用に向け、新駅の拠点機能を重視した付帯設備、標識などの整備とともに、観光客に適切に対応できる人材育成を進めていく。二次交通への対応も遅滞なく進めていく。

### (1) 最低限のインフラ整備

#### ○新駅の付帯設備や観光地の標識の整備

(新駅の付帯設備)

- ・奥津軽観光の交通や情報の拠点としての機能を十分検討したうえで、取り組んでいく必要がある。
- ・ハード面の整備に多大なコストをかけるのではなく、奥津軽のストーリーやグルメを楽しませる玄関口の機能を発揮させることが目的である。

(観光地の標識)

- ・標識の不在、老朽化、表示の薄れ等への対応を進める。

#### ○観光客に適切に対応できる人材の育成

- ・駅周辺の観光資源はもとより、奥津軽全域や他地域への広域観光にも対応できる案内機能を備えるため、計画的な人材育成が必須である。
- ・奥津軽駅(仮称)での乗降を促進するための受け入れ態勢として最も大切なのは、乗降客の相談や問い合わせに適切に対応できる人材の育成である。

(参考)

2005年に発足した全国初の観光コンシェルジュの会「津軽半島観光コンシェルジュの会・めぐネット」の活動が、人材育成を含め、参考になる。

#### ■「めぐネット」の活動目的(同会HPより)

観光コンシェルジュ「めぐネット」の共通の目的は、多くの地域の会員と協力しあって、大勢の旅行者のお世話をし、また、そのお客さまを会員同士が紹介し合えることにあります。また、関連業種及び異業種との良好な関係を構築しながら、観光業界に貢献して行くと同時に、各施設において質の高いサービスを提供できるように優秀な観光コンシェルジュを育成していくことを目指しています。

## VII. 提言 2. 受け入れ態勢の整備

### (2) 二次交通の整備

#### ○レンタカー・レンタサイクル拠点の整備

##### (レンタカー)

・日常生活やビジネス面での新駅利用があまり期待できず、駅発着の公共交通拡充は困難であるため、第一にレンタカーの拠点整備が求められる。

・地元業者による、中古車レンタカー事業が有望である。

例：㈱レンタス(横浜本社)のFC事業・ニコニコレンタカーなど

・奥津軽の自然環境を強みとしてアピールする上で、青森県が進めているEV・PHVタウン推進マスタープラン※と連動したレンタカープラン(例えば“エコカーで走ろう奥津軽路”)を検討してみるのも一案である。

##### ※ EV・PHVタウン推進マスタープラン

青森県は2009年3月に、東北地方以北で唯一、「EV・PHVタウン」(電気自動車(EV)、プラグインハイブリッド自動車(PHV)の本格普及に向けた実証実験実施地域)に国土交通省から選定された。

2010年3月には本マスタープランを策定し、現在、実使用下で車両や充電インフラに関する調査、実証、評価等に取り組んでいる。計画実施期間は2013年度まで。

##### (レンタサイクル)

・奥津軽のストーリーをゆったり体感する観点からは、レンタサイクルの拠点整備も有効である。

・GPSや電動アシスト機能が付いたレンタサイクルによるポタリングにより、はじめて訪れる観光客でも楽しめるサービスを提供する。

#### ○DMV(デュアル・モード・ビークル)※導入の検討

・公共交通機関による奥津軽周遊ルート実現に向けて、津軽鉄道へのDMV導入を本格的に検討する好機である。

・津軽半島に環状鉄道を敷設する構想は、津軽鉄道の創業時(1928)からあったが、DMV導入が実現すると、形は異なりながらも、同等の効果をもたらす。

##### ※ DMV(デュアル・モード・ビークル)

列車が走るための軌道と自動車が走るための道路の双方を走ることができる車両。輸送可能人数は小規模だが、最小限の投資で路線を拡張できる。

日本ではJR北海道が開発し、技術的にも、既に北海道で試験的営業運行を重ねてきた実績がある。



JR北海道が開発したDMV “Darwin”  
写真提供：JR北海道

# VII. 提言 3. 推進体制の確立

2015(平成27)年度の奥津軽駅(仮称)開業に向け、具体的な観光振興策の実施主体を確立し、段階を踏みながらもタイムリーに事業展開を進めていく。

## (1) ステップ1

### 緩やかな繋がりの組織体の形成

- ・2015(平成27)年度開業をにらみ、2013(25)年度末頃までに道南との連携のもと、一定の需要確保に向けた気運醸成をいかに実現するかがカギとなる。
- ・地元に強力な推進体制が整わない現状では、観光振興に実績のある既存組織の力を借り、まずは緩やかな繋がりの組織体を形成することが必要である。  
(緩やかな繋がりの組織体の例)  
弘前感交劇場やわらかネット  
青森観光デザイン会議 等
- ・よって、ステップ1として、おおむね1年の時間をかけ、地元への啓発、意識醸成、人材育成等を進める。同時に奥津軽口マン(歴史・文化)の要素やストーリーを共有する。

## (2) ステップ2

### 正式な推進組織の立ち上げ

- ・2013(平成25)年年初には、各種取り組みの一元的な実施主体となる組織を発足させ、具体的な誘客、宣伝、環境整備に関わるプランニング、試行等の対応を進めていく。
- (例)  
「奥津軽駅(仮称)活用による津軽半島活性化協議会」など
- ・参画団体は、当初の「緩やかな組織体」のほか、県、関係市町村、旅行社、大学、等が想定される

## (3) ステップ3

### 北海道・道南側組織との連携

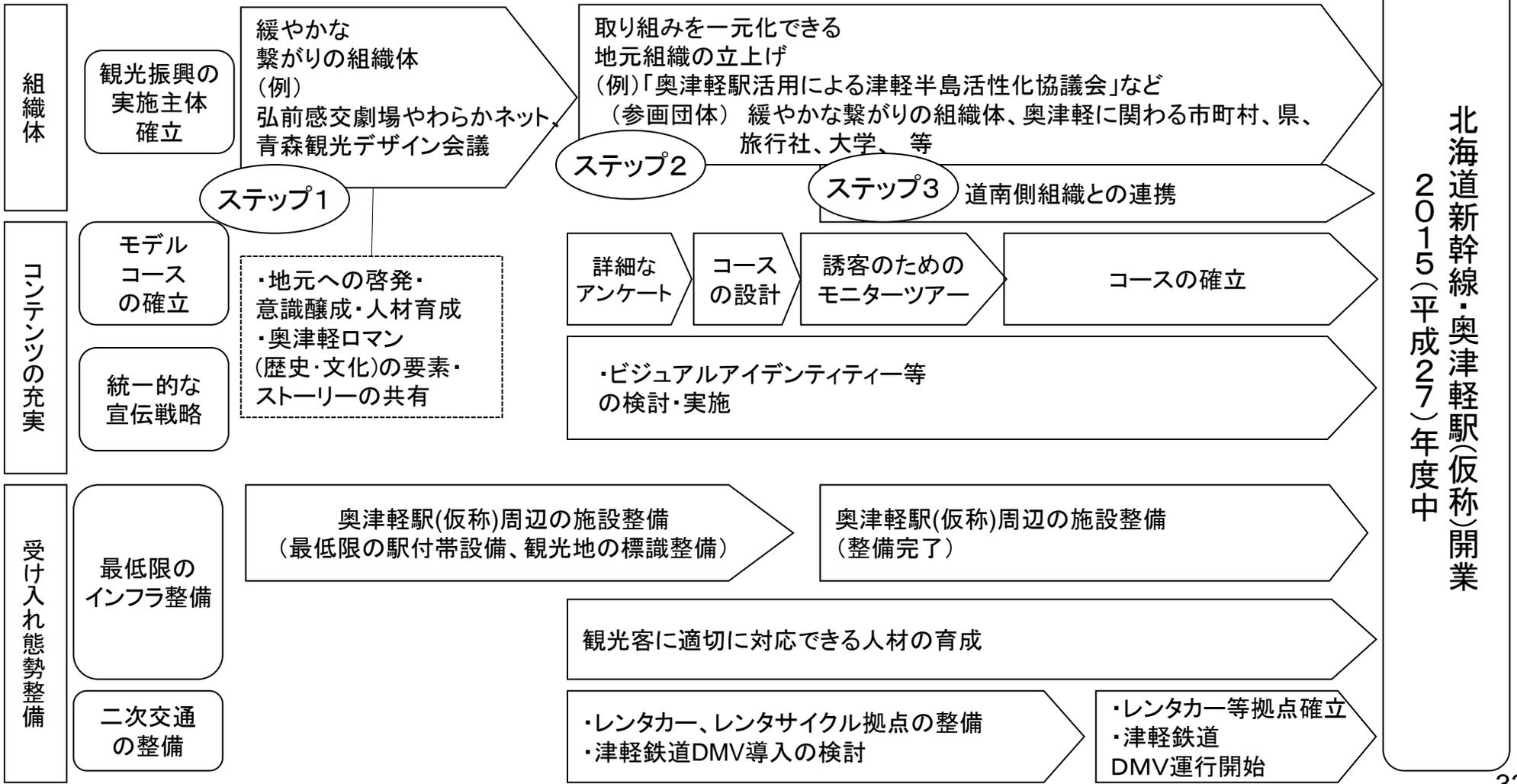
- ・2013(平成25)年中を目処に、広域連携の大切なパートナーである道南の推進組織との連携を図り、以降、開業まで施策展開を加速させていく。
- ・道南側との連携により、推進組織としての体制が確立し、本格的な対応が加速され、JR北海道のダイヤ設定へのアピールに資する。
- ・北海道・道南側と津軽半島側の相互にメリットがあるような観光コースを確立していくことが、最終的に観光客にアピールできる商品へとつながっていく。

# VIII. 北海道新幹線 奥津軽駅(仮称)開業までのスケジュール(案)

2012(平成24)年				2013(平成25)年				2014(平成26)年				2015(平成27)年			
1-3 (月)	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12
学ぶ・考える・共有する期間				試行する期間				体制を確立する期間				開業			

2013(平成25)年度末までに一定の  
需要確保に向けた気運醸成

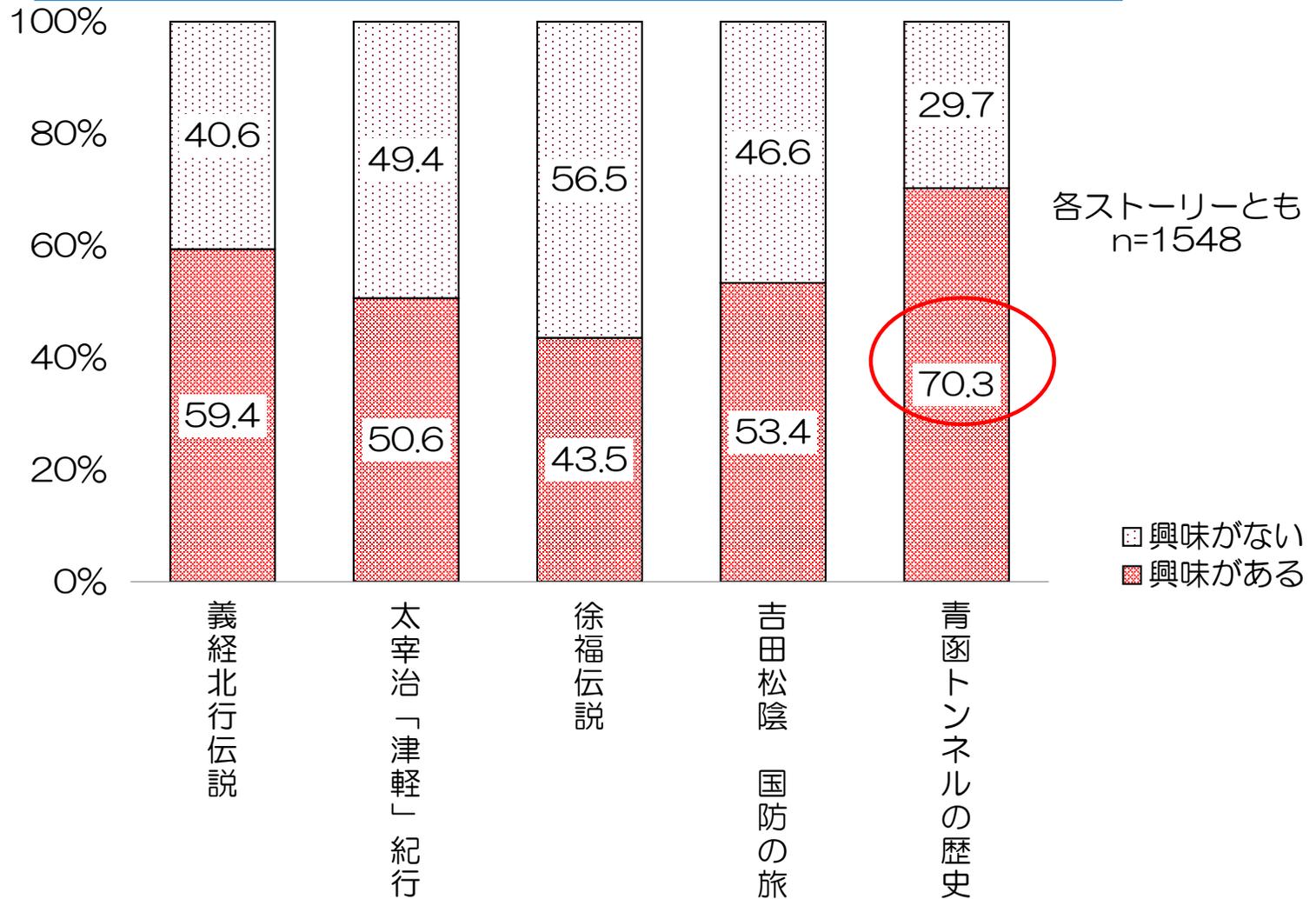
JR北海道  
開業ダイヤ設定



＜参考資料＞ 北海道新幹線「奥津軽駅」(仮称)開業に関するアンケート調査

抜粋

☆ 青函トンネルの歴史が突出した人気。70.3%が興味あり。  
☆ それぞれのストーリーに一定の興味が示された。



# 行ってみたい観光ルート

Q8. 「奥津軽駅」(仮称)が2015年(平成27年)に開業すると、青森県の津軽半島が身近になります。「奥津軽駅」を起点とした仮想の観光ルートを5つ作成してみました。以下の中から最も行ってみたいルートをひとつ選んでください。

- ☆ 1位: 奥津軽～函館 津軽海峡物語 (26.6%)
- ☆ 2位: 津軽・下北 2つの半島物語 (20.5%)

