

津軽半島における地域活性化に関する調査研究

報告書

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	

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。

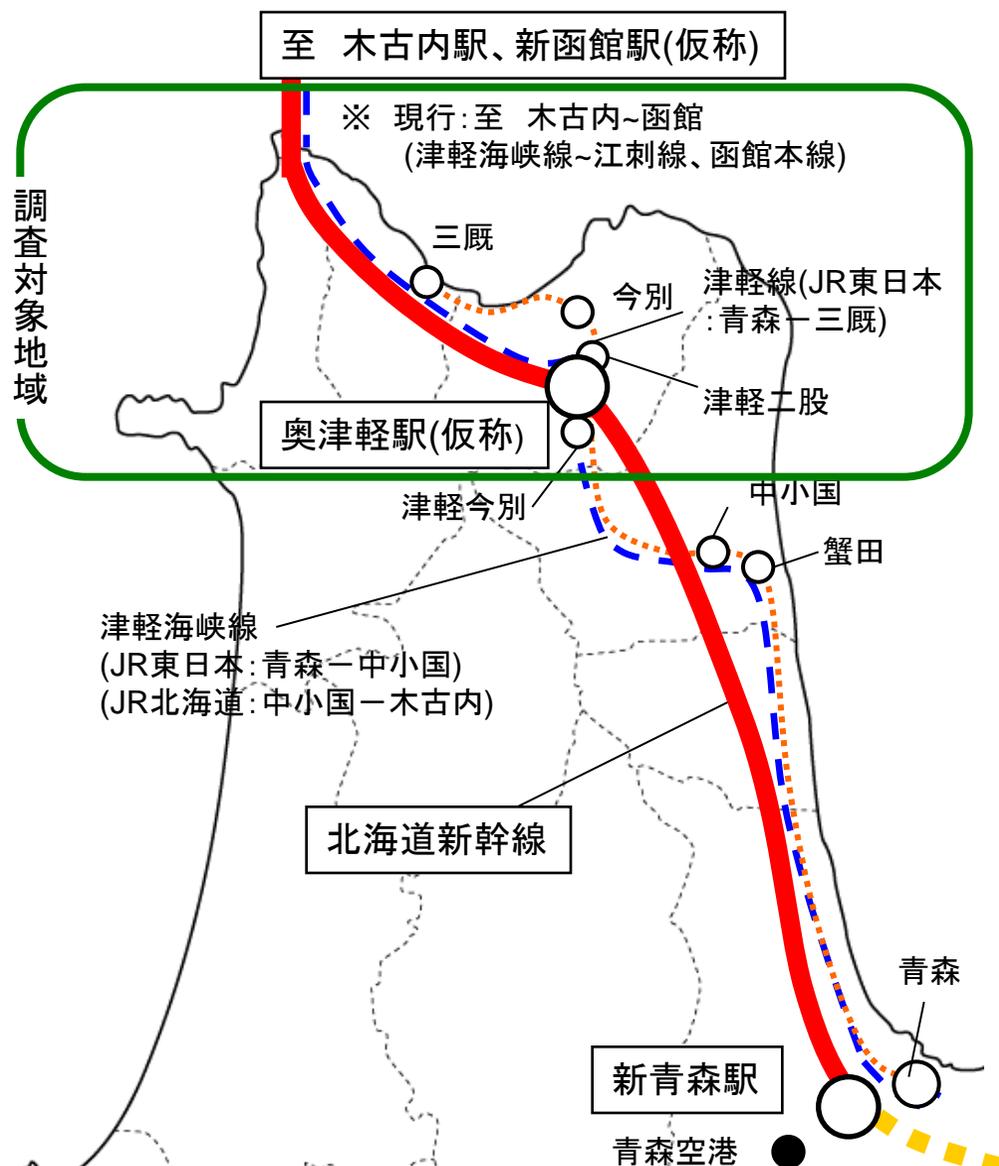
□ 津軽半島北部地域の現状

- ・ 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
- ・ロマンチックな歴史・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。

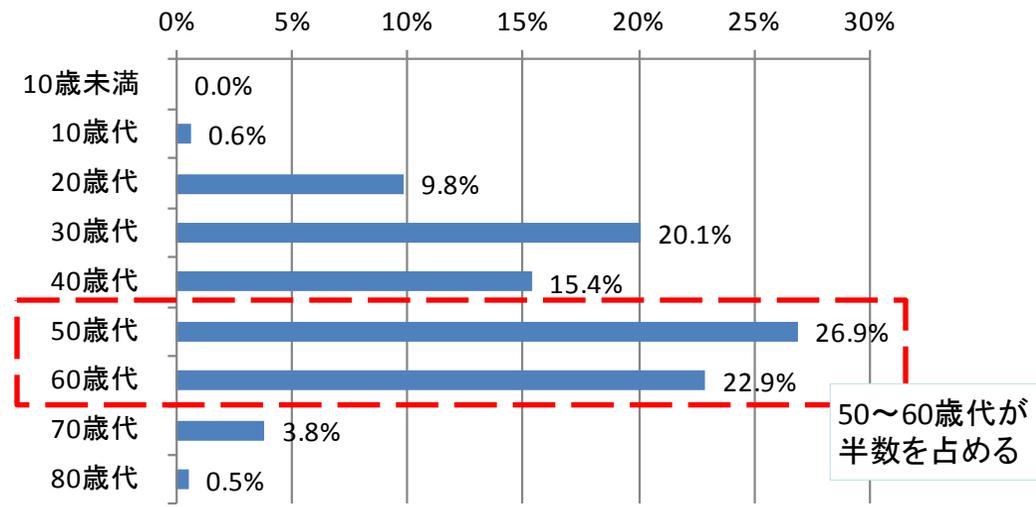
■青森県を訪れる県外客の特徴

(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、神奈川県の6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)

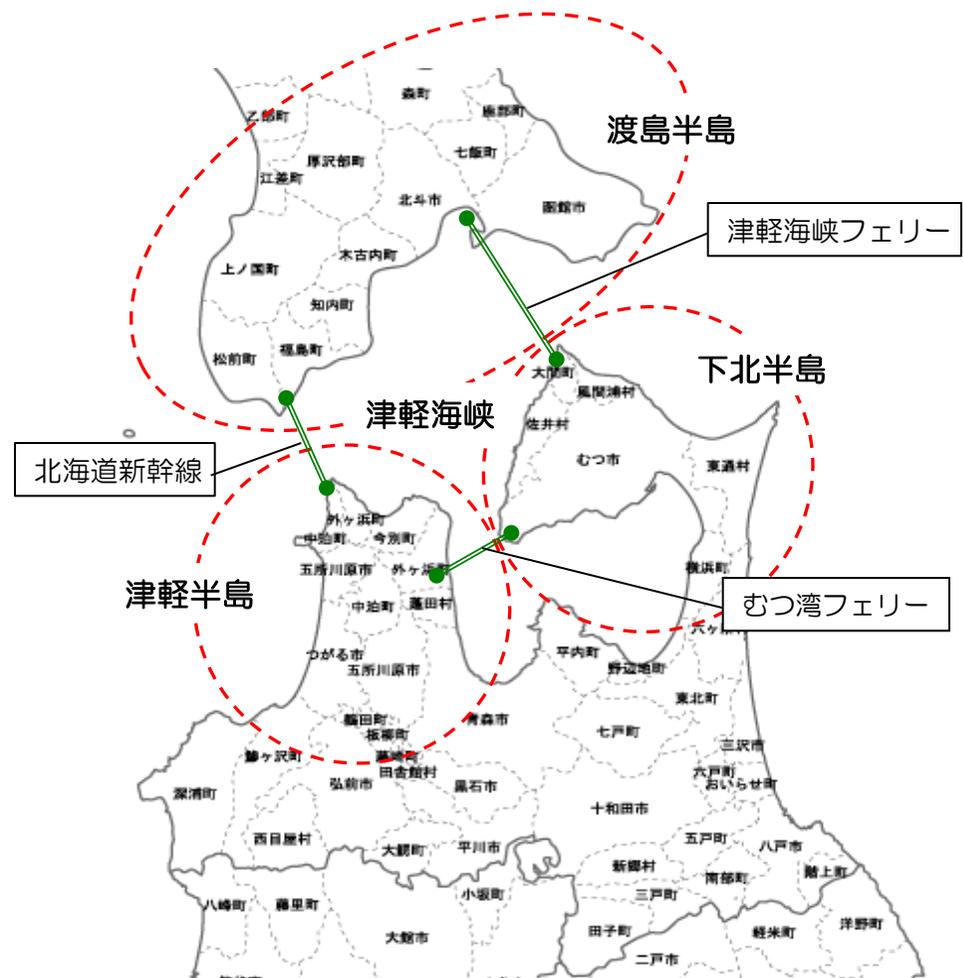
「奥津軽駅(仮称)周辺の観光は、西北津軽地域への展開抜きには考えにくい」

「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)

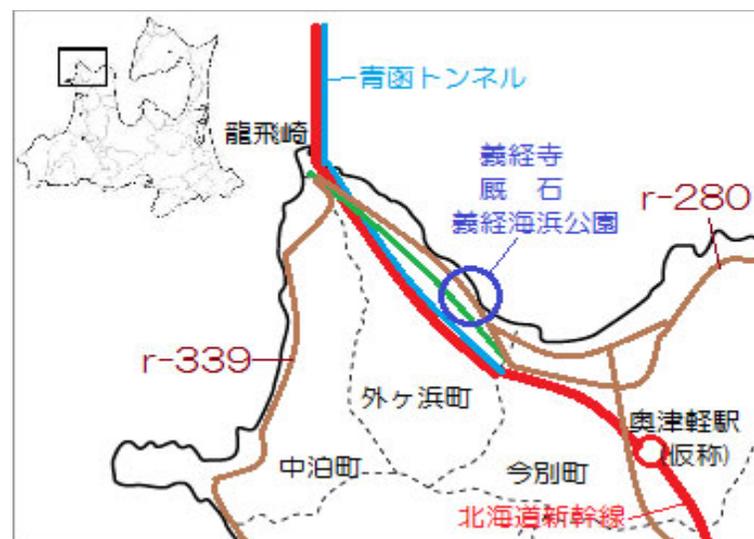
義経寺(ぎけいじ)、厩(まや)石、龍飛崎など

(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)

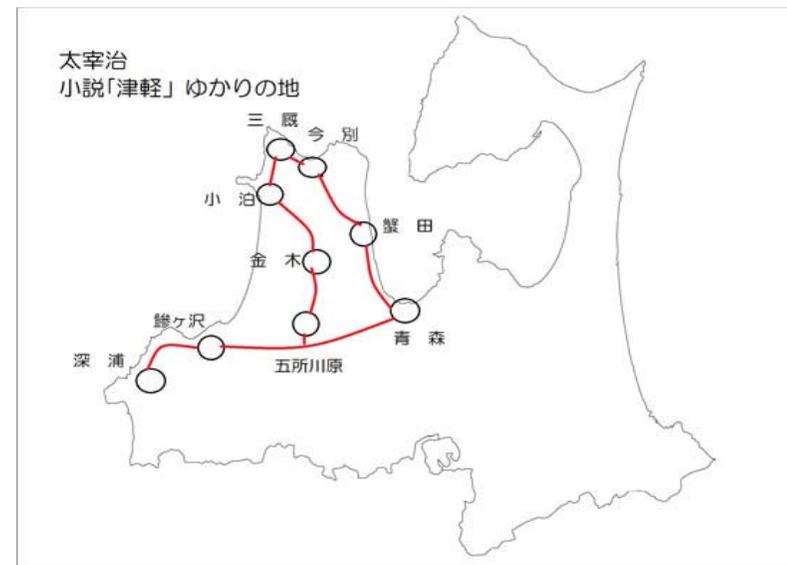
今別、三厩、龍飛崎「旧奥谷旅館」、「太宰文学碑」、
小泊「小説『津軽』の像記念館」、ほか津軽地方全域に多数

(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

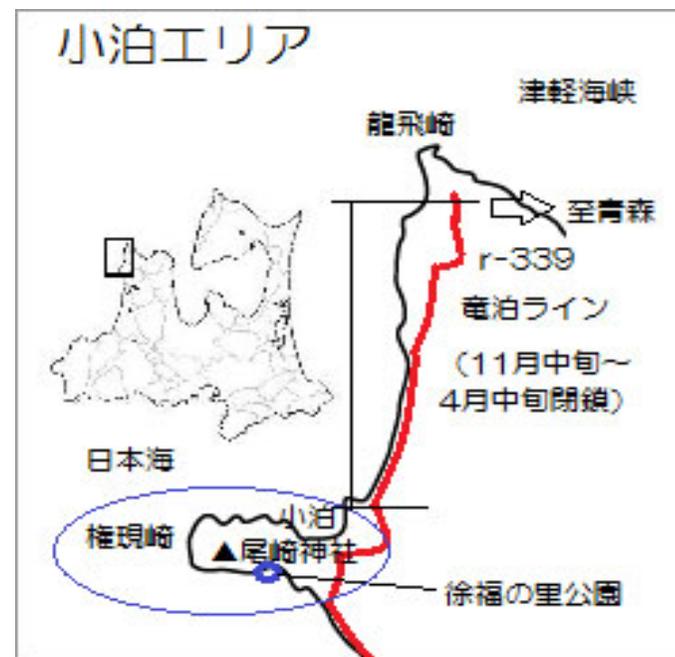
(ストーリー)

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



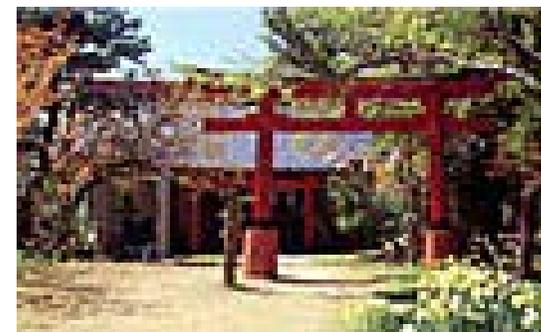
小泊周辺図(青森地域社会研究所作成)



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

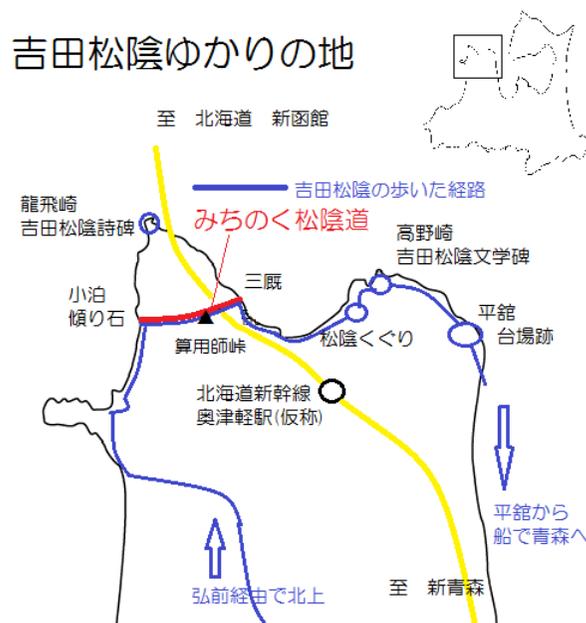
(ストーリー)

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)

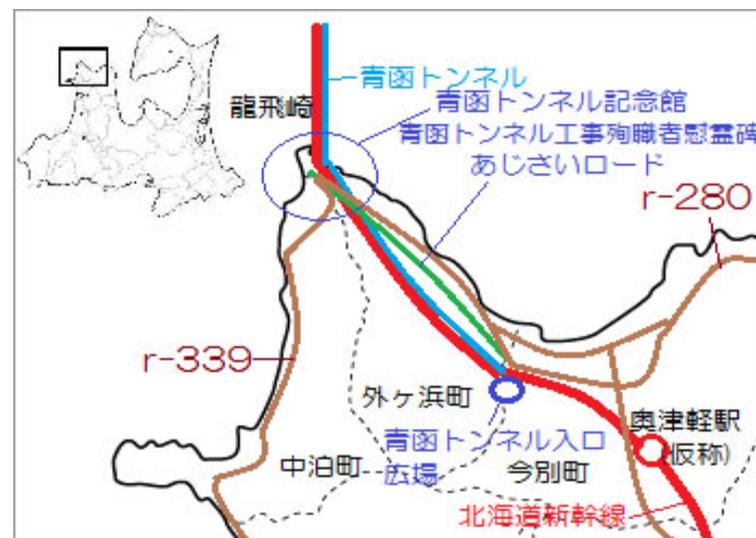
龍飛崎、青函トンネル記念館、青函トンネル入口広場、あじさいロード

(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

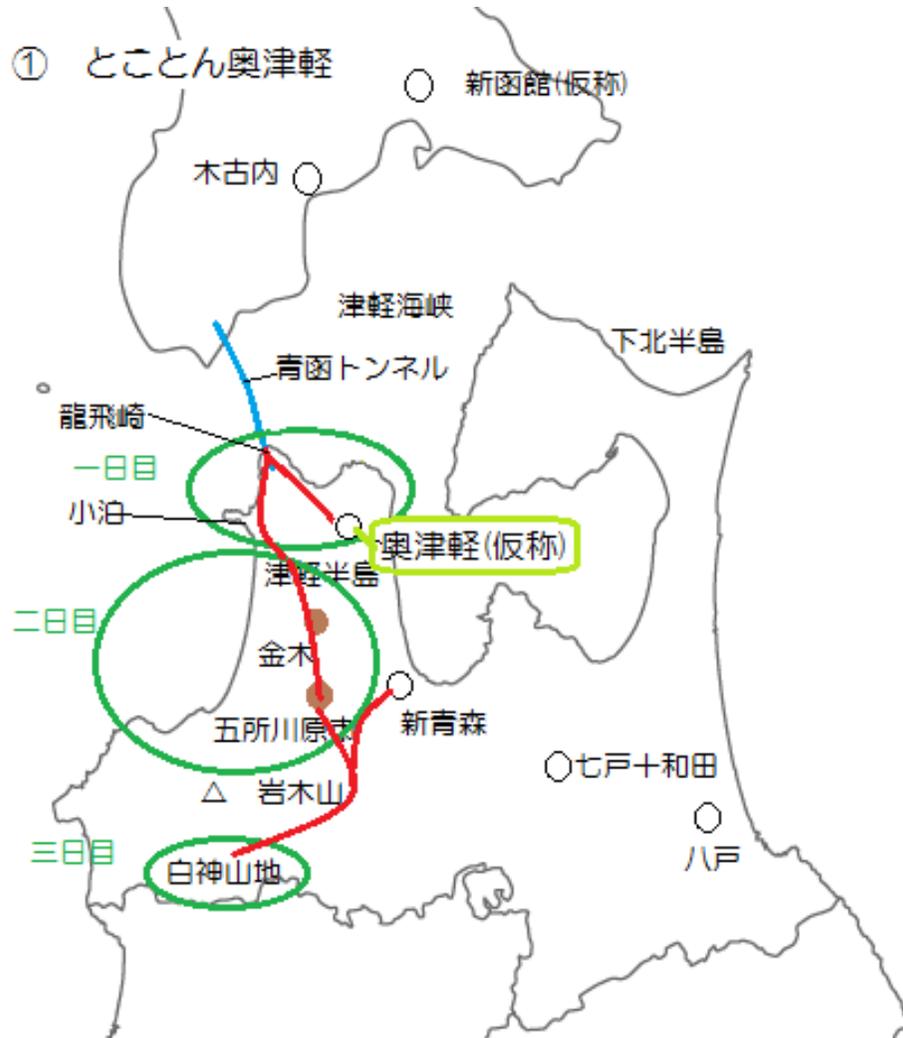


写真(上)トゲクリガニ、(下)シャコ
写真提供：(社)青森観光コンベンション協会

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>

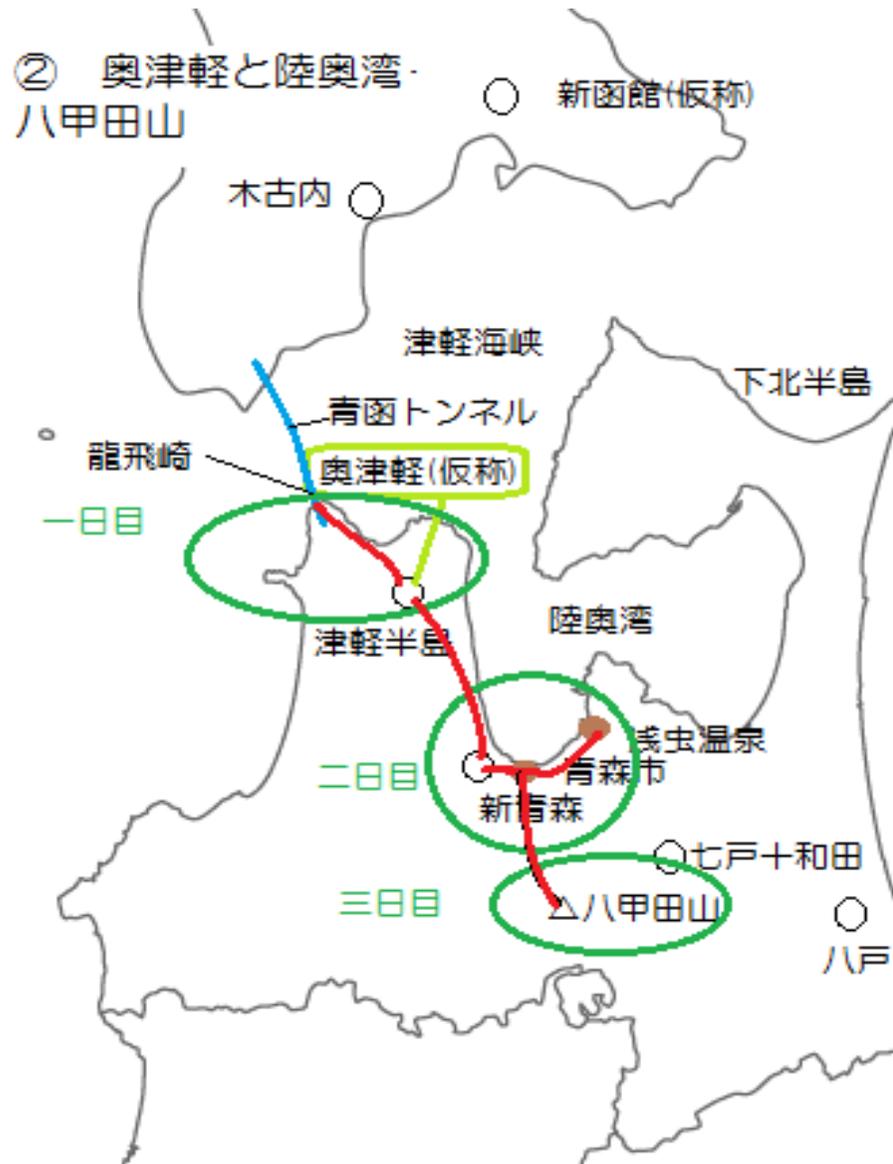
青函トンネル記念館→(バス)津軽平野方面
<小泊十二景、太宰関連>→五所川原市
<立倭武多の館>→(西北津軽地域の温泉 宿泊)

<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)

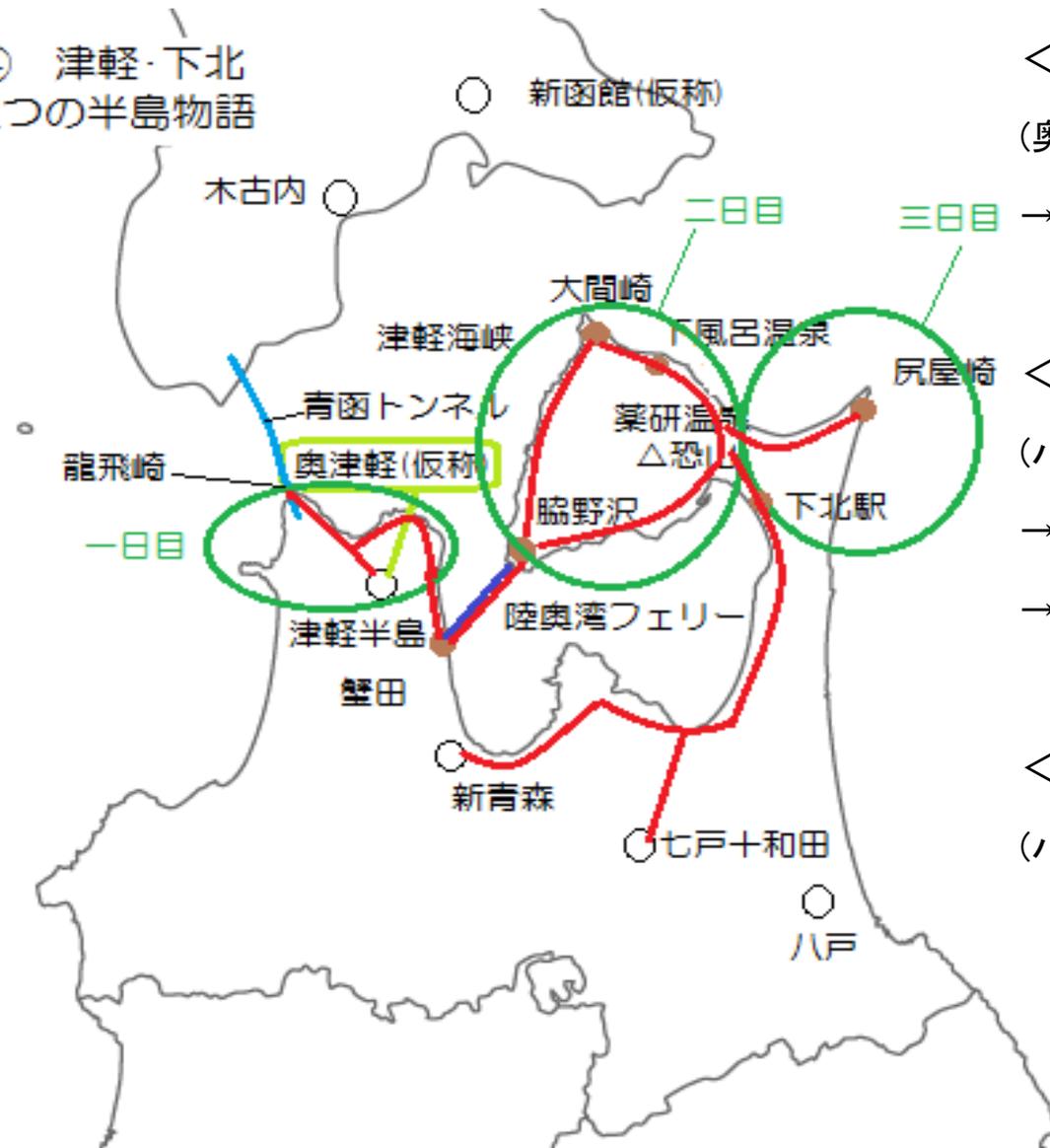
<3日目>

(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

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

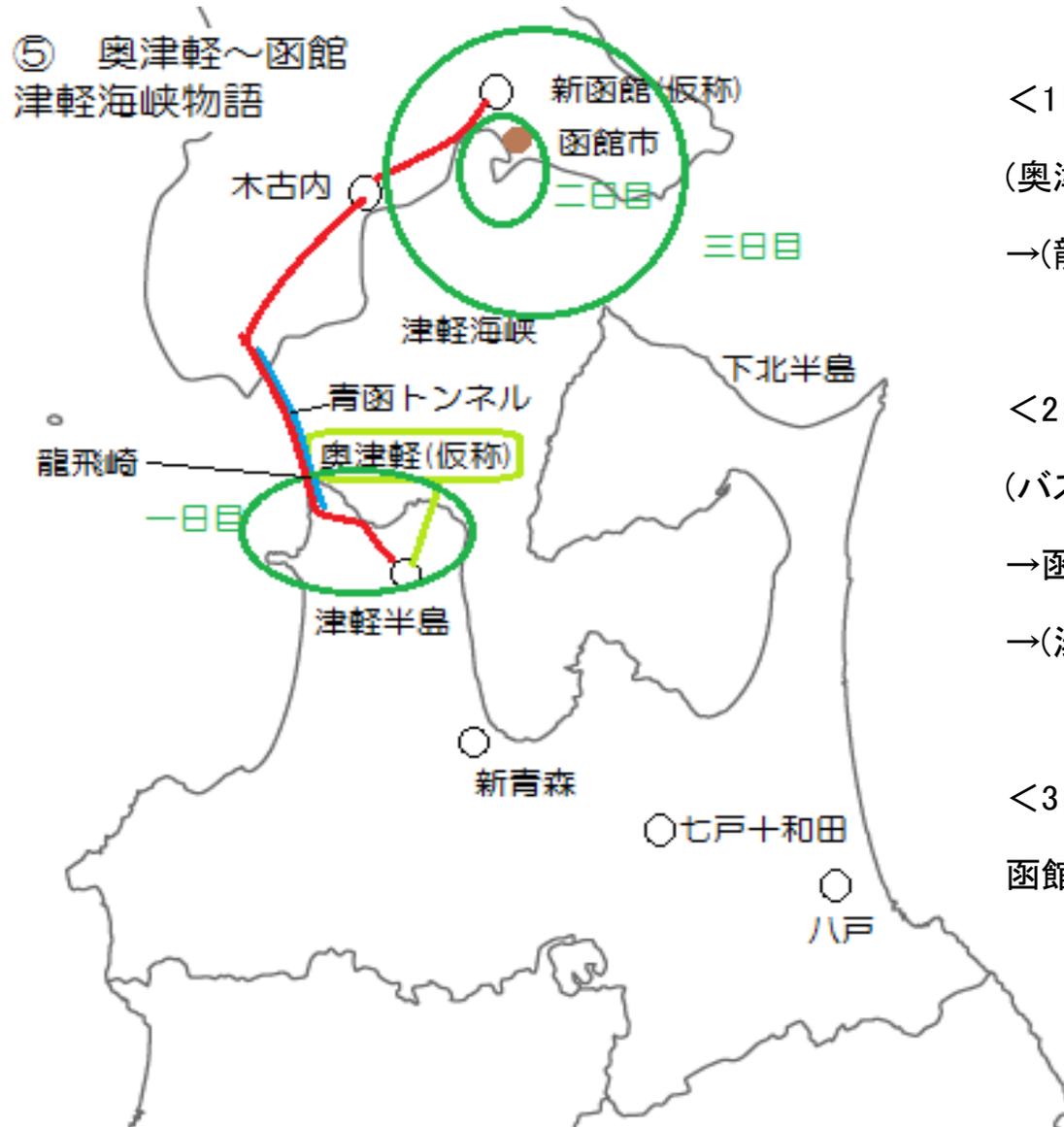
→(下風呂温泉 宿泊)

<3日目>

(バス)尻屋崎→(リゾートあすなろ~新青森駅)

VI. 奥津軽駅(仮称)を起点とした仮想観光ルート

5. 奥津軽～函館 津軽海峡物語



<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)→(奥津軽駅～北海道新幹線～新函館駅)

→函館市<五稜郭、元町>

→(湯の川温泉宿泊)

<3日目>

函館市周辺→(函館空港、もしくは新函館駅)

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

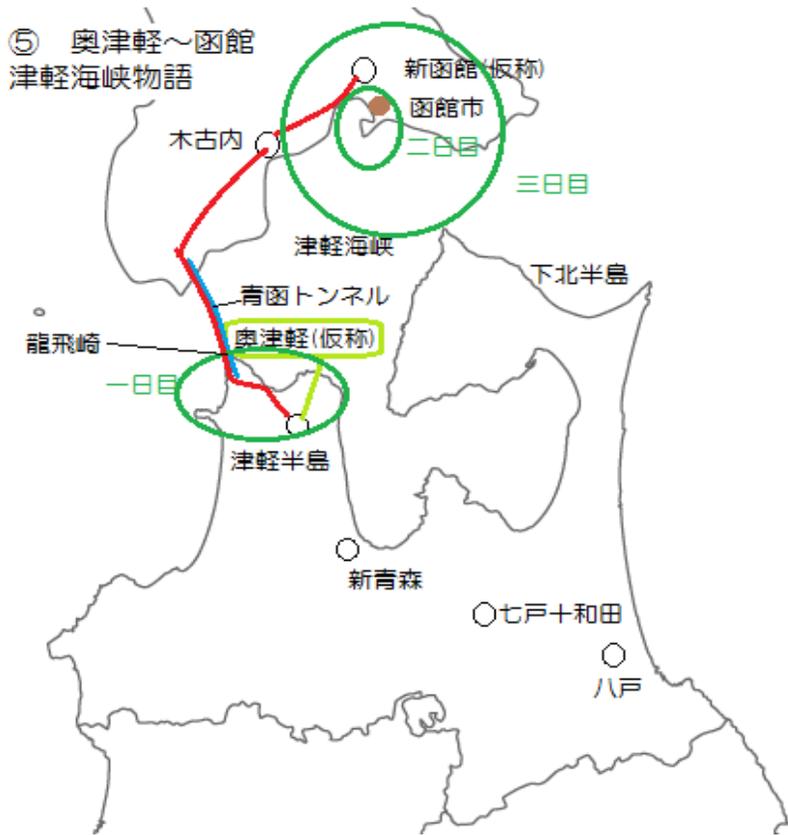
コンセプトを明確化し、具体的な観光振興策を展開していくために、早急にモデルコースの確立を図る。あわせて、統一的な宣伝活動を推進する。

(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

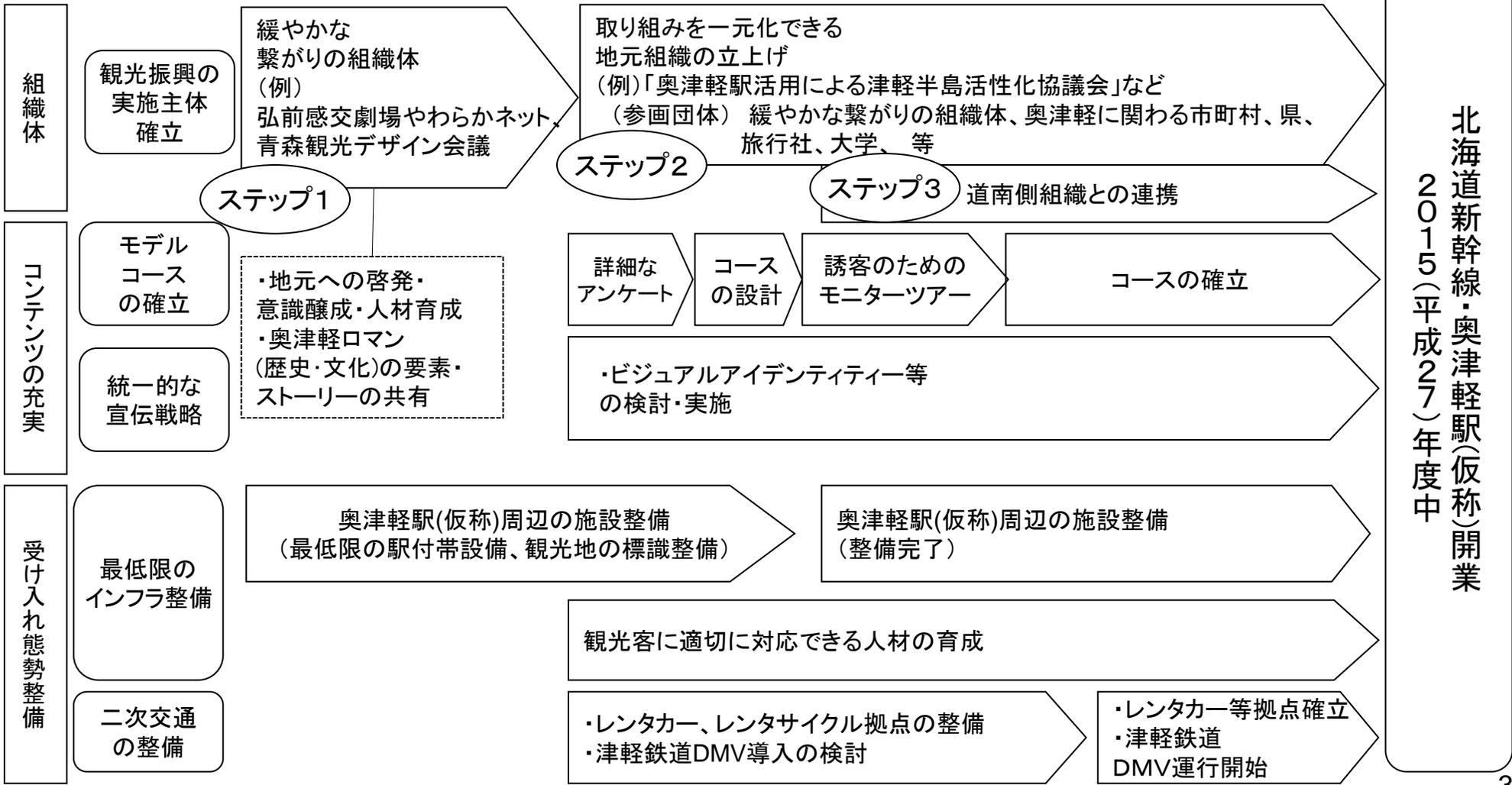
- ・2013(平成25)年中を目処に、広域連携の大切なパートナーである道南の推進組織との連携を図り、以降、開業まで施策展開を加速させていく。
- ・道南側との連携により、推進組織としての体制が確立し、本格的な対応が加速され、JR北海道のダイヤ設定へのアピールに資する。
- ・北海道・道南側と津軽半島側の相互にメリットがあるような観光コースを確立していくことが、最終的に観光客にアピールできる商品へとつながっていく。

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> 首都圏在住識者インタビュー

奥津軽観光は見込みあり。ターゲットは中高年富裕層。テーマは奥津軽ロマン(歴史・文化)と海鮮グルメ。最終目標は北海道道南の渡島半島、下北半島と津軽半島を結ぶトライアングル観光圏。レンタカーとレンタサイクルが有効。カスタムメイドに関わるコーディネート、及びサポート態勢の構築が重要。

1. 首都圏識者インタビューの概要

(1) 目的

- ①津軽半島北部地域の観光振興策の仮説について、それぞれの経験や青森県とのかかわり、あるいは専門知識に基づく意見や新しいアイデアを得る。
- ②首都圏在住の観光需要者として、当該地域の歴史や文化のストーリー、あるいは個別の観光資源について、どういった興味を持っているのかを探る。

(2) 調査手法

- ①事前にEメールで調査の概要を送付し、当日はほぼフリートークで、調査の方向性や活性化の具体策に関し、意見を聴取した。
- ②一般向けアンケートの試作品を作成、持参し、共通の話題として提供したほか、後日回答を記入して、構成や内容についての意見とともに提出してもらうよう依頼した。

(アンケート試作品の内容)

- ・5項目の奥津軽ロマン(歴史・文化)のストーリーの認知と興味

(3) インタビュー対象

・インタビューは、個別ヒアリング5先と、「東京青晴会(じよつぱれかい)」*メンバーを中心としたグループ(13名参加)に実施し、合計18名の意見を聞いた。

・今回は、Eメール等を活用し、グループインタビューに参加できなかったメンバーにも、可能な限りアンケート試作品への意見等をいただき、テーマの絞り込み、課題の抽出等の参考とした。

*東京青晴会

青森県に勤務歴があるなど、業務上で青森県に縁があり、現在は首都圏に在住している方々の任意団体。

首都圏在住識者インタビュー
2. インタビュー実施先一覧

2011(平成23)年10月11日～12日実施

インタビュー日時	現職	氏名	備考
11日14:00～15:00	国土交通省半島振興室	大石麻子	国土政策局地方振興課課長補佐
11日15:40～16:40	明治大学経営学部教授	佐々木聡	経営学博士、青森市出身
11日18:00～19:10 グループ・インタビュー	フリーライター	小松盛美	元 日本経済新聞社青森支局長
	青い森の特派員	浦田彰	元 NHK青森局長
	青森中央学院大特任教授	苫米地重亨	大学院地域マネジメント研究科 元 毎日新聞社青森支局長
	日本経済新聞社編集局	工藤憲雄	運動部編集委員、青森市出身、今別町にも縁あり
	日本経済新聞社編集局	松田隆	産業地域研究所・日経グローバル編集長 元 青森支局長
	時事通信社文化部次長	岩楯達弥	元 青森支局
	時事通信社文化部記者	佐藤正章	元 青森支局
	オフィス・オン	大山禮二	野辺地町出身、音楽プロダクション経営
	毎日新聞社サンデー毎日	堀和世	編集部記者、元 青森支局
	富士火災海上保険	入谷盛宣	顧問、元 青森県副知事
	朝日新聞社東京本社報道局	中山由美	社会グループ、元 青森総局、 山岳や南極に詳しい
青森放送東京支社業務部	森山茂樹	シニアアドバイザー 元キャスター	
		浅賀昭次郎	元 青森博報堂
12日10:00～11:00	大東文化大学経済学部教授	中村年春	元 青森大学教授
12日13:30～14:30	朝日新聞社広報部	豊吹雪	社報編集、元 青森総局
12日15:30～16:30	野村証券 年金研究所部長	西村道憲	フィデューシャリー・サービス研究センター 年金研究所ヘッド兼部長

3. 首都圏インタビューから得られた知見

奥津軽ロマンを基軸とした観光振興は可能性あり

(1) 津軽半島、奥津軽の認知と可能性

① 認知度

- ・ 調査地域で観光地として認知されているのは龍飛崎周辺、それ以外はほとんどなし。津軽海峡冬景色のイメージが浸透し、津軽海峡や龍飛の認知度は高い。
- ・ 「奥津軽駅(仮称)」のネーミングには好意的な視線。奥津軽≡津軽半島の感覚で見ている。奥津軽エリアの境界線がどこかには興味なし。
- ・ 奥津軽ロマン(歴史・文化)のストーリーについて試作アンケートを用い個別に聞くと、知っている人が少なくない。知らなくとも興味があるとする人が多い。
- ・ 都会人が当地について抱く好ましいイメージは、地の果て感、手つかずの自然、素朴な田舎暮らし、雪遊び(スキーなどのウィンタースポーツと言う意味ではない)、おいしい魚、アウトドアライフ、景観など多種多様。

※青森県をよく知っている方々からは、イルカウォッチングや袴腰岳頂上からの展望など個別資源の素晴らしさに言及する例や、自然景観を活かしたスポーツ競技(自転車、マラソン)を熱く語る例もみられた。

② 観光振興の可能性

- ・ 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人が多い。東京人にとって「電車」は最も身近な交通手段。電車一本で行けるメリットは大きい。
- ・ 手付かずの自然に対する憧れ、グルメへの興味、奥津軽ロマンへの興味などを総合すると、観光振興の可能性は十分にある。
- ・ ただし、自然体験型の観光メニューだけで遠隔地から観光客を呼び込むのは容易でないとの意見も。その分野はむしろ県内容を中心とした近隣がターゲット。
(参考)
鹿児島県大隅半島の大規模な複合型の体験観光イベントでも、7～8割は県内容である。体験型イベントは地元客に気軽に参加してもらうことが大切。
- ・ 現地の宿泊施設が乏しいということもあるようなので、奥津軽ロマンに基づく観光メニューをオプション・ツアー的な感覚で創るという方法もある。
- ・ 地図を見てむつ湾フェリーや津軽海峡フェリーに興味を示す人が多い。船で移動することに対するあこがれと、広域観光への要望。

3. 首都圏インタビューから得られた知見

首都圏の中高年富裕層がターゲット。若年層や子育て世代は困難

(2) 観光客のターゲット

① 圏域は首都圏

- ・ 新幹線駅の活用を前提とすれば、地域は東日本中心にならざるを得ないだろう。ずばり首都圏が最大のターゲット。
- ・ 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

② 客層は中高年富裕層

- ・ 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。
- ・ 移動だけである程度の費用が掛かることから、若い方や子供連れの観光客にどんどん来てもらうことは難しそうだ。
- ・ 「素朴な昔ながらの田舎暮らし」を子供に体験させたいという子育て世代の意見もあったが、交通費や遊びのバリエーションから見て、やはり中高年世代だろうという意見が多かった。
- ・ 若者の誘致方法として、大学生の研究グループを対象に、地元の大学教授や大学生の力を借りて、知的なプログラムを開催することが考えられる。定期開催で交流が広がり、若者だけでなく教授陣も集まる。彼らの知恵を地元の地域振興に活用できるという、副次的な効果大きい。

3. 首都圏インタビューから得られた知見

新鮮な海産素材を活用。差別化が課題

(3) 奥津軽プレミアムグルメの展開

① 食のコンテンツ

- ・ 海峡マグロや生ウニは集客力がある。
- ・ ホヤ、イシモズク、ヤリイカ、アイナメなど、優れた素材が数えきれないほどある。態勢を整えればしっかり商売できる。

② プレミアムグルメの展開案

- ・ 優れた食材は豊富だが、食べさせる店がなくては意味がない。ホテルや飲食店が少ないのは厳しい。
- ・ ホテル・飲食店が少ない事実はやむを得ない。あそこは、美味しいものを食べさせると評判になるような小規模でお洒落な飲食店やペンションなど、小さな成功事例を徐々に積み上げていくことが現実的な対応。
- ・ 三方を海に囲まれている環境から、新鮮な海産物を活用したメニューを中心に売り込んでいくことに異論はない。ただし、新鮮さはともあれ、素材はどこにでもあるものが多い。どう差別化していくのが課題。
- ・ 人気メニューのレシピを開発していくためには、漁協婦人部などの活躍が必要だ。
- ・ 食材が優れていることを利用して、有名調理学校と提携し、「グルメ甲子園」のような、作り手を集結させるイベントを実施するのが有効ではないか。

③ 他観光地の成功事例

- ・ 全国的に古民家の構造をそのまま活用した地元料理の店は好調だ。宿泊施設を併設すれば、姉妹都市の生徒・児童を対象にした体験農漁村学習のような定例的なつながりを持つ。
- ・ 集客力のある観光地には、必ず雑誌等で有名になった飲食店がある。地元の意欲あるシェフが賞などをもって有名になれば最高だが、そうでなくても、しっかりと地元の一次産業とつながっていることなどで注目されれば、ツアーに組み込まれるなどの可能性が高まる。

3. 首都圏インタビューから得られた知見

人材育成はコーディネーターと継続性の確保が重要。二次交通はレンタカーとレンタサイクルが重視される

(4) 受け入れ態勢の整備

① 人材育成

○コーディネートする人材が必要

- ・ 奥津軽ロマン(歴史・文化)を中心とした観光振興を図るのであれば、現地ガイドが不可欠である。生活を通じて地元の山や海を知っている人がとても大切な人材。そういう人たちをリストアップし、協力を仰ぐことが必要だ。

○地元主体の取り組みによる継続性の確保

- ・ 物事が軌道に乗るのに、5～6年はかかる。継続性の観点から、地元の方々の取り組み意欲が非常に大切だ。
- ・ 人材育成は単発的な成功体験から積み重ねていくもの。人材がいないように見えても、様々な活動を地道に行っている人が必ずいる。

(成功事例)

高知県黒潮町の有名な「海辺の日曜日」は、役場の若手職員が友人と看板作りから始めた。出店料3千円の気軽さと「地元産品」・「手作り品」限定のコンセプトで地域の人々を巻き込んだことが成功要因。出店者自身のアレルギー対策で手作りしていたジャムが、「海辺の日曜日」が有名になったお陰で、全国ブランドの商品に成長した例もある。

② 二次交通の整備

○公共交通の可能性

- ・ 新駅発着の公共交通を新設、充実させることは、ビジネス需要や生活需要があまり見込めない中では困難とみられる。

○レンタカー・レンタサイクルの可能性

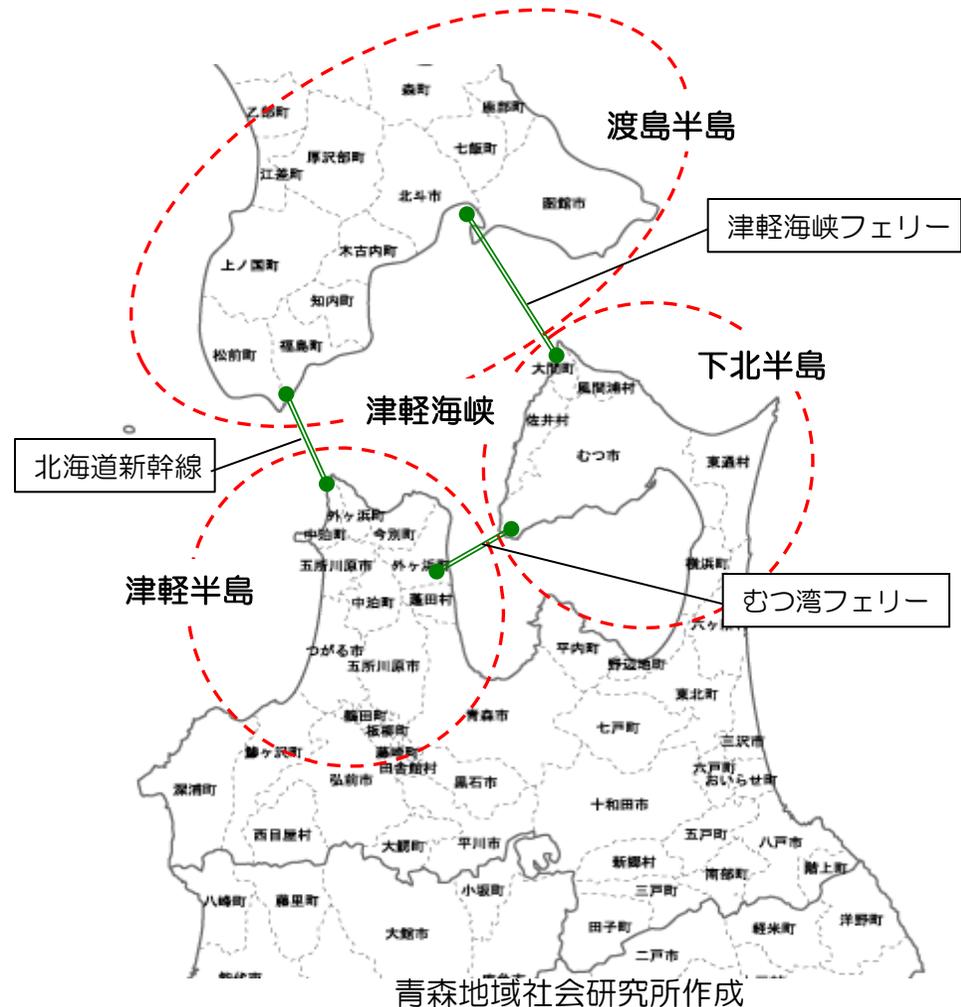
- ・ 二次交通の主役はレンタカーが担うことになるだろうが、公共交通の場合と同じく、需要見通しの弱さから、大手の駐在は困難とみられる。
- ・ 地元企業(ガソリンスタンドや中古車店等自動車関連の業種)が副業として中古レンタカー業を経営するのが現実的だ。
- ・ 1時間500円のカーシェアリングが使えないか検討してみてはどうか。
- ・ 最近、さまざまな観光地で、電動アシスト付の貸自転車活躍している。観光のコンセプトから見て、当地でも有効に使えるだろう。要所に拠点を設けてはどうか。

3. 首都圏インタビューから得られた知見

「津軽海峡」がキーワード。西北津軽地域はもとより、下北半島や北海道道南との連携が必要

(5) 地域間連携・広域観光

- ・ 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。また、蟹田経由で下北への展開も需要がありそうだ。
- ・ 最終的には、津軽半島、下北半島、函館を中心とした道南地域のトライアングルの広域観光を指向すべきである。
- ・ コンテンツもエリアも、キーワードは津軽海峡。津軽半島だけでなく、下北半島と道南との位置関係が分かる地図をうまく使えばよい。いかにそれぞれが近くて、津軽海峡の形が丸いかが分かる。津軽海峡を新幹線とフェリーで一周してみたいと思わせることが可能である。
- ・ 国土交通省の「半島間連携チャレンジプロジェクト」ですでに五所川原市、大間町、江差町のトライアングル事業がスタートしている。機は熟している。



<参考資料> 函館商工会議所インタビュー

新函館駅、木古内駅の開業を見据えた活動は周辺自治体を巻き込みながら活発化している。函館市を中心とした道南地域との連携が重要であり、函館側も連携を望んでいる。

1. 函館商工会議所インタビューの概要

(1) 目的

- ① 北海道新幹線 新函館駅及び木古内駅に関する開業準備状況の把握。
- ② 函館を中心とした道南観光と津軽半島観光の連携可能性を探る。

(2) インタビュー対象者

函館商工会議所・地域振興課係長 永澤大樹氏

2. 函館商工会議所インタビューから得られた知見

(1) 木古内駅活用対策の現状

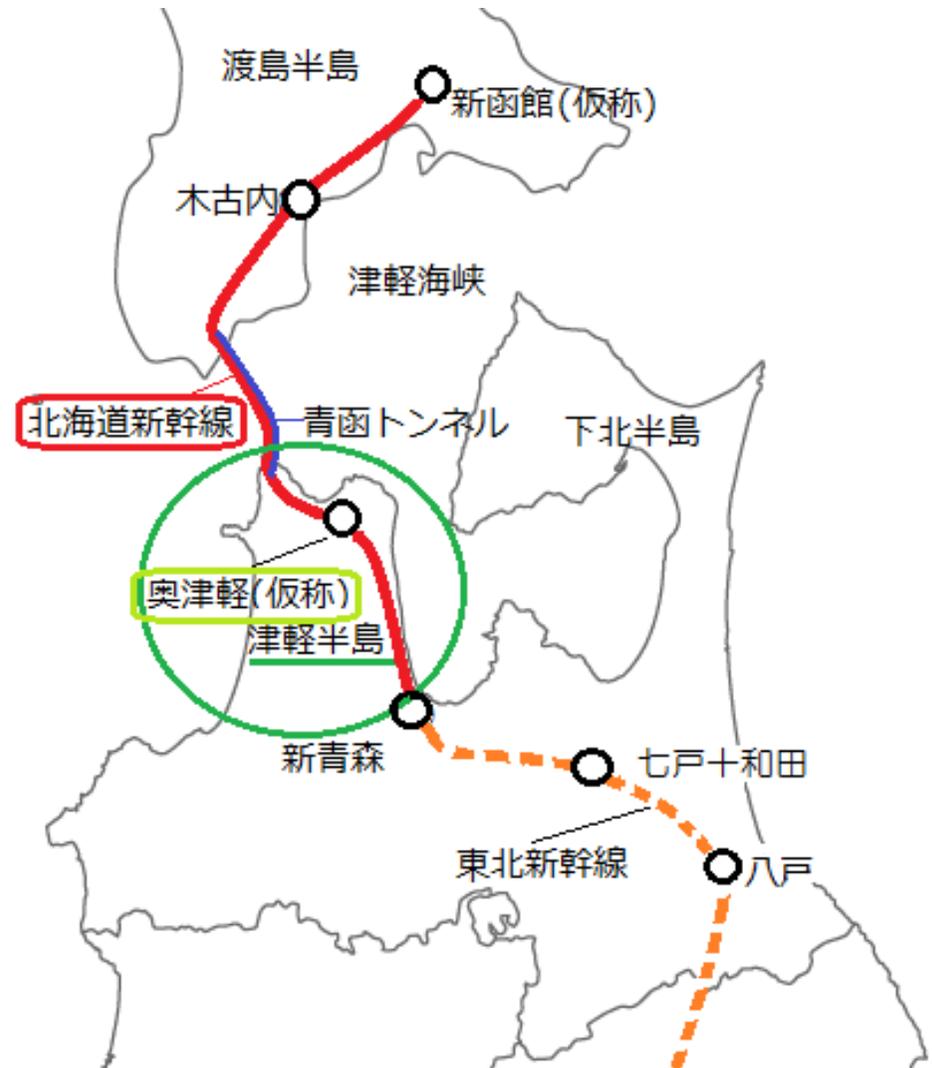
- ・木古内町を中心とした周辺市町村の動きが活発化している。
- ・「新幹線木古内駅活用推進協議会」※が2～3年前から活動をしている。
- ・既存の東北新幹線、津軽海峡線乗継による東京発2泊3日のおすすめコースを2本組成。
(函館2連泊コース、函館1泊松前1泊コース)
- ・体験ツアーも実施されている模様。

※ 新幹線木古内駅活用推進協議会

乙部、厚沢部、江差、奥尻、上ノ国、松前、福島、知内、木古内の9町で組織、エリア人口は約5万人

<http://www.town.kikonai.hokkaido.jp/shinkansenkikonai/ekikatuyousuishinkyougikai/index.html>

津軽半島と北海道道南地域との位置関係



(青森地域社会研究所作成)

2. 函館商工会議所インタビューから得られた知見

(2) 函館市の新幹線開業対策

① 課題

- ・ 新函館駅(仮称)建設予定地は北斗市
- ・ 新函館駅(仮称)から函館市街地へのアクセスの問題
(新函館駅(仮称)～函館駅間は約18km)

② 函館市の開業対策(道南観光のリーダーとして)

- ・ 函館市の観光客受け入れ態勢のさらなる向上

函館観光のプロモーション活動

地元のおもてなし意識向上のための事業

(例)地元ホテル見学ツアーの実施

- ・ 「はこだて観光圏整備計画」の本格的推進

渡島総合振興局、檜山振興局の垣根を越えた道南18市町の取り組み。2010年に国土交通省の計画認定を受け、春と秋に会合を実施している。(右資料参照)

※ 現実的な問題として、新幹線開業を前に、周辺市町で広域的視点の欠如したパンフレット等が散見されるなど、さまざまな調整が必要になっている。

参考資料

「はこだて観光圏整備計画」(計画期間2010～2014)の基本方針とブランドテーマ

【基本的な方針】

- ・ 函館市は陸・海・空の交通の要衝であるうえ、2015年度には北海道新幹線新函館開業を控えており、首都圏のみならず、北関東・東北地域からの観光客の増加が期待される地域である。
- ・ 日本海と津軽海峡、太平洋・内浦湾と大きく三方を海に囲まれ、豊富な海産物を有し、内陸地域では、一大農業地域として、また酪農や畜産など、多くの農産物や畜産物・乳製品などがあり、北海道の「食」の縮図ともいえるような観光圏を形成できる。
- ・ 基本コンセプトを「食」と設定し、「歴史」「文化」「自然」「温泉」などの豊富な資源と結びつけながら、食と観光の融合、相乗効果を図り、滞在型観光を促進することを目的とする。

【ブランドテーマ】

「食は“函館・南北海道”に在り～今だけ、ここだけの旅三昧・食三昧～」
 ・ 地域における「食」の魅力に加え、地域ブランド調査2009年度魅力度ランキング(函館市1位)の結果から、全国的にも、当地域に対する「食」への期待が高い。

(資料出所)

函館市HP 観光圏整備法に基づく「はこだて観光圏」の認定について

2. 函館商工会議所インタビューから得られた知見

(3) 奥津軽観光の潜在力と連携可能性

① 函館から見た奥津軽の印象・コンテンツ

- ・ 真っ先に「龍飛崎」が思い浮かぶ。日本の僻地好きにとってあこがれ。キーワードは最果て、太宰、階段国道など。
- ・ 海峡マグロは食のコンテンツとして非常に強力である。

② 二次交通

- ・ 青森市営バスが走り、乗降フリー区間があるのが印象的だった。面白いアイデアだ。
注) 現在も外ヶ浜町営バスの平館地区路線バス全区間と三厩地区循環バスの算用師～龍飛漁港間がフリー区間となっている。
- ・ 蟹田-下北間のフェリーは興味深い。「下北の玄関口ー奥津軽」という切り口は有効だ。(下北半島との連携示唆)
- ・ 下北にフェリーで渡ると、レンタカー大手の大間営業所が重宝する。大手の営業所駐在が無理なら地元業者が名前を借りる手もある。レンタカーは必須アイテムである。

③ 函館市、道南地域との連携可能性

- ・ 義経伝説は北海道にもたくさんある。特に道南の伝説は活用できるのではないか。
例) 矢越岬: 三厩から出航した義経が、福島町と知内町の境にあり海の難所として知られる矢越岬に差し掛かったとき、魔神を矢で追い払い、波を鎮め、無事に通り抜けることができた。
- ・ 海峡マグロの例にみられるように、「津軽海峡」はお互いにとって重要な資源である。
- ・ 地域間競争に打ち勝っていくためには、函館圏だけでは今後難しい。例えば津軽海峡観光圏とでもいうような構想が必要だ。

<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

1. アンケートの概要

(1) 目的

奥津軽駅(仮称)起点の仮想観光ルートについて、以下の仮説を最終的に検証するため、需要動向調査を試みた。

- ① 中心的なターゲットは首都圏の中高年世代である
- ② 奥津軽ロマン(歴史・文化)が観光振興の柱となる
- ③ 当地の観光振興には広域的な取り組みが不可欠

(2) 調査手法と対象者

- ① 調査手法
インターネットアンケート
(内容確定の上、株マクロミルへ委託)
- ② 実施日:平成24年1月6～8日
- ③ 調査対象
40歳以上の首都圏1都3県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)在住者 1,548名
40歳代、50歳代、60歳以上の各年代で約500名ずつ、男女比率がほぼ半々になるように設定。

(3) 調査の主な内容

- Q1. 回答者の旅行頻度
- Q2. 青森への旅行経験
- Q3～7.奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味の有無
- Q8. 奥津軽駅(仮称)起点の5つの仮想観光ルート(2泊3日)のうち、行ってみたいルート
- Q9. 上記ルートを訪れたい季節
- Q10. 青森県への旅行に関し、許容できる費用

(補足) 質問ランダムイズ※、選択肢ランダムイズについて

今回のアンケート調査では、「奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味」を問うQ3～7の5問を質問ランダムイズした。

また、「行ってみたい観光ルート」の設問では、選択肢ランダムイズを行った。

※ ランダムイズとは

並列的な内容の質問や選択肢について表示順が固定化していることにより回答結果に偏りが生じることを防ぐため、回答者ごとに質問や選択肢の順番をシャッフルして表示する手法。

2. アンケート結果の要旨

(1) 基本的方向性の確認

- ・ターゲットは首都圏等の中高年
- ・奥津軽ロマン(歴史・文化) + グルメ
- ・近隣と連携する

これらは否定されない結果になった

(2) コース設計のヒント

①ターゲットは首都圏等の中高年

- ・奥津軽駅周辺地域にまつわるストーリーへの興味は、年齢が上がるほど高くなる(Q3~7)。
- ・60歳以上の半数ほどが、半年に1度の国内宿泊旅行をしている(Q1)。

②奥津軽ロマン(歴史・文化) + グルメ

- ・奥津軽ロマン(歴史・文化)についての興味(Q3~7)は、
 - 1位 青函トンネルの歴史(興味あり70.3%)
 - 2位 義経北行伝説(同59.4%)
 - 3位 吉田松陰 国防の旅(同53.4%)
 - 4位 太宰治「津軽」紀行(同50.6%)と、上位4位までが半数以上の支持を得た。
- ・なお、グルメについてはアンケートでは対象外だったため検証はされていない。

③近隣と連携する

- ・行ってみたい仮想観光ルート(Q8)では、
 - 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%)と、上位が連携を要するルートであり、近隣地域との連携が有効であるという結果となった。

3. アンケート調査票

Q1. 旅行頻度

観光に関するアンケート

下記アンケートにご協力お願いいたします。

当アンケートの回答者の皆様へお願い

マクロミルモニタの皆様にはモニタ規約にて「調査についての守秘義務」の徹底をお願いしています。

当アンケートの内容および当アンケートで知り得た情報については、決して第三者に口外しないよう(掲示板やホームページへの書き込みを含む)、ご協力をお願いします。

Q1. あなたは、国内旅行や海外旅行にどれくらいの頻度で行きますか。

以下の旅行ごとに最も当てはまるものをひとつだけお選びください。

※プライベートでの旅行に限ります。ビジネスや帰省は旅行に含みません。

【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8
	1 ヶ月に 1回 以上	3 ヶ月に 1回 程度	半 年に 1回 程度	1 年に 1回 程度	2 年に 1回 程度	3 年に 1回 程度	5 年に 1回 程度	そ れ 以 下 の 頻 度
1. 日帰りの国内旅行 →	<input type="radio"/>							
2. 1泊以上の国内旅行 →	<input type="radio"/>							
3. 海外旅行 →	<input type="radio"/>							

(注) 回答欄の○印はクリック箇所 (以下同様)

Q2. 青森県への旅行経験

Q2. あなたは青森県に行ったことがありますか？

※プライベートでの旅行についてお答えください。ビジネスや帰省での訪問は含みません。

【必須入力】

1 ある

2 ない

▼以下の画像をご覧ください▼



Q3. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【義経北行伝説】

Q3. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて興味があるかないかをお答えください。

【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晩祈祷すると、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。

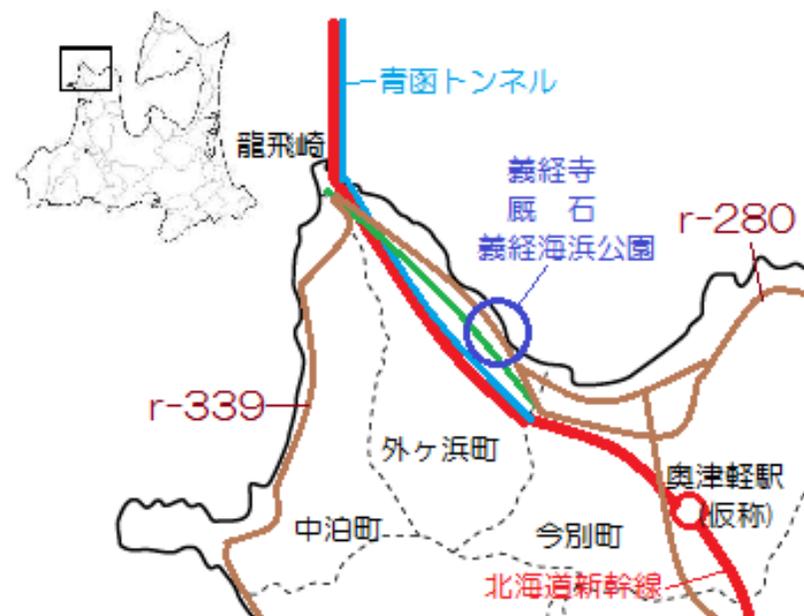
【必須入力】

- 1 興味がある ○ 2 興味がない ○

▼以下の画像をご覧ください▼



<厩 石(まやいし)>



※ Q3～Q7の5つの質問は、関連イメージとともにランダムイズして回答をいただいた。

Q4. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【太宰治「津軽」紀行】

Q4. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて興味があるかないかをお答えください。

【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。

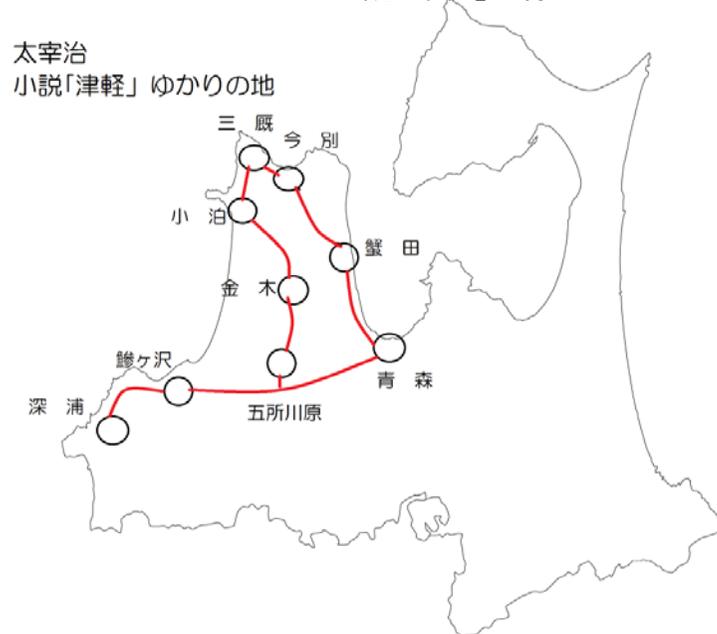
【必須入力】

- 1 興味がある ○ 2 興味がない ○

▼以下の画像をご覧ください▼



<小説「津軽」の像>



Q5. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【徐福伝説】

Q5. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて興味があるかないかをお答えください。

【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。

【必須入力】

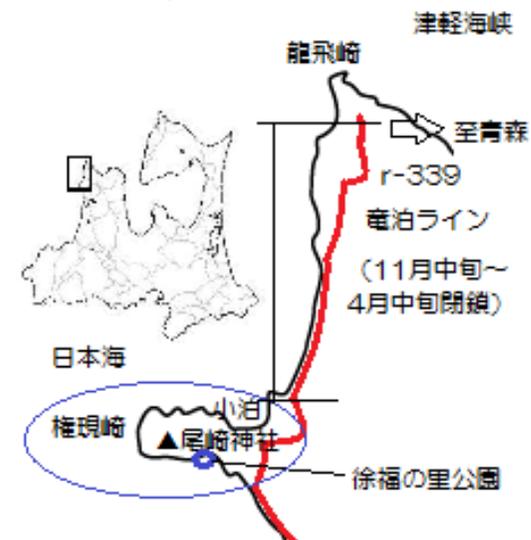
1 興味がある ○ 2 興味がない ○

▼以下の画像をご覧ください▼



＜日本最北の徐福像＞

小泊エリア



※ Q3～Q7の5つの質問は、関連イメージとともにランダムイズして回答をいただいた。

Q6. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【吉田松陰 国防の旅】

Q6. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて興味があるかないかをお答えください。

【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。

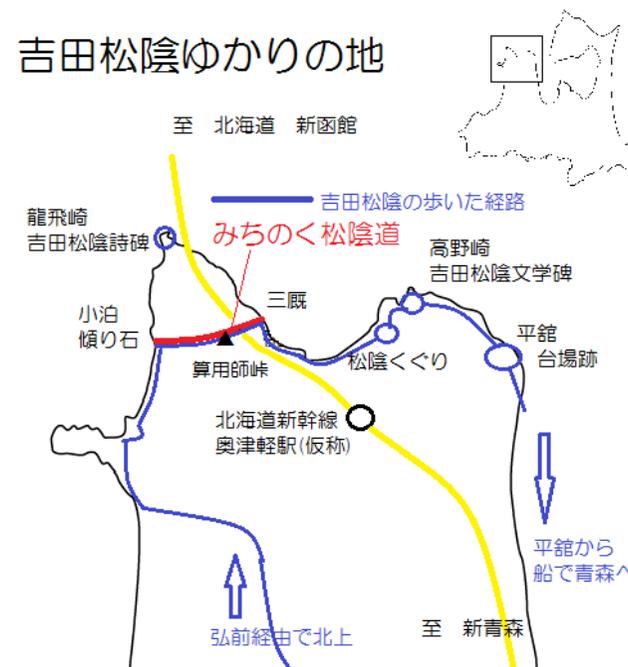
【必須入力】

- 1 興味がある ○ 2 興味がない ○

▼以下の画像をご覧ください▼



<みちのく松陰道入口(旧三厩村側)>



※ Q3~Q7の5つの質問は、関連イメージとともにランダムイズして回答をいただいた。

Q7. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【青函トンネルの歴史】

Q7. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて興味があるかないかをお答えください。

【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、あじさいロードなど

(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－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－北海道間の物流が劇的な進展を遂げた。

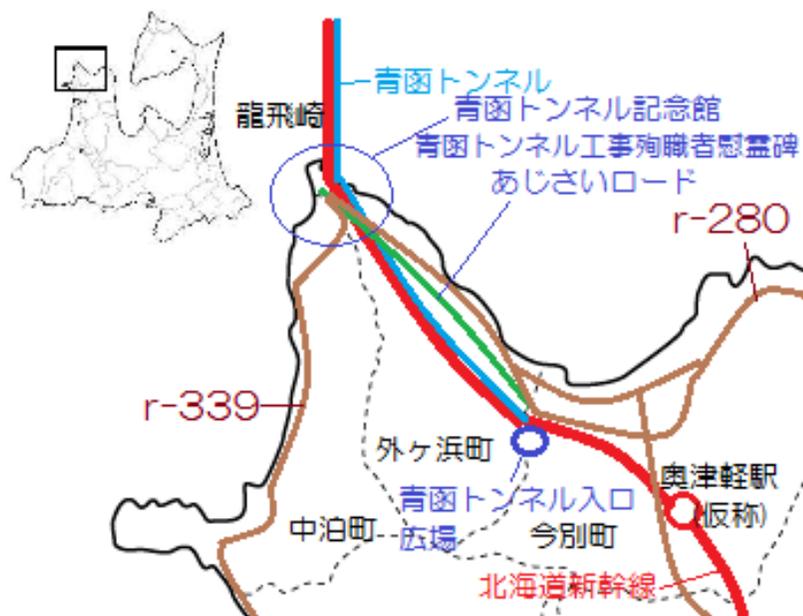
【必須入力】

- 1 興味がある ○ 2 興味がない ○

▼以下の画像をご覧ください▼



<体験坑道ケーブルカー「もぐら号」>



Q8. 行ってみたい観光ルート

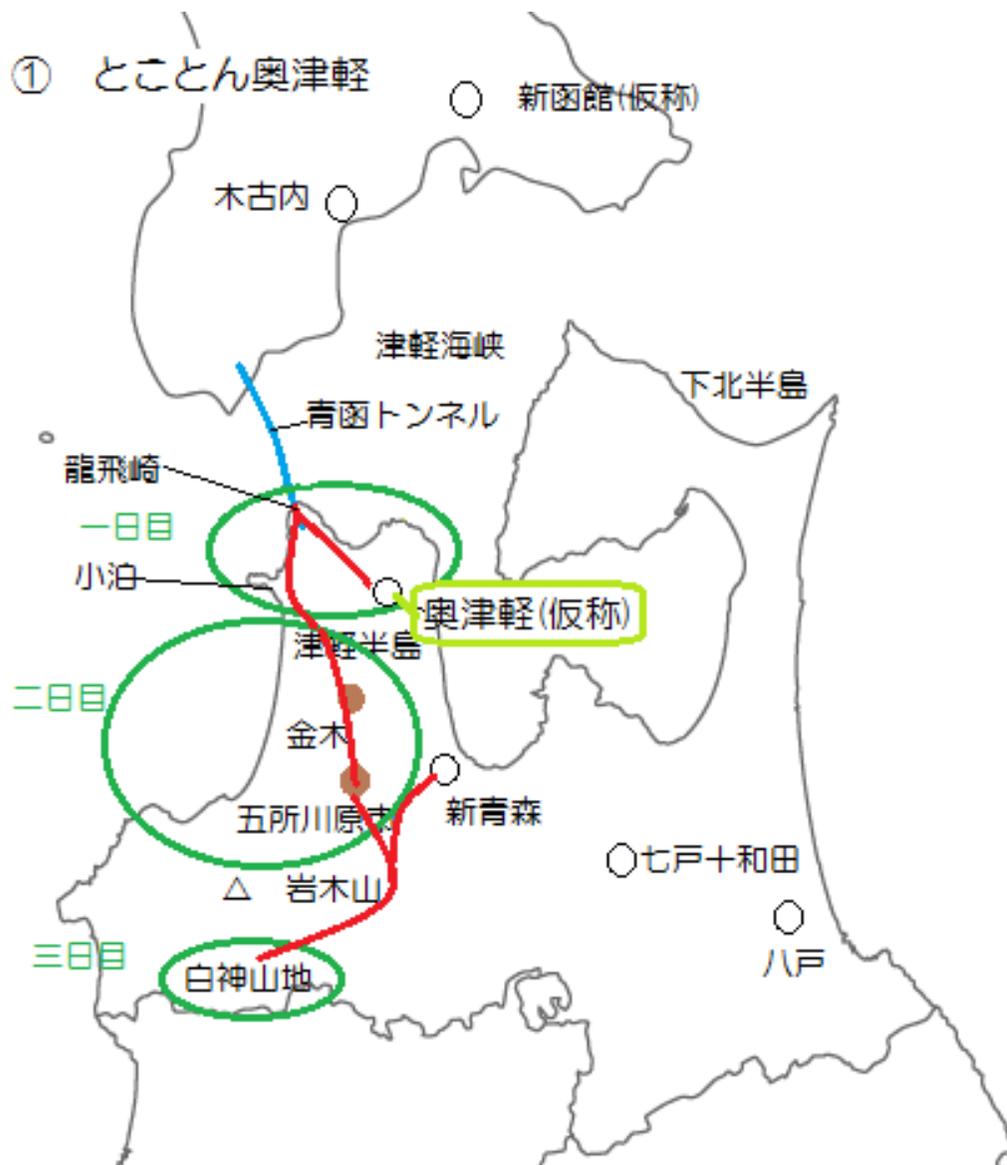
Q8. 「奥津軽駅」(仮称)が2015年(平成27年)に開業すると、青森県の津軽半島が身近になります。「奥津軽駅」を起点とした仮想の観光ルートを5つ作成してみました。以下の中から、最も行ってみたいルートをひとつ選んでください。※

【必須入力】

- 1. とことん奥津軽
- 2. 奥津軽と陸奥湾・八甲田山
- 3. 奥津軽と古都弘前
- 4. 津軽・下北 2つの半島物語
- 5. 奥津軽～函館 津軽海峡物語
- 6. 上記コースでは行きたくない

※ Q8では、選択肢1～5を以下に掲げるルートイメージとともにランダムイズし、選択肢6のみを固定表示とした。

Q8. 行ってみたい観光ルート(ルートイメージ) 【1. とことん奥津軽】



<1日目>

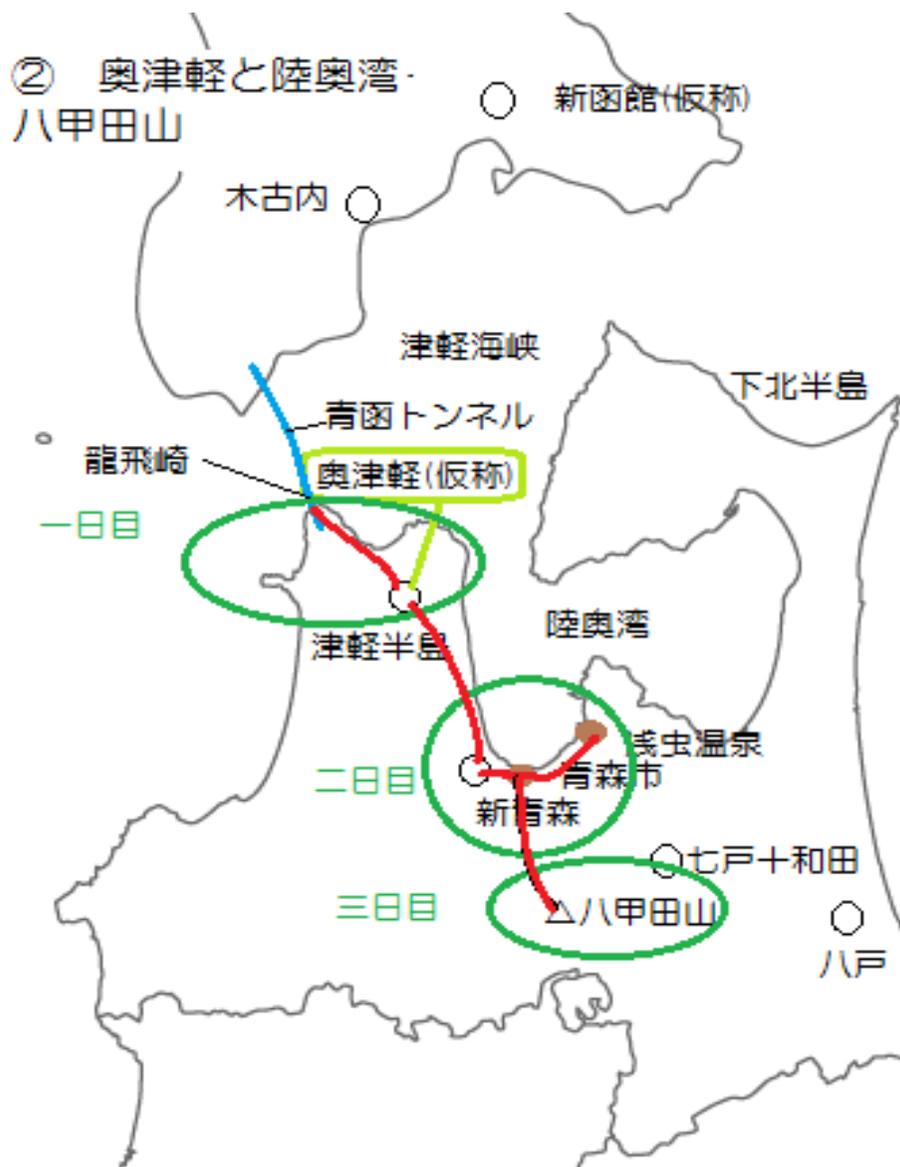
(奥津軽駅)→(バス)奥津軽駅周辺<龍飛崎ほか>
→(龍飛崎温泉 宿泊)

<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)



<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>

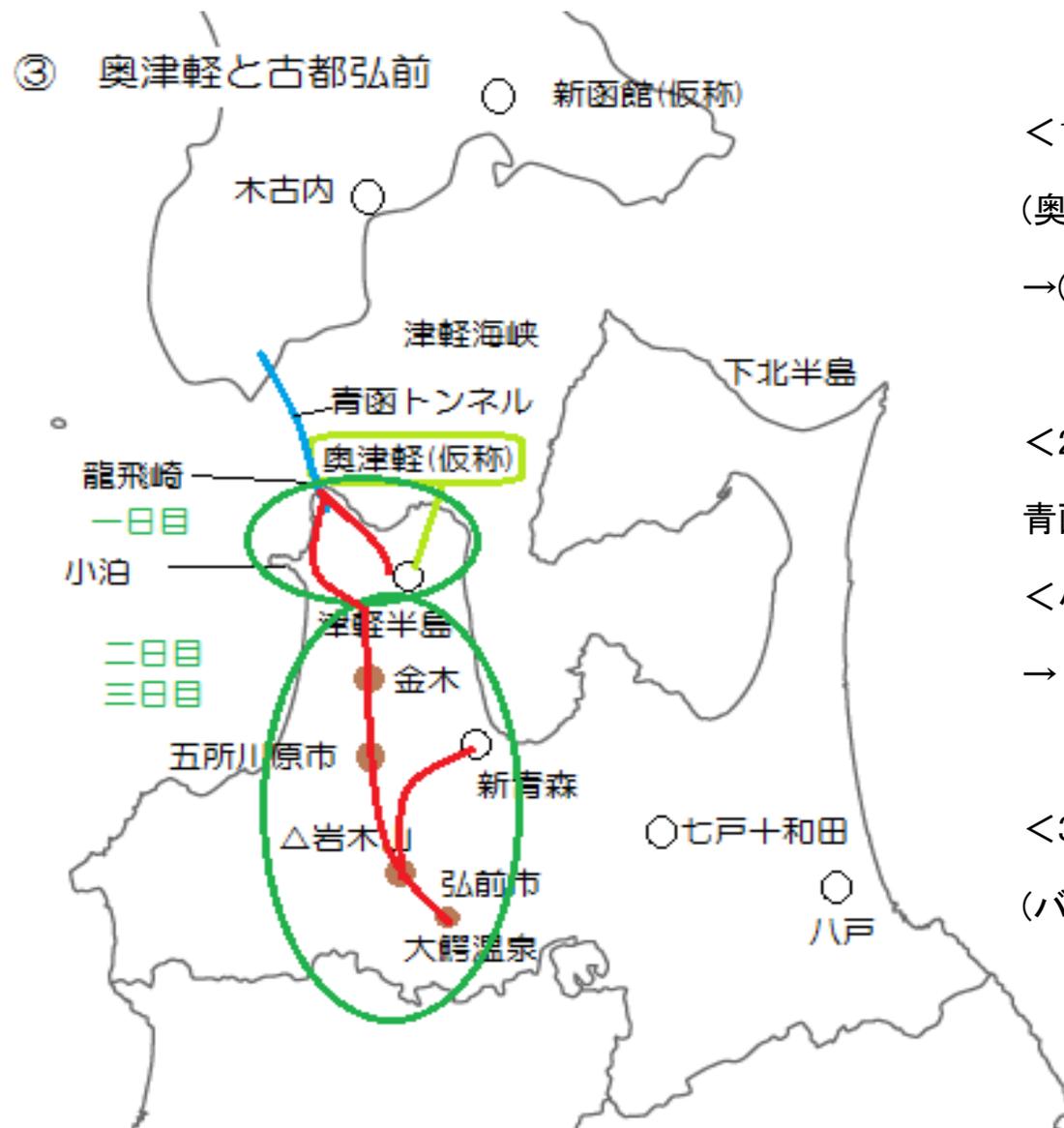
→(浅虫温泉 宿泊)

<3日目>

(バス)八甲田山<酸ヶ湯、ロープウェー>

→(新青森駅)

Q8. 行ってみたい観光ルート(ルートイメージ) 【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)

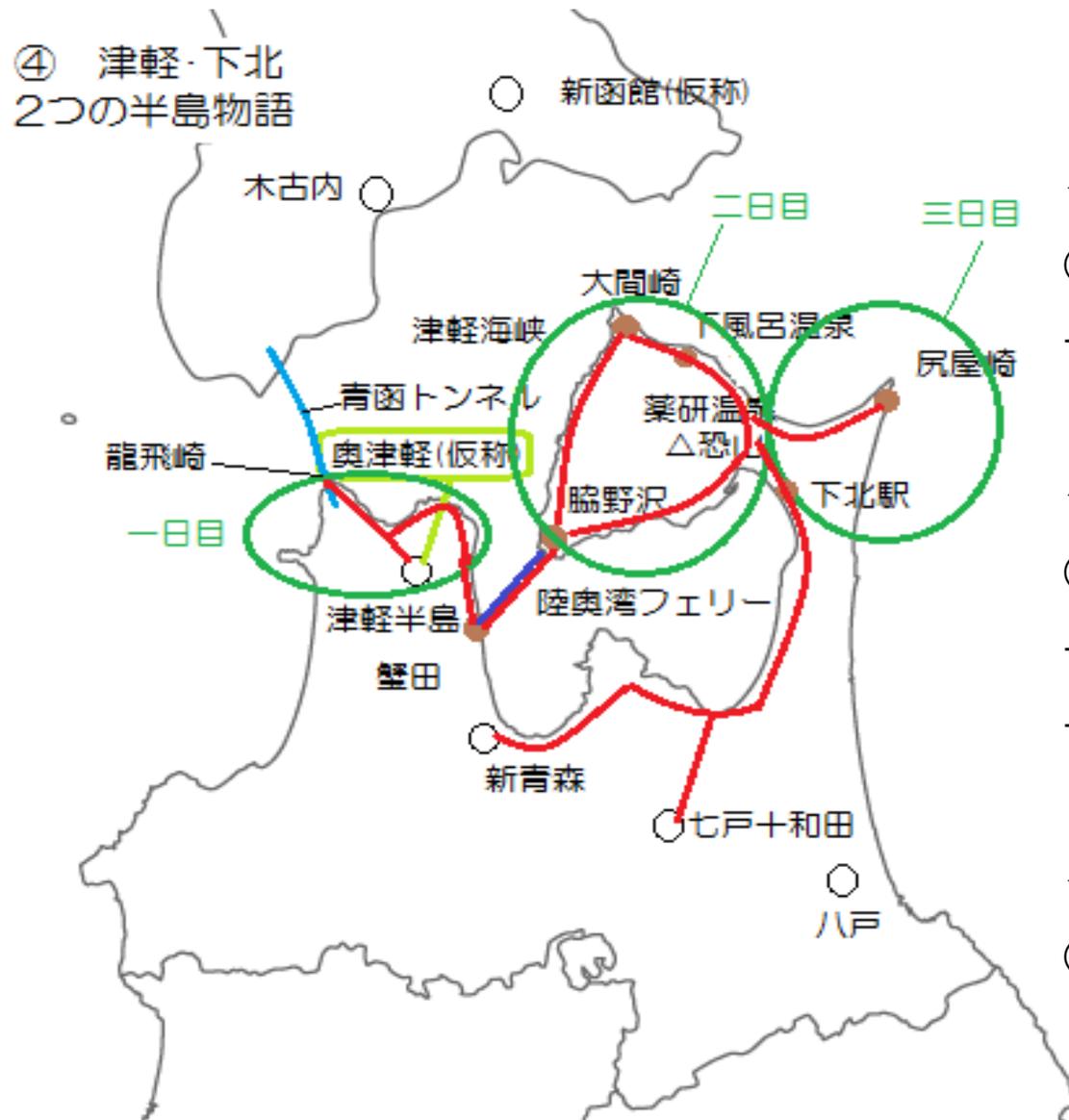
<2日目>

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)

Q8. 行ってみたい観光ルート(ルートイメージ) 【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>

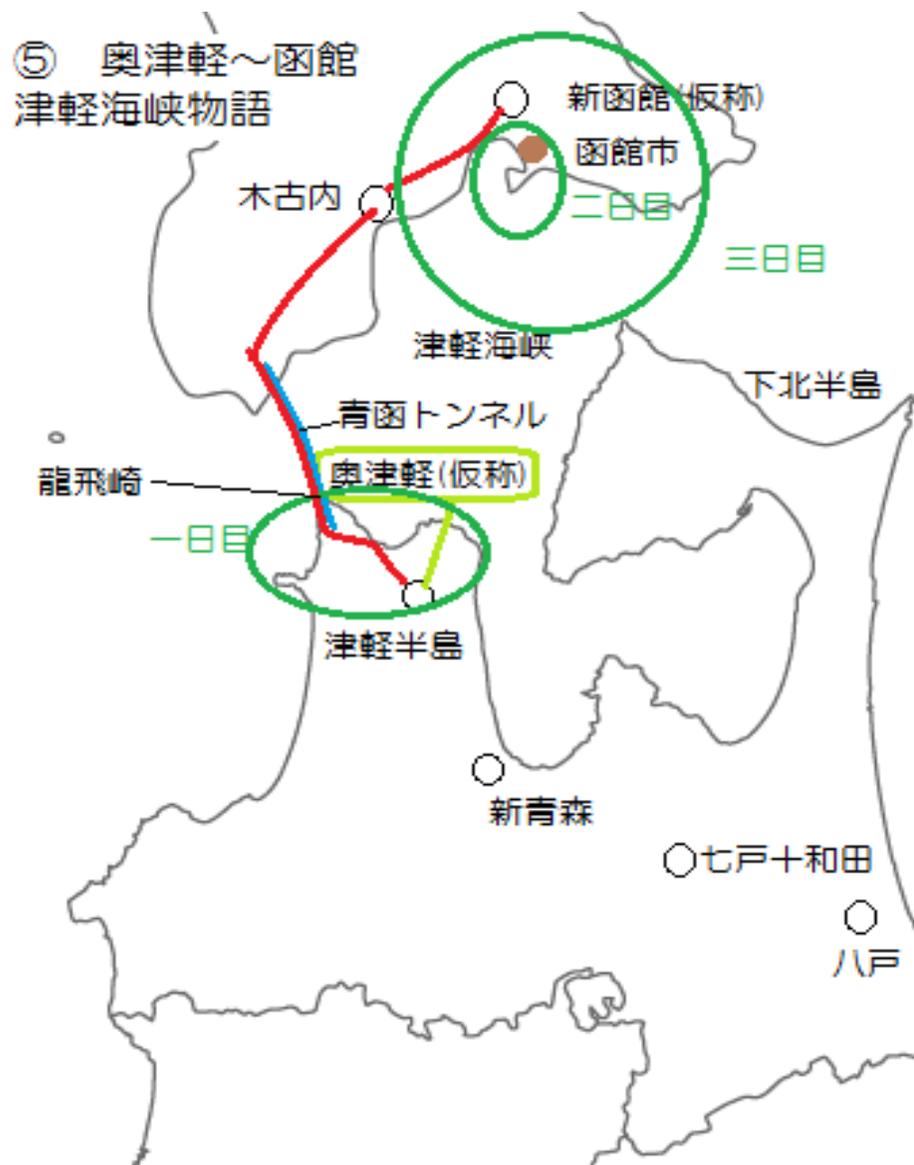
(奥津軽駅)→(バス)奥津軽駅周辺<龍飛崎ほか>
→(龍飛崎温泉 宿泊)

<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)



<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)→(奥津軽駅～北海道新幹線～新函館駅)
→函館市<五稜郭、元町>
→(湯の川温泉宿泊)

<3日目>

函館市周辺→(函館空港、もしくは新函館駅)

Q9. 訪れたい季節、Q10. 旅行費用

Q9. あなたがQ8で選んだ観光コースは、どの季節に訪れたいですか？以下の中から、最もあてはまるものをひとつお選びください。

※特にない方も、以下の中から必ずお選びください。

【必須入力】

- 1. 春
- 2. 夏
- 3. 秋
- 4. 冬

Q10. 青森県に2泊3日の旅行をする場合、1人あたりの旅行費用がどのくらいであれば行ってみたいと思いますか。

※旅行費用とは、交通費、宿泊費、食事代、土産代、入館料などの観光行動費すべてを含みます。

【必須入力】

- 1. 3万円未満
- 2. 3万円以上4万円未満
- 3. 4万円以上5万円未満
- 4. 5万円以上かかっても構わない
- 5. 青森県には行きたくない

アンケートは以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。
回答もれがないか確認し、よろしければ「送信」ボタンをクリックしてください。

送 信

以上、アンケート調査票

4. 回答者の属性

性別、年齢、都道府県 (上段：実数、下段：%)

	横% 度数	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
全 体	1548 100.0	274 17.7	256 16.5	631 40.8	387 25.0
40才～49才	516 100.0	93 18.0	69 13.4	222 43.0	132 25.6
50才～59才	516 100.0	87 16.9	89 17.2	216 41.9	124 24.0
60才以上	516 100.0	94 18.2	98 19.0	193 37.4	131 25.4
男 性	774 100.0	133 17.2	133 17.2	316 40.8	192 24.8
40才～49才	258 100.0	41 15.9	37 14.3	116 45.0	64 24.8
50才～59才	258 100.0	40 15.5	43 16.7	110 42.6	65 25.2
60才以上	258 100.0	52 20.2	53 20.5	90 34.9	63 24.4
女 性	774 100.0	141 18.2	123 15.9	315 40.7	195 25.2
40才～49才	258 100.0	52 20.2	32 12.4	106 41.1	68 26.4
50才～59才	258 100.0	47 18.2	46 17.8	106 41.1	59 22.9
60才以上	258 100.0	42 16.3	45 17.4	103 39.9	68 26.4

未既婚

	実数	%
未 婚	380	24.5
既 婚	1168	75.5
全 体	1548	100.0

子供の有無

	実数	%
子供なし	469	30.3
子供あり	1079	69.7
全 体	1548	100.0

世帯年収

	実数	%
200万未満	72	4.7
200～400万未満	272	17.6
400～600万未満	353	22.8
600～800万未満	226	14.6
800～1000万未満	167	10.8
1000～1200万未満	117	7.6
1200～1500万未満	61	3.9
1500～2000万未満	30	1.9
2000万円以上	24	1.6
わからない	133	8.6
無回答	93	6.0
全 体	1548	100.0

職 業

	実数	%
公務員	36	2.3
経営者・役員	47	3.0
会社員(事務系)	215	13.9
会社員(技術系)	159	10.3
会社員(その他)	104	6.7
自営業	116	7.5
自由業	53	3.4
専業主婦(主夫)	373	24.1
パート・アルバイト	183	11.8
学生	2	0.1
その他	122	7.9
無職	138	8.9
全 体	1548	100.0

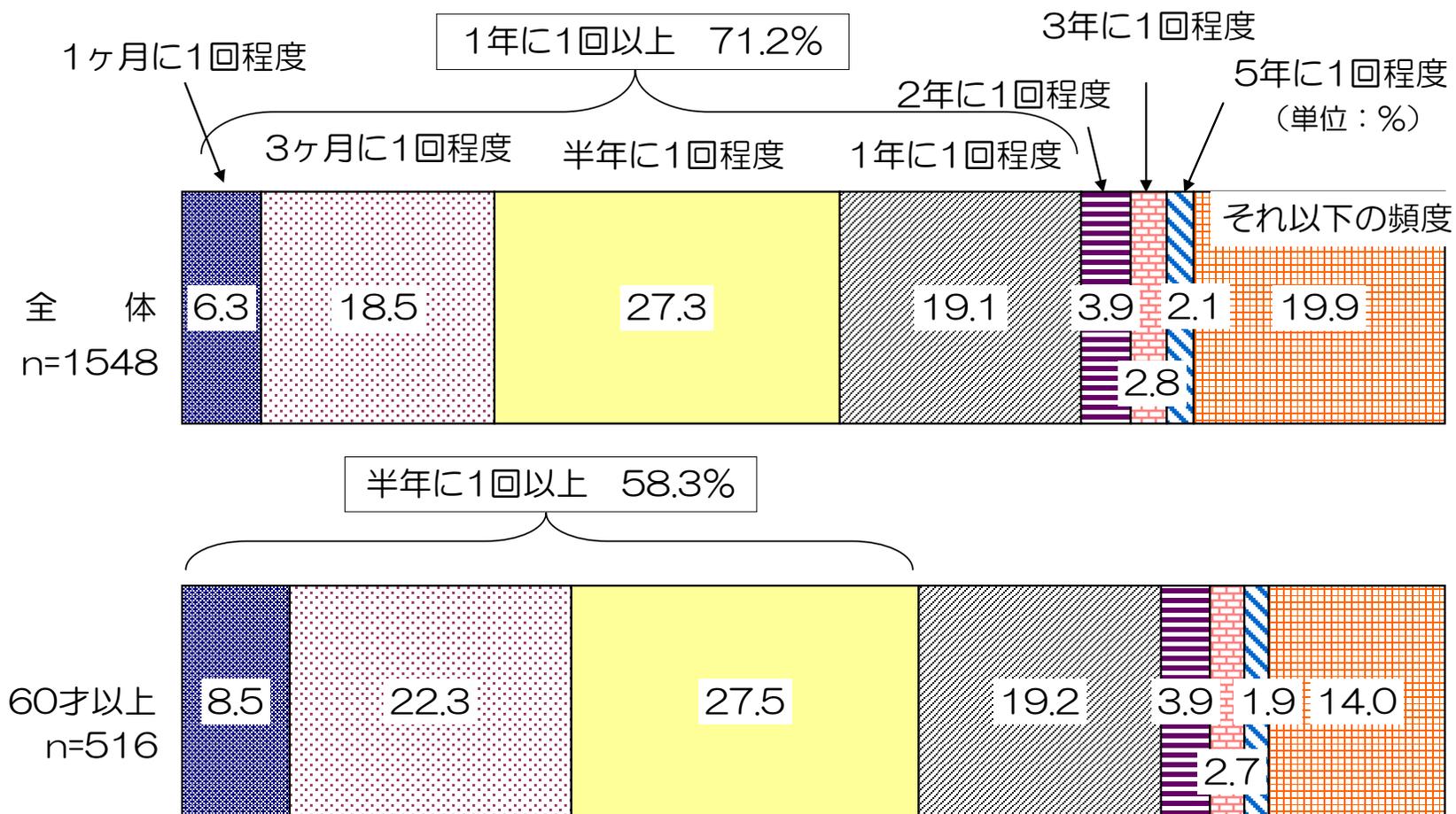
5. アンケート結果の詳細

Q1. 旅行頻度 1-1 日帰り国内旅行

Q1. あなたは、国内旅行や海外旅行にどれくらいの頻度で行きますか。

Q1-1 日帰り国内旅行

- ☆ 全体の7割超(71.2%)が1年に1回以上日帰り国内旅行に行っている。
- ☆ 60歳以上では、6割近く(58.3%)が半年に1回以上旅行している。



Q1. 旅行頻度 1-1 日帰り国内旅行 <参考表>

(実数)

	度数	1ヶ月に1回 以上	3ヶ月に1回 程度	半年に1回 程度	1年に1回程 度	2年に1回程 度	3年に1回程 度	5年に1回程 度	それ以下の 頻度
全体	1548	97	286	423	296	61	44	33	308
40才～49才	516	26	91	148	94	14	16	10	117
50才～59才	516	27	80	133	103	27	14	13	119
60才以上	516	44	115	142	99	20	14	10	72

(%)

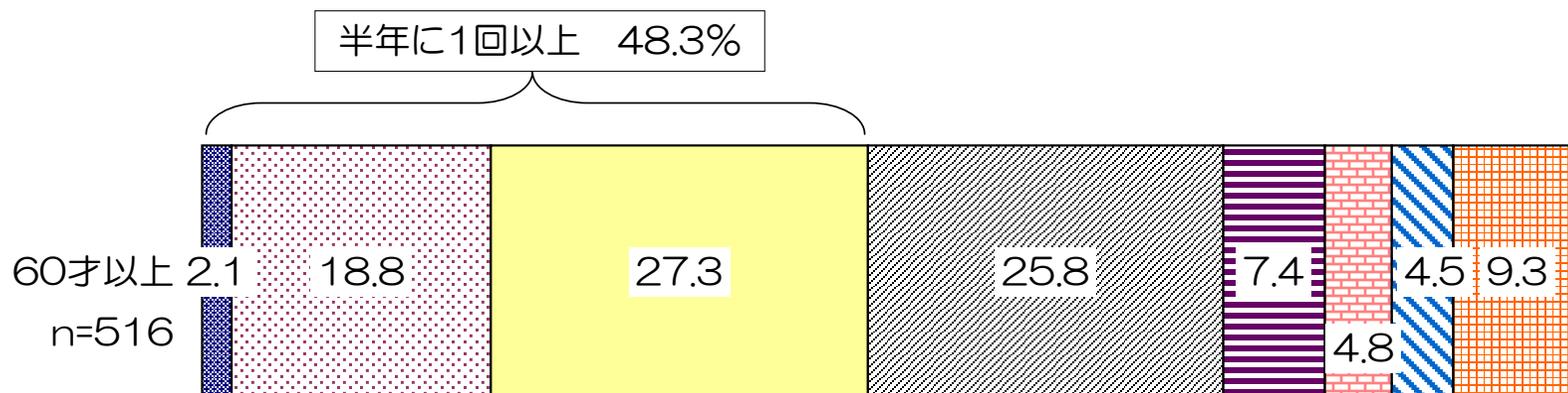
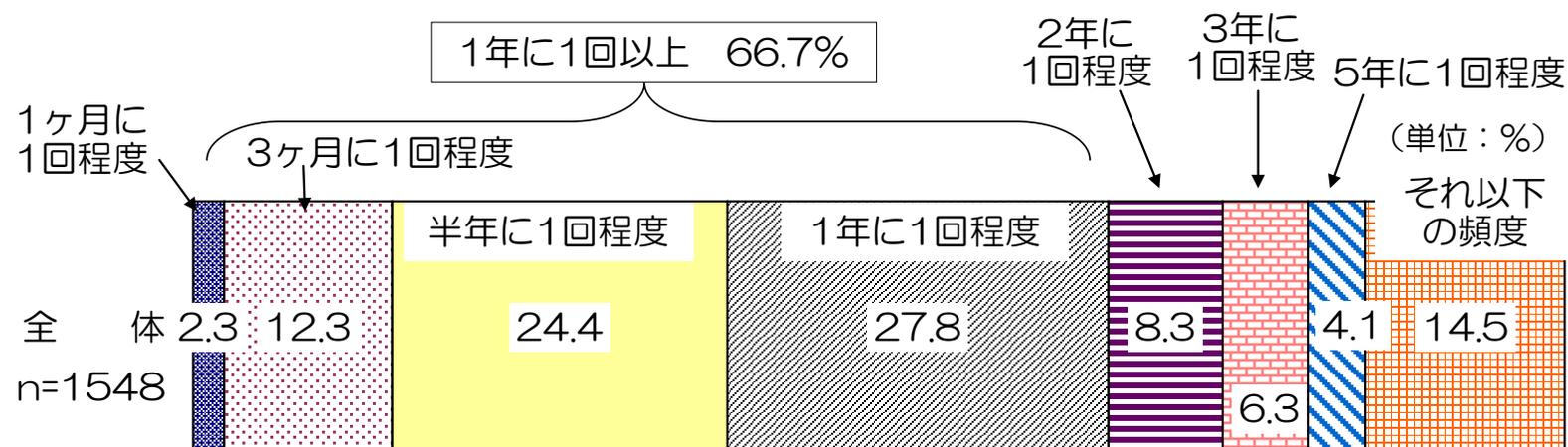
	横%	1ヶ月に1回 以上	3ヶ月に1回 程度	半年に1回 程度	1年に1回程 度	2年に1回程 度	3年に1回程 度	5年に1回程 度	それ以下の 頻度
全体	100.0	6.3	18.5	27.3	19.1	3.9	2.8	2.1	19.9
40才～49才	100.0	5.0	17.6	28.7	18.2	2.7	3.1	1.9	22.7
50才～59才	100.0	5.2	15.5	25.8	20.0	5.2	2.7	2.5	23.1
60才以上	100.0	8.5	22.3	27.5	19.2	3.9	2.7	1.9	14.0

Q1. 旅行頻度 1-2 宿泊国内旅行

Q1. あなたは、国内旅行や海外旅行にどれくらいの頻度で行きますか。

Q1-2 1泊以上の国内旅行

- ☆ 3人に2人(66.7%)が1年に1回以上宿泊を伴う国内旅行を行っている。
- ☆ 60歳以上で半年に1回以上の宿泊旅行をする方は約半数(48.3%)に及ぶ。



Q1. 旅行頻度 1-2 宿泊国内旅行 <参考表>

(実数)

	度数	1ヶ月に1回 以上	3ヶ月に1回 程度	半年に1回 程度	1年に1回程 度	2年に1回程 度	3年に1回程 度	5年に1回程 度	それ以下の 頻度
全体	1548	35	190	378	430	129	97	64	225
40才～49才	516	10	52	126	148	48	30	15	87
50才～59才	516	14	41	111	149	43	42	26	90
60才以上	516	11	97	141	133	38	25	23	48

(%)

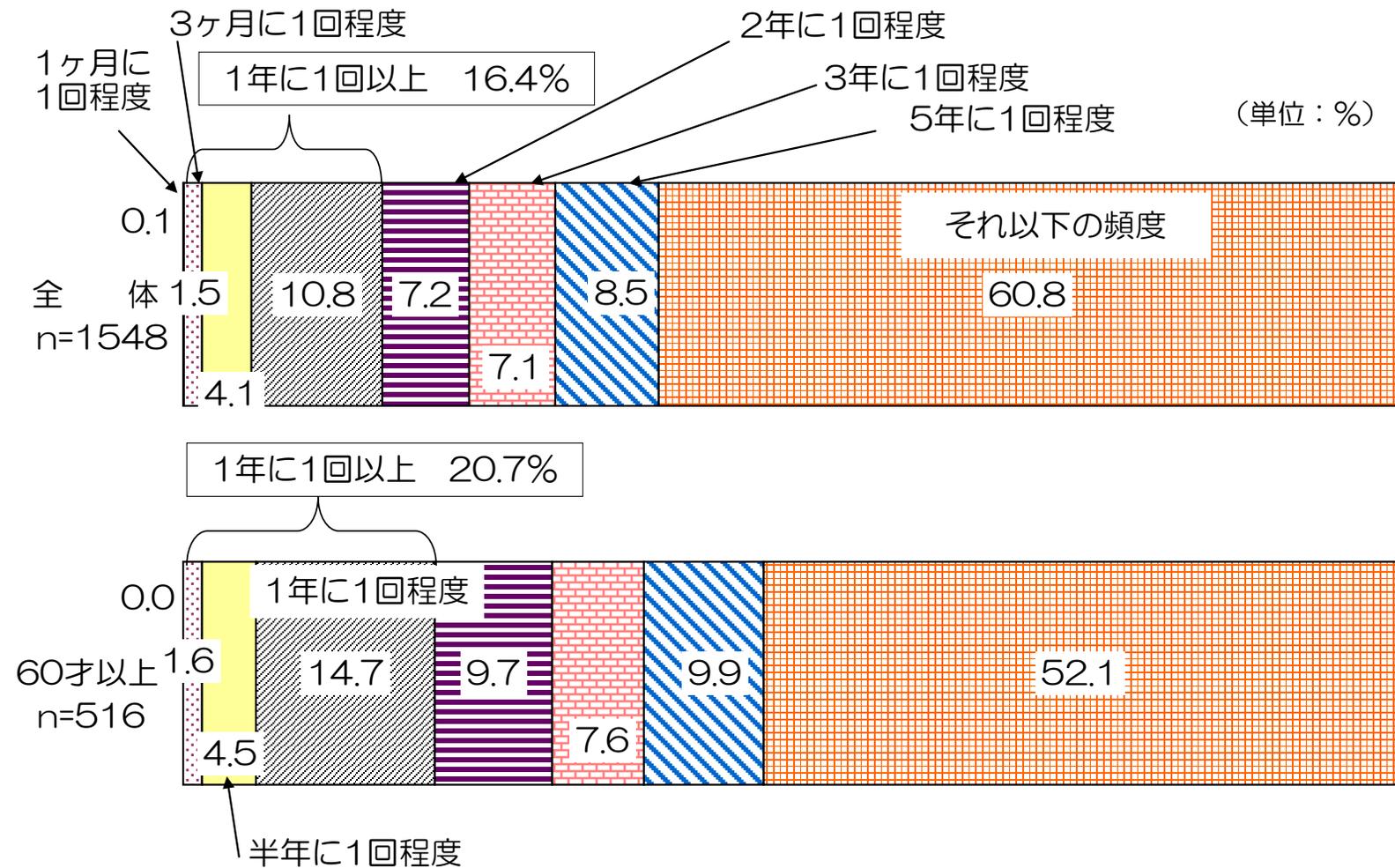
	横%	1ヶ月に1回 以上	3ヶ月に1回 程度	半年に1回 程度	1年に1回程 度	2年に1回程 度	3年に1回程 度	5年に1回程 度	それ以下の 頻度
全体	100.0	2.3	12.3	24.4	27.8	8.3	6.3	4.1	14.5
40才～49才	100.0	1.9	10.1	24.4	28.7	9.3	5.8	2.9	16.9
50才～59才	100.0	2.7	7.9	21.5	28.9	8.3	8.1	5.0	17.4
60才以上	100.0	2.1	18.8	27.3	25.8	7.4	4.8	4.5	9.3

Q1. 旅行頻度 1-3 海外旅行

Q1. あなたは、国内旅行や海外旅行にどれくらいの頻度で行きますか。

Q1-3 海外旅行

- ☆ 6人に1人の割合(16.4%)で年に1回以上海外旅行に行っている。
- ☆ 60歳以上では、年に1回以上海外旅行へ行く割合が2割(20.7%)に上る。



Q1. 旅行頻度 1-3 海外旅行 <参考表>

(実数)

	度数	1ヶ月に1回 以上	3ヶ月に1回 程度	半年に1回 程度	1年に1回程 度	2年に1回程 度	3年に1回程 度	5年に1回程 度	それ以下の 頻度
全体	1548	1	23	63	167	111	110	132	941
40才～49才	516	1	6	15	50	28	32	32	352
50才～59才	516	0	9	25	41	33	39	49	320
60才以上	516	0	8	23	76	50	39	51	269

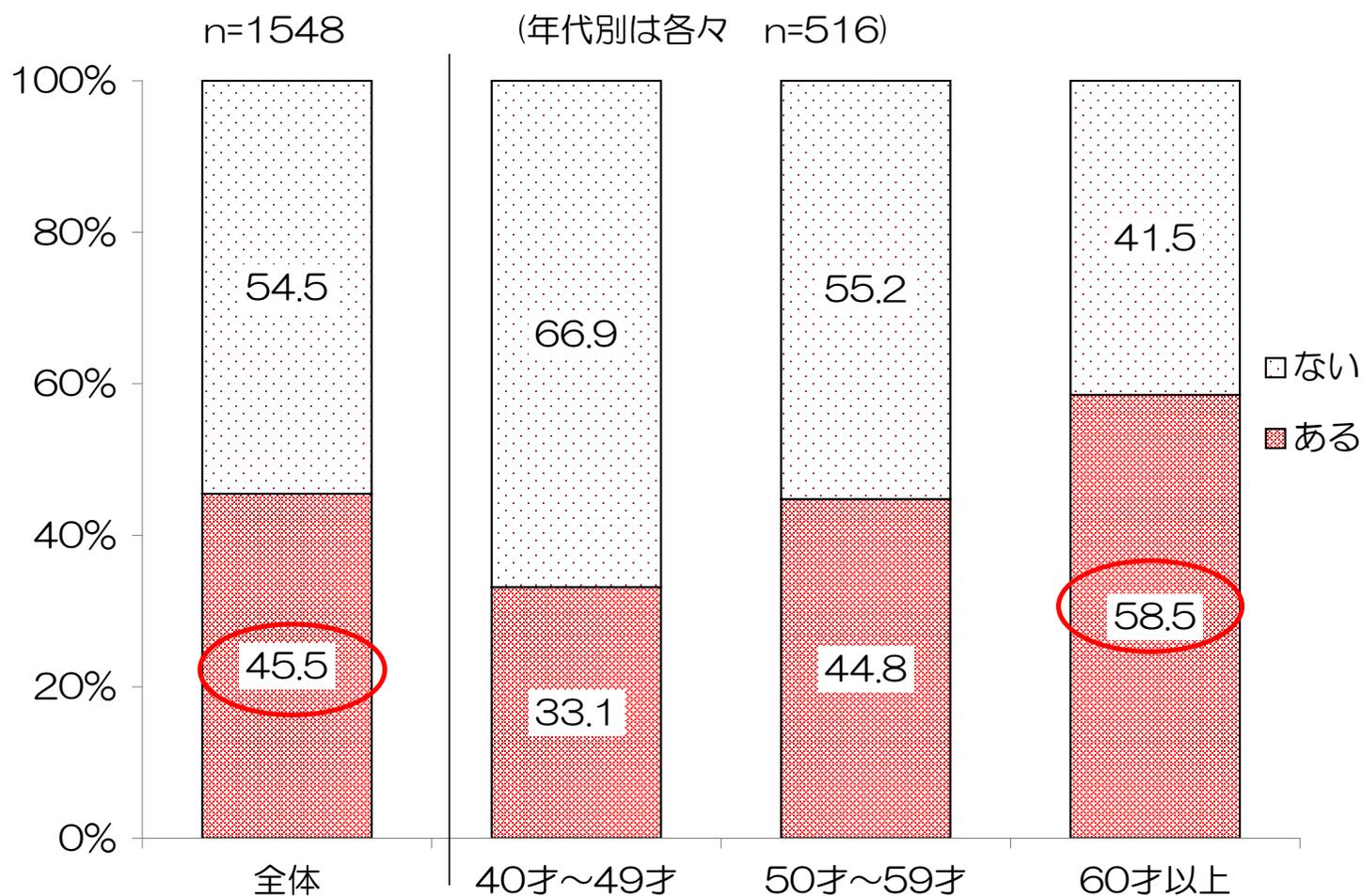
(%)

	横%	1ヶ月に1回 以上	3ヶ月に1回 程度	半年に1回 程度	1年に1回程 度	2年に1回程 度	3年に1回程 度	5年に1回程 度	それ以下の 頻度
全体	100.0	0.1	1.5	4.1	10.8	7.2	7.1	8.5	60.8
40才～49才	100.0	0.2	1.2	2.9	9.7	5.4	6.2	6.2	68.2
50才～59才	100.0	0.0	1.7	4.8	7.9	6.4	7.6	9.5	62.0
60才以上	100.0	0.0	1.6	4.5	14.7	9.7	7.6	9.9	52.1

Q2. 青森県への旅行経験

Q2. あなたは、青森県に行ったことがありますか。(ビジネス、帰省を除く)

- ☆ 全体では、約半数(45.5%)が、青森県を訪れたことがある。
- ☆ 年齢層が高くなるほど青森県の旅行経験率も高い。



Q2. 青森県への旅行経験 <参考表>

(実数)

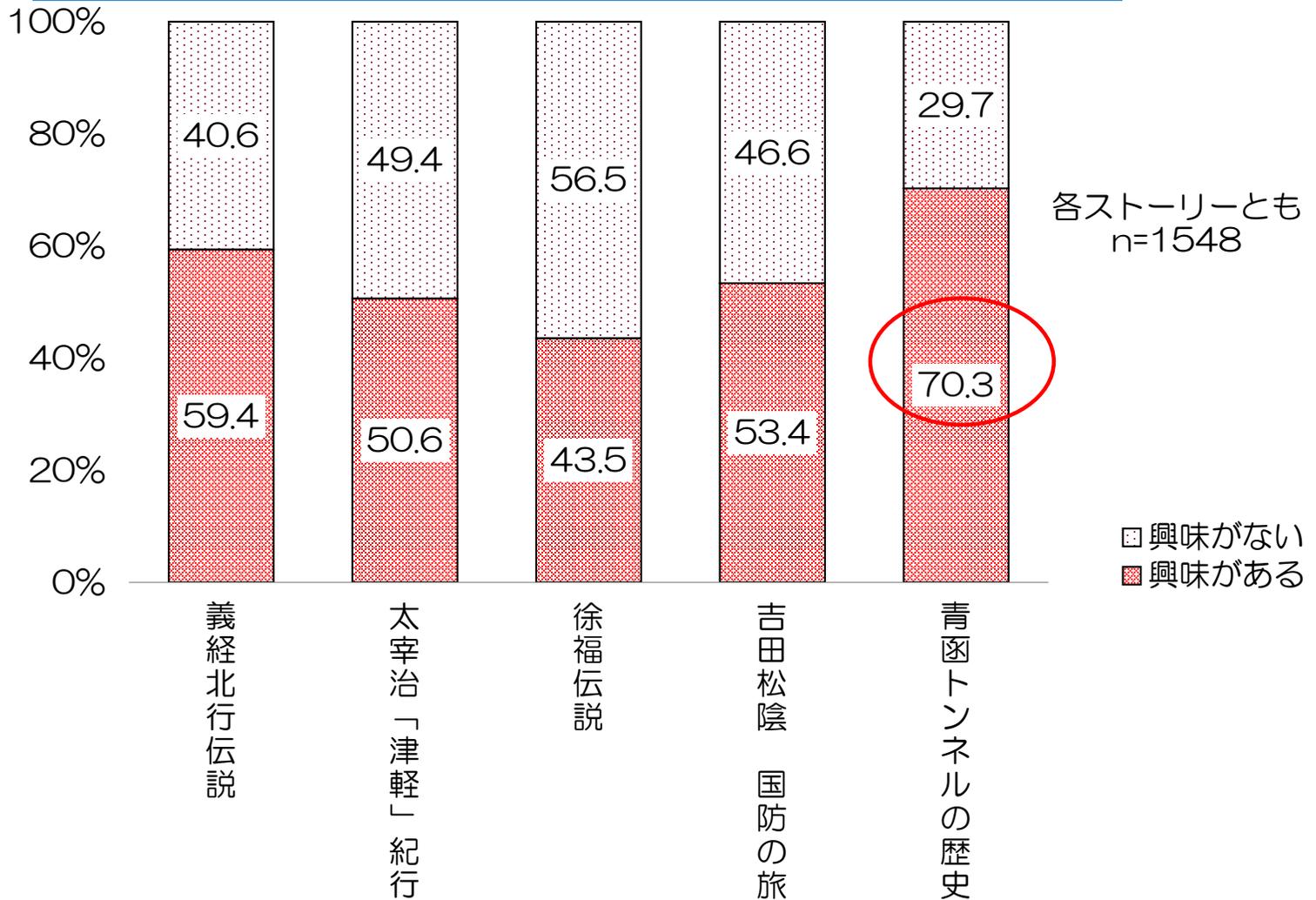
		ある	ない
		度数	
全体	1548	704	844
40才～49才	516	171	345
50才～59才	516	231	285
60才以上	516	302	214

(%)

		ある	ない
		横%	
全体	100.0	45.5	54.5
40才～49才	100.0	33.1	66.9
50才～59才	100.0	44.8	55.2
60才以上	100.0	58.5	41.5

Q3～7. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 (総合比較)

☆ 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を示された。



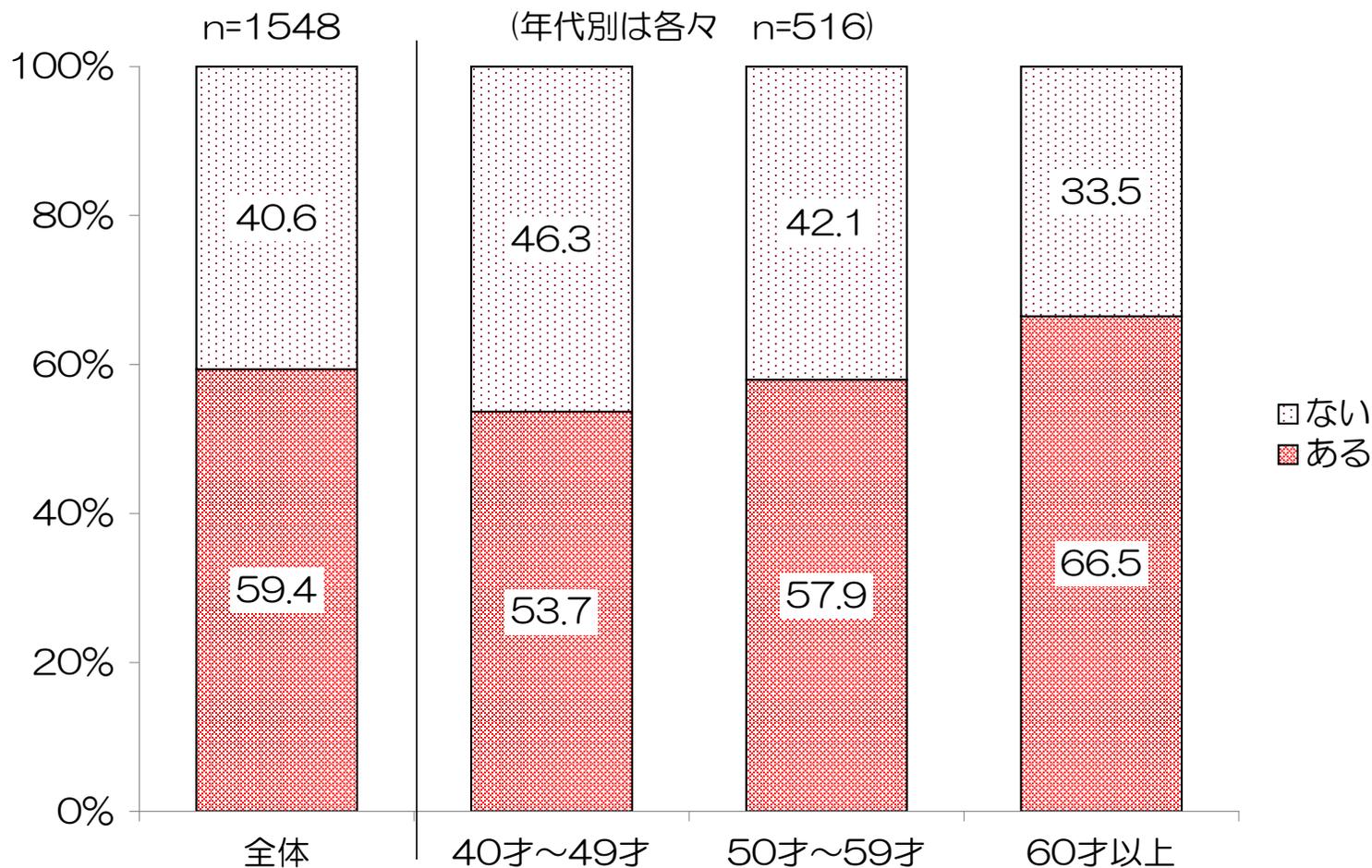
Q3. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【義経北行伝説】

Q3. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて、興味があるかないかをお答えください。

【義経北行伝説】

☆ 第2位。約6割(59.4%)が興味あり。

☆ 年齢層が高いほど、関心が高い。(5つのストーリー共通)



Q3. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【義経北行伝説】 <参考表>

(実数)

義経北行伝説		ある	ない
	度数		
全体	1548	919	629
40才～49才	516	277	239
50才～59才	516	299	217
60才以上	516	343	173

(%)

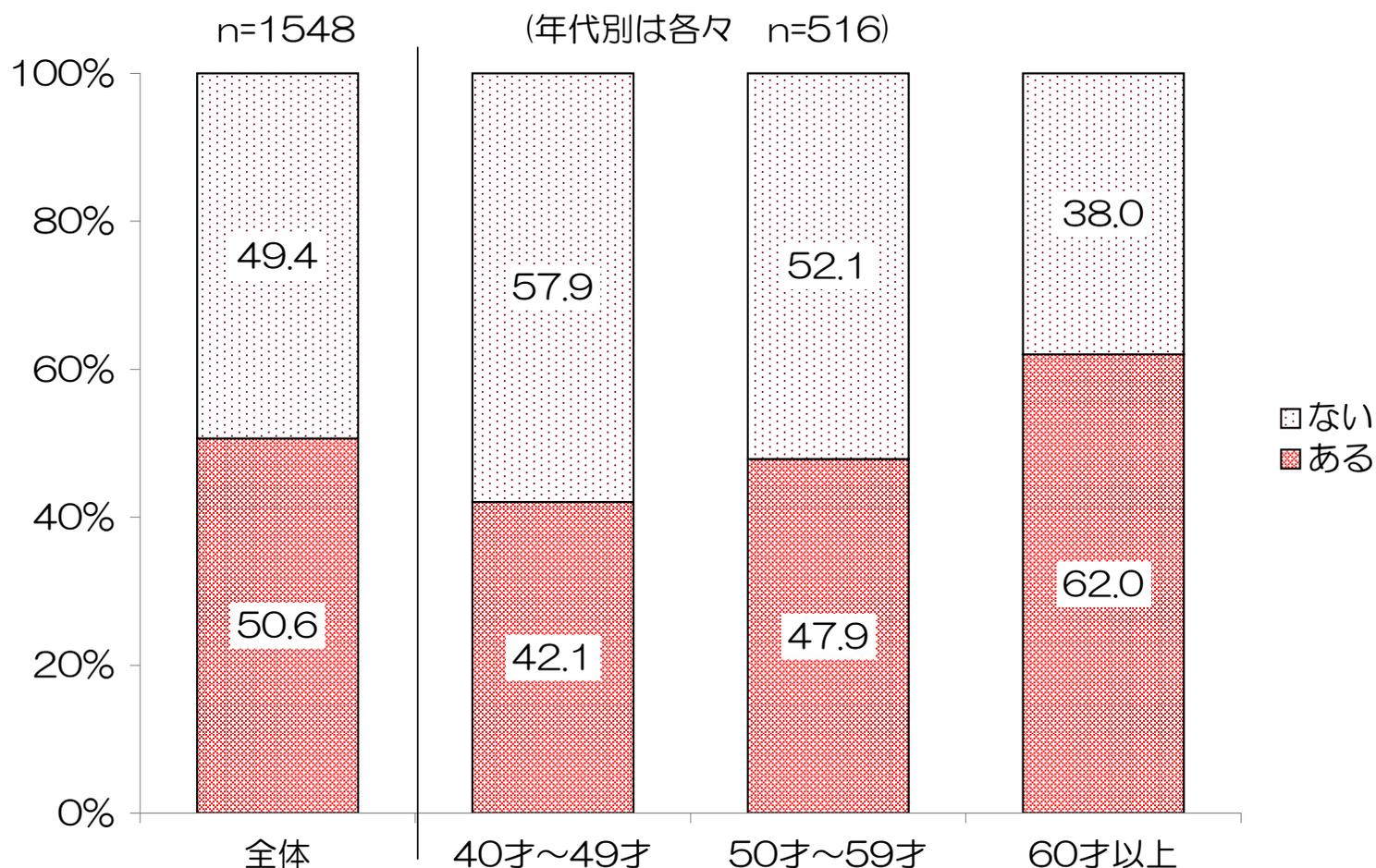
義経北行伝説		ある	ない
	横%		
全体	100.0	59.4	40.6
40才～49才	100.0	53.7	46.3
50才～59才	100.0	57.9	42.1
60才以上	100.0	66.5	33.5

Q4. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【太宰治「津軽」紀行】

Q4. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて、興味があるかないかをお答えください。

【太宰治「津軽」紀行】

☆ 第4位。約半数(50.6%)が興味あり。



Q4. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【太宰治「津軽」紀行】 <参考表>

(実数)

太宰治「津軽」紀行		ある	ない
	度数		
全体	1548	784	764
40才～49才	516	217	299
50才～59才	516	247	269
60才以上	516	320	196

(%)

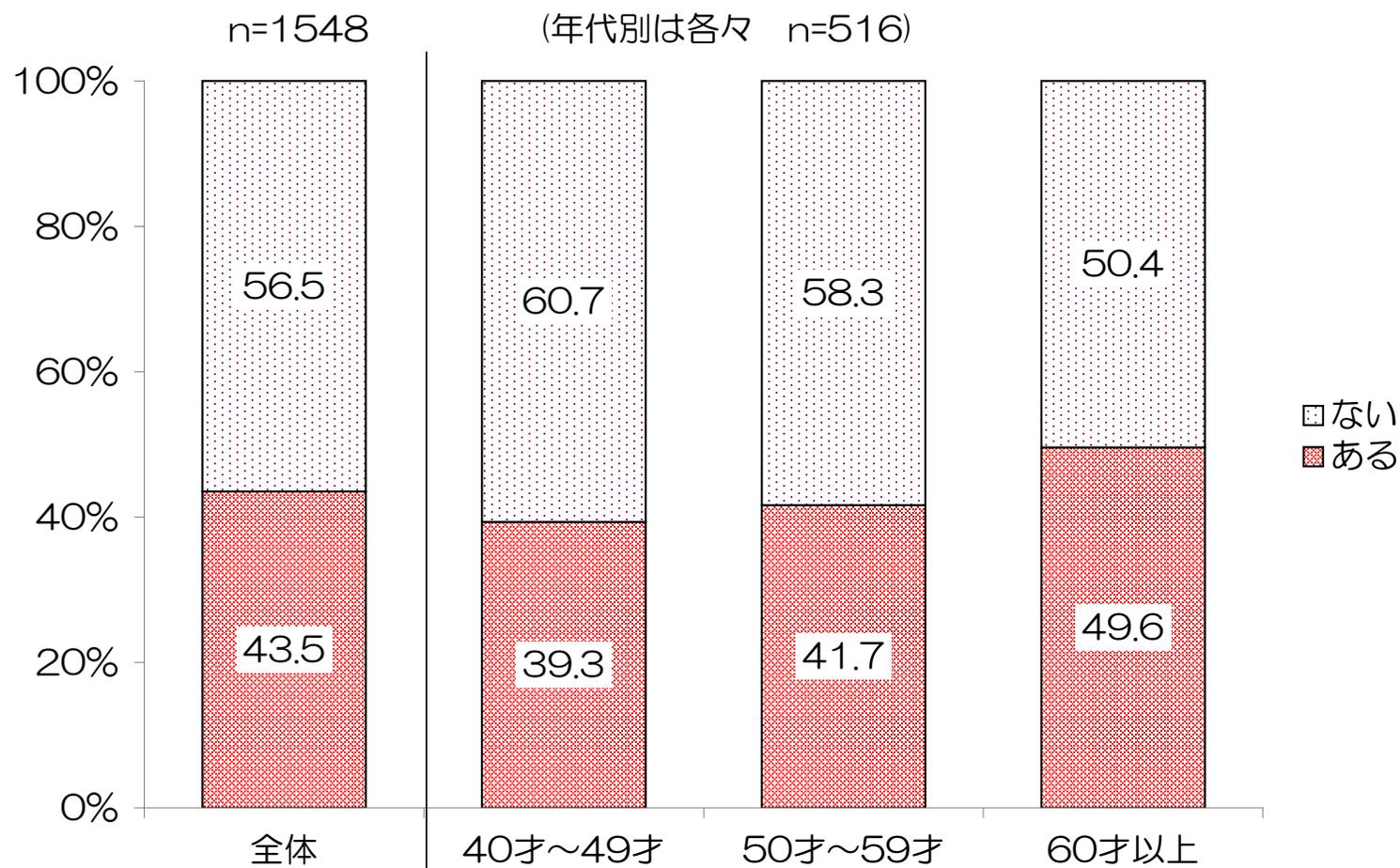
太宰治「津軽」紀行		ある	ない
	横%		
全体	100.0	50.6	49.4
40才～49才	100.0	42.1	57.9
50才～59才	100.0	47.9	52.1
60才以上	100.0	62.0	38.0

Q5. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【徐福伝説】

Q5. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて、興味があるかないかをお答えください。

【徐福伝説】

☆ 第5位。4割強(43.5%)が興味あり。



Q5. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【徐福伝説】 <参考表>

(実数)

徐福伝説		ある	ない
		度数	
全体	1548	674	874
40才～49才	516	203	313
50才～59才	516	215	301
60才以上	516	256	260

(%)

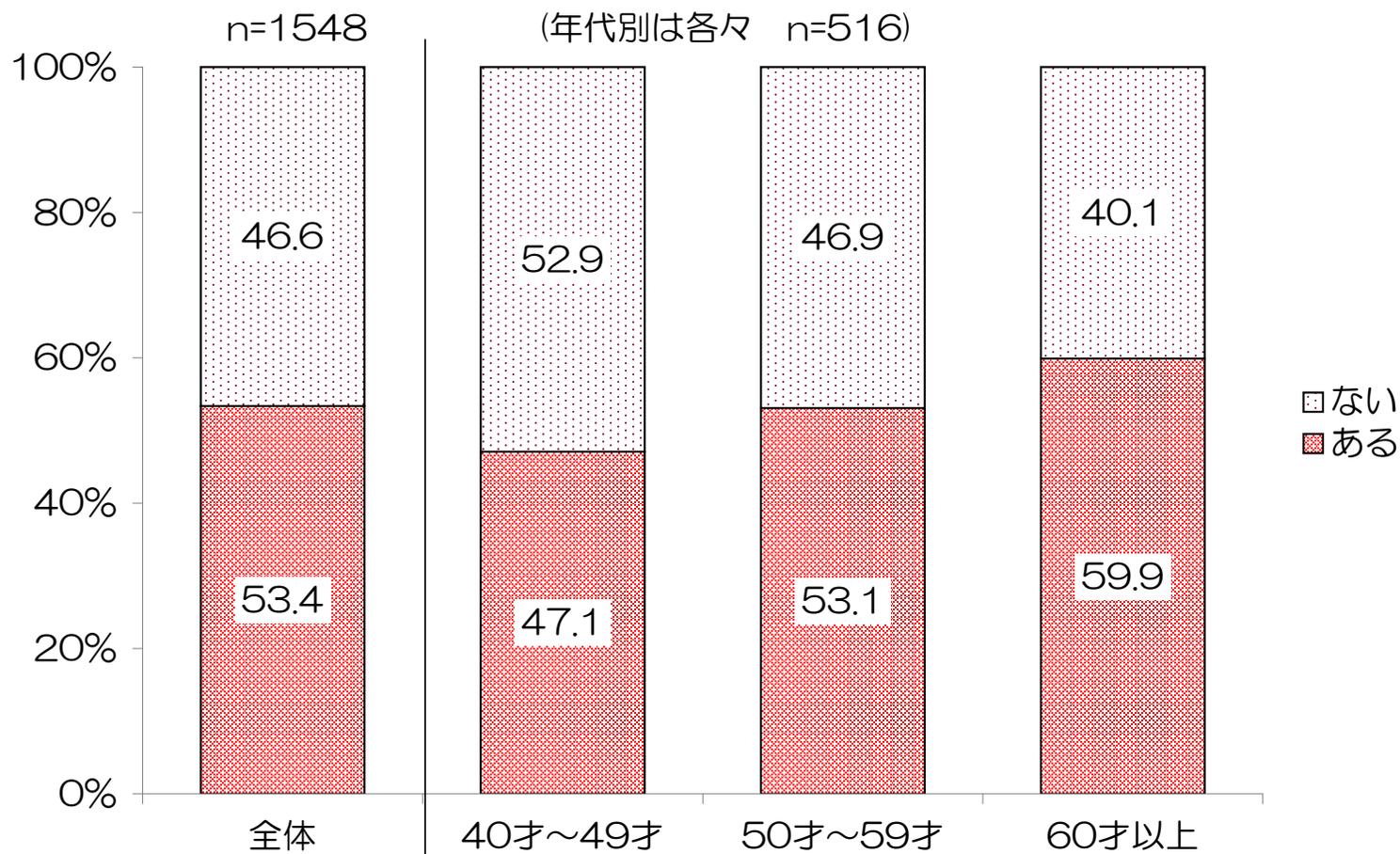
徐福伝説		ある	ない
		横%	
全体	100.0	43.5	56.5
40才～49才	100.0	39.3	60.7
50才～59才	100.0	41.7	58.3
60才以上	100.0	49.6	50.4

Q6. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【吉田松陰 国防の旅】

Q6. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて、興味があるかないかをお答えください。

【吉田松陰 国防の旅】

☆ 第3位。5割強(53.4%)が興味あり。



Q6. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【吉田松陰 国防の旅】 <参考表>

(実数)

吉田松陰 国防の旅		ある	ない
	度数		
全体	1548	826	722
40才～49才	516	243	273
50才～59才	516	274	242
60才以上	516	309	207

(%)

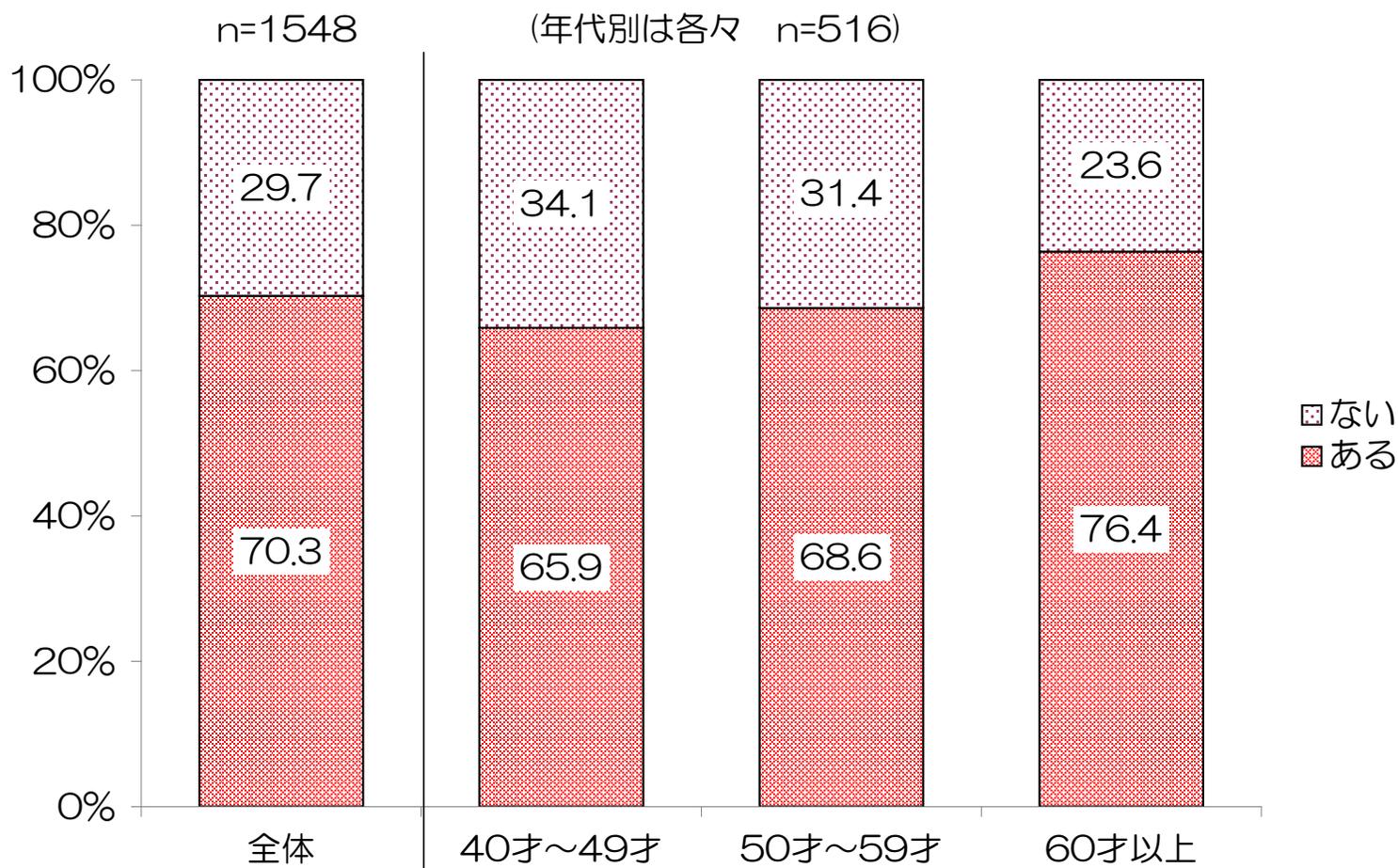
吉田松陰 国防の旅		ある	ない
	横%		
全体	100.0	53.4	46.6
40才～49才	100.0	47.1	52.9
50才～59才	100.0	53.1	46.9
60才以上	100.0	59.9	40.1

Q7. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【青函トンネルの歴史】

Q7. 次に掲げる津軽半島「奥津軽駅」(仮称)周辺地域にまつわるストーリーについて、興味があるかないかをお答えください。

【青函トンネルの歴史】

☆ 第1位。7割(70.3%)が興味あり。



Q7. 奥津軽ロマン(歴史・文化)への興味 【青函トンネルの歴史】 <参考表>

(実数)

青函トンネルの歴史		ある	ない
	度数		
全体	1548	1088	460
40才～49才	516	340	176
50才～59才	516	354	162
60才以上	516	394	122

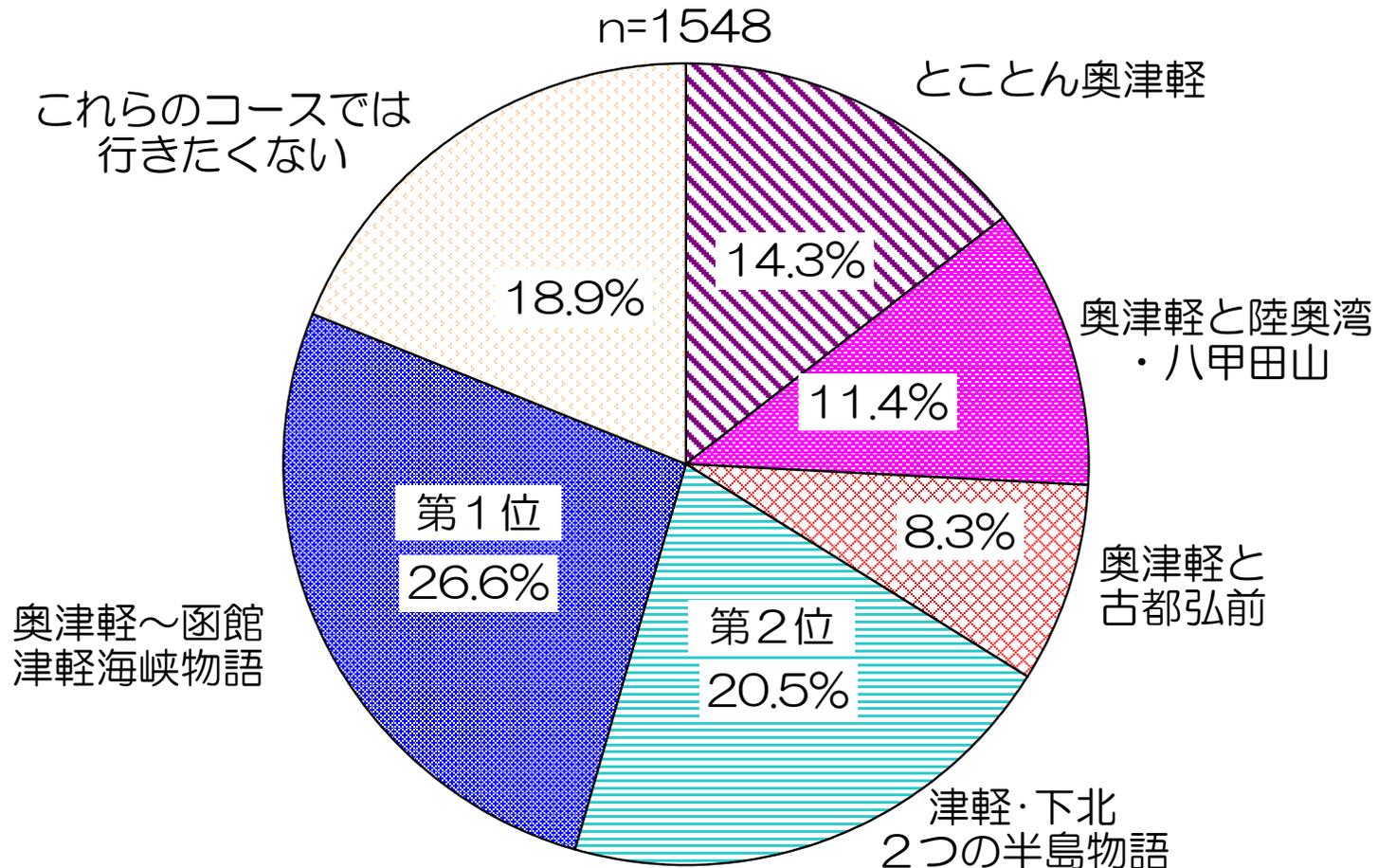
(%)

青函トンネルの歴史		ある	ない
	横%		
全体	100.0	70.3	29.7
40才～49才	100.0	65.9	34.1
50才～59才	100.0	68.6	31.4
60才以上	100.0	76.4	23.6

Q8. 行ってみたい観光ルート

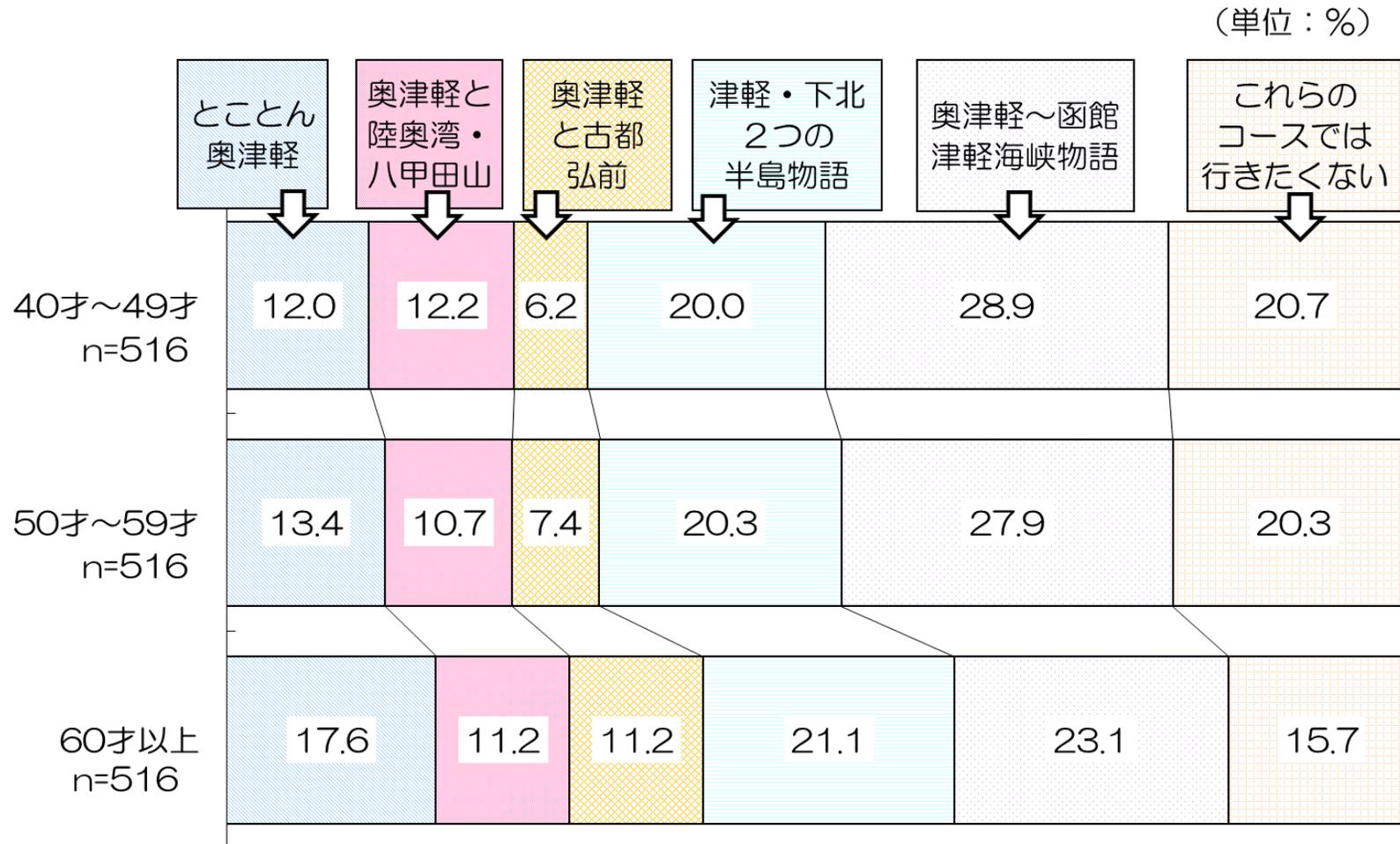
Q8. 「奥津軽駅」(仮称)が2015年(平成27年)に開業すると、青森県の津軽半島が身近になります。「奥津軽駅」を起点とした仮想の観光ルートを5つ作成してみました。以下の中から最も行ってみたいルートをひとつ選んでください。

- ☆ 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%)



Q8. 行ってみたい観光ルート（年代別の状況）

- ☆「奥津軽～函館 津軽海峡物語」は、特に40代で人気が高い。
- ☆「津軽・下北 2つの半島物語」は、各年代で安定した人気。
- ☆「とことん奥津軽」、「奥津軽と古都弘前」は60歳以上の人気が高い。



Q8. 行ってみたい観光ルート <参考表>

(実数)

		1.とことん 奥津軽	2.奥津軽 と陸奥 湾・八甲 田山	3.奥津軽 と古都弘 前	3.津軽・下 北 2つ の半島物 語	4.奥津軽 ～函館 津軽海峡 物語	5.これら のコース では行き たくない
度数							
全体	1548	222	176	128	317	412	293
40才～49才	516	62	63	32	103	149	107
50才～59才	516	69	55	38	105	144	105
60才以上	516	91	58	58	109	119	81

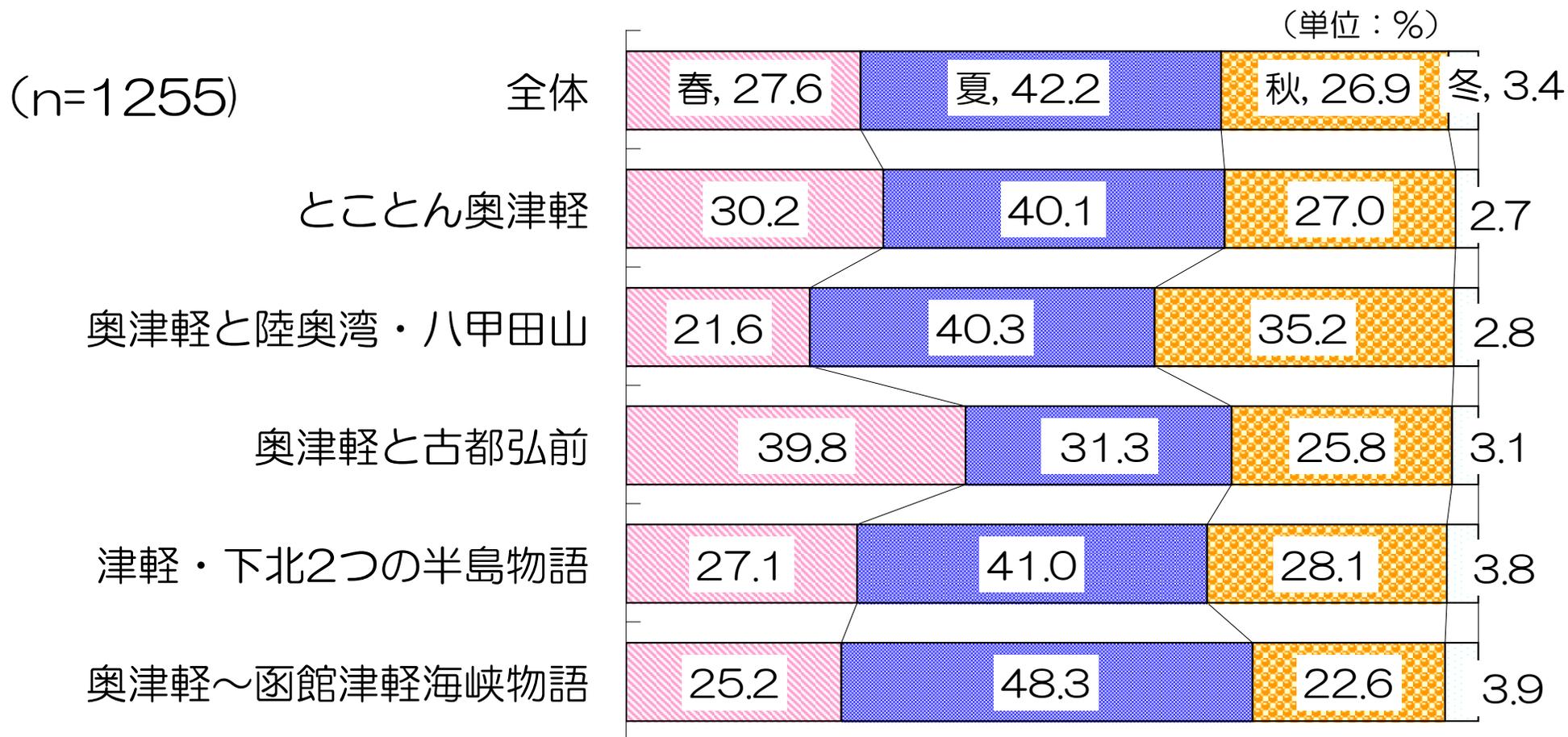
(%)

		1.とことん 奥津軽	2.奥津軽 と陸奥 湾・八甲 田山	3.奥津軽 と古都弘 前	3.津軽・下 北 2つ の半島物 語	4.奥津軽 ～函館 津軽海峡 物語	5.これら のコース では行き たくない
横%							
全体	100.0	14.3	11.4	8.3	20.5	26.6	18.9
40才～49才	100.0	12.0	12.2	6.2	20.0	28.9	20.7
50才～59才	100.0	13.4	10.7	7.4	20.3	27.9	20.3
60才以上	100.0	17.6	11.2	11.2	21.1	23.1	15.7

Q9. 訪れたい季節

Q9. あなたがQ8で選んだ観光コースは、どの季節に訪れたいですか？以下の中から、最も当てはまるものをひとつお選び下さい。

☆ 全体では圧倒的に「夏」(42.2%)の人気が高い。



Q9. 訪れたい季節 <参考表>

(実数)

	度数	春	夏	秋	冬
全体	1255	346	529	337	43
1.とことん奥津軽	222	67	89	60	6
2.奥津軽と陸奥湾・八甲田山	176	38	71	62	5
3.奥津軽と古都弘前	128	51	40	33	4
4.津軽・下北 2つの半島物語	317	86	130	89	12
5.奥津軽～函館 津軽海峡物語	412	104	199	93	16

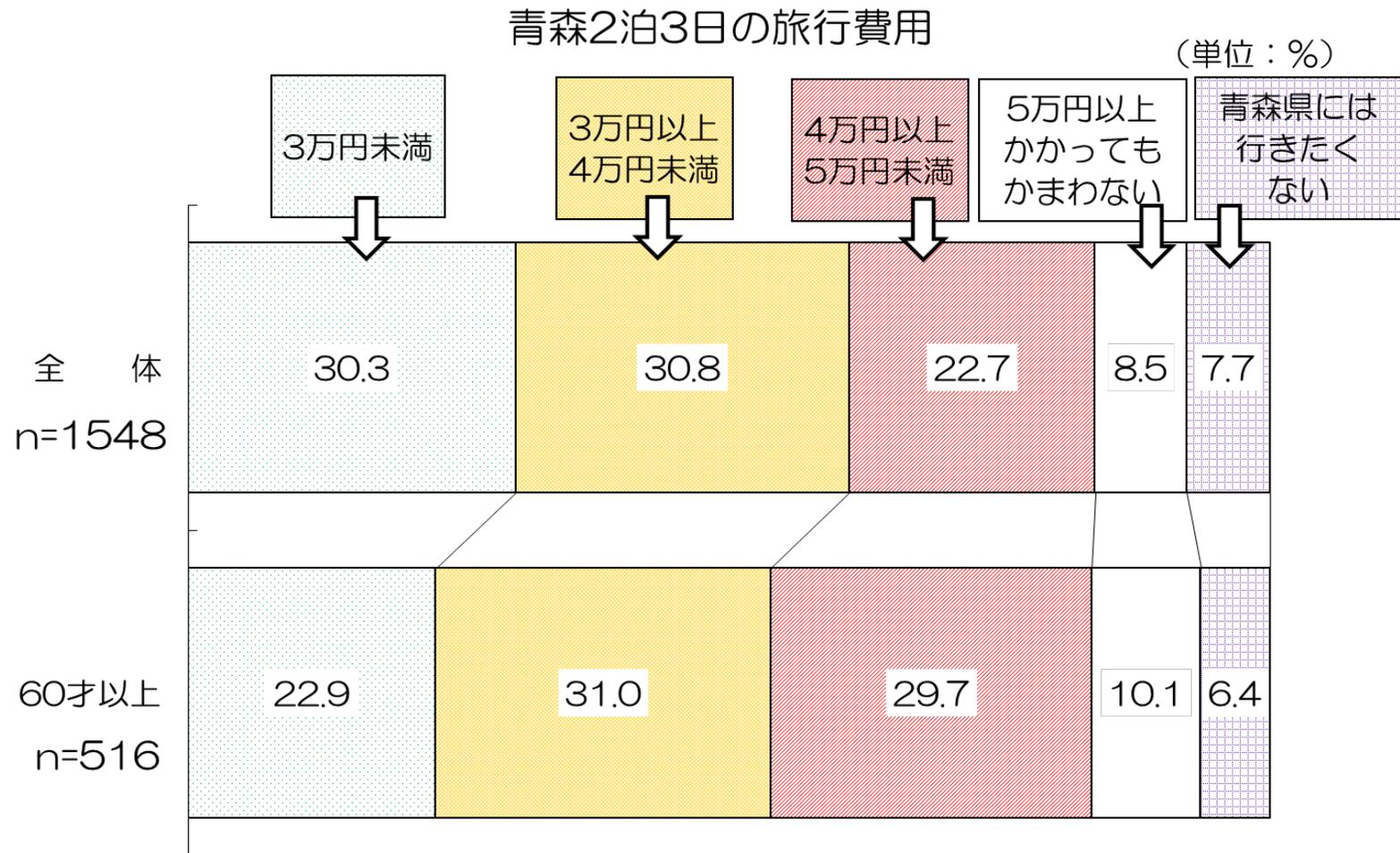
(%)

	横%	春	夏	秋	冬
全体	100.0	27.6	42.2	26.9	3.4
1.とことん奥津軽	100.0	30.2	40.1	27.0	2.7
2.奥津軽と陸奥湾・八甲田山	100.0	21.6	40.3	35.2	2.8
3.奥津軽と古都弘前	100.0	39.8	31.3	25.8	3.1
4.津軽・下北 2つの半島物語	100.0	27.1	41.0	28.1	3.8
5.奥津軽～函館 津軽海峡物語	100.0	25.2	48.3	22.6	3.9

Q10. 旅行費用

Q10. 青森県に2泊3日の宿泊旅行をする場合、1人あたりの旅行費用がどれぐらいであれば行ってみたいと思いますか。

- ☆ 全般に低価格志向がうかがわれるが、「3万円以上4万円未満」が「3万円未満」の最低価格帯をわずかながら上回った。
- ☆ 60歳以上では、「5万円以上かかってもかまわない」が1割を超えた。



Q10. 旅行費用 <参考表>

		(実数)				
		3万円未満	3万円以上4万円未満	4万円以上5万円未満	5万円以上かかっても構わない	青森県には行きたくない
度数						
全体	1548	469	477	352	131	119
40才～49才	516	195	157	89	34	41
50才～59才	516	156	160	110	45	45
60才以上	516	118	160	153	52	33

		(%)				
		3万円未満	3万円以上4万円未満	4万円以上5万円未満	5万円以上かかっても構わない	青森県には行きたくない
横%						
全体	100.0	30.3	30.8	22.7	8.5	7.7
40才～49才	100.0	37.8	30.4	17.2	6.6	7.9
50才～59才	100.0	30.2	31.0	21.3	8.7	8.7
60才以上	100.0	22.9	31.0	29.7	10.1	6.4