

グローバル化する  
社会・政治・経済

<本論>

私が所属しているゼミは、「グローバル化する社会・政治・経済」をテーマにして活動をしてきた。そこで、私たちが住んでいる青森県が現代社会の中で、どのような活動を行えば経済活性化に繋がるのかを考えてみた。去年の12月のフィールドワークで青森市役所の観光課に訪問した際に、冬や夏に比べ秋の観光者数が少ないということが分かり、秋の観光者数を増やせば経済の活性化にも繋がるのではないかと考えた。近年、外国人観光客の間で日本の紅葉が人気だということを知った私は、紅葉を活用して青森県の外国人観光客を増やすことができなにかと考えた。そこで、青森市にある八甲田山を巡る一泊二日のツアーを計画した。なぜ計画したかという、

- 1、言葉の問題や慣れない旅先での不安は、添乗員や現地でのサポートが利用できるため安心でき、気軽に参加することができる
- 2、ツアーにおいて使用する空港会社やバス会社と連携して、海外での宣伝活動を行うことができる
- 3、一泊二日で行うことにより時間に余裕ができるため、八甲田山以外の自分が行きたい場所に行くことができ、二次的効果の発生が見込まれる

という3つのメリットからである。慣れない青森県に来る外国人にも安心して八甲田山の紅葉を楽しんでもらえると思う。ツアー代金は一人3万円で考えている。一回のツアーにつき参加者は50人で検討している。費用については、青森市役所と八甲田観光協会の方に協力を促そうと考えている。宣伝活動については、使用する航空会社のc mやFacebookを活用しようと考えている。海外ではFacebookが情報発信において一番効果があるといわれているからである。

<ツアー内容>

1日目

10時 青森空港到着

↓

12時 八甲田山到着、萱野茶屋にて昼食(採れたての山菜を使用したそば)

↓

13時 ロープウェイ&登山

八甲田の観光協会の方々に案内をしてもらい、登山を終えた後は地獄沼、城ヶ倉大橋を訪れる。

- ↓
- 18時 酸ヶ湯温泉
- ↓
- 19時 八甲田ホテル着  
夕食には八甲田牛と陸奥湾のホタテを使った和食を出してもらおう。
- 2日目
- 10時 自由行動  
バス会社を手配し市内の観光名所を回る
- ↓
- 18時 青森駅出発
- ↓
- 20時 青森空港離陸

参加者がツアー中の紅葉などの写真を SNS にあげるにより、より多くの人が青森の秋の魅力に気づき興味を持ってくれるのではないかと思う。そうすれば外国人観光客も増えて、青森県の経済活性化にも繋がっていくのではないか。

ターゲットの年齢層は、紅葉や青森の文化により興味を示してくれる高齢者をメインとしている。高齢者の方々がよりツアーを楽しめるようにするためには、登山ルートの確保に加え、スロープなどの設備も充実させる必要がある。

まとめ>

これまでのゼミ研究を通じて、青森県の経済活性化のためには、企業との連携はもちろん、地方自治体との連携がとても重要になることを改めて実感した。ツアーを計画するだけでなく、その宣伝活動を行う上で cm や SNS を活用する際にも多くの力が必要になる。また、ツアーに一回参加してもらっただけでは多くの経済効果は見込まれない。リピーターを多く獲得するために、2回目以降の青森空港へのフライトを割引するなどといった、航空会社との連携も必要は不可欠なのではないかと感じた。

<謝辞>

最後に、フィールドワークの調査にご協力して頂いた八甲田観光協会の工藤 智人様、玉熊 康孝様、青森市役所観光課の葛西 厚大様には、感謝の言葉を申し上げたいと思う。ありがとうございました。

参考文献

- ・青森市総合観光ガイド2017 NIPPON ここだけ青森市 p 6
- ・青森県観光ガイドブック あおもり紀行 p 18

・Walker + 2017 紅葉名所

<https://koyo.walkerplus.com/ranking/>

# 農業体験を通しての青森経済の活性化

7ゼミ1-c 3103

## 研究要綱

わたしは、青森経済の活性化を農業体験を通して可能ではないかと考えた。研究の具体的な内容として、青森県での農業テーマパークの建設について研究した。

農業テーマパークの建設が有効であると考えた理由は3つある。

1つ目は、青森県の現状である。現在、青森県は第一次産業が盛んであるが、農業従事者の高齢化、農村の過疎化が問題になっている。

2つ目は、都会の人々の関心である。東京都在住者の多くの人々が移住を予定、検討しているようだ。

3つ目は、類似施設の成功例である。三重県伊賀市にある「伊賀の里モクモク手作りファーム」は過疎の町に年間50万人を呼び込むリピーター会員4万人の農業と地域の再生を図るモデルケースとして成功している施設である。建設を検討している今回の農業テーマパークも「伊賀の里モクモク手づくりファーム」を参考にしていきたい。

次に具体的な施設の内容を説明する。1つ目は収穫体験、2つ目はふれあい体験、3つ目はレストランの運営、4つ目は直売所の運営である。

現在上がっている課題は建設予定地、金銭面についてである。建設予定地については、まだ具体的な場所が決まっていない。金銭面については資本金や従業員の賃金、施設の維持費など莫大な予算がかかることが予想される。収入との兼ね合いを考えて、経費の削減、調達方法を考えることが課題となっている。

本稿では、農業テーマパークの建設に至った背景、理由、農業テーマパークの建設によってもたらされると考えられる」青森県への影響、農業テーマパークを建設する際の課題について詳しく説明し、青森県の強みを生かした経済の活性化が可能なことを以下のように紹介する。

第一章 農業テーマパークの建設が有効であると考えた理由

第二章 農業テーマパークの具体的な内容

第三章 既存施設との比較

第四章 建設にあたっての課題点

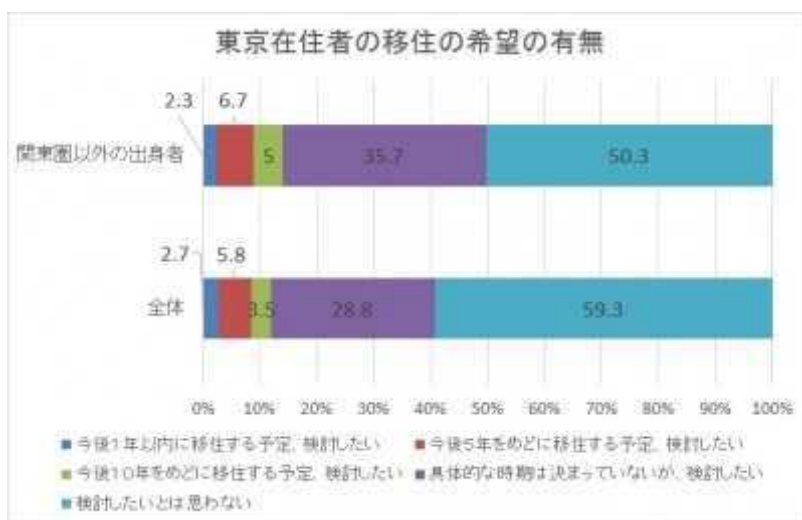
第五章 考察

# 本論

## 第1章 農業テーマパークの建設が有効であると考えた理由

私が農業テーマパークの建設が青森県の経済発展に有効であると考えた理由は3つある。

1つ目の理由は青森県の現状である。青森県のホームページによると、青森県は人口に占める第一次産業人口の割合が13%と全国的に高く、食料自給率は100%を超えていて第一次産業が盛んであるが、農家の平均年齢は62歳と高齢である。また、農業従事者の減少、農村の過疎化も問題となっている。青森県全体としても白神山地、奥入瀬溪流など県外に誇れる自然があるものの、少子高齢化、人口減少などの問題で経済の活性化が難しくなっているのが現状だ。



出典 内閣官房「東京在住者の今後の移住に関する意向調査」

2つ目の理由は東京都民の地方移住への関心だ。平成26年内閣官房の「東京在住者の今後の移住に対する意向調査」によると、東京都在住者の約40%（うち関東圏以外出身者では約50%）の人が移住を予定、検討しているようだ。

3つ目の理由は類似施設の成功例である。農業テーマパークの成功例として、三重県伊賀市の「伊賀の里モクモク手づくりファーム」がある。この施設は、過疎の町に年間50万人呼び込みリピーター会員が4万人の体験型農業複合施設だ。園内では、動物とのふれあいや、レストランでの食事、体験教室などができる。また、農業と地域の再生を図るモデルケースとして、年間400件以上の視察団も訪れている。

これらの都市部の人々の地方への関心、青森県の現状、他県での成功例を踏まえて、私は県外からの家族層をターゲットとした農業テーマパークの建設に焦点を当てた。

このようなテーマパークをつくることで、青森県の農業の魅力のアピールが可能になり、青森県を訪れる人が増え、青森県の経済の活性化に繋げることができるのではないかと考えた。

## 第2章 農業テーマパークの具体的な内容

ここで、具体的な施設の内容を説明する。1つ目は収穫体験である。季節ごとに旬の野菜、果物を体験希望者に料金を払ってもらい、収穫できるようにする。季節ごとの野菜の例は、春はキャベツ、ジャガイモ、夏はきゅうり、トウモロコシ、秋はリンゴ、ブドウ、サツマイモ、冬は、イチゴやビニールハウスで育てた野菜などだ。これらは一例に過ぎないので、青森県で比較的栽培しやすいほかの野菜、果物も収穫できるようにしていきたい。

2つ目はふれあい体験である。施設内で育てている馬、豚、羊などの飼育動物に餌をあげたり、触ったりできるイベントを行う予定だ。

3つ目はレストランの運営である。県産食材を積極的に使い、一部のメニューは県産食材のみを使用することを検討している。

4つ目は、直売所である。県内の農家と協力して、一般的な市場よりも低価格で青森県産の野菜、果物を販売する。また、県外からのお客様をターゲットにした青森県のご当地食材や、ソウルフードを販売するブースも設ける予定だ。

入園料は無料にして、収穫体験などの有料イベントでその都度料金を払ってもらう仕組みにする予定だ。

## 第3章 既存施設との比較

次に、既存施設「伊賀の里モクモク手づくりファーム」との比較をし、青森県での農業テーマパークの運営が成功するか考察する。「伊賀の里モクモク手づくりファーム」のアクセスは高速道路のインターチェンジ、最寄駅から車で約15分と比較的訪れやすい場所であるということが分かる。施設の内容は子供向けに牧場について学ぶことができるイベントを行ったり、レストラン、直売所の運営をしたりしている。「伊賀の里モクモク手づくりファーム」と私が考えている農業テーマパークにはいくつかの共通点があり、青森市よりも人口が少ない伊賀市で「伊賀の里モクモク手づくりファーム」が成功していることから、青森県での農業テーマパークも十分に成功する可能性があるという結論に至った。しかし、青森県らしい要素を組み込んで、ほかの類似施設との差別化を図る必要もあると感じた。

## 第4章 建設にあたっての課題点

建設にあたっての課題点は建設地と金銭面である。建設地に関しては、第3章で述べたようにアクセスが重要であると思うので、新青森駅からのアクセスがしやすい場所を

考えている。金銭面に関しては、土地の購入、建設業者の手配、設備の購入、建設後も従業員の給料など膨大な資金が必要となることが予想される。資金の調達方法は、人気の SNS を利用したクラウドファンディングも考えているが、確実な収入を見込めるか不透明である。そこで、確実な資金を得るために行政と連携して補助金を出してもらうことも可能ではないかと考えている。現在、青森県では「攻めの農林水産業」と題して企業との連携も施策に含む振興策を進めているため青森県との連携も可能性があると考えている。

## 第5章 考察

青森県は自然が豊かで、第一次産業が盛んという都市圏の地域にはない特長がある県である。都会にはない青森県らしさのあふれた方法で青森県の経済を活性化させることは十分に可能であると感じた。

# 謝辞

この探究活動にあたって、様々な助言をくださった高杉先生、秋村先生、古川先生、本当にありがとうございました。

# 参考文献

内閣官房「東京在住者の今後の移住に関する意向調査」の結果概要について  
[www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/souseikaigi/h26-09-19-siryou2.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/souseikaigi/h26-09-19-siryou2.pdf)  
青森県庁ホームページ 農業の後継者不足について  
[www.pref.aomori.lg.jp](http://www.pref.aomori.lg.jp)  
モクモクファーム  
<http://www.moku-moku.com/>  
青森県「攻めの農林水産業」  
<https://www.pref.aomori.lg.jp/sangyo/agri/semi-nosui.html>



# 青森りんごで経済を元気に！

7ゼミ1B 3110

## 要綱

本稿では、りんご公園の建設、全国でのPR方法、りんご農家への支援についての研究報告を行う。

青森県の人口減少、若者の青森離れは著しい。この原因は青森県の経済の衰退にあると考えている。東京などの経済活動が盛んに行われている都市は人口が多い。このことから、地方の経済の中心とまでは言わないが、それに準ずる程度の経済発展が必要だと考えた。

そこで青森県の「りんご」の生産量に注目してみた。青森県はりんごの生産量が日本一である。このことから青森県は「りんご」のイメージが強い。この「りんご」のイメージを有効活用することにスポットを当てて研究した結果、りんごをテーマにした公園を作ることにした。また、これだけでなく、青森県を全国的にPRする方法や、青森県の農業産出額が東北6県で一番であることから、農業にスポットを当て、さらにその中でも青森県は果物の産出額が一番であるので、果物の産出額を増やすために、新規にりんご農業を始める人への支援についても研究した。

## 具体案

### 1. りんごをテーマにした公園

まずは、公園を作るにあたって、いくつかの実例を調べた。広島県の三次(みよし)市の平田観光農園では、カフェやレストランを設け、果物狩りやアウトドア体験を開催することで観光客を多く呼び込んでいる。このほかにも北海道千歳市のベリーファームでは、観光業者とベリーファームの両方に利益が出る仕組みがある。これらのように農産物を観光資源として活用している実例が全国にたくさんあることが分かった。これを踏まえた具体案は次のようである。

1つ目は入場料無料にすること。無料にすることによって、家族連れが来やすいであろう。ただ、これだけでは利益を得ることができないので、一部施設は有料にする。一部施設とは、維持費が高めであることや、ある程度の利益を見込める施設のことで

ある(例えば、メリーゴーランドやゴーカー)。また、レストランをオープンし、お土産なども販売する。

2つ目は季節に応じてイベントを開催すること。春には、りんごの花や春の季節の花を使った花祭り、秋には収穫祭、この収穫祭では学生などによるライブを行う。また、トラック市でのりんごなどの販売や、りんごもぎ体験も考えている。冬には、ウィンターフェスティバルを開催し、家族連れをターゲットにする。

りんご公園を建設する資金や、イベントを開催する資金は、近年当たり前になりつつある、クラウドファンディングで資金調達したいと考えている。

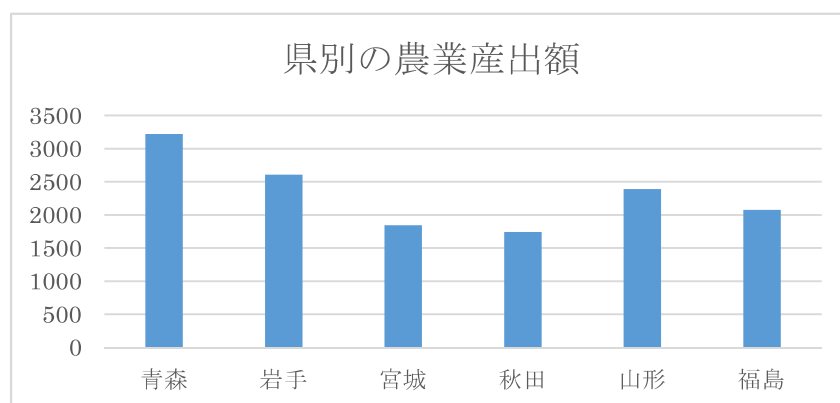
## 2. 全国での PR 方法

1つ目は、日本全国で産直市を開催すること。日本全国とは、例えば札幌、仙台、東京、大阪、福岡などの主要都市である。これらの主要都市は人口が多く、宣伝効果は大きいはずだ。

2つ目は、インターネットで青森県の商品を販売すること。インターネットで販売することによって、産直市を開催できなかった地域の人でも青森県の商品を購入することができる。ただし野菜や果物などの生ものは、インターネットでの販売は現実的ではない。

3つ目は、テレビなどのメディアの活用や、SNS を利用して宣伝すること。今は、SNS の利用者数が多いので、若い世代を中心にとっても効果的だと考えている。

## 3. 新規りんご農家への支援



## 県別の主要部門の農業産出額と全国順位

### 青森県

	億円	位
1位 野菜	863	10(12)
2位 果実	854	1(1)
3位 米	466	11(12)
4位 鶏	417	6(6)
5位 豚	242	10(10)

注:( )は前年の全国順位である。

上記のグラフより青森県の農業産出額は東北6県の中で一番である。さらに、青森県の果物の生産額が全国で一位であることがわかる。このことから、全国で一位である果物の産出額を増やすことが、青森県の農業産出額を増やすのに一番の近道であると考えた。そこで、りんごの生産量を増やすために、りんご産業への従事者を増やす取り組みを行う。具体的には、りんご公園の収益と全国での活動の収益を利用し、新規りんご農家への支援をする。

支援の内容は、産地直送などの販売できる機会を設けることや、りんご農園のマップの作成・宣伝、農地の提供である。この支援があることによって、新たにりんご農業を始めやすくなり、りんご産業への従事者が増えると考えている。従事者が増えることによって、果物の農業産出額が増え、県の歳入が増えるの見込んでいる。これは、直接的に県の収入を増やし、経済が活性化するという仕組みである。

## 結論

今後の課題は、りんご公園の建設予定地や行政との連携である。公園を作れる場所を確保できるのか、県からの助成金が出るのかどうかなどをさらに調べる必要がある。これから、青森らしさをしっかりと残しつつ、皆が豊かに暮らすことができる県にするための手段を探していきたい。一年間活動してきて分かった事は、青森県の魅力を上手く全国に発信できていないことだ。この魅力をどう発信していくかをこれからも考えていきたい。

また、この研究を行うにあたってお世話になった A-FACTORY の職員の方、アンケートに協力してもらった地域の方々、先生方、本当にありがとうございました。

## 参考文献

農林水産統計 東北

<http://www.maff.go.jp/tohoku/stinfo/toukei/kekka28/attach/pdf/index-2.pdf>

# 新町の活性化

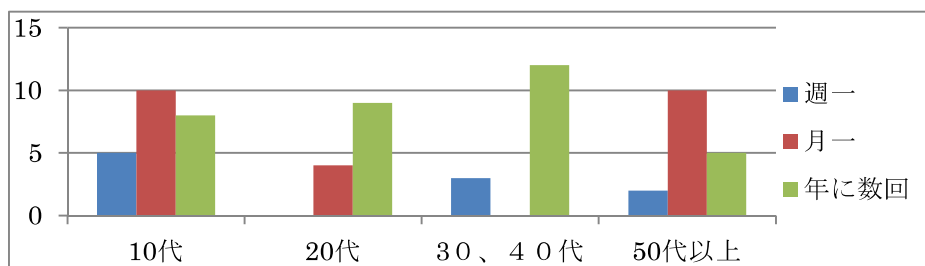
3115

## 研究要綱

本稿では、新町の活性化についての研究結果を報告する。まず初めに私は、新町は人が減少し来ていて活性化していないのではないかと仮説を立てた。そして新町で多く消費してもらい、財政的に新町を立て直そうと考えた。なぜなら新町が昔は栄えていたという背景があったにもかかわらず、現在とても廃れているという、イメージが私の中にあっただからだ。実際私自身も新町に行く機会はそれほどないし、行った時もシャッター街が多く人の活気も見られずこぢんまりとしている印象がある。しかし30代の方々はよく行くという指摘を受けたが、子ども連れの方が多く、子どもたちが遊べるフリースペースで遊ぶ様子をよく見るし、女子会のような場面でも低コストの店に行くことが多かたりするなど、あまり新町の活性化、出費が少ないようだ。そのためわたしは、その理由を探るべく調査を始めた。

## 問題点

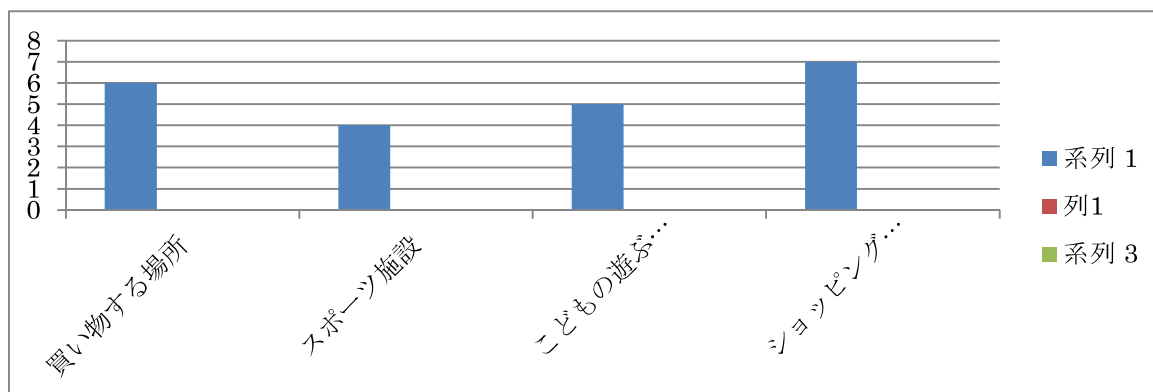
つぎに、実際新町に行っている人数がどれほどいるのかについて、青高祭でインタビュー調査した。



結果は、上記の通りである。

10代が、週一、月一共に多い理由としては、調査対象で高校生が多くなったからだ。なぜなら電車通学者が多いので駅前を頻繁に使うことが多いという理由で週一、月一が多い。また、特に分かったことは50代以上の、バス利用者の多い年代が新町を訪れる人が多く、車利用者があまり新町を訪れていないことがわかった。

また、新町に、どのような店があるなら行くと思うかというアンケートも実施した。



しかし、実際行って見ると、そのような店は、新町にはある。しかしなぜ人が来ないのかという事にも疑問が残る。理由として、駐車場が少ないということが、一番の原因となるのではないかと。しかし新町には有料駐車場はたくさん存在する。しかし青森県民、なかなか財布のひもが堅いな方が多いそうで、駐車料金を払ってまで行きたいと思う人は少ないそうだ。平均年収 376 万円、月収 23.5 万円。これは総務省のデータに基づいたものだ。東京都の平均月収は 38.3 万円ケチりたくなる気持ちもあながちわからなくない。しかも新町の土地代は一坪 25 万 1050 円。平均軒並み十数万円のところをかんがみれば、土地代も高いうえ、あまり簡単に駐車場を作れるそういう状況ではない。

そこで、私たちは、年代を 50 代から代 60 代を対象として考えることとした。なぜなら、車という移動手段ではない人がほとんどだ。そこで、その年代が新町に来ている人数が少ないということがなぜかということを考えてみた。そこで、原因を探るべく、新町商店街振興組合という場所にお邪魔すると意外なことがわかった。新町と呼ばれるところは、駅から柳町通へ向かう一本道であることがわかった。だとすると、私たちの仮定は、間違えていたことになる。新町ではなく、にここ通り、夜店通りをあわせた区間なのである。

また、新町商店街では、季節ごとに様々なイベントを行っていることがわかった。

2017. 10. 14 新町ハロウィーンストリート  
内容 仮装パーティー

2017. 08. 27 しんまちふれあい広場  
内容 よさこい演舞、ねぶた囃子 など

果たしてこんなことが行われているなんて、知っている人はどれほどいるだろうか。少なくとも、調査している私たちのなかには、誰もいなかった。それは何の問題だろうか。

私たちは広告の仕方が、悪いという結論に達した。そこで、わたしたちが、ターゲットとしているひとに、最も新町に来てもらうには、どうすればよいだろうかと考えた。そもそも、新町商店街振興組合が、SNSを通じて広告していたそうだが、SNS利用者には、届いていないのである。実際、私たちのなかにも、周りにも見たことがあるという人は一人もいなかった。いわゆる広告失敗である。

## 解決策

わたしたちは年代を絞って60代以上の人を知りうるための、手段を考えた。なぜなら、新町はそういう方々向けの店が多く存在しているからだ。

一つは、新聞だ。私たちの年代は活字離れがおおきな問題となっているが、その年代はまだまだ新聞が主流だろう。

二つめは、スーパーにちらしを置くことだ。今は、新町の中に置いているようだが、それでは、人は来てくれないだろう。そこで必ず行く場所として、スーパーを考えたこれなら。魅力的なフライヤーさえ、つくれば、新町に来てくれるに違いない。

## 結論

これらのことから、推測するに新町は私たちが思っているほど、魅力がない街ではないことがわかった。新町が活性化できていない理由は、新町に行っている取り組みなどがわかりづらく、PR活動もしっかりとできていないことが原因だと思う。またどの世代をターゲットとするかが、明白でないため、活性化するための取り組みもより密度の濃いものできない。そのため、これからの展望としては、低コストで、実施でき、利益が上がる企画をすれば、いいと思う。実際高校生は新町には来るが、あまり新町の活性化には、貢献しない。新町ならではのローカルな店ではなく、どこにでもあるようなチェーン店にしか出向かない。だからローカルな店に出向く可能性が極めて高い60歳代をターゲットとしたと思う。

そこで、わたしは新町でイベントを行うことで60代の方々に出向いてもらおうと思った。そこで行うイベントとして、次の案を提案する。

**題名** おじいちゃんおばあちゃんエクササイズ(仮)

**内容** 専門の講師を青森市内から招き、簡単でかつ健康になれる体操をする。

**頻度** 週に一回

メリットとして、高齢者の寝たきりが問題になる中、まず公共交通機関で、新町を訪れていただき、社会との接点を持ってもらい、そのあと同年代の方と楽しく体操をしてもら

う。また商店街という屋外でもらう。今少子高齢化で、問題視されている高齢者をもはや、新町の活性化の一つの走りだしになってほしいと思う。意外と新町にあまり行かない、家の近くで済ませてしまうという方も多いので、良き友達の集合場所としても、認知症防止にも役立ててほしいと思う。

このことで、お年寄りに新町を訪れていただく機会を多くし、そのエクササイズにお越しいただいたついでに金銭的にたくさん消費してもらい、経済活性化になればいいと考える。外国人が、一番新町でのお金の使用率は高いが、あまりリピーターが少ない為、まず地域のお年寄りに目を向け、経済活性化を図りたいと思う。

調査協力

参考文献

新町商店街パンフレット

青森市新町商店街 [www.shinmachi.aomori.jp](http://www.shinmachi.aomori.jp)

総務省 [www.stat.go.jp](http://www.stat.go.jp)

青森高校生とその保護者の方々

青森新町商店街振興組合の方々

ありがとうございました。



# 行くぞ！！青森・函館ツインシティ

7ゼミ 3207

## 研究要綱

現在の青森は多くの若者が出ていく一方で、子供の数は減少し続け、かつ高齢者の数が増加し続けていくという、いわゆる少子高齢化社会に突入している。この状態が続いていくと青森の経済は停滞し始め、仕舞いには低落してしまうという可能性があるのはもはや明らかである。このよう状況のなかでも少しでも青森の経済の発展または活性化を図るためには何ができ、どのような効果が得られるのか考えてみた。

青森県には多くの観光客がねぶた祭や弘前公園の桜などを目的として毎年訪れているが、現在の青森県の金銭事情を考慮すると、ねぶた祭りや弘前公園と同程度の観光客を呼び込むことができるほどの大規模で観光客の興味をそそるようなイベントや事業、商業活動を行うことは到底難しく、たとえ成功したとしても、一時的に観光客が増加するだけで、年がたつにつれて徐々に減少していくことや、一回目も来たが、二回目も来ようとするリピーターが続出しないなど、結果的に青森の経済に貢献するほど盛り上がらなかったということも考えられ、失敗に終わってしまうリスクの方が大きいのではないかと思われる。また、私たちは青森の経済をたった一度に上り調子にし、好ましい効果が得られるようなことを望んでいるのではなく、これからの青森の経済を支えていくような長期間的な成果を望んでいる。このような見解から、私達の班は話し合っ、ある提携に目を付けた。

それは、青森、函館間で結ばれている「青森・函館ツインシティ」という名の青森、函館の両市において一体的な都市圏を形成することを目的とした姉妹都市提携である。このツインシティは平成元年に盟約を締結したが、それ以降目覚ましいイベントや事業は行われず、何もないまま滞っており、この提携は形骸化しつつある。フィールドワークで青森市民にツインシティについて聞いたところ、知らない人がほとんどで、認知度もかなり低いと思われる。実際私達のグループにおいてでも調べる前はその存在すら知らなかった。そこで、私たちはなぜこれほどまでにツインシティの知名度が低いのか、という題目をも追加して議論を進めることにした。よってこの機にこの提携を利用し、現在の滞っている状況を改善し、青森の経済の活性化につながるような案を複数提案し、ツインシティの現状の悪いところや改善すべき点、新規に力を入れるべき点にも言及したいと思う。

## 本論

まずは、私たちが考えた案について見てもらいたいと思う。私たちの出した案は以下の三つである。

- ・スタンプラリーをかねた青森と函館の観光ツアー

- ・ 函館と青森のコラボ商品

- ・ 商品の販売方法

一つ目の案は文字通り青森、函館間にわたる大規模なツアーで青森と函館の名所を観光してもらおうというものである。このツアーは観光客側からみて、青森にも魅力が感じられるようにねぶた祭りが開催される夏の時期に合わせて行いたいと思う。このツアーのよって青森側は函館からの観光客が青森を訪れてくれるという恩恵を受け取ることができることに加え、観光客側は函館の名所と青森のねぶた祭りの両方を楽しむことができ、どちらの方にも良い効果が得られると思われる。そこにスタンプラリーを計画することでより良い効果を期待できる。スタンプラリーを実施することのメリットとして、店側は、その土地のご当地商品を買ってもらうことができると一定の収益を見込められ、観光客側はスタンプラリーでしか手に入らない商品を手に入るなどいくつか挙げることができる。また、方向性を変えて、このツアーを外国人観光客向けに適用することで、外国人観光客が増え続けている今の青森県の強みを利用することも可能である。このツアーは日本人に限定しているわけではないので幅広く青森に観光客を呼び寄せられるだろう。

二つ目の案は青森と函館特産物を合わせたコラボ商品を製造するということである。実際にコラボ商品はもともと製造されていて、例を挙げると、「函館ロール」、「青函プリン」、「のっけ井漬け」など様々な商品が挙げられる。そこで私たちは従来にはない新しいコラボ商品の製作を考えた。グループ内で決まった案が下記の二つである。

- ・ 青森リンゴと函館の牛乳を使った青函アイスクリーム

- ・ 青森のホタテやマグロなどと函館のイクラやイカなどを盛り合わせたのっけ井

この二つの商品はどちらも年齢層の幅が広く、どのような世代も手軽に食べることができるため、より高い収益を得られると思われる。これらの商品を製造するために、既に存在する商品を作っている企業に製造を検討してもらうことがベストだと思う。そしてコラボ商品を売る場所に、青森と函館の駅や青森のアスパム、函館の赤レンガ倉庫を考えている。またこの商品を宣伝するにあたってインターネットのサイトに商品についての情報を掲載することで客側は買いやすくなるだろう。そしてコラボ商品によって利益が生まれた場合、同じ割合で分けることが妥当だと思う。

三つ目の案は二つ目の案でも少し取り上げたように、コラボ商品や青森、函館の特産物などの販売方法についてである。販売方法がうまくいかないとせっかくの商品も台無しになってしまい、利益も思うように上がらない。したがって、この販売方法について研究を進めることにした。今回の研究では販売する場所に焦点を当てて考えてみた。そこで、私はコンビニエンスストアと駅での商品の販売を提案したいと思う。コンビニエンスストアは利用者が多く、実際にいくつかのアニメとコラボしていると

ころもあるため、青函ツインシティにも適用できると思う。コンビニエンスストアとのコラボは青森市と函館市にのみ限定したい。駅だけでなく、コンビニエンスストアでの販売を行うことによって観光客もコンビニエンスストアの利用者も手軽にかつ容易に商品を買うことができると思われる。

以上の三つの案によって青森・函館ツインシティの振興かつ活性化を図りたい。

次に、ツインシティの現状の悪いところや改善すべき点、新規に力を入れるべき点について言及しようと思う。私たちのグループは、なぜツインシティの知名度が今までこんなにも低いのだろうかと思い、調べていると、ツインシティの課題点が見えてきた。最初に、ツインシティの悪いところは、自ら情報を発信しようとしないうところだと思われる。ツインシティのインターネット上での情報が他の催しものや事業に比べて圧倒的に少なく、青森市民自体も知らないのは仕方ないと言いたい。現在は情報社会であるがために、情報が少ないというのはマイナス要素であるので早いうちにこの状況を改善していきたい。次の改善すべき点はPR方法に多く存在する。驚くことに、青函ツインシティについてのPR動画があったが、拝見したところ、まったく魅力が感じられず、何の意味も成していないことが分かった。それゆえ、インターネットのサイトでは情報が不足しているため、観光客側は、ツインシティってつまらないと思うだろう。これもいち早く改善していきたい。最後に、ツインシティはサイト上でコラボ商品の宣伝、イベント、ツアーなどの情報を掲載することや魅力が感じられるようなPR動画を作ることに力を入れるべきである。そして、青森市は函館市と進んで交流を深め、常に新しい情報を市民やインターネット上に提供するべきだと思う。そうすることで、世界中に情報が行き届き、青森の観光客が増え、結果的に青森の経済の活性化につながるのではないかと思う。

今回の研究で、今の社会においては、インターネットをどのように利用するかが経済の活性化につながる鍵であることが分かった。特に若い世代や外国人をターゲットとするならば、インターネットの活用が不可欠であることも再認識した。

以上のことから、情報と情報操作がどれだけ経済に貢献しているのかを知った。このことをいかして、青森の経済の活性化に少しでも貢献していきたい。

#### 参考文献

<https://www.city.aomori.aomori.jp/kikakuchousei/shiseijouhou/aomorishi-konnamati/kokusai-kouikikouryuu/01.html>

# 青森ヒバを全国に広めよう

3212

## 1. 動機

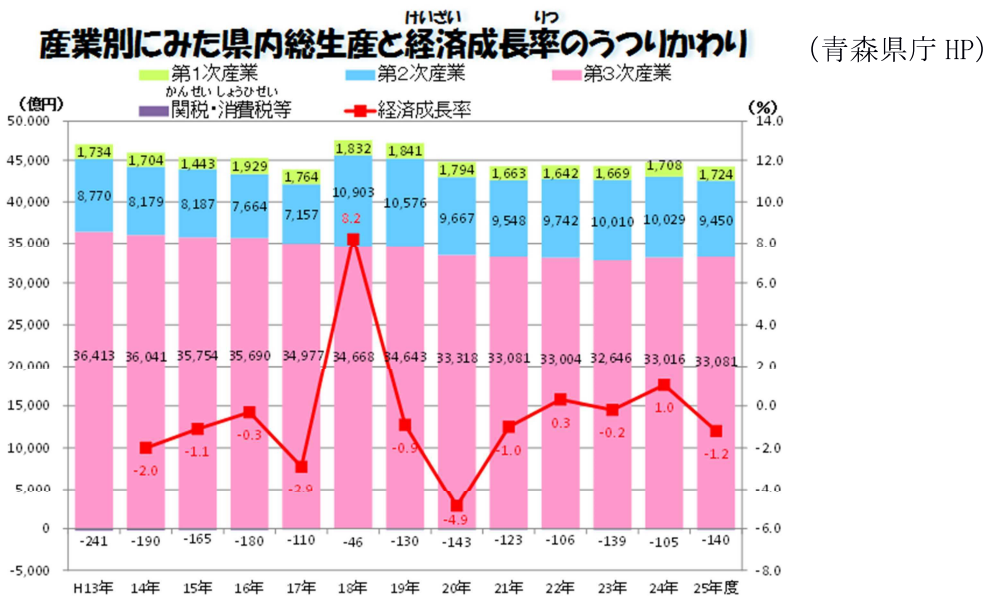
現在の青森経済は緩やかに向上してはいるが、それでも高いとは言えず、他県と比べるとまだまだ成長の余地及び改善の余地があると見られる。

そこで、私たちは青森の経済を発展させるという目的のもと、経済停滞の根本から考え、研究してきた。そこで、青森ヒバを全国・海外に広めるという目標をもって研究してきた。

青森ヒバを県外に進出させることによって、青森の伝統文化に触れてもらうだけでなく、青森の経済を発展させていくことが最終目標である。

### 総括判断：「県内経済は、緩やかに持ち直している」

個人消費は、百貨店・スーパー販売額が前年を上回っているほか、コンビニエンスストア販売や乗用車販売が堅調となっていることなどから、緩やかに持ち直している。生産活動は、電子部品・デバイスが高水準となっているほか、食料品が堅調となっていることなどから、持ち直しつつある。雇用情勢は改善している。



前頁の記事より、経済持ち直しの理由が、サービス業を主とした第3次産業のため

であり、第1次産業での経済復興は見込めていない。そのため、本研究では、青森の自然に恵まれているという特徴を生かして、第1次産業も同時に持ち上げる内容にしていきたい。

第1次産業を持ち上げることによって、雇用が増える。すると、青森県内の就職率も増加する。結果的に本ゼミの目標である青森経済発展につながると考えられる。

## 2. 研究内容

### I. 青森ヒバとは

青森県の元弘前藩内にあるヒバのことで、秋田の杉林、木曾のヒノキ杉とともに、“日本三大美林”の1つとして知られている。

### II. 研究

#### ○青森ヒバの効果・特徴

<抗菌効果> カビ・細菌を寄せ付けない

「青森ヒバ」には、カビなどの多くの菌に対する抗菌性があることが判っている。この力は、青森ヒバ油に含まれるヒノキチオール等の成分によるもので、ひのきやすぎ等の樹木に比べて抜群の効果を発揮する。また、カビや腐朽菌に対して特に活性が高いため、耐性菌の出現を許さないという特徴があり、日常生活で役立てることができる。

<精神安定効果>

ヒバの香りが気持ちをリラックスさせる。

<防虫効果>

シロアリ・ダニ・ゴキブリを寄せ付けない。

<消臭・脱臭効果> 不快な臭いを抑える

「青森ヒバ」の持っている抗菌性は、雑菌を繁殖させないことの他に、雑菌から出る悪臭を防ぐ効果を発揮する。また、青森ヒバ油を芳香剤として使うと、独特な木の香りや嫌な臭いを包み込みながら消し去り、後には心地よい青森ヒバの香りか残る。芳香は高貴で爽快感があり、こころとからだの緊張を和らげる本物の癒しの香りそのものである。

<ヒノキチオール>

ヒノキチオールは、1936年に台湾ヒノキの精油成分から発見された。当時、自然界には存在しないといわれてきた7角形の分子構造を持つこの化合物の発見は、化学

史上に残る偉業として世界的に評価されている。

ヒノキチオールという名前から、日本のヒノキにも多く含まれているように思われるが通常の日本のヒノキにはほとんど含まれていない。台湾ヒノキの自生数はかなり減少しており、現在天然ヒノキチオールを抽出できるのは青森ヒバのみとなっている。ヒノチオールは低濃度でも多くの雑菌類やカビ類、ダニなどの増殖を抑える力があり、青森ヒバが発揮する4大効果も、このヒノキチオールの効果効能が大きいと言える。

昔から山里の人々は、青森ヒバの樹液を火傷や切傷の薬として利用していたが、その効果は、現在では科学的に証明された。

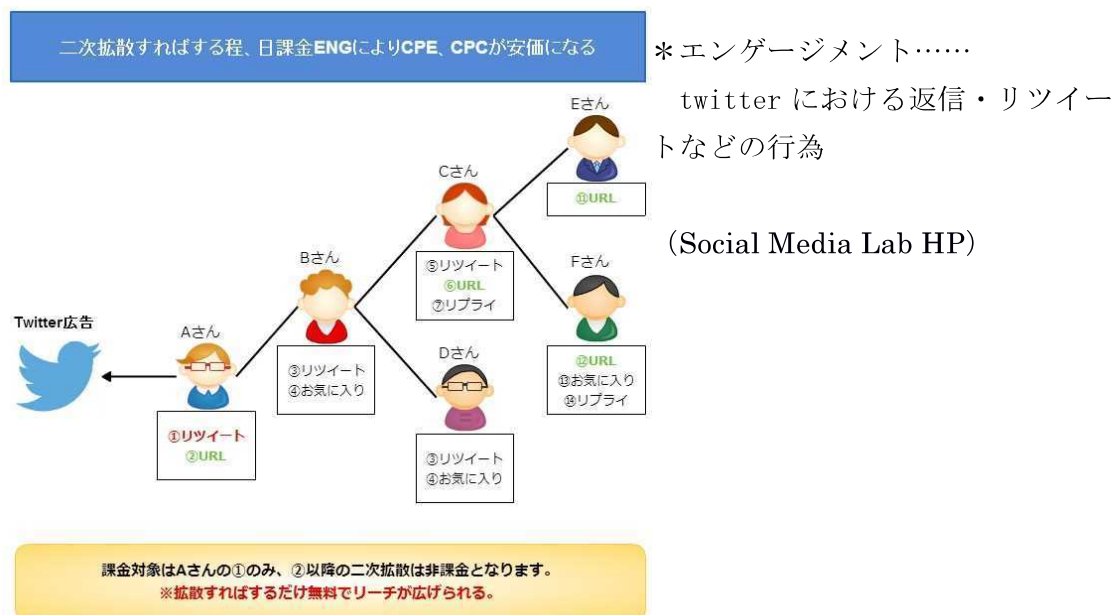
### ○宣伝方法

上記のように青森ヒバにはそれにしかない素晴らしい効果が多々あるが、全国的に人気があるわけでもない。それは全体的に宣伝活動を積極的に行なっておらず、全国・世界への知名度が低いことに原因があると考えた。

そこで、私たちはこの情報社会を生かした宣伝によって、全国・世界へと青森ヒバを広めていきたいと考えた。その宣伝方法が”twitter 広告”である。その名のとおり、twitterの広告欄で広告を掲げる方法で、これを採用した理由は2つある。

1つ目は、twitterは世界的に有名であり、情報が拡散しやすいと考えたからである。さらに、多くの年代に親しまれているので、その年代ごとに合った商品の紹介をできると考えたからである。

2つ目は、広告料について利点があると考えたからである。twitter広告はエンゲージメント課金となり、二次拡散以降は無課金となるという特徴をもっている。



具体的な利用方法についてだが、画像での広告と動画での広告で内容が異なる。

画像での広告は、ヒバを利用した商品の画像を twitter に掲載する。これは、リツイートされた時点で料金が発生する。画像をクリックして販売サイト（以後、協力企業にて詳細説明）に移動する仕様にしたいと考えている。

動画での広告は、ヒバの特徴や商品を伝える動画（以後、協力企業にて詳細説明）を twitter 内に流す仕組みにしたいと考えている。これは、フル画面で 3 秒以上動画を再生すると料金が発生するようになっている。30 秒ほどの動画を作り、動画が終了したら、ホームページの URL が出てきて、さらに、URL をクリックすると、販売サイトに移動する仕様にしたいと考えている。

宣伝方法として、”フリーペーパー”も採用したいと考えている。フリーペーパーとは、無料で誰でも持ち帰ることのできるチラシのこと言うが、自作のフリーペーパーを青森県内のホテルや駅、公共施設に置かせていただきたいと考えている。また、駅周辺でのチラシ配布も行いたいと思う。

#### ○協力企業

本研究において、”青森県木材協同組合”の協力を仰ぎたいと考えている。この組合は、青森ヒバ材を使用した木工製品や木造住宅の紹介のほかに、青森ヒバの原木や製材品の販売等を行っている、青森ヒバに特化した唯一の企業である。すでに、フィールドワークで協同組合を訪れ、青森ヒバの研究については理解を得ていることから、本研究の協力をしていただけるのではないかとと思う。

青森県木材協同組合の協力のもとで、先ほど紹介した twitter 広告やフリーペーパーでの宣伝を行っていきたいと思う。つまり、画像をクリックすると移動するのが、協同組合のサイトであり、広告用動画も、協同組合の知恵を借りながら、作成・投稿したいと考えている。

#### ○料金見積もり

実際に以上のことを行なった場合、どれくらいの資金が必要なのか推計する。

##### 【1】twitter 広告（画像）

1 リツイートで 50 円、一次拡散で 10000 人と推定すると、  
 $50 \text{ (円)} \times 10000 \text{ (人)} = 50 \text{ 万 (円)}$

##### 【2】twitter 広告（動画）

1 再生で 100 円、1000 人視聴と推定すると、  
 $100 \text{ (円)} \times 1000 \text{ (人)} = 10 \text{ 万 (円)}$

##### 【3】フリーペーパー

デザインは自分たちで考え、印刷は印刷企業を手配すると仮定すると、  
3000部で23480（円）

#### 【4】動画作成

カメラレンタル 5000（円）

編集費用 5000（円）

#### ○資金調達方法

料金見積もりで推計した資金を集める方法は、”クラウドファンディング”を導入したいと考えている。クラウドファンディングとは、インターネットを使い、不特定多数の一般の個人の方々から、小さなお金を集める資金調達の方法である。クラウドファンディングにも、さまざまな種類があるが、私たちは”購入型”と取り入れたいと思う。これは、企業が新しい商品やサービスをつくる際の資金を集め、目標金額に達した時点で、その見返りとして支援者に対して、負担してくれた金額に応じてリターン（商品やサービス）を提供するというものである。

このクラウドファンディングの成功事例を挙げてみる。2015年3月、劇場アニメ「この世界の片隅に」の制作資金を募集するため、クラウドファンディングが行われた。すると、開始から8日目で目標の2000万円に到達した。

このように、クラウドファンディングは今や、どの企業でもできる、非常に現実的な資金調達方法であることが理解できる。私たちは目標金額を100万円に設定して呼びかけたいと考えている。また、目標金額に達した際には、各人の支援金にもよるが、青森ヒバのキッチンセット（まな板、箸、包丁置き、調理ヘラ）とお風呂セット（風呂椅子、湯桶）を提供する。

#### ○紹介する商品（既成）

- ・キッチンセット（まな板、箸、包丁置き、調理ヘラ）
- ・ヒバ爆弾…青森ヒバの木屑（消臭剤として置くだけで効果抜群）
- ・風呂桶
- ・風呂ふた
- ・青森ヒバ100%オイル（お風呂や化粧品等の香り付け）
- ・入浴剤（発汗作用、湯冷めしにくい、疲労回復等の効果あり）
- ・枕（中にヒバ爆弾を入れる）
- ・シャンプー、ボディソープ、コンディショナー（ヒバの香り）
- ・シューズキーパー（脱いだ後、入れるだけで消臭・防カビ効果）

#### ○紹介する商品（オリジナル）……青森県木材協同組合の協力



- ・時計&スマホスタンド
- ・卓上時計
- ・ボールペン
- ・ブックカバー（間伐材の繊維を織り込ませた布を使用、文庫本サイズ）

\*なお、既成商品については、オーダーメイドが可能である。

### 3. 謝辞

- ・7ゼミ担当の高杉先生、秋村先生
- ・青森県木材協同組合の方々

### 4. 参考文献

青森県庁ホームページ「統計分析」  
<<https://www.pref.aomori.lg.jp/>>

青森県木材協同組合「協同組合のご紹介」  
<<http://www.aomori-hiba.jp/>>

Social Media Lab「twitter 広告徹底解説」（図の引用）  
<<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-31554/>>

青森ヒバ専門店「わいどの木」「青森ヒバ商品」  
<<http://ydonoki.jp/%e3%80%8c%e9%9d%92%e6%a3%ae%e3%83%92%e3%83%90%e3%80%8d%e3%81%a8%e3%81%af%ef%bc%9f/>>

Anipipop!「クラウドファンディングとは」  
<<http://anipipop.com/what-is-crowdfunding/>>

## 八甲田へ GO!

3227

### 〔研究要綱〕

私たちは八甲田の紅葉を利用した、青森県の経済活性化について研究を行ってきた。

私たちのグループの提案は外国人観光客向けの八甲田観光ツアーの企画・運営をし、外国人観光客を誘致することだ。

昨年、市役所でフィールドワークを行った際に、冬の八甲田はパウダースノーと呼ばれる質の高い雪が積もるために、オーストラリアなどを中心にして、口コミや SNS で人気広がっていることがわかった。しかし、ウィンタースポーツのシーズン以外になるとその観光客たちは青森に来なくなってしまう。そこで、増加している外国人観光客をウィンタースポーツのシーズン以外、特に秋にも呼べないかと考えた。

そこでターゲットとしたいのはウィンタースポーツのために青森に来ることが少ない高齢者だ。高齢者の特徴として健康意識が高まっているということが調査で分かったので、近年市場を伸ばしている「ウェルネスツーリズム」という形態でツアーを展開することを考えた。ウェルネスツーリズムとは健康や精神的幸福を増進させるための身体的、精神的なアクティビティを組み合わせた旅行形態であり、近年人気上昇している。八甲田には健康に良いとされる温泉や登山などが揃っているため、適した形態であると言える。

そこでツアーとしては一泊二日を登山や温泉など健康に良いことを行いながら過ごしてもらいたい。そして、ホテルでは健康的だとして注目を浴びている和食を青森の食材を使って提供したいと考えている。このツアーを実施することによって、青森の秋に興味を持ってもらえるようになると考えている。また、口コミや SNS などですれがどんどん広がるのが期待される。また、このツアーは一泊二日と短期のものであるためこのツアーの前後に青森の八甲田以外の場所にも観光に訪れてくれるようになるという効果も期待される。

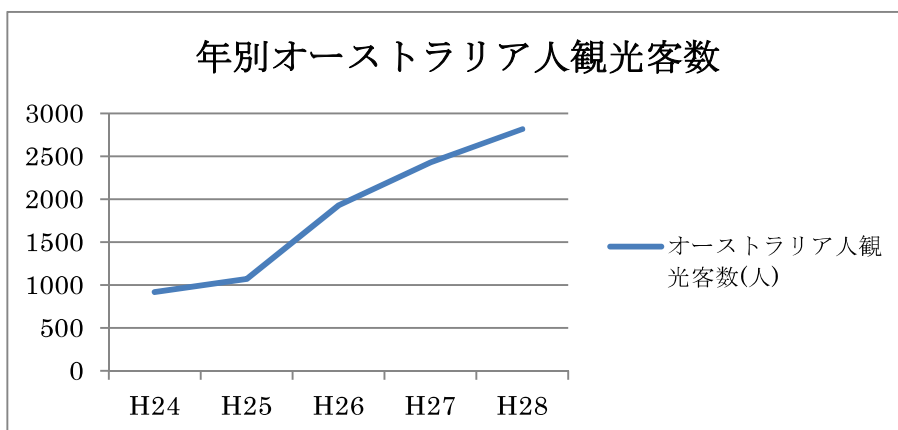
今後の課題としては、周辺に住む地域の人たちにボランティアで参加していただいたり、八甲田のガイドの方々とも協力したりするなど、地元の人たちとのつながりを増やすことだ。そうすることによって青森の魅力ともいえる「人の良さ」がより発信できるし、今まで八甲田にあまり興味がなかった青森の人々が八甲田の良さを発見する良い機会になると考えている。

### 〔本論〕

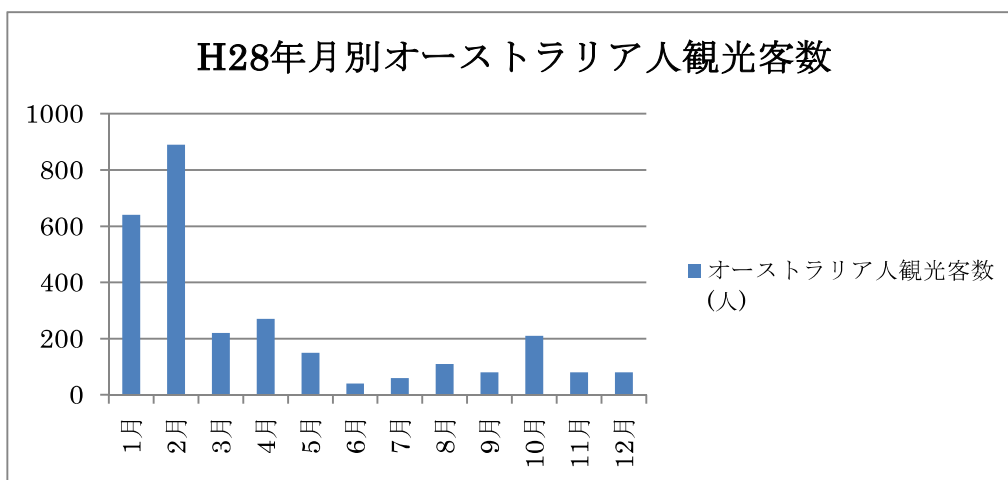
## 1) 動機

私たちは八甲田の紅葉を利用した、青森県の経済活性化について研究を行い、外国人観光客向けの八甲田観光ツアーの企画・運営をし、外国人観光客を誘致することを提案する。

私たちは去年行ったフィールドワークでウィンタースポーツをするために八甲田を訪れる外国人観光客が増えていることを知った。八甲田はパウダースノーと呼ばれる質の高い雪が積もっていることが SNS や口コミでオーストラリアを中心に人気が広がっているからだ。実際、平成 24 年に 920 人だったオーストラリア観光客数が平成 28 年には 2820 人と 4 年で大幅に増加している。これはこれからも増加していこう。



しかし月別のデータを見ると 2 月に最も多く 890 人だった観光客数が 10 月には 210 人と大幅な差があることがわかる。



その差を埋め、青森が年中一定の観光客数を確保できるように私達はウィンタースポーツの時期以外、特に秋にも観光客を呼べないか、と考えた。そこで利用するのが八甲田の紅葉だ。

## 2) 提案

私達の提案は秋に八甲田の紅葉を中心とする外国人観光客向けのツアーを組んで、冬に多くなったオーストラリアを始めとする外国人観光客を秋に誘致することで、青森県の経済活性化につながるのではないかと、ということだ。

ターゲットはウィンタースポーツ目的で青森に来ることが少ない高齢者だ。青森市役所でのフィールドワークで日本人向けに行った八甲田のツアーの参加者のほとんどが高齢者だったことを聞いた。よって高齢者は誘致しやすく、他の年代と比べて時間やお金に余裕があると考えたからだ。高齢者に焦点を絞り誘致するために考えたのはツアー形態を「ウェルネスツーリズム」として計画することだ。

ウェルネスツーリズムとは健康や精神的幸福を増進させるために身体的、精神的なアクティビティを組み合わせた旅行形態のことである。近年の健康意識の高まりにより、その市場規模は大きくなってきている。長野県木曾町の開田高原では2016年度に木曾おんたけ健康ラボの企画したツアーに約100人の人が参加した。木曾町では、御嶽山の噴火によって減った観光客を回復させるためにこのプロジェクトを始め、地域固有種の木曾馬と自然を巡ったり、スノーシューで林を歩いたりするメニューが実施された。今後は200人の参加を目指すなど成功を収めている。このような成功事例は多いがまだ、宿泊を伴ったものは少ない。八甲田には登山や温泉など健康に良いアクティビティが豊富にあり、なお、過ごしやすいホテルも完備されているため宿泊型のウェルネスツーリズムは適した形態と言える。よって高齢者向けウェルネスツーリズムとしてツアーを企画することにした。

### 3) ツアー内容

私達の考えたツアーは1泊2日で行い、最初は一回につき定員45人の参加を考えている。まずバスで青森駅に行きツアー参加者を迎える。そこからバスで移動する。



まずは萱野茶屋を訪れる。ここは「一杯飲むと3年長生きし、二杯飲むと6年、三杯飲むと死ぬまで生きる」という少し変わった言い伝えのあるお茶があることで有名だ。そんな変わった言い伝えも口コミで広がりやすいのではないかと考えている。

次は登山を行う。登山は八甲田ゴールドラインの1.8kmコースをおよそ1時間かけて行う。

その次は地獄沼に行く。地獄沼とは爆裂火口跡に近くから湧き出る温泉水がたまった場所だ。このため他の場所とはまた違った風景を楽しむことができる。

そして1日目の最後の目的地は酸ヶ湯温泉だ。酸ヶ湯温泉は特に「ヒバ千人風呂」という大きな混浴風呂で有名だ。もちろん男女別の風呂もあるのでここで旅の疲れを癒すことができる。酸ヶ湯温泉は湯治に使われるほど効能があり、健康に良いとされる。

そこから八甲田ホテルに向かってそのまま参加者は宿泊する。八甲田ホテルの魅力は特に青森の食材を生かした和食だ。近年和食はヘルシーで健康的だと注目されている。地元産の食材をふんだんに使っているため、観光客は青森の魅力をも舌でも感じるができる。また、八甲田ホテルにはWi-Fiが完備されているため外国人観光客にとって大きな問題であるWi-Fiの問題もクリアすることができる。

2日目は城ヶ倉大橋に行く。橋の上から見る紅葉は絶景で、写真を撮る人も多いと考えられる。そこから青森駅に向かいツアーは終了だ。

〔考察〕

私はこの秋の八甲田ウェルネスツーリズムツアーによる外国人の誘致は他県の例を考慮しても十分に可能だと考えている。

今後このツアーを実現させるには資金面の課題がある。これは研究しきれなかったので後輩に託し、実現に向けて取り組んでほしいと思う。

〔謝辞〕

工藤智人さん、フィールドワークでお世話になった青森市役所観光課の玉熊康孝さん、葛西厚大さん、指導して下さった高杉先生や秋村先生を始めとした先生方に本当にお世話になった。ありがとうございました。

〔参考文献〕

- ・青森市総合観光ガイド(2017)  
NIPPON ここだけ青森市 6 ページ
- ・青森県観光ガイドブック(2017)  
青森紀行 18 ページ
- ・長野・木曾町の開田高原、ヘルスツーリズムで誘客 日本経済新聞  
<https://www.nikkei.com/article/DGXLZO15500250Z10C17A4L31000>
- ・国民保養温泉地 酸ヶ湯温泉  
<http://www.sukayu.jp/inside/bathroom.html>
- ・八甲田ロープウェイ株式会社  
<http://www.hakkoda-ropeway.jp/>
- ・八甲田マップ 十和田市  
<http://www.city.towada.lg.jp/docs/2012051600038/>
- ・青森県観光入込客統計 青森県庁ウェブサイト  
<https://www.pref.aomori.lg.jp/bunka/kanko/kankoutoukei.html> ^ ^
- ・内山和也「図版の示し方」  
<http://web.ydu.edu.tw/~uchiyama/index.html>
- ・インバウンド BOOK

# スポーツ系事業を立ち上げて青森経済活性化

2202

私たちはこの一年、スポーツ系事業を立ち上げて青森経済を活性化するための方法について考えた。

## ① <動機>

私たちは去年、青森県産品を使用した商品を開発し、販売するという観点から青森経済の活性化を計った。しかし、獲得できる利益が小さくなり、青森経済活性化に大きな貢献ができるとはいいがたい結果となってしまった。そこで私たちは先生からの助言もあり、「スポーツ系事業」という観点から青森経済活性化に貢献しようと考えた。

## ② <提案>

青森県内でスポーツ系のイベントを行い、県内外から客を招き、スポーツを楽しんでもらいながら利益をえる。

## ③ <研究内容>

### 1) 選定理由

私たちは数多くあるスポーツの中から「逃走中」(鬼ごっこ)を開催することに決めた。選定理由は大きく二つある。一つは話題性だ。TBSの人気番組である逃走中を青森で開催するというのが大きな話題になると考えている。二つ目は多くの人が楽しめるスポーツだからだ。誰も一度は鬼ごっこをして遊んだことがあると思うのでルールを把握しやすいと思う。場所は「八戸こどもの国」の遊園地ゾーンにした。ここにした理由は二つある。一つは逃走中を行うのに十分な広さだということだ。二つ目に駐車場を完備しているということだ。こういった点において県内外からの客をよびやすいと考えられる。なお、逃走していないひとは遊園地ゾーン以外のエリアを解放するので、そこで時間を過ごしてもらおうと考えている。そして出場し忘れないように試合10分、5分前、直前に園内放送を使って逃走者によびかける。

### 2) ルールと開催について

ルールはほとんど通常の鬼ごっこと同じで、ハンターと呼ばれる鬼から逃げるというものだ。一人でも逃げ切ったら逃走者の勝利となり賞金が獲得でき、全員捕まってしまったらハンターの勝利となる。この競技を行うにあたりまず私たちは参加者を小学生以下と中学生以上に分ける。小学生以下をA、B、C、D、中学生以上をE、F、G、Hとしてそれぞれを四つのグループに分ける。仮にグループAとグループBが対戦するとする。Aが逃走するときはBからハンターをだす。逆も然りである。そしてA、B、C、DとE、F、

G、Hそれぞれ1試合30分でトーナメントを行う。(大人6試合、子供6試合の計12試合)

開催時期はゴールデンウィーク中盤の2日間にしようと考えている。この時期にした理由は2つある。まず長期休暇であり、多くの人を呼び込むことができるからだ。また、長期休暇の中盤に開催することにより、休み明けの仕事や学校に支障をきたすことがないと考えたからだ。

#### ④ <考察>

企業訪問の結果、八戸こどもの国を貸し切るにはとても高額な代金が必要だと判明した。入場料だけで到底賄える金額ではないので私たちは逃走中で得られる収益だけでなく、周辺施設と協力して二次的収入を得られる道を模索した。

まず、屋台をもらい出して、売り上げの〇%を徴収するというものだ。これを行うと利益を得ることができるだけでなく、会場が活気づくし一石二鳥である。

つぎに、別に新たなイベントを起こすというものだ。つまり逃走中を1つのツールとして利用するのだ。イベントの内容にも大きく左右されると思うが、大きなツールになると考えている。

また逃走中や上記のイベントによってホテルへの宿泊客の増加を図ろう思う。

#### ⑤ <謝辞>

この研究を温かく見守ってくださった高杉先生や古川先生をはじめとするたくさんの先生に感謝します。

#### ⑥ <参考文献>

##### ① [青森県のイベント情報一覧・今日\(10件\) | ウォーカープラス](https://www.walkerplus.com/event_list/today/ar0202/)

[https://www.walkerplus.com/event\\_list/today/ar0202/](https://www.walkerplus.com/event_list/today/ar0202/)

##### ② [イベント | 青森県観光情報サイト アプティネット - 青森県観光連盟](http://www.aptnet.jp/event.html)

[www.aptnet.jp/event.html](http://www.aptnet.jp/event.html)



③ [青森市イベントカレンダー - イベントカレンダー／青森市](#)

[www.city.aomori.aomori.jp/cgi-bin/event\\_cal/calendar.cgi?type=2](http://www.city.aomori.aomori.jp/cgi-bin/event_cal/calendar.cgi?type=2)

# 青森経済の発展

7ゼミE班

3年3組

## 【要約】

私たちの本活動の目的は青森経済を発展させるという課題をどのようにして対処するかを自分たちで探ることである。青森の経済を発展させることは私たち青森で生まれ育った人間として率先して取り組むべき課題である。

私たちのこの課題を打破するキーワードは「青森・函館ツインシティ」である。青森・函館ツインシティとは青函トンネルの完成1周年を記念して青森市と函館市の間で結ばれた盟約であり、経済やスポーツ等で連携していくことを目的としている。しかし、フィールドワーク(以下FWと表記)で訪ねた青森市役所の担当の方も言っていますが、現在の目的のために活動できていないのだ。かたちだけになってしまっているのだ。私たちはこの状況を青森経済を発展させるチャンスだと捉え、青森・函館ツインシティを解決への鍵とする。

## 1. 現状について

### (1)青森、函館の観光客数

青森県は1年あたり35000人(平成28年)と、年々微少ではあるが観光客数は増えている。だが依然として他の地方と比べると多いとは言えない。函館市は1年で50000人(平成29年)と徐々に観光客数は減少している。どちらの街も観光客数に関してはあまり良い状況だとはいえない。

### (2)青森・函館ツインシティ

今年で締結29周年を迎え、現在青森、函館で活動している企業、教育機関など106の事業が参加している。主な活動としては下記で示しているような青森と函館の特産品を使ったコラボ商品の開発・販売、青森と函館間での交流試合などを通じたスポーツの交流事業、施設の相互利用などだ。実は、私たちが思っている以上に活動している。

しかし、FWでの市役所職員からのお話によると、肝心の経済的な連携は事実取れていないらしい。



青森、函館のコラボ商品

## 2. 具体案

### (1) 1を受けて

私たちが調べたところ予想以上に精力的に活動していて驚いた。それにも関わらずとても認知度が低いのは新たな問題であった。(FW調べでの認知度調査より 認知している青森市民 15%)また、もっと大々的な活動があってもよいのではないかと考えた。

### (2) 認知度

青森・函館ツインシティによる活動はそこそこあるにも関わらず、あまりに認知度が低い。これは広告活動や販売場所などに問題があるからである。事実、青函コラボ商品は青森市が一般企業に委託し、その企業が作っているためにその企業の本社でしか販売されていないのである。また、上記の交流試合やその他の記念式典などの青函でのイベントの広告は市の情報誌のみに記載されているのである。これでは認知されなくてもおかしくはない。よって、私たちは以下のことを提案する

- ①販売場所をコンビニ、地域のスーパーなどにも広げる
- ②SNSで青森・函館市民、観光客に向けての広報活動に力をいれる。

### (3) ツアー

せっかく盟約を結んでいるのだからもっと目立つことをしても良いと考える。そこで提案するのが青森と函館の名所を巡るツアーである。実際ねぶた期間以外で青森だけを観光する目的でくる人は少ないと考える。そこで青森と函館のツアーをセットにすることで函館に観光しに来た観光客を青森に呼び込むのだ。函館も同じように青森への観光客を呼び

込むことができる。こうして青森、函館双方に利益をもたらしつつ観光客数を増加させられるのだ。

#### (4)新たなコラボ商品

現在の青函コラボ商品はお菓子がメインとなっている。おいしからいいのだが、食欲に経済を潤すためにするとしたらスタミナ源タレのような継続的に購入してもらえそうな商品の開発も不可欠なのではないかと考える。

### 3. 課題

#### (1)資金

一番の課題はやはり資金である。コラボ商品を開発するにしろ、ツアーのような大きな事業を計画するにしろある程度のお金は必要になってしまう。そこで、様々な案を考えたのだが、どれも想像でしかないのである。

①企業に協賛してもらおう(その代わりにその企業の広告をする)

②市や県に援助してもらおう

#### (2)ツアーの計画

ツアーの計画を立てることはとても大きなことであり、青森と函館の両方に利潤がなければならぬ。且つ魅力を伝えられるものにしなければならず具体的なものをつくっていない。私の考えは青森と函館の名所を3泊4日で巡るというものだが経済面、訪れる場所で話し合いになり、決め切れていない・・・

### 3. まとめ

私たちの青森経済の振興法は既存のものを改善するという方法であった。その為、比較的現実味を帯びたものに仕上がったのではないかと割と満足しています。課題にあったように心残りがありますが、新二年生に期待してこのゼミ活動を終わろうと思います。ありがとうございました。

### 【引用元】

青森県庁webサイト 青森県観光入込客数統計

<https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kkokusai/kanko>

函館市役所webサイト 函館市役所観光入込客数統計

[https://www.city.hakodate.hokkaido.jp/soshiki/kankou\\_dept](https://www.city.hakodate.hokkaido.jp/soshiki/kankou_dept)

c i t y o f 函館 青森・函館ツインシティとは

[www.city.hakodate.hokkaido.jp/docs/2014031100309](http://www.city.hakodate.hokkaido.jp/docs/2014031100309)

# 弘前タイムスリップ計画

3309

## 【序論】

弘前は江戸時代から城下町として栄えてきた。街には今でも江戸、明治、大正期の面影を残す建築物が数多く残されており、歴史的に大いに価値のある街である。

しかし、そのことはあまり知られていない。日本全国の人が青森といえば一般的に

1位	りんご
2位	ねぶた祭り
3位	津軽海峡
4位	十和田湖
5位	恐山
6位	大間マグロ
7位	八甲田山
8位	弘前城
9位	にんにく
10位	奥入瀬

何を思い浮かべるのかを記したランキングを見ると弘前のものは8位の弘前公園以外は載っておらず、その知名度の低さがうかがえる。知名度が低いということは、これから青森の新たな観光資源となりうる可能性を秘めているということである。そこで私たちは[弘前タイムスリップ計画]と題し、街にある史跡を生かした観光計画をいくつか立てた。

ランキング【出典/[ランキング] 青森県といえば浮かぶものランキング - goo ランキング  
<https://ranking.goo.ne.jp/ranking/9088/>】

## 【研究手法】

研究方法は以下のとおりである。

- ① インターネットで弘前の観光の現状や他県での取り組みを調べる
- ② ①をもとに大まかな企画を考える
- ③ ②で考えた企画を文化祭フィールドワークで一般の方に紹介してどれがよいかアンケートを取り、上位のものを採用する
- ④ ③で決まった企画をより具体的なものにする
- ⑤ 最終的な案を、専門家である弘前観光コンベンション協会の方に紹介し、アドバイスをもらう

## 【本論】

文化祭フィールドワークで頂いた意見をふまえて「史跡巡りツアー」と「江戸時代文化体験」の2つの企画を進めることにした。

### 「史跡巡りツアー」

弘前城周辺にある史跡を見て回るツアー。江戸、明治、大正と、様々な時代の建物が残されているという強みを生かし、『江戸伝統建築』『明治大正モダン建築』というように史跡を時代ごとに分け、それぞれを1時間程で見て回るツアーを企画。また、これらとは別に『インスタ映えコース』という、綺麗な写真を撮れる史跡を巡るツアーも企画した。この他に、地元のお店と協力しコースの中でお土産を安く買うことができるようにするサービスや、希望者にコース内で撮った記念写真を専用の額縁をつけてプレゼントするサービスもつける予定である。



左…石場家邸宅(江戸時代)



右…旧弘前市立図書館(明治時代)

### 「江戸時代文化体験」

弘前城内を着物を着て見て回り、途中にあるブースで江戸時代の文化を体験するという企画。本物のお城の中で行うことで、他にはない特別感が生まれ、強みとなるのではないかと考え、企画した。城内には2つのブースを設置する。1つは、「伝統工芸体験ブース」。これは、古くから青森に伝わる『津軽凧』や『目屋人形』といった伝統工芸品の製作体験ができるブースである。この取り組みはすでに『ねぷたの家』が行なっているため、そのノウハウを生かせたらと考えている。もう1つは、



「遊び体験ブース」。これは、江戸時代の子供たちが楽しんだ遊びを体験できるブースである。ここでは覗きからくりなどの江戸

【津軽凧】

時代独自の遊具や、水鉄砲などの今もある遊具の江戸時代の姿

のものを設置するほか、伝統工芸体験ブースで作った津軽凧などを使って遊べるスペースも確保する。この他、着物を着ている人は本丸への入場料を無料にする特典をつけることで多くの人々が着物を着るようになり、茶屋を城内の様々な場所に設置したりと、江戸時代の雰囲気演出にも力を入れる。

宣伝方法については、現在二つの方法を考えている。一つは、インターネットを使っ  
ての宣伝である。SNS や特設ホームページ 【覗きからくり】 ージを使って  
イベントなどを紹介し、多くの人に知ってもらう。

もう一つは、既存の観光ツアーの中に組み込んでもらうことである。青森への観光ツアーの中で弘前に寄ってもらい、参加者の口コミを通しての知名度向上を狙う。

現状、この2つの企画には様々な面で課題が残っている。まずは資金面である。未だ必要経費も資金集めの方法も具体的には決まっていない。そこで今後は、まず必要経費を割り出し、それを集める方法をクラウドファンディングや、国、市からの交付金など、様々な可能性を考慮したうえで決めていこうと思う。また、企画の内容の再考や、他の団体との調整、協力方法の立案も必要だ。今の企画には独創性や面白さがやや足りないため、私達独自の視点での計画の立案や他団体と協力して行うサービスなどについて考えていきたいと思う。さらに、宣伝方法についての調査も必要である。インターネットを使う場合、SNS に広告を上げるのにかかる費用はどれくらいか、効果的なホームページとは何かについて考える必要があり、観光ツアーに組み込む場合、青森へのツアーを行っている会社はどこか、どうしたらツアーの中に組み込んでもらえるかについて考える必要がある。

## 【結果】

当初は、「他県の人」をターゲットに設定し、企画を考えてきた。しかし弘前観光コンベンション協会の方に、この企画ならば日本の文化に興味のある「外国人」をターゲットにしたほうがよいのではないかとアドバイスをいただいた。確かに外国人の方が日本の文化や歴史に新鮮さを感じやすく、私達の企画にもより大きな関心を持ってもらえるかもしれない。そこで、これからはターゲットを外国人観光客に絞り、そのニーズに合わせた企画を考えることにした。

## 【展望】



来年度はまず、外国人観光客に関する現状(年間の外国人観光客数の推移、国籍別の観光客数など)を調べ、重点的に売り込みをかける国、年齢層を絞る。そしてターゲットのニーズを研究し、現在ある二つの企画を修正することで、より魅力的だと感じてもらえるものにする。それと同時に今年度の課題をすべて解決し、具体性を高めていきたい。最終的な目標は、企画の実現である。

## 【謝辞】

文化祭フィールドワークに協力してくださった皆様、アドバイスをくださった弘前観光コンベンション協会の坂本様、お忙しい中私たちの活動に協力していただき、誠にありがとうございました。

## 【参考文献】

- ・青森県観光入込客統計 | 青森県庁ウェブサイト

<https://www.pref.aomori.lg.jp/bunka/kanko/kankoutoukei.html>

- ・[ランキング] 青森県といえば浮かぶものランキング - goo ランキング

<https://ranking.goo.ne.jp/ranking/9088/>

- ・体験博物館 千葉県立房総のむら - 千葉の県立博物館

<https://www.chiba-muse.or.jp/MURA/>

- ・えさし藤原の郷について - 歴史公園えさし藤原の郷

[www.fujiwaranosato.com/about/](http://www.fujiwaranosato.com/about/)

- ・弘前公園総合情報 |

[www.hirosakipark.jp/](http://www.hirosakipark.jp/)

- ・【DS もスマホもないけど】江戸時代の子どもの遊びがバラエティ豊かで楽しくなる

<https://edo-g.com/blog/2016/12/asobi.html>

- ・覗きからくり | 日本文化いろは事典

[iroha-japan.net](http://iroha-japan.net) > 寄席芸

## スポーツ事業を立ち上げて青森経済活性化

2205

### 動機

私たちは、昨年青森の商品を販売して、青森経済の活性化を試みましたが、青森の商品を販売するだけでは、わずかな利益しか見込めず、青森経済活性化とはいいがたい結果に終わってしまいました。そこで、私たちは、先生からの助言もあり、比較的利益の得やすいスポーツ系のイベントを立ち上げて、青森経済活性化をして行く方向に焦点を絞ることに決めました。

### 提案

青森県の大きいスポーツイベントを開催できるほどの面積を持つ場所を貸し切って、そこで、県外からの来客が来れるほどの大きい規模のイベントを立ち上げる。

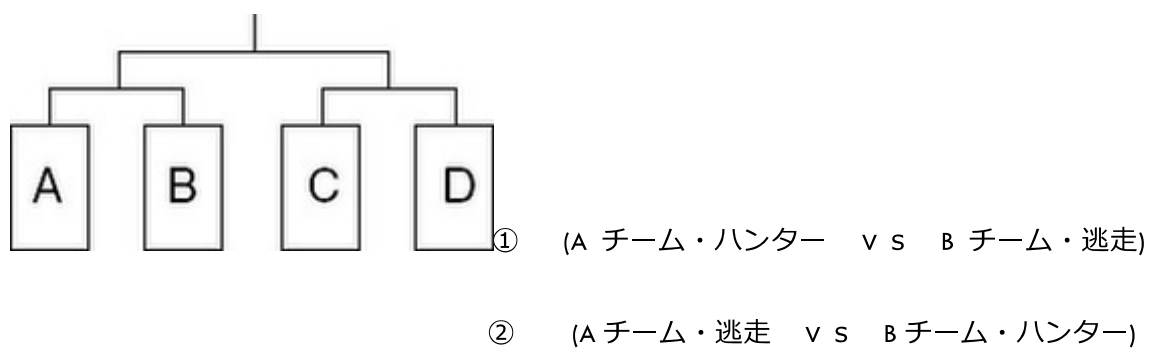
### 実行内容・ルール

青森に比較的効率よく、人を集客するプランとして、TBSの人気番組の「逃走中」に似せたイベントを立ち上げようと思う。逃走中は、全国的に知名度があり、誰もが知っている人気番組だ。つまり開催すると、十分な話題性があり、人を効率よく集客できると考えられる。場所は、八戸こどもの国という、遊園地で開催したいと考えている。八戸こどもの国は、駐車場を完備していて、宿泊施設もあるので、県外からの来客にも十分、対応できると考えられる。そのルールだが、概要は、鬼ごっこと同じである。ハンターと呼ばれる鬼から逃げ、一定時間内に逃げ切れれば、賞金を獲得することができるというものだ。まず、私たちは、参加する人の年齢で分けることを考慮している。具体的に話すと、小学生以下と、中学生以上だ。また今回は、参加する人数にもよるのだが、小学生以下のブロックと中学生以上のブロックそれぞれを4チームに分けて、そのうちの2チームが戦い、勝ち上がった上位2チームが、優勝をかけて戦うというトーナメント形式を考えている。優勝チームに青森の商品を与えるという形式を考えている。この際にたとえば、A、B、C、Dチームの4チームに分けたとすると、Aチーム、Bチームが戦うときに、Aチーム全体が逃走者でその時のハンターは、Bチーム側に送り込んでもらう。概していうと、A

チーム、Bチームの潰しあいをしてもらうのである。これを同様にCチーム、Dチームとも

この形式をとり、優勝決

定戦も同様のルールで行う。



①、②でより逃走成功者が多いチームを勝利とする。これをC、Dチームでも同様に行う。



開催するエリアは、上の図の観覧車がある遊園地ゾーンと呼ばれるエリアである。だが、ここで問題があり、A チームとB チームが試合をしているときは、C チームやD チームはひまになってしまう。そこで、使用していない遊園地ゾーン以外のエリアを自由解放にしてもらい自由に使用できるようにしてもらおう。また、こどもの国のいたるところで、八戸市と連携した屋台を開き、そこで二次的な収入を得られるようにする。屋台としては青森な

らではのものを考えている。狙いとしては、その商品売り出すことで、青森の認知度を高めるという狙いだ。また、この際こどもの国からの外出も許可する予定である。試合前には園内放送をして、時間に全員が間に合うように配慮する予定だ。

また、試合時間は、一試合三十分で、こども、大人それぞれ、六試合と考えている。

## 開催時期

開催時期については、ゴールデンウィーク中を考えている。その理由として、家族が長期的に休める期間であり、家族で思い出を作ろうと考えている人も多いのではないかと考えたからだ。またさらに具体的にいうとゴールデンウィーク中の中盤の二日間にしようと考えている。その理由は、ゴールデンウィークの最終日に開催してしまうと、その次の日の学校や仕事に支障をきたしたり、帰省もあるので、なかなか参加しようという気にならないのではないかと考えられるからだ。そういう意味でいうと、ゴールデンウィーク中の中盤での開催は、まだ休みが残っているという余裕からより多くの人が足を運んでくれるのではないかと考えられる。

## 考察

企業訪問の結果、私たちは、八戸こどもの国を貸し切って、逃走中を行おうと考えていたが、貸し切る際の代金が想像以上に高価で、イベントに参加する際の参加費の値段を上げざるを得ないという状況に陥った。そこで、企業訪問先の助言もあって模索した結果、イベント自体の収益のみで考えるのではなく、宿泊施設に泊まってもらった際の代金や県外からの車で来た来客の駐車料金など二次的な収益を重視する方向になった。そこで私たちは、周辺宿泊施設の連携をして、二次的収益を獲得する方向にすることに決めた。

## 参考文献

① [市民センターのイベント情報／青森市](#)

<https://www.city.aomori.aomori.jp/chuo-center/event.html>

1. [類似ページ](#)

② [青森県のイベント情報一覧・\(46件\) | ウォーカープラス](#)

[https://www.walkerplus.com/event\\_list/ar0202/](https://www.walkerplus.com/event_list/ar0202/)

# 青森りんごで経済を元気に！

3326

## 研究要綱

私たちの住む青森県は、農林水産業が盛んであり豊かな食に恵まれている。そのため、魚介類や野菜、果物など特産品も充実しているが、中でも多くの人々が真っ先に思いつのはりんごだろう。青森県りんご生産量は全国1位であり、国内生産量の58.5%を占めている。「青森といえばりんご」というイメージは大変強いと言えるに違いない。

これまでのゼミ活動では、りんごを含む特産品の販売方法や、りんごを観光資源として活用する道を提案してきた。私たちの研究のポイントは、農業と観光業の両方の視点から地域の活性化を目指す「農観連携」である。この事業では、農林水産省と観光庁との連携によって、農山漁村の魅力を引き出し観光業を盛り上げていくことが期待されている。これに着目した私たちは、青森りんごの素晴らしさを最大限に生かして、県の経済をより良くするための取り組みを考えている。そこでまず検討したのがりんごをモチーフとした公園の建設だった。しかし、それだけでは宣伝が不十分な上に観光客の集客にも限界があることに気づき、研究をさらに発展させることにした。具体案としては、これまでと同様にりんご公園の建設、加えて全国規模でのPR・農家支援という3つを提示したい。

この研究の目的は、りんご公園での収益や農業産出額の増加で単純に県の歳入を増やすことだけではない。事業を通して多くの人に青森に興味を持ってもらい、青森のもつたくさんの魅力を広めていくことにも意義がある。一時的・表面的な経済の活性化にとどまらず、長期にわたって地元を活気づけられるような案であるべきなのだと思う。

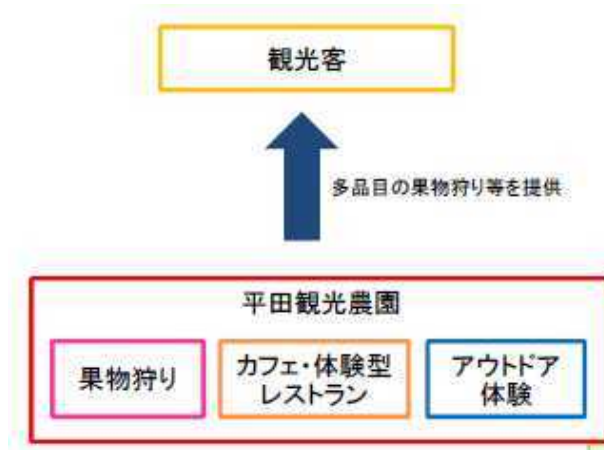
研究を進めるにあたって、私たちは前例の調査から始めることにした。既に全国で行われている農観連携の取り組みを知ることで、事業成功のために必要な要素を探り、自分たちの案の参考にしようと考えた。農林水産省が発表しているモデル事例をいくつか取り上げた。

## 前例の調査

### ・(有) 平田観光農園 (広島県三次市)

ぶどう・いちご・梨・りんごといった多品目の果物狩りが可能。自分で収穫した果物を使った調理体験の企画も人気で、観光客の集客に成功している。自然の中で楽しめるアウトドアアクッキングも好評を得ている。

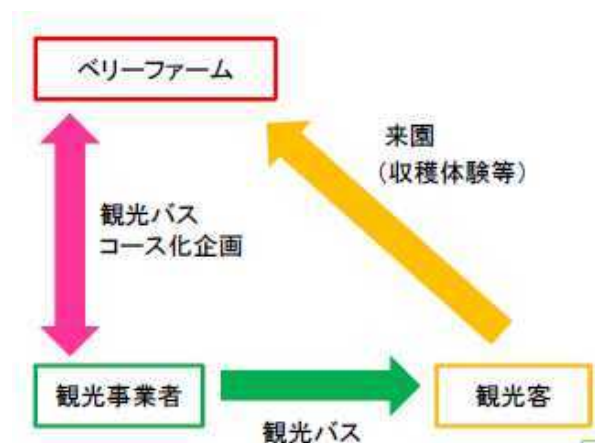
さらに、年間を通じて販売できる商品を確保するために事業を拡大し、「瀬戸田シトラス」のドライフルーツ・ジュースなどの加工品の製造販売まで行っている。



### ・(有) ベリーファーム (北海道千歳市)

ブルーベリーの有機栽培を中心にジェラート販売を行っている観光農園である。平成25年には有機栽培のブルーベリーと畑の景観を生かしたジェラートショップをオープンさせ、観光客の人気を集めている。来客数は当初見込みの1.4万人を大幅に超える8万人(H25年度)であり、取り組みの効果は大きい。

また、観光事業者と提携し、ブルーベリーの収穫体験をバスツアーに組み込むことで、集客・売上金額アップという成果をあげている。





## りんご公園の建設

始めに、前回から構想を練っていたりんご公園の建設について説明したい。この公園では、子供が楽しめるような遊具を設置したり、りんごを使用した料理・デザートを堪能できるレストランをオープンしたりしようと考えている。収益確保のために一部の遊具などは有料にする予定であるが、入場料は無料にして、家族連れを中心に多くの人々が訪れやすい公園を目指す。

また、一年を通してのイベントの開催も検討している。実際に、次のように仮のスケジュールを計画した。

春：花祭り（りんごの花、春の季節の花を利用）

夏：未定

秋：収穫祭（学生によるライブパフォーマンス）

トラック市でのりんご販売

りんごもぎ体験

冬：ウィンターフェスティバル

りんご公園の建設やイベント開催・運営のための資金は、クラウドファンディングで調達する。クラウドファンディングとは、インターネット上でさまざまな企画や事業のための寄付を募るシステムである。近年この仕組みによって実現した企画は数々あり、私たちもこれを活用できたらと考えている。

## 全国規模でのPR

りんご公園の存在や青森りんごそのものの素晴らしさをより多くの人々に知ってもらうためには、全国規模でのPR活動が必要不可欠である。その方法を3つ提案しようと思う。

1つ目は、日本全国で産直市を開催することである。札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡などの、人口が多く大きな宣伝効果が期待できる主要な都市での開催が望ましい。りんごを主とした商品の販売に限らず、実際に青森に行ってみたいという意欲を起こさせる場にもできればと思う。例えば、青森への旅行を提案するパンフレットなどを用意して、具体的なプランを示してみるのも一つの手だろう。

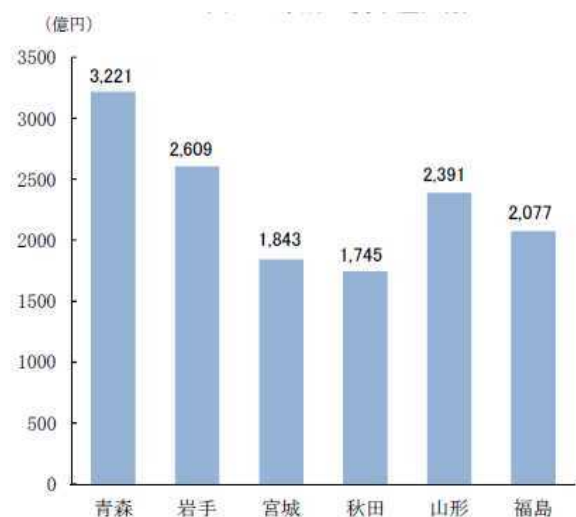
2つ目は、インターネット販売だ。産直市には足を運べなかった人でも、青森りんごやその加工品の購入が可能になる。最近ではインターネット販売が当たり前となっていて一般的であるので、成功する見込みは比較的高いと思われる。

そして3つ目は、地域活性化、地方移住などをテーマにしたインターネット上のサイトの活用である。調べてみると、地方の町おこしや全国各地の産業・特産品を取り扱うサイトは多く存在しており、全国各地の様々な情報を発信していた。これらのサイトを閲覧しているのは、もともと地方の取り組みに関心がある人、どこかの地域に行ってみたいという興味がある人だと考えられるので、PRの第一段階においてこのような人々をターゲットにするのは効果的だと思う。

## 農家支援

最後に提案するのは、りんご公園の建設・全国規模でのPRで得られた収益を利用したりりんご農家への支援である。

ここで示したいのが、青森県の農業産出額についてのデータだ。



このグラフでは、平成28年の東北6県の農業産出額を比較している。青森県は3221億円で、東北の中でも1位なのだ。さらに県内の品目別の内訳をみると、りんごを含む「果実」は26.5%を占めており、青森の農業においてりんごがどれだけ重要なものかを知ることができる。

私たちはこの点に目をつけ、りんごの生産量をもっと増やすために、りんご農家をよりサポートすることをねらいとした。

産地直送で販売できる機会を設けたり、県内のりんご農園をまとめたマップを作成して宣伝に活用したりしてはどうかと検討している。こうした支援が、少しでも生産者の力になればと思う。また青森県庁では、高齢化が進むりんご農家の支援を目的として、りんご作業の援農者を募集している。こうした既存の取り組みをさらに広めて認知度を高めるのも農家への支援として重要である。このようにして生産者の手助けを行うことは、「果実」を中心とした農業産出額・青森県の歳入の増加にもつながると見込んでいる。研究のテーマである、青森の経済活性化を達成するには、是非こうした取り組みを充実させるべきだと思う。

## 今後の課題

りんご公園の建設予定地や行政との連携など、課題は多く残る。必要な費用などについてはまだ十分な計画を作れていない上、県からの助成金・企業からの援助を受けられるかどうかもわからない。今後は現在の研究をさらに突き詰めて、「協力したい」「この活動を支援したい」と多くの人に思ってもらえるような案をめざしていこうと思う。

## 参考文献

農林水産省（農観連携）

[http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/noukan/noukan\\_renkei.html](http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/noukan/noukan_renkei.html)

東北農政局（統計）

<http://www.maff.go.jp/tohoku/stinfo/toukei/kekka29/index.html#1226>

青森県庁 データで見るりんご

<https://www.pref.aomori.lg.jp/sangyo/agri/ringo-data023.html>

FAAVO ふるさとクラウドファンディング

<https://faavo.jp/>

MACHI LOG

<https://machi-log.net/>

# ▶青森市経済の活性化について

## 新町シャッター街の利用

3404

7ゼミF班

本論では、新町のシャッター街をその空き店舗を活用することによって再び栄えていて明るい町にし、青森市の経済の再生を図ることについての研究報告を行う。

当初は、青森市の経済の衰退の原因の1つに、青森駅前の活気がなくなったことを挙げて、その駅前を活性化することにより再び活気を取り戻すことができると考えて研究をしていた。我々は研究を進めていくうちに、新町全体でも原因があると考え、特にそのシャッターの下りている商店街に焦点を当てて研究を続けた。

新町・浜田地区・青森高校にてイメージ調査を行ってみたところ新町や駅前に好印象を抱いた意見が極端に少なく、マイナスなイメージばかりであった。すなわち、青森市民は新町には活気がないと思っている人が多い。

しかし、それは本当に活気がなく、暗い街であるのか、なぜそう思われるのかを調査した。そして改善策として、空き店舗の多いシャッター街にイベントや、起業者応援キャンペーンを通して、他の活発な県庁所在地近づけ、利益獲得に貢献することを提案するに至る。

# 青森市経済の活性化について

## 新町シャッター街の利用

### 私たちの目指すところ

私たちは新町が栄えていた昭和の良き日を復活させ、老若男女問わず楽しめる町を目指す。さらには、県庁所在地名の入った駅のある新町は青森の象徴でもあるため活気や青森らしさを求めるのだ。

### 新町へ対する市民のイメージ

まずは、新町・青森高校でフィールドワークを行い、新町に対する様々なイメージを調査した。

- 公共交通機関が使いやすい
- イベントが多い

といったプラスのイメージがあったが、逆に

- 若者が少ない
- 客層が高齢者
- 暗い
- 遊ぶ場所が少ない

という意見も挙がった。

これらのことから、青森市民は新町に対してマイナスのイメージばかりを抱いており、負の感情であふれている。しかし、交通機関がたくさんあるので交通の便はとても良い。では上記のようなマイナスイメージはどこから来るのか、そこでまずは駅前にあるアウガについて調べてみた。

### フェスティバルシティアウガの存在

最近の出来事ではあるがフェスティバルシティアウガ(以下アウガとする)は市役所駅前庁舎として生まれ変わった。これは青森市民に衝撃を与えた。アウガはどのような目的で建てられたのだろうか。

青森市政はコンパクトシティを目指し、市と民間企業による第三セクター「駅前開発ビル(株)」を設立。この会社によって建てられたのが、アウガである。つまりアウガは、青森駅前の再開発事業によって建てられたのである。

かつては、市場、衣服店、カフェに化粧品店、ゲームセンターや図書館、さらにイベントホールなどの様々な客層に向けた施設やお店がたくさんあった。実際若者や家族連れ、高齢者の方々によってにぎわっていた。

しかし今ではアウガ閉店に伴い、市場、多目的ホール、図書館以外の店舗・施設がなくなり、代わりに市役所となった。その結果、これまで食事や買い物に来ていたお客さんがいなくなり、勉強をする学生などの図書館利用者や多目的ホールの利用者の変化は少ないものの、すっかり前の賑わいはなくなってしまった。

そこで私たちはアウガを再建させようと思い、これまでアウガがたどった経緯を調べてみた。すると驚愕の事実が浮かび上がった。

### アウガの経営

アウガの経営は初年度からうまくいっておらず、赤字続きであった。市による増資で一時は乗り切ったが、郊外へのショッピングセンターの形成、新青森駅まで新幹線が開通したことにより客足が流れ、悪化した。第一次再生プロジェクト、第二次再生プロジェクトを行うも現状は変わらず、ついに16年という短い歴史に幕を閉じた。

アウガの失敗原因を議論し、調査したが、規模が大きくアウガは新町の一角のみの盛り上げとなる恐れがあるので、アウガの周りに広く広がる商店街に目を向けることにした。

### シャッター街

今度は同じく青森駅に近い新町の商店街に目をつけた。なぜなら、ここはシャッター街で廃れているという声が聞こえるからである。

実際はどうなのか、今度は新町商店街に焦点を当ててイメージ調査を行った。

アーケードがあり雨でも濡れにくいという意見やコミュニケーションができ、温かいといった、プラスのイメージがあるようだ。

反対に客層が高齢者に偏っている、暗い、店のターゲットも若者向けが少ないという声も多かった。さらに駐車場が有料で止める場所が少ない、狭いという意見も挙がった。

このように、こちらもほとんどの意見がマイナスイメージである。さらに先ほどの新町に対するイメージに似た結果であることから、この新町商店街のイメージが新町全体、あるいは青森駅周辺のイメージとなっていることがうかがえる。新町商店街は青森駅周辺を大きく占めていることから明白であろう。

マイナスイメージに目を向けるとともイメージの悪い商店街となるが、私は出店している人たちからすると、ターゲットは若者ではないのだと思う。今はまだ若者向けのお店がない。今回の調査で若者向けの店が求められていることが分かったので、これからシャッター街に工夫をして、増やす努力をしたらいいのである。

そしてここで気になるのは、シャッター街というワードである。文字通りシャッターの降りた店、つまり空き店舗が多い地域のことを指す。そもそもなぜ空き店舗が多いのか、私たちはいくつかの仮説を立てた。

一つ目は店主が高齢となり体力的に続けられないから。靴屋、花屋、衣服類など数多くの店があるが、昔から営業している店が多く、後継者のいないところも多いように思える。

二つ目は売上げが落ちたから。浜田地区、三好地区へ人々が流れて利用客が落ちたことも関係していそうである。また、昔のように会話だけでも楽しむために商店街を訪れる人もいないことも関係するだろう。つまりは時代の流行に乗り切れなかったのである。

三つ目はテナントが利用しづらいから。実際に商店街へ足を運ぶと、一店舗がとても小さく感じたのである。小さすぎて使いづらかったり、改装が規約によってできなかったりするのではないかと考えた。

## 調査結果

一つ目の仮説について。実際に商店街へ行くと、アーケード街では高齢者による経営が目立ったが、若い経営者もいた。しかしやや高級なお店が多く、センターの商店街から外れたところに位置するため周知されていないのである。それによって売上げが望めていないのが、直接の原因である。

二つ目の売上げについては、インターネットにて調査し、議論した。

意外なことに浜田地区、三好地区と売上げは同じであった(平成 24 年)。しかしこれは売上げの合計金額である。私たちは深く見ていったところ今回のデータは、従業員数、店舗面積などその他の数値が載っており、明らかに経営効率は前者二つが良い。さらにはアウガ閉店前の数値で、地価を含めると下図より新町での経営はうまくいっていない。

順位	エリア	地価平均(円/㎡)
1	新町	13万 8100
2	青森駅	7万 6770
3	筒井	5万 3388
4	東青森	4万 3800
5	新青森	3万 9814
6	小柳	3万 6037
7	浅虫温泉	2万 9800

このように新町の地価は青森市内で最も高い。そして高い土地代を上回るほどの利益が上らない店は次々にシャッターを下ろしてきた。

三つ目についての研究材料発注手に入らなかったのも、後輩へ引き継ぐ予定である。

それでは仮説の調査結果が出たところで、シャッター街の活性化方法について、次の章で触れていこう。

## 新町商店街の可能性

ここまでさんざん悪いイメージを述べたが、このような商店街だからこそできることはたくさんある。

例えば他の都市の空き店舗復活プロジェクトの成功例を見てみると。

- 高級バイク置き場にする
- コインロッカーにする
- レンタサイクル屋にする

という風にサービス業中心である。しかしこれをそのまま真似したからといって、青森市で成功するとは限らない。よって、私たちはこれを基にいくつかの解決案を提示する。

#### 解決案の提示

1. 企業者を募集する。これには制限を設ける。40代までの起業したい人に資金とともにテナントを貸すというものだ。そして一定期間以上経営を続けた場合は返済なしとして、若い起業者を募り世代交代が目的である。新町を区分けし、一定年数ごとに募集し、常に様々な年齢層の経営者が存在する状態を維持することで、幅広い視点で様々な客層が得ることができる。
2. 倉庫としての利用。ただ空き店舗にするくらいなら、場所を貸して物置にして土地代をいただくというものだ。そしてこれにも制約をつける。3つ以上連続しての倉庫を禁止する。これにより一定間隔でお店があり、シャッター街のイメージ払拭ができる。お店の物置とすることで土地を大きく使える利点もある。
3. イベントを行う。短期間の貸店舗をつくりイベントブースにする。これにより雨天時もイベントが楽しめ、アーケードがあれば移動も楽である。新町まではバス、電車の交通手段が豊富であるのである程度の集客が望める。しかし、ここには車で来たい人が来にくいという大きな欠点がある。

以上の三つを提案して青森市の経済活性を図りたい。

#### まとめと今後の展望

ここまで青森市の経済を新町に焦点を当て研究してきた。もっともネックとなっていた青森市のシャッター商店街が青森駅前に形成されているという事実。これによる青森市民のあきらめを自信に変え、より輝いた活発な都市にするべく私たちは空き店舗に企業者の募集・倉庫として空き店舗の貸し出し・イベントブースとしての空き店舗の利用の三つの意見を提案する。

今や夏のねぶたに冬の八甲田山などに外国人を含む多くの観光客が訪れる青森市。そんな青森にはこんないい所があって常に楽しいと思ってもらえることを祈るとともに、これから輝き、東京・京都と並んで訪れたい都道府県となることを確信してまとめとする。

#### 参考文献

青森市の地域経済の現状 青森中央学院大学



経営法学部教授 高山 貢 ( 3genjou.pdf )

[青森市の土地価格・公示地価・坪単価 - 土地代データ \(https://tochidai.info/aomori/aomori/\)](https://tochidai.info/aomori/aomori/)

フィールドワークにてお世話になった方々へはここでお礼を申し上げます。

# 農業体験を通しての青森経済の活性化

青森高等学校 3512

## 序論

青森経済の活性化のために、わたしのゼミでは農業体験を利用する計画を立てた。農業体験が有効ではないかと考えた理由は2つある。

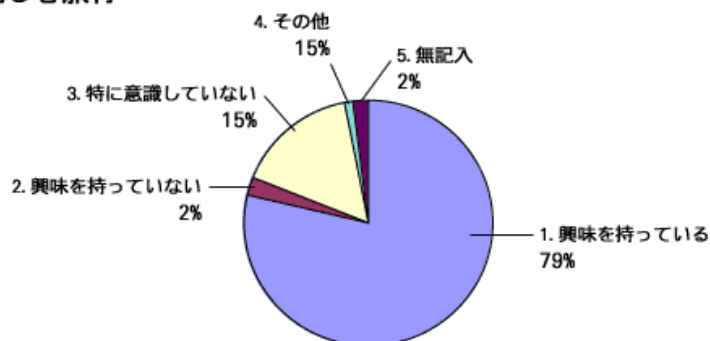
一つ目は「青森県の農業」に関する現状である。青森県は全国有数の農業産出県であり、青森県のホームページによると食料自給率は118%で人口に占める第一次産業の割合が13%と全国的にも高い。

さらに、青森県では「攻めの農林水産業」という県が掲げる方針がある。それは、農林水産業を取り巻く厳しい環境や新たな課題に対応するため、これまで培ってきた「強み」である豊富な農林水産資源、恵まれた環境を最大限に発揮する施策として、収益と働く場を生み出す「産業力強化」と、人口減少社会に対応した「地域力強化」を中心として展開し、本県の農林水産業の「成長産業化」を目指すという方針である。

つまり、望んでいる展開としては収益と働く場を生み出し経済効果をあげ、地域全体に影響することで、人口減少に対応する。そして、地域の活力が収益と働く場を与える産業を支える。この二つがお互いを支え、向上させるということを理想の形としている。上記のように、本県では第一次産業を重視し、経済の支えの中心の一つとしている。

二つ目は「自然に親しむツアー」への関心度である。一般社団法人、日本旅行業協会によるエコツアー関連調査によると、自然に親しむ旅行への関心度は、「興味を持っている」79%という多くの人が興味を示している。

■自然に親しむ旅行



これらの二つの理由から本県において、農業は大きな経済効果をもたらすのではないかと考えた。



しかし、本県では豊富な資源や自然、農業の魅力を十分にPRできていない。さらに、エコツアー関連調査によればツアーに参加する阻害点も挙げられていた。「ツアーとして旅行する時間がない」「適当なツアーがない」などといった点が述べられていた。

これらをふまえて、わたしは三重県伊賀市に位置するモクモクファームという農業公園をもとに青森県にも同様のものを作る計画を立てた。

## 本論

考えた具体案の方針としては農業体験を通して青森の経済をより促進することだ。それは、体験型の農業公園を建てることだ。これの前例に、三重県伊賀市にある農業組合法人、伊賀の里手づくりファームが運営する農業公園「モクモクファーム」である。そこは年間来園者数が50万人そしてリピーター4万人、年間総売り上げ50億円（平成26年）の農業公園である。わたしが魅力的に感じたのは、経済面だけでなくモクモクファームの方針である。

### <モクモク7つのテーマ>

- 1、モクモクは、農業振興を通じて地域の活性化につながる事業を行います。
- 2、モクモクは、地域の自然と農村文化を守り育てる担い手となります。
- 3、モクモクは、自然環境を守るために環境に積極的に取り組みます。
- 4、モクモクは、おいしさと安心の両立をテーマにしたモノづくりを行います。
- 5、モクモクは、「知る」「考える」ことを消費者とともに学び、感動を共感する事業を行います。
- 6、モクモクは、心の豊かさを大切にし、笑顔の絶えない活気ある職場環境を作ります。
- 7、モクモクは、共同作業を最優先し、法令や民主的ルールに基づいた事業運営を行います。

これらは青森県の方針と一致する点があるので、この計画を青森県で行うことはよりふさわしいと感じた。

園内では、ポニーの乗馬、羊とヤギへの牧草やり、乳搾り体験などのようなふれあい体験、パンやウィンナーなどの手づくり体験教室、レストラン、野菜市場などがある。他にも期間限定のイベントが豊富にある。

このような施設をそろえた農業公園を建てることで、本県の農業の魅力のアピールが可能になり、本県を訪れる人が増え、青森の経済の活性化につながるができる。そこで私が考えた施設内容がいくつかある。

## 1、 収穫体験

季節ごとに旬の野菜、果物を体験希望者に料金を払ってもらい収穫し、  
あじわってもらう

春 ジャガイモ、キャベツ 夏 きゅうり、トウモロコシ  
秋 りんご、ぶどう、さつまいも

## 2、 ふれあい体験

- ・馬、羊、ヤギなどの飼育動物へのえさやり
- ・乳搾り体験

## 3、 レストラン

県産食材をメインとした、料理を提供

## 4、 直売所、お土産売り場、フードエリア

県内の農家と協力して、青森県産の野菜や果物だけでなく、ブランド化されているりんご、田子にんにく、嶽きみなどを手に入れることも可能。  
お土産売り場では青森ならではの、お菓子や漬物、缶詰めなどのような商品を販売。また、ご当地食材、ソウルフードも販売。

## 5、 雪まつり

冬は収穫体験などの多くのイベントが不可能となりうるため、広大な土地を利用した雪まつりを開催。

これらの五つのイベントを中心に建てる計画にした。

建設地としての理想は、新青森駅から専用の運営バスを設けたいので、交通の面を考慮すると市から30分程度で行くことが可能な地域に建設したい。

そこで私は、蓬田村を候補として考えた。蓬田村は20分程度で行くことができ、広大な土地を持ち、自然があふれているので蓬田村が適していると思った。

PR不足については、都内の交通機関に広告を載せたり、旅行パンフレットに掲載してもらったりして積極的にPRすることで青森県のイメージアップにつながっていくと思う。

## 課題

大きな計画となるのでかなりの金額を必要とする。具体的には、土地の購入、建設業者の手配、土地の手入れ、設備の購入など限りないほどの建設費用を要すると予想している。そのため適切な資金の調達法が確立されていないので、これから資金の調達方法を考えなければならない。また、できるだけ経費削減にも力を入れていきたい。

## 結論

青森県では自然が豊かなので、その利点を生かすことがより効率的でその産業、地域の活性化につながると思う。人口の減少が大きな問題点であるので、農業という特色を生かしてそれも解決したい。そのことが、青森の経済の活性化につながると思う。

## 参考文献

青森県庁ホームページ [https://www.pref.aomori.lg.jp/sangyo/agri/nousui\\_pamph.html](https://www.pref.aomori.lg.jp/sangyo/agri/nousui_pamph.html)

日本旅行業協会 エコツアー 関連調査項目  
[https://www.jata-net.or.jp/travel/info/eco/info/report/020115\\_ecochosa203.html](https://www.jata-net.or.jp/travel/info/eco/info/report/020115_ecochosa203.html)

モクモクファーム <http://www.moku-moku.com/>

# 経済から伺える地方の人口減少について

3716

## 研究要綱

私は、青森県の人口が減少している背景を経済的な視点で考察してみたく思い調査、研究した。その結果、求職や進学により都市部へと人口が流出しているということが考えられた。このまま人口流出が進むと、青森県の経済を維持するのは不可能になってしまうと思われたため、それを少なくとも阻止する考えとして、労働者がより良い条件で働けるように、賃金の上昇や労働者をサポートする体制の強化により、人材の流出を抑えることを提案する。理由としては、青森県は他の都道府県と比較しても有効求人倍率にさほど違いはないが、賃金が圧倒的に低いという事実があったため、条件をよくするために補助金などで労働者をサポート視る必要があると感じたからだ。また、この提案を実行に移すためには多額の資金が必要となる。そのために、県や各市町村の不要な公共事業を今一度精査することによって財源を確保し、それを利用することを提案する。いずれにせよ、この提案には問題点が多く存在するうえ、経済的な対策などで別の可能性もあるため、そちらについても考慮し、自分の考えを改良していくことが今後の課題の一つになる。

## 研究動機

私は、テーマを見つけるにあたって、三大都市圏に人口が一極集中している一方で、青森県のような地方に属する県は人口が減少し続けているという現状に着目した。そのことについて、経済を中心にその理由を考え、現状を踏まえたうえで、地方都市が破たんしないような解決の糸口を見つめたく考えたことが動機である。

## 仮説

私は、このような現象が起きている理由について、賃金、雇用、住みやすさなどが挙げられるのではないかと考えられた。そのことについては、三大都市圏には青森県に比べて多くの数の職種が存在しており、賃金も高いため、働き口を求めて都市部に人口が流出することと、都市部にはあらゆる商業施設や質の高い研究施設が集中していることから、都市部に進学することが多いことと相まって、その分の人口が流出していることが裏付けられていると考えられる。

まず、以下に2017年10月時点での青森県と上位、下位各5つの都道府県の法定人口（注1）、推計人口（注2）人口の増減率を表す。

順位	都道府県名	法定人口（人）	推計人口（人）	増減率（%）
----	-------	---------	---------	--------

1	東京都	13,515,271	13,742,906	1.68
2	神奈川県	9,126,214	9,161,139	0.38
3	大阪府	8,839,469	8,831,642	-0.09
4	愛知県	7,483,128	7,526,911	0.59
5	埼玉県	7,266,534	7,307,579	0.56
31	青森県	1,308,265	1,278,581	-2.27
43	福井県	786,740	778,329	-1.07
44	徳島県	755,733	743,356	-1.64
45	高知県	728,276	713,465	-2.03
46	島根県	694,352	684,668	-1.39
47	鳥取県	573,441	565,233	-1.43

この表から、青森県は下位 5 県よりも人口は多いが減少率が最も大きいことが分かる。ゆえに、人口減少は深刻な問題であることが窺える。このままでは、青森県の財政がうまく回らなくなり、県としての仕組みを維持できなくなる恐れがあると考えられる。

それを防ぐため、私は、県外から人口を増やすよりも、今ある人口の流出を防ぐために、労働人口を充実させるための賃金上昇または労働者をサポートする制度を整えるための補助金を充実させることを提案する。

その理由として、青森県は賃金が安く、有効求人倍率が低いことが考えられたからだ。以下に青森県と東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、兵庫県の最低賃金（2017年10月時点）、労働力人口（平成29年度）、有効求人倍率（2018年1月時点）を比較した表を示す。

都道府県名	最低賃金（円）	労働力人口（千人）	有効求人倍率（倍）
青森県	738	672	1.32
東京都	958	7,908	2.08
神奈川県	956	4,988	1.23
愛知県	871	4,060	1.91
大阪府	909	4,989	1.70
兵庫県	844	2,789	1.36

以上の表より、労働力人口は人口に比例しているという点を考慮しても、有効求人倍率にはさほど違いがみられなかったものの、最低賃金が少ないことは明らかであるうえ、都会の方が田舎よりも職種が多いこともあり、賃金が高い都市へと人口が流出していることが考えられる。そのため、職種を増やすことができなくとも、今ある職の労働条件を高めるか、労働者へのサポートを施すための制度を作る、企業に補助金を交付するなどの対策をすることで、労働者に安心して働ける環境を作ることができ、職を求めて都会に人口が流れていくことを多少なりとも防ぐことができるのではないかと考えられる。

また、この提案を実行に移すにあたって、財源はどのようにするのかという問題が生じ

てくる。そこで私は、今ある県や各市町村の公共事業の見直しにより、不必要な公共事業に充てるお金を労働者へのサポートに充てられるということを考えた。この点については、新藤（2008）が、著書『新版 行政って何だろう』の中で、「日本の近代化も完全に達成され、社会的な共通資本（だれもが便益を享受できる公的な施設や設備）もたいがいのところ整えられました。その結果、いまや、いったい何が目的なのか、こんな事業が必要なのかと、いぶかりの眼が向けられている公共事業は、けっして少なくありません。（中略）ほんとうに必要な事業なのか疑わしい事業は数多く存在します。」と言っている。青森市を例に挙げると、青森駅前にある「アウガ」というビルの事業再建へ多額のお金を投じているが、これこそ本当に必要なのかと疑問が生じる公共事業の一つである。このような無駄な公共事業を精査し、その分のお金を働く人の支援に充てることで地方経済を担う労働力人口の流出阻止につながることができ、地方自治のためになるのではと私は考える。

#### まとめ

私は、現在の青森県は、人口が減少していて経済の弱体化が危惧されているため、無駄な公共事業にお金をかけることよりも労働条件の向上または労働者を支援するための制度の充実にお金をかける方がずっと良いと考える。いずれにせよ、この考えには問題点が数多く残されており、経済による問題解決などには別の可能性があると思うため、そちらにも目を向けることが今後の課題となる。

#### 謝辞

この研究を始めるにあたって様々なアドバイスを与えてくださった古川先生、秋村先生、あらゆる面でサポートしてくださった高杉先生に心より感謝申し上げます。

#### 注釈

（注 1）2015 年の国勢調査の人口のこと。

（注 2）国勢調査をもとにして、毎月の出生、死亡、転入を加減して算出された推計数をもとにした人口値のこと。この数字は外国人を含む。

#### 参考文献

Wikipedia 「都道府県の人口一覧」 <<https://ja.wikipedia.org/wiki/>>

職業紹介 都道府県別有効求人倍率

<<http://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/shuyo/0210.html>> 以上 2018 年 3 月 11 日アクセス

厚生労働省 地域別最低賃金の全国一覧（2018 年 3 月 12 日アクセス）

[http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou\\_roudou/roudoukijun/minimumichiran/](http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/minimumichiran/)

総務省統計局 労働力調査 都道府県別結果労働力人口 (2018年3月12日アクセス)

<http://www.stat.go.jp/data/roudou/pref/zuhyou/it02u.xls>

新藤宗幸『新版 行政って何だろう』(岩波ジュニア文庫 148~149ページ)

# 青森県の人口流動

## —北北問題—

7ゼミ 1-A班  
3年7組17番

### 研究要綱

本稿では青森県の人口流動の現状とその原因についての調査の結果報告を行う。

私たちの暮らす日本の人口は2008年をピークに減少が始まっており、地方においては大都市圏に先行して人口減少が進んでいる。もちろん、青森県もその例外ではない。実際、私の住む地域の近辺の高校はなくなり、小学校では私が通っていた頃の実に半分近く児童数が減っていた。また、その青森県内でさえも、青森市、弘前市、八戸市の三大地区とそのたの地域とで、人口に大きな差が表れている。この現象がなぜ起こるのか疑問に感じた私たちは、この問題を、南南問題（発展途上国間での経済格差を意味する）をもじって北北問題と題して調査をすることにした。人口流動に関わる要素を調べるために、近年人口が急増加した市区町村を調べることで、青森県の人口問題を抑制または止めることの出来る手立てになると考える。

第1章では青森県の統計を調べ、青森県の人口流動の実態を調査し、報告する。

第2章では、人口増加に成功した他の市区町村についての具体例について報告し、人口増加につながるような共通項について調べ、報告する。

第3章では、第2章で述べた人口増加のの要因を元に青森での具体策と今後の課題と展望について述べる。

### 手法



私たちは図書館やインターネットを用いて、青森県や他の市区町村の人口や雇用などの統計を調べ、共通する点を見つけることによって、人口増加の要因について考察した。また、考察するにあたって、resas という人口流動を視覚的に捉えることの出来る地理情報システムを活用した。

## 結果

### 1 章

最初に、私たちは雇用が人口増加に関わっているのではないかと仮説を立てた。なぜなら、仕事が多く、給料の高い地域の方が人が集まると考えたからだ。実際に青森県の雇用について調べてみると雇用数こそ少ないものの、雇用率は高く、人口との関連は薄いことがわかった。そこで、新たな仮説として医療や教育が関わっているのではないかと考えた。教育については児童生徒数や学校の数については調べられたが、教育の内容については統計から情報は得られなかったため、ここでは、専ら医療について述べる。医療費助成について、青森県は肥満率の高い県として知られているため、他の県に比べて低いと予想していた。しかし、青森県の医療費助成金額は国が設定した値よりも高く、ランキングにして毎年 15 位以内であることが分かった。県単位の比較ではよい情報が得られなかったので、次に人口が急増化した市区町村について調べた。

### 2 章

ここでは、実際に人口が増加した市区町村とその特徴について述べる。

#### ・北海道音更町

帯広市に隣接した地理的条件を生かし、公共事業や民間開発行為による宅地条件を実施、人口増加などに対応した都市機能整備により大型ショッピングセンターなどの商業施設や病院などが立地、利便性などが向上。

保育所などにおける子育て支援、高齢者・障害施設など各種福祉サービスの充実、教育環境の向上などを図ってきた。

- ・青森県六戸市  
世帯の所得制限を設けず、中学生までの医療費助成。  
基準を満たす新築住宅を行うものに対し、建築費の一部補助、町内の賃貸住宅に入居する若者世代の家賃一部補助。  
三市に近い立地。

### 3 章

2章の結果より人口には育児支援や医療、大都市に近い立地が条件であることがわかった。大都市に近いという条件は変えられないので、育児支援と医療、医療は1章で述べているように高水準で助成しているので、特に育児が重要である。そこで、これからはより良い育児政策のために、育児世代が流入してくる条件について調べるのが課題である。また、これは青森県だけでなく、日本全国に言えると思う。

### 謝辞

育児の問題に対して興味深いヒントをくれた他ゼミの皆さん、今後の人口問題、どんな街なら住みたいかと人口流動の大きなヒントをくださった秋村先生、昨年の研究からアドバイスをくださった先輩方、古川先生、明石先生に謹んでお礼申し上げます。

### 参考文献

<http://www.city.kazuno.akita.jp/6jisoukouki/image/45160download.pdf>

[rasas.go.jp](http://www.rasas.go.jp)

<http://www.city.aomori.jp/shiseijouhou/aomorishi-konnamati/tousei/jinkou-seitaisuu.html>