



平成26年度指定
スーパーグローバルハイスクール
生徒論文集

青森県立青森高等学校
平成31年3月

論文集の作成にあたって

本校の SGH 指定は今年で最終年を迎えました。この 5 年間でカリキュラム開発はもちろんのこと、生徒の意識も大きく変わり、現在では全校生徒が文理融合を目指した探究型学習に取り組むようになりました。また、関係各位の御協力を得て生徒の興味関心に応じた主体的な学びを展開できるようになり、幅広いテーマを扱いつつ、生徒個々が深い学びを行える環境が整いました。1 学年では課題設定に主眼を置いた活動、2 学年ではグループ単位での課題解決型学習、3 学年では個人レベルの研究という段階的な学びが可能になったのも、御支援を頂いた皆様のおかげと感謝しております。

この論文集は 3 年間の研究の一つの区切りとして 3 年生が作成したレポートをとりまとめたものです。研究の深さに差はあれども、それぞれの思いと努力が紙面に現れております。暖かい目で御覧いただければ幸いです。

平成 31 年 3 月

青森県立青森高等学校
校長 穴 倉 慎 次

目次

青森発グローバルビジネスモデル	8
Aomori Comfort food festival	9
Sounds are Lights for Blind people	13
Aomori Comfort food festival	18
Aomori Cassis to Singapore	22
To make it warmer in Aomori	25
Potentiality of Aomori's Winter	31
Hirosaki Sakura Video Project	37
Refresh Tour in Aomori	40
Packaging to fit in, in Singapore	44
Providing our Health and Beauty tour with Singapore	47
Let's be healthy and beautiful in Aomori	52
Spreading Aomori Cassis to Singapore	56
Aomori Cassis to Singapore	61
Revitalization of Aomori's Economy in Autumn & Winter	65
Tsugaru Vidro will protect you	68
Our Plan about Tsugaru Vidro and research in Singapore	73
Packaging food for Singaporeans - English toast -	76
The possibility of Aomori Ai	81
Promotion Video Project in HIROSAKI Cherry Blossom Festival	86
弘前城雪灯籠まつりを中心としたツアーで外国人観光客を呼び込む	90
りんご酢で Health & Beauty	93
あおり 藍を世界へ	97
史料から考える	102
浅虫旅館冬ツアーについて	106
青森ヒバをシンガポールへ	109
Let's be beautiful and healthy in Aomori!	113
あおり 藍について	119
あおり 藍をシンガポールへ	122
あおり 藍について	128
冬の青森に外国人観光客を呼ぶ	130
白神山地への観光客誘致	133
イギリストーストのパッケージ作り	137

青森ヒバをシンガポールへ	140
自然・美容ツアーin 青森	142
津軽びいどろを使ってシンガポールの蚊問題を解決する	145
青森 自然・美容・健康ツアー	149
あおもりカシスをシンガポールへ	153
白神山地への観光客誘致について	156
情報工学数理研究の世界	161
地震予知について	162
重力波について	165
量子力学と量子コンピューター	170
重力波について	174
角の三等分の作図可能性	178
気象学と地震予知について	183
スペースデブリについて	185
確率微分方程式の株への応用	191
ワームホールとタイムトラベル	194
ポアゾン分布と商品販売	200
黄金数 ϕ の神秘	204
スペースデブリについて	214
特殊相対性理論の例えを用いた説明	219
タイムトラベル	224
地震予知について	230
消えた反物質の謎	237
特殊相対性理論とその応用	241
地震雲による地震予知について	244
科学技術と社会・人間	248
VR 技術による空間の再現	249
新素材の利用法～LIMEX～	253
新素材の利用法～LIMEX～	259
傘忘れの防止をアプリで	264
生活に役立つアプリ開発	268
VR 技術による空間の再現	273
進化する H M I	277
進化する H M I	280

新素材の利用方法について～セルロースナノファイバー～	283
電子書籍の普及と紙書籍の違い	287
電子書籍の普及と紙書籍の違い	291
医療と生命	295
子供の食習慣改善と生活習慣病予防	296
体重の増加・減少	301
認知症の予防	306
青森市の医療体制～新世代が見つめる青森市の今と未来～	310
美容と健康と学力と	313
脳科学の観点から見たストレスと運動の関係	318
人間を形成する食生活	322
運動とストレスの関係について	327
生活習慣病を予防しよう！	331
認知症予防について	334
青森県の医師の充足状況とその対策方法について	338
糖尿病の改善について	341
災害医療～心のケアと今後の発展～	346
ips 細胞の実用例と今後の展開について	351
認知症予防について	356
眼の健康について	362
DHA とミドリムシについて	366
青森県の医療状況について	372
ミドリムシと健康	376
体重の増加・減少	381
最新の医療機器について	386
インフルエンザについて	391
美容と健康は腸から	396
ダイエット法の提案	400
Good health diet	404
ips 細胞の可能性について	409
災害医療の問題点と私たちにできること	413
体の硬さと怪我の関わりについて	418
エネルギーと環境・共生	422
青森に合った発電について	423

青森の新しいエネルギーのカタチ	425
青森県と雪と環境	431
寄生虫は「悪」か？	435
農林水産業と自然環境	441
ミドリムシによる水質浄化について	442
ミドリムシの水槽浄化	444
ベジブロスの活用法とその効果	446
植物を利用した農作物の害虫対策	451
植物を利用した害虫対策	455
グローバル化する社会・政治・経済	460
八甲田へ go!	461
農業体験を通しての青森経済の活性化	464
青森りんごで経済を元気に！	468
新町の活性化	472
行くぞ！！青森・函館ツインシティ	475
青森ヒバを全国に広めよう	479
八甲田へ go!	485
スポーツ系事業を立ち上げて青森経済活性化	490
青森経済の発展	493
弘前タイムスリップ計画	496
スポーツ事業を立ち上げて青森経済活性化	501
青森りんごで経済を元気に！	505
青森市経済の活性化について・新町シャッター街の利用	511
農業体験を通しての青森経済の活性化	514
経済から伺える地方の人口減少について	519
青森県の人口流動 ―北北問題―	523
都市と地方・ローカルに生きる	526
市営バスを利用した地域経済の活性化	527
青森市営バスの利用者を増やすために	532
もしも青森で民泊をしたら	534
もしも青森で民泊をしてみたら	539
もしも青森で民泊をしたら	542
もしも青森で民泊をしたら	545

青森市中心商店街への集客方法	550
多文化共生と日本人	554
日本人の宗教とのかかわり	555
将来に向けた「隣国」韓国との付き合いについて	558
他宗教に関する認識、理解不足について	561
多文化共生における宗教	564
教育と子ども社会	567
日本のニート問題	568
現代のいじめとその対策	571
経済格差と教育格差	574
青森県の子どもの体力不足について	581
学力面と生活面から不登校を考える	586
現代のいじめとその予防	592
他国の授業を取り入れて日本の学力向上	595
青森高校生に最適な黒板とは	600
子どもの運動不足と体力低下	606
傍観者をなくし いじめを止める	611
子どもの運動不足 ～運動不足による子どもへの影響～	616
学習面と生活面から不登校を考える	621
幼児教育の可能性	626
幼児教育と習い事	630
いじめ解決に向けて	634
幼児教育における絵本の役割について	639
こどもの教育について	643
現代のいじめの実態とその対策	646
経済格差と教育格差	650
他国の授業を取り入れて日本の学力向上	656
いじめを止める人をつくる	660
幼児教育	665
いじめについて	669
保護者の所得と教育格差の関係	672
子供の教育について	677
青森高校の理想の板書	684
黒板とプロジェクターの比較調査と考察	691

二方面からの不登校の原因調査	697
人間と芸術・スポーツ・生活	701
無添加・減塩で平均寿命 UP!!	702
青高生と唐揚げの共生論	706
無添加・減塩で平均寿命 up!	711
脂肪の吸収の抑制と健康について	719
音波と脳波の関係について	723
食事で健康生活	727
無添加・減塩で平均寿命 UP!!	732
無添加・減塩で平均寿命 UP!!	737
体内での脂質の吸収の抑制について	742
学校改造計画	746
超高齢化社会を生きる	751
介護施設における虐待と人手不足について	752
高齢者虐待に関して	755
介護施設での虐待	761
高齢化とそれに伴う弊害	765

青森発
グローバル
ビジネスモデル

Aomori Comfort food festival

3205

1. Acknowledgements

At first, I want to thank the SGH program for giving me wonderful experiences. Through the SGH program, I developed many skills such as thinking, learning, planning, interviewing and arranging. Moreover, I learned a lot of my horizons expanded. Finally, I would like to thank everyone, who helped study in the SGH program, as well as Mr.Taima, Ms.Nakanowatari, Mr.Akimura, officers in H.I.S and all people who answered our questions in Singapore.

2. Abstract

I want to hold on “Aomori comfort food Festival”, which serves traditional foods in Aomori. Through this event, I want to help improve Aomori’s economy in winter, because the number of tourists in winter is much less than in other seasons.

I have two hypotheses. First, it is that this event is attractive and can produce beneficial economic effects on Aomori. Second is that the appropriate fee of this event is 1500yen. To confirm these, I did various interviews and visited H.I.S in Singapore. There, I got a lot of information. In addition, I could find some faults to improve. I should make advertisements online for foreigners and I decided the fee of this event is 1500yen.

In conclusion, I’m sure that my plan is worth being held. Moreover, I found that Japanese culture is popular abroad. I want to continue to study this plan. At last, I would like to carry out “Aomori comfort food Festival”!

3. Body

Starting at the beginning, I’ll tell you my plan.

We propose to hold on “Aomori Comfort Food Festival.” “Comfort food” means food that gives a sense of well-being at home. The purpose of this festival is to cheer up Aomori itself and boost the economy of Aomori prefecture. More importantly, we want to connect people both vertically and horizontally with traditional comfort foods.

What do we mean by connecting people “vertically” and “horizontally”? To connect people “vertically” means to connect people from different generations. We expect people from different generations work and communicate with one another. To connect people “horizontally” means to connect people from other prefectures and other countries. We expect many visitors from not only Japan but also from other countries to join this

festival and enjoy Aomori's comfort foods and communicate with the local people. We will carry out activities in which foreigners make homemade food of Aomori with local people and eat it. Foreigners can enjoy rare experience.

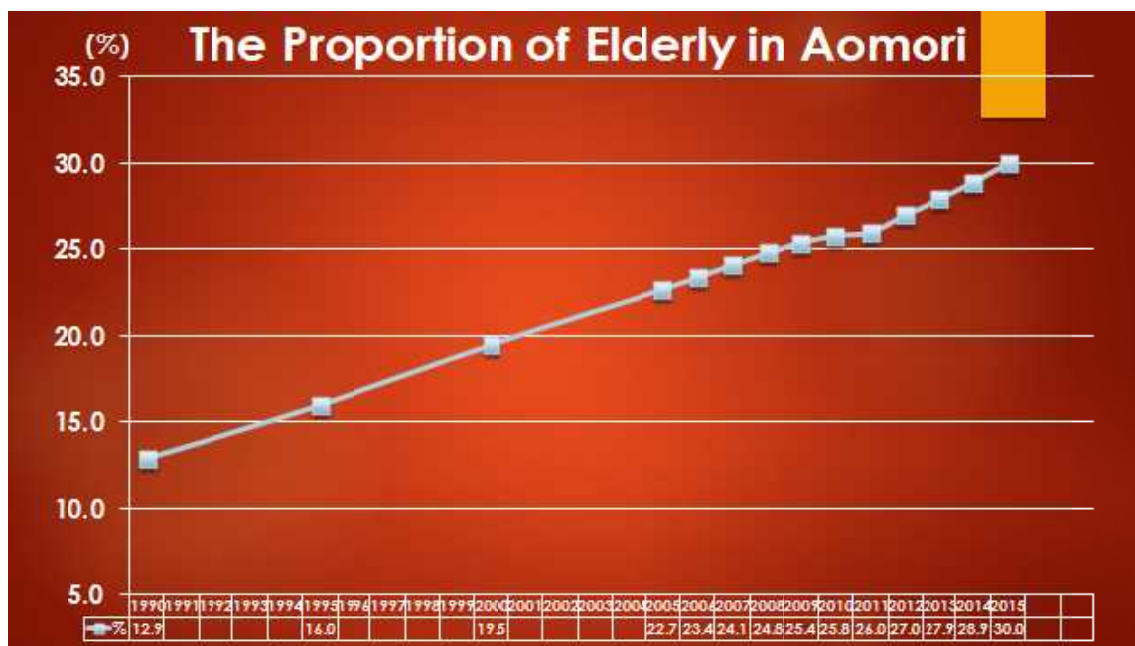
At first, we were planning an Aomori food festival in the winter, because after Nebuta Festival, we don't have any big events. So, there are few tourists in November and December.



However, we cannot find such festivals in many other places so we had to think of another plan. We thought about several tasty foods, our mother make such as “Kenosiru”, traditional vegetable soup of Aomori, or “Shoga Miso Oden”, Oden with ginger paste. We can enjoy these foods at home but we don't have many opportunities to taste them at restaurants and at others' homes. “We want to eat other homes' foods.” That was what we thought and then an idea hit us. We can hold a festival serving homemade comfort food.

In Aomori prefecture, we can find many tasty comfort foods. However, we noticed that we didn't know how to make them. Even our mothers don't make those foods so often. We realized that we weren't inheriting traditional foods.

By the way, Aomori prefecture is well known as the prefecture with the shortest life expectancy but in fact, the ratio of the population of elderly people has increased to 26%.



On the buses and in downtown of Aomori city, we can find many elderly people. Probably we can learn from them. We seek to involve them in our plan!

Now, we will tell you the specifics of our plan.

In our plan, the place of the festival is “Aoi-Umi park,” because there is enough space to hold the festival. Aomori Station and the shopping area are nearby so the customers can go to those places easily and enjoy shopping. The day to hold this festival is the first Saturday and Sunday in November. This is because we have no snow yet. We don’t have to worry about traffic. People can work safely. In addition, these days there are a lot of people in Japan and foreign countries who like the beautiful nature of autumn, such as Towada Lake’s and Hakkoda’s fall colors. We expect those visitors to join the festival after enjoying nature. We are planning to have around 15 food stands. We have two kinds of way to gather them. First, we are going to seek local volunteers to make their homes’ comfort foods such as “Kenosiru,” “Shogamiso Oden” and so on. We will choose the volunteers from three generations from 40s to 60s for each meal. The customers can enjoy three tastes of each meal. For example, Kenoshiru made by people in their 40s, 50s and 60s. We will ask restaurants to make local gourmet food such as “Towada Barayaki.”

We are going to ask high schools students in Aomori city to join this festival and to work with the local volunteers. By working together, the high school students and the local volunteers can communicate with each other. This is what we meant by the word “vertically.” If the friends or acquaintances of them join this festival, the number of people they can communicate with will be larger. When the people working in this festival communicate the visitors from many places, horizontal connections will appear. We will make advertisement using SNS for foreign visitors to come to this festival. They

don't have many chances to taste the local comfort food. We expect people in the festival to share a good time.

We set two hypotheses. First, it is that Aomori comfort food Festival is attractive and can improve Aomori's economy. Second is that the appropriate fee of this event is 1500yen.

In order to check my hypotheses, I did interview activity for Singaporeans in Singapore. In addition, I visited the travel agency in Singapore, H.I.S, and got a lot of advices. First, I asked "how much can you pay for the fee of this event?" after telling the outline of my food festival. The average price was 17.8S\$. That is about 1500yen and it was about the same price as we had expected. Second, we asked "Are you interested in these Japanese local foods?" showing pictures of foods in Aomori. Most of them answered "yes." and they seemed to get interested in those foods. Therefore, I was certain that my food festival is attractive for not only Japanese but also people in foreign countries. Next, I visited H.I.S in Singapore and did a presentation of our plan. The reactions of the officers there was very good. They said "this plan is almost perfect and a nice idea! Please carry it out." They praised our plan highly. Moreover, they pointed out that I had better raise the fee of this event. In addition, I learned a lot. First, what Singaporeans think is the most important in travel is eating, 98% of Singaporeans answered like that. It's incredible number!! So, our event will be well accepted by them. Next, Singaporeans don't know much about Aomori, so we should make advertisements in order to have them know about Aomori. The advertisement must be online because Singaporeans on average use cellphones for 4 hours a day on YouTube, Google and Facebook.

Next, I will talk about our revisions after research in Singapore. At first, I decided that the fee of this event is 1500yen. Second, I have to make advertisements for Singaporeans referring to the advice from H.I.S, so Singapore can become the new target of our plan. However, this is a new issue, too. I want to work on making advertisements now. If we advertise, our plan has a possibility of improving Aomori's economy and reputation.

From our research, I learned a great deal of things. For example, the Japanese situation in the tourist industry, images of people in foreign countries toward Japan and the sense of the value of money of foreigners. Considering these factors, I must carry out the Aomori Comfort food Festival. This event is worth being held.

We must focus on the strengths of our hometown rather than weakness. We often overlook tradition or history and focus on something new when we solve regional problems of economy. However, don't forget the charms of culture inherited from long age.

First of all, I want to thank all the people who cooperated with me. Especially, I would like to take this opportunity to express my deepest appreciation to my teachers and people at the school for the blind. Thanks to them, I enjoyed this research.

I researched a way to make Aomori city better by using the effect of sounds and colors. While we were researching, we noticed that we saw a lot of traffic lights with sounds and that actually, we can hear several kinds of sounds from traffic lights. For example, we hear the repetition of simple sounds, and we hear melodies. These traffic lights with simple sounds and melodies are installed for blind people to walk across the streets safely. In Aomori city, we often see those traffic lights. However, we wondered which is better for blind people, traffic lights with simple sound or the ones with melodies? And, we also wondered if there are traffic lights with simple sounds or melodies in foreign countries.

From our research, we found that melodies are more effective than simple sounds when they are used as the sound of traffic lights. Melodies can make the city which all the people walk through safer and more comfortable. That's why I recommended traffic lights with melodies.

AGENDA

- ①About traffic lights with sound
- ②Research in Japan
- ③Research in Singapore
- ④Conclusion

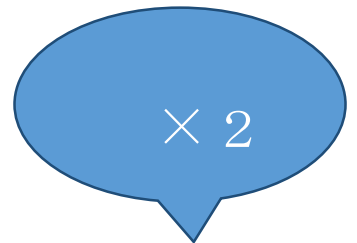
① About traffic lights with sound

Traffic lights with sound are made by installing sound systems in normal traffic lights. It takes two or three weeks to put on the street. It costs 2 million to 3 million yen. (167,000,000 to 250,500,000 Singapore dollars.)

In Japan, about 90 years ago traffic lights with sound were installed for the first time. There are two types of sound. One is a melody and the other is a simple sound. At first, the number of the traffic lights with melodies was larger than that of the ones with simple sound. However, now, the number of the traffic lights with simple sound is increasing. The reason is that it is thought that the simple sound makes it easier for blind people to understand the direction they want to walk across the street.

▼Simple sounds' system:

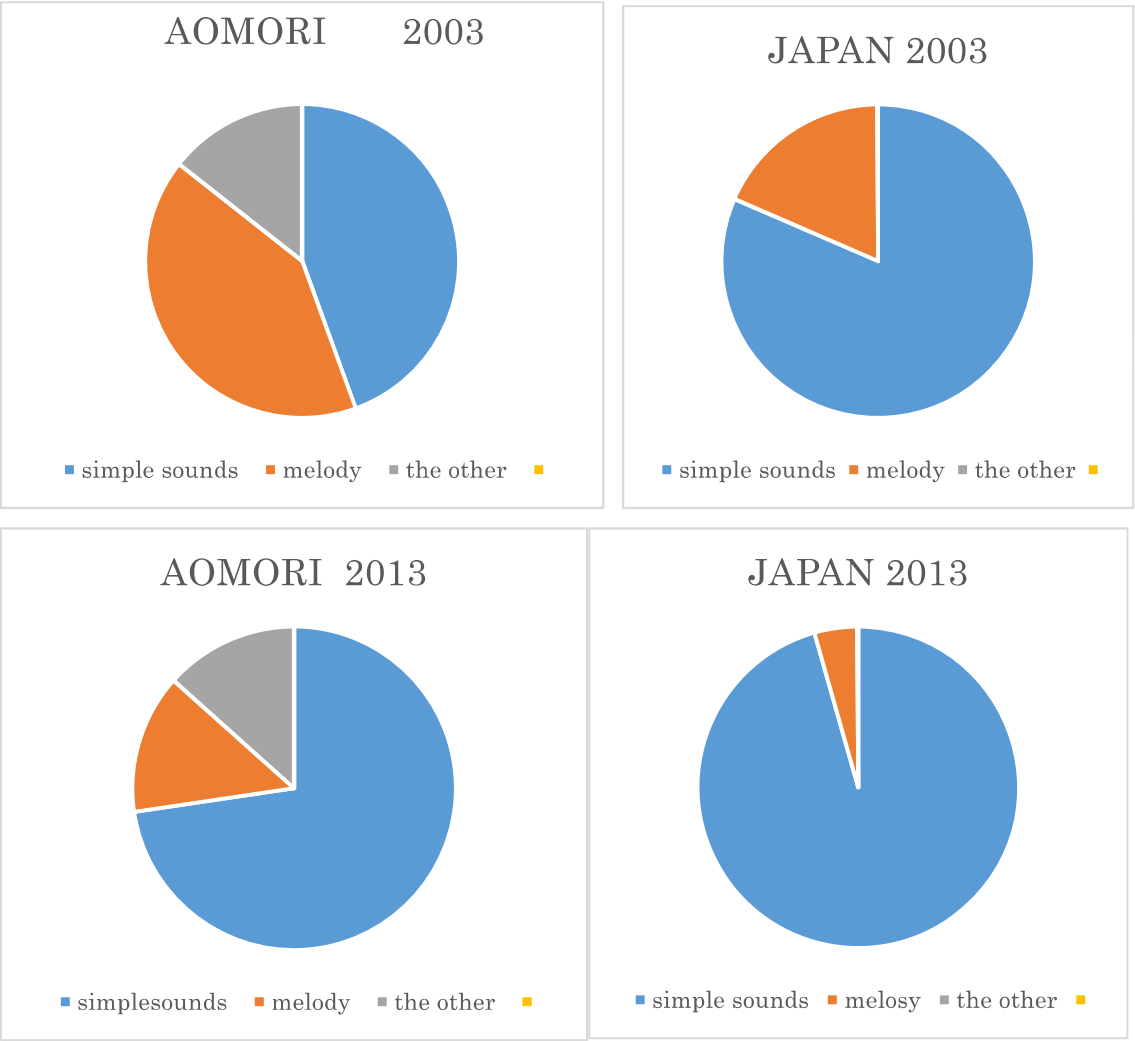
exchanging the tweets of birds with the other side of traffic lights



However, in fact, the proportion of traffic lights with sound and melody is less than 10% of all the traffic lights in Japan. The total number of lights is about 204,700. 18,100 of them have sound.

In Aomori, the sound of traffic lights has been changed to the simple sounds since 2003. According to the figure below, in Aomori in 2003, the number of the traffic lights with melodies was as many as that of simple sounds. However, in 2013, the number of melodies decreased and that of simple sounds increased.

▼ The rate of melody and simple



② Research in Japan

● Foreign traffic lights with sound

I talked with foreigners about traffic lights. There are traffic lights with sounds in other countries. However, all of the sounds are simple sounds like beep-beep, none have a melody. Many people said that the sounds in their countries are so noisy. All of them said that they thought Japanese traffic lights' sounds were better. They said that those traffic lights had nice tones and were easy to hear. They have a good impression of Japanese traffic lights. Japan is the only country with melodies.

●The sounds for blind people

I talked with blind people about traffic lights with sound. They do not like simple sounds, and melody is better. They said that they couldn't decide the direction they have to go when they hear simple sounds. These sounds have too much pause between the sounds. Due to this, they couldn't judge from where the sound came, the traffic light near them or the traffic light across the street. They said that a short interval between the sounds is easier for them to know the direction. However, a melody continues to ring without interruption, so they feel that a melody is more effective to understand the direction they have to take.

●Survey of our classmates

I did another survey of our classmates to know which sound is better, melody or simple sound. I had them listen to two types of sounds. They covered their eyes and pointed in the direction they heard the sound. When they hear the melody, they can react quicker than when they hear the simple sound. When they hear the simple sound, it took several times for them react and they looked confused or some of them pointed in the wrong direction.

From this research, I found that a melody is more popular and useful for understanding direction.

② Research in Singapore

I went to Singapore to carry out surveys. I did them in various parts in Singapore from remote places to urban places. I asked three questions to people in Singapore.

Question1: Which do you like better, melodies or simple sounds?

Question2: Why you like the sound?

Question3: Please listen to the melody (I had people listen to a new melody I made.)

And how do you feel if the melody was used as a sound in traffic lights?

89% of the people like melodies. Simple sound gives them some negative impressions. For example, simple sounds bouncing back and forth makes people uneasy, or it is like

the sound of a clock, so they feel rushed by it, and it is so noisy. Meanwhile, a melody gave them a positive effect. They became happy or energetic when they heard the melody.

I made a new melody for Singaporeans. I am afraid I cannot have you (people who read my report) listen to the melody...

The melody is a traditional song of Singapore and it is used as a lullaby. When I showed them the Singaporean melody, they seemed to have a good impression of it. However, most of them did not know the melody. It was different from our expectation.

While we walked around Singapore, we researched several systems for blind people. We could find a few traffic lights with sound. Moreover, all of them used not melody but simple sound. When I reached the center of the crosswalk, we could not hear the sound due to heavy traffic. Also, we could find poles that prevent cars from entering sidewalks but I thought the poles were dangerous for blind people.

I could find that Singapore has a great system that Japan does not have. Singapore has a special card for blind people. By touching the card to the device which is installed in traffic lights, the color of the light changes from red to green, so blind people can walk across the street whenever they want to safely.

③ Conclusion

For a year, I learned more about my city Aomori and became familiar with traffic lights with sound. I always listen to the sound of traffic lights when I walked around Aomori. Traffic lights with melodies are good point of Aomori and also Japan. Moreover, I do want to spread this method to other countries. However, such traffic lights are decreasing. I do not want to lose this, so I want to tell the results of my research to Japan and Aomori.

References

『見えないから見えたもの』 竹内昌彦

『見えない世界を歩く 「全盲」のフィールドワーク』 広瀬浩二郎

Acknowledgements

Thorough the SGH program, I learned a lot of things and polished skills such as planning, giving speeches, surveying and communicating in English. These skills will absolutely be helpful of my life. In addition, I was always helped by a lot of people. Without them, this report would not exist now. So, I cannot thank all of them enough.

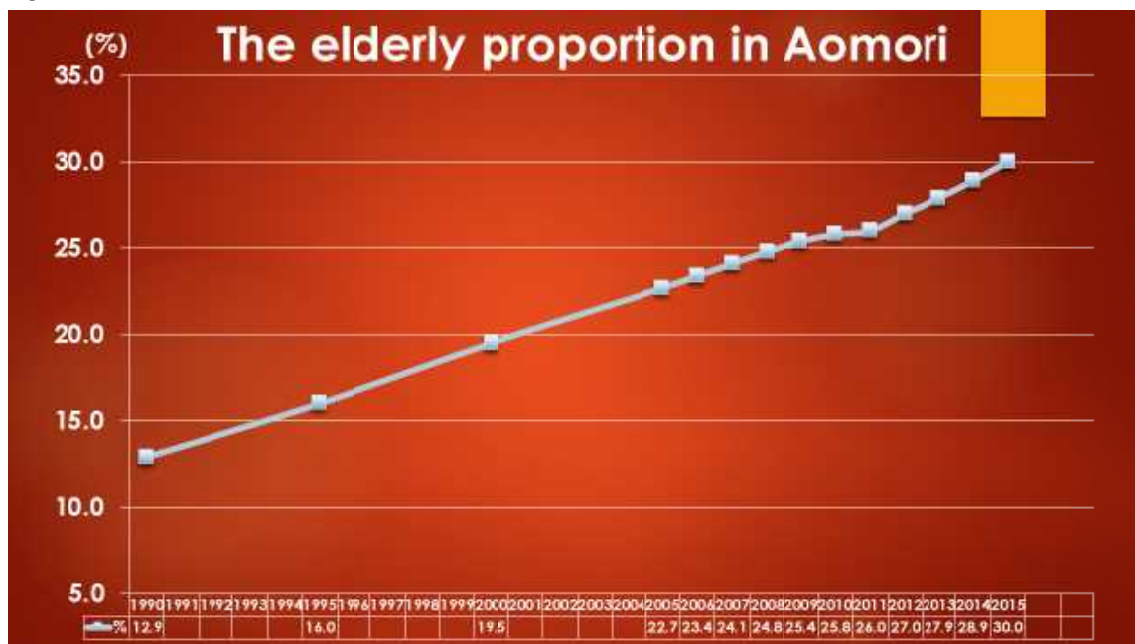
Body

Our group has been discussing how we can revitalize economy of Aomori in winter. Aomori has much fewer visitors in winter than in summer. You can see the gap of the number of visitors between summer and winter from (*figure₁*).



This is because Aomori has big events in summer such as Nebuta Festival, but no such events in winter. In addition, there is so much snow that there are many troubles. For example, transportation doesn't work well, the temperature is quite low and slippery roads expose people to many dangers. As a result, in winter, Aomori becomes a place in which visitors feel uncomfortable and bored, so they don't go to Aomori. We also found another problem to discuss. It is that traditional culture of Aomori may become extinct. In other words, the number of both people who pass on the knowledge of traditional culture and who inherit it are decreasing. This is because the ratio of the elderly, over 60 years old, among population in Aomori increased to 26% by 2016(*figure₂*).

figure 2



Moreover, the number of people will decrease in the near future, so the aging of the society in Aomori will become more serious(*figure 3* and *figure 4*) and the numbers of both youth and elderly will decrease more and more.

figure 3

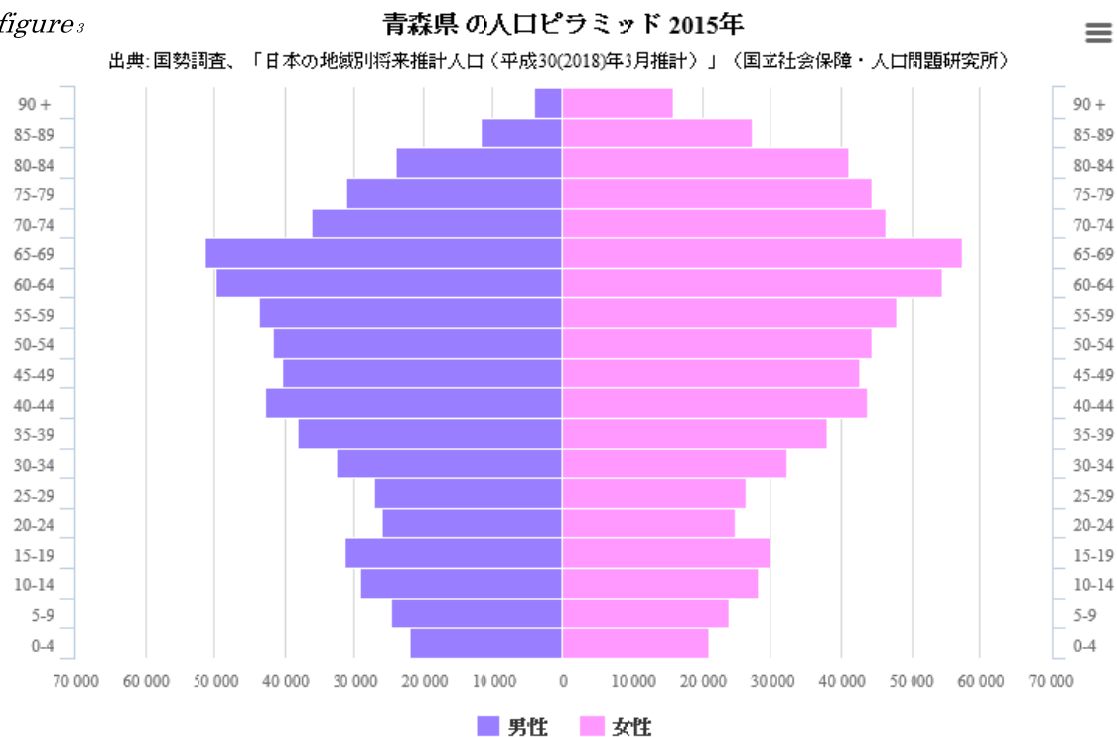
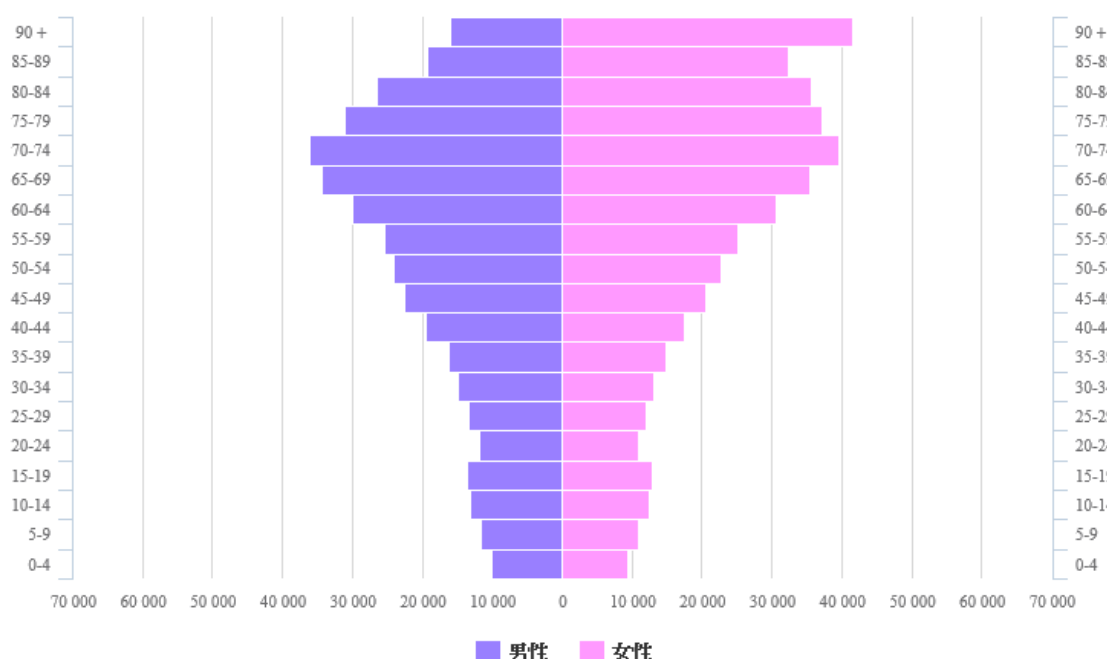


figure4

青森県の人口ピラミッド 2045年



出典: 国勢調査、「日本の地域別将来推計人口（平成30(2018)年3月推計）」〈国立社会保障・人口問題研究所〉



However, Aomori has some good points. One of these is Aomori's food. It contains various foods that have not only been cultivated in a great natural environment but also made by local people for a long time. According to data gathered at H.I.S., almost all Singaporeans who visit Japan, visit for the purpose of enjoying Japanese foods. Over 90% of visitors come with such purpose in mind. So, we are planning to hold Aomori Comfort Food Festival to solve the mentioned problems.

Now, I'll talk about how we'll solve these problems with the details of our plan (*table1*).

Place	Aoi-umi Park
Day	The first Saturday and Sunday in November
The number of volunteers	100
The number of stands	15
The cost of setting up	769,000

First, we will hold our festival at Aoi-umi Park because it is located near Aomori station and Aomori port, so people have access to trains, buses and cruises to visit our festival. In addition, it is also near Shinmachi and A-factory, so we expect visitors to spend money at not only our festival but also those places.

Second, we will hold our festival on the first Saturday and Sunday in November. This enables us to boost the economy of Aomori in the fall and winter while avoiding the danger and inconvenience of snow.

Third, we will ask volunteers to work at our festival. Volunteers will be local high school students and homemakers who are in their 40s, 50s, and 60s. We expect young people to inherit traditional food culture from older people by communicating with them and learning how they make those foods. In other words, we expect that connection between different generations will be made. We call it “vertical connection”.

Fourth, we will set up “hands on booth” for visitors. They can try making some local foods and eat them. This is the way of making our traditional foods culture known to visitor. The more people from different areas come to our festival and enjoy it, the more widely our traditional food culture will spread. This phenomenon also makes a community, or connection among local people and visitors. We can call these “horizontal connection”

To realize economic revitalization and those connections, we have discussed the language barrier issue, advertisement using SNS (Facebook), and the fee of our festival. So, we surveyed about how much is an appropriate fee for Singaporean at some places such as China town, NUS, and Orchard Street in Singapore. Our hypothesis was 17S\$ (about 1500 yen). This figure is based on an investigation on “how much money foreign travelers use for lunch” around Aomori station when Costa Neo Romantica reached at Aomori port. Some people said that this festival seemed so fascinating that you can set the fee to be a bit more expensive, other people said that it is a little expensive because they don’t usually spend so much money for lunch”. However, the average of their opinion is the almost same as our hypothesis! So, we decided that the fee for our festival is 17S\$. In Singapore, we visited H.I.S. and were given a great speech about touring by the officer. Surprisingly, Japan has the most Singaporean visitors in December. He said that places which were hardly known to Singaporeans have big chance to invite them and develop local economy, from these facts, I thought that we have to discuss a way of attracting them and make an advertisement specialized to them. We also made a presentation to H.I.S.’s officers. After the presentation, our plan was praised by them! They also give us a beneficial pieces of advice. It is about the cost. They told us to reduce the cost of equipment.

Conclusion

We are now looking to reduce the cost and make advertisements for high school students, homemakers, and visitors from not only domestic but also abroad. I hope to learn more from various view at Tohoku University’s seminar.

Aomori Cassis to Singapore

3117

Abstract

Aomori prefecture has an established brand of cassis called “Aomori Cassis,” and it includes nutrition which is effective on our eyes. So I thought Aomori cassis can bring good effect to people who is suffering from eye diseases. I focused on Singapore as a target and have studied Singaporean’s eye health.

Body

First, I will introduce Aomori Cassis. Aomori prefecture accounts for 67% of Cassis’s production in Japan and it is the top producer in Japan. And also Aomori prefecture has a brand of cassis, “Aomori Cassis.” It has never been mixed with other species so it inherits its taste and nutrition from original breeds. Furthermore, it is harvested by hand not by machine because we can protect Aomori Cassis from damages. Thanks to these efforts, Aomori Cassis is registered “GI,” which government guarantee its quality.



Second, Aomori Cassis includes a lot of nutritional value compared with other species. These nutrition is mostly effective on our eyes such as anthocyanin, polyphenol, vitamin A and vitamin C. Anthocyanin prevent nearsightedness and anthocyanin, polyphenol,

vitamin A and vitamin C prevent glaucoma.

Next, I focused on Singapore. According to a study of NUS, 70% of Singaporean teenager between the age of 11 and 18 have nearsightedness. Besides researchers estimate that 5 million Singaporean will be nearsightedness by 2050. Nearsightedness can lead glaucoma, and glaucoma can lead blindness.

From above, I thought Aomori Cassis could do something to solve these problem.

Target of my plan is people who have nearsightedness, and I decided to sell jam made of Aomori Cassis because I can reduce the cost and can use it in many ways. Moreover, jams last long. I brought three kinds of cassis jam to Singapore, and I had some Singaporeans try a flavor of three jams.

This is my plan before I went to Singapore.

Next, I will talk about my experiences in Singapore. I went to MEIDIYA to interview about the plan. I told them about my plan and had Mr. Kagoshima try each of the jams. According to advice of Kagoshima, I need to discuss the price of production and the target.

It is important to set the target, but according to Mr. Kagoshima, I didn't need to be too specific. Because if I'm too specific, other people may feel they shouldn't buy it. Singaporeans are not accustomed to eating jams, so I should have Singaporeans try tasting at the shop. According to research at NUS and Orchard Street, most of Singaporeans imagine carrots and fish are good for eye health. Also when we sell food products, the most important point is taste. Following this interview, I decided to emphasize the Aomori Cassis's good taste rather than Aomori Cassis's high nutrition. So I need to consult how to sell it detailed with professional buyers in the shop. I visited some luxury supermarkets in department store. There were a lot of cassis jam as well as fruit jam. Volume of these jam were bigger than Aomori cassis jam. These price was also more reasonable than that. Therefore if I sell Aomori cassis jam at the supermarket, that is less attractive than these fruit jam.

However, we hit up with solution for the problem. Many souvenir section were in Takashimaya. I saw not only popular gifts but also rare food of Asia. People could taste some foods. I connected two dots. In short, I should sell our jam in a small gift shop and attract Singaporeans by tasting. Moreover, Japanese products were sold as ³ Japanese premium⁴ in the supermarket. These products were more expensive than other products, because in Japan, producing ingredients need much labor and cost, some supermarkets set up Japanese products section. It is said that some Singaporeans buy cheaper products, others choose Japanese products. Thus I'm going to emphasize "made in Japan". At the school in Singapore, I asked Singaporeans to rank the three cassis jam

I brought. A is bitter and sour. B is sweet and bitter. C is so sweet.



As a result, B is the best for Singapore. Therefore, I decided to sell B.

Lastly, I will talk about how I will advance our project. There are two things I have to do. First, I have to decide to a target shop. Second I need to make a budget plan.

Through these, I will continue to make our plan realistically.

Reference

<http://j-cassis.jp/cassis/>

<https://www.aomoricassis.com/>

<https://www.shec.com.sg/research/Pages/home.aspx>

I could learn about sightseeing of Aomori and Singapore also I got a lot of experience through the SGH project. Without cooperation from everyone who helped me , I could not describe this essay , so I thank all the people who cooperated me.

<AGENDA>

- ① Compare two festival of Aomori
- ② First tour plan
- ③ From survey of Singapore
- ④ New tour plan
- ⑤ What I will do

① Compare two festival of Aomori

In this essay, I'd like to argue the 2 nights 3 day tour plan in Aomori which is a very country city. Before I tell you about my tour plan, I ask you a question. Do you know Aomori's any winter festival ?! As you know, My prefecture, Aomori has " Aomori Nebuta Festival" which is very famous lantern festival, but you might not answer about previous question. In fact, the number of tourists to the "Aomori Nebuta Festival" in 2014 was about 260,000 people. However, "Hirosaki Snow Lantern Festival" is one of the winter festival of Aomori's one was about 2,2000 people. As you can see from this figure, the number of tourists in Aomori's winter festival is extremely smaller than summer's one. So, I 'd like to invite a lot of foreigners who have never seen the snow to Aomori's winter, to spread the charm of winter Aomori and to active winter of Aomori. In other words, taking advantage of the disadvantage of cold in winter of Aomori, visitors will be warmed from the bottom of their heart through winter festival of Aomori.

② First tour plan

! In order to achieve previous purpose, which winter festival should I use? To think about it, I'd like to appeal Aomori's winter (especially much SNOW!) and to paid attention to transportation convenience, so I chose "Hirosaki Snow Lantern

Festival”.

Hirosaki Snow Lantern Festival

It is a three-day festival , held every year in the middle of February and in Hirosaki park where Hirosaki castle is located.

Main events

- ☺! Snow Lantern (about 150)
 - ☺! Small snow man (about 300!) !
 - ☺! Snow sculpture
- } They were made by local people.

Entrance fee is free.

Also there are a lot of stall which sell from sweet to Japanese food.



(http://www.hirosakikanko.or.jp/web/edit.html?cat02_winter_yuki)

(<http://www.hirosakipark.jp/16375.html>)

Then I'll talk about the target. From a prior investigation, I found especially in Singapore which is one of the countries where it have never snow , a lot of Singaporean have desire about snow. So, this tour's target is Southeast Asians, mainly Singaporeans. And I was to set up this 2 night 3 days tour's cost was about →150000(this cost includes round trip of Airfare).

Day 1

the tourists go to Hirosaki Snow Lantern Festival. There the tourists can enjoy lantern, snow, the view of Hirosaki castle and the combination of them. They can also enjoy communicating with local people. In this Festival, they can make their own lantern by themselves. After the guides will take you to a hotel with hot spring. By taking a hot bath will comfort their cold bodies and they will realize how relaxing it is to put their body into hot spring.

Day 2

the tourists ramble around Hirosaki city with local guides. They can walk Hirosaki city, a castle town, and experience Hirosaki's distinctive food, culture and history. For example, Aomori bank,! Hirosaki! Shoten Church! and applepie with Hirosaki's coffee. After they will go to Lantern Festival again. There they enjoy precious winter fire works with lantern they made the day before. In the evening, the guide will take them to a restaurant where the tourists can enjoy Tsugaru Shamisen, a traditional musical instrument of Japan , and the local food with alcohol.



Day 3

the last day of the tour.

The tourists can request the places they want to their tour guides. The guides recommend several places to visit to the tourists in advance. For example, if they are interested in Kogin Zashi, the guide will take them to the place or if they want to focus on shopping, the guide will show them where they should go or the guide will accompany them. After this, say good-bye with smile.



⑥ From survey in Singapore

To Singapore school project, I prepared these questions: How much does it cost to 2 night 3days travel overseas, and is this tour's cost match? Who do you most go with when you go on a trip? Are you found of interacting with local people during your trip? What is your priority for your trip, inns, food, or activities? Below, I will present the

results of these questions.

I interviewed in China town in Little India, at National University of Singapore, NUS. From the answers to these interviews, I get various views on overseas travel.

The first question was “How much does it cost to 2 night 3 days travel overseas, and is this tour’s cost match?” To this question, almost interviewers said “Within →15000, and that cost is suitable.” So, I didn’t change this tour’s cost.

The second question was “Who do you most go with when you go on a overseatrip?” The most common opinion was they go with their friends and the second most common was with their family.

The third question was “Are you found of interacting with local people during your trip?”

For this question, about 60 ↓ of interviewers answered “Yes.”

The fourth question was “What is your priority for your trip, inns, food, or activities?” At first, I expect that most interviewers answered “Activities.” However surprisingly, almost interviewers of Singaporeans said, “Food.” This fact is really I can’t expect!

Based on these , I decided to add specialized content for food and two plan for family and friends.

Also, answer which surprised me was some Singaporeans know about Aomori, but they didn’t know as “Heavy Snow Prefecture Aomori”. Still Aomori is inferior to the famous snow of Hokkaido so, I thought that by branding more Aomori’s winter its activation will proceeds.

In addition, our groups introduced our tour plan to HIS Singapore branch. These are the advice I got.

㊦! our tour plan focuses on Snow Lantern Festival too much, so it’s better to add more activities.

㊦! It will be more attractive more Singaporeans to focus on snow that we provide more. Moreover, We got some information about the travel form of Singapore.

㊦! Recently, many people have planned their trips and carry out individually.

㊦! When Singaporeans travel to Japan, the repeater rate is high.

㊦! The most popular time on tour is December.

㊦ New tour plan

Based on the Singapore school project, We changed our targets from big group to single travelers. And we add activities to our plan and make some options. We revised our plan.

We made two options. The one is for single travelers.

Day 1 they go to Lantern Festival , and enjoy seeing lanterns and fireworks and making snow lanterns. After that , they will they will go to hotel same to conventional plan.

Day 2! they will go skiing at Mt.Iwaki and Ajigasawa ski place. Then they will go to an inn near the mountain. In the case of going to Ajigasawa,there is a hotel with a hot spring, so it's a good location for single travelers to enjoy activities, hot spring and foods.

Day 3 they will go to downtown of Hirosaki city and rambing there. People can enjoy taste of Hirosaki, such as Aomori's foods, asmosphere of downtown , Hirosaki.



Next I will talk about the other option.

This option is for group. Day 1 they will go to Lantern Festival as they do in the first plan, and enjoy scenery, hotspring and so on.

Day 2 those groups will go to “Romantopia”, there families or groups that have never experienced skiing before can enjoy skiing.

Day 3 as the same things as the first plan.



What I will do

To solve the problem of Aomori's winter festival, I made a tour which use “Hirosaki Snow Lantern Festival”, but I still have some problem. The one is how we should provide local foods to Singaporeans. We found that most of Singaporean are found of something unique of local spot, so we will revise a aspect of foods of our plan. The other one is what kind of activity we should add to snow Lantern Festival. We think we need something unique of Aomori, so we will add something unique

activity of Aomori that people can enjoy in the snow. Today , more and more foreign people are traveling to Japan, especially the number of travelers visit Aomori is increasing .

In the future , more globalization will be expect in society, so I'd like to learn international studies at the university because I want a lot of people to live without obstacles. Singapore school project is very meaningful for me I was helped by so many people through planning this project. I really thank all of them again. Lastly, today's global warming have bad effect on us, but I hope that more people's heart become warmer through globalization in the future.

Thanks to the SGH program, I could improve my skills of planning, researching, presenting and communicating in English. I could learn more about my city Aomori and Japan. I found there are a lot of things in Aomori that I don't know, and I thought that we should think Aomori over and be more familiar with the city. I focused on how to boost Aomori's winter, faced some problems.

Thanks all people who cooperated with me. I owe my growth entirely to everyone's cooperation.

In this paper, my hypothesis was that a plan using Aomori's snowy winter can be attractive to tourists from Singapore. By making a plan that focuses on local areas would produce profit a lot. Then I will show you my first plan, results of the survey in Singapore, details of revisions, and what is to be done next. This plan is attractive and can contribute to boosting Aomori.

〈 Agenda 〉

- 1 . Current state of Aomori's winter
- 2 . Details of our first plan
- 3 . Survey in Singapore
- 4 . Details of revisions
- 5 . What to do next
- 6 . The potential of Aomori's winter

1 . Current state of Aomori's winter

As you know, the number of tourists in Aomori is small. We have a lot of snow in winter, and this always troubles us. However, this can be attractive to tourists from countries such as Singapore, because Singaporeans don't have snow, and the country is always humid, they can not feel coolness except for air-conditioners. In addition, Aomori can be a very attractive place for people who like snow activities. Aomori has some mountains in which people can enjoy skiing or snowboarding. Moreover, Aomori has a lot of hot springs, so people can enjoy both the coolness and warmth of Aomori. Actually, the number of skiers, snowboarders visiting Aomori has been increasing in recent years.

Aomori's high-quality snow is popular among people who likes snow activities etc. I think we have a good chance. Aomori has some historical places such as Hirosaki castle. The Hirosaki snow lantern festival is held every year, and people can enjoy the atmosphere of historical places in the snow. The attractiveness of Aomori's winter is starting to be known among people around the world, so we should make an effort so that more and more people will be interested in Aomori and visit this city as tourists.

2. Details of the first plan

Day1	Day 2	Day 3
<p>Snow lantern festival(making their own snow lantern with local people)</p> <p>Go to a hotel or inn which has hot springs. Enjoy hot spring and eating local food.</p>	<p>Discovering the downtown of Hirosaki. Enjoy coffee and dessert at a café in Hirosaki</p> <p>Snow lantern festival again. Enjoy snow lanterns they made and fireworks in the snow field</p>	<p>Tourists can request the places they want to visit. Enjoy shopping or making traditional goods such as koginzashi.</p>

Day1, tourists visit the snow lantern festival. There they can have a local guide and an interpreter. ※We thought we can seek interpreters among the students and exchange students of Hirosaki University.

The tourists can enjoy snow lanterns, sculptures made of snow, the view of Hirosaki castle and the combination of them. In addition, people can enjoy making their own snow lanterns in our plan. The attractive point of this festival is that tourists can communicate with local people. Thanks to that, people can feel the warmth of Aomori's people in the cold snow field. After enjoying the festival, they will go to a hotel or inn which has hot springs, and enjoy the feeling the warmth of hot springs. Thereafter they will be satisfied with Aomori's food.

Day2, tourists ramble around Hirosaki city with local guides. They can discover the downtown of Hirosaki. Traditional buildings such as Aomori bank and Hirosaki shoten

church.

In addition, Hirosaki is known as a city of coffee, so tourists can enjoy the difference between the coffee of Hirosaki and that of their own countries. There they can enjoy desserts made from apples, the specialty of Aomori. Thereafter tourists will go to a snow lantern festival, and enjoy seeing snow lanterns that they made the day before. Also they can watch fireworks in the evening.

Fireworks over the snow is rare, so I am sure that it can be an attractive point of this plan.

At night, the tourists will go to a restaurant that they can enjoy local food with the sounds of Tsugaru Syamisen, a traditional instrument of Hirosaki. They can feel the warmth of local food with alcohol or something to drink.

Day3, the last day of this tour plan.

The tourists can request the places what they want to visit to their guides. The guides recommend some places to visit to the tourists in advance. If they are interested in koginzashi, for example, the guide will take them to the place, and they can enjoy making their own koginzashi. If they want to go shopping, the guides will show some places to visit to the tourists.

The target of this plan is big groups from Asian countries such as Singapore, china, Taiwan, or families from those countries, especially Singaporeans they are really interested in snow and traditional buildings or culture, so I thought that they are suitable as the target for this plan for people to enjoy snow and traditional things of Aomori.

To confirm the potential of this plan, I carried out a survey in Singapore.

3. Survey in Singapore

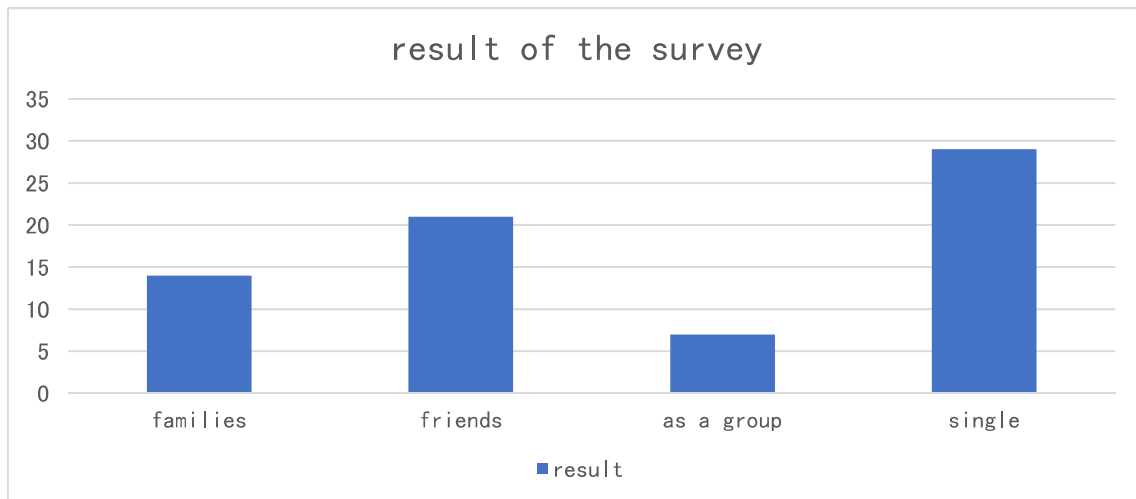
We asked 110 people, and 71 people answered in the street in Singapore.

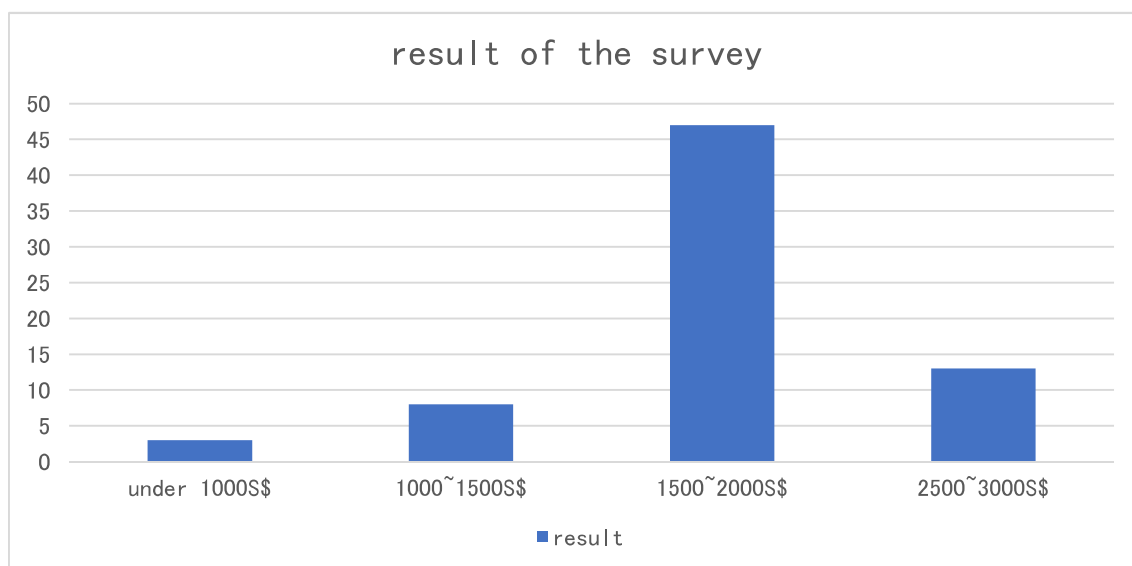
Questions

- Are you fond of interacting with local people when you are traveling?
- Are you interested in snow? Do you think you want to experience it ?
- What is the most important thing when you decide where to go for your trip?
(inns, food, activities, culture, scenery landscape, etc.)
- What kind of tour plan is most attractive for you?
- How much can you spend on your trip at the maximum?
(Under 1000S\$, 1000~1500S\$, 1500~2000S\$, 2500~3000S\$)
- How many people usually accompany with you?

Results

- Most people are fond of interacting with local people during their trip. However the Chinese don't like to do so.
- Europeans and Americans tend to be fond of activities such as skiing or snowboarding.
- Most people said they liked beautiful scenery and photogenic things.
- Singaporeans love eating so much, and eating local food is indispensable for their trip.
- Most people go on trips as a small group or alone.





Next here are the results from the survey at HIS

HIS is a company that markets and sells tour plans.

- our plan focuses on the snow lantern festival too much, so it's better to add more activities.
- recently, many people plan their trips and book their trip by themselves online and carry it out individually instead of a group tour.
- our plan will be more attractive for Singaporeans when we focus on the food we provide with more.

Based on these results, we changed our target from a big group single travelers, or small friend groups, and families. In addition, I added activities to our plan and made two options.

4. Details of revision

	Day1	Day2	Day3
For single travelers	Go to snow lantern festival. Making their own	Go to Mt.Iwaki, and enjoy skiing or snowboarding. After that, go to hotel near the mountain which	Discovering the downtown of Hirosaki. Tourists can enjoy shopping or coffee,

	snow lantern and watch fireworks.	has hot springs. In case of going to Ajigasawa, tourists can enjoy the same things.	dessert, or exploring in Hirosaki. They can move freely.
For families or small friend groups	Thereafter go to inn which has a hot spring, and local food.	Go to Romantopia. There both beginners and intermediates can enjoy skiing or snowboarding. Suitable for families or small friend groups.	

By setting two options, I think I can make a plan that suit traveler's needs. I want to provide these plans for about 1500~2000S\$, that is, 150000~200000yen in japan. This is the exactly price that Singaporeans like. And I'd like to sell this tour plan online, because as you see in the results from survey, most Singaporeans book their trip online, and if we sell online, I can introduce my plan online simultaneously. For example, on YouTube, Website, and so on.

5. What I have to do

I have been researching how I can provide local food. As an idea, I can use a restaurant where people can enjoy local food with the sound of traditional instrument of Aomori. However I have to think over how I can provide food in the hotel or inn, how menu I can make for tourists, so I will make new food plan based on Singaporean's needs and favorite.

In addition, I have to think over how I can use guides and interpreter. Using the students and exchange students at Hirosaki University is difficult, because they do not have such a convenient time to join and work in tourist's trip.

6. The potentiality of Aomori's winter

As you know, the number of tourists to Aomori from other prefecture and countries recent years. The growth of the number of the tourists is the highest in Tohoku area. I think this growth is the results of Aomori prefecture's effort that they have been doing for many years.

However we still have a lot of things must be solve. For example, we have the interpreter-guide problem. There is few interpreter-guide in Aomori, so we have to think over how we can increase the number of it.

Aomori has a lot of attractiveness, so we have to consider how we can introduce and make them a business chance more.

Thanks for cooperating

HIS

NUS(National university of Singapore)

To start, I would like to thank all the people who have helped me with my project, especially Mr. TAIMA, Ms. Nakanowatari and Mr. grzywacz, as well as Mr. Yamamoto, whom I interviewed in Singapore and students in Nang Yang high school.

My hypothesis was that by making a promotion video, more foreigners will come to Japan.

I wanted more tourists to come to Hirosaki Sakura Festival. However, during Field Work in Aomori city, I found many foreigners didn't know about Hirosaki Sakura Festival. I decided to make a promotional video because I thought the first thing I had to do is spread information about Hirosaki Sakura Festival to foreigners. I thought people who would see this video would come to like Hirosaki Sakura and they would be motivated to visit Hirosaki Sakura Festival. To confirm whether this hypothesis was true or not, I interviewed many people in Aomori and in Singapore. In Singapore, I interviewed people who were walking on the street, the students in Nang Yang high school and Mr. Yamamoto, who was working for Japan Tours and knew the situation in Singapore well. If my hypothesis is true, my project will be beneficial to Hirosaki city, which holds Hirosaki Sakura

First, I will explain why I focused on the Hirosaki Sakura Festival. There are many cherry blossoms, which we call Sakura (the amount in Hirosaki is almost the highest in Japan!) in the festival. You will be at a loss for words when you see the overwhelming beauty of Sakura. The festival also has a hundred years of history. When you come to this festival, you can see what old Japan was like and how it has changed in one hundred years through the pictures of the festival. You can also feel the tradition of Japan such as Hirosaki castle, which allows you to go up to a higher place in the castle and can enjoy the scenery. The combination of Hirosaki castle and many cherry blossoms will fascinate you.

I decided to make a promotional video rather than other media such as pictures or posters. This is mainly because many people use the Internet when they want to get information about the countries they will go or want to go to, the famous places, the popular food around the area, what they will be like and so on. Although other tools are good, I thought of three strong points about the video. You can see the video, which means it is easy to remember the information and images. Videos have a strong impact on viewers and the scenery will remain in their heads for some time. Another strong

point of video is that I can use subtitles. If you cannot understand what the pictures are like, you can understand by reading subtitles. You can get information not only from pictures but also reading the subtitles at the same time. It means you can imagine well through the text and pictures.

Third, I will talk about making a better video. I have to remake it many times. Through the interview in Singapore, I found many faults in my video, and I learned new things about Singaporeans. In my new video, I added new information about food and how they can get to Hirosaki to my old video. In my old video I included some pictures of stores which foreigners enjoy in the festival, but Mr. Yamamoto, who is working for Japan Tours, said that Singaporeans like eating and they are very interested in food which they can taste at their destinations. Moreover, the students in Nang Yang high school as well as Mr Yamamoto said that they want to know how to get to their destinations. Of course, they can check how to get there before traveling but it is very kind to show how to get the place they want to go to in the promotional video. I also had to consider the length of the promotional video, the speed of subtitles and the size of subtitles. Singaporeans said

that my old video was good regarding these three points. Our video lasts one minute. Moreover the BGM of the video is important point. I used the sounds of syamisen, which is a traditional Japanese instrument. Singaporeans liked the sound. They said that I should make a Chinese version of the video because there are many Chinese in Singapore. It may be difficult for me to make a Chinese version of the video because I have trouble with translating Japanese subtitles into Chinese.

I found that video is a very effective way to introduce Hirosaki Sakura Festival to foreigners. From my research in Aomori and in Singapore, my hypothesis (by making the promotional video, more foreigners will come to Japan)is true and I could prove it through my interview. This is very important and useful information for people who want foreigners such as Singaporeans to come to the festival or places and who want to spread information about their cities or events to the world. My future plan is that I will continue to try to make better video. This video would be a Chinese version. I also have to choose which information I should include. I don't want to change the length of the video so when I add new information to my video, I have to cut some information. I have to decide whether some information is needed or not.

At last, I would once again like to thank all the people who have helped me with my research.

Through the SGH program, I experienced many new things. For example, I did presentation in English for the first time. Also, I talked to many foreign people in Singapore. These experience were made possible by the cooperation of various people.

Thank you for giving me valuable advice, HIS staff (Eddie Kheng, Tan Jie Qi, Yamaoka nobuhito, Koike Yusaku) and Japan tours staff, (Yamamoto Kunihiro).

I made a plan which focused on Singaporean women. To improve their health, I recommend them to experience the nature and beauty of Aomori with a visit to Oirase Stream and Lake Towada.

My tour plan

On the first day, they arrive at Aomori station in the afternoon. Then they go to Hirosaki with a tour guide by train. Before the tour, the tour guide asks the tourists what they want to eat for lunch and recommends several restaurants and how to go there. If necessary, the guide will reserve the tables of some restaurants for them. After that, they can choose what they will do from two options. The first one is to go to a beauty salon and receive massages and treatments using proteoglycan. The second one is to harvest apples on a farm. In the suburbs of Hirosaki, there are many apple farms. At the end of the day, the hotel Lamp no Yado, they stay at is very interesting, because there is no electricity at all.

Now, in Aomori prefecture Proteoglycan products are being paid a lot of attention. Proteoglycan is a beauty ingredient. It can be taken from salmon. The effects of proteoglycan are moisturizing skin and reducing pain in your joints. Nowadays it is used as cosmetics and a supplement. Comparing the face lotion using proteoglycan with an ordinary face lotion, the amount of collagen in the lotion with proteoglycan is more than 39% more, and the amount of hyaluronic acid is 74% more. From these results, proteoglycan is better than common face lotions. We will include this proteoglycan in our tour.

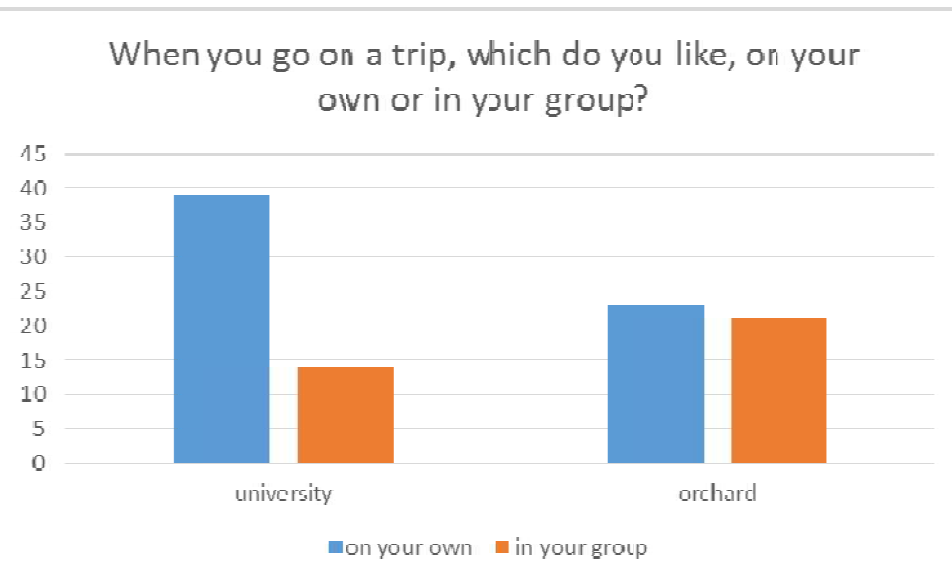


On the second day, they will go to Lake Towada, and Oirase Stream by bus. After the breathtaking experience of being surrounded by the beauty of nature, they will go kayaking in Lake Towada. At Oirase Stream, they can go cycling and walking. At night, they experience a hot spring at a hotel around Oirase Stream.

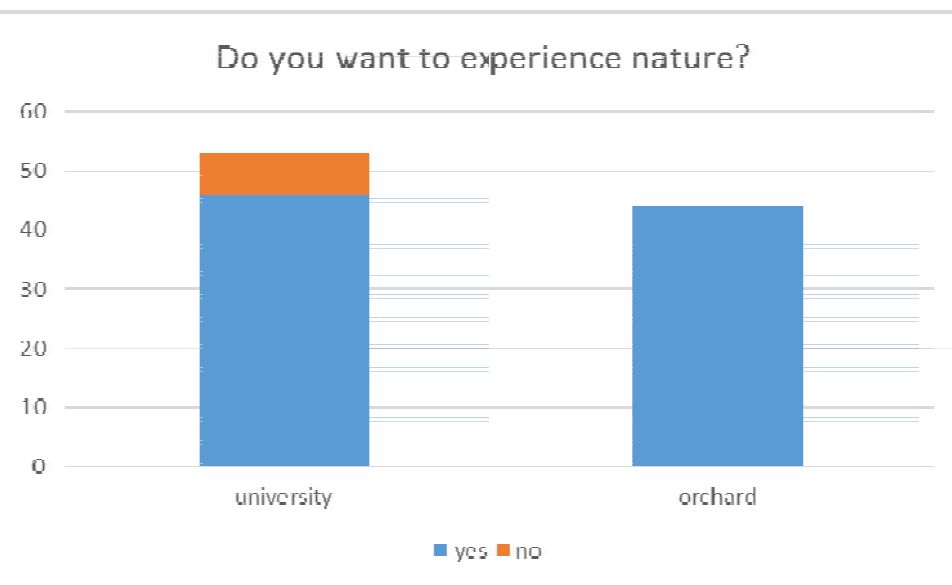
On the third day, they go to Mount Hakkouda. They take a ropeway. After that, a guide will take them to enjoy scallops, which Singaporeans are not familiar with. After that they can go shopping around the station.

First, I hypothesized that Singaporeans like nature and beauty, because I discovered how high a sense of beauty Singaporean women have on the Internet. The web site compared Japanese women and Singaporean women. The data of Singaporean women didn't surpass Japanese women, but I learned Singaporean women are interested in beauty. Singapore doesn't have much nature, so I think nature is special for them. I interviewed them and asked whether they like nature and beauty or not. They like both.

Second, I hypothesized that Singaporeans travel in a group when they go on a trip. I interviewed and asked various foreign people on the road. They often answered that they travel on their own. I felt they don't give much thought to using a travel agency. Another day, I went to HIS, which is a travel agency. HIS staff said "recently the number of Singaporean users has increased." I was surprised.



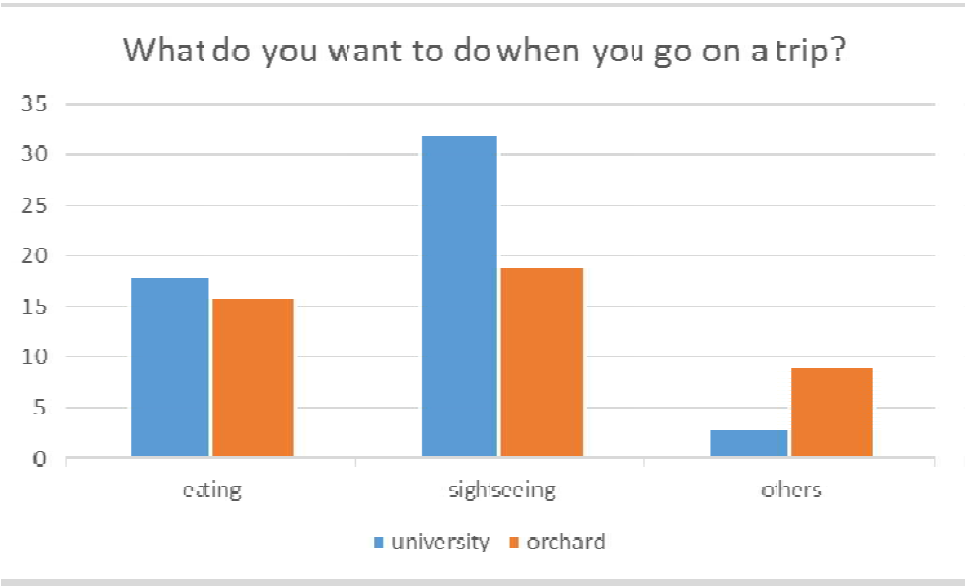
Third, I wondered what activities they like when they go on a trip, because I want Singaporeans to like nature. I interviewed and asked them. Most of them like nature. Furthermore, many people regarded eating Japanese food as important. They like eating the best. However, I didn't think about eating very much. I regretted that.



Fourth, I budgeted 60,000 yen. This price includes a bus rental fee, a bus tour guide and hotel room rent. I told the HIS staff this budget. They said "This is expensive. If this price includes massage fee, it is OK."

I found that I should think about what restaurants I should recommend to tourists and

I have to set the budget cheaper. For doing so, I would like to search for cheaper hotels. Also, I would like to add a meal bill. I am going to budget 40,000 yen.



This data may be found useful by the government of Aomori. In the future more research is needed about tourists from around the world. Aomori will be visited by many foreigners. I want Aomori government to learn what they are interested in and how we can work hard to attract many people. In Singapore, the travel agency staff said, "Nowadays, the number of people who go the countryside has increased." I hope Aomori will be a tourist-friendly place in the future. Thank you.

References

Jplus.sg/feature/issue

Starting at the beginning, I would like to thank all the people who cooperated with me, especially, Ms. Nakanowatari and Mr. Taima.

1. Abstract

I researched what kinds of packaging would be accepted well by Singaporeans. We prepared six patterns of “Igirisu Toast” packaging. I designed them with warm colors which Singaporeans like. We used a clear bag, and prepared two types of picture with different shape, so circle and square.



This time, we focused on Igrisu Toast, but other products will need to adjust their packaging. So next time, we want to apply the results of this survey to other local Aomori products.

2. Discussion

Igrisu Toast has a lot of packages. For example, during Nebuta season, a package designed with the picture of a Nebuta is released. So we focused on this package and studied what kind of package is more appealing to customers and what kind of package would be accepted well in Singapore.



The original design of Igrisu Toast has the flag of the UK on the upper left. However, Singapore was once colonized by Britain. We found that out and thought that Singaporeans may mind it, so we prepared other packages. We decided to use the picture of the Nebuta which has bright colors and warmth to emphasize that it is a local product from Aomori. When we did a field survey in Singapore, we tried to explain the package we designed, but no one knew the picture was a Nebuta. However, we explained that it is used for a festival in Japan. “Nebuta” is well known in Japan, but “Nebuta” is not famous in Singapore. This time, we were using Igrisu Toast in our

research, so some people may be confused if this product was made in Japan or the UK, so we kept the picture on the package. So we used a picture of Nebuta Matsuri.

I asked foreign tourists on Costa Neo Romantica, a cruise ship, which package they like better, the standard one or the limited one with Nebuta? Most of them said the standard one was better. They said that with the design of limited package, they could not see what was inside clearly. So I used a clear bag.

According to the information we found, Singaporeans like warm colors such as red, orange, yellow and so on. Singaporeans consider red as a symbol of fire and it brings good fortunes, so they have a good image of that color. I thought that people in Singapore would be more interested in products designed with warm colors. So I designed them with warm colors.

Actually, the package with red, white and orange stripes with rounded picture was the most popular. The reason was that the color contrast was clear, the letters were easy to read, and the round shape of the photo matched the softness of the bread and makes a soft impression. But one person said that warm colors looked spicy. This product is not spicy but sweet.

In addition, I researched the indication of use-by-date and food ingredient table shown on packages. When I asked the people in Singapore “When you buy food, what information do you think is necessary?” They said the use-by date, ingredients, brand-name, calorie count and quality are important. Most people said that ingredients are the most important. When I did the same survey in Japan, most people said that the use-by-date was the most important, so I was very surprised. I thought that Singaporeans were highly health-conscious. When I asked Muslims, they said the halal mark was very important to choose products. However, in Singapore, there is no law concerning ingredient labeling, there is only a rule to indicate information in English. In Japan, we have clear rules on describing ingredients.

3. Conclusion

We think we’ve found a package that would be accepted well by Singaporeans. However, everyone has their own taste and we cannot completely generalize Singaporeans’ tendencies. Although we could not get a single clear answer about designs, we found

that it is important to use letters which are easy to read and colors that suit the product. !
I would like to research about customs duty and quarantine. I will prepare a booklet that summarizes the points on exporting from Aomori to Singapore. I want to distribute the booklet not only to Kudo Pan but also to other companies in Aomori prefecture to lead the economic development of Aomori.

4. Reference

<<http://www.jas.org.sg/magazine/yomimono/blog/color/color0711.htm>>, accessed on Jun. 21, 2017

Providing our Health and Beauty tour to Singaporeans

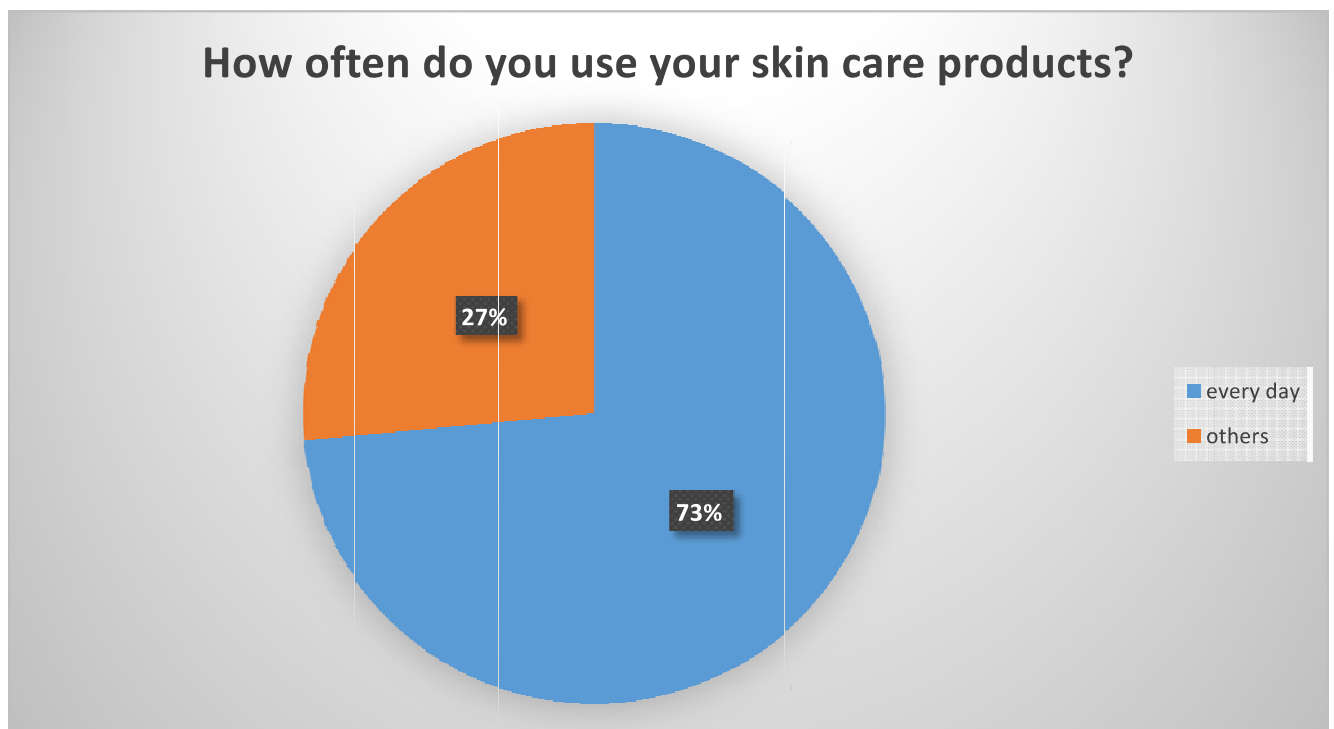
3220

Acknowledgements

I would like to thank Eddie Kheng, Tan Jie Qi, Yamaoka Nobuhito and Koike Yusaku of HIS travel agency and Yamamoto Kunihiro of JAPAN TOURS travel agency.

Introduction

I made a tour of health and beauty for Singapore women. There are two reasons. First, the climate of Japan is different from that of Singapore. We cannot see much nature in Singapore because it is so hot and humid all the year around there, so I think that Singaporean hearts will be healed by nature when they come to Japan. Second, Singaporean women are interested in beauty. Please look at this graph.



According to the graph, most Singaporean women use skin care products every day. Also, according to the Internet's information, Singaporean women goes to a massage salon once in two months and they make up third a week to fifth a week so they are interested in beauty.

Effects of Proteoglycan

Now in Aomori prefecture Proteoglycan products are paid attention to a lot. Proteoglycan is a beauty ingredient. It can be taken from salmon. The effects of proteoglycan are moisturizing skin and reducing pain in your joints. Nowadays it is used as cosmetics and a supplement. Please look at this graph.



Comparing the face lotion using proteoglycan with ordinary face lotions, the amount of collagen in the lotion with proteoglycan is 39% more, the amount of hyaluronic acid is 74% more. From this result, proteoglycan is better than common face lotions. We will include this proteoglycan lotion in our tour.

Tour plan

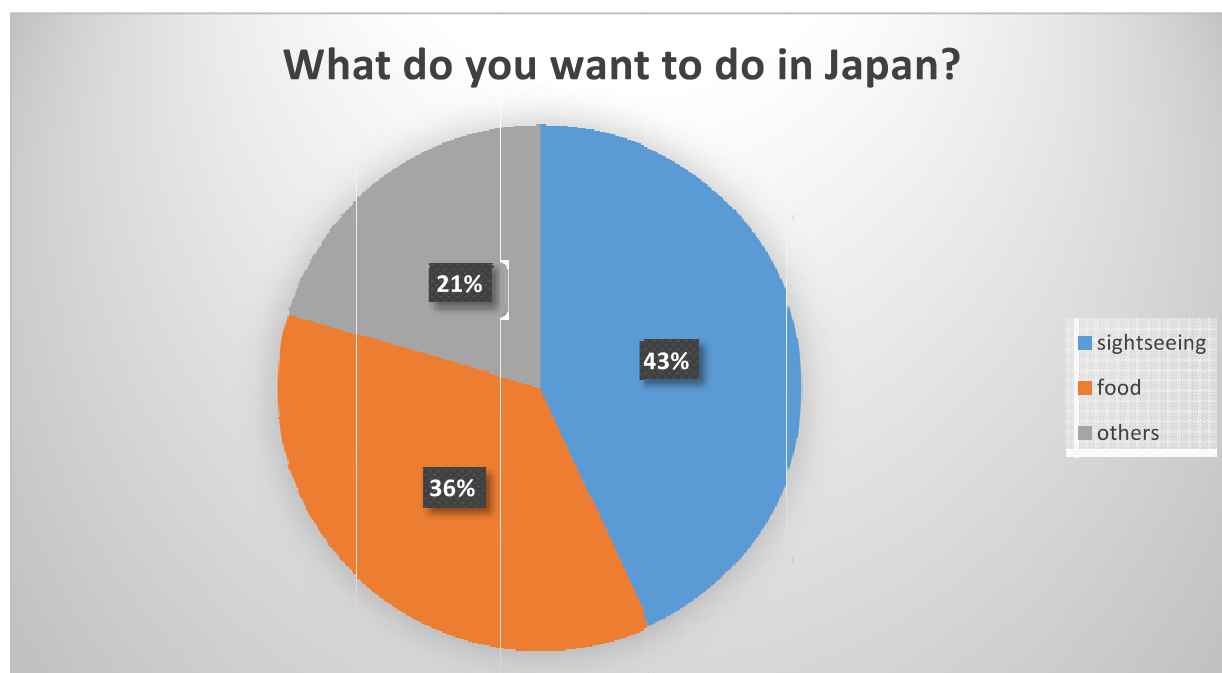
On the first day, they arrive at Aomori station in the afternoon. Then they go to Hirosaki with a tour guide by train. They can choose what they will do from two options. The first is to go to a beauty salon and have a massage and treatment using proteoglycan. The second one is to harvest apples in a farm. In the suburbs of Hirosaki, there are many apple farms. At the end of the day, the hotel Lamp no Yado, they stay at is very interesting, because there is no electricity at all. On the second day, they will go to Lake Towada, and Oirase Stream by bus. After the breathtaking experience of being surrounded by the beauty of nature, they will go kayaking in Lake Towada. At Oirase

Stream, they can go cycling and walking. At night, they experience a hot spring at a hotel near Oirase Stream. On the third day, they go to Mount Hakkouda. They take a ropeway. After that, a guide will take them to enjoy scallops, which Singaporeans are not familiar with. After that they can go shopping around the station.

In Singapore

First, I focused on Singaporean's interest in nature. According to the Internet's information, Singaporeans like nature because they cannot see nature such as cherry blossoms, red leaves and so on. In order to make sure of this data, I went to Singapore and I interviewed 44 students at Singapore University. The results were all students liked nature and they want to experience nature because there wasn't nature around them.

Second, I focused on what Singaporeans want to do in Japan. Singaporeans like nature so I think that they like sightseeing for the purpose of feeling nature. I interviewed 44 students of Singapore University and people of Orchard street. Please look at this graph.



According to the graph, 43% of people want to do sightseeing and 36% of people want to eat Japanese foods. I learned Singaporeans like eating, so I will include Japanese food more in my tour.

Third, I focused on travel in a group or travel on your own. Most people liked to travel

on their own. Also HIS staff told me that many people travel by themselves so I have to consider that kind of trip.

Conclusion

Singaporeans interested in nature. I found it is important to include in sightseeing for the purpose of feeling it and Singaporeans like eating so I have to add more information about it in my tour. Also, I have to set to the price of my tour. I hope my tour will come true someday.

References

Jplus.sg/feature/issue

Let's be healthy and beautiful in Aomori

-Refresh Tour in Aomori-

3226

Thanks to the SGH program, I could experience a lot of good things. This experience broadened my outlook and gave me a new view of the world. I want to thank all the people who cooperated with me. I am deeply grateful to HIS, Japan Tours, and the students of the National University of Singapore. I would also like to thank Aomori High School's teachers. I cannot express how I grateful I am.

Singaporean can experience beautiful nature in Aomori, which they cannot experience easily in their own country. Singapore is in South East Asia, which means it does not have fall colors. People in Singapore cannot enjoy different seasons. On the contrary, in Japan we have clear cut four seasons and we can enjoy the transitions of the seasons. And in Singapore there are so many high buildings but there is not so much nature. So many people want to experience nature when they travel. We want them to feel how wonderful it is to feel seasons changing and the autumn in Aomori is especially the best for it. We learned Singaporeans like eating. Also, they really want to know Japan more. So we have to consider the price and add more information about eating.

On the first day, they arrive at Aomori station in the afternoon. Then they go to Hirosaki with a tour guide by train. Before the tour, the tour guide asks the tourist what they want to eat for lunch and recommend several restaurants and how to go there. If necessary, the guide will reserve the tables of some restaurants for them. After that, they can choose what they will do from two options. The first one is to go to a beauty salon and receive massages and treatments using proteoglycan. The second one is to harvest apples on a farm. In the suburbs of Hirosaki, there are many apple farms. At the end of the day, the hotel, Lamp no Yado, they stay at is very interesting, because there is no electricity at all.

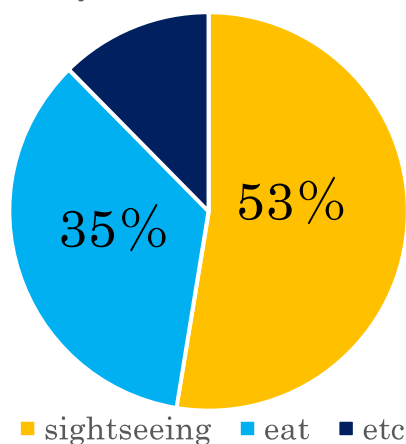
On the second day, they will go to Lake Towada, and Oirase Stream by bus. After the breathtaking experience of being surrounded by the beauty of nature, they will go kayaking in Lake Towada. At Oirase Stream, they can go cycling and walking. At night, they experience a hot spring at a hotel around Oirase Stream .

On the third day, they go to Mount Hakkouda. They take a ropeway. After that, a guide will take them to enjoy scallops, which Singaporeans are not familiar with. After that they can go shopping around the station.

① What are they concerned about?

I constructed a hypothesis about this question. I thought that there are a lot of working women in modern society, so I thought that they want to experience nature and refresh. I wanted them to refresh while experiencing the charm of Aomori. And I hypothesized that more women would come to Aomori in search of things not in their own country. I did a street interview to check this hypothesis. Also, I visited companies in Singapore and I asked questions there. In the National University of Singapore, 19 students attached importance to sightseeing and 16 students attached importance to eating. In Orchard street, 32 people replied the former and 18 people replied the latter. In Japan tours, their staff members said that a often Singaporeans want to go to cold places and want to eat Japanese foods. Also, I learned Singaporeans liked eating, cold weather, massages, Japanese cosmetics, and healthy food. They are well-off, so they spend much money, and many Singaporeans visit Japan several times. The long holiday season in Singapore is the school holiday and Chinese New Year. The school holiday is in November and December. The holidays when they often go to travel fall on the season of our tour. In HIS Singapore branch office, I leaned that they come to Japan in March and April because they want to see cherry blossoms. Singaporeans come to Japan two or three times on average, and usually stay for seven days. Therefore an eating tour is a typical popular tour plan. Plans with a lot of activities are not planned much because people do not want to do them so much. From these research results, I learned that Singaporean women value food more than activities, so I must enrich the food in the tour.

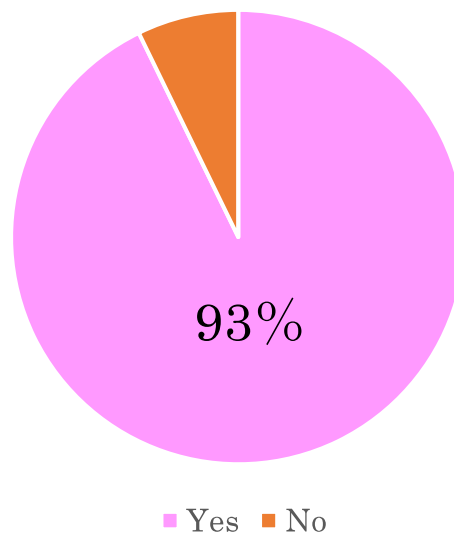
What are you concerned about?



② Do you want to experience nature?

I constructed a hypothesis about this question. I hypothesized that travelers want to experience nature when they travel. In Aomori, there are a lot of nature and historical cities where you can relax. I thought that people travel to experience the uniqueness of the country, so I thought that travelers want to experience nature that only Aomori has, because Aomori is rich in nature, for example Lake Towada, and Oirase Stream. I tested that hypothesis in the same way as in ①. In the National University of Singapore, everyone answered “Yes”, On Orchard street, 46 people said “Yes”, and 7 people said “No”, In Japan tours, they said that we should introduce nature unique to Aomori. They went to big cities such as Tokyo, Kyoto and Osaka. However, recently some people like to go to the countryside. Therefore we are sure that they will enjoy Oirase Stream and Lake Towada. In our tour, they can enjoy cycling and walking on Oirase stream and Lake Towada. In HIS, I learned that what Singaporeans are looking for most is eating, shopping and nature. I learned that a lot of people want to experience nature when they travel and our tour’s concept is that what we want to sell most is nature. But I thought that I should think about the way to attract customers to our tour, because I think that there may be few people who wish to travel only to experience nature. From these research results, I think that I have to make a tour that will allow visitors who are concerned about eating the most to come as well.

Do you want to experience nature when you travel in Japan?

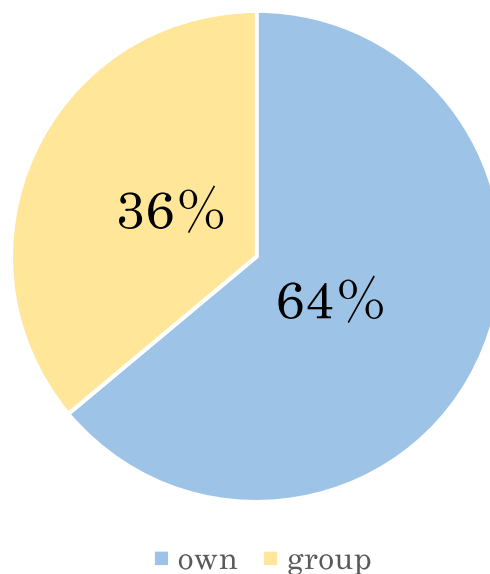


③ If you are going to travel in places you have never been to, would you like to travel in

a group or travel on your own?

I constructed a hypothesis about this question. I hypothesized that there are a lot of people who want to travel in a group, because I thought that traveling in an unknown place makes people uneasy. I tested that hypothesis in the same way as in ① and ②. In the National University of Singapore, 23 people wanted to travel on their own. 21 people wanted to travel in a group. On Orchard street, 39 people said “on my own.” 14 people said “in a group.” In Japan tours, I learned that most Singaporeans go for a trip on their own rather than attending package tours. In HIS, the staff members taught us that 11% of Singaporean travelers have participated in group tours and 89% of Singaporean travelers have traveled on their own. Also, they said that activities are often enjoyed by individual travelers, because activities are different from what they want to do. From these research results, I thought that I have to make parts that can be enjoyed by the individual in our tour.

If you are going to travel in places you have never been to, would you like to travel in a group or travel on your own?



Conclusion

We found that travelers want to eat food when they travel, and there are a lot of people who want to experience nature in Japan. Some travel agencies may find this useful for attracting tourists to Aomori. In the future more research is needed about budgetting. Thank you.

Spreading Aomori Cassis to Singapore

3234

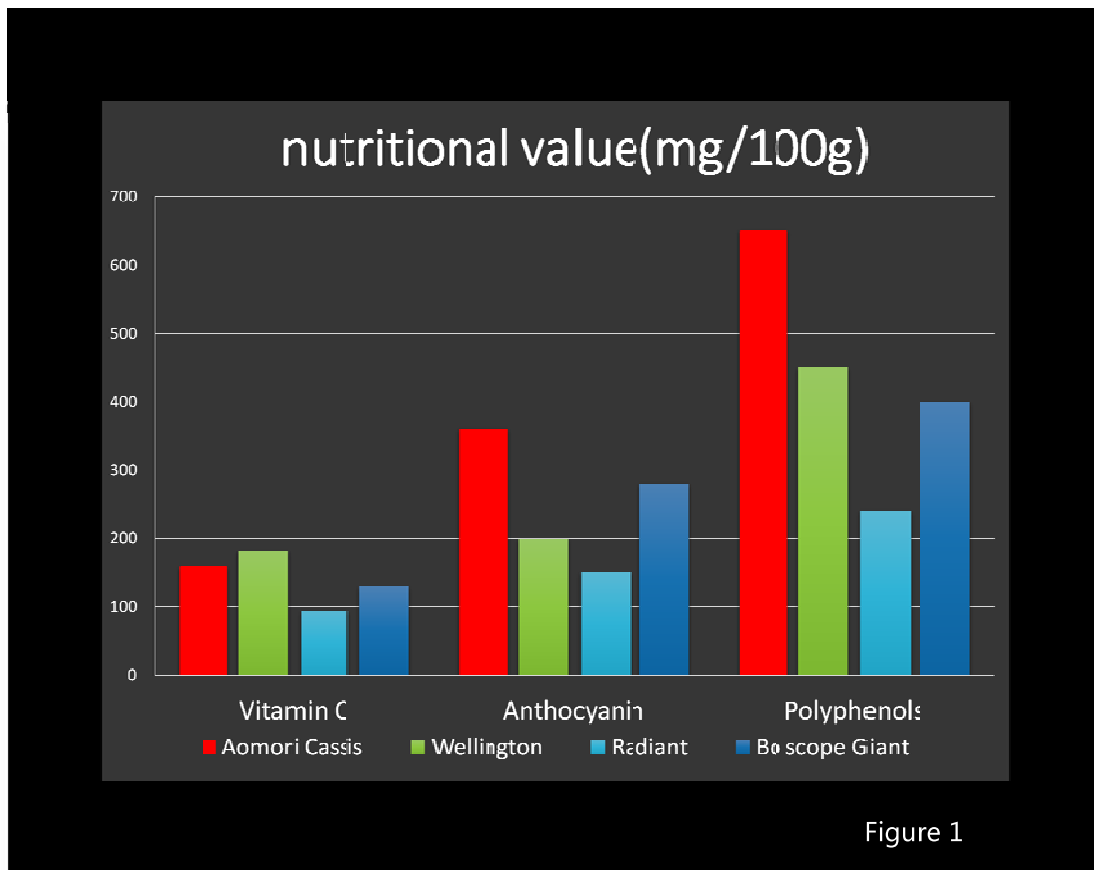
Thanks for reading this paper.

What do you imagine when you hear about Aomori? Maybe most people say "Apples and Nebuta." However, there are other valuable products in Aomori. Among them, I especially recommend Aomori Cassis (cassis is blackcurrant). I want this fruit to be more popular than now, so I started researching Aomori cassis. Aomori cassis is rich in nutrition. Particularly, it contains nutrition which is good for eye health. Therefore I decided to sell Aomori Cassis to countries which have high levels of eye disease. According to my research, Singapore has trouble with an increasing population of myopia, so I guess that Aomori Cassis will be well-received in Singapore. I made a sale plan and went to Singapore in order to sell it to some companies and to confirm my hypothesis about Singaporean culture directory. After leaving Singapore, I also polished my plan for the second time.

1. Aomori Cassis

Cassis is a fruit also known as black currant. Aomori prefecture accounts for over 50% of the cassis production in Japan [2013]. Its production is the top in Japan. Regular "Cassis" is not "Aomori Cassis". "Aomori Cassis" is made only in Aomori City and is an established brand of black currant. Aomori Cassis has been registered as a GI. GI is JAPAN GEOGRAPHICAL INDICATION. It is a system that protects products which get a high assessment as intellectual property and registers them officially. We can say that Aomori Cassis is superior to other cassis. Why has Aomori Cassis been chosen GI?

Aomori Cassis is harvested directly by people's hands, not by machines, so as not to damage the fruit. Farmers sort it according to size and color. It takes a lot of labor but the farmers decided to do it that way to keep the quality of Aomori Cassis. It also has never been mixed with other breed, which means Aomori Cassis is pure and original. Aomori Cassis has kept the same taste and nutrition.



Aomori Cassis has a higher nutritional value than any other kind of black currant.

Look at figure 1. This figure 1 is a comparison between Aomori Cassis and overseas species. According to this figure 1, in most nutrients, Aomori Cassis is above other species. It says that Aomori Cassis has very high nutrition and this is its strongest point.

This nutrition has many good effects for human health, but I focus only on eye-health.

Glaucoma

Glaucoma is one of the eye diseases that cause damage to fibers of the optic nerves due to active oxygen in the eyes. In the worst case, Glaucoma can lead to blindness. To prevent this dreadful disease, cassis is an effective fruit. Anthocyanin and Vitamin C have a good effect of removing active oxygen. Moreover Polyphenols has a good effect of improving blood flow of capillaries. All the good effects we mentioned before can help to prevent Glaucoma.

Myopia

Myopia is a condition in which a person is able to see near objects well (when reading a book or working on the computer) but has difficulty seeing objects far away (road signs or bus numbers). Anthocyanin has a good effect of relaxing the ciliary muscle. This effect prevents Myopia and Aomori Cassis has a lot of anthocyanin.

Aomori Cassis is good for eye health, so I searched for countries which are affected by eye disease. I decided on my target market, Singapore.

Singapore

In Singapore, many people have various troubles with their eyes. Nowadays many people use electronic devices such as smart phones, tablets or computers all the time. This is one of the reasons for eye troubles. Today, glaucoma accounts for 40% of blindness in Singapore. This is a serious problem there. A study by Singapore Eye Research Institute and NUS (National University of Singapore) also shows that about 70% of Singaporean teenagers between the age of 11 and 18 have myopia. Of this 70%, 13% have high myopia, which means they are in a serious stage of myopia. Researchers from the study estimate that by 2050, 5 in 10 Singaporeans will be myopic, of which 15% will get high myopia. Based on these, we wondered if Aomori Cassis could do something to solve these problems.

Sales plan

I considered how to sell Aomori Cassis. I have decided to sell Jam made of Aomori Cassis because we can reduce the cost and can use it in many ways. Moreover, jams lasts a long time. We brought three kinds of cassis jam to Singapore. We had some Singaporeans taste-test the three jams. The target is myopic people. One of the places to sell it is a luxury supermarket, MEIDIYA. The reason why I chose jam is that Aomori Cassis is not as cheap as other species.

The above was my first plan.

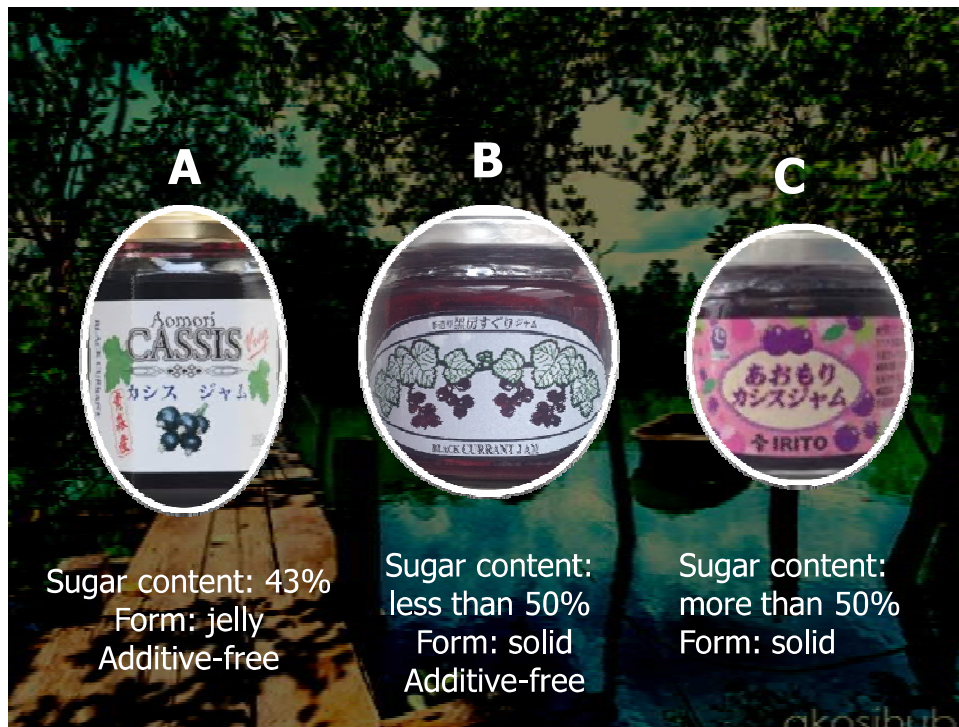
2. Journey to Singapore

I went to Singapore in order to improve my sales plan. I visited MEIDIYA in Singapore to interview them about the plan. I told them about my plan and had Mr. Kagoshima try each of the jams. According to the advice of Mr. Kagoshima, I found that I need to discuss the price of production and the target. Although it is important to set the target. According to Mr. Kagoshima, I did not need to be too specific, because if I am too specific, other people may feel they shouldn't buy it. I got ideas by talking to local people who are selling food there. Singaporeans are not accustomed to eating jams, so I should get Singaporeans to try tasting it in order to attract them.

I also visited other luxury supermarkets in a department store. There were a lot of cassis jam as well as fruit jams. The volume of these jam were bigger than Aomori cassis jam. Their prices were also more reasonable than mine. Therefore if I sell Aomori cassis jam at the supermarket, it is less attractive than these fruit jam. However, I came up with a solution for the problem.

Many souvenir sections were in Takashimaya. I saw not only popular gifts but also rare foods of Asia. I could taste some foods as customer. I connected the dots. In short, I should

sell my jam in a small gift shop and attract Singaporeans by taste-testing. Moreover, Japanese products were sold as “Japanese Premium” in the supermarket. These products were more expensive than other products. Why? In Japan, producing ingredients requires a lot of labor and money. Supermarkets set up a Japanese products section. It is said that some Singaporeans buy cheaper products, while others choose Japanese products. Thus I am going to emphasize the “Made in Japan” aspect.



We asked seven Singaporeans to rank the three cassis jam we brought.

A is bitter and sour. B is sweet and bitter. C is very sweet.

As a result, four people like B. two people like C one person likes A. B is the best for Singapore.

If you want to hear more about the study, please contact me.

References

Singapore Young children with myopia at higher risk of poor vision, blindness: Study
<http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/young-children-with-myopia-at-higher-risk-of-poor-vision-blindness-7761242> [2018.06.14]

カシスの効能・効果まとめ

<http://cassis.wgjp.net/> [2018.06.14]

AOMORICASSIS

<https://www.aomoricassis.com/> [2018.06.14]

<Acknowledgements>

To start, we would like to thank Mr. Taima, Ms. Nakanowatari, and Ms. Shirakawa, who gave me a lot of advice and prepared us go to Singapore. Moreover they helped us in various situations. Also Mr. Ichinohe, Mr. Kagoshima and Ms. Kudo gave us a lot of valuable advice and important information so we want thank them, too. I'm really thankful to them.

<Abstract>

I researched about Aomori Cassis. Aomori Cassis's production is the highest in Japan, however, most people don't know of its existence. So I thought I can make use of Aomori Cassis's high nutrition for Singapore which has a problem of increasing patients with eye diseases. I considered how to sell Aomori Cassis to Singaporeans and made some business plans. Then I rethought my plan by using information from local people when visiting Singapore.

<Body>

1. About Aomori Cassis

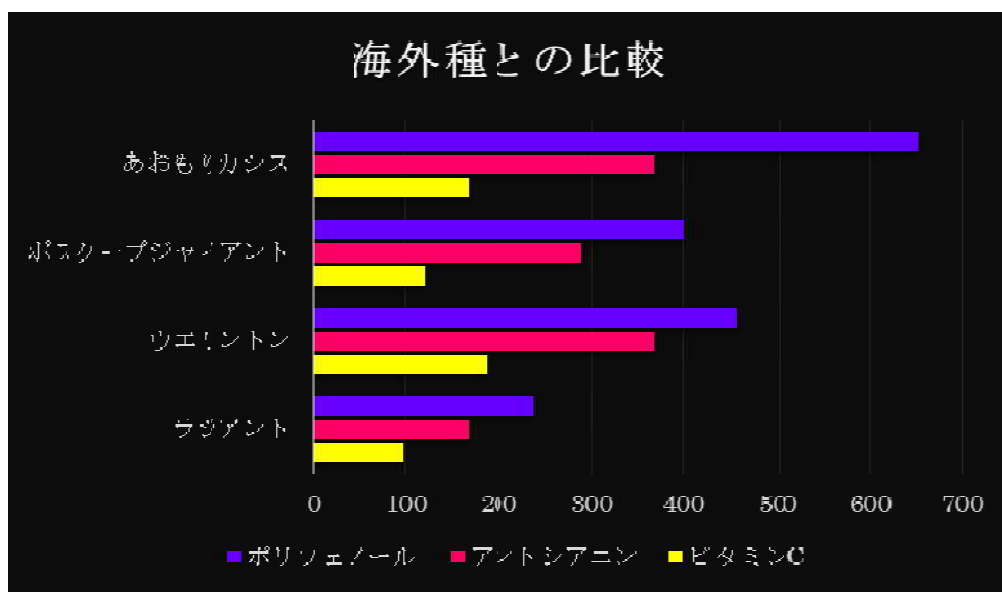
Aomori by the faculty of agriculture professor of Hirosaki University from Germany. Its cultivation began in 1975 in Aomori City, however, it has never been generally modified. This fruit has stayed the same for a long time. Aomori Cassis's production in Japan. It is harvested by hand, in other words, without using a machine. Therefore it accepted the title of GI, that is, Aomori Cassis is regarded as a high value fruit by Japan's government.

2. About Aomori Cassis's high nutrition

Aomori Cassis has a high nutrition.

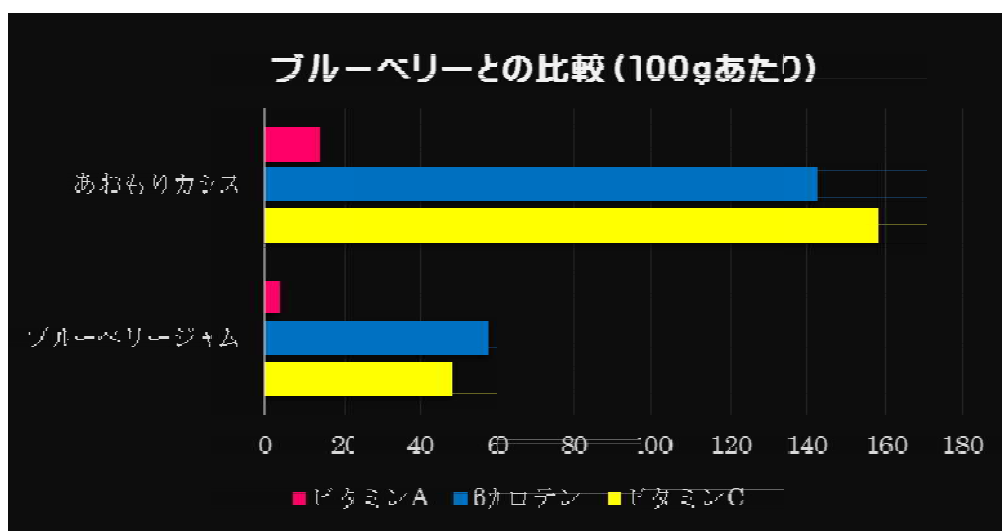
This is a figure about Aomori Cassis's three nutrition competed with species of overseas.

(Figure 1)



From this figure, we can see especially, polyphenol is higher than in species of overseas.

(Figure 2)



In addition, compared with blue berry, Aomori Cassis has a higher amount of anthocyanin. Polyphenol and anthocyanin have a good influence on eye diseases. For example myopia and glaucoma, and so on.

3. About eye problems of Singapore

Singaporeans are known to be conscious about their health. But recently many people have had various troubles with their eyes. About 70% of Singaporean teenagers between the age of 11 and 18 are have myopia. Reserchers also estimate that by 2050, 5 million Singaporeans will be myopic. Myopia ca lead to glaucoma. Based on these, we wondered if Aomori Cassis could do something to solve these problems.

4. About our plan

Our plan's target is myopic people. We decided to sell jam made of Aomori Cassis because we can reduce the cost and can use it in many ways. Moreover, jams last a long time. We brought three kinds of cassis jams to Singapore. Aomori Cassis's jam is more expensive than general than general jams so we decided to sell it at luxury supermarkets. At this time, we decided to sell the jams, however, we didn't decide on one kinds of jam, so we couldn't calculate all the cost.

5. Results of Interview in Hanada

First, we interviewed foreign people at the International terminal in Haneda Airport.

We asked 4 questions.

(Result)

Second we went to Nang Yang High School, and some girls students eat three konds of jams with crackers.

Three kinds jams	A is bitter and sour.
	B is sweet and bitter.
	C is very sweet.

Most of them said I like B. I expected they like A so I was surprised. Third, we went to MEIDIYA in Singapore to interview them about our plan. We told them about our plan and had Mr. Kagoshima try each of the jams. According to advice of Kagoshima, we found that we need to discuss the price of production and the target. Although it is important to set the target, according to Mr. Kagoshima, we didn't need to be too specific Because if we are too specific, other people may feel they shouldn't buy it. Also we got ideas by talking to local people who are selling food there. First, Singaporeans are not accustomed to eating jams. Second, when we sell food products, the most important points is taste. Also from research at NUS and Orchard street, most Singaporeans imagine carrots and fish are good food for

eye health. Above is the data from the research in Singapore.

6. Rethinking our plan

Following Mr. Kagoshima's advice, we decided to emphasize Aomori Cassis's good taste rather than Aomori Cassis's high nutrition. Also we have a lot of information about the good points of Aomori Cassis. So we need to consult how to sell it in detail with professional buyers in the shops. When we visited some luxury supermarkets in the department store, there were a lot of cassis jam as well as fruit jams, the volume of these jams was bigger than Aomori Cassis's jam. These prices were also more reasonable than ours. Therefore if we sell Aomori Cassis's jam at the supermarket, it is less attractive than these fruit jams. However, we came up with a solution for the problem. Many souvenir sections were in Takashimaya. We saw not only popular gifts but also rare foods of Asia. We could taste some of foods. We connected the fact from seeing local area. In short, we should sell our jams in small gift shop and attract Singaporeans by taste-testing. Moreover, Japanese products were sold as "Japanese Premium" in the supermarket. These products were more expensive than other products, because in Japan, producing ingredients requires a lot of labor and money. Some supermarket set up Japanese products section. It is said that some Singaporeans buy cheaper products, and others choose Japanese products. Thus we are going to emphasize the "Made in Japan" aspects. Finally, based on all the experience and advice, we decided to sell jam B.

<Bibliography>

<https://www.aomoricassis.com/>

<https://www.asiax.biz/life/16368/>

<http://www.bing.com/search?q=%e6%97%a5%e6%9c%ac%e3%82%ab%e3%82%b7%e3%82%b9%e5%8d%94%e4%bc%9a&FORM=AWRE>

Revitalization of Aomori's Economy in Autumn & Winter
~Aomori Comfort Food Festival~

3312

First, I would like to thank the SGH program. If I didn't take part in this program, I could not learn more about Aomori and Singapore. Also, I noticed that it is very important to take part in such programs actively.

Second, I would like to thank all the people who cooperated with us Especially, office worker at H.I.S in Singapore who gave a lot of valuable information to us. We could not improve our plan without them.

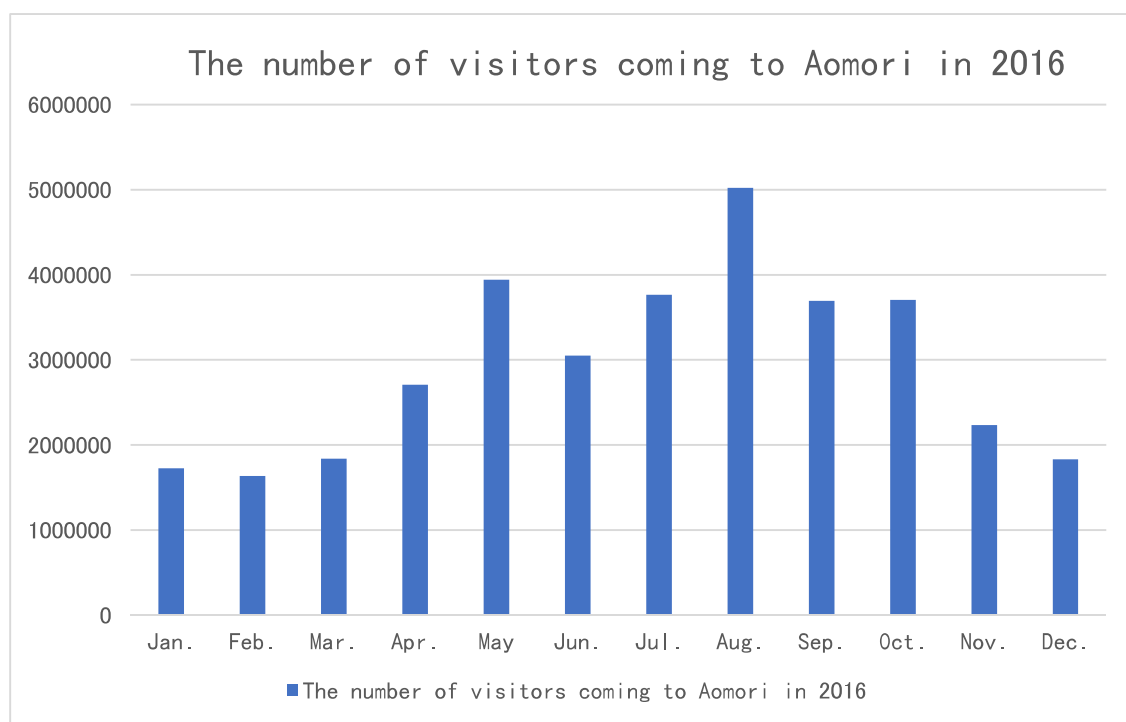
[Agenda]

- ① Issue in Aomori
- ② Purposes and background of the Festival
- ③ Research in Singapore
- ④ Details of the Festival
- ⑤ Next Step

① Issue in Aomori

Today, a lot of people visit Aomori. So the number of visitors who came to Aomori is largest in Tohoku. The reason why so many people come to Aomori is that the four seasons in Aomori are clearly defined so that visitors can enjoy a lot of beautiful sights each season. Also, there are a lot of food from the sea and mountains. However, I research the number of visitors coming to Aomori for each months in 2016.

Look at this graph.



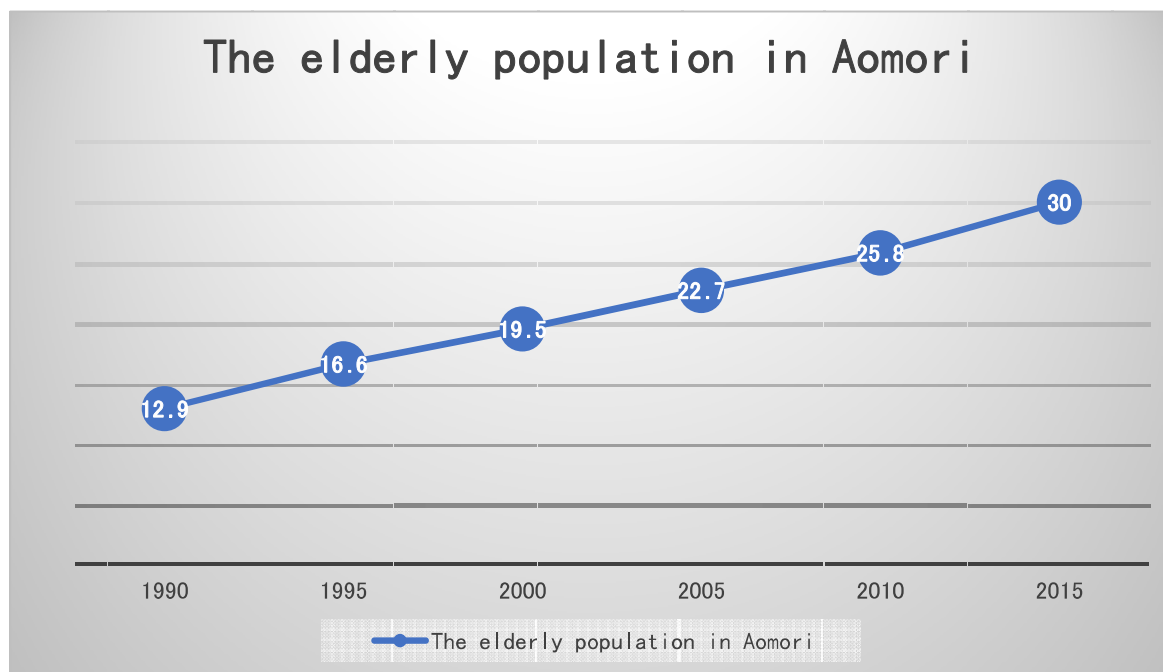
I found that the number in fall and winter is much smaller than that in spring and summer. I think that it is because there are famous festivals which are known to almost all people in Japan, such as “Hirosaki Cherry Blossom Festival” in spring and “Aomori Nebuta Festival” in summer. However, Such festivals have not been held in fall and winter. Also, there are a lot of delicious foods in Aomori which is not known very well. So we propose to hold a big festival in fall or winter by using such foods.

② Purpose and Background of the festival

The purpose of this festival is to boost morale in Aomori and the economy of Aomori prefecture. Also, more importantly, we want to connect people both vertically and horizontally with traditional comfort foods.

(1) Vertically connection

To connect people vertically means to connect people from different generations. Now, Aomori has a big problem about aging population with a declining birthrate. Look at this graph.



We can find that the population increase 17.9% for 30 years. So we expect people from different generations to work and communicate with one another to inherit the cultures and make communities.

(2) Horizontally connection

To connect people horizontally means to connect people from other prefectures and other countries.

We expect many visitors from not only other prefectures but also from other countries to join this festival and Aomori’s comfort foods and communicate with the local people.

Through these connections, we want this to be fulfilled the sense of “Respect” among the people who visit this festival and take part in planning, management and so on.

(Respect means respect to foods, elderly and so on.)

③ Research in Singapore

Our group asked the passers in the Haneda Airport International Terminal, Chinatown in Singapore, National University of Singapore and Orchard Street.

In our interviews, we asked two questions.

First, we asked “How much can you pay for the fee of this event?” after telling the outline of our food festival to learn the sense of money which foreigners have.

The average price was 17.8S\$. That is about 1500 yen and it was about the same price as we had expected. So, we decided that around 1500 yen is an appropriate price.

Second, we asked “Are you interested in these Japanese local foods?” showing them pictures of Aomori’s comfort foods. Most of them answered “yes,” and they seemed to get interested in those foods.

Also, we visited H.I.S, a travel agency, in Singapore and learned a lot. First, what Singaporeans think is important most in travel is eating. 98% of Singaporeans answer like that. It’s incredible!! So, our event will be well accepted by them.

Next, Singaporeans don’t know much about Aomori. But, officers in H.I.S. said, “We can make a new market in a place that is not known well. Looking for those market is the most important thing in planning. In addition, advertisement should be online because Singaporeans usually use cellphones for four hours a day on YouTube, Google and Facebook.” So, we will make advertisements referring to the advice from HIS in order to have Singaporeans know Aomori.

④ Details of the festival

• Date…First Saturday and Sunday in November

First, we were planning to hold the festival from in December to in February. However, we decided in November. This is because we have no snow yet. We don’t have to worry about traffic. People can work safely. In addition, these days, there are a lot of people in Japan and foreign countries who like the many beautiful nature spots in autumn, such as Lake Towada and Hakkoda. We expect those visitors to join the festival after enjoying nature.

• Place…”Aoi-Umi” park

It has enough space to hold the festival. Also, Aomori Station and the shopping area are nearby so the customers can go to those places easily and enjoy shopping.

• Characteristics

(1) If you pay 1500 yen for fee, you can eat whatever you want to.

(2) We are going to seek local volunteers to make their homes’ comfort foods such as “Kenosiru,” “Shogamiso Oden” and so on. We will choose the volunteers from different generations from for each meal. The customers can enjoy different tastes of each meal. For example, Kenoshiru made by 40s, 50s and 60s.

(3) We will host workshops where foreigners can make homemade Aomori’s food with local people and eat it. Due to this activity, foreigners can enjoy a unique experience and, touch and learn our tradition.

(4) We will ask restaurants to make local gourmet food such as “Towada Barayaki.”

⑤ The Next Step

(1) Funds

We don't have any sponsors. Also, we have not collected funds yet. So we will consider various possibilities.

(2) Place

We have not been allowed to use Aoi-Umi park yet.

(3) Volunteers

We will search for high school students who can cooperate with our festival.

These are vital parts of preparation. So we must find ways to prepare the funds and place. According to the officer's opinion, the cost is too expensive. So we have to discuss how to reduce it.

Tsugaru Vidro will protect you.

3320

I thank all the people who cooperated with me.

We are thinking of introducing Tsugaru Vidro in Singapore. Singapore has trouble with mosquitoes. We thought that we can use Tsugaru Vidro for the container of an Aroma Oil Lamp or diffuser. When we visited there, we sent out a questionnaire to Singaporeans. We found each generation has a different tendency. We explained our plan and got a lot of advice there. To sell Tsugaru Vidro, We were told to make the most of its characteristics. We are thinking of a way to advertise it.

Tsugaru Vidro is one of Aomori's traditional crafts. It is very colorful and beautiful glassware. One of the concept for making the products is to make people feel the seasons of Japan by the color of Vidro. Once, it had been used as sea buoys. But there is now less of a demand of them. Now, it is used as a practical glassware for living. I am very attractive to Tsugaru Vidro's beauty. However, I cannot say that it is as common as Tsugaru Nuri or Kogin Zashi. I want to make Tsugaru Vidro a craft representing Aomori like them. So our team wondered if we can introduce it to Singapore and how we should do it.

In Singapore, there is beautiful tableware called Peranakan porcelain. They are very common among Singaporeans. They have traditionally been used for ages. They are colorful and the patterns are unique and elaborate in detail. These characteristics are shared with Tsugaru Vidro. I expect that they will have interest in Tsugaru Vidro.

Singapore has trouble with mosquitoes because of high temperature and humidity. So there are a lot of mosquitoes all year round. According to Ms. コー・マデリン who is a Singaporean living in Aomori, to protect themselves from mosquitoes, people in attention to water. They don't put water in their room and around them. They also use insect repellent a lot.

I considered whether we could use Tsugaru Vidro for protecting Singaporeans from mosquitoes.

We thought of a plan dealing with insect repellent. It was an Oil Lamp made from Tsugaru Vidro. It is like a candle. It is able to repel insects and moreover lighten the mood of a space. We thought the target market would be women in their twenties to fifties or facilities such as hotels and restaurants. However it uses a light so it requires users to pay attention to it.

Therefore, we suggested a diffuser. A diffuser is an item that emits a good scent in to the air. It is usually used for relaxing people. Because of the scent from the diffuser, People can feel relaxed and refreshed. We learned that some aroma oils have the effects of insect repellent. Mainly the oil named “Citronera” or “Lemongrass”.it is able to protect people from mosquitoes and also relax people. It can be an anti-depressive and relieve headaches and stress. Besides, Ms. Ko said that citronera is also popular among women in Singapore. We realized that we could use Tsugaru Vidro for the container of a diffuser and thought people can enjoy the beauty of Vidro and also protect themselves from mosquitoes.

Primarily, we asked people in Japan and Singapore 2 questions. We showed 2 pictures of Tsugaru Vidro.



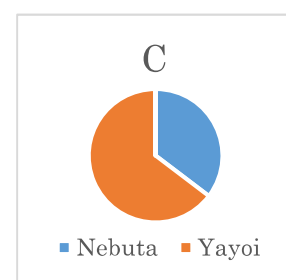
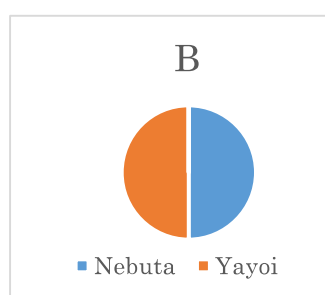
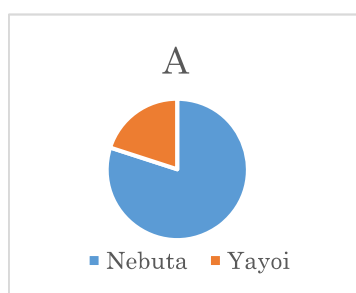
One is colorful Vidro named “Nebuta” and the other is simple Vidro named “Yayoi”.

Question 1: Which design do you like?

By asking this question, we came to know the trend of design in Singapore and whether there is any difference of the taste between Japanese and Singaporean.

Question 2: Do you know anything about diffusers?

The reason we asked this is that we wanted to know whether diffusers are familiar to people Singapore.



Pie chart a shows Q1's answer at Haneda Airport. 80% of the people

chose Nebuta and 20% chose Yayoi. The opposite result occurred researching at Chinatown in Singapore. The pie chart B indicate half of the people chose Nebuta, and the others chose Yayoi. Similar to the results in Chinatown in Singapore University, 66% chose Yayoi, and the others chose Nebuta. I found there was tendency that Yayoi was popular among Chinese people when I was asking these questions. We expected Nebuta will be more popular than Yayoi because most foreigner answered Yayoi at Haneda Airport. At all 3 places, almost all the people knew diffusers. Actually, some of them had used them.

We visited "Atomi", a general store in Singapore. We explained our plan and got a lot of advice from the managers there. They recommended to us that we should sell Tsugaru Vidro for its original use, not as diffusers. For example, vases, dishes, and so on. They also pointed out that to emphasize Vidro's characteristics was important. And we learned Singaporean protect themselves from mosquitoes using cheaper sprays or creams like Japanese do. So we thought that aroma oil wasn't necessary.

Then we asked why Yayoi was popular among Chinese people. In Atomi's manager's opinion, Yayoi would be popular especially among young Chinese people. Chinese people in Singapore like pastel colors. In addition to this

they said that we should define the target more clearly because each generation has a different tendency. We found practical Japanese products are very popular in Singapore. Thus we need to consider the way of advertisement in order to make Tsugaru Vidro's name better known.

Selling Tsugaru Vidro to make the most of its characteristics. Tsugaru Vidro has a lot of appealing points. It is not only beautiful but also very tough. I want people to know its beauty. Therefore we must connect to the media which sends advertisement. Also, it is important that we have a target group. We narrowed down the target to working woman in their twenties to thirties. This generation will become a source of information.

Tsugaru Vidro has one more famous protect. It is named "Fukurou" (owl) which is created by a traditional craftsman. It is a charming ornament.



I wonder if animal designs will be popular among young women. Actually, some women customers buy animal glass art works at other prefectures. Also this product many repeaters.

Thus we plan how to sell from now on.

First, we could not contributed to carry on this project without the company of Tsugaru Vidro, the aroma shop in Aomori city, and Atomi in Singapore. Without their support, we could not know a lot of information and make our plan better. And of course, Mr Taima, Ms.Nakanowatari, and Ms.Shirasaka cooperated with us. We gained high level English skills and techniques on how to introduce our plan. In addition, we interacted with not only Japanese, but also foreigners. We can get the opinions of many people and reflected on our plan.

We thank all the people who cooperated with our project.

**Abstract*

In Aomori, there is a traditional craft called Tsugaru Vidro, but we noticed it is not as popular as Tsugarunuri or Koginzashi. We wondered if we can export it to Singapore. We studied about Singapore and we learned that there are a lot of mosquitoes in Singapore. Therefore, we thought that we can solve this problem with Tsugaru Vidro.

We went to Singapore in January. First, we asked women in Singapore two questions. And we visited Atomi. which is a variety shop in Singapore and we introduced pur plan and we were given given some advice.

The Atomi`s maneger said that Tsugaru Vidro is too expensive for insect repellent but it is very beautiful so we can sell it as vases, glasses, and so on. In addition, we will have to decide how to sell it and how to advertise it.

**Body*

The purpose of this study is making Aomori known to people around the world. But the world is too wide so we focused on a small country, Singapore. We learned about Singapore and we learned a lot of good and bad things. First, there are many people for example, Chinese, Indian and Muslim in Singapore. Similar to this, there are a lot of cultures but they respect each other. Second, many people are rich. Singapore is a small country, but it has been developing a tourism industry and many people visit Singapore. Many people spend a lot of money there, so the economy is good. Thied, the environment of Singapore is clean because in Singaporeans there are strict laws protecting the environment. However, we found a problem in Singapore. There are a lot of mosquitoes because it is hot and humid. So we thought maybe we can solve the problem by using Aomori`s products.

We focused on Tsugaru Vidro. It is one of the Aomori's traditional crafts. It is used in a variety of very colorful and beautiful glassware for example vases, glasses and so on. The company of it is Hokuyo Glass. We are very attracted to Tsugaru Vidro's beauty. However, it is not as common as Tsugarunuri or koginzashi. So we considered that solving the problem in Singapore means solving the problems of Tsugaru vidro.

First, we planned to sell vidro as an oil lamp. We poured aroma oil which has an insect repellent into the container and set fire to it. We visited an aroma oil shop in Aomori. We learned citronella or lemongrass has the effect of insect repellent. Also we introduced our plan to the manager. She advised that it might be dangerous for children and the aroma oil might catch the fire. So we had to consider a new plan.

After that, we did hard work and came up with the idea. We planned to sell vidro as a container of a diffuser. Diffusers are popular among women and used for relaxation and refreshing people. We thought vidro's container is very beautiful and women like beautiful things. If they get this product, they can not only protect themselves from mosquitoes but also enjoy the beauty of vidro. We decided that our target market is working women in Singapore from 20s to 50s. We assumed that women like our products and rich women could afford to buy our products.

We visited Singapore in January. The purpose of our visit is knowing women's needs, the differences of preference between religions and asking Atomi, the variety shop, about our plan.

First, we asked women in Haneda airport, Chinatown and Singapore University two questions. We showed two pictures of Tsugaru Vidro. One is a colorful vidro named Nebuta and the other is a simple colored vidro named Yayoi. Then we asked "Which design do you like? Next we asked them, do you know about diffusers? Because we wanted to know whether people are familiar with diffusers in Singapore. When we asked the first question at Haneda airport, 80% of them chose Nebuta and 20% chose Yayoi. The opposite result occurred when researching in Chinatown, in Singapore University, 66% chose Yayoi, and the others chose Nebuta. And at all three places, almost all the people knew diffusers. Actually, some of them had used them.

Second, we visited Atomi and introduced our plan. We got a lot of advice from the Atomi's managers. She told us that Singaporeans protect themselves from mosquitoes

by using cheap ways such as sprays and creams. So, vidro is too expensive to protect them. But we can sell vidro as its original tended use for example, vases, glasses, and so on. Singaporeans tend to think Japanese products are good so they buy them however expensive they are. And we learned that Chinese people like pastel colors as we mentioned. The manager's opinion was that Yayoi would be popular especially among young Chinese people. Chinese people in Singapore like pastel colors. Chinese people will think the pastel and simple is very Japanese. Then, she said we should define the target more clearly because each generation has a difference tendency. From our Singapore research, we decided to change our target. We thought working women in Singapore from 20s to 50s was too wide. So, our new target is working women in Singapore from 20s to 30s. In addition, we want to sell them to restaurant. If they use this product, they can protect themselves from mosquitoes and make good atmosphere. Young women often have blog's site or SNS accounts, so we can spread the information by using networks. Also the design is a simple one because the number of Chinese in Singapore is large. In order to realize our plan, we have to discuss it more and more. And we hope to make Singapore a more comfortable. Moreover, we want to everyone to know about Aomori.

Acknowledgments

I was able to finish write this thesis only because of a lot of support and advice. I have to thank those people who have helped a lots the way. Starting at the beginning, I would like to thank Mr. Taima who advised me more and more time and taught as a way to give presentations and the core to speak English in front of audiences and Ms. Nakanowatari who talked us about our plans, made new plans with us, and revised my clumsy English.

Moving next to the final stages of this work, we give our warm thanks to the members we went to Singapore with. I got a lot of energy from them. We had many hard tasks and faced many difficulties. I could have not overcome them without them. To complete this thesis, I experienced a lot of things; field work, presentation and so on. I'm grateful to the audiences of our presentations for their questions and comments. I thank the following for their help with data. They are a designer, Kwamura Masahisa who lived in Hirosaki, and schoolgirls in Singapore high school.

Finally, this thesis would never have been completed without the unfailing support of our friends and colleagues, and most important all our families. They helped us at all time. Thank you very much!

Abstract

This thesis deals with the question of which packages are accepted well in Singapore using English Toast packages as a sample, so we prepared six patterns of packages and researched about them. Learning about the way of indicating information on food packages, we decided to make a pamphlet.

Body

First, I will show you the results of research we asked several questions, on Neo Romanthica, a cruse ship. We had a hypothesis that a popular package is a colorful one. We brought two types of packages now on sale. Please look at picture 1.

Picture 1



We asked foreign visitors which package do you like ? They answered that B was better. We thought A may be popular, because B was less colorful than A so I was so surprised. People who said B was better said they could see inside clearly what is inside. A is so colorful and cute, but they don't understand. Therefore, we decided to use a clear bag. Second, we will show you our research in Singapore. We prepared six patterns. I will explain them. (Picture 2)

Picture 2

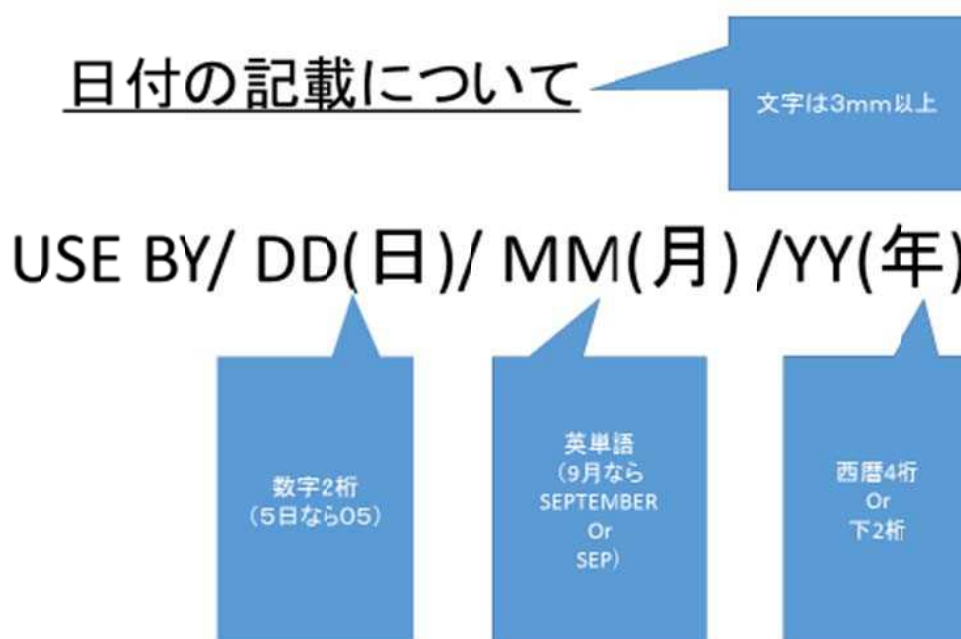


Please look at the top three. They use orange, red and yellow stripes. Next, please look at the bottom three. They use orange red and white stripes. We used three pattern pictures, too. These pictures are the flag of England, two pictures of Nebuta, which were cut round or square.

The package people chose was package 6. Why was the package popular? We asked the reason. There were two reasons. First, the rounded picture of the Nebuta provides a soft impression, because it doesn't have corners. Moreover, it has an Aomori-like atmosphere, so we found it is important for the packages to use a picture suiting the products. Second the color of stripes was important. When we researched, we found that Singaporeans like warm colors, so we thought orange, red and yellow stripes would be popular, but what is popular is orange, red and white stripes. The reason is simple. The white color makes the words easy to read. Moreover the other three colors have a vivid contrast. Therefore we found that it is important for the packages to be easy to read and suit the color of the product.

Third, we will tell you about making a pamphlet. We learned a lot of information about food indication, so we decided to make a pamphlet to spread information of food indications to a companies which want to export to Singapore. I will show you a part of the pamphlet. Please look at picture 3.

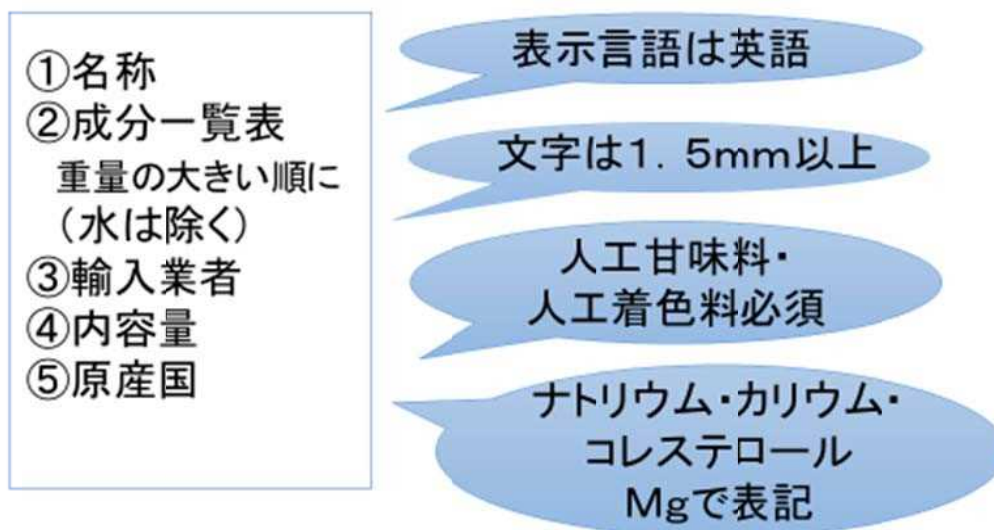
Picture 3



Singapore has a lot of rules. For example we must use English and a font more than 1.5mm, indicate all artificial sweeteners and coloring and potassium, sodium and cholesterol must be indicated by mg. Moreover, please look at picture 4.

Picture 4

シンガポール輸出用の食品表示について



The way of indicating use-by-date is also decided. In Singapore, its written as: “USE BY /DD (Day: It’s a number in double figures.) /MM (Months: letters from the month. For example September, it must be indicated SEP or SEPTEMBER.) /YY (Year: A.D. number in double figures).

We want to distribute this pamphlet to companies. When we joined a workshop, we learned that there is many companies which want to export their products to Singapore. We hope economy of Aomori will develop in the future by using our research.

References

https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07000086/shingapor.pdf

JETRO シンガポールセンター/ Nov.2008 /シンガポールにおける加工食品の輸入制度

http://www.caa.go.jp/foods/pdf/syoku_hyou_all.pdf

消費者庁/ Jun.2016 /知っておきたい食品の表示

http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/pamphlets/pdf/jas_1606_all.pdf

消費者庁/ Jun.2016 /早わかり食品ガイド 事業者向け

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_kikaku/pdf/halal_tebiki.pdf

農林水産省/ Feb.2015 /ハラール食品輸出に向けた手引き

http://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/k_gaikyo/attach/pdf/sgp-2.pdf

農林水産省/ Feb.2015 /国、地域別の農林水産物、食品の輸出拡大戦略

<http://www.caa.go.jp/foods/pdf/syokuhin881.pdf>

消費者庁/ May.2012 /Tell me, Mr. Label!

The possibility of Aomori Ai

3224

ABSTRACT

- Topic1

I will tell you the reasons why I introduce Aomori Ai. In addition, I interviewed a lot of people about Aomori Ai.

- Topic2

I received a lot of advice in Singapore. However, it was a tough time for me because I found it difficult to sell my product. It was not until I visited a place that I realize what the real problems were.

- Topic3

I decided to make a new product, Aizome shawls. I will tell you about it and the problem I should solve.

Topic1

Aomori Ai is indigo cultivated in Aomori. I thought that we can solve the problem that “Aizome”, our traditional craft is dying out by using Aomori Ai.

“Aizome” is a cloth dyed with indigo. Indigo has many traits which are useful in our lives. First, it gets rid of bad smells. Second, it protects a person from ultraviolet rays and insects. Third, indigo has an antibacterial substance, “Toriptansurin”. In addition to these, it’s more difficult for Aomori Ai to lose its color than other indigos. According to the book, some of these traits were valued in the Edo period. Furthermore, Dr. Kawakami’s research in Hirosaki University proved “Toriptansurin” is an antibacterial substance that can control

skin problems like dermatitis. In fact, the ability of an antibacterial substance guaranteed by scientific technology.



Therefore, I thought that Aizome would be useful for women.

I interviewed women to examine my hypothesis.

In Shinmachi in Aomori city, I asked some questions relating to the traits of indigo.

“Do you pay attention to:

- smells like sweat and kitchen garbage
- ultraviolet rays
- skin problems?”

I also asked visitors from abroad the same questions when a luxury liner came to Aomori.

I found women around the world paid attention to smells, ultraviolet rays, and skin problems.

Thus, I decided to sell Aizome products in Singapore to expand the market of Aomori Ai.

First, I focused on religions because I heard it was difficult to sell products which were not familiar to customers. I decided to sell hijab dyed with Aomori Ai. Hijab is a cloth to cover the head of Muslim women. Nowadays, we can see a variety of hijabs. In fact, I saw many kind of hijabs in Singapore. I thought I can solve not only our problem but also women's worries in Singapore by selling hijabs of Aizome.

In Singapore, the number of Muslim women is about 360,000. I decided the price of a sample I made is 3000yen by referring to the same product in Japan. The sample is a meter square. This material is cotton. In Singapore, this product is 75dollars because I also have to add shipping costs to the production and material costs. 75dollars is about 60yen. I expect 0.1% of Muslim women would buy this and I could get about 2,880,000yen.

I interviewed Ms.Fuji, who is a representative of “あおもり藍工房” about my plan.

She said “ your plan sounds like fun because you use the charms of Aomori Ai. I want people around the world to know Aomori Ai.”

Topic2

I took the sample to Singapore in order to find how Singaporeans would react to the product. In 南洋 high school and Singapore University, I introduced my product, Aizome hijab, and asked people about it.

They didn't know Aizome. When I asked which design they liked better, simple or showy, most of them answered the simple one. In fact, when I went to Takashimaya, which is one of the most famous department stores. According to a clerk, simple designs are popular among people in Singapore now.

Furthermore, the staff of Takashimaya said that Singaporeans would feel the price I set is expensive because they don't know about

Aizome. In fact, the price of hijab is from 29dollares to 49dollares in Arab street in Singapore. Moreover, hijab should be made of silk, but my sample is cotton. Silk is more expensive than cotton. I thought it was difficult to sell my product.

However, they gave me a proposal. It was to make shawls. According to their advice, people in Singapore feel cold due to air conditioning. A lot of women use shawls all day.

Topic3

Judging from these result, I decided to sell shawls dyed with Aomori Ai. If I changed the kind of cloth, it costs less than previous one. I made shawls which have a width of 0.5 meters and a length of 1.7 meters. The material is rayon which can keep warm. The price of rayon is about 700yen for this size. The production cost is 1,000yen. The shipping cost is 700yen by using “the Japan Post”. Therefore, the price of this product became about 40dollars in Singapore.

Next, I changed the target. The target is well-off women because this product is more expensive than other products. About 122,530 households are the wealthy class. If one of household has a married couple, the number of women about 122,530. If I expect 1% of them to buy my product, I will able to get about 6,247,500yen .

However, I have to think about publicity to expand the knowledge of Aomori Ai and Aizome. Though I want to exhibit my product in department stores in Singapore, and advertise it by using SNS like Facebook, I don't decide how to introduce the product exactly yet. I want people around the world to know the charms of Aomori Ai and Aizome. For example, the process of dyeing and its producers. I hope the recognition of Aomori Ai will expand around the world.

Acknowledgment

Thanks to a lot of cooperation, I am able to continue to research this project. This project represents the results of a long-standing collaboration. Therefore, I should thank those people who offered their kind help.

Promotion Video Project in HIROSAKI Cherry Blossom Festival

I

Acknowledgments

Advice and comments given by Mr.Yamamoto and Ms.Aoyama has been a great help.

Abstract

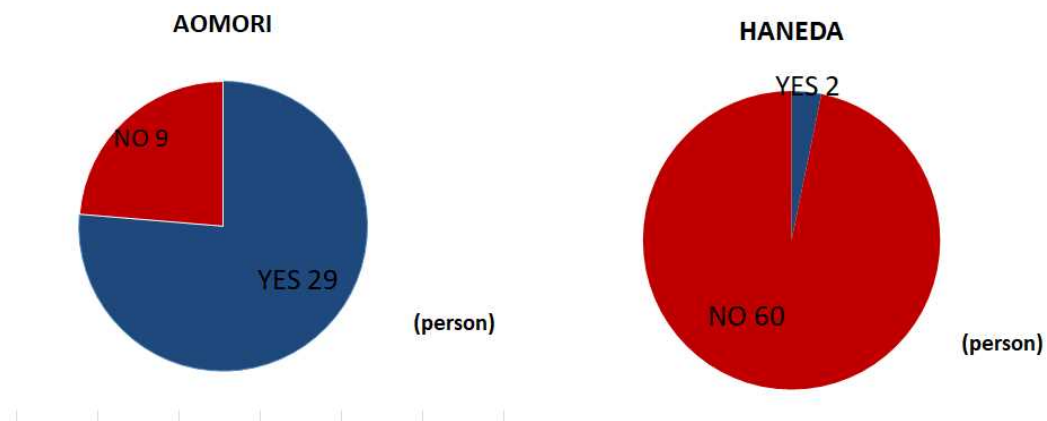
We researched about HIROSAKI Cherry Blossom Festival. We thought that if foreign people saw a promotion video about HIROSAKI Cherry Blossom Festival, they would have more interest in it. The reason why we expected this is that many foreign people don't know anything about HIROSAKI Cherry Blossom Festival , so we need to spread information about it. It is the first and vital step to attracting more people. There are two reasons why we used a video to spread into about it. First ,we asked foreign people in Aomori city the question, "How did you learn about Japan before you came to Japan ?" Many people said that they saw information on a web site, Japanese TV program or advertisement. Second a movie can share information visually. In recent years , the Internet has spread rapidly the Internet. We plan to make promotion videos and to show them on the Internet. Next ,Why did we pick HIROSAKI Cherry Blossom Festival? This is because the number of foreign tourists to this festival is increasing year by year in recent years. In addition , there are a lot of characteristic spots in this festival. Furthermore this festival had its 100th anniversary in 2018 spring. Many foreign people can see the video and many of them may became interested in the festival.

Discussion

We expected that HIROSAKI Cherry Blossom Festival is not well known in other countries. In the interview at Aomori city and HANEDA airport, at the

former people knew the festival but at latter no one knew about the festival.
Some people knew Aomori prefecture.

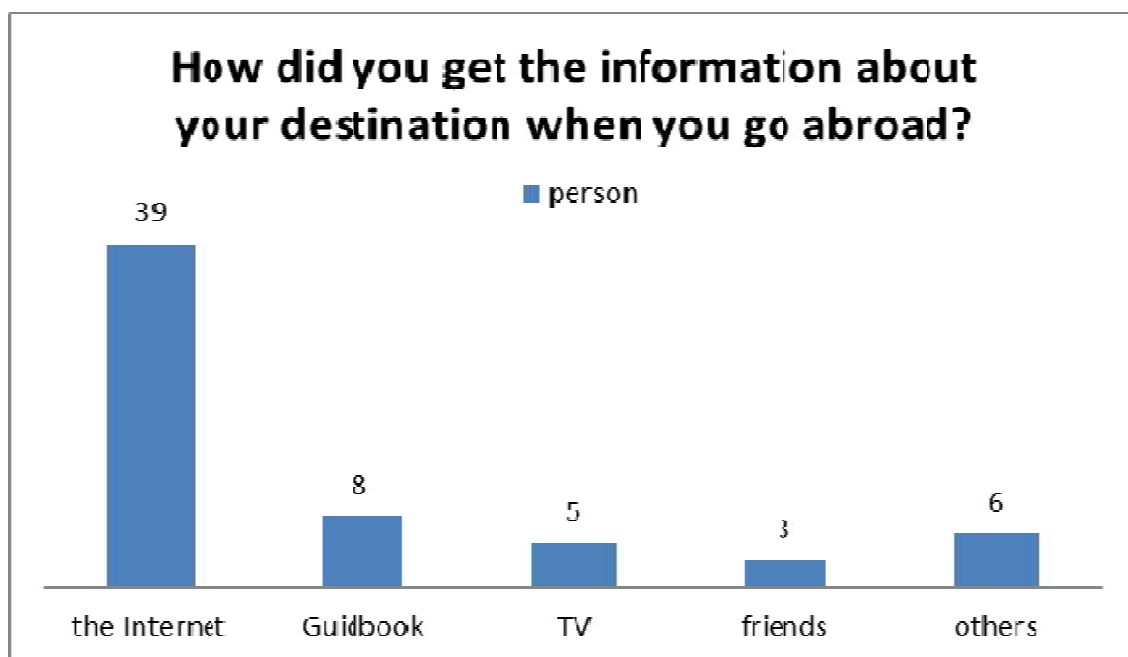
Do you know HIROSAKI Cherry Blossom Festival? (Figure1)



This graph shows that many foreign people who come to Aomori knew this festival. Among people who come to Aomori or sightseeing in Aomori this festival is famous. However, it is completely unknown to foreigners who are coming to Japan from abroad. As a result of the interview the HIROSAKI Cherry Blossom Festival is not well known to foreign people, but even though people who don't know it, many know of cherry blossoms. Therefore we need to spread information about it.

Method

We wondered how should we spread the information. As a result of the interviews at HANEDA airport, the following such results were obtained.



(Figure2)

According to this data, many people use the Internet. In addition, people who get information from the Internet read article, FaceBook , Twitter or watch YouTube. WE made videos for them to tell concise information. We visited Japan Tours in Singapore, to show the contents of our video showcasing the characteristics of HIROSAKI Cherry Blossom and the history of the festival. Flower petals spread across the water in a moat that looks like a raft. This called HANAİKADA. There are also blossoms illuminated at night and a hole in the company the shape of a heart. HIROSAKI Cherry Blossom has more petals than normal blossoms. There are key characteristics of this festival. This festival reached its 100th anniversary in 2018. It has a long history. We asked Japan Tours how to improve our video. Mr.Yamamoto who works in Japan Tours said "foreign people want more information. Specifically you should add the information about the cost, access ,food, and information around the place where the festival is held. Therefore we added the information about how to go there, how much the cost is to go to HIROSAKI, and what food we can eat in the festival.

Conclusion

We made promotion video about HIROSAKI Cherry Blossom Festival. Moreover when we went Singapore we showed some people living in Singapore. We could not spread the video, so we would like to think about how to spread it

and we want to make videos of other languages so that many people can see it.

References

<https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kkokusai/kanko/files/H28toukei.pdf>

「弘前城雪灯籠まつりを中心としたツアーで外国人観光客を呼び込む」

1 ゼミ 3301

1 序論

冬になると青森への観光客数が夏に比べ著しく減少するということを解消するために弘前城雪灯籠まつりを中心とした台湾人観光客を呼び込めるようなツアーを考えました。具体的なツアーのないようとしては、宿泊する旅館は南田温泉アップルランドです。ツアーは二泊三日の予定です。ツアーは1日目の午前に台湾の台北空港から飛行機で青森空港に到着し、バスで弘前までに来てもらいます。午後から本格的にスタートし、まず夜に弘前城雪灯籠まつりに参加してもらいます。二日目には午前に百沢スキー場でスキー、スノーボードを楽しんでもらい、午後には旅館で金魚ねぶた作りなどをしてもらい青森の文化を体験してもらいます。最終日の三日目の午前には弘前市の町をショッピングしてもらい、弘前市にたくさんあるアップルパイの店を回ってもらい、ツアーは終了となります。今回のツアーの広告方法としては、東アジアの方々が多く利用しているツイッター、フェイスブックなどの SNS を利用します。そして、弘前市に訪れた台湾人の方々にパンフレットを配ります。

ツアー日程	1日目	2日目	3日目
午前	移動	スキー体験	ショッピング
午後	祭り参加	文化体験	移動

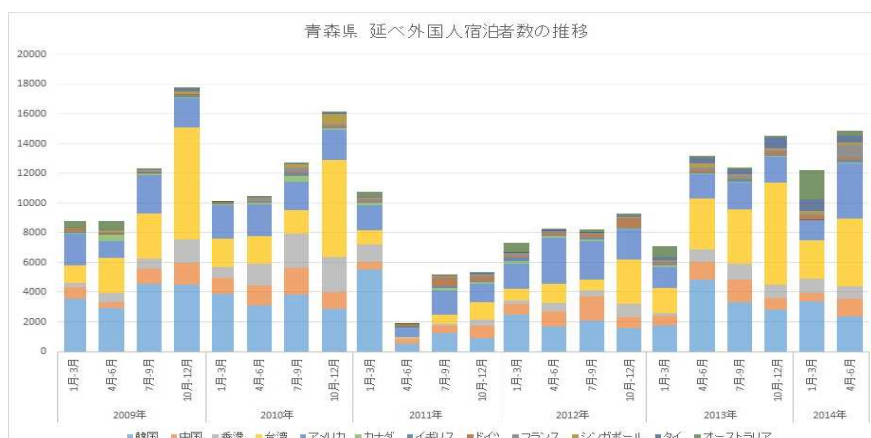
2 論点

(1) ツアーの内容を弘前城雪灯籠まつりを中心とした理由

・他のツアーとの差別化を図るため、ほかではなかなか見ることのできない「雪」と「城」のコラボで多くの観光客を呼び込もうと考えたからです。なんといっても、今回のまつりはライトアップされた幻想的な雪灯籠が見所です。弘前市もそれを一番の魅力としています。また、運が良ければ冬の桜も見ることができます。

(2) ターゲットを台湾人にした理由

・下図のように一つは青森に来る外国人観光客の内台湾人の観光客が一番多いからです。もう一つの理由は、台湾人の観光客の方々はリピーターが多く、地方に足を運んでくれるからです。



(3) 宿泊施設を南田温泉アップルランドにした理由

・南田温泉アップルランドには外国人にとっても人気があるきれいな和室があり、台湾人の方に日本の文化を感じてもらえます。また、南田温泉アップルランドには青森の名物である「りんご露天風呂」があるからです。この露天風呂には温泉の中にたくさんのりんごが入っており、このことによって、りんごの香りと成分が心と体をリフレッシュさせ、美肌効果があります。



(4) ツアーを二泊三日とした理由

・台湾人は、平均月収が約15万円と低所得なため、長期的な高額なツアーを避けるためです。

(5) スキー、スノーボード体験をしてもらう理由

・二日目の午前に予定している百沢スキー場でのスキー、スノーボード体験については、台湾人にとっては、「雪」というものは、とても珍しいという認識があり、また、台湾人はアクティビティをととても好んでおります。

(6) アップルパイの店を回ってもらう理由

・台湾に輸入するりんごのうち、95%は青森産のりんごです。台湾人は青森のりんごを高く評価しているため、その青森産のおいしいりんごをアップルパイという形で台湾の方々に頂いてもらうためです。

3 今後の課題

今後の課題としては今のところツアーの予算を25000円としていますが、この予算が妥当かどうか考える必要があります。今回のツアーにはボランティアの通訳を雇おうと思っていますが、ここで、大きな問題があります。アジアの方々は繁体字または簡体字を使用しています。繁体字は台湾、シンガポール、マレーシア、タイの人々が使用します。その他の国では簡体字を使用します。今回使う繁体字についてですが、繁体字のなかにもいくつかの種類が存在します。また、中国人や台湾人はこれらの言語の違いにとっても敏感であるため、慎重に考慮する必要があります。

4 謝辞

神さん（アスパム観光課）

清藤さん（弘前観光コンベンション協会）

5 参考文献

弘前観光コンベンション協会

www.hirosaki-kanko.or.jp

一休 com

www.ikyuu.com

宿泊旅行統計調査でみる東北の外国人観光客事情

<http://d.hatena.ne.jp/takerunba/20141010/p1>

南田温泉アップルランド

www.apple-land.co.jp

りんご酢で Health & Beauty

1ゼミ 3106

＜研究内容＞

私たちは、「Health and Beauty with Apple Cider Vinegar」のテーマのもと、経済発展が目覚ましいシンガポールが抱える健康問題への対策としてりんご酢を提案し、現地で輸出・販売することを目標に研究を進めてきた。シンガポール人が抱える具体的な健康問題と、青森りんごを使用したカネショウのりんご酢特有の効果に着目し、解決策を考えてきた。

＜研究背景＞

現在、シンガポール人の多くは、急激な経済発展による不健康な食生活や運動不足が原因で、肥満や糖尿病などの生活習慣病を患っている。この問題を解決するために、カネショウのりんご酢が最適だと考えた。なぜなら、カネショウのりんご酢は、青森りんごを丸々使用し、さらに独自の発酵製法で作られるため、他のりんご酢よりも成分が凝縮されていて、生活習慣病への効果が期待できるからだ。

シンガポールは、肥満も糖尿病も10人に1人という非常に多くの数の人々が健康問題を抱えているという統計が出ている。シンガポールで販売する際には、現地の人々が製造の工程やカネショウ特有の効果から安心・安全であることを理解できるという点で、サプリメントなどの市販の健康食品と差別化を図ることで、売り込みに有利になるだろうと考えている。

＜りんご酢について＞

カネショウのりんご酢はりんごポリフェノールを豊富に含んでいる。これは、体内の脂肪の蓄積を抑制し、血糖値の上昇を抑える効果がある。これらの効果により、肥満を予防し、糖尿病の発症を抑制することができる。また、美白効果、便秘解消、安定した睡眠など、多くの美容効果も与えてくれる。シンガポールは経済成長が目覚ましいため、それに伴って人々は仕事や勉強で忙しいのが現状である。そして、健康問題を改善するために今までの生活習慣を大幅に変えてしまうということは非常に難しいことである。カネショウのりんご酢は、その生活習慣を大きく変えることなく、りんご酢を1日の目安分飲むだけで手軽に生活習慣病に働きかけることができるため、現在のシンガポール人にはう

ってつけだと思っている。

カネショウこだわりのりんご酢醸造

りんごのすりおろし

津軽の国産完熟りんごをすりおろし
これを発酵させるのが独自製法！

完熟りんご
100%!

もろみ発酵

すりおろした
果肉も一緒に
アルコール発酵



圧搾

発酵した ” りんごの酒もろみ ” を、
丁寧にしぼります。

低温熟成

おいしいりんご酒を
さらに低温熟成！



酢酸発酵

低温熟成させた
りんご酒を
静置酢酸発酵させて
りんご酢の完成！



さらにひと手間！

長期木樽熟成

木樽の中でじっくりと、
津軽の気候と共に長期熟成



この熟成により、
他では味わえない、まろやかでコクのある
素晴らしい味わいに仕上がります。

濾過・殺菌



完成まで

**180 日間
以上**

参考文献 <http://ringosu.com/dekirumade.html>

このように、一般のりんご酢は完成まで10日ほどを要するが、カネショウのりんご酢は完成180日間という長い期間をかけて醸造されている。二度の発酵と長期間のたる熟成を経て、豊富なりんごポリフェノールと他のりんご酢では味わえないコクとまろやかさが凝縮されている。現地の人たちに味を売り込むことは難しいが、こだわりの製法により保障された味、効能や安全性、ブランド力を売り込んでいきたいと考えている。

<課題>

これからは、輸出経路、輸出にかかるコスト、販売の仕方を計画することが

課題だ。販売の仕方については、りんご酢は、性別・年代を問わず毎日飲みやすいため、性別・年代、家族構成に合わせたレシピ（ジュースやヨーグルト、お酒で割って飲むもの、炒め物の隠し味など）を提案したパンフレットを同封して販売しようと考えている。また、販売する百貨店や日系デパートなどでは、よりカネショウのりんご酢の効能を伝えるためにポップなどを作ったり、日本のブランドを売り込むため、日本らしい落ち着いたパッケージで目を引くようにしたりしたいと考えている。

また、輸出経路に関しては、海上輸送か航空輸送かも決めていない状態のため、食品を輸出する際の関税などを調べた上で丁寧に計画していきたいと考えている。輸出にかかるコストを考えると海上輸送のほうが1kgあたりの料金は安く、保存もきくため、海上輸送を考えている。実際に班のメンバーがシンガポール研修に行った時、「りんご酢はシンガポール人の口に合う」、「1本約3000円/24\$で販売することが可能だ」など、多くの具体的で前向きな意見や感想を現地の人たちから聞くことができた。現地の意見をもとに輸出・販売計画を練り、青森県の知名度を海外にまで行き届けさせ、最終的には外貨の獲得を目指して、研究を進めて行きたい。

<参考文献>

カネショウりんご酢の製造工程

<http://ringosu.com/dekirumade.html>

カネショウりんご酢を使った料理レシピ

<http://ringosu.com/recipe/>

カネショウりんご酢のおいしい飲み方

<http://ringosu.com/recipe/ringosu.html>

私が所属する 1 ゼミは、青森県の商品をシンガポールに売り出すことが目標である。

そこで、「あおもり藍」という工芸品に着目し、「あおもり藍製品を販売する対象をさらに広めることで利益を生み出せるのではないか」との仮説を立て、昨年度から研究を行ってきた。

本稿では、平成 30 年度のプロジェクト学習の時間や班員の校外活動で進めることができたテーマについて記す。

(1) 本論への補足と導入：前年度までのあおもり藍についての情報

あおもり藍産業共同組合が独自に開発した染料生成・染色技術である「あおもり藍」は、

- ① 抗菌性・防臭性・防虫性・ UV カットといった従来の藍染めの効能
(あおもり藍産業協同組合 HP より)
- ② 無農薬栽培であるためにポリフェノールが多く含まれ、優れた抗酸化力とコレステロール低減効果がある
- ③ あおもり藍としてロゴマークが商標登録され、1 つのブランドとして確立している
- ④ 日本工業規格染色堅牢度試験において 17 項目中 14 項目が 4.5～5.0(1.0～5.0 の 9 段階中上位 2 段階)評価、従来の製品に比べ色落ちしにくい
- ⑤ 藍の葉のパウダー化の開発の成功により、藍の色・品質の均等化
→生産に必要な期間が 1/20、量産化が可能

といった特性から、様々な場面において活用されてきた。

《あおもり藍の実際の活用例》

- BLUE TOKYO (青森大学新体操部 OB によるパフォーマンスユニット) への青森県出身デザイナーとコラボした衣装提供
- 「イートファン」とコラボした「あおもり藍フィナンシェ」
- 「藍消臭 Safeeco」藍の抗菌・防臭性を生かした消臭スプレー
- 2010 年宇宙飛行士、山崎直子さんの船内着に採用 (スペースシャトルに搭載)

さらに前述の仮説を発展させ、これらの多機能性や沢山の事例からあおもり藍の製品をシンガポールにも売り出せるのではないかと考え、シンガポールのニーズを想定した上で以下の商品プランを提案した。

(2) 商品プラン

① 文化からのニーズへの対応

商品 1. あおもり藍ヒジャブ（サイズ：1.0m×1.0m）

（イスラム教文化圏でムスリムの女性が着用する、頭髪を覆い隠すためのスカーフのような布をあおもり藍で染色し、抗菌性・防臭性・防虫性・UV カットといった付加価値をつける。）

経費

3400 円（国内価格）×2（海外輸送費）＝6,800 円（約 80 ドル）

ムスリム女性の 0.1%に販売すると仮定した時の売り上げは、288 万円。



↑さまざまな色のヒジャブを着用したインドネシアのムスリム女性たち

（Wikipedia「ヒジャブ」 <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/ヒジャブ> 記事より）

② 気候からのニーズへの対応

商品 2. あおもり藍消臭スプレー（内容量：90ml／1,150 円+税・240ml／1,750 円+税）

（既製品。高温多湿の地域での臭いの悩み解消のために、自然由来の成分でペットや小児の健康面にも影響のない使い勝手のよい消臭スプレーとして販売する。）

(3) 班員の調査結果

班員の活動は、以下のように進んだ。

① 藍染め体験

あおり藍工房にて、実際に藍染めを行った。

藍には無数の柄・色合いが存在すること、1.0m×1.0mの布ではヒジャブとしては小さく、扱いづらいために長方形が適していること、地道な作業が淡々と続くことが感じられた。

一方で、シンガポールでの藍染め体験の企画も検討していたが、染色液は独特な匂いを持っていたため店内で行った際には強い匂いが充満し、苦手と感じる人も少なくないのではないかと意見も出た。

② 1年フィールドワーク

一年生の班員に、企業を訪問してもらい、現時点において挙がっていた疑問や相談、意見交換を行ってもらった。

一つ目は「二階堂 イートファン」だ。商品の一つであるあおり藍フィナンシェは、あおり藍を使った外国への土産として開発されたという背景を知った。

二つ目は「あおり藍産業協同組合」である。消臭スプレーは既に海外へ輸出を行っていることが分かった。そしてヒジャブの販売についての意見を伺ったところ、藍は日光による色落ちがしやすいため、藍の消臭効果などの成分のみで染色する手段もあることを助言して頂いた。

③ シンガポール研修

二年生の班員一名が現地に赴き、取材を行った。

南洋(ナンヤン)高校とシンガポール国立大学での聞き込みからは、藍染めの存在自体を知らない人が多く、華やかで派手なデザインよりもシンプルなものを好む人が多いことを知った。

アラブストリートにおけるヒジャブの価格の相場は29～49シンガポールドルであり、80ドルでの販売を考えていたヒジャブは、あおり藍の価値を知らない人には高いと感じられるであろうことが予想された。また、ヒジャブの素材はシルクが主流で、コットン地を想定したサンプル以上に高くなることが判明した。

シンガポールに店を構える「高島屋」にてヒジャブの商品プランを伝えたところ、シンガポールの冷房は寒いほど効いているため、女性が持ち歩くというショールやスカーフを、あおり藍の染め物で開発することを提案して頂いた。

(4) 考察・まとめ

以上の調査結果から顧客はシンガポールの富裕層の女性、推定 122,530 人（1,225,300 世帯の 1/10 が富裕層であり、一世帯当たり一組ずつ夫婦がいると仮定）に対し、ショールやスカーフ、ストールを売り込む方向に確定した。

宣伝方法は、訪問した高島屋などの大手デパートにて展示会を開催することや、face book を始めとした SNS を用いて商品や製造過程、生産者の紹介を行うことは考えているが、より具体的な広告方法の提案をどう行うかが今後の課題である。

謝辞

本論文を作成するにあたり、快く取材を引き受けてくださった「二階堂イートファン」、
「あおもり藍産業協同組合」、「高島屋」の方々、研究の一環としての藍染め体験をさせて
いただいた「あおもり藍工房」の方々、並びに校内でのポスターセッションの際に発表を
お聞きいただき、協力をお申し出てくださった筒井中学校の熊沢健一先生方に感謝の意を
示し、謝辞とさせていただきます。

参考資料

あおり藍産業協同組合公式サイト(以下 URL)

<http://aomoriai.com>

史料から考える

青森高校 3136

<序論>

1 研究の動機

私は、高校で入部した書道部でくずし字を学んだことがきっかけで古文書を解読することに興味を持った。また、所属している青森古文書研究会で史料を扱う過程で、古文書解読の難しさと奥深さを知った。さらに、この研究会で、東北では東日本大震災以降、歴史的史料から災害を学ぼうとする活動が活発になっていることを知り、過去、青森で起こった地震を例に史料と災害との関わりについて調べるに至った。そこで、青森で過去最大の内陸型地震といわれる明和の大地震について文献をもとに研究を進め、明和の大地震の被害が拡大した原因について考えながら、古文書や古記録などの史料を解読する魅力にも触れることができた。

<研究>

2 明和の大地震について

明和の大地震とは、旧暦の明和3年(1766年)1月28日午後6時頃(現在の暦で3月8日)に起きた大地震で、震央は浪岡、板柳、黒石、弘前の交わる地点でマグニチュードは、7.3～7.5である。震度は津軽半島東側で6、その他の津軽全域、秋田領北部、下北半島南部、平内、野辺地地方が5である。また、この地震で活動したと考えられる断層は「津軽山地西縁断層帯」であると考えられる。津軽山地西縁断層帯は、五所川原市から南津軽郡浪岡町に至る津軽山地西縁断層帯北部と、青森市南部から南津軽郡平賀町に至る津軽山地西縁断層帯南部からなるものであり(図1より)、この断層は明和の大地震以来活動していないうえ、地震の発生確率と平均活動間隔は今のところ分かっていない。

弘前市立図書館蔵の「要記秘鑑」には、明和の大地震での圧死者101人、焼死者84人となっている。それに対し、「国日記(明和3年2月6日条)」にある御仮屋・安方御蔵の被害には、圧死者147人となっていて、焼失家・潰家の軒数があっていなかった。さらに、「太平家日記」で「御国御草創以来ノ大地震」と記されているように、青森県の中でも類を見ない程、規模の大きい内陸型大地震だったと言われている。

3 明和の大地震の被害拡大の原因について

私は、明和の大地震の被害が拡大した原因として以下の2つを考える。

- ① 地震が発生した日の天気
- ・ 地震が発生した時間帯

① 地震が発生した日の天気について

明和の大地震が起きた日である、明和 3 年 1 月 28 日の天気は「晴れ」だったという記述を八戸藩史の中から発見し、「国日記」から「快晴」という記述を発見した。また、青森市消防史に「此日天気にて時分柄雪厚くも森林に霞かかり、一入春めきたる事に有之。」とあることから地震が起きた日の天気は「暖かい晴れの天気」だと推測できる。また、1765 年から 1766 年にかけての冬は豪雪だったため、屋根には雪が多く積っていたことが、倒壊被害を進めた原因の 1 つであり、圧死者が増えた原因だと考えられる。

また、明和地震後、この地震がきっかけで城内、城下では屋根の雪下ろしが慣例化したようで、教訓として生かされているようだ。

・ 地震が発生した時間帯について

明和の地震の死因の多くは、焼死と圧死と言われている。この地震が起きた時間は午後 6 時頃(酉の刻)に起きている。阪神淡路大震災と同じく食事の準備をする時間、火を使う時間帯に地震が重なってしまったことがもう 1 つの被害拡大の原因だと考えられる(阪神淡路大震災は朝に起きているが、食事の準備の時間帯に地震がかかっているという点で同じであると考え)。

また、これは私の憶測に過ぎないが、3 月という時期の青森は例年寒い日が続くため、暖をとるためにも火を使っていたのではないかと考える。

4 地震後の藩の対応と現在の被害予測について

明和の大地震後、まず弘前藩が行ったことは、飯米給与などのとりあえず民衆が生き延びるための策だった。これは、震災 2 日後のことであり、対応の速さが伺える。また、家を失った民衆が住むための仮の小屋を建てる事も許可した。その他にも、被災した座頭らに御救米を下付すること、復興のために蛸貝町に仮橋を建設した等の記録が残っている。余談ではあるが、この地震で青森高校の近くにある堤川にかかっていた橋(当時は堤町大橋と呼ばれていた)も破損していたことが青森消防史から分かった。地震の起きた範囲が狭いわりに被害が大きかった地震であったといえるのではないか。

現在のこの地震が起きた場合の被害予測について弘前大学によって研究されたデータの一部を抜粋すると、現在、明和の大地震と同じ想定内陸型地震が起きた場合を想定したときに被害を受ける建物の棟数については以下の通りである。

項目	現況	被害予測結果		被害率
木造建物	762,148 棟	全壊 1,125	半壊 4,427	0.44
R C 造建物		全壊	半壊	
※	12,191 棟	21	4	0.19

鉄骨造建物	75,046 棟	全 壊 524	半 壊 53	0.73
ブロック・ 石塀	264,490 棟	1,851		0.70

勿
論、
天
気
や

季節によって被害の状況は変化すると思うが、青森で現在この地震が起きるときの建物の被害率は1%にも満たないという予測になっている。だが、この地震によって黒石市周辺や浪岡町周辺では液状化の危険性が同じデータから高くなることが分かった。

※RC 造建物…鉄筋コンクリート造(Reinforced Concrete Construction)の建物のこと。建物の骨格に鉄筋を配置し、コンクリートをうちこむ工法で造った建物。

5 古文書学習の魅力と今後の課題について

今回は所属している研究会での話を機に明和の大地震の被害拡大の原因について調べた。しかし、私はこれまでに「五人組前書」や「初産着貫覚」、「医師様御薬控」などの人の人生にかかわる古文書や、「農会社規則」などの郷土史料をNHK通信古文書講座や研究会の手を借りながらではあるが解読してきた。その中で、完全に習得するためには10年かかるとも言われていわれている古文書の解読は、まだ始めて3年しか経っていない私にとっては難しく、1つの平仮名にも数種類の漢字が使われて書かれるため読めない字があることも多く、圧倒的な経験と実力の不足を感じている。しかし、今回1人で文献をもとに地震について調べたことで、古文書を解読することの大切さや魅力を再認識することができた。私が考える古文書解読の魅力の1つに、「歴史を多角的に捉えることができる点」がある。古文書からは、歴史の教科書には載っていない、学校では習うことのない詳細な歴史を学ぶことができる。また、歴史的な人物の性格や気質などの人間的な部分を読み取ることができることも魅力だ。例えば戦国時代の古文書を例にとると、真田幸村はある手紙で「自分は病気がちで歯も抜け、白髭ばかりである」と自分の老いを嘆いたという。さらに、伊達政宗は酒の席で部下の頭を叩き、反省の手紙を書いている(現代ではパワハラで問題になるだろう)。古文書を解読することで歴史の詳細を理解し、自分なりの歴史の解釈を持つことができる。これが、古文書を学習することの魅力であり、難しい部分ではないかと考える。これから、大学で歴史を学ぶ過程でさらに様々な古文書に積極的に触れ、古文書を利用して民衆の生活や都市の変遷について学んでいきたい。また、今回は文献をもとに主に研究を進めたので、フィールドワークや聞き取り調査など実際に地域の人と関わり、自分の目で確かめることができるような調査方法をやってみたい。



図1 津軽山地西縁断層帯)

6 出典

- ・「青森県地震・津波被害想定調査」
- ・「青森市消防史」
- ・「新青森県史 史料編4 近世Ⅱ」
- ・「津軽学」
- ・「八戸市史」
- ・「弘前藩庁日記」
- ・「要記秘鑑」
- ・ <https://www.jishin.go.jp>
- ・ <https://www.mext.go.jp>
- ・ <https://www.tobunken.go.jp>
- ・ <https://www.homemate.co.jp>

浅虫旅館冬ツアーについて

1 ゼミ 3137

研究要綱

近年、日本の旅館に宿泊することを目的として来日する外国人観光客が増加している。私はこのことに「どうして今、旅館に？」という疑問を持ち、旅館が外国人を惹きつける魅力、そして旅館を利用するの、青森県の産業活性化の策を考えた。

昨年、フィールドワークで浅虫温泉・海扇閣にインタビューしたところ、近年外国人、特に台湾人の宿泊が増えていて、1か月におよそ15組もの台湾人が訪れるという。しかし、冬になると外国人の宿泊はめっきり減少するようだ。そこで、青森県の観光業の活性化、浅虫温泉旅館の活性化を図るため、浅虫温泉旅館を拠点とした、青森冬ツアーを考えることとした。

そこで、私たちは提案するツアーのタイトルを、「どさ？旅館さ！」に決定した。「どさ？旅館さ！」とは、津軽弁で「どこに行く？旅館に行こう！」という意味である。「どさ？湯さ！」で広く知られているこの津軽弁であるが、青森らしさがある、また、短いため外国人ツアー客にも覚えてもらいやすいのではという理由から、私たちはこの言葉をツアーのタイトルとして設定した。

ツアー拠点；浅虫温泉・海扇閣

ツアー内容は、青森らしさをもちつつ、今までにないようなものを目指した。一日ずつ異なる温泉に入ったり、浅虫の人たちと日本の遊びを楽しんだりするというようなものだ。

今後の課題は、ツアーの値段設定である。海扇閣の方々と相談しながら決めていこうと思う。

本論

ツアー内容

<1 日目>

ツアー客が海扇閣に到着。

海扇閣とは、浅虫にある温泉旅館で、最上階にある大浴場からの景色や、毎晩行われる津軽三味線ショーが人気の旅館である。

また近くに駅があるため、海扇閣から各観光所まではすべて2時間以内で移動できる。

日本の伝統的な遊び(けん玉、お手玉、竹馬など)を楽しんでもらう。

↑ 地元の高齢者や、高校生のボランティアも一緒に参加

→日本人と交流することでツアーがより心に残るのではないか。

<2 日目>

雪遊び(雪合戦、宝探しなど)

↑ 台湾にはほとんど雪が降らない

→雪遊びは新鮮なのではないか。

お鍋を食べる

↑ 皆で一つのお鍋を囲み、つつくという日本文化を体感してもらう。

このツアーではターゲットが狭い範囲に限定されないよう、ターゲットの年齢範囲は定めていない。よって様々な年齢層の台湾人の参加が見込めるため、お年寄りがのどに詰まらせないように、もち入りのものは避け、また子供にとっては食べにくいであろう大きな骨入りの魚も避ける。

これらのことから、お鍋の具はすき焼きにすることにした。

茶道体験

<3 日目>

鱒ヶ沢でスキー体験

↑ 台湾人が訪日する目的の中で一番大きな割合を占めるのはスキー。

鱒ヶ沢のスキー場は初級・中級者向けのなだらかなコースがあり、スキーを滑っている様子を写真やビデオにするサービスも行っている。また、英語を話せるスタッフがいるため、ツアーに組み込むにはもってこいのスキー場だと考えた。

<4 日目>

青森県観光

1、ワ・ラッセでの金魚ねぶた作り

…青森の有名なねぶたを実際に作ることによってねぶたの緻密さや職人の丁寧さを肌で感じ、今後のねぶたの見方がさらに深くなるのではないかな。

2、浪岡での伝統的工芸品作り

…藍染めのハンカチを作る。青森の藍染めブランドである「あおもり藍」のハンカチづくりの工程を体験してもらう。自分で作ったハンカチを持ち帰りが可能なので、思い出に残る体験となるのではないかな。

☆ツアーの目玉

温泉巡り

…浅虫温泉の旅館で毎日違う旅館の温泉を楽しむ。

公告方法

パンフレット

…台湾の旅行会社にツアーのパンフレットを置いてもらう。

しかし、置かれているパンフレットの数が多く、その中から選んでもらうには絶大なインパクトと魅力、そして何より、台湾の旅行会社の協力が必要だ。

SNS

…特典を付け、情報の拡散を図る。

台湾で一番利用率が高い SNS は LINE。次に高いのは Facebook で、企業は Facebook を使って情報を拡散することがほとんどだ。

台湾の店には、ポスターを掲示し、そこに LINE の QR コードを載せている。

そこで私たちは、海扇閣の Facebook を開設し、LINE の QR コードもそこに載せ、LINE を登録することで利用できるクーポンを作ろうと考えている。

ターゲット設定の理由

(観光庁より引用)

1、2008 年から、中国、台湾、韓国の順に訪日旅行客数を一位から三位まで占め続けている。

2、平成 28 年訪日外国人旅行消費額を見ると、中国、台湾、韓国の順に一位から三位を占めている。

しかし…

- 3、訪日外国人観光客数の伸び率をみると、台湾のみが近年減少傾向にある。
→これらから、青森の冬とおもてなしという新たな組み合わせの魅力で台湾人を青森県に呼び込もうと考えた。
- 4、日本との距離が近い
→移動費の削減につながる。
- 5、訪日の目的が旅館に宿泊することだという割合が、目的別で5位と高い。

ツアー成功の見込み

台湾にはすでに、加賀屋という日本旅館が進出している。この旅館は「おもてなしを商品に」と掲げ、温泉には日本の慣習通り裸で入ってもらうなど、日本スタイルを徹底している。今では台湾では憧れの宿泊先となっており、予約でいっぱいだ。

→日本の旅館は台湾で需要がある。

まとめ

私たちの提案は、浅虫に観光客を呼び込むため、青森の自然を存分に取り入れた「どさ？旅館さ！ツアー」である。

現時点での想定予算は5万円前後だが、さらに海扇閣と協力して、より良いツアーを考えたい。

謝辞

最後に、これまでフィールドワークに協力していただいた海扇閣のスタッフの皆様、お忙しい中、ありがとうございました。

青森ヒバをシンガポールへ

3213

□研究背景

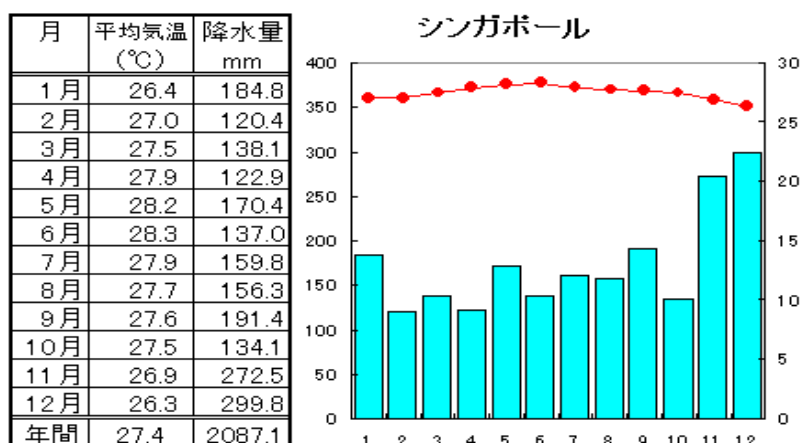
ヒバは、青森県の木であり、日本三大美林の一つでありながら知名度が低く、商品も少ない。そこで青森ヒバのヒバチップ、家具や加工品を作る際に出たおがくず、ヒバオイルなどを加工しシンガポールに売り出すことで、青森県に収益をもたらすという計画のもと、研究を始めた。青森ヒバは日本三大美林の一つであり、高い防虫性と防臭性を兼ね備えている優秀な木材であるため、その用途は広く、大きな可能性を秘めているのではないかと考えている。

□シンガポールの現状

ここでシンガポールの現状について述べたい。シンガポールは赤道付近に位置しているため、一年を通し高温かつ多湿である。(図 1)また、それによって発生する弊害も多々ある。

- ① キッチンやトイレといった水回りにカビが発生しやすい。
- ② シロアリ、ゴキブリ、ダニなど不衛生かつ病気を持ち込む可能性のある害虫が多い。

特に②の対策として現在シンガポールで行われているものは定期的な大規模な害虫の駆除剤を散布することであるが、健康面においての住民の心配も少なくない。また、シンガポールで現在行われているものとしては緑化運動が挙げられる。



□特性

青森ヒバの特性について述べる。様々な有効成分を保有しており、全国で生産されるヒバの7割は青森県産である。また、数多くの商品が出回っている。青森ヒバの大きな特徴は

- ① 高い抗菌効果を持っている。(図 2)
 - ② 高い防虫効果を持っている。(図 3)
 - ③ 耐熱、耐水、強度が非常に強い。
 - ④ リラックス効果のある香りがある。
- 大きく分けてこの四つである。

ヒバ油成分	
酸性油	中性油
カルバクロール	フヨブセン
ロージン酸	パラサイメン
ヒノキチオール	ジヒドロサイメン
β-ードラブリン	セドロール
その他	ウィドロール
	その他
酸性油 約5.0%	中性油 約92.0%

図 2

ヤマトシロアリ（職蟻）に対するヒバ油の殺虫活性				
〔室温、24時間処理〕				
薬量(mg)	処理虫数	生虫数	生虫率(%)	死虫率(%)
対照区	10	10	100	0
0.8	10	10	100	0
1.0	10	7	70	30
1.2	10	7	70	30
1.4	10	4	40	60
1.6	10	3	30	70
1.8	10	1	10	90
24時間後のLD ₅₀ は1.30mg				

図 3

□仮定と商品

上記のことをふまえて、青森ヒバの高い抗菌効果や防虫効果が、シンガポールの課題や不満を解決できるのではないかと仮定した。そこで提案したい商品は、ヒバチップを用いた防虫剤である。ターゲットはシンガポールの一般家庭、特にコンドミニアムの住民である。上記のシンガポールの現状と青森ヒバの特性より、この商品は非常に効果的であると考ええる。現在の害虫駆除の方法では健康面に心配があることに對し、ヒバチップは天然素材であるため、乳児やペットのいる家庭でもその心配は考えずに済む。また、この商品は、防虫だけでなく、同時に湿気を取ることもできる。さらに湿気を吸ったヒバチップは、水分により通常よりも香りを放つ。つまり、この商品ひとつで、防虫・除湿・芳香剤の三役をこなすことができるのである。青森県に利益をもたらしつつ、シンガポールに住む人々が直面する問題も解決できることがこの商品の強みである。

□課題と展望

今後の課題は、価格の設定である。青森ヒバの商品は他のそれと比べて高価である。**From** ジャパンのブランドを出しつつ、いかに手の届きやすい価格を設定するかが課題である。

□引用

青森県庁ホームページ
青森ヒバ専門店「わいどの木」
シンガポール - wikipedia
木村産業ホームページ

Let's be beautiful and healthy in Aomori!

1 ゼミ 3214

1 研究背景

青森県には、世界遺産の白神山地をはじめとして、奥入瀬溪流や八甲田山など魅力的な自然遺産が数多く存在する。そこで、青森県の自然の中で健康に・美しくなることを目的としたリフレッシュツアーを考案しようと考えた。

2 研究目的

青森県への外国人観光客を増加させること、それに伴う青森県の経済活性化
シンガポール人の心と体のリフレッシュ

3 調査方法

羽田空港国際線ターミナルでのインタビュー

HIS シンガポール支店、ジャパンツアーズへの訪問

オーチャードでのインタビュー

※1 なお、日本国内で研究を進めた班と、その研究内容を用いて実際にシンガポールに赴き追加調査を行った班に分かれるが、このレポートを執筆する上では1つのグループとして扱う。

※2 下記に記す研究結果は、後に記すシンガポールでの調査結果をふまえて手直した後のものである。

4 研究結果

奥入瀬溪流を中心とする自然・美容をテーマとした2泊3日のツアーを考案した。

実施する時期は10月～11月の紅葉の時期とした。理由は、シンガポールは赤道付近に存在する常夏の国であるため生息する植物も日本とは違い、日本で見られる紅葉はシンガポールの人々にとって珍しいと考えたためである。

ターゲットとする層は主に20代～50代の女性である。

ツアー行程は次に示す通りである。

〈1日目〉

11:30 新青森駅に集合

12:01 弘前駅へ移動 (JR・580円)

12:38 弘前駅到着、事前に選択した 2 コースに分かれて行動

A コース

12:50 エステサロン「**Hirata**」へ移動（徒歩）
到着し次第施術を受ける（6480 円・50 分）

15:00 旧弘前市立図書館に集合

B コース

12:50 「森の中の果樹園」へ移動（バス）
到着し次第リンゴもぎ体験（1350 円）

15:00 旧弘前市立図書館に集合

15:00 旧東奥義塾外人教師館にあるカフェ「サロンド カフェ・アンジュ」で休憩

15:30 弘前市内自由散策

17:30 弘前駅に集合
宿泊場所「東横イン」弘前駅前へ移動（バス）
宿泊（5400 円・1 人部屋）

〈 2 日目 〉

8:00 チェックアウト、ロビー集合
十和田湖へ移動（バス）
9:30 十和田湖に到着
10:00 カヤック体験（6000 円・ガイド付き・100 分）
13:00 「森のランチ」で昼食（1836 円・カジュアルランチコース）
終わり次第、奥入瀬溪流散策
17:00 宿泊場所「酸ヶ湯温泉旅館」へ移動（バス）
宿泊（14580 円・1 人部屋）

〈 3 日目 〉

9:30 チェックアウト、ロビー集合
城ヶ倉大橋へ移動（バス）
9:35 城ヶ倉大橋到着、散策
10:05 八甲田山へ移動（バス）
10:15 八甲田ロープウェー山麓駅に到着、ロープウェー乗車（往復 1850 円）
11:45 青森駅へ移動（バス）
12:30 青森駅到着、「帆立小屋」で昼食（500 円）
13:30 「A-FACTORY」へ移動（徒歩）

14:45 頃 新青森駅へ移動（JR・190 円）

15:00 頃 新青森駅にて解散

このツアーに含まれる健康・美容ポイントは、青森県産の美容成分・プロテオグリカンを使用したエステ、郷土料理（氷頭なます）、リンゴに含まれる美容成分・ポリフェノール、温泉、散策（ウォーキング）である。

※プロテオグリカンとは、弘前大学と株式会社角弘の共同開発により高純度・大量の抽出が可能になった、鮭の鼻軟骨（氷頭）に含まれる成分である。一丸ファルコス株式会社の調査により、ヒアルロン酸よりも保水能力が高いことが分かっている。

1 人当たりの予算内訳は次の表の通りである。

用途	金額	用途	金額
バス	9000 円（1 日 60000 円×3 日÷20 人）	電車（新青森駅～弘前駅）	580 円
エステサロン	6480 円	リンゴもぎ体験	1350 円
ホテル（東横イン）	5400 円	カヤック体験	6000 円
森のランチ	1836 円	旅館（酸ヶ湯温泉）	14580 円
八甲田ロープウェー（往復）	1850 円	帆立小屋	500 円
電車（青森駅～新青森駅）	190 円		

合計金額は、A コースが 46416 円、B コースが 41286 円となる。これに利益分を足し、A コース・B コースともに 50000 円のツアーとする。

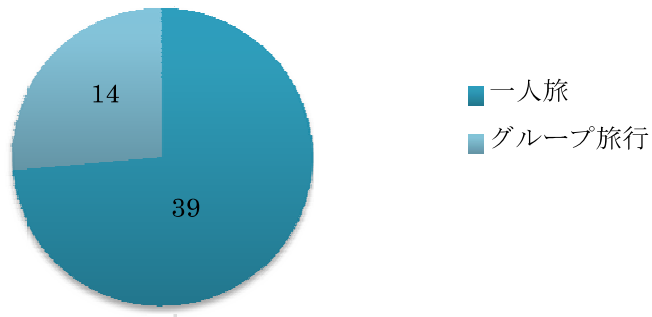
よって、このツアーは、A コース・B コースともに 10 人ずつ、合計 20 人の参加と仮定すると、 $35840 + 87140 = 122980$ 円の収益が見込める。

5 シンガポールでの追加調査結果

オーチャード、シンガポール国立大学、HIS シンガポール支店、ジャパンツアーズでのインタビュー結果、いただいた助言をそれぞれ抜粋して示す。

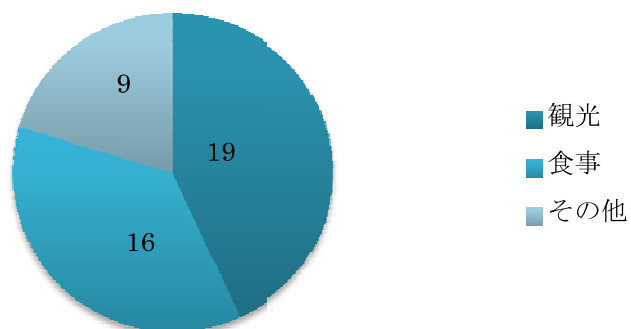
オーチャードでのインタビュー（回答数 53）

一人旅かグループ旅行か、どちらを好む？

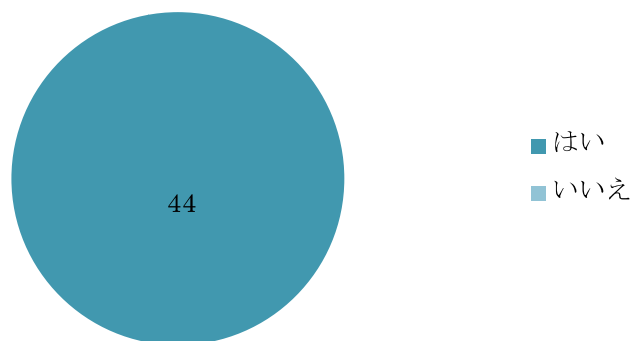


シンガポール国立大学でのインタビュー（回答数 44）

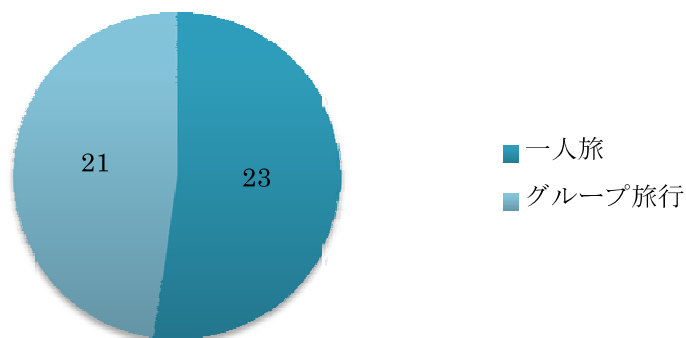
日本に行くなら何がしたい？



自然を体験したい？



初めて旅行するところには、一人旅とグループ旅行のどちらで行きたい？



HIS シンガポール支店でいただいた助言

・ 60000 円という設定価格は高い。シンガポール人はより安いプランを選ぶ傾向にあるので、価格を考え直すべきだ。

ジャパンツアーズでいただいた助言

・ シンガポール人はツアーで体験できるアクティビティよりも食べられるご飯に興味があるので、その部分を細かく計画し、案内に追加すべきだ。

6 追加調査結果をふまえた今後の課題

- ・ 価格の再考
- ・ 個人旅行を好むシンガポール人にも選んでもらえるような快適なツアー行程、移動手段等の再考
- ・ 食事内容の詳細の決定、案内（青森県の郷土料理など）
- ・ プロテオグリカンを使用したエステで受けられる施術の詳細とその効果の明示
- ・ 弘前市内自由散策に向けた英語の観光マップの製作

7 謝辞

取材・考察にご協力いただいた皆様、本当にありがとうございました。

HIS 青森支店・シンガポール支店の皆様

エステサロン「La Pomme」の皆様

エステサロン「Hirata」の皆様

8 参考文献

- 一丸ファルコス株式会社
www.ichimaru.co.jp/products/teoglycan/
- エステサロン「La Pomme」
www.laviepre.com/lapomme.html
- エステサロン「Hirata」
aroma-hirata.jp
- 「貸切バスの達人」
<https://www.bus-trip.jp/tips1.html>
- 森の中の果樹園
www.morikaju.jp
- グリランド
guriland.jp/kayak.html
- 八甲田ロープウェー
www.hakkoda-ropeway.jp
- 森のホテル
www.morino-hotel.com/03lunch.html
- 国民温泉保養地 酸ヶ湯温泉
www.sukayu.jp

あおり藍について

1 ゼミ B 班 3223

研究目的

私達が住む青森県には様々な問題が存在する。伝統工芸品の減少もその内の一つだ。そこで私は青森の伝統工芸品である「あおり藍」に注目した。あおり藍とは、青森県産の藍を使った藍染めである。そのあおり藍を日本国内に留まらず、海外にも売り出すことが出来たら青森に多大な利益をもたらすのではないかと考えたことが研究の始まりである。

<あおり藍とは>

1. 効能

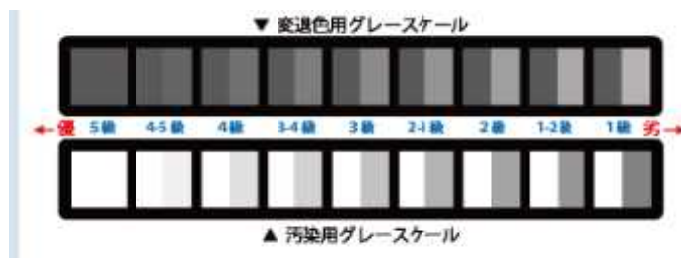
主に防臭・防虫性、UV カット、抗菌性が挙げられる。

抗菌性については、藍に含まれる抗菌性物質であるトリプタンスリンがマラセジアという皮膚炎を引き起こす常在菌を制御する働きがあることを弘前大学川上研究所によって証明されている。

2. 長所

他県の藍染に比べて色落ちに強い。

日本工業規格染色堅牢度試験（一般財団法人ニッセンケン品質評価センター）で 17 項目中 14 の 5~4.5 の級数を取得している。（1~5 の級数のうち 5 が最も色落ちしにくい）



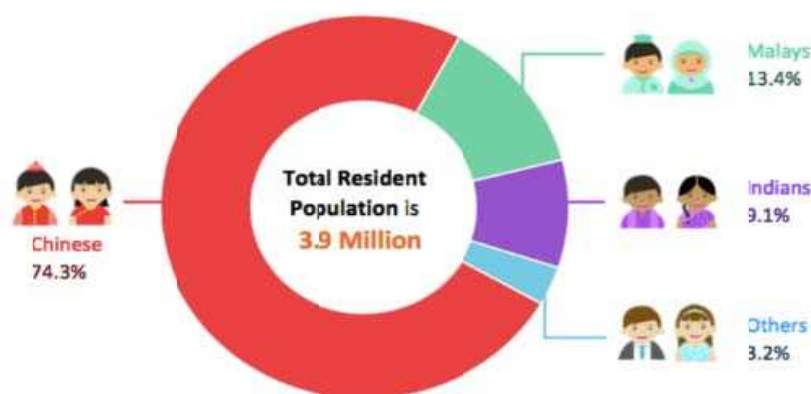
仮説

これらの利点からあおり藍は国内外を問わず女性に需要があるのではないかと考えた。皮膚の痒みやニキビなどの肌トラブル、汗の匂いや紫外線を気にすることがあるかどうか

についての街頭調査を青森駅前、羽田空港などで行ったところ、日本人、海外の人々に関わらず女性は匂いや紫外線、肌トラブルを気にしていることが分かった。

背景

そこで海外に売り出す第一弾としてまずはシンガポールに売り出すことを考えた。シンガポールの人口のうち 74%が中華系、13%がマレー系、9%がインド系である。



そこで私達はマレー系の女性が使うヒジャブ（ムスリムの女性が頭や身体を覆う布）をあおもり藍で作ることが出来ないかと考えた。実際に計算してみると、国内価格 3400 円×海外輸送費のための 2 倍＝約 80 ドル（日本円で 6800 円）、マレー系女性の 0.1%のみに販売したとしても 288 万円の売上高が見込める。

<問題点>

シンガポールの南洋女子高校、シンガポール国立大学で調査を行ったところ、まず藍染自体を知らない人が多くみられた。また、華やかで派手なデザインよりシンプルなものを好む人が多い傾向にあった。ここで、シンガポールではヒジャブの相場は 29～49 ドルで考えていた価格を遥かに下回る。よってあおもり藍の良さを知らない人には高価だという印象を与えてしまう。また、ヒジャブの素材としてはシルクが主流であるゆえにサンプルのコットン以上に価格が上がってしまう。

<代替案>

そこで高島屋さんからの提案で、シンガポールは外の気温が高いことより室内は冷房がよく効いていて寒いことが多々あるので、あおもり藍を使ったショールやスカー

フを開発を試みた。これなら実際に計算してみても、国内価格 1700 円×海外輸送費のための 2 倍＝約 40 ドルとなりシンガポール市場での相場にも適している。ターゲットとなる顧客は富裕層の女性推定 12 万人に絞った。シンガポールの世帯数は 122 万世帯で、そのうち富裕層は 10 世帯中 1 世帯である。よってターゲットの 1%分の売上高だけでも 624 万円の売り上げが見込める。

課題

1. 実際に現地に行ってみないと本当の問題、ニーズは分からないということだ。自分への利益ばかりを考えて話を進めてもそれはただの架空の話に過ぎない。常にターゲットの立場に立って考えることが重要だと感じる。
2. 藍染をもっと多くの人に知ってもらい価値を高めていくために、広告方法のより具体的な取り組みの提案だ。例えば、大手デパートメントストアで展示会を開催したり、Face book などの SNS で商品や製造過程、生産者の紹介をする。こうすることで人々の関心を集め、興味をもってもらえるだろう。

こうした課題を解決していくことで青森県に利益をもたらすのではないだろうか。

参考文献

・ 日本工業規格

<https://www.boken.or.jp/service/clothing/fastness/assessment.html>

あおもり藍をシンガポールへ



1 ゼミ 3225

1 研究背景

1 ゼミでは、青森県の魅力をシンガポールに売り込む、というテーマで活動し、グループ4では伝統工芸品をテーマに活動している。津軽塗、こぎん刺し・・・とあるなかで、こぎん刺しの土台となる藍染めに目をつけた。藍染めには殺菌・防臭・保湿効果がある。藍染めについて調べるうちに、わたしたちはあおもり藍に辿り着いた。あおもり藍には、通常の藍染めの効果はもちろん、他にも様々な効果があることがわかった。あおもり藍とは、あおもり藍産業共同組合が独自に開発した染料育成・染色技術だ。

あおもり藍の最大の特長として、8色の染め分けが挙げられる。通常の藍染は、藍の葉を乾燥・発酵させた「すくも」を使用しているが、同じ藍色を必ず出せるとは限らない。しかしあおもり藍は藍の葉のパウダー化の開発に成功、すくもの工程にとって代わることで、

- ① 藍の色・品質の均等化
- ② 生産期間が20分の1に短縮され、
量産化の実現が図れるようになった。



8

色の染め分け

さらには、色落ちしにくいことも長所であり、日本工業規格堅牢度試験において、17項目中14項目が最高評価の4.5～5.0を得ている。ロゴマークは商標登録されており、あおもり藍という一つのブランドとして確立している。

藍染は昔から抗菌・防臭性が高いとされており、特にあおもり藍は無農薬栽培であるため、食べることもできる。ポリフェノールが豊富で、優れた抗酸化力、コレステロール低減効果があり、食材としての効能も十分だ。商品化もされており、無農薬栽培をいかしたケーキ店「eat fun!」とコラボした“あおもり藍フィナンシェ”や、抗菌・防臭性をいかした消臭スプレーがある。特に“あおもり藍フィナンシェ”は、お土産として海外で好評を得ている。2010年にはあおもり藍のポロシャツが、宇宙飛行士・山崎直子さんの船内着に採用され、スペースシャトルに搭載された。

2 研究目的

- ・青森の魅力を海外に発信、あおもりに経済的な利益をもたらす
- ・世界での青森の知名度を高める

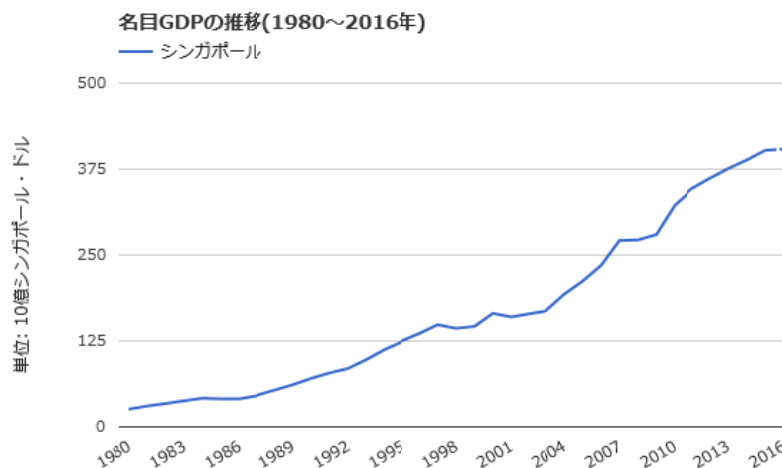
3 結果・考察

シンガポールの調査を進めると、次の特徴が見えてきた。

(1) 多民族国家である

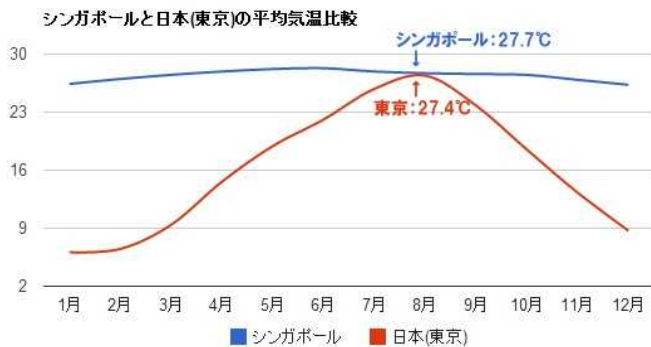
主に中国系、マレー系、インド系の3つの民族が共生している。一つの国に多種多様な宗教、文化、言語が入り混じっている。

(2) 目覚ましい経済成長



上のグラフが示すように、シンガポールはここ10年ほどでGDPは約2倍の成長を見せた。貿易の拠点、金融センターとして、グローバル企業の本社として発展してきた。また輸出産業も盛ん。観光市国であり、世界で4番目に外国人旅行者が訪れる。1人当たりGDPは世界8位であり、アジア諸国内では2位（日本26位）。

(3) 高温多湿の気候



一年の平均気温は 27.4 度、湿度 84～87% 程度。一年中東京 8 月の温度・湿度が続いているようなもの。

以上の特徴から、私たちは多民族性と気候に着目し、民族ごとに文化や気候を踏まえた商品展開を考えた。

4 仮説＜民族ごとの商品展開は可能か？＞

(1) 中国系

古くから中国などの薬学書で藍は薬として認められてきた。そこで、中国系の人々には漢方・食品の面から提案する。シンガポールには「Douch&grains」という薬膳パンの店があり、人気を博している。このように、あおり藍フィナンシェなどの売込みができないか。

(2) マレー系

イスラム教徒の女性が頭にかぶるヒジャブのあおり藍での製品化を提案する。ヒジャブはここ数年ファッションとして受け入れられている。基本的には黒色だが、カラフルだったり、レースがあしらわれていたり、あまり制限はないように思われる。流行の柄や巻き方もあるという。熱い気候なので、あおり藍の抗菌・防虫・消臭効果、通気性の良さをアピールできる。また、四角い布を使うため、風呂敷としても売り出せないか。風呂敷という日本文化の発信につながると思う。

(3) インド系

民族衣装にパンジャビドレスがある。ファッションの視点から、そのドレスに合うようなショールやストールの製品を提案する。これもマレー系と同じように、抗菌・防虫・消臭効果、また、色落ちしないこともアピールできる。

ここで、シンガポール人の色彩感覚について調べた。

インド系は、青は神にたとえられ、尊い色とされている。また、マレー系は、青は警察のシンボルカラーであり、国旗にも使われ、国民の団結もあらわしている。

このように、青へのイメージがプラスであることがわかった。あおり藍を衣料品として売り込めるのではないか。

5 課題

以上の商品展開から、ターゲットは健康により気を遣い、可処分所得が多い富裕層の30~40代の女性が適切だと考える。そのうえで、現地の人々の柄や色の好みの調査、場所、コスト、輸出方法、類似品との差別化が課題となる。

6 参考文献

あおり藍公式ホームページ

<http://aomoriai.com/>

世界経済のネタ帳

http://ecodb.net/exec/trans_country.php?type=WEO&d=NGDP_R&c1=SG

シンガポール旅行観光

<https://ryokoukankou.com/singapore/basic-wether.html>

中国三千年の歴史？漢方薬膳パン／シンガポール

<https://allabout.co.jp/gm/gc/444915/>

Google マップ

<https://www.google.co.jp/maps>

シンガポール女性のファッション シンガポールナビ

<http://singapore.navi.com/special/5042696>

< 2 年次 >

商品展開を、シンガポールの文化と気候それぞれに対応させた 2 種類に絞った。

仮説<文化と気候対応の商品にニーズはあるのか>

(1)文化→あおり藍ヒジャブ

あおり藍の、高い消臭力、抗菌力、虫除け赤外線カット効果と、薄い布による通気性の高さが売り込めるのではないか。また、風呂敷としても使え、日本文化を認知してもらえる可能性があると考えた。

(2)気候→あおり藍消臭スプレー

ヒジャブと同様、高い消臭、抗菌力や虫除け作用に加え、肌に優しい天然成分であり、シンガポールの蒸し暑い気候に対応し、また赤ちゃんに使用しても問題ない。

夏休み、グループの嶋、三浦と共にあおり藍工房で藍染め体験を行った。

ここでは、藍染には無数の柄や色合いがあり、ひとつとして同じものはないことや、1 m×1 mの正方形のサイズで染めたが、ヒジャブではもう少し大きめであればいいことがわかり、

①現地では、この藍染の色が好かれるのか、色の明暗について

②売り込むときの柄はどうするのか

③現地で藍染体験を実施すれば、集客力があるのではないかと いう疑問も挙がった。

「藍は生きもの。だから無数の色合いや柄が出来る。藍に寄り添って藍染をしていくことが大切。」

あおり藍工房の藤井かずえさんの言葉が印象的だった。液も温かく、生き物を相手にしていることを実感した。また、3分染める液に漬けて、3分乾燥させて…を、A,B,Cの3つの染色液で繰り返すという地道な手作業が続くため、藍染が高価である理由も納得した。この体験から、宣伝方法にも繋がるのではないかと思う。

グループメンバーの三浦が二件の県内企業訪問を行った。

(1) イートファン

あおもり藍とのコラボ商品である、あおもり藍フィナンシェを発売している。
これは、あおもり藍の商品を海外に売り込むときの手土産商品として作られたもので、
パッケージの折り鶴は、地元の障害者の方々によるもの。

(2) あおもり産業共同組合

私たちの商品展開に助言をいただいた。そこでは、あおもり藍の抗菌性、消臭力、UVカットはヒジャブに合うのではないか、また藍は日光による色落ちがしやすいので、ヒジャブでは、藍の成分だけで染めればいいのか、という新しい提案があった。

これらの商品展開をふまえ、グループメンバーの嶋がシンガポール研修に行った。訪問先の高嶋屋であおもり藍ヒジャブを提案したところ、

「あおもり藍の良さを知らないシンガポールの消費者にとっては『ただの高い日本製』に

なってしまう。かわりにショールにしてみてもどうか。」という助言をいただいた。

研修前、価格として、3400 円（国内価格）× 2（輸送費）＝約 80 ドルとしていたが、実際の現地でのヒジャブの相場は 29～49 ドル。藍染めに馴染みがないシンガポールの人々にとっては高いと感じられるだろう。さらに、ヒジャブはシルクが主流であり、シルクに藍染めをするとなるといっそう高額になってしまう。

シンガポールは外が暑いので、室内は冷房がきいていて肌寒いくらいが当たり前だそう。外の暑さより室内での寒さ防止にニーズがあるらしい。ショールやスカーフを持ち歩く女性は多い。

そして、私たちは商品展開をショールの一つに絞ることになった。ターゲット層は裕福層女性の約 122000 人。幅 0.5m、横 1.7m の単価 700 円の藍染めしたショールを、染める材料の重さ×10+単価＝1700 円として 1700×2＝40 ドル と設定し直した。

課題として、販売店舗の決定や、広告方法が残る。より現実味のあるプランにするため、後輩たちに引き継いでいきたい。

取材協力

あおもり藍産業共同組合

あおもり藍工房 eat fun

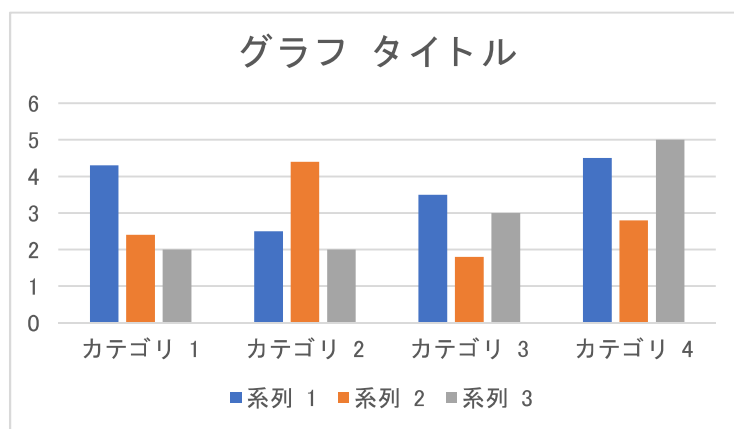
研究要綱

私は、青森の抱える問題を解決したいという動機から、青森の伝統工芸品である藍染めに注目した。また、それを商品化し最終的にはシンガポールに売り込むことで青森に利益をもたらそうという思いからあおり藍の研究をさらに深めてきた。

本論

まず初めに注目したのは、藍の 3 つの能力だ。藍には①防臭・防虫性②UV カット③抗菌性という能力があり、わたしたちはこの能力を生かした商品を作れないかと考えた。また藍の抗菌性については弘前大学川上研究室でも証明されている。藍にはトリプタンスリンという抗菌性物質が含まれており、これが皮膚炎を引き起こす常在菌であるアラセジアを制御するのだという。そしてあおり藍は他県の藍染めよりも色落ちに強いという強みもある。

これについても日本工業規格染色堅牢度試験（一般社団法人ニッセンケン品質評価センター）により証明されており、17 項目中 14 の 5 ～ 4 - 5 の級数を取得している。（※級数 1 ～ 5 のうち 5 が最も色落ちしにくい）



これらの条件から「藍染めは女性に需要があるのではないか」という仮説をたてた。

このことを証明するために「汗のにおいを気にすることはありますか」「紫外線をきにすることはありますか」「皮膚のかゆみやニキビなどの肌トラブルを気にすることはありますか」という 3 つの質問で街頭調査をしたところ、日本人、海外の人々に関わらず女性は臭いや紫外線、肌トラブルを気にしていることがわかった。

シンガポールは高温多湿なため、汗のにおいや紫外線をより敏感に気にするのではないかと考え、シンガポールの富裕層の女性（推定 122,530 人）をターゲットに商品開発へと話を進めた。

まず始めに考えたのは、あおり藍で作ったヒジャブをシンガポールのイスラム教女性に売り込むという案だった。国内価格を 3,400 円で設定すると、海外輸送費なども含めてシ

ンガポールでの売値はおよそ 2 倍の 6,800 円となる。これを機会にイスラム教女性の 0.1% に販売すると 2,880,000 円の売り上げ高になるという計画だった。

そこで、シンガポールでの街頭調査（南洋女子高校・シンガポール国立大学）をしてみると藍染めを知らない人が多数いることと華やかで派手なデザインよりもシンプルなものを好む人が多いということが判明した。このことから、この計画ではシンガポールでのヒジャブの相場が 29 ドル～49 ドルということもあり、あおもり藍の良さを知らない人に対しては高いと感じられてしまうということが分かった。

また、ヒジャブの素材の主流はシルクだが、この案はコットンで 80 ドルという設定であったためシルクにするともっと高くなってしまうのだ。これについて高島屋に相談したところシンガポールの室内は冷房がよく効いているために寒いので、ショールやスカーフを開発すればよいのではないかという提案をうけ、新たにスカーフ・ショールを売り込もうという計画をたてた。

$$\begin{array}{ccc} & \boxed{\text{単価 700 円}} & \text{染める材量の重さ} \times 10 \text{ 円} + \text{単価} = 1,700 \text{ 円} \\ 0.5 & & \\ \text{メートル} & 1.7 \text{ メートル} & \end{array}$$

これをシンガポールで売るとすると 1,700 円（日本価格）の 2 倍でシンガポールでの販売価格は 40 ドルとなる。これをシンガポールの富裕層女性 1% に売ったとすると 6,247,500 円の売り上げが見込めるということで、この案で進めていくことにした。まず、藍染めを知ってもらうために大手デパート・メントストアでの展示会の開催や SNS での商品や製造過程 生産者の紹介などを進めていくことがこれからの課題となっている。

まとめ

今回の件を通して、インターネットの情報だけではわからないことが多いので、現地に行き生の声を聞くことが大切だとわかった。

冬の青森に外国人観光客を呼ぶ

1 ゼミ 3231

1. 研究背景

現在、青森県への外国人宿泊者数は約23万人と年々増加傾向にある。しかし、その一方で、冬の観光客数は他の季節に比べて少ないのが現状である。これらの現状を踏まえて、私たちは、冬の青森に外国人観光客を呼ぶにはどうすればよいかについて、祭りやイベントに焦点を当てて研究することにした。

2. 研究目的・意義

雪を生かした祭りやイベントを通して外国人観光客を呼び込むことにより、インバウンド効果が期待される。また、グローバル社会における青森県の知名度の向上を図るとともに、青森県全体の活性化につながると思われる。

3. 研究内容

私たちは、青森県内の冬に開催されている祭りについて調べていくなかで、弘前城雪燈籠まつりという祭りに目をつけた。この祭りは、二月上旬に弘前城で開催され、「みちのく五大雪まつり」の一つに数えられるもので、毎年20万人以上が訪れる。天守閣と老松のライトアップに加え、ミニかまくらや大雪城、滑り台、など、雪を楽しむ多くのイベントが行われている。雪と城という他ではみられないコラボレーションを楽しむことができるのが、この祭りの魅力である。私たちは、雪と城という青森ならではの魅力を生かし、他県との差別化を図ろうと考えた。そこで私たちは、弘前城雪燈籠まつりをメインとした2泊3日のツアーを考案した。

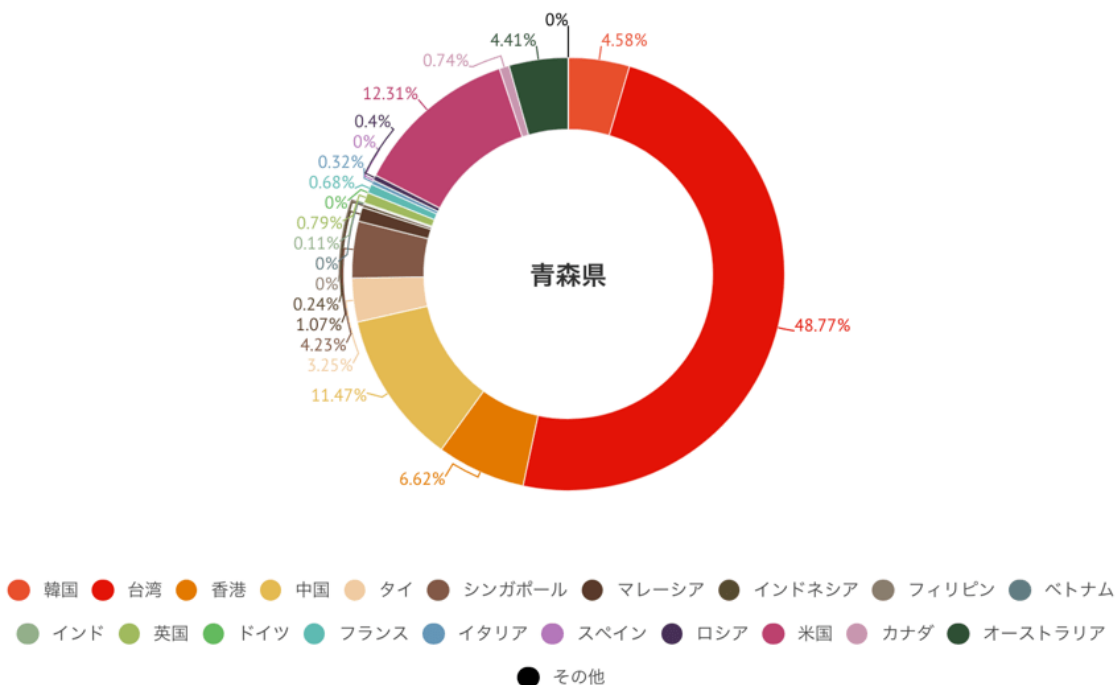
（写真：弘前公



園総合情報)

(1) ターゲット

ターゲットは台湾人、特に20代から30代の若者とした。青森県への外国人観光客のうち、台湾人が、約49%と、最も大きな割合を占めており、その数は年々増加している。私たちは、モノ消費ではなく、体験といったコト消費に着目し、そのうえでアクティブな体験をしてほしいと思い、若者をターゲットとした。また、私たちはリピーターに注目した。台湾人観光客のうち8割以上が「2回以上」日本を訪れており、リピーター率は他国と比較しても断トツの1位である。訪日回数6回以上のリピーター上級者は、一般的な観光地よりも東北地方といった地方への訪問をする傾向にある。以上の理由から、コト消費を楽しめる比較的若い世代、そしてリピーター上級者をターゲットとした。



訪日ラボ調べ

(2) 日程

1日目	2日目	3日目
移動	スキー体験 (百沢スキー場)	アップルパイツアー ショッピング
弘前城雪燈籠まつり	旅館で文化体験	移動

(ア) スキーについて

外国人観光客が、地方の訪問先に特に期待していることは、やはり「雪を楽しむこと」である。台湾人にとっても、雪は、非常に珍しいという認識であり、アクティビティを好む若者向けに、雪に存分に触れられるスキーを盛り込んだ。スキー場は百沢スキー場を予定している。

(イ) アップルパイツアーについて

青森県では、青森りんごの約 95%が台湾向けに輸出されており、弘前市内では、47種類ものアップルパイが提供されており、アップルパイガイドマップが作られているほどだ。そこでいくつかのアップルパイ専門店を巡ろうと思っている。青森りんごは台湾人にとって最高級の評価をつけるほど需要が高いため、現地で本場の青森りんごを堪能してもらいたいと考えた。

(ウ) 宿泊施設について

南田温泉ホテルアップルランドを予定している。外国人観光客は、日本の観光先で、温泉を重要視しているため、青森ならではの温泉を楽しめるホテルアップルランドを選んだ。温泉が有名な旅館は、日本各地に多くあるが、ホテルアップルランドでは、りんごが丸ごと浮かんでいるりんご露天風呂が有名である。他県との差別化を図るとともに、青森の魅力を心と肌で感じてもらえると思う。また、旅館ならではの「和」の雰囲気大切に客室も、観光客に満足してもらえるだろう。

(エ) その他

旅館では、簡単なこぎんざし体験などで、青森県ならではの文化を楽しんでもらいたい。そのほか、岩木山神社参拝や洋館散歩などのプランも盛り込みたいと考えている。

4. 今後の展開

今後の課題としては、言語問題、具体的な予算、日程の組み立てが挙げられる。東北訪問経験のある訪日外国人観光客が、旅行の際に不満だったこととして最も多く挙げられるのは、「英語の通用しやすさ」、「母国語の通用しやすさ」である。外国語に対する対応の仕方について考えなければならない。具体的な解決策としては、通訳、またはボランティアの地元学生等を検討している。学生では、物足りなく感じてしまう可能性はあるが、地元の学生と実際に交流する機会を設けることで、地方の雰囲気を直に感じ取れるという利点もある。予算については、具体的なものがまだ定まっていないため、組み立てていこうと

思う。日程については、まず、東京を経由し、一度東京で観光をした人々を青森に連れてくるのか、台湾から直接青森に呼ぶのか、の2通りが考えられる。東京を経由する場合、東京～青森は新幹線、青森～弘前は電車を利用する。直接青森に呼ぶ場合、台湾～青森は飛行機を利用する。どちらが相応しいかをよく考えて決めたいと思う。

5. 謝辞一覧

清藤真琴さん(弘前観光コンベンション協会)

6. 参考文献

訪日ラボ <https://honiti.com>

ジモトのココロ <http://jimococo.mag2.com>

青森りんご輸出協会 <http://ca-ringo.jp>

青森県県庁ウェブサイト

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

白神山地への観光客誘致

3年2組36番

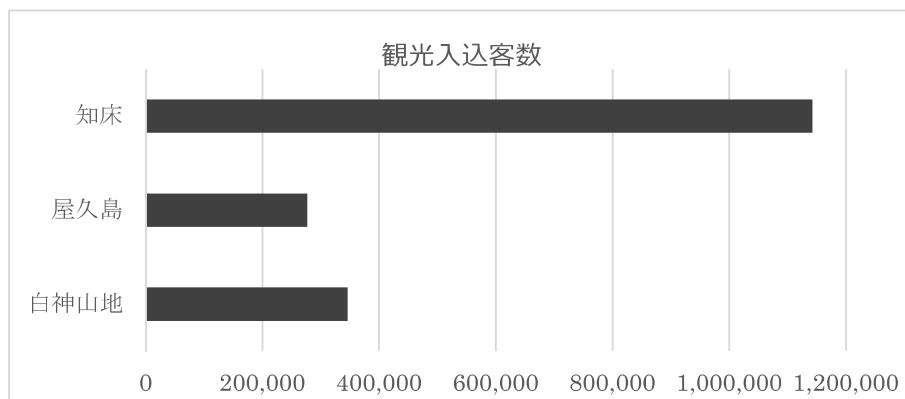
ゼミ番号 1

<はじめに>

近年の日本では、外国人観光客数は増加の一途をたどっている。青森にも同じく、台湾・中国・韓国などといったアジアからの外国人観光客が多く訪れている。そのような外国人観光客に青森の魅力を知ってもらうために私達が目を付けたのが、「白神山地」だ。白神山地は知っての通り、青森の有数な観光地の1つであり、世界自然遺産にも登録されている。しかし、白神山地についての調査を続けていくうちに、観光客誘致への現状と問題点が浮き彫りとなった。

<現状と問題点>

まず私達が調査したのが、白神山地の認知度と観光客数だ。文化祭で来校者を対象としたフィールドワークでは、認知度は100%であったにもかかわらず、実際に足を運んだことのある人は全体の約3割という結果が出た。また、平成27年の青森県観光入込客統計によると、白神山地の観光客数は、34万5952人だった。ジブリ映画の舞台となったこともあり、海外でもある程度知られている白神山地だが、その知名度のわりに実際の観光客数は少ない。その要因について考えられることは、大きく分けて4つある。



(1) 環境保護

白神山地は1993年に世界自然遺産に登録されたため、ありのままの自然を守るため、自然に手を加えることが禁止されている。そのため、白神山地で行われているイベントのほとんどはトレッキングや木登りなどで、イマイチ魅力が少ない。

<イベント>自然体験イベント・・・年10回

ネイチャースクール・・・年2回

ネイチャークラフト・・・年4回

(2)交通の不便さ

白神山地は秋田県との県境にあり、青森市からだと、自動車・電車・バスなどのどの交通手段を利用したとしても最低2時間はかかってしまう程、交通面で不便だ。

(3)周辺の宿泊事情

先に示したように、白神山地は自然に手を加えることが禁止されているので、保護区域内に宿泊施設を作ることはできず、どうしても遠い場所に作らざるを得ない。交通面でも不利な白神山地周辺に宿泊施設が少ないと、観光客も不安になるかもしれない。

(4)PR 不足

日本にある世界自然遺産の屋久島と比べると、大々的な宣伝を行っておらず、外国語に対応していない。屋久島と白神山地の観光入込客数ほぼ同じであるが、PR を積極的に行うことで、観光入込客数を増やすことにつながる可能性がある。

<解決策>

そこで私たちが提案するのが、「リゾートしらかみ」の利用と SNS での宣伝だ。

(1)リゾートしらかみ

「リゾートしらかみ」とは、ローカル線である五能線走るリゾート列車で、日本海側を通っている。五能全部で23の駅があり、そのうちの「十二湖駅」は白神山地への最寄り駅だ。青森駅・弘前駅・秋田駅といった主要な駅から利用でき、交通の不便さを解消できる。また、停車駅では観光体験プランが企画されており、周辺の宿泊施設までの送迎もついていて、白神山地の持つ問題点をカバーしている。さらには、車内で青森の地酒・お土産の販売、津軽三味線・津軽弁の語り部などのイベントが行われており、移動の時間を有意義に楽しめるほか、同時に青森の文化を体験できる。つまり、リゾートしらかみの利用によって、白神山地だけでなく、青森の魅力を知ってもらうことに繋がるだろう。

(2)SNS

白神山地の海外での知名度を上げるためには、やはり SNS での発信が簡単かつ、効率がいい。県庁での調査の結果、青森を訪れる外国人で多い国は、中国・台湾・韓国・香港・タイなどだった。そこで、それらの国をターゲットに、積極的に情報発信ができればいいと考える。台湾・韓国・タイへは Facebook の青森県公式アカウントを利用して情報を発信する。Facebook は海外でも利用者数が多く、よりたくさんの人に情報が届く。また今後は、Instagram で白神山地の自然豊かな画像を発信することで、10〜20代の人々に知ってもらえるようにしたい。中国への発信については、中国版 Twitter の微博（ウェイボー）の利用を考えている。

<むすび>

今回私達は、白神山地に観光客を呼び込んで活性化に繋げるために、リゾートしらかみの利用と SNS での宣伝を考えた。今後は、この2つを利用したプランについて話し合い、プランの作成をしていきたい。

<謝辞>

白神山地に関する情報提供をして下さったビジターセンターの皆様、県庁の皆様、本当にありがとうございました。

<参考文献>

- ・ H26 青森県観光入込客数

<http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kokusai/kanko/files/H27toukei.pdf>

- ・ リゾートしらかみ

<http://www.jreast.co.jp/akita/gonosen/>

<https://www.jreast.co.jp/railway/joyful/shirakami.html>

- ・ 白神山地ビジターセンター

<http://www.shirakami-visitor.jp/>

イギリストーストのパッケージ作り

3 2 3 7

1, 研究目的

青森の特産品を海外へ売り出すことによって、青森を活性させるため。

2, 調査方法

工藤パンさんへの企業訪問

羽田空港国際線ターミナルでのインタビュー

ネオロマンチカでの聞き取り調査

シンガポール内での街頭調査

3, 研究結果

SGH の海外研修先であるシンガポールは、濃い味の食べ物が人気であるそうだ。青森県民も濃く、はっきりとした味が好きだ。シンガポール人の味覚と青森県民の味覚は国境を越えて似ていたのであった。しかも、特に、「あまじょっぱい」という独特な味覚がシンガポールと青森の食べ物の特徴であった。

そこで、青森の甘塩っぱいの定番「イギリストースト」に目を付けた。シンガポールでは、「カヤトースト」という、パンにバターと甘いカヤジャムを塗ったパンが人気であった。

カヤトースト	イギリストースト
バター	マーガリン
カヤジャム (ココナッツミルクとたまごの黄身を混ぜ、それらに大量の砂糖を入れたジャム)	グラニュー糖



表に上げたように、イギリストーストとカヤトーストはあまじょっぱいという味覚が似ているため、イギリストーストはシンガポールでも受け入れられるのではないかと、仮説を立てた。しかし、イギリストーストには問題点があった。それは、消費期限が短いことだ。シンガポールへの輸送時間を考えると、シンガポールへ売り出すのは難しいという結論に至った。そこで、視点を変え、イギリストーストのパッケージに注目した。

パッケージに大切なのは、4つある。

- 1, 安全なことが見て分かること。
- 2, 文字がはっきりしていること。
- 3, 商品がおいしく見えるようなパッケージ
- 4, 原材料をきちんと明記する

シンガポールでは、私たちが考えた6つのパッケージ案を提示し、シンガポール人のパッケージの好みを調査した。パッケージは、イギリストーストのパッケージをもとにして考え、シンガポール人は暖色系が好みということで、赤、オレンジ、白の三色を使用した。また、イギリストーストのパッケージについているイギリスの国旗を青森のねぶた祭りにしたパッケージも考えた。

街頭調査の結果、赤、白、オレンジの順で、ねぶたのマークは丸型のマークが一番人気であった。理由として、イギリストーストという字が見やすいという意見があった。それから、ねぶたのマークを丸型にした理由として、パンの柔らかさがよく分かると回答した人がいた。これらの調査結果をもとに、今後は、イギリストーストだけでなく、青森のほかの商品にも利用できたらと考えて

5, ゼミ活動

2年間「イギリストースト」を海外に広めることを目標に活動を行ってきた。やはり、海外に売り込むことは簡単なことではなかった。輸送の仕方、保存方法などについて話し合いを進めるうちにイギリストーストを海外に広めるのは不可能ではないかとも思った。残念ながら、イギリストースト自体をシンガポールに持って行くことは出来なかったが、パッケージという形でわずかながら、シンガポール人にイギリストーストの存在を伝えることができたと思う。今後、工藤パンさんが海外へ商品を広めることを期待したい。

あかやと一すと



カヤトースト

青森ヒバをシンガポールへ

3304 1 ゼミ

1 研究背景

シンガポールについて調べたとき、高温多湿であること、ゴキブリやシロアリなどの害虫被害があることがわかった。それから班員でシンガポールの問題を解決しうる青森の特産品についてしらべた。そこで挙げたのが青森ヒバであった。その後の活動では、青森ヒバを最大限に利用する方法について話合った。

2 研究目的

青森ヒバでシンガポールの問題を解決し、青森の可能性をアピールし、最終的なゴールは青森ヒバを使った商品を青森県の収益源とすることだ。

3 研究手法

主にインターネットを使用し、班員の1人がシンガポールで実際に聞き込みを行った。

4 シンガポールの問題

ここで一度、シンガポールの問題を明記しておこう。シンガポールの住居の特徴としては、富裕層向けのアパートのコンドミニアムと政府が作る公営住宅などがある。また、高層住宅が多いのも特徴である。高層住宅の各階にはダストシュートがあることが多い。このダストシュートが原因で起こる問題がゴキブリの発生である。さらに、高温多湿の気候のためダニが発生したり、湿気を多く含んだ木材がシロアリの被害を受けたりする。

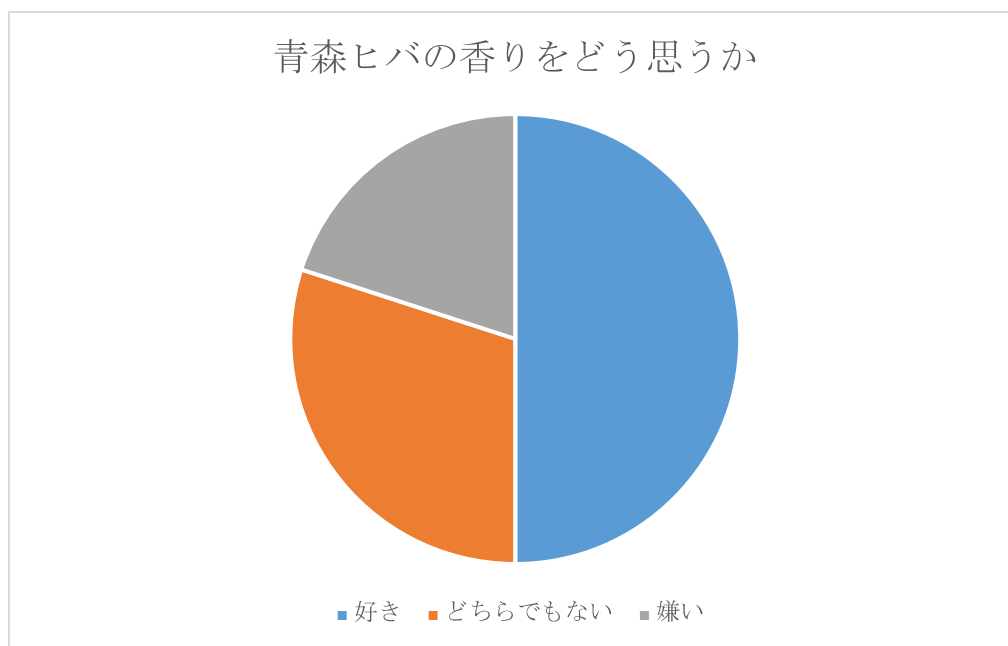
5 青森ヒバの特徴・強み

青森ヒバには防虫・殺虫効果があり、非常に強力な抗菌作用を持ったヒノキチオールと β -ドラブリンが含まれている。また、そのヒノキチオールは、現在青森ヒバにのみ含まれていると言われている。さらに、青森ヒバは香木と呼

ばれる香りの強い木で、その香りには落ち着きを与えるアロマ・リラクゼーション効果がある。

6 研究結果

シンガポールでの聞き込みにより、シンガポールに住む人々は青森ヒバの香りを不快に思わない事がわかり、かねてから1番の課題であった「シンガポールに住む人々は青森ヒバ特有の香りをどう思うのか」という課題が解決された。



輸送の点で都合のよいヒバチップを売り出すことにした。使用方法は様々だが、例をあげようと思う。

・使用方法

タンスなどに入れる→防湿効果
ゴミ箱の近くに置く→防虫効果
お風呂に入れる→リラックス効果

7 引用

<http://ydonoki.jp/>

<http://singainfo.com>

自然・美容ツアーin 青森

1 ゼミ 3 3 1 8

1. 背景

青森県の観光客数は全国的にも少ない。しかし、青森県への外国人観光客は年々増加している。平成29年には、観光客数は66.6パーセント増加しており、東北一位となる過去最高の23万9150人を記録している。



2. 仮説

青森の自然とプロテオグリカンを利用したツアーを行い、外国人観光客を呼び込むことで青森の経済を活性化させることが出来るのではないかと考えた。

3. プロテオグリカンとは

鮭の軟骨から取れる、タンパク質に糖が複合した糖タンパク質の一種である。皮脂や軟骨に多く、細胞と細胞の間を満たす緩衝材の役割を果たす。ヒアルロン酸やコラーゲンを増大させる美容成分である。

株式会社カクヒロと弘前大学が共同開発をし、純度の高いプロテオグリカンが抽出できることになった。そのプロテオグリカンは「あおもりPG」と呼ばれている。

4. ツアーについて

このツアーは秋に行く。ターゲットはシンガポールの20歳から40歳の働く女性20人である。なぜシンガポール人対象なのかというと、青森との気候の違いに着目したからである。10月の青森は20℃前後で涼しいが、シンガポールは熱帯のため常夏であり、紅葉が見られない上、空気汚染が問題になっている。そこで、シンガポールにはない青森の紅葉や涼しい気候、きれいな空気はシンガポール人にとって新鮮で興味を持てるのではないかと考えた。美容要素を含むツアーなため、主な参加者は女性としているが、男性も参加可能である。

(1) ツアー内容

1日目

新青森駅に集合

→弘前駅へ〔電車〕(2つのコースに分かれる)

① プロテオグリカンエステ〔徒歩〕

② りんごもぎコース〔バス〕

弘前市内のカフェで昼食〔バス〕

弘前市内散策

→東横INN弘前駅前に宿泊

2日目

東横INN発

→十和田湖へ〔バス〕

カヤック体験

森のランチで昼食〔バス〕

→奥入瀬溪流へ〔バス〕

→酸ヶ湯温泉旅館に宿泊

3日目

酸ヶ湯温泉旅館発

→城ヶ倉大橋へ〔バス〕

→八甲田ロープウェイ乗車〔徒歩〕

→青森駅へ〔バス〕

帆立小屋で昼食〔徒歩〕

→A-FACTORY〔徒歩〕

→新青森駅へ〔電車〕

(2) ツアー内容詳細

一日目は弘前でプロテオグリカンのエステとりんごもぎの二つの選択コースに分かれる。エステは「Hirata」で、プロテオグリカンを配合した「桜フェイシャルエステ」を体験することができる。しかしこちらのエステでは一度に2, 3人しか体験することができないため、希望者が多くなってしまうとエステは受けられなくなってしまう。りんごもぎは「森の中の果樹園」で行う。

二日目は十和田湖でカヤック体験をして体を動かした後、昼食を森のランチで済まし、奥入瀬溪流に向かう。奥入瀬溪流では自由行動とする。酸ヶ湯温泉で、疲れた体を癒してほしい。

三日目は城ヶ倉大橋と八甲田ロープウェイで紅葉を楽しんでもらう。城ヶ倉大橋の紅葉は圧巻でシンガポール人も驚くだろう。その後、青森駅に戻り、帆立小屋で帆立釣り体験をしてもらう。とれてもとれなくても帆立はいただくことができる。最後に A-FACTORY でお土産を買って解散となる。

(3) ツアー料金内訳

電車	580円
エステ	6480円
りんごもぎ	1350円
東横INN弘前駅前	5400円
カヤック(100分)	6000円
森のランチ ランチコース	1836円
酸ヶ湯温泉旅館	14580円
ロープウェイ	1850円
帆立小屋(3分)	500円
小型バス	$60000 \times 3 \text{日間} \div 20 \text{人} = 9000 \text{円}$

ツアーの利益を考慮し、ツアー料金は一人50000円とした。

※班のメンバーがシンガポールに行き、HISの社員さんにツアーについて助言をいただいた。ツアーの内容を充実させることと、エステでできることを具体的に示したほうがいいとのことだった。また、シンガポール人は個人旅行が好きということで、ツアー人数なども検討しなくてはならない。

5. 課題

これからの大きな課題は三つある。1つは人数調整である。エステの参加人数やシンガポールでの調査から、ツアー参加者の人数を考え直さなくてはならない。二つ目は予算である。より低コストにおさえなくてはならない。三つ目には、ツアーの食事内容を、より青森を楽しんでもらうために工夫することがあげられる。

6. 今後の展望

人数調整のため、ツアー人数を減らす。それに伴って、移動手段をバスからジャンボタクシーにする。下の表は東北でバスを借りた場合、一日あたりの料金の目安である。ジャンボタクシーに変更した場合、一日あたり約2万円安くなる。このツアーの大部分を占めているのは、バスの料金や旅館の宿泊代である。バスからジャンボタクシーに変更したり、旅館と検討したりするなどして、経費を削っていききたい。

貸切バス・タクシー概算料金表

車種	平日料金	土日・祝日料金
大型バス	65,000円～	70,000円～
中型バス	60,000円～	65,000円～
小型バス	55,000円～	60,000円～
小型マイクロバス	50,000円～	55,000円～
マイクロバス	45,000円～	50,000円～
ミニバス (ジャンボタクシー)	40,000円～	45,000円～

7. 謝辞

H I S 青森支店 シンガポール支店

「Hirata」の皆様

「La Pomme」の皆様

8. 参考文献

青森県社会経済白書

<https://www.pref.aomori.lg.jp/kensei/tokei/shakai-keizaihakusho.html>

旅之助.jp

<https://tabinosuke.com/price/touhoku.html>

津軽びいどろを使ってシンガポールの蚊問題を解決する

1 ゼミ 3 3 2 2

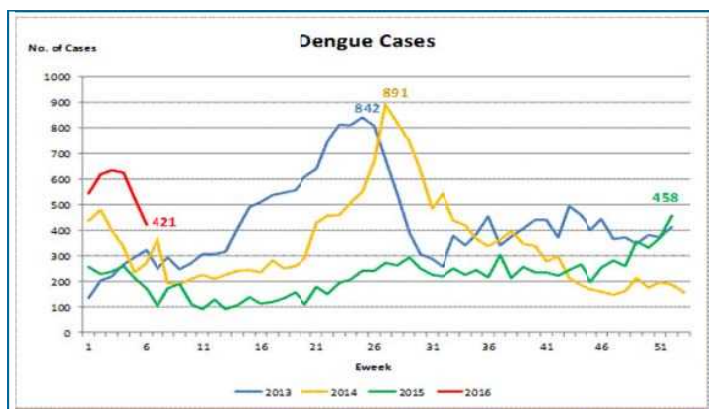
【研究内容】

私たちは、青森伝統工芸品の津軽びいどろとシンガポールの社会問題について研究を続けてきた。

津軽びいどろを生産する北洋硝子の始まりは 1949 年、漁業用の浮玉製造からである。当時、他社でも浮玉を製造していた工場はあったが、北洋硝子が製造する浮玉は他のものと比べて丈夫であるという良い品質の評価を受けた。1973 年には国内トップの生産高となった。その後長年の浮玉製造で培った「宙吹き」の技法を用いて、青森の豊かな自然をイメージさせるハンドメイドガラスの創作に取り組み、こうして 1977 年に「津軽びいどろ」が誕生し、そして現在では青森県伝統工芸品の指定を受けるに至った。この歴史ある津軽びいどろを世界に広めたいと思い、研究することにした。

【シンガポールが抱える問題】

シンガポールで一時急速に拡大していたというジカ熱は蚊が原因で感染する。つまりジカウイルスをもった蚊が人を吸血することで感染するのである。ジカ熱のほかにデング熱やマラリアなども問題となっており、政府は蚊が繁殖していることが判明した家庭に 200 Sドル（約 16000 円）の罰金を科するという対策をとっている。



<http://www.dandyism.biz/%E3%82%B7%E3%83%B3%E3%82%AC%E3%83%9D%E3%83%BC%>

E3%83%AB%E6%94%BF%E5%BA%9C%E3%80%81%E5%85%A8%E5%AE%B6%E5%BA%AD%E3%81%A7%E8%9A%8A%E3%81%AE%E7%B9%81%E6%AE%96%E3%81%AB200s%E3%83%89%E3%83%AB%E3%81%AE

【研究結果】

これらのことから、津軽びいどろを使ってシンガポールの蚊対策に何か役立てることはできないかと私たちは考えた。

津軽びいどろの商品として、主にぐいのみや花瓶などがあるが、その中でも私たちはオイルランプに目を付けた。そのオイルランプに虫除け効果のあるものを用いて、防虫効果を試みた。レストランやホテルなどに設置し、そして 20～50 代の働く女性をターゲットとして案を練った。しかし、これは安全性に問題があった。オイルランプは火を扱うので、小さい子供がいる場合などにはあまり適さない。

【考察】

そこで、ディフューザーにしてみるのはどうかと考えた。それは、津軽びいどろのオイルランプの丸い構造を生かし、オイルを入れ、スティックを挿し、ディフューザーにするという案である。丸い構造は勢いよくスライドさせたり、故意に倒したりしない限りは、中のオイルがこぼれる心配性はない。そしてシンガポールではディフューザーを使ったアロマオイルが有名で人気であると市在住のシンガポール出身のコー・マデリンさんに伺った。数多くのオイルの中には蚊除け効果のあるシトロネラという柑橘系の香りがするものがあり、香りも良くシンガポール人にも人気であることが分かった。

【まとめ】

今後は、びいどろの特徴を生かし、商品を売るということを軸として宣伝方法を考えていきたい。多くの人にびいどろを知ってもらうに必要であるのは広告を発信するメディアとの繋がりや話題性だ。そしてターゲットは 20～30 代の働く女性に絞る。今までよりもさらに具体的に、現実的に案を練り、青森県とシンガポールのどちらにも利益のあるプランにしていきたい。

【参考文献】

- ・津軽びいどろとは

<https://tsugaruvidro.jp/about/>

- ・マーライオンとレインツリーの国で対策（グラフ）

<http://jinno1719.blog.fc2.com/blog-category-11.html>

- ・蚊ってにしがれ！

<http://www.dandyism.biz/%E3%82%B7%E3%83%B3%E3%82%AC%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%AB%E6%94%BF%E5%BA%9C%E3%80%81%E5%85%A8%E5%AE%B6%E5%BA%AD%E3%81%A7%E8%9A%8A%E3%81%AE%E7%B9%81%E6%AE%96%E3%81%AB200s%E3%83%89%E3%83%AB%E3%81%AE>

青森 自然・美容・健康ツアー

3 3 3 4

1 研究背景・目的

青森県には観光資源はあるが十分に生かせていない。

そこで、青森の自然を生かして観光客数を増やすためにシンガポール人をターゲットとしたツアーを考えた。青森県は、年中高温多湿で低地であるシンガポールとは正反対の気候である。自然に興味があるシンガポール人に、シンガポールとは全く異なる気候の青森は魅力的だと考えられる。そこで、自然にかかわる美容・健康ツアー提案する。

2提案

(1) 青森の自然を使った2泊3日の美容・健康ツアーを提案する。

青森発祥の美容・健康成分プロテオグリカンに着目した。

季節：秋

ターゲット：美意識の高い20～50代のシンガポール人男女、特に女性。

予算：約5万円。

(2)プロテオグリカンとは

弘前大学の教授が、北海道・東北の郷土料理「氷頭なます」から着想を得て、弘前大学と株式会社角弘が共同研究により、世界で初めて鮭の鼻軟骨からプロテオグリカン抽出し、高収率、高純度、低コストでの精製に成功。かつては1グラム当たり3000万円以上と非常に高価だった。

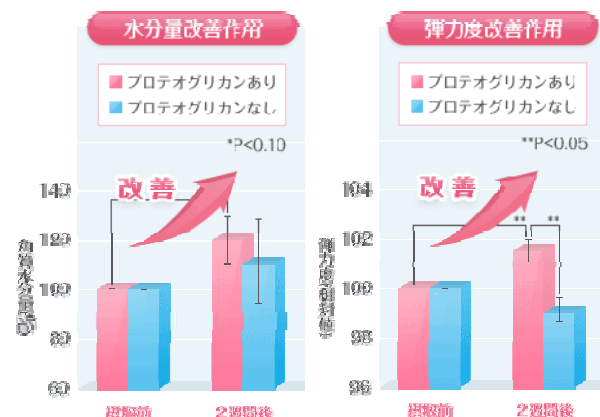
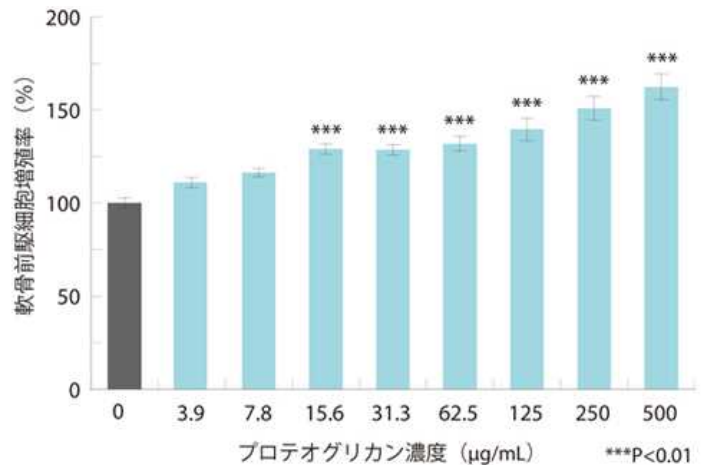
〈特徴〉

- ・保水性に優れる。
- ・抗炎症作用がある。
- ・皮膚のハリや弾力を保つ
- ・関節の痛みの軽減

引用

<https://health.suntory.co.jp/proteo/proteoglycan02/>

www.ichimaru.co.jp/proteoglycan/articular.html



(3) ツアー内容

1 日目

新青森駅-弘前駅（電車）

弘前市内散策、最後にカフェへ

選択コース エステ Hirata 桜フェイシャル(プロテオグリカン配合 50分)(徒歩)
りんご狩り 森の中の果樹園(バス)

弘前駅(バス)

東横イン弘前駅前に宿泊

2 日目

(バス)

十和田湖でカヤック(ガイド付き100分)

森のランチで昼食(カジュアルランチコース)

奥入瀬溪流でウォーキング

(バス)

酸ヶ湯温泉旅館に宿泊

3 日目

城ヶ倉で紅葉を観賞する

(バス)

八甲田ロープウェイ

(バス)

青森駅近くの「帆立小屋」でホタテ釣り

(徒歩)

「A-FACTORY」でショッピング

(徒歩)

青森駅-新青森駅(電車)

(4) ツアーの特徴

青森とシンガポールを結ぶ直行便がないため、観光客は東京や北海道から新幹線で来ると考え、スタートを新青森駅にした。1日目の選択コースのエステではプロテオグリカン、また、りんごにはポリフェノールが含まれ、美容の要素を入れた。2日目の十和田湖・奥入瀬溪流では、カヤック、ウォーキングで健康の要素を入れた。セラピー効果があるといわれる森林浴も楽しめる。3日目の城ヶ倉、八甲田では、シンガポールでは見ることができない紅葉を楽しめる。りんごやホタテなど青森らしさを感じられるものを入れた。

(5) ツアー料金総額

総額は、50000円

どちらのコースも同じ金額である。

(6) 外部からの意見・アドバイスと解決案

・ 2 日目の内容が少ない。

→十和田湖・奥入瀬溪流は見どころ満載で、リラックスする目的からも少し余裕のある
ほうが良いので変更しない。

一方で、今までにない斬新なツアーだ、という声もあった。

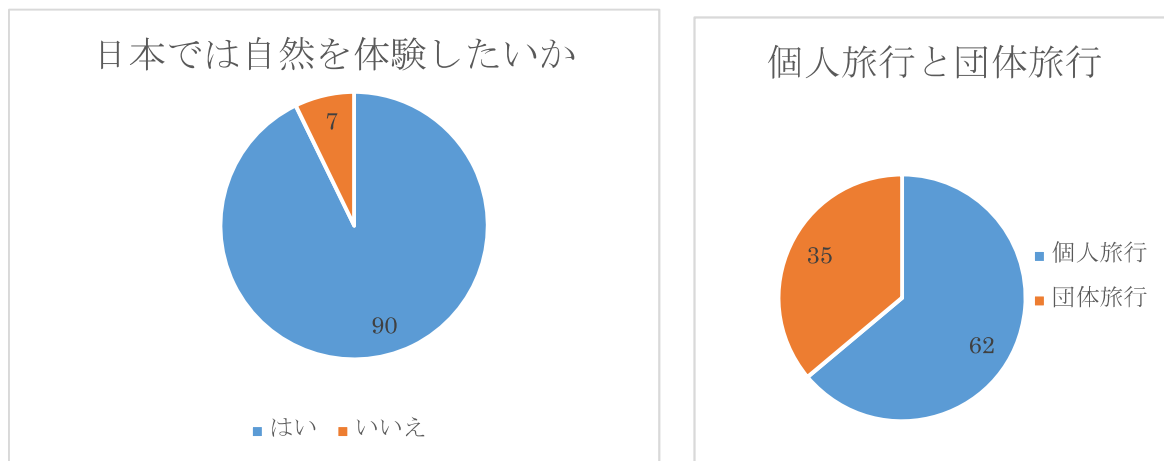
3 シンガポールから

シンガポールでのインタビューで、日本の化粧品を使っている人がいること、シンガポール人は日本では自然を楽しみたいということ、団体旅行より個人旅行を好むということ、シンガポール人は旅行では食を重視することが分かった。また、日本へのリピーターが多いこと、田舎への旅行が注目されていることも分かった。

プロテオグリカンのエステは詳しく調べるように、とのアドバイスを受けた。

シンガポールでのインタビューの結果

(シンガポール大学 44 人、オーチャードストリート 53 人)



4 考察

シンガポールでのインタビューや企業などの外部からのアドバイスによって、私たちが考えたツアーの課題がはっきり見えてきた。まずは、電車での移動や予算などできる範囲で改善する。プロテオグリカンに着目したのだが、選択コースの一ヶ所でしかとりあげていないので主張が弱い。シンガポール人の食への関心も考慮すると、氷頭なますを食べる機会があればよいと考えられる。

5 謝辞

お忙しい中、私たちに青森市の観光について教えてくださった青森市役所観光課の柳谷さん、シンガポールで私たちの班にアドバイスをしてくださったH I Sの方々、ジャパンツアーズの方々、協力していただいたH i r a t aさん、L a P o m m eさん、ありがとうございました。

テーマ あおもりカシスをシンガポールへ

ゼミレポート 1ゼミA班 3529

1 きっかけ

1ゼミではSGHの活動として、青森とシンガポールを関連させてテーマ調査を進めていく。そこで、青森の特産品を考えたときに青森はカシスの生産量1位にもかかわらず、認知度が低いことが挙げられた。シンガポールと関連させてみても、緑内障、白内障の割合が高いこととカシスの効能が合うかもしれないことを考えて、そのテーマで進めていくこととなった。

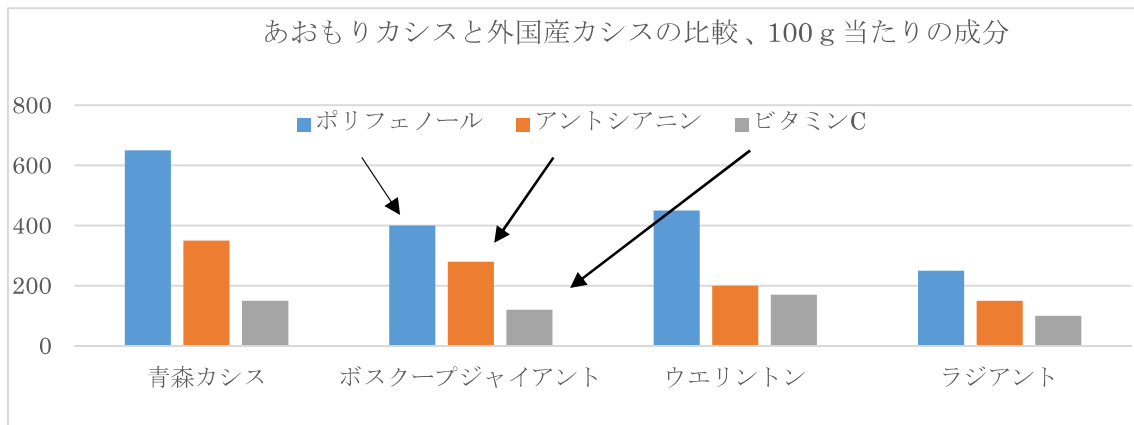
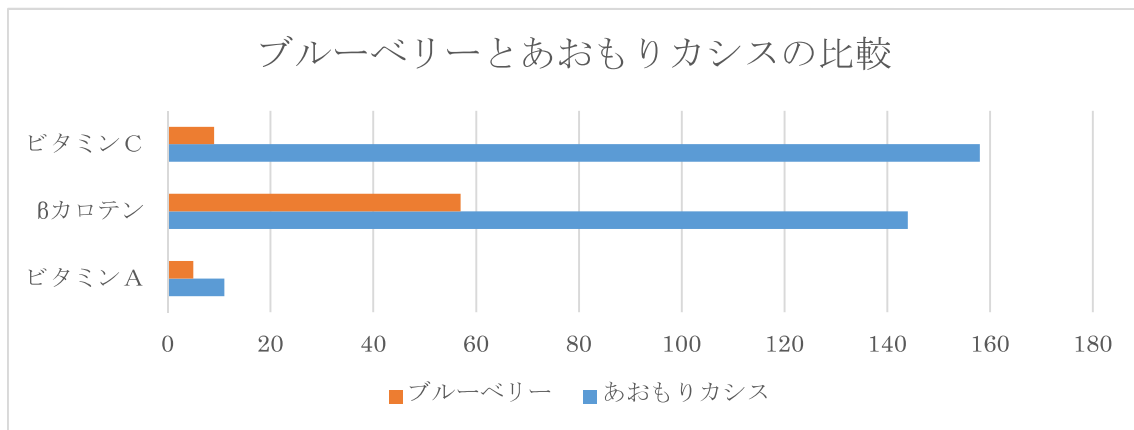
2 研究方法

- ①メンバーの企業訪問やシンガポール研修の調査結果などを聞いてまとめる。
- ②自分で調べたり、考えたりしたことやグループで話し合ったこと、ゼミ発表で学んだことなどをまとめ、それが正しいか検証する。

3 あおもりカシスについて

- ・酸味が強い
- ・見た目はブルーベリーに似ているが、植物学的にまったく違う
カシス → ユキノシタ科、スグリ属
ブルーベリー → ツツジ科、スノキ属
- ・農林水産省からGIに登録されている

GIとは地域で長年育まれた特別な生産方法によって、高い品質や評価を獲得している食品が登録されるもの（ほかの例として、神戸牛や夕張メロンなどが挙げられる）
ちなみにあおもりカシスはGI第一号として登録され、県民だよりの広報あおもりでも取り上げられた。さらに全国放送の青空レストランという番組にも取り上げられ、知名度の向上が期待されている。



- ・長年、品種改良をしなかったため外国産と比べても、栄養価が高い
(上図二つは、あおもりカシスの会事務局のパンフレットより 単位はすべてmg)
- ・目の疲れを癒す、筋肉疲労の回復の促進、動脈硬化の予防、改善などに期待できる
- ・青森県はカシスの生産量日本一なため、「あおもりカシス」というブランドとして確立している
- ・人の手で収穫、品種改良していないため高い品質→生産量少なく高級、酸味が強い
外国産は大型機械で収穫、品種改良している →生産量多く安価、甘いものもある

4 シンガポールについて

- ・若者の70%が近視、近視の若者の13%が深刻な状況
- ・2050年までには近視の人数が500万人にまで達するといわれ、このうち15%が深刻な状況に陥るといわれている
- ・これらの理由はシンガポールがビジネス大国だからだと考えられる

- ・ 外食文化があるため、ジャムを買って食べる習慣はあまりない

5 シンガポールの調査結果(班のメンバーから聞いたもの)

- ・ ターゲットは近視に悩むシンガポール人、あおもりカシスをジャムとして売ること
に決めた。ジャムは賞味期限が長いこと、輸出コストを抑える、幅広い使い道など
が利点である。ジャムの単価が高いため、売る場所は高級スーパーマーケットとし
た。
- ・ シンガポール内にある明治屋に企業訪問、アドバイザー籠島さんにお話を伺った。
籠島さんはターゲットや予算案、輸送費を考えることは大切だが、ターゲットとな
る人は売り込む店を決めることで自動的に決まってくるのであまり限定しない方が
よいとおっしゃっていた。ターゲットに属さない人が商品を買ってはいけないのか
と考えてしまうからだそうだ。そして、売り込む店を決めたら積極的に試食をする
ことでお客様の意見をダイレクトに聞けるそうだ。
- ・ 市街地のインタビュー活動では、シンガポールの人たちは商品を選ぶときに一番重
要視することは味、目に良いイメージのあるものはニンジン、魚であることがわか
った。
→あおもりカシスの高い栄養価を売りにしていたが、ジャムの味を強調していくよ
うにプランを変更した。
- ・ 高級スーパーマーケットでは、たくさんのフルーツジャムや外国産のカシスジャム
も置いてあった。やはりあおもりカシスジャムに比べて、安価で内容量の多いも
のばかりで同じように置いても売れない可能性が出てきた。
- ・ そこで高島屋という高級スーパーマーケットにある、輸入品を取り扱うお土産屋さ
んに目をつけた。有名な土産、鹿児島黒酢、中国のツバメの巣、様々なものがあ
った。細かい商品紹介や試食があって、ここなら売れるかもしれないと考えた。
Japanese
Premium というコーナーがあることも、売れる可能性が高い理由だ。
- ・ 別の日にシンガポール人に実際にあおもりカシスジャムを食べてもらい、どれが良
いかアンケートをとった。

- A 苦みが強いジャム
- B 糖度50%以下の青森カシス協会公式のジャム
- C 甘いジャム、安価
- Bが一番人気だった。

6 まとめ

ターゲットの店を決めて、それを踏まえた予算案を作りたい。

Bのジャムを実際に売って、試行錯誤しながら売れる商品にしていきたい。

補足

「輸出できるだけの量を確保できるのか」という意見をいただいたが、確かに生産量はあまり多くなく、希少であるが、ジャムにする場合なら量の心配はしなくてよいという意見を市役所の担当者の方に伺った。さらに、あおもりカシスを育てるには一定の基準を満たすことなど、さまざまな指導を受けることが必要だが、今後生産者が多くなっていく予定である。

白神山地への観光客誘致について

3739

1.<目的>

白神山地に観光客を呼び込むことによって、白神山地の活性化につなげることに。

2.<仮説と課題>

白神山地へのアクセスが悪く、外国への宣伝が足りていないから観光客が来ないのではないかな。

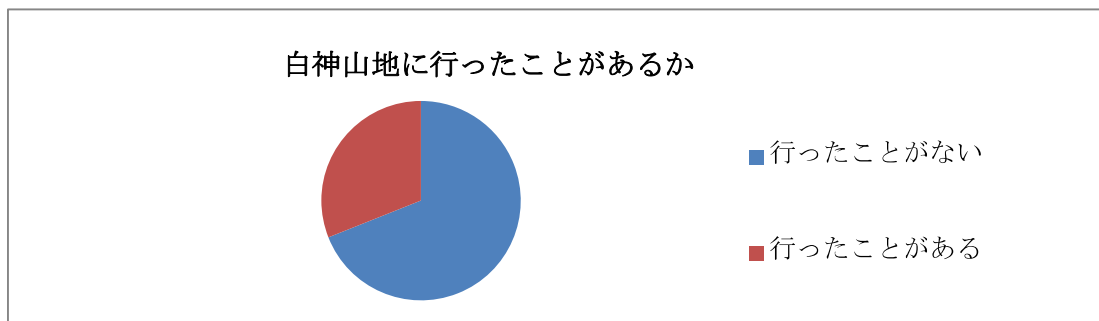
アクセスの悪さ、魅力の低さ、宣伝の効率性などが課題となる。

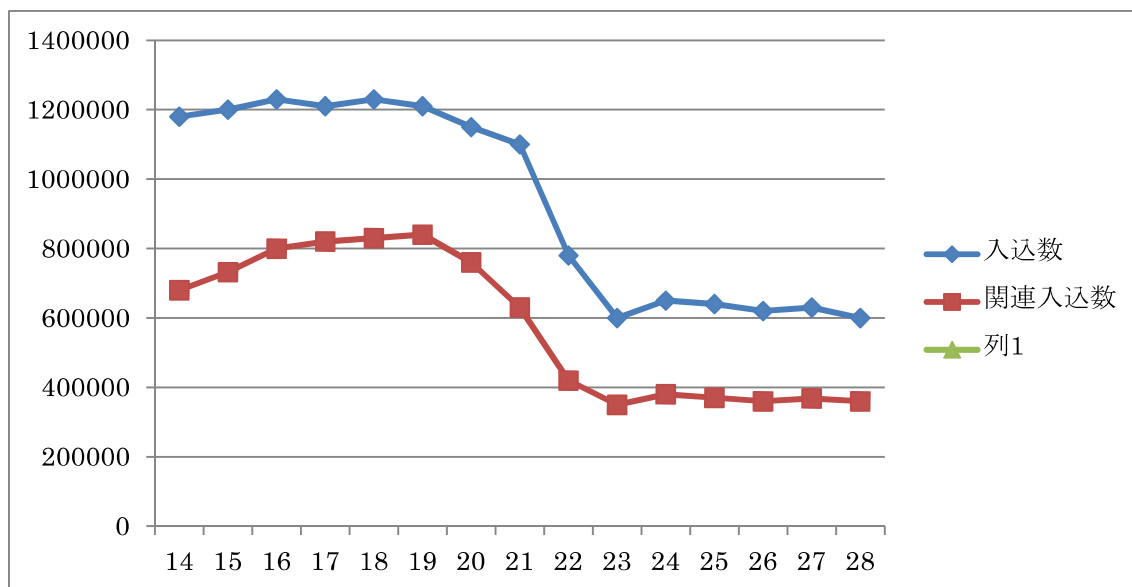
3.<白神山地について>

1993年に世界遺産に登録された、青森県と秋田県にまたがる世界最大級のブナの原生林。天然記念物の生き物をはじめ、多種多様な動植物が自生している。

4.<調査結果と理由>

1年生（現2年生）が青高祭で行った校内フィールドワークでは、26人に質問したところ白神山地に行ったことがない人が18人と県内に住んでいる人でも行ったことのない人が多いことがわかった。平成23年が最も少なく近年は観光客数が低迷していることがわかった。また、その理由としては仮説で挙げたもののほかに、白神山地のイベントがほとんどトレッキングだけで魅力があまりないこと（世界遺産だから自然に手をつけられないため）、周辺に宿泊施設が少ないこと、外国語に対応しているスタッフがいなかったことが理由だとわかった。





↑白神山地の観光客数の変化

5.<解決するために>

上記のうちのいくつかの点での解決策として、リゾートしらかみの利用とSNSでの宣伝に観点を置く。

リゾートしらかみは秋田駅と青森駅を結ぶローカル線である五能線を走るリゾート列車。白神山地の最寄駅で十二湖駅があり、自由散策の他にも3つの観光体験メニューがある。よって、リゾートしらかみの利用により青森駅や秋田駅、弘前駅から来ることが出来るため、国内においてのアクセスの悪さは解決される。また、停車駅で観光体験プランが企画されているため白神山地以外にも楽しめ、周辺の宿泊施設までの送迎もあり周辺に宿泊施設が少ないという問題も解決される。

次に、外国人を呼び込む手段として、現地会社が運営するフェイスブック青森県公式アカウントを利用する。台湾人のフォロワーは29755人韓国人のフォロワーは11063人。フェイスブックは30代～50代の利用割合が高い(10代～20世代に白神山地を知ってもらうためにインスタグラムの利用も考えている)。

6.<リゾートしらかみの観光体験プラン>

リゾートしらかみの車内で津軽三味線、人形芝居、津軽弁の語り部など青森の文化に触れられるイベントも行われており車内販売で青森の地酒やお土産も販売している。各停車駅には観光メニューが用意されており散策の他に地元のレストランや観光体験施設も楽しめる。例えばつがる地球村では、岩木山を背

景に源泉かけ流しの天然温泉に入れるプランがある。

7.〈ターゲットの設定〉

県内フィールドワークでは、青森を訪れる人は40代以上の夫婦や家族連れが多く、お金や時間のある人であることがわかった。また、青森の自然は評価されており、都会に住む外国人がきれいな自然やおいしい食べ物を求めて訪れるそうなので、白神山地およびリゾートしらかみはこれらのニーズに対応できると考える。そこで、青森県外国人延宿泊者数の多い上位3カ国中国、台湾、韓国に目をつけた。これらの国と青森空港間では、定期便やチャーター便が運航しているためより多くの集客が見込まれる。これら3カ国の家族連れや40代以上の夫婦をターゲットにする。

〔青森県外国人宿泊者数〕

順位	国名	宿泊者数
1	中国	42200
2	台湾	40290
3	韓国	21020
4	アメリカ	15070
5	香港	10210

8.〈結論〉

リゾートしらかみを利用することによって国内での交通の便の悪さや魅力の低さが解決され、SNSでの宣伝により、広く多くの国内外の人に知ってもらえて観光客誘致に効果的だという結果に至った。

9.〈今後の展望〉

次年度はより研究を深め、リゾートしらかみとSNSを利用したプランを明確にする。

10.〈謝辞〉

指導してくださった鳴海先生、県内フィールドワークでお世話になった青森県庁国際戦略観光企画課の皆様ご協力ありがとうございました。

11.《参考文献》

リゾートしらかみホームページ

<https://www.jreast.co.jp/akita/gonosen/>

H28 年度白神山地入込数

http://tohoku.env.go.jp/nature/shirakami/research/check_enter/pdf/h28.pdf#search=%27%E7%99%BD%E7%A5%9E%E5%B1%B1%E5%9C%B0+%E8%A6%B3%E5%85%89%E5%AE%A2%27

白神山地ビジターセンターホームページ

<http://www.shirakami-visitor.jp/>