

プラン名称: きになるつがる

チーム名	Bea-san ツーリス	対象地域	青森ステージ
大学名	首都大学東京	テーマ	「観光まちづくりプラン」 1～3から軸となるテーマを選択(複数可・必須) ☑1) 青森の芸術・文化 ☑2) 青森の食 ☑3) 青森での体験
リーダー名	稲家雅斗		
指導教員名	相尚寿		
メンバー名	大場美里 秦裕唯 鈴木和也 中嶋紀菜里 那須和生 藤本祥子 吉岡誉将		

【本選出場】 パフォーマンス賞 受賞

1. 対象地域・ターゲットの選定

2016年春に北海道新幹線の開通が迫り、今別町に新駅が開業することで、北海道内・本州からの観光客獲得が期待できる。一方で、新駅開業地の人口の少なさ、接続路線(津軽線)の乗降客数の少なさから、停車列車が少なくなるのではないかと懸念されており、「素通り」されてしまうことでせっかくの新幹線開業が観光客獲得や地域振興に活かせない恐れがある。そこで、東北新幹線・北海道新幹線を利用し、本州⇄北海道を移動する観光客をターゲットとする。特に、東京方面から北海道へ向かう観光客に対しては、飛行機で移動するのではなく、青森(津軽線沿線地域)に寄ることを目的に、あえて新幹線の利用を促すことで、**①新青森もしくは奥津軽いまべつ駅での途中下車 ②津軽線での移動 ③津軽線沿線地域での滞在**の3点を促進することを目標とする。よって今回は、通過駅が懸念される奥津軽いまべつ駅(現JR津軽二股駅)を含む津軽線沿線地域を対象としたプランを提案する。

2. 問題・課題認識

青森県には青森・弘前という二大都市があり、観光客も青森市が495万人、弘前市が457万人と多く、函館市に匹敵する多さである。(平成25年青森県観光入込客数統計より) この2都市を含む「津軽」の知名度は全国レベルのものである-「津軽海峡冬景色」「津軽りんご」しかし、津軽線沿線地域まで訪れる観光客は少なく、この地域の**情報・イメージが外客に十分に伝わっていない**という課題が挙げられる。それに乗じて、津軽線の乗降客数の少なさも問題になっている(Figure 1参照)。また、この地域ではやませの影響を受けるなど、農林漁業経営が不安定で、雇用が安定しないという問題がある。それにより、**若者の流出・減少**が進み、延いては**人口減少・高齢化率の上昇**が著しい(Figure 2参照)。事実、対象地域である今別町、外ヶ浜町の高齢化率がそれぞれ県内ワースト1位と2位であり、町の人口の約2人に1人が高齢者という現状がある。これに伴い空き家等が増加し、景観が損なわれるなどの問題が生じている。このほか、財政事情を優先した市町村合併を行ったことで、市町村の飛び地が複数見られ、病院等の施設から離れた孤立地域が生じ、地元住民はその弊害を直に受けている。

我々は、こうした問題を踏まえ地域振興につながるプランを提案する。



Figure 1

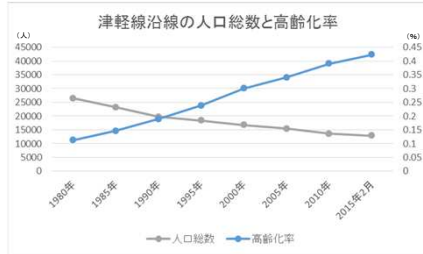


Figure 2

3. 着眼点

まず、対象地域の既存資源の整理をおこなった。

- ①手付かずの豊かな自然景観(山・川・海)
- ②地理的特性を生かした農業を中心とした基幹産業と食文化・種類豊富で品質の高い農林水産物
- ③風雪地域ならではの建築様式を持つ古民家・空き家

以上3点を軸にし、新規資源を発掘した。先の課題でも挙げたように、対象地域の情報・イメージが外客に十分に伝わっていないという問題がある。そこで情報発信の手段としての「作品」の効果を用いて沿線地域の魅力を引き出し、「津軽線」と「作品」とを掛け合わせることで生まれる沿線地域の景観に着目した。ここでいう作品とは、駅に飾られる写真や絵のほか、人々が手を加えることで新しく生まれた古民家・空き家・駅のことである。

ただ沿線に「作品」を持ち合わせるのではなく、無人駅をはじめとした沿線にある既存資源を、「作品」に関連させて有効活用することで、この場所ではできない新規の観光資源になると考えた。

4. 問題解決策と提案プラン

- ◇問題解決策・提案プラン
- ①津軽線沿線地域へ訪れる人々の活動による既存コミュニティの拡大
 - ②既存資源の有効利用
 - ③そこで新たに生まれる地域ブランド・イメージ形成

以上の3点を主目的とし、観光客を中心とした**津軽線沿線のつながり**(「つがるベルト」)をつくる。



本プランは、実施主体として行政を想定し、JR東日本と連携を取りつつ行う。

◇プラン内容

①**古民家・空き家ビフォーアフター**
地域外の建築にかかわる様々な主体に、利用されていない古民家・空き家を素材(例:建築コンペティション)として提供することで、古民家・空き家を再生し、そこで新規事業者の受け入れや訪問、古民家の宿泊利用を促進する。

②**テーマのある駅**
津軽線の各駅に、津軽に自生する植物の色彩をテーマとして持たせ、各駅のギャラリーで製作者がテーマ作品を展示する。

③**古民家ダイニング**
地域の農業・漁業従事者が、周辺地域で収穫した農作物や海産物などの直売を行い、観光客がそこで購入した商品の調理・飲食ができる場を提供する。

④**AGRI HOUSE (あぐりはうす)**
①で再生された古民家・空き家を、現在休耕田となっている農地で農業を行う人々が集う場として提供する。(地域外客に休耕田を利用してもらうきっかけづくり)

津軽線沿線の地域内で観光客の回遊性を高め、地域の特色や資源の情報発信をはかるため、地域の魅力をポスターや地図にして訴求する。

5. 新規性

観光客をはじめとした**地域外客が、プレイヤーとして参与**することで、観光地としての地域活性化を促進することはもちろん、観光客が地域に密接に関わることで、リピーターの獲得にもつながりやすと考えられる。

さらには、空き家の増加に伴う景観の悪化や古民家の老朽化、後継者不足による基幹産業の衰退のなど**地域特有の社会問題の解消**に繋がる。また、「鉄道沿線」と「作品」を掛け合わせることで沿線空間やコミュニティに**連続性・広がり**をもたせ、飛び地問題の解決にも一定の成果が期待できる。

6. 実現計画・プランによる効果

6つの「きになる」ごとに、プランを実行するため準備すること、またプランによる効果をそれぞれ分類した。

気になる	<ul style="list-style-type: none"> •北海道新幹線の開通 •津軽線の情報宣伝を行う
機になる	<ul style="list-style-type: none"> •使っていない・使われていない資源の利用(プラン④) •古民家のリノベーションを行う(プラン①③④)
器になる	<ul style="list-style-type: none"> •芸術の場となる駅等施設の改装(プラン②) •地域住民の理解・協力を得る
木になる	<ul style="list-style-type: none"> •津軽線を軸としたベルト(つながり)の形成
樹に生る	<ul style="list-style-type: none"> •地域のブランド・イメージの形成 •知名度の向上
喜になる	<ul style="list-style-type: none"> •観光客の増加につながる •若い人が地域に入ってくる •人口減少の歯止めになる •地域の活性化につながる

段階的に

2016年の北海道新幹線開通を前に、津軽線沿線の情報宣伝を行い、古民家・空き家を改装する主体を募集する。同時に、地域住民とのワークショップを重ね、我々のプランへの賛同を得る。地域住民の要望も取り入れつつプランの方向性を固める。新幹線開通と同時に、プラン内容にある複数の機能を持った施設をいくつか完成させ、地域外客に施設の魅力を訴求する。これを広め、約5年で津軽線の駅や沿線の空き家・古民家が全て有効利用されることを目標とする。そうして、日本初の「鉄道沿線」×「作品」というコンセプトのまちづくりで地域の知名度・ブランドは向上し、観光客が増え経済は潤い、約10年後には若者人口の増加で、基幹産業の再興など社会問題の解消を目指す。

本プログラムが対象地域にもたらす経済波及効果を農林水産業、飲食料品、製造工業製品、建設、運輸、対個人サービスの分類から計算すると、**10年間で約518億円**の経済波及効果があると算出できた。

参考文献

- 平成25年度青森県観光入込客数統計
- 平成27年度内閣府国勢調査
- 平成23年産業関連表(総務省)