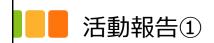




# 私たちの担任 青木加乃子さん

- 青木さんのプロフィール
- 手芸材料専門店ナンデモヤ 日本語以 外でも接客の必要から多言語の自然習得 を実践研究するヒッポファミリークラブに所属
- ホームステイ受け入れが趣味(?)となり、 ベトナム人と家族同様(笑)現在はクリエ イトメンバーと世代を超えパワーのやり取りが できることを素晴らしいと思っている!



# 『Welcome シート』 の 作成





### "15種類"のようこそ

- 韓国
- イタリア
- ・クロアチア
- ・フランス
- ・ルーマニア
- タイ
- ・スワヒリ
- ・英語

- ベトナム
- ・ポルトガル
- ロシア
- スペイン
- 中国
- ・ ヒンディー/ネパール
- 広東

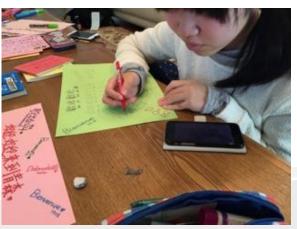
#### 活動風景

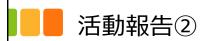




自ら新しい言語に触れる

国旗をモチーフにしたカラーリングデザイン





# 他団体 との コラボレーション



#### 函館らぁめんサークルとは



北海道の南、函館にあるラーメン屋の情報をフェイスブックに投稿している学生団体です。

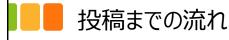


#### コラボのきっかけ

4 組担任である青木加乃子さんの息子さんである青木拓哉さんが北海道教育大学に在籍し、 函館らぁめんサークルで活動中。

サークル長の冨澤一矢さんがクリエイトの活動に 共感。

ぜひ、関わりたいということでコラボレーションが実現。



投稿するラーメン屋を決める。



実際にラーメン屋に行って、食べる。



食べた感想を元に、記事を作成する。



フェイスブックに投稿する

### 函館ラーメンサークルさんの投稿



**写か時 函館らあめんサークル**さんが写真4件を追加しまし た。 2015年4月18日・6

今日は 滋養軒 に行ってきました。

塩ラーメン 特製滋養メン(醤油、塩) 餃子 を頂きました!

滋養メンはラー油が入っていて少し辛く、ニラや木耳など 具材も美味。

塩ラーメンも透き通るようなスープにチャーシューが最高 の一品でした。

店は大繁盛!

並んでも食べる価値ありのお店です、皆さんも是非!!!

**6** 



どうやったら見てくれる だろうか?

初めてのFacebook 投稿

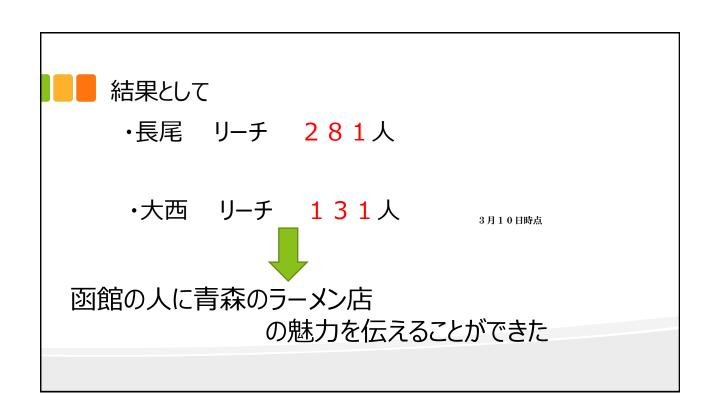


# 工夫した所

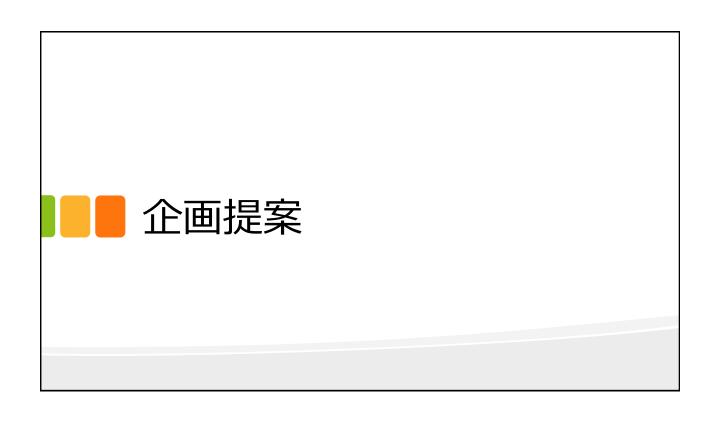
- •英語対応
- ・写真を豊富に掲載
- •具体的な場所の記載















らあめん祭り in Aomori ~男祭り・女祭り~

# 青森のおもてなしレベルが低い

(青森大学社会学部准教授 櫛引素夫先生)



仮説

青森市民が誇りを持って自慢できる ものを持っていないからではないか?

47都道府県を対象に、各都道府県出身者に対して「愛着度」と「自慢度」について調査し、ランキング化

青森県

愛着度 白爆度 16位

自慢度 25位





他の都道府県と比較し、個人的な愛着は強いが、

地域外に向けて誇るという意識に乏しい

出典「現代ビジネス」

青森のおもてなしレベルが低い(櫛引先生より)

青森市民が誇りを持って自慢できるものを持っていないから ■

新幹線開業に伴い青森の地域の潜在資源を市民 に再認識してもらいたい

新しく新商品を作るのではなく、あるもので!!

ラーメンを活かした取り組みをやろう!

しかし、今までにラーメンスタンプラリーなどの色々な取り組みをやってきたが、観光客向けではなかった。

一度にたくさんの種類のラーメンを食べれたら、青森ラーメンの魅力を1回で伝えられるのではないか

らあめん祭りをやろう!!

# ■ 目標

らぁめん祭りによって、青森の人に自慢できるものを持ってもらい、 さらに新町商店街の魅力を知ってもらうきっかけを作ろう!!

- なぜラーメンなのか?
  - ·Cheap & One bowl & Fast
  - ・青森には、魅力的なラーメンex) 煮干し、みそカレー牛乳

#### SWOT分析

- ・青森でしか食べれ ないラーメン
- ・知名度が低い
- ・他の観光資源が乏しい
- ・青森までの交通コスト

強み(Strength)



弱み

(Weakness)

- 北海道新幹線開業に伴い、新 青森駅は通過駅
- ・ 青森の観光機会の余地
- ・ラーメンの競争化

機会 (Opportunity)

- ・どこでもラーメンは食べ られる
- ・新青森で下りる人少ない

脅威(Threat)

#### クロスSWOT

新幹線開業に伴い、青森の ラーメンを用いた観光施策 の実施

・青森外での出店

#### 積極化戦略

#### 段階的施策

- ・独自のラーメンの販売ルートの
- ・県内ラーメン消費量向上 による県民の自慢度を上げ る

差別化戦略

専守防衛・撤退

# ┃ ラーメン博覧会の事例

- ラーメン女子博(神奈川県横浜市赤レンガ倉庫イベント広場)
- 日時: 2016年3月17日~21日までの5日間
- 入場料:無料 飲食の際は食券を購入する必要がある。
- 12店舗が出店
- 昨年は3万人が来場



イメージ図→

#### ←ラーメン女子博2016ロゴ



# ■ らぁめん祭り

- ・ラーメンのブースを出展(10店舗)
- ・2日間開催

(女性限定の日と男性限定の日)

+

+

#### (理由)

- ・普段一人でラーメン店に入りにくい女性でも思う存分ラーメンを楽しめる
- ・話題性の創出



ワラッセの広場

○出店ブース

新町商店街(5店舗)

函館 (3店舗)

2日間出店



男性向け 2店舗 (こってり系)

り系)

女性向け 2店舗(あっさり系)

女祭りの日

# ○開催期間

- ・11月の土日
- ・男祭りと女祭りを一日ずつ開催する。

# ○ラーメンの値段と量

- 一杯の量 1人前の3分の1
- ·一杯の値段 ¥300
- ・チケット方式

## 必要な予算

·コンロ代(10個) ¥16,200

·テント代(10台) ¥73,500

·場所代 ¥52,000

·人件費(警備代) ¥400,000

(運営) ¥ 0

·諸経費 ¥ +a

計 ¥540,000+a

#### 実現への課題 1

単発で終わる可能性がある



新町商店街への効果は?



- ① 来場した人にアンケートの実施
  - 質問例)・青森に来てみてどう感じましたか?
    - ・らぁめん祭りの感想



イベントで終わらせることなく、情報収集の場としての活用

# 解決策

②来場した方に新町商店街への誘導

例) 街てく・しんまちの逸品ツアー



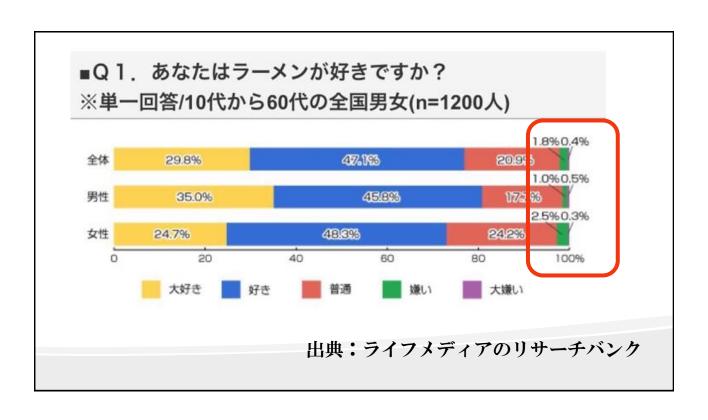
既存の潜在資源の活用促進

街てく・しんまちの逸品ツアー

実現への課題2

北海道新幹線を利用して市民が ラーメンを求めて青函を行き来 するか?

(=ラーメンに価値を感じるか?)



ラーメンが嫌いだと答えた人 2.2%



ラーメンは観光資源となる 十分な余地がある!!

# ■■ 新町商店街への効果

- 街てく・しんまちの逸品ツアー等の既存の観光資源の利用率上昇。
- またこのラーメンを食べたいという人(観光客を含む)が新町商店街に来て買い物をしていく可能性が高まる。



# 新町商店街の回遊性アップ

青森のラーメンがブランド化されると・・・



- ・市民が<mark>誇り</mark>を持てるようになる。
- ・青森への<mark>経済効果</mark>が生まれる。 (讃岐うどんの経済効果は数十億円と言われている。)

# 私たちは らあめん祭り をやりたい!



### 出典·引用

- ・函館らぁめんサークルFacebookページ
  - (https://m.facebook.com/ramencircle.hakodate/)
- ・ねぶたの家ワ・ラッセホームページ
  - (http://www.nebuta.jp/warasse/)
- ・ライフメディアのリサーチバンク
  - (http://research.lifemedia.jp/)
- ・ラーメン女子博
  - (http://www.ramengirls-fes.com/)
- ・ビジネスイノベーションセンター
  - (http://www.ogis-ri.co.jp/rad/r-01bic.html)

