

地域	東青地域	事業数計	4	事業費計	17百万円
取組の基本方針	(1) 安全・安心で優れた農林水産物の産地づくり (2) 地域資源の高付加価値化と販売の促進 (3) 地域の魅力づくりと広域観光の推進 (4) 一人ひとりが健康でいつまでも住み続けられる地域づくり				
これまでの成果	<ul style="list-style-type: none"> ・就農者確保、独身男性農業者の婚姻促進に向け、農業経営者や市町村、関係団体を構成員とする次世代担い手確保支援会議を組織して農業の魅力PR動画を作成したほか、「あおり出会いサポートセンター」や各町村の結婚相談担当窓口と連携しながら、結婚支援に取り組みました。 ・観光需要の回復を見据え、食と観光を生かした誘客の強化に向けて、市町村や観光事業者、移住者等との協働により「One Story」をコンセプトとした陸奥湾の周遊観光を推進することとし、夏泊・津軽の両半島と岬を巡るファミツアーの実施や情報発信、新たなグルメ商品の開発を進めました。 ・働き盛り世代の健やか力向上に向けて、漁協を中心とした健康づくりを実施している平内町の取組を参考とし、管内農協・漁協や事業所を対象とした職域での健康づくりの普及に取り組んだ結果、空気クリーン施設認証申請や健康教育実施に向けた相談が増加しました。 ・移住者増加に向けて、東青地域に移住・定住している方の生業や生活等を紹介する動画やガイドブックを作成し、インターネットや首都圏で情報発信したことなどにより、東青地域への移住者数は年々増加しています。 ・地域共生社会づくりについて、外ヶ浜町上小国地区において、住民主体による「上小国いきいき地域づくりプラン」に基づく取組が進んでいます。また、管内のつどいの場が16か所から36か所に増加しました。 				

現状・課題と今後の取組の方向性

- (1) 安全・安心で優れた農林水産物の産地づくり
- (2) 地域資源の高付加価値化と販売の促進

○新規就農者数は、近年増加傾向にあるものの、農業就業人口全体では減少が続いており、配偶者のいない経営者も多く見受けられます。

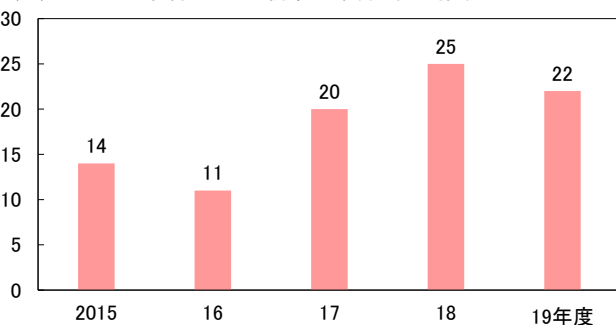
→ 新規就農者の確保に向け、これまでの取組により作成した農業農村の魅力PR動画による情報発信を継続するほか、農業者の婚姻促進に向けて、引き続き管内全町村とJAが参画している「あおり出会いサポートセンター」や各町村の結婚相談窓口の活用を促進します。

○ナマコは国内取引価格が高値で安定しており、陸奥湾ではホタテガイに次ぐ重要水産物ですが、近年、水揚げ数量の減少が顕著となっています。水揚げ数量の確保のため、生産者が「ナマコ種苗生産マニュアル」に基づき、種苗生産に取り組んでいますが、生産状況は安定していません。

→ ナマコ種苗の安定供給に向け、管内の漁協や生産者グループと協働し、各生産現場に対応した安定生産技術や放流方法の検証を進めます。

指標の動向等

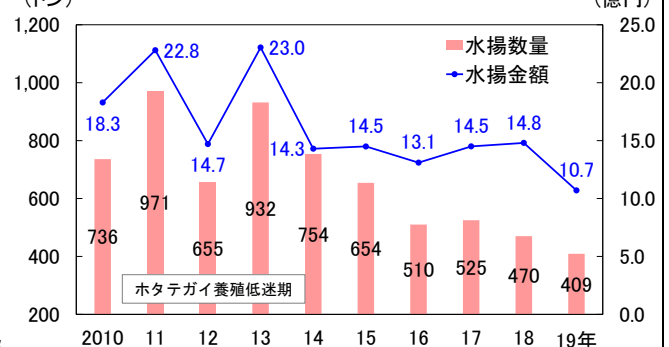
(人) 東青地域の新規就農者数の推移



資料: 東青地域県民局地域農林水産部

新規就農者数は近年増加傾向にあります。

(トン) 東青地域の水揚げ水量・水揚げ金額の推移 (億円)



資料: 農林水産部

水揚げ数量・金額とも年々減少しています。

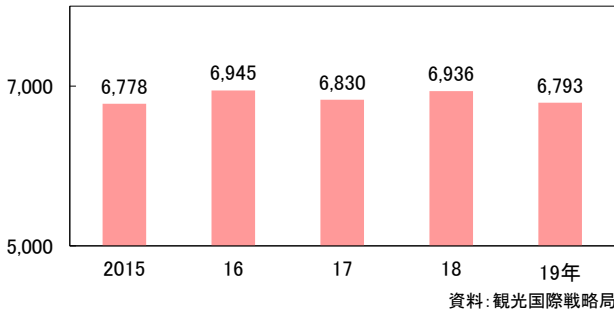
(3) 地域の魅力づくりと広域観光の推進

○新型コロナウイルス感染症の影響により、観光産業は厳しい状況が続いています。感染状況が落ち着いた後、観光需要を速やかに取り込むため、地域の食や観光資源を生かし、注目が高まっている自然観光や体験型観光に対応できる態勢を整えておくことが重要です。

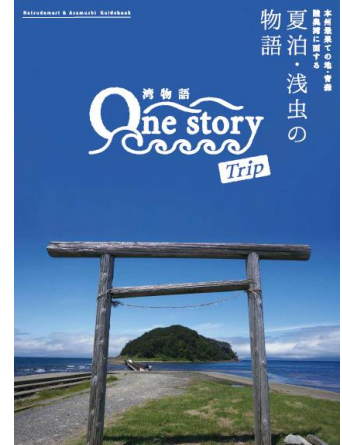
→ 自治体や関係者と協働しながら、アクティビティ、絶景ポイント等を巡る周遊ルートをPRしていくほか、グルメ商品の試作販売に向けた取組を進めます。

指標の動向等

(千人) 東青地域の観光入込客数の推移



北海道新幹線開業年(2016年)と比較して減少または横ばいとなっています。



(4) 一人ひとりが健康でいつまでも住み続けられる地域づくり

○管内全市町村の平均寿命が男女とも全国下位50位以内であり、特に40代から60代の死亡率が高くなっています。また、肥満傾向児の出現率が全ての学年で全国平均を上回っています。

→ 働き盛り世代の健康づくりに向けて、地域住民の健康意識の向上を図るため、若手農業・漁業者やその家族のアイデアを取り入れた健康づくりメニューの作成など、農協・漁協等での普及啓発に取り組めます。また、こどもの健康習慣の定着を図るため、親子調理実習や夏休み栄養チャレンジなど、栄養に焦点を当てた健康意識の向上を図ります。

○コロナ禍による地方への関心の高まりを移住の増加につなげていくため、移住希望者が求める情報の発信が必要です。また、交流人口の増加や若い世代の定着を図るため、地域貢献の意識が高い移住者の経験や視点を生かした取組が重要です。

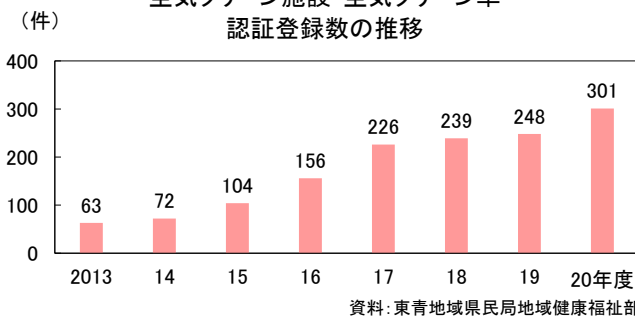
→ 移住の増加に向けて、市町村や東青地域への移住者と連携しながら、引き続きオンラインでの移住相談や東青地域での暮らしやしごとに関する情報発信を行います。また、若い世代の定着に向け、移住者や地域おこし協力隊と協力し、しごと体験や伝統芸能体験など、地域の魅力を再発見する取組を実施します。

○地域共生社会の実現に向けて、外ヶ浜町上小国地区における住民主体の取組や、つどいの場の活動を他地域へ横展開していくことが重要です。

→ 上小国地区の取組やつどいの場の活動を支援するとともに、管内他地域への横展開に向け、市町村との意見交換等を通じ地域における理解促進を図ります。

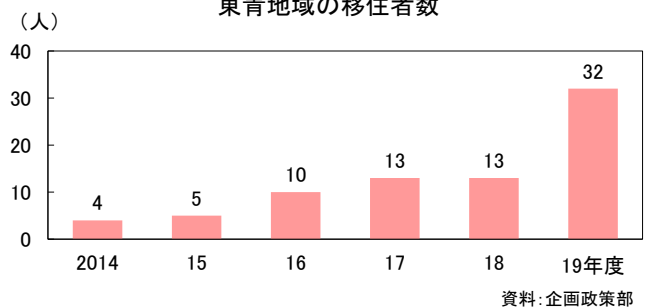
指標の動向等

空気クリーン施設・空気クリーン車
認証登録数の推移



東青地域の空気クリーン施設・空気クリーン車認証数(受動喫煙防止対策実施施設・車)は年々増加しています。

東青地域の移住者数



東青地域への移住者数は年々増加しています。

地域	中南地域	事業数計	10	事業費計	34百万円
取組の基本方針	(1) 労働生産性の向上や6次産業化による稼げる農林業の推進 (2) ものづくり産業を支える人財力の強化 (3) 感動の舞台づくり (4) 誰もが支え合い安心して暮らしていける地域社会づくり				
これまでの成果	<ul style="list-style-type: none"> ・需要が高まる国産うるしの苗木生産技術を確立したほか、安価な農業用パイプハウスの自力施工に取り組む若手農業者が増加しました。 ・企業の採用力向上に向けた研修や、企業と高校生との相互理解促進セミナー等を実施した結果、複数の生徒が管内のものづくり企業へ就職しました。 ・管内7市町村における、まちあるきの参加者が延べ4万人を超えたほか、周遊観光推進のための新たな観光ブランド「古津軽」を創出しました。 ・高齢者の外出を支援するモデル事業が地域住民主体で実施されたほか、がん検診受診率向上に向けた普及啓発活動の結果、管内の受診率が高まりました。 				

現状・課題と今後の取組の方向性

(1) 労働生産性の向上や6次産業化による稼げる農林業の推進

○農家の高齢化により労働力不足が深刻である一方、新規就農者は初期投資の負担や栽培技術の不足などにより経営が不安定です。

→ 集落営農組織が設備を提供し、若手農業者がオペレーターとして労働力を提供する仕組みを構築し、**共助・共存の地域農業づくりを促進します。また、県外など地域外からの補助労働力確保に取り組めます。**

○国産うるしの需要が高まる一方で資源の枯渇が懸念される中、開発レベルでの苗木生産技術を確立しましたが、現場における採算ベースでの取組とするに当たり、優良苗木の安定供給に必要な生産体制の整備や苗木需給情報の管理、及び施業方法については未だ確立されていません。

→ うるしの苗木生産技術を普及していくとともに、**地域に適合した施業方法を実証します。**

○産直施設への出荷者の約7割は65歳以上であり、産直施設への出荷や袋詰め作業等が困難になりつつあります。また、各産直施設の認知度に差が生じており、地産地消の機会を逃しています。

→ **共同集荷による複数産直施設への出荷や、農福連携による袋詰め作業の実証等による新たな産直施設モデルを確立します。また、複数の産直施設が連携したプロモーションにより地産地消を推進します。**

○世界遺産白神山地や自然公園などの森林資源がある一方、健康や教育の場としての活用や、リモートワーク・ワーケーションの場としての活用が進められていません。

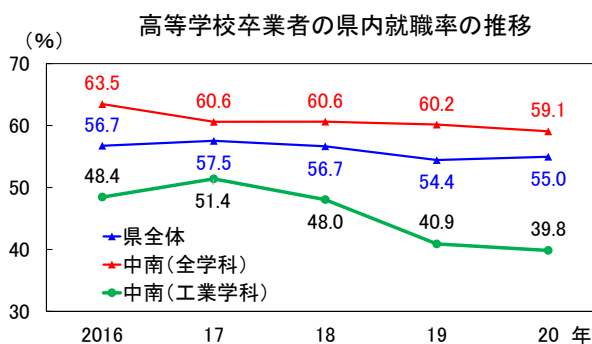
→ **森林と他産業を結び付け、森林空間を多様に活用する「森林サービス産業」を創出します。**

(2) ものづくり産業を支える人財力の強化

○工業学科を卒業した生徒の県内就職率は低く、管内企業の認知度及びしごとに関する情報が生徒に届いていません。また、企業側の中途採用に対する理解が不足しています。

→ **地元企業と高校生が交流する場を設けることで高校生に地元企業を幅広く知ってもらう機会を創出するほか、企業向けに中途採用のメリットや採用ノウハウ等を取得するセミナー等を開催します。**

指標の動向等



※各年3月卒。県全体は、全日制課程及び定時制課程の合計値。
中南(全学科及び工業学科)は、全日制課程のみと中南地域県民局において割合を算出。

資料:教育庁



工業学科卒業生は県内就職率が低い傾向にあります。

地元企業と高校生が交流する場を創出しています。

(3) 感動の舞台づくり

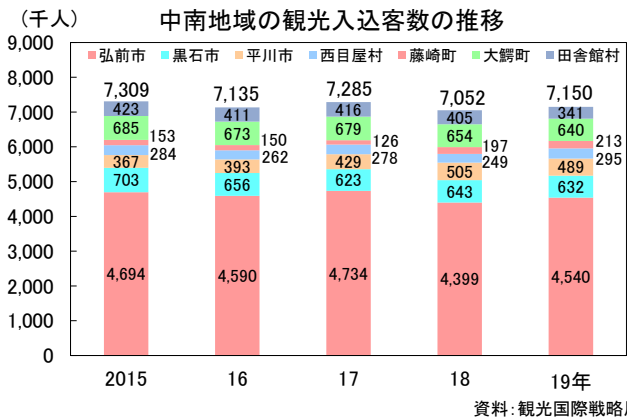
○管内観光客の入込みが弘前市に集中しており、域内全体の周遊につなげていく必要があります。

→ **新たな観光ブランド「古津軽」をはじめとするコンテンツ構築や商品販売、地元の機運醸成に取り組むほか、話題性のあるイベントや取組などをメディアやSNS等を通じ効果的に情報発信します。**

○沿線住民や通勤・通学利用者の減少により、弘南鉄道の利用者が減少しています。

→ **高校生を中心とした地域ビジネスの創出や弘南鉄道を活用したイベント等に取り組めます。**

指標の動向等



管内の観光入込客数は700万人程度で推移し、6割以上が弘前市に集中しています。

地域の神社に点在する個性豊かな「鬼」のオリジナルカードを制作・配布しました。

(4) 誰もが支え合い安心して暮らしていける地域社会づくり

○小売店の減少に伴い、運転免許を持たない高齢者の買い物の不便さが深刻化しています。

→ **管内モデル事業を基に、各地域のニーズ等に即した「お出かけサービス」の横展開に取り組めます。**

○農村部や中山間地域での高齢化が進行しており、地域住民の互助に対するサポートが必要ですが、それに取り組む主体が不足しています。

→ **地域ごとのニーズの抽出とニーズに応える担い手の育成支援、地域課題に応じたワークショップ開催、及びアドバイザー派遣等により、互助が充実した住民主体の仕組みづくりに取り組めます。**

また、高校生を主体とした地域貢献の仕組みづくりに取り組めます。

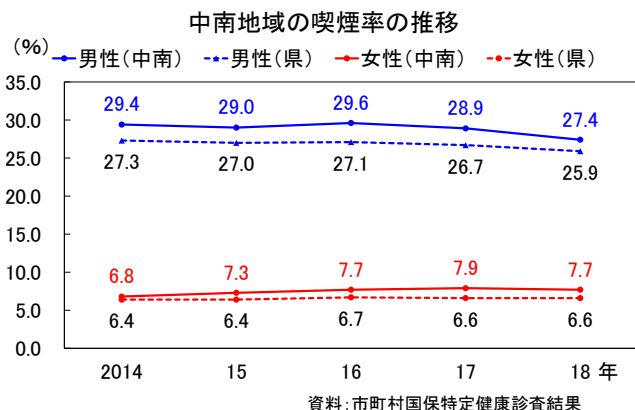
○中南地域の喫煙率は県平均と比べて依然として男女ともに高い水準にあるほか、がん検診受診率は増加傾向にあるものの、本県が「健康津軽21（第2次）」で掲げた目標である受診率50%には届いていません。

→ **事業所の受動喫煙防止対策状況を把握し、リーフレット配布や研修会を開催するほか、商工会議所や市町村などの関係機関と連携し、がん検診受診の必要性について更なる普及啓発に取り組めます。**

指標の動向等



藤崎町をモデル地域とした「お出かけサービス」を立ち上げ、このノウハウを活用して、他地域への横展開に取り組めます。



管内の喫煙率は男性が微減傾向、女性は微増傾向にあります。

地域	三八地域	事業数計	7	事業費計	28百万円
取組の基本方針	(1) ものづくり産業の活性化とエネルギー関連産業の振興 (2) 農林水産資源の高付加価値化と人財・経営体の育成 (3) 広域観光の更なる推進 (4) 健康、長寿で、生き生きと安心して暮らせる地域づくり				
これまでの成果	<ul style="list-style-type: none"> ・企業等に向けた就域に関するセミナーを実施した結果、「三八の就域モデル」の構築に対する企業等の理解が深まりました。 ・モデル市町村においてICTシステムによる繁殖牛のデータ管理等に取り組んだ結果、8戸の生産者がスマートフォンアプリでのデータ更新を開始するなど、システム活用に対する関心が高まっています。 ・ホッキガイ漁場におけるカシパンの現存量調査結果を活用したマップを作成した結果、重点的に漁場改善を図るべき地点が明らかになりました。 ・三八地域の歴史・文化遺産をテーマとした広域観光モデルコースを作成したことにより、広域観光推進の機運が醸成されました。 ・事業所単位で健康づくりの取組を進めた結果、青森県健康経営事業所や協会けんぽ健康宣言事業所が増加しました。 ・管内市町村等を対象としたモデル事業や勉強会の実施により、「青森県型地域共生社会」の概念や取組事例への地域住民等の理解度が少しずつ高まっています。 				

現状・課題と今後の取組の方向性

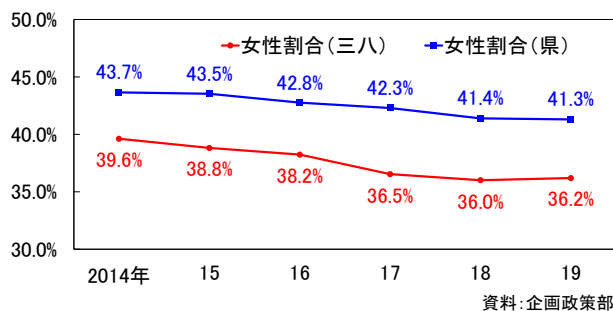
(1) ものづくり産業の活性化とエネルギー関連産業の振興

○三八地域の若者の県外流出が進む中、採用競合企業の連携による地域の人財採用力や育成力を向上するための取組や、女性の地元定着に向けた取組が不足しています。

→ 地域のものづくり企業等に対し、採用競合企業同士が連携して地域ぐるみで人財採用と育成を行うための機運醸成に取り組みます。また、女子生徒・学生が感じる地元就職や暮らしの魅力について調査し、調査結果をe-bookやSNS等で同世代に向けて発信することで、若者の地元定着を図ります。

指標の動向等

三八地域の女性従業員比率(製造業)



製造業における女性従業員比率は、県全体で低下傾向にあり、特に三八地域は、県全体と比較し、低い割合となっています。

地域の女子生徒・学生が、地元の仕事や暮らしを調査し、その魅力の発信、共有に取り組めます。

(2) 農林水産資源の高付加価値化と人財・経営体の育成

○非農家出身の新規就農者が増加しているため、新規就農者の栽培技術や経営管理スキルの向上、ネットワークづくりの場づくりが必要です。

→ 新規就農者の早期の経営安定に向け、関係機関が連携して支援体制を検討するとともに、栽培管理等の研修や交流の場づくり等に取り組めます。

○松くい虫被害対策に有効で、かつ森林所有者が意欲的に実施できる森林整備手法が確立されていません。

→ 地元大学と連携し、松くい虫被害を早期に発見する解析システムを構築します。また、松くい虫被害の予防に効果的な森林整備モデルを構築します。

○肉用牛繁殖経営の収益向上のため、効率的に地域内の繁殖雌牛情報を管理・共有する仕組みが必要です。

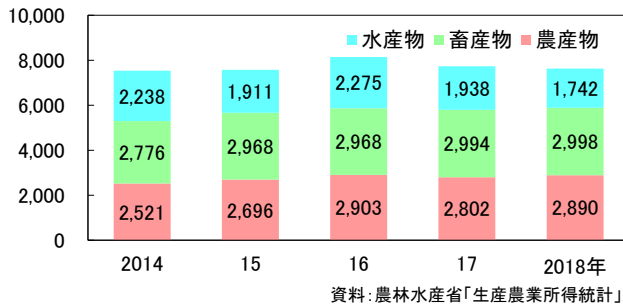
→ 生産者や関係機関と連携し、モデル市町村におけるICTシステムを活用した繁殖牛のデータ管理の実証を行うなど、効率的な繁殖管理体制を地域全体で推進します。

○ホッキガイの資源量減少の要因である有害生物カシパンを早期に駆除するノウハウが不足しています。また、砂噛みの解消技術や加工品がないため、他産地に比べて評価が低くなっています。

→ 漁場のカシパンを効率的に駆除する漁具の開発等を行うことにより、ホッキガイの資源増大を図ります。また、関係機関と連携し、砂抜き技術や高品質な加工品の開発に取り組むことで、ホッキガイの評価向上につなげます。

指標の動向等

三八地域農林水産物産出額の推移



2017年と比べ、水産物産出額は減少していますが、農産物と畜産物の産出額は増加しています。

資料

- ・農産物及び畜産物
農林水産省 農林水産統計 市町村別農業産出額（推計）
- ・水産物
H26～30 海面漁業調査結果（水産振興課）
※八戸水産事務所管内
（三沢市、おいらせ町、八戸市、階上町）の合計

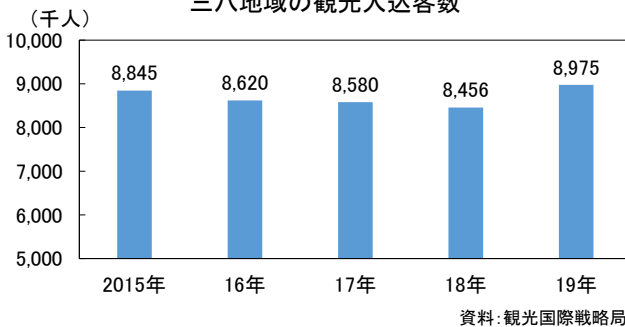
(3) 広域観光の更なる推進

○新型コロナウイルス感染症の影響で観光需要が大きく減少したことにより、旅行業、宿泊業、飲食業など多くの産業において深刻な影響が生じています。

→ 「新しい生活様式」に対応した新しい旅行スタイルの調査やモデルづくり等に取り組むことにより、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止と地域経済を両立させた広域観光を推進します。

指標の動向等

三八地域の観光入込客数



三八地域の観光入込客数は、年間 850 万人前後で推移してきましたが、2020 年は、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく落ち込むことが予想されます。

(4) 健康、長寿で、生き生きと安心して暮らせる地域づくり

○働き盛り世代の死亡率や労働者の定期健康診断における有所見率が高いため、事業所における健康経営の推進や労働者の生活習慣改善を促すための具体的な取組が必要です。

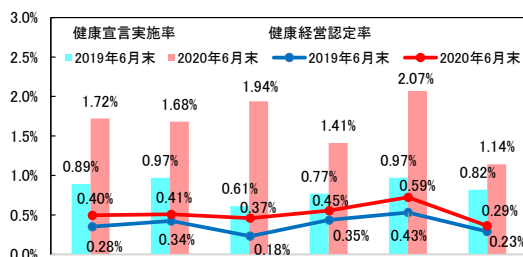
→ 事業所向けの健康経営に関するセミナーの開催や、健康づくりに取り組む事業所間での情報共有、従業員への健康教育等を行うことで、事業所単位での健康づくりを推進します。

○2025 年以降の超高齢化時代を見据え、地域で生活するために必要な「食事」、「移動」、「買物」などの生活支援サービスの提供が課題となっています。

→ 「青森県型地域共生社会」の概念や取組事例を具体的に示すことで意識醸成を図るとともに、モデル事業等を通じて住民が地域に関心を持ち、地域の具体的な課題に取り組む体制づくりを進めます。

指標の動向等

圏域毎の健康経営認定率、健康宣言実施率



6 圏域中、健康宣言実施率は 2 位、健康経営認定率は 5 位です。



講師派遣やリモートを活用し、事業所従業員への健康教育等を行います。

地域	西北地域	事業数計	5	事業費計	20百万円
取組の基本方針	(1) ブランドカアップで稼ぐ農林水産業の推進 (2) チャンスを生かし、地域が一体となった観光の推進 (3) 地域が一体となった健やかな地域づくり (4) ふるさとを愛し、共に生き、暮らすことができる地域づくり				
これまでの成果	<ul style="list-style-type: none"> 排水対策などにより、中泊町では新規野菜導入経営体が5戸増加するなど、小規模稲作経営体における水稲と高収益作物の複合経営が徐々に進んでいます。 ナラ枯れ被害が多い広葉樹大径木が被害を受ける前に伐採する「更新伐」の実証結果を踏まえ、2020（令和2）年度に「更新伐マニュアル」を作成しました。 交通手段が限られた地域での周遊観光のコンテンツとして、2020（令和2）年度にランニングと観光を組み合わせた「奥津軽旅ラン」を6コース作成しました。 五所川原市及び鶴田町で社会福祉法人等の連携体制プラットフォームとなる連絡協議会が設立されたほか、社会福祉法人や社会福祉協議会と地域等の連携による配食サービスや生活支援相談などの地域貢献活動が始まっています。 				

現状・課題と今後の取組の方向性

(1) ブランドカアップで稼ぐ農林水産業の推進

○高齢化や労働力不足により、スマート農業への関心が高まり、自動直進田植機やドローンなどの導入事例も出てきましたが、県内でも特に大規模経営体への農地集積が進む西北地域の特性に応じた、100ha規模の大規模稲作経営体向けのスマート農業実践モデルが検証されていません。

→ 100ha規模のモデル農家で先端農業機械一貫作業体系の実践モデルを検証するとともに、省力低コスト技術の導入マニュアルの作成などにより、大規模稲作経営体におけるスマート農業導入事例の増加を図ります。

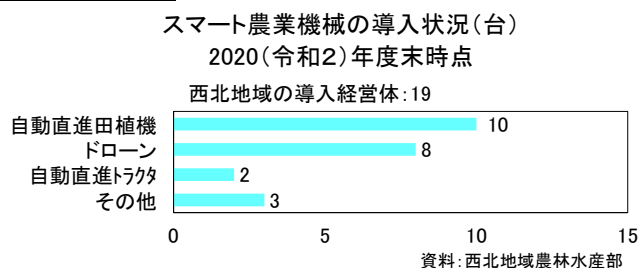
○地域で作付け可能であることが確認されたブロッコリーやトウモロコシなどでは転作作物として導入事例も出てきましたが、より一層水稲と高収益作物の複合経営を拡大していくためには、作付体系に応じた収益性や作業時間等の指標が必要です。

→ 小規模稲作経営体の農業者を対象として、展示ほの設置により収益性等を把握するほか、現地検討会等の開催等により、高収益作物を導入する経営体の増加を図ります。

○ナラ枯れ被害予防対策としての更新伐の普及のため、伐採した木材の有効活用が必要です。

→ 更新伐等の普及啓発により、木材加工関係者等による有効活用の取組をPRするなど、地域への利益還元につなげ、更新伐の拡大を図ります。

指標の動向等



自動直進機能等を装備した田植機等の導入が少しずつ進んでいます。

有人機と無人のロボットトラクタとの協調作業により、オペレーター1人でトラクタ2台分の耕起を行いました。

(2) チャンスを生かし、地域が一体となった観光の推進

○国内のランニング人口は約900万人と言われており、近年は新しい観光ジャンルとして「旅ラン」がブームになっている中、「旅ラン」を楽しめる地域として、誘客ターゲットに届く情報発信や体験する機会を増やしていく必要があります。

→ 地域への誘客を図るため、モニターツアーやスタートアップイベントなどのほか、訪れたランナーによる西北地域の旅ラン情報や口コミ等の投稿が促進されるようにSNSでの情報発信の強化に取り組みます。



「奥津軽旅ラン」マップを3種類作成し、西北地域管内等の誘客施設に配付するとともに、旅ラン専門のサイトと連携し、情報発信しています。

(3) 地域が一体となった健やかな地域づくり

○市町村国保特定健康診査受診率は年々上昇（2011（平成23）年度：27.8%→2018（平成30）年度：39.2%）しているものの、働き盛り世代の受診率が低く、健康あおもり21（第2次）西北五地域計画の目標値（70%以上）を下回っている状況です。

→ ヘルスリテラシーの向上や定期的な健（検）診の受診促進、生活習慣の改善等のため、市町や職域等と連携し、健康教育等の実施に取り組みます。

○2019（平成31）年4月の健康増進法改正により、多くの施設で受動喫煙防止対策が義務付けられましたが、管内では未だ対策が不十分な施設が確認されています。管内の成人喫煙率は高く（2018（平成30）年度市町村国保特定健康診査データ：男性29.4%、女性6.0%）、受動喫煙のリスクも高い状況です。

→ 喫煙が健康に及ぼす影響に関する正しい知識の普及啓発や受動喫煙防止対策の必要性などについて、市町や職域等と連携して取り組むほか、2020（令和2）年度の事業所アンケートで把握できた対策が不十分な事業所、飲食店等に対して、個別に助言・指導を行います。

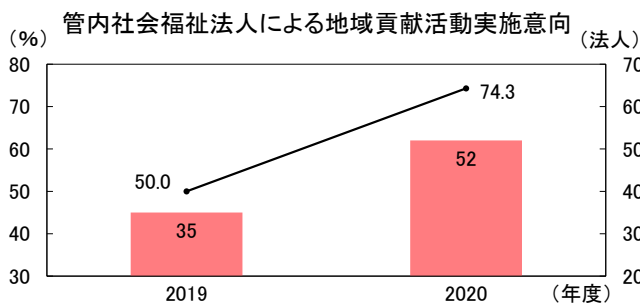
(4) ふるさとを愛し、共に生き、暮らすことができる地域づくり

○将来人口推計は、2030（令和12）年に10万6,024人まで減少、老年人口比率も同年で45.8%まで上昇するなど、高齢化と人口減少が予測される中、各種支援サービスを実施する担い手が不足しています。

○管内社会福祉法人の約半数が地域貢献活動へ意欲を有しているものの、効果的な運営ノウハウや人員等の不足により、取組の実施には至っていない法人も多い状況です。

→ 社会福祉法人等連絡協議会で地域課題や地域貢献活動の実施方法等を検討するとともに、専門アドバイザーの派遣や先進事例を学ぶ研修会の開催、モデル実証と実証結果の横展開などにより、社会福祉法人の主体的な取組を促進します。

指標の動向等



資料：西北地域県民局地域健康福祉部
「社会福祉法人による『地域における公益的な取組』に関する調査」



中泊町では集落支援員制度と連動させ、町内事業者が出張販売サービスを行っています。

地域	上北地域	事業数計	6	事業費計	14百万円
取組の基本方針	(1) これからの農林水産業を支える基盤と稼ぐ仕組みづくり (2) 地域資源や強みを生かした魅力あるしごとづくり (3) 安全・安心で健康に暮らせる地域共生社会づくり (4) 上北の明日を創る人材の確保・育成とネットワークづくり				
これまでの成果	<ul style="list-style-type: none"> 自動操舵トラクター等のスマート農業機械を利用した野菜の省力作業体系の実証のほか、実演会やセミナーを開催した結果、管内におけるスマート農業機械の導入実績は2019(令和元)年32台(26経営体)から2020(令和2)年47台(37経営体)、うち自動操舵トラクターは2019(令和元)年26台(23経営体)から2020(令和2)年41台(34経営体)に増加しています。 自然体験型観光コンテンツや、地域の食材を生かした食コンテンツ開発など、地域の暮らしや風土、歴史、文化に根ざした魅力・資源の掘り起こしや情報発信の強化に取り組んだ結果、管内の観光入込客数はこの数年700万人前後の水準で堅調に推移しています。 壮年期の自殺者数の減少を目指し、研修会開催や情報提供による各市町村自殺対策計画の策定支援などを実施した結果、計画策定済みの1町を除く7市町村が自殺対策計画を策定しました。 上北地域の地域づくりを担う人材を育成するために開催した、地域活動者による講演会やワークショップに、地域の若者24名が集まり、ネットワークの形成が促進されました。 				

現状・課題と今後の取組の方向性

(1) これからの農林水産業を支える基盤と稼ぐ仕組みづくり

○農業就業人口の減少による労働力不足が深刻さを増していることや、1経営体当たりの経営面積が拡大傾向にある中、労働生産性の向上が期待されるスマート農業機械の普及拡大に向けた取組が必要です。

→ 労働力不足に対応できる野菜産地の育成に向けて、スマート農業機械を普及拡大するため、関係機関での普及推進方を検討するほか、農業者を対象とした研修会を開催します。

○肉用牛の放牧頭数の減少を背景に、公共牧場の未利用草地が年々増加する一方、1頭当たりの生乳生産量増加に伴い必要飼料量が増加し、飼料不足が懸念されています。

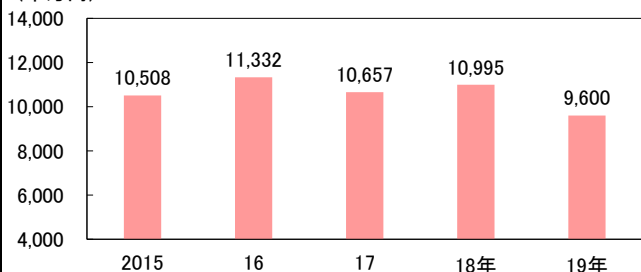
→ 公共牧場の未利用地の活用を図るとともに、酪農経営への飼料供給体制の構築を支援します。

○1産直施設当たりの生産者の年間販売額が近年伸び悩んでいます。

→ 管内施設の販売力を強化するため、買物弱者の支援やコロナ禍での「新しい生活様式」にも対応した産直モデルを構築し、管内産直施設への波及を図ります。

指標の動向等

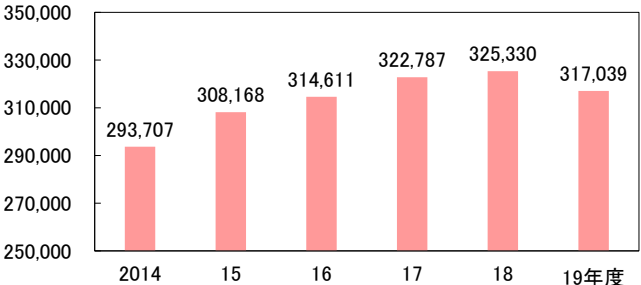
(千万円) 上北地域の農業産出額の推移(推計)



資料:農林水産省「生産農業所得統計」

上北地域の農業産出額は近年堅調に推移しています。

(万円) 上北地域の産直施設年間販売額の推移



資料:農林水産部

産直施設年間販売額は順調に増加していましたが、2019年度はコロナの影響を受け減少しています。

(2) 地域資源や強みを生かした魅力あるしごとづくり

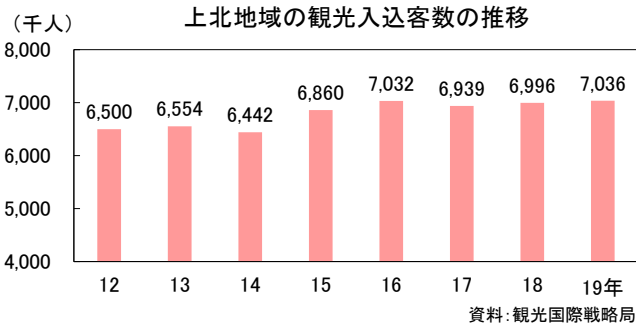
○通年供給の生産体制の整備が不十分で、地元農産物の優位性などが認知されておらず、他産地の農産物と競合しています。

→ 新品種の導入や新たな商品開発等による、地元農産物の差別化と生産・供給体制の整備を促進します。

○十和田湖・奥入瀬エリア以外への観光入込客数が伸び悩んでいます。

→ 市町村や地域 DMO 等の観光関係機関と協力し、地域の特色あるコンテンツの磨き上げと十和田湖・奥入瀬エリアを中心とした周遊型観光を推進します。

指標の動向等



上北地域の観光入込客数は 2016 年以降、7,000 千人前後で推移しています。

外国語ローカルガイド養成のための研修会を開催し延べ 26 名のガイドが育成されました。

(3) 安全・安心で健康に暮らせる地域共生社会づくり

○自殺による死亡率が、全国や青森県全体と比べて高い状況にあります。

→ 自殺対策会議等を通じて市町村自殺対策計画の進捗を確認し、各地域の課題に即した取組が推進されるよう支援します。

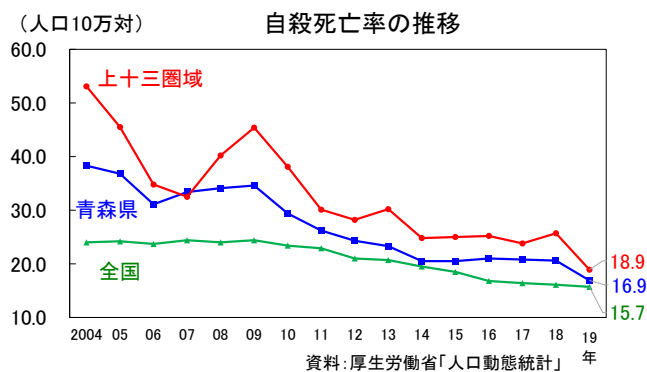
○住民の生活を守る海岸防災林の役割を地域が再認識し、保全に取り組む体制の整備が必要です。

→ 海岸防災林の必要性等について普及啓発を図り、地域住民の自主的・継続的な保全活動を促します。

○地域の安心・安全な環境づくりを支えてきた地域コミュニティでは、担い手不足や役員の高齢化等が進み、互助機能の維持や様々な活動の停滞が懸念されています。

→ 地域コミュニティの持続可能な運営体制づくりに向けた取組の理解を深める勉強会等を開催し、地域コミュニティや市町村の活動を支援します。

指標の動向等



上十三圏域の自殺死亡率は全体として減少傾向にありますが、県全体と比較して高い状況です。

ワークショップを開催し、地域住民が参画する仕組みづくりについて理解を深めました。

(4) 上北の明日を創る人材の確保・育成とネットワークづくり

○地域の課題やニーズは多様化し、既存の担い手だけでは対応しきれないことが危惧されています。

→ 若者の地域活動への参画促進や、地域づくり分野の担い手の育成に向けて、地域づくりに関する研修会やワークショップ（情報交換や地域活動に向けた検討）を開催するほか、若者を中心とした地域づくりネットワークの形成や実践活動を支援します。

○地域課題への対応や活力ある地域づくりを進めていくため、若い世代の地域コミュニティ等に対する意識等の実態を把握し、参画する意識を醸成する必要があります。

→ 市町村や関係機関と協力し、若い世代の地域コミュニティ等への参画阻害要因や地域コミュニティの実態等を調査するほか、地域住民が地域の将来への思いや考えを共有する機会づくりに取り組みます。

地域	下北地域	事業数計	6	事業費計	17百万円
取組の基本方針	(1) 地域の特長を生かした農林水産業の充実 (2) 満足度の高い下北観光の推進 (3) 健康なまちづくりの推進 (4) 元気な下北をつくる人づくり				
これまでの成果	<ul style="list-style-type: none"> 新規就農者を対象とした研修会の開催や農業経営士等と連携したサポート活動の展開により、夏秋いちご等の栽培技術や経営管理能力が向上したほか、「しもきたマルシェ」では1開催当たりの販売額が前年比107%に増加しました。 先進地調査研修や現地指導、肉牛ヘルパーの事業計画案の作成に取り組んだ結果、コントラクターの機能強化が図られ、有効性が理解されました。 空ウニへの継続給餌技術の実証試験を行った結果、ウニ用簡易加工餌料の開発や、身入り向上が確認され、漁業者の所得向上につながることを期待されました。 地域の魅力を効果的に発信するため、観光ルートマップに管内各地の観光PR動画が見られるQRコードを添付し、観光情報発信が強化されました。 むつ市川内地区及び佐井村で「つどいの場」の体制づくりを推進した結果、地域共生社会に対する意識醸成が図られました。 関係人口に関するセミナーや体験プログラムを実施した結果、むつ市大畑地区で受入モデルが造成されるなど市町村の意識醸成やノウハウが共有されました。 				

現状・課題と今後の取組の方向性

(1) 地域の特長を生かした農林水産業の充実

○下北地域を「夏秋いちご」の産地として発展させていくため、新規就農者に対する支援体制や栽培技術の強化、消費者の「新しい生活様式」に対応した販売方法の習得等が必要です。

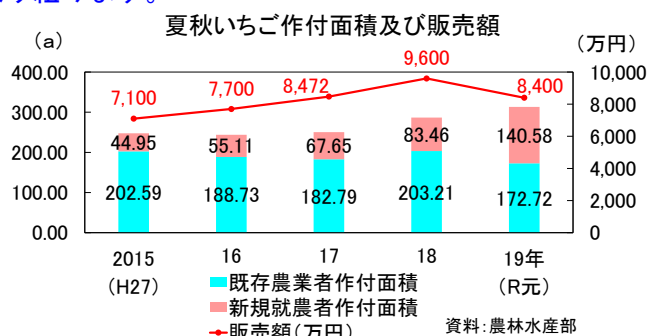
→ 関係機関による新規就農者のサポート体制を強化するとともに、栽培技術強化に向けた研修会の開催や農業参入ハンドブックの作成等による新規就農者支援を行います。また販売力強化のため、インターネットによる販売・管理運営方法の習得を目的とした研修会を開催します。

○高齢化と担い手不足により畜産農家戸数が減少しています。

→ 労働負担の軽減や経営の維持に向け、地域畜産経営ビジョンを策定するほか、コントラクターの機能強化や肉牛ヘルパー事業の体制の整備や作業機オペレーター派遣の有効性の検証などに取り組めます。

○下北の主要魚種であるスルメイカやサケ等の漁獲量の著しい減少により、漁獲金額が減少しています。

→ 漁業者の安定収入確保のため、磯焼け場の有効活用やコンブの増殖など新たな生産体制の構築に取り組めます。



漁業者の収入確保のため、磯焼け場の有効活用に取り組めます。

新規就農者の栽培面積の増加により、産地化が進んでいます。

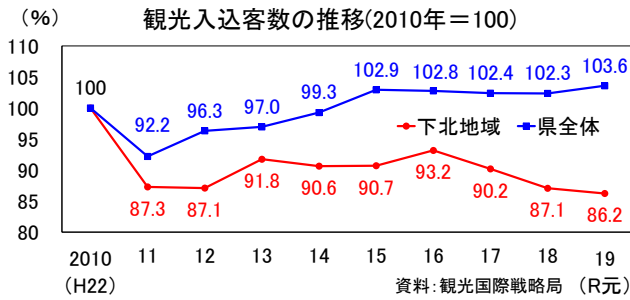
(2) 満足度の高い下北観光の推進

○下北地域への旅行者が容易に観光情報を得られるよう、関係団体等が発信する多様な情報を整理し、効果的に発信する必要があります。

→ 各種団体と連携し、地域全体として情報発信のあり方を検討するほか、下北の魅力を多面的に発信するウェブコンテンツの作成やインターネットと連動して情報を得られるマップ作成等に取り組めます。

○継続的な誘客につなげるため、下北地域の旅行情報等の充実を図る必要があります。

→ 旅行者に対し、旅行行動や地域の観光素材・施設に対する印象等についてのアンケート調査を行い、効果的な観光情報発信に取り組めます。



震災前(2010(平成22)年)の9割程度で推移し、減少傾向にあります。

新たに作成したルートマップを活用し、情報発信の強化に取り組みます。

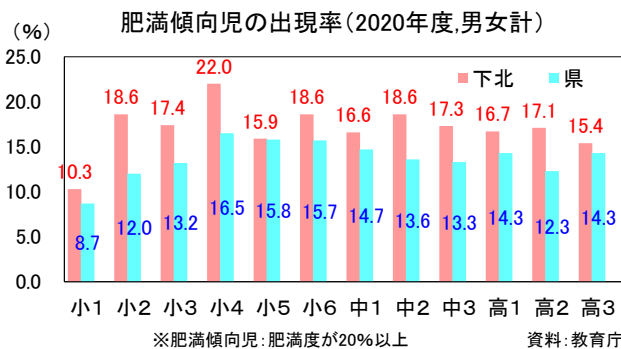
(3) 健康なまちづくりの推進

○小児肥満対策のため、児童の食の実態などに関する幼稚園・保育所と行政・学校との情報共有が必要です。

→ 児童の食事に関する情報を継続的に活用する仕組みを構築し、データに基づいた個別指導の促進や指導ツールの作成などに取り組みます。

○地域共生社会の実現に向け、「つどいの場」を始めとした住民主体の取組を地域に定着させる必要があります。

→ 市町村などと連携し、住民が主体的に行う取組の支援や、「つどいの場」の機能強化に取り組みます。



県との格差が縮小していますが、依然として高い状況です。

リーフレットを作成・配布し、「つどい」の周知啓発を図りました。

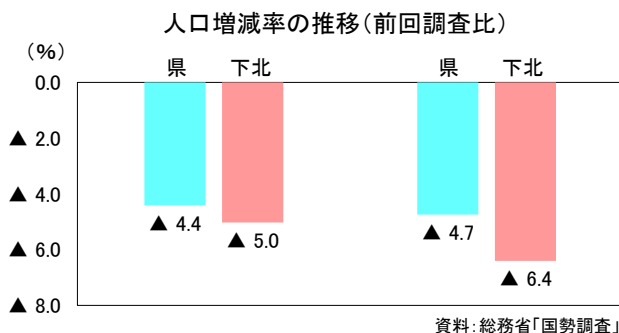
(4) 元気な下北をつくる人づくり

○関係人口を獲得するための受入体制が整っていないため、体制づくりや情報発信に取り組む必要があります。

→ 市町村や地域づくり団体と連携し、地域活動への参加を通じた圏域での継続的な受入体制を構築するとともに、移住セミナー等を活用した情報発信の充実に取り組みます。

○進学や就職、異動を契機とした人口流出が多く、移住者も少ない状況にあります。

→ 下北地域の魅力を発信するため、赴任者やその家族及び生徒・学生を対象とした講座やワークショップ等を開催し、「下北とつながり続けたい」、「下北に戻ってきたい」という意識の醸成を図ります。



下北地域の人口減少は、県全体を上回るペースで進んでいます。



受入体験プログラム検討会の様子

3 計画の推進

「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」の「めざす姿」を実現していくためには、県だけではなく、県民一人ひとりを始めとする多様な主体と「めざす姿」を共有し、それぞれの立場で取組を進めていくことが必要です。

このため、計画では「第6章 計画の推進」において、多様な主体との連携・協働や情報発信など、計画の推進に共通して必要な取組の方向性を示しています。

ここでは、「第6章 計画の推進」に掲げる取組の方向性と、それに関連する指標の動向についてまとめています。

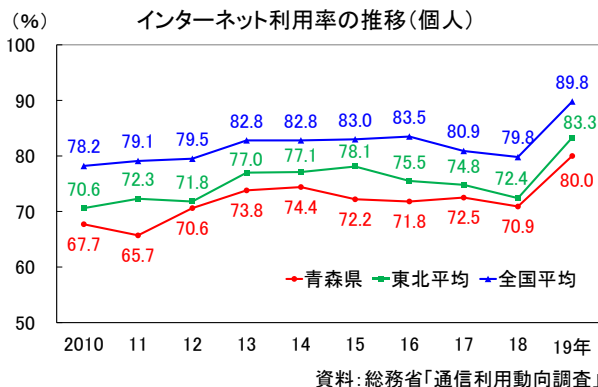
1 SDGsの理念を踏まえた各種施策の展開

世界共通の目標であるSDGs（持続可能な開発目標）の視点を踏まえて取組を進めていくことは、本県が「世界が認める青森ブランドの確立」をめざし、世界から選ばれる地域となる上で重要であることから、SDGsの理念も踏まえながら計画の推進を図ります。



2 ICT利活用対策の充実強化

AIやIoTなどの革新技術の導入、これを支える基盤整備と人材育成など、あらゆる主体によるICTの利活用対策の充実強化に向けた取組を積極的かつ戦略的に進め、県民生活の利便性と質の向上を図ります。



IoT・AI等のシステム・サービス(※)の利活用の有無別
1社あたり労働生産性(2019年、全国)

	(単位:万円)	
	利活用あり	利活用なし
全体	904	622
建設業	1,212	806
製造業	885	715
運輸業・郵便業	844	675
卸売・小売業	844	603
金融・保険業	2,552	1,568
不動産業	1,409	1,155
情報通信業	1,288	860
サービス業、その他	685	425
資本金5,000万円未満	520	446
資本金5,000万円以上	1,114	795

資料:総務省「通信利用動向調査」

※業務改善や顧客サービス向上に向けたデジタルデータ解析のためのIoTシステム等

2019年の全国のインターネット利用者(個人)の割合は89.8%と、特に6~12歳、60歳以上で大きく伸びました。本県は80.0%と全国最下位となっています。

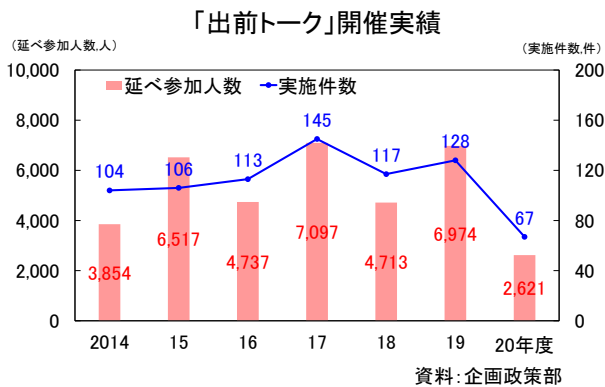
業務改善のためのデジタルデータ解析などにIoT・AI等のシステムやサービスを利活用している企業は、1社あたりの労働生産性が高い傾向にあります。

3 あらゆる主体の参画・連携強化と協働の推進

- ・ 地域の「つながり」や「支え合い」の環を広げ、「自助」、「互助」、「共助」、「公助」を適切に組み合わせながら計画を推進します。
- ・ 地域を支える多様な主体の参画と連携強化を図るとともに、様々な分野での協働の推進に取り組み、市町村、近隣道県との連携強化を図ります。

4 情報発信

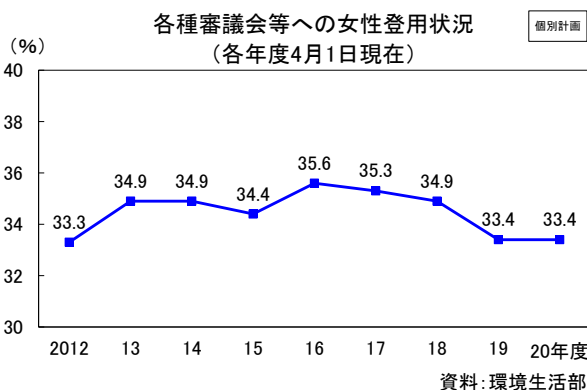
- ・ 県民一人ひとりが計画に共感し、それぞれの立場で参画できるよう、積極的なプロモーションを展開します。
- ・ よりわかりやすく、より伝わる広報活動を実践するとともに、青森県の価値を強く発信していくため、県外・海外に向けた情報発信を推進します。



2020年度の県職員による県民向け「出前トーク」は、コロナ禍の影響で大きく減少しました。

5 男女共同参画の推進

男女がともにワーク・ライフ・バランスを保ちながら、十分に活躍できる環境づくりに向けた取組を推進し、様々な分野における女性のチャレンジを促進するとともに、政策・方針決定過程への女性の参画拡大を進めます。



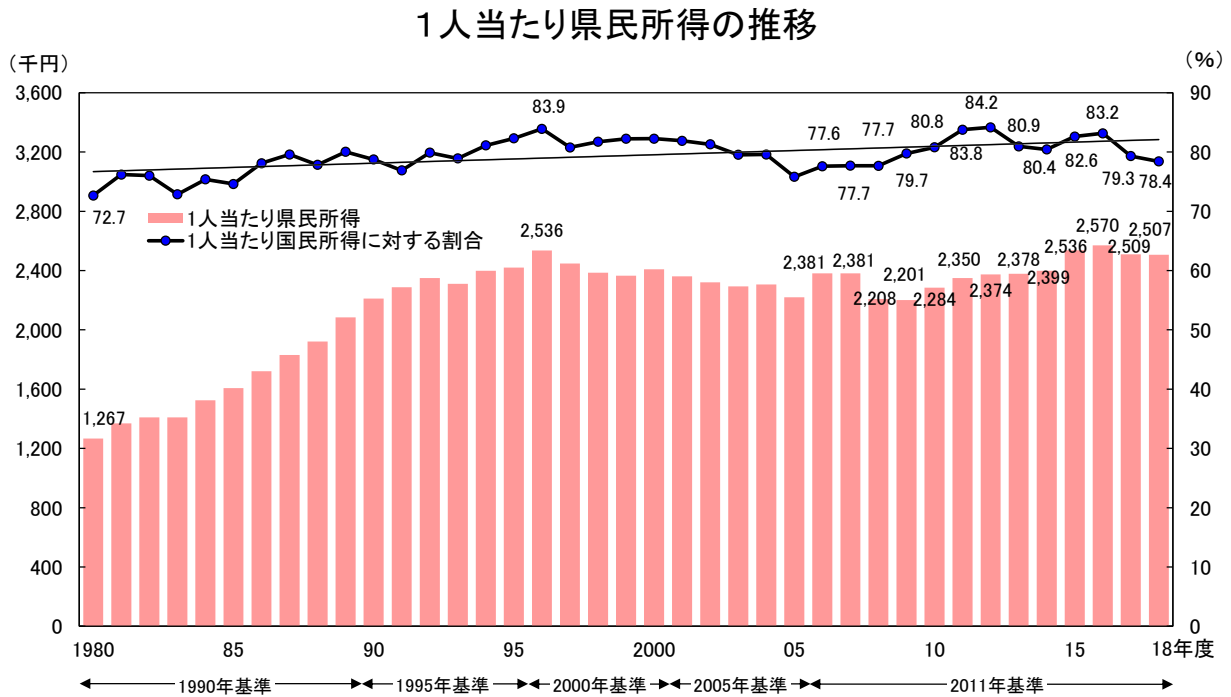
県の各種審議会への女性登用率は第4次あおり男女共同参画プラン21の目標値(40%以上)に達していません。

6 行財政改革の推進

「青森県行財政改革大綱」に基づき行財政改革に取り組みます。

4 関連指標の動向

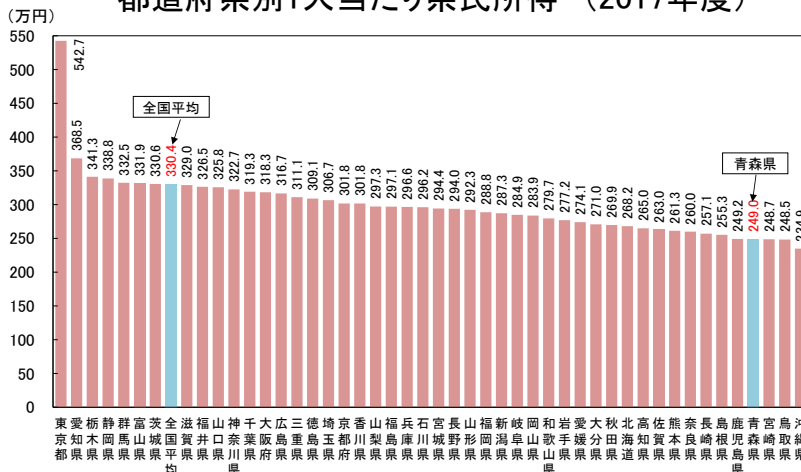
(1) 1人当たり県民所得の推移



資料：内閣府「国民経済計算」「県民経済計算」、企画政策部「平成30年度青森県県民経済計算」

本県の1人当たり県民所得（2018年度）は2,507千円で、前年度対比で2千円の減少（0.1%減）となりました。1人当たりの国民所得を100とした場合の水準は78.4（0.9ポイント下降）となりました。

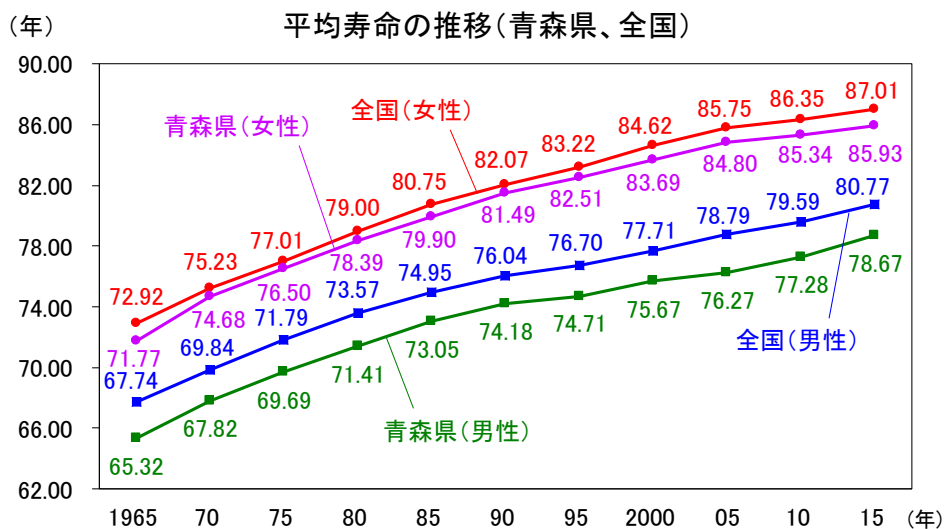
都道府県別1人当たり県民所得（2017年度）



全国との比較では、東京都が突出して高く、以下、愛知県、栃木県、静岡県、群馬県の順となっており、本県は44位となっています。

資料：内閣府「県民経済計算（平成18年度-平成29年度）」

(2) 平均寿命の推移



資料:厚生労働省「平成27年都道府県別生命表」

本県の平均寿命(2015年)は、男性が78.67年(全国80.77年)、女性が85.93年(全国87.01年)となっており、1965年(男性65.32年、女性71.77年)から見ると、男性は13.35年、女性は14.16年延びています。全国との比較(2015年)では、男性が2.10年、女性が1.08年下回っており、男性は1975年から、女性は2000年から全国順位が最下位となっていますが、2015年の男性の平均寿命の伸び幅は全国平均を上回るなど明るい兆しも見えています。

【平均寿命の伸び】

(単位:年)

都道府県	1970年 -1965年	1975年 -1970年	1980年 -1975年	1985年 -1980年	1990年 -1985年	1995年 -1990年	2000年 -1995年	2005年 -2000年	2010年 -2005年	2015年 -2010年
青森県(男性)	2.50	1.87	1.72	1.64	1.13	0.53	0.96	0.60	1.01	1.39
全国(男性)	2.10	1.95	1.78	1.38	1.09	0.66	1.01	1.08	0.80	1.18
青森県(女性)	2.91	1.82	1.89	1.51	1.59	1.02	1.18	1.11	0.54	0.59
全国(女性)	2.31	1.78	1.99	1.75	1.32	1.15	1.40	1.13	0.60	0.66

資料:厚生労働省「平成27年都道府県別生命表」

【平均寿命の全国順位の推移】

	1965	70	75	80	85	90	95	2000	05	10	15年
青森県(男性)	46	45	47	47	47	47	47	47	47	47	47
青森県(女性)	44	32	35	44	46	45	46	47	47	47	47

資料:厚生労働省「平成27年都道府県別生命表」

<参考> 個別計画一覧

「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」に掲げる4分野の政策等の点検に当たっては、各分野に関連する個別計画の取組状況等も参考としています。

産業・雇用分野	
<ul style="list-style-type: none"> ・青函圏交流・連携ビジョン ・「青森の縄文遺跡群」活用推進ビジョン ・あおもり農商工連携推進プラン ・あおもり企業立地戦略 ・青森ライフノベーション戦略 ・第10次青森県職業能力開発計画 ・「攻めの農林水産業」推進基本方針 ・あおもり農山漁村地域経営推進プログラム ・青森県総合販売戦略第4ステージ ・「あおもりの旨い米」活性化推進計画 ・青森県花き振興方策 ・あおもりながいも産地力強化戦略 ・青森県果樹農業振興計画 ・青森県における獣医療を提供する体制の整備を図るための基本計画 ・青森県酪農・肉用牛生産近代化計画 	<ul style="list-style-type: none"> ・青森県獣医師職員確保プラン ・青森県養豚・養鶏振興プラン ・青森県林業労働力の確保に関する基本計画 ・あおもり水土里づくり推進プラン（青森県農業農村整備中期推進方針） ・青森県水産動物の種苗の生産及び放流並びに水産動物の育成に関する基本計画 ・青森県サケ漁業振興プラン ・青森県ロジスティクス戦略2ndステージ ・青森の港湾ビジョン「青い海と港から明日へ、世界へ」 ・第二次青森空港活性化ビジョン ・青森県観光戦略 ・青森県輸出・海外ビジネス戦略 ・青森県エネルギー産業振興戦略 ・新むつ小川原開発基本計画－世界に貢献する新たな「科学技術創造圏」の形成を目指して－

安全・安心、健康分野	
<ul style="list-style-type: none"> ・青森県地域公共交通網形成計画 ・あおもりユニバーサルデザイン推進基本指針 ・青森県犯罪のない安全・安心まちづくり推進計画（第5次） ・第10次青森県交通安全計画 ・第3次青森県消費生活基本計画 ・青森県犯罪被害者等支援推進計画 ・青森県地域福祉支援計画（第3次） ・青森県における保健・医療・福祉包括ケアシステムの推進方策（指針） ・第三期青森県がん対策推進計画 ・青森県健康増進計画「健康あおもり21（第2次）」 ・青森県肝炎総合対策 ・青森県保健医療計画 	<ul style="list-style-type: none"> ・あおもり高齢者すこやか自立プラン2021 ・青森県医療費適正化計画（第三期） ・青森県国民健康保険運営方針 ・青森県次世代育成支援行動計画「のびのびあおもり子育てプラン」（後期計画） ・第4次青森県DV防止・被害者支援計画 ・第2次青森県子どもの貧困対策推進計画 ・第3次青森県障害者計画 ・青森県障害福祉サービス実施計画（第6期計画） ・いのち支える青森県自殺対策計画 ・青森県アルコール健康障害対策推進計画 ・青森県食の安全・安心対策総合指針 ・青森県ため池安全・安心力アップ中期プラン ・防災公共推進計画

<ul style="list-style-type: none"> ・青森県地域医療構想 ・「良医」を育むグランドデザイン ・青森県動物愛護管理推進計画 ・青森県感染症予防計画 ・青森県福祉・介護人材確保定着グランドデザイン 	<ul style="list-style-type: none"> ・防災物流インフラ強化計画 ・青森県橋梁長寿命化修繕計画 ・青森県住生活基本計画 ・第2次青森県消防広域化推進計画 ・青森県国土強靱化地域計画
--	---

環境分野	
<ul style="list-style-type: none"> ・第6次青森県環境計画 ・第4次青森県循環型社会形成推進計画 ・青森県地球温暖化対策推進計画 ・青森県海岸漂着物対策推進地域計画 ・青森県災害廃棄物処理計画 ・青森県気候変動適応取組方針 ・青森県生物多様性戦略 ・白神山地保全・利用基本構想 	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期「日本一健康な土づくり」推進プラン ・青い森再造林推進プラン ・青森県森林・林業基本計画 ・あおもり環境公共推進基本方針 ・青森県国土利用計画 ・青森県土地利用基本計画 ・ふるさとの森と川と海の保全及び創造に関する基本方針

教育・人づくり分野	
<ul style="list-style-type: none"> ・あおもりを愛する人づくり戦略 ・青森県文化振興ビジョン ・青森県ファッション振興ビジョン ・第2次青森県子ども・若者育成支援推進計画 ・第4次青森県食育推進計画 ・青森県若手農業トップランナー育成方針 ・青森県教育振興基本計画 	<ul style="list-style-type: none"> ・青森県特別支援教育推進ビジョン ・青森県子ども読書活動推進計画（第四次） ・青森県スポーツ推進計画 ・青森県スポーツ振興基盤整備計画 ・青森県学校保健推進計画（第3次） ・青森県文化財保存活用大綱 ・青森県立高等学校教育改革推進計画

計画の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・青森県行財政改革大綱 ・あおもりICT利活用推進プラン 	<ul style="list-style-type: none"> ・第4次あおもり男女共同参画プラン21

第 3 章 地方創生

1 第 2 期まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略の進捗状況

2020年3月に策定した「第2期まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」(2020～2024年度)は、「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」(2019～2023年度)のうち、人口減少対策に係る施策について、数値目標や方向性等を記載した「実施計画(アクションプラン)」として位置付けており、社会減対策、自然減対策の両面から設定した3つの政策分野に合計38の基本目標及び重要業績評価指標(KPI)を設定し、基本計画のマネジメントサイクルと一体的に運用することで、施策の検証・改善を図っていくこととしています。

直近の各基本目標、KPIの状況は以下のとおりです。(※グラフは第2章の再掲)

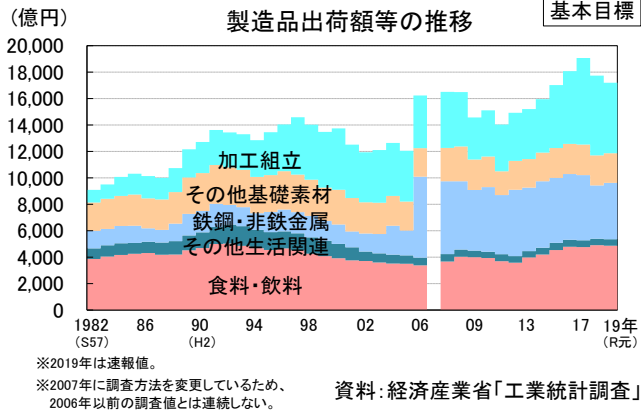
■政策分野1■ ～「経済を回す」～魅力あるしごとづくり

世界を視野に入れながら、高品質な県産品づくり、県産品の販路開拓、県外・海外からの誘客の促進、新産業の創出・育成など、これまで取り組んできた「経済を回す」仕組みづくりを一層推進します。

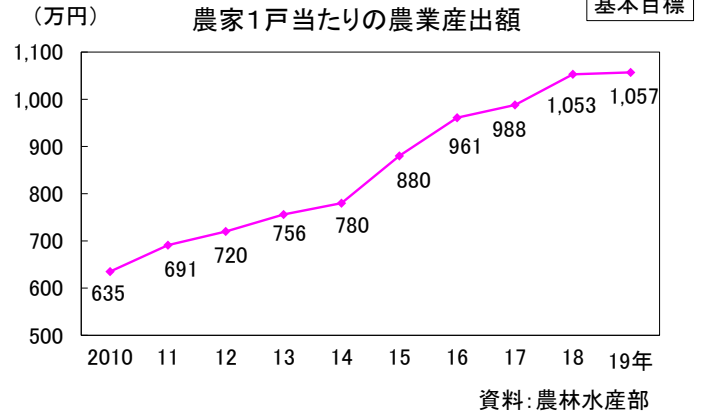
〈基本目標及び重要業績評価指標(KPI)一覧〉

No.	区分	指 標	現状値(2020戦略策定時)		目標値(2024年度)	直近値(今回検証値)			所管部局等	基本計画における政策分野
			数値	対象年度(年)	数値	数値	確定・速報の別	対象年度(年)		
1	基本目標	製造品出荷額等	1兆9,121億円	2017年	現状より増加	1兆7,252億円	速報値	2019年	商工労働部	産業・雇用4-(2)
2	基本目標	農家1戸当たりの農業産出額	1,053万円	2018年	現状より増加	1,057万円	確定値	2019年	農林水産部	産業・雇用1-(3)
3	基本目標	県産農林水産品の輸出額(紙製品除く)	224億円	2018年	290億円	232億円	確定値	2019年	観光国際戦略局	産業・雇用1-(2)
4	基本目標	観光消費額	1,902億円	2018年	2,000億円	1,910億円	確定値	2019年	観光国際戦略局	産業・雇用2-(1)
5	KPI	りんごの輸出量	33,194トン	2018年産	4万トン	32,349トン	確定値	2020年産(2020.9～2021.4)	観光国際戦略局	産業・雇用1-(2)
6	KPI	6次産業化による商品化数(累計)	653件	2018年度	1,100件	944件	確定値	2020年度	農林水産部	産業・雇用1-(1)
7	KPI	新規就農者数	256人/年	2018年度	300人/年	292人/年	確定値	2019年度	農林水産部	産業・雇用1-(5)
8	KPI	延べ宿泊者数	506万人泊	2018年	550万人泊	308万人泊	速報値	2020年	観光国際戦略局	産業・雇用2-(1)
9	KPI	外国人延べ宿泊者数	349,050人泊	2018年	50万人泊	70,820人泊	速報値	2020年	観光国際戦略局	産業・雇用2-(5)
10	KPI	ライフ産業への参入意欲を持つ県内企業数	240社	2018年度	377社	288社	確定値	2020年度	商工労働部	産業・雇用3-(1)
11	KPI	(公財)21あおり産業総合支援センターのコーディネーター等による県内中小企業の積極的な事業展開に対する指導・助言件数	2,233件	2018年度	5年間で7,500件	2,145件	確定値	2020年度	商工労働部	産業・雇用4-(2)
12	KPI	青森県内の創業支援拠点を利用した創業者数	126人	2018年度	5年間で500人	134人	確定値	2020年度	商工労働部	産業・雇用4-(1)
13	KPI	就業者1人当たり県内総生産(労働生産性) 全国との差	137.3万円	2016年度	全国との差を縮小	173万円	確定値	2017年度	企画政策部	産業・雇用5-(3)
14	KPI	新規求人充足率	20.5%	2018年度	現状より上昇	20.2%	確定値	2020年度	企画政策部	産業・雇用5-(1)
15	KPI	青森空港利用者数	121万人	2018年度	130万人	33万人	確定値	2020年度	県土整備部	産業・雇用5-(5)

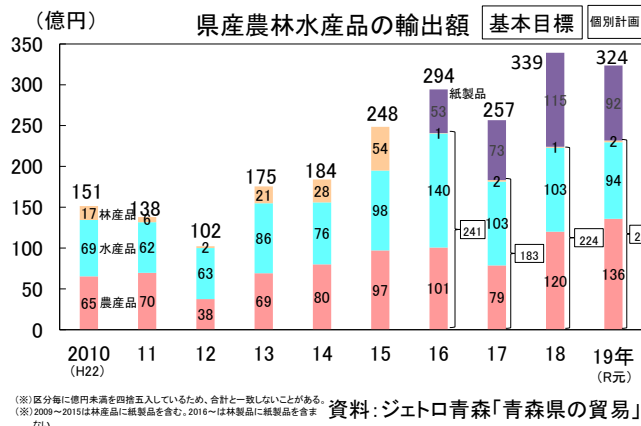
◆ 基本目標



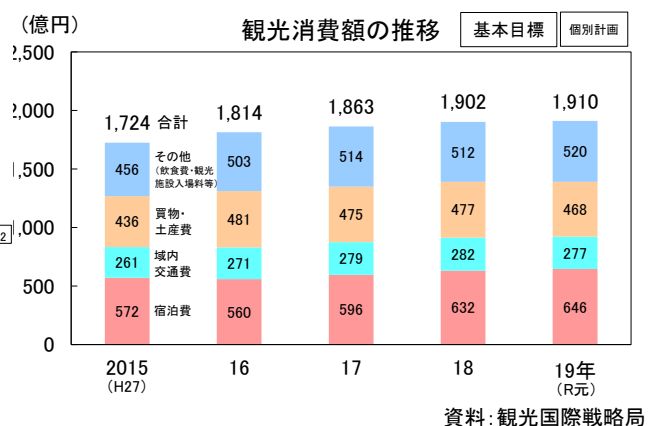
2019年の製造品出荷額等は、組立加工の出荷額等の落ち込みなどにより、2017年以降連続して減少しています。



農家数が減少する中、野菜・果実・畜産の産出額が増えており、農家1戸当たりの農業産出額は増加しています。

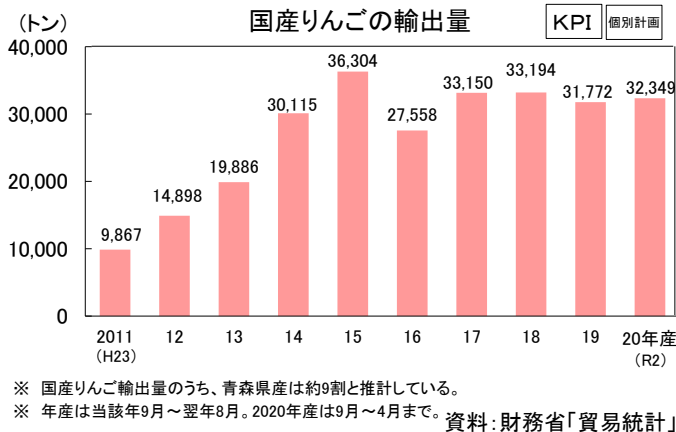


2019年は、前年比で水産品の減少を上回る農産品の増加により、全体で3.1%増の232億円となりました。

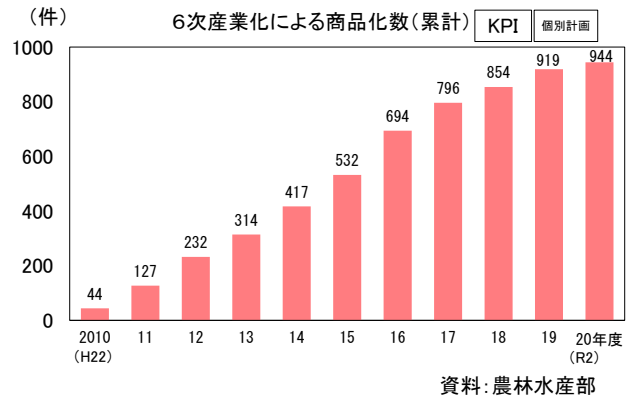


観光消費額は堅調に推移しており、2019年は宿泊費が大きく増加しています。

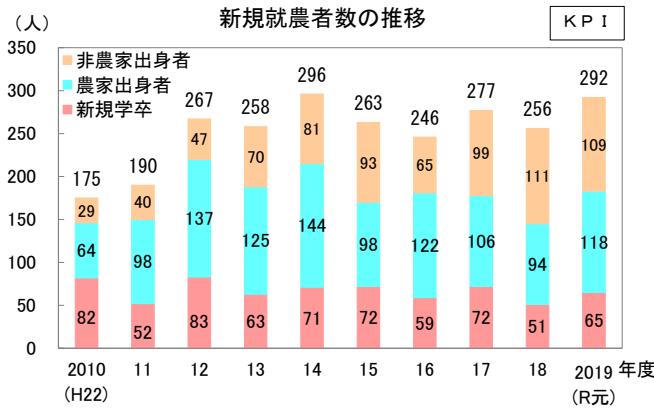
◆ 重要業績評価指標 (KPI)



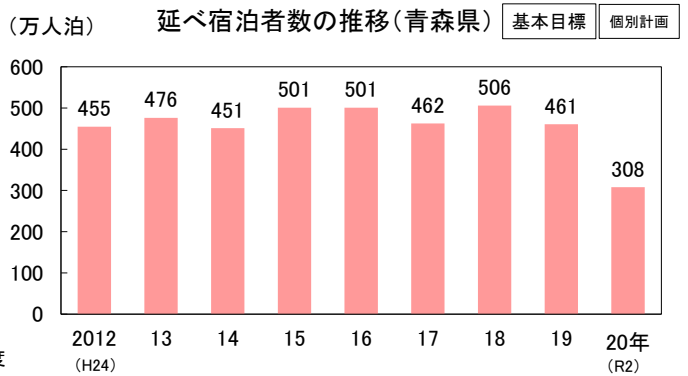
2020年産りんごの輸出量は、コロナ禍においても堅調に推移し、4年連続で3万トンを上回っています。



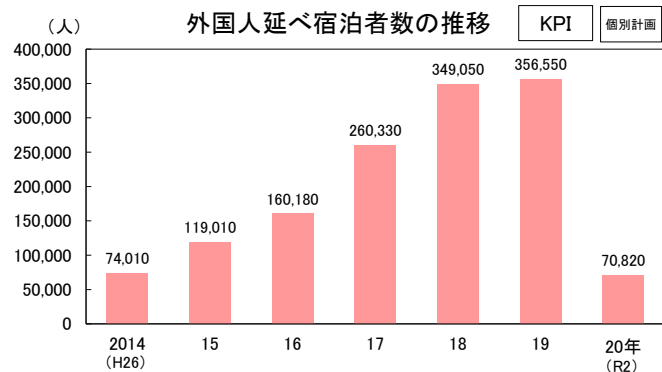
類型の商品化数は着実に増加傾向にあります。



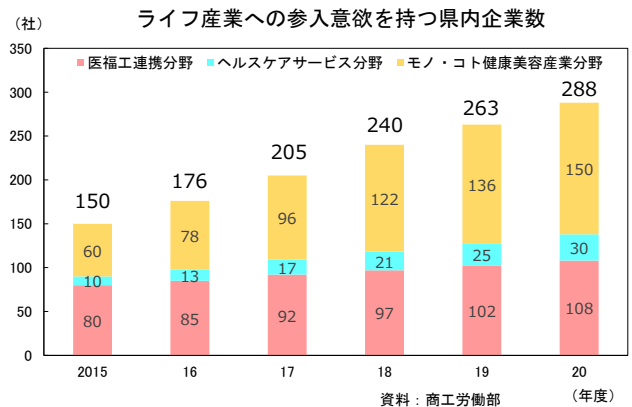
2019年度の新規就農者数は、農家出身者が増加したことにより、前年度比で14%増の292人となりました。



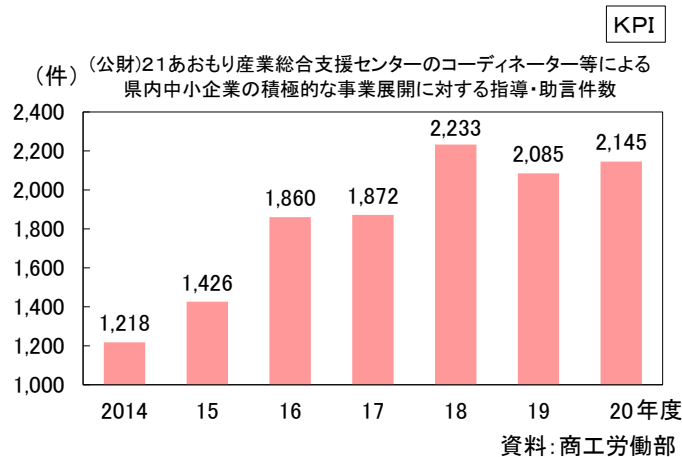
2020年の延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、前年比で33%減少しました。



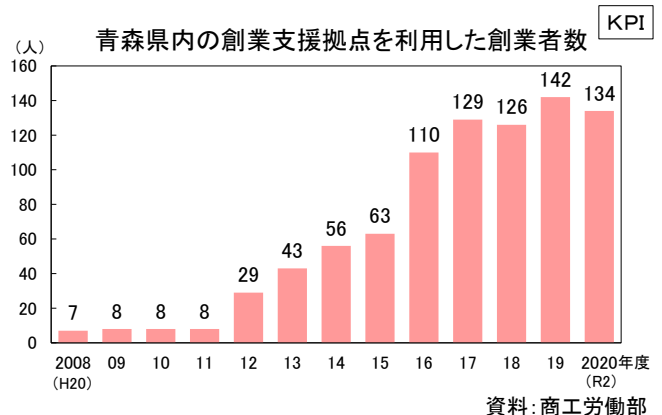
2020年の外国人延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、大幅に減少しました。



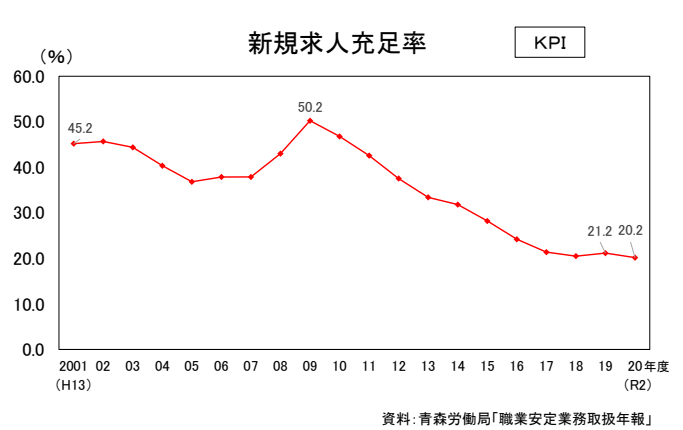
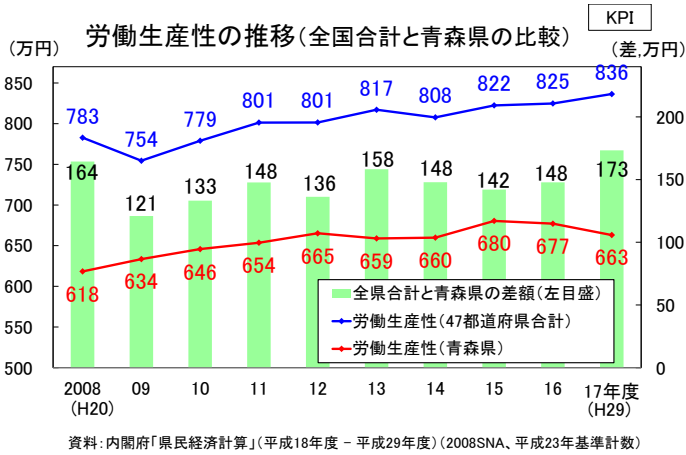
モノ・コト健康美容産業分野を中心に、参入意欲を持つ企業数が増えてきています。



指導・助言件数は、3年連続で年間2,000件を超えています。

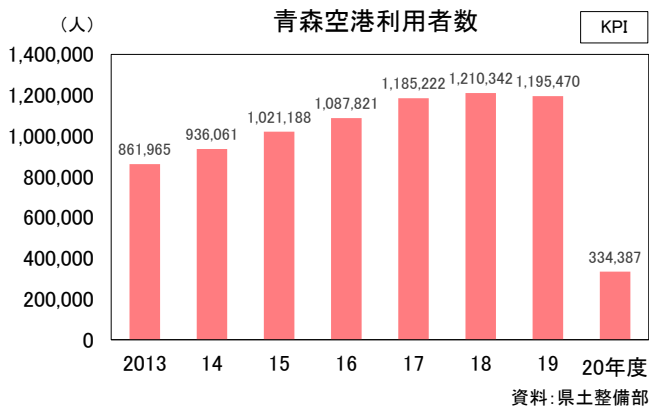


県内の創業者数は、伴走型支援の実施などにより5年連続で100人を超えています。



本県と全国の労働生産性の差は、2016年度以降は拡大傾向にあります。

新規求人充足率は、人手不足を背景に、2009年以降、低下してきています。



新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、2020年度の青森空港利用者数は、前年度比で72%減少しました。

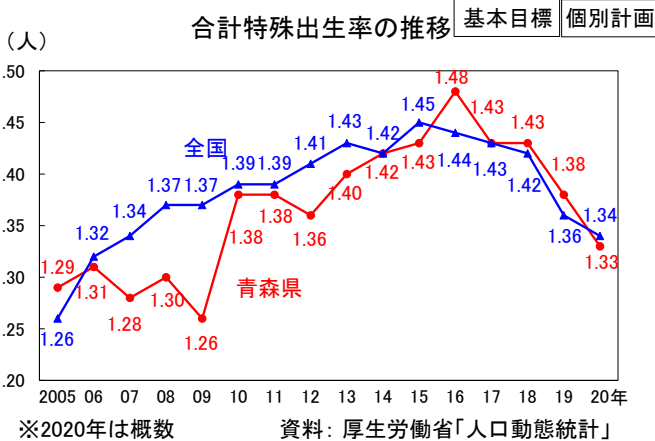
政策分野2 出産・子育て支援と健康づくり

安心して結婚・妊娠・出産・子育てができる環境づくりと平均寿命・健康寿命の延伸に向けて、保健・医療体制や各種相談・支援体制の充実、県民の健康確保など、少子化対策と県民の健康づくりを一体的に捉え、対策を進めます。

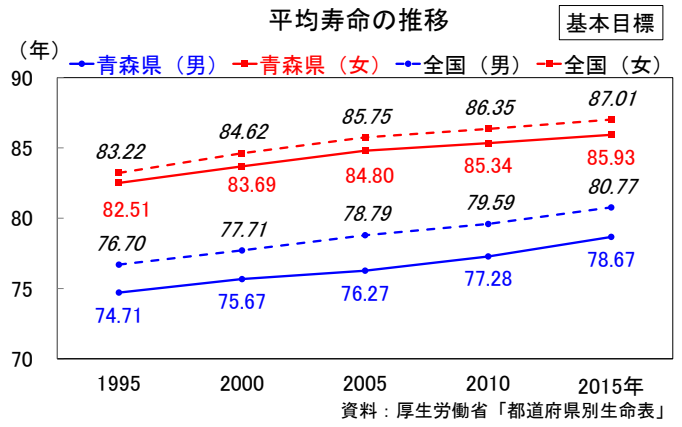
〈基本目標及び重要業績評価指標(KPI)一覧〉

No.	区分	指標	現状値(2020戦略策定時)		目標値(2024年)	直近値(今回検証値)			所管部局等	基本計画における政策分野
			数値	対象年度(年)		数値	数値	確定・速報の別		
16	基本目標	合計特殊出生率	1.43	2018年	現状より増加	1.33	速報値	2020年	健康福祉部	安全・安心5-(1)
17	基本目標	平均寿命	男2.10年 女1.08年	2015年	全国平均との差を縮小	男2.10年 女1.08年	確定値	2015年	健康福祉部	安全・安心1-(1)
18	基本目標	健康寿命	男71.64年 女75.14年	2016年	現状より増加	男71.64年 女75.14年	確定値	2016年	健康福祉部	安全・安心1-(1)
19	KPI	婚姻率	3.8%	2018年	現状より増加	3.3%	確定値	2020年	健康福祉部	安全・安心5-(1)
20	KPI	男性の育児休業取得率	2.1%	2018年度	6.2%	10.7%	確定値	2020年度	商工労働部	安全・安心5-(1)
21	KPI	10歳(小学校5年生)肥満傾向児の割合	13.4%	2018年度	10.0%	15.8%	確定値	2020年度	健康福祉部	安全・安心1-(1)
22	KPI	メタボリックシンドロームの該当者及びその予備群の割合	27.5%	2016年度	20.0%以下	28.7%	確定値	2018年度	健康福祉部	安全・安心1-(1)
23	KPI	特定健康診査の実施率	45.7%	2016年度	62.3%	49.1%	確定値	2018年度	健康福祉部	安全・安心1-(1)
24	KPI	自殺者数	259人	2018年	193人以下	238人	速報値	2020年	健康福祉部	安全・安心1-(2)
25	KPI	がんの75歳未満年齢調整死亡率(人口10万人対)	91.1	2018年	81.3	90.8	確定値	2019年	健康福祉部	安全・安心2-(1)
26	KPI	医師臨床研修マッチング数	84名	2018年度	110名	74名	確定値	2020年度	健康福祉部	安全・安心3-(1)
27	KPI	周産期死亡率(出産千対)	3.5人	2014~2018年平均	全国平均(3.6人)以下	3.8人	速報値	2020年(2016~2020年平均)	健康福祉部	安全・安心3-(2)
28	KPI	総合型地域スポーツクラブ数及び設立準備組織数	42クラブ	2019年度	現状より増加	42クラブ	確定値	2020年度	教育庁	教育・人づくり3-(3)

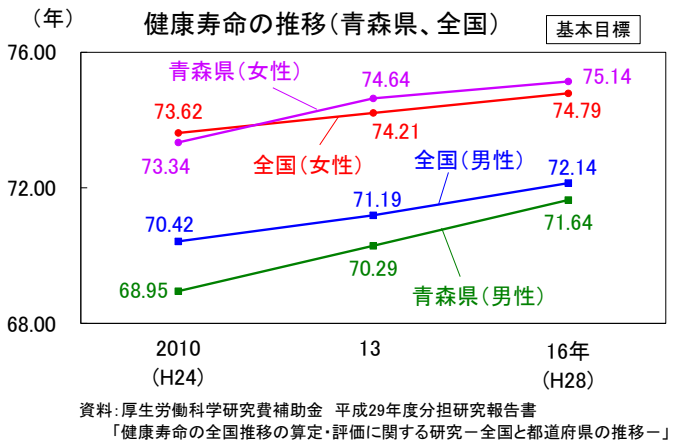
◆基本目標



2016年から減少傾向が続いており、2020年は全国水準を下回っています。

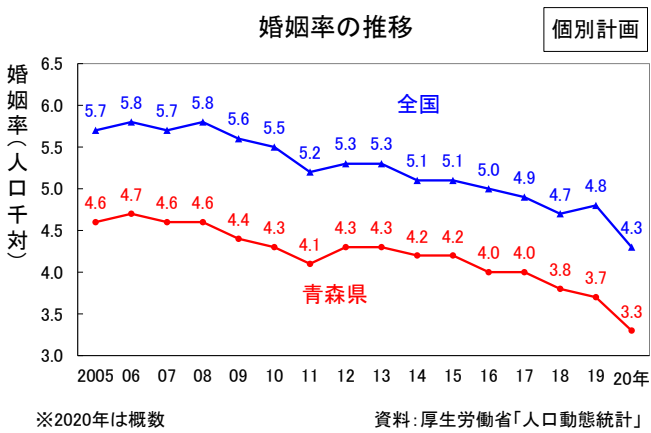


2015年度の平均寿命は、男女とも全国最下位ですが、着実に伸びています。

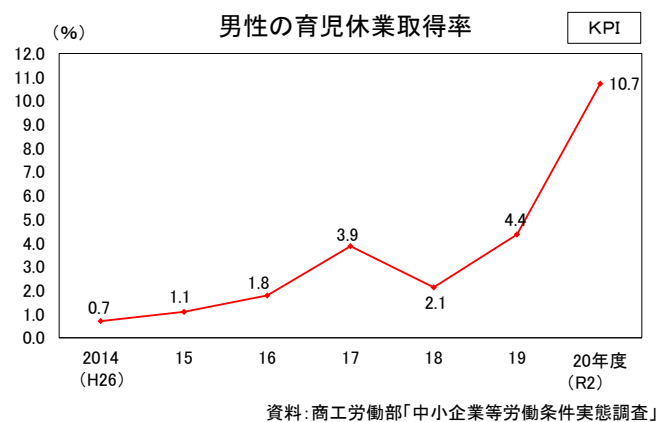


男性の健康寿命は全国水準に近づいてきているとともに、女性は全国を上回っています。

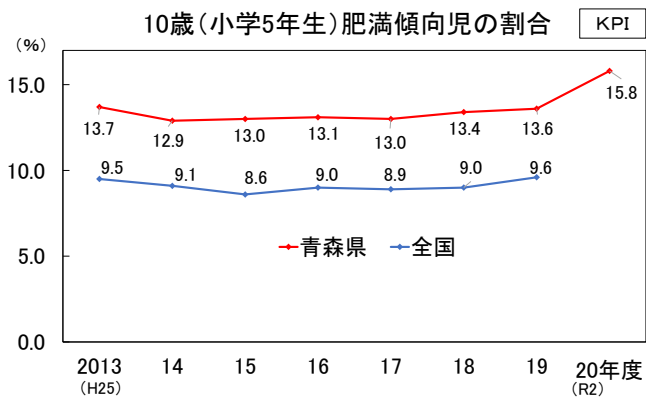
◆重要業績評価指標 (KPI)



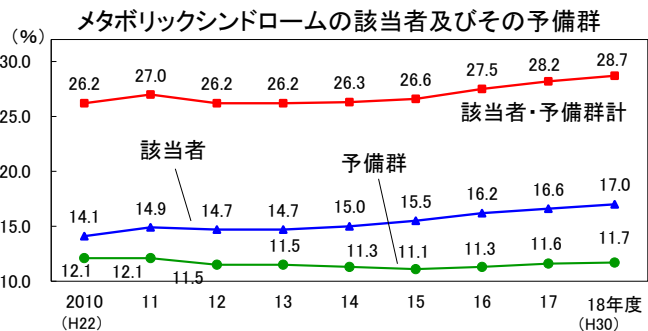
婚姻率は、2014年以降、低下傾向にあります。



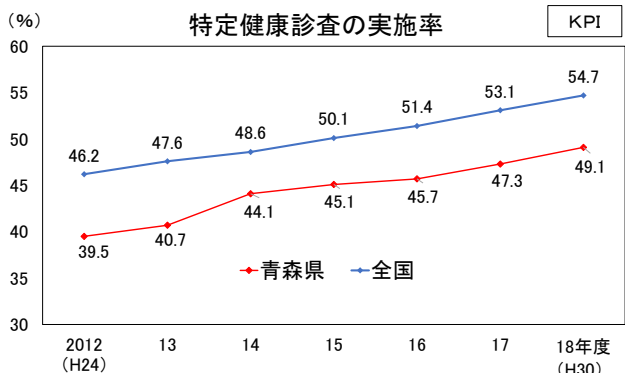
2020年度の男性の育児休業取得率は、前年度比で約2.4倍に増加しました。



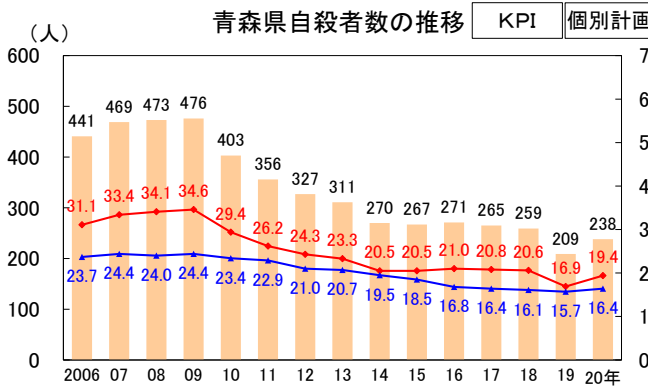
2020年度は、肥満傾向児の割合が大きく増加しました。



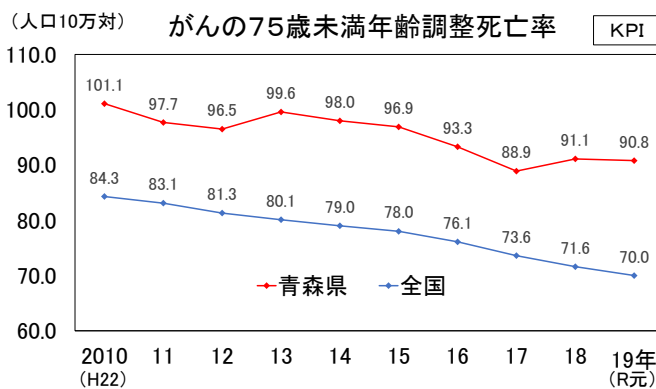
メタボリックシンドローム該当者及びその予備群の割合は、増加傾向にあります。



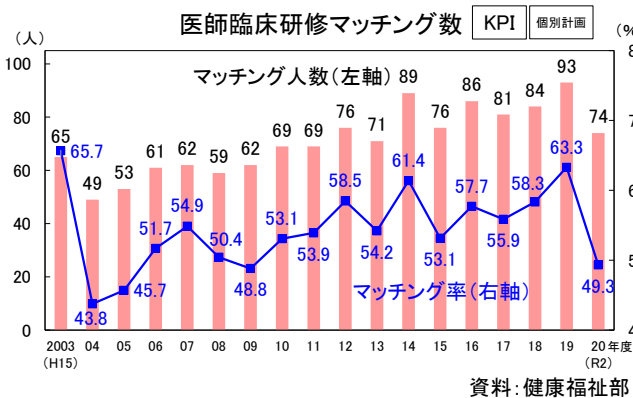
特定健康診査実施率は着実に上昇してきています。



自殺者数は 2020 年に増加に転じています。



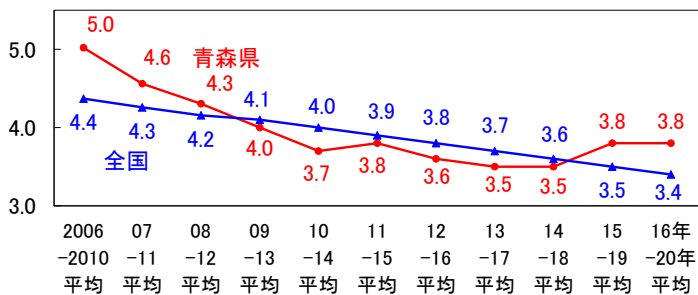
2019年のがん死亡率は、前年と比べてほぼ横ばいしており、近年全国との差が拡大してきています。



2020年度の医師臨床研修マッチング数は、前年比で2割減少しました。

周産期死亡率(出産千対、5年平均) 個別計画 KPI

(人/出産千人胎)



※16年-20年平均は概数

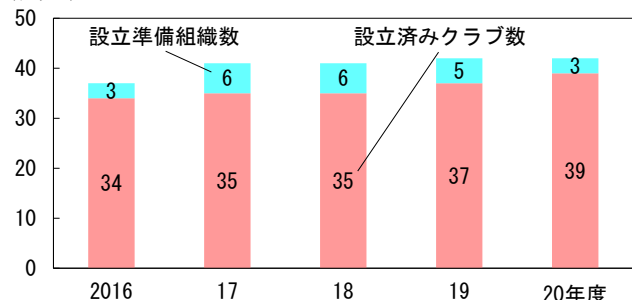
資料:健康福祉部

周産期死亡率は、直近では再び全国平均を上回る状況になっています。

KPI

設立済み総合型地域スポーツクラブ数及び設立準備組織数

(クラブ)



資料:教育庁

2020年度は設立済みクラブ数及び設立準備組織数の合計は、前年と同数となっています。

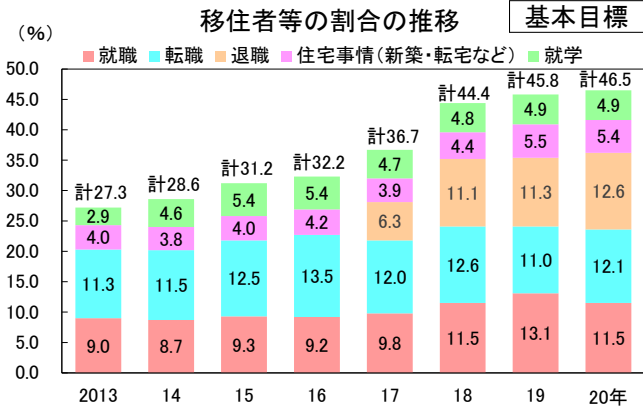
■ 政策分野3 ■ 若者の県内定着・還流と持続可能な地域づくり

若者を始めとする多様な人財の県内定着・還流に向けて、本県の魅力の発信と生徒・学生・保護者・教員・県内企業の相互理解促進、移住希望者等の受入態勢の強化などを進めるほか、超高齢化時代の到来を見据え、高齢者の生活機能の確保に取り組みます。

〈基本目標及び重要業績評価指標(KPI)一覧〉

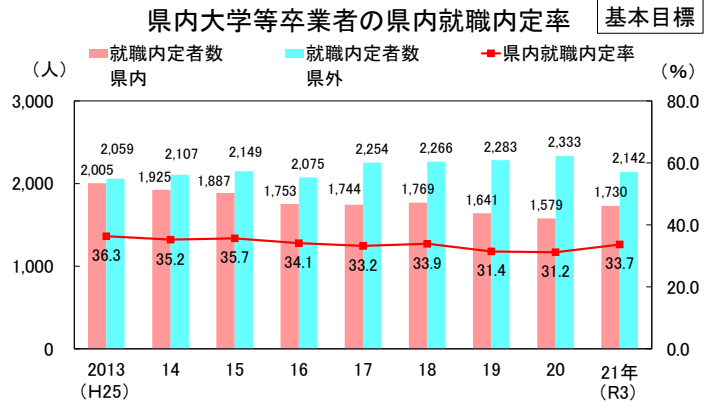
No.	区分	指標	現状値(2020戦略策定時)		目標値(2024年)	直近値(今回検証値)			所管部局等	基本計画における政策分野
			数値	対象年度(年)		数値	数値	確定・速報の別		
29	基本目標	県外からの転入者に占める移住者等の割合	44.4%	2018年	現状より増加	46.5%	確定値	2020年	企画政策部	教育・人づくり2-(2)
30	基本目標	県内大学等卒業生(大学、短大、高専、専修学校)の県内就職内定率	31.4%	2019年3月卒	現状より増加	33.7%	確定値	2021年3月卒	企画政策部	産業・雇用5-(2)
31	基本目標	県内高校卒業就職者の県内就職率	54.4%	2019年3月卒	現状より増加	55.0%	確定値	2020年3月卒	教育庁	産業・雇用5-(2)
32	KPI	中学校職場体験及び高等学校インターンシップ実施率	中学校98.1% 高等学校77.6%	2017年度	中学校98.0% 高等学校80.0%	中学校96.8% 高等学校81.5%	確定値	2019年度	教育庁	教育・人づくり1-(5)
33	KPI	移住に関する相談・情報提供の件数	10,158件	2018年度	現状より増加	17,219件	確定値	2020年度	企画政策部	教育・人づくり2-(2)
34	KPI	学習に関心・意欲を持つ子供の割合	小学生70.9% 中学生66.7%	2019年度	現状より増加	小学生70.9% 中学生66.7%	確定値	2019年度	教育庁	教育・人づくり1-(2)
35	KPI	「あおもり働き方改革推進企業」認証数	91社	2018年度	300社	138社	確定値	2020年度	健康福祉部	教育・人づくり2-(3)
36	KPI	「つどいの場」設置数	718か所	2018年度	1,250か所	1,208か所	確定値	2020年度	健康福祉部	安全・安心4-(2)
37	KPI	地域移行(障害者支援施設の入所者数)	2,563人	2017年度	2,358人以下	2,412人	確定値	2019年度	健康福祉部	安全・安心4-(3)
38	KPI	自主防災組織活動カバー率(旧組織率)	53.0%	2018年	60%	55.4%	確定値	2020年	危機管理局	安全・安心7-(2)

◆ 基本目標



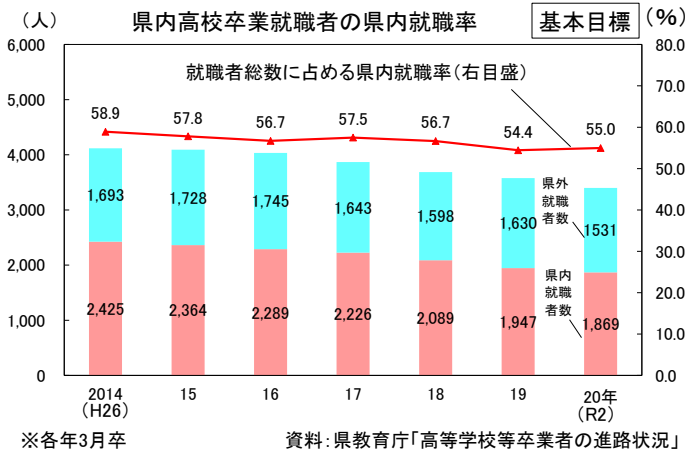
※四捨五入により、その内訳と合計が一致しない場合がある。 資料：企画政策部
 ※2017年度から「人口移動統計調査」の調査方法が変更になっています。

県外からの転入者に占める移住者等の割合は年々着実に増加しています。



※各年3月卒 資料：青森労働局「大学等卒業予定者職業紹介状況」

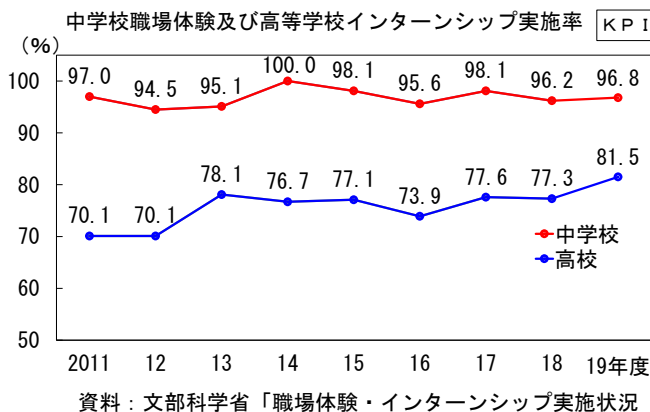
2021年3月卒の県内大学等卒業者の県内就職内定率が上昇しました。



※各年3月卒 資料：県教育庁「高等学校等卒業者の進路状況」

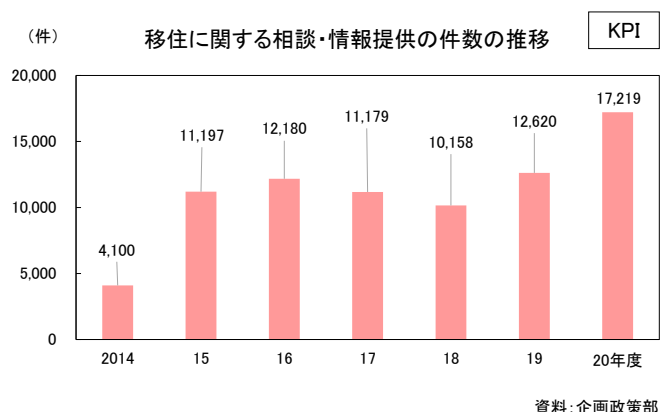
県内高校卒業就職者の県内就職率は、50%台半ばで推移しています。

◆ 重要業績評価指標 (KPI)



資料：文部科学省「職場体験・インターンシップ実施状況」

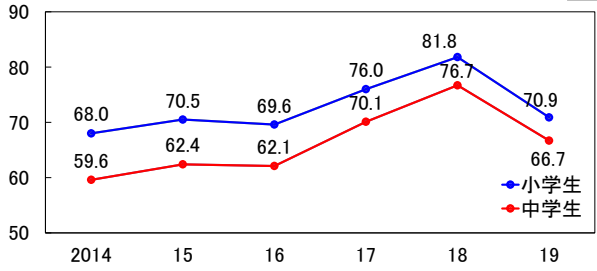
職場体験・インターンシップ実施率はともに前年度を上回っています。



資料：企画政策部

2020年度は、前年度から移住に関する相談が約4,600件と大幅に増加しました。

学習に関心・意欲を持つ子供の割合 KPI

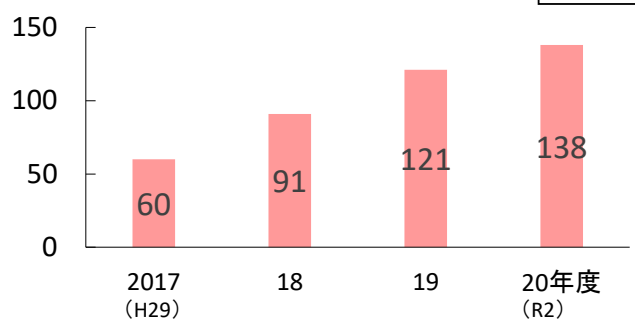


(注)「総合的な学習の時間では、自分で課題を立てて情報を集め整理して、調べたことを発表するなどの学習活動に取り組んでいるか」(18年度のみ「小学校5年生又は中学校2年生までに受けた授業では、課題の解決に向けて、自分で考え、自分から取り組んでいたと思うか」において、「当てはまる」又は「どちらかといえば当てはまる」と回答した割合。

資料:文部科学省「全国学力・学習状況調査」

学習に関心・意欲を持つ子どもの割合は、小学生で概ね70%以上、中学生で概ね60%以上となっています。

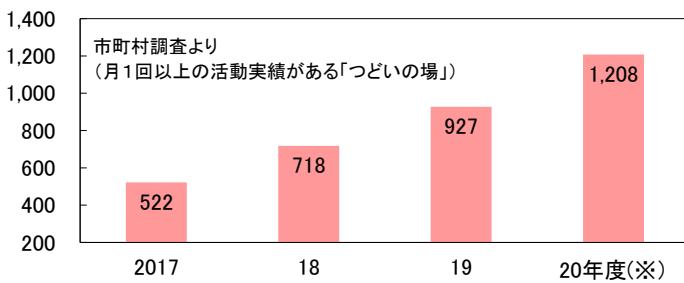
「あおり働き方改革推進企業」認証数 KPI



資料:健康福祉部

建設業が全体の半数以上、次いで医療・福祉、卸売・小売の順に認証企業数が増加してきています。

高齢者の「つどいの場」設置数 KPI

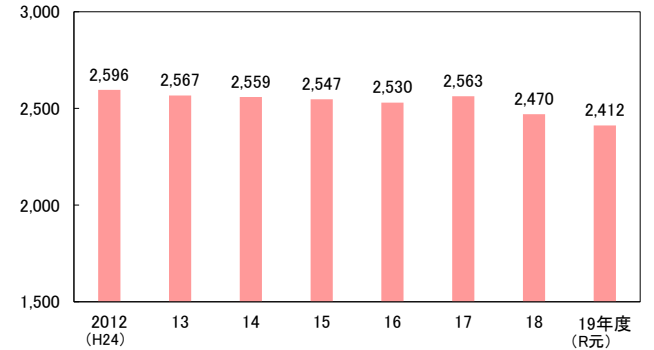


※2020年度は、国における「通いの場」(=本県の「つどいの場」)の定義が拡大されたため、伸びが見られたもの。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、休止しているつどいの場については、感染拡大前の状況で計上している。

資料:健康福祉部

高齢者のつどいの場が増えてきています。

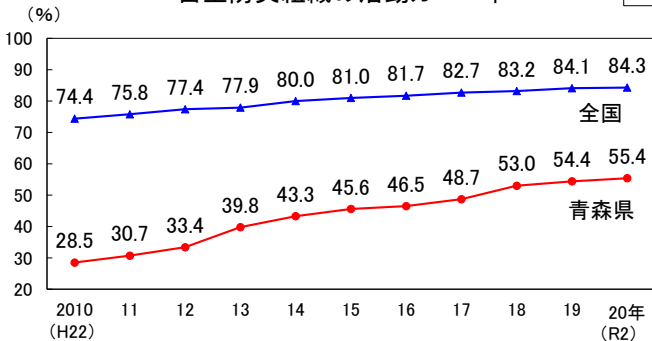
地域移行(障害者支援施設の入所者数) KPI 個別計画



資料:健康福祉部

入所者数は減少傾向にあります。

自主防災組織の活動カバー率 KPI



資料:危機管理局

自主防災組織の活動カバー率は全国を上回るペースで上昇してきています。

2 地方創生関連交付金等に係る事業実施状況

地方創生関連交付金等（地方創生推進交付金、地方創生拠点整備交付金、地方創生応援税制（企業版ふるさと納税制度））は、国の「まち・ひと・しごと創生基本方針」において示されている支援策（地方創生版・三本の矢）のひとつで、地方公共団体の自主的・主体的で先導的な取組を財政面から支援するため、2016年度に創設されたものです。（※地方創生拠点整備交付金については、国の補正予算措置。地方創生応援税制は、2024年度までの時限措置。）

県では、「第2期まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」に基づく、人口減少克服に向けた地方創生の取組を推進するにあたり、地方創生関連交付金等の積極的な活用を図ることとしており、これまでの活用状況は以下のとおりです。

地方創生推進交付金の活用状況

単位：千円

年度	2016	2017	2018	2019	2020	2021
事業数	4	9	13	13	17	17
交付決定額	110,401	392,879	412,200	478,540	403,238	558,427

※2018年度までは先駆・横展開タイプのみ、2019年度からは移住・起業・就業タイプを含む。
（金額は交付金ベース）

地方創生拠点整備交付金の活用状況

単位：千円

年度	2016	2017	2018	2019
事業数	1	2	1	1
交付決定額	99,014	87,120	87,215	174,022

※国は(国補正)、県は(2月補正)で予算を計上。(金額は交付金ベース)

企業版ふるさと納税の活用状況

単位：千円

年度	2017	2018	2019	2020
事業数	5	5	3	3
事業費	49,584	52,374	24,782	81,890
寄附金額	18,133	10,400	13,500	11,350

効果検証等

地方創生関連交付金等対象事業については、県のマネジメントサイクルの中で、K P I の状況などを自己点検することとしています。各事業の点検結果は以下のとおりです。

(1) 地方創生推進交付金等関係
(各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

① 地方創生推進交付金(13事業)(※評価対象事業を掲載)

No	交付対象事業の名称、取組概要及び実施期間 (年度)	本事業における重要業績評価指標(KPI)		計画 策定時 (現状値)	取組状況(増加分) (上段:目標値)・下段:実績値			評価
		指標	単位		1年目	2年目	3年目	
1	「青森県型地域共生社会」の実現に向けた地域機能強化推進事業 (2018~2020) 地域共生社会の実現に向け、市町村や地域住民等関係者との協働により地域の課題やニーズの把握を行うとともに、課題解決に資するサービス等の担い手の把握、育成・組織化を行い、地域が自主的・自立的な取組を継続できる体制や仕組みを構築する。 また、外部人材やNPO法人など、地域の多様な人材の確保や様々な取組の促進、公共交通ネットワークの形成や高齢者等の買物支援体制の構築により、持続可能な地域づくりを進める。	指標①	地域運営組織形成数 (団体)	19	(3) 44	(3) 0	(3) 2	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	本事業による取組実践件数 (件)	0	(3) 4	(3) 5	(3) 1	
2	2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機とした青森の「観光と食」の魅力発信事業 (2018~2020) 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を好機と捉え、地域資源を最大限に活用した県内各地の魅力の増大や受入体制の整備を進めた上で、海外メディアを通じた本県の情報発信や青森・ソウル線の更なる利用拡大、国内航空ネットワークの充実強化による誘客の促進・強化を図る。 また、海外に向けた県産農林水産品の知名度向上、世界基準による高い水準での安全・安心な農林水産品の販売・輸出の拡大による一層の県産品のブランドイメージ向上と販路の拡大を図る。	指標①	外国人延べ宿泊者数 (人泊)	143,590	(18,800) 152,650	(18,800) 41,380	(18,800) ▲ 269,590	総合戦略のKPI達成に有効であった 指標① 3年目は速報値
		指標②	県産農林水産品輸出額 (億円)	248	(5) 91	(5) ▲ 15	(5) -	
		指標③	観光消費額 (億円)	1,724	(25) 139	(25) 39	(25) 8	
		指標④	農家1戸当たりの農業産出額 (万円)	880	(10) 173	(10) 4	(10) -	
3	地域資源と技術を活用した県内企業競争力強化事業 (2018~2020) 県内の豊富な地域資源や技術力による高い付加価値をもった新たな製品・サービス・事業を創出するため、潜在的価値の見える化や大企業との連携、海外も含めた適切な販路選択、知的財産の活用実践、テレワークやデータの利活用、シェアリング導入などを総合的に支援するほか、県内企業の企画提案力や情報発信力の向上を支援する。	指標①	地域資源を活用したビジネスモデルの提案数 (件)	0	(3) 9	(3) 15	(3) 0	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	「青森県庁モニターバンク」におけるモニタリング数 (件)	0	(4) 12	(4) 3	(4) 0	
4	若者地元定着推進事業 (2018~2020) 県内外の学生に対する県内還流や卒業後の県内就職の促進に向け、就職活動開始前から全学生時代を通じた総合的な支援を行うほか、次世代の技能者の確保に向けた若年者のものづくり産業への興味喚起の取組や、若年層の離職防止と職場定着の促進に向けた若年者に対する就労意識形成支援、県内企業の若手社員による異業種交流の場の提供を行う。	指標①	県内大学等卒業者の県内就職内定率 (%)	33.2	(0.0) ▲ 1.8	(0.5) ▲ 0.2	(0.5) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	県内高等学校卒業者就職者の県内就職率 (%)	57.5	(0.0) ▲ 3.1	(1.0) 0.6	(1.0) -	
5	新流通サービス「AI Premium」が実現する「選ばれる青森」県産品取引拡大事業 (2019~2021) 農林水産業における域外からの積極的な外貨獲得のため、「A! Premium」等の流通サービスを活用しながら、エリア、取扱商品等を拡充した農林水産品の販路開拓・拡大を進めるとともに、これまで築いてきたネットワークも最大限活用し実需に対応した商品の展開や充実など、システムの利便性向上と更なる取引の拡大に取り組む。 また、西日本エリア、アジア圏、欧州などでの取引拡大に向けた営業・物流拠点の強化に取り組み、「民間取引の拡大」に向けた取組を進めていくほか、意欲的な人材・産地の育成により、地域主体の「稼ぐ力」の強化を図っていく。	指標①	青森県産農林水産品輸出額 (億円)	183	(13) 41	(13) 7	(14) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	「AI Premium」新規取引成約企業数 (件)	92	(20) 67	(20) 30	(20) -	
		指標③	農家1戸当たりの農業産出額 (万円)	988	(10) 69	(10) -	(10) -	
6	多様な分野との連携による農山漁村「地域経営」ソーシャルビジネス促進事業 (2019~2021) 「地域経営体」の「地域の生活機能の担い手」に向けたレベルアップを図るため、有識者(大学)等による地域経営体の活動や体制強化のための支援を行うほか、地域経営体の地域貢献活動を促すインセンティブ補助を実施する。 また、「地域経営」を支える人材・組織を確保・育成し、新たなビジネス参入促進に向けたため、高校・大学生を対象に本県農業をPRするとともに、若手農業者のスキルアップを目指した養成塾・研修会を実施するほか、労働力確保の取組として、障がい者・女性の就農・活躍促進、企業や大学、生協等と連携した労働力補完モデルの実証・構築を進める。 加えて、「地域経営体」の社会貢献活動に振り向ける時間的余裕を確保するため、先端農業技術の導入、効率的な栽培技術体系の確立・普及、実需に対応した適正な農産物生産へのシフト促進などの生産性向上に取り組む。	指標①	地域貢献型(第4段階)地域経営体数 (経営体)	6	(5) 3	(5) -	(5) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	農業法人数 (法人)	442	(26) 40.0	(26) -	(26) -	
		指標③	農家1戸当たりの農業産出額 (万円)	988	(10) 69	(10) -	(10) -	
		指標④	農業ジョブトレーナー養成講座修了者数 (人)	0	(30) 64	(30) 37	(30) -	

No	交付対象事業の名称、取組概要及び実施期間 (年度)	本事業における重要業績評価指標(KPI)		計画 策定時 (現状値)	取組状況(増加分) (上段:目標値)・下段:実績値			評価
		指標	(単位)		1年目	2年目	3年目	
7	無意識の健康づくりを始めとする健康ライフ実現プロジェクト (2019~2021) 健康長寿県の実現に向けて、無関心層が「無意識に」(意識的に行動しなくても)健康になれる環境づくりをめざし、だしや野菜を活用した減塩運動の普及拡大や「あおもりヘルシーライフフード」など時短・簡便かつ健康増進に寄与する加工食品の開発・販売促進、健康を意識したスイーツの開発やりんごの食習慣づくり等に取り組むほか、幼少期からの望ましい運動習慣、20~30代の保護者や高齢者が継続的に運動するきっかけづくりを行い、スポーツを通じた健康づくりの気運醸成に取り組む。 また、幅広い業種における健康経営の普及拡大、農協・漁協の女性部と連携した女性主導での健康づくりの推進、血圧・脈拍の自己測定の重要性の普及啓発、糖尿病の正しい知識の浸透など、職場でヘルスリテラシーが自然と身につく環境づくりに取り組むほか、本県の優位性を生かしたライフ関連産業の創出と集積による地域経済の成長促進を加速化させる。	指標①	特定健康診査受診者のうちメタボリック・シンドロームの該当者及びその予備群の割合 (減少率) (%)	0.0	(1.6) -	(1.6) -	(1.6) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	「あおもりヘルシーライフフード」商品開発数 (個)	0	(3) 3	(3) 3	(3) -	
		指標③	健康経営に取り組む事業所数 (事業所)	95	(80) 149	(100) 54	(100) -	
		指標④	特定健康診査の実施率 (%)	45.1	(5.72) -	(5.72) -	(5.72) -	
8	学ぶ・働く・生きる場所として「選ばれる青森」人材定着・還流促進事業 (2019~2021) 若者の県内定着・還流を促進させるため、県内企業の情報を県内外の求職者等に確実に届けるための仕組みづくり、UIJターン就職支援サイトの内容充実(企業登録の促進等)や利便性の向上を図るほか、移住者など多様な人材の創業・起業や計画的な事業承継、県外企業の新規誘致、既立地企業の定着・事業拡大を促進する。 また、児童・生徒・学生、保護者、教員等を対象に、本県の暮らしやすさ・働きやすさ、強み、伸びしろなどをライフステージに応じてわかりやすく伝え、県内定着・還流意識の浸透を図る。	指標①	あおもりUIJターン就職支援サイトへの求人情報登録数 (件)	350	(150) 244	(100) 175	(100) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	創業支援拠点を利用した創業者数 (人)	129	(50) 13	(100) 5	(100) -	
		指標③	県内高等学校卒業者の県内就職率 (%)	56.7	(1.0) ▲ 2.3	(1.0) 0.6	(1.0) -	
9	「選ばれる青森」の米、「稼ぐ」米産業構築事業 (2019~2021) 将来にわたり持続可能な水田農業の構築、農林水産業の持続的成長をめざし、「青天の霹靂」の水田1枚ごとに生産指導できるICTシステムを構築や「つがるロマン」を超える新品種の導入に向けて、実証試験や食味調査などを行うほか、データに基づく土づくりのための技術の見える化や環境にやさしい農業の担い手を育成・確保する。 また、「青天の霹靂」のブランド強化に向けて、話題性のあるイベントの開催やwebなどの各種メディアによる情報発信などを行うほか、酒米「吟烏帽子」の高品質生産のための栽培マニュアルの作成のほか、酒造会社や著名人などで組織する「吟烏帽子」研究会(仮称)による情報発信などを行う。 加えて、稲作農業の複合化を促進するため、加工・業務用野菜の産地形成や水田における高収益作物の生産に向けた低コスト基盤整備モデルの作成、水田転換畑などにおける畑作物の排水改良を推進する。	指標①	農家1戸当たりの農業産出額 (万円)	988	(10) 69	(10) -	(10) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	「青天の霹靂」の認知度 (%)	38.8	(3) 4.0	(3) 4.8	(3) -	
		指標③	「吟烏帽子」を使用する酒造会社数 (社)	4	(2) 5	(2) 0	(2) -	
		指標④	土壌診断件数 (件)	13,157	(843) ▲ 828	(1,000) ▲ 814	(2,000) -	
10	あおもり移住支援事業 (2019~2024) Uターン者をはじめとした人の流れを生み本県経済の活性化をめざし、東京圏から移住を希望し本県で就業・起業する者に対し、移住支援金を支給する。 また、あおもりUIJターン就職支援サイトを改修し、人手不足業種を中心に移住希望者が県内中小企業へ就業するためのマッチング支援を行うほか、県内中小企業や移住希望者に事業の周知を図る。 加えて、地域活性化関連・まちづくりの推進・過疎地域等活性化関連・買物弱者支援・地域交通支援・社会教育関連・子育て支援・環境関連・社会福祉関連分野等の起業予定者にインキュベーション・マネジャー(IM)を活用し、アイデア段階から実際の開業までのそれぞれの段階に応じた伴走型による起業支援を実施する。	指標①	本移住支援事業に基づく移住就業者数 (人)	0	(195) 7	(195) 17	(195) -	総合戦略のKPI達成に有効であった 取組状況は、1年目:2019 2年目:2020 3年目:2021 を記載
		指標②	本移住支援事業に基づく移住起業家数 (人)	0	(5) 1	(5) 1	(5) -	
		指標③	本起業支援事業に基づく起業家数 (人)	0	(5) 1	(5) 1	(5) -	
		指標④	マッチングサイトに新たに掲載された求人数 (件)	350	(150) 244	(150) 175	(150) -	
11	人財活躍推進事業 (2019~2024) 潜在的な労働力人口の多い高齢者や再就職が困難となっている中高年齢者、女性の就業を促進するため、企業向けの高齢者雇用相談窓口を設置し、企業の雇用環境を整えるとともに、専従のコーディネーターが就労者の掘り起こしを行い、双方をマッチングするほか、業種ごとにその特性に応じた高齢者雇用のポイントについて紹介する高齢者雇用活用セミナーを実施する。 また、中高年の再就職を支援するため、就職相談窓口を設置するほか、潜在的な労働力を掘り起こすための再就職支援セミナー及び合同企業説明会を開催する。 加えて、子育て世代や介護世代等幅広い層の未就業女性に対して、出張相談会(カウンセリング)や再就職支援セミナー、合同企業説明会の機会を提供するとともに、個々のニーズに応じた就業支援を行う。	指標①	本事業により新規就業が実現した者の数(新規就業者数) (人)	0	(200) 80	(500) 92	(500) -	総合戦略のKPI達成に有効であった 取組状況は、1年目:2019 2年目:2020 3年目:2021 を記載
		指標②	65歳以上の新規求人数 (人)	6,703	(25) 1,267	(25) ▲ 2,033	(25) -	
		指標③	中高年齢者の就職率 (%)	36.7	(1.0) ▲ 1.4	(1.0) 23.8	(1.0) -	
		指標④	女性の有業率 (%)	69.7	(0.0) -	(1.0) -	(1.0) -	
12	青森県プロフェッショナル人材活用高度化事業 (2020~2022) プロフェッショナル人材の県内企業への還流による関係人口を増加させるために、雇用政策及び移住政策との連携強化による対応機能を充実するほか、地銀OBが企業の経営戦略に踏み込んでプロフェッショナル人材採用の相談対応及び採用力向上に向けた指導的役割を行う。 また、民間人材紹介事業者に支払う紹介手数料の一部を補助するなどにより、本県プロフェッショナル人材戦略拠点業務の深化及び高度化を図る。	指標①	地域企業に対する出向・兼業等を含めた人材マッチング件数 (件)	49	(17) 17	(17) -	(17) -	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	地域企業の経営課題に関する相談件数 (件)	281	(100) 125	(100) -	(100) -	
		指標③	民間人材紹介事業者への取り繋ぎ件数 (件)	0.0	(50) 59	(50) -	(50) -	

No	交付対象事業の名称、取組概要及び実施期間 (年度)	本事業における重要業績評価指標 (KPI)		計画 策定時 (現状値)	取組状況(増加分) (上段:目標値)・下段:実績値			評価
		指標 (単位)			1年目	2年目	3年目	
12	歴史・文化芸術を活用した観光地域づくり事業 (2020~2022) 世界遺産国内推薦候補に決定した「北海道・北東北の縄文遺跡群」や県内美術館等を中心とする歴史・文化芸術施設や観光事業者等の連携の場を作り、歴史・文化芸術資源を巡る旅行商品造成等を行う。また、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりを進め、観光マーケティング機能等の強化に向けた研修会開催や観光で稼ぐ人材育成等を行う。	指標①	観光消費額 (億円)	1,902	(19) -	(20) -	(20) -	総合戦略の KPI達成に 有効であった
		指標②	歴史・文化芸術施設入込客数 (人)	461,360	(10,000) -	(10,000) -	(10,000) -	
13	先端技術活用によるしごと・くらしの質向上プロジェクト (2020~2022) 医療分野における医師不足や地域公共交通の維持・代替システムの構築など、社会課題解決につながる新たなビジネスの創出に向けて、県内企業と技術力や資金力のある大手IT・通信事業者、地域関係者の連携により、県内をフィールドとして5Gを活用したビジネスモデル実証、MaaSを活用した社会課題解決モデル実証を行う。	指標①	AI・IoTを活用した新製品の開発件数 (社)	0	(2) 0	(2) -	(2) -	総合戦略の KPI達成に 有効であった
		指標②	5Gを活用した社会課題解決型ビジネス実証数 (件)	0	(1) 1	(1) -	(1) -	
		指標③	生活交通の利便性向上に係るMaaS実証事業件数 (件)	0.0	(0) 0.0	(1) -	(1) -	
14	中国路線を活用した東北周遊及びビジネス交流拡大事業 (2020~2022) 新規就航路線及び本県・東北地域の認知度を向上し、誘客や、上海企業と県内企業のビジネスの創出を図るため、官民連携でのトップセールスにより、本県の観光・農業・商業等のPRを実施する。併せて本県及び上海の産学官金関係者が商取引等のビジネス交流促進に向け自由に意見交換する「ラウンドテーブル」を実施するほか、直接的な取引を促すための現地での商談会の開催によるビジネスマッチング支援を行う。	指標①	中国人延べ宿泊者数 (人泊)	64,710	(6,250) ▲ 52,020	(6,250) -	(6,250) -	総合戦略の KPI達成に 有効であった
		指標②	観光消費額 (百万円)	191,030	(1,955) -	(1,955) -	(1,955) -	
		指標③	青森・上海線を活用した新たな旅行商品造成件数 (件)	0	(20) 0	(20) -	(20) -	
		指標④	県産農林水産品の輸出額(紙製品除く) (億円)	257.0	(8) -	(8) -	(8) -	
15	「あおもりで暮らそう」移住推進プロジェクト事業 (2020~2022) 本県への移住・定住を促進するため、移住・定住促進に向けた情報発信、移住を促す相談・受入態勢の強化及び移住者の定住に向けた支援を行う。	指標①	首都圏相談窓口等での移住相談に基づく移住件数 (件)	49	(5) 19	(5) -	(5) -	総合戦略の KPI達成に 有効であった
		指標②	移住に関する相談件数 (件)	3,132	(50) 411	(50) -	(50) -	
15	埋もれている優れた観光コンテンツにより、観光の地域偏在を解消する青函一体となったエコツーリズム創出事業 (2020~2024) 北海道・青森県共通の課題である、観光の地域偏在解消と北海道新幹線開通効果維持拡大のため、これまで素通りされてきた両道県共通の魅力的な自然・歴史・文化コンテンツに光をあて、これらコンテンツをエコ・ツーリズムとして楽しむ欧米インバウンド客をターゲットに呼び込むため、連携して、本州最北の新幹線秘境駅を起点とした圏域の周遊促進によるエコツーリズム推進と駅・地域公共交通の利用促進等を実施する。	指標①	本事業のターゲットエリア(渡島・胆振・檜山・日高地域及び青森県)に係る観光入込客数(延べ) (千人)		(300) -	(350) -	(350) -	総合戦略の KPI達成に 有効であった
		指標②	北海道新幹線奥津軽いまべつ駅の一日の利用者数 (人)	66	(5) ▲ 25	(5) -	(5) -	
		指標③	圏域別観光入込客数の割合(道南) (%)	9.2			(0.2) -	

②地方創生拠点整備交付金(4事業)(※評価対象事業又は翌年度以降評価対象事業を掲載)

No	交付対象事業の名称、取組概要及び実施期間 (年度)	本事業における重要業績評価指標(KPI)		計画 策定時 (現状値)	取組状況 (上段:目標値)・下段:実績値			評価
		指標	(単位)		1年目	2年目	3年目	
1	青森県IoT開発支援拠点整備事業 (2016~2017) 今後進展する第4次産業革命時代のものづくり産業において必要となるIoT、ビッグデータ、AI、ロボット技術等の基盤技術習得と研究開発の技術支援のための「IoT開発支援拠点」を(地独)青森県産業技術センターが所有する工業総合研究所(青森市)の敷地内に整備(増築)する。 (※取組状況欄の目標値・実績値年度:1年目(2018年度)・2年目(2019年度)・3年目(2020年度))	指標①	「IoT開発拠点」を利用したIoT関連試作品の開発件数 (件)	0	(10) 10	(20) 21	(20)	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	「IoT開発拠点」に設置した施設・機器の利用件数 (件)	0	(40) 50	(100) 132	(100)	
2	きのこ育種・栽培研究拠点施設整備事業 (2017~2018) 今後の需要の拡大が期待できる栽培きのこについて、本県ならではの新品種きのこや未利用資源などを活用した低コストきのこ栽培技術の開発、機能性成分などの優位性の確認などを効率的に進めるためのきのこ育種・栽培研究拠点施設を(地独)青森県産業技術センターが所有する林業研究所(平内町)の敷地内に整備する。 (※取組状況欄の目標値・実績値年度:1年目(2020年度)・2年目(2021年度)・3年目(2022年度))	指標①	きのこ生産額 (万円)	43,200	(50) -	(50) -	(50)	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	きのこ生産量 (kg)	744,000	(1,000) ▲ 263,000	(1,000) -	(1,000) -	
3	造林用林木育種研究・種子生産拠点施設 (2017~2018) 国が進める林業の成長産業化の施策により、県内の木材の伐採量が年々増加していることから、「伐って」「また植える」という持続可能な資源循環が重要であり、伐採跡地に地域のニーズに対応した花粉症対策スギや松くい虫抵抗性マツなどの植栽を推進するなどにより再造林率の向上を図るため、「造林用林木育種研究・種子生産拠点施設」を(地独)青森県産業技術センターが所有する林業研究所(十和田市)の敷地内に整備する。 (※取組状況欄の目標値・実績値年度:1年目(2020年度)・2年目(2021年度)・3年目(2022年度))	指標①	林業用優良種子による「造林面積の増加」 (ha)	649	(50) -	(50) -	(50)	総合戦略のKPI達成に有効であった
		指標②	苗木生産事業者の「林業用優良種子購入額の増加」 (万円)	200	(5) 143	(5) -	(5) -	
4	青森県ながいも原原種維持増殖拠点施設 (2018~2019) (地独)青森県産業技術センター野菜研究所の敷地内に優良種苗親株の収量性向上の装備(天窗、遮光、照明、かん水)を備えた大型ガラスハウスを新築するとともに、既存のながいも増殖施設に収量性向上の装備(網、側面巻上げ)を付加し、生産農家及び関係機関の要望に対応する優良親株の供給を行う。 また、効果促進事業として、新築する大型ガラスハウス内に優良種苗親株供給に必要な冷蔵庫、病害虫防除機を装備するとともに、既存の老朽化した施設を解体撤去し、跡地を優良種苗の維持・増殖を効率的に行うことができる試験に利用する。 (※取組状況欄の目標値・実績値年度:1年目(2021年度)・2年目(2022年度)・3年目(2023年度))	指標①	ながいも優良種苗更新率 (%)	34	(50) -	(50) -	(50)	翌年度評価
		指標②	ながいも優良種苗親株の供給量 (kg)	180	(5) -	(5) -	(5)	
		指標③	ながいも生産者の優良種苗親株の栽培面積 (ha)	43	(5) -	(5) -	(5)	
4	青森県サーモン養殖推進拠点施設整備計画 (2019~2020) 本事業により内水面研究所を研究重視の施設から地域経済のための産業育成重視の拠点施設へと機能転換を図ることとし、サーモンの種卵の安定供給と系統作出を効率的に行える機能を合わせ持った施設として整備することにより、本県沿岸地域における「サーモン養殖」を普及拡大し、本県の「つくり育てる漁業」を一層推進することで、県内漁業者の安定した収入の確保による、持続可能な地域の基幹産業としての水産業の振興と雇用の確保、これらを通じた漁村地域の維持・活性化を目指す。 (※取組状況欄の目標値・実績値年度:1年目(2022年度)・2年目(2023年度)・3年目(2024年度))	指標①	養殖サーモンの生産量 (トン)	230	(0) -	(0) -	(220)	翌々年度評価
		指標②	新サーモン養殖場の箇所件数 (件)	2	(3) -	(0) -	(0)	
		指標③	養殖サーモン種卵の生産量 (万粒)	21.5	(3.5) -	(13.5) -	(13.5)	

(2) 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)関係

(重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

<～2019年度>(評価対象事業又は翌年度以降評価対象事業を掲載)

	地域再生計画の名称	年度	事業費 単位:円	寄附金額 単位:円	取組概要	本計画における重要業績評価指標(KPI)					評価	
						指標	申請時	目標値	目標年月	実績値		
1	AOMORIのお宝コンテンツ魅力発信プロジェクト	2017年度	13,850,382	1,100,000	・郷土の歴史、文化に対する県民の理解と愛着を深める取組を通じて、地元志向の若者や地域の魅力を発信できる人財を育成する。	指標①	青森県史デジタルアーカイブアクセス数(回)	0	10,000	2019(H31)年3月	21,118	総合戦略のKPI達成に有効であった
			20,000	2020(R2)年3月				86,086				
		2018年度	12,870,592	1,000,000		指標②	文化財の調査研究及び発表会の参加者数(人)	0	200	2018(H30)年3月	259	
		200	2019(H31)年3月	271								
		16,243	17,500	2017(H29)年12月	15,115							
			指標③	盛美園の観光入込客数(人)		18,000	2018(H30)年12月	17,295				
					18,500	2019(H31)年12月	17,618					
2	世界遺産「白神山地」保全と活用推進プロジェクト	2017年度	8,468,000	7,900,000	・体験プログラムの充実や登山道の再整備などにより、白神山地の認知度及び魅力向上を図る。 ・白神山地を次世代につなぐ人財を育成する。	指標①	白神岳の入山者数(人)	2,742	2,800	2017(H29)年12月	2,535	総合戦略のKPI達成に有効であった
				3,100				2019(H31)年12月	2,693			
		2018年度	22,710,000	5,000,000		指標②	白神山地の観光入込客数(人)	345,952	346,000	2017(H29)年12月	304,015	
			348,000	2018(H30)年12月	300,884							
2019年度	5,052,812	4,000,000		350,000	2019(H31)年12月			324,613				
3	十和田・奥入瀬・八甲田魅力「深」発見プロジェクト	2017年度	16,183,222	2,683,000	・十和田・八甲田地域の魅力を深く掘り下げ、自然・歴史・文化を生かした滞在型観光メニューを開発する。 ・奥入瀬溪流のマイカー規制に対応したエコツーリズムを支える新たな交通システムを構築する。	指標①	奥入瀬・十和田湖地区の観光入込客数(万人)	105.6	109.6	2017(H29)年12月	118.7	
								112.1	2018(H30)年12月	121.1		
		2018年度	10,158,000	2,400,000					121.1	2019(H31)年12月	126.7	
			280	高い運動能力を有する選手として選考した小学生の各種育成プログラムへの延べ参加者数(人)		40	2020(R2)年3月	41				
					41	2021(R3)年3月	41					
					42	2022(R4)年3月	2022年度検証					
4	未来のトップ・アスリート発掘・育成プロジェクト	2019年度	3,430,762	3,400,000	・運動能力や体力等に優れた児童生徒を発掘し、適性や発達段階に応じた育成プログラムを提供する。	39	あおもリアスリートネットワーク会員数(人)		160	2020(R2)年3月	185	総合戦略のKPI達成に有効であった
								170	2021(R3)年3月	0		
								180	2022(R4)年3月	2022年度検証		
			151	全国中学校体育大会(夏季大会)出場者数(人)		339	2020(R2)年3月	307				
					424	2021(R3)年3月	91					
					424	2022(R4)年3月	2022年度検証					

<2020年度～> (評価対象事業又は翌年度以降評価対象事業を掲載)

地域再生計画の名称	年度	事業費 単位:円	寄附金額 単位:円	取組概要	本計画における基本目標			評価
					目標	現状値(計画開始時)	目標値(2024年度)	
青森県まち・ひと・しごと創生推進計画	2020年度	81,889,633	11,350,000	・北海道・北東北の縄文遺跡群世界文化遺産登録に係る取組 ・持続可能な青森県をめざすSDGs推進事業 ・県民みんなが考える「いいよね青森」推進事業	製品出荷額等	1兆9,121億円	1兆9,122億円 (現状より増加)	2025年度検証
					農家1戸当たりの農業産出額	1,053万円	1,054万円 (現状より増加)	
					青森県産農林水産品輸出額	224億円	290億円	
					観光消費額	1,902億円	2,000億円	
					合計特殊出生率	1.43	1.44 (現状より増加)	
					平均寿命	男2.10年、女1.08年	男2.00年、女1.00年 (全国平均との差を縮小)	
					健康寿命	男71.64年、女75.14年	男71.70年、女75.20年 (現状より増加)	
					県外からの転入者に占める移住者等の割合	44.4%	44.5% (現状より増加)	
					県内大学等卒業者(大学、短大、高専、専修学校)の県内就職内定率	31.4%	31.5% (現状より増加)	
					県内高等学校卒業就職者の県内就職率	54.4%	54.5% (現状より増加)	

＜資料 1＞ 県内大学生の県内就職に対する意識 ～若者の将来選択に関するアンケート調査より～

1 目的

青森県の最重要課題である人口減少克服に向け、若者の県外流出が本県の大きな課題となっている中、県では、若者の県内定着・還流促進に向けた今後の取組の参考とするため、2020（令和2）年度に県内の大学生並びにその保護者及び県が協定を締結している大学に通う本県出身学生の保護者を対象とした県内就職等に関する意識調査を実施しました。

この調査は、県内の大学生の就職希望先やその理由、将来暮らす場所を選択する際に重視する点、新型コロナウイルス感染症拡大前後での意識の変化、青森県に対するイメージなどのほか、県内外の大学に通う本県出身大学生の保護者に対しても、子どもの就職希望先やその理由、新型コロナウイルス感染症拡大前後での意識の変化、青森県に対するイメージなど、多岐に渡る内容となっており、ここから大学生とその保護者の県内就職に対する意識について、男女や学年別の違いなどを見ていきます。

2 若者の将来選択に関するアンケート調査の概要

- (1) 対象 県内の大学生並びにその保護者及び県が協定を締結している県外の大学に通う本県出身学生の保護者
- (2) 期間 2020（令和2）年7月1日～同年9月30日
- (3) 方法 大学の協力のもと調査票を直接配付または郵送し、調査票かウェブで回答
- (4) 回収結果

		保護者		
		大学生 県内大学	県内大学	県外大学
配付数		4,296	4,296	718
回答数	ウェブ	872	391	113
	質問紙	1,134	515	307
	計	2,006	1,326	
回収率(%)		46.7%	21.1%	58.5%

大学生対象

区分	回答数	構成比
青森県立保健大学	262	13.1%
青森中央学院大学	71	3.5%
青森中央短期大学	67	3.3%
東北女子大学	93	4.6%
東北女子短期大学	206	10.3%
弘前学院大学	150	7.5%
弘前医療福祉大学/短期大学部	89	4.4%
八戸学院大学	618	30.8%
八戸学院大学短期大学部	145	7.2%
青森公立大学	122	6.1%
八戸工業大学	183	9.1%
計	2,006	100.0%

大学生の保護者対象

区分	回答数	構成比
青森県立保健大学	189	14.3%
青森中央学院大学	41	3.1%
青森中央短期大学	55	4.1%
東北女子大学	91	6.9%
東北女子短期大学	64	4.8%
弘前学院大学	130	9.8%
弘前医療福祉大学/短期大学部	45	3.4%
八戸学院大学	157	11.8%
八戸学院大学短期大学部	16	1.2%
青森公立大学	12	0.9%
八戸工業大学	106	8.0%
専修大学	46	3.5%
東北工業大学	123	9.3%
拓殖大学	51	3.8%
尚綱学院大学	42	3.2%
立正大学	27	2.0%
中央大学	52	3.9%
神奈川大学	42	3.2%
千葉商科大学	37	2.8%
計	1,326	100.0%

3 調査結果（抜粋：県内就職に対する意識に関して）

（1）大学生の県内就職、県外就職の希望（県内・県外出身別）

「県内を希望」（「どちらかといえば県内を希望」を含む）は、県内出身大学生で 63.5%、県外出身大学生では 9.3%となっています。

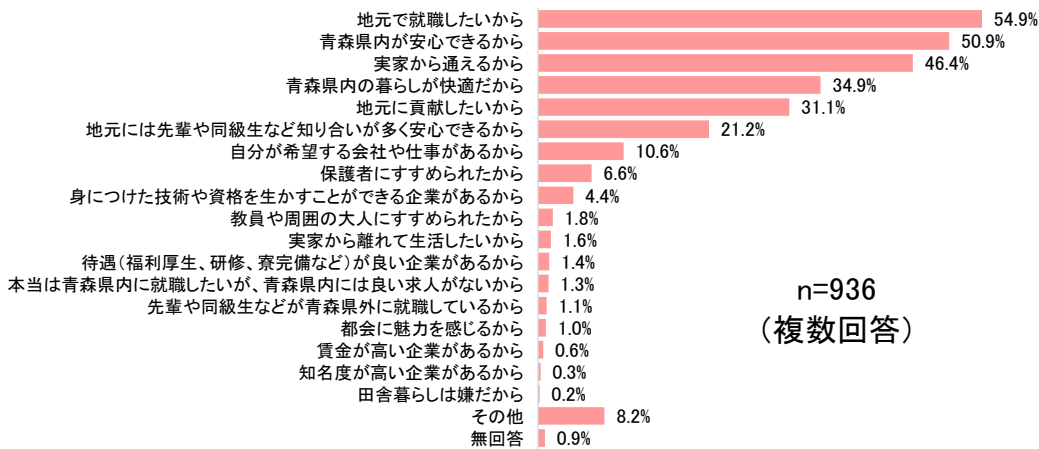
県内出身大学生が県内を希望する理由としては、「暮らしの安心や生活環境の快適さ」に関するものが多くなっています。（数は少ないものの、県外出身大学生が県内を希望する場合も同じような理由。）

なお、県内出身大学生の県外希望の理由は、都会や一人暮らしへの「憧れ」に関するものが多くなっています。

区分	回答数				構成比			
	全体	県内出身	県外出身	出身無回答	全体	県内出身	県外出身	出身無回答
県内を希望	612	584	27	1	30.5%	39.6%	5.1%	16.7%
どちらかといえば県内を希望	375	352	22	1	18.7%	23.9%	4.2%	16.7%
県外を希望	710	327	381	2	35.4%	22.2%	72.4%	33.3%
どちらかといえば県外を希望	308	210	96	2	15.4%	14.2%	18.3%	33.3%
無回答	1	1	0	0	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
計	2,006	1,474	526	6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

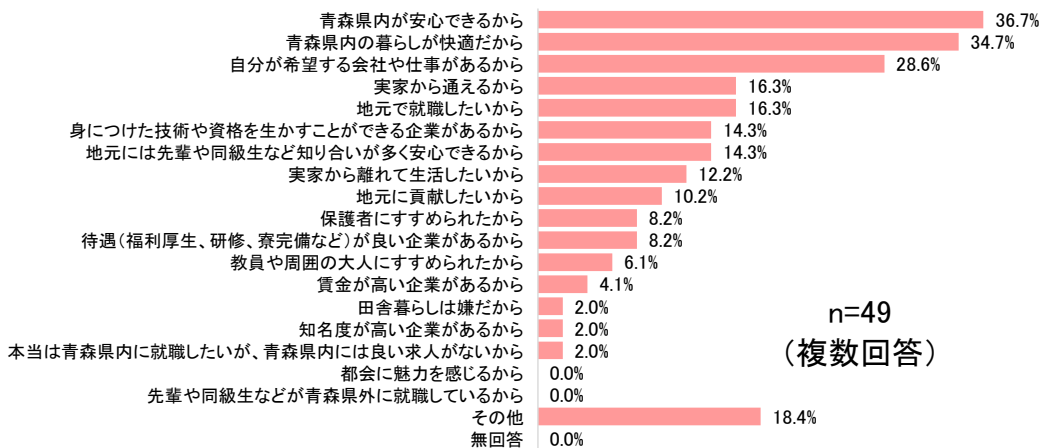
県内就職の希望理由

（県内出身大学生のうち「県内」もしくは「どちらかといえば県内」と回答した者）



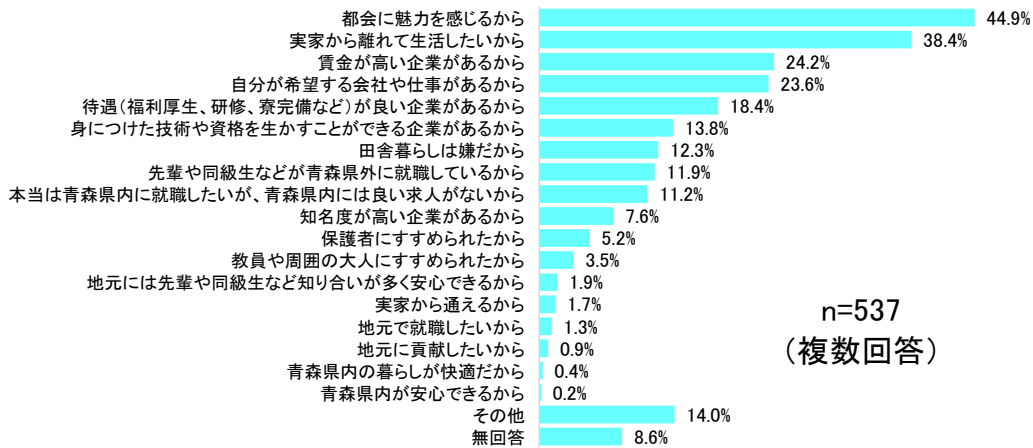
県内就職の希望理由

（県外出身大学生のうち「県内」もしくは「どちらかといえば県内」と回答した者）



県外就職の希望理由

(県内出身大学生のうち「県外」もしくは「どちらかといえば県外」と回答した者)



(2) 大学生の県内就職、県外就職の希望 (県内出身大学生の男女別)

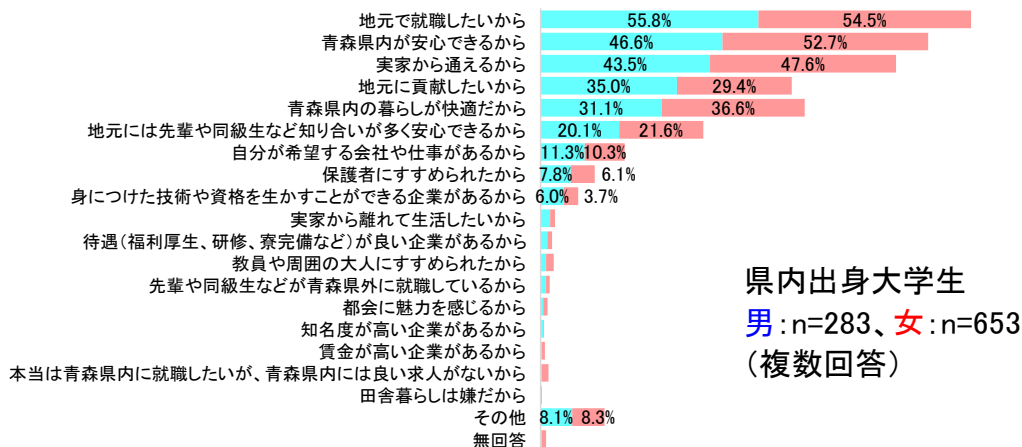
県内出身者

就職先が「県内を希望」、「どちらかといえば県内を希望」の県内出身大学生の割合は合わせて約6割と、ほとんど男女差はみられませんが、その理由別では、男性は「地元で貢献したいから」の割合が女性を上回っている一方、女性では「青森県内が安心できるから」、「青森県内の暮らしが快適だから」といった生活に関する項目で男性を上回る割合となっています。

区分	回答数			構成比		
	全体	男	女	全体	男	女
県内を希望	584	147	437	39.6%	33.6%	42.1%
どちらかといえば県内を希望	352	136	216	23.9%	31.1%	20.8%
県外を希望	327	85	242	22.2%	19.5%	23.3%
どちらかといえば県外を希望	210	69	141	14.2%	15.8%	13.6%
無回答	1	0	1	0.1%	0.0%	0.1%
計	1,474	437	1,037	100.0%	100.0%	100.0%

県内就職の希望理由(男女別)

(県内出身大学生のうち「県内」もしくは「どちらかといえば県内」と回答した者)



(3) 大学生の県内就職、県外就職の希望（学年別、男女別）

県内出身者

県内出身者を学年別、男女別に就職希望先をみると、女性では高学年になるほど「県内」、「どちらかといえば県内」の希望割合が低下していく傾向になっています。

<県内出身大学生>

	合計	県内出身者計		男性		女性		性別無回答		
		県内・どちらかといえば県内	県外・どちらかといえば県外	県内・どちらかといえば県内	県外・どちらかといえば県外	県内・どちらかといえば県内	県外・どちらかといえば県外	県内・どちらかといえば県内	県外・どちらかといえば県外	
全体	1,473 100.0%	936 63.5%	537 36.5%	283 64.8%	154 35.2%	653 63.0%	383 37.0%	0 -	0 -	
学年	1年	511 100.0%	327 64.0%	184 36.0%	69 59.0%	48 41.0%	258 65.5%	136 34.5%	0 -	0 -
	2年	456 100.0%	305 66.9%	151 33.1%	81 78.6%	22 21.4%	224 63.5%	129 36.5%	0 -	0 -
	3年	378 100.0%	230 60.8%	148 39.2%	108 60.3%	71 39.7%	122 61.3%	77 38.7%	0 -	0 -
	4年	128 100.0%	74 57.8%	54 42.2%	25 65.8%	13 34.2%	49 54.4%	41 45.6%	0 -	0 -
	学年無回答	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -

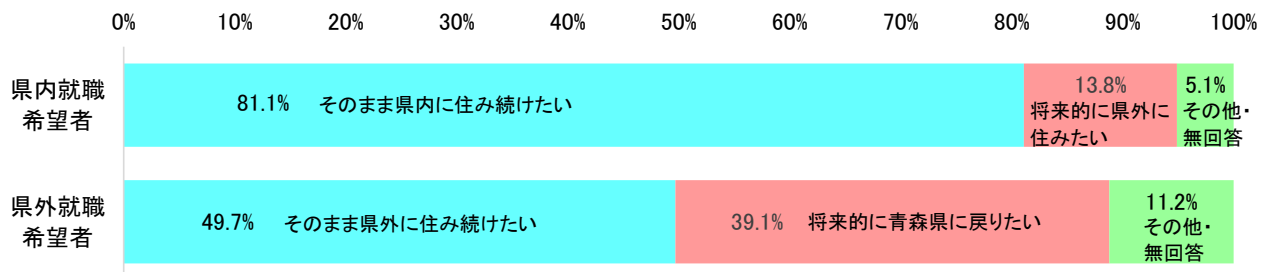
※ 短大生も含まれる。

(4) 県内就職、県外就職後の見通し

県内出身者

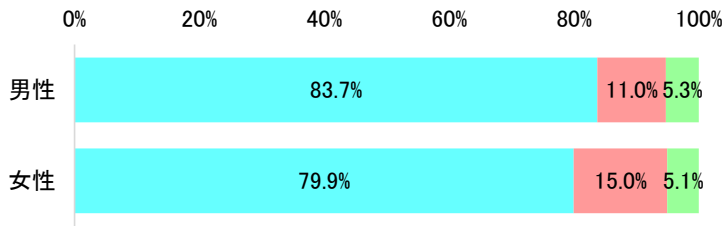
県内出身者のうち、県内就職希望者の県内就職後の見通しは、81.1%が「そのまま県内に住み続けたい」と考えています。
一方、県外就職希望者の県外就職後の見通しでは、「そのまま県外に住み続けたい」と回答した者は49.7%に留まり、39.1%は「将来的には青森県に戻りたい」と考えています。

就職後の見通し



また、県内就職希望者では約8割が「そのまま県内に住み続けたい」、県外就職希望者では約4割が「将来的には青森県に戻りたい」と回答しており、いずれも男女間で大きな差はみられませんでした。（次頁）

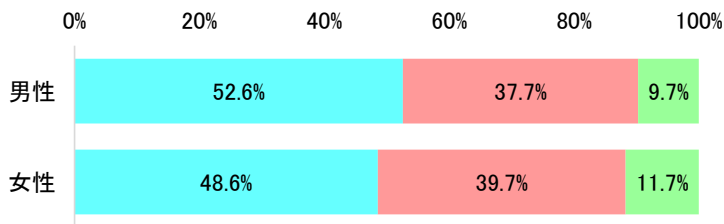
「県内」就職後の見通し



	合計	そのまま県内	将来的には県外	その他	無回答
全体	936	759	129	33	15
	100.0%	81.1%	13.8%	3.5%	1.6%
男性	283	237	31	10	5
	100.0%	83.7%	11.0%	3.5%	1.8%
女性	653	522	98	23	10
	100.0%	79.9%	15.0%	3.5%	1.5%
無回答	0	0	0	0	0

■そのまま県内に住みたい ■将来的には県外に住みたい ■その他・無回答

「県外」就職後の見通し



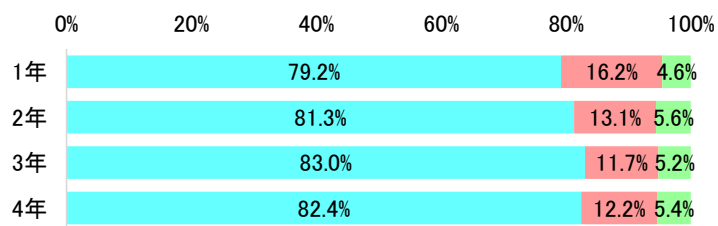
	合計	そのまま県外	将来的には青森県	その他	無回答
全体	537	267	210	38	22
	100.0%	49.7%	39.1%	7.1%	4.1%
男性	154	81	58	10	5
	100.0%	52.6%	37.7%	6.5%	3.2%
女性	383	186	152	28	17
	100.0%	48.6%	39.7%	7.3%	4.4%
無回答	0	0	0	0	0

■そのまま県外に住みたい ■将来的には青森県に戻りたい ■その他・無回答

県内出身者

学年別にみると、県内就職希望者は学年別に大きな差はなく、どの学年でも約8割が「そのまま県内に住みたい」と回答している一方、県外就職希望者では、4年生の「将来的には青森県に戻りたい」割合が大きくなっています。

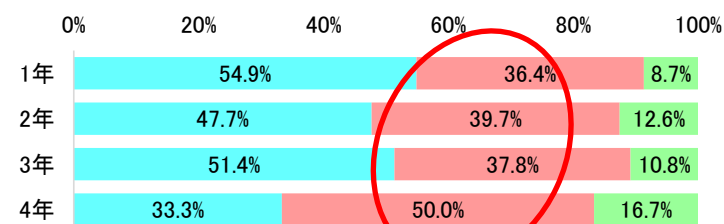
「県内」就職後の見通し



	合計	そのまま県内	将来的には県外	その他	無回答
全体	936	759	129	33	15
	100.0%	81.1%	13.8%	3.5%	1.6%
1年	327	259	53	8	7
	100.0%	79.2%	16.2%	2.4%	2.1%
2年	305	248	40	12	5
	100.0%	81.3%	13.1%	3.9%	1.6%
3年	230	191	27	11	1
	100.0%	83.0%	11.7%	4.8%	0.4%
4年	74	61	9	2	2
	100.0%	82.4%	12.2%	2.7%	2.7%
無回答	0	0	0	0	0

■そのまま県内に住みたい ■将来的には県外に住みたい ■その他・無回答

「県外」就職後の見通し



	合計	そのまま県外	将来的には青森県	その他	無回答
全体	537	267	210	38	22
	100.0%	49.7%	39.1%	7.1%	4.1%
1年	184	101	67	11	5
	100.0%	54.9%	36.4%	6.0%	2.7%
2年	151	72	60	12	7
	100.0%	47.7%	39.7%	7.9%	4.6%
3年	148	76	56	10	6
	100.0%	51.4%	37.8%	6.8%	4.1%
4年	54	18	27	5	4
	100.0%	33.3%	50.0%	9.3%	7.4%
無回答	0	0	0	0	0

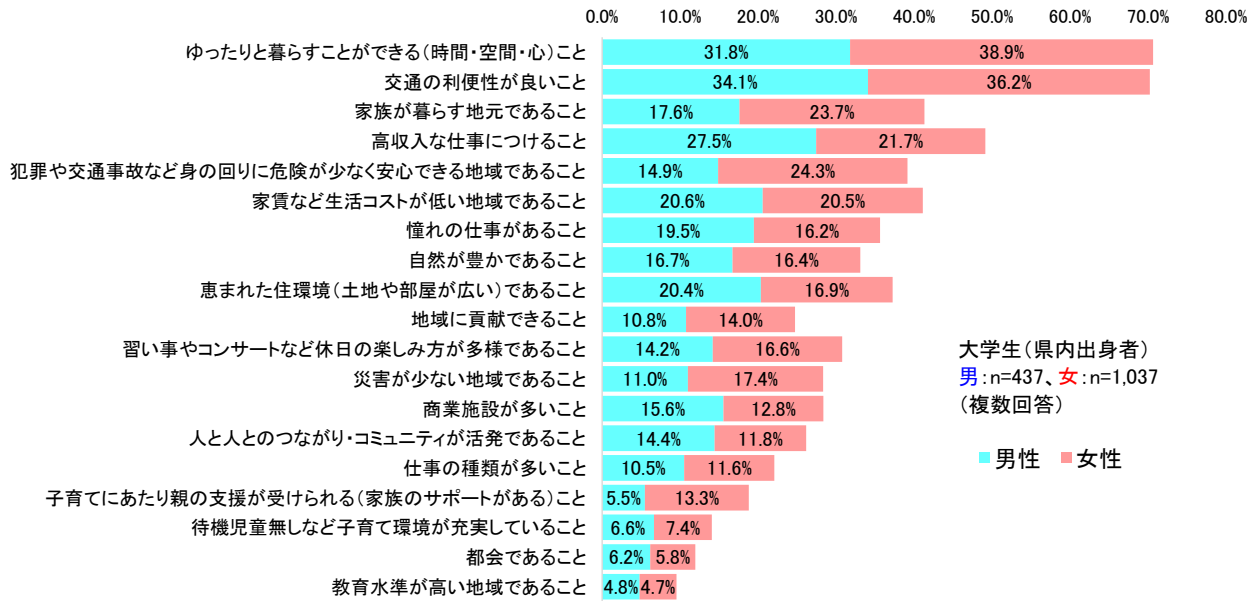
■そのまま県外に住みたい ■将来的には青森県に戻りたい ■その他・無回答

(5) 将来暮らす場所を選択する際に重視するもの

県内出身者

「ゆったりと暮らすことができる（時間・空間・心）こと」、「交通の利便性が良いこと」の回答率が高く、男女で大きな差はありませんが、男性は「高収入な仕事につけること」、女性は「家族が暮らす地元であること」、「犯罪や交通事故など身の回りに危険が少なく安心できる地域であること」の回答率が高くなっています。

将来暮らす場所を選択する際に重視するもの(大学生(県内出身者)、男女別)



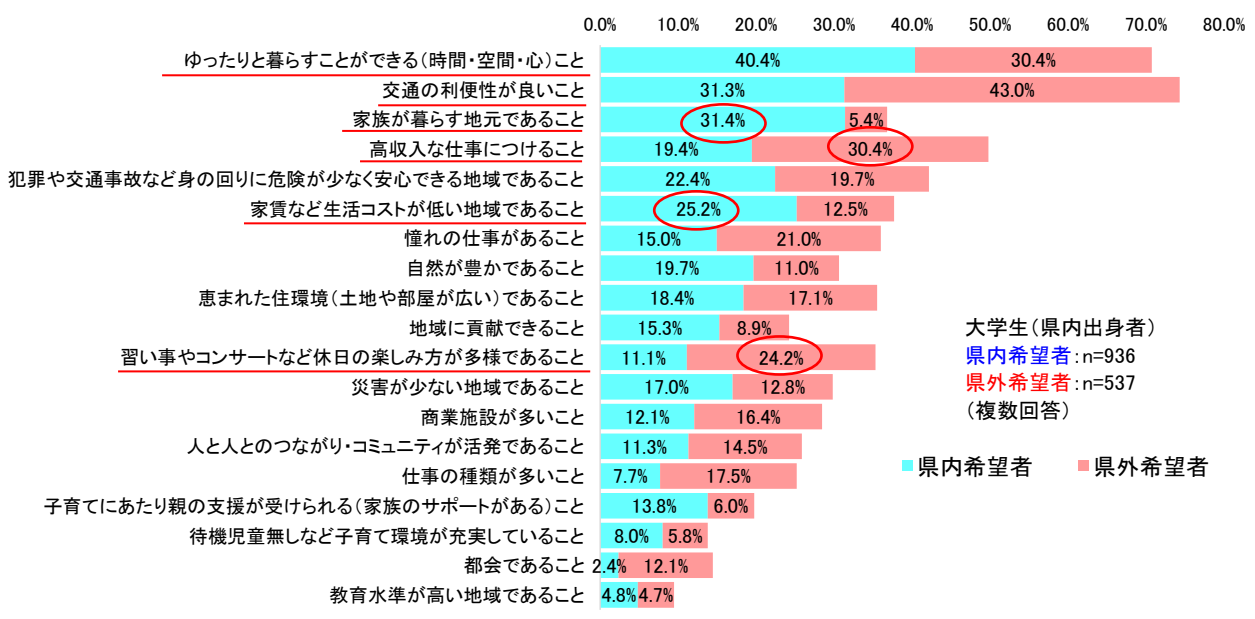
	全体		男性		女性		無回答	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
ゆったりと暮らすことができる(時間・空間・心)こと	542	36.7%	139	31.8%	403	38.9%	0	0.0%
交通の利便性が良いこと	524	35.5%	149	34.1%	375	36.2%	0	0.0%
家族が暮らす地元であること	323	21.9%	77	17.6%	246	23.7%	0	0.0%
高収入な仕事につけること	345	23.4%	120	27.5%	225	21.7%	0	0.0%
犯罪や交通事故など身の回りに危険が少なく安心できる地域であること	317	21.5%	65	14.9%	252	24.3%	0	0.0%
家賃など生活コストが低い地域であること	303	20.5%	90	20.6%	213	20.5%	0	0.0%
憧れの仕事があること	253	17.2%	85	19.5%	168	16.2%	0	0.0%
自然が豊かであること	243	16.5%	73	16.7%	170	16.4%	0	0.0%
恵まれた住環境(土地や部屋が広い)であること	264	17.9%	89	20.4%	175	16.9%	0	0.0%
地域に貢献できること	192	13.0%	47	10.8%	145	14.0%	0	0.0%
習い事やコンサートなど休日の楽しみ方が多様であること	234	15.9%	62	14.2%	172	16.6%	0	0.0%
災害が少ない地域であること	228	15.5%	48	11.0%	180	17.4%	0	0.0%
商業施設が多いこと	201	13.6%	68	15.6%	133	12.8%	0	0.0%
人と人とのつながり・コミュニティが活発であること	185	12.5%	63	14.4%	122	11.8%	0	0.0%
仕事の種類が多いこと	166	11.3%	46	10.5%	120	11.6%	0	0.0%
子育てにあたり親の支援が受けられる(家族のサポートがある)こと	162	11.0%	24	5.5%	138	13.3%	0	0.0%
待機児童無しなど子育て環境が充実していること	106	7.2%	29	6.6%	77	7.4%	0	0.0%
都会であること	87	5.9%	27	6.2%	60	5.8%	0	0.0%
教育水準が高い地域であること	70	4.7%	21	4.8%	49	4.7%	0	0.0%
無回答	1	0.1%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%

県内出身者

これを県内・県外就職希望別にみると、いずれも「ゆったりと暮らすことができる（時間・空間・心）こと」、「交通の利便性が良いこと」の回答率が高いことは同じですが、県内就職希望者は、「家族が暮らす地元であること」、「家賃など生活コストが低い地域であること」が特に高くなっています。

一方、県外希望者は、「高収入な仕事につけること」、「習い事やコンサートなど休日の楽しみ方が多様であること」などの回答率が高くなっています。

将来暮らす場所を選択する際に重視するもの(大学生(県内出身者)、県内・県外就職希望別)



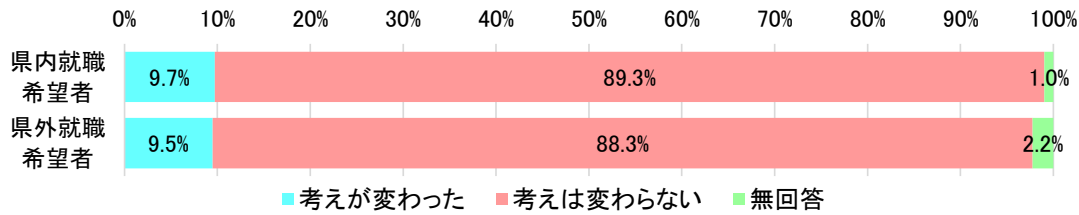
	全体		県内希望者		県外希望者		無回答	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
ゆったりと暮らすことができる(時間・空間・心)こと	542	36.8%	378	40.4%	163	30.4%	1	100.0%
交通の利便性が良いこと	524	35.5%	293	31.3%	231	43.0%	0	0.0%
家族が暮らす地元であること	323	21.9%	294	31.4%	29	5.4%	0	0.0%
高収入な仕事につけること	345	23.4%	182	19.4%	163	30.4%	0	0.0%
犯罪や交通事故など身の回りに危険が少なく安心できる地域であること	317	21.5%	210	22.4%	106	19.7%	1	100.0%
家賃など生活コストが低い地域であること	303	20.6%	236	25.2%	67	12.5%	0	0.0%
憧れの仕事があること	253	17.2%	140	15.0%	113	21.0%	0	0.0%
自然が豊かであること	243	16.5%	184	19.7%	59	11.0%	0	0.0%
恵まれた住環境(土地や部屋が広い)であること	264	17.9%	172	18.4%	92	17.1%	0	0.0%
地域に貢献できること	192	13.0%	143	15.3%	48	8.9%	1	100.0%
習い事やコンサートなど休日の楽しみ方が多様であること	234	15.9%	104	11.1%	130	24.2%	0	0.0%
災害が少ない地域であること	228	15.5%	159	17.0%	69	12.8%	0	0.0%
商業施設が多いこと	201	13.6%	113	12.1%	88	16.4%	0	0.0%
人と人のつながり・コミュニティが活発であること	185	12.6%	106	11.3%	78	14.5%	1	100.0%
仕事の種類が多いこと	166	11.3%	72	7.7%	94	17.5%	0	0.0%
子育てにあたり親の支援が受けられる(家族のサポートがある)こと	162	11.0%	129	13.8%	32	6.0%	1	100.0%
待機児童無しなど子育て環境が充実していること	106	7.2%	75	8.0%	31	5.8%	0	0.0%
都会であること	87	5.9%	22	2.4%	65	12.1%	0	0.0%
教育水準が高い地域であること	70	4.7%	45	4.8%	25	4.7%	0	0.0%
無回答	1	0.1%	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%

(6) 新型コロナウイルス感染症の拡大前後で就職希望先の考えが変わったか

県内出身者

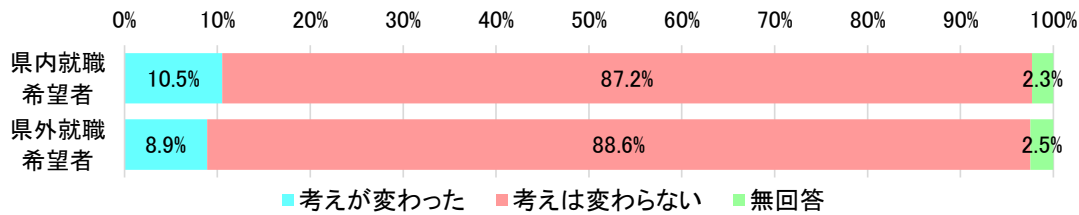
県内出身者について、多くは「考えは変わらない」と回答していますが、約1割は「考えが変わった」と回答しています。就職活動が本格化している3、4年生のみでも大きな差はありません。

将来の暮らす場所に対するコロナによる考え方の変化
(県内出身者、就職希望別)



	合計	考えが変わった	考えは変わらない	無回答
全体	1,474 100.0%	142 9.6%	1,310 88.9%	22 1.5%
県内就職希望者	936 100.0%	91 9.7%	836 89.3%	9 1.0%
県外就職希望者	537 100.0%	51 9.5%	474 88.3%	12 2.2%
不明	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%

将来の暮らす場所に対するコロナによる考え方の変化
(県内出身者3・4年生、就職希望別)



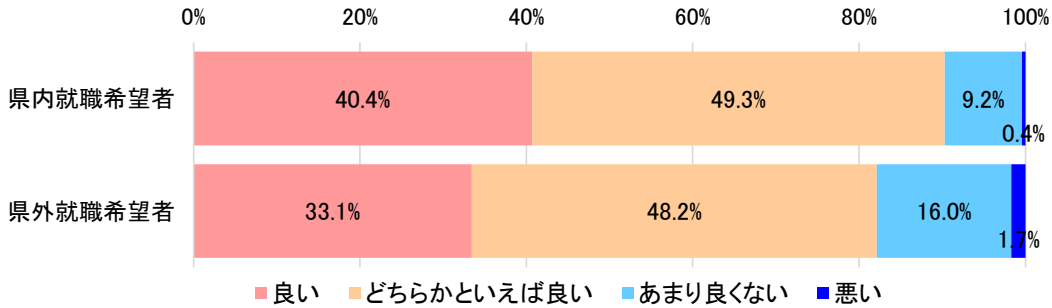
	合計	考えが変わった	考えは変わらない	無回答
全体	506 100.0%	50 9.9%	444 87.7%	12 2.4%
県内就職希望者	304 100.0%	32 10.5%	265 87.2%	7 2.3%
県外就職希望者	202 100.0%	18 8.9%	179 88.6%	5 2.5%
不明	0 -	0 -	0 -	0 -

(7) 青森県に対するイメージ

県内出身者

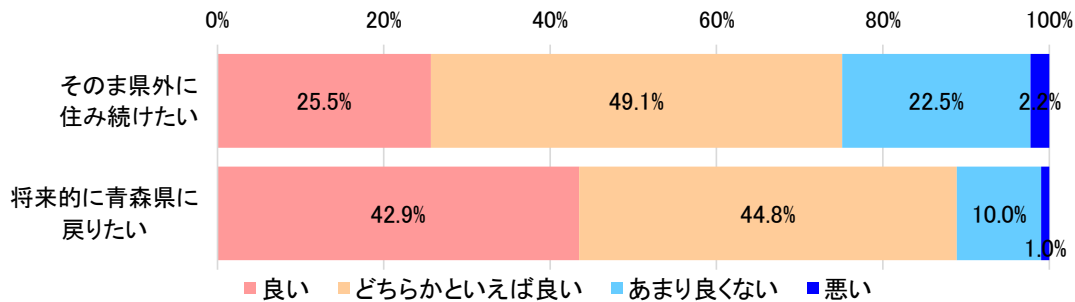
県内出身者の就職希望先別にみると、県内就職希望者の方が青森県に対するイメージが「良い」、「どちらかといえば良い」の割合が高くなっています。
 また、県外就職希望者についても、「将来的に青森県に戻りたい」と回答した者は、青森県のイメージが「良い」割合が大きく、「悪い」、「あまり良くない」の割合が小さくなっています。

「青森県」に対するイメージ(県内出身者の就職希望先別)



	合計	良い	どちらか といえば 良い	あまり良 くない	悪い	無回答
全体	1,474	556	721	172	13	12
	100.0%	37.7%	48.9%	11.7%	0.9%	0.8%
県内就職 希望者	936	378	461	86	4	7
	100.0%	40.4%	49.3%	9.2%	0.4%	0.7%
県外就職 希望者	537	178	259	86	9	5
	100.0%	33.1%	48.2%	16.0%	1.7%	0.9%
無回答	1	0	1	0	0	0
	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%

「青森県」に対するイメージ(県内出身者・県外就職希望者の就職後の見通し)



	合計	良い	どちらか といえば 良い	あまり良 くない	悪い	無回答
全体	537	178	259	86	9	5
	100.0%	33.1%	48.2%	16.0%	1.7%	0.9%
そのまま 県外	267	68	131	60	6	2
	100.0%	25.5%	49.1%	22.5%	2.2%	0.7%
将来的に 青森県	210	90	94	21	2	3
	100.0%	42.9%	44.8%	10.0%	1.0%	1.4%
その他・ 無回答	60	20	34	5	1	0
	100.0%	33.3%	56.7%	8.3%	1.7%	0.0%

(8) 保護者向けアンケート

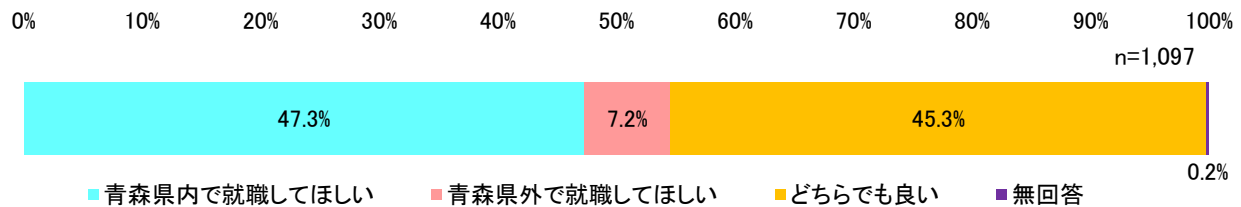
県内在住の保護者

多くの保護者が「県内で就職してほしい」または「どちらでもよい」と回答しており、「県外で就職してほしい」と回答した保護者は全体の7.2%でした。

「県内で就職してほしい」理由としては、「何かあった時すぐに対応できるから」85.5%、「安心できる所で暮らしてほしいから」49.1%など、「県外で就職してほしい」理由としては、「県外で様々な経験を積んでほしいから」68.4%、「待遇（福利厚生、研修、寮完備など）が良い企業があるから」40.5%などが高い回答率となっています。

一方、「どちらでもよい」の理由としては、「子どもが希望する会社や仕事があるから」46.3%、「大学等で身に着けた技術や資格を生かすことができるから」39.2%などとなっていますが、「本当は青森県内で就職してほしいが、青森県内には良い仕事がないから」28.8%も高い回答率となっています。

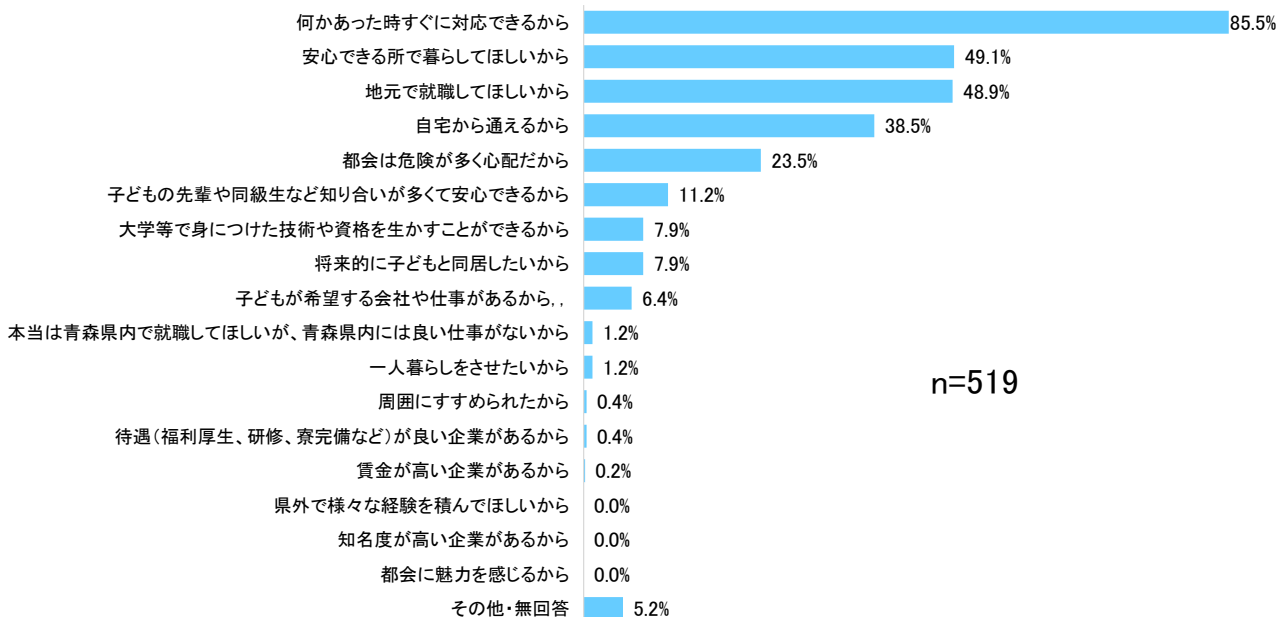
保護者の子どもの就職先についての希望(県内在住の保護者)



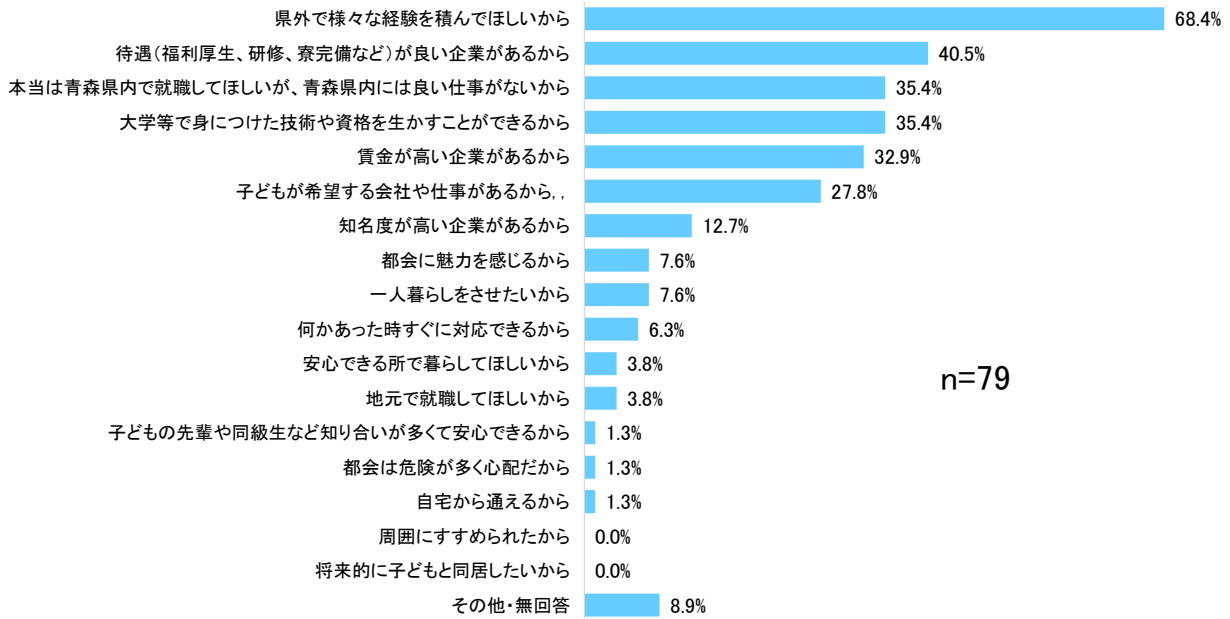
	青森県内で就職してほしい	青森県外で就職してほしい	どちらでも良い	無回答
人数	519	79	497	2
割合	47.3%	7.2%	45.3%	0.2%

※ 保護者 1,326 人のうち、県内在住の 1,097 人の保護者について集計したもの。

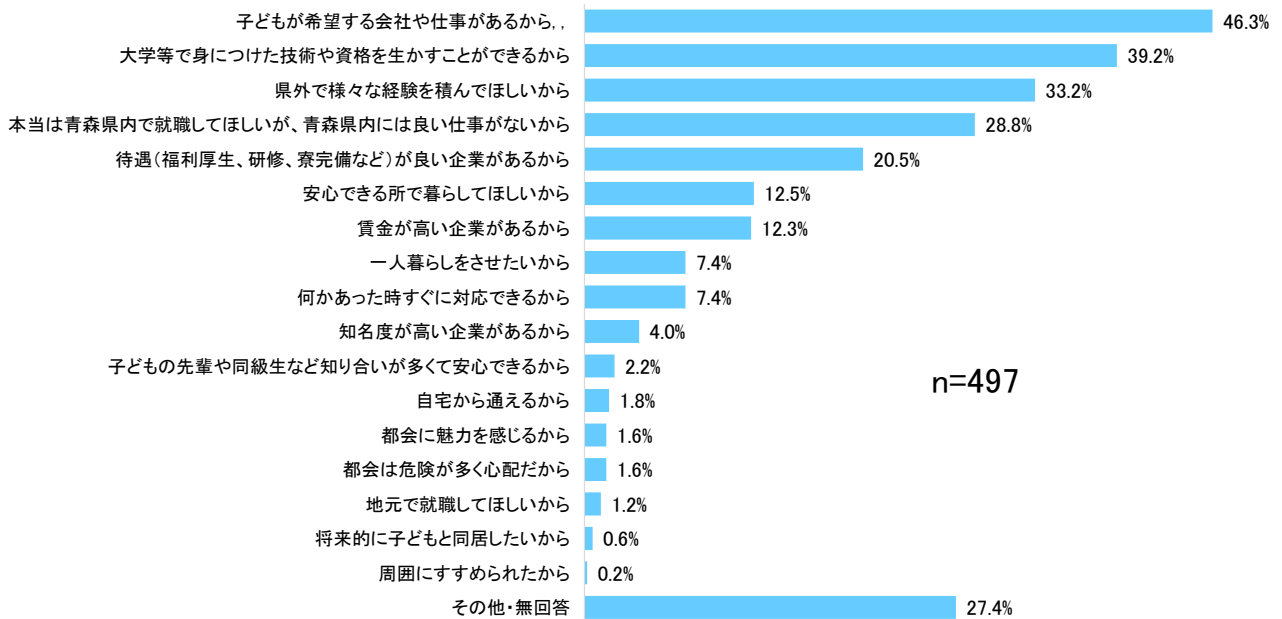
<県内で就職してほしい理由>



<県外で就職してほしい理由>

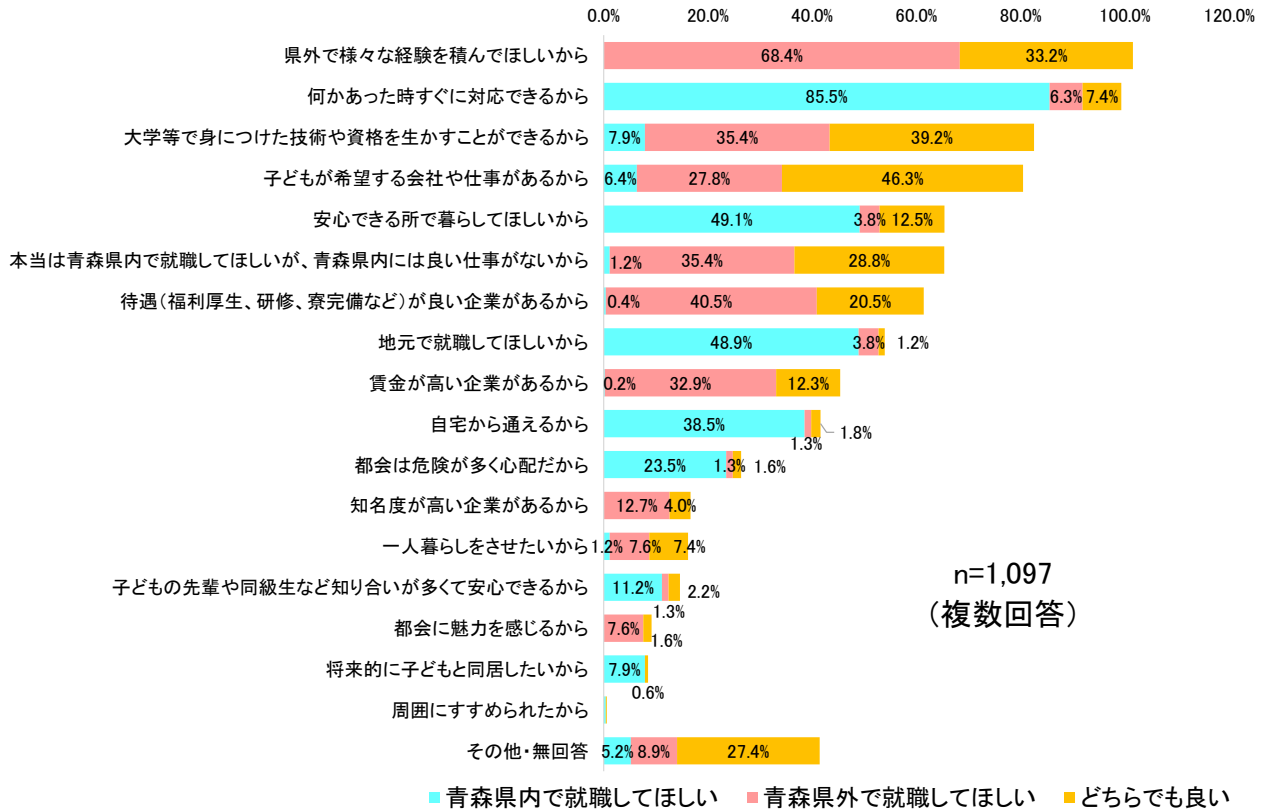


<どちらでも良い理由>



※ 「どちらでも良い理由」のうち、「その他」の具体的な理由としては、「本人の意思を尊重するから」、「自由に選ばせてあげたい」、「どちらにしても自立はしてほしいから」など、本人の意思の尊重や子どもの自立に関する回答が多くなっています。

保護者が子どもの就職についての希望を選択した理由として、「青森県内で就職してほしい」場合は、「何かあった時すぐに対応できるから」85.5%、「安心できる所で暮らしてほしいから」49.1%など、「青森県外で就職してほしい」場合は、「県外で様々な経験を積んでほしいから」68.4%、「待遇（福利厚生、研修、寮完備など）が良い企業があるから」40.5%などが高い回答率となっています。



	青森県内で就職してほしい		青森県外で就職してほしい		どちらでも良い	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
県外で様々な経験を積んでほしいから	0	0.0%	54	68.4%	165	33.2%
何かあった時すぐに対応できるから	444	85.5%	5	6.3%	37	7.4%
大学等で身につけた技術や資格を生かすことができるから	41	7.9%	28	35.4%	195	39.2%
子どもが希望する会社や仕事があるから	33	6.4%	22	27.8%	230	46.3%
安心できる所で暮らしてほしいから	255	49.1%	3	3.8%	62	12.5%
本当は青森県内で就職してほしいが、青森県内には良い仕事がないから	6	1.2%	28	35.4%	143	28.8%
待遇（福利厚生、研修、寮完備など）が良い企業があるから	2	0.4%	32	40.5%	102	20.5%
地元で就職してほしいから	254	48.9%	3	3.8%	6	1.2%
賃金が高い企業があるから	1	0.2%	26	32.9%	61	12.3%
自宅から通えるから	200	38.5%	1	1.3%	9	1.8%
都会は危険が多く心配だから	122	23.5%	1	1.3%	8	1.6%
知名度が高い企業があるから	0	0.0%	10	12.7%	20	4.0%
一人暮らしをさせたいから	6	1.2%	6	7.6%	37	7.4%
子どもの先輩や同級生など知り合いが多くて安心できるから	58	11.2%	1	1.3%	11	2.2%
都会に魅力を感じるから	0	0.0%	6	7.6%	8	1.6%
将来的に子どもと同居したいから	41	7.9%	0	0.0%	3	0.6%
周囲にすすめられたから	2	0.4%	0	0.0%	1	0.2%
その他・無回答	27	5.2%	7	8.9%	136	27.4%
計	519	100.0%	79	100.0%	497	100.0%

<資料2> 品目別・地域別にみた本県の農業産出額の増加の背景

1 目的

本県では、消費者が求める安全・安心な県産農林水産物やその加工品を生産し、売り込んでいく販売重視の振興策として、2004年度に「攻めの農林水産業」をスタートさせました。

その結果農業では、2004年度から16年連続で産出額が東北第1位となっており、2015年からは5年連続で3,000億円を超えるなど、着実に成果を上げてきています。農業産出額は生産量と価格から推計され、一般企業でいう「売上額」に近い指標であるため、他県との比較や品目、地域別の伸びなどの統計データから、本県農業がどのような分野で強みを発揮し、売上を伸ばしてきたのかを整理して、これまでの成果を振り返ります。

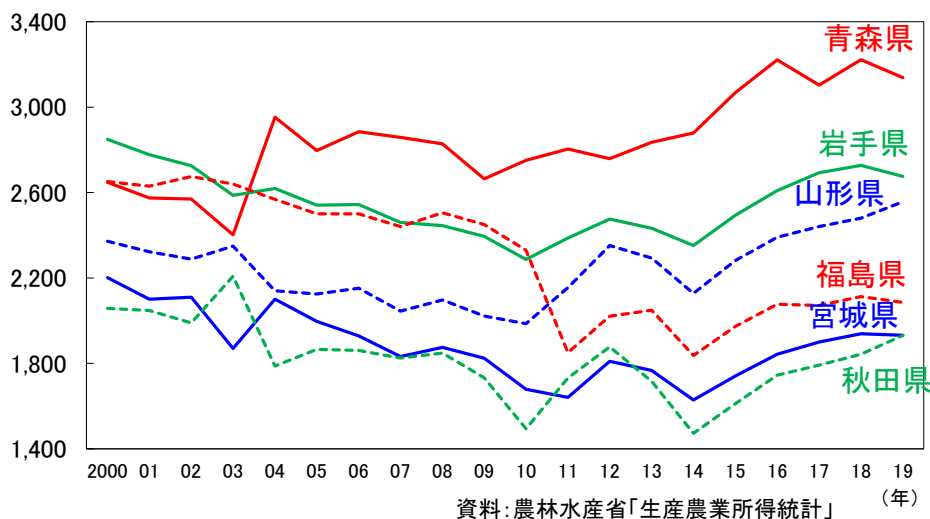
東北各県の農業産出額

(単位:億円)※カッコ内は全国順位

	2000	05	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19年
全国	91,295	85,119	81,214	82,463	85,251	84,668	83,639	87,979	92,025	92,742	90,558	88,938
青森県	2,648 (13)	2,797 (9)	2,751 (8)	2,804 (8)	2,759 (10)	2,835 (8)	2,879 (8)	3,068 (7)	3,221 (7)	3,103 (8)	3,222 (7)	3,138 (7)
岩手県	2,849 (9)	2,541 (11)	2,287 (12)	2,387 (11)	2,476 (11)	2,433 (11)	2,352 (11)	2,494 (11)	2,609 (11)	2,693 (10)	2,727 (10)	2,676 (10)
宮城県	2,202 (18)	1,997 (18)	1,679 (19)	1,641 (20)	1,810 (20)	1,767 (19)	1,629 (19)	1,741 (19)	1,843 (19)	1,900 (19)	1,939 (18)	1,932 (18)
秋田県	2,058 (19)	1,866 (20)	1,494 (20)	1,732 (19)	1,877 (19)	1,716 (20)	1,473 (22)	1,612 (20)	1,745 (20)	1,792 (20)	1,843 (19)	1,931 (19)
山形県	2,372 (16)	2,125 (17)	1,986 (18)	2,155 (15)	2,352 (12)	2,293 (14)	2,128 (16)	2,282 (14)	2,391 (14)	2,441 (14)	2,480 (12)	2,557 (11)
福島県	2,651 (12)	2,500 (13)	2,330 (11)	1,851 (18)	2,021 (17)	2,049 (17)	1,837 (18)	1,973 (18)	2,077 (17)	2,071 (17)	2,113 (17)	2,086 (15)

資料:農林水産省「生産農業所得統計」

(億円) 2000年以降の農業産出額(東北各県)

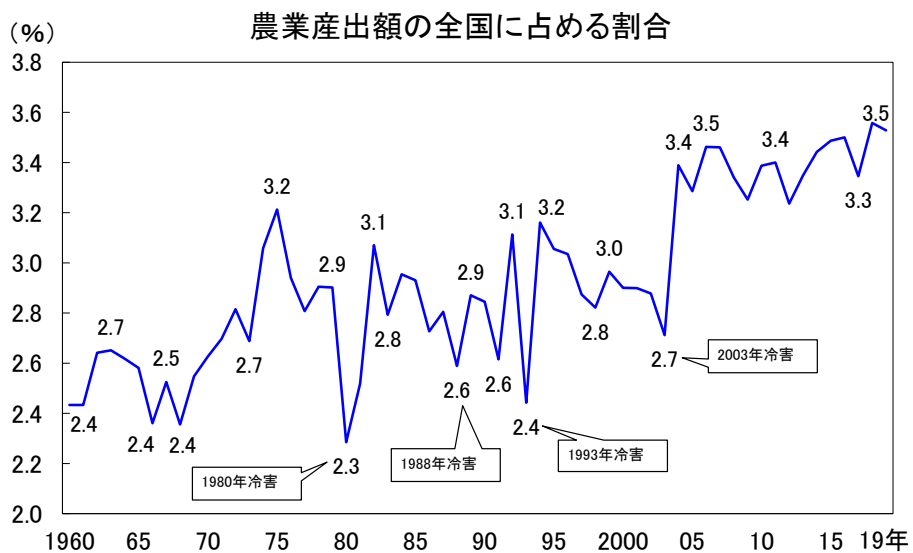
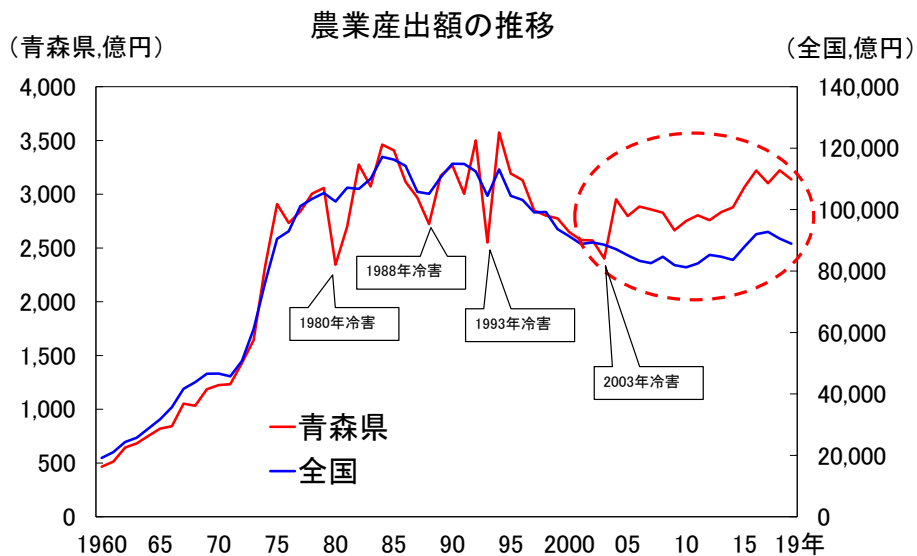


2 整理結果

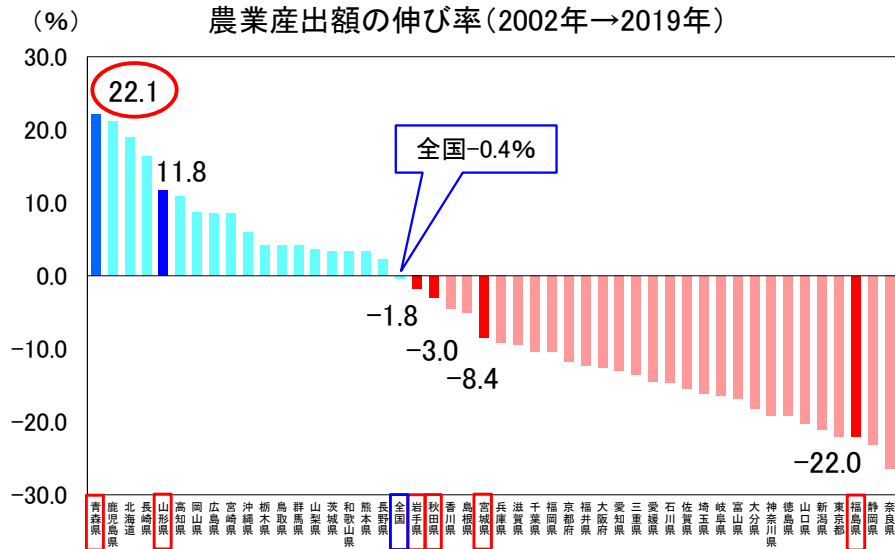
(1) 農業産出額の推移

冷害年での落ち込みはあるものの、1960年から2000年代前半までは全国の動きと同じように推移してきましたが、2004年以降、全国が伸び悩む中、本県は順調に産出額を伸ばしてきました。

2000年代前半までは2.0~3.0%台前半で推移してきた全国に占める割合も、2004年以降は3.0%台で安定しています。



「攻めの農林水産業」がスタートする前の2002（平成14）年からの農業産出額の伸び率は、本県は全国第1位となっています。（※2003年は記録的冷害だったため、2002年を基準とした。）プラス成長は本県をはじめ18道県で、全国はほぼ横ばいの-0.4%となっています。



資料：農林水産省「生産農業所得統計」

(2) 品目別にみた農業産出額の動向

北海道を除き、2019（令和元）年の農業産出額の上位道県をみると、畜産（肉用牛や豚、鶏）が盛んな九州地方と、大消費地である首都圏の近郊で野菜や畜産（乳用牛や鶏（主に鶏卵））などの生産が多い関東地方の県が占めています。本県は大消費地から離れていますが、畜産だけに偏らず、品目のバランスがよいのが特徴です。

2019年農業産出額(上位15道県)

(億円)

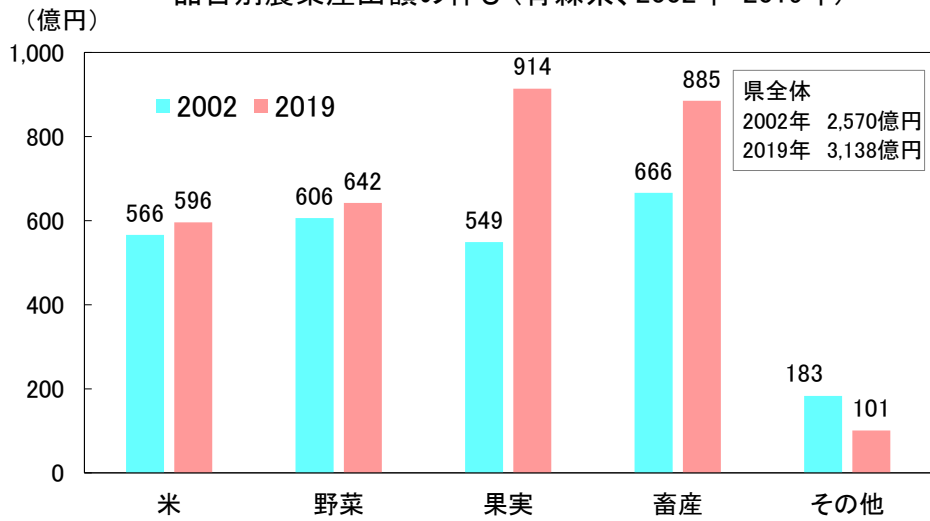
	計	米	野菜	果実	畜産	肉用牛	乳用牛	豚	鶏	その他畜産	その他
1 北海道	12,558	1,254	1,951	71	7,350	1,049	5,006	455	327	513	1,932
2 鹿児島県	4,890	209	532	110	3,227	1,278	107	847	990	5	812
3 茨城県	4,302	809	1,575	102	1,243	168	219	354	499	3	573
4 千葉県	3,859	689	1,305	114	1,248	100	269	442	425	12	503
5 宮崎県	3,396	172	661	123	2,209	780	96	521	810	3	231
6 熊本県	3,364	368	1,220	313	1,148	427	330	194	173	23	315
7 青森県	3,138	596	642	914	885	162	91	221	399	13	101
8 愛知県	2,949	298	1,010	190	813	108	223	223	227	33	638
9 栃木県	2,859	671	784	76	1,156	228	437	258	231	2	172
10 岩手県	2,676	603	259	130	1,569	292	268	276	722	9	115
11 山形県	2,557	898	460	719	371	122	87	127	32	4	109
12 長野県	2,556	473	818	743	279	64	120	43	43	9	243
13 新潟県	2,494	1,501	317	86	474	34	58	141	240	1	116
14 群馬県	2,361	156	912	83	1,058	161	262	430	192	13	152
15 福島県	2,086	814	438	273	435	133	91	71	138	2	126

※端数処理のため畜産の内訳は合計に合致しないことがあります。

資料：農林水産省「生産農業所得統計」

2002（平成 14）年からの本県の農業産出額の伸びを品目別にみると、果実（+66.5%）と畜産（+32.9%）が大きく増加していることが分かります。

品目別農業産出額の伸び(青森県、2002年-2019年)

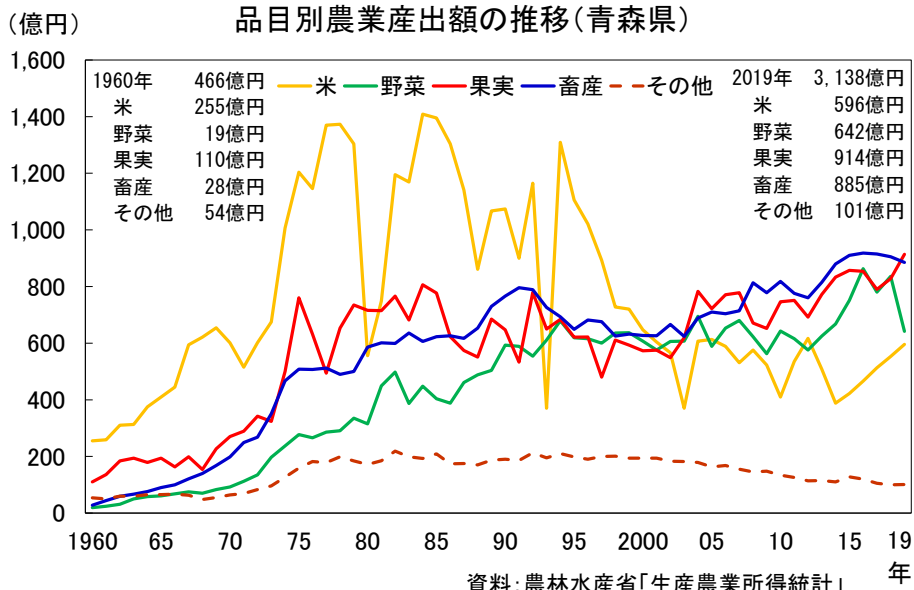


資料:農林水産省「生産農業所得統計」

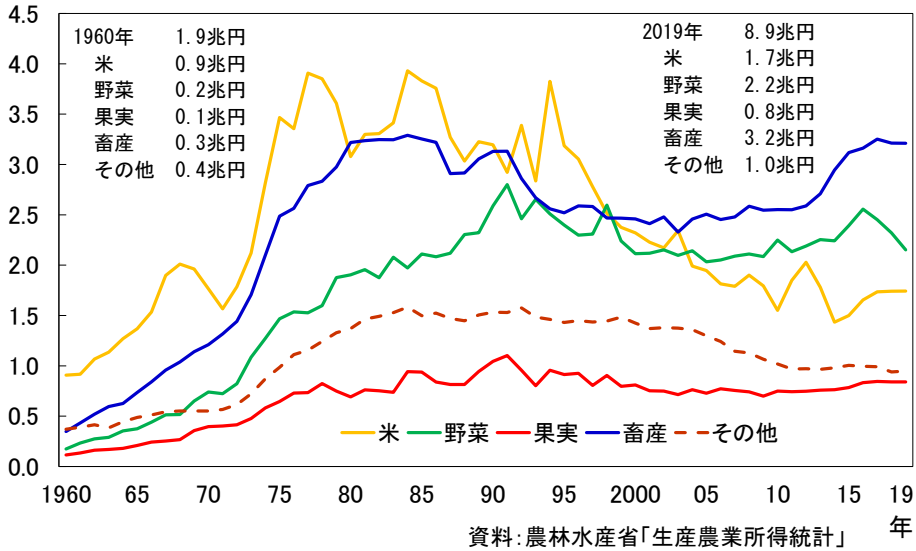
長期的には野菜、果実、畜産が増加し、米は減少してきました。冷害年を除くと、2001（平成 13）年頃から野菜、果実、畜産が米を上回るようになり、かつては5割以上を占めた米の割合は徐々に低下しています。

全国も同じように米が低下傾向にあります。果実の割合が小さいことのほかに、1970年代に畜産が大きく増加し、近年は米の2倍近い産出額になっている点などが本県とは異なる動きになっています。

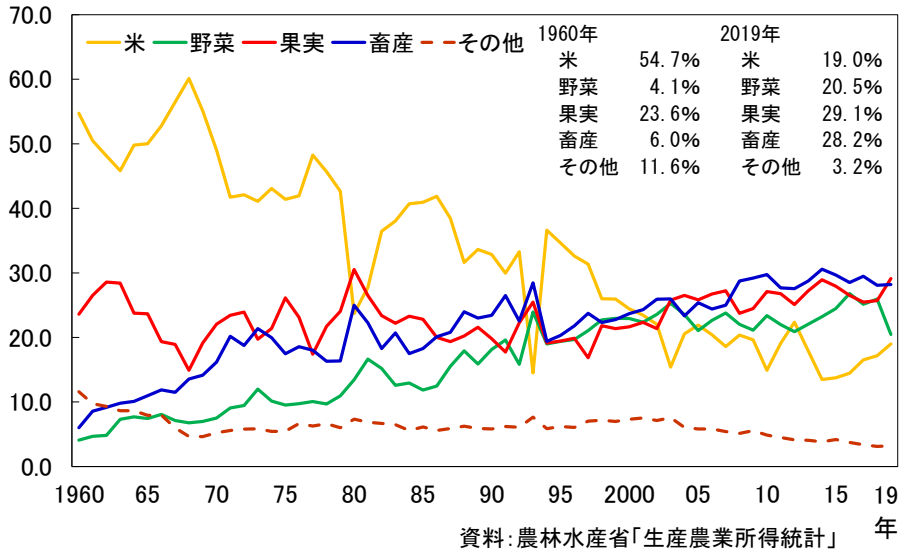
品目別農業産出額の推移(青森県)



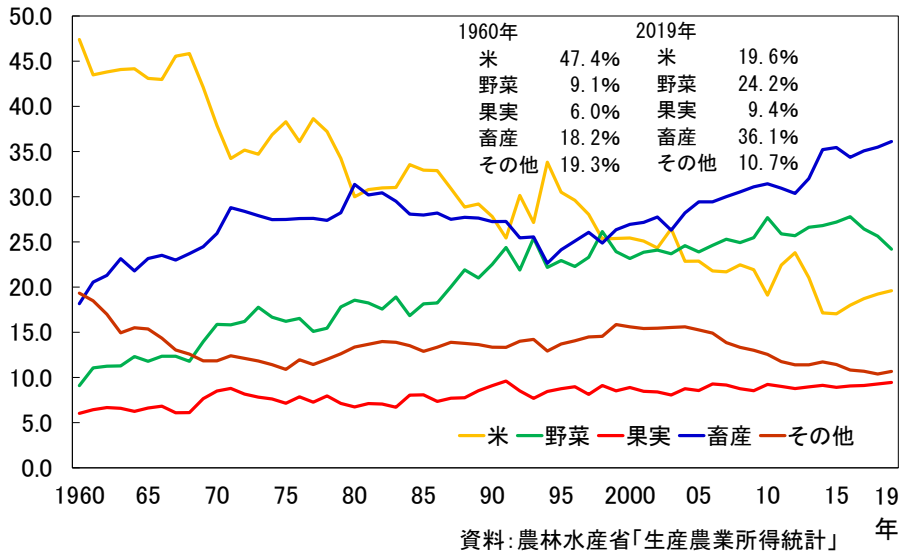
(兆円) 品目別農業産出額の推移(全国)



(%) 農業産出額の品目別構成割合(青森県)



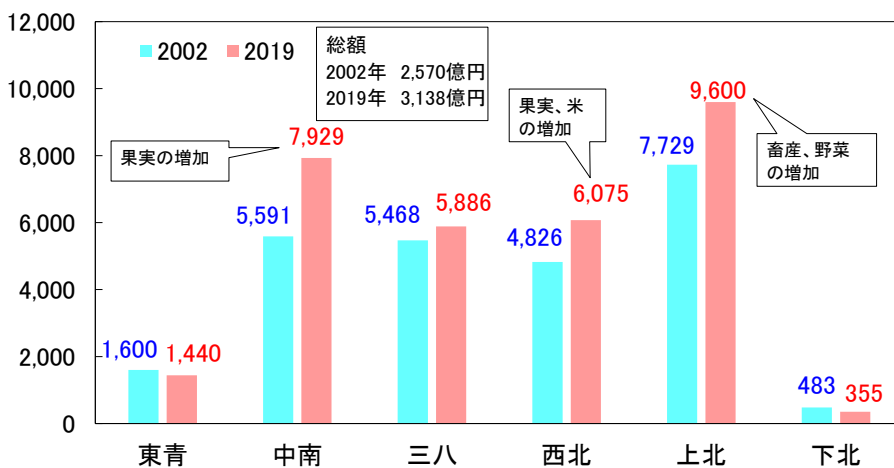
(%) 農業産出額の品目別構成割合(全国)



(3) 地域別にみた農業産出額の動向

地域別では、2002（平成14）年以降、特に上北地域、中南地域、西北地域で産出額が伸びています。内訳をみると、上北では畜産と野菜、中南では果実、西北では果実と米の産出額が伸びています。

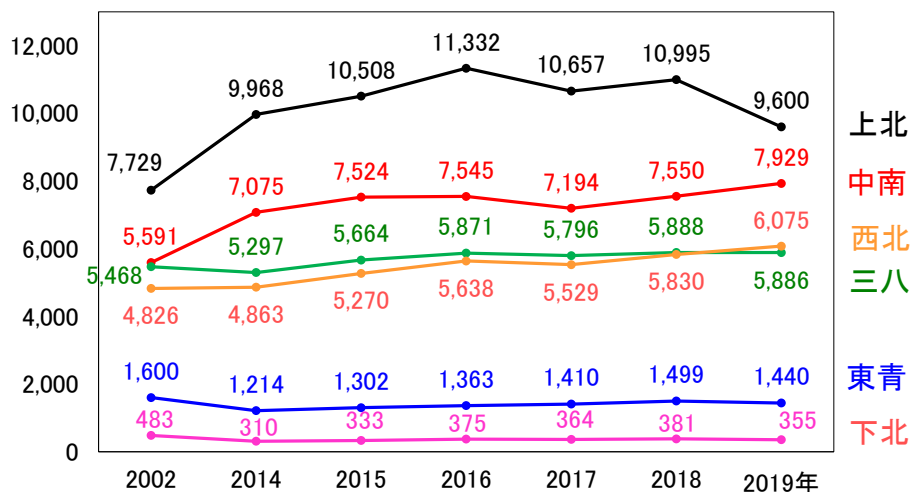
（1,000万円） 農業産出額の伸び（地域県民局別、2002年-2019年）



※市町村別データには非公表データがあるため、
県民局の合計は県合計に一致しない。

資料：農林水産省「生産農業所得統計」

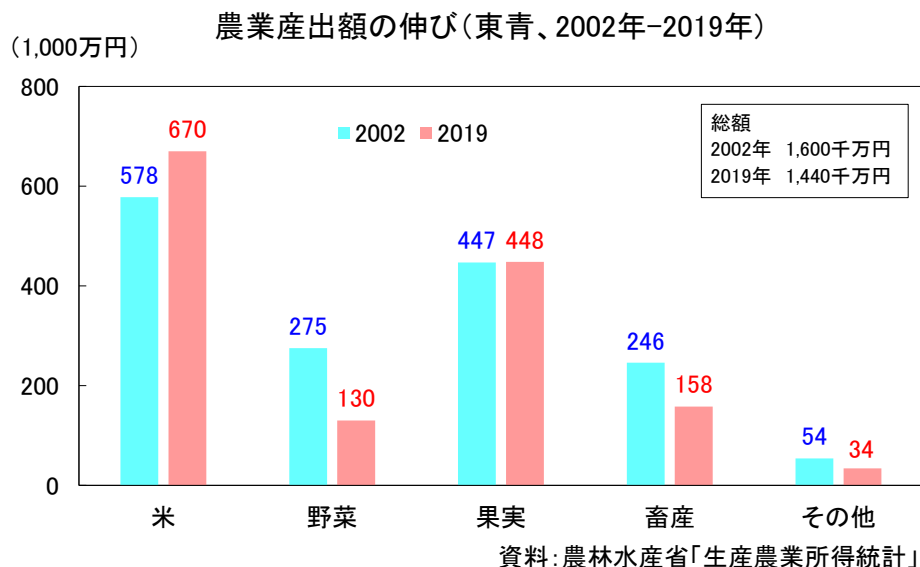
（1,000万円） 農業産出額の推移（地域県民局別）



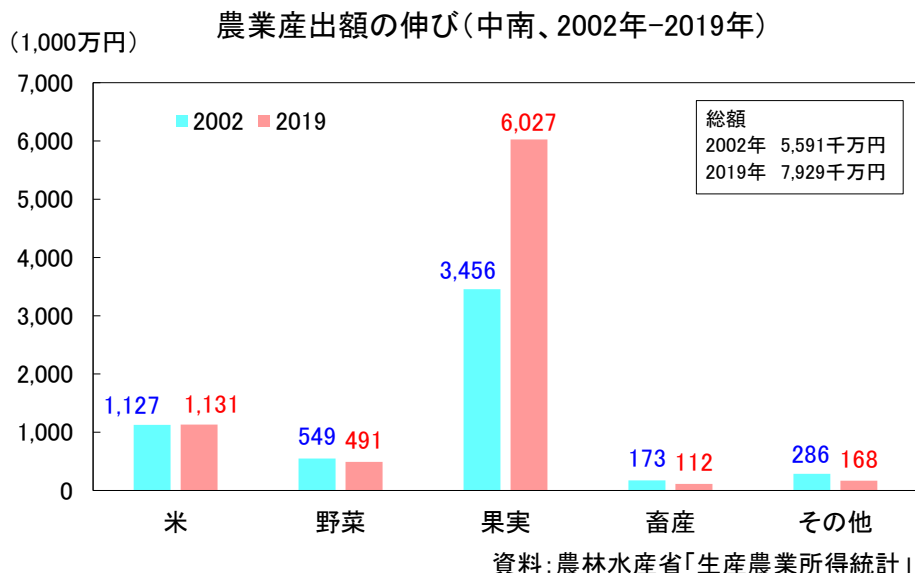
資料：農林水産省「生産農業所得統計」

<地域県民局別>

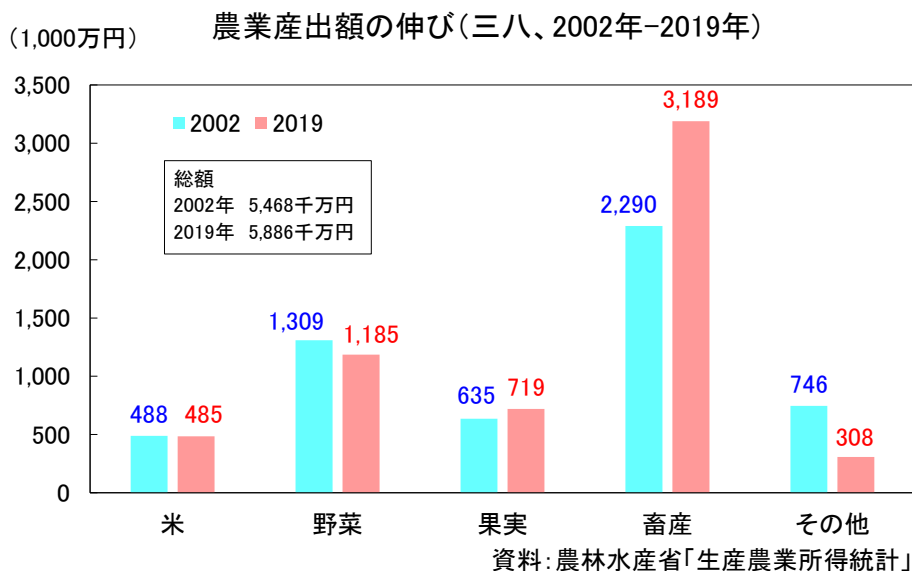
【東青】
 青森市が全体の7割以上を占める。稲作とりんご等の果実が中心。
 米 +15.9%
 野菜 ▲52.7%



【中南】
 りんごを中心とした果実が大きく増加。
 果実 +74.4%

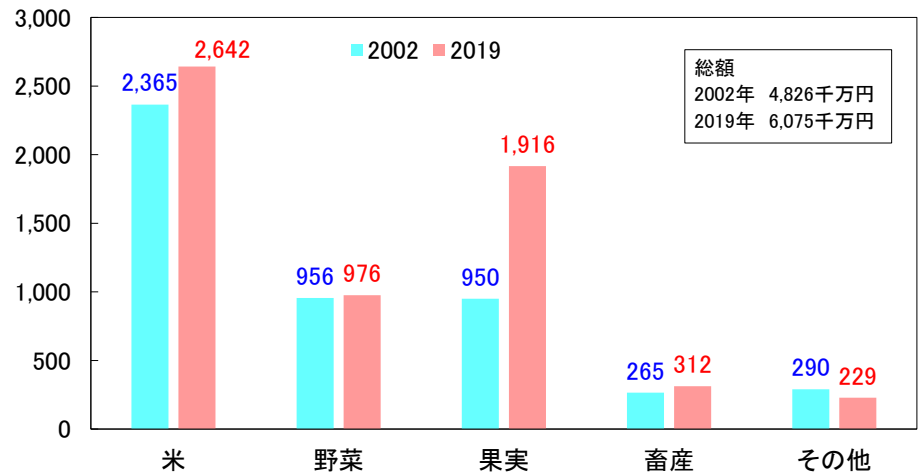


【三八】
 八戸市の鶏卵や豚、田子町、五戸町のブロイラーなど、元々畜産が盛ん。
 畜産 +39.3%



【西北】
 元々稲作が盛んだが、近年は特に果実が増加。
 果実 +101.7%
 米 +11.7%

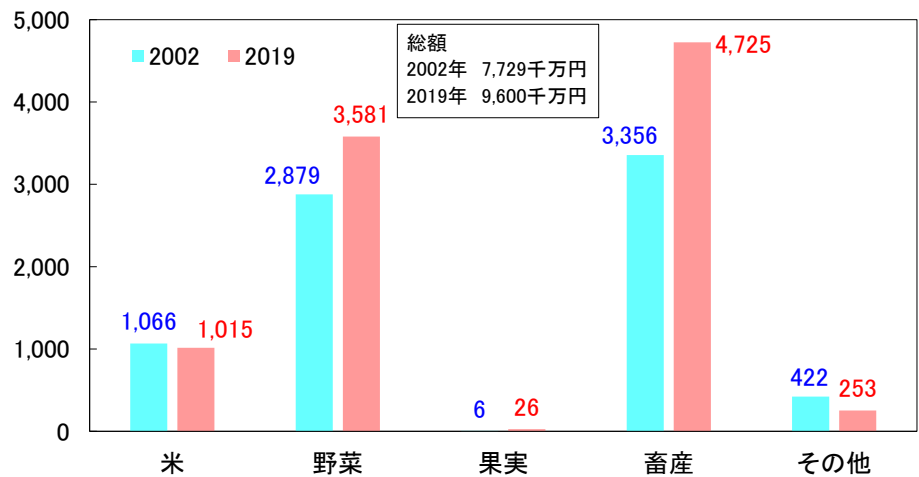
(1,000万円) 農業産出額の伸び(西北、2002年-2019年)



資料:農林水産省「生産農業所得統計」

【上北】
 野菜は東北町、十和田市、三沢市などが多い。畜産は七戸町や十和田市の肉用牛、十和田市や三沢市の豚などが増加。
 野菜 +24.4%
 畜産 +40.8%

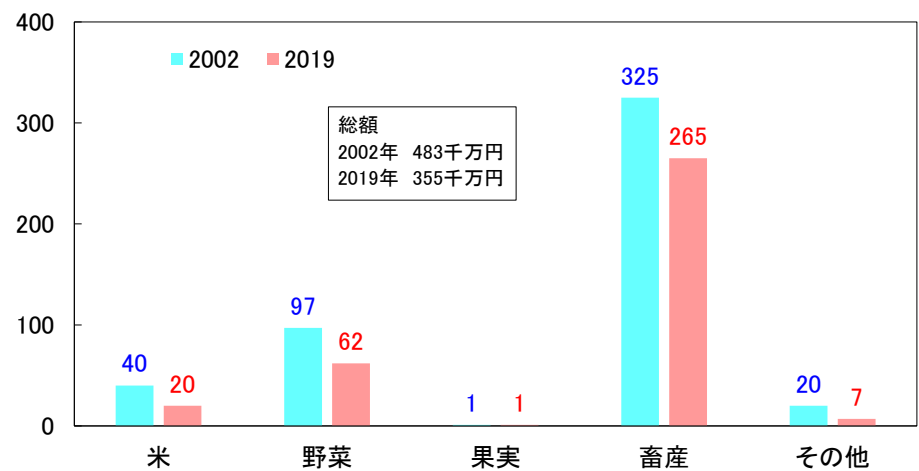
(1,000万円) 農業産出額の伸び(上北、2002年-2019年)



資料:農林水産省「生産農業所得統計」

【下北】
 鶏卵や乳用牛などの畜産が中心。むつ市の鶏卵などが増加したが、全体的に減少。
 畜産 ▲18.5%

(1,000万円) 農業産出額の伸び(下北、2002年-2019年)



資料:農林水産省「生産農業所得統計」

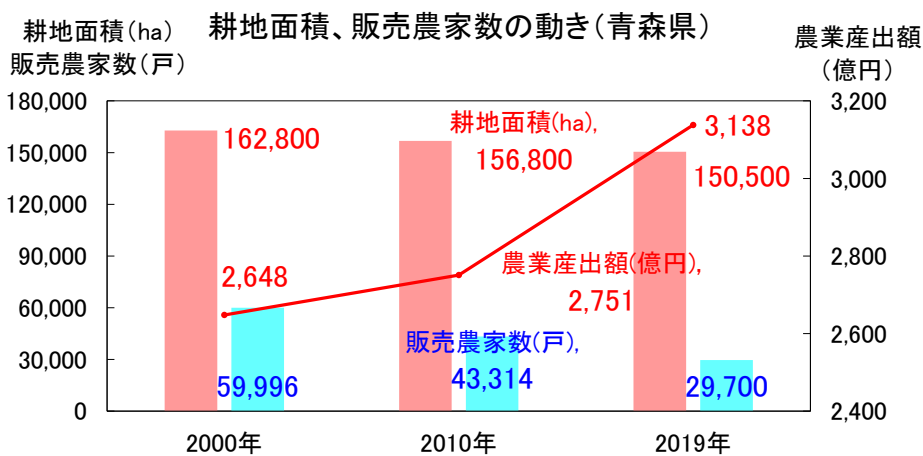
(4) 販売農家1戸当たり農業産出額、生産農業所得の状況

販売農家数の減少幅に比べ、耕地面積はあまり減少しておらず、また、農業産出額は増加傾向にあるため、販売農家1戸当たりの経営規模は拡大傾向にあります。

地域別の販売農家1戸当たりの農業産出額は、野菜、畜産が伸びている上北地域が特に上昇しています。

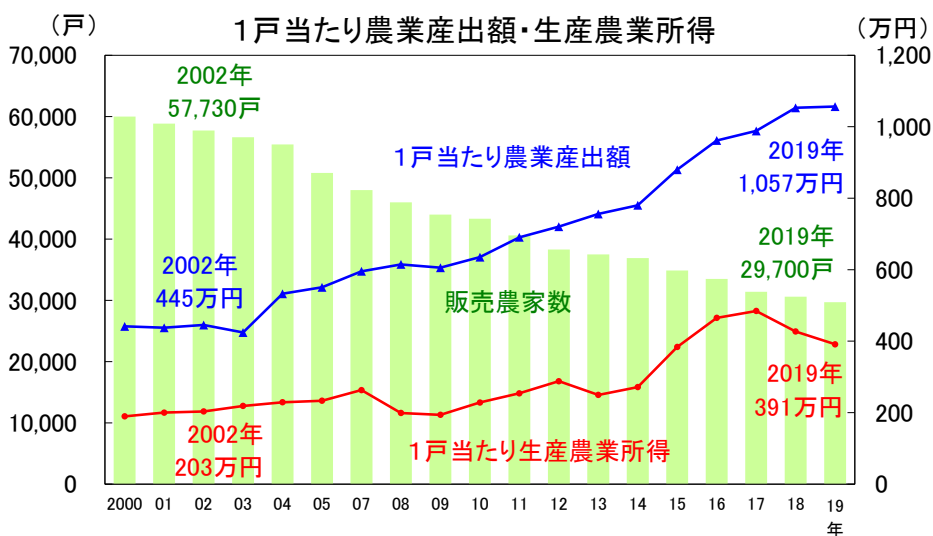
※ 農業産出額は2019(令和元)年の値が最新であるため、農業産出額を使用しているグラフは、比較可能な最新データでの表記としている。

※ 市町村別の販売農家数は2015年値が最新であるため、地域別の販売農家1戸当たりの農業産出額及び販売農家数は、2005年と2015年で比較している。



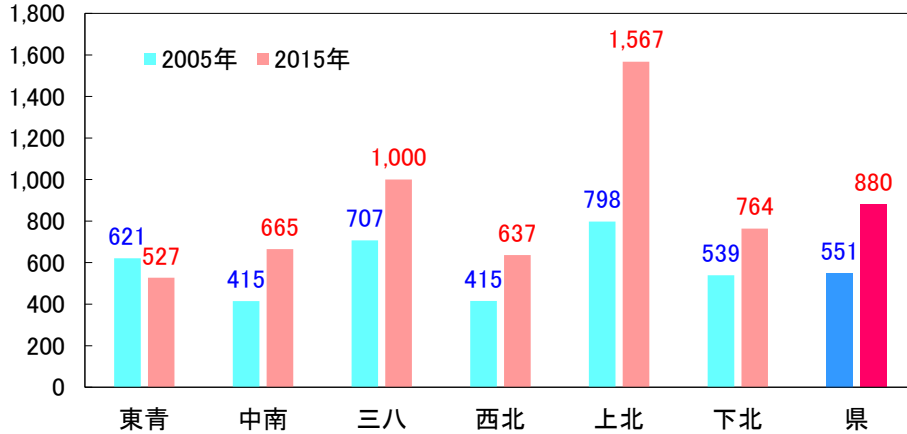
※販売農家…経営耕地面積が30a以上又は調査期日前1年間における農産物販売金額が50万円以上の農家

資料:農林水産省「農林業センサス」、「耕地及び作付面積統計」、「生産農業所得統計」



資料:農林水産省「生産農業所得統計」「農業構造動態調査」「農林業センサス」
 ※2006年は都道府県別の数値が公表されていない。

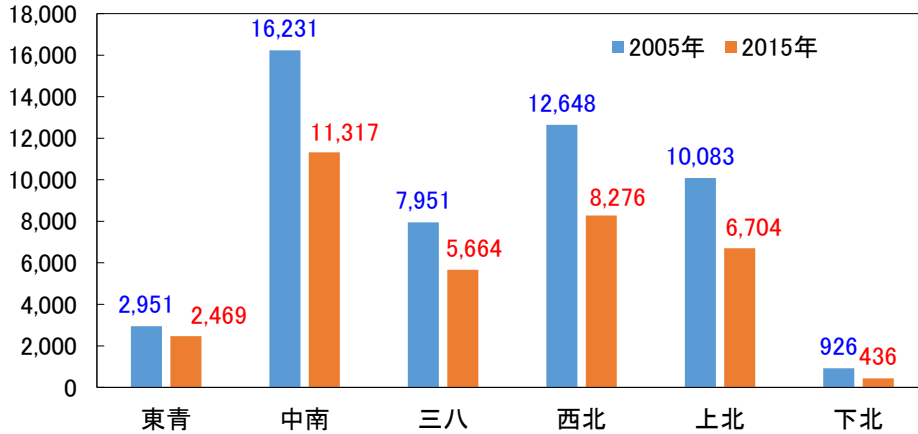
(万円) 販売農家1戸当たり農業産出額(地域県民局別)



※販売農家…経営耕地面積が30a以上又は調査期日前1年間における農産物販売金額が50万円以上の農家

資料:農林水産省「農林業センサス」

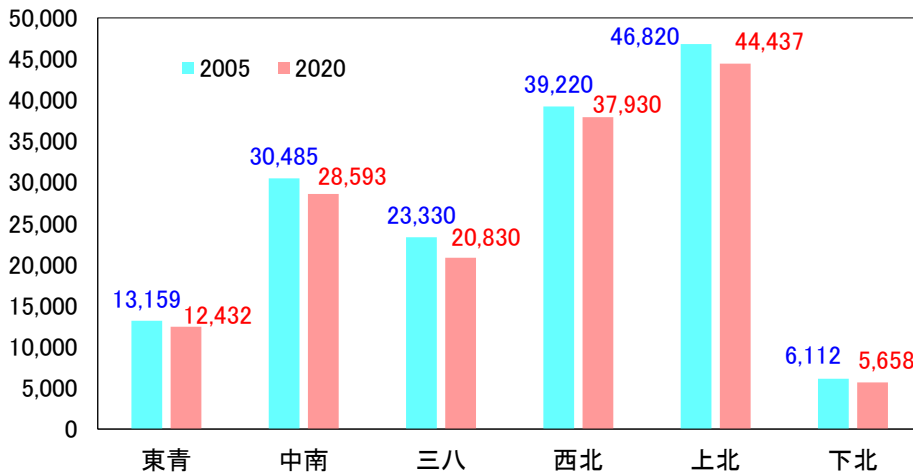
(戸) 販売農家数(専業+兼業)の動き(地域県民局別)



※販売農家…経営耕地面積が30a以上又は調査期日前1年間における農産物販売金額が50万円以上の農家

資料:農林水産省「農林業センサス」

(ha) 耕地面積の動き(地域県民局別:2005年-2020年)

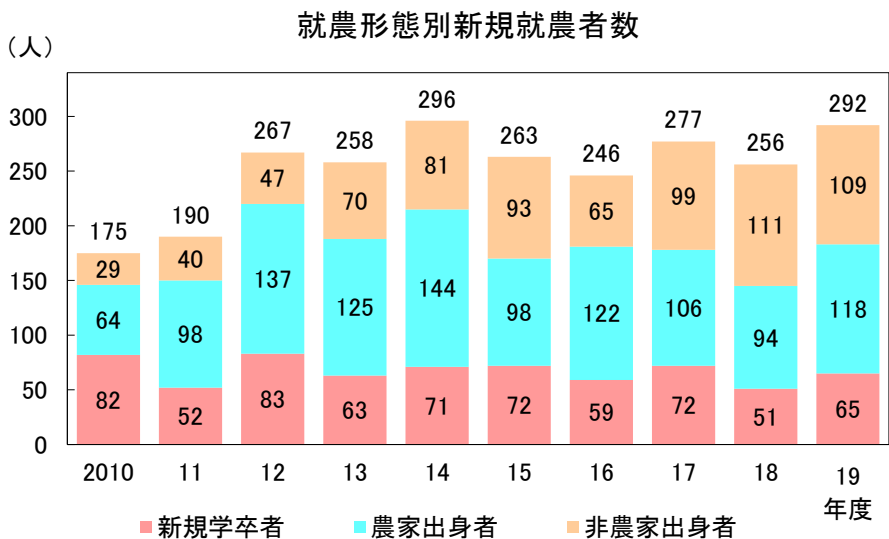


資料:農林水産省「耕地及び作付面積統計」

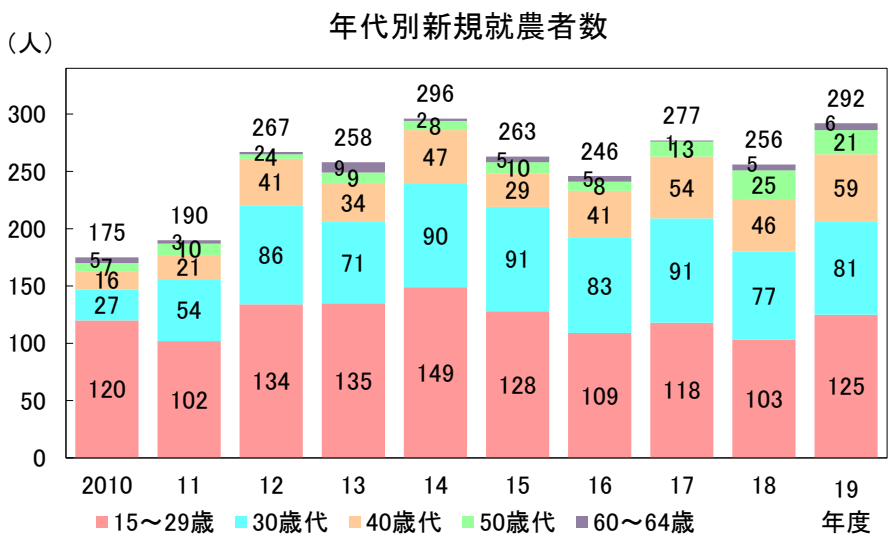
(5) 新規就農者の状況

農業産出額や農業所得の向上により、近年、本県の新規就農者は増加傾向にあります。

就農形態別では「農家出身者」が最も多いものの、「非農家出身者」も「農家出身者」に匹敵する数となっています。年代別では「15～29歳」が最多で、営農類型別では「果樹主体」と「野菜主体」が特に多く、次いで「畜産」となっています。

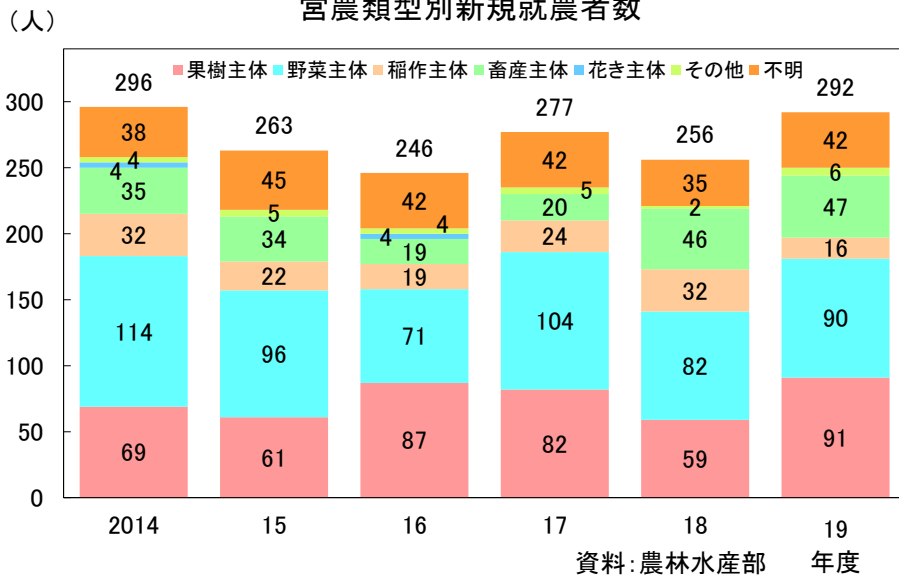


資料：農林水産部

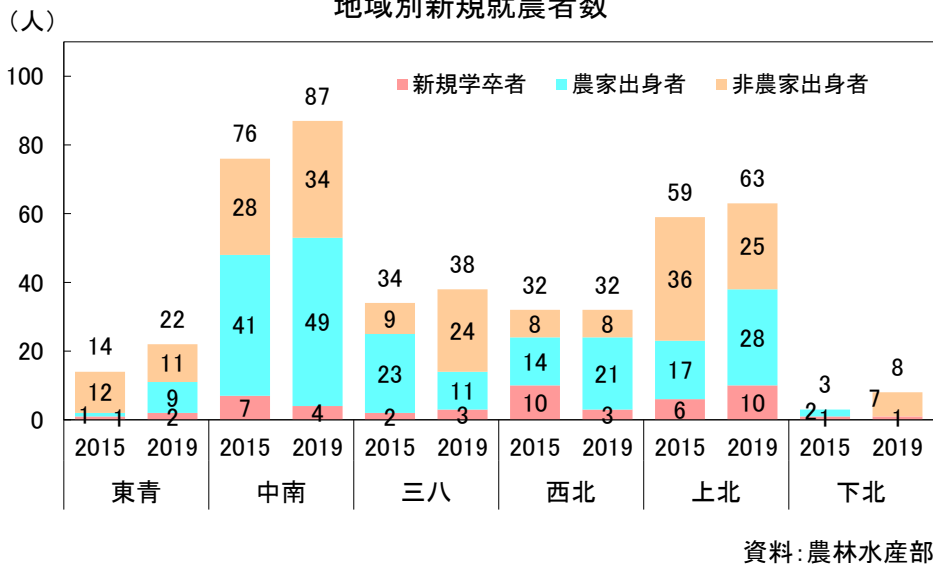


資料：農林水産部

営農類型別新規就農者数



地域別新規就農者数



Aomori Prefectural Government Master Plan
2019-2023

Aiming To Be
‘Aomori : The Place People Choose’



〈ロゴマークのコンセプト〉

“Aomori”のAをモチーフとして、これらが中心に向かって集まる様子をデザインし、青森県に人やモノが集まり、「選ばれる青森」を実現していく、というメッセージを表現するとともに、県民が持てる力を結集し、支え合うイメージも表現しています。