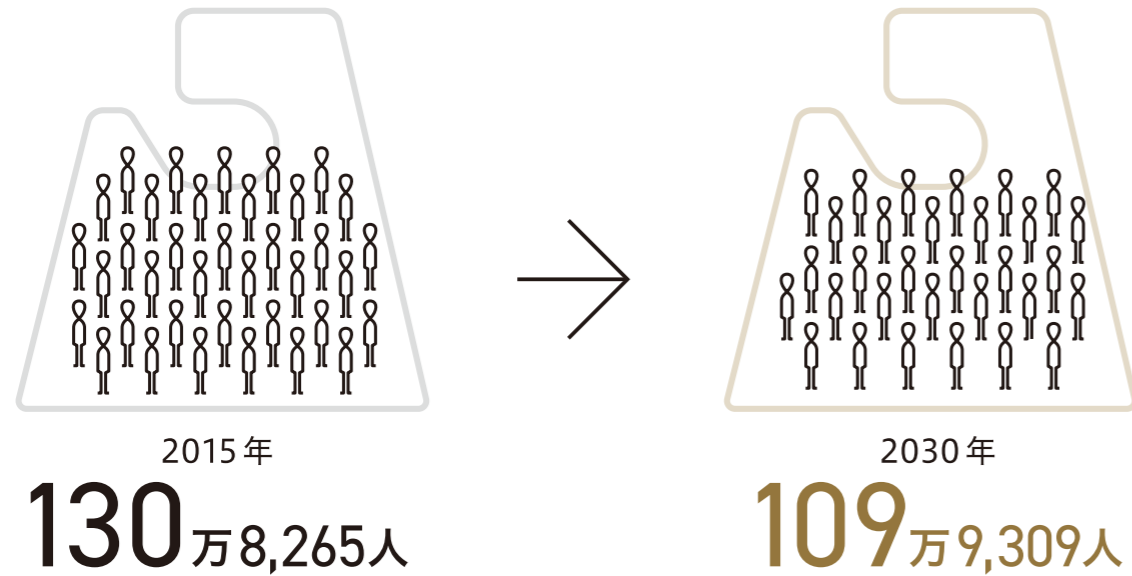


# 2

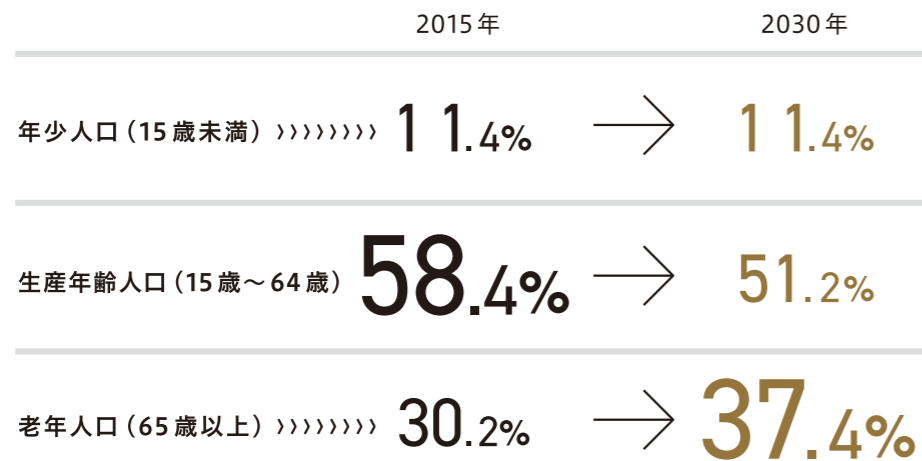
## 2030年の 青森県のめざす姿

1 2030年の本県人口の姿	38
2 めざす姿の具体像	39
(1)めざす姿としての「生活創造社会」	39
(2)めざす姿(青森ブランド)の具体像	41
3 世界が認める「青森ブランド」の 確立に向けて	44
(1)「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の実現	44
(2)世界を相手に活躍する多彩な人財	44
(3)県民の青森ブランドの理解促進	45
(4)イノベーションによる新たな価値の創造	45
(5)選ばれる地域へ	45

## 1. 2030年の本県人口の姿



「まち・ひと・しごと創生青森県長期人口ビジョン」の推計では、2030年の本県人口は109万9,309人となり、2015(平成27)年(130万8,265人)と比較して約20万9,000人減少すると見込んでいます。



また、年少人口(15歳未満)の割合(11.4%)は、横ばい(2015年:11.4%)であるものの、生産年齢人口(15歳～64歳)の割合(51.2%)は減少(2015年:58.4%)し、老年人口(65歳以上)の割合(37.4%)は増加(2015年:30.2%)するものと推計しています。

**人口減少克服に向けた取組を着実に進め、  
持続可能で安定した人口構造への転換を図っていく必要があります。**

## 2. めざす姿の具体像

### (1) めざす姿としての「生活創造社会」

本県がめざす「生活創造社会」については、これまでの計画の中で、県民の基盤である生活の創造・発展を志向する社会として位置付け、社会経済環境の変化に合わせて進化させてきました。

このような中で、県ではこれまで、県民一人ひとりの豊かな生活を支える経済的な基盤となる「生業(なりわい)」づくりに重点的に取り組んできたところです。特に、本県の強みである農林水産業や観光分野などでは、地域の特性を生かした多彩な活動が展開され、「経済を回す」取組として、本県の「生業」づくりの推進に大きな役割を果たしてきました。

今後、第4次産業革命の進展など大きな時代の転換点を迎える中で、人口が減少しても持続可能な、そして魅力ある青森県づくりを進めていくためには、

- ◎ 引き続きこの「生業」づくりを積極的に進めるとともに、「生業」によって得られた成果(収入等)を、更なるスキルアップやネットワークづくり、余暇の充実、そして人口減少下で生じる様々な社会的課題の解決に活用していくことなどにより、個人の生活や地域社会全体の生活の質の向上につなげていく
  - ◎ また、それが、新たなサービスを提供する人の「生業」づくりや新たな人材の流入・定着を生み出していくことにもつながっていく
- という「生業」と「生活」の好循環をめざす視点が重要であると考えます。

以上のことから、この計画では、「青森県基本計画未来を変える挑戦」に掲げためざす姿(青森県の「生業」と「生活」が生み出す価値が世界に貢献し広く認められている状態)を継承し、2030年の青森県のめざす姿を次のとおり掲げます。

なりわい

## 「生業」と「生活」が好循環する地域へ ～世界が認める「青森ブランド」の確立～



## (2) めざす姿(青森ブランド)の具体像

「世界が認める『青森ブランド』の確立」とは、「青森県基本計画未来を変える挑戦」でも掲げているように、本県の様々な分野の「生業」と「生活」が生み出す価値が一体となって世界から評価され、県民自身もその価値を誇りに思い、存分に享受している状態をめざすものです。

私たちがごく当たり前のものと思っている美しい自然、きれいな水、新鮮で安全な食品、祭りなど青森県民の日々の暮らしの豊かさや、正直で生真面目な県民性は、国内外の多くの方々から支持されてきています。インターネットで、一瞬のうちに世界に情報を伝えられるようになった今こそ、私たちのふるさと青森県の価値を世界に発信していくチャンスです。

そこで、この計画でも、県民の皆さんと共有し、国内外の人々に発信する「青森ブランド」の具体像を次のとおりとします。

### 「青森ブランド」の具体像

## 「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の青森県

「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」とは、自然、歴史、文化、食、祭り、人財など、本県が有する多様な地域資源そのもの、そして、これらの地域資源に囲まれて暮らす私たち青森県民の日々の生活が、県外・海外から高く評価される状態、具体的には次のような状態をめざすものです。

<p><b>買ってよし</b></p> <p>ビジネス対象としての価値</p> <p>製品の質や勤勉な県民性が高く評価され、県産品を購入したい、本県でビジネスを展開したいというニーズが高まる状態</p>	<p><b>訪れてよし</b></p> <p>観光・交流対象としての価値</p> <p>多様なコンテンツが高く評価され、本県を訪れてみたいというニーズが高まる状態</p>	<p><b>住んでよし</b></p> <p>生活対象としての価値</p> <p>居住や通勤環境、自然や食など、本県の暮らしやすさが高く評価され、本県に住みたいというニーズが高まる状態</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

また、「青森ブランド」とは、県産品のブランド化だけではなく、主に次の内容で構成される多様な価値の総体を指します。



- 1 地域資源や産品、地域特性を包括した青森県からイメージされる価値
- 2 地域に根付いた文化を大事にしながら、仕事や余暇に充実した生活を送っている県民の日々の生活感からイメージされる価値
- 3 青森県の自然・歴史・文化・食を始めとする地域資源や産品、青森県産の製品、技術、サービスなどが有する価値
- 4 青森県内の市町村や地域が有する価値
- 5 青森県が提案した政策や地域の取組、文化・芸能・スポーツなどを始め、国内外の様々な分野で活躍する人財の価値

これを4つの分野別に表すと次のとおりとなります。

## 産業・雇用



本県と国内外とをつなぐ交通・物流ネットワークの拡大を生き、農林水産業は「世界で通用するブランド」として高く評価され、観光産業は、国内外から多くの観光客が訪れ、投資を呼び込める産業として多くの域内循環<sup>※</sup>を生み出しています。両産業を「経済を回す」けん引役として外貨の獲得<sup>※</sup>が進んでいます。

ライフ分野における「あおもり発」の製品開発・販路拡大や、地域特性を生かしたエネルギー産業の振興、多彩な創業・起業などによって新たな「しごと」が数多く創出され、若者や女性、高齢者など、全ての県民が、本県で暮らし、働くことに魅力を感じ、ライフスタイルに合わせた働きやすい環境の中で、夢の実現に向かってチャレンジしています。

## 安全・安心、健康



県民は、健康的な生活習慣づくりへの高い意識と正しい知識を持って実践しており、生涯にわたって保健・医療・福祉サービスや生活支援サービスが提供され、健康・長生きで活動的に暮らしています。

社会全体で子育てを支え合い、県民が結婚の希望をかなえ、安心して子どもを産み育てられる「最適の地」になっており、青森県の子どもたちは、誰もが将来に希望を持って健やかに成長しています。

県民の命と暮らしを守ることを最優先にした様々な災害や危機への対策や、県民が力を合わせて自らの地域を災害や事故、犯罪などから守る取組が広がり、豊かな生活環境の中で、安全・安心で快適に暮らしています。

## 環境



県民は、本県の豊かな自然と共生しながら日々の暮らしと「生業」を育み、自然を守り活用していく大切さを次の世代に伝えています。

世界自然遺産白神山地は、国内外の人々がその価値を深く認識し繰り返し訪れ、身近な里山里山は、自然と気軽に触れ合う場として県民に親しまれています。

県民による3Rや省エネなど環境にやさしい行動の実践や、地域の特性を生かした再生可能エネルギーを地域で活用する「エネルギーの地産地消」が進み、地球温暖化対策やエネルギー問題の解決に貢献しています。

## 教育・人づくり



学校・家庭・地域が連携し、社会全体で、子どもたちが、ふるさとを愛する心を持ち、グローバルな視野で新しい時代を主体的に切り拓く「生きる力<sup>※</sup>」を育てています。

若者や女性など多様な人財が、地域で活躍するリーダーとして育ち、「生業」づくりや地域づくりに取り組んでおり、このような輝く人財の姿や地域の魅力に惹かれ、青森県に移り住む人や関わりを持つ人が増えています。

生涯を通じて、学びの機会や継続的にスポーツに親しむ環境が充実し、ふるさとの歴史や文化、芸術に触れたり、社会貢献活動や地域活動に主体的に参加するなど、仕事も余暇も充実した毎日を送っています。

※域内循環：農業、製造業、観光関連産業などの「域外市場産業」によって地域外からお金を稼ぎ、それが地域内で消費されることによって、地域内を市場とする商業、サービス業などの「域内市場産業」が成立し、拡大していくという地域経済の機能における、「域内市場産業」でのお金の循環のことです。  
 ※外貨の獲得：この計画では、農林水産物やその加工品、工業製品や各種サービスなどを県外(国内外)に提供する対価として、又は県内で観光客など国内外からの来訪者に対してそれらを提供する対価として、県外(国内外)からお金を稼ぐことを指しています。  
 ※生きる力：これからの社会に必要となる、自ら学び自ら考える力などの「確かな学力」、他人を思いやる心などの「豊かな人間性」、たくましく生きるための「健康と体力」、これらの調和のとれた力のことです。



### 3. 世界が認める「青森ブランド」の確立に向けて

#### (1) 「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の実現

「買ってよし」、「訪れてよし」については、「世界へ打って出る」という姿勢を県民と共有し、農林水産分野や観光分野をけん引役として、伝統工芸品や他の県産品を始めとする各分野も含め、国内外に向けた取組を更に充実していきます。

「住んでよし」については、「青森県民の意識に関する調査」では、県民は「新鮮で安全な食品が買えること」、「豊かな自然やきれいな水と空気が保たれていること」に強い充足感があるほか、全体の63.6%が「暮らしやすい」と感じ、73.7%が「県内に住み続けたい」と考えています。

課題となっている本県への人財の還流・定着を促進するため、市町村等と連携して、生活面での魅力づくり、受入態勢の充実、効果的な情報発信等に取り組んでいきます。

#### (2) 世界を相手に活躍する多彩な人財

オリンピック・パラリンピックやサッカーワールドカップなどの国際的なスポーツイベントや、芸能、文化、芸術など様々な分野で、本県出身者や本県にゆかりのある人財が、世界を舞台に活躍しています。

また、本県の地域資源を生かし、国内外に向けて新たな取組にチャレンジする人財や、趣味や特技など、特定の分野に対する高い関心や知識、独自の視点、創造力、発想力を生かして地域づくりに取り組む人財が現れています。

グローバル化が更に進展し、これからは、世界を舞台にして活躍する人財に加え、青森にいながらにして世界を相手に活躍する人財も増えてくるでしょう。

世界を相手に活躍する多彩な人財こそが、「青森ブランド」確立の原動力であり、こうした人財の育成に取り組んでいきます。

#### (3) 県民の青森ブランドの理解促進

「青森県民の意識に関する調査」では、県民の半数以上(54.9%)が、5年前と比べて青森県のイメージが良くなってきていると感じており、同じく、企業等を対象とした「県内企業・団体等意識調査」では、7割以上(70.8%)が良くなってきていると感じています。

世界が認める青森ブランドを確立するためには、まず県民自らが本県の価値を理解することが重要です。県民向けの発信を強化し、本県のイメージアップや、県民の「青森ブランド」確立に向けた気運の醸成と具体的な取組の拡大を図っていきます。

#### (4) イノベーションによる新たな価値の創造

我が国は、他の先進国に先駆け、本格的な人口減少時代に突入しました。これまでに経験したことのない変化の真只中であって、本県が人口減少を克服し、「青森ブランド」の確立を実現していくためには、前例や固定観念、過去の成功体験に捉われず、本県の地域資源を生かし、イノベーションの創出に挑戦していかなければなりません。

本県の強みを徹底的に伸ばし、課題を克服していくため、地域力を結集し、分野横断で、新たな価値の創造に取り組んでいきます。

#### (5) 選ばれる地域へ

県では、この計画に基づき、「経済を回す」取組を進め、世界が認める青森ブランドの確立をめざすことにより、本県を多様な生き方、働き方を実現できる地域にしていきたいと考えています。

若者や女性の県内定着・還流を促すためにも、本県を学ぶ場所、働く場所、生きる場所として「選ばれる地域」にしていかなければなりません。

「幸せ」の感じ方は人それぞれであり、生き方や働き方、価値観の多様化につれて、求める「幸せ」も一層の多様化が進むと考えられますが、こうした中でも、県民の皆さん一人ひとりが「青森県に生まれて良かった」と思えるような、また、青森県を訪れてくださる皆さん、国内外から青森県を応援してくださる皆さん、青森県に関わる誰もが「ハッピー」になれる青森県、そして、多様な生き方を実現できる青森県をめざします。