

## 青森ブランド・プレゼンテーション 募集要項

### 1 目的

青森県には、自然や歴史・文化、県産品や産業・技術、国内外で活躍する人財など、様々な地域資源があります。これらの資源が生み出す「価値」が、青森県民の生活を支えてきました。

このような資源が持つ「価値」は、複数を組み合わせたり、さらに磨き上げたりすることで、 $1+1=2$ 以上となる可能性を秘めています。また、今まで気づかなかった新たな資源も、まだまだあるかもしれません。

青森にしかない、青森らしい、青森発祥の、そして青森が他の地域に先んじている、様々な資源の「価値」。このような「価値」が集まって形づくる「価値の総体」が、「青森ブランド」です。（青森ブランドの考え方の詳細については「青森県基本計画未来を変える挑戦」をご参照ください。）

こうした「青森ブランド」の価値を国内外に発信するアイデアなどを、県民の皆様等から様々な方法で表現していただく「青森ブランド・プレゼンテーション」を実施します。

この事業を通じて、青森ブランドに対する理解を促進するとともに、県民の皆様があらためて「青森の価値」を考える機会（Chance）としていきます。そして、この機会をスタートとして、青森県の未来を変える第一歩にチャレンジ（Challenge）し、そこから青森の新しい未来への変化の芽（Change）が生まれることを期待します。

### 2 募集テーマ

～「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の青森県～

**世界に発信したい！あおもり「冬」体感プラン**

課題がクローズアップされがちな青森の「冬」ですが、「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」いずれの面でも、青森の冬の魅力は、まだ気づいていない魅力の「芽」も含めて数多くあるのではないのでしょうか。そんな青森の新しい「冬」の魅力を世界に発信していく取組のアイデアを考えてください。

### 3 募集期間

**平成 28 年 11 月 18 日（金）～12 月 22 日（月）必着**

### 4 応募資格

- ◆個人又はグループ（青森県在住か否かを問いません。）
- ◆「青森ブランドフォーラム 2016」（平成 29 年 2 月 12 日（日）青森市で開催予定）に出席し、プレゼンテーションすることが可能であること
- ◆プレゼンテーション内容を実践する意思があること

## 5 審査方法

主に次の観点から、青森ブランド推進委員会（以下「委員会」という。）委員が審査を行います。

- ①青森ブランドの考え方を十分踏まえた内容となっているか。
- ②提案内容について深い理解や思いに裏付けられた内容となっているか。
- ③今後の新しい取組や展開の可能性があるか。
- ④広く人々の共感を生む内容であるか。
- ⑤提案者による実践を見込むことができるか。

<一次審査> 書類審査により「青森ブランドフォーラム 2016」においてプレゼンテーションしていただく提案を 5 件程度選考します。審査後、すみやかに結果をお知らせします。

<最終審査> 「青森ブランドフォーラム 2016」プログラム内で実施します。発表時間は 7 分とし、プレゼンテーション内容を分かりやすく伝えることが出来るものであれば、表現方法は問いません。

※昨年度開催した「青森ブランドフォーラム 2015」におけるプレゼンテーションの様子（動画）を、青森ブランドウェブサイト（<http://aomori-brand.jp/>）に掲載していますので参考としてください。

## 6 応募方法

### ①エントリー

次の内容をメール（宛先：kikaku@pref.aomori.lg.jp）にてご連絡ください。

- ◆応募者氏名又は名称（グループによる場合は代表者氏名を付記のこと）
- ◆応募者（代表者）連絡先（住所、電話番号、メールアドレス）
- ◆タイトル（仮タイトル可）
- ◆提案区分（提案の中心となる内容により、①買ってよし、②訪れてよし、③住んでよし、のいずれかを選択）
- ◆提案概要 100 字以内

### ②一次審査用データの提出

エントリー後、募集期間内に、次により事務局に提出してください。なお、送付された光学メディア等については返却しません。

<提出物>

- ・提案書（様式 1）
- ・提案内容を具体的に説明する資料

※プレゼンテーションソフト使用の場合は、Microsoft PowerPoint2010 で表示可能な形式とし、8 スライド以内とする。その他のプレゼンテーションソフトを使用の場合は事務局に相談のこと。

※最終審査においてプレゼンテーションソフトを使用せずにプレゼンテーションすることを予定している場合には、どのような方法によるのかについて付記すること。

<提出方法> 次のいずれかの方法によること。

- ・ファイル転送サービス利用（URL をメールにて連絡のこと）
- ・光学メディア又は USB メモリ

③最終審査用データ データの提出等については、一次審査結果とともにお知らせします。

## 7 賞の授与

◆優れた提案に対し、提案内容を実践するための経費等として賞金を授与します。

大賞1件：50万円 優秀賞：30万円

◆このほか、特別賞を授与する場合があります。

## 8 提案内容の実践

◆大賞又は優秀賞受賞者には、提案内容を実践し、取組状況を発信していただきます。

なお、効果的な実践に向け、必要に応じて委員会委員等によるサポート等を行う場合があります。

## 9 留意事項

<著作権・肖像権>

◆応募者が考案した提案以外は不可とします。

◆文学作品や美術作品、写真、映像作品、音楽など、第三者の著作物を提案中に使用する場合は、必ず著作権を有する者の許諾を得て使用することとし、許諾を得たことを証明する文書を提出してください。

◆使用する静止画や動画に第三者が写り込んでいる場合であって、群衆の中の一人を超え、個人が容易に特定し得る場合は、その個人の許諾を得てから応募してください。

<公序良俗>

◆個人、企業、団体などを中傷したり、プライバシーを侵害する提案は不可とします。

◆作品中に差別・わいせつ用語や暴力的表現が含まれていたり、それを助長するような表現が含まれている提案は不可とします。

◆政治活動や宗教活動に該当する内容や表現が含まれている提案は不可とします。

◆特定の企業名や商品名など、明らかに広告宣伝につながると考えられる内容や表現が含まれている提案は不可とします。

<その他>

◆今回の応募に係る一切の費用は応募者の負担となります。

◆応募内容について、インターネット上での公開等に伴い、第三者との間に紛争などのトラブルが生じた場合、委員会及び委員会委員は一切責任を負いません。応募者が自らの責任において解決してください。

◆受賞発表後であっても、虚偽の事実や本募集要項に違反していることが認められた場合は、受賞を取り消す場合があります。

## 10 著作権の取扱

◆応募した提案の著作権は、制作者である応募者に帰属します。

◆ただし、応募者は、委員会又は青森県が、青森ブランドのPRを目的として当該提案の内容を無償で使用すること及び再編集することを了承するものとします。

◆応募者は、応募した提案の内容を委員会又は青森県が使用する際、応募時に記載された応募者氏名

又は名称(グループによる場合には代表者氏名)を作品中に表示することを了承するものとします。

## 11 使用の範囲

- ◆「青森ブランドフォーラム 2016」でのプレゼンテーションの様子は静止画及び動画として記録し、委員会又は青森県のホームページや広報番組、印刷物等での使用、委員会又は青森県が主催若しくは後援するイベント等での紹介など、多岐にわたる広報活動に活用する場合があります。
- ◆応募した提案の内容、応募者の氏名又は名称(グループによる場合には代表者氏名)及び住所の一部(都道府県及び市区町村)は、委員会又は青森県の広報活動の一環として公開される場合があります。

### お問い合わせ・応募先

青森ブランド推進委員会事務局(青森県企画政策部企画調整課内)

〒030-8570 青森県青森市長島一丁目1-1

TEL : 017-734-9131(直通) FAX : 017-734-8029

E-mail : kikaku@pref.aomori.lg.jp

青森ブランドウェブサイト <http://aomori-brand.jp>

サイトを見て「いいね!」を押そう!

## 「青森ブランド」とは

青森県基本計画未来を変える挑戦（計画期間：平成26年度～30年度）では、2030年のめざす姿の具体像を次のように掲げました。

**青森県の「生業（なりわい）」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**

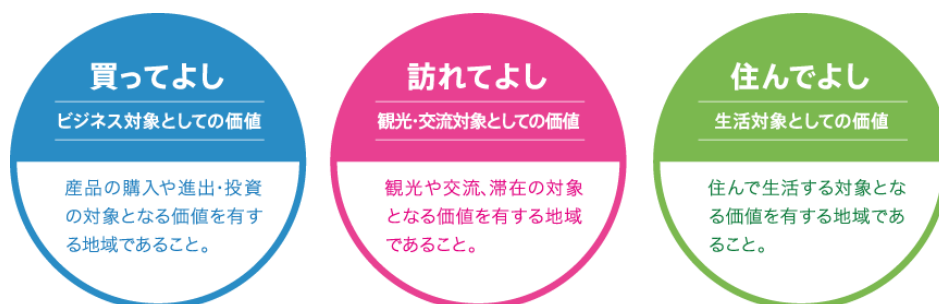
このめざす姿を簡潔に言い換えたのが、次の表現になります。

**世界が認める「青森ブランド」の確立  
～「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の青森県～**

この「青森ブランド」とは、青森県産品のブランド化のみを指すのではなく、主に次の内容で構成されるもので、青森県の「生業（なりわい）」と「生活」が一体となって生み出す価値の総体のことを表しています。

- ①青森県の自然・歴史・文化・観光・生活を始めとする地域資源や産品、技術、サービスなどが有する価値
- ②青森県内の市町村や地域が有する価値
- ③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
- ④青森県が提案した政策や地域の取組、輩出した人財の価値 など

このような価値を認知する側の視点から捉えると、次の3種類に分類することができます。



青森ブランドの考え方の詳細は「青森県基本計画未来を変える挑戦」をご覧ください。

<http://www.pref.aomori.lg.jp/kensei/seisaku/plan2014.html>