

青森ブランド・プレゼンテーション 募集要項

1 募集背景

「青森県基本計画未来を変える挑戦」では、2030年に青森県がめざす姿として、「**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～**」を掲げています。

「青森ブランド推進委員会」では、これまでも「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の新たな価値を生み出す取組の発掘や情報発信に取り組んできましたが、今回は、その中でも「**住んでよし**」の価値を高める取組の提案を募集し、「青森ブランド・プレゼンテーション」を実施することとしました。

人口減少の克服は、青森県における喫緊の課題であり、青森県では、転出者数が転入者数を上回る「社会減」の進行を食い止めるため、「**転入者数を増やす**」（**県外から来てもらう**）という観点と、「**転出者数を減らす**」（**県内に留まってもらう**）という二つの側面から取組を進めているところです。

青森県の人口移動は、18歳、20歳、22歳で大幅な転出超過となっており、**高等学校や大学などの卒業に伴う転出の影響**が考えられます。このため、高校生や大学生に青森県内で進学・就職し、暮らしていくことの魅力や価値に気づいてもらうことも大切です。

また、県外へ転出された方々はその後なかなか戻って来ないという側面もあり、「戻って来てもらう」、「新たな人に来てもらう」という観点から、青森県でも「UIターン」の促進に取り組んでいるところですが、今以上に、「**住んで生活する対象としての青森県の価値**」を県内外に発信していくことが必要です。

皆さまの体験や新たな視点等を基にして、さまざまな角度から、移住・定住や地元定着を促進する取組のアイデアをぜひお寄せください。

2 募集内容

テーマ

あおもり暮らしのすすめ ～「住んでよし」の青森県に向けて～

さまざまな人たちに「**青森に住んでみたい**」、「**やっぱり青森に住み続けたい**」と感じてもらうための取組のアイデアを募集します。どのような人たちにどのように住んでもらうのか、あるいは住み続けてもらうのか、幅広い観点から提案してください。

一次審査を通過した提案内容は「**青森ブランドフォーラム 2017**」（平成30年2月11日（日）に青森市で開催）にて、プレゼンテーションしていただきます。

提案区分1 「移住・定住の促進」

◆青森県外の人たちから、青森県で暮らすことに興味・関心を持ってもらい、実際に住んでもらうといった行動につながるような取組のアイデアを募集します。

※「移住・定住」を訴求する対象（年代、職業など）は問いませんが、訴求するターゲットの属性を絞って提案いただくのもひとつの方法です。（記載例参照）

[参考情報]



青森県移住・交流ポータルサイト「あおもり暮らし」 <http://www.aomori-life.jp/>

青森県や青森県内市町村の移住に関連する支援施策や住まい・仕事などの各種情報、移住・交流イベントの情報、関連パンフレットなどをまとめたポータルサイトです。

提案区分2 「地元定着の促進」

◆大学や高校を卒業後も青森県内に留まってもらい、あるいは卒業後に青森へ戻ってきてもらうといった行動につながるような取組のアイデアを募集します。

※「地元定着」を訴求する対象（大学生、高校生など）は問いませんが、訴求するターゲットの属性を絞って提案いただくのもひとつの方法です。（記載例参照）

[参考情報]



「アオモリドラゲナイ」 <http://kurashiyasusa.aomori-brand.jp/>

「青森県の暮らしやすさ」についての指標や、青森県と首都圏の「暮らしの価値」の比較のほか、県内高校生とその保護者の皆さまの「就職先に対する意識に関するアンケート調査」の結果を抜粋して紹介しています。

※ このほか、青森県の人口減少に関するデータを別紙に添付していますので、参考としてください。

[提案内容に関する留意事項]

◆ 提案内容については、「居住地や住宅の無償提供」、「仕事が見つかるまでの収入保障」、「生活費や教育費の負担軽減」など、経済的利益を提供する内容に偏らないようにしてください。

※ 経済的利益を提供するのみの提案内容である場合は、審査の対象とならない場合があります。

3 募集期間

平成 29 年 11 月 29 日（水）～平成 30 年 1 月 9 日（火） 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 2017**」（平成 30 年 2 月 11 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。
- ◆提案した取組のアイデアの実現を目指して活動する意思があること。

5 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（①移住・定住の促進、②地元定着の促進、のいずれかを選択）
- 提案概要（100 字程度）

② 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。

【提出物】

- 提案書（様式 1）
- 提案内容を具体的に説明する資料（パワーポイントなど）

※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

- ◆ 最終選考へ通過した場合は、上記提出物とは別途、プレゼンテーション当日用のデータについて、後日提出をご依頼させていただきます。

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ので、あらかじめ御了承ください。

6 審査方法

<一次審査>

青森ブランド推進委員会（以下「委員会」という。）委員が書類審査により「**青森ブランドフォーラム 2017**」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。

【主な審査の観点】

- ① 広く人々から「青森に住んでみたい」、あるいは「やっぱり青森に住み続けたい」という興味や共感を得られる内容になっているか。
- ② 青森県の現状や課題を踏まえつつ、青森県ならではの良さを活かした提案内容となっているか。
- ③ 提案の実現性。

<最終審査>

「**青森ブランドフォーラム 2017**」プログラム内で実施します。発表時間は7分程度とし、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。

※ 過去に開催した「青森ブランドフォーラム」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。

7 賞の授与

◆優れた提案などに対して、以下の賞金を授与します。

【賞金】最高30万円

大賞	20万円（1件）	優秀賞	10万円
-----------	-----------------	------------	-------------

＋ 「青森ブランドフォーラム 2017」に参加する自治体や関係団体の投票等により、

共感賞	最多得票：10万円（1件）	次点：5万円
------------	----------------------	---------------

8 提案の具体化について

- ◆提案いただいた取組のアイデアについては、自治体や関係団体等へ情報を提供させていただき、興味・関心を持った団体等や事業への活用を検討する団体等があった場合は、これらの取組主体との協働など、取組の具体化に協力していただきます。
- ◆なお、必要に応じて委員会等によるサポートを行う場合があります。

9 留意事項

<著作権等第三者の権利に関する事項>

- ◆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、第三者の著作物等を提案中に使用する場合は、必ず著作権等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 著作権及び提案内容の取扱

- ◆応募した提案書及びプレゼンテーションの素材等の著作権は、制作者である応募者に帰属します。
- ◆ただし、応募者は、青森県や青森県内市町村などの自治体等が提案書及びプレゼンテーションの素材等を利用すること、応募者の提案内容に基づいた取組のアイデアを自治体等の事業に活用することや応募者との協働により事業として実施すること、また、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 2017」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 : 017-734-9136（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>

「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**

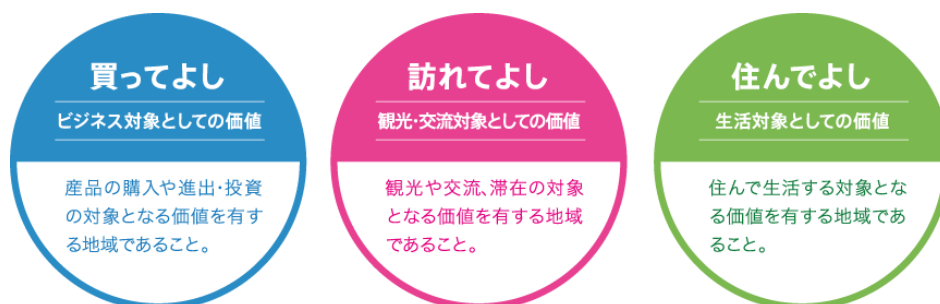
このめざす姿を簡潔に言い換えたのが、次の表現になります。

**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。

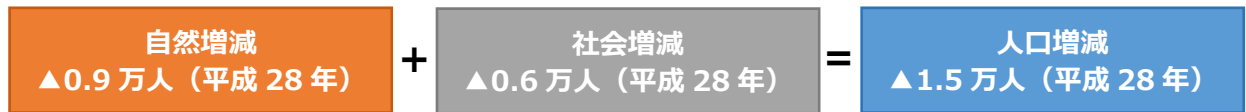
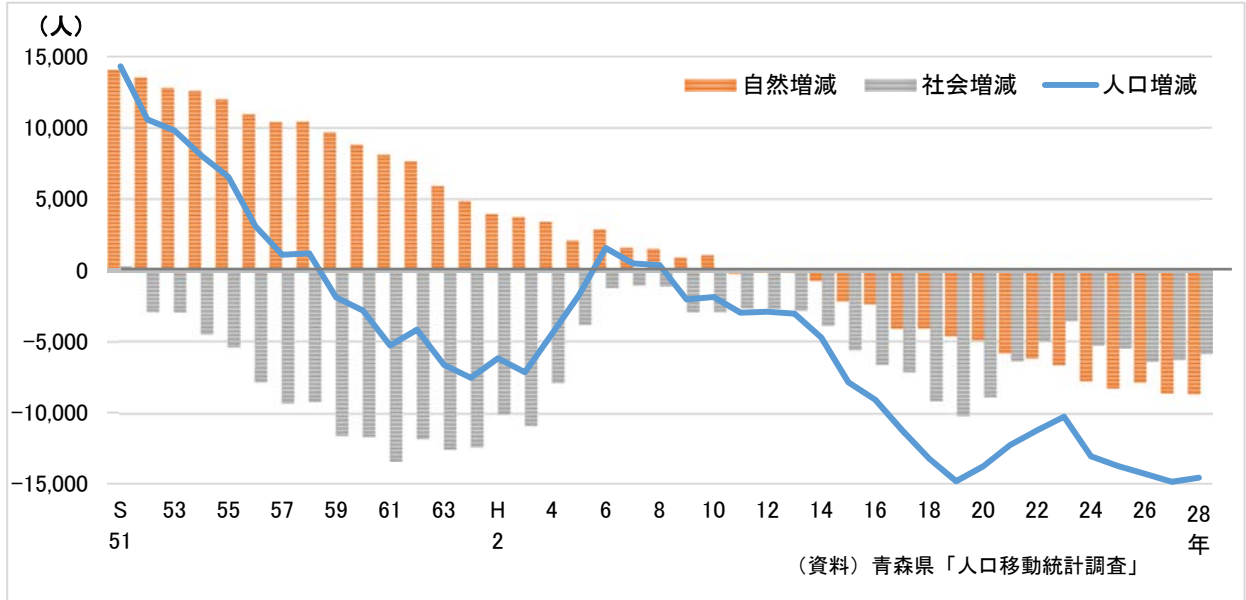
<http://www.pref.aomori.lg.jp/kensei/seisaku/plan2014.html>

(参考資料) 青森県の人口減少に関するデータ

◆「自然増減」と「社会増減」が青森県の総人口に与えてきた影響

青森県の人口減少は、「自然減」と「社会減」の両方から進行しており、平成28年には合計で1.5万人の減となっています。

■ 自然増減、社会増減、人口増減の推移 (青森県)



◆社会増減の要因

青森県の人口移動については、18歳、20歳、22歳で大幅な転出超過となっており、高等学校や大学などの卒業に伴う転出が考えられます。

■ 年齢別社会増減数 (平成22年10月～平成27年9月、青森県)

