

まち・ひと・しごとと創生 青森県総合戦略

平成27年8月



まち・ひと・しごと創生
青森県総合戦略

平成27年8月

青森県

まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略（目次）

I	はじめに	1
II	基本的な考え方	2
1	「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の位置づけ	2
2	人口減少の克服と県内総時間延伸の視点	2
3	「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の対象期間	3
4	「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の推進	3
5	県・市町村間の連携	3
6	マネジメントサイクルの確立	3
III	政策分野と基本目標の設定	4
IV	政策パッケージ	7
	政策分野1 強みをとことん、魅力あふれるしごとづくり	7
	政策分野2 人財きらめく、住んでよしの青森県	14
	政策分野3 地域でかなえる、子ども・未来の希望	20
	政策分野4 課題をチャンスに、めざせ健康長寿県	22
<参考>	青森県におけるこれまでの人口減少社会への対応	26

I はじめに

青森県では、全国の中でも速いスピードで人口減少や少子化・高齢化が進む状況を踏まえ、人口減少社会への対応について、平成18年度以降、部局横断的な検討・対策に取り組んできました。

特に、本県の強みである農林水産業では、地域を1つの会社に見立てて地域全体の経済や雇用を守っていく「地域経営」の考え方に立ち、農業法人や集落営農組織など、地域の核となる組織を中心に、加工・食品産業等との連携、地域資源の活用等を進め、農山漁村の6次産業化を図るとともに、雇用の場づくり、若者の定着促進、教育・福祉などコミュニティ機能維持に向けた取組を進め、また、本県の課題の1つである平均寿命の延伸については、保健・医療・福祉サービスの一体的な提供を図る包括ケアシステムの構築などに取り組んできました。

こうした人口減少の克服に向けた取組の結果、全国的に農業産出額が減少している中であっても、本県の農業産出額は10年連続で東北第1位、その伸び率では全国第1位を達成し、また、平成17年から平成22年の5年間の平均寿命の伸びでは、男性で全国第12位と全国平均を上回るなど、人口減少の克服に向けた本県の様々な取組を着実な成長に結びつけてきました。

さらに、平成26年度からスタートした「青森県基本計画未来を変える挑戦」においては、人口減少を県政の最重要課題として位置付け、めざす姿の具体像について、「青森県の『生業(なりわい)※1』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」、すなわち「世界が認める『青森ブランド』の確立」を掲げており、その概念は人口減少にも対応した「生活創造社会※2」の究極の姿として捉えることができます。

そうした中、平成26年5月に日本創成会議の人口減少問題検討分科会が発表したレポートにおける「消滅可能性都市」に関する分析は、全国の自治体に大きな衝撃を与えました。

しかし、人口減少という非常に大きな課題を前にして、「状況はこの先も変わらない」「変えられない」という諦めの意識が県民のみなさんに定着してしまうことは避けなければなりません。

人口減少は一朝一夕には解決できるものではありませんが、「未来は変えることができる」と信じ、市町村とも連携を取って、県を挙げて人口減少対策に取り組み、県民一人ひとりが未来を変える第一歩を共に踏み出すことが非常に重要です。

人口減少の克服に向けて、これまでの本県の取組を更に加速し、県民のみなさんと共に積極果敢に行動していくため、この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」を策定します。

※1 「生活を営むための仕事」が一般的な意味ですが、「青森県基本計画未来を変える挑戦」では、「県民一人ひとりの経済的な基盤となる仕事」としての意味のほか、「人生をかけてやり遂げる仕事」、「ライフワーク、あるいは、自分の適性を存分に発揮する仕事」、「天職ともいうべきもの」といった意味や、「地域にしっかりと根をおろし引き継がれ成長していく生命力のある仕事や産業」といった意味を込めています。

※2 平成16年12月に策定した「生活創造推進プラン」においては、「暮らしやすさではどこにも負けない地域づくりをめざすこと」とし、平成20年12月に策定した「青森県基本計画未来への挑戦」では、「『生業』に裏打ちされた豊かな『生活』が実現している社会」と定義しています。

Ⅱ 基本的な考え方

1 「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の位置づけ

平成26年度からスタートした「青森県基本計画未来を変える挑戦」においては、人口減少を県政の最重要課題として位置付け、分野横断で特に重点的に取り組む3つの戦略プロジェクトの一番目に「人口減少克服プロジェクト」を設定し、全庁一丸となって様々な取組を進めているところです。

そうした中、「まち・ひと・しごと創生法」が平成26年11月に施行され、同年12月には、国において「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定されました。

こうした状況を受けて県は、同法第9条に基づき、「まち・ひと・しごと創生青森県長期人口ビジョン」において示す本県の人口の現状と将来展望を踏まえ、本県の人口減少の克服に向けた取組を加速し、県民のみなさんと共に積極果敢に行動するため、この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」を策定します。

国の「まち・ひと・しごと創生」の動きは、人口減少の克服に向けて「青森県基本計画未来を変える挑戦」で取り組んできた方向性と一致しています。

このため、この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」を、「青森県基本計画未来を変える挑戦」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）」として位置づけます。

2 人口減少の克服と県内総時間延伸の視点

人口減少の進行は、労働力人口の減少や消費の縮小といったマクロ経済への影響だけでなく、空き家や買い物弱者の増加、地域コミュニティ機能の低下など、県民一人ひとりの生活や地域の機能にも様々な影響を及ぼします。

このため、人口減少の克服のためには、雇用の拡大といった経済の側面とともに、県民一人ひとりの安全・安心で健やかな、また、多様性のある生活の側面や、交流人口の拡大による地域の活性化といった側面も合わせて考える必要があります。

「青森県基本計画未来を変える挑戦」において提唱した「県内総時間※」の視点は、県民が地域で生活する時間（県民総時間）や、地域を訪れる人の時間（県外移入時間）を拡大し、ひいては、地域経済の活性化や県民一人ひとりの生活の充実、交流人口の拡大などを図るものです。人口減少の克服のためには、人口増加に向けた取組だけではなく、「県内総時間」の延伸を図ることも重要です。

※ 青森県民であるなしにかかわらず、青森県という一定の地域で一定の期間に使われる時間のことです。
県内総時間＝県民が県内で使う時間（県民総時間）＋県外からの来訪者などの滞在時間（県外移入時間）

3 「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の対象期間

この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の対象期間は、平成27(2015)年度から平成31(2019)年度までの5年間とします。

4 「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の推進

この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の推進に当たって、より高い効果を獲得するためには、県民一人ひとりを始め、企業、団体、市町村などのあらゆる主体において人口減少に関する基本認識を共有し、相互に連携・協力しながら進めていくことが重要となります。

このため、産学官金や地域間の連携による新たな産業の創出や育成といった「しごとづくり」、地元の大学等との連携による「ひとづくり」、地域間連携による持続可能な「まちづくり」など、あらゆる主体と人口減少に関する基本認識を積極的な情報発信などを通じて共有するとともに、様々な取組における各主体の連携促進を図ります。また、人財・技術・資金など、様々な面において民間の活力やアイデアも積極的に活用します。

5 県・市町村間の連携

この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の効果を最大限に発揮させるためには、地域住民に最も近い市町村の取組と緊密な連携を取っていくことが重要となります。このため、人口減少の克服に向けた全県的な推進体制を構築するなど、県と市町村との連携強化を図ります。

また、人口減少社会への対応としては、医療・福祉・公共交通など必要な生活機能を確保し、活力ある社会経済を維持するため、市町村同士が補完し合い、連携していくという視点も重要となります。

このため、国の動向なども踏まえ、「定住自立圏」や「連携中枢都市圏」などの広域連携に向けた市町村の主体的な取組を積極的に支援していきます。

6 マネジメントサイクルの確立

この「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」では、5年間の取組に対する各政策分野の基本目標を設定するとともに、それぞれの政策について重要業績評価指標(KPI)を設定し、検証・改善を図るための仕組みとしてPDCAサイクルを運用します。

このPDCAサイクルは、「青森県基本計画未来を変える挑戦」のマネジメントサイクルと一体的に運用することとし、外部有識者で構成する「青森県総合計画審議会」による検証も実施しながら、必要に応じてこの「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」の改訂を行っていくこととします。

なお、「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」を構成する事業の一覧を付属文書として作成し、毎年度これを点検・更新していくこととします。

Ⅲ 政策分野と基本目標の設定

国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を勘案した上、平均寿命が全国で最も短いという本県の特殊事情も考慮し、社会減対策、自然減対策としてそれぞれ2つの政策分野及びそれに係る基本目標を設定します。

社会減対策 「しごと」と「人財」の創生

本県における人口の社会増減の推移を見ると、昭和30年以降長期にわたり社会減の傾向が続いています。社会増減は東京都を始めとする首都圏等の雇用情勢の影響を強く受ける傾向にあり、平成20年からは減少幅が縮小傾向にあったものの、平成24年からは減少幅が拡大傾向に転じています。

社会減の主な要因としては、本県の雇用環境(求人状況、給与水準等)が全国と比べると厳しい状態が続いていることや、若年者が進学・就職を契機に首都圏を始めとした県外に数多く転出していることが挙げられます。

これらの解消を目指し、社会減対策として以下の2つの政策分野を設定し、市町村とも連携しながら取組を進めていきます。

<政策分野1> 強みをとことん、魅力あふれるしごとづくり

県内への定着や県外からの移住などを促進するためには、生活の基盤となるしごとづくりが最も重要となります。

そこで、高品質な農林水産物等の活用や豊富な地域資源の観光コンテンツ化、企業が持つ技術力などの強みをとことん生かした魅力あるしごとづくりを進めます。

○基本目標:2020(平成32)年

■製造品出荷額等:経済産業省「工業統計調査」

現状より増加(2013(平成25)年:1兆5,203億円)

■農家1戸当たりの農業産出額:農林水産部調べ

現状より増加(2013(平成25)年:756万円)

■青森県産農林水産品輸出額:ジェトロ青森「青森県の貿易」

220億円(2013(平成25)年:175億円)

■延べ宿泊者数:観光庁「宿泊旅行統計調査」

550万人泊以上(2013(平成25)年:476万人泊)

<政策分野2> 人財きらめく、住んでよしの青森県

首都圏等の人財を本県に還流させるため、首都圏における移住促進の取組を行うとともに、本県に在住する若者が本県に定着できるための取組を行います。

また、移住や県内定着を促進するため、魅力的な生活環境づくりや誰もが活躍できる社会環境づくりを進めます。

○基本目標:2020(平成32)年

■県外からの転入者に占める移住者等の割合:青森県「人口移動統計調査」

現状より増加(2014(平成26)年:28.6%)

■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:青森労働局「大卒等卒業者職業紹介状況」

現状より増加(2014(平成26)年:35.2%)

■県内高等学校卒業就職者の県内就職率:教育庁調べ

現状より増加(2014(平成26)年:58.9%)

自然減対策 「子ども・未来の希望」と「健康長寿県」の創生

本県の出生数は長期的に減少傾向である一方、死亡数は増加傾向にあります。平成11年には死亡数が出生数を上回ったため自然減に転じ、その後は減少幅が年々拡大しています。

自然減の主な要因としては、合計特殊出生率の低下や15歳から49歳までの女性人口の減少による出生数の減少、高齢化の進行に伴う死亡数の増加などが挙げられます。また、本県は全国で最も平均寿命が短く、40~50歳代での早世(年若くして亡くなること)が他県に比して多いことが影響していると考えられます。

これらの状況を受けて、自然減対策として以下の2つの政策分野を設定し、市町村とも連携しながら取組を進めていきます。

<政策分野3> 地域でかなえる、子ども・未来の希望

青森の未来を担う子どもたちが、青森で生まれ、希望を持って成長し、その希望をふるさと青森の地で実現できるよう、結婚・妊娠・出産・子育てなどの「子ども」を中心に据えた県民の一連のライフステージを、地域を挙げて支援するとともに、子どもたちの希望を実現するための環境を整える取組を進めます。

○基本目標:2020(平成32)年

■合計特殊出生率:厚生労働省「人口動態統計」

現状より増加(2013(平成25)年:1.40)

＜政策分野4＞ 課題をチャンスに、めざせ健康長寿県

平均寿命が全国で最下位という課題を克服することで、県民総時間が増加し、人口減少スピードの抑制や生産と消費の拡大による県内経済の活性化が見込まれることから、健康長寿県の実現に向けて、県民一人ひとりの健康的な生活習慣や心の健康づくり、スポーツを通じた健康づくりなどを促進します。

○基本目標：2020(平成32)年

■平均寿命：厚生労働省「都道府県別生命表」

全国平均との差を縮小(2010(平成22)年：男2.31年、女1.01年)

本県における人口減少の流れを一朝一夕に断ち切ることは容易ではありませんが、人口減少による影響を最小限に食い止め、少子化と高齢化を少しずつでも緩和していくことにより、未来を持続可能なものに変えることは可能です。

県民一人ひとりの生活の基盤となる「生業(なりわい)」があること、本県で安心して子どもを産み育て健やかに「生活」していけること、その「生業」と「生活」の生み出す価値が多くの方に認知され、県民自身もこれを享受することで、地域が産み育てた人財の定着と域外からの人財の還流につながります。こうして、新たな「生業」と「生活」が生まれ、恵まれた自然環境の中で、県民の安全・安心がしっかりと確保され、住みやすさに満足感が得られる地域社会が実現します。

このような社会の実現に向けた取組は既に始まっています。例えば、県では20代の生き方に新たな選択肢を提示し、20代のみなさんが本県で新たな「生業」を見つけ、自らのライフプランに沿った結婚・妊娠・出産・子育てを実現していく意識の醸成を図る取組を推進しています。

「生活創造社会」の実現に向けたこれまでの取組を更に加速させ、県民のみなさんと共に人口減少の克服に向けた取組を進めることで、「まち」「ひと」「しごと」の好循環の確立を目指します。

IV 政策パッケージ

政策分野1 強みをとことん、魅力あふれるしごとづくり

(1) アグリ（農林水産業）分野の成長産業化

○現状と課題

本県の平成25年度におけるカロリーベースの食料自給率は全国第4位の118%で、国内有数の食料供給県となっており、米、野菜、果実、畜産物、水産物がバランス良く生産されていることが強みです。また、平成16年度から、販売を重視した「攻めの農林水産業」を展開してきた結果、大手量販店との通常取引額が大幅に増加しているほか、全国的に農業産出額が減少傾向にある中、平成25年における本県の農業産出額は、10年連続東北第1位、全国でも第8位に位置しており、その伸び率では全国トップクラスとなっています。

一方、りんごやにんにくなどの一部品目を除く青森県産品は県外では十分に認知されているとは言えないほか、農業産出額に比べて食料品製造出荷額が少ないなど、付加価値の県外流出が大きな課題となっています。

○今後の方向性

農林水産業を成長産業とするため、これまで培った人脈やネットワークを生かした販売体制を一層強化し、販路拡大を図るとともに、りんご、ほたて、ながいも、にんにく、さらには、青森県産米新品種「青天の霹靂」といった、県内各地の高品質な農林水産物や付加価値の高い加工品の生産拡大など、青森県産品の一層のブランド化と生産力・経営体制の強化に取り組みます。

また、東アジアや東南アジアを始めとした経済成長の著しい地域への青森県産品の輸出拡大に取り組むとともに、農商工連携や6次産業化の推進による新たな商品の開発や製品の付加価値向上、新産業の創出・強化に取り組み、外貨獲得や雇用の創出につなげます。

○重要業績評価指標(KPI):2020(平成32)年

■りんごの輸出量:財務省「貿易統計」

3万トン(2013(平成25)年:2万トン)

■6次産業化アドバイザー等の派遣を通じた個別相談件数:(地独)青森県産業技術センター調べ

400件(2014(平成26)年:304件)

主な個別施策

①信頼・人のつながりに支えられた「売れる仕組みづくり」

- ・農産物、畜産物、林産物、水産物など高品質な青森県産品の「ブランド力」の更なる向上
- ・青森県産品の積極的な情報発信

- ・青森県産品の販売ネットワークの強化
- ・物流ルートの構築などによる新規市場創出
- ・生産者と消費者を結ぶコーディネーターの育成
- ・「食」と多様な分野との連携や地産地消の拡大

②安全・安心で優れた青森県産品づくり

- ・高品質な青森県産品の安定的な生産体制の整備
- ・低コスト化や大規模化などによる生産性の向上や競争力の強化
- ・消費者から信頼される安全・安心なシステムや衛生管理体制づくり
- ・つくり育てる漁業や資源管理型漁業の推進
- ・農林水産業への新規参入促進

③経済成長が著しいアジアなどにおける青森県産品の輸出促進

- ・青森県産品の輸出に取り組む担い手の育成
- ・輸出ルートの開拓や規模拡大
- ・青森県産品の海外における認知度向上
- ・商品力の向上と青森県産品のブランド化

④農商工連携・6次産業化による産業の創出・強化

- ・農商工連携・6次産業化における連携促進やプレーヤーの育成
- ・新商品づくりの促進や新産業の創出
- ・「食」と様々な分野の連携・協働の推進
- ・中間加工分野の強化や業務用加工食品の利用拡大

(2) 人口減少などに対応したライフ（医療・健康・福祉）分野の成長産業創出

○現状と課題

人口減少や少子化、高齢化、生活習慣病の増加などを背景に、ライフ（医療・健康・福祉）分野での課題解決を求める声が全国的に高まる中、本県では「青森ライフイノベーション戦略」に基づき医工連携や健康・医療関連サービスの創出、プロテオグリカン関連製品の開発などに取り組んできた結果、平成25年の医療機器生産額が約444億円で全国第12位、東北第2位になるなど、本県のライフ関連産業は着実に成長してきました。一方、地元企業の参入や製品・サービスの開発などが課題となっています。

○今後の方向性

医工連携や大手企業等との連携、ライフ分野での製品・サービスの開発を促進するとともに、これらを担う人財の育成を進めることにより、県内におけるライフ関連産業のクラスター形成とヘルスケアサービスのビジネスモデルの創出・育成、地域課題解決支援型のライフ関連サービス産業の創出につなげます。

○重要業績評価指標（K P I）：2020（平成32）年

- ライフ産業新規事業分野参入企業数：商工労働部調べ
25社（2014（平成26）年3社）

主な個別施策

①地域資源を活用したライフ分野に係る新産業の創出・育成

- ・医工連携の推進によるものづくり産業の創出
- ・地域課題の解決につながる健康・医療関連サービス産業の創出
- ・健康食品や美容関連製品の開発・販売の促進

②生活関連サービス産業の創出・拡大

- ・子育て関連産業における事業拡大や新事業創出の推進
- ・福祉関連サービス産業における事業拡大や新事業創出の推進
- ・高齢者の見守りなど県民の安心を支える産業の創出・拡大
- ・地域コミュニティ機能の強化などによる新たな形の生活拠点創出の推進

(3) グリーン（環境・エネルギー）関連産業の推進

○現状と課題

風力・太陽光などの再生可能エネルギーの導入が進み、環境・エネルギー産業への関心は高まってきていますが、県内事業者の参入は十分とは言えません。

一方、原子力人材育成・研究開発の拠点施設及び次世代核融合炉の実現に向けた国際的な研究拠点の整備などが進む中、本県の強みであるエネルギーを生かし、関連産業を創出していくことが必要です。

○今後の方向性

本県の高いエネルギーポテンシャルを生かし、多様な再生可能エネルギーの導入による地域産業の振興を図るため、産学官金のネットワークの強化を図りながら、環境・エネルギー分野への県内事業者の参入促進に取り組みます。

また、原子力人材育成・研究開発の拠点施設の整備に向けた取組を着実に進めること等により、エネルギー関連産業の拠点形成を進め、県内における新産業の創出等を目指します。

○重要業績評価指標（K P I）：2020（平成32）年

■青森県再生可能エネルギー産業ネットワーク会議会員数：エネルギー総合対策局調べ

200者（2015（平成27）年：171者）

主な個別施策

①再生可能エネルギーの導入促進による産業振興

- ・県内事業者の参入促進
- ・販売・施工・メンテナンス分野などにおける県内事業者の育成
- ・地中熱・温泉熱などによる関連産業創出

②低炭素・循環型社会を支える環境関連産業の振興

- ・低炭素ものづくり産業の振興

- ・バイオマスの産業利用やリサイクル関連産業の創出・拡大
- ・次世代環境自動車関連産業の創出・振興
- ・スマートグリッド関連産業の創出・振興

③原子力関連産業の振興と原子力分野の人財育成

- ・原子力分野の人財育成と研究開発推進
- ・次世代核融合炉に係る国際的な研究開発拠点の形成

(4) 戦略的な青森ならではのツーリズムの推進

○現状と課題

今後、本県の観光が回復から成長へとステップアップするためには、観光客のニーズの多様化や、海外からの観光需要の拡大などの時代の変化に適切に対応する必要があります。

また、北海道新幹線開業を契機として、本県観光の強みを生かした観光コンテンツづくりや戦略的な情報発信、近隣道県との広域連携による誘客の強化などにより競争力を高め、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを進めることが求められています。

○今後の方向性

青森ならではの強く印象付ける観光コンテンツの開発や「サイクル・ツーリズム」などのニューツーリズムの推進などにより、魅力ある観光地域づくりによる地域ブランドの確立を図るほか、様々な媒体を通じて、ターゲットの特性に応じた戦略的情報発信や魅力あるサービスの提供を行い、観光産業全体の成長基盤を強化します。

また、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録を目指す取組を進めるなど、三内丸山遺跡や県立美術館など県内文化観光拠点の魅力づくりを進めます。

さらに、平成27年度の北海道新幹線開業の好機を生かし、道南地域と連携しながら、旅行商品の造成促進やプロモーション活動により国内誘客を推進するほか、東アジアや東南アジアなどを主なターゲットとした誘客活動や情報発信、案内表記の多言語化などの受入態勢の整備を行います。

なお、国の「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」で示された「日本版DMO※」について、国等の動向を注視し、情報収集等を行います。

※ Destination Management/Marketing Organizationの略。様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となっていく観光地域づくりの推進主体のことで。

○重要業績評価指標(KPI):2020(平成32)年

■外国人延べ宿泊者数:観光庁「宿泊旅行統計調査」

8万人泊以上(2013(平成25)年:57,130人泊)

■観光消費額:観光国際戦略局調べ

1,800億円(2013(平成25)年:1,478億円)

主な個別施策

①地域の魅力の発掘・磨き上げと観光地域づくりの推進

- ・青森ならではの着地型観光の推進
- ・冬の観光資源の掘り起こしや磨き上げによる通年観光の推進
- ・県内文化観光拠点の魅力づくり
- ・グリーン・ツーリズム、エコツーリズムなどの各種テーマ観光の推進
- ・県民が青森の魅力に気づき、誇りに思う観光地域づくりの推進

②戦略的な情報発信

- ・国内外のターゲットに応じた戦略的な情報発信
- ・食や物産と観光が一体となったプロモーション活動の展開
- ・様々な媒体やインフルエンサーを活用した効果的な情報発信

③戦略的な誘客の推進

- ・交通事業者や旅行会社と連携した効果的なプロモーション
- ・旅行会社との連携による青森ならではの高付加価値旅行商品の開発
- ・教育旅行やM I C Eの誘致促進
- ・個人客をターゲットとした誘客の推進
- ・道南エリアなど近隣道県との連携による広域観光の推進

④外国人観光客の誘致の強化・推進

- ・東アジア(重点地域)、東南アジア、オセアニアからの誘客の促進
- ・立体観光の普及の促進
- ・国際チャーター便の誘致の強化
- ・外国クルーズ客船の誘致の強化
- ・外国人の教育旅行の誘致促進やテーマ観光の推進
- ・温泉や食などの魅力を生かした誘客の強化

⑤観光客の満足度を高める受入態勢の整備

- ・訪れる人々の満足度を高めるホスピタリティ向上の促進
- ・高齢者や障害者など、みんなにやさしい観光地づくりの促進
- ・外国人観光客が年間を通して安心できる環境づくりの促進
- ・NPOなどとの連携による地域観光の質の向上

⑥幅広い分野との連携による観光産業の競争力強化

- ・個人客に対応した適切なサービス提供の促進
- ・観光産業の収益性向上の取組の促進
- ・観光産業のコスト削減の取組の促進
- ・関連産業との連携推進などによる観光産業の競争力強化の促進

(5) 青森県の強みを生かした地域産業の振興

○現状と課題

創業や中小企業の新たな取組などに対する資金需要が伸びており、県内の前向きな経済活動を支援する取組の必要性が高まっています。

県内企業は、東アジア・東南アジア諸国を中心に海外展開への意欲が見られますが、取引リスクへの懸念や情報・ネットワークの不足などから機会を逸している場合があります。

また、円安による製造業の国内回帰の動きや景気回復により、今後、国内の設備投資の更なる拡大が期待される一方で、有効求人倍率の上昇により、求める人財を確保しにくい状況にあります。

○今後の方向性

産学官金の連携強化や研究開発の促進、知的財産などの活用により新たな産業の創出や育成を進めるとともに、地域の中核企業を始めとする県内事業者の経営の安定化や事業の活性化を促進し、本県の経済や産業を支える地域産業の成長・発展を推進します。

また、県内企業の海外展開を促進するため、現地情報の提供やビジネスパートナーの発掘等の支援を行います。

さらに、ターゲットを絞った企業誘致を進めるほか、既立地企業を事業展開と人材確保の両面から支援するとともに、政府関係機関や企業の本社機能等の移転促進に向けた取組などを推進します。

○重要業績評価指標(KPI):2020(平成32)年

■(公財)21あおも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:(公財)21あおもり産業総合支援センター調べ 1,410件(2014(平成26)年:1,218件)

主な個別施策

①地域資源を生かして雇用を生み出す新たな産業の創出・育成

- ・産学官金の連携強化や研究開発の促進などによる産業創出
- ・八戸LNGターミナルの冷熱資源などの利活用による新産業の創出
- ・知的財産の活用による新産業・新事業の創出

②地域産業の成長・発展

- ・中小企業の経営革新や経営安定化、活性化の促進
- ・伝統産業から先端技術まで幅広いものづくり産業の振興
- ・地域で交流とにぎわいを生む新たなまちづくりの推進
- ・建設産業の経営基盤強化や新分野進出の促進

③海外ビジネス展開の推進

- ・海外ビジネスに取り組む企業の裾野拡大
- ・意欲ある企業に対する海外ビジネス展開のサポート
- ・重点分野・地域を定めた戦略的取組の推進
- ・県内企業と海外企業などとの商談機会の提供

④戦略的企業誘致の推進

- ・地域特性を生かした企業誘致の推進
- ・立地企業のニーズを踏まえた事業拡大の促進

(6) 安定した雇用の確保と県民の活動を支える基盤の整備

○現状と課題

平成26年度における本県の有効求人倍率は過去最高の水準にありますが、全国的に見ると依然として低位に位置しています。

交通・情報通信基盤については、新幹線や青い森鉄道、青森空港・三沢空港の利用者の確保、幹線道路ネットワークの整備率及びブロードバンド普及率の低さなどが課題となっていますが、本県の地政学的な優位性を生かした物流戦略である「青森県ロジスティクス戦略」で示された方向性は、今後に向けて大きなポテンシャルを有していると考えられます。

○今後の方向性

本県の雇用状況を量・質ともに改善していくため、職業能力開発を始め、学卒者の就職や中高年齢者の再就職支援、首都圏等の本県出身学生の県内就職の促進などに取り組むほか、安定的で良質な雇用の戦略的な創出を進めるとともに、自ら雇用を生み出す創業・起業を促進します。

また、産業の基盤となる交通・情報通信基盤の整備については、新幹線・青い森鉄道の利便性向上や青森空港・三沢空港の利用者増加に向けた取組、防災機能の強化につながる幹線道路ネットワークの整備に加え、ICTの活用やグローバル物流拠点化に向けたロジスティクスの強化などを進めます。

○重要業績評価指標(KPI):2020(平成32)年

- 青森県内の創業支援拠点を利用した創業者数:商工労働部調べ
5年間で250人(2013(平成25)年:43人)

主な個別施策

①雇用の改善に向けた環境整備と創業・起業の促進

- ・安定的で質の高い雇用の創出
- ・創業・起業の促進
- ・若年者の県内就職や職場定着の促進
- ・中高年者の早期再就職の促進
- ・職業訓練の充実とものづくり技能の継承の促進
- ・ワーク・ライフ・バランスの実現(働き方改革)による子育てと仕事の両立

②産業や生活を支える交通・情報通信基盤整備

- ・交通ネットワークの充実・強化
- ・二次交通の利便性向上及び案内機能の強化
- ・航空路線の維持・拡大
- ・幹線道路ネットワークや港湾物流拠点等の整備の促進
- ・情報通信基盤の整備促進や情報関連新産業・新事業の創出

政策分野2 人財きらめく、住んでよしの青森県

(1) 青森県への移住と若者をはじめとする人財の還流・定着の促進

○現状と課題

本県人口の社会増減は、景気動向等により変動が見られるものの、減少が続いている状況にあり、高等学校・大学等の卒業時における県外への転出がその大きな要因となっています。また、若者の流出は子どもを産む世代の減少に直結するため少子化の要因にもなっており、若者の地元定着や県外に流出した人財が県内に戻り活躍できる環境づくりが課題となっています。

また、平成27年2月に本県が実施した「首都圏以外への移住に関する首都圏アンケート調査」では、首都圏において移住に興味がある人のうち13.5%ほどが青森県を移住の候補地に含めていると回答し、その理由として「新鮮でおいしい食材」「充実した余暇」などを挙げていることから、県外に流出した人財はもちろん、首都圏等の人財を本県に還流させることも本県への移住の促進に向けて重要な視点となっています。

○今後の方向性

若者や女性を始め幅広い層の移住希望者の視点に立ち、雇用面や住居、文化芸術などの生活面での魅力づくりを県と市町村が連携して進めるとともに、全県的な移住推進組織「あおもり移住・交流推進協議会」や国が開設した「移住・交流情報ガーデン」の活用などを通じて、移住希望者向けの積極的な情報発信や相談対応に取り組みます。このほか、「日本版C C R C構想※」など、国等の動向を注視し、情報収集等を行います。

また、地元の大学等との連携・協働を推進することなどにより、地域が産み育てた人財が地域で活躍できる「人財の地産地活」の取組を進めるほか、子どもたちが、夢や志の実現に向けて、創造力を生かして果敢にチャレンジする人財として成長するよう、学校・家庭・地域等が連携したキャリア教育の充実に取り組みます。

※ Continuing Care Retirement Communityの略。日本版C C R C構想有識者会議において取りまとめられた「日本版C C R C構想(素案)」においては、日本版C C R C構想は、首都圏等の高齢者が「自らの希望に応じて地方に移り住み、地域社会において健康でアクティブな生活を送るとともに、医療介護が必要な時には継続的なケアを受けることができるような地域づくり」を目指すものとされています。

○重要業績評価指標(K P I):2020(平成32)年

■移住に関する相談・情報提供の件数:企画政策部調べ

現状より増加(2014(平成26)年:4,100件)

■中学校職場体験及び高等学校インターンシップ実施率:文部科学省「職場体験・インターンシップ実施状況等調査」

中学校98.0%、高等学校80.0%(2013(平成25)年:中学校95.1%、高等学校78.1%)

主な個別施策

①移住希望者及び移住者への支援体制の強化

・市町村をはじめとした関係機関との連携による移住関連情報の整備と相談・情報提供の充実

- ・モデル事業の実施等による移住者受入体制の整備の促進
- ・U I J ターン希望者に対する創業・起業や農林水産業への就業の促進
- ・県外における県内企業の就職説明会の開催などを通じた県内企業の情報発信
- ・移住者が県内に定着しやすい環境づくり

②大学との連携や若者の県内定着促進

- ・県内大学や企業等との連携・協働による地域課題の解決や大学生の地元志向、卒業後の県内定着率の向上
- ・県内企業における若年者雇用の促進
- ・若者の就業意識や起業意識の育成
- ・県内就職者の増加につながる施策の充実

③夢や志を持ち、創造力豊かなたくましい人づくり

- ・「人とのかかわり」や「体験活動」を通じたキャリア教育の推進
- ・専門高校等における職業教育の充実

(2) あおもりの今をつくる人財の育成

○現状と課題

人口減少や少子化・高齢化が進行する中で、地域のつながりや地域活動の担い手の減少により、地域の自立的な活動が弱体化してしまうことが危惧されており、地域の活性化に向けた取組が今後ますます重要となります。

また、労働力人口が減少する中で、女性やシニア世代の活躍が求められていますが、まだ十分に環境が整っているとは言えない状況にあります。

さらに、人口減少社会においても、農山漁村が有する食料供給や国土保全などの機能が重要であることには変わりがないため、今後も、農山漁村の集落群を守り育てる取組を進める必要があります。

○今後の方向性

地域づくりの礎は「人財」にあるとの認識のもと、男女共同参画の視点を持って、活力ある地域のための人づくりや、若者や女性、シニア世代など多様な人財が多様な生き方、働き方を選択できる環境づくりを進めます。

また、本県が重点的に実施している、農山漁村の「地域経営」を更に推進し、農山漁村地域の持続的・自立的発展につなげていきます。

○重要業績評価指標(K P I):2020(平成32)年

- 農山漁村における地域経営体数:農林水産部調べ
300経営体(2014(平成26)年度:217経営体)

主な個別施策

①活力ある地域づくりのための人づくり

- ・各分野での生業づくり、地域づくり、観光産業をけん引する人財の育成