



世界が認める青森ブランド

ここから生まれる価値が世界に評価され、誇りに思える県になる

2030年のめざす姿

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」では、2030年のめざす姿を「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」としています。

グローバル化が進む現代で、経済的な豊かさや生活面での暮らしやすさの両方が相まって生み出す価値が、青森県を豊かにするだけではなく、他の地域や世界にも貢献して、それが世界から認められているような状態を、県民が一丸となって実現していこうというものです。

このめざす姿を3つのキーワードで思い描いてみましょう。

メイド イン Made in Aomori

青森県の商品・商品が世界で使用され、その価値が定着していること。

メイド バイ Made by Aomori

青森県で生まれた資源や技術、仕組みなどが世界で活用され役立っていること。

メイド ウィズ Made with Aomori

世界の中で青森県と一緒に進めるパートナーシップの取組が増えること。

まずひとつは「メイドイン青森」。

青森県の商品・商品が世界で愛用されていること。ふたつめは「メイドバイ青森」。青森県で生まれた資源や技術、仕組みなどが世界で活用され役立っていること。三つめは「メイドウィズ青森」。

青森の人財や組織がいろんな地域の人や組織と一緒に活動して新たな価値を生み出す取組が増えること。

このように、青森県の様々な営みから生まれる価値が世界から評価され、県民がその恩恵を十分に享受するとともに誇りに思えるような状態をめざしています。

メイドイン青森だけではなく「青森ブランド」

県のめざす姿を、簡潔に表現したのが、

「世界が認める『青森ブランド』の確立」

です。「青森ブランド」というと、県産品など、モノのブランド化をイメージしがちですが、それだけではありません。白神山地などの自然、縄文などの歴史・文化、「青森県ならではの」技術やサービス、さまざまな地域資源、青森県出身またはゆかりの人財、そしてそういったものをトータルで「青森県」といったときのイメージ

など、それらすべての価値が集まったもの、それが「青森ブランド」です。

この「青森ブランド」を、さらにアプローチを変えて、県民の方や県外の方から見てわかりやすく整理すると、「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の青森県ということができます。

「買ってよし」はビジネス対象としての価値、モノを買うだけではなく、青森県をビジネスのパートナーとしよう、青森県に進出しようという価値。

「訪れてよし」は、観光や交流、滞在、移住対象としての価値。

「住んでよし」は、ここに住んで自分の生活が豊かになるといった生活対象としての価値。こうした3つの価値を備え、それが世界に認められている状態をめざすものです。

「青森ブランド」確立のためには、まず県民のみならず一人ひとりが、あらためて青森の価値に気づき、それを相手にとって伝え、届けるかを考えることがとても大事です。

県内では、このような視点に立った県民の活動がはじまっており、国内外から注目されています。