

「いわてダ・ヴィンチ」の発行について

岩手県では、多くの若者が岩手での就業を考え、具体的な行動喚起を促すために、訴求力の強い就業促進情報誌「いわてダ・ヴィンチ」を、2月14日（金）から首都圏や県内の書店、コンビニ、通信販売等で発売します。

また、県内全ての高校1～2年生に配布します

1 目的

これから就職を考える若者に、岩手には世界最先端の企業から農林水産業まで多様な魅力的な仕事があり、豊かなライフスタイルを実現できることを訴求し、岩手で働くことに誇りが持てる「いわてプライド」を喚起させ、「就職するなら岩手」の意識を浸透させることにより、本県の産業を担う人材の確保につなげることを目的に発行する。

2 いわてダ・ヴィンチの概要

- (1) 仕様 A4版・カラー
- (2) 発行 ㈱KADOKAWA（制作・販売を岩手県が委託）
- (3) 発売日 令和2年2月14日（金）
- (4) 販売価格 800円（税別）
- (5) 発行部数 31,000部（無料配布25,000部、有料販売6,000部）
- (6) 配布先 ①無料配付（60頁）県内高校（1～2年生）、県内外の大学・専門学校等
②有料販売（100頁）首都圏や県内の書店・コンビニ、通信販売等
- (7) 主な内容

構成	内容
表紙	俳優「綾野剛」が表紙を飾る。※映画『影裏』に主演
インタビュー	綾野剛氏の単独インタビュー及び大友啓史監督との対談を掲載
いわてお仕事物語	世界最先端の企業から農林水産業、作家、産業機器メーカー地域おこしまで多様な魅力的な仕事があることをコミックエッセイで紹介
いわてのすごい人	県出身者で活躍している人（人気漫画家、福祉実験ユニット）を取り上げ、そのベースにあるものは「岩手」であることを紹介
いわて発世界へ	全国的・世界的に評価されている人や物（オガールプロジェクト、ビール酒造）を取り上げ、岩手の可能性を認知してもらい、いわてプライドを喚起
東日本大震災津波の風化防止	映画『風の電話』の撮影を通じて、感じた岩手の魅力を伝えるとともに、震災の風化防止
ニコニコ動画連動企画	本県出身のタレントの志田友美さんが県内企業（2社）を訪問して仕事の内容を紹介※ニコニコ動画にも配信 またU・Iターンや町おこし等で岩手を盛り上げる若者たちを紹介（有料版のみ） U・Iターン就職で活躍 4名 地元起業、役場で活躍 3名 いわて TSUNAMI メモリアル 1名
観光&グルメガイド	県内の観光地やグルメ、お勧めのお土産等を紹介（有料版のみ28頁）
知事インタビュー	知事の学生時代や新社会人の頃のエピソード。知事からの若者へのメッセージを掲載
学生意識調査結果	若年者雇用動向調査及びダ・ヴィンチが行った独自調査による学生意識調査結果
相談窓口の紹介	岩手暮らしの相談窓口や情報サイトを紹介

※網掛け部分については、有料販売のみ掲載