

「地方への人の流れの創出」に向けた 効果的移住定住推進施策 事例集



| | |
|--------------------------------|-----|
| はじめに | P02 |
| 1. 移住施策に関する政府の基本方針 | P03 |
| 2. 地方への人の流れに関する潮流 | P04 |
| 3. 事例紹介 | P14 |
| 6つのフェーズ全体を通じて、様々な取り組みがある地方公共団体 | |
| (1) 北海道栗山町 | P18 |
| (2) 青森県弘前市 | P24 |
| (3) 栃木県栃木市 | P28 |
| (4) 新潟県南魚沼市 | P32 |
| (5) 福井県福井市 | P36 |
| (6) 長野県駒ヶ根市 | P40 |
| (7) 長野県大町市 | P44 |
| (8) 島根県浜田市 | P48 |
| (9) 愛媛県内子町 | P54 |
| (10) 長崎県五島市 | P58 |
| 幾つかのフェーズ・観点で、特徴的な取り組みがある地方公共団体 | |
| (11) 青森県五戸町 | P62 |
| (12) 静岡県牧之原市 | P63 |
| (13) 京都府福知山市 | P64 |
| (14) 岡山県津山市 | P65 |
| (15) 広島県福山市 | P66 |
| (16) 愛媛県久万高原町 | P67 |
| 個性・独自性のある取り組みがある地方公共団体 | |
| (17) 茨城県笠間市 | P68 |
| (18) 新潟県長岡市 | P68 |
| (19) 富山県黒部市 | P69 |
| (20) 石川県能美市 | P69 |
| (21) 静岡県三島市 | P70 |
| (22) 静岡県川根本町 | P70 |
| (23) 兵庫県西脇市 | P71 |
| (24) 鳥取県米子市 | P71 |
| 4. 移住定住施策に関するアンケート結果 | P72 |

はじめに

東京圏(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県)は2019年に24年連続転入超過を記録する一方、地方では人口減少・少子高齢化に加え、若者層の東京圏への転出により、地域社会の担い手不足が深刻化していることから、地方への人の流れの一層の促進は喫緊の課題です。

一方で、2018年にはNPO法人ふるさと回帰センターへの移住相談件数は4万人を超え、5年間で4倍にまで膨らんでおり、より多くの人々が地方への移住に関心を持つようになってきています。

さらに今年度は、新型コロナウイルス感染症(以下、感染症)流行に伴い、組織も個人も多くの行動制約が求められる中、「新しい生活様式」を模索し、多くの人々が「地方移住」という選択肢について考えた年でした。「テレワーク」や「住環境・暮らしを優先した居住環境の選択」のように、これまで少しずつ認知され、広がりを見せてきていた新しいツールや考え方が、一気に現実味のある選択肢として、より多くの人に提示・認知されました。移住定住施策に取り組む地方公共団体も、その施策・取り組みのあり方について、改めて問い直した1年だったのではないのでしょうか。

本事例集では、これまでに全国各地の地方公共団体が取り組んできた効果的な移住推進施策について、移住関心層の注目を集める段階から実際に決断するまでを6つのフェーズに分け、それぞれのフェーズでの取り組みとしてご紹介します。また、感染症の流行を受け、地方公共団体の皆さんがいち早く試みた取り組みについても、ご紹介します。この事例集を手にする各地で移住施策を推進する皆さんにとって、新たな「気づき」や創意工夫のヒントになれば幸いです。

最後に、本事例集の作成にあたり、500を超える地方公共団体の皆さまにアンケートにご回答いただき、以下の24の地方公共団体の皆さまにはヒアリング調査にご協力いただきましたこと、この場を借りて御礼を申し上げます。ご協力、誠にありがとうございました。

ヒアリングにご協力いただいた地方公共団体の一覧(表紙写真の順)

| | | | |
|---------------|---------------|--------------|----------------|
| 1 北海道栗山町 | 2 青森県弘前市 | 3 栃木県栃木市 | 4 新潟県南魚沼市 |
| 5 福井県福井市 | 6 長野県駒ヶ根市 | 7 長野県大町市 | 8 島根県浜田市 |
| 9 愛媛県内子町 | 10 長崎県五島市 | 11 青森県五戸町 | 12 静岡県牧之原市 |
| 13 京都府福知山市 | 14 岡山県津山市 | 15 広島県福山市 | 16 愛媛県久万高原町 |
| 17 茨城県笠間市 | 18 新潟県長岡市 | 19 富山県黒部市 | 20 石川県能美市 |
| 21 静岡県三島市 | 22 静岡県川根本町 | 23 兵庫県西脇市 | 24 鳥取県米子市 |

1.移住施策に関する政府の基本方針

■背景・課題認識

少子高齢化により人口減少が急速に進行している中、東京圏への一極集中の傾向が継続し、若年層を中心として地方から東京圏に人口が流出していること等により、地方における人口、特に生産年齢人口が減少しています。

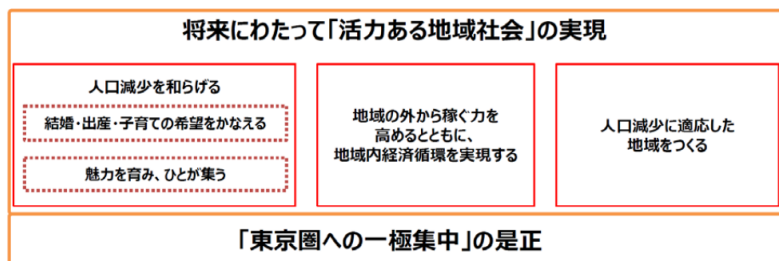
このため、地方においては、地域社会の担い手が減少しているだけでなく、消費市場・地方経済が縮小する等、様々な社会的・経済的な課題が生じています。この状況が継続すると、「人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が更に人口減少を加速させる」という負のスパイラルに陥ることになります。

また、都市機能の維持には一定の人口規模と密度が必要なことから、人口減少により都市機能を維持することが困難となり、地域の魅力・活力を低下させ、更なる人口流出を招くおそれもあります。中山間地域や農山漁村等においては、日常の買い物や医療等、地域住民の生活に不可欠な生活サービスの維持・確保が困難になるおそれがあります。

さらに、東京圏への一極集中の状況では、首都直下地震等の巨大災害による直接的な被害が大きくなるだけでなく、日本経済・社会全体が大きなダメージを受けます。感染症が都市部を中心に拡大したこともあり、東京圏等への人口集中のリスクが改めて浮き彫りになり、地方への移住や就業に対しての国民の関心が高まるとともに、東京圏から地方への人の流れが見られるようになりました。

■方針

以上のような人口減少や、東京圏への一極集中がもたらす危機、最近の潮流等を国と地方公共団体がしっかりと共有した上で、将来にわたって「活力ある地域社会」の実現に向けて、地方移住を推進するとともに、各地域の特色を踏まえた自主的な取り組みを促進していきます。



図：地方創生の目指すべき将来

出所：第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2020 改訂版)

①地方移住の推進

地方への人の流れをつくり、東京圏への一極集中を是正するためには、若い世代を中心に地方移住への関心が高まってきている傾向や感染症の拡大に伴うテレワークの普及等の国民の意識・行動の変化を的確に捉え、地方移住の動きを後押しすることが必要です。また、東京圏に本社を置く民間企業にとっても、地域への拠点展開を通じたBCP(事業継続計画)や多様な人材の確保等により持続可能な経営を進めることは、中長期的な経済合理性にも資すると考えられます。

②各地域の特色を踏まえた自主的・主体的な取組の促進

地域の人口・産業等の状況は地域ごとに様々であるため、地域に適した地方創生の取り組みを進めるためには、これまでも地域の自主的・主体的な取り組みが重要でした。今後の地方創生の取り組みを行う上では、感染症に伴う課題が加わったことで地域ごとの状況の違いがより顕著に現れてくることから、より一層、各地域が地域の将来を「我が事」として捉え、自らの特色や状況を十分に把握し、最も適した取り組みの方向性を模索することが必要となってきます。また、隣接する地域との積極的な連携を図ることにより、それぞれの地域が抱える弱点を補完し合い、強みの相乗効果を発揮することも重要です。

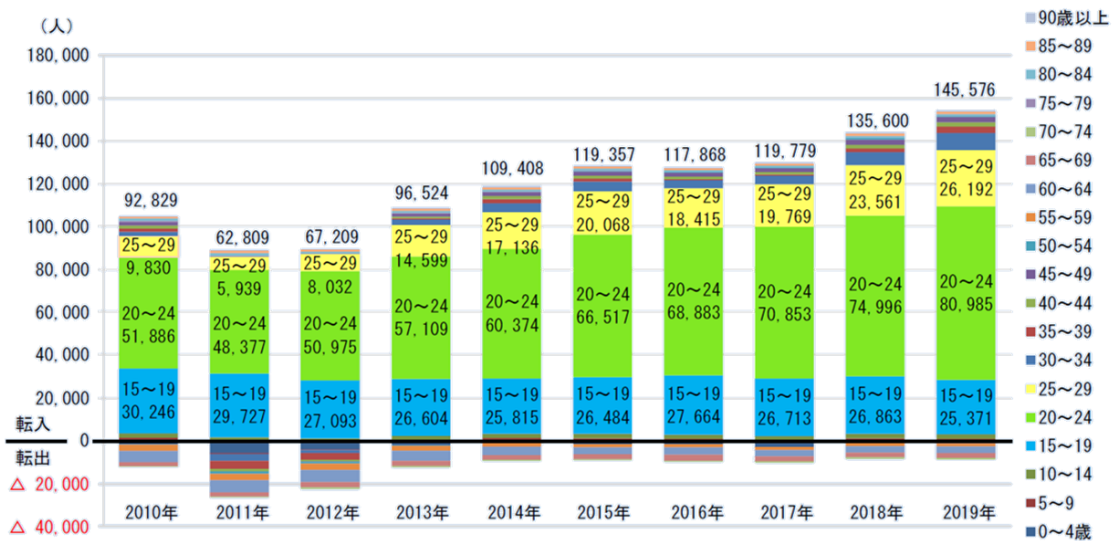
2.地方への人の流れに関する潮流

感染症拡大やそれに伴うテレワークの普及等を受け、人々の地方移住に対する関心は高まっています。本章では、今後の効果的な移住施策検討の基礎資料・根拠としてご活用いただくことを目的に、東京圏・地方間の人々の移動や、感染症影響下での行動変容、新しい移住希望者層等について、定量的なデータを使いながら解説します。

■ 東京圏への一極集中は継続するも、感染症の影響で2020年は転出超過の月も…

東京圏には、2019年現在、約3,700万人、日本の総人口の29%もの方が住んでおり、東京圏への人口の集中度合いは、欧米の都市と比較しても相当程度に高い水準です。

このような状況は、15～29歳の若年層を中心とした地方から東京圏への大量の人口流入が大きな要因となって生じたものであり、その傾向はますます顕著となっています。

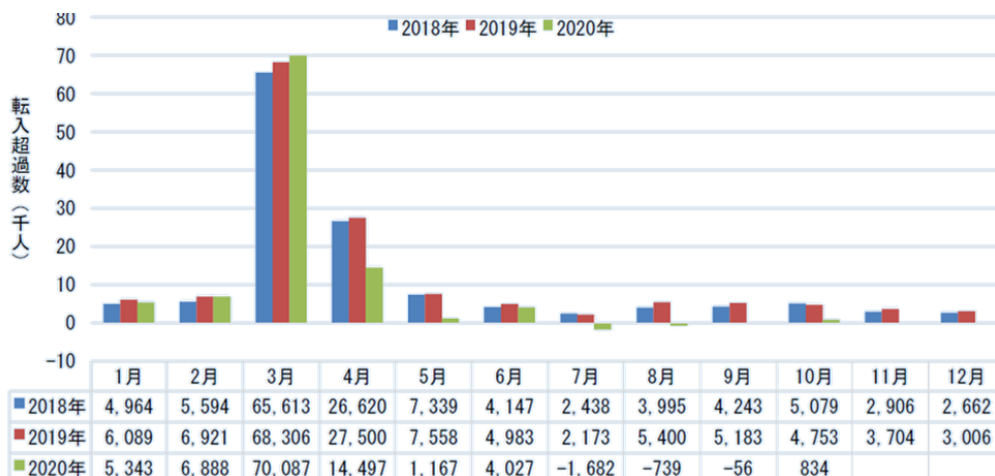


図：東京圏への年齢階級別転入超過数の推移

出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告(2018年1月～2020年10月/日本人移動者)」

【2020年7月から9月には、東京圏で転出超過を記録した】

ところが、感染症の拡大を受け、2020年4月以降、日本人移動者の東京圏への転入超過数は前2年の水準を下回り、7月から9月までは、東京圏は転出超過となりました。



図：感染症の拡大前後の東京圏への転入超過数の推移

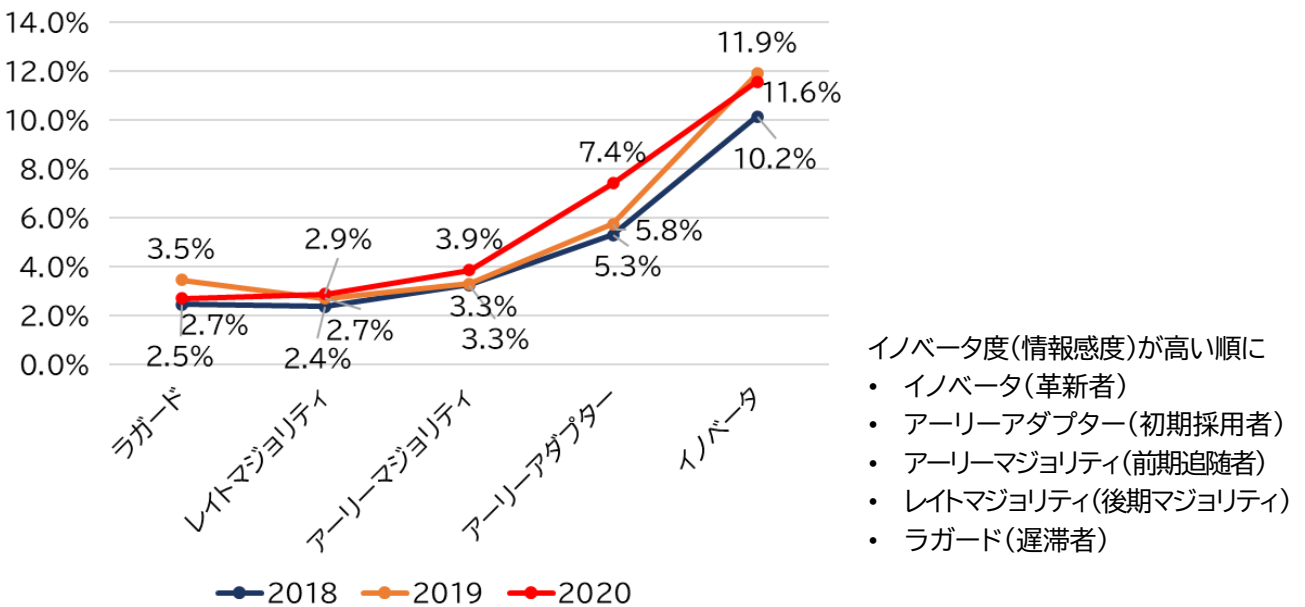
出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告(2018年1月～2020年10月/日本人移動者)」

■ 感染症の拡大を経験して、移住希望者像が変わってきている

2019年まで24年間連続での東京圏への転入超過に代表される、東京圏への一極集中という前提を、今般の感染症は大きく揺るがしました。感染症が都市部を中心に拡大したこともあり、東京圏等への人口集中リスクが改めて浮き彫りとなりました。これらを受け、地方への移住や働き方に国民の関心が高まるとともに、東京圏から地方への人の流れが見られるようになってきています。地方創生の観点では、今後こうした動きを持続的なものにすることが重要と考えられます。

【革新者以外の層にも移住への関心が広がってきている】

「生活者市場予測システム, Market Intelligence & Forecast (以下、mifという)」を用いて、移住関心層の傾向を「イノベータ度(情報感度、新しい商品・サービスの受入れの早さを表す指標)」のタイプ別で見ると、2019年までは「革新者(イノベータ)」で移住関心者の割合が高かったのに対し、2020年は「少し先端的な層(アーリーアダプター)」で、移住への関心が高まって来ていることが分かります。



↑イノベータ(革新者)で移住希望者の割合が高い傾向は以前と変わらないが、アーリーアダプター(初期採用者)で、移住希望者の割合が高まっていることが分かる。

図:イノベータ度別の移住希望率

出所:mifベースック調査・三菱総合研究所・2018年~2020年の各6月

【mifベースック調査の概要】

有効サンプル数:30,000
 調査対象: 全国47都道府県20~69歳の男女
 (性・年代別・地域別インターネット利用人口の構成比に合わせて割り付け)
 調査時期: 毎年6月
 調査方法: Web調査
 調査主体: 株式会社三菱総合研究所

2. 地方への人の流れに関する潮流

【特に、30歳代で移住希望者の割合が高まっている】

年代別に移住希望者の割合について時系列で見ると、30歳代において、特に移住意向が高まっていることが分かりました。また、先般の緊急事態宣言期間を通じて、小さな子供のいる家庭では自宅の居住地の満足度が低下した人の割合が高くなっており、これも要因の1つとして考えられます。

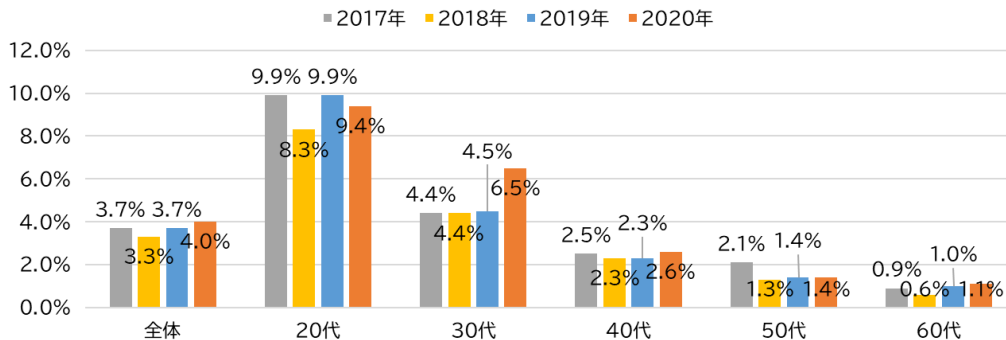


図:年代別移住希望率(東京圏居住者)

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2017年~2020年の各6月

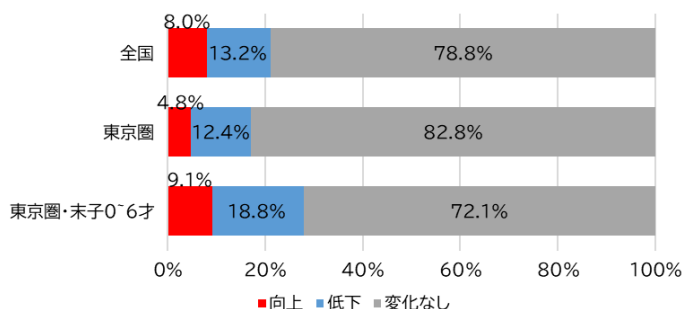


図:居住地別/末子年齢別の居住地満足度

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月

【移住希望者の仕事に関する考え方も、今までと少し変わってきている可能性がある】

移住希望者の仕事に対する意向を3年前(2017年)と今(2020年)で比較すると、すべての項目で「そうしたい」と回答した人の割合が下がっています。今までの移住希望者が抱いていたような働き方に対するこだわりが低くなっており、移住先においても希望を満たす仕事を探しやすくなっている可能性があります。

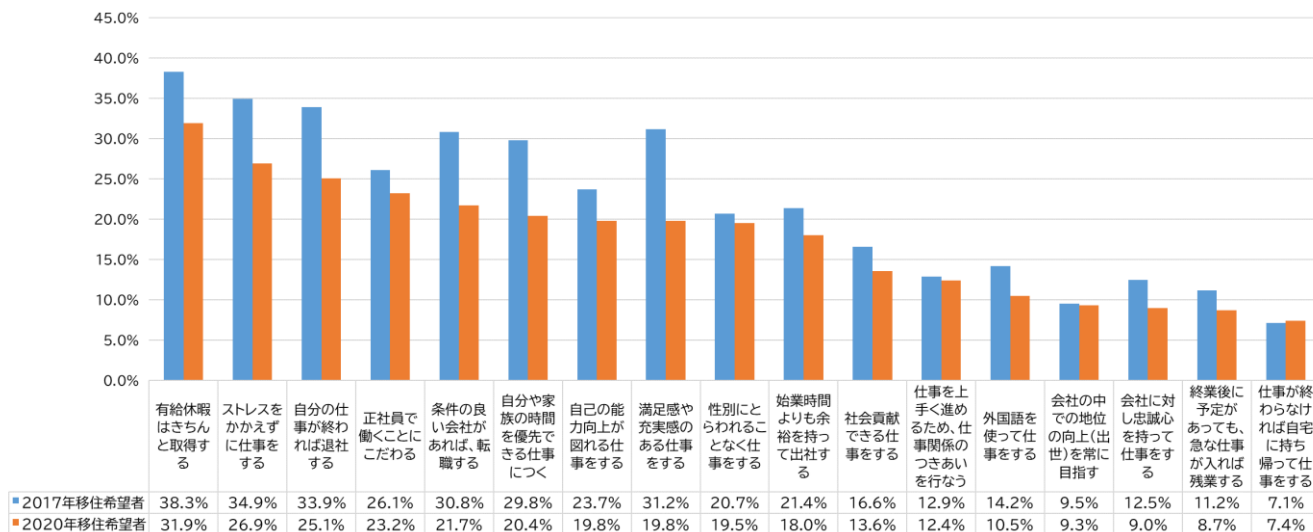


図:移住希望者の仕事に対する意向(2017年・2020年比較)(東京圏居住の移住希望者)

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月

【社会貢献や自己成長の意欲が高まってきている】

一方で、仕事をする目的では、社会への貢献や自己の達成感・成長を重視する傾向も見られます。「生きがいを感じること」でも「ボランティア・地域活動等の社会活動」の割合が高くなっています。

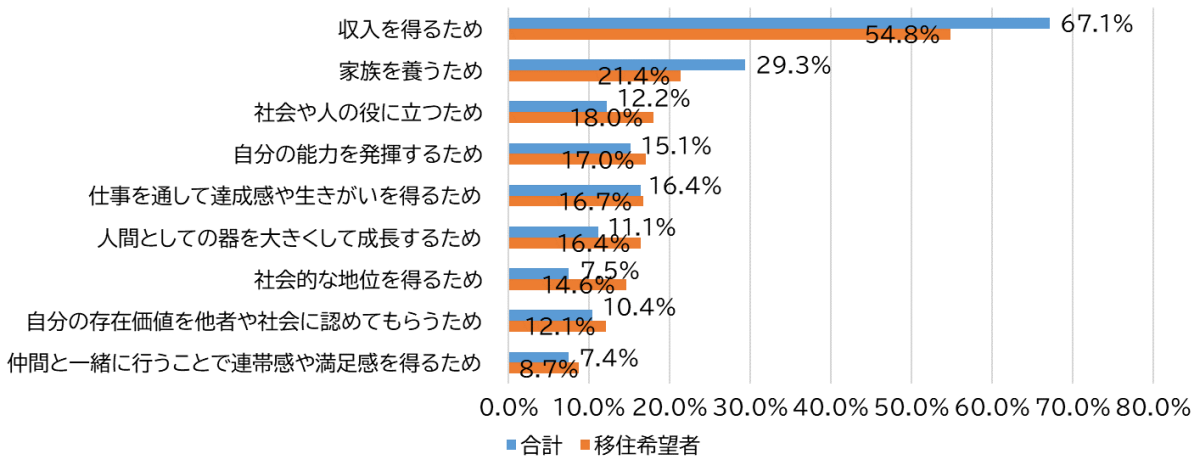


図:仕事をする目的(東京圏居住者)

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月

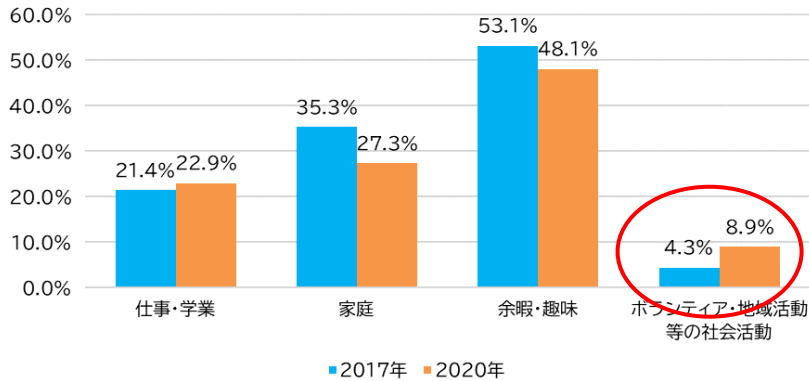


図:生きがいを感じること(東京圏居住の移住希望者)

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2017年、2020年の各6月

【住まいの意向も変わってきている】

また、移住先での住居形態としては、新築の持ち家の割合が低くなり、その分、中古の持ち家を希望する割合が高まっている。移住先の地方における空き家活用が進むことも期待される。

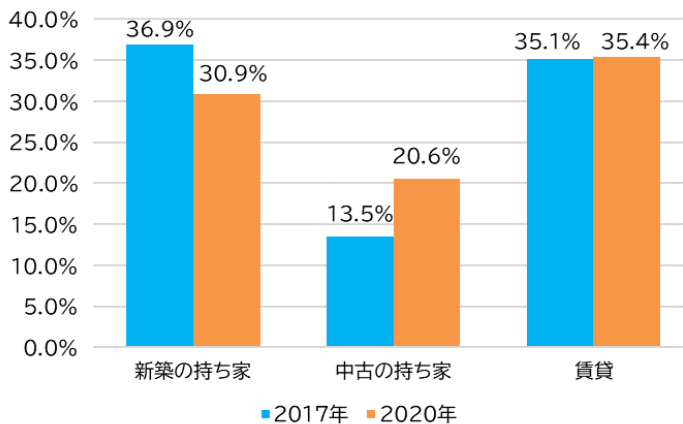


図:移住先での住居形態の希望(東京圏居住の移住希望者)

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2017年、2020年の各6月

2. 地方への人の流れに関する潮流

■ テレワークの広がり、地方移住・就業を拡大する可能性を秘めている

【地方移住・就業を拡大する可能性のある行動変容(テレワーク)が広がっている】

2020年3月～5月にかけての緊急事態宣言下では、国民に対し外出の自粛が求められたため、テレワークを実施する企業が急増し、商談等のやり取りでも、オンラインでの会議が急速に普及しました。以下のグラフのように、内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」の結果からも、その実態が確認できます。働く場所を問わないテレワークの広がりは、東京圏の人口集中を緩和し、地方移住・就業を拡大する可能性を持った画期的な行動変容と捉えることもできます。

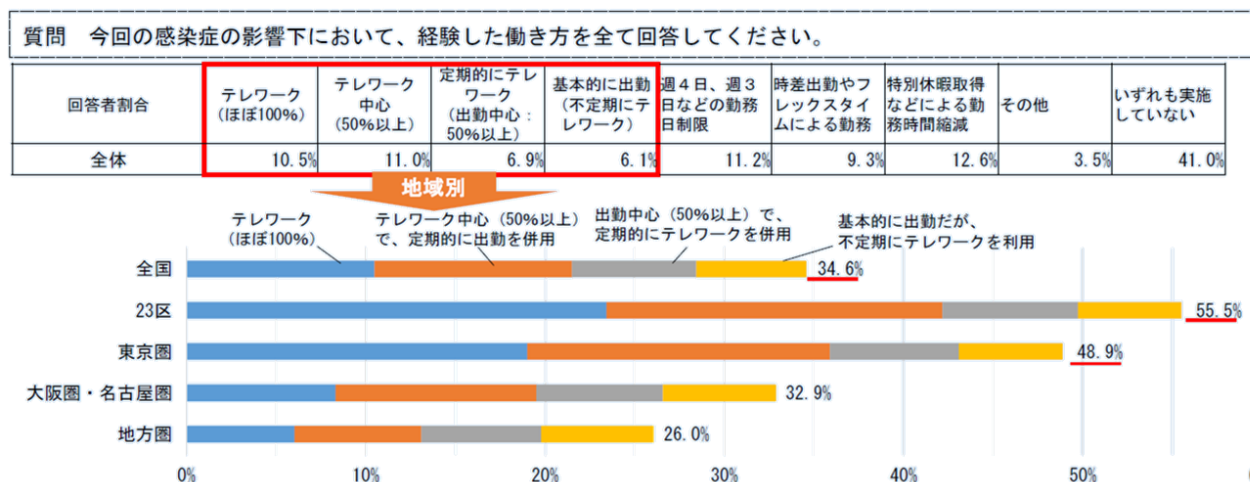


図: 感染症の影響下において経験した働き方

出所: 内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

【テレワークは、特に東京圏で2020年に急速に広まった】

mifによると、テレワーク実施率を時系列に見ると、全国的に2019年から2020年で急伸しており、東京圏、中でも特に東京都勤務者で伸び率が高くなっています。

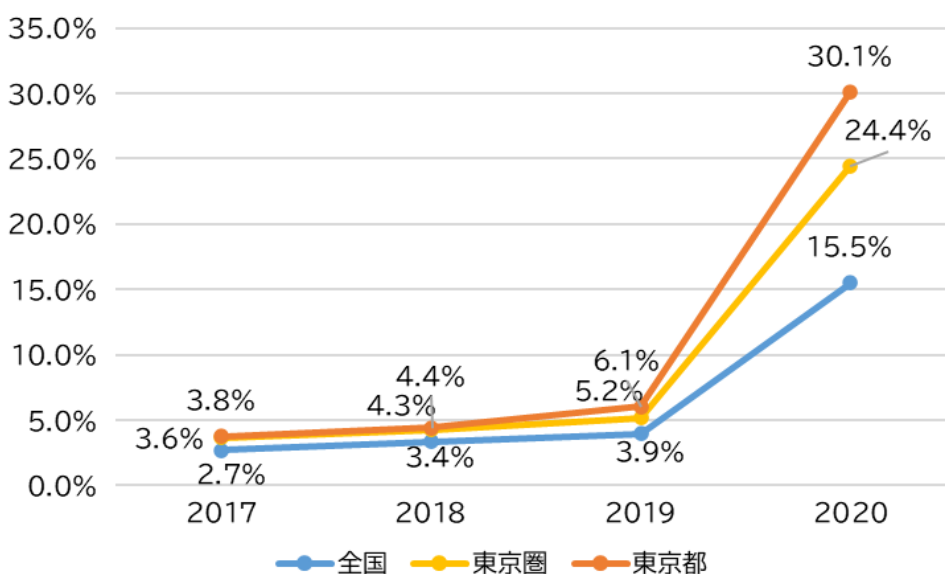
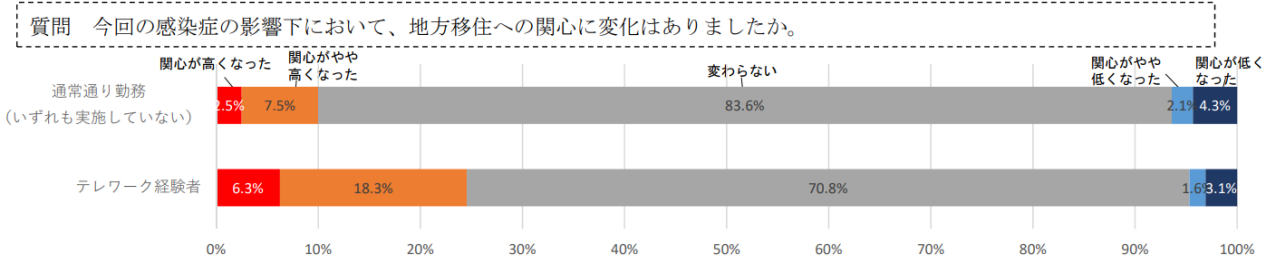


図: 勤務地別のテレワーク実施率の推移

出所: mifベーシック調査・三菱総合研究所・2017年～2020年(各年6月実施)

【テレワーク経験者、特に20～30歳代は、感染症を経験して地方移住への関心が高まった】

また、前出の内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」によると、地方移住への関心は、テレワーク未経験者に比べてテレワーク経験者の方が高まっていることも分かりました。年齢別でみると、20歳代・30歳代で地方移住への関心が高まっています。

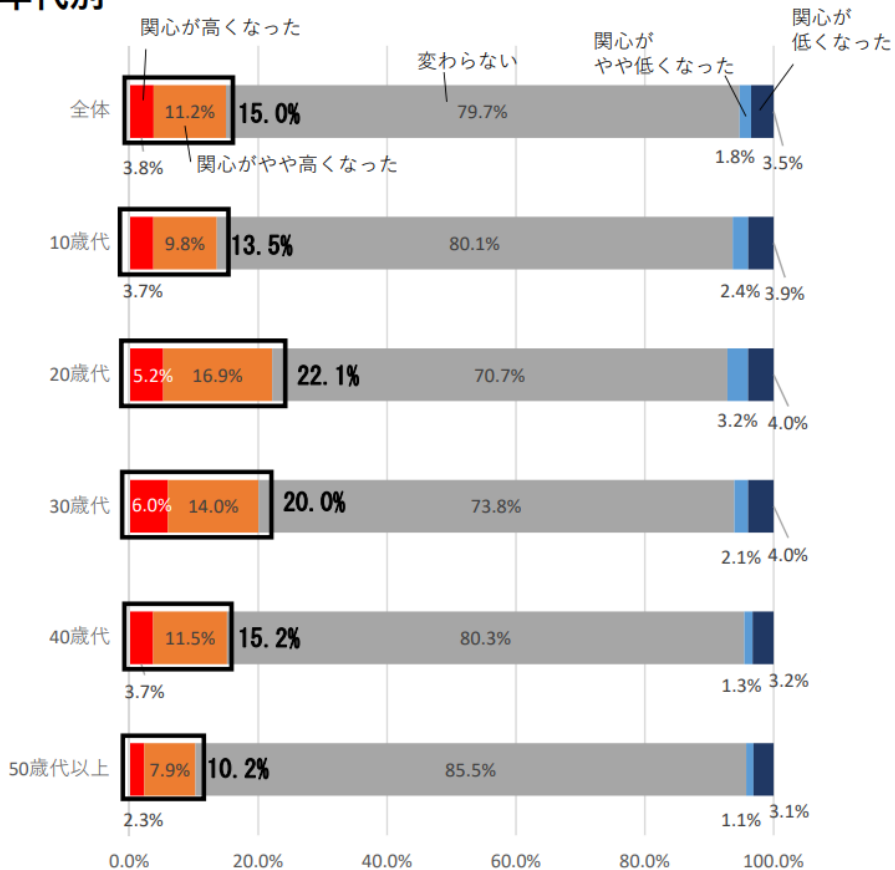


図：今回の感染症影響下における地方移住への関心の変化

出所：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

質問 今回の感染症の影響下において、地方移住への関心に変化はありましたか。（三大都市圏居住者に質問）

年代別



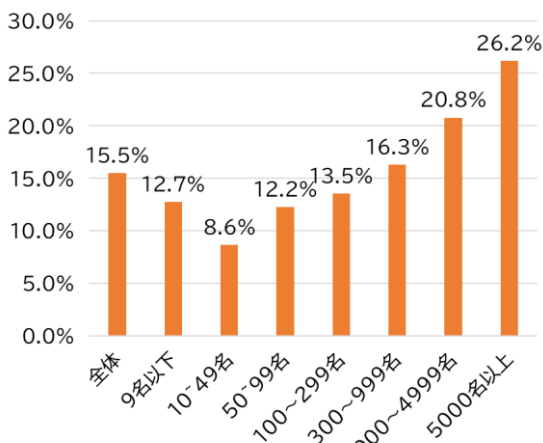
図：地方移住への関心(年代別・地域別)

出所：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

2. 地方への人の流れに関する潮流

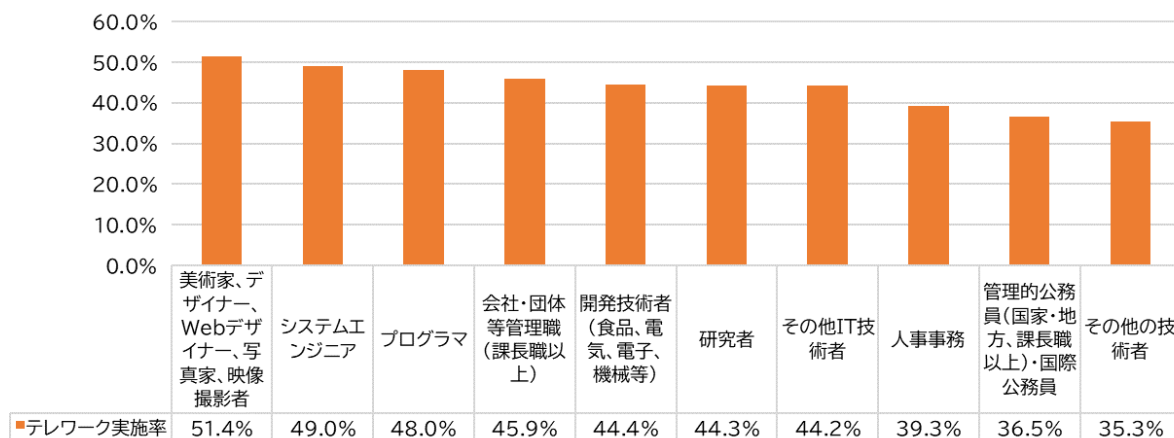
【テレワークは、特に大企業、仕事内容に場所の制約が少ない職種で広まっている】

従業員規模別では大企業が、職種別ではデザイナー・システムエンジニアの他、開発技術者・プログラマ等の仕事内容に場所の制約が少ない職種で、テレワーク実施率が高くなっています。



図：正社員数別テレワーク実施率(東京圏居住者)

出所：mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月



図：職種別テレワーク実施率(東京圏居住者)(※n≥50の職種に限定。上位10職種)

出所：mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月

【テレワークを利用した地方での働き方のパターン】

テレワークは、オンライン環境を活用することで、都市部の決められたオフィス等ではなく、自宅や、より良い仕事環境のある場所等、好きな場所での仕事を可能にします。一方で、以下に示すように、テレワークを活用した東京圏からの地方移住において、対象となり得る地域は、東京圏への通勤頻度によって異なります。一言に「テレワークを活用した移住定住促進」と言っても、立地や地域特性によって、どういった人をターゲットにすることが可能か、は異なる点には留意が必要です。

- **住みたい場所で仕事をするパターン**：クリエイター・エンジニア・プログラマ・研究者等、基本的にネット環境があればどこでも仕事ができる人の働き方のパターン。移住先は住みたい場所なので、全国・全世界が移住先の対象となり得る。
- **二地域居住パターン**：月に数回程度、東京圏に通い、それ以外の日は住みたい地域で過ごすパターン。新幹線通勤、LCCを含む飛行機を利用した通勤等が可能な地方が、移住先の対象となり得る。
- **頻繁に東京圏に通勤するパターン**：東京圏・地域で、週のそれぞれ半分の日数、仕事をするパターン。通勤時間が片道2時間強くらいの関東圏・新幹線沿線等が移住先の対象になり得る。

■ 企業の動きも、東京圏から地方への人の流れを後押ししている

こうした個人の意識の変化による地方移住関心層の増加と歩調をあわせるように、企業側でも東京圏から地方への人の流れを後押しする動きがあります。

【企業側でも、新しい移住希望層を後押しをする動きがある】

大企業を中心に、柔軟な勤務体系(フレックス勤務、在宅勤務等)を導入・推進する予定の企業は多く、またリモート採用の拡大をしている企業もあることから、地方移住を考える従業員の居住地選択の自由度が、今後さらに広がっていく可能性があります。さらに、テレワーク普及の拡大等を背景に、都内のオフィス床面積を縮小する動きも見られ、現在の働き方の変化が、感染症影響下での一過性のものではなく、常態化していく可能性も予見させます。

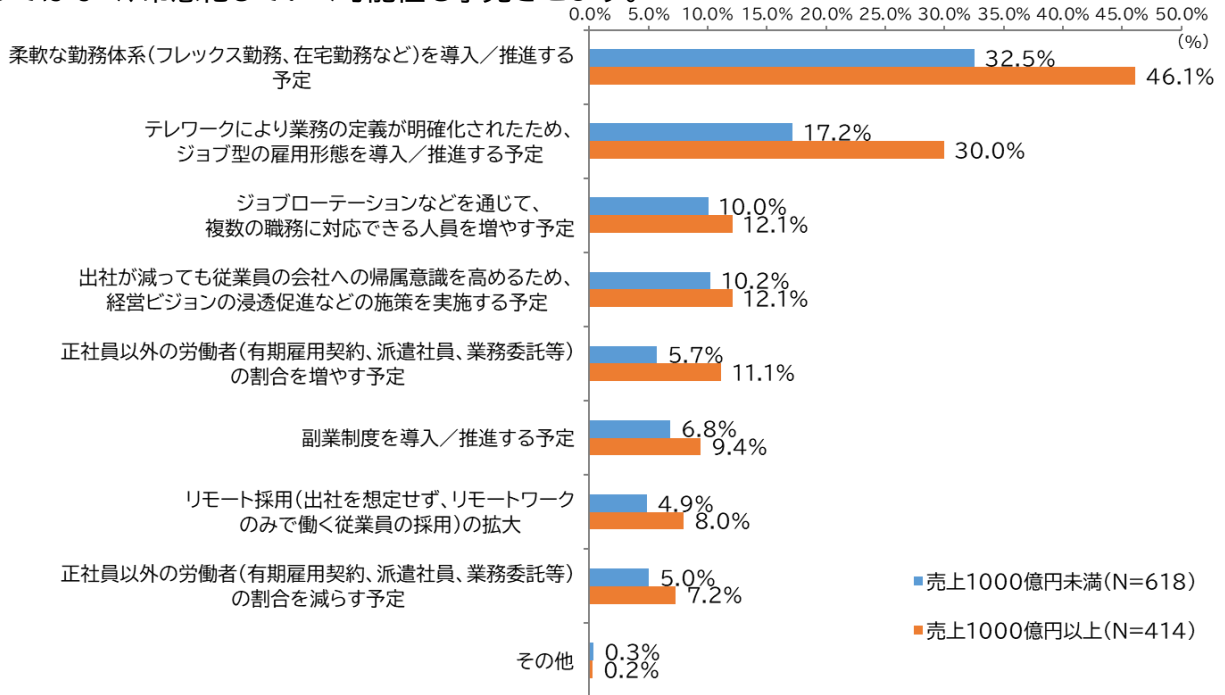


図: 人事制度の変更見通し

出所: 企業経営者アンケート/㈱三菱総合研究所(2020年6月17-19日実施、N=1,032)

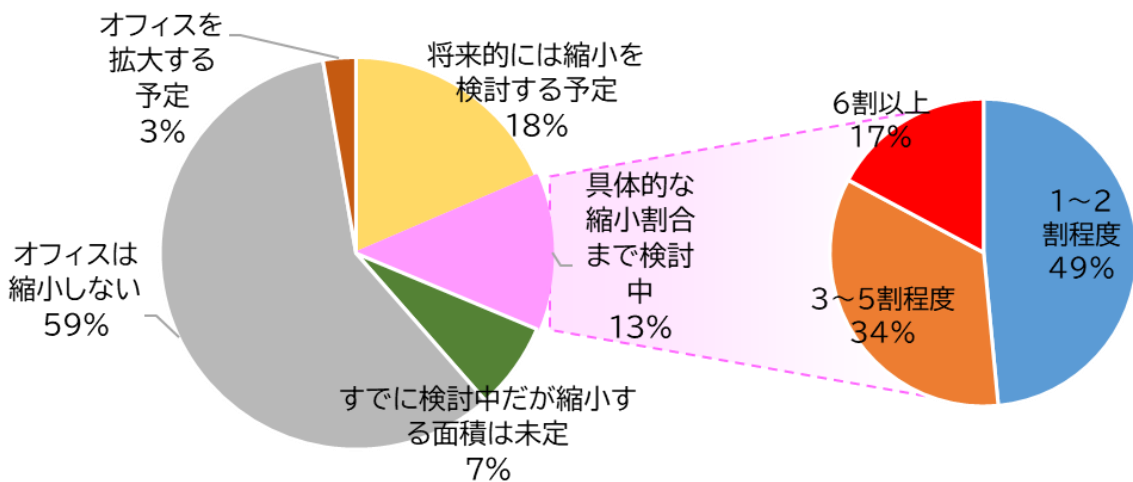


図: オフィスの縮小意向

出所: 企業経営者アンケート/㈱三菱総合研究所(2020年6月17-19日実施、N=1,032)

2. 地方への人の流れに関する潮流

【地方への企業移転・拡充も増えてきている】

地方移転する企業も少しずつ増えてきています。こうした流れを後押しするため、2015年から導入されている企業地方拠点強化税制※では、2019年11月末時点で、計371事業、14,939人の雇用が創出されています(「令和2年度税制改正について」内閣官房まち・ひと・しごと創成本部事務局、内閣府地方創成推進事務局より引用)。

また、感染症拡大をきっかけに、東京から本社移転した企業も複数見られます。例えば、人材派遣大手のパソナグループは2020年9月、本社の主要機能を兵庫県淡路島に移転を開始しました。2021年2月には兵庫県、淡路市、洲本市、南あわじ市と連携し、本社機能等を淡路島への移転を検討している企業に対し、拠点の開設・拡充や移転等を支援する『淡路島パイロットHQ(ヘッドクォーター)協議会』を設立しました(株式会社パソナグループ・プレスリリースより引用)。移転してきた企業が、さらに、新たな企業と人を呼び込む、という流れが生じる可能性もあります。

移転先としては、重要拠点(工場、フラッグシップ施設、原料の主要産地等)や創業の地等、何かしらの縁があった場所が多い傾向にあります。コンサルティングやITサービス業では、リモートでの業務遂行が可能な環境を選択している例も見られます。

これまでは、企業の地方移転の理由として、事業継続計画(BCP)の観点、自然災害リスクの軽減、固定費削減、リソースの集中による業務効率化や新商品・サービスの開発促進、働き方改革の推進、創造的な仕事は都市部より地方の方が適している可能性がある等が指摘されていました。これらに加え、感染症の影響により、前項記載のようにテレワークが普及することで、企業が東京圏に拠点を置く意味が薄れ、感染者が少ない地域の方が社員の安全を守りやすい上に、事業継続計画(BCP)の観点でも有利になる可能性等、地方移転を後押しする理由が増えています。

※ 企業地方拠点強化税制・・・本社機能を東京23区等から地方へ移転したり、地方で拡充する場合に税制の優遇措置等を受けられる

■ 感染症を経験して、地方移住関心層が増え、実現可能な手段が広がりつつある

以上のように、感染症影響下の生活を通じて、東京圏での過密による弊害や地方の可能性を感じ始めた「新たな移住関心層」があらわれ、テレワークをはじめとする地方移住を可能とする柔軟な働き方が社会に広がりつつあります。

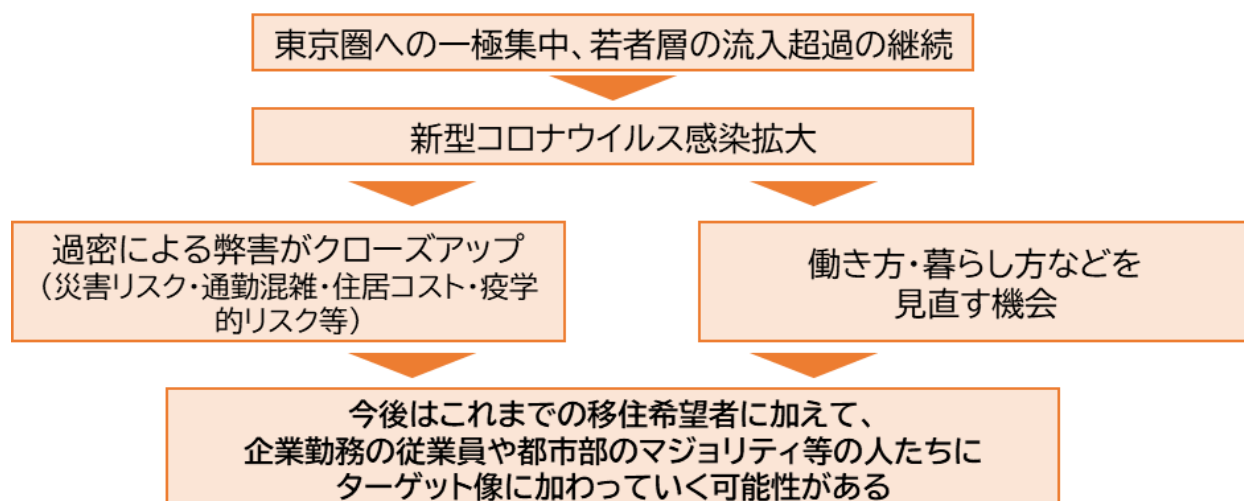


図: 感染症影響下による地方移住の考え方の変化

参考:効果的な情報発信方法

今回実施した地方公共団体へのアンケート結果で、効果的な情報発信について知りたいというご意見が多かったので、関連する情報をご紹介します。

東京圏在住者の全般的な情報収集の手段を見ると、全体的にはスマートフォンやインターネットを活用する人が多いですが、移住希望者に関してはSNSや紙媒体においても情報収集/発信を行う割合が相対的に高くなっています。また、自身に価値のある情報のためなら、個人情報を提供しても良いと考えている人の割合も相対的に高くなっています。

移住希望者に対しては、ホームページ等での一方向の発信だけでなく、様々な媒体を活用して、移住希望者からの応答を求める双方向のコミュニケーションも有効と考えられます。

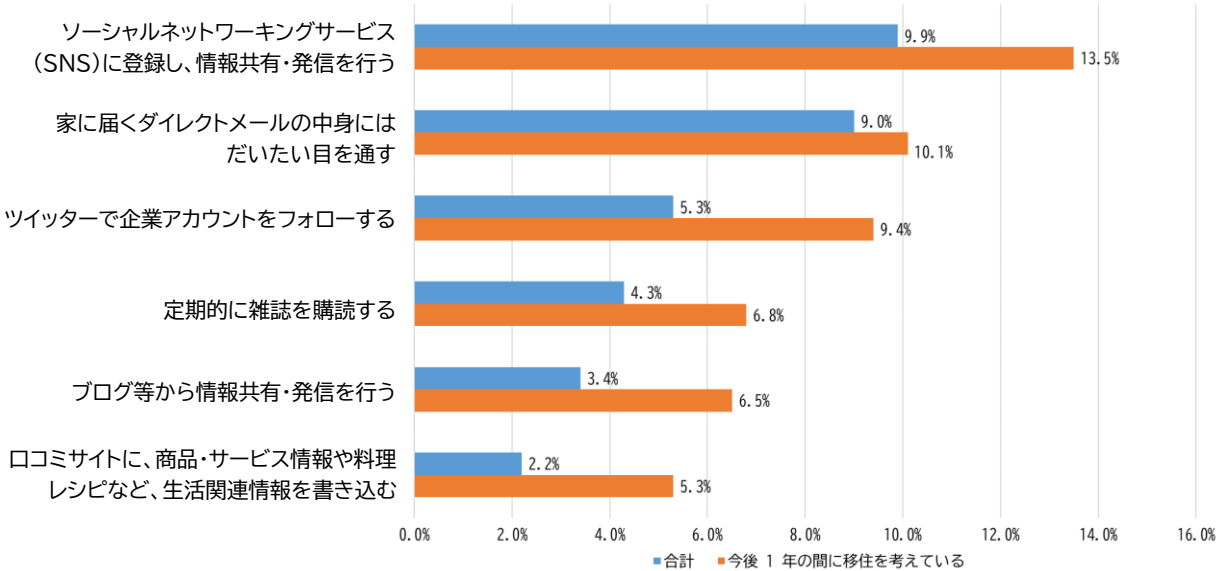


図:情報収集/発信状況(東京圏居住者) 各設問で「あてはまる」を選択した人の割合

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月

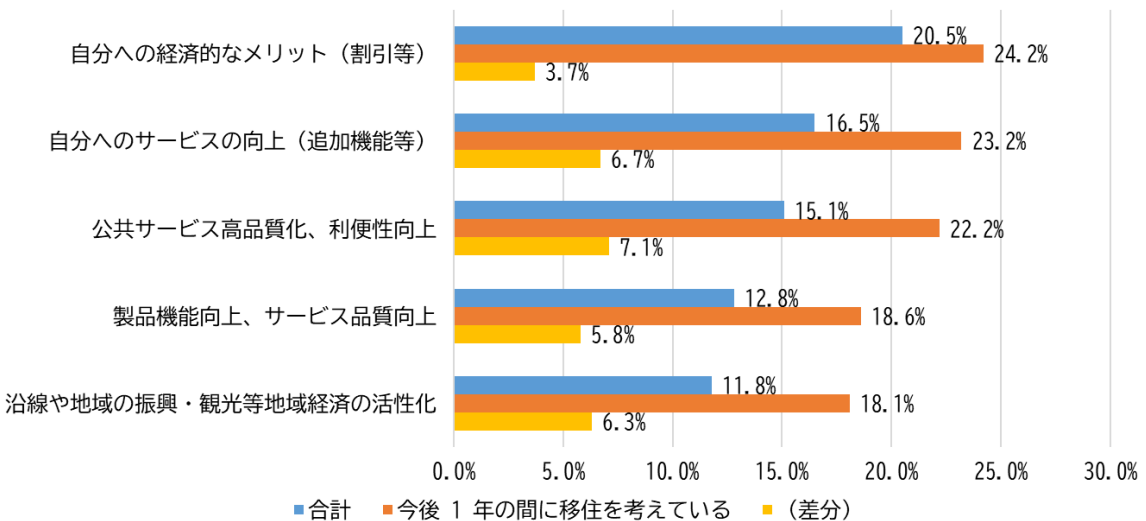


図:パーソナルデータを提供可能な人の割合(東京圏居住者)
(各目的のためにパーソナルデータを「提供しても良い」と考えている人の割合)

出所:mifベーシック調査・三菱総合研究所・2020年6月

3. 事例紹介

この事例集の特徴

● 移住に至るまでの流れを6段階のフェーズに分解して、地方公共団体の取り組みを紹介

移住関心層に興味を持ってもらうための「①移住関心層への広報」、関心を寄せた人に対する「②情報収集」、具体的な検討を始めた人への「③仕事」「④住まい・生活」「⑤心理面」でのサポート、最終的に希望者が移住を「⑥決断」する場面でのサポートに分け、各地方公共団体の施策・取り組みを紹介します。

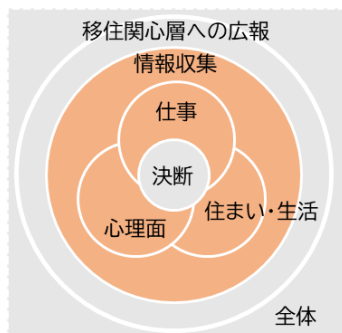


図:特徴的なフェーズの例

左図のオレンジ色の箇所が、この地方公共団体の特長ある取り組み。この場合、情報収集、仕事、住まい・生活、心理面の施策・取り組みに特徴がある。

● 地域・立地・人口規模・(東京圏からの)時間距離の4つの観点で分類

移住定住施策は、地域特性の影響を大きく受けます。この事例集では、ご自身の地方公共団体に近い環境にある地方公共団体の事例を見つけやすくするため、4つの観点で事例进行分类しています。

| | | | |
|----|----------|-------------|----------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 東北 | 市街地・雪・内陸 | 大 17.7万人 | 中 4時間 |

図:分類の例

● 新しい生活様式・価値観を持つ移住者に向けた、新しい取り組みを紹介

【新しい働き方・価値観への対応】今後、増えていくと考えられる新しい働き方・価値観を持つ移住希望者を想定した各地方公共団体の新しい取り組みを紹介します。

【感染症影響下での取り組み状況】感染症影響下での移住希望者の動向、移住希望者・移住担当者の双方が移動がしにくい状況における各地方公共団体の工夫、新たな取り組み、その成果や手応えを紹介します。

事例の選定方法

● アンケート調査から絞り込み、ヒアリングで詳細を確認

2020年12月に東京圏を除く全ての市町村を対象に、「効果的な移住定住施策に関するアンケート」を実施、6段階のフェーズ別での取り組み内容、感染症影響下での状況、新しい取り組み等について質問をしました。その結果の中から、取り組み内容・地域性・人口規模を鑑みて24箇所を抽出、ヒアリングを行いました。

この事例調査は、このヒアリング調査の結果をもとに構成されており、特段の断りがない箇所については、すべてヒアリング結果から取りまとめました。

6段階のフェーズ別分類

●:本事例集内で内容の紹介をしている
★:特に特徴的な取り組みとして紹介している

※ この表での掲載は、本事例集内での掲載有無を示すものであり、各地方公共団体が該当するフェーズの取り組みを行っているかどうかを示すものではありません。

6段階のフェーズ全体を通じて様々な取り組みがある地方公共団体 (1)~(10)

| No | 地方公共団体名 | 頁 | 関心層 広報 | 情報 収集 | 仕事 | 住まい 生活 | 心理面 | 決心 決断 | 新しい 取り組み | その他 |
|----|---------|----|-----------|----------|----|-----------|-----|----------|-------------|-----|
| 1 | 北海道栗山町 | 18 | ★ | ★ | ● | ● | ● | ● | ● | ★ |
| 2 | 青森県弘前市 | 24 | ★ | ★ | ● | ● | ★ | ● | ★ | |
| 3 | 栃木県栃木市 | 28 | ★ | ★ | ★ | ★ | ● | ● | ● | |
| 4 | 新潟県南魚沼市 | 32 | ★ | ● | ★ | ● | ★ | ● | ● | |
| 5 | 福井県福井市 | 36 | ★ | ● | ★ | ● | ● | ● | ● | ★ |
| 6 | 長野県駒ヶ根市 | 40 | ● | ● | ★ | ★ | ● | ★ | ● | ● |
| 7 | 長野県大町市 | 44 | ★ | ★ | ● | ● | ★ | ★ | ★ | |
| 8 | 島根県浜田市 | 48 | ★ | ★ | ★ | ★ | ● | ● | ★ | |
| 9 | 愛媛県内子町 | 54 | ★ | ● | ★ | ★ | ● | ● | ● | |
| 10 | 長崎県五島市 | 58 | ★ | ● | ★ | ★ | ● | ● | ★ | ★ |

個性・独自性のある取り組みがある地方公共団体 (11)~(24)

| No | 地方公共団体名 | 頁 | 関心層 広報 | 情報 収集 | 仕事 | 住まい 生活 | 心理面 | 決心 決断 | 新しい 取り組み | その他 |
|----|---------|---|-----------|----------|----|-----------|-----|----------|-------------|-----|
|----|---------|---|-----------|----------|----|-----------|-----|----------|-------------|-----|

幾つかのフェーズ・観点で、特徴的な取り組みがある地方公共団体

| | | | | | | | | | | |
|----|----------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 11 | 青森県五戸町 | 62 | | | | ★ | ★ | | | |
| 12 | 静岡県牧之原市 | 63 | ★ | ★ | | | ★ | | | |
| 13 | 京都府福知山市 | 64 | | ● | | ● | ● | | ★ | |
| 14 | 岡山県津山市 | 65 | ● | ● | | | ★ | ★ | | ★ |
| 15 | 広島県福山市 | 66 | ★ | ★ | | | | | | |
| 16 | 愛媛県久万高原町 | 67 | | | ★ | ★ | ★ | | | |

個性・独自性のある取り組みがある地方公共団体

| | | | | | | | | | | |
|----|---------|----|---|---|---|---|---|--|---|---|
| 17 | 茨城県笠間市 | 68 | ● | ● | ● | | | | ★ | |
| 18 | 新潟県長岡市 | 68 | | | ● | | ● | | | ★ |
| 19 | 富山県黒部市 | 69 | | ● | | | ● | | | ★ |
| 20 | 石川県能美市 | 69 | | ★ | | ★ | | | | ● |
| 21 | 静岡県三島市 | 70 | | ★ | | | ● | | | |
| 22 | 静岡県川根本町 | 70 | | | | | | | | ★ |
| 23 | 兵庫県西脇市 | 71 | ★ | ★ | | | | | | |
| 24 | 鳥取県米子市 | 71 | ● | ★ | | ★ | | | | |

3. 事例紹介

各事例の分類

地域

| 地域 | 地方公共団体 |
|-----|---|
| 北海道 | (1)北海道栗山町 |
| 東北 | (2)青森県弘前市、(11)青森県五戸町 |
| 関東 | (3)栃木県栃木市、(17)茨城県笠間市 |
| 中部 | (4)新潟県南魚沼市、(5)福井県福井市、(6)長野県駒ヶ根市、(7)長野県大町市、(12)静岡県牧之原市、(18)新潟県長岡市、(19)富山県黒部市、(20)石川県能美市、(21)静岡県三島市、(22)静岡県川根本町 |
| 近畿 | (13)京都府福知山市、(23)兵庫県西脇市 |
| 中国 | (8)島根県浜田市、(14)岡山県津山市、(15)広島県福山市、(24)鳥取県米子市 |
| 四国 | (9)愛媛県内子町、(16)愛媛県久万高原町 |
| 九州 | (10)長崎県五島市 |

※一般的な八地方区分で分類

立地

| 地方公共団体名 | 海 | 山 | 雪 | 内陸 | 市街地 | 地方公共団体名 | 海 | 山 | 雪 | 内陸 | 市街地 |
|-------------|---|---|---|----|-----|--------------|---|---|---|----|-----|
| (1) 北海道栗山町 | | | ○ | ○ | | (13)京都府福知山市 | | ○ | | ○ | |
| (2) 青森県弘前市 | | | ○ | ○ | ○ | (14)岡山県津山市 | | ○ | | ○ | |
| (3) 栃木県栃木市 | | | | ○ | | (15)広島県福山市 | ○ | | | | ○ |
| (4) 新潟県南魚沼市 | | ○ | ○ | ○ | | (16)愛媛県久万高原町 | | | | ○ | |
| (5) 福井県福井市 | ○ | ○ | ○ | | ○ | (17)茨城県笠間市 | | | | ○ | |
| (6) 長野県駒ヶ根市 | | ○ | ○ | ○ | | (18)新潟県長岡市 | ○ | ○ | ○ | | |
| (7) 長野県大町市 | | ○ | ○ | ○ | | (19)富山県黒部市 | ○ | ○ | ○ | | |
| (8) 島根県浜田市 | ○ | ○ | ○ | | | (20)石川県能美市 | ○ | ○ | ○ | | |
| (9) 愛媛県内子町 | | | | ○ | | (21)静岡県三島市 | | | | ○ | ○ |
| (10)長崎県五島市 | ○ | | | | | (22)静岡県川根本町 | | | | ○ | |
| (11)青森県五戸町 | | | ○ | ○ | | (23)兵庫県西脇市 | | | | ○ | |
| (12)静岡県牧之原市 | ○ | | | | | (24)鳥取県米子市 | ○ | | | | ○ |

※それぞれ下記にあてはまる地方公共団体

海・山・雪：地域資源とする海・山がある、例年積雪がある

内陸：海に面していない地方公共団体

市街地：DID地区面積が、市全域の概ね5%以上を占める地方公共団体

人口規模

| 特性 | 地方公共団体 |
|------------|--|
| 小(~ 5万人) | (1)北海道栗山町、(6)長野県駒ヶ根市、(7)長野県大町市、(9)愛媛県内子町、(10)長崎県五島市、(11)青森県五戸町、(12)静岡県牧之原市、(16)愛媛県久万高原町、(19)富山県黒部市、(20)石川県能美市、(22)静岡県川根本町、(23)兵庫県西脇市 |
| 中(5~15万人) | (4)新潟県南魚沼市、(8)島根県浜田市、(13)京都府福知山市、(14)岡山県津山市、(17)茨城県笠間市、(21)静岡県三島市、(24)鳥取県米子市 |
| 大(15万人~) | (2)青森県弘前市、(3)栃木県栃木市、(5)福井県福井市、(15)広島県福山市、(18)新潟県長岡市 |

※2020年住民基本台帳ベースの人口から人口規模で分類

時間距離

| 特性 | 地方公共団体 |
|--------------|--|
| 近(~2時間30分) | (3)栃木県栃木市、(4)新潟県南魚沼市、(12)静岡県牧之原市、(17)茨城県笠間市、(18)新潟県長岡市、(21)静岡県三島市 |
| 中(3時間~4時間) | (2)青森県弘前市、(5)福井県福井市、(6)長野県駒ヶ根市、(7)長野県大町市、(13)京都府福知山市、(15)広島県福山市、(19)富山県黒部市、(20)石川県能美市、(22)静岡県川根本町、(24)鳥取県米子市 |
| 遠(4時間30分~) | (1)北海道栗山町、(8)島根県浜田市、(9)愛媛県内子町、(10)長崎県五島市、(11)青森県五戸町、(14)岡山県津山市、(16)愛媛県久万高原町、(23)兵庫県西脇市 |

※時間距離は、出発地：東京駅、到着地：当該市町村役場、平日9時出発、路線バス情報を持つ乗換案内アプリで検索した結果を30分単位で表示しています。

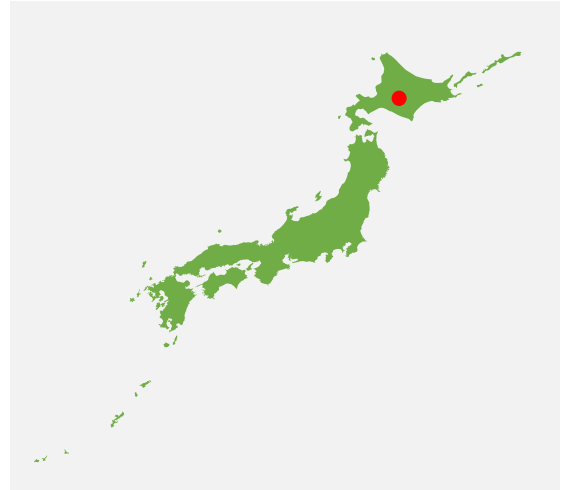
(1) 北海道栗山町 移住促進の施策を「意思決定プロセス」で組み立てる

栗山町の取り組みの特長・ポイント

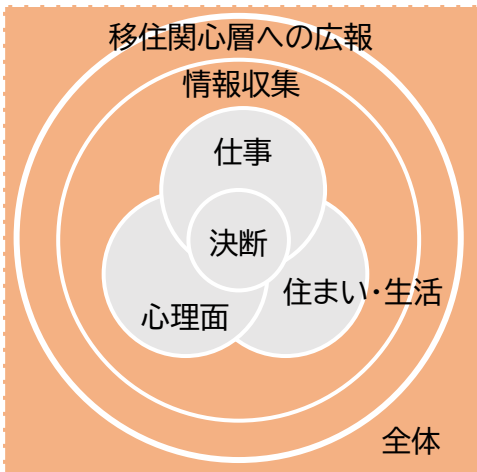
- ◆「くりやま若者シティプロモーション戦略プラン(2016年度策定)」をもとに、若者・子育て世代の移住定住施策とシティプロモーションを両輪として連携させながら事業展開を行っている。
- ◆移住までの意思決定プロセスの4ステップ(注目、興味関心、参加行動、愛着・絆)を軸にして、栗山町内の様々な施策を、アクションマッププランの中に位置づけ、取り組んでいる。

分類

| | | | |
|-----|---------|------------|-------------|
| 地域 | 立地 | 人口規模 | 時間距離 |
| 北海道 | 雪 内陸 | 小 1.2万人 | 遠 4時間30分 |



特徴的なフェーズ



【全体】

移住定住を「意思決定プロセス」で捉え、その目的に照らして、それぞれの取り組みの内容・方法の検討を行っている。

【移住関心層への広報・情報収集】

ターゲットを若者・クリエイター等と明確に設定し、それぞれのターゲットに対して訴求力のある広報戦略、体験等のプログラム設定を行っている。

移住定住施策の取り組み体制

主管課

- 若者定住推進課 移住定住と合わせて、シティプロモーション、空き家利活用を担当。5名体制(移住コーディネーター含む)

協力体制

- くりやま移住促進協議会 町内の宿泊施設、お試し居住時に住宅を貸してくれるオーナー、体験施設(北海道で一番古い酒蔵・グリーンツーリズムの代表)等がメンバーとなり、意見交換・協力関係にある。

■関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

- 移住関心層への広報とシティブロモーションは、栗山町の魅力を様々な視点で発掘・再発見して発信するという目的を共有できるため、連携して進めている。
- 移住関心層への広報では、SNS(YouTube、Facebook、Instagram等)を活用している。SNSでは栗山町出身の著名人に出演してもらう等することで関心を集めるとともに、もう少し知りたい人向けの移住定住プロモーションサイト「くりやまに、住んでくり。」を案内している。
- さらに、移住定住プロモーションサイト「くりやまに、住んでくり。」では、実際に移住したい・支援内容を知りたい人向けの情報源として「栗山町公式サイト」を案内する…というように、プロセスごとの情報発信媒体を整備し、それらがスムーズにつながるように工夫している。

【移住関心層のアプローチ】

SNS(Facebook、Twitter、Instagram、You Tube等)や紙媒体を活用、SNSは町内団体の情報をシェアし、内容の充実を図るとともに、次フェーズへの案内を実施



図: 著名人によるYouTube発信

出所: 栗山町提供



図: 栗山町Facebook

出所: 栗山町提供

【情報収集段階のアプローチ】

プロモーションサイトで暮らしの疑問に答える事例等を紹介、次フェーズへの案内を実施



図: 移住促進プロモーションサイト

出所: 栗山町提供

誘導

【具体検討段階のアプローチ】

栗山町公式サイト等の既存ホームページで得られる住まい・仕事・支援等の情報を案内



図: 既存ホームページ(左から、くりやま移住促進協議会、栗山町、栗山町農業振興公社、栗山町ふるさと納税)

出所: 栗山町提供

3. 事例紹介 (1)北海道栗山町

② 情報収集段階

- 子育て世代・若い世代の移住促進をするため、ホームページ・紙のパンフレットも、すべて若者や子育て世代を意識して作っている。子育て中の方をクローズアップしたデザインにしたり、子育て層が関心を持つもの(栗山町の野菜・地場産品の料理等)を表紙に掲載したり、色調も工夫している。
- あわせて、地域住民が栗山町の良さを発見し、愛着を育むことを目的としたくりやまサポーターによる情報発信、地元農家・食の専門学校と連携した食を通じた「くりやまファン」づくり、特定ターゲット(クリエイター)向けのお試し体験プログラム等、発信する情報内容を拡充する取り組みも進めている。

【子育て層・若者を意識したデザイン・内容】



四季を知らせる里山があり、あたたかな人が集まる町がある。
北海道栗山町は、あなたが探していた「ふるさと、かもしれません。
この町のこと、暮らしのこと、ちょっと知りってください。

図:「くりやまに、住んでくり。」

出所:栗山町移住促進プロモーションサイト<https://sundekuri.kuriyama>



図: 子育て層向け移住パンフレット

出所:栗山町提供

■具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

農業以外

- 近隣の市町にも職があり選択肢もあるため、ハローワークの情報を中心に案内している。今後、移住希望者のニーズがあれば、地域からの情報も集めて提供したい。

農業

- 栗山町への移住を考える人の多くが農業に関心を持っているので、就農に関するサポートは組織的なものから、個人的なつながりまで幅広く選択肢を準備している。
 - 本格的な就農希望者は一般財団法人栗山町農業振興公社につなぎ、栗山町就農支援を案内する。
 - アルバイト等での農業を希望する人には、移住コーディネーターが農家との間を取り持つ。移住コーディネーター自身の農業アルバイトの経験談を紹介することもある。
 - 農業を体験してみたい人には、今後、グリーン・ツーリズム推進協議会加入の農家から協力を得て、農業体験希望者とつなぐことを検討している。

一般財団法人栗山町農業振興公社による
就農支援

- 2年間の就農支援制度。就農希望者のニーズに沿って研修・就農までのイメージを作成、研修指導農家とのマッチング、現地研修の他、就農開始のための様々な準備もサポートする。
- 実際に栗山町農業振興公社による就農支援を活用して、新規就農した移住者の方にインタビューをした。

埼玉から移住してきた
堀純一郎さん・貴子さんご家族

Q：なぜ栗山町へ来ようと思ったのですか？

A：イチゴを育てたいと考えていた中、就農支援があり、親戚も住んでいる栗山町へ移住しました。

Q：農業振興公社のサポートはどうでしたか？

A：研修開始前から、就農時の営農地確保の見込み(出口)があるかどうかの心配してもらった等、実際に就農するときに課題となる部分を見越して、現実味あるサポートをしていただきました。

Q：研修期間の感想を教えてください。

A：慣れない環境、慣れない研修、子育てもしながらなので、体力的にも大変だとも思いました。指導農家は、私より若い方でしたが、作物(イチゴ)を育てるノウハウだけでなく、農家を営むために必要なことのすべてを学ばせてもらいました。研修期間を通じて、しっかりとコミュニティの輪の中にも入れて、相談できる人もたくさんできました。

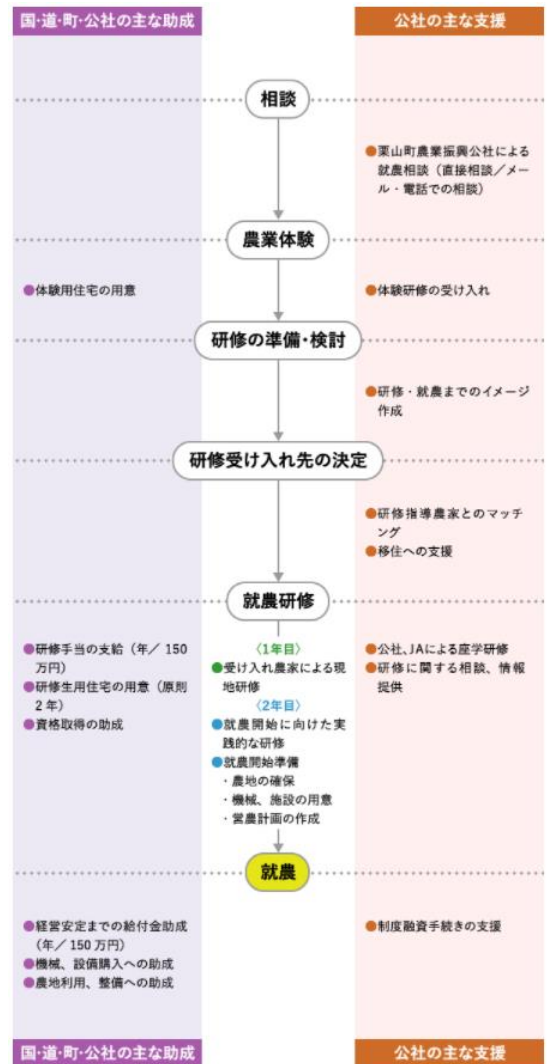
Q：研修を終えて現在の様子を教えてください。

A：ハウスが何もない状態から始めたので、1年では農地の準備が整わず、最初は体力的にも大変でした。栽培するハウスがあるかどうかは、就農する際、大きな違いだと感じました。最近は、ようやく少しずつ軌道に乗ってきており、閑散期には家族とゆっくり過ごす時間も増えてきました。



図：新規就農した堀さん一家

出所：栗山町提供



図：就農支援制度を活用した就農までの流れ
出所：じっくり聞いて、しっかり比べて。栗山人のホンネ。農業人のホント。 <http://kuri-agri.org/syunou/support/>

3. 事例紹介 (1)北海道栗山町

④ 住まい・生活

- 若者・子育て世代向け移住体験、空き家利活用、子育て層・起業者向け住環境支援等を行っている。



図:移住体験施設 にしおかの森
出所:栗山町提供資料

- 移住体験としては、町所有の移住体験施設の他、民間アパートの閑散期や、モデル住宅を活用する等して、バリエーションある住宅・立地の移住体験施設を提供している。

⑤ 心理面のサポート

- 「ちょっと暮らし」等の訪問者には、町内を1周するだけでなく農家・産地直売所等を回って案内する。案内では、話し過ぎず、むしろ、訪問者にたくさん質問をすることで、その人を理解し仲良くなり、寄り添えるように気をつけている。

⑥ 決断する段階

- 移住コーディネーターとのやり取りの中で移住を決める人も多く、町内の案内をした後に送付する手書きのハガキ等、心遣いやきめ細やかな対応がその要因の1つ。役場の担当課も、何年も前から移住定住促進に向けて、SNSでの発信を続けており、それらを情報源として移住コーディネーターに問い合わせる人もいる。これまでの取り組みの蓄積と、移住コーディネーター(もうすぐ3年目)の相乗効果が出始めている。

■ その他の特徴的な取り組み

移住促進とシティプロモーションが両輪の、「意思決定プロセス」を軸とした施策マップ

- 【概要】栗山町では、移住促進とシティプロモーションは、いずれも「栗山町で暮らすことの魅力を見つめ直す」という意味で共通するため、両輪と捉えている。栗山町内外の人が、栗山町の魅力・資源に注目する「注目」の段階から、「愛着・絆」を形成する段階までを4つのステップに分け、町の様々な施策メニューを、アクションプランマップの中に位置づけた(次ページの図参照)。
- 【特長】意思決定プロセスに基づくアクションプランマップの中に、各課の施策メニュー(アクションプラン)を落とし込むことで、移住促進・シティプロモーションと各課施策・取り組みの関係性や結節点が見える化されている。
- 【効果】庁内で移住促進・シティプロモーションの意義・内容が認知されるとともに、相互に協力体制を作りやすくなってきた。また、移住コーディネーターからあがってくる移住希望者のニーズに対して、庁内の誰と協力すれば解決できるか、なぜ、その相談が各課に寄せられたかが、双方にとって分かりやすくなった。



お互いの関係性が見える化されることで、移住定住促進の取り組みへの協力が得られやすくなる。

図:アクションプランマップ

出所:栗山町提供

それぞれのアクションプランをマップの中に位置づけていく。

くりやま若者シティプロモーション戦略プラン・アクションプランに掲載されている各課のアクションプラン

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

くりやまクリエイティブステイ

- くりやまクリエイティブステイでは、参加したクリエイターに、ものづくりDIY工房にある特殊機械等を自由に活用してものづくりができる環境を提供し、滞在期間には栗山町の良さや作成した作品等をSNSを通じてアピールしてもらおうプログラム。対外発信を通じて、栗山町に住む意識を高めてもらうことも狙いの1つである。



図:ものづくりワークショップの様子
出所:栗山町提供



図:くりやまクリエイティブステイの様子

出所:栗山町提供



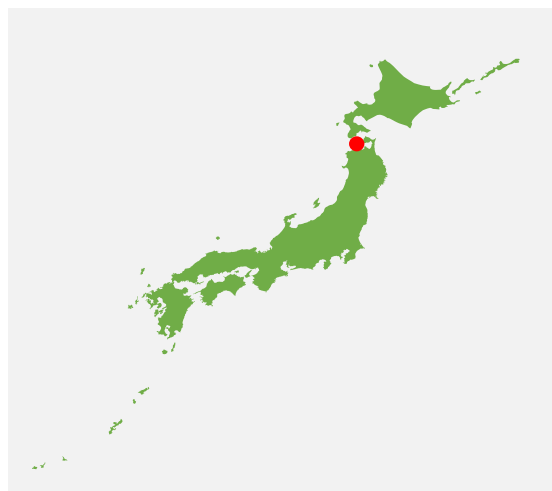
(2)青森県弘前市 東京事務所を活用した移住推進

弘前市の取り組みの特長・ポイント

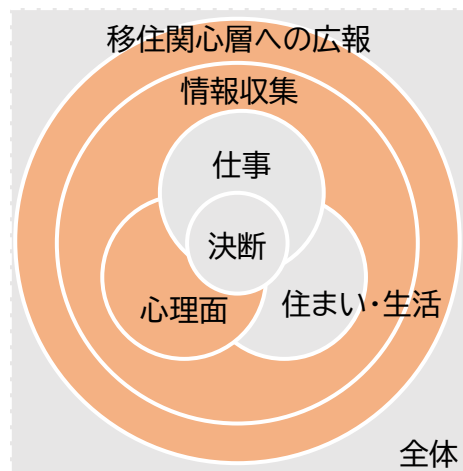
- ◆ 市が東京に移住サポートのための拠点(ひろさき移住サポートセンター東京事務所。以下東京事務所)を持ち、東京圏在住の人たちが気軽に移住相談できる場を用意。情報発信・情報収集にも活用。
- ◆ 弘前圏域定住自立圏構成8市町村(弘前市、黒石市、平川市、藤崎町、板柳町、大鰐町、田舎館村、西目屋村)で連携し、合同で移住セミナーの開催や移住コーディネーターの設置等をしている。
- ◆ 地元にある、移住者に関する既存コミュニティと連携。

分類

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|----------|-------------|----------|
| 東北 | 市街地・雪・内陸 | 大 17.0万人 | 中 4時間 |



特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報】

ホームページ、SNS、メールマガジン等、様々な媒体により弘前市の広報活動を実施している。

【情報収集・発信】

東京事務所にて東京圏の情報をダイレクトに収集するとともに、弘前市の情報発信を行っている。

【心理面】

移住者に対して寛容な地元コミュニティを活かしている。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 弘前市 企画部企画課(人口減少対策担当:4名、東京事務所4名)
- 協力体制
 - ・ 庁内では子育て担当部門、産業・商工部門、農業部門等と連携している。また、弘前圏域定住自立圏構成8市町村で連携して移住定住施策に取り組んでいる。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 2014年に弘前市移住サポートセンターを設置し、2016年10月には弘前移住サポートセンター東京事務所を開設した。
 - ・ 2016年に圏域単位での移住定住施策の連携を検討以降、移住者受入態勢構築の勉強会等を開催。2019年には移住コーディネーターを設置し、2020年からは弘前定住自立圏形成協定の枠組みにおいて、移住促進に向けた本格的な取り組みを開始している。

■関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

各種サイトでの発信

- 移住ポータルサイト「弘前ぐらし」や、東京事務所のFacebook・Instagram、メールマガジン等において、セミナーや支援制度の紹介等、こまめな情報発信を行っている。
- 青森県が運営する「あおり暮らし」や、一般社団法人移住・交流推進機構(JOIN)が運営するニッポン移住・交流ナビ JOIN」というサイトにも情報を掲載している。

弘前圏域定住自立圏構成8市町村における連携

- 弘前圏域定住自立圏構成8市町村で移住定住施策に取り組んでいる。
- 弘前市単独で実施していた首都圏での移住セミナーや若者対象の交流会について、弘前圏域定住自立圏構成8市町村で合同開催する等、内容を拡充している。

② 情報収集段階

東京事務所の設置

- 東京事務所を2016年10月に開設。移住相談や情報発信、東京圏での情報収集等、移住定住施策を幅広く実施している。
- 事務所には市の正職員3名と会計年度任用職員1名を配置。直接対面で移住相談を受けており、相談者の細かいニーズを拾う等のサポート体制ができている(2021年2月現在、対面での相談は自粛している)。
- 東京事務所では本庁と比べ、移住を考え始めた段階での相談が多い。移住先がまだ確定していない検討段階の人と接し、弘前市の魅力をPRすることができている。
- 東京事務所での移住相談は、電話等とは異なり直接顔を見ながら話すことができるため、相談者に安心感を与えることができる。電話やメール、オンラインによる相談も可能であるが、移住という大きな決断のための相談であることから、対面によるニーズが高い。
- また、東京圏で開催される移住イベントにも参加しやすく、“待ち“から”攻め”の行動に移しやすいこともメリットの一つ。イベントで相談のあった人に対して、後日東京事務所主催のセミナーの案内を出し集客につなげることもできている。
- 東京圏で青森県や弘前市に関係あるイベントや物産展等があるとその情報が入ってきやすいため、SNSの題材も充実しやすい。



図：東京事務所における移住相談の様子
出所：弘前市提供



図：東京事務所における創業セミナーの様子
出所：弘前市提供

3. 事例紹介 (2)青森県弘前市

■具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

無料職業紹介事業

- ハローワークでは仕事を探しづらいという声を受け、東京事務所において企業から直接求人票をとってマッチングするサービスを提供している。

弘前市移住応援企業認定制度

- 移住や二地域居住等の交流を促進し、地域の活性化に取り組む企業を「弘前市移住応援企業」として認定。認定企業は、自社に就職した場合に各種補助を行う等、移住者の積極的採用のため独自のサービスを実施する。2021年2月現在、認定企業数は50。

④ 住まい・生活

お試し居住

- 全世代対象の移住お試しハウスのほか、概ね50歳以上のアクティブシニアを対象に、サービス付き高齢者向け住宅のお試し居住も用意。

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

地元コミュニティでの受入体制

- 民間のコミュニティ活動が活発なため、市は移住相談者に対して地域コミュニティや施設の情報を提供。相談者の希望があれば、直接案内することも可能。

<コミュニティ拠点例1: Heart Lighting Station 弘前(以下HLS弘前)>

- HLS弘前は2017年4月にオープンした、“コラーニング”スペース。学生が自習する場所として利用されているほか、県外から講師を招いてのイベント・セミナー等を運営・企画したり、コワーキングスペースとして貸出ししたりしている。
- 運営者である辻正太氏は奈良県出身で埼玉県から弘前市に移住した経歴を持つ。自身が移住の際に地元の方たちに歓迎されたこともあり、ほかの移住者たちや地元の方たちに還元されるような取り組みを多数展開。
- 感染症拡大以前は年間100本ほどのイベントを実施。関西出身者、子育て世代等、ターゲットを絞ったイベント等も実施。弘前市は配偶者の転勤等によって自らの意思と関係なく移住した人も多く、そういった人たちが地域になじんだり知り合いを増やしたりするための場となっている。
- また、地域外の人を巻き込んだイベントも実施することで、弘前のファンを増やしたり、地元の子供たちに活躍している大人の姿を知ってもらったりといったことにもつながっている。
- 感染症拡大以降も、弘前市にいながりリモートワークをする人や、県外に出ることなく大学の授業を受ける人が増えたため、そういった人たちのハブ拠点を作る良い契機と捉えている。



図:HLS弘前外観
出所:HLS弘前提供



図:HLS弘前イベント時の様子
出所:HLS弘前提供

<コミュニティ拠点例2:HIROSAKI ORANDO (以下オランド) >

- オランドは一般社団法人Next Commons Lab弘前※が運営する、セレモニーホールを改修した施設。改修には地方創生推進交付金を活用している。

※都市部から移住してくる人の弘前での起業を支援する「ひろさきローカルベンチャー育成事業」の実施主体

- オランドは、NCL弘前の事業拠点となるほか、一般の人も利用できる カフェ&バー、アトリエギャラリーの機能を持ち(今後、ゲストハウスも整備予定)、Wi-Fi環境も整備されているためコワーキングスペースとしての利用も可能。
- コミュニケーションを生む企画として「一日店長(例:一般の人が、カウンターで郷土料理をふるまう)」や「旅人バーテンダー(「旅人」として弘前に来た人をバーテンダーに迎え、オランドで交流する)」等を実施。
- オランドを運営するNCL弘前のメンバー全員が移住者であるため、自然と地域外からの人が集まりやすく、地元住人との交流の場となっている。



図:HIROSAKI ORANDO外観
出所:NCL弘前提供



図:旅人バーテンダー開催時の様子
出所:NCL弘前提供

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦など

- 感染症が拡大した2020年5月に、弘前圏域の移住推進担当職員向けにオンライン対応研修を実施。その後、圏域合同移住セミナーのオンライン開催につなげた。
- 感染症拡大以降、移住者自体は横ばいだが、ホームページのビュー数は約2倍になった。相談に来る人のうち、本格的に弘前市への移住を考えている人の割合も増えたように感じる。
- 今後は、若年層のUターンを推進すべく、施策を展開予定。具体的には、移住支援金の制度拡充や、働く場所に囚われにくいIT系の職種をターゲットにした市内のコワーキングスペース等を見学するオンラインツアーを予定。潜在的なUターン希望者のニーズを収集し、さらなる施策検討に活かす。



図:市内のコワーキングスペース例

出所:弘前ぐらし-弘前移住情報サイト

<https://www.hirosakigurashi.jp/telework/>

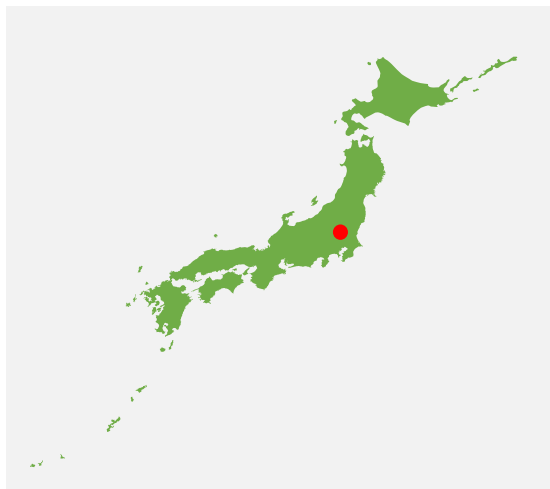
(3) 栃木県栃木市 既存インフラを活用した移住定住促進

■ 栃木市の取り組みの特長・ポイント

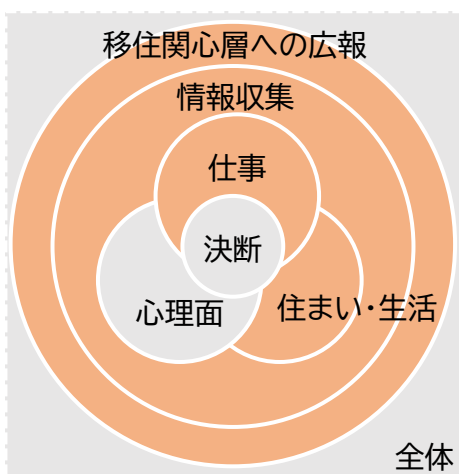
- ◆ 市内の主な公共交通機関である東武鉄道を活用した移住体験ツアーや通勤補助金、市内のコミュニティラジオでの移住者コーナーで、既存の交通インフラ・通信インフラを生かした取り組みを行っている。
- ◆ 市内中心部という恵まれたロケーションにある、まちなかの風情ある空き蔵・空き家を活用した移住体験施設で栃木市の暮らしを体感できる。

■ 分類

| | | | |
|----|------|-------------|----------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 関東 | 内陸 | 大 16.0万人 | 近 2時間 |



■ 特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報】

東武鉄道沿線在住者をターゲットにした移住体験ツアーを実施して好評を博している。

【情報収集】

市外でも聴取可能な市内コミュニティラジオで移住者が体験を話す30分のコーナーを設け、実際の移住者の声を聴くことができる。

【住まい・生活/仕事】

成約率の非常に高い空き家バンクでの物件情報提供や、まちなかの移住体験施設、東武鉄道の特急通勤者への補助金等の取り組みを行っている。

■ 移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 都市整備部住宅課 うち移住定住関連は定住促進係が担当している。
- 協力体制
 - ・ 地方再生コンパクトシティ検討委員会(庁内) 空き家・空き蔵活用がコンパクトシティ事業の一環でもあり、関連する都市整備部局・総合政策部局・商工観光部局・教育部局とも連携している。庁外は地域の宅地建物取引業協会/全日本不動産協会と空き家バンクを通じた住宅案内で連携している。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 2014年度以前は建築課が所管していた空き家バンクを2015年度に発足した住宅課が引き継いだところから主な移住定住施策を開始した。

■ 関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

移住体験ツアー

- 栃木市の主な公共交通機関である東武鉄道沿線の新越谷・春日部周辺の住民を対象として2016年度に移住定住促進ツアーを企画したところ、80人の募集に対し370名の応募があった。栃木市への興味が確実にあることがわかり、毎年行っている。実際の生活を体感するよりは、まず栃木市を知ってもらうための取り組みなので、観光色を強めている。



図: 2019年移住体験ツアーちらし
出所: 栃木市提供

見やすく工夫したホームページ

- 市の空き家バンクや移住体験施設のホームページのデザイン・機能を使いやすく工夫し、移住について検索している人の目に止まりやすいように工夫しており、実際に検索から市の移住体験施設にたどり着き、移住に至った人も多い。

② 情報収集段階

コミュニティラジオでの移住者コーナー

- 栃木市のコミュニティラジオFMくらら857で月1回、「教えて移住者のみなさん!」という栃木市へのUIJターン者が出演し、移住したきっかけや移住して感じたこと等を話してもらう30分コーナーを設けている。自身も移住者であるパーソナリティとの会話を中心に番組は進行する。
- 出演した移住者の声では住環境や自然に言及するものが多い。栃木市民でなくてもインターネット経由で聞くことができる一方で市内のラジオリスナーからも反響があり、移住者目線でないと感じなかった地域の特色に気づかされることもあるとのこと。市内のリスナーには、移住を通じた地域の活性化に興味がある人も多い。

移住定住パンフレット

- 市の移住定住施策のパンフレットも作成しており、移住に至るまでのプロセスを示しながら主な移住定住施策や市の様子を紹介している。



図: プロセスを意識した移住パンフレット
出所: 栃木市提供

■ 具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

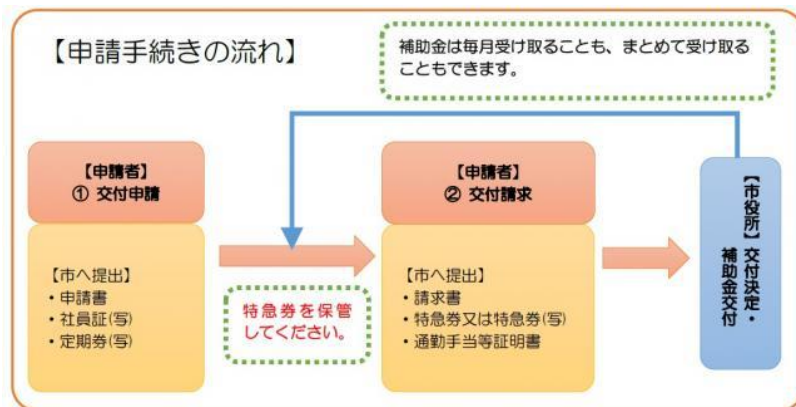
③ 仕事

- ハローワークの地元求人を紹介しているが、近隣市へのアクセスも良好であることから、市外の就職先も視野に入れてもらい、栃木市に居住しつつ市外に通勤するというスタイルも提案している。

3. 事例紹介 (3) 栃木県栃木市

東武鉄道特急料金補助

- 栃木市の主な公共交通機関である東武鉄道は東京に直結しており、特急列車を活用すれば東京への通勤も可能な範囲にあるため、東武鉄道を使った通勤・通学者に特急乗車料金補助を行っている。
- はじめに東武鉄道に着目したのは、2016年度からの移住体験ツアー。当初春日部周辺の住民をターゲットに広報を展開したが、そこで東武鉄道沿線住民がある程度栃木市へ興味を持っていることがわかった。
- 翌2017年度の東武鉄道ダイヤ改正で、浅草ー栃木の直通快速列車の代わりとなる、通勤向けに利便性の向上した特急が導入されたが、特急料金は通勤手当として支給されないことが多いことから、同年6月に制度設計開始して10月から特急料金補助制度をスタート、私鉄での事例は珍しい。
- 補助上限は1か月1万円(上限36か月分)だが、毎年200人程度申請があり、初年度には東武鉄道から一定額の利用者に東武グループの買物券もプレゼントされた。東武鉄道からも沿線地域の活力向上につながる有効な補助金と評価されている。制度開始当初は沿線地方公共団体から栃木市への問い合わせも来ていたが、現在は東武鉄道で沿線の複数地方公共団体と同様の施策を取り組み始めるようになったとのこと。



- 【対象者】 次の要件をすべて満たす方
 - ・市内に住所を有すること
 - ・東武鉄道を利用して東京圏内へ通勤していること(都内を経由して栃県へ通勤している場合も含む)
 - ・特急料金に対して通勤手当が支給されていないこと
 - ・補助対象者及びその世帯員に市税の滞納がないこと
 - ・補助対象者及びその世帯員が暴力団員でないこと
- 【補助の対象となる費用】 東武鉄道特急券の購入費用(通勤用に限る)
 - ※ 補助金申請前に購入した特急券は対象外となります。
- 【補助金額】 1月当たり最大1万円
(過去の申請も含めて合計36月まで申請が可能)
 - ※ 1月当たり1万円以下は金額補助、1万円を超える分は自己負担となります。
- 【交付開始日】 令和2年4月1日～
 - ※ 申請にあたっての必要書類は、裏面をご覧ください。

【問い合わせ先】
 栃木市 住宅課 定住促進係
 TEL: 0282 (21) 2453



図:通勤者特急券購入費補助金～楽賃～

出所: 栃木市ホームページ

<https://www.city.tochigi.lg.jp/site/iju/1408.html>

④ 住まい・生活

空き家バンク

- 空き家バンクは成約率が高い。地元の不動産業者等と連携して情報の充実を図っている。

手厚い補助金

- 移住補助金、空家バンクリフォーム補助金等、住宅担当部署が所管していることで手厚い支援が受けられる。

移住体験施設

- 移住体験施設は蔵(「IJUテラス蔵人館」)と古民家(「蔵の街 やどかりの家」)があり、どちらもまちなかにあることが特徴。IJUテラス蔵人館は安政3年築の古い蔵を移住体験施設にリノベーション、やどかりの家は昭和25年築の空き家だった古民家を改修しており、どちらもまちなかの空き家・空き蔵活用から出発した取り組みである。
- 移住体験施設を知るルートは空き家バンクのホームページからたどりつく人が多いが、移住体験でインターネット検索してたどり着く人、栃木市の知人から聞いた人も多い。
- IJUテラス蔵人館はまちのメインストリートに面している等、立地がいいのでスーパーマーケット等の利便施設と適度な自然のバランスが好評。住んでみて、生活するにあたって知っておきたい気候や夜のまちの明るさ等を体感してもらうことができている。



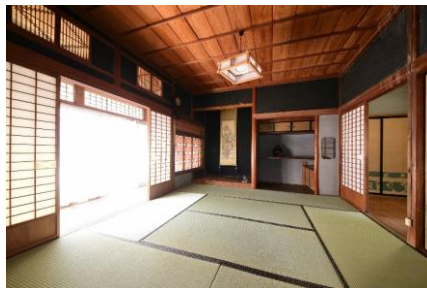
図: IJUテラス蔵人館



出所: 栃木市提供



図: 蔵の街 やどかりの家



出所: 栃木市提供



図: IJUテラス蔵人館の
改修前後

出所: 栃木市提供

⑤心理面のサポート・⑥ 決断する段階

- 先輩移住者との交流会、移住直後の方や検討者、また移住経験者を集めて交流会を行い、最終的な不安払拭を図っている。例年2回以上の実施を予定しており、毎回10人程度参加がある。

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

- オンライン移住者交流会や、オンライン移住相談を拡充している。
- テレワーク推進の中で、市内テレワーク勤務者に対する住宅取得時の補助加算や、テレワーク勤務者の受け入れ体制整備のためサテライトオフィス整備事業向けの補助を行っている。
- 2021年度から移住定住支援コーディネーターを設置、行政的なアプローチ以外での情報発信を期待している。

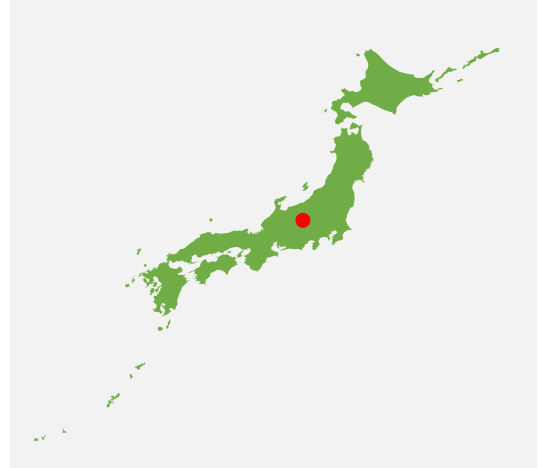
(4)新潟県南魚沼市 雪という地域の絶対的資源をキーに移住を促進

南魚沼市の取り組みの特長・ポイント

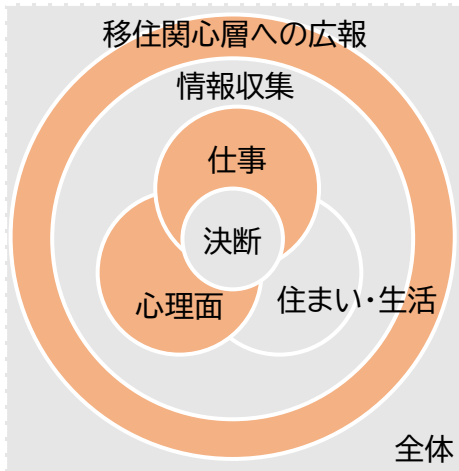
- ◆ 市内には10か所スキー場があり、ウィンタースポーツ志向のIターン者も多いため、ウィンタースポーツ層をメインターゲットとしている。ウィンタースポーツメディアでの情報発信や、ウィンタースポーツ愛好者向けの東京や現地でのイベントに力を入れている。
- ◆ 市内では人口減少による人手不足が深刻なことから、市内企業とネットワークを構築し、都市部からの高度人材と市内企業のマッチングも積極的に行っている。

分類

| | | | |
|----|-----------|------------|----------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 中部 | 雪・山 内陸 | 小 5.6万人 | 近 2時間 |



特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報】

国内有数のスキーエリアであり、ウィンタースポーツ愛好者をメインターゲットとして各種発信やイベントを行っている。

【仕事】

市内企業とネットワークを構築し、都市部の高度人材と市内企業の求める人材のマッチングを行っている。

【心理面】

移住者300人程度が参加している移住者ネットワークがあり、役員が希望者の志向に応じて対応するネットワークへの紹介・橋渡しを行っている。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ U&Iときめき課 移住定住関連のほかにはふるさと納税や地域コミュニティに関することを7名体制で所管。
- 協力体制
 - ・ 庁内では就農関連や関係人口関連での連携があり、近隣市町である湯沢町・魚沼市と組んで広域事業を行うこともある。
 - ・ 庁外では、一般社団法人南魚沼市まちづくり推進機構と市の移住者組織である南魚沼市移住推進協議会の2団体と移住者相談や住宅や仕事の相談、ネットワーク構築等で密に協力している。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 2016年度の市長選挙公約で掲げられた「若者が帰ってこられるまちづくり」の実現のために2017年度にU&Iときめき課が発足し、移住定住に関する業務も行っている。

■ 関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

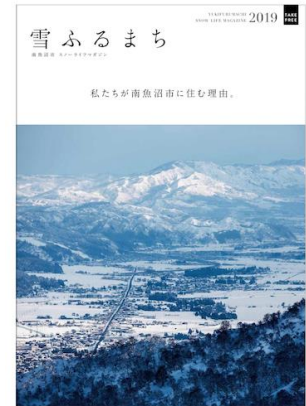
① 移住関心層への広報

ウィンタースポーツ愛好者への広報の経緯

- 日本有数のウィンタースポーツエリアであり、市内にはスキー場が10ある。従来冬の間スキー場等でアルバイトしながら生活する人たちが一定数いて、ほとんどがIターン者であった。そのことがわかったので、移住施策の重要ターゲットとしてウィンタースポーツ愛好者を位置づけ、ウィンタースポーツメディアでの情報発信や独自コンテンツの製作等を進めてきた。
- その他、県主催のイベント出展、インターネットを使ったリスティング広告、移住定住関連の冊子発行等を行っている。

ウィンタースポーツ愛好者への広報①「雪ふるまち」

- 市の移住者組織である、移住推進協議会の役員はほとんどがスキーヤー、スノーボーダーであり、ウィンタースポーツ業界に顔が利く。そこで、ウィンタースポーツ業界で実績あるクリエイターによる動画・パンフレット「雪ふるまち」を作成した。
- 冊子のストーリーはすべて南魚沼市内の出来事で構成されており、豪華な執筆者を迎え、各誌/各人のテイストのまま誌面を構成している。A4フルカラー70ページ、限定5,000部を作成した。
- YouTubeで動画も公開しており、迫力あるスキーの映像等が織り込まれた動画となっている。



図：PR冊子 雪ふるまち
出所：南魚沼市提供

ウィンタースポーツ愛好者への広報②「東京コンシェルジュ」

- 東京で移住実体験を語るべく、東京コンシェルジュというイベントを2019年に2回実施し、トークショーと懇親会を行った。初回イベントには40人程度集まり、その後そこから移住した人もいた。好評につき追加実施された2回目のイベントには60人以上の参加があった。
- イベント参加者からの質問内容は、仕事については少なく、住居・学校・生活に関するものが多かった。雪が好きな参加者が集まっているため、雪に対して大変か、という質問は少なかった。
- さらに、東京でのイベントに加えて現地交流会も実施し、南魚沼のまちなかをめぐり、無料バックカントリーツアーを実施した。



図：東京コンシェルジュの様子(セミナー・懇談会)

出所：南魚沼市提供

3. 事例紹介 (4)新潟県南魚沼市

② 情報収集段階

情報を集約したホームページ

- 市ホームページ、まちづくり推進機構ホームページ等通常のホームページ発信に加え、U&Iときめき課では若者向けの定住促進サイトLIFE inというデザインにこだわったサイトでの情報発信を行っている。LIFE inでは、若者の定住につながるように具体的な生活イメージの提示や定住促進イベント等の実施も行っている。

移住体験ツアー

- 現在は休止中だが、個々の希望に応じた移住体験ツアーを行ってきた。メインはウィンタースポーツ層向けのものと、夏場の市内各所をめぐるもので完全オーダーメイドの場合もある。年間50人程度の参加者がいる。
- 夏場のコースは事前に参加者に知りたいことをアンケートして、希望が多かった順に行程を組んでいく。病院の場所や規模、学校の場所、地域コミュニティのイメージ体感等が多い。地域コミュニティのイベントや夏祭り、豆まき等に都合が合えば移住検討者に参加してもらっている。



図：若者定住促進サイト「LIFE in」

出所：LIFE in
<http://www.life-in.jp/>

■具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

- ハローワークと連携した仕事紹介のほかに、まちづくり推進機構で独自のネットワークを構築し、仕事についてのサポートを行っている。

独自ネットワーク構築

- まちづくり推進機構において、市内企業が欲する人材情報の収集を行っている。
- きっかけは東京での移住イベントで地元企業の人に来てもらったところ、たまたま参加者の一人と仕事内容がマッチし移住につながったこと。
- それが他の企業にも伝わり、市とまちづくり推進機構と企業で人材確保の協議会を設置した。アクティブシニア、首都圏でスキルがあるアーリーリタイア層の働き口について、ある会社の代表と話をし、そのあと次に話をする代表を紹介してもらう形で、市内企業のニーズを把握している。
- こういう人材が移住してくるが、採用に興味があるか、と聞くと意外と手が上がる。ミスマッチが起きないように、気を付けてマッチングしている。
- ネットワークを構築しているのは50社程度で、イベントによって参加する企業・しない企業がある。



図：市内企業対象の採用戦略セミナーの様子
出所：南魚沼市提供

④ 住まい・生活

- まちづくり推進機構が地域の不動産業者と協力して、膨大な物件のなかから移住者向けのものをピックアップしてホームページで示している。住宅に個性的なキャッチフレーズをつけており、どんな家かが分かりやすくなっている。南魚沼の一軒家は普通の核家族には大きくて除雪管理も大変なのでアパートを中心に掲載している。
- 移住推進協議会のネットワーク等を活用して、不動産業者に掲載されていない物件を見つけて紹介することもある。



図：南魚沼市の物件紹介サイト

出所：南魚沼市まちづくり推進機構
<https://mmdo-machi.org/live/>

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

移住推進協議会の持つ移住ネットワークの活用

- 移住推進協議会では相談を受けた移住者の意向に応じて、同じ趣味・趣向の移住者ネットワークにつないでいる。移住には縁が必要であり、一人でなじむのは難しいため、農業従事、飲食業、宿泊業、Uターン子育てママ、登山好き等存在する移住者グループに、役員のヒアリング結果にもとづいてつないでいる。
- 移住した先でコミュニティに入っていくことは大事なので、移住後でも協議会の役員に相談すれば何かしらの解決策を提案してくれる、という風に地域と橋渡しする役目を果たしている。
- 逆に地域と関係を築きたくない移住者もいて、リゾートマンションに行く傾向にあるが、そういう人たちの相談役としても移住者ネットワークは存在意義がある。
- 決断してもらうには、地元の人と話をしてもらうことと、結局は実体験を話していくことしかない。

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

- 市内にコワーキングスペースが増えたため、ワーケーションやテレワークに活用してもらうよう、今後PRしていきたい。
- 冬はウィンタースポーツというわかりやすい武器があるが、現在は夏の楽しみ方も打ち出そうとしており、アウトドア志向者にもPRしていきたい。

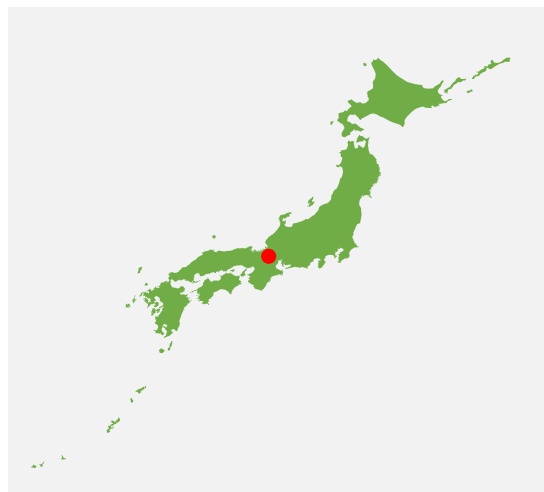
(5)福井県福井市 ターゲットを明確にした各種施策を展開

福井市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 週末就活という週末を利用した現地企業訪問施策を実施。市の職員と一緒に地元企業3社を訪問する。
- ◆ リモートワークをしている人、医療・介護職の人、若い世代、子育て世代等、ターゲットごとに補助金を加算する制度を設け、地元が欲しい人材をうまく移住につなげている。
- ◆ 地域との関わり度合いが低い段階から移住に至るまで、関係人口の裾野拡大と移住までのステップを意識した各種施策を展開している。

分類

| | | | |
|----|-----------|-------------|-------------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 中部 | 市街地・雪・海・山 | 小 26.3万人 | 中 3時間30分 |



特徴的なフェーズ



【仕事】

週末を使って市職員と一緒に地元企業を訪問する「週末就活」を実施。

【移住関心層への広報】

移住に至る前段階の人たちに対して、地域との関わり度合いに応じて幅広い施策を展開。

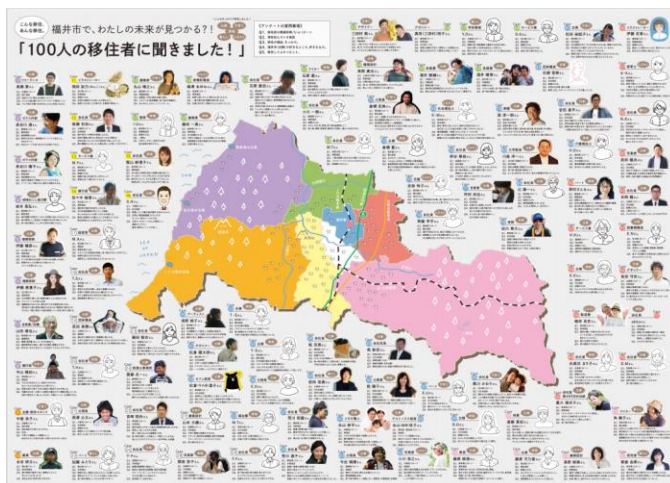
移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 未来づくり推進局移住定住推進室(室長1名、担当2名)
- 協力体制・現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 移住定住推進室ができるまでは、まち未来創造課においてイベントでの出展・相談業務をメインに担当していたほか、複数窓口がそれぞれ連携しながら事業を進めていた。
 - ・ 2020年4月にそれらを取りまとめる総合窓口として移住定住推進室を設置。
 - ・ 同室は各課支援への引継ぎ、支援金の支給、総合パンフレットの作成等を担当。

■ 関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報・②情報収集段階

- 関心を持っていただく取り組みとして、移住ガイドと総合パンフレットを作成。
- 移住相談した方に対して、市の移住定住施策にご協力いただけるかのアンケートを事前にとっており、そこで承諾した人を対象に取材。移住ガイドには 100名程の移住者の体験談を掲載している。事務所や県Uターンセンター、移住イベント等で設置している。また、データはホームページにも掲載している。



図：福井市移住ガイド【U&I TURN 'S GUIDE】

出所：福井市ホームページ

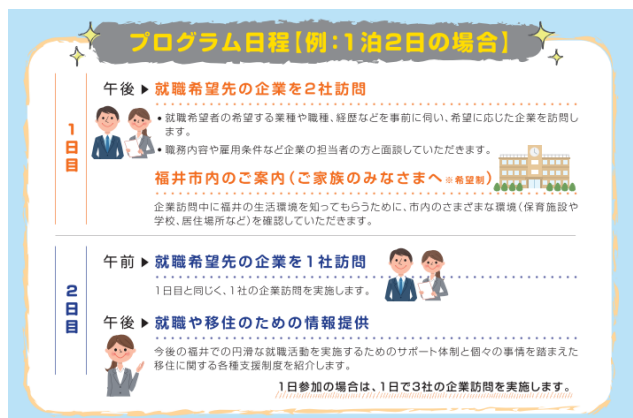
<http://www.city.fukui.lg.jp/sisei/plan/connect/uitrunsguide.html>

■ 具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

週末就活

- 週末就活という週末に現地企業を訪問する転職者向けの施策を実施。
- 金曜日または金・土曜日を利用して福井に来てもらい、1日または2日かけて2～3社を市の職員と訪問する。
- 訪問者には宿泊費・交通費を一部助成している。
- 訪問先は、しごと支援課が運営しているサイト「ふくいおしごとネット」やハローワークに求人を出している企業から市職員が訪問先を提案し、訪問者に選定してもらう。
- 家族の同伴も可能で、希望に応じて企業訪問の間に現地の生活環境を確認することができる。



図：週末就活のプログラム日程例

出所：福井市週末就活チラシより抜粋

https://www.city.fukui.lg.jp/sigoto/syokou/koyosokusin/syumatu-syukatu_d/fil/tirashi.pdf

3. 事例紹介 (5)福井県福井市

ターゲットごとの補助金

- 移住のターゲットごとに補助金を加算する対象を定めている。
- 2020年度のみ、リモートワークを伴って移住する方に対して5万円加算、移住して医療・介護職に就業した方に10万円加算している。
- その他の対象者および支給額については下表の通り。
- 若い女性が都会に出て、帰ってこない現状があり、そこにポイントを絞った支援を継続している。2020年度は、女性向けの補助金の開始もあり相談件数は例年の3倍以上になっている。

表:移住支援金(全国型)の支援内容

| 「市内」で就業・起業した方 | | 「市外」で就業・起業した方 | |
|----------------|----------|----------------|----------|
| 対象者 | 支給額 | 対象者 | 支給額 |
| 18歳以上50歳未満の単身者 | 100,000円 | 18歳以上50歳未満の単身者 | 50,000円 |
| 18歳以上40歳未満の女性 | 150,000円 | 18歳以上40歳未満の女性 | 100,000円 |
| 単身者以外の世帯 | 200,000円 | 単身者以外の世帯 | 100,000円 |
| 若年夫婦世帯、子育て世帯 | 300,000円 | 若年夫婦世帯、子育て世帯 | 200,000円 |

④ 住まい・生活

- 空き家関係の紹介はしたうえで、住環境の希望(電車が使える範囲、山・海 市営住宅の紹介等)を聞きアドバイスを実施している。

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

- 雪への対応を心配している人に対し、買っておくと良い雪かき用具を紹介する等、生活に密着したアドバイスも実施している。

■ その他の特徴のある取り組みについて

地元の高校生・大学生を対象とした意識醸成

- 県外で進学・就職する人が将来的に地元に戻ってくることを促すため、地元学生向けに地元就職・定住の意識醸成を図る取り組みを実施している。

<市内高校生との共同企画・体験>

- 現役高校生のグループを作り、福井市の魅力を再発見するために市内回遊や地域イベントを体験する等、若者が地元とのつながりを深める事業を実施している。

<県外大学進学者への情報発信>

- 福井市から県外大学等への進学者約3,500人に対して福井市の情報の発信や、就活イベント等を実施している。



図:高校生の市内散策時の様子
出所:福井市提供

移住に至るまでのステップを意識した各種施策

- 地域との関わり度合いが低い段階から移住に至るまで、以下のようにステップを意識した各種施策を展開している。

関係人口交流会 → 地域交流等を織り交ぜたワーケーション → 外部人材の呼び込みに意欲的な集落を市が認定し、地域住民主体の関係人口づくりに取り組む「Welcome集落認定事業」 → XSCHOOL(詳細は後述) → 二地域活動・二地域居住等促進事業(詳細は後述) → (移住)

<XSCHOOL>

- デザイナーやクリエイター、学生等、多様なバックグラウンドを持った外部人材を参加者として公募で集め、チームを組んで福井の地域資源を活かしたプロジェクトを創出するプログラム。
- プログラム期間は2019年が120日間、2020年が80日間。地元のパートナー企業とともに、月1回程度現地のワークショップを開催する中で、プロジェクトの創出に取り組む。
- プログラム中の苦労も多いがその分福井との関係性の深まりが見られるとともに、XSCHOOLで得た構想を移住後の起業に活かした人もいる。また、事業終了後も自主的に継続して地元企業に貢献してくれる人の発掘にもつながっている。
- 事業実施にあたっては地元の新聞社とデザイン会社とのコンソーシアムに業務委託している。持続的に人の流れを生み出すためには、地元企業と行政等が連携した推進母体を持つことが重要だと考えている。

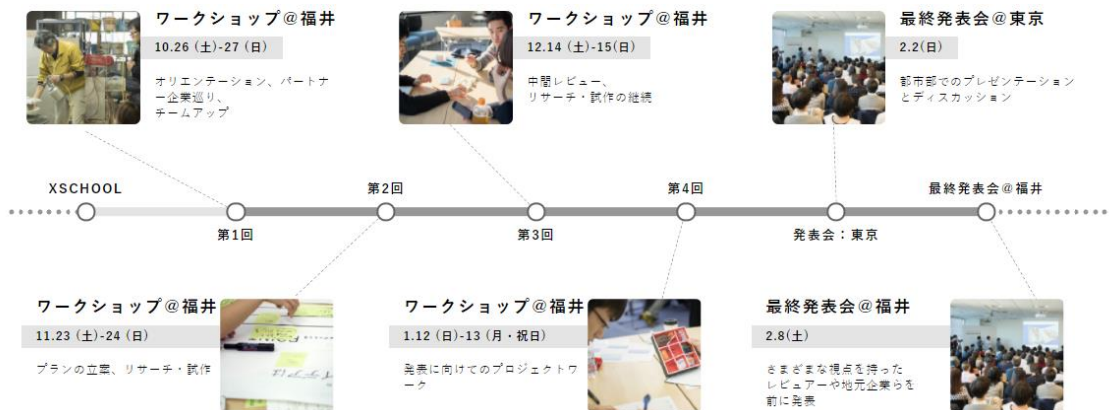


図:XSCHOOL2019のプログラム

出所:XSCHOOL2019ホームページ
<http://makef.jp/archive2019/xschool-2019/>

<二地域活動・二地域居住等促進事業>

- 離れていても持続的に福井市を応援し、関わりを深めていく機会を拡大するために2020年度に立ち上げた制度。
- 地元の各種団体等と連携した取り組みのほか、関係人口の拡大が見込まれる地域活性化や地域経済の振興に資する事業であること等を満たす事業に対し補助する。
- 2021年2月現在、2事業を支援している。実際に東京圏からの移住につながった例もある。



図:地域活動・二地域居住等促進事業の様子(二越廼地区の地域資源である水仙の価値向上を目指す活動)

出所:福井市提供

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

- 移住した後のケアとして、移住者交流会を実施予定である。また、将来的には行政が関与していないところで移住者のコミュニティが盛んになることを期待している。

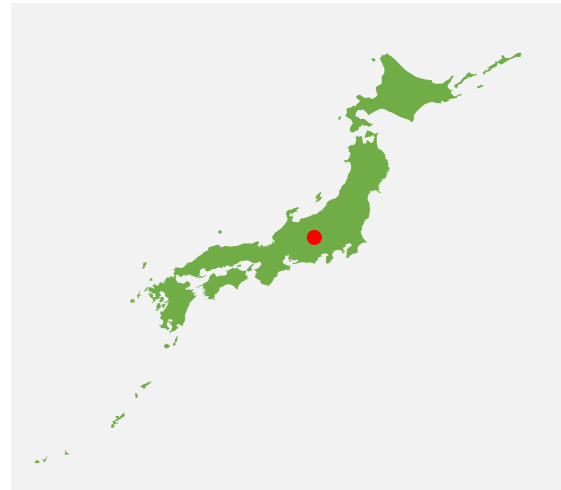
(6)長野県駒ヶ根市 官民連携の協議会を持ち、オール駒ヶ根で移住を推進

駒ヶ根市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 2011年に官民連携の推進協議会を設立。市内のあらゆるステークホルダーを巻き込んで包括的に移住施策を推進。
- ◆ 移住相談員が、地元企業との面談設定や希望物件を落とし込んだマップを作成する等、手厚くきめ細かいサポートで移住相談者をバックアップ。

分類

| | | | |
|----|--------|------------|----------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 中部 | 雪・山・内陸 | 小 3.3万人 | 中 4時間 |



特徴的なフェーズ



【全体】

官民連携の協議会を持ち、オール駒ヶ根で移住を推進。

【仕事・住まい・生活・決断】

移住相談員が相談者のニーズや思いを引き出し、前職のネットワーク等も活かしながらきめ細やかに移住をサポート。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 商工振興課 移住・交流推進室。室長と移住相談員(嘱託職員)の2名体制。
- 協力体制
 - ・ 農林課、子ども課、財政課、総務課と連携。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 2008年よりふるさと定住パック事業を実施。2009年より定住促進事業を実施。2011年より官民連携の信州駒ヶ根暮らし推進協議会を設立。

■関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

- セミナーを中心に接点を多くしている。セミナーは多いときは年8～9回程度実施。1回10～20名程度が参加する。
- 上伊那広域連合でUターンキャンペーンや首都圏を対象とした移住推進等を一緒に行う。近年はオンラインセミナーを中心に実施している。

② 情報収集段階

- 各季節で現地体感会も実施。駒ヶ根に来てもらい、昼食会や市内案内、住まい見学等を実施。仕事の紹介をすることもあり、移住への意識を高くしている。



図：現地体感会の様子(春・冬)
出所：駒ヶ根市提供

■具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

- 仕事に関しては、移住希望者からフォローを求められたら、移住相談員が求人探しや企業との面談の段取りまで、丁寧に対応する。7～8社一緒に回ることもある。
- 今年度はこれにより3名の就職が決まった。長年のツテを上手く使っている。
- 移住相談員の就職サポートの流れは以下の通り。
 - ・ まず、普段から毎週寄せられるハローワークの求人情報を徹底的に調べるようにしている。また、メーカーに勤めていた経歴も活かし、実際に工場を見学してこういった種類の機械が多いか等も下見している。
 - ・ 移住希望者から相談が来たら、本人とよく話し合う。今の仕事を続けたいのか、違う仕事を見つけないのか、見極めをしっかり行う。
 - ・ 移住相談者の希望と合致する求人票を見つけ、移住相談者と連絡をとりあう。意外と重要な要素として会社が保険に加入しているかという点がある。たとえば厚生年金に加入しているかどうかは、移住者の退職後の暮らしに大きく影響するものであり、その人が長期的に暮らしていけるかどうかにも配慮する。
 - ・ 移住相談者から履歴書・職歴書を送ってもらい、ハローワークの情報と照らし合わせたのち、移住相談員が企業に売り込みにいき、面談日を決定する。
 - ・ 就職が決まらなかったときは次の希望企業を探し、上の流れを繰り返す。

3. 事例紹介 (6)長野県駒ヶ根市

④ 住まい・生活

- 移住希望者にはアンケートで、どういう住居がよいか等を聞いている。
アンケート項目例(希望例)
 - ・ 住居の種類:戸建、賃貸住宅(一戸建て/アパート)、中古住宅
 - ・ 間取り、家賃
 - ・ ペット飼育可否
 - ・ 立地(街中、農村部、山間部、家が少ない、学校/スーパー/病院の近く、眺望が良い 等)
- 信州駒ヶ根暮らし推進協議会の会員に、建設業者・不動産業者がおり、物件を探して、希望に沿った物件を落とし込んだマップを作成し、移住希望者に渡す。
- 移住希望者は物件候補を選び、その後必要により相談員が窓口になり業者と折衝もする。
- 移住希望者1人1人に関するあらゆる情報は、相談員が細かに管理している。

⑤ 心理面のサポート

- 移住相談員は、移住希望者の立場にたち、とことん話をすることで、移住に対する本当の希望を聞き出すことを意識している。
- 市に移住された方の情報交換や交流の場として移住者交流会を年に1回実施している。

図:個別相談の様子
出所:駒ヶ根市提供



⑥ 決断する段階

- 移住希望者に対しては地元の良いことも悪いことも包み隠さず伝えるようにしている。それにより、悪いことも含めて移住を決断してもらい、移住後のミスマッチを未然に防いでいる。

信州駒ヶ根暮らし推進協議会

- 市の人口減少を受け、経済対策として就職者、観光客、定住者を増加させるために多分野で連携する必要があると考え、2011年より信州駒ヶ根推進協議会を、官民連携により設立。
- 構成員は市のほかにJA、商工会議所、不動産組合、建設業組合、金融、移住者。
- なお、住居を求めるシルバー世代に対応するため、不動産組合や建設業組合も協議会の設立当初から構成員に加わっている。
- 協議会としてはセミナーや物件探しの同行、先進地視察や関係機関との連携等を行っている。
- 会員は年会費を払って情報を提供していることもあり、移住者を増やすことで彼らにも結果的に利益が出るという認識をお互い共有しながら協力体制を築いている。

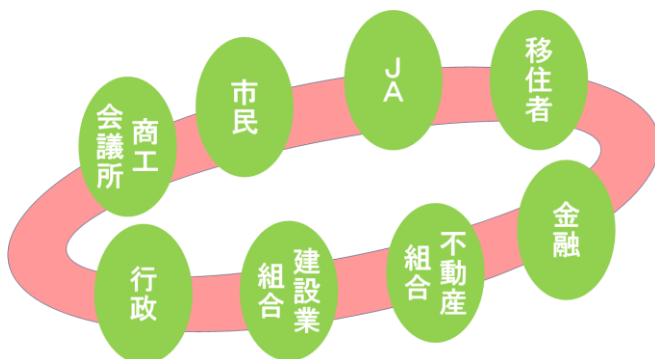


図:信州駒ヶ根暮らし推進協議会の構成組織(左)および活動の様子(右)

出所:駒ヶ根市提供

■その他の特徴のある取り組みについて

2人の相談員による役割分担

- 2013年より移住相談員を務めている山田さんに加え、地域おこし協力隊をしていた前田さんに2021年4月より移住関連の事業の一部を業務委託予定である。
- 長年地元暮らしに精通している山田さんと、若い移住者である前田さんとで、それぞれの長所を活かした役割分担をして事業を推進する。

表:それぞれの長所およびそれを活かした役割分担

| 山田 秀明さん | 前田 智子さん |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 長年地元暮らし、地元のメーカーを定年退職後、人材派遣会社や保育園の園長等に従事。 ● 地元の生活や企業に精通しており、つなぎ役・橋渡し役に適任。 ● 約10年移住相談員をしてきたため、異動がある正職員とは違い継続的に移住者と関わり続けられる。 ● 移住相談に来た人に対して、とことん話をして希望を引き出し、地元の仕事や住まい探し等を手厚くフォロー。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 埼玉県に住んで東京の企業に勤めていたが、駒ヶ根市への移住を契機に2020年8月まで地域おこし協力隊に。 ● 地域の魅力を発掘したり、地元の若い人を巻き込んだりする力がある。フットワークも軽い。 ● リモートでの関係人口創出や、現地の「人」に注目した駒ヶ根の魅力発信を構想。 ● 最新の子育て情報や小さい子連れでも入りやすいお店等、女性ならではの視点も織り交ぜた施策も展開予定。 |

(株)Sato Lab代表 前田智子さんのお話

- もともと重度のアトピーに悩まされていたが、出張で長野県に行くとアトピーが軽くなること、当時勤めていたような大きな組織で働き、家と職場を往復する生活に疑問を抱いていたこと等を理由に、本格的に長野県への移住を考えるようになった。
- 山田さんをはじめ一貫して気にかけてくれる人がいたこと、魅力ある地域だがブランド化が道半ばで関わりしろがあると思えたこと、お試し移住時に地元の環境や人の居心地が良かったこと等を理由に駒ヶ根市への移住を決断。
- 移住の際に地域おこし協力隊募集の案内をもらい応募。任期終了後は、シェアハウスの立ち上げ等のまちづくり活動を行っている。



図:前田さん
出所:ご本人提供

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

- 移住の主なターゲット像が、スローライフを楽しみたい退職後の人から地域課題を解決したい人へ変わり、さらに暮らしを楽しみたい人へと変遷していると考えている。今までのやり方も継続しつつ、新しいターゲットを取り込むような施策も取り入れる予定。
- 前田氏が実施予定の事業として、以下のようなものがある。
 - 駒ヶ根市が一方向的に情報提供するのではなく、より相互のコミュニケーションが取れるオンライン交流会。
 - 観光・商業・農業等、あらゆるフィールドで活動している若い人を介した暮らし体験。地域の唯一無二の魅力は「人」であり、その魅力が参加者に伝わるようにしたい。
 - 移住者から、小さい子連れでも行きやすい店、病院、子供を遊ばせる場所の情報等が足りないと言われる。関心ある人と連携して、移住者が心地よくなるような情報発信をしたい。

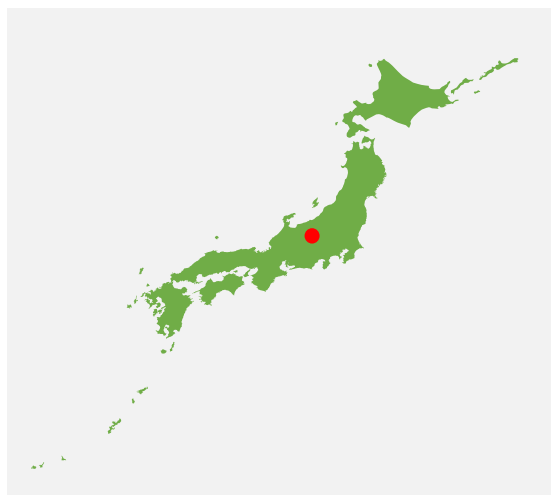
(7)長野県大町市 地域資源を活かせる趣味に関心を持つ人に積極PR

大町市の取り組みの特長・ポイント

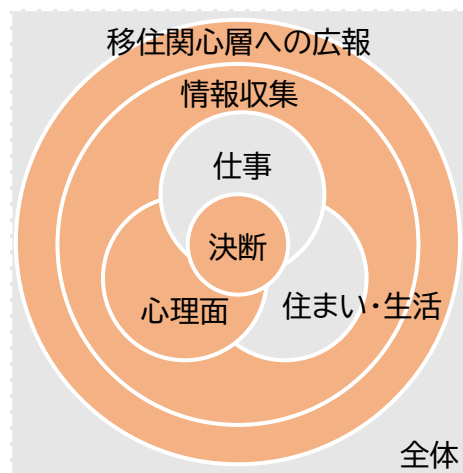
- ◆ 北アルプスという雄大な資源を活かし、登山情報誌等も活用しながら、アクティビティやアウトドアを楽しむ人をターゲットにした情報発信に力を入れている。また、大町の「水」をブランディングツールにした施策も展開している。
- ◆ 移住者が経営している店舗や移住支援を行う店舗を「移住定住協力店」として登録。移住を考えている人や移住して間もない人等がその店へ行くと、情報提供を受けたり店主に相談したりすることができる。

分類

| | | | |
|----|--------|------------|----------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 中部 | 雪・山・内陸 | 小 2.7万人 | 中 4時間 |



特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報・情報収集】

北アルプスという資源を活かした、登山やアウトドア好きの人が触れるメディアでの情報発信を実施。

【心理面・決断】

移住相談者の属性・嗜好等に合わせて7名の定住促進アドバイザーが移住相談を担う。また、移住定住協力店制度によって移住希望者が市を介さずに直接先輩移住者に相談することも可能。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 総務部まちづくり交流課定住促進係
 - ・ 移住定住を担当する定住促進係ができたのは他の地方公共団体より早めの2012年度より。
- 協力体制
 - ・ 定住促進は全庁的な体制が組み立てられ、定住促進本部もある。
 - ・ また、大町市定住促進協働会議※が設置されている。構成団体は市、教育委員会、商工会議所、観光協会、JA等。
 - ・ その他、北アルプス連携自立圏の1市1町3村(大町市・池田町・松川村・白馬村・小谷村)において協働で移住相談、若者交流、広報等を行っている。

※大町市定住促進協働会議とは： p48参照

■ 関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

登山・アウトドア好きの人に向けた移住施策

- 市内に北アルプスや湖を有するため、登山・スキー等に興味がある人に対する広報に注力している。登山やアウトドア等の分野のメディアと連携して大町市への移住案内を掲載したり、移住相談会を実施したりしている。
- 市内には山岳博物館もあるため、登山が趣味の人に対して情報のPRがしやすくなっている。



図:「自然を楽しむ暮らし体験ツアー」の様子
出所:大町市移住総合サイト
<https://iju-omachi.jp/component/k2/item/390-summertour2020.html>



図:登山情報サイトに掲載された大町市への移住者の話
出所:登山情報サイトYamakeiOnline
https://www.yamakei-online.com/yk/issue/omachi_iju2020/

② 情報収集段階

テーマごとの移住セミナー

- 移住セミナーをテーマごとに開催している。テーマは住まいに特化したもの、仕事に特化したもの、アウトドア等。対象も子育て世代、単身女子等様々である。
- 多いときは30名程が参加する。
- YouTubeで座談会を配信することもある。



図:テーマ別の移住セミナーの様子
(左:子育て、右:単身女子)
出所:大町市移住総合サイト
<https://iju-omachi.jp/events.html>

■ 具体的な検討を始めた人への「住まい・生活」「仕事」「心理面」でのサポート

③ 仕事

- **【空き店舗活用事業補助金】**市内の中心市街地の空き店舗を活用して開業する人を対象に、条件を満たすと賃料や改修費の一部が補助される。
- **【大町市就業者等移住支援金制度】**「3大都市圏」から大町市に移住した、要件を満たした方に最大で100万円の移住支援金を交付する。

3. 事例紹介 (7)長野県大町市

④ 住まい・生活

- お試し暮らし体験では、1週間までの短期型と、1か月までの中期型の2タイプを用意。
- また、二地域居住や長期滞在を考えている人向けに、約100㎡の畑およびそこに付随する休憩施設を年間39万円で借りられる制度も用意。
- 山間エリア(八坂地区、美麻地区)への定住を目的とした定住促進住宅を整備しており、中学生以下の子どもがいる世帯向けの家賃減額制度もある。
- 売家の購入や新築でマイホームを取得した方には市から助成金を交付する助成制度も用意。



図: お試し暮らし体験施設(市民農園)

出所: 信濃大町で田舎暮らし
<https://www.city.omachi.nagano.jp/00002000/00002800/00002819.html>

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

定住促進アドバイザー

- 移住経験者の中から定住促進アドバイザーを7名任命している。
- 任期は2年だが、更新する人も多い。毎月謝金も出している。
- 都市部のセミナー等に参加してもらっている他、各自積極的に移住希望者とのコミュニケーションを図ってもらっている。
- 市役所に集まった相談は、農業、アウトドア等その相談内容によって、ジャンルごとにアドバイザーに割り振られる。市役所とアドバイザーが密にコミュニケーションをとることになる。
- 移住相談者と定住促進アドバイザーのマッチング以外では、「アドバイザー会議」、「大町市定住促進協働会議※」で市とコミュニケーションをとる。

※大町市定住促進協働会議とは: 首長～関係団体まで参加して意見交換を行う場。構成団体は定住促進アドバイザー、観光協会、農協等、関係25団体。定住は全市的な取り組みであり、移住者以外の住民も対象に、より住みやすいまちづくりについて議論する。

定住促進アドバイザー 梅田敏男さんのお話

- アドバイザーは、新たな土地に住むことへのハードルや、移住のためにクリアすべきことをわかっている。同じ立場から経験談を話してもらえるのは強みである。
- 行政職員とは違い、実際の移住者としての立場で主観ではあるが大町市の良い点と悪い点の両面を伝えるように心がけている。
- 移住は暮らしそのものや家族の生活も変えるものであり、移住相談=人生相談と言える。その責任は感じている。
- 内心は大町市に来てほしいが、大町市をPRしすぎないよう気をつけている。迷っているなら「地方に移住したほうが良い」ということをまず伝え、さらに「こういうのが好きなら大町はどうですか?」というように勧める。
- やりたいことをするのが一番良いと思う。「やらずに後悔するよりやって後悔したほうがいいのかも」という言葉で後押ししている。



図: 爺ヶ岳で実施した移住セミナー時の様子
(一番左が梅田さん)

出所: 大町市提供

■その他の特徴のある取り組みについて

移住定住協力店・協力者制度

- 「地域の情報」や「大町の暮らし」、「移住体験談」等を紹介していただける商店や宿泊施設等のお店や個人を登録する。大町市に移住された方が営んでいる飲食店や民宿等を中心に、2021年2月現在34団体が登録されている。
- 移住を考えている人や移住して間もない人等が、情報提供を受けたり店主に相談したりすることができる。基本的には予約なしで気軽に立ち寄ることが可能。お店に移住関連の資料を置いてもらうこともある。
- 謝金はなく、ボランティアベースで行っている。

移住定住協力店「健康楽食Zen(飲食店)」オーナー 小田純司さんのお話

- 移住の際に市役所から良くしてもらったため市への恩返しをしたいと思い、移住定住協力店、定住促進アドバイザー両方を引き受けている。
- もともと千葉県で飲食店をやっていたが、東日本大震災を経験したことをきっかけに食への安全性への意識が高まった。自分の畑で育てた野菜を提供したいと思い移住を考え、両親との距離も考慮して長野県で移住先を探した。結果的に良い物件があったのが大町市だった。
- 相談は仕事や収入に関する話が大半である。
- 飲食店をやりたいという方からの相談も多い。そういった方は飲食経験がある方が多く、関東と長野の保健所の検査基準の違いや、食材調達の仕方、特産品がどこで手に入るか等について話すことが多い。
- 1店の話だけを聞いても分からないこともあると思います、他の移住定住協力店の飲食店を相談者に紹介することもある。
- 地域の人口はある程度維持していかないと生活しづらくなる。長い目で見れば自分に恩恵があるという思いも持っている。

図：健康楽食Zenとオーナーの小田さん(右)
出所：大町市提供



移住者交流会の実施

- 移住者交流会を毎年実施。毎回様々な取り組みをしており、移住者と地元の人と一緒に門松づくりをしたり、野沢菜漬けをしたりする。参加者は1回あたり20～30名程度。そこで出会った人とつながり、移住者のコミュニティ形成に役立っている。

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

オンラインツアー

- 移住相談者が大町市内で実際に行ってみたいところ(スーパー、保育園、病院等)をカスタマイズして職員がZoomを利用して現地と参加者をつなぐオンラインツアーの取り組みを開始。
- ツアー中は移動中の車内からオンラインでつなぎ、現地にいる様子を少しでも演出できるよう工夫。

ふるさとワーキングホリデー※ ※総務省事業。移住前のお仕事体験・移住体験としても活用いただける制度。

- 来年度はふるさとワーキングホリデーに取り組む予定。

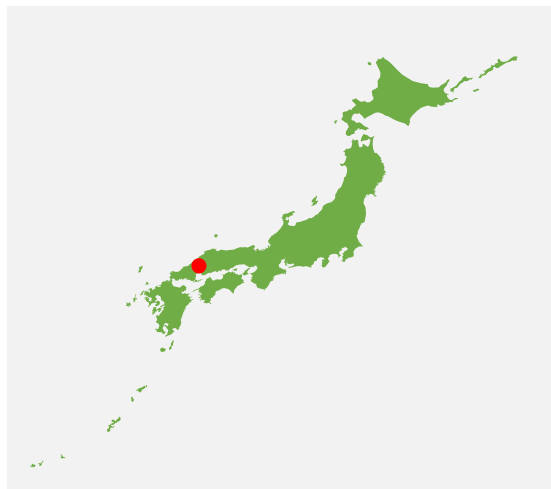
(8) 島根県浜田市 2種類の相談員による丁寧な情報提供・サポート体制

浜田市の取り組みの特長・ポイント

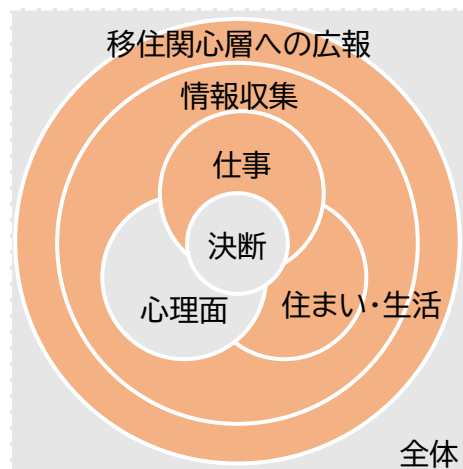
- ◆暮らしや仕事は「定住相談員」、住まいは「空き家バンク相談員」、2人の専任相談員が連携して、移住希望者への対応にあっている。
- ◆定住相談員の取り組みや経験を生かし、「移住のトリセツ～はまだ暮らしのはじめ方～」をホームページ上に整備。7つのステップで、何を考え、誰に相談し、解決していくと移住が実現するか、必要な情報へのリンクとともに分かりやすく解説。

分類

| | | | |
|----|-------|------------|-------------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 中国 | 海・山・雪 | 中 5.3万人 | 遠 6時間30分 |



特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報・情報収集】

「はまだ暮らし」として具体的な浜田市での暮らしのイメージ、移住までのステップを分解して丁寧に解説、対面・オンライン含め、様々なツールで情報収集・相談可能な環境を整備。

【仕事】

定住相談員が移住者向けに独自に開拓したインターンを実施。

【住まい・生活】

定住相談員と別に、住まい探しのために空き家バンク相談員を設置し、きめ細かいサポートを実施。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 定住関係人口推進課移住定住係 5人(課・係+定住相談員・空き家バンク相談員)
- 協力体制
 - ・ 庁内: 農業、子育て支援の関係課等と連携
 - ・ 庁外: 島根県、ふるさと島根定住財団、就職サポートセンター島根、NPO法人等と連携。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 空き家バンク相談員・定住相談員は、5～6年前から専任で行っている。浜田市は空き家バンク登録物件が多いこと、移住施策は息が長い取り組みであり、長期間きめ細かい対応が求められることから、専任でのサポートが必要となり、現在、2人の相談員にあたっている。

■ 関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

- 「はまだ暮らし」のコンセプトを複数の移住者像とともに提案(下図)、ホームページ/SNS等での発信、独自のPRイベントも実施している。
- 集客力・経費の両面から、(公財)ふるさと島根定住財団の移住促進イベントを積極的に活用。今年度は、(公財)ふるさと島根定住財団としてオンラインでの移住イベントが実施され参加した。
- 【SNS】LINE、Facebookを活用
 - LINE: 月1~3回配信、緩やかな関係を形成するツールとして、関係人口と一緒に、浜田市への関心・関係を持ち続けられるよう働きかけ。
 - Facebook: LINEでの配信情報の他、空き家バンクの更新時にもお知らせをアップ。



図: はまだ暮らしのパンフレット

出所: 浜田市ホームページ

<https://www.city.hamada.shimane.jp/www/contents/1580954418252/index.html>

② 情報収集段階

- 定住相談員等の経験値にもとづき、「はまだ暮らしのトリセツ」として情報収集から実際の移住までを7ステップに分解、簡潔に解説。各ステップでの相談先・補助も、1つのホームページに集約している。

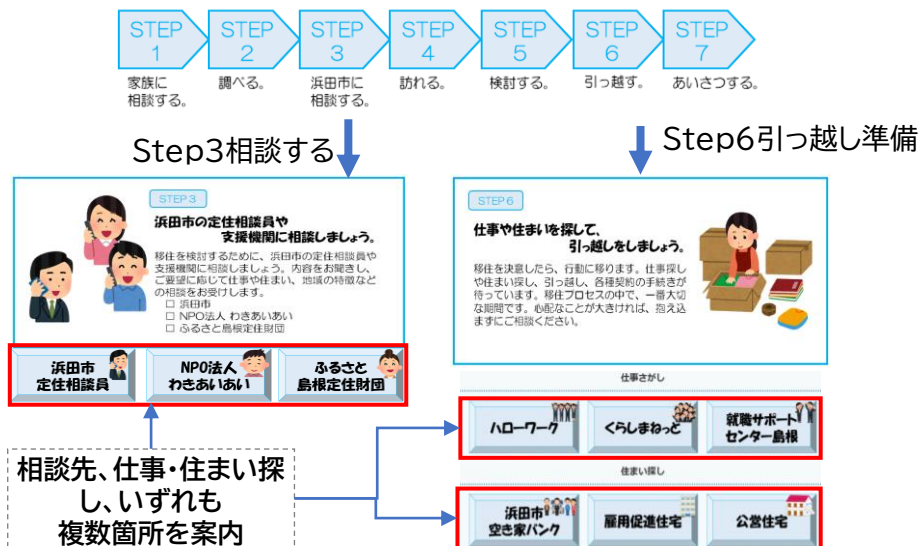


図: はまだ暮らしのトリセツ

出所: 浜田市ホームページ

<https://www.city.hamada.shimane.jp/www/contents/1580954418252/index.html>

■ 具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

- ハローワークの求人、「くらしまねっと」の求人情報をもとに紹介する他、定住相談員が地元企業を訪問し、潜在的な求人希望を汲み取り、移住希望者とマッチングする「浜田deしごと合宿インターンシップ事業」を行っている。
- 企業を訪問して得られた「UIターン者で、こういう人に来てほしい」という情報をもとに、移住希望者へ紹介できる仕事の選択肢の幅を広げている。移住希望者の代わりに企業を回って移住希望者をアピールすることもある。



図: 浜田deしごと合宿インターンシップ事業のホームページ

出所: 浜田市仕事体験予約サイト

<https://www.hamadataiken.jp/categories/5d759c356c6f63036c760100>

- 最終的なマッチングでは「インターンシップ事業」として、移住希望者が地元企業経営者から話を聞いたり、プログラムに参加したりして、就職を決める。
- 企業からも「移住希望者から浜田市の移住定住施策について聞かれた時に答えられるように」と、質問がある等、企業も巻きこんで、地域みんなで移住希望者の支援を行っている。

浜田市就農・生活パッケージ

- 浜田市内での就農を考えている人が、地元の先進的な実践農業者のもとで経験を積める農業研修制度。希望する就農形態別の就農・生活支援のパッケージが整備されている。主な移住・就農支援は以下の通りであり、この他、研修期間中の家賃補助・研修棟も整備されている。

就農支援

研修・就農補助

研修時(3ヶ月~3年)、就農後(最大5年)に必要な経費を助成する制度があります。

- ・ふるさと農業研修生育成事業-研修中 180万/年 最大1年間
- ・農業次世代人材投資事業-就農後 150万/年 最大5年間

農地

研修中や雇用で働きながら、地域の空き農地を探します。空き農地の確保をサポートチームで支援します。

- ・浜田市就農パッケージHPで、空き農地を紹介しています。

施設・機械

新規就農に必要な農機具・施設等の初期投資を補助する支援制度があります。また、タイミング次第でハウスを借りられることもあります。

- ・自営就農開始支援事業-施設整備等費用の1/3助成

移住支援

住居

空き屋バンク登録物件の紹介、移住後の住宅確保をサポートします。改修費などの支援制度があります。

- ・空き家改修費の2/3助成(上限50万円)

子育て支援制度

- ・保育料負担軽減措置-保育所保育料を国基準の6割以下に設定
- ・児童医療費助成-小学校就学前まで 無料-中学生まで: 医療費軽減あり

周辺環境

- 【生活インフラ】
- ・各地域に公立小中学校あり
- ・市内に総合病院あり
- 【アクセス】
- ・広島市街まで車で90分
- ・大阪まで直通の高速バスあり
- ・萩・石見空港まで車で40分

図: 主な移住・就農支援メニュー

出所: 浜田市提供

- 就農希望者の希望する農業の形態や考えについてヒアリングし、現地見学で様々な作物に触れ、研修先の候補を絞ったら、2～3日程度の短期研修を経て、本格的な研修に入る。

農林大学校を活用した自営就農パターン

- 浜田市ふるさと農業研修生育成事業（3か月～1年）を活用し、先進農家のもとで農業の研修を行い、その後、農林大学校で専門的な研修を受けることができます。

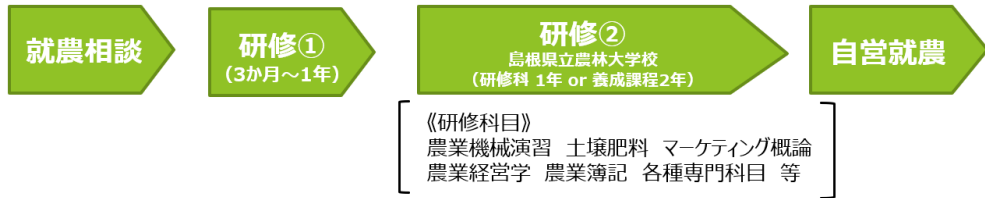


図 ふるさと農業研修生～自営・独立までの流れ(自営就農パターンの例)

出所:浜田市農林業支援センター提供

④ 住まい・生活

空き家バンク

- 空き家バンクの登録は、一昨年80件、昨年70件、今年も同水準、市内転居も含めると毎年の成約率は約80%、UIターンが約1/3程度を占める。
 - 約2:1の比率で売買・賃貸両方の物件があり、賃貸を希望する傾向にある若い移住希望者に対しても、空き家バンクからマッチングできる。
 - 登録物件の件数・多様性ととも、成約率が高いため、地域の一般的な不動産検索サイトとして機能していることも一因である。
 - 改修助成に上限30万円(UIターン者・市内在住者でも40歳未満なら50万円)の優遇を活用して、空き家バンクで取得した住宅を改修して住む人も多い。



図 浜田市空き家バンクのホームページ

出所:浜田市空き家バンクのホームページ

<http://www.hamada-akiya.com/index.html?PHPSESSID=e8d86f94952d8790dc940cfc2526f44d>

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

- 最終的には、個別相談対応になるので、相談員が丁寧に対応する。
- 一般的には、仕事が決まってないのに住まいを探そう…とはならないので、職場を決めることを優先する。希望を聞き、浜田市に足を運んでもらい、地域性を知ってもらい、教育関係・買いもの等行ってみたい所を見ていただきながら、仕事を決めていってもらうことで、最終的に決断できる状況になる。

■ その他の特徴のある取り組みについて

定住相談員と空き家バンク相談員が、情報提供から決断までを連携サポート

- 浜田市への移住に興味を持って情報収集する段階から決断に至る流れを、具体的にどのようにサポートしているのか、相談員にインタビューしました。

定住相談員(宇川さん・相談員歴3年)

Q : 普段、どのように移住希望者からの相談を受けていますか？

A : まずは聞き取りをして、仕事・住まい探し等、具体的な検討のプロセスで役立つ補助制度やプログラムの情報を案内します。その後、希望があれば仕事のマッチングを支援します。仕事が決まり、住まいを探す段階になったら、空き家バンク相談員に引き継ぎます。

Q : どんな移住者・希望者が多いですか？

A : 移住者は何かしら浜田市に縁がある人が多いです。最近では、感染症が収束したら本格的に検討したいと仰る人も結構いらっしゃいます。



図: 定住相談員: 宇川さん

出所: 浜田市提供

空き家バンク相談員(大草さん・相談員歴5年)

Q : 浜田市の空き家バンクは、移住者とのマッチング例も多いと聞きましたが、強みは何でしょうか？

A : 登録件数の多さ、物件の幅広さ、成約率の高さを兼ね備えていることです。空き家バンクの存在が、地域で十分に認知され、普段から活用されているため、住民や不動産会社からも空き家バンクへ、様々な持ち込み・紹介があり、ますますマッチングが進みやすくなります。

Q : 空き家バンクの利用者は移住者希望者に限らず様々な人がいると思いますが、移住希望者への対応で、特に気をつけていることはありますか？

A : 移住希望者は、土地勘がない場合も多いため、ホームページに掲載されている物件の条件だけで決断しないよう、周辺環境・職場・暮らし方等との関係についてアドバイスしています。現地を見て確認してもらうことも大切です。写真には、虫までは写りませんからね。



図: 空き家バンク相談員: 大草さん

出所: 浜田市提供

新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

Zoomでの魅力発見オンラインツアーの試み

- 参加者10名、浜田市で活躍する人、U・Iターンの人に話をしてもらった。もともとは浜田市まで来てもらって、職場・観光地等を紹介していたものを、オンラインで開催。所要時間90分。
- 【メリット】現地訪問に比べると、移動がない分、所要時間が短くなり、どこからでも気軽に参加し、情報を仕入れられる。参加者は、地元の協力者のユニークな人柄を楽しみつつ、じっくりと話を聞けて、暮らしぶり・生活感を確認できたようだった。
- 【デメリット・課題】まち並みや空気感等を実感する機会としては不十分だった。仕事や企業の話が、時間内に十分にできなかったため、オンライン・短時間での実施の場合の時間配分については今後の改善が必要。



図：オンラインツアーのチラシ

出所：浜田市提供



図 オンラインツアー時の様子

出所：浜田市提供

(公財)ふるさと島根定住財団が開催したオンライン移住イベント(2回)

- 2020年10月・11月に開催された、(公財)ふるさと島根定住財団主催のオンライン移住イベントに浜田市も参加し、特設サイトでの情報発信や、相談会、企業の紹介を実施したほか、魅力化を推進している高校がブースを出す等した。
- 参加者が市町村のページに入ると、オンラインで話せる形になっていた。県内でも松江市・出雲市等有名な市町村への相談が多くなりがちだが、ふるさと島根定住財団の方が、市町村と移住希望者の間に入って振り分けてくれて、それなりに相談もあった。
- オンラインでは、通常だとかかる旅費・時間がかからないため、普段のフェアでは滅多に会えない北海道の人等、色々な地域からの参加があるのが良かった。

WEBブース相談 島根で相談員がスタンバイ



| 総合案内ゾーン | 市町村ゾーン 19ブース | しまね留学ゾーン 11ブース | ワーク&ライフゾーン 12ブース |
|--|--|---|--|
| <p>バーチャル会場に入ったら、まずこちらへ！</p> <p>「このイベントどう楽しんだらいいの？」という質問から、「島根に移住したい」というしっかり相談まで、定住財団のスタッフが親切・丁寧を心掛けてお話を伺います！</p> | <p>島根県内の19市町村が一挙集結！</p> <p>各市町村の特徴、暮らし、支援制度等、その地域に住んでいるからこそお伝えできる情報をお届けします。ブースをハシゴして、あなたに合う市町村をぜひ見つけてください！</p> | <p>全国各地からしまねの地域へ留学！</p> <p>しまね留学の紹介や入学の方法、そしてどんな魅力的な学校があるのか情報収集できます。都市部の学校では絶対できない経験をしたい、小中学生とその保護者が対象です！</p> | <p>移住にまつわる専門相談がズラリ。</p> <p>転職、就活といった職業紹介支援や、農業・林業・IT・福祉・教員・起業等の専門相談でしっかりサポート。家計・結婚・地域づくり・移住の先輩等、気になることは直接ブースへ！</p> |
| <p>総合案内ゾーン</p> <p>迷子センター</p> | <p>市町村ゾーン</p> | <p>しまね留学ゾーン</p> | <p>ワーク&ライフゾーン</p> |
| <p>#無料職業紹介 #産身体験 #交通費助成 #引越引サービス #併走</p> | <p>#支援制度 #住まいの情報 #空き家バンク #お試し暮らし #地域おこし協力隊</p> | <p>#本物の自然や文化 #寮生活 #少人数教育 #多彩な部活 #地域での探求学習</p> | <p>#島根で働く #しまね暮らし #専門相談受付中 #地域づくり #移住の先輩</p> |

図：イベント特設サイト内の案内(11/28開催分)

出所：くらしまねっと・イベント特設サイト <https://shimane-web.jp/>

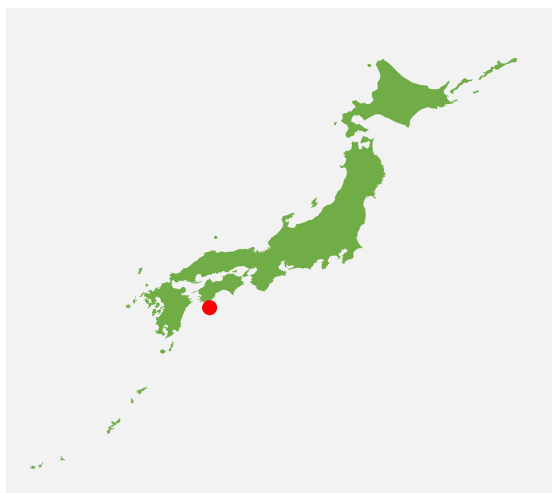
(9)愛媛県内子町 ターゲットを明確に呼び込む移住定住施策

内子町の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 若い移住関心層の取り込みを念頭に、町のホームページだけでなく、ストーリー求人サイトや同世代の地域おこし協力隊からのSNS発信等、「刺さる」メディアを活用している。
- ◆ 伝統技術(和紙漉き、茶の湯炭、桐下駄)を継承していく人材に対して「匠づくり奨励金」を交付しており、新規就農希望者に対しても町が住宅を用意し、希望に沿って農地や研修先を紹介する制度を実施している。

分類

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|------------|-------------|
| 四国 | 内陸 | 小 1.6万人 | 遠 4時間30分 |



特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報】

移住ターゲット層への情報発信として、ストーリー求人サイトに注目。地域おこし協力隊からもInstagramやTwitter等のSNSを活用した引き付けやすい発信をしている。

【仕事】

伝統技術を継承する意欲のある人を対象に審査を行い、奨励金を交付している。また、新規就農希望者に対しても住宅・農地・研修先の紹介を行っている。

【住まい】

住宅を探すプロセスに沿った段階別の支援策を用意。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 総務課政策調整班定住促進係 係としては2名体制である。
- 協力体制
 - ・ 庁内では農業やまちづくりの出先機関、地域おこし協力隊とも連携している。庁外では愛媛県と連携している。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 2008年度から役場として「うちこんかいプロジェクト」として協議会を立ち上げて移住施策を進めてきた。当初は空き家バンクの立ち上げから始まっている。

■ 関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

ストーリー求人サイト

- 地方公共団体ホームページでの発信だけでは移住に興味がある層に情報を届けるのは難しいため、移住して欲しい層が見ているサイトとしてストーリー求人サイトに注目し、日本仕事百貨やグリーンズ求人にて体験談を含めた情報発信を行っている。
- グリーンズ求人には地域おこし協力隊の募集記事、日本仕事百貨には地域おこし協力隊の募集記事に加えて、匠づくり奨励金を活用する炭焼き職人の募集記事を掲載したことがある。



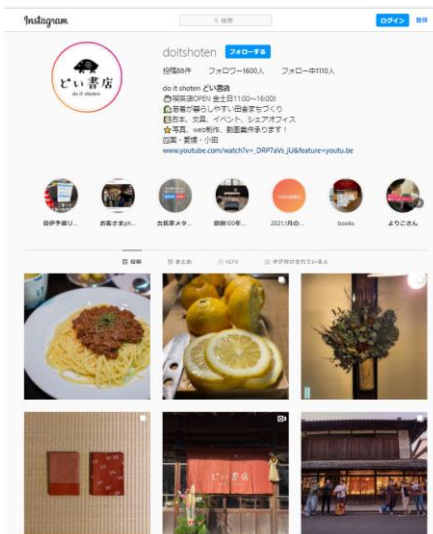
図：ストーリー求人サイト掲載記事例

出所：greenz.jp

<https://greenz.jp/2019/11/22/uchiko.recruit/>

地域おこし協力隊からの発信

- 地域おこし協力隊からもSNS(InstagramやTwitter)を活用して情報発信している。Instagramは中高生・女性向け、Twitterはカジュアルに、とSNSによってターゲットを変えて発信しており、「田舎暮らし」「若者が住みやすい」「古民家喫茶」等のキーワードを意識して発信している。
- SNSの役割としては、最初に移住を考える際に興味を持ってもらうきっかけづくりと一度町に来たあとに追加で調べるための補助という2面があり、SNSの発信によりまちが具体的に見えてくると捉えている。
- 掲載内容としては「楽しそう」であることを大事に考えている。20代、30代は多くが田舎暮らしに憧れを持っていることもあり、そこを意識した発信をしている。実際に、SNS投稿を見て移住に至った人もいる。



図：地域おこし協力隊Instagram

出所：どい書店Instagram

<https://www.instagram.com/doitshoten/?hl=ja>



図：地域おこし協力隊活動内容

出所：どい書店提供

3. 事例紹介 (9)愛媛県内子町

② 情報収集段階

- 町のホームページに移住ポータルサイトを設置し、各種支援情報や移住者インタビュー、移住者へのアンケート結果等を整理して閲覧できるようにまとめている。
- Webでの発信の次段階として、移住フェアを捉えている。



図:公開されている移住者アンケート

出所:内子町ホームページ

<https://www.town.uchiko.ehime.jp/site/ijyu/izyuusyaanketo.html>



図:移住フェアの様子

出所:内子町提供

■具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

匠づくり奨励金

- 特徴的なものは伝統技術関連の「匠づくり奨励金」である。和紙漉き、茶の湯炭、桐下駄等の伝統技術を継承する意欲のある人を対象に地元の対象事業者に就業して修行・技術を身に付けてもらう過程で、町から奨励金を交付している。
- 町内に居住し、3年間の奨励金交付終了後、引き続き5年間以上従事できること等が条件である。

新規就農者支援

- 新規就農者希望者向けの研修施設(住宅)を3棟整備している。入居期間中に、希望に応じて研修先や農地を紹介し、就農に向けたサポートを行っている。家賃は月額3万円だが、研修終了後に5年以上町内で就農した場合、入居中の研修施設家賃分を補助金として支出している。
- 県内で栽培が盛んであり、受け入れ態勢も整っていることから、ぶどうの栽培が多い。



図:匠づくり奨励金(和紙漉き)

出所:内子町提供



図:新規就農者(ぶどうの収穫)

出所:内子町提供

④ 住まい・生活

- 住まいを探す流れに沿った支援策として、移住を体験する移住体験施設、移住後の家を決めるための空き家バンク、実際に空き家に住むにあたっての空き家改修補助制度を用意している。空き家には、すぐに住めない状態のものもあり、修繕費もかかるので、移住促進のためには住めるように修繕したものを貸し出す必要もあると分かった。

移住体験施設

- 暮らしを体験できる施設が必要ということになり、受け皿として移住体験施設を設けた。長田地区・石畳地区に1棟ずつあり、現在は地元の自治会や団体に指定管理者制度で運営を委託している。
- 町が直接運営するのではなく、指定管理者制度を活用していることのメリットは地元住民と入居者との関わりが増え、定着に結びつきやすいことがある。移住体験施設のある地域は、以前から地域づくりに取り組んでおり、運営するうえで来てほしい人を明確にして募集をしている。



図：長田地区移住体験施設

出所：内子町ホームページ

<https://www.town.uchiko.ehime.jp/site/ijyu/nagataizyuutaikennisisetu.html>



図：石畳地区移住体験施設

出所：内子町ホームページ

<https://www.town.uchiko.ehime.jp/site/ijyu/isidatamiizyuutaikennisisetuniutite.html>

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

- 空き家バンク利用の移住者は移住経験者や地区代表者等と話をしてもらうようにしているほか、移住者がやりたいことのイメージがある場合、関係者を紹介して実現イメージを提示している。
- 移住後、誰につながれば良いのかが分かると生活の充実につながるため、地域おこし協力隊からも移住者に対して地域のキーマンや先輩移住者を紹介するようにしている。

■ 新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

- 県内外の地域おこし協力隊担当でネットワークを構築、受入の事務手続きや募集の方法等様々な事柄について情報共有するプラットフォームを立ち上げている。
- テレワークやワーケーションの受け入れ環境整備を進めている。

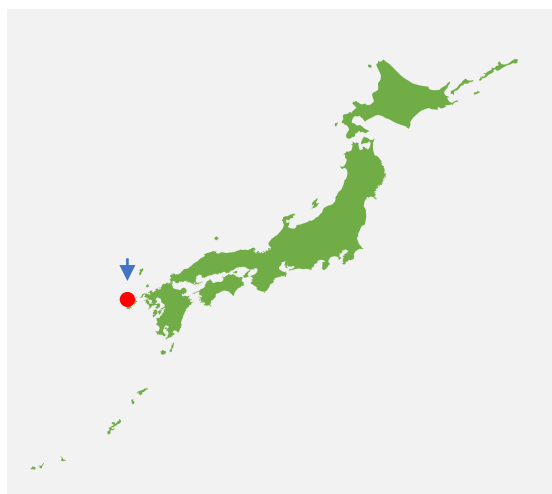
(10)長崎県五島市 地域の魅力と先進的な取り組みで社会増

五島市の取り組みの特長・ポイント

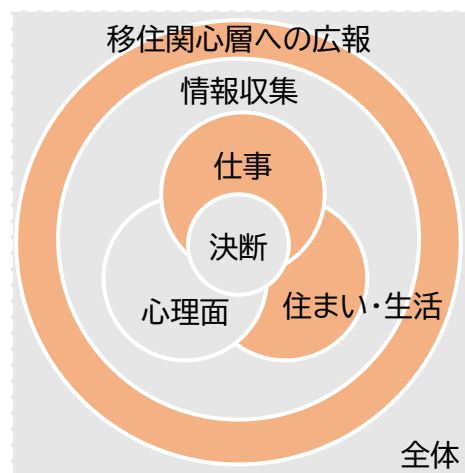
- ◆ 移住関心層がキャッチするためのプレスリリースをはじめとするインターネット上の種まきと積極的な取材受けで年間200人程度の移住者数を維持。
- ◆ 感染症拡大以前からワーケーションに取り組んでおり、観光閑散期のまちの経済を動かす、新たなビジネスの創出等を実現している。

分類

| | | | |
|----|------|------------|-------------|
| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
| 九州 | 海 | 小 3.7万人 | 遠 6時間30分 |



特徴的なフェーズ



【移住関心層への広報】

プレスリリースとメディア取材をはじめとして五島市を知るきっかけの種をまく。

【仕事】

移住促進担当部署と商工雇用政策担当部署のタッグで移住希望者を逃さない。

【住まい・生活】

市内15戸の無料短期滞在住宅は人気が高く、現在は移住への本気度が高い人を優先して案内中。

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 地域振興部地域協働課移住定住促進班 職員3名+移住支援員4名の7名体制。移住支援員のうち一人は空き家バンク担当。
- 協力体制
 - ・ 庁内では、就業支援は雇用政策担当と、農業研修・漁業研修関連は農林水産部署と、教育関連は教育委員会と連携している。庁外では県の移住サポートセンターと連携している。
- 現在の体制に至るまでの経緯等
 - ・ 2007年度に政策部門で移住に取り組み始めた。その後商工部門を経て3年前に地域協働課が発足して当時は4名体制で業務を行っていた。五島市が人口減少対策をメイン施策としており、位置づけが重いため徐々に増え、今年度の7名体制となっている。

■関心を持ってもらうため、関心を持った人への情報提供のための取り組み

① 移住関心層への広報

積極的なプレスリリース

- 地方公共団体はターゲットに発信するプッシュメディアをほぼ持っていないが、プレスリリースを用いるとこちらから能動的に発信できる。プレスリリースはインターネット上に五島市を知ってもらうための種を多くまいて何らかのワードで引っかかって知ってもらうことを期待して活用しており、現在は「PR TIMES」を活用している。



2021年版住みたい田舎ベストランキング
五島列島五島市(長崎県五島市)は、宝島社『田舎暮らしの年』2月号、『2021年版 住みたい田舎ベストランキング』小さな市 若者が住みたい田舎部門で、269自治体中6位に、子育て世代が住みたい田舎部門で269自治体中7位にランクインしました。トップ10の自治体で、唯一の隠居自治体です。

図: プレスリリース

出所: PR TIMES
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000149.000032871.html>

取材を受ける

- できるだけ取材は受けるようにしている。近年は世界遺産登録でメディアに取り上げられる→それを見た視聴者がいくらか移住に流れてくる→移住が増加する→移住者の増加についてさらに取り上げてもらえるという好循環が起きている。移住者の増加には2017年度の有人国境離島法(通称)の成立を受け、雇用促進事業で新しいビジネスが生まれているというのも一因だと思われる。
- 今年度は現時点で約50本報道があり、テレビがやや多い。

② 情報収集段階

- 五島市ホームページ内に移住まとめサイトを作成し、一括で情報が見られるようにしている。
- 移住につながる複数のガイドブックがホームページからダウンロード可能であり、中でも移住ガイドブックは写真をふんだんに使い、見て楽しいものになっている。また、移住を決めるプロセスに沿って該当施策を示している。



図: 移住ガイドブック表紙

出所: 五島市ホームページ
<https://www.city.goto.nagasaki.jp/iju/010/guidebook.html>

■具体的な検討を始めた人への「仕事」「住まい・生活」「心理面」でのサポート

③ 仕事

地域協働課の独自ネットワーク

- 人材不足で困っている地元企業が地域協働課に移住者の紹介を求めてくることもあり、そういった企業の情報を集約して移住相談時に該当するものがあればつなげるようにしている。

商工雇用政策課の求職者フォーム

- 商工雇用政策課の求職者向け情報提供申込フォームにも誘導しており、フォーム内に移住相談有無の問いを設け、移住支援(地域協働課)+働き方支援(商工雇用政策課)の双方の担当が手厚くフォローして移住希望者を逃さないようにしている。

3. 事例紹介 (10)長崎県五島市

④ 住まい・生活

空き家バンク

- 空き家バンクは年間平均60件程度の登録のうち30～40件程度が成約に至っている。一方、改修が必要な物件が多い・賃貸登録が少ない等良質な住まいの確保が目下の課題である。
- 改修が必要な物件について最大50%・100万円までの改修補助を交付している。

短期滞在住宅

- 短期滞在住宅は無料15戸と有料施設を準備している。無料のうち8戸が中心部(武家屋敷地区、木場地区)、7戸が周辺部にある。
- 中心部を最初に整備したが、空いていた県職員住宅や市の教職員用住宅を活用している。県職員住宅は出先機関の職員数が減って余っていたものを県との協議のうえ無償で借り受けている。市職員住宅はもともと他部署所管だったものを管理替えして活用している。
- 短期滞在住宅の需要が大きいこと、市内バランスよく分散した住宅整備をしたいこと、周辺部の人口減少を抑制することを念頭に周辺部にも短期滞在住宅を増設、個人所有で無償で借り受けている一戸建ても含まれる。
- 有料施設はキャンプ村のバンガローの閑散期に格安で貸し出している。
- 人気が高いため、ある程度相談を重ねて移住への本気度が高い人を案内しており、住宅探しや仕事探しの間の滞在場所として位置付けている。



図:短期滞在住宅(左から 中心部無料住宅・周辺部無料住宅・バンガロー)

出所:左2点五島市ホームページ

<https://www.city.goto.nagasaki.jp/iju/030/050/FloorPlan.html>

右1点五島市観光物産課ホームページ

<https://goto.nagasaki-tabinet.com/spot/664/>

⑤ 心理面のサポート

- 直近5年で784人が移住しており、外からの人を受け入れやすい島民性という、コミュニティになじみやすい特徴があることから、あえて市が積極的に地域の人を紹介しておらず、自分からつながるように促している。

⑥ 決断する段階

- 部局をまたいだ多様な移住支援メニュー(補助金)を用意している。子育て世帯への引っ越し助成(上限15万円)、空き家の改修補助、首都圏からの移住者への移住支援金、市内創業への支援金、市内での業務拡大への支援金等がある。

■その他の特徴のある取り組みについて

全国に先駆けたワーケーションの取り組み

<第1回>

- 2019年5月のWebメディアのリモートワーク実証実験で実証フィールドとして声掛けを受け参加。1か月の期間中3泊～9泊で約50人が参加した。応募はIT、マーケティング、広告、マスコミ中心に150名あった。
- 期間中は一人一品持ち寄りパーティーによる参加者・地域の人との交流企画を行った。また、実証に使っていたワークスペースが東京のコワーキングスペースの雰囲気似ており、集中して作業できたという声があった。終了後市内で創業した人も出た。
- 一方で、期間中レンタカー2台を借りて利用者間で融通しつつ交通の足を確保していたが、都市部住民で車の運転ができない人が多かったため、一部に集中してしまう等の課題もあった。

<第2回>

- 2019年のイベントを受け、五島市が主催し、民間事業者へ委託する形で2020年1月～2月にかけて実施した。
- 第1回のWebメディアの実証から引き続いて有名企業も協賛してくれたが、行政だけで行うのは難しい面もあり、委託事業者との協力が不可欠。
- 第1回で地域との交流が好評だったため、ワーケーションに参加している都市部の高度人材がスキルを地域住民に還元するワークショップも開催して、好評だった。
- 前回課題となった交通機関について、タクシーチケットを組み込むことにより観光閑散期の地域経済の活性化に寄与した。
- 第3回を今年も実施する予定でいろいろと準備していたが、感染症の再拡大に伴い、中止になってしまった。



図:スキル還元のワークショップ

出所:五島市提供



図:ワークスペースの様子

出所:五島市提供



図:持ち寄りパーティーの様子

出所:五島市提供

■新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

チャットボット

- 感染症の拡大を受け五島市でLINEの公式アカウントを開設することになった際に利用可能なチャットボットサービスがあるとのことで、移住Q&Aチャットボットを立ち上げ、2020年10月に公開した。
- 条件分岐方式チャットボットであり、移住関連の基本的な情報を24時間365日手軽に調べられるようになっている。移住者数のデータ等HPでは掲載していないものも知ることができる。
- まだ運用し始めたばかりということもあり、今後さらなる分析や認知度向上に取り組む。

(11)青森県五戸町 真冬に現地体験会を実施

五戸町の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 冬の現地体験会を2泊3日程度で実施。現地滞在中は地元の住民や先輩移住者との交流、手仕事体験等を実施。一番厳しい季節の現地を体感してもらい移住後のミスマッチを防いでいる。
- ◆ 移住者を含む地元コミュニティと連携する等して、関係人口の段階から地域と関わる人を増やしている。

特徴的なフェーズ



| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|------|
| 東北 | 雪・内陸 | 小・1.7 | 4時間 |

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 五戸町総合政策課地方創生班。メンバーは班長1人、班員2人（移住定住担当が1名、副担当が1名）。
- 協力体制
 - ・ 八戸市の連携中枢都市圏8市町村で連携。
- 現在の体制に至るまでの経緯
 - ・ 総合戦略に基づいて移住定住事業を実施。第1期では目標移住世帯数を達成。現在第2期。
- 近年の動向
 - ・ 関係人口の創出・拡大にも取り組んでいる。自分ごととして地域を考える人材が増えていくことを期待。

④ 住まい・生活

冬のごのへ暮らし体験会

- 2018年度から開始した取り組み。いざ移住する前に、真冬の現地を体験するために参加を勧めている。
- 2泊3日程度で実施し、現地滞在中は移住者紹介や手仕事体験をする。
- 近隣市町村からの参加も多かったが、昨年度は首都圏からも3世帯が参加。3世帯全員が五戸ないし八戸に移住した。現地での費用は一部補助。
- 参加者の費用もかかるため、移住を前向きに考えている人の参加が多い。
- 滞在時のコンテンツのコーディネートは県内のNPO法人に委託している。



冬のごのへ暮らし体験会の様子
出所:移住スカウトサービス SMOUT
<https://smout.jp/plans/3123>

⑤ 心理面のサポート

移住者を含む地元コミュニティの紹介

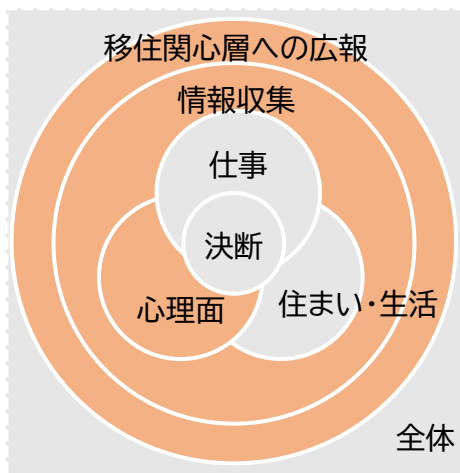
- 地元の築200年の古民家の管理・利活用をしている団体がある。メンバーに移住者や町外から通う人もいるため、移住者に紹介しやすいコミュニティとなっている。
- 移住者全員を行政でフォローするのは難しいため、こういったネットワークを案内するようにしている。

(12) 静岡県牧之原市 アウトドア志向者にあつたまちの特性を生かす

■ 牧之原市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ サーフポイントとして有名な静波海岸、豊富な求人(農業、製造業)等を活かし、アウトドア志向のファミリー層をターゲットにしており、イベント出展時の華やかな装飾等、求める客層の印象に残る工夫を凝らしている。
- ◆ 市民有志による移住サポーター制度があり、移住者の下見～移住後のスムーズな地域への溶け込みを支援。「知らないまち」を「知り合いのいるまち」にすることを心がけている。

■ 特徴的なフェーズ



| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|--------|
| 中部 | 海 | 小・4.6 | 2時間30分 |

■ 移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 企画政策部情報交流課 対外的なまちの魅力PRに関連する業務を担当、移住は1人のほぼ専任。
- 協力体制
 - ・ 庁内では関係施策各部署と連携しているほか、静岡中部連携中枢都市圏で連携しての移住施策も行う。

① 移住関心層への広報・② 情報収集段階

- 市の知名度が高くないため、「静岡県」「静岡県中部」の単位でイベント出展を行っているが、その際に市のブースの装飾にこだわっている。サーフィンをはじめとしたアウトドア愛好者がターゲットであることが一目でわかるよう、花等で華やか・リゾート感のある装飾を行っている。
- 移住先を絞り切れていない移住希望者を取り込めるように、相談があればどのような属性の方の相談でもしっかり受けることで、有楽町のふるさと回帰センターの県ブース担当者からおすすめ地方公共団体として紹介してもらいやすくなるよう取り組んでいる。



図：飾りつけを行ったブース
出所：牧之原市提供

⑤ 心理面のサポート

- 移住するにあたって、場所や制度の案内の次の段階に「人案内」があり、「知らないまち」を「知り合いのいるまち」に変えるステップとして注力している。市民有志の移住サポーターをはじめ、地元住民や先輩移住者との交流により、「ご近所さん」の感覚をつかみ、地域にスムーズに溶け込めるよう支援している。



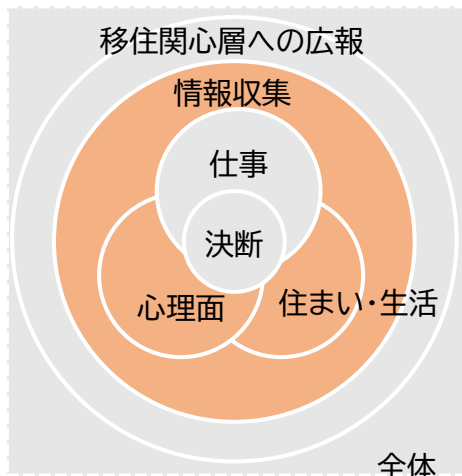
図：移住希望者交流会の様子
出所：牧之原市提供

(13) 京都府福知山市 ワンストップ窓口がオーダーメイドでマッチング

福知山市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 移住定住サポートセンター(ワンストップ窓口)が、移住希望者のニーズに合わせてオーダーメイドでの情報提供や現地での案内を行っている。
- ◆ 最長1年間利用可能なお試し住宅、空き家バンク内覧時のコミュニティとの接続、オンラインでの空き家内覧会等、住まい・生活周りの支援が充実している。

特徴的なフェーズ



| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|------|
| 近畿 | 山・内陸 | 中・7.8 | 4時間 |

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 移住定住サポートセンター(ワンストップ窓口)を、5名で担当
- 協力体制
 - ・ 希望者のニーズに合わせて庁内各課や地域協議会、地域住民、移住者と連携
 - ・ 他京都府北部の5市2町で移住促進共同ウェブサイト(たんたんターン)を運営している。

② 情報収集段階

福知山暮らし体感ツアー

- 移住希望者のリクエストに応じてオーダーメイドで行程を組み、半日から1日で市内を相談員が案内。似たタイプの先輩移住者と出会う機会も提供。

④ 住まい・生活

お試し住宅

- 市内に計6戸のお試し住宅があり、最長1年間まで利用可能(最初の3ヶ月間は無料)であり、常に満室となるほど好評。



図 お試し住宅(左)・農山村地域空き家バンク(右)
出所: 福知山市提供

⑤ 心理面のサポート

- 空き家バンクの内覧では、物件所有者と自治会長等にも会ってもらう。自治会長から行事や地域特性の説明を受けることで、移住者・地域の双方が安心できる。



図 オンライン空き家内覧会の様子
出所: 福知山市提供

新しい取り組み、感染症影響下での挑戦等

オンラインの空き家内覧会

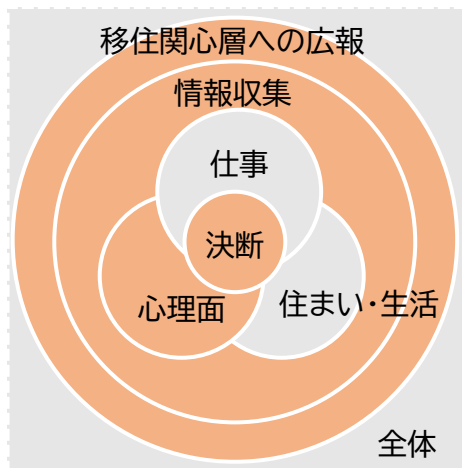
- 感染症影響下で内覧を一時中止した際に始めた。参加者の希望に合わせ、市・担当者がタブレットでリアルタイムで各部屋と周辺の状況を案内。宮城県・ドイツ等、遠方の人に参加。動画配信も開始した。

(14)岡山県津山市 津山をよく知ってもらえるようにサポート

津山市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ トライアルステイでは、利用者のニーズに合わせたアテンドも行っている。移住を急いでいないなら、様々な季節に訪れて暮らしを体感してもらい、「津山市が良い」と納得して移住してもらっている。
- ◆ 年2回のIJUターン・カフェは、交流会だけでなく、より深く津山市を知る企画にすることで、移住したての人・移住後しばらく経つ人の両方が参加し、移住者ネットワークが充実してきている。

特徴的なフェーズ



| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|--------|------|
| 中国 | 山・内陸 | 中・10.1 | 5時間 |

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課:産業文化部仕事・移住支援室2名+移住コンシェルジュ2名
- 現在の体制に至るまでの経緯:2015年度・移住コンシェルジュ、2018年度に移住サポートセンターを設置
- 近年の動向:相談件数は毎年約1000件、移住者は約150人。令和2年度は前年比で相談数1.3倍、移住者数も微増。近畿・中国地方からの移住者が多い。若年層もいるが、60歳代が最も多い。

① 移住関心層への広報・② 情報収集段階

YouTube

- 地元高校生に、進学前に津山市企業のことを知ってもらう目的で、授業で動画を作っている。大学に進学しても戻ってきてくれることを期待して実施している。

SNS合戦

- 津山市の面白いこと・良いことをInstagramにアップして競争する取り組み。若者に対して実施。いいね！数は増えたので、より多くの人にプロモーションはできたと思っている。

告知方法の選び方

- 対面相談会は雑誌等による告知、オンライン相談会はオンラインでの告知が効果的な印象である。

⑤ 心理面のサポート・⑥ 決断する段階

- 慌てずに段階を経て移住を決める方が失敗も少ないため、急いでいないなら、いい時期だけでなく、夏も冬も見てもらい、色々な場所を案内している。仕事探し等、用途に合わせて何度かトライアルステイを利用する人も多い。ステイの間にも連絡を取り、移住者交流会等の案内も行っている。

その他の特徴のある取り組みについて

IJUターン・カフェ

- 年2回、移住者同士のネットワークを広げる取り組みとして開催。ワークショップ・まちなみ保存地区をガイド付きで散策する等、津山市をより深く知るためのイベントの後、ランチや交流会を行う。移住したての人だけでなく、移住後しばらく経つ人の参加もあり、毎回、好評。



IJUターン・カフェの様子

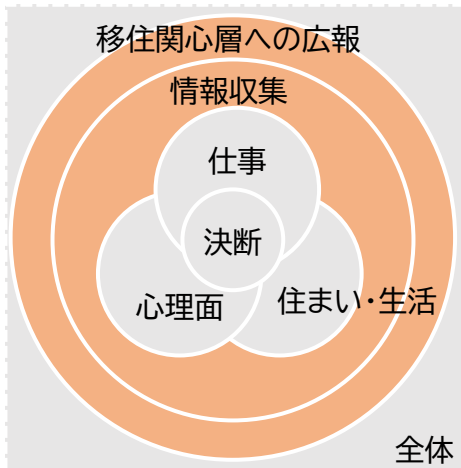
出所:津山市提供

(15) 広島県福山市 パルソナを設定し、移住者増・転出者減両方に取り組む

福山市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 社会増減のターニングポイントやライフスタイルに応じて9つのパルソナ(政策ターゲット)を設定。パルソナの満足度を高める施策を展開。
- ◆ 民間の持つビッグデータの活用やワーケーション事業の実施等、最新のトレンドや情報もうまく活用して移住施策を推進。

特徴的なフェーズ



| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|---------|--------|--------|
| 中国 | 市街地・海・山 | 大・46.9 | 3時間30分 |

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課
 - ・ 福山市企画財政局企画政策部企画政策課。移住担当は兼任で1名が移住相談を受けている。その他3名の職員が兼任で人口減少に関する事業を担当。
- 協力体制
 - ・ 備後圏域連携中枢都市圏の6市2町で連携し、共同でホームページやSNSを活用した情報発信を行っている。

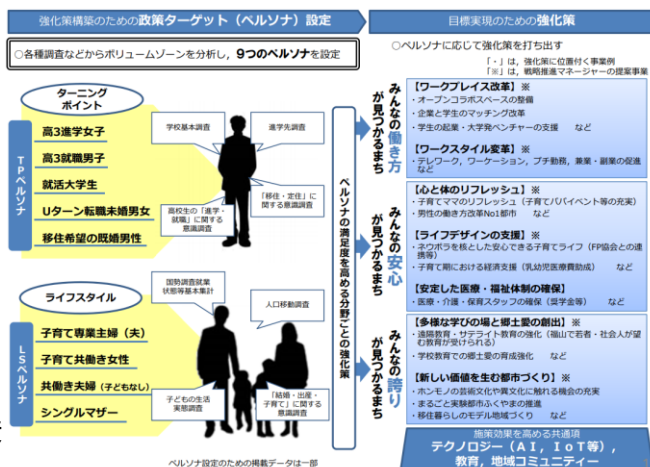
① 移住関心層への広報・② 情報収集段階

パルソナの設定

- 「就職」「移住」等3つの社会増減のターニングポイントと、「専業主婦」「共働き」等4つのライフスタイルで9つのパルソナを設定。「移住」のパルソナは「移住希望の未婚男女(首都圏や関西圏在住)」と「移住希望の既婚男性(備後圏域出身、関西圏在住)」の2つで、年齢や世帯構成等も設定。
- 民間企業のビッグデータ情報(ECサイトやふるさと納税等の利用者データ)ももとに、パルソナに合わせた情報発信をホームページで実施。
- 市内在住でライフスタイルに応じて設定したパルソナに関しては、20代・30代の子育て世代に的を絞り、福山で子育てし続けたいと実感できる策を考えている。

ワーケーション事業の実施

- 全国で初めて首都圏の民間企業から兼業副業限定で採用した戦略推進マネージャーの提案で、2019年からワーケーション事業を実施。
- 行政と共にワーケーションを推進する協力施設の登録等、民間主体の受入れも進んでおり、福山への新たな人の流れの創出につながっている。



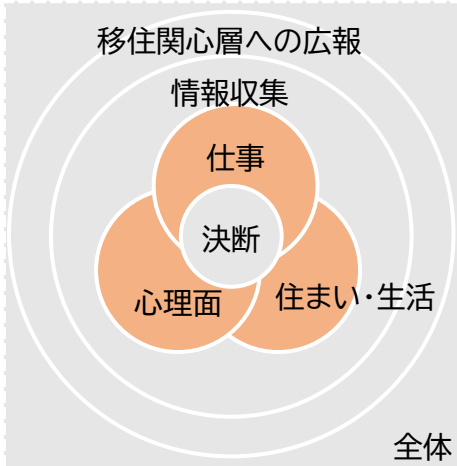
図：設定したパルソナと目標実現のための強化策
出所：福山市「新たな人口減少対策強化策」

(16)愛媛県久万高原町 町が新規就農者を手厚くサポート

久万高原町の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 新規就農者に対して、町が補助金を出しながら就農研修を実施。地元の「農業公園」で農地の斡旋もし、就農まで手厚くサポート。
- ◆ 空き家改修補助の対象を県内からの移住者にまで広げたことで、県内他市町村との差別化につながった。

特徴的なフェーズ



| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|------|
| 四国 | 内陸 | 小・0.8 | 6時間 |

移住定住施策の取り組み体制

- 主管課：ふるさと創生課移住推進班
- 協力体制：全庁的に各課1～2名の移住担当者がおり、年2～3回協力依頼をしたり、各課からの提案・情報提供をしてもらう場を設けている。
- 現在の体制に至るまでの経緯：移住施策自体は町長から話を出したが、各課からの取り組みは移住推進班から依頼した。
- 近年の動向：2016年までは移住相談は年数件だったが、移住促進班ができた2017年度には107件になり、現在は年間220～230件程の相談がある。

③ 仕事

新規就農者支援事業

- 就農研修を町で行っている。研修期間中は町から補助金が出る。原則2年研修し、農業公園アグリピアで農地斡旋も行う。
- 補助額は町外出身者の場合月15万円。配偶者に月5万円、第1子3万円、第2子以降2万円が交付される。
- 1年間で3名、2年間で最大6名を受け入れる。
- 町には就農研修専門の担当職員がおり、また、地域の先輩農家による実地指導もある。



図：就農研修の様子

出所：久万高原町ホームページ

④ 住まい・生活 ・ ⑤ 心理面のサポート

移住サポーター

- 町内で約30名の移住サポーターがおり、実際に移住するとなった際は彼らに現地を案内してもらったり、コミュニティの話をしてもらったりする。町から、空き家の情報提供も依頼している。
- 移住サポーターは公募もしたが、公民館単位で1人くらいは欲しいと思っていたため、公民館の会合に町職員が出向いて依頼し推薦をお願いした。

県内移住者も対象とした空き家改修補助

- 県内からの移住者には空き家改修の補助は出さない地方公共団体が多いが、久万高原町では県内からの移住者に対しても補助を実施。他市町村との差別化になっている。

(17)茨城県笠間市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|--------|
| 関東 | 内陸 | 中・7.6 | 1時間30分 |

笠間市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 移住を考える上では、「暮らし」そのものを提供する必要があると考え、笠間市ならではの付加価値のある暮らしを「笠間暮らし」としていち早く発信してきた。
- ◆ 移住施策が市民生活の質の向上につながるように意識する一方、市民への市の魅力発信に、移住者の客観的な評価を活用する等、市民生活・移住施策を連動させて取り組んでいる。

「笠間暮らし」を移住者・市民双方に発信

- 救急・精神ケア・終末期ケアまで、一連のケアができる医療・介護環境がある環境は、全国的にも貴重。移住プランとして「安心」を前面にメディア等を活用してアピールしている。市民に対する魅力発信でも「当たり前」ではない「資源」であることを発信している。

公民連携によるサテライトオフィスの設置

- これまでの空き店舗活用を通じた人と人をつなぐ「場づくり」には手応えを感じている。これを生かして、現在、整備を進めているサテライトオフィス・空き家活用での「場づくり」についても、移住者・市民の両方に対して起業・活動支援等でアピールしていきたい。



図：テレワークツアーの様子

出所：笠間市テレワークツアー ツアーレポート

<https://ijuibaraki.jp/telework.kasama.report/>

(18)新潟県長岡市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|-------|--------|------|
| 中部 | 海・山・雪 | 大・26.9 | 2時間 |

長岡市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 平成の合併前の各地区の特徴を生かし、3種類の地域おこし協力隊(中山間地等での地域課題解決、ビジネスモデルで地域課題解決、大学での学び・研究を通じた地域課題解決)を採用し、「地域の課題解決に資する定住者」の獲得に繋がるように、受入担当各課で丁寧にフォローをしている。

地域振興戦略部の地域おこし協力隊(中山間地等での地域課題解決)

- 地域のNPO等から地域おこし協力隊の受け入れ団体の募集を行い、テーマにあう人を採用している。必要な人材の経歴・資格・スキル等を、期待する仕事内容から、地域と一緒に考え募集している。(ワインのブランディング・発信、空き家を活用したギャラリー運営、農福連携事業等)

商工部の地域おこし協力隊(ビジネスモデルで地域課題解決)

- 研究開発や人材確保などの産業支援に取り組む地域おこし協力隊を募集し、将来、起業したい人を採用している。活動を通じて産業界と地域の課題を知ってもらい、ビジネスコンテスト等、様々な機会を提供して起業を支援している。(2020年度2社起業)。

政策企画課の地域おこし協力隊

(大学の学び・研究を通じた地域課題解決)

- 市内大学大学院生を兼任する「半学半域」の地域おこし協力隊を募集。「米どころ・酒どころ」の長岡市での日本酒を通じた交流人口創出の研究、障害を持った子ども達が元気に活動できる居場所づくりを研究・実践している。



図：地方創生★政策アイデアコンテスト(内閣府)で地域おこし協力隊と長岡高専の学生が全国W準優勝

出所：長岡市提供

(19)富山県黒部市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|-------|-------|------|
| 中部 | 海・山・雪 | 小・4.1 | 3時間 |

黒部市の取り組みの特長・ポイント

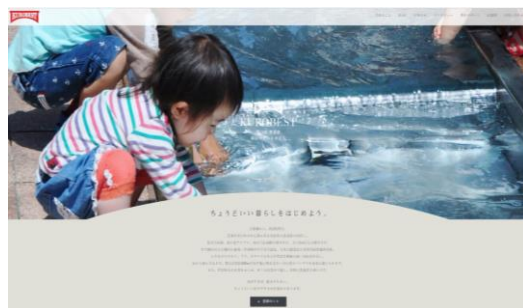
- ◆ 地域おこし協力隊の支援を通じて、「移住者が定住するまち」を追究するとともに、協力隊員も移住定住推進に積極的に関与している。
- ◆ 北陸新幹線開業を受け、ほどよい田舎・アクセス性を生かした移住定住施策に転換中。知名度を生かして、実際の黒部市を知ってもらう取り組みを拡充している。

地域おこし協力隊員と連携した移住定住施策

- 地域おこし協力隊が定住を選択できるように市役所が支援。その支援を通じて、次の移住候補者を市と協力隊員が協力して獲得している。また、移住サポートサイト「KUROBEST(クロベスト)」は、「移住者にとっての黒部市の魅力」について地域おこし協力隊とともに探求して立ち上げた。

暮らし体験会

- 先輩移住者と関わることができる暮らし体験会の他、個別ニーズに対しては地域おこし協力隊が現地を案内している。宇奈月温泉・トロッコ等の観光資源を活かしつつも、普通の生活を体験してもらうようなプログラム構成としており、これらを通じて移住を決めていく人は多い。



図：黒部市の移住ポータルサイト
出所：移住サポートサイト「KUROBEST(クロベスト)」
<https://www.kurobeiju.com/>

(20)石川県能美市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|-------|-------|------|
| 中部 | 海・山・雪 | 小・5.0 | 3時間 |

能美市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 5種類の「ちよい住み体験施設」を準備、希望に応じた移住体験ができるよう整備している。
- ◆ 実際の移住者の中から、移住アンバサダーを選出、移住希望者のサポートをする。

ちよい住み体験施設で移住体験

- 市内に5施設あり、民家の間借り・ゲストハウス等を使えるようにしている。移住検討者であれば、1回につき最大1週間、毎週・毎月使える訳ではないが、回数無制限(ただし、30日以上経過が必要)で利用することができる。
- 滞在中に、希望があれば職員が市内を案内しているが、利用者の多くは、各自の目的(物件探し等)を持って、自身でプランを立ててくる。

移住アンバサダー

- 移住者の中から、子育て中の人、九谷焼作家、農業従事者、起業経験者、国際的な人等、多様性をもって任命している。
- 市役所職員が移住希望者との会話を踏まえて、移住アンバサダーと調整を行い橋渡しをする。移住イベントで移住者の声として出演してもらう等、活躍の場を拡大している。

(21)静岡県三島市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|--------|--------|------|
| 中部 | 市街地・内陸 | 中・10.9 | 1時間 |

三島市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ ほぼ確実に座れる新幹線通勤で都内まで1時間以内であり、首都圏在住者が仕事を変えずに移住できる、という圧倒的な強みを生かしてPRしている。

新幹線通勤生活と東京在住生活の費用比較をシミュレート

- 東海道新幹線の三島駅があり、新幹線の車両基地があるため、終電が三島止まりである。また、朝の6時から7時の通勤時間帯に三島始発のこだまが6本出ており、1時間以内で都内まで出られ、さらに、ほぼ確実に座れるという好条件である。
- 一方新幹線通勤はお金がかかるが三島市では新幹線通勤への補助金はない。ただし、生涯スパンで収支をシミュレートして、生涯東京で暮らした場合と三島に移住して新幹線通勤で暮らした場合の貯蓄額を比べると三島市に移住するほうが差し引きプラスであり、そのことを示したパンフレットを作成している。

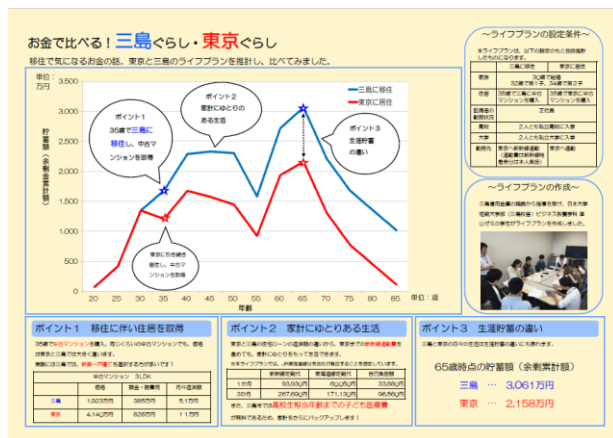


図:東京に居住し続けた場合と三島市に移住した場合の貯蓄比較

出所:三島市提供

(22)静岡県川根本町

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|------|
| 中部 | 内陸 | 小・0.7 | 3時間 |

川根本町の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 地元プレイヤーとの勉強会を活用して協力関係を構築、移住定住促進の取り組みを効果的に進めている。

様々な地元プレイヤーが参加する勉強会

- 地元の有志の発意による町・NPO・地元企業・観光協会・商工会・県・金融機関等が参加する勉強会で、地域活性化の1つのテーマとして移住定住促進を取り扱うことで、地元の様々なプレイヤーが自発的に協力・連携する環境を整備。移住定住促進に関する意見だけでなく、具体的なアイデアの根源、実際に取り組む場面での協力体制の基盤にもなっている。

移住コーディネーター

- 10年程前に川根本町へ移住しエコツーリズム団体を運営している人が、月16日間、移住コーディネーターとして活動している(残りは本業)。移住に関する問い合わせ、お試し住宅を利用した移住体験等、移住希望者に対する一義的な窓口となっている。移住経験者であり、かつ、移住後10年間に構築してきた個人的な町の人とのつながりも活用して、対応にあたっている。
- 町内にある500戸程の空き家すべてに対して空き家バンク登録の意向調査を行った。所有者が県外の人も多いが、移住コーディネーターと連絡して空き家バンク登録に動き出している。

(23)兵庫県西脇市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|------|-------|------|
| 近畿 | 内陸 | 小・4.0 | 5時間 |

西脇市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 市で映像専門員を配置しており、市のYouTubeチャンネルでの動画を通じた様々な情報・魅力発信や、その他Facebook、Instagram、LINEと複数のSNS、紙媒体の広報誌等、情報発信の多チャンネル化を図っている。

動画を中心にした魅力発信

- 2016年からシティプロモーションを推進しており、その中で作成したプロモーション動画を2017年2月に公開。2017年度からは映像専門員が市に加わり、市の魅力を動画で発信してきた。
- 市のYouTubeチャンネル(西脇市公式チャンネル)を持っており、地域のイベントや先輩移住者のインタビュー動画等を投稿している。
- その他全市でFacebook、Instagram、LINEと様々な年代に訴求できるSNSを使いわけながら市の魅力を発信している。



図:西脇市公式YouTubeチャンネル

出所:YouTube 西脇市公式チャンネル
<https://www.youtube.com/c/nishiwakicity/featured>

(24)鳥取県米子市

| 地域 | 立地特性 | 人口規模 | 時間距離 |
|----|-----------|--------|------|
| 中国 | 市街地・海・山・雪 | 中・14.8 | 3時間 |

米子市の取り組みの特長・ポイント

- ◆ 移住定住相談員によるワンストップ対応窓口を設置し、きめ細やかな情報提供や支援を行っている。また、地域特性に応じたお試し住宅を用意する等、移住検討者へのサービスを充実。
- ◆ 米子市ファンクラブの会員やふるさと納税をされた方へ定期的にメルマガを発信する等、シティプロモーションと連携した移住定住促進も行っている。

移住定住相談員によるワンストップサービス

- 移住について寄せられる様々な相談に対して、ワンストップで対応する窓口を設置し、きめ細やかな情報の提供と、スムーズな移住支援を行っている。

移住体験の充実

- それぞれの地域特性に応じた3ヶ所のお試し住宅を設置している。また、テレワークにも対応できるよう回線も強化した。



図:移住相談の様子

出所:米子市提供

シティプロモーションとの連携

- シティプロモーションの一環として、米子市の地域ニュースや移住・就職・観光等の情報が掲載された「米子市ふるさとメールマガジン」を毎月配信している。メルマガの登録者は、米子市ファンクラブの会員やふるさと納税をされた方の内の希望者等で、1.4万人を超える。

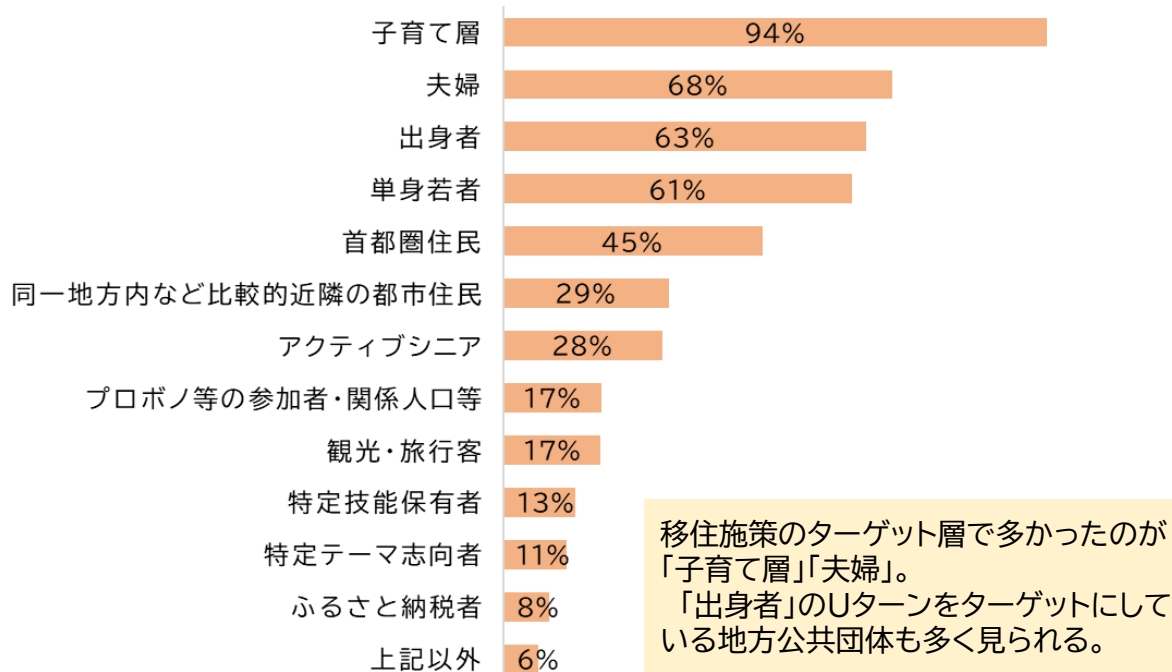
4.移住定住施策に関するアンケート結果

1都3県以外の全地方公共団体(市町村)を対象に、2020年11月～12月に、効果的な移住定住施策に関するアンケート調査を実施しました。今回のアンケートでは移住施策のターゲットや6段階のフェーズで行っている取り組みや協力体制、感染症拡大による移住定住施策への影響等について聞きました。本アンケートに回答があった554地方公共団体のうち、移住定住施策を実施していると回答した地方公共団体は509でした。

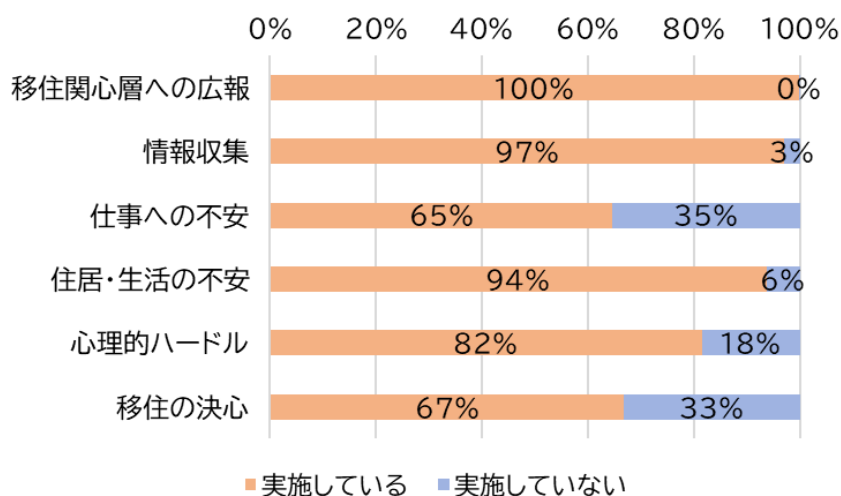
6段階のフェーズでは「仕事への不安を軽減・解消していく段階」「移住を決心する段階」に特化した取り組みを行っている地方公共団体は比較的少なかったです。また、感染症拡大後、移住の問い合わせが増加した地方公共団体は40%程度と高い一方で、実際の移住者が増加した地方公共団体は20%程度にとどまっています。

結果の概要

【移住施策のターゲット層】（複数回答可）



【フェーズ別 移住施策実施の有無】

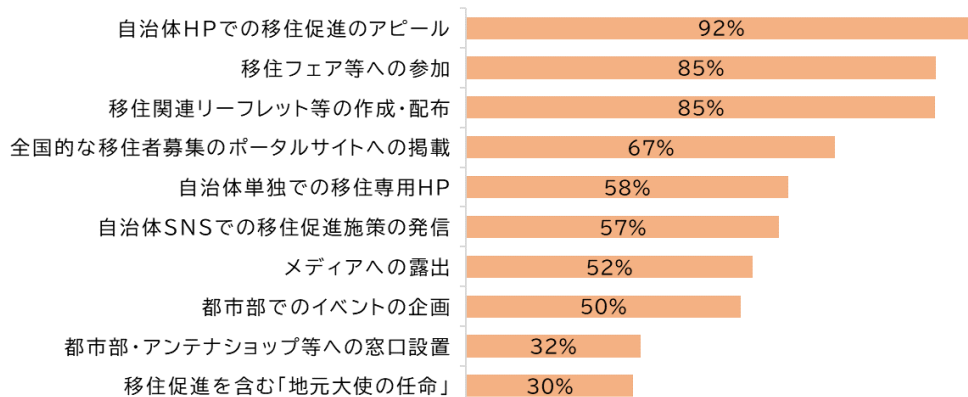


「仕事への不安」「移住の決心」段階で特化した取り組みを実施している地方公共団体は少ない。

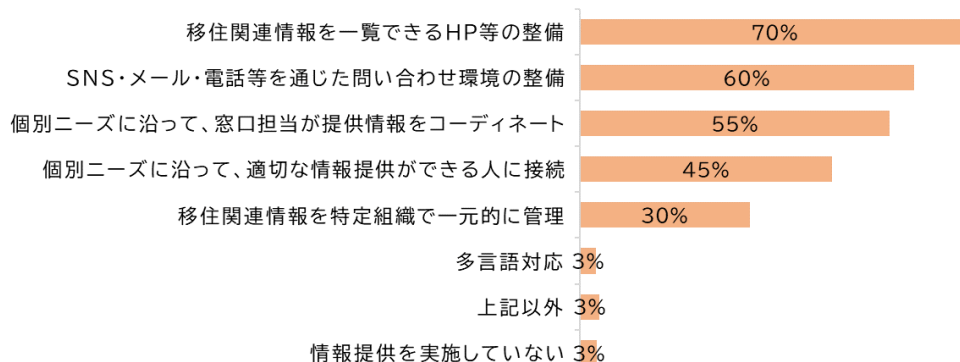
【フェーズ別 移住施策の取り組み内容】(複数回答可)

6段階のフェーズにおいて「どのような取り組みを行っているか」を尋ねました。
結果は以下のとおりです。

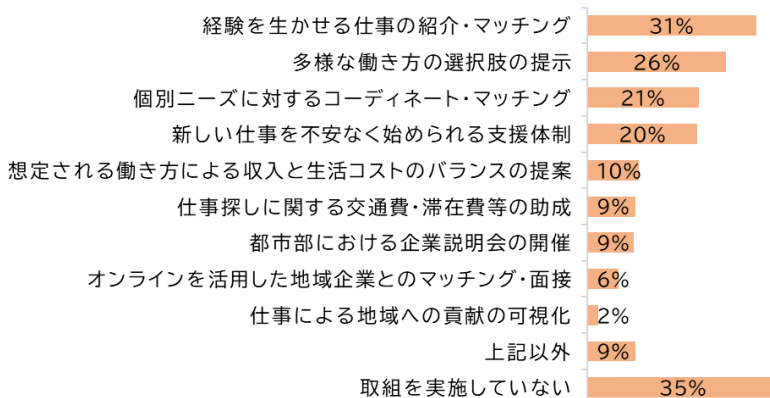
●移住関心層への広報段階



●情報収集段階

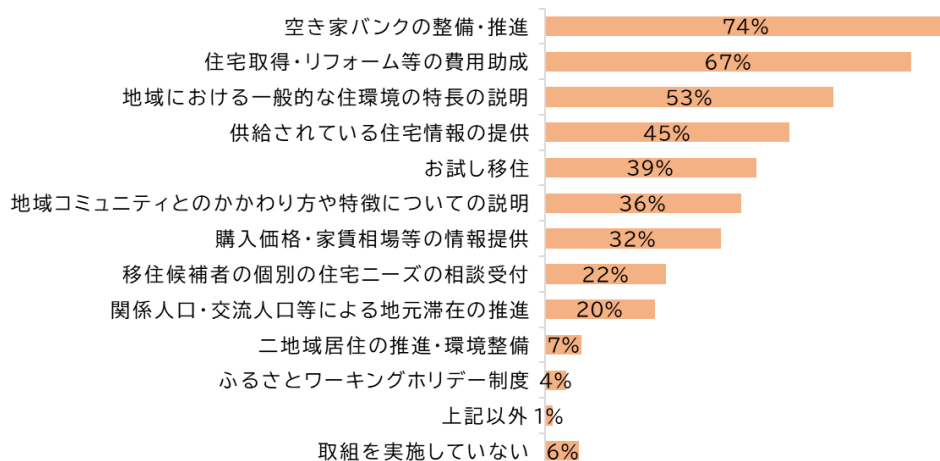


●仕事への不安を軽減・解消していく段階

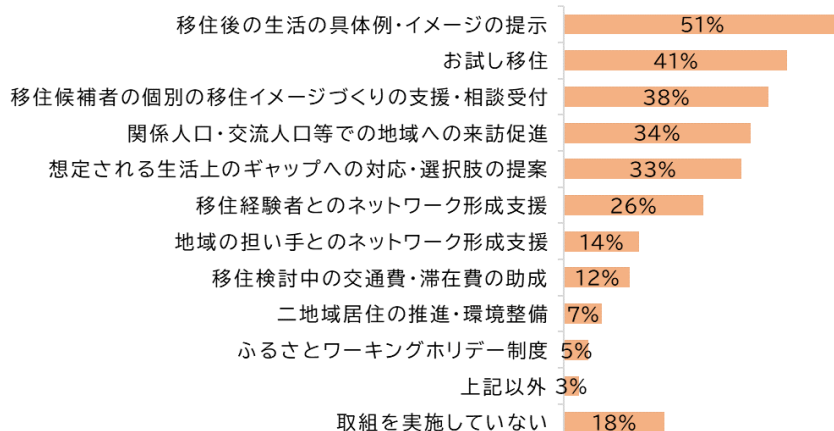


4.移住定住施策に関するアンケート結果

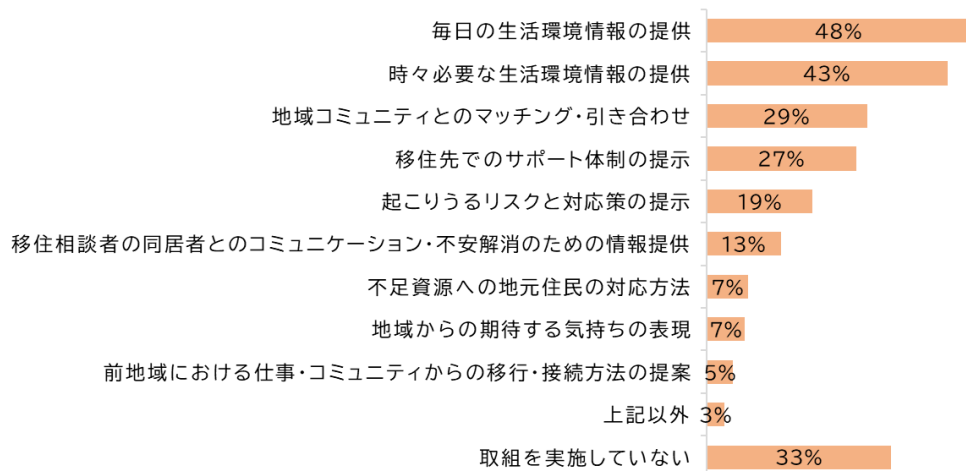
●住居・生活の不安を軽減・解消していく段階



●心理的ハードルを軽減・解消していく段階



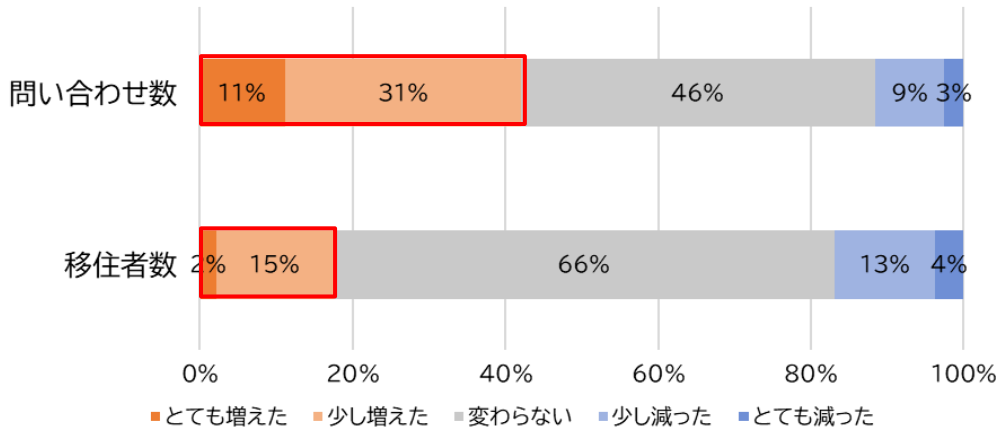
●移住を決心する段階



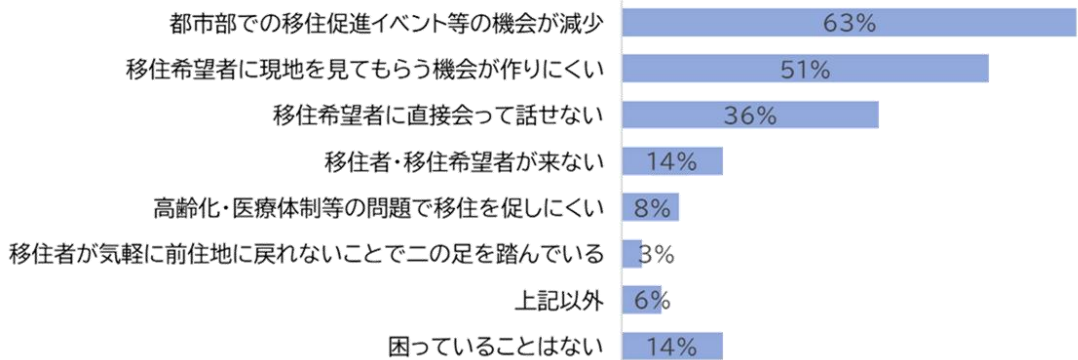
【移住施策への感染症の影響】

●問い合わせ数・実際の移住者数

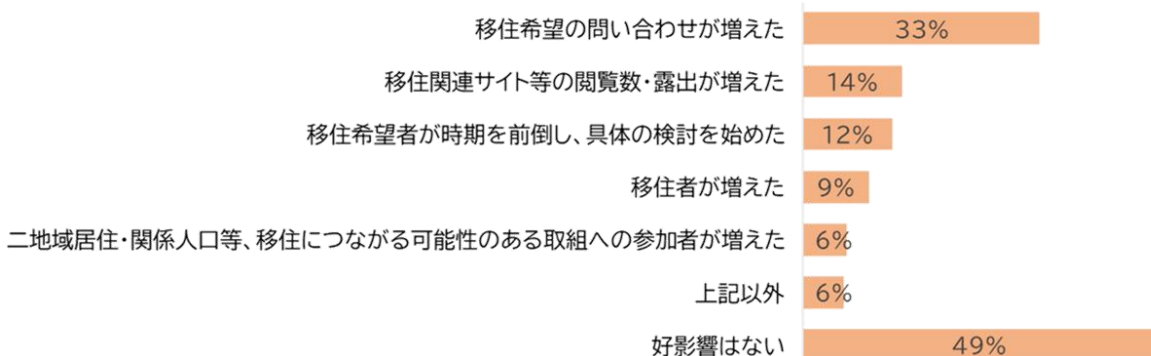
「問い合わせが増えた」とする地方公共団体が42%、実際に移住者が増えている地方公共団体が17%であり、問い合わせの増加分ほどではないが、感染症の影響が移住者増加につながっていることが考えられる。なお、地域別等による顕著な傾向は見られなかった。



●感染症による移住定住施策の困りごと(複数回答可)



●感染症による移住定住施策への好影響(複数回答可)



「地方への人の流れの創出」に向けた効果的移住定住推進施策事例集

2021年3月

総務省

調査委託：株式会社三菱総合研究所