

飛騨地域移住・定住促進連携事業 調査事業最終報告書(サマリー)

2016.03.31

本報告書のゴール

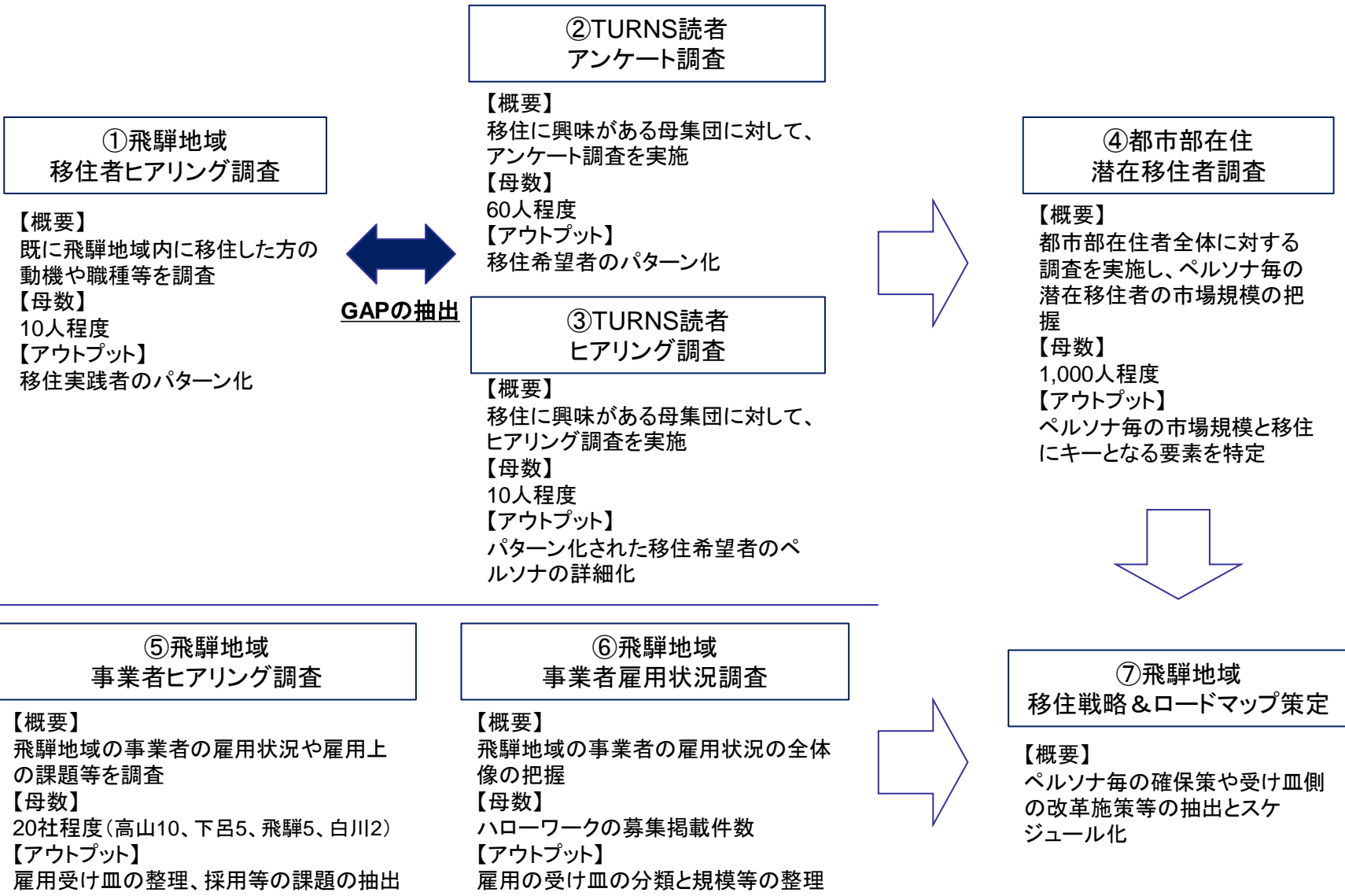
- 本プロジェクトでは、移住者を迎えることで地域の雇用問題の解決につなげることを目的としています。この前提に立ち、本報告書の目的は下記になります。
 - ✓ 地域雇用における満たされていないニーズと、都市部の潜在移住者が仕事に求めるニーズの間とのギャップを明らかにし、そのギャップを埋めるための方策を提示すること
 - ✓ 方策に基づき、飛騨地域連携推進協議会が移住促進のために取る施策の道筋を示すこと

サマリー 構成

- 調査事業の全体像
- 都市人材の現状
- 都市部人材確保の方向性
- 都市部潜在移住希望者のタイプ分析
 - 分析手法
 - 5つの移住希望者タイプ
 - タイプ別ポジショニング
- 飛驒地域労働市場の現状
 - 地域全体
 - 四市村別
- 既移住者の移住後職種
- 移住 x 飛驒地域の労働市場
サマリー
- 飛驒地域内の雇用ニーズの現状
- 現状とマッチング仮説
- 実現の方向性
- 必要とされている情報とそれらを出すタイミング
- 潜在移住者を決断させるキーとなるポイント
- 移住者への働きかけアクション
 - ターゲットタイプ別
 - アクション詳細
- 地域内の受け皿の改善アクション
 - 地域内関係者別
 - アクション詳細
- ロードマップ
 - 潜在移住者への働きかけアクション
 - 地域内の受け皿への改善アクション

調査事業の全体像

地域内の受け皿側と潜在移住者の規模と属性を特定し、それらのマッチングを図ることで、移住者確保の確度を向上させる施策を抽出することを目指します。

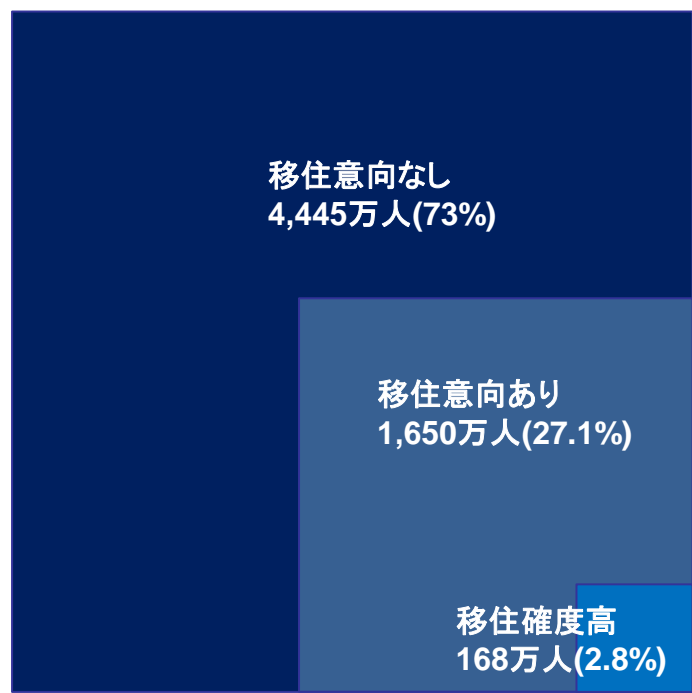


移住者側
受入れ側

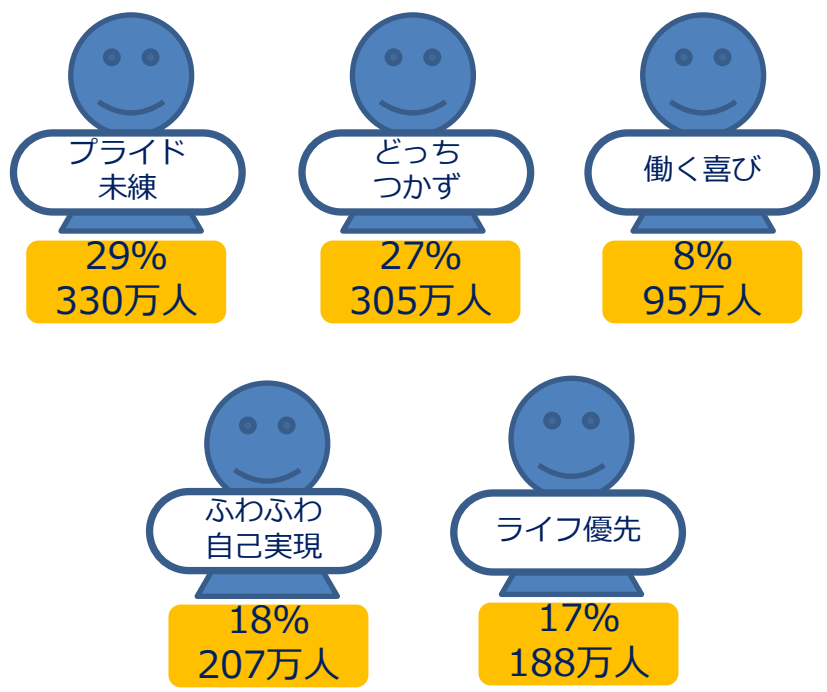
都市人材の現状

都市部に住むアクティブ世代を中心としたヒトを、下記のような分類がされ、それぞれの分類ごとに施策を打っていくことが重要となる。

大都市圏の20-59歳人口(6,090万人)に当てはめた場合の移住者層



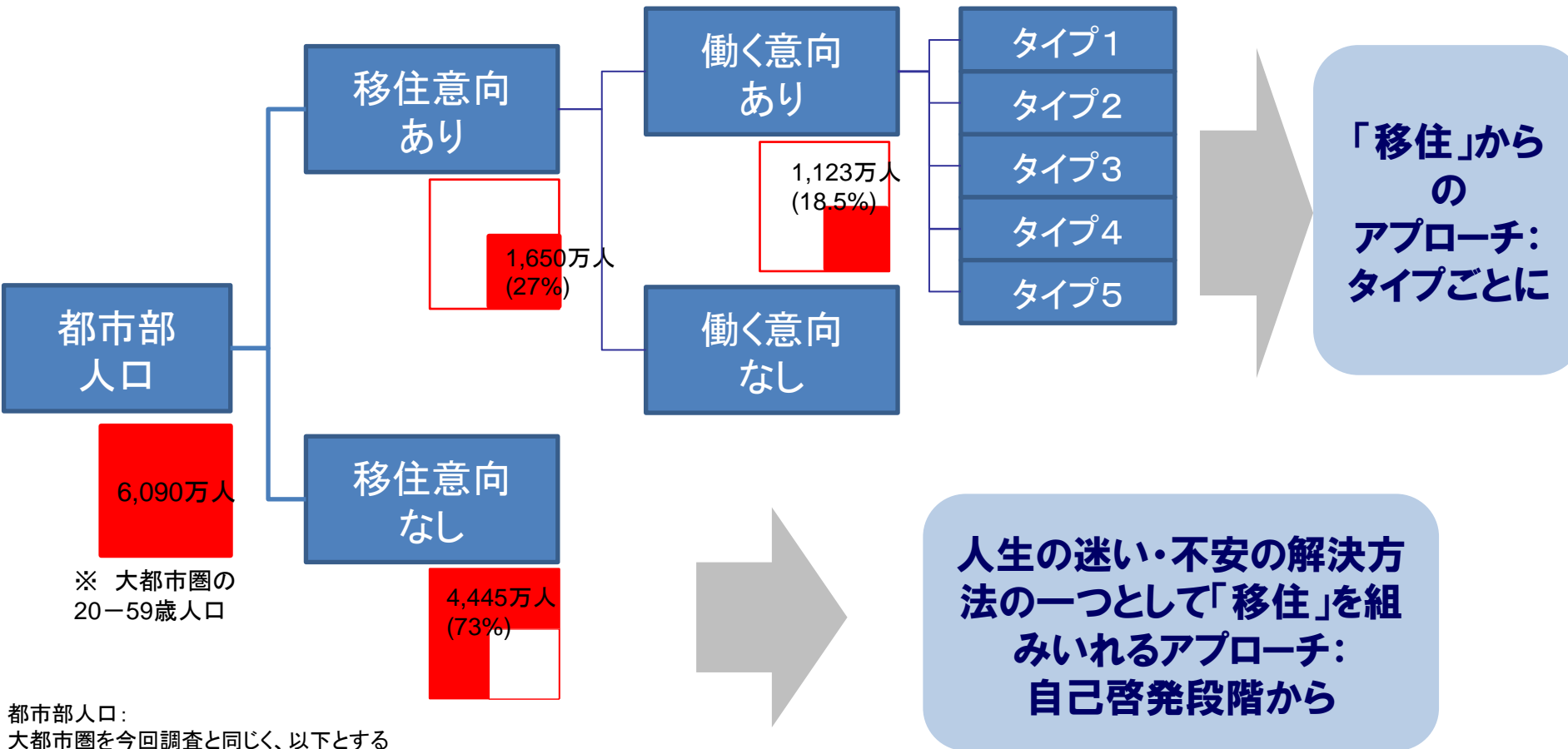
移住意向あり・働く意向あり



都市部人口：
大都市圏を今回調査と同じく、以下とする
一都三県：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、中部：名古屋市、近畿：大阪府、京都府、兵庫県、九州：福岡市、北九州市
出典：国勢調査(H22)

都市部人材確保の方向性

- 現状移住意向を示している人には、タイプ別にアプローチをかける必要がある。
- 移住意向ありの人のみならず、現状移住意向はないとしている層でも、彼らの抱えている迷いや悩みの解決手段の一つとして「移住」を組み入れることで潜在移住者のパイは更に広がると考えられる。



都市部人口:
 大都市圏を今回調査と同じく、以下とする
 一都三県: 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、中部: 名古屋市、近畿: 大阪府、京都府、兵庫県、九州: 福岡市、北九州市
 出典: 国勢調査 (H22)

都市部潜在移住希望者のタイプ分析 分析手法

- 「仕事」に対する意識(就きたいと思える仕事に重要と考えること)から因子分析を行い、3つの因子を抽出。

	合計	総分散に対する%	累積%
因子1	4.166	18.1%	18.1%
因子2	3.131	13.6%	31.7%
因子3	2.235	9.7%	41.4%

※黄色部分は
構成要素として特に高いことを示す

因子1
都市部企業
的見栄因子

因子2
内側からの
動機づけ因子

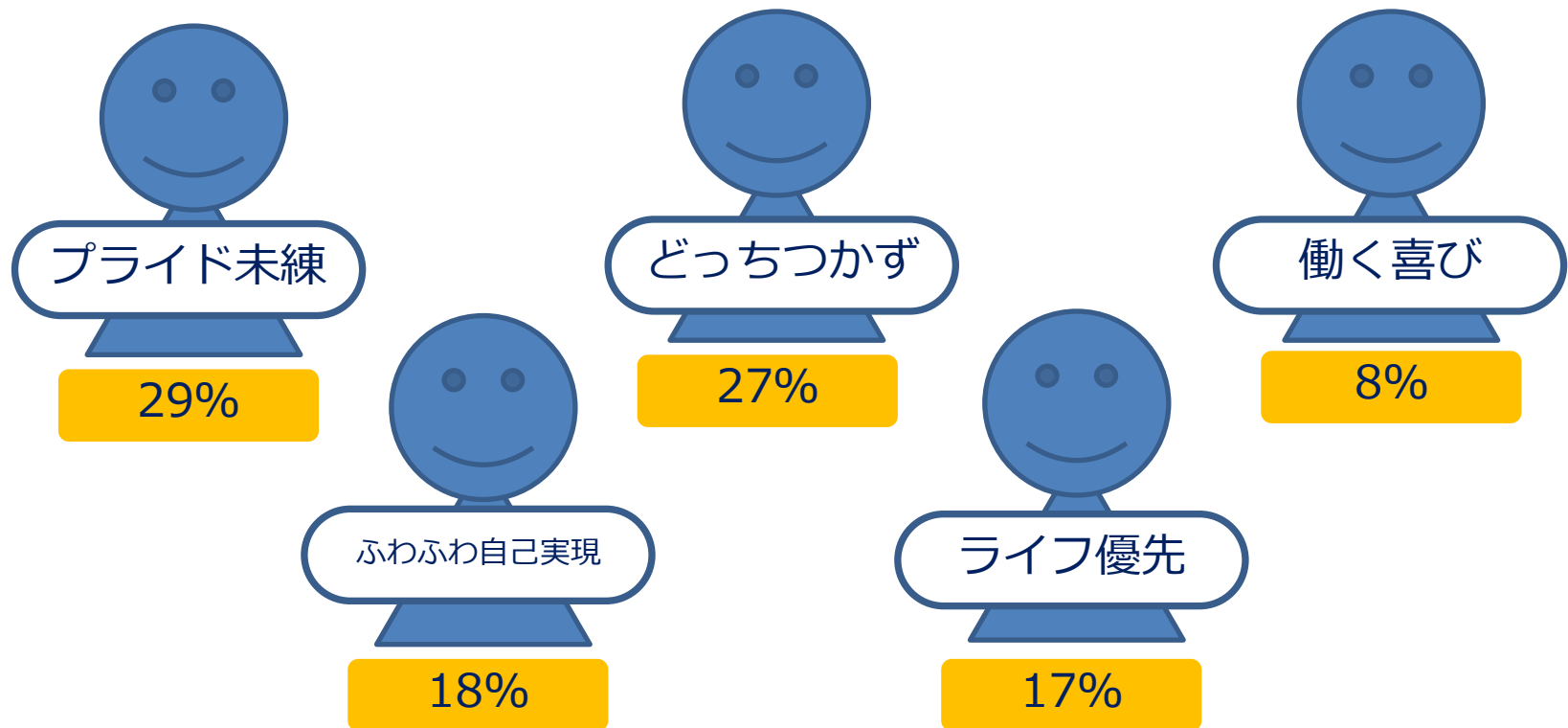
因子3
働く環境重視
因子

質問文	因子を構成する要素		
	因子1	因子2	因子3
役職など、高いポジションが得られること	0.769	0.058	0.052
有名企業での仕事であること	0.718	-0.042	0.066
都市部に本社を置く企業に所属を置きつつ、リモートで仕事ができること	0.698	0.174	0.102
成長基調の会社の仕事であること	0.616	0.221	0.239
キャリアアップにつながる仕事であること	0.601	0.335	0.157
時代に必要とされている新しい仕事であること	0.586	0.413	0.101
自分の学歴やキャリアにふさわしいと思える仕事であること	0.546	0.171	0.203
会社側から来てほしいと誘われること	0.496	0.252	0.179
フリーランスでできる仕事であること	0.308	0.257	-0.018
自分がこれまで培ったスキルや強みが活かせること	0.335	0.281	0.308
デスクワークでないこと	0.356	0.137	-0.149
肉体労働でないこと	0.391	0.026	0.356
人に喜んでもらえる仕事であること	0.061	0.682	0.162
自分の存在価値が感じられる仕事であること	0.123	0.640	0.332
ワクワクできること	0.111	0.609	0.237
今従事しているものより面白い仕事であること	0.193	0.576	0.218
尊敬できる人、刺激を受けられる人と一緒に仕事ができること	0.261	0.522	0.297
都会ではできない仕事であること・地域ならではの仕事であること	0.322	0.514	0.027
社会問題や地域の問題の解決につながる仕事であること	0.439	0.471	-0.035
休みのとれる仕事であること(有給休暇がきちんと取れるなど)	0.065	0.153	0.784
人間関係、オフィス環境などの職場環境が良いこと	0.047	0.322	0.552
安定した収入が得られること	0.018	0.089	0.534
残業がなく(少なく)、自分のプライベートの時間が十分確保できること	0.135	0.186	0.524

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

分析手法

- 更にクラスター分析にて、仕事に対する意識を軸に、5つの「移住希望者タイプ」を抽出。



移住先で仕事をするつもりがある人ベース

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

5つの移住希望者タイプ

1



プライド未練

**今の都会の仕事が大きく変える気はないが、休みも欲しい。
都会の待遇を手放したくないワガママタイプ**

仕事をしたい人の29%
女性の割合高い:
男女比は男性54% 女性46%
事務系会社員

特徴	<p>旅行などで知った、「好きな地域」があり、そこに通ううちに移住もいいなと思うようになっていく。地域創生に関心があるなど社会問題にも敏感。好きな地域の数だけ移住候補地があるので移住検討か所が多め。</p> <p>仕事の専門的なスキルは高め、今の仕事には特に不満はなく、給料もそこそこもらっているため、移住先ではよほど面白いと思える仕事でないと動く気はない。</p> <p>また、考えすぎの傾向があり、移住するに当たっての心配事は多い。人生設計をきちんとして、様々なことが決まっていないと動けず、なかなか移住には踏み切れない。都会の生活や給料が諦めきれないので、二地域居住意向も高い。</p> <p>都会の地方関連イベントに参加して地域につながった気分を持って移住への憧れ気分を満足させている。</p>
やりたい仕事	<p>都会の企業でやっているような仕事 自分のスキルを活かし、プライドも満たしつつ面白い仕事</p>
不安	<p>収入、地域に受け入れられるか、子供の教育環境整っているか、友人が出来るか、気候は...</p>

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

5つの移住希望者タイプ

2



ふわふわ
自己実現

仕事をしたい人の18%
女性の割合高い:
男女比は男性43% 女性57%
30代後半が多め。(22%)
パート・アルバイトの比率が高め
現在の仕事は販売・サービス職の割合が高い。

なんとなく移住にあこがれて、
なんとなく「やりがいのある仕事」はしたいと思っている
ふわふわタイプ

特徴	<p>都会での仕事に疑問を持ち、なんとなく趣味を楽しむ生活に憧れて移住もいいな—と思っている。ただ具体的には考えておらず、「いつかは移住もいいかも〜」程度にふわっと考えている。好きな土地に住みたいと思うので、移住検討先として人気なのは旅行で気に入った沖縄。移住雑誌を見て妄想を膨らませている。</p> <p>仕事の専門的スキルは低め。仕事に特に大きな不満は抱いていないので、今の仕事が辞められない。また、具体的情報収集はしないながら、移住したら「就きたい仕事」はないだろうなど漠然と思っている、受動的なタイプ。今もアルバイト・パートなので収入が不安。</p> <p>性格は慎重派で、不安はつぶしておきたいし、じっくり考えてから行動するタイプ。</p> <p>仕事は、サービス業に親和性が高く、介護も特に嫌とは思っていない。</p>
やりたい仕事	販売・サービス系。人に喜んでもらえる仕事
不安	地域に受け入れられるかどうか

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

5つの移住希望者タイプ

3



どっちつかず

移住には関心はある…と思うものの
ちゃんと考えたことはないで自分でもよくわかっていない。
流されて進む低テンションタイプ

仕事をしたい人の27%
男性の割合高い:
男女比は男性79% 女性21%
40代が多め。(45%)
子ども有の割合高め
長子が高校生以上の割合高め
3-5年以内の移住希望者が多め

特徴	移住に関心があるとはいうものの、色々な意思や興味が他タイプと比べて相対的に薄い。趣味を楽しみたいわけでもなく、何をしたいかはどっちつかず。あまり仕事に期待するものもない。ほかタイプと比べて際立った不安もない(収入など一般的な不安)。自営業や専門職をやって緩く暮らそうかな、と考える。
やりたい仕事	働くつもりだが特に積極的にやりたい仕事はない
不安	特徴的なものはない(期待も少ない)

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

5つの移住希望者タイプ

4



働く喜び

仕事をしたい人の8%
男性の割合高い:
男女比は男性80% 女性20%
30代後半(20%)、50代(34%)が多め。
子ども無の割合高め
Uターン層は少ない
パートタイマー・アルバイト多め

**田舎で好きなことをして働きたい。
移住ハードルが低く、TURNS的ライフを志向する|ターン**

特徴	<p>移住への関心が高め。 都会の生活と仕事に疑問を感じ、田舎暮らしがしたいと思う。地域や地方創生への関心も高い。 カフェ、ゲストハウス、店、農業など、TURNSに載っているような仕事で生活をしたいと思っている。 自営業の割合が高め。 仕事は都会でなくてもできる仕事で、かつ移住後の希望年収も低め。お金や休みよりもやりがいを求めている。 移住へのハードルは低めなので、既存の ターン者に多めのタイプでもある。ただし、今の仕事がきつく、現実逃避で脱サラを夢見るだけの人たちも混じっている可能性もある。 自治体や個人のWebサイト、自治体のパンフやチラシなどで情報収集する。</p>
やりたい仕事	カフェ、ゲストハウス、趣味系の店、農業
不安	あまりない

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

5つの移住希望者タイプ

5



ライフ優先

仕事をしたい人の17%
女性の割合高い:
男女比は男性52% 女性48%
未婚、子ども無の割合高め
Uターン希望者は少ない
パートタイマー・アルバイト多め
年収200-400万の層多め
(26.5%)

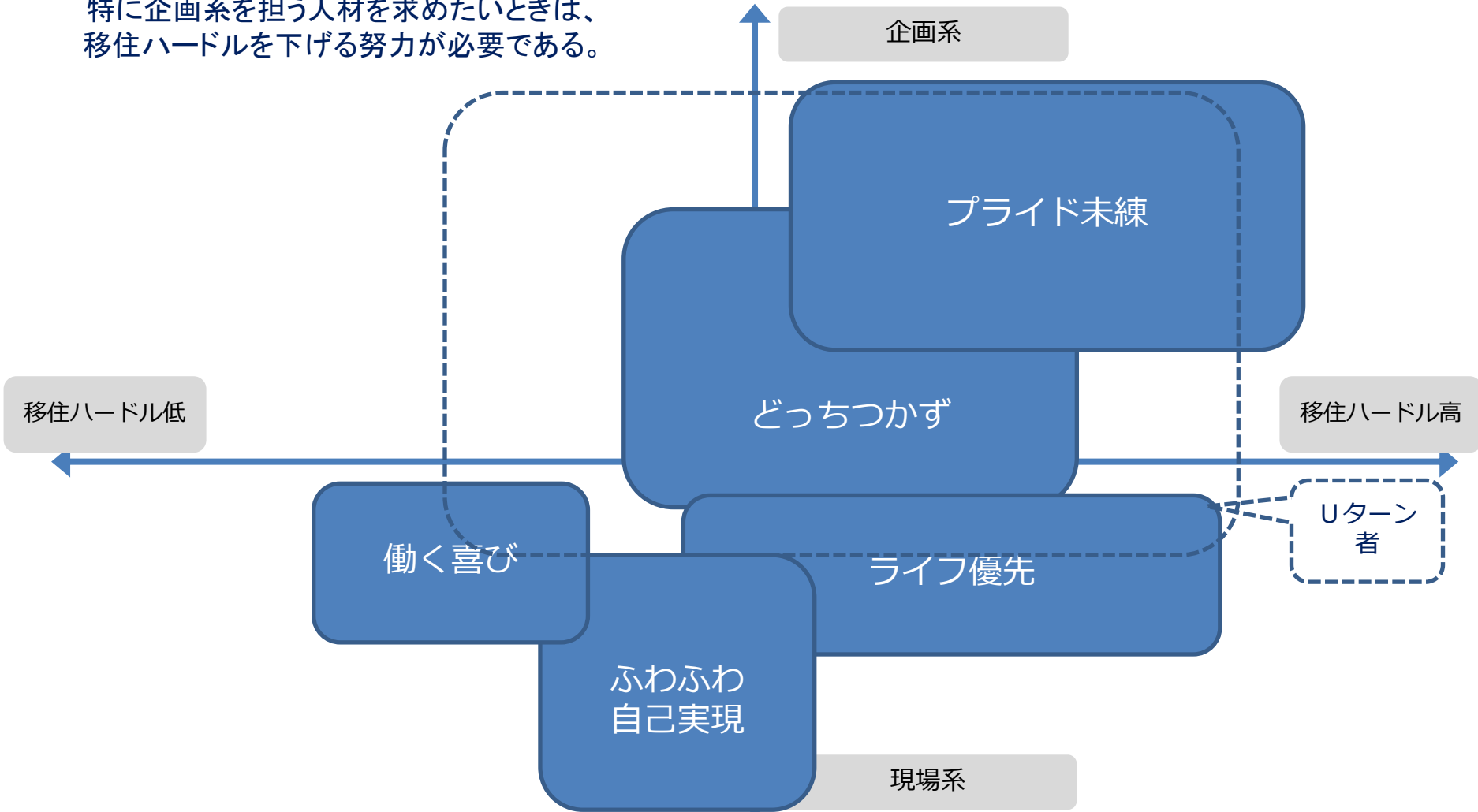
**ライフ優先で仕事はなるべく楽そうなものを選びたい。
受動的でゆるめの甘ちゃんタイプ**

特徴	地域や田舎暮らしへの関心は相対的に低め。 仕事より生活を優先して暮らしたいとなんとなく思っている。仕事の専門性は低い。 移住障壁は、家族と離れること。 地方に関する情報収集はあまりしない。就職活動もエージェント登録くらいの「待ち」姿勢。 仕事はお金を稼ぐ手段だと思っているが、こだわらないというより「やりたくない」ものが多くえり好みをしたがる。仕事のやりがいよりも、休みがとれるか、残業が少ないか、職場環境が良いかが重要。 じっくり考えてから行動、不安は事前につぶしておきたい意向が高く、行動も遅い傾向がある。
やりたい仕事	一般事務
不安	特徴的なものはない

都市部潜在移住希望者のタイプ分析

タイプ別ポジショニング

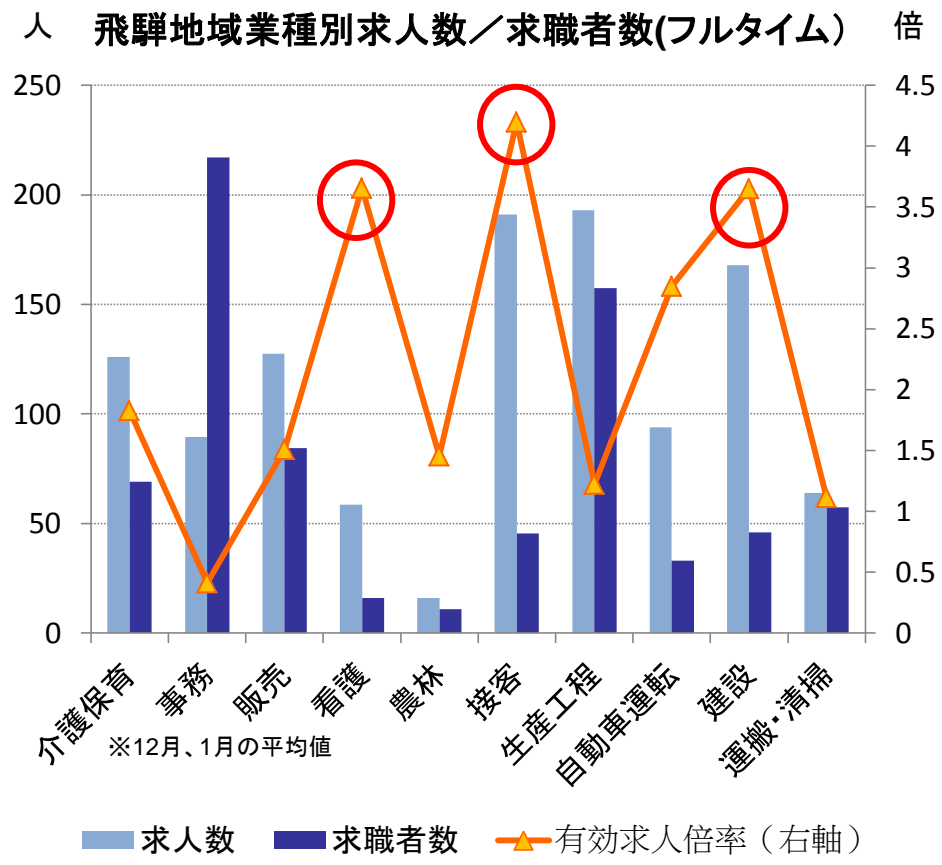
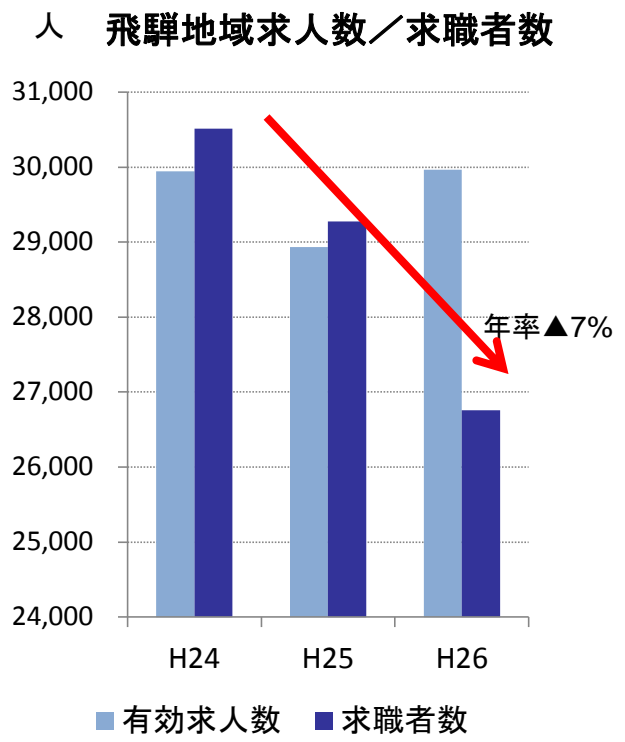
特に企画系を担う人材を求めたいときは、移住ハードルを下げる努力が必要である。



飛騨地域労働市場の現状

地域全体

- 飛騨地域の過去3年間で求人数は横ばいだが、求職者数は年7%も減少している。
- 業種別に見てみると、看護、接客、自動車運転、建設の求人が多いが、求職数は少なく、有効求人倍率は3.5倍を超えている。逆に事務職は0.4倍と非常に低い。



出典：高山ハローワーク H26業務年報、求人求職統計資料

飛騨地域労働市場の現状

四市村別

- 四市村別に見てみると、高山、下呂では、「旅館・ホテル」の求人が突出している。
- 「老人福祉・介護事業」「建設業」(建物サービス、一般土木)は全ての市で上位3位内に入っている。

行ラベル	データの個数 / 産業分類名称
高山市	968
旅館, ホテル	128
老人福祉・介護事業	76
建物サービス業	44
一般土木建築工事業	34
食堂, レストラン(専門料理店を除く)	29
土木工事業(舗装工事業を除く)	22
警備業	20
他に分類されない事業サービス業	19
医薬品・化粧品小売業	19
病院	19
各種食料品小売業	19
一般貨物自動車運送業	18
家具製造業	17
その他の飲食料品小売業	17
美容業	16
労働者派遣業	15

下呂市	517
旅館, ホテル	157
老人福祉・介護事業	34
一般土木建築工事業	18
食堂, レストラン(専門料理店を除く)	17
自動車小売業	16
医薬品・化粧品小売業	16
病院	14
その他のゴム製品製造業	14
建物サービス業	11
土木工事業(舗装工事業を除く)	10
飛騨市	212
老人福祉・介護事業	33
市町村機関	19
病院	11
非鉄金属第1次製錬・精製業	10
白川村	11
一般土木建築工事業	4
老人福祉・介護事業	3

出典: ハローワーク求人データ (H28年1月)

既移住者の移住後職種

- 高山市でH20-26年に移住した人の職業は「家具製造業」が最も多く、ハローワークの求人の多い職種にはマッチしていないことがわかる。

移住後の職種(高山市移住者 H20-26年度)

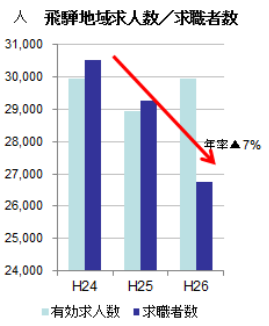
業種	人数
家具製造業	41
医療業	35
無職(田舎暮らし希望)	30
農業	25
飲食サービス業	21
木材・木製品製造業	19
宿泊業	17
教育・学習支援業	15
社会福祉・介護事業	14
建設業	11
金属製品製造業	10
医薬品製造業	10

ハローワークで求人の多い業種

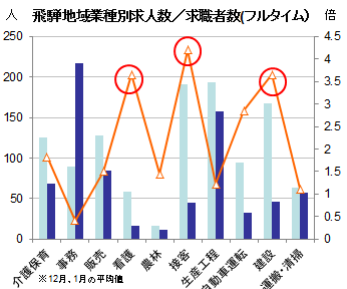
出典：高山ハローワーク 求人求職統計資料

移住 X 飛騨地域の労働市場 サマリー

求人は横ばいだが、求職者が減少傾向



宿泊、介護、建設の求人が多いが、求職者は少ない



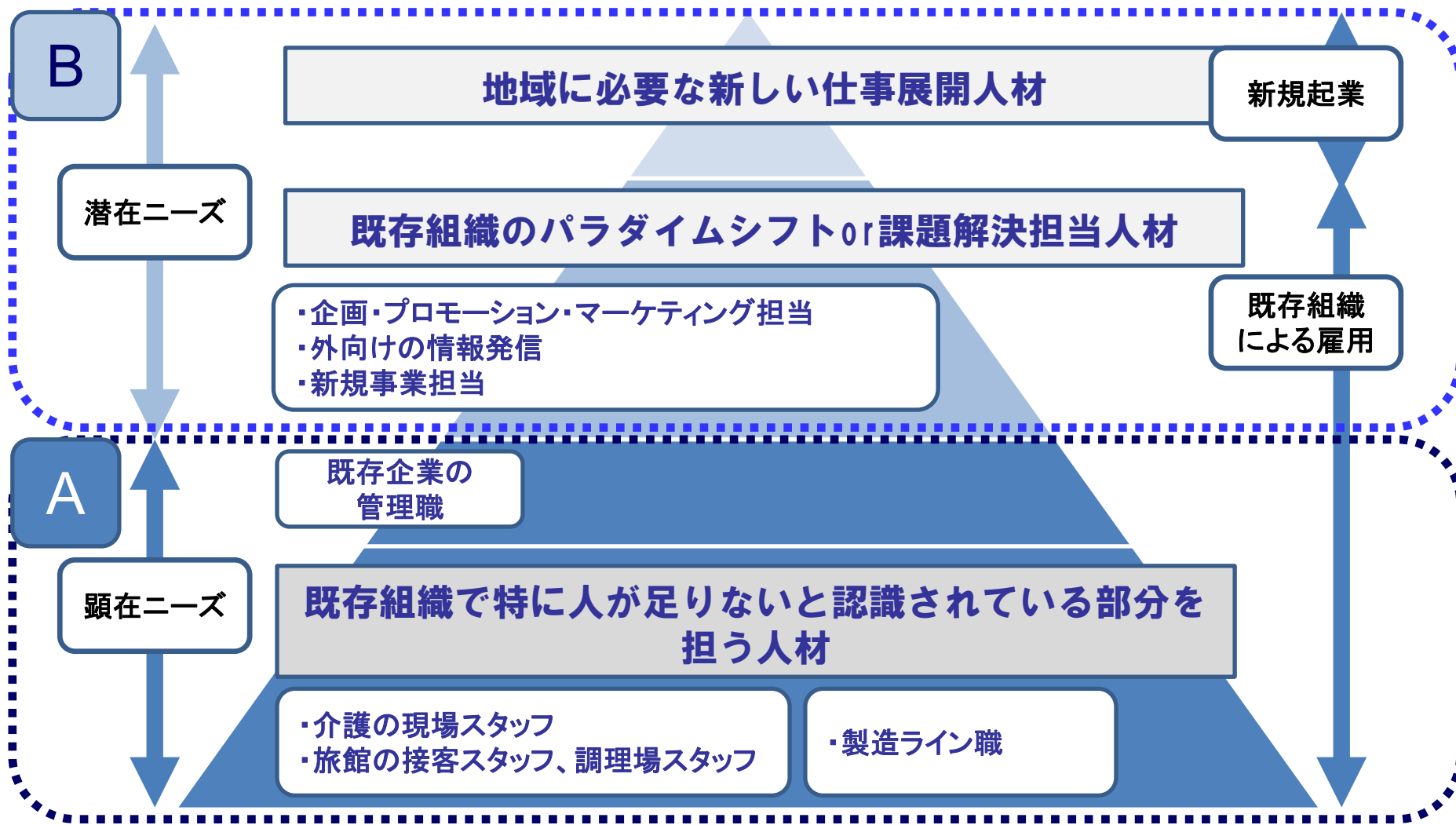
移住者の希望する職種と求人とのミスマッチがある

職種	人数
家具製造業	41
医療業	35
無職(田舎暮らし希望)	30
農業	25
飲食サービス業	21
木材・木製品製造業	19
宿泊業	17
教育・学習支援業	15
社会福祉・介護事業	14
建設業	11
金属製品製造業	10
医薬品製造業	10

移住者がやりがいを持って臨むことができ、かつ地域のニーズにも応えられる職の創造が必要

飛騨地域内の雇用ニーズの現状

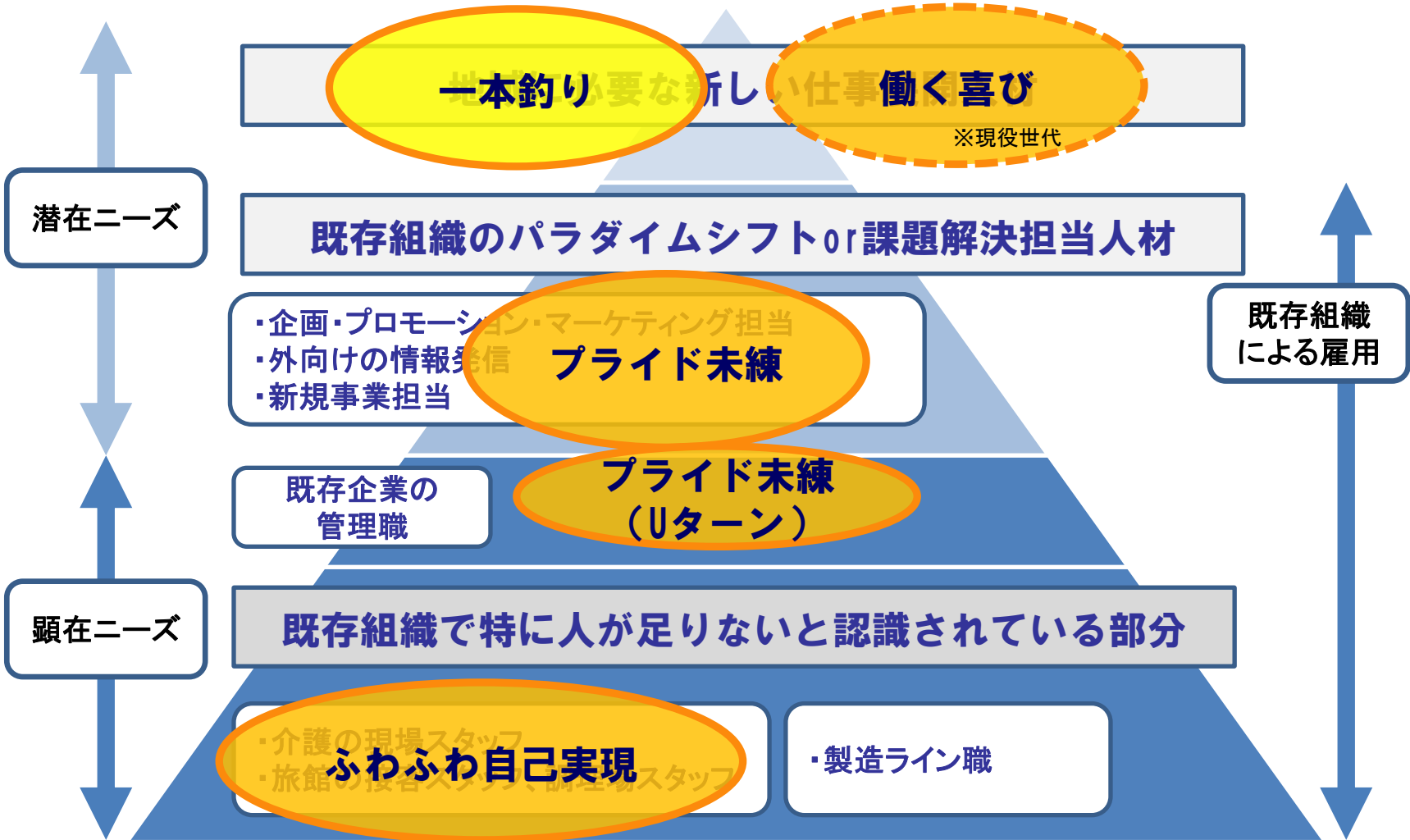
飛騨地域においては、事業者が既に把握している顕在ニーズと、事業単位、業界単位では、あまり強くは認識してはいないものの、地域の将来を見据え、長期的に必要とされる潜在ニーズの2つに分類できる。



現状とマッチング仮説

地域の雇用ニーズと潜在移住者のニーズのマッチング

地域の雇用ニーズに各潜在移住希望者タイプを当てはめると下記のようなになる。



実現の方向性

それぞれの雇用ニーズを移住者で補っていくには、現状の雇用方法と職場環境に移住者が合わせる方向と、移住者ニーズに雇用方法、職場環境を合わせる方向性がある。

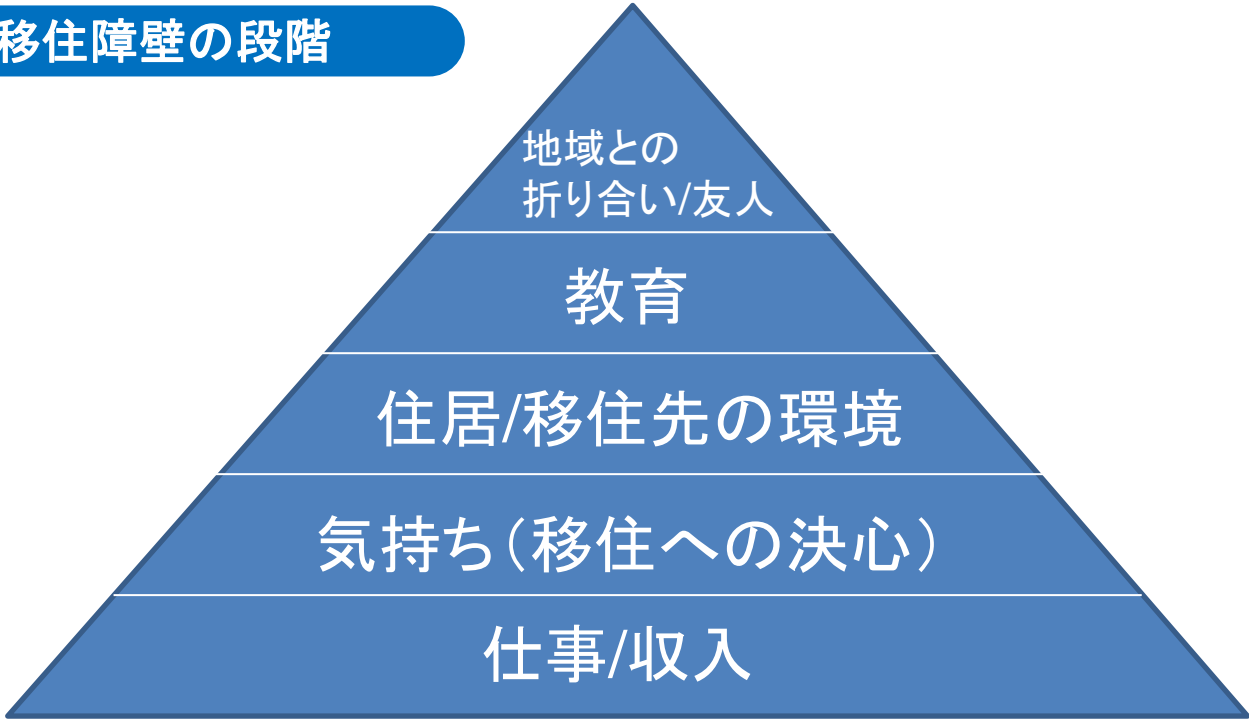
		現状の雇用方法、職場環境に 移住者が合わせる	移住者のニーズに 雇用方法、職場環境を合わせる
1	Aを実現する 方向性	地域側は楽ではあるが、該当 者が限定的である	可能性は期待できるが、 地域側のアクションを要する
2	Bを実現する 方向性	-	地域側の潜在ニーズを 顕在化し、 促進政策を行う

必要とされている情報とそれらを出すタイミング

移住障壁五段階仮説

潜在移住希望者の障壁は段階を追って進むと考えられる。1段階目つまづいている人に3段階目以降の施策でアプローチしても効果は薄い。

移住障壁の段階



移住確度高の人の障壁



移住確度低の人の障壁

潜在移住者を決断させるキーとなるポイント

都市部に少なからず存在する、「移住したいけれどできない」人たちには、以下の2点を抑えて、推進することが肝要である。

移住の意思決定のために背中を押してくれる何か

移住を意識し始めてから、本当に移住しよう！となるまでには大きな溝が存在する。

この溝を超えられない限り、移住の決断はできない。

要は「できるか、できないか」ではなく「決めるか、決めないか」だが実は自分がどうしたいのか、ちゃんと考えたことがなく、毎日もやもや生きている人が都市部には特に多いと考えられる。

移住先で働くことと、生活することのイメージ

特に都市部から出たことがない人は、田舎ではTURNS的暮らし(*)をするか、隠居するかのも二択だと考えている。よって「お金を貯めてからでないと移住できない」と信じている様子。都市の環境において田舎での働き方や生活を想像するのは無理…これが、なかなか溝を超えられない原因の一つ。

*移住雑誌TURNSに登場するような、カフェ、ゲストハウス、趣味のお店を経営するか、農業をやること

潜在移住者への働きかけアクション

ターゲットタイプ別

ターゲットのタイプと、それぞれの移住実行に向けた心理状態に合わせて、様々な施策を進めていくことが、成功確立を向上させるキーとなる。

認知、関心までのハードルは低いですが、関心の後には「悩み」段階があり、そこから検討に至るまでにはほとんどの人には深い溝がある。実際の移住にはここを超えられるかどうかを鍵になる。
 従来の移住政策は、関心を持ってもらったら、すぐに検討してもらえ前提の作りなので、関心は持たれても、その先になかなか進めていかなかったと考えられる。



	認知	関心	悩み	検討	準備	実施	アフター
タイプ1 プライド 未練		C	A B	F	G		
タイプ2 ふわふわ 自己実現			A B	F	G		
タイプ3 どっち つかず			A B				
タイプ4 ライフ優先				B	F		
タイプ5 働く喜び				B			
移住確度 高の人				F	G		

ターゲットタイプ	認知	関心	悩み	検討	準備	実施	アフター
タイプ1 プライド 未練		従来型広告	従来型広告				
タイプ2 ふわふわ 自己実現	従来型イベント	従来型ウェブサイト	従来型ウェブサイト		従来型お試し住宅	従来型お試し住宅	従来型補助制度
タイプ3 どっち つかず	従来型イベント	従来型ウェブサイト	従来型ウェブサイト				
タイプ4 ライフ優先							
タイプ5 働く喜び							
移住確度 高の人							

潜在移住者への働きかけアクション

アクション詳細

- 迷える都市部の潜在移住者の背中を押すためのアクションは、「自己啓発」と「地方側からの営業」
- それでも移住が無理な(大半の)人には、飛驒の宣伝大使になってもらう

		内容
A	カウンセリング型 移住ワークショップ	「神山塾」「海士五感塾」など、地域に滞在して自然や人の暮らしに触れながら自分を見つめなおし、自分の進むべき方向を考えるワークショップが都会のサラリーマンに人気。これの飛驒版を行う。 既存の移住セミナーにワークショップ形式を取り入れる。
B	移住戦略組織と 市町村専任担当者による 移住相談対応	移住戦略組織のなかに、移住者の背中を押す移住者相談専任担当を置き、「営業型」で移住促進を行う。 従来型の、移住ブースを設置して移住希望者を待つのではなく、移住希望者に専任担当者を置き、「あなたにはこんなものが良いですよ」「こんな仕事があるからあなたに来て欲しいのです」というような、プッシュ型の移住促進を行う。完全自発では移住に踏み切れない人々の背中を押す。 専任担当者になるのは、移住希望者と同じ目線が持てる人(既存の移住者かつ都会で働いた経験のある人)が望ましい。
C	ひだアンバサダー/応援団 結成	飛驒は大好きで何度も訪れ、飛驒を第二の故郷と思っている。でも...移住する気はない。という人が多い。 このタイプは移住にはどうしても踏み切れないが、飛驒に思い入れがあり、飛驒の良さを周囲に広めたり、イベントに参加するのは大好き。 彼らを飛驒のアンバサダー/応援団として組織する。地域のイベントにも参加を呼びかけ、飛驒の良さを都市住民の視点から語り、発信してもらう。

潜在移住者への働きかけアクション

アクション詳細

- 飛驒で暮らし、働くイメージを持ってもらうために、まずは来て働いてもらうきっかけを作ることが肝要である。そのためには必ずしも、従来型の雇用にこだわる必要はない。

		内容
D	都市部企業との人材交流	<p>潜在移住希望者に「社会人インターン」として1-2年休職・飛驒で働いてもらう。移住希望者としては勤めている企業を辞めずに済む、会社は「社会貢献」の一つとしてアピールできる、飛驒暮らしのイメージを持ってもらえる、というメリットがある。</p> <p>または、都会の生活と企業論理で病んでいる人たち（真面目なサラリーマンゆえに病んでしまった人たち）に一定期間飛驒で生活してもらう。その間は休むもよし、地域で仕事するもよし、地域活動に参加するもよし（地域の「役」を担ったり側溝掃除をしたり...）。</p> <p>考えられる実施方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業のCSR室等と組んで、プロボノ（仕事のスキルを活かした社会貢献）の一つとして行う ✓ ETIC（社会起業等を支援する実践型インターンシップ）を通してインターンを募集する

潜在移住者への働きかけアクション

アクション詳細

- ある程度移住障壁の低い人(仕事さえあれば場所は問わない、等の人)には具体的に移住を検討してもらえるようなアクションが必要である。

		内容
E	早期退職者狙い リクルート	転職エージェントと組み「ただの転職先の一つ」として、地方転職を考えてもらえるようにする(現在は地域限定であったり、ハローワークのみの求人が多く、都市部の求職者には届きづらい状況)。ねらい目は早期退職者。仕事をやりたくても力を発揮できる場がなく、会社の人員整理に応じている場合などがある。彼らに、地方の方がダイナミックに仕事ができるチャンスがあることをアピールする。
F	子育てのしやすさアピール強化	仕事や移住への意思決定力を持つことが前提となるが、都市部とは比較にならない子育てのしやすさをアピールする。具体的に数字を使い、「都市部で保育園に入れる場合の時間的コスト、料金、受け入れられるサービスの質」などを都市部の場合と比較して見せたり、子どものホームステイ、サマーキャンプなどを実施。既存の子育て世代ネットワークなどと連携。

潜在移住者への働きかけアクション

アクション詳細

- 移住検討段階の人には、移住後の暮らしを具体的にイメージしてもらい、安心してもらうための策があると良い。
- 既存のセミナーを移住者タイプ向けにターゲットを明確にして組み直すことで、移住の確度を上げられる可能性が高い。

		内容
G	移住者向け、飛驒の暮らしガイドブック	移住者向けに、地域の人がい物する場所やお店、地域のしきたりやイベント、役など、ありとあらゆることを網羅したガイドブックを作成。既存の移住者が移住者目線で作成し、これから来る移住者には地域での暮らしが具体的に思い描けるようにするとともに、既存移住者や地域の人にも「一冊ですべてがわかる」ガイドブックにする。Cの「ひだアンバサダー」ともコラボレーションして彼らの意見も取り入れる。
H	逆指名型起業セミナー	既存の起業セミナーを、地域に必要な店や事業などを具体化したうえで「働く喜び」タイプをターゲットとして行う。

地域内の受け皿の改善アクション

地域内関係者別

地域や業界、企業の現状把握を経て、各者が保持する課題の解決に向け、関係者全員が有機的に連携し、その解決を加速化する。



地域内の受け皿の改善アクション

アクション詳細

地域や業界、企業の現状把握を経て、各者が保持する課題の解決に向け、関係者全員が有機的に連携し、その解決を加速化する。

ID	テーマ	内容
a	各種サポート	必要に応じて、各関係者の支援を実施する
b	空き家情報のDB化	職と居住環境の整備は、生産年齢人口の確保には必須となるため、利用可能な住宅情報の一元管理を実現する。(この際、地域内の不動産業者や空き家管理NPO等との連携も視野に入れる)
c	移住者必要集落のDB化	区単位程度で、集落に必要な人材として、移住者を受け入れる意思の有無等を把握できるデータベースを構築する。移住者の居住区相談の際に本DBを活用し、区長などと連携し、定着化へ進める
d	移住者対応選任者の設置	移住相談や他の関連施策を推進するための選任担当者を配置する。 空き家、求職情報等、移住者が求める必要情報の提供、地域内への案内等を実施する。 その際、必須となる地域側の情報の一元管理も担当する。 また、既存の移住者より移住に関する情報収集を行い、新たな移住関連政策の立案も実施する。 その他下記の人口増加施策の企画・立案・実行も担当する
e	住環境改善政策の実施	核家族が大半の移住者が居住可能な住宅の確保、補助制度等を推進する(家賃補助、家財処理支援、空き家利用促進等)
f	雇用環境改善に関する政策の実施	生産年齢人口確保の為に強化策や優遇策を推進する(人事、企業カルチャー、ワークライフバランス導入等)

地域内の受け皿の改善アクション

アクション詳細

地域や業界、企業の現状把握を経て、各者が保持する課題の解決に向け、関係者全員が有機的に連携し、その解決を加速化する。

ID	テーマ	内容
g	移住者ギャザリングの実施	市村内に居住する移住者ネットワークを構成し、定期的なイベントや集会イベントを実施し、彼らの定着化を図ると同時に、今後の移住政策に必要な情報収集を実施する
h	空き家情報の収集と整理	区内の空き家とその居住可否(状態、家主の意思等)を確認し、行政組織に情報を提供する
i	移住者向け、区の説明資料の作成	区内の年間行事、ルール、区費、慣習等、区で成果通する出必要な情報を網羅した、説明冊子を作成する。 (説明資料を作成すると名目ではあるが、区の様々な、困難な現実を可視化するという狙いも含む)
j	区民もツライ慣習の見直し	上記をベースに、住みにくさの現況となっている慣習等について、改めてその継続や改善について議論し、検討する。
k	区の将来像の明確化	祭りや集落行事に必要な人数などをベースに、どんな人材に、何人くらいと共に住み続けるか、その展望を描く
l	移住者確保の為に行政へのアプローチ	区内の検討から明確化された、必要な人材を行政組織等に働きかけ、その確保を推進する
m	地域PRシートの作成	地域の良さや特徴など、移住検討者にアピールするシートを作成する。 (このシートは行政移住担当者が一元管理する)
n	移住者との共存を図る雰囲気醸成	寄合いなどの時には声をかけるなど、指導や情報提供などを積極的に実施し、移住者の定着化にむけた雰囲気を集落内に醸成する。

地域内の受け皿の改善アクション

アクション詳細

地域や業界、企業の現状把握を経て、各者が保持する課題の解決に向け、関係者全員が有機的に連携し、その解決を加速化する。

ID	テーマ	内容
o	雇用受け入れの啓蒙活動の実施	求人と求職のミスマッチを解消する為の、様々な啓蒙活動や支援制度（セミナー実施、支援メニューの拡充等）を企画し、推進する
p	事業状況の再確認と収益改善の再検討	宿泊業界等、求人と求職のミスマッチが大きい業界においては、幅広い視野において、今後の事業拡大（雇用受け入れキャパの確保）について、再検討し、その改善策を抽出する
q	雇用受け入れの強化	求人と求職のミスマッチの原因特定と解決策の推進、雇用を拡大できる（業績を向上させる）業務改革を実行するなどし、雇用のキャパシティを増大する

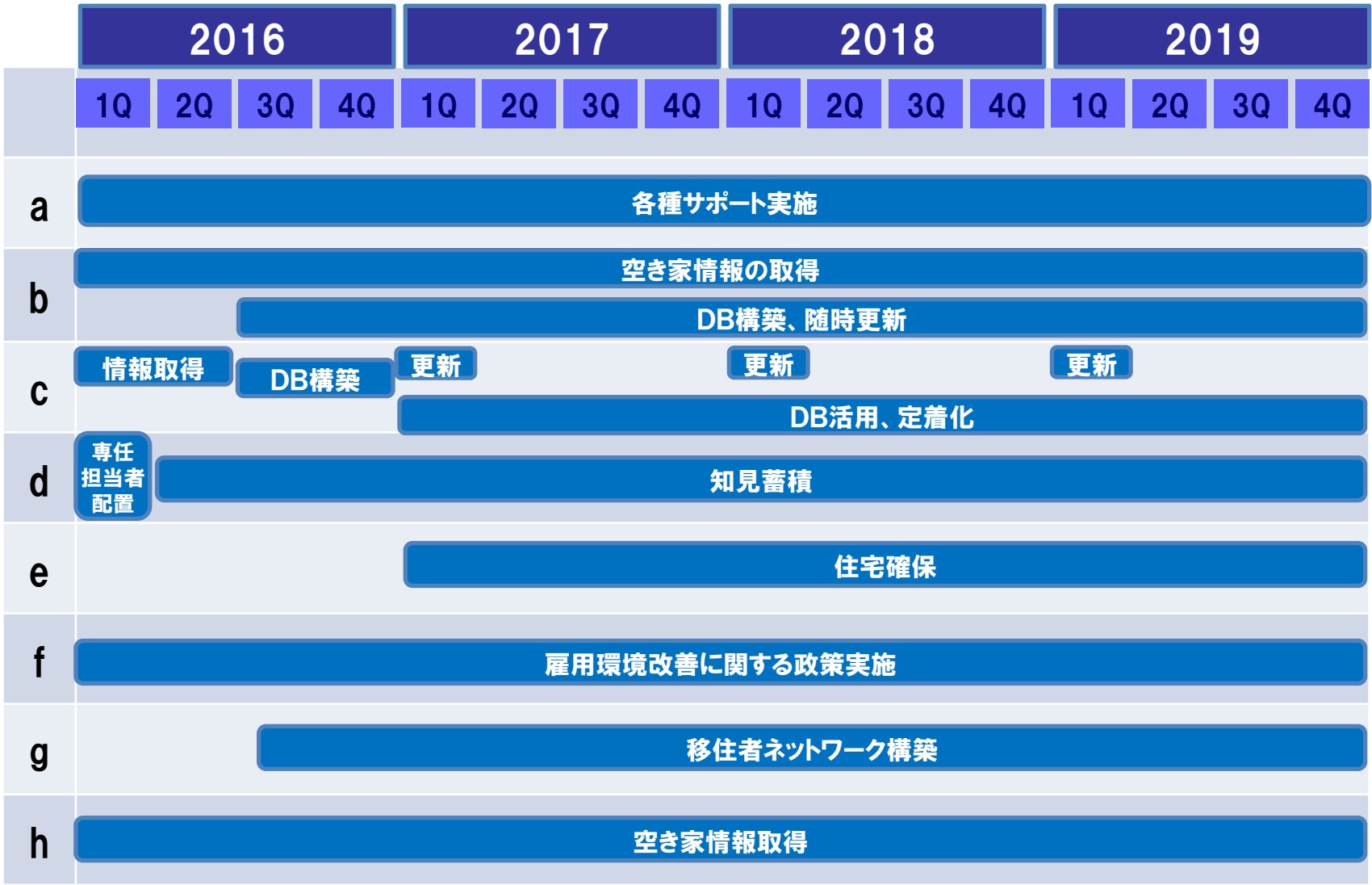
- 1 プライド未練
- 2 ふわふわ自己実現
- 3 どっちつかず
- 4 ライフ優先
- 5 働く喜び
- 6 移住確度高の人

潜在移住者への働きかけアクション

	2016						2017				2018				2019										
	1	2	3	4	5	6	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q							
A	○	○	○	○			WS 開発		WS 開発 & 実施 @ 飛騨		WS 開発 & 実施 @ 飛騨		WS 開発 & 実施 @ 飛騨												
B	○	○	○	○	○		担当者配置	イベント参加者、WS参加者に登録してもらい、その後定期的にフォローアップ																	
C	○						準備	イベントなどがあるときの応援等、マルチに活躍してもらう																	
D	○						プログラム開発	コラボ企業募る	インターン受入れ																
E	○	○	○	○		○	地域企業への情報提供	職場環境改善、既存企業の潜在ニーズ掘り起しなど 転職者獲得																	
F	○					○	地域の子育て世代との連携	アピール強化コンテンツ開発				子育て世代へのアピール強化													
G	○	○	○	○	○	○	ガイドブック作成																		
H					○		逆指名すべき事業の潜在ニーズ顕在化				準備	セミナー	起業支援				セミナー								

ロードマップ

地域内の受け皿への改善アクション 1/2



ロードマップ

地域内の受け皿への改善アクション 2/2

	2016				2017				2018				2019			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
i	区の説明資料作成															
j					住みにくさ議論、検討				地域への啓蒙							
k									区の将来像明確化							
l									行政へのアプローチ							
m	地域PRシート作成															
n	移住者との共存を図る雰囲気醸成															
o	啓蒙活動準備								実践							
p	事業検討、改善策抽出								改善策の実施							
q	ミスマッチの原因特定				業務改革実行				業務改革本格化、定着							