シリーズ ウィズ / ポスト コロナ時代における都市政策―移住定住施策の展望―

南房総市の移住・定住施策について -地域で創る魅力の郷を目指して―

荒川 南房総市地域おこし協力隊 悠 南房総市総務部企画財政課 主任主事 稲葉

本市では移住・定住施策として、2012年から開始した空き家バンク事業をはじめ、2016年より「お試し 田舎暮らしツアー」、2018年より「トライアルステイ事業」の実施や定期的に首都圏での移住セミナー等へ参 加してきた。また、2019年からは2名の地域おこし協力隊を採用し、より積極的に移住・定住施策を推進し ている。

2020年の新型コロナウイルス感染症の流行により、本市の移住情勢にも少なくない変化が生じている。 本稿では、本市の移住・定住施策の取組みを紹介するとともに、各種事業の観点から見た新型コロナウイルス 感染症流行以後の移住情勢の変化や今後の展望について報告する。

はじめに

南房総市は、千葉県房総半島の最南端に位置し、 人口約3万6,000人、面積約230,10kmで、2006年3 月に7町村による合併で誕生した市である。

また本市は、冬は暖かく夏は涼しい海洋性の温暖 な気候で、市域の北側には緑濃い山々が連なり、他 の三方は東京湾と太平洋に面した、自然の恵み豊か な地域である。

しかしながら、本市の喫緊の課題として、これま で若年層の流出が続いたことによる少子高齢化及び 人口減少が進んでいる状況である。

1 政策における移住・定住施策の取組み

(1) 背景

本市は、冒頭で述べた少子高齢化により、死亡者 数が出生者数の8倍超となっており、自然減による 人口減少が顕著となっている。

そこで本市は、人口の将来展望をまとめた「南房 総市人口ビジョン | を踏まえ、2015年に「第1期 南房総市総合戦略」、2020年に「第2期南房総市総 合戦略(以下「戦略」という。)」を策定し、子育て 世代の増加を中心的なコンセプトとして人口減少対

策を進めることとした。

(2) 政策としての移住・定住施策

戦略の策定及び推進にあたり、部署間の垣根を超 えた、人口の減少、少子化等の課題への対応等地方 創生に関する施策の推進を目的とする、「南房総市 地方創生推進プロジェクトチーム」を立ち上げた。 プロジェクトチームから出た提案は、担当部署との 調整の上で、戦略内に事業として掲載した。

戦略内の基本目標の一つである「新しい人の流れ を作る」の中に、移住・定住施策を掲げた上で事業 を推進し現在に至る。

また、2018年に策定した本市の最上位計画であ る第2次総合計画(以下「計画」という。)内にお いても、重点プロジェクトとして「人口減少・少子 高齢化対策」を掲げており、子育て世代の移住・定 住促進とそのための環境づくりに力を入れている。 上記で述べた計画、戦略の移住・定住施策において ターゲットを20歳から39歳とし、一体性のある取 組みを推進している。

2 各種移住・定住施策の取組みについて

ここでは、本市が現在実施している移住・定住に 関する各種支援事業について説明する。

(1) トライアルステイ事業

観光や滞在だけではなく、暮らすように南房総市 に滞在すること(トライアルステイ=試住)で、移 住や2拠点生活を現実的に検討するためのプログラ ムを提供する事業。

本市内に3軒のお試し移住住宅を設け、移住検討者に2~5泊の期間無料で貸し出しを行う。申込はインターネット上で受け付けており、申込フォームへの入力内容に基づいて審査が行われる。

利用者は地域おこし協力隊との事前オンライン面談に参加し、滞在期間中のプランを作成。滞在期間中のプログラムとしては、市内の農家や漁師などの手伝いをしながら交流する「お手伝い的南房総訪問」、地域おこし協力隊が滞在者の希望に応じて市内を案内する「南房総2時間行脚」、移住者との交流を行う「移住者トーク」などがあり、地域おこし協力隊は各プログラム関係先との調整や当日の同行を行う。2019年度は4組7名、2020年度は2組9名の参加者が移住を実現しており、一定の成果を上げている。

(2) 空き家バンク

市内の空き家の有効活用を通して、移住・定住の 促進、市民と市外居住者との交流の拡大並びに経済 及び産業の振興を図り、もって地域を活性化する事 業。

写真1 トライアルステイパンフレット



出典:南房総市

2012年より事業を開始し、当初は年間3、4件の契約数(賃貸・売買)であったが、2017年以降は年間9件以上となるなど一定の成果を上げている。

(3) 住宅取得奨励金

定住促進及び地域経済の活性化を図ることを目的 に、市内において新築住宅を建設または購入した子 育て世帯及び若年者に対し、奨励金を交付する事業。 2021 年度からは中古物件の購入も対象とした。

2019年度は37件、2020年度は31件など一定の成果を上げている。

(4) 起業家支援について

「南房総市新たな仕事と雇用創出支援事業補助金」

市内における起業や既存事業の機能強化、新たな 分野への取組みや地域雇用を創出する事業者を対象 に、5つの建物・設備投資メニューと雇用支援メ ニューによりきめ細かく支援することで、産業の振 興や高度化、地域経済の活性化に繋げ、地方創生の 推進を目的とした事業。

主なものとして、起業家支援事業を説明する。 「市内で起業しようとする場合」

対象者:起業の日から3年を経過しない個人、法

表 1 住宅取得奨励金種別一覧

種別	申請者	業者区分	奨励金額
AA	多子世帯の世帯員であって新築 住宅を建設又は購入した者	市内建設業者 又は市内販売 業者	100 万円
А	子育て世帯の世帯員であって新 築住宅を建設又は購入した者		70 万円
В	若年者であって新築住宅を建設 又は購入した者		50 万円
CC	多子世帯の世帯員であって新築 住宅を建設又は購入した者	郡市内建設業 者又は郡市内 販売業者	50 万円
С	子育て世帯の世帯員又は若年者 であって新築住宅を建設又は購 入した者		30 万円
D	南房総市木造住宅耐震診断費補 助金交付要綱第3条に規定する 木造住宅で、当該補助金を居	市内建設業者 又は市内販売 業者	50 万円
Е	して行った耐震診断の結果、上部構造の総合評点が1.0未満と診断されたものを建て替える者	郡市内建設業 者又は郡市内 販売業者	30 万円
F	子育て世帯の世帯員、多子世帯 の世帯員又は若年者であって新 築住宅を建設又は購入した転入 者であるもの		200 万円
G	子育て世帯の世帯員、多子世帯 の世帯員又は若年者であって中 古住宅を購入した転入者である もの		購入価格の 10% (上限 100 万円)

出典:南房総市

人(市内に本社、本店等の主たる事業所を有するま たは設置しようとする事業者)

補助金額:最大100万円

加算額(以下に該当する場合、上記に加算)

- ・子育て世帯(15歳以下の子を持つ世帯の扶養者) または39歳以下は+20万円
- ・安房郡市外から移住する子育て世帯は+50万円。

(5) 就農支援について

本市では新規就農者に対しても、各種補助事業を 用意しているが、ここでは「新規就農支援施設」を 説明する。市では、広く農業外から人材を集め担い 手を育成するための支援施設として、南房総市三芳 新規就農支援施設を設置している。

計3棟あり、農業用作業室も併設し、農業に必要な設備を整えている(居住期間は3年以内)。また、使用料月額35,000円(家賃)であり、相場より安い負担で居住できる。

3 地域おこし協力隊の活動について

(1) 概要

人口減少・少子高齢化対策促進のため、本市は2019年に移住交流支援担当の地域おこし協力隊2名を委嘱した。任期は3年間であり、移住者や関係人口を増やすことを目的に、市や民間事業者と連携して活動に取り組んでいる。

(2) 地域おこし協力隊の主な活動

ア トライアルステイ事業

移住希望者のフォローのため、地域おこし協力隊 2名が事業に参画している。オンライン面談、各種 移住体験メニューのアテンドや利用者のアフター フォローなどを積極的に行っている。

イ 移住フェア・移住セミナーへの出展

市とともに NPO 法人 ふるさと回帰支援センターや、一般社団法人 移住交流推進機構(JOIN)主催の移住フェアに相談員として出展し、イベント来場者の移住相談に対応している。新型コロナウイルスの影響でオンライン開催となるイベントが増えており、Zoom などの Web 会議システムを使用して対応にあたっている。2019 年度は東京駅周辺で開催

されたイベントに1回、2020年度はオンラインの イベントに2回出展し、2020年度のイベント参加 者1組2名の移住に繋がった。

ウ オンライン移住相談

緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により都道府県間の移動が制限された背景から、本市ではオンラインで個別移住相談ができる「オンライン移住相談」を開設。市のホームページ上で申し込みを受け付けている。2020年度は通年で13件の申し込みがあったのに対して、2021年度は7月時点で10件と、前年を上回るペースで申し込みがあり、地方移住への関心の高まりが窺える。相談内容については2020年度と2021年度で大きな変化はなく、「住居と移住後の仕事について」が最も多い。次いで「補助金・就農・地域の生活環境など」に関する相談が

写真2 移住フェアの様子



出典:南房総市

写真3 オンライン移住相談



出典:南房総市

多い。オンライン相談に参加し実際に移住を実現したケースは2020年度と2021年度それぞれ1件ずつである。最近は近隣市町でもオンライン相談を行なっており、相談者の中には複数市町のオンライン相談に参加し、比較検討する方も見られる。

工 情報発信

Facebook や Instagram 等の SNS や、YouTube、ブログサービス note、メールマガジンによる情報発信を行っている。投稿の内容としては、本市の魅力の PR、移住フェア等のイベントの告知、物件情報・求人情報等移住に関する情報発信が挙げられる。特に反響があるのは住居に関する情報発信で、移住検討者の他、セカンドハウス購入検討者等からも問い合わせがある。

オ 空き家情報の掘り出し

2019年度は1件、2020年度は5件の空き家情報の掘り出しを行い、2019年度の物件は移住希望者1組2名が賃貸契約を結び、移住者増加に結びついた。2021年度からは民間事業者と連携して空き家活用に取り組む一般社団法人を立ち上げ、空き家情報の収集から相続や登記の手続き、活用方法検討、契約までを一括で請け負う体制作りに取り組んでいる。

カ コワーキングスペースの設立・運営

新型コロナウイルス感染症の影響で働く場所の自由度が上昇し、元々地方に住みたいと考えていた都心在住者は地方への移住可能性を模索していると思われる。しかし現状本市内には都市部のようなカ

写真 4 コワーキングスペース "MISHO station"



出典:南房総市

フェやコワーキングスペースが少なく、働く場所が 少ないのが現状である。そこで民間事業者と地域お こし協力隊が連携してコワーキングスペース 「MISHO station」を設立・運営し、リモートワーカー の地方移住需要取り込みを目指しており、実際に MISHO stationの利用者が移住した例もある。今後 は宿泊施設と連携したワーケーションプランの作成 も検討している。MISHO stationではフリーランス として働く人同士が交流するためのイベントも開催 されており、フリーランスコミュニティの構築に よってフリーランスの流入促進を狙っている。

キ 自給自足体験講座運営

関係人口の増加を目的として、地域おこし協力隊が複数の民間事業者と連携して自然体験講座を企画。釣りや農業、狩猟など、本市ならではの体験コンテンツを都市部在住者向けに提供している。単発の講座ではなく、シリーズ化し複数回の受講を促すことで、市内在住者との交流や参加者のコミュニティ化を目指し、関係人口の増加を狙っている。

4 新型コロナウイルス感染症の拡大を受けての人 の流れや施策への影響

上述(2)地域おこし協力隊の主な活動の「ウ 移住オンライン相談」の記載及び下記(1)(2)の記載にあるとおり、新型コロナウイルス感染症流行後、移住相談件数は増加傾向にある。

(1) トライアルステイ事業への影響

2019年度は申込数が17件であったのに対し、新型コロナウイルス感染症流行後の2020年度は31件と申込数が増加。申込者の年齢層も、退職後の移住を検討している50代後半から、30~40代の子育て世代へとボリュームゾーンがシフトした。新型コロナウイルス感染症により、人口密度の低い地方への関心が高まったこと、リモートワーク普及により仕事を続けながら地方に移住する可能性を模索する都市部在住者が増加したことの2点が背景として考えられる。

(2) 空き家バンクへの影響

2019年度の空き家バンクの実績は、利用者登録

20件・物件登録7件・契約11件(賃貸8件・売買3件)であったのに対し、2020年度は利用者登録64件・物件登録24件・契約16件(賃貸2件・売買14件)と全項目について大幅に増加。不動産市場に物件が不足していることもあり、登録物件のほとんどは契約が決まり、2021年7月1日現在で掲載されている物件は売買物件2件のみである。

(3) 課題

コロナ禍となり、移住希望者からの問い合わせは 増加している。その中で、移住を検討する際の最大 のハードルは、「住居」「仕事」の2つであると考え る。本市において「仕事」については、都市部より 賃金は下がるものの、常に求人があり、リモートワー クの普及によって移住前の仕事を続けられる移住希 望者も増えている。

ただし「住居」については、人口減少で空き家が 増え続けているにもかかわらず、不動産市場に流通 する物件が非常に少なく、需要に対しての供給が不 足している状況にある。空き家が流通しない理由は 複数考えられるが、居住可能な状態にするための資 金がない、他人に家を貸したくない、相続人が不明 である、などが挙げられる。特に賃貸物件に関して は、家賃相場が低いため不動産事業者の仲介手数料 の上限も低く、賃貸契約後の入居者フォローの手間 を考えると、不動産事業者も積極的には取り扱わな い状況にある。これに対し移住希望者は、移住後の 地域とのミスマッチ等の可能性も検討し、多くの場 合賃貸物件契約を希望している。このため移住希望 者が希望の物件を見つけられないケースも多く見ら れ、その結果移住のタイミングを逃してしまう移住 希望者も少なくない。移住者を増やしていくために は、賃貸物件として貸し出し可能な空き家情報の掘 り出しを行い、移住希望者の条件に合う物件を適時 に提供できる環境を整えることが重要である。

5 今後の展望

(1) シティプロモーションの推進(移住・定住プロモーション支援業務)

2021年度より新たに開始した事業である。市民を巻き込んで、本市のブランドメッセージ、ロゴの作成やライフスタイルを紹介したホームページを作

成するものである。こちらを通じて、本市の認知度 向上やシビックプライドの醸成を図っていく。

(2) 住居の確保

移住機会の喪失にも繋がる課題のため、物件の掘り起こしや空き家の利活用について、行政単独ではなく民間事業者と協力して新たな仕組みを構築していく。

(3) これからのターゲット

上記プロモーションに併せて、今までは20歳から39歳といった年齢のみをターゲットとしていたが、さらに他自治体との差別化を図るためにも、本市の資源に対し目的をもって移住する方をターゲットにしていく。

例えば、1次産業が盛んであることを活かした就 農希望者や年間を通してサーフィンが楽しめること を活かした子育て世代のサーファーといった対象が 挙げられる。コロナ禍をきっかけに地方移住に関心 が高まり始めたことで、多様なライフスタイルにア プローチした移住 PR ができるのではないかと考え る。

おわりに

本市は、首都圏からもアクセスが良く、里山里海の自然環境や豊富な食材といった資源の宝庫である。

しかしながら、観光地としては多くのメディアに 取り上げられてはいるが、居住地として地域外に認 知されているとは言い難い。

また、本市へ移住・二拠点移住をされた方達が各 分野で活躍している一方で、お互い面識がないこと も少なくない。

そのため移住・定住分野においてブランド化されていない本市において、シティプロモーションを実施することはもちろん、地域の方々を繋げることも重要である。実際に、2021年開催のワークショップでは、開催後に参加者同士の繋がりが生まれ、意見交換が行われている。移住・二拠点居住者が多く所属するコミュニティ活動も活発である。

外から見て楽しい、活気のある地域であれば、移住・二地域居住関係なく人も集まり、活動している 方々の定住にも繋がると考える。