事例No.	1221
公表年度	R2
団体の属性	町村
団体名	北海道栗山町

事例区分	地域活性化

タグ	・移住定住 ・組織改革 ・ICT

事例種類	移住促進

事例内容・タイトル

移住促進の施策を「意思決定プロセス」で組み立てる

出典

「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

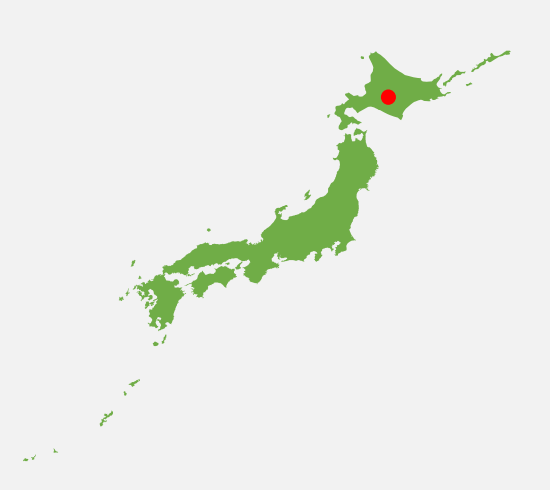
（1）北海道栗山町　移住促進の施策を「意思決定プロセス」で組み立てる

■栗山町の取り組みの特長・ポイント

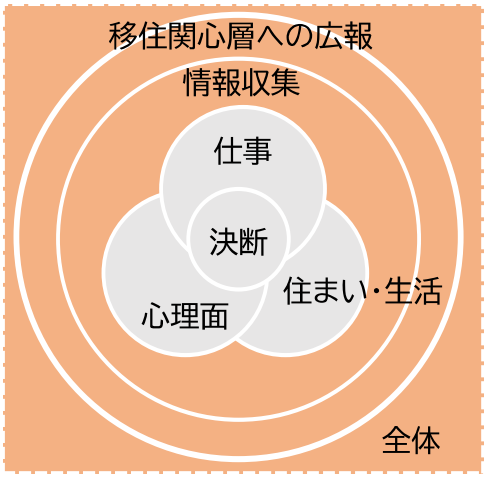
◆「くりやま若者シティプロモーション戦略プラン（2016年度策定）」をもとに、**若者・子育て世代の移住定住施策とシティプロモーションを両輪として連携させながら事業展開**を行っている。
◆ 移住までの**意思決定プロセスの4ステップ（注目、興味関心、参加行動、愛着・絆）を軸にして、栗山町内の様々な施策を、アクションマッププランの中に位置づけ**、取り組んでいる。

■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プロモーションは、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応える事例等を紹介、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

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】



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

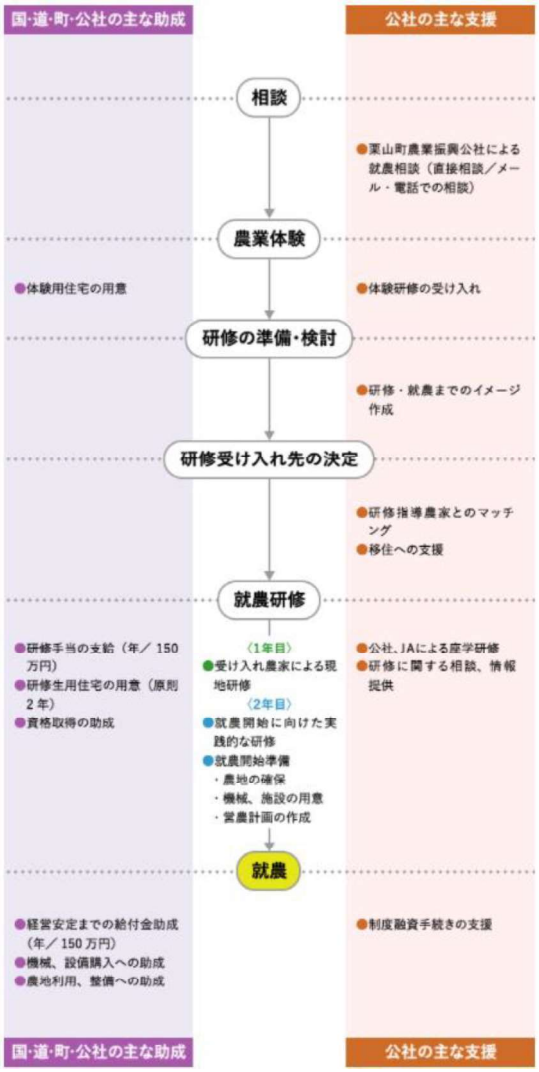
- 近隣の市町にも職があり選択肢もあるため、ハローワークの情報を中心に案内している。今後、移住希望者のニーズがあれば、地域からの情報も集めて提供したい。

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。



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/

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う**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下さい。
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思うこともありました。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下さい。
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

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て来る人もいる。**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。



図：アクションプランマップ
出所：栗山町提供

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。

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

