| | |
|---|---|
| 事例No. | 1224 |
| 公表年度 | R2 |
| 団体の属性 | 一般市 |
| 団体名 | 新潟県南魚沼市 |

| | |
|---|---|
| 事例区分 | 地域活性化 |

| | |
|---|---|
| タグ | ・移住定住<br>・関係人口<br>・地域運営組織 |

| | |
|---|---|
| 事例種類 | 移住促進 |

事例内容・タイトル

雪という地域の絶対的資源をキーに移住を促進

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

# （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

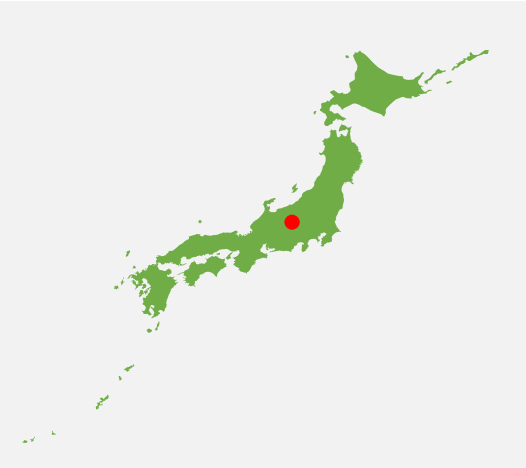
## ■南魚沼市の取り組みの特長・ポイント

◆ 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<br>内陸 | 小<br>5.6万人 | 近<br>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

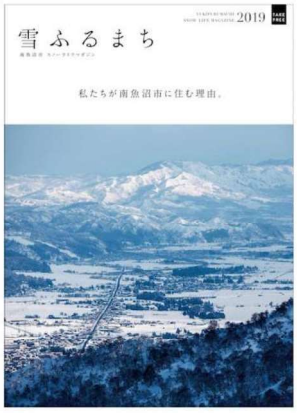
## ① 移住関心層への広報

### 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・生活に関することが多かった。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

## 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て、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。