

檀原市移住・定住サポートネットワーク戦略プラン

令和3年6月

目 次

1. 計画の位置づけ	1
1-1. 上位・関連計画における移住・定住の位置づけ	1
1-2. 移住に係る既存の取組み.....	2
1-3. 移住施策を通じて目指す姿.....	4
2. 移住の観点からみた橿原市の現状分析	5
2-1. 転出入にかかるデータ分析.....	5
2-2. 移住者アンケート調査.....	9
2-3. 移住者ヒアリング調査	19
2-4. 橿原市の認知度・移住意向調査(平成 28 年度実施の調査に基づく)	22
3. 施策展開の方向性	24
3-1. 移住の観点から見た橿原市の強みと課題.....	24
3-2. 基本理念及びコンセプト.....	27
3-3. 調査に基づくメインターゲット層の設定.....	28
3-4. 施策の全体像.....	30
4. 主な取組みイメージ	32
4-1. 奈良県内周辺地域～関西圏(奈良県外)に対する施策.....	32
4-2. 関西圏外(主に首都圏)に対する施策	35
5. PR 戦略	38
5-1. PR 戦略の考え方	38
5-2. 主な PR 施策	38
6. サポートネットワークとの連携を通じた施策の推進.....	41
7. ロードマップの作成	44
8. 成果指標など	46

1. 計画の位置づけ

1-1. 上位・関連計画における移住・定住の位置づけ

- 橿原市では平成 27 年度に策定した「第 1 期橿原市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、平成 29 年度以降、地方創生実現に向けた「新たな人の流れや交流を増やす」ための施策として、移住※の推進に向けた検討を実施してきました。令和 3 年度からの「第 2 期橿原市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では「新たな人の流れや交流を盛んにする魅力づくり」の施策として、引き続き移住の推進を図っていきます。
- 令和 3 年 3 月に策定された市の最上位計画である「橿原市第 4 次総合計画」においても、移住の推進が位置づけられており、「橿原市に縁のある関西近郊の子育て世代」「歴史が好き・奈良ファン」を主たる移住者像とした移住サポート体制や支援制度の充実に向けて取り組むこととしています。
- 本計画は、橿原市の現状と課題に基づき、移住・定住施策の目指す姿を定め、中長期的な移住・定住施策のロードマップを定めるものです。

※本プランでいう「移住」は、市外から橿原市に移り住むこと全般を指しています。類似する単語である「転入」については、統計上の人口移動に観点に着目して使い分けています。

【総合計画における移住の位置づけ】

- 移住施策については、本市と同様の特徴をもった市町村が多くあるなかで、特に歴史文化資産に恵まれていることや交通利便性に優れていること、医療環境が充実していることなどの特徴を活かした施策展開を図る必要があります。そこで「本市に縁のある関西近郊の子育て世代」と「歴史が好き・奈良ファン」を主に移住者像としてとらえ、そのような方々の、移住に向けた相談対応や移住後のアフターフォローなどのサポート体制や支援制度の充実が必要となります。

移住

- ★移住希望者へさまざまな情報発信を行い、魅力の発信を行います
- ★移住者へのサポート体制・支援制度を充実させます
- ★本市出身者のふるさと回帰を促します
- ★親世帯との三世帯同居・近居に対し、住宅取得に伴う支援を行います

橿原市第 4 次総合計画 : <https://www.city.kashihara.nara.jp/documents/6065764165909e57566ccc6ee>

1-2. 移住・定住に係る既存の取組み

(1) 多様な手段による情報発信

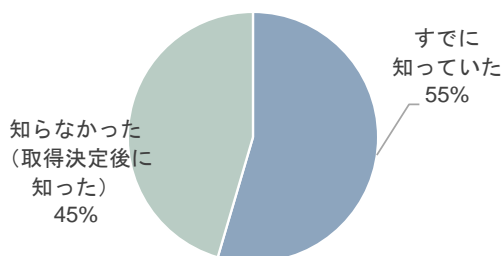
- 橿原市ではこれまで、移住ホームページ「橿原市移住ガイド おいでよ かしはら」の運営や、移住ガイドブックの発行など、移住希望者に対する情報発信に取り組んでいます。これらのツールを通じて、居住、生活、教育・文化についての基本情報や移住実践者インタビュー、各種支援制度について紹介しています。
- 移住ホームページは、移住を検討している人に、貴重な情報源として活用されています。一方で、新たな情報は橿原市の公式ホームページへのリンクで提供されるため、サイト閲覧者にとっては、コンテンツの更新が感じにくい状況にあります。

(2) 三世代ファミリー定住支援住宅取得補助金

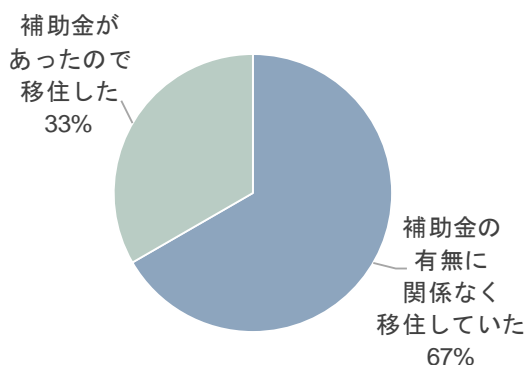
- 中学生以下の子どもがいる世帯に対して、橿原市内に居住する親世帯と同居もしくは近居するために、新築住宅または中古住宅の取得や、同居のために既存住宅の増築をする場合の費用の一部の補助を行っています。
- 令和元年度の補助制度の運用開始以降、延べ27件の利用がされており（令和元年度：5件、令和2年度：22件）、代表的な移住定住推進施策となっています。
- 一方で、制度利用者に対するアンケート調査からは、橿原市への移住を決定する前に補助金を知っていた人は約半数に留まり、補助金の有無にかかわらず橿原市に移住していたとする人が約7割となるなど、必ずしも移住のきっかけとなっていないことも明らかになっています。また、補助金の申請が転入後にしか行えず、橿原市と他市との比較で居住地選択を検討している層に対するインセンティブとしての効果が十分発揮しにくい制度となっています。



【補助金を住宅取得前に知っていたか】



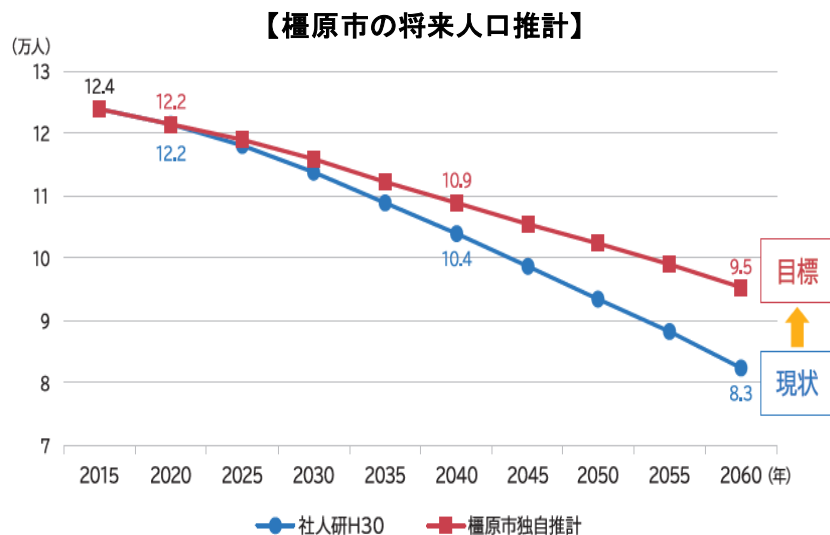
【(すでに知っていた人) 補助金は移住・転入のインセンティブになったか】



出典：橿原市「三世代ファミリー定住支援住宅取得補助金アンケート」

1-3. 移住・定住施策を通じて目指す姿

- 「橿原市人口ビジョン」では、2020年にピークを迎えた橿原市の人口は将来にわたり減少することが推計されています。現状推移（無対策）の場合には2040年時点で10.4万人、2060年時点で8.3万人まで人口が減少すると予測されます。人口総数が減少するだけでなく、特に生産年齢人口が大きく落ち込むと考えられることから、人口減少曲線の改善に向けた取り組みが必要になっています。
- 橿原市においては、これまで、奈良県南部地域からの社会移動を中心として人口が増加してきましたが、これらの地域においても人口減少が顕著です。
- 今後は、奈良県南部地域からの人口流入だけに頼らない、より多くの若年世帯から居住地として選ばれる橿原市づくりに取り組んでいきます。



出典：橿原市人口ビジョン

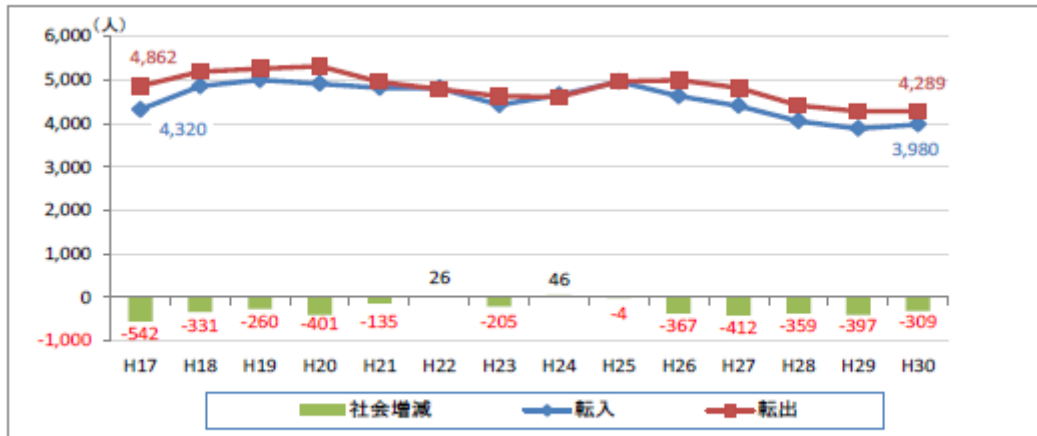
2. 移住・定住の観点からみた橿原市の現状分析

2-1. 転出入にかかるデータ分析

(1) 地域別の転出入の傾向

- 橿原市の人口の転出入についてみると、近年、転出数が転入数を上回る状態が続いており、平成 26 年度以降は毎年 300～400 人ずつの社会減がみられます。
- 人口の転出入を地域別にみると、社会増減のおよそ半数が奈良県内の移動であり、また全体の 4 分の 3 以上が近畿圏内の移動となっています。また、市町村別で転入者が多いのは桜井市、奈良市、大和高田市であり、社会増減は周辺地域内での人口移動が中心となっていることがうかがえます。
- 年代別にみると、男女ともに人口移動の中心は 20～30 代が最も多く、比較的若い層が中心となっていることがわかります。

転入数と転出数の推移



資料：奈良県「市町村別人口動態」（各年前年の10月1日～当年の9月30日）

転入数・転出数の状況（平成30年）

（単位：人）

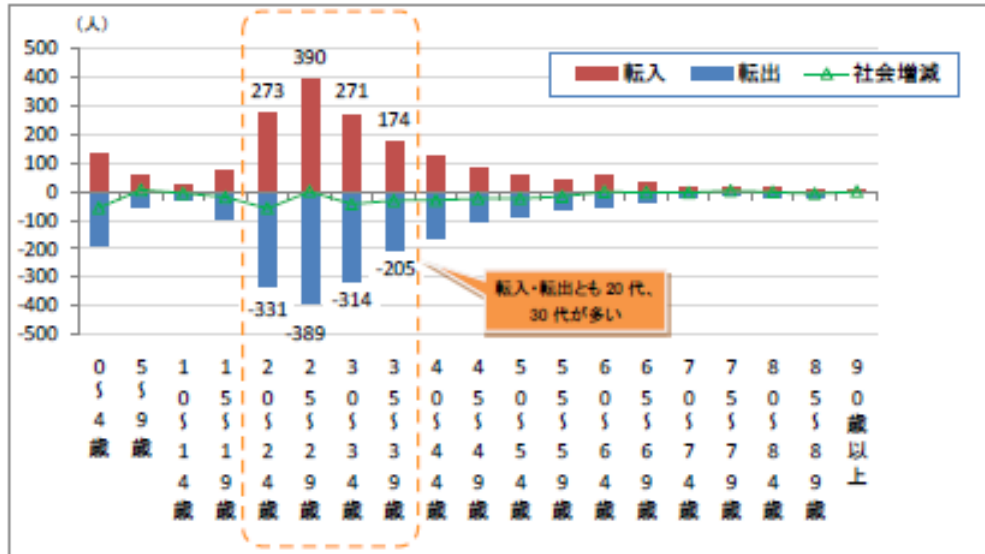
	転入数	転出数	純移動数
県内	1,965	1,939	26
奈良市	221	270	▲ 49
大和高田市	194	236	▲ 42
桜井市	269	245	24
香芝市	141	187	▲ 46
葛城市	141	107	34
田原本町	137	179	▲ 42
その他の県内	862	715	147
県外	1,760	2,227	▲ 467
近畿2府4県(奈良県除く)	1,019	1,285	▲ 266
(うち 大阪府)	(601)	(798)	(▲ 197)
近畿2府4県以外	741	942	▲ 201
(うち 東京都)	(99)	(203)	(▲ 104)
合計	3,725	4,166	▲ 441

資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告」

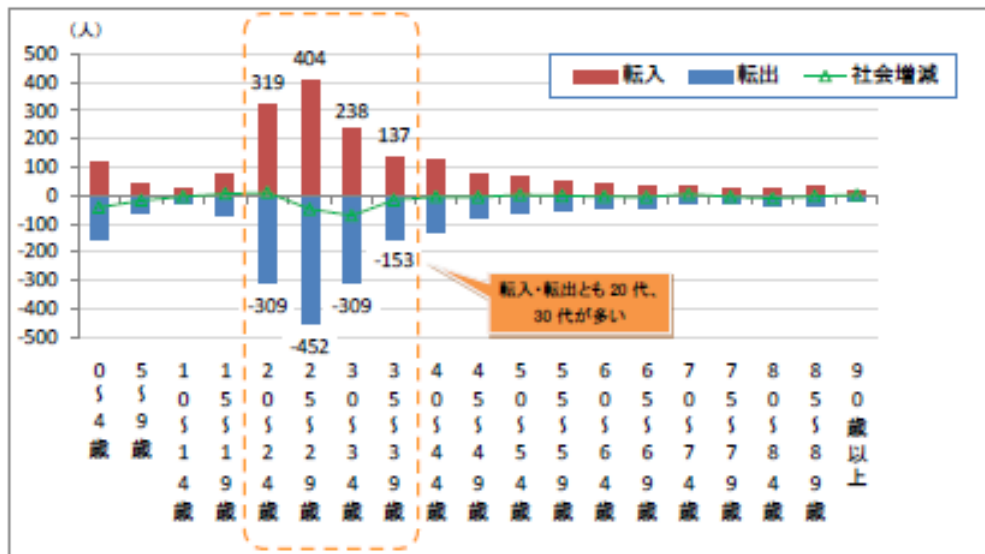
注) 県内については転入又は転出が100人以上ある市町のみ掲載

男女別 5歳階級別の転入数・転出数と純移動数（平成30年）

<男性>



<女性>



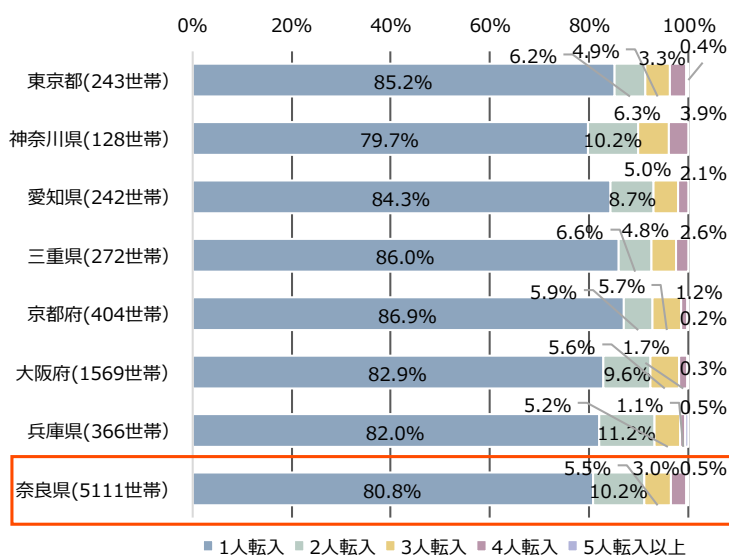
資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告」

(2) 世帯人数の転出入の傾向

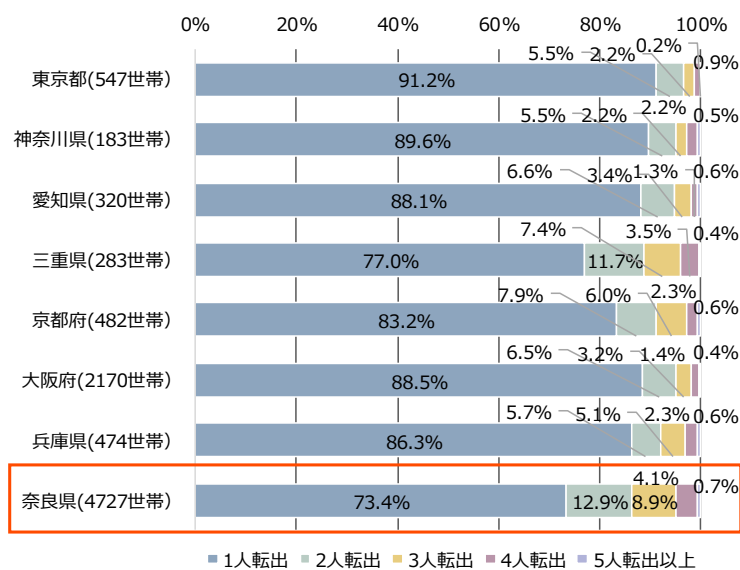
- 主な都道府県からの転入を世帯人数ごとにみると、1人世帯が最も多く、2人や3人以上世帯の転入は、奈良県（県内移動）、大阪府、兵庫県、愛知県、東京都や神奈川県では15～20%、京都府や三重県では10～15%となっています。
- 橿原市からの転出世帯については、転入と同様に1人世帯が最も多いものの、奈良県内への転出については2～3人以上世帯の割合が多く、ファミリー世帯が周辺地域に流出している懸念があります。

(平成27年7月1日～平成31年2月1日の橿原市保有のデータから転出入動向を分析)

【転入（主な都道府県の抜粋）】



【転出（主な都道府県の抜粋）】



出典：橿原市「平成30年橿原市移住促進調査報告書」

2-2. 移住者アンケート調査

(1) 調査の概要

- 移住の観点による現状分析の一環として、橿原市及び周辺地域（大和高田市、天理市、桜井市、五條市、御所市、生駒市、香芝市、葛城市、磯城郡田原本町、高市郡明日香村）に移住した人（移住実践者）を対象にアンケート調査を実施し、移住のきっかけ、検討の流れ、移住先を決めた経緯、住まい・仕事探し等について把握しました。

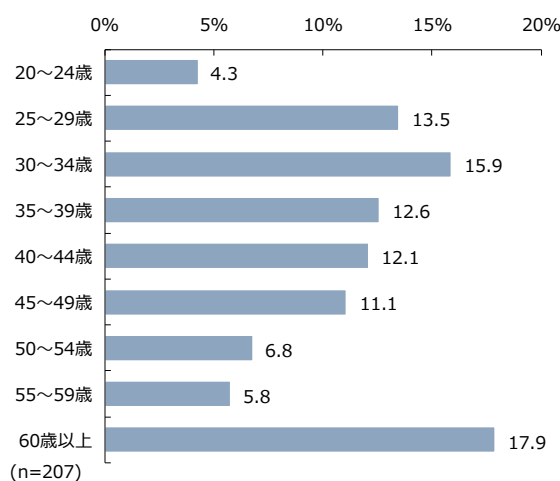
■ 調査概要

- インターネットアンケートにより実施
- 調査対象：橿原市及び周辺地域に移住経験のある人
- 実施時期：2021年3月
- 回収サンプル：207（橿原市：116、周辺地域：91）

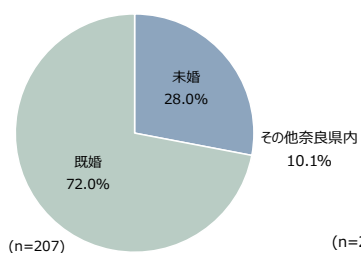
■ 主な設問

- 移住者属性
- 移住に至った経緯
- 移住先を選んだポイント（選定にあたり重視したポイント）
- 認知の経緯、活用した支援方法、情報の収集方法
- 住まい探しの方法

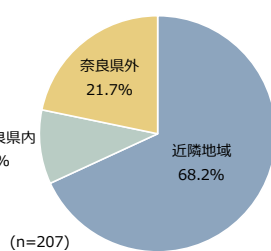
【回答者の年代】



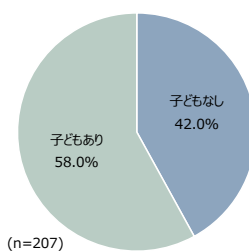
【未既婚】



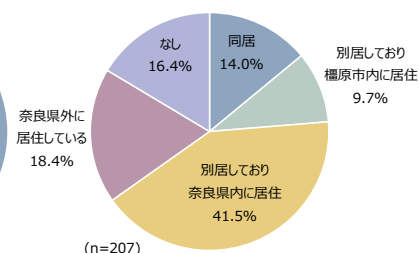
【従前の居住地】



【子の有無】



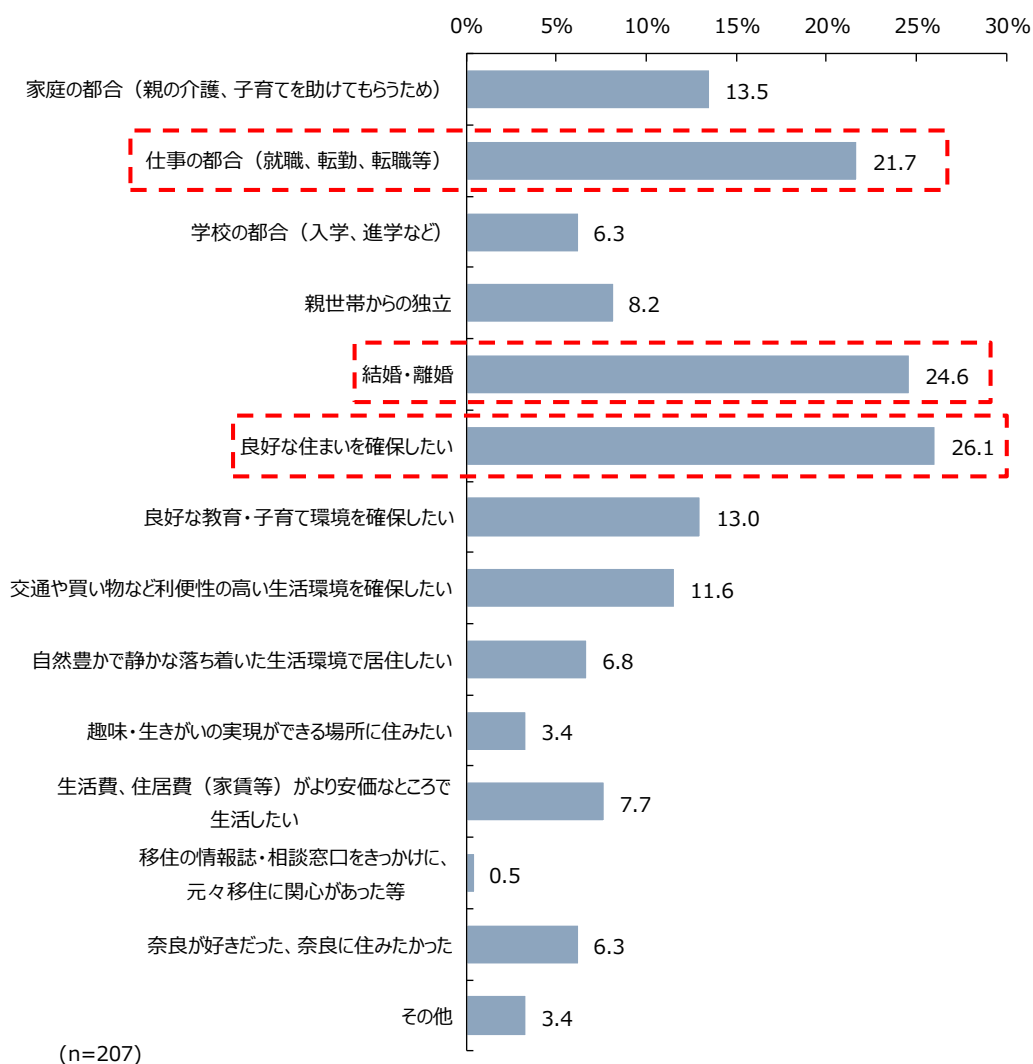
【親世帯の居住地】



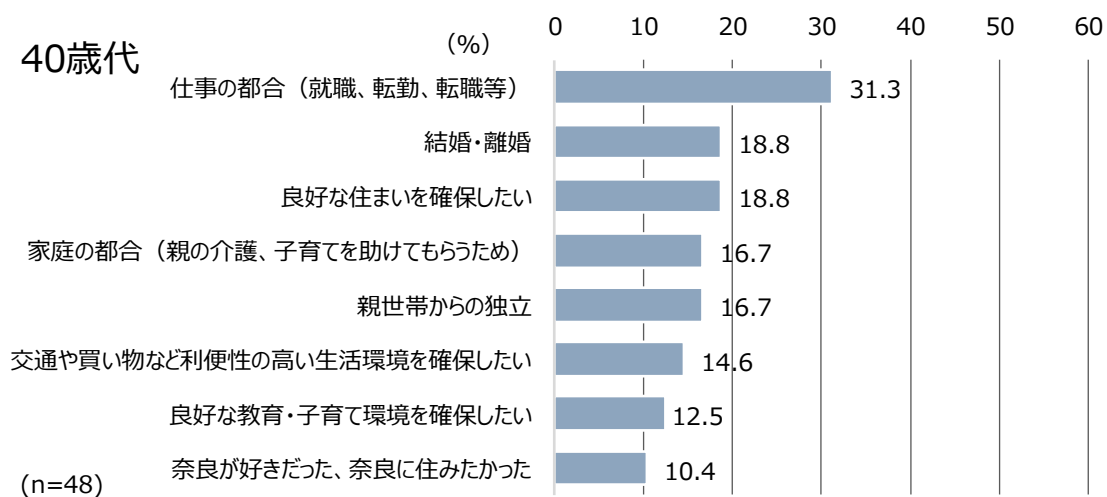
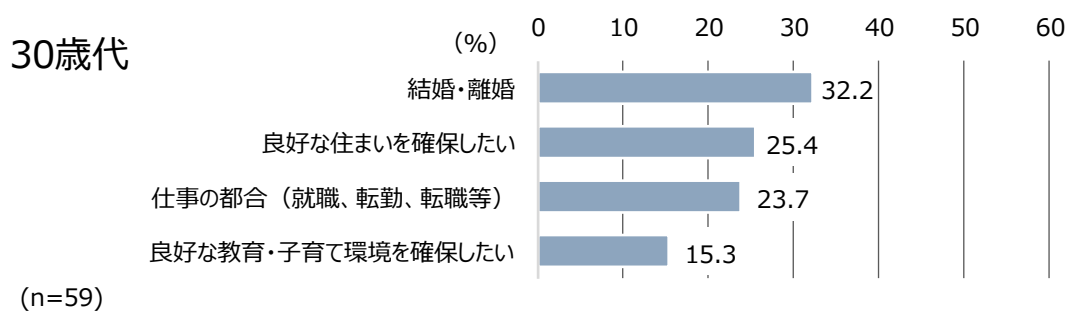
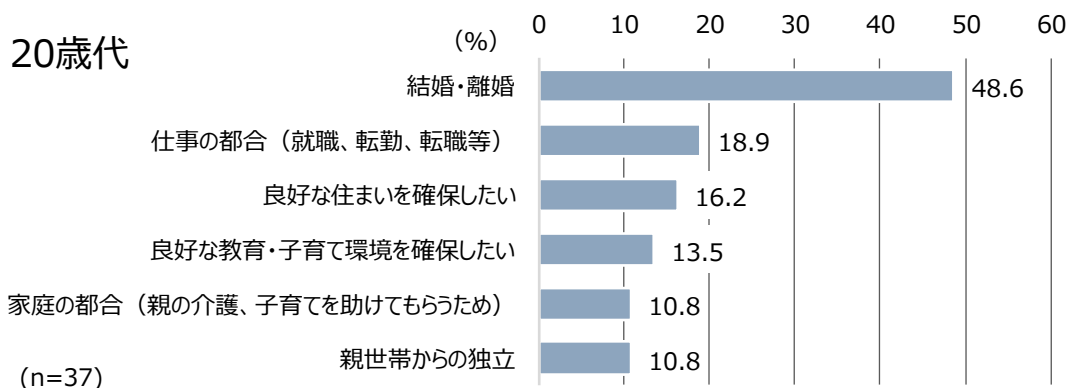
(2) 移住(従前居住地からの転出)の動機

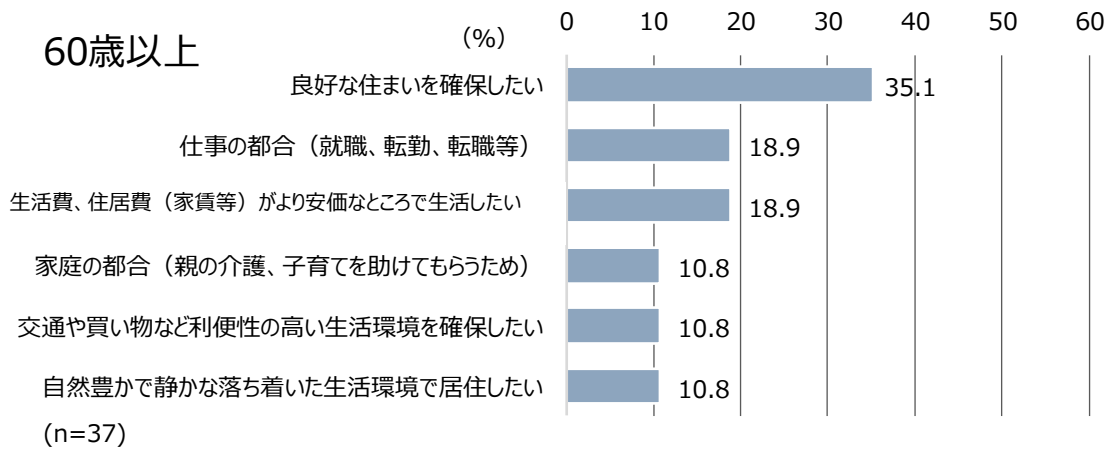
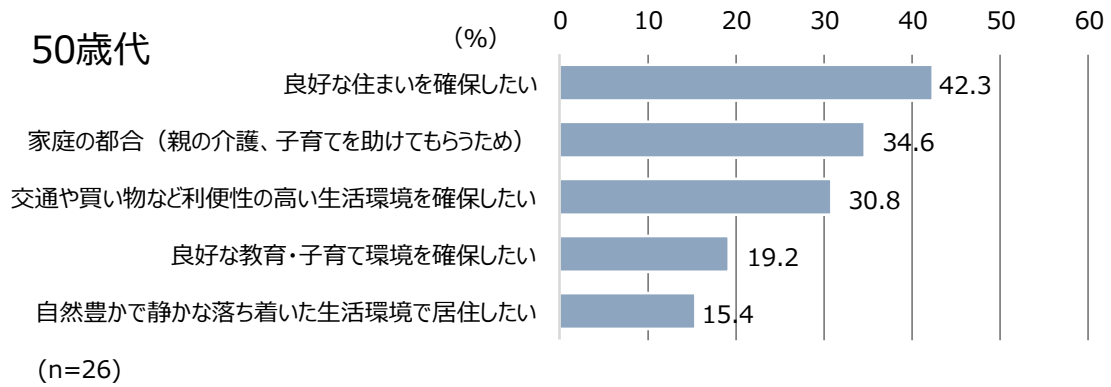
- 移住実践者の移住（従前居住地からの転出）の動機は「良好な住まいの確保」が最も多く、「結婚・離婚」、「仕事の都合（就職、転勤、転職等）」が次いでおり、ライフイベントを契機とした移住が中心となっています。
- 年代別にみると、20～30代では「結婚・離婚」を理由とする移住の割合が特に大きい一方で、「自然環境の豊かさ」は50代以上で比較的割合が大きいなど、年代によっても移住の動機には特徴がみられます。

【前住地からの転出（移住）理由】



【前住地からの転出（移住）理由（年代別）】

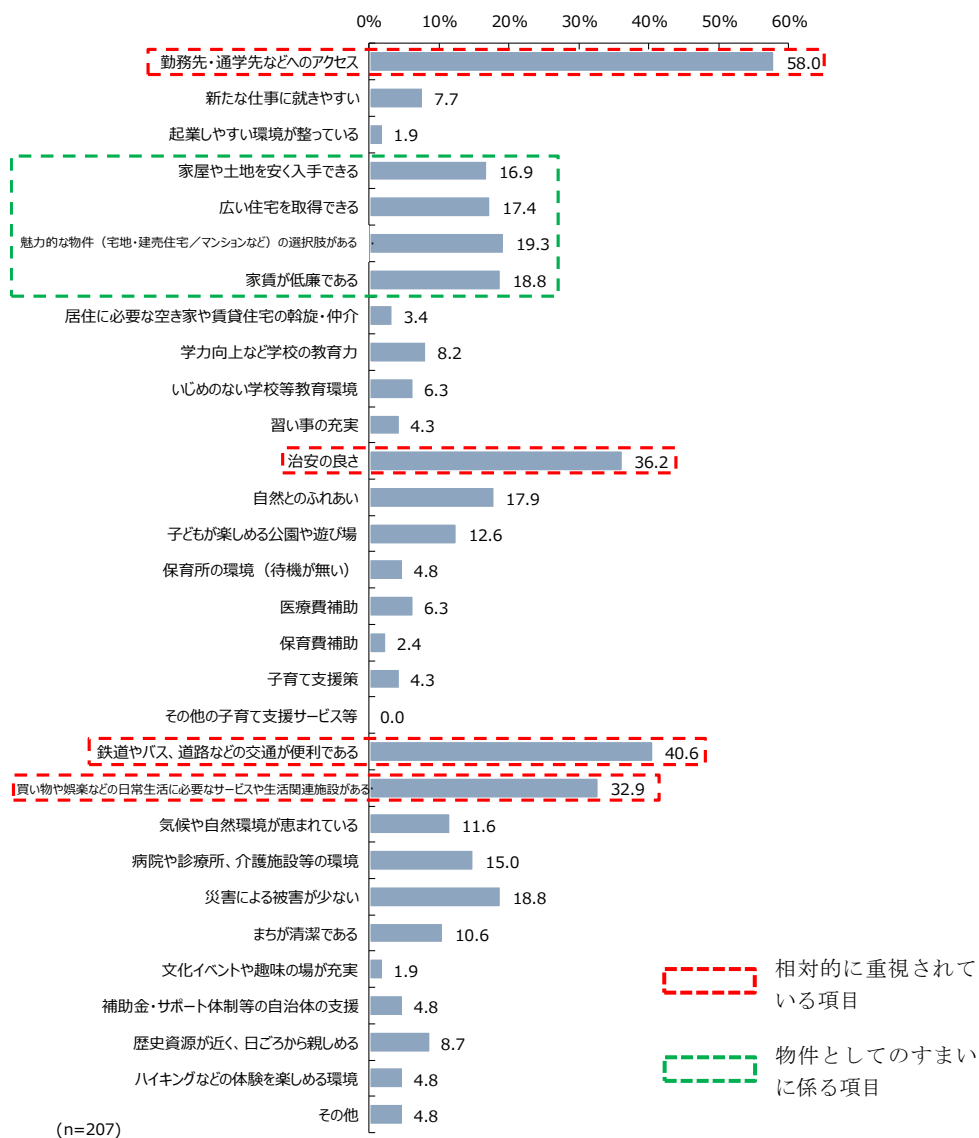




(3) 移住先を選んだポイント

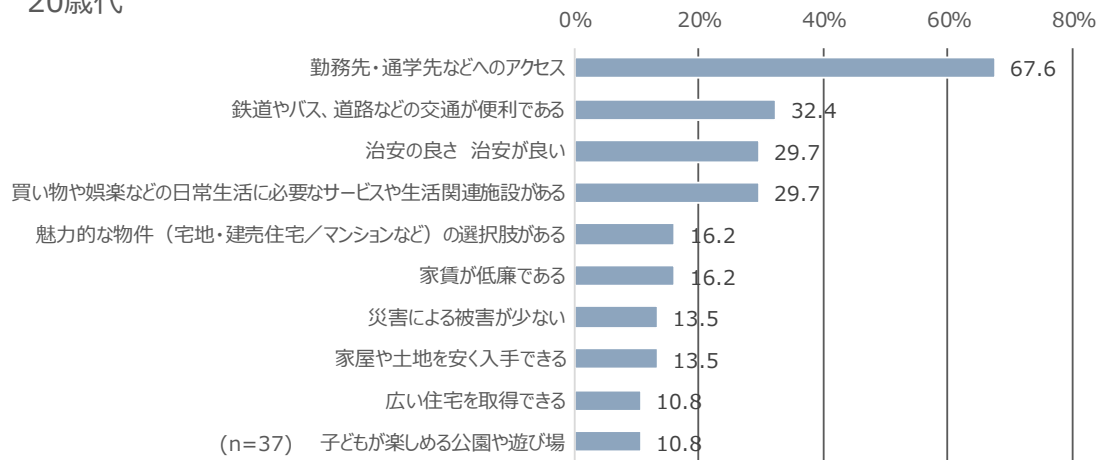
- 移住実践者が、移住先を選ぶポイントとしては、交通利便性（勤務先・通学先などへのアクセス、鉄道やバス、道路などの交通が便利である）のほか、生活利便性（買い物や娯楽などの日常生活に必要なサービスや生活関連施設がある）や治安の良さが上位になっており、住まいの取得しやすさだけでなく、総合的な住みやすさが、居住地を選択するうえで考慮されていることがわかります。
- 年代別にみると、20～30代では「勤務先等へのアクセス」が特に重視される一方で、「治安の良さ」は30代、「学校の教育力」「自然とのふれあい」は40代で特に重視されるなど、ライフステージによっても重視されるポイントが異なります。

【移住先を選ぶ上で重視したポイント】

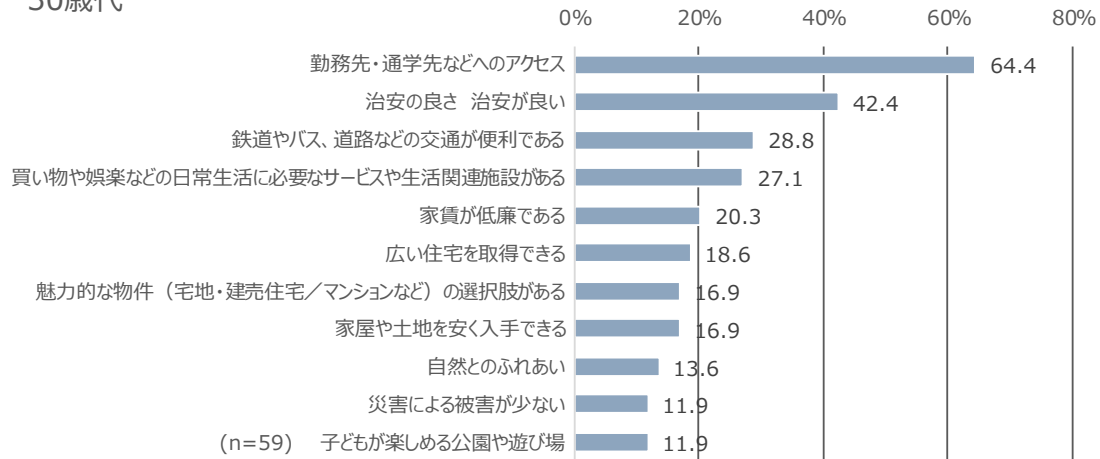


【移住先を選ぶ上で重視したポイント（年代別・上位10位）】

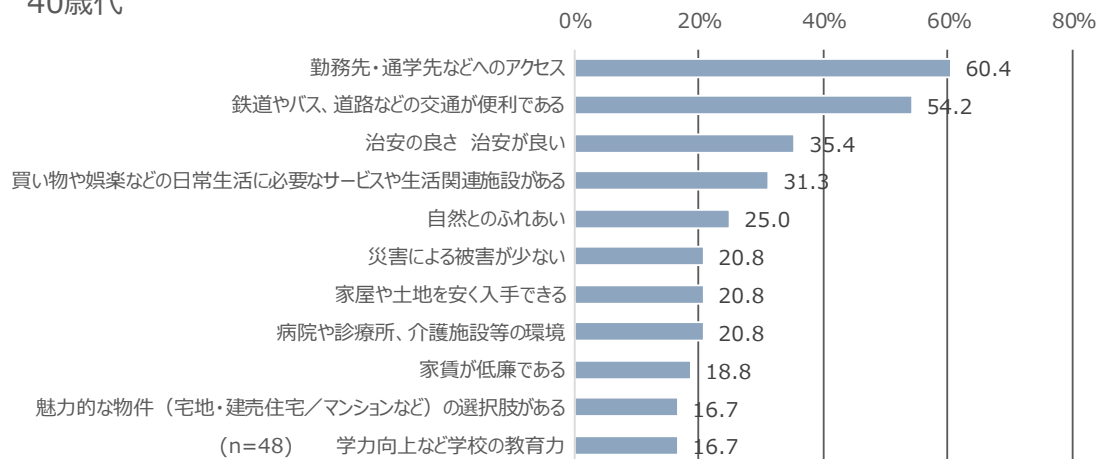
20歳代



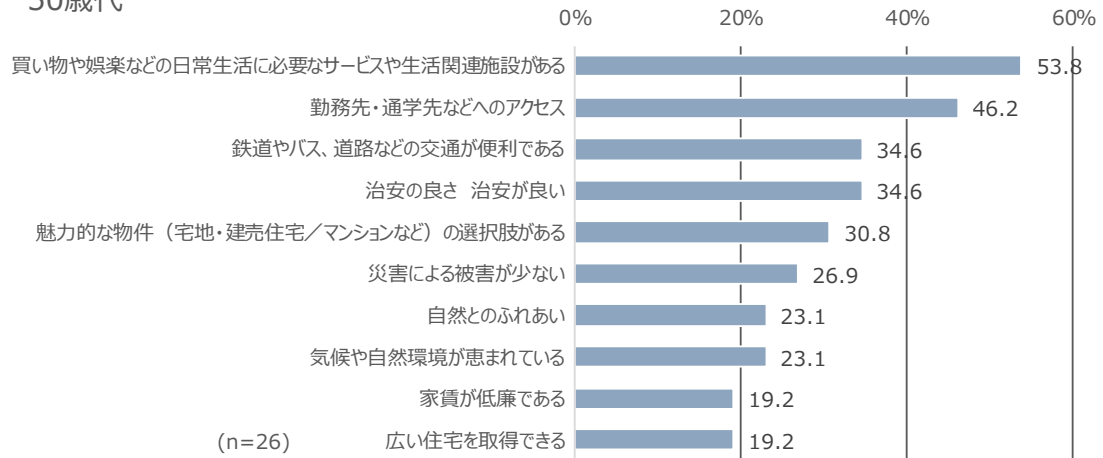
30歳代



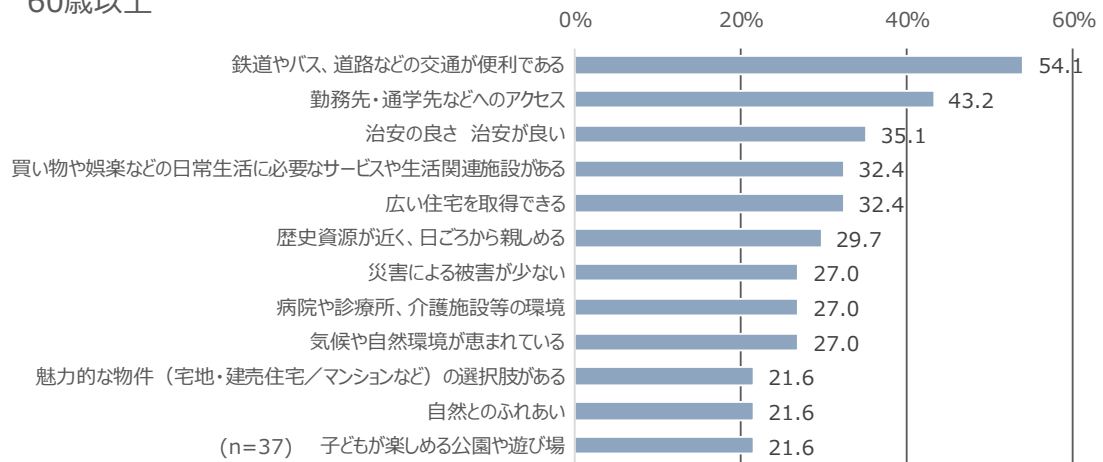
40歳代



50歳代



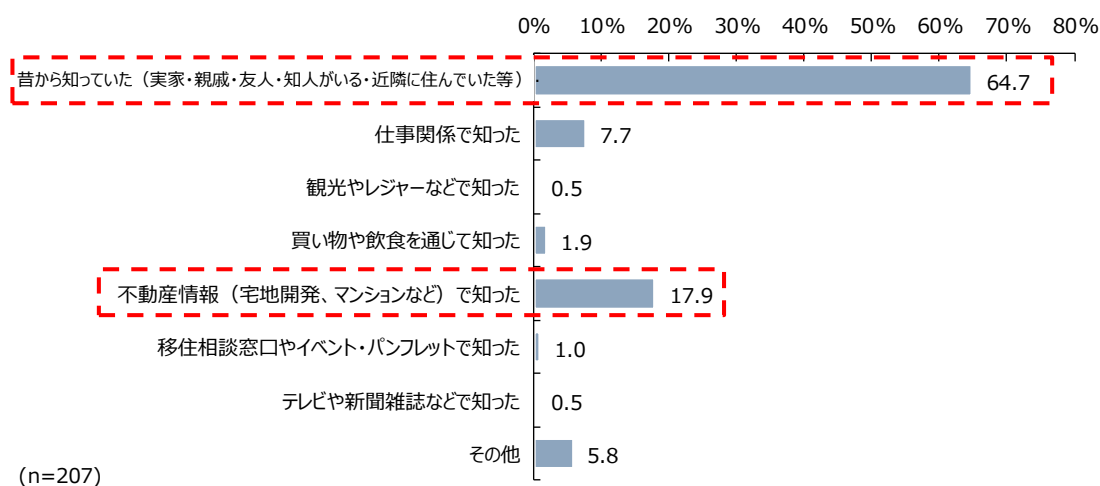
60歳以上



(4) 認知の経緯等

- 移住実践者が、現在居住している市町村を認知したきっかけとしては、「昔から知っていた」とする割合が 64.7%に達しています。親世帯と同居または近居する人の割合が大きい（同居～奈良県内に居住する割合が 65.2%）ことと併せて、橿原市や周辺地域に縁のある人（地縁者）が移住実践者の中心となっていることがわかります。
- その他の認知のきっかけとしては、「不動産情報（宅地開発、マンションなど）で知った」とする回答が 17.9%と最も高く、不動産事業者の情報発信による認知も一定程度みられました。

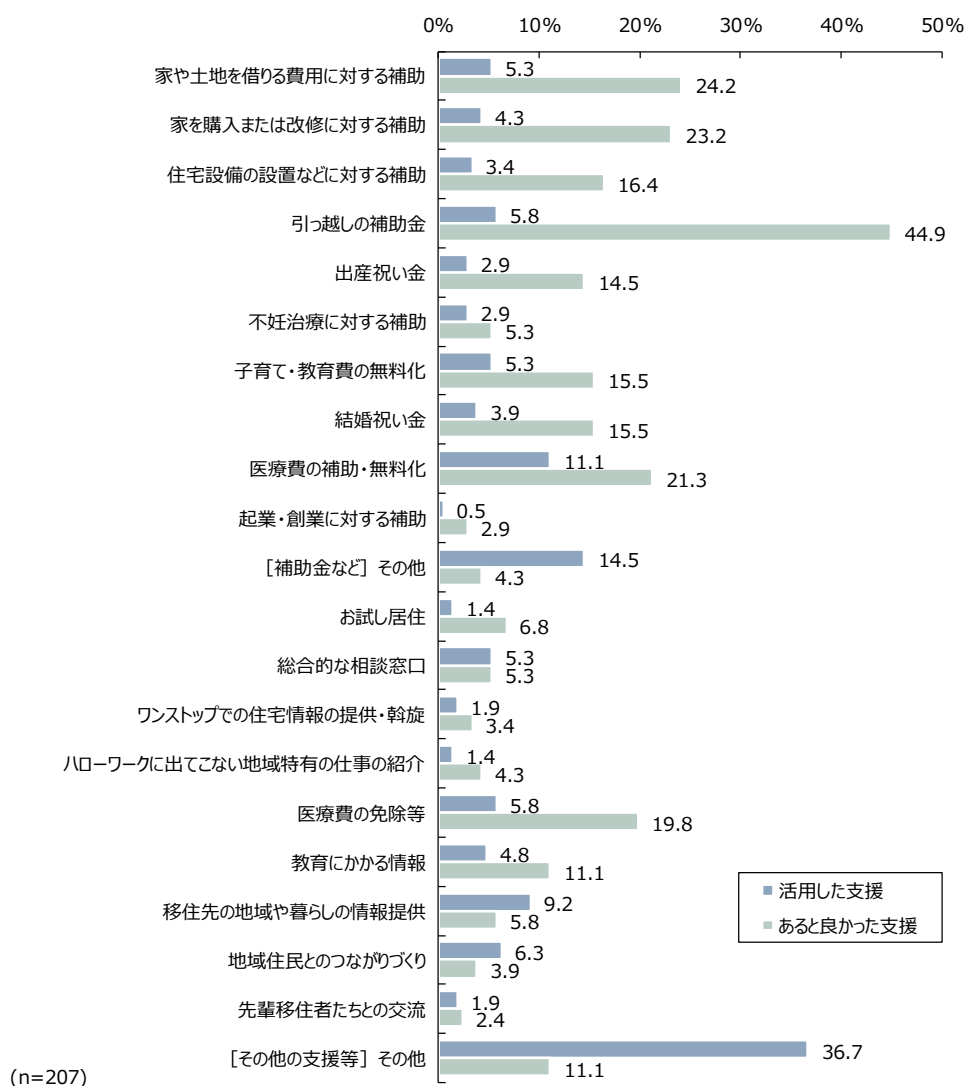
【移住先の認知のきっかけ】



(5) 活用した支援等

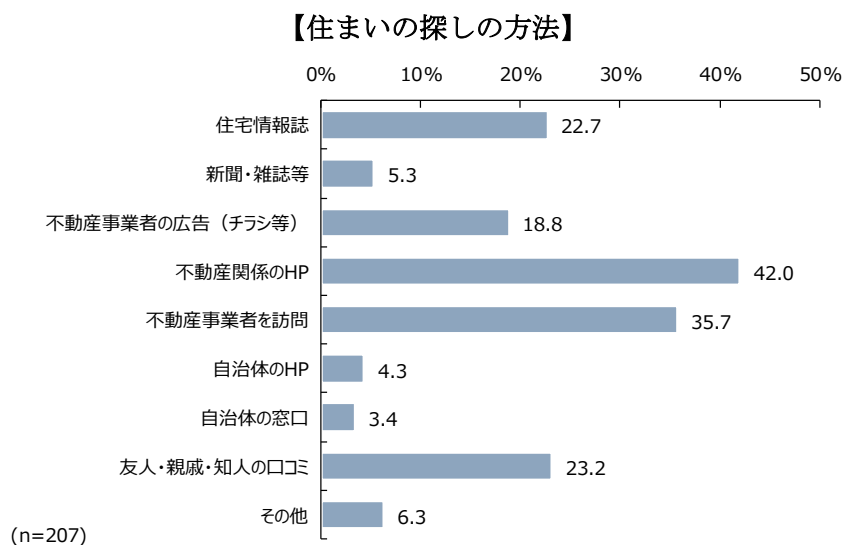
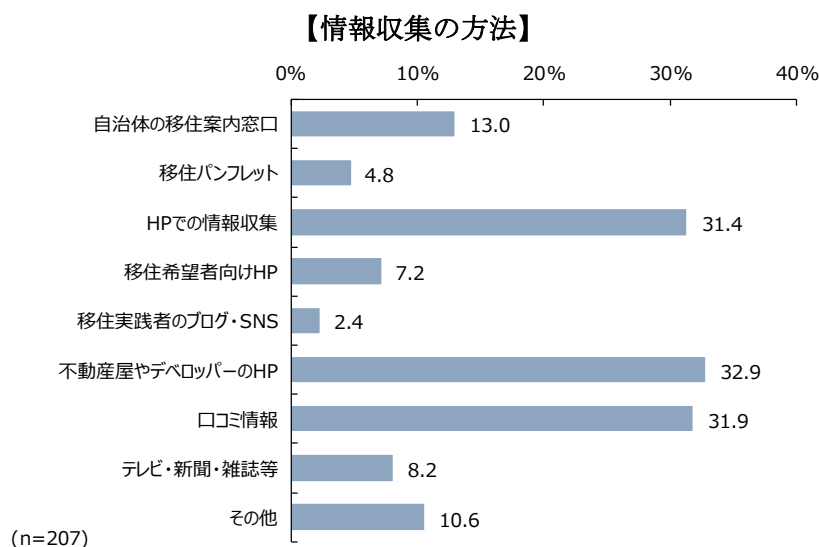
- 移住実践者が移住に際して活用した支援をみると、「医療費の補助・無料化」、「移住先の地域や暮らしの情報提供」の割合が比較的高くなっています。
- 移住に際してあると良かった支援をみると、「引っ越しの補助金」が44.9%と最も高く、次いで「家や土地を借りる費用に対する補助」が24.2%、「家を購入または改修に対する補助」が23.2%、「医療費の補助・無料化」が21.3%となっています。引っ越し、家の購入や改修などの一時的・高額な支出に対する補助金に対するニーズが大きかったです。
- 補助金以外の支援については、「お試し居住」「教育にかかる情報」「移住先の地域や暮らしの情報提供」等、移住先の情報を得ることに対しては、一定のニーズがあるといえます。

【移住に際して活用した・あると良かった支援】



(6) 情報収集の方法、住まい探しの方法

- 移住実践者が移住先を検討する際の情報収集方法をみると、「不動産屋やデベロッパーのHP」が32.9%と最も高く、次いで「口コミ情報」が31.9%、「HPでの情報収集」が31.4%となっています。また、住まい探しの方法としては、「不動産関係のHP」が42.0%と最も高く、次いで「不動産事業者を訪問」が35.7%となっています。多くの移住実践者が不動産事業者・デベロッパーを通じた情報収集や住まい探しをしていることが明らかになりました。
- 前項で整理したとおり、不動産事業者・デベロッパーによるPRは、移住実践者が地域を知ることになったきっかけになっており、不動産事業者が移住を検討するうえでの検討のフロントになっていることが確認できました。



2-3. 移住者ヒアリング調査

(1) 調査の概要

- 移住者アンケート回答者の中から、8名の方にインタビュー（WEB 会議方式）を実施しました。
- 回答者の内訳は、市内居住者が6名、市外居住者が2名（生駒市、桜井市）となっています。

(2) 橿原市に移住した経緯

① 橿原市に移住した時のライフステージと橿原市との関わり

- 結婚時に土地勘のある橿原市に賃貸物件や戸建ての借家に居を構え（新居を構え）、持家取得時に再び橿原市を選ばれている人がみられました。また、結婚や就職で橿原市を一度離れたけれども、再び橿原市に戻ってこられた人がみられました。
- 橿原市の暮らしの魅力をよく知る層（橿原市または周辺地域で生活経験のある人）が結婚や持家取得の時に、通勤先や実家との交通利便性や所要時間を考慮して、橿原市を選ばれている状況がうかがわれます。

② 住まい探しの方法

- 市内や周辺地域の出身者によると、橿原市は、周辺市町村に比べて駅に近い物件の供給が比較的多いと考えられています。
- ただし、特定の校区に候補地を絞り込むと、選択肢が豊富にあるとはいえない状況がうかがわれます。そのため、駅からの徒歩圏内など条件の良い物件はすぐに決まってしまう可能性があることから、不動産事業者や橿原市内に住んでいる家族や友人等に、物件情報の提供を頼んでおくなどの方法をとらないと、タイムリーに物件に出会うことは難しいような状況もあるようです。
- 遠方から引っ越してくる人は、インターネット等で物件を探しますが、橿原市の生活情報等の入手が簡単ではないようです。関西に滞在拠点がない場合は、何度も足を運んで不動産を選ぶということは難しく、限られた候補物件の中から急いで決めないといけないという状況がうかがわれます。

(3) 橿原市の魅力と課題

① 周辺市町村と比べた橿原市の魅力

- 大阪や京都方面への鉄道での通勤利便性が高いこと、さらに、自宅から最寄り駅へ徒歩や自転車で行きやすいことが橿原市の魅力となっています。

- 大阪、京都、神戸方面まで交通利便性が良いことは、子どもが高校・大学に進学した場合に、自宅から通える範囲が広いことにもつながっており、子育てをする地として橿原市の優位性をアピールする材料の一つになると考えられます。
- 橿原市には、日常の買い物や飲食、医療、学習塾等の教育環境について、様々な施設が立地しています。市外に住んでいる時から橿原市の便利さを感じていることから、結婚や持家取得を機に、橿原市に移住してきた人（Uターン、Jターン）がみられました。
- 学校教育については、落ち着いた教育環境の中で自分のペースで学業やクラブ活動に取り組み、子どもが成長していったと感じられており、子育てを橿原市で行ったことに満足されており、特に改善を求める声はありませんでした。
- 休日の時間の過ごし方については、県立施設（グラウンド、野球場、体育館）や橿原神宮等で行われる文化、スポーツ等の様々なイベントへの参加や、市内や周辺市町村にある公園で遊ぶ、身近にある自然や飛鳥の歴史を感じながら、子どもと散歩を楽しむなどの過ごし方がみられました。
- 「飛鳥ナンバー」を魅力に感じている人もおられました。

② 橿原市の課題

- 日常生活における課題を尋ねたところ、国道 24 号線の渋滞の解消を求める意見がありました。また、市内の地域によっては、バスの利便性が低下している地域がみられるとのことでした。
- 子育て環境については、0 歳児の待機児童がみられることが挙げられました。
- ペット可の物件が少ないという意見がありました。
- 住宅に関しては、建蔽率や容積率がおさえられており、建て替え等がしにくいという意見がありました。これらの規制は良好な住環境を保つために機能している側面もあり、住宅ストックの流通・有効活用を進める観点から課題を掘り下げて分析する必要があると考えられます。
- 首都圏等における移住希望者は、観光で訪れたことはあっても、生活をしたことはないことから、生活の利便性や休日の過ごし方についての情報を十分持っていない可能性があります。奈良の歴史や自然を感じる暮らしと、都市的な生活の利便性の両方を兼ね備えたまちであることを、橿原市の魅力として伝えていくことが必要であると考えられます。
- また、自然や歴史を感じられるところに足を運んでいる人もみられましたが、そういったところをあまり知らない人もみられました。移住時の情報

提供や、移住者が橿原の魅力スポットにふれあうような企画を提供することで、まちの魅力を感じ、橿原市民であることの誇りが高まり、定住につながることを期待されます。

(4) 今後の定住意向や子ども世帯の居住地

- 橿原市内の居住者は今後も市内に居住する意向を示されています。
- 結婚の時に土地勘のある橿原市に新居を構えた人の中には、同じ団地や小学校区など生活環境が大きく変わらないエリアで、持家となる物件にめぐり合い、転居している人がみられました。
- 子どもが成人し、結婚している人の中には、子ども世帯が橿原市内に戻ってきて、孫ともふれあいやすく幸せを感じておられる様子でした。

(5) 移住促進の取組み

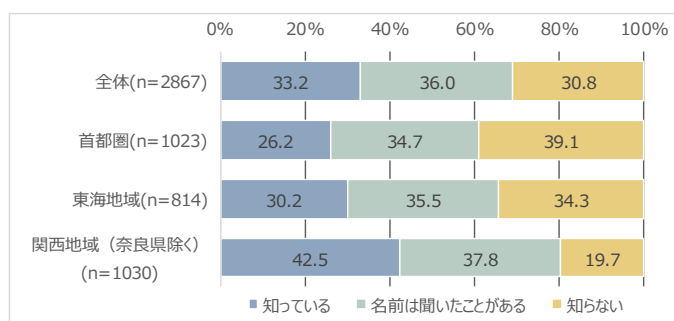
- 橿原市への移住を検討している人が、気軽に相談できる総合相談窓口については、「あったら便利だと思う」「自治会や仕事について知りたい」というニーズが聞かれましたが、窓口の存在を周知することが重要との指摘がありました。
- 普段の情報入手では、SNS を利用している人が多くみられました。自治体のウェブサイトは情報量が多くて必要な情報を見つけにくいことが多く、SNS での「おすすめ情報」の発信などが望まれています。
- 移住先の検討にあたっては、補助金等の経済的なインセンティブも重要であるが、移住先の地域イメージが重要とのことでした。補助金の取組みに加えて、若い人が住みやすいというイメージが浸透すれば、橿原市に住んでみることを検討する人も増えるのではないかという意見がありました。
- 首都圏等の遠方からの移住を検討している人においては、交通費や滞在費がかかるため、インターネットの活用など物件紹介での工夫や、お試し居住のような拠点があれば使ってみたいとのことでした。

2-4. 橿原市の認知度・移住意向調査(平成 28 年度実施の調査に基づく)

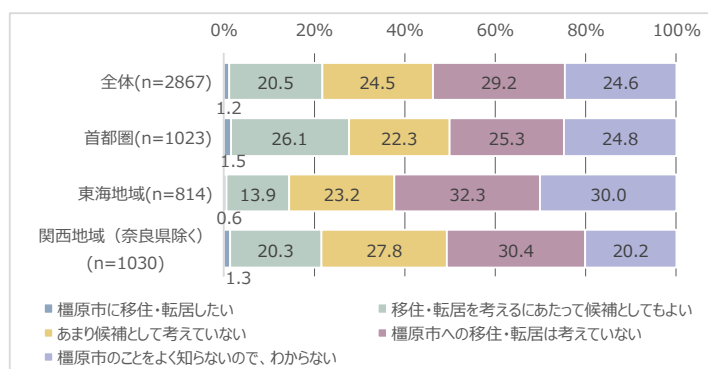
(1) 橿原市の認知度

- 平成 28 年度に移住意向を有する人を対象に実施した意向調査の結果からは、橿原市の認知度は関西圏の居住者では高いものの（認知度：約 8 割）、首都圏や東海地域の居住者の認知度はいずれも約 6 割と低くなっています。
- 橿原市への移住等意向を有する割合は、首都圏の居住者で 27.6%と、関西圏（21.6%）と比べても高く、橿原市は移住先として一定の魅力をもっていることがうかがえる一方で、「橿原市のことをよく知らないので、わからない」とする人も 24.8%となっているなど、認知されていないことが移住先の候補になっていないことにもつながっています。

【橿原市の認知度】



【橿原市への移住等意向】



【橿原市への移住・転居意向別 回答者の年代別】

		アンケート回答者数	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
首都圏	橿原市へ移住・転居したい	15	7	3	-	4	1
		100.0	46.7	20.0	-	26.7	6.7
首都圏	移住・転居を考えるにあたって候補としてもよい	267	53	56	61	49	48
		100.0	19.9	21.0	22.8	18.4	18.0
東海地域	橿原市へ移住・転居したい	5	-	2	3	-	-
		100.0	-	40.0	60.0	-	-
東海地域	移住・転居を考えるにあたって候補としてもよい	113	23	26	24	27	13
		100.0	20.4	23.0	21.2	23.9	11.5
関西地域(奈良県除く)	橿原市へ移住・転居したい	13	5	4	2	2	-
		100.0	38.5	30.8	15.4	15.4	-
関西地域(奈良県除く)	移住・転居を考えるにあたって候補としてもよい	209	38	42	55	39	35
		100.0	18.2	20.1	26.3	18.7	16.7

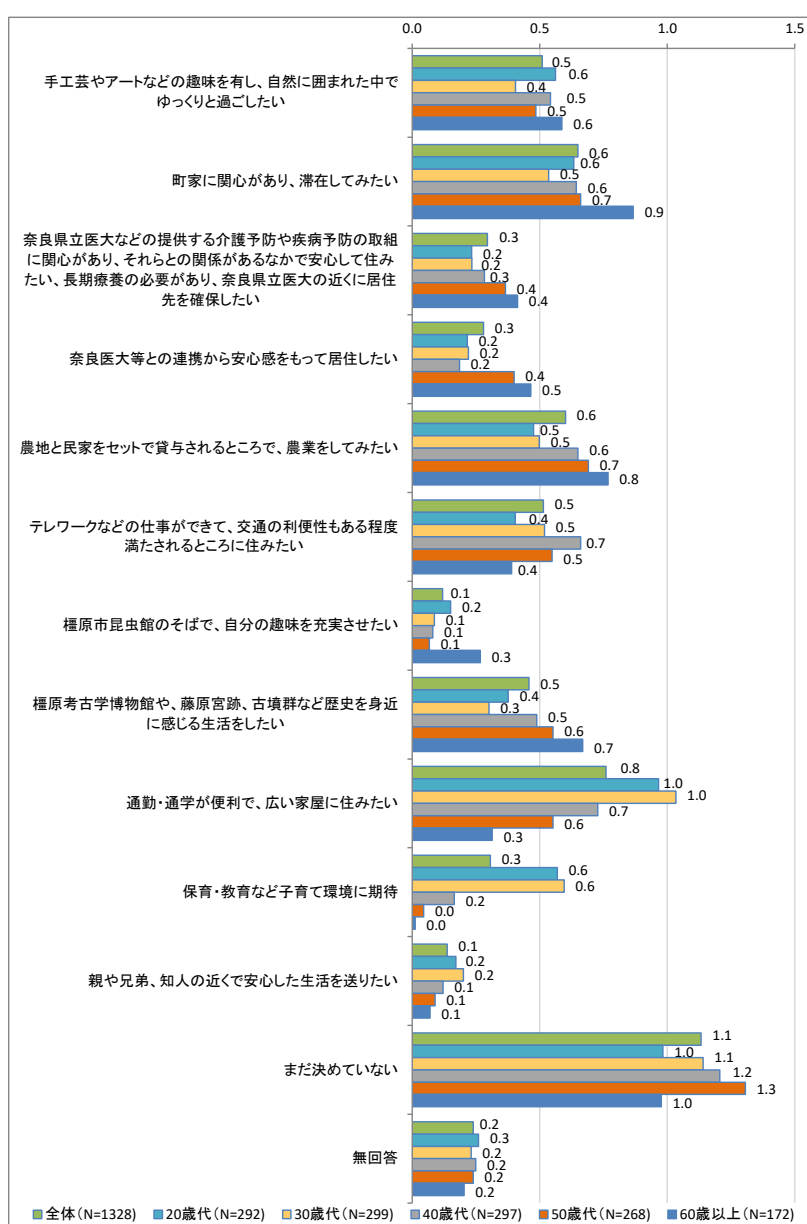
※上段：件数、下段：%

出典：橿原市版 C C R C 構想策定業務報告書（平成 28 年度）

(2) 橿原市に移住する場合の意向

- 橿原市に移住・転居する場合、希望する住まいの形について年代別にみると、20歳代や30歳代は「通勤・通学が便利で、広い家屋に住みたい」や「保育・教育など子育て環境に期待」が、40歳代は「テレワークなどの仕事ができる、交通の利便性もある程度満たされるところに住みたい」が、60歳以上では「町家に関心があり、滞在してみたい」、「農地と民家をセットで貸与されるところで、農業をしてみたい」が、他の年代に比べて高くなっています。

【年代別 橿原市に移住・転居する場合、希望する住まいの形（指数化）】



※1番目の選択を3点、2番目を2点、3番目を1点とし、平均点を算出
 出典：橿原市居住意向調査報告書（平成29年3月）

3. 施策展開の方向性

3-1. 移住の観点から見た橿原市の強みと課題

(1) 橿原市の移住・人口移動の現状(総括)

■既存の移住者像

- これまでの橿原市への移住者は、奈良県内を中心とした周辺地域からの転入者が中心となっています。
- 移住者の年代としては、20～30代の若年層が中心となっています。親世帯の居住地は同居・近居または県内居住が多いなど、いわゆる地縁者が移住者の中心となっていることがうかがえます。

■移住の動機や移住先を選ぶポイント

- 移住(元の居住地からの転出)を行う動機としては、良好な住まいの取得や、結婚・離婚、就職などのライフイベントに伴う移住が中心となっています。
- また、年代によっても異なりますが、交通利便性、生活利便性、治安の良さ等を重視して、移住先が選択されていることが明らかになりました。

■人口及び世帯の社会移動

- 社会移動全体としては橿原市からの転出超過が続いています。特に奈良県の他地域へは複数人世帯が多く転出する傾向があるなど、ファミリー層が周辺地域へ流出している懸念があります。
- 市外からの人口流入の促進と併せて、市内に居住するファミリー層等の市外への流出の抑制に取り組む必要があるといえます。

(2) 橿原市の強みと課題

① 橿原市の強み

■ 交通利便性

- アンケート及びヒアリングからは橿原市の交通利便性の良好さが評価されています。大阪市の中心部と1時間以内で行き来が可能なほか、特急停車駅である大和八木駅から大阪、京都、名古屋の各方面に移動しやすいことは、周辺地域と比べた橿原市の強みといえます。

■ 生活利便性

- 交通利便性と同様に、アンケート及びヒアリングからは生活利便性の良さも評価されています。市内に所在する大型の商業施設や百貨店、国道24号線沿いのロードサイドに所在する店舗や大和八木駅周辺の生活利便性の高さが、特に評価されています。

■ 医療環境

- ヒアリングからは、県立奈良医大をはじめとした豊富な医療機関の存在が住みやすさにつながっているとの評価もされています。橿原市内には100箇所以上の医療機関が所在しており、移住希望者に訴求するうえでの貴重な地域資源になっています。

■ 教育環境

- 良好な教育環境の確保は、20～30代が移住を行う主たる動機の一つとなっており、特にファミリー世帯の移住を促すうえで重要な要素となっています。ヒアリングにおいても落ち着いた教育環境や文化的な催しごとが好意的に評価されています。

■ 歴史、自然景観

- 過年度に実施した調査からは、遠方地域からの移住者の評価として、橿原市の歴史資源（今井町、古墳、橿原考古学研究所等）や自然景観（大和三山、藤原宮跡等）は首都圏の奈良ファン、歴史好きから高く評価されていることがわかりました。

② 橿原市の弱み・課題

■ 関西圏外からの認知度

- 首都圏、東海地域における橿原市の認知度は関西圏内に比べて低く、認知度の低さによって移住先の候補から外れてしまっていることがうかがえます。
- 橿原市及び市内の独自の資源（歴史、自然景観等）を認知されている層に対しては、移住先の候補として一定の訴求力が確認されたことから、首都圏等の関西圏外からの橿原市の認知度の向上が課題といえます。

■ 情報発信

- 関西圏外の移住希望者が橿原市への移住を検討する際に、地域生活の情報を得ることに対するニーズや不動産物件の情報を知ることの困難さが、アンケートやヒアリングで指摘されました。
- 橿原市内に親せきや知人がいない、非地縁者層の移住を推進するうえでは、移住者が必要とする情報を得やすい仕組みを整えていくことが課題といえます。

■ 支援施策

- これまでにも橿原市では「三世代ファミリー一定住支援住宅取得補助金」や、移住・定住ホームページの開設をはじめとする、移住施策を実施してきました。一方で、既存の支援施策の利用状況の分析結果からは、必ずしも支援施策が移住のきっかけとなっていないなどの課題も明らかになっています。
- 橿原市への移住を検討・決定するきっかけとなるような、潜在層を含む移住希望者に訴求する、魅力的な支援施策を充実させるとともに、積極的な施策のPRを通じて、支援施策の普及を図ることが課題といえます。

■ 住みやすさ

- ヒアリングからは、国道24号線の渋滞や二次交通の利便性についての改善の余地があることや、待機児童の解消を求める意見がありました。

3-2. 基本理念及びコンセプト

(1) 基本理念

橿原市は、移住・定住施策を進めていくにあたって、

- ・ 子育て世帯をはじめとした、すべての方に居住地として選択されるような魅力のあるまち
- ・ 移住者を含めたすべての市民にとって住みやすく、人口が定着するまち

を目指します。

(2) コンセプト

- ・ 「知ってもらおう」「引っ越してもらおう」「住み続けてもらおう」の一連の流れを推進することを、橿原市の移住政策のコンセプトとして取り組みます。
- ・ そのうえで、移住・定住施策の柱を「情報発信」「移住推進（外からの吸引）」「まちの魅力の向上」として定義し、計画的な施策展開を図ります。
- ・ 県内の近隣市町村に居住する人に対しては生活情報や住みやすさについて知ってもらい、遠方の人に対しては橿原市の認知度を高めるとともに、交流人口・関係人口化し、移住につなげるなど、それぞれの地域でメインターゲットを設定し、ターゲットごとの特性や志向を踏まえた、戦略的な施策展開を図ります。

3-3. 調査に基づくメインターゲット層の設定

(1) 関西圏内(周辺地域～奈良県外)

① ターゲット層の設定

- 人口移動のデータ分析（P8）からは、橿原市の転出入は若年層を中心に奈良県内周辺地域が多くを占めていること、橿原市から奈良県内への2人以上の世帯が転出している傾向が明らかになりました。
- また、奈良県外からの移住者を含めて、多くの移住者は橿原市及び周辺地域に縁のある、いわゆる地縁者であることがわかりました。
- 現在の社会移動のトレンドを考慮すると、関西圏内に居住する若年・ファミリー世帯を主なターゲットとして位置づけるとともに、市内からの世帯流出に歯止めをかけることが有効と考えられます。

② 移住者獲得の戦略

i. 情報発信

- 周辺地域に居住する若年・ファミリー世帯に対しては、橿原市の支援制度や不動産物件情報、子育て・教育環境等の暮らしの魅力を、わかりやすく伝えることで、橿原市への移住を促進します。また、橿原市が住みやすさの観点で優位性を有していることを、市内に居住する若年・ファミリー世帯に対してもPRをして、周辺地域への社会移動を抑制します。
- 関西圏（奈良県外）の地縁者層に対しては、市内に居住する親世帯や組織などを通じた情報発信を通じて、居住地としての選択肢に橿原市を位置づけます。結婚や出産、就職・転職などの引っ越しのきっかけとなるライフイベントを見据えたPRを通じて、橿原市への移住を促進します。

ii. 移住推進（外からの吸引）

- 橿原市が実施している既存の移住推進施策のPRを図るほか、引っ越しにあたっての一次的な費用（住宅取得費を含む）等の魅力的な支援制度の充実を図ります。
- 既存の支援制度と併せて、非地縁者層に訴求し、移住のきっかけとなりやすい補助や支援の方向性について検討します。

iii. まちの魅力の向上

- 民間の宅地開発を促進し、移住者の受け皿となる住まいづくりに取り組むほか、不動産事業者が主体となった情報発信を促して、橿原市内での住宅取得促進を図ります。
- 子育て期のファミリー世帯が特に重視する、子育て環境の整備、教育環境の整備に取り組み、メインターゲットの志向に合わせたまちづくりに取り組みます。
- 外からの移住促進と併せて、橿原市内に居住する若年・ファミリー世帯に対

して市内の不動産情報を分かりやすく伝え、市外への人口・世帯の流出を抑制します。

(2) 関西圏外(主に首都圏)

① ターゲット層の設定

- 現状調査結果からは、首都圏からの転入人口は必ずしも多いとはいえないものの、人口が集積する首都圏ではマスとしての移住希望者人口も多く、「奈良・歴史好き」に対しては橿原市が一定の訴求力を持つことわかりました。
- 移住の動機は年代によっても異なり、シニア層には自然豊かな土地で生活することのニーズが一定みられることがわかりました。
- 中南和地域をはじめとする奈良県内及び関西圏全体として、将来にわたる人口減少が推計されるなか、県内の近隣市町村・関西圏内のみ、若年・ファミリー世帯のみをメインターゲットとする移住施策では、将来的に行き詰まるため、関西圏外（特に首都圏）の「奈良・歴史好き」をターゲットとして位置づけ、持続可能な移住施策を推進します。

② 移住者獲得の戦略

i. 情報発信

- 現状では橿原市の認知度自体が高いとはいえないものの、シティプロモーションの取組みを通じて認知度の向上・橿原市ならではの魅力を PR し、交流人口から関係人口化を図ることで、遠方からの移住者にも選択される仕組みづくりに取り組みます。

ii. 移住推進（外からの吸引）

- 遠方からの移住者を呼び込むうえでボトルネックになっている、不動産市場に流通する物件情報へのアクセスのしやすさ（物件へアクセスする手段の確保）や、移住相談、お試し居住の拠点の確保に取り組み、土地勘のない人、地縁者でない人でも橿原市への移住を検討できるよう支援します。

iii. まちの魅力の向上

- 今井町等にある町家を活用した町家居住支援等、橿原市が有する歴史資源や自然景観を活用することで、遠方に居住する「奈良・歴史好き」に訴求するような移住施策やまちづくりに取り組みます。
- シニア層でもストレスなく移住ができるように、公共交通の利用しやすさに取り組みます。また、生涯学習の場や貸し菜園の充実など、移住後の生きがいづくりに配慮した施策を展開します。

3-4. 施策の全体像

(1) 奈良県内周辺地域～関西圏(奈良県外)

柱	施策イメージ	
情報 発信	市内 外へ の 情報 発信	地縁者層 施策1: 転出者に対するふるさと情報の発信 施策2: 橿原市内に居住する親世帯を通じた情報発信
		周辺地域 施策3: 周辺地域を重点ターゲットとした情報発信
		市内居住者 施策4: 賃貸居住者に対する住宅紹介(同じ校区内の売買物件情報)
移住 推進	補助の充実	施策5: 既存の補助制度のブラッシュアップ、リニューアル 施策6: 新たな補助・支援制度の充実(引っ越し費用、リフォーム支援、子ども医療費無償化の充実など)
まちの 魅力	住まい	施策7: 空家等の所有者等への働きかけを通じた空家等活用の促進
	子育て、 教育	施策8: 子育て、教育にかかる取組みの推進 ・多様な子育て支援策の実施 ・保育所待機の解消
	その他	施策9: 景観、防犯などにかかる取組みの推進 ・美観形成・歴史的景観の保全 ・地域防犯体制の充実

(2) 関西圏外(主に首都圏)

柱	施策イメージ	
情報発信	首都圏等 関西圏外 に対する 情報発信	施策10: PR戦略に基づく多段階の情報発信 ■行政が主体となった情報発信 ・移住ホームページ、パンフレット等を通じた発信 ・移住イベント、セミナーの開催 ・ふるさと納税の活用 ■多様な主体と連携した情報発信 ・市民と連携した情報発信 ・不動産事業者等と連携した情報発信 ■データ分析を通じたPR施策のブラッシュアップ ・居住地選択行動の分析
移住推進	拠点の確保	施策11: 住まい探しのための滞在支援 施策12: ふるさと納税返礼品としてのお試し移住、一時滞在
	支援の充実	施策13: 起業支援(商工会議所と連携した空家の活用等) 再掲: 既存の補助制度のブラッシュアップ、リニューアル 再掲: 新たな補助・支援制度の充実
	相談窓口	施策14: 総合相談窓口の充実
まちの魅力	奈良・ 自然好き	施策15: 奈良・歴史好きに訴求するような歴史資源などの活用 ・町家居住支援など
	生きがい	施策16: 移住後の生きがい探しにかかる支援施策 ・貸し菜園等の確保・仲介 ・生涯学習(歴史案内ボランティア、発掘ボランティアなど)趣味の場の紹介

4. 主な取り組みイメージ

4-1. 奈良県内周辺地域～関西圏(奈良県外)に対する施策

(1) 情報発信

① 転出者に対するふるさと情報の発信（施策1）

i. 考え方

- 橿原市出身の若い世帯が、子育てや持家取得等のために住まいを探す時に、橿原市が有力な候補地に入り、最終的に選ばれる割合が高まるように、「ふるさと・橿原」の暮らしの魅力の最新情報の提供に努めます。

ii. 施策のイメージ

■ 橿原市出身者への情報提供方法の検討

- 橿原市出身者に「ふるさと・橿原」の暮らしの魅力の最新情報を提供します。
- 橿原市出身者や橿原市に魅力を感じる層との関係を維持する施策
- 橿原市出身者及び橿原市を訪れた観光客等に、「橿原」の魅力を感じる機会や「橿原」を訪れる機会を増やすなど、「橿原」との継続的な関係を保てる方法を提供します。

② 橿原市内に居住する親世帯を通じた情報発信（施策2）

i. 考え方

- 地縁者層が移住者の中心である現状を踏まえると、橿原市内に居住する親世帯を通じて、遠方に住む子世帯に対する情報発信を行うことで、効率的な移住者の増加につながることが期待できます。

ii. 施策のイメージ

- 新たな補助制度として橿原市内に居住する親世帯が、市外の子世帯を呼び戻した際に、親世帯に対して補助金を支給する等（後述）、補助制度をリニューアルすることで親世帯を通じた情報発信が期待されます。

③ 周辺地域を重点ターゲットとした情報発信（施策3）

i. 考え方

- 橿原市からの世帯の転出入先として、奈良県内の周辺地域との世帯移動が活発であることを踏まえ、周辺地域を重点的なターゲットとして情報発信することで、より効率的な移住者の増加が期待できます。

ii. 施策のイメージ

- 移住推進のための積極的なPR活動の展開（詳細は「5. PR戦略」参照）
- 周辺地域からの引っ越しであれば、生活スタイルを大きく変える必要が無いことから居住に対するハードルも低いといえます。
- 周辺地域に対して移住先としての魅力を紹介するポスターを展開するなど、

積極的に PR に努めることで周辺地域からの移住者を呼び込みます。

■ 周辺地域のショッピングセンター等における移住イベントの実施

- 周辺地域に所在するショッピングセンターなどで橿原市への引っ越しを促すイベントや相談会を実施することで、橿原市が移住に熱心に取り組んでいることを伝え、次の引っ越し先の選択肢として確実に橿原市を含めてもらうような取組みを進めます。

④ 賃貸居住者に対する住宅紹介（施策 4）

i. 考え方

- 橿原市から周辺地域への転出世帯が多いことを踏まえ、移住の促進と併せて転出の抑制に取り組めます。
- 一般的に、持家居住世帯に比べて賃貸住宅居住世帯は居住地を変更することに抵抗感が少ないこと、住宅の取得を検討する層も多いことから、市内に居住する賃貸居住者に対して住宅紹介に取り組めます。

ii. 施策のイメージ

■ 不動産事業者と連携した売買物件情報の発信

- サポートネットワークとの連携のもとで、市内の賃貸住宅に対して、近隣（同じ校区内など）の売買物件情報を積極的に発信し、橿原市内での持ち家取得を促進します。

(2) 移住推進

① 既存の補助制度のブラッシュアップ、リニューアル（施策 5）

i. 考え方

- 「三世代ファミリー定住支援住宅取得補助金」は、子育てファミリー世帯の市内への移住に寄与している一方、補助金の有無にかかわらず、子育てをすまちとして橿原市を選んでいる状況もうかがわれます。
- 橿原市への子育てファミリー世帯の移住を促進するインセンティブとして、補助金制度がより有効に機能するように見直しを行います。

ii. 施策のイメージ

■ 「三世代ファミリー定住支援住宅取得補助金」制度の見直し

- 橿原市または周辺地域での生活経験がこれまでない人に、橿原市での暮らしの魅力を知っていただくとともに、橿原市への移住の最終決断の後押しとして、補助金制度が機能するように、補助対象とする層や補助金の交付決定プロセス、補助対象経費、補助金交付額等を見直します。

② 新たな補助・支援制度の充実（施策6）

i. 考え方

- アンケート調査からは、「あると良い支援策」として、引っ越しに係る一時的な費用の補助を始めとした多様な補助・支援に対するニーズが確認されたところです。新たな補助・支援制度の充実により樫原市への移住ニーズの顕在化を図ります。

ii. 施策のイメージ

■ 新たな補助・支援制度の検討

- 住宅のストックの有効活用と子育てファミリー世帯の市内定住を促進する観点から、市外からの移住及び市内転居を行う子育てファミリー世帯における住宅の取得を促進するための新たな補助金制度の創設を検討します。
- 引っ越し費用への補助やリフォーム支援など、多様なニーズにこたえられる補助・支援制度の具体化を図ります。

(3) まちの魅力

① 空家等の所有者等への働きかけを通じた空家等活用の促進（施策7）

i. 考え方

- 健全な空家等や除却後の跡地は、まちづくりを進めるうえでの地域の資源と捉え、地域等との連携による予防や活用・流通を促進します。
- 樫原市では「空家等対策プラットフォーム」の活動を通じて、市場で流通困難な事情を抱える空家等の所有者等に対する支援を行っています。改修または建替えを行うことにより、市場で流通可能になる空家等については、所有者等に対する働きかけを通じて活用を促します。

ii. 施策のイメージ

■ 空家等の所有者等に対する普及啓発の実施

- 空家等の立地条件を踏まえて検討する必要がある、それぞれの立地条件により、収益性、公益性、社会性にに基づき活用を進めます。
- 住まいの需要が大きい地域においては、空家等の所有者等も活用に対して関心のある人が多いと考えられることから、空家等の活用に向けて、チラシなどの配布を通じた情報発信で適正な管理を促進します。
- 中古住宅等の市場流通に出回らない空家等のなかには、相続後に、相続人同士の調整が困難になってくるものが、適正な管理を妨げていることもあります。活発な物件流通を実現するうえでは、空家等になる可能性の高い空家予備軍の段階から所有者等に早期に働きかけることが有効であり、福祉の担い手と連携した取組みを通じて空家等の活用を促します。

■ 空家等に対する相談会の開催

- 空家等に関する専門事業者の団体との連携のもとで、所有者等からの適正管理や活用に向けた相談に応じる相談会を開催し、困りごとや悩みを解決できる場を創出します。

② 子育てや教育、景観や防犯などにかかる取組みの推進（施策 8、9）

i. 考え方

- 橿原市ではこれまでに、子ども医療費助成や子育てサークル、ファミリー・サポート・センター事業等、多様な子育て支援策に取り組んできました。また待機児童の解消に向けた取組みを引き続き進めます。
- その他、景観や防犯にかかる取組として美観形成・歴史的景観の保全や、地域防犯体制の充実への取組みを進めます。

ii. 施策のイメージ

- ファミリー世帯を始めとする、多様な移住希望者に訴求するようなまちの魅力の創出に向けて、部局横断的な取組みを進めてまいります。

4-2. 関西圏外(主に首都圏)に対する施策

(1) 情報発信

① PR 戦略に基づく多段階の情報発信（施策 10）

- 短期的には首都圏などに対する橿原市の認知度を高めるとともに、中長期的には交流・関係人口から移住につなげることを目的とした PR 戦略に基づき、多段階の情報発信を行います。
- 詳細は「5. PR 戦略」参照

(2) 移住推進

① 住まい探しのための滞在支援、ふるさと納税返礼品としてのお試し移住、一時滞在（施策 11、12）

i. 考え方

- 橿原市は、奈良県内はもとより、京都や奈良、名古屋、伊勢方面と広域交通の要衝にあり、また、生活や医療の基盤が整った環境と併せて、歴史ファンが移住する先として、有力な候補となりうると考えられます。
- 一方、ヒアリング調査において、首都圏の居住者が奈良県内で住まい探しをするにあたって、十分な時間をかけられずに、住まいを選ばざるを得ないという事例がありました。

ii. 施策のイメージ

■ 橿原市への移住希望者の住まい探しの支援

- 首都圏等の遠方に居住していて、橿原市への移住を検討している人が、橿原

市に移住することで理想をかなえられるかどうかを見極めるために、物件探しや仕事探しをするための期間滞在しやすくするための支援（交通費、滞在費等の支援）を検討します。

- また、これらの仕組みを、ふるさと納税の返礼品として活用することも検討します。

② 起業支援（商工会議所と連携した空店舗の活用等）（施策 13）

i. 考え方

- 奈良県の県外就業率は 28.8%と高く（全国 2 位、全国平均 9.0%）、橿原市も 19.9%と高くなっています（平成 27 年国勢調査従業地・通学地集計結果）。主な理由として、20 代では、「県内には魅力的な仕事がない」とする人が 5 割弱にも及ぶことが挙げられます（奈良県 令和元年度県民アンケート調査）。
- 橿原市は交通の利便性の高さから、大阪などを勤務地とした居住も前提とできますが、遠方からの移住で既存の就業がない場合もあり、起業も一つの選択肢として提供することが求められます。

ii. 施策のイメージ

■ 起業支援

- 移住を契機にカフェの経営や民泊業の経営など、新たに起業をするケースがあることから、奈良県や商工会議所等で実施されている支援策についての情報が迅速に提供できるように連携を図っていきます。
- 橿原市移住・定住サポートネットワークのしごと部会などで協議し、具体的な支援策を組み立てます。

■ 空家活用

- 商工会議所は空き店舗に対する橿原商工会議所創業者出店支援事業を運用しています。現在は空き店舗だけが対象となっていますが、しごと部会での意見交換において、「現在は空き店舗だけが対象となっているので、空家（店舗併用型住宅）も支援の対象に含められないか」との意見が出されており、空家活用も視野に入れた検討を進めます。
- 橿原市内に居住しながら遠方からの発注での仕事をするテレワークスタイルの可能性も考えられます。自宅の活用もありますが、オフィス機器、ICT 機能などの充実した執務環境が確保できない実態があります。大和八木駅周辺は、発注先との打ち合わせのための出張等も対応しやすく、テレワークの受け皿となるオフィス機能を提供することへのニーズがあると考えます。駅前のオフィスビルや駅近くの空家などを活用したシェアオフィス（企業や個人が利用するためのオフィス空間や設備を共同利用する貸しオフィス）の整備を検討します。

③ 総合相談窓口の充実（施策 14）

i. 考え方

- 移住支援では、情報提供や仲介、相談対応、ネットワーク形成などコーディネート機能の充実が求められます。
- 移住先を検討している移住希望者が必要としている情報や相談したい事項について、ワンストップで相談対応ができる窓口を設置していきます。

ii. 施策のイメージ

- 総合相談窓口の設置・運営にあたっては、庁内関係課における連携・協力体制を確保したうえで、当面は市役所が対応し、将来的に橿原市移住・定住サポートネットワークと協議しながら、自立できる適切な形態を検討していきます。
- 総合相談窓口の業務イメージとしては以下のように想定します。

- 移住希望者に対する“何でも相談”とフォロー
- 移住者の実態把握（きっかけ、転出元、市を選んだ理由など）
- 庁内関係課を通じた移住相談対応での連携協力体制の確保
- 橿原市移住・定住サポートネットワークとの調整
- 国や奈良県の移住相談機関（首都圏等）との関係構築
- 移住促進のためのイベント企画・セミナーの開催（関西、首都圏）
- 移住決定者の移住準備のフォロー（住宅、仕事等支援策の情報提供等）
- 移住者のフォロー（交流企画等）

④ 奈良・歴史好きに訴求するような歴史資源などの活用、移住後の生きがい探しにかかる支援施策（施策 15、16）

i. 考え方

- 奈良・自然好きを始めとした、多様な移住希望者に訴求するようなまちの魅力の創出に向けて、部局横断的な取組みを進めてまいります。

ii. 施策のイメージ

- 今井町の古民家などに関心を持って橿原市を移住先を選ぶ、遠方からの移住者もみられます。首都圏など遠方に居住している人も含め、歴史好きの層に対して、市内にある古民家等への居住支援等を進めていきます。
- 時間的にゆとりのあるシニア層のほか、希望者などに貸し菜園等の確保・仲介や生涯学習（歴史案内ボランティア、発掘ボランティアなど）趣味の場の紹介等、ライフステージや志向に応じた支援を進めていきます。

5. PR 戦略

5-1. PR 戦略の考え方

- 多段階の情報発信を通じて、橿原市が移住施策に取り組んでいることを周知し、潜在層を含む移住希望者に対して必要な情報を伝えていきます。
- 調査分析の結果、関西圏内の人に対しては、移住先（居住地）としての橿原市の強みを情報提供することが有効である一方で、関西圏外の人に対しては橿原市の認知度自体を高める必要があることがわかりました。
- 関西圏外の人に対しては、これまでも取り組んできた首都圏等でのイベント出展を継続するとともに、シティプロモーションの観点から情報発信し、認知度を高めるのと併せて橿原市に訪問してもらう機会の創出に努めます。
- 関西圏内の人に対しては、短期的には買い物、グルメ、娯楽、医療、保育・教育などの橿原市の地域の情報をわかりやすく伝え、橿原市が引っ越し先の選択肢に入るように努めます。中長期的には、並行して充実を図る移住促進事業の PR を通じて、移住者の更なる増加につなげてまいります。

5-2. 主な PR 施策

(1) 行政が主体となった情報発信

① ホームページをはじめとした情報の発信

i. 考え方

- 橿原市の移住サイト「奈良県橿原市移住ガイド おいでよ かしはら」は、ホームページ開設当時は、首都圏等の遠方居住者に橿原市の魅力をアピールすることを目指していましたが、橿原市の移住ターゲット層である関西圏からの子育てファミリー世帯にもわかりやすいページ構成になるよう、ホームページのリニューアルを検討します。
- インターネットを通じた情報発信と併せて、チラシなどの配布を通じた情報発信についても検討します。



ii. 施策のイメージ

- ホームページ「奈良県橿原市移住ガイド おいでよ かしはら」のリニューアル
- 関西圏において、引っ越しを検討している層に対して、橿原市の魅力を紹介

し、住まいを検討している層が知りたい情報を提供するという観点から、ホームページ「奈良県橿原市移住ガイド おいでよ かしはら」のリニューアルを検討します。

- リニューアルの方向性としては、生活者の視点からみた子育て環境の発信、市内をいくつかの地域に分けての生活情報の提供、住まい探しやリノベーションなど住まいに関わる情報の提供、新鮮な情報を提供していると感じてもらえるような工夫、移住検討者に向けた SNS との連動などが考えられます。

■ フリーペーパーを活用した情報発信

- 発行エリアで多くの世帯に配布されるポスティングタイプのフリーペーパーは、「伝えたい情報を紙で手元に届けたい」場合に有効な手法です。
- 橿原市外に居住している人が、橿原市を訪れるきっかけとなり、橿原市が実施している補助金等の制度を認知する手段として、フリーペーパーの活用を検討します。
- 関西圏内に居住する大阪市内に居住するファミリー世帯に対して、イベント開催についての広報を行うことで、橿原市を訪れてもらうためのきっかけづくりにつながるなどの情報発信が考えられます。

■ その他の方法を活用した情報発信

- 情報を伝えたいターゲットを明確化したうえで、移住を検討している人を対象とする雑誌への記事・広告の掲載、関西の子育てファミリー層を対象としている雑誌やWEBサイトへの広告掲載・配信、駅張りポスターの活用、主要駅等におけるデジタルサイネージ広告の活用等を検討します。

② 移住イベントのセミナーの開催

i. 考え方

- 移住を検討している人は、インターネット等での情報収集に加えて、移住イベントへの参加、現地への訪問とステップを踏んで、候補地を絞り込んでいくものと考えられます。これまでも取り組んできた、東京や大阪でのイベントへの継続的な参加を通じて、首都圏などの関西圏外での認知度の向上に取り組めます。

ii. 施策のイメージ

- 移住支援を行っている団体等が主催するイベントに参加し、移住を検討している人へ説明や相談対応を行います。
- 県が運営している「奈良まほろば館」や、移住支援を行っている団体等が運営しているスペースを借りて、首都圏において橿原市主催の移住イベントやセミナーを開催します。

(2) 多様な主体と連携した情報発信

① 市民と連携した情報発信

i. 考え方

- 新たな住まいを探している移住者が求めている情報としては、不動産の物件情報に加えて、周辺地域の住み心地や暮らしやすさ、買い物やグルメ、遊びなどの情報が考えられます。
- そこで、市民との連携により、橿原の暮らしの魅力を発信に努めます。

ii. 施策のイメージ

■ 橿原の暮らしの魅力の情報発信体制の検討

- 市民の視点から橿原の暮らしの魅力を発信していくために、市民と連携した情報発信体制の設置を検討します。

■ 市の公式アカウントを通じた、SNS による橿原の暮らしの魅力の発信

- 橿原市の公式アカウントを活用して、暮らしの魅力をテーマとしたショッピングやグルメ、イベント、趣味、遊び等の情報を発信します。

② 不動産事業者等と連携した情報発信

i. 考え方

- アンケート及びヒアリングからは、移住者が住まいを探す際に、不動産事業者の情報（HP、チラシ等）が活用されていることが明らかになりました。
- 不動産事業者の発信する情報について、橿原市の生活環境に関わる情報を提供することは、橿原市のイメージアップにつながるるとともに、物件への興味・関心が高まり、移住につながる機会を増やすことが期待できます。

ii. 施策のイメージ

■ 広報素材や補助金等の情報提供の仕組みづくりの検討

- 市内で不動産の販売・仲介等を行っている不動産事業者に対して、橿原市の PR 写真や文章等の広報素材を提供することを検討します。
- 橿原市の魅力を発信したいと考える事業者や市民等が、一定のルールのもと自由に使うことができる広報素材を提供する仕組み（ライブラリー）や、補助金制度等の情報を提供する仕組み（メールマガジン等）を検討します。

(3) データ分析を通じた PR 施策のブラッシュアップ

① 居住地の選択行動の分析

i. 考え方

- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴って、都道府県間移動者数が減少し、東京圏が転出超過となる時期があるなど、転出入の傾向に変化がみられます。
- 転出入の傾向を把握・分析することで、移住に向けたプロモーションの企画

に活かすことができます。

ii. 施策のイメージ

■ 住民基本台帳データの分析

- 個人情報の取り扱いを適切に行いつつ、住民基本台帳データ等を分析し、檀原市における転出入の特徴、特に子育てファミリー世帯における転入・市内転居・転出の傾向を分析します。

■ 転出入者に対するアンケート調査の実施

- 転出入者に対してアンケート調査を実施し、引っ越しの目的や檀原市を選ばれた理由、現在の住まいを見つけた方法等を把握します。

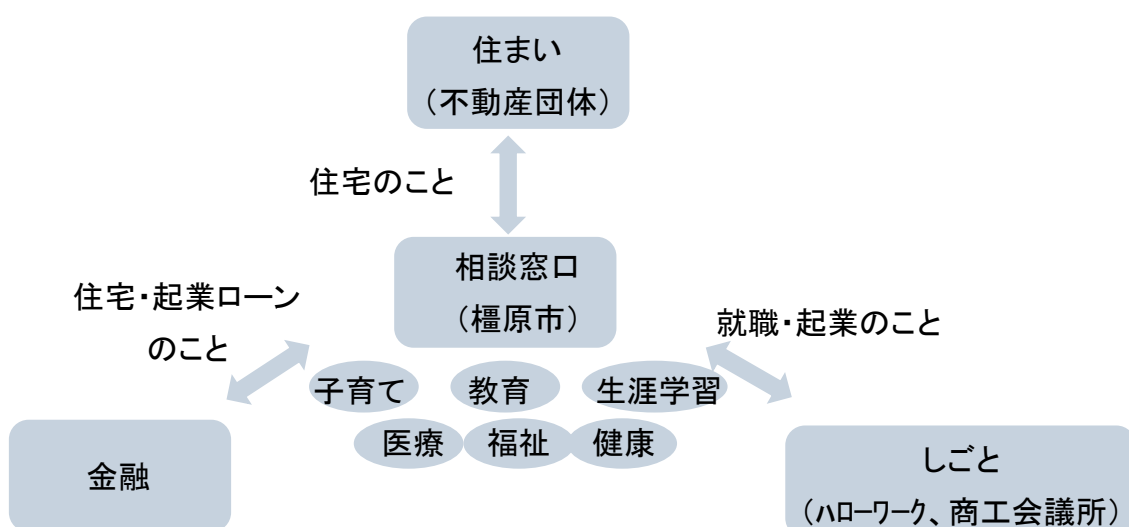
6. サポートネットワークとの連携を通じた施策の推進

- 檀原市の移住施策の推進にあたって、事務局としての檀原市役所のほか「檀原市移住・定住サポートネットワーク」（以下「サポートネットワーク」）との連携のもとで取組みを推進していきます。

(1) 短期的な体制

- 短期的には、相談窓口（檀原市役所）における移住希望者への対応にあたって、多様な主体が連携した情報提供体制を構築し、ワンストップで必要な情報の提供に努めます。併せて、第4～5章で整理した施策のうち、檀原市単独で実施するよりも連携することによるメリットが期待されるものについては、サポートネットワークの構成主体との連携のもとで推進します。

【サポートネットワークと連携した相談窓口のイメージ】



【各主体との連携イメージ】

■全般

施策	施策
総合相談窓口の開設	橿原市と連携した移住希望者への相談体制の構築

■不動産団体

施策	施策
賃貸居住者に対する住宅紹介	団体に加盟する不動産事業者を通じた、橿原市内の賃貸住宅居住者への情報発信
補助の充実	不動産事業者の窓口における補助金及び支援施策などの情報提供
空家等の所有者等への働きかけを通じた空家等活用の促進	空家所有者に対する相談会からの助言
PR戦略に基づく多段階の情報発信	移住イベントへの同席、地域の不動産情報の発信や相談受付

■金融

施策	施策
周辺地域を重点ターゲットとした情報発信	橿原市外の支店などに広報紙等を配架、PR動画の放映
PR戦略に基づく多段階の情報発信	移住イベントへの同席、既存の住宅ローン商品などの紹介

■商工会議所

施策	施策
起業支援	起業に対する相談の受け付け、支援制度の紹介等

(2) 中長期的な体制

- 中長期的には、サポートネットワークが主体となり、移住に関わる様々なイベントの企画・運営を推進することで、交流人口・関係人口から定住人口の増加に向けて取り組んでいきます。
- サポートネットワークは多様な主体が連携する場ですが、組織をうまく機能させるうえでは事務局機能が重要となります。先行事例では、行政が中核的な役割を担う場合と、外部の事業者団体が事務局機能を担う場合があります。自立的な体制を形成するうえでは、事務局機能は行政以外が担うことが望ましいと考えられますが、委託費などを考慮すると、新規に設置が難しいことは想定され、既存の公益的法人などに委託することも考えられます。

【参考】他都市でのコンソーシアムの形態

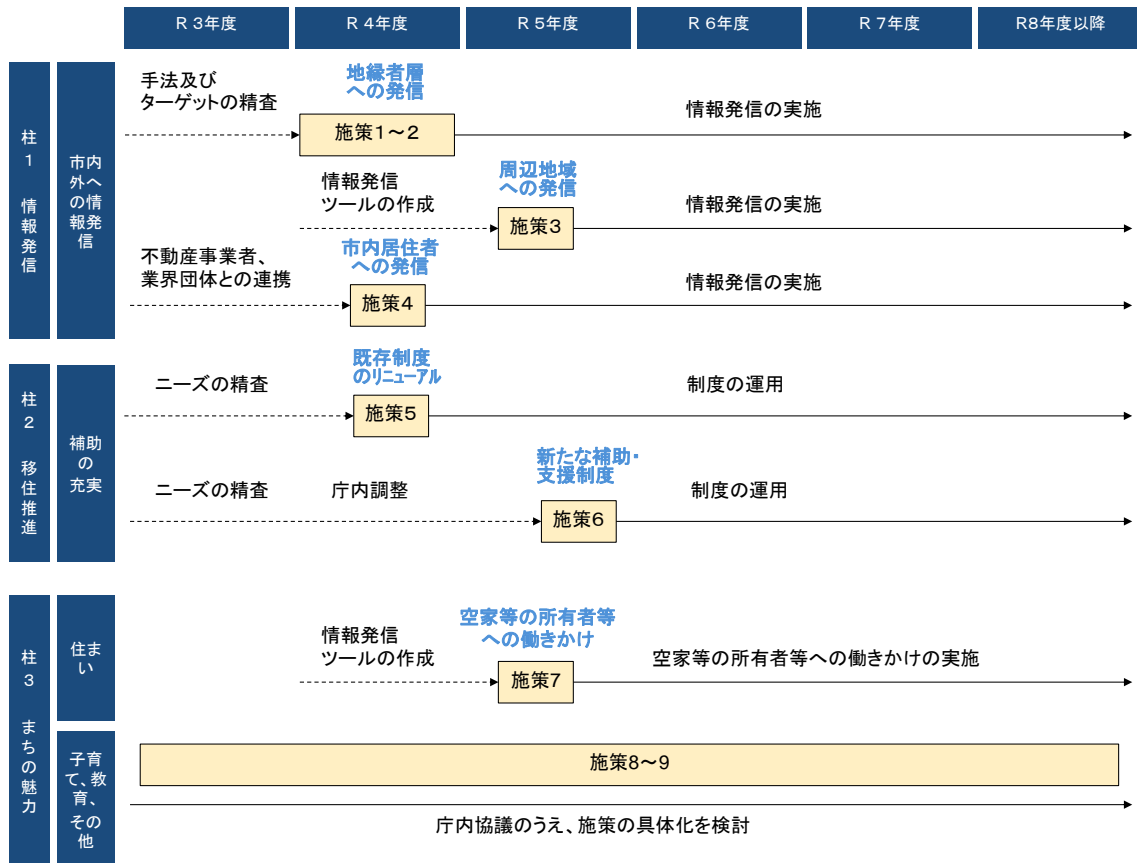
名称	内容
都留市CCRC構想研究会	移住促進をテーマに勉強会を設定し、候補となりうる企業や団体に案内。関心あるところが参加するので、参加者によりコンソーシアムを組む。この場合、一業種一業者にはならない可能性はある。
鳥取県南部町「なんぶ里山デザイン機構」	町内外の人100名により地方創生総合戦略を策定。そのメンバーを中心にNPO法人「なんぶ里山デザイン機構」を設立。その後の事業を展開
諏訪圏移住交流推進事業連絡会	多様な団体連携は実施しているものの、宅建協会諏訪支部が総合的な事務局として機能(2020年4月より事務局を長野県諏訪地域振興局へ移転)。

出典：各種公表資料より作成

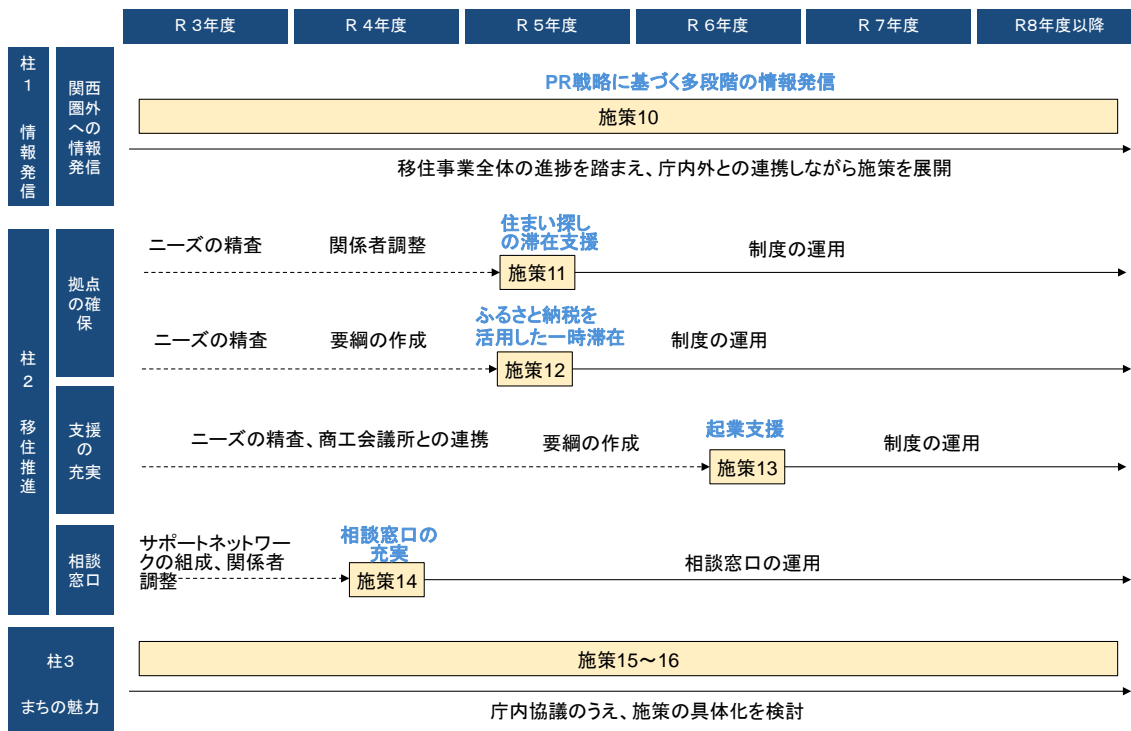
7. ロードマップの作成

- 前章までに整理した移住・定住施策の実現に向けたロードマップを、以下のとおり整理します。

【周辺地域～関西圏内】



【関西圏外】



8. 成果指標など

(1) 進行管理の考え方

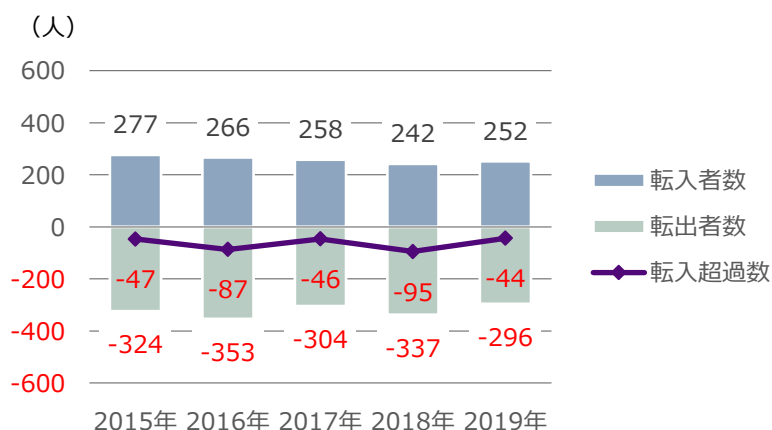
- 移住の取組みの成果については、今後、様々な取組みを実行することにより、移住の状況を表す「結果指標」が向上していくと考えます。
- 本プランにおいては、移住・定住のターゲット層における移動の状況を「結果指標」として設定することとします。

(2) 結果指標

- 移住のターゲット層における移動の状況を結果指標とします。
- 子どもだけの移動は想定しにくいことから、子どもの移動状況を住民基本台帳データをもとに分析することで、子育てファミリー世帯の移住傾向の動きをとらえることとします。
- 総務省の住民基本台帳人口移動報告によると、樫原市では、近年、0～4歳人口について転出超過が続いています。
- そこで、本プランにおいては、令和7（2025）年度まで継続的に取組みを続けていくことで、令和8年（2026年）において、「0～4歳人口」の転入者・転出者数の差を0（ゼロ）（=転出入均衡）とすることを目指すこととします。

【結果指標】 0～4歳人口の転入者数・転出者数の差
マイナス44人（2019年） → 0人（2026年）

【0～4歳人口の転入者数・転出者数の推移】



注：日本人移動者数

出典：総務省「住民基本台帳人口移動報告」