

デジタル田園都市国家構想 交付金事業検証

－移住促進コンシェルジュ育成と官民連携移住促進体制整備事業－

令和 7 年 7 月 1 日
橿原市役所 地域振興課

デジタル田園都市国家構想交付金事業検証

－移住促進コンシェルジュ育成と官民連携移住促進体制整備事業－

①移住プロモーション（交通広告掲載）【決算額867千円】

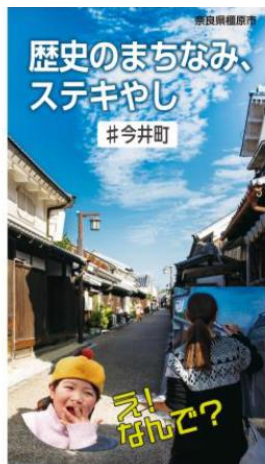
○概要

移住PR動画を作成し、東京駅八重洲南北通路のデジタルサイネージ34面に8月及び11月の各4週間に亘り広告を掲載した。首都圏在住の奈良好き・歴史好きな移住検討者をメインターゲットとしつつ、本市を知らない不特定多数の方に、本市の魅力を発信し、認知度向上を図った。

(1)実施期間

- ・ 1期 2024年8月5日（月）～9月1日（日） 4週間
- ・ 2期 2024年11月4日（月）～12月1日（日） 4週間

(2)広告素材



○今後の方針

広告に関する直接的な問合せ等はないものの、広告掲載期間において首都圏からのサイトアクセス数が増加していることから、一定の広告効果があったと判断できる。橿原市の認知度向上及び移住施策の周知を図り、移住を促進していくためのプロモーションを今後も進めていく。

成 果

広告掲載期間中の広告接触者数は403,751人/日(東京駅一日乗車人員) \times 0.144(八重洲口中央利用率) \times 0.1905(デジタルサイネージ視認率) \times 56日(掲出期間)=620,200人、広告掲載期間中の橿原市公式ホームページトップページのサイトアクセス数(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)は前年同月比で最大43%増となった。



デジタル田園都市国家構想交付金事業検証

－ 移住促進コンシェルジュ育成と官民連携移住促進体制整備事業 －

②移住プロモーション（SNS広告掲載）【決算額1,287千円】

○概要

関西圏在住の20代～30代の子育て層と首都圏在住の奈良好き・歴史好きな移住検討者をターゲットとして、YouTubeやInstagramに移住PR動画を広告掲載し、閲覧者を橿原市移住促進サイト「ずっと住むナラかしはら」へ誘導した。

(1)ターゲット

子どもあり25歳～54歳、男・女

関東圏（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）

関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、和歌山県）

(2)広告掲載SNS YouTube、Instagram

(3)広告実施期間 8/5～10/4の2か月間

成 果

YouTubeとInstagramの広告をクリックして移住促進サイトへ遷移したのは14,228回であった。子育て世代である25歳～34歳のクリック率が圧倒的に良く、支援制度や交通アクセスの良さなどの自分自身が享受できるメリットを押し出す広告が効果的なことが分かった。

○今後の方針

YouTubeに比べInstagramでのクリック率が良かったため、Instagramでの広告掲載に適していると判断できる。今回の広告掲載により、反応のよい（クリック率の高い）広告素材やターゲットなどが絞れたことから、今後も既存の広告素材を活用しながら、移住プロモーションを継続して実施していく。



デジタル田園都市国家構想交付金事業検証

－移住促進コンシェルジュ育成と官民連携移住促進体制整備事業－

③移住者コミュニティ支援業務【決算額500千円】

○概要

移住者が主導するコミュニティの構築を支援することにより、移住者間の交流を深め移住者の定住につなげるとともに、移住者が移住後の生活の情報発信などインターネットでは得られない橿原市の情報を人とのつながりの中から伝えることで移住者の増加につなげた。

(1)ホームページ作成

移住者コミュニティのホームページを作成、活動内容の発信等を行った。

(2)イベント出店及び新メンバーの募集

大型イベントに出店し、活動周知やメンバーの募集を行った。

(3)SNSによる情報発信

移住者・移住検討者の交流やイベントの情報をLINEオープンチャット、Instagram、facebookから発信した。

(4)研修会等開催

移住検討者及び先輩移住者との意見交換・交流会や市内を巡り地域の暮らし体験を実施した。

○今後の方針

今後は新たな組織として立ち上げた移住者コミュニティを通して移住者・定住者の支援を行っていきけるよう体制づくりを目指す。

主な取り組みとしては移住者と移住検討者の交流会・セミナー等の開催及び移住イベントへの参加や移住相談などを行うほか、ウェブサイト・SNS等を利用し情報発信を行っていく。

成 果

移住・定住の促進を目的として活動する移住者コミュニティが立ち上がり、地域に根付いた情報発信が可能となった。また、移住者コミュニティが主催するセミナーの参加者が橿原市移住希望者お試し滞在補助金を利用するという相乗効果を得られた。



デジタル田園都市国家構想交付金事業検証

－移住促進コンシェルジュ育成と官民連携移住促進体制整備事業－

④移住相談会開催【決算額395千円】

○概要

認定NPO法人ふるさと回帰支援センターや大阪ふるさと暮らし情報センター等と連携し、先輩移住者を講師として招き、移住セミナー・個別相談会の実施や、大規模移住イベント等に出展した。

(1)令和6年7月20日 おいでや！いなか暮らしフェア2024

会場：OMMビル（大阪）

相談者：51名（相談21組27名、資料提供24名）

(2) 令和6年9月21日 第20回ふるさと回帰フェア2024

会場：東京国際フォーラム（東京）

相談者：69名（相談16組18名、資料提供51名）

(3) 令和6年9月22日 移住セミナー①「え！なんで？ 檜原に住まへんの？
～先輩移住者に聞く！古き良き町で暮らす魅力～」

会場：奈良まほろば館（東京）

参加者：15名

(4)令和6年12月7日 奈良県との合同セミナー②「奈良で働くセミナー・相談会2024」

会場：ふるさと回帰支援センター（東京）

参加者：12名

(5)令和6年12月8日 移住セミナー③「旅好きな先輩移住者たちに聞く！～私が檜原を選んだ理由～」

会場：奈良まほろば館（東京）

参加者：8名

○今後の方針

移住イベントは全国の自治体に参加するため移住検討者の注目が集まるよういかに檜原市の魅力を発信するか、アプローチが大切である。

また、セミナーの周知・発信力が弱いことから、様々な移住関係機関やSNS等から幅広く周知していく必要がある。



成果

移住イベントでの相談者数は年々増加傾向にある。また、セミナーでは移住検討者が先輩移住者に質問できる座談会を設けたためアンケートでは「移住された方とお話しできたのが良かった」という回答が多く好評であった。その後、実際に本市に訪れ、移住後の暮らしのイメージをさらに高める「お試し滞在」につなげた。

