

コンセプト

- 信州らしい働き方、暮らし方の提案（新しいライフスタイルの創出）
- 「移住したい県」NO.1から、「暮らしてよかった県」NO.1へ

改定の考え方

- コロナ禍における人の意識や社会の変化は、地方にとって追い風（好機）である
とらえ、都市圏から長野県への人や企業の呼び込みを一層強化していく

現状

社会動態・移住の動向

- 社会減（県外への転出超過）**
 - ・ あらゆる産業で人材が不足、地域の担い手が不足
 - ・ 進学、就職を契機とした県外転出による若者の減少
- 新たな働き方・暮らし方への関心**
 - ・ 理想とする生活、価値観の多様化（都市部を中心にトレンド変化）
- 地方創生の流れ**
 - ・ 全国各地で移住施策の推進を強化

「地方回帰」機運の高まり

コロナ禍を契機とした意識の変化、テレワークの普及等により、首都圏の住民（特に若者）や企業を中心に地方での生活や働き方への関心が向上

信州暮らしの魅力、強み

「信州」が持つブランド力と“お金に換えられない”多様な価値の提供

- 雄大な自然、伝統文化や地域の人とのつながり、地方ならではのゆとりある生活
- 信州やまほいく、山村留学をはじめとする特徴的な教育環境の充実
- これまでそれぞれの地域が育ててきた観光資源、健康長寿、食文化などの認知度の高さと訴求力
- 市町村ごとの強みや特色を活かした多彩な施策

三大都市圏からのアクセスの良さ

- 心理的にも距離的にも適度な都市圏との近接性、選べる移動手段に加え、将来的に新たな交通網が整備 ▶ 移住に加え、テレワークや二地域居住の適地

展開

主なターゲット

今後、施策の対象としてさらに注力していく層

若者・子育て世代

地域の活性化、活力創出に大きく寄与する層

▶ 以下のタイミングを捉えて積極的にアプローチ

- ・ 転職、子の入園・入学、持ち家購入などのライフステージ変化時
- ・ 会社のテレワーク導入などに伴うワークスタイル変化時など

具体的な取組の方向性（プロジェクト）▶ 県・市町村・民間企業等のオール信州の体制で取組を推進

【重点】1 働く場としての信州の展開 “仕事と暮らし”をセットで呼び込み

- ・ 住まいだけでなく、暮らしを支える仕事もセットにして取組を展開
- ▶ 特に地域活性化に寄与する人材・企業に積極的にアプローチ

新しい働き方をする人材・企業

人材：テレワーク、副業（複業）・兼業など
企業：テレワーク推進に取り組む企業（本社機能、サテライトオフィス）

産業や生活を支える人材、人を呼び込む中核・ハブ人材

プロフェッショナル人材（高度人材、医療、福祉、各種資格・技能職）、クリエイティブ人材（起業、個人事業主等）、就農・就林、地域おこし協力隊など

【重点】2 「つながり人口」にフォーカス “地域のファン”を増やす

- ・ 必ずしも移住・定住をゴールとしない、二地域居住者や地域の人々と多様に関わる人を増やす
- ・ 地域に関わりたいと考えている人や企業が実際に「地域や地域の人とつながる」場や仕組みをつくる

3 多様な住まい方を支援

- ・ 移住検討者が求める住まい方をサポート
- ・ 各種住宅支援策、空き家利活用の取組を推進

4 地域への定着・交流を支援

- ・ 移住者の不安を和らげるため、移住前後で地域住民につなぐ取組を推進

5 情報発信の強化

- ・ ターゲットに訴求する地域の暮らしや仕事、子育て環境等の情報を様々な媒体を活用して発信

6 民間事業者等との連携・協働の推進

- ・ 多様なニーズに的確に応えるため民間事業者や団体と連携した移住支援策、イベント等を実施

社会動態・移住に関する現状

■ 長野県への移住者数の推移（年度／人）

| H30 | R1 | R2 | R3 |
|-------|-------|-------|-------|
| 2,315 | 2,323 | 2,426 | 2,960 |

【長野県集計】

■ 長野県の社会増減の推移（国内移動：年／人）

| H30 | R1 | R2 | R3 |
|---------|---------|---------|-------|
| ▲ 3,243 | ▲ 4,531 | ▲ 2,156 | ▲ 577 |

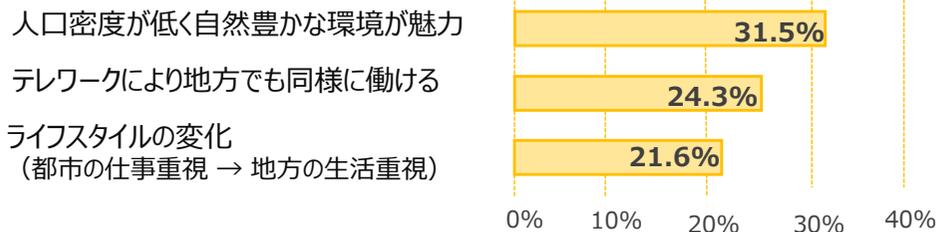
【長野県：毎月人口異動調査】

■ 東京圏在住者の地方移住への関心の変化

(強い関心がある、関心がある、やや関心のある割合の計)



地方移住への関心理由（上位3つ）



【内閣府：第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査(R3.11)から抜粋】

【これまでの実績】

- 総務省 移住相談に関する調査 6年連続 1位
- NPO法人ふるさと回帰支援センター R 3 ランキング窓口相談部門 4位、セミナー部門 3位
- 田舎暮らしの本（宝島社）読者アンケート16年連続 1位

具体的な取組の方向性(推進プロジェクト)の補足

【重点】1 働く場としての信州の展開 “仕事と暮らし”をセットで呼び込み

- 若者・子育て世代をメインターゲットに、地方での仕事の視点を取り入れた移住セミナー、相談会を開催
- コロナ禍を契機に注目されているテレワークなど場所を選ばない働き方を求める人や企業、地方ならではの働き方を求める人に訴求する取組を推進
- 県・市町村は、仕事関連の団体、民間事業者とも連携し取組を推進

【重点】2 「つながり人口」にフォーカス “地域のファン”を増やす

- 全国的な人口減少下において、移住にとらわれず、地域や人とのつながりの中で生まれる活力に注目した「つながり人口」の創出を推進
- 地方に関わりたいと考えている人・企業に向けて、地域の関わりしろ（余白）にアプローチできる仕組を用意するなど、地域の実情に応じた取組を推進
- 山村留学やお試し居住、二地域居住促進の取組を通じ、将来的な移住や地域のファンとなる層を増やす
- つながり人口の実情を学び、情報共有する場を提供

3 多様な住まい方を支援

- 県宅地建物取引業協会等と連携し、信州空き家バンクの活用等により、具体的な住まいの情報を提供するほか、地域の実情に応じた各種住宅支援策を推進

4 地域への定着・交流を支援

- 先輩移住者からのアドバイスや地域に取り次ぐ支援、移住者同士の交流の場づくりなど、移住者が地域に円滑に溶け込める支援策やサポートを実施

5 情報発信の強化

- 信州の魅力、地域の暮らしの様子、移住支援策など各主体が積極的に情報を発信
- ターゲットに訴求する効果的な手法を検討し実施

6 民間事業者等との連携・協働の推進

- 上記記載のほか、各種取組を進めるに当たり効果が高まると期待される事項については、官民が連携・協働して施策を推進