

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

二地域居住SNS発信事業計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

千葉県

3 地域再生計画の区域

千葉県の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

●これまでの取組

・地域の活性化を実現するためには、東京都を始め他都道府県からの人の流れを一層拡大することが必要である。本県は東京都に近くありながら豊かな自然を有している二地域居住の適性が高い地域であり、全国的に人口減少が進む中、移住だけではなく二地域居住を促進しているところである。

・これまでも県ホームページやパンフレットなどを活用し、本県で実現できる様々なライフスタイルの魅力を発信し、本県への移住等を促進してきたところである。特に、移住等の検討者が求める先輩移住者の暮らしの様子、移住先での生活コストや日常生活の利便性など、本県での生活を想像するための情報について、インタビュー記事や各地域の支援情報等を掲載し充実を図ってきた。また、移住に関する総合相談窓口を設け、本県への移住や二地域居住に関する問い合わせに対応しているところである。

●潜在層の取り込み

・令和3年のトラストバンク調査「地方暮らしに関するアンケート」において、地方暮らしに関心があると回答した者のうち40%程度が二地域居住を希望している中、本県の相談窓口における二地域居住に関しての相談は全体の相談件数の1割程度と比較的少ない状況であり、本県は二地域居住の実施先として候補になっていないことが伺える。

・県としては、ホームページ等において先輩移住者の暮らしぶりや生活環境等の本県での生活をイメージするための情報を紹介しているが、現状では一方的な情報発信となっており、二地域居住の適性が高いという本県の魅力が十分に知られていないことが考えられる。このため、移住や二地域居住を検討している方はもちろん地方での暮らしや仕事等に興味や関心があるが情報収集等の行動を起こしていない潜在的な希望者層へも行き届くよう、本県で様々な暮らしが可能であることや二地域居住等に適しているといった情報を発信し、ホームページや相談窓口へ誘導していくことが必要である。

・また、本県での暮らしを、より具体的に、よりリアルにイメージできるよう、これまで発信している情報に加え、二地域居住等を体験した者の様子や感想といった実体験に近い「生の声」を発信していくことも重要である。

●広域的な二地域居住の推進

・住居や日常の買い物、レジャーや医療等、生活圏は複数の地域にまたがるものであるが、市町村単独での情報発信ではそれぞれが各市町村の範囲に限定された情報を別々に発信することになり広域的な地域としてのまとまった情報発信ができていない状況にある。

・また、知名度の低い市町村においてはそもそも情報を見てもらえなかったりする事情もあり情報発信力に限界がある。このため「千葉県」として発信したり広域の地域で連携して発信する等の工夫が必要である。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

（交付対象事業の背景）

・本県の総人口は1970年から2020年までの50年間で約2倍に増加しており、2020年時点においても緩やかな増加を維持している。しかし、国立社会保障・人口問題研究所によると、本県の将来人口は、2060年には527万人と、2020年の628万人から約101万人（16%）減少すると推計されており、今後は本県としても減少局面に転じることが見込まれている。

・これまでも本県では、第2期千葉県地方創生総合戦略における「県内外に発信する魅力づくり」の目標の下「居住地として選ばれる千葉づくり」に取り組んでいるところであり、人口減少抑制のため移住・定住の促進に尽力してきたところである。しかし、全国的に人口の減少が進む中、他所からの「移住」に関する取り組みだけでは地域活力は衰えていく一方であり、移住の促進に加えて特定の地域に愛着を持ち想いを寄せ継続的に多様な形で深くかかわる関係人口を増加させる取り組みが必要となっている。

・第2期千葉県地方創生総合戦略において「本県の持つ優れた住環境や文化など多様な魅力」を県外へ積極的にPRすることが重要としているが、本県は東京都に隣接しながら海や山といった豊かな自然を有しており、テレワークやワーケーションのような新たな働き方を取り入れた二地域居住のようなライフスタイルを実現することができる他所にはない魅力がある。

（地方創生として目指す将来像）

・本事業を通じて、移住や二地域居住を検討している方や興味はあるが行動を起こしていない潜在的な希望者など幅広い層の方に、本県で実現できる様々なライフスタイルの魅力を十分に伝え、本県での暮らしを強く印象付け、それぞれの興味と関心に沿った詳細な情報の収集やお試しでの訪問等への行動を促す。

・実際に何度も訪問されることにより、県内各地域において余暇を過ごしたり仕事をしたりする多様な過ごし方が広まり、また、地域の持つ課題等を解決するための活動をされたりといった地域との深い関わり方が浸透し、人の流れが活発になることで、地域活動の活性化が図られ、それぞれの望むライフスタイルが実現できる地域として、より一層移住先・二地域居住先としての魅力の向上が図られる。

【数値目標】

K P I ①	二地域居住に関する相談件数						単位	件
K P I ②	連携したワーケーション等施設の利用者数						単位	人数
K P I ③	県ホームページ「ちばの暮らし情報サイト」へのアクセス件数						単位	件
K P I ④	本県人口の社会増						単位	人数
	事業開始前 （現時点）	2023年度 増加分 （1年目）	2024年度 増加分 （2年目）	2025年度 増加分 （3年目）	2026年度 増加分 （4年目）	2027年度 増加分 （5年目）	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	48.00	10.00	10.00	10.00	-	-	30.00	
K P I ②	0.00	10.00	10.00	10.00	-	-	30.00	
K P I ③	48,625.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	-	-	15,000.00	
K P I ④	430.00	430.00	430.00	430.00	-	-	1,290.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

二地域居住SNS発信事業

③ 事業の内容

●二地域居住SNS発信事業

（インフルエンサーによるSNS発信）

・移住や二地域居住の検討者が移住先等を検討するには、実際に現地を訪れてまちの雰囲気や暮らしぶりを体感いただくことが望ましいが、実際に足を運ぶことは難しいことから移住先等での生活をリアルに想像できる情報が重視される。

・そこで、移住等を検討している方や地方での暮らしや仕事等に関心の高い方に広く認知されたインフルエンサー等に、本県での二地域居住を実際に体験してもらい、生活環境や暮らしぶり、テレワークや農業体験等の地域のリアルな情報をSNSにおいて投稿、発信する事業を実施する。

・本県は、東京都に隣接していながら、三方を海に囲まれ、海洋性の温暖な気候と豊かな大地に恵まれた全国有数の農業県である。地元で採れた新鮮な海の幸と山の幸を日々楽しむことができ、また、朝サーフィンをしてから都内へ出勤したり、海や里山などの豊かな自然の中で仕事をしたりといったライフスタイルが可能である本県ならではの暮らしの魅力効果を発信する。

・また、体験、実践している様子や感想の他、テレワークやワーケーションに必要な施設情報や周辺環境、飲食店や景色等の観光資源を含めて紹介することで本県への訪問を喚起し、当該ワーケーション等施設の利用者の増を図る。農業等の体験については稲刈りや収穫等の体験内容の他、就農に必要な知識を学べる場所や農業法人での雇用による働き方等の実践的な内容についても併せて発信することで本県での農的暮らしへの興味関心を促進させる。

（コンテンツの作成）

・より印象と記憶に残るコンテンツとするため、インフルエンサー等が体験、実践した内容等について、イラストや漫画、ショート動画等のコンテンツとして作成し、当該SNSの他、県ホームページ等にて併せて掲載する。

（市町村等や地域事業者等との連携強化）

・各市町村及び地域事業者等と連携し、海や里山でのアクティビティや農業等の体験、地元商店街巡りなど地域の特色や暮らしぶりの周知に関するメニューを発掘し、これらを体験行程に組み込み発信することで、県と市町村及び各地域との連携体制の強化を図るとともに地域の魅力向上を推進する。

・地域事業者等の抱える課題や取り組みたい事項等についても発信することで、地域貢献や地域活動などに関心のある層と当該事業者との結びつき等の促進を図る。

（既存事業との連携）

・各市町村と連携して実施する移住等の個別相談会やセミナー等において、当該インフルエンサーによる体験内容についての講演を行う等、投稿閲覧後のフォローの取り込みを更に強化するとともに、相談会等の既存の県事業との相乗効果を図る。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本県への二地域居住及び移住・定住を促進することで本県の関係人口や定住人口が増加するとともに、地域の活性化や人材の確保が図られることから、県及び市町村の税収増が見込まれる。また、地域の魅力をSNSで広く発信することで、二地域居住や移住に興味を持った方だけでなく、多くの閲覧者が本県を訪れるきっかけとなることから、地域経済の活性化が図られ、県及び市町村の税収増が見込まれる。

【官民協働】

県内各地域の民間団体等と協働して事業を実施することで多面的な地域情報の発信が可能となり、より具体的に本県での二地域居住及び移住を検討することに資する情報の提供が期待される。
また、本事業を通じて、県と市町村及び民間団体等とのより深い関係性が構築されることで、今後は、地域内連携による移住等の促進に効率的に取り組むことが期待される。

【地域間連携】

本事業は、県内の二地域居住や移住に意欲的に取り組む地域と市町村を跨いで連携するものであることから、知名度の高くない余り知られていない市町村の情報についても「千葉県」として一体的な発信が可能となり、当該市町村の認知度向上につながり、当該市町村が今後独自に情報発信を行う場合にも効果が見込まれる。また、市町村の魅力発掘を行い、これを先進事例として他の市町村へ情報提供することで、他市町村の魅力向上を図る。

【政策・施策間連携】

本事業によって本県における二地域居住等の魅力を広く周知し、より詳細な情報の提供や現地訪問等の相談対応等を一体的に行うことで、実際に訪れる方の増加を促し、人流の拡大によって地域社会を支える人材等の確保が図られる。
また、本事業を通じて発信される情報については、二地域居住や移住の検討者だけではなく、観光等を目的とした方などが求める情報も多く含まれていることから、本事業の実施によって、定住人口だけではなく、関係人口・交流人口の増加も見込まれる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

本事業は、二地域居住や移住の検討者に地域の具体的な情報を提供し、本県での二地域居住を体感させるため、移住等を希望している者等に広く認知されたインフルエンサーのSNSを活用した情報発信を行うものである。
本事業を通じて確立したSNSというデジタルツールを活用した地域体感事業の手法について、県が主催する移住施策研修会等において、連携市町村を始めとする県内市町村に情報提供を行うことで、市町村単位、地域単位での同種事業の実施を推進する。

理由①

市町村におけるSNSなどのデジタルツールを活用した情報発信事業実施を移住促進、地域活性化につなげるため、市町村等の移住施策担当者向けの研修会を開催することで、デジタル人材の育成に取り組む。

取組②

本事業では、インフルエンサー等に体験、実践した二地域居住の内容等についてイラスト絵や漫画、ショート動画等のコンテンツを作成し、当該インフルエンサー等のSNSや県ホームページ等にて掲載する。
県ホームページ等への動線を構築しつつ、閲覧して楽しめるものを増やしていくことで、移住関連情報が豊富な県ホームページを繰り返し閲覧することを促し、アクセス数の増を図る。

理由②

SNSやホームページ等のネット環境にて閲覧できるデジタルコンテンツを活用し、本県各地域の魅力の発信力向上が図られる。

取組③

該当なし。

理由③

該当なし。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4－2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

産官学金労言士等で構成する「千葉県地方創生総合戦略推進会議」において、地方創生推進交付金事業に係るKPIの達成状況などに対する意見聴取及び効果検証を行う。

【外部組織の参画者】

千葉県地方創生総合戦略推進会議 11名

（千葉県市長会・千葉県町村会、（株）千葉銀行、（一社）千葉県商工会議所連合会、千葉県農業協同組合中央会、社会福祉法人千葉県社会福祉協議会、日本労働組合総連合会千葉県連合会、（株）千葉日報社、和洋女子大学、ノートルダム清心女子大学、千葉大学2名）

【検証結果の公表の方法】

外部有識者による効果検証後、県ホームページ等に掲載する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 17,252 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2 に掲げる目標について、5-2 の⑥の【検証時期】に
7-1 に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。