

**「花火のまち大仙市」
第2期移住・定住促進アクションプラン**



令和2年3月策定

令和3年3月改定

秋田県 大仙市

目次

1. 第2期移住・定住促進アクションプラン策定趣旨	1
(1) これまでの移住・定住の取り組み.....	1
(2) 第1期アクションプランの成果.....	1
(3) 第1期アクションプランの課題.....	2
2. 第2期アクションプランの位置づけと計画期間	4
3. 移住者の定義と関係人口	5
(1) 移住者の定義.....	5
(2) 関係人口と移住潜在層.....	6
4. 第2期アクションプランの目標数値	8
(1) 移住者の目標数値算出根拠.....	8
(2) 移住者の目標数値.....	9
(3) 移住潜在層の目標数値算出根拠.....	9
(4) 移住潜在層の目標数値.....	9
5. 第2期アクションプランにおける取り組みの柱	10
6. 具体的な取り組み	11
(1) 移住潜在層の創出.....	11
(2) 情報発信の強化（ライフイベント・ステージに合わせた情報発信）... ..	13
(3) 仕事に関する支援強化.....	17
(4) 住まいに関する支援強化.....	20
(5) 楽しいまちづくり・日常生活体験・持続可能な地域づくり.....	23
【参考資料】	
大仙市移住支援検討会議委員名簿.....	28
第2期移住・定住促進アクションプラン策定会議名簿.....	28
第2期移住・定住促進アクションプラン策定作業チーム名簿.....	29
事務局名簿.....	29
大仙市の人口動向.....	30

1. 第2期移住・定住促進アクションプラン策定趣旨

(1) これまでの移住・定住の取り組み

本市では、急激・過度な人口減少と少子高齢化の進行に歯止めをかけるとともに、将来にわたって活力のある地域を維持していくために必要な施策をまとめた大仙市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「総合戦略」）を平成28年3月に策定し、取り組みを進めてきました。

特に、総合戦略の基本目標の一つである「魅力あるまちづくりと移住・定住の促進」については、具体的な行動計画として「花火のまち大仙市」移住・定住促進アクションプラン（以下「第1期アクションプラン」）を平成29年3月に策定し、移住促進と移住者の定住に取り組んできました。

(2) 第1期アクションプランの成果

第1期アクションプランに基づき次の取り組みを行った結果、年々移住者は増加しており、総合戦略における目標値を達成することができました。

また、移住希望者の仕事や住まいなどの移住に関する悩みの解決をサポートし、移住まで導く相談体制を構築することができたことも大きな成果の一つと捉えています。

【第1期アクションプランの主な取り組み】

- ◆平成28年度 まちづくり課内に移住相談窓口を設置
- ◆平成29年度 移住者向け住宅支援事業と移住体験応援事業をスタート
- ◆平成30年度 移住コーディネーターの設置、無料職業紹介所の開設、住まいの情報提供制度の構築
- ◆令和元年度 移住・定住総合支援室の設置、魅力体験住宅「youkoso（ようこそ）」の開所

【総合戦略の目標値（移住者の増加）と実績値】

	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度 (12月末)	合計値
目標値（人）	4	4	4	4	4	20
実績値（人）	8	13	47	76	37	181

(3) 第1期アクションプランの課題

第1期アクションプランの実行により目標を上回る成果となった一方、その推進にあたっては様々な課題が顕在化しているところであり、今般、新たに策定する移住・定住促進アクションプラン（以下「第2期アクションプラン」）では、その課題を整理・明確化した上で、新たな視点を取り入れながら実効性のある取り組みを進めることとします。

①移住者の定義に関する課題

第1期アクションプランでは、秋田県に移住定住登録をし大仙市に移住した方と、大仙市の移住者向け住宅支援事業等を活用した方の合計人数を移住者としてカウントしてきました。

しかし、「実際にはもっと多くの移住者の方がいるのではないか」との指摘もあったことから、第2期アクションプランでは、移住者の定義の再確認を行った上で、人口ビジョンに掲げる目指すべき将来人口（以下「将来人口」）を達成するために必要な社会減の抑制等について分析を進め、計画期間内に目指すべき移住者の目標数値を設定します。

②潜在的移住希望者に関する課題

第1期アクションプランでは、計画を上回る移住者を達成することができましたが、今後も継続して移住者を増加させていくためには、移住希望者の悩みを解決するだけでなく、戦略的に将来の移住者を増やす取り組みを検討する必要があります。

③「大仙市」の知名度に関する課題

首都圏等における全国花火競技大会「大曲の花火」の知名度は高いものの、その開催地である大仙市の知名度については、向上の余地があることから、移住相談窓口や移住支援制度等のPRと合わせ、大仙市の知名度の向上を図るため、情報の発信方法の見直し等が必要となっています。

④移住希望者等の仕事に関する課題

現在、大仙市移住促進無料職業紹介所を開設し、移住希望者等の就職に関するサポートを行っていますが、設置後間もないこともあり認知度が低い状況となっています。また、秋田県と県内市町村で実施している秋田県移住・就業支援事業についても認知度が低いことなどから利用が低調となっており、こうした体制・制度の周知が課題となっています。さらに、若者の地元定住には地元就業が効果的である一方、地元企業に関する情報の周知機会が少ない現状から、新たな方策の検討が必要となっています。

⑤移住希望者等の住まいに関する課題

現在、移住希望者等の住まいに関する支援として、移住者向け住宅支援事業や住まいの情報提供事業、空き家バンク制度などを展開し、一定の成果を上げていますが、周知不足や潜在需要の掘り起こしなどの点で改善の余地があることから、取り組みの見直しや拡充の検討が必要となっています。

⑥移住希望者等に対して魅力あるまちづくりに関する課題

将来人口を達成するためには、生産年齢人口の継続的な増加や出生率を向上させていく必要があります。そのためにも若者や女性が地域に残ることができる環境や大仙市外に出ても戻って来ることができる環境の整備が課題となっています。

また、リノベーションまちづくりや女性が住みたくなるまちづくりなど、今までになかった視点を取り入れた移住促進や地域づくりの取り組みについても検討し、移住希望者等に対して魅力あるまちづくりを進めて行く必要があります。



(大台山からの風景)

2. 第2期アクションプランの位置づけと計画期間

この第2期アクションプランは、令和2年度からスタートする第2期総合戦略における基本目標の一つである基本目標2「魅力にあふれ愛着と誇りが持てる新たな人の流れを生むまちづくり」を達成するために掲げる4つの戦略パッケージの「(1)移住・定住とAターンの促進」の具体的な施策の1つである「①大仙市移住・定住促進アクションプランの推進」と「(2)関係人口の創出と拡大」の具体的な施策の1つである「②だいせん応援団とのつながり強化」を具現化する計画として位置づけられるものです。

計画期間については、めまぐるしく変化する社会情勢に弾力的に対応する必要があることから、令和2年度から令和4年度までの3年間とし、定期的に取り組む内容の見直しを行うこととします。

～第2期大仙市まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標～

基本目標1

だいせんの未来を拓く地域産業の振興と新産業を育むまちづくり

- (1)未来を見据えた「だいせん農業」の確立
- (2)地場産業の振興と人材の確保
- (3)地域資源を活かした産業の創出と育成
- (4)商業の振興と魅力向上

基本目標3

結婚・出産の希望をかなえ子育てに喜びと安心を感じられるまちづくり

- (1)出会いのきっかけづくりと結婚への支援
- (2)妊娠から子育てまでの切れ目のないサポート
- (3)ワークライフバランスの推進

基本目標2

魅力にあふれ愛着と誇りが持てる新たな人の流れを生むまちづくり

- (1)移住・定住とAターンの促進**
→①大仙市移住・定住促進アクションプランの推進
- (2)関係人口の創出と拡大**
→②だいせん応援団とのつながり強化
- (3)観光振興と交流人口の拡大
- (4)地域資源を活用したインバウンド観光の推進

基本目標4

地域の生活を守り未来につなぐ元気あふれる地域づくり

- (1)ネットワーク型コンパクトシティの推進
- (2)地域の支え合いによる持続可能な地域コミュニティの形成
- (3)健康で安心して暮らせる地域づくり

3. 移住者の定義と関係人口

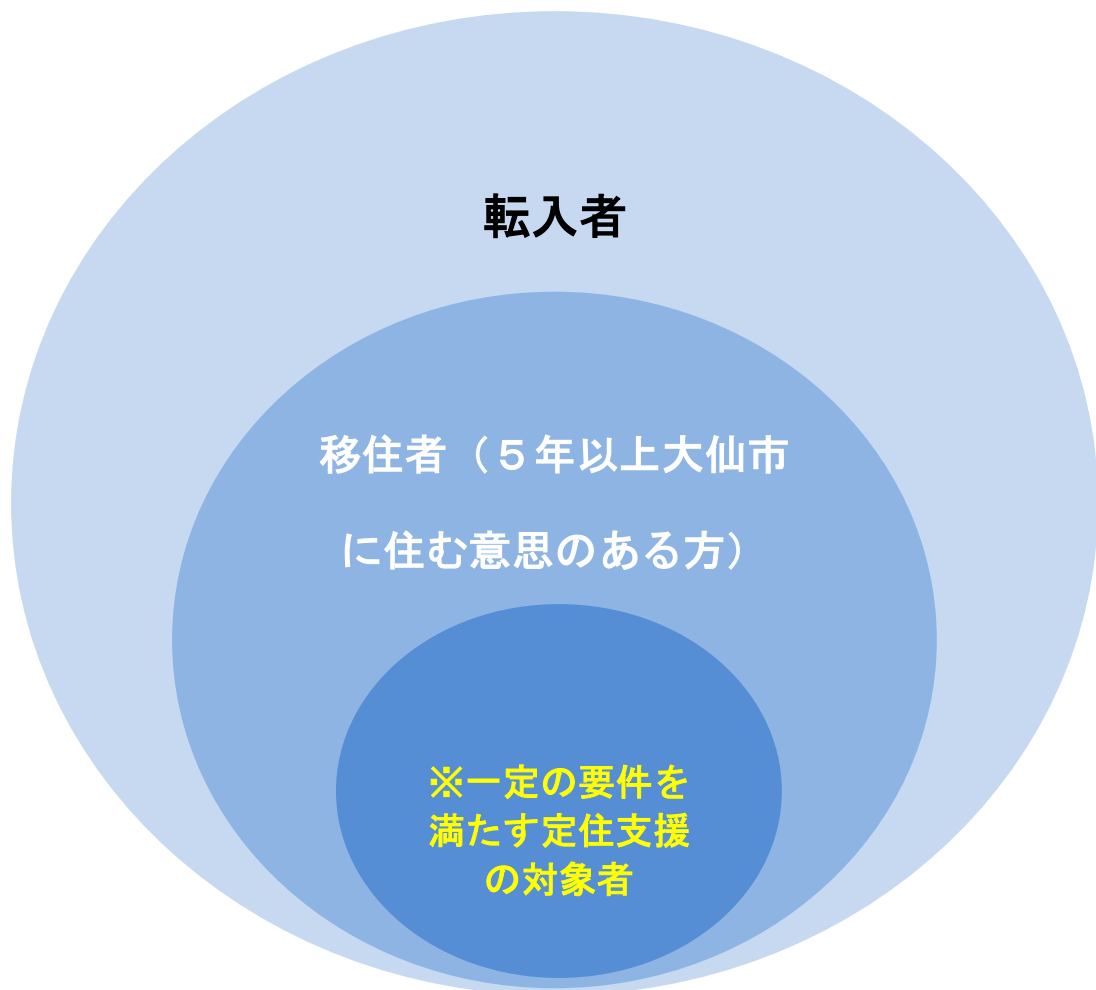
(1) 移住者の定義

第2期アクションプランでは移住者の定義を見直し、大仙市への転入者の内、転入後5年以上大仙市へ住む意思のある定住希望者を移住者と定めます。

また、移住者の内、「県外からの転入であること」や「転入前に市税を滞納していないこと」など、一定の条件を満たす移住者の方については、定住の支援を行います。

移住者：大仙市への転入者の内、転入後5年以上大仙市へ住む意思のある定住希望者

【移住者のイメージ図】



(2) 関係人口と移住潜在層

関係人口とは、移住した定住人口でもなく、観光に来た交流人口でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。

(総務省「関係人口」ホームページより引用)

関係人口：移住した定住人口でもなく、観光に来た交流人口でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々

【関係人口のイメージ図】



(出典：総務省「関係人口」ホームページより)

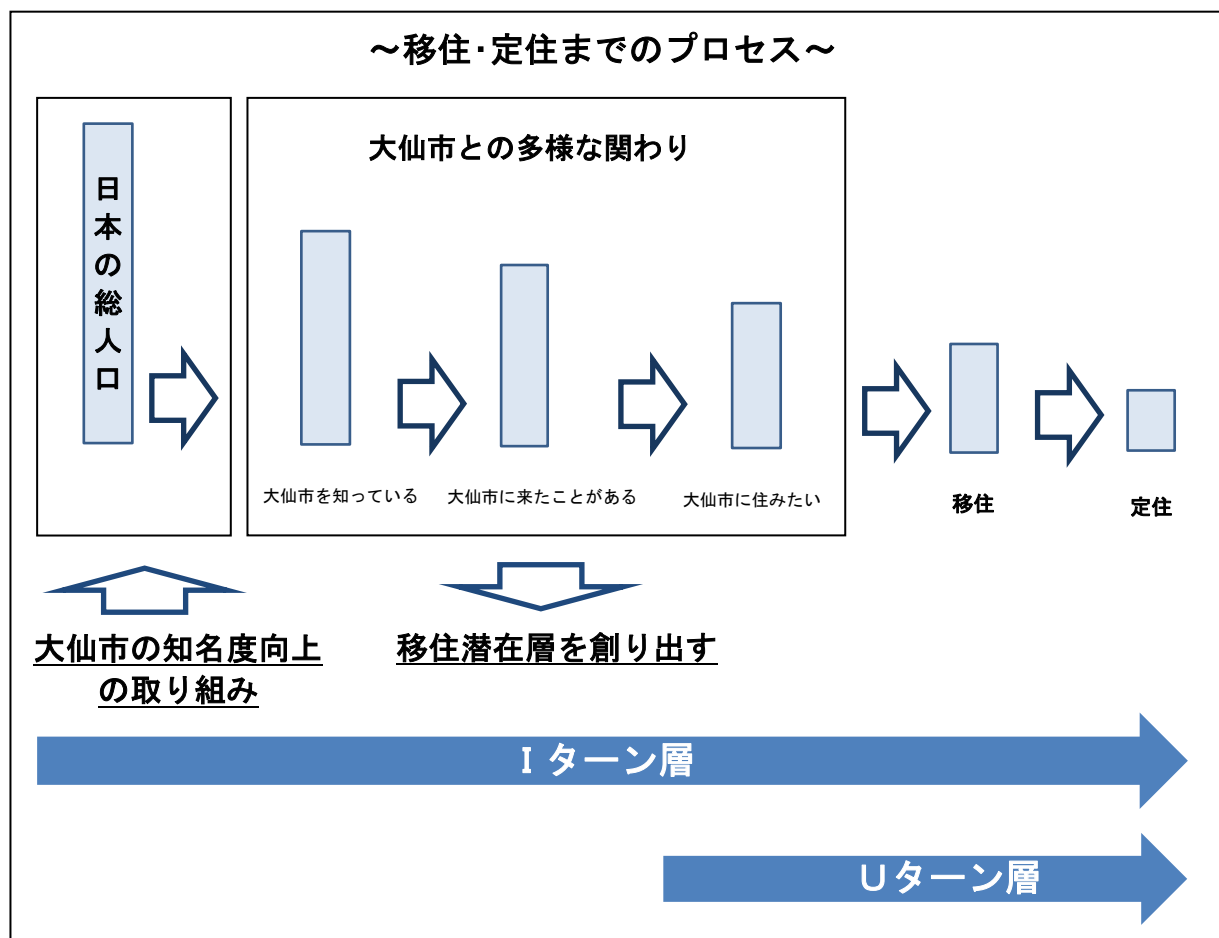
地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、地域によっては若者を中心に、関係人口と呼ばれる変化を生み出す人材が地域に入り始めています。この関係人口と呼ばれる地域外の人材が、地域づくりの担い手となることが期待されています。

第2期アクションプランでは、交流人口や関係人口など大仙市との多様な関わりの中から、将来的な移住者になる可能性が高い方を移住潜在層と定義し、その創出と見える化に取り組みます。

この移住潜在層の創出は、移住するまでのプロセスの中で、将来の移住へつながる重要な土台づくりとなることから、中長期的な視点により戦略的に事業を進めます。

移住潜在層：交流人口や関係人口など大仙市との多様な関わりの中で、将来的な移住者になる可能性が高い方

【移住・定住までのプロセスのイメージ図】



【移住潜在層のイメージ図】



4. 第2期アクションプランの目標数値

(1) 移住者の目標数値算出根拠

(単位：人)

		H28年度	H29年度	H30年度
自然増減	出生	455	459	417
	死亡	1,384	1,373	1,404
	増減	▲ 929	▲ 914	▲ 987
社会増減	転入	1,572	1,525	1,533
	転出	1,975	1,736	1,880
	増減	▲ 403	▲ 211	▲ 347
増減		▲ 1,332	▲ 1,125	▲ 1,334

(出典：秋田県年齢別人口流動調査)

過去3年間（H28～H30）の転入者平均値

転入者平均値：1,543人

過去3年間（H28～H30）の転出者平均値

転出者平均値：1,863人

過去3年間（H28～H30）の社会増減平均値

1,543人－1,863人＝▲320人（年間平均）

- 1) 社会減0を目指し、第2期アクションプランの計画期間内では、社会減の10分の1を移住者の増加で抑制します。
- 2) 過去3年間（H28～H30）の社会減平均値：320人の10分の1である32人を年間移住者増加の目標数値とします。
- 3) 直近1年間の移住者（H31年1月～R1年12月の転入者の内、5年以上の定住希望者の推計値）である617人を基準値とします。
- 4) 移住者の目標数値として、**毎年649人**を目指します。
（基準値：617人＋移住者増加目標数値：年間32人＝649人）

(2) 移住者の目標数値

指標名	基準値	R2年度	R3年度	R4年度
移住者(人)	617	649	649	649

(3) 移住潜在層の目標数値算出根拠

藤山浩さんの「田園回帰1%戦略」を参考に、第2期アクションプランでは、現在の大仙市人口約80,000人の1%の移住潜在層の創出を目指します。

$$80,000 \text{ 人} \times 1\% = 800 \text{ 人}$$

(4) 移住潜在層の目標数値

指標名	基準値	R2年度	R3年度	R4年度
移住潜在層(人)	—	—	400	800

移住潜在層の目標数値については、11ページに記載の大仙ファンクラブ事業の実施を想定した目標数値としていたことから、第2期アクションプランの目標数値は移住者の人数のみとします。



(全国花火競技大会「大曲の花火」)

5. 第2期アクションプランにおける取り組みの柱

第1期アクションプランにより構築した体制、成果等を活かしながら、今まで以上に移住者を増やしていくため移住者の定義を再定義したうえで、移住の大きな意思決定の要素である仕事、住まいに関する支援強化に加えて、移住支援等の情報発信を強化していきます。

また、将来的な移住者の増加を見据えた中長期的な施策も同時に進めていく必要があることから、移住潜在層の創出や楽しいまちづくり・日常生活体験・持続可能な地域づくりの施策を展開します。

～第2期アクションプランにおける取り組みの柱～

(1) 移住潜在層の創出

- ①大仙ファンクラブ事業（新規）

(2) 情報発信の強化 (ライフイベント・ステージに 合わせた情報発信)

- ①職員挙げての移住プロモーション事業（新規）
- ②ICTを活用した移住相談体制の構築（新規）
- ③首都圏での各種イベント・移住相談会等におけるPR促進事業
- ④地域おこし協力隊による移住支援制度PR活動
- ⑤高校生等への情報発信の強化

(3) 仕事に関する支援強化

- ①地元就職による若者の定住促進とふるさと回帰の促進（新規）
- ②移住コーディネーターと移住者向け無料職業紹介所による就業支援
- ③秋田県移住・就業支援事業
- ④起業・創業支援事業

(4) 住まいに関する支援強化

- ①移住者向け住宅支援事業
- ②移住希望者向け住まいの情報提供事業
- ③空き家バンク制度
- ④空き家所有者向け利活用促進セミナーの開催

(5) 楽しいまちづくり・ 日常生活体験・ 持続可能な地域づくり

- ①移住促進・空き家対策連携事業（新規）
(リノベーションまちづくり)
- ②女性が住みたくなるまちづくり事業（新規）
- ③お試し移住体験応援事業の充実
- ④移住者ネットワーク交流会の開催

6. 具体的な取り組み

(1) 移住潜在層の創出

①大仙ファンクラブ事業（新規：R3～）

今後、継続して移住者を増加させていくためには、移住希望の方の悩みを解決するだけでなく、戦略的に将来の移住潜在層を増やす必要があると捉えています。この移住潜在層の見える化、及び気軽に大仙市との関わりを持てるような仕組みとして、「大仙ファンクラブ」を設立します。

また、移住の前段階にある移住潜在層とのつながりをいかに継続的に構築していくかが、中長期的な移住促進のキーポイントになります。特に、インターネット等で調べてもわからなれない人とのつながりの部分については、首都圏や大仙市内で「大仙ファンミーティング」を開催することで、移住潜在層と大仙市民との継続的なつながりを創出します。

【ファンクラブ制度の内容】

- (1) 大仙ファンクラブ会員証や大仙市PR用の名刺を発行（移住潜在層の見える化）
- (2) 地域おこし協力隊による市の事業やイベント、ボランティア募集等の情報発信
- (3) 関係人口や二拠点居住希望者等を地域とつなぐ関係人口案内所事業
- (4) 地域課題をテーマとした意見交換会の開催・・・・・・・・・・などを検討します。

○今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、首都圏との直接的な交流が難しい状況となっていることから、移住潜在層創出事業として、コロナ禍において注目されているオンライン移住ツアーの実施やワーケーションの受入環境整備に取り組むことで、交流人口や関係人口を拡大し、将来的な移住潜在層を創出します。

なお、9ページに記載の移住潜在層の目標数値については、大仙ファンクラブ事業の実施を想定した目標数値としていたことから、第2期アクションプランの目標数値は移住者の人数のみとします。

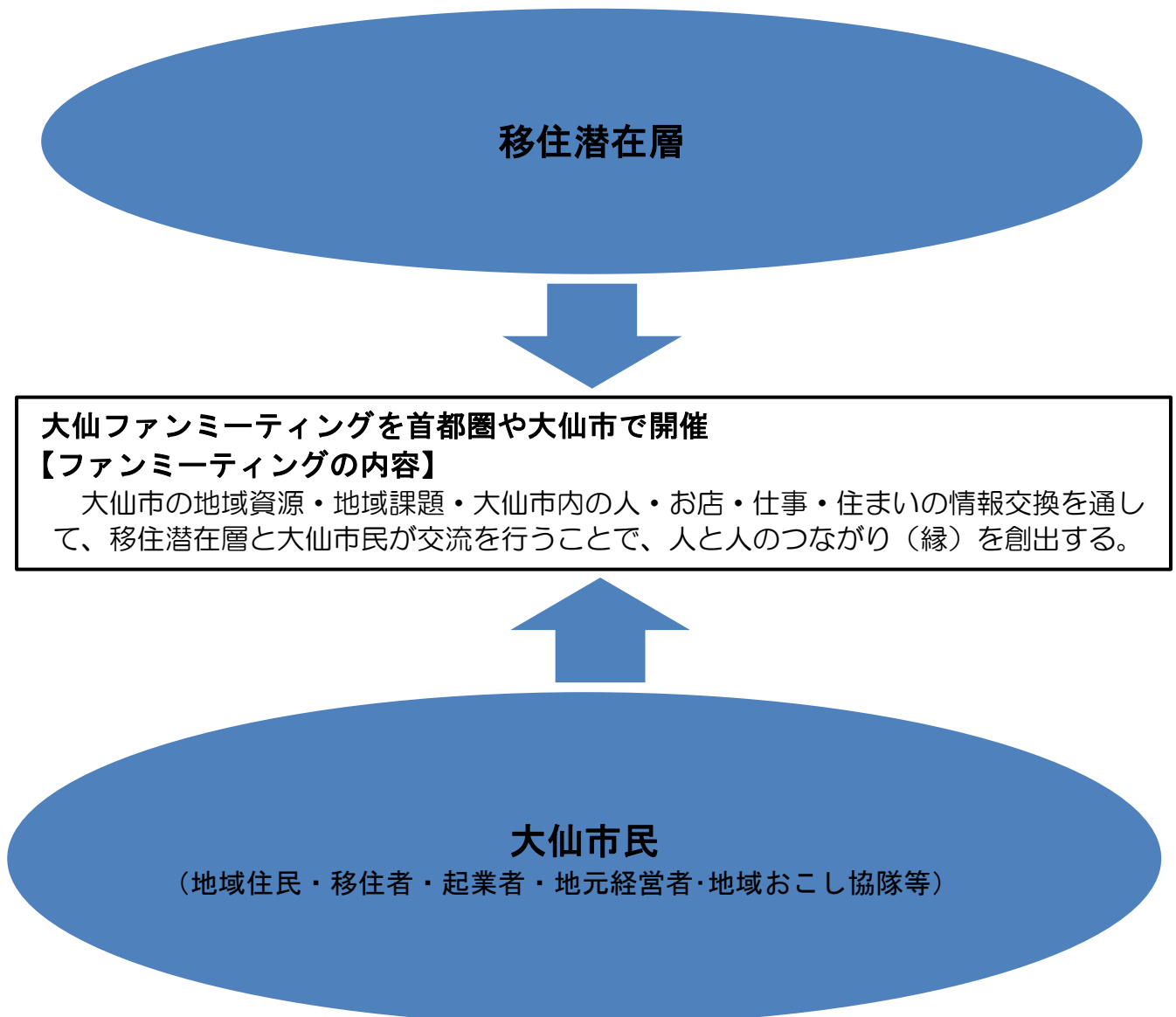
【移住潜在層創出事業の内容】

- (1) ワーケーションセミナーの開催
- (2) 地域の魅力発掘ワークショップの開催
- (3) ワーケーションモニターツアーの実施
- (4) オンライン移住ツアーの実施

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
会員数(人)	—	—	—	400	800
ファンミーティングの参加者(人)	—	—	—	40	80
オンライン移住ツアーの参加者(人)	—	—	—	20	20

※各取り組みにおけるKPIの「R1年度(現状値)」は、令和元年12月末の実績値を記載しています。

【大仙ファンミーティングのイメージ図】



(2) 情報発信の強化（ライフイベント・ステージに合わせた情報発信）

①職員挙げての移住プロモーション事業（新規：R2～）

第1期アクションプランでは、田舎の暮らし方ブログ、Facebook・YouTube・Instagram等により、大仙市で暮らすために役立つ情報として、地域行事や子育て情報、各種支援制度等の情報発信を行ってきました。

第2期アクションプランでは、移住潜在層のライフステージ等に合わせた情報発信を強化するため、令和元年7月に事業連携協定を締結したフェイスブックジャパン株式会社との連携により、Facebook・Instagramを今まで以上に活用した移住プロモーションを展開するほか、LINE等のSNSを活用した情報発信の強化を図ります。

また、現在、大仙市には約800人の職員がおり、職員ひとりひとりが大仙市をPRするという気持ちを持ち行動へ移していくことにより、移住希望者や移住潜在層へ、市の移住促進に対する本気度が伝わるものと考えます。職員の親族・友人等へ移住支援制度等の周知や大仙市での暮らし・魅力の発信、住まいの情報提供など、SNS等を活用した移住プロモーションを展開するほか、フェイスブックジャパン株式会社と連携し、職員の活用レベルに応じたFacebook・Instagramの活用セミナーを行います。

○今後の方向性

フェイスブックジャパン株式会社との連携によるセミナーについては、県内4市合同での実施となり、令和2年度は中小企業を対象としたセミナーを開催しています。職員向けのセミナーについては、この連携を強みにした開催方法を検討します。

現在、移住支援制度等の情報については、市のホームページや広報、地域おこし協力隊のFacebookなどを活用して情報発信していますが、市側から積極的に移住潜在層にアプローチすることが難しい状況となっています。

より多くの移住希望者に移住に必要な情報を届けるため、大仙に住む人や暮らしそのものをPRすることを目的とし新たに組織された「だいせん宣伝部」とも連携しながら、情報発信に努めます。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
セミナーの 参加者数(人)	—	—	400	400	400
地域おこし協力隊 のFacebook シェア件数(件)	208	615	800	1,000	1,200

② ICTを活用した移住相談体制の構築（新規：R2～）

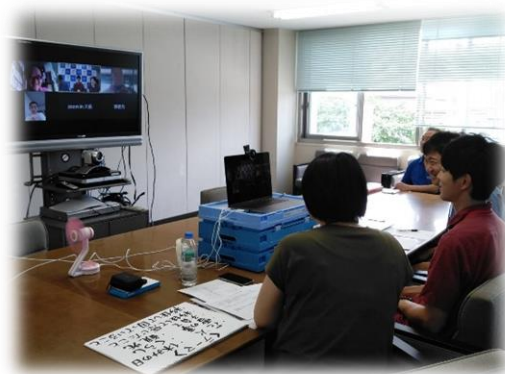
現在の移住相談は、電話やメールで行うことがほとんどですが、大仙市との縁を作り移住につなげるためには、移住希望者と直接会って話をすることが非常に重要であると捉えています。

しかしながら、県外在住の移住希望者が大仙市の窓口に来庁することは、簡単なことではないことから、首都圏での移住相談会のほか、ICTを活用したスマートフォン等によるテレビ電話での移住相談体制を構築します。

○今後の方向性

コロナ禍において、Zoom等を活用したオンライン移住相談が普及していますが、利用実績は少ないことから引き続きオンライン移住相談のPRに努めます。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
テレビ電話を活用した相談数（件）	—	—	試験運用	10	20



（オンライン移住相談の様子）



（秋田移住オンラインツアーの様子）

③首都圏での各種イベント・移住相談会等におけるPR促進事業

首都圏等で行われる移住相談会は移住希望者と直接会って移住相談やニーズの把握を行うことができる貴重な機会であることから、来場者層の分析等を行い、移住相談会に参加します。

○今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、首都圏で行われる移住相談会への参加は難しい状況となっていることから、オンライン移住相談やオンライン移住ツアーといった、インターネットを活用した移住支援事業に変更します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
相談会参加数 (回)	7	2	4	4	4
移住相談会での 相談件数(件)	53	28	40	40	40
(再掲) テレビ電話を活用 した相談数(件)	—	—	試験運用	10	20
(再掲) オンライン移住 ツアーの参加者 (人)	—	—	—	20	20



(移住相談会の様子)

④地域おこし協力隊による移住支援制度PR活動

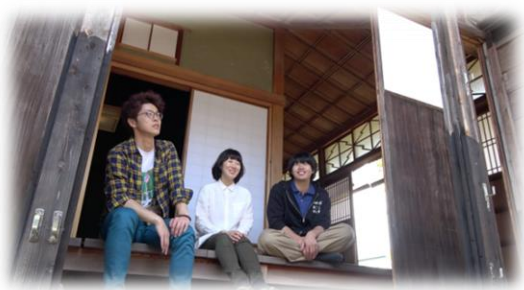
第1期アクションプランにおいて、地域おこし協力隊による様々な大仙市の情報発信を行ってきました。

第2期アクションプランにおいては、市のホームページや広報、SNS等での移住支援制度等（補助金や仕事・住まいに関わる支援）の情報発信の強化に加え、地域おこし協力隊から大仙市の地域住民への face to face の情報発信をすることで、情報の拡散を図ります。

○今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、今までのような取材活動は難しい状況にありますが、感染防止対策を徹底しながら情報発信に努めます。

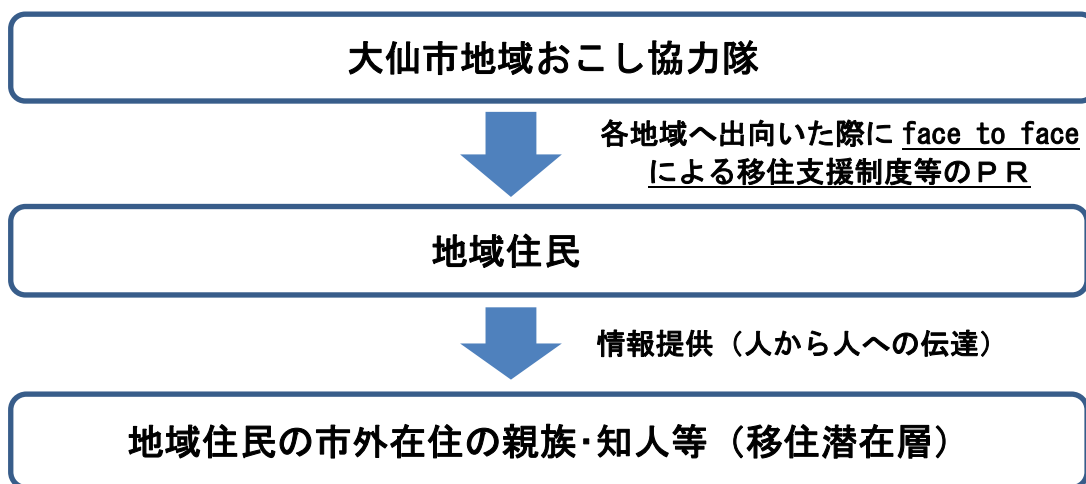
KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
SNS等を活用した情報発信(回)	—	—	毎週1回	毎週1回	毎週1回



(大仙市地域おこし協力隊)



(協力隊と地域の方による美化活動)



⑤高校生等への情報発信の強化

第1期アクションプランでは、ふるさと回帰に関する一言を添えた移住パンフレットを作成し、高校の卒業式や成人式で配布することで、将来、ふるさと大仙に帰ってくる意識の醸成を図ったほか、市内の企業情報をまとめたワーキングガイドブックを市内外の高校や大学等に配布することで、若者の移住・定住支援を行ってきました。

第2期アクションプランにおいても、高校生や大学生等が自身の将来の進路を考えるタイミングで必要な情報を入手できるよう、高校等へのワーキングガイドブックの配布や成人式等での移住支援パンフレットの配布を継続します。

また、若い世代が情報を取得しやすいよう Facebook や Instagram に加え、LINE 等の SNS を活用した情報発信の強化を行い、高校生の定住促進と進学後のふるさと回帰につなげます。

○今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、高校生や大学生の就職活動にも影響することが予測されることから、引き続き進路を考えるうえで必要となる情報発信に努め、就職を支援します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
ワーキングガイドブック配布先 (校)	81	48	11	11	11
移住支援パンフレットの配布(回)	2	2	3	3	3
ハローワーク大曲集計による新規高卒者の県内就職率(%)	71.0	73.7	74.0	74.5	75.0

※卒業年6月末現在の数値とする

(3) 仕事に関する支援強化

①地元就職による若者の定住促進とふるさと回帰の促進(新規:R2~)

高校生の就職に対して影響力を持つ保護者や高校教員に対し、企業・就業説明会を開催し、市内企業が持つ魅力等をPRすることで市内企業への就職を促し、高校生の定住を促進するほか、進学後のふるさと回帰につなげます。

また、将来的なふるさと回帰を促進する取り組みとして、小・中学生に加え、高校生まで対象を広げた「大仙ふるさと博士育成」事業を継続的に実施することで、地元企業・施設等での見学・体験や地域行事への参加、地域と関わる活動などを通し、ふるさとを愛する心を育て、地域の将来を担う人材の育成に努めます。

○今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、高校生や大学生の就職活動にも影響することが予測されます。感染防止対策を徹底しながら就職説明会などを実施することで、市内企業への就職を支援します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
(再掲) ハローワーク大曲 集計による新規 高卒者の県内 就職率 (%) <small>※卒業年6月末現在の数値とする</small>	71.0	73.7	74.0	74.5	75.0



(企業体験DAY)



(ふるさと農業体験DAY)



(グループでの学び合い)



(地域の伝統「鹿島流し」の継承)

②移住コーディネーターと移住者向け無料職業紹介所による就業支援

第1期アクションプランに基づき、平成30年4月1日から移住コーディネーターを配置し、移住相談体制の強化を図りました。

また、同年11月1日には大仙市移住促進無料職業紹介所を開設し、仕事に関する悩みの解決をサポートすることで、大仙市への移住促進と移住者の定住に取り組んできました。

第2期アクションプランでは、職員挙げての移住プロモーション事業等を行いPRの強化を図ることで、より多くの移住希望者に相談窓口や移住支援制度を活用していただけるよう、環境の整備を行います。

○今後の方向性

広報等に無料職業紹介所や移住支援制度などの情報を定期的に掲載し、市民に移住相談窓口のPRを行うことで、移住希望者への周知につながるよう努めています。就職内定者数は増加傾向にありますが、新規の求職登録者数は伸び悩んでいることから、大仙市移住促進無料職業紹介所を広く周知するためデジタルサイネージの活用など、新たなPR方法も検討します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
移住相談件数 (件)	103	108	150	175	200
累計求職登録者数 (人)	9	20	40	60	80
累計就職内定者数 (人)	0	6	15	25	35



(移住コーディネーターによる移住相談)



(大仙市移住促進無料職業紹介所)

③秋田県移住・就業支援事業

秋田県と県内市町村が共同で実施している秋田県移住・就業支援事業については、東京圏（埼玉県、千葉県、東京都、及び神奈川県）から大仙市への移住者が、移住支援金の対象となる法人（秋田県が認定）に就職し、大仙市に定着した場合に移住支援金を交付するもので、大仙市への移住・定住と市内中小企業等における人手不足解消を支援しています。

第2期アクションプランでは、制度のPR強化に加え、対象求人を増やすことで、多くの移住者が制度を活用できるように取り組みます。

○今後の方向性

地方創生推進交付金（移住・起業・就業タイプ）の制度拡充に伴い、テレワーカー等が支援の対象となったことから、より一層の制度周知に努め、多くの移住者が制度を活用できるように取り組みます。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
交付人数(人)	—	0	3	3	3
対象求人数(件)	—	18	23	27	36

④起業・創業支援事業

第1期アクションプランに引き続き、県外から移住して創業する方に対し、創業に要する経費や新規雇用に要する費用の一部を助成することで、地域の雇用創出を促すとともに、移住者の定住促進を支援します。

○今後の方向性

変更なし

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
移住者の活用件数 (件)	4	1	3	3	3

(4) 住まいに関する支援強化

①移住者向け住宅支援事業

第1期アクションプランに基づき実施した、移住者向け住宅支援事業については、平成29年度、30年度の2カ年において、延べ54件の活用実績があり、移住者の快適な住環境の確保に一定の成果を挙げることができたと捉えています。

第2期アクションプランでは、事業内容や対象者の見直しを行い、県外移住者で子育て世帯の定住を重点的に支援する制度の構築を図ります。

また、移住者向け住宅支援事業についても他の移住支援制度と同様、制度の認知度を上げる必要があることから、PRの強化に努めます。

○今後の方向性

コロナ禍においてテレワークが普及したことに伴い、テレワーカーの移住増加が予測されています。現状においてテレワーカーは転勤と区分していることから、対象者を拡充しテレワーカーの移住も支援します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
住宅購入支援の 活用件数(件)	7	11	8	10	12
若年・子育て世帯 向け家賃支援の 活用件数(件)	10	6	5	8	10

※R1年度（H31年4月）から、若年・子育て世帯向け家賃支援の補助対象者を県外移住者に限定する等の見直しを行いました。

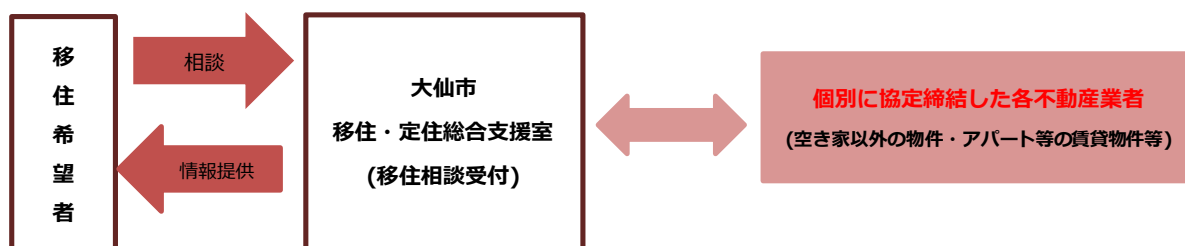
②移住希望者向け住まいの情報提供事業

移住希望者等からの住まいに関する相談については、要望をヒアリングした後、個別に協定を締結している宅地建物取引業者に照会を行い、市が物件情報を集約して移住希望者等へ情報提供しています。

第2期アクションプランでは、業者数を増やすことで、移住希望者等に紹介できる物件数の増加につなげていきます。

○今後の方向性（案）

変更なし



KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
延べ協定締結 業者数(件)	—	5	8	8	8
相談件数(件)	—	11	15	20	25

③空き家バンク制度

市内の空き家の有効活用により地域の活性化を図ることを目的に、空き家バンク制度を運営しています。

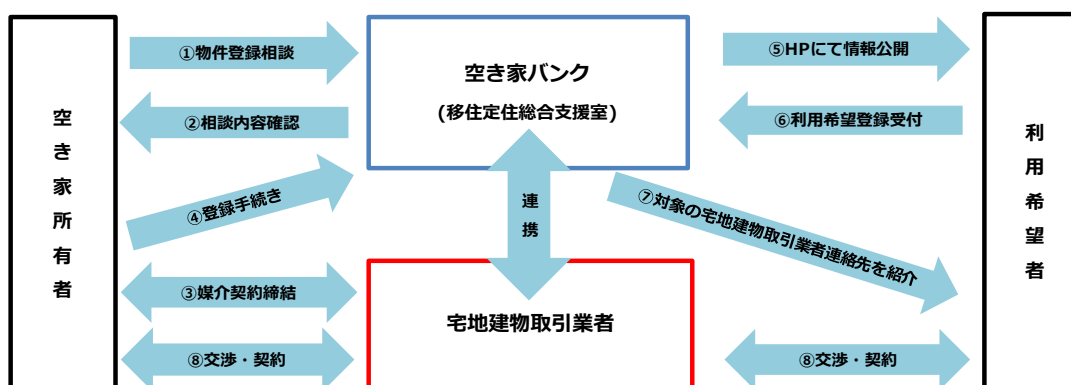
第2期アクションプランでは、移住希望者等に対する住まいの情報提供を強化するため、現在協定を締結している公益社団法人秋田県宅地建物取引業協会の会員である地域の宅地建物取引業者等との情報共有を進め、空き家バンク登録物件の増加を図ります。

また、株式会社秋田銀行とも協定を締結しており、啓発などによる空き家予防の観点から、住まいとして提供できる空き家の掘り起こしを行います。

○今後の方向性
変更なし

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
空き家所有者からの 相談件数(件)	12	42	50	60	70
各年度における空 き家登録件数 (件)	3	4	6	9	12

大崎市空き家バンク制度フローチャート



④空き家所有者向け利活用促進セミナーの開催

空き家の利活用の促進を行っていくためには、利活用の可能性が高い空き家を掘り起こすことが重要となります。加えて、空き家所有者や今後、空き家となる可能性がある方へ空き家の利活用や相続手続きの必要性などの啓発を同時に進めていく必要があることから、空き家の所有者に向けた利活用促進セミナーを、関係団体や民間企業等と連携し開催することで、空き家利活用促進に関する意識の醸成を図り、移住者の住まいの確保と空き家の減少につなげていきます。

○今後の方向性

新しい生活様式を意識し、感染防止対策を徹底しながら、セミナーを開催します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
参加者数(人)	—	78	80	80	80

(5) 楽しいまちづくり・日常生活体験・持続可能な地域づくり

①移住促進・空き家対策連携事業（リノベーションまちづくり）（新規：R2～）

地域課題の一つである空き家を移住促進と結び付け、利活用を促進するためには、まちの中の使われていない建物や空き地の新しい使い方をみんなで考え、楽しく使い、まちを元気にする民間主導・公民連携のリノベーションまちづくりを推進することにより、移住の意思決定に必要な要素である仕事・住まい・人とのつながりを創出していくことが必要であると捉えています。リノベーションまちづくりを行い、移住希望者の大仙市への移住意欲を喚起することに加え、大仙市でのライフスタイルや住環境の選択肢を増やし、移住希望者が望むライフスタイルが実現できる環境整備を進めることで、大仙市への定住促進を目指します。

○今後の方向性

リノベーションまちづくりは、公共不動産オーナーである「行政」と、空き家・空き店舗等のオーナーである「民間不動産オーナー」、まちづくりをビジネスとして行う「民間プレーヤー」の相互連携が必要となる事業です。現在、民間のプレーヤーが団体を立ち上げ、リノベーション事業を行いたいという動きがあり、市としてもサポートしていますが、団体の成熟には時間を要する状況となっています。

空き家相談会や利活用促進セミナーを継続的に実施し、不動産オーナーの意識改革と空き家の掘り起こしに努めるとともに、民間団体のサポートを行うことで、リノベーションまちづくりが行えるよう気運の醸成に努めます。

【大仙市の現状分析（R2）】

- ・大仙市全体と旧8市町村中心地域の現状分析
（財政状況・人口動態・路線価推移・空き家等について）
- ・リノベーションまちづくりを進める上で主体となりうる民間の人材や組織について
→プレイヤーとなる人材の発掘や支援体制があるまちづくり会社等の把握が必要。



【対象エリアの選定（R2）】

- ・総合的な分析結果に基づき、大仙市内においてリノベーションまちづくりを推進していく上で、最初のモデル地域となりうる対象エリアを選定。



【リノベーションスクール開催（R3～）】

- ・リノベーションスクール
→空き家等の遊休不動産を対象に、全国から集まった受講生たちがエリア再生を前提とした物件活用案を作成し、不動産オーナーへ提案する実践型セミナー。
不動産オーナーが提案内容に対して承諾した場合、事業化へ向かう。スクール最終日の公開プレゼンテーション内容についてはYouTubeにて配信。
→移住希望者、移住潜在層のリノベーションスクール参加を目指します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
提案採用件数 (件)	—	—	—	3	3

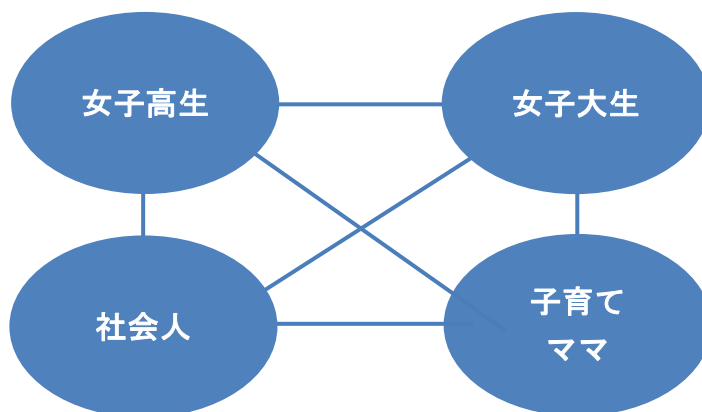
②女性が住みたくなるまちづくり事業（新規：R2～）

生産年齢人口の継続的な増加や出生率の向上のためには、女性が地域に残ることができる環境や大仙市外に出ても戻って来ることができる環境の整備が必要となります。女子高校生や女子大学生に加えて、地域で働く社会人や子育てママなど、若い女性が気軽に対話し、女性が住みたくなるまちづくりを考える機会としてワークショップと市内のまちあるきを開催し、女性の視点から大仙市のまちづくりについて考え、市として事業化を検討します。

○今後の方向性

新しい生活様式を意識し、感染防止対策を徹底しながら、事業を行います。

「女性が住みたくなるまちづくりワークショップ」



- 女性が住みやすいまちとは？
- 大仙市は女性が住みやすい？
- 大仙市出身の女性が地元へ戻ってくるためには何が必要？
- 女性が地方にて働きやすい仕事とは？
- どんな仕事があれば良い？
- 子育て環境について …等

女性の視点から大仙市のまちづくりを考える

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
事業提案数（件）	—	—	3	3	3
事業化数（件）	—	—	—	1	1

③お試し移住体験応援事業の充実

大仙市の魅力を感じていただくためには、実際に大仙市へ足を運んでいただくことが重要であることから、大仙市への移住を検討する上でお試し移住体験の役割は非常に大きいと捉えています。このことから、第1期アクションプランに基づき、大仙市への移住希望者や学生のフィールドワークなど、市内で活動を希望されている方が、生活体験や活動を行う際の宿泊拠点として、大曲地域の四ツ屋地区に魅力体験住宅「youkoso（ようこそ）」を令和元年6月に開所しました。

第2期アクションプランでは、県外在住で大仙市への移住・定住を検討している方に対し、農業体験や文化体験など、移住希望者の要望に合わせたオーダーメイド型お試し移住体験を継続するほか、魅力体験住宅「youkoso（ようこそ）」を管理している四ツ屋地区コミュニティ会議と連携し、地域の方との交流や仕事、住まいなど、大仙市での暮らしを体験できる企画型のお試し移住体験を提供します。

また、お試し移住体験の受入や移住者の定住支援を行っていくためには、市はもとより地域における受入体制の充実が求められています。そのためには、受け入れ側である地域住民の合意形成を図ることが必要であり、地域コミュニティを大切に、地域住民の立場から移住支援や移住者の定住支援を行う、移住・定住サポート組織の設立を目指します。

○今後の方向性

新しい生活様式を意識し、感染防止対策を徹底しながら、移住体験の受入を行います。

また、コロナ禍における新たな移住促進事業として、オンライン移住ツアーを合わせて実施することで、移住潜在層の創出につなげます。



(魅力体験住宅「youkoso」)



(冬の暮らし体験)

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
魅力体験住宅の 利用団体数(団体)	—	9	12	12	—
魅力体験住宅の 利用者数(人)	—	12	30	30	—
各年度における 移住体験の参加 世帯数(世帯)	4	3	8	8	8

④移住者ネットワーク交流会の開催

大仙市に移住された方を対象に、移住後の不安や疑問を解消できる仲間づくりや移住者同士で気軽に情報交換ができる交流会を年2回開催します。

この交流会の企画・運営については、地域おこし協力隊が先輩移住者として、市の魅力をふんだんに取り入れたメニューでおもてなしします。

○今後の方向性

新しい生活様式を意識し、感染防止対策を徹底しながら、交流会を開催します。

KPI	H30年度 (実績値)	R1年度 (現状値)	R2年度 (目標数値)	R3年度 (目標数値)	R4年度 (目標数値)
各年度の延べ 参加者数(人)	54	27	40	40	40



(神岡南外花火大会)

【参考資料】

大仙市移住支援検討会議委員名簿

No.	分野	所属	役職	氏名	備考
1	秋田県移住担当課	秋田県あきた未来創造部 移住・定住促進課	課長	村田 詠吾	
2	地域企業代表	興栄建設株式会社	代表取締役	齋藤 靖	大曲商工会議所 副会頭
3	住居関連（建築士）	株式会社やまと建築事務所	代表取締役	松塚 智宏	建物診断（インスペクション） リノベーション設計
4	移住支援経験者	コマド意匠設計室		柳原 まどか	大仙市出身 北秋田市在住
5	市内移住者・起業者	株式会社へバナ	代表取締役	青柳 友哉	Iターン者 民泊事業経営
6	子育て世帯代表	元集落支援員		鈴木 由美子	第1期移住・定住促進アクション プラン策定委員会委員
7	地域協議会代表	西仙北地域協議会	会長	佐々木 孝太郎	
8	地域協議会代表	仙北地域協議会	会長	吉田 利雄	

第2期移住・定住促進アクションプラン策定会議名簿

No.	所属名	役職	氏名	備考
1	企画部	部長	福原 勝人	
2	健康福祉部	部長	加藤 実	
3	農林部	部長	福田 浩	
4	経済産業部	部長	高橋 正人	
5	教育指導部	部長	佐藤 英樹	

第2期移住・定住促進アクションプラン策定作業チーム名簿

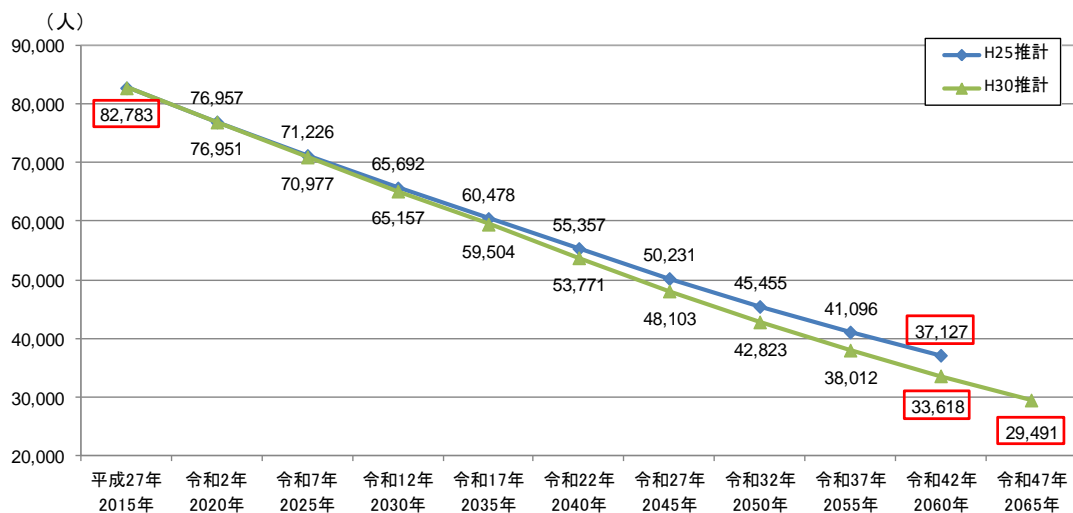
No.	所属名	役職	氏名	備考
1	企画部 総合政策課	課長	加賀 貢規	
2	企画部 広報広聴課	課長	富樫 真司	
3	健康福祉部 子ども支援課	課長	佐藤 正道	
4	農林部 農業振興課	次長兼課長	渡辺 重美	
5	経済産業部 企業商工課	次長兼課長	小松 正美	
6	教育指導部 教育指導課	次長兼課長	島田 智	
7	企画部 まちづくり課	課長 兼移住・定住総合支援室長	田口 美和子	

事務局名簿

No.	所属名	役職	氏名	備考
1	企画部 まちづくり課	参事	山信田 恭弘	
2	企画部 まちづくり課 移住・定住総合支援室	主査	佐々木 彰人	
3	企画部 まちづくり課 移住・定住総合支援室	主任	工藤 槇	

大仙市の人口動向

【大仙市の総人口推計】



【人口の将来展望（総人口）】

