

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

N0.	54	事業名	帰還再生生活道路舗装事業		事業番号	(2)-19-2
交付団体		南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)		南相馬市 (直接)	
総交付対象事業費		(241,008) (千円)	全体事業費		(241,008) (千円)	
		259,794 (千円)			259,794 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
東京電力福島第一原子力発電所事故により、平成 23 年 4 月に南相馬市小高区と原町区の一部 (20 km 圏内) は警戒区域に、警戒区域以外の原町区の大部分 (30 km 圏内) は緊急時避難準備区域と計画避難区域に指定された。また、市は緊急物資の確保が困難となったことを受け、独自に市民を市域外に避難させることを決め、バスによる緊急避難を実施した。 平成 28 年 7 月 12 日に 20 km 圏内の避難指示は解除されたものの、避難指示区域等に帰還した市民を含む多くの市民は、今も放射能汚染に対する不安を抱えている。 このような市民の放射能汚染に対する不安解消に向けて、生活道路の舗装によって放射線を遮断し、住環境の改善に努め、このことによって、多くの市民が抱える放射能汚染の不安を解消し、安心・安全なまちを実感して一人でも多くの市民の帰還を促すものである。						
事業概要						
市民の低線量放射線への不安を払拭し、安心して生活できる住環境を整えるため、放射線を遮断する措置として生活道路 (法定外道路) の舗装工事を実施する。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画 政策の柱 5 都市基盤・環境・防災】 P100 基本施策 11 都市基盤 施策 32 道路網の整備						
当面の事業概要						
<平成 29 年度> 生活道路の舗装工事を実施 4 路線 : L = 870 m <平成 30 年度> 生活道路の舗装工事を実施 6 路線 : L = 800 m <令和元年度> 生活道路の舗装工事を実施 6 路線 : L = 1,370 m <令和 2 年度> 生活道路の舗装工事を実施 7 路線 : L = 1,140 m <令和 3 年度> 生活道路の舗装工事を実施 5 路線 : L = 621 m <令和 4 年度> 生活道路の舗装工事を実施						

3 路線：L = 4 9 0 m <令和 5 年度> 生活道路の舗装工事を実施 6 路線：L = 1, 6 4 9 m <令和 6 年度> 生活道路の舗装工事を実施 8 路線：L = 1, 0 2 2 m <令和 7 年度> 生活道路の舗装工事を実施 3 路線：L = 5 8 9 m
地域の帰還・移住等環境整備との関係
生活道路の舗装工事を行うことにより、放射線を抑制することができ、安全・安心な住環境を確保することによって、地域の再生加速化を図る。
関連する事業の概要

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

N0.	99	事業名	移住定住支援体制強化事業		事業番号	(7)-49-1
交付団体		南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)		南相馬市 (直接)	
総交付対象事業費		(298,097 千円) 380,916 (千円)	全体事業費		(298,097 千円) 380,916 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
本市の生産年齢人口は、平成 23 年時と比較すると約 3 割減少し、年少人口は約 5 割減少した。また、出生数も震災前は 500 人を超えていたが、令和元年度は 300 人を割り込み、人口減少が加速する状況にある。特に、小高区内においては、約 3,800 人が居住しているが、今後は大幅な帰還者の増加は見込めない状況にあり、さらに、帰還する住民の多くが高齢者（高齢化率約 50%）のため、人口構成に偏りが生じている。 このことから、若い世代や子育て世代をターゲットに移住しやすい環境づくりを推進するため、移住に関する情報発信等のシティプロモーションと移住相談支援体制の充実を図ることで、移住者を呼び込み、地域の再生加速化を図る。						
事業概要						
若い世代や子育て世代に、本市が移住先として選択されるよう、本市の魅力ある働き方や暮らし方の認知と関心向上を図るための情報発信ややりがいのある仕事の創出と人材育成、地元企業等と首都圏等の人材マッチング、移住相談等の受入体制を強化し、移住促進と定住につなげるもの。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】 政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住 基本施策 10 移住定住 施策 31 移住促進・定住支援の充実 【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 1～4、7 ※8～16 は補足的 ターゲット層 共通						
当面の事業概要						
1 移住相談窓口等業務 「認知拡大」「関係構築・深化」「体験・求人」「定着支援」の 4 つを軸に、ワンストップによる取組を実施することにより、首都圏等の若い世代の移住・定住を促進する。 これまでの取組は、本市の認知拡大・関係強化（何度も関わりを持つ）に力を入れてきた。その取組により本市を移住先の選択肢として考える「移住予備群（移住関心層）」が 200 人を超えてきた。このことから、R7 年度は、移住予備群の移住に向けたフォローアップを強化していく。 また、移住者同士、地域住民と移住者とのつながりを強化してきたことにより、様々なコミュニティが生まれ、友人や仲間ができ、安心して暮らせているという移住者がいることから、今後もさらに移住者の定着に向けた取組を充実させていく。 【強化ポイント】 ①体験プログラム参加者向けフォローアップ※毎月開催 ・南相馬で事業化に挑戦する先輩の取組や仕事情報（インターン等）の紹介 ・まちの賑わいづくりアイデアディスカッション（今後の関わり検討）						

- ・首都圏を中心にオフラインで実施する。

②移住者同士の座談会（移住者の声を聞くＧＰインタビュー）※年２回

- ・移住後の悩みを拾い、ニーズに合ったサポートを実施し、定住につなげることを目的として、移住者を集めたグループインタビューを実施する。

③移住相談件数及び移住者数実績「よりみち」（Ｒ６．１０末現在）

- ・移住相談件数：

Ｒ６年度：３０６件※月平均４３件

Ｒ５年度：２７８件※月平均２３件

Ｒ４年度：１２２件※月平均１４件（Ｒ４．７～Ｒ５．３の９月）

- ・移住者数：

Ｒ６年度：２６人※現時点で移住したことをよりみちに報告をした人の人数

Ｒ５年度：７７人※よりみち経由の相談者を住民票と突合し移住（転入）が確認できた人の人数

Ｒ４年度：２１人

- ・移住予備群：

２５３人

※移住動機付けイベントや体験ＰＧに参加し、南相馬市に興味をもち移住先の候補地として考えている首都圏等在住の２０～３０代の大学生と社会人

- ・重点フォロー移住検討者数：

２１人

※移住予備群のうち、仕事やライフイベントの条件が整えば移住するとしている２０～３０代の大学生と社会人

- ・移住可能層：

２９世帯５９人（そのうち１９世帯が２０～３０代）

※よりみちのプロモーション活動（移住動機付けイベントや体験ＰＧ）に参加していない人で、移住フェア・ＳＮＳ等を介してよりみちに移住相談を行った人のうち、Ｒ６・７年度に移住する可能性が高い人

（１）移住相談窓口

①移住相談

- ・窓口、電話、メール、オンライン相談、地域案内（生活環境、不動産会社、農業法人等）
- ・フェア出展（年３回予定）
ふるさと回帰フェア／移住・交流＆地域おこしフェア／福島くらし＆しごとフェア
- ・移住関連団体との連携（浜通りの各まちづくり団体等）

②お試しハウス管理運営

- ・管理（清掃、備品管理等）、利用案内、地域案内、水回り修繕等
- ・修繕費及び光熱水費分等８７１．２００円は交付金対象外

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・Ｒ６年度：３９組８７人

年代	世帯数	住所	世帯数
１０	２	県内	２
２０	１９	北海道	１
３０	７	東北	４
４０	９	首都圏	１８
５０	１	大阪	３
６０	１	その他	１１

- ・ R 5 年度： 6 0 組 1 4 6 人
- ・ R 4 年度： 3 6 組 6 4 人

③オンラインコミュニティ運営

- ・ Slack 管理運営（移住者・移住検討者・地域住民・市職員参加）

《実績》（R 6 . 1 0 末現在）

- ・ R 6 年度：登録者数 2 1 8 人
- ・ R 5 年度：登録者数 1 4 2 人
- ・ R 4 年度：登録者数 8 9 人

（2）Web プロモーション

①よりみちWebサイト管理・運営

子育て、チャレンジ、馬のまち、ライフスタイル等のページ充実

②SNS（インスタ、Facebook、X、note 等）

③パンフレット・チラシ・ノベルティ制作

④体験PGやイベント等の広告作成・配信

（3）大学・インキュベーション施設連携

①首都圏大学等へのPR活動

- ・ 首都圏及び地方創生の学部や地方に関心のある大学生に向けた、市のまちづくりの取り組み等のPR活動により、市内のロボット関連産業や起業等の動き、暮らしや文化について紹介すること
で、本市への就業や移住に向けた機運を向上させる。

《実績》（R 6 . 1 0 末現在）

- ・ R 6 年度： 1 4 人（長野大学・金沢大学）／ 2 回（計 5 回開催）
※大人数にPRするのではなく、地方に関心のある学生向け（少人数で開催）
- ・ R 5 年度： 9 3 人／ 3 回

②よりみち東京コンシェルジュ配置

- ・ 3*3 L a b F u t u r e（大手町）へスタッフ配置（1～2日／週）

地方創生に関心のある大学生や社会人が集まる大手町の施設にスタッフを配置し、南相馬PRやイベント等への誘導、首都圏ネットワークの拡大を図る。

《実績》（R 6 . 1 0 末現在）

- ・ R 6 年度： 1 3 人（イベント・体験プログラムへ誘導できた人数）

（4）認知拡大・関係深化イベント

①移住動機付けイベント（南相馬紹介イベント、移住予備群・大学生交流会）【6回／年】

- ・ 南相馬や浜通り地域の現状とまちづくりの取組について理解を深めてもらうため、現地で起業を目指す人の実体験やまちの雰囲気を伝えるイベントを開催する。また、体験PGや各種イベントの紹介を行う。
- ・ 既に南相馬を訪問したことのある人や関心のある人同士の交流機会を作り、南相馬への移住や起業などをしてみたい人同士の交流・仲間づくりを行う。
- ・ 地方創生や地域課題、起業に関心のある大学での南相馬の紹介も実施する。

②体験PG参加者向けフォローアップ（南相馬作戦会議）【12回／年】【拡充】

- ・ 過去に体験PGに参加した人を対象としたイベントを開催し、今後の南相馬との関わりやイベント企画、事業化検討、南相馬のプロモーション等について意見交換を行い、継続した関わりを作

るためのワークショップなどのイベントを開催する。

- ・出身者ネットワークを活用して出身者へアプローチする。

《実績》（R6.10末現在）

- ・R6年度：67人／6回（全12回）
- ・R5年度：132人／10回
- ・R4年度：107人／7回

（5）体験プログラム

①現地宿泊体験型プログラム【12回／年】

- ・ターゲット層のニーズに応じた多様なプログラムテーマを設定することで、幅広く関心層を呼び込むことを狙っている。
- ・子育て向け体験や馬・サーフィン関連、加えて、女性が活躍する職場の見学体験などを実施する。

【体験プログラムの内容】

- ア：まちづくり型
- イ：地方暮らし型
- ウ：馬・サーフィンのまち型
- エ：女性オフィスワーク型
- オ：まちの賑わい創出型
- カ：子育てファミリー型

《実績》（R6.10末現在）

- ・R6年度：33人／8回（全12回）
- ・R5年度：62人／12回
- ・R4年度：23人／6回

（6）定住・関係構築支援

①地域交流会【10回／年】

- ・住まい以外の区を訪問するとともに地域住民との交流も合わせて行う。
- ・南相馬市内での友人・仲間・仕事のパートナー・相談できる人がいることで安心して暮らしていけるよう、移住者や地元住民のネットワークを拡大するための交流を促進していく。

②移住者座談会【2回／年】【拡充】

- ・移住後の悩みを拾い、ニーズに合ったサポートを実施し、定住につなげることを目的として、移住者を集めたグループインタビューを実施する。

《実績》（R6.10末現在）

- ・R6年度：263人／7回（全10回）
- ・R5年度：258人／10回
- ・R4年度：90人／7回

（7）転入者へのお便り（アンケート）

- ・転入後、約1年以内の転入者に対して、転入後、不安や不満に思っていることなどのアンケートを行い、回答内容を踏まえて今後の施策検討のための参考にする。
- ・支援制度や情報収集に関すること等も同時に案内する。

①対象者（世帯主）

- ・R6年度転入者（4月～3月までの転入者）
- ・R7年度転入者（4月～12月までの転入者）

②対象数

- ・約1,400世帯

③お便りの内容

- ・アンケート

移住して良かったところ

生活してみて不便に感じる場所

どんなまちになったらよいか

移住時にあったらよかったこと

特に知りたい暮らしの情報等

- ・その他

移住関連情報の案内

(例) 住民関係：隣組加入案内

知り合い：よりみち交流イベント、オンラインコミュニティ案内

住 ま い：ミライエ、オンラインコミュニティ案内

支援制度の案内（申請漏れ防止）

③発送スケジュール

・R6年度転入者：R7年7～9月までの間に1回発送

・R7年4～9月転入者：R7年12月に1回発送

・年10～12月転入者：R8年3月に1回発送

※R8年1月以降は、翌年度に発送する。

2 移住者及び移住検討者活動支援

(1) 移住者ペーパードライバー支援事業

首都圏等からの移住者は、免許所持をしても運転経験が浅く、市内での運転に不安を抱えている移住者がいる。移住者の不安を軽減・払拭を図ることで、本市での定住を促進するため、移住者のペーパードライバー講習実施に対する支援を行う。

①補助対象者：自動車学校

②補助対象額：上限5,610円（1人あたり・3回まで）

③補助金総額：252,450円（15人*3回*5,610円）

※R6年度：336,600円（20人*3回*5,610円で申請）

《実績》（R6.10末現在）

・R6年度：8人 ※3回利用6人／2回利用2人

・R5年度：2人

・R4年度：11人

(2) 移住検討活動支援（レンタカー・タクシー利用）事業

南相馬市への移住を検討している方が、市内で就職活動や住まい探し、生活環境等を把握し、移住先として自分に合っているかを確認するための、移動手段を確保するための補助。レンタカー借り上げ料及びタクシー利用料の実費相当分を補助する。

市内全域において、バスや電車の公共交通網が発達していないため、公共交通網を利用して市内を回り、生活環境等を把握することは極めて困難である。これは旧避難指示区域にかかわらず全域での課題である。このことから、当該事業については、市域全体で移住検討活動を実施する方に対し支援をするものとする。

①レンタカー借上げ料

- ・補助対象者

県外に住民票があり南相馬市への移住を検討している方で、市内で移住検討活動をする方
※移住検討活動・・・仕事、住居、就学、生活環境等の把握、相談のための活動
※同行者がいる場合は同行者についても申請したものとみなす。

・補助対象額

上限 13,200 円（1 人あたり・3 回まで）

※ 1 泊 2 日分の金額を補助

・補助金総額：396,000 円

1 回利用：5 人：5 人 * 1 回 * 13,200 円 = 66,000 円

2 回利用：5 人：5 人 * 2 回 * 13,200 円 = 132,000 円

3 回利用：5 人：5 人 * 3 回 * 13,200 円 = 198,000 円

※ R6 年度：396,000 円（10 人 * 3 回 * 13,200 円で申請）

② タクシー利用料

・補助対象者

県外に住民票があり南相馬市への移住を検討している方で、市内で移住検討活動をする方
※移住検討活動・・・仕事、住居、就学、生活環境等の把握、相談のための活動
※同行者がいる場合は同行者についても申請したものとみなす。

・補助対象額

上限 19,860 円（1 人あたり・3 回まで）

※ 1 回あたり 3 時間分の金額を補助

・補助金総額：198,600 円

1 回利用：2 人：2 人 * 1 回 * 19,860 円 = 39,720 円

2 回利用：1 人：1 人 * 2 回 * 19,860 円 = 39,720 円

3 回利用：2 人：2 人 * 3 回 * 19,860 円 = 119,160 円

※ R6 年度：297,900 円（5 人 * 3 回 * 19,860 円で申請）

《実績》（R6.10 末現在）

・ R6 年度：14 人（レンタカー 9 人・タクシー 5 人）※ 1 回利用 13 人 / 2 回利用 1 人

・ R5 年度：11 人（レンタカー 8 人・タクシー 3 人）

・ R4 年度：9 人（レンタカー 6 人）

3 移住情報等配信及び移住相談システム運営業務【縮小】

移住検討者に向けて本市の移住支援制度等の情報を効率的に配信し、また取得しやすいプラットフォームを運用するとともに、時間を問わず気兼ねなく移住相談に応じることができる自動相談システムを運営する。

・ 24 時間移住相談システムの運用

・ 目標値 配信メッセージ開封率 平均 40% 以上

・ 予算額 R7 年度：1,980 千円

R6 年度：6,820 千円

R5 年度：6,556 千円

R4 年度：6,226 千円

《増減理由》

・ 友達登録者を増やすための広告配信は廃止し、現登録者への発信を強化して、移住相談やイベント等への参加を促す。

《実績》（R6.10 末現在）

● 配信メッセージ開封率

・ R6 年度：35.0%

- ・ R 5 年度： 3 8. 2 %
- ・ R 4 年度： 3 7. 1 %
- L I N E 友だち登録件数
- ・ R 6 年度： 4 3, 2 0 3 件
- ・ R 5 年度： 3 4, 3 8 4 件
- ・ R 4 年度： 2 5, 7 7 2 件
- ・ R 3 年度： 1 6, 4 0 4 件

4 関係人口創出・拡大業務

(1) 南相馬市関係人口向け会報誌制作・PR業務

本市の様々な魅力を掲載したサポーター会報誌（ミナミソウマガジン）を作成・配布する。野馬追、特産品や地域の文化、特徴などを掲載する。

ただ、会報誌の発行だけでは、次の行動（南相馬への訪問など）につなぐにくいという課題に直面しており、関わりを増やす取組が必要であると考え、音声メディアを活用することとした。

音声メディアは、手軽に情報を入手することができ、ファンとの距離が近いという特徴がある。他自治体でも実施していない取組のため、差別化することができる。

音声メディアユーザーは、新しい情報に敏感で、興味を持ったことに対して積極的に行動を起こす傾向がある。音声メディアを活用することにより、南相馬に対する深い関心とイベント等への積極的な参加を促すことができ、将来的な移住につながる可能性のある取組であると考え、新たに、音声メディアによる取組を実施する。

なお、会報誌の発行は、R 6 年度の 2 回発行から、R 7 年度は 1 回発行に縮小する。

①発行数 年 1 回／制作部数： 2, 0 0 0 部

※ R 6 年度： 年 2 回／制作部数： 2, 0 0 0 部（計 4, 0 0 0 部）

②音声メディア配信 年 4 8 回

③予算額 R 7 年度： 3, 4 7 3 千円

R 6 年度： 3, 4 6 7 千円

R 5 年度： 4, 3 4 6 千円

R 4 年度： 2, 3 5 7 千円

《増減理由》

- ・ 音声メディアを活用した情報発信を追加する。

《実績》（R 6. 1 0 末現在）

- ・ R 6 年度 1 2 号 ロボット関連（2 月発行） 1 1 号 相馬野馬追を支える人々
- ・ R 5 年度 1 0 号 カフェ開業へ はじめの一步を踏み出して
9 号 きっかけはサーフィン。海のそばで暮らしてみたら
- ・ R 4 年度 8 号 暮らしに溶け込む図書館 7 号 南相馬で馬と暮らす

(2) 関係深化プログラム実施業務【拡充】

南相馬市内で人手不足で困っている事業者（農業関連）や伝統文化である野馬追のボランティアへの参加など、南相馬に関を持つ人が南相馬の文化や暮らしに継続的に参加し関わることで、地域活動の継続や賑わいづくりを生みだしていく。

これまで実施したツアーの中では、馬に関心のある人の参加と参加した後も継続した訪問や移住検討活動につながっていることから、R 7 年度は、馬事関連を中心とした関わりを深める取組を実施する。

将来的には、南相馬に関心を持つ人が地域住民と自主的に関わりを継続し、移住につながるような仕組みを構築する。

①地域活動ボランティア参加・文化体験プログラム（１０人／１回）全２回

- ・野馬追当日のボランティア参加
- ・野馬追文化を巡るツアー
- ・野馬追出場者家族との交流など

②プログラム参加者及びサポーター交流会（３０人／回）全１回

- ・野馬追関係者や本プログラム参加者、南相馬に関を持つ人（サポーター）同士の交流を行う。
- ・次年度の取組などについても意見交換する。
- ・南相馬に関を持つ人同士の情報交換を行うオンラインコミュニティの運営も行う。

③予算額 Ｒ７年度：５，３０９千円

Ｒ６年度：１，８８４千円

Ｒ５年度：１，８００千円

Ｒ４年度：１，８００千円

《増減理由》

- ・これまでの単発のツアーではなく、南相馬への訪問をきっかけに、継続的な関わりを作ることに
より、地域活性化・人手不足解消につなげる。
- ・話を聞いたり見たりするツアーになっていた。実際の暮らしや文化を体験するものにはなってお
らず地域住民との接点・関わりたいと思う仕組みになっていなかった。
- ・将来的には、行政を通さず、各々がつながり交流が継続していくことと移住を目指すもの。

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・Ｒ６年度：１回目：１０人 馬事文化体験ツアー

※２人が移住を検討中・３人が継続して訪問している。

２回目：１０人 ロボット産業体験ツアー

- ・Ｒ５年度：１回目：５人 サーフィン体験ツアー※２人が継続して移住を検討中

２回目：９人 カフェ起業家巡りツアー※２人が継続して移住を検討中

- ・Ｒ４年度：１回目：１０人 南相馬・ウマにふれあうツアー

２回目：７人 図書館体験ツアー

（３）復興教育プログラム造成業務【（７）－４９－９復興教育プログラム造成事業を統合】

学習指導要領で「探究的な活動」が学校教育に落とし込まれたことを背景に、高等学校・中学校では、
教育旅行において探究活動を可能とするテーマや内容、目的地を新たに検討する大きな流れが起きている。

その機を逃がすことなく、浜通り地方での東日本大震災・原子力発電所事故をテーマとした「震災学習」
をフックに、被災後、未来へ向けての歩みを進めている本市をフィールドとした教育旅行向けプログラム
を造成、広く全国へ教育旅行来訪を促す取り組みを進め、来訪定着校を増やしていくことで、若い世代へ
の本市の認知度向上、関係人口増加の恒常化を図る。

①教職員、教育関係者、旅行会社担当者、その他有識者の来訪ツアーの実施及びアンケート結果
分析（２０名以上３０名まで）

②教育プログラム体系整理、企画書、営業ツール作成

③教育旅行オペレーションを担う窓口設置運営と、オペレーション業務の警鐘を可能とする整理

④商談会等のプロモーション機会活用による営業活動の実施（商談会５回以上）

⑤大手旅行会社教育旅行部門へのアプローチ（２００名以上）マッチング等

⑥予算額 Ｒ７年度：９，３１７千円

Ｒ６年度：１１，８４５千円

Ｒ５年度：１８，７７３千円

Ｒ４年度：１４，４８８千円

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・Ｒ６年度：教育旅行団体 ６校８団体決定 モニターツアー７校決定
- ・Ｒ５年度：教育旅行団体 ３校３団体実施 モニターツアー５校実施
- ・Ｒ４年度：教育旅行団体 １校１団体実施 モニターツアー実施なし

※当該業務にて造成したプログラム、コンテンツにて誘致、来訪した団体数

５ 大学生等フィールドワーク交流活動支援事業

交流人口の拡大や地域課題解決に資するため、地域と大学等が連携し大学等が本市をフィールドにする研究、調査、教育活動等に支援を行うことで、本市との関わりや関心を醸成し、移住のきっかけを作る。

- ①市内でのフィールドワークや研究の相談及び地域とのコーディネート
- ②市内での活動支援：宿泊助成７４０泊（１泊あたり３，０００円）
- ③宿泊施設は、対象者の請求金額から３，０００円値引きをし、値引き分を後日市に請求を行う。
- ④大学等への広報、ＰＲ活動

《過去実績》

- ・宿泊助成

令和５年度：７１７泊

令和６年度：３００泊（１１月末時点）

６ 廃止事業

（１）関係人口活用プロモーション業務【廃止】

【廃止理由】

- ・Ｒ５、６年度に実施してきたライティングスクールについて、２０人近い参加者がライターとしてのスキルアップと本市への強い関心を持つようになり、今後も継続して関わりたいという思いを持っている。
- ・Ｒ７年度からは、Ｒ５、６年度に育成したライターを活用した本市の魅力発信にシフトしていくこととし、新たなライターの育成は廃止する。

（移住相談窓口よりみちや関係人口との関係深化プログラムとの連携※イベント等の取材）

【事業概要】

・南相馬市サポーターと地域のヒト・モノ・コトとの関わり方を深めるきっかけづくりとして南相馬市サポーターがライターとして本市に関する取材を行い、記事として情報発信を行う過程を踏むことにより、サポーターとしての役割を再認識するとともに本市への強い関心を抱かせ、訪問、さらには移住に繋がる意識醸成を構築する。

- ①参加人数：３０人程度：社会人参加（１０人）と大学生（２０人）＋１期生（５人程度）
- ②選考方法：サポーターからの応募
- ③ＷＳ回数：オンライン及びオフライン含め４回（現地取材含む）
- ④記事内容：継続的な関わり創出によって地域コンテンツ発掘とその紹介
- ⑤情報配信：ＷＥＢメディア、ＳＮＳ、市・関連団体ＨＰ、会報誌

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・Ｒ６年度：１０人（２期生）／１９人（大学生）／７人（１期生）
- ・Ｒ５年度： ９人（１期生）

（２）移住者紹介記事制作業務【廃止】

【廃止理由】

- ・移住者インタビューについては、広範囲に本市の認知拡大を図るために実施してきたが、広範囲の

認知拡大については、福島１２市町村移住支援センター「未来ワークふくしま」が、自治体の認知拡大のためのプロモーションに注力している。

・発信力を高めるため、広範囲の認知拡大においては、福島１２市町村移住支援センターを活用することとし、本市では、より関心のある層への発信（認知拡大）、関係構築に注力するよう役割分担を整理したことから、本業務は廃止する。

【事業概要】

・本市の魅力的な仕事や大人を、現在、又は将来的に本市への移住を検討する方に向けて PR するため、本市への移住者の働き方、暮らし方からうかがえる魅力を深掘りし、移住検討者が本市を積極的に移住先として選択することや、本市への愛着醸成に結び付く紹介記事を作成する（Web 掲載）。

①紹介記事コンセプト及び狙い

- ・本市で働き、暮らしていくことをイメージし、本市を移住先として選択するきっかけをつくる。
- ・就職・転職を志す層（２０・３０代）や将来、本市で働く可能性のある若年層に向けて、本市での仕事に魅力を感じてもらう。

②取材対象者数等

- ・取材対象者数：３テーマ
- ・取材対象者属性：主に子育て世代（家族）、若者夫婦、単身女性

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・Ｒ６年度：３テーマ取材
カフェ起業家、作家、シェアハウス利用者
- ・Ｒ５年度：３テーマ取材

（３）移住支援サイト活用業務【廃止】

【廃止理由】

・本市の認知度向上のために広域的なプロモーションを実施してきたが、Ｒ３年度からの取組により本市の認知度は向上しているものと捉えており、今後、本市に関心を持った人や南相馬・福島に移住を検討している移住予備群との関係深化、移住者の定着に注力していく段階にあると考え、広域的なプロモーション業務を縮小することとした。

【事業概要】

・本市における移住関連イベントや動画等の情報を、地方への移住関心層が登録している民間の移住促進サイトに掲載することにより、イベント等への参加や移住相談へ促すとともに、本市に関心をもった移住検討者や本市がターゲットとする人材と直接連絡（マッチング）ができる機能を活用し、本市への移住促進を図る。

①掲載情報

- ・体験プログラムやセミナー等のイベントや動画等
- ・移住相談窓口等の情報

②マッチング等

- ・移住検討者との個別相談
- ・登録者（移住検討者）の属性別の情報発信

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・Ｒ６年度：２回掲載 移住者の暮らし、空き家情報
- ・Ｒ５年度：９回掲載 イベントや体験プログラム等の情報掲載
イベント等へ興味ありを示した人 ４６人（Ｒ５．９末現在）

（４）移住者向けみなみそうま就職ナビ管理運営業務【申請見送り】

【申請見送り理由】 ・ R 6 年度では、サイトのバージョンアップを行ったが、R 7 年度はサイトの運営費のみ実施するものであることから、申請を見送るものとした。 【事業概要】 ・ 県外から移住し就業する者の獲得、Uターン就職促進を図るため、市内事業所の魅力や求人情報等をわかりやすく発信するポータルサイトを運営する。 《実績》（R 6. 1 0 末現在） ・ 新規登録企業者数 - R 3 年度：2 0 社 - R 4 年度：1 8 社 - R 5 年度：1 6 社
7 その他業務 ①移住関連イベント出展・首都圏大学へのPR活動（旅費・出展料・備品郵送料） ②移住促進等参考図書代（田舎暮らしの本など） ③移住促進等パンフレット印刷（印刷製本費）（これまでに作成したものを増刷） ④移住定住施策検討のための調査分析業務（アンケート・分析・報告提案等）
地域の帰還・移住等環境整備との関係 本市での働き方、暮らし方の魅力発信、シティプロモーション等を強化することにより、具体的な本市での生活イメージを持たせるとともに、移住後のサポート体制も強化することにより、安心して移住できる環境づくりや移住後の地域とのつながりをもたせることにより、市外からの新たな活力（移住者）を増やすことで、地域の再生加速化を図る。
関連する事業の概要

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

N0.	110	事業名	移住促進プログラム実施事業		事業番号	(7)-49-12
交付団体		南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)		南相馬市 (直接)	
総交付対象事業費		(100,396 千円) 124,845 (千円)	全体事業費		(100,396 千円) 124,845 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
本市の生産年齢人口は、平成 23 年時と比較すると約 3 割減少し、年少人口は約 5 割減少した。また、出生数も震災前は 500 人を超えていたが、令和元年度は 300 人を割り込み、人口減少が加速する状況にある。特に、小高区内においては、約 3,800 人が居住しているが、今後は大幅な帰還者の増加は見込めない状況にあり、さらに、帰還する住民の多くが高齢者（高齢化率約 50%）のため、人口構成に偏りが生じている。 このことから、特に地方で働くこと（起業等）に興味がある若い世代をターゲットとして、社会課題から新たな事業・仕事を生み出していくための研修プログラムを実施することにより、本市と関わる機会を創出するとともに、本市の社会課題に対する関心を醸成する。 さらには、自ら仕事を生み出すことに対するサポートや生活支援等を行うことで、移住・定住につながるきっかけを作り、地域の再生加速化を図る。						
事業概要						
・地方に移住して働きたい・起業したいという意向を持った若い世代を対象に、ワークショップを通じて、本市の社会課題に対する認知とその解決のための事業アイデアを創出する。 ・創出した事業アイデアの実現（事業化）に向けた事業の磨き上げや起業人材の育成、自己実現のためのプログラムを実行する。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】 政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住 基本施策 10 移住定住 施策 31 移住促進・定住支援の充実 【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 8、10、12、14 ターゲット層 標準的ターゲット層 南相馬市出身者等の本地域に想いや関心のある人 重点的ターゲット層 販売・サービス業等の事業者 戦略的ターゲット層 イノベーションにチャレンジする人						
当面の事業概要						
1 事業化実現プログラム 2 期 ・R5 年度からはじまった「事業化実現プログラム 2 期」では、現在 11 人の参加者が事業化に向けて取り組んでいる。 ・最終年度となる R7 年度では、R6 年度に実証等を重ねブラッシュアップしてきた事業アイデアの実現に向けてサポートしていく。メンターによる専門的サポート、現地での店舗・事務所探し、開業手続き等のサポート、ビジネス研修を実施する。						

(1) メンターサポート

- ・担当メンターによる事業進捗確認・相談（月2回）

事業化の可能性が高い検討者に対する精神的サポート、経営、マーケティングなど、メンターが徹底的に寄り添うサポート

(2) 事業磨き上げワークショップ研修

- ・課題や可能性、自分のやりたいことを整理し、事業アイデアの立案、事業コンセプトを磨き上げるワークショップを開催する。（年12回）
- ・実証実験振り返り、ディスカッション、企画ブラッシュアップ

(3) 事業化検討者間の意見交換（年4回）

- ・事業進捗がある事業アイデアについてメンバー同士で共有し、意見交換をする会。

(4) テストマーケティング（実証実験）

(5) 店舗紹介、住まい探しサポート

(6) 資金繰り、補助金活用サポート

(7) 事業PR用記事製作

《実績》（R6.10末現在）

- ・1期生（参加者7人）

①移住者3人

起業2件（カフェ／企業コンサル・商品開発）

②R7年度に移住予定3人

起業予定1件（廃棄野菜活用コスメ開発）

③R8年度に移住予定2人

起業予定1件（シェアアトリエ）

- ・2期生（参加者11人）

①R6年度に移住3人

②①のうちR7年度に起業予定2件（地産地用／陶芸）

③R8年度に移住予定3人

起業予定3件（食プロモーション／フィットネス系／ヘルスケア）

- ・事業アイデア（11件）

①健康課題解決事業（パーソナルトレーニング／運動きっかけ／高校サポート）

②まち歩きアプリ

③地産地消ライフスタイル事業（野菜販売・料理教室・栄養指導）

④手ぬぐい・風呂敷事業（野馬追）

⑤水耕栽培を活用した垂直農業

⑥飲食店コンサル・そばカフェ事業

⑦革物制作事業（野馬追）

⑧陶芸事業（陶芸教室・販売）

⑨終末期患者・家族への最期の願い実現コーディネート事業

⑩未利用建物の利活用事業

⑪健康寿命をUPするヘルスケアイベント・教育事業

《R7年度の展望》

- ・これまでの取組により、新たな交流・憩いの場（カフェ）のオープンや既存事業者のサポート（コンサル業務）をする会社の設立等、本市における地域課題解決のための事業が始まっている。
- ・しかしながら本市においては、震災と原発事故に起因する人口減少や地域経済の停滞など、様々な課題があり、その解決のためには、今後も新たな移住者による仕事づくりを推進していく必要が

ある。

・Ｒ７年度においては、①健康課題②伝統文化③飲食・販売を中心に、事業化を加速させていきたい考えである。

2 小商い起業プログラム

- ・南相馬市では、高齢化や後継者不足により、まちを支える地域の商店の廃業が増加している。
- ・今後、さらに地域の商店が減少してしまうことで、まちを支える基盤がなくなり、地域の魅力が低下し、転出する人や新たに移住して来る人が減少してしまうことが懸念される。
- ・このことから地方移住、地方起業を希望している県外の若い世代を呼び込むことにより、新たな人口増加とそのことにより地域の魅力を向上させ、さらなる移住者を呼び込むために、その基盤の一つになりうる、小商い起業プログラムを実施するもの。
- ・そこで、Ｒ７年度は、地方移住に関心があり、かつ自分で起業したいと考える首都圏を中心とした移住起業希望者を募集し、起業に必要なノウハウの習得、現地視察、テストマーケティングを組み合わせた市内での小商い起業を推進するプログラムを実施する。

(1) 起業希望者募集

- ・起業希望者募集／オンライン説明会
- ・地域のニーズを提示し、その業種で起業したい人を募集する。
例) 小高区は飲食／鹿島区は自転車屋／原町区はゲストハウス、
残りはフリー起業という形で募集する。
- ・新たな物件については、業種に応じてリノベイメージ図作成のうえ、参加者に提示する。

(2) 現地案内

- ・市場調査／商店街視察（鹿島区・小高区）／空き物件視察／暮らし体験

(3) 小商い研修・テストマーケティング

- ・小商い研修（５回）
 - ①南相馬市で店舗開業ワークショップ講座
 - ②店舗開業の成功法講座
 - ③チャレンジショップ開業ワークショップ講座
 - ④チャレンジショップ実行計画発表会
（WS）チャレンジショップ実践
 - ⑤振り返りワークショップ
- ・チャレンジショップ出店（テストマーケティング）
- ・出店場所の交渉

(4) フォローアップ

- ・起業に向けた再訪サポート／起業支援制度や起業関連機関の紹介

(5) 事業PR用記事製作

【小商い起業・募集人数】

- ・参加者：１０人
- ・起業予定：２人

《実績》（Ｒ６．１０末現在）

- ・プログラム参加者：５人
- ・２人が開業に向けて事業計画の策定などを進めている。

※１２月にも現地訪問実施：５人参加予定

《Ｒ７年度の展望》

- ・利活用可能な空き店舗等が７軒あり、地域のニーズを踏まえ起業したいと考える起業移住者を呼び込み、移住者の増加をＲ７年度においても推進していく考えである。

- ・ R 7 年度中には、以下の地区・業種のうち 2 事業の開業を目指している。

●暮らしを豊かにしてくれる小商い

小高区：①飲食（特に夜間オープンしている店又はキッチンカー）

②お惣菜店（豊富な種類のお惣菜を取り揃えている店）

鹿島区：①自転車販売店（R 5 年度に鹿島区唯一の自転車販売店が廃業）

原町区：①ゲストハウス（若者の滞在場所・交流拠点の確保）

3 事業承継プログラム

- ・ 事業承継が必要な事業者のリストアップを実施し、事業承継要件や希望度合を整理し、対象事業（事業承継事業者）を決定する。
- ・ 首都圏等在住の地方へ移住し起業（事業継承）したい意向を持つ希望者を募集、現地訪問、事業体験を通じて事業承継候補者を絞り込む。
- ・ 事業承継予定者に対して、経営者トレーニングを施し事業の維持だけでなく、発展できるよう育成を行う。

（1）事業者リストアップと事業者の選定

- ・ 事業者のリストアップ
- ・ 事業継承条件のヒアリング（後継者の条件）
- ・ 売上、顧客数等のヒアリング

（2）事業承継希望者の募集

- ・ 事業継承起業者の募集
- ・ 条件に合致するか面談

（3）事業者との面談（承継者絞り込み）

- ・ 事業者との対話、面談、事業体験
- ・ まちの生活環境やコミュニティ案内
- ・ 承継者候補の絞り込み

（4）経営者トレーニング

- ・ 経営者になるためのビジネスノウハウ獲得支援（メンター伴走型）

（5）事業者からの引継ぎ

- ・ 事業者とのコンタクト、仲介

（6）承継希望事業者インタビュー

（7）事業PR用記事製作

【事業承継事業者・募集人数】

- ・ 参加者：5人
- ・ 承継予定：1人

《実績》（R 6. 1 0 末現在）

- ・ プログラム参加者：4人
- ・ 1人が「花屋」の事業承継に向けて経営トレーニングと事業計画策定作業を進めている。

《R 7 年度の展望》

- ・ R 6、7 年度中に廃業を検討している事業者が 2 事業者いる。
- ・ 2 事業者ともに地域に必要とされ、継続を望む声が多くある一方で、高齢化・体調不良により廃業を検討していることから、特定の業種での承継を目指している承継移住者を呼び込み、移住者の増加と地域活性化を R 7 年度においても推進していく考えである。
- ・ R 7 年度中には、以下の事業のうち 1 件の承継を目指している。

小高区：①カフェ

鹿島区：①野菜販売直売所
地域の帰還・移住等環境整備との関係
多くの若者が小高区を中心に地域課題解決のための事業を展開（起業）している状況であり、そういった小高で起業した方々との交流により、本市で起業することの魅力を参加者に伝えることができる。 若い世代に対し実際に本市で活躍するチャンスがあるということを示せるとともに、本市の地域課題や地域の可能性に触れてもらうことで、そこから仕事を生み出すきっかけとなり、将来的な事業創出と移住者の呼び込みに繋げることで地域の再生加速化を図る。
関連する事業の概要

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	114	事業名	おだかぐらしファンづくり事業		事業番号	(7)-49-14
交付団体		南相馬市	事業実施主体(直接/間接)		南相馬市	
総交付対象事業費		(240,068 千円) 286,703 千円	全体事業費		(240,068 千円) 286,703 千円	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
本市小高区・原町区の一部の旧避難指示区域では、住民帰還の状況が鈍化し、今後、大幅な帰還者の増加は見込めない状況にあり、さらに帰還している住民の多くが高齢者(高齢化率約 50%)のため、人口構成に偏りが生じている。 一方、震災後、帰還した住民による活動や移住者による新たな取り組みに加え、復興やまちの再生に関心がある若者の来訪が増えている状況にある。 このことから、小高区を中心とする旧避難指示区域の地域を持続していくために、この地域と関わりを持ちたい人々を増やすとともに、新たな活力の呼び込みにつなげ、地域の再生加速化を図る。						
事業概要						
小高区への移住を促進していくにあたり、そもそも小高区という地域の認知度が十分高いとは言えない課題が存在する。そこで小高区での働き方や暮らし方等の魅力や実情を、移住関連の雑誌やネット等の媒体を通じて積極的に情報発信することで、移住を検討しているより多くの者に対して小高区というまちの認知度向上となる情報発信に取り組む。さらに、小高区での暮らし方などが体験できるツアーを実施することにより、小高区を中心とした旧避難指示区域への移住促進を図る。 また、過去のツアー参加者の中から、再来訪をする方、きっかけがあれば再来訪したい方がいることから、交流・関係人口の拡大が移住者の裾野の広がりを加速するため、小高区を来訪する方に向けた情報発信と再来訪の機会提供に取り組む。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画(令和 5 年度～令和 8 年度)】 政策の柱 7 原子力災害復興 基本施策 17 原子力災害復興 施策 52 旧避難指示区域の復興再生 取組方針 旧避難指示区域の居住人口を増加させるため、効果的な移住定住施策を推進します。 【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 2(移住情報の発信)ーおだかぐらしプロモーション、おだかぐらし通信、移住促進協力店 3(移住体験)ーおだかぐらし体験ツアー ターゲット層 共通 ※当該事業を復興ビジョン、復興計画、復興プラン等に位置付けている場合は、該当箇所及び概要も記載してください						
当面の事業概要						
(1) おだかぐらしプロモーション事業【継続】 - Web サイトや SNS、Web メディアなどの各種媒体を活用し「おだかぐらし」の要素である魅力ある人々の暮らしや働き方などの情報発信を行う。 - 令和 3～6 年度の事業効果を分析のうえ、より効果的な情報発信の媒体を活用する。 - SNS の特性を活かした情報発信を強化するため、Web サイトと SNS の運用業務を分離して取り組む。 - 制作するコンテンツの数を押さえて、コンテンツの質をさらに高めていく。						

●おだかる Web サイト運用業務委託

- ・追加コンテンツ数（記事 8 本、動画 8 本）
- ・Web 広告（4 媒体）

・おだかるのファン度を高める取組みの強化

：双方向コミュニケーションのツールとしてオンラインホワイトボードツールをおだかる Web サイトに実装し、地域外の小高区のファンと地域住民とつなぐメッセージボードとして位置づけ、地域外の小高のファンが、現地を訪れる前や訪れた後も継続的かつ積極的に小高と関わりやすい双方向のコミュニケーション環境を整える。

●おだかる SNS 運用業務委託

- ・SNS（Instagram 6 2 投稿、X 1 6 投稿）

（参考）令和 6 年度の情報発信媒体

- ・おだかる Web サイト運営（追加コンテンツ数 3 0 見込）
- ・Web 広告（5 媒体）
- ・SNS（Instagram 8 0 投稿見込、X 3 0 投稿見込）

（2）おだかぐらし体験ツアー事業【継続】

- ・小高区への移住・定住への関心をより高めるため地域住民との交流機会を積極的に設け、再来訪の動機づけを行う。
- ・地域の魅力や暮らし、働き方を「知る」「体験する」オーダーメイド型のツアーを実施
- ・再来訪のきっかけと地域との関係性を深化することを目的とした地域交流ツアーを実施
- ・ツアー参加者想定人数 8 0 人程度（オーダーメイド 5 0 人、地域交流ツアー 3 0 人）
- ・オーダーメイド型は 1 泊 2 日以上で少人数（1 ～ 4 名程度）によるツアー参加者を現地ガイドが案内
- ・首都圏でイベントを 3 回程度開催し、小高に縁のあるゲストが地域に関心のある方に直接的に地域の魅力等を発信する機会を設け、小高区来訪の動機づけを行う。
- ・令和 3 年度からの取組みにより小高区に来訪した方は 3 0 0 人を超える見込みであり、さらに首都圏交流会に参加し小高区に関心を寄せる参加者は 4 0 0 人を超える見込みである。このため、新規流入者の確保に加えて、すでに小高区を認知している方の来訪機運の醸成をなお一層図るとともに、質の高い現地ガイドを提供することによって、移住意欲を高めていく。

（参考）令和 6 年度 実績見込み

オーダーメイドツアー	5 0 人
地域交流ツアー	3 0 人
首都圏交流会	2 0 0 人

（3）移住促進協力店事業【継続】

- ・地域全体で移住者の受入れに取り組むため、小高区内の飲食店を中心とした店舗等に情報発信コーナーを設置し、事業者による主体的な移住関連の情報発信活動を促進する。

（4）おだかぐらし通信発行事業【継続】

- ・移住者の取組みや市の移住施策、小高区の様子を地域内外に向けて定期的に発信するとともに、移住促進協力店事業と連携し、小高区を訪れる方に向けて効果的な情報発信を行う。
- ・地域のイベントや移住者の取組みに関して、地域住民に取材及び記事作成を依頼し、住民目線での情

報発信に取りくむ。

（５）小高の魅力発信マップの更新【廃止】

○実績

- ・令和５度に小高区来訪者に小高区内での体験・行動を促すミッションカード１２種類を制作するとともにミッションポイントを可視化するマップを制作
- ・令和６年度はミッションカード８種類程度を追加制作
- ・ミッションカード制作にあたり、移住者・地域住民それぞれの視点や体験をもとにした小高区の魅力を発掘するためのワークショップを開催

○廃止理由

- ・令和５・６年度の事業で、小高区内に２０種類のミッションを作り上げることができる見込みであり、今後はマップとミッションカードの活用促進に注力していくことから廃止とする。なお、活用促進については、おだかぐらし体験ツアーやおだかぐらしプロモーション事業などと連携を図る。

地域の帰還・移住等環境整備との関係

移住関心層に対して、小高区を認知しファンになってもらうための情報発信を行うとともに、ファンになった人が実際に小高区を訪れる体験ツアーに参加することで小高区への移住の関心度が高まることが期待できるなど、情報発信と体験機会の相乗効果で移住者を呼び込み、地域の再生加速化を図る。

関連する事業の概要

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業

事業番号	
事業名	
交付団体	

基幹事業との関連性

--

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

N0.	116	事業名	旧避難指示区域移住定住相談窓口事業	事業番号	(7)-49-16
交付団体	南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)	南相馬市 (直接)		
総交付対象事業費	(3,079 千円) 3,776 千円	全体事業費	(3,079 千円) 3,776 千円		
帰還・移住等環境整備に関する目標					
本市小高区・原町区の一部の旧避難指示区域では、住民帰還の状況が鈍化し、今後、大幅な帰還者の増加は見込めない状況にあり、さらに帰還している住民の多くが高齢者（高齢化率約 50%）のため、人口構成に偏りが生じている。 一方、震災後、帰還した住民による活動や移住者による新たな取り組みに加え、復興やまちの再生に関心がある若者の来訪が増えている状況にある。 このことから、小高区を中心とする旧避難指示区域の地域を持続していくために、この地域と関わりを持ちたい人々を増やすとともに、新たな活力の呼び込みにつなげ、地域の再生加速化を図る。					
事業概要					
小高区内への移住希望者や移住者が移住定住に関する相談が出来る窓口を小高区役所内に常設するとともに、地域住民が担う「地域のお世話人」による移住定住のサポート活動を通じて、移住前後の不安軽減を図り、移住定住の促進を図る。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画（令和 5 年度～令和 8 年度）】 政策の柱 7 原子力災害復興 基本施策 17 原子力災害復興 施策 52 旧避難指示区域の復興再生 取組方針 旧避難指示区域の居住人口を増加させるため、効果的な移住定住施策を推進します。 【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 1（移住促進体制の整備・支援等の実施）…相談、市内案内、お世話人制度導入等 4（移住後のサポート）…移住後の相談・状況把握等 ターゲット層 共通 ※当該事業を復興ビジョン、復興計画、復興プラン等に位置付けている場合は、該当箇所及び概要も記載してください					
当面の事業概要					
①相談窓口 ・市職員による相談業務等 ・首都圏等で開催される移住定住フェア等への参加 ②地域のお世話人 移住検討者や移住者の移住前後の不安軽減を目的とした個別マッチングのほか、移住者の定住を支える「地域のお世話人」の活動強化として、移住者と地域のお世話人との接点を「つくる・広げる・深める」ために、地域のお世話人と一緒に小高区内を巡るツアー及び地域のお世話人と移住者との交流会を実施する。 ・移住検討者や移住者と地域のお世話人をマッチング ・地域のお世話人による暮らしぶりの案内、地域住民への橋渡し、相談、体験機会の提供など ・登録者 36 名（うち農業体験提供の地域のお世話人 10 名） ・移住者ウェルカムツアー（仮称） 2 回（予定） 9 人乗りジャンボタクシー 2 台を 6 時間借上げして、ツアーを実施 ・移住者交流会（仮称） 2 回（予定）					

地域の帰還・移住等環境整備との関係
小高区を中心とする旧避難指示区域への移住定住を促進するにあたり、小高区役所に移住相談窓口を常設していることで、移住検討者等が気軽に立ち寄れる環境を整えるとともに、地域住民である地域のお世話人が移住検討者等の相談等に応えるなど、行政と地域が連携した移住前後のサポート体制を強化することにより、移住等の促進につなげ、地域の再生加速化を図る。
関連する事業の概要

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	

(様式 1－3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1－2 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	118	事業名	移住・定住者向け空き家利活用推進事業	事業番号	(7)-49-17
交付団体	南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)	南相馬市 (直接)		
総交付対象事業費	(99,126 千円) 137,572 (千円)	全体事業費	(99,126 千円) 137,572 (千円)		
帰還・移住等環境整備に関する目標					
令和 6 年 3 月末時点で、市内には約 2,000 棟を越える空き家が存在している。 また、本市の人口は、減少している一方で、高齢人口は増加している現状である。 特に、旧避難指示区域であった小高区は、約 3,800 人の居住者数のうち約 5 割が高齢者となっており、人口構成に偏りが生じている。 高齢世帯は、今後、空き家になり得る可能性が高いことから、高齢化が進行する本市においては、今後さらに空き家が増加することが予想される。 他方、小高区には震災以降に移住してくる方が多く、こうした移住者（移住検討者を含む）にとっては、空き家が移住後の住まいとなり得る。 また、移住者の中には、市内での起業を考えている方もおり、住まいの確保と合わせ、店舗等を含めた居住環境等の情報提供・供給が移住・定住を決断するうえで重要な要素となっている。 移住者にとって、住まい等の確保は、重要な要因となることから、市内の空き家、空き店舗等（移住者の起業に供する事ができる店舗、事務所、工場等及びそれと一体となった建物）を活用し、移住者等の居住環境を充実させることで、本市の人口増加および空き家等の利活用を促進し地域の再生加速化を目指すものである。					
事業概要					
移住・定住者向けの住まいを確保するため、市内において利活用ができる空き家を中心に掘り起こしや調査を実施する。掘り起こしをした空き家は、移住者等への住まいとして活用できるよう、所有者に対して啓蒙を図る。 また、空き家バンクホームページに、移住・定住希望者向けには、物件に関する写真や間取り等の詳細情報を掲載し、所有者向けには、どのような意図・目的で空き家等を探しているかといった情報を掲載するなどして、移住者等への貸与・売却の意向がある空き家、空き店舗等の所有者と移住・定住希望者のマッチングを促進するための情報発信を行う。 加えて、移住・定住希望者からの住まいに関する相談への対応や空き家、空き店舗等物件の紹介、移住・定住希望者に対して、空き家を利活用する際のアドバイスをするなどの取り組みを行う相談窓口の運営を行う。 これらの業務について委託する。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】 政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住 基本施策 10 移住定住 施策 31 移住促進・定住支援の充実 基本施策 11 都市基盤 施策 35 住環境の整備					

【南相馬市移住定住推進中期戦略】

主な取組 5

ターゲット層 共通

当面の事業概要

＜令和7年度＞

1 移住・定住者向け住まいを確保するための空き家掘り起こしの実施

令和5年度市内全域を対象とした空き家実態調査の結果を基に、利活用ができる空き家の所有者に対して、継続して啓蒙活動をしていくとともに、地元不動産関係団体との連携協力を図り、調査後に空き家になった建物の掘り起こしを行う。

2 移住者への住宅等として活用するため空き家、空き店舗等の所有者などへ情報発信

空き家、空き店舗等の所有者が、空き家等を移住・定住希望者に対して流通させてくれるように、パンフレットや案内チラシを配付するなどの方法で啓蒙活動を行う。

また、移住・定住希望者が具体的に活用をイメージできることで、移住を決断する際の判断材料とできるよう、改修後のイメージを具体的に検討できるイメージパースや、VR映像を利用し空き家・空き店舗物件の改修の提案を強化するとともに、空き家の魅力を知ってもらうためにYouTube等で空き家等の現状を紹介する動画制作・配信を行う。

3 空き家バンクホームページ等を活用した移住・定住希望者への情報発信

空き家バンクホームページを中心に移住・定住希望者が住んでみたいと思うような住まい等の情報発信を行う。

空き家・空き地バンクへの登録件数を増加させ、移住・定住希望者の選択肢の幅を広げることが移住・定住者の増加につながる。空き家・空き地バンクの登録件数を増やすためには、さらなる制度の認知度向上が必要となるため、市内にある空き家・空き地バンク物件に看板を設置することで、空き家所有者に制度を認知してもらい空き家・空き地バンク登録へと誘導する。

LINEの公式アカウントを使用し、現在の空き家バンクホームページと連携した情報発信を行い、移住希望者・相談者に対するフォローアップを行う。

4 移住・定住希望者と空き家、空き店舗等所有者とのマッチング支援や移住・定住者向け住宅として空き家を利活用する方法のアドバイス、移住・定住者がリノベーションする際のサポート

移住・定住希望者と空き家、空き店舗等所有者のお互いのニーズが合致するような物件を紹介するなどのマッチング支援や、移住・定住者向け住宅として空き家を利活用する方法のアドバイスなどを行う。

特に、市内で一戸建ての賃貸住宅の流通が少なく、家賃相場の高止まりが続いておりマッチングが進まない状況を改善するため、下記の取組を行う。

- ・ 空き家の所有者と相談窓口の受託者が賃貸借契約を締結し、所有者から現状のままの空き家を借り受ける（所有者の改修等の手間を軽減）
- ・ 受託者が定めた積算方法により家賃設定を行い、受託者が入居者を募集する（家賃相場高止まりを解消し、マッチングの促進を図る。）
- ・ 入居者は受託者と賃貸借契約を締結する（移住者への不安がある所有者に対して受託者が直接介入することで不安軽減を図る）
- ・ 入居者の改修には制限を設けず、所有者が合意すれば退去時の原状復帰不要とする（業者による全面的な改修に限らずDIY等による自由度の高い改修を行えることで、入居者の予算に応じた改修が可能となる。）

・入居者に対して改修など空き家利活用の方法については、受託者が入居者の要望や予算などを相談窓口で聞き取りのうえ、地元の改修事業者等とＤＩＹ等の改修方法についてアドバイスを行う。

このことにより、家賃を抑えるとともに、移住者とのマッチングを高め、戸建て賃貸住宅の掘起こし・流通を促進する。

また、移住・定住者が自らリノベーションを行う際には、相談窓口においてリノベーションのプランニングから施工まで円滑に行えるよう、相談者の予算や要望を踏まえたリノベーションの提案やＤＩＹ等のアドバイスを行うなど、地元不動産事業者と連携して伴奏支援をするとともに、状況に応じて事業者を紹介するなどサポートを行う。

加えて、移住・定住希望者と空き家所有者とのマッチング支援を強化していくため、知識や経験のある事業者による市内不動産事業者の育成を行う。市内業者は空き家の取り扱い件数が少ないため、まだまだ空き家流通が活性化していない状況にある。今後、民間の事業として、空き家を活用できる見込みが立てられれば、市内不動産業者が積極的に空き家活用に取り組んでいくものと想定し、その役割を担う市内不動産事業者を育成するために、知見のある事業者による支援を行う。

地域の帰還・移住等環境整備との関係

空き家、空き店舗等の所有者に対して移住・定住者向けに空き家等を利活用してもらうことを推進するとともに、移住検討者に向けては、リノベーションについてのサポートを行う。

移住・定住者向けの良質な空き家、空き店舗等が供給されるようにすることで移住者を呼び込み、地域の再生加速化を図る。

また、空き家、空き店舗等を活用して移住する人が増えることで、新たな移住者の呼び水になることが期待できる。

関連する事業の概要

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

N0.	121	事業名	移住推進住宅支援事業		事業番号	(7)-49-18
交付団体		南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)		南相馬市	
総交付対象事業費		(8,640 千円) 11,580 (千円)	全体事業費		(8,640 千円) 11,580 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
本市の生産年齢人口は、平成 23 年時と比較すると約 3 割減少し、年少人口は約 5 割減少した。また、出生数も震災前は 500 人を超えていたが、令和元年度には 300 人を割り込み、人口減少が加速する状況にある。特に、小高区内においては、約 3,800 人が居住しているが、今後の大幅な帰還者の増加は見込めない状況にある。 このことから、原発事故により、特に人口減少した小高区など（旧避難指示区域）への移住促進などに資するため、本市へ移住する就業世帯などが民間賃貸住宅に入居する場合に補助金を交付することにより、市外からの移住者を増加させ、地域の再生加速化を図る。						
事業概要						
県外から移住してきた就業世帯などが民間賃貸住宅に入居する場合に補助金を交付する。また、小高区の民間賃貸住宅に入居した場合には補助額を加算する。 ○補助金 計 2,940 千円 家賃補助 10 千円 × 12 か月 × 22 世帯 加算金 5 千円 × 12 か月 × 5 世帯 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】 政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住 基本施策 10 移住定住 施策 31 移住促進・定住支援の充実 基本施策 11 都市基盤 施策 35 住環境の整備 【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 5 ターゲット層 共通						
当面の事業概要						
<令和 5 年度> 移住推進住宅支援事業 事業開始年度 <令和 6 年度> 令和 5 年度の事業内容・実績を分析し、事業最終年度に向けた検証を行う。 <令和 7 年度> 当該年度を事業最終年度とする。						
地域の帰還・移住等環境整備との関係						
震災と原発事故による人口減少の影響が大きい小高区等への移住促進のため、本市へ移住する子育て世						

帯・若年夫婦世帯・就業世帯等が民間賃貸住宅に入居する場合の補助金交付により、市外からの移住者を増加させ、地域の再生加速化を図る。

関連する事業の概要

--

※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。

関連する基幹事業

事業番号	
事業名	
交付団体	

基幹事業との関連性

--

(様式 1-3)

南相馬市 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票

令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	122	事業名	空き家活用及び住宅購入・賃貸改修等支援事業	事業番号	(7)-49-19
交付団体	南相馬市	事業実施主体 (直接/間接)	南相馬市		
総交付対象事業費	(46,907 千円) 61,857 (千円)	全体事業費	(46,907 千円) 61,857 (千円)		
帰還・移住等環境整備に関する目標					
本市の生産年齢人口は、平成 23 年時と比較すると約 3 割減少し、年少人口は約 5 割減少した。また、出生数も震災前は 500 人を超えていたが、令和元年度には 300 人を割り込み、人口減少が加速する状況にある。特に、小高区内においては、約 3,800 人が居住しているが、今後の大幅な帰還者の増加は見込めない状況にある。 また、震災の影響で長期間居住が無かった空き家などは、老朽化の進行から改修費用が大きく、さらには避難当時の家財等がそのまま残されているケースが多いため、移住者へ向けた中古賃貸住宅の供給が進まない要因になっている。 このため、小高区等においては、移住者が希望する一戸建で利用できる賃貸住宅の供給が少なく、また賃貸価格の高止まりの傾向もあることから、移住者とのミスマッチが多い状況にもなっている。 このことから、原発事故により、特に人口減少した小高区等 (旧避難指示区域) への移住促進等に資するため、市外からの移住した世帯等が空き家を購入または賃借したうえで行う、リノベーション費用や家財処分費用を補助することにより、市外からの移住者を増加させ、空き家の利活用促進と地域の再生加速化を図る。					
事業概要					
① 小高区空き家リノベーションモデル事業 原発事故により、人口減少した小高区等 (旧避難指示区域) への移住促進等に資するため、市が無償譲与等を受けた小高区の空き家をリノベーションし、県外からの移住者等に貸し出すことにより、空き家の再生・活用のモデルケースとし、空き家の利活用を促進することを目的とする。 これまででは、市直営で必要最低限の改修を実施してきたが、令和 7 年度は、ターゲット層の移住を促進するため移住希望者の要望を踏まえたリノベーションを行う。賃貸住宅入居者の募集・選定から移住世帯が希望する改修内容を反映した空き家リノベーションまでを委託業務により行う。 整備棟数 1 棟 建物想定 木造戸建て住宅 対象者 福島県外からの移住希望者 ② 空き家利活用推進事業補助金 移住した者が空き家バンク登録の住宅を購入または賃借して改修する場合に、空き家改修補助金を交付する。さらに、次の場合には加算金等を交付する。 ・ 特定区域加算 (旧避難指示区域に住宅を購入する世帯) ・ 移住定住加算 (転入後、5 年以内の人がいる世帯) ・ 多子加算 (18 歳以下の子が 3 人以上いる世帯) ・ 新婚加算 (婚姻 5 年以内の世帯)					

・就農加算（新たに農業に従事する世帯） ・家財処分加算（改修する空き家の残置物を処分する世帯） <空き家改修> 計 4, 0 0 0 千円 ① 県外移住者 4, 0 0 0 千円（最大） 4 世帯見込 <加算金> 計 2, 5 5 0 千円 ・特定区域加算 2 5 0 千円（最大） 3 世帯見込 ・移住定住加算 2 5 0 千円（最大） 4 世帯見込 ・家財処分加算 2 0 0 千円（最大） 4 世帯見込 空き家 1 件あたり個人負担額 3 0 万円を超える経費を補助対象経費とし、改修と家財処分を合わせて最大 1 7 0 万円を補助。 家財処分費用の場合、個人負担額 5 万円を超える経費を補助対象経費とし、最大 2 0 万円を補助。 【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】 政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住 基本施策 1 0 移住定住 施策 3 1 移住促進・定住支援の充実 基本施策 1 1 都市基盤 施策 3 5 住環境の整備 【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 5 住宅支援 ターゲット層 共通	
当面の事業概要	
<令和 7 年度> 空き家利活用推進支援事業	
地域の帰還・移住等環境整備との関係	
東日本大震災と原発事故による人口減少の影響が大きい小高区等への移住促進のため、「空き家」を活用し、移住世帯が空き家を賃借する際の改修補助を行う事で、所有者の負担が軽減され、空き家の流通が進むとともに、移住者のライフスタイルに合った改修が可能となることから、就業世帯・子育て世帯・若年夫婦世帯等の移住促進による、地域への定着と再生加速化を図る。	
関連する事業の概要	
※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。	
関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	