

(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6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	(210,365)(千円) 241,008(千円)		全体事業費	(210,365)(千円) 241,008(千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>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(20km圏内)は警戒区域に、警戒区域以外の原町区の大部分(30km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。</p> <p>平成28年7月12日に20km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。</p> <p>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。</p>					
事業概要					
<p>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。</p> <p>【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</p> <p>基本施策11 都市基盤 施策32 道路網の整備</p>					
当面の事業概要					
<p><平成29年度></p> <p>生活道路の舗装工事を実施 4路線：L=870m</p> <p><平成30年度></p> <p>生活道路の舗装工事を実施 6路線：L=800m</p> <p><令和元年度></p> <p>生活道路の舗装工事を実施 6路線：L=1,370m</p> <p><令和2年度></p> <p>生活道路の舗装工事を実施 7路線：L=1,140m</p> <p><令和3年度></p> <p>生活道路の舗装工事を実施 5路線：L=621m</p> <p><令和4年度></p> <p>生活道路の舗装工事を実施 3路線：L=490m</p>					

<p><令和5年度> 生活道路の舗装工事を実施 6路線：L=1,549m</p> <p><令和6年度> 生活道路の舗装工事を実施 8路線：L=1,022m</p>
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 6 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.	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		(199,500) 298,097 (千円)	全体事業費		(199,500) 298,097 (千円)
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>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。</p> <p>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。</p>					
事業概要					
<p>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。</p> <p>【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</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 1~4 ターゲット層 共通</p>					
当面の事業概要					
<p>1 移住相談窓口等業務 (参考⑤)</p> <p>「認知拡大」「関係構築・深化」「体験・求人」「定着支援」の 4 つの軸に、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。</p> <p>(1) 移住相談窓口</p> <p>①移住相談</p> <ul style="list-style-type: none">・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 5 回予定)・移住関連団体との連携 (浜通りの各まちづくり団体等) <p>②お試しハウス管理運営</p> <ul style="list-style-type: none">・管理 (清掃、備品管理等)、利用案内、地域案内、水回り修繕等					

《過去実績》

・ R5年度：37組80人（R5.9末現在）

年代	世帯数	住所	世帯数
10	0	県内	1
20	14	北海道	1
30	4	東北	1
40	11	首都圏	25
50	8	その他	9
60	0		

（利用理由）

- ・ 就職、住まい探し、保育園、学校確認、開業のための市内視察、農業法人訪問、企業訪問や暮らし体験、起業検討での起業家訪問等
- ・ R4年度：36組64人
- ・ R3年度：1組（コロナのため休止期間あり）

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）

《過去実績》

- ・ R5年度：Slack 登録者数142人（R5.9末現在）
- ・ R4年度：Slack 登録者数 89人

④移住者数及び移住相談件数実績「よりみち」

・ 移住者数

R5年度：23人（R5.9末現在）

R4年度：23人

・ 移住相談件数

R5年度：延べ114件（R5.4～9の6月）※月平均19件

※20～30代が53%で、1、2、6月の相談件数が多い。

仕事を理由に移住を検討している人が多く、実際に南相馬で生活できるか確認するためお試しハウス利用の相談や移住後の支援制度、仕事についての相談が多い。

R4年度：延べ122件（R4.7～R5.3の9月）※月平均14件

【移住相談窓口設置（R4.7～）による実績（効果）】

・ 移住者数：46人

・ R5又はR6年度中の移住の可能性が高い人（継続して移住検討している人）：55人

子育て世代（18歳未満の子がいる）：8世帯35人

若者世代（40歳以下の夫婦）：4世帯8人

単身世帯（1人世帯）：12世帯12人

（2）Webプロモーション

①よりみちWebサイト管理・運営※一部再委託業務

②SNS（インスタ、Facebook、X、note等）

③体験PGやイベント等の広告作成・配信

④【地方×子育て】関心層向けプロモーション（Webページ、記事作成、note発信等）

⑤【チャレンジのまち】プロモーション（Webページ、記事作成、note発信等）

⑥20代向けシティプロモーション **新規** ※再委託業務

・目標：4,000フォロワー／20万回再生

・インスタリアル動画を使って自然、人、仕事、食等を若者目線で発信していくことで、南相馬に対するポジティブな印象を持ってもらい、検索数の増加、Webプロモーションへの誘導、イベントや体験PGへの参加を促す。※詳細は【事業概要】移住相談窓口等業務を参照

(3) 大学・インキュベーション施設連携 ※目標：5大学等PR活動（各回20人参加）

①首都圏大学等へのPR活動

・首都圏及び宮城県の大学に通う学生に向けた、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。

《過去実績》

・R5年度：3回（R5.9現在）／計5回実施

・学生参加人数：東京大学50人

法政大学19人※9月に2泊3日FW

明治大学24人※10月に1泊2日FW

②よりみち東京コンシェルジュ配置

・3*3 Lab Future（大手町）へスタッフを配置（1週間／月）し、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で、南相馬PRやイベント等への誘導と首都圏ネットワークの拡大を図る。

《過去実績》

・R5年度：体験プログラムへの誘導 5人

オンラインイベントへの参加誘導 7人

3*3 Lab Future主催の大学生向けイベントでの南相馬PR 130人

（R5.9現在）

(4) 認知拡大・関係深化イベント

①Webイベント【10回／年】※目標：各回500回視聴

・毎回南相馬で活躍する人に出演いただき、各地域の暮らしや魅力、日常、出演者のまちづくりの取組等を語るオンラインイベントを開催する。

《過去実績》

・R5年度：6回開催 視聴回数1,286回（R5.9末現在）／計12回開催

・R4年度：8回開催 視聴回数1,760回

②首都圏等リアルイベント【12回／年】 **拡充** ※目標：各回20人参加

・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。（認知拡大）

・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。（関係深化）

（拡充理由）

・リアルイベントや体験プログラムの実施により、南相馬に関わりを持ちたい大学生や20代が増えてきており、興味を持った参加者への情報提供とつながりを維持していくため、開催回数を増

やし、定期的にリアルイベントを開催する。

《過去実績》

- ・ R5年度：3回開催 参加者50人（R5.9末現在）／計6回開催
- ・ R4年度：4回開催 参加者61人

(5) 体験プログラム

①現地宿泊体験型プログラム【12回／年】 **拡充** ※目標：各回5人（カ：3組）参加

- ・ R4、R5年度に実施した「体験プログラム」に新たなテーマを追加したプログラムを実施する。多様なプログラムテーマを設定することで、幅広く関心軸を呼び込むことを狙っている。
- ・ 南相馬市在住の子育て世帯や若年夫婦が、移住検討者が滞在している間、暮らしや子育て施設、生活・自然環境（買い物・飲食店・海等）等を案内する。自分と同じような環境の方に気軽に相談できる関係性を構築するプログラムを追加する。（ホストファミリーサポート型）

(拡充理由)

- ・ R5年度は大学生や20代社会人向けの体験プログラムを実施してきたところであるが、最近の移住フェアや移住相談者では、20～30代の子育て世代の方も多くなってきていることから、子育て世代の移住を促すためにも現地体験をするプログラムを新たに追加して実施する。

【体験プログラムの内容】

- ア：まちづくり実践型
- イ：社会課題解決型
- ウ：地方暮らし重視型
- エ：馬事関連就業型
- オ：起業希望者実践型
- カ：ホストファミリーサポート型（追加）

《過去実績》

- ・ R5年度：7回開催 参加者39人（R5.9末現在）／計10回開催
- ・ R4年度：6回開催 参加者23人

(6) 定住・関係構築支援

①地域交流会【10回／年】 **拡充** ※目標：各回20人参加

- ・ 移住者同士のネットワーク構築と仕事や暮らしに関する悩みや移住前後にあったらよいと思う取組などについてのニーズを把握する。
- ・ 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・相談できる現地親代わりがいることで安心して南相馬に住んでいただきたいという想い。
- ・ 移住者や地元住民のネットワークを活用して拡大していく。

(拡充理由)

- ・ R5年度に実施した地域交流会のアンケート結果では、参加者の満足度は高く、3区を越えた交流が生まれ始めている。移住者の定着のためには、地域住民との関係構築は必須であり、回数を増やして定住・関係構築を強化する。

《過去実績》

- ・ R5年度：6回開催 参加者141人（R5.9末現在）／計8回開催
- ・ R4年度：7回開催 参加者90人

(7) 首都圏等の大学生との関係構築イベント

①関係深化イベント【24回/年】 **拡充** ※目標：各回5人参加（大学生）

・大学生（県外出身者）が市内の高校生等の地元住民を対象にしたイベントや協働でのイベントを企画運営することにより、地元住民との関係を深める。

・地元の仕事・働く場所、暮らしの魅力等を紹介する冊子、発信ツール制作、地域交流イベント（拡充理由）

・R5年度は、月1回ペースでイベントを実施しており、参加する大学生と地域住民（高校生や地元で働く人）との関係性が構築できてきた。

地域と関わりたい大学生の受け皿を増やすとともに、そのきっかけのチャンスを増やすため、イベントの実施回数を増やす。

《過去実績》

・R5年度：9回開催 10人（R5.9末現在）/計12回開催

・R4年度：2回開催 3人

【関係構築イベント実施による実績（効果）】

・南相馬市への移住を継続して検討している大学生：3人

・継続的に南相馬市と関わりたい大学生：10人（R5.4当初メンバー）

+6人（追加メンバー）※R5.12末現在

・SNS（noteやInstagram）による情報発信投稿回数：28投稿

・首都圏等リアルイベントへの参加誘導：27人（新規の大学生参加者）

※地方移住や地方起業、地方創生に関心のある知人等の大学生へのロコミ・声かけを実施

2 移住者及び移住検討者活動支援（参考①）

(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、免許所持をしていますが運転経験が浅く、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：336,600円（20人分*3回5,610円）

《過去実績》

・R5年度：3件（R5.9末現在）

・R4年度：32件

《今後の対応》

見込件数に対し実績数が少ないことへの対応については、各自動車学校での制度の周知を徹底していただくとともに、南相馬市やふくしま12市町村移住支援センターの移住相談時の事業紹介により、計画件数まで利用者数が回復すると見込んでいる。

R5及びR6年度の実績を踏まえ、その後の対応を決定する。

(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（10人分*3回*13,200円）

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

297,900円（5人分*3回*19,860円）

《過去実績》

・ R5年度：9件（レンタカー5件・タクシー4件）（R5.9末現在）

・ R4年度：9件（レンタカー9件）

《今後の対応》

見込件数に対し実績数が少ないことへの対応については、ふくしま12市町村移住支援センターへ申請している交通費助成の相談の際に、本制度の周知を徹底していただくとともに、首都圏等イベントやツアー等での周知をしていくことで計画件数まで利用者数が回復すると見込んでいる。

R5及びR6年度の実績を踏まえ、その後の対応を決定する。

3 移住情報等配信及び移住相談システム運営業務（参考⑥）

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。

(1) 24時間移住相談システムの運用

(2) 友だち登録時のアンケートによる属性分類を応用した情報発信・広告配信

・ 広告配信は首都圏や宮城県の20～30代をターゲットに配信している。

(3) LINE 友だち新規登録者（目標）

・ 10,000件増

(4) LINE 友だち登録者属性分析

・ R5年度：25,969件（R5.9末）

※子育て・起業向けの広告掲載により登録者増加を狙う。

・R4年度：25,772件（R5.3末）

・R3年度：16,404件（R4.3末）

《今後の対応》

R6年度は、子育て世代向けに特化した広告（子育て3つの支援、子育て全力応援など）を配信する。

また、最近の移住者の前住所地傾向を踏まえ、北海道、東北地方、北関東、大阪府への配信を行うことで、移住関心層への南相馬の認知拡大を図る。

4 関係人口創出拡大プロモーション業務（参考⑦⑧⑨）

(1) 南相馬市関係人口向け会報誌制作業務

・年間2回（7月および1月）、本市への関心をさらに高めるとともに、来訪意欲の創出を目的として南相馬市の魅力を深掘りした会報誌（ミナミソウマガジン）を制作する。

・配布対象者

南相馬市と関わりを持ちたい（知る、訪問、ふるさと納税等）と思っている県外在住の南相馬市に関心や想いのある人

・発行数

年2回、制作部数：各2,000部

《過去実績》

・R5年度 テーマ：きっかけはサーフィン（R5.9末現在）／計2回発行

・R4年度 テーマ：南相馬で馬と暮らす

テーマ：暮らしに溶け込む図書館

《今後の対応》

R6年度においても定期的に南相馬の情報提供を継続する。（フリーペーパー形式）

南相馬と継続的に関わりを持ちたいと思っている人と関りを深めるためのコンテンツとして重要と考えており、引き続き、年2回発行する。（テーマ：ロボット・農業）

(2) 関わりしる創出ツアー実施業務 ※目標：各回10人参加

・会報誌の内容と併せて年2回南相馬市訪問ツアーを実施し、本市への来訪機会の創出および本市への関心をさらに高めることを目的とする。

《過去実績》

・R5年度：1回目 5人 サーフィン体験ツアー／計2回開催

・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

【ツアー実施による実績（効果）】

・南相馬市への移住を継続して検討している人：4人

ツアー参加者の中から本格的に南相馬への移住を検討している人もおり、関心層から移住検討層へ移行している。

・参加者による認知拡大SNS発信：17投稿

《今後の対応》

・R6年度においても会報誌と連動したツアーの実施を継続する。（テーマ：ロボット・農業）

・実際に南相馬市に移住して、ロボット関連産業に就業した人に会い直接対話することをメインとして実施し、普段の暮らしや南相馬だからできることを感じてもらう。

・市内にある関連施設などを併せて紹介することで自分が暮らしたときのイメージなどを持って

もらえる行程で実施する。

- ・農業関連も実際に南相馬市に農業関連で移住した人に会いに来て対話を行い、関連施設であるみらい農業学校や農業法人を併せて紹介することで一歩踏み出すことを後押ししていく。

(3) 関係人口活用プロモーション業務 **拡充**

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履むことにより、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）と首都圏の大学生（20人）
+1期生の活用（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（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
（拡充理由）

- ・R5年度は、参加者9人が年4回のライティングスクールに参加し、研修や現地取材を通して、本市の魅力発信に努めている。また、定期的に本市へ通い地域住民等と関わることで、移住の検討を進める人も現れている。このことから、R6年度においても新たな関心層を呼び込むことで、関係人口の創出と移住促進のため、第2期のライティングスクールを実施する。

また、大学生プロモーション活動でつながった首都圏大学生を活用して20代向けのSNS発信を強化することとし、現地訪問・取材・発信を実施する。

さらに、1期生にも継続して関わっていただき、定期的な情報発信をしてもらう。

《過去実績》

- ・R5年度：2回開催 参加者9人（R5.9末現在）／計4回開催

5 移住者紹介記事制作業務（参考⑩）

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者に向けてPRするため、本市への既移住者の働き方、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地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、本市を移住地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おう。

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

《過去実績》

- ・R5年度：3テーマ取材
 - 移住して子育て中の父親同士の対談
 - 移住した親子による対談
 - Uターンして活躍している女性と高校生の対談

《今後の対応》

移住相談や移住フェアで相談が増えてきている子育て世代や若者夫婦をターゲットとして、

インタビュー記事を掲載する。

定期的に移住者インタビューを掲載することで、様々な人が南相馬で生き生きと暮らしている状況を発信することになり、子育て世代の移住検討者に南相馬での暮らしをより具体的にイメージしてもらえるようする。

6 移住者向けみなみそうま就職ナビ管理運営業務（参考⑮）**拡充**

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。

（拡充理由）

令和5年度は市内企業の紹介を主な目的として、掲載情報やサイトデザインの見直しを行い、アクセス者数や登録企業数の増加に繋がっている。

令和6年度は、求職者が業種や職種に捉われない多様な項目で企業を検索できるよう、検索機能の見直しを行うとともに、新卒者や転職者など求職者の属性別に特集ページを作成し、求人情報の充実を図る。

《過去実績》

- ・新規登録企業者数
令和3年度：20社
令和4年度：18社
令和5年度：16社（10月末時点）
- ・アクセス者数
令和3年度：5,637人
令和4年度：6,623人
令和5年度：4,734人（10月末時点）

7 大学生等フィールドワーク交流活動支援事業（参考⑬⑭）

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800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4年度：470泊
令和5年度：484泊（11月末時点）

8 移住支援サイト活用業務（参考②）※月2回掲載目標

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

- ①体験プログラムやセミナー等のイベントや動画等
- ②移住相談窓口等の情報

（2）マッチング等

①移住検討者との個別相談

②登録者（移住検討者）の属性別の情報発信

《過去実績》

- ・ 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）

9 その他プロモーション推進業務（参考①②③④⑫）

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）

10 移住定住セミナー実施業務 **廃止**

首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）及び宮城県に在住する20～30代の移住希望者をターゲットとし、南相馬市のしごとや暮らしを紹介するセミナーを実施し、ターゲットの本市での就業及び移住に向けた機運醸成を図る。

①広報及び周知：LP作成、運用管理、アーカイブ、WEB広告等配信

②事務局運営：参加申込、問合せ対応等

③企画運営関係業務：企画立案支援、イベント進行業務

《過去実績》

・ R5年度

ア：出演者 市内ロボット産業関連企業等、就業した移住者等

イ：内容 出演者紹介、トークセッション、求人紹介（事業者のみ）

ウ：回数 3回開催／年6回開催

・ 1回目：9／21（木） 申込者数43人／143回視聴（R5.11末現在）

・ 2回目：10／19（木） 申込者数28人／89回視聴（R5.11末現在）

・ 3回目：11／16（木） 申込者数33人／53回視聴（R5.11末現在）

エ：方法 オンライン（市内収録）、オフライン（首都圏開催・集客有）

《廃止理由》

・ 認知・実参加者拡大を狙い、年間スケジュールを確定、シリーズものとしてのコンセプトを明確化し、中期的な広告プロモーションを実施したが、申込者・参加者が見込みよりも少ない現状である。

・ ロボット関係、製造業へ関心のある人そのものが少ない傾向にある。

・ 首都圏在住の20代に将来希望する職種についてアンケートを実施したところ、『企画・マーケティング・広報プロモーション・営業・事務系』等の職種を希望する人が多い。

※20代が希望する職種向けイベントの開催も検討したが、現時点では、イベント開催できるほどの事業者の掘り起こしができていないため、今後は県や市関係部署との連携が必要である。

・ 製造業向けのイベントは、ニーズが少ないことと、訴求力あるイベントの企画立案が難しい。

・ 事業費に見合う成果を得ることが困難であると判断し、事業を廃止するものとする。

<令和7年度>

継続して実施予定

相談窓口の運営、移住関連イベント開催・出展、情報発信

移住情報等配信及び移住相談システム運営業務

関係人口創出拡大プロモーション業務

移住パンフレット等設置業務

移住支援サイト活用業務 移住者向けみなみそま就職ナビ管理運営業務 大学生等フィールドワーク交流活動支援事業 移住者及び移住検討者活動等支援
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 6 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.	107	事業名	復興教育プログラム造成事業	事業番号	(7)-49-9
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	(46,991) 60,041 (千円)	全体事業費	(46,991) 60,041 (千円)		
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>本市は、1 年を通じて誘客できるよう新たな観光のあり方をつくることで、本市に関心を持ち、継続的・積極的に関わりを持ち続ける関係人口の創出を目指しているが、相馬野馬追以外の観光誘客や復興ツアーは平成 28 年頃をピークに減少へと転じており、復興に係る新たな取り組みについても、点での発信に留まることで、南相馬市全体への興味関心に繋がっていないという課題がある。</p> <p>このことから、地域で活躍する団体・個人と連携し、復旧・復興の中で生まれた先進的・特徴的なヒト・モノ・コトを点ではなく線や面として発信する総合学習 (総合的な学習の時間) 向け教育プログラムを造成することで、本市に興味を持って継続的に関わり続け、移住・定住の裾野となる関係人口の創出に大きく貢献することで、地域の再生加速を図る。</p>					
事業概要					
<p>本市では、復興に係る先進的な取り組みは団体・個人を問わず各所で行われているものの、それらを面的に発信・提供するようなプログラムが組み立てられていない。そこで、復旧・復興の中で生み出されてきた先進的・特徴的なヒト・モノ・コトをコンテンツとして組成し、中学や高校における「総合的な学習の時間」、「総合的な探究の時間 (令和 4 年度より)」に向けた教育プログラムの造成が求められている。本市は被災地としての側面を持ちながらも、新たな価値を創造している個人や企業が多く存在しており、交流を通じて生徒や学生たちにこれからの社会や自分の将来について志向させやすく、フィールドワークの場として他の地域にはないプレゼンスを発揮することができる。</p> <p>そういった本市の特性を生かし、探究学習やキャリア教育、アクティブラーニングの実践を趣意としたプログラムを確立し、広く学校への周知、来訪促進、情報提供を展開、学校行事を誘引することにより生徒や学生の本市来訪機会を増やし、多感な時期の彼ら彼女たちが卒業以降も本市への関心を持ち続けることで、移住・定住の裾野となる関係人口の創出に繋げていく。</p>					
【南相馬市移住定住推進中期戦略】					
主な取組 7 移住のきっかけ					
ターゲット層 標準的ターゲット					
①南相馬出身者等の本地域に想いや関心のある人					
当面の事業概要					
＜令和 6 年度＞					
<p>令和 3、4 年度は「総合的な学習の時間」向け教育プログラムに対する市場調査、地域で活躍する団体・個人と連携した教育コンテンツ開発、旅行会社向けテストツアー、商談会による営業活動、関係自治体への営業活動を実施。令和 5 年度は、学習指導要領に基づき「総合学習」に代わり開始された「総合的な探究の時間」に深く連動し得る、複数の教育コンテンツをパッケージ化した「教育プログラム」の造成、本事業が達成すべき「学生の多感な時期における本市来訪機会」に繋がる営業活動 (商談会参加や旅行会社向けプレゼンテーションによる販売促進) の展開、教職員のモニターツアーによる来訪促進などを実施した。このことにより、具体的な事業成果として、約 80 名の学生の来訪を実現したほか、教職員向けモニターツアーで目標通りの 20 名が参加したことに加え、モニターツアーに参加した学校が、年度内のスタディツアー実施</p>					

を決定した。

更に、200名を超える修学旅行（令和7年度催行）が決定するなど関係人口の創出に資する多大な成果を挙げている。

令和6年度は、誘客に向けたセールスプロモーションを主題とし、「教育プログラム」追加開発や各コンテンツの整理によるラインナップ強化とともに、下記の取り組みを実施する。

1. 教職員、教育関係者、旅行会社担当者、その他有識者の本市来訪ツアーの実施とアンケート結果の分析（40名以上）
2. 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（5回以上）
3. 大手旅行会社教育旅行部門へのアプローチ（商談会と合わせ、300名以上）
4. 教育旅行プログラムの追加開発、造成（1件以上）
5. 既存、新規プログラム企画書のリバイス、印刷（企画書各2,000部 付随資料各1,000部）
6. 中高生向け教育旅行コンテンツの体系化とセールスツールの更新、印刷（1,000部）
7. 本市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継承を可能とする整理

<令和7度>

- ・継続して実施予定

地域の帰還・移住等環境整備との関係

本市は、復興総合計画に掲げるとおり、本市に関心を持ち、継続的・積極的に関わりを持ち続ける関係人口の創出を目指しているが、相馬野馬追以外の観光誘客や復興ツアーは平成28年頃をピークに減少へと転じており、復興に係る新たな取り組みについても、点での発信に留まることで、南相馬市全体への興味関心に繋がっていないという課題がある。

そのため、地域で活躍する団体・個人と連携し、復旧・復興の中で生まれた先進的・特徴的なヒト・モノ・コトを点ではなく線や面として発信する総合学習（総合的な学習の時間）向け教育プログラムを造成することで、本市に興味を持って継続的に関わり続け、移住・定住の裾野となる関係人口の創出に大きく貢献することで、地域の再生加速を図る。

教育旅行プログラムは通常の旅行と異なり、旅行実施前後に事前事後学習を組み入れる等、本市を深く知る機会を提供するものであり、加えて、地域で魅力的な活動を行っている団体や個人と交流することは、人生の選択機会を迎える多感な時期にある中校生、高学生、大学生にとって、卒業後も継続的に本市を訪れるような関係人口のきっかけづくりとして余りある体験となる。

地域の団体や個人との交流については、東日本大震災時において本市でのボランティア活動などに従事した方が、被災者との交流を通じて関係人口となり、現在旧避難指示区域を含め本市へ移住されていることなどからも、関係人口創出、ひいては移住定住施策にとりわけ有効であると考えている。

なお、プログラム開発にあたっては各種教育プログラムの提供に関する市場調査の実績を持ち、自らもプログラムを提供している事業者への委託を想定しているが、その後の販売プラットフォームについては地元観光協会と連携する等、教育プログラムの提供が、地域への持続的な経済効果に繋がる仕組みを構築する。

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6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.	108	事業名	馬事文化を活用した移住定住促進事業	事業番号	(7)-49-10
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	(101,435) 133,386 (千円)		全体事業費	(101,435) 133,386 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>本市では、当地方最大の観光イベントであり、復興のシンボルとも語られる国指定重要無形民俗文化財「相馬野馬追」が例年開催され、国内外から多くの観光客が訪れる夏の風物詩となっている。</p> <p>相馬野馬追の背景として、日頃より数百頭の馬が市内で飼育され、公道を馬が歩く姿も生活に溶け込む人馬共生の文化があることから、本市は馬事関係者の間で知名度があり、馬事文化を通して本市に関心をもつ方々も多い。他の自治体との比較において、馬事文化は本市が人を呼び込むための大きな強みであり、移住・定住の促進にあたり、これを活用する必要がある。</p>					
事業概要					
<p>世界的にも例を見ない伝統行事「相馬野馬追」が「地域の誇り」「復興のシンボル」として根付く一方、高齢化や震災、原子力災害の影響による人材の流出が課題となっている。馬事文化は本市が移住者を呼び込むための大きな強みであり、これを活用し移住者を呼び込む。そして、移住者には、本市に移住した後、馬事文化継承を担う人材になっていただきたいと考えている。当該馬事文化や市に立地する馬事施設を活用し、馬事関連の企業誘致や事業構築による雇用創出、人材育成等を行うことで、馬事文化の継承につなげ、馬事関連産業等に関心のある移住者を呼び込む。</p> <p>【第1フェーズ】</p> <p>①馬事関連の調査</p> <p>○マクロの調査：馬事関連産業の動向や就労市場における条件、および周辺情報の調査を行う</p> <p>○ミクロの調査：南相馬市を含む相双地域における馬の飼養状況や環境、流通経路、歴史的な経緯、馬に関わる行事や事業などの調査を行う</p> <p>②馬事関連産業を活用した移住者獲得のコンセプト設計、スケジュール案の作成</p> <p>○事業構築全体に係るコンセプトの設計を行う</p> <p>○事業構築全体に係るスケジュール案の作成を行う</p> <p>○コンセプトに紐づく事業案を複数作成する。</p> <p>【第2フェーズ】</p> <p>③移住者の受け皿となる事業案の検証、事業計画（ドラフト案）の作成</p> <p>○事業案別に実現可能性の検証および座組の検討、事業計画案の作成を行う</p> <p>○必要に応じて、コンセプトの適宜修正を行う</p> <p>【第3フェーズ】</p> <p>④事業推進体制の構築</p>					

○馬のまち推進戦略（素案）の策定

馬事産業創出から馬事文化の継承を担う移住者の獲得に繋げていくため、馬事文化の活用の考え方、移住者がその一部を担うことを念頭に置いた事業創出にかかる官民の役割分担、市として目指す馬事振興の姿などを定め、続く体制構築や民間事業者との連携の土台となる、馬事振興を通じた移住者獲得の戦略案を策定する。

○移住者の就労先となり得る新規事業構築支援

事業化が見込める分野について、民間事業者を巻き込んだ実証事業を計画、実施する。合わせて、収益性やパートナーとなり得る民間事業者等へのヒアリングなどを通じて、移住者の雇用受け皿ともなり得る新規事業案を作成する。

○馬事を活用した移住者の受け入れや移住者の相談に応じるための体制・法人を設けることの検討

馬事公苑を中心とした市内馬事関連施設の活用や馬事関連事業の構築、民間事業者による事業化支援等を担う体制を整えるための検討を行い、馬事関連産業に関心のある移住などの受け入れを図る。

○馬事公苑の施設改修等の検討

うまのまちとしてのプロモーションを図り、上述した法人の活動拠点とするなど、移住を検討している馬事関連人材の受け入れ先としても活用出来るよう、既存施設である南相馬市馬事公苑の改修等を検討する。

○馬事振興を通じた移住者獲得のための馬のまち推進戦略の策定

令和4年度に策定する馬のまち推進戦略の素案に基づき、専門家を含めた検討会にて、国内馬事産業等との連携による新規事業創出や、行政と馬事関連事業者等地域のプレーヤーの協働による移住者獲得の方向性などについて具体的な戦略を定める。

【第4フェーズ】

⑤馬に関わる移住・定住者の獲得に向けた調査検討、施策案の立案

○市及び移住相談窓口受託事業者等と連携した馬事関連人材への移住促進施策の立案

市の特徴的な馬事文化や馬事関連施設の紹介、市内馬事事業者の紹介などを通じ、馬事関連人材の来訪を促し、移住候補者としての取り込みを図る。

○馬事関連事業者と連携し、移住者獲得を目的とした事業の創出及び就職促進を図る実証

実証事業を通じ、地域の馬事関連事業者における既存事業の拡大や新規事業化による雇用を創出し、馬事関連の属性を持つ移住者の獲得に繋げるための検証を行う。

⑥馬に関わる移住・定住者の獲得に向けた事業創出拠点の整備検討

○南相馬市馬事公苑を移住・定住者を受け入れる馬事関連人材獲得の拠点として活用するために必要な施設や機能について、国内馬事関係団体との連携により検討を進める。

【第5フェーズ】

⑦馬に関わる移住・定住者の獲得に向けたプロモーションの実施

○馬事文化を活かした移住を促進していくためには、南相馬が“馬のまち”であることの社会的な認知がなされるとともに、南相馬における馬と関わる仕事や事業・取組など“自分と馬のまちとの関わりしろ”を想起させることが重要である。

そのため、古くから続く本市の人馬共生の文化や馬事公苑など元来の魅力に加えて、本事業で策定した馬のまち推進戦略やそれに基づく施策や実証により創出された新たな魅力を、ターゲット層である「馬を仕事

にしている・したい・馬が好きである移住検討者」に対して、効果的に発信する。

さらに、“馬のまちとの関わりしろ”を体験し、ウェブ上での情報発信に繋げるモニターツアー等を実施し、馬のまち南相馬の認知度向上に取り組むとともに、馬のまちの魅力をまとめて体験できるイベント等を実施することにより、移住・定住の裾野となる関係人口の創出を図る。

【南相馬市移住定住推進中期戦略】

ターゲット 戦略的ターゲット ②地域資源を次世代につなげていく人 ア馬事関連産業の就業者
取組 15 馬事公苑を活用した総合馬事施設の整備

当面の事業概要

<令和6年度>

【第4フェーズ】

⑤馬に関わる移住・定住者の獲得に向けた調査検討、施策案の立案

○馬事関連事業者と連携し、移住者獲得を目的とした事業の創出及び就職促進を図る実証

実証事業を通じ、地域の馬事関連事業者における既存事業の拡大や新規事業化による雇用を創出し、馬事関連の属性を持つ移住者の獲得に繋げるための検証を行う。

⑥馬に関わる移住・定住者の獲得に向けた事業創出拠点の整備検討

○南相馬市馬事公苑を移住・定住者を受け入れる馬事関連人材獲得の拠点として活用するために必要な施設や機能について、国内馬事関係団体との連携により検討を進める。

地域の帰還・移住等環境整備との関係

本市では、当地方最大の観光イベントであり、復興のシンボルとも語られる国指定重要無形民俗文化財「相馬野馬追」が例年開催され、国内外から多くの観光客が訪れる夏の風物詩となっている。

相馬野馬追の背景にある本市の馬事文化は、日頃より数百頭の馬が市内で飼育され、公道を馬が歩く姿も生活に溶け込む人馬共生の文化であり、馬事関係者の間で一定の知名度があることに加え、アニマルウェルフェアの広まりと共に、競馬界を引退した競走馬のキャリアの一つとして、世間の関心が高まっている。

そのような背景から、本市として移住定住施策を進めるに当たり、「相馬野馬追」に代表される馬事文化や、数百頭の馬が文化を共に継承するパートナーとして飼育されているという本市の特殊性を強みとして活かし、発信していくことで、ターゲットとした馬事関係者、特に、馬の仕事に就いている者（厩務員、装蹄師、調教師、牧場従事者等）や馬の仕事に就きたい者（高校・大学の馬術部員、乗馬クラブの会員等）に、「馬とともに暮らしたい」「地域の為になる馬の仕事に就いてみたい」という想いを強く喚起することが出来ると考える。

具体的には、国内各地域で馬事関連事業を推進しているプレーヤーなどと連携し、馬の共同預託事業等、地域の馬事文化継承に貢献する事業を構築し移住者の就労先としての受け皿を確保しつつ、「馬とともに暮らせるまち」「馬と一生関わっていけるまち」として移住者自身が次なる移住者を呼び込むプロモーションにも繋げることが出来る。その結果、馬事関連就業者の移住や関連事業者の進出を促進するとともに、相馬野馬追の時期以外に来訪する関係人口を増加させる。

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 6 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.	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	(70,437) 100,396 (千円)		全体事業費	(70,437) 100,396 (千円)		
帰還・移住等環境整備に関する目標						
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>						
事業概要						
<ul style="list-style-type: none">・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。 <p>【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</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】 主な取組 8、11~14 ターゲット層 標準的ターゲット層①南相馬市出身者等の本地域に想いや関心のある人 戦略的ターゲット層①イノベーションにチャレンジする人</p>						
当面の事業概要						
<p>1 事業化実現プログラム 2 期</p> <p>R3~5 年度に実施した「事業化実現プログラム 1 期生」では、最終的に、2 事業が R5 年中に事業化。3 事業が R6 年度中に事業化見込みとなったことから 1 期生へのサポートは R5 年度で終了。</p> <p>R5 年度から新たにはじまった「事業化実現プログラム 2 期生」では、現在 8 人の参加者が事業アイデア創出に取り組んでおり、R6 年度では、創出した事業アイデアの事業化に向けて、メンターサポートやビジネス研修、実証実験、地元ネットワークの構築を進める。</p>						

- (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1回）
- 事業化推進コンサルタント（専任メンター伴走）による起業検討者に対するサポート、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

【メンタースキル】

- ・ブランディング、コミュニケーション
 - ・マーケティング
 - ・資金調達、企業価値向上
 - ・会社経営など
- (2) ビジネス研修
- ・起業研修、事業化に必要なスキルやマインド獲得研修（年6回）
 - ・財務研修、時間の使い方、チームビルディング、必要なマインド
- (3) 事業化検討者間の意見交換（情報共有会）
- ・事業アイデアについてメンバー同士で進捗等を共有し、意見交換をする会（3か月に1回）
 - メンバー同士で互いの強みを生かしアドバイスや客観的な目線での意見交換を行う。
- (4) テストマーケティング（実証実験）
- ・実証（営業）場所等の調整支援
 - ・実証経費一部支援

《過去実績》

【1期生：7人5事業で事業化検討】

- ・移住状況：
2人移住済（R5.9末現在）／1人R6.4に移住予定
その他4人はR6.4から2拠点居住開始予定
- ・起業状況：
2事業は開業済
ア：鹿島を回遊するカフェ（カフェ・お菓子・雑貨）
イ：農業6次化開発製造販売・地元企業支援（求人支援・プロモーション等）
3事業は開業準備（R6中に開業予定）
ア：ブロッコリー等による化粧品の開発・販売
イ：空き家リノベーション
ウ：高校生キャリアセンター

【2期生：8人8事業で事業化検討中】

- ・R5年度に創出された事業アイデアは、ウェルネスツーリズム、新農業開発、手ぬぐい開発、ジビエレザー制作等であり、R6年度に事業内容のブラッシュアップを行い、事業化の可能性を高めていく。

2 起業家向け店舗・事務所活用推進プログラム **新規**

地域内に起業家誘致に対する理解を得て協力者ネットワークを構築し、店舗事務所として活用できる空き店舗の情報を入手して、空き店舗・事務所の前後をコンピューターグラフィックで可視化し、具体的なイメージと予算感をもてるようにする。

首都圏等在住の地方へ移住し起業したい意向を持つ起業希望者を募り、現地訪問機会を作り、店舗・事務所内覧、地域住民との交流会や起業支援制度の説明を実施し、南相馬での開業イメージを具体化させる。

- (1) 空き店舗・事務所情報収集
- ・情報収集（市内巡行と住民ヒアリング）

- ・地域ネットワーク構築（市内イベント等への積極的な出店・協力）
- （２）リノベーションイメージ制作
 - ・空き店舗状態調査
 - ・CGパース制作（コンピューターグラフィックスで作成した透視図）
 - ・改修見積概算
- （３）起業希望者募集・現地案内
 - ・起業希望者募集
 - ・オンライン説明会
 - ・現地案内／地域交流会
 - ・起業支援制度説明会
- （４）事業計画支援
 - ・事業計画策定アドバイス
 - ・起業支援団体の紹介（ゆめサポート南相馬、ふくしま12市町村移住支援センター等）
- 【開拓物件・募集人数】
 - ・2件 10人⇒最終2件起業を目標

3 事業承継プログラム **新規**

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）
- （２）事業承継希望者の募集
 - ・事業継承起業者の募集
 - ・条件に合致するかの面談
- （３）事業者との縁談（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
- 【事業承継事業者・募集人数】
 - ・1件 5人⇒最終1件承継を目標

<令和7年度>

実際の事業化と経営サポート並びに新たな起業人材の育成を継続して実施する。

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 6 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	(174,046 千円) 240,068 千円		全体事業費	(174,046 千円) 240,068 千円		
帰還・移住等環境整備に関する目標						
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>						
事業概要						
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>【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)】</p> <p>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。</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】</p> <p>主な取組 2(移住情報の発信) - 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) - おだかぐらし体験ツアー</p> <p>ターゲット層 共通</p> <p>※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</p>						
当面の事業概要						
<p>(1) おだかぐらしプロモーション事業【継続】</p> <ul style="list-style-type: none">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6年度は、令和3~5年度の同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。 <p>(参考) 令和3~5年度の情報発信媒体</p> <ul style="list-style-type: none">Web 広告、SNS、ランディングページ、Web メディアとのタイアップ、雑誌掲載(R3・4年度のみ)、テレビ番組(R3年度のみ)						

(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 80人程度（オーダーメイド50人、地域交流ツアー30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。

(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組む。

(5) 小高の魅力発信マップの更新【継続】

- ・令和5年度に小高区内のマップのほかに、来訪者の小高区内での行動を促すミッションカードを作製
- ・移住者と地域住民との交流を促進するためのワークショップを開催し、ミッションカードの追加作成を行う。
- ・ワークショップの中で、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し、小高区に移住を希望する方が楽しみながら移住検討をするために活用できるマップの作製を行う。

<令和7年度>

以下、継続して実施予定

- ・おだかぐらしプロモーション事業
- ・おだかぐらし体験ツアー
- ・移住促進協力店事業
- ・おだかぐらし通信
- ・魅力発信マップの更新

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 6 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.	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		(2,717 千円) 3,079 千円	全体事業費	(2,717 千円) 3,079 千円	
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>					
事業概要					
<p>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。</p> <p>【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）】</p> <p>政策の柱 7 原子力災害復興</p> <p>基本施策 17 原子力災害復興</p> <p>施策 52 旧避難指示区域の復興再生</p> <p>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。</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】</p> <p>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</p> <p>4（移住後のサポート）…移住後の相談・状況把握等</p> <p>ターゲット層 共通</p> <p>※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</p>					
当面の事業概要					
<p>①相談窓口</p> <ul style="list-style-type: none">・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 <p>②地域のお世話人</p> <ul style="list-style-type: none">・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 35 名（うち農業体験提供の地域のお世話人 10 名） <p><令和 7 年度></p> <ul style="list-style-type: none">●以下、継続して実施予定・相談窓口、移住定住フェア等への参加・地域のお世話人					

地域の帰還・移住等環境整備との関係	
<p>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。</p>	
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 6 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	(50,120 千円) 99,126 (千円)	全体事業費	(50,120 千円) 99,126 (千円)		
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>令和 5 年 1 月月末現在、市内には約 1,000 棟の空き家が存在している。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>移住者にとって、住まいの確保は、重要な要因となることから、市内の空き家を活用し、移住者等の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。</p>					
事業概要					
<p>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。</p> <p>また、移住者等への貸与・売却の意向がある空き家所有者と移住・定住者希望者のマッチングを促進するため、空き家バンクホームページに物件や空き家を探している方の情報を掲載するなど、移住・定住希望者に対する情報発信を行う。</p> <p>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。</p> <p>これらの業務について委託する。</p> <p>【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】</p> <p>政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住</p> <p>基本施策 10 移住定住</p> <p>施 策 3 1 移住促進・定住支援の充実</p> <p>基本施策 11 都市基盤</p> <p>施 策 3 5 住環境の整備</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】</p> <p>主な取組 5</p> <p>ターゲット層 共通</p>					
当面の事業概要					
<令和 6 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 移住者への住宅として活用するため空き家所有者などへ情報発信

空き家所有者が、空き家を移住・定住希望者に対して流通してくれるように、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、空き家物件の改修イメージパースや、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により移住・定住者を増加させるため、空き家・空き地バンク登録物件であることがわかるように、物件に看板を設置する。

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していきます。

4 移住・定住希望者と空き家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。

また、移住・定住者が自らリノベーションを行う際に、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地元不動産業者などの紹介を行う。

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、知識や経験のある県外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、県外業者による支援を行う。

<令和7年度>

継続して実施し、移住・定住希望者向けに利活用可能な空き家物件を確保していく。

地域の帰還・移住等環境整備との関係

空き家所有者に対して移住・定住者向け住宅として、空き家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住宅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 6 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.	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	(4,320 千円) 8,640 (千円)		全体事業費		(4,320 千円) 8,640 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
<p>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。</p> <p>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。</p>						
事業概要						
<p>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。</p> <p>○補助金 計 4,320 千円</p> <p>家賃補助 10 千円 × 12 か月 × 33 世帯</p> <p>加算金 5 千円 × 12 か月 × 6 世帯</p> <p>【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】</p> <p>政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住</p> <p>基本施策 10 移住定住</p> <p>施 策 31 移住促進・定住支援の充実</p> <p>基本施策 11 都市基盤</p> <p>施 策 35 住環境の整備</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】</p> <p>主な取組 5</p> <p>ターゲット層 共通</p>						
当面の事業概要						
<p><令和 5 年度></p> <p>移住推進住宅支援事業 事業開始年度</p> <p><令和 6 年度></p> <p>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・見直しを行う。</p> <p><令和 7 年度></p> <p>令和 6 年度と同内容を計画するが、事業実施状況の検証を踏まえ検討とする。また、当該年度を事業最終年度とする。</p>						
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 6 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	(21,500 千円) 46,907 (千円)	全体事業費	(21,500 千円) 46,907 (千円)		
帰還・移住等環境整備に関する目標					
<p>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。</p> <p>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もなっている。</p> <p>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、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。</p>					
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、移住者への住まいとして貸し出す。					
整備棟数 2 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 8,000 千円					
① 県外移住者 1,000 千円 (最大) 8 世帯見込					

<p><加算金> 計 5,600千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特定区域加算 250千円 (最大) 8世帯見込 ・ 移住定住加算 250千円 (最大) 8世帯見込 ・ 家財処分加算 200千円 (最大) 8世帯見込 <p>空き家1件あたり個人負担額30万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170万円を補助。</p> <p>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20万円を補助。</p> <p>【南相馬市第三次総合計画 前期基本計画】</p> <p>政策の柱 4 産業・しごとづくり・移住定住</p> <p>基本施策10 移住定住</p> <p>施 策31 移住促進・定住支援の充実</p> <p>基本施策11 都市基盤</p> <p>施 策35 住環境の整備</p> <p>【南相馬市移住定住推進中期戦略】</p> <p>主な取組5 住宅支援</p> <p>ターゲット層 共通</p>								
<p>当面の事業概要</p> <p><令和6年度></p> <p>空き家利活用推進支援事業</p>								
<p>地域の帰還・移住等環境整備との関係</p> <p>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。</p>								
<p>関連する事業の概要</p>								
<p>※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。</p>								
<p>関連する基幹事業</p> <table border="1"> <tr> <td>事業番号</td> <td></td> </tr> <tr> <td>事業名</td> <td></td> </tr> <tr> <td>交付団体</td> <td></td> </tr> </table>			事業番号		事業名		交付団体	
事業番号								
事業名								
交付団体								
<p>基幹事業との関連性</p>								