

福祉建設経済委員会現地視察報告書

現地視察における調査結果について、下記のとおり報告します。

令和8年6月25日

光市議会議長 森戸芳史様

光市議会福祉建設経済委員会

委員長 田邊学

副委員長 西村慎太郎

委員 井垣伸子

委員 大田敏司

委員 小林隆司(副議長)

委員 清水祐希

委員 田中陽三

委員 新見浩明


委員 萬谷竹彦

随 行 前田紀子

記

- 1 現地視察等年月日 令和8年5月13日(水)、14日(木)
- 2 視察先 香川県まんのう町、愛媛県東温市
- 3 調査結果等 別紙のとおり

調査結果

日 時	令和 8 年 5 月 13 日 (水) 13 : 20 ~ 14 : 30	
調査市等	香川県まんのう町	
調査事項	移住定住に係る取組について	
説明	まんのう町 地域振興課	
<p>1 まんのう町について</p> <p>香川県中部、仲多度郡に位置するまんのう町。人口 16,725 人、世帯 7,443、面積 194.45 km²の約 7 割が山間部・中山間地域で、基幹産業は農業。三大観光資源として満濃池（日本最大級のため池）、国営讃岐まんのう公園、香川県満濃池森林公園を擁する。「ひまわり」を地域のシンボルとして観光・産業・コミュニティ形成に横断的に活用する独自のまちづくりを推進している。</p> <p>2 視察内容</p> <p>(1) 移住定住に係る取組の概要</p> <p>地域振興課が商工観光・企業誘致・地方創生・ふるさと納税・移住定住・若者住宅取得補助・地域おこし協力隊等を一体的に推進。ひまわりを軸とした交流・情報発信を通じて関係人口拡大を図り、令和 6 年から地域おこし協力隊を初採用（移住・定住、空き家対策ミッション）。総合相談窓口・移住オーダーメイドツアー・移住者交流会を展開している。</p> <p>(2) 若者住宅取得補助事業</p> <p>補助上限：町内事業者 100 万円、町外事業者 150 万円、地域木材利用で最大 200 万円。対象：配偶者いずれかが 40 歳未満・持分 2 分の 1 以上・税滞納なし。取得額の 5%を適用。令和 7 年度実績：40 件・約 4,000 万円投資、転入 130 名（うち 15 歳以下 43 名）。固定資産税・住民税・消費増で 10 年以内回収の可能性があり「投資」として位置づけられている。実績内訳：新築建売 38 件（町内事業者 3・町外 35）、中古取得 2 件。</p> <p>(3) 奨学金返還支援事業</p> <p>最大 12 万円×最長 5 年の支援。年齢要件：初回申請時 39 歳以下。申請・処理は毎年 10 月～翌 9 月分、締切 12 月 20 日前後。実績：令和 5 年度 72 名、令和 6 年度 93 名、令和 7 年度 101 名と増加。県制度と連携し重複利用不可。定住傾向のある若年層に訴求し概ね好評。</p> <p>(4) 地域木材利用促進補助</p> <p>令和 3 年度実施開始。地域木材使用で住宅補助に最大 50 万円上乗せ。実績：R3=3 件、</p>		

R4=4 件、R5=3 件、R6=6 件、R7=5 件（年間 5～6 件程度）。地域内サプライチェーン（伐採・製材・加工）への経済波及効果あり。旧琴南地区を中心とした森林資源と連携し、製材所誘致により町産木材の住宅建材への展開を期待。

（５）空き家対策（空き家バンク・リフォーム補助）

令和 4 年の実態調査で空き家 775 件（平成 29 年比 136 件増）。空き家バンク登録は令和 7 年度末累計：登録 112 件・利用希望延べ 260 件・契約成立 77 件。リフォーム補助は令和 7 年 4 月に 50 万円から 100 万円へ引き上げ。固定資産税通知へのチラシ同封や不動産業者協会での説明など継続的な周知活動を実施中。



3 主な質疑応答

Q1. 地域振興課の担当する事業領域は。

A1. 商工観光、企業誘致、地方創生、ふるさと納税、移住定住、若者住宅取得補助、地域おこし協力隊など幅広い業務を所管している。

Q2. ひまわりを活用した地域振興の具体的な内容は。

A2. 栽培コンテストや栽培協力隊（約 30 名）、町内小学生の「ひまわり学習」による愛着醸成、食用油・パン・石鹼等への 6 次産業化、観光から関係人口・ふるさと納税へとつながる多層的な活用を展開している。

Q3. 若者住宅取得補助の補助額・対象要件は。

A3. 補助上限は町内事業者利用で 100 万円、町外事業者で 150 万円、地域木材使用で最大 200 万円。対象は配偶者いずれかが 40 歳未満・持分 2 分の 1 以上・税滞納なし。取得額の 5%を適用する。

Q4. 若者住宅取得補助の令和 7 年度実績は。

A4. 40 件・約 4,000 万円を投資。転入者 130 名（うち 15 歳以下 43 名）。内訳は新築建売 38 件（町内事業者 3・町外 35）、中古取得 2 件。住宅価格高騰下で「補助で決めた」という事例も多い。

Q5. 若者住宅補助の費用対効果についての見解は。

A5. 固定資産税・住民税・消費増により 10 年以内に投資回収できる可能性があるとして、単なる助成ではなく「投資」として位置づけている。長期的効果に手応えがある。

Q6. 新築偏重と空き家対策の整合性についてはどのように考えるか。

A6. 若年層の新築志向が強い一方、空き家対策事業でリフォーム補助（令和 7 年度 11 件）を補完している。元々 50 万円だったリフォーム補助を令和 7 年 4 月に 100 万円へ改定し、中古活用を強化中。担当者自身もこの整合性を課題と認識している。

Q7. 奨学金返還支援事業の制度内容は。

A7. 最大 12 万円×最長 5 年の支援。初回申請時 39 歳以下が年齢要件。申請は毎年 10 月

～翌9月分を受け付け、締切は12月20日前後。県制度と連携し重複利用は不可。

Q8. 奨学金返還支援事業の実績と効果は。

A8. 令和5年度72名、令和6年度93名、令和7年度101名と増加傾向。U/Iターンの直接的な決め手の確証はないが、定住傾向のある若年層に訴求し概ね好評。

Q9. 地域木材利用促進補助の制度内容と実績は。

A9. 令和3年度開始。地域木材使用で住宅補助に最大50万円上乘せ。実績はR3=3件、R4=4件、R5=3件、R6=6件、R7=5件。地域内サプライチェーンへの経済波及効果があるが、KPIは住宅着工数中心で木材使用量の把握が課題。

Q10. 空き家バンクの登録状況と課題は。

A10. 令和4年の実態調査では空き家775件（平成29年比136件増）。令和7年度末累計で登録112件・契約成立77件。固定資産税通知へのチラシ同封や不動産業者への説明など周知を強化中だが、実態に比して登録数が少ないことが課題。

Q11. 地域おこし協力隊の運用状況は。

A11. 令和6年から初採用。移住・定住支援と空き家対策をミッションとし、現在2名体制（4月以降）で追加募集中。満濃町立図書館で定期的に移住相談会を開催している。

Q12. 移住定住関連の予算規模は。

A12. 一般会計約120億円の中で移住定住関連に年間5～7千万円程度を投入。若者住宅取得補助だけで約4,000万円（40件分）となっている。過疎債・起債を活用し持続可能な財源確保と差別化戦略を推進。

Q13. 移住者の就業傾向は。

A13. 一次産業従事者が多く、町外勤務も一定数。近隣市町からの移住が多く県外からはほとんどいない。居住拠点として生活し働くスタイルが一般的。

Q14. まんのう町独自の施策の強みは何か。

A14. ひまわりという固有資源を軸にした多層的な関係人口戦略と、若者向け補助制度の充実度（最大200万円）が差別化の核。合併特例満了後も起債活用で積極的な投資を継続する点も独自性がある。

<所感>

【田邊 学】

まんのう町の移住定住施策、奨学金返還支援事業については年々利用者が増加しており、利用者の多くが、町内に家を建てたりしている。若者住宅取得補助についても、大変に好評であるとのこと。平成27年の総合戦略の策定時「誰もが住み良い・住み続けたいまちづくり」から令和6年からの移住定住空き家対策をミッションとした、地域おこし協力隊による移住・空き家総合相談窓口という移住定住施策に対しての自治体の喫緊の課題に対しての向き合い方の結果が成果として現れ、移住後の定着につながっていると感じました。光市としても、豊かな自然環境と子育て支援等を活かし、地域の魅力を大

きく発信し、空き家の活用や、移住相談体制の整備、地域住民との交流を重視した移住定住施策を進めるべきである。さらに、人口減少対策として継続的な雇用創出と若者定着策が重要であり、地域産業と連携した持続可能な移住定住施策が求められている。

【西村 慎太郎】

今回の視察で最も印象的だったのは、若者住宅取得補助事業の費用対効果の高さです。年間40件・約4,000万円の投資が、固定資産税・住民税の増収と転入人口増により10年以内に回収できるという考え方は、光市においても十分応用できると考えます。また「ひまわり」という単一の地域資源を、観光・産業・コミュニティ形成の軸として横断的に展開する戦略は、地域アイデンティティの構築において大きな示唆を与えてくれた。光市にも牛島や虹ヶ浜など固有の資源があり、それを軸とした関係人口づくりは今後さらに強化するものとして取り組む価値があると思います。若者住宅補助・奨学金返還支援・地域木材補助と、ひとつひとつの施策を重ねることで若者にとって選ばれるまちになっていく。光市でも各制度を「点」から「面」へと統合的に発信することが、次のステップではないかと感じました。

【井垣 伸子】

香川県まんのう町は、その隣の金比羅神社をかかえる琴平町のように有名ではないが、町の奥に、満濃池という貯水量1540万 m^3 という我が国最大のため池を持っている。讃岐まんのう公園は国営であり、まんのう町の誇る名勝となっている。満濃池とともに、地域資源として「ひまわり」を活用し、観光として、あるいは、食用のひまわり油として、この町の魅力を伝える資源となっている。

このまんのう町と移住施策の特徴は、平野部に新築を立てたい若者にターゲットを絞っている点である。そもそも空き家は、平野部には少なく、中山間地域にしかない。また、平野に新築を建てて移住してくる若者は、これからの長い人生そこにとどまり続ける割合が高い。この若者住宅取得補助事業が、もっとも効果をあげている。

【大田 敏司】

香川県まんのう町では、移住定住についての取り組みの行政視察を行い、「移住オーナーメイドツアー」「まんのう町お試し移住宿泊費補助事業」「空き家等情報登録制度」「空き家リフォーム事業補助金」「若者住宅取得補助事業」「地域木材利用促進補助事業」「水道給水管布設工事補助事業」との移住定住に関する様々な事業に取り組んでおられ移住定住を促進しておられました。特に地域木材事業では、地元の木材を使用され、地域経済の促進にも力を入れられているのが、特徴的でした。

光市でも地元産業発展にもつながるような政策を考えられるように持っていきたいなど考えられました。

【小林 隆司】

香川県まんのう町は、「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」や「過疎地域持続的発展計画」において、深刻な人口減少への対応として移住・定住を最重要課題の一つに位置付けている。とりわけ「定住者大学等奨学金返還支援事業」では、大学等を卒業後にまんのう町へ戻り、一定期間定住した場合に奨学金返還額の一部を町が補助する仕組みを設け、若い世代のUターンと地域への愛着形成を促している。本市のように近隣に大学や専門学校などの高等教育機関が少ない地域では、進学を契機とした若者の転出が恒常的な課題となっていることから、本事業のような奨学金返還支援制度を導入することで、進学後のUターンを具体的に後押しし、安定した就労と定住の双方を促進できる可能性があると考えた。

【清水 祐希】

まんのう町の移住・定住施策は、「移住者数の拡大」ではなく「若年層の定住促進」を重視した現実的な政策である。特に若者住宅取得補助は年間40件規模の実績があり、子育て世帯の定着に寄与している点は評価できる。一方で、転入の多くは近隣市町からであり、町外就業者が多いことから、広域通勤圏の住宅地として機能している側面が強い。また、周知手法として幹線道路沿いに大型看板を設置し、問い合わせにつなげている点は他市にあまり見られない特徴であり、実効性のある広報手段として注目される。

一方、新築住宅が大半を占める中で空き家は増加傾向にあり、山間部への偏在や利便性の課題から活用は限定的である。空き家対策については、地域特性を踏まえた戦略的対応が求められる。

本市においては、「呼び込む施策」に加え、「定住を成立させる仕組み」の構築が重要であり、雇用・住宅・地域環境を一体的に捉えた施策展開が必要である。

【田中 陽三】

まんのう町は、移住・定住を引き込むための補助制度に力を入れており、若者住宅取得補助事業や定住者大学等奨学金返還支援制度など、住むことによって将来の税収がアップすることを見込みながら、若者には喜んで住んでいただけるように誘導する事業に投資的に取り組まれていることに共感できました。

また、ファンづくりの視点で情報発信に力を入れていらっしゃるとの事でしたが、移住・定住の情報発信で印象に残ったのが、道路沿いに設置した目を惹く移住・定住支援の看板設置です。光市も国道188号線や県道63号線など通過交通の多い道路があるので取り組んでみても目に留まり面白いのではと思いました。

その他、不動産屋さんがまんのう町の補助制度を説明し売り込んでくださっていることや、地域のローカルルールもしっかり伝えて理解した上で移住・定住をしていただくという姿勢は、人のつながりや熱意の大切さをあらためて感じました。

【新見 浩明】

まんのう町の移住定住施策の視察では、単なる移住者獲得競争ではなく、「関係人口の創出」から定住につなげる考え方が印象に残りました。特に、ひまわりを活用した交流や情報発信、移住オーダーメイドツアー、お試し宿泊など、地域との接点づくりと移住相談体制を一体的に進めている点に特徴がありました。


また、多様な補助制度を設けながらも、その効果を実績件数で把握し、若者住宅取得補助に重点が置かれている一方、利用実績の少ない制度についても課題認識を持って運用されていたことは参考になりました。

移住・定住は補助金だけで実現するものではなく、「この地域と関わりたい」と思える魅力と受け皿の両方が求められます。本市においても、海や地域文化など固有の資源を活かしながら、関係人口の創出と定着支援をどう結び付けるかが重要であると認識を深めました。

【萬谷 竹彦】

総合戦略の中で、移住者だけでなく、関係人口の創出も重視しており、移住者に選ばれるために様々な取り組みをしていました。特に栽培協力隊なるものを作り、ひまわりを中心としたまちづくりに大きく興味を惹かれました。また、若者住宅取得補助制度も、町内業者を使えば150万円の補助、町外なら100万円と差をつけているのも、若者の為にも、業者の為にも、とてもいい制度だと感じました。その他にも、移住定住空き家対策をミッションとした地域おこし協力隊を採用し、移住・空き家の総合窓口にしたり、奨学金返還支援事業、観光資源の活用等、大きなことから小さなことまできめ細かく取り組んでいました。これから、ぜひ参考にしたいと思います。

調査結果

日 時	令和 8 年 5 月 14 日 (木) 10 : 00 ~ 12 : 00	
調 査 市 等	愛媛県東温市	
調 査 事 項	移住定住に係る取組について	
説 明 者	東温市産業建設部 地域活力創出課	

■東温市視察報告（移住・定住施策について）

本市議会福祉建設経済委員会として実施した東温市の視察において、同市の移住・定住施策は、地理的優位性を活かしながら戦略的に人口流入を図る取組であることが確認できた。

東温市は愛媛県中央部に位置し、松山市に隣接する立地条件を背景に、通勤・通学圏としての利便性を活かした「ベッドタウン型」のまちづくりを進めている。人口は緩やかな減少傾向にあるものの、社会動態においては近年概ね転入超過で推移しており、一定の人口流入が維持されている状況である。

同市の移住施策の特徴は、「ナンバーワン（条件比較型）」と「オンリーワン（目的起点型）」の二つの戦略を明確に位置付け、それぞれに応じた施策を展開している点にある。特にナンバーワン戦略においては、松山市への通勤が可能であることや生活利便性の高さを前面に打ち出し、子育て世帯を中心とした転入促進を図っている。



情報発信の分野では、移住コンシェルジュを中心とした体制のもと、移住ポータルサイトの充実、SNS の活用、インターネットラジオによる継続的な発信など、多様な媒体を組み合わせた広報戦略が展開されている。特に SNS においてはフォロワー数が大きく伸びており、ターゲットを意識した発信が成果につながっている点は注目される。

さらに、移住希望者に対しては、相談段階から定住後まで一貫した伴走支援が行われており、担当者を固定した継続的な対応や、地域案内人とのマッチングなどにより、移住後の生活に対する不安軽減が図られている。

住宅施策においては、分譲地整備や民間開発の誘導により、目標を大きく上回る移住者数を達成していることから、住宅供給と移住施策を連動させた人口誘導が有効に機能していることがうかがえる。

一方で、就業面については市外への通勤者が多く、地域内での雇用創出やマッチング体制については今後の課題とされている。

総じて、東温市の移住・定住施策は、地理的条件を活かした広域的な人口誘導と、情報発信および伴走支援を組み合わせた実効性の高い取組であり、ベッドタウン型自治体としての一つのモデルであると評価できる。

本市においては、近隣都市との関係性を踏まえた広域的な視点での人口施策の検討に加え、戦略的な情報発信力の強化や、移住希望者に対する継続的な支援体制の構築など、総合的な施策展開が求められるものとする。

<主な質疑応答>

Q1. 東温市の地理・人口・行政規模の概要は。

A1. 愛媛県中予地方・松山平野東部に位置。市全体の76%が山間部・中山間地域。人口は平成21年の34,831人から約1,870人減少。令和7年の高齢化率は32.3%（全国平均より3.4%高い）。社会動態は転出超過28人、自然動態は258人の自然減。

Q2. 移住定住促進の基本戦略の考え方は。

A2. 移住パターンを「企画型移住」と「決め打ち型移住」に分類し、ナンバーワン戦略（分譲地開発・ポータルサイト・フェア出展等）とオンリーワン戦略（アートヴィレッジ東温構想）の二本立てで推進している。

Q3. 移住定住の実績数値は。

A3. 移住定住促進マスタープランの目標810人に対し、1,707人（石川分譲地507人、民間開発地1,200人）の移住を実現。令和7年度の移住相談件数は442件、移住者数は103人（R6：152名）。

Q4. 移住者の属性傾向は。

A4. 相談者は50代が最も多く、居住地は東京・大阪・神奈川など関東・関西圏が半数を占める。相談の入口は年5回開催の移住フェア（東京・大阪・松山）が多い。

Q5. ワンストップサポート（移住コンシェルジュ）の体制は。

A5. 女性2名の移住コンシェルジュが相談から定住まで一貫して伴走する体制。仕事・住まい・子育て・移住後フォローまで個別対応し、高く評価されている。

Q6. 空き家バンクの状況と課題は。

A6. 空き家バンク制度の拡充により19世帯40名が移住。ポータルサイト閲覧者の半数

が「空き家バンク」を検索しており関心は高い。中山間地域では即入居可能な物件が不足しており、掘り起こしが課題となっている。

Q7. 移住者への補助制度の内容は。

A7. 移住者個人への直接的な奨励金はなく、特定エリアの空き家改修補助（働き手・子育て世代対象）がある。愛媛県の戦略に基づき、若年出産世帯への奨学金返還支援事業を令和6年度から実施（実績6件、807千円）。

Q8. 情報発信の体制と予算規模は。

A8. 総務課職員が民間事業者のサポートを受けながら各種メディアを運用。Instagram：年間予算60～100万円のSNS広告を活用。ポータルサイトは年間10万回超の閲覧数を維持。インターネットラジオは直近3ヶ月で1.2万回超の再生を記録。

Q9. SNS・動画の運用実績は。

A9. Instagram：R元年1,642人→9,204人（2026年5月時点）にフォロワー増加。フォロワーの約40%が松山市民・約40%が東温市民。YouTube：累計11万回超の視聴。

Q10. 地域おこし協力隊の運用状況と定住率は。

A10. 平成28年度から延べ28名を受け入れ。退任した24名のうち12名（約50%）が市内に継続居住。定住率は高い水準。

Q11. スマートヘルスケア創出事業の概要は。

A11. 市の豊富な医療資源と市長公約「健康日本一のまちづくり」に基づき推進。MaaS車両に遠隔診療システムや内臓脂肪・簡易認知機能等の測定機器を搭載し、福祉センター等での拠点開催・中山間地域への出張・企業向け展開を実施。令和6年11月開始以降、参加満足度は非常に高い。

Q12. コストコ誘致の状況は。

A12. まだ進行中で正式決定ではない。交通渋滞等の懸念がある一方、市外からの来訪者を市内へ誘導し地域経済を活性化させる効果が期待される。

Q13. 坊っちゃん劇場・文化芸術の取組は。

A13. 坊っちゃん劇場は開館20周年。「東温アートヴィレッジセンター」のR6年度利用者数は過去最高の22,757人。「東温アートヴィレッジフェスティバル」「東温市民ミュージカル」も多数の動員を記録し、市民の文化的裾野を広げる役割を果たしている。

<所感>

【田邊 学】

東温市は平成29年に移住定住促進マスタープランの推進を掲げて観光関連情報の発信強化し、ナンバーワン戦略として、シティプロモーション実施体制の整備を行い、コンシェルジュ2名によるインターネットラジオやSNSで拡散までを一貫して実施し、ワンストップ相談窓口の設置等、成果が得られ市の施策の方向性が見つけられたということである。光市としてもウェブサイトの再整備や観光メディアへの働きかけの強化、広く情

報発信できる人材の確保が重要である。東温市は松山市から近く有利な条件にあり、人口1万人当たりの医師数全国1位である。これは、医療、福祉環境の充実が定住促進にもつながっており、とうおんスマートヘルスケア創出事業という先進的施策も行っている。このように、東温市のオンリーワン戦略として、地域全体で移住定住者を支える体制強化が求められ、行政の努力と独自の他との違いによる移住定住施策ならば成果は得られると感じました。

【西村 慎太郎】

フォロワー約9,200人（R元年は約1,600人から増加）のInstagram、累計11万回超のYouTube、年間10万回超のポータルサイト閲覧数など東温市の情報発信は着実に効果が出ています。年間60～100万円のSNS広告予算で、フォロワーの約40%が松山市民・約40%が東温市民という構成は「外への発信」と「地元の誇り」の両立を示していると感じました。本市においても地域おこし協力隊を中心に発信に努めているため参考になる点も多いと考えます。また、MaaS車両に遠隔診療・内臓脂肪・認知機能の測定機器を積み、中山間地域にも出張するというこの取り組みは医療資源が豊富な東温市だからできる差別化戦略であり、令和6年11月の開始以降、定期健診未受診者35名が参加するなど行動変容も起きています。「健康に暮らせるまち」という価値提案が移住の動機になる時代に向けて、光市でも強み掛け合わせた独自の施策を構想すべきと感じました。

【井垣 伸子】

道後温泉、松山城を有する松山市のとなりに、東温市はある。東温市には、20年前から坊っちゃん劇場があり、大人にも子供にも人気のある地元劇場として、市内企業から支えられ元気に存続し続けている。アートで町おこしをやっている都市は、写真の北海道東川町、美術館の倉敷市、直島、帯広などがあるが、演劇で町おこしをしているこのような成功例は、全国でも本当に数少ない。移住施策には、直接効果は少ないと思われるそうであるが、市の文化的格を上げているのは確かだそうである。この市は、移住定住に対する補助金というものが特に存在していないのが特徴といえる。代わりに、徹底的に移住希望者に最後まで寄り添う人的施策が特徴で、2名の移住コンシェルジュが活躍している。

【大田 敏司】

愛媛県東温市では、特徴的な「とうおんスマートヘルス創立事業」をされており、中山間部の移動が困難な住民に対して健康維持が重要な課題となっており、愛媛大学医学部や市内企業・医師会などと連携され、デジタル技術を駆使され、ミニバンの中に通信設備やデジタル装置などを設置され市内を回っておられました。住民の健康を第一に考えられ実行されておられました。光市でもそのような政策を行われる政策を実行されるとよい様に思われました。

【小林 隆司】

愛媛県東温市は、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」や「移住定住促進マスタープラン」に基づき、移住・定住の推進をまちづくりの柱として位置付け、健康・福祉分野の充実を通じて「選ばれるまち」の実現を目指している。その一環である「いきいきマース」は、市職員と看護師が専用のヘルスケア MaaS 車両で地域の公民館や企業などに出向き、オンライン健康相談や内臓脂肪測定、認知機能チェックなどを行う移動型の健康増進・介護予防事業である。中山間地域や企業従業員を含む幅広い市民に対し、身近な場所で専門的な支援を提供することで、健康寿命の延伸と医療・介護ニーズの抑制を図っている点が特徴的であった。高齢化率の高い本市においても、同様の仕組みを導入することで、高齢者をはじめとする市民の健康意識の向上や、将来の医療・介護費の適正化につながると考えた。

【清水 祐希】

東温市は、松山市に近接する優位性を活かし、環境整備と情報発信を軸とした戦略的な移住・定住施策を展開している。ターゲットを「ナンバーワン（条件比較）」と「オンリーワン（目的起点）」に整理し、SNS 等の充実により高い情報発信水準を誇る。また、移住コンシェルジュによるワンストップの伴走支援や体験ツアー等で移住希望者の不安解消に努め、住宅開発と連動した人口誘導により、ベッドタウンとして目標を上回る移住実績を達成した。一方で、就業先が市外に多く地域内の雇用創出やマッチング体制に課題があり、市街地の空き家不足や効果検証の精査は今後の改善が求められる。

本市においては、地理的条件を踏まえた広域的な人口誘導に加え、情報発信力の強化や伴走支援体制の構築など、戦略的な移住施策の展開が重要であると感じた。

【田中 陽三】

東温市は、移住定住促進マスタープランを策定し、1 ナンバーワン戦略「比較型」移住施策と、2 オンリーワン戦略「決め打ち型」移住施策と戦略的に取り組まれていました。また、松山市から車で30分という立地を強みに、SNSも活用したシティプロモーションの情報発信に取り組み、交流人口・関係人口を増やし、子育て世帯や若年層の転入促進に重点的に取り組まれていました。

移住者からは、移住コンシェルジュの手厚い支援が決め手になったという声があり、担当者が変わることなく地域住民との橋渡しや移住者交流会の開催など伴走型支援を行っていることが実績につながっているとのことでした。

光市でも、今年度から「移住コンシェルジュ設置事業」に取り組んでいますし、地域おこし協力隊を軸とした移住者交流会も求めていますので、しっかりと見ていきたいと思えます。

【新見 浩明】

東温市の移住定住施策の視察では、移住を単なる人口対策ではなく、「地域との関係づくり」として捉えている点が印象的でした。

移住コンシェルジュによる伴走支援、移住体験住宅、交流会や動画発信など、移住前から移住後まで継続して関わる仕組みが整備されており、相談件数や移住実績の増加にもつながっていました。一方で、就職支援は関係機関への紹介が中心であり、地域コミュニティの担い手不足や後継者問題など、定住を支える地域側の課題も率直に示されていたことは大変参考になりました。

特に印象に残ったのは、補助制度だけに依存せず、「東温市を知り、好きになってもらう」情報発信や人を介した支援を重視している点です。本市においても、制度整備に加え、地域との接点づくりや関係人口の育成という視点を一層深めていく必要性を認識しました。

【萬谷 竹彦】

移住者に対する就職マッチング支援、地元企業とのマッチングは、今後、市とハローワークとで協定を締結しワンストップの体制を作ることを検討しているとのことでした。また、移住コンシェルジュによる包括的なサポート、移住者と移住検討者の交流会の開催、そして情報発信に力を入れていました。「東温ラブストーリー」等を始めとするYouTubeの動画が市の知名度を上げた一因であり、積極的に取り入れたい取り組みだと思いました。また、いろいろな医療施設があり、医師数も多く、とてもうらやましいと感じました。また、「とうおんスマートヘルスケア創出事業」は目を見張るものがありました。地域医療の負担軽減と市民の生活の質の向上を目指しているとの事。ぜひ参考にしていきたいと思いました。