

豊後高田市における移住・定住促進策に関する一考察

綾部 誠 (大分県立芸術文化短期大学 情報コミュニケーション学科, ayabe@oita-pjc.ac.jp)

Study on migration and settlement promotion policies in Bungotakada City

Makoto Ayabe (Oita Prefectural College of Arts and Culture, Department of Communication and Information Studies)

要約

日本各地では少子高齢化が急速に進んでおり、地方都市では住民流出を防ぎつつ、移住者を増やす試みが行われている。本稿では近年、人口の社会増を続けている大分県豊後高田市の移住・定住支援に着目をして、その成功理由を探ることとした。これを明らかにするため、同市の産業政策、移住・定住・就労・子育てに関する支援策、民間団体による支援、HP や SNS での情報発信、担当する市役所の組織対応の側面から分析を試みた。その結果、観光や移住ランキングなどの情報を媒体特性に合わせて発信することで同市を訪問する人々を増やし、子育て世代をメインターゲットとした移住・定住、就労、子育て、教育に関わる支援を地域連携で実施していることが分かった。また移住前から移住後に至る相談窓口のワンストップ化によって緊密な人間関係が形成され、これが移住・定住を後押ししていることが示唆された。

キーワード

移住・定住支援, 子育て世代, 地域連携, ワンストップ化, 誘導資源

なか、なぜ豊後高田市では移住・定住に関してこのような成果を収めることができているのであろうか。この点について考察を深めることは有益であると考えた。

1. 問題意識

現在、日本各地では少子高齢化が急速な勢いで進んでおり、特に地方都市では住民の流出・減少を防ぐことが喫緊の課題になっている。最低限度の都市機能を維持するためにも、地域内に居住する一定数の住民が必要不可欠であることから、各市町村では移住・定住促進策が講じられている。しかし全国に1,700程度ある地方自治体の間では、移住・定住に関する政策や取り組みが其々に実施される状況にあり、移住者の獲得競争が全国レベルで激化する結果を招いている。各地方自治体では、いかに有効な移住・定住策を構築して支援を実施し、既存住民の流出防止に加えて、新規移住者の安定的な確保を成し遂げることができるかが自治体運営にとって極めて大きな意味を持つ時代に突入している。

そのようななか、移住・定住に関する取り組みで注目されるのが、大分県北部に位置する豊後高田市である。同市は自然環境が豊かで、観光産業に力を入れ、さらに移住・定住支援や子育て支援を広く展開している。同市の人口は21,830人(2022年推計値)であり、近くのコンビニまで距離が遠い、娯楽・商業施設が少ない、鉄道が通っていないなど交通・地理・経済の諸側面における課題も指摘されているが、近年は人口の社会増減で安定的にプラスを維持している。また2022年には『住みたい田舎ランキング』で10年連続ベスト3にも選ばれており、全国的にも注目を浴びている。同市の社会増減を見ていくと、2001年から2010年までは毎年、減少傾向にあったものの、2011年頃から一転、転入者数が増えだし、2020年度までの10年間で586人の増加になっている(豊後高田市, 2021a: 4)。

全国の多くの地方都市で人口減少、特に社会減が続く

2. 研究目的

そこで本稿では、豊後高田市の移住・定住策や取り組みに焦点を当て、これらの支援策がどのようにまちの誘導資源(人を惹きつける資源)と関連し、かつ地域との連携をもとに実施されてきたのかということ複数の分析視点から明らかにする。そのため豊後高田市における産業・移住・定住・就労・子育てに関する政策、民間団体による支援活動、HP や SNS による情報発信、移住を担当する市役所対応の側面から分析を試みることにした。

3. 先行研究

日本において都市部から過疎問題が深刻となっている農山村地域への人口移動という現象は、2012年前後から起こっているのではないかとされ、近年の農山村地域への移住の特徴としては、親の面倒を見るためのUターンではなく、移住者自らが田舎暮らしに関心があるといったライフスタイル要因が増えているとされる(若杉, 2020: 44-45)。また地方都市に移住する要因については、国、都道府県、地方自治体等が積極的におこなっている「移住・定住促進施策」が呼び水になっていること、また「人的接触」による要因も大きくソーシャル・キャピタルが重要な要素を担っているという指摘もある(作野, 2016: 338)。人的接触の重要性については、京都府綾部市における農山村地域の移住においても、「人との繋がり」が最も重要で、移住サポート総合窓口におけるワンストップサービスの取り組みも評価に値するとされているが、現段階では空き家物件の紹介の程度に留まっている点が課題であると指摘されている(藤井, 2020: 95)。

豊後高田市が移住者を対象に2015年に行った「豊後高田市に転入したきっかけ」に関する調査結果によると、「田

舎暮らしの希望を叶えるため」「祖父母・両親・兄弟等と同居するため」の回答が特に多い結果となっている（豊後高田市, 2015: 33）。この点について、移住者にとって家族と一緒に暮らすことができる田舎で、新たな仕事にチャレンジするために移住を決めたという「ライフスタイル」要因と同時に、「地域の魅力」である豊かな自然や移住者に対する行政による「支援制度」の充実も移住の決定に多大な影響を与えているとされる（若杉, 2020: 46-47）。

移住・定住に向けての市町村における施策の現状についてみてみると、斎藤氏は、移住・定住を進めるにあたっては、まず来訪者が当該地方に興味や関心を抱くきっかけが必要だとし、居住に結び付くような興味・関心を喚起するためには、農林水産業等の作業体験や地域住民との交流体験など、いわゆる田舎暮らし体験の場を設ける必要性が高いと述べている。また地方での居住に対して興味・関心を抱く来訪者を、移住・定住へと引き込むためには、地域の居住環境がどのようなものであるかを自らの生活の中で実感・体験できることが望ましいと指摘する（斎藤, 2018: 46）。さらにある程度、移住体験を経るなどした都市住民が、実際に地方への移住・定住（二地域居住を含む）をするにあたって、まず必要となるのは自らの住みかの確保で、空き家情報の提供、移住・定住に対する経済的助成が重要であるとする（斎藤, 2018: 47-51）。

これら移住から定住までの流れについては、総務省の行動変容ステージモデルに基づいて整理がなされており、ステージⅠ～Ⅲを移住支援、Ⅳを定住支援としたうえで、Ⅰが移住ニーズの顕在化段階（移住者への関心を喚起するための情報提供）、Ⅱが移住の実践決意段階（地域生活への不安を取り除くための情報提供）、Ⅲが移住の実践段階（仕事や住居などの支援）、Ⅳが定住の決意段階（地域に溶け込むための支援）と分類したうえで、39の自治体に対する調査では、Ⅲ・Ⅳの段階にかけて実施していない自治体が増える傾向にあると報告されている（総務省, 2010）。

以上のように、地方都市に対する移住・定住促進に関する先行研究を概観してきたが、豊後高田市はこれらで挙げられているような行政主導型の移住・定住支援策を単に段階的に積み上げてきたということだけでなく、全国的に知名度のある観光地や、『住みたい田舎ランキング』で長年にわたって上位にランクインするなどの誘導資源を中核に据えて、観光や移住に関心のある人々を同市に呼び寄せ、子育て世代を中心とした各種支援策を行政や地域住民が共に連携して実施してきた点に他の自治体とは異なる特徴があるのではないだろうか。

4. 調査方法

よって本稿では、市の重要な産業政策、移住・定住・就労・子育てに関する政策、民間団体の支援活動、ホームページとSNSによる情報発信について、文献調査、過去の市報、市役所のネット情報、SNSの分析を通じて検討を行うことにした。また実際に豊後高田市で移住政策の推進にあ

たっている地域活力創造課の担当職員に対して半構造化インタビュー法を用いて調査を実施することにした。

5. 調査結果

5.1 豊後高田市の産業政策

2001年、豊後高田市では「昭和の町」のオープニングセレモニーが行われ、その様子は大々的にマスコミに報道された。元々この街では大規模なショッピングセンターを建設する構想もあったが、地元の商業関係者による反対もあり、既存の古い街並みを活かした形での活性化が商工会議所を中心として試みられ、昭和30年代の町並みを再現した商店街は数多くの観光客で賑わいを見せる観光の起爆剤となった。2002年には昭和10年代の米蔵を再利用して建築された「昭和ロマン蔵」がオープンし、昭和の町の本格的な観光化が進展する土台となった。2004年には地域住民の生活の質の向上と地域経済・社会の活性化を目的とした「まちづくり交付金制度」を創設し、その後も「中小企業事業資金制度」などの事業や助成金制度を設けている。

豊後高田商工会議所が2007年に「地域づくり総務大臣表彰」を受賞するなど、昭和の町の取り組みは全国的に注目されるようになった。2013年に、同会議所は行政から「活力アップ戦略的商店街活性化総合支援事業」の委託を受け、まちの整備がより一段と進むことになった。

このようなレトロな昭和の町をメインロケ地として、『ナミヤ雑貨店の奇蹟』の映画撮影が行われ、『坂道のアポロン』でも一部の撮影が同地で行われ、全国放映された。昭和の町における映画撮影は、聖地訪問としての効果も大きく、観光客誘致の呼び水として大きな効果をもたらすことになった。

昭和の町の取り組みは、全国のメディアでも取り上げられるようになり、コロナ禍以前は年間40万人を超える観光客が訪問するまでになった。元豊後高田市長に対するインタビュー調査でも指摘されているように、昭和の町によって豊後高田市の知名度が全国レベルにアップし、市街地の活性化が進み、移住者の増加や転出者の減少に繋がっているケースもあることから（佐保, 2016）、移住を検討している潜在者層を全国から呼び寄せる吸引効果を持っていると考えられる。

農業分野に注目すると、2006年に就農支援資金制度の開始を皮切りに、就農希望者向けの「里親農家研修制度」、共同で畑を管理し栽培技術を学ぶ「アグリチャレンジスクール」制度、新規就農者への研修、新規就農相談、各種補助金支援（新規就農者促進事業、新規就農者家賃助成事業、新規就農者自立支援事業等）により、IJUターンによる新規就農者を安定的に獲得している。

これとは別に企業誘致に関しても積極的に取り組んできている。大分北部中核工業団地を中心にして、市独自の奨励金や大分県の産業立地促進補助金、大規模投資促進補助金、オフィス系企業誘致促進補助金、本社機能誘致促進補助金ならびに市や県の優遇税制制度や融資制度によって、2008年から2018年の間に計32件の企業誘致

に成功している（大分県，2019）。

5.2 移住・定住・就労・子育てに関する支援策

豊後高田市では、2006年から空き家バンクの取り組みを開始し、2012年から本格化した。2006年の時点では、新規登録物件の空き家は19件、利用希望者が19世帯49人、契約数が空き家1世帯4人であったが、2019年度には登録物件が319戸、2020年の利用希望者は508世帯1,226人、契約数が25世帯73人にまで増加している。空き家バンク利用登録者は、会社員が約5割と最も多く、中核北部工業団地に勤める人が多い。また空き家バンクを利用した移住者は、20～40歳代が全体の約60%を占めている（豊後高田市，2021b: 9-10）。特筆すべきは同市の田染地区における取り組みである。同地区では地元小学校への入学者がゼロになり、このままでは地域の重要なコミュニティとなっている小学校が廃校になってしまうかもしれないという危機感から、住民が中心となって空家等対策連絡協議会を発足させ、市と連携して子育て世代をターゲットにして移住を受けれることを目指す取り組みが開始され、2015年から2017年までの間に10世帯42人の子育て世代が移住し、小学校に活気が戻るなどの成果もあげている（豊後高田市，2019）。また市ではUJIターン者に対して、空き家バンクを介してより多くの住居を紹介するため登録奨励金制度を設け、かつUターンの促進を図るため、希望者が市内の自宅（空き家）の改修を行う場合の補助も行っている（大分県，2013: 23）。これらの施策や市報・ケーブルテレビ・チラシでの呼びかけ、地域住民による勧め、実際に空き家を貸した人の口コミなどの影響もあり、登録件数は全国トップクラスにまで増加した（金木，2016）。これとは別の支援事業として、移住希望者向けのウェルカム新築応援事業（新築資金補助）、子育て世代いらしやい引っ越し応援事業、お試し居住制度、半住半旅田舎暮らし体験事業、ハッピーマイホーム新築応援奨励事業、ムーブイン就労家賃支援事業、女子ターン奨励金、新婚生活応援資金、子育て世代ステップファミリー応援金、ウェルカム未来高田っ子応援金、孫ターン奨励金、愛ターンお嬢さん奨励金などの支援事業を実施している。また元県職員住宅を改装して新婚専用住宅として貸し出す「ハピネス・ステージ」、子育て住宅「エミール城台」や定住促進子育て応援住宅「住まいるハウス」、移住者向け住宅「虹いろ住宅」の提供など、特に子育て世代の支援に対して厚みが増した（豊後高田市，2021c）。2010年代後半には、真玉住宅団地、都甲住宅団地に定住促進無償宅地として土地代無料の分譲地が整備されている。

移住促進に向けた交流という意味では、2009年に定住促進に向けた移住者懇談会が開始され2020年までに計8回実施されている。また2010年には子育て・定住・商業観光の発表会も開催されている。移住者向けパンフレットとしては、「もりだくさんぶんどかだ定住ガイドブック」が創刊され、移住者に特化した形での定住・住まい、子育て、保健、教育、暮らし、農林水産、就労・商工業

に関する行政支援策の情報が1つにまとめられており、全国的にも珍しい冊子として発行されている。

就業支援については、通常のハローワークによる職業斡旋だけでなく多様な支援が講じられている。豊後高田市がハローワーク宇佐市と連携して豊後高田市雇用対策協議会を設置し、この団体が市内の求人情報を無料でメール配信する「ほっとナビ豊後高田」を運営している。また市がハローワークと連携して求人・求職・紹介を独自に行う豊後高田市無料職業相談所もある。これらのなかでは製造業、建設業、卸売業が多く紹介されており、特に工業団地における企業の求人情報が多く紹介されている。移住者の雇用を促進するため、豊後高田市就職応援企業ガイドブックが発行されており（掲載企業はUJIターン希望者や女性・高齢者の雇用を応援する108社）、この冊子が移住希望者に無料配布されている。また市内企業においてインターンシップをする場合の支援事業（交通費と宿泊費の1/2を支援）などもある。移住者が市内で起業をする場合は、新たに開業する際に必要となる費用の一部（上限75万円、補助率1/2）を助成する起業チャレンジウェルカム支援事業、移住後1年以内に起業する場合、開業に必要な費用の一部（上限100万円、補助率1/2）を助成する移住者個人創業支援事業などの助成制度や、自己資金なしで保証料も市が負担する開業資金融資制度なども設けられている（豊後高田市，2021c: 13）。これら起業支援策を利用することにより、昭和の町でお店を出す人も出てくるようになった。

このような各種就労に関する支援策が準備されているが、人数的にも規模が大きいのが、工業団地で働く人々の就業支援であり、移住・定住促進について理解のある地元企業からの協力を得て進められているのが特徴である。

子育て支援については、2007年から各種、支援事業を開始しており、2009年には子育て応援特別手当が始まった。2012年には、がんばれパパ・ママ子育て応援事業が始まり、第2子の3歳未満児の保育料が無料となった。2013年には子育て支援サイト「いいKAMO」が開設され、子育て世代が移住・定住するための各種支援策を分かりやすく情報提供している。2018年からはさらに子育て支援を強化し、全国トップレベルの子育て支援を目指すようになる。これにより高校生までの子どもの医療費無料化、幼稚園・保育園・小学校・中学校の給食費無料化、小・中学校の放課後学習サポートの無料化、利用料無料の子育て支援拠点施設が市内4か所に整備された。2019年には、市内保育園の保育料と幼稚園授業料が完全無料化、子育て応援誕生祝い金（最大100万円支給）が開発された。2020年には、子どもの一時的預かり施設の拡充、新たな子育て支援のワンストップ窓口の開設、妊産婦医療費の無料化、子ども家庭総合支援拠点と子育て世代包括支援センターも開設された。

子どもの教育面で特筆すべきは、学びの21世紀塾事業である。そもそもこの活動のきっかけは、2003年に実施された小中学校の学力テストの結果、県内ワースト

2位になり、また大手塾の存在しない豊後高田市では子ども達が取り残されてしまうのではないかという市民の不安が発端となっている。市内の公民館や小学校を利用し、引退した元教員や大学生などの一般市民が有償ボランティア（時給1,500円）として幼稚園から小学生までを対象とした補習事業を無料で実施した。また中学3年生を対象として予備校講師を招いての夏季・冬季講座も無料で開始した。遠隔地で通えない生徒についてはケーブルテレビを利用した放送で学ぶ機会を確保している。その結果、2006年には小学生の学力が県内1位になるなど顕著な成果をもたらした（佐保，2016）。現在は受講対象に応じて、水曜日、土曜日、夏季冬季、放課後、タブレットなど受講方法も多様化し、無料で受講できるようになっている（豊後高田市，2021c: 7）。

5.3 民間団体の支援活動

上記のような活動に加えて、民間団体が主体となって実施している活動もある。2010年に、子育て家庭に対して保育支援を行う事業を行い、子育て、親育ちのできる環境づくり、安心して子育てしやすいまちづくり、こどもが子供らしくのびのびと育つ笑顔が輝くまちづくりの推進のために寄与することを目的に市内に「NPO法人アンジュ・ママン」が設立された。同法人では、2011年に2つの子育て施設の運営を開始することになった。2013年には、妊婦やその家族同士、またスタッフとの出産前からの交流を目的に「プレママ・プレパパ講座」が、2016年には、家庭訪問型子育て支援を開始した。

2017年には産前産後支援の取り組みが始まり、このなかにはママ家事サポートが含まれ、家事・育児の協力が必要な市内の妊産婦を対象に、産前産後の一定期間において、気軽に「家事・育児の支援サービス」が利用できるというものである。これらは1回につき500円の利用率であり、1回に2時間を限度とするが、非常に安い料金設定であることが特徴であり、地縁血縁関係のない移住者の保護者から大変、喜ばれている（社会保障審議会，2021: 3）。さらに2018年には、既存の子育て施設に加え、「花っこルーム真玉」と「花っこルーム香々地」がオープンし、市街地から離れた真玉・香々地地域の子育て支援にも対応しうる拠点が整備された。

アンジュ・ママンでは上記のような活動を行いながら子育て支援事業に関する情報収集・把握、情報提供、相談窓口業務を行政機関と密に連携を取りながら、市内において広く展開している。

5.4 ホームページとSNS

情報発信の特徴を調査するため、HPについてはWay Back Machine (<https://archive.org/web/>) を使って豊後高田市のHPを過去にさかのぼって調べることにした。データは2005年から残っており、「昭和の町」に関連するイベントについてはこの頃から積極的に情報発信されている。移住・定住に関連しては、2006年には「豊後高田のUIJターン」という項目が追加され、空き家・農業・就労・

田舎体験等の情報が掲載された。また子育て支援に関する情報も掲載されるようになり、花っこルームの情報提供などが行われている。そして『住みたい田舎ランキング』で1位になった2012年からは「ブン太からの手紙～豊後高田・移住ものがたり～」という項目、2013年からは「ぶんどかだに住んでくたサイト」、「暮らしの便利帳」という項目が新たに開設された。2014年には「住むなら今！定住促進住宅団地・定住・移住応援します」という項目が追加され、2015年には「全力発展中」というキャップレーズや、全国移住ナビで総務大臣賞を受賞したことが大きく取り上げられており、HPで移住に対するアピールを前面に押し出すようになっている。2018年と2019年には、全国トップクラスの子育て支援をアピールし、2020年には『住みたい田舎ランキング』8年連続ベスト3になったことをアピールしている。過去に遡って分析すると、2014年からHPの一番目立つ場所に移住関連の情報を出すようになっており、一目見ただけで移住に力を入れている自治体だと分かるよう工夫が講じられている。

豊後高田市の公式Facebookは2013年に開設されている。頻繁に更新されており、昭和の町関連の情報（イベントや映画・ドラマ撮影等）、長崎鼻や真玉海岸のような自然風景、地域で行われる祭事やイベント情報に加えて、移住支援に関する情報や、子育て支援、医療など幅広い情報が挙げられている。一方で公式Instagramでは、豊後高田市の自然風景や町の生活感を伝える所謂、インスタ映えする投稿が多く、直接移住とは関係はないものが多い。また2014年に開設された公式YouTubeでは、観光PR、子育て支援、移住・定住支援、ふるさとCMについてチャンネルが分類されており、訪問者の関心に応じて具体的内容を動画で見ることができるよう工夫が講じられている。全体的にみると、Instagramは自然や生活感を前面に出した形での情報提供、Facebookは市内のイベント、昭和の町、自然環境、移住・定住関連の情報提供、YouTubeは訪問者の関心に合わせた動画を使った移住関連の支援や体験談の紹介、観光地案内など、それぞれの広報媒体の特性を活かした情報発信を行っている。

5.5 豊後高田市地域活力創造課でのインタビュー調査

豊後高田市の地域活力創造課定住促進係には4名の職員が在籍している。そのうち1名は情報発信の担当者であり、こまめに移住・定住に関する情報発信を行っている。パンフレットの早期作成（移住希望者に早めに必要な情報を提供するためにGWまでに作成）、移住支援サイトの定期的な更新など、情報発信に力を入れている。情報発信をするうえで、事業やパンフレットのネーミングにも気を遣い、覚えやすく気を引く名前をつけるなど工夫が講じられており（例：お帰りにさい住宅改修事業補助金など）、また実際に移住した人々が、同市の生活・文化・移住経験を編集して紹介する「豊後高田あるある！」「豊後高田赤裸々！移住解説本」などの冊子も発行し、移住希望者に配布している。

担当者によると、移住者が増えた1番の要因は、全国

的に見ても早期に移住促進に関する取り組みを開始したことだと述べている。15年以上前から空き家バンク、子育てや教育、健康に関する取り組みを行い、2013年には地域活力創造課が設置された。これは当時としても全国的に珍しい担当部署の設置であった。

都会から移住すると、給与が下がり、共働き世帯が増加することが予想されたため、仕事をしながら子育てをしやすい環境をつくるために支援の幅が広がるようになった。民間事業者であるNPO法人アンジュ・ママンが取り組んでいる子育て施設である「花こころム」のサービス開始にあたっては女性職員を集めて意見交換を行い、行政の立場から間接的な支援を継続して行っている。

まちの知名度については昭和の町の影響が大きく、移住・定住に関しては新しい事業や『住みたい田舎ランキング』における受賞結果などをテレビなどにリリースすることで、広告費をかけずに情報を拡散することができ、他のメディアからも注目され、声をかけられることが増えるようになった。そして移住・定住に関する知名度は、全国レベルにまで広がった。

豊後高田市を有名にした要因の1つである『住みたい田舎ランキング』は、市役所が回答するアンケートによって順位が決定されている。豊後高田市は移住支援に早期から取り組んできた経緯があるため、大学やJRの駅が無いなどのインフラ項目を除いてチェックが付く項目が多く、上位にランクインすることができたという。

さらに豊後高田市役所では、「みなさんの夢を応援します」をコンセプトに、前市長の頃から移住者の夢に関する要望に対して、職員が説明し、適切な情報提供を行うことを心掛けている。これに伴い市役所内での対応も柔軟に行われており、本来は地域活力創造課では対応できない業務（例：就労支援）であっても他の課と連携して対応するなど事実上、ワンストップ化が図られている。移住前だけでなく、移住後も空き家のリフォームに関する相談にのったり、住民との関わりの場を提供したりするなど、移住者との関わりを持ち続けることができるような工夫も施されている。

移住後、豊後高田市を離れる人の主な理由は、体調が悪くなった両親の介護を行うためというものも多いため、このような住民を支援するために、介護が必要な親が豊後高田市に移住してきた際の助成金を新たに用意するなど手を講じている。

なお現在の豊後高田市では、移住ではなく長く定住してもらうために他と違う支援策や体制をどのように構築するのか、子育て支援財源の大部分を占めているふるさと納税を安定的かつ恒常的に確保するためにはどうしたらよいかという課題も抱えている。

6. 考察

以上の調査結果を踏まえて、豊後高田市の移住・定住に関わる支援策や取り組みの特徴について考察を行うことにする。

1つ目は情報発信の方法である。豊後高田市では情報発

信を専門とする担当者を配置のうえ、各種媒体の利用者層と発信媒体の特徴を念頭において、発信する情報の内容を選別している。特に昭和の町や四季折々の自然を満喫できる長崎鼻、真玉海岸など、伝統建造物や自然環境の美しさを効果的に情報発信することにより、観光客の呼び込みに繋げている。加えて移住・定住、子育て支援や教育に関する情報や、『住みたい田舎ランキング』での上位ランクインの情報を、子育て世代をメインターゲットとして設定して発信している点に特徴がある。つまり先行研究にあったような豊かな自然や伝統的建造物の情報発信に加え、市独自の誘導資源である移住・定住、子育て、教育に関する各種支援やランキングの情報を効果的に発信することで、移住を潜在的検討しているような子育て世代を引き寄せることに成功しているということである。

2つ目は、特に子育て世代をターゲットとした移住・定住や子育てに関連する支援が組み立てられており、これが地域連携のもとに実践されているということである。これまでに述べてきた豊後高田市による移住・定住支援策を総務省における行動変容ステージモデルに当てはめると、Iの移住ニーズの顕在化段階（移住者への関心を喚起するための情報提供）からIVの定住の決意段階（地域に溶け込むための支援）まで、ほぼ支援策は出揃った形になっている。しかしその内情を見ると、実施されている情報提供、住居や就労の斡旋、子育てや教育に関わる支援は、地域住民や地元企業、先に移住した人々で結成する団体などが行政を支援する形で実施されているものも多く、まち全体で移住・定住支援を行っていることに大きな特徴がある。

3つ目は、役所へのインタビュー調査からも明らかになったが、本来であれば地域活力創造課だけで対応できない業務であっても他の部署と有機的に連携して対応していることである（事実上の移住・定住に関するワンストップサービス化の実現）。また移住前から移住後に至るまで相談を広く受け付け、各段階で発現する問題や課題を行政と地域が連携して解決してゆくような仕組みとなっており、これがさらに人と人との繋がりを強め、信頼関係を高めることで移住・定住が後押しされていると考えられる。このような移住・定住希望者の生活に寄り添い、空き家物件の紹介だけでなく、さらに踏み込んだ形でワンストップの窓口が機能している点が特徴だといえる。

7. 結論

本稿では、豊後高田市の移住・定住策に焦点を当てて、取り組み内容を見てきた。豊後高田市では、昭和の町を市民と行政が苦難を乗り越えてともに造り上げてきた経験と実績があり、長崎鼻や真玉海岸などの誇るべき自然環境も有している。このような観光資源に加えて、『住みたい田舎ランキング』における高い評価や移住・定住支援への取り組みも誘導資源として積極的にアピールに使っている。これにより観光や移住を検討する人々が数多く同市を訪問し、地域活力創造課の相談窓口を訪問し

て、様々な相談を持ちかける構図となっている。

また移住・定住では、子育て世代を敢えてメインターゲットに据えて、「住」「職」「子育て」「教育」の支援を行政が整備をしつつも、これら全てを行政が担うのではなく、地域住民や地元企業がこれまでに行ってきた成功体験に裏付けられた活動と有機的に連携させることで実施されており、そのため移住希望者、行政関係者、地元関係者との間で繋がりが構築され、安心感と信頼が醸成されることによって、移住・定住を後押しするという流れができていくことが示唆された。

地域連携を伴った形で移住・定住者を支援し、結果として人口の社会増という結果に繋がり、これが市役所にとっても大きな自信となり、さらに支援策を拡充し、より丁寧な対応を行おうとする正の循環が組織内で造り上げられてきたものと考えられる。

謝辞

調査にあたって、綾部研究室の荒尾愛梨氏、大波多里菜氏、川辺果宝氏、田原誠那斗氏に多くの支援を得た。ここに記してお礼を申し上げます。また本研究の趣旨を理解し、快く調査に協力を頂きました豊後高田市地域活力創造課の皆様にも深く感謝を申し上げます。

引用文献

- 豊後高田市 (2013). 豊後高田市地域雇用創造計画.
- 豊後高田市 (2015). 豊後高田市人口ビジョン (素案).
- 豊後高田市 (2019). WEB 特集. <https://www.city.bungotakada.oita.jp/gyosei/kouhou/tokusyuu/index.html>. (閲覧日：2022年1月19日)
- 豊後高田市 (2021a). 夢をかたちに、未来に光り続けるまち.
- 豊後高田市 (2021b). 移住・定住に関する説明資料.
- 豊後高田市 (2021c). ぶんどかだ定住ガイドブック.
- 藤井善仁 (2020). 綾部市への人口移動における移住、定住政策の評価. 武庫川女子大学紀要, Vol. 68, 89-97.
- 松見達也・柴田久・石橋知也 (2009). 中心市街地活性化にむけたまちづくり交付金の有用性と管理運用上の課題に関する研究—大分県豊後高田市「昭和の町」の財政的実態に着目して—. 都市計画論文集, Vol. 44, No. 3, 679-684.
- 金木輝明 (2016). 豊後高田市の定住促進策. 第36回宮城自治研修会. https://www.jichiro.gr.jp/jichiken_kako/report/rep_miyagi36/05/0524_jre/index.htm. (閲覧日：2022年1月7日).
- 大分県 (2019). 企業誘致 (市町村別、業種別一覧).
- 斎藤哲郎 (2018). 二地域居住から移住・定住に向けての市町村における施策の現状. 日本不動産学会誌, Vol. 32, No. 2, 44-57.
- 作野広和 (2016). 地方移住の広まりと地域対応—地方からみた「田園回帰」の捉え方—. 経済地理学年報, Vol. 62, No. 4, 324-345.
- 佐保圭 (2016). 大分県豊後高田市「昭和の町」は3つの

戦略の1つ. 日経 BP 総合研究所.

社会保障審議会 (2021). 地域の子育て家庭に対する支援の事例. <https://www.mhlw.go.jp/content/11920000/000793814.pdf>. (閲覧日：2022年2月10日)

総務省 (2010). 平成21年度都市から地方への移住・交流の促進に関する調査報告書.

橋永拓樹・松崎純奈・松崎太地・羽根田涼子・田川優 (2020). 地域資源を活かした観光による振興—豊後高田市における「昭和の町」の取り組み—. 地方自治ふくおか, Vol. 71, 52-59.

若杉英治 (2020). 都市部から農山村地域への人口移動と決定要因に関する日中比較. 明星大学経済学研究紀要, Vol. 52, Nos. 1-2, 41-51.

Abstract

As declining birth rate and aging population are rapidly progressing all over Japan, local cities are attempting to increase the number of migrants while preventing an exodus of residents. This article focuses on the study of the migration and settlement support policies in Bungotakada City, located in Oita Prefecture, to find out the reasons for their success, which has been reflected in a continuous population growth in recent years. In order to achieve this purpose, Bungotakada City's industrial policies, support guidelines for migration, settlement, employment, child care, and education, support for migrants from private organizations, use of websites and SNS for dissemination of information, and the organizational response by the City Hall in charge were analysed in detail. As a result, it was found that by posting information such as tourist attractions and migration rankings according to the media characteristics, the number of people that visit Bungotakada City is increasing, and that support for migration, settlement, employment, child care and education was carried out through the cooperation of the city and the region with families with small children as the main target. In addition, it was suggested that since the one-stop consultation service from pre-migration to post-migration formed close relationships, this service contributes to boosting migration and settlement.

(受稿：2022年5月31日 受理：2022年12月19日)