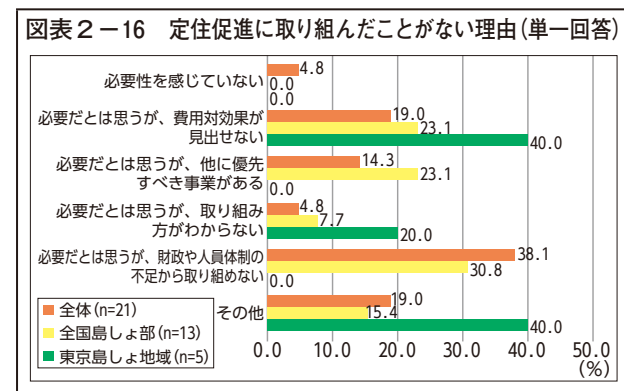


また、その地域になじめるかどうかは、設問並び順下位の「生活物資の調達」「地元のならわし、風習」「先輩移住者の紹介や暮らしぶりの情報」などこそ重要である。しっかりと聞き、きちんと伝えることが肝要である。行政が言いにくい内容は、民間から伝えることも必要だろう。

ところで、移住・定住促進に取り組んだことのない自治体もあるわけで、全国では3割前後、東京島しょでは5割以上の自治体に取り組んでいない（P23）。理由は、「必要だとは思いますが、財政や人員体制の不足から取り組めない」「必要だとは思いますが、他に優先すべき事業がある」という理由が多く、また「必要だとは思いますが、取り組み方がわからない」を挙げる自治体もある（P24図表2-16）。したがって、必要性自体は認識していると理解でき、ノウハウや効果が見えれば、取組は増えるのであろう。

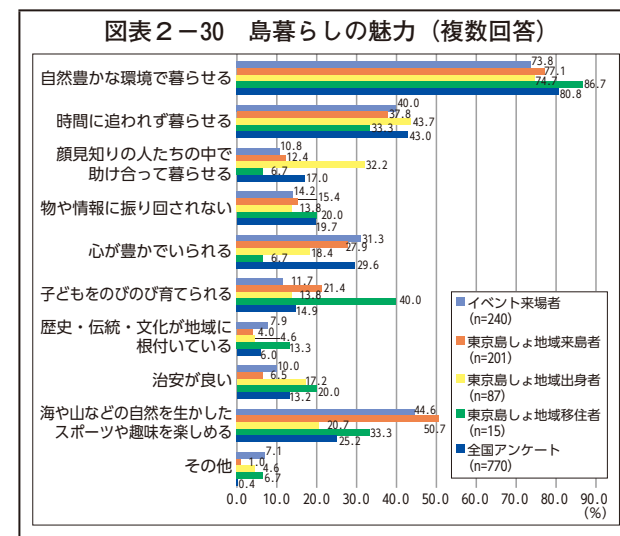


ここで一步踏み込んで考えるべきは、自治体の課題と解決の方向性である。そもそも、抱えている課題は、移住で解決できるのか、交流人口増加を図るのが適切なのか、他にも選択肢があるのか。移住で解決するとしたら、それはUターンで出身者に戻ってきてもらうのか、あるいは縁も所縁もない方を呼び込むのか。孫ターンのように、多少はかかわりがある方とするのか。それによって、施策に違いが出てくる。

島への移住については、約2割の方が具体的なし漠然と考えたことがあると回答している（P35）。そして、ほぼ9割の方は継続的な居住を望んでいる（P29）。それら人々が考える島暮らしの魅力は、「自然豊かな環境で暮らせる」

「時間に追われず暮らせる」「心が豊かでいられる」「自然を生かしたスポーツや趣味を楽しむ」などである（P37図表2-30）。

しかし、自然豊かな環境というのは反面、虫や獣、繁茂する雑草との闘いという面もあろうし、自分で何でもしないとイケないため、意外に忙しい。島に対する一面的なイメージや憧れではなく、実際の多面的な姿を知ってもらい、島側と移住希望者との意識のギャップを解消するような情報発信が必要である（P45）。



現在、離島市町村の多くは、試行錯誤を繰り返しながら、発信する情報、支援策をブラッシュアップしているところである。上記理由のなかで、費用対効果が見出せない、取り組み方がわからない、という自治体にとっては、本報告書は、ひとつの手引きとなるだろう。

### 3. 島しょ地域における定住促進の課題／解決の方向性について

本章では、先行事例が紹介されている。特に重要と思われるものは、鹿児島県種子島U・Iターンサポートセンターの取組と山口県周防大島町の取組（P62～64）である。

詳細は、報告書をお読みいただくとして、これらの重要な点は、島での暮らしを、具体的にイメージさせるところにある。種子島U・Iターンサポートセンターについては、既に、全国町村会の「町村週報」、(株)ぎょうせい発行の『月刊地方財務』などで取り上げられており、目に

した方もあろうが、あらかじめ移住希望者の職歴や家族構成、希望などを確認したうえで、家族そろっての下見を勧め、勤め先、学校、家主などとの面談を一気に済ませ、また、先輩移住者との交流もセットし、移住する前から、島での生活について収支も含め具体化できるようにし、移住後も、ライフプランニングまで踏み込んだアドバイスをするものである（なお現在、HPは改修中で報告書のURLではアクセスできない）。

一方、周防大島町の定住促進協議会では、HPで公開している動画「回帰」が、全国移住ナビの動画コンテストで全国1位に輝き、総務大臣賞を受賞したが、お試しツアーなどの取組でも、移住の動機、移住して何がしたいのか、実行するためのスキル等はあるか、生計は立つのか等を移住希望者自身に考えさせる工夫があり、相談窓口にIターンのファイナンシャルプランナーが立つという支援策は全国唯一である。

両組織のキーパーソンはいずれも民間、かつ移住経験者であるため、このような支援や情報があると助かる、という思いを実践されており、かなりの効果を上げていていると聞く。

### 4. 調査報告書の活用方法

移住定住促進に取り組もうという自治体担当者は、3章から読むのが良いだろう。先行事例により、イメージを把握しよう。本書掲載事例の主体は、①目的に沿った移住ターゲットの設定、②多様なサポート体制の構築、③地域全体で危機感を共有（P66）というポリシーのもと、定住促進を行っている。このことをまず、我がものとすべきである。

上記が骨身に染みたら4章に進み、具体的な対応、施策づくりにつなげていこう。ポイントは、移住希望者に対しては、①漠然とした不安を取り除く、②あこがれだけの移住をなくす、③移住前に人間関係を構築する（P75）ことであり、受け入れ側に対しては、①ファミリーや継続的居住にこだわらない、②島全体で危機感

を共有する、③島に対するイメージをつくる（P76）という視点である。

その際に参考となるのは5章である。ここでは、限られた資源を有効活用し、効率的・効果的な事業展開のために、移住希望者のライフステージ別、居住の継続性別に、定住促進のターゲットを絞り、①「単身の若者」×「短・中期の滞在」、②「ファミリー層」×「一時的な移住」、③「リタイア層」×「継続的な居住」の3つのパターンで、施策モデルを提示している。先行事例のエッセンスが凝縮されている。

とはいえ、このモデルは入り口に過ぎない。移住してからのち、移住者と地域住民との関係をどのように取り持ち、地域に溶け込ませるか。それこそが、真の課題と言えよう。移住定住の支援は点であるが、定着への支援は線や面である。数年で異動がある自治体担当者としては、ある時点で人や地域に関わることは可能であるが、継続的に関わることは難しいのではないか。その意味で、種子島や周防大島の事例のように、民間が主体で、あるいは民間の力をうまく活用し、途切れないサポートを目指すことが必要となるのではないか。

### 5. おわりに

移住定住を施策に据えても、一過性の取組で終わると、移住者が反感を持って別の地域に移る、ということもあるだろう。逆に、移住者が移住者を呼ぶ現象も見られる。

選ばれる移住先というのは、実際に存在する。昨今の都市自治体にみられるように、住民の取り合い奪い合いは、いかがなものかと思うけれど、熱い思いを持って、都市から地方に移住したいという方のニーズに応えることは、わが国全体を考える上で必要なことである。

本報告書を参考に、東京の島しょ自治体のみならず、全国の関係自治体において、移住定住促進の取組が増えることを願うものである。移住者に選ばれるまちは、住民にとっても住みよいまちであろうから。そのことまでも意識した地域づくりを行っていただけたらと思う。