

5章 東京島しょ地域における移住(定住)促進の可能性



4章までに述べてきたように、全国島しょ部の自治体において、「居住・生活」、「就労・雇用」、「教育・文化」、「医療・福祉」、「救急・防災」、「情報・通信」分野のハードルに対し、対象者のライフステージや居住継続性別に多様な取り組みが進められていることが分かった。

これらの取り組みを踏まえつつ、東京島しょ地域の実情に合わせ、効率的・効果的な定住促進のあり方をターゲット別（ライフステージ別、居住継続性別）の施策モデルとして例示する。

アンケート調査の結果からもわかるように、ファミリー層や永住のみをターゲットとしていくことは難しく、単身若者が島内で家族を築くということも視野に入れ、長期的視点でターゲットを捉えていくべきである。また、リタイア層においても新規の雇用を必要とせず、人口増や税収増に貢献してくれるという点では、ターゲットとしていく価値はあると考えられる。そのため、以下の3つのモデルを想定して施策を提示する。

なお、定住促進の方法自体は数多く存在するが、限られた資源の中でポイントやターゲットを絞って実施するべきと考えられるため、この施策モデルにおいても特に重要な事項に絞って提案している。

5-1 「単身若者」×「短中期の滞在」を対象とした施策モデル

5-2 「ファミリー層」×「一時的な移住」を対象とした施策モデル

5-3 「リタイア層」×「継続的な定住」を対象とした施策モデル

5-1 「単身若者」×「短中期の滞在」を対象とした施策モデル

- ・「居住・生活」では、ファミリー層とは異なった戦略が必要
- ・「就労・雇用」では、若者が夢を追いチャレンジしていける環境が重要
- ・情報発信では、若者の気を引くコンテンツの整備が重要

図表 5-1 「単身若者」×「短中期の滞在」を対象とした施策モデル

分野	ライフステージ			居住継続性			ハードルの詳細	取り組み
	単身	ファミリー	リタイア	短中期	一時的	継続		
居住・生活	◎			○	○		<ul style="list-style-type: none"> ●単身者向け住宅の整備 ●結婚・出産支援の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ●既存住宅をシェアハウスとして利用(中) ●継続的居住に向けた婚活支援(小)
就労・雇用	◎	○		○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ●若手を育成する環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ●新規就農(漁業)支援・ワーキングホリデーの実施(中) ●若者の志向に合わせた求人情報等の提供(小)

※「◎」は特に優先すべき施策

I. 既存住宅を「シェアハウス」として利用

4章でも述べたように、居住環境を整備するにあたっては、公営住宅の整備、空き家の活用といった手法がある。しかし、一歩進めて考えると、定住のターゲットを単身若者にするのか、ファミリー層にするのかで、求められる部屋の大きさ、間取り等も変わってくる。

現在、全国的に空き家となっているものの多くは、元々、家族が生活するために建てられたものであり、単身者が生活するには、広すぎる場合がある。そのような中、特に都市部では、大きな家を複数人で生活できるように改築をすることで、1人当たりの家賃を軽減する「シェアハウス」が増えてきている。また、居住者同士の交流や複数人で生活するにぎやかさを求めて、生活空間を共有する「シェアハウス」を選ぶ若者も増えている。

そこで、島にあるファミリー世帯用の物件を「シェアハウス」として改築をすることで、新たに単身者用の住まいを整備することなく、居住に関するハードルを下げることができる。「シェアハウス」の整備にあたっては、公営住宅として自治体が用意することや、リフォーム助成を活用し民間の賃貸物件として用意することが考えられる。

また、「シェアハウス」の副次的な効果として、移住者が交流できる環境を作り、移住者同士のコミュニティが形成されることで、移住の悩み相談や島で今後やりたいこと等の夢を語り合うこともでき、若者移住者にとってより良い生活環境を整備できる可能性がある。

II. 新規就農(漁業)支援・ワーキングホリデーの実施

移住(定住)意向調査において、単身若者は、島暮らしに求める環境として、住まいよりも仕

事を求める傾向にある。また、今までの職業経験は浅く、これから様々な技術を習得し、どのような仕事をして生活していくか検討している段階にある。そのようなことから、単身若者が島内で仕事をしやすくするためにも、新規就農(漁業)支援といった育成制度の構築や仕事内容を体験・イメージできるようなワーキングホリデー等のお試し就業の取り組みが求められている。

事業立案にあっては、島の農業・漁業等の地場産業の担い手がどのような状況にあるかを把握し、技術を指導できる人材や移住者を受け入れ可能な事業者の確保や体制づくりを進めることが必要となってくる。また、カリキュラムや支援方策、人数や育成期間等を検討する際は、例えば、体験だけは気軽に参加できるように期間を短くすることで、若者の志向・特徴に合わせアレンジすることが必要である。

単身若者は、ファミリー層、リタイア層と比べ、自分の意思のみで移住を決定することができる。そのため、ワーキングホリデー等で実際に島での仕事や生活を体験させ、気に入ればすぐに移住してくれる可能性もある。また一方で、若者移住者が地域資源を活用して起業した事例もある。一般的に外から入ってくる物や発想は敬遠しがちであるが、ビジネスプランコンテスト等を行い、「よそ者」である若者移住者のチャレンジ精神や発想等を認めてサポートするような島内風土を構築していく必要もあるだろう。

Ⅲ. 継続的な居住につなげるための婚活支援

単身若者をターゲットとした場合、島に定着し、家族を築いてもらうためにも婚活支援を行っていくことが必要となる。単身若者が結婚することで、島内に生活の基盤を固めることができ、その後の流出を抑制する可能性もある。

4章でも述べたが、実施にあたっては様々な手法があり、一般的には島内在住の男性と島外在住の女性で行われる場合が多くなっている。内容としても島の食材を使った鍋を囲むものや島の観光名所を巡るもの等があり、期間も数時間のものから1泊2日程度のものまで様々となっている。

Ⅳ. 若者の志向に合わせた求人情報等の提供

現代の若者は、インターネットやスマートフォンを活用して情報を収集している。そのような時代背景に合わせて若者の興味を引くようなPRを行っていく必要がある。

移住(定住)意向調査において、単身若者は、雇用の場や住まいといった基本となる情報に加え、インターネット等の通信インフラの状況や移住者の体験談、島の暮らしをイメージできる情報を他のターゲット以上に求めている傾向にある。

島の暮らしをイメージさせるために、例えば、周防大島町の「あなたの移住を物語に」(P. 62)のように動画を使って島の魅力や移住までの流れ、若者移住者の体験談等を掲載することでより効果的に若者に対し島の暮らしをイメージさせることができる。

島にとっても、魅力発信として紹介動画の作成を行うことは、島のセールスポイントを改めて認識するとともに、より良いイメージの映像を作ろうとすることで、島の魅力向上のきっかけにもなると考えられる。特に単身若者へ訴えかけるためには、「楽しい」や「明るい」といった雰囲気・イメージが重要となり、島外へ向けた情報発信に取り組むことがその第一歩になると考えられる。

5-2 「ファミリー層」×「一時的な移住」を対象とした施策モデル

- ・「居住・生活」「就労・雇用」では、生活基盤の安定・安心感を整えることが必要
- ・子育て世代は、子どもの医療、教育環境も重視

図表 5-2 「ファミリー層」×「一時的な移住」を対象とした施策モデル

分野	ライフステージ			居住継続性			ハードルの詳細	取り組み
	単身	ファミリー	リタイア	短期	一時的	継続		
居住・生活	○	◎	○	○	○	○	●賃貸可能な物件情報の不足	●借りられる物件情報の提供(中)
就労・雇用	○	◎		○	○	○	●収入の安定性の確保	●収入が確保できるインターン事業(中)
教育・文化		◎		○	○		●島の教育事情への不安	●島ならではの教育環境の整備(小)
医療・福祉		◎	◎	○	○	○	●島の医療体制への不安	●子どもの医療体制についての情報提供(小)

※「◎」は特に優先すべき施策

I. 借りられる物件情報の提供

移住（定住）意向調査において、ファミリー層は、空き家情報等の住宅取得に関する情報を求めており、島にどのような物件があるのかを情報提供していく必要がある。

島は可住地が限られていることに加え、新築によって住宅を建設することは財政的な負担を増やすことにつながる。そのため、既存の未利用の住宅を活用することも重要な視点となってくる。東京島しょ地域でも空き家実態調査を行っている自治体は2団体あるが、その他の自治体では未実施となっている。危険な空き家を発見するためではなく、移住者に貸すために、空き家の老朽度や権利関係を把握していく必要がある。

空き家の中には、ほとんど使用されていないにもかかわらず、家財道具があるから等の理由により貸し出されないものも多い。そのような場合は、賃貸することを条件に家財処分の補助をする等、持ち主が賃貸しやすい環境を整えていく必要もある。また、持ち主が自身と無関係な人への賃貸を嫌がる場合は、自治体が空き家を借り上げ、移住者に賃貸していくことも考えられる。

このように、地域の実情に合わせ、空き家や賃貸可能な物件の掘り起こしを行ない、ポータルサイト等を活用し物件情報を提供することが求められている。また、空き家は全国的にも増え続けており、継続的に空き家を探し続け、新規物件を提供することが必要である。

II. 収入が確保できるインターン制度

移住（定住）意向調査において、ファミリー層は移住前に欲しい情報として、住宅取得や雇用に関する情報を求めている。これは、ファミリー層の場合、扶養をしなければならない家族が

世帯内にいる可能性が高く、単身若者やリタイア層と比べ、移住にあたり生活基盤の安定や安心感を求めていることが推測される。また、島での生活費は、都市部と比較すると安価に思われがちではあるが、生活物資の輸送コスト等の経費がかかり、必ずしも安価とは言えない。

ファミリー層に対し移住への安心感を与えるためには、月々一定の収入が確保できるインターン事業等により、収入に関する不安を和らげることも求められる。

事業立案にあたっては、「新規就農（漁業）支援・ワーキングホリデー」と同様に、島の産業の担い手がどのような状況にあるのかを把握するとともに、長期に及ぶ投資（補助）になるため、インターン事業に参加する移住者の採用にあたっては、面接等を通じて長期的な移住への意向があるか等の条件を厳密に確認していく必要がある。

Ⅲ. 子どもの医療体制についての情報提供

移住（定住）意向調査において、「実際に島に住んでいる、または、住んだことのある人」と「島外居住者」では、医療体制に対するハードルとしての捉え方に大きなギャップがあった。これは、離島の医療がどのように取り組まれているのかを十分知らないため、漠然と不安を感じている人が多いと推測される。

また、ファミリー層は、移住を考える際に欲しい情報として医療・福祉体制を挙げる人が他のライフステージの人々よりも高い割合で挙げられている。これは、子どもの突発的な病気や怪我に対する医療体制についての関心が高いからだと考えられる。

東京島しょ地域では、各島で診療体制が整っており、また、東京消防庁と連携した救急搬送体制等、他の離島に比べて環境が整備されている部分もある。このような情報をポータルサイト等でしっかりと伝えることで、漠然とした不安を取り除いていくことが求められる。

Ⅳ. 島ならではの教育環境の整備

インタビュー調査において、地域に子どもが多いとその地域はにぎやかになり、活性化するという意見があった。また、移住（定住）意向調査において、ファミリー層は、子育て環境を重視しており、子どものいるファミリー層をターゲットとするならば、子育て・教育環境を整備していくことも必要となってくる。

移住希望者が、島の魅力として、豊かな自然環境や子どもをのびのび育てられる教育環境を挙げていることを考えると、海士町の「隠岐島前高校の地域創造コース」(P. 55)のように離島という環境を活かした都会にはないカリキュラムを整備するとともに、公設の学習塾を設置し、教育環境を整備していくことが求められていると推測される。

また、教育環境を整備するだけでなく、しっかりと情報発信していくことで子育てに対する不安を解消していくことも必要となってくる。

5-3 「リタイア層」×「継続的な居住」を対象とした施策モデル

・「居住・生活」では、島暮らしへの適応対策や生活環境について整備が必要
 ・「医療・福祉」では、離島医療の実情や日常の診療体制に関する情報提供が重要

図表 5-3 「リタイア層」×「継続的な居住」を対象とした施策モデル

分野	ライフステージ			居住継続性			ハードルの詳細	取り組み
	単身	ファミリー	リタイア	短中期	一時的	継続		
居住・生活	○	○	◎			◎	●島暮らしへの適応	●島のならわしや風習についての情報提供(小)
			◎			◎	●余暇時間の有効活用	●余暇時間を過ごす場の提供(中)
	○	◎	◎			◎	●生活コストへの不安	●生活費の試算を提供(小)
医療・福祉	○	◎	◎	○	○	○	●島の医療体制への不安	●離島医療に関する情報提供(小)

※「◎」は特に優先すべき施策

I. 島のならわしや風習についての情報提供

リタイア層の移住は、他のターゲットに比べて敬遠されがちではあるが、人が移り住むことによるコミュニティや地域商店等の維持には一定程度の効果があると考えられる。

移住(定住)意向調査において、リタイア層は、移住を考えるにあたり欲しい情報として、島のならわしや風習といった、地域の慣例・慣習等を挙げる割合が他のライフステージよりも高かった。これは、島のコミュニティや生活にとけ込めるかについてハードルとして感じているとともに、島のならわしや風習についての情報提供が十分ではなく、漠然とした不安を感じている移住希望者が多いものと推測される。

このようなことから、リタイア層向けに島での生活が実際はどのようなものなのか、風習等と併せて、本土や島内等で移住希望者の目の前に島暮らしの現状を説明する「田舎暮らしの講座」等を開催することも効果的と考えられる。

II. 余暇時間を過ごす場の提供

リタイア層が移住する際は、仕事を含めた人生がひと段落し、今までできなかったこと等を行うことで、今後の生活を実りあるものにするために移住してくることが想定される。移住(定住)意向調査において、リタイア層は、島に生涯学習の環境を求めており、島での余暇の時間の過ごし方がどのようなものなのかを重視している。

このようなことから、リタイア層をターゲットとした場合、耕作放棄地を活用した交流体験農園等、島の豊富な自然を生かしながら、リタイア層が楽しめる余暇時間を過ごす場の提供をしていくことも必要と考えられる。

Ⅲ. 生活費の試算を提供

リタイア層が生活していく場合、年金や今までの蓄えから生活費を捻出していくことが想定される。島の物価は、輸送コスト等の関係もあり都市部より割高な場合もあり、生活するに当たりどの程度の費用が発生するのかが不安な面でもある。移住した場合の年間生活費の想定や物価等を情報提供することで、今の年金や貯蓄で生活できるのか移住希望者が把握することができる。また、生活費の試算については、一般的にはファミリー層で重要視される部分ではあるが、どのターゲットにおいても必要になる部分でもあり、対象に合わせた試算を提示していく必要がある。このような情報を田舎暮らし講座等で紹介することで、移住者の不安解消につながると考えられる。

Ⅳ. 離島医療に関する情報提供

移住(定住)意向調査において、リタイア層が島暮らしに対して持つ悪いイメージとして、「医療体制に不安がある」が他のライフステージの人々よりも高い割合で挙げられている。

これは、実際に島に住んだことがないために、島の医療体制について漠然とした不安を考えていることが推測される。また、リタイア層は、移住前に緊急時の救命救急体制についての情報が欲しいとも挙げている。

島の医療体制についての情報発信は、どのライフステージにおいても必要となってくる項目ではあるが、対象に合わせた提供内容と方法を考えていく必要がある。

例えば、リタイア層をターゲットとするならば、通院等の日常的な医療体制や介護福祉施設の状態、救命救急体制等をポータルサイトに加えて、ターゲットが手に取りやすく、わかりやすい、パンフレット等の媒体を活用し情報提供していくことも求められる。