

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

山梨県の東の玄関口から発信する移住促進情報とサテライトオフィスや活性化施設を活用した魅力発信・若者交流事業計画

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

山梨県上野原市

### 3 地域再生計画の区域

山梨県上野原市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

##### ●（若年層の流出）

当市は東京圏に近い立地条件から、子どもの頃から買い物や遊先が東京圏になりやすく、進学や就職先に関しても大学や企業が多い東京圏が選択肢となる。このため、物理的・心理的に東京圏への転出のハードルが他の地方圏に比較して低く、進学や就職を契機に転出してしまう若者が多い。このことは、市の人口ビジョンの各年層別の人口移動数にも現れており、20～24歳が25～29歳になる際に800～900人程度減少しており、他の年齢層と比較しても突出している。

##### ●（空き家バンク制度の認知不足・移住者に対する不安）

H27年度から当市でも移住促進の取組を進めており、空き家・空き店舗バンクを活用した取組では、当初の登録件数4件からR3年12月現在は登録139件、成約90件、移住者97人と一定の成果は上がっている。しかし、空き家の現地調査を進めるなかで制度について知らない所有者もまだ多く、知らない人が移住してくることへの心理的抵抗感で登録まで進まないケースも少なくない。

##### ●（市の知名度不足）

市外者への移住促進PRとして、市HPでの情報発信や移住イベントへの参加

等を行っているが、イベント等でのアンケート結果からも当市の認知度が低いことが分かっており、そもそも移住先の選択肢に入っていない。また、H30年度には上野原駅南口に観光案内所を兼ねた活性化施設が完成しているが、市には誰もが知るような観光資源や特産品がなく市の知名度がないため利用者も年間 10,000 人程度と伸び悩んでいる。

●（産業と希望する仕事とのミスマッチ）

RESAS の産業構造マップによると、当市の産業構造は製造業、卸・小売業、建設業で合計 52.6%と半数を超え、主要産業となっている。一方、当市への移住希望者が求める仕事は、IT スキルや豊かな自然環境を活用したサービス業やマイクロビジネスの起業希望が多く、ミスマッチとなっている。

●（先端的な仕事の学習や体験不足）

若年層が、先端的な仕事やスキルを学んだり経験する機会が市内にはないため、そうした機会を求めて東京圏に転出してしまおう。

#### 4-2 地方創生として目指す将来像

**【概要】**

●当市は山梨県の東の玄関口に位置し、東京都心から 60~70 キロメートル圏にある一方、1,000 メートル級の山と桂川などの河川に囲まれた、変化に富んだ自然豊かなまちである。東京圏への距離だけでなく、JR 中央本線や中央自動車道、国道 20 号が市内を横断し、交通のアクセスも良い。しかし、東京圏に近いことが転出へのハードルを下げ、若年層の流出に繋がってしまっている。このため、東京圏に近いことを強みに、豊かな自然環境と利便性を求める東京圏 3,000 万人に魅力を訴求することで、当市への移住を促進していく。

●新型コロナウイルス感染症やデジタル化へと進む社会情勢を追い風に、サテライトオフィス等のテレワーク施設を活用することで、既存の産業だけでなく移住者の求める仕事や若者が東京圏へ行かなくてもできる仕事の環境を整える。

●移住の促進やサテライトオフィスの活用を進めるためにも、多数の人に知ってもらうことは重要である。このため、山梨県の東の玄関口という特徴を活かし、県中央部まで行かなくても県の特産品を購入することができるようにすることで、当市を訪れてもらい、魅力を感じてもらおう。

●東京圏からのアクセス（利便性）と豊かな自然環境を訴求することで、他の

地域と差別化し、「若者が住みたくなるまち上野原」を目指していく。

**【数値目標】**

K P I	事業開始前 (現時点)	2022 年度増加分 1 年目	2023 年度増加分 2 年目
移住者数(人)	97	10	15
空き家・空き店舗の登録件数(件)	139	15	20
施設利用者数(研修会やイベント 参加者)(人)	0	60	40
YouTube 再生回数(回)	0	100	100

2024 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
20	45
25	60
50	150
100	300

**5 地域再生を図るために行う事業**

**5-1 全体の概要**

5-2の③のとおり。

**5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業**

○ 地方創生推進交付金(内閣府) : 【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

山梨県の東の玄関口から発信する移住促進情報とサテライトオフィスや活性化施設を活用した魅力発信・若者交流事業

③ 事業の内容

### (1) 移住促進情報発信事業

- ・市内に住む（移住者を含む）クリエイター等の協力を得て、本市への移住者や移住者を受け入れた市民等取材し、移住者の人柄や地域との関係性等が伝わるよう Youtube や SNS で動画による情報を発信する。また、併せて動画の内容をチラシ等にまとめ、市の広報誌や行政回覧等で市内に周知を行う。定期的な情報発信により、市外者が本市の移住者情報を認知する機会を増やすと同時に、市民に対しても空き家バンク制度の周知を図り、移住者に対する理解を深め、心理的な抵抗感を減らすことで空き家の登録物件を増やしていく。

- ・併せて実際に移住した人、移住を希望している人、受入れ側の市民が顔を合わせる「交流会」を開催することで、お互いを知り、理解を深める機会を創出する。それをさらに情報発信することで正の循環を進めていく。

### (2) サテライトオフィスを活用した若者交流事業

- ・市では都市部から職を変えずに仕事ができる環境を整備するため、サテライトオフィス整備に対する支援を行っている。R3 年度末には旧旅館をリノベーションした施設が、JR 中央本線上野原駅から徒歩 30 秒の位置に開設する。市内には 2 つの高校（上野原高校と日大明誠高校）と 1 つの大学（帝京科学大学）があり、両高校生や大学生（約 2,000 人）を含め、東京圏への通勤・通学者が多数上野原駅を利用（乗降平均 10,000 人/日）している。この立地を活かし、サテライトオフィスのコミュニティスペースを使い、入居企業等と若年層や移住者を対象にした事業を次のとおり実施する。

- ・入居企業や利用者、スキルをもった移住者の仕事や技術を学べる勉強会や仕事内容を知れる交流会を開催

- ・市内で起業を考えている移住者等を対象に起業・創業セミナーや研修会を開催

- ・また、(1) の事業に絡み移住希望者を対象にした移住相談会や、移住者、移住希望者、市民が集う交流会を開催し、相乗効果を狙う。

### (3) 活性化施設魅力発信事業

・上野原駅南口にある活性化施設では、東京圏からの距離と山梨県の東の玄関口という特徴を活かし、県内の特産品（ワイン等）を多数そろえ、都心から1時間程度で山梨の特産品を購入することができる魅力をPRする。このため、定期的にミニイベントを開催するとともに、フードイベンターの協力を得て、都内のワインイベント等でも当市をPRして来客を促していく。すでに全国的に認知されている県内の特産品（ワイン等）を軸に、上野原を知ってもらうことで魅力を市外者に訴求する。また、上記①、②の事業と協働することで、当市を訪れた人を移住やサテライトオフィス利用に繋げる。

## ④ 事業が先導的であると認められる理由

### 【自立性】

交流会やセミナーは運営者を事業参加者の中から育成することでコストを低減すると同時に、参加費による収益で自立していく。活性化施設イベント等については、来場者が増えることによるイベント収益の向上により自立していくことを見込んでいる。

### 【官民協働】

民間の強みである動画作成やイベント等の実施、それに係る情報発信力などの専門性を必要とする部分は民間が、行政の強みである信頼感からくる移住者や企業等の人を繋げる部分や初期の財政支援については行政が担うことがポイントである。

### 【地域間連携】

山梨県の東部地域3市3村（上野原市・大月市・都留市・道志村・小菅村・丹波山村）では、移住担当者の連絡会があり、移住に関する課題や成果の出ている取組などの情報共有を行っている。東部地域の地域性は似通っていることから、当該事業の成果や課題を共有することで他の市村にも活用することができる。

### 【政策間連携】

当該事業の主な目的は移住の促進であるが、東京圏からのアクセスと豊

かな自然環境、山梨県の東の玄関口という市の特徴を強みとし、その魅力を発信することで多くの人に訪れてもらうことは観光施策の成果にも繋がるものとなる。また、移住者や施設利用者等と連携することで、市内の若年層に今までにない体験や経験を提供することができ、将来の人材育成にも繋がる。

#### 【デジタル社会の形成への寄与】

- ・ Youtube や SNS を活用した動画による情報発信（プロモーション）
- ・ サテライトオフィスを活用した入居企業や利用者、スキルをもった移住者の仕事や技術を学べる勉強会や仕事内容を知れる交流会を開催
- IT スキルを持ったデジタル人材からスキルや仕事内容を学ぶ機会を設けることで、将来のデジタル人材の育成に繋がる。

#### ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

#### ⑥ 評価の方法、時期及び体制

##### 【検証時期】

毎年度 5月

##### 【検証方法】

上野原市まちづくり委員会に、KPIの達成状況を含めた事業実施結果（実施概要とその結果、そこからの課題等）を報告し、第三者の視点から、各事業に対するアドバイスや指摘をもらい検証を行う。

##### 【外部組織の参画者】

帝京科学大学(予定)、上野原市商工会(予定)、上野原青年会議所(予定)、上野原市観光協会(予定)、山梨中央銀行(予定)、ハローワーク大月(予定)、山梨日日新聞社山梨放送(予定) 等

##### 【検証結果の公表の方法】

上野原市のホームページ等にて公表

#### ⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 12,590千円

#### ⑧ 事業実施期間

2022年4月1日から2025年3月31日まで

⑨ **その他必要な事項**

特になし。

**5-3 その他の事業**

**5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置**

該当なし。

**5-3-2 支援措置によらない独自の取組**

該当なし。

**6 計画期間**

地域再生計画の認定の日から2025年3月31日まで

**7 目標の達成状況に係る評価に関する事項**

**7-1 目標の達成状況に係る評価の手法**

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

**7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容**

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に7-1に掲げる評価の手法により行う。

**7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法**

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。