

令和3年3月31日

陸前高田市長 戸羽 太 様

請負者名 特定非営利活動法人 高田暮舎  
理事長 岡本翔馬  
住 所 陸前高田市高田町字荒町33番地  
陸前高田市チャレンジショップC-2

### 事業実績報告書

令和2年4月1日に契約を締結した陸前高田市移住定住総合支援業務の実績について、別紙のとおり報告します。

(別紙)

○業務の名称	陸前高田市移住定住総合支援業務						
○事業主体	特定非営利活動法人高田暮舎						
○履行場所	陸前高田市内他						
○履行期間	着手	令和2年4月1日					
	完了	令和3年3月31日					
○事業の内容							
<b>1 事業の目的</b>							
平成28年に策定した「陸前高田市まち・ひと・しごと総合戦略」の趣旨を踏まえつつ、本市における人口減少と少子高齢化の問題に対処すべく、首都圏など都市部からの移住者の受入れによる地域活性化を図るため、移住希望者のニーズに合わせた情報提供から移住後のフォローまで切れ目のない支援を行うことによって、陸前高田市への定住や新たな移住を呼び込むことのできる地域づくりを進めることを目的とする。							
<b>2 業務の内容</b>							
上記の目的を実現するため、以下の業務を遂行した。							
<b>(1) 移住定住サイト運営および更新業務</b>							
<b>【年間事業テーマ】</b>							
・ポータルサイト管理、更新及び整備（メインビジュアル更新年4回）							
<b>【年間目標・実績】</b>							
・LINE アカウントの開始							
・ポータルサイトの改修準備							
		目標	実績	達成率			
	・ポータルサイトのメインビジュアルの更新	4	4	100%			
	・コラム記事 50 本掲載	50	50	100%			
<b>▼年間 PV 表</b>							
令和元年度							
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
閲覧件数	12,373	11,668	10,532	11,684	10,933	12,554	9,790
	11月	12月	1月	2月	3月	平均	合計
閲覧件数	11,404	10,066	11,646	11,441	15,766	11,654	139,857
令和2年度							
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
閲覧件数	17,964	13,096	16,555	17,077	15,749	17,114	16,842
	11月	12月	1月	2月	3月	平均	合計
閲覧件数	17,367	17,726	20,631	23,109	22,956	18,016	216,186

(別紙)

【考察】

サイト内で、多く閲覧されているのは「家を見つける」「移住者に聞く」「仕事を探す」となり、特に「家を見つける」は、サイト内全体のページビュー数のうち半分を占めており、特に関心が高いコンテンツである。また本年度は、各コンテンツにおいても定期的な更新を実施し、ポータルサイト全体の平均アクセス数も昨年度に比べて1.5倍増加した。

【課題】

本年度ポータルサイトのPV数を増やすことができたが、今後はサイトを閲覧した方が、各事業のサービスを利用しやすくなるような動線設計が重要であり、各事業における広報戦略の見直しを行うことが必要である。

【次年度以降への検討事項】

移住者に対して正確な情報を提供するサイトとして、継続して実施する。それに加えて、各事業のサービス利用につなげる動線を作成するため、サイトの改修を検討する必要がある。

(2) 高田暮らし空き家バンクの登録件数の拡充

【年間事業テーマ】

- ・地域で空き家を保守・保全する考え方の浸透
- ・所有者の空き家に対する認識改革

【年間目標・実績】

	目標	実績	達成率
所有者の把握、所有者又は関係者からの問い合わせ	50	32	64%
空き家バンクの掲載・登録	25	15	60%
新規空き家の把握	60	61	101%
利用問い合わせ	50	52	104%

▼高田暮舎 宣伝活動および開催イベント

開催時期	宣伝活動	業務内容
4月	空き家バンク周知のための広報物市内全戸配布	市内にある7000件に対して、7000件の全戸配布を実施
	市外の空き家所有者へ広報物配布	市外にいる空き家所有者に対して、300件の配布を実施
5～6月	コミュニティセンター訪問(全8町)	コミセン職員への啓蒙活動 コミセンへのパンフレット設置
	空き家オンラインセミナー	空き家所有者に向けたオンライン勉強会の実施
7月	民生委員定例会訪問(全8町)	民生委員や社会福祉協議会への空き家バンク周知活動
	シルバー人材センターへのヒアリング	シルバー人材センター職員への空き家バンク周知活動

(別紙)

	住田町役場視察	空き家勉強会の実施
8月	市内空き家活用ハンドブックの設置	市内5ヶ所(アバッセたかた、マイヤ高田店、米崎店、川の駅よこた、道の駅高田松原) 各50部 合計250部
	道の駅空き家活用ハンドブックの設置	お盆に向け、ハンドブックの設置による空き家バンク周知活動
9月	みんなの学校にて空き家勉強会	まちづくり協働センター主催イベントに参加し、市内在住者11名に向け空き家の勉強会を実施した。
	民生委員会長への訪問(全8町)	民生委員や社会福祉協議会への空き家バンク周知活動
	福祉施設 陸前高田	福祉施設への広報活動
10月	広報たかた連載開始	市内への広報活動を拡大するため、月に1回空き家に関する記事の発信
11月	市議会議員との空き家勉強会	市議会議員5名と空き家勉強会の実施
12~1月	東海新報連載開始	市内への広報活動を拡大するため、月に1回空き家に関する記事の発信
	空き家サポート勉強会	空き家勉強会の実施
	市内空き家活用ハンドブックの設置	年末に向け、寺院やお寺など市内5箇所ハンドブックの設置
	年賀状及び案内の送付	空き家の所有者や空き家バンク利用者等、関係各所への送付を実施
2月	所有者へのヒアリング(全4件)	空き家所有者&バンク登録者へのヒアリングを実施

**【考察】**

昨年度に比べて、空き家所有者の相談も増えており、地域周りや広報活動の強化が寄与していると考えられる。しかし、登記や残置物等の事情で、空き家バンク登録を進めることが難しい物件や申請から登録までの時間を多く要する物件もあった。所有者にアクセスすることができても未登記・相続などの理由で登録につながらない物件の存在も増えてきている。

**【課題】**

相続や登記をしていない物件があり、その手続きに時間を要するため、所有者から空き家の相談を受けてから、空き家バンク登録に至る所要時間が長くなる。25件以上の空き家バンクの登録申請はあるものの、相続登記の未登記により所要時間を要しているため、登録件数が達しなかった。

**【次年度以降への検討事項】**

家屋の状態悪化や放置を軽減し、空き家の早期利用に繋げるため、地域全体で

(別紙)

空き家を未然に保全する観点が非常に大切である。その実現には、地域の核となる住民や市内業者（社会福祉協議会など）との連携のみならず、市役所の関係部署（保健福祉課など）との連携も検討したい。今後、空き家バンク掲載・登録件数が増えていくことを考えると、現在5社ある物件取扱業者（不動産会社）の拡充も検討する必要がある。また、新規移住者に加えて、すでに数年居住している移住者にとっての支援制度作成も検討したい。

**(3) 求人情報コンテンツの確立と拡充**

**【年間事業テーマ】**

・「会社の想い」が伝わる正直な求人情報を掲載し、陸前高田で働くことがより「自分ごと」となるような個人と企業の出会いを創出することで、市への移住定住へつながる一歩とする

**【年間目標・実績】**

	目標	実績	達成率
求人記事掲載	12	8	66%
求人記事へのお問い合わせ	15	28	186%
マッチング	2件(一般社団法人トナリノ、株式会社長谷川建設)		

**市内事業者への新規営業**

営業数	掲載	検討企業
24件	5件	3件

**【考察】**

訪問企業全体を通して、人手が足りない印象を受けた。特に介護、福祉、医療関係企業に関しては人手が圧倒的に不足していることがわかった。一方で、本年度発生したコロナウイルスの影響があり、比較的小規模で活動している企業は、上半期に一旦求人募集を予定するものの見送りを行う傾向にあった。

**【課題】**

本年度は求人掲載のための周知を行わず、より多くの求職者への情報提供と採用に繋がる情報発信を図ったため、求人取材自体の数は減少した。またコロナウイルスの影響で、事業者側の採用状況変化等のため、非公開掲載となった記事が2件。今後はより迅速な記事執筆と掲載に尽力することで、記事掲載数を担保したい。

**【次年度以降への検討事項】**

記事の増加に伴って、時間が経過した求人記事の更新業務が必須となる。今後は定期的な事業者とのコミュニケーションをはかり、最新の求人情報を掲載するための作業を実施する。

**(4) 移住者インタビューの定期的な掲載**

**【年間事業テーマ】**

・移住を考える人へ、理想の生き方及び生活を発信する

(別紙)

【年間目標・実績】

	目標	実績	達成率
移住者インタビュー記事掲載	7	7	100%

▼移住者インタビュー一覧

移住者	移住年	概要
サラチュウ	2019年	陸前高田市役所職員 観光交流課
廣瀬太陽	2019年	NPO 法人 SET
竹田耕大	2018年	地域おこし協力隊 (道の駅高田松原)
佃実佳	2013年	保育士
佐々木快昌	2017年	牡蠣漁師
岡田美鈴	2016年	一児の母
橋詰友人	2019年	箱根山テラス

【考察】

本年度は、移住者紹介の掲載数が拡充してきたことから、本コンテンツは2ヶ月に1度の更新とした。昨年度、取材執筆業務を担当していた旧職員が今年度も担当し、掲載を進めた。インタビューは、移住歴や職業が異なる方々へ取材を行ない、陸前高田に住む様々な移住者の顔を発信することができた。「移住者に聞く」は高田暮らしの中でも2番目に見られるようになり、高田暮らしが閲覧される上で、大切なコンテンツとなっている。

【課題】

陸前高田市への移住予定者や検討者だけでなく、陸前高田市民の読者も多くいることから、コンテンツの質の担保を継続する必要がある、記事更新を滞らせないための実施方法の検討が必要である。

【次年度以降への検討事項】

記事掲載数の増加に伴い、インタビュー対象である移住者の数や所属先に偏りが生じる可能性がある。また、記事内容の恒常化を避け、読者に飽きを感じさせないための工夫を要する。

(5) 各種情報コンテンツの SNS などを用いた情報発信

【年間事業テーマ】

- ・ Facebook、twitter の継続的更新及び移住スカウトサービス SMOUT の活用

【年間目標・実績】

- ・ Facebook 投稿数 144 件
- ・ SMOUT 全国 25 位/631 地域(上位 4%)、東北 1 位/92 地域

(別紙)

**【考察】**

ポータルサイト更新、イベント周知及び実施報告、メディア掲載等に伴い SNS を活用し情報発信を行なった。今年度は主に Facebook と SMOUT（地域と移住希望者のマッチングサイト）を活用した。上半期には、SMOUT を通したリクルート活動を行い、地域おこし協力隊 3 名の採用に関与した。NPO 法人 LAMP、一般社団法人陸前高田市観光物産協会、高田暮舎それぞれに 1 名ずつ加わり、現在も活動している。

下半期については、オンラインイベントを複数実施。その際、SMOUT への記事掲載や移住検討者へのスカウトを積極的に行うことにより、これまで接触のなかった層にアプローチし、移住検討者の母集団形成につなげることができた。

**【課題】**

オンライン化が浸透し、他自治体もオンラインイベントを数多く打ち出しているため、差別化を図っていく必要がある。

また、コロナ禍で移住検討者が増えてきているこのタイミングで、一人でも多くの方に情報を届け、より認知度を上げるための取り組みをしていきたい。

**【次年度以降への検討事項】**

ターゲットに刺さり、かつ他自治体と差別化を図れるイベントのコンテンツや告知を追求しながら、定期的に陸前高田の魅力発信をしていく。情報発信の手段としては、現状で最も効果性の高い SMOUT の活用に注力し、移住イベントに限らず、空き家紹介など新たな切り口の情報発信にも取り組んでいきたい。

**(6) 移住促進イベント等での広報活動業務**

**【年間事業テーマ】**

- ・移住予備軍の母集団を増やす

**【年間目標・実績】**

	目標	実績	達成率
母集団形成イベント実施回数	15 回	17 回	113%
新規顧客数	100 名	123 名	123%

※「母集団形成イベント」…移住検討者の母集団形成を目的としたイベント。  
(以下「イベント」)

**【実績】**

コロナウイルス対策のため、イベントを全てオンラインに切り替えて実施。外部団体（県、民間等）が実施する移住イベントにはオンラインで参加し、陸前高田市への移住定住および陸前高田市地域おこし協力隊の広報活動として出展した。

## (別紙)

▼高田暮舎主催イベント	
イベント名	イベント内容
人生横丁 第一夜	人材募集中の企業担当者と参加者の交流を通じて、ありのままの人柄や空気感を伝える。
第9回高田暮らし交流会オンライン	高田暮らし交流会の様子を中継でお届けする。
人生横丁 第二夜	人材募集中の企業担当者と参加者の交流を通じて、ありのままの人柄や空気感を伝える。
第10回高田暮らし交流会オンライン	高田暮らし交流会の様子を中継でお届けする。
陸前高田市地域おこし協力隊オンライン説明会	市内地域おこし協力隊の合同採用イベント。
あつまれ人生横丁 第一夜	移住フェーズを引き上げるため、人生横丁の参加者を集めてより深く交流。
サブイベント	2020年度夏のインターン生企画。移住コンシェルジュと気仙管内インターン生同士の交流。
夜な夜な高田を語ろう会	2020年度夏のインターン生企画。移住コンシェルジュと気仙管内インターン生、その友人の方々との交流。
暮舎&ウエハビ夜会	2020年度夏のインターン生企画。移住コンシェルジュと関西学院大学OBの方々との交流。
高田暮らしカフェ@オオサカ DAY1	関西圏移住検討者の母集団形成を目的として交流。
高田暮らしカフェ@オオサカ DAY2	関西圏移住検討者の母集団形成を目的として交流。
人生横丁 第三夜	人材募集中の企業担当者と参加者の交流を通じて、ありのままの人柄や空気感を伝える。
人生横丁 第四夜	人材募集中の企業担当者と参加者の交流を通じて、ありのままの人柄や空気感を伝える。
あつまれ人生横丁 第二夜	移住フェーズを引き上げるため、人生横丁の参加者を集めてより深く交流。
陸前高田しごと発見	市内事業者の合同採用イベント。
リセット暮らし～移住者の休日編～	暮らしのイメージを持っていただくため、陸前高田の移住者3名の密着ムービーを鑑賞しながら交流。
リセット暮らし～空き家編～	陸前高田の空き家に対する想いや実際に住んでいる・すぐに住める空き家物件をLIVE配信でお届けする。
▼高田暮舎出展 外部移住イベント	
イベント名	イベント内容



(別紙)

いわて移住 Week	ココロココ主催。岩手各地の LIVE 配信や個別相談を通じ、暮らしや仕事の魅力を発信。
オンライン全国移住フェア	ロコネクト主催。全国各地の自治体とオンラインで交流。
SMOUT×まちの社員食堂	まちの社員食堂主催。三陸沿岸 4 市町の食材を使った期間限定メニューを鎌倉で提供。

**【考察】**

今年度のイベント新規顧客数は 123 名、総動員数は 174 名と、昨年の 1.5 倍以上を集客し、母集団形成につなげることができた。オンラインに切り替えたことで、必要経費や準備コストを抑えつつ、全国の移住検討者にアプローチすることができた。また、「陸前高田しごと発見」や「リセット暮らし」など、オンライン化の浸透に合わせて新しい構成のコンテンツも試験的に実施し、高い満足度を獲得することもできた。

**【課題】**

オンラインでのイベント開催に関して、毎イベントの顧客満足度は担保できているが、参加者との関係構築や陸前高田の空気感を伝える点においては難しさを感じる。今後は、参加者との距離を縮めるための仕掛けや最後まで参加しなくなるコンテンツづくりにも注力していきたい。

**【次年度以降への検討事項】**

基本的にオンラインイベントを主軸に置きつつ、関西圏移住検討母集団との継続的な関わりとして、「高田暮らしカフェ@オオサカ」の現地開催を検討中。「リセット暮らし」や「陸前高田しごと発見」など手ごたえのあったイベントはブラッシュアップしつつ開催し、将来的には大学生層の獲得も見据えながら動いていきたい。

**(7) 移住希望者に対するワンストップ窓口の業務**

**【年間事業テーマ】**

・相談窓口を周知し移住者の窓口へのアクセスを増やすことで、移住者にかかわる不安・悩みを解消する

**【年間目標・実績】**

	目標	実績	達成率
移住相談	50 件	71 件	142%
現地案内	10 件	10 件	100%

**【考察】**

(別紙)

移住相談 71 件の内、空き家入口の相談案件は 31 件で半分近くを占めた。下期の途中から SMOUT の活用に注力。SMOUT 経由の移住相談件数は増加し、全体の 3 割以上を占めた。

また、コロナウイルスの影響により現地案内をオンラインに切り替え新たにスタートしたところ、参加の申し込みが急増した。参加後アンケートにおいても、「実際に陸前高田に足を運びたい」「移住候補地に入れたい」「移住したい」と、移住への意欲の引き上げにつながる手ごたえを感じられた。

**【課題】**

本年度は空き家と移住相談の問い合わせを担当別に受けていたが、移住検討者にとって「住居・仕事・生活の様子」は必須情報だと感じ、組織内外で連携する重要性を認識した。今後は、空き家バンク担当と移住コンシェルジュ担当との間で、より相互の事業理解を深めつつコミュニケーションを密にとり、移住につなげられるよう丁寧に連携していきたい。

**【次年度以降への検討事項】**

全国的に地方移住への機運が高まり、SMOUT の登録者数も増加してきている。

移住相談件数 100 件を目標とし、1 人 1 人のプロフィールに合わせたスカウトやアプローチを行いながら、個別対応に注力していきたい。

また、ワンストップ窓口強化（空き家・仕事と他事業との連携強化）に尽力したい。

**(8) 移住者と地域居住者とのコミュニティ形成支援業務**

**【年間事業テーマ】**

- ・移住者に日々の悩みを解消しながら、安心して暮らしていただく

**【年間目標・実績】**

	目標	実績	達成率
高田暮らし交流会実施	7 回	6 回	85.7%
獲得した新規顧客数	50 名	60 名	120%

**【考察】**

コロナウイルス対策のため、人数制限や内容を考慮しながらの開催となった。本年度初めて他事業者様とのコラボイベントを開催したが、非常に手ごたえが大きかった。例えば、陸前高田まちづくり協働センター様とのコラボでは、参加者同士で移住人生ゲームを作成し、交流を楽しみながら移住者のリアルな声も収集でき、移住パンフレットづくりの参考データとして活用することができた。準備コストを抑えつつ、コラボしたからこそその魅力的なコンテンツを用意できることは、大きなメリットだと感じる。

(別紙)

【課題】

現状、イベント告知の方法が Facebook、口コミの2つで、接点のない移住者との接点をどう増やすかが課題。高田暮舎利用しないで移住した方にも認知していただく工夫や、イベントの参加につながっていない方を呼び込む工夫、偶発的に参加者と地域の方が交流できるような仕掛けづくりなどに取り組む必要がある。

【次年度以降への検討事項】

移住者や地域住民が自然に交流をしながらつながりを広め、安心して暮らせる地域にしていきたい。その点で、他事業者様とのコラボは、準備コストを削減しながら魅力的なコンテンツの創出、新たな移住者・地域住民とのつながりづくりをすることができると考えられるため、今後も注力していく。先方にとっても、認知度向上や顧客の母集団形成につながるといったメリットを感じていただいた上で連携し、事業者間での横のつながりを作っていきたい。

イベント告知については、人づてに告知の協力依頼を行いつつ、新たな告知方法も模索する。

(9) 陸前高田での移住定住ツアー実施業務

【年間事業テーマ】

・移住予備軍に高田暮らしを知ってもらい、移住へのステージを1段階あげる

【年間目標・実績】

	目標	実績	達成率
お試し移住ツアー実施	2回	2回	100%

コロナウイルス対策のため、オンラインイベントに切り替えて2日間実施。

- ① 2/20 リセット暮らし～移住者の休日編～（参加者9名）
- ② 2/27 リセット暮らし～空き家編～（参加者12名）

【考察】

① について：本来は陸前高田にお招きする2泊3日ツアーを行う予定だったが、コロナの状況を鑑みて、現地に来られない状態でもリアルな生活を体験できるコンテンツを模索。陸前高田に移住された3名の方々に密着した動画コンテンツを用意し、参加者に見ていただきながら交流するイベントに変更した。動画を見ながら移住者の方々とお話しいただき、オンラインでも現地の空気感を感じられるようなイベント設計を行った結果、参加後アンケートで満足度100%と好評をいただくことができた。

② について：初の試みとして、陸前高田の空き家に対する高田暮舎の想いを伝えつつ、空き家物件を紹介していく LIVE 配信型のイベントを開催。想いに

(別紙)

共感してくれる方や実際に足を運んでみたいと興味を持ってくれる方を増やすことができた。

【課題】

動画コンテンツの作成にはコストがかかるため、費用対効果の検討が必要。参加者がオンラインでもイベントに入り込めるような設計やイベント後の次のステップへの導線作りも考えていきたい。

【次年度以降への検討事項】

①について：作成した動画コンテンツは、今後のイベントや広報活動にも活用しながら費用対効果を測っていきたい。

②について：移住検討者の「家」への関心は高いため、今後も「家」を切り口とした情報発信やイベント開催に注力していきたい。

(10) その他移住定住促進に関する業務

各メディアへの取材対応 35 件、他地域の視察対応 3 件のほか、インターン生の取材や外部との連携なども対応。メディア・視察対応についての内訳は以下の通り。

<メディア>

メディア名	件数	内訳
新聞掲載	26 件	広報りくぜんたかた 5 件／東海新報 11 件／河北新報 3 件／岩手日報 2 件／The Straits Times 1 件／朝日新聞 1 件／読売新聞 2 件／神奈川新聞 1 件
テレビ取材	5 件	岩手めんこいテレビ 1 件／ばばば TV1 件／いわて移住 week1 件／バンキシャ 1 件／N スタ 1 件
外部移住定住メディア	3 件	いわてのわ 1 件／関東企業マッチング交流会 1 件／feeltohoku 1 件
ラジオ	1 件	ばばば TV1 件

<その他取材>

- ・ 4 件 (インスタ 1 件、SET2 件、トナリノインターン生 1 件)

<連携>

- ・ 日本シングルマザー支援協会
- ・ ワークーション分科会

<視察>

- ・ 京大研究員
- ・ 西和賀地域おこし協力隊
- ・ 陸前高田市名古屋交流団

(別紙)

