

テーマ:「移住・定住施策」

(関係部局:総務、企画、子育て、健福、産労、観文、農林、県土、総合支庁、東京、教育)

○ 目的

コロナ禍での地方移住への関心の高まりを捉え、市町村、ふるさと山形移住・定住推進センターと連携し、デジタルを最大限に活用しながら、「仕事」も含めた本県の魅力を積極的に発信し、本県に人材を積極的に還流・定着させていく。



取組項目	目標 (定量的目標指標)	主要ターゲット (エリア・訴求対象)	ポイント (情報発信のタイミング、 媒体、手法・デザインの 斬新性等)	他部局との連 携に当たって の工夫 (手法等)	結果・成果(output・ outcome)、評価・ 課題等
移住者目線で強力 に情報発信	移住ポータルサイト トップページアクセス 数 230,000件以上	首都圏で移住に 関心がある若者	インターネット広告による 誘導、移住イベントやオ ンラインセミナーと連動し たコンテンツ・発信	他部局イベントも含 めイベントカレン ダーにより周知	トップページアクセス数 246,204件(4~3月) (前年比1.7万件7.5%増)
相談者に寄り添っ た窓口・オンライ ンでの相談体制	移住相談件数 900件 以上 県相談窓口経由移住 者数 200名	首都圏で移住に 関心がある若者	ポータルサイト、SNS、オ ンラインイベントなどで、 東京・山形の移住相談窓 口での相談、オンライン 相談をPR	部局連携による移 住相談の実施	対面相談に加え、電話・メール・ オンラインも活用。 移住相談件数(4~3月) 1,053件(前年比205件・24%増) 移住者数(4~3月) 132組264名 (前年比51組121名・84%増)
オンラインを活用し 新たなターゲットに アプローチ	ジョージ・ヤマガタ氏 presentsオンラインセミ ナー 会員登録 400名 メディア登場 10回	首都圏を中心に県 内外で山形の企 業、仕事、地域資 源に興味・関心が ある層	コロナ禍でのオンライン 関係人口創出のため、 Vtuberジョージ・ヤマガタ (商標登録済)を活用し、 県内外を繋いで情報発 信。 オンラインセミナー登壇 者のSNSを通して拡散。	山形駅直結の霞城 セントラルへのスタートア ップ支援拠点の開設 に向けて産業労働 部と連携して開催。 各回のテーマに応じ て農林部等関係部 局と緊密に連携。	4月から12月の毎週木曜日に 特別編を含め31回開催。 会員登録数631名(県外4割)。 金融・ITメディアのポータルサイ トにセミナーレポートを掲載(全 31回)。 セミナー動画を県公式 YouTubeに掲載(全31回)。

○ 総括

移住ポータルサイトへのアクセス数は前年より増加。移住者数も前年比で約1.8倍に増加。さらに、ジョージ・ヤマガタ氏 presentsオンラインセミナーにより、ビジネス環境、地域資源など様々なテーマで本県の魅力を県外へ広く発信し、オンラインによる関係人口を創出した。これらをベースに、市町村、関係部局、くらすべ山形と連携し、移住者の増加につなげていく。