



I 情報発信

1 ふくしまぐらし。の魅力発信

一部新

○ポータルサイトによる発信

- ・利用者視点からのコンテンツの充実
- ・洗練されたデザインにリニューアル
- ・SNS・ターゲティング広告の強化

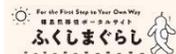
○SNSを活用した発信



- ・Instagramをメインとした情報発信

○移住推進員（東京事務所）による発信・案内

- ・本県と関わるイベント等の開催



2 首都圏での移住相談会の開催

○全県規模の移住相談会

- ・市町村等の出展によるオールふくしまでの移住相談会



福島ぐらし&しごとフェア

○移住セミナーの開催

- ・振興局・民間団体との連携によるセミナー開催

3 ふくしまのファンづくり

○ふくしまファンクラブ ~ 関係人口へ

- ・福島の魅力をメルマガ、SNS等で発信
- ・会員参加型イベントの開催



II つながりづくり

1 副業によるつながりづくり

○副業人材マッチングサイト

- 首都圏等企業の社員による副業（プロボノ）チームの活動支援



首都圏企業の参加

2 テレワークによるつながりづくり

○県外者のテレワーク体験の補助

- ・テレワークとお試し移住（県/市町村）の連動による展開

○テレワーク施設の利活用の促進

- ・市町村運営も補助対象として拡大

○企業版ふくしまぐらしの体験支援

- ・首都圏企業社員のワーケーション 等



3 新 ふくしまの若者のUターン促進

○首都圏に在住する本県出身の若者が福島と再びつながる機会を提供

○将来的なUターンを促進

- ・プロモーション
- ・ふくしま大交流会
- ・テーマ別クロストーク
- ・Uターンのニーズ調査



ふくしま大交流会

4 ふくしまの人とつながる

- 関係人口ポータルサイト（キーパーソン紹介）による発信～つながりづくり
- 交流機会の提供（トークセッション等）

III 受入の促進

1 移住希望者への相談対応

- ふくしまぐらし相談センター（有楽町）における相談対応（移住相談員（3名）、就職相談員（2名））

○日本橋 MIDETTEでの発信・相談会

- 振興局による相談、受入・定住支援（移住コーディネーター（7名））

一部新

○移住後の定着・交流を支援

- ・市町村向けの受入支援研修会の開催
- ・民間支援団体の情報発信
- ・移住者交流会の開催

2 移住に要する費用の支援

○ふくしま移住支援金

- ・移住支援金（単身/世帯&子育て加算）

一部新

○就職移住支援金（大学生対象）

- ・就職活動に要した交通費（1/2）を支援

○移住希望者への交通費補助

3 お試し体験・住まいの情報提供

○お試し移住村による暮らしの体験

- 住まいコンシェルジュ（相談窓口）による物件情報の提供

+

4 県外企業の移転（企業移住）への支援

- 県内への機能移転又はサテライトオフィス開設等に要する費用を支援

課題・背景

- 本県の社会減少数が全国ワースト1位となり、人口減少対策が喫緊の課題
- 若年層の県外転出が顕著（R4の25～34歳の転出数：9,488人⇒転出数全体の約28%）
- **Uターンによる移住が増加傾向（移住者に占める割合 R1：約22% ⇒ R4：約48%）**
- 新規大卒就職者のうち、約32%が入社3年未満で転職

方向性

- ① **首都圏在住の本県出身者**をターゲットに
- ② **Uターンの更なる促進**を目的に
- ③ **本県と関わる機会を提供し、関係性の深化**を図る

メインターゲット

- **首都圏在住の本県出身者の25～35歳**の社会人
 転職、結婚・出産・子育て等のライフステージの変化がある年代
 - ・平均初婚年齢（R4）夫：31.1歳、妻：29.7歳
 - ・第1子出生時の母の平均年齢（R4）：30.9歳

【ペルソナ】

福島 美咲
 #郡山市出身
 #28歳 #独身 #東京在住
 #メーカー勤務（営業）
 #大学進学を機に転出



本事業の狙い

- H30～R2 に実施した「30歳の大同窓会」を発展させ、
 - ・ **Uターン潜在層におけるコミュニティの形成**
 - ・ **Uターンへのきっかけづくり**
- **関係性の再構築・深化、将来的なUターンの促進**

事業スキーム

フェーズ1

本県と関わる機会の提供（認知拡大・コミュニティ形成）

フェーズ2

関係性の深化からのUターン

①プロモーション・参加者募集

②ふくしま大交流会@都内

③テーマ別クロストーク@都内

目的

- ・ **大交流会開催の案内**
- ・ **Uターンの機運醸成に向けた情報発信**

福島の魅力を再認識するイベント
 ～横のつながりの創出～

福島との関わりを深めるクロストーク
 ～Uターンに向けた機会の提供～

内容

- (1)WEB広告等を活用した戦略的な発信
- (2)お盆時期に主要駅でプロモーション
- (3)県庁・県内企業等若手職員による
口コミ大作戦



WEB広告



駅でのプロモーション

《関連事業への誘導》

SNSフォロー・ふくしまファンクラブ会員登録

【9月開催、200名参加を想定】

- (1)先輩移住者による
トークセッション
- (2)県産品の飲食を通じた
「食」の魅力認識
- (3)部局間連携による仕事や
自然環境等のブース出展



大交流会イメージ

《関連事業への誘導》

県内でのテレワーク体験・副業等での関わり

【10月～12月開催、1テーマ10名×4テーマ想定】

- (1)仕事（雇用・就農・協力隊など）
- (2)アクティビティ・趣味
- (3)出会い・子育て（機会提供）
- (4)関係人口（副業・テレワークなど）



クロストークイメージ

《関連事業への誘導》

移住セミナーへの参加・相談窓口での移住相談

チャットツール「slack」の掲示板（スレッド）を活用し、継続的なフォローを実施



- 部局横断で本県に関する情報をタイムリーに発信（つながりの維持）
- 参加者同士における情報交換の活性化（Uターンに向けた行動変容へ）

by ふくしまぐらし。

④事業全体を通じたUターンに関するニーズ把握（①～③）

結果を各部局にフィードバックし施策に反映

本県との関係性の再構築・深化、コミュニティの形成

事業成果

移住相談件数の増加 ⇒ 将来的な若者のUターンの増加

転職なき移住
によるUターン相談窓口を活用し
Uターン（協力隊）