

住みたい田舎“日本一”の魅力を伝えたい！

栃木市
栃木市役所総合政策部 シティプロモーション課

10班 コミュニティデザイン学科 青木開 篠原紬
建築都市デザイン学科 小山千遥 酒本将希
社会基盤デザイン学科 五十嵐彬紀

背景

栃木市では、市の魅力を市内外に積極的に発信し、観光客の誘致や移住・定住人口の増加をはかっており、その結果、観光客入込数は年々増加傾向にあり、また、2018年現在空き家バンク成約数が2年連続で全国1位になるなど、ある程度効果が現れてきている。しかしながら、依然として本市出身の若者の市外への流出が顕著であり、東京圏を中心に市外で大学生時代を過ごした若者が、市外で就職し、そのまま本市に戻ってこない傾向も近隣他市に比べて多い傾向がある。大学生などの若者が魅力を感じる施設や店舗などが少ないことや、個性的な企業があるにも関わらず、就活する若者とのマッチングがされていないなどの原因が考えられる。将来的に市の財政、地域の担い手不足が懸念される。



写真1 住みたい田舎ランキング(宝島社)

分析結果

一度は地元を離れたが就職で栃木市に戻ってきた方、他の市町村から栃木市に来て就職している方を対象として、11月にヒアリング調査を行った。銀行・市役所に勤めている方、地域おこし協力隊の方に協力してもらった。調査により以下のような分析があげられる。

- ・ 高校生蔵部、コミュニティクラブなどの高校生の活動の場があることで若者の活躍の場があるものの、栃木市は高校生の多さを生かしきれていない。
- ・ 市外から来た人に街並みを気に入ってもらえることが多い。(カフェや蔵の街の風景など)
- ・ 地域で活動した経験・記憶が後になって地元に戻るきっかけとなるため、若者は地域に対して受け身の姿勢だけではなく主体的に動くことが望まれる。
- ・ 管弦楽団、フラダンスなど文化的な活動の場が、家、職場以外の居場所になりうる。



写真2 栃木市蔵の街

調査では若者の活躍の場を期待する声が多く、主体的に活動していたことで地元への愛着がわき、恩返しするためにUターンしてきたという若手社員も見られた。また、住みたい田舎日本一の住みやすさを実感しているものの、まだ周りへの認知度は低いような印象であった。以上から、
①高校生の主体的な活動の推進
②住みたい田舎の魅力のさらなる発信の2点を取り上げ提案へつなげていく。

《ヒアリング調査でのその他の意見》

栃木市の地域特性の面から...

- ・ 自然が豊かであるため、子どもの遊び場はちゃんとした公園がなくても田んぼ(若舟のほう)で十分である
- ・ スポーツジムが豊富である
- ・ 車は必要であるが、高速道路のアクセスも良く車さえあればどこへも行ける

支援制度の面から...

- ・ 東京行きは定期額がいい
- ・ 栃木市の自治体は動いてくれる人が多い。市の人数の規模が、活動をすすめるうえで丁度いい

その他

- ・ 都会に比べて飲み屋などの閉店時間が早い
- ・ 地元でできた人脈で帰ってくる人がいる
- ・ 不便さを解消すること(都会の利便さを追求すること)は心の豊かさとは限らないという意見

目的

若者のUターンを促すため、高校生や大学生などの若者が主体的に活動できる場を探ると同時に、栃木市にとどまらうとしない理由(弱点)を突き止める。若者にとって住みたいまちにするために必要な要素を検証する。

検証のための調査概要

若者が好むまちの特徴を実際にUターンした若手社会人にヒアリングによって調査し、提案に生かせるものを整理して、実際に住む選択をした人の決め手から住民の目線を理解する。提案の足がかりとする。

方法

栃木市役所に赴き、シティプロモーション課の方々と共に、栃木信用金庫本店職員、栃木市役所職員、栃木市地域おこし協力隊の方々を対象にヒアリング調査を行った。調査対象者のほとんどは、一度栃木市を離れ、再び栃木市へ帰ってきて就職した人である。調査の結果、栃木市に帰ってきた経緯、ほかの市町村と比べての栃木市の魅力・欠点、生かし切れていない特性など、ヒアリング調査を通して、それぞれの意見や情報を得ることができた。全員に共通して質問した内容は以下にまとめたものである。

- ・ 出身地、栃木市を出て住んでいた地域
- ・ 再び栃木市へ戻ってきた理由
- ・ 以前住んでいた地域と栃木市との比較(それぞれの地域の魅力・欠点)
- ・ 住みたい田舎日本一の実感はあるか

提案

①高校生の主体的な活動の推進
高校生コラムをシティプロモーション課が作成する雑誌aru(図1)に掲載した。高校生の一日の様子や、高校生のお気に入りのスポットの紹介など、高校生自ら栃木市の魅力についての発信を行う。実際に「aruVOL.3」を制作する際は、高校生をターゲットにワークショップやフィールドワークを開催し、高校生の視点で栃木市の魅力を発見し、SNSで発信してもらったとのことである。ただし、その時だけで終わってしまい継続性がないため、市内の各高校の写真部等をターゲットに、各高校でワークショップを開催し、継続的にSNSで発信していくことが今後の見通しとなっており、高校生の活動を推進する。自ら発信することで地元への愛着がわき、またほかの人の特集を見ることで新たな魅力を発見することができる。



図1 aru VOL.3

②住みたい田舎の魅力のさらなる発信
住みたい田舎に関係する課を集めたプロジェクトチームを結成する。表2の一覧表に記載されている、住宅課・商工振興課・保健医療課・教育総務課・子育て支援課・農業振興課の6つの課から構成される。現在、ウェブページや印刷物での発信を行っているとのことなので、継続しながら表2の各支援の推進を行う。
※表2においての背景は、すべて2018年現在のデータ

表1 住みたい田舎ランキング詳細

	2016年度版	2017年度版	2018年度版	2019年度版	2020年度版
北関東エリア	2	2	1	1	1
子育て世代部門	ランク外	1	2	1	5
若者世代部門	ランク外	1	1	2	2.2
シニア世代部門	ランク外	4	2	3	8
総合部門	51	13	3	2	5
参加自治体数	574	500	671	663	629

表2 支援に関連する課一覧

背景	支援内容	担当となる課
空き家バンク成約多数	UU(移住)補助金(市街地に住宅を新築、購入した移住者に支給)	住宅課
	空き家バンクリフォーム補助金 宿泊体験 独立・開業を希望する人のための補助金や助成金	商工振興課
若者世代1位	結婚新生活支援補助金	住宅課
子育て世代2位	中学生まで医療費自己負担免除 給付型の奨学金制度(条件あり)	保険医療課 教育総務課
	ファミリーサポートセンター 赤ちゃんの駅、赤ちゃん誕生祝金	子育て支援課
シニア世代2位	農業後継者への支援	農業振興課