

栃木市移住定住施策推進中期経営戦略概要版

I 戦略の概要

【戦略策定の背景と目的】

本市の移住定住施策を取り巻く環境は、全国的に移住定住の推進に力を注ぐ自治体が増加してきたことで、画一的な取組の継続では、本市のこれまでの「優位性」や「知名度」の維持は厳しい状況が懸念されるようになっていきます。

こうした背景を受けて、本市の移住定住施策について、人口推移や社会環境の変化などの現状や上位計画との整合性を踏まえ施策見直しの一環として、これまでの移住関連施策の実績等を検証し、今後、取り組むべき施策の方向性などを定め、「選択と集中」による既存事業(補助メニュー等)の見直しや有効な情報発信手段の検討といった経営資源の再配置を行うとともに、庁内連携による施策の推進を図ることを目的に令和8年度から3年間の「中期経営戦略」を策定しました。

参考資料:宝島社『田舎暮らしの本』2017年2月号～2025年2月号、「2017年版～2025年版 住みたい田舎ベストランキング」

	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第11回	第12回	第13回
	2017年版	2018年版	2019年版	2020年版	2021年版	2022年版	2023年版	2024年版	2025年版
子育て世代部門	1	2	1	5	6	北関東エリア 4	北関東エリア 5	北関東エリア 7	北関東エリア 4
若者世代・ 単身者部門	1	1	2	22	24	北関東エリア 3	北関東エリア 6	北関東エリア 6	北関東エリア 8
シニア世代部門	4	2	3	8	9	北関東エリア 2	北関東エリア 3	北関東エリア 3	北関東エリア 1
自然の恵み部門			6						
総合部門	13	3	2	5	8	北関東エリア 2	北関東エリア 2	北関東エリア 2	北関東エリア 2
北関東エリア総合	2	1	1	1	3				
参加自治体数	500	671	663	629	645	751	671	587	547

【戦略の概要】

この経営戦略は、変化する社会環境に対応しつつ、本市の特性を生かし、関連部署や地域間の連携による相乗効果を発揮して、効果的な移住定住施策としていくための中期経営戦略であり、施策の推進のため、関連部署間で方向性等を共有するとともに、策定にあたり調査・分析した結果は、事業(補助金や業務委託等)の見直しや新たな取組みといった経営資源の再配置を行う際、対外的にも説明可能な根拠資料としても活用していくものです。

【SWOT 分析に基づく S(強み)を踏まえた W(弱み)×O(機会)戦略立案】

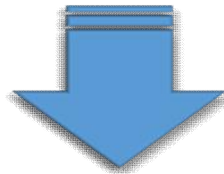
施策を取り巻く環境分析で抽出した「弱み」として認識した要素から、「機会」を生かして速やかに「強み」に変える要素を戦略に落とし込みました。

速やかに解決の可能性のある要素

- ・ 知名度や情報発信力（ブランド力、プロモーション）
- ・ 水害（過去災害からの印象）
- ・ 生活サービス施設（買い物・医療施設等）
- ・ 他市と移住政策の差別化
- ・ 20 代からの移住相談
- ・ 庁内関係部署の連携
- ・ 公共交通（新幹線駅がない）や二次交通などの利便性
- ・ 若年層（女性）の人口流出

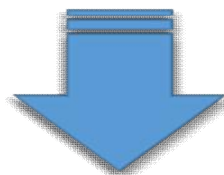
弱みを側面から強みに変える要素

- ・ 地方移住や二地域居住への意識や関心の高まり
- ・ リモートワークの普及、テレワーカーの増加
- ・ ライフスタイルの多様化
- ・ 国の財政的支援（二地域居住等）
- ・ 二地域居住官民連携プラットフォーム発足
- ・ 官民連携等の機運（包括連携協定等）
- ・ 工業団地の整備とNTTグループのデータセンターの進出や波及効果
- ・ 企業誘致による雇用拡大の期待
- ・ 小山市への県道整備
- ・ 水害対策の進展
- ・ 移住者のネットワーク形成
- ・ 空き家バンクの活用（認知度向上）
- ・ ふるさと納税（納税者情報・寄付額増加）
- ・ 喜多川歌麿（大河ドラマ）等 FC 促進
- ・ 住みたい田舎ベストランキング



S（強み）要素への変化を期待して中期経営戦略で取組むべき事項

- | | |
|--|---|
| ○仕事や収入 <ul style="list-style-type: none">・ 雇用や創業（起業）支援・ 二地域居住の推進 | ○住環境 <ul style="list-style-type: none">・ 補助メニュー（IJU や結婚新生活）の拡充・ 住みやすさ（物価・環境・災害等）の PR・ 空き家バンクのリニューアル |
| ○子育てや教育 <ul style="list-style-type: none">・ 通学補助の拡充・ アシストネットの周知強化 | ○情報発信やプロモーション <ul style="list-style-type: none">・ 二地域居住の推進強化（コーディネーター配置等）・ キャッチコピーと PR 方法の検討・ 市民向けの情報発信 |



戦略の基本方針へ

Ⅱ 戦略の基本方針

【戦略の基本方針】

栃木県栃木市は、東京圏からの良好な交通アクセス、歴史的な街並み、豊かな自然環境、そして高い生活利便性を兼ね備えた「ちょうどよい地方都市」です。

本戦略においては、単なる人口増加を目的とするのではなく、誰もが安心して「はたらく」ことができ、子どもを健やかに「そだてる」ことができ、そして安定した生活基盤のもとで心豊かに「くらす」ことのできる地域社会の実現を目指します。

その実現に向け、栃木市の特性と強みを「効果的に整理・発信」し、全国に向けて本市の魅力を的確に伝えることで、持続可能な移住・定住施策を推進します。

調査結果や環境分析を踏まえ、本市の特性や移住定住施策、基本方針に共感を得やすい層

□東京都・埼玉県在住の20～30代子育て世代

本市への移住者は東京都、埼玉県在住の方が多い傾向にあり、東京圏へ通勤可能圏であることや、本市人口動態や移住理由、本市の移住先としてのポテンシャルから20～30代の子育て世代

□本市に所縁のある女性（娘ターンや妻ターンの推進）

移住先の条件や移住定住支援策の実績推移、情報発信のしやすさに鑑みて、本市に所縁のある女性

【戦略の4本の柱】

1. 仕事や収入(働きやすさの確保)

都市部に依存せず、地域で働ける環境を整えることで、リモートワークや地元企業での雇用機会を広げ、移住後も安定した生活基盤を築けるよう支援する。

2. 子育てや教育(安心できる環境づくり)

保育・教育の充実と子育て支援制度の強化により、移住後も子育て世帯が安心して暮らせるまちを実現する。

3. 住環境(暮らしやすさの向上)

空き家や空き店舗を有効活用し、住まいの選択肢を広げるとともに、生活インフラの整備や自然環境の保全を進める。

4. 情報発信(魅力の可視化と拡散)

市内外に向けて、栃木市の暮らしやすさや魅力を多様な媒体で発信し、移住希望者との接点を増やす。

〈栃木市の人口動態〉

年齢	A	B	C	B-A		C-B	
	2010年度 国勢調査 基準	2015年度 国勢調査 集計結果	2020年度 国勢調査 集計結果	0-4→5-9 歳 歳 歳 歳	0-4→5-9 歳 歳 歳 歳		
0～4 歳	6,182	5,416	4,930	-766		-486	
5～9 歳	7,067	6,403	5,856	-664	221	-547	440
10～14 歳	7,571	7,144	6,536	-427	77	-608	133
15～19 歳	7,668	7,214	7,072	-454	-357	-142	-72
20～24 歳	7,229	6,461	6,384	-768	① -1,207	-77	A -830
25～29 歳	8,295	7,439	6,730	-856	② 210	-709	B 269
30～34 歳	9,881	8,312	7,292	-1,569	③ 17	-1,020	C -147
35～39 歳	11,681	9,939	8,656	-1,742	④ 58	-1,283	D 344
40～44 歳	10,076	11,702	10,281	1,626	⑤ 21	-1,421	E 342
45～49 歳	9,647	10,053	11,698	406	-23	1,645	-4
50～54 歳	10,811	9,478	10,016	-1,333	-169	538	-37
55～59 歳	13,283	10,640	9,284	-2,643	-171	-1,356	-194
60～64 歳	14,358	12,900	10,453	-1,458	-383	-2,447	-187
65～69 歳	10,935	13,715	12,463	2,780	-643	-1,252	-437
70～74 歳	9,129	10,230	12,917	1,101	-705	2,687	-798
75～79 歳	7,955	8,171	9,213	216	-958	1,042	-1,017
80～84 歳	6,623	6,472	6,789	-151	-1,483	317	-1,382
85～89 歳	3,835	4,604	4,524	769	-2,019	-80	-1,948
.90歳以上	1,798	2,514	3,273	716	-1,321	759	-1,331
年齢不詳		404	1,182	404		778	
合計	164,024	159,211	155,549	-4,813	-8,835	-3,662	-6,856

〈県外移住者の転入前居住地〉

※「まちなか定住促進住宅新築等補助金」と「とちぎで暮らそIJU支援補助金」をまとめたグラフとする。

年度	合計 (件)	関東						東北	甲信越	東海 北陸	近畿	九州	海外
		東京都	埼玉県	神奈川県	千葉県	茨城県	群馬県						
R元	32	4	9	4	1	6	5	1	1	1	0	0	0
R2	36	7	10	3	3	2	4	2	1	0	1	1	2
R3	37	7	6	5	3	6	4	5	0	1	0	0	0
R4	52	14	12	2	6	8	4	3	1	2	0	0	0
R5	55	11	17	8	5	5	3	5	0	0	1	0	0
R6	34	11	8	3	2	3	2	1	2	1	1	0	0
合計	246	54	62	25	20	30	22	17	5	5	3	1	2

※「まちなか定住促進住宅新築等補助金」に該当した県外移住者と「とちぎで暮らそIJU支援補助金」に該当した県外を足し合わせた転入前居住地一覧表

〈移住体験施設利用者の居住地〉

年度	合計 (件)	関東						その他
		東京都	埼玉県	神奈川県	千葉県	茨城県	群馬県	
R元	40	15	3	8	1	1	1	11
R2	24	9	8	0	1	2	0	4
R3	22	13	2	2	2	0	0	3
R4	22	12	5	1	1	1	0	2
R5	26	9	5	3	2	0	1	6
R6	37	21	3	3	2	2	0	6
合計	171	79	26	17	9	6	2	32

Ⅲ 重点取組事項

1. 仕事や収入に関する取組事項

① 転職なき移住・定住(二地域居住)の促進

・特定居住促進計画の策定及び二地域居住コーディネーターの配置、地域おこし協力隊の拡充 他

② 地元企業の求人情報の提供と雇用拡大への機会創出

・移住定住支援情報サイトへ求人情報の掲載(リンク) 他

③ 新たな創業支援策の検討

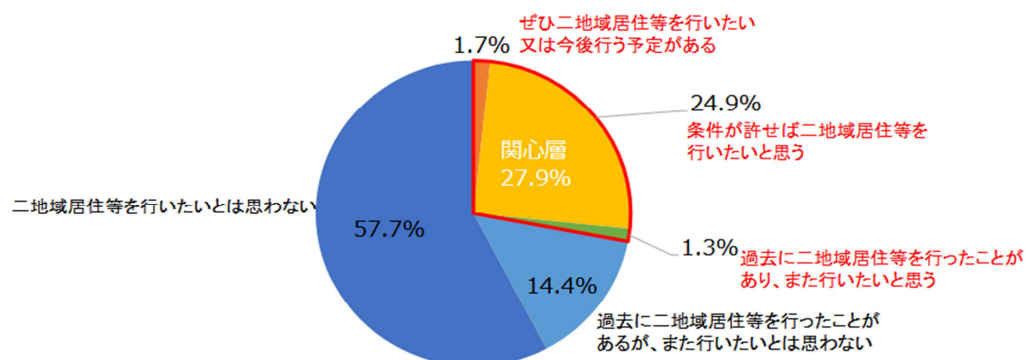
・金融機関との連携継続及び強化の検討 他

〈参考資料〉

・二地域居住に関するアンケート

国土交通省が令和4年に都市部の18歳以上の「全世帯」を対象に行った調査でも、回答者12万人のうち約3割が二地域居住への関心層となった。

Q.今後、居住地や通勤・通学先以外で、二地域居住等を行いたいと思いますか？



出典／国土交通省「二地域居住に関するアンケート」
(インターネット調査、令和4年8月31日～9月12日) (n=111,793)
※本アンケートは、18歳以上の全世代に対して実施しており、全体の回答者は約12万人。

2. 子育てや教育に関する取組事項

①通学者定期券購入費補助の拡充

- ・補助対象の拡大検討 他

②栃木市の子育て環境や子育て支援のPR

- ・子育て応援企業の登録事業所PRの強化及び普及促進
- ・子育て支援センターや保育園、認定こども園等恵まれた子育て環境のPR 他
(県内最多・子どもの遊びと親の相談が一度にできる子育て支援拠点)

③定住促進奨学金(住みいる奨学金)制度のPR

- ・経済的な理由で修学が困難な方に対する条件付返還免除型貸与奨学金のPR 他

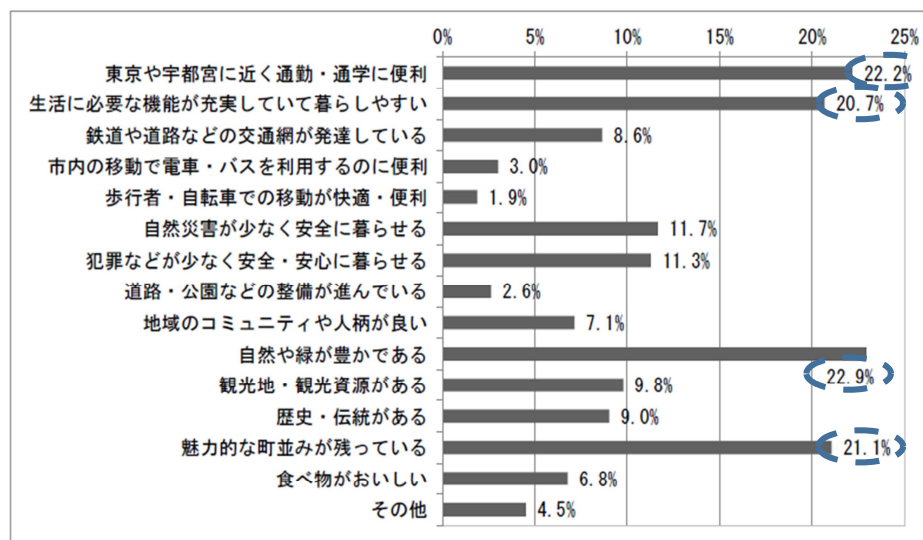
④教育環境の充実をPR

- ・本市の誇るべき地域一体となった教育システム「とちぎ未来アシストネット」による、こどもの安心安全の確保、教育活動の充実、教育環境の整備についてPR

〈参考資料〉

・転入者の本市の魅力

本市への転入者に対して、本市の魅力や誇れるところを聞いたところ、「自然や緑が豊かである」「東京や宇都宮に近く通勤・通学に便利」を挙げており、「生活の利便性」や「景観」を挙げる転入者も多かった。



3. 住環境に関する取組事項

①とちぎで暮らそ IJU 支援補助金の衣替え

・「あるが嬉しい」加算項目の見直し 他

②空き家バンクのブラッシュアップ

・移住検討者にとって利便性の高い機能の充実、移住定住支援情報サイトとの連携 他

③災害に強いまちづくりに関する情報発信

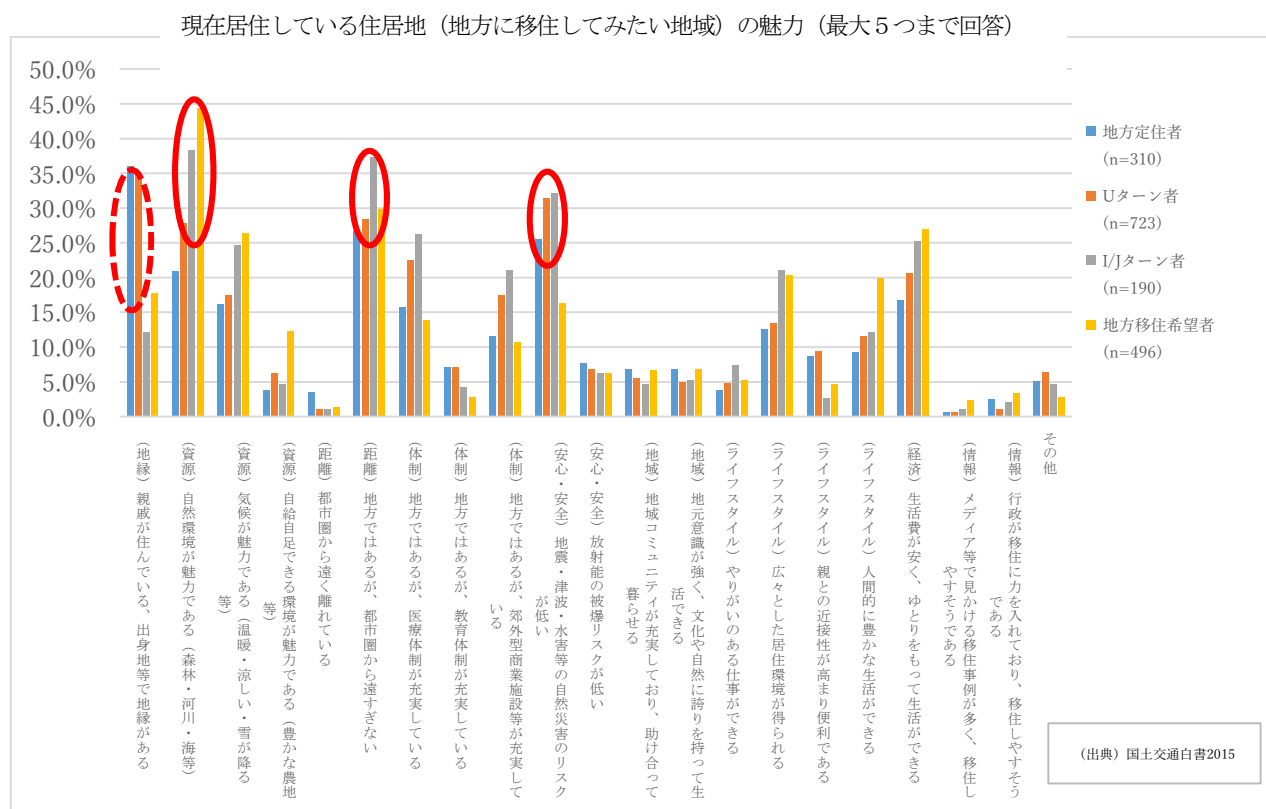
・水害対策事業の進捗や市民団体の防災活動等の取組みを移住定住支援情報サイトへ掲載 他

〈参考資料〉

・現在居住している居住地の魅力

移住希望者や移住実践者・地方定住者に対して、現在の居住地(移住してみたい地域)の魅力聞いたところ、IJ ターン者及び地方移住希望者は「自然環境」「都市部からの距離」「自然災害のリスク」に魅力に感じていた。

地方定住者やUターン者は、親戚や知人がいるなど「地縁」に魅力を感じている傾向が強かった。



4. 情報発信(プロモーション)や庁内連携に関する取組事項

①キャッチフレーズの設定と広報・相談機能の強化

- ・移住検討者に訴求力のあるキャッチフレーズを設定
- ・ふるさと回帰支援センターとの連携強化による出張窓口の設置 他

②市民向けの情報発信

- ・市広報誌等で妻・娘ターン実践者や通勤・通学補助受給者のインタビュー紹介
- ・市民に対して、県外で生活する娘(夫婦)等に対する移住定住施策の案内 他

③移住定住支援情報サイト「KaKeRu」のリニューアル

- ・移住者インタビューや支援策利用者のシリーズ化 他

④庁内情報の共有

- ・移住定住支援に関連する施策・事業のネットワーク化
- ・ふるさと応援寄附者へのお礼に併せて移住定住支援制度の紹介や観光情報の発信 他