

評価・提案テーマ	④移住・定住	担当部署	総務部・企画課・つる創生推進室
市の取組への評価・課題		具体的な対応策・提案	
<p>【評価○】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・CCRC事業と絡めて考えても、移住を促進するため都留市のPRはとても大切なことである。 ・設定したKPI(東京圏での移住イベントへの出展回数、具体的な移住相談に入っている方の数、お試し居住申込者数)に対して、高い数字で目標がトレース出来ている。 ・まずは、本市に実際にどれだけ踏み入れてもらえるのが重要なので、「お試し居住」を推進することは、最も実績に結びつく可能性は高い。 ・実施にお試し居住の申込み数や移住者を見ると、移住促進の成果が上がっていると言える。ただし移住者を増やすだけでなく、移住された方へしっかりアフターケアまでしっかりすることにより、市への満足感が上がるのではないかな。 	<p>■地域とのコンタクトポイントを持つ仕掛けづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住希望者に簡単に情報発信できる仕掛け(SNSやメールリスト)により、都留のイベント情報や求人情報を発信していくようにしたらどうか。 ・農業体験や畑の区画貸し等の事業を行って、都留に来訪する頻度を高める施策を打ったらどうか。 ・「道の駅つる」でも広報を行い、場合によっては、案内先の店舗と協力して都留を案内したらどうか。例えば、吉田のうどんが食べたいというお客様に店舗を紹介し、店主は都留の観光地を案内する等。 <p>■移住体験プログラムの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在、移住希望者に対して、つる知るツアー等で市内見学を行っているが、更に実際に野菜作り、公民館活動をしたり、学校でのボランティアや講義受講等を経験してもらおうような、移住者が生涯活躍できるようなメニューの拡充を図ったらどうか。 ・やり甲斐や生きがいを感じることに繋がるような仕事や人との繋がりを感じられるような提案が必要と感じる。 	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームステイによる「お試し居住」で移住の安心感を醸成する試み、Uターン・Iターンを狙った30歳同窓会、CMやキャンペーン等により、段階を踏んで都留市に呼び込む手法等の意見が多かった。しかし、周知・広報にクローズアップされているが、なかなか決定打が難しい。ここに力を入れるよりも、他に知恵使った方が良いという意見が多かったように感じる。(具体的には左の意見を参照のこと) 	
<p>【評価△】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お試し居住の1泊2日だけでは、都留市に移住する判断材料としては難しい。 			
<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住はハードルが高いこともあると思うので、U・Iターンを増やす視点が必要。 ・移住前と移住後のフォローの仕組みを説明できるか。 ・移住と結婚(婚活)を絡める手法を取ることができないか。 ・都留に定住する魅力を伝えた後のセンター来場者の反応を把握しているのか。 ・生涯活躍が出来るための具体的なメニューづくり。 ・一人暮らしの方を含めた定住後のフォロー体制、特に住民との繋がりをどのように支援するかが大切である。 ・移住希望者(検討者)350名に対する今後の具体的なアプローチ方法(イベント・ダイレクトメール)、また進捗管理の明確化が必要。 ・「お試し移住」体験者の感想、特にマイナス意見、移住を躊躇している理由等の意見を公開し、市民で共有するべき。 ・受け入れ側(都留市民)の態勢整備が急務であり、トラブルの回避(孤立防止・過剰なお節介)のための地元サポートが必要である。 ・PR事業としては、一定の評価はできるが、実際に移住・定住にどう結びつくのかを検討する必要がある。 ・下吉田の定住促進センターには、都留から訪れる人も見受けられることから、移住希望者は、何も東京に限らず、もっと身近にいるのではないかな。近隣から呼び込むとともに、都留からの流出の食い止め等が課題である。 		<p>■ホームステイによるお試し居住の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市での市民生活を肌で感じてもらい、「お試し居住」を更に推進するため、市民からホームステイの受け入れ世帯を公募したらどうか。これにより滞在先の家族とも親密な関係を築くことになるので、移住後の安心感を確保することができるのではないかな。 ・また、応募世帯から市の基準を満たした世帯を数件登録し、市が補助する中で、エコハウスのお試し居住では対応できない体験をしてもらったらどうか。 <p>■先輩移住者宅への訪問</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々な生活スタイルの移住者をリスト化し、目指すライフスタイルが似た先輩移住者を訪問・あるいはショートステイなどにより、実際の生活の様子を見せてもらったらどうか。 <p>■移住受け入れ者(市民)への教育</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元の人は意外と地元のことを知らないことが多い。(観光名所、ビューポイント、郷土歴史等)。移住者を受け入れる立場として、外から見た都留市の良いところ、悪いところを幅広く共有する必要があると考えるので、7月に開催した「都留市移住セミナー」のような講演会を通じて、市民と共有したらどうか。 <p>■ふるさと納税の拡充(観光ツアー)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住をしてもらうには、まず全国に都留市のファンをどれだけ増やすことが重要となるので、例えば、八重洲の生涯活躍のまち移住促進センターにおいて、都留市へのふるさと納税の募集を呼びかけ、都留市のふるさと納税の特典として、都留市の観光ツアーを出して、お試し居住に繋げるというような形をとれば、PRとなるのではないかな。 <p>■都留文科大学生を対象とした移住促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一番身近な移住者となり得るのは、大学生と考えるので、イベントの対象者に東京の方だけでなく、大学生を対象として移住促進をしたらどうか。また、都留市に魅力的働き口や大学とのコネクションが都留市の企業にもあれば、移住の選択肢になり得るので併せて考えていく必要がある。 <p>■山梨県人会連合会・やまなし移住アドバイザーとの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京地区への移住促進策として、「山梨県人会連合会」(全国で3番目に大きい県人会組織、ふるさとリングージ200を推進)、山梨中央銀行「やまなし移住アドバイザー」(東京地区17店舗の支店長を中心に約20名配置)等との連携を検討してはどうか。幅広い情報発信が可能とあると考えられる。 	

事業名	④-2 30歳同窓会開催事業	担当部署	総務部・企画課・つる創生推進室
-----	----------------	------	-----------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】 ・Uターンを増やすための施策として、有効な手段の一つだと考える。</p> <p>・同窓会の内容としては、魅力的で、実際に講演会に参加して、とても楽しかったので、その点では評価できる。</p> <p>・このイベントが直接移住・定住に効果があるとは判断できないが、数値では測れない良さがあると考え。また、イベントは一度では判断できない面もあるため、継続した開催が必要である。</p> <p>【評価△】 ・参加者がもう少し多いと良い。</p> <p>・同窓会に懐かしいから行くだけで、移住・定住にはつながらない。</p> <p>・この同窓会が「定住・Uターン就職」促進に効果的な事業なのか、また他市町村の実施状況、効果・実績、成功事例・失敗事例等を参考に、スキームの再構築が必要と考える。</p> <p>・30歳同窓会の目的の趣旨が明確に分かりづらい。400名の対象者に対して、参加が55名では少なすぎるし、そこに公費を投入することは、公平性・公共性が乏しい。</p> <p>・この同窓会を移住・定住に結び付けて考えるのは、遠巻きすぎるのではないか。</p> <p>【課題】 ・30歳の年齢設定の根拠の明確化。30歳は、定住・Uターン就職に効果が高い年齢なのか。</p> <p>・400人の対象者のうち55名の参加人数で、平成27年度Uターン就職者が2名という実績に基づく検証と事業の妥当性の検討が必要である。</p> <p>・一回の同窓会だけで終わらせず、前年参加者に対する今後の具体的なアプローチや引き続き市内に定住・Uターン就職促進するための施策が必要か。</p>	<p>■制度設計の見直し ・30歳の同窓生のみを対象に行うのではなく、目的に向けたテーマを持った集団での会議、会合、サークル活動への補助性等を検討した方が公共性・有効性があると考え。</p> <p>■開催時期の見直し ・主催者側は大変であるが、お盆の時期や年末年始など、帰省する方が多いタイミングに実施することができれば、より集客しやすくなるのではないか。</p> <p>■東京地区の開催の検討 ・東京地区で開催を検討してもよいのではないか。</p> <p>■都留で働く先輩からの仕事紹介 会の中で、都留に住む色々な年代の方を呼び、都留で働く先輩から後輩に仕事を紹介してもらったらどうか。</p> <p>・出席者だけで食事をしても、Uターンに繋がらないので、市内企業の社長や事業主と親しく話せる機会を設けたらどうか。</p> <p>■移住希望者との交流会の実施 ・都留を出た人、都留に残っている人、Uターンしてきた人等、それぞれの理由があると思うので、移住希望者に対し、それぞれの立場で話を聞く機会を設けてみたらどうか。</p> <p>■一般参加者も巻き込んだ出会いの場提供 ・講演会を目当てに訪れた一般参加者が終了後に、すぐに帰ってしまうのがもったいないので、一般の人も巻き込んだ食事会として出会いの場を提供したらどうか。</p> <p>■ふるさと納税の拡充(参加料) ・市外に移住した参加対象者にふるさと納税を依頼し、参加料をふるさと納税の特典として、継続的に都留市に愛着を形にしていだけるようになればよいのではないか。</p> <p>■継続実施による認知度向上 ・事業を継続することにより、認知度が上がっていけば、集客できるようになるのではないか。</p> <p>・毎年開催される成人式のように、年中行事の一つとして、学校単位で集まり恩師を呼んだり、懐かしいVTRを流したり、都留市のイベントとして根付くように取り組んだらどうか。</p> <p>・成人式と同じように、都留市民にとっては開催して当たり前というような他の地域にはない都留の名物のようなになれば魅力的である。</p>	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <p>・ホームステイによるお試し居住で移住の安心感を醸成する試み、Uターン・Iターンを狙った30歳同窓会、CMやキャンペーン等により、段階を踏んで都留市に呼び込む手法等の意見が多かった。しかし、周知広報にクローズアップされているが、なかなか決定打が難しい。ここに力を入れるよりも、他に知恵使った方が良いという意見が多かったように感じる。(具体的には左の意見を参照のこと)</p>

事業名	④-3 都留市PRCM作成・放映事業	担当部署	総務部・総務課・行政防災室・法制広報担当
-----	--------------------	------	----------------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】 ・CCRC事業と絡めて考えても、地方創生の観点からも都留市のPRはとても大切であり、必要な事業である。</p> <p>・都留市CM4本、PR映像4本ともに、よく出来ており、都留市の魅力発信には効果は大きいと考える。</p> <p>・PRCMとしては実に素晴らしいものが出来たと思うが、県外の方がどの程度視聴したかにより、その有効性は全く異なるものになる。この事業が移住促進にどれだけ効果をもたらすのか数値で測れないが、移住先のイメージを掴みやすいという効果は、大きいと思われるので、引き続き活用手段を検討しながら、実践していく必要がある。</p> <p>・インターネットで、「都留市」と検索したとき、そこに都留市を知ることができる情報の映像があることは良いことである。</p> <p>・都留市のことが短時間で視覚的に理解できるため、有効的な取り組みだと思う。特に「都留の読み方」を扱ったCMは、とても面白かった。</p> <p>・移住に関する政策の一つ一つの柱がしっかりしているので、様々な手法を使い施策と連動することで、更に価値が上がると思う。 また、CMは、外引き網的に誰かを捕まえる手法と、都留市に興味を持っている人を一本釣りして質の高い集団を得る方法があるので、これらを駆使しながら推進されれば、面白い。</p>	<p>■”都留市のPR方法をみんなで考えるプロジェクト”の実施 ・コンペ方式で、都留市をPRする方法を提案してもらい、話題を創出したり、動画製作の後のプロモーション方法に関しても提案をしてもらったかどうか。</p> <p>・ルールを決めて、市民に動画をPR方法のコンテストを実施し、最もPRできた方を表彰したらどうか。</p> <p>・都留市の職員のメールの署名には、必ず動画のURLを入れたらどうか。</p> <p>■CM、PR映像のテーマ ・移住促進を主眼に、他県からの移住者(例:地域おこし協力隊の若者世代、アクティブシニア世代、市内の大学生等)の奮闘ぶりを数回に分けてシリーズ化したらどうか。移住して良かったところ、苦労したところをリアルに情報発信する。</p> <p>・現在の動画を有効活用するために、パロディーバージョンを作るなど、コンテンツ資産を有効活用する方法を検討し実施したらどうか。</p> <p>・フィルムコミッションを強化し、話題になった映画やドラマのロケ地(聖地)を紹介したらどうか。権利関係やギャラの問題はあるが、出演俳優のコメントがあると効果は大きいと考える。</p> <p>・都留と縁の深い、「松尾芭蕉」を最大限に活用したらどうか。(秋元三代より圧倒的に有名)</p> <p>・先日放送されたYBSの「てててTV」に市職員が出演し、都留市の紹介をしていたが、内容が非常に面白かったので、許可を取りそれを施設等で放映したらどうか。都留市は見た目の派手さや斬新さと言った部分はあまりないので、バラエティ形式、ドキュメンタリー形式の番組構成の方が、都留市の良さが伝わるのではないかと。</p> <p>・都留市民の日常(市民活動、車を持たない人の生活等)や暮らしの見える映像等を随時作成し、You Tube等へアップロードしたらどうか。また、移住者編に力を入れたらどうか。</p> <p>・他県から結婚で移住した方や、首都圏から移住された方等、様々な経緯で都留市に来た方を特集することにより、生粋の都留市民がSNS等で地元をPRしやすくする環境を作ったらどうか。</p> <p>■有名人の出演 ・出演者も都留市に縁のある人にこだわらず、発信力のある方に「つる大使」をお願いし、インパクトがあるキャンペーンを張ったらどうか。例えば、ピコ太郎など有名人に依頼し、作ってもらったらどうか。</p> <p>■つる大使白須慶子さんの応援 ・CM主演したつる大使の白須慶子さんをもっと有名になるように応援することにより、都留市のPRに繋がったらどうか。</p> <p>・白須慶子さんは、女優としての良さもちろんあるが、演技的な部分だけではなく、普段の人柄の良さなども魅力的なので、CMに出演する女優さんとして、移住・定住イベントなどに出演してもらい、魅力を伝えてもらったらどうか。</p> <p>■ツアーバスや東京都内のJR電車での放映 ・観光会社に折衝し、県内へ乗り入れツアーバスの中でCMを放映したらどうか。</p> <p>・東京都内のJR東日本電車内で放映する方法を検討したらどうか。放映に当たっては、莫大な費用が予想されるが、有効性が高い案を採用し、PRを推進する必要がある。</p>	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <p>・ホームステイによるお試し居住で移住の安心感を醸成する試み、Uターン・Iターンを狙った30歳同窓会、CMやキャンペーン等により、段階を踏んで都留市に呼び込む手法等の意見が多かった。しかし、周知広報にクローズアップされているが、なかなか決定打が難しい。ここに力を入れるよりも、他に知恵使った方が良いという意見が多かったように感じる。(具体的には左の意見を参照のこと)</p>
<p>【評価△】 ・CMは、効果があるが、フローになってしまうので、別の露出方法と混ぜてプロモーションをかけることも必要ではないのか。</p> <p>・KPIの設定がないので、目標値を設定した方がよいのではないかと。</p> <p>・CM自体はとてもよく作られていると思うが、移住希望者が見ることに繋がらないと意味がない。</p>		
<p>【課題】 ・Webを用いたプロモーションは様々な方法があるので、アイデア次第でもっと都留市を注目させることができるのではないかと。</p> <p>・CMの放送チャンネルの選択(BSのみでよいのか)。PR映像の活用方法、You Tube視聴回数の向上策の見直しは検討課題である。</p> <p>・そもそも都留を知らないのに、You TubeのCMを見ることは難しい。また、CCR事業を進める上で、高齢者がインターネットを見ているかどうか懸念される。</p> <p>・効果の把握が難しいので、他の定住事業で移住希望者からCMを見たかどうか等、把握する必要がある。</p>		