



令和4年度 基本評価調書①		所管部局	総合政策部	所管課	地域政策課		
施策名	移住・定住の推進			施策コード	0211		
政策体系(中項目)	協働によるまちづくりの推進や地域コミュニティの再構築			政策体系コード	3(1)B		
関連重点戦略計画等	知事公約 創生総合戦略					事務事業数	5
SDGs	 			総合判定	やや遅れている		
予算額(千円)	R 4	53,131	R 3	54,017	R 2	42,904	

施策目標	<p>「しごと・住まい・暮らし」などの情報を一元的に発信する移住に関する総合的な相談窓口を設置し、現役世代の移住・定住の促進に向けた取組を推進する。</p> <p>本道の魅力を活かしたライフスタイルを提示するなど、シーズステイや二地域居住を促進する。</p> <p>地域づくりを担う人材の育成・確保を図るため、「地域おこし協力隊制度」の積極的な活用を図る。</p>	
現状と課題	<p>本道は、全国を上回るスピードで人口減少が進行しているほか、首都圏への進学や就職等による転出超過が続いているため、移住・定住の促進を図ることにより、転出超過数を抑制するとともに北海道と様々な形でつながる関係人口の創出・拡大による地域の活性化が求められている。</p>	
前年度二次評価意見	-	対応状況 (R4.3時点) -

	今年度の取組	実績と成果
主な取組	<p>本道への移住相談のワンストップ窓口である「北海道ふるさと移住定住推進センター」を東京で運営し、観光施策等との連携により、本道の魅力をPRするとともに、年間を通してセミナー等を開催する「北海道暮らしミーティング」を実施する。</p>	<p>新型コロナウイルス感染症の影響により、東京において対面イベントが中止されるなどにより相談件数の減少があったものの、オンラインでの取組（オンラインセミナー、ターゲティング広告、SNS参加促進など）により、移住促進や交流づくりの機会拡大が図られた。</p> <p>（成果：移住定住情報発信サイトのアクセス数436,853件（前年度比141%増）、交流イベントの参加者数593人（前年度比170%増）、SNS参加者数2,023人（前年度比200%増））</p>

連携状況	<p>道内153市町村や企業が加入する（一社）北海道移住交流促進協議会のほか、「しごと・住まい・暮らし」に関係した他部局及び外部団体で組織する北海道移住交流推進連携会議などと連携し、移住交流施策に関する一体的な情報発信や共同PR等を実施している。</p> <p>また、ワーケーションにおいても、一般企業、外部団体、市町村、庁内各部局と連携し、オール北海道による推進体制を構築している。</p>
緊急性優先性	<p>・コロナ下において、地方移住への関心は高まりを見せており（全年齢・東京圏在住者 R1.12:25.1%⇒R4.6:34.2%）、この機を逃さず、本道へのひとの流れを創出するよう、取組を進める必要がある。</p> <p>・このため、国に対し、地方創生の着実な推進のための財源確保のほか、東京一極集中是正に向け、取組の一層の充実強化を図るよう、要望を実施（R4.5）。</p>

<b>令和4年度 基本評価調書②</b>	<b>施策名</b>	移住・定住の推進	<b>施策コード</b>	0211
----------------------	------------	----------	--------------	------

〈成果指標の達成状況〉 ⇒ 3つ以外の指標は、補助指標調書に記載

指標名①	増加	件	R1年度	R2年度	R3年度	最終目標(R6)	達成率	指標判定
「ふるさと移住定住推進センター」の年間相談件数		目標値	1,570	1,520	1,530	1,570	84.1%	C
		実績値	1,610	1,526	1,287	-		
<b>設定理由</b>	総合計画の政策の方向性「居住環境の魅力を活かした移住・定住の促進」の観点から、移住の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
新型コロナウイルス感染症により、移住イベントなどの対面イベントの中止により目標値を下回ったものの、地方への関心の高まりを捉え、オンラインによる相談・セミナーを積極的に活用したことにより、オンラインでの件数は微増した。（R2対面：1,068件、R2オンライン：458件⇒R3対面：810件、R3オンライン：477件）								

指標名②	増加	日	H30年度	R1年度	R2年度	最終目標(R7)	達成率	指標判定
ちょっと暮らし滞在日数		目標値	92,500	95,000	97,000	107,000	61.0%	D
		実績値	87,517	94,924	59,128	-		
<b>設定理由</b>	総合計画の政策の方向性「居住環境の魅力を活かした移住・定住の促進」の観点から、移住の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
新型コロナウイルス感染症の影響により、移動制限などがあったため目標を大きく下回ったものの、感染症対策を実施しながらちょっと暮らしを実施したことで、一定程度の利用はあった。 ※R2年度実績（一部）：釧路市17,445日、東川町6,371日、新ひだか町4,387日 ※達成率はR4.7.1時点で公表されている数値で評価（R3年度実績値 68,610日（R4.10月公表））								

指標名③	増加	人	R1年度	R2年度	R3年度	最終目標(R6)	達成率	指標判定
地域おこし協力隊員数		目標値	600	789	843	1,005	96.0%	B
		実績値	631	686	809	-		
<b>設定理由</b>	総合計画の政策の方向性「居住環境の魅力を活かした移住・定住の促進」の観点から、移住の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
新型コロナウイルス感染症の影響などにより、目標値には達していないが、若者の地方回帰への機運が高まっているなどにより、隊員数が増加している。								

**【総合判定】**

連携状況	○	緊急性優先性	○	指標判定	C	総合判定	やや遅れている
------	---	--------	---	------	---	------	---------

翌年度に向けた対応方針	対応方針番号	内容
	①	コロナ禍で生じた地方への関心の高まりや行動変容を捉え、道内への定着と道外からの呼び込みの両面から取組を進めていく。
	②	
	③	

令和4年度 基本評価調書③	施策名	移住・定住の推進	施策コード	0211
---------------	-----	----------	-------	------

<二次政策評価>

R4年度 二次政策 評価	<p>【施策目標の達成状況】</p> <p>総合計画に掲げる、北海道のポテンシャルを活かした移住・交流の促進のため、新型コロナウイルス感染症の情勢を踏まえた上で、北海道と様々な形でつながる関係人口の創出・拡大による地域の活性化が重要であり、総合計画の政策目標の実現に向け、取組の一層の推進を検討すること。</p>
--------------------	--

<b>令和4年度 補助指標調書①</b>	<b>施策名</b>	移住・定住の推進	<b>施策コード</b>	0211
----------------------	------------	----------	--------------	------

**【成果指標の達成状況】**

補助指標名①	増加	件	R元年度	R2年度	R3年度	最終目標(R6)	達成率	指標判定
北海道の移住・定住情報を発信するサイトのアクセス数		目標値	300,000	309,000	309,000	311,000	141.4%	A
		実績値	296,785	309,508	436,853			
<b>設定理由</b>	第2期総合戦略の「北海道に住みたくなる、戻りたくなる魅力にあふれた社会」の主な施策「移住・定住の促進」の観点から、移住の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
新型コロナウイルス感染症をきっかけとした移住関心層の目を向けさせるため、オンラインで参加できるイベント情報の積極的な発信や、首都圏の若年層に絞ったターゲティング広告といったプロモーションの強化などにより目標を達成した。								

補助指標名②	増加	人	R元年度	R2年度	R3年度	最終目標(R6)	達成率	指標判定
関係人口創出・拡大のための首都圏等での交流イベント参加者数		目標値	-	580	620	740	95.6%	B
		実績値	-	348	593			
<b>設定理由</b>	第2期総合戦略の「北海道に住みたくなる、戻りたくなる魅力にあふれた社会」の主な施策「関係人口の創出・拡大」の観点から、関係人口拡大の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
新型コロナウイルス感染症への対策を講じた上で、首都圏等での関係人口創出・拡大のためのイベントや、若者等を対象とした本道の魅力を感じ地域への関心を高めるためのイベントを全てオンラインでの参加も可能として開催したことにより、目標値に近い参加者数となった。								

補助指標名③	増加	人	R元年度	R2年度	R3年度	最終目標(R6)	達成率	指標判定
北海道に興味・関心のある首都圏等の若者等のSNS参加者数		目標値	-	750	900	1,350	224.8%	A
		実績値	709	1,013	2,023			
<b>設定理由</b>	第2期総合戦略の「北海道に住みたくなる、戻りたくなる魅力にあふれた社会」の主な施策「関係人口の創出・拡大」の観点から、関係人口拡大の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
首都圏等の若者等を対象とした交流イベントを実施し、参加者に対し積極的にSNSを活用した北海道とつながるネットワークへの参加を促したことや、北海道暮らしの魅力を伝える動画を集めたサイトを開設したことなどにより、SNS参加者数の増加及び交流づくりの機会拡大が図られた。								

補助指標名④	増加	人	R元年度	R2年度	R3年度	最終目標(R6)	達成率	指標判定
テレワーク施設等を利用してワーケーションを行った人数（延べ人数）		目標値	-	-	19,700	66,600	114.1%	A
		実績値	-	13,743	22,479			
<b>設定理由</b>	第2期総合戦略の「北海道に住みたくなる、戻りたくなる魅力にあふれた社会」の主な施策「関係人口の創出・拡大」の観点から、関係人口拡大の契機となる取組を指標として設定。							
<b>分析（主な取組と成果）</b>								
ポータルサイトを通じた企業等と受入市町村とのマッチングや、普及イベントにおけるPR等、オール北海道での促進の取組により、道内においてはワーケーション実施者が増加している。								

<b>令和4年度 事務事業評価調書</b>	施策名	移住・定住の推進	施策コード	0211
-----------------------	-----	----------	-------	------

整理番号	重複施策	経費区分	事務事業名	事務事業概要	課・局 室名	令和4年度							令和4年度		
						前年度からの繰越事業費(千円)	事業費(千円)	うち一般財源	執行体制			フルコスト(千円)	一次政策評価		二次政策評価意見
									本庁	出先機関	人工計		対応方針番号	方向性	
1315	0215	一般	官民連携北海道応援フェア事業(創生交付金)	北海道の魅力や北海道への関わり方の情報提供を行う「ほっかいどう応援フェア」を開催するとともに、地域のニーズと地域との関わりに興味・関心を持つ札幌市民とを関係人口としてつなぐ仕組みを構築する。	地域政策課		1,943	1,502	0.8	0.8	1.6	14,397	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】※基本評価調書③<二次政策評価>参照
1408	0215	一般	地域づくり推進費(北の大地への交流・定住促進事業)	北海道への移住・定住の促進を図るため、地域の受入体制づくりへの支援や情報発信等の取組を実施するほか、地域おこし協力隊の定住定着支援を実施する。	地域政策課		2,252	2,252	1.0	3.3	4.3	35,723	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】※基本評価調書③<二次政策評価>参照
1309	0215	一般	地方創生対策推進費(北海道型ワーケーション普及・展開事業費)(創生交付金)	新たな働き方として注目されるワーケーションの取組を拡充し、関係人口の創出・拡大を図る。(ワーケーションPR・プラン磨き上げ・推進協議会等の開催など)	地域政策課		10,363	5,661	1.5	2.0	3.5	37,607	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】※基本評価調書③<二次政策評価>参照
1430	0215	一般	北海道移住受入体制強化事業(創生交付金・臨時交付金)	道内への移住者の増加を図るため、移住受入体制の強化を図るとともに、道内市町村を対象にオンライン等を活用したPR手法の研修を実施する。	地域政策課		24,651	10,164	1.2	1.0	2.2	41,776	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】※基本評価調書③<二次政策評価>参照
1431	0215	一般	北海道とつながるカフェ事業(臨時交付金)	首都圏の若年層や子育て世代を対象としたプロモーションやイベント開催により、関係人口の創出・拡大を図る。	地域政策課		13,922	0	1.5	0.8	2.3	31,825	①	改善(指標分析)	【施策目標の達成状況・事務事業の有効性】※基本評価調書③<二次政策評価>参照
<b>計</b>							0	53,131	19,579	6.0	7.9	13.9			

