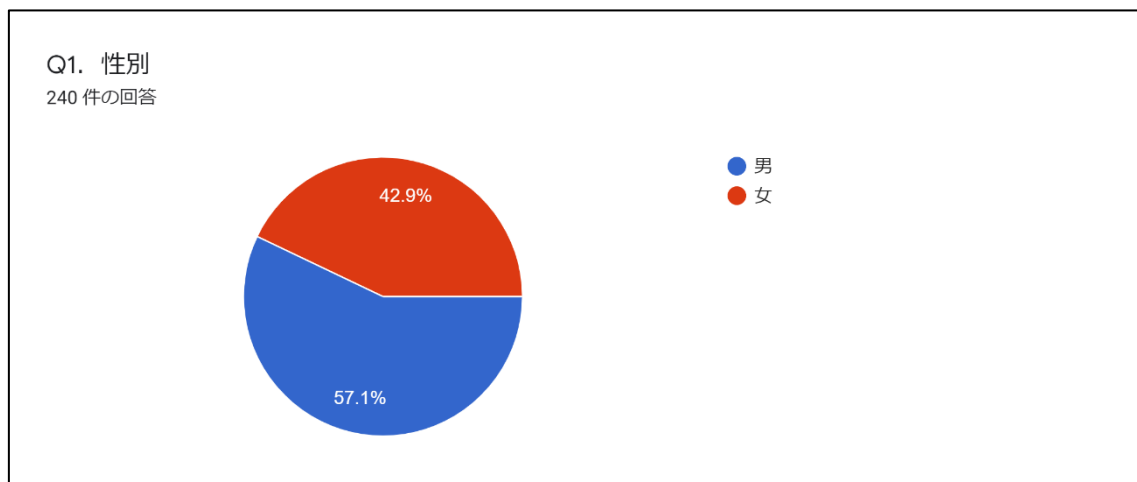


【調査結果報告ならびに考察】  
アンケート「答えて得する ふるさと綾部！」

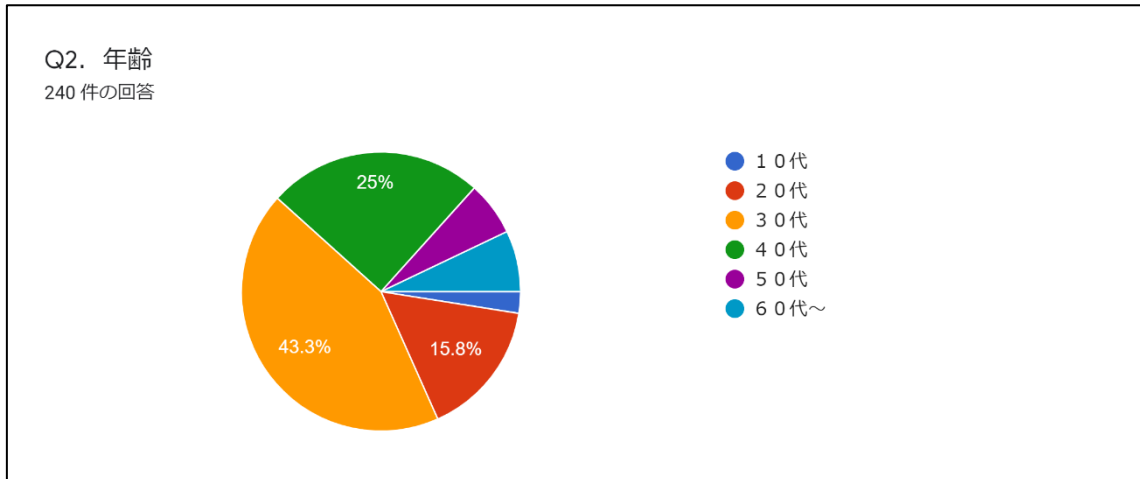
実施者	： (一社)綾部青年会議所 社会開発委員会
目的	： 綾部市出身で市外在住者の現状や地元との関わり、 Uターンに関する意識調査
対象者	： 綾部市出身で市外在住の方(年齢・性別不問)
方法	： インターネット(Googleフォーム) [告知・回答促進] ①あやべ市民新聞7,800部へのチラシの折り込み ②綾部市成人式の配布物へのチラシの同封 ③公式SNS、マスメディアを用いた広報 ④メンバーのSNS、LINE等を用いた発信、拡散
調査期間	： 2020年12月25日(金)～2021年1月15日(金)
有効回答数	： 240人(男性137人 女性103人)

## 1. 回答者の属性

### (1)性別



## (2) 年齢



最も多かったのは30代(43.3%)で、40代(25.0%)、20代(15.8%)、60代～(7.1%)、50代(6.3%)、10代(2.5%)と続く。

## (3) 居住地

京都府内		京都府外			
京都市	35	大阪府	43	愛媛県	1
福知山市	29	東京都	24	岐阜県	1
舞鶴市	9	兵庫県	21	群馬県	1
亀岡市	4	神奈川県	11	高知県	1
宇治市	3	千葉県	9	佐賀県	1
京丹後市	3	愛知県	8	三重県	1
京田辺市	2	滋賀県	7	宮城県	1
京丹波町	2	岡山県	3	島根県	1
長岡京市	2	福井県	3	富山県	1
八幡市	2	広島県	2	ドイツ	1
久御山町	1	埼玉県	2	中国	1
向日市	1	奈良県	2		
大山崎町	1				

(単位：人)

最も多かったのは京都府内(39.2%)で、大阪府(17.9%)、東京都(10.0%)と続く。京阪神で65.8%を占めており、多くの出身者が綾部市から比較的近い地域に転出していることが分かる。

#### (4) 職業

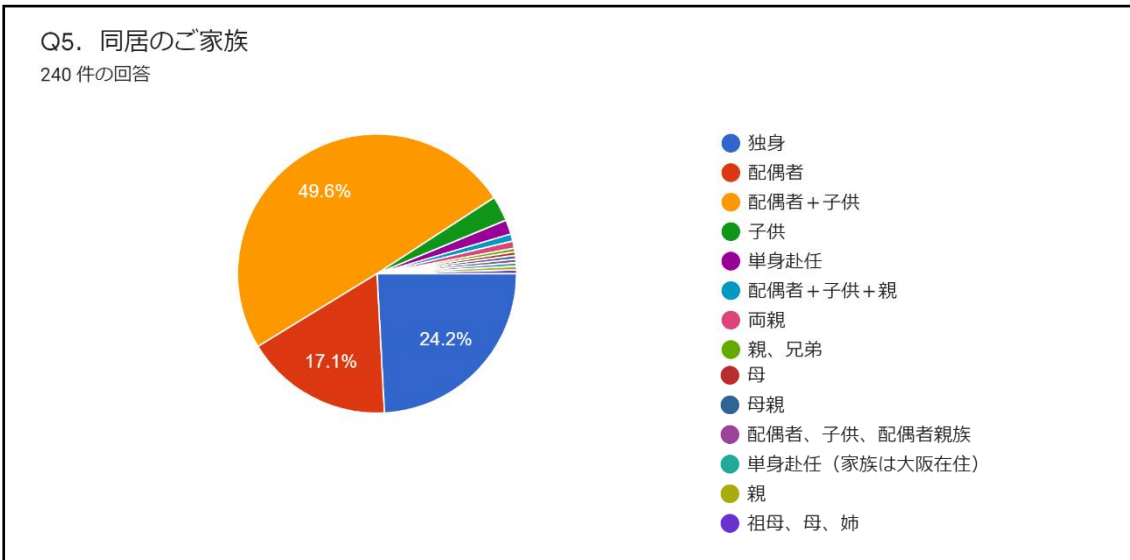
Q4. ご職業  
240 件の回答

会社員	128	フリーランス	2
パート・アルバイト	26	年金生活者	2
学生	18	ミュージシャン	1
公務員	18	社会福祉法人職員	1
主夫・主婦	18	製造業	1
経営者	13	団体職員	1
自営業	6	病院職員	1
看護師	3	無職	1

(単位：人)

会社員(53. 3%)が最も多く、パート・アルバイト(10. 8%)、学生、公務員、主夫・主婦(いずれも7. 5%)が続く。

#### (5) 家族構成

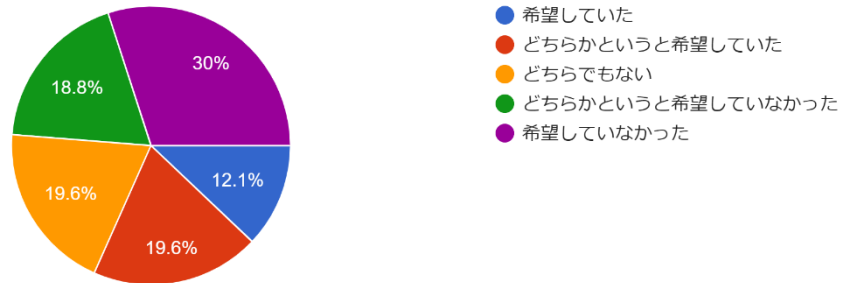


「配偶者 + 子ども」(核家族が)回答者の約半数(49. 6%)を占め、「独身」(24. 2%)、「配偶者」との2人暮らし(17. 1%)が続く。

## 2. 転出時における「Uターン」に対する意識

Q6. 進学や就職等により地元から転出した際、将来的にUターンを希望していましたか？

240 件の回答



### ■ Uターンを希望していた理由 (抜粋)

- ・綾部が好きで落ち着くから
- ・また故郷に戻って自然の中でのびのび生活したいと思ったから
- ・実家があり親の面倒や、田んぼがあるから
- ・子どもを綾部で育てたいと思ったから
- ・綾部で起業したいと思っていたから

### ■ Uターンを希望していなかった理由 (抜粋)

- ・希望する職種の選択肢・会社が少ないから
- ・魅力的な企業が少ない
- ・子育てを考えるにあたって、選択肢の狭さ、人との出会いの少なさ
- ・田舎の利便性の無さと、都会に憧れていたから
- ・休日に遊びに行くところや、イベント等が少ない

転出時、30%の人がUターンを「希望していなかった」と回答し、「どちらかという希望していなかった」人を合わせると、約半数(48.8%)に上った。理由としては「希望する職種や会社がない(少ない)」「魅力的な企業が少ない」など、仕事に関する理由がUターンへの障害となっていることが分かる。また、「田舎生活の不便さ」「都会への憧れ」などの回答も多く、いわゆる都会志向もUターンの伸び悩みに大きく影響していることが分かる。

一方、「希望していた」「どちらかという希望していた」(合わせて31.7%)理由としては、「綾部が好きだから」など、愛郷心や住み慣れた綾部での暮らし、「実家がある」「親の面倒をみないといけない」という回答も多数あり、家庭環境や地元での物件や土地所有なども影響していることが分かる。

### 【考察】

都市部と比べ、職種や就職先の選択肢が少ないことは事実であるが、「働く場所がないと思っていた」といった、単にイメージによる理由も多数あり、特に転出するまでの間に綾部市の職業や会社の存在を知ってもらう必要があると考える。また、愛郷心をくすぐる仕掛けや、都市部にはない自然豊かな暮らしを強みとしたPRもUターン促進への活路となると考える。

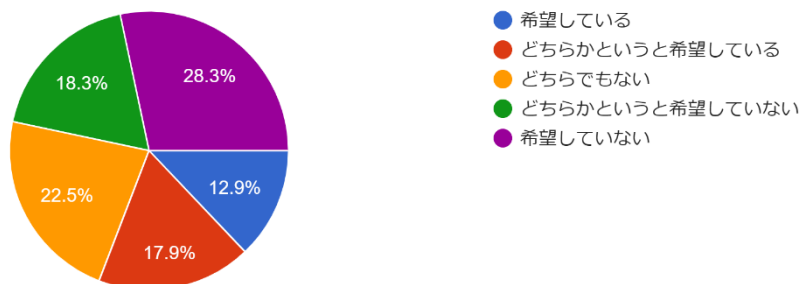
### 【ポイント】

- ・青少年期からの愛郷心の育成
- ・転出前に、綾部市で就くことができる職業や会社のことを知ってもらう仕組みづくり
- ・綾部で暮らし、自然豊かな環境でゆったりとした生活ができることをPR

## 3. 現時点における「Uターン」に対する意識

Q8. 現時点で、または将来的にUターンを希望していますか？

240 件の回答



#### ■ Uターンを希望する理由(抜粋)

- ・ふるさと綾部が好きだから
- ・田舎が落ち着くから
- ・将来的な親介護、実家があり、お墓もあるから
- ・田んぼなどの土地があるから
- ・外に出て綾部の良さに気付いたから

#### ■ Uターンを希望しない理由(抜粋)

- ・今、住んでいるところに家を購入したから
- ・生活基盤が出来上がっているから
- ・希望する仕事と、会社がないから
- ・交通手段、商業施設がなく不便で住みにくいから
- ・綾部市の知名度が低すぎる。三重県民で綾部市を知っている人がほとんどいないので、私は、舞鶴市出身だと周囲に言っています。

現時点で、または将来的なUターンを「希望していない」と回答した人は28.3%、「どちらかという希望していない」人は18.3%となっており、合わせると46.6%の人が希望していないと回答した。「家を建てたから」「家族がいるから」など、持ち家の所有や家族など、現在の居住地で生活基盤が出来上がっていることが大きく影響していることが分かる。また、転出時における意識調査結果と同様に、「希望する会社がない」「働く場所がない」など仕事に関わる理由も多数あった。

一方、「希望している」と回答した人は12.9%、「どちらかという希望している」と回答した人は17.9%で、合わせて30.8%の人がUターンを希望しており、「落ち着く」「好きだから」という理由が多数を占めた。また、親の世話などを理由として、Uターンのタイミングを図っている人も一定数いることが分かる。

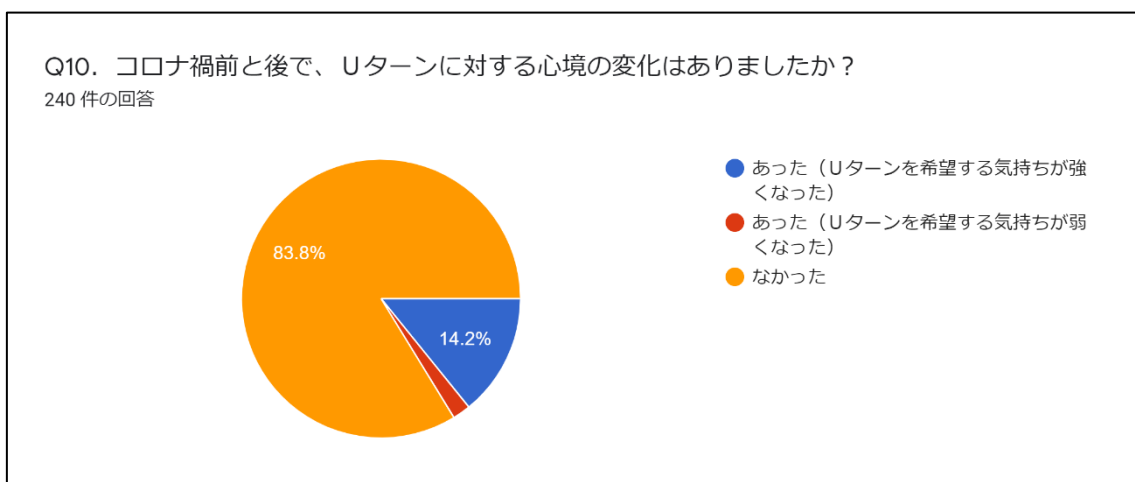
#### 【考察】

現在の生活基盤を理由としてUターンを希望しない方の将来的な翻意は難しく、愛郷心を持ち、ある条件を満たせばUターンをしてもいいと思っている層を対象とした働きかけがUターン促進につながる近道であると考えられる。

#### 【ポイント】

- ・青少年期からの愛郷心の育成
- ・転出前に、綾部市で就くことができる職業や会社のことを知ってもらう仕組みづくり
- ・綾部で暮らし、自然豊かな環境でゆったりとした生活ができることをPR
- ・生活インフラを充実させ、利便性の向上を図る(交通手段、商業施設、レジャー施設など)
- ・土地や建物所有を理由としたUターン希望者への優遇措置

### 4. 新型コロナウイルス感染症の「Uターン」に関する意識への影響



83.8%の人が「なかった」と回答している一方で、14.2%の人が「あった(Uターン希望の気持ちが強くなった)」と回答しており、少なからず影響があったと見られる。一方、「あった(Uターン希望の気持ちが弱くなった)」と回答した人も2.1%いた。

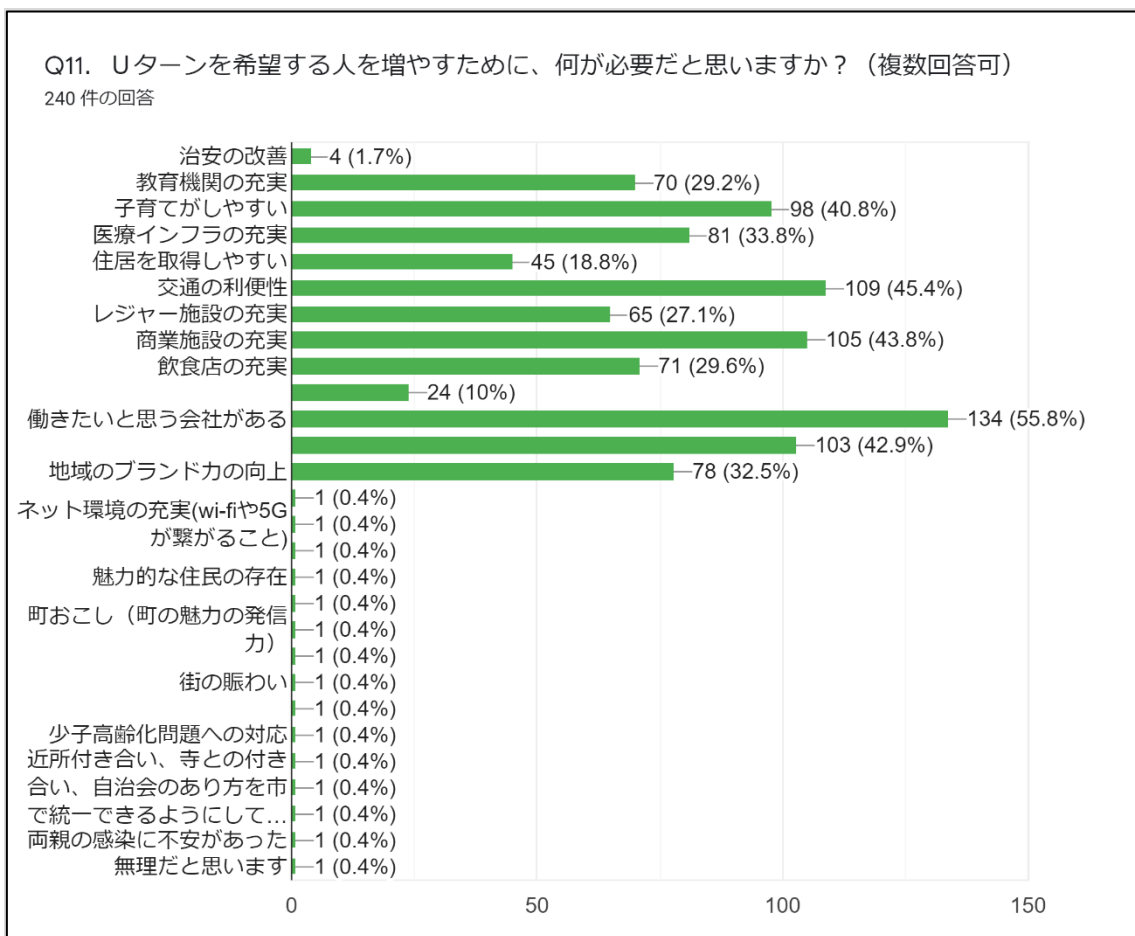
## 【考 察】

少なからず新型コロナウイルス感染症の影響により、Uターン希望者が増えたと言える。密を避けることができ、ゆったりとした生活を送ることができることも発信材料として有効であるとする。

## 【ポイント】

- ・綾部で暮らし、ゆったりとした生活ができることをPR
- ・新型コロナウイルス感染症対策や、補助金等市によるサポート体制をPR

## 5. Uターン促進に必要な要素・条件



「働きたいと思う会社がある」が55.8%に上り、Uターンをするには仕事が重要視されていることが分かる。続いて「交通の利便性」「商業施設の充実」「経済的に豊かな暮らしができる」「子育てがしやすい」「医療インフラの充実」と、暮らしに関わる項目に多く回答が集まった。

## 【考 察】

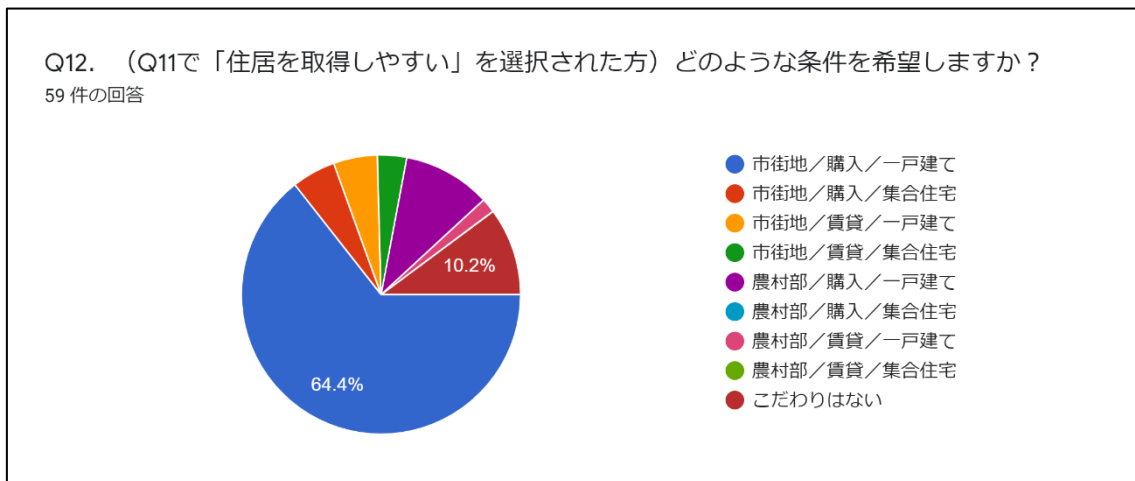
転出前(小中学生・高校生)から市内事業所を紹介し、地元で働き生活するイメージを持ってもらう必要がある。現在行われているキャリア教育を強化し、加えて行政や商工会議所、事業所によるさらなる情報発信が必要である。また、交通機関の充実や、大型商業施設の誘致など、生活の利便性向上のための施策が有効であると考ええる。

## 【ポイント】

- ・綾部で暮らし、自然豊かな環境でゆったりとした生活ができることをPR
- ・地元で働き生活するイメージを持ってもらうための取組
- ・交通機関、大型商業施設誘致等による利便性の向上を図る施策

## 6. Uターンに際して希望する条件

### (1)住居



「市街地/購入/一戸建て」が64.4%、続いて「農村部/購入/一戸建て」「こだわりはない」が10.2%となり、その他は横ばいとなっている。綾部市では、積極的に農村部での暮らしをPRポイントとしてIUターンを推進しているが、回答者の多くは市街地を拠点とした生活を望んでいることが分かる。

## 【考 察】

Uターンを含める移住者全てが農村部での田舎暮らしを希望しているわけではないことは前提としておく必要がある。

## 【ポイント】

- ・綾部で暮らし、自然豊かな環境でゆったりとした生活ができることをPR



## (2) 仕事(職種、最低年収、雇用条件、副業等)

### (抜粋)

- ・年収500万円以上
- ・大手企業で工場以外の勤務地
- ・ブルーカラーではなく、IT等のホワイトカラー。若者が望むのはそこ。
- ・①副業ができる会社。もし独立したり起業したりした時に、他の収入源が確保できると安心できる。
- ・②中途採用が活躍できる会社。新卒の学生は、選択肢の多い都会に流れてしまうのは当然のことだと思う。
- ・情報集約発信基地、官公庁出先機関、大都市圏会社の本社機能など。  
年収は当該企業の現状水準(綾部に置くことで減額する必要無し)。  
正社員。  
副業については当該企業の現状規則程度。ただし、農業を兼務する人には行政からのサポートが必要か。
- ・在宅、リモートワークが OK な企業や業種(RPA、プログラミング、アプリ設計開発、  
インフラ運用管理など

多くの回答者が安定した収入の確保(仮にUターンしても現状と同等もしくはそれ以上の収入を得られること)を条件とした。また、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、在宅やリモートワークが可能な企業を求めるなど、時代に合わせた多様な雇用形態を望む回答があった。

一方で、農業などのPRを強化し、綾部の特性を活かした田舎でしかできない仕事に力を入れて欲しいという要望もあった。

### 【考 察】

都市部ほどの多様な選択肢はなくとも、綾部にも同じように職種や企業があるという面と、都市部にはない田園都市ならではの職種や企業があるという面の、両方のPRが必要である。

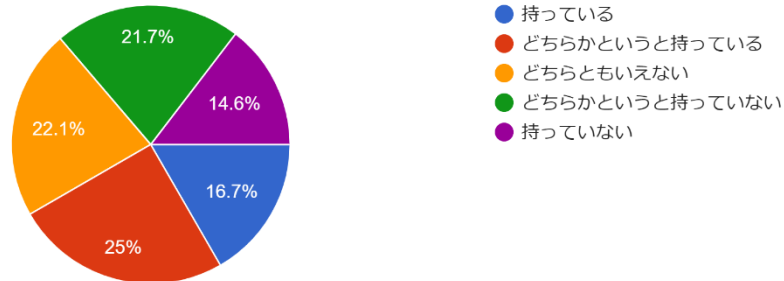
### 【ポイント】

- ・転出前に、綾部市で就くことができる職業や会社のことを知ってもらう仕組みづくり
- ・地元で働き生活するイメージを持ってもらうための取組
- ・多様化する働き方(在宅、リモートワークなど)に対応できる事業所を増やす
- ・綾部市の特性を活かした、田園都市ならではの職種や事業所があることをPR

## 7. 市外在住者の地元との関わり

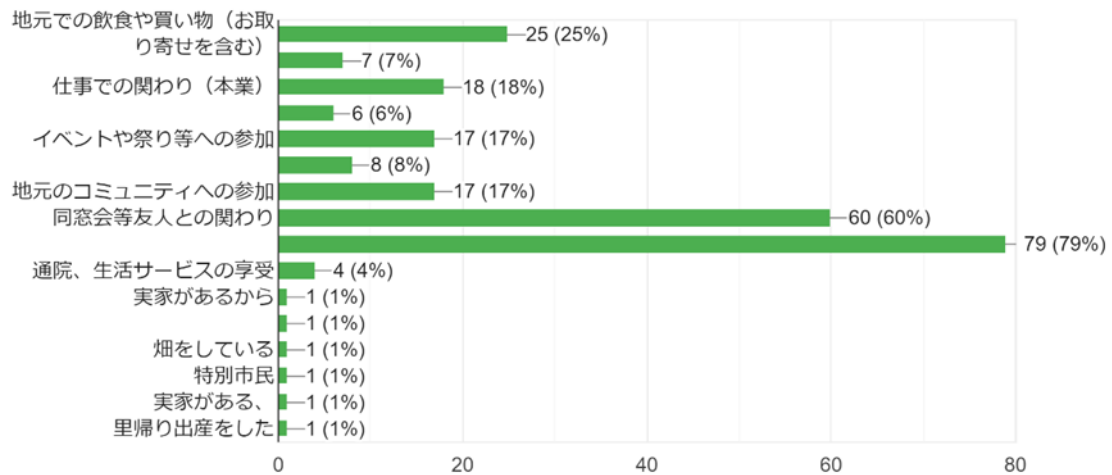
Q14. 現時点で、あなた自身、地元と強い関わりを持っていると思いますか？

240 件の回答



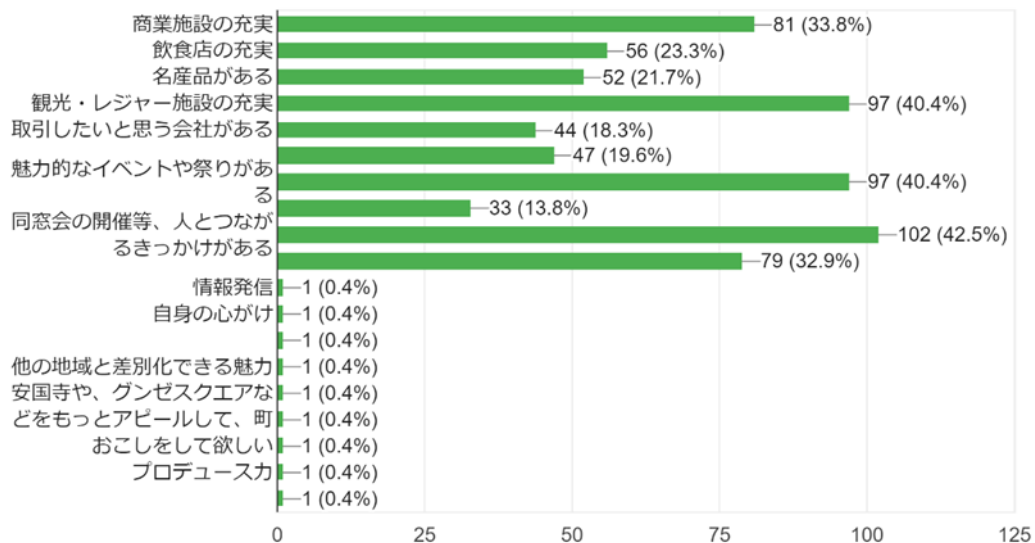
Q15. (Q14で「持っている」「どちらかという...それはどのような関わり方ですか？(複数回答可)

100 件の回答



Q16. 地元と今よりも関わりを持ちたいと思うよ...条件、要素が必要だと思いますか？(複数回答可)

240 件の回答



地元と強い関わりを「持っている」と回答した人は16.7%、「どちらかというを持っている」人は25.0%となっており、合わせると41.7%が現時点で地元との関わりを持っていると回答した。また、「持っていない」(14.6%)、「どちらかという持っていない」(21.7%)の、合わせて36.3%が関わりを持っていないと回答し、22.1%が「どちらともいえない」と回答した。

地元との関わりを「持っている」人、「持っていない」人の割合は、おおよそ半々となっており、「関わりを持っている」と回答した人の79%が「家族・親族等の世話」「墓参り」など、家族を通しての関わりを持っている。また、「同窓会等友人との関わり」にも60%の回答が集まった。

今よりも関わりを持ちたいと思うようになるために必要な条件としては、「同窓会の開催等、人とつながるきっかけがある」と回答した人が42.5%と最も多く、「魅力的なイベントや祭りがある」「観光・レジャー施設の充実」と回答した人が40.4%と続いた。

#### 【考 察】

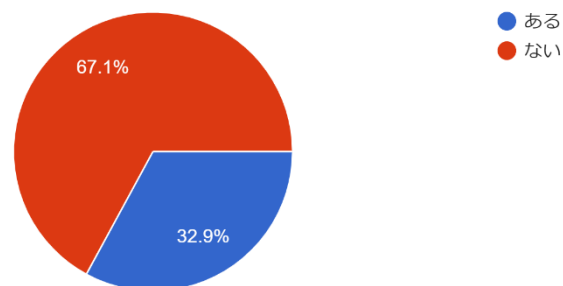
家族や友人など、“人との関わり＝地元との関わり”となっている人が多く、出身者が地元と今よりも関わりを持つためには、人とつながるきっかけがあることや、魅力的なイベントが効果的であるとする。

#### 【ポイント】

- ・人とつながるきっかけとなる魅力的なイベント・祭り・事業の企画開催
- ・同窓会の開催支援(補助金等)
- ・観光・レジャー施設の新設・整備

### 8. 地元との関わりの中で、活かしたいと思うスキル

Q17. 仕事やボランティア、イベント・祭り等地...、活かしたいと思うご自身のスキルはありますか？  
240 件の回答



■活かせるスキルがあると回答した人の具体的なスキル(抜粋)

- ・マーケティング、建築、イベント、語学力
- ・英語での情報発信。会社で長年海外投資家向け広報等を担当し身に付けた、情報を海外に伝えるスキルを活かせたらと思います。
- ・俳優としての発信力(まだほぼ無い)
- ・8年半東京でレストランをやっているの、大きなお肉を焼くとか、家では出来ないちょっと特別感のある飲食の提供ができます。
- ・スポーツの世界における、日本のトップクラス、世界レベルの世界を伝えること
- ・イベントで海産物の販売。
- ・①アジアを中心としたビジネス、文化のプロデュース、②音楽家、フラワー

「ある」と回答した人は32.9%、「ない」と回答した人は「67.1%」となっており、約3割の人は地元でも活かしたいと思うスキルがあると回答した。

【考 察】

出身者が地元と関わるきっかけをつくる1つの方法として、出身者のスキルを活かせるイベントや事業を展開し、関わってもらうことが効果的であると考えます。

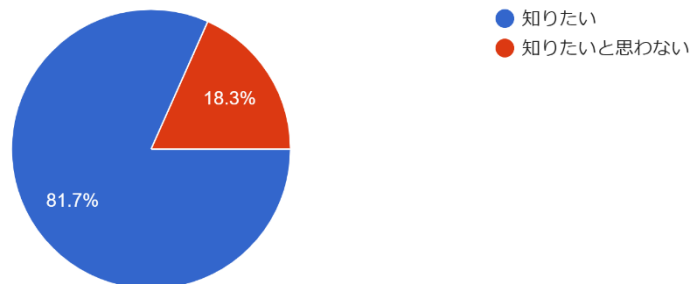
【ポイント】

- ・出身者のスキルを活かせるイベントや祭り、事業の企画開催
- ・行政、事業所、市民、諸団体とマッチングできる仕組づくり(マッチングサイト等)

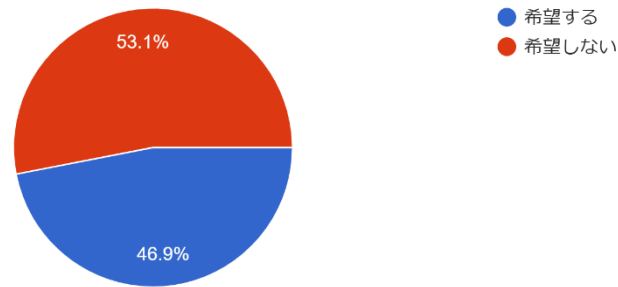
## 9. 市外出身者の綾部市への関心

Q19. 今後、綾部市のことをもっと知りたいと思いますか？

240 件の回答



Q20. (Q19で「知りたい」と答えた方) 今後、...メルマガ(無料)があれば、配信を希望しますか?  
196件の回答



「知りたい」と回答した人は81.7%、「知りたいと思わない」は18.3%となっており、多くの出身者が地元から離れてもふるさと(綾部)のことを知りたいと回答している一方、メルマガ等の配信を希望したのは46.9%にとどまった。

#### 【考 察】

今後のUターン促進に向けて活動するにあたっては、この地元への関心を最大限に活かすべきである。行政、事業所、市民、諸団体が例外なく出身者に情報を発信し続ける必要がある。ただし、「知りたい」と回答した人のうち53.1%がDMやメルマガを「希望しない」と答えており、ニーズに合わせた情報発信ツールを模索し、求められる情報に合致した情報を効果的に発信する必要がある。情報を求める人の受け皿として、綾部市の情報をワンストップで得ることができる情報サイトやコミュニティの創設なども有効ではないかと考える。

#### 【ポイント】

- ・ニーズに合わせた情報発信ツールの選択
- ・知りたいポイントをおさえた情報発信

## 10. 告知(情報発信)方法に関する考察

Q25. 本アンケートをどこで（何で）知りましたか？  
240件の回答

知人・友人から勧められた	146	各種SNS	19
SNSを含む情報伝達ツール	124	綾部青年会議所のFacebook	15
チラシを渡された	22	Instagramの検索	2
家族から勧められた	46	綾部市のFacebook	1
SNSを含む情報伝達ツール	17	観光協会のFacebook	1
チラシを渡された	18	成人式でのチラシ配布	3
手段不明	11		
あやべ市民新聞	26		
折込チラシ	21		
新聞記事	3		
WEB	2		

(単位：人)

「知人・友人から勧められた(SNSを含む情報伝達ツール)」と回答した人が51.6%と圧倒的多数を占めた。

今回は、年末年始に帰省する対象者をターゲットとして、2020年12月25日のあやべ市民新聞7,800部にチラシを折り込んだことに加え、綾部青年会議所会員、協賛企業に配布し、2021年1月20日の綾部市成人式には配布物にチラシを同封した。折り込みチラシの効果で回答者数を約700人、成人式では約50人程度の回答者を見込んでいたが、回答者数は伸びなかった。

一方、約7割の人がSNS等の情報伝達ツールを介してアンケートを知り、回答した。

### 【考察】

チラシの効果が想定通りに伸びなかった要因として、チラシが対象者まで届かなかったことや、届いたが関心をひかなかったことが考えられる。新型コロナウイルス感染症の影響により帰省者が例年と比べて少なかったこともマイナスに作用した。成人式では会場でチラシを手渡しで配布する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、急遽配布物への同封に切り替えたことも回答者数が伸びなかった要因の一つとして考えられる。アンケート結果が示す通り、今後情報を発信するにあたってはSNS等の活用が有効であると考えられる。また、ただ情報を発信するだけではなく、対象者はどんな事に関心があるのかなど、効果的に情報発信するための調査を行う必要があると考える。

### 【ポイント】

- ・SNSを最大限に活用する

## 【まとめ】

綾部市は、定住・移住促進の先進自治体として高い実績はありますが、出身者の府内・都市部への定住傾向が続いており、人口減少に歯止めがかかっていないのが現状である。また、対象者への意識調査などは行っておらず、今後のUターン促進に向け、まずは対象者への調査が必要と考えアンケート調査を行った。

本事業では、綾部市出身で市外在住の人を調査対象とし、対象者の現状を把握するとともに、Uターンに関する意識調査を実施した。その結果、Uターンを阻害している大きな要因として、働きたいと思う会社がないことが挙げられ、Uターンを促進するためには、早い段階から地元企業の情報を発信する場を設け、職業選択の幅を広げていかなければならない。また、「実家がある」「親の介護をしないといけない」「土地を所有している」などを理由にUターンを検討している人を後押しするために、行政や事業所で連携し、補助金等による支援策を講じる必要があると考える。

一方で、「自然豊かな暮らし」「住み慣れた地元での生活」を理由としてUターンを希望する人も多くあり、こういった層に向けては綾部市が進めている移住・定住施策の情報を発信する必要があると考える。また、出身者が今よりも地元との関わりを持ちたいと思うためには、人とつながれるきっかけがあること、魅力的なイベントがあることという声が多く寄せられている。

出身者からは、地元で活かせるスキルがあるという声も多く、今後のUターン促進の一環として、出身者とまちが関わりを持てる機会の創出が有効であり、まずは帰省頻度を増やすことからUターン促進へつなげることが重要であると考え。

最後に、2040年には綾部市の人口は約23,000人程度まで減少するという試算も出ており、まちの活気は失われ、人口減少は歯止めがかからないと予測されている。今後のまちづくりにおいて、オール綾部でUターンを推進することは非常に重要であり、市民、行政、事業所、各団体と連携しながら、地域全体でUターン促進を図る取り組みが必要であると考え。

以上