

－ 青梅市移住・定住促進プラン(素案) －

目的

まちの持続的な発展を目指し、人口減少の抑制を図るとともに、豊かな地域資源を活かし、移住希望者を呼び込めるような移住・定住促進施策を展開していく。

位置づけと計画期間

まち・ひと・しごと創生総合戦略を補完し、令和4年度から令和6年度までとする。

基本的な考え方

戦略

“強み”を活かした移住・定住促進

戦術

地域資源を“商品”として売り込む

<戦術1> 地域の特色ごとに類型化

本市を地域の特色ごとに、「自然豊かな里山エリア」など3つに分類し、地域ごとの生活スタイルの違いに応じた取組を展開する。

<戦術2> 類型化した地域ごとにペルソナを設定

3つのエリアに即したペルソナをそれぞれ設定し、施策の訴求力を高める。

ペルソナとは？

マーケティングにおける架空のユーザー像・人物モデルのこと。ターゲットとの違いは、より詳細に人物像を設定でき、ユーザーのニーズを深堀していくことが出来ます。

<戦術3> 移住段階に応じた支援

移住希望者が移住を検討する段階等に応じて補助などを実施する。

おうめを「みつける」・「おもいだす」	移住希望者に青梅を知ってもらう取組 (=情報を発信)	「みんなシリーズ」の取組
おうめが「きになる」	移住希望者が青梅で相談できる取組 (=相談を充実)	
おうめを「おためしする」	移住希望者が青梅を体験できる取組 (=体験を提供)	
おうめに「きめる」	移住希望者が青梅に移住する取組 (=移住を後押し)	
おうめで「くらす」	移住者が青梅に定住する取組 (=暮らしを応援)	

「みんなシリーズ」の取組

行政だけでなく、市民・事業者みんなが移住・定住で主役になる取組(=気運醸成と環境整備)

【キャッチコピー】 おうめで実現 My Home, My Ome

【施策推進等】重要業績評価指標(KPI)の設定とPDCAサイクルの実施で、施策の効果検証等を行い、施策の改善を図る。