



My Home, My Ome

青梅市移住・定住促進プラン(原案)・2025－2029

令和7（2025）年 月
青 梅 市

目 次

01

プランの目的と位置づけ—————p 3

- (1) 策定の背景と目的—————p 3
- (2) 計画の位置づけ—————p 3
- (3) 計画期間—————p 3

02

市の現状と課題—————p 4

- (1) 人口の現状—————p 4
- (2) 住宅の現状—————p 9
- (3) 就業の現状—————p 11
- (4) 地形・土地利用の現状—————p 13
- (5) 市民アンケート—————p 15

03

これまでの施策の振り返り—————p 18

- (1) 実施施策の検証—————p 18
- (2) 各種施策アンケート—————p 22
- (3) 実施する施策に関する課題の整理—————p 24

04

基本的な考え方—————p 25

- (1) 基本方針—————p 25
- (2) K P I の設定—————p 26
- (3) 市域の 3 つの特色—————p 26
- (4) ペルソナの設定—————p 27

05

具体的な取り組み—————p 29

- (1) おうめサイクル—————p 29
- (2) おうめを「みつける」—————p 30
- (3) おうめが「きになる」—————p 31
- (4) おうめを「おためしする」—————p 32
- (5) おうめに「きめる」—————p 33
- (6) おうめで「くらす」—————p 34

(1) 策定の背景と目的

全国的に、少子高齢化が進展し、日本中の多くの地域で人口減少が進行しています。平成26（2014）年、地方創生の取り組みを本格化させた国は、東京圏の人口一極集中是正のため、自治体向けの交付金や企業の地方移転を促す税制などを創設し、地方移住の促進を進めてきました。

本市においても平成27（2015）年12月に「青梅市人口ビジョン」および「青梅市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」といいます。）を策定し、将来人口の目標数値を定め、本市ならではの地方創生の取り組みを進めてきました。しかしながら、総合戦略による取り組みの成果が将来的な人口推移に影響を与えるまでには至りませんでした。

令和2（2020）年3月には、本市の地方創生の充実と加速化を図るため「第2期総合戦略」を策定しました。ちょうど同じ時期に、新型コロナウイルス感染症が猛威を振るい始め、都市から地方への人口還流、人々の生活・価値観の変化等、社会経済環境はこれまでと大きく変化しました。この時代の潮流変化を適切に捉え、移住・定住促進施策を展開していくことを目的として、第2期総合戦略を補完する「青梅市移住・定住促進プラン」（計画期間：令和4（2022）年度から令和6（2024）年度まで。以下「第1期プラン」といいます。）を令和4（2022）年3月に策定しました。

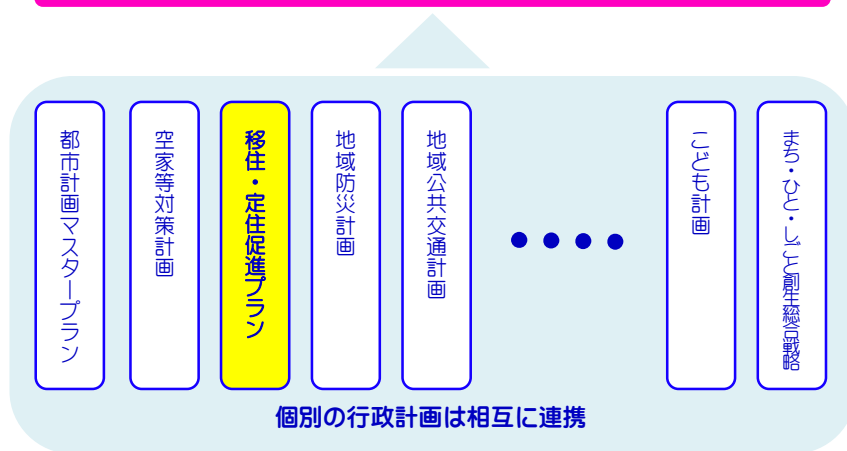
第1期プラン計画期間の3年間では、移住希望者が実際に移住するまでの心の段階に応じた各種施策を総合的・戦略的に実施してきました。随時施策の検証を行い、柔軟に改善を図ることで、着実に成果を挙げてきました。

令和6（2024）年度は、第1期プランの最終年次となります。これまでの人口動態の状況や市民アンケートの結果などから市の現状と課題を抽出し、分析を行うとともに、施策の効果を改めて検証し整理を行い、社会構造の変化によりさらに多様化する人々の価値観を適切に捉えながら、本プランを策定します。

(2) 計画の位置づけ

本プランは、第7次青梅市総合長期計画（以下「総合長期計画」といいます。）を上位計画とする個別の行政計画の一つです。その他各種行政計画と整合を図りながら、「**移住定住人口の確保**」という総合長期計画の目標達成に向けて実施するための具体的な施策を示すものです。

第7次青梅市総合長期計画



(3) 計画期間

計画期間は、令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの**5年間**とします。

なお、本プランについては、定期的に施策の実施状況について評価を行うとともに、必要に応じて適宜見直しを行うものとします。

02

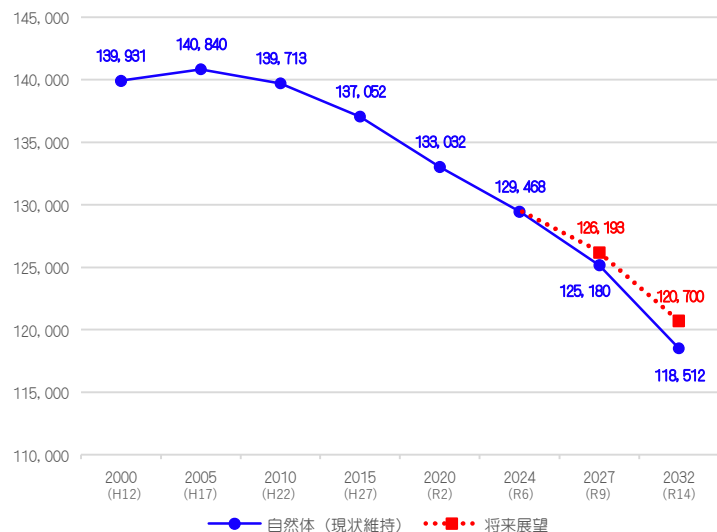
市の現状と課題

(1) 人口の現状

ア 人口の推移・将来推計

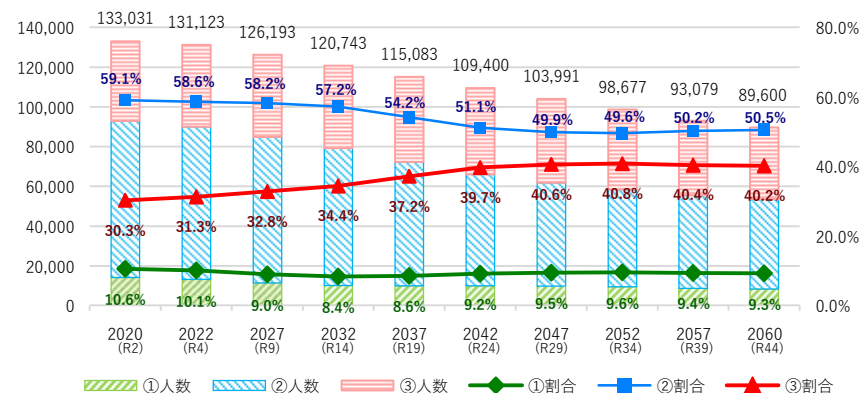
本市の人口は、平成17年の約14万人をピークに減少に転じており、令和6年1月1日時点では、129,468人となっています。

総合長期計画による将来人口推計では、本市の人口は今後さらに減少し、このまま何らかの策を講じなければ、令和14（2032）年の総人口は、ピーク時から15%以上減の118,512人となることが推計されています。本プランにもとづく移住・定住促進施策のほか、総合長期計画にもとづく子育て施策などの各施策を展開することで、将来展望では令和14（2032）年時点での総人口を、120,700人とすることを目標としています。



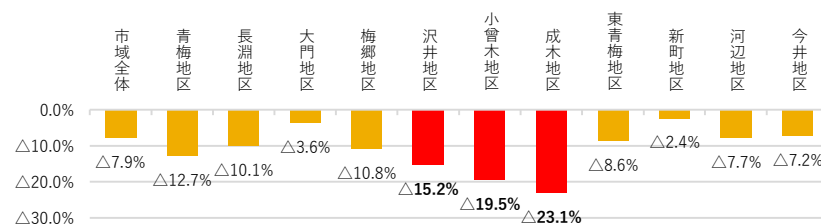
資料：シティプロモーション課

また、本市の人口の将来展望を、年齢3区分（①年少人口（0～14歳）、②生産年齢人口（15～64歳）、③老年人口（65歳以上））別に見てみると、老年人口の割合は令和4（2022）年の31.3%から40年で40.2%に上昇し、人口の4割以上が65歳以上となる試算となっています。



資料：第7次青梅市総合長期計画

令和4（2022）年から令和14（2032）年の地区別の人口減少見込み率を見てみると、市域全体の減少率が7.9%との見込みとなる中、市域西部・北部の沢井地区・小曾木地区・成木地区はその約2倍、もしくはそれ以上の減少率となる試算となり、急速な人口減少が懸念されます。

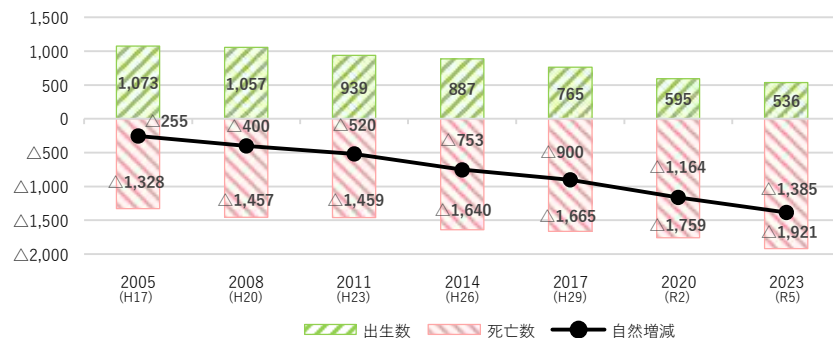


資料：第7次青梅市総合長期計画データをシティプロモーション課再編・加工

イ 人口動態の分析

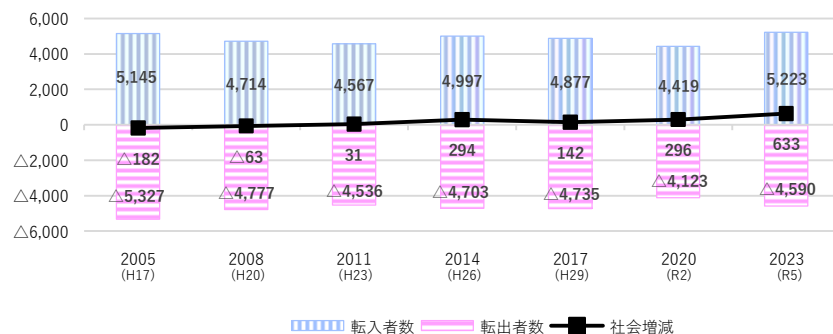
(ア) 自然動態

本市における自然動態（出生および死亡に伴う人口の動き）は、年々減少傾向が拡大し、令和5（2023）年度時点で△1,385人の自然減となっています。



(イ) 社会動態

本市の社会動態（転入および転出に伴う人口の動き）は、近年社会増の傾向が強まってきており、令和5（2023）年度には633人の社会増となっています。

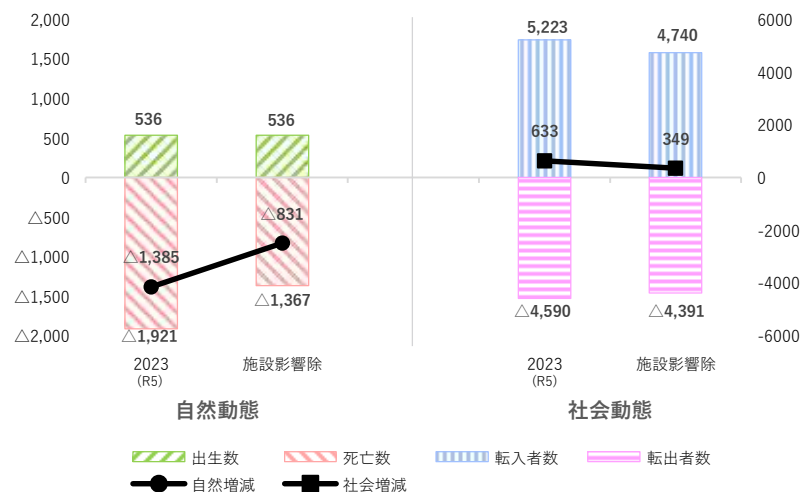


(ウ) 高齢者施設等入所者の影響を除いた人口動態

本市の自然動態・社会動態で留意すべきことがあります。市内に多く立地する高齢者施設等への入退所が及ぼす人口動態への影響です。本市は東京都内で4番目に特別養護老人ホームの定員数が多く、令和6（2024）年8月時点で2,577床と、市の人口の約2%となる数となっています。

この高齢者施設等入所者※1の住民異動を除いて令和5（2023）年度の自然動態・社会動態それぞれを分析すると、自然減は40%鈍化し831人の減、社会増は約45%鈍化し349人の増となっています。高齢者施設等の影響によって、自然減・社会増はより強まるものの、本市の人口動態には本質的に自然減・社会増の傾向があると考えられます。

※1…高齢者施設等入所者…高齢者施設や障がい者施設、病院などの施設に住居登録がされている者



次頁以降の社会動態・人口の分析については、この高齢者施設等入所者の影響を除いた令和5（2023）年度の住民異動データを用いて行います。

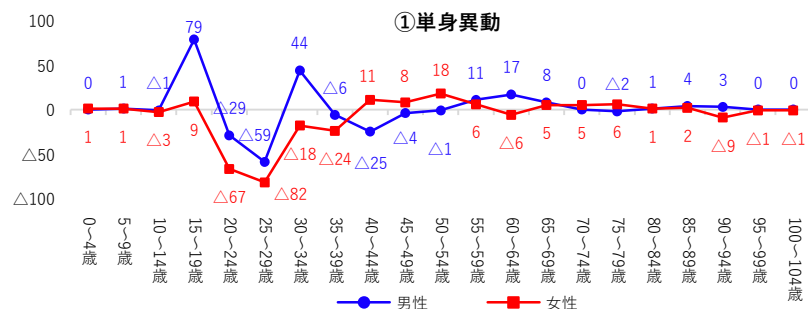
a 世帯員数ごとの社会動態

住民異動届出単位の世帯員の人数の区分（①単身異動、②二人異動、③家族異動（世帯員3人以上での異動））ごとに人口動態を分析すると、単身異動では転出者数が転入者数を上回り社会減となっているものの、二人異動、家族異動では転入者数の方が多く、社会増となっています。

（単位：人）

世帯区分	転入者数…A	転出者数…B	社会増減…A-B
①単身異動	3,088	3,185	△97
②二人異動	726	592	134
③家族異動	926	614	312
合計	4,740	4,391	349

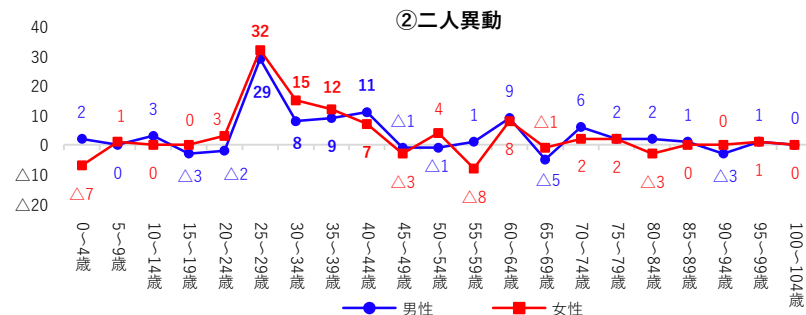
異動人数区分別・年齢別（5歳毎）・男女別に社会増減の状況を分析しました。



単身異動について、第1期プラン同様の傾向となり、男女ともに20歳代において転出者が上回り、△237人の社会減となっています。特に女性は、20～30歳代まで合計191人の社会減となっており、就職や結婚等のライフイベントを契機に他自治体へ転出する方が多いと考えられます。

一方で第1期プランにおける1年度あたりの20歳代の社会減が△349人であるのに対し、令和5年度は△237人と40%以上も改善しています。第1期プラン策定時から現在までの20歳代人口の減少割合7.2%を鑑みても、社会減の割合が改善しています。

なお、15～19歳、30～34歳の男性について、第1期プランと異なり転入者が上回る傾向が見られます。企業の独身寮に18～19歳の男性が例年より多く転入していることなどが影響していると考えられます。



（単位：人）

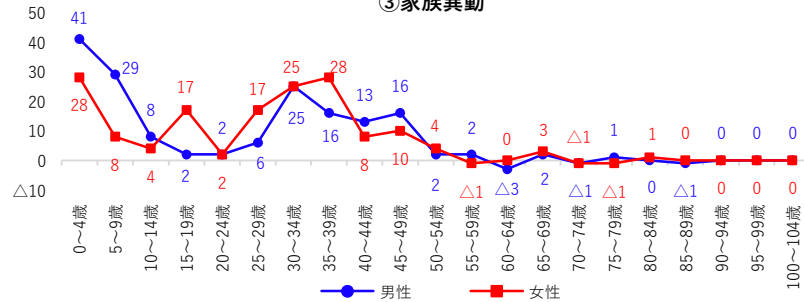
世帯員の構成区分	転入者数…B	転出者数…C	社会増減…B-C
夫婦	251	131	120
親子	46	51	△5
夫婦・親子以外	43	35	8
合計	340	217	123

二人異動について見てみると、男女ともに25歳から44歳の年代で転入者数の方が多く、123人の社会増となっています。なかでも特に25～29歳で顕著で、61人の社会増となっています。

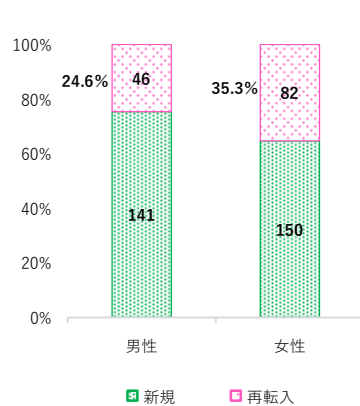
この25歳から44歳の年代の社会動態について、世帯員の構成区分（夫婦、親子、夫婦・親子以外）ごとに分析すると、夫婦での社会増が全体の97%以上となる120人となっていることがわかります。

25～29歳での社会増が最も大きいことから、この傾向は、令和4（2022）年度から移住・定住施策として取り組んでいる、39歳以下の新婚夫婦が対象となる「結婚新生活スタートアップ応援事業」の影響で、若年層、特に就職後日浅くまだ所得の少ない20歳代のご夫婦に本市を選択していただいていることなどが一因となっていると考えられます。

③家族異動



家族異動においては、男女ともに0歳から54歳までの年齢で社会増となっています。中でも、10歳以下の年代および25歳から49歳までの年代で20人以上の社会増となっており、特に0～4歳で69人と社会増が大きくなっている傾向が見られます。



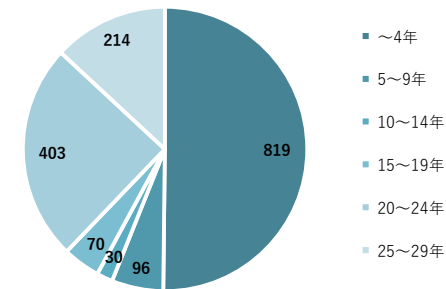
家族異動の転入のうち、25歳～49歳までの年代についてさらに詳細に分析しました。新規に転入してきた方と、青梅から転出後Uターンで戻ってきた再転入の方の割合を男女別で見ると、再転入者の割合が男性は24.6%、女性が35.3%となりました。男性は約1/4、女性については1/3以上が、一度青梅へ転出した後に再び青梅へ戻ってきていることがわかります。再転入者の実数も、女性が男性の約2倍となっています。

単身異動での転出の傾向なども併せて考察すると、これは、20代で結婚・就職等をきっかけに本市から一度転出した方、特に女性が、市外で家庭をもち、お子さんの就学等を転機に、子育て等でご両親の支援が受けられる実家のある当市へ戻ってきたからではないかと考えられます。令和5（2023）年度から「三世代同居・近居応援金」制度を開始したことも、転出者のUターン回帰を促進する一因となっているものと考えられます。

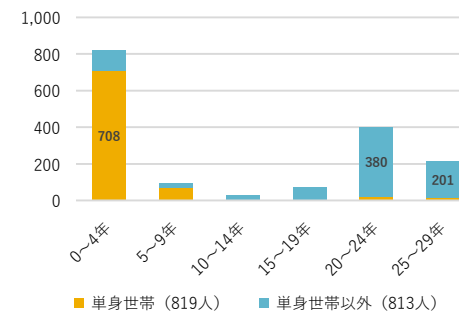
b 単身異動の転出者（20歳代）の状況

3つの異動人数区分の中で唯一社会減となっている単身異動の転出者のうち、男女ともに社会減となっている20歳代について分析を行いました。転出日時点での居住年数（5年毎）ごとの分析では、居住年数5年未満の転出者が819人と、全体の半数を占めています。次に居住年数20年以上～24年以下が多く、全体の約1/4の403人となっています。

単身異動の転出者・居住年数別内訳 (n=1,632)



転出元世帯員の状況 (n=1,632)



また、居住年数毎に、転出元の世帯員の数（単身世帯・単身世帯以外）に注目し分析しました。単身世帯の合計819人のうち、86%以上の708人が居住年数5年未満となっています。

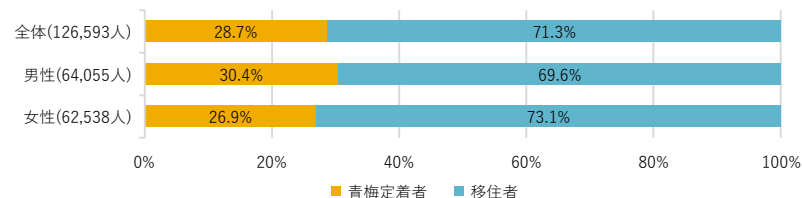
一方、単身世帯以外の合計813人のうち、居住年数20年以上が7割以上を占め、581人となっています。

以上のことから、20歳代の転出には①仕事等の都合で単身本市に引っ越してきた新卒等の年齢の若者が、再び転勤等仕事の都合等で市外に転出するパターン、②幼少のころから青梅で暮らしてきた若者が、就職等を転機に実家から市外へ転出するパターン、この2つの傾向が見て取れます。仕事上の都合による転出は止めることが難しい一方で、長年住み慣れた故郷から転出せざるを得ない状況はなんとか抑制しなければなりません。

ウ 令和 6（2024）年度末時点人口・世帯の状況

令和 6（2024）年 4 月 1 日時点の人口は129,178人、世帯数は65,352世帯です。そのうち高齢者施設等入所者を除く126,593人、62,770世帯について分析を行いました。

（ア）人口の状況

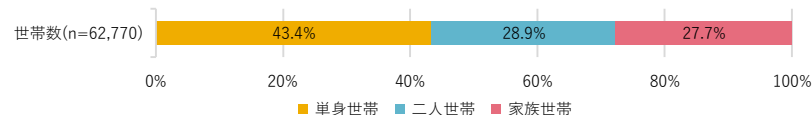


本市から一度も転出をしたことのない人（以下「青梅定着者」と言います。）は全体の28.7%、36,299人で、移住者（※青梅出身者で他自治体へ転出後再転入した人（以下「Uターン層」と言います。）を含みます。）は71.3%、90,294人となっています。男女別で見ると、青梅定着者については女性よりも男性の方が多く、移住者は男性よりも女性の方が割合が高くなっています。

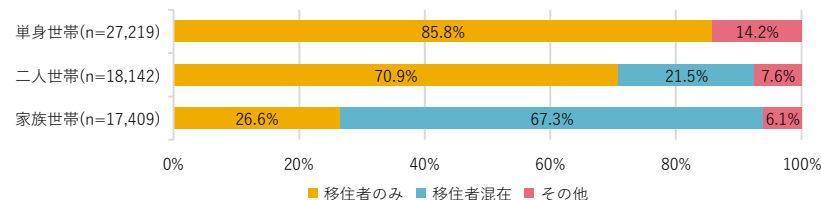
市民の区分	人数（人）	平均年齢（歳）	平均居住期間（年）
青梅定着者	36,299 人	36	36
男性	19,498 人	37	37
女性	16,801 人	35	35
移住者	90,294 人	55	24
男性	44,557 人	53	22
女性	45,737 人	56	26
全体	126,593 人	50	28

また、青梅定着者は平均年齢・平均居住期間ともに35～37歳・年となっています。一度も市を転出等したことなく年少者を含むことによるものと考えられます。一方、移住者の平均年齢は53～56歳、平均居住期間は22～26年となっています。青梅に引っ越してきた時点の平均年齢はおおむね30歳で、就職や結婚などのライフイベントが多くある年代で転入してくる傾向があることが推測できます。

（イ）世帯の状況



世帯員 1 人の単身世帯は、全体のうち43.4%と最も高く27,219世帯です。次いで世帯員 2 人の二人世帯、世帯員 3 人以上の家族世帯となっています。



世帯員の区分ごとに、移住者の有無の状況を見てみると、単身世帯では85%以上が市外からの転入者世帯となっています。二人世帯では、どちらかが必ず移住者である割合が92.4%で、16,770世帯となっています。家族世帯では逆の傾向が見てとれ、青梅定着者の方が必ず 1 人はいる世帯の割合が73.4%の12,783世帯となります。

これは、5 頁の a「世帯員数ごとの社会動態」②二人異動の世帯員構成の区分の表から、夫婦 2 人で転入（Uターン層も含みます。）してきた世帯が青梅でお子さんをもうけ、家族世帯となっていることが大きい要因と考えられます。実際に家族世帯のうち移住者混在世帯は11,723世帯ですが、そのうち生まれてからずっと青梅定着者である「子」がいる世帯は11,169世帯と95%以上を占めています。

夫婦で転入・またはパートナーのもとに転入し夫婦となった世帯が、いずれ家族が増え、家族世帯となっていることがわかります。

エ 人口の現状と課題の整理

- ⚠ 人口は将来的に減少が続く
- ⚠ 令和32（2044）年までに高齢者の割合が人口の半数に
- ⚠ 人口減少率は地域によって差が有り
- ⚠ 高齢者施設等の影響を勘案しても社会増の傾向有り
- ⚠ 若年層（20～30歳代・特に女性）の単身異動での転出超過が顕著
- ⚠ 二人異動は、ほぼ夫婦世帯での異動で転入超過
- ⚠ 家族異動は最も転入超過・女性の1/3以上が再転入者
- ⚠ 移住者のみの世帯は二人世帯で7割以上・家族世帯は3割以下

少子高齢化・人口減少の波は、本市にも例外なく押し寄せています。総合長期計画に位置付けられた子育て対策等の各種施策との整合を図りながら、定住人口の確保を図っていく必要があります。

また、その人口減少率は、市域の中でも差があります。特に市域西部・北部の沢井地区・小曾木地区・成木地区については、市域全体と比較し人口の減少率が大きく、少子高齢化・人口減少が急速に進む地区となります。住民の地域コミュニティ維持を念頭に、早急に対策を練らなければなりません。

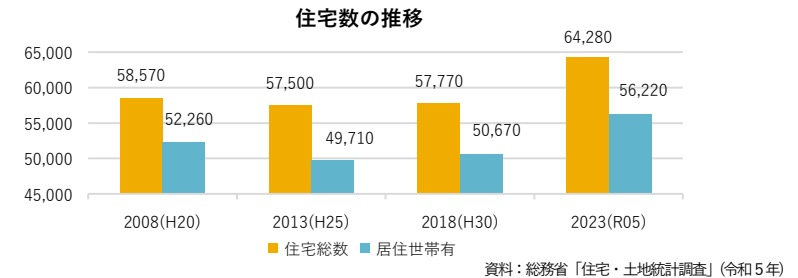
本質的に青梅市は、本市に多く存在する高齢者施設等の影響を除いても社会増の傾向があります。若年層特に女性の転出超過が顕著ですが、二人異動（夫婦での異動）・家族異動で転入超過となっていることから、就職などを契機に若年層が流出するものの、結婚や家庭を持つタイミングで本市が選ばれ転入超過になっているものと考えられます。若年層の転出抑制を強化しつつ結婚等を契機とした施策を効果的に展開していく必要があります。

また、2人世帯で高割合だった移住者のみの世帯割合が、家族世帯では顕著に低くなることから、夫婦世帯が移住後に青梅でお子さんを授かり家族世帯となる傾向も多いことがわかります。これから家族を作ろうとする層へ訴求する施策を展開していく必要があります。

(2) 住宅の現状

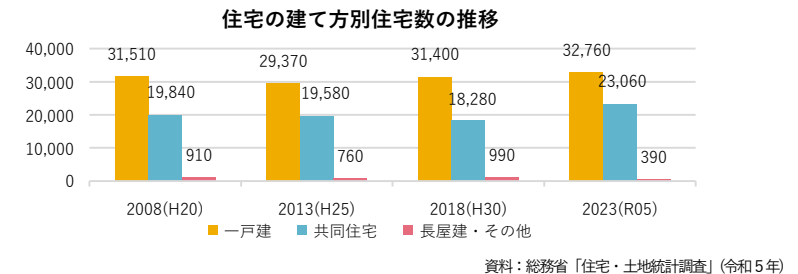
ア 住宅の状況

住宅総数は、平成30（2018）年まで58,000戸前後で推移していましたが、令和5（2023）年には64,280戸となり、前回調査から6,510戸、10%以上の増となりました。居住世帯のある住宅数についても同程度増加し、令和5（2023）年には5,550戸増の56,220戸となりました。



居住世帯のある住宅を住宅の建て方別に見てみると、一戸建が1,360戸の増、マンション・アパートなどの共同住宅が4,780戸の増となっています。

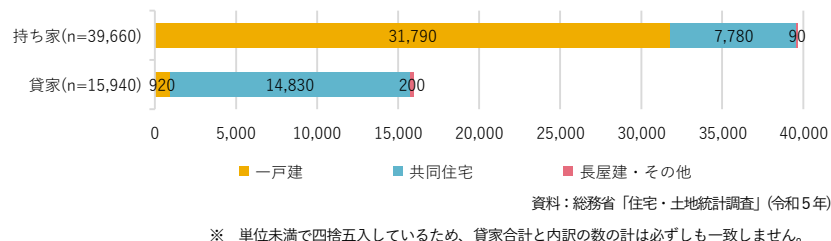
住宅・土地統計調査は抽出調査となり、抽出した標本区域が単純には市域全体の縮図とはならないという側面があります。しかし、生産緑地地区の行為制限が解除され、宅地開発が進んだことなどが住宅増加の一因となっているものと推察しています。



※ 単位未満で四捨五入しているため、居住世帯のある住宅合計と住宅の建て方別住宅数の計は必ずしも一致しません。

住宅の所有関係（持ち家・貸家）別で住宅数を見てみると、持ち家数が39,660戸、貸家が15,940戸と、持ち家が貸家の約2.5倍となっています。持ち家では、約8割が一戸建で住宅全体の55%以上を占めています。貸家では9割以上がアパート・マンションなどの共同住宅で、全体の1/4以上となっています。

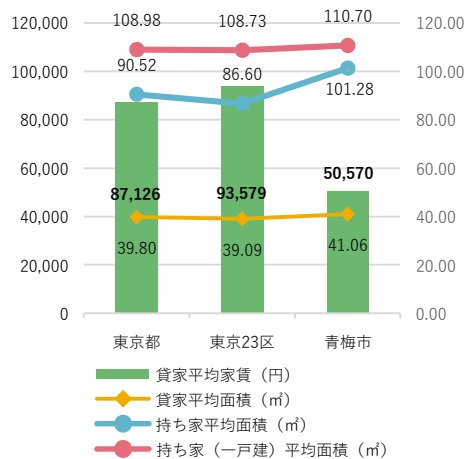
住宅の所有関係別住宅数



貸家の一戸当たりの平均家賃、持ち家・貸家別の1住宅当たりの平均延べ面積を東京都・東京23区・青梅市でそれぞれ比較しました。

市内の貸家の平均家賃は50,570円となり、東京都平均より40%以上、東京23区平均より45%以上安価となっています。また、貸家の平均延べ面積は東京都平均・東京23区平均よりも若干広く、41.06㎡（12.42坪）となり、都心と同じくらいの広さの住宅に暮らしたとしても、半額程度の家賃で生活することができます。

平均家賃・1住宅当たり延べ面積の比較

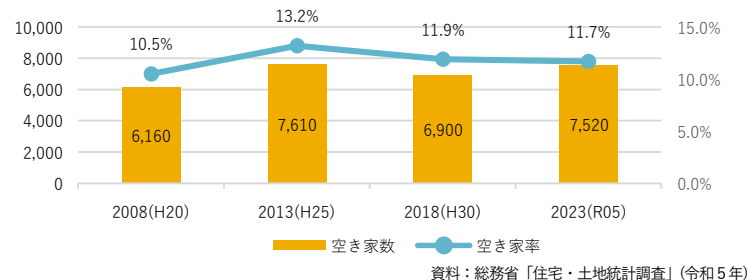


さらに、市内の持ち家の平均面積は101.28㎡（30.64坪）と、東京都平均、東京23区平均よりも1割以上広がっています。青梅市は都心部と比べると地価が安いので、広い住宅を比較的リーズナブルに手に入れることができるという強みがあります。

イ 空き家の状況

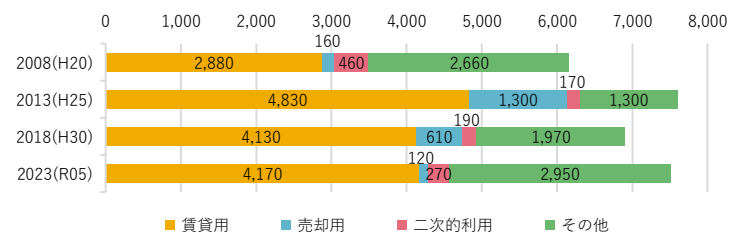
空き家数は、平成30（2018）年と比べると増えており、令和5（2023）年は7,520戸でした。空き家数を住宅総数で割った「空き家率」で見ると、令和5（2023）年は11.7%となり、前回調査よりも若干減となったものの、依然として市内の住宅の約9戸に1戸が空き家となっている状態です。

空き家数・空き家率の推移



空き家を使用目的にもとづく4つの分類（「賃貸用」、「売却用」、別荘などの「二次的利用」、「その他」（転勤などで長期不在・使用目的なし等））ごとに見てみると、空家等対策の推進に関する特別措置法の公布の前年となる平成25年に賃貸用・売却用の空き家数が増加し、その他の空き家は一時的に減少しました。しかし、平成30（2018）年からその他の空き家は増加を続け、令和5（2023）年には前年より1,000戸増加し空き家総数の約4割となる2,950戸となりました。

空き家の種類の推移



※ 単位未満で四捨五入しているため、空き家合計と空き家の種類内訳の計は必ずしも一致しません。

市内の空き家については、市域北部や西部の市街化調整区域に点在しているだけでなく、市街化区域の主要道路沿いなどにも分布しています。

便利な地域とされている主要道路沿いなどに空き家が分布しているということは、移住希望者のニーズに応じた住まいとして活用していく余地があると考えられます。



資料：住宅課「空き家データ」(令和6年12月25日時点)

ウ 住宅の現状と課題の整理

- ⚠ 住宅数は空き家を含め増加傾向
- ⚠ 特に使用目的のない「その他の空き家」の増加が顕著
- ⚠ 売却用の空き家は減少傾向
- ⚠ 空き家は市域の各地に点在

人口が減少している一方で、市内の住宅数は増加傾向となっています。コロナ禍でのいわゆる「おうち時間」の増加や在宅ワークの普及など生活様式や価値観の変化があったことで市内の住宅需要が増加したことにタイミング

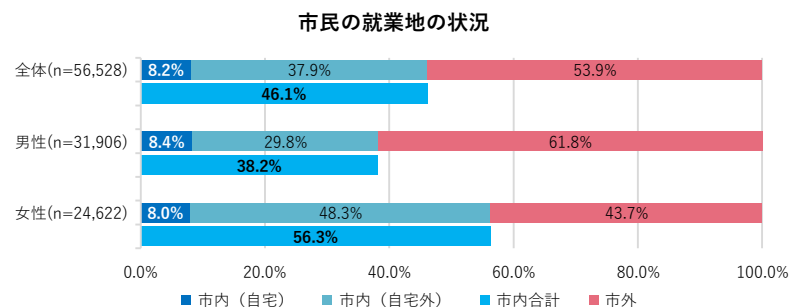
良く応えるかのように、生産緑地地区の行為制限解除などにより新築住宅の供給が増加したことも住宅数の増加の要因であると見ています。

また、特に使用目的のない「その他の空き家」についても増加しています。売却用の空き家は減少傾向であることを踏まえると、住宅市場での空き家の需要は一定以上あると見られます。特に都心と比較し地価が安い青梅では、価格帯の割に広い住宅が手に入るため、中古の「空き家」の市場でのニーズの高まりにより、売却用住宅が減少しているものと考えられます。

このような売却用空き家が減少するなか、使用目的のない「空き家」が市域の各地に点在していることは、売却用空き家になる可能性のある物件が各地に点在しているということと同じです。**住宅所有者が「空き家」を市場に出しやすくする環境を整え、空き家を移住希望者の住まい候補として活用していく必要があります。**

(3) 就業の現状

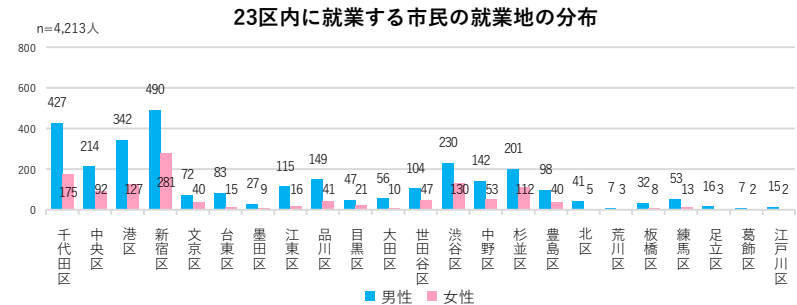
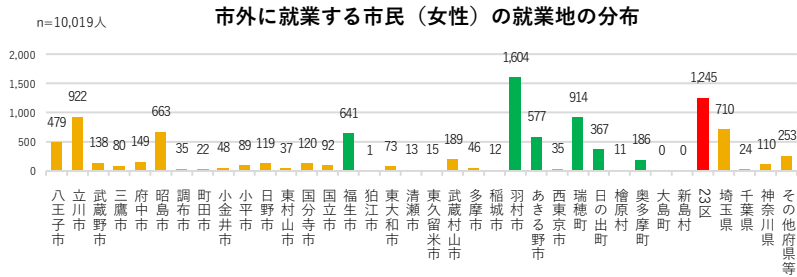
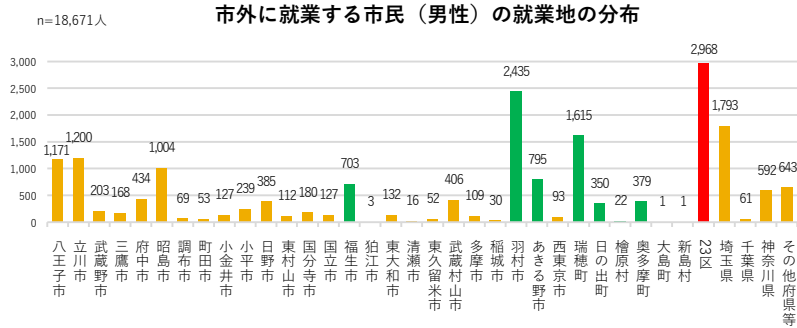
本市の就業者56,528人のうち、46.1%の方が市内で就業しています。男女別で見ると、女性は男性よりも市内で就業する割合が18.1ポイント高く、半数以上となる56.3%が市内就業者となっています。



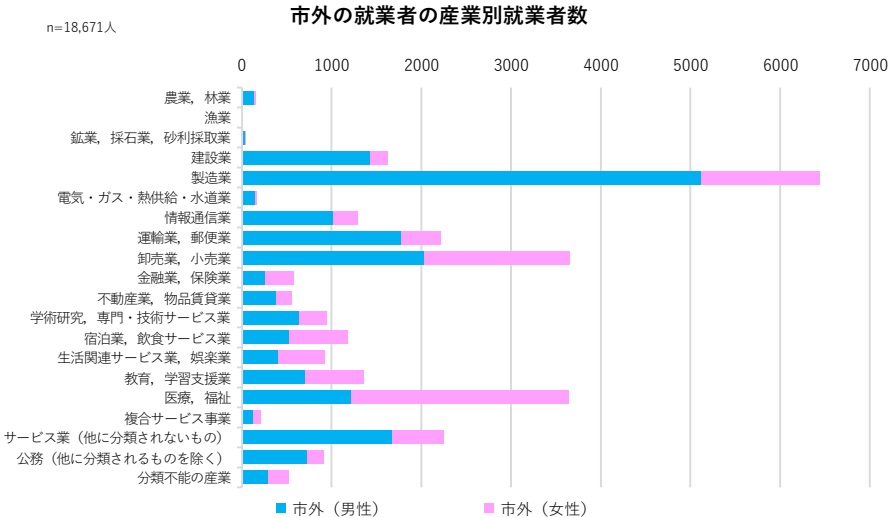
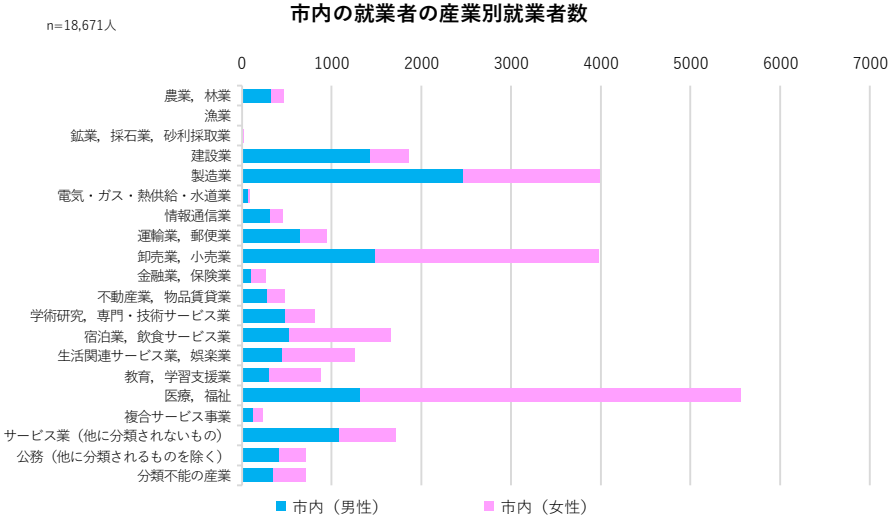
資料：総務省「国勢調査」(令和2年)

市外就業者28,690人の就業地について男女別に見てみると、男女ともに近隣の西多摩地区や埼玉県へ通勤している方が多い傾向です。一方で、男性の15.9%、女性の12.4%（全体の14.7%）が23区内、特に新宿区、千代田区など比較的遠方へ通勤していることがわかります。

市内就業者の産業別就業者では、「医療・福祉」が最も多く、次いで「製造業」、「卸売業、小売業」となっています。一方、市外就業者では「製造業」が最も多く、次いで「卸売業、小売業」となっています。



資料：総務省「国勢調査」（令和2年）



資料：総務省「国勢調査」（令和2年）

就業の現状と課題の整理

- ⚠ 市民の約半数が市内就業者
- ⚠ 男性よりも女性の市内就業率が高い
- ⚠ 市外就業者は近隣自治体への通勤が多い一方、約15%が23区へ通勤
- ⚠ 23区内でも中央線沿線(千代田区・新宿区)への通勤者が多い
- ⚠ 市内の産業別就業者数最多は医療・福祉関係

市民の約半数が市内就業者で、男性よりも女性の方が市内就業率が高くなっています。これは、5頁a「世帯員数ごとの社会動態」①単身異動の状況で分析したように、女性は就職等を契機とした市外への転出超過の傾向があり、市から通勤する方が少なくなるため、市内就業率が高くなっているものと考えられます。

市外就業者については、近隣地区での就業が多くいわゆる「職住近接」の傾向がある一方で、約15%が23区へ通勤しています。特に千代田区や新宿区への就業者が多いことから、JR青梅線・中央線により都心部への良好なアクセスが保たれている本市の環境によるものと考えられます。

また、都心部は多種多様な業種が集中するため、交通アクセスによって通勤可能な企業を選択できる幅も広がります。移住者にとっては「引っ越し後も通勤できる移住先」、市民にとっては「就業先が通勤面で狭まらないわがまち」という本市の持つ強みを押し出した施策を継続して展開していく必要があります。

市内の産業別就業者数最多は医療・福祉関係、次いで製造業となっています。西多摩の中核市として医療・福祉体制が充実していること、また、圏央道青梅ICが近いという立地のメリットなどから優良なものづくり企業が集まっていることによるものと見ています。本市を支える事業者とともに定住者確保を図っていく必要があります。

(4) 地形・土地利用の現状

ア 概況

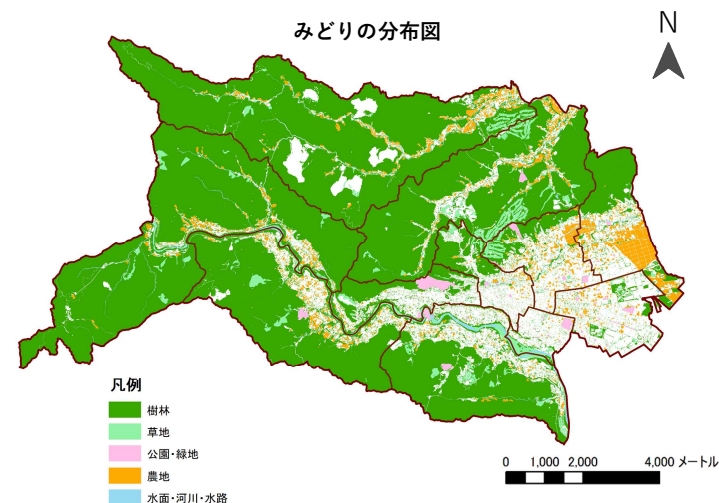
本市は東京の西北部、都心から40～60kmに位置し、東西に17.2km、南北に9km、総面積は103.31km²で、東京都で5番目に広い自治体です。

市域西部には御岳山に代表される山地が分布し、それらの山地の樹林地を水源とする多摩川水系や荒川水系の河川が多く流れ、河岸段丘が分布しています。東部の扇状地には市街地が形成され、その南北には丘陵地が市街地を包み込むように分布しています。

イ みどりの分布

市域全体で樹林、草地、公園・緑地、農地が点在し、令和5（2023）年の市域全体のみどり率は79.6%、総面積は8,227.2haとなっています。多摩地域（67.4%）や区部（24.0%）と比較し、本市のみどり率は高く、この豊かな自然は本市の魅力の一つです。

※ みどり率…みどりの量の現状および推移を把握するための指標の一つであり、地域における公園緑地、街路樹、草地、宅地等のみどり、河川などの水面の面積が、その地域に占める割合のこと。



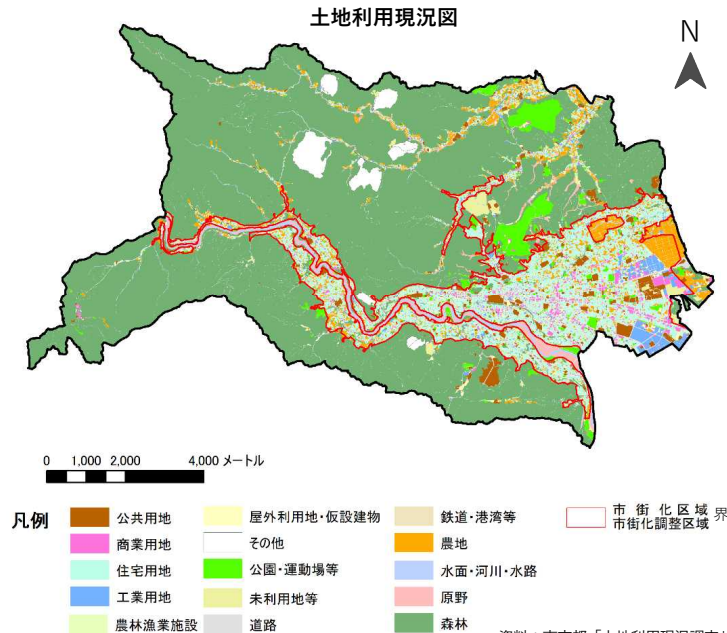
資料：東京都「みどり率データ」（令和5年）より作成

ウ 土地利用

本市の土地利用は、高いみどり率からもわかるように森林が大半を占め、市域全体の6割以上となっています。

住宅用地は多摩川沿いと市東部の扇状地、市域北部の成木川沿い、黒沢川沿いに形成されています。多摩川沿いと市東部の扇状地などは市街化区域に指定されていますが、その他の地域は市街化調整区域となり、開発行為・建築行為等が制限されているため、新築の住宅を建築する際に条件があるなど、居住できる人が限定的となっています。

また、市街化区域内では、主要3駅（JR青梅駅、東青梅駅、河辺駅）周辺地域を中心に商業用地が分布しているほか、市域東部に工業団地を形成する形で工業用地が集中しています。道路網が充実し産業が発達しており、市街化区域の住宅用地周辺は比較的利便性が高くなっています。一方で市街化調整区域内は、住宅用地に森林や農地などのみどりが隣接しており、交通量も比較的少なく静かな環境で過ごすことのできるエリアとなっています。



エ 地形・土地利用の現状と課題の整理

- ▲ 山地・丘陵に囲まれ一級河川を有する都内で5番目に広い自治体
- ▲ 市域全体のみどり率は多摩地区・区部と比較が高い
- ▲ 住宅用地は市街化区域・市街化調整区域それぞれに形成
- ▲ 市街化調整区域の開発行為等の制限により居住者が限定的
- ▲ 市街化調整区域内は交通量も少なく静かな環境で過ごせる

本市は自然環境に囲まれた都内で5番目に広い自治体です。市域の6割以上を森林が占めており、市街化区域内の農地が宅地開発などにより減少傾向であることを加味しても、市域全体のみどり率は多摩地区や区部と比較して高く、この自然との距離の近さは本市の大きな強みの一つです。

一方で山地や丘陵、河川が形成する河岸段丘など、本市の自然が形作る地形は、多少起伏の多いものとなっています。市東部の扇状地に広がる市街地は比較的平坦であり、同じ市内でも地域によって生活環境が大きく異なります。**本市の市域の広さと地形の特徴を踏まえ、地域の特徴に応じたご案内を移住希望者に対して行っていく必要があります。**

土地利用の面では、本市の住宅用地は市街化区域・市街化調整区域それぞれで形成されています。市街化調整区域は住宅建築等の面で制限があり、居住できる人が限定的です。また市街化調整区域は、第1章(1)「人口の現状」の地区別の人口減少見込み率を示すグラフの中で、急速な人口減少が懸念となっていた沢井地区・小曾木地区・成木地区と重なっています。**都市計画法上の制限がある中でも、いわゆる「既存宅地※」の活用を図るなど、人口急減地域のコミュニティ維持に向けた取り組みを行っていく必要があります。**

上述のように、市街化調整区域は利便性の面で市街化区域と比較的低く、住宅の利用面でも制限があります。しかし裏を返せば、住まいとみどりが隣接した静かな住環境であるとも言えます。移住希望者のニーズは多岐にわたり、いわゆる「田舎暮らし」を理想とする方の相談も多くあります。**市街化調整区域を「田舎暮らし希望者の聖地」と捉え、移住希望者の理想とのマッチングを図る施策を展開していく必要があります。**

※ 既存宅地…都市計画法第34条第12号の規定により、東京都が定めた「都市計画法に規定する開発許可等の基準に関する条例」にもとづく既存宅地（土地）をいう。

(5) 市民アンケート

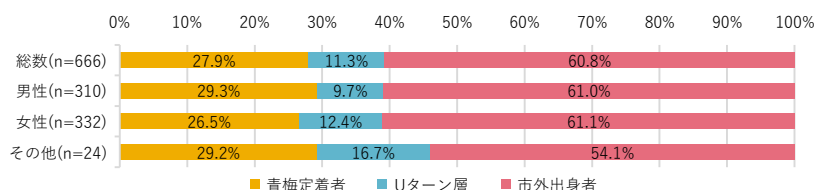
本プランでは、市民の方の本市に対する意識を反映したものとするため、市民に対するアンケート調査を行いました。

移住・定住に関するアンケート

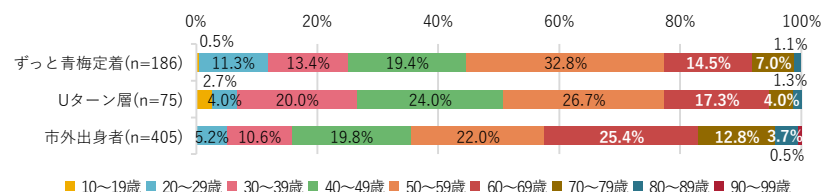
- 対象 市内に居住する市民
- 期間 令和6（2024）年9月18日から10月2日まで
- 回答数 15歳から92歳（回答時点）までの市民 666件

ア 回答者の属性

回答者の出身区分を3区分（青梅定着者、Uターン層、市外出身者）ごと・それぞれ性別ごとに見てみると、青梅定着者およびUターン層（以下「青梅出身者」といいます。）は4割、市外出身者は6割でした。Uターン層を移住者に含める「令和6年度末時点人口の割合」と比較すると、青梅出身者と市外出身者の割合は、概ね人口割合と同程度の構成割合となりました。



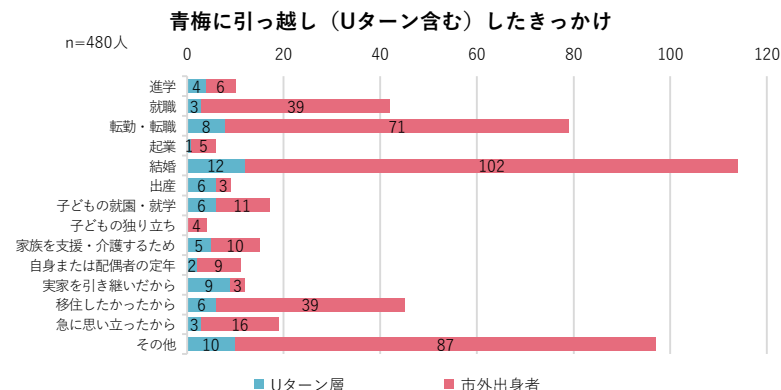
出身区分3区分別の年齢の分布については、3区分ともに40歳以上が7、8割を占め、回答者の平均年齢は52.8歳となっています。



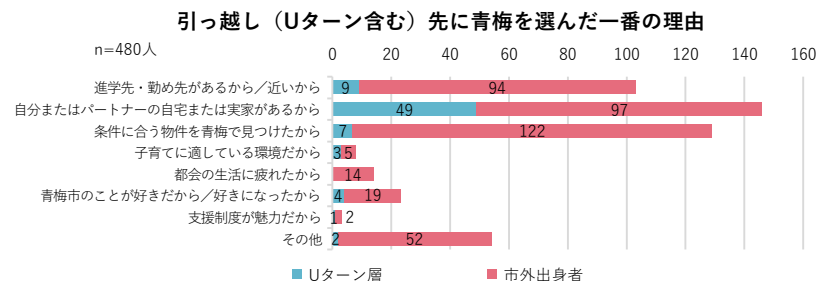
イ 暮らしの状況

このうちUターン層および市外出身者480人の方に、青梅に引っ越し（Uターン含む）したきっかけをお伺いしました。

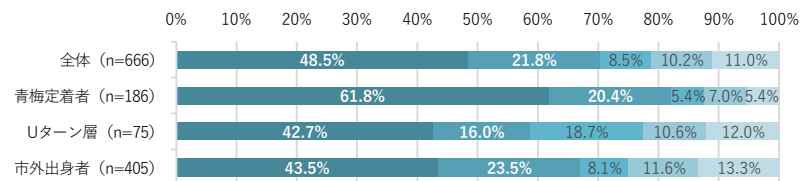
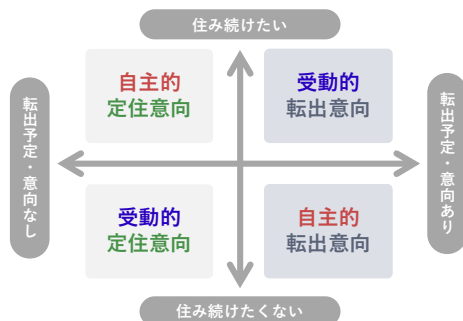
「結婚」が全体の約1/4で最も多く、次いで「転勤・転職」、「移住したかったから」となりました。「その他」については「希望の住宅が見つかったから」が最も多く、他に「仕事の関係」などの回答が見られました。



引っ越し（Uターン含む）先に青梅を選んだ理由については、「自分またはパートナーの自宅または実家があるから」が最も多く、特にUターン層の6割以上となる回答がありました。次いで「条件に合う物件を青梅で見つけたから」、「進学先・勤め先があるから／近いから」となりました。「その他」については、「家族や親戚の影響」、「転勤関係」、「自然環境のよさ」、「交通アクセスのよさ」などの回答がありました。



回答者全員に、**定住意向・他の自治体へ転出する予定または意向の有無**について伺いました。回答の内容を分析するため、定住意向と転出予定または意向の状況で、
 「**自主的定住意向**」、
 「**受動的定住意向**」、
 「**受動的転出意向**」、
 「**自主的転出意向**」
 の4つに分類しました。



- 転出する予定または意向はなく、これからも青梅に住み続けたい(自主的定住意向)
- 特に住み続けたいわけではないが、転出する予定または意向はない(受動的定住意向)
- 仕事の都合など、事情があり今後転出する予定や可能性がある(受動的転出意向)
- 予定はないが、いずれ青梅から転出したいと思っている(自主的転出意向)
- わからない

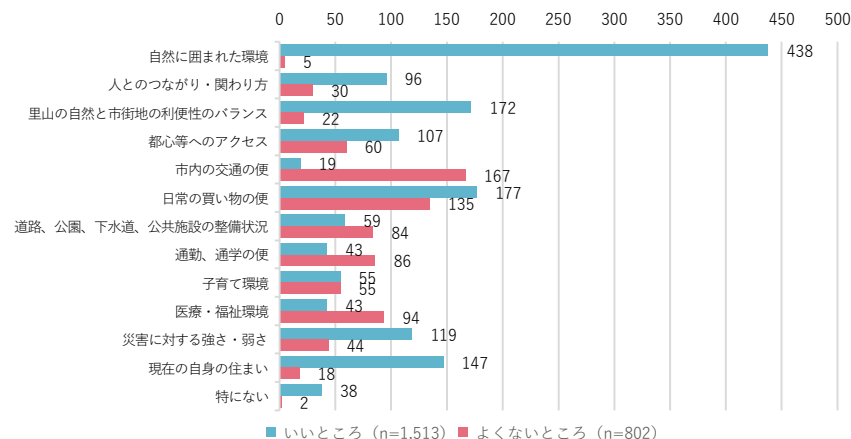
「転出する予定または意向はなく、これからも青梅に住み続けたい」と回答した自主的定住意向の方は、全体の48.5%でした。青梅定着者では、6割以上の方が自主的定住意向となっています。

「特に住み続けたいわけではないが、転出する予定または意向はない」と回答した受動的定住意向の方は、全体の21.8%でした。市外出身者でその割合が最も高く、23.5%となっています。

「仕事の都合など、事情があり今後転出する予定や可能性がある」と回答した受動的転出意向の方は全体の8.5%でした。一方で、Uターン層では18.7%と割合が高くなっています。

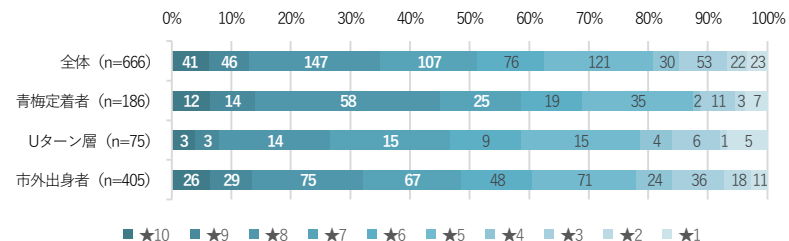
青梅の暮らしの中で感じる「いいところ」では、「自然に囲まれた環境」が最も多く、次いで「日常の買い物の便」、「里山の自然と市街地の利便性のバランス」、「現在の自身の住まい」と続きます。

青梅での暮らしの中で感じる「いいところ」「よくないところ」(複数回答可)



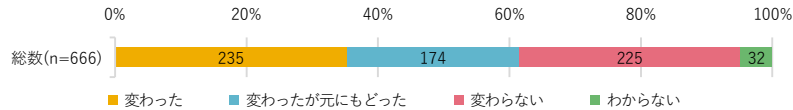
暮らしの中で感じる「よくないところ」は、「市内の交通の便」、「日常の買い物の便」と利便性の面で指摘がされています。一方で「日常の買い物の便」は「いいところ」第3位にもなっています。

青梅での暮らしの満足度を10点満点で伺いました。全体では平均6.2点となりました。青梅定着者では6.6点で最も高く、Uターン層では5.9点と6点を割り込み3区分で最も低い満足度となりました。市外出身者は6.1点となり、全体の平均を下回りました。

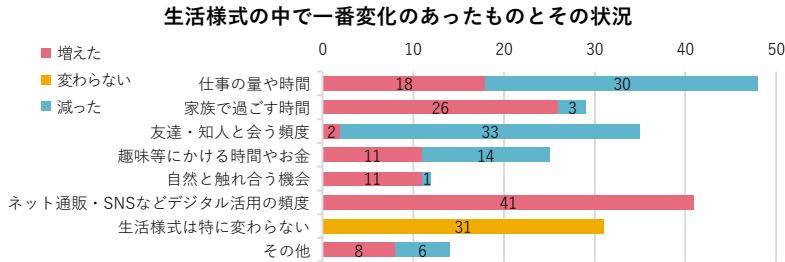


ウ コロナ禍の状況

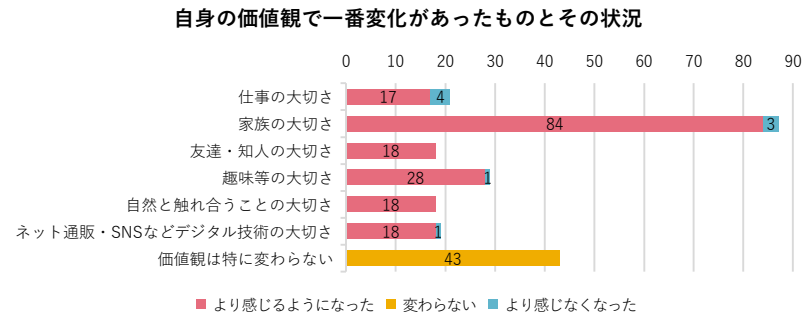
コロナ禍前と比べた現在の生活状況や価値観の状況について伺いました。「変わった」との回答は35%程度となり、変わったが元に戻った人も含め、現時点ではコロナ禍前と変わらないとの回答は全体の約6割となりました。



「変わった」と回答した235人の方に、生活様式の中で一番変化があったものの、自身の価値観で一番変化があったものを伺いました。



生活様式の変化で最も多かったものは、「デジタル活用の頻度」が増えたとの回答で、次いで「友達・知人と会う頻度」が減ったとの回答となりました。また、「仕事の量や時間」が減った、「家族で過ごす時間」が増えたとの回答も多くなっています。一方で「仕事の量や時間」については、増えたとの回答も比較的多くなっています。



自身の価値観の変化で最も多かったものは、「家族の大切さ」を「より感じるようになった」との回答で、全体の35.7%でした。生活様式の中で仕事の量や時間が減ったり、家族との時間が増えたり、友人等と会う頻度が減ったりしていた行動変容の原因（もしくは結果）として、家族の大切さを感じるようになったものと考えられます。

エ 市民アンケートの状況と課題の整理

- △ 青梅へ引っ越しの主なきっかけは、結婚・仕事・住宅取得
- △ 青梅定着者とそれ以外の方で住み続けたい意識に差が有り
- △ 自然は共通の魅力・日常の買い物の便などで評価がばらつく
- △ コロナ禍を経験し、市民の価値観は一定以上変化

青梅市民の7割以上となる市外経験者（Uターン層・市外出身者）の引っ越しのきっかけは、結婚・仕事・住宅取得で、自分の意思だけで本市を選んでいる理由が主なものとなります。また、市外経験者と青梅定着者では自主的定住意向の方の割合に約20ポイントの差がありました。青梅定着者は自分のふるさとへの愛着などから、自分の意思としての定住意向が高くなっている一方、「青梅」を引っ越し先として選択する上で他律的・受動的な要素が絡むと、より定住意識は低くなっていく傾向があることがわかりました。

本市についての強み・弱みについては、自然が魅力との共通認識はあるものの買い物利便性では評価にばらつきがありました。本市は市域が広く、自然や利便性など環境が地域により異なるため、このような回答結果となったものと考えられます。自然と利便性の濃淡の具合は、自身の理想とのギャップがあればあるほど苦痛でしかありません。実際に暮らす前にその地域に関して事前に下調べを行い、引っ越し後の生活の理想とのギャップをなるべく小さくすることが大切です。

コロナ禍後の状況については、デジタル活用・家族との時間が増えるなど、自身のプライベートを優先する価値観へ移行した方が増加しました。住まいというプライベート空間以外の「本市での暮らし」についてあらゆる角度から知っていただくことが必要です。

(1) 実施施策の検証

本プランでは、その実効性を高めるため、3つの重要業績評価指標（KPI）を定めるとともに、移住者の心の5段階に分類し位置づけた各施策ごとに目標数値を設定しました。

本章では、これまでの施策の取り組み状況を振り返るとともに、市内への移住・定住の促進に向けた今後の各施策の展開について検討を行います。

ア 重要業績評価指標（KPI）

KPI 移住相談件数の増加（年度）

01 目標 200件以上 → 実績 406件 達成率 203.0%
※令和5（2023）年度実績

KPI 移住組数の増加（年度）

02 目標 40組以上 → 実績 68件 達成率 170.0%
※令和5（2023）年度実績

KPI 転出者数の抑制（年度）

03 目標 4,600人以内 → 実績 4,590人 達成率 100.2%
※令和5（2023）年度実績

重要業績評価指標（KPI）については、全てで目標を達成しました。

移住相談件数については、移住先としての認知度の上昇に連動し増加し、令和5（2023）年度時点で目標数値の約2倍となりました。また、市の各種移住施策を利用した方を「移住者」とカウントし計上する**移住組数**についても、令和5（2023）年度時点で目標を達成し、移住組数68組、移住者数は133人となりました。**転出者数**の抑制については、目標人数以内を保ち、施設入所者数を除いた人口動態においても社会増の傾向は引き続きキープしています。

イ 各施策ごとの目標数値に対する実績

(ア) おうめを「みつける」・「おもいだす」

移住先としての認知を獲得するため、専用ポータルサイト立ち上げ・運営、配布物・動画制作、イベント運営、広告等市のPRを一元的・戦略的に行うシティプロモーションを強化し、本市のブランドイメージを向上させました。

具体施策 移住・定住ポータル アクセス件数（年度）
01 目標 2,000件以上 → 実績 46,887件 達成率 2344.3%
※令和5（2023）年度実績

具体施策 移住ガイドブック 移住希望者の認知度
02 目標 50%以上 → 実績 ー※ 達成率 ー

具体施策 デジタルアートコンテスト #おうめ推しの投稿件数（年度）
03 目標 500件以上 → 実績 221件 達成率 44.2%
※令和5（2023）年度実績

令和4（2022）年10月から公開した**移住・定住ポータル**「My Home, My Ome」は、令和5（2023）年度時点で4.6万件のアクセス件数となりました。また、ユニークユーザー数は1日平均50人以上となる1.9万人となりました。

移住ガイドブックについては、単独での認知度は集計しませんでした。対面での移住相談やイベントで必ず配布し、市の暮らしのPRを行いました。

デジタルアートコンテストについては、令和5（2023）年度よりInstagramのみで実施したため、前年度の595件から半数以上減となりました。しかし、コンテスト期間終了後も「#おうめ推し」のハッシュタグが投稿され、SNS上で徐々に浸透しています。ハッシュタグによる市のブランディング効果が高まり、キャンペーン以外でも自発的なPR機運が高まっていると言えます。

(イ) おうめが「きになる」

シティプロモーションを通じ青梅を移住先として認知し、気になりだした方が、移住に対する不安等を解消できる相談体制を整えました。

具体施策	移住相談窓口の設置	土日祝日の相談件数（年度）
01	目標 100件 → 実績 15件 達成率 15.0%	※令和5（2023）年度実績

具体施策	移住相談会の開催	参加者数（年度）
02	目標 30組 → 実績 74組 達成率 246.7%	※令和5（2023）年度実績

令和4（2022）年度に市役所窓口に移住相談窓口を設置し、令和5（2023）年度には前年度の1.8倍となる合計406件の相談がありました。

土日祝日の相談対応については、観梅市民まつりなど来訪者の多い市内イベント等で出張相談ブースを出展しましたが、移住相談窓口としては効果的な結果を得ることができませんでした。

令和5（2023）年7月からは、都がふるさと回帰支援センター（有楽町）に設置する東京多摩・島しょ移住定住相談窓口へ市職員が土日いずれか月1回出張し相談対応を行っています。都心部に住む移住希望者が本市へ来なくても相談できる体制を整えるとともに、都の専門相談員とともに相談対応することによってより多角的な視点でのアドバイスを行うことが可能になりました。

移住相談会は、東京23区内で行われる移住フェアへの相談ブース出展のほか、移住希望者向けのセミナーとして開催しました。特に移住フェアは、移住希望者が全国各地の中から自分に合う移住先を探すために訪れる場で目的が明確なため、出展は非常に効果的でした。令和5（2023）年度には目標の約2.5倍、74組の参加組数となりました。

見知らぬ土地での新たな暮らしには不安がつきものです。そんな移住希望者の不安を解消するため、ひとりひとりの思いや希望に耳を傾け、強みも弱みも市の実情を丁寧に伝え、相談者の心に寄り添いながら実施しています。

(ウ) おうめを「おためしする」

移住相談を通して青梅のことをより深く知った後、移住を決断する前に市での生活を実際に体験してもらうための機会を提供しました。

具体施策	おためしおうめ生活	利用件数（年度）
01	目標 400件以上 → 実績 7件 達成率 1.75%	※令和6（2024）年度12月までの実績

具体施策	移住体験モニターツアー	参加組数（年度）
02	目標 6組以上 → 実績 9組 達成率 150.0%	※令和5（2023）年度実績

令和6（2024）年5月より、市での暮らし体験時の宿泊費に対する補助制度となる、**おためしおうめ生活補助金**制度を開始しました。制度開始からまだ日が浅く、また、令和6（2024）年12月末日時点でおためし施設（登録宿泊施設）の登録件数も7件にとどまっており、利用が進んでいません。

移住希望者の目に届くよう効果的な制度周知を図るとともに、宿泊場所の選択肢を増やすべくおためし施設登録を促していく必要があります。

移住体験モニターツアーについては、都の事業を活用し令和5（2023）年度から日帰りツアーを実施しました。令和5（2023）年度は「歴史・文化に関心がある若者」向けのツアーを行い9組の参加がありましたが、実施後のアンケートで「また青梅市のツアーに参加したい」との回答は0件でした。他のアンケート項目から分析すると、歴史・文化に関心はあるがツアー目的がそれぞれ異なる中、一般的な土地の魅力紹介を行ったため、来訪した割に期待以上の収穫が得られなかったことによるものと分析しています。

令和6（2024）年度は、移住の目的を絞り参加者共通のものとし、より実際の具体的なものにするため、（一社）こーよ青梅※の実施する「アキテンボ見学会」と連携し「青梅での創業を検討する移住希望者」向けのツアーを行いました。実施後のアンケートでは、6組の参加者中4組が「次回もツアーに参加したい」、行程について6組全てが「非常に満足」と回答する結果となりました。

※ （一社）こーよ青梅…青梅市内で「人と人」「人とまち」を繋げる役割を担いながら「おうめマルシェ」や「アキテンボ不動産」などの事業を行っている団体。

(エ) おうめに「きめる」

移住を決断する段階で、移住希望者の背中を押すことができるよう、各種支援制度を整備・拡充しました。

具体施策	結婚新生活支援	補助件数（年度）
01	目標 150件 以上 ⇒ 実績 52件 達成率 34.7%	※令和5（2023）年度実績
具体施策	移住支援金制度	補助件数（年度）
02	目標 40件 以上 ⇒ 実績 9件 達成率 22.5%	※令和5（2023）年度実績
具体施策	空家バンク①	空き家バンク登録件数（年度）
03	目標 10件 以上 ⇒ 実績 4件 達成率 40.0%	※令和5（2023）年度実績
具体施策	空家バンク②	家財片付け等・リフォーム補助件数（年度）
04	目標 15件 以上 ⇒ 実績 5件 達成率 33.3%	※令和5（2023）年度実績
具体施策	空家バンク③	DIY型賃貸借 補助件数（年度）
05	目標 1件 以上 ⇒ 実績 0件 達成率 0.0%	※令和5（2023）年度実績

国の交付金を活用し、令和4（2022）年度から開始した**結婚新生活スタートアップ応援事業費補助金**については、令和5（2023）年度に52件の補助件数となり、移住者は53人となりました。一方で、国が要件化する年齢・所得上限により、対象となる新婚夫婦が制限されるという課題がありました。

令和6（2024）年度には、年齢・所得要件を廃した市独自制度となる**結婚おうめ生活祝い金**を開始しました。これまで対象外だった新婚夫婦にも支援が行き届くようになったものの、①2つの制度が混在しわかりづらい、②国交付金の有無で支援の手厚さが異なり不公平感が生じる、など課題があるため、本プランではよりわかりやすい形で施策展開していく必要があります。

令和5（2023）年7月に開始した**移住支援金**は、令和5（2023）年度は9件で、そのうち加算対象となる①空きバンク物件の活用は1件、②田園里山暮らし応援地区（沢井・小曾木・成木地区）への移住は2件に留まりまし

た。また、利用者の声などをもとに令和6（2024）年度に要件の見直しを行い、賃貸住宅で一定期間暮らした後に住宅を取得した方も対象に追加しました。本制度は、上限額が100万円と、プラン上最も手厚い移住の決め手となる支援策です。利用者アンケートの内容を踏まえ、施策の効果を見極めながら必要に応じて随時制度を見直していく必要があります。

空家バンクについては、令和5（2023）年度の登録件数は4件でした。また、空家等活用支援事業補助金については、家財片付け等・リフォームについて、令和5（2023）年度には5件の補助実績でした。令和6（2024）年度から移住者を対象とした支援メニューの補助率・補助上限額をともに拡充し、バンク制度の利用促進を図りました。DIY型賃貸借リフォームについては実績がなく、引き続き市場のニーズを見極める必要があります。

(オ) おうめで「くらす」

移住先として青梅に「きめた」人たちが定着し本市で暮らし続けていくための支援策を整備しました。

具体施策	特急料金補助	補助件数（年度）
01	目標 60件 以上 ⇒ 実績 36件 達成率 60.0%	※令和5（2023）年度実績

第1期プラン策定段階では、都心へ通勤し、かつ特急列車「特急おうめ」を利用した人を対象とした指定席料金の補助制度として実施予定でしたが、特急おうめは平日朝1本夜2本のみの運行と、利用者が非常に限定的となるという課題がありました。そこで、対象を拡げるため制度設計を変更し、鉄道定期券を利用し一定距離以上を日々通勤する方を対象とした**遠距離通勤ENJOY応援金**制度を開始しました。

移住の決め手となる「きめる」のフェーズの各施策との併用かつ市民の方の利用が可能ということもあり、令和5（2023）年度の実績は36件で、そのうち新規申請は36件で、移住者は18人でした。

令和7（2025）年春には、JR青梅線・中央線でグリーン車サービスが開始されます。「電車で座って1時間」で都心にアクセスできる強みを最大限活かすため、好機を逸せず施策展開をしていく必要があります。

(カ) みんなシリーズ

第1期プランでは、本市全体のおもてなし機運を向上させるため、行政だけでなく市民・事業者みんなが移住・定住の主役になる「みんなシリーズ」と題した取り組みを導入しました。目標数値等は定めていませんが、実施したそれぞれの事業の効果について検証します。

≫≫ a みつける・おもいだす・市民みんなが広告宣伝マン！

ポータルサイトやSNSにおいて観光施設や飲食店など事業者によるPRを後押しするとともに、より宣伝効果の高いSNSの活用方法を市民等が学べるような講座を開催します。

令和4（2022）年度は、市民等がSNS上で情報発信を効果的に行えるよう、インフルエンサーなどの講師を招き**SNS活用講座**を開催しました。計51名の参加があり、アンケートでも好評でしたが、参加者ごとにSNS理解度・利用頻度等が異なるなど、PR発信力強化に課題が残りました。

令和5（2023）年度からはSNS発信力の強化とともに、散策を通し青梅の魅力体験の機会の提供を目的として、写真家を講師に招いた少人数制ワークショップ**おうめ写真さんぽ**を年3回実施しました。参加者のレベルに合わせた実践的な施策となった一方で、「みんなシリーズ」として多くの方に参加していただくには至りませんでした。

≫≫ b きになる・市民みんながコンシェルジュ！

市民が相談員となり、移住希望者が「きになる」悩み等に市民目線で相談対応できる体制を整えます。また、専門的な相談に対しても、市民の協力を得て相談対応ができるようにします。

令和4（2022）年8月から、**移住・定住促進コンシェルジュ制度**を開始しました。初年度は認知も低く実績は2件でしたが、令和5（2023）年度は17件、令和6（2024）年度は12月末時点で23件と年々利用が伸びています。

コンシェルジュ登録者も年々増え、令和4（2024）年度末の10人から、令和6（2024）年12月末現在では8名増の18人となっています。家族構成も出身も住まいも仕事も異なるコンシェルジュが増えることで、移住希望者の多様な相談に細やかに寄り添うことができる環境が年々整ってきています。

≫≫ c おためしする・市民みんなでおもてなし！

移住希望者を対象としたイベントを行う団体等に対し補助を行い、市民や事業者が移住希望者と交流する機会を応援します。

令和4（2024）年8月から、**市民みんなでおもてなし事業補助金制度**を開始し、令和6（2024）年度までの3カ年でそれぞれ2件、5件、7件の実績となりました。年々実施事業が増え、新たな市の魅力となりつつあります。

個性豊かな事業の実施を通し、多様な移住希望者に市の魅力とともに市の暮らしを体験していただく機会を提供することができました。

≫≫ d くらす・市民みんなで声掛け！（三世代同居・近居支援）

三世代での同居・近居を支援するため、移住希望者を呼び込んだ市民に対し補助を行い、3年間継続して居住した場合に移住者に対して祝金の交付を行います。

令和5（2023）年7月から、**三世代同居・近居応援金制度**を開始し、初年度は14件、令和6（2024）年度は12月末時点で8件の実績となりました。

「三世代での子育て」を応援するイメージを浸透させ、子育てを契機にUターン移住を検討する方に対するアピールを進めていく必要があります。

≫≫ e くらす・市民みんなで働く！（移住就業奨励）

移住希望者を雇用した場合や従業員が本市に移住した場合、初年度に事業者に対して協力金を交付し、3年間継続して就労した場合に従業員に対して祝金の交付を行います。

令和5（2023）年7月から、**移住就業協力金・お祝い金制度**を開始しました。移住促進事業を行う事業者として市に登録された「バディ事業者」は、初年度は5社、令和6（2024）年度は12月末時点で9社となりました。

令和6（2024）年度からはハローワーク青梅と連携し、事業所登録や求人申し込みを行う事業主などへ制度案内チラシを配布するなど周知を強化し、事業者の方へのバディ事業者登録を推進しました。

(2) 各種施策アンケート

本市では、制度利用者の意見を今後の施策に反映させるため、各種施策を利用し移住された方に対するアンケートを行っています。その回答内容进行分析し、利用者視点で施策の振り返りを行い、今後の各施策の展開について検討を行います。

ア 移住・定住施策に関するアンケート

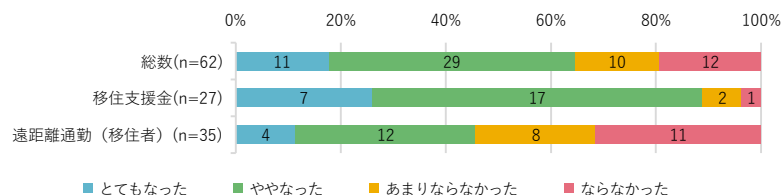
●以下の制度の利用者を対象に行う市独自アンケートの結果のうち、移住者向けの施策１・３の利用者について集計・分析を行いました。

- 1 おうめにきめた！移住支援金…移住者向け
- 2 三世帯同居・近居応援金（親世帯）…市民向け
- 3 遠距離通勤ＥＮＪＯＹ応援金（移住者）…移住者向け
- 4 遠距離通勤ＥＮＪＯＹ応援金（市民）…市民向け

※ 結婚新生活スタートアップ応援事業費補助金は、国のアンケート項目にもとづき別途実施しています。

●回答期間 令和５年７月～令和６年１２月

Q1. 支援制度は移住のきっかけになったと感じますか？

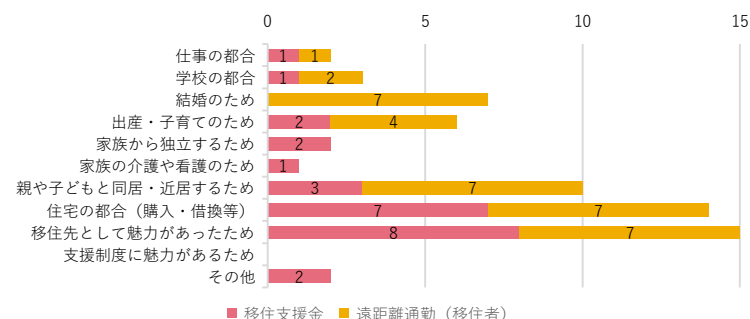


移住のきっかけに「とてもなった」、「ややなった」と感じる方は全体の６割以上となり、「あまりならなかった」、「ならなかった」を感じる方は約４割弱となりました。

施策別に見てみると、移住支援金では全体の約９割が「なった」と回答する一方、遠距離通勤ＥＮＪＯＹ応援金（移住者）では半分以下となりました。

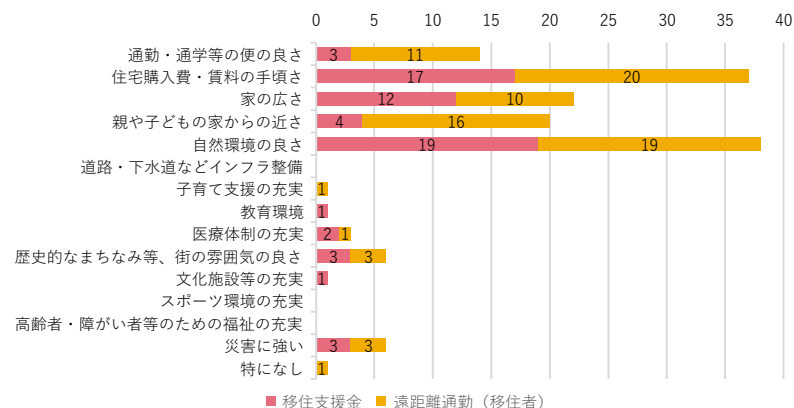
青梅に引っ越してきた後の青梅に暮らし続けるための定住施策として実施する「遠距離通勤ＥＮＪＯＹ応援金」と比較し、移住支援金は移住そのものの直接的な後押しになっているということが伺えます。

Q2. 移住する際、最も決め手となった理由は何ですか？



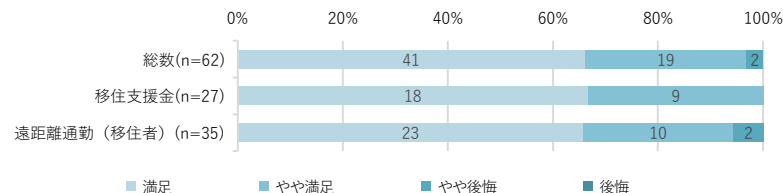
移住する際の最も決め手となった理由については、「移住先として魅力があったため」が最も多く、次いで「住宅の都合（購入・借換等）」、「親や子どもと同居・近居するため」が続きます。遠距離通勤（移住者）では、「結婚のため」も多く、２つの新婚夫婦応援制度の併用者が多いのも特徴です。

Q3. 移住する際、最も重視した点は何ですか？



移住の際最も重視した点は、「自然環境の良さ」が最も多くなっています。次いで「住宅購入費・賃料の手頃さ」「家の広さ」が続きます。豊かな自然に囲まれた住生活が手頃な値段で手に入ることは、マイホームを検討する方にとって非常に大きな魅力となっていることが伺えます。

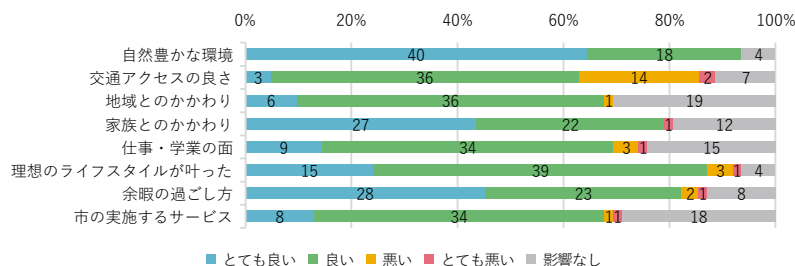
Q4. 実際に移住してみて良かったですか？



「満足」、「やや満足」と回答した人は、全体の約97%となり、移住支援金については100%の人がいずれかの回答をしています。一方で遠距離通勤(移住者)については、「やや後悔」との回答が少ないながら存在しました。

移住支援金については、交付の要件に「移住相談」を設定しており、実際に移住をする前に青梅の暮らしに関する相談を行うことで、移住希望者の方と移住先としての本市とのミスマッチを防ぐ体制を整えています。このことから、遠距離通勤E N J O Y応援金と比較し満足度が高いことがわかります。

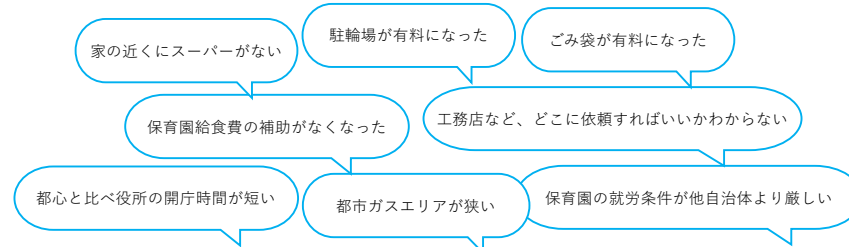
Q5. 上記でそう感じた理由は何ですか？



全ての項目で「とても良い」、「良い」が6割を上回る結果となりました。

最も満足度が高かったのは市民アンケートと同様「自然豊かな環境」で、「とても良い」が6割以上、「良い」を合わせると合計93.6%の方に高評価をいただいています。次いで「理想のライフスタイルが叶った」、「余暇の過ごし方」と続きます。青梅への移住をきっかけに自然に囲まれたゆとりある理想のライフスタイルを叶える方が増えています。

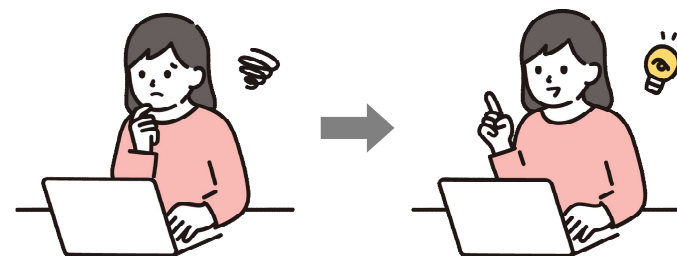
Q6. 移住する上での困りごとはありますか？



回答内容は一例ですが、これまで自分の暮らしていた自治体と比較し「劣る」と思われるサービスや環境などの部分が困りごととして挙げられる主なものとなっています。

国の法律等にもとづき全国一律で行う事業とは異なり、各自治体で行うサービスや自治体の実情は、地勢、文化、気候または財政など様々な要素を反映して各地で異なり、それぞれ強み・弱みを持っています。移住希望者の方が、移住後に納得して暮らせるかを見極められるよう、事前に移住先となる自治体の特徴をしっかりと把握し、他の自治体のサービスと比較・検討したうえで移住先を決める環境を整えることが大切です。

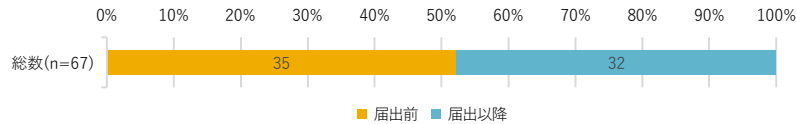
また、移住後に、有用な情報などをどこから取得すればいいかといった内容の困りごとも見られました。移住前に情報が得られることと同様、実際に移住した後に暮らしに関する情報へきちんとアクセスできる環境や、自分がこのまま納得して住み続けられるかどうかを判断できる仕組みを整えることが重要です。



イ 新婚夫婦に対するアンケート

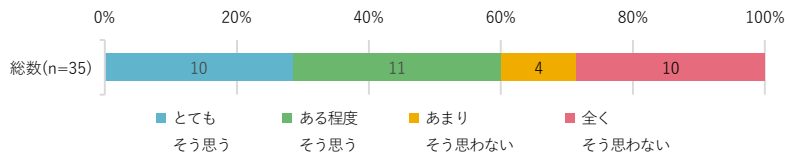
国の交付金を活用した結婚新生活スタートアップ応援事業費補助金については、国の求めるアンケート項目に沿って利用者アンケートを行いました。

Q1. 本事業を知ったタイミング



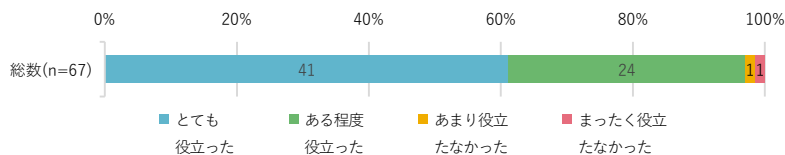
婚姻届出前に、本制度を知っていた新婚夫婦は、ほぼ半数の35組となり、婚姻届出意向に知った夫婦32組とほぼ同数でした。

Q2. 本制度は結婚のきっかけになりましたか？（届出前に知った夫婦のみ）



婚姻届出前に制度について知っていた新婚夫婦35組のうち、6割の夫婦が本制度が結婚のきっかけになったと回答しています。しかしながら、これは、届出以降に制度を知った夫婦を合わせた総計の割合では3割程度にとどまりました。本制度が新婚夫婦にとっての「結婚をする決め手となった」とは必ずしも言えず、6割以上の方が本制度の有無に関わらず結婚するつもりでいたことがわかります。

Q3. 本制度は経済的不安の軽減に役立ちましたか？



最大60万円支給される本補助金は各種移住・定住促進施策のなかでも手厚いため、「とても役立った」、「ある程度役立った」との回答が97%となりました。

(3) 実施する施策に関する課題の整理

- ⚠ 2つの新婚夫婦支援策の並立・煩雑化
- ⚠ 移住支援金の加算制度の利用件数の低さ
- ⚠ 空き家活用の需要はあるが市場への流通が進まない
- ⚠ 移住の決め手は「市の魅力」「住宅の都合」「親との同居・近居」
- ⚠ 移住の際重視した点は「自然環境」「住宅費の安さ」
- ⚠ 支援制度利用者にも「移住を後悔」する人あり

本市で行う新婚夫婦支援策は、国事業と市単独事業の2制度が混在し、区別しづらい、制度自体がわかりづらいなどの指摘があります。また、市民や利用者へのアンケートの結果から、結婚などを契機に移住した方は定住意向が比較的低いこと、制度自体が結婚の決め手になったとは必ずしも言えないことがわかりました。**新婚夫婦支援策は、市民にとってわかりやすく、かつ、市民定着にフォーカスをあて推進していく必要があります。**

また、移住支援金において加算対象地区への移住が進んでいません。対象地域の多くが市街化調整区域で開発制限等があり、空き家活用を念頭とした移住となりますが、空家バンク等空き家の市場への流通が進まない状況です。**里山での生活や空き家活用を望む移住者の声は一定数あるため、物件の掘り起こしを促進し、対象地区への人口流入を促していく必要があります。**

移住者の移住の決め手は「市の魅力」が最も多く、「住宅の都合」「親との同居・近居」が続きます。また、移住の際重視した点は「自然環境」「住宅費の安さ」でした。本市の住宅事情は自然環境とともに市の魅力の一つです。しかし、住宅だけを重視して住む場所を決めると、ライフスタイルの理想とのギャップが生じ暮らしの中で不満が生まれることがあります。移住相談を要件化している移住支援金利用者の移住満足度が100%であるのに比べ、他制度の利用者の満足度が低い理由は、このことによるものと推測しています。**移住後の生活満足度を高めるための制度を整えていく必要があります。**

04

基本的な考え方

(1) 基本方針

第1期プランに位置づけた施策により人口の社会動態は改善の兆しを見せていますが、現状分析や実施施策検証などから市の課題がより明確になってきました。本プランでは、第1期プランをベースとした以下の戦略・戦術を基本方針とし、引き続き移住者の呼び込みを図るとともに、移住後の満足度を高め、移住者を含め市民みんなが「住み続けたい」と思えるような青梅を目指す取り組みを行っていきます。

戦略
strategy

強みを活かした移住・定住促進

豊かな自然と市街地のグラデーション、首都圏への良好なアクセス、手頃に手に入る広めの住宅…
限りある財源・人的資源を、市の「強み」の発信・活用に注力します！

戦術
tactics

ライフスタイルを商品として売り込む

- 1 社会動態の状況・アンケート結果等から「ベルソナ※」を設定・ニーズを深掘り
- 2 モデルとなるライフスタイルを提案・「商品」としてPR

移住希望者が理想と思えるライフスタイルをご提案します！

移住・定住促進に向けたキャッチコピー

おうめで実現 My Home, My Ome

本市は、様々な人々にとって自分らしい暮らしを実現できるちょうど良いまちであると考えています。第1期プランから継続して左記のキャッチコピーを用いて、本市を引き続きPRしていきます。

(2) KPIの設定

本プランでは、前述の基本方針にもとづいて計画を進めるために、3つのKPI（重要業績評価指標）および施策ごとの目標数値を設定し、施策の効果検証等を行いその実効性を高めていきます。

また、PDCAサイクルによる施策の振り返りを行い、施策を評価することで、次年度以降の施策の改善を図っていきます。

KPI
01

移住体験件数の増加

令和11（2029）年度までに移住体験件数を

毎年度 **50件** 以上になるよう目指します。

KPI
02

移住組数の増加

令和11（2029）年度までに移住組数を

毎年度 **100組** 以上になるよう目指します。

KPI
03

転出者数の抑制

人口に対する転出者数の割合を、令和5（2023）年度の3.53%※から、

毎年度 **0.1ポイント** 減少するよう目指します。

※ 令和5（2023年度）転出者数4,590人 ÷ 129,918人（令和5年4月）時点人口

(3) 市域の3つの特色

第1期プランでは、本市を地域の特色ごとに3つに分類しました。「里山エリア」「旧宿場町エリア」「市街地エリア」の3つのエリアです。

自然環境
里山エリア

歴史・文化
旧宿場町エリア

都市機能
市街地エリア

この3つのエリアは明確に区分されるものではなく、「自然環境」、「歴史・文化」、「都市機能」、これら3つの要素が濃さを変えて市域に点在する様子がグラデーションとなり、地域の特色となって現れているものです。

古くから人が行き交い、西多摩の中核的な拠点としての機能を持つ本市は、「自然環境」、「歴史・文化」、「都市機能」を併せ持ち、その3つの要素のグラデーションがとても豊かな自治体です。「自然に近いところがいい」「便利なおところに住みたい」といっても、その度合いは十人十色ですが、市域のグラデーションが豊かなほどその希望に細やかに寄り添える可能性が高まります。このことから本市は、様々な移住希望者の理想のライフスタイルに対応可能な場所であると言えます。

本プランでは、市域を3つに分類することはせず、「自然環境」、「歴史・文化」、「都市機能」3つの要素のグラデーションの豊かさに注目し、強みとして施策を展開していきます。



(4) ペルソナの設定

本市の市域の3つの要素が織りなすグラデーションの豊かさは、本市の強みの一つですが、あらゆる移住希望者に広く訴えようとすると、本市の売り込むべきコンセプトが集約できず、かえって施策が響きづらくなります。だからこそ本プランでは、第1期プラン同様に**ペルソナ※**を設定することで、事業の訴求力を高めて取り組みを進めていきます。

これまでの移住相談の実施状況、人口動態の状況、市民の方や移住者の方へのアンケート調査などから、移住希望者像についてある程度の類型が可能なのも見えてきました。本市の市域の3つの特色のグラデーションの具合に応じ、類型化が可能な**移住希望者像のペルソナ※**を**3組**設定します。

また、本プランでは、定住促進の観点から、移住者だけでなく転出抑制を図るべき**定住者像のペルソナ**を**1組**設定し、**合計4組のペルソナ**について訴求する施策を考案していきます。

なお、ここで挙げるペルソナはあくまで一例です。実際の移住希望者・定住者は皆さん、性別、年齢、家族構成、職業、理想のライフスタイルなど様々で、多様な方がいらっしゃいます。特に移住希望者については、移住相談の段階で個々の状況等を細かくお伺いしながら、ミスマッチのないように移住するまでのお手伝いを行っていきます。

移住希望者像 3組

定住者像 1組



※ 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**です。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掘していくことが出来ます。これにより商品(=提案する本市でのライフスタイル)のコンセプトが集約でき、商品の訴求力が強まります。

移住希望者 ペルソナ① 針村ファミリー



夫：常嗣（34歳） 妻：菜摘（33歳）

子ども：沙絵（5歳）

基本情報

住まい	荒川区（日暮里駅）
勤務地	常嗣：港区（新橋駅） 菜摘：産休中
出身地	常嗣：茨城県牛久市 菜摘：青梅市
趣味	常嗣：ギター演奏 菜摘：ハーブ・野菜栽培
	沙絵：お絵描き

- ♥ 都会は便利ですが、せわしく心が疲れます…地元似ていて心がどこか落ち着く、そんな場所を移住先として探しています。
- ♥ これから2人目の子どもが生まれる予定です。育児取得予定ですが、育児後の生活も考え、妻の実家の近くで支援してもらい、少しでも妻の心と体の負担を減らせたらいいなと思っています。
- ♥ 庭付きの戸建住宅を買って、妻には家庭菜園を楽しんでもらいたいです。自分のギター演奏用の趣味の部屋もできれば欲しいです…

常嗣の思い



菜摘の思い



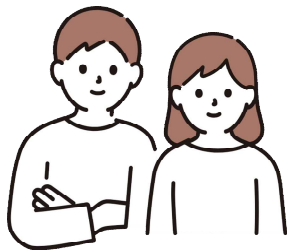
- ♥ 若い頃は、職場も近く便利な都会での一人暮らしに慣れてたなあ。でも、子育てって考えると…自然に近くってのびのび育児ができる場所がいいのかな、と考えています。でも、夫は新橋勤めだし…
- ♥ 東京都以外の道府県も考えていますが、やはり東京都は「子育て支援策」が強い！子ども2人を育てる上で「東京都」は必須条件かな…
- ♥ ある程度子育てが落ち着いたら、仕事復帰する予定です。看護師なのですが、引越先での仕事の状況も気になります…

沙絵の思い



- ♥ 来年小学生になるから、自分のお部屋が欲しいです。
- ♥ 犬が飼いたい。今のうちはマンションだから飼えないけど…
- ♥ でも、保育園のお友達と離れるのはさみしいな…お引越しは悲しいけど、新しいお友達がいっぱいできる所がいいな…

移住希望者
ペルソナ② 中原・井口カップル



中原 大志 (29歳) 井口 佐和 (31歳)

基本情報

住まい 大志：杉並区（荻窪駅）
佐和：文京区（護国寺駅）
勤務地 大志：千代田区（大手町駅）
佐和：個人事業主
出身地 大志：神奈川県川崎市
佐和：三鷹市
趣味 大志：登山、御朱印集め
佐和：登山、城巡り、お酒

- ♥ 付き合ってもうすぐ2年なので、二人で暮らす家を探しています。
- ♥ まだ彼女に話していないのですが、ゆくゆくは結婚したいと思っています。ネットなどで情報検索する中で、新婚夫婦を応援する施策を行う自治体があるようなので、条件などを調べています。
- ♥ 現在の勤め先であるIT企業では、在宅勤務中心となり、今の場所で暮らす意味が薄く感じています。割高に感じる住居費を、二人の趣味である登山や各地の周遊に回したいのですが…
- ♥ これまで比較的便利なエリアで暮らしてきたので、住居費が安いエリアは不便そうで不安です。在宅勤務中心とはいえ本社勤務の日もあるので、通える範囲で移住先を検討しています。
- ♥ 二人とも自然や歴史が好きなので、どこかいい所ないかな…

大志の思い



佐和の思い



- ♥ 今は双方の家を行き来しているけど、お互い間取りが1Kなので、WEB会議が重なりと場所の取り合いです。広い家に住みたいです…
- ♥ 大学のゼミで御岳山の宿坊に泊まったことがあります。すごくいいところだったけど、訪れるのと暮らすのは全然違うと思うし、きっちり調べてから引っ越し先を決めたいと思っています。
- ♥ 車を二人とも持っていないので不安です。
- ♥ でも自転車があれば大体問題ないですね。買い物今はネット通販メインですし。
- ♥ 彼と結婚するのかな、と思っていますが、二人だけの生活もいいかもしれないと思っています。余暇の時間などに趣味の低山登山に気軽に行けるような所に住みたいと思っています。

移住希望者
ペルソナ③ 木下さん



木下 博樹
(43歳)

基本情報

住まい 世田谷区（下北沢駅）
勤務地 港区（赤坂駅）
起業しようと思っている
出身地 滋賀県長浜市
趣味 DIY、写真撮影、
LINEスタンプ作り

- ♥ 大学進学を機に上京しました。Web制作会社に勤務していますが、会社と自宅を行き来するだけの生活にもう疲れしました…独立し起業しようと思っています。
- ♥ 自然に癒されたいので、自然に手が届くくらいの住まいが希望です。
- ♥ 安く空き家を買ひ、自分でコソコソリフォームしながらその様子をSNSにアップするなどして、暮らしを楽しみたいと思っています。
- ♥ 仕事以外で他人と話す機会がほとんどなく、移住先では何かしらのコミュニティに加わり、地域活動に参加したいです。でも、初めての土地で知り合いを作るのって難しいですよ…

博樹の思い



定住者
ペルソナ④ 倉下さん



倉下 伊奈
(21歳)

基本情報

住まい 青梅市
通学地 新宿区（四ツ谷駅）
出身地 青梅市
趣味 お祭り、飲み会、サーフィン

- ♥ 生まれも育ちも青梅で大学も四ツ谷まで自宅から通いました。小さい頃から地元の囃子連に入っていて、青梅が大好きです。都会への憧れもありましたが、やはり住み慣れた地元が落ち着きます。
- ♥ 憧れだった出版社への内定が決まり、来年から社会人です。勤務先が東京23区内となる予定ですが、通い続けられるのか不安です…
- ♥ 小さい頃からの夢だった囃子連の仲間や友達との飲み会は本当に楽しい！圏央道ですぐ海にも行けるし、この生活を変えたくないな…

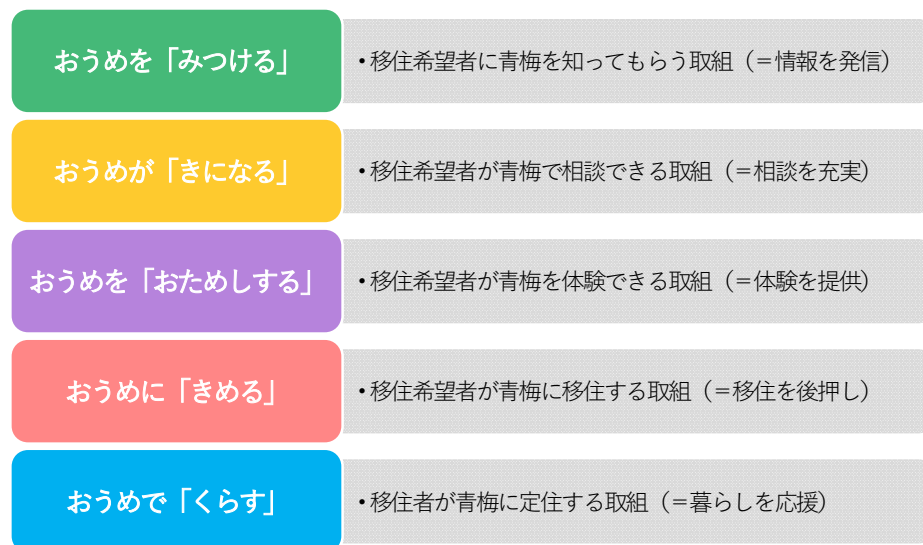
伊奈の思い



(1) おうめサイクル

本プランでは、本市が行う移住・定住促進のための様々な取り組みを、第1期プランを踏襲し、5つの段階に分類して紹介していきます。この分類は、移住希望者が移住を進める段階に応じた分類ですが、それぞれつながっていてもいます。「おうめでくらす」人々が增多することがゴールとなりそれで終わるわけではなく、多様な定住者（＝人材）が増えることにより、定住者を通じてさらに本市の魅力が発揮されるという好循環（＝「おうめサイクル」）を生み出すものと考えています。

この好循環「おうめサイクル」は、第1期プランで位置づけた「みんなシリーズ」と題した取り組みを通し、行政だけでなく市民・事業者みんなが移住・定住の主役になり、チーム青梅が一体となって取り組んでいく機運を醸成する一助となったものと捉えています。この好循環を止めることなくさらに加速させるとともに、輪に加わるみんなが「おうめに暮らし続けたい」と思えるよう、さらにパワーアップして各種施策を実施していきます。



次頁からの具体的施策では、

移

（移住希望者・移住者が対象となる施策）

定

（定住者に向けた施策） のマークを付け示していきます。



(2) おうめを「みつける」

「情報を発信」する段階の施策として、本市の「広報活動」・「売り込み活動」を一元的かつ戦略的に行うプロモーションを継続的に実施し、3カ年の取り組みで定着しつつある本市の「移住先」・「暮らし続ける場所」としてのブランドイメージをさらに向上させていきます。

プロモーション

※以下の具体策以外にも適宜広報活動を図ります。



移住・定住ポータル「My Home, My Ome」

移

定

継続

現行のポータルサイトを随時更新し、一元的に移住・定住に特化した情報を発信します。

目標

令和11（2029）年度までにアクセス（PV）件数を毎年度 60,000 件以上



Instagram「my_home_my_ome」

移

定

継続

本市の役立つ情報や暮らしの一コマを写真や動画とともに発信していきます。

目標

令和11（2029）年度までにフォロワー数を 2,000 人以上



住宅情報サイトとの連携

移

定

新規

住宅購入等検討者というターゲットを絞った広告配信で、移住先としての認知獲得を図ります。

目標

令和11（2029）年度までにバナー広告表示件数を毎年度 700万回/月



みんなシリーズ

プロモーター
市民みんなが広告宣伝マン！

移

定

継続

「#おうめ推しデジタルアートコンテスト」を引き続き実施し、浸透しつつある「#おうめ推し」を一層定着させ、市民や移住希望者の情報発信力を借り、市の魅力をPRします。

(3) おうめが「きになる」

「相談を充実」させる段階の施策として、本市が「きになる」方が本市に対して一歩踏み出せるよう、本市への移住を考えたときに生まれる不安や疑問を解消しミスマッチを防ぐための相談体制をさらに充実させます。



移住相談窓口の運営

移

継続

本市への移住にあたり、移住希望者が「きになる」悩みや困りごとについて、一元的に相談ができるように移住相談窓口にて継続的に相談対応を行います。

目標

令和11（2029）年度までに移住者のうち移住相談利用者の割合を80%以上



移住フェア出展・移住セミナー開催

移

継続

ペルソナ像の住まいのある都心部へ出向き、移住検討者向けイベントでのブース出展を行うほか、移住セミナーを開催します。

目標

移住フェア・移住セミナーの参加者について毎年度 80組以上



みんなシリーズ

市民みんながコンシェルジュ！

移

拡充

市民が相談員となり、移住希望者が「きになる」悩みや困りごとについて、市民目線で相談に応じます。また、コンシェルジュに対する研修会を行うなどコンシェルジュ間の情報交換・知識の共有を図ります。

【拡充内容】移住希望者が立ち寄るような不動産事業者などの事業者・団体において、コンシェルジュに登録された従業員・構成員を置く店舗等を「サテライト・コンシェルジュ設置店」に市が認定し、市役所以外での臨機応変かつ専門的な相談対応を可能にします。

(4) おうめを「おためしする」

「体験を提供」する段階の施策として、移住後の後悔を少なくするため、移住を決断する前に本市での生活を実際に体験する機会を提供します。



おためしおうめ生活

移

継続

本市での実際の暮らしを移住希望者が気軽に体験できるよう、既存の宿泊施設を利用し行った暮らし体験時の宿泊費補助を継続して行います。

目標

令和11（2029）年度までに利用件数を毎年度 100件 以上



暮らし体験ツアー

移

継続

創業など移住目的が特化した移住希望者特有の希望に応じられるよう、関係団体等と連携し専門性の高い暮らし体験ツアーを行います。

目標

令和11（2029）年度までに参加組数を 20組 以上



カスタムメイド市内案内

移

定

新規

暮らし体験をしたいけれど、自力で調べてまちを周るのはなかなか難しい移住希望者向けに、市職員がその要望に合わせ市内案内を行います。

目標

令和11（2029）年度までに利用組数を毎年度 24組 以上



みんなシリーズ

市民みんなでおもてなし！

移

定

継続

移住希望者を対象とした暮らし体験イベントを行う団体等に対し補助を行い、移住希望者が市民や事業者との交流を通し、まちとひとの雰囲気を経験することを応援します。

(5) おうめに「きめる」

「移住を後押し」する段階の施策として、移住希望者が移住を決断する段階でその背中を押すことができる施策を行います。



移住支援金

移

継続

移住相談や暮らし体験の利用など、一定の条件のもと本市への移住者に対し、支援金を交付します。

目標

令和11（2029）年度までに補助件数を 30件 以上



空家バンク・家財道具等処分・リフォーム支援

移

定

継続

空き家の所有者と、空き家に住みたい人とのマッチングおよび利用促進のための補助を継続実施します。

目標

令和11（2029）年度までに空家バンク登録件数 10件 以上、空家等活用支援事業補助金件数 15件 以上



急速な人口減少が懸念される地区の不動産の活用促進

移

定

新規

沢井・小曾木・成木地区の①コミュニティ維持、②不動産活用、③移住者ニーズへの対応、の3つを目的として、一定の条件のもと奨励金を交付するなど、不動産の掘り起こしを促進する取り組みを行っていきます。

目標

令和11（2029）年度までに掘り起こした不動産を活用した移住組数を毎年度 2組 以上



みんなシリーズ

市民みんなで声掛け！（三世代同居・近居支援）

移

定

継続

三世代での同居・近居を支援するため、移住希望者の方を呼び込んだ親世帯となる市民に対し応援金を交付するとともに、招かれた子世帯となる移住者に対し3年定住後に応援金を交付します。



みんなシリーズ

市民みんなで働く！（移住就業奨励）

移

定

継続

市にバディ事業者として登録された事業者が「移住促進事業」を行うことで従業員等が本市に移住した場合、協力金を交付するとともに、移住した従業員に対し3年定住・勤務後にお祝い金を交付します。

(6) おうめで「くらす」

「暮らしを応援」する段階の施策として、本市に「きめた」移住者の方が「定住者」として住み続けられるよう以下の施策を行います。



遠距離通勤 E N J O Y 応援金

移

定

拡充

移住者または都心部へ転勤等により遠距離通勤をすることになった市民に対し、通勤時間を有意義に過ごしていただけるよう応援金を交付します。

【拡充内容】リモートワーク等により定期券を持たない人について、一定の条件のもと対象に追加します。

目標

令和11（2029）年度までに新規申請件数を毎年度 100件 以上



おふたり O m e でとう！制度

移

定

新規

既存の新婚夫婦応援 2 施策を統合し、所得・年齢制限のない定住施策として新たな制度を開始します。青梅で暮らすおふたりに、婚姻または東京都へのパートナーシップ宣誓の時点で 2. 2 万円をお渡しするほか、その後も本市に引き続き 5 年以上定住し続けるおふたりに一定の条件のもと最大 6 0 万円を交付します。

目標

令和11（2029）年度までに 5 年定住時の制度利用件数を毎年度 40件 以上



新たな定住施策の実施

定

新規

市民の生活満足度を高め定着を図るため、新たな定住施策に取り組みます。

目標

令和11（2029）年度までに新たな施策を打ち出す



みんなシリーズ

市民みんながサポーター！

移

定

新規

かつては移住者だった人が定住する上で、ローカルな情報収集、簡単な困りごとの相談、コミュニティへの参加などが図れるよう、地域に溶け込み市民同士が気軽に繋がり支え合うことができる仕組みを創出します。