



北上市移住定住戦略

令和8年4月

1 本戦略の策定にあたって

(1) 本戦略の目的

当市を取り巻く社会情勢や人口動態を分析し、人を起点としたまちづくりの観点から、移住(※1)・定住(※2)者の獲得に向けた今後の取組方針を定めます。

(2) 位置づけ

本戦略は北上市総合計画の「基本施策10-2 “うきうき”“わくわく”するまち 北上」の魅力発信に資するものであり、「第3期都市ブランド推進行動計画」と整合性を保ちつつ、移住定住促進の視点から定める個別計画です。

(3) 期間

本計画は令和8年度から令和12年度までの5年間を計画期間とします。また、PDCAサイクルを実践しながら各種取組を展開していきます。

【用語の定義】

※1 移住：自らその地域に継続的に暮らしたいという意思を持って移り住むこと（転勤、進学の場合を除く）

※2 定住：上記定義の移住をした者が継続的にその地域で暮らすこと

2 北上市の移住定住を取り巻く現状

(1) 人口動態の推移と課題

当市の総人口は、国勢調査によると2005年の94,321人をピークに、その後は減少傾向にあります。活発な企業誘致による雇用増を背景に2015年には一時的に増加に転じましたが、2020年には再び減少が見られました（資料編 図表1）。しかしながら、全国的な人口減少社会において、当市は全国や岩手県と比較して緩やかな減少に留まっているという特徴もあります（資料編 図表2）。

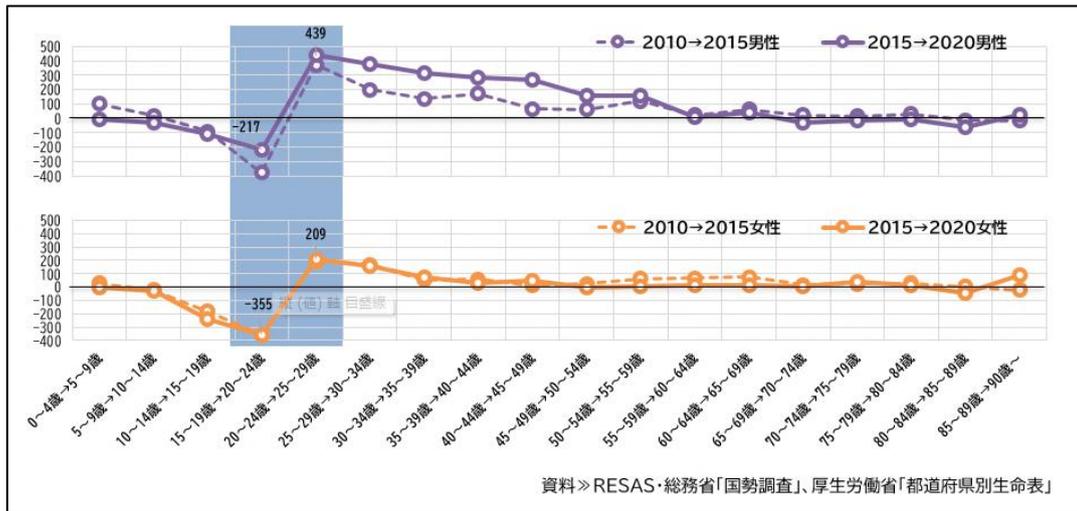
年齢構成を見ると、年少人口（0～14歳）および生産年齢人口（15～64歳）の減少傾向が続いており、産業やまちづくりの担い手不足が懸念されます（資料編 図表3）。一方で老年人口（65歳以上）の割合は年々高まっており、2020年には27.7%に達しています（資料編 図表4）。

特に、若年層の転出入には男女で異なる傾向が見られます。男性は就職期（20～24歳）に近年転入超過が続く一方、女性は進学期（15～19歳）および就職期（20～24歳）において継続的な転出超過となっています。一方、子育て期（35～44歳）については、近年は男女ともに転入超過となっています（資料編 図表5）。時系列分析にお

いても、男性は就職期に大幅な社会増を記録するのに対し、女性は進学期に流出した人口が就職期に戻ってきていない状況が明らかになっています（本編 図表 1）。

国立社会保障・人口問題研究所の最新の推計では、有効な対策を講じなければ人口減少は大きく進み、2030年には総人口が88,585人となり、市総合計画の目標（94,300人）を約5,700人下回ると予測されており、対策は急務です（資料編 図表 6）。

【図表 1 年齢階級別純移動数の時系列分析】



(2) 社会情勢の変化

依然として東京圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）への人口集中は続いており、岩手県も転出超過の状態です。特に20～24歳の若年層において東京圏への転入超過が顕著であり、当市からも東京圏への10代・20代の転出者数は増加傾向にあります。2023年には、当市からの転出者のうち19%が東京圏へ移動しています（資料編 図表 7～11）。

一方で、地方移住への関心は全国的に高まっています。特に、東京圏在住の20代においては、約45%が地方移住に関心を持っているという調査結果もあります（資料編 図表 12）。移住への関心理由は「豊かな自然環境」や「テレワークの普及」などが挙げられており、働き方やライフスタイルの多様化が背景にあると考えられます（資料編 図表 13）。

移住を検討する人が望む支援としては、「引っ越し費用補助」「自宅購入補助」「家賃補助」といった住宅関連の補助制度へのニーズが高いことが分かっています（資料編 図表 14）。また、働き方としては「テレワーク」や、暮らし方として「お試し移住」「二地域居住」への関心も高まっています（資料編 図表 15・16）。

(3) 当市の現状評価

外部機関の調査によると、当市は市外における認知度が低い一方、住みこち・住みよさに関しては県内上位にランクインしており、「認知度は低いが、一度住んでみれば住みやすい」という評価を得ていることが分かります。(資料編 図表 17・18-1・18-2)。

3 移住定住戦略の基本的な考え方

(1) 現状分析の総括

以上の現状を踏まえ、当市の移住定住に関する内外の環境を分析すると、以下の点が挙げられます。

- ・ **強み (Strengths)** : 全国・県内比で緩やかな減少に留まっている人口、子育て世代の転入超過、都市機能と豊かな自然環境の両立、多様な働く場の存在、交通アクセスの良さ。
- ・ **弱み (Weaknesses)** : 若年女性の転出超過とUIJターンの少なさ、生産年齢人口の減少、低い知名度・認知度、移住後の相談・支援体制の不足。
- ・ **機会 (Opportunities)** : コロナ禍以降の地方移住への関心の高まり、リモートワークや二地域居住など多様なライフスタイルの広がり。
- ・ **脅威 (Threats)** : 全国的な少子高齢化の進行、都市圏への人口集中、近隣自治体との競合。

以上の現状を踏まえると、当市では生産年齢人口の減少や若年層、とりわけ女性の転出超過が続いており、地域の活力を支える人材の減少が顕著となっています。

若年女性の流出は、地域の年齢・性別構成に偏りを生じさせ、地域社会の持続性に大きな影響を及ぼす要因となっています。また、生産年齢人口の減少は、産業やコミュニティの維持・発展にも支障をきたすおそれがあります。

このように、「地域活動への参画者層の縮小」と「若年層、特に女性の人口が流出後に戻ってこない」という二つの構造的課題は、当市の移住定住施策において特に重点的に対応すべき課題として位置づけられます。

これらの課題に対し、「地方移住への関心の高まり」という機会を的確に捉え、当市の強みである「豊かな自然と高い生活利便性・働く場の多さ」を活かした移住・定住の促進を図る必要があります。

(2) 移住定住者に期待すること

北上市での暮らしで自己目標の実現とともに、地域づくりへの参画

本戦略では、移住定住される方々が、単に当市に住むだけでなく、北上市というフィールドでご自身の希望するライフスタイルを実現していただくことを第一に期待します。その上で、これからの北上市の地域づくりの新たな担い手として、地域に積極的に関わっていただくことも期待しています。

4 戦略の推進に向けて

(1) 取組みの方向性

移住から定住までの継続的な支援を実現するため、以下の5つの方向性で取組みを推進します。

1. 継続的な魅力発信による愛着の醸成

市外在住の出身者や移住関心層に対し、当市への誇りや「帰りたい」「住みたい」と思える愛着を育むための情報発信を継続的に行います。

【具体的取組】

- ・ブランドサイトによる移住情報の提供や市内の魅力や暮らし方などの発信
- ・東京圏移住フェアでの移住相談対応
- ・関係人口との関わりの深化（東京圏在住の若年層Uターン促進、地域おこし協力隊、二地域居住、ふるさとワーキングホリデー等）

2. つながりの構築

移住検討段階から、移住後、そして定住に至るまで、市や地域との「つながり」を構築・維持できる仕組みを整えます。

【具体的取組】

- ・移住コーディネーターによる相談対応
- ・移住者向け各種支援イベント等の情報発信

3. 寄り添いと支援

移住に必要な手続きや情報提供はもちろん、移住後の暮らしにおける困りごと相談など、一人ひとりに寄り添った支援体制を強化します。

【具体的取組】

- ・情報発信、相談、支援のワンストップ化（都市プロモーション課）
- ・移住コーディネーターによる相談対応（再掲）

- ・各種支援事業の検討・実施

4. 関係機関との連携

岩手県や関連民間団体等との連携を密にし、情報共有や共同でのプロモーションを効果的に実施します。

【具体的取組】

- ・岩手県及び県内市町村と連携しての各種移住プロモーション施策の検討・実施
- ・いわて若者移住支援金等、県及びその他関係機関所管の支援事業の共同プロモーション

5. ライフステージに応じた移住定住支援

各ライフステージで想定されるニーズに応じた支援策を展開し、移住・定住を総合的にサポートします。

【具体的取組】

- ・各ライフステージの支援策（次頁）に合わせて、ターゲットとなる人々のニーズを意識した支援策の展開と情報発信を行う。

※なお、各ライフステージに応じた支援策については、事業ごとには重点的に支援するターゲットの年齢層を定めつつも、特定の年齢層に限定するものではありません。基本的には、各支援策の対象となるすべての世代を対象として活用を促進し、それぞれのライフステージに応じた最適な支援の提供を目指します。

【ライフステージに応じた移住定住支援】

10代～20代	30代	40代	50代～	
<p>1. 若者・キャリア形成期</p>				
<p>若者の Uター ン支 援</p>	<p>【就職支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(他)インターンシップ交通費助成事業 ・(他)就職活動交通費支援 ・(市)保育士等就職支援助成金 	<p>【創業・起業支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(県)岩手県地方創生起業支援金 ・(県)北上市中小企業融資制度 ・(市)北上市新事業創出支援事業補助金 <p>【新規就農支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(国)経営開始資金の補助 ・(国)就農準備資金の補助 ・(市)北上市親元就農支援事業 	<p>【世代横断的に行う支援等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(市・県)東京圏移住フェアでの移住相談対応 ・(市)移住コーディネーターによる相談対応 ・(市)ブランドサイトによる移住情報等の提供 ・(市)地域おこし協力隊事業 	
	<p>2. 子育て準備・新婚期</p>			
	<p>【奨学金制度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(市)地元定住支援奨学金返還減免制度 ・(市)保育士等奨学金返還金減免制度 ・(市)保育士等奨学金返還支援補助金 ・(県)いわて産業人材奨学金返還支援制度 <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(市・県)Uターン促進イベント ・(市・他)若年層向け職業・ものづくり等体験コンテンツ 例：「鬼っジョブ～北上おしごとパーク」 「きたかみ・かねがさきテクノメッセ」等 	<p>【出産支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(市)妊産婦医療費助成 ・(市)無料妊婦歯科検診 ・(市)不妊治療費助成 	<p>【経済支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(県)いわてお試し居住体験 ・(市)人口減少地域新築住宅取得支援 ・(市)北上市空き家対策事業補助 ・(市)北上市結婚新生活支援補助金 	<p>4. 子育て期（中高生）</p>
<p>3. 子育て期（乳幼児～小学生）</p>				
<ul style="list-style-type: none"> ・(市)北上市子育てLINE ・(市)子ども医療費助成 ・(市)保育士等子育て支援助成金 ・(市)保育料の独自軽減 				

(国)：国所管事業 (県)：県所管事業 (市)：市所管事業 ※市単独実施のほか、市が共催・共同の形で実施する事業を含む
(他)：その他財団等団体所管事業

※各事業は予算成立を前提とした予定であり、社会情勢や実施主体の判断等により、内容の変更や追加・拡充を行う場合があります。

5 数値目標と効果検証（KPI 設定）

本戦略は、「第3期都市ブランド推進行動計画」に包含され、PDCA サイクルを回しながら各種取組みを展開します。その進捗と成果を客観的に評価するため、以下の数値目標（KPI）を設定し、定期的に効果を検証します。

北上市移住戦略 成果指標（KPI） ★：都市ブランド推進行動計画（第3期）KPI 再掲

成果指標	R6 実績値	R12 目標値	設定根拠
★ブランドサイト閲覧数	42,049 件/年	50,000 件/年	移住情報のハブとしてブランドサイトを強化する方針に基づき、同サイトへのアクセス数を直接的な指標に設定します。
移住相談件数（オンライン・対面合計）	64 件/年	60 件/年	移住コーディネーターによる相談対応や移住フェア出展の成果を測る指標。継続的な関係構築の深化を目指し、現在の水準の着実な維持を目標とします。
移住相談者再アプローチリストの登録者数（累計）	—	50 人	一度相談のあった移住関心層との関係を維持し、将来の移住へとつなげるための指標です。相談だけで終わらせず、継続的な情報提供を行うことで「つながりを構築」し、移住の実現可能性を高めることを目的とします。