

「紀伊半島移住プロモーション事業」これまでの取組

【事業目的】 首都圏からの移住・定住を促進するため、同一の半島地域である奈良県・和歌山県・三重県が協働し、スケールメリットを生かし、紀伊半島を1つのエリアとして魅力をPRする移住プロモーションを実施し、情報発信力を高める。

第4ステージ 令和6年度～ 紀伊半島地域の多様なライフスタイルの提案

令和6年度(事務局:奈良県)

総
事
業
費

6,624千円
(三県均等負担2,208千円)

内
容

1)取材記事の掲載

「まちづくり×紀伊イノベーション」「一次産業×紀伊イノベーション」「グローバル×紀伊イノベーション」をテーマとした記事を移住関連情報誌「TURNS」及び「TURNS WEB」へ掲載

(2)ラジオ放送

TOKYO FM 「スカロケ移住促進部」にて紀伊半島への移住者をゲストに迎え紀伊半島の情報を発信

(3)イベント実施

紀伊半島×移住関連情報誌「TURNS」×TOKYO FM 「スカロケ移住促進部」コラボイベント 紀伊半島トークセッション&交流会を実施

(4)SNS広告実施

TURNSのFacebook、Instagram、Xにて(1)取材記事、(3)イベント実施の広告を掲出

<「TURNS」掲載>



<イベント実施>



「紀伊半島移住プロモーション事業」これまでの取組

【事業目的】首都圏からの移住・定住を促進するため、同一の半島地域である奈良県・和歌山県・三重県が協働し、スケールメリットを生かし、紀伊半島を1つのエリアとして魅力をPRする移住プロモーションを実施し、情報発信力を高める。

第3ステージ 令和3年度～ with/afterコロナを見据えた紀伊半島における新たな「暮らし方」や「働き方」の提案

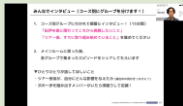
	令和5年度（事務局：和歌山県）	令和4年度（事務局：三重県）	令和3年度（事務局：奈良県）
総事業費	9,520千円 (三県均等負担3,173千円)	10,409千円 (三県均等負担3,469千円)	8,857千円 (三県均等負担2,952千円)
内容	(1) 現地滞在プログラムの実施 ・紀伊半島地域における「ウェルビーイング」、「地域との共創」、「地域の即戦力」をテーマにした7日間の現地滞在プログラムの実施 ①「地域との関係創出」コース 奈良県東吉野村、和歌山県みなべ町 参加者7名 ②「地域との共創実践」コース 和歌山県田辺市・白浜町、三重県尾鷲市 参加者8名 ③「地域の即戦力育成」コース 三重県大台町・度会町、奈良県下北山村 参加者4名 (2) オンライントークセッションの実施 ・紀伊半島地域のPRや上記プログラムの集客を目的としたオンライントークセッションの実施 参加者 37名 (3) メディアによる効果的な情報発信の実施 ・ツアー集客のためのSNS広告の掲載 ・ツアーごとの開催レポートをSMOUTのWEBサイトに掲載	(1) 暮らし体験ツアーの実施 ・紀伊半島地域における新たな「暮らし方」や「働き方」を提案する暮らし体験ツアーの実施 ①農ある暮らし体験ツアー 三重県熊野市、和歌山県海南市 参加者8名 ②起業について学ぶツアー 奈良県吉野町、和歌山県かつらぎ町・田辺市 参加者7名 ③テレワーク体験ツアー 和歌山県那智勝浦町、三重県尾鷲市、奈良県東吉野村 参加者6名 ④地域づくりについて学ぶツアー 奈良県下北山村、三重県鳥羽市 参加者8名 (2) オンラインセミナーの実施 ・紀伊半島地域のPRや上記ツアーの集客を目的としたオンラインセミナーの実施 参加者83名 (3) メディアによる効果的な情報発信の実施 ・ツアー集客のためのSNS広告の掲載 ・ツアーごとの開催レポートをTURNSのWEBサイトに掲載 ・ツアーについて雑誌『TURNS』に掲載	(1) ワークेशन体験の実施 ・奥熊野（奈良県十津川村・下北山村／三重県熊野市／和歌山県田辺市本宮町）において、エリア横断型のワークेशन体験を実施 参加者10組12名 (2) 地域コーディネーターの育成及び地域間連携・受入体制の強化 ・各エリアでの地域コーディネーターの育成（アテンド同行研修・業務研修・OJT研修等） ①奈良県十津川村（役場職員／講師） ②奈良県下北山村（役場職員） ③三重県熊野市（ゲストハウス運営） ④和歌山県田辺市本宮町（ゲストハウス運営） ・地域間連携及び受入体制の強化 上記「地域コーディネーター」同士の横の連携強化を図り、各県域を横断する受入体制の構築するため、オンラインにて意見交換を実施（3月16日） (3) SNS等のメディアを活用した情報発信 ・各エリア及びエリア横断の紹介Note記事の配信 ・上記(1)参加者によるSNS(Instagram・Facebook等)の発信 ・地域活性化webメディア（greens）での記事配信



<現地滞在プログラム>



<事後報告会>



<雑誌「TURNS」記事>



<暮らし体験ツアー>



<ワークेशन体験>



<地域コーディネーター研修>

「紀伊半島移住プロモーション事業」これまでの取組

【事業目的】首都圏からの移住・定住を促進するため、同一の半島地域である奈良県・和歌山県・三重県が協働し、スケールメリットを生かし、紀伊半島を1つのエリアとして魅力をPRする移住プロモーションを実施し、情報発信力を高める。

第2ステージ 平成30年度～令和2年度 紀伊半島を深く知ってもらい関わってもらう人を増やす。

	令和2年度（事務局：和歌山県）	令和元年度（事務局：三重県）	平成30年度（事務局：奈良県）
総事業費	9,734千円（三県均等負担3,245千円）	13,397千円（三県均等負担4,466千円）	13,362千円（三県均等負担4,454千円）
内容	(1) キックオフイベントの開催（online） ・プログラム参加者に対してキックオフイベントを開催 ・各地域関係者と参加者との意見交換を通して、地域滞在のイメージを醸成（11月3日）参加者20組 (2) オンラインイベントの開催 参加者同士で「移住・多拠点居住を考えるきっかけ」や「移住に対する不安」など、意見交換を実施（計5回）参加者のべ32組 (3-1) 現地滞在プログラムの実施 地域の仕事のお手伝いを通して、地域住民とのコミュニケーションを図り、地域の魅力・課題を認識 和歌山県 田辺市本宮町で実施 三重県 尾鷲市で実施 奈良県 吉野町で実施 参加者12名 ※コロナの影響により、12月下旬～受入中止 (3-2) オンラインバーチャルツアーの開催 ・「現地滞在」の代替として、地域の魅力や地域住民を紹介するオンラインツアーを開催 ・地域の特産品に触れ、「現地」を感じてもらうことにより、来訪意欲を醸成 参加者19組 (4) 最終報告会の開催 ・現地滞在を通じて「より移住や多拠点居住がしやすい地域になるため」の提案を発表 ・オンラインツアーを通じて「コロナ禍における地域発信を魅力的に発信するため」のアイデアを共有（2月25日）参加者9組 ＜キックオフイベント＞（online）  ＜現地滞在＞ 	(1) 首都圏キックオフイベントの開催 ・東京都において「紀伊半島はたらく・くらすプロジェクト」キックオフイベントを開催（10月17日） ・各地域コーディネーターが現地の概要や体験プログラムの内容をPRし、参加者と交流 参加者11名 (2) 「紀伊半島はたらく・くらすプロジェクト」の現地開催 「暮らす、働く」を実践し、2拠点居住や副業（兼業）、関係人口を創出する中で「移住」の可能性を探るべく現地プログラムを実施（11月11日～12月6日） 三重県 尾鷲市で実施（11月11日～11月20日）参加者18名 奈良県 下北山村で実施（11月19日～11月28日）参加者11名 和歌山県 田辺市で実施（11月27日～12月6日）参加者15名 (3) 首都圏報告イベントの開催 ・東京都において、「紀伊半島はたらく・くらすプロジェクト」output報告会を開催（12月19日）参加者19名 ＜首都圏キックオフイベント＞   ＜現地体験プログラム＞  	(1) 週末お試し移住体験ツアーの実施 各県においてそれぞれのターゲット層に応じたモニターツアーを各2回開催 ○奈良県 下北山村 OL・働く女性3名／フリーランス 3名 ○和歌山県 田辺市・白浜町 フリーランス2名 有田市・有田川町・海南市 OL・働く女性3名 ○三重県 松阪市 子育て世帯 3名 亀山市 子育て世帯 4名 (2) 紀伊半島カフェイベントの開催 「週末お試し移住体験ツアー」の参加者や先輩移住者が体験談、紀伊半島の魅力を語るイベントを都内で開催（3月9日） 第1部 紀伊半島ライフを語り合おう 場所：tiny peace kitchen 参加者11名 第2部 kii Life in Tokyo 場所：リトル・トーキョー 参加者25名 (3) 市民参加型のWEBやSNS等を活用した情報発信 ・「紀伊半島サポーターズ・コミュニティ」立ち上げ ・首都圏、地元住民で紀伊半島の魅力発掘隊を育成するスクーリング（養成塾）の開催 奈良県 下北山村で実施（12月15日）参加者28名 和歌山県 田辺市で実施（1月19日）参加者44名 三重県 尾鷲市で実施（1月26日）参加者17名 首都圏「紀伊半島魅力発掘サミット」の開催（3月2日）参加者29名 ＜週末お試し移住体験ツアー＞  ＜カフェイベント＞ 

「紀伊半島移住プロモーション事業」これまでの取組

【事業目的】 首都圏からの移住・定住を促進するため、同一の半島地域である奈良県・和歌山県・三重県が協働し、スケールメリットを生かし、紀伊半島を1つのエリアとして魅力をPRする移住プロモーションを実施し、情報発信力を高める。

第1ステージ 平成27年度～29年度 紀伊半島の移住に関して認知度を向上させるためのプロモーション

	平成29年度（事務局：和歌山県）	平成28年度（事務局：三重県）	平成27年度（事務局：奈良県）
総事業費	14,507千円(三県均等負担4,836千円)	14,641千円(三県均等負担4,880千円)	14,885千円(三県均等負担4,962千円)
内容	(1)WEBを中心としたメディアミックスによる情報発信 ・asoview!での移住×体験特集ページ開設 ・趣味と仕事を両立した新たなライフスタイルの提案動画の配信 ・「PEAKS」「ランドネ」「NALU」「Discover Japan」での移住者紹介記事掲載 (2)首都圏在住の20代～30代をターゲットとした「しごと」や「働き方」をテーマにしたイベントの実施 ①渋谷キャストでのトークショーイベント（1月20日/参加者44名） ・テーマ「人生を謳歌する為の移住」 ・趣味誌の編集部員と趣味がきっかけで移住に至った方のトークイベント ・紀伊半島の食材を生かした、投弾者・来場者との懇親会 ②渋谷キャストでのトークショーイベント（2月24日/参加者43名） ・テーマ「紀伊半島でみつけた、自分らしい仕事と働き方」 ・地域の魅力を生かした働き方、またフリーランサーの移住者トークイベント ・紀伊半島の食材を生かした、投弾者・来場者との懇親会 トークセッション参加者数 のべ87名  ＜趣味雑誌＞  ＜動画制作＞  ＜移住者トークイベントの様子（渋谷キャスト）＞	(1)紀伊半島地域で「働く」ことをテーマとした企画の実施 ・東京在住のクリエイターに紀伊半島での暮らしを体験してもらうモニターツアーの実施及び発信 (2)紀伊半島地域での働き方や暮らしなどを専門誌やインターネット等複数の媒体でPR ・雑誌『Discover Japan』11月号、1月号、3月号での紀伊半島での暮らしを体験してもらうモニターツアーに関する記事掲載 ・雑誌『ランドネ』3月号での三県移住者に関する記事掲載 ・『Discover Japan』ウェブサイト内特設ページ、フェイスブックでの情報発信 ・抜き刷り冊子制作 (3)都内の飲食店等における一定期間の移住プロモーション事業の実施 ①渋谷シティラウンジでのプロモーション（2月6日～3月14日） ・紀伊半島の移住者の日常を捉えた写真を中心に店内装飾(パネル展示・ランチョンマット等)を実施 ・紀伊半島の食材を使用したメニューの提供(提供例:紀伊半島3種のごちそう丼セット) ・三県移住者及び三県へのモニターツアー参加者によるトークイベント開催（3月4日/参加者60名） ②丸の内ハウス内3店舗（MUSMUS・来夢来人・TIKIBAR）でのプロモーション（2月20日～3月5日） ・紀伊半島の移住者による三県の魅力発信ポスター等の掲載 ・紀伊半島の食材を使用したメニューの提供(提供例:紀伊半島ばっかり蒸しセイロごはん) ・三県移住者トークセッション等のイベントの開催（3月1日/参加者31名）  トークセッション参加者数 のべ91名  ＜抜き刷り冊子＞ ＜ランチメニュー＞ （渋谷シティラウンジ）  ＜移住者トークイベントの様子（MUSMUS）＞	(1)渋谷シティラウンジ店舗連動型イベントの実施 ①渋谷ロフト2階「渋谷シティラウンジ」にてPR（1月5日～1月31日） ・パネル展示・ランチョンマット等による店内装飾 ・紀伊半島エリア食材を使った料理提供 - 提供例:紀伊半島のごちそうプレート （三重県伊勢まじの岩塩グリル、和歌山県めはり寿司・紀州うめ鶏のエスカベッシュ、奈良県いちごまかろんを盛り合わせたプレート） ②三県移住者によるトークセッション（1月30日/参加者98名） ③渋谷ロフト1階「間坂ステージ」での特産品等展示・販売（1月13日～1月27日） ・パネルやパンフレット等の情報媒体の展示に加え、三県を代表する品々の展示販売も実施（上記期間中に183点25万円超の売上） ④雑誌「Discover Japan」による広報 ⑤抜き刷りパンフレットの作成  (2)三重テラスでの移住者トークセッション（1月23日） ＜雑誌「TURNS」記事＞ ①三県移住者によるトークセッション（参加者35名） ②雑誌「TURNS」による広報 トークセッション参加者数 のべ133名  ＜間坂ステージ(渋谷ロフト)で販売＞  ＜渋谷シティラウンジ＞