

令和7年度の主な取組

相談対応、移住決定、滞在受入、情報発信など、

令和7年度の主な動きを数字でまとめました。



移住を考える人に寄り添い、
地域とつながるきっかけをつくってきた一年でした。



移住促進がもたらす御浜町への経済効果

1人の移住・定住 = 御浜町に **毎年約125万円/人** の経済効果

試算の根拠（1人あたり年間消費）

食費・日用品	約 36万円
住居費（家賃等）	約 36万円
交通・車両費	約 24万円
医療・保険	約 12万円
外食・娯楽・その他	約 17万円
合 計	約 125万円

※ 総務省「家計調査」単身世帯平均をもとに試算

2025年度 移住の成果を経済効果(円)に換算

17 名の移住決定
× 125万円 = **毎年2,125万円**

5年定住 経済効果

1億円

10年定住 経済効果

2.1億円

20年定住 経済効果

4.2億円

※ 17名の移住者が御浜町内で消費し続けた場合の累計試算(LTV)

御浜町を知ってもらう、新しい入口づくり

遠方においても御浜町や尾呂志地区の暮らし・魅力にふれてもらえるよう、発信の幅を広げました。

A SAGOJO 旅人ライター

全国の旅人ライターを募集し、御浜町を取材してもらいました。応募29件の中から4件を採用し、町外の人目線で地域の暮らしや魅力を紹介する記事が4本完成しました。

応募**29**件／採用**4**件／記事**4**本



募集要項

※募集期／応募の締め切りは、まずは「応募したい」ボタンを押してメッセージを送ってください。

イベント名 【移住希望者歓迎】紀伊半島の南端で、あなたの物語を紡いでみませんか？
御浜町の魅力を、写真と文章で発信してくれる方を募集します

開催日程 2026/06/01 00:00 ~ 2026/07/31 00:00

応募資格 年齢不問

費用
・参加費：最大28,100円／2名まで
・報酬：12,000円
※報酬には送料に相当する地域までの交通費・宿泊・食料・物産購入などの諸経費より取を費みます
※報酬は記事掲載後の別途払いとなります。

主催者／主催者 一般社団法人こころアラス

B バーチャル尾呂志

インターネット上に尾呂志地区を再現し、尾呂志の雰囲気や米づくりの様子を知ってもらう取組を行いました。場所を問わず、まずは気軽に地域の暮らしにふれてもらい、尾呂志に関心を持つきっかけを広げました。

体験者数 **8,577**人／
SNS再生 約**27**万回



外部ライターやデジタルコンテンツを活用し、
町外の人に御浜町を知ってもらう新しい入口づくりに
取り組みました。



御浜町で働くイメージを届ける

移住を考える方にとって、住まいと同じくらい大きな不安となるのが「仕事」です。

令和7年度は、御浜町周辺の求人情報をまとめたサイト「三重県南部地域の求人情報」を立ち上げ、
仕事情報の発信に力を入れました。

求人情報だけでなく、町内事業者への取材や、職場の雰囲気が伝わる記事づくりにも取り組みました。

サイト画面（実際の画面を添付）

三重県南部地域の求人情報

三重県南部地域（鈴鹿市・紀宝町・加勢町）の求人サイトです。
移住希望者向けに、1・2ターンの求人歓迎！

フルタイム・パートタイムを合わせ、掲載求人は**20件以上**！
地域と人をつなぐ「はたらく人」の口として、
就職・移住をサポートします。

▼求人カテゴリー

- フルタイム 正社員、契約社員など
- パートタイム 短時間勤務、季節雇用など

ピックアップ求人

※掲載順

- ・ 建設業 〇
- ・ 製造業 〇
- ・ 農業・林業 〇
- ・ 福祉・介護 〇
- ・ 小売・サービス 〇
- ・ その他 〇

新着求人(6/11更新)

※掲載順

- ・ フルタイム 〇
- ・ パートタイム 〇

※掲載順

- ・ 建設業 〇
- ・ 製造業 〇
- ・ 農業・林業 〇
- ・ 福祉・介護 〇
- ・ 小売・サービス 〇
- ・ その他 〇

求人情報を掲載

御浜町周辺の求人情報を掲載し、
随時更新しました。移住希望者が仕事を
探しやすいよう、地域の求人情報を
まとめて発信しています。

町内事業者を取材

町内事業者に直接お話を伺い、
仕事内容や採用への思い、
求める人材などを取材しました。

職場の雰囲気が伝わる記事

求人票だけでは分かりにくい、
職場の雰囲気や働きがい、
地域で働く魅力が伝わる
記事づくりに取り組みました。

求人情報サイトを見る

スマートフォンでQRコードを
読み取ってごらんいただけます。



仕事の条件だけでなく、職場の雰囲気や働く人の思いを
伝えることで、御浜町で働くイメージづくりを進めました。



地元出身者に、御浜町の今を届ける

将来的な U ターンや地域との関わりにつなげるため、御浜町を離れて暮らす若い世代にも、

仕事やイベント、暮らしの情報が届く仕組みづくりに取り組みました。



二十歳のつどい 実績



参加者数

61 名



LINE新規登録者数

77 名

登録者 合計463名

「御浜町の情報が届く状態」をつくるのが、将来のUターンや地域との関わりにつながると考えています。

LINEによる情報発信

令和7年度 配信実績 25 回

- 町内や周辺地域の求人情報
- 町のイベントや地域の話
- Uターンにつながる暮らしの情報



若い世代との接点をつくり、
将来のUターンや地域との関わりにつながる
種まきを行いました。



滞在を通じて、御浜町の暮らしを体験する

移住希望者が御浜町での暮らしを具体的にイメージできるよう、移住体験住宅等を活用した滞在受入を行いました。滞在中は、相談内容や目的に応じて、地域案内、農業体験、尾呂志学園見学、仕事・住まいに関する案内等につなげました。

体験・案内の例



- 東紀州移住体感ツアー



- 尾呂志学園見学



- 農業体験



- 仕事・住まいの案内

移住体験まちやど（移住体験住宅）6 拠点



ウェルカムハウス
(阪本)



Mikan Hotel
(上野)



星空とさぎりの宿
(上野)



kakiha
(柿原)



utakata
(阿田和 / 令和7年12月新規開設)



ichiki
(上市木 / 令和8年本格稼働予定)

令和7年度 利用実績

移住希望者 利用実数
33組90名

延べ宿泊者数
2064名泊



滞在を通じて地域の暮らしにふれてもらい、
移住を具体的に考えるきっかけづくりを進めました。



御浜町 移住・交流促進業務の全体設計

令和8年度スケジュールを「集客→マッチング→定着」の流れで図解

若者・子育て世帯を中心に、見込み層の獲得から関係人口化・定着までを一体設計

STAGE 1：掘り起こし・相談誘導 (CPL)

見込み移住者を増やし、相談窓口へ導く

1 地域ニーズ調査
(区長アンケート・
事業者取材)



2 VOC分析・
ペルソナ設計



3 移住LP作成



4 移住フェア出展
(名古屋・大阪)



5 東紀州移住
体験ツアー
(夏/秋冬)



7 SNS・同窓会
LINE発信



8 おてつたび/
紹介導線/資料DL



STAGE 2：移住相談・マッチング強化 (CVR)

地域ニーズと移住希望者の適合度を高める

9 PMFフィット度
調査



10 御浜暮らし
マッチング診断



11 支援制度
ナビゲーター



12 移住相談
マニュアル改善



13 KPIダッシュボード
(Notion活用)



14 住居・仕事・生活
情報の個別提案



15 職業紹介業の
要件整備・許可取得



16 顧客の声収集と
改善反映



STAGE 3：関係人口化・定着拡大 (LTV)

継続接点を育て、地域活力と定着へつなげる

17 みはま関係
人口台帳LINE



18 QR・販促媒体
の設置



19 ナーチャリング
LINE設計



20 ロイヤルティ
プログラム



21 コワーキング/
シェアキッチン
運営



22 滞在住居
整備



23 市民ライター・
SAGOJOライター
募集



24 ここテラス通信・
返礼品開発・
地域イベント参加



5～6月 基盤設計
調査、分析、設計



7～9月 集客強化
LP、フェア、ツアー、発信



10～12月 関係深化
LINE設計、交流拠点、関係人口化



1～3月 成果化
通信、返礼品、リスト獲得、次年度改善

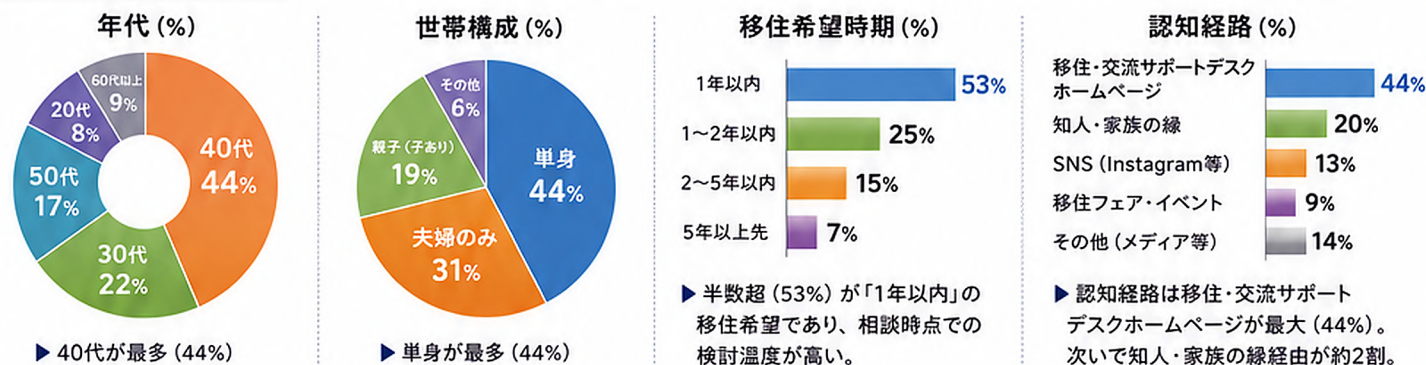
令和8年度 御浜町移住・交流促進業務 スケジュール														
目的	目標	重点 이슈 (仕様書より)	戦略	戦術										
				5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
移住・交流促進	移住マッチング率向上(CVR)	移住希望者(スキルやライフスタイル)と地域のニーズとの適合性を重視したマッチング	PMF型マッチング(移住希望者ニーズと地域ニーズを可視化し、適合度の高い移住希望者をマッチング)	地域ニーズ調査(区長アンケート、事業者取材等)	VOC分析・ペルソナ設計(移住者アンケート等の活用)	PMFフィット度調査(地域ニーズ×移住希望者ニーズ×サポートデスク機能の交差点可視化)	「御浜暮らしマッチング診断」アプリ作成(診断レポートで、移住後の望む未来を可視化し、地域とのマッチングを促進)		補助金・支援制度ナビゲーターアプリ作成(移住者の意思決定支援ツール化)		アップセル・クロスセル設計(移住者ジャーニー上の提案タイミング設計)		移住相談マニュアル改善(移住者ジャーニー・オンボーディング設計)	
		住居、仕事(就職・就農・創業)、生活、地域、支援制度といった移住に必要な情報を相談内容に応じて情報提供	仕事起点型の多層発信・マッチング(仕事情報を複数経路で可視化し、移住希望者をマッチング)	KPIダッシュボード作成(notion活用)	県の就業マッチングサイト活用(地元企業求人取りまとめ)、町内事業者の仕事情報の取材(月1件以上)、求人サイトの求人情報更新(月70件以上)、町内事業者の情報発信(SNSで月4回以上)、同窓会連絡会LINE等を活用した情報発信(月2件以上)				県の就業マッチングサイト活用(地元企業求人取りまとめ)、町内事業者の仕事情報の取材(月1件以上)、求人サイトの求人情報更新(月70件以上)、町内事業者の情報発信(SNSで月4回以上)、同窓会連絡会LINE等を活用した情報発信(月2件以上)					
	ポータルサイト等のほか、様々な手段を用いて、プロモーション活動を展開	職業紹介業の要件整備・許可取得												
	移住希望者掘り起こし・誘導(CPL)	様々な方策を講じて、民間団体・個人、市町、県等と連携しつつ、若者や子育て世帯を中心に町への移住希望者を掘り起こし、働きかけ、移住相談窓口に誘導	マルチチャネル(複数接点)型リード獲得・相談誘導	顧客の声アンケート設計、顧客の声依頼・発信	東紀州移住体験ツアーメニュー作成【夏】告知・実施		三重県移住フェア@名古屋	三重県移住フェア@大阪	東紀州移住体験ツアーメニュー作成【秋冬】告知・実施	ふるさと帰郷センターに「御浜暮らしマッチング診断アプリ」チラシ設置	「20歳のつどい」でのイベント実施・リスト獲得	リードマグネット作成(無料DL資料でLINE獲得)	リファラルプログラム設計(紹介促進)	
	交流(関係人口)創出・拡大(LTV)	地域住民や事業者との交流機会を創出することで、中長期的な視点での定着と地域活力の維持・向上	地域と関係人口の接点化・階層化による地域ロイヤルティの深化	おてつたび登録(関係人口チャネル作成)			みはま関係人口・移住LP作成(競合低×適合高のTOPキーワード調査・作成)			みはま関係人口台帳LINE作成(農業・作業支援・地域交流・担い手、情報発信等で接点創出)		みはま関係人口台帳LINEのQR・販促媒体作成・設置	ナーチャリングLINE設計(御浜関係人口台帳登録者向け自動配信シナリオ)	ロイヤルティプログラム設計(関係人口者の階層深化)
		事務所が備える様々な交流機能等を活かし、地域内外との交流を通じた集客交流産業をはじめとした産業振興に資する環境整備	交流拠点を活用した関係人口創出・地域産業ハブ化	コワーキングスペース運営(地域接点・移住者仕事場所)	ふるさと納税返礼品開発【移住体験住宅利用券＋御浜おかえりブレンド(珈琲)】「みはま関係人口台帳QR」「移住チラシ」同梱	シェアキッチン運営(食×交流・地域事業者支援)	関係人口者の滞在住居整備	市民ライター・sagojoライター募集	ビザパン倶楽部等、町民に対するイベント実施支援	「みはま関係人口台帳LINE」登録者に町の情報発信(季節の便りやイベント情報等を2ヶ月に1回以上)、交流拠点を広告媒体として活用した、訪問客・宿泊客向けの町内事業者情報の発信および集客・採用支援				
		事務所に対する地域の理解を深めるための取組	地域行事への継続参加を通じた地域信頼形成・受入基盤強化	・尾呂志学園運営協議会 ・ツールド熊野運営スタッフ	・尾呂志地区育成会 ・尾呂志学園プール掃除 ・尾呂志地区防災訓練	・尾呂志の草刈り参加 ・尾呂志学園夕涼み会	尾呂志学園運営協議会	尾呂志学園運営協議会	・尾呂志地区の月見 ・尾呂志学園運動会	尾呂志学園文化祭	尾呂志学園運営協議会	尾呂志学園運営協議会	ここテラス通信(移住者インタビュー→移住事例紙)の制作・配布	尾呂志カップ

移住相談アンケート VOC分析・ペルソナ設計(概要版)

オンライン移住相談シートを対象に、相談者の不安・検討のきっかけ・移住決定までの行動を整理し、今後の相談対応・情報発信・体験企画に反映することを目的に分析を実施しましたので、概要を下記のとおり報告します。



1 相談者の全体像



2 VOC分析の要点

相談内容の上位	検討のきっかけ (4類型)	主な不安・課題	予算感	移住までの行動イメージ
仕事 ↔ 住宅 ・相談内容は「仕事」「住宅」が上位で、仕事×住宅のセット相談が基本形。 ・家賃3万円前後の空き家と収入の見通しが揃って初めて意思決定が進む。	① 自然の中での暮らし・子育て ② みかん就農への関心 ③ 退職・離職等の人生の転機 ④ 親族・知人の縁	収入が成り立つか 住宅の条件 地域に馴染めるか 「お試ししてから決めたい」という段階移住志向 (賃貸→購入、単身先行→家族呼び寄せ) が目立つ。	賃貸(家賃) 約3万円前後 購入(物件価格) 200~300万円が中心	情報収集・相談 オンライン相談・情報収集 現地訪問・体験 お試し居住・就業体験 移住決定

3 ペルソナ設計 (4類型)

ペルソナ	概要	主な特徴・ニーズ	支援のポイント
A みかん就農チャレンジの単身者 (最大層)	20~30代単身。就農志望で動きが速いが資金は少ない。	- みかん就農に強い関心 - 初期投資を抑えたい - 仕事(収入の見通し)が最優先 - まずは賃貸で始めたい	- 就農モデルの提示 (収支・研修・支援制度) - 雇用求人+低家賃物件のセット紹介 - 就農体験の機会提供
B 自然の中で子育てしたいファミリー	30~40代。小規模校(尾呂志学園等)への関心が強い。	- 自然の中で子育てしたい - 教育環境(小規模校等)を重視 - 仕事は在宅・兼業・地域内求人など - 安全・安心な生活環境を重視	- 学校見学+住宅内覧+制度説明のワンパッケージ化 - 子育て支援・教育環境の情報提供 - 先輩移住ファミリーとの交流機会
C セカンドライフ設計の50代以上	退職前後。空き家購入希望でじっくり検討。	- ゆとりある暮らし・スローライフ志向 - 空き家購入を希望 - 医療・買い物・交通などの生活利便性 - 地域とのつながり・交流を重視	- お試し住宅→購入の段階プランを提案 - 生活・交流情報の整備・提供 - 先輩移住者・地域住民との交流支援
D 事業・スキルを持ち込む自営業者	30~50代。農地・店舗付き物件等、専門的ニーズを持つ。	- 事業展開やスキル活用を重視 - 農地・店舗・事務所等の確保が必要 - 各種手続き・関係機関との調整が必要	- 個別マッチング(物件・事業・人材) - 役場担当課・関係機関への橋渡し - 補助制度・事業支援の案内

※知人・家族が町内にいる「縁アリ」相談者(約2割)は決定が速く定着率も高い傾向。

4 今後の取組(案)

1 相談対応 - 初回ヒアリングでペルソナを判定 「仕事+住宅」セット提案を標準化 「1年以内」希望者には早期に移住体験住宅を用いた現地訪問を打診	2 情報発信 - HPに以下のコンテンツを拡充 - 家賃3万円台の空き家事例 - 就農収支モデル - 先輩移住者の声 - メディア発信も継続	3 体験企画 - 就農体験ツアー(A向け) - 学校見学ファミリーツアー(B向け) - お試し住宅の中長期利用(C・D向け)を検討
---	--	---