

大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標検証シート（平成28年度）

基本目標名	2 大船渡への新しい人の流れをつくる
-------	--------------------

1. 基本目標の内容及び重要業績評価指標の実績

計 画 内 容	重要業績評価指標	単位	目標値	基準値	実績値（計画期間）					達成率 （対H27）
			H31	H26	H27	H28	H29	H30	H31	
各種観光・スポーツイベントの開催を通じて、当市の魅力を発信するとともに、ラグビーワールドカップ2019や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会といった国際イベントを活用しながら交流人口の増大を図っていく。 また、豊かな地域資源を活用した滞在体験や、復興ボランティアで当市を訪れたことのある人々などとの交流、市外在住者を対象とした、多様な地域課題の解決を図る社会起業の促進などに取り組みながら、移住促進を図っていく。 さらに、移住希望者の住まいの確保や受入体制、教育環境の整備などに努め、大船渡への新しい人の流れをつくる。	① 年間観光入込客数	単千人	1,200	1,125	882					73.5
	② 年間宿泊者数	単千人	525	514	287					54.7
	③ 移住相談を経て移住した人数	累人	50	0	0					0.0

2. 基本目標の施策体系及び進捗度

施策1 観光誘客による交流人口の拡大

211	スローシティ大船渡プロモーションプロジェクト	B
212	大船渡ファン獲得プロジェクト	B
213	復興交流ネットワークシンカプロジェクト	B

施策2 移住・定住の促進

221	大船渡スローライフ・スローフードプロジェクト	C
222	移住総合支援体制構築プロジェクト	C

3. 基本目標の総括（指標の達成度や進捗状況を踏まえて）

・新しい人の流れをつくるため、2施策5プロジェクトを実施した。 ・指標の達成状況を見ると、指標①及び②は目標値の5～7割程度となっているものの、前年度より大きく落ち込んでいる。復興需要が収束したことが大きな要因と考えられる。指標③については、移住相談はあるものの、移住には結びつかなかった。 ・施策1「観光誘客による交流人口の拡大」については、これまでの広く不特定多数に情報発信する方式に加え、首都圏の市出身者等の飲食店等を集いの場として登録した「大船渡スポット」を基点に、SNS等を活用した草の根的な情報発信手法を構築した。今後、大船渡ファンを増やして観光誘客につなげる仕組みづくりが必要である。 ・施策2「移住・定住の促進」については、首都圏ICTエンジニアの短期移住やボランティア学生等との交流から当市での暮らしに好印象をもつことが確認できたが、近隣地域との差別化が必要である。また、移住に関する情報の収集・提供が不十分であり、今後、充実を図る必要がある。	進捗度
	C ＜理由＞ 移住促進に係る総合的な取組が必要である。

4. 基本目標の方向性（施策推進に係る重要事項、重点項目、想定される課題等）

・引き続き、2施策5プロジェクトを実施する。 ・指標については、観光ビジョンに基づき、県内や仙台を中心にPRや誘客を展開するとともに、大船渡スポットを活用した情報発信を強化することで、観光客の増加を図ることで目標達成を目指す。 ・大船渡スタイルのスローライフ・スローフードの明確化を図り、体験観光メニューや民泊等と組み合わせて提供できる体制を整えるとともに、空き家情報も含めた移住に関する情報の収集・提供に向けた体制づくりに着手する。 ・首都圏の市出身者や復興ボランティア経験者等を当市の伝道者として活動してもらい移住に向けた誘客を図る体制を構築する。

5. その他特記事項

--

◆施策毎のプロジェクトの進捗状況等

施策１ 観光誘客による交流人口の拡大

１．施策の総括（プロジェクトの進捗状況等を踏まえて）

・これまでの交流事業に加え、震災により知名度が高まり、新たな交流が増えていることを踏まえ、当市の良さを積極的にPRしながら、交流人口の拡大を図るため、３つのプロジェクトを実施した。 ・首都圏等での観光イベント、市ホームページなどを通じて、広く市の観光宣伝を展開した。イベント来訪者を対象とした当市の認知度は約９割と高く、宣伝が確実に届いているものと思われる。 ・さらなる観光情報の拡散のため、首都圏の市出身者等の飲食店等を大船渡スポットとして登録し、市出身者等に交流の場や機会を提供しながら、参加者を介して当市のPRを草の根的に展開する仕組みを構築した。今後、大船渡ファンを増やす取組の強化が必要である。 ・また、復興支援をテーマとする交流事業は、一時期よりも減少したものの、ボランティア支援だけでなく、経済交流や地域活性化に向けた取組に転換しつつあり、今後、交流のパイプを太くしていく取組が必要である。

２．外部機関による効果検証（プロジェクトや事務事業の取組状況を踏まえて）

加 点 要 素	・人口減少に伴う地域消滅の危機を意識し、行政が動き出した。 ・復興に努力している。 ・観光誘客に向けて、様々なアイデアが出されている。 ・計画に基づいて、今年度の事業着手・進捗という点では概ね良好。 ・総合戦略の検証方法において、市民目線を取り入れている。	評 点	40
減 点 要 素	・事業内容について、具体性に欠けている。 ・国際的なイベントでどのように観光客を呼び寄せるか具体的な取組が必要である。 ・プロモーションビデオについて市民の認知が低い。 ・道路が狭いなどのインフラ整備が不十分であるほか、大船渡市までのアクセスが悪い。また、宿泊施設が不足している。 ・成果指標は、個々の事業に対応したものを設定する方がよい。 ・発信している情報が単一で、市民向けと首都圏等向けを使い分けるべき。 ・市ホームページの観光に関する情報が少ない上、古い。	計 画 ど お り 進 捗 し た 場 合 を 100点として採 点したものの 平均値を表示	

４．施策の方向性（外部機関による効果検証を踏まえて）

・引き続き３つのプロジェクトを実施する。 ・「大船渡ならではの」よさを伝えるコンテンツ制作と多様な媒体を活用した情報発信を行い、当市の魅力を感じてもらい、誘客につなげる取組を実施する。 ・人や自然とのつながり、地元ならではの生業など「普段の大船渡」を体験観光プログラム化しながら、他との差別化を図り、誘客につなげる。 ・広く不特定多数を対象とした観光PRを継続しつつ、首都圏の市出身者や復興ボランティア経験者等の当市の良さを知る人たちを当市の伝道者として草の根的な情報発信を強化する活動してもらうことで移住に向けた誘客を図る体制を整える。 ・復興ボランティア経験者については、移住促進の対象者として地域おこし協力隊の活用も含めて対応を検討する。
--

３．外部機関による改善提案

<情報発信の強化> ・インパクトを持たせた情報発信方法の工夫（観光ポスターを奇抜にしてみる等）。 ・ホームページ、ソーシャルネットワーク、フェイスブック、ツイッター等を活用し、最新情報を常々掲載する。一方、ソーシャルネットワーク等を使えない方への情報発信方法を配慮。 ・市内で行われているイベントの魅力が伝わるようなPRの工夫。 <推進体制> ・市民とともに事業を展開し、市民とともにある市であることを市の良さとしてPR。 ・市民に対し、取組内容について周知し、情報を市民と共有する。 ・市民の協力のもと、様々な観光情報を人伝に発信してもらう。 ・安心して移動できる町とするため、早期にインフラ整備をする。 <観光コンテンツの充実> ・津波防災研修や防災教育等の観光との連携。 ・復興支援ボランティア学生との交流会など、北里大学研修センターの活用。 <連携促進> ・人とのつながり、自然とのつながりを重視。 ・漁家と交流しながら漁業体験等、体験観光の発掘と強化。 <交流企画> ・地元の人と交流できる場の提供や観光含め情報を得られるスポットづくり。 ・ボランティア学生等到大船渡ファンクラブに加入してもらい情報発信する。 ・公民館や集会施設を活用した避難所生活体験ツアーの実施等、各種体験観光の強化。
--

5. プロジェクト毎の進捗状況等

211 スローシティ大船渡プロモーションプロジェクト

計 画 内 容	進 捗 状 況	進捗度	重要業績評価指標	単位	目標値	基準値	実績値（計画期間）					達成率 (対H27)	
					H31	H26	H27	H28	H29	H30	H31		
大船渡の自然や食、そこに暮らす人々、住みやすい気候、アクセスなど様々な情報をライフスタイルの形でまとめ、「スローシティ大船渡」として打ち出し、各種観光イベントや首都圏での移住セミナー、大船渡スポット（首都圏の市出身者の集いの場）等で周知し、当市への来訪を促進する。 また、三陸沿岸地域と連携して、三陸復興国立公園、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイル等の広域観光資源の活用やラグビーワールドカップ2019や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を見据えた取組を強化し、交流人口の拡大を図る。	・首都圏をはじめ銀河連邦各共和国等での観光イベント等によって当市のPR活動を展開した。 ・当市の良さを市民目線で周知するためプロモーションビデオを制作した。 ・首都圏さんりく大船渡人会やふるさと大使など民間レベルでのPR活動が実施された。 ・首都圏の市出身者の飲食店等を大船渡スポットに登録し、市出身者や復興ボランティア経験者等の集いの場としてイベント開催等を行うとともに、大船渡スポットを中心にSNSによるコミュニティを形成し、情報発信や共有する体制を構築した。 ・これまでのイベント等でのプロモーションに加え、市出身者等を介してプロモーションする体制を整えた。今後、発信情報（コンテンツ）の充実や情報の拡散方法の工夫が必要である。	B ＜理由＞ 市出身者等による活動の組織化や支援体制を整える必要がある。	① 大船渡市の首都圏等での認知度	単	%	90.0	80.0	91.0					101.1
			主要事務事業名		事業内容			成果指標		単位	実績値	事業費	
			① 大船渡プロモーション推進事業（地方創生先行型交付金）	大船渡市の名所（風景・食・イベント・人）を全国に向けてPRするためのコンテンツを制作する事業 観光客を大船渡市に誘致する大船渡市PR搜索CM「ばば結婚行進曲」を市民120人の参加により作製、WEBで公開。			①観光客入込客数 ②市ホームページ観光トップページへのアクセス数 ③プロモーションページへのアクセス件数		①千人 ②件 ③AV	①882 ②9,475 ③8,630	5,376		
			② 観光宣伝誘客事業	大船渡市の観光（名所・風景・体験メニュー・食・イベント・宿泊施設等）をPRし、多くの観光客を大船渡市に誘致するため、観光パンフレットや観光ポスターの作成や情報発信等様々な事業を実施。			①観光客入込客数 ②市ホームページ観光トップページへのアクセス数		①千人 ②件	①882 ②9,475	4,475		
課題（進捗状況を踏まえて） ・震災復興による認知度向上の維持・継続 ・当市出身者や復興ボランティア経験者等と連携した首都圏PR体制の構築			③ 広域連携観光振興事業	関係市町村等で組織する団体に負担金を交付。広域でのパンフレットの作製・配付、旅行商品の開発、商品造成のための商談、観光宣伝キャンペーン、情報の提供・交換等。			①広域圏のイベントを通じて大船渡市が紹介された件数		①件	①11	1,915		

212 大船渡ファン獲得プロジェクト

計 画 内 容	進 捗 状 況	進捗度	重要業績評価指標	単位	目標値	基準値	実績値（計画期間）				達成率 (対H27)	
					H31	H26	H27	H28	H29	H30		H31
海・山・里の自然の恵みを活かした体験型観光プログラム（ブルーツーリズム・グリーンツーリズム等）を提供し、大船渡の魅力を感じてもらうとともに、ふるさと納税等を通じて特産品の魅力発信に加えて、地元の人とのつながりをメインとしたファンクラブを設置して、定期的に情報提供し、地元の人に会いに再訪することを促進する。	・再開した体験観光メニューについて、観光物産協会と連携してチラシ・ホームページ等で広く周知した。 ・ふるさと納税に対する地場産品の返礼をすることで収入確保とPRを図った。 ・首都圏の市出身者の飲食店等を大船渡スポットに登録し、市出身者や復興ボランティア経験者等の集いの場としてイベント開催等を行うとともに、SNSによるコミュニティを形成し、情報発信や共有する体制を構築した。 ・民間事業者によるゲストハウス（簡易宿泊所）が開設された。 ・大船渡ファンを獲得する仕組みを構築した。	B ＜理由＞ 市出身者等による活動の組織化や支援体制の整備、体験メニュー等の受入体制の整備が必要である。	① 大船渡ファン登録者数	累人	1,200	0	47					3.9
			主要事務事業名		事業内容		成果指標		単位	実績値	事業費	
			① ふるさと交流ネットワーク構築事業（地方創生先行型交付金）	首都圏に市出身者等の集いの場（大船渡スポット）を設定し、市出身者等のコミュニティをつくり、地元住民との相互交流を促進。コミュニティFMを活用してUIJターン者を紹介し、地元の良さの再発見と首都圏在住者へのPRを実施。		①集いの場の設置箇所数 ②コミュニティ登録者数		①箇所 ②人	①10 ②47	5,305		
			② 大船渡ブランド化推進事業（グリーン・ツーリズム関連）	大船渡市グリーン・ツーリズム推進協議会は農家・漁家体験型観光及び民泊を推進するため、都市と交流する受入体制整備、人材育成事業、普及啓発・情報発信事業等を実施。		①観光客入込客数		①千人	①882	741		
			③ さんりく大船渡人会運営支援事業	首都圏さんりく大船渡人会の集いの開催、岩手県人連合会諸行事への参加等の活動に対する支援とともに、市のイベント等の情報を提供する「ふるさとだより」を作成し会員などへ送付。会員数1,228人		①総会出席者数 ②講演会等出席者数		①人 ②人	①131 ②50	935		
課題（進捗状況を踏まえて）												
・グリーン・ツーリズム推進協議会の活動の強化 ・大船渡ファンを増やす情報発信の強化 ・首都圏の大船渡スポットや市出身者との連携強化に向けた拠点の構築												

213 復興交流ネットワークシンカプロジェクト

計 画 内 容	進 捗 状 況	進捗度	重要業績評価指標	単位	目標値	基準値	実績値（計画期間）					達成率 (対H27)
					H31	H26	H27	H28	H29	H30	H31	
銀河連邦を構成する各共和国（北海道大樹町、秋田県能代市、神奈川県相模原市、長野県佐久市、鹿児島県肝付町）や復興ボランティア経験者、復興工事等で当市に居住する人や市内に在住する外国人、北里大学をはじめ当市と連携協定を締結している大学等との交流活動を積極的に展開し、大船渡ファンになってもらう。	・銀河連邦各共和国との交流を継続して実施した。 ・北里大学三陸キャンパスに海洋生命科学部附属三陸臨海研究センターの建設の費用の一部を県と連携して支援した。同センターは宿泊施設を備えており、学生の現地研修に活用された。 ・椿の利活用にあたって、明治大学、相模女子大学の学生と連携して、椿マップ作成、観光ルートづくり、椿絵本の読み聞かせ活動等を実施した。 ・明治大学、立命館大学、相模女子大学等の学生が市内民間団体と連携して様々な現地イベント支援を実施した。 ・復興支援を通じた交流がボランティアだけでなく、経済交流や地域活性化の取組に発展してきた。	B ＜理由＞ 復興から地域活性化につながる交流にあり方を変えていく必要がある。	① イベント等での交流人数	単人	20,000	17,346	17,824					89.1
			主要事務事業名		事業内容		成果指標		単位	実績値	事業費	
			① 銀河連邦サンリクオオフナト共和国運営支援事業	宇宙航空研究開発機構研究施設のある7つの市町が相互交流する事業。児童交流事業や経済交流事業への参加や、各共和国での物産展への参加や受入等。		①交流事業数 ②交流事業参加者数		①件 ②人	①18 ②197	5,132		
			② 北里大学連携促進事業	北里大学、関係機関との調整を図るとともに、三陸キャンパスの利用促進に向けた補助として、三陸臨海教育研究センターの整備補助、学生等の活動支援補助を実施。		①利用者数		①人	①1,714	26,720		
			③ 地域資源活用交流促進事業	都市部の学生、市内の小中高生による椿を利用した体験活動、農業者や地元企業と連携した椿マップの作成、椿実収穫、椿観光マップの作成等を実施。		①当該事業による交流延人数		①人	①160	1,050		
課題（進捗状況を踏まえて）												
・復興支援の視点による交流から地域活性化に向けた交流への転換 ・大船渡スポットやSNSコミュニティへの参加呼びかけによる交流継続 ・交流継続から移住に展開する取組の検討												

施策2 移住・定住の促進

1. 施策の総括（プロジェクトの進捗状況等を踏まえて）

- ・今の大船渡の自然やライフスタイルを好む移住希望者に向けて、情報発信や体験移住等を通じて移住を促進する体制を構築するため、2つのプロジェクトを実施した。
- ・首都圏のICTエンジニアやボランティア学生等との交流で大船渡ならではのスローライフやスローフードを体感してもらうことで、当市に好印象を持つことが確認された。今後、大船渡スタイルのスローライフやスローフードを明確にし、差別化を図ることが必要である。
- ・移住受入のため、全国移住ナビ等への情報発信のみとなっている。今後、移住に伴う仕事や住まいなど生活全般の情報提供が必要である。

2. 外部機関による効果検証（プロジェクトや事務事業の取組状況を踏まえて）

加 点 要 素	・移住相談の実績があったこと。 ・遅まきながら移住促進をスタートし、少しずつ前進している。 ・移住しに関する情報発信の場を作っている。 ・移住の前段階となる体験観光メニューの整備に向け取り組もうとしている。 ・移住を促進するための情報発信や受入態勢等のベースづくりをしている。 ・問題点に関する気づきがあること。	評点
		30 計画どおり進 捗した場合を 100点として採 点したものの 平均値を表示
減 点 要 素	・具体的な事業がほとんど実施できておらず、成果が市民に見えるくらい進んでいない。 ・移住者のターゲットが不明確である。 ・移住を促すような体験型観光メニューの充実が必要である。 ・移住パンフレット等のツールがなく、観光情報担当やスポット等の配置が必要である。 ・移住者向けの住居の確保など受入態勢の整備が必要である。 ・新しく移住した人々への地元情報の発信が必要である。 ・市内での交通手段の確保が必要である。	

3. 外部機関による改善提案

＜ターゲットの明確化＞ ・リタイヤ世代、子育て世代、U I ターン者など移住ターゲットを明確にする。 ・移住を考えている人だけでなく、その前段階の人（迷っている人、観光客など）にも大船渡への移住をPRできるようにする。 ・動画の認知度を市内で上げるために市内の結婚式場やイベントなどで積極的に流す。 ・仕事の選択肢として、テレワークについての情報発信する。移住促進とテレワーク事業を関連付けた取組を実施する。 ・避寒地として温暖な気候をPRする。 ＜交流企画＞ ・空き家だけでなく廃校や地域公民館も場としてとらえ、地域コミュニティが受け入れをする立場になる。 ・移住者用の「大船渡How toパンフレット」や紙媒体等PRツールをつくる。 ・1週間程度のお試し滞在の実施。 ＜推進体制＞ ・空き家調査等、スピード感をもって実施する。 ・空家のリノベーションに対しての補助を行う。 ・知恵を集めるWSは良いが、これを具体的施策に練り上げる努力が行政に必要。 ・地元出身者を利用して、PRしてもらう。
--

4. 施策の方向性（外部機関による効果検証を踏まえて）

- ・2つのプロジェクトを実施する。
- ・移住者のライフスタイルを把握しつつ、大船渡スタイルのスローライフ・スローフードの明確化を図りながら体験談としてまとめ情報発信する。
- ・市グリーン・ツーリズム推進協議会の活動を活発化させ、体験観光メニューや民泊等の再開を図るとともに、簡易宿泊施設等新たな取組を促進する。
- ・移住相談に対応すべく、移住に関する情報の収集・提供に向けた体制づくりに着手する。
- ・空き家調査を実施し、移住者向けの住宅として活用できる仕組みづくりを行う。

5. プロジェクト毎の進捗状況等

221 大船渡スローライフ・スローフードプロジェクト

計 画 内 容	進 捗 状 況	進捗度	重要業績評価指標	単位	目標値	基準値	実績値（計画期間）					達成率 (対H27)
					H31	H26	H27	H28	H29	H30	H31	
					① お試し移住プログラム参加者数	累 人	50	0	0			
・ 移住を検討している方に対して、一時的に滞在できる施設等を提供し、当市での生活を試してもらう「お試し移住プログラム」を創設する。プログラム参加者の希望に応じて、第一次産業を中心とした就労体験、自然を活かした体験観光プログラム等の提供や、地域活動や地域住民との交流の場を設け、移住イメージを持ってもらう。 また、復興ボランティア経験者や学生ボランティア、インターンシップ参加者等を対象に地域課題解決プログラムのワークショップを開催し、事業計画を検討してもらう中で移住・起業を促す（地域おこし協力隊活用）。 課題（進捗状況を踏まえて） ・ グリーン・ツーリズム推進協議会の活動の強化 ・ 移住促進に向けた「お試し移住プログラム」の検討 ・ 首都圏の大船渡スポットや市出身者との連携強化に向けた拠点の構築	・ 再開した体験観光メニューについて、観光物産協会と連携してチラシ・ホームページ等で広く周知した。 ・ 首都圏の市出身者の飲食店等を大船渡スポットに登録し、市出身者や復興ボランティア経験者等の集いの場としてイベント開催等を行うとともに、SNSによるコミュニティを形成し、情報発信や共有する体制を構築した。 ・ 民間事業者によるゲストハウス（簡易宿泊所）が開設された。 ・ NPO法人による長期滞在型の実践型インターンシップ事業を支援し、首都圏から学生を誘致した。	C <理由> 首都圏と当市を還流する仕組みを構築する必要がある。	主要事務事業名		事業内容		成果指標		単位	実績値	事業費	
			① ふるさと交流ネットワーク構築事業（地方創生先行型交付金）		首都圏に市出身者等の集いの場（大船渡スポット）を設定し、市出身者等のコミュニティをつくり、地元住民との相互交流を促進。コミュニティFMを活用してU I Jターナー者を紹介し、地元の良さの再発見と首都圏在住者へのPRを実施。		①集いの場の設置箇所数 ②コミュニティ登録者数		①箇所 ②人	①10 ②47	5,305	
			② 実践型インターンシップ事業		「仕事・就職」を通じて都市圏から地方へ若者を還流させるため、市内NPO法人が実施する事業を支援するもの。都市圏の学生を長期に地元企業に派遣して実施。新規事業の立ち上げに取り組むもの。		①受入企業数		①社	① 1	0	

222 移住総合支援体制構築プロジェクト

計 画 内 容	進 捗 状 況	進捗度	重要業績評価指標	単位	目標値	基準値	実績値（計画期間）						達成率 (対H27)
					H31	H26	H27	H28	H29	H30	H31		
仕事（ジョブマッチング）、住まい（空き家バンク）、子育て、健康づくり、生活等のあらゆる分野を一括して情報提供や支援する体制を整えるとともに、地域活動や地域住民との交流の場を設け、移住しやすい環境を整える。 既に移住した人たちを対象に情報交換の場を設けるとともに、首都圏セミナー等での移住体験の発信等により、当市への移住促進を図る。 市内小中学校において、外国語指導助手（ALT）の配置の強化やICTの積極的な活用を通じて、特色ある教育プログラムを実施するとともに、国際交流イベントの開催により、幼児期から英語を楽しむ環境づくりを進め、子育て世帯の移住を促進する。	・移住情報の発信や情報収集のため、いわて定住・交流促進連絡協議会、移住・交流推進機構（東京）、ふるさと回帰支援センター（東京）に参画した。 ・いわて暮らしサポートセンターの移住相談員との情報交換を行い、センターへのパンフレット等を配架した。 ・総務省管理の全国移住ナビへの情報登録を行った。 ・県と連携していわて暮らしパンフレットを作成した。 ・民間事業者に委託して市内の空き家と推測される家屋の実態調査を実施した。	C <理由> 情報発信に着手できたが、内容の充実化や関係団体等との連携体制の構築が必要である。	① 移住相談件数	累件	80	0	5					6.3	
			② 空き家登録件数	単件	30	0	0					0.0	
			主要事務事業名		事業内容			成果指標		単位	実績値	事業費	
			① 移住総合情報発信事業	首都圏等を中心とする移住希望者等へ情報発信を行うため、総務省の管理する全国移住ナビへの登録を行うとともに、いわて定住・交流促進連絡協議会に参画し、情報発信を実施。 移住・交流推進機構（通称：JOIN）に加入し、情報収集に努めた。 都内のふるさと回帰支援センター内に開設された「いわて暮らしサポートセンター」の岩手県専任の移住相談員との情報交換を実施。			①移住相談件数	①件	① 5	0			
			② 空き家対策事業	市内の空き家情報の収集を委託し、空き家と推測される戸数を把握した。			①空き家と推測される戸数	①戸	①227	3,000			
課題（進捗状況を踏まえて）													
・交流や移住の促進のため、総合的なWEBサイトの構築と運用管理 ・首都圏の移住相談セミナー等への参加 ・空き家調査結果に基づく空き家利活用の検討													