

# 秋田の風

日銀秋田支店長コラム

近年、移住や新しい土地での生活を紹介するテレビ番組は人気があるようだ。芸能人が自分の移住先を本気で探したり、移住した土地の魅力を発信する番組もよく目にする。

共通しているのは、地方から都会ではなく都会から地方への移住であること、そして登場する方々が、皆、生き生きとして暮らすことだ。現実には苦労や失敗もあるだろうが、その土地に惹かれて移住し、その土地の魅力をそれぞれのカタチで発信している。つい先日まで朝晩を東京の満員電車で過ごしていた筆者も、登場する方々の価値観への共感や憧れから、惹き込まれて見ていた一人だ。

総務省によると、全国の都道府県・市町村における移住に関する相談受付件数(2021年度)は、32万件超と過去最多を更新中だ。件数の推移をみると、

## 副業から移住

### 多様な価値観に想像力を

19年までの5年間で倍増した後、コロナ下でいったん減少したものの、足元ではコロナ前を上回っている。価値観の多様化、働き方改革、IT化の進展といった近年の環境変化の中で、移住への関心は一段と高まっているようだ。

人口減少率で全国トップを走り続ける秋田県であるが、最近良い変化の兆しを感じ始めている。県内への転入者から転出者を差し引いた社会増減について、減少率が幾分緩やかになっているのだ。4月は714人の社会増であり、例年増加する月とはいえ、単月でみて少なくとも過去5年間で最も増加している。潮目の変化として語るには



早すぎるが、数年後に振り返ったときに今がその潮目だったと評価されるかもしれない。この点、宝島社が田舎暮らしの魅力を独自に数値化した「住みたい田舎ベストランキング」(「田舎暮らしの本」23年2月号)において、人口20万人以上のまちの総合部門などで秋田市が全国トップになったのは記憶に新しい。ちなみに、読者アンケートによる移住したい都道府県ランキングで17年連続1位と

50・6%から22年は66・7%に上昇し、「認める予定」を含めると83・9%になるなど、副業を促す動きは足元で加速している。

この動きを利用する手はないだろうか。大都市圏には、つい先日までの筆者のように、地方移住に憧れを感じる働き手が多くいる。県内の人手不足、特にIT系や企画系人材の不足を補う観点からも、県内企業が、大都市圏のやる気のある働き

なった長野県は昨年、人口の社会増減が22年ぶりに年間でプラスに転じたそう。

もう一つ、興味深いデータを紹介します。内閣府が首都圏居住者を対象に行った調査によると、地方移住への関心が高い人は、副業を行っている、または副業への関心が高い傾向があるそう。

また、経団連の調査では、社外での副業・兼業を「認めている」企業(常用労働者数5千人以上)の割合は、20年の

冒頭のテレビ番組でもそうだが、移住者はその土地の魅力を届け出し発信する力が強いことが多い。その発信が、新たな移住者を呼び込む効果も期待できる。移住者の増加は、社会増減はもとより、より深刻な自然増減にもプラス方向に寄与するだろう。何より、移住者が移住者を呼ぶ好循環が確立してきた長野の例をみても、地域社会の活性化につながる。

「副業から移住」は一つの仕掛けに過ぎないが、実現すれば一石二鳥どころの効果ではない。地方移住に関心がある方々の多様な価値観・ニーズに想像力を働かせれば、これまで以上に魅力を感じてもらえる仕掛けづくりが考えられるだろう。この点、筆者もまた思いついたら書いてみたい。いずれにせよ、大都市圏で勢いを増す「移住風」をうまく取り込むとともに、移住された方々を地域で温かくサポートしていくことが、秋田の活性化に欠かせない。

手を副業というカタチで雇用。例えば年に数回、家族同伴で秋田まで来てもらい、対面で仕事をしつつ秋田の美味しい空気と食べ物・お酒を堪能してもらおうのだ。これを数年繰り返すうちに秋田の魅力にはまり、家族での移住を考えるようになるかもしれない。多様で柔軟な働き方は、最近、賃金水準と同じく重視される傾向にあり、そうした面でも先進的な取り組みになる。

店長

(片桐大地・日本銀行秋田支店長)

〈随時掲載〉