

福島移住促進に向けた インターネットパネル調査分析

第5回

2024年3月

公益財団法人 福島イノベーション・コースト構想推進機構

 目次

I.調査結果のサマリー	p.2
II.調査概要	p.3
III.今回の調査結果	p.4
IV.その他の調査結果	p.8

※本調査に伴う分析は、福島県庁事業において一般社団法人RCFが実施しています

調査結果のサマリー

(現地ではなければ得られない生の情報の必要性)

- 移住検討にあたって行う現地訪問に対するサポートに「とても関心がある」が「関心がある」の合計が 8~9割に達し高い関心。移住希望者は、**現地ではなければ得られない情報**を欲している。
- 「とても関心がある」と答えた人のうち、「現地視察のサポート」は、20代が50.3%と関心が高い。特に若い層は、移住検討の際にみるべきポイントがつかみ切れていないことが想定される。移住検討にあたって現地視察は重要であることから、**現地視察の進め方の可視化・提示**が必要。

(「田舎暮らし体験」や「職業体験」のイベントなどにより、暮らしと仕事の実体験を求める傾向)

- 移住の検討を進める上で参加したいイベントを聞いたところ、「田舎暮らし体験イベント (52.8%)」「職業体験イベント(43.6%)」「特色を理解するツアー (43.0%)」「農業体験イベント(37.0%)」と高い関心。移住先の暮らしの理解のほか、これまで移住体験イベントに組み込まれることが少なかった **仕事についても、実際に体験するニーズが強い**。

(移住相談窓口において一次情報をリアルタイムで得たい傾向)

- 移住希望者が相談窓口を求めるものは、「住宅・仕事などの最新情報 (43.6%)」が最も多く、次いで「スピーディな対応(38.4%)」、「ワンストップ(38.1%)」。
- インターネットで得られる一般的な情報だけではなく、移住希望者の関心に沿った **住宅・仕事等の一次情報**を、移住相談員が可能な限り集約し、的確に提供することが求められている。

(移住後は、地域サポーターの存在が重要。定着支援に向けた現地とのつながりづくりが必要)

- 実際に移住した後のサポートとして求めるものは、「気軽に相談に乗ってくれる地域サポーター (48.3%)」が最も関心が高く、「地域住民との接点づくり (40.2%)」「ローカルルールについての情報提供 (39.6%)」が続く。
- 特に、子育て世帯では「地域住民との接点づくり」がその他よりも 5.5%高い傾向。
- **定着支援に向けた地域サポーター**の役割は重要であり、移住者の具体的な困り事に対応できる地域人材や情報提供が重要。

調査概要

■調査目的

同センターにて企画を実施している移住者獲得に向けた情報発信施策の構築において、本調査の結果をもとに効果的なターゲット・媒体・コンテンツ等の設定に資することを目的とする。

■スクリーニング調査

- ・調査方法 : インターネットパネル調査
- ・調査対象 : 関東1都6県、宮城県、大阪府、愛知県在住の20代～60代の一般男女個人
*1都6県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、群馬県、栃木県)
- ・サンプル数 : 50,000人(有効票本数)
- ・抽出方法 : 40,000人を関東1都6県、宮城県を人口構成比で割り付け、大阪府と愛知県を5,000人ずつ割付
- ・調査時期 : 令和5年(2023年)12月

■本調査

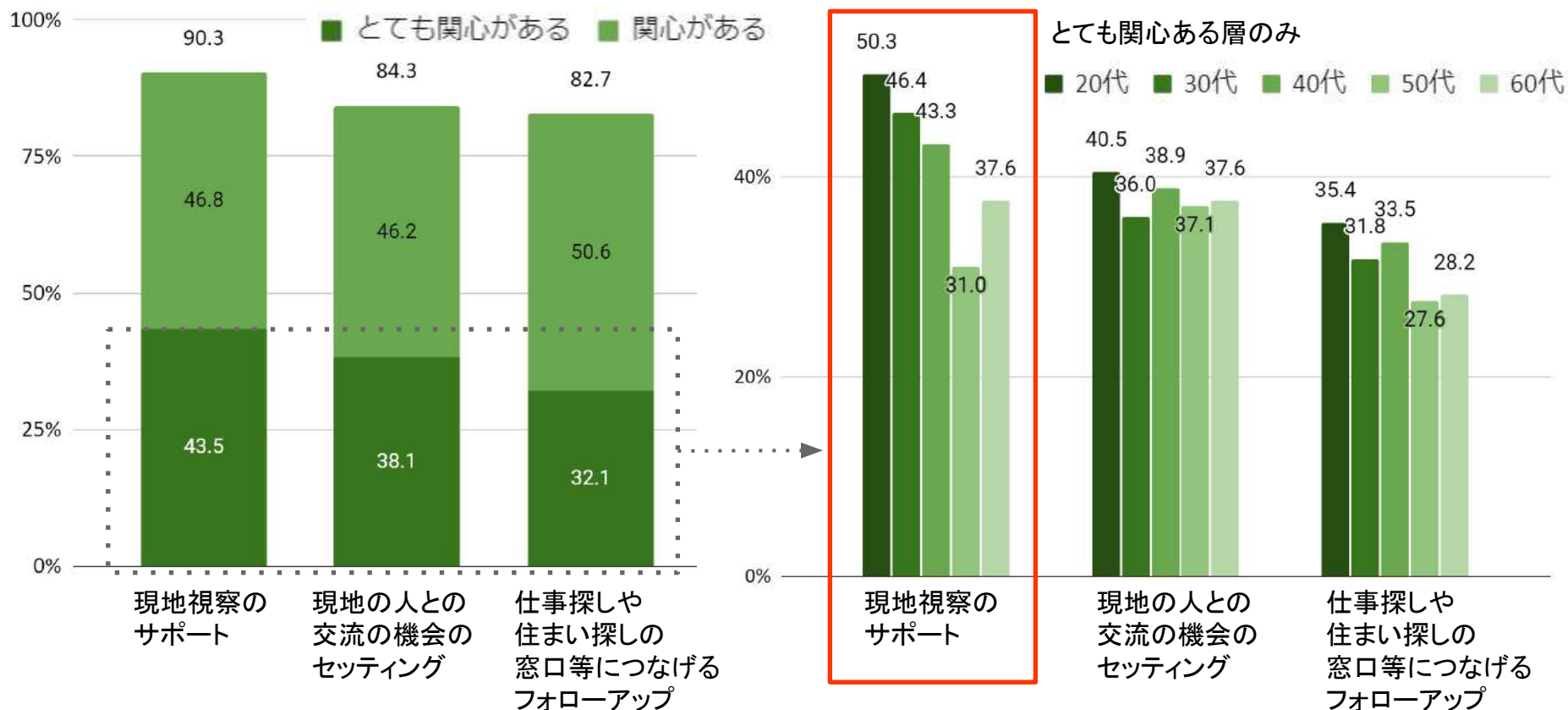
- ・調査方法 : インターネットパネル調査
- ・調査対象 : 関東1都6県、宮城県在住の20代～60代の一般男女個人
*1都6県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、群馬県、栃木県)
- ・サンプル数 : 900人
- ・抽出方法 : スクリーニング調査回答者のうち
 - (1)「福島県浜通りエリアにできれば仕事・ボランティアとして関わりたい」と回答かつ
 - (2)福島県に「とても住んでみたい」「住んでみたい」「二拠点居住なら住んでみたい」と回答した者。
 - (3)前回調査の出現率に基づいた性年代別の割付けを実施
- ・調査時期 : スクリーニング調査と同様
- ・有効標本数 : 810サンプル

※今回調査と比較を行った前回以前の調査の実施時期及びサンプル数
第1回 : N=563、第2回 : N=889、第3回 : N=871、第4回 : N=863、第5回 : N=810

現地訪問で欲しいサポートでは「現地視察サポート」が第1位。 現地でなければ得られない生の情報を得る方法が求められている

移住検討のための現地訪問に対するサポートは非常に関心が高い。「とても関心がある」と答えた人のうち、「現地視察のサポート」は、特に20代が50.3%。若い層は現地視察での確認ポイントがつかみ切れていないことが想定され、現地視察の進め方等の可視化・提示が必要

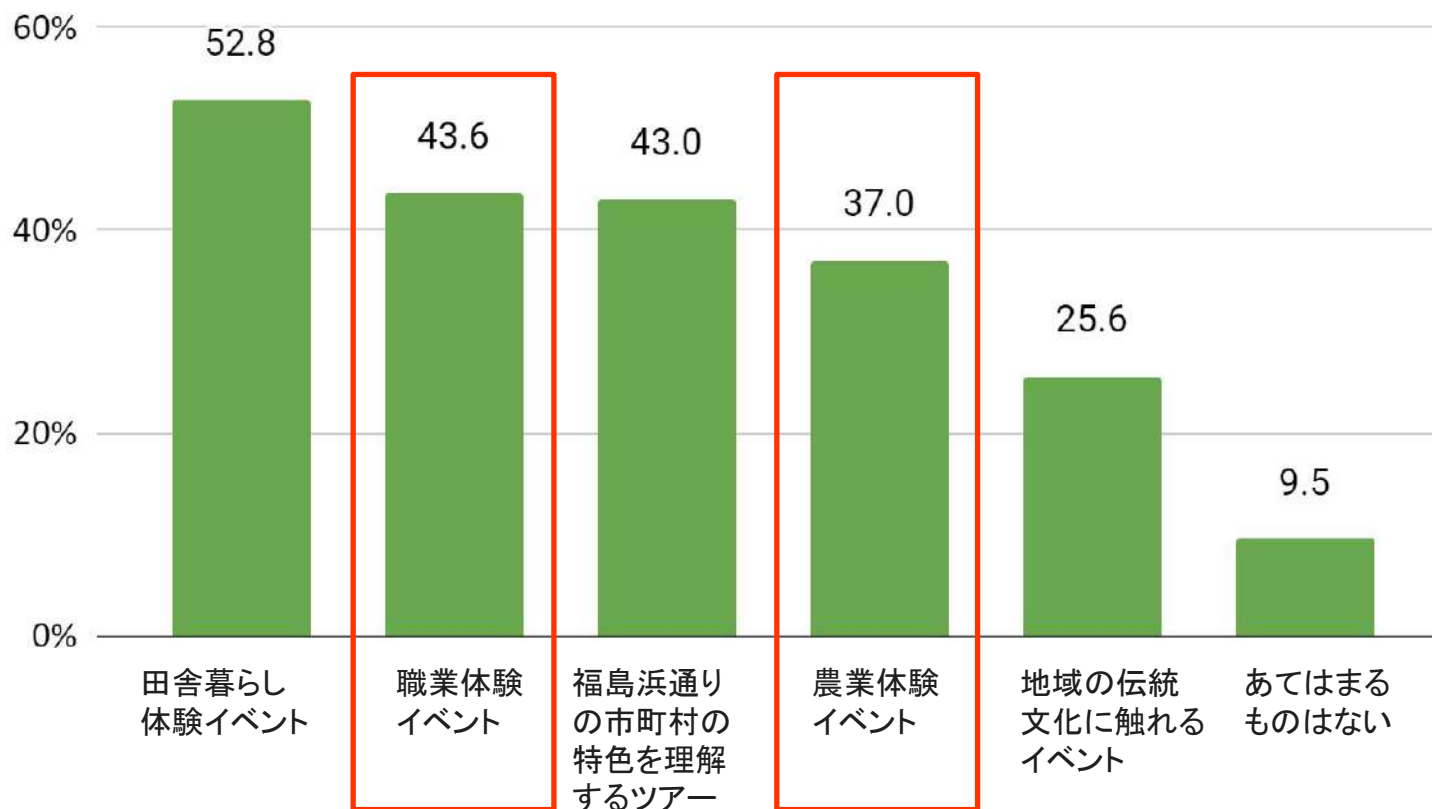
『移住検討のための現地訪問をサポートする以下のようなサービスに、どの程度関心がありますか。それぞれお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』



参加したいイベントとして、「田舎暮らし体験」「職業体験」等にも関心が強い。暮らしと仕事のリアルな姿を体験したい傾向

「田舎暮らし体験イベント(52.8%)」「特色を理解するツアー(43.0%)」といった暮らしの理解のほか、「職業体験イベント(43.6%)」「農業体験イベント(37.0%)」など仕事体験にも関心。具体的な仕事探しの前に、企業の職場見学や農業体験などの機会を提供することも有効

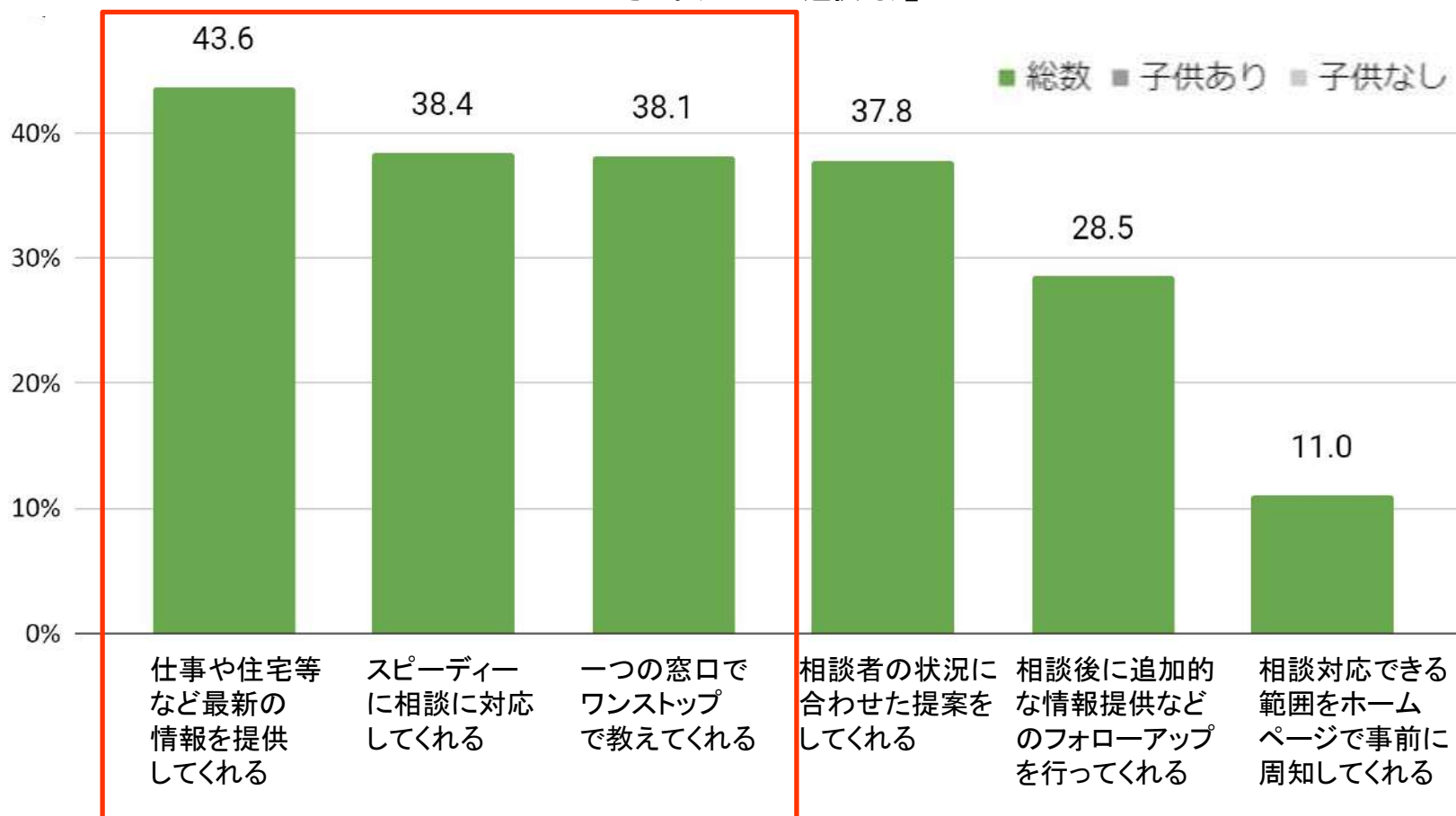
『あなたが、福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村への移住の検討を進めるうえで、参加したいと思うものをすべてお知らせください。(複数選択可)』



移住相談窓口に求めるものは、「最新情報」や「スピーディさ」「ワンストップ」。生の情報をリアルタイムで得たい傾向

第1位「最新情報(43.6%)」に次いで第2位「スピーディな対応(38.4%)」第3位「ワンストップ(38.1%)」と続く。移住検討に直結する質の高い情報を、移住相談員が集約し的確に提供することが重要

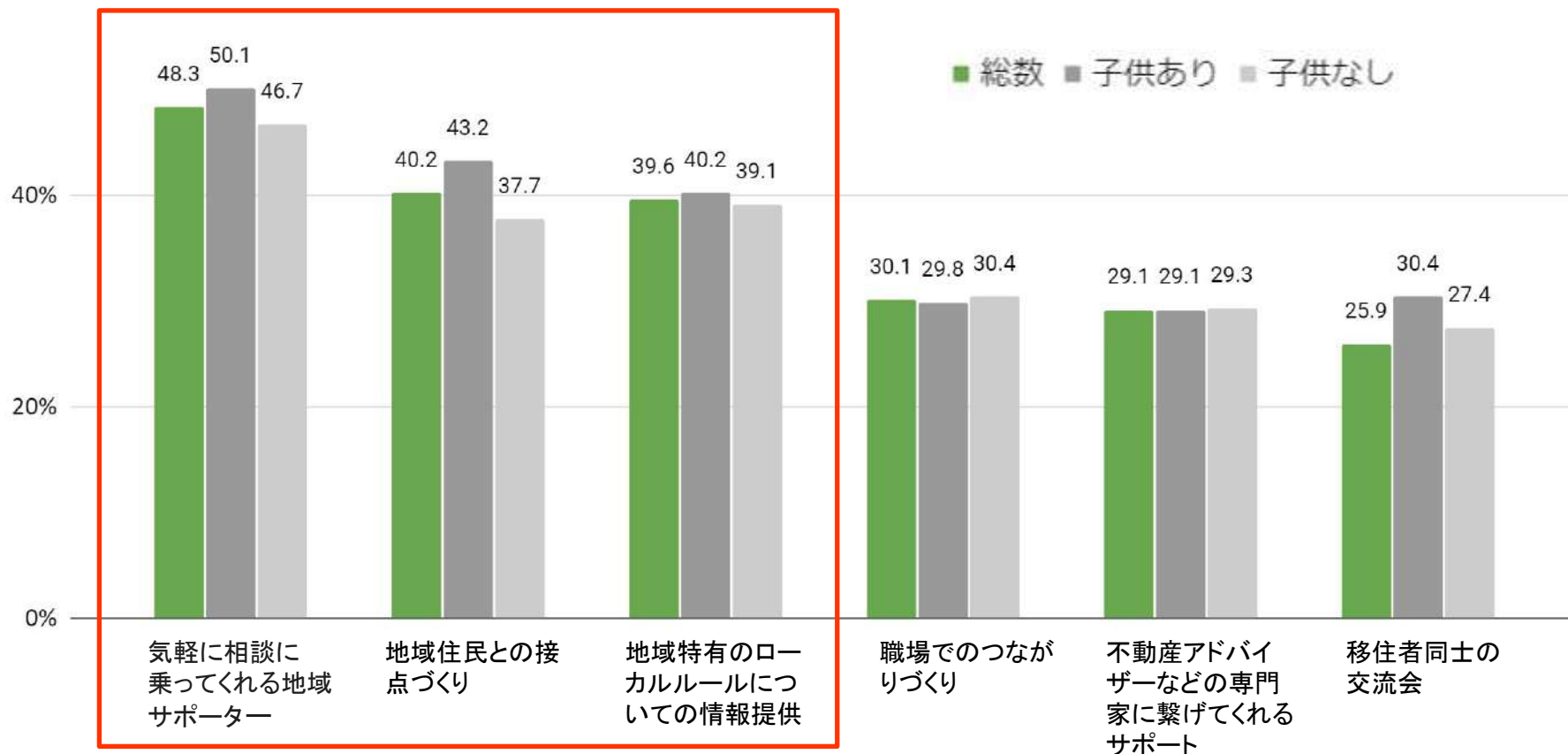
『移住相談窓口に対してどのような姿勢の対応を求めますか。以下の中から求めるものを上位3つまでお知らせください。(3つまで選択可)』



移住後は、移住者の相談に対応できる地域サポーターの存在が重要 定着支援に向けた地域とのつながりづくりが求められている

移住後のサポートとして「地域サポーター(48.3%)」が最も関心が高く、「地域住民との接点づくり(40.2%)」「ローカルルールについての情報提供(39.6%)」が続く。子育て世帯からは地域住民との接点づくりのニーズがその他より5.5%高い傾向。移住者の具体的な困り事に対応できる地域人材や情報提供が必要

『福島への移住後のサポートとして、あなたが受けることに関心があるものを全てお知らせください。(複数選択可)』



資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

その他の調査結果一目次①

1. 調査対象者の基本属性	p.11
1.1 調査対象者の基本属性—全体	
1.2 調査対象者の基本属性—福島移住関心層	
2. 移住にあたって重視すること	p.14
2.1 移住における「仕事」「生活環境」のバランス—福島移住関心層	
2.2 移住後に希望する仕事—福島移住関心層	
2.3 移住後に希望する職種—福島移住関心層	
2.4 浜通りエリアへ移住検討の際に重要だと思う仕事面でのポイント—福島移住関心層	
2.5 移住する際の仕事探しで重視するポイント—福島移住関心層	
2.6 就職・転職する際に求めるサポート—福島移住関心層	
2.7 新規就農・雇用就農への関心—福島移住関心層	
2.8 新規就農・雇用就農にあたって重視する情報—福島移住関心層	
2.9 浜通りエリアへ移住検討の際に重要だと思う生活面でのポイント—福島移住関心層	
2.10 移住する際の住まい探しで重視する情報—福島移住関心層	
2.11 移住する際の住まい探しで希望する家賃—福島移住関心層	
2.12 移住する際の住まい探しで希望する間取り—福島移住関心層	
2.13 移住する際の住まい探しで希望する築年数—福島移住関心層	
2.14 移住する際の住まい探しで希望する立地条件—福島移住関心層	
2.15 移住する際の住まい探しの際に求めるサポート—福島移住関心層	
2.16 移住先での子育て・教育で重視するポイント—子どもを持つ福島移住関心層	
2.17 移住先での余暇の過ごし方—福島移住関心層	
2.18 移住に関する意志決定の仕方—福島移住関心層	
2.19 移住に関する支援制度への関心—福島移住関心層	
2.20 移住支援金による浜通りエリアを中心とした12市町村への移住について—福島移住関心層	

その他の調査結果一目次②

2.21 起業支援金による浜通りエリアを中心とした12市町村への移住について一福島移住関心層	
2.22 移住先で開業・起業を検討するとき重視する情報一起業に関心のある福島移住関心層	
2.23 移住を検討する上で利用したい相談手段一福島移住関心層	
2.24 移住を検討する上で参加したいもの一福島移住関心層	
2.25 移住を検討する上で必要だと思う行動一福島移住関心層	
2.26 移住を検討するための現地訪問の目的一福島移住関心層	
2.27 移住を検討する上で利用したいサポート一福島移住関心層	
2.28 移住後に持ちたい地域住民との関係性一福島移住関心層	
3. 移住に関する意向	p.46
3.1 移住意向一全体	
3.2 移住意向一福島移住関心層	
3.3 福島県への移住意向一全体	
3.4 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向一福島移住関心層	
3.5 浜通りエリアを中心とした12市町村で移住したいと思うエリア一福島移住関心層	
3.6 移住に関心を持つ理由一福島移住関心層	
3.7 移住決定を妨げる要因一福島移住関心層	
3.8 移住のタイミング一福島移住関心層	
4. 移住施策等に関する認知	p.59
4.1 福島県への移住に関する情報の浸透状況一全体	
4.2 福島県への移住に関する情報の浸透状況一福島移住関心層	
4.3 移住施策に関する認知一全体	
4.4 移住施策に関する認知一福島移住関心層	
4.5 エリア別の移住受け入れの進捗に関する認知一福島移住関心層	
4.6 エリア別の仕事、生活環境整備の進捗に関する認知一福島移住関心層	

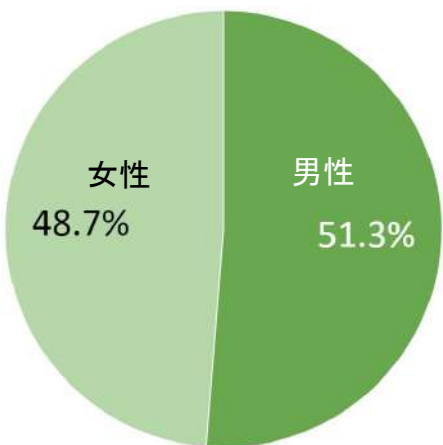
その他の調査結果一目次③

5. 情報取得経路	p.68
5.1 利用頻度の高いメディアー全体	
5.2 利用頻度の高いメディアー福島移住関心層	
5.3 各広告・キャンペーンの認知経路ー全体	
5.4 各広告・キャンペーンの認知経路ー福島移住関心層	
6. 移住と復興	p.73
6.1 福島県の浜通りエリアとの関係性ー全体	
6.2 福島県の復興についての関心ー全体	
6.3 福島県の復興についての関心ー福島移住関心層	
6.4 福島県の浜通りエリアとの関係性ー福島移住関心層	
6.5 浜通りエリアの現状についての理解ー福島移住関心層	

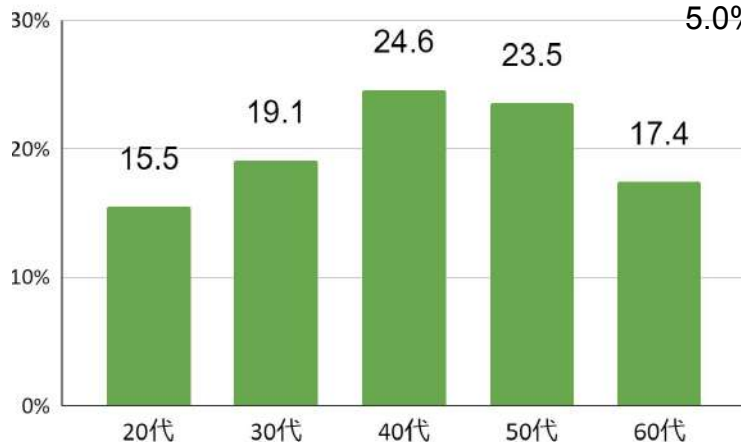
1. 調査対象者の基本属性

1.1 調査対象者の基本属性—全体

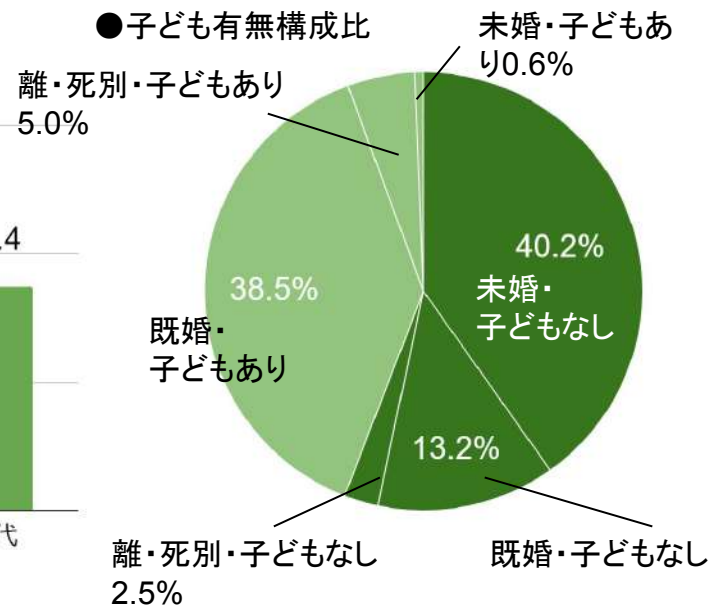
●男女構成比



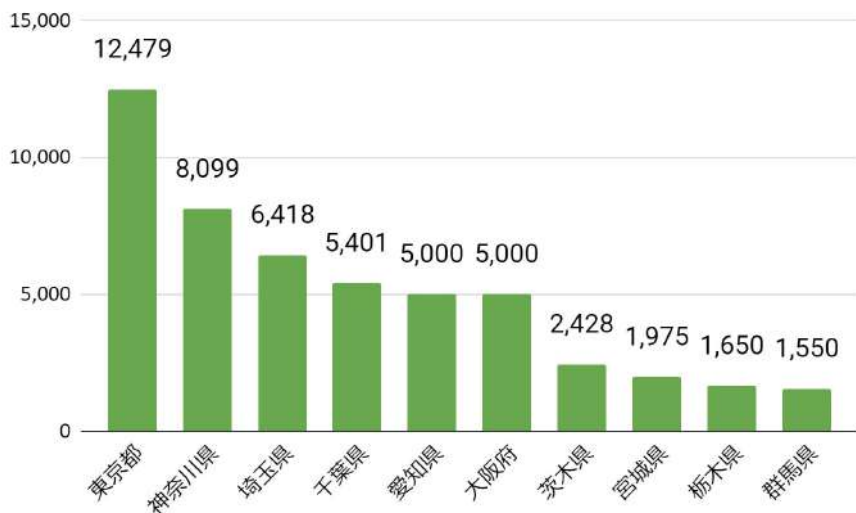
●年代構成比



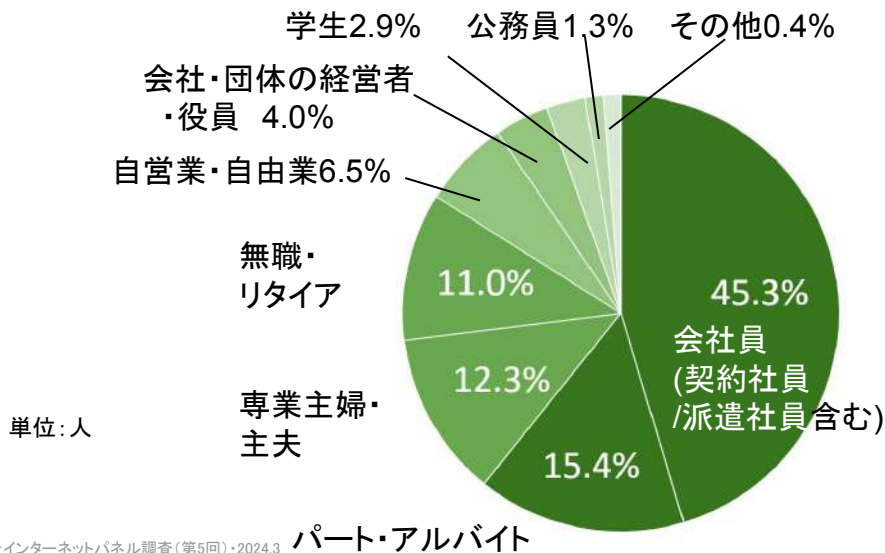
●子ども有無構成比



●対象都道府県別分布



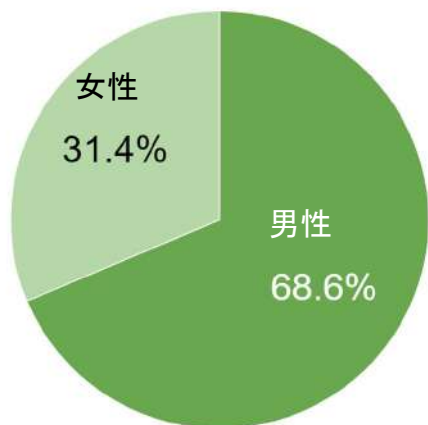
●職業別分布



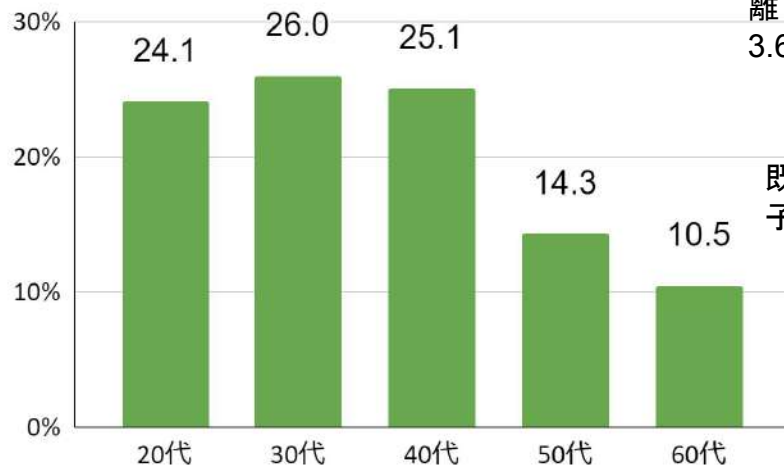
資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

1.2 調査対象者の基本属性—福島移住関心層

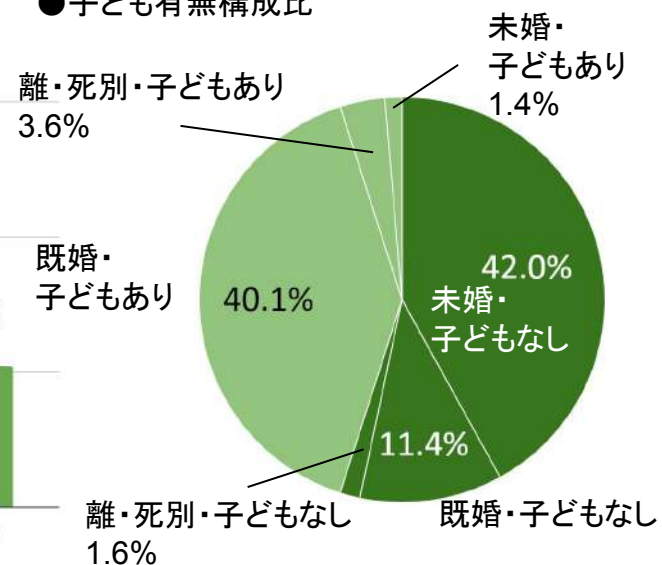
●男女構成比



●年代構成比



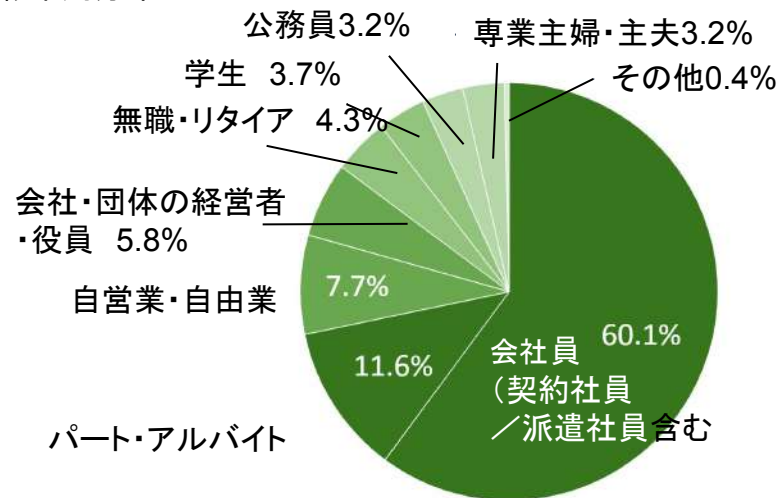
●子ども有無構成比



●対象都道府県別分布



●職業別分布



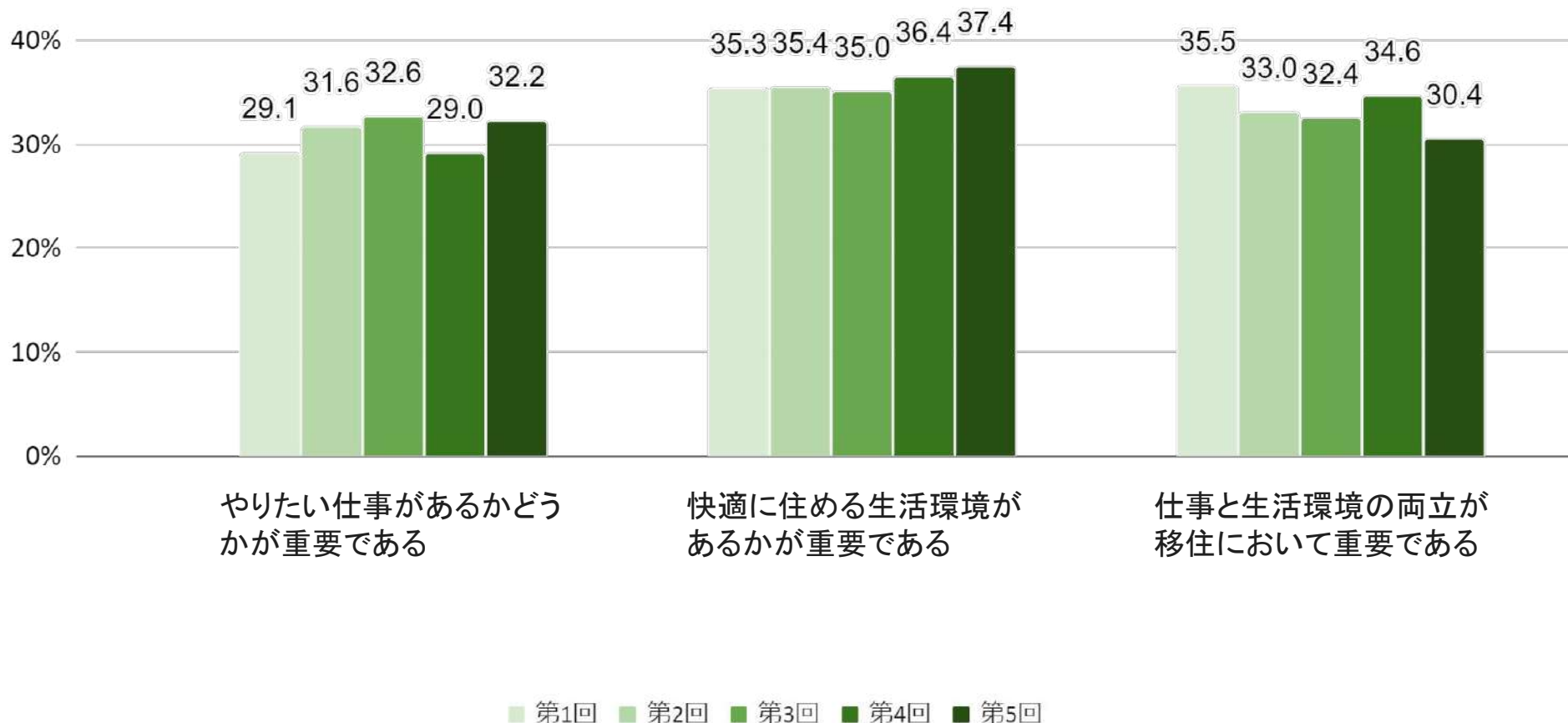
資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=810)

2. 移住にあたって重視すること

2.1 移住における「仕事」「生活環境」のバランスー福島移住関心層

「やりたい仕事」「快適に住める生活環境」のいずれかを求める傾向が強まり、仕事と生活環境の両立を重要視する割合は低くなってきている

『あなたが、福島へ移住を検討するにあたり、仕事と生活環境とどちらが重要ですか。(1つ選択)』



2.2 移住後に希望する仕事—福島移住関心層

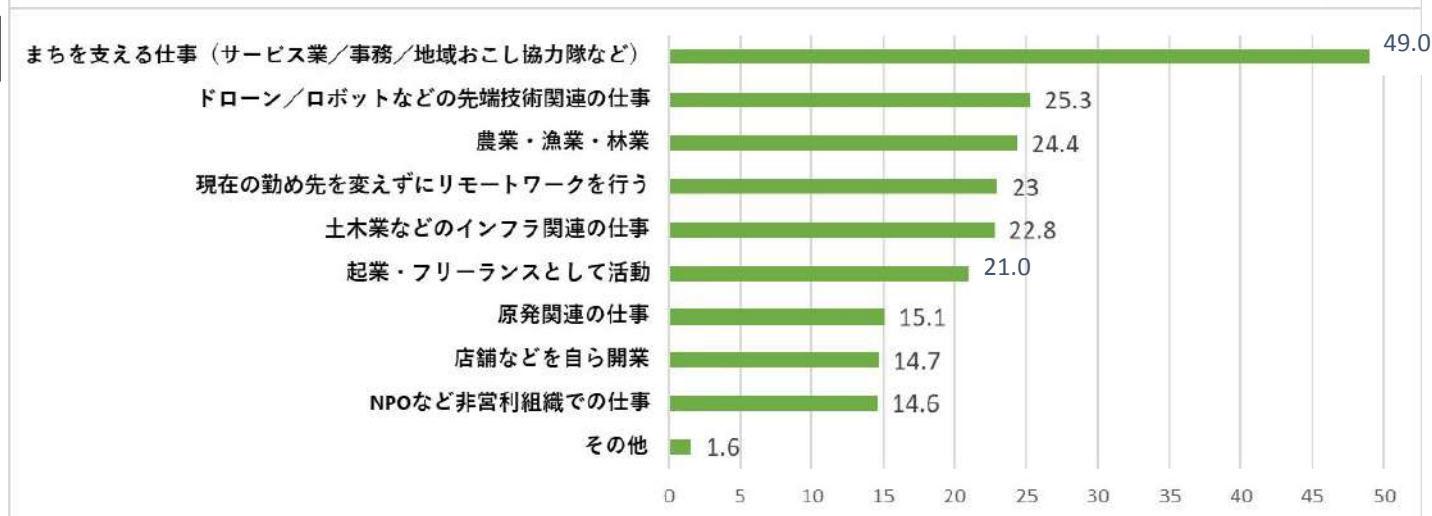
「まちを支える仕事」への関心が依然高く、2.2ポイント増加。「先端技術関連の仕事」「農業・漁業・林業」「起業・フリーランス」なども増加。

『あなたが福島県に移住したとしたら、福島県で新たにどのような分野の仕事をしたと思いますか。あてはまるものをいくつでもお知らせください。(複数選択可)』

第4回



第5回



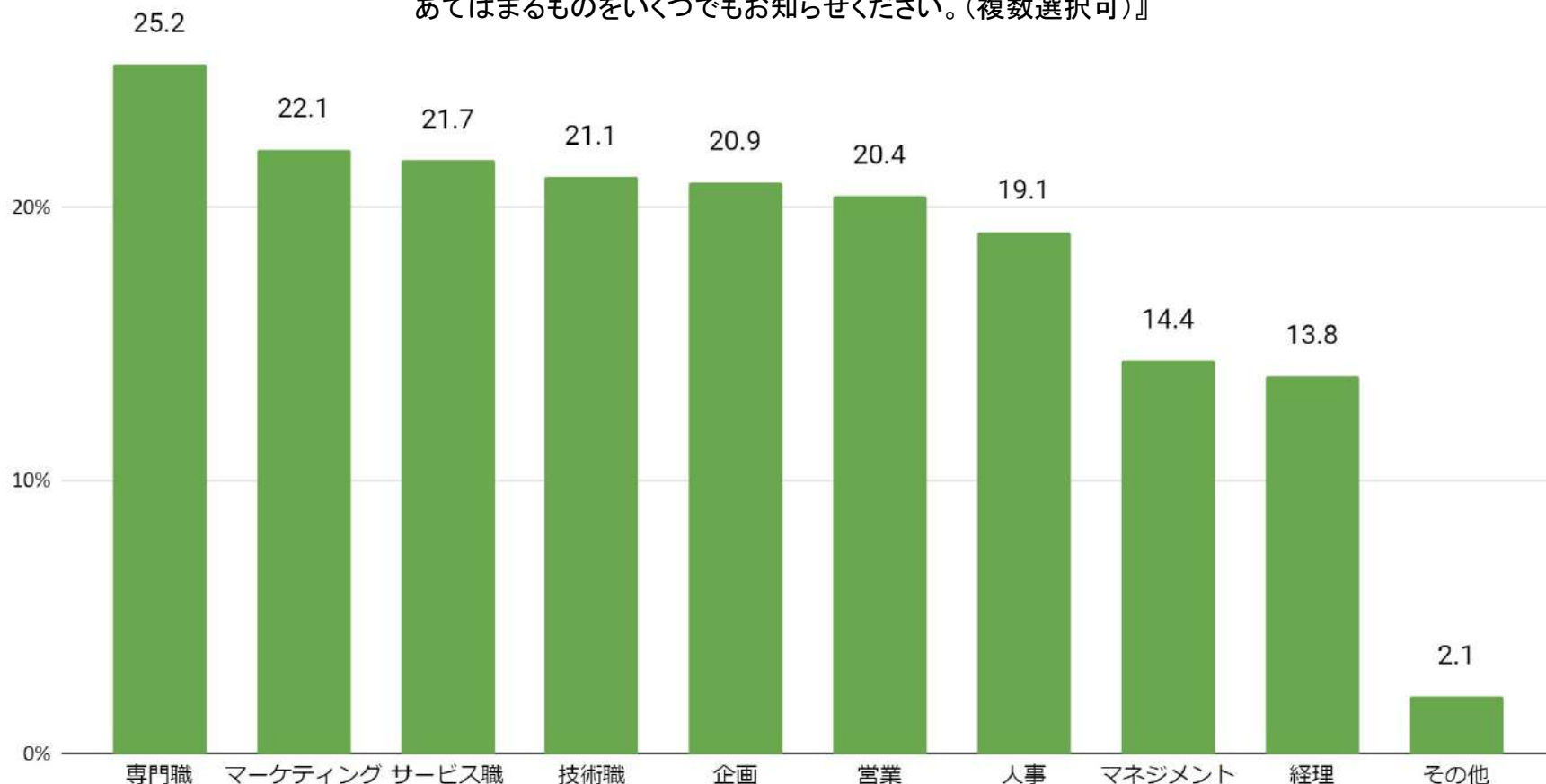
単位: %

資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、第4回 : N=863、第5回 : N=810)

2.3 移住後に希望する職種—福島移住関心層

移住後に就きたい職種として最も多いのが「専門職」、次いで「マーケティング」「サービス職」と続く。専門職について内容が明らかでないが、医療福祉などの資格職など、移住前の専門性を活かして就業を継続する希望があることが推測される

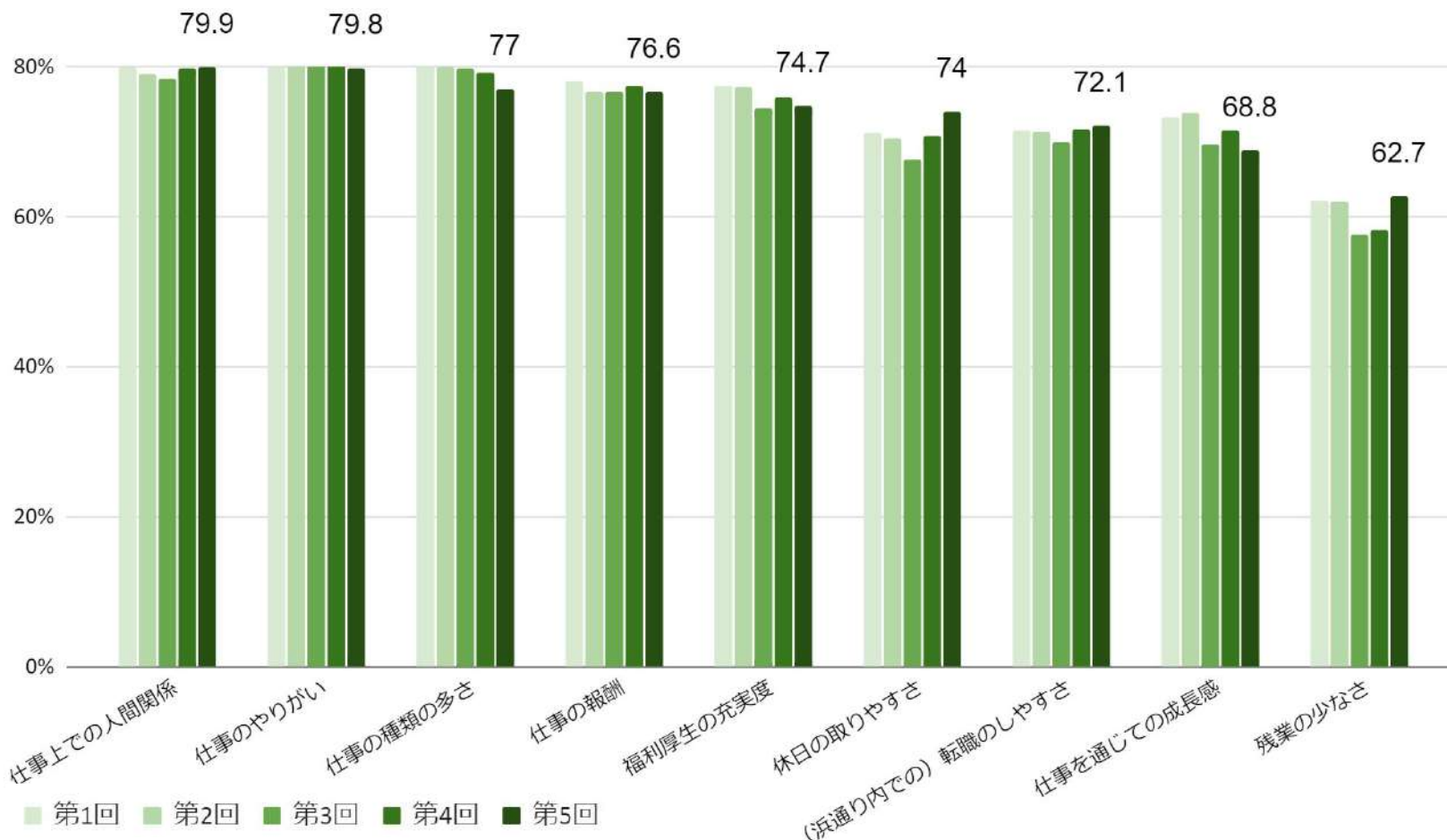
『あなたが福島県に移住した場合、どのような職種の仕事をしたいと思いますか。
あてはまるものをいくつでもお知らせください。(複数選択可)』



2.4 浜通りエリアへ移住検討の際に重要だと思う仕事面でのポイント —福島移住関心層

全体として「仕事上での人間関係」「仕事のやりがい」など仕事の充実に関することを重視する一方、「休日の取りやすさ」「残業の少なさ」も増加し、ワークライフバランスも重視する傾向がある。

『あなたが、福島県の浜通りエリアに移住することを検討する場合に仕事面で重要だと思うものを教えてください。
(それぞれ1つずつ選択)』※「とても重要」、「やや重要」の合算値

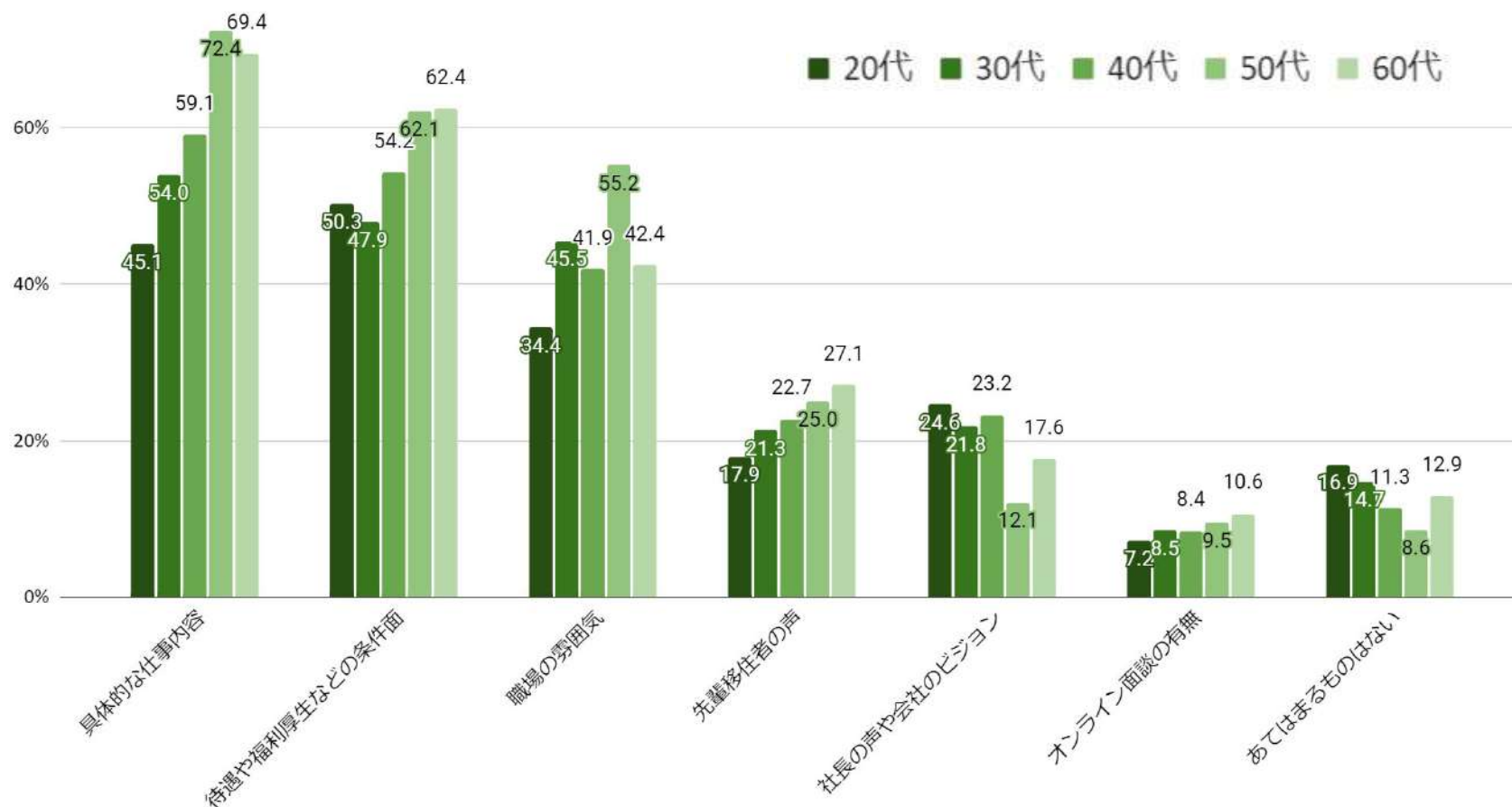


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

2.5 移住する際の仕事探しで重視するポイントー福島移住関心層

仕事探しで重視する項目として、第1位「具体的な仕事内容」に次いで「待遇や福利厚生等の条件面」「職場の雰囲気」が続く。20～30代では会社のビジョンを重視する傾向がある

『あなたが福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村での仕事を探す際に、求人要素として以下の選択肢の中から重視する項目を上位3つまでお知らせください。(3つまで選択可)』

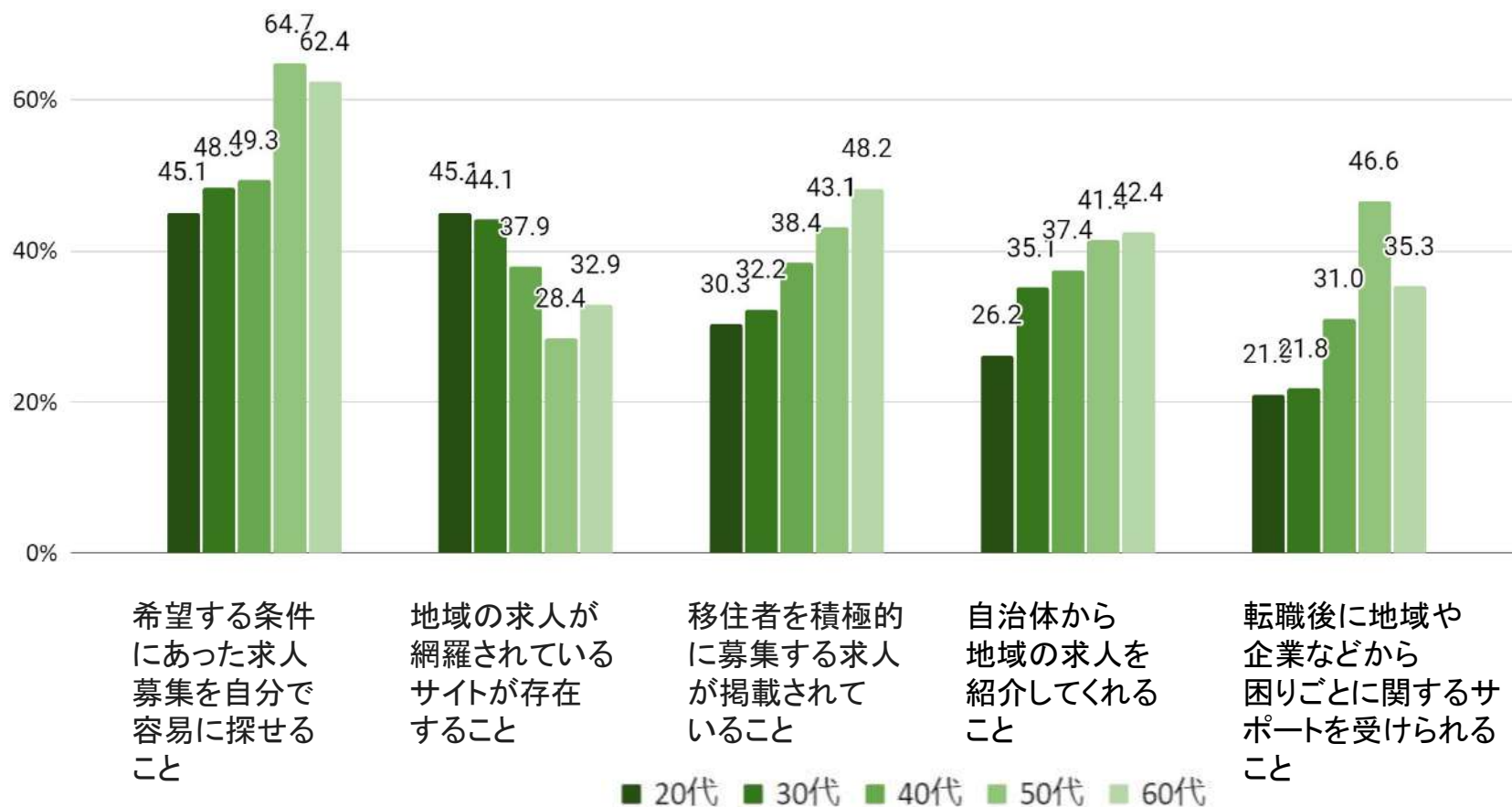


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.6 就職・転職する際に重視するサポート—福島移住関心層

20～30代は「希望する条件にあった求人情報を自分で探せる」「求人が網羅されているサイトがある」を強く求めている。Webサイトを通じて移住者が求人を探しやすい情報の集約や網羅性が求められる

『あなたが福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村で就職・転職する際のサポートとして、以下の選択肢の中から重視する項目を上位3つまでお知らせください。(3つまで選択可)』

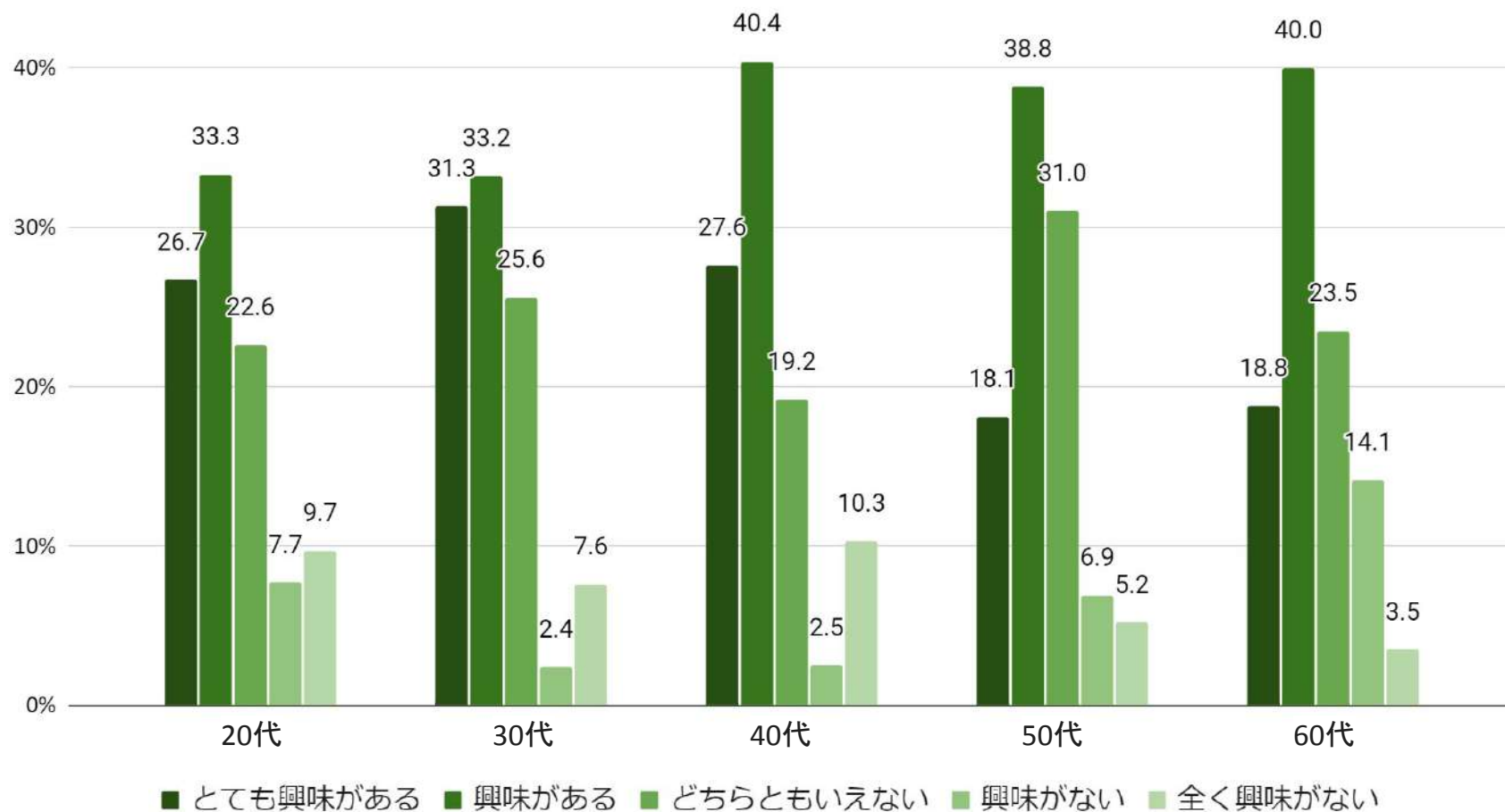


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.7 新規就農・雇用就農への関心—福島移住関心層

農業への関心は「とても興味がある」「興味がある」を合計すると、20代で60.0%、30代で64.5%と、6割以上の関心がある。農業という仕事を具体的に訴求することが有効と考えられる

『福島の移住先で、新規就農・雇用就農に興味はありますか。(1つ選択)』

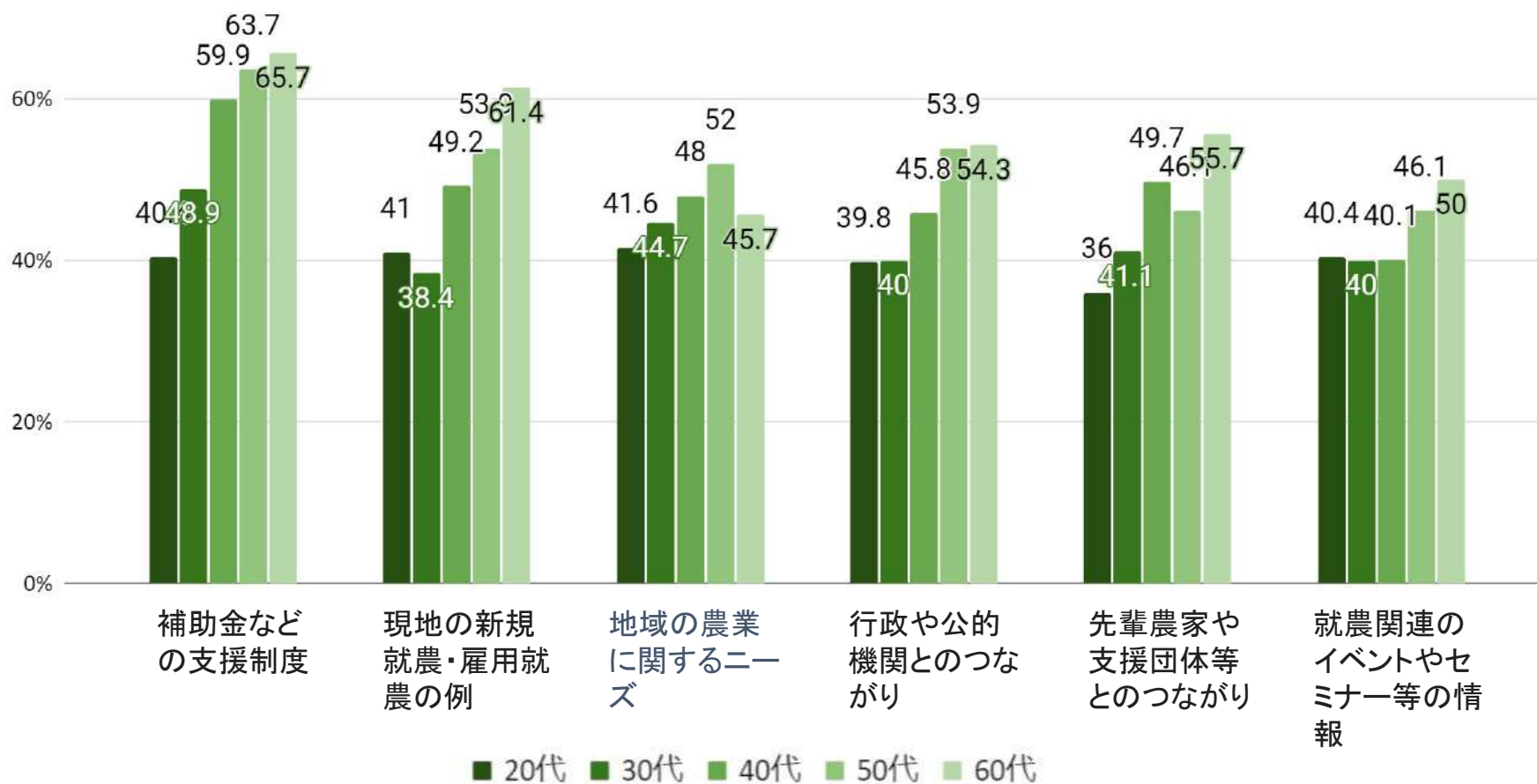


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.8 新規就農・雇用就農にあたって重視する情報—福島移住関心層

新規就農・雇用就農にあたって「補助金などの支援制度」は全年代で関心が高い。また、20～30代は「現地の就農の例」「地域の農業のニーズ」など、農業のリアルな姿や仕事としての可能性に関心が高い

『あなたが移住先で新規就農・雇用就農を検討する場合、重視する情報をすべてお知らせください。
またその中から最も重視する情報をひとつだけお知らせください。』

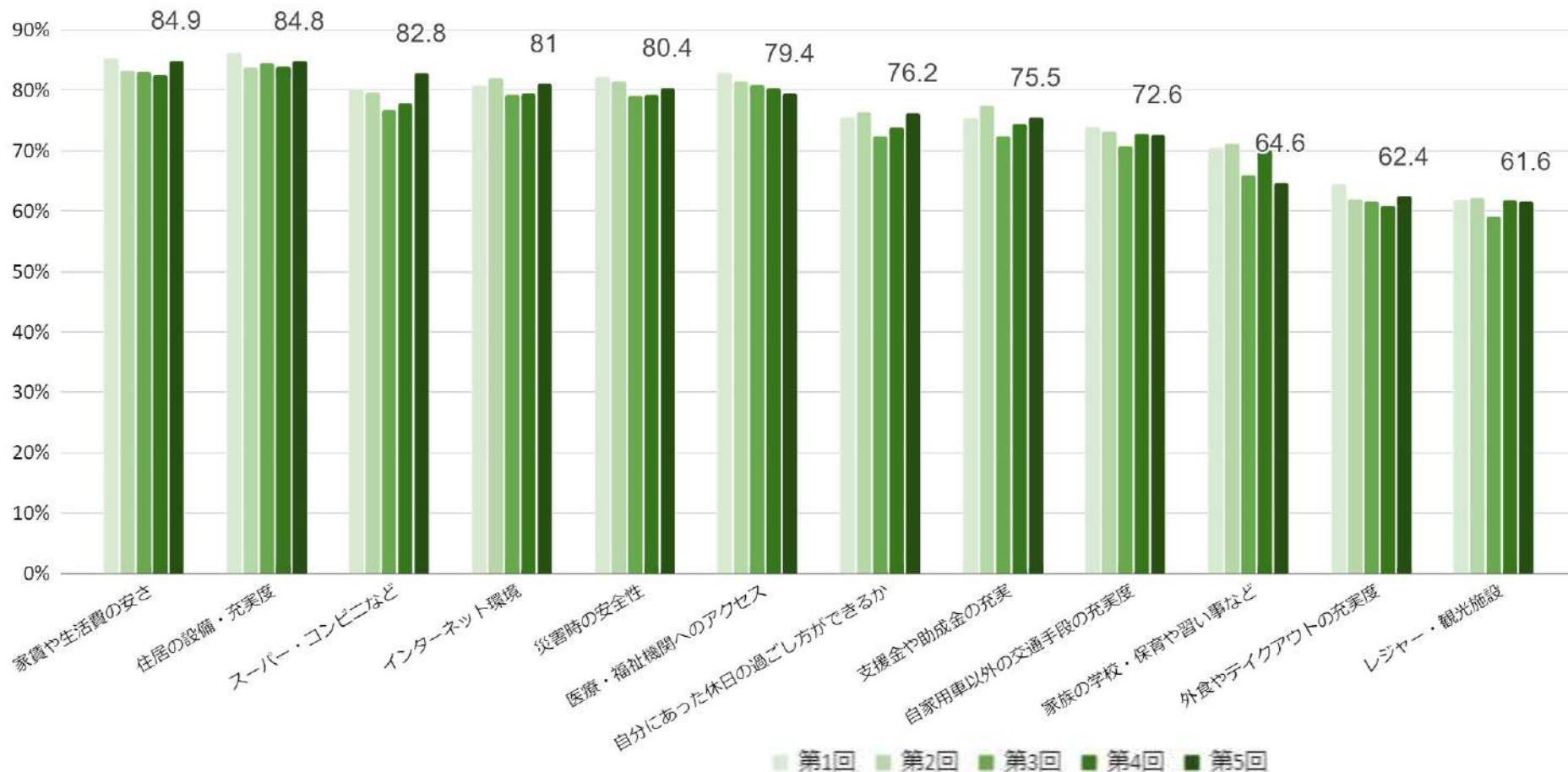


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、N=700）

2.9 浜通りエリアへ移住検討の際に重要だと思う生活面でのポイント —福島移住関心層

生活環境への関心は継続して高く、「スーパー・コンビニ」などの情報への関心が増加。引き続きの住居情報・生活情報の強化が必要と考えられる

『あなたが、福島県の浜通りエリアに移住することを検討する場合に生活面で重要だと思うものを教えてください。
(それぞれ1つずつ選択)』※「とても重要」、「やや重要」の合算値

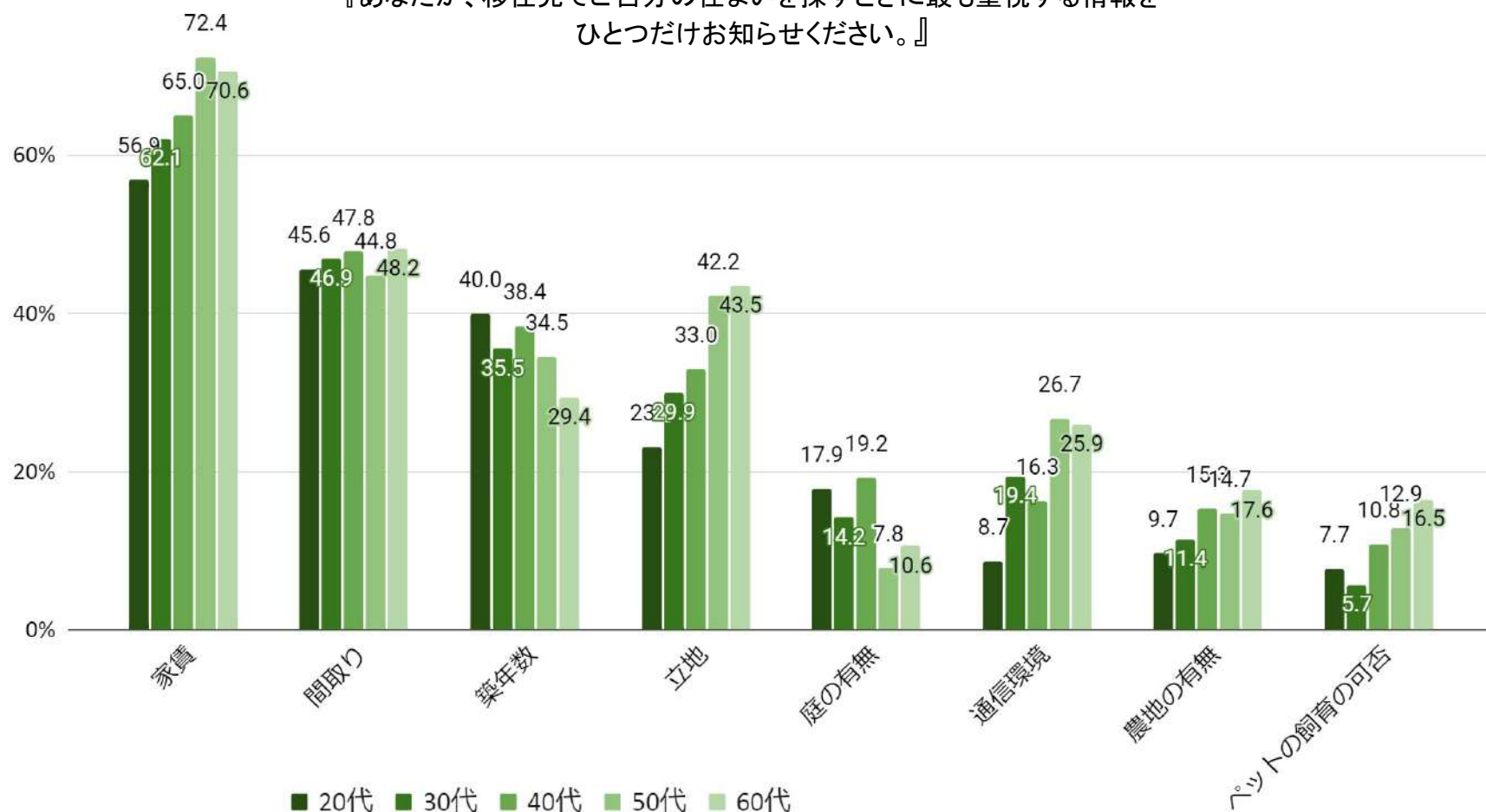


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

2.10 移住する際の住まい探しで重視する情報—福島移住関心層

一般に年代があがるほど、住まいの各要素への関心が高くなるが、築年数については20代30代が関心が高い。

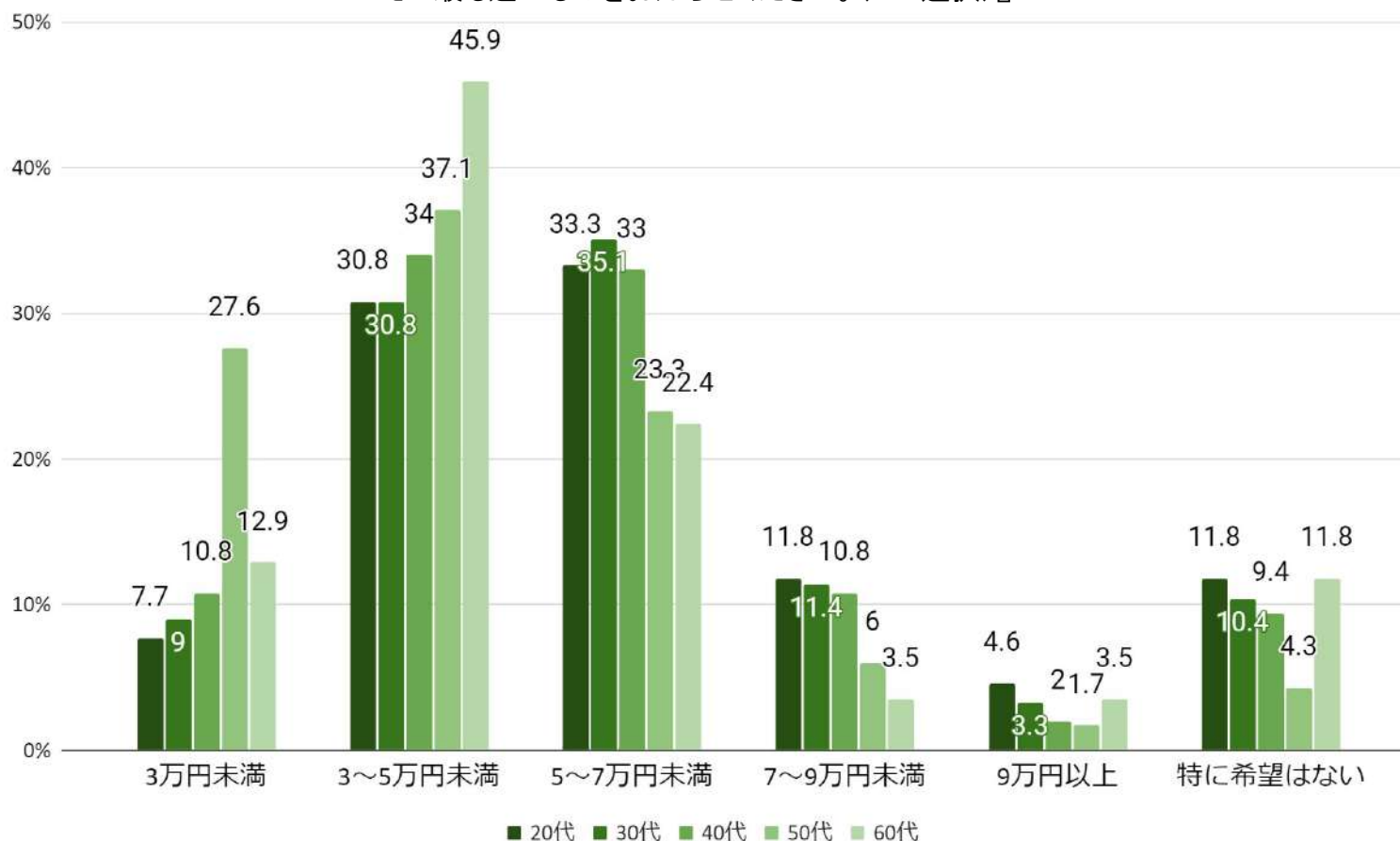
『あなたが、移住先でご自分の住まいを探すときに最も重視する情報をひとつだけお知らせください。』



2.11 移住する際の住まい探しで希望する家賃—福島移住関心層

移住先の住まいの家賃として、20～30代は「5～7万円」が最も多く、50～60代は「3～5万円」が最も多い。若い年代は家賃予算をやや高くしても、築年数など含めた物件水準を上げたいという意向が見受けられる。

『あなたが移住先で住まいを確保する際に、どのくらいの家賃の家に居住したいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』

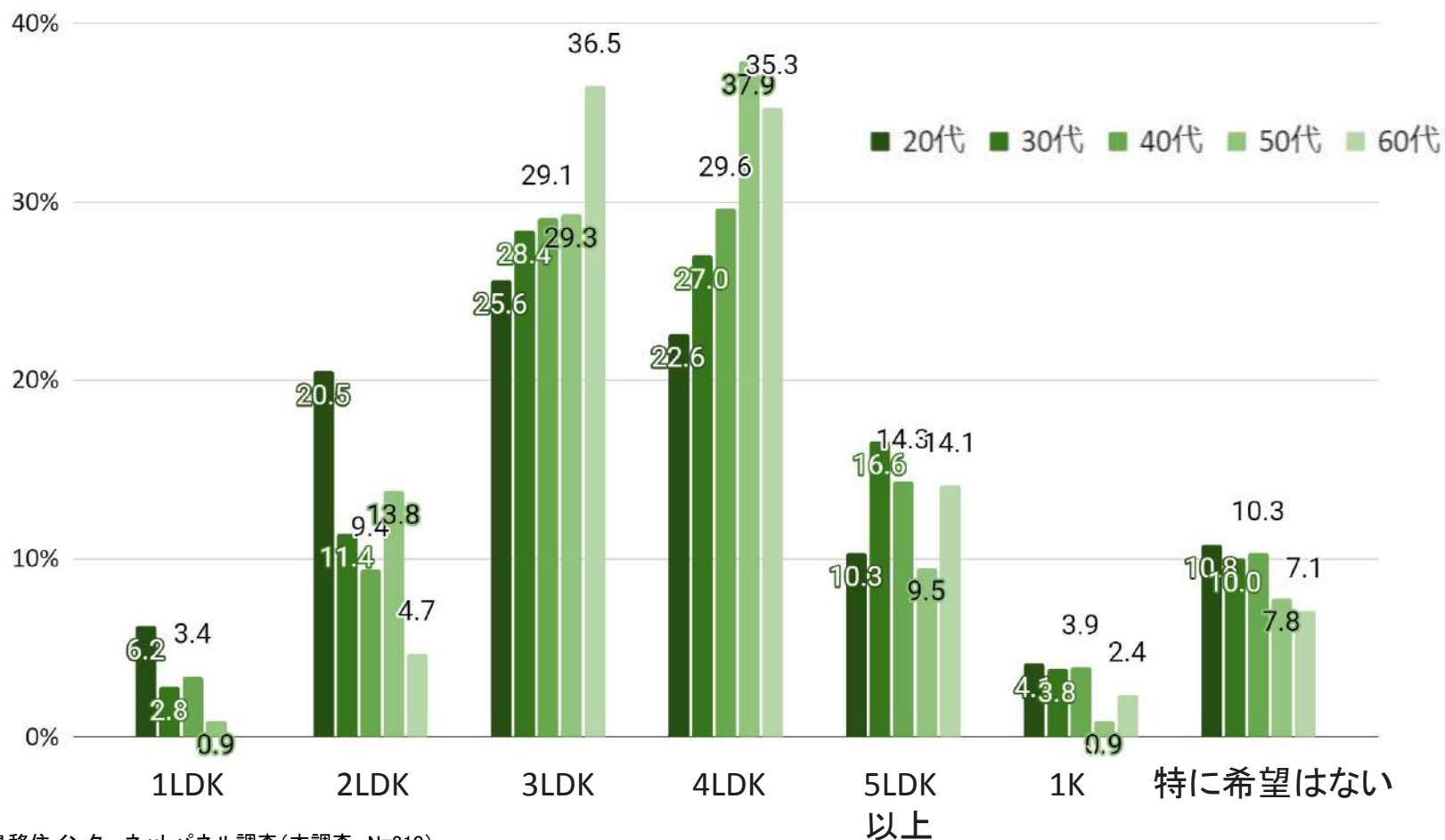


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.12 移住する際の住まい探しで希望する間取り—福島移住関心層①

移住先の住まいにおいて希望する間取りは、全年代で3LDK～4LDKが人気があるが、20代については2LDKが抜きんでて高い

『あなたが福島県の移住先で住まいを確保する際に、どのような間取りの家に居住したいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』



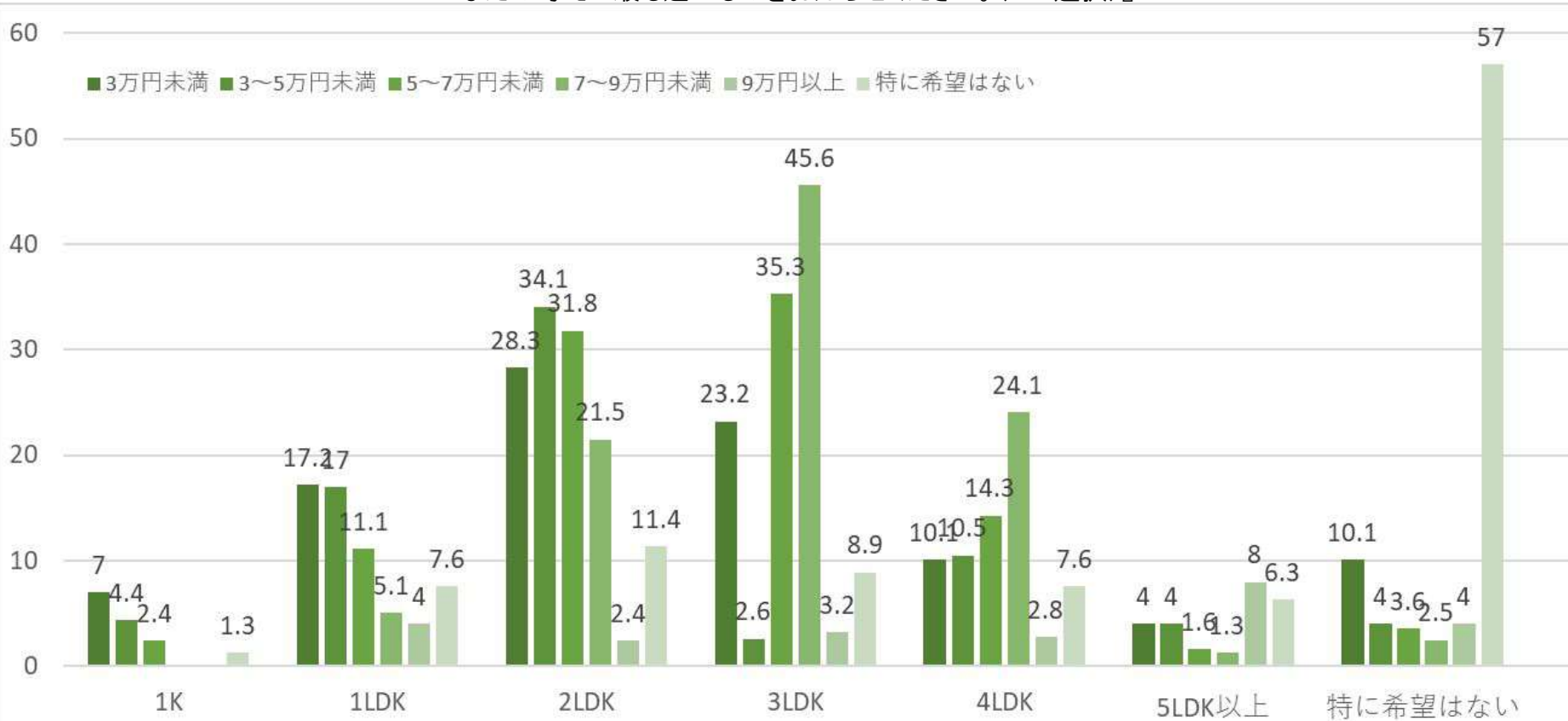
資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.12 移住する際の住まい探しで希望する間取り—福島移住関心層②

移住先の住まいにおいて、希望する間取りと家賃の関係性では、3LDKでは7～9万円(45.6%)、2LDKでは3～5万(34.1%)が最も多い

『あなたが移住先で住まいを確保する際に、どのくらいの家賃の家に居住したいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』かつ

『あなたが福島県の移住先で住まいを確保する際に、どのような間取りの家に居住したいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』

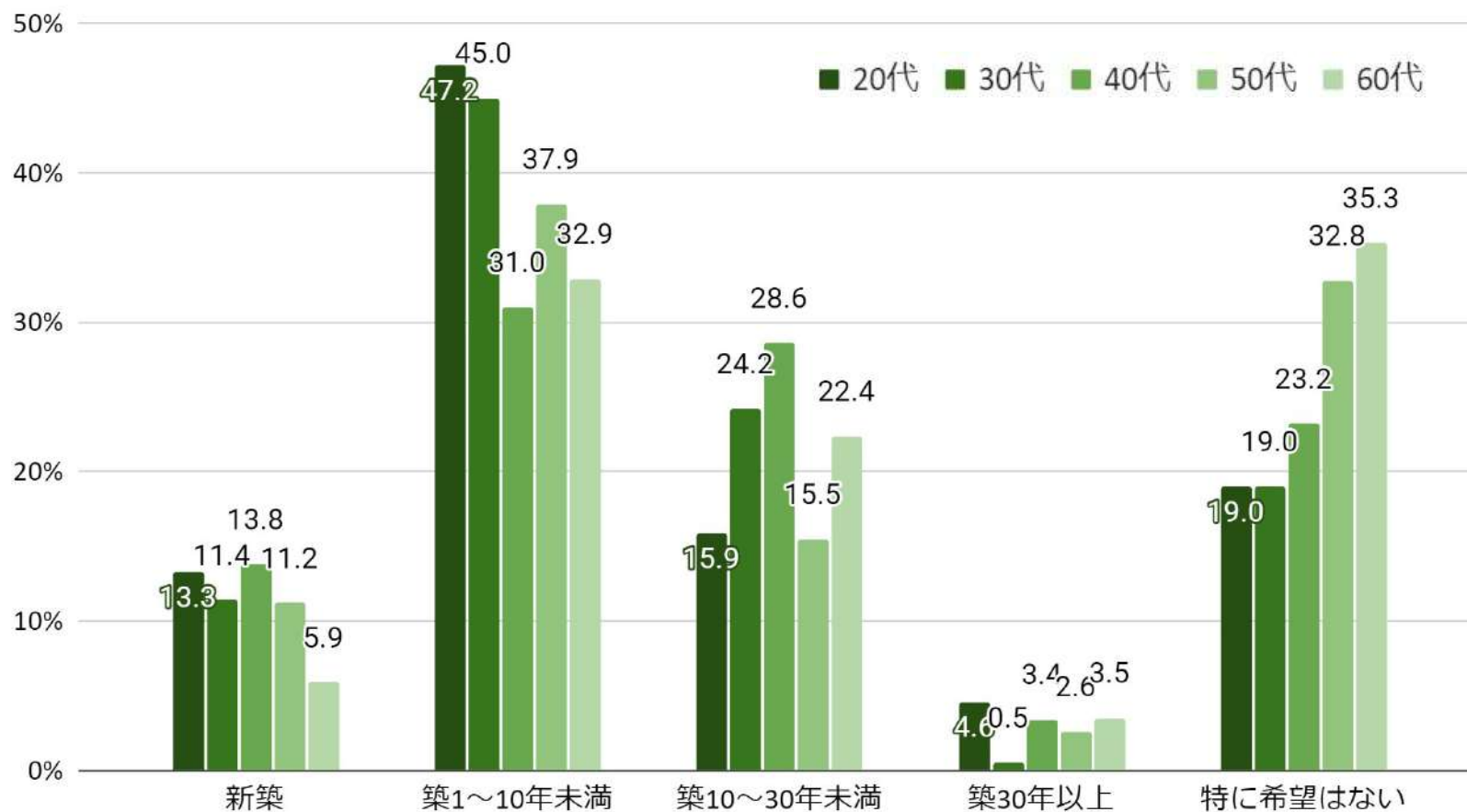


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.13 移住する際の住まい探しで希望する築年数—福島移住関心層

築年数については、20代の47.2%、30代の45.0%が「築1～10年未満」を希望している。築浅の物件をより好んでいる状況が明確となった

『あなたが福島県の移住先で住まいを確保する際に、どのような築年数の家に居住したいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』

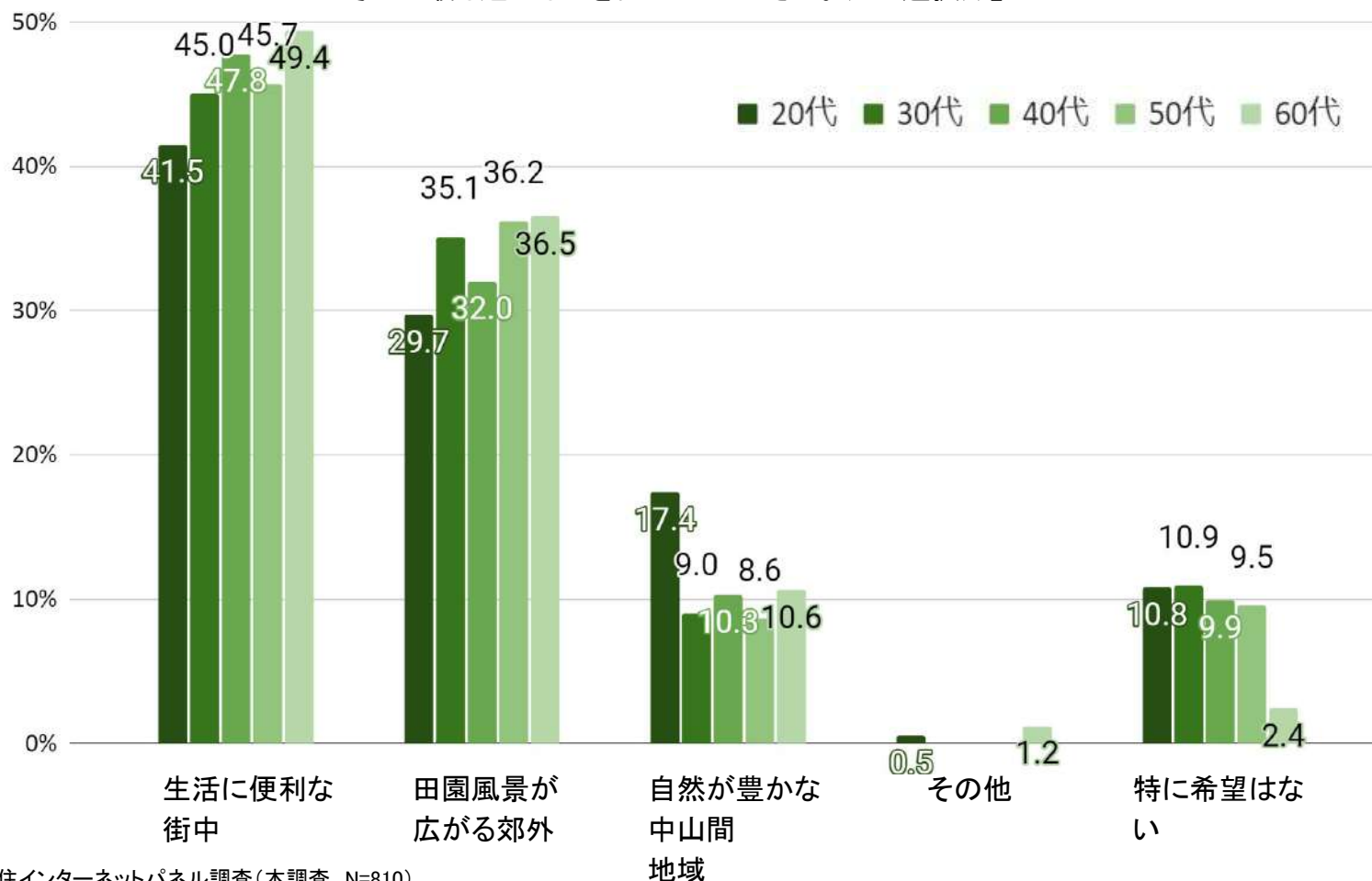


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.14 移住する際の住まい探しで希望する立地条件—福島移住関心層

移住先の立地条件として「生活に便利な街中」「田園風景が広がる郊外」が全年代で希望が多いが、20代は「自然が豊かな中山間地域」が他世代より高い特徴がある

『あなたが移住先で住まいを確保する際に、どのような立地条件の家に居住したいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』

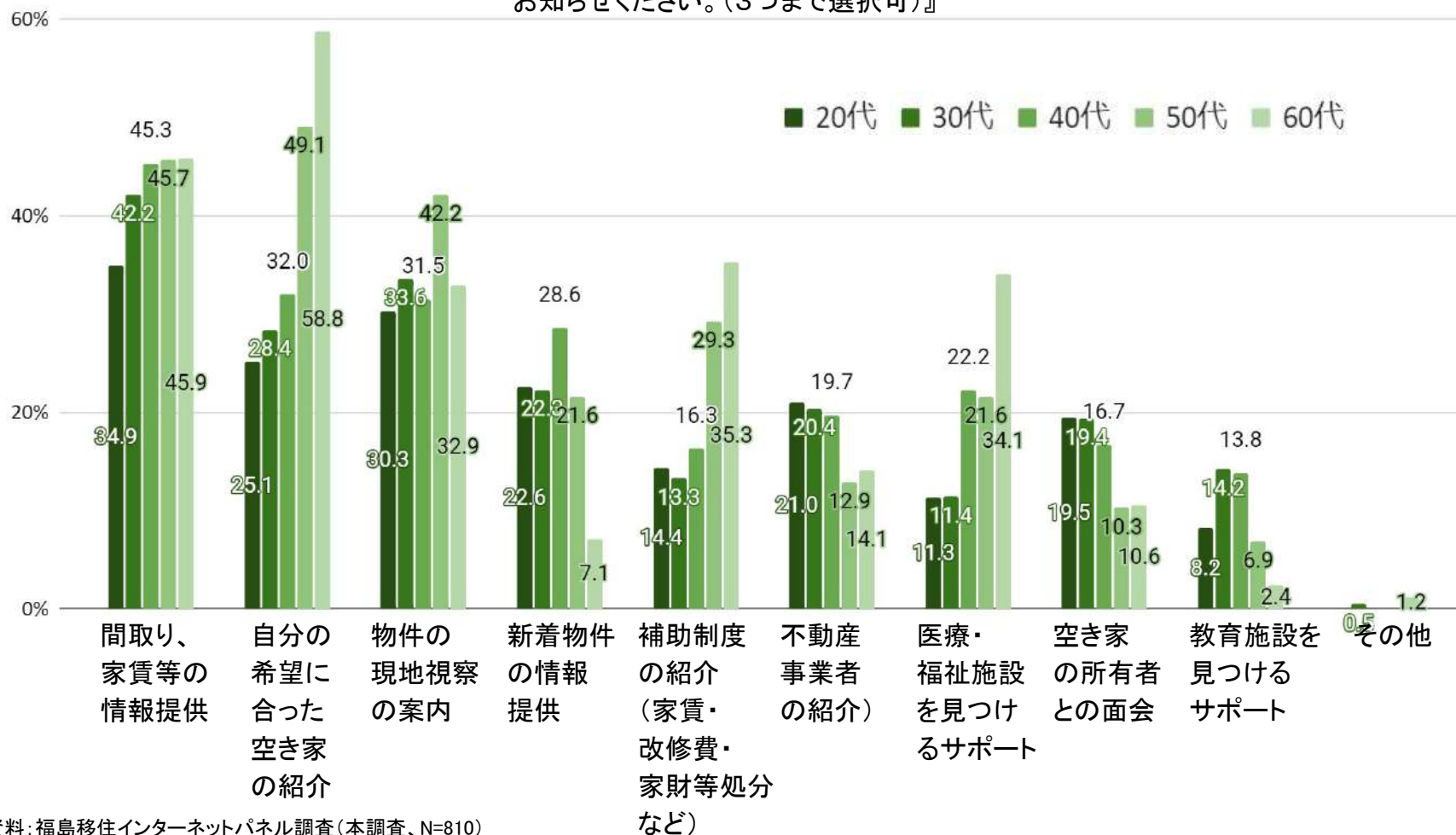


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.15 移住する際の住まい探しの際に求めるサポートー福島移住関心層

住まい探しにあたって「間取り、家賃等の情報提供」「希望にあった空き家の紹介」「現地視察の案内」などが関心が高い

『あなたが移住先で住まいを確保する際にどのようなサポートを重視しますか、以下の中から上位3つまでをお知らせください。(3つまで選択可)』



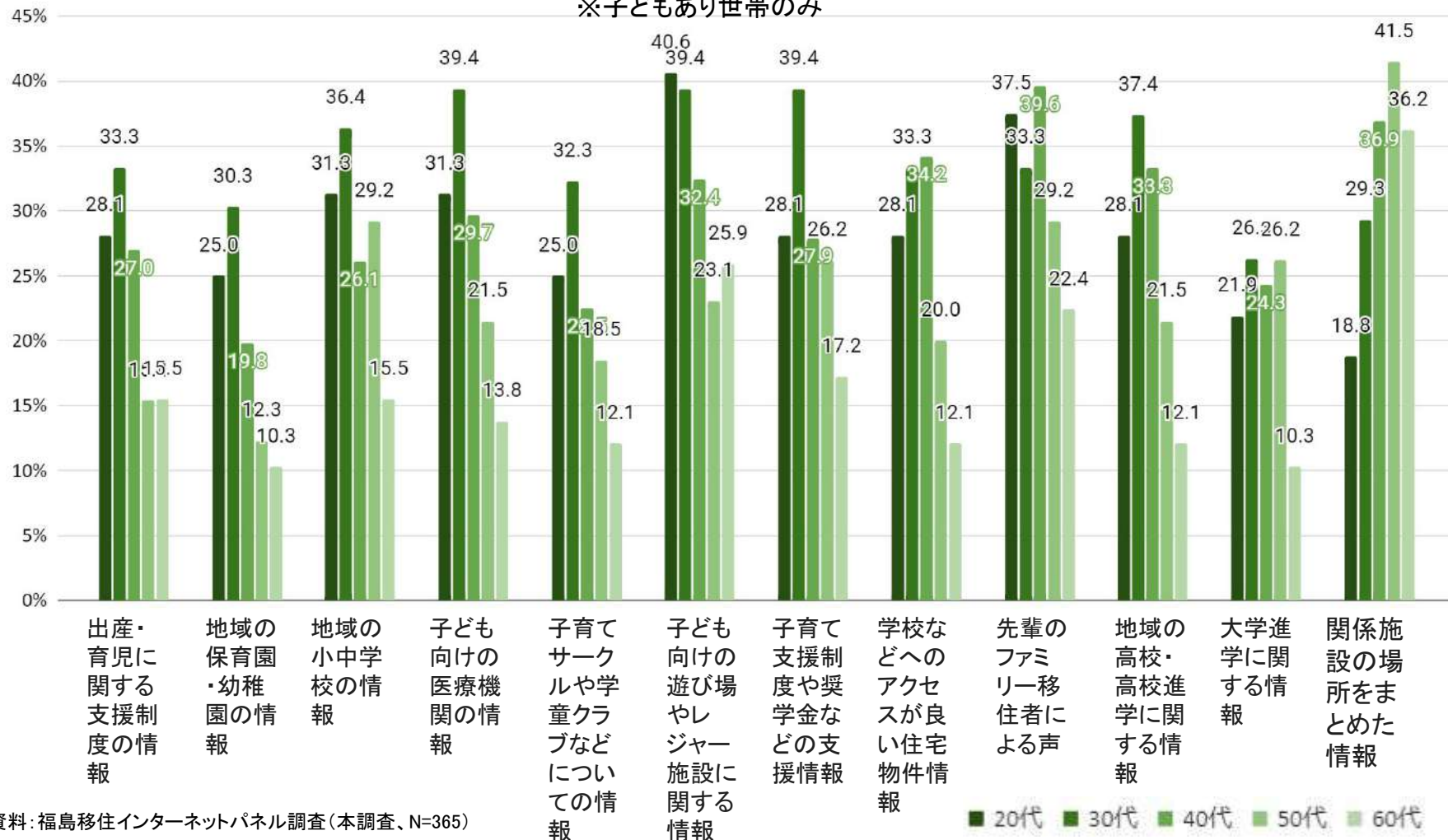
資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.16 移住先での子育て・教育で重視するポイントー子どもを持つ福島移住関心層①

子どもを持つ移住関心層の「遊び場やレジャー施設」への関心は特に20～30代が高い。子育て世代に向けて、暮らしの充実を含めた子育て・教育に関する多様な情報発信が必要

『移住先での子育てや教育について、あなたが重視することをすべてお知らせください。(複数選択可)』

※子どもあり世帯のみ

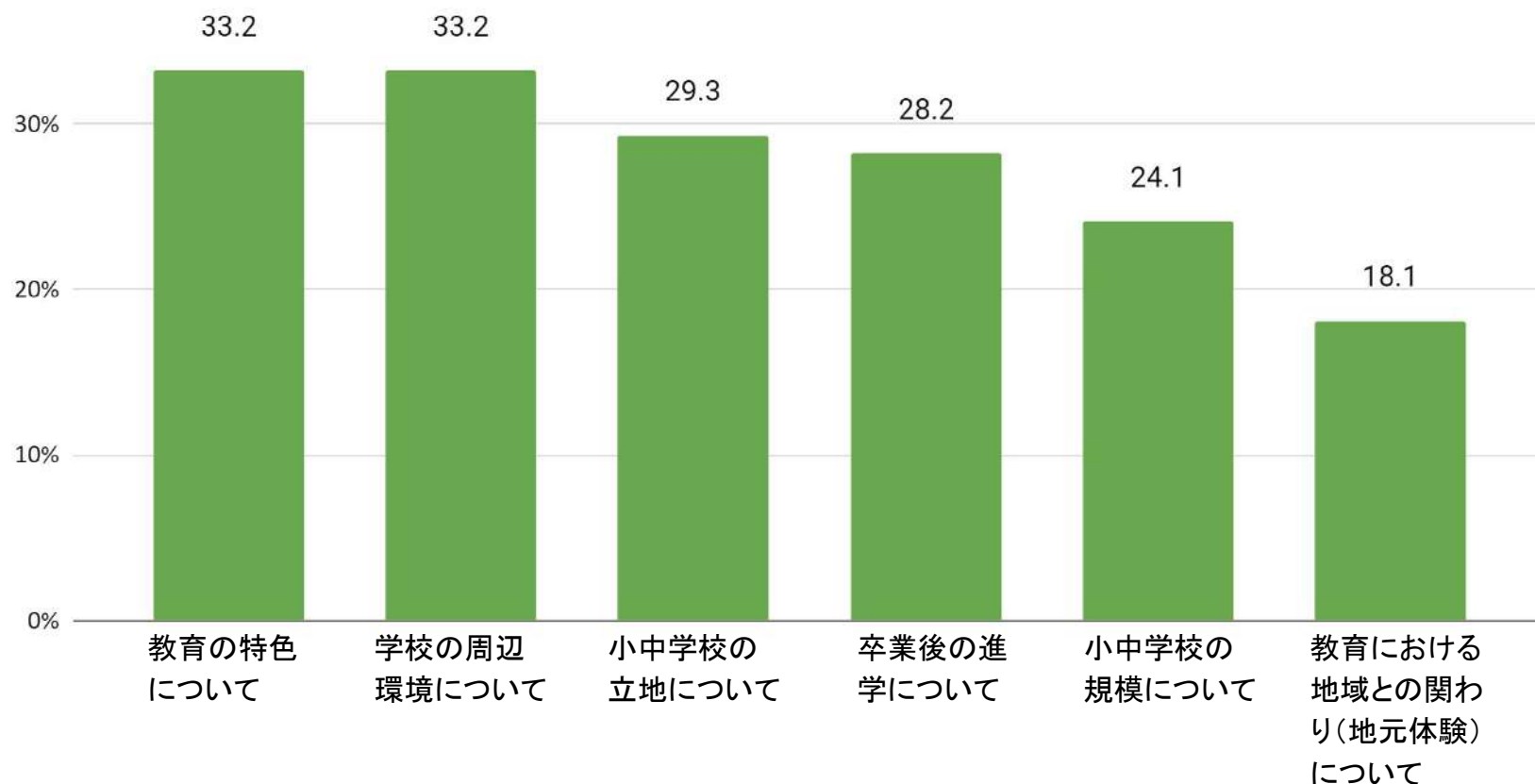


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=365)

2.16 移住先での子育て・教育で重視するポイントー子どもを持つ福島移住関心層②

教育で重視する情報は「教育の特色(33.2%)」が第1位の一方、「学校の周辺環境(33.2%)」「小中学校の立地(29.3%)」と続き、学校を取り巻く環境や交通事情等も含めた情報も求められている。また第4位「卒業後の進学(28.2%)」となり、福島での教育により描ける将来像やキャリア等の発信も重要

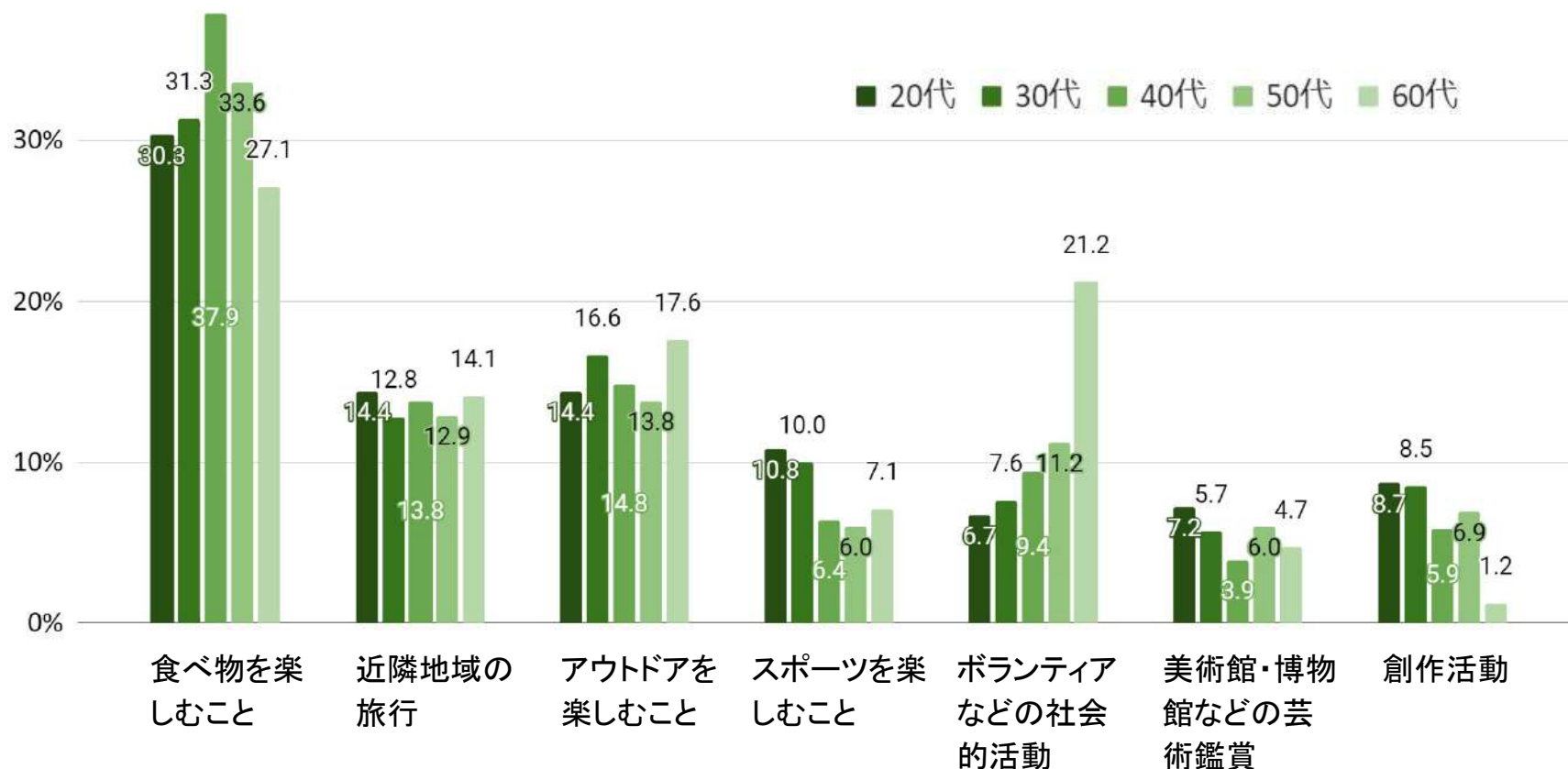
『あなたが福島への移住の検討を進める上で、小中学校の教育に関してどのような情報を重視しますか。以下の中からあてはまるものを全てお知らせください。(複数選択可)』



2.17 移住先での余暇の過ごし方—福島移住関心層

全世代で「食べ物を楽しむこと」が最も多い。20～30代では「アウトドア」や「スポーツ」を楽しむ傾向も強く、その地域ならではのアクティブな楽しみ方を提案することも有効

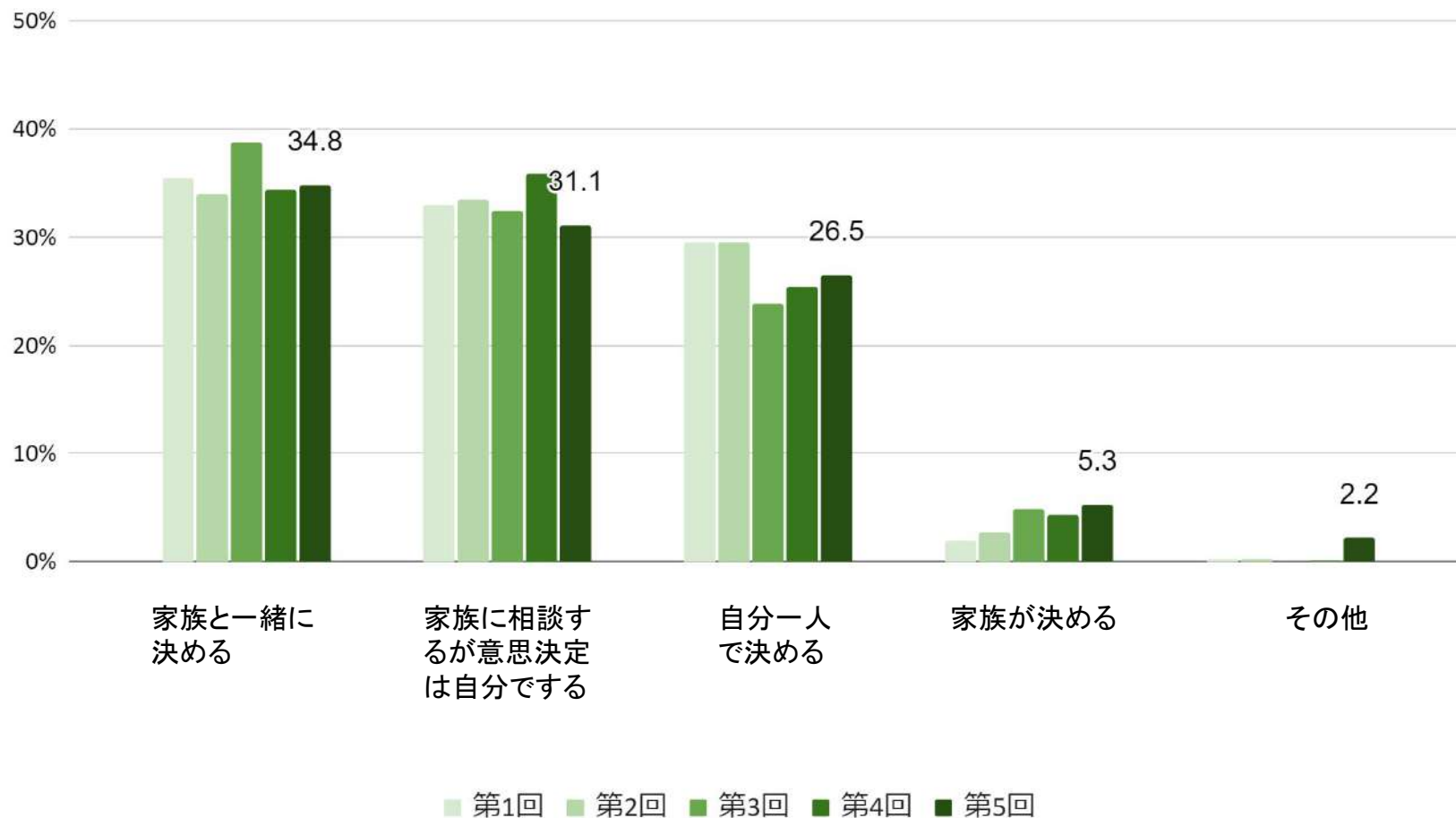
『福島の移住先での余暇の過ごし方について、あなたが最も重視する情報をひとつだけお知らせください。』



2.18 移住に関する意志決定の仕方—福島移住関心層

移住決定にあたって「家族と一緒に決める」が最も高く、男性・女性それぞれの目線での情報提供が引き続き重要。一方、「自分一人で決める」も増加傾向

『福島への移住を決めるに際し、あなたは誰と意思決定しますか。(1つ選択)』

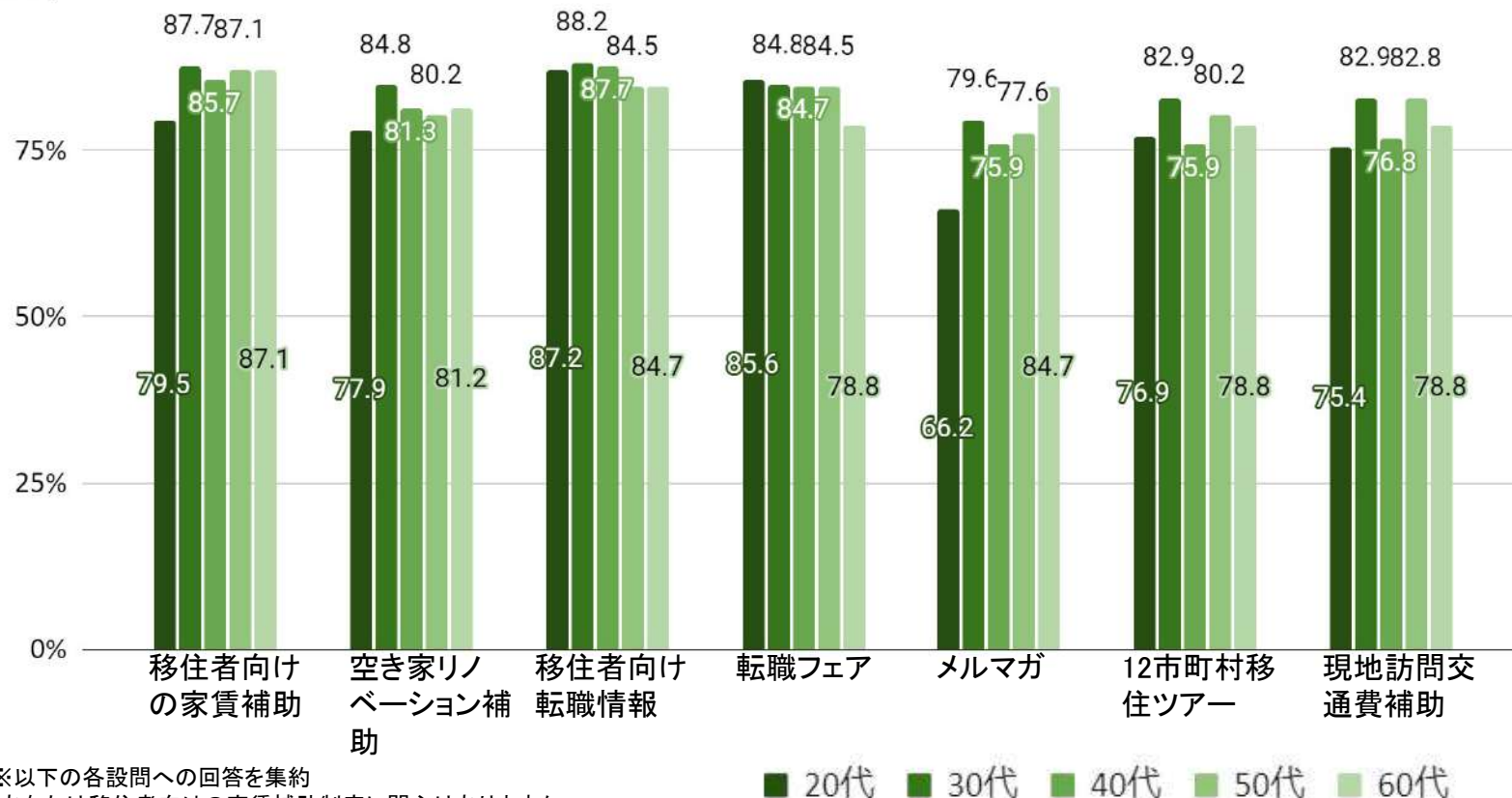


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回: N=563、第2回: N=889、第3回: N=871、第4回: N=863、第5回: N=810)

2.19 移住に関する支援制度への関心—福島移住関心層

移住支援制度等への関心はいずれも高い。20代では移住者向け転職情報と転職フェアが1位・2位。30代では1位が移住者向け転職情報、2位・3位に住まいの制度（家賃補助、空き家リノベーション補助）が続く

移住に関する支援制度・メニューへの関心(※)



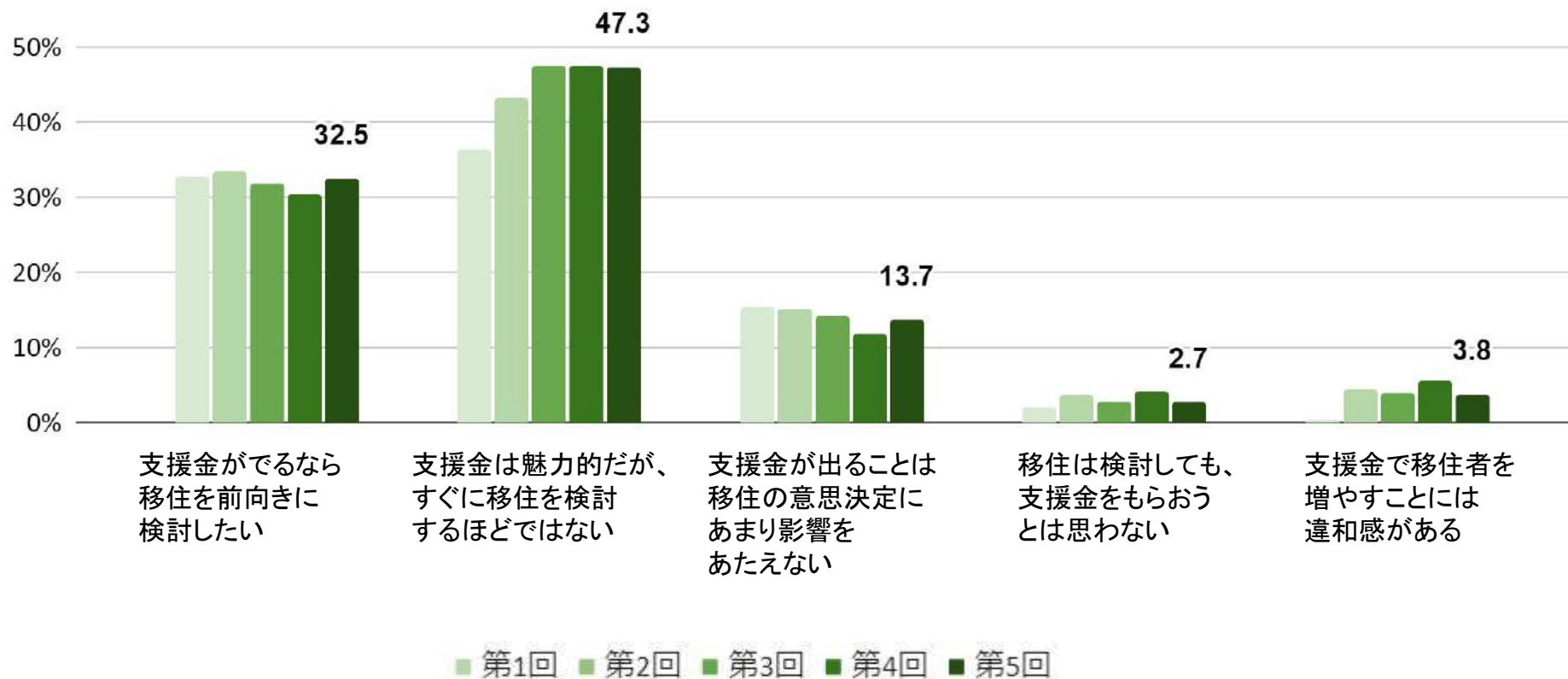
※以下の各設問への回答を集約

- ・あなたは移住者向けの家賃補助制度に関心がありますか。
- ・空き家のリノベーション金額が最大250万円補助される制度があります(諸条件あり)。あなたはこの制度について、関心がありますか。
- ・あなたが、福島へ移住を検討するにあたり、仕事を探す上で関心のあるものをお知らせください。移住者向け転職情報/移住者向け転職フェア
- ・あなたは、福島12市町村のイベントや支援制度の最新情報が届くメルマガに関心がありますか。
- ・福島県では、1泊2日、自己負担5,000円で12市町村を巡るツアーを行っております。あなたはこのツアーに関心がありますか。
- ・福島県では、移住検討のために現地訪問する際にかかる交通費を一部補助する制度があります。あなたはこの制度に関心がありますか。

2.20 移住支援金による浜通りエリアを中心とした12市町村への移住について —福島移住関心層

「支援金は魅力的だがすぐに移住を検討するほどではない」が引き続き最も高い。支援制度のほかにも、移住を検討する行動に移すための具体的な施策が必要

『福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村へ5年以上の期間で県外から移住すると単身で120万円、家族で移住の場合は200万円の移住支援金が給付される可能性があります(諸条件あり)。あなたの移住に対するお気持ちについて、あてはまるものをひとつお知らせください。(1つ選択)』

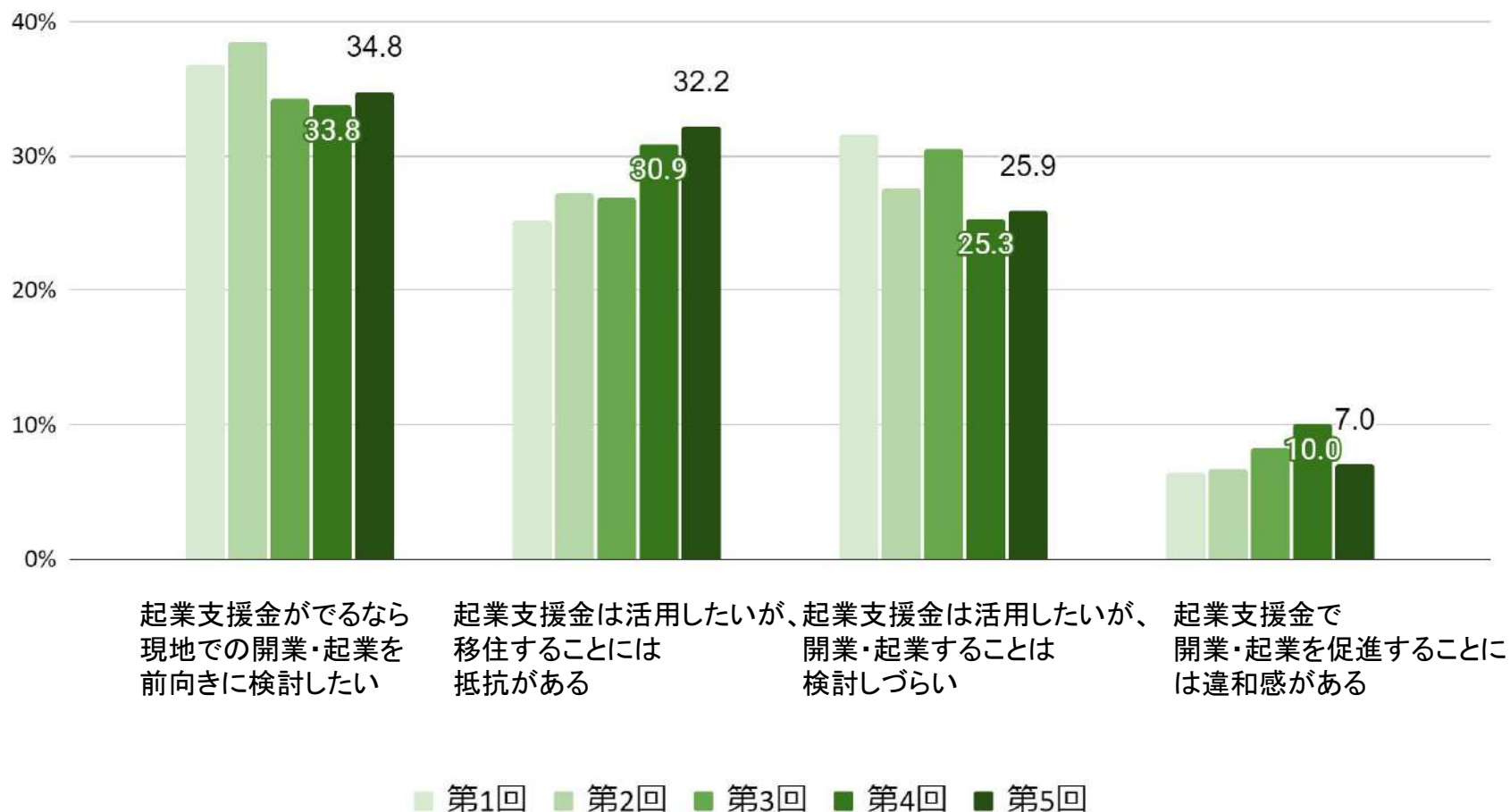


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回: N=563、第2回: N=889、第3回: N=871、第4回: N=863、第5回: N=810)

2.21 起業支援金による浜通りエリアを中心とした12市町村への移住について —福島移住関心層①

「起業支援金ができるなら前向きに検討したい」が首位であるが、「起業支援金は活用したいが移住することに抵抗がある」が増加傾向。

『福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村へ移住し、さらに開業や起業をした場合、一定の要件を満たすことで必要な経費の一部を最大400万円補助する起業支援金が給付されます。あなたの移住に対するお気持ちについて、あてはまるものをひとつお知らせください。(1つ選択)』

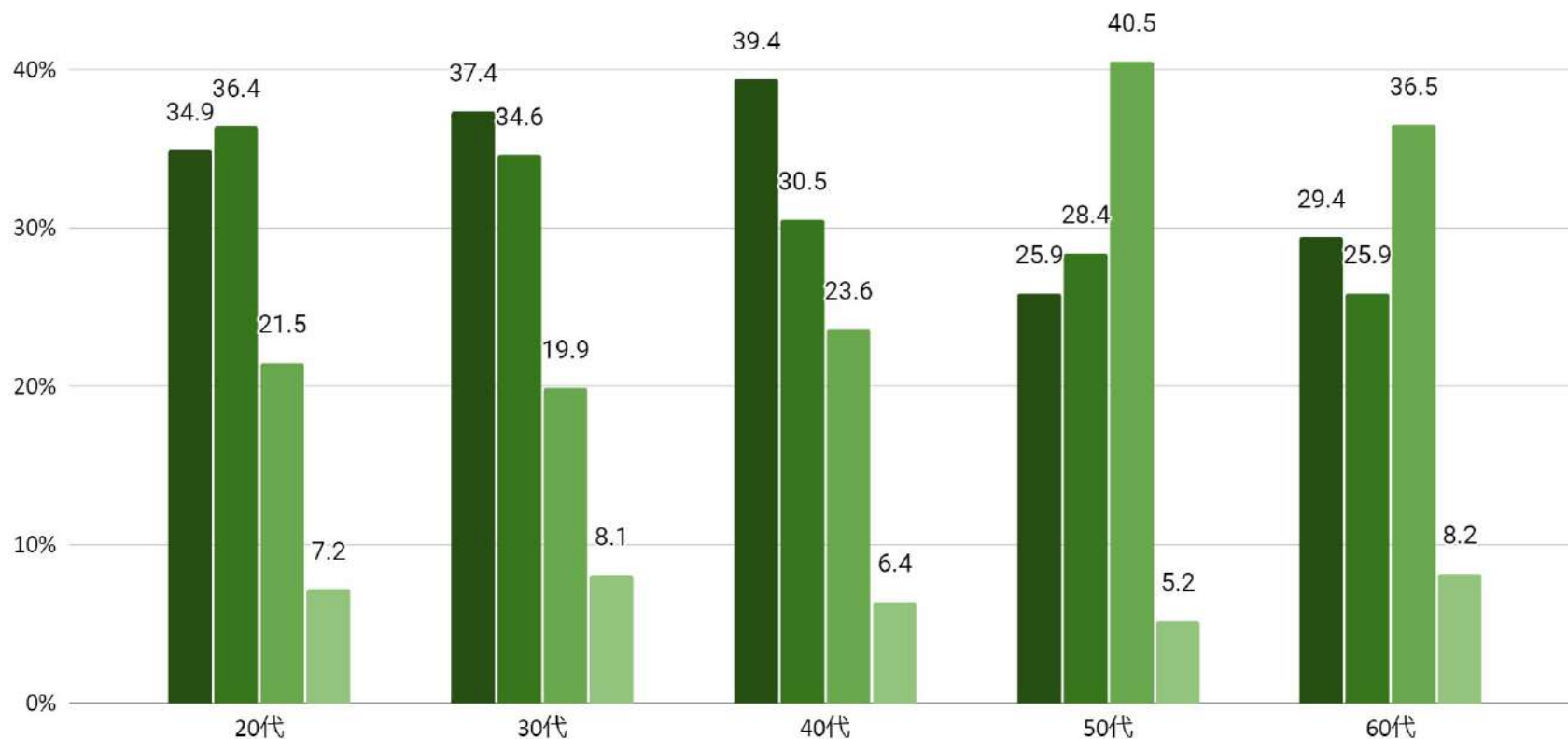


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

2.21 起業支援金による浜通りエリアを中心とした12市町村への移住について 一福島移住関心層②

20代は起業に関しての関心はあるが抵抗感も高い。30～40代は抵抗感が減少し、より前向きになっていることから、起業支援にあたって、若年層の抱える不安の抵触と、中高年の起業意欲の後押しが必要

『福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村へ移住し、さらに開業や起業をした場合、一定の要件を満たすことで必要な経費の一部を最大400万円補助する起業支援金が給付されます。あなたの移住に対するお気持ちについて、あてはまるものをひとつお知らせください。(1つ選択)』



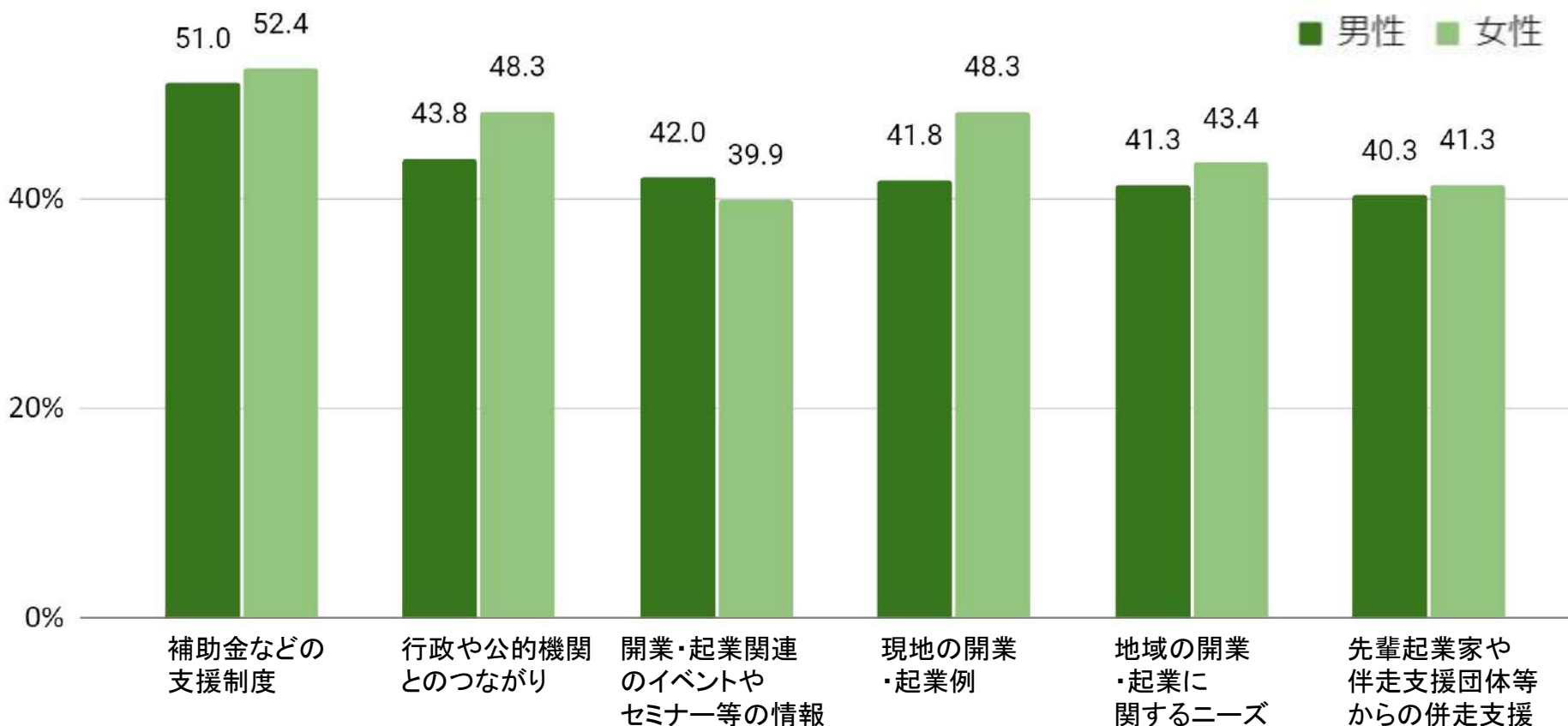
- 起業支援金ができるなら現地での開業・起業を前向きに検討したい
- 起業支援金は活用したいが、移住することには抵抗がある
- 起業支援金は活用したいが、開業・起業することは検討しづらい
- 起業支援金で開業・起業を促進することには違和感がある

資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.22 移住先で開業・起業を検討するときに重視する情報 一起業に関心のある福島移住関心層

起業する場合に求めるものは「支援制度」「行政等とのつながり」「現地の開業・起業例」などが高い。男女別では、女性のほうが特に現地の開業・起業例の関心が高く、具体的なイメージを求めている

『あなたが移住先で開業・起業を検討する場合、重視する情報をすべてお知らせください。（複数選択可）』



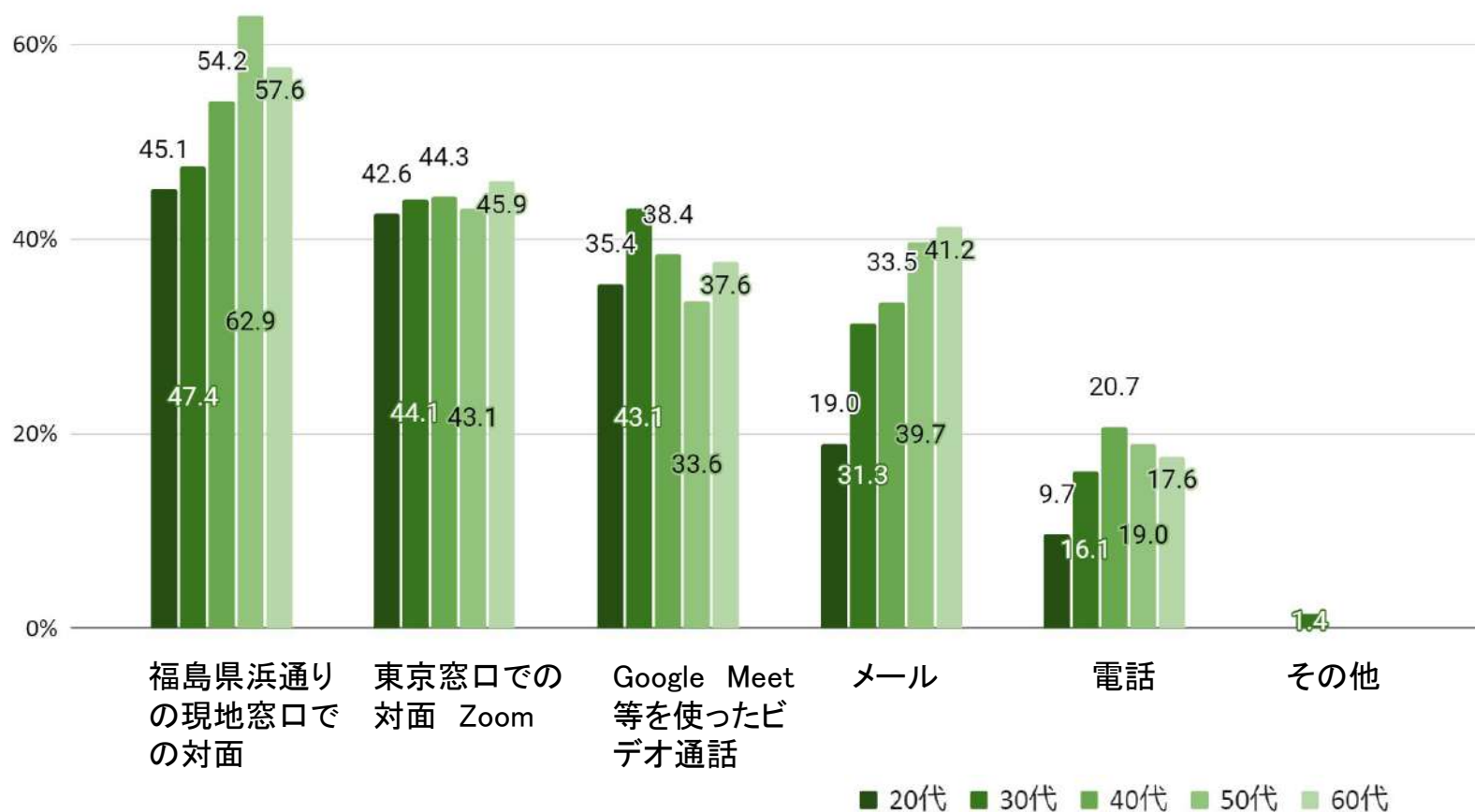
※下記設問に対し、「起業支援金ができるなら現地での開業・起業を前向きに検討したい」「起業支援金は活用したいが、移住することには抵抗がある」と回答した人に対する設問。設問：『福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村へ移住し、さらに開業や起業をした場合、一定の要件を満たすことで必要な経費の一部を最大400万円補助する起業支援金が給付されます。あなたの移住に対するお気持ちについて、あてはまるものをひとつお知らせください。（1つ選択）』

資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、N=543）

2.23 移住を検討する上で利用したい相談手段—福島移住関心層

移住相談のツールとしては「現地窓口」「東京窓口」を望む声が多いが、「ビデオ通話」も3割が希望しており、オンライン/オフライン両方の手法の活用が必要

『あなたが、福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村に移住することを検討するとしたら、どのような手段で相談したいですか。あてはまるものをすべてお知らせください。(複数選択可)』

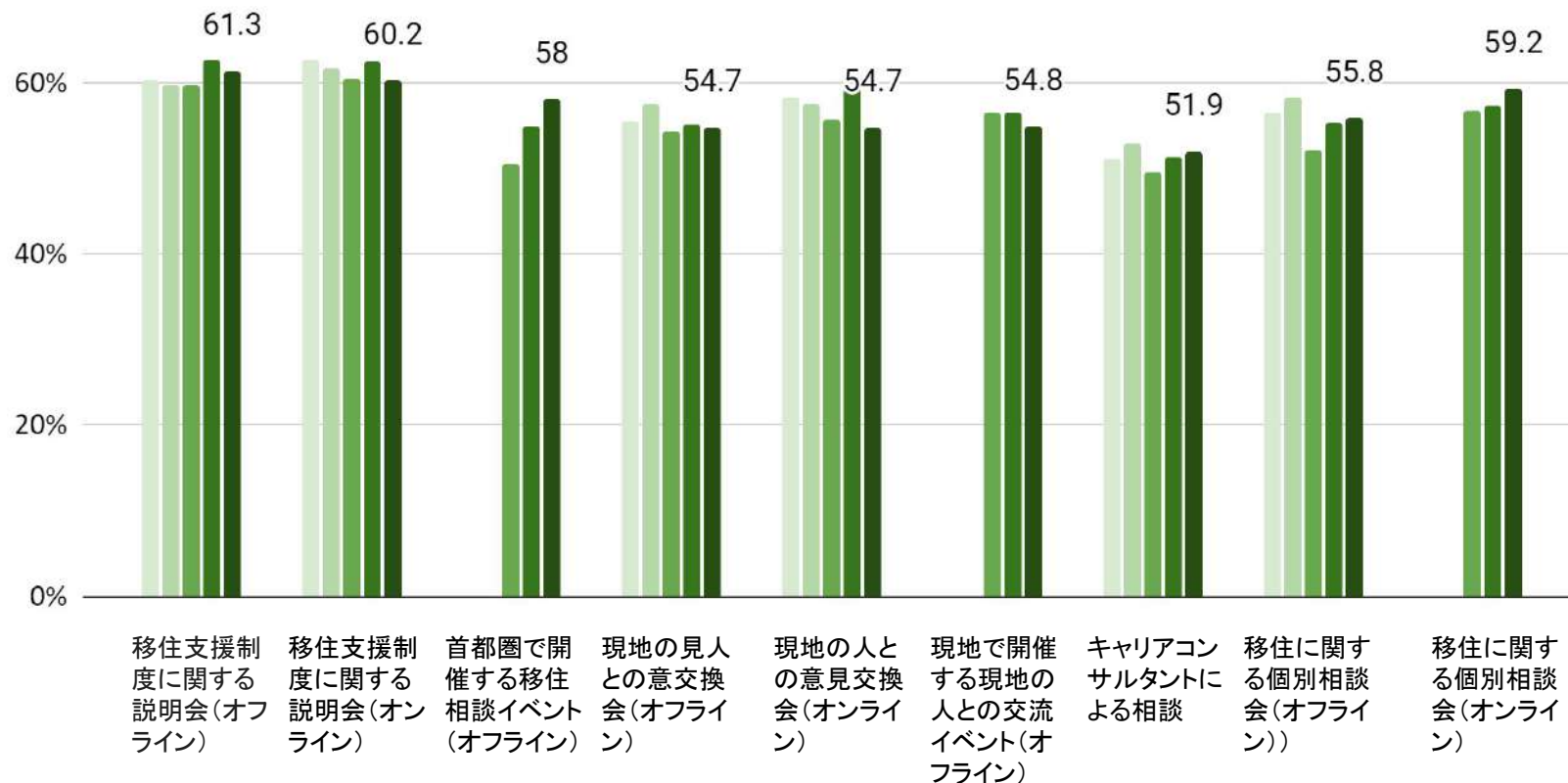


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

2.24 移住を検討する上で参加したいもの—福島移住関心層

前回に引き続き、オンライン開催へのニーズは減少していない。オフラインでの実施も継続しつつ、ハイブリッドにて開催をする必要がある

『あなたが、福島への移住の検討を進めるうえで参加したいと思うものを教えてください。
(それぞれ1つずつ選択)』※「とても参加したい」、「やや参加したい」の合算値



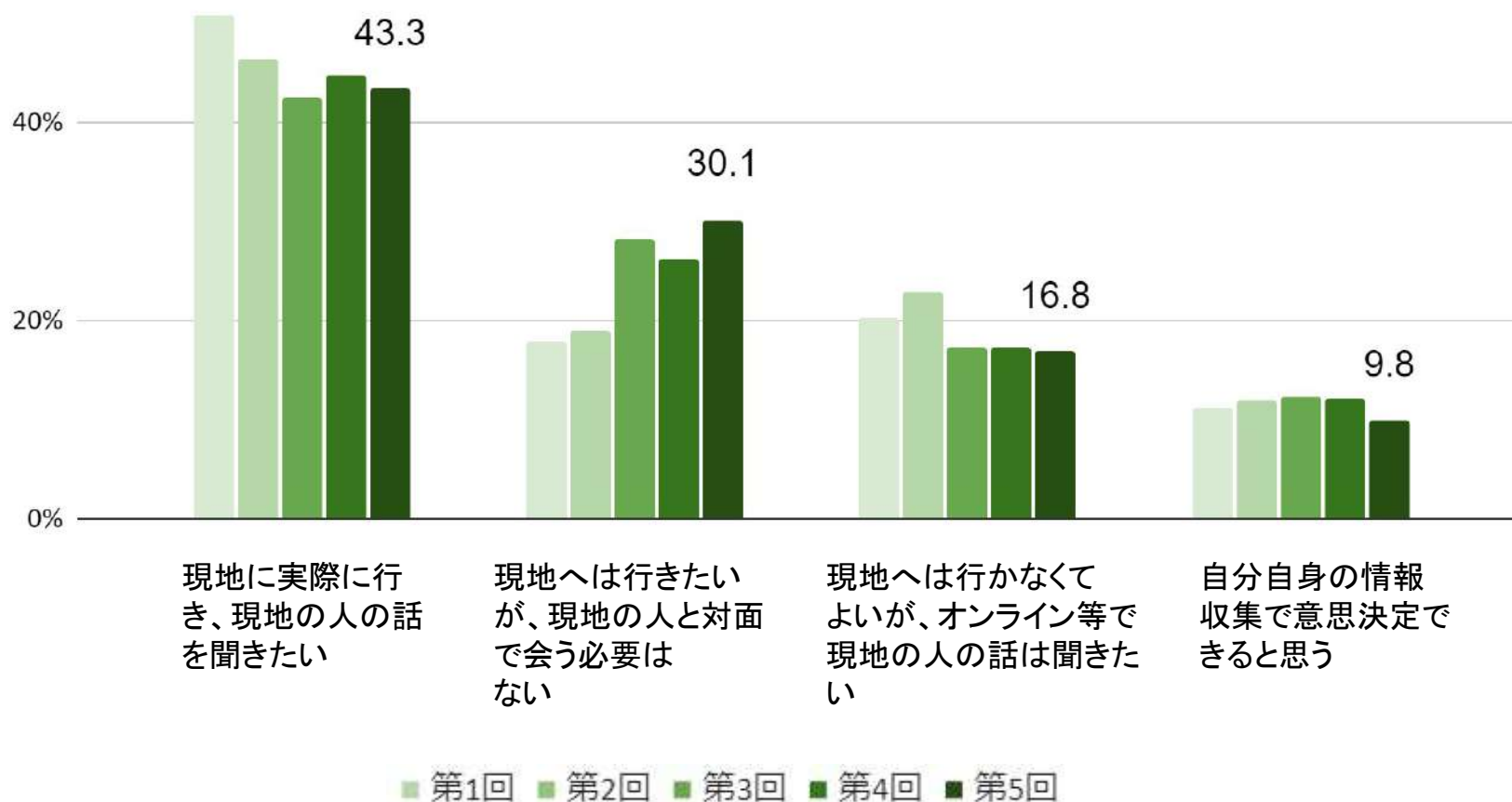
■ 第1回 ■ 第2回 ■ 第3回 ■ 第4回 ■ 第5回

資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回: N=563、第2回: N=889、第3回: N=871、第4回: N=863、第5回: N=810)

2.25 移住を検討する上で必要だと思う行動—福島移住関心層

引き続き、現地訪問の関心は高い傾向。「現地の人と会う必要はない」が微増しているため、現地の人と会う機会を重視しつつ、選択肢が幅広いツアーなどの機会も確保していくことが重要

『福島県では、現地ツアーや住民との懇親会などの移住サポートを企画しています。あなたが、実際に移住を決める前に必要だと思う行動を教えてください。(1つ選択)』

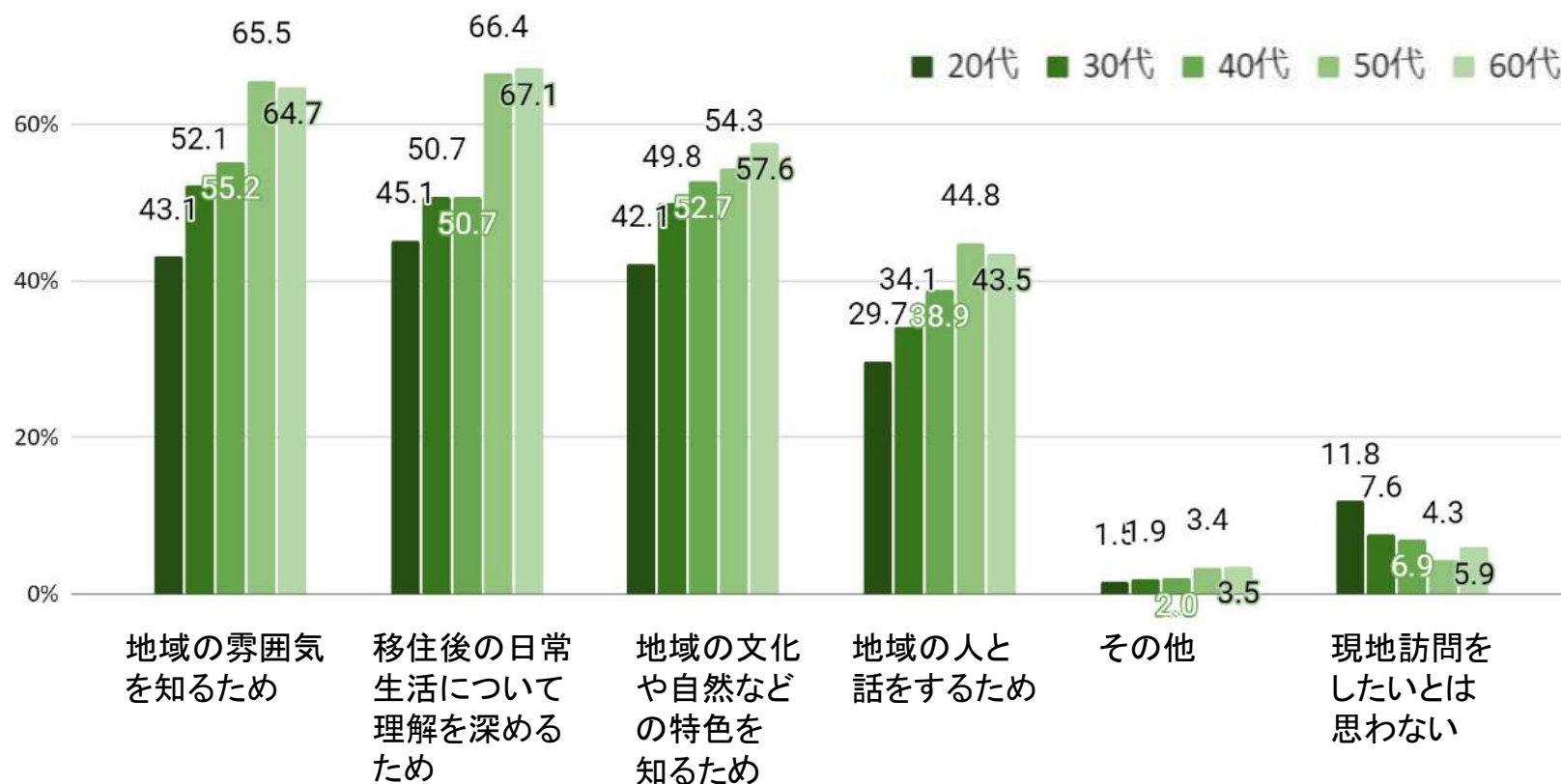


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

2.26 移住を検討するための現地訪問の目的—福島移住関心層

移住にあたっての現地訪問は「地域の雰囲気を知るため」「日常生活の理解を深めるため」「地域の特色を知るため」を目的としている。一方、20代では現地訪問をしたいと思わない層も一定存在

『福島に移住を検討する際に、参考として現地を訪問したいと思いますか。また、どのような目的で訪問したいですか。以下の中からあてはまるものをすべてお知らせください。(複数選択可)』



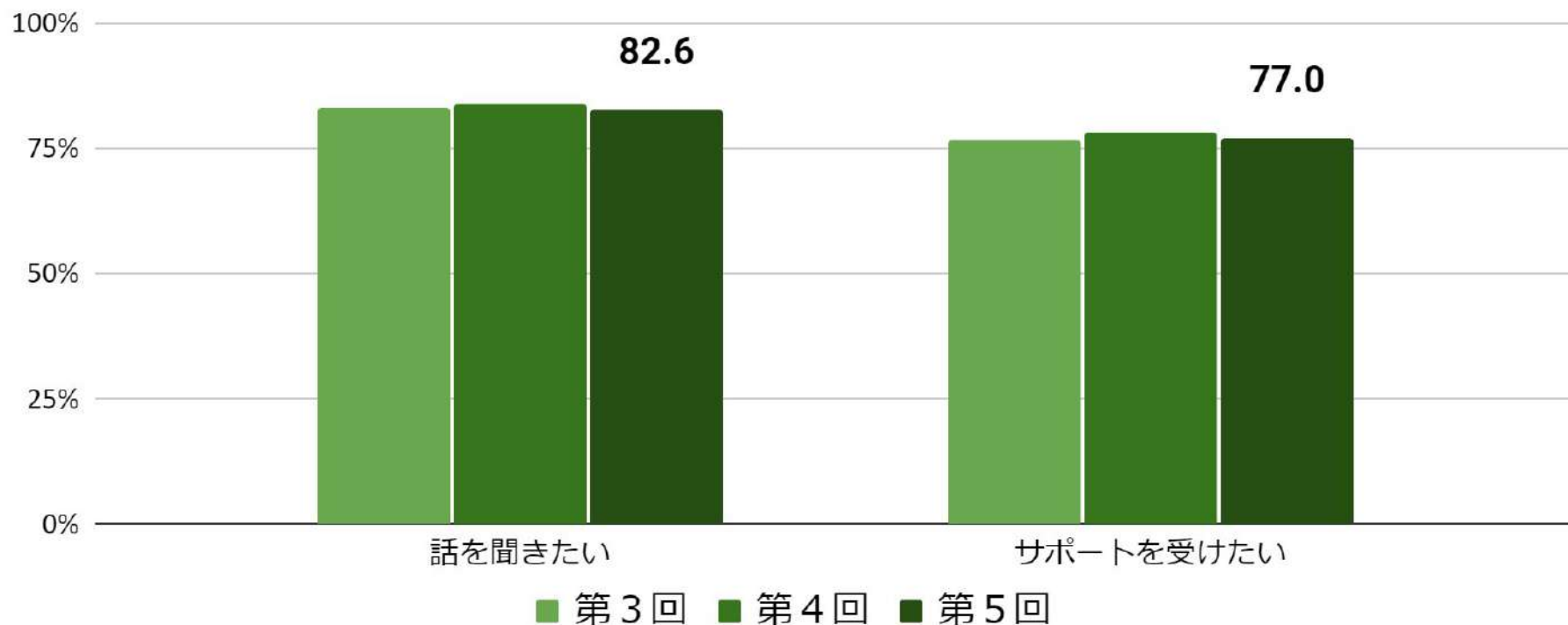
2.27 移住を検討する上で利用したいサポートー福島移住関心層

「先輩移住者の話を聞きたい」「先輩移住者からのサポートを受けたい」はともに横ばい。8割の福島移住関心層がサポートを利用したいと回答

『あなたが、福島へ移住を検討するにあたり、以下のような移住者サポートがあれば利用したいと思いますか。(それぞれ1つずつ選択)』

「あなたは移住前に先輩移住者の話を聞きたいと思いますか。」

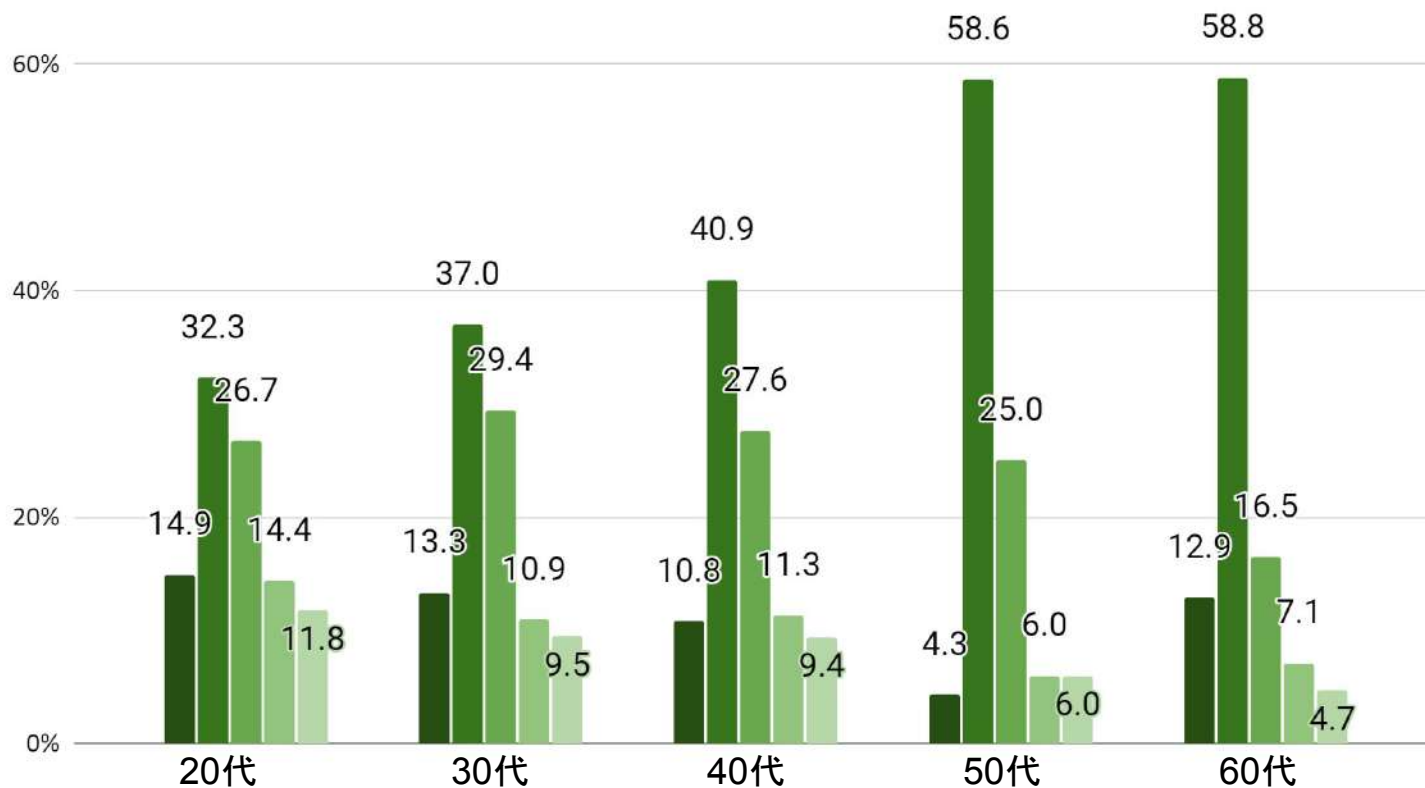
「あなたは移住前に先輩移住者からのサポートを受けたいと思いますか。」



2.28 移住後に持きたい地域住民との関係性—福島移住関心層

移住後に地域住民と顔を合わせる頻度は、いずれの年代も「週に1~2回」が最も望ましいと回答。一方、若い層ほど「ほぼ毎日」と「年1~2回」とに二分化する傾向もある

『あなたは福島への移住後に地域住民とどのような関係を持ちたいと思いますか。あなたの考えに最も近いものをお知らせください。(1つ選択)』



■ ほぼ毎日顔を合わせる関係
 ■ 日常的 (週に1~2回) に顔を合わせる関係
 ■ 定期的 (月に1~2回) に顔を合わせる関係
 ■ 地域のイベント等で稀に (年に1~2回) で顔を合わせる関係
 ■ 全く交流がない関係

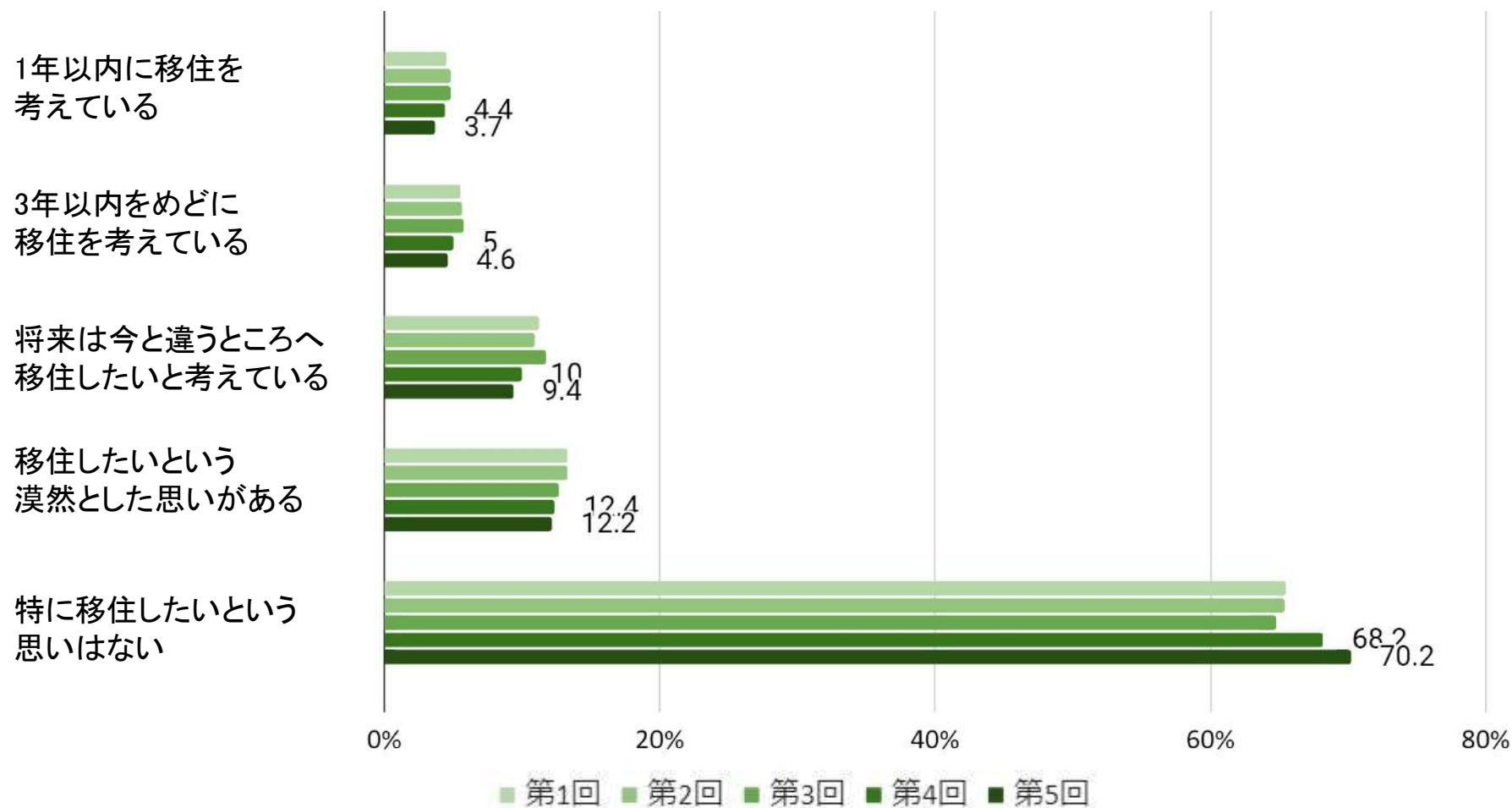
資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

3. 移住に関する意向

3.1 移住意向一全体

前回に続き、比較的短期間での移住希望が減少傾向にある。早期移住傾向が落ち着いた状況になっていると考えられる

『国内での移住について、あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。(1つ選択)』

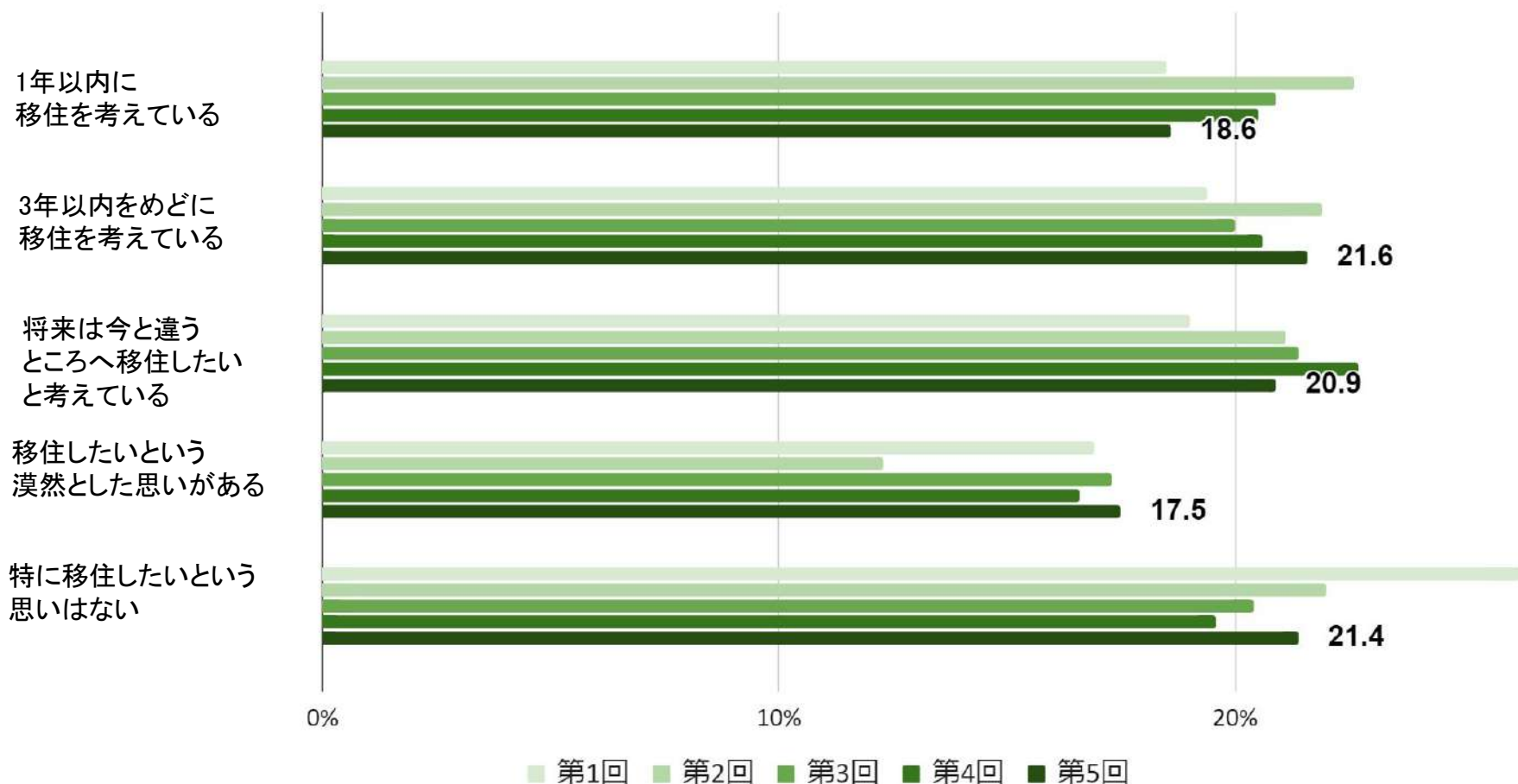


資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

3.2 移住意向—福島移住関心層

移住関心層は「3年以内をめどに移住を考えている」が増加するなど、移住検討期間が長期化し、移住に対して情報収集などの準備を重視する傾向があると考えられる

『国内での移住について、あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。(1つ選択)』

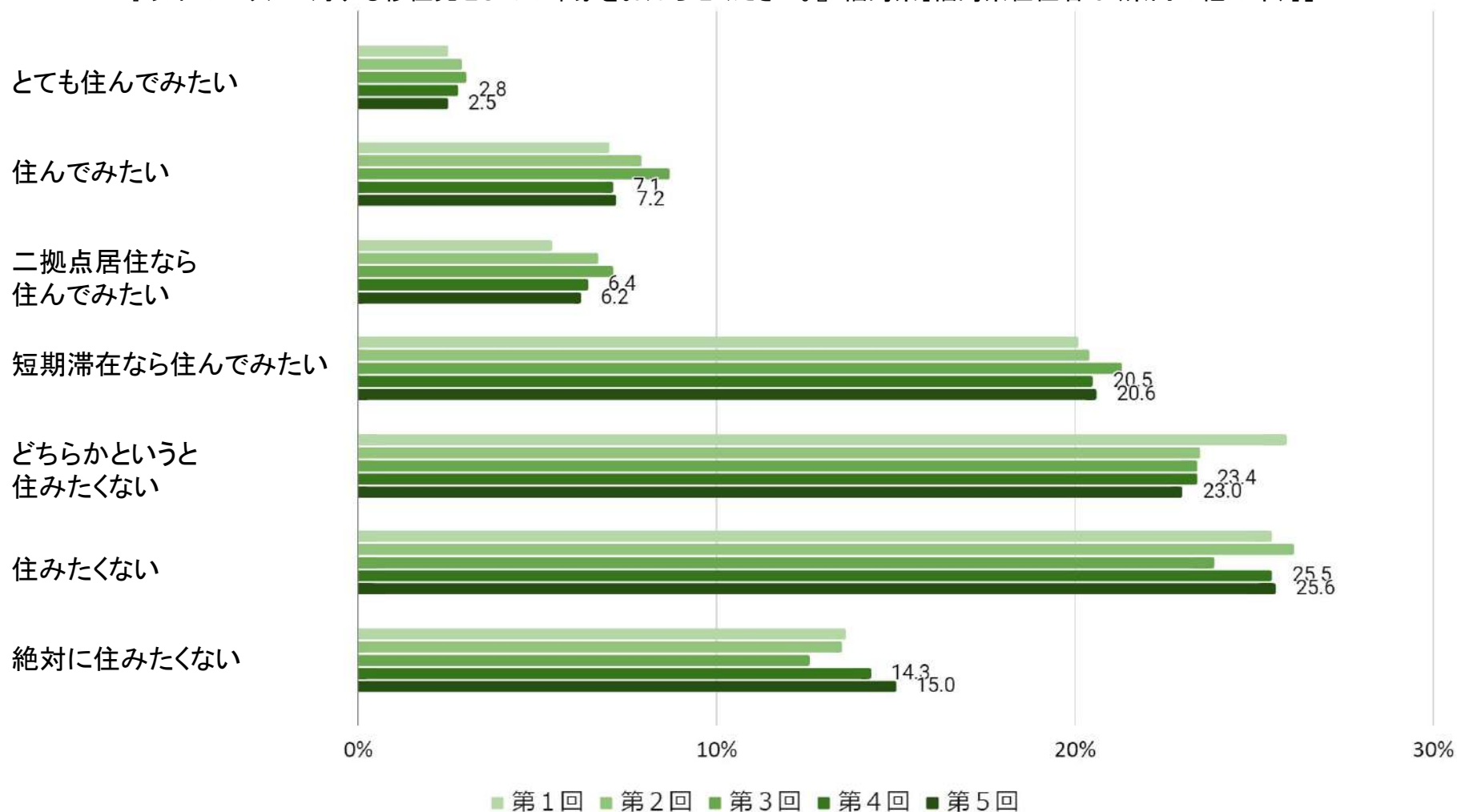


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

3.3 福島県への移住意向一全体①

どの項目でも前回の数値が横ばいになっており、移住への意向は慎重化していると考えられる

『以下のエリアに対する移住先としての印象をお知らせください。』「福島県[福島県在住者は(県内の他の市)]」



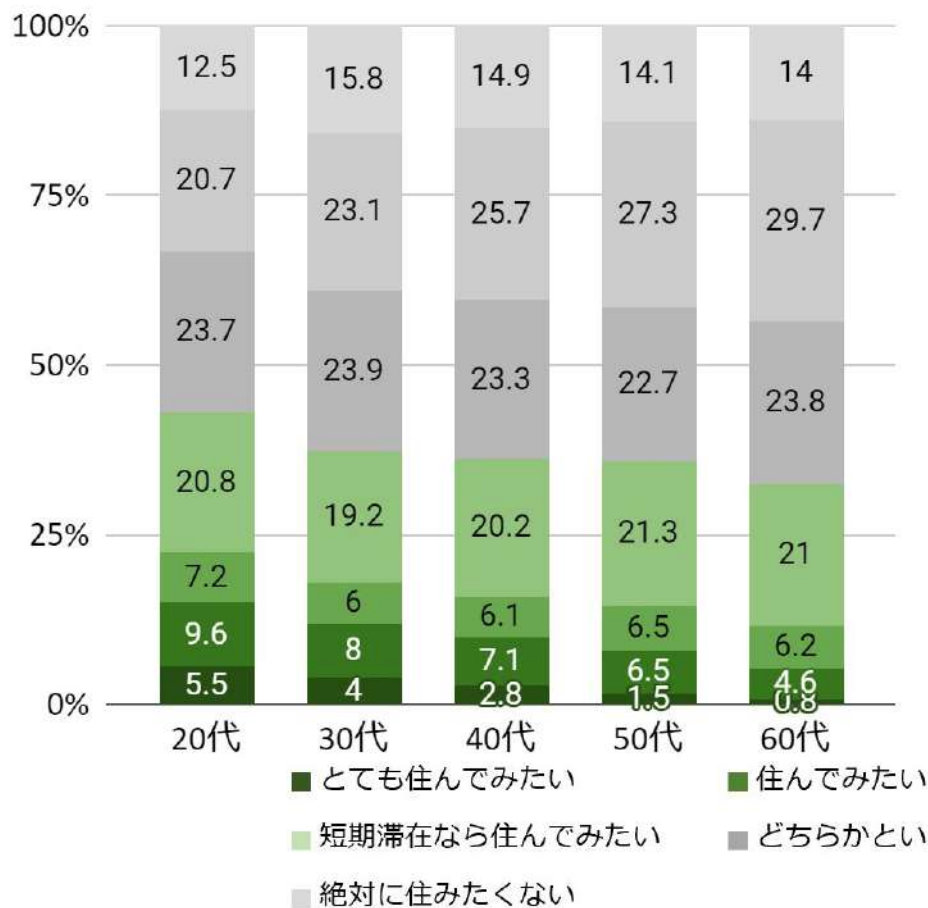
資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

3.3 福島県への移住意向一全体②

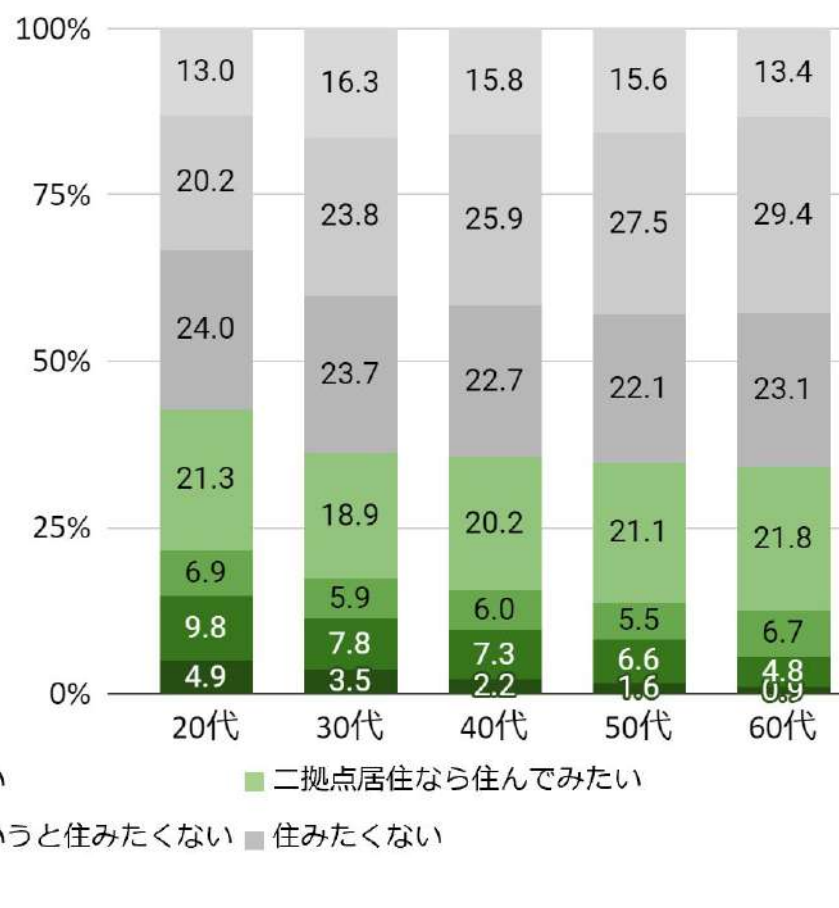
「とても住んでみたい」「住んでみたい」「2拠点居住なら住んでみたい」は前回の数値とほぼ横ばい。
引き続き関心がある層に対してのアプローチが必要

『以下のエリアに対する移住先としての印象をお知らせください。』『福島県[福島県在住者は(県内の他の市)]』

第4回



第5回

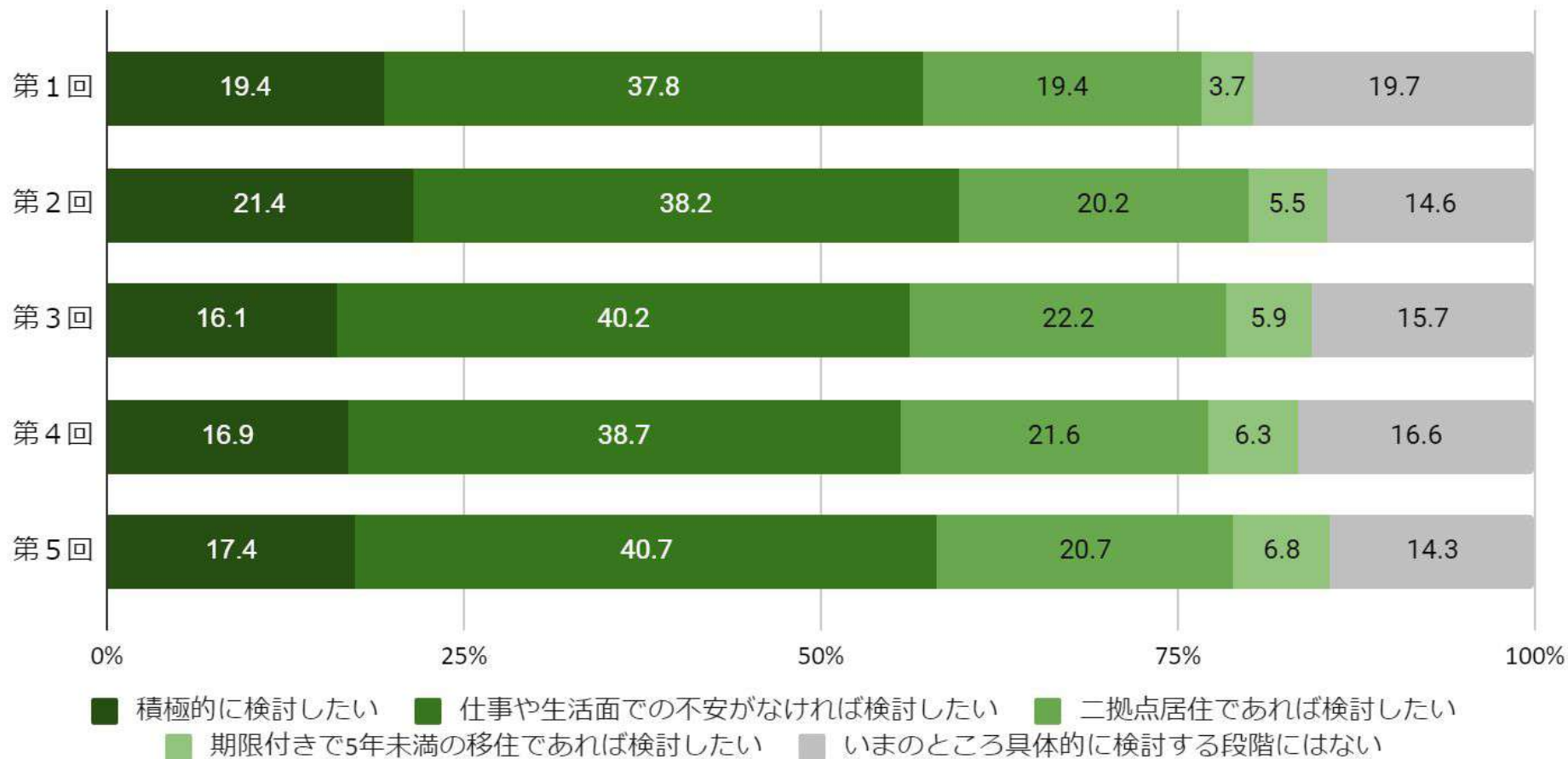


資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

3.4 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向—福島移住関心層①

「仕事や生活での不安が無ければ検討したい」が微増。「検討する段階にない」は微減。生活面、仕事面での情報発信を強めるアプローチが大切と考えられる

『あなたは、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村への移住を検討しますか。(1つ選択)』



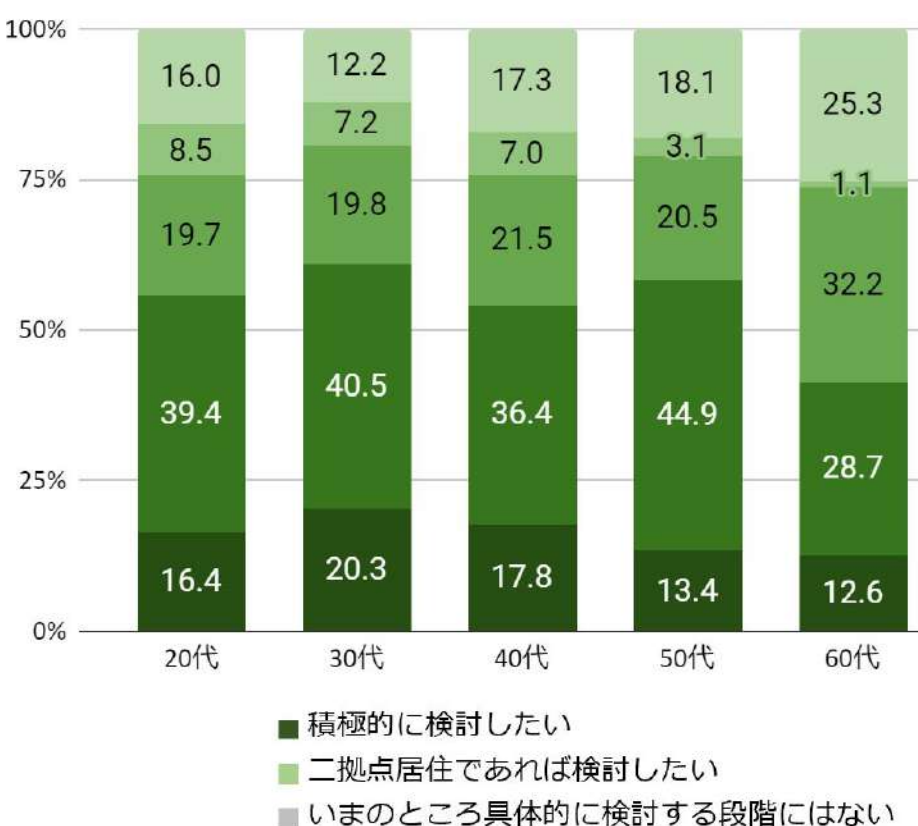
資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回: N=563、第2回: N=889、第3回: N=871、第4回: N=863、第5回: N=810)

3.4 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向—福島移住関心層②

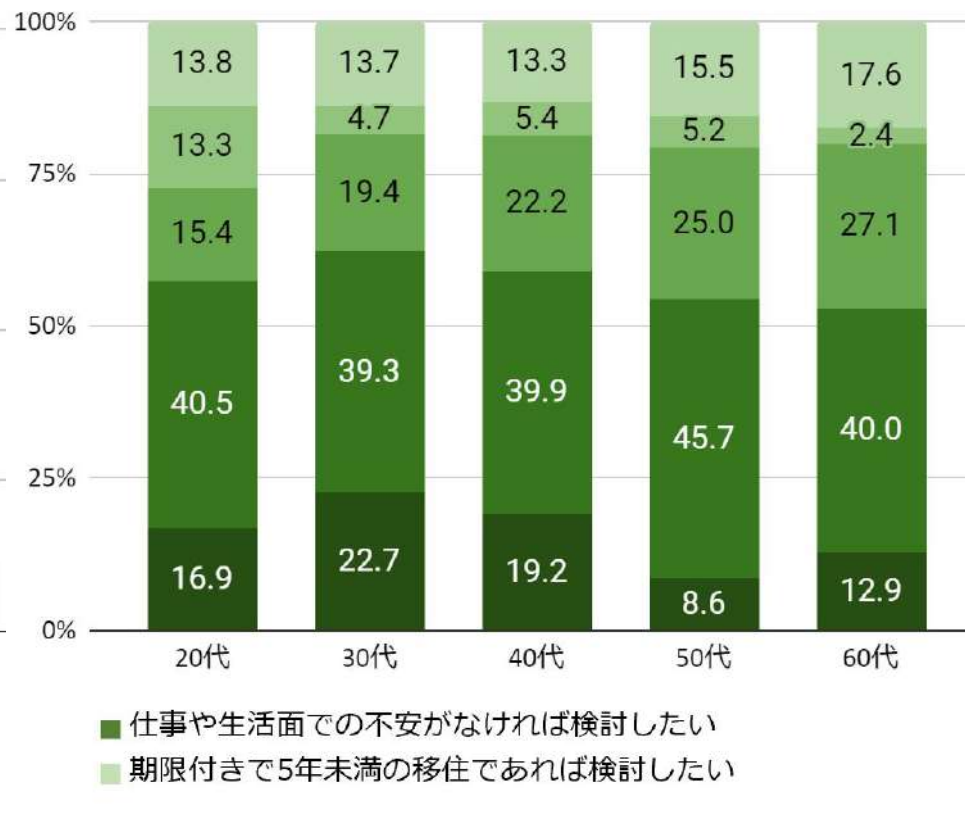
20代、30代、40代の「積極的に検討したい」層は微増の傾向。引き続き関心を強く持つ層へのアプローチが大切と考えられる

『あなたは、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村への移住を検討しますか。(1つ選択)』

第4回



第5回

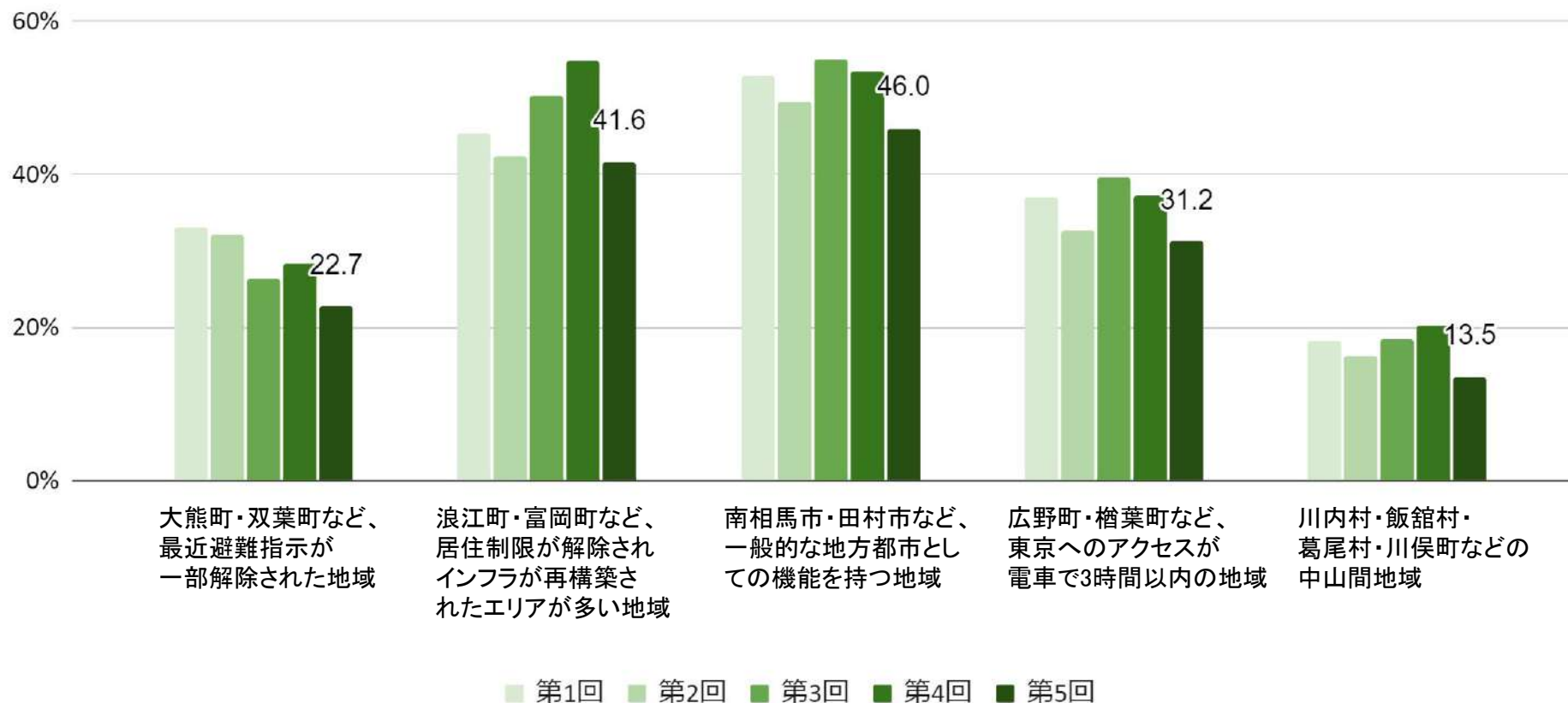


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第4回 :N=863、第5回 :N=810)

3.5 浜通りエリアを中心とした12市町村で移住したいと思うエリア —福島移住関心層①

全体として移住したいエリアを選択する傾向が薄れているが、生活環境の整った地方都市への関心に次いで、インフラが構築された地域、アクセスが良い地域などの関心が高く、利便性が重視されている

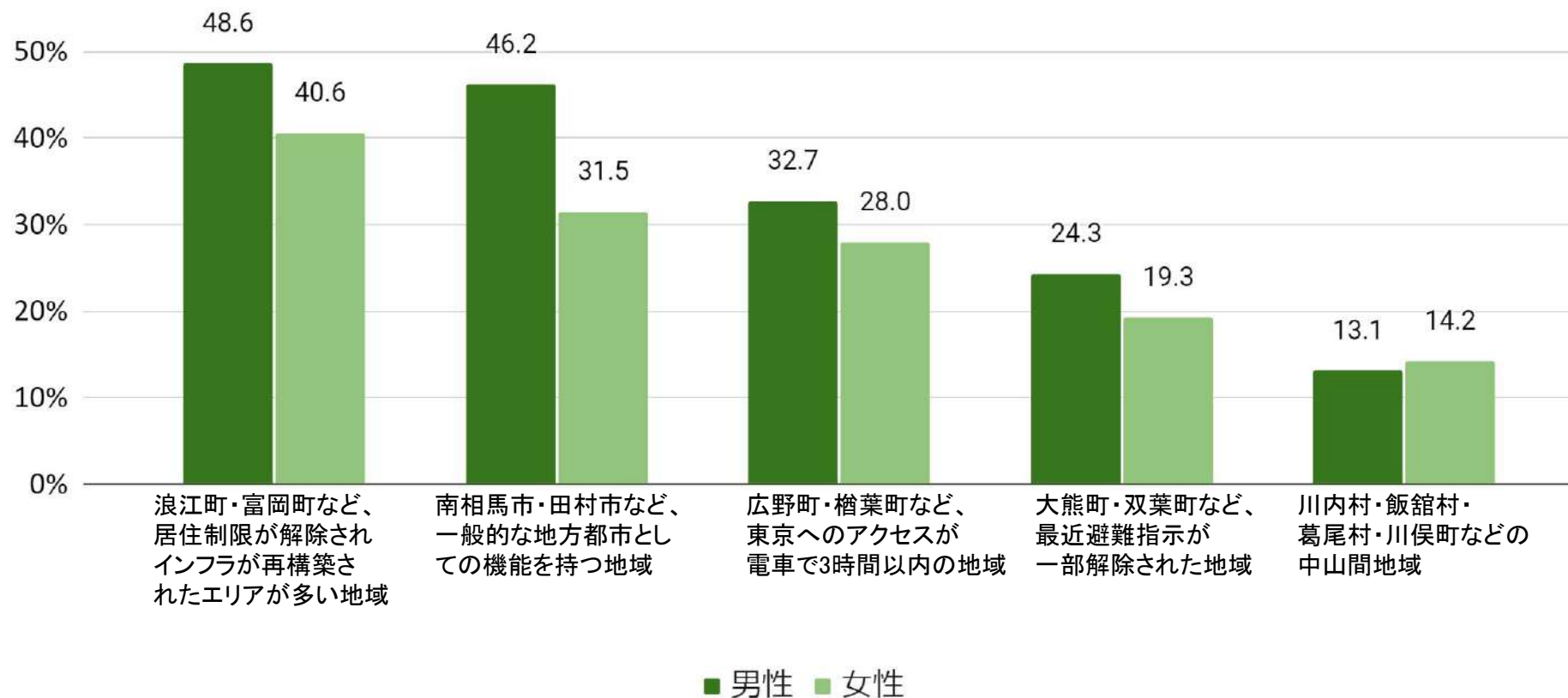
『あなたが、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村に移住を決めた場合、移住したいと思うエリアについて、教えてください。(複数選択可)』



3.5 浜通りエリアを中心とした12市町村で移住したいと思うエリア —福島移住関心層②

男女別では、全般に、女性の方が移住したい地域への関心が低い。女性の関心をより高めるために、12市町村の各エリアそれぞれの情報を発信することが求められる

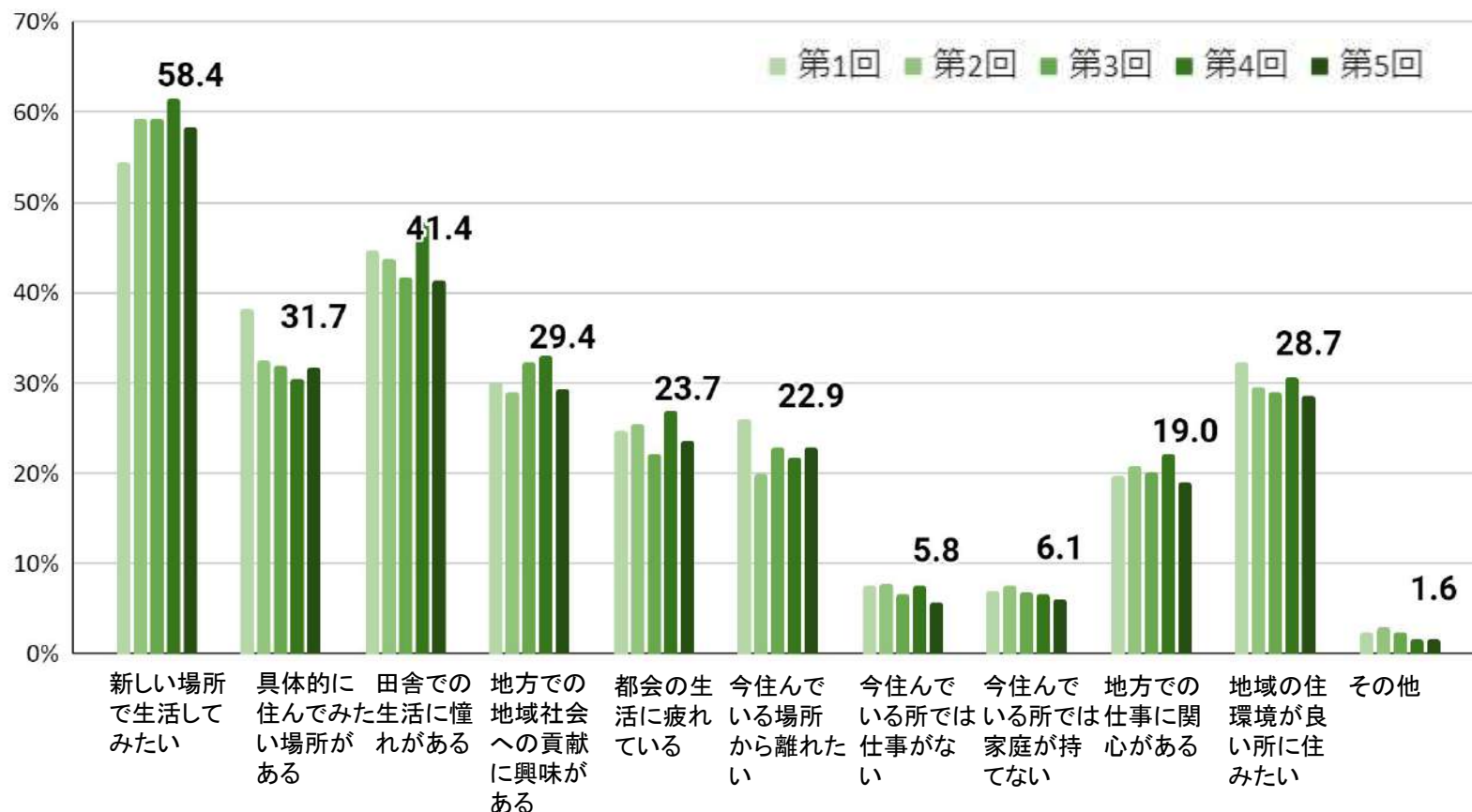
『あなたが、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村に移住を決めた場合、移住したいと思うエリアについて、教えてください。(複数選択可)』



3.6 移住に関心を持つ理由—福島移住関心層

「具体的に住んでみたい場所がある」「今住んでいる場所から離れたい」などが微増。「田舎での生活への憧れ」などは減少し、移住がイメージ重視から具体性を帯びたものとして捉えられている

『あなたは、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村への移住を検討しますか。(1つ選択)』

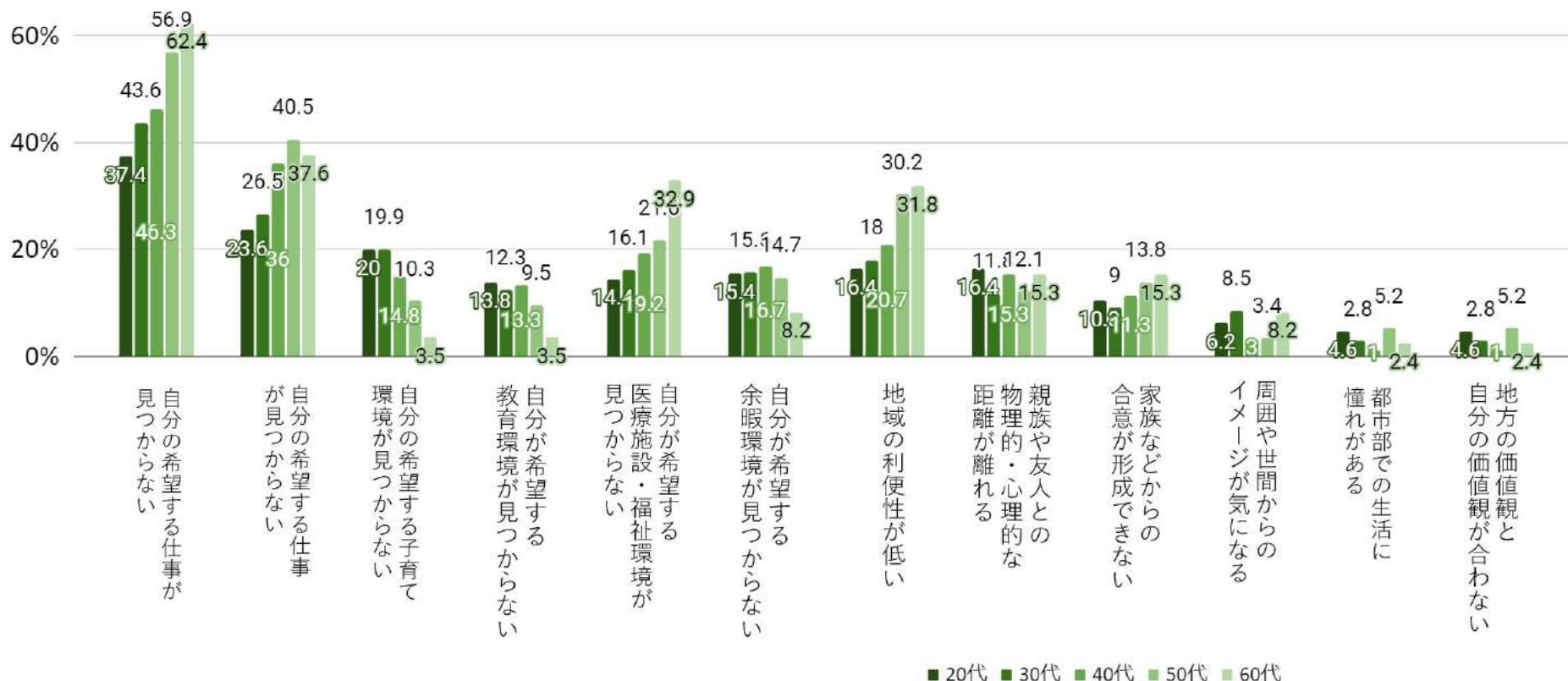


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

3.7 移住決定を妨げる要因—福島移住関心層

移住を決定する際の阻害要因として、希望する「仕事」が見つからないが1位(46.7%)、「住まい」が見つからない(31.4%)が2位となり、仕事と住まいが二大要因であることが改めて判明

『あなたが福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村に移住を検討する際に、移住決定を妨げる要因がありましたら、上位3つまでお知らせください。(3つまで選択可)』

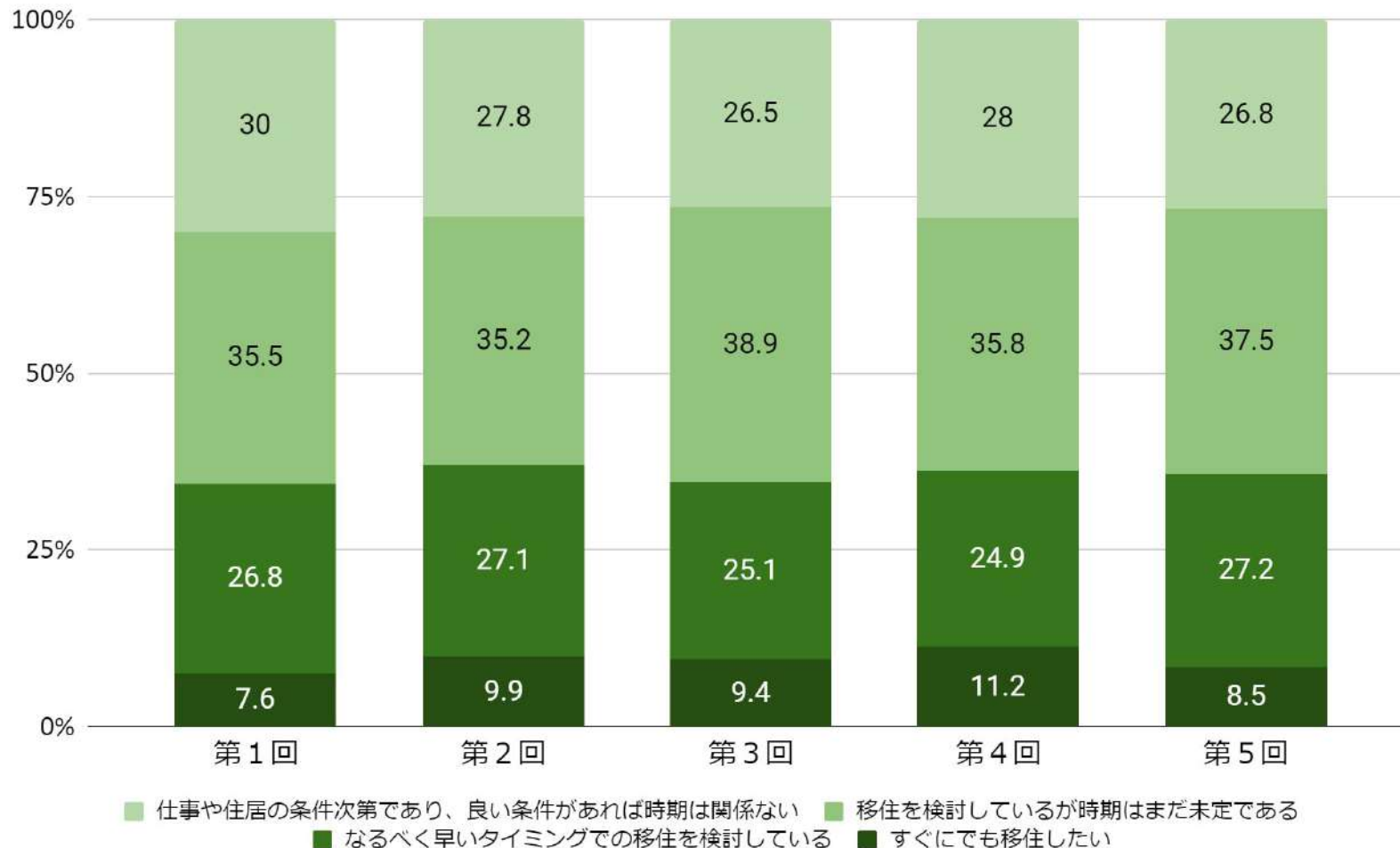


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

3.8 移住のタイミングー福島移住関心層①

「すぐにでも移住したい」「なるべく早いタイミングで移住を検討」の合計は横ばいであるが、「すぐに」は減少であり、やや意思決定が鈍化している傾向

『あなたが、福島への移住を決めるとするとどのタイミングになりますか。(1つ選択)』

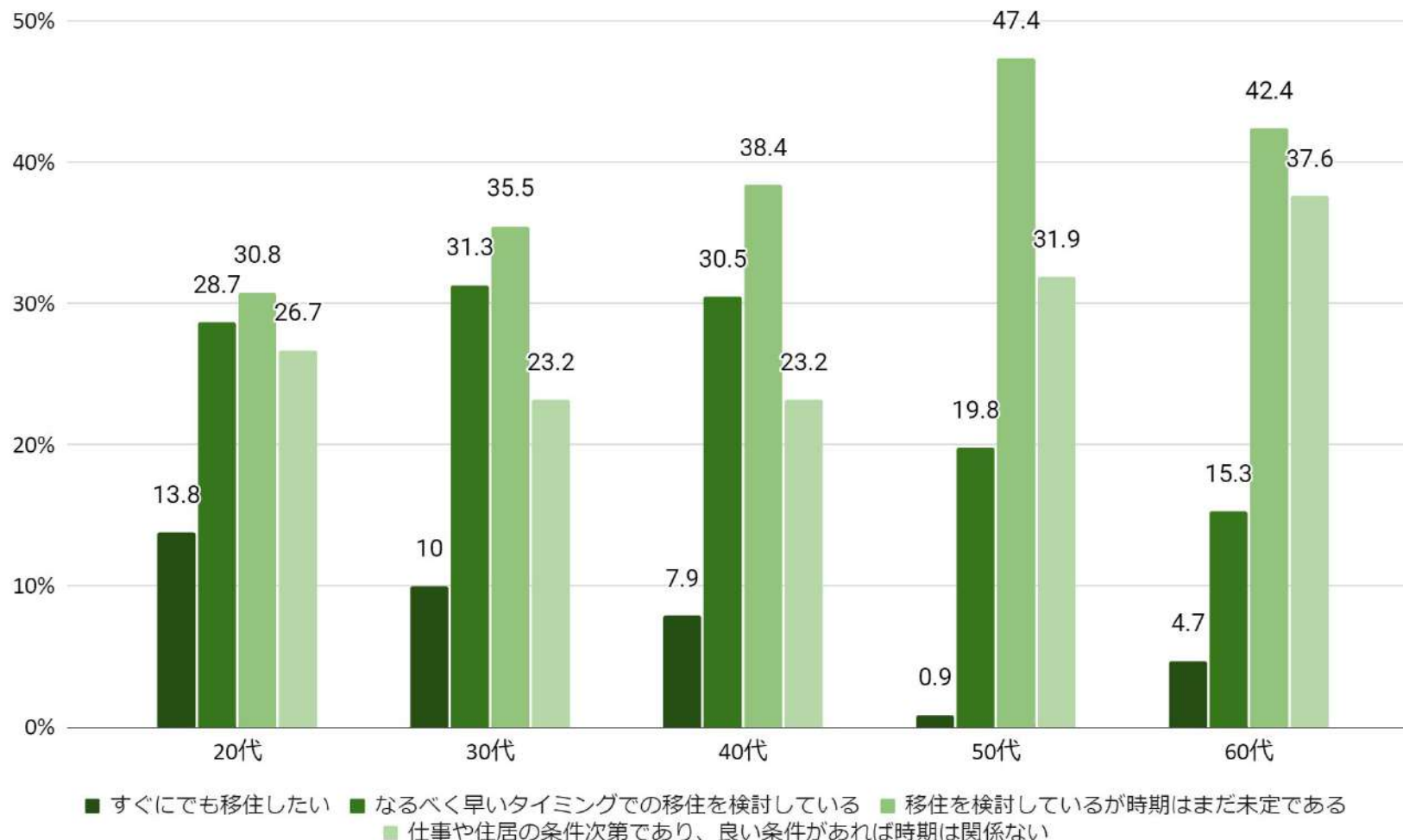


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

3.8 移住のタイミングー福島移住関心層②

年代別では、20～30代は速やかな移住を望む傾向が強い。移住検討層への具体的な情報発信やサポートにより、移住の決断を促すことが大切と考えられる

『あなたが、福島への移住を決めるとするとどのタイミングになりますか。(1つ選択)』



資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

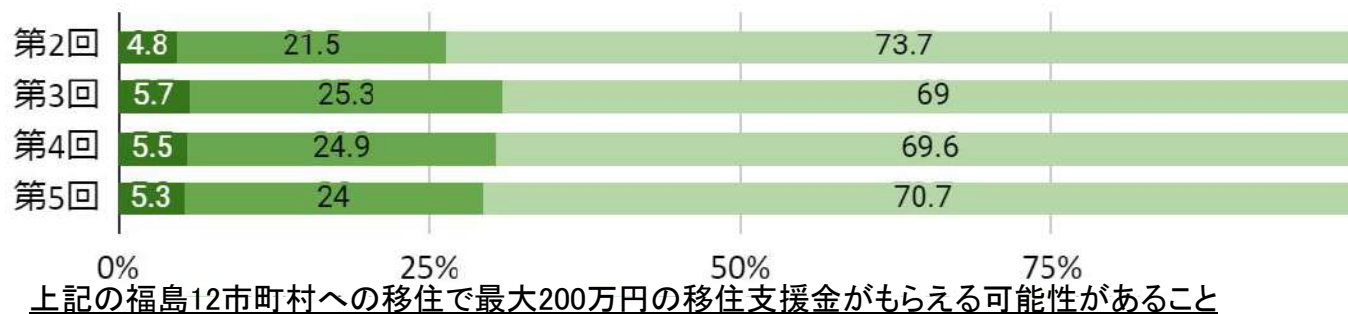
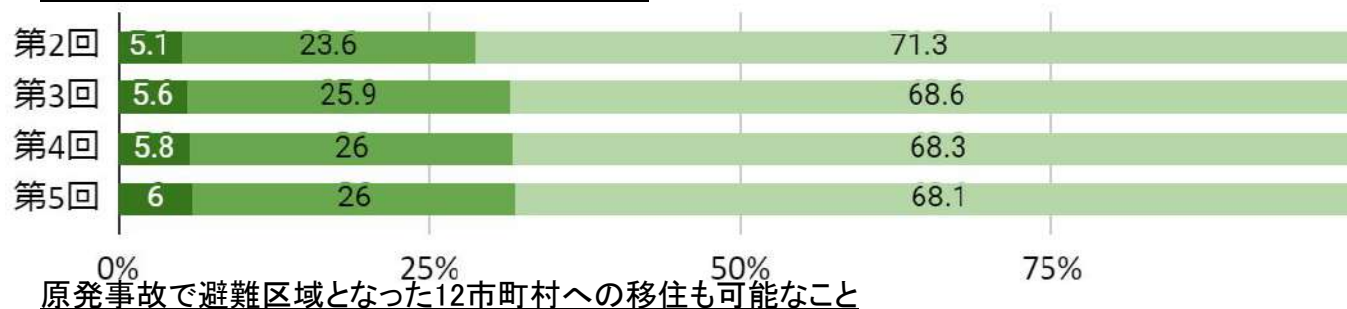
4. 移住施策等に関する認知

4.1 福島県への移住に関する情報の浸透状況—全体①

福島移住関心層以外も含む全体では「原発事故で避難区域となった12市町村への移住も可能なこと」について「大体的内容を知っている」と答えた層は5.3%と微減だが、継続して一定の層の認知を得ている

『あなたは、福島県への移住に関する以下の事柄について、どの程度御存知ですか。それぞれについて、最も近いものを1つずつお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』

福島県が積極的に移住を受け入れていること



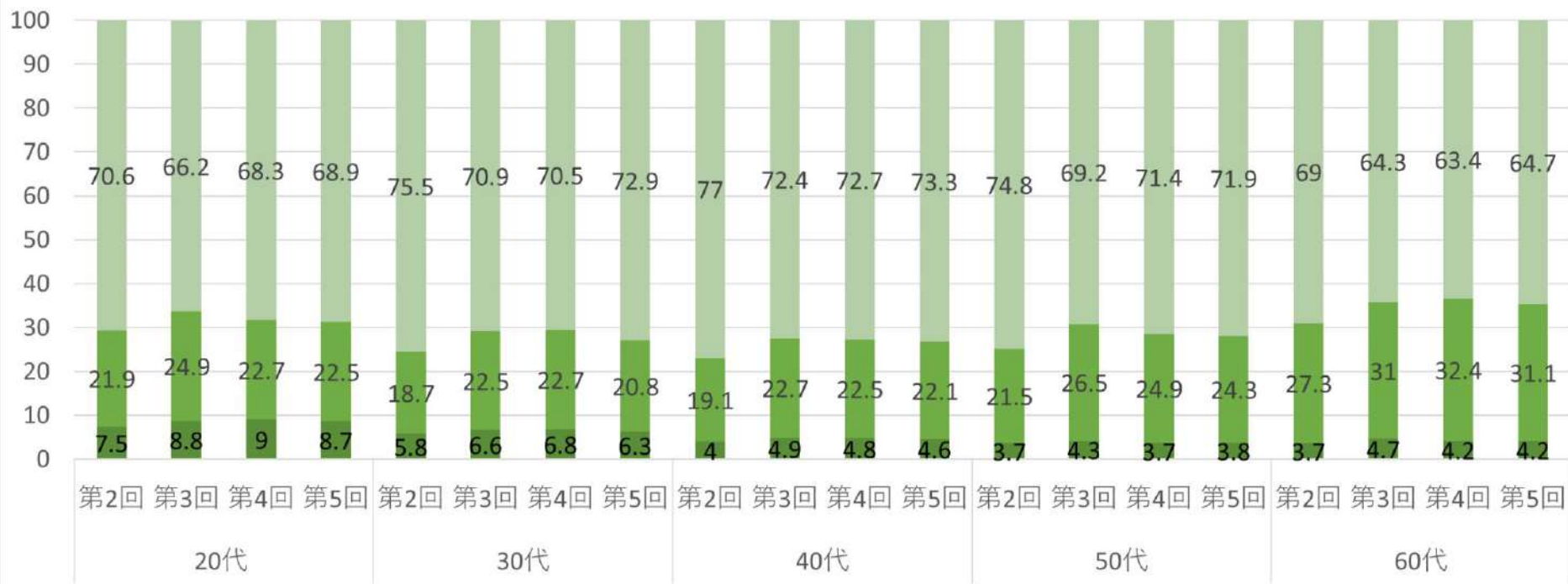
■ 大体の内容を知っている
■ 見たり聞いたりしたことがある程度
■ 知らない

4.1 福島県への移住に関する情報の浸透状況—全体②

年代別にみると、全年代で認知度が微減であるが、「大体的内容を知っている」は20代で8.7%、30代で6.3%と、他の年代よりも高い。認知している層に、いかに福島への移住への関心を持たせるかが重要

『あなたは、福島県への移住に関する以下の事柄について、どの程度御存知ですか。それぞれについて、最も近いものを1つずつお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』

原発事故で避難区域となった12市町村への移住も可能なこと



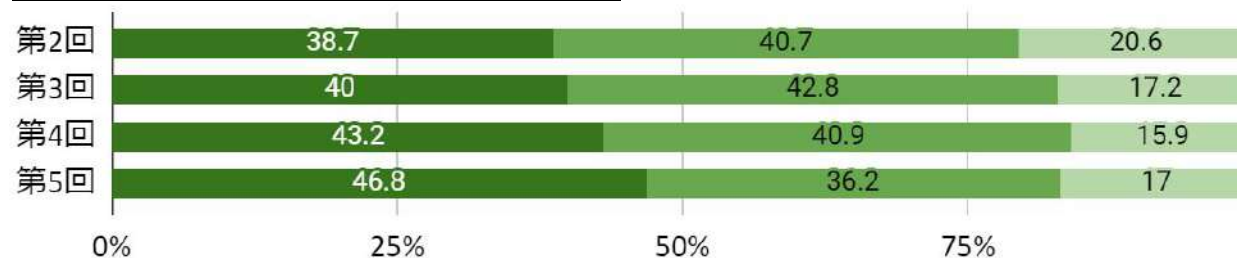
■ 大体的内容を知っている
 ■ 見たり聞いたりしたことがある程度
 ■ 知らない
 単位: %

4.2 福島県への移住に関する情報の浸透状況—福島移住関心層①

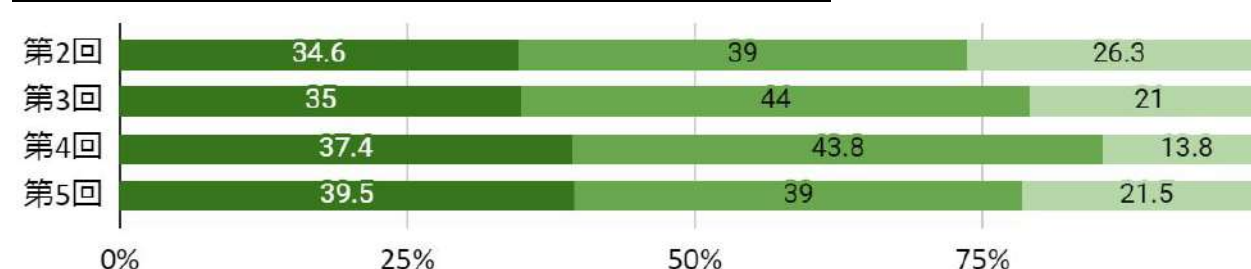
福島移住関心層では、「原発事故で避難区域となった12市町村への移住が可能なこと」の認知は39.5%。認知を行動に移すため、移住に向けた多様な情報発信を行い、理解を得ていくことが重要

『あなたは、福島県への移住に関する以下の事柄について、どの程度御存知ですか。それぞれについて、最も近いものを1つずつお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』

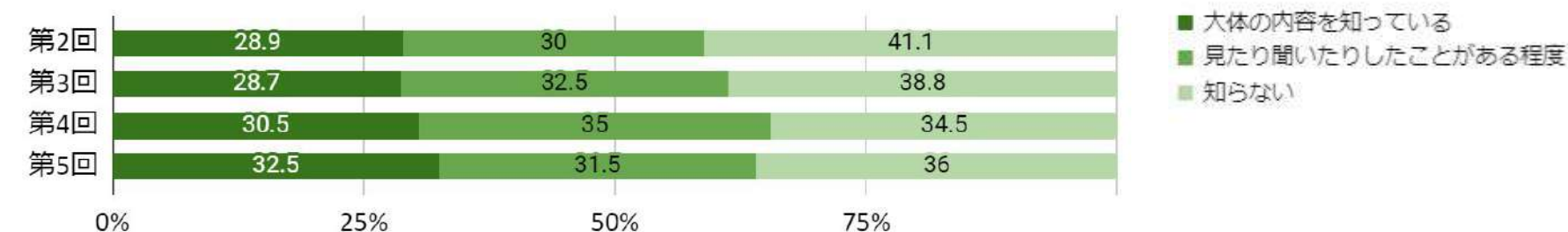
福島県が積極的に移住を受け入れていること



原発事故で避難区域となった12市町村への移住も可能なこと



上記の福島12市町村への移住で最大200万円の移住支援金がもらえる可能性があること



- 大体的内容を知っている
- 見たり聞いたりしたことがある程度
- 知らない

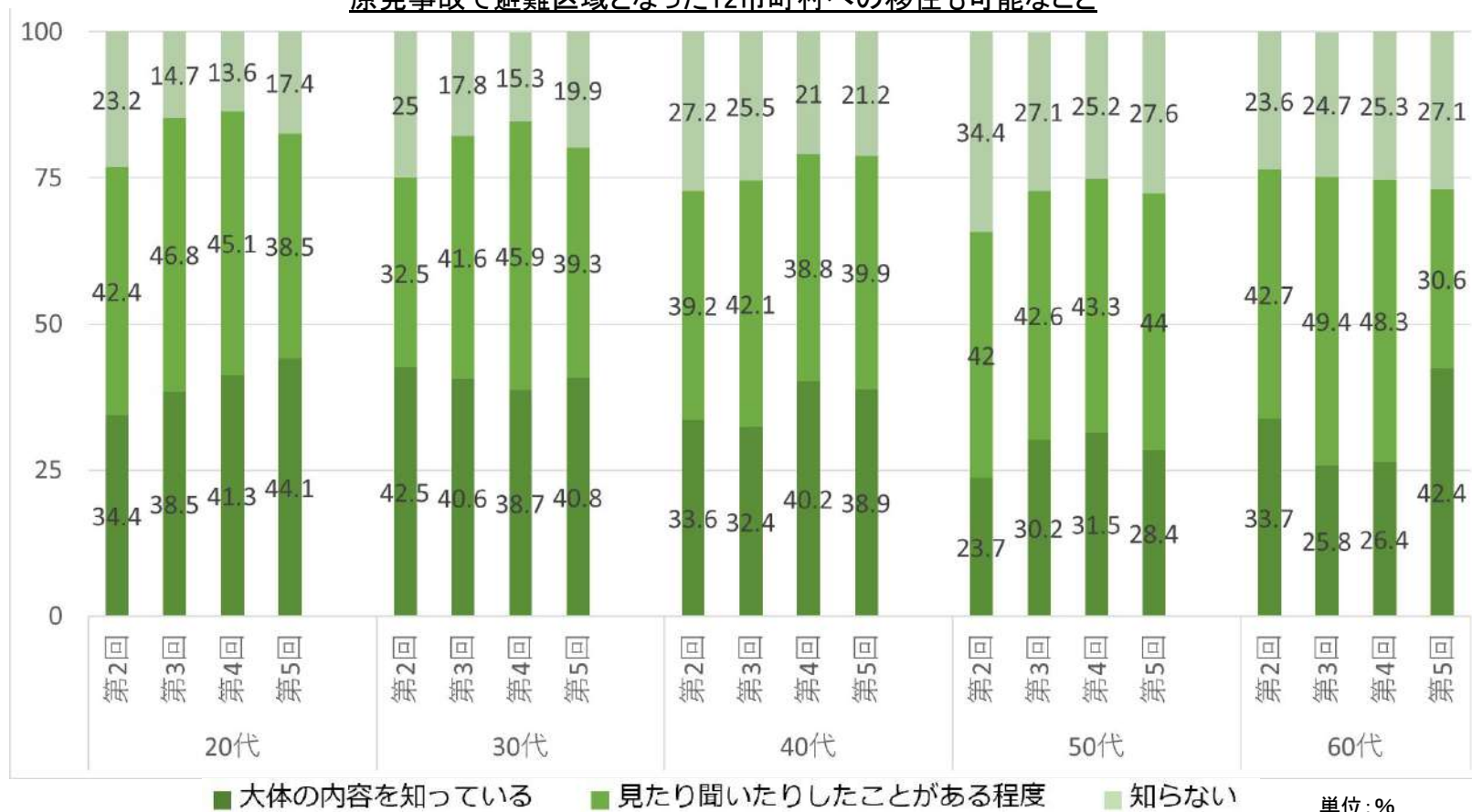
資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第2回 :N=889、第3回 :N=871、第4回 :N=863、第5回 :N=810)

4.2 福島県への移住に関する情報の浸透状況—福島移住関心層②

年代別では、福島移住関心層のうち20～30代は12市町村への移住も可能なことについて順調に認知が進んでいる。

『あなたは、福島県への移住に関する以下の事柄について、どの程度御存知ですか。それぞれについて、最も近いものを1つずつお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』

原発事故で避難区域となった12市町村への移住も可能なこと

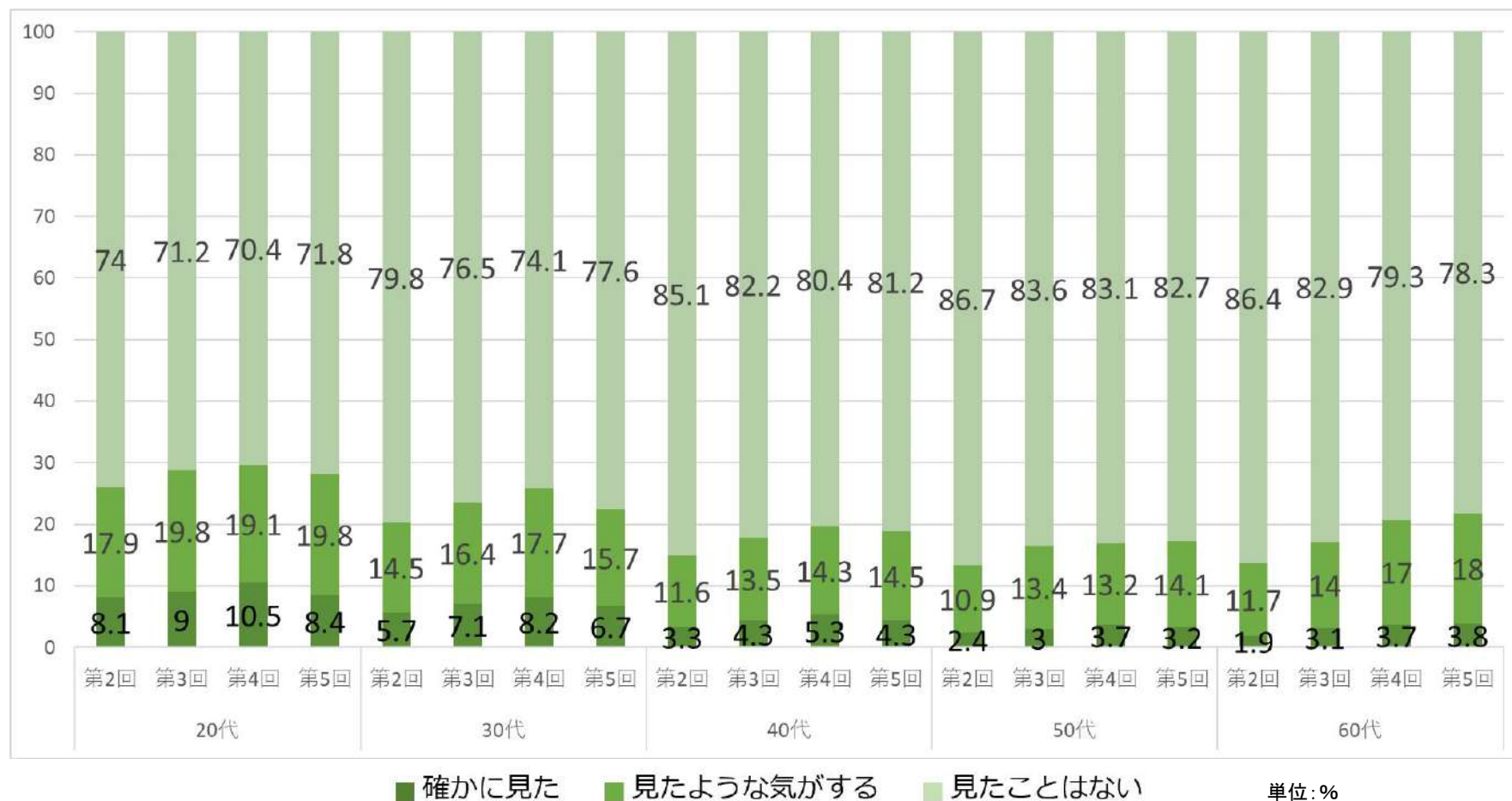


資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第2回 :N=889、第3回 :N=871、第4回 :N=863、第5回 :N=810)

4.3 移住施策に関する認知一全体

全体では、未来ワークふくしまというキャンペーン名を「確かに見た」「見たような気がする」の合計は、20代で28.2%、30代で22.4%。前回よりやや減少したが、その他の年代より多い

『あなたはこれまでに、以下のバナー広告やロゴを見たことがありますか』
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名

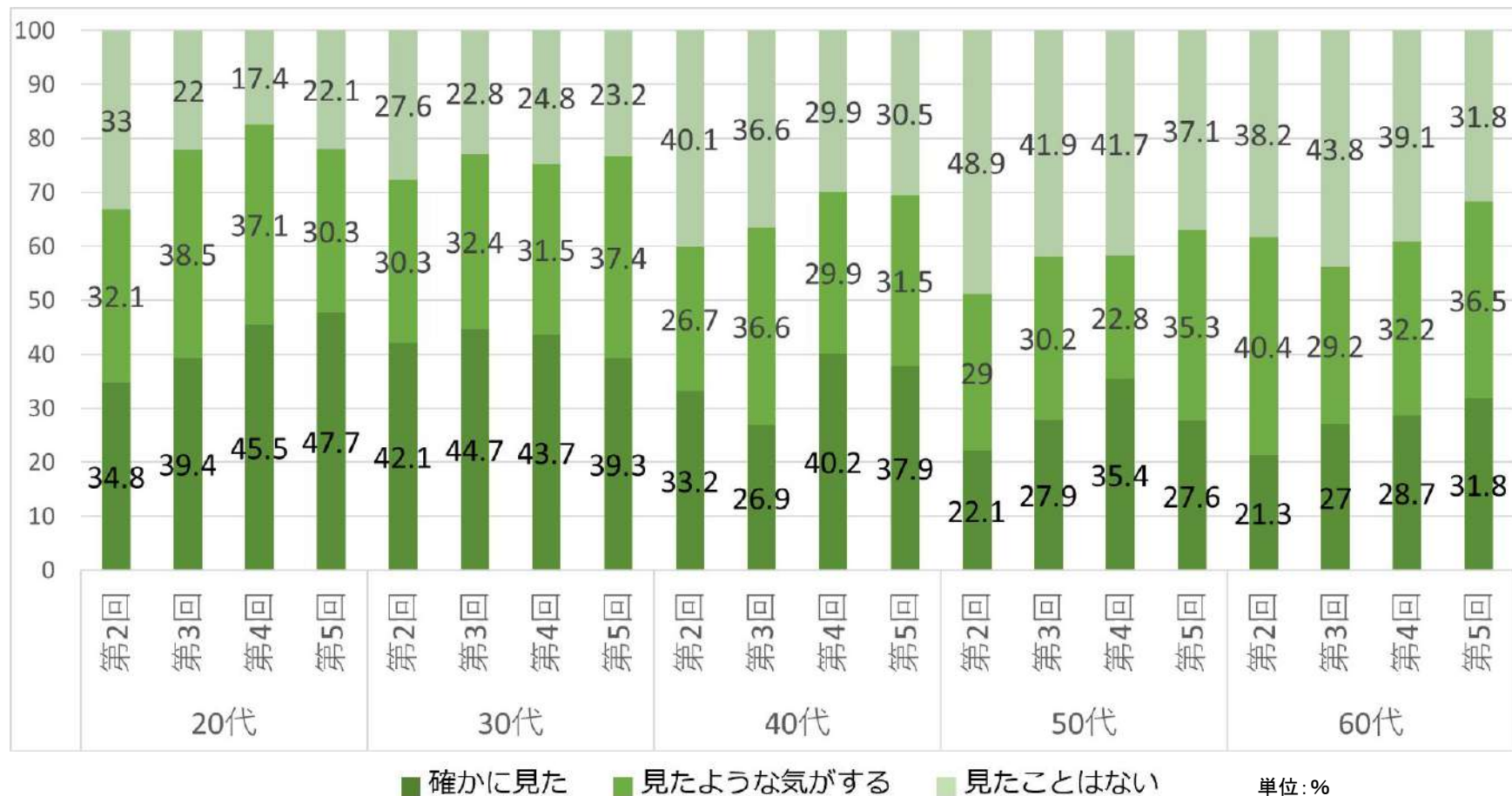


資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査: N=50,000)

4.4 移住施策に関する認知—福島移住関心層

福島移住関心層では、未来ワークふくしまというキャンペーン名を「確かに見た」「見たような気がする」の合計は、20代で78.0%、30代で76.7%。前回よりやや減少したが、その他の年代より多い

『あなたはこれまでに、以下のバナー広告やロゴを見たことがありますか』
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名」



資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810）

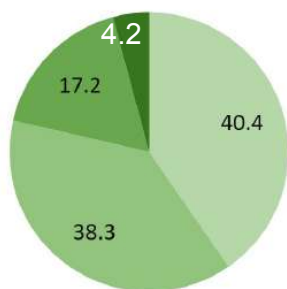
福島移住促進のための情報発信に向けたインターネットパネル調査（第5回）・2024.3

4.5 エリア別の移住受け入れの進捗に関する認知—福島移住関心層

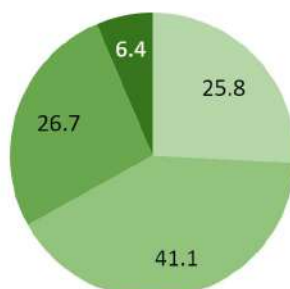
12市町村のエリア別に、移住の受入れ体制の整備進捗度を尋ねたところ、南相馬市等の地方都市、広野町等のアクセスの良い地域では、進捗度がやや高い、または高いと認識されているが、いまだ半数弱に留まっている。

『あなたは福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村の移住、仕事の進捗について、どのような認識を持っていますか。あなたの認識に最も近いものをお知らせください。』

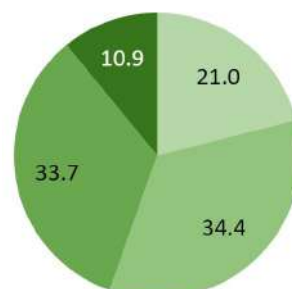
移住



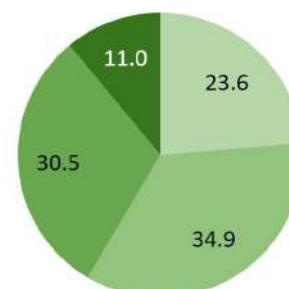
大熊町・双葉町など：最近避難指示が一部解除された地域



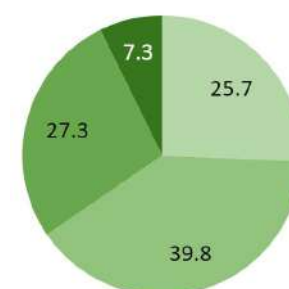
浪江町・富岡町など：居住制限が解除されインフラが再構築されたエリアが多い地域



南相馬市・田村市など：一般的な地方都市としての機能を持つ地域



広野町・楢葉町など：東京へのアクセスが電車で3時間以内の地域



川内村・飯舘村・葛尾村・川俣町など：中山間地域

- 進捗度低：受入体制はまだ整っていない
- 進捗度やや低：相談窓口の設置が始まっている
- 進捗度やや高：移住のための仕事や住宅探しが順調にできる
- 進捗度高：起業開業やコミュニティづくりなど高度な受入体制がある

単位：%

4.5 エリア別の仕事、生活環境整備の進捗に関する認知—福島移住関心層

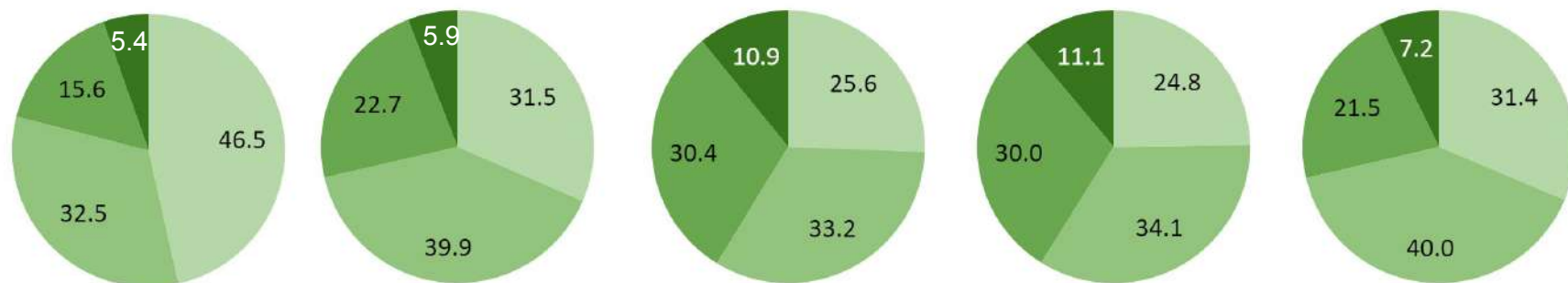
12市町村のエリア別の「仕事整備に関する進捗」「生活環境に関する進捗」ともに、「移住受入の進捗」と同じ傾向となっている。仕事や生活の多様性などをより一層情報発信していくことが必要

上段『あなたは福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村の移住、仕事の進捗について、どのような認識を持っていますか。あなたの認識に最も近いものをお知らせください。』

下段『あなたは福島県の浜通りエリアを中心とした12市町村の生活環境の進捗について、どのような認識を持っていますか。あなたの認識に最も近いものをお知らせください。』

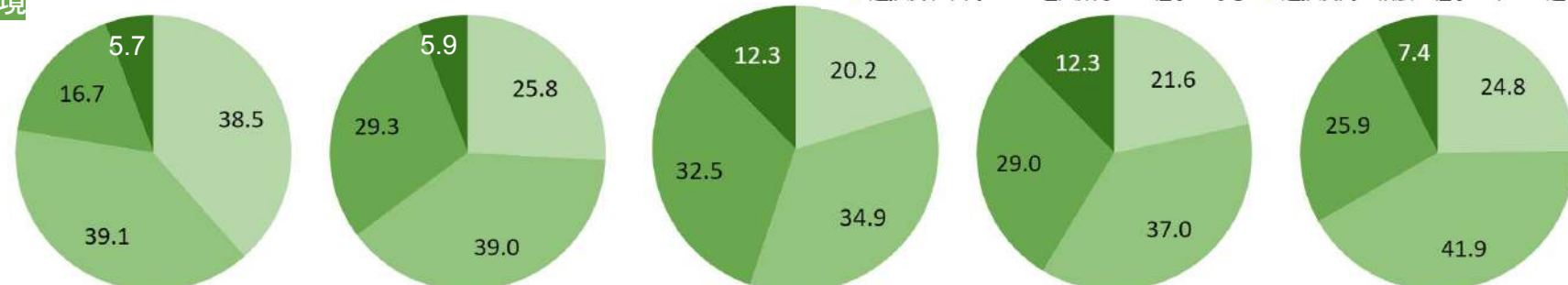
単位：%

仕事



● 進捗度低：仕事はまだ多くない ● 進捗度やや低：農林水産業や製造業の仕事がある
● 進捗度やや高：サービス業などの仕事もある ● 進捗度高：幅広い仕事の中から選べる

生活環境



● 進捗度低：生活環境はまだ整っていない ● 進捗度やや低：日用品など最低限は手に入る
● 進捗度やや高：日用品、衣料など複数の店舗から選べる ● 進捗度高：娯楽などの機会が得られる

大熊町・双葉町など：最近避難指示が一部解除された地域

浪江町・富岡町など：居住制限が解除されインフラが再構築されたエリアが多い地域

南相馬市・田村市など：一般的な地方都市としての機能を持つ地域

広野町・楡葉町など：東京へのアクセスが電車で3時間以内の地域

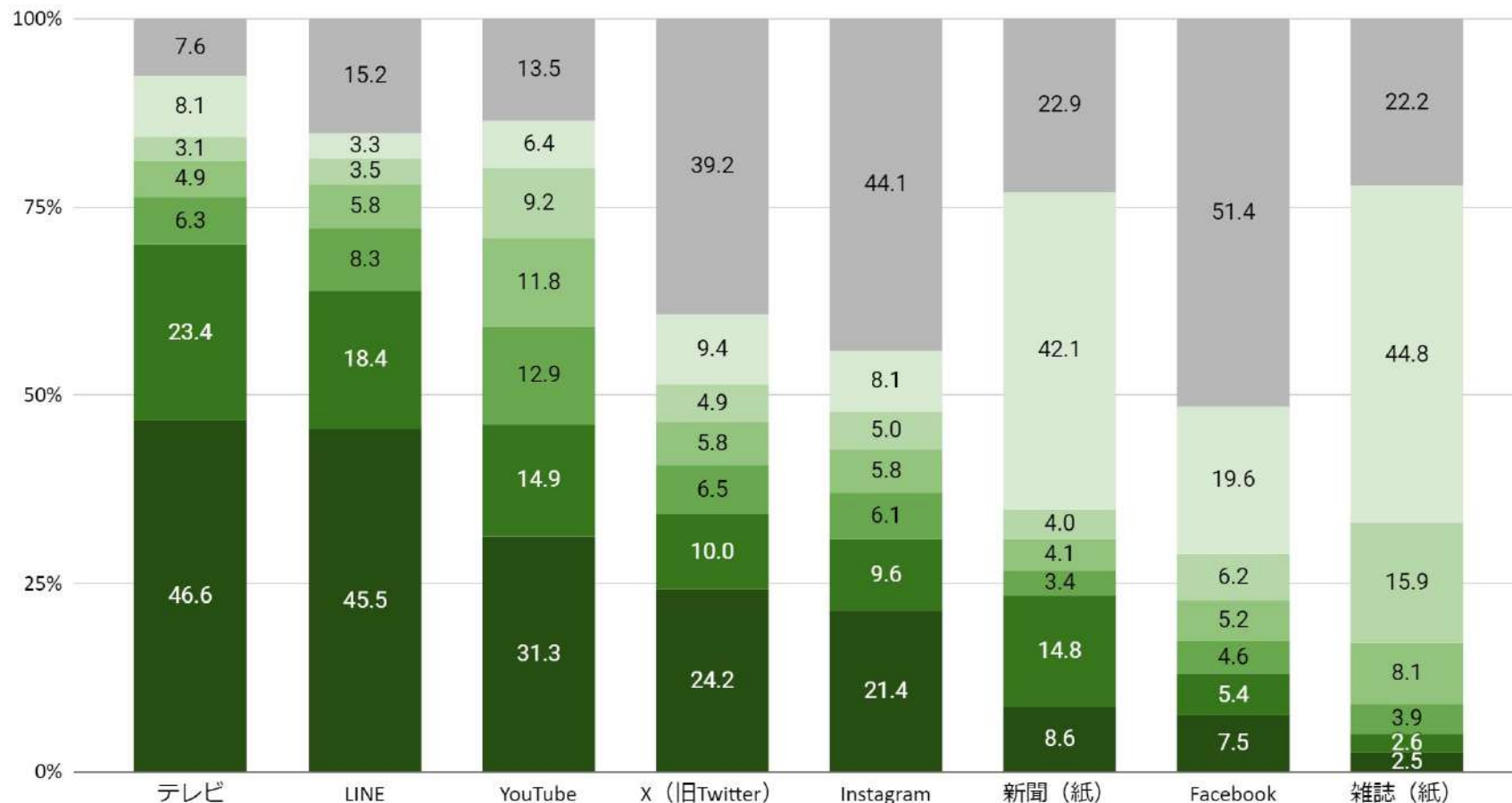
川内村・飯舘村・葛尾村・川俣町など：中山間地域

5. 情報取得経路

5.1 利用頻度の高いメディアー全体

全体的にデジタル媒体の使用頻度が高い。ただ、テレビやLINE、YouTubeは利用頻度高めだが、Facebookはデジタル媒体の中ではあまり活用されていない。

『下記のメディア、アプリの利用頻度をお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』



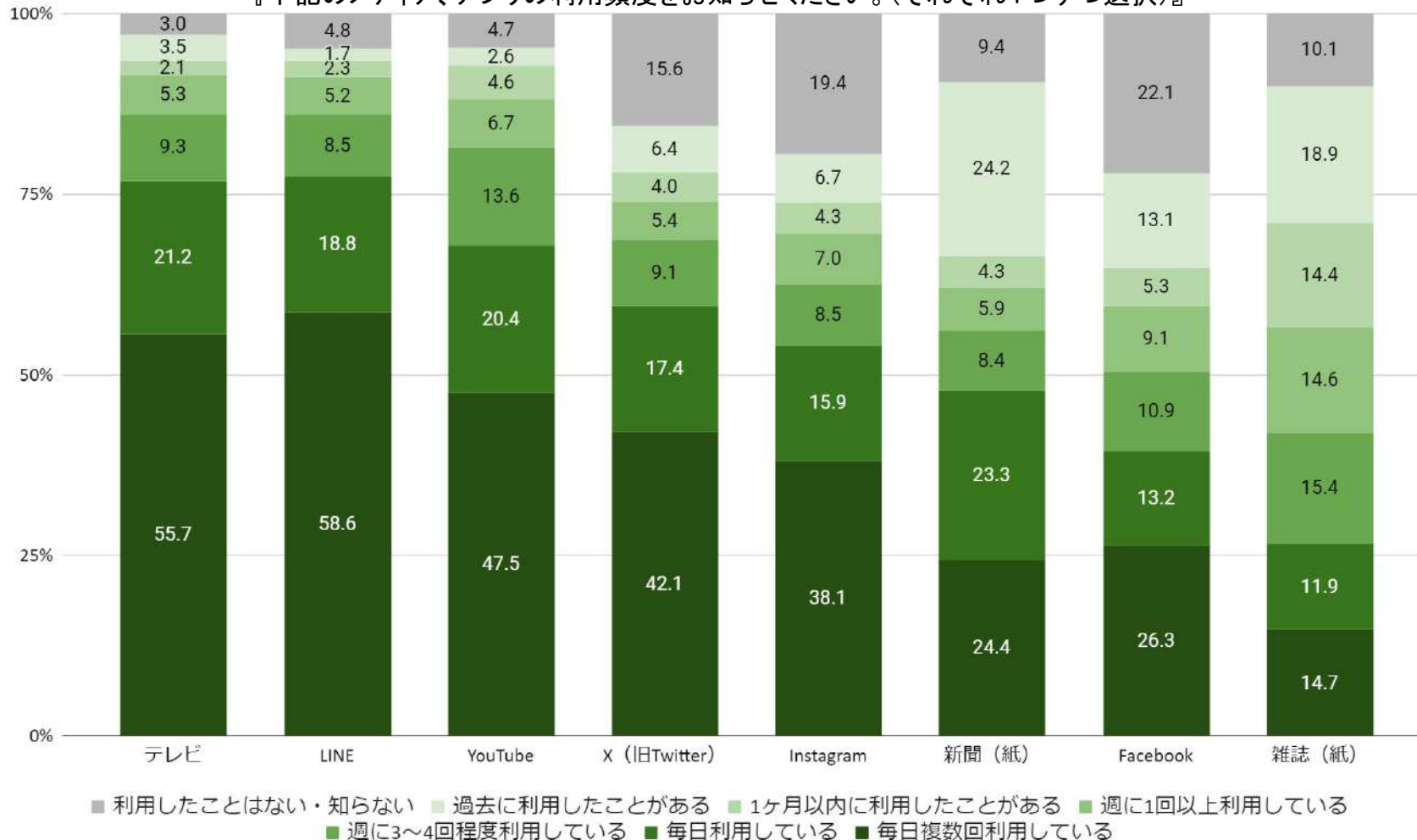
■ 利用したことはない・知らない ■ 過去に利用したことがある ■ 1ヶ月以内に利用したことがある ■ 週に1回以上利用している
■ 週に3~4回程度利用している ■ 毎日利用している ■ 毎日複数回利用している

資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、N=810)

5.2 利用頻度の高いメディアー福島移住関心層

福島移住関心層では、各メディアの使用頻度が全体の層よりも高い。また、x(旧twitter)、Instagram、Facebookは、「利用したことはない・知らない」と回答した割合が他のデジタル媒体と比べて高い

『下記のメディア、アプリの利用頻度をお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)』

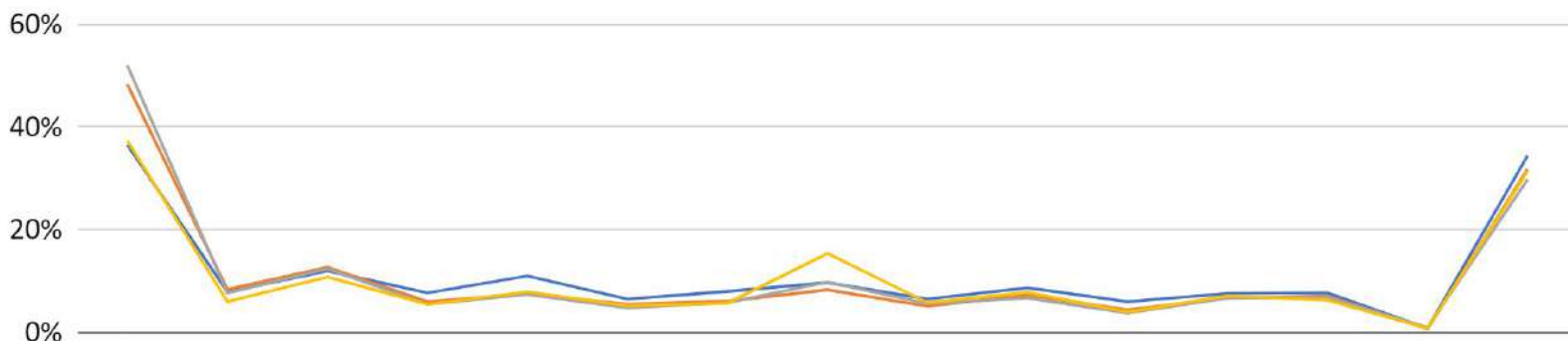


資料: 福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

5.3 各広告・キャンペーンの認知経路一全体

インターネット広告・バナー広告により、「未来ワークふくしま」のキャンペーンについての認知が相対的に高いことが確認できる。また、移住支援金の認知は福島県ホームページからの認知が高い

『あなたはこれらについて、どこでお知りになりましたか。
あてはまるものをいくつでもお知らせください。(それぞれ複数選択可)』



	テレビ	ラジオ	新聞・新聞広告	移住関連の雑誌 (TURNS、田舎暮らしの本など)	福島県のホームページ	役所の窓口やパンフレットなど	移住関連のウェブサイト・ブログ	インターネット広告・バナー広告	Instagram (投稿・広告含む)	X (旧Twitter) (投稿・広告含む)	Facebook (投稿・広告含む)	YouTube (投稿・広告含む)	その他のインターネット	その他	分からない・覚えていない
福島への移住で最大200万円の移住支援金がもらえること	36.5	7.9	12.0	7.7	11.0	6.5	8.0	9.7	6.5	8.7	6.0	7.6	7.7	0.8	34.4
原発事故で避難区域となった12市町村への移住も可能なこと	48.3	8.4	12.7	6.0	7.5	5.5	6.1	8.3	5.1	7.3	4.4	6.7	7.1	0.7	31.8
福島が積極的に移住を受け入れていること	52.0	7.7	12.4	5.5	7.4	4.8	5.8	9.8	5.6	6.7	3.8	6.7	6.9	1.0	29.8
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名	37.3	6.0	10.8	5.5	7.9	5.2	5.7	15.4	5.8	7.8	4.0	7.1	6.3	0.8	31.4

※「移住関連の雑誌」は「TURNS」「田舎暮らしの本」など
※Instagram、Twitter、Facebook、Youtubeは投稿・広告を含む

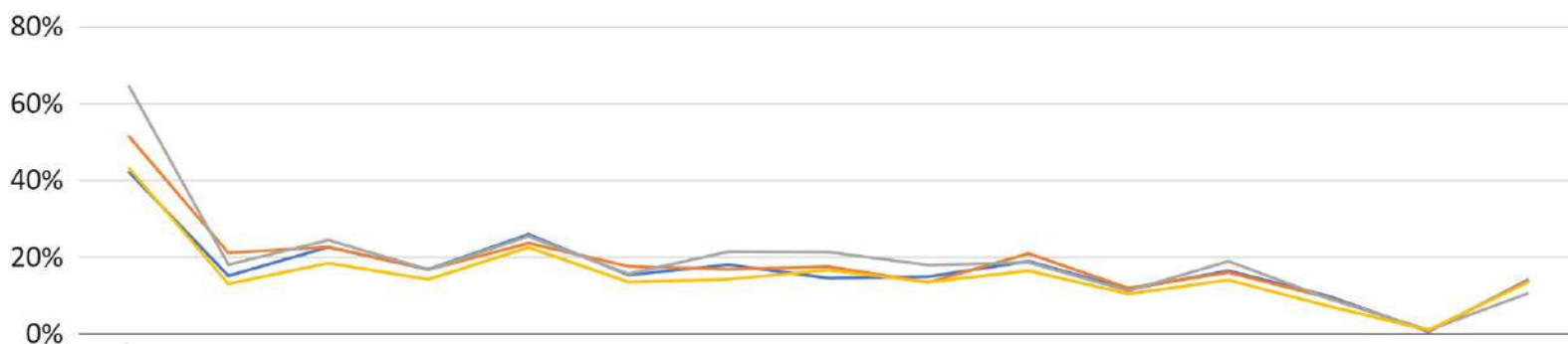
単位：%

資料：福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

5.4 各広告・キャンペーンの認知経路—福島移住関心層

福島移住関心層は、テレビに次いで新聞、福島県ホームページなどから情報を集める。x(旧twitter)からの情報収集も比較的高い傾向

『あなたはこれらについて、どこでお知りになりましたか。
あてはまるものをいくつでもお知らせください。(それぞれ複数選択可)』



	テレビ	ラジオ	新聞・新聞広告	移住関連の雑誌 (TURNS、田舎暮らしの本など)	福島県のホームページ	役所の窓口やパンフレットなど	移住関連のウェブサイト・ブログ	インターネット広告・バナー広告	Instagram (投稿・広告含む)	X (旧Twitter) (投稿・広告含む)	Facebook (投稿・広告含む)	YouTube (投稿・広告含む)	その他のインターネット	その他	分からない・覚えていない
福島への移住で最大200万円の移住支援金がもらえること	42.3	15.1	22.6	16.8	25.9	15.3	18.0	14.5	14.9	18.9	11.6	16.4	9.8	0.6	14.1
原発事故で避難区域となった12市町村への移住も可能なこと	51.6	21.1	22.6	16.7	23.6	17.6	16.8	17.5	13.4	20.9	11.9	16.0	9.4	0.8	13.8
福島が積極的に移住を受け入れていること	64.7	18.0	24.4	16.7	25.4	15.6	21.4	21.3	17.9	18.6	11.2	18.9	9.2	1.0	10.6
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名	43.3	13.0	18.4	14.2	22.5	13.5	14.2	16.6	13.5	16.4	10.4	14.0	7.2	1.0	13.5

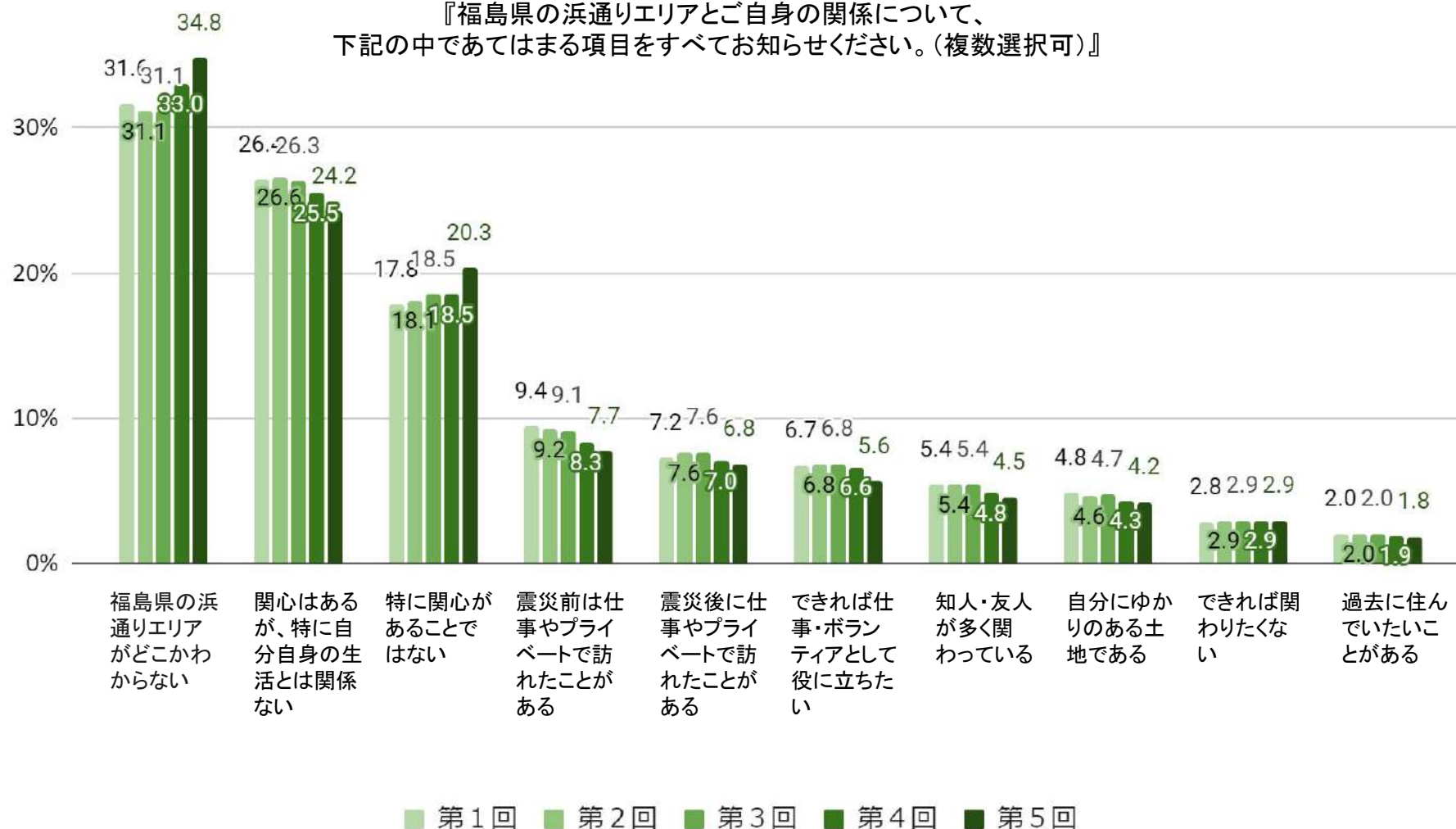
単位：%

6. 移住と復興

6.1 福島県の浜通りエリアとの関係性—全体

復興への関心は減少傾向。また、浜通りエリアを認知していない割合も微増。復興や移住に関する情報発信の機会が減少している可能性がある

『福島県の浜通りエリアとご自身の関係について、
下記の中であてはまる項目をすべてお知らせください。(複数選択可)』



資料：福島移住インターネットパネル調査(スクリーニング調査、N=50,000)

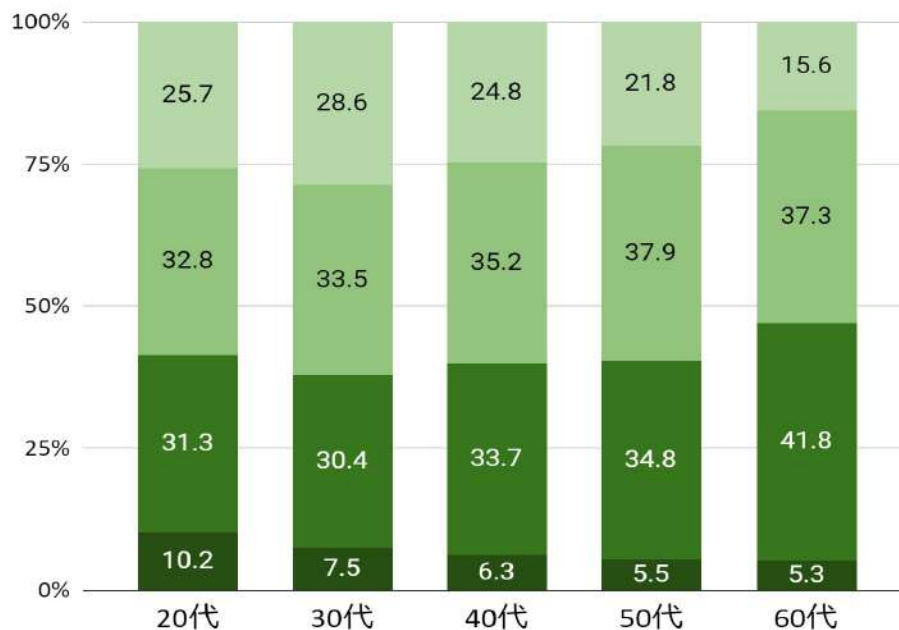
6.2 福島県の復興についての関心—全体

復興への関心は減少傾向。情報発信の機会の減少が影響したと考えられる

『あなたは福島県の被災からの復興(災害前の状態に戻すのではなく、地域の持続的発展に向けた新しいチャレンジ等の取り組み)にどの程度関心がありますか。』

第4回

第5回

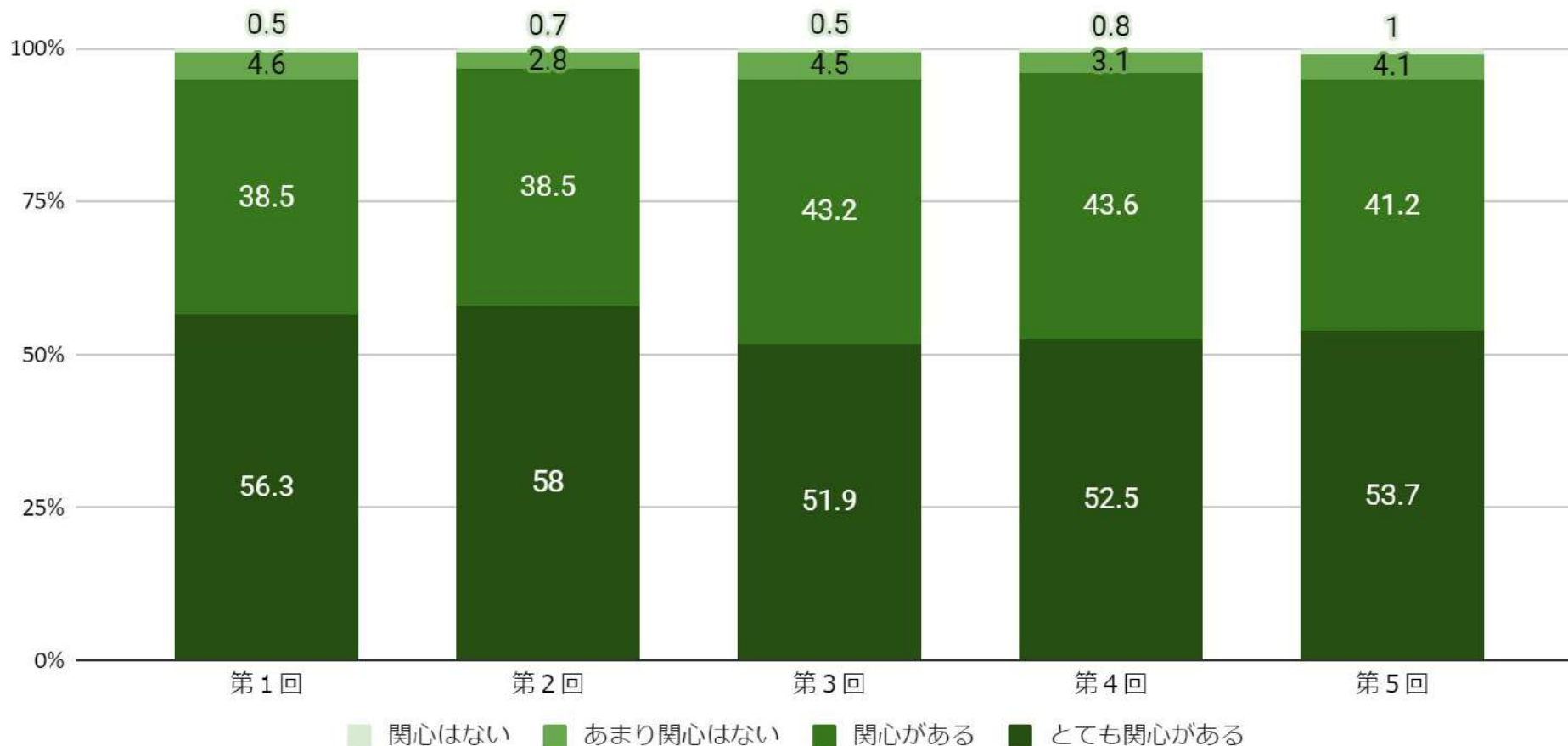


とても関心がある
 関心がある
 あまり関心はない
 関心はない

6.3 福島県の復興についての関心—福島移住関心層

移住関心層の復興についての「関心あり」層は横ばいだが、全体の9割を占めている。引き続き、被災からの復興についての情報発信を続けていく必要

『あなたは福島県の被災からの復興(災害前の状態に戻すのではなく、地域の持続的発展に向けた新しいチャレンジ等の取り組み)にどの程度関心がありますか。』

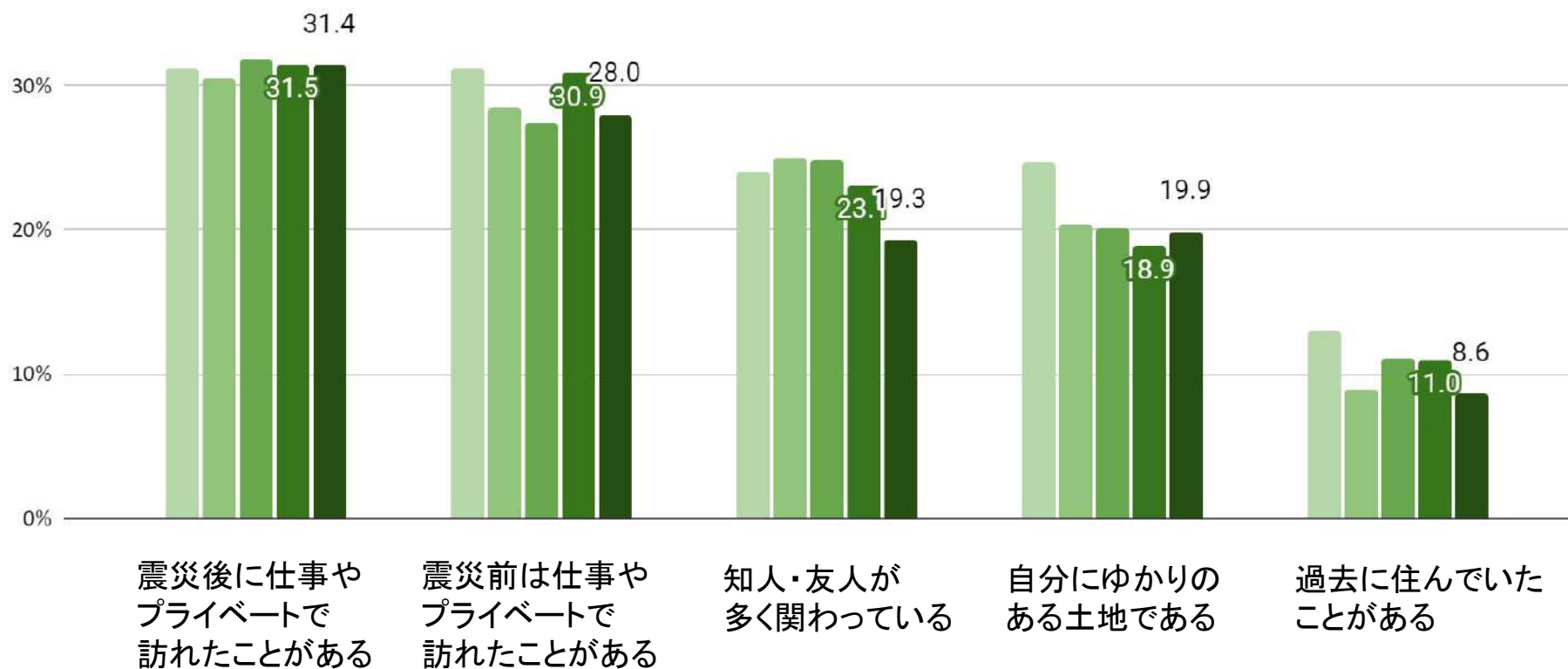


資料: 福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回: N=563、第2回: N=889、第3回: N=871、第4回: N=863、第5回: N=810)

6.4 福島県の浜通りエリアとの関係性—福島移住関心層

「震災前に訪れたことがある」が最も多い。震災前のかかわり、知人・友人のつながりのある層は減少。

『福島県の浜通りエリアとご自身の関係について、
下記の中であてはまる項目をすべてお知らせください。(複数選択可)』



■ 第1回 ■ 第2回 ■ 第3回 ■ 第4回 ■ 第5回

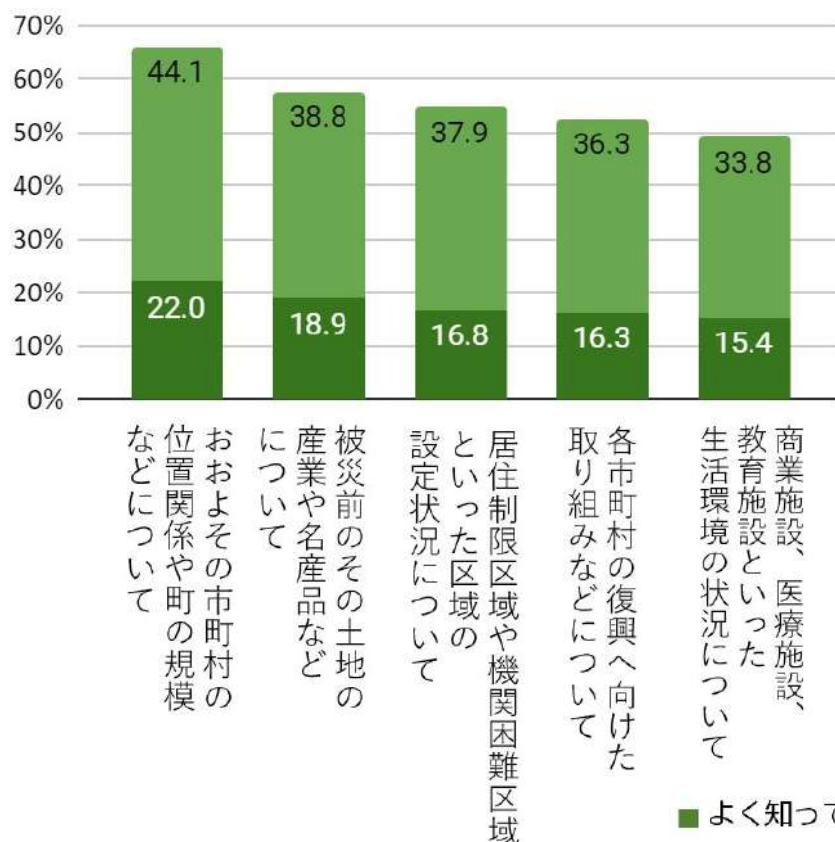
資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第1回：N=563、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810)

6.5 浜通りエリアの現状についての理解—福島移住関心層

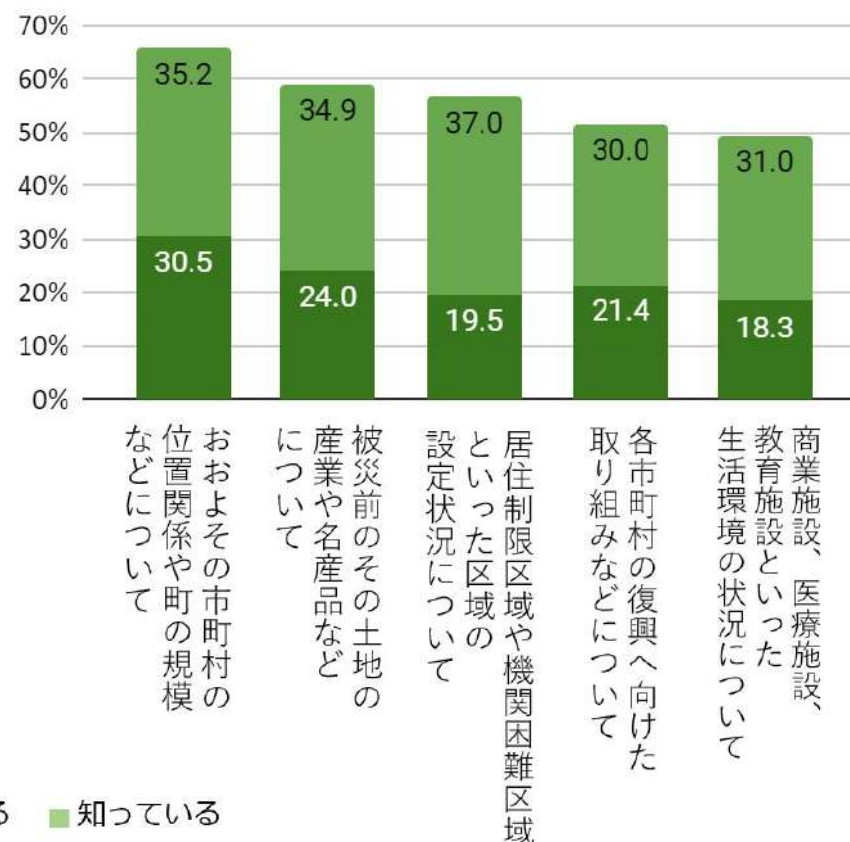
福島移住関心層の浜通りエリアへの認識は横ばい。全体では変化はあまりないが、福島移住関心層が浜通りエリアの現状を詳細に認識している割合は増加傾向

『福島県の浜通りエリアの現状について、あなたがお存じの内容を教えてください。
(それぞれ1つずつ選択)』※「よく知っている」、「知っている」の合算値

第4回



第5回



資料：福島移住インターネットパネル調査(本調査、第4回 :N=863、第5回 :N=810)