

第2回 福島移住促進に向けた インターネットパネル調査分析

2022年5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



1.調査結果のサマリー.....	p.2
2.調査概要－①今回／②前回.....	p.3
3.今回の調査結果.....	p.5
4.その他の調査結果.....	p.14

1.調査結果のサマリー

□福島12市町村への移住の全国認知

・4人に1人が福島12市町村への移住を認知するようになった

- 原発事故で避難区域となった12市町村への移住推進に関する認知は26.3%

・背景に、移住支援センター等の移住推進施策の認知拡大がある

- 全体では17%、特に20代(26%)、30代(20%)にキャンペーンが届いた。
- 福島県への移住関心層に、特に情報を発信した結果、センターによる移住推進の取り組みへの認知度は約6割に至った。
- 福島移住関心層の中でも、特に20代・30代がセンターによる移住施策をより認知した。
- 移住施策の認知が高い層ほど、12市町村における移住の取り組みへの理解が高まった。
- 移住施策の認知が高い層ほど、福島県への移住意向も高い。また20-30代の若年層ほど、認知も移住意向も高くなった。

□福島県全体への復興と移住への関心

・前回調査と比較して、復興への関心は減少傾向にあるが、福島県への移住意向は上昇傾向にある

- 福島復興への関心は全体的に減少傾向にあるが、若年層の復興への関心は高く、20代は60代と比較すると2倍以上が「とても関心がある」と回答
- 前回調査と比較して、福島県への移住意向は全世代で上昇傾向。前回同様、20-30代の若年層が他世代と比較して高い傾向

2.調査概要①今回

□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、福島県、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、福島県を人口構成比で割り付け。大阪府と愛知県を5,000人ずつ割り付け。
- ・調査期間 : 令和4年1月28日 - 2月1日

□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、福島県、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 : 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り付けを実施
- ・調査期間 : スクリーニング調査と同様
- ・有効標本数 : 889サンプル

2.調査概要①②前回

□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（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、群馬県、栃木県）、宮城県、福島県、大阪府、愛知県
在住の20-60代、50,000人
- ・抽出方法：40,000人を関東1都6県、宮城県、福島県を人口構成比で割り付け。大阪府と愛知県を5,000人ずつ割り付け。
- ・調査期間：令和3年7月1日 - 7月5日
- ・有効標本数：50,000サンプル

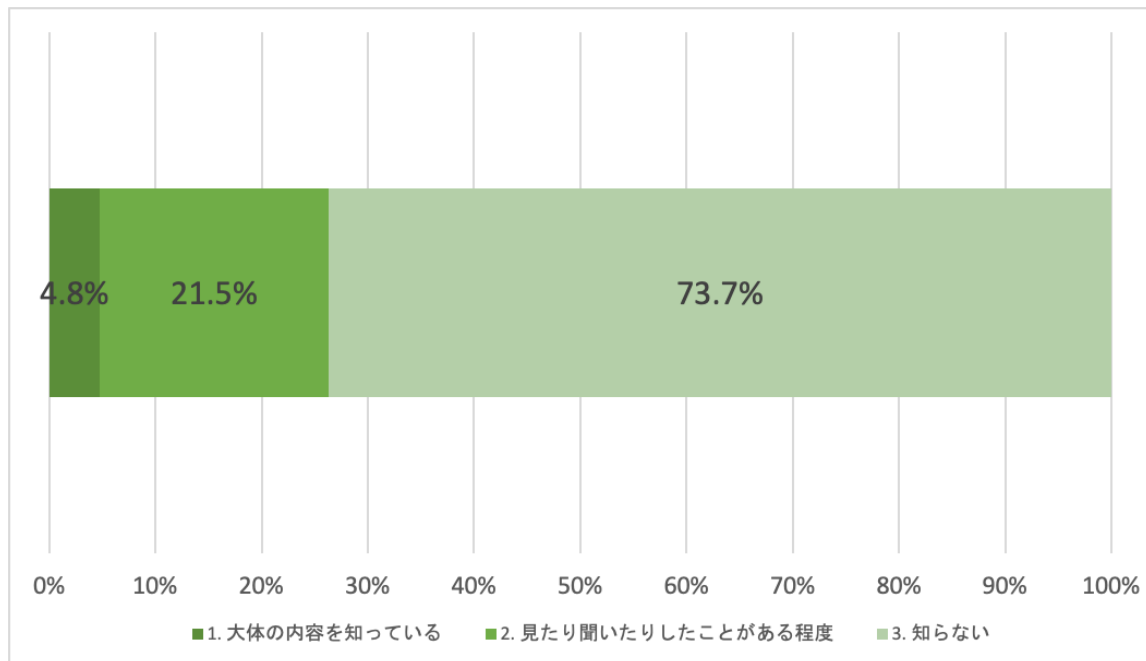
□本調査

- ・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（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、群馬県、栃木県）、宮城県、福島県在住の20-60代、600人
- ・抽出方法：本調査回答者より、「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」回答者かつ福島県に、「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」（各200サンプルずつ）回答者。人口構成比に基づいた性年代別での割り付け。
- ・調査期間：同上
- ・有効標本数：563サンプル

4人に1人が福島12市町村への移住を認知するようになった

『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』
 「原発事故で避難地域となった12市町村への移住も可能なこと」

■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の認知度

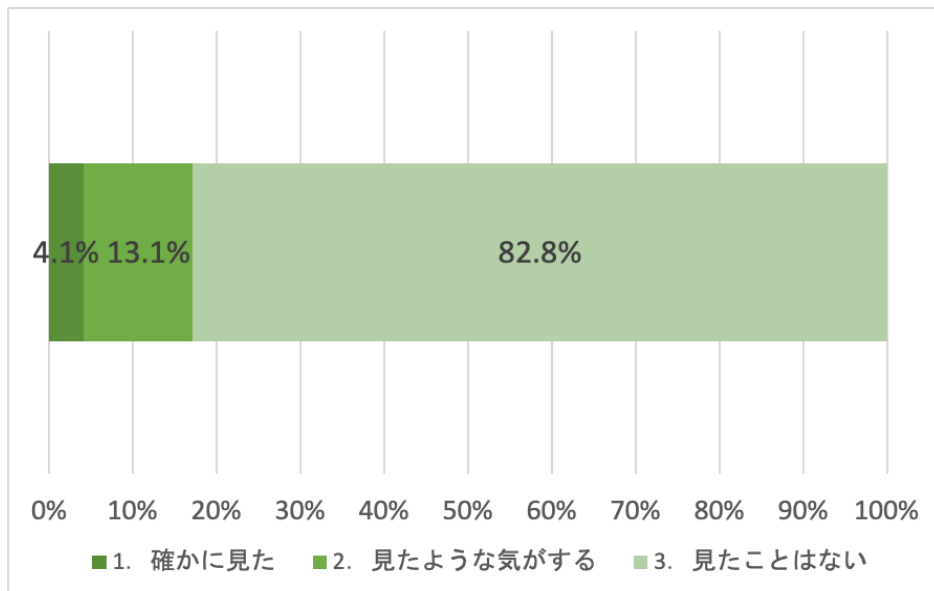


DATA : スクリーニング調査 (N=50,000)

背景に、移住支援センター等の移住推進施策の認知拡大がある。 全体では17%、特に20代(26%)、30代(20%)にキャンペーンが届いた

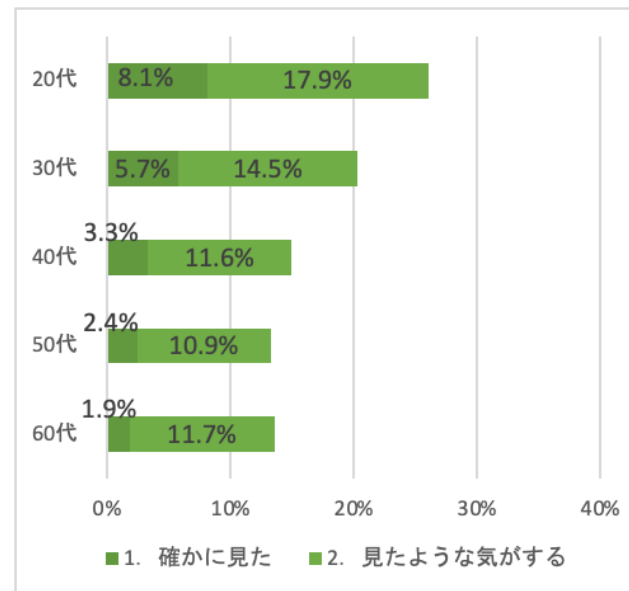
『あなたはこれまでに、以下のバナー広告やロゴを見たことがありますか』
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名」

■「未来ワークふくしま」キャンペーン名認知度—全体



■「未来ワークふくしま」キャンペーン名認知度—年代別

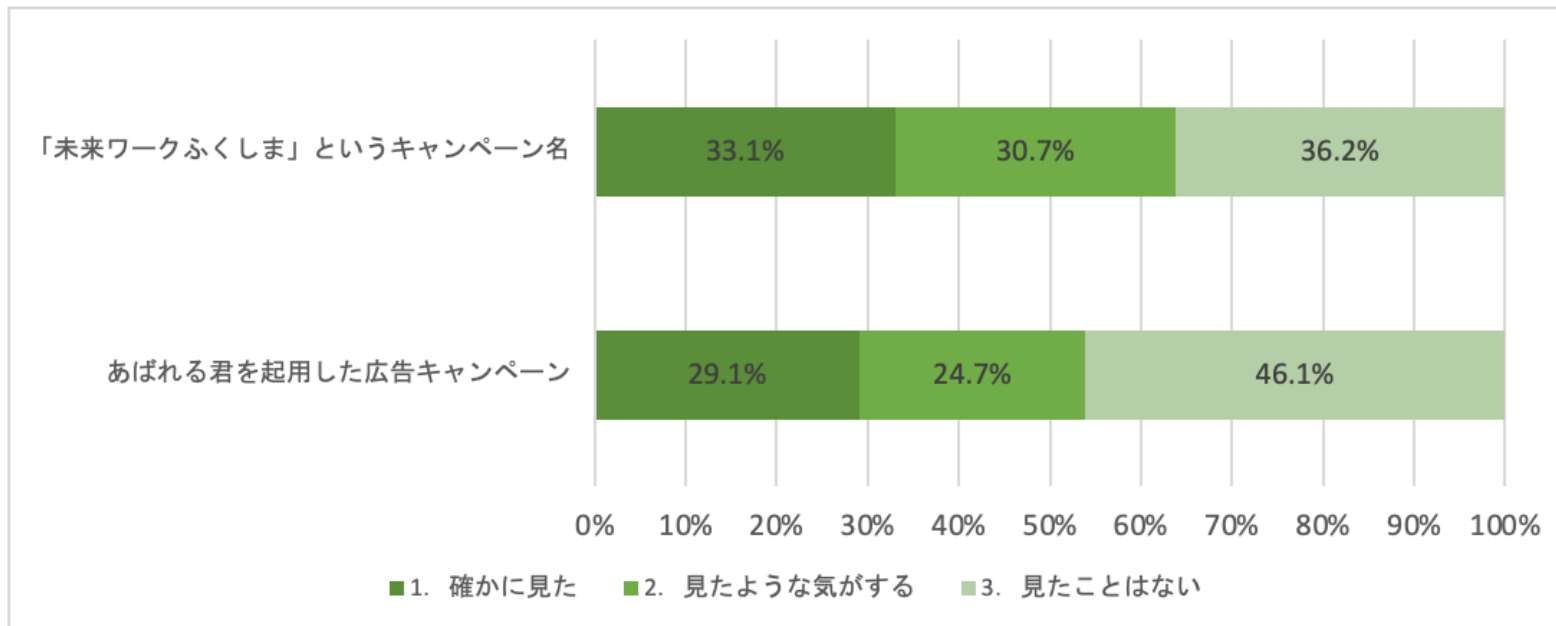
※「確かに見た」「見たような気がする」回答者のみ



福島県への移住関心層に、特に情報を発信した結果、 センターによる移住推進の取り組みへの認知度は約6割に至った

『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。』

■センターによる移住推進の取り組み認知度一全体

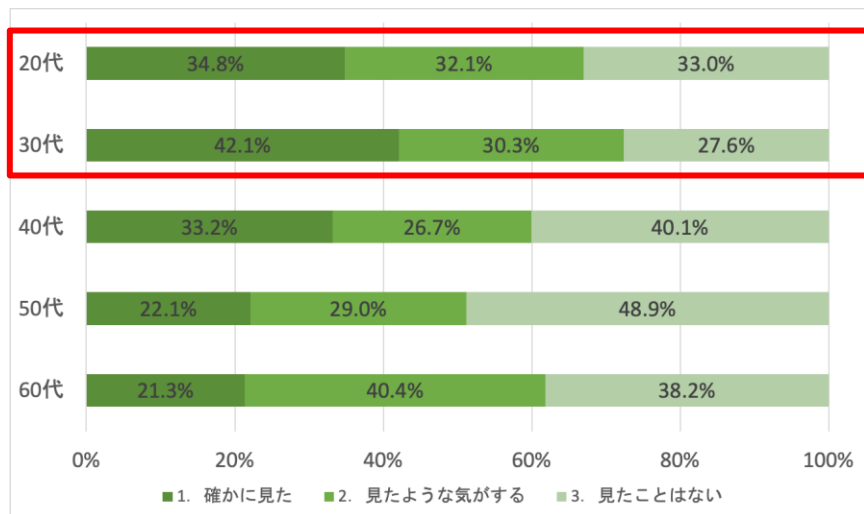


DATA : 本調査 (N=889)

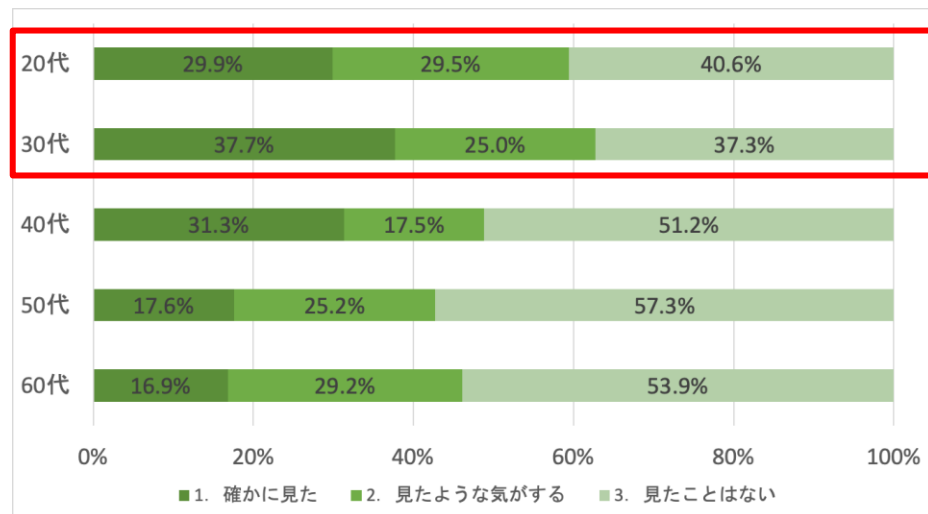
福島移住関心層の中でも、特に20代・30代が センターによる移住施策をより認知した

『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」キャンペーン名認知度一年代別



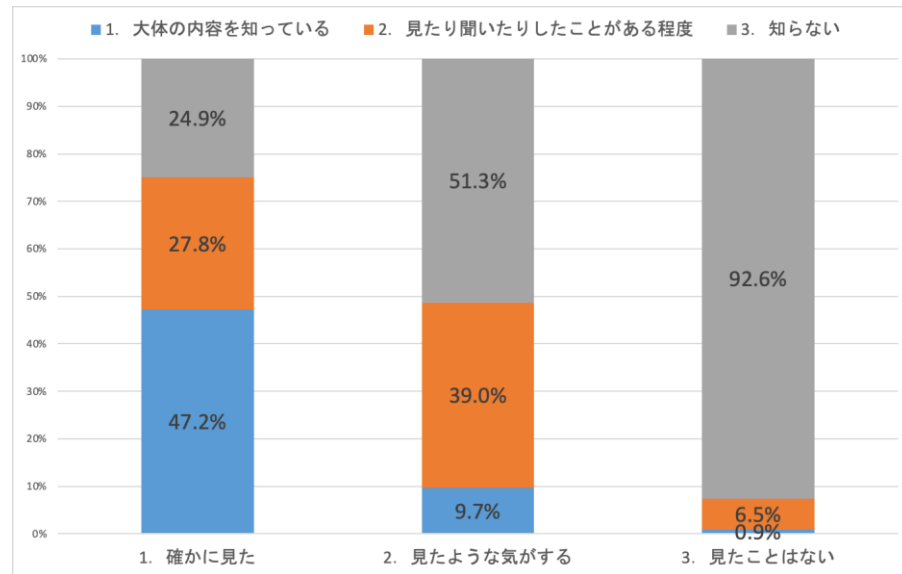
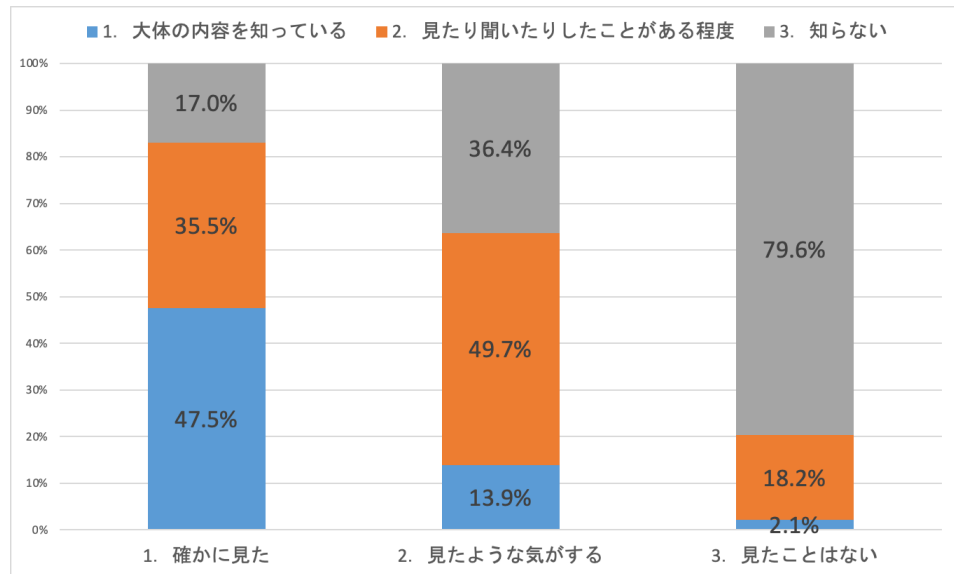
■あばれる君を起用した広告キャンペーン認知度一年代別



移住施策の認知が高い層ほど、 12市町村における移住の取り組みへの理解が高まった

■ 「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」の認知度—施策認知度別

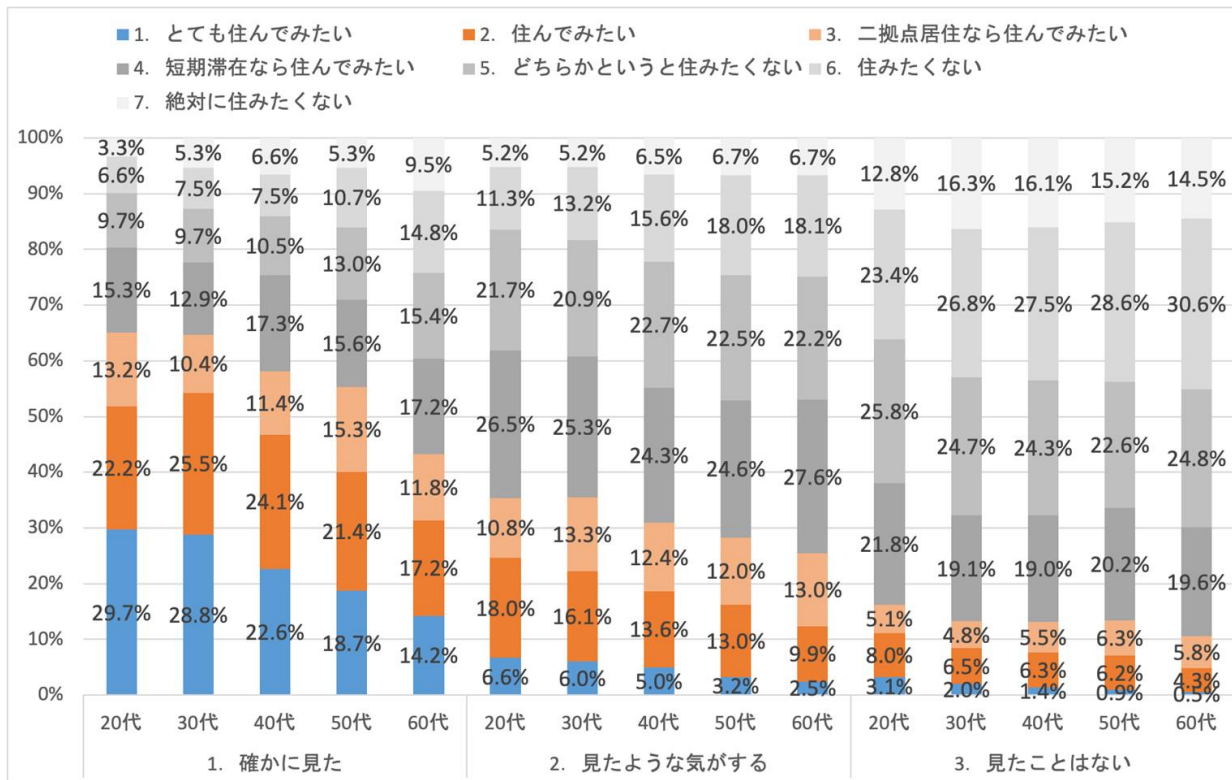
■ 「福島12市町村への移住で最大200万円の移住支援金がもらえる可能性があること」の認知度—施策認知度別



DATA : スクリーニング調査 (N=50,000)

移住施策の認知が高い層ほど、福島県への移住意向も高い。 また20-30代の若年層ほど、認知も移住意向も高くなった

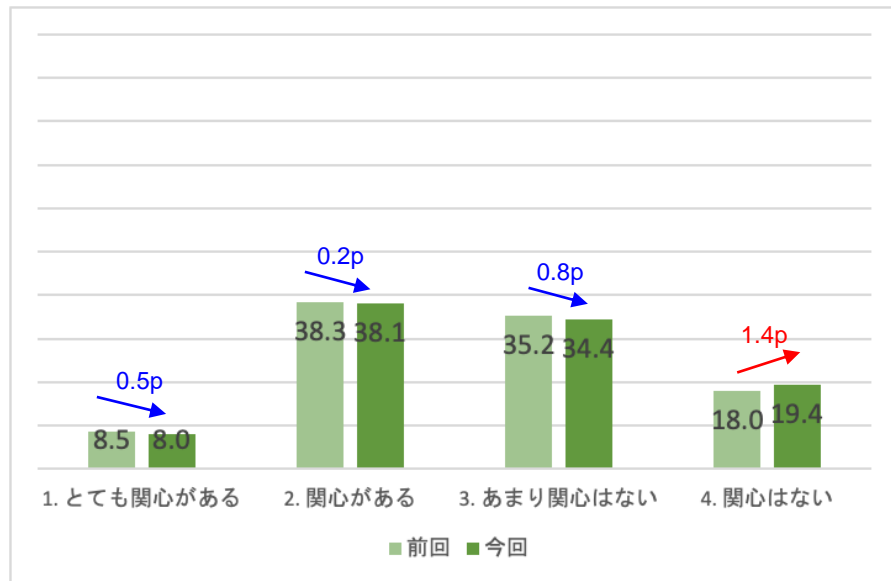
■福島県への移住意向一施策認知度別、年代別（「未来ワークふくしま」というキャンペーン名）



前回調査と比較して、復興への関心は減少傾向にあるが、福島県への移住意向は上昇傾向にある

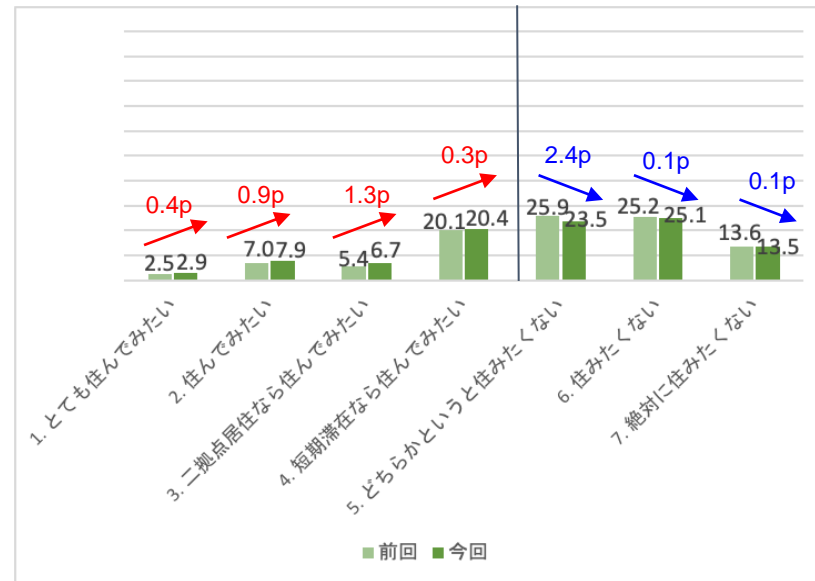
『あなたは福島県の被災からの復興（災害前の状態に戻すのではなく、地域の持続的発展に向けた新しいチャレンジ等の取り組み）にどの程度関心がありますか。』

■福島県の復興への関心度一前回調査比較



『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)]

■福島県への移住意向一前回調査比較

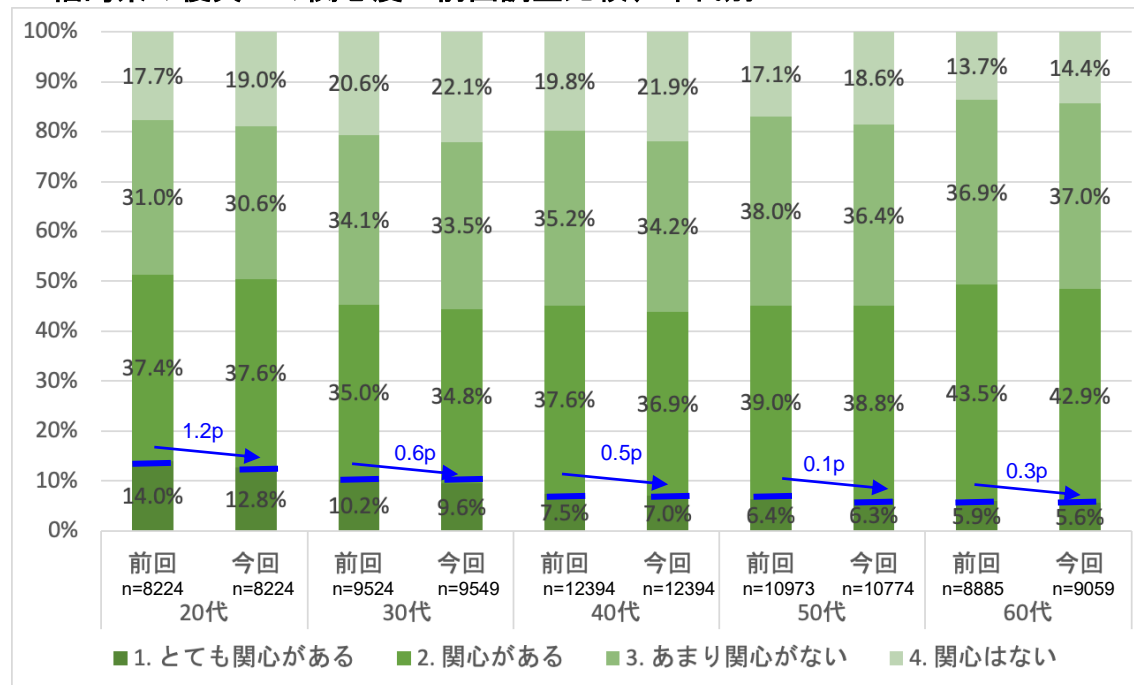


単位：%

福島復興への関心は全体的に減少傾向にあるが、若年層の復興への関心は高く、20代は60代と比較すると2倍以上が「とても関心がある」と回答

『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。』

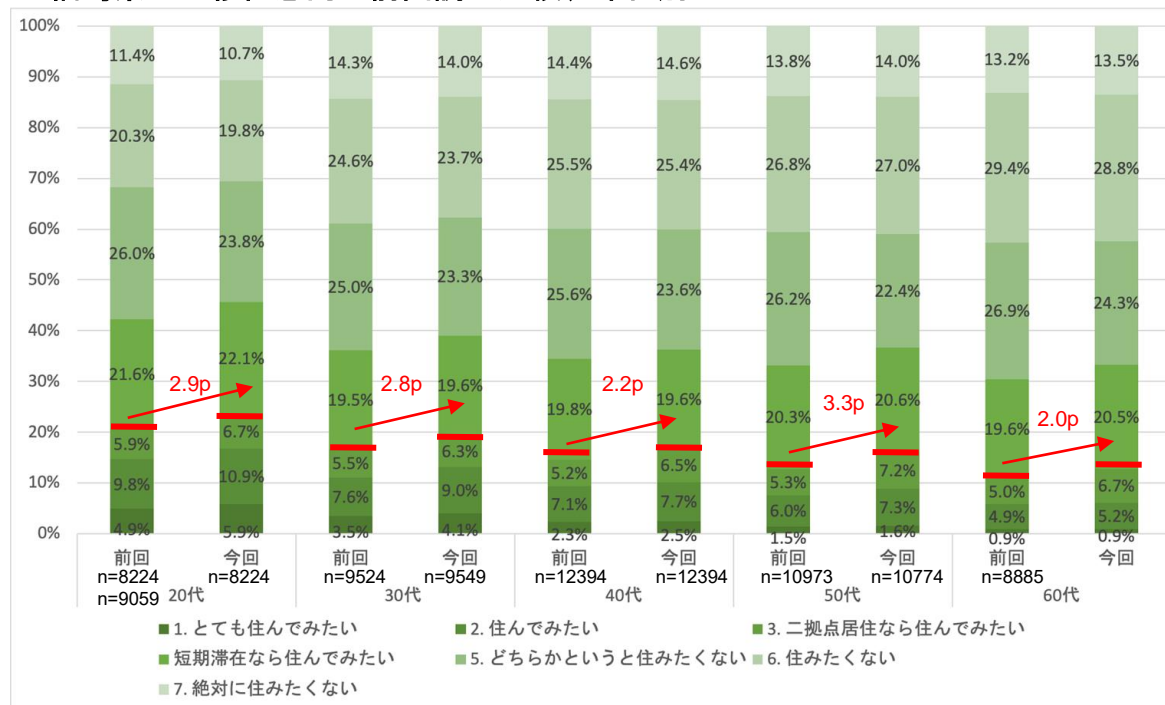
■福島県の復興への関心度一前回調査比較、年代別



前回調査と比較して、福島県への移住意向は全世代で上昇傾向。 前回同様、20代-30代の若年層が他世代と比較して高い傾向

『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)]」

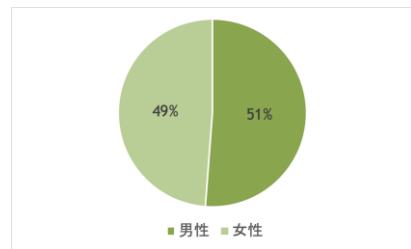
■福島県への移住意向一前回調査比較、年代別



(1) 調査対象者の基本属性—①スクリーニング調査／②本調査	p.15
(2) 移住意向—①全体、前回調査比較／②福島移住関心層	p.17
(3) 移住意向理由—①移住関心層、前回調査比較／②福島移住関心層	p.19
(4) 福島県への移住意向—全体、前回調査比較	p.21
(5) 福島県への移住に関する情報の浸透状況—①全体／②福島移住関心層	p.23
(6) 福島県の浜通りエリアとの関係性—全体、前回調査比較	p.24
(7) 利用頻度の高いメディア—①全体／②福島移住関心層	p.25
(8) 各広告・キャンペーンの認知経路—①全体／②福島移住関心層	p.27
(9) 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向 —①福島移住関心層／②福島移住関心層、年代別	p.29
(10) 移住のタイミング—福島移住関心層	p.31
(11) 移住に関する意志決定の仕方—福島移住関心層	p.32
(12) 移住における「仕事」「生活環境」のバランス—福島移住関心層	p.33
(13) 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	p.34
(14) 移住を検討する上で必要だと思う行動—福島移住関心層	p.35
(15) 移住を検討する上で参加したいもの—福島移住関心層	p.36
(16) 移住を検討する上で参考にしたいもの—福島移住関心層	p.37
(17) 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	p.38
(18) 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	p.39
(19) 移住後に就きたい仕事—福島移住関心層	p.40
(20) 福島県の復興についての関心—福島移住関心層	p.41
(21) 浜通りエリアの復興についての思い—福島移住関心層	p.42
(22) 浜通りエリアの現状についての理解—福島移住関心層	p.43
(23) 福島県の浜通りエリアとの関係性—福島移住関心層	p.44
(24) 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	p.45
(25) 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	p.46

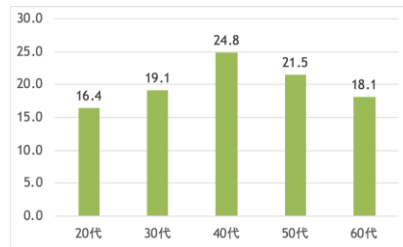
(1) 調査対象者の基本属性①スクリーニング調査

●男女構成比



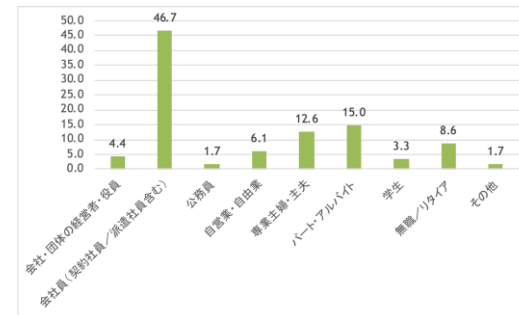
単位：%

●年代構成比



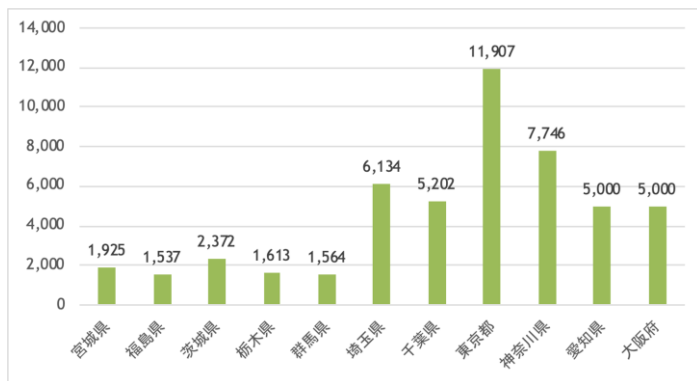
単位：%

●職業別分布

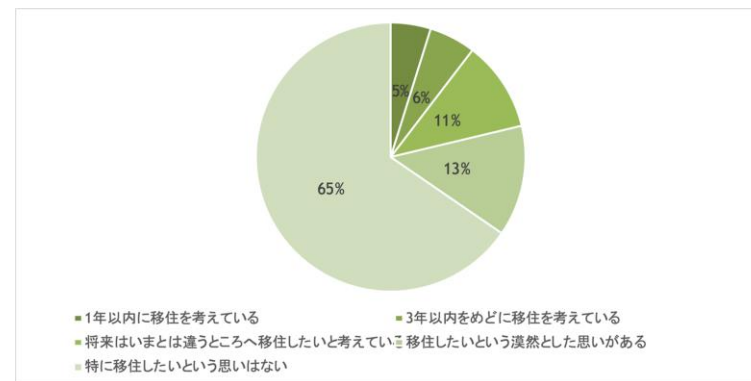


単位：%

●対象都道府県別分布



●基本的な移住意向

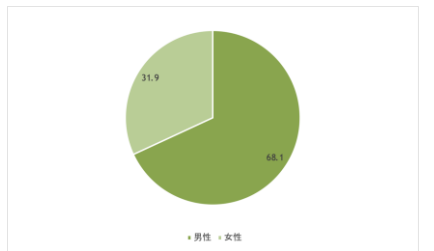


単位：%

DATA : スクリーニング調査 (N=50,000)

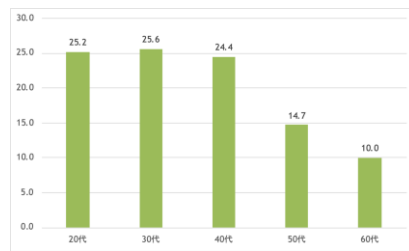
(1) 調査対象者の基本属性②本調査

●男女構成比



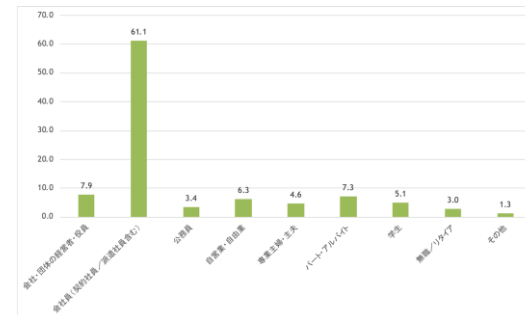
単位：%

●年代構成比



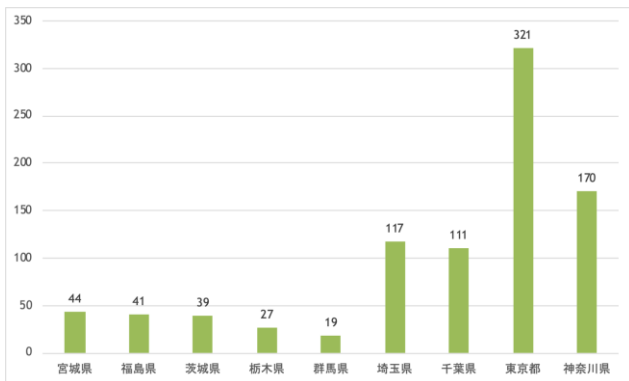
単位：%

●職業別分布

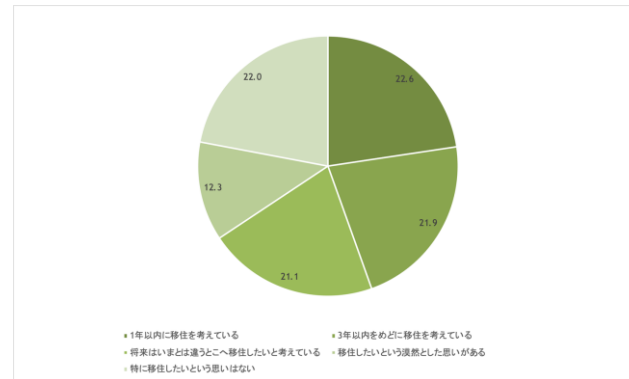


単位：%

●対象都道府県別分布



●基本的な移住意向

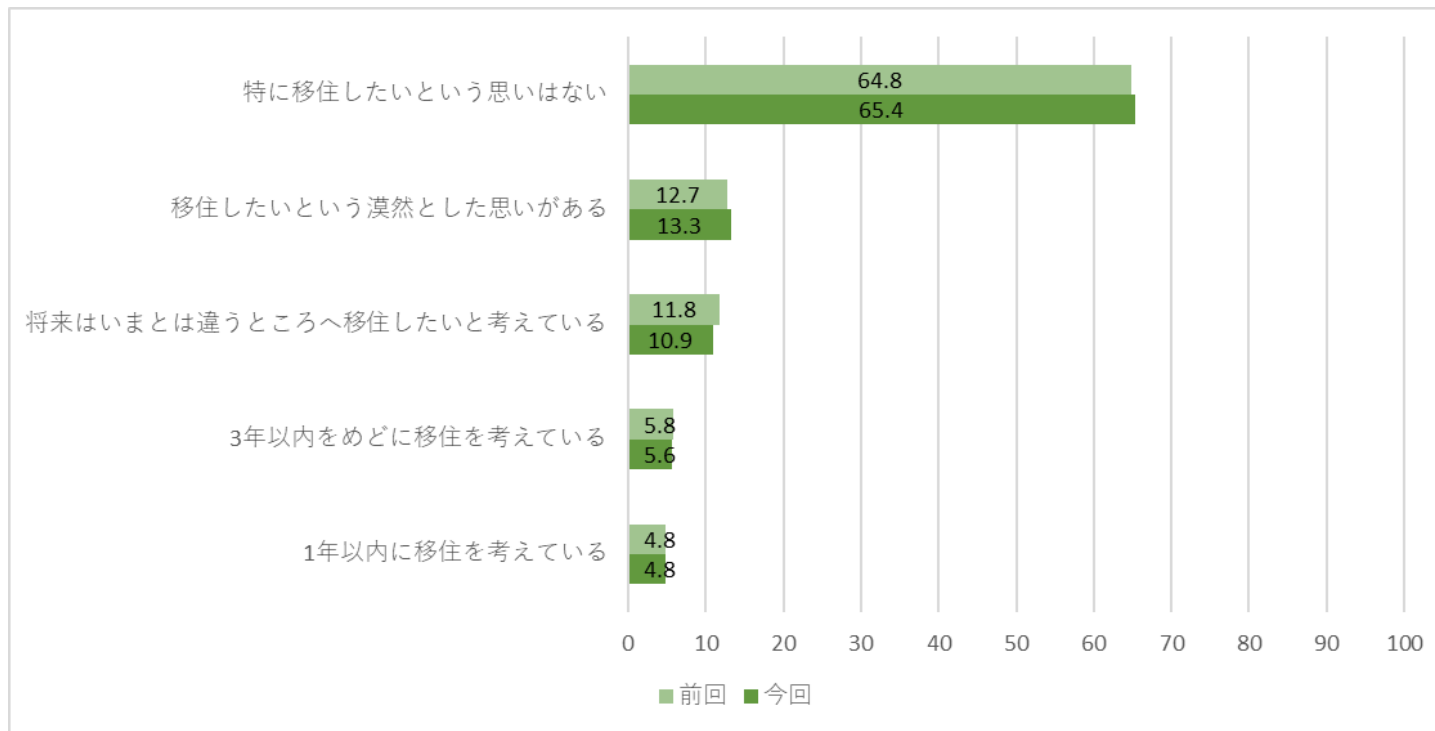


単位：%

DATA：本調査 (N=889)

(2) 移住意向①全体、前回調査比較

『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）』

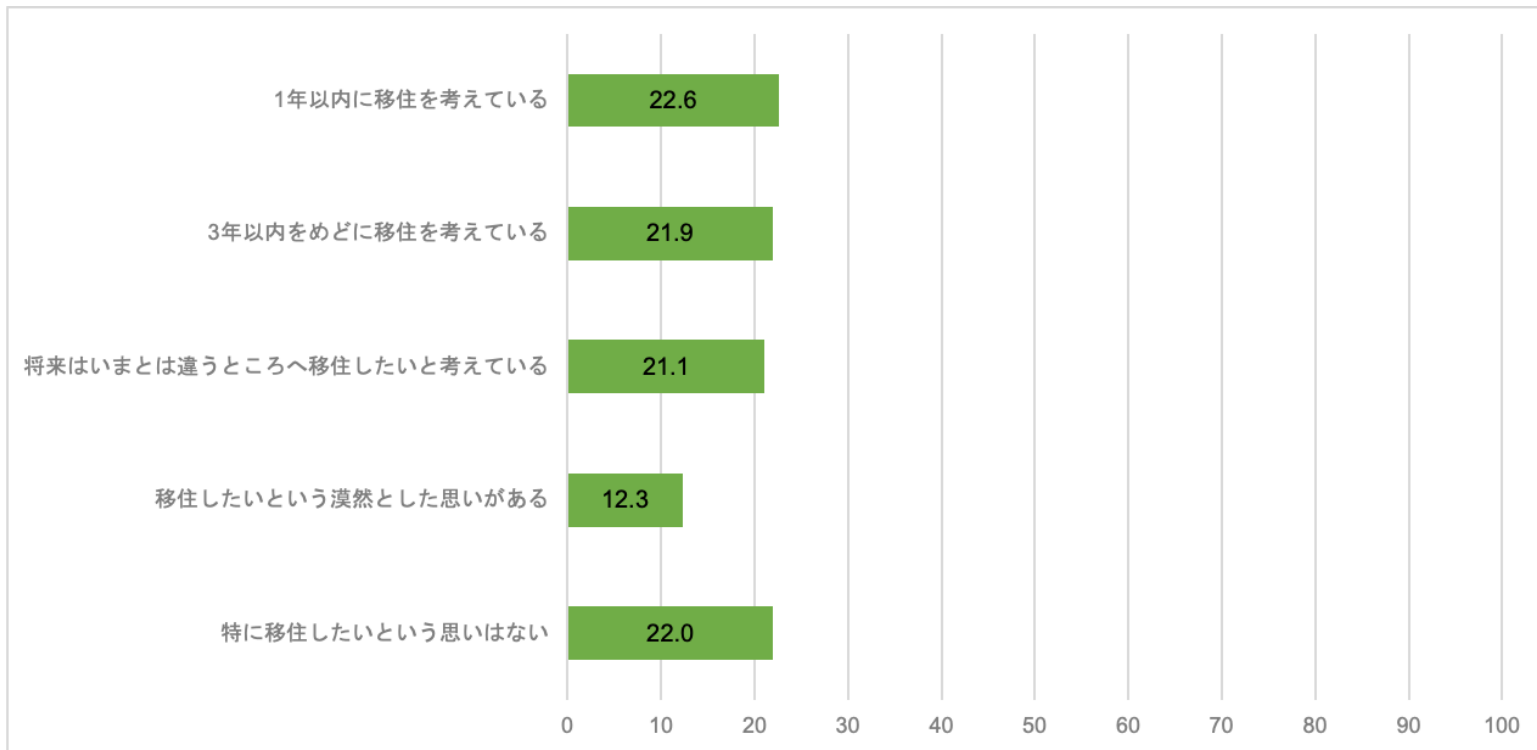


単位：%

DATA : スクリーニング調査 (N=50,000)

(2) 移住意向①②福島移住関心層

『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)』

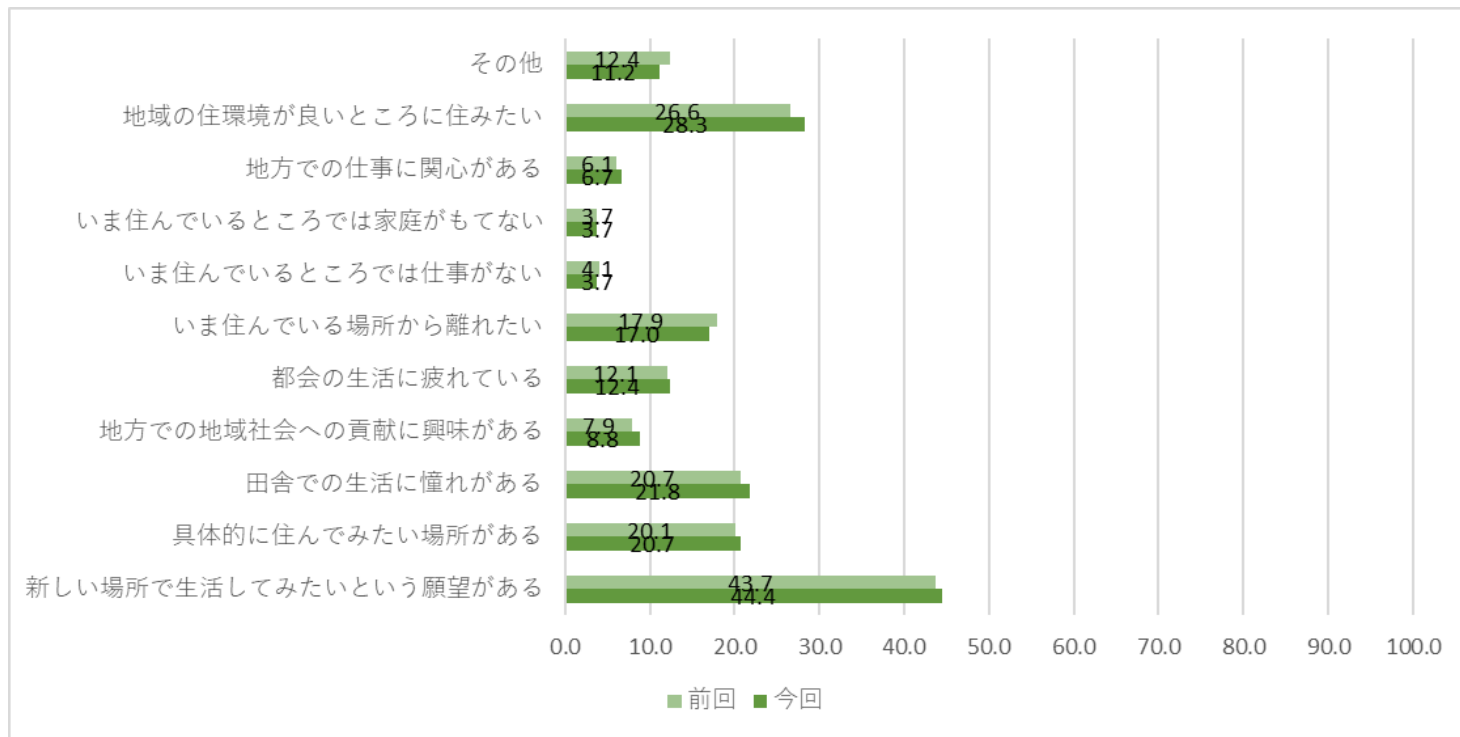


単位：%

DATA：本調査 (N=889)

(3) 移住意向理由①移住関心層、前回調査比較

『国内での移住について、興味がある理由としてあてはまるものを全てお選びください。（複数選択可）』

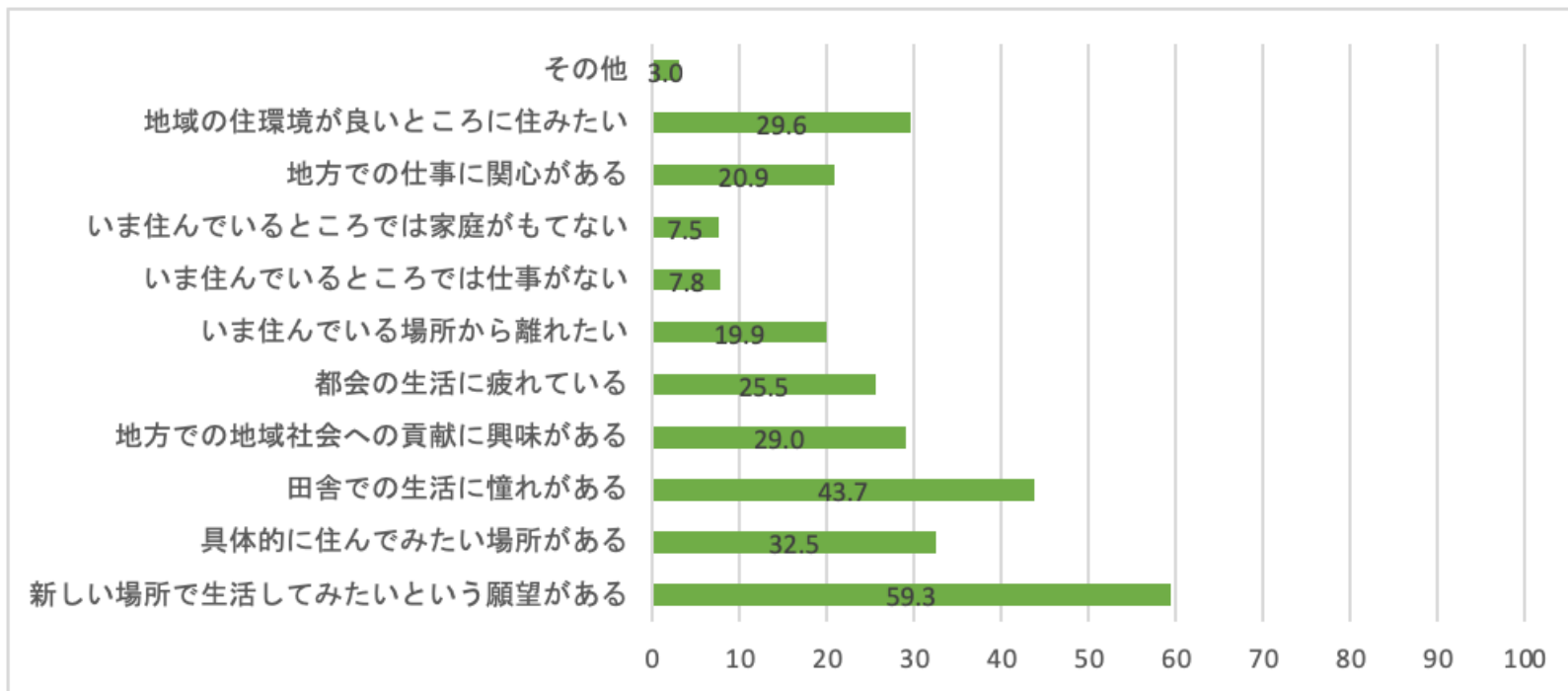


単位：%

DATA：スクリーニング調査（N=今回：17,292、前回：17,589）

(3) 移住意向理由②福島移住関心層

『国内での移住について、興味がある理由としてあてはまるものを全てお選びください。（複数選択可）』

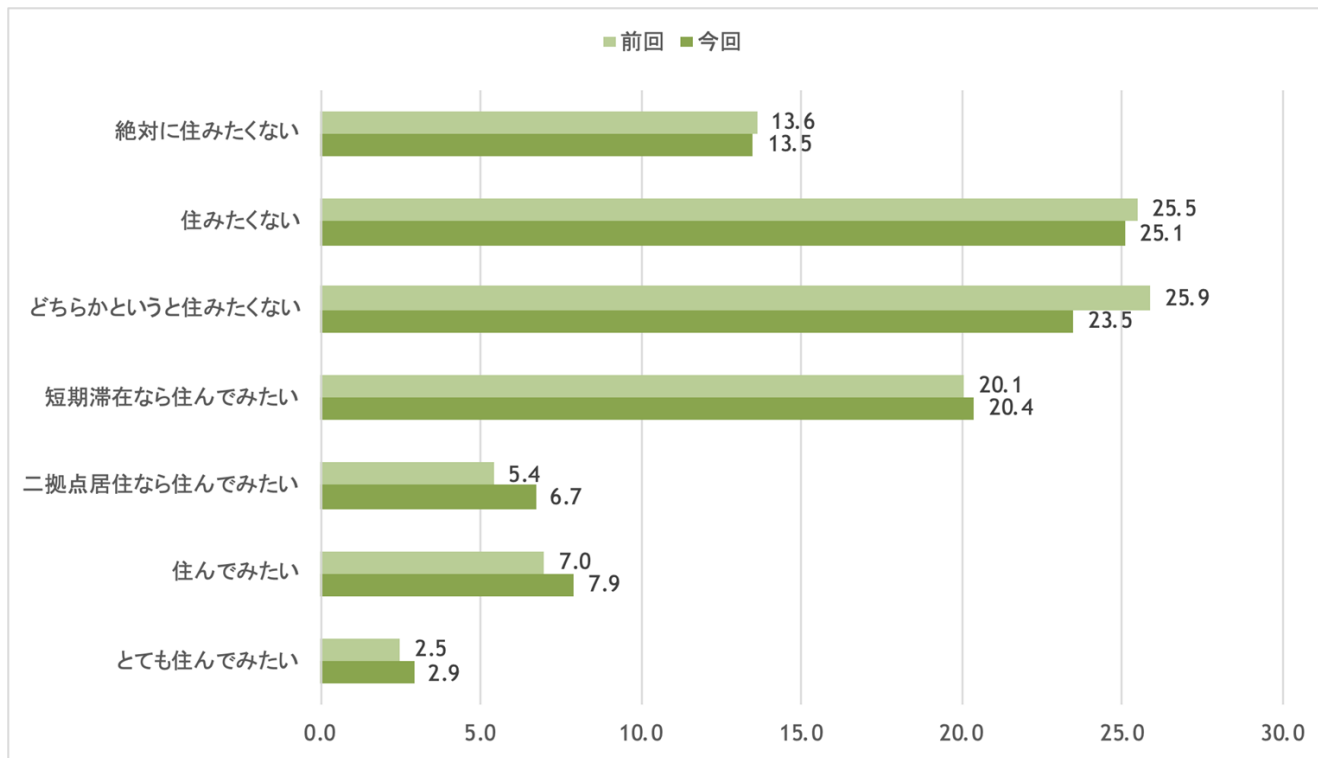


単位：%

DATA：本調査（N=889）

(4) 福島県への移住意向—全体、前回調査比較

『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)]」』

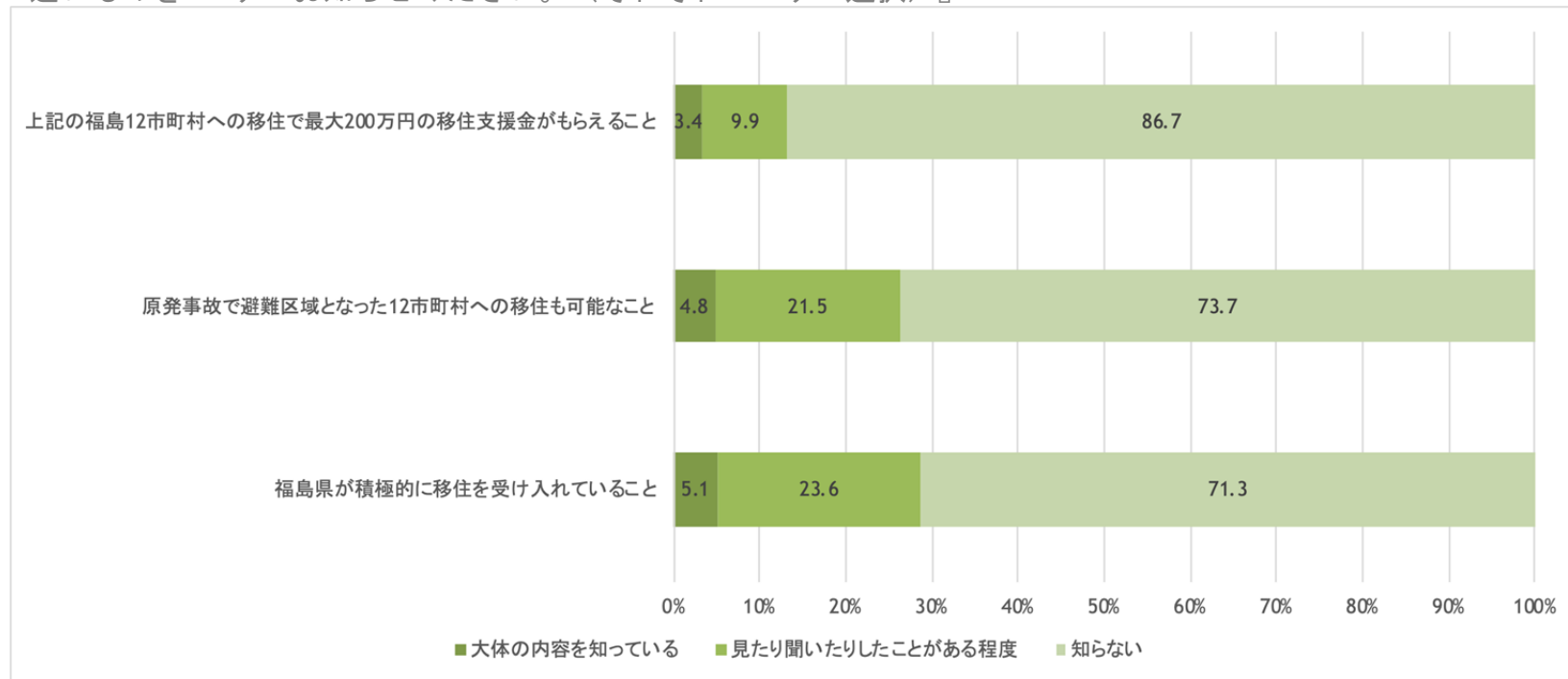


単位：%

DATA：スクリーニング調査 (N=50,000)

(5) 福島県への移住に関する情報の浸透状況①全体

『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）』

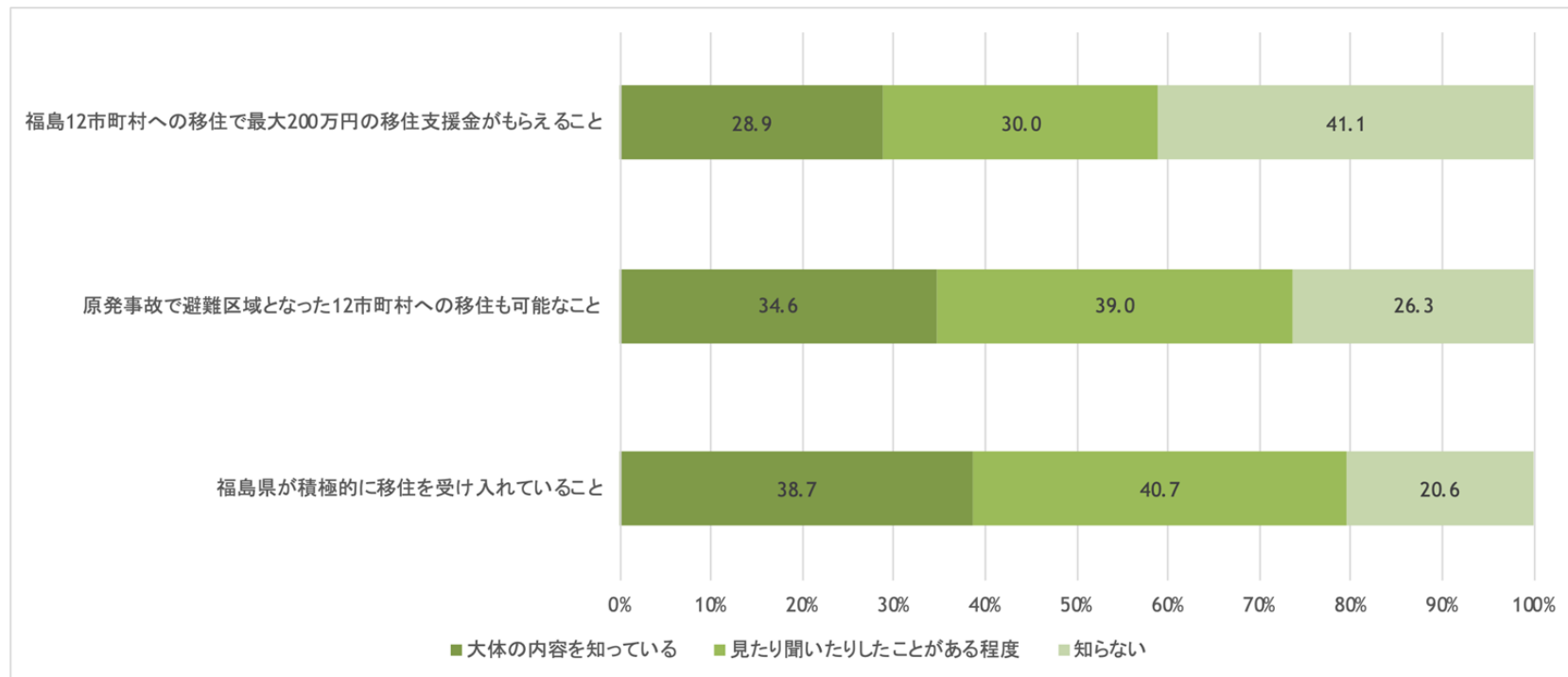


単位：%

DATA：スクリーニング調査（N=50,000）

(5) 福島県への移住に関する情報の浸透状況②福島移住関心層

『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）』

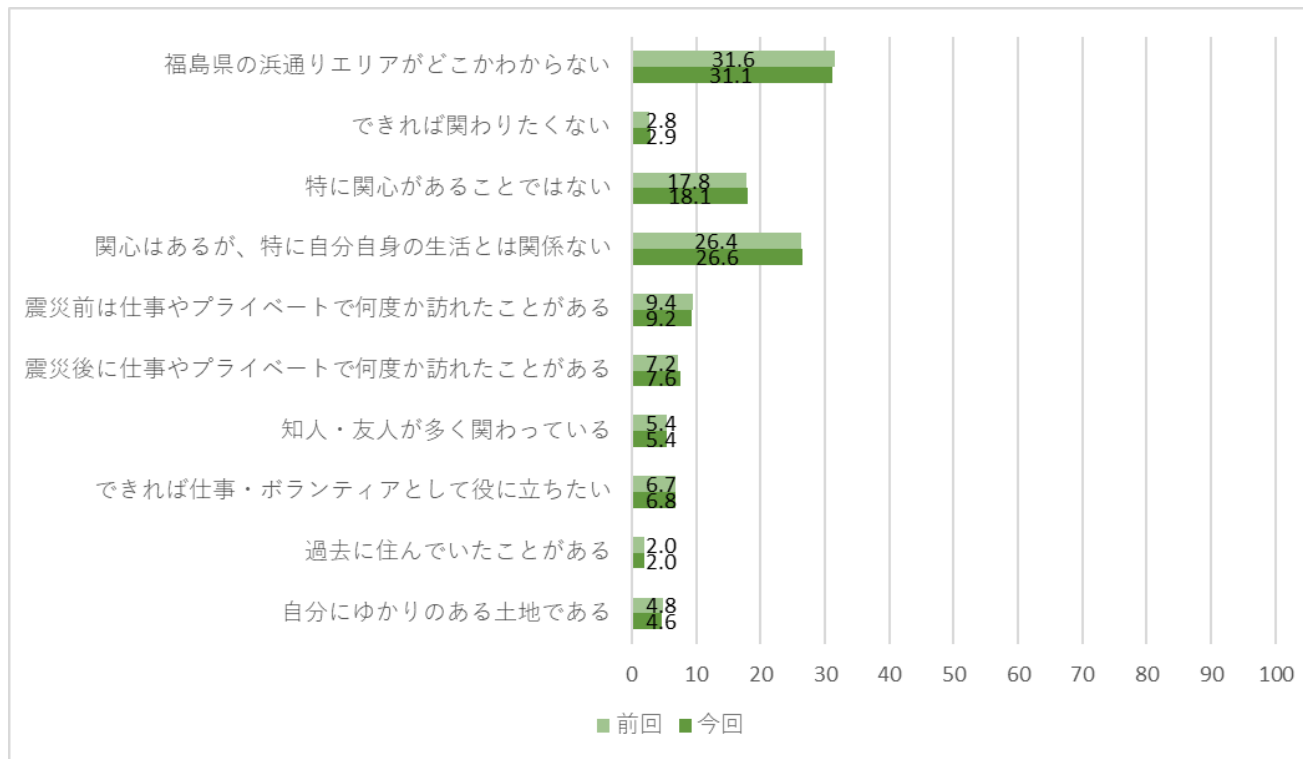


単位：%

DATA：本調査（N=889）

(6) 福島県の浜通りエリアとの関係性—全体、前回調査比較

『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選びください。（複数選択可）』

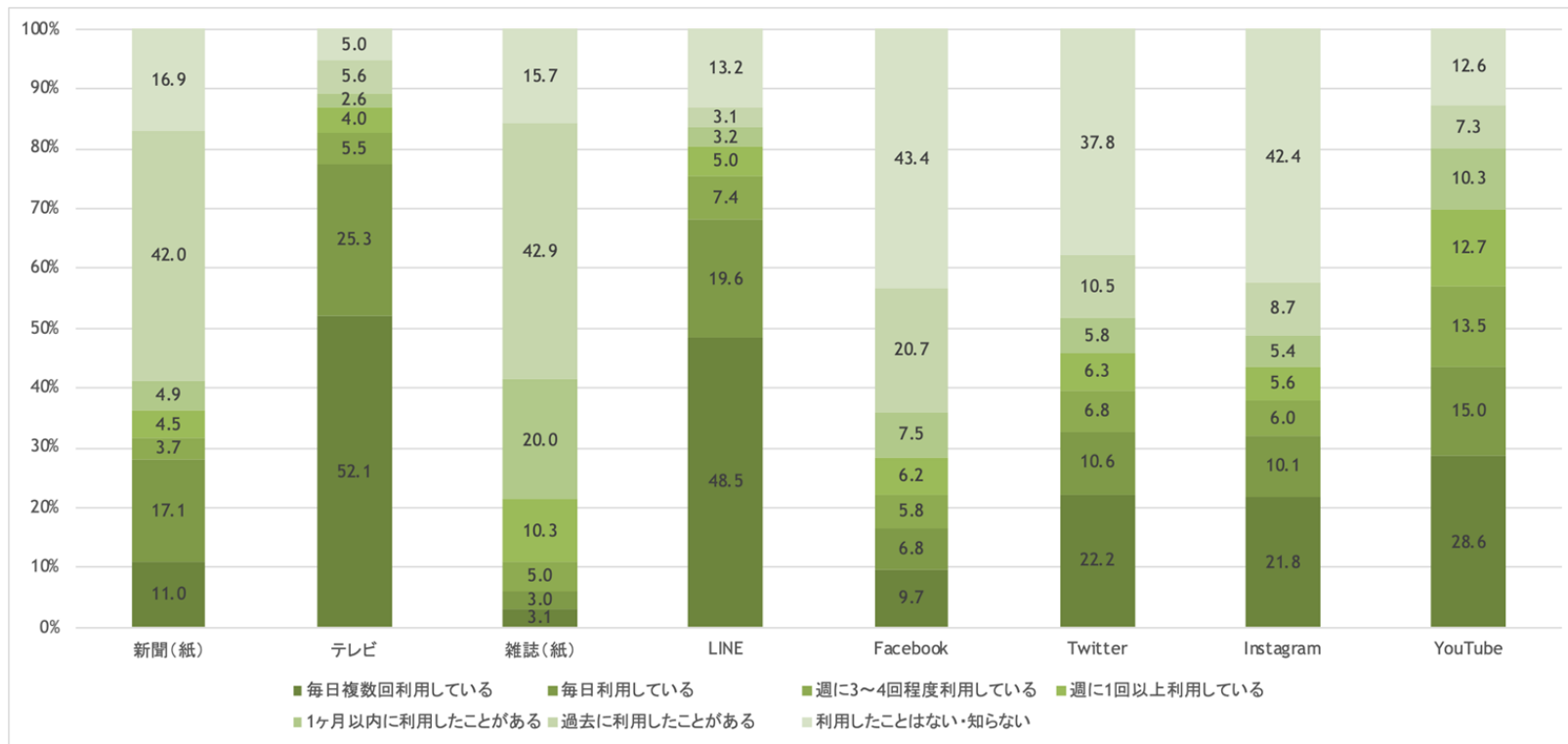


単位：%

DATA：スクリーニング調査（N=50,000）

(7) 利用頻度の高いメディア①全体

『下記のメディア、アプリの利用頻度を教えてください。（それぞれ1つずつ選択）』

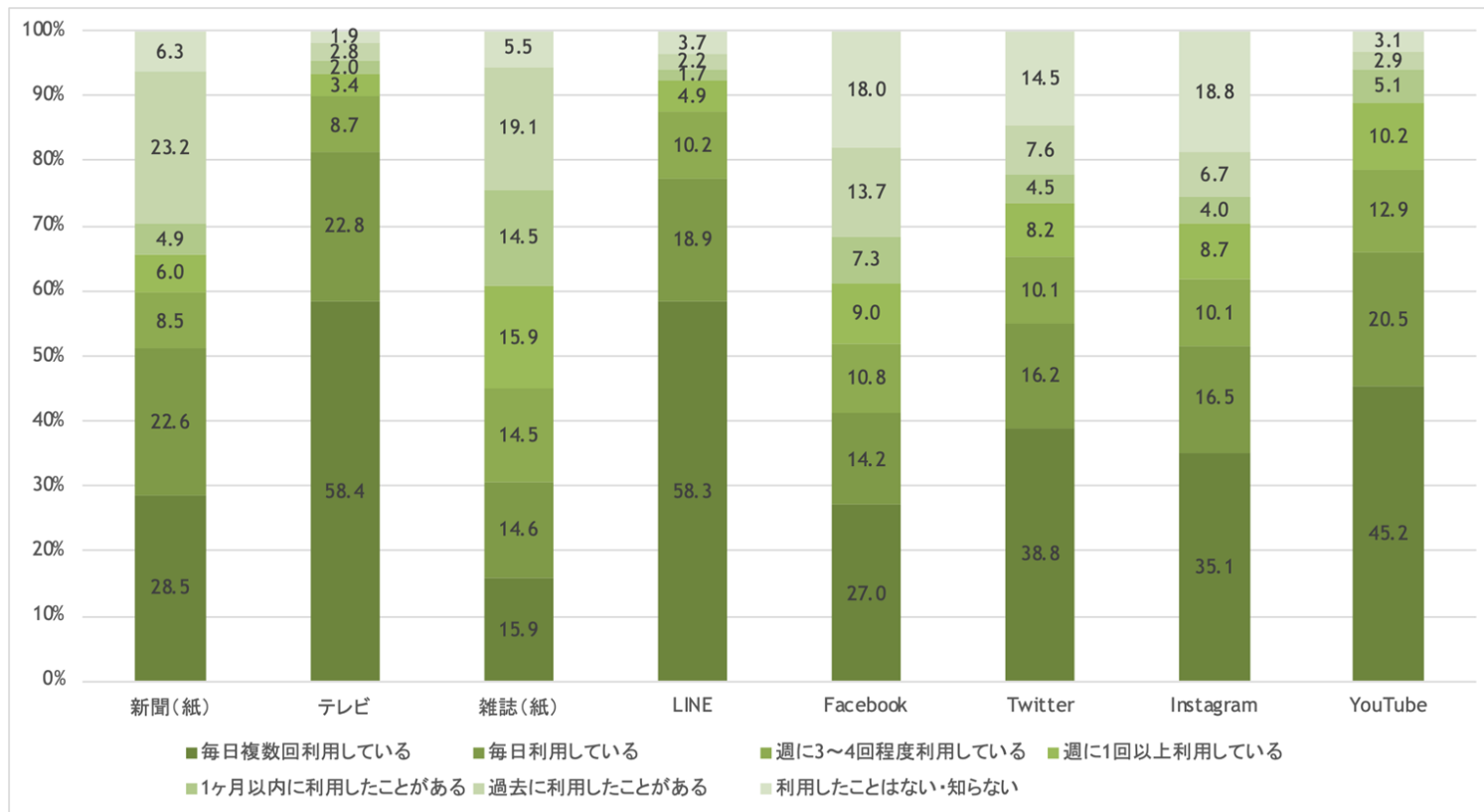


単位：%

DATA : スクリーニング調査 (N=50,000)

(7) 利用頻度の高いメディア②福島移住関心層

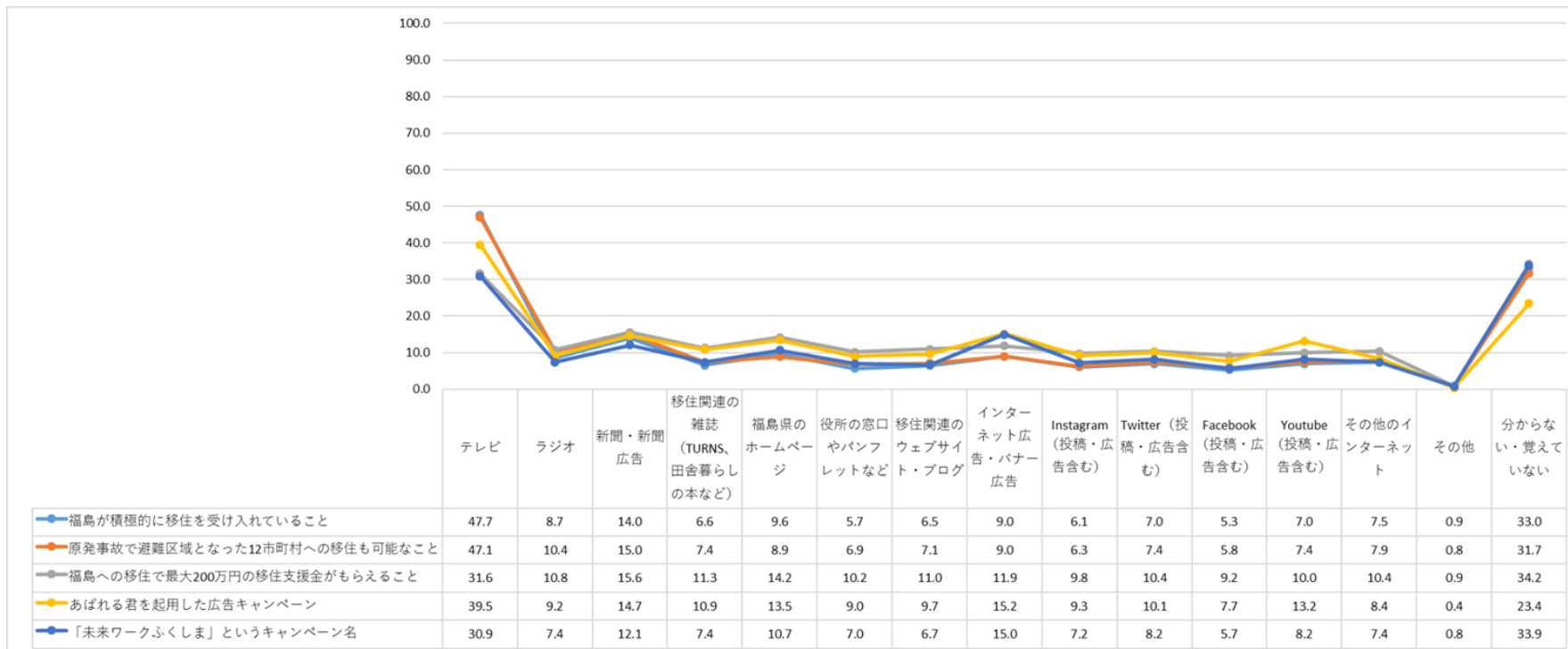
『下記のメディア、アプリの利用頻度を教えてください。(それぞれ1つずつ選択)』



単位：%

(8) 各広告・キャンペーンの認知経路①全体

『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)』

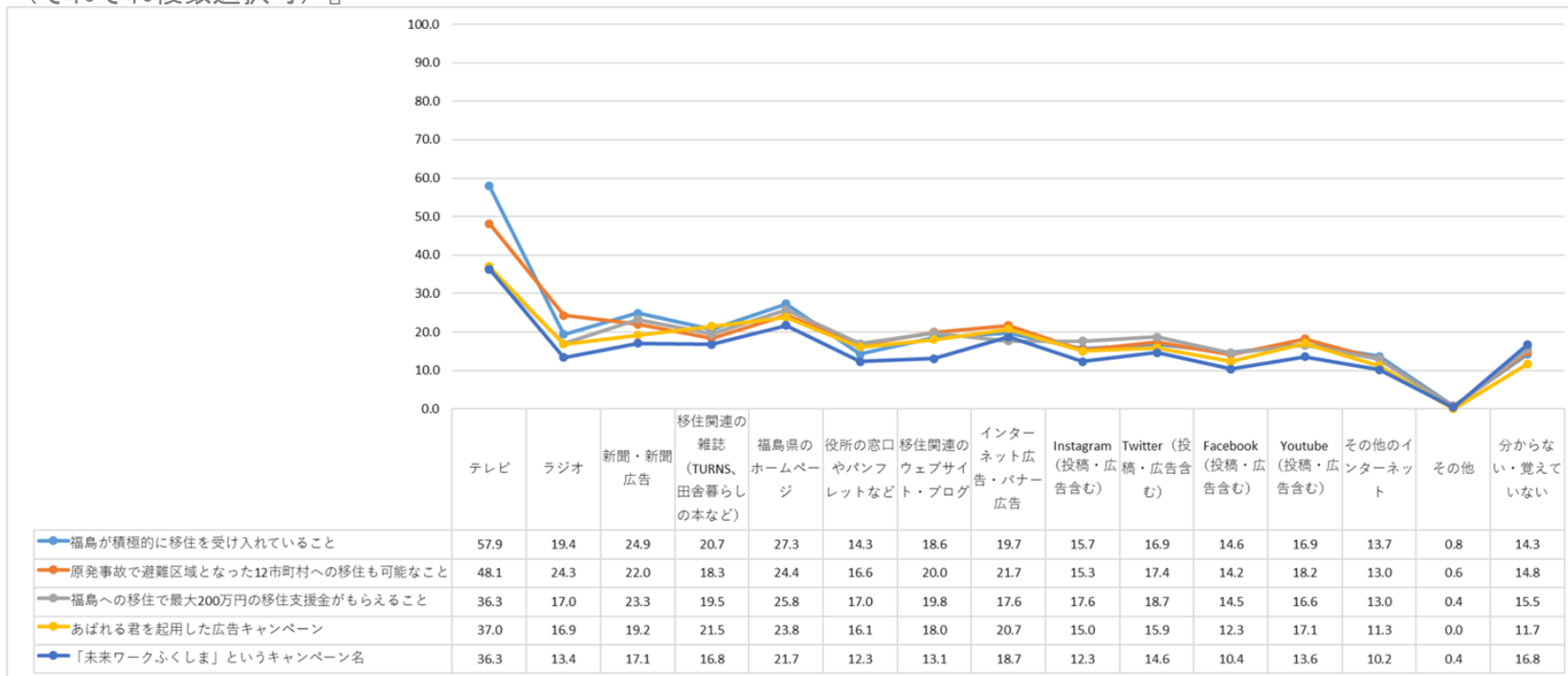


単位：%

DATA：スクリーニング調査 (N=50,000)

(8) 各広告・キャンペーンの認知経路②福島移住関心層

『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)』

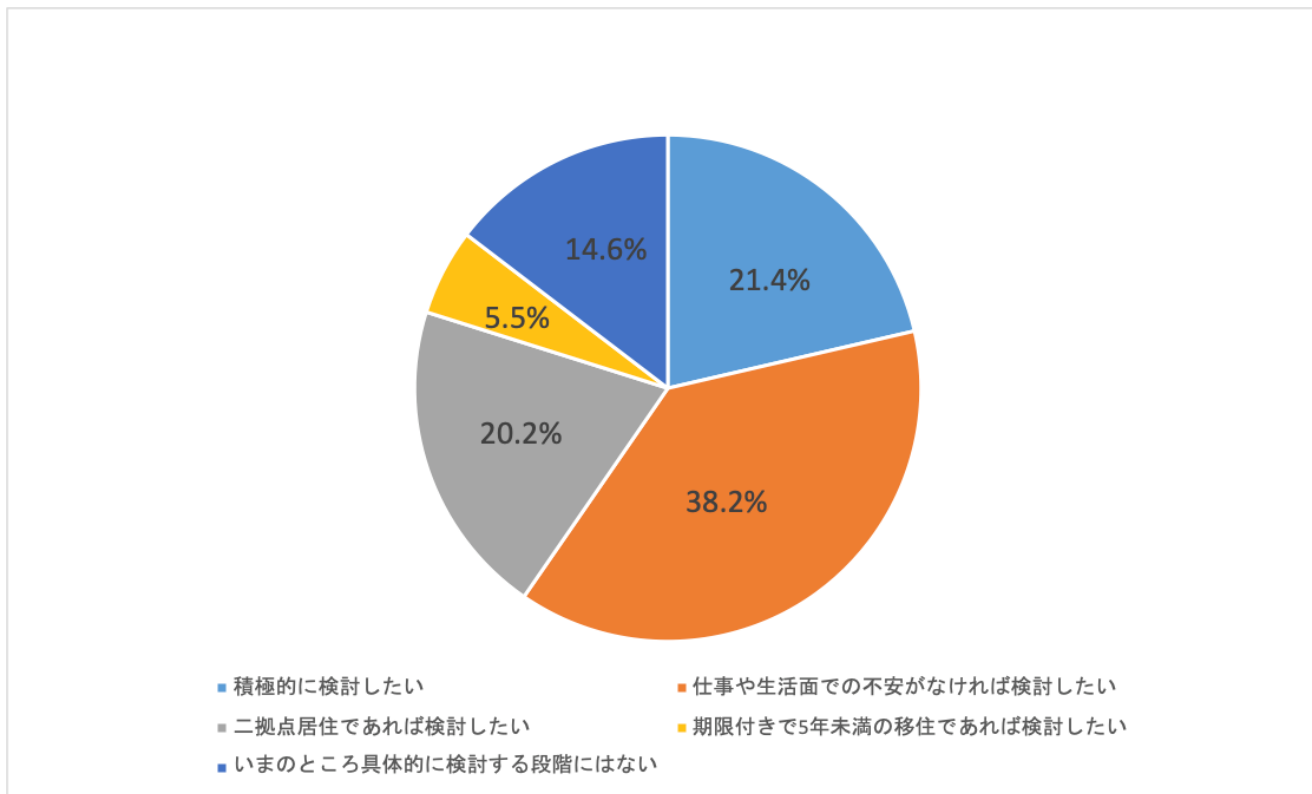


単位：%

DATA：本調査 (N=889)

(9) 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向①福島移住関心層

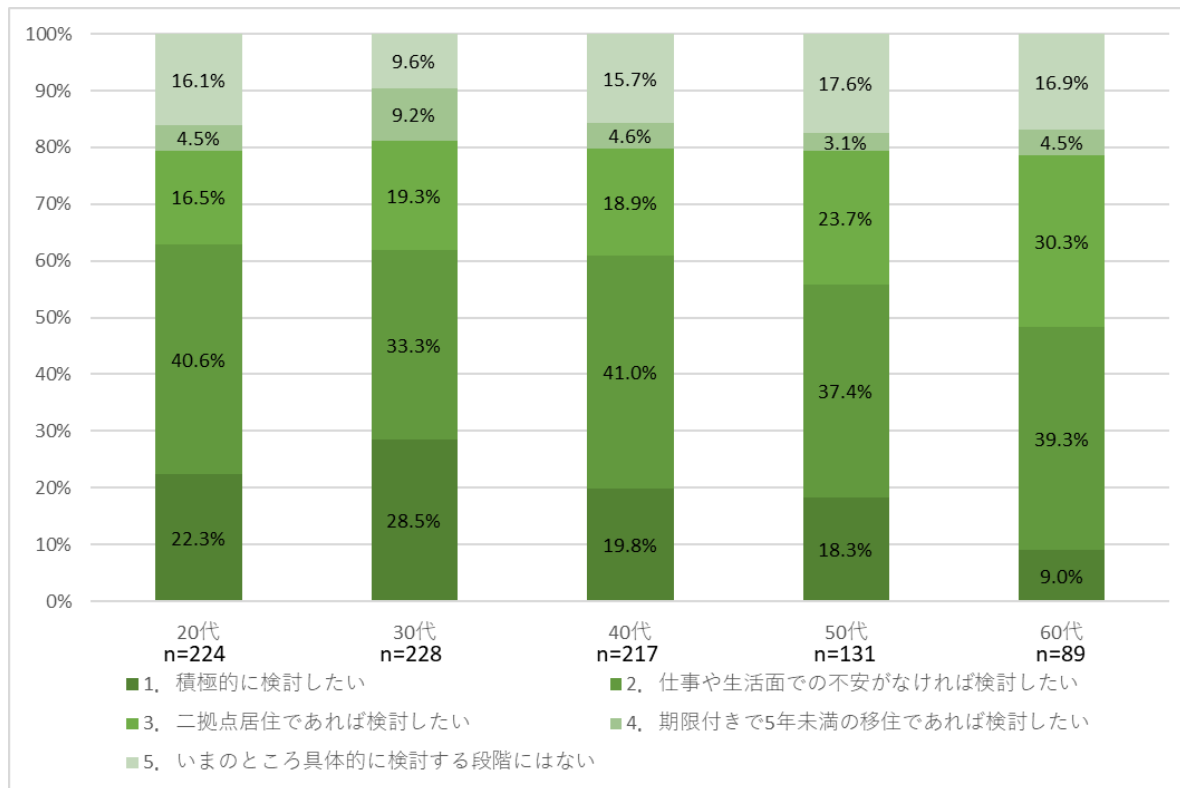
『あなたは、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村への移住を検討しますか。
(1つ選択)』



DATA : 本調査 (N=889)

(9) 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向②福島移住関心層、年代別

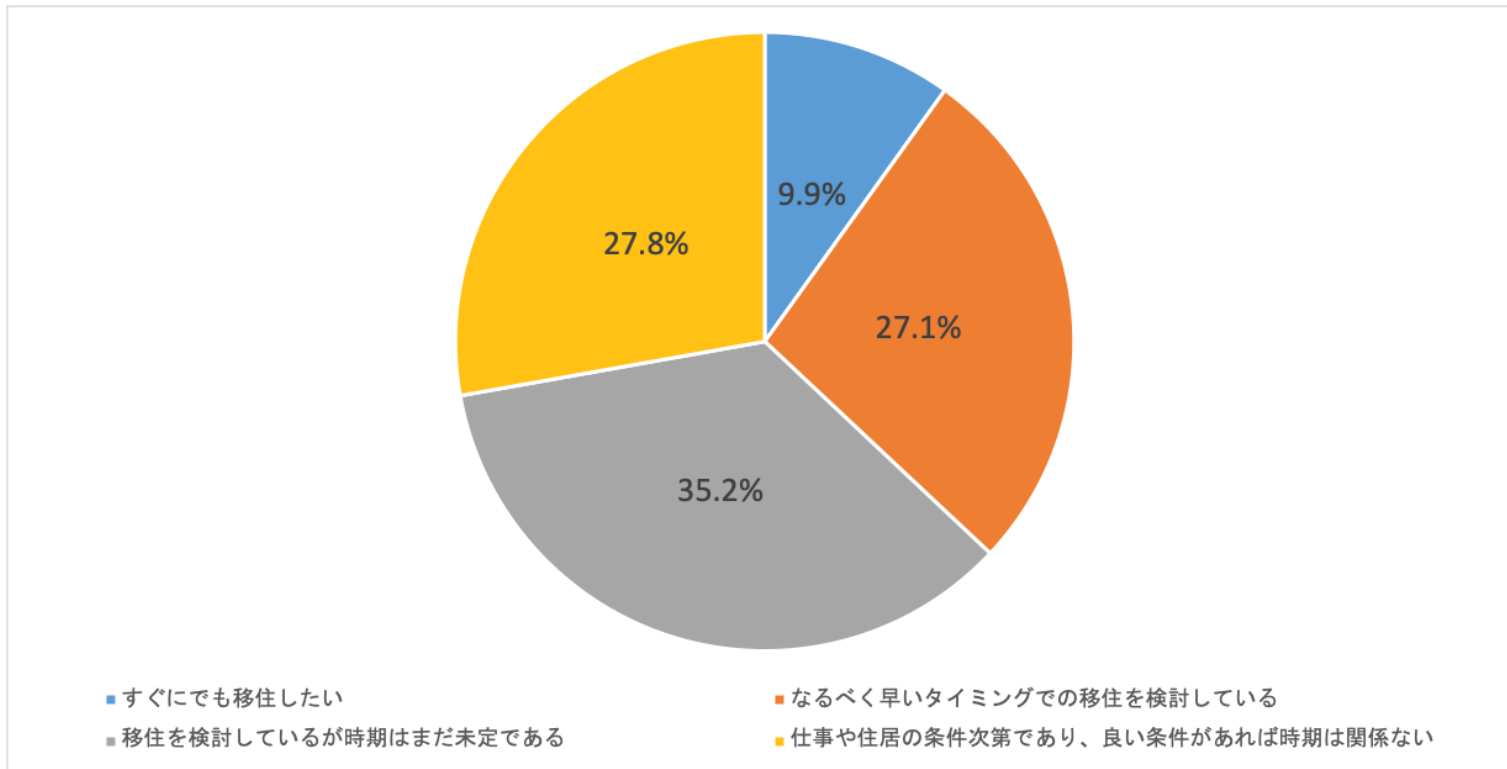
『あなたは、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村への移住を検討しますか。
(1つ選択)』



DATA : 本調査 (N=889)

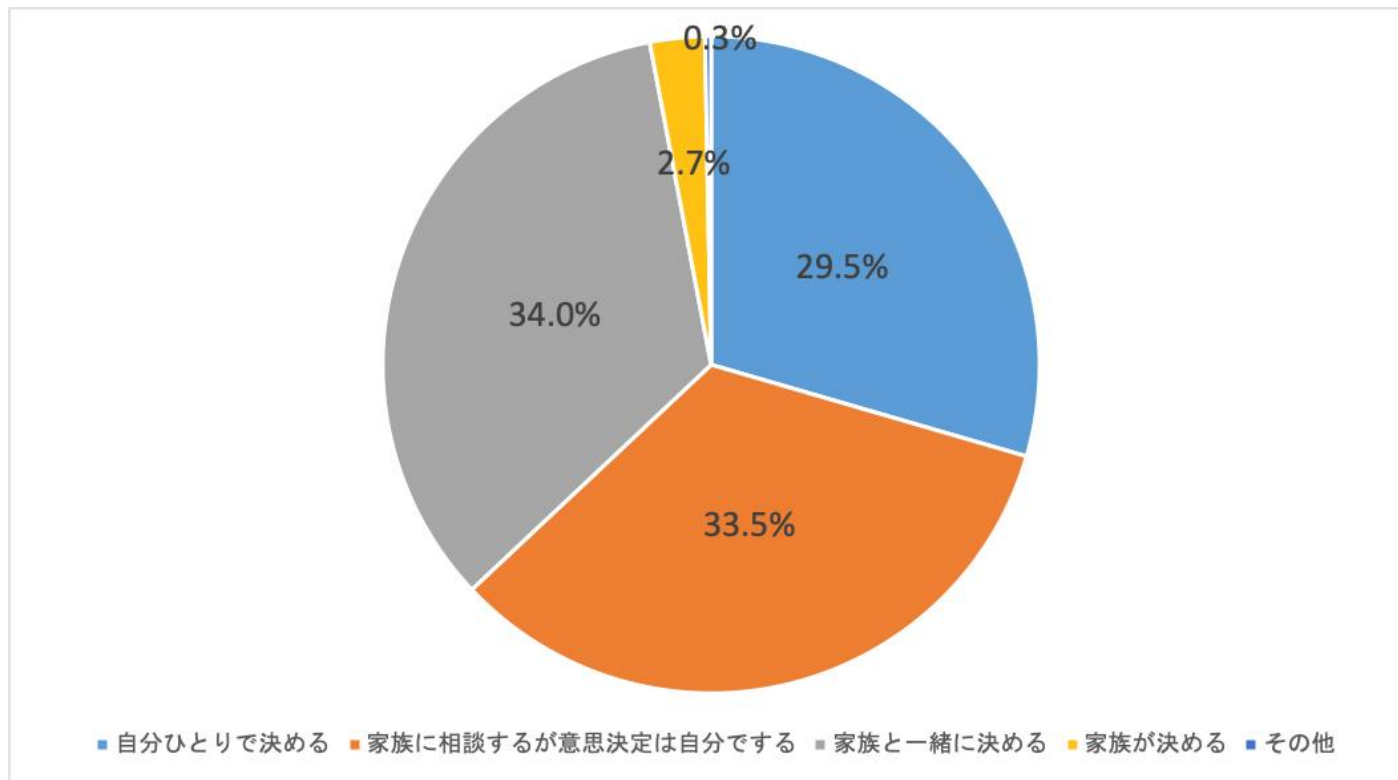
(10) 移住のタイミングー福島移住関心層

『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）』



(11) 移住に関する意志決定の仕方ー福島移住関心層

『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)』

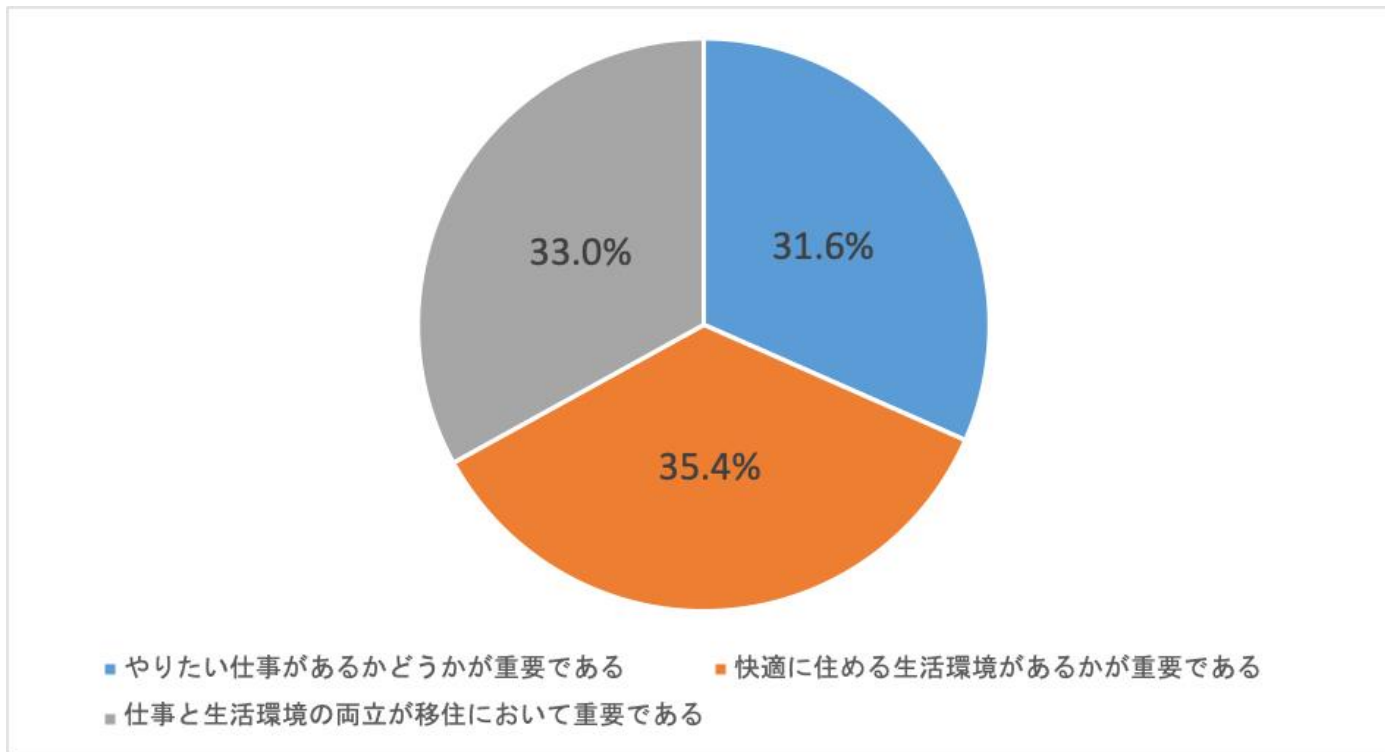


単位: %

DATA: 本調査 (N=889)

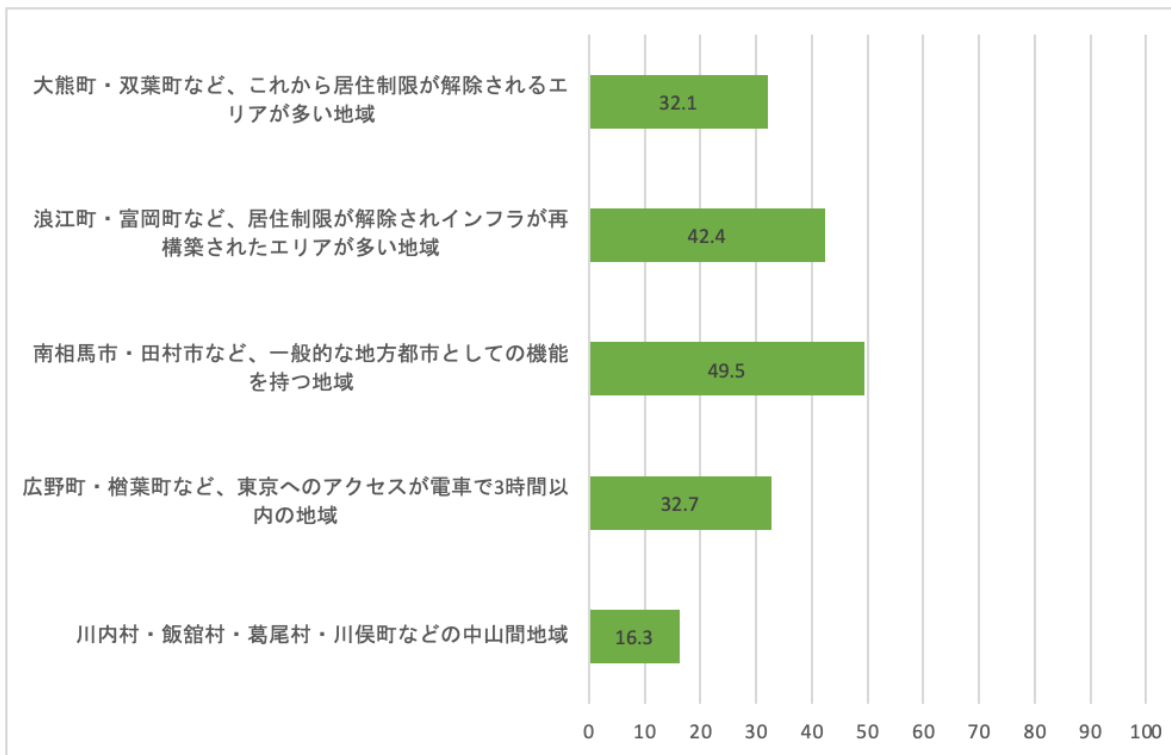
(12) 移住における「仕事」「生活環境」のバランスー福島移住関心層

『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）』



(13) 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ー福島移住関心層

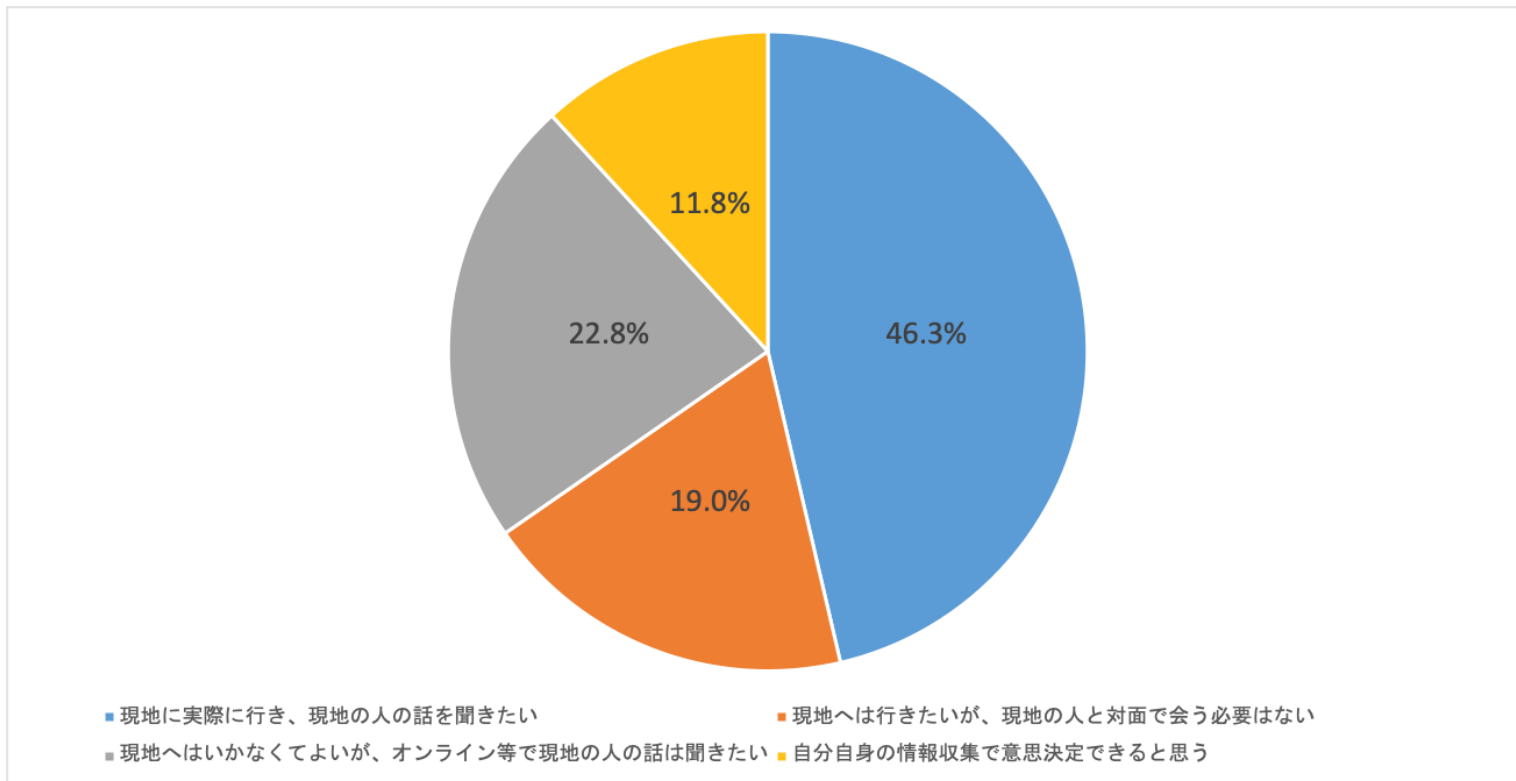
『あなたが、福島県の浜通りエリアを中心とした対象12市町村に移住を決めた場合、移住したいと思うエリアについて、教えてください。（複数選択可）』



単位：%

(14) 移住を検討する上で必要だと思う行動—福島移住関心層

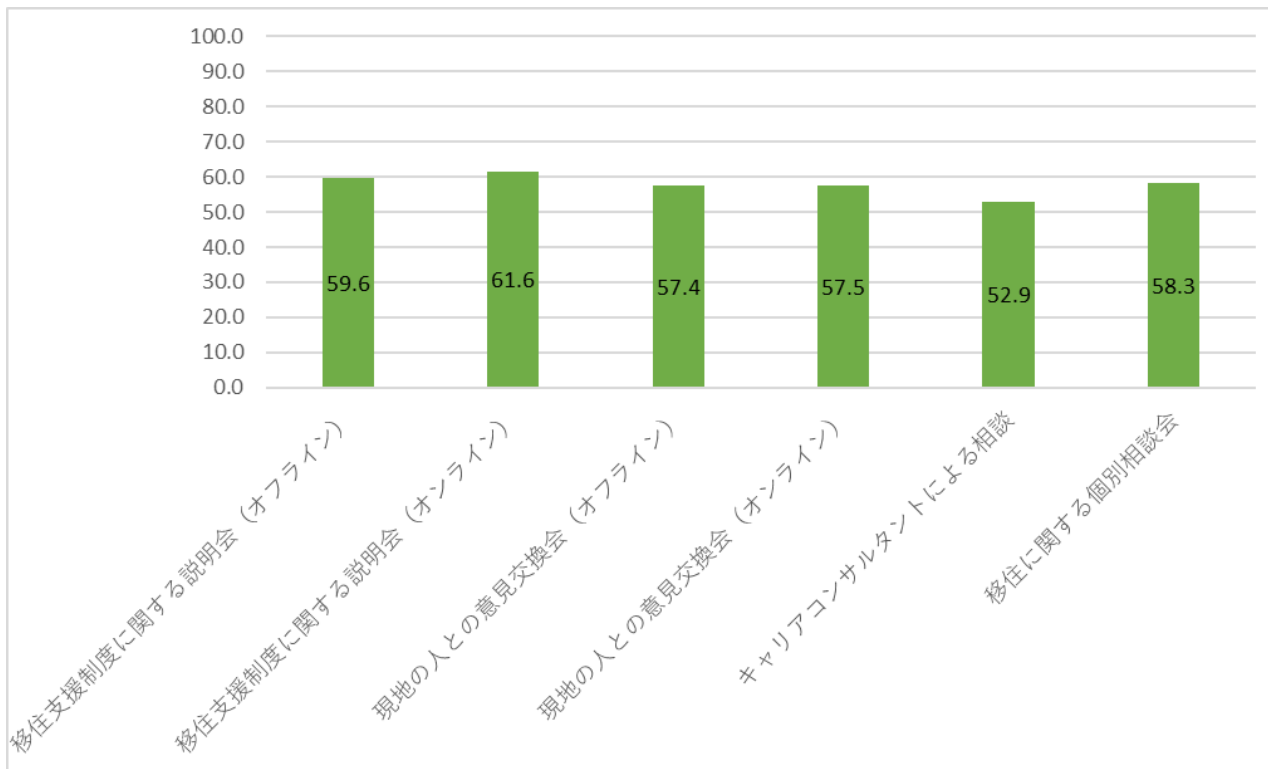
『福島県では、現地ツアーや住民との懇親会などの移住サポートを企画しています。
あなたが、実際に移住を決める前に必要だと思う行動を教えてください。（1つ選択）』



DATA：本調査（N=889）

(15) 移住を検討する上で参加したいもの—福島移住関心層

『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

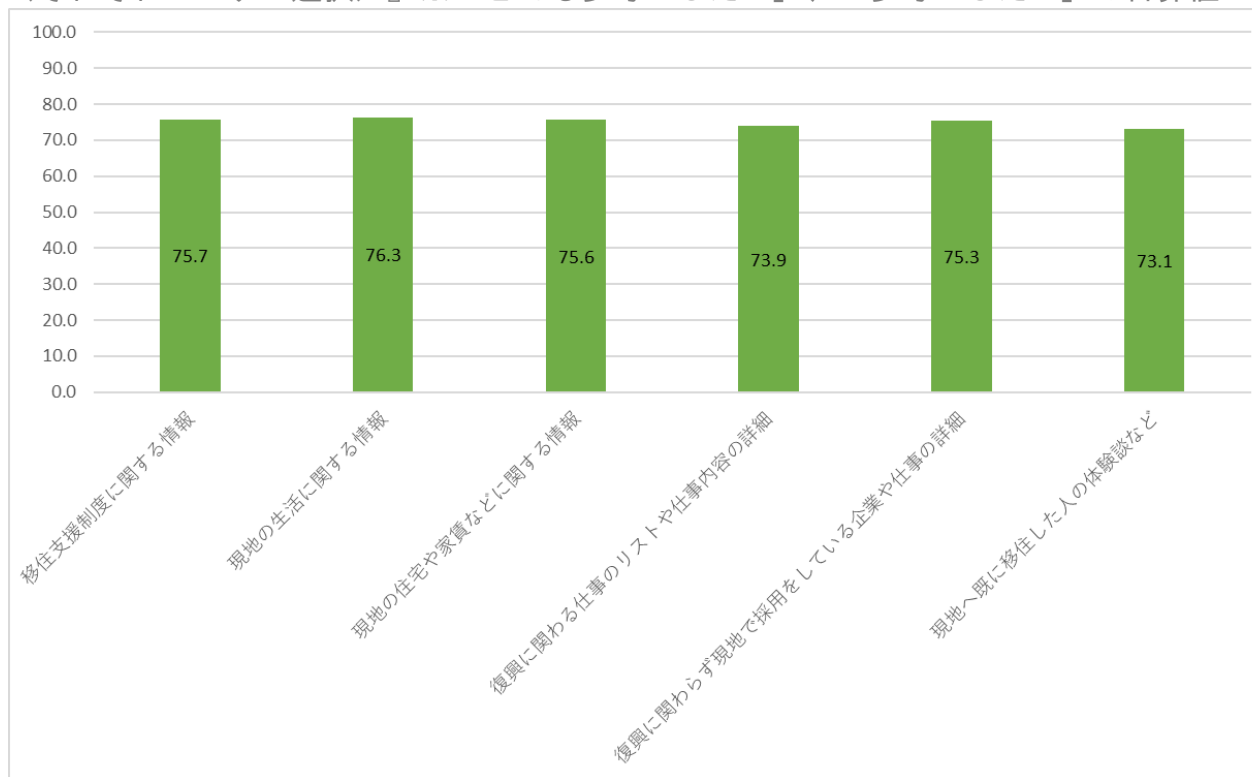


単位：%

DATA：本調査 (N=889)

(16) 移住を検討する上で参考にしたいもの—福島移住関心層

『あなたが、福島への移住の検討を進めるうえで参考に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)』※「とても参考にしたい」、「参考にしたい」の合算値

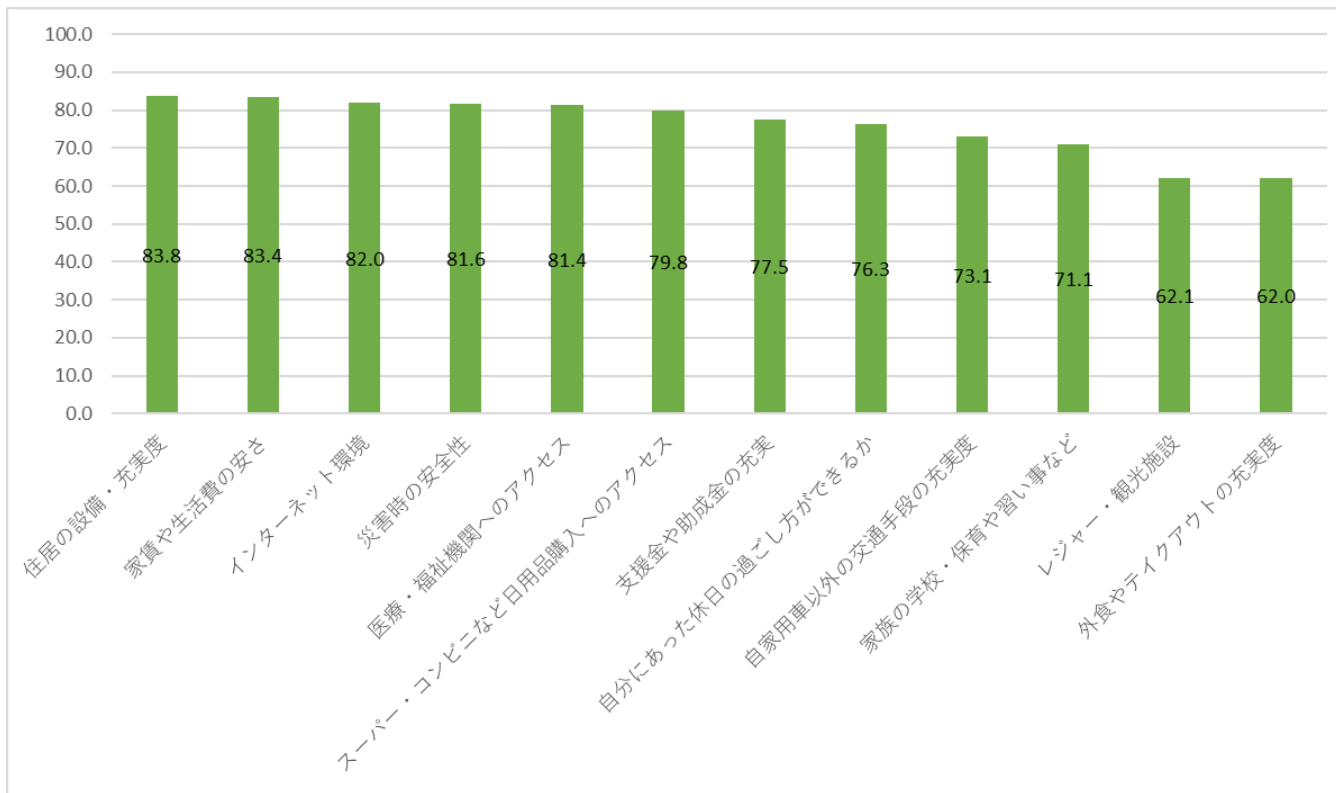


単位：%

DATA：本調査 (N=889)

(17) 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ー福島移住関心層

『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



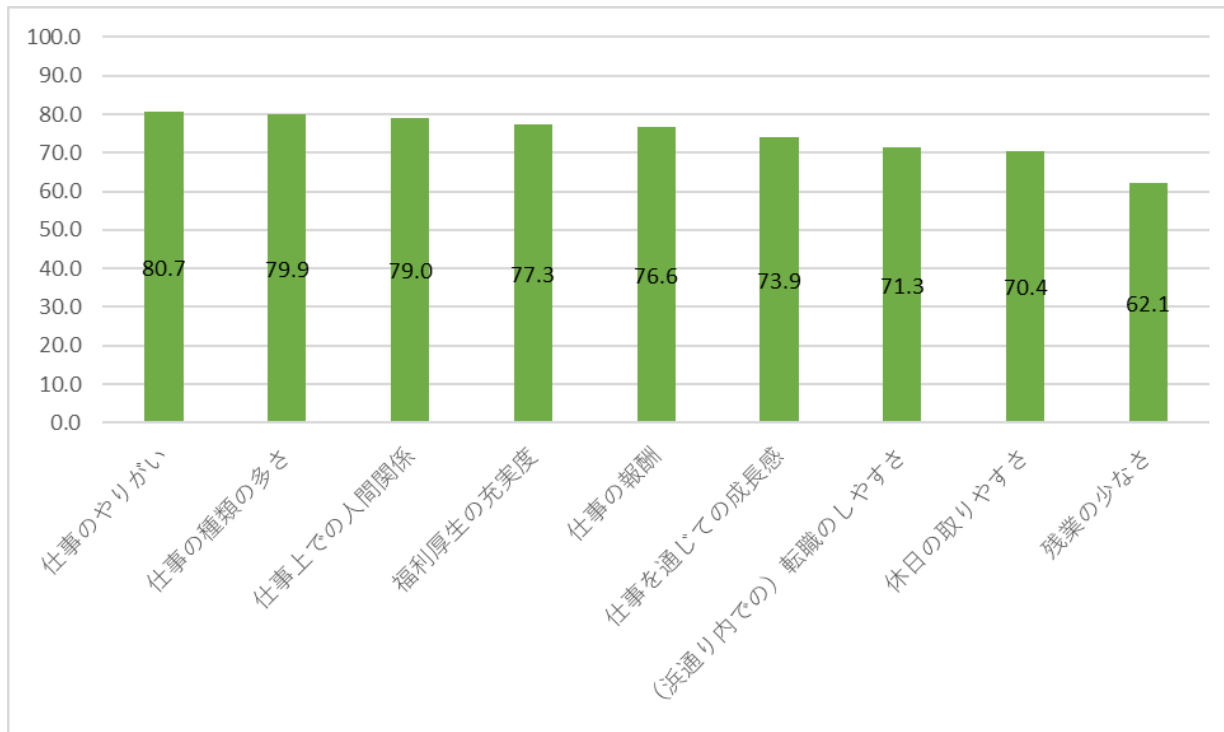
単位：%

DATA：本調査（N=889）

(18) 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ー福島移住関心層

『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

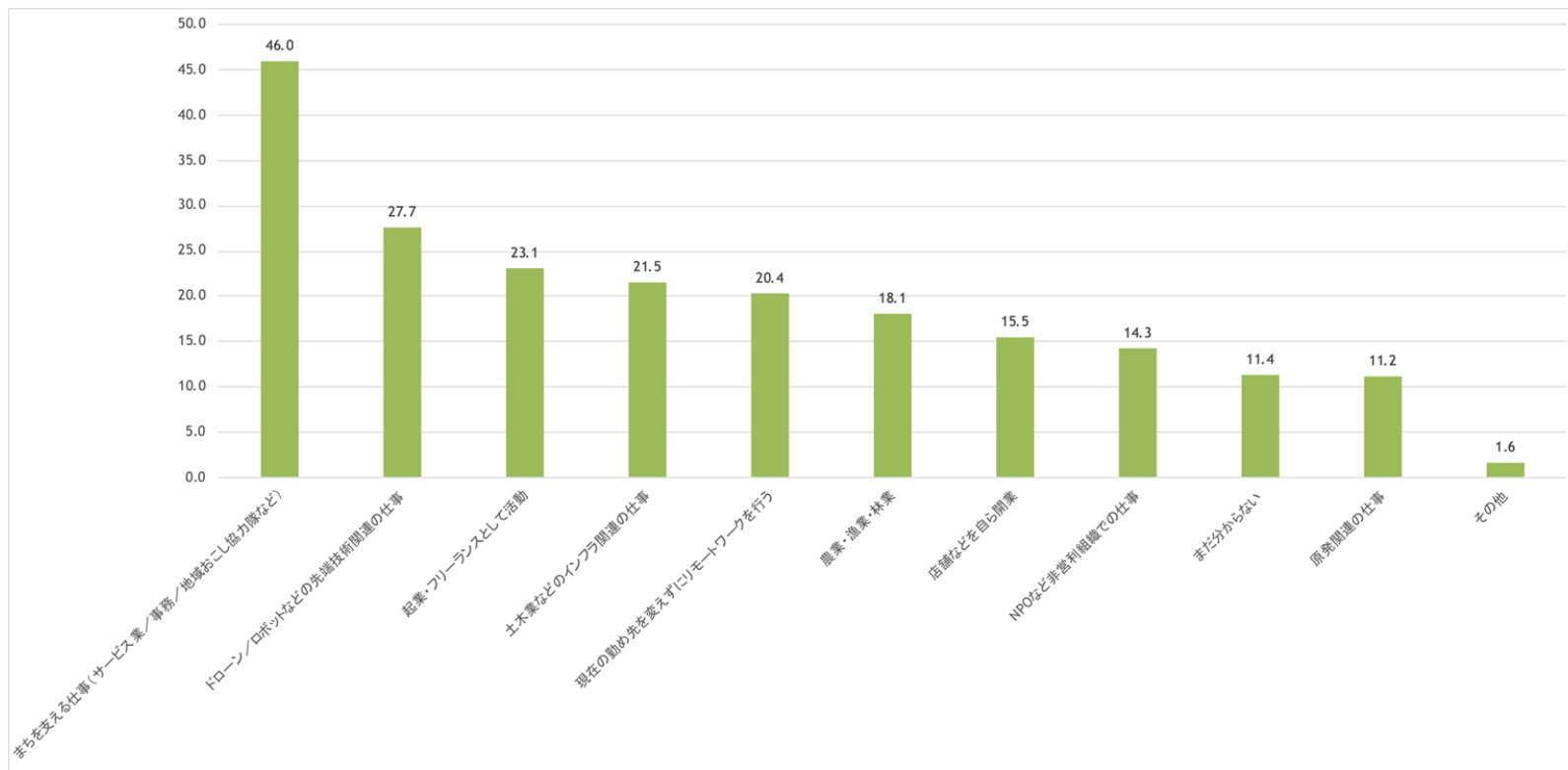


単位：%

DATA：本調査（N=889）

(19) 移住後に就きたい仕事—福島移住関心層

『あなたが福島県に移住するとしたら、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）』

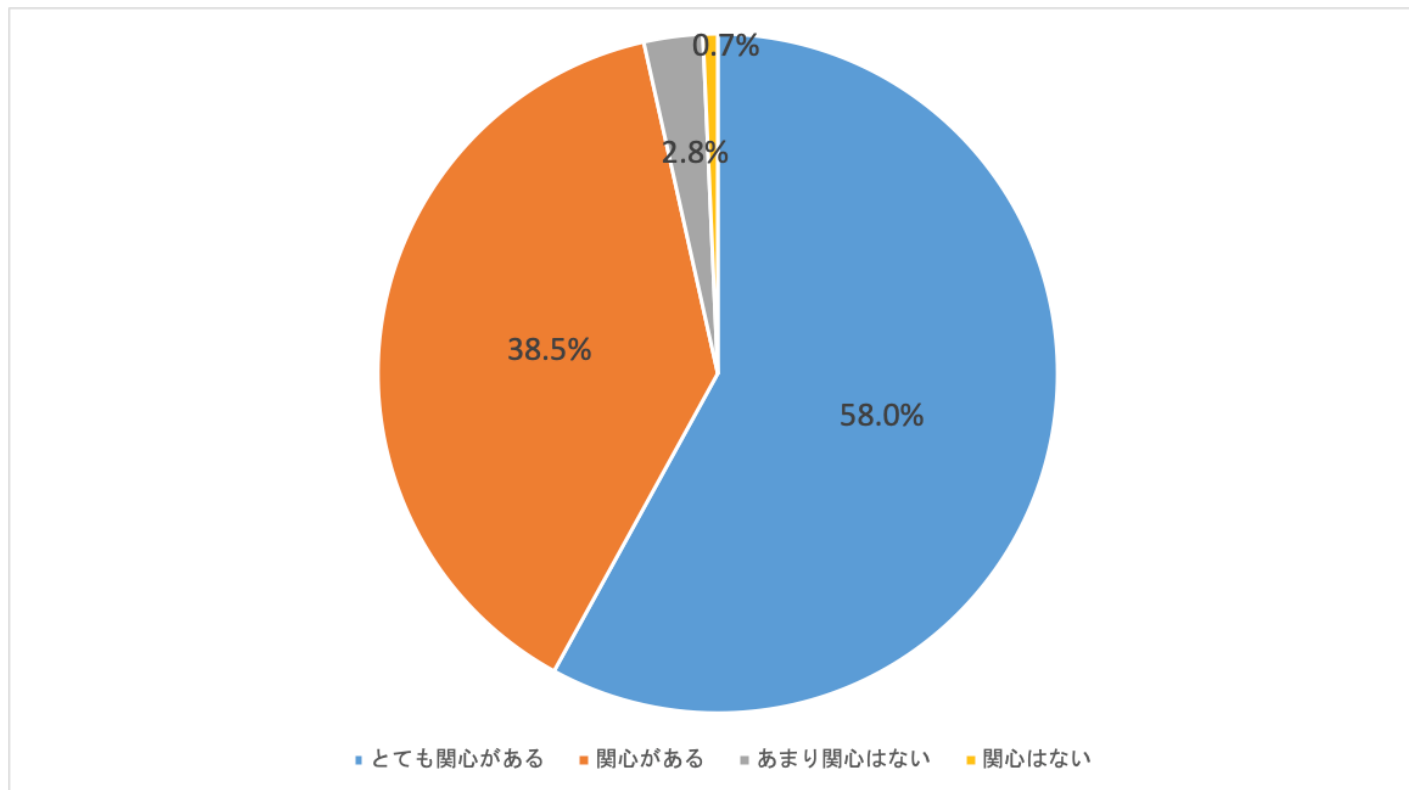


単位: %

DATA: 本調査 (N=889)

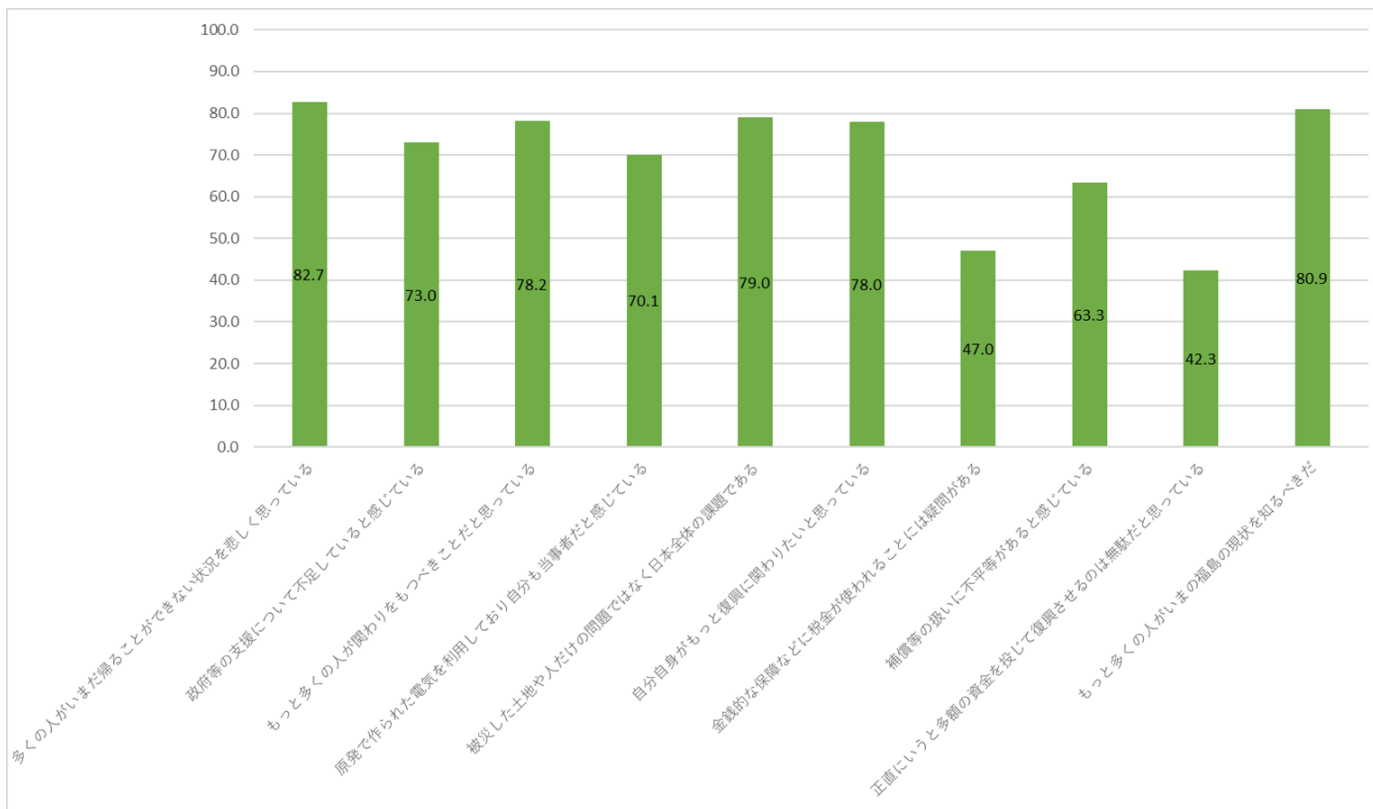
(20) 福島県の復興についての関心ー福島移住関心層

『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。（1つ選択）』



(21) 浜通りエリアの復興についての思いー福島移住関心層

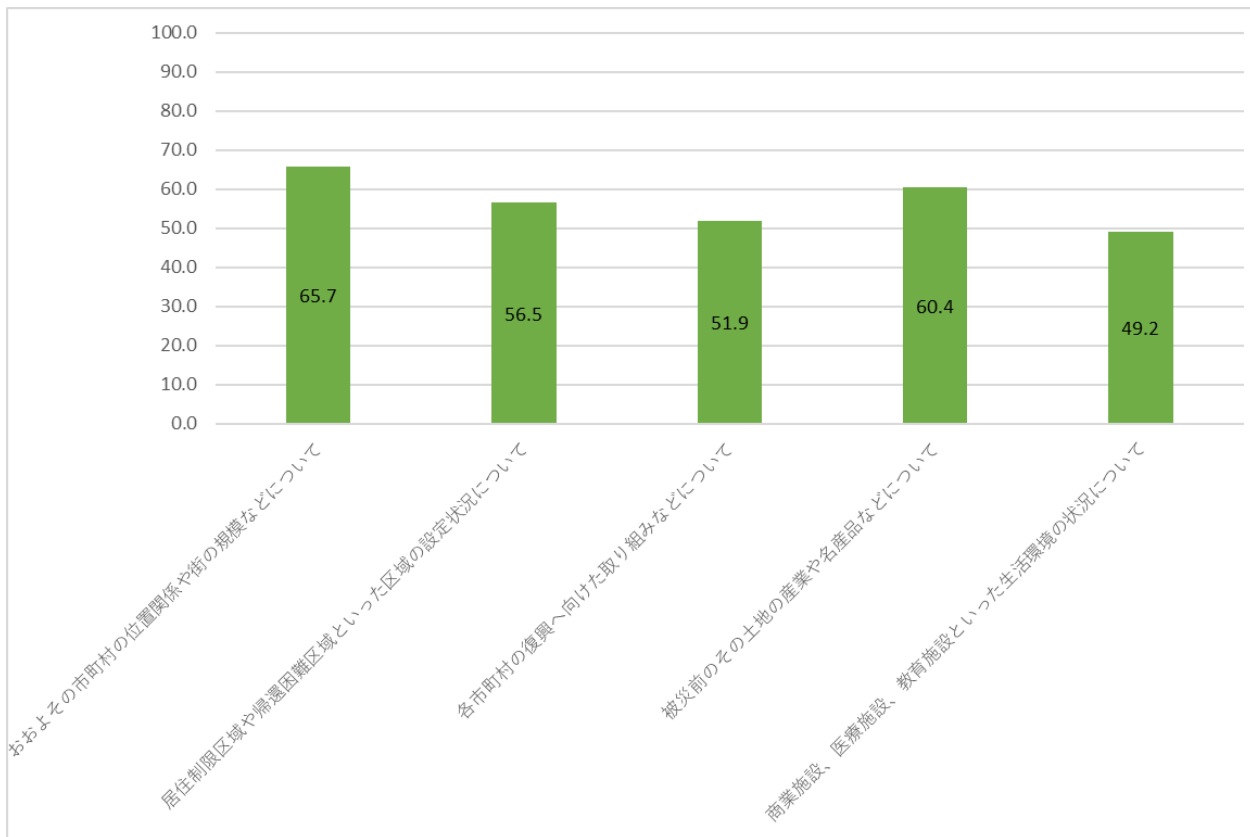
『福島県の浜通りエリアの復興についてのあなたの思いにあてはまるものを教えてください。
(それぞれ1つずつ選択)』※「とてもそう思う」、「そう思う」の合算値



単位：%

(22) 浜通りエリアの現状についての理解—福島移住関心層

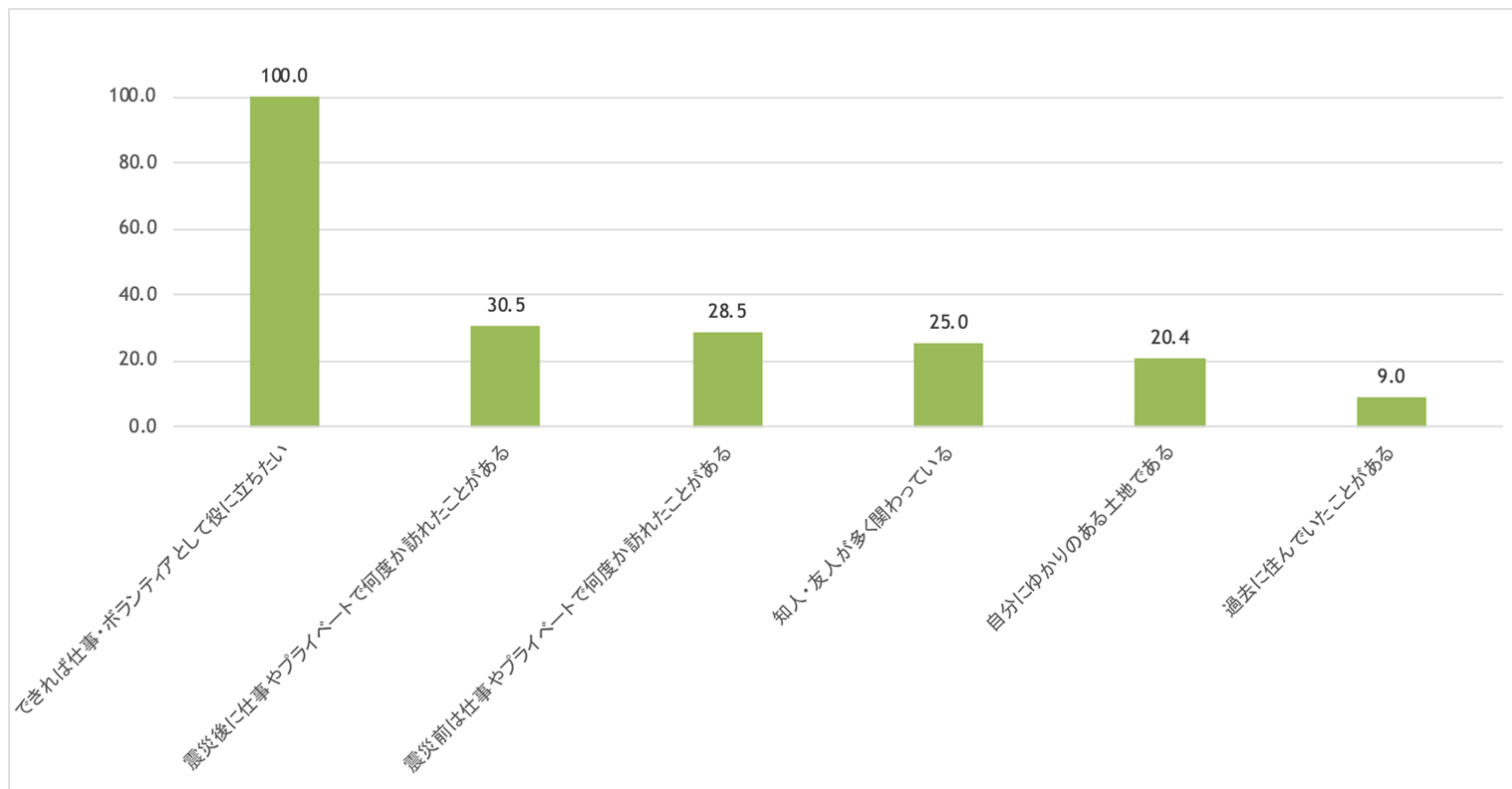
『福島県の浜通りエリアの現状について、あなたご存じの内容を教えてください。
(それぞれ1つずつ選択)』※「よく知っている」、「知っている」の合算値



DATA : 本調査 (N=889)

(23) 福島県の浜通りエリアとの関係性—福島移住関心層

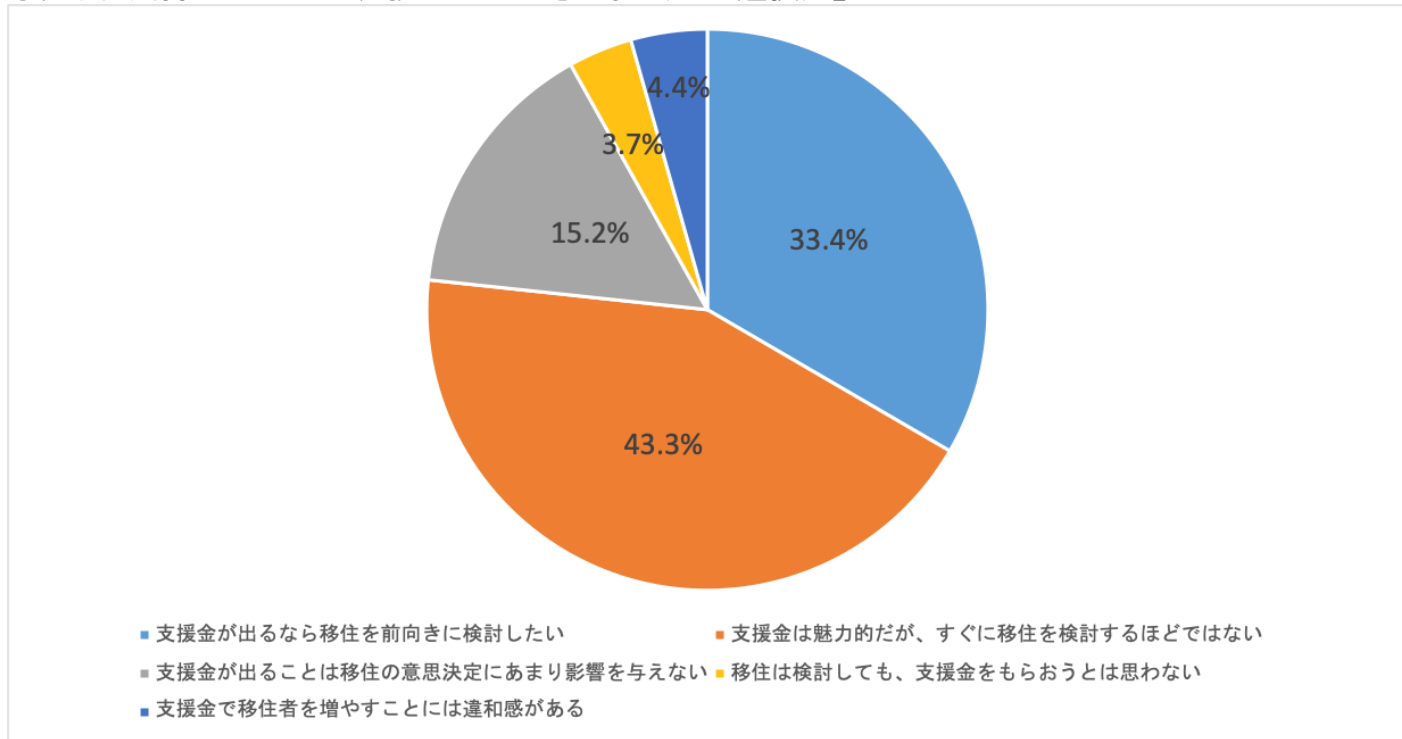
『福島県の浜通りエリアとご自身の関係について、下記の中であてはまる項目をすべてお選びください。
(複数選択可)』



単位：%

(24) 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

『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200万円の支援金が給付される可能性があります。あなたの移住に対するお気持ちについて、教えてください。（1つ選択）』



(25) 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ー福島移住関心層

『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、さらに起業した場合、最大400万円の起業支援金が給付されることになりました。あなたの移住に対するお気持ちについて、教えてください。（1つ選択）』

