

要旨

地域の新たな担い手としての移住起業に関する分析 —実態と課題、地域活性化への影響について—

1. 背景と問題意識

- 地域経済の底上げや地域コミュニティの持続的発展のため、活力ある中堅・中小企業の創出や、社会起業を促進することが不可欠となっている。
- 一方、コロナ禍でテレワークやリモート化が進んだことで、オンライン商談やネット販売による商圏の拡大が可能になるなど、地方でも起業を行いやすくなってきている。
- また、自宅やシェアオフィスを事務所とした小規模な起業や、収入よりも社会貢献・地域貢献を志向する起業が増加するといった裾野の広がりもみられる。

地域の課題解決・コミュニティの持続的発展の担い手である地域の起業家への支援が求められている。

<「骨太方針2021」（令和3年6月18日閣議決定）（抜粋）>

- 感染症を契機とした地方への関心の高まり、テレワーク拡大、デジタル化といった変化を後押しして地方への大きな人の流れを生み出し、新たな地方創生を展開し、東京一極集中を是正する。
- 地域の女性起業家、社会起業家等を支援すること等により、地域コミュニティの持続的発展を支援する。

<「岸田内閣 施政方針演説—三. 新しい資本主義（デジタル田園都市国家構想）」（令和4年1月17日）（抜粋）>

- デジタルを活用した地方の活性化を成長戦略の第一の柱として、デジタル田園都市国家構想を強力に推進し、地域の課題解決とともに、地方から全国へと、ボトムアップでの成長を実現していく。そのために、インフラ整備、規制・制度見直し、デジタルサービスの実装を、一体的に動かしていく。

コロナ禍で地方移住や関係人口拡大の機運が生じている中で、**起業に挑戦する意欲のある地方移住者が地域の新たな担い手となって、地域の様々な主体と連携し交流を深めながら、地域資源を活用したイノベーションの創出や地域コミュニティの活性化など地域経済に貢献していくことが期待される。**

地域の新たな担い手としての移住起業者の実態や課題、地域活性化への影響を調査・分析することで、地域コミュニティの持続的発展を推進するための政策課題を明らかにする。

2. 今回の分析結果のポイント

東京圏

（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）

テレワーク普及、デジタル化が先行

<移住起業家※1の特徴>

- テレワーク実施率、副業実施率が東京圏在住者・地方起業家※2より高い
- 起業準備中に副業を実施していた確率が地方起業家より高い
- 社会課題解決志向・地域貢献意識が地方起業家より高い

東京圏外

東京圏と比較し

テレワーク普及、デジタル化に遅れ

<移住起業家の地域経済への波及効果>

- デジタル化の浸透
- 関係人口の創出
 - ・ 都市部との接点を活用した副業人材の呼び込み
 - ・ 若年層との交流事業によるU I Jターンの誘発

<移住起業家の支援ニーズ>

- 公的支援制度の柔軟化
- 伴走支援等の起業家育成支援
- 地域の人的ネットワーク形成支援

<自治体の支援策に求められる改善点>

- 地域課題の明確化
- 地域の魅力の情報発信
- 官民連携、外部人材活用

今後の政策面の課題

- コロナ禍においてもオンラインを活用しきれていない企業のテレワーク導入の推進
- 東京圏外企業と都市部人材のマッチング強化や「ふるさと副業」の推進
- 移住起業時における人的ネットワーク形成・継続的な伴走支援の強化
- 関係人口創出・若年層の地域体験の機会づくり

※1 要旨においては、過去10年以内に自身の意志で地方移住を実施し、過去5年以内に起業した者を「移住起業家」と記載している。

※2 要旨においては、従来より東京圏外に居住し、過去5年以内に起業した者を「地方起業家」と記載している。

3. 個人アンケート調査

- 全国20～69歳の男女を対象とした**個人アンケート調査**を実施（総計9,229人 2021年12月）。

- 質問項目：①基本的事項（回答者属性等）に関する質問
②移住に関する質問
③起業に関する質問

● 主な集計結果

- 東京圏在住者（2,528人） 現在、東京圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）に在住する者
 - 東京圏外在住者（6,701人） 現在、東京圏外に在住する者
- 内、東京圏から東京圏外への地方移住起業者が300人、地方起業者が524人
※元起業者を除く

	過去5年以内起業者		過去6年以上前起業者	合計
	主業として	副業として		
移住起業者	153人	93人	54人	300人
地方起業者	119人	56人	349人	524人

※移住起業者、地方起業者（元起業者を含む）は、スクリーニング調査により定量分析に必要なサンプル数を確保。

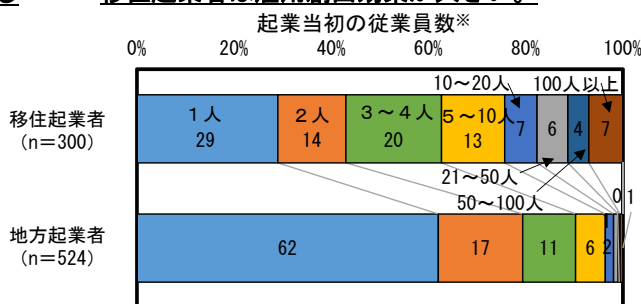
このほか、テレワーク実施有無、副業実施有無、起業のきっかけ、起業場所選定にあたり重視する点、起業準備中の状況、5年前と現在との変化などを調査し、調査結果を相互に関連付け、相関関係を分析。

4. 移住起業者の特徴

- **移住起業者は、地方起業者や東京圏起業者と比較して、テレワーク実施率、副業実施率が高い。**
- **移住起業者は雇用創出効果大きい。**

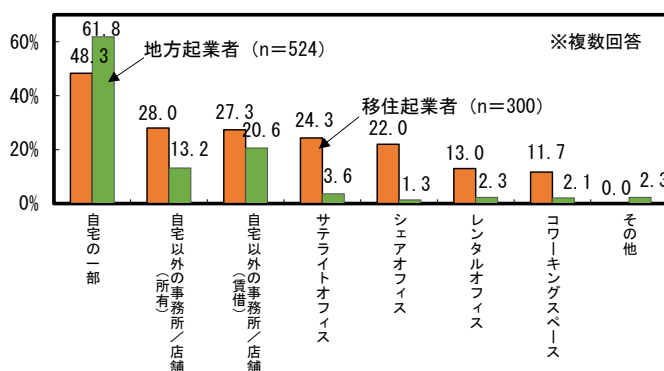
過去5年以内起業者の特徴

	移住起業者	地方起業者	東京圏起業者
*基本属性			
男性の割合	82.5%	69.1%	65.1%
平均年齢	37.2歳	44.9歳	40.9歳
*労働環境			
平均世帯年収	623.2万円	559.7万円	747.6万円
テレワーク実施率	85.8%	45.3%	65.0%
現在の副業実施率	84.2%	55.3%	71.7%
5年前の副業実施率	80.9%	44.2%	66.7%

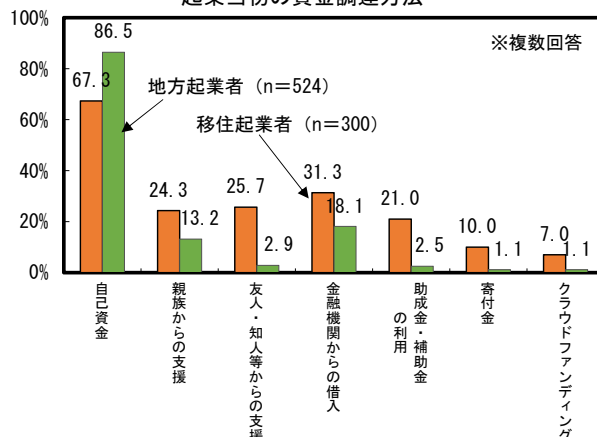


- **移住起業者は、新しい働き方の拡大に伴い普及した事業実施場所を積極的に取り入れている。**
- **移住起業者は、資金調達方法が多様。**

起業した事業の実施場所※



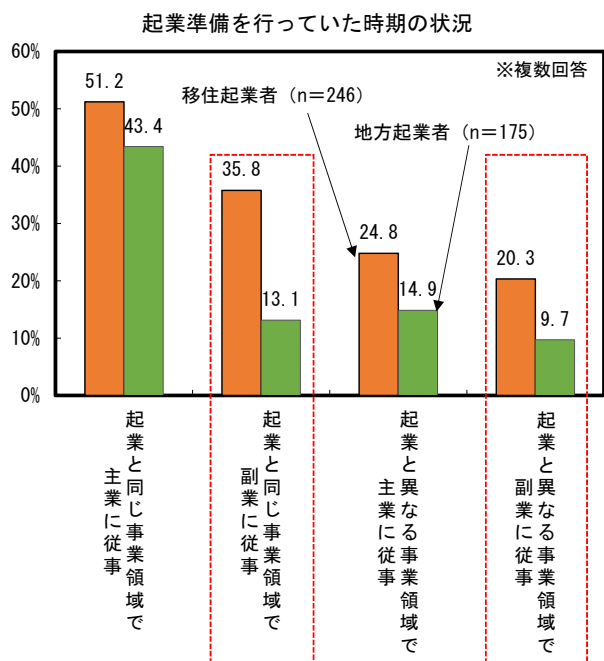
起業当初の資金調達方法※



(備考) 1. 左上図は図表2-2-1、左下図は図表補-2、右上図は図表補-5、右下図は図表補-10より作成。
2. ※を付した図表の集計値には過去6年以上前に起業し現在も経営を継続している者を含む。

5. 移住起業者が起業準備を行っていた時期の状況

- **起業準備段階では、起業と同じ事業領域で主業に従事していた者が多い。移住起業者については、同じ事業領域で副業に従事していた者も多い。**



- **移住起業者は地方起業者と比較して、起業準備中に何らかの副業を実施していた確率が有意に高く、副業から移住起業につながるケースが多い。**

起業準備を行っていた時期の状況 (移住起業者と地方起業者との比較・プロビットモデル)

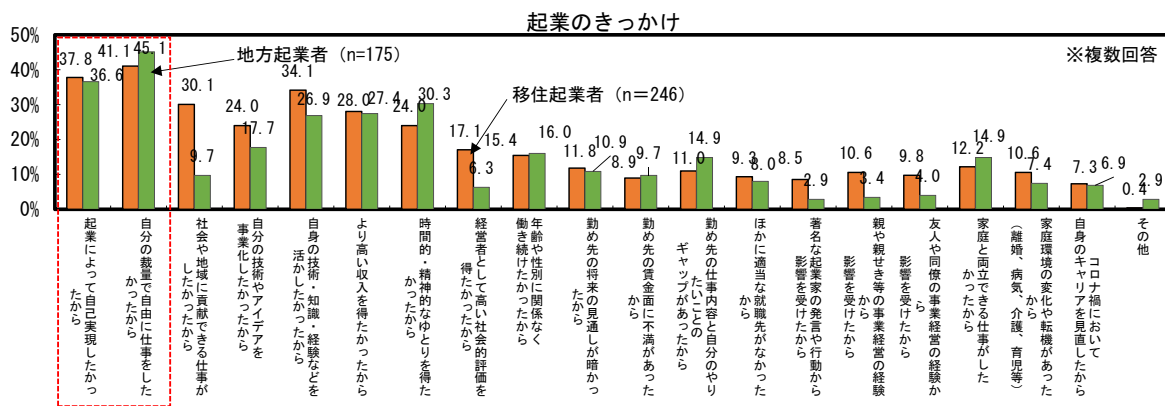
	主業としての起業	副業としての起業
起業と同じ事業領域で主業に従事	0.160 (0.196)	0.358 (0.275)
起業と同じ事業領域で副業に従事	0.524** (0.235)	0.892*** (0.297)
起業と異なる事業領域で主業に従事	0.189 (0.247)	0.329 (0.322)
起業と異なる事業領域で副業に従事	0.580* (0.306)	0.265 (0.340)

***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。
括弧内の数値は標準誤差。
被説明変数はそれぞれ過去5年以内移住起業者=1、過去5年以内地方起業者=0としている。
分析にあたっては、以下の属性をコントロールしている。
・性別
・年齢
・最終学歴
・現在の婚姻関係の有無
・現在の子供の有無
・現在の共働きの有無

(備考) 左図は付表に示す質問41に対する回答。集計対象は過去5年以内に起業した 地方移住者 246 名、地方起業者175 名。複数回答。
右図は図表 2-2-4、2-2-5 より作成。

6. 移住起業者の起業のきっかけ

- **起業したきっかけは、「自分の裁量で仕事をしたい」、「自己実現をしたい」といった本人の意欲に関わることが多い。**



- **移住起業者は地方起業者と比較して「社会や地域に貢献したかったから」というきっかけが多い。一方、「勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから」や「家庭と両立できる仕事があったから」といった現在の仕事への不満をきっかけとした起業は少ない。**

起業のきっかけ (移住起業者と地方起業者との比較・プロビットモデル)

起業によって自己実現したかったから	0.0285 (0.152)	時間的・精神的なゆとりを得たかったから	-0.184 (0.179)	著名な起業家の発言や行動から影響を受けたから	0.252 (0.398)
自分の裁量で自由に仕事をしたいから	-0.0670 (0.150)	経営者として高い社会的評価を得たかったから	0.305 (0.274)	親や親せき等の事業経営の経験から影響を受けたから	0.339 (0.325)
社会や地域に貢献できる仕事があったから	0.928*** (0.209)	年齢や性別に関係なく働き続けたかったから	-0.0707 (0.231)	友人や同僚の事業経営の経験から影響を受けたから	0.365 (0.330)
自分の技術やアイデアを事業化したかったから	0.139 (0.196)	勤め先の将来の見通しが暗かったから	0.166 (0.249)	家庭と両立できる仕事があったから	-0.439* (0.247)
自身の技術・知識・経験などを活かしたかったから	0.147 (0.168)	勤め先の資金面に不満があったから	-0.442 (0.300)	家庭環境の変化や転機があったから(離婚、病気、介護、育児等)	0.176 (0.287)
より高い収入を得たかったから	-0.119 (0.163)	勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから	-0.573** (0.267)	コロナ禍において自身のキャリアを見直したから	-0.151 (0.309)
		ほかに適当な就職先がなかったから	0.173 (0.262)	その他	-0.817 (0.625)

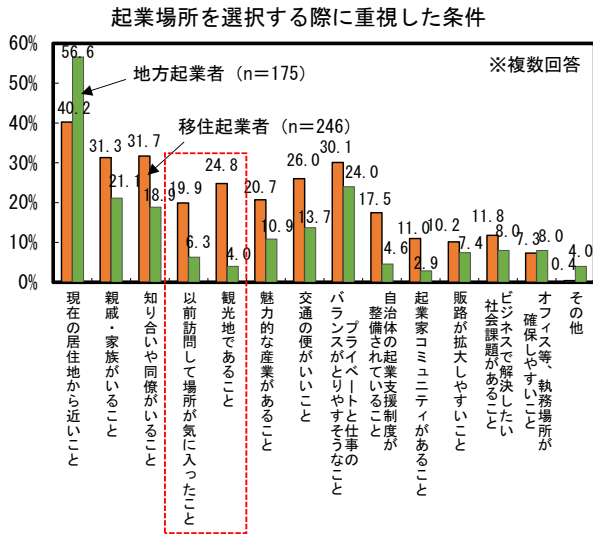
***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。
括弧内の数値は標準誤差。
被説明変数はそれぞれ過去5年以内移住起業者=1、過去5年以内地方起業者=0としている。

(備考) 上図は図表 2-2-6、下図は図表 2-2-7 より作成。

7. 移住起業者が起業場所を選択する際に重視すること

- 移住起業者は多様な条件を考慮して起業場所を選択している。一方、地方起業者は「現在の居住地から近いこと」や「プライベートと仕事のバランスがとりやすそうなこと」を起業場所を選択する際に重視することが多い。

- 移住起業者は地方起業者と比較して、観光地であることや、過去に旅行や仕事で訪れて気に入ったなど、生活の楽しみや縁を重視する者が多い。移住起業者を呼び込むには、地域の魅力発信による「ご縁づくり」が重要。



起業場所を選択する際に重視した条件 (移住起業者と地方起業者との比較・プロビットモデル)

現在の居住地から近いこと	-0.346** (0.144)
親戚・家族がいること	0.0947 (0.163)
知り合いや同僚がいること	0.219 (0.166)
以前訪問して場所が気に入ったこと	0.423* (0.235)
観光地であること	0.928*** (0.251)
魅力的な産業があること	-0.104 (0.219)
交通の便がいいこと	0.219 (0.192)
プライベートと仕事のバランスがとりやすそうなこと	0.0140 (0.168)
自治体の起業支援制度が整備されていること	0.458 (0.297)
起業者コミュニティがあること	0.473 (0.378)
販路が拡大しやすいこと	-0.478 (0.314)
ビジネスで解決したい社会課題があること	-0.216 (0.288)
オフィス等、執務場所が確保しやすいこと	-0.345 (0.312)
その他	-1.310** (0.583)

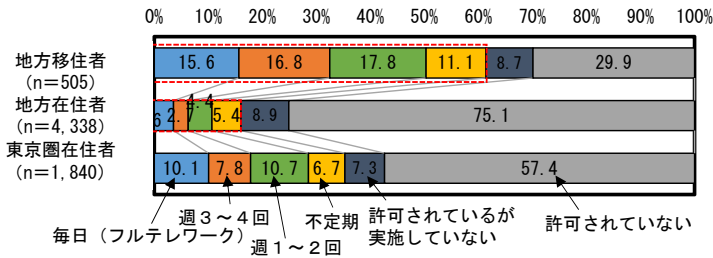
***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。
括弧内の数値は標準誤差。
被説明変数はそれぞれ過去5年以内移住起業者=1、過去5年以内地方起業者=0としている。

(備考) 左図は図表2-2-8、右図は図表2-2-9より作成。

8. 新しい働き方と移住起業の関係

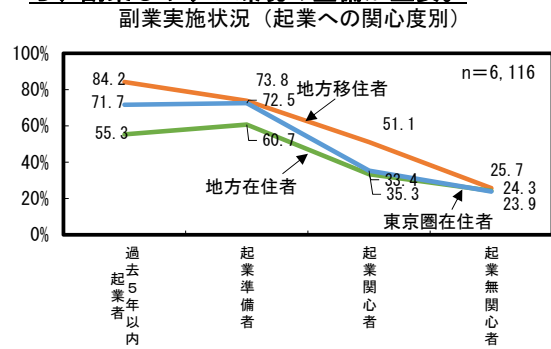
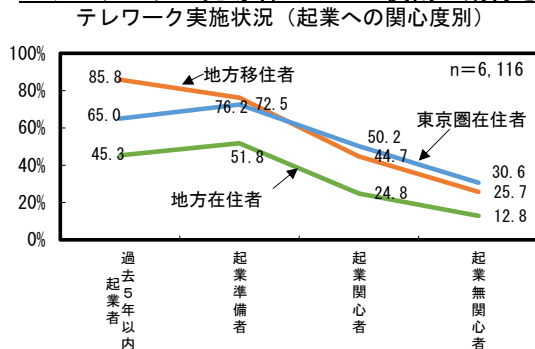
- 地方移住者は積極的にテレワークを実施している一方、地方在住者のテレワーク率が顕著に低い。テレワークを実施していない者は、職場から許可されていないケースがほとんどである。

現在の主な仕事のテレワーク実施状況 (地方移住の有無・居住地別)



- 過去5年以内起業者や起業への関心が高い者ほど、テレワーク実施率が高い。地方在住者のテレワーク実施率は低水準であり、移住起業者は移住先でのデジタル化の先導者としての役割が期待される。

- テレワークと同様、過去5年以内起業者や起業に関心が高い者ほど副業実施率が高い。上でみたように移住起業は副業が発展したのことが多いことから、副業しやすい環境の整備が重要。



(備考) 上図は図表2-2-18、左下図は図表2-2-19、右下図は図表2-2-20より作成。

9. 個別ヒアリング対象者

- **移住起業までの経緯、当時又は現在の課題、支援ニーズ等の事例を具体的に把握することを目的に、移住起業家へのヒアリング調査を実施。また、移住起業支援の好事例を把握するため、地方自治体や民間の起業支援事業者、地域金融機関へのヒアリング調査を実施（本年1月～2月）。**

- **移住起業家：11社** 東京圏外へ移住・起業し、地域と積極的に関わりながら事業を営んでいる者
 - 【コロナ前（2020年2月以前）に起業】6社
 - 非営利活動法人SET（人材育成、交流・生活体験事業）＜岩手県陸前高田市＞
 - 株式会社リーピー（IT）＜岐阜県岐阜市＞
 - 株式会社VISIT東北（観光振興）＜宮城県伊具郡丸森町＞
 - 株式会社プロジェクトタネ（IT）＜富山県高岡市＞
 - Gigi株式会社（IT）＜福岡県福岡市＞
 - きら星株式会社（移住支援、コワーキングスペース運営）＜新潟県南魚沼郡湯沢町＞
 - 【コロナ後（2020年3月以降）に起業】5社
 - 南信州クリエイション株式会社（地元農産物の冷凍・販売）＜長野県下伊那郡豊丘村＞
 - 株式会社古座MORI（サテライトオフィス運営）＜和歌山県東牟婁郡串本町＞
 - SOMATAKA（伝統工芸品の企画・販売）＜高知県香美市＞
 - 非営利活動法人MEGURU（人事・採用支援、キャリア教育）＜長野県塩尻市＞
 - あわい株式会社（地域商社）＜徳島県阿南市＞

- **自治体：6団体** 移住起業支援の積極的な取組を実施している自治体
 - 宮城県日南市 宮城県伊具郡丸森町 秋田県 長野県 兵庫県神戸市 宮城県石巻市

- **起業支援事業者：1団体** 全国規模の民間支援団体
 - 非営利活動法人ETIC.（東京都）：起業支援プログラム、先輩起業家とのつながり支援等を実施

- **地方銀行：2行** 起業が増加している地域の地方銀行
 - 秋田銀行：起業・創業プラットフォームの運営やビジネスコンテストを通じ、地域の起業を支援
 - 八十二銀行（長野県）：県と連携し、様々な移住・起業支援を実施

10. 移住起業家のかかえる課題と支援ニーズ

- 移住起業家は、資金調達や移住時の物件探しの柔軟な公的サポート、経営ノウハウ習得支援や移住起業経験者による伴走支援、移住先の地元企業や地域金融機関との人脈づくりの支援などを必要としている。
- 移住・起業時から事業が軌道にのるまでの間、自治体や民間支援団体が継続的な支援を行うことが重要。

移住起業家がかかえる課題と支援ニーズ（主なヒアリング結果）

柔軟な公的支援制度	<ul style="list-style-type: none"> ● 起業支援金について、書類の簡素化や制度的に使いやすいものへの見直しを検討してほしい。補助金が利用できず、全部融資になってしまったので、資金調達面で苦労した。 ● 起業支援金を受給したが、利用できる範囲がとても分かりづかった。起業支援金の制度自体はとても良いものなので、もう少し使い勝手が良いものであることが望ましい。 ● 起業初期は出費がかさむため、初期費用に充てられる資金支援制度があると利用しやすい。加えて、数経年ち、追加的な資金が必要になるフェーズが多いため、事業が軌道に乗ったタイミングでの支援金を定期的に申請しやすい制度があることが望ましい。 ● 仲間のなかには、住む家が見つからず、その地域で起業したかったが他の地域に行ってしまった例もあり、非常にもったいない。 ● 移住先での住まいについての情報提供がニーズとして存在する。空き家を改装して住みたい、空き家を事業所にしたいなど、移住希望者の要望は多い。物件を確保するのに時間を要するケースが多々あるため、物件探しのサポートがまず必要。
起業家育成支援	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営ノウハウを起業当初のタイミングで習得できることで、スムーズな経営につなげられるのではないかと。また、これらのノウハウは起業の苦しみや失敗体験、成功体験、難しさ等をわかっている起業経験者から承継することが望ましい。 ● 特に若い層の起業関心者は、まずは小さくても良いから形にしようということでは得意な者が多いが、いかにスケール化させるか、法人化するということに対してはハードルが高い。このような者に向けて、メンターによる伴走支援は効果的と思われる。 ● 経営、営業、マーケティング、財務関係を始め、事業計画を全て一人で検討・準備しなければならない場合非常に苦労するため、起業準備からの支援は有用である。
地域コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> ● 移住先に定着するためには、信頼できる金融機関や自治体職員、取引先、営業先等をどれだけ地域の中で増やせるか、地域での人脈形成が大切。しかし、移住起業家がこうした人脈形成をゼロベースから始めなければならないことは非常に大変。 ● いかに地域に上手く溶け込めるかを意識することが重要である。移住起業家にはコミュニケーション能力や、文化の違いを受け入れることのできる理解力が求められる。自治体側も、移住者の移住後の様子をケアできる体制を構築することが大切。 ● 地方銀行等の金融機関は、資金面の支援以外でも、金融機関の持っている人的ネットワークをいち早く地域の起業家に提供する等の支援をすることが、移住起業家が仕事をしやすくなる環境づくりに有用。 ● 地域の民間企業や金融機関とのネットワークを形成することで、お互いの情報交換を促進する体制の構築は、起業家や地域全体のポテンシャルの伸びも期待できるという観点から重要である。

11. 移住起業者の地域活性化への波及効果

- 移住起業者は、テレワークやネット販売を始めとするオンラインツールの活用など、デジタル化を積極的に進めており、地域との関係を深めることを通じてデジタル化を浸透させていくことが期待される。
- 移住起業者の有する都市部との接点などを活用した交流事業や、若年層向けの地域課題への関心を喚起するキャリア教育・体験事業は、関係人口を創出し、長期的に地域に人を呼び込む効果が見込まれる。

移住起業者としての取り組み（主なヒアリング結果）

デジタル化への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・フレキシブルな働き方を受け入れることで、結果を出すために必要なシフトや体制を構築する中でフルテレワークを容認している。地方企業における柔軟な働き方を容認する取組は、東京圏企業と比較して遅れていると感じる。逆にオンラインが進んだ中であっても、リアルならではの良さや、リアルが必要だという局面はあるため、ハイブリッド形式でバランスのとれたコミュニケーションを取ることが必要。 ・コロナ禍において全国的にオンラインが一般化したことで、地域の枠を超えたつながりを構築できた。 ・コロナ禍で販売を開始したこともあり、基本的にはオンラインショップで販路を開拓しており、デジタル化も積極的に取り入れている。 ・移動費も時間もコストとなるため、デジタルツールを活用した商談会や営業活動を都市部の方や、外部の方とできるのであれば、積極的に取り入れていきたい。 ・当社の移住支援事業では極力非対面で相談ができるよう心がけてきた。自治体の相談窓口の受付時間帯は平日の昼間であり、移住したい者には不便。今後はチャットボットのようなITツールを活用し好きな時間帯に相談ができるよう、工夫していく。 ・Web事業を通じて、地域のDX推進を支援してきた。今後、地域企業のニーズに応えながら、DXを推進できる人材を提供するスキームを検討している。 ・デジタル化が追い付いていない地域企業が多いため、Webマーケティングセミナーなどを開催している。
関係人口づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口になり得る者へのきっかけづくりを提供。まずはお試しで3か月間リモート副業で地域課題解決に関わることができ、人数規模はプロジェクトごと1～2人で構成している。プロジェクトが増えていけば「関わりしろ」の増加が見込める。 ・様々なプロジェクトを仕掛けながら人流を作るといのが大きな方向性としてある。観光を軸とした取組を展開させていきたいが、長い期間に渡り何度も関わるような、関係人口を増やすためのサービス提供を検討したい。 ・大学との事業で学生のキャリアプランについてのセミナー兼交流会を実施。また、東京にいながら一部地域での仕事を手伝う「お試し転職」のような働き方も推進している。 ・全国の大学や専門学校に求人票を出し、新卒社員を全国から採用している。 ・交流人口・関係人口を増やすための活動拠点は拡大を見込んでいる。感染拡大で中止する直前は、年間で約4,000人の中高生を主に民泊を利用した修学旅行で受け入れた。また、地元の中高生向けの地域の未来や自分の将来について県外の大学生と共に考えるキャリア教育プログラムや、大学生向けの地域おこし体験プログラムを実施。

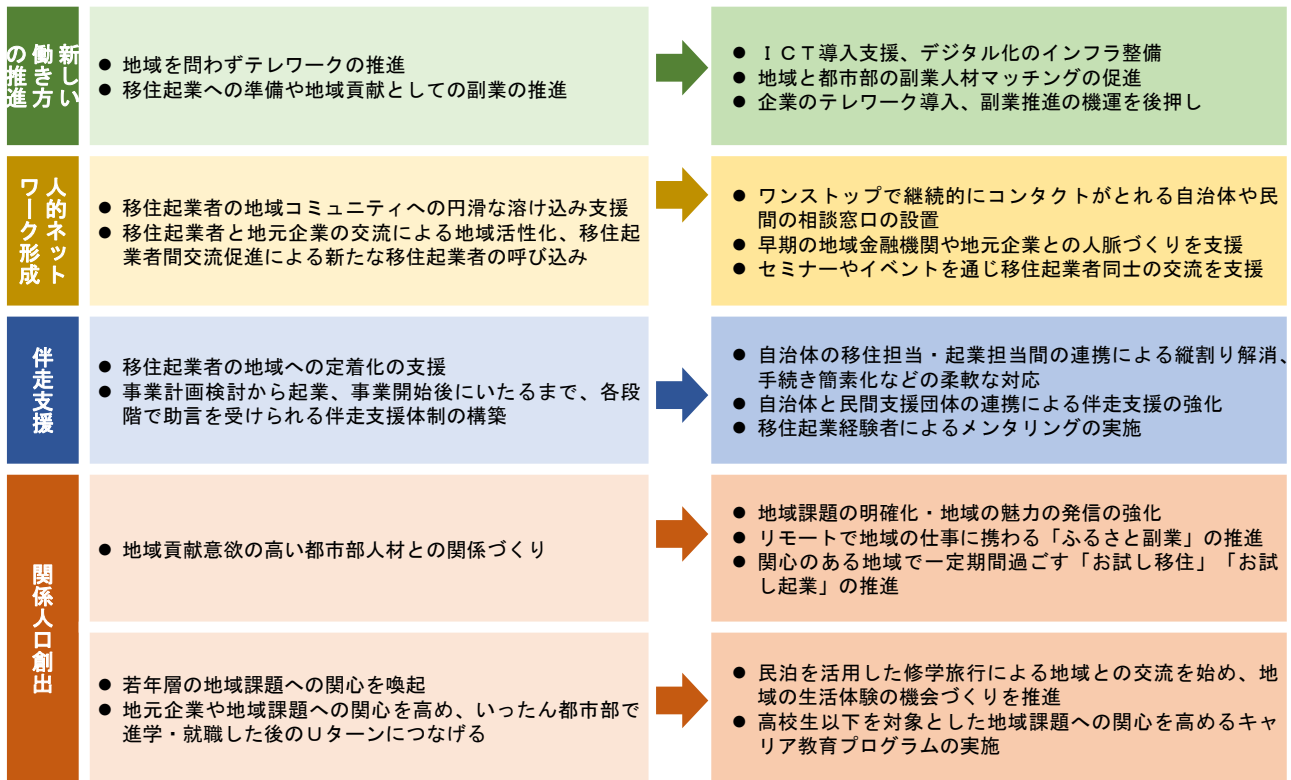
12. 移住起業促進のための施策の地域別モデル

- 人口規模や地理的条件を始め、地域のおかれた状況に応じて、望ましい支援策には複数のモデルがある。
- 各モデルの共通点として、移住起業者のニーズに適切に応えていくためには、自治体が民間団体と連携しつつ主導的な役割を果たして、地域の中で移住起業者を全面的に支援する体制を整えることが重要。

移住起業促進モデル	地方都市モデル		
該当地域	大都市圏から遠隔の中小規模都市		
地域の特徴 施策の重点や 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・東京圏や地方大都市圏から地理的に離れ、人口減少・過疎化、産業の衰退など持続可能性の困難に直面する地域 ・自治体が専門人材の登用や官民連携を通じて取組を積極化 ・地域の魅力を発信する情報提供・PR活動や、移住支援策（お試し移住・体験ツアーなど）が充実 ・移住・定住から起業支援まで一貫して支援する体制が構築されつつある ・厳しい財源の制約から、ターゲット層に応じた支援策の絞り込みが必要 		
自治体 (事例)	日南市役所	丸森町役場（宮城県伊具郡）	秋田県庁
具体的施策の ポイント	<専門人材登用モデル> <ul style="list-style-type: none"> ・観光収入が低迷、地域課題解決に早期から取り組む ・働く場の創出、商店街再生等の地域課題を設定 ・地域活性化担当の市役所専門官等を公募採用し、シャッター商店街の再生・IT企業誘致に成功 ・移住関心者のニーズに沿った情報発信 ・お試し移住向けに無料で短期滞在できる住宅設置 ・市外出身者を地元企業の右腕人材として育成 	<官民連携モデル> <ul style="list-style-type: none"> ・地域おこし協力隊受入れ人数が全国トップクラス ・町の資源・環境を活用する移住起業者誘致に重点 ・地域おこし協力隊を活用した起業支援の官民連携「まるまるもりプロジェクト」を実施 ・民間と連携し、移住相談窓口と起業サポートセンターをワンストップで運営 ・町役場主導で人的ネットワーク形成を手厚く支援 	<県・市町村連携モデル> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢化率全国ワースト、開業率伸び1位（2020年） ・人口減・高齢化に対しチャレンジする人材を誘致 ・市町村、商工会議所等との移住促進協議会を運営 ・移住・起業支援を一体化した「ドチャペン（土着ベンチャー）」事業により伴走支援等を実施 ・移住支援の総合ポータルサイトによるPR ・県内の協力隊・起業仲間ネットワーク形成支援
移住起業促進モデル	東京圏近郊モデル	大都市モデル	復興地域モデル
該当地域	東京への交通の便が良い地域	大都市圏の主要都市	大災害の被災地
地域の特徴 施策の重点や 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・テレワーク普及を背景に、東京圏からの転職なき移住や二地域居住が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・大都市の基盤を活かした幅広い施策を展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・復興支援をきっかけとする移住者が自ら起業したり、新たに移住起業者を呼び込んでいる
自治体 (事例)	長野県庁	神戸市役所	石巻市役所
具体的施策の ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・長野市・松本市を起業者を呼び込む拠点とし、広く県内への事業活動の展開を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・起業を目指す者と自治体、起業を支援する企業がオンラインで交流できる仕組みを構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体は全国各地の自治体と知見を共有。人員が不足するなかで、民間団体と支援事業を分担

13. 今後の政策面の課題

- コロナ禍の地方への関心の高まりを地域の持続的発展につなげていくには、地方も含めテレワークや副業など新しい働き方を推進し、移住起業やリモート副業を実施しやすい環境を整備することが重要。
- 移住起業への効果的な支援には、自治体と民間が連携してワンストップの支援体制を構築し、地域との関係づくり、人的ネットワーク形成支援、伴走支援など、段階的・継続的なサポートを行うことが重要。



14. 主な分析の結果と今後の政策課題

- コロナ禍で地方移住への関心が高まり、また、各地で起業・創業促進の取組が広がる中で、今回は移住・起業について取り上げて分析を行った。その結果、以下の点が明らかになった。
 - ① 近年、移住起業者は、地方起業者と比較しても増加がうかがわれる。
 - ② 移住起業者は、地方起業者と比較して、以下のような相違がある。
 - テレワーク実施率が高く、デジタル環境を活かした事業を行っている
 - 起業準備中の副業実施率が高く、副業から起業へ発展することが多い
 - 社会課題解決・地域貢献への意欲が高い
 - コワーキングスペースやシェアオフィスなど、新しい働き方に対応した現代的な事業空間を積極的に取り入れている
 - 起業当初から複数の従業員がいることが多く、雇用創出効果大きい
- こういった観点から、地域の経済ダイナミズムにインパクトを与えるアクターとしての移住起業者の姿が浮かび上がってきた。
- こうしたアクターは、以下のような地域経済への波及効果をもたらしていることも明らかになった。
 - ・ 地域にデジタル化を浸透させる
 - ・ 都市部の副業人材の呼び込みや、若年層のUターン誘発により関係人口を創出する



- 今後の政策課題として、地域の新しい担い手として期待される移住起業者を支援し、地域の課題解決やコミュニティの持続的発展につなげていくため、以下の取組が重要である。
 - デジタル環境の整備、副業の後押しなど新しい働き方の推進
 - 自治体による地域課題の明確化、地域の魅力の情報発信
 - 自治体と地域の民間団体の連携による移住起業者への伴走支援