

新しい地方経済・生活環境創生交付金 (第2世代交付金) 事業の検証について (令和7年度実績)



新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）

（※旧：デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）、現：地域未来交付金（地域未来推進型））

概要

- 地方がそれぞれの特性に応じた発展を遂げることができるよう、日本経済成長の起爆剤としての大規模な地方創生策を講ずるため、地方公共団体の自主性と創意工夫に基づいた、地方創生に資する地域の独自の取組を国が支援するもの。

特徴

（K P I と P D C A サイクル）

- 単に事業を実施するだけではなく、具体的な数値目標（K P I）を設定し、その達成に向けて P D C A サイクルを運用する。

（外部団体も含めた効果検証）

- 外部有識者を含む検証機関を設置し、K P I の達成度などについて効果検証を行い、事業の改善や効果の拡大を図る。

（官民協働）

- 地方公共団体のみでの取組ではなく、民間と協働して事業を行う。

玉野市の第2世代交付金活用事業

- 1 若者の地元定着推進事業
- 2 IT企業等誘致推進事業

1 若者の地元定着推進事業

目的・課題

- 人口減少対策として、若者を市内に留めるための施策、子育て世代の定住促進につながる施策を推進してきたが、依然、市内高等学校卒業者の市内就職率は減少傾向にある。
- 若者の地元定着にあたり、地元企業が就職先の選択肢となるよう、「地元企業の情報発信力の強化」と「地元企業の魅力向上」を推進する。

事業概要（個別事業）

- ① 新たなキャリア教育システムの運用
- ② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信
- ③ 地元企業のステップアップ支援

数値目標（KPI）

	1 年目 (R5年度)	2年目 (R6年度)	3年目 (R7年度)
市内高等学校卒業者のうち就職者の市内就職率 (%)	46.5	50.0	53.5
本事業により構築した新たなキャリア教育の仕組みによる活動を実施した学校の割合 (%)	10.0	33.0	100.0
本事業を通してステップアップに取り組んだ企業数 (社)	20	20	20

1 若者の地元定着推進事業 KPI達成状況

K P I 名称	R 5 目標	R 6 目標	R 7 目標	目標達成・未達成理由
	R 5 実績	R 6 実績	R 7 実績	
市内高等学校卒業者のうち就職者の市内就職率	46.50%	50.00%	53.50%	R5～R7のいずれも目標値を下回っている。市内高等学校4校はいずれも市外からの進学者も多数いることから、高卒就職者が地元就職を指向した結果、市内就職率が伸び悩んでいるものと思われる。玉野商工高校では企業ガイド活用前後で市内就職率が伸びている（p9表参照）ことから、県立高校との連携が十分でないことも一因と考えられる。
	35.90%	34.07%	38.00%	
本事業により構築した新たなキャリア教育の仕組みによる活動を実施した学校の割合	10.00%	33.00%	100.00%	全ての学校においてキャリア教育の教育課程を作成し、児童生徒に向けてのキャリア教育を実施することで、R7年度の目標をR5年度に達成した。
	100.00%	100.00%	100.00%	
本事業を通してステップアップに取り組んだ企業数	20社	20社	20社	人材確保や課題解決のための外部人材活用などで、地元企業に潜在的な需要があったことや、セミナーの開催により潜在的な需要を掘り起こすことで、多くの会社の取組につなげることができたものと考えられる。
	25社	26社	23社	

1-① 新たなキャリア教育システムの運用

目的

- 地域資源を活用し、地域を教育フィールドにした教育を実践・充実する。
- 玉野市の児童・生徒・保護者に玉野市の魅力を再発見してもらう。

現状・課題

- 小・中学校のキャリア教育は、地元企業の情報を生徒や保護者に伝える絶好の機会だが、現在は生徒ごとの体験活動に留まっており、キャリア教育で得た学びを保護者や地域へ情報発信するなどの、地域へ還元する取組が不十分。
- 各校によって取組の内容や質に差がある。また、教職員の人事異動により活動が停滞するなど、持続可能なものになっていない。

事業概要

- 教員と企業の合同研修会を通じて地域連携を具体化し、各校のキャリア教育の質を高め、異動に左右されない持続可能な体制を構築する。
- 児童生徒の学びと各校の取組を可視化したリーフレットを作成し、地域・保護者・企業等へ積極的に発信することで、事業への協力者や理解者の拡大につなげる。
- キャリア教育に協力する地元企業の基礎情報や協力内容（“企業見学”、“職場体験活動”、“学校での講演”など）をまとめた「玉野市キャリア人材バンク」を作成し、これを有効活用することで、市全体のキャリア教育の質を向上させる。

1－① 新たなキャリア教育システムの構築・運用

令和7年度 取組実績

決算見込額：987千円

- 各校のキャリア教育担当教員と企業担当者が一堂に会する合同研修会を実施し、これからの人材に求められる資質・能力等について情報交換を行い、地域連携の具体化につなげた。
- 児童生徒の学びを地域・保護者・企業等へ発信し、協力者・理解者の拡大につなげることを目的に、各校の取組を整理したリーフレットを作成した。
- 学習成果の発信機会として玉野市内の全小中高等学校の児童生徒が地域を題材とした学びやキャリア教育の成果を発表する「玉野のいいところ展」を開催し、取組の見える化と地域還元を図った。
- 各校において、以下のとおり、充実した活動が行われた。
 - 中学校：各地域について、キャリア教育で得た学びを生かして、その良さをまとめたほか、より地域が良くなるための提案を考え、発信をする活動を実施した。
 - 小学校：地元企業・多様な職業人を招いた体験型学習の実施に加え、地域の専門人材を活用した出前授業や体験活動を行った。
- キャリア教育人材バンク（子ども夢応援団）登録が20団体となった。



1－① 新たなキャリア教育システムの構築・運用

令和5～7年度の総括と今後の展望

<総括>

- 本市のキャリア教育の取組を整理し、関係機関・家庭向けに周知するリーフレットを作成するなど、事業成果の発信・共有の基盤を整備した。
- 事業期間の初年度（令和5年度）から全ての学校において、キャリア教育の仕組みによる活動を実施し、必要な見直しを図りながら、令和7年度までの事業期間を通じて活動を継続することができた。

<今後の展望>

- 学校教職員と企業担当者による合同研修会を継続し、玉野の実態に即した地域連携を取り入れたカリキュラムの改善・更新を図る。
- これまでの取組により地域人材や企業等との連携が広がり、キャリア教育人材バンクの登録団体も増加するなど協力体制の基盤が整ってきた。一方で、こうした協力者の広がりを各校の学びの充実や新たな連携につなげていくことが重要である。このため、令和8年度に開催する「玉野のいいところ展」では、児童生徒の学習成果を地域や企業等に発信するとともに、意見交換や交流の機会を設けることで、学習成果の地域還元と新たな協力者の参画につなげる場として開催内容の充実を図る。

1-② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信

目的

- ・ 市内に留まらず全国を対象として、高校生のほか保護者や一般市民への情報発信を促進し、地元企業の認知度向上を図る。

現状・課題

- ・ 地元企業の情報や魅力をとりとめた冊子「たまのの企業ガイド」を作成し、地元の小中高校やハローワーク等で配布して、地元企業のPRに努めている。
- ・ 企業ガイドの各紹介ページには、企業情報や企業からのメッセージ動画を閲覧できる二次元コードを掲載し、また、企業へのインタビュー記事を掲載した公式SNSを開設するなど、より魅力を伝えるための工夫を加えている。
- ・ 紙媒体の企業ガイドでは配布部数が限られるため、玉野市出身者の進学先等、新たに繋がりを開拓した大学や専門学校への配布ができない場合がある。

事業概要

- ・ 地元企業の情報をより広域に、効率的に伝えるために、電子版「たまのの企業ガイド」を作成する。
- ・ 電子版とすることで、冊子の印刷数にとらわれることなくより多くの対象への紹介ができ、企業ガイド公式SNSを通じた二次拡散も容易となることから、従来の配布先に留まらない幅広い周知が可能となる。

1-② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信

令和7年度 取組実績

決算見込額：62千円

- 2025年度版を電子書籍化（令和8年2月）し、77社を掲載した。
- 令和6年度と同様、イベントの機会を利用してチラシを配付するなど、関係各所にPRした。
- 企業紹介動画や先輩社員のメッセージ動画の掲載等、内容を充実することで、企業に対する理解の促進を図った。

市内高等学校卒業者のうち就職者の市内就職率の推移（学校別）

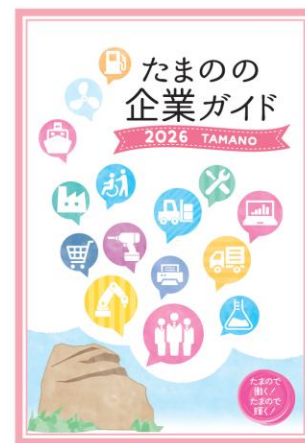
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
市立玉野商工高校	35.29%	40.00%	44.64%	50.00%
市立玉野備南高校	36.36%	57.14%	57.14%	50.00%
県立玉野高校	33.33%	30.00%	6.67%	40.00%
県立玉野光南高校	18.75%	9.09%	7.69%	0.00%



公式SNS
(Instagram)



電子版



2026年度版掲載中

1-② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信

令和5～7年度の総括と今後の展望

<総括>

- 市内高等学校卒業者の市内就職率の向上を図る取組として、従来の冊子（紙）の「たまのの企業ガイド」に加え、「電子版たまのの企業ガイド」を作成した。これによりパソコンやスマートフォンなどを利用していつでも閲覧可能とした。高校生向けの企業説明会である「マリン玉野産業フェア」や市主催の一般求職者向けの合同企業説明会など、求職者に地元企業を知ってもらう機会が増えており、こうしたイベントで地元企業を紹介する際のツールとして「電子版たまのの企業ガイド」を活用することで、ガイドを通じて地元企業を知る機会の増加が図られた。
- 結果的に、市内高等学校卒業者の市内就職率の改善は見られていない。市内高等学校向けの市内就職促進事業は市立高等学校を中心に実施しているため、市立2校は令和4年度から6年度にかけて市内就職率の向上が見られるが、県立2校は依然として県外を含む市外就職が中心となっており、市内就職率は低下傾向にある（P9の表参照）。売り手市場のため、都市部の大企業も市内高等学校にアプローチしていることから、市立高等学校同様に県立2校についても市内企業の認知度を高める取組を実施する必要がある。

1－② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信

令和5～7年度の総括と今後の展望

<今後の展望>

- 「電子版たまのの企業ガイド」は、地元企業の情報発信ツールとして様々な場面で活用ができるものである。このため、今後とも採用に積極的な企業を集めたガイドを作成し、企業情報を集めている人の目に触れるよう県のポータルサイト「okayama ebooks」に電子版を掲載する。引き続き関係機関と連携し、就職イベントなどの場面で地元企業の情報を紹介するツールとして活用し、市内就職への誘引を図る。
- さらに、令和8年度には地元企業情報サイトを新たに構築し、ガイドとリンクさせることで地元企業情報へのアクセス向上を図る。
- 令和6年度から玉野高校の総合的探求に参加している。地元企業の情報発信について考え、地元企業情報を自ら集める機会を設けており、今後もこうした高校の取組に積極的に関わることで、市内企業の認知度向上を図る。
- また、インターンシップやマリン玉野産業フェアといったイベントへの参加を呼びかけ、地元企業と関わる機会の創出に努める。

1－③ 地元企業のステップアップ支援

目的

- 地元企業の経営基盤を強化する。

現状・課題

- これまで、地元企業に対し、人材育成・ホームページ作成・販路開拓等の取組への補助を実施してきた。
- コロナ禍を経て、社会の変化がより急激・急速な時代となっており、企業が持続可能な経営や発展を続けていくためには、そうした変化への対応が不可欠である。
- さらに、人材不足が長期化しており、企業における事業の継続・発展に深刻な影響を及ぼしていることから、地元企業がこうした影響に対応できるよう支援する必要がある。

事業概要

- 地元企業が、社会の変化に対応できる柔軟な経営基盤を整備するために行う、情報発信・人材確保・外部人材（各種機関の専門家派遣）や副業人材派遣サービスの活用への補助を新設。デジタル技術を活用した地元企業の魅力・強みの向上を支援するとともに、外部人材等の活用により地元企業の課題解決を支援する。
- 企業にとって、各分野における専門的な知識を持った副業人材の活用が新たな課題解決手法の選択肢となるよう、理解を促進し、人材不足の現状を間接的に補完する。

1ー③ 地元企業のステップアップ支援

令和7年度 取組実績

決算見込額：9,106千円

○中小企業ステップアップ支援事業補助金

- ・地元企業の柔軟な経営基盤の整備に資する取組を支援
- ・企業紹介動画の作成・人材確保・外部人材等の活用を対象に追加
- ・21件・2,874千円の交付

○魅力ある職場環境づくり応援事業補助金

- ・地元企業の職場環境改善に資する取組を支援
- ・デジタル機器等の導入による業務負担軽減の取組を対象に追加
- ・7件・1,612千円の交付

○副業人材活用推進事業

- ・副業人材を活用した地元企業の課題解決を支援
- ・AI活用や人材獲得支援等様々な分野で、地元企業5社に対し副業人材5名が支援を実施



ステップ



魅力ある



副業人材



1－③ 地元企業のステップアップ支援

令和5～7年度の総括と今後の展望

<総括>

- デジタル化や人材確保といった企業の課題に対応する補助メニューを用意した結果、就職説明会への参加や新規事業の立ち上げに伴う外部人材活用など、各企業の課題解決のための新しい手法に挑戦する企業が増加した。その結果、本事業を通してステップアップに取り組んだ企業数は事業期間のいずれの年度も目標値を達成している。
- また、副業人材活用推進事業については、AIを活用した見積作成やECサイト拡大など、時代に合わせた効率化・販路拡大のほか、市内企業の共通課題である人材確保の取組や新規事業の立ち上げに向けたアドバイスなど、幅広い取組に挑戦する企業が利用した。当該事業は単年度で各事業者と副業人材のマッチング支援を行うものであるが、当該事業を通してマッチングした人材と引き続き継続契約を結ぶ事業者も複数おり、課題解決のための外部人材活用の手法が徐々に浸透しつつある。

1－③ 地元企業のステップアップ支援

令和5～7年度の総括と今後の展望

<今後の展望>

- 来年度以降もアンケート等を通じて企業の課題を分析し、求められる支援を検討する。令和8年度は人材獲得と人材定着のための職場環境整備のためのメニューを設け、企業の課題を精査した上で効果的な支援を実施する。
- 外部人材活用については、賃上げを目標とした業務効率化に取り組むため、国の物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金を活用して定着を図る。具体的には、これまで活用事例が少なかった製造業での活用を推進する。建設業や運輸業の企業が取り組んだAIによる見積もりや人材獲得の取組等、製造業にも共通する課題解決の実績が積みあがってきているため、市内主要産業で活用実績を作ることで、課題解決手段のひとつとして認識してもらえよう取り組む。

2 IT企業等誘致推進事業

目的・課題

- 若者の市内定着のため、若者の希望職種に合致するような企業誘致を検討してきたが、実現が困難な状況が続いている。一方、テレワーク等の普及により地方の魅力が再認識され、その実践地として選ばれつつある。
- これらの状況を踏まえ、まとまった用地を必要としないIT企業やテレワーク等柔軟な働き方を実践する人材をターゲットとした誘致活動や移住・定住を推進する必要がある。

事業概要（個別事業）

- ①ワーケーションの推進によるIT企業等の誘致
- ②在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成
- ③移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

数値目標（KPI）

	1年目 (R5年度)	2年目 (R6年度)	3年目 (R7年度)
ワーケーションツアー参加企業数（件）	6	6	12
デジタル人材育成セミナー受講者数（人）	10	20	20
IJUコンシェルジュを通じて移住した組（組）	10	10	10
ポータルサイトのページビュー数（PV）	12,000	37,200	63,600

2 IT企業等誘致推進事業 KPI達成状況

K P I 名称	R 5 目標	R 6 目標	R 7 目標	目標達成・未達成理由
	R 5 実績	R 6 実績	R 7 実績	
ワーケーションツアー参加企業数	6件	6件	12件	令和4・5年度に実施したツアーを踏まえ、IT企業等に対する情報発信に注力した。また、令和6年度に創設したワーケーション支援奨励金の活用を促し、玉野市内でのワーケーション実施の促進を図ったところ、複数のワーケーション施設運営事業者がプランを作成し、首都圏及び近隣県から目標を上回る参加者があった。
	6件	0件	13件	
デジタル人材育成セミナー受講者数	10人	20人	20人	リアル会場・オンラインだけでなく、アーカイブ視聴での受講もできるようにしたため、参加しやすかったと思われる。
	37人	79人	35人	
IJUコンシェルジュを通じて移住した組数	10組	10組	10組	丁寧な相談対応や市内案内を継続することで、目標値を達成することができた。
	12組	10組	11組	

2 IT企業等誘致推進事業 KPI達成状況

K P I 名称	R 5 目標	R 6 目標	R 7 目標	目標達成・未達成理由
	R 5 実績	R 6 実績	R 7 実績	
移住ポータルサイトの ページビュー数	12,000PV	37,200PV	63,600PV	令和6年度は、令和5年度に引き続き、移住ポータルサイトを多くの人に知ってもらうため、サイトへの流入を促すことに重点を置き、AIを活用して広告をクリックする可能性が高いユーザーに向けて集中的に広告を配信した。 令和7年度は、本市への認知・理解を促し、移住につなげていくことを目的に、AIを活用して動画を最後まで視聴する可能性が高いユーザーを把握し、そこに向けて集中的に広告配信を行った。 これにより、令和7年度は、広告の表示回数は大きく伸びたものの、クリック数は令和6年度に比べて減少し、それに伴いサイトのPV数も減少したため、目標未達成となった。
	35,451PV	52,802PV	46,708PV	

2-① ワークেশョンの推進によるIT企業等の誘致

目的

- 企業誘致に向けた実践的なプロモーションを実施する
- 地方移転を検討するIT企業等から見た本市の魅力や不足要素を、当事者視点で把握する

事業概要

- ワークブースを試験的に設置し、本市の企業立地先、ワークেশョン先としての可能性を調査するとともに、市内の駅や宿泊施設等へ情報提供を行い、ワークブースの設置を促すなど、市全体での受入体制を整える。
- 令和4・5年度に実施したお試しワークেশョンツアーやそれを基に令和6年度に実施したワークেশョンモデルプランを実行性のあるものとするため、ワークেশョンプランに組み込んだ「瀬戸内ブルーエコノミーサミット」を開催する。本市が元来持っている海に関する産業と生活のつながりを持続可能なつながりとして見つめ直す取組に「ブルーエコノミー」を位置づけ、市内伝統産業とスタートアップ企業の対話を実施する。
- 令和6年度に創設したワークেশョン支援奨励金を活用する。

2-① ワークেশョンの推進によるIT企業等の誘致

令和7年度 取組実績

決算見込額：2,992千円

■ワークブース「テレキューブ」の設置

利用状況(R7.4～R7.6) 延べ24人、33h15m

■ブルーエコノミーサミットの開催

令和4・5年度に実施したお試しワークেশョンツアーやフォローアップ調査の結果を参考に、令和6年度に作成したワークেশョンモデルプランを活用するため、玉野市の産業の特徴である「自然と経済の調和」をテーマとした「瀬戸内ブルーエコノミーサミット」を開催した。

参加者を首都圏から募集し、ワークেশョンに積極的な大手企業の参加を得ることができた。

■ワークেশョン支援奨励金の実施

玉野市内のコワーキングスペース運営事業者2社がワークেশョンプランを3件実施し、各プランに奨励金を交付した。



2-① ワークেশョンの推進によるIT企業等の誘致

令和5～7年度の総括と今後の展望

<総括>

- 事業の指標であるワークেশョンツアー参加企業数について、令和6年度に実績がなかったことの反省を踏まえ、令和7年度は、奨励金制度の周知に努めることに加え、ブルーエコノミーサミットを契機としたワークেশョンツアーの実施等により目標値を達成することができた。
- 令和5年度にお試しツアーからモデルプランの作成・実践と段階を踏んで取り組んだことや、令和6年度に奨励金制度を創設したこと、令和7年度に市内イベントと連携してワークেশョンツアーを実施したことなど、事業期間を通じてワークেশョンツアーに関するノウハウの蓄積やワークেশョンに対する事業者の認知度向上が効果として得られた。

<今後の展望>

- 令和8年度以降はワークেশョン施設運営者に奨励金の利用を促すことで、ワークেশョンツアーの実施回数及び参加企業数の増加を図る。
- また、市外のワークেশョン実施企業に対する広報を継続して行い、魅力的なプランを示すことで、ワークেশョン先として選ばれるまちを目指す。

2-② 在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成

目的

- ・ IT企業で即戦力として働ける人材を育成する

事業概要

- ・ テレワークやクラウドソーシングなどに必要な実務的スキルやノウハウを学べるセミナーを開催する。
- ・ クラウドソーシングで働くことの魅力やキャリアデザイン、働く方法を理解できるセミナーを開催する。
- ・ セミナー受講者には、フォローアップ調査として、現状調査を実施し、実際にICTを活用した仕事をしているかや仕事を始める際及び継続する上での課題を調査し、その内容をセミナーに反映することで今後開催するセミナーの魅力向上につなげる。
- ・ さらに、セミナー受講者に対する伴走支援として、仕事を探す・始める、仕事を継続する、スキルアップするという各段階に応じた支援を必要に応じて行う。

2-② 在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成

令和7年度 取組実績

決算見込額：2,300千円

■在宅ワークセミナーの開催

子育て世代の女性を主なターゲットとしてセミナーを開催し、在宅ワーカーを育成するとともに、自営型及び雇用型在宅ワークでの就労支援を行うことで、在宅ワークを含めた就業率の向上を図った。

◇スキルアップセミナー（全6回）

概要：在宅ワークに必要なスキル(Googleツール、Microsoft Office等)を学び、実践するセミナー。
録画配信形式で実施。

参加人数：26名、188回再生

◇応用実践セミナー（全8回開催）

概要：実際にエントリー方法を学び、仕事探しを体験するセミナー。
前半4回をオンライン、後半4回を対面で実施。

参加人数：14名、アーカイブ視聴数：70回

2-② 在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成

令和5～7年度の総括と今後の展望

<総括>

- 事業の指標であるデジタル人材育成セミナー受講者数は、事業期間を通じて目標値を達成した。
- 就労率の向上を目指して参加者の声に基づいたプログラムの改善を継続した結果、多くの参加者を得ることができ、地域における在宅ワークやデジタルスキル習得への需要を実証した。これが契機となり、現在は民間事業者による人材育成の動きが活発化しており、公的支援から民間主導へと、持続可能な育成基盤への転換が実現した。
- 令和5年度から開催した本事業によりスキルアップした複数の人材が就労を実現している。その中にはIT企業にトライアル採用となった人もいることから、本事業の目的である「IT企業で即戦力として働ける人材の育成」についても、一定程度は実現できたと考えられる。

<今後の展望>

- この3年間の取組実績からもわかるように、在宅ワークセミナー（デジタル人材育成セミナー）には一定のニーズがあることから、既に市内民間事業者によってデジタル人材育成セミナーが実施されている。
- こうした状況を踏まえ、令和8年度以降は民間のコワーキングスペース運営事業者の実施するセミナーによりデジタル人材の育成を図ることとしている。そのために令和8年度はAI活用研修を実施しており、今後も市としてこういった支援ができるかについて、セミナー開催事業者とセミナー参加者の両者の視点に立って検討していく。

2－③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

目的

- ・ 移住希望者等に対して、住環境を含めた市の魅力を効果的にPRする

事業概要

- ・ 瀬戸内国際芸術祭などで玉野市を訪れた観光客を対象に、電車の車内広告を活用して移住ポータルサイト等へのアクセスを促すことで移住情報を発信する。
- ・ 全国の移住検討者向けWEBマガジンに玉野市の移住情報を掲載することで、市からの発信だけでは届かない移住検討者にも移住情報を届ける。
- ・ 移住希望者が、移住後の生活をイメージして移住できるよう、県内インフルエンサーに玉野市紹介動画の作成を依頼し、発信する。
- ・ 都市圏を始めとした県外への効果的なPRのため、移住PRコンテンツを作成し、SNS、WEBメディア等あらゆる機会を通じて戦略的なPRを実施する。
- ・ これらの実施により、移住施策のさらなる強化が図られる。

2ー③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

令和7年度 取組実績 決算見込額：3,769千円

○ 移住定住プロモーション業務

委託事業者：株式会社クラビズ

◆JR車内広告制作

- ・瀬戸内国際芸術祭2025の来訪者向けに移住促進ポスターを作成し、夏・秋会期の間、JR瀬戸大橋線及び宇野線などの車内に掲示

◆TURNS（移住関連WEBマガジン）で市の紹介記事を掲載

◆移住紹介動画制作・共同投稿

- ・県内インフルエンサー制作の動画（リール動画5本）を共同投稿

◆広告掲載

- ・移住セミナー等の開催に合わせ、Instagram及びfacebookにWEB広告を配信



(車内広告画像)



(WEB広告掲載画像)

令和7年度 配信広告	実施期間	表示回数	クリック数	クリック率
①動画	10／11～3／22	992,437	1,019	0.10%
②夏の移住フェアin大阪	6／16～7／15	85,678	1,285	1.50%
③ふるさと帰帰フェア	8／30～9／19	132,267	970	0.73%
④岡山移住発見フェアin東京	10／3～10／19	111,784	1,208	1.08%
⑤移住体感ツアー2025	10／27～11／10	72,048	1,132	1.57%
⑥春の移住フェアin大阪	1／16～2／7	65,489	1,561	2.38%
⑦オンラインDAKARAセミナー	2／27～3／12	72,499	1,614	2.23%
合計		1,532,202	8,789	0.57%

(参考)令和6年度 配信広告	実施期間	表示回数	クリック数	クリック率
①動画	11／20～2／16	469,188	8,409	1.79%
②12月ナイター相談会	11／22～12／17	358,036	1,174	0.33%
③1月ナイター相談会	12／17～1／13	242,256	1,730	0.71%
④2月大阪フェア	1／20～2／8	126,265	1,880	1.49%
合計		1,195,745	13,193	1.10%

2－③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

令和5～7年度の総括と今後の展望

<総括>

- 事業の指標である移住ポータルサイトのページビュー数について、令和5年度と6年度はサイトを知ってもらうことに重点をおいて広告配信を行い、目標値を達成している。一方で、令和7年度は、玉野市のことをより深く知ってもらうことを目的に広告配信の対象を見直したため、目標値を達成できていない。
- IJUコンシェルジュを通じて移住した組数は、事業期間を通じて目標値を達成している。
- この結果は、移住希望者向けのパンフレットや動画を作成し、コンテンツを充実したことに加え、移住ポータルサイトを起点とした積極的な情報発信を行ったことによる効果が一定程度表れたものと考えられる。
- また、広告配信に当たっては、閲覧数やクリック率の分析に基づき最適化を行いながら配信することで、ターゲット層に対して効果的な情報発信ができ、市のPRやイベント集客につなげることができた。
- さらに、今回の取組を通じてターゲットの属性や広告媒体ごとの傾向等に関するデータを収集できたため、今後はこのデータを活かして、より効果的な情報発信を行い、更なる移住定住の推進を図る。

2－③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

令和5～7年度の総括と今後の展望

<今後の展望>

- 引き続き、作成したパンフレットや動画を活用しながら、移住ポータルサイトを起点に移住希望者に向けた市の魅力発信を行う。
- 積極的な情報発信により、市の認知度向上と本市への移住希望者の掘り起こしを図り、実際に移住へと繋がる取組を実施する。
- 具体的な取組として、令和8年度には、若い世代の移住希望者を対象に移住体験ツアーを実施する予定である。短期間の生活体験を通じて玉野市での生活環境を肌で感じてもらい、移住後の暮らしの具体的なイメージを持ってもらうことで、本市への移住についての関心を高める。