



# 福島移住促進に向けた インターネットパネル調査分析

2024年12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.20

※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

### 1. 首都圏のほか「福島隣接県」から福島への移住意向が高い

首都圏のほか、宮城県・栃木県など福島隣接県から福島県への移住への意識がある一方で、移住促進キャンペーンの認知度は東京と比較すると低い傾向にある。

そのため、「福島隣接県」にアプローチすることが移住促進に効果的な可能性があると考えられる。

### 2. 移住を検討するにあたり、女性は住宅の耐震性や医療・福祉サービスなど「安心した暮らし」へのニーズが高い

男女で比較すると、女性は福島県への移住において「安心・安全」に対して高い関心を持つことがわかった。災害時の安全性や医療機関や福祉サービス、また住居においては耐震性などより安全を重視し慎重になることがわかる。そのため女性への福島県への移住をアプローチする際に耐震や医療・福祉など安心した暮らしができることを情報発信することが重要である。

### 3. 仕事面において、福島移住関心層は、相双地域で推進している「先端技術・原発関連」といった仕事を求めている

福島県への移住関心層は「地方での仕事に関心がある」や「今の住まいで仕事がない」との回答も目立つことから、仕事への関心が強いことが明らかとなった。

「とても住んでみたい」と回答した層は**相双地域で推進している**「先端技術」や「原発関連」といった仕事を希望しているのに対して、「二拠点生活」を希望する層は、「非営利組織」や「まちを支える仕事」などの**貢献性**の高い仕事を希望している。

# 調査概要

## 1. 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。

## 2. 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付、大阪府と愛知県を5,000人ずつ割付
- ・ 調査時期 : 令和6年(2024年)12月

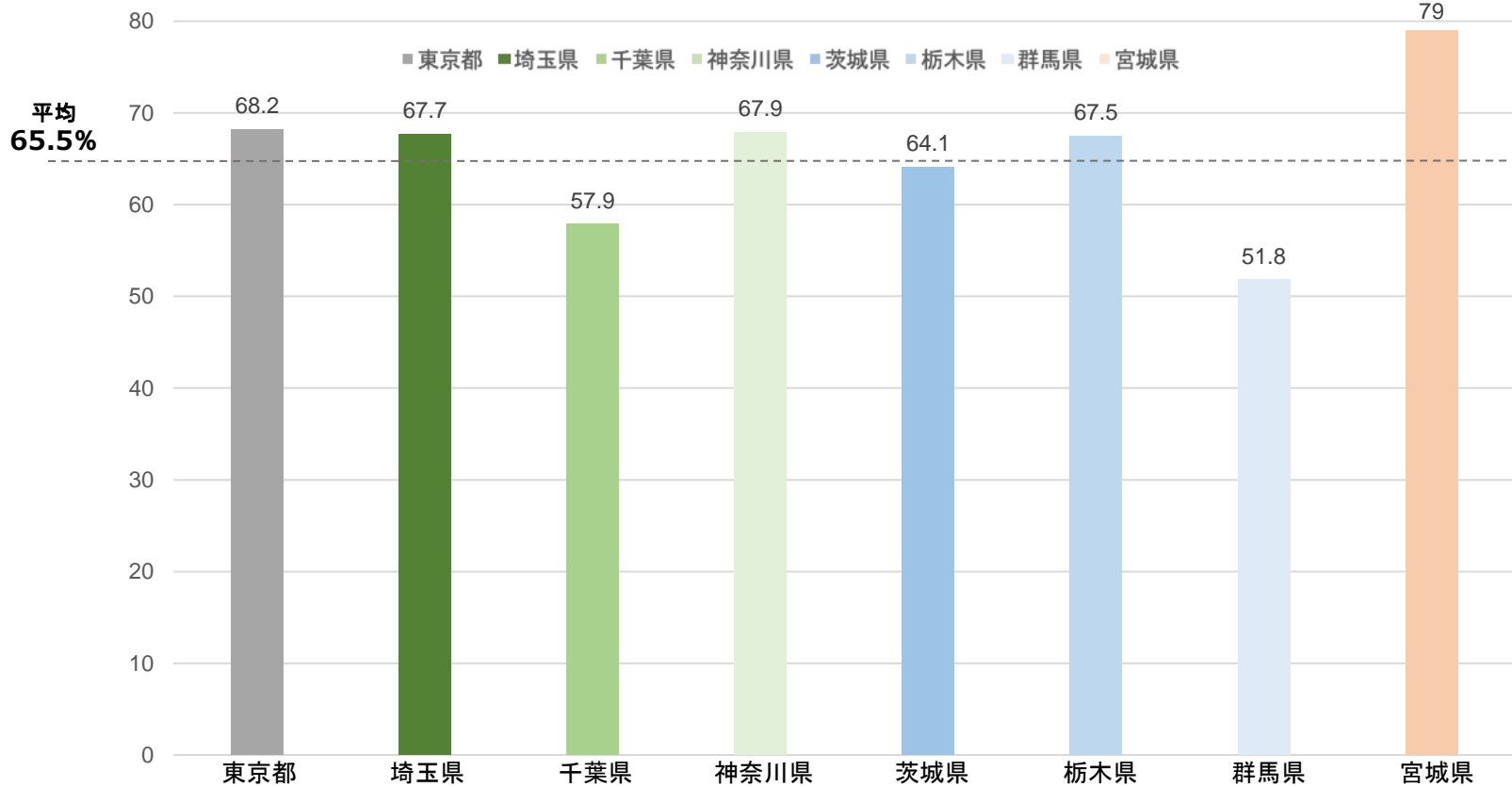
## 3. 本調査

- ・ 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 : 900サンプル

# 1. 首都圏のほか「福島隣接県」で福島への移住意向が高い（エリア別ニーズ）

福島への移住について「とても住んでみたい」「住んでみたい」と答えた人は、首都圏のほか、隣接県も高い傾向があり、特に宮城県は79%と高い数値になった。

『SC3. あなたの以下のエリア（福島）に対する移住先としての印象をそれぞれひとつずつお知らせください。（それぞれ1つずつ選択）（それぞれ1つずつ選択）』※「とても住んでみたい」「住んでみたい」の合算



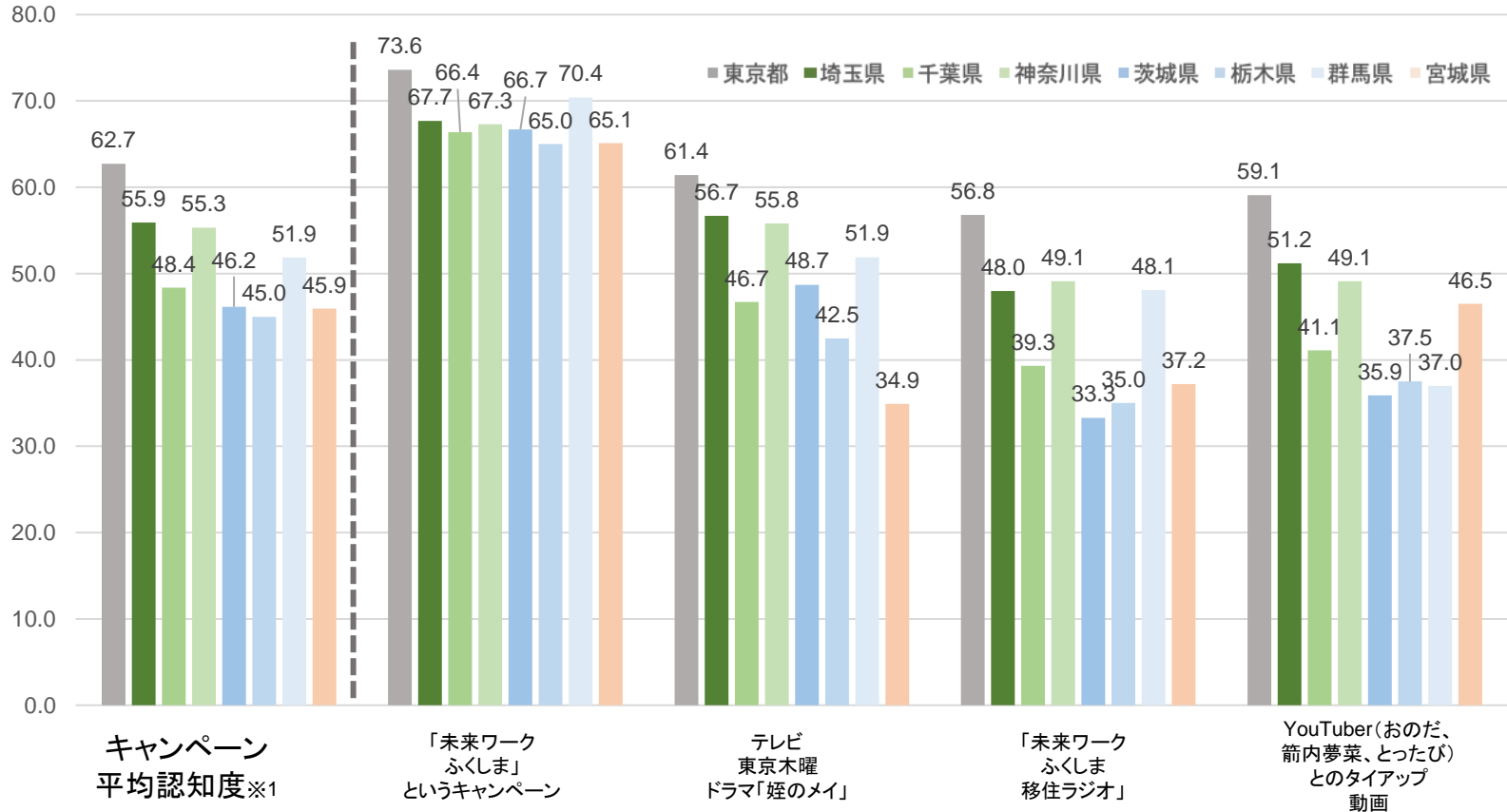
※ 『F3. あなたが現在お住まいになっている地域についてお知らせください。（1つ選択）』の回答者のうち ※単位は、「%」

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、第2回～第6回それぞれN=50,000）

# 1. 首都圏のほか「福島隣接県」で福島への移住意向が高い（エリア別施策認知度）

12市町村移住キャンペーン※1の認知度は、福島隣接県では、東京（62.7%）よりも低い傾向にある。

『Q26. あなたは、これまで以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、見たことはありますか？あてまはるものを1つお答えください。まずは、参考資料を閲覧してください。（それぞれ1つずつ選択）』



※ 『F3. あなたが現在お住まいになっている地域についてお知らせください。（1つ選択）』の回答者のうち

※1「未来ワークふくしま」というキャンペーン、テレビ東京木曜ドラマ「姪のメイ」、「未来ワークふくしま 移住ラジオ」、YouTuber（おのだ、箭内夢菜、とったび）とのタイアップ動画の認知の平均

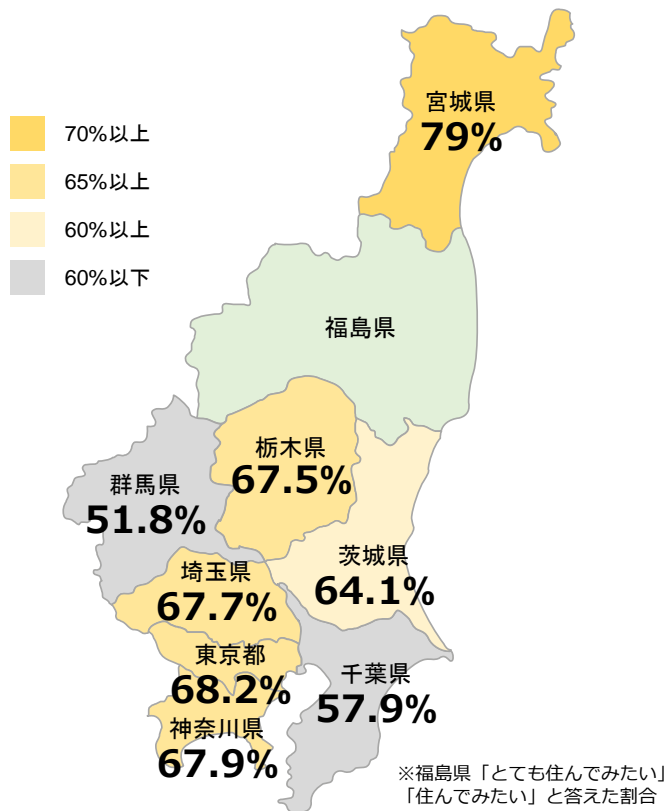
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）※単位は、「%」

# 1. 首都圏のほか「福島隣接県」で福島への移住意向が高い（まとめ）

首都圏のほか、宮城県など福島隣接県から福島への移住への意識がある一方で、移住促進キャンペーンの認知度は東京と比較すると低い傾向にある。そのため「福島隣接県」へのアプローチが必要と考えられる。

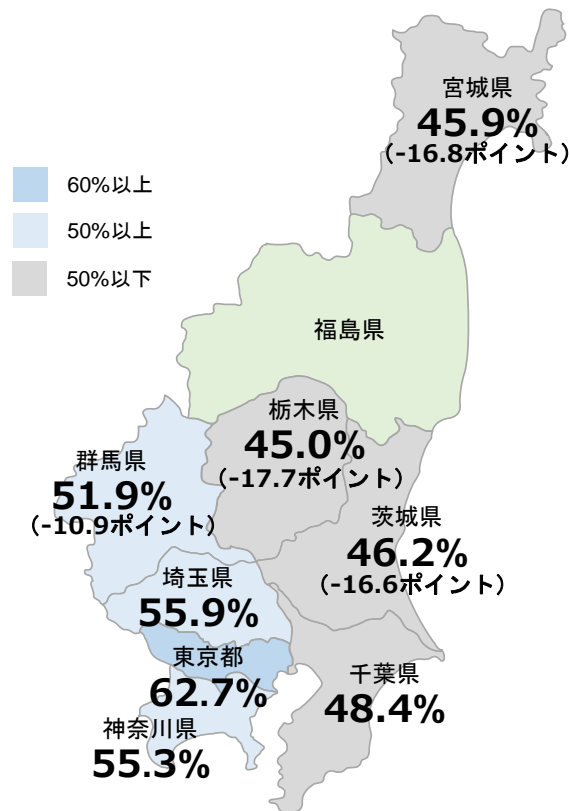
## 福島県への移住ニーズ

→ 首都圏と福島県の隣接する県（宮城/栃木/茨城）の移住への意識が高い



## 福島県の移住促進キャンペーン平均認知度

→ 隣接する県の認知度が東京と比較すると認知度が低い



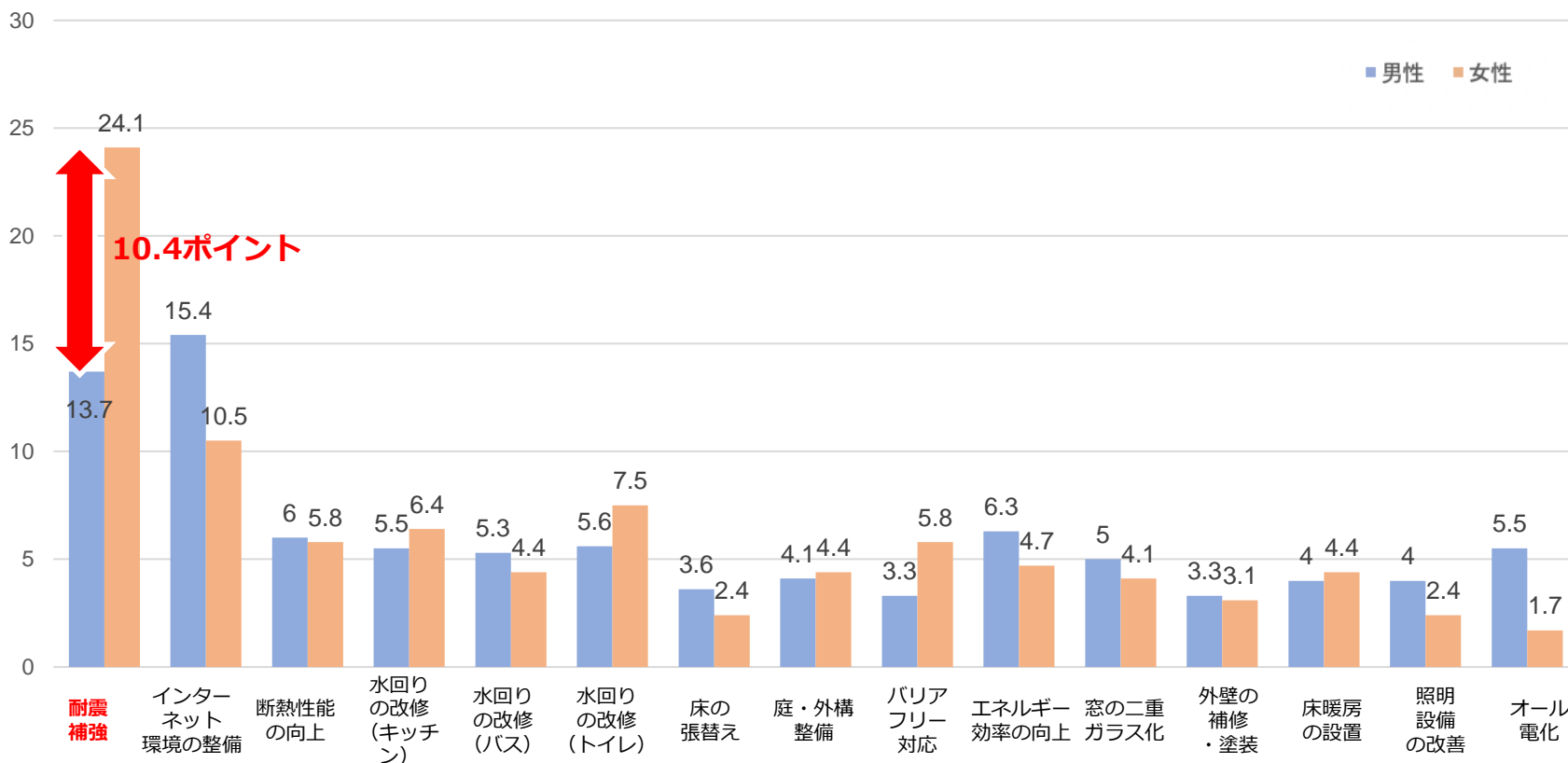
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

※括弧内は東京都との差分

## 2. 女性は「安心した暮らし」へのニーズが高い（住宅ニーズ）

住環境においては、女性の中で最も「耐震補強」が高く、男性との差分も開いている差分（10.4ポイント）となった。女性に対しては、比較的男性よりも生活面への意識が高い中で、特に「安全」の面への意識が高い。

『Q28. 福島県の移住先として既存住宅を借りる場合、どのようなリフォームをされているとより住みやすいと思いますか。リフォームで重視するポイントをすべてお選びください。またその中から「最も重視するポイント」をお選びください。』※「最も重視するポイント」のみ



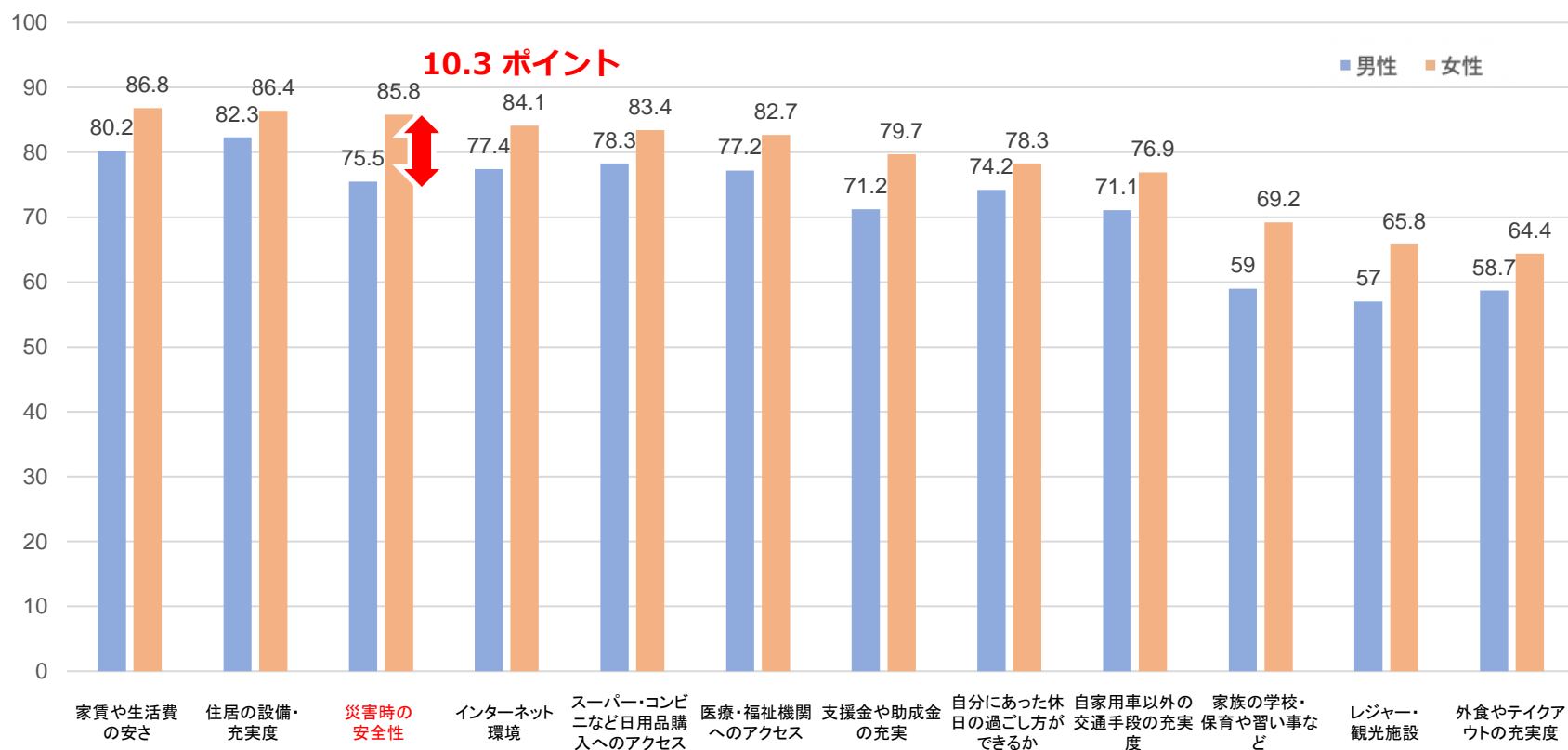
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900） ※単位は、「%」



## 2. 女性は「安心した暮らし」へのニーズが高い（住宅ニーズ）

「災害時の安全性」が、他の項目より男女で最も大きい差分（10.3ポイント）となった。最も重視していると回答した割合（複数選択）が3番目に高く、85.8%となる。同じく「安全」への意識が高い。

『Q3. 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お知らせください。（それぞれ1つずつ選択）』※「とても重要」「やや重要」の合算

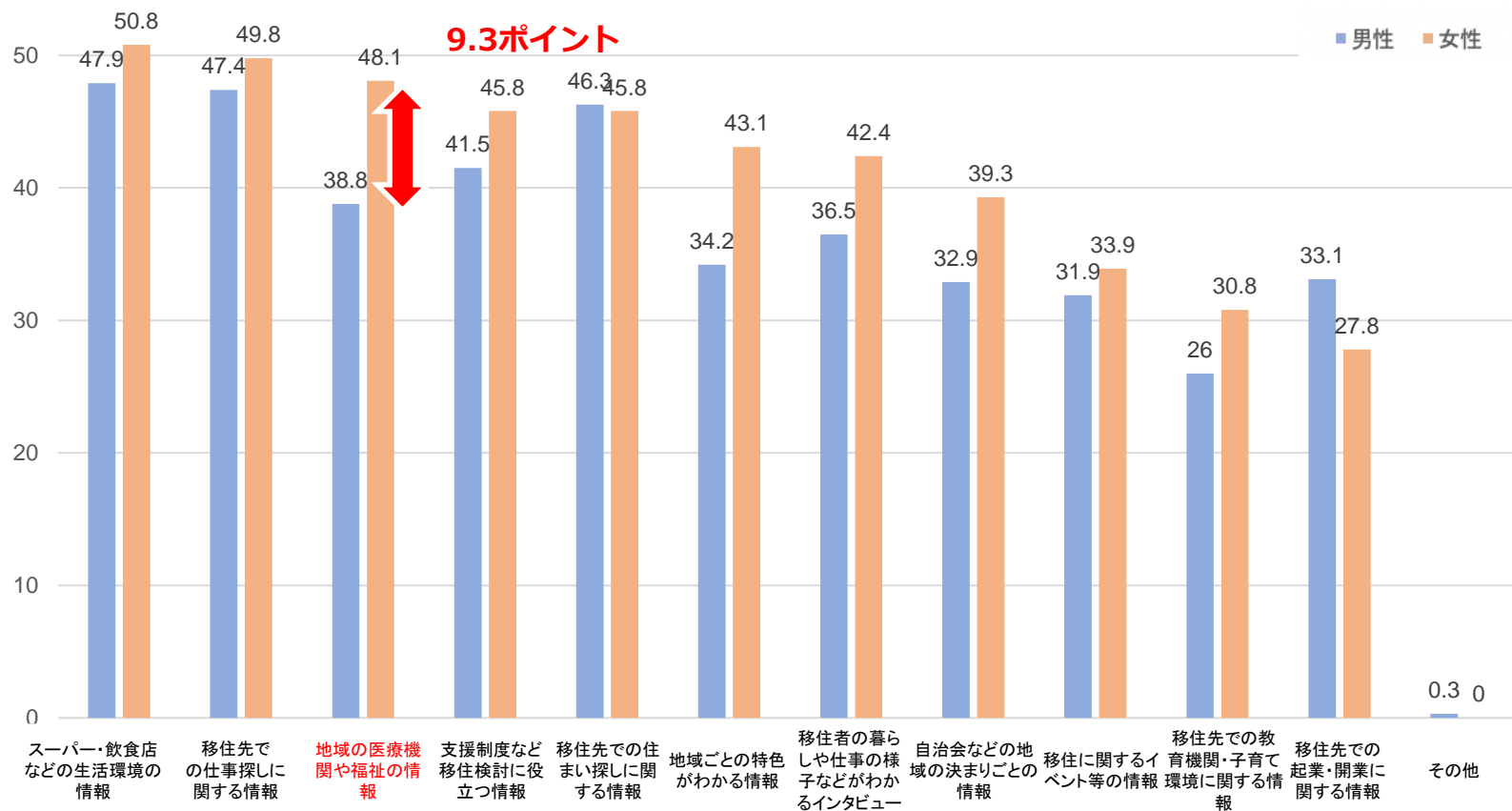


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）※単位は、「%」

## 2. 女性は「安心した暮らし」へのニーズが高い（医療福祉ニーズ）

「地域の医療機関や福祉の情報」が、他の項目より男女で最も大きい差分（9.3ポイント）となった。重要だと回答した順位（複数選択）が3番目に高く、48.1%となった。「安心」への意識が高いことがわかる。

『Q21. あなたは福島県に移住するにあたり、移住前にどのような情報が欲しいと思いますか。お気持ちにあてはまるものをすべてお知らせください。』

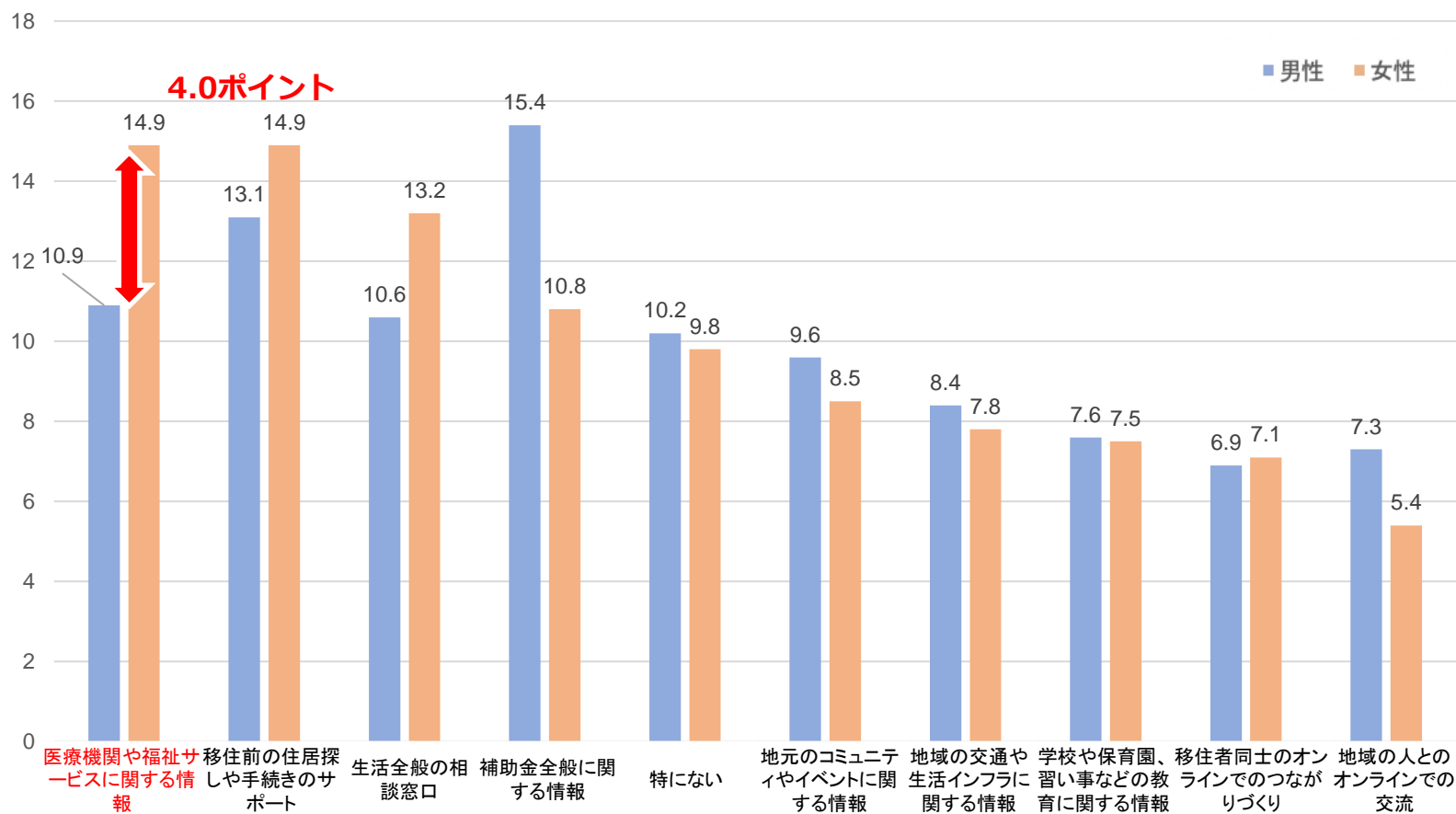


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900） ※単位は、「%」

## 2. 女性は「安心した暮らし」へのニーズが高い（医療福祉ニーズ）

「医療機関や福祉サービスに関する情報」が、他の項目より男女で最も大きい差分（4.0ポイント）となった。最も重要だと回答した割合が、14.9%となった。同じく、「安心」への意識が高いことがわかる。

『Q31. あなたが福島県に移住することを決断したとしたら、移住するまでに欲しいサポートはどのようなことがあると思いますか？最もあてはまるもの（1つ選択）』

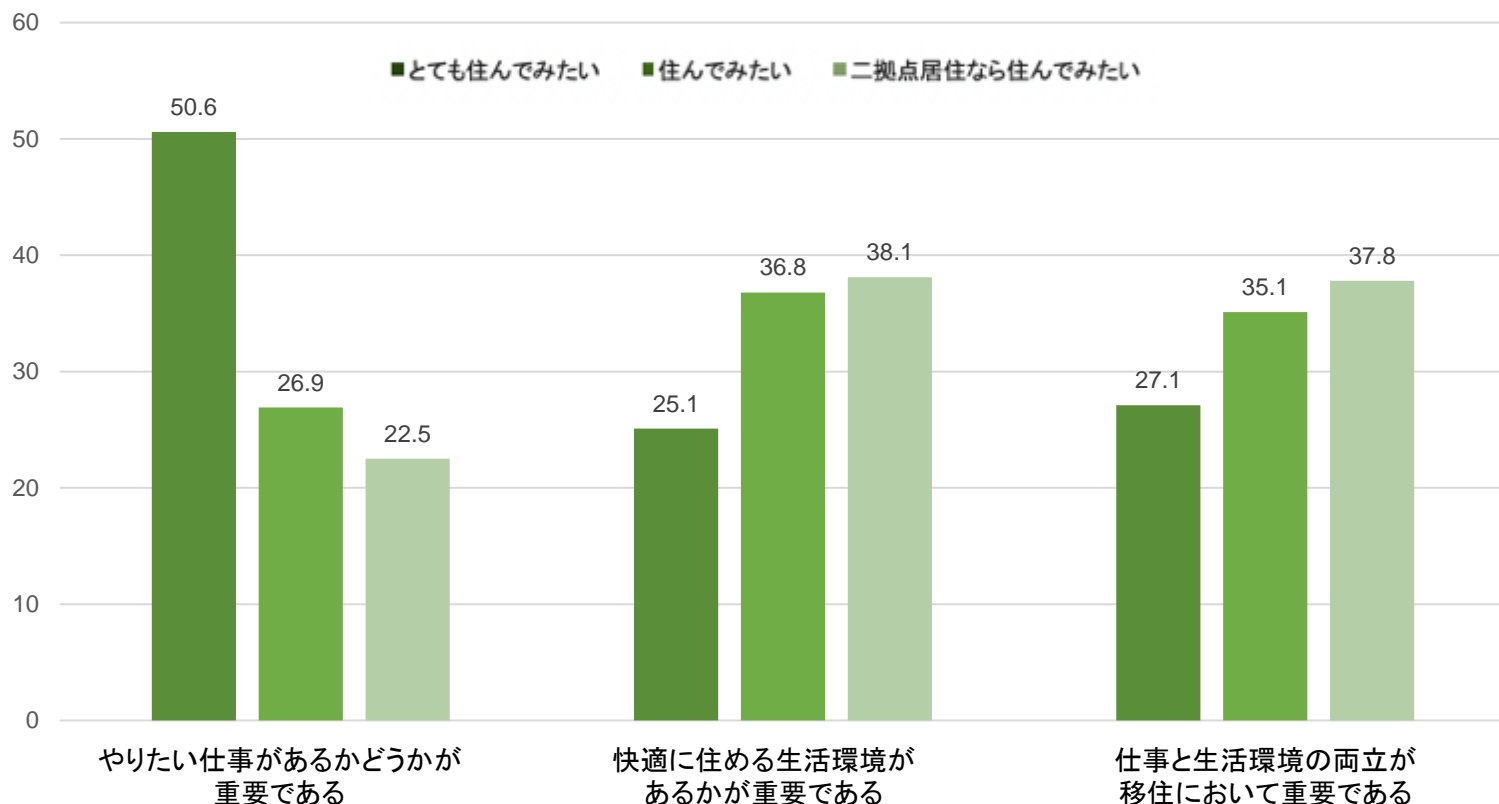


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900） ※単位は、「%」

### 3. 福島移住関心層は「先端技術」「原発関連」のニーズが高い（仕事⇔生活環境）

福島県への移住関心層では、「とても住んでみたい」と回答した層のうち、「やりたい仕事があるかどうか」が最も高く（50.6%）、仕事への関心が高いことがわかる。そのためより関心層にあった仕事内容を訴求することが重要であることがわかる。

『 Q10. 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）



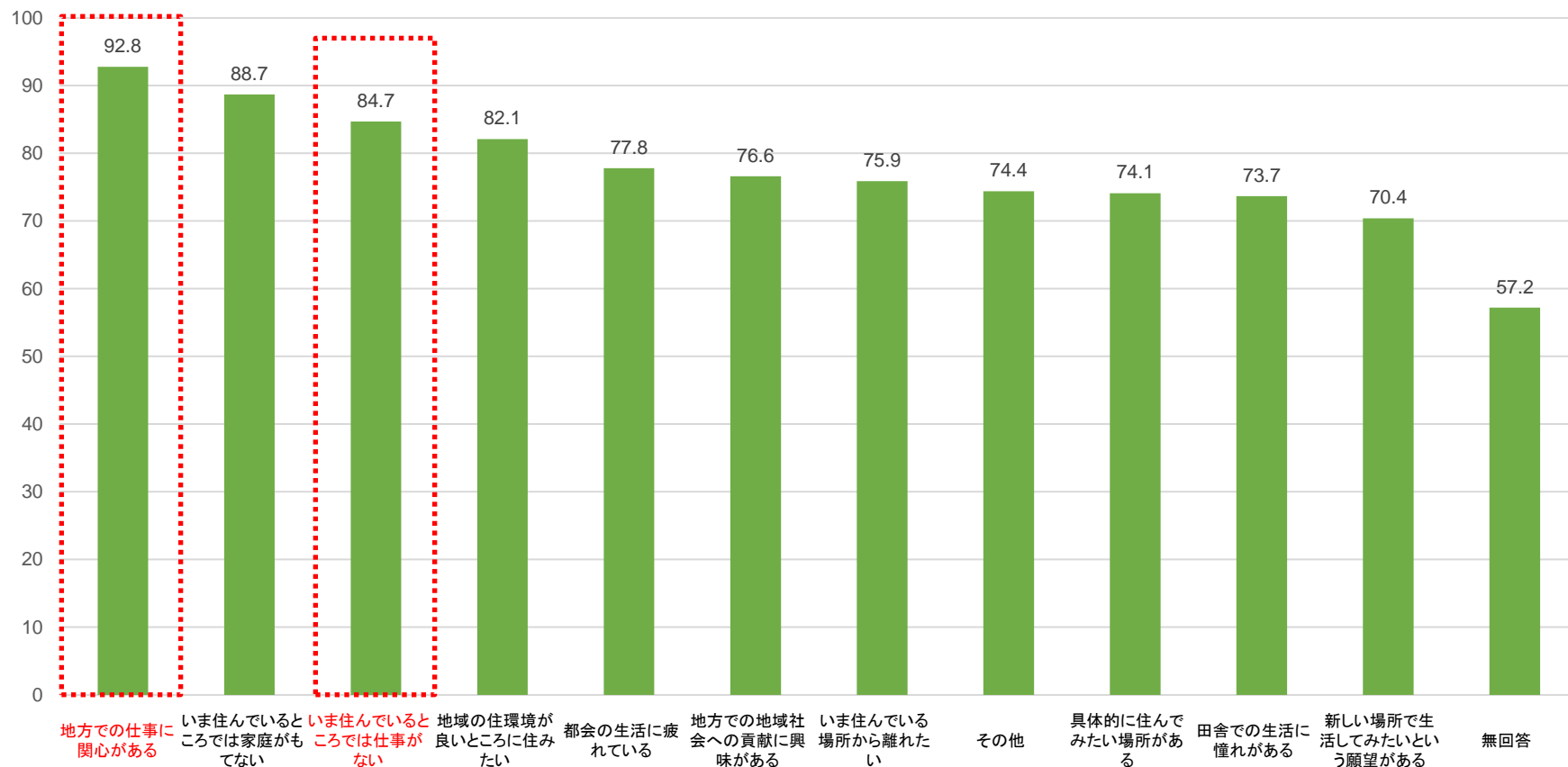
※ 『 SC3. あなたの以下のエリア「福島県」に対する移住先としての印象をそれぞれひとつずつお知らせください。（それぞれ1つずつ選択）』の回答者のうち

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=900） ※単位：%

### 3. 福島移住関心層は「先端技術」「原発関連」のニーズが高い（移住での興味関心）

仕事関連の項目について、福島関心層は、「地方での仕事に関心がある」が最も高く（92.8%）、次に「いま住んでいるところでは仕事がない」が次に高く、84.7%となる。そのため仕事への関心が高いことがわかる。

『SC2. 国内での移住について、あなたの興味がある理由としてあてはまるものを全てお知らせください。（複数選択可）』



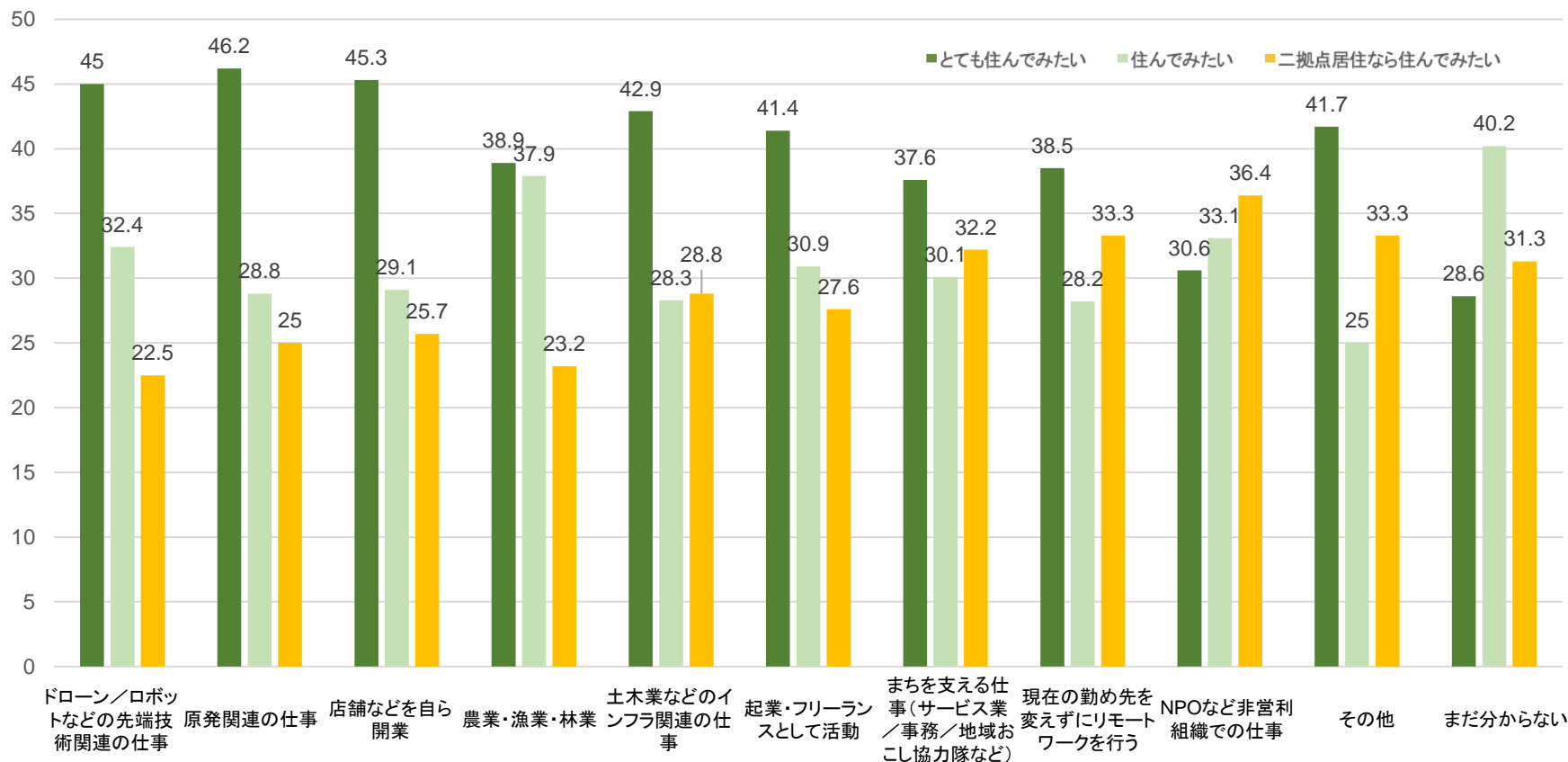
※ 『SC3. あなたの福島に対する移住先としての印象をそれぞれひとつずつお知らせください。（それぞれ1つずつ選択）』の回答者のうち 福島県の「とても住んでみたい」「住んでみたい」の合算

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=900） ※単位は、「%」

### 3. 福島移住関心層は「先端技術」「原発関連」のニーズが高い（仕事ニーズ）

「とても住んでみたい」と回答した層は**相双地域で推進している「先端技術」や「原発関連」といった仕事を希望しているのに対して**、「二拠点生活」を希望する層は、「非営利組織」や「まちを支える仕事」などの**貢献性の高い仕事を希望している**。

『Q12.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）』



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=900）

※『SC3. あなたの以下のエリア「福島県」に対する移住先としての印象をそれぞれひとつずつお知らせください。（それぞれ1つずつ選択）』

※単位は、「%」。またグラフの順番は左から「とても住んでみたい」と「二拠点なら住んでみたい」の差が大きい順

## その他の調査結果一目次①

<b>1. 調査対象者の基本属性</b> .....	p.16
1.1 調査対象者の基本属性ー全体	
1.2 調査対象者の基本属性ー福島移住関心層	
<b>2. 移住にあたって重視すること</b> .....	p.19
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	
2.2 移住後に希望する仕事ー福島移住関心層	
2.3 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	
2.4 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	
2.5 移住する際の住まい探しで重視する情報ー福島移住関心層	
2.6 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	
2.7 移住に関する意志決定の仕方ー福島移住関心層	
2.8 移住に関する支援制度への関心ー福島移住関心層	
2.9 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ー福島移住関心層	
2.10 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	
2.11 移住先で開業・起業を検討するときに重視する情報ー起業に関心のある福島移住関心層	
2.12 移住を検討する上で参加したいものー福島移住関心層	
2.13 移住を検討する上で必要だと思う行動ー福島移住関心層	
2.14 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	
2.15 移住する際のリフォームで重視する情報ー福島移住関心層	
2.16 移住を検討する上で希望する生活や周辺環境ー福島移住関心層	
2.17 移住を検討する上で希望する地域住民との接点ー福島移住関心層	
2.18 移住を決断した後に希望するサポートー福島移住関心層	
2.19 移住を検討する上で魅力的に感じる体験やアクティビティー福島移住関心層	
2.20 移住を検討する上で魅力的に感じる首都圏の移住イベントー福島移住関心層	

## その他の調査結果一目次②

<b>3. 移住に関する意向</b> .....	p.48
3.1 移住意向ー福島移住関心層	
3.2 福島県への移住意向ー全体	
3.3 浜通りエリアを中心とした12市町村への移住意向ー福島移住関心層	
3.4 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	
3.5 移住に関心を持つ理由ー福島移住関心層	
3.6 移住のタイミングー福島移住関心層	
<b>4. 移住施策等に関する認知</b> .....	p.58
4.1 福島県への移住に関する情報の浸透状況ー全体	
4.2 移住施策に関する認知ー全体	
4.3 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の認知ー福島移住関心層	
4.4 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の魅力ー福島移住関心層	
<b>5. 情報取得経路</b> .....	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	
<b>6. 移住と復興</b> .....	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	



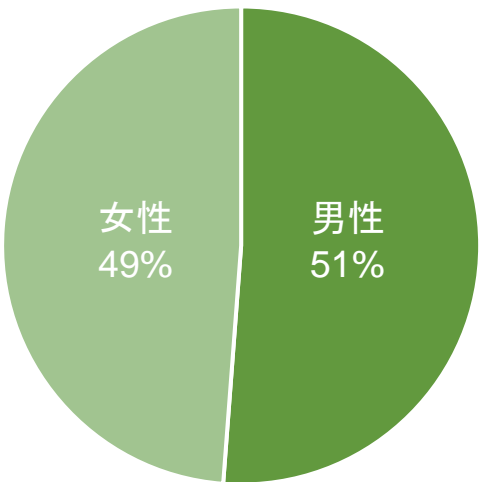


## 1. 調査対象者の基本属性

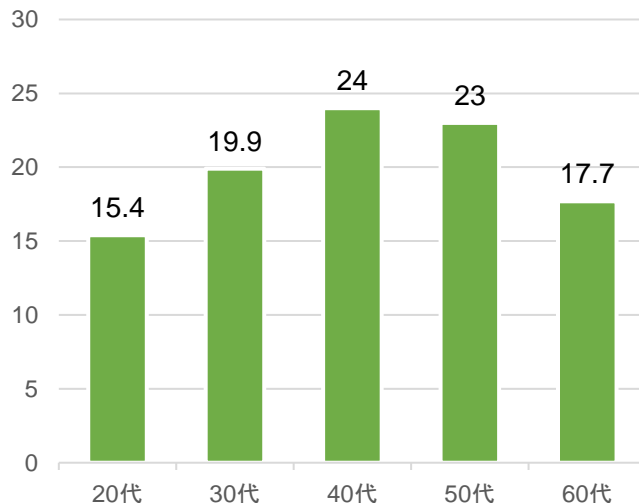
単位は、注意書きがある場合を除き全て「%」

# 1.1 調査対象者の基本属性—全体

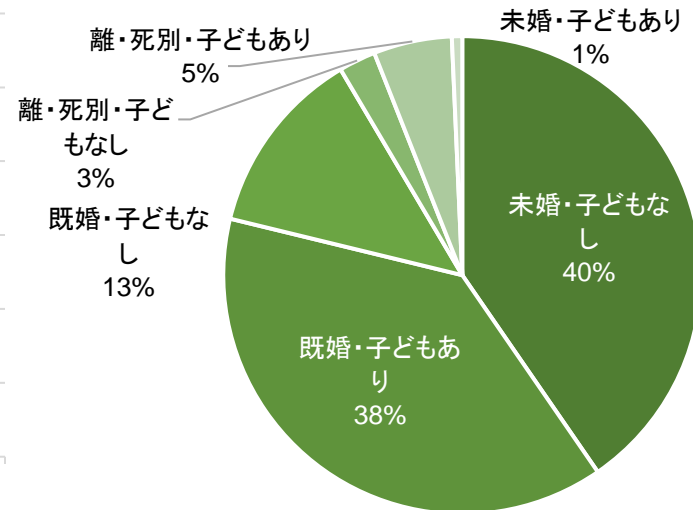
●男女構成比



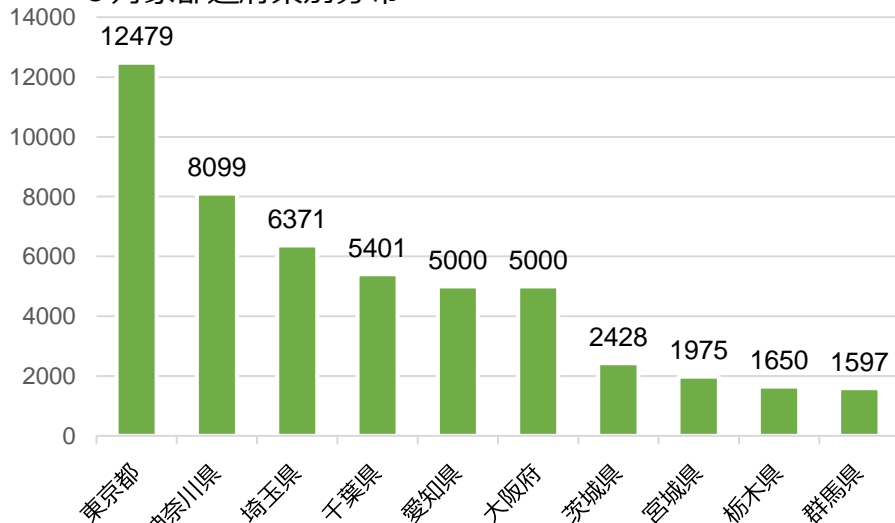
●年代構成比



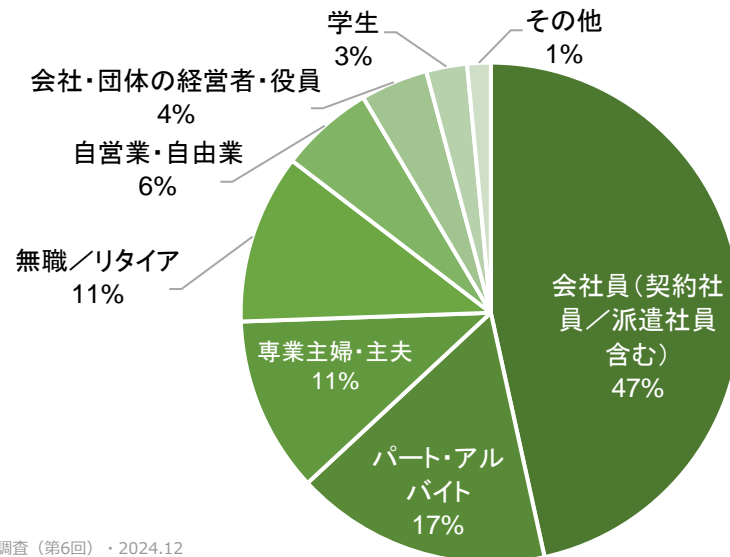
●子ども有無構成比



●対象都道府県別分布



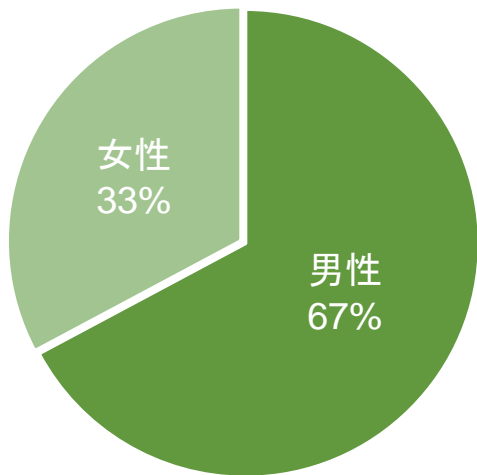
●職業別分布



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） 単位：人

## 1.2 調査対象者の基本属性—福島移住関心層

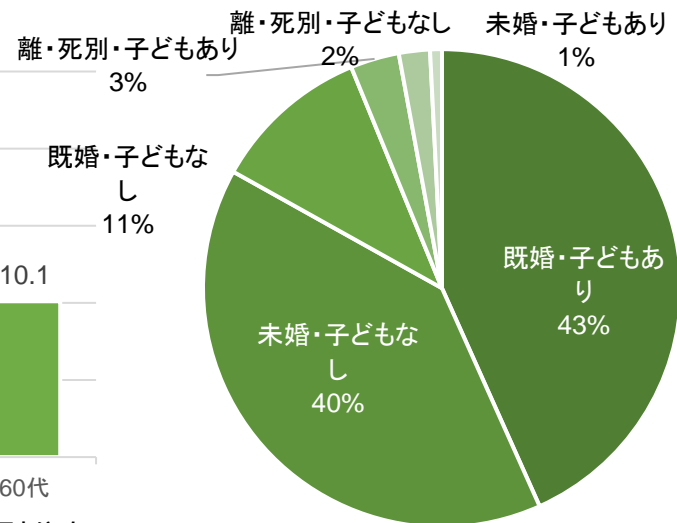
●男女構成比



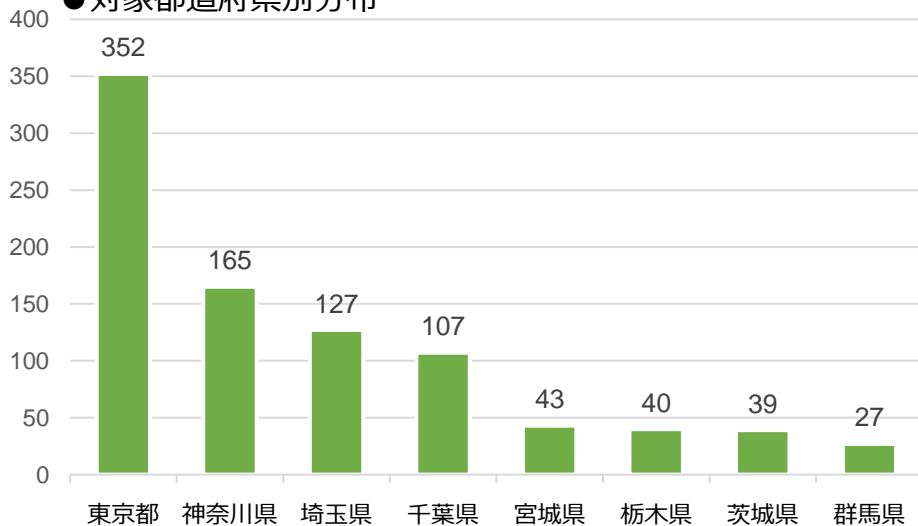
●年代構成比



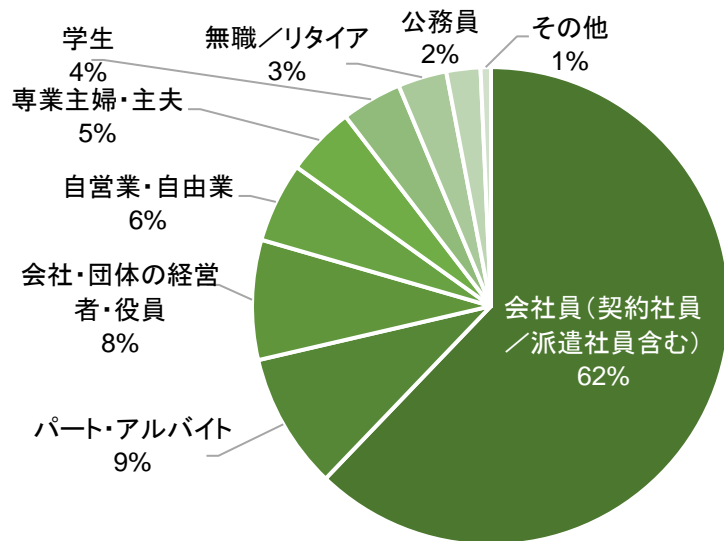
●子ども有無構成比



●対象都道府県別分布



●職業別分布



単位：人



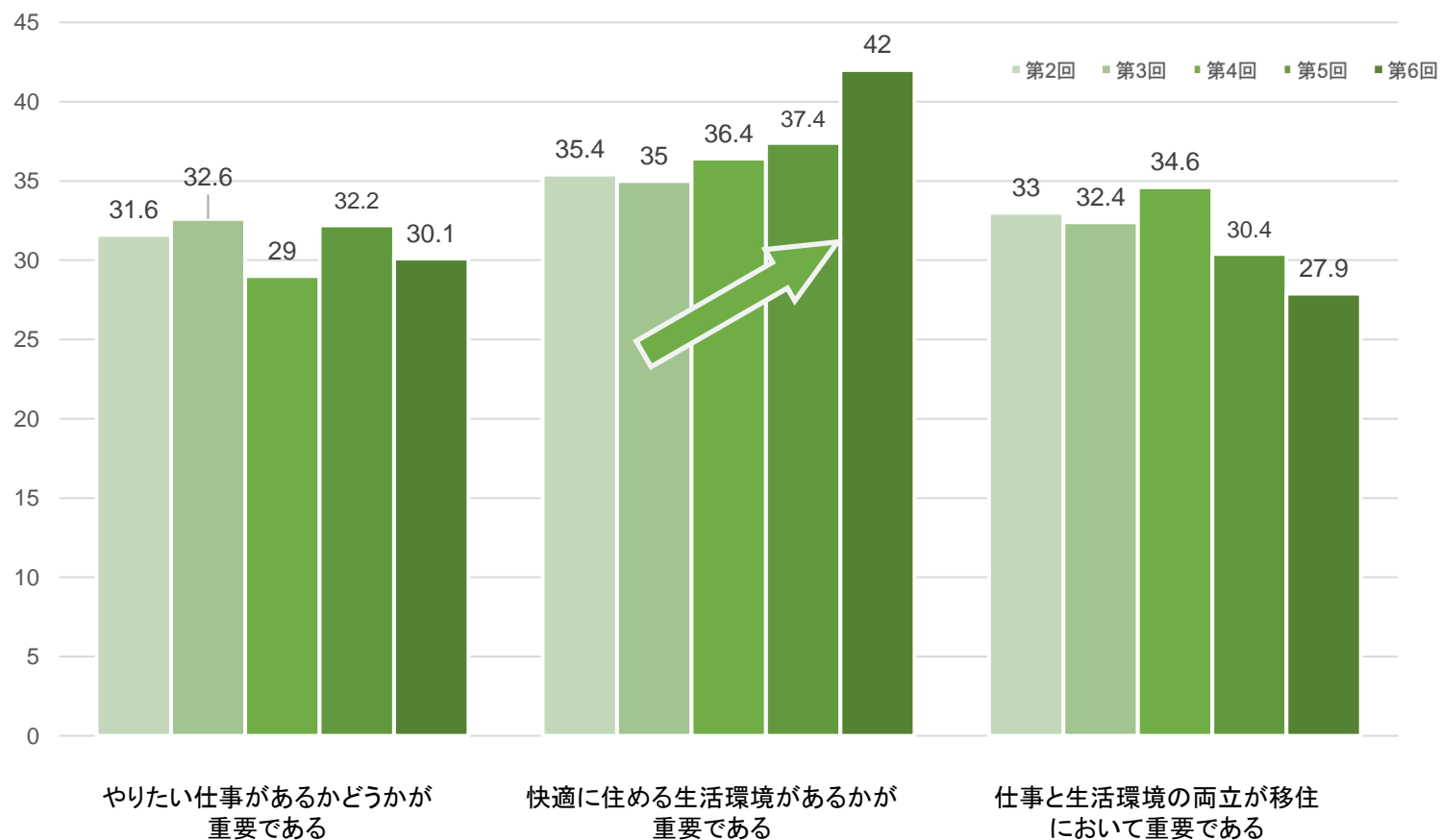
## 2. 移住にあたって重視すること

単位は、注意書きがある場合を除き全て「%」

## 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

「快適に住める生活環境」を求める傾向が強まり、「やりたい仕事」と「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。

『Q10. 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）』

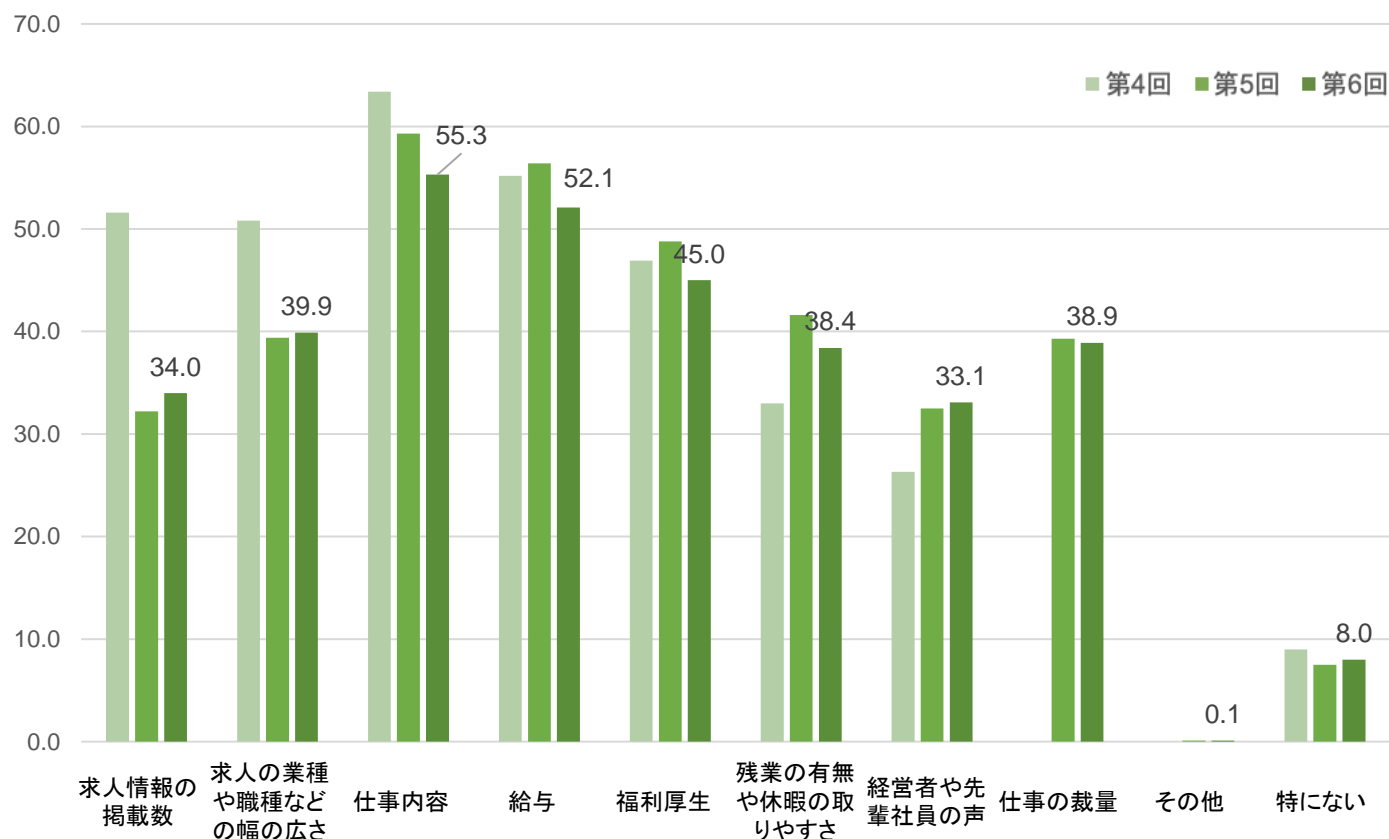


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 2.2 移住における仕事探しー福島移住関心層

「求人情報の掲載数」と「求人の業種や職種などの幅の広さ」「経営者や先輩社員の声」が微増している。それ以外は減少傾向にある。

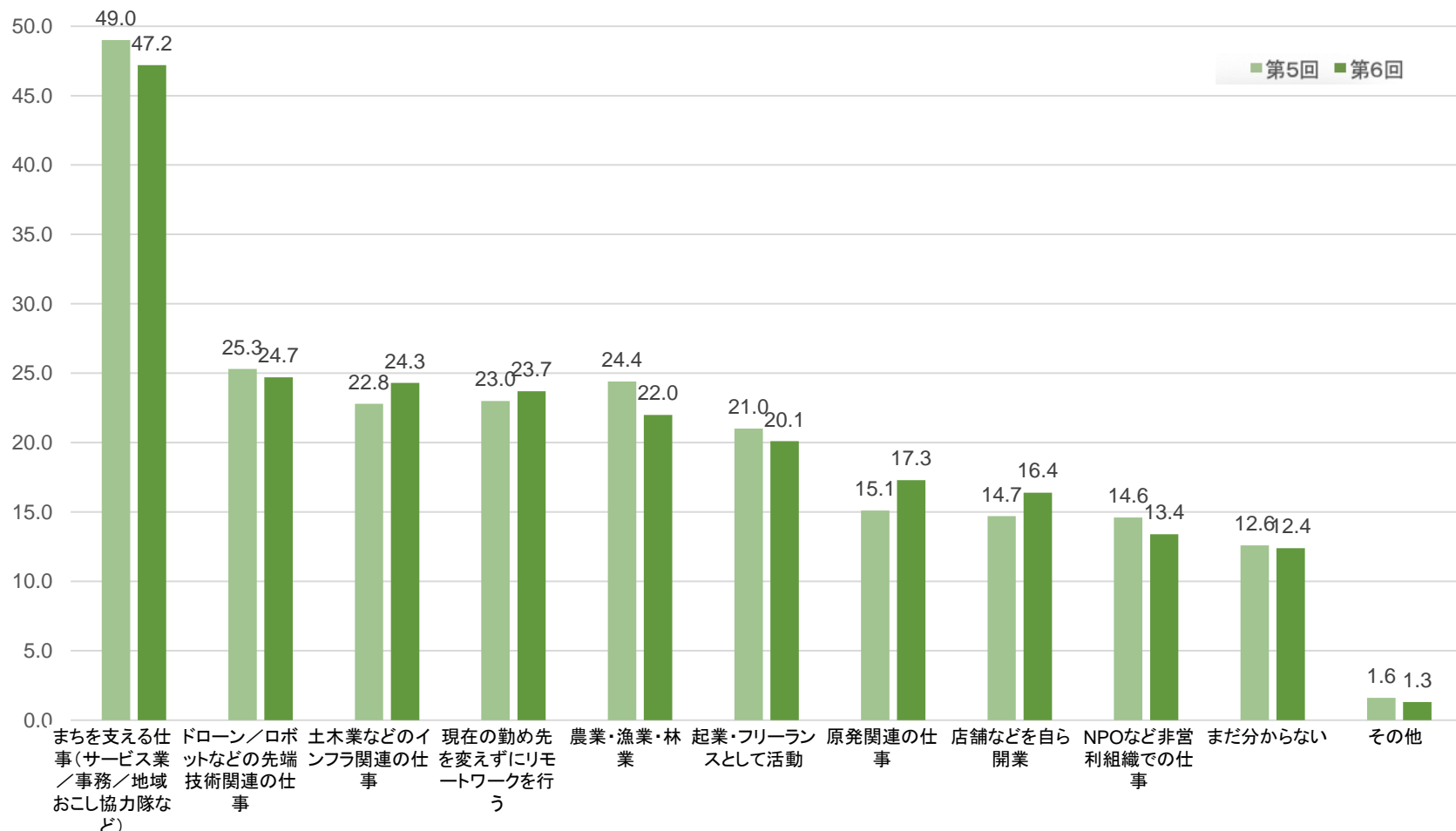
『Q23. あなたが、移住先でご自分の仕事を探すときに重視する情報をすべてお知らせください。またその中から最も重視する情報をひとつだけお知らせください。（複数選択可）』



## 2.3 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」への関心が依然として高い。その他の仕事についても昨年同様の傾向となった

『Q12. 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）』



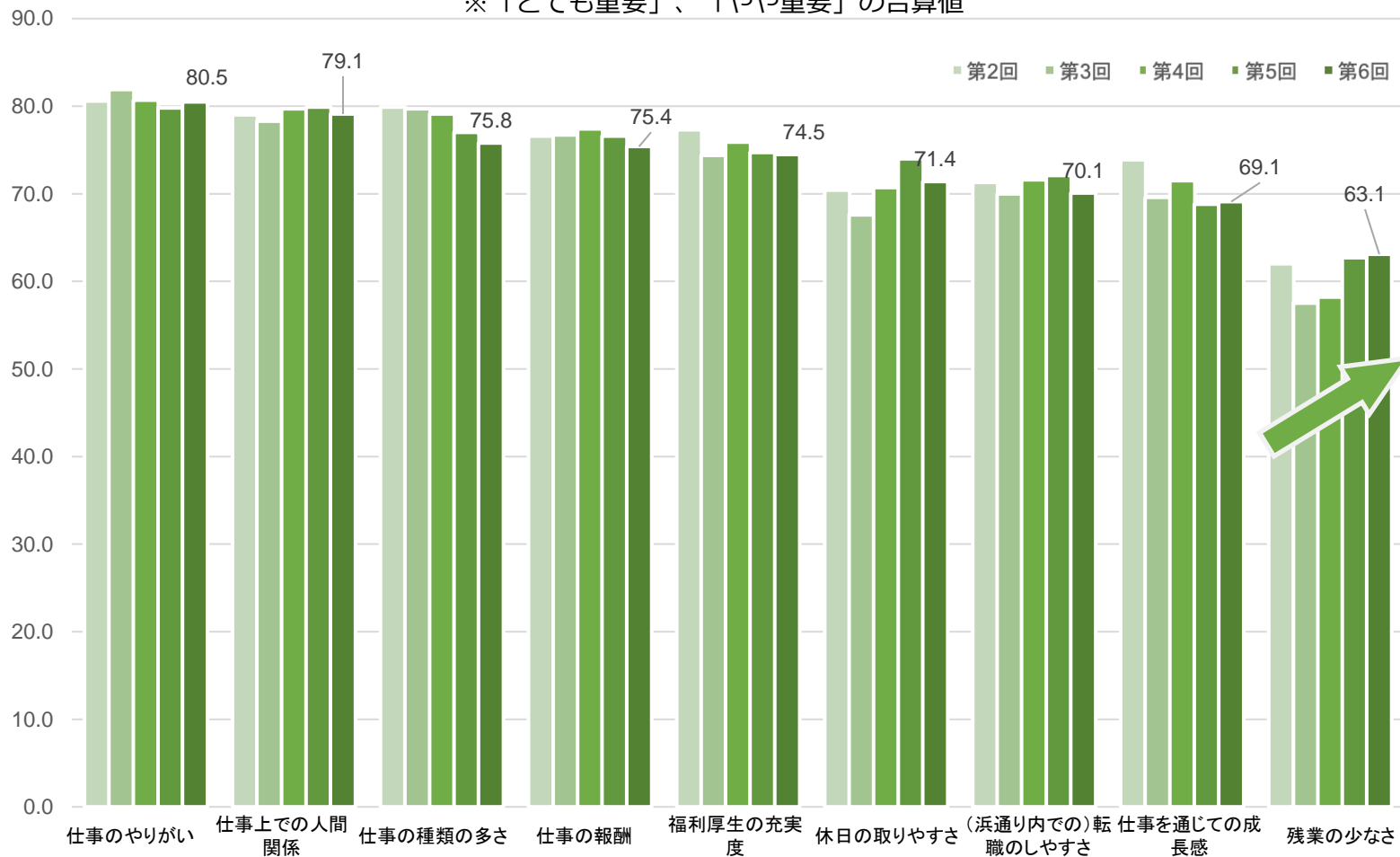
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 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ー福島移住関 心層

前回同様に、全体として「仕事上での人間関係」「仕事のやりがい」「成長感」など仕事の充実に関するこ  
とを重視する一方で、「残業の少なさ」などについても意識は増加。

『Q2. 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お知らせください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「とても重要」、「やや重要」の合算値



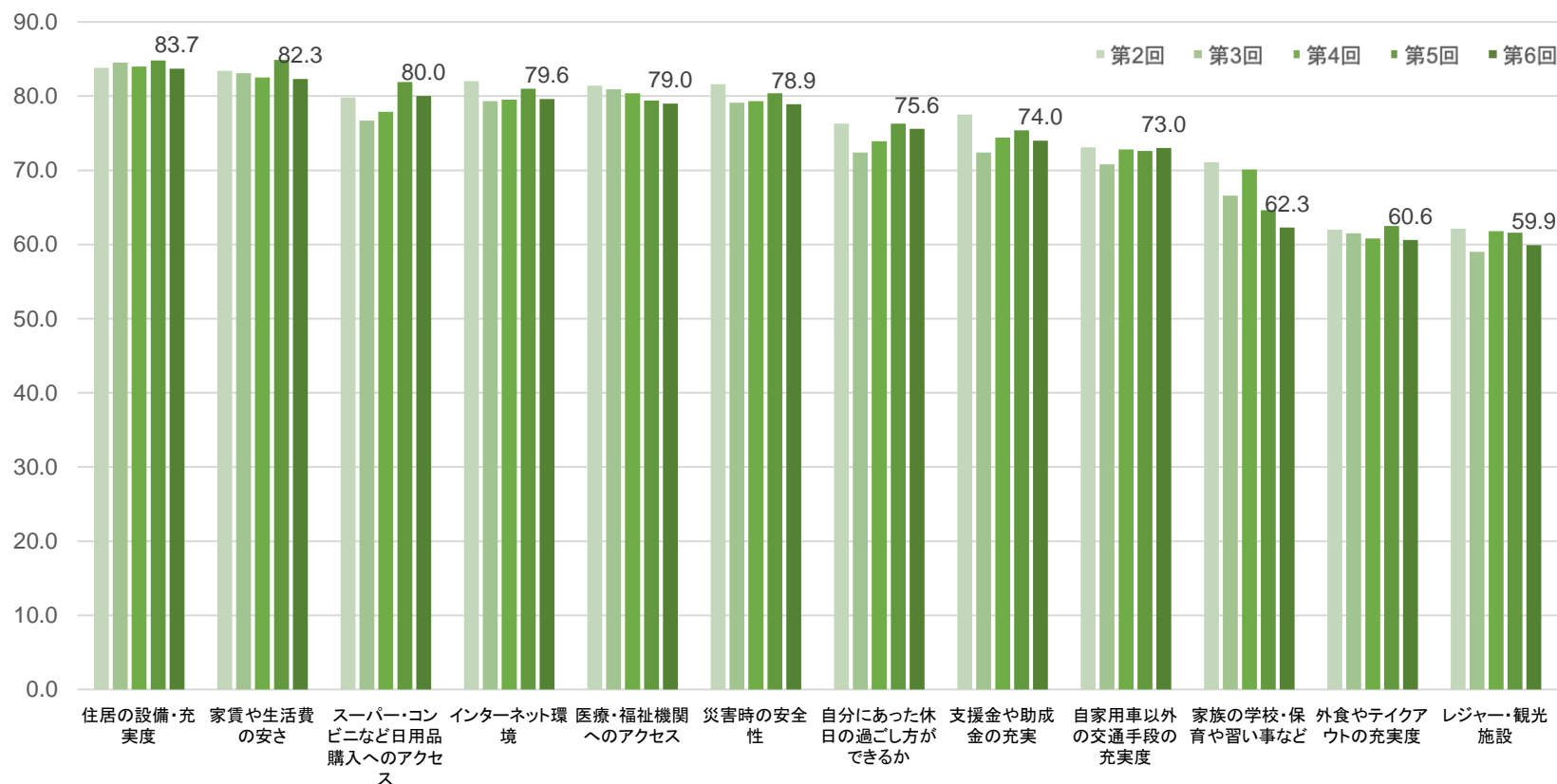


## 2.5 浜通りエリアへ移住検討の際に重要だと思う生活面でのポイントー福島移住関心層

「住居の設備・充実度」「家賃や生活費の安さ」などの住宅に関すること、「日用品購入へのアクセス」「医療福祉機関へのアクセス」、「インターネット環境」が依然として高い。

『Q3. 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お知らせください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「とても重要」、「やや重要」の合算値

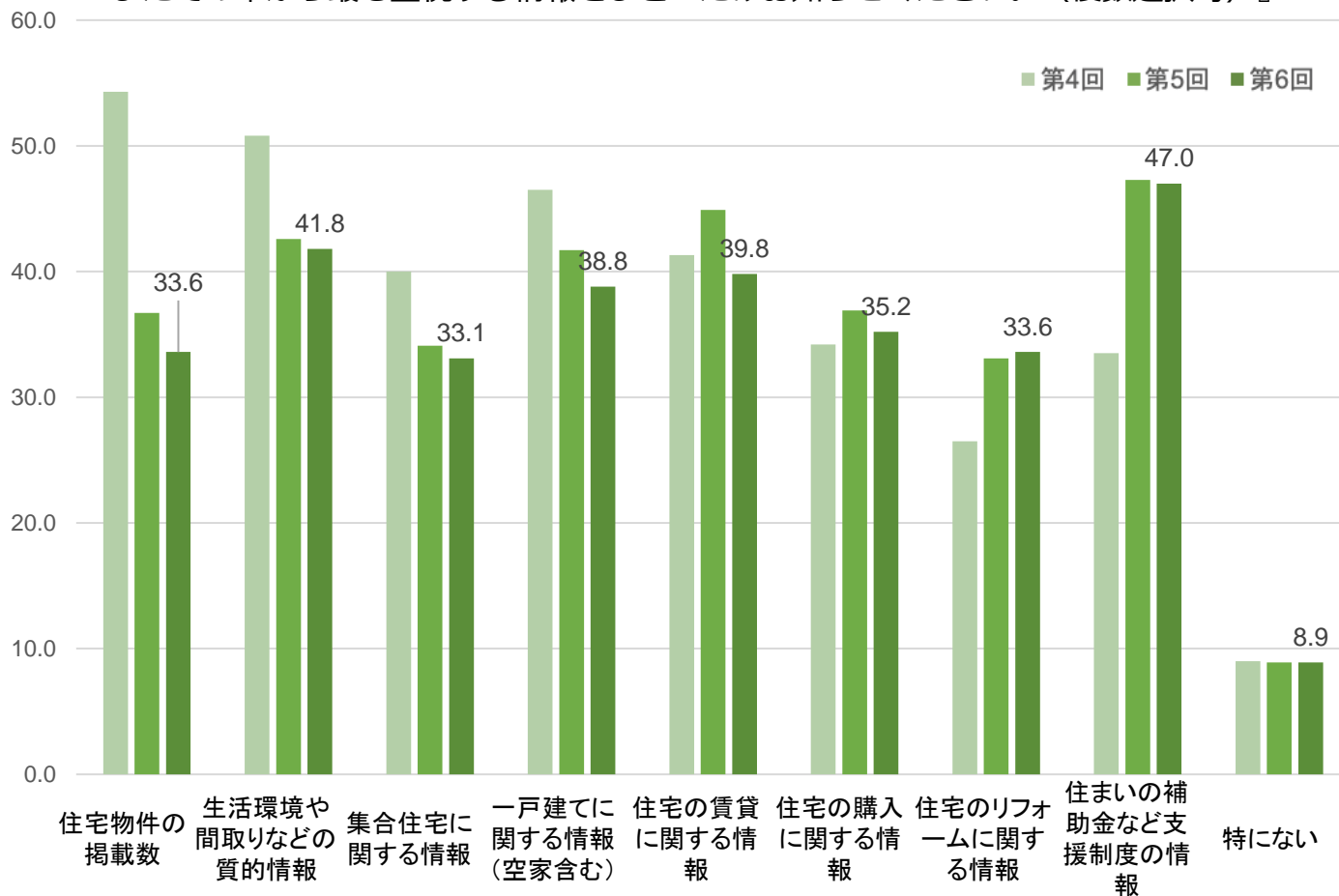


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 2.6 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

「住宅のリフォームに関する情報」以外は、数値が減少傾向にある。「住まいの補助金など支援制度の情報」は依然として高い状況にある。

『Q22. あなたが、移住先でご自分の住まいを探すときに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。（複数選択可）』



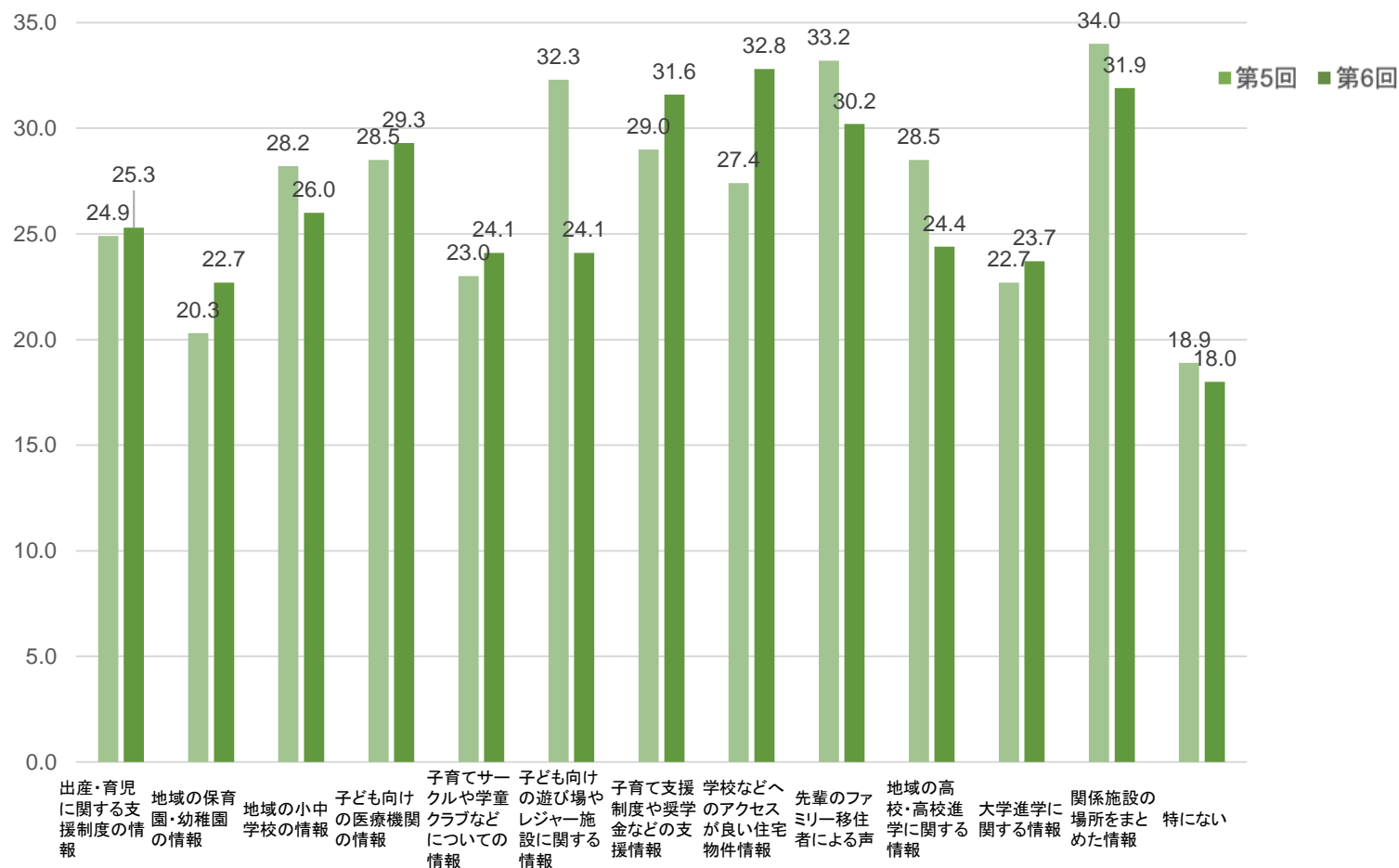
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

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6回）・2024.12

## 2.7.1 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

「学校などへのアクセスが良い住宅物件情報」が最も増加した一方で、「子ども向けの遊び場やレジャー施設に関する情報」「地域の高校・高校進学に関する情報」が最も減少した。

『Q25.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）』

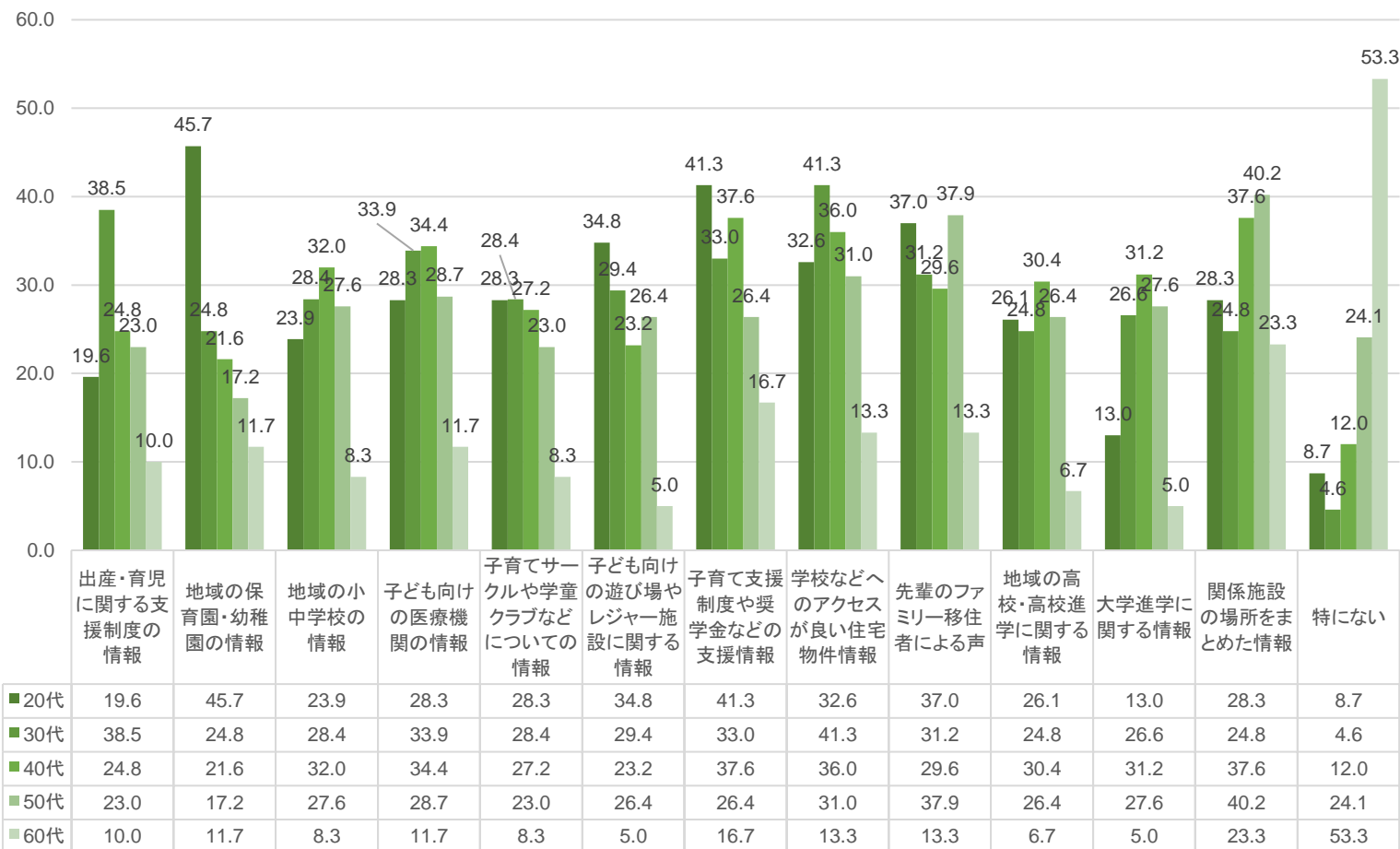


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 2.7.2 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

世代別に見ると、20代や30代には「学校などへのアクセス」などの生活支援や「地域の保育園・幼稚園の情報」などの子育て関連情報が高く、40代以上には「関連施設の情報をまとめた情報」のニーズが高い。

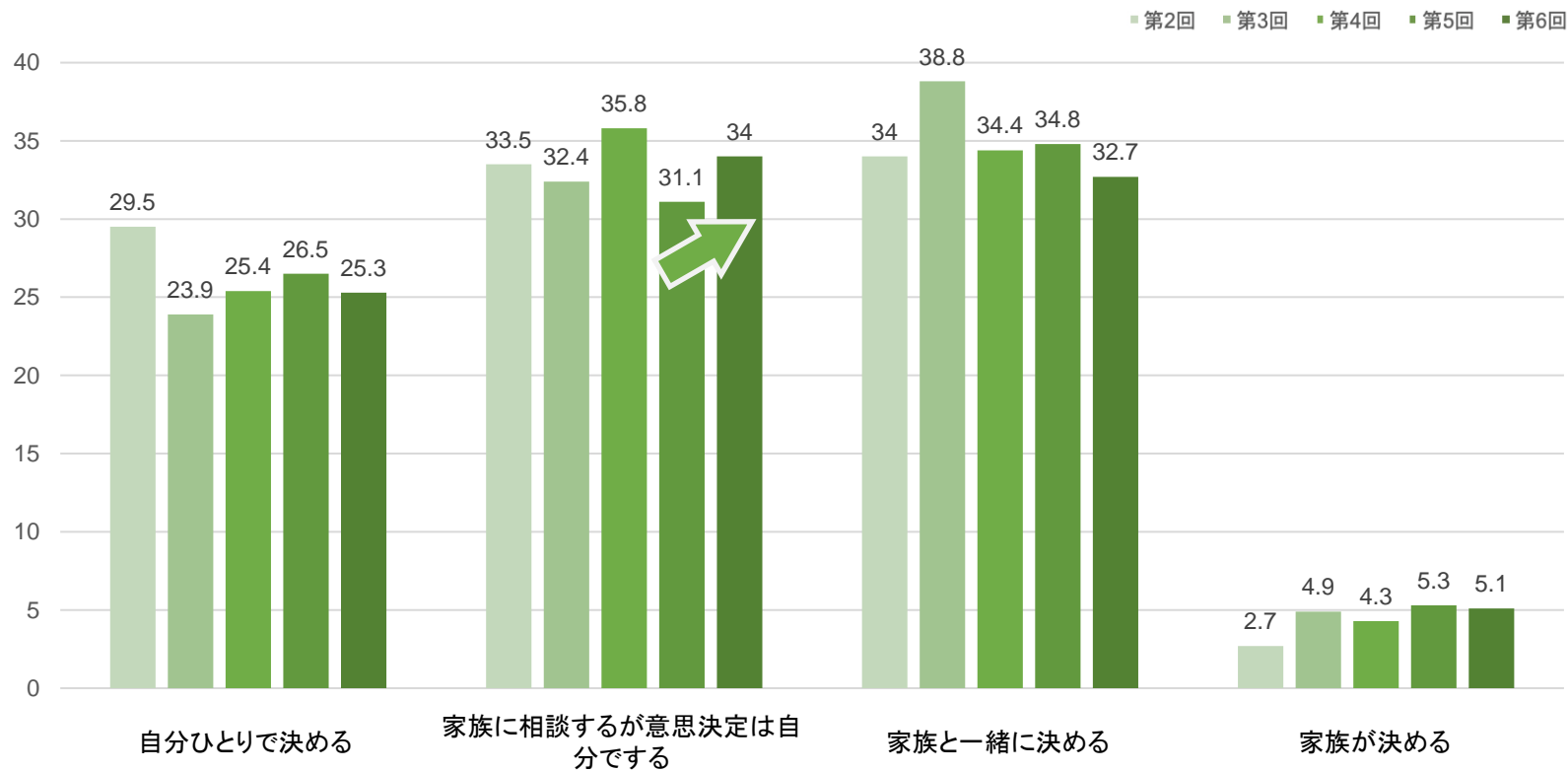
『Q25.移住先での子育てや教育について、あなたが重視することをすべてお知らせください。（複数選択可）』



## 2.8 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前回から「家族に相談するが意思決定は自分です」が「家族と一緒に決める」よりも数値が増加した。

『Q18. 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）』

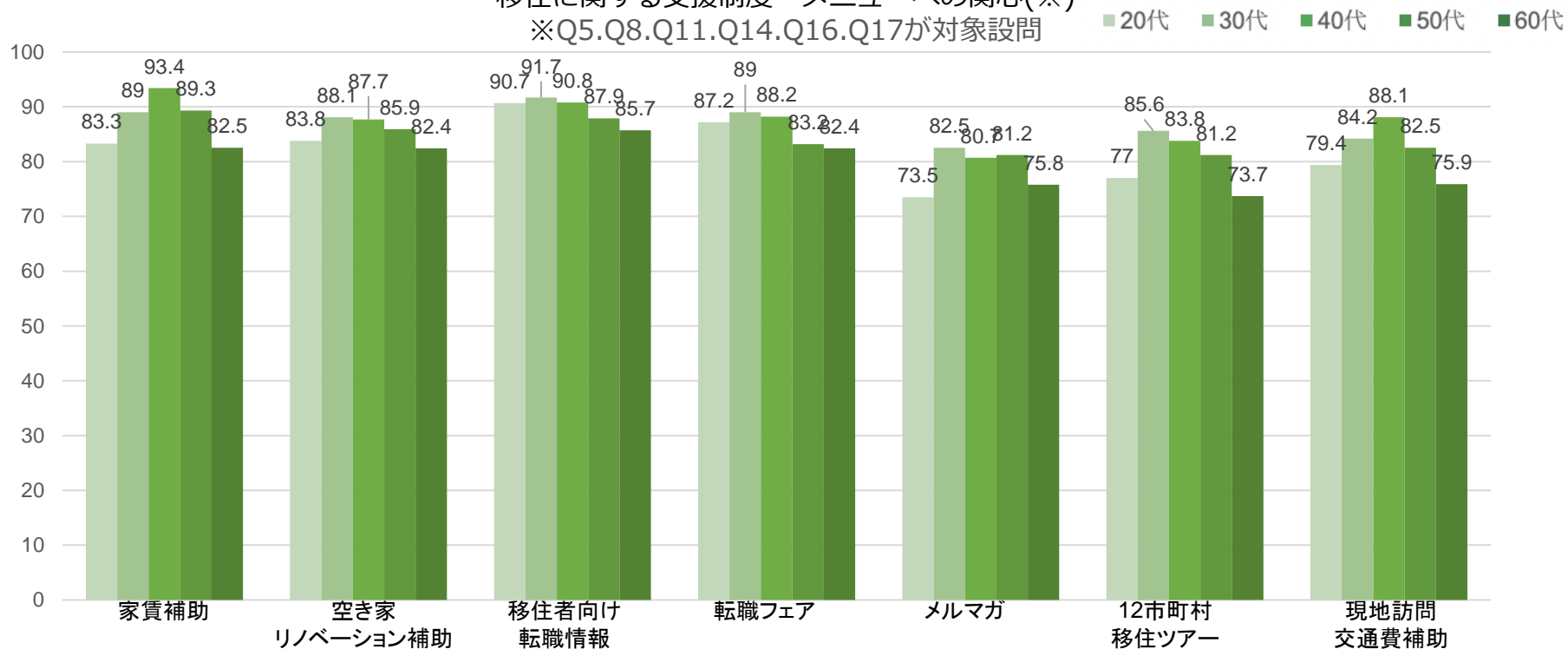


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 2.9 移住に関する支援制度への関心—福島移住関心層

「家賃補助・リノベ補助」と「転職情報・転職フェア」のニーズが高い。30代・40代の「空き家リノベーション補助」と「現地訪問交通費補助」などの支援制度に対する関心は高い。

移住に関する支援制度・メニューへの関心(※)  
※Q5.Q8.Q11.Q14.Q16.Q17が対象設問



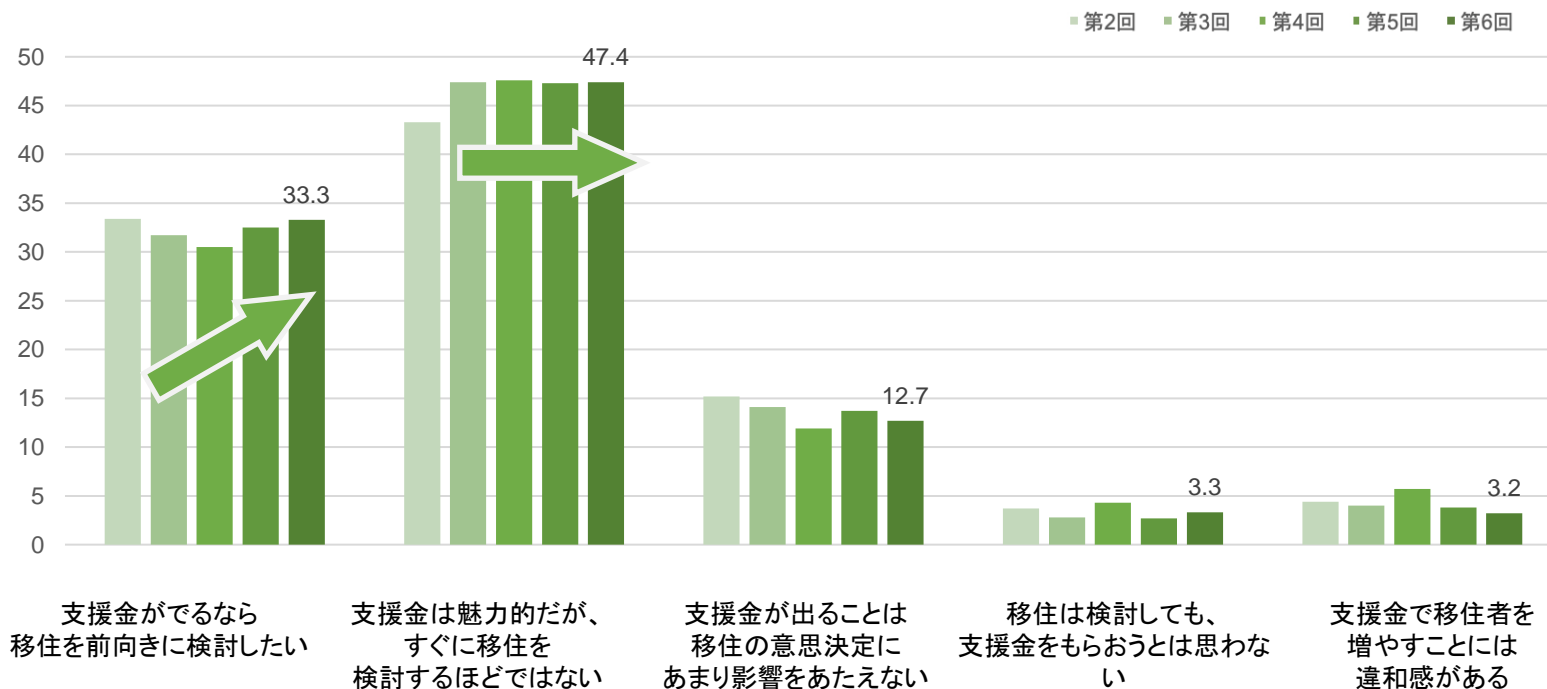
※以下の各設問への回答を集約

- ・あなたは移住者向けの家賃補助制度に関心はありますか。
- ・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。

## 2.10 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一福島移住関心層

「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。33%が「支援金ができるなら移住を前向きに検討したい」と回答し微増している。

『Q6. 福島県の浜通りを中心とした対象12市町村へ5年以上の期間で県外から移住し、かつ無期雇用契約の仕事に就くなど一定の要件を満たすことで、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）』



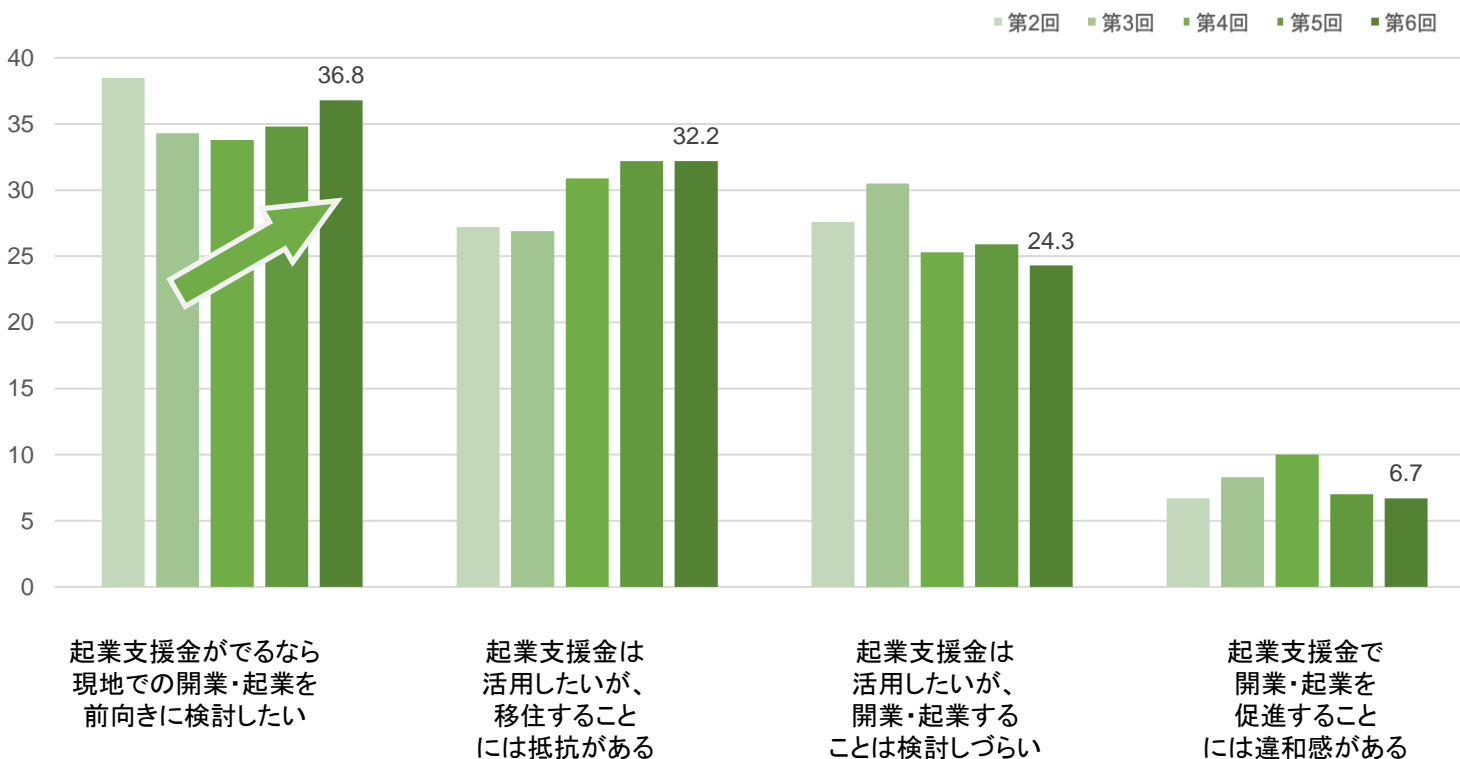
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 2.11 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

「起業支援金ができるなら前向きに検討したい」が首位であり、その他は減少傾向にある。

『Q7. 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）』



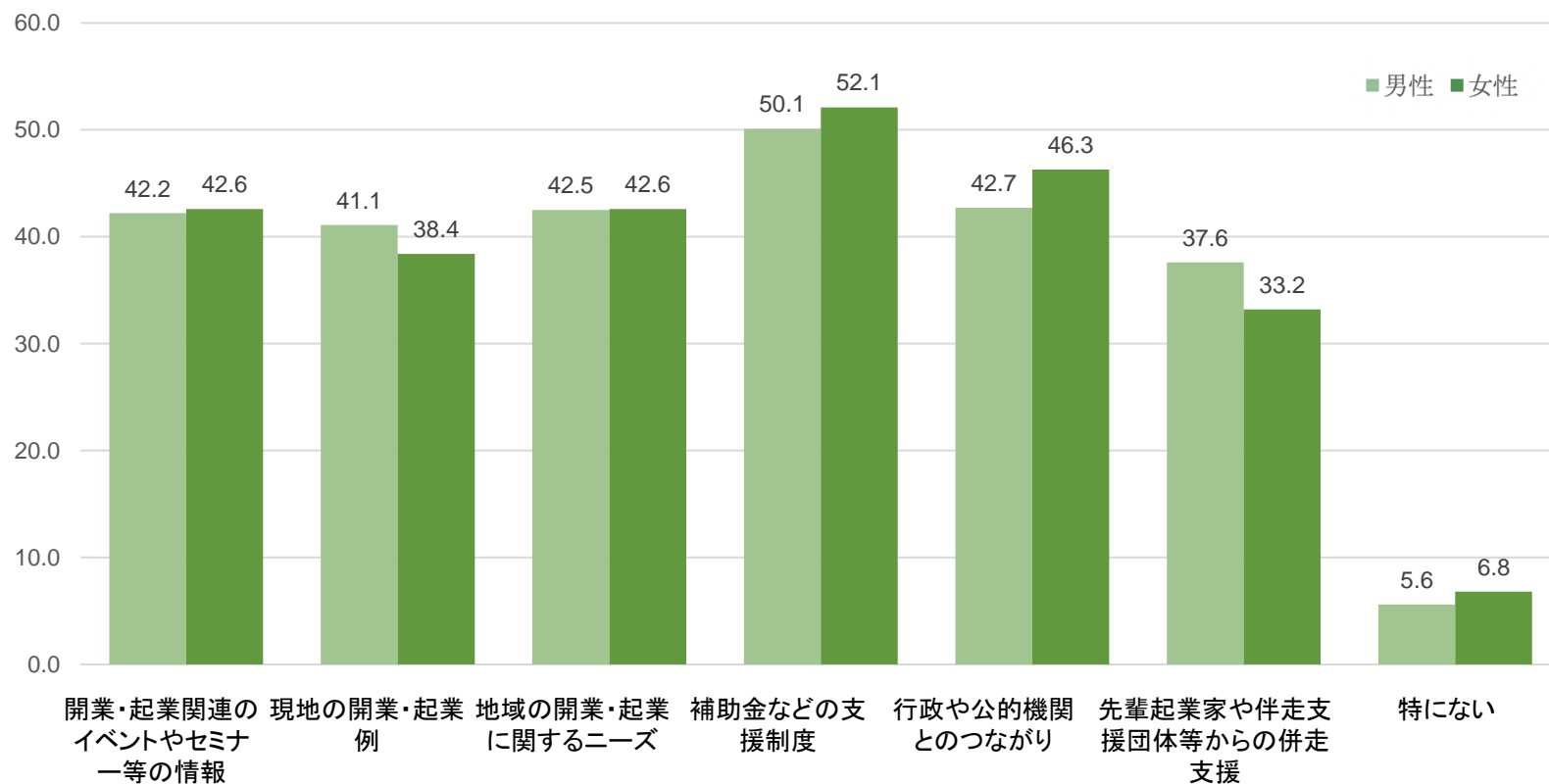
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）



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

男女別では、「現地の開業・起業例」と「先輩起業家や伴走支援団体等からの併走支援」以外は女性の方が関心が高い。全体的に女性の方が具体的な情報への関心が高い。

『Q24. 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）』

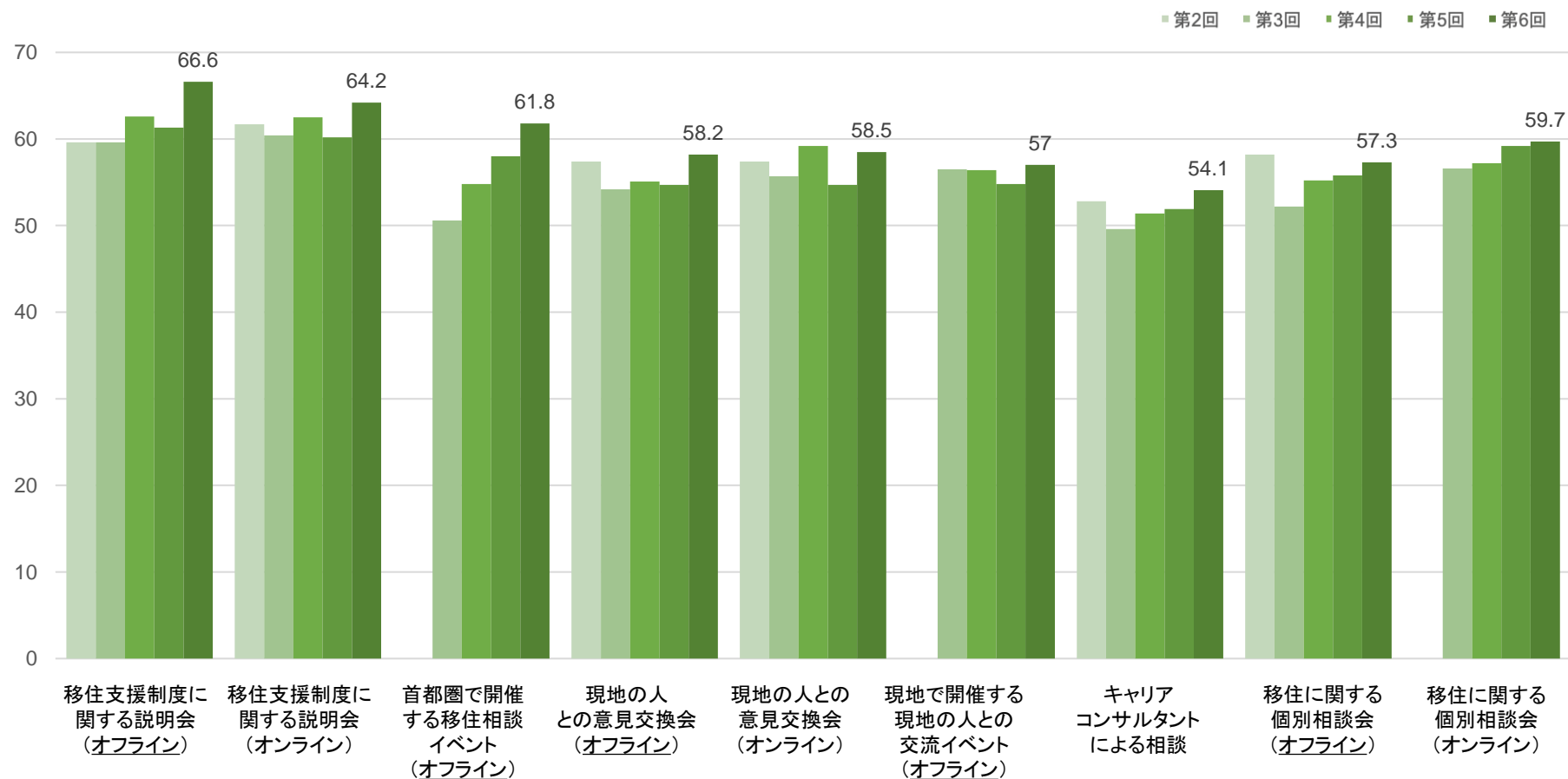


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.13 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。オフラインのニーズは全体的に上昇傾向にある。オフラインのニーズもあることからハイブリッドの開催が期待される。

『Q13. 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お知らせください。  
(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



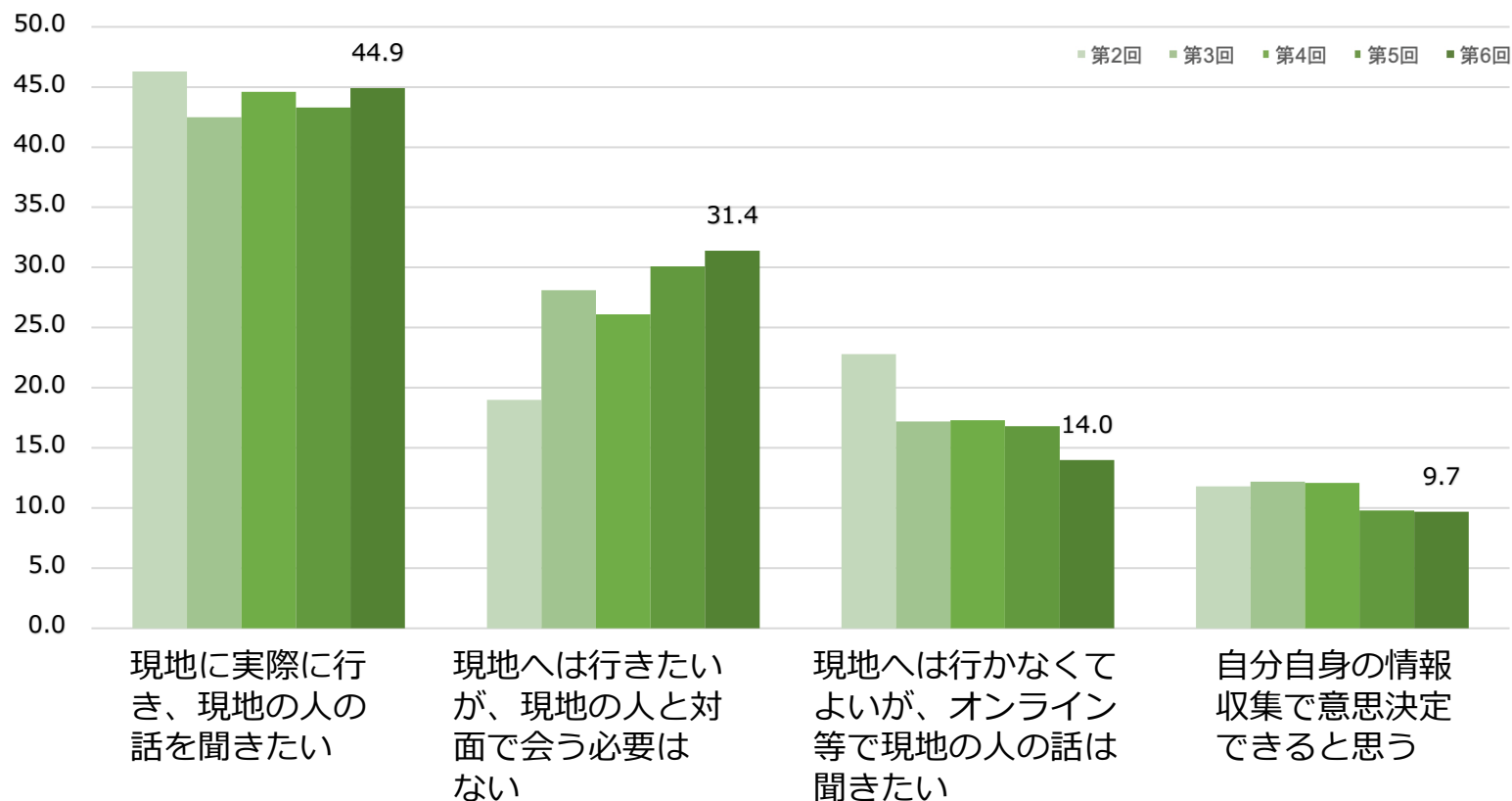
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

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6回）・2024.12

## 2.14 移住を検討する上で必要だと思う行動—福島移住関心層

引き続き、現地訪問の関心は継続的に高い傾向。オンラインと共に現地の人と会う必要はないと回答しているケースは増加

『Q15.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2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

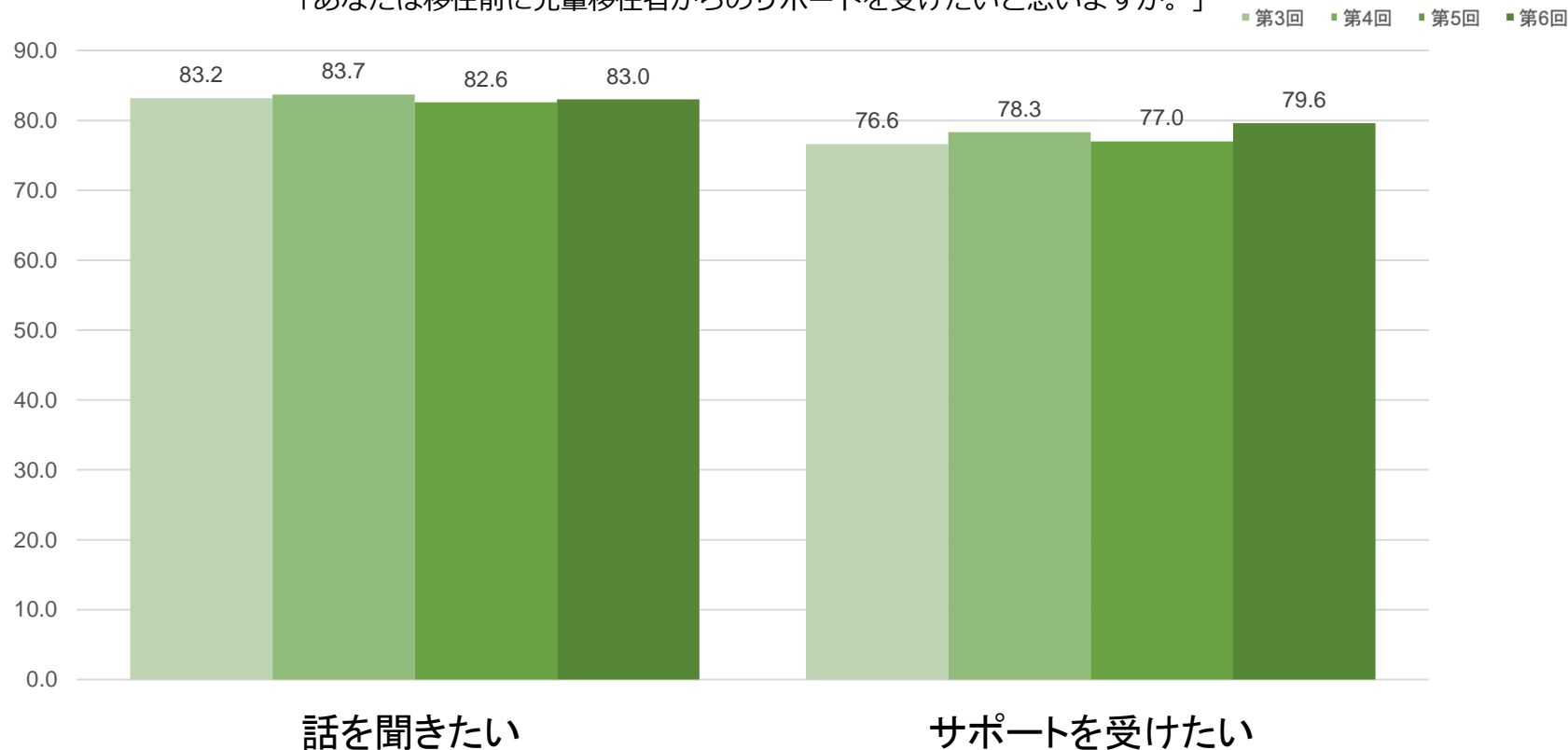
## 2.15 移住を検討する上で利用したいサポートー福島移住関心層

「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。

『 Q4. 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。」

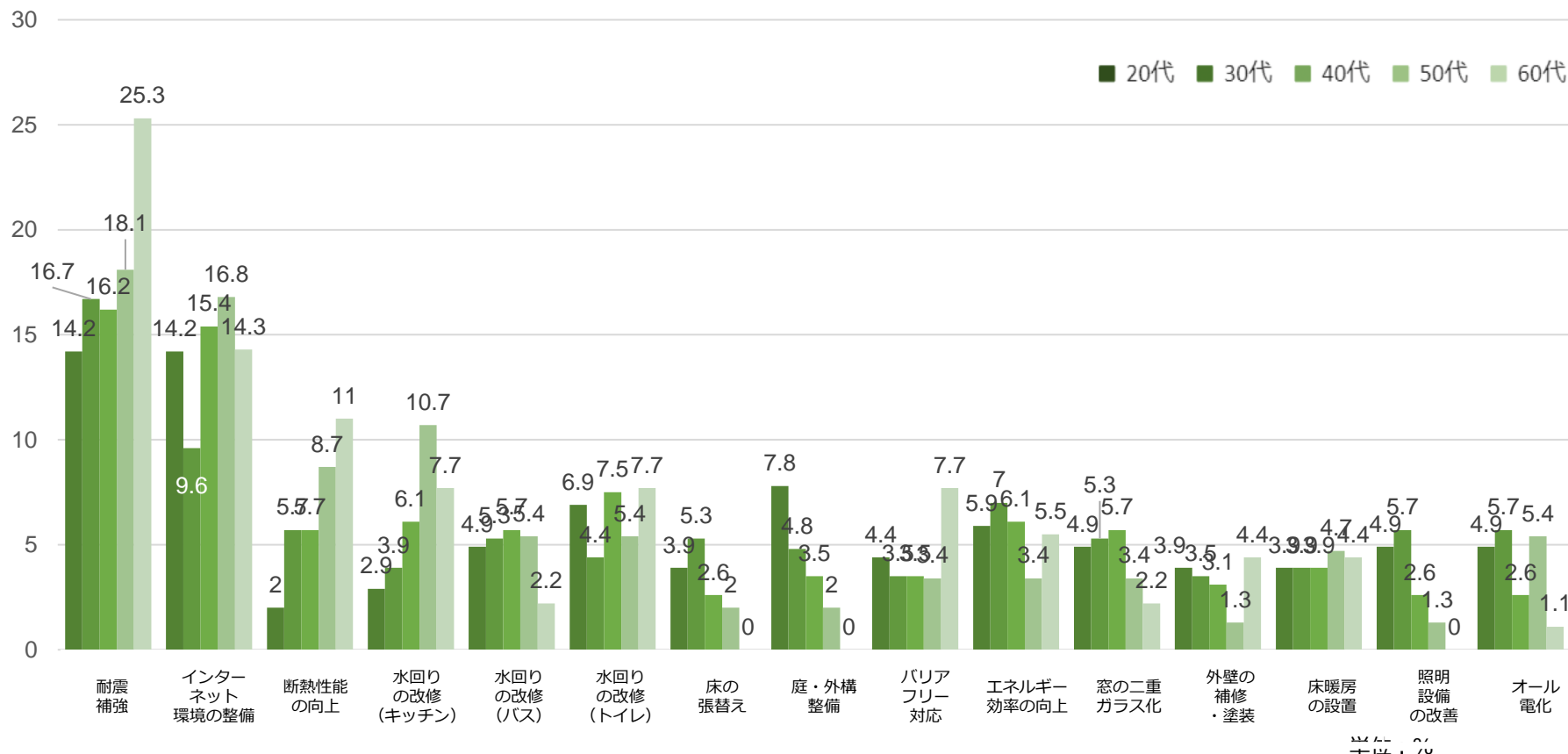
「あなたは移住前に先輩移住者からのサポートを受けたいと思いますか。」



## 2.16.1 移住する際のリフォームで重視する情報—福島移住関心層①

全ての世代において、耐震補強の値が高い結果になった。またインターネット環境の整備についても、30代を除き高い結果となった。

『Q28. 福島県の移住先として既存住宅を借りる場合、どのようなリフォームをされているとより住みやすいと思いますか。リフォームで重視するポイントをすべてお選びください。またその中から「最も重視するポイント」をお選びください。』※「最も重視するポイント」のみ

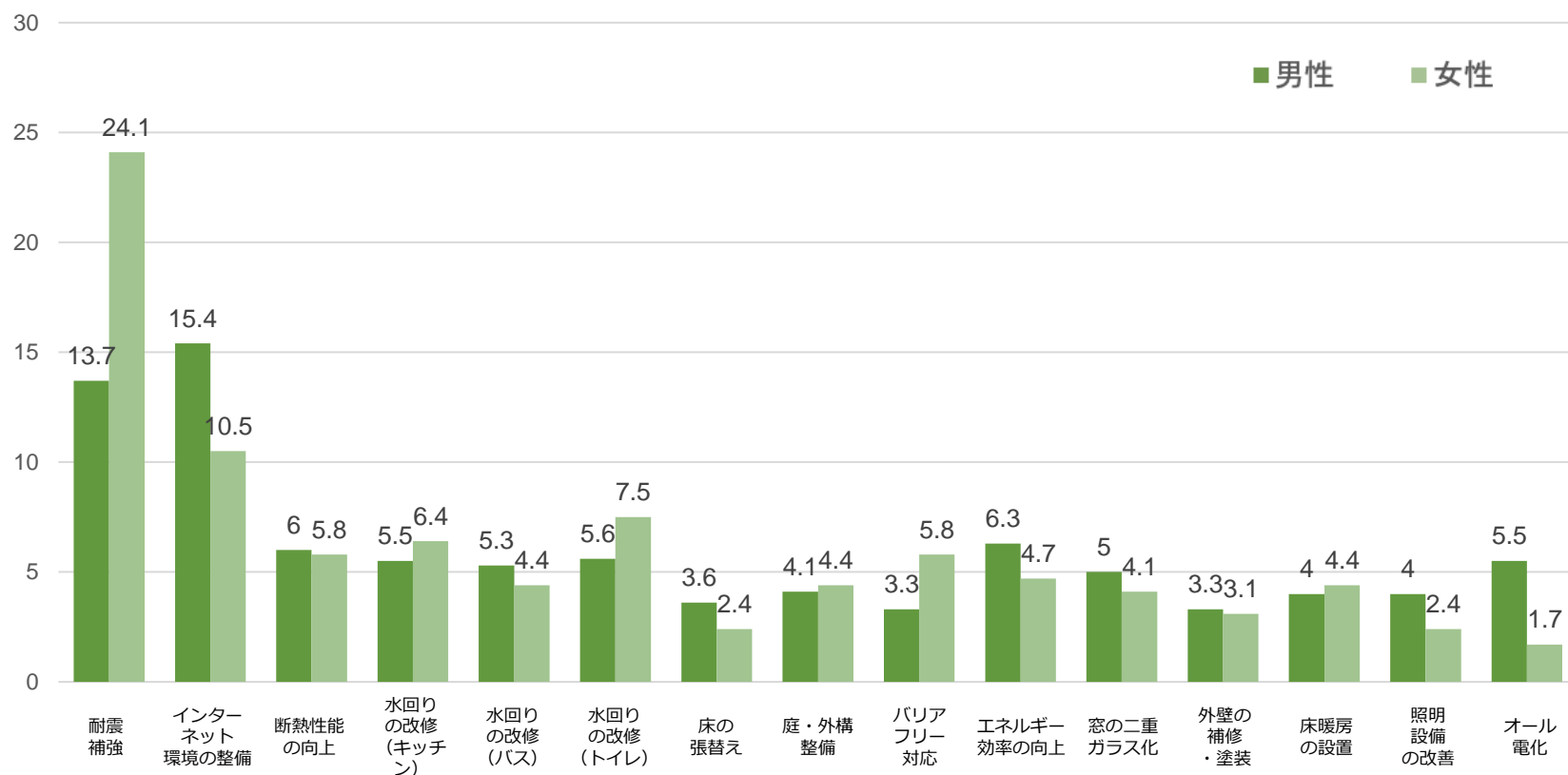


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.16.2 移住する際のリフォームで重視する情報—福島移住関心層②

耐震補強については女性の方が、高い結果となる。また、インターネット環境の整備については男性の方が高い結果となった。

『 Q28. 福島県の移住先として既存住宅を借りる場合、どのようなリフォームをされているとより住みやすいと思いますか。リフォームで重視するポイントをすべてお選びください。またその中から「最も重視するポイント」をお選びください。』※ 「最も重視するポイント」のみ

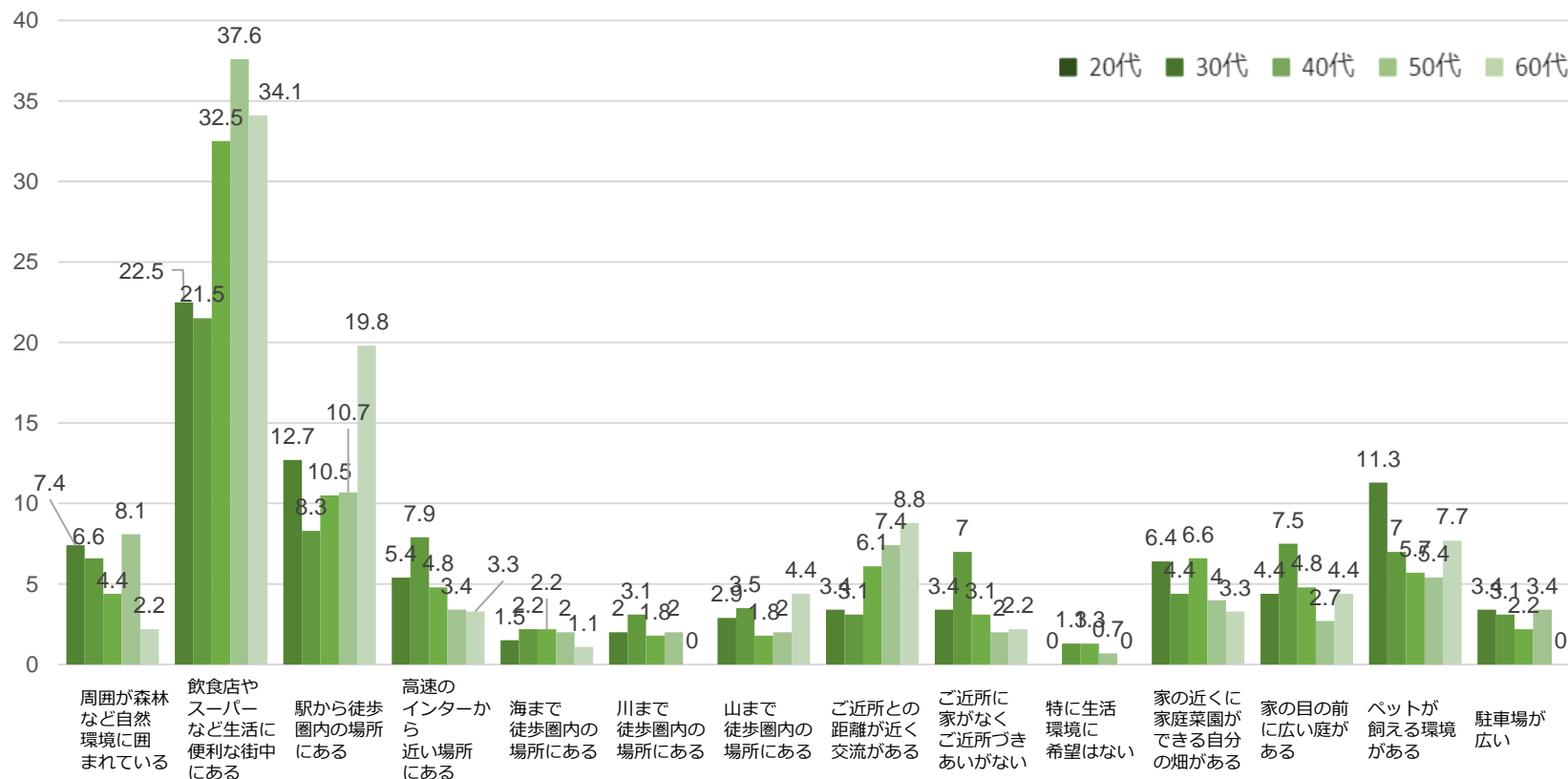


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.17.1 移住を検討する上で希望する生活や周辺環境—福島移住関心層①

「飲食店やスーパーなど生活に便利な施設が近くにある」と回答した方が多い、一方で20代では「ペットが飼える環境がある」が、60代では「徒歩圏内に駅がある」への値が高くなった。

『Q29. 福島12市町村を移住先として選ぶ場合、どのような生活環境や周辺環境を希望しますか。重視するポイントをすべてお選びください。またその中から「最も重視するポイント」「2番目に重視するポイント」「3番目に重視するポイント」をお選びください。』※「最も重視するポイント」のみ

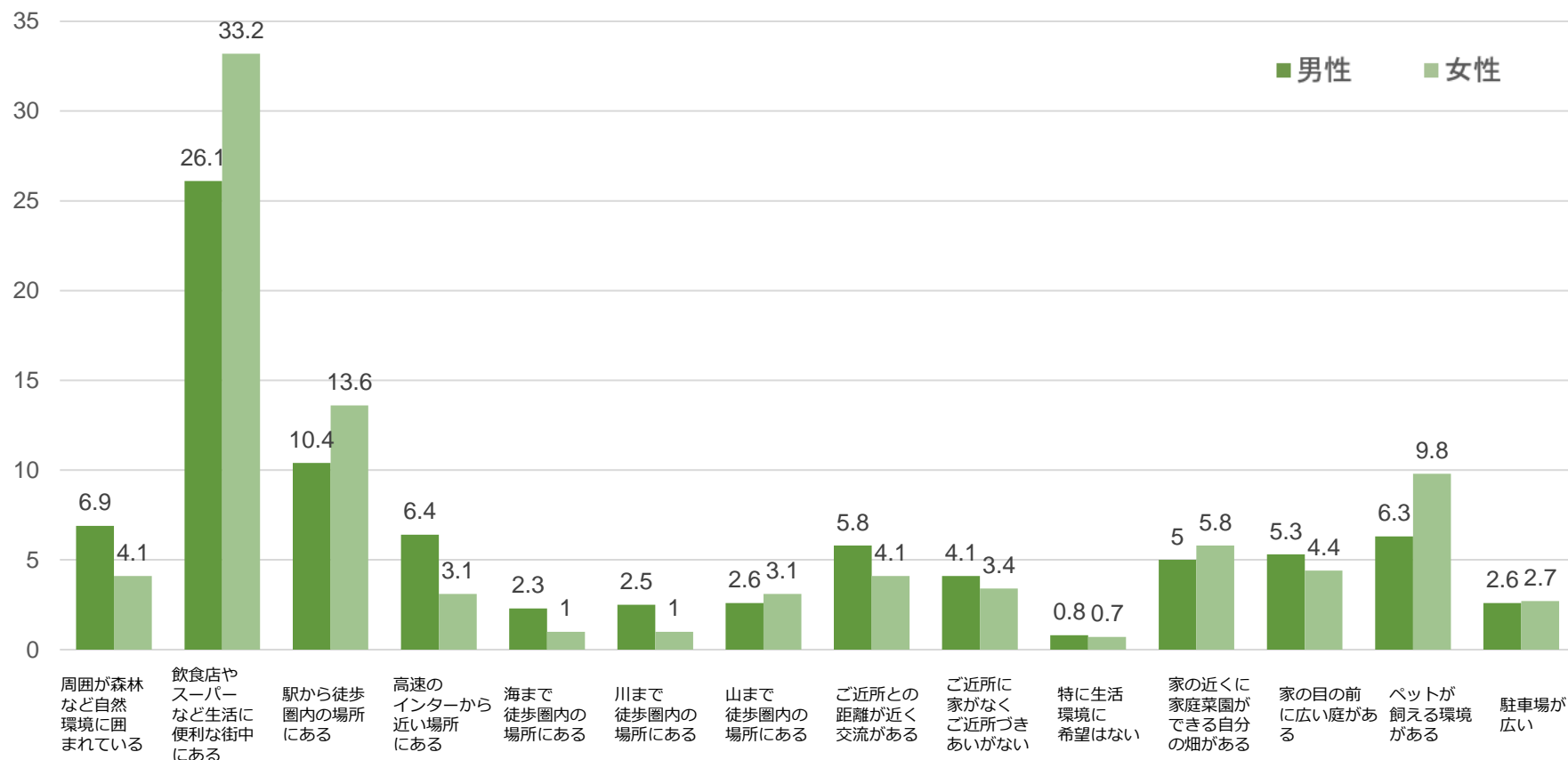


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.17.2 移住を検討する上で希望する生活や周辺環境—福島移住関心層②

「飲食店やスーパーなど生活に便利な施設が近くにある」と回答した人たちは女性の方が多く回答した。また「高速のインターから近い場所」「周囲が森林などの自然環境」などは男性の方が高く回答。

『Q29. 福島12市町村を移住先として選ぶ場合、どのような生活環境や周辺環境を希望しますか。重視するポイントをすべてお選びください。またその中から「最も重視するポイント」「2番目に重視するポイント」「3番目に重視するポイント」をお選びください。』※「最も重視するポイント」のみ



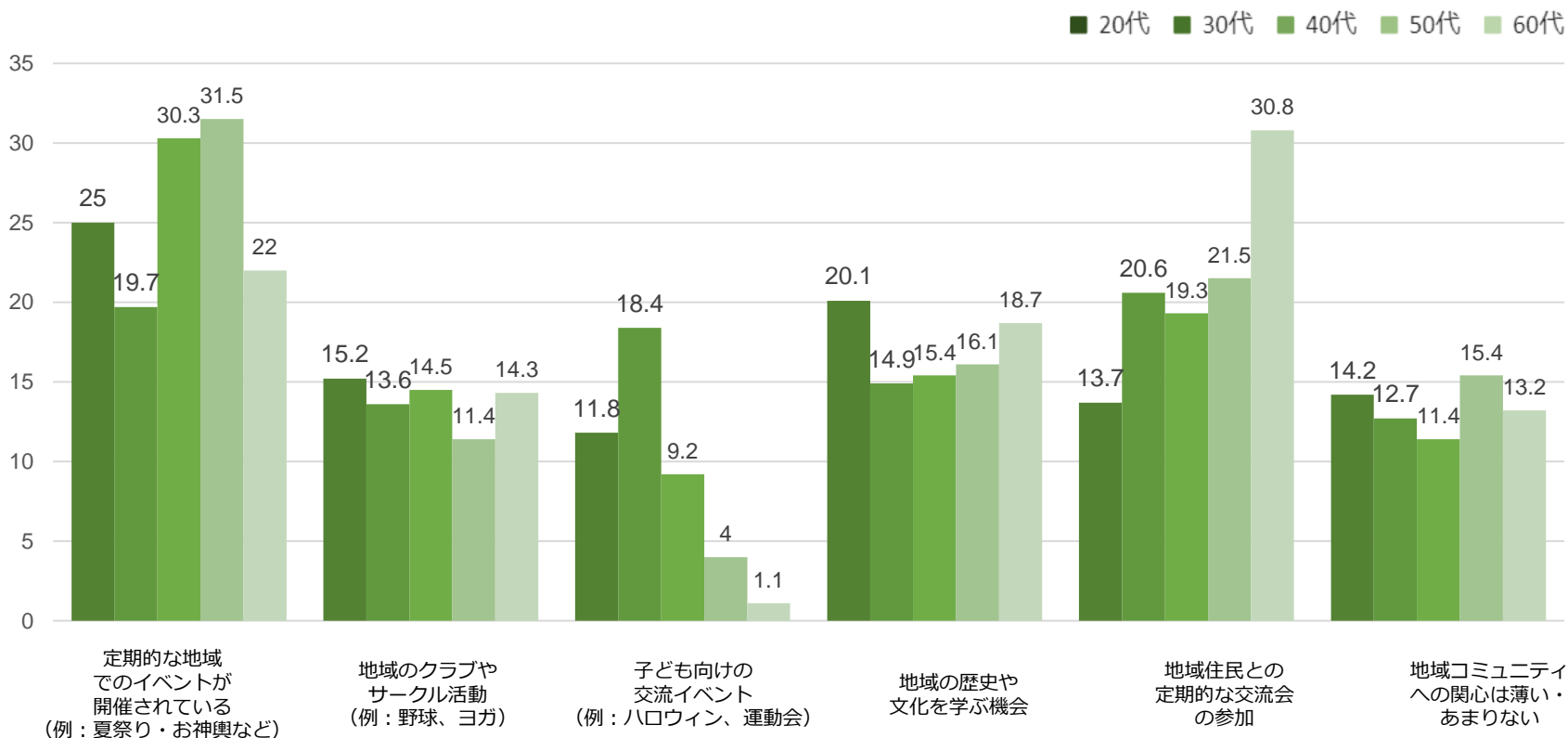
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）



## 2.18.1 移住を検討する上で希望する地域住民との接点—福島移住関心層①

「定期的な地域でのイベント～」については全世代で高い値となった。20代は「地域の歴史や文化を学ぶ機会」や30代では「子ども向けの交流イベント」、また60代では「地域住民との定期的な交流会への参加」が高い値である。

『Q30. 仮に福島県にする場合、移住後に地域住民とのどのような接点があることが望ましいと思いますか。重要だと思う要素を1つお選びください。（1つ選択）』

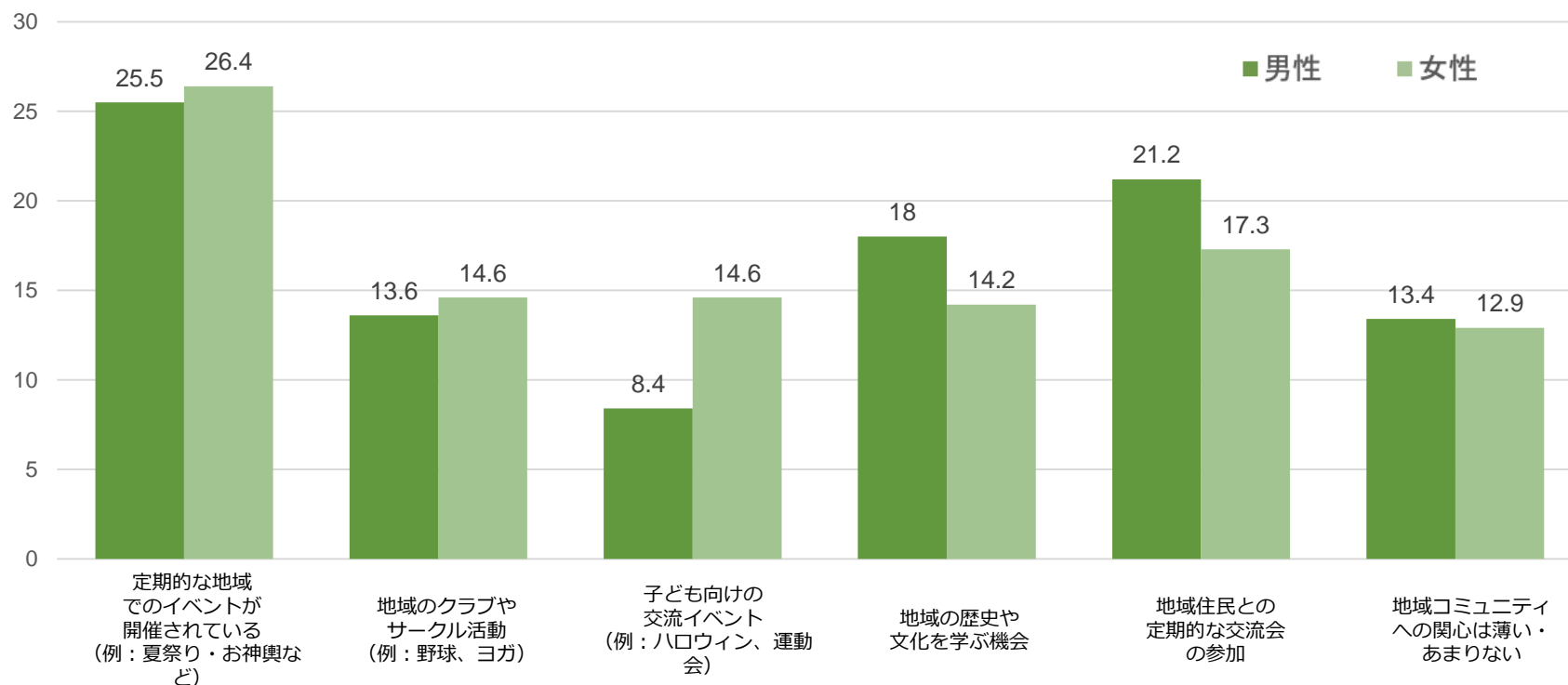


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.18.2 移住を検討する上で希望する地域住民との接点—福島移住関心層②

「子ども向けの交流イベント」については女性の方がニーズが高く、一方で「地域の歴史や文化を学ぶ機会」「地域住民との定期的な交流会の参加」は男性ニーズが女性に比べると高い。

『Q30. 仮に福島県にする場合、移住後に地域住民とのどのような接点があることが望ましいと思いますか。重要だと思ふ要素を1つお選びください。（1つ選択）』

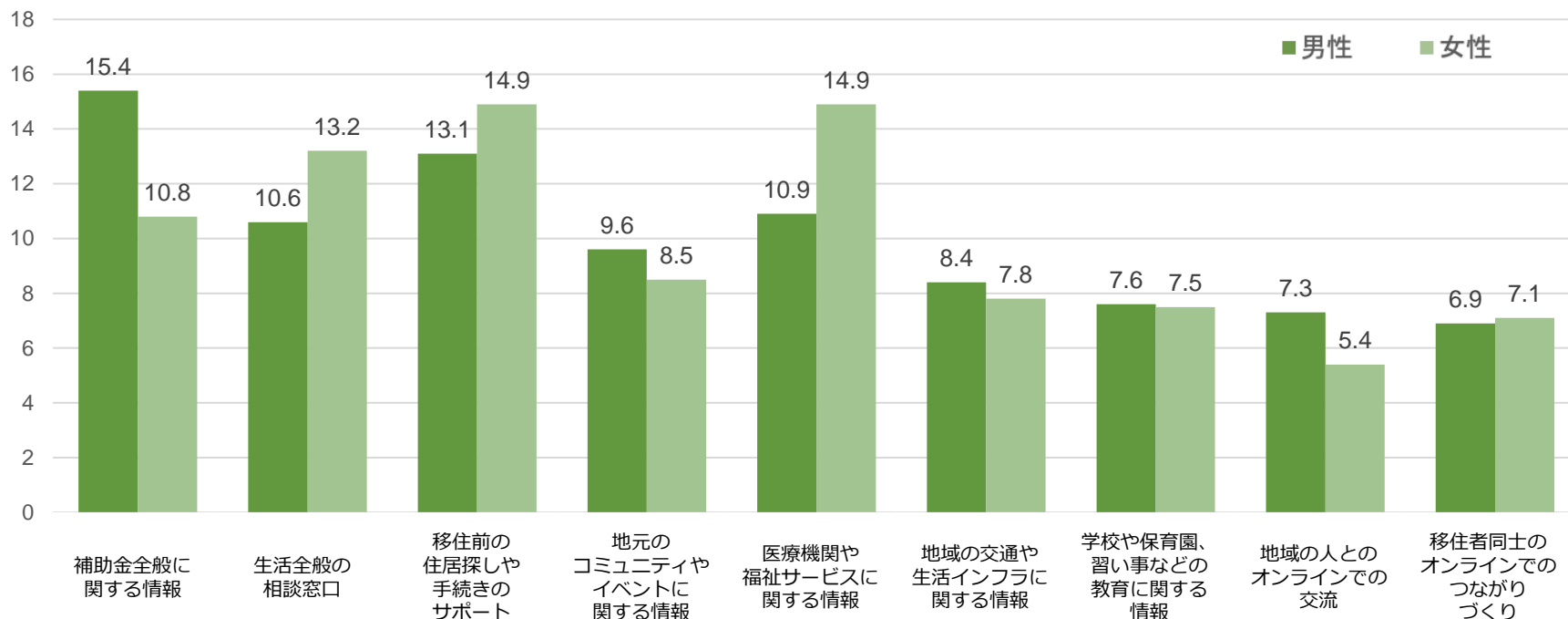


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.19.1 移住を決断した後に希望するサポートー福島移住関心層①

男性は補助金全般に関する情報へのニーズが高く、女性は「生活全般の相談窓口」「移住前の住居探しや手続きのサポート」「医療機関や福祉サービスに関する情報」へのニーズが高い。

『Q31. あなたが福島県に移住することを決断したとしたら、移住するまでに欲しいサポートはどのようなことがあると思いますか？あてはまるものを全てをお選びください。またその中から最もあてはまるものをひとつだけお知らせください。』※「最もあてはまるもの」のみ

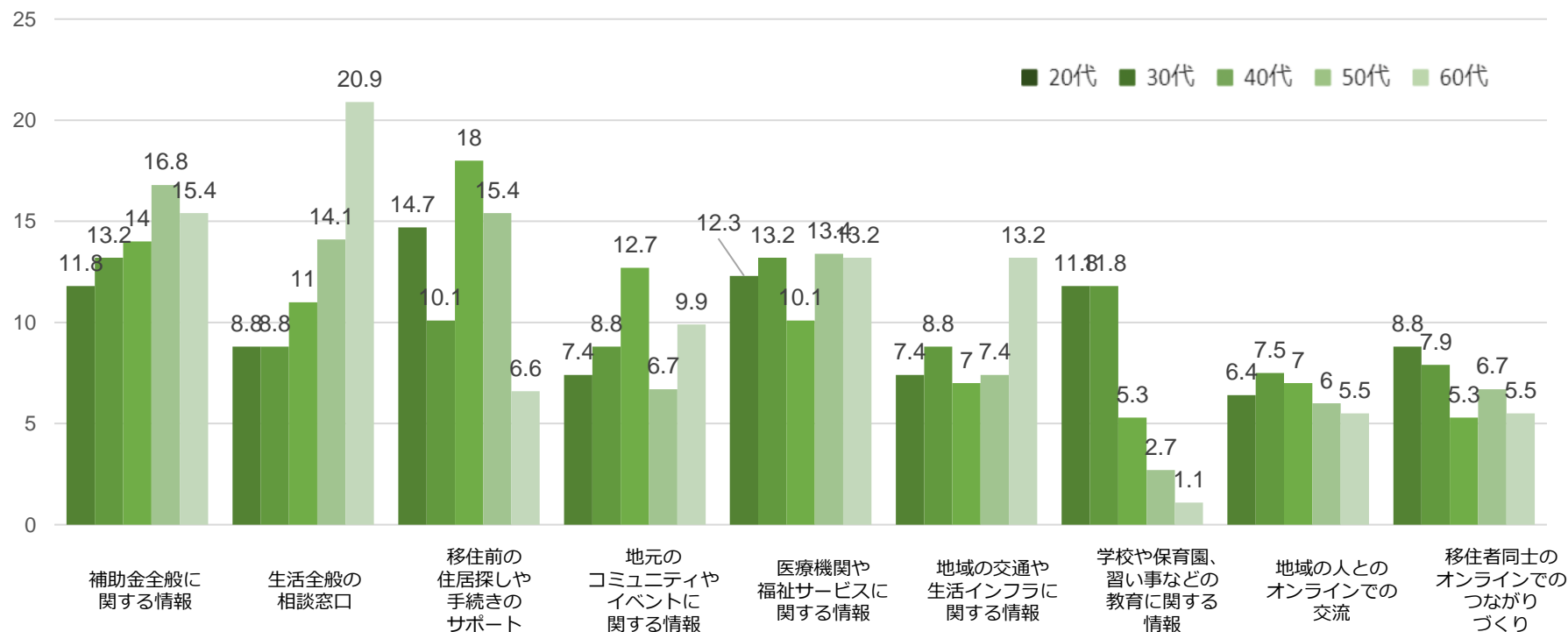


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.19.2 移住を決断した後に希望するサポートー福島移住関心層②

世代別に見ると、補助金や相談窓口などは世代が上がるごとに割合も高くなる、一方で教育に関することやオンラインでの関わり方などは年齢が上がると割合も下がる傾向にある。

『Q31. あなたが福島県に移住することを決断したとしたら、移住するまでに欲しいサポートはどのようなことがあると思いますか？あてはまるものを全てをお選びください。またその中から最もあてはまるものをひとつだけお知らせください。』※ 「最もあてはまるもの」のみ

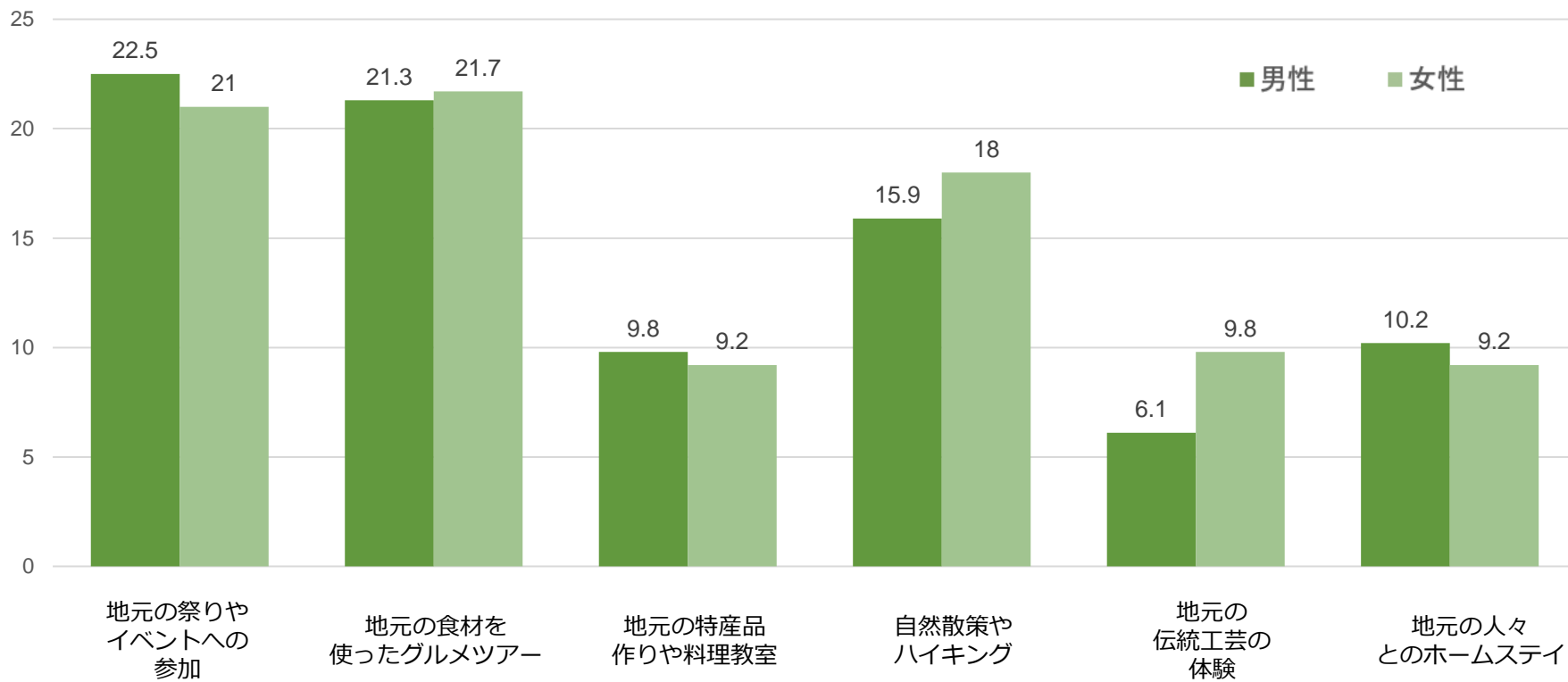


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.20.1 移住を検討する上で魅力的に感じる体験やアクティビティー福島移住関心層①

男女別に見ると、「地元の祭りやイベントへの参加」「地元の食材を使ったグルメツアー」は、どちらも高い割合になった。

『Q32. 福島県への移住を促進するためのイベントやツアーで、どのような体験やアクティビティが魅力的だと思いますか。あてはまるものを全てをお選びください。またその中から最もあてはまるものをひとつだけお知らせください。』※「最もあてはまるもの」のみ

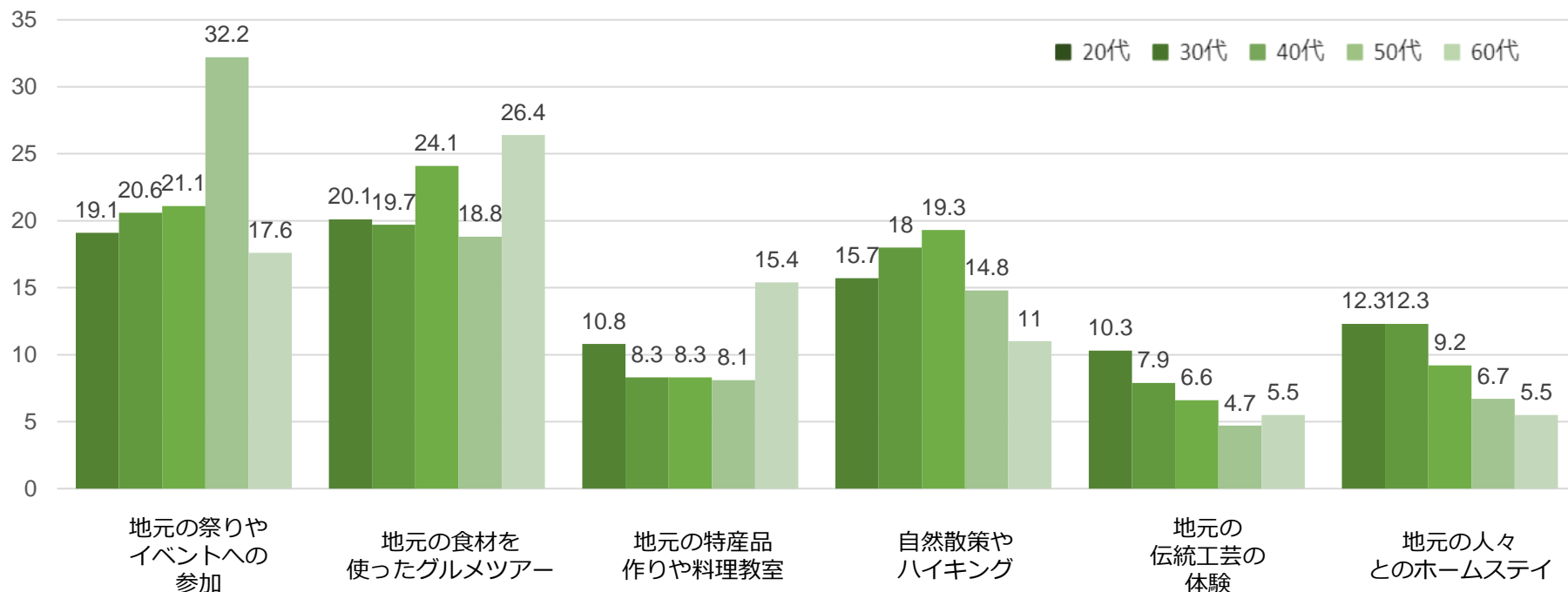


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.20.2 移住を検討する上で魅力的に感じる体験やアクティビティー福島移住関心層②

年代別では、伝統工芸やホームステイなどは年齢が上がるたびに、割合が下がる傾向にある。

『 Q32. 福島県への移住を促進するためのイベントやツアーで、どのような体験やアクティビティが魅力的だと思いますか。あてはまるものを全てをお選びください。またその中から最もあてはまるものをひとつだけお知らせください。』 ※ 「最もあてはまるもの」のみ



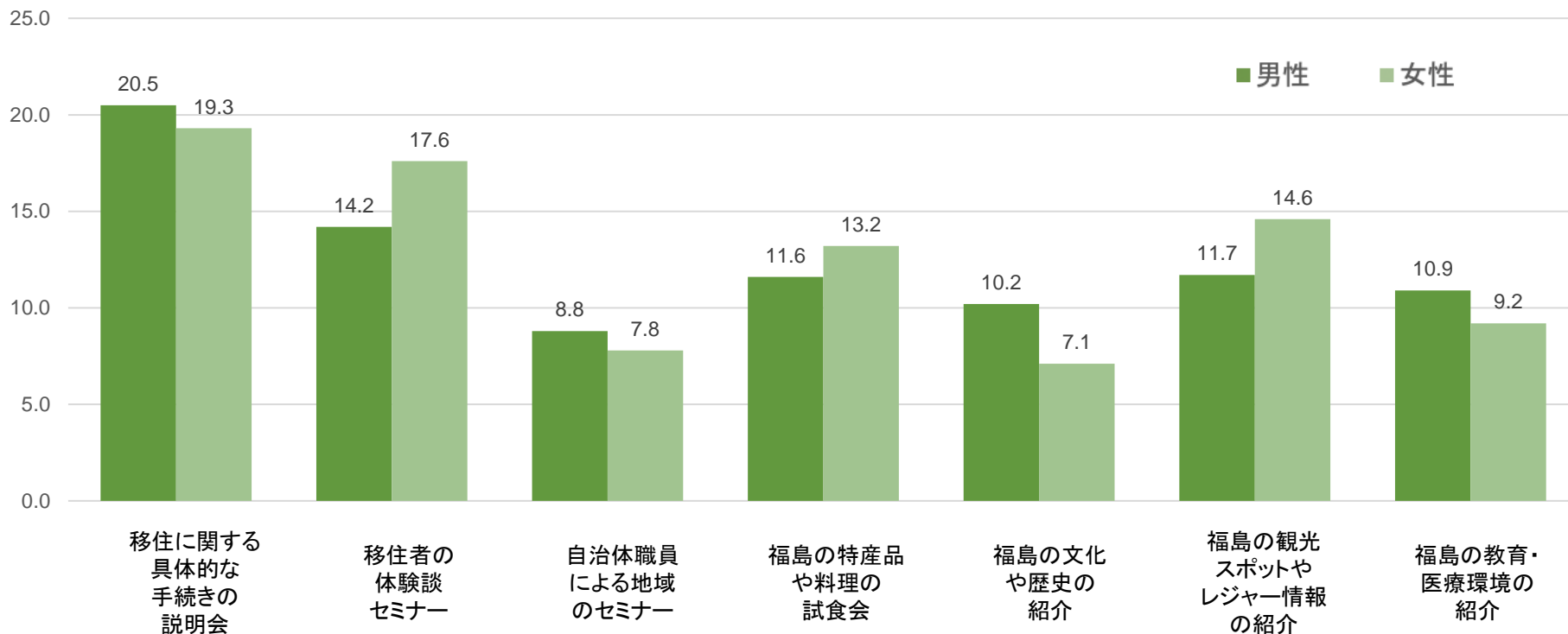
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.21.1 移住を検討する上で魅力的に感じる首都圏の移住イベントー福島移住関心層①

首都圏での移住イベントで、男性は『具体的な手続き説明』、女性は『体験談セミナー』に関心が高い。『特産品試食会』は女性に人気があり、『文化や歴史紹介』への関心は男女共に低め。

『Q33. 首都圏で開催する移住イベントの内容として、どのようなものが魅力的だと思いますか。あてはまるものを全てをお選びください。またその中から最もあてはまるものをひとつだけお知らせください。』

※ 「最もあてはまるもの」のみ

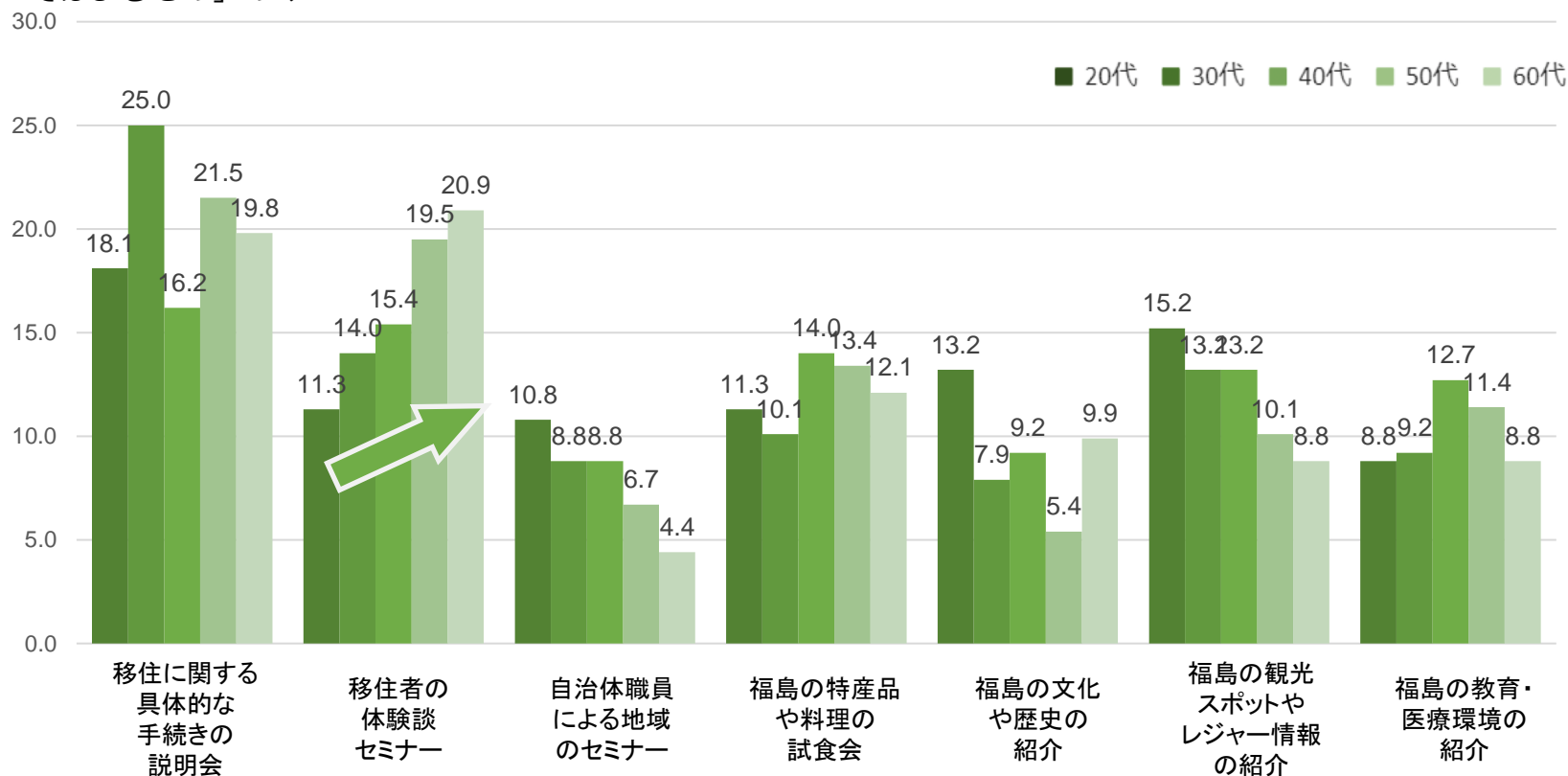


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 2.21.2 移住を検討する上で魅力的に感じる首都圏の移住イベントー福島移住関心層②

世代別に見ると、移住者の体験談セミナーは世代が上がるたびに割合が高くなる。また、自治体職員による地域のセミナーと観光スポットやレジャー情報の紹介などは世代が上がるたびに割合が低くなる。

『 Q33. 首都圏で開催する移住イベントの内容として、どのようなものが魅力的だと思いますか。あてはまるものを全てをお選びください。またその中から最もあてはまるものをひとつだけお知らせください。』※「最もあてはまるもの」のみ



資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）





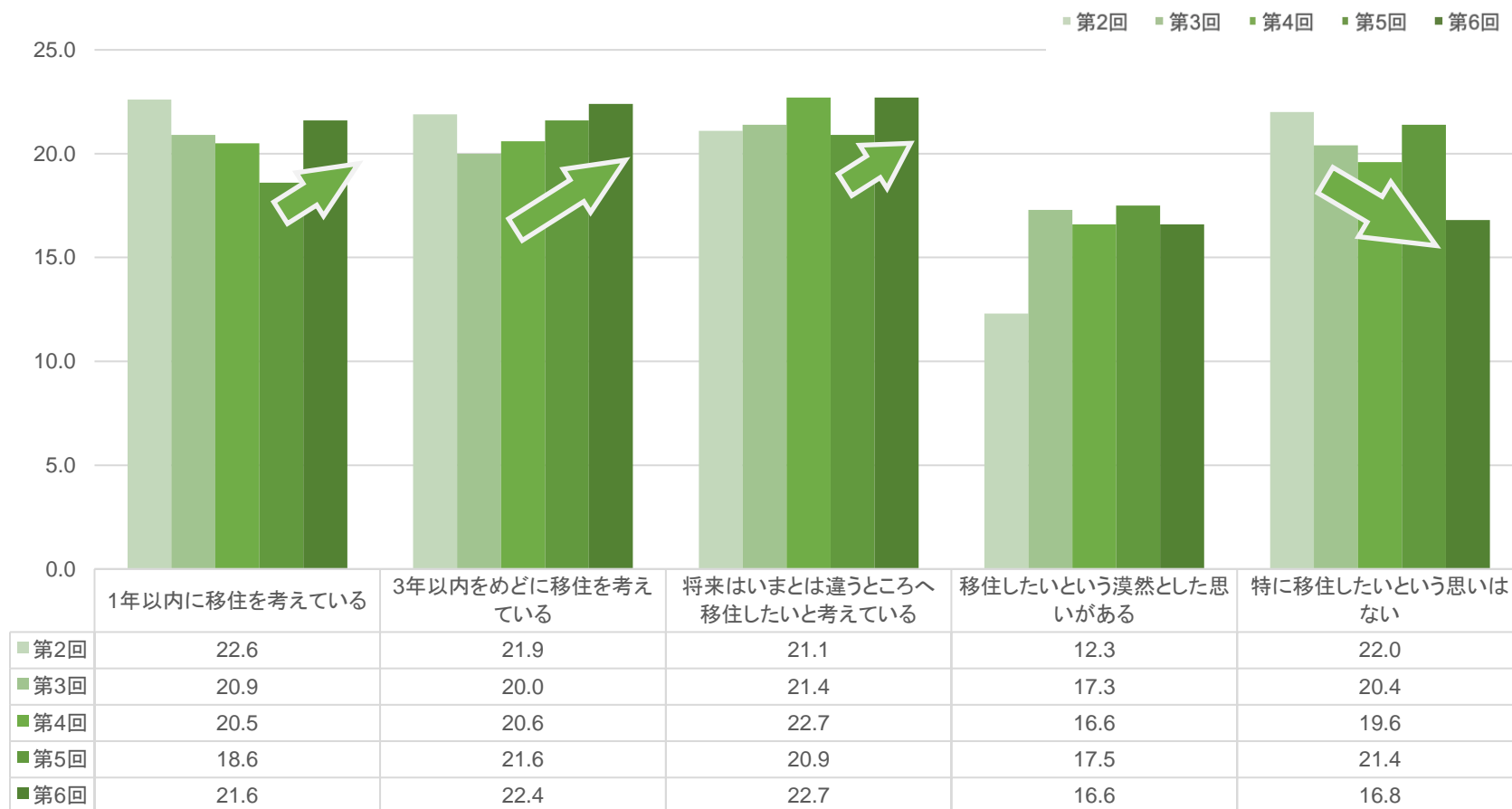
### 3. 移住に関する意向

単位は、注意書きがある場合を除き全て「%」

### 3.1 移住意向—福島移住関心層

移住への関心意向として「特に移住したいという思いはない」が減少し、「1年以内の移住検討者は昨年  
に比れば増加。また3年以内の検討者についても増加傾向にある。

『 SC1. 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） 』



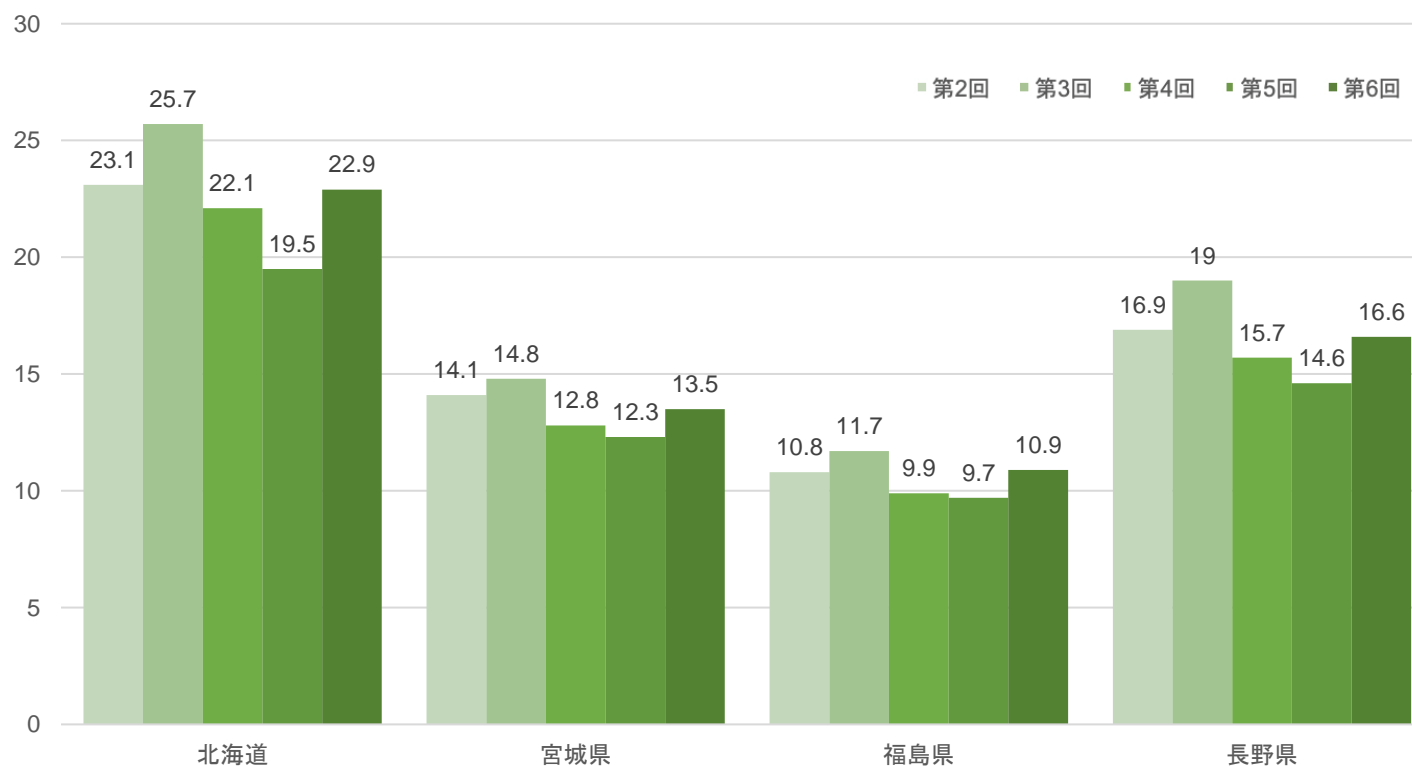
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

## 3.2 福島県への移住意向一全体

福島県の移住先としての印象は、微増ではあるものの他県に比べて相対的に低い。

『 SC3. あなたの以下のエリアに対する移住先としての印象をそれぞれひとつずつお知らせください。  
(それぞれ1つずつ選択) 』

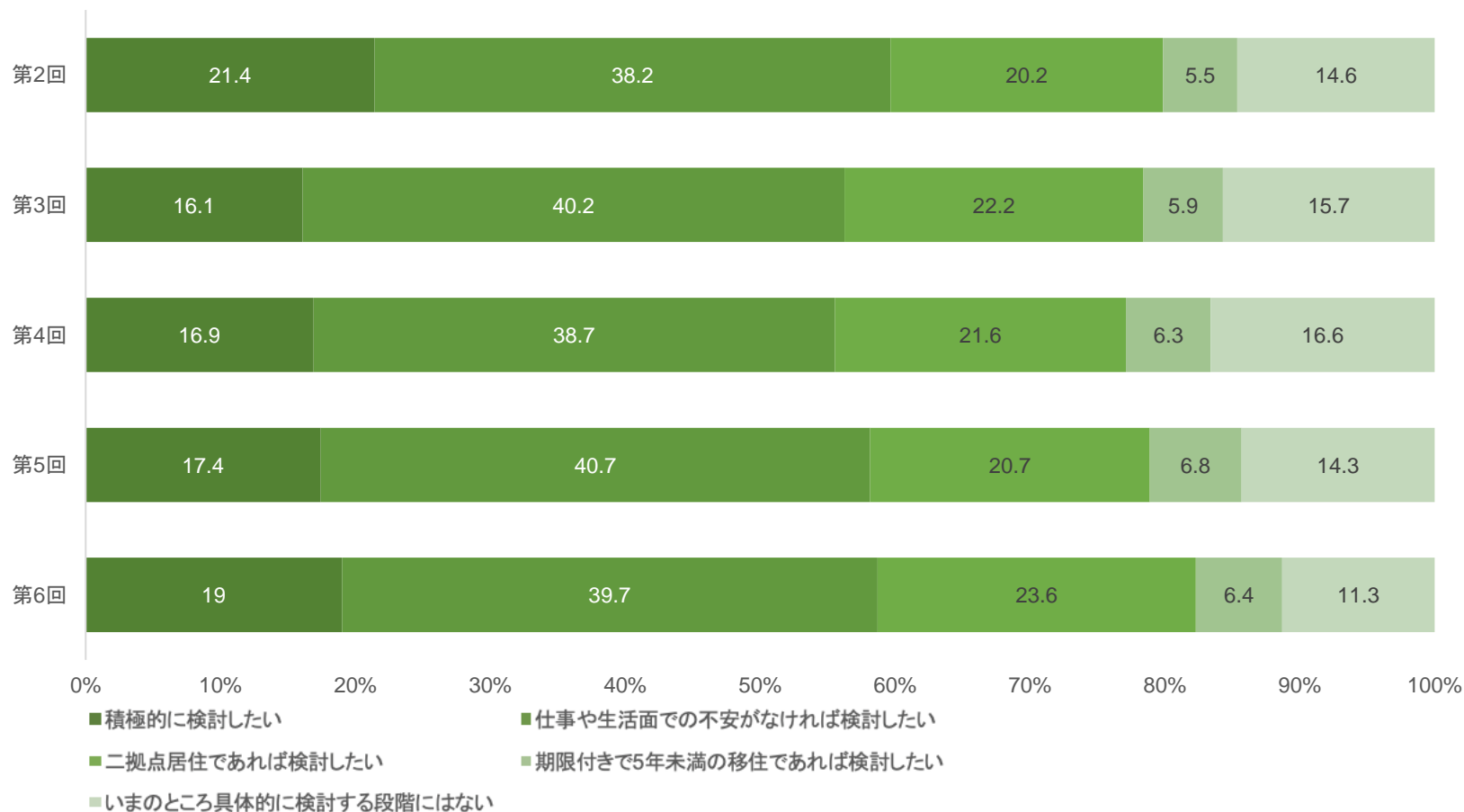
※「とても住んでみたい」「住んでみたい」の合算



### 3.3.1 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

「積極的に検討したい」が微増している一方で、「二拠点生活であれば検討したい」がより増加しており、完全に移り住む以外の方法についてニーズは高まる。

『 Q9. 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） 』

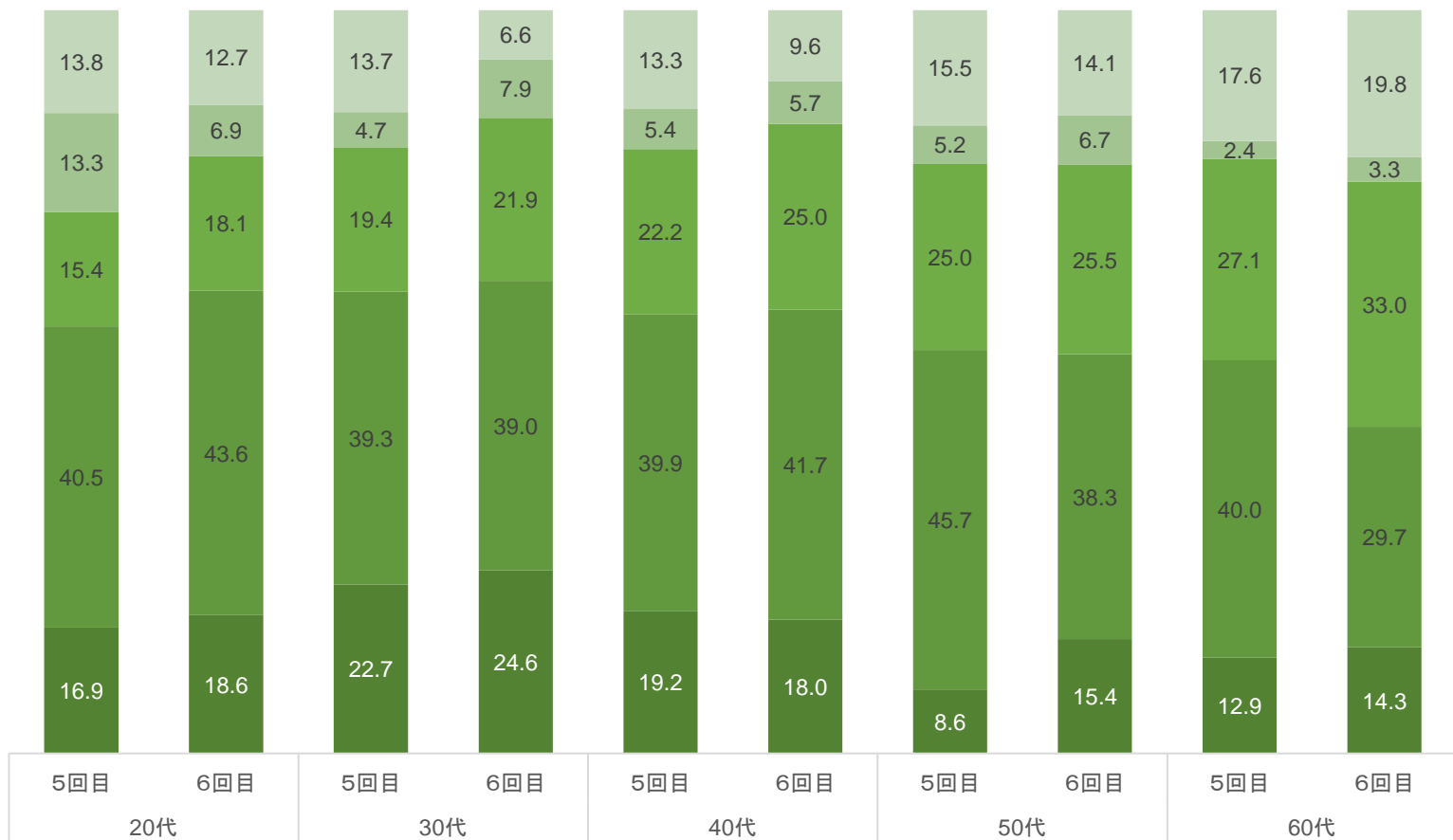


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

### 3.3.2 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・50代・60代ともに「積極的に移住を検討したい」は増加。

『 Q9. 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） 』

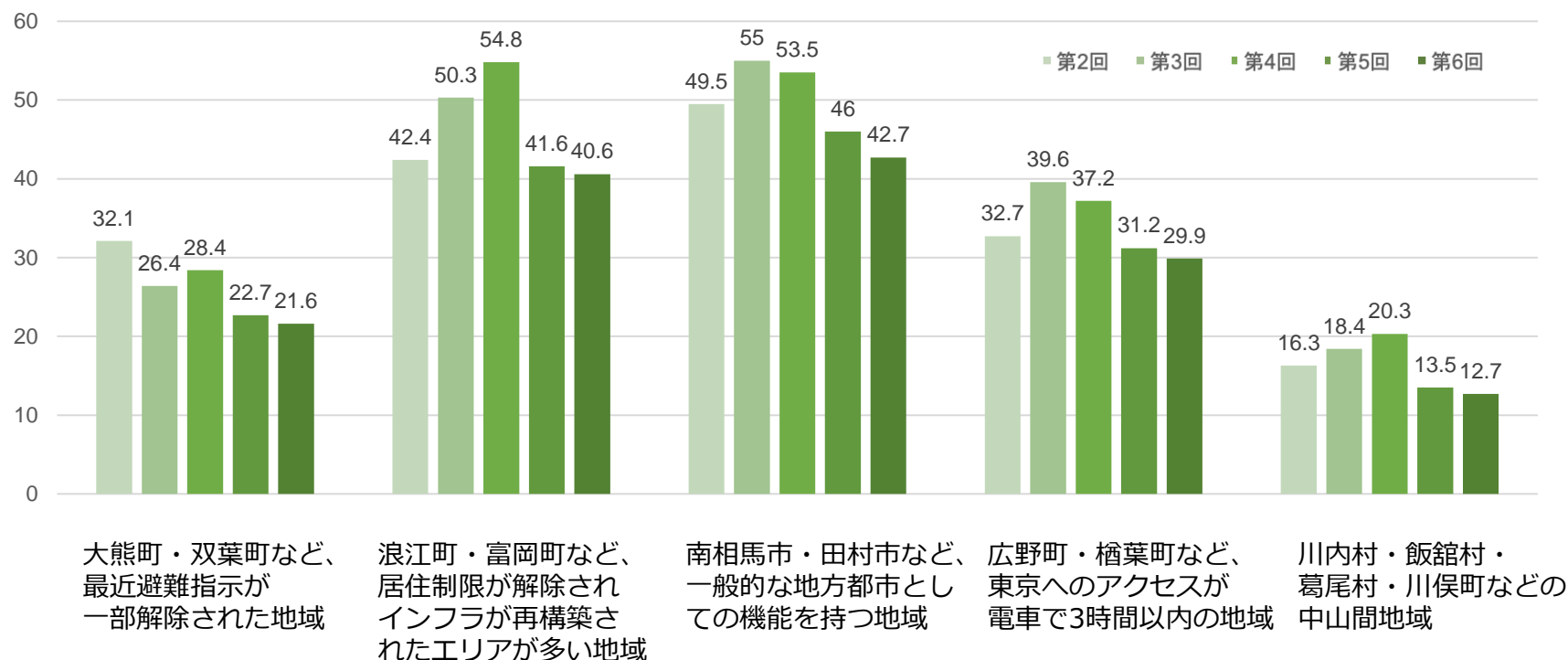


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第5回：N=810、第6回：N=900）

### 3.4.1 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。

Q20. 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、お知らせください。（複数選択可）

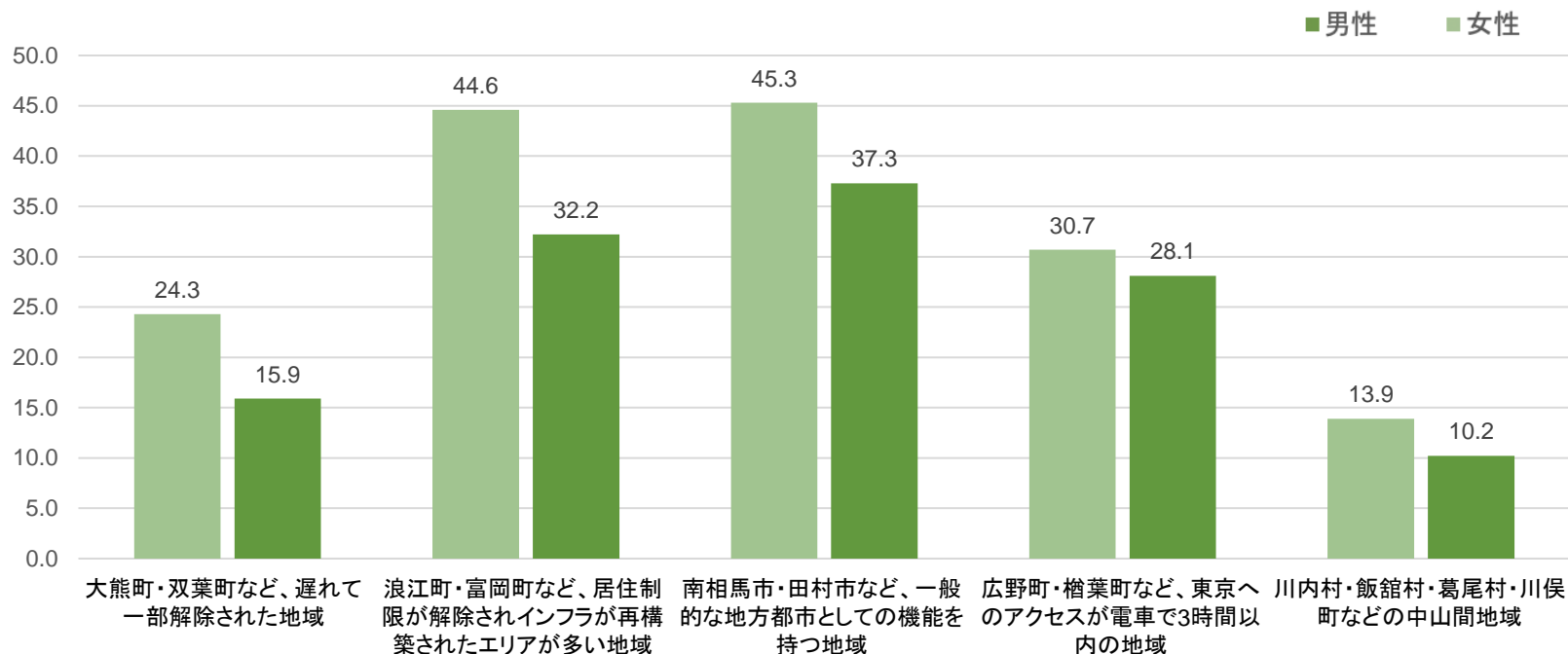


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）

### 3.4.2 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。

『Q20. 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、お知らせください。（複数選択可）』

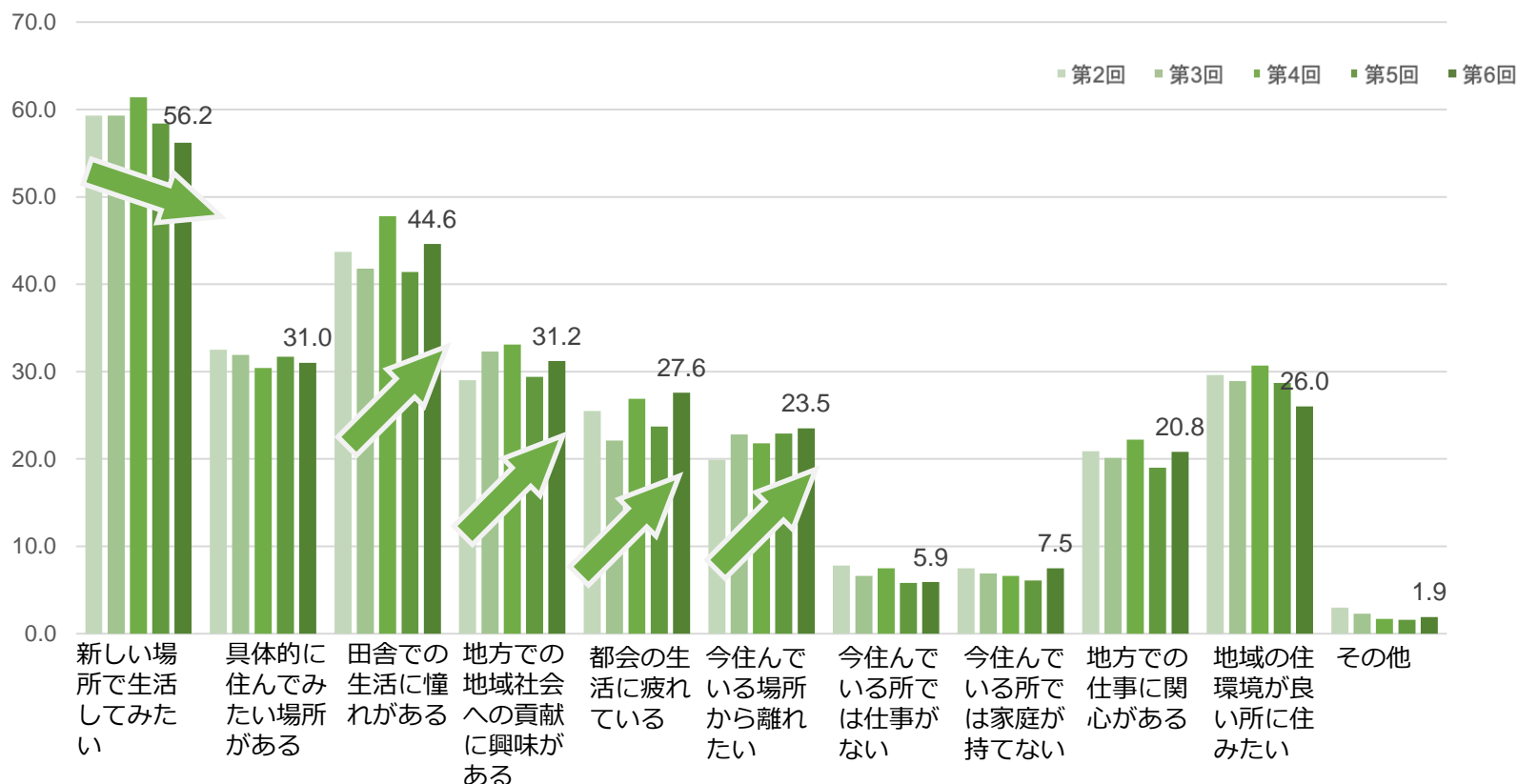


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

### 3.5 移住に関心を持つ理由—福島移住関心層

「新しい場所で生活してみたい」が変わらず最も高いが微減。「田舎での生活に憧れ」「地域貢献への貢献」「都会の生活に疲れている」「今の場所を離れたい」が微増。都会へのネガティブなイメージからの田舎への移住の意識が高くなる。

『 SC2. 国内での移住について、あなたの興味がある理由としてあてはまるものを全てお知らせください。（複数選択可） 』



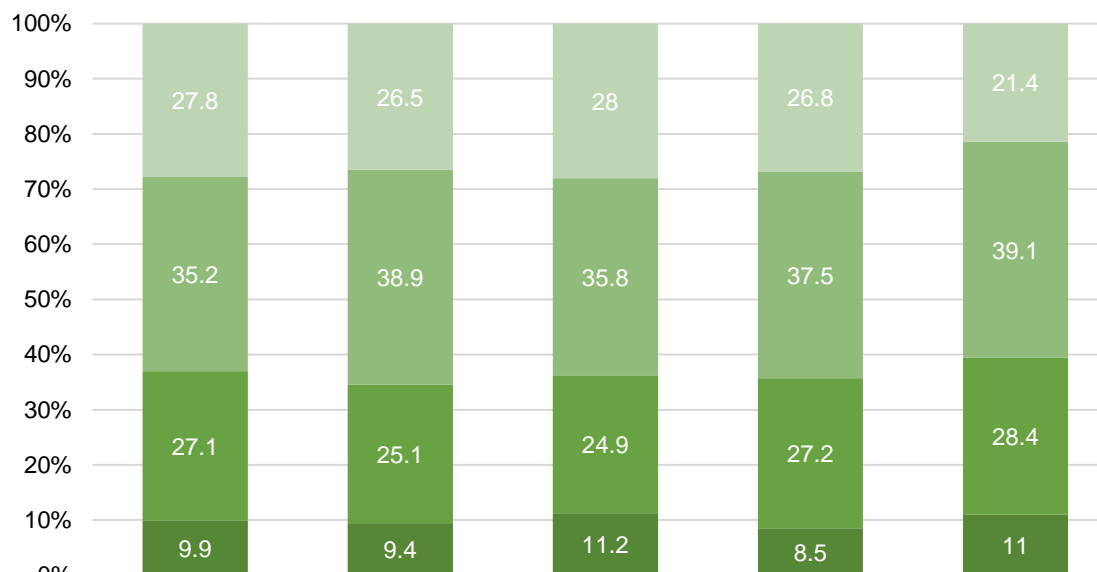
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第2回：N=889、第3回：N=871、第4回：N=863、第5回：N=810、第6回：N=900）



### 3.6.1 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」の合計は微増しており、また「仕事や住居の条件次第であり、良い条件があれば時期は関係ない」は減少しているため、移住への意思が増えている。

『Q19. 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）』



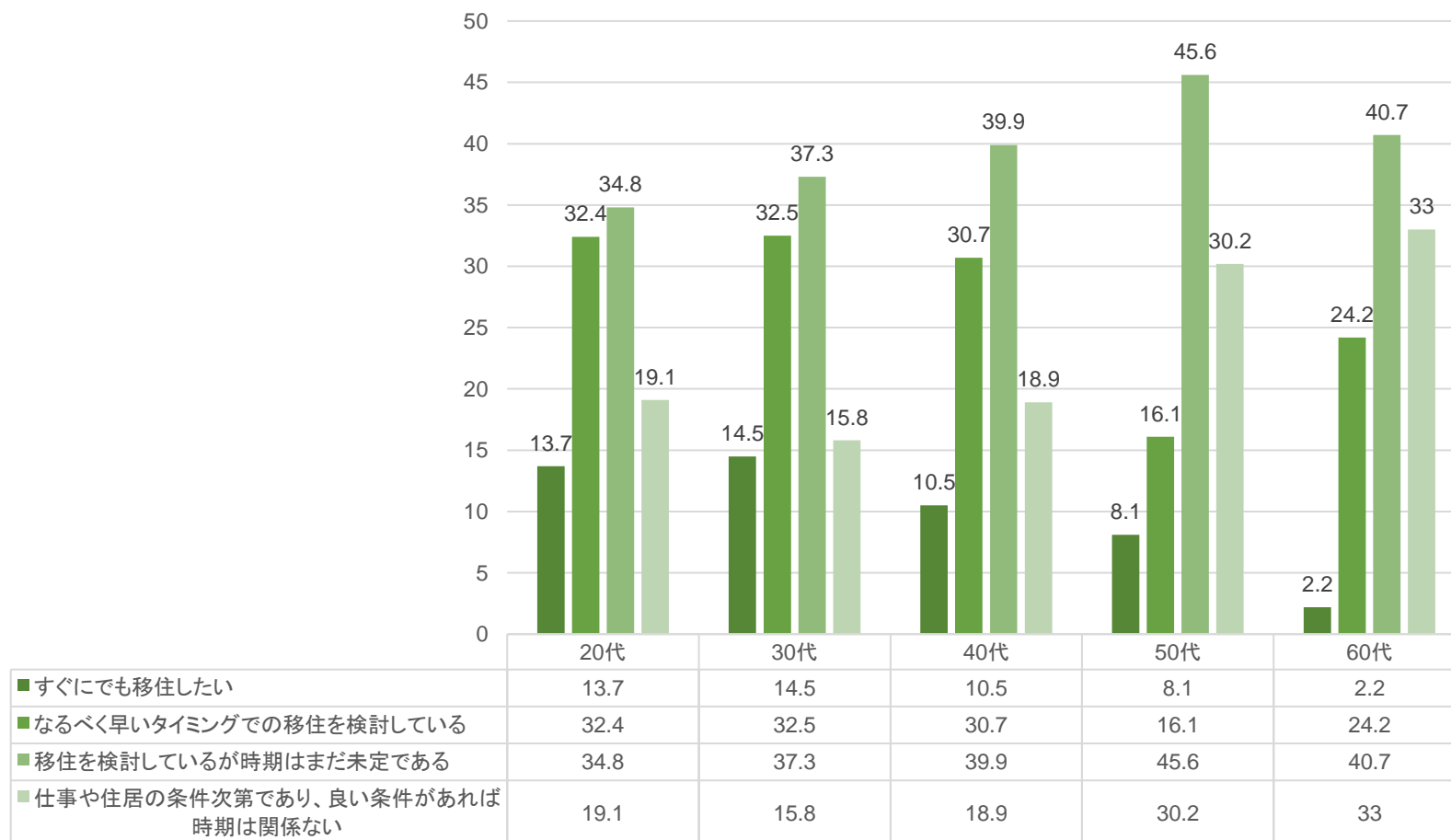
	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回
仕事や住居の条件次第であり、良い条件があれば時期は関係ない	27.8	26.5	28	26.8	21.4
移住を検討しているが時期はまだ未定である	35.2	38.9	35.8	37.5	39.1
なるべく早いタイミングでの移住を検討している	27.1	25.1	24.9	27.2	28.4
すぐにでも移住したい	9.9	9.4	11.2	8.5	11

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、第6回：N=900）

### 3.6.2 移住のタイミングー福島移住関心層②

年代別では、20代と30代では比較的早くの移住を望む傾向にある。一方で年代が高くなるほど、移住の時期については未確定である。

Q19. 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6回：N=900）



## 4. 移住施策等に関する認知

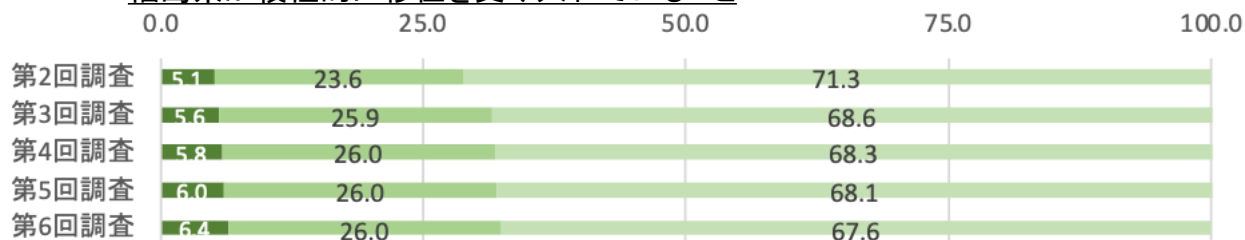
単位は、注意書きがある場合を除き全て「%」

## 4.1 福島県への移住に関する情報の浸透状況－全体

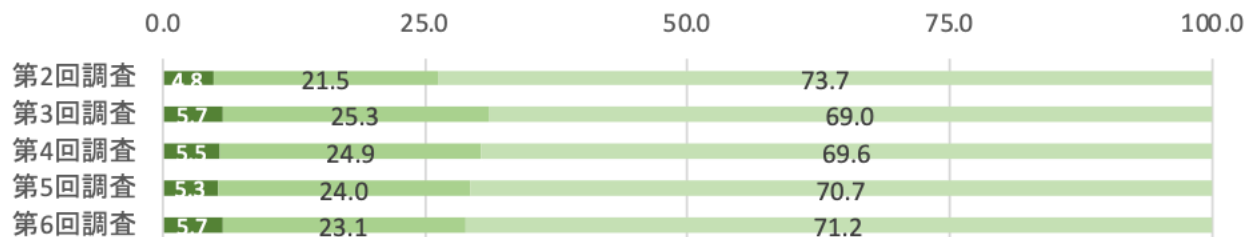
福島県への移住に関する事柄について、移住受け入れの認知は微増しているが、12市町村での移住可能なことは微減。

SC7. 『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）』

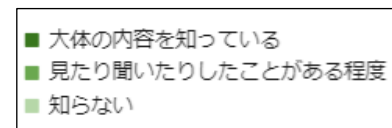
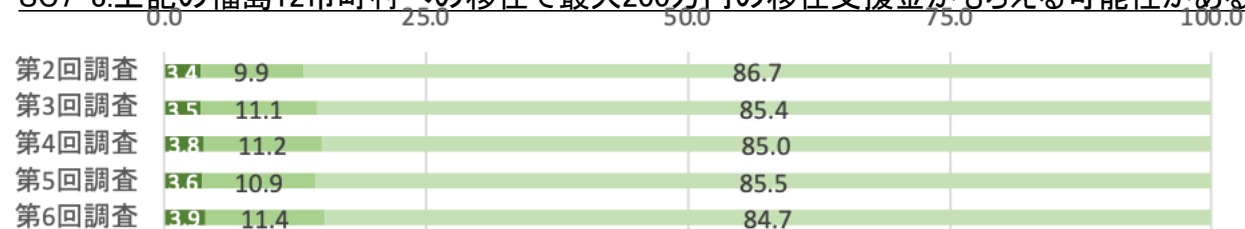
### SC7-1. 福島県が積極的に移住を受け入れていること



### SC7-2. 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



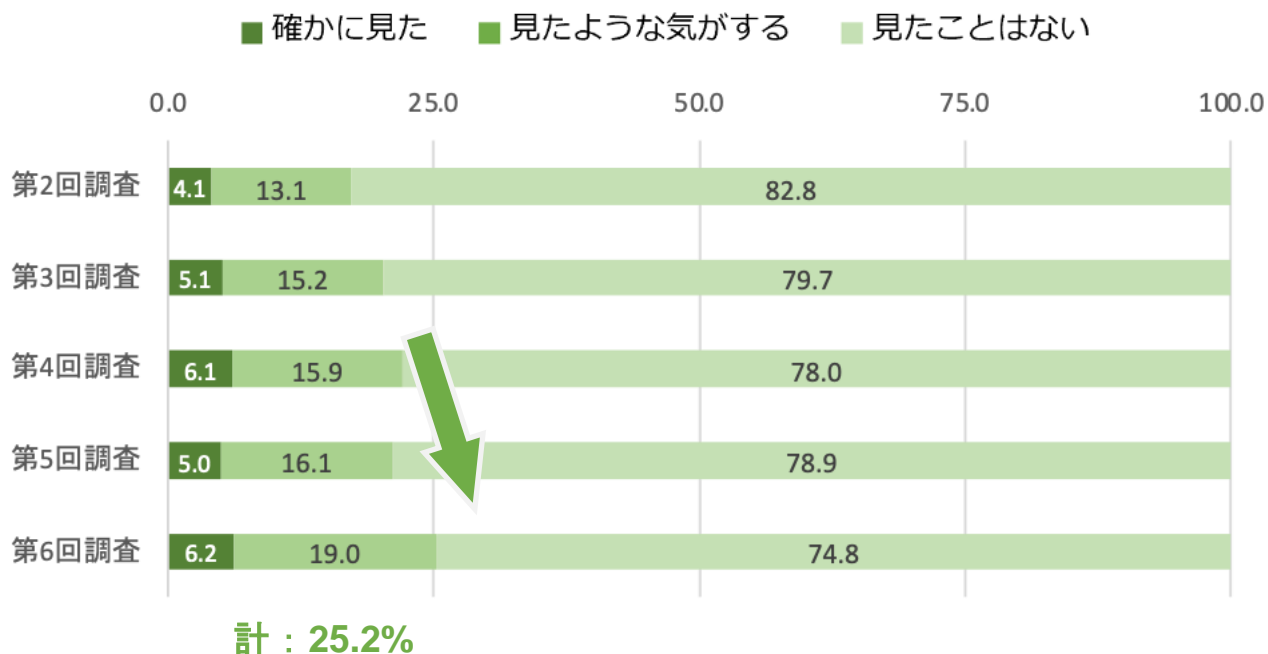
### SC7-3. 上記の福島12市町村への移住で最大200万円の移住支援金がもらえる可能性があること



## 4.2 移住施策に関する認知—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、4人に1人となった。過去に比べると認知は増加傾向にある。

SC8.『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



## ※次頁以降、4.3及び4.4については、以下の参考資料を回答者に提示

Q26. あなたは、これまで以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、見たことはありますか？あてまはるものを1つお答えください。まずは、参考資料を閲覧してください。（それぞれ1つずつ選択）

Q27. あなたはこれまで、以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、どの程度、魅力的に感じますか？あてまはるものを1つお答えください。（それぞれ1つずつ選択）

### 1.「未来ワークふくしま」というキャンペーン

福島第一原子力発電所の事故により避難指示等の対象となった12市町村への移住・定住を促進するための活動



### 5.移住体験モデルコース

福島12市町村の地域ごと・テーマごとにモデルコースを公開し、移住したい方が訪問する際のおすすめコースや補助金情報をセンターHPで公開



### 2.テレビ東京木曜ドラマ「姪のメイ」

テレビ東京系列で放映した、本郷奏多と大沢一菜主演の「福島への移住」をテーマにしたテレビドラマ



### 6.移住体験ツアー

2泊3日の1万円程度の負担で移住体験が可能な現地体験型のツアー



### 3.Spotify「未来ワークふくしま移住ラジオ」

移住に興味がある方に向けた、移住されて充実した毎日を手に入れたみなさんの生の声を届けるラジオ番組



### 7.移住先の仕事を体験できるツアー

仕事や生活の体験を通じて、滞在費を賄いなが移住体験ができるツアー



### 4.YouTuberタイアップ企画

旅行系YouTuberが福島へ旅行するセンターとのタイアップ企画



※対象の動画

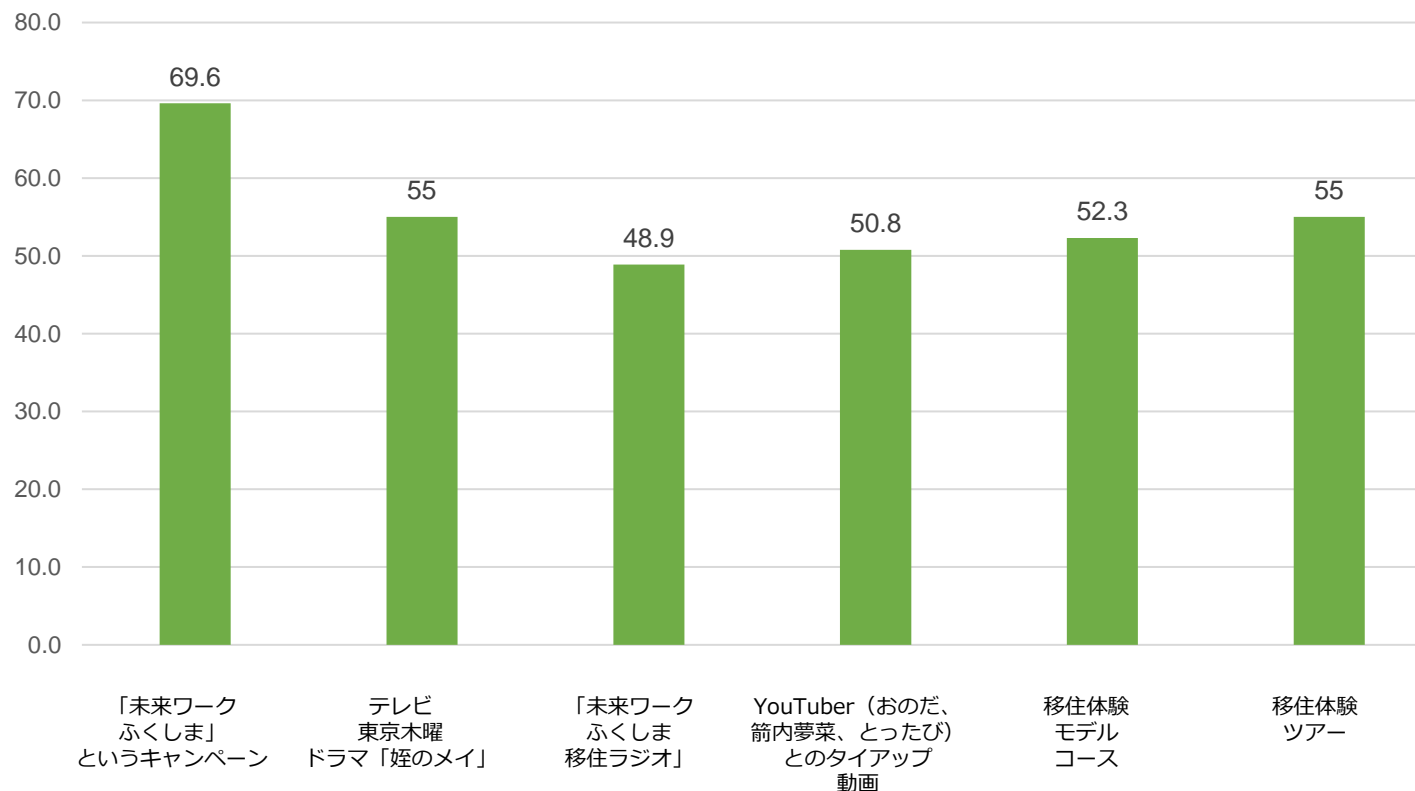
- 1,夏のひとり2泊3日旅行記！福島の今を見てきました。
- 2,福島2泊3日2023年夏のマイカー旅行記！旅館、カフェなど巡り復興状況を知る旅
- 3,冬の福島2泊3日滞在記！移住体験、旅館、美味しいもの、文化を丸ごと体験

### 4.3.1 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の認知—福島移住関心層①

「未来ワークふくしま」というキャンペーンの認知は約7割を達成し、また他の施策についても約半数の認知を得た。

『Q26. あなたは、これまで以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、見たことはありますか？あてはまるものを1つお答えください。まずは、参考資料を閲覧してください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「確かに見た」「見たような気がする」の合算



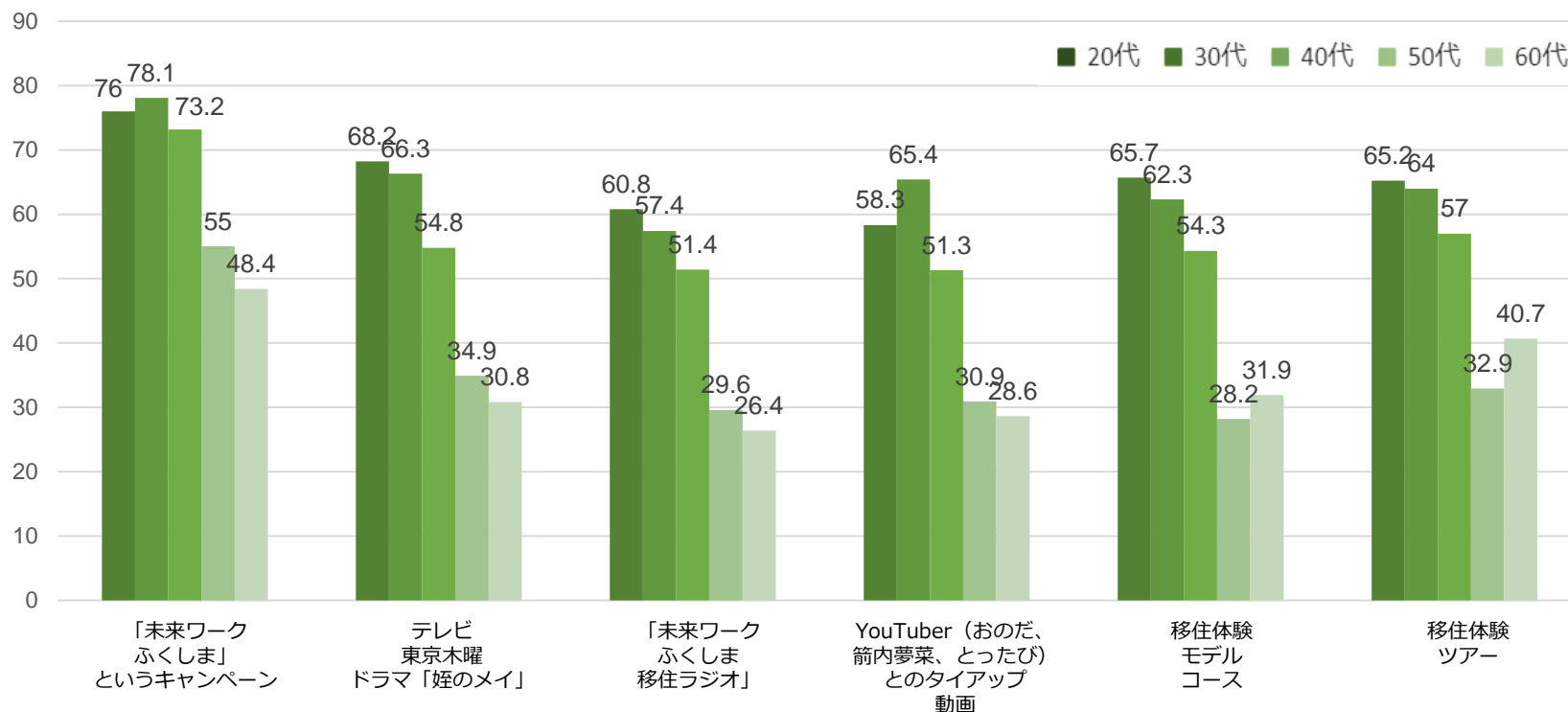
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 4.3.2 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の認知—福島移住関心層②

年代別では、福島移住関心層のうち20～40代はキャンペーンやテレビドラマへの認知が進んでいる。

『Q26. あなたは、これまで以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、見たことはありますか？あてまはるものを1つお答えください。まずは、参考資料を閲覧してください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「確かに見た」「見たような気がする」の合算



資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

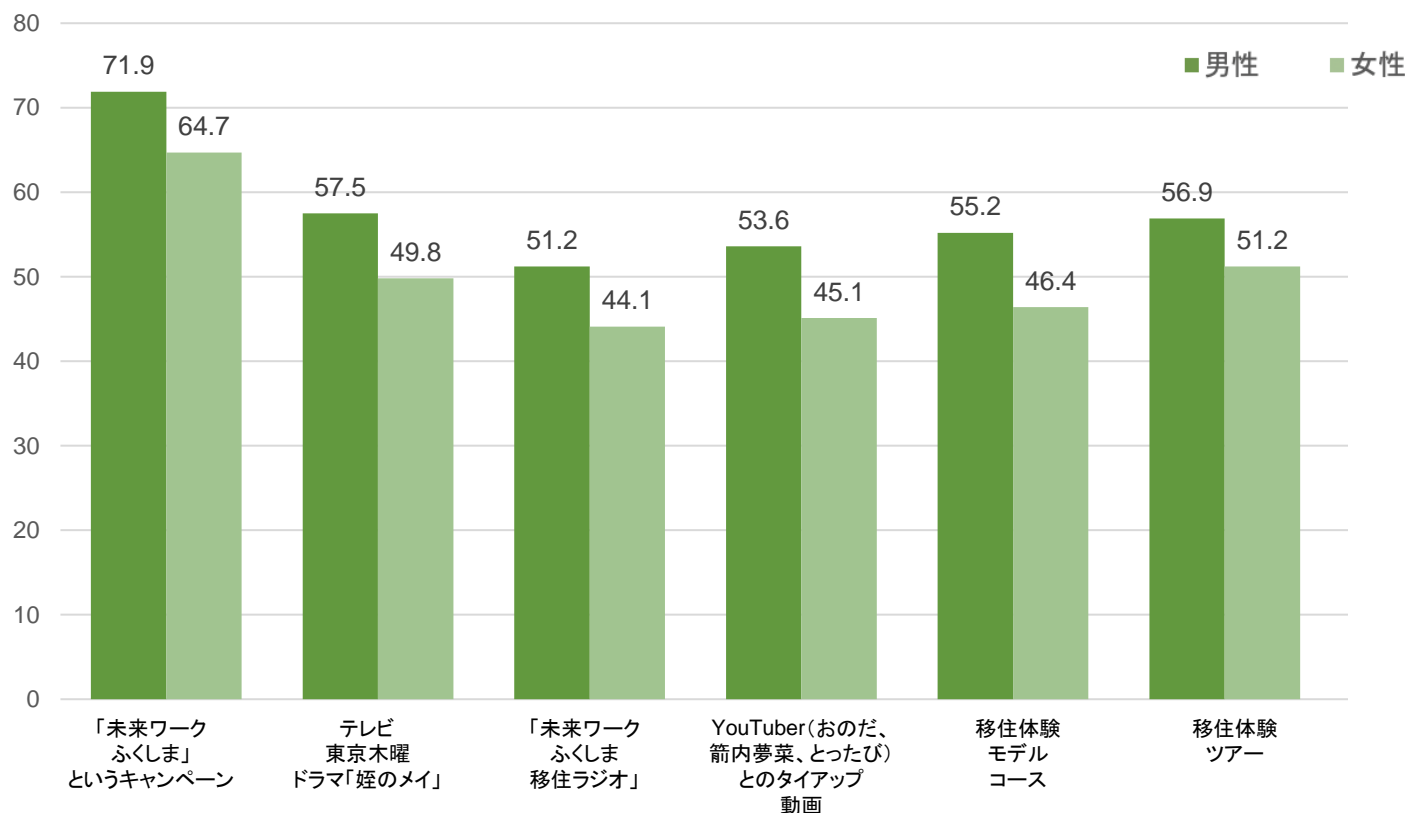


### 4.3.3 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の認知—福島移住関心層③

男女別では、全項目で男性の方が認知が高い結果となった。

『Q26. あなたは、これまで以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、見たことはありますか？あてまはるものを1つお答えください。まずは、参考資料を閲覧してください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「確かに見た」「見たような気がする」の合算

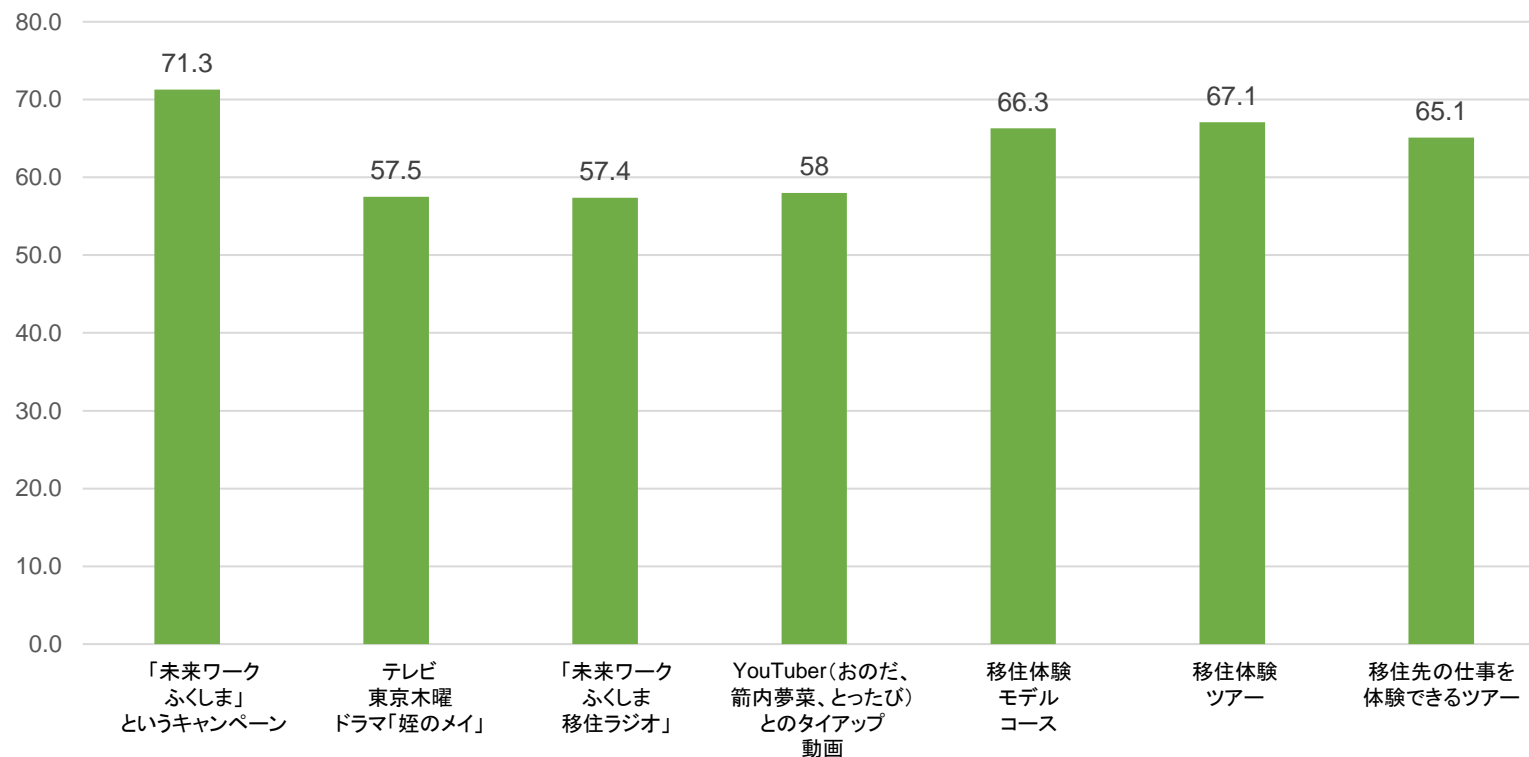


#### 4.4.1 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の魅力ー福島移住関心層①

キャンペーンやモデルコースやツアーなどは高い結果となった。

『Q27. あなたはこれまで、以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、どの程度、魅力的に感じますか？あてまはるものを1つお答えください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「とても魅力的に感じる」「やや魅力的に感じる」の合算



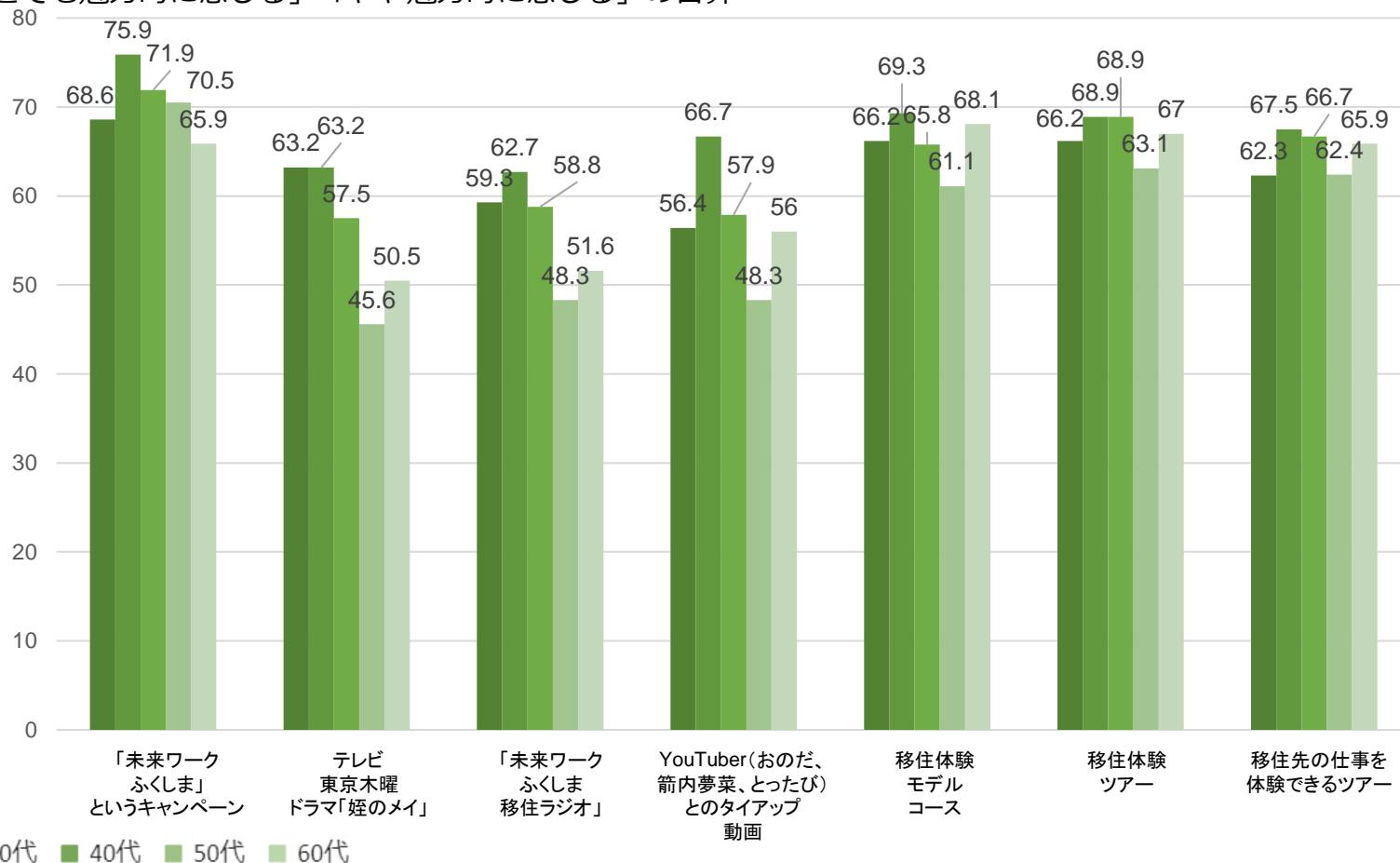
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

## 4.4.2 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の魅力ー福島移住関心層②

全年代でキャンペーンやツアーやモデルコースなどについては魅力的に感じている。ドラマやラジオ、YouTubeなどは、20代~40代は魅力的に感じるが、高い年代の世代はそこまで魅力的に感じていない。

『Q27. あなたはこれまで、以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、どの程度、魅力的に感じますか？あてまはるものを1つお答えください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「とても魅力的に感じる」「やや魅力的に感じる」の合算



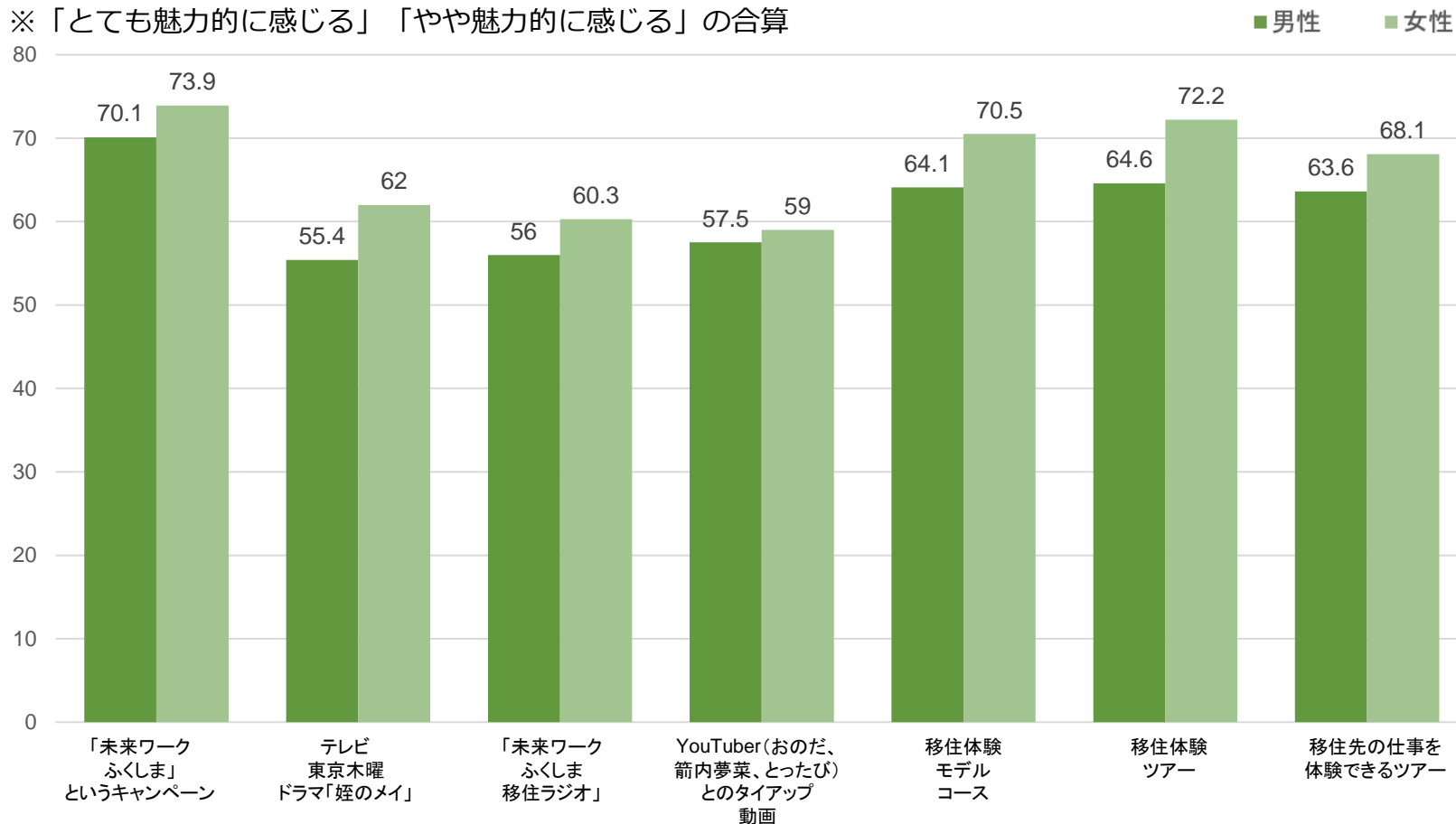
資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）

### 4.4.3 前年度（R5年）と今年度（R6）の施策の魅力ー福島移住関心層③

全ての項目において、女性の方が魅力的に感じる傾向にある。

『Q27. あなたはこれまで、以下の未来ワークふくしまが実施した取り組みについて、どの程度、魅力的に感じますか？あてまはるものを1つお答えください。（それぞれ1つずつ選択）』

※「とても魅力的に感じる」「やや魅力的に感じる」の合算



資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、第6回：N=900）



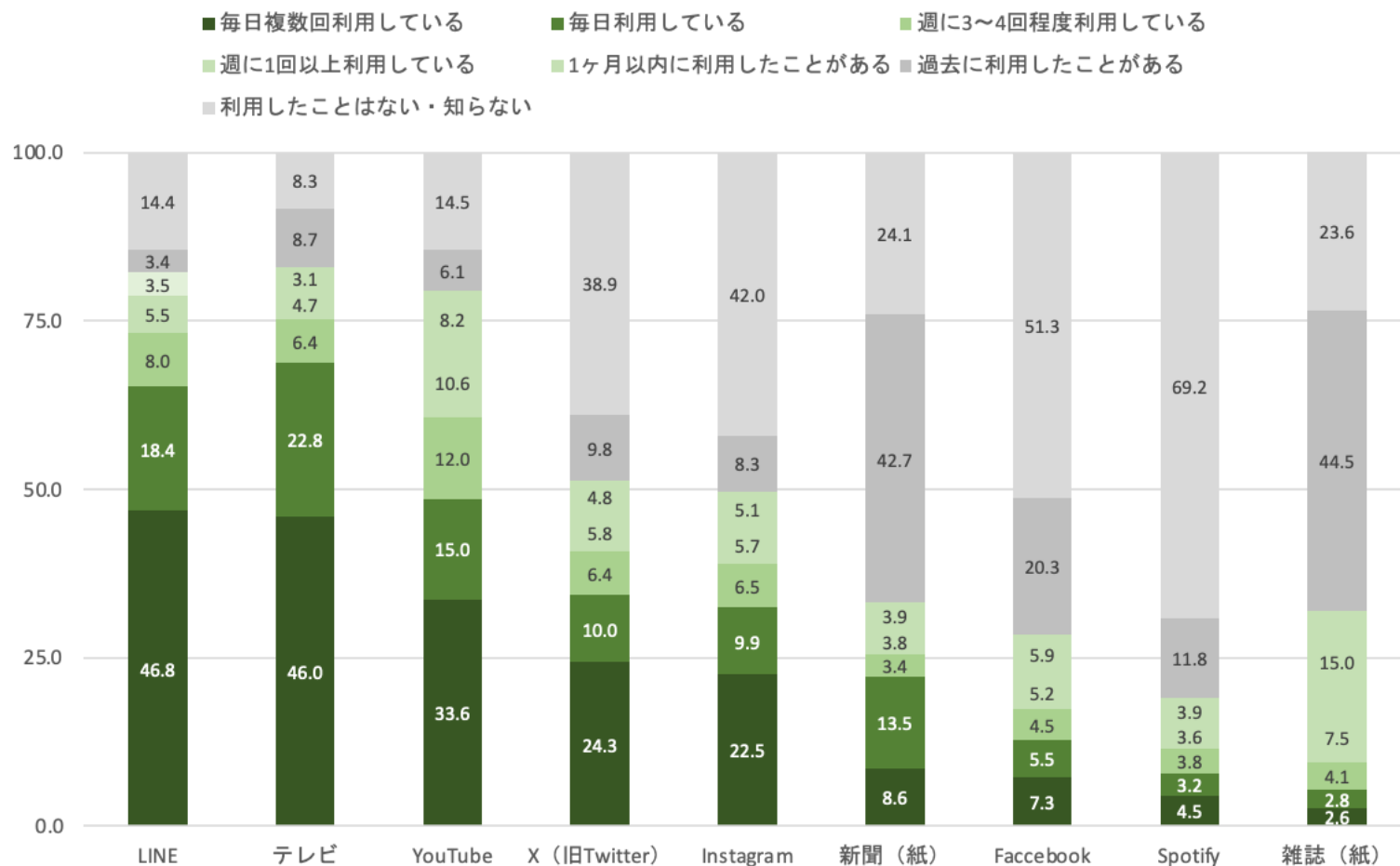
## 5. 情報取得経路

単位は、注意書きがある場合を除き全て「%」

## 5.1 利用頻度の高いメディアー全体

全体では、「LINE」「テレビ」「YouTube」が使用頻度が高い。

SC6. 『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）』



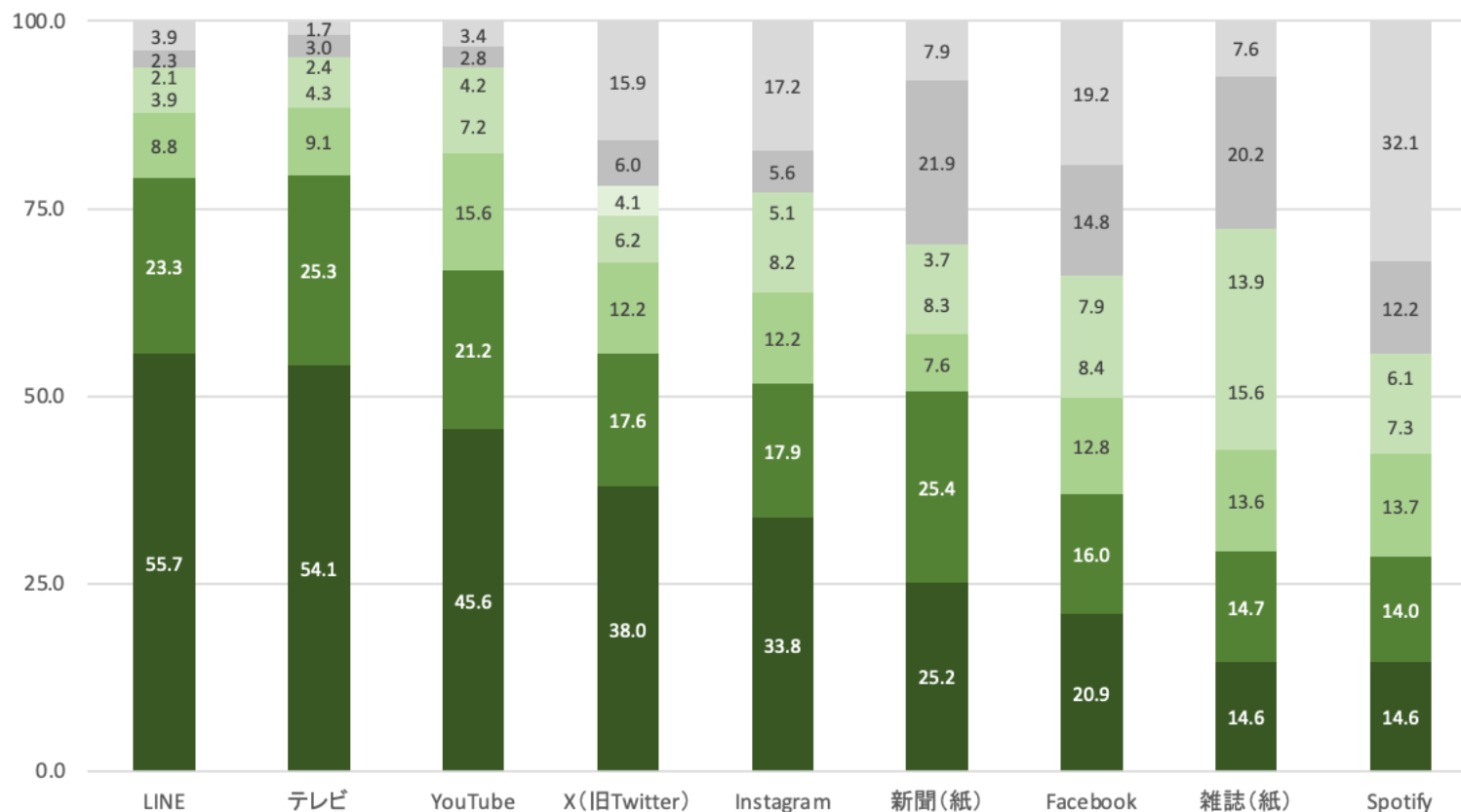
資料：福島移住インターネットパネル調査（スクリーニング調査：N=50,000）

## 5.2 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。（前頁比較）

SC6. 『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）』

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

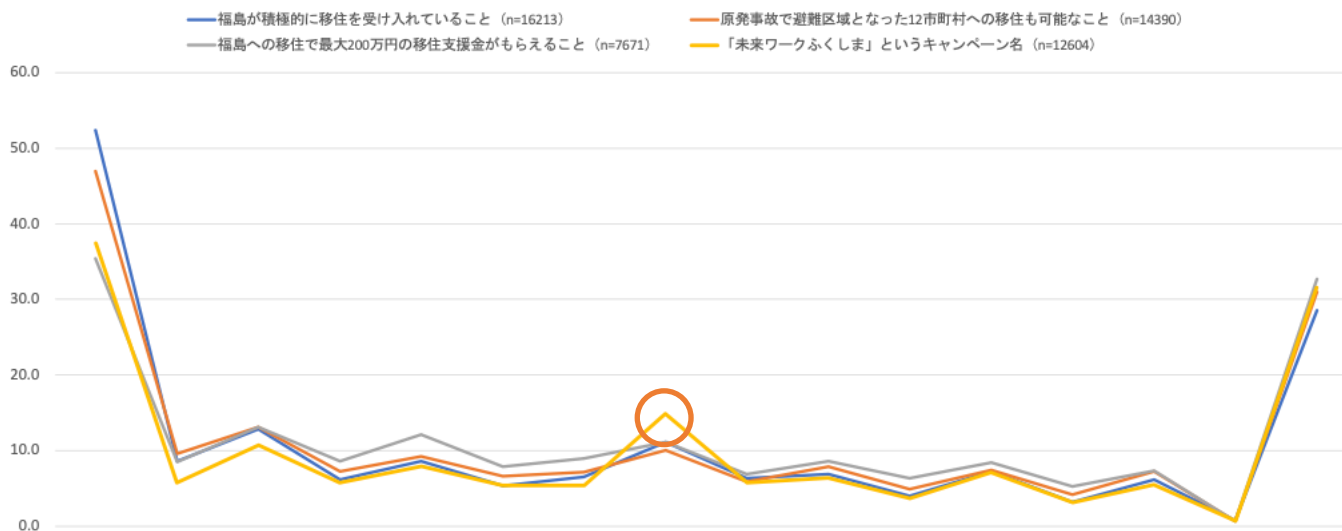


資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、N=900）

## 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。

SC9. 『前問でご存知とお答えの事柄についてお伺いします。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 (TURN S、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をブログ	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)	Spotify	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
福島が積極的に移住を受け入れていること (n=16213)	52.4	8.6	12.8	6.1	8.6	5.3	6.5	11.1	6.3	6.9	4.0	7.2	3.2	6.1	0.7	28.5
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 (n=14390)	47.0	9.6	13.1	7.2	9.2	6.6	7.1	10.0	5.9	7.9	4.9	7.4	4.2	7.2	0.6	31.0
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 (n=7671)	35.4	8.5	13.1	8.6	12.1	7.9	8.9	11.1	6.9	8.6	6.3	8.4	5.2	7.3	0.6	32.7
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名 (n=12604)	37.4	5.7	10.7	5.7	7.9	5.4	5.4	14.9	5.7	6.4	3.7	7.1	3.1	5.5	0.7	31.6

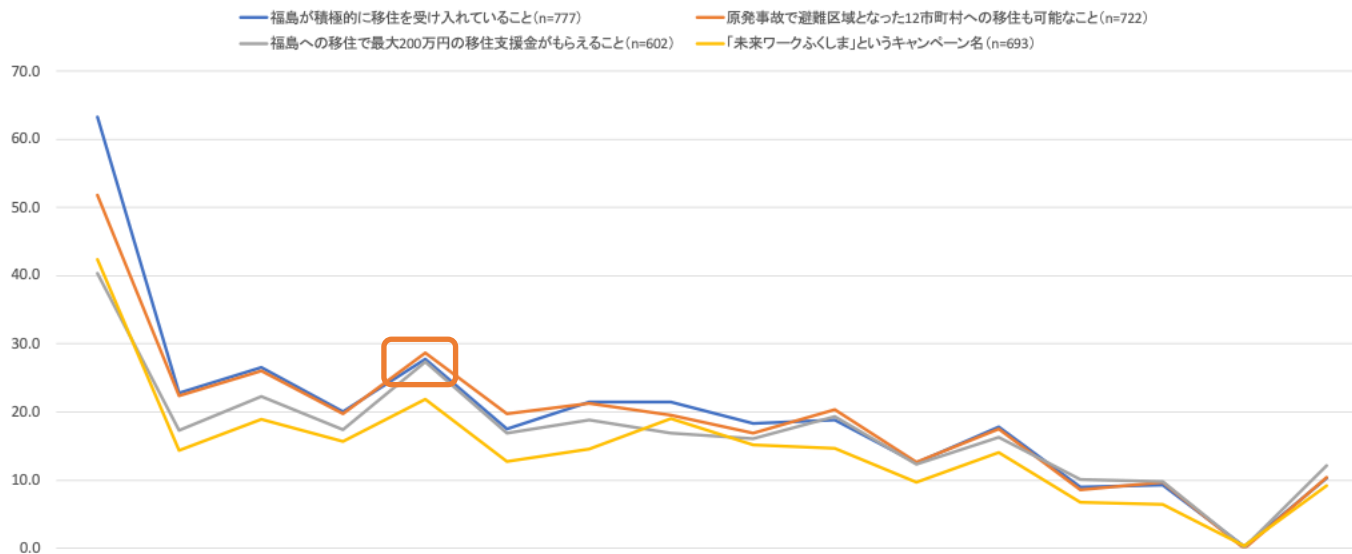
資料：福島移住インターネットパネル調査（スクリーニング調査、N=50,000 | 各施策の認知ベース）



## 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、テレビに次いで福島県ホームページなどから各施策の情報を集める。また、x（旧twitter）からの情報収集も比較的高い傾向。

SC9. 『前問でご存知とお答えの事柄についてお伺いします。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 (TURN S、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をブログ	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)	Spotify	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
福島が積極的に移住を受け入れていること (n=777)	63.3	22.8	26.5	20.1	27.8	17.5	21.5	21.5	18.3	18.8	12.5	17.8	9.0	9.3	0.3	10.3
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 (n=722)	51.8	22.4	26.0	19.7	28.7	19.7	21.3	19.5	16.9	20.4	12.6	17.5	8.6	9.7	-	10.4
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 (n=602)	40.4	17.3	22.3	17.4	27.4	16.9	18.8	16.9	16.1	19.3	12.3	16.3	10.1	9.8	0.2	12.1
「未来ワークふくしま」というキャンペーン名 (n=693)	42.4	14.4	18.9	15.7	21.9	12.7	14.6	19.0	15.2	14.7	9.7	14.1	6.8	6.5	0.4	9.2

資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、N=900 | 各施策の認知ベース）



## 6. 移住と復興

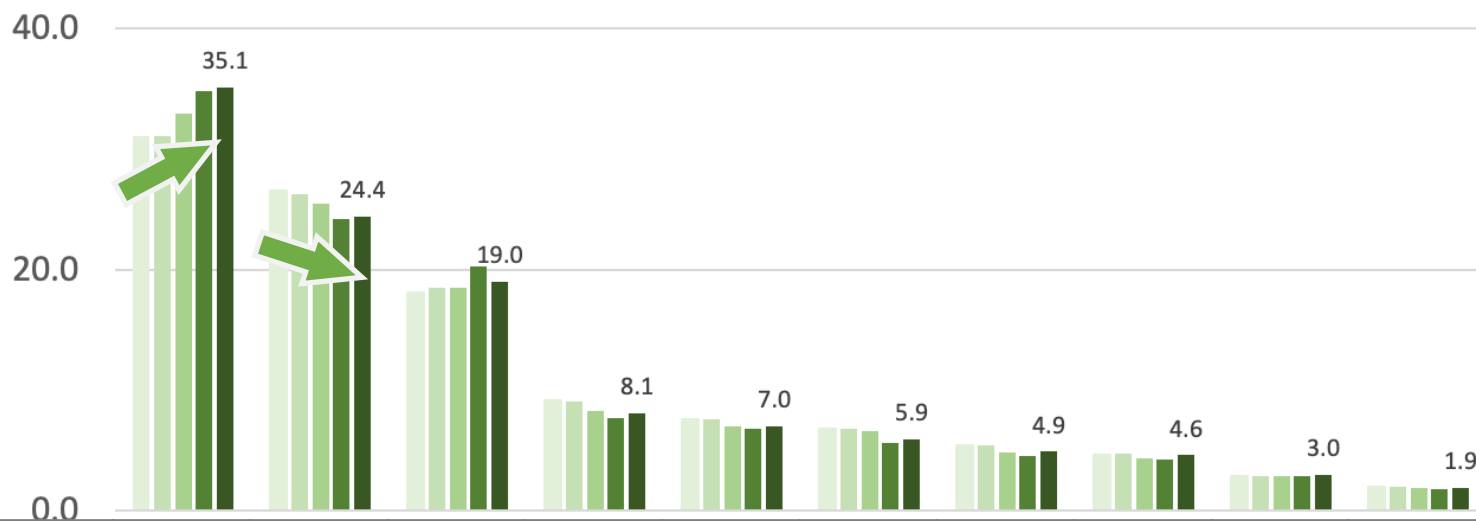
単位は、注意書きがある場合を除き全て「%」

## 6.1 福島県の浜通りエリアとの関係性—全体

福島浜通りエリア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が微増傾向し、「生活とは関心がない層」が減少傾向にある。

SC5『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）』

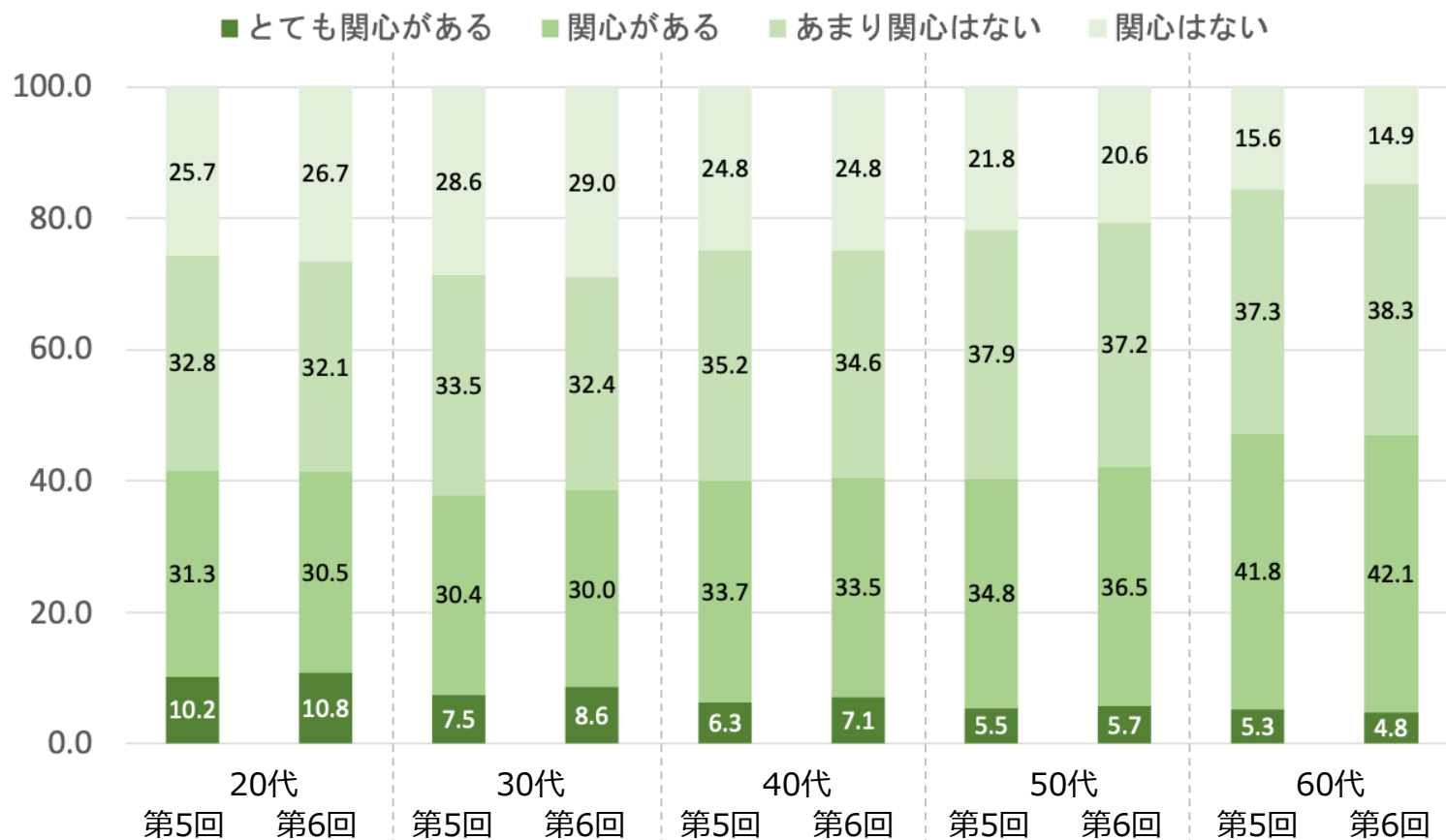
■第2回 ■第3回 ■第4回 ■第5回 ■第6回



## 6.2 福島県の復興についての関心—全体

復興への関心「とても関心ある」「関心がある」計は、昨年と比較してもほぼ同数。  
 ただ、年齢が上がるほど復興への取組の関心は増加傾向にある。

『 SC4.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。』

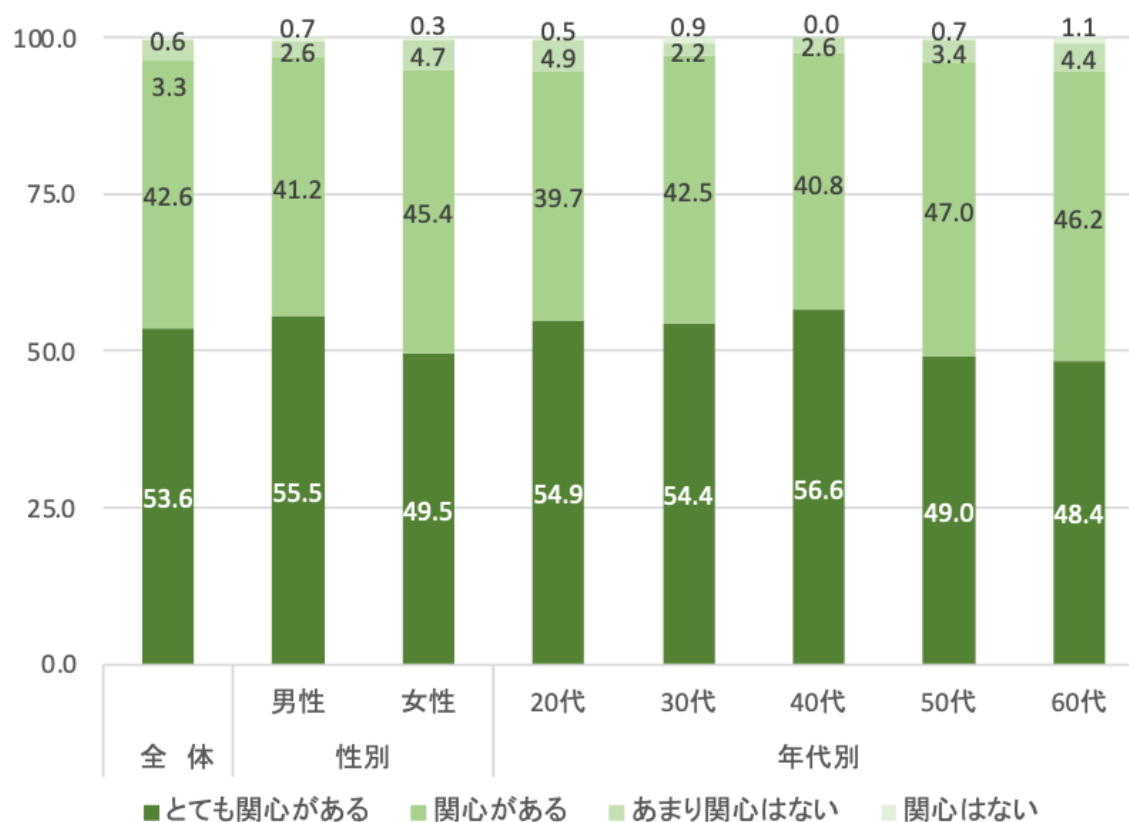


資料：福島移住インターネットパネル調査（スクリーニング調査、N=50,000）

## 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、男性の方が女性より相対的に関心が高い。  
また、年代では40代が最も高い傾向がある

SC4 『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。』

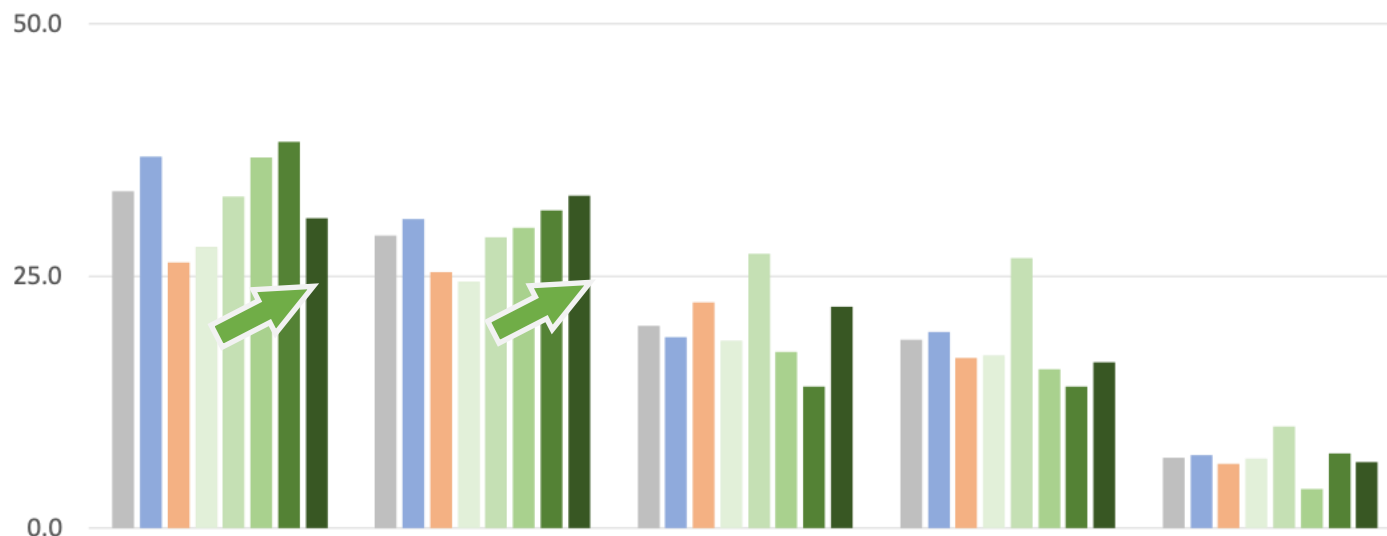


## 6.4 福島県の浜通りエリアとの関係性—福島移住関心層

「震災後に訪れたことがある」が最も多く年齢があがるごとに率もあがる（60代は除く）。  
訪問歴は女性より男性の方が高い傾向がある

SC5『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）』

■全体 ■男性 ■女性 ■20代 ■30代 ■40代 ■50代 ■60代



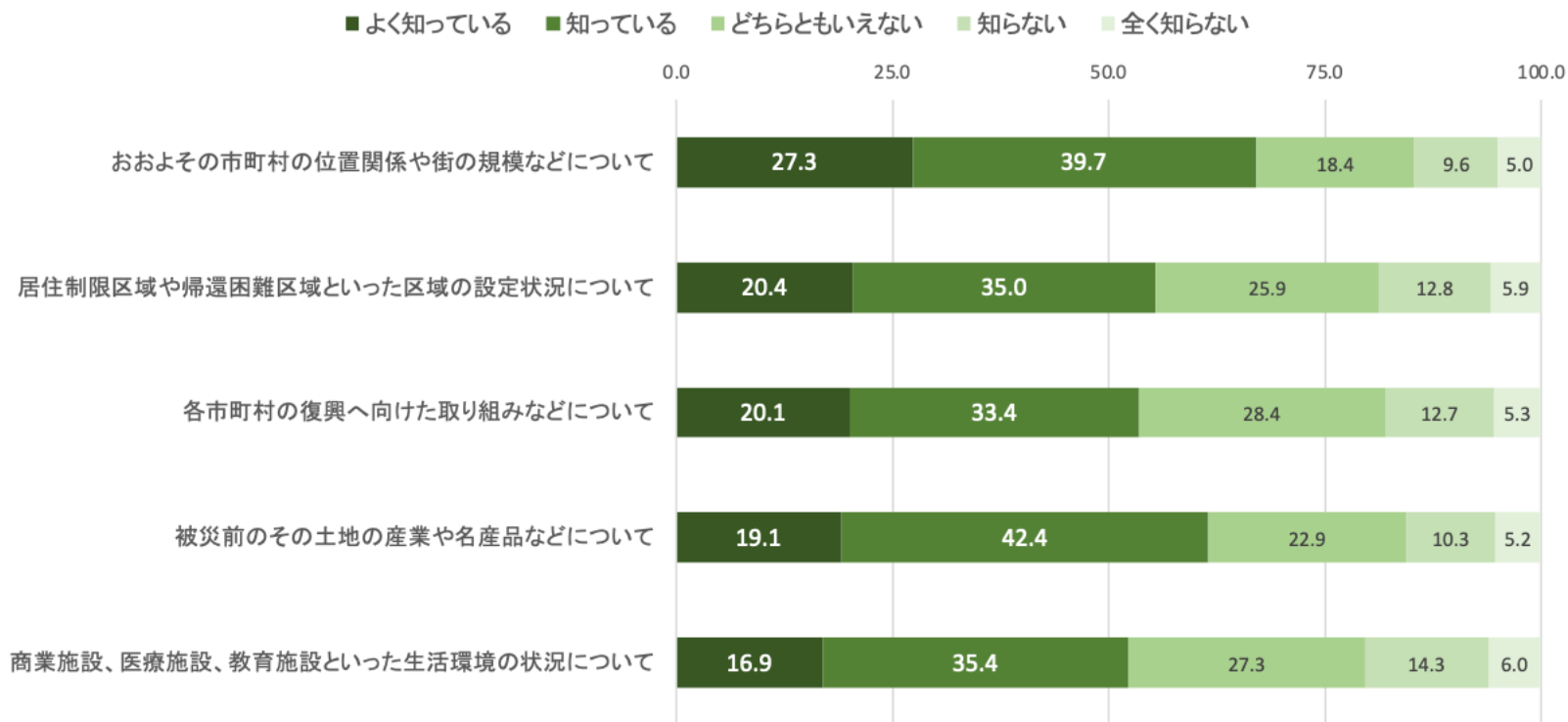
	震災後に仕事やプライベートで何度か訪れたことがある	震災前は仕事やプライベートで何度か訪れたことがある	知人・友人が多く関わっている	自分にゆかりのある土地である	過去に住んでいたことがある
全体	33.4	29.0	20.1	18.7	7.0
男性	36.9	30.7	19.0	19.5	7.3
女性	26.4	25.4	22.4	16.9	6.4
20代	27.9	24.5	18.6	17.2	6.9
30代	32.9	28.9	27.2	26.8	10.1
40代	36.8	29.8	17.5	15.8	3.9
50代	38.3	31.5	14.1	14.1	7.4
60代	30.8	33.0	22.0	16.5	6.6

資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査、N=900）

## 6.5.1 浜通りエリアの現状についての理解—福島移住関心層①

福島移住関心層の浜通りエリアへの位置関係・街の規模を理解している層は70%程度。半数以上が全項目「知っている・よく知っている」を回答。

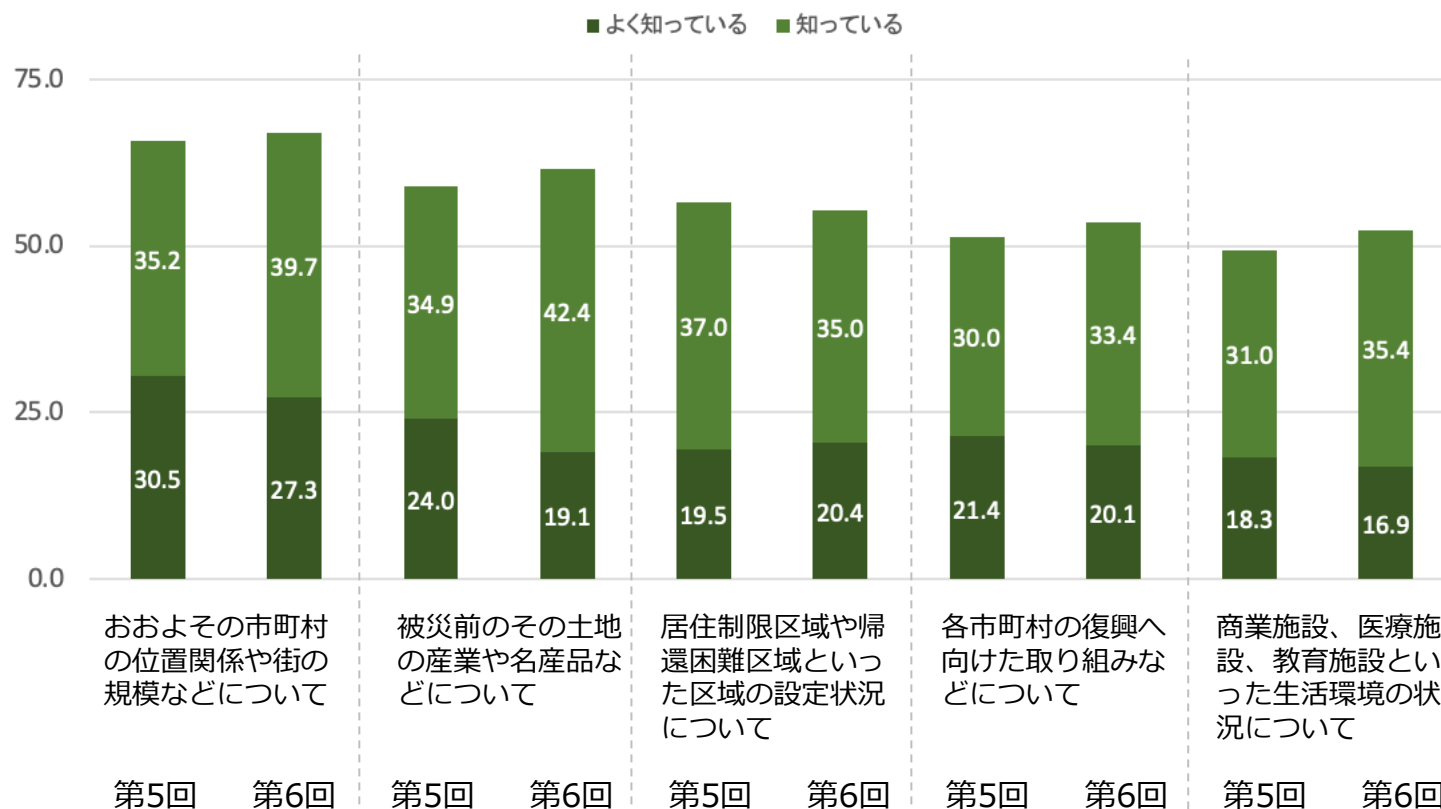
『 Q1.福島県の浜通りエリアの現状について、あなたご存じの内容を教えてください。  
(それぞれ1つずつ選択) 』※「よく知っている」、「知っている」の合算値



## 6.5.2 浜通りエリアの現状についての理解—福島移住関心層②

福島移住関心層の浜通りエリアへの認識（よく知っている・知っている計）は昨年と比較してもほぼ横ばい傾向。

『 Q1.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） 』



資料：福島移住インターネットパネル調査（本調査 第5回：N=810 第6回：N=900）