

# ウィズコロナで「労働と消費の在宅化」が進む時代のまちづくり(1) ～在宅勤務が基本の働き方改革で「転職しない地方移住」が加速～

都市研究センター研究員  
久繁 哲之介

## 1 はじめに～本研究の要旨

ウィズコロナが2020年初頭から約2年半続く中「労働と消費の在宅化」がニューノーマル(新しい生活様式)として定着しつつある。

労働の在宅化とは「週に5～6日の通勤」から「在宅勤務(テレワーク)が基本」に変わった働き方改革のことである。労働の主たる場所は都市部の事務所から、在宅(自宅近くのサテライトオフィスを含む)へ移行している。

消費の在宅化とは、労働の在宅化とネット通販の普及に伴い、買い物や食事などの消費を、在宅(自宅近くの商業施設を含む)で行うことをいう。

本研究は「労働と消費の在宅化」というニューノーマルの定着による人々の行動変化と都市の変化を調査し、まちづくりの方向性を提示する。

今回は、労働の在宅化という働き方改革が起きた結果「地方移住、人口の東京一極集中の回避」が進む動向に着目して研究を行う。

地方移住は、地方創生や人口減少対策の切り札と位置づけられる重要な政策だが、これまでの成果は芳しくない。

その理由と解決策を、拙著『競わない地方創生～人口急減の真実』(2016 時事通信社)で概ね次のように記した。

地方移住が進まない理由は「移住は転職と同時に起きる行動(移住は転職が前提)だが、転職はリスクが高い」ことにある。

解決策は、企業を地方移住推進の主要プレーヤーと位置づけて「転職しない地方移住」が可能となる働き方改革を行うことである。

移住推進のプレーヤーは従来、移住者と地域(自治体)の2者だった。企業の位置づけは、プレーヤーではなく「雇用」という役割で地域に内包されていた。したがって、地方移住の推進には、地方に「雇用を創出」する必要があった。だが「転職というリスクを覚悟」してまで地方へ移住を決断できる水準の「雇用の創出」は難しい。だから、企業を新たな第三のプレーヤーと位置づけて「転職しない地方移住」が可能となる働き方改革が求められていた。

その働き方改革が起きた現在「転職しない地方移住」が加速している。

用語の定義をしておく。

転職しない地方移住とは、在宅勤務が基本の働き方改革により、大都市の企業に在籍したまま、その仕事を継続する前提で地方へ移住することをいう。したがって、地方側に雇用の創出は不要である。

転職は、起業など前職を辞するものを含む。移住の定義は3章で示す。

転職しない地方移住は、メリットも大きいですが、副作用(デメリット)も大きい。在宅勤務を基本とする働き方改革は、まちづくりに、次3つの変化を起こす。

以下「キーマッセージ1, 2, 3」という。

1 労働者は、事務所の近くに居住する制約から解放され、全国どこでも「住みたい場所

に居住できる」ようになる。

- 2 企業は事務所(オフィス)規模を削減する。
- 3 地方は、不動産価格の安さを、地方移住の魅力にしにくくなる。

在宅勤務が基本の働き方改革を行う企業の多くは、目的として「転勤と単身赴任を無くす」ことを掲げている。同時に「オフィス規模の削減」計画を表明している。転勤を無くすとは、地方営業所などの統廃合と同義といえる。

キーメッセージ1は地方移住を強く促す。在宅勤務が基本の働き方改革が起きた。たまたまに出社する折の交通費は国内の何処に居住しても全額支給する制度も導入した。結果、人々の居住地選定は大きく変わる。住宅政策も変わる。

一方、キーメッセージ2, 3は、地方都市にとって、デメリットという側面もある。

アメリカでは、在宅勤務を導入してから既に50年近く過ぎ、ウイズコロナの近年「永久在宅勤務制度」を導入する企業が増えている。これら企業は「居住地の不動産価格に応じて、給料を下げる」制度を同時に導入している。

日本の給料制度は既に住宅手当など、居住地に応じて変動する手当がある。地方移住により給料が下がるケースが想定される。

この背景には、在宅勤務は、企業側にとって、人材の獲得・維持という人事戦略の側面と、オフィス削減、給料削減などコストカット戦略の側面を併せ持つ特性がある。

都市側は、その両面を見た戦略が求められる。人口減少が加速する今後、住みやすい政策・魅力的なまちづくりに取り組む都市に、人が集まるようになるだろう。

本研究の構成(目次)は次の通りである。

- 1 はじめに～本研究の要旨
- 2 想定される反論への顧慮～地方移住が進まない本当の理由
- 3 移住の定義・分類が必要
- 4 企業の「働き方改革」事例考察
- 5 転職しない地方移住が可能になった
- 6 移住の動向～富士通社員が大分へ移住
- 7 移住者が活躍できるまちづくり～奄美市の「フリーランスが最も働きやすい島化計画」
- 8 おわりに～移住者、地域(自治体)、企業の連携で「転職しない地方移住」が加速

## 2 想定される反論への顧慮～地方移住が進まない本当の理由

想定される反論への顧慮を示しておく。

最も想定される反論は“コロナ禍が収束するアフターコロナになれば、多くの企業が「週に5～6日の通勤」という元の働き方に戻す“であろう。事実、在宅勤務制度は緊急事態宣言の間に限定され、宣言の解除後は「週に5～6日の通勤」という元の働き方に戻した企業も少なくない。

この反論は「移住したいが、移住は転職が前提で、転職は不安だから、移住に躊躇する労働者の懸念」と同義である。

この「転職が不安で、移住できない」という労働者の懸念こそ、地方移住が進まない最大の原因である。地方移住の推進には、労働者の懸念を払拭する「企業イニシアティブな働き方改革」が求められていた。

本研究は4章で、企業側が労働者の懸念を払拭すべく「転勤と単身赴任を無くす」在宅勤務が基本の働き方改革を導入した事例を考察する。

この因果関係は、とても重要である。企業が「転勤と単身赴任を無くす」在宅勤務が基本の働き方改革を導入した背景には、先述した「労働者の懸念」があった。だから、地方移住が進まない。

4章で紹介する先進的な企業は、この因果関係を理解し「転勤と単身赴任を無くす」在宅勤務が基本の働き方改革を導入した。

なぜ企業は、この改革を実践するのか？

在宅勤務が基本の働き方改革は先述のように、企業にとって、人材の獲得・維持という人事戦略の側面と、オフィス削減、給料削減などコストカット戦略の側面を併せ持つ。

更に「地方移住・地方創生」に貢献する社会的な意義も強い。

本研究の意義もここにある。本研究の対象を示すと、この意義はより明確になる。

本研究は、在宅勤務が基本の働き方改革を導入できる企業と、そこで働く労働者を対象としている。このケースの移住は「転職(リスク)が無い移住」と定義できる。転職(リスク)が無い移住は、3つのキーマッセージの影響を強く受ける。

一方、対象以外の企業と労働者には、3つのキーマッセージは影響がない。なぜなら「転職(リスク)がある移住」ケースだからである。

例えば、対象以外の労働者は今後も、事務所近くに居住せざるをえない制約がある。このケースで、移住するには、転職するしか術は無い。

日本で、転職する者は昔より増えてはいる。だが、転職は未だに「収入が減少・キャリアが不安」というリスクが高い。

つまり、地方移住は従来、転職というリスクを強いられた。だからこそ、キーマッセージ3(不動産価格の安さ)は収入減少リスクという

観点から今後も、地方移住の魅力になるだろう。

したがって、移住を推進したい地方都市は、対象により政策を使い分ける必要がある。

対象外(転職ありの移住者)には「不動産価格の安さを訴求+雇用を用意」という従来型な2つの政策を使う。結果「大都市の企業を退職して、地方で転職して移住」という従来型の人口移動が起きる。

この人口移動は大都市の企業側から見ると「人材の流出」という。

在宅勤務が基本の働き方改革は、企業には「人材の流出を避ける(人材の獲得・維持)」目的の人事戦略という効果。地方都市には従来型な2つの政策を省く「人口獲得(人口減少対策)」の戦略という効果、が期待できる。

### 3 移住の定義・分類が必要

移住は、定義・分類が必要である。本研究では2章までの経緯を踏まえ、移住を次のように定義する。

**移住を「①転職というリスクを伴う就労者が、②働き方改革を行い(転職の有無は問わない)、③地方へ、住民票を移す」という3つの分類基準から定義する。**

一方、移住に関する調査・議論の殆どは、移住の定義・分類がなされていない。

例えば、5章で「移住を経験した者を対象」とする2つの調査を紹介する。調査1は「都道府県をまたぐ移住を経験した就労者」を対象としている。調査2は移住の定義・分類に関する記述がない。2つの調査の対象(移住の定義)では次の課題がある。

1 基準3(方向性)の観点で「大都市⇄地方」という双方向な移住を対象としてしまう。

- 2 基準3(住民票)の観点で「多拠点居住(別荘所有)」を移住と見なしてしまう。
- 3 基準2の観点で、働き方改革は行わず、大都市圏内(東京から神奈川など隣接県へ)の「郊外への転居」を移住と見なしてしまう。
- 4 基準2の観点で、働き方改革を行い、同一県内の大都市から自然豊かな小都市への移住者(例えば、東京都市部から伊豆大島)が対象とならない。
- 5 調査2は基準1の観点で、学生の進学・就職を対象としてしまう。

3つの分類基準から、移住を定義すると、基準2(働き方改革を行う)が移住するうえで最大の障壁と分かる。

基準2の働き方改革は「転職がある移住、転職が無い移住」の2つに分けることができる。しかし「週に5~6日の通勤」という従来の働き方のままでは「転職が無い移住」は極めて難しい。東京から転出する方法は、働き方改革を行わない「郊外への転居」等に限られていた。

東京一極集中が進む理由は、基準2と3をセットで考えると分かりやすい。

大都市⇄地方の移住は、方向により「転職の位置づけ(キャリアと収入の変化)」が正反対に違う。

地方から大都市への転職は多くが「キャリア・アップ、収入アップ」できる。いわば、チャンスを掴む移住である。

一方、大都市から地方への転職は「キャリア・ダウン、収入ダウン」のリスクが高い。事実、5章で紹介する調査2は、移住後の課題を問うているが、2番目に多い課題は「今後のキャリアが不安」である。

このような背景から、在宅勤務が基本の働き方改革を行い「転職しない地方移住」という

新しい途が求められている。

#### 4 企業の「働き方改革」事例考察

4章は、在宅勤務の歴史と動向を、国際的な視点(特に、日米比較)で考察する。その後、企業の働き方改革に基づく在宅勤務制度の事例考察を行う。

日本では、在宅勤務制度の歴史は、まだ5年にすぎない。企業イニシアティブによる働き方改革として導入されている。アメリカやEU諸国が、国策として導入した点と異なる。

アメリカでは約50年前、環境問題などに対応する国策として導入された。その後、同時多発テロやウィズコロナ等、社会に大きな変化が起きる度「企業イニシアティブな働き方改革へ進化」していく。

EU諸国も、国策として「在宅勤務権」が法制化されている国が幾つかある。例えば、フィンランドは2020年1月に改正された労働時間法で「労働時間の半分以上を、自宅など好きな場所で働くことができる」権利が認められた。

本研究は(国策ではなく)企業イニシアティブによる働き方改革を対象とする。その観点から、日米の比較考察を行う。

##### 4-1 アメリカの歴史は約50年

在宅勤務は今でこそ、企業イニシアティブな制度だが、アメリカによる約50年前の導入から数十年間は環境問題や危機管理(安全管理)問題への国策であった。アメリカの在宅勤務制度は、社会動向から3つの期間に分けることができる。

第1期は1970年代に国策として始まる。オ

イルショックと交通渋滞・大気汚染への対策として、ガソリン使用と自動車通勤者の抑制を国が企業と労働者に求めた。

第2期は2001年9月11日の同時多発テロを機に、危機管理の観点から、在宅勤務ニーズは労使双方で一気に高まる。2000年代はテレワークを推進する為の法令が幾つか採択され、2010年には「テレワーク強化法」が制定された。国策から企業イニシアティブへ進化した2000年代、在宅勤務制度は「人材の獲得・維持、生産性の向上」など様々なプラスの成果が見られ、全米に普及していく。

第3期は2020年からのウィズコロナで、在宅勤務制度は企業の重要な戦略に進化する。ツイッター社やマイクロソフト社などIT企業は「永久在宅勤務制度」を導入した。これら企業は「居住地の不動産価格に応じて、給料を下げる」制度を同時に導入した。

在宅勤務は、人材の獲得・維持という人事戦略と、オフィス削減削減、給料削減などコストカット戦略の両面を併せ持つ「企業の連携的な戦略」という位置づけにある。

#### 4-2 日本企業の歴史は、まだ5年

日本では在宅勤務制度の歴史は、まだ5年。社会動向から2つの期間に分けることができる。

第1期は、働き方改革関連法の成立(2018年6月)を踏まえて、その前年頃から、試行として始まる。

第2期は、ウィズコロナを機に、第1期で試行を重ねた先進企業が、働き方改革の本質を踏まえて、本格的に導入する。すなわち「在宅勤務が基本の働き方により、転勤と単身赴任を無くす」というニューノーマルを掲げた。これ

を以下「在宅勤務ニューノーマル」という。

在宅勤務ニューノーマルは大きな話題・共感を集めた。移住したいが、転職は不安で躊躇する多くの労働者の心に刺さったのだろう。

製造業など幅広い業種の企業が、先進企業の事例を参考に、在宅勤務が基本の働き方改革に取り組み始める。

#### 4-3 在宅勤務ニューノーマル、事例考察

在宅勤務ニューノーマルを導入した日本企業4グループについて、次3点の関係性をみながら事例考察を行う。

- 1 在宅勤務ニューノーマルの導入時期
- 2 在宅勤務率(通勤しない勤務日の割合)
- 3 オフィス規模の削減の程度

##### 事例1:富士通グループ(社員数約8万人)

富士通グループは、在宅勤務ニューノーマルを最も早い時期(2017年4月)に掲げ、先進的な取り組みを次々と導入している。

在宅勤務ニューノーマルを掲げた約3年後の2020年7月には、制度を進化させた「Work Life Shift」制度を導入した。

Work Life Shift制度は、2017年に掲げた在宅勤務ニューノーマルを踏襲した上、在宅での勤務時間も自由とした。

この制度により社員は、Life(育児や趣味)を日中に楽しみ、Work(仕事)は別の時間帯に、Shiftする自由裁量を手にした。

この制度は話題となり、就職人気ランキングが上位へ躍進する等、人材の獲得・維持に成功しているようだ。

富士通グループの中核企業である富士通(株)(社員数約3万人)は令和3年度テレワーク

推進企業等厚生労働大臣表彰で最も優れた企業として優秀賞を受賞している。

オフィス規模はグループ全体で1年半後を目途に半減する目標も表明した(削減の対象は非公表)。

富士通グループの出勤率は2021年8月時点で15.8%(在宅勤務率は84.2%)。

富士通グループの最も注目すべき取り組みに、在宅勤務率100%を可能とする地方自治体との「移住・ワーケーション協定」締結がある。現在、3つの県(大分県、和歌山県、長崎県:締結時期順)と「移住・ワーケーション協定(県により正式名称は異なる)」を締結している。締結時期は大分県、2021年3月。和歌山県2021年10月、長崎県2022年4月。

協定のうち移住に関する各県に共通する概要は次の通り。

- 1 県の助成など支援を受けて、移住を希望する社員は会社の許可を得て、地方でフルリモート勤務が可能となる。
- 2 社員が地域貢献活動(まちづくり)に参画する(有償=副業も可能)。
- 3 上記で必要となれば、サテライトオフィスの設置を両者が連携して推進する。

地方自治体にとって、この協定は「人口、まちづくりの担い手」獲得に繋がる。これが他の自治体、他の企業に展開されると、まちづくりは大きく変化するだろう。この考察は5章以降で深める。

### 事例2:NTTグループ(社員数約32万人)

NTTグループは2021年9月28日、在宅勤務ニューノーマルをグループ内全社に広げる発表を行い、次の観点から注目を集めた。

- 1 約32万人を対象とする規模の大きさ

- 2 紙の使用を禁止するなど手段の明確さ(紙は会議が前提。紙の廃止は、会議の廃止と同義)

- 3 NTTの澤田純社長は、自身10回の転勤(うち6回は単身赴任)経験をふまえ「昭和時代のスタイルを変える」と発表

NTTグループの在宅勤務ニューノーマルは、2017年頃からグループ各社が独自に試行していた。ウィズコロナ以降、試行の経験から各社の在宅勤務率は5~8割という高い水準に達していた。

2021年9月28日の発表は、在宅勤務率を「各社で差がある5~8割から、グループ全社員約32万人で10割」を目指すものだ。

在宅勤務ニューノーマルにより生まれる事務所の空きスペースは、リモートワークの拠点として整備(現在約60カ所を数年内に約260カ所へ拡張)する。

この発表から、オフィス削減規模は約200カ所と計算できる。

発表から約半年後の2022年2月時点で、NTTグループ各社の在宅勤務率は表1の通り、8割から9割である。

表1)NTTグループ各社の在宅勤務率

会社名	在宅勤務率
NTT	80.6%
NTT データ	82.8%
NTT ドコモ	78.5%
NTT コミュニケーションズ	90.3%

出典)NTT Web

### 事例3:トヨタ自動車(株)(社員数約7万人)

トヨタ自動車(株)(以下、トヨタ)は2021年8月から、在宅勤務を更に推進する新しい勤務制度を導入した。これまで、在宅勤務は認められ

ていたが「事務所へ頻繁に通勤する前提」で、事業所に約 2 時間以内にアクセスできる場所に居住する義務があった。

この「事務所へ頻繁に通勤する前提」が転勤・単身赴任を誘発していた。

新しい勤務制度では、どの事務所に勤務していても、居住地を社員が自らの意思で全国から選ぶことができる。入社時の交通費は何処に居住していても全額が支給される。

トヨタの出勤率は 2021 年 5 月時点で、東京地区は約 20% (在宅勤務率は約 80%)、名古屋地区は約 30% (在宅勤務率は約 70%) である。

なお、オフィス削減に関する発表はない。

#### 事例4:LIXIL グループ(社員数約6万人)

LIXIL グループはウイズコロナの 2020 年 2 月より週 3 日以上を在宅勤務とする制度を導入。わずか2カ月後の 4 月からは在宅勤務を原則に切り替えた。

2021 年 12 月 6 日、在宅勤務が社内に浸透 (在宅勤務率約 99%) したことをうけて、本社ビルの延べ床面積を9割削減する計画を発表した。削減方法は東京都江東区の本社ビルを売却。新本社は東京都品川区の賃貸オフィスビル2フロアへ移転する。

#### 4-4 人材の獲得(就職人気)寄与度

在宅勤務ニューノーマルを導入する目的に「人材の獲得・維持」がある。日本では制度導入から日が浅く、評価指標は限られる。そこで、毎年春に発表される大卒予定者「就職人気ランキング」をウイズコロナ以前からの推移をみることにする。

(株)日本経済新聞社と(株)マイナビは共同で

1978 年から毎年 4 月に、翌年 3 月卒業予定の大学生に就職したい企業名を問う調査を行い、結果を新聞等で公表している。

本研究の事例 4 社グループのうち、3 社が 2022 年 4 月 7 日に発表された今年度調査の「理系総合ランキング」10 位内にある。3 社ともウイズコロナ以前から順位を上げている。

特に、富士通はウイズコロナ以前の 2019 年 26 位から、ウイズコロナの 2020 年 5 位、2022 年 3 位へ躍進している。

表 2) 理系就職人気ランキング推移

年度	富士通	NTT データ	トヨタ自動車
2022	3 位	4 位	5 位
2021	8 位	6 位	5 位
2020	5 位	16 位	6 位
2019	26 位	7 位	9 位

出典)マイナビ Web

#### 4-5 オフィス規模の削減、削減後の活用

オフィス規模の削減を数値目標として掲げたのは 3 社。NTT グループが約 200 カ所。富士通グループは半減。LIXIL は9割減。

削減後の活用方法に言及したのは 2 社。LIXIL は本社ビルを売却する予定。売却先、売却後の利活用は未定。

NTT グループは約 200 カ所の営業所等をリモートワーク拠点として整備・活用する。整備・活用はグループ内の不動産会社(NTT アーバンソリューションズ)が担う。

オフィス削減後の不動産の利活用は、過去に様々な事例があり、次のように分類できる。

まず、NTT グループのようにグループ内の不動産を利活用する会社がある場合、その会社が利活用を担う。

次に、グループ内に不動産会社がない場

合「自社所有の不動産か、賃貸物件か」により方法が異なる。

LIXIL のように自社不動産は売却が基本となる。不動産の立地や価値(例えば、価値より解体費用の方が高額)によっては、地元の自治体へ(無償もしくは格安で)譲渡する。自治体はこの不動産を利活用するまちづくりを策定することになる。

賃貸物件の場合は「空きビル、空き店舗」となる。所有者あるいは地元の自治体は、後継テナントの誘致を基本に、その利活用を模索することになる。

要は、在宅勤務を基本とする働き方改革は、遊休不動産を多く生み出す。自治体は、その利活用というまちづくりを推進していくことになる。それが「在宅勤務を基本とする働き方改革」という背景を考えると、リモートワーク施設の整備など地方に職住近接の新たなまちづくりのチャンスが到来したといえる。

#### 4-6 在宅勤務率の整理

在宅勤務率は 100%近く(通勤は原則不要)を目標としている。しかし、現状は最低 70%、最高 99%と幅があり、80~85%が多い。

**在宅勤務率 80~85%(通勤は月 3~4 日)**という現状で「転職しない地方移住」は実現できるのか？

実現が難しい場合、企業や地方自治体に、どのような取り組みが必要になるのか？

企業の取り組みとしては「在宅勤務率を高める、出勤日を連続にする」等が想定される。

地方自治体と企業の連携的な取り組みとしては、富士通と地方自治体による「移住・ワーケーション協定」等が想定される。

この考察は本研究の核となるもので、次の 5

章で深める。

## 5 転職しない地方移住が可能になった

考察結果を先取りして、一言で要約すると「**転職しない地方移住が可能となり、地方創生の新しい道筋が創造された**」。

この主旨に近い提言が 2021 年 4 月 8 日に発表された。地方創生テレワーク推進に向けた検討会議による「転職なき移住による地方への人と知の流れの創出」である。以下、この提言を「転職なき移住の提言」という。

### 5-1 調査1:転職なき移住の割合は 53%

転職なき移住の提言の影響からか「転職なき移住」というキャッチフレーズは各方面で多用されるようになった。

転職なき移住というキャッチフレーズは誰が、いつ頃から使い始めたのか？

2021 年 3 月下旬から 4 月上旬に起きた、3 つの出来事の時系列と関係性に注目したい。以下、傍線は筆者による。

第一に、富士通による地方で在宅勤務率 100%が可能となる大分県との移住・ワーケーション協定の締結は 2021 年 3 月 24 日。この発表で「転職なき移住」というキャッチフレーズは使われていない。

第二に、(株)パーソル総合研究所は、2021 年 3 月 25~31 日に行った「就業者の地方移住に関する実態調査」(n=移住者数 7866 人)で、移住者のうち「転職なき移住者」の割合が 53.4%と発表した。

以下、この調査を「調査1」という。調査1は、7866 人という対象(移住)者数、報告書は 100

頁以上という大規模なものだ。報告書の冒頭、調査結果サマリは次の記述で始まる。

「従来、移住には転職が伴うと考えられ、地方圏には適した仕事がないことが課題視されてきた感がある。働き方の選択肢が増える中、“転職なき移住”が主流となっていることが示唆された結果であった。」

第三に、2021年4月8日、地方創生テレワーク推進に向けた検討会議が「転職なき移住の提言」を発表している。

転職なき移住というキャッチフレーズをほぼ同時期に使った両者の関係は置くとして、キャッチフレーズ化の経緯は、次のように推測できる。

富士通等の先進的な制度導入を見て両者は「転職しない地方移住」を推進できる、と判断した。推進する為に、転職なき移住をキャッチフレーズ化した。

移住者の 53.4%が転職していない実態と、転職なき移住というキャッチフレーズは、大きな話題となった。話題の大きさは次のように整理できる。

地方移住は重要な政策であり、調査データは膨大にある。だが、膨大な調査の中で「転職の有無」を問う調査は(ネット上で公開される調査の中では)調査1が初めて。調査結果は「移住には転職が伴う」という前提をひっくり返す「移住者の 53.4%が、転職していない」実態を明らかにした。

### 5-2 調査2: 転職なき移住の割合は41%

調査をもう1つ紹介しよう。以下、この調査を「調査2」という。調査主体は SNS を運営するウ

ォンテッドリー(株)。調査期間は 2021 年 6 月 30 日から 7 月 6 日。調査名は、移住と働き方に関する調査。調査対象者は SNS ユーザーから回答を得た 1968 人。

質問に「3 年以内に移住したか?」という問いがあり、395 人が「移住した」と回答。この 395 人に「移住に伴い転職したか?」と問うと、41%の 163 人が「転職していない」と回答。

この調査結果のヘッドラインには「転職なき移住者は 41%に上る」というキャッチフレーズが使われている。

転職なき移住者 163 人に問う調査のうち、次の 2 項目は「転職しない地方移住」を推進する上で参考になる。2項目とは「職種」と「移住後の課題」である。

### 5-3 移住が難しい「職種」でも、移住できる

第1の項目は「職種」である。調査2は、転職なき移住者 163 人の「職種」を問うている。上位7つの職種は表3のとおり。

表3) 転職しない移住者の「職種」

1 位	エンジニア	26%
2 位	マーケティング	16%
3 位	営業	12%

(4位は次の4職種が同率6%:経営企画、事務、人事、デザイナー)

職種により、移住の難易度は確かに変わる。例えば、1位のエンジニア(を多く抱える IT 企業)は、在宅勤務制度の導入時期は早く、在宅勤務率も高い。

しかし、マーケティングや営業など顧客と接する機会が多い職種でも、働き方改革を行えば(営業先も在宅勤務が基本となり)在宅勤務

が基本の働き方に変わり、移住は難しくない、ということ調査2は示している。

#### 5-4 移住後の「課題」は人間関係とキャリア

第2の項目は「移住後の課題、困りごと」である。調査2は、転職なき移住者 163 人から「移住後の課題、困りごと」を選択枝から複数選択可で問うている。上位5つは次のとおり。

表 4) 転職しない移住者の「課題、困りごと」

1 位	知り合いが居なくて寂しい	39%
2 位	今後のキャリアが不安	27%
3 位	車が無いと不便	21%
4 位	店が少なくて不便	12%
5 位	近所付き合いが負担	6%

3位と4位は、地方(田舎)は不便という当たり前の問題である。なぜ地方(田舎)は不便という当たり前の問題を、移住した後に気がつくのか？

理由は2つある。第一に、地方自治体やマスコミなど地方移住を推進したい側の情報提供が、地方の良い面ばかり、というところにある。

第二に、地方の良い面ばかり喧伝される結果「憧れ、現状(大都市から)逃避」という動機から、地方移住が起きる。

憧れ・現状逃避のケースは、移住後に「定住しない(大都市へ戻る)」割合が高い(定住率が低い)。

定住率の向上には、情報の透明度・質を高めることが求められる。

1位と5位は、正反対な課題だが、人間関係に濃淡を求める個人差(多様性)の問題といえる。解決策を2つ示したい。

第一に、先述した「情報の透明度・質を高

める」こと。例えば「わが地域の間人関係は、こういう感じで濃い(薄い)、それが合う人には移住してほしい」等と具体的に語ることだ。

第二に「多様性を認める」こと。例えば、事項以降で提案する「移住者が活躍できるまちづくり」に、途中からの参加・離脱・役割変更を認める等、多様性を認める柔軟なルールを設けると良いだろう。

#### 5-5 移住者が活躍できるまちづくり

2位(今後のキャリアが不安)は、社内での評価と、社会での評価に分けて考えたい。

社内での評価は、在籍したまま地方移住した者が「週に5~6日の通勤を続ける者」より評価が下がるようなら「転職しない地方移住」は進まない、ことが懸念される。

また、3章で「大都市から地方への転職は、収入ダウン、キャリア・ダウンのリスクが高い」と先述した。この意味も、転職後の社内での職種・収入を指す。

一方、社会での評価は「人生100年時代」という言葉が定着したように長期的に、どこ(の企業)でも活躍できるスキル・キャリアを求める者が増えている。このキャリアは「週に5~6日の通勤を続ける者」より「転職しない地方移住」者にチャンスがある。

理由は主に次2点である。

第一に、地方移住した者が、まちづくりで活躍(キャリア・アップ)して、生活満足度や収入を高めたり、もっと大きな活躍機会を得るといふ事例が多い。

第二に、富士通が地方自治体と締結する移住・ワーケーション協定にも、社員が「地域貢献活動(まちづくり)に参画(有償=副業も可能)」という事項がある。まちづくりへ社員の

参画は、企業側と地域側の双方から期待されている。

このような背景から7章で「移住者が活躍できるまちづくり」が、移住者と地域の双方に重要、と提言する。

## 5-6 働き方改革なき「郊外へ転居」は区別

調査1・調査2は、転職なき移住者の割合が5割前後と高い値を示した。しかし、この値は割り引いて考える必要がある。

なぜなら、3章で論じた「働き方改革を行わない郊外への転居」や、地方から大都市への移住が含まれている可能性が高いからだ。事実、人口移住報告をみると、郊外への転居は増えている(次項参照)。

調査1は、移住者の定義が「都道府県をまたぐ移住を経験した就労者」である。

調査2は、移住の定義・分類に関する記述がない。不特定多数の自社ユーザー1968人に「3年以内に移住したか?」と問うて「移住した」と回答した395人を「移住者」と見なして調査を進めている。移住の定義は、ユーザー個々の自己判断に基づいている。

調査1、調査2の要旨を以下に整理する。

### 調査1(調査時期 2021年3月)

調査実施者:株パーソル総合研究所

調査名:就業者の地方移住に関する実態調査

対象(移住)者数:7866人

移住時に転職しない者の割合:53.4%

(転職者:43.5%、起業者:3.1%)

移住者の定義:都道府県をまたぐ移住を経験した就労者

出典) [就業者の地方移住に関する調査報告書～移住意思決定に影響を与える要因構造の可視化の試](#)

[み～ \(persol-group.co.jp\)](#)

### 調査2(調査時期 2021年6月)

調査実施者:ウオンテッドリー(株)

調査名:移住と働き方に関する調査

対象(移住)者数:395人

移住時に転職しない者の割合:41%

移住者の定義:ユーザーの自己判断

出典) [移住転職者は「仕事のやりがい」を最重視。](#)

[転職なき移住者は41%にのぼる | Nativ.media |](#)

[地方移住・関係人口創出のプラットフォーム](#)

## 5-7 郊外転居も東京から離れた場が増加

2022年1月28日に発表された人口移住報告は(現在の集計方法に変更後)東京都特別区部が初めて転出超過になった。転出者数は38万2人(前年比1万4495人増)。転入者数は36万5174人(同1万3367人減)。

転出超過だが、主たる転出先は地方ではなく、隣接県(しかも隣接市が多い)である。

転出先を県別にみると、上位3県は全て隣接県。上位から、神奈川県96446人、埼玉県78433人、千葉県58485人。

転出先を市別にみると、上位5市の順位は2018年から不動。5市ともに、東京都特別区部からの転出者数が3年前より1割前後の増加。5市のうち3市が東京都特別区部の隣接市(川崎市、川口市、市川市)である。

この傾向は、郊外への転居先の選定基準が「事務所へ頻繁に通勤する前提」にあると想定できる。

だが、前年増減率という観点から、転出先を市別にみると、東京都特別区部から離れた自然が残る都市が上位を占める。特に、湘南海岸に面する茅ヶ崎市、藤沢市は2020年か

ら前年増加率が2年連続で1位、2位である。

2021年に東京都特別区部からの転出者数が1000人以上の都市のうち、前年度増加率の高い順位は次のとおり(括弧内は前年増加率)。

茅ヶ崎市(44.0%)、藤沢市(21.5%)、上尾市(18.7%)、国立市(18.3%)、日野市(17.4%)。

同様に、2020年に東京都特別区部からの転出者数が1000人以上の都市のうち、前年度増加率の高い順位は次のとおり。

茅ヶ崎市(31.6%)、藤沢市(31.5%)、鎌倉市(29.7%)、つくば市(28.7%)、清瀬市(26.9%)。

表5) 東京都特別区部からの転出先、転出者数

	2018年	2019年	2020年	2021年
横浜市	24224	24778	27189	29089
川崎市	20720	21724	22281	22757
さいたま市	10661	11095	11746	13077
川口市	9043	9147	9410	9690
市川市	7814	7938	7986	8192

出典) 人口移住報告 単位: 人

ウィズコロナ以降、東京都特別区部から離れた自然が残る都市が転出先として選ばれ始めている。

この傾向は、ウィズコロナにおける在宅勤務制度導入の影響と思われる。つまり、通勤する頻度が下がる(在宅勤務率が上がる)なら、東京都特別区部から離れた自然が残る都市が転出先として選ばれる。

在宅勤務ニューノーマルが普及すれば、もっと東京都特別区部から遠く離れた自然が残る地方都市が移住先として選ばれるだろう。

その実績を、在宅勤務ニューノーマルの先進企業、富士通に見てみよう。

## 6 移住の動向～富士通社員が大分へ移住

富士通は大分県と2021年3月24日「移住・ワーケーション協定」を締結した。その3ヵ月後の6月時点で、6人の社員が大分県への移住を決めている。

これを報じた日経クロステック2021年8月26日記事「富士通社員が続々移住。首都圏に住む理由がなくなった」より、移住の推進に参考になる2つの特性を見出すことができる。

- 1 移住はUターン型が質量ともに高い
- 2 移住は「仲間の存在・関係性」が重要

### 6-1 移住はUターン型が質量ともに高い

日経クロステック記事では大分県への移住者6人のうち、2人が実名で登場している。彼らはUターン移住であり、移住後の充実した生活に満足していると語っている。

移住は(昔の仲間がいる故郷への)Uターンが多い。そして、移住後の満足度も、Uターンのケースが高い。

調査1はこの傾向を示している。調査1は表6のように、移住者を次の5タイプに分類して、移住後の幸福度を問うている。

表6) 調査1「移住者、移住後の幸福度」5分類

移住タイプ	移住者数(人)	割合(%)	移住後の幸福度
Uターン型	1590	20	3.53
Iターン型	3040	39	3.39
Jターン型	813	10	3.38
配偶者地縁型	1060	14	3.47
多拠点居住型	1363	17	3.37
計	7866	100	

量(移住者数)は、Iターン型が最も多く、U

ターン型は2位。質(移住後の満足度)が最も高いのは、Uターン型である。

Uターン移住は質量(移住者数、移住後の幸福度)ともに高い。ならば、Uターンを主なターゲットとした政策を立案することで、どの地方都市にも、移住推進のチャンスがある。

例えば、大分県のように首都圏や関西から遠い地方都市にも、企業と協定を締結する政策により、移住を推進できるだろう。

## 6-2 移住は「仲間の存在・関係性」が重要

調査1の5タイプうち、多拠点居住型に注目すると、移住者全体の17%を占める。

割合(移住者)の多さは1ターン型、Uターン型に次ぐ3位と高い。一方、移住後の幸福度は僅差だが5タイプのうち最も低い。

多拠点居住(別荘所有)は3章で定義した移住の対象外となる。だが、多拠点居住は意外に「移住者数は多く、幸福度は高くない」という実態が分かり、別の機会に、多拠点居住の研究を行いたい。

一方、調査1は「移住は仲間の存在・関係性が重要」ということを改めて認識できた。

なぜなら、移住後の幸福度が最も高いUターン型は、自分に昔の仲間がいるケース。

2番目に高い配偶者地縁型は、配偶者に昔の仲間がいるケースだからだ。

日経クロステック記事では「仲間は故郷に限らない」ことを示唆する。

富士通は2021年4月、大分県への移住を検討する社員向けに説明会を開いている。この説明会で、社員の誰が大分県へ移住するか把握できる。

これは社員の「移住先のネットワーク(仲間)創り」に有効である。なぜなら、調査2「移住後

の課題」1位と2位の解消に役立つからだ。

1位「知り合いが居なくて寂しい」は勿論のこと、2位「今後のキャリアが不安」も、仲間がいれば、自分だけ不利な扱いにはならないだろう、という安心感をもてる。

この例のように、移住は「仲間の存在・関係性が極めて重要」である。

## 6-3 移住者が移住者を呼ぶ好循環

移住は「仲間の存在・関係性が極めて重要」という特性は「移住者が移住者を呼ぶ」好循環を起こす。例をあげて説明しよう。

移住者にはSNSやブログ等ネット上で、移住後の充実した生活の情報を発信し続ける者が多い。こうした移住者のSNSやブログには移住検討者など、フォロワー(ファン)が多く集まる。

ファンになった移住検討者と、情報発信者(移住者)はネット上で関係性が育まれる。関係性が深まり、その移住者・移住地への関心が更に高まると、その移住地へ訪問・滞在したくなる。滞在中、情報発信者やその仲間と交流して、彼らの充実した移住生活に生で触れてみて、移住を決断する者が生まれる。

移住決断者は移住後、情報発信者側に転じて、やはり移住後の充実した生活の情報を発信し続ける。こうして、移住者が移住者を呼ぶ好循環が起きる。

逆のケースにも留意が必要だ。逆のケースとは「移住後に不満が募り、定住しない者」が、ネット上で移住先の不都合な真実を露呈する情報発信である。

移住検討者は、こちらの情報発信にも目配せしているので、この地を移住候補地から外すかもしれない。

この現象は先述した「地方自治体やマスコミなど地方移住を推進したい側の情報提供が、地方の良い面ばかり」の裏返しといえる。

つまり、移住検討者が本当に知りたい情報は(元は自分と同じ境遇にあった)移住経験者だけが持っている。

移住がブームになる(移住検討者が増える)ほど、移住経験者による情報発信は、価値が高まる(情報の発信者・受信者が増える)。

#### 6-4 移住時の補助より、移住後のケア

前項の「逆のケース(移住後の不満から定住しない)」と、調査2の移住後の課題1位と5位の「人間関係に悩む」、2位「今後のキャリアが不安」は、移住後のケアが必要と示唆している。

地方自治体の移住推進に関する政策は「移住時、移住後」に分けることができる。政策の予算配分は「移住時に偏りすぎて、移住後のケアは十分ではない」傾向が見られる。

移住者に定住してもらう為には「移住時の補助(金を配る)政策より、移住後のケア政策を重視すべき」である。

移住後のケア政策として「移住者が活躍できるまちづくり」を提言するが、ここでは理由を以下「移住後の定住率≒入社後の定着率」が低いという観点から説明する。

#### 6-5 移住後の定住率≒入社後の定着率

移住後の定住率の低さと、入社後の定着率の低さは、よく話題となり、原因はほぼ同じ、と言われる。話題になるデータとして、移住3年後の定住率と、入社3年後の定着の比較がある。

地域おこし協力隊の任期は3年で、任期後に同じ地域に定住する者の割合は令和2年度50%、令和3年度53%。出典は総務省「地域おこし協力隊の隊員数等について」。

入社3年後の定着率は、大卒が平成30年度69%、平成31年度78%。高卒が平成30年度63%、平成31年度74%。出典は厚生労働省「学歴別就職後3年以内離職率の推移」。

定住率(定着率)が低い原因は、調査2が示すように「人間関係、キャリアの不安」という2点に集約される。よって、移住後(入社後)のケアも主にこの2点となる。

人間関係のケア政策は、法人の場合、パワハラ等ハラスメント根絶である。ハラスメント根絶に向けた法律が制定され、法人はハラスメント根絶の取り組みを進めている。

地域の場合は、自治体が育児・DV・ひきこもり等、悩みの種類に応じた様々な相談窓口を設けている。

この「公的・公式な相談窓口」は重要である。これとは別に「個人的・非公式な相談窓口」がある。6-3項で先述した「移住者によるネット上での個人的な情報発信に、移住検討者がファンになる関係性」である。

一方、キャリアの不安は「自分が活躍できそう」というイメージの醸成が重要である。

よって、政策は企業の場合、入社後数年の若者に「やりがいの高い仕事を、ある程度の自由裁量を」与える。新入社員獲得(リクルート)政策は、若者が満足そうに働き活躍する姿を自社Web等で公開する。

地域の場合も同じ政策でよい。自治体が移住後まもない若者に「やりがいの高い仕事を、ある程度の自由裁量を」与える。地域での仕事は、まちづくり、という。

移住者獲得政策も同様に、移住時の補助

(金を配る)政策よりも、移住後まもない若者が、まちづくりで活躍する姿の情報発信が有効だ。この情報発信者は自治体の場合もあるが、先述した「移住者による個人的な情報発信に、移住検討者がファンになる関係性を育む」方が効果的と思われる。

この「よそ者(移住検討者)がファンになる関係性を育む」を、流行りの言葉で置換すると「関係人口の創出」といえる。

## 6-6 関係人口による移住者・資金の獲得

関係人口は「移住者の獲得・定住」に有効である事に加え、クラウドファンディング(CF)を活用する資金調達にも力を発揮する。

移住後まもない若者が、まちづくりで活躍する中でCFを使い多くの資金を調達できる事例が多い。一方、地域の名士といわれる高齢者がCFで目標額に到達しないケースがある。この対比が両者の対立に発展し、人間関係が悪くなるリスクがあり、関係人口の力は良いことばかりではない、と留意する必要がある。

これは、関係人口とCFの特性を理解すると分かりやすい。

本研究は、関係人口を「移住者によるネット上の個人的な情報発信に、移住検討者がファンになる関係性」から置換している。つまり、関係人口とは、よそに住むネット上のファン、である。

CFは、ネット上の資金調達、である。CFによる資金調達額・寄付者数の多さは当然、ネット上のファンの質量に比例する。

この原則を覆すには、リワード(見返り、返礼品)を豪華にするしかないが、これは手取り額が減る本末転倒である。

ちなみに、ふるさと納税はリワードが過度に

豪華な自治体に納税が集中していた事態に鑑み、リワードは納税額の3割以下とする要請が出されている。

## 7 移住者が活躍できるまちづくり～奄美市の「フリーランスが最も働きやすい島化計画」

6章までに記した事項の具体的な事例として、鹿児島県奄美市の「フリーランスが最も働きやすい島化計画」を考察する。

転職しない地方移住者は「大都市の企業に在籍したままテレワーク移住者」という位置づけにあり、移住先では「在宅勤務のフリーランス」みたいに見えるだろう。

転職しない地方移住の推進には移住地で、フリーランスに見える移住者の在宅勤務を啓蒙が必要である。なぜなら、在宅勤務が基本の働き方を理解しない(妬む)者は、制度を導入する大企業が少ない地方ほど多いからだ。

例えば、在宅勤務で生計が成り立つフリーランスは既に地方移住した者が少なくない。彼らの中には移住先で理解されず「あの人は1日中、家に居て何してるの」と地域内で噂される等、人間関係に悩む者が見られる。

この解決策として「フリーランスが最も働きやすい島化計画」は面白い。

フリーランスが最も働きやすい島化計画の公式Webは次の文章で始まる。

「インターネットのおかげで、私たちの働き方は大きく変わろうとしています。これまでは、都会に行かなくてはできなかった仕事が島でもできるようになってきました。鹿児島本土と沖縄のちょうど中間地点に浮かぶ奄美大島では、豊かな自然と文化に囲まれながら、暮らしを大切に生き方がこれまでも、そしてこれからも大切にされています。」

## 7-1 在宅勤務を啓蒙し、女性の就業も促す

フリーランスが最も働きやすい島化計画は、この文章が示すように「在宅勤務が基本の働き方」を市民に啓蒙し、在宅勤務者が安心して移住できることを目指している。

また、女性(特に子育て世代)がフリーランスとして活躍しながら、仲間を創ることも目標に掲げている。

転職しない地方移住は、配偶者が仕事と仲間をゼロから探すケースも想定される。女性(特に子育て世代)をフリーランスとして育成・活用する視点は大切である。

フリーランスが最も働きやすい島化計画の取り組みは以下、3つに分けることができる。

- 1 移住「時」の補助金支給、住宅支援
- 2 移住「後」のコミュニティ運営
- 3 移住「後」のフリーランス・スキル支援

移住「時」の補助金支給、住宅支援は(金額の多寡を除くと)全国的にほぼ同じであり、2と3を説明する。

## 7-2 コミュニティ運営

在宅勤務者のコミュニティ「島のフリーランス部」を運営する政策。移住者に加え、これからフリーランスになりたい市民も参加し、双方の交流を促す。島のフリーランス部は表7の通り、5つの部会があり、部会が連携して1つのビジネス・商品を創造していく。

連携の例を、観光者向けの T シャツを創る場合で説明しよう。まず、デザイン部がデザインを考える過程で、フォト部の写真を使う。アート部が生産した完成品を、ライター部が情報

発信する。

### 表7) 島のフリーランス部、5つの部会

ライター部: 情報発信者

デザイン部: デザイナー

フォト部: 写真家

ハンドメイド部: 手作り作家

アート部: ものづくり全般の生産者

## 7-3 フリーランス・スキル支援

市民のフリーランス・スキルを高める「フリーランス寺子屋」を運営する政策。講師は「島のフリーランス部」の上級者(移住者)が多い。

市民は移住者と交流しながら、フリーランス・スキルを得ていく。

## 8 おわりに～移住者、地域(自治体)、企業の連携で「転職しない地方移住」が加速

地方移住という地方創生の重要な政策について、プレーヤーを「移住者、地域(自治体)、企業」の3者に分けて考察した。

そして、移住と働き方の関係について、従来の「転職(リスク)あり」と、新たな「転職しない」ケースに分けて、プレーヤー3者との関係性を加えて考察した。

転職ありの従来型の地方移住では、プレーヤーは移住者と地域の2者による関係性で移住が決まることが多かった。なぜなら、企業の位置づけは「プレーヤー」ではなく「雇用」という役割で地域に内包されていたからである。

一方、転職しない地方移住では、企業が新しい重要なプレーヤーと位置づけられることになる。富士通など先進的な企業は、転職しない地方移住を推進すべく、新しい2つの連携



[入へ その働き方の全容とは？ - ITmedia NEWS](#)

[NTTNTT グループのリモートワーク実施率について | トピックス | NTT \(group.ntt\)](#)

[朝日新聞「転勤廃止」を進める NTT 社長、自らも 10 回経験 脱・昭和の裏側は:朝日新聞デジタル \(asahi.com\)](#)

[日本経済新聞「新型コロナ: NTT、転勤・単身赴任を廃止へ コロナ後もテレワーク: 日本経済新聞 \(nikkei.com\)](#)

[トヨタ「新型コロナウイルス感染拡大に伴う対応について | コーポレート | グローバルニュースルーム | トヨタ自動車株式会社 公式企業サイト \(global.toyota\)](#)

[共同通信「トヨタ、どこでも在宅勤務 OK 距離制限を撤廃、交通費は全額\(共同通信\) - Yahoo!ニュース](#)

[ダイヤモンド・オンライン「LIXIL がオフィス 9 割削減！リモート定着でも新規供給が続く都心オフィス市場は「激変」必至 | 不動産 撤退戦線 | ダイヤモンド・オンライン \(diamond.jp\)](#)

[LIXIL「新本社から広がる LIXIL の働き方改革 | ストーリー | 株式会社 LIXIL](#)

[マイナビ「マイナビ・日経 2023 年卒大学生就職企業人気ランキング」を発表 - 株式会社マイナビ \(mynavi.jp\)](#)

#### 【5章】

[パーソル総合研究所「就業者の地方移住に関する実態調査」\(調査1\)「就業者の地方移住に関する調査報告書～移住意思決定に影響を与える要因構造の可視化の試み～ \(persol-group.co.jp\)](#)

[ウオンテッドリー「移住と働き方に関する調査」\(調査](#)

[2\) 移住転職者は「仕事のやりがい」を最重視。転職なき移住者は 41%にのぼる | Nativ.media | 地方移住・関係人口創出のプラットフォーム](#)

[リクルート「コロナ禍 2 年目 東京在住者 地方・郊外移住、46.6%が興味あり 障壁は『仕事面の不安』が最多 テレワークの継続実施に関心 \(recruit.co.jp\)](#)

[地方創生テレワーク推進に向けた検討会議「転職なき移住による地方への人と知の流れの創出」 torimatome.pdf \(chisou.go.jp\)](#)

[総務省「住民基本台帳人口移動報告」住民基本台帳人口移動報告 2021 年\(令和3年\)結果 \(stat.go.jp\)](#)

#### 【6章】

[総務省「地域おこし協力隊の隊員数等について」 000799461.pdf \(soumu.go.jp\)](#)

[厚生労働省「学歴別就職後 3 年以内離職率の推移」 https://www.mhlw.go.jp/content/11652000/000845624.pdf](#)

#### 【7章】

[フリーランスが最も働きやすい島化計画「フリーランスが最も働きやすい島化計画 \(amami-freelance.com\)](#)