

【様式 1】

調査年度	平成 24 年度
調査タイトル	社会情勢の変化に応じた二地域居住推進施策に関する検討調査
<p>1 調査の目的と背景</p> <p>本調査は、近年の社会情勢の変化を踏まえた二地域居住・地域間交流に関する国民の意識変化を把握・分析するとともに、二地域就労に取り組む企業及び自治体の実態調査を行い、その可能性に関する検討を行うことにより、災害対応力及び社会貢献意識向上の視点からみた二地域居住・地域間交流の推進を図ることを目的とした。</p> <p>2 調査方法、体制</p> <p>(1) 二地域居住等意識調査の方法</p> <ul style="list-style-type: none">・インターネットによるアンケート調査・スクリーニング調査： 30,000 人動向アンケート・本調査対象者： 2,000 人実践者・5 年以内実施希望者アンケート <p>平成 22 年国勢調査に基づいてブロック別人口、20～60 歳代の各年代、性別について、日本の縮図となるべく、按分して対象数を設定した</p> <p>(2) 二地域就労実態調査の方法</p> <ul style="list-style-type: none">・資料調査及びヒアリング <p>3 結果概要</p> <p>今後の展開として「企業の地域との関わり」の事例とあわせて企業と地域双方におけるメリットを具体的に示し、企業と地域それぞれが自主的に新たなアクションを起こす動機づけを行うことが有効と考えられる。企業が最も配慮しているのは地域との関係であり、裏を返せば地域の受け入れ体制が整っていることで「企業の地域との関わり」が促進すると期待できる。「二地域居住」や「移住・定住」の条件として希望者の 3 割弱が「働く場がみつかったら実践したい」と考えていることから「二地域居住」や「移住・定住」先での企業に対する資金支援が求められる。企業側のニーズと地域側のニーズをマッチングする機会がなく、ヒアリングした中にも、知人・営業所の仲介や運命的な出会いがきっかけで取り組みが始まっているなど、第三者的立場からニーズを把握してマッチングすることが求められていた。全国規模で、各種ニーズを把握してマッチングや働きかけを行う組織が求められるといえる。</p>	

参考 URL 等