

泉佐野市 移住・定住促進戦略

令和8年度～令和12年度

概要版



令和8年3月
泉佐野市



1. 策定の背景と趣旨

我が国では、人口減少や少子高齢化の進行に加え、東京圏への人口・機能の一極集中が続いており、地方では地域経済の縮小や担い手不足など、地域社会の持続に向けた課題がみられます。

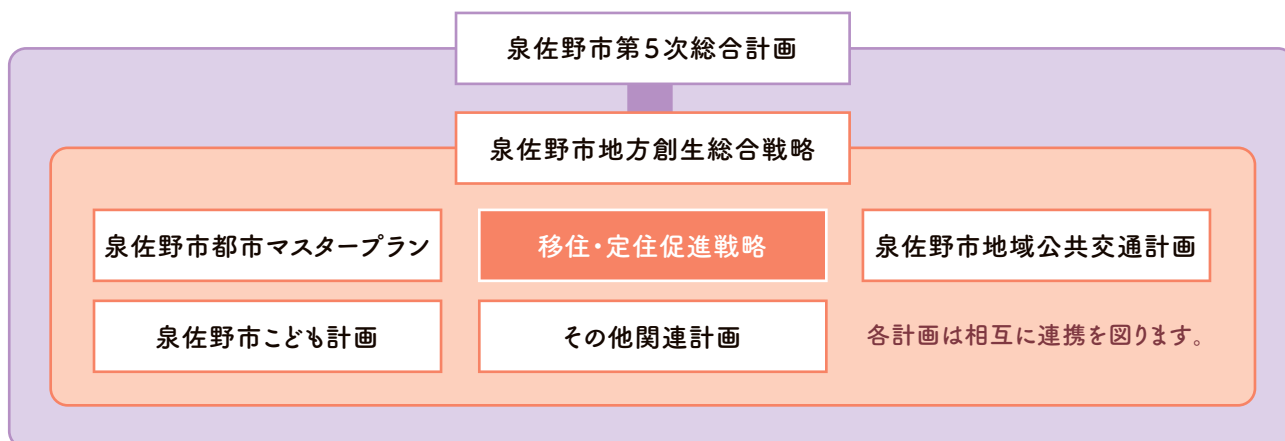
こうした状況を背景に、国では、都市部から地方への人の流れを創出・拡大するため、移住・定住の促進や関係人口創出に向けた取り組みが進められてきました。

また、近年では、働き方・暮らし方に対する価値観が多様化し、希望に応じた生活環境や、地域とのつながりを重視する動きがみられるなど、地方へ人の流れを創る新たな可能性も生まれています。さらに、単なる移住の促進にとどまらず、移住後の暮らしの満足度を高め、定住へと着実につなげていく視点がこれまで以上に重要となっています。

泉佐野市(以下、「本市」という。)においても、雇用の創出や住環境の整備、子育て・教育環境の充実など、移住・定住を支える施策を総合的に推進してきました。これまでの取り組みをもとに、移住・定住促進の方針を明確化することで各施策の連携を強化するとともに、社会の変化にも対応しながら移住を増やし、着実に定住につなげるため「泉佐野市移住・定住促進戦略」を策定します。

2. 戦略の位置づけ

本戦略は、「泉佐野市地方創生総合戦略」を上位計画として策定し、「泉佐野市第5次総合計画」をはじめ、関連する行政計画と整合を図ります。



3. 戦略の期間

本戦略の期間は、令和8年度(2026年度)から令和12年度(2030年度)までの5年間とします。また、期間中には、施策の実施状況の評価、社会経済情勢や市民ニーズの変化に応じた見直しを行います。



第2章 本市の現状と課題



1. 統計データからみる現状

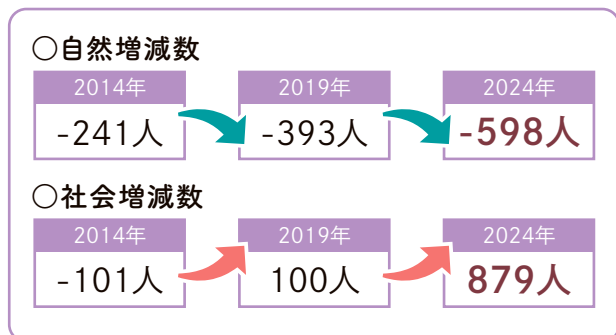
本市の移住・定住に関する現状を人口動態・仕事・住まいのデータから整理します。



01 / 人口動態

- 自然動態は減少傾向が強まっており、社会動態は転出超過から転入超過に変化。

- 転入元・転出先は、どちらも大阪市が最も多く、次いで近隣の市が多い。



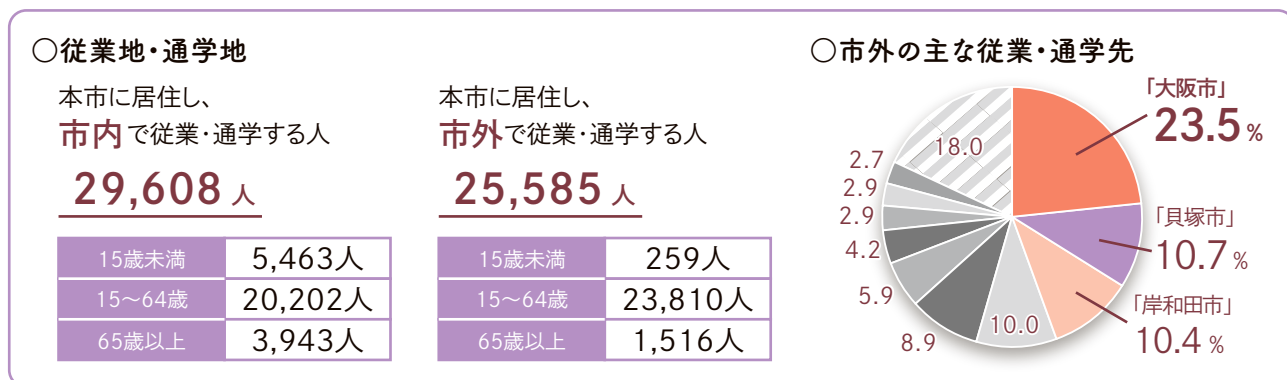
資料：各年1～12月集計の住民基本台帳



※転入・転出者数は、2020年から2024年までの合計値。
資料：住民基本台帳人口移動報告

02 / 仕事

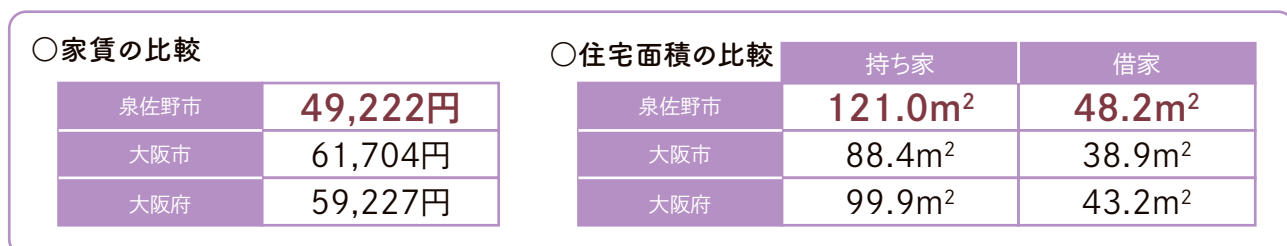
- 従業・通学先は、市外より市内の方が多い。
- 市外の従業先として、大阪市が最も多く、次いで近隣の市が多い。



資料：国勢調査(2020年)

03 / 住まい

- 本市は、大阪市・大阪府より家賃が安価で、住宅面積が広い。



資料：住宅・土地統計調査(2023年)

2. アンケート結果からみる現状

本市への転入者・転出者・在住者へのアンケート調査と、市内不動産業者への調査の結果から、本市での生活に関する現状を整理します。(調査結果を抜粋して掲載しています。)

01 / 転入・転出のきっかけ

- 転入・転出のきっかけは、どちらも仕事の都合や世帯構成の変化等、ライフイベントに関連した回答が多い。

○転入のきっかけ		不動産業者からみた転入要因 1.立地 2.交通アクセス 3.生活利便性	○転出のきっかけ	
本人の仕事の都合	40.7%		本人の仕事の都合	40.1%
結婚、離婚、出産など世帯構成の変化	23.6%	結婚、離婚、出産など世帯構成の変化	23.9%	
親族との同居・近居	14.3%	親族との同居・近居	11.3%	

資料：転入者・転出者へのアンケート調査、不動産業者への調査

02 / 本市で生活していてよかったところ・不満を感じたところ

- 本市から転出した方からみたまちの評価として、交通や生活の利便性等の回答が多い。
- 不満を感じたところとしては、余暇を楽しむ場所という回答のほか、交通利便性に関する回答も一定数みられる。

○本市で生活していてよかったところ		○本市で生活していて不満を感じたところ	
買い物など日常生活が便利	42.3%	余暇を楽しむ場所が充実していない	21.8%
通勤や通学に便利	26.8%	住環境が静かで快適ではない	14.1%
実家がある	26.1%	通勤や通学が不便である	12.7%

資料：転出者へのアンケート調査

03 / 不動産業者からみた、他自治体との比較による本市の課題、強み

- 回答の傾向として、就労環境や教育環境、余暇を楽しむ場所としては都市部に劣後し、適当な住宅の入手のしやすさという点では近隣市町に劣後している。

○大阪市・堺市より劣後する項目		○近隣市より劣後する項目	
就労環境	6件	住宅価格や家賃	5件
教育環境	5件	住宅の広さ	3件
余暇を楽しむ場所	5件	教育環境	3件

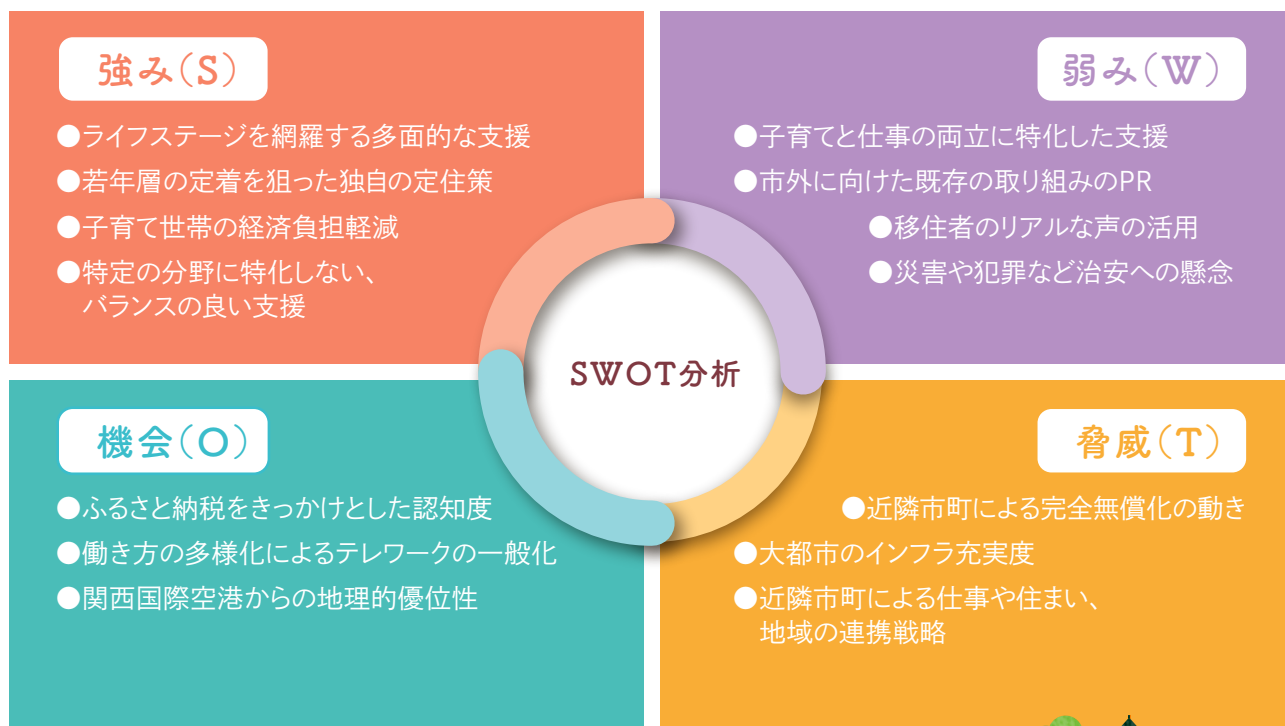
資料：不動産業者への調査

※各種調査結果は、戦略本編から一部を抜粋して掲載しています。

3. 本市と他自治体の移住・定住促進施策

■ SWOT分析

移住・定住促進施策の特徴を整理した結果から、本市の強み、弱み、機会、脅威を可視化しました。



4. 本市の特徴と可能性

(1) 大阪市内への通勤利便性、ゆとりある住まい

- 大阪市と比較すると、本市は住環境のコストパフォーマンスが良い。
- 都市部で働きながら、住宅価格や広さのゆとりをもって暮らすというニーズにも応えられる。

(2) 医療・保育インフラ整備による生活上の安心感

- 近隣市町と比較すると、医療機関や保育施設等の充実など、生活インフラの整備状況が強い。
- 住宅負担は近隣市町よりやや大きいですが、安心した医療・保育を受けられる。

(3) 多面的でバランスの良い支援内容

- 住まい・育児・教育における特定の層や段階に限らないトータルバランスに優れた支援がある。

(4) まちとしてのイメージ戦略について

- ライフステージを切れ目なく支え続けるまちとしてのストーリーを構築・発信することが、都市部居住者やUターン検討層に対する差別化要因になる。

(5) 若者を支援する独自施策

- 令和8年度開始の本市独自の「奨学金返還支援」等、若者の将来を直接的に支援する姿勢が特徴。





1. 戦略の基本方針

本戦略では、次の①～④の段階を通して、移住者の関心と移住後の満足度向上を図り、移住者を含めた多くの市民が今後も住み続けたいと思えるような泉佐野市を目指します。

方針 ①	泉佐野市を 知ってもらおう	本市の強みや地域資源、暮らしの魅力を戦略的に発信し、ターゲットとする層への認知や関心の拡大を図ります。
方針 ②	泉佐野市に 行ってみたい	観光振興、情報発信の強化を通じて、本市に実際に行ってみてみたいと思ってもらえるきっかけをつくります。
方針 ③	泉佐野市に 住んでみたい	体験移住、子育て支援、就労環境等の総合的な魅力を分かりやすく示し、具体的な移住検討へとつなげます。
方針 ④	泉佐野市に 住み続けたい	安心して働き、子育てし、地域とつながりながら将来にわたり住み続けたいと実感できるまちづくりを推進します。

2. KPIの設定

移住・定住人口の増加という最終目標の達成に向け、取り組みの成果を客観的かつ段階的に把握するため、以下の3つをKPIとして設定します。

- ① 本市への移住関心者数
- ② 移住支援金の利用申請
- ③ アンケートで「気に入っているので住み続ける」と回答した人の割合

3. ターゲットの設定

各種データに基づき、効果的な施策の推進と本市における移住・定住人口の増加のため、戦略を推進するうえでのターゲットを設定します。

- ① Uターンの若年層(20代後半から30代)
- ② 子育て世代(30代から40代)



第4章 戦略手法とアクションプラン



※アクションプランは、戦略本編から一部を抜粋して掲載しています。

①本市を知ってもらう

多様な方法を活用した本市の魅力や各種支援制度の発信、戦略的なシティプロモーション活動を展開し、市内外における認知度の向上を図り、移住を検討するきっかけづくりにつなげます。

戦略手法	アクションプラン
多様な情報発信方法の活用	<ul style="list-style-type: none"> ●市ホームページや公式SNS、「ふるさと納税」の利用等を活用した本市の取り組みや魅力を発信。 ●移住者・移住検討者に向けた「移住・定住」専門ホームページを設置。
移住・定住パンフレットの活用	<ul style="list-style-type: none"> ●本市の魅力を発信し、市外在住者における移住先の候補としての認知度向上を図るため、移住・定住パンフレットを一新。 ●移住・定住案内を各種イベント等で配布。
移住・定住総合相談窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> ●移住検討段階から移住後まで、生活や各種制度の利用相談等に総合的に対応する窓口を設置。

②本市に「行ってみたい」と思ってもらう

本市を知った人の来訪につながるよう観光振興を推進し、東京事務所とも連携しながら交流人口・関係人口の増加を目指します。

また、国内外からアクセスしやすい立地を活用し、企業研修の受け入れ等を通じた産業分野のネットワーク拡充により、本市における雇用促進や若年層の移住・定住につなげます。

戦略手法	アクションプラン
観光振興の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●観光産業の主要産業としての発展に向けた、受入環境の整備や観光インフォメーション機能を充実。
泉佐野市東京事務所の活用	<ul style="list-style-type: none"> ●本市の更なる活性化に向けた、東京事務所を活用した首都圏とのつながり強化による、交流人口・関係人口の増加や移住・定住促進。
MICE*誘致推進事業の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●認知度の向上に向けた、関西国際空港の玄関都市という好立地を活用した効果的なMICE誘致を実現。

*MICE(マイス)とは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行【インセンティブ旅行】(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称のことです。

③本市に「住んでみたい」と思ってもらう

市外在住者が本市での具体的な暮らしをイメージできるよう、在住者目線の本市の魅力発信等を行うとともに、各種経済的な支援等、移住・定住促進に向けた支援を充実させます。

戦略手法	アクションプラン
在住者の声の発信	<ul style="list-style-type: none"> ●市外在住者や移住検討者が、本市で暮らす自分の姿を思い描けるよう、本市在住者からみた市の魅力やリアルな暮らしの様子を発信。
体験移住制度の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●移住検討者が、移住後の本市での暮らしをイメージできるようにするための、お試して実際の生活を体験できる機会を創出。
経済的な支援の促進	<ul style="list-style-type: none"> ●本市に転入後、市内で働く人への移住支援金の支給や、奨学金返還支援等、移住者への経済的支援を実施。 ●婚姻に伴う新たな住まい取得への支援等、定住者に対する支援を実施。

④本市に「住み続けたい」と思ってもらおう

移住者をはじめ、市民一人ひとりが安心して暮らし続けられるよう、住まい・就労・子育て・教育への支援を推進します。各分野の施策を一体的に実施し、市民の生活満足度向上と将来にわたり住み続けたいと思える環境の形成を図ります。

戦略手法	アクションプラン
住環境の整備	●本市在住者が市内に長く住み続けられるよう、住宅リフォーム工事にかかる費用への一部助成等、住環境にかかわる支援を実施。
安心して長く働ける環境の整備	●求人者と求職者のマッチングを図る無料職業紹介所や、リスキリング支援等、市民の充実した就労環境の整備のための支援を実施。
教育環境の充実	●小学校における食育の推進と災害発生時の対応も視野に入れた給食自校調理施設を整備。 ●小学校入学児童への新入学準備金補助、就学援助の対象拡充、学童保育やこども朝食堂の実施など教育環境を充実。

第5章 戦略の推進体制

1. 戦略推進に向けた協議体制

社会の変化に対応しながら着実に移住・定住につなげ、総合的な視点から効果的に戦略を推進するため、庁内の関係部署や関係機関同士での情報共有、意見交換等を行います。

2. 移住・定住に関する情報収集・分析

戦略の推進にあたり、社会動向等を踏まえ、必要に応じた見直しを行うことが重要であることから、本市のPR活動を通じて関係各所で情報収集を行い、現状の課題や強みを分析します。また、それをもとに戦略の見直しやPR手法等の改善を継続的に行います。



泉佐野市 移住・定住促進戦略 概要版(令和8年3月発行)

編集:泉佐野市 成長戦略室 おもてなし課

〒598-0048 泉佐野市りんくう往来北1番地

りんくうタウン駅ビル東棟2階

TEL:072-447-8126