

行政広報は移住者の定着を支えるのか

—外発的動機づけの内在化プロセスに着目した実証分析—

野口 将輝
(東海大学)

要旨：本研究は、行政広報が移住支援金による外発的動機づけの内在化を媒介し、移住者の定着をどの程度支え得るかを、自己決定理論の観点から検証した。2019年と2023年に移住した支援金重視群を対象に全国調査データを比較した結果、社会関係資本や地域愛着等の多くの意識が中期的に維持されていた。また広報誌・SNS・住民交流の活用が心理的定着に寄与する可能性が確認された。以上より行政広報は、金銭的誘因を「新生活の資源」へ転化し、持続的なシティプロモーションを実現するための重要な要素であることが示唆され、移住施策設計への理論的・実務的含意を有するといえるだろう。

キーワード：シティプロモーション、行政広報、動機づけ理論、外発的動機づけ、移住支援金

1. 研究の背景と目的

1-1. 研究の背景

近年、日本社会では人口減少や都市一極集中の是正を目的として、国や自治体が移住促進施策を強化している。その代表例が2019年度から本格運用された「地方創生移住支援事業」であり、東京圏から地方へ転入し就業・起業する者に対して移住支援金を提供する仕組みである。2023年度末までに約1万6千人が利用し、転入行動を促す施策として一定の成果が確認されている。

しかし、このような金銭的報酬に基づく施策は、シティプロモーションの理念との関係で議論の余地が残されている。シティプロモーションは、地域の魅力を創出・発信し、人材や資源を呼び込み、持続的発展を志向する取り組みである（河井, 2009）。この視点に立てば、移住支援金のような外発的動機づけは「短期的な移住促進」には効果を発揮する一方で、「地域社会への長期的な定着」や「社会関係資本の形成」に十分結びつかないのではないかという懸念が存在する（野口, 2021）。

また、移住支援金などの外発的動機づけを入口とする移住が、地域定着や関係構築にどの程度つながるのかは必ずしも明らかではない。野口（2025a）でも移住支援金の重視度が参画意識に影響する傾向が示されたものの、その効果が移住後にどれだけ維持されるかは未解明である。さらに、移住後の行政広報や住民との接触といったコミュニケーション環境が移住支援金の効果にどう関与するかを検証した研究は限られている。

そもそも、動機づけ研究では、外発的動機づけは短期的には有効である一方、長期的持続には工夫が必要とされる（Deci et al., 1999）。Ryan & Deci（2017）の自己決定理論（Self-Determination Theory: SDT）は、外発的動機づけの内在化過程に着目し、「外的規制」から「統合」へ進むほど自律性が高まり、行動は持続的になると整理している。この知見を移住支援に援用すれば、移住支援金が自治体との相互作用や住民ネットワークへの参加機会、住民向けの行政広報と組み合わせる場合に、地域との関わりが深まり、効果が維持される可能性が示唆される。

すなわち、シティプロモーションにおける外発的動機づけが、まず行政と移住者をつなぐ。そして、地域社会の一員として位置づける方向に作用する行政広報が担うコミュニケーション過程と結びついた場合、その効果は単なる経済的補助にとどまらず、より持続的な心理的影響へと転じる可能性がある。

る。この視点は、シティプロモーションが果たす「誘致」に加え、「住民の地域への主体的関与」を高める行政広報の観点を踏まえるうえで重要である。

本研究では、移住支援金を、外発的動機づけとしての役割に加えて、自治体が移住者受け入れの意思を示すシティプロモーション施策の一部として位置付ける。また、行政広報、住民集会、生活支援などの受け入れ体制は、移住後の関係性構築を支えるコミュニケーション基盤として機能するものと捉えた。本研究は、これらが自己決定理論の三つの基本的欲求（自律性・有能感・関係性）を満たすことにより、移住支援金の効果が内在化し得るという可能性に着目する。

1-2. 研究の目的

本研究の目的は、外発的動機づけの一つである移住支援金が、行政広報を通じてどのように移住者の意識・態度に持続的影響を与え得るのかを明らかにすることである。具体的には、擬似縦断（年差比較）デザインを採用し、移住支援金を重視して受給した移住者のうち、受給後2か月～1年未満の層（2023年重視群）と、受給後約4～5年の層（2019年重視群）を比較する。制度要件（転入後1年以内の申請／5年居住条件）に即した初期定着期と満了直前期を対照させることで、外発的動機づけに基づく移住支援金の影響が、その後減衰するのか、それとも行政広報によるコミュニケーションを通じて内在化し、維持・強化されるのかを検証する。

分析指標は、コミュニティ意識、社会関係資本、修正地域参画総量、定住意向、生活満足度とし、これらを地域との関係形成を示す成果として位置づける。また、移住後の行政広報との接触状況や評価について比較することで、行政広報が移住者の関係形成を支える役割を探索的に検討する。

なお、本デザインは同一の移住者を追跡した因果推定ではなく、年次コホート間の関連比較であるため、解釈は時間差による傾向理解に留める。本研究は、移住支援金を短期誘因にとどめず持続的定着へ接続させる広報設計に向けた基盤的知見を提示することを目指す。また、本研究で用いるデータは、移住支援金の効果検証を目的として設計された二次データである。そのため、外発的動機づけを包括的に把握するための尺度（例：行政広報接触前提の期待、社会的規範、制度的サポート等）は十分に設計されていない。したがって本研究の検証は、移住支援金を中心とする外発的要因に依拠しており、分析結果の解釈も当該データ構造に即した限定的なものとして扱う。

2. 先行研究の整理

本研究の理論的前提は次の通りである。移住支援金は、移住意思決定を後押しする外発的動機づけであり、その提示は「地域が移住者を歓迎する」というコミュニケーションでもある。他方、行政広報、広報誌、回覧板、住民集会などの受け入れ体制は、移住後に地域との接触機会を生み、関係性や有能感、自律性の獲得を支え得る。本研究は移住支援金や受け入れ体制を、広義の行政広報の取組として捉え、「外発的動機づけ → 受け入れ体制 → (三欲求の充足) → 意識の内在化」というプロセスに着目する。本章では、まず動機づけ理論やインセンティブ、そしてシティプロモーション研究、そして行政広報研究について整理した後で、本研究の位置づけを確認する。

2-1. 動機づけ理論の先行研究

本研究では、まず移住支援金が「外発的動機づけ」として移住者にどのような影響を及ぼすかを理論的に位置づける。外発的動機づけは短期的な行動促進には有効とされる一方、報酬の除去により効果が弱まる可能性が指摘されてきた (Deci et al., 1999; Ryan & Deci, 2000)。しかし自己決定理論

(Self-Determination Theory: SDT) では、外発的動機づけは一様に短期的なものではなく、「外的規制」から「取り入れ」「同一化」「統合」へと内在化するほど自律的で持続的になると整理されている (Ryan & Deci, 2000, 2017)。こうした内在化を促す条件として、SDT は「自律性」「有能感」「関係性」という基本的心理欲求が満たされることを要件としている。これらが支援制度や地域での生活支援、住民との関係形成によって充足される場合、外部の報酬を契機とした行動であっても、本人の価値観と結びついた持続的な行動へ変容し得る。したがって、移住支援金も給付そのものだけでなく、移住後の生活立ち上げ支援や情報提供、地域との接点づくりと一体的に機能するとき、短期的な誘因にとどまらず、内在化を媒介して地域定着や主体的なコミュニティ参加へとつながる可能性がある。本研究は、この理論的観点を踏まえ、まず外発的動機づけを起点とする移住意識の「持続性」を検証する。

本研究で用いる「内在化」とは、自己決定理論が示すように、外発的な報酬や条件づけによって始まった行為が、次第に本人の価値観や自己理解の一部として取り込まれていくプロセスを指す。操作的には、移住支援金をきっかけに地域へ移り住んだ人びとが、移住後の生活のなかで「自分の意思でこの地域に住んでいる」「地域のことを他者任せにしない」「この地域を他者に勧めたい」といった感覚をどの程度持つようになっているかを、後述するコミュニティ意識尺度 (CCI) の該当項目および地域推奨意欲 (mGAP2) などを通じて捉える。ここで重要なのは、内在化を支えるのが金銭的支援そのものではなく、移住後の生活過程における自律性・関係性・有能感を支える経験であるという点である。行政広報や広報誌、回覧板、住民集会、行政主催イベント、行政 SNS などの広報チャネルは、地域の情報や参加機会へのアクセスを提供し、地域住民や行政との接点を生み出すことによって、移住者の「自分で選び・関わっている」という感覚 (自律性) や、「地域のことがわかり、貢献できている」という感覚 (有能感)、「地域の人びととのつながりがある」という感覚 (関係性) を支え得る。本研究では、このような観点から、移住支援金を外発的動機づけとしつつ、移住後の広報チャネル活用を、内在化を支える受け入れ体制の一部として位置づける。

なお、自己決定理論が示す外発的動機づけは金銭的報酬に限定されるものではなく、行政手続き支援、制度的サービス、社会的規範、そして行政広報など、移住者が移住前に知覚し得る受け入れ環境も外発的動機づけとして機能し得る。本研究では、利用可能な二次データの制約から主要な外発的要因として移住支援金の重視度を扱うが、これら支援環境の総体が内在化を媒介するという前提に立った上で、移住支援金を「広報・制度的支援にアクセスする起点」と位置付ける。

2-2. 移住と外発的動機づけ研究の動向

国内の移住支援金に関する研究は、大きく二つの方向性に整理できる。第一に、移住意思決定段階における「入口効果」を数量的に検証した研究である。近藤 (2022) は移住支援金が移住後のコスト回収期間をどの程度短縮するかをシミュレーションし、奥山 (2020) は都市住民を対象に「地方移住を受け入れるために必要な補償額 (WTA)」を推計した。いずれも、移住支援金が初期的な移住インセンティブとして有効に機能することを定量的に示している。第二に、移住後の定住や地域参加といった「持続性」に焦点を当てた研究である。多田 (2016) は鳥取市の事例を通じて、金銭的支援だけでなく相談体制や交流機会といったソフト支援の重要性を明らかにした。また、五十石・牛島・佐々木 (2024) は北海道富良野市での調査から、自然環境や地域誇りが地域愛着を媒介し、居住継続意向を高めることを実証している。これらは、外発的動機づけのみでは定住を保証できず、非金銭的要因との相互作用が重要であることを示唆している。

これら既存研究を踏まえつつ、全国規模でシティプロモーションにおける移住支援金の多面的な効

果を検証したのが野口（2025a）である。同研究は、2019～2023年に都道府県間移動を経験した2,000名を対象に実施した全国調査に基づき、移住支援金の有無・重視度・金額の三側面と、コミュニティ意識、社会関係資本、修正地域参画総量（mGAP）ほか定住意向などとの関連を分析した。統計的手法としてマン=ホイットニーのU検定とCliff's δ を用い、効果の大小を精緻に評価している点に特徴がある。その結果、①移住支援金の有無では、受給者はネットワークや地域参加が有意に高く、中程度の効果が確認された一方、定住意向では差が見られなかった。②移住支援金の重視度でも同様に、移住支援金を重視した群ほどネットワークや地域参加が有意に高く、地域愛着や行政信頼でも中程度の効果が見られた。一方、定住意向では有意差は認められなかった。③移住支援金10万円以上の高額群が自己決定、社会的信頼、地域感謝、行政信頼・生活満足・定住意向で有意に高く、概ね小の差を示したものの、移住支援金が2～10万円の中額と高額との差は多くの指標で非有意となり、一定水準以降の逓減が示唆された。

以上から、移住支援金は「地域関与の初期段階」および「入り口」として機能するが、定住意向の形成には十分な効果を持たないことが明らかとなった。

2-3. 行政広報研究の整理

行政広報は「行政が、広報および広聴という、行政体および地域内の情報コミュニケーションを通じて、地域の置かれる状況と地域の民意を踏まえながら、行政と地域のステークホルダーとの間における両者の関係性を最適なものに継続的に調整する行政機能である（野口, 2017, pp. 46-47）」と定義され、前述した地域の内外への魅力発信活動であるシティプロモーションに対して、行政広報は主に地域内部のステークホルダーを対象に関係性の構築を重視する点が特徴である。

2010年代以降、行政広報研究はその役割を地域内部における行政と住民間の関係性構築へと焦点を拡張し、実証研究も蓄積されてきた。野口（2017）は行政広報接触と協働意識・コミュニティ意識の関連を示し、広報が地域参加の心理基盤に作用することを先駆的に指摘した。チャンネルごとの役割差にも着目が進み、広報紙の基盤的接触性（野口, 2023）、SNSの補完的機能（三井, 2022）など、複数媒体の最適組み合わせが議論されている。さらに、三井・伊藤（2021）はチャンネル選択が心理過程の差異（コミュニティ意識経由／個人的興味経由）として表れることを示し、行政広報が認知評価だけでなく住民の地域への主体的関与に寄与する過程を示した。近年では、行政広報が扱う議題が住民の市政評価を方向づける議題設定機能についても検証が行われ（三井・辻本, 2025）、行政広報が住民の意識形成を媒介するチャンネルであることが支持されている。

以上を踏まえると、行政広報は①住民の主体性を支え（自律性）、②地域生活への適応を促し（有能感）、③地域ネットワークの形成に寄与する（関係性）という心理的效果をもつことが示唆され、自己決定理論が示す「内在化を支える環境的要因」としても捉え得る。したがって、行政広報は、外発的動機づけの効果を地域社会への心理的定着（内在化）へ橋渡しする媒介要因として重要である。

2-4. 本研究の位置づけ

先行研究は、移住支援金などの外発的インセンティブが移住の決断には寄与する一方で、地域定着や主体的参画を持続させるには地域側の受け入れ体制、もしくは行政広報を含むコミュニケーション環境の役割が重要であることを示してきた（野口, 2016；三井・伊藤, 2021ほか）。すなわち、外発的動機づけによって誘導された移住が、移住者の価値観と結びついた自律的行動へ転じるかどうかは、行政との相互作用や地域ネットワーク構築を媒介とする心理的内在化の有無に依存する可能性がある。

本研究はこの知見を踏まえ、シティプロモーションにおける移住支援金を地域関与への「入口」としつつ、かつ、行政広報が移住者の地域への主体的な参加意識を高め、基本的心理欲求（自律性・有能感・関係性）の充足を促す、そのような媒介過程に着目する。そして、制度要件に沿った年差比較（受給後2か月～1年未満と約4～5年）により、次の2点を実証的に検証する。

- ① 外発的動機づけが移住後数年を経ても意識レベルで持続し得るか（＝コミュニティ意識・地域推奨意識などの保持）
- ② その持続が行政広報チャネルの活用と関連するか（＝心理的内在化を支える受入体制の媒介作用）

本研究の学術的意義は、「広報研究」において自己決定理論を導入し、外発的動機づけの持続性が「行政広報」を介した内在化により成立し得ることを全国データで検証する点にある。これは移住支援金を短期誘因から中長期の地域関係構築へと接続させるための制度運用・広報設計に具体的示唆を与える。

なお、本来は外発的動機づけを金銭的支援のみでなく、行政広報・相談支援・地域からの期待など、移住後に作用する制度的・社会的支援も外的要因として視野に入れるべきである。ただ、本研究は野口（2025a）の延長上にあり、データとしても「外発的動機づけの起点」を操作的に捉えるため、移住支援金の重視度を主要な独立軸として設定し、行政広報等は内在化を媒介する受け入れ体制として位置づけた。すなわち、本研究の焦点は、移住支援金のみの効果ではなく、「移住支援金を契機とした移住が、受け入れ体制を通じて心理的定着へと転化する条件」の解明にある。

3. 研究方法

3-1. 調査データ

本研究で使用するデータは、野口（2025b）の「シティプロモーション全国調査2024」に基づいている。この調査は、全国規模で地方移住に関する意識や行動を把握することを目的として、インターネット調査会社を通じて実施された。調査は2024年2月2日から2月5日にかけて、株式会社マクロミルが保有するモニター会員を対象として行われた。

調査対象は、2019年から2023年の5年間において日本国内で都道府県をまたぐ移住（転居）を経験した20代から60代以上の男女である¹。調査設計においては、移住実施年（2019年～2023年）ごとに、年齢階層（20代～60代以上）および性別（男性・女性）の組み合わせに基づき、各セルから均等に40名ずつの標本を無作為抽出する層別ランダムサンプリングを採用した。その結果、各調査

1 回答者の基本的属性（居住地、職業、世帯年収、婚姻・子供の有無）は以下である。

- ・居住地(n=2000)の構成は、北海道：88人(4.4%)、東北地方：88人(4.4%)、関東地方：775人(38.8%)、中部地方：297人(14.9%)、近畿地方：393人(19.7%)、中国地方：133人(6.7%)、四国地方：41人(2.1%)、九州地方：185人(9.3%)である。
- ・職業(n=2000)の構成は、公務員：127人(6.4%)、経営者・役員：48人(2.4%)、会社員(事務系)：468人(23.4%)、会社員(技術系)：443人(22.2%)、会社員(その他)：381人(19.1%)、自営業：74人(3.7%)、自由業：39人(2.0%)、専業主婦(主夫)：83人(4.2%)、パート・アルバイト：198人(9.9%)、学生：68人(3.4%)、その他：36人(1.8%)、無職：35人(1.8%)である。
- ・世帯年収(n=2000)の構成は、200万円未満：95人(4.8%)、200～400万円未満：307人(15.4%)、400～600万円未満：445人(22.3%)、600～800万円未満：390人(19.5%)、800～1000万円未満：269人(13.5%)、1000～1200万円未満：165人(8.3%)、1200～1500万円未満：111人(5.6%)、1500～2000万円未満：85人(4.3%)、2000万円以上：50人(2.5%)、わからない：47人(2.4%)、未回答：36人(1.8%)である。
- ・婚姻・子の有無(n=2000)について、婚姻状況は、既婚：816人(40.8%)、未婚：1184人(59.2%)である。子の有無は、子供あり：969人(48.4%)、子供なし：1031人(51.6%)である。

年において400名、5年間で合計2,000名の有効サンプルが得られており、回答者の属性分布が偏らないよう統計的に設計されている。

本研究では、移住者の意識を把握するために複数の指標を用いた。具体的には、コミュニティ意識（石盛・岡本・加藤, 2013）、社会関係資本（内閣府国民生活局, 2003）、修正地域参画総量（河井, 2017）に加え、定住意向や生活満足度など独自に作成した設問を含めている。また、各指標には便宜的に略称を設定した。すなわち、コミュニティ意識を CCI1 ~ CCI12、社会関係資本を SC1 ~ SC3、修正地域参画総量を mGAP1 ~ mGAP4、独自設問を OQ1 ~ OQ5 とした。これらの設問は、「1. あてはまらない」～「5. あてはまる」の5件法リッカート尺度を採用した。CCI8、CCI10、CCI11、CCI12は逆転項目で、値が小さいほど評価が高いことを意味する。表1にその設問一覧を示す。

表1 本研究におけるシティプロモーション評価の指標

評価指標	内容	略称	設問文	
コミュニティ意識	連帯積極性	CCI1	地域でのボランティアなどの社会的活動に参加したい	
		CCI2	住み良い地域づくりのために自分から積極的に活動していきたい	
		CCI3	地域のみならず何かをすることで、自分の生活の豊かさを求めたい	
		CCI4	地域の問題解決には住民と行政が対等な関係を築くことが重要である	
	自己決定	CCI5	地域をよくするためには、住民がすることに行政の側が積極的に協力すべきだ	
		CCI6	地域をよくするためには、住民みずからが決定することが重要である	
	愛着	CCI7	いま住んでいる地域に、誇りとか愛着のようなものを感じている	
		CCI8	この土地にたまたま生活しているが、さして関心や愛着といったものはない（逆）	
		CCI9	人からこの地域の悪口をいわれたら、自分の悪口をいわれたような気になる	
		CCI10	今住んでいる地域で住民運動が起きても、できればそれに関わりたくない（逆）	
		他者依頼	CCI11	地域をよくするための活動は、熱心な人たちに任せておけばよい（逆）
			CCI12	地域での環境整備は、行政に任せておけばよい（逆）
社会関係資本	社会的信頼	SC1	地域の住民は信頼できる人々だと思う	
	ネットワーク	SC2	地域の住民とは、学校や職場以外でも、日常的な交流がある	
	互酬性の規範	SC3	地域の住民とは、学校や職場以外でも、助け合う機会がある	
修正地域参画総量	地域推奨	mGAP1	今住んでいる地域に多くの人に移住してきて欲しい	
	地域推奨	mGAP2	今住んでいる地域の魅力を知人・友人にすすめたい	
	地域参加	mGAP3	地域をより良くしようと活動に参加している	
	地域感謝	mGAP4	地域をより良くしようと活動している人に感謝している	
その他	自由意志	OQ1	現在住んでいる地域を選択するにあたって、自分の意見を反映することができた	
	事前調査	OQ2	現在住んでいる地域を選択するにあたって、事前に地域の情報を調べた	
	定住意向	OQ3	今後も、この地域で生活していきたい	
	行政信頼	OQ4	今住んでいる地域の市役所・役場を信頼している	
	生活満足	OQ5	全体として、この地域での生活に満足している	

(出所) 野口 (2025a)

3-2. 分析の枠組み

野口（2025a）では、移住支援金の「有無」や「重視度」が移住者の意識・行動に与える効果について一定の検証を行っている。具体的には、移住支援金を受給した群と非受給群の比較、さらに移住支援金を重要視した群とそうでない群を比較することで、外発的動機づけが地域参画や社会関係資本の形成にどの程度寄与するかを明らかにした。その結果、移住支援金は単に移住意思決定を後押しする「入口効果」にとどまらず、移住後のコミュニティ意識や住民交流にも一定の関連性があることが確認された。他方で、それが一過的なものであるのか、それとも持続的に作用するのかについては十分に解明されていないという課題が残された。

本研究では、それに対して新たに「時間経過」の観点を導入する。具体的には、同一の移住者を追跡するのではなく、移住時期の異なる移住者を比較することで、移住支援金を受給し、かつ重視した移住者の意識や態度が、移住直後と数年後とでどのように異なるかを擬似的に検証する。動機づけ研究の知見によれば、外発的動機づけによる行動は持続性に乏しいことが繰り返し指摘されている。また、報酬を契機として始まった行動は、インセンティブが失われると次第に減衰する傾向がある。シテプロモーション研究の観点からも、移住支援金などの外発的動機づけが地域定着や社会関係資本の形成の持続性に結びつくか否かは、理論的にも実務的にも重要な論点である。

本研究では、移住支援金を実際に受給し、かつそれを重視したと回答した者に焦点を当て、移住年によって形成された二つの群を比較する。第一の群は2019年に移住し、調査時点（2024年2月）において受給から約4～5年が経過している者である（以下、2019年重視群とする）。この群は、移住支援金の定住要件である「5年間の居住」をほぼ満了しつつある段階に位置づけられる。第二の群は2023年に移住し、調査時点で受給から約2か月～1年が経過している者である（以下、2023年重視群とする）。この群は、移住直後から初期定着期にあたる段階にある。なお、移住支援金の重視度は5件法（1=重視していない～5=重視した）で測定した。「やや重視した」および「重視した」と回答した者を移住支援金重視群、「あまり重視していない」および「重視していない」と回答した者を移住支援金非重視群として分析に用いた。この二群を比較することで、移住支援金という外発的動機づけの効果が時間経過に伴い減衰するのか、それとも内在化を通じた持続性があるのかを明らかにすることを目指す。なお、この重視度は自己申告に基づく主観的評価であり、移住意思決定での移住支援金の寄与度を直接的に測定するものではない。本研究では、移住支援金が行動選択における心理的な位置づけを推定するための指標を用いる。本研究は年次コホート比較であり、観察される差分は年差に付随する傾向として解釈する²。

分析方法としては、まず2019年重視群と2023年重視群を対象に、各変数のCliff's δ を比較する。今回の調査データは正規分布の前提を満たさなかったため、ノンパラメトリック検定であるマン=ホイットニーのU検定を用いた。これにより、外発的動機づけが時間経過に伴ってどの程度減衰するのかを統計的に検証する。本研究の分析枠組みは、先行研究で示された「有無」や「重視度」の検討

2 本研究では、調査設計上の制約から、同一個人を複数年にわたって追跡する縦断調査を実施することは困難であった。特に、全国規模で層化抽出を行い、移住経験者を対象にした大規模データを安定的に確保するためには、毎年同じ個人を継続的に追跡するよりも、異なる年に移住した集団を並列的に調査の方が現実的であった。そのため本研究は、2019年コホート（移住後4～5年経過）と2023年コホート（移住後初期段階）を比較する年次コホート比較を採用した。これにより、厳密な因果推論は行えないものの、時間の経過に伴う心理的指標や地域定着意識の変化傾向を推測することが可能となる。すなわち、本研究の目的は「支援金の効果が短期的に限定されるのか、それとも内在化を媒介して持続するのか」という理論的命題に対して、年次差を手掛かりに傾向を探索することであり、この設計は研究目的に即した合理的選択であると位置づけられる。

に加え、「時間経過」という新たな軸を導入することで、外発的動機づけの持続性を検証している。本研究は、シティブロモーションにおける外発的動機づけの位置づけを再考し、今後の制度設計や広報実務に理論的・実証的示唆を与えるものである。

4. 分析結果

本節では、2019年と2023年の各重視群の比較結果を示す。マン=ホイットニーのU検定とCliff's δ で検証し、有意項目の方向と効果量を中心に解釈する³。多数の指標を扱うため、本稿のp値は多重比較調整前の探索的指標である。解釈は理論仮説と整合する主要指標（CCI4-6, CCI10, mGAP2）に焦点化し、他は補助的とする。

4-1. 2019年重視群と2023年重視群の概況

本節では、2019年重視群（ $n=58$ ）と2023年重視群（ $n=43$ ）の属性構成を概観する。性別はいずれも男性が多く、年齢は30代が最も厚く40代が続くなど分布は両群で類似した。居住ブロックは両群とも関東・中部・近畿が中心で大枠は一致し、職業では会社員層が多数を占める。個人年収は400～600万円帯が最頻で、婚姻・子どもの有無も近接していた。細部では、2023年に男性比と関東比がやや高いこと、2019年で年収に欠測がやや多いこと、2023年に九州が含まれないことが挙げられる。しかし、いずれも効果検証を歪めるほどの偏りではなく、両群は比較可能な母集団と評価できる⁴。

4-2. 2019年および2023年重視群の比較

本調査では、行政による移住支援金の重視度をもとに、2019年調査における重視群と2023年調査における重視群を抽出し、両群の差異を検証した。その結果を表2、表3に示す。比較にはマン=ホイットニーのU検定を用い、さらに効果量としてCliff's δ を算出した。本文では、統計的有意性と効果量の水準に着目し、主要な差分について記述する。

有意となったのは以下のCCI4、CCI5、CCI6、CCI10、mGAP2という一部の項目に限られていた。具体的には、コミュニティ意識のうち自己決定に関わるCCI4／CCI5／CCI6は、いずれも2023年

3 Cliff's δ (デルタ)と解釈基準：Cliff's δ は、2つの群のデータを比較する際に、片方の群の値がもう片方の群の値より大きい確率と、小さい確率の差を示すノンパラメトリック効果量指標である。順序尺度や非正規分布のデータにも適用でき、-1から1の範囲をとる(0は群間の差が全くないことを意味する)。値が正であれば第1群の方が大きい傾向、負であれば第2群の方が大きい傾向を示す。Romano, Kromrey, Coraggio, and Skowronek (2006)による解釈基準では、 $|\delta| < 0.147$ を「効果なし」、 $0.147 \leq |\delta| < 0.33$ を「小」、 $0.33 \leq |\delta| < 0.474$ を「中」、 $0.474 \leq |\delta|$ を「大」と区分する。なお、本研究では比較の文脈に応じて第1群／第2群を定義する。具体的には、有無の分析では「受給者＝第1群／非受給者＝第2群」、重視度の分析では「重視群＝第1群／非重視群＝第2群」、金額の分析では本文で明記した比較に従い(例：高額群＝第1群／低額群＝第2群) δ の符号を解釈する。

4 本研究の分析対象は、2019年重視群 $n=58$ 、2023年重視群 $n=43$ である。性別はいずれも男性が多数で、2019年＝63.8%(37/58)、2023年＝69.8%(30/43)と後年でやや男性比が高い。年齢分布は近似しており、30代が最頻(2019年＝65.5%、2023年＝62.8%)、次いで40代(同25.9%、25.6%)、50代(同8.6%、11.6%)で大差はない。居住ブロックも大枠は一致し、関東・中部・近畿で多数を占める(2019＝37.9%/24.1%/15.5%、2023年＝46.5%/23.3%/16.3%)。細部では、2023年で関東比がやや高く、九州が0%(2019年は1.7%)である一方、東北・中国は2019年より比率が小さい。職業は会社員が最多で、2019年＝63.8%、2023年＝76.7%と後年で集中が強まる。他の就業形態(自営業・パート等)は両年とも少数で構成の違いは限定的である。世帯年収は両群とも「400～600万円」が最頻(2019年＝22.4%、2023年＝27.9%)で、「600～800万円」も厚い(15.5%、20.9%)。2019年は「不明・わからない」が17.2%とやや多く、2023年は6.98%にとどまる。婚姻(2019年＝44.8%、2023年＝41.9%)・子の有無(同44.8%、48.8%)も近似しており、家族構成の面でも大きな偏りは認められない。

重視群が有意に高い。具体的には CCI4: $\delta = -0.234$ ($p < .05$), CCI5: $\delta = -0.265$ ($p < .05$), CCI6: $\delta = -0.233$ ($p < .05$) で、いずれも小程度の効果量に相当する。他者依願に関わる CCI10 は $\delta = +0.242$ ($p < .05$) で 2019 年重視群が有意に高い。効果量は小程度である。すなわち、2019 年群の方が「地域のことを他者に任せがち」な傾向が強く、2023 年群ではその傾向が弱く、地域に主体的なことが分かる。さらに修正地域参画総量では、mGAP2 が中程度の効果量に達した。具体的には mGAP2: $\delta = -0.334$ ($p < .01$) で 2023 年重視群が有意に高い。このように、自己決定を意味する CCI4～6、および他者依願を示す CCI10、地域推奨を表す mGAP2 に限っては、移住後の期間が短い 2023 年重視群の方が高い傾向が確認された。これらは地域との関係形成や主体性を反映する心理特性であり、移住初期に高まり、その後の経験によって変動し得る領域であることを示している。

表 2 2019 年重視群と 2023 年重視群の比較（コミュニティ意識）

評価指標	内容	略称	中央値		p 値	効果量 Cliff's Delta
			2019年	2023年		
コミュニティ意識	連帯 積極性	CCI 1	3.5	4	0.219	-0.139
		CCI 2	4	4	0.157	-0.160
		CCI 3	3.5	4	0.239	-0.132
	自己決定	CCI 4	4	4	*	-0.234
		CCI 5	4	4	*	-0.265
		CCI 6	4	4	*	-0.233
	愛着	CCI 7	4	4	0.596	-0.060
		CCI 8	3	3	0.952	-0.007
		CCI 9	3	4	0.512	-0.075
	他者依願	CCI 10	3.5	3	*	0.242
		CCI 11	4	3	0.064	0.211
		CCI 12	3	3	0.130	0.172

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(出所) 筆者作成

表 3 2019 年重視群と 2023 年重視群の比較（コミュニティ意識、修正地域参画総量、その他）

評価指標	内容	略称	中央値		p 値	効果量 Cliff's Delta
			2019年	2023年		
社会関係 資本	社会的信頼	SC 1	4	4	0.192	-0.142
	ネット ワーク	SC 2	4	4	0.182	-0.148
	互酬性 の規範	SC 3	3.5	4	0.052	-0.217
修正地域 参画総量	地域推奨	mGAP 1	3.5	4	0.062	-0.210
	地域推奨	mGAP 2	4	5	**	-0.334
	地域参加	mGAP 3	4	4	0.364	-0.101
	地域感謝	mGAP 4	4	4	0.269	-0.125
その他	自由意志	OQ 1	4	4	0.381	-0.097
	事前調査	OQ 2	3.5	4	0.133	-0.169
	定住意向	OQ 3	4	4	0.229	-0.136
	行政信頼	OQ 4	4	4	0.373	-0.100
	生活満足	OQ 5	4	4	0.058	-0.211

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(出所) 筆者作成

一方、ネットワークなどの社会関係資本や連体積極性、地域愛着、生活満足、行政信頼、定住意向などの指標では2019年重視群と2023年重視群の群間差が認められず、(同一のサンプルではないものの)移住後4～5年を経ても同水準の数値が維持されていた。これらは生活基盤の適応や行政サービス全般など多様な要因により比較的安定した心理成果に達している可能性が考えられる。特に後者は、移住支援金を契機とした動機づけが短期的に消失するものではなく、移住後5年程度という中期的にも一定程度維持されていることを示している。

本研究では、これを「移住支援金の持続性」と捉えたい。つまり、移住直後に支援金が付与されることで得られた移住者の地域への愛着や住民とのつながり、生活の満足度などは、時間経過とともに自動的に弱まるのではなく、少なくとも中期的には失われずに保たれていると解釈できる。

4-3. 2023年重視群と非重視群の広報活用の比較

前節では、多くの指標で2019年重視群と2023年重視群に差がみられず、移住支援金による心理効果が中期的にも維持されている「移住支援金の持続性」が示唆された。ただし、地域に対する自己決定感や地域推奨意欲(CCI4～6、CCI10、mGAP2)といった、外発的動機づけの内在化の中核領域については統計的に差が認められていたことから、変動の余地が残されている。すなわち、これらは移住後の経験によって強化も弱化もされ得る「内在化の途上」にある心理特性であると考えられる。本節では、この領域に焦点を当て、行政広報がその形成にいかに関与するのかを検証する。

本節では、この内在化の進展を支える条件として、自治体による行政広報に着目する。行政広報は、移住者と地域社会との接点を提供し、主体的関与の形成に寄与する環境要因となり得る。特に、移住初期の経験が内在化の方向づけに重要であると考えられることから、2023年の移住支援金受給者のうち「重視群」と「非重視群」を比較し、広報チャネル活用と上記の心理指標との関連を検証する。

4-3-1. 2023年重視群と非重視群の広報活用の程度の比較

本研究では、移住支援金の受給者において「重視群」と「非重視群」の間で、移住後に活用する情報収集の差異をマン=ホイットニーのU検定を用いて検証した。その結果を表4に示す。

表4 2023年重視群と非重視群の広報活用の程度の比較

情報収集の手段	中央値		p値
	重視群	非重視群	
クチコミ	4	3.5	0.369
ニュース	4	2	***
広報誌	4	2	***
回覧板	4	2	**
住民主催の集会	4	1	***
行政主催の集会	4	1	***
行政のSNS	4	2	0.088

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(出所) 筆者作成

情報収集の手段としては「友人・知人・家族からの情報」（以下クチコミ）、「テレビ・新聞・雑誌・ラジオのニュース」（以下ニュース）、「市町村が発行する広報誌」（以下広報誌）、「回覧板」、「住民が主催する集会：町内会や自治会、寄合、集会、婦人会等」（以下住民主催の集会）、「市役所・役場が主催する集会：講演会、セミナー、ワークショップ」（以下行政主催の集会）、および「市役所・役場の Facebook・Instagram などの SNS」（以下行政の SNS）の 7 つの広報チャネルを用いた。

分析の結果、重視群の方が一貫して活用度が高く、とりわけニュース（中央値=4.0 vs 2.0, $p<.001$ ）、広報誌（4.0 vs 2.0, $p<.001$ ）、回覧板（4.0 vs 2.0, $p=.003$ ）、住民主催の集会（4.0 vs 1.0, $p<.001$ ）、行政主催の集会（4.0 vs 1.0, $p=.001$ ）において有意な差が確認された。これらはいずれも地域社会との接点を持つ情報チャネルであり、移住支援金を重視して移住した層ほど地域の制度的・社会的広報に積極的に接触していることが明らかとなった。

一方、クチコミ（ $p=.369$ ）や行政の SNS（ $p=.088$ ）については有意差が見られず、個人ネットワークやオンライン情報は重視群・非重視群で同程度である。これらは、移住支援金などの外発的動機づけのみならず、受給後に展開される多様な広報活動が移住者の心理形成に関わり得ることを示唆する。

4-3-2. 広報活用が意識形成に及ぼす影響の検証

前項の分析では、移住支援金を重視した層は非重視層に比べて、移住後に行政広報や住民との接点を積極的に活用していることが明らかとなった。しかし、広報活用の程度に差があることが確認されても、それが移住者の意識形成、とりわけ自律性の獲得や地域への主体的関与にどのように影響を及ぼすのかは依然として明らかではない。そこで本項では、重視群および非重視群それぞれについて、広報チャネル活用が意識形成へ与える効果を重回帰分析により検証する。

本研究では独立変数として、クチコミ、ニュース、広報誌、回覧板、住民主催集会、行政主催集会、行政の SNS の 7 チャネルを用いた。従属変数は、年差比較で差が認められた自己決定感に関連する CCI4・CCI5・CCI6、他者依願を示す CCI10、および地域推奨を示す mGAP2 とした。これにより、各チャネルが移住者の心理的定着にどのように寄与するかを検討した。重視群の結果を表 5a に、非重視群の結果を表 5b に示す。

表 5a 重視群の重回帰分析結果

従属変数	説明変数	標準化係数 β	p 値	R^2
CCI5	行政の SNS	0.45	*	0.417
CCI6	広報誌	0.38	*	0.329
CCI6	住民主催の集会	0.35	*	0.329
CCI10	ニュース	-0.3	*	0.192

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

（出所）筆者作成

まず重視群(表 5a)をみると、CCI5では行政の SNS が正の関連を示した($\beta = .45, p = .017, R^2 = .417$)。SNS は基本的にはプル型メディアであることから、移住者自らがオンライン上の行政情報へのアクセスし、行動できているという感覚(自律性)を支える可能性がある。また CCI6 では広報誌($\beta = .38, p = .016$) および住民集会($\beta = .35, p = .020$) が正の関連を示した。広報誌は、先ほどの SNS とは異

なり、プッシュ型メディアであるが、地域情報を網羅した行政広報の中心的メディアである。広報誌による地域の理解深化や実際の住民との交流が、地域に対する当事者意識（主体的関与）を促していると解釈できる。CCI10（他者依願）についてはニュースが負の関連（ $\beta = -.30, p = .043, R^2 = .192$ ）を示し、外部情報参照が「地域のことを他者任せにしない」態度を形成することに寄与していると考えられる。これらの効果はいずれも中程度以上の説明力を有しており、外発的動機づけを契機とした移住者の行動が、広報チャンネルを介して自律的な地域関与へと内在化していくプロセスを裏づける。

次に、移住支援金を「重視していない」と回答した受給者に着目し、移住後の広報活用が意識形成に与える影響を検証した（表5b）。その結果、有意な関連が確認されたのは地域推奨（mGAP2）のみであり、テレビ・新聞・雑誌・ラジオといったニュース活用が正の効果を示した（ $\beta = .82, p = .042, R^2 = .044$ ）。移住支援金を強く動機としない層においては、彼らが積極的に接触することのない行政チャンネルではなく、普段の生活で目にする一般メディアによる地域情報が、地域イメージの形成や「他者に薦めたい」という肯定的評価を支える要因となり得ることが示唆される。

表5b 非重視群の重回帰分析結果

従属変数	説明変数	標準化係数 β	p 値	R ²
mGAP2	ニュース	0.82	*	0.044

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(出所) 筆者作成

一方で、自己決定感や他者依願について有意な効果は認められず、重視群とは異なり、行政広報・住民接触チャンネルが心理的定着（自律性・主体的関与）へ寄与している兆候は確認できなかった。つまり、非重視群では、外発的動機づけを契機としない移住であるがゆえに、行政との関係性がまだ形成されておらず、普段のマスメディアなどのニュースのみが情報源となり、それが地域イメージ向上の中心的役割を担うと考えられる。

5. 考察：動機づけ理論による解釈

5-1. 移住支援金と持続性

本研究は、自己決定理論（SDT）が提示する「外発的動機づけの内在化」プロセスに着目し、移住支援金という外発的動機づけを契機とした移住において、コミュニティ意識、社会関係資本、修正地域参画総量等がどのように維持されているかを、年次差に基づき検証した点に特徴がある。野口（2025a）では、移住支援金重視群が非重視群に比べて、社会関係資本や連体積極性、地域愛着や行政信頼などが有意に高かったが、5年という中期の時間の経過後も、それらが大きく低下していないことは、その「持続性」を示すものである。

ここで重要なのは、移住支援金それ自体ではなく、その後に行われる行政広報・住民接触機会などの環境要因が、基本心理欲求（自律性・有能感・関係性）を充足した可能性がある。研究知見によれば、内在化は自律性の支持・有能感の支援・関係性の充足という条件が整ったときに進展する（Ryan & Deci, 2000）。外発的動機づけを手がかりとしても、地域との相互作用を通じて心理的な「自分ごと化」が生じていると推察される。換言すれば、「金銭＝短期・減衰」という単純化ではなく、先行研究でも繰り返し指摘されていたように「移住後の受け入れ体制が内在化を支えることで、外発的動機づけを起点とした移住であっても、ポジティブな意識が維持される可能性」が示唆される。

5-2. 行政広報が果たす役割

年差比較の結果、移住支援金を重視した層では、社会関係資本や地域愛着等の多くの意識が移住後も一定水準で維持され、短期的な外発的動機づけが中期的にも消失しない持続性が示唆された。本研究はこの継続を、行政広報や住民接触といった受け入れ体制を通じて心理的内在化が支えられている可能性として解釈する。

例えば、2023年に移住支援金を活用して移住した受給者が、移住後に行政広報を通じて地域イベントや生活情報に継続的に接触することで、地域内での人間関係や役割を獲得し、「ここに住むことは自分の選択である」と認識するに至るケースが考えられる。これは外発的動機づけが地域理解と関係性形成を通じて内在化へ向かう一例として説明できる。

また、本研究の回帰分析では、移住支援金を重視した層において、広報誌や行政のSNS、住民主催の集会といった広報チャネルの活用が、自律性や地域推奨意欲の高さと関連していた。一方、移住支援金を重視しない層では、テレビ・新聞等のニュースのみが地域推奨意欲と関連しており、広報環境の機能には明確な差異がみられた。すなわち、移住支援金を契機とした移住者ほど行政広報に自律的にアクセスし、新生活への適応と結びつけていることが示唆される。

以上の知見は、シティプロモーションにとって重要な含意を持つ。すなわち、

- 広報誌や住民交流機会は、移住者の主体的関与の足場となり得る
- 行政のSNSは、新生活情報の提供を通じ自律性の形成に寄与し得る
- ニュース等の一般メディアは、行政広報が届きにくい層の地域評価形成に有効

といったターゲット層に応じた広報戦略の必要性を示している。

また、こうした内在化は「受け入れ体制が機能する場合にのみ成立する」という条件依存性をもつ。行政広報は移住支援金を単なる「金銭的補助」ではなく、「新生活の立ち上げを支援する資源」として提示することが求められる。この資源的フレーミングは、移住者の自己決定感と地域推奨意欲を高めるとともに、地域住民にとっても移住者を「部外者」ではなく「地域を共に担う主体」として位置づける契機となる。結果として、移住支援施策は地域ブランドの強化と長期的な定着促進の両立に寄与する。以上の点から、行政広報は外発的動機づけの効果を心理的定着へと橋渡しする重要なコミュニケーション手段として言えるだろう。すなわち、「地域への誘致」と「移住後の主体的関与」というシティプロモーションの二つの目標を結びつける役割を果たす可能性が示唆された。

5-3. 本研究の学術的貢献

本研究の学術的貢献は、理論的・方法論的・実証的・実務的次元において多面的に位置づけられる。

第一に、理論的貢献として、移住支援金の効果を従来の「受給の有無」による単純比較から脱し、「移住支援金の重視度」と「年次差」を掛け合わせる分析を導入することで、外発的動機づけが時間の経過とともに内在化し得る条件を検討できる理論的射程を拡張した。すなわち、移住支援金などの外発的動機づけを、短期的誘致にとどまらず、自己決定理論が示す心理的定着プロセスの中に位置づけた。

第二に、広報研究への貢献として、行政広報の役割を「情報伝達」に限定せず、「外発的動機づけと住民との主体的関与を媒介する政策コミュニケーション」として捉える新たな視角を提示した点である。特に、移住支援金重視者ほど行政広報チャネルを自律的に活用し、自己決定感・地域推奨意欲が高いという実証結果は、行政広報が移住者の主体的関与を支える心理的媒介機能を持つことを示した。この理論的橋渡しにより、シティプロモーション研究と行政広報研究の「結節点」を明確化した。

第三に、方法論的貢献として、擬似縦断デザインならびにマン=ホイットニーU検定・Cliff's δ な

どのノンパラメトリック手法を援用し、年次間の変化を統計的に評価した点に新規性がある。ただし因果推定ではなく、時間的差異の解釈にとどまる。

第四に、実証的貢献として、全国調査データに基づき、移住支援金が地域の受け入れ体制との相互作用を通じて、自己決定感・地域推奨意欲・他者依願との関連が示された。従来、「地域愛着形成の主因は非金銭的要素」という議論に対し、金銭的施策も適切な広報環境が伴えば心理的定着へ接続し得る可能性を示した。

第五に、実務的貢献として、移住支援金を「条件付き報酬」として提示するのではなく、「新しい生活を立ち上げるための資源」として広報する視座を提示した。このフレーミング転換は、行政広報・シティプロモーション戦略において、短期的誘致と中長期的定着を統合する実装上の示唆を提供する。

総じて、本研究は外発的動機づけと行政広報を媒介する心理的プロセスを実証した点で、移住政策研究と広報学研究の学際的統合を前進させたと評価できる。

5-4. 本研究の限界

本研究にはいくつかの限界が存在する。第一に、分析対象はインターネット調査による回答者に限定されており、標本が全国移住者の全体像を必ずしも代表していない点である。パネル特性や回答傾向が結果に一定のバイアスを与えている可能性は否定できない。

第二に、本研究は移住支援金評価を目的として設計された二次データを用い、2019年と2023年の二時点を比較した擬似縦断デザインであるため、外発的動機づけを包括的に測定できていない点に限界がある。また、年差には社会文脈の変化（COVID-19、テレワーク普及、支援制度の周知進展等）や、他の制度的支援・行政広報環境など外発的要因の影響が含まれる可能性がある。したがって、本研究の成果は支援金の独立した因果効果を断定するものではなく、「移住支援金を重視した移住者において、ポジティブな意識指標が維持・向上している傾向を確認した」という範囲に限定して解釈する。

第三に、本研究で用いた「重視度」は自己申告に基づく認知的評価であるため、移住支援金が移住行動に与えた影響の大きさを厳密に示すものではない。今後は、支援金が移住の決め手となったかを直接問う項目などと併用し、重視度の精緻化が求められる。

以上の限界を踏まえると、移住支援金による効果がどのような地域環境のもとで持続し、また減衰するのかを明らかにするためには、地域ごとの行政広報の実施状況や住民受容性を含めたフィールドワークによる質的検証が不可欠である。また、移住後の心理指標がどのような軌跡を辿るのかを把握するためには、同一移住者を継続的に追跡するパネル調査による因果推定が求められる。こうした方法論の拡張により、本研究で示した「外発的動機づけの内在化」プロセスを、より精緻な形で実証できるだろう。本研究はその第一歩として、行政広報が移住支援施策の心理的効果を支える可能性を提示した。今後の実証研究が進むことで、移住政策の設計と受け入れ体制づくりの両面から、持続的な定着促進に貢献する知見が蓄積されることが期待される。

謝辞

本研究は日本学術振興会（JSPS）科学研究費助成事業（課題番号：23K17167）の助成を受けたものである。

参考文献

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum (Springer).

- Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125 (6), 627-668.
- 石盛 真徳・岡本 卓也・加藤 潤三 (2013). コミュニティ意識尺度(短縮版)の開発. *実験社会心理学研究*, 53 (1), 22-29.
- 五十石 俊祐・牛島 健・佐々木 優二 (2024). 地方移住者の幸せの感じ方と居住継続意向の関係に関する研究—地方移住者の定住促進に向けた基礎的研究：北海道富良野市を対象に—. *日本建築学会計画系論文集*, 89 (821), 1305-1313.
- 河井 孝仁 (2009). シティプロモーション—地域の魅力を創るしごと—. 東京法令出版.
- 河井 孝仁 (2017). 「失敗」からひも説くシティプロモーション—なにが「成否」をわけたのか—. 第一法規.
- 近藤 恵介 (2022). Ex Ante Evaluation of Migration Subsidy: Evidence from Japan (RIETI Policy Discussion Paper No.22-P-031). 経済産業研究所.
- 三井 祐介 (2022). 行政広報チャンネルの特徴と広報誌の活用状況について. *公共コミュニケーション研究*, 7 (1), 17-30.
- 三井 祐介・伊藤 直哉 (2021). 政令指定都市における行政広報チャンネルが協働意識に及ぼす影響—札幌市における住民意識の定量的分析—. *広報研究*, 25, 58-73.
- 三井 祐介・辻本 篤 (2025). 行政広報チャンネルと市政満足度との関係について—行政広報チャンネルの議題設定機能—. *広報研究*, 29, 21-36.
- 内閣府国民生活局 (2003). ソーシャル・キャピタル—豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて— 独立行政法人 国立印刷局.
- 野口 将輝 (2017). 地方自治体の行政広報評価に関する研究—自治体協働意識醸成の観点からの行政広報評価モデルの提起— 北海道大学博士論文 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院
- 野口 将輝 (2019). シティプロモーション評価の比較研究. *公共コミュニケーション研究*, 4 (1), 48-65.
- 野口 将輝 (2021). シティプロモーションはどのように評価すれば良いか. *公共コミュニケーション研究*, 6 (1), 17-30.
- 野口 将輝 (2025a). シティプロモーションとインセンティブの関係性に関する実証的考察—移住支援金と住民意識を中心に—. *公共コミュニケーション研究*, 10 (1), 61-75.
- 野口 将輝 (2025b). シティプロモーション全国調査2024の概要. *東海大学文化社会学部紀要*, (13), 221-229.
- 奥山 忠裕 (2020). 自然環境保全による移住助成金の軽減効果の計測. *土木学会論文集 G (環境)*, 76 (5), I_177-I_186.
- Romano, J., Kromrey, J. D., Coraggio, J., & Skowronek, J. (2006). Appropriate statistics for ordinal level data: Should we really be using t-test and Cohen's d for evaluating group differences on the NSSE and other surveys? Florida Association for Institutional Research Annual Meeting, Cocoa Beach, FL, February 1-3.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55 (1), 68-78.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.
- 多田 忠義 (2016). 移住促進政策の変遷と課題—鳥取県鳥取市の事例を踏まえて—. *農林金融*, 69 (5), 18-35.

【論文履歴】 初稿受理日：2025年8月31日 掲載確定日：2026年1月15日

【著者連絡先】 野口将輝：ma-noguchi@tokai.ac.jp

Does Government Public Relations Support Migrant Settlement? : An Empirical Analysis Focusing on the Internalization Process of Extrinsic Motivation

Masateru NOGUCHI
(Tokai University)

Abstract

This study examines whether governmental financial incentives can support sustainable post-migration settlement rather than merely trigger short-term relocation. Using a pseudo-longitudinal design with nationwide survey data from migrants in 2019 and 2023, we analyze psychological changes among subsidy-motivated movers. Results show improvements in many attitudinal indicators, including social capital and place. Furthermore, proactive engagement with municipal communication channels was associated with sustained community involvement, indicating that administrative communication may help transform externally driven relocation into lasting, self-determined attachment to place. Policy implications are discussed.

Keywords: city promotion, government public relations, self-determination theory, extrinsic motivation, migration subsidy