

もっと知りたい！移住と仕事

今月号では、タウンプロモーション推進部の取り組みの1つ、移住促進事業を令和4年度の実績とともにご紹介します。

① 総合移住促進事業

地域産業の課題である人材不足の解消に向けて、町外からの移住者の呼び込みを行なっています。求める人物像をイメージしながら、PRイベントの開催、メディアへの露出、町の取り組み紹介などを行い、下川町を知ってもらおうきっかけを作っています。

令和4年度は、新型コロナウイルスの感染状況が徐々に落ち着きを見せていたため、感染対策を講じながら現地での受け入れ施策を実施しました。肌で下川町を感じてもらえるよう、町内の案内やすでに移住した町民の話聞く機会を設けたツアーや町民交流会タノシモカフェなど、本町の魅力である「人とのつながり」を持てる機会づくりに注力し取り組みを展開しました。

主な活動実績は表1のとおりです。

▼総合移住促進事業実績(表1)

活動内容	実績数
移住サポートWEB「タノシモ」情報発信	21件
各メディア掲載(雑誌「スロウ」等)	59件
下川町PRイベント実施(オンライン・オフライン)	13回
オンラインコミュニティ「シモカワつながりLab」加入者数	14人
くらしごと(移住体験)ツアー	3回
タノシモカフェ開催(月1回開催)	12回
移住検討者相談対応(オンライン・オフライン含む)	1,053件

② 移住実績

表2のとおり、コロナ禍においてもオンラインを駆使し、毎月1本以上のイベントを行うなど積極的に取り組みを展開した結果、令和4年度は、32人が移住しました。

▼移住実績(表2)

移住実績	
平成28年度	3人
平成29年度	11人
平成30年度	32人
令和元年度	19人
令和2年度	32人
令和3年度	33人
令和4年度	32人

また、発足してからの移住実績は、7年間で162名となり、人口の約5%がタウンプロモーション推進部を通しての移住となっています。

お問い合わせ
下川町産業活性化支援機構
タウンプロモーション推進部
☎・☆4-3511
✉info@shimokawa-life.info

成果として、子育て世代に限らず、近年は若者世代、シニア世代と、幅広い年齢層が移住し、下川暮らしを楽しんでいる傾向にあります。それを受け、今年度は更なる移住検討者とのつながりを獲得するため、対面での下川町の魅力発信に尽力しています。

定着のための取り組み

月に1度、町民交流会「タノシモカフェ」を開催しています。町民間の新たな繋がりが広がり、地域に馴染みやすくなるきっかけとなるため、お気軽にご参加ください。

タウンプロモーション推進部とは



移住者の声

ここ2年間で移住された町民にも下川での暮らしや移住の決め手を聞いてみました。

【移住するにあたっての決め手】

移住の決め手は程よい手頃感。それは自動車がなくとも暮らせたり、丁度いい人との距離感。また、数多いイベントやタノシモカフェ等の交流できる機会があることは移住者にとっては有難い。

(60代男性 単身移住)

【移住して感じたこと】

魅力は、人。あらゆる縁が繋がる場所。やりたいことを応援してくれ、サポート体制が抜群。人生に向き合い、自立した考えを持っている人達ばかり。活気がありイキイキしていて、この町に無限の可能性を感じる。

(20代女性 単身移住)

【移住して感じたこと】

とにかく自然豊かなところと、道幅が広く交通量も少ないため安心して子供たちを遊ばせられるところ。木、草、花、虫など子供の興味をくすぐるものがたくさんあり、遊びに困らないのはありがたい。

(30代男性 家族移住)