

令和7年度 行政の諸課題解決のための大学生による多角的アプローチ事業
「人口減少対策（特に若者・女性にも選ばれる地方になるための取組）」

和気町の取り組み — 若者が住み続けたい、帰ってき たいと思う町になるために—

山陽学園大学ビジネス心理学科

1

和気町のシティプロモーション担当者への インタビュー

- 実施日時：2026年1月26日午前11時から12時
- 会場：和気町役場
- 対象者：新井清隆 氏、和気町総務部まち経営課 新田章博 氏

2

内容

現状の人口動態

対策

実績

現状の人口動態の捉え方

指標	現状	2030年の目標
若年人口 (20～39歳)	1,970人 (15.6%、2024 年)	2,000人 (16.7%)
社会動態数	▲17人	50人
転入者数	427人	500人
和気閑谷高校出願者数	103人	120人

3

4

現在の対策について

社会増減に注目、
都市部からの移住を重視

生産年齢人口を増やし、
社会システムの維持を目指す

ターゲットは子育て世代（
現状は50代以上の移住が多い）

若者と女性に選ばれるためのシティプロモーションの推進
SNSによる発信

関係人口の創出へ

- ・「交流人口」と「定住人口」の間の「関係人口」
- ・まず来訪機会を増やす→将来の移住に結びつける
- ・行き来する人「風の人」

5

6

関係人口の創出戦略：
ポップカルチャーの活用

大人気漫画「推しが武道館いってくれたら死ぬ」略して「**押し武道**」

知名度の低い地下アイドルと、アイドルのファンの物語

知名度の低い和気町を、地下アイドルとみなす

「押し武道」のファンに親近感をもってもらえるのでは？



和気町は、自治体会の
地下ドルです。

和気町のキャッチコピー

7

8

関係人口創出までの3つのステップ

「知ってもらう」

「来てもらう」

- ・イベント：複製原画展、スタンプラリー、パネル設置
- ・共感をテーマとするプロモーション（運営も作品ファン）

「好きになってもらう」

- ・和気町ファンクラブの設置
- ・行政の取り組みそのもののコンテンツ化

9

「推し武道」に頼らないコンテンツ開発を目指す

コスプレイベント

町民も好意的

若者の企画が通る、風通しのよい自治体イメージの構築

10

移住促進事業と現場の変化 移住者は「お客様」？

和気町役場職員へのヒアリング結果

業務負担の増加

1件当たりの対応時間

求められる対応の質や内容

業務外の対応

継続的に移住者の受け入れ対応を行うことの困難を感じる職員が半数

「移住してください」「移住してあげよう」

「移住してあげたんだから対応の扱いをしてほしい」

移住者が「お客様」になってしまう

11

お客様から **パートナー**（担い手）へ

コスプレ会場の清掃ボランティアを参加者が担う

12

実績

01

来町者
約5,000人

02

SNSのフォロー
ワー数
約5,200
アカウント

03

ファンクラ
ブ会員数
2,200人

04

メディア
掲載件数
109回

地方にいても面白い仕事ができる
若者の意見が採用された成功事例を作ってゆく