

①-1 カスタマージャーニーマップ -仕事を変えずに移住型-

ペルソナ

愛知県名古屋市在住の夫婦（夫、妻ともに30代）。夫の出身が愛知県であり、子ども（未就学児）との3人暮らし。子育てをするうちに、子どもが就学する前に公園や自然が多い地域など子育てしやすい環境での生活を考えるようになった。妻が三重県出身で実家の近くで生活し子育てを手助けしてもらうのもありだと思っている。子どももまだ小さいため転職等はせずに今働いている愛知県内の企業に通える地域がよい。

認知

認知層
ゴール

興味・関心

興味関心層
ゴール

比較・検討

移住決定

観測方法

—

メルマガ登録

配信したメルマガにおいて、物件情報へのリンクを3回以上クリック

思考

- ・自然豊かな地域での生活へ憧れ
- ・子育て環境の見直し
- ・一軒家への憧れ

メルマガ登録
（名古屋周辺の物件の情報や補助制度を中心に情報提供を行う）

- ・理想の戸建ての条件（場所・金額・間取り等）や周辺の生活環境（スーパー・病院など）、子育て環境（学校・教育機関・公園など）について思考する

配信したメルマガにおいて、物件情報へのリンクを3回以上クリック

- ・具体的な地域をある程度絞り込んで、理想の条件と照らし合わせた比較検討を行う
- ・より具体的な条件を考えたり、金額を試算する

行動

- ・戸建ての住宅への購入に対する興味を示すものの、自ら能動的に行動するフェーズではない
- ・地方移住に関する情報が目に止まれば読むレベル

- ・住宅購入・子育てに関する情報を能動的に収集し始める（住宅サイトで住まい探しや成功者の体験談を閲覧）
- ・理想の条件（暮らしの環境含む）を整理し始める

- ・通勤可能な地域で購入できる住宅を検討
- ・子育てで必要だと考える施設（公園や学校、病院等）を調べる
- ・移住や子育てに関する支援制度を調べる
- ・気になる物件について問い合わせ

タッチ
ポイント必要な
情報・体験

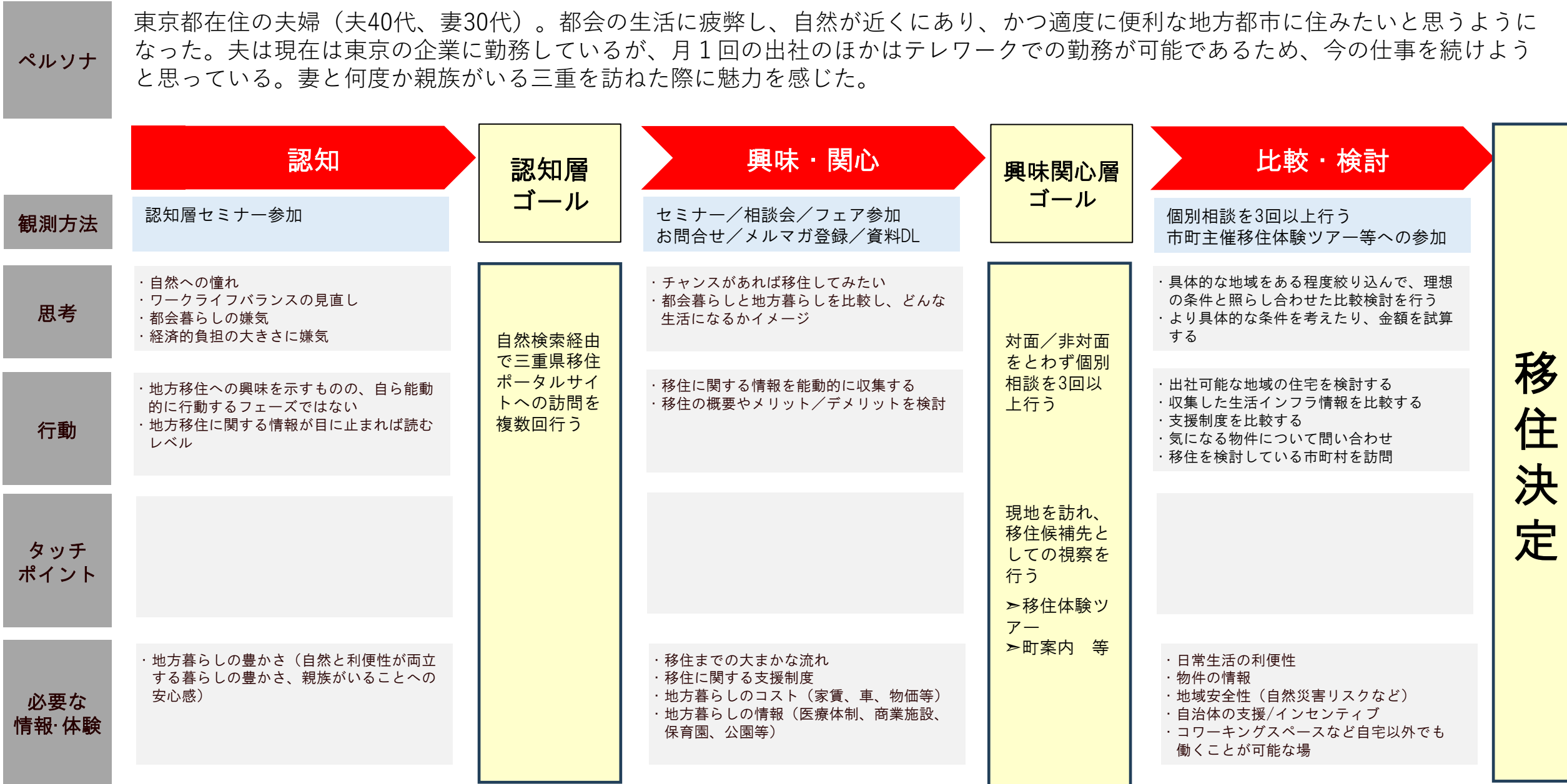
- ・地方暮らしの豊かさ（名古屋に通勤しながら、程よい自然と利便性を備えた暮らしや住まいの豊かさ）

- ・住宅購入のおおまかな金額・流れ
- ・成功者の体験談
- ・北勢エリアのざっくりした暮らしの情報（医療体制、商業施設、保育園、公園等）
→このような環境があるということを認知

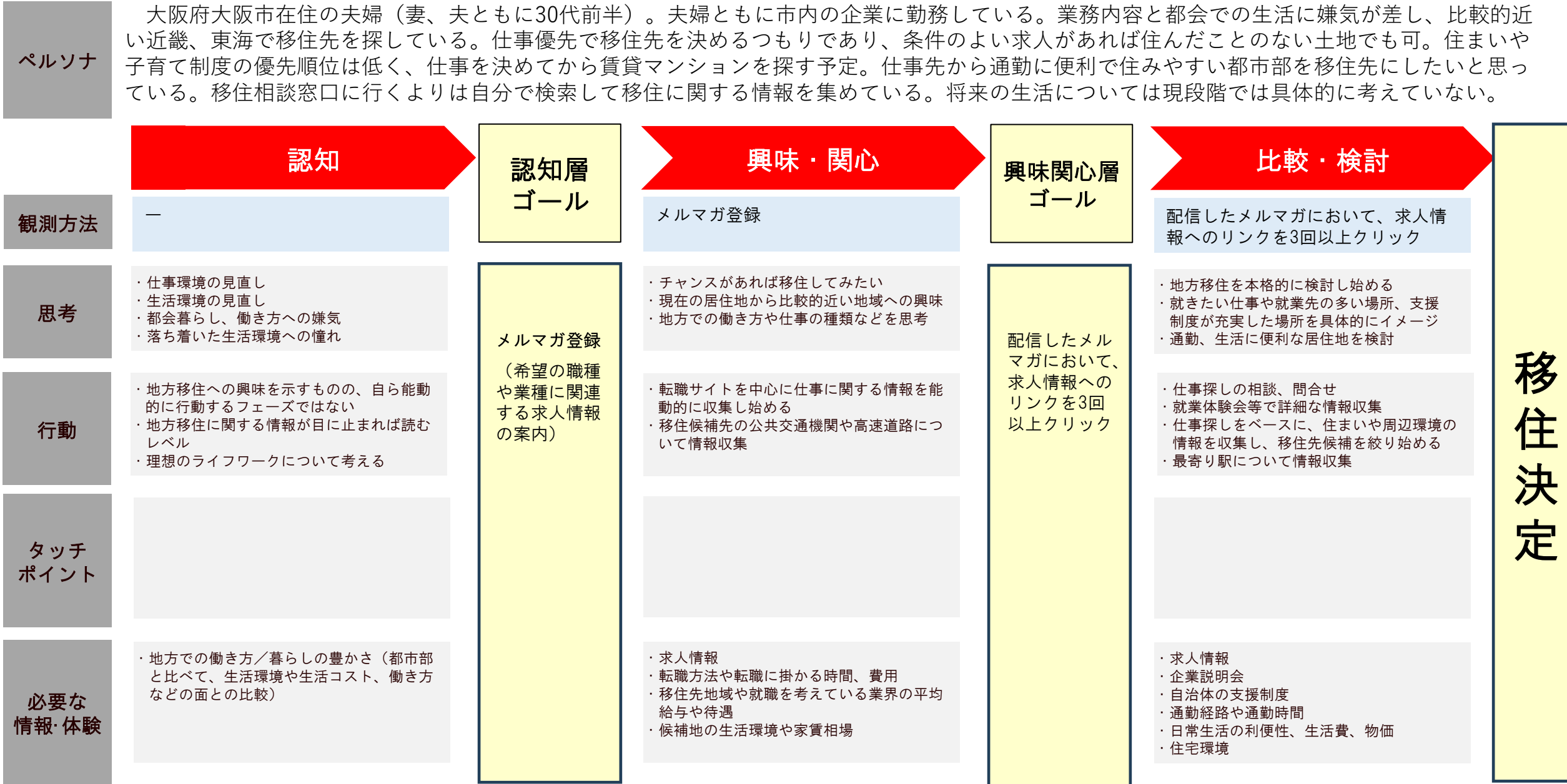
- ・住宅購入に係る費用
- ・生活費
- ・物件の詳細な情報
- ・子育て環境（施設や各市町の支援制度）
- ・地域安全性（自然災害リスクなど）

①-2カス タマー ジャー ニーマ ッ プ

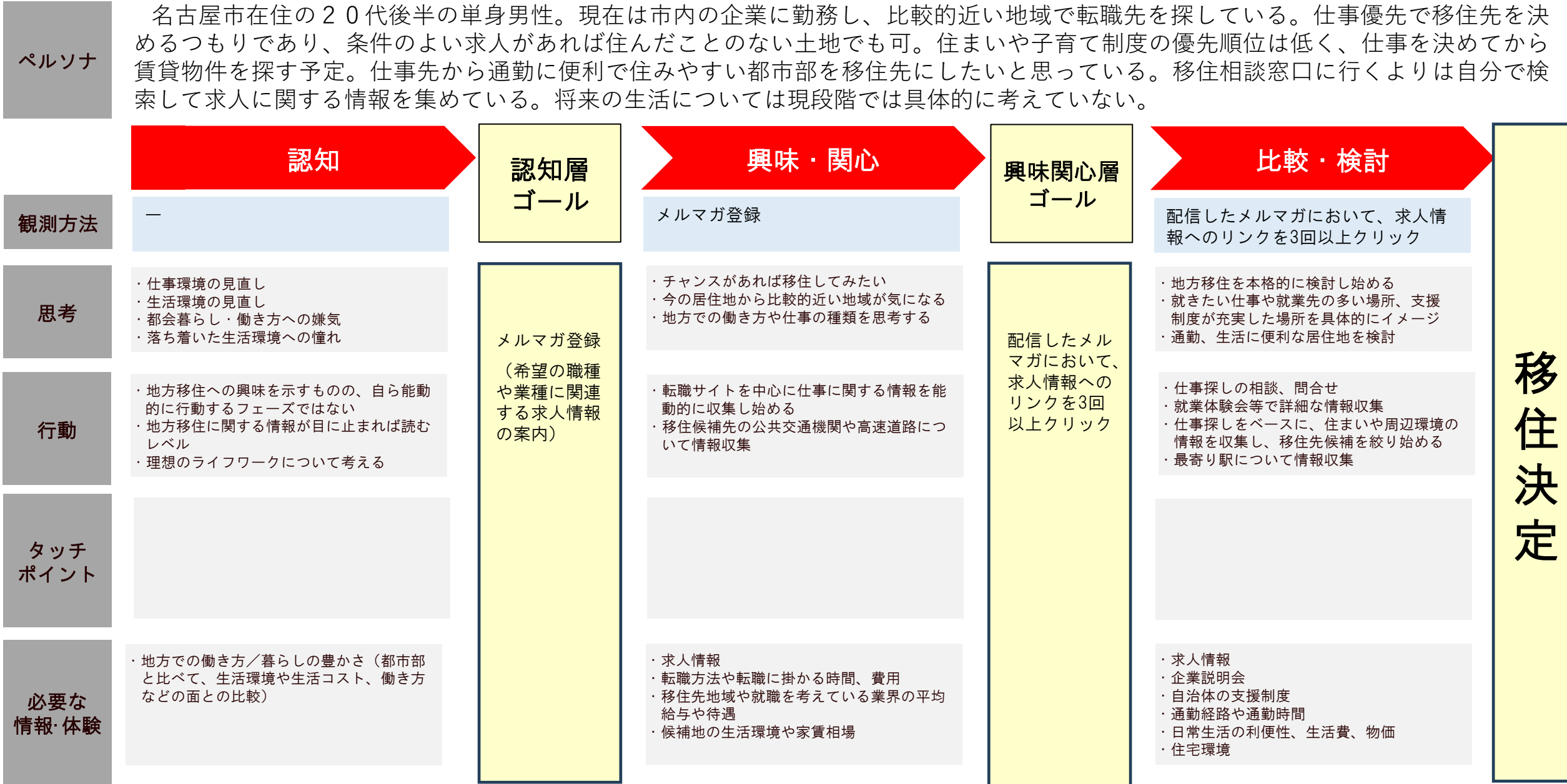
-仕事を変えずに移住型-



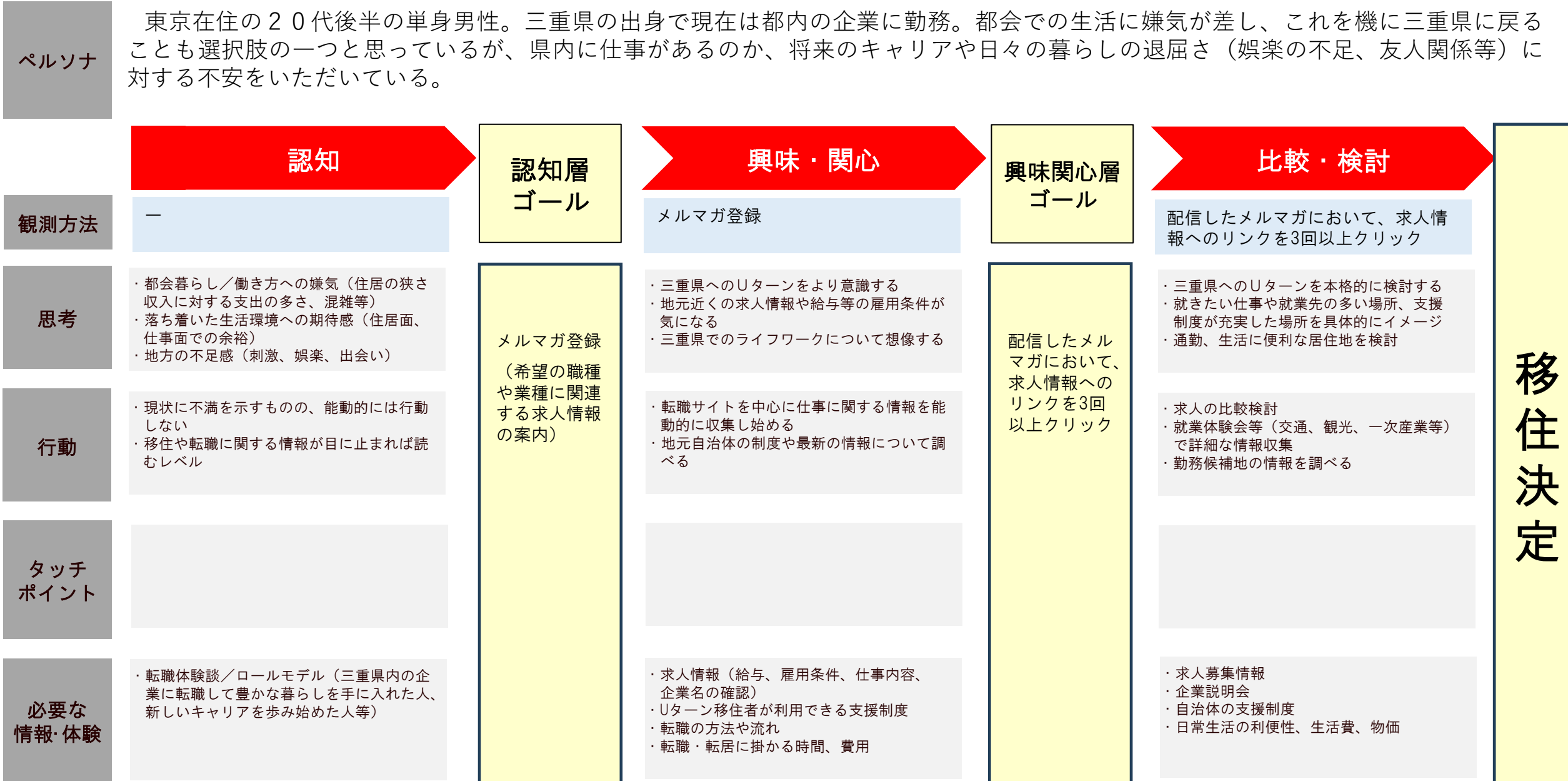
②-1 カスタマイザーニューマップ -仕事を見つけて移住型（世帯）-



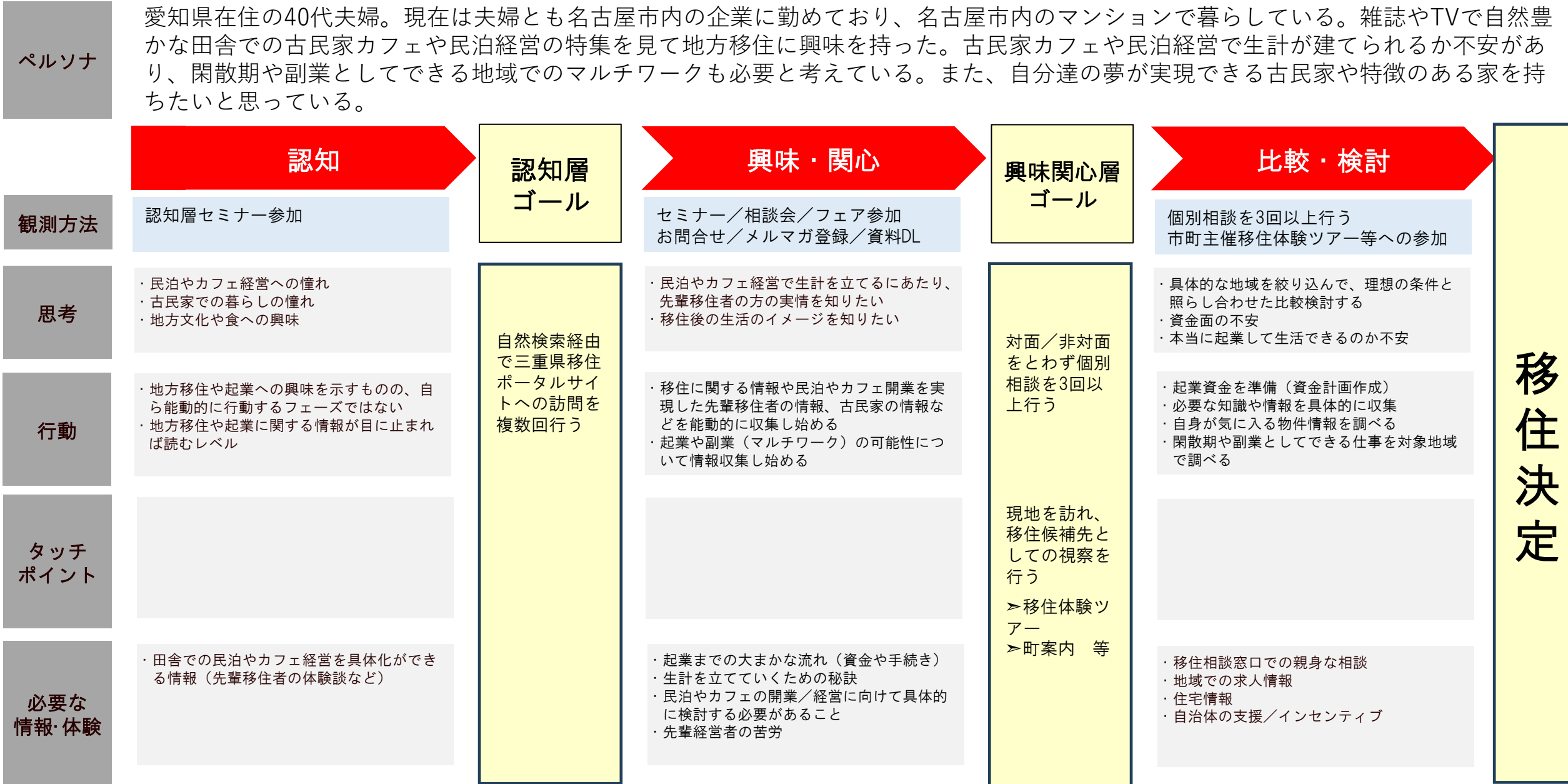
②-2-1 カスタマージャーニーマップ -仕事を見つけて移住型（単身）-



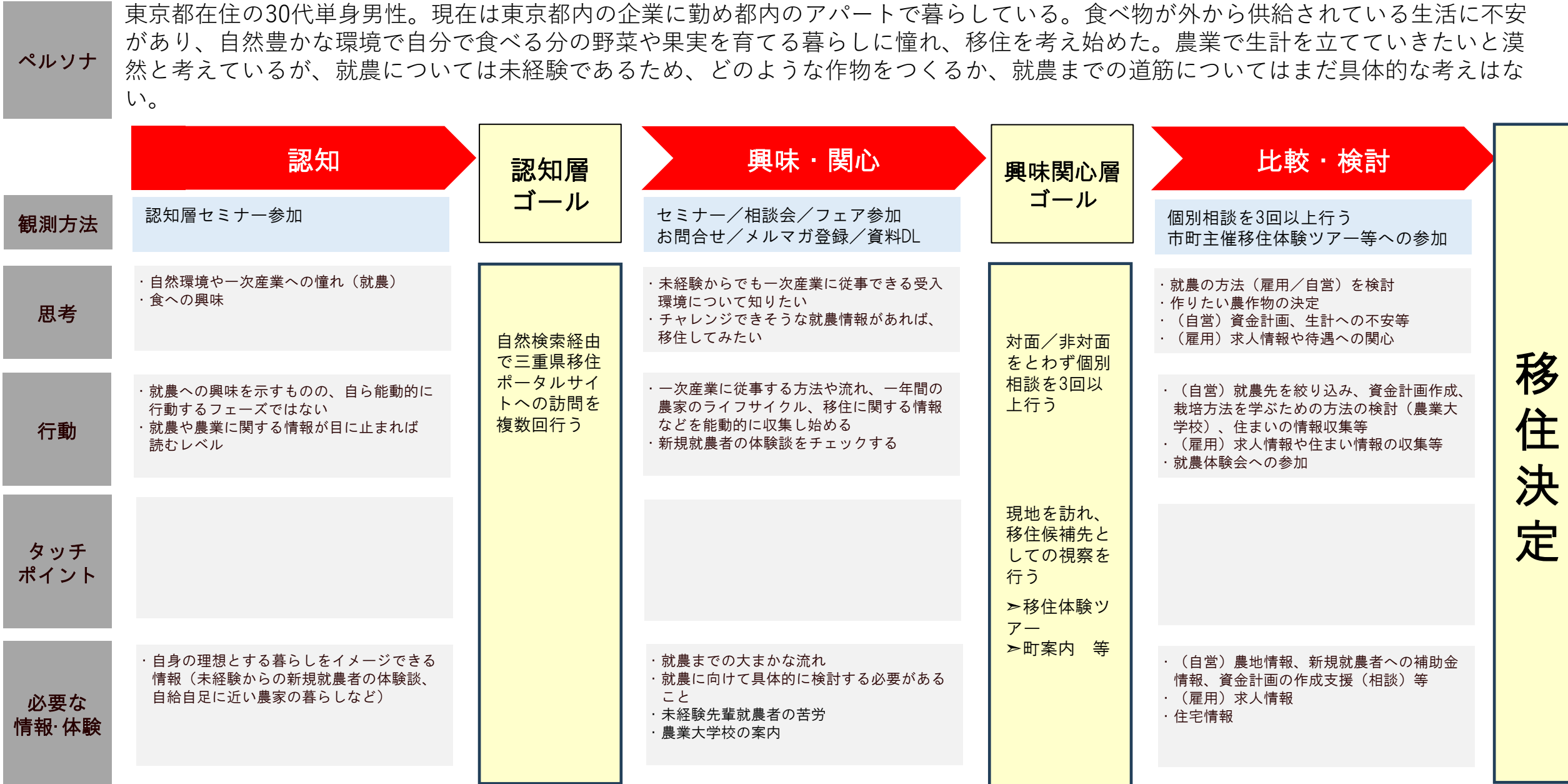
②-2-2カス タ マ ー ジ ャ ー ニ ー マ ッ プ -仕事を見つけて移住型（単身U）-



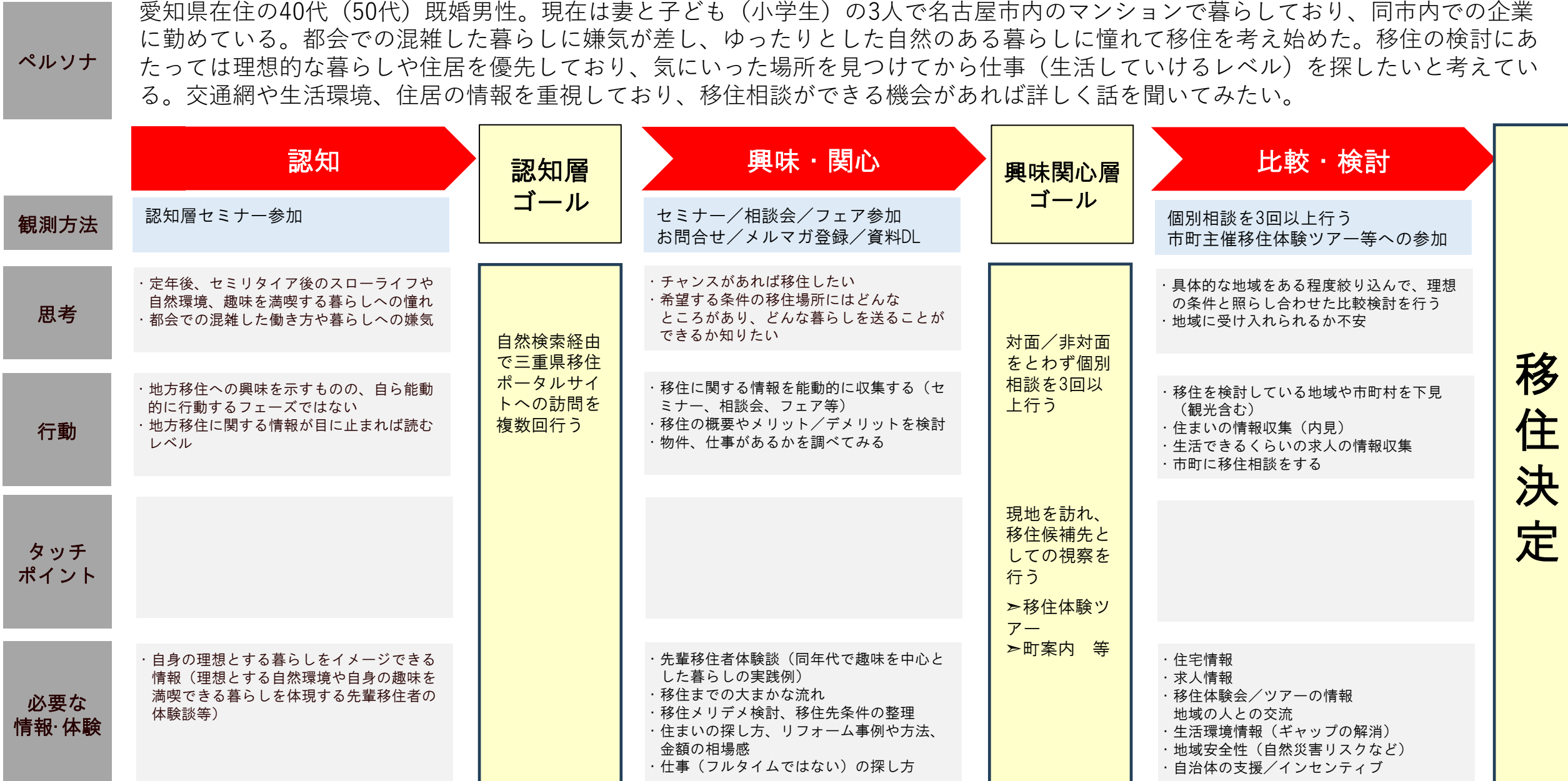
③-1 カスタマージャーニーマップ -やりたいことの実現重視型-



③-2カス タ マ ー ジ ャ ー ニ ー マ ッ プ -やりたいことの実現重視型-



④-1 カスタマイジャーニューマップ -自然環境や暮らしを重視型-



移住決定

④-2カス タ マ ー ジ ャ ー ニ ー マ ッ プ -自然環境や暮らしを重視型-

