

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-

別添資料 1

ペルソナ

愛知県在住の40代夫婦。現在は夫婦とも名古屋市内の企業に勤めており、名古屋市内のマンションで暮らしている。雑誌やTVで自然豊かな田舎での古民家カフェや民泊経営の特集を見て地方移住に興味を持った。古民家カフェや民泊経営で生計が建てられるか不安があり、閑散期や副業としてできる地域でのマルチワークも必要と考えている。また、自分達の夢が実現できる古民家や特徴のある家を持ちたいと思っている。

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

認知層セミナー参加

セミナー／相談会／フェア参加
お問合せ／メルマガ登録／資料DL

個別相談を3回以上行う
市町主催移住体験ツアー等への参加

思考

- ・民泊やカフェ経営への憧れ
- ・古民家での暮らしの憧れ
- ・地方文化や食への興味

- ・民泊やカフェ経営で生計を立てるにあたり、先輩移住者の方の実情を知りたい
- ・移住後の生活のイメージを知りたい

- ・具体的な地域を絞り込んで、理想の条件と照らし合わせた比較検討する
- ・資金面の不安
- ・本当に起業して生活できるのか不安

行動

- ・地方移住や起業への興味を示すものの、自ら能動的に行動するフェーズではない
- ・地方移住や起業に関する情報が目に止まれば読むレベル

自然検索経由で三重県移住ポータルサイトへの訪問を複数回行う

- ・移住に関する情報や民泊やカフェ開業を実現した先輩移住者の情報、古民家の情報などを能動的に収集し始める
- ・起業や副業（マルチワーク）の可能性について情報収集し始める

対面／非対面をとわず個別相談を3回以上行う

- ・起業資金を準備（資金計画作成）
- ・必要な知識や情報を具体的に収集
- ・自身が気に入る物件情報を調べる
- ・閑散期や副業としてできる仕事を対象地域で調べる

タッチポイント

- ・テレビ番組
- ・旅行や観光
- ・雑誌
- ・家族・友人・知人
- ・SNSや動画サイト
- ・Web広告（SNS、動画サイト等）

- ・SNSや動画サイト
- ・Webサイト
- ・空き家バンク
- ・移住フェア
- ・移住セミナー／移住相談会
- ・Web広告（SNS、動画等）

現地を訪れ、移住候補先としての視察を行う
➤ 移住体験ツアー
➤ 町案内 等

- ・起業・創業支援窓口
- ・不動産物件サイト／空き家バンク
- ・移住相談窓口
- ・移住体験会／ツアー
- ・地方自治体の公式サイト

必要な情報・体験

- ・田舎での民泊やカフェ経営を具体化ができる情報（先輩移住者の体験談など）

- ・起業までの大まかな流れ（資金や手続き）
- ・生計を立てていくための秘訣
- ・民泊やカフェの開業／経営に向けて具体的に検討する必要があること
- ・先輩経営者の苦勞

- ・移住相談窓口での親身な相談
- ・地域での求人情報
- ・住宅情報
- ・自治体の支援／インセンティブ