

2016年1月12日

**博報堂、地方移住・定住希望者の
価値観把握調査および分析プログラム提供を開始**
— 『地方移住者タイプ別分類調査』を実施し、7タイプに分類—

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：戸田裕一）は、「人」に注目して地域社会のブランディングを支援する「LoCoBra (Local Co-creation Branding：地域共創ブランディング)」活動の一環で、地域への移住・定住希望者の価値観を把握し、最適なソリューションを提供する調査・分析プログラムの提供を開始しましたので、お知らせいたします。

今まで地方移住・定住希望者はひとくくりで語られることが多く、その価値観の多様性が不明で、情報が届きにくいという状況がありました。博報堂では、この度『地方移住者タイプ別分類調査』を実施し、移住・定住希望者を価値観別に7タイプに分類。タイプ別に性年齢・家族構成などの特徴、移住の希望地や重視点・懸念点などの詳細を分析することで、最適なメディア設計などコミュニケーションプランや効率的なプロモーションプランを立案、実施します。これにより、地域への移住・定住希望者と地域社会との良質な関係作りを促進することを目指します。

当プログラムは、主に移住・定住者を募りたい地方自治体様へのご提供を予定しています。既に兵庫県豊岡市移住戦略プロジェクト「TOYOOCOME（トヨオカム）！」では、7つのタイプを活用し、適切な情報を提供する仕組みづくり等、先進的な取り組みを始めています。

■調査概要

調査時期：2015年12月

調査方法：インターネット調査

調査地域：全国

調査対象者：20-69歳男女

調査人数：2000人

■移住・定住希望者価値観 7タイプ**タイプⅠ：こだわりモノづくり志向**

自分の好きなこと、やりたいことにのみ、時間と手間を集中させたシンプルライフを理想とするタイプ。自分で農作物を育てたり、伝統的なモノづくりといったことにも興味があり、仕事に生きるよりも、自由に、自分らしく、生活を楽しむことを重視。

タイプⅡ：スローライフ志向

都会の忙しさや、煩わしい人間関係に疲れ、仕事からは離れ、のんびり気ままな田舎暮らしを志向するタイプ。移住によって、おいしい食べ物、水・空気に囲まれた、健康で安定したナチュラルライフを理想とする。

タイプⅢ：アーリーリタイア志向

老後は自分の好きなことや興味のあることに囲まれながら、できるだけのんびりと、豊かで楽な生活をおくることを志向する。現状、日常生活への満足度が全体的に低く、解放されて日々のんびり過ごすことへの欲求が強い。

タイプⅣ：教育移住志向

家族の幸せを第一に考え、自然豊かな環境のもと、子供によりよい教育を与えられる場所を模索している。

タイプⅤ：地域コミュニティ創造志向

家族・友人や近所に住む人々との関係性を大切に、コミュニケーションを楽しむタイプ。ボランティア等に参加し、地域に根差した活動で、地域社会の活性化を積極的に図ることを考えている。

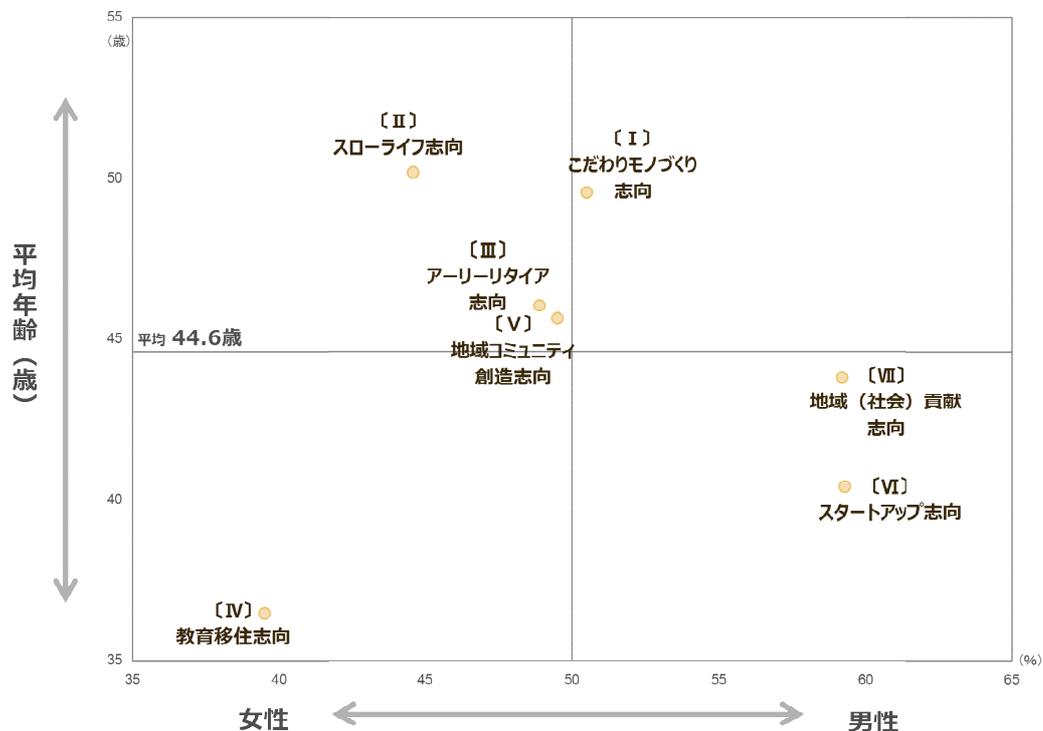
タイプⅥ：スタートアップ志向

自分を磨き、自分の力でビジネスを起業。新しいことにどんどんチャレンジして、世の中に自分を表現できる場所を探しているタイプ。

タイプⅦ：地域（社会）貢献志向

社会や地域の問題に積極的に取り組み、自分の知識・経験・能力を社会に還元することを自分の役割と考えているタイプ。

性別年齢構成



■博報堂ブランドデザイン

博報堂内の次世代型コンサルティング専門チーム。マーケッター、デザイナー、コピーライター、一級建築士、組織開発コンサルタント、リサーチャーなど、多彩なバックグラウンドを持ったメンバーより構成され、戦略からアウトプットまでをワンストップで実行するのが特徴。ブランド戦略立案をはじめ、組織・風土改革、ビジョン策定、新事業開発、商品・サービス開発、CI・VI、ネーミング、空間デザインといった様々なビジネス領域をカバーし、クライアントや外部専門家と深くコラボレーションする「共創型」のプロジェクトを得意としている。(リーダー：宮澤正憲)



博報堂ブランドデザイン公式 HP <http://www.h-branddesign.com/>

【本件に関するお問い合わせ】 博報堂広報室 西尾・竹本 TEL：03-6441-6161