



**見つけて、体感。**

**～子育て世代へのアプローチ方法～**

## グループ2 メンバー紹介

- 青野 純也 (青山学院大学4年)
- 岡 姫乃 (武蔵野音楽大学卒)
- 松井 滢児 (商工組合中央金庫)
- 清水 修虎 (早稲田大学大学院1年)
- 藤田 櫻子 (東京都立大学3年)
- 松長 美咲 (横浜市立大学2年)
- 川又 天斗 (明治大学2年)
- 大塚 英彰 (東京歯科大学1年)

## 課題：オーダーメイド型移住体感ツアーの子育て世代の参加者を増やすためにはどうすればよいか

提案は 3 点

- ① HP上への移住体感ツアーの具体例の掲載
- ② 若者主体でまつやまを発信する SNS(インスタグラム、TikTok等)アカウントの創設。
- ③ LINE のアカウントにて、AI チャットボットを採用し、具体案のシュミレーションの提供

## ① HP上への移住体感ツアーの具体例の掲載

### 提案理由

オーダーメイド型移住体験ツアーのサイトに参考例や手軽な動画を張っておくことで手軽に見ることができる

松山に少しでも興味を持った人が、松山への移住について真剣に考えるようになる

### 提案内容

健全な子育て環境を知る



松山市の人や風土を感じる



移住について前向きに捉える

この「知る、感じる、移住」の三段階をもとに簡単にオーダーメイドできる環境を作っていきたい

## オーダーメイド型移住体験ツアーモデルコース

9:00 松山市駅 集合

伊予鉄バス（9:30発）でこどもの城へ

10:40 ①こどもの城

12:50 伊予鉄バス（12:50発）で松山市駅へ

13:30 ②銀天街でランチ

14:40 近くの喫茶店で市の職員と③空き家物件について相談  
→終了後、解散

# こどもの城について

## こどもの城の良いところ

- ・ 訪れたお父さんお母さんどうしの交流
- ・ 子育て関連のイベントや相談会の充実
- ・ 自然とのふれあい
- ・ 子供が遊べる遊具が多い

## 保護者の感想

定期的に親子クラブがあり、生後11か月から通っていた。たくさんの職員の方がいて、当時は愛媛大学教育学部の教授がご退職された後、相談員としていらしていたので、よく育児相談もしていた。

## こどもの城の認知度



インスタグラムで松山市民114人にアンケート

# 商店街と空き家物件

- ➡ まつやまには銀天街や大街道、柳井町商店街など商店街が多い
- ➡ 商店街は街のコミュニティそのものであり、雰囲気を感じることができる。



- 地方に行くほど管理の行き届いていない空き家物件を有効的に再利用でき、地域の発展につながる
- 住まいを意識してもらうことで、移住により意欲的になってもらう



移住希望者がまつやまを内から眺め、大人数のツアーではわからない魅力に気づける！

## ② 若者主体でまつやまを発信する SNS (インスタグラム、TikTok等) アカウントの創設。

松山愛郷会youthのメンバーや松山にゆかりのある学生や若手社会人が中心になって、まつやまの観光や産業、暮らしをPR

### 提案理由

近年のSNSの普及によって、電話やメールがコミュニケーションの手段として用いられる機会は著しく減少している。デジタルネイティブ世代が中心となってゆく子育て世代への移住を促進していくためにはSNSの活用が必要不可欠であると考え。また、運用コストが安い点が利点であると考えている。



# SNSの種類ごとの違い

## 主要なSNSの比較（国内）

	利用者数（千人）	主な利用者層	拡散力
Twitter	49,000	10~20代の70%	強い
LINE	86,000	全世代	弱い
Instagram	33,000	女性が約6割	普通
Tik Tok	9,500	10代の若者	強い

### 【参考資料】

- ・LINE IR資料室（2020年）
- ・総務省情報通信政策研究所 令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

# SNSの内容

- まつやまの情報発信を担うSNSの運営をしていく。主に、インスタグラム、TikTok、YouTube等を想定しており、単なる投稿のみならず動画やリール機能、アーカイブ機能を用いて、まつやまの綺麗な景色や自然、暮らし、街並み、文化など発信していきたいと考える。

⇒最初は、映えるスポットや写真を中心に若者に興味を持ってもらえる写真や動画を身近なコメントと共に投稿していく。目安としては、週1回程度を考えている。



若い子育て世代に対してまつやまを知る機会の創造

# PR動画の例



TikTok

@hoshikawahimari

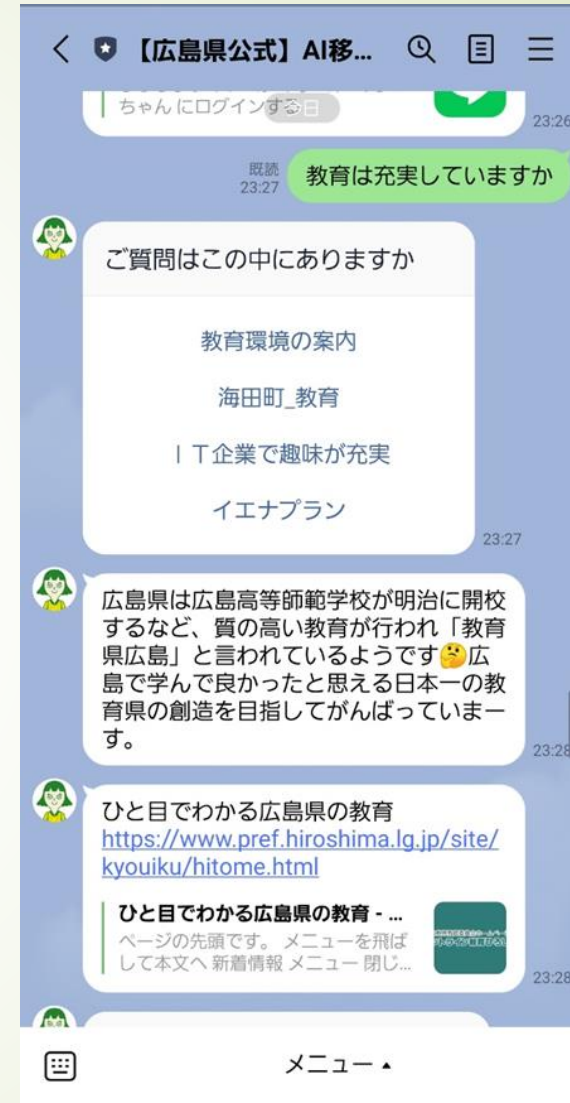
### ③ LINE のアカウントにて、AI チャットボットを採用し、 具体案のシュミレーションの提供

#### 【提案理由】

⇒ LINEでの会話形式にすることで、親しみや楽しさが感じられ、この仕組みを設けることで、忙しい子育て世代にも適切な情報を瞬時に届けることができ、ツアーへの参加者も増えるのではないかと考える。参考にしたいのが広島に移住サイトである。このサイトAIひろしまライフスタイリスト あびいちゃん | ひろびろ-ひろしま移住サポートメディア- ([hiroshima-hirobiro.jp](https://hiroshima-hirobiro.jp)) にはLINEで相談というコーナーがあり、移住希望者が気になる項目を気軽に質問できすぐに回答が来る。

# LINEのチャットボットの例

設問に答えていくだけで、自身に合う暮らし方やまちが見つかり、移住ツアーのプランを組み立てやすく、具体性が向上する。



出典：広島県地域力創造課

<https://www.hiroshima-hirobiro.jp/abi/>

# まとめ

14

- 1.移住体感ツアーの具体案を作成
- 2.SNSで子育て世代との接点を作る
- 3.そこからLINEへ誘導する⇒AIチャットボットを用いて具体案にとどまらないシュミレーション
- 4.子育て世代の移住希望者から見てよりまつやまが具体化し⇒ツアーに参加
- 5.ツアーまで結びつけることが出来れば、まつやまの良さは十分に伝わる
- 6.実際に移住