

ちゅうたい

“弱い紐帯の強み”を活用した 20代女性Uターン促進施策のご提案

令和3年10月15日

地域政策スクール 移住促進チーム

竹田土木事務所 主任 金森悠司
二豊学園 主任 三代陽介

北部振興局 技師 阿南晃樹
中部振興局 技師 山本真梨子

1

調査分析プロセス

シンクタンク等による調査分析レポートの収集・分析

- ・ 日本銀行大分支店 特別調査レポート
- ・ 大分県の人口推計【年報】令和2年版
- ・ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社レポート
- ・ リクルートワークス研究所レポート
- ・ 中小企業庁 中小企業白書 等

ヒアリング調査

ペルソナ設定
カスタージャーニー
マップ作成

- ・ おおいた産業人財センター
- ・ 大分市役所(おおいた魅力発信局)
- ・ 佐伯市役所(地域振興部コミュニティ創生課)
- ・ 10 COFFEE BREWERS
- ・ 大分県おおいた創生推進課
- ・ 大分県雇用労働政策課

既存施策分析／施策構築

2

1. 背景
2. 現状分析・課題抽出
3. 関連施策タイプ分析
4. 施策提案
5. 導入効果
6. まとめ

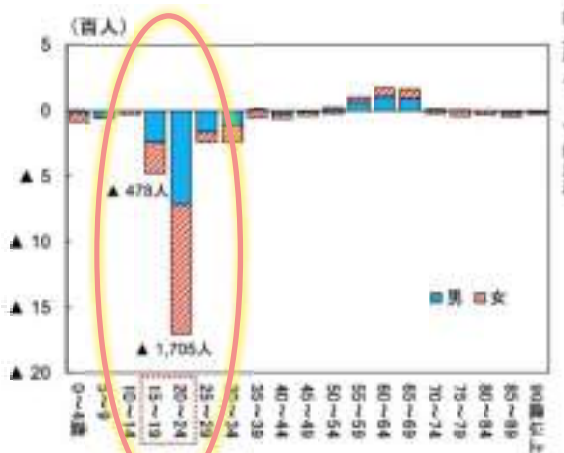
1. 背景 依然として続く転出超過

- (1) 男女別・年齢別の転入・転出分析
- (2) 市町村ごとの転入超過数分析
- (3) 新型コロナウイルス感染症等による影響

-01- 大分県の年齢別の転入・転出超過数

大学進学・新卒世代の県外流出が多い

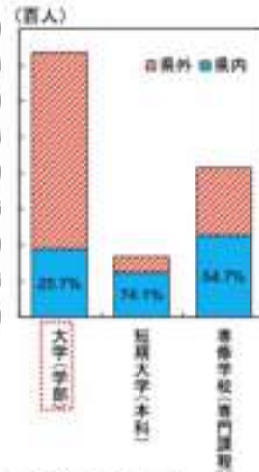
(図表8) 大分県の年齢別の転入・転出超過数(2017年)



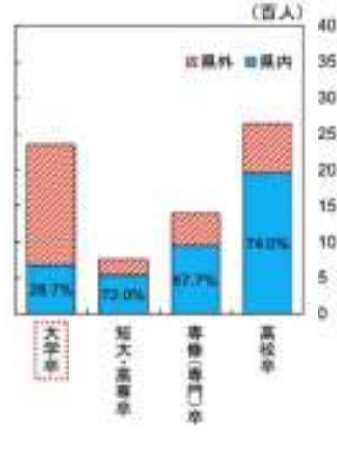
(注) 図表11のパーセント表示は、県内進学率、県内就職率。

(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」、大分県「平成29年度大分県新規学卒者実態調査」

(図表9) 大分県内の高校卒業者の進学状況(17/3月卒)



(図表10) 大分県内の学校種別の就職状況(17/3月卒)



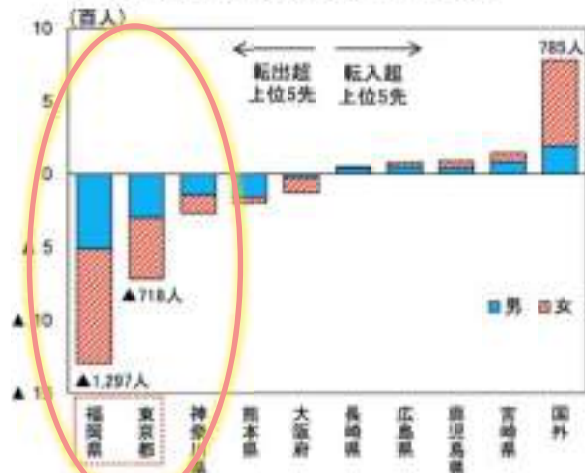
引用元：日本銀行大分支店 特別調査レポート「大分県の人口減少の緩和に向けて」
2018年11月28日

5

-01- 大分県の地域別転入・転出超過数

福岡県への流出が多く、年間1,200～1,300名程度

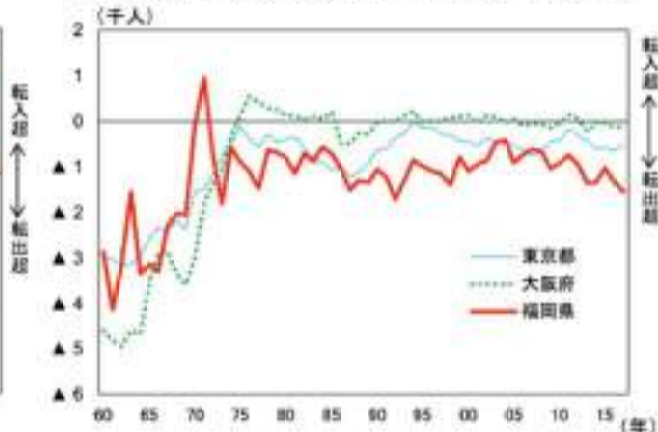
(図表11) 大分県の地域別の転入・転出超過数



(注) 図表11は、2016年10月1日～2017年9月30日。図表12は日本人移動者のみ。

(資料) 大分県「大分県の人口推計報告 平成29年版」、総務省「住民基本台帳人口移動報告」

(図表12) 大分県と東京・大阪・福岡との間の転入・転出超過数



引用元：日本銀行大分支店 特別調査レポート「大分県の人口減少の緩和に向けて」
2018年11月28日

6

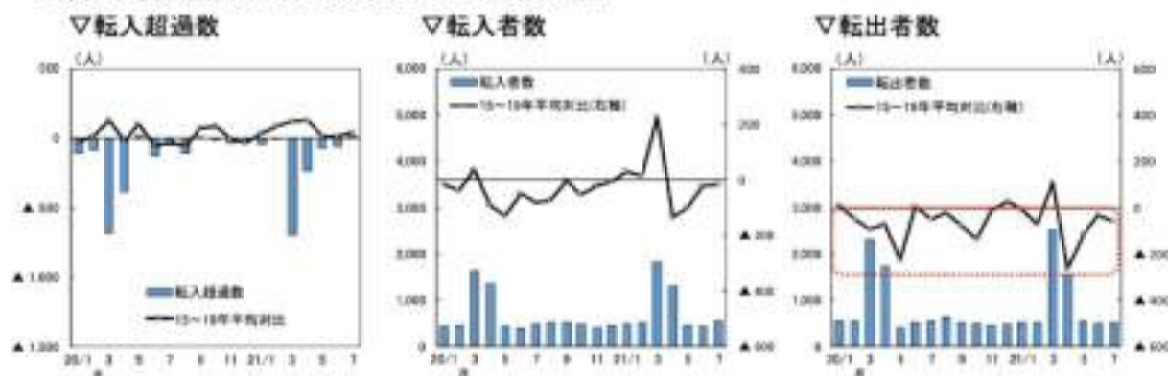
-01- 新型コロナウイルス感染症等の影響

女性の移動は、転出・転入ともに減少している

(4) 感染症拡大以降の大分県の実況(女性)

- 一方、県内女性の感染症拡大以降の移動状況をみると、過去5年平均との比較では、転入者数が減少しているものの、転出者数の減少幅が大きく、全体としては改善している。

(図表23) 感染症拡大以降の大分県の人口移動(女性)



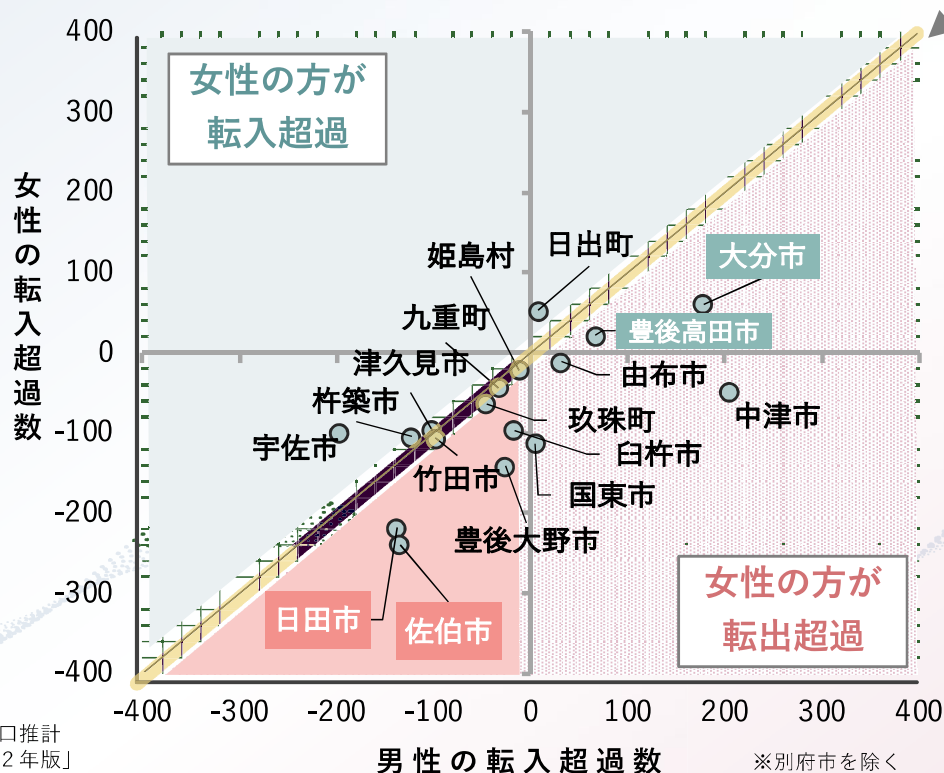
引用元：日本銀行大分支店 特別調査レポート「大分県における人口移動の特徴」
2021年9月30日

7

-01- R2年各市町村の男女別転入超過数分析

男性よりも女性の方が転出超過となる市町村が多い

転入超過数
男性=女性



(資料)大分県
「大分県の人口推計
【年報】令和2年版」

※別府市を除く

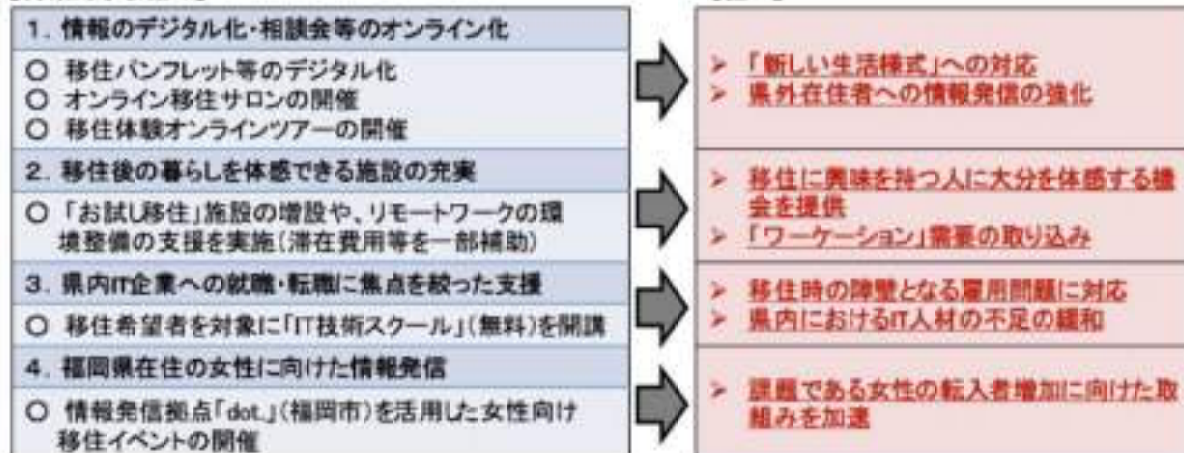
8

-01- 大分県の移住定住関連施策

オンライン移住サロンなど、コロナ禍でも臨機応変に対応

(図表15) 移住定住の促進に向けた大分県の施策

【特徴的な取り組み】



(資料) 大分県HP

引用元：日本銀行大分支店 特別調査レポート 「大分県における人口移動の特徴」
2021年9月30日

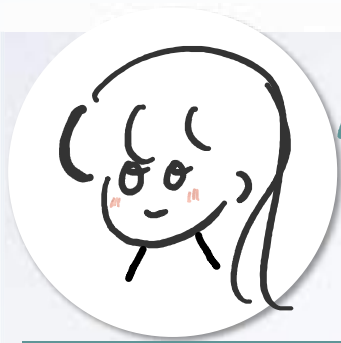
9

2. ペルソナ・カスタマージャーニーによる 現状分析・課題抽出

(1) 佐藤れいかさん の場合

(2) ユーザー目線での課題の整理

-02- ペルソナ設定



伊藤れいか



あずきちゃん
(1歳♀)

両親は大分に戻ってきて
欲しいが、言えずじまい



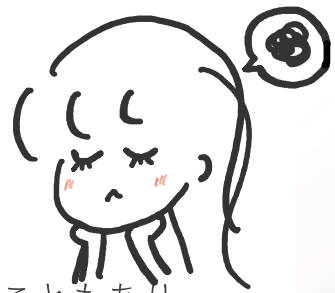
Profile

- ✓ 1994年7月生まれ (27歳独身)
- ✓ 大分県佐伯市出身
- ✓ 大学は福岡市内の国立大学
経済学部卒業
- ✓ 現在は、福岡市東区在住
- ✓ OL(経理/5年目) 年収400万円
- ✓ 1人暮らし・自転車通勤
- ✓ 佐伯には父/母/妹(24歳県庁勤務)
- ✓ お盆・正月には大分へ帰省
- ✓ 彼氏は大分県内在住、薬剤師
- ✓ 趣味：バイオリン・写真
- ✓ 好きな食べ物：和菓子・和スイーツ
- ✓ よく見るSNS：Instagram
- ✓ 寂しすぎて猫を飼い始めた

11

-02- ペルソナ設定 (悩み)

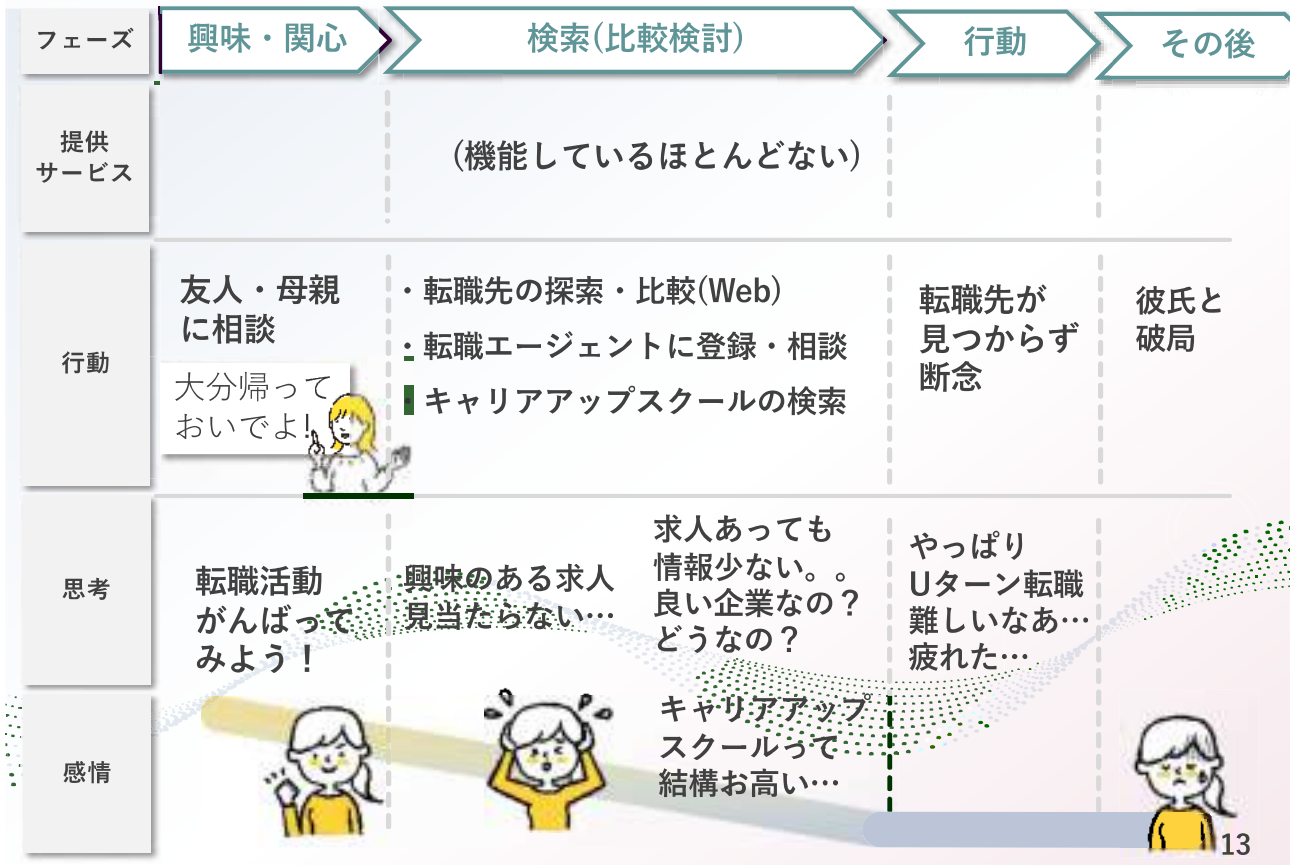
- ✓ どうしても福岡に住み続けたくて福岡県内に就職。
- ✓ 本当はいつかは大分に戻ろうと思っているけど
これまでなかなか行動に移せていなかった。
- ✓ 新型コロナの影響で、大分に帰れず彼氏に会えないこともあり
大分に帰って転職したいという気持ちが高まっており、
地元の友人や母に、電話やラインで悩みを聞いてもらっている。
- ✓ いざ転職しようと思っても、スキルセットは特にないので不安
スキルアップを検討したが、金銭的余裕もない



「とりあえず、ネットで調べられる範囲で調べてみよう！」

12

-02- 佐藤さんのカスタマージャーニー バッドエンドver.



13

-02- 課題ツリーによる課題整理



14

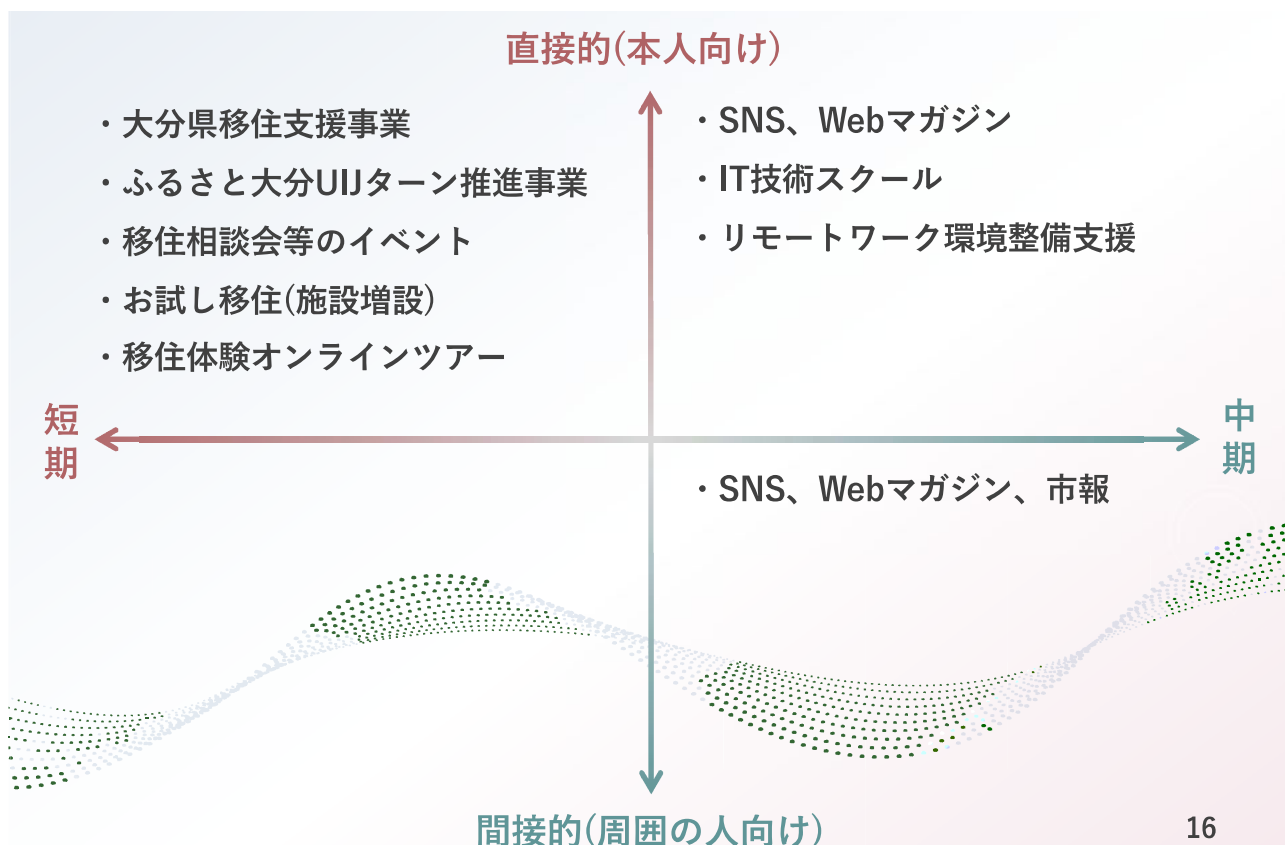
3. ユーザー視点での関連施策分析

(1) 事業スパン × 事業ターゲットによる分類

(2) ターゲットの行動プロセスモデルによる分類

15

-03- 関連施策分析：移住定住に力を入れている大分県



16

-03- 深い気づき ①ターゲットに響かない事業内容

(インサイト)

直接的(本人向け)

- ・大分県移住支援事業
- ・ふるさと大分UIターン推進事業
- ・移住相談会等のイベント
- ・お試し移住(施設増設)
- ・移住体験オンラインツアー
- ・単発の転職イベント

- ・SNS、Webマガジン
- ・IT技術スクール
- ・リモートワーク環境整備支援

短期

中期

- ・SNS、Webマガジン、市報

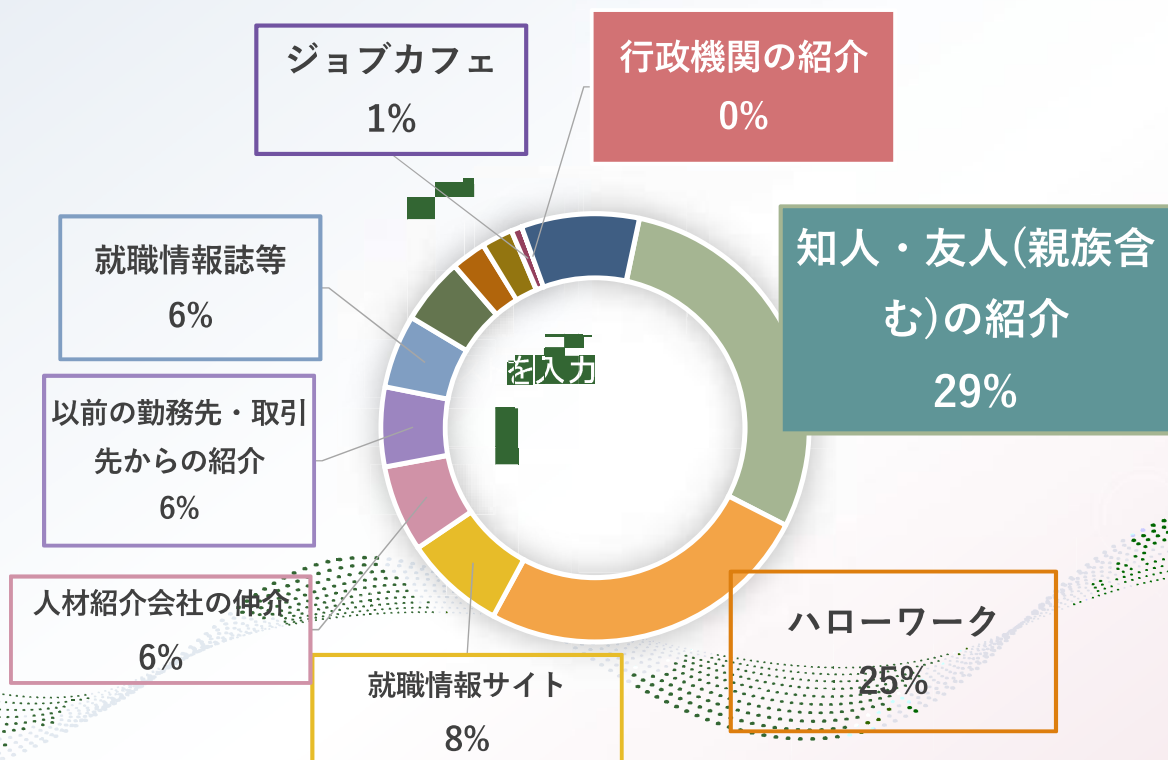
これまでは家族世帯ターゲット→住居や子育て支援が多いのが特徴

しかし、20代女性にとっては「移住ではなく転職」
住居・子育て支援よりも転職支援がほしい

間接的(周囲の人向け)

17

-03- UIターン者が仕事を探す方法

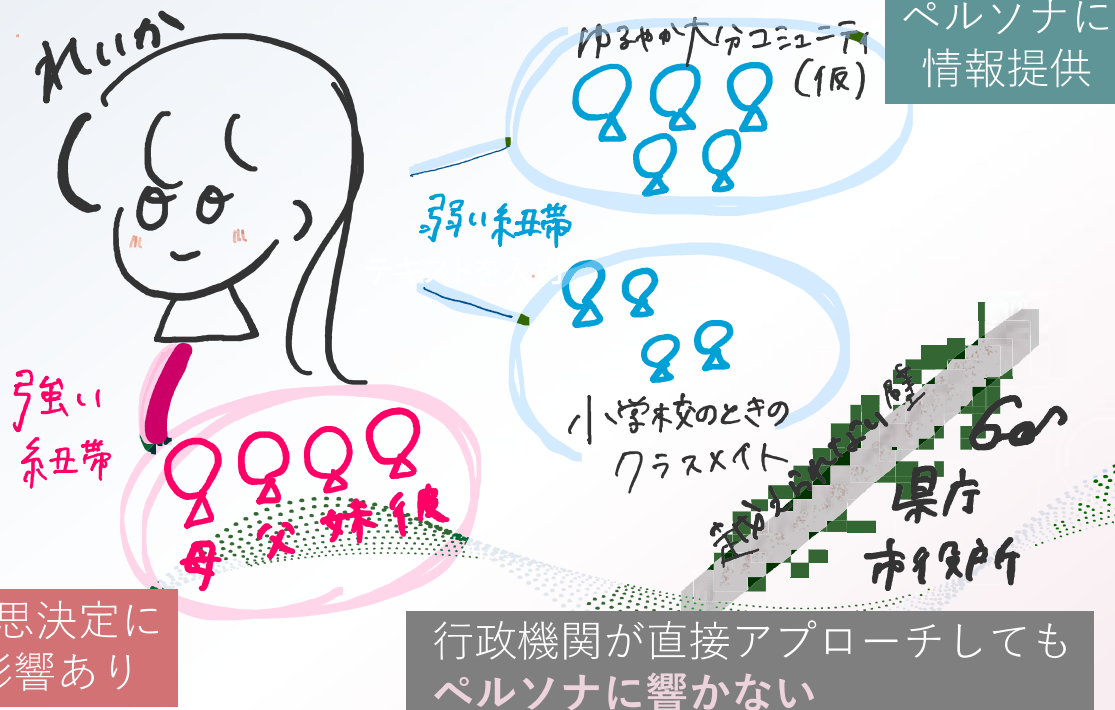


(資料) 中小企業庁「中小企業白書 2015年版」

18

-03- 深い気づき ②行政機関とペルソナは距離が遠すぎる

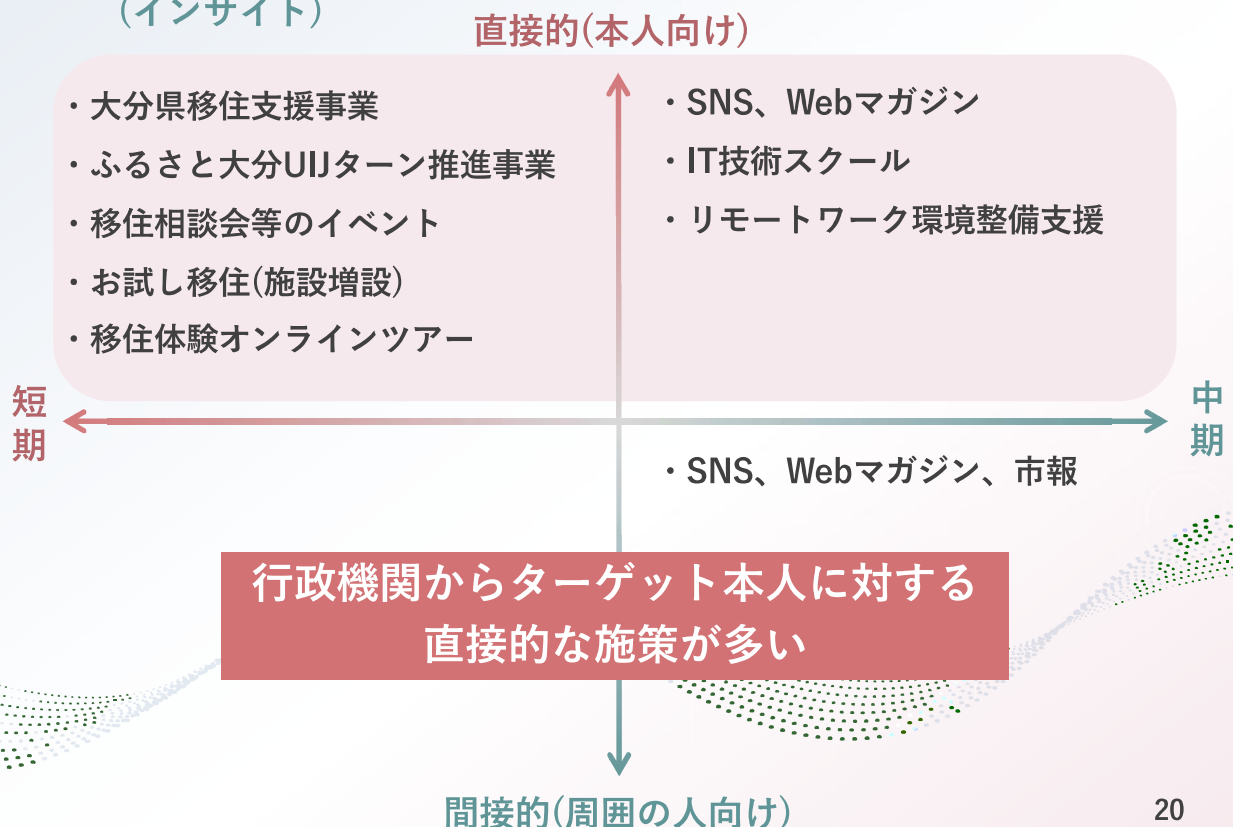
(インサイト)



19

-03- 深い気づき ②行政機関とペルソナは距離が遠すぎる

(インサイト)



20

-03- 深い気づき ②行政機関とペルソナは距離が遠すぎる

(インサイト)

直接的(本人向け)

- ・大分県移住支援事業
- ・ふるさと大分UIターン推進事業
- ・移住相談会等のイベント
- ・お試し移住(施設増設)
- ・移住体験オンラインツアー
- ・長期休暇付近の転職イベント

- ・SNS、Webマガジン
- ・IT技術スクール
- ・ふるさと納税
- ・IT技術スクール
- ・リモートワーク環境整備支援

短期

中期

実際には、
ターゲットのつながりを利用した
アプローチが有効*)

*)大分市役所ヒアリング調査結果より

間接的(周囲の人向け)



21

施策提案のキーワード①

ちゅうたい

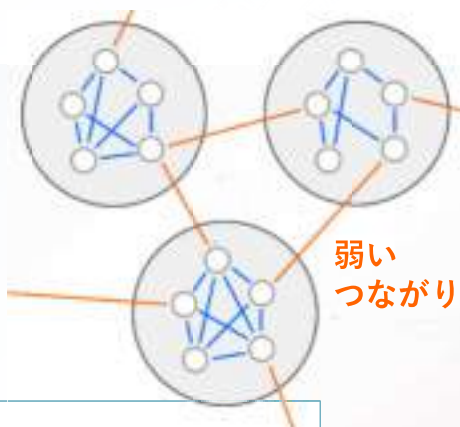
#弱い紐帯の強み

新規性の高い価値ある情報は、
ちょっとした知り合いからもたらされる
=弱い紐帯(つながり)

- ・米国の社会学者マーク・グラノヴェッターが発表した社会的ネットワークに関する仮説。
- ・新規性の高い価値ある情報は、自分の家族や親友、職場の仲間といった**社会的つながりが強い人々(強い紐帯)**よりも、知り合いの知り合い、ちょっとした知り合いなど**社会的つながりが弱い人々(弱い紐帯)**からもたらされる可能性が高い。

強い
つながり

弱い
つながり



(出典) コトバンク <https://kotobank.jp/gs/?q=%E7%B4%90%E5%B8%AF>

(引用) Bocardo.com "Weak Ties and Diversity in Social Networks"

<http://bokardo.com/archives/weak-ties-and-diversity-in-social-networks/>

-03- AISASモデル：購入までの心理的プロセスに関する法則

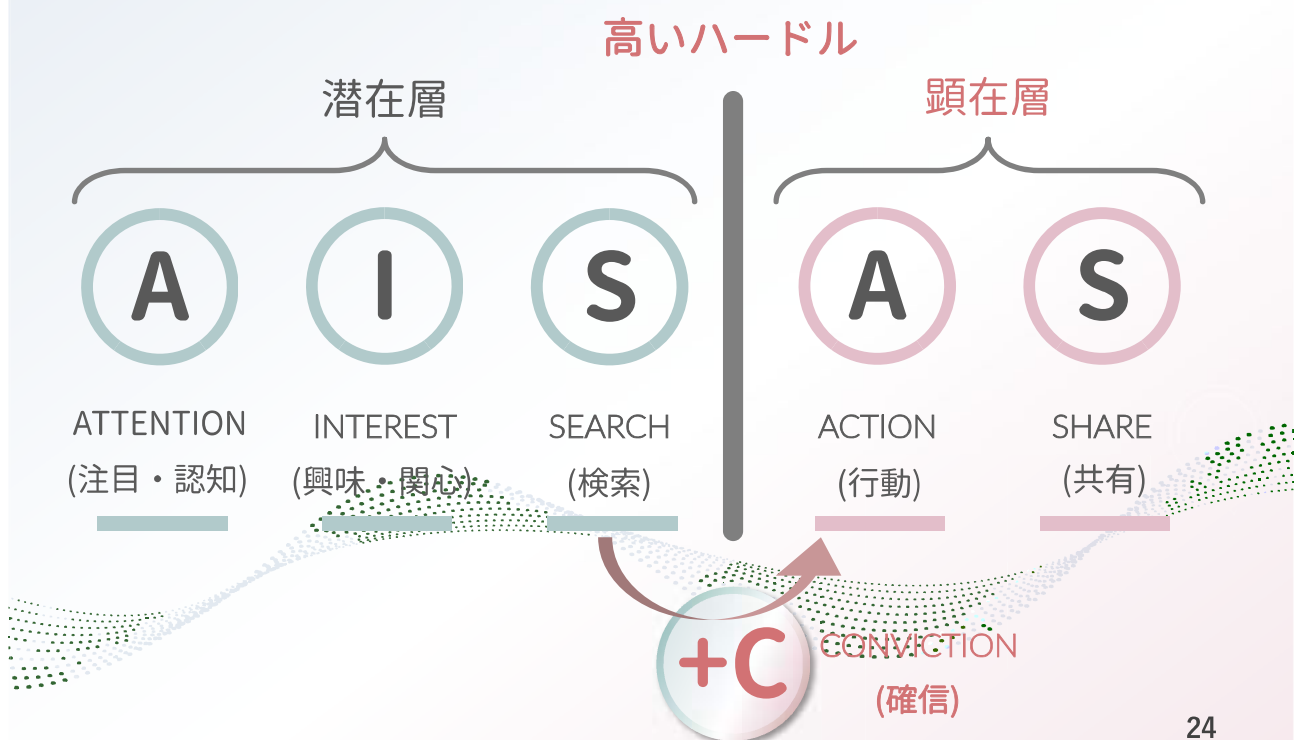
ユーザー目線で事業分析を行い、「行動」へ移すことを目的



23

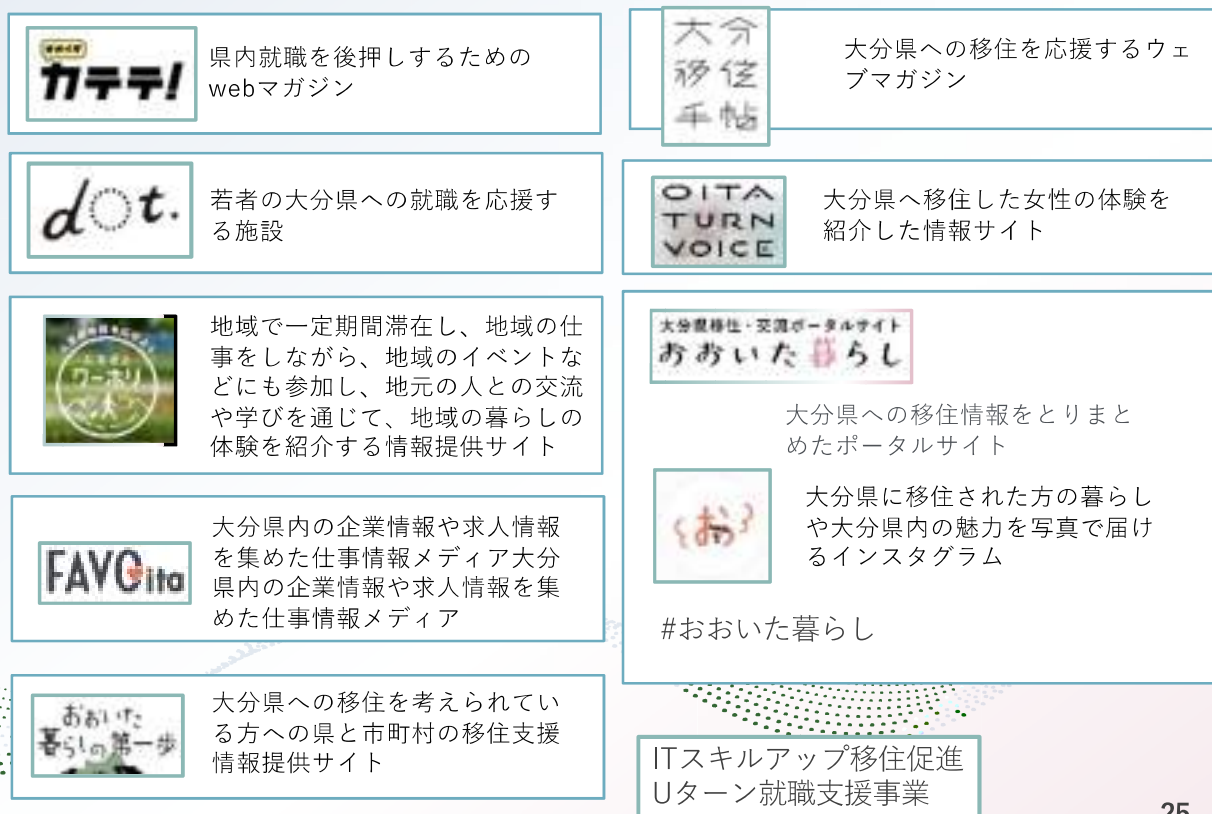
-03- AISAS+Cモデル

移住潜在層から顕在層(A)に移るには、確信プロセスが必要



24

(参考)今回比較する既存事業



25

-03- AISAS+Cモデルでの事業領域の分類



26

大分県拠点施設 *dot.*

- 多くの若者が集う福岡市大名に位置するカフェ&コミュニティスペース
- 求職者へ**県内企業の魅力発信**や、**県内企業とのマッチング**を行う。
- **新卒就活生を主なターゲット**とし、就職・移住相談、企業と求職者が気軽に会えるイベントやセミナーを開催。
- 自由に使える交流スペース、ゆったりくつろげるおしゃれなカフェ(10 COFFEE BREWERS)を併設。



(dot.ホームページ)

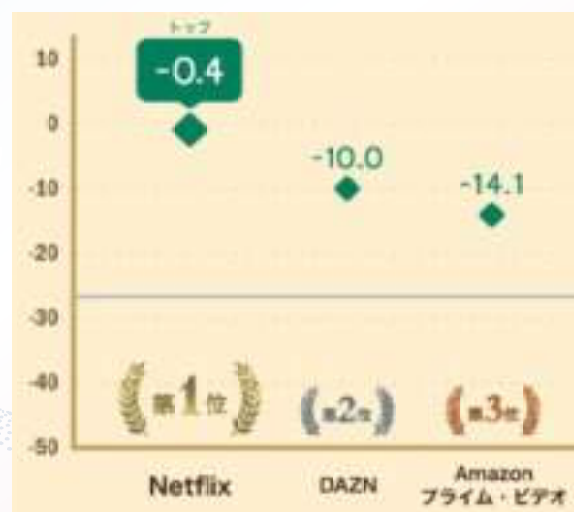
27

*dot.*の利用状況

- ✓ 延べ利用者数40,365名(うち18%がコワーキング+イベント利用)
- ✓ 個人会員数 2,803名 65%は社会人会員(2021.09時点)*1)
- ✓ **dot.のNPS®は79.0**と高く、友人に伝えたいと思う会員が多い

NPS®(Net Promoter Score®)

「友人や同僚に薦めたいか？」
という質問への回答から算出される、
顧客ロイヤルティを図る指標。



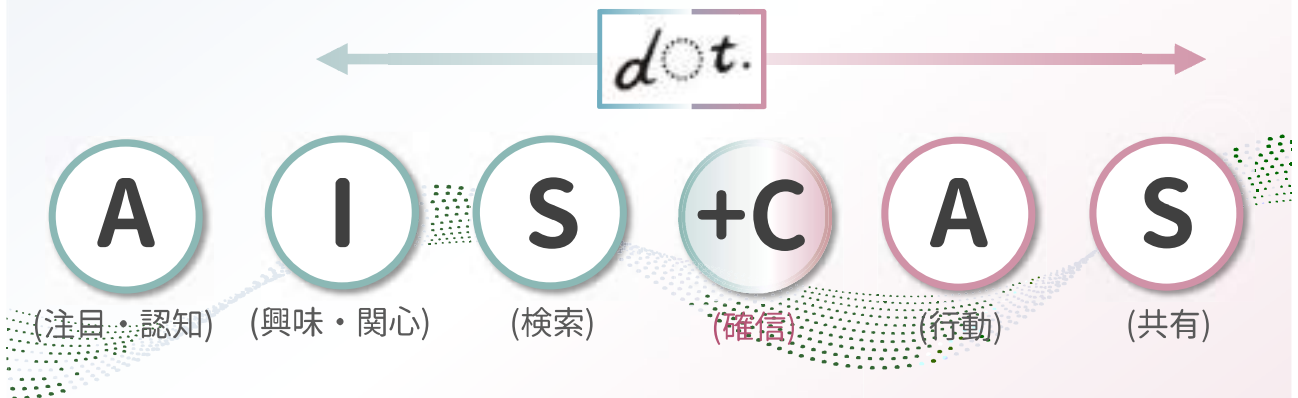
*1)(資料)大分県雇用労働政策課ヒアリング調査より

*2)(出典)10業界別 NPS®ベンチマーク調査 Special Edition 株式会社アイ・エム・ジェイ 2019

28

事業コンセプト

福岡で働いている大分出身20代女性の
「大分に帰って働きたい」を捉え
行動に移すまでの流れをつなぐ



29

4. 施策提案

- (1) *dot.* with 施策
- (2) 予算とスケジュール
- (3) KGI / KPI の設定

30



〈ドットウィズ施策〉

- ① with **弱い紐帯** dot.までの導線の構築
- ② with **市町村
民間企業** コラボレーションによる
仕掛けるコンテンツの提供
- ③ with **ナッジ** 大分へのUターン転職の後押し

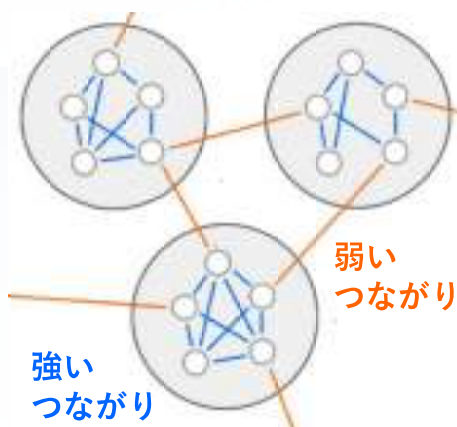
31

-04- 施策提案のキーワード①

#弱い紐帯の強み

新規性の高い価値ある情報は、
ちょっとした知り合いからもたらされる

=弱い紐帯



- ・米国の社会学者マーク・グラノヴェッターが発表した社会的ネットワークに関する仮説。
- ・新規性の高い価値ある情報は、自分の家族や親友、職場の仲間といった**社会的つながりが強い人々（強い紐帯）**よりも、知り合いの知り合い、ちょっとした知り合いなど**社会的つながりが弱い人々（弱い紐帯）**からもたらされる可能性が高い。

(出典)コトバンク

<https://kotobank.jp/gs/?q=%E7%B4%90%E5%B8%AF>

32

-04- 施策提案のキーワード②

#ナッジ

他人に注意を喚起させたり、気づかせたり、控えめに警告することで、**相手にほとんど意識されることなく行動の傾向を変える**ことをいう。

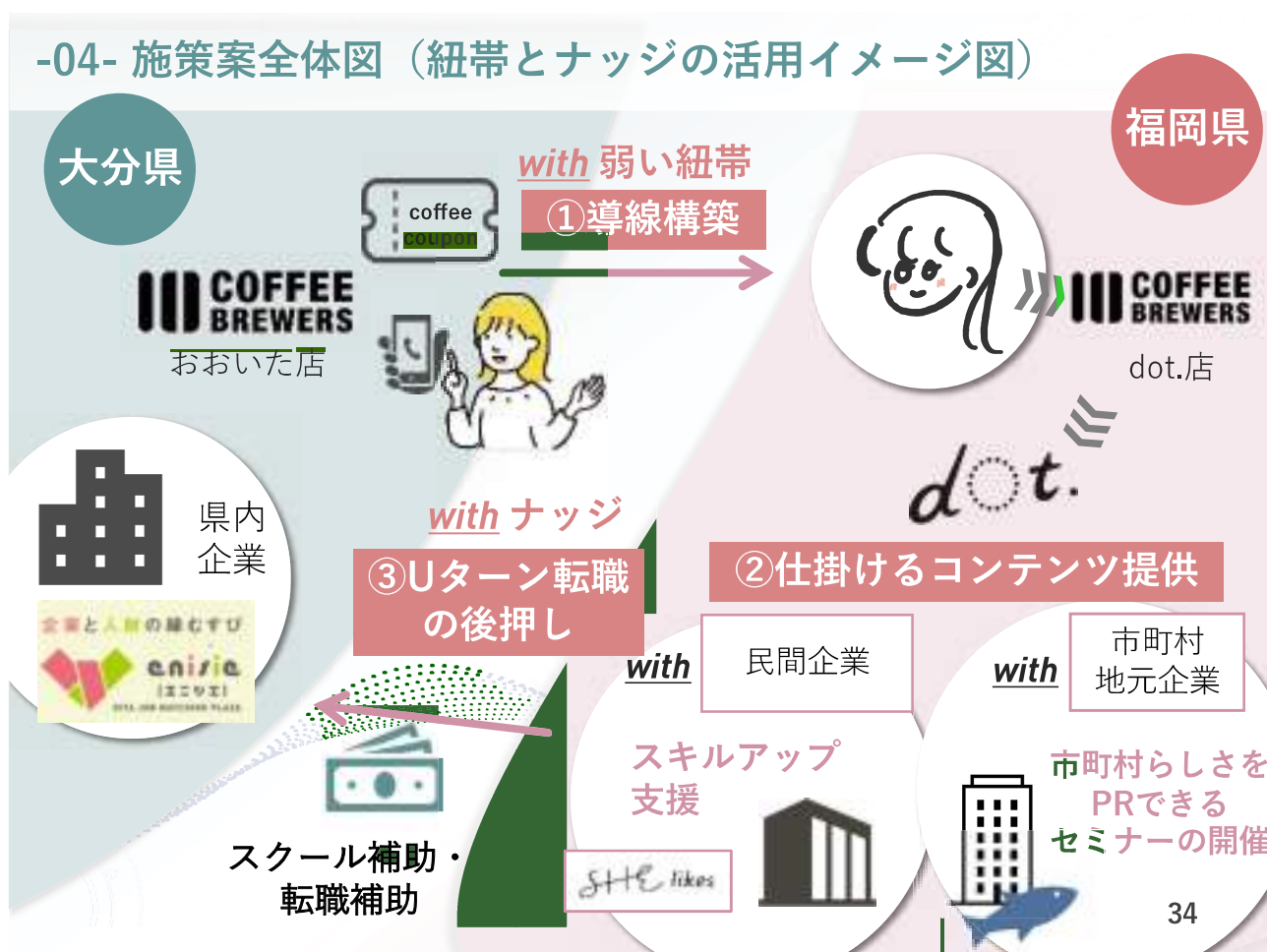


(出典)コトバンク

(出典)<https://uxdaystokyo.com/articles/glossary/nudge/>

33

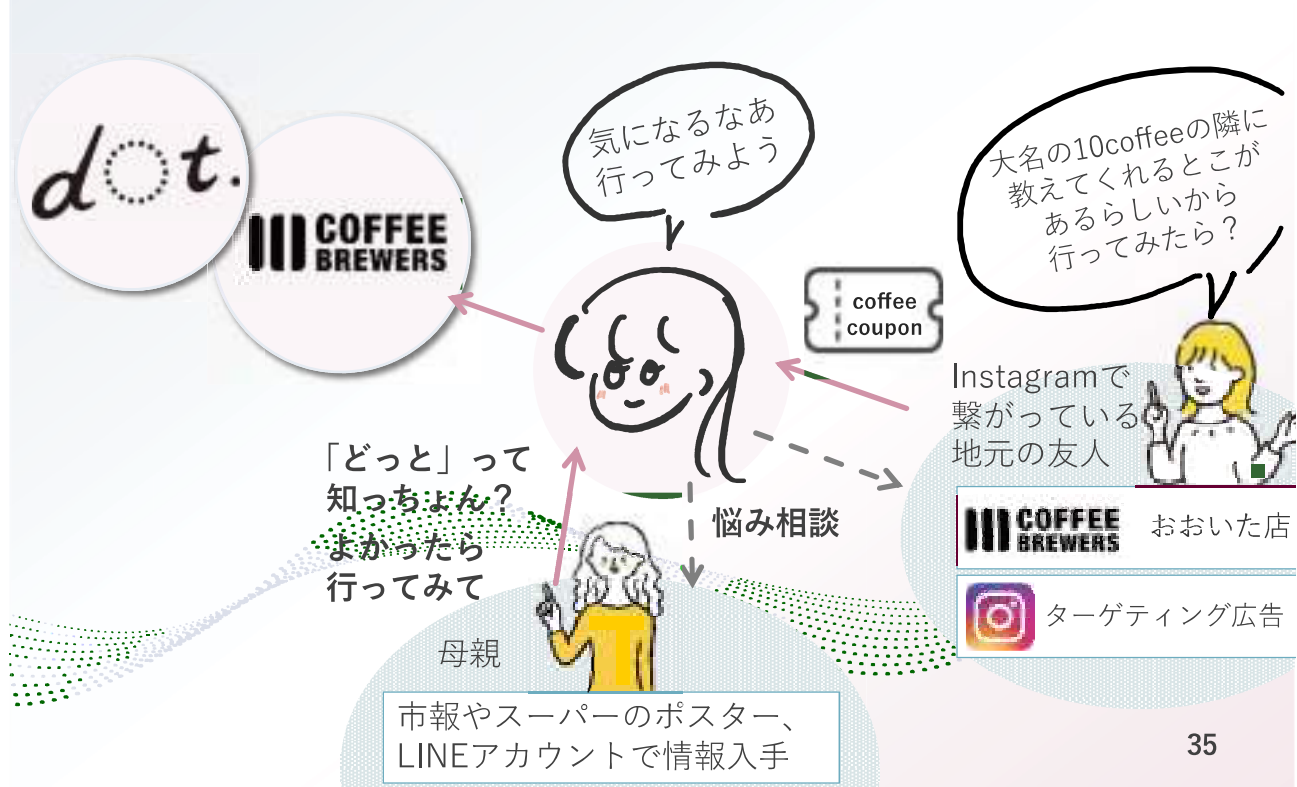
-04- 施策案全体図（紐帯とナッジの活用イメージ図）



34

-事業1- dot.までの導線の構築

紐帯の強弱を組み合わせ、福岡在住女性をdot.へ誘導する



-事業2- dot. における仕掛けるコンテンツの提供

①市役所・地元企業とのコラボレーション

- ✓ 市町村主導型にすることでコンテンツ(イベント)の多様化を実現
- ✓ 地元企業との共催によるコンテンツの充実化を図る
- ✓ Uターン移住(転職)への関心度を徐々に高めることが最終目的

姫島村 | ITアイランド構想推進交流イベント(令和2年度)

dot.において参加者でシビックテックや島の課題についてディスカッション



(資料)雇用労働政策課

日田市 | 日田で働く魅力発信事業(令和3年度)

福岡の現役学生を「学生アンバサダー」に委嘱し、dot.で行うイベントの企画・運営、情報発信



ヒアリング結果 dot.を利用して、市町村独自の特徴をPRしやすい
市町村主催イベントをしたい!

-事業2- dot. における仕掛けるコンテンツの提供

② 20代女性向けキャリアスクールとの連携

- ✓ SHElikesなどに代表される民間キャリアスクールとタッグを組み
キャリアアップ支援に向けたコンテンツを整備
- ✓ eラーニングに加え、dot.での出張セミナー等を実施し
スキルを身につけながら転職準備が可能となる

私らしい働き方を かなえる場所、SHElikes

SHElikesは、Webデザイン・Webマーケティング・ライティングなどPC一つで繋げるクリエイティブスキルを幅広く学び、今の時代に求められるマルチクリエイターを育成して、時間や場所にとらわれない働く私らしい働き方を実現するためのキャリアスクールコミュニティです。



(出典)SHE likesホームページ

マーケティングや ウェブデザインなど、27の職種にてレッスンを展開

37

-事業3- 大分県内Uターン転職につなげる

スクール受講費補助金で大分県への移住のひと押し（ナッジ）

- ✓ スクール受講し、大分県に転職・移住等希望する場合、
スクール受講費補助金を提供
→スクール受講者の条件を付帯せず、間口を広げるとともに
スクーリング費用の補助により、大分県への移住を促進
- ✓ おおいた産業人財センターやdot.協賛企業とのスムーズな連携
→県内就職先とのマッチングまでワンストップでサポート

オープニングイベント（案）

SHE株式会社の創業者らによる
トークセッション

(出典)SHE likesホームページ



ヒアリング結果 県内企業の募集人材として、HP作成等のウェブマーケティングの需要が高い

38

事業①・②について、テストマーケティングを実施

● 事業①

Instagramターゲティング広告のセグメント定義

● 事業②

- ・実際に現在dot.を利用している社会人に対し、民間キャリアスクールのオンラインお試し版等を受講してもらい、反応を探る
- ・市町村へのアンケート(こういったイベントをしてみたいか、等)

39

R6年度

- ・紐帶を使った広告宣伝費：1,800千円
- ・SHE likesスクール受講補助金：1,400千円

R7年度

- ・ 紐帯を使った広告宣伝費 : 3,400千円
- ・ SHE likesスクール受講補助金 : 2,790千円

[illegible]

絶えず効果検証と事業実施 →臨機応変の対応(アジャイル)

40

-04- 予算算出根拠

紐帯を利用したdot.の広告宣伝費

新聞広告費用(大分県民へ)

- ・発行回数：年間4回発行(4半期に1回)*¹⁾
- ・大分合同新聞1日あたりの発行部数18万部
 $18万部 \times 3.3円 \times 4回/年 = 2,500千円$

10coffeeのクーポンコード(大分県民から福岡県民へ)

- ・300円×1,000人 = 300千円

Instagramターゲティング広告

- ・CPM (Cost per Mille) 方式
 $0.5円 \times 10万クリック \times 12か月 = 600千円$

SHE likes受講料補助

- *6か月プラン 93千円×30名分(KGI) = 2,790千円

引用元*¹⁾株式会社大分合同折込広告センター

*²⁾<https://infinity-agent.co.jp/lab/instagram-cost/>

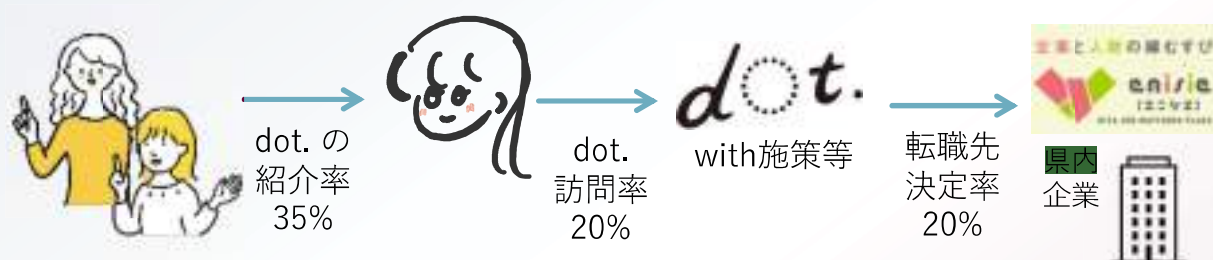
*³⁾SHElikes HP

41

-04- KGI/KPIの設定(R8年度)

KGI dot.利用者*¹⁾転職者数 **30名**

KPI dot.利用者*¹⁾の県内企業等への送客*²⁾ **40%**



dot.利用者*¹⁾の
県内転職者数
KGI=30名

dot.
利用者*¹⁾
400名

CVR
(歩留率)
X%

転職先
決定率
20%

CVR = **40%**

42

-04- KGI/KPI算出根拠

- ・年間約1200名^{*3)}が大分から福岡へ進学、男女比を1:1と仮定
- ・就職先は**大分県内(25%^{*4)} 福岡県内(60%^{*5)} その他(15%)**
→**年間約360名**の大分出身新卒女性が福岡県内就職
- ・20代の40%程度が地方移住へ関心あり^{*6)}
→ターゲット層を23～29歳とした場合、**約1,070名がターゲット**となる

dot.への誘導率：サーバ型・E-mailで送れるギフトカード
(女性18-29歳) 認知81.9%/利用経験率**35.8%^{*5)}**

dot.訪問率：学生の会員登録率(%)=
 $993 \text{名} \div \text{推定大分出身学生数} 4,800 \text{名} \times 100 = \mathbf{20\%^{*1)}}$

転職先決定率：dot.を参考とした^{*1)}

^{*1)}dot.で実施される相談、イベント、dot.withの利用者

^{*2)}選考のエントリー、企業との面談設定のことを指す

^{*3)}雇用労働政策課へのヒアリング調査結果による

^{*4)}(参考)西日本新聞記事「天神にUIターン拠点 大分県がコミュニティー施設開設」(2020年6月13日)

^{*5)}(参考)日本経済新聞記事「福岡県内の新卒就職内定率56%」(2020年12月2日)

^{*6)}(参考)doda「本音の転職白書 コロナで高まる地方への移住転職ニーズ！Uターン・Iターン転職を望む理由とは？
<15,000人に調査>」

^{*7)}(参考)(一社)日本資金決済業協会「前払い式支払い手段の利用実態調査2019年結果報告書」(2019年7月)

43

5. 導入効果

(1) 佐藤れいかさんの場合

(2) 行政レベルの場合

(3) 今後の発展性

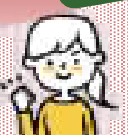
44

-05- 佐藤さんのカスタマージャーニー バッドエンドver.

フェーズ	興味・関心	検索(比較検討)	行動	その後
提供サービス		(機能しているほとんどない)		
行動	友人・母親に相談 大分帰っておいでよ!	・ 転職先の探索・比較(Web) ・ 転職エージェントに登録・相談 ■ キャリアアップスクールの検索	転職先が見つからず断念	彼氏と破局
思考	転職活動がんばってみよう!	興味のある求人見当たらない…	求人あっても情報少ない。。良い企業なの? どうか?	やっぱりUターン転職難しいなあ…疲れた…
感情			キャリアアップスクールって結構高い…	

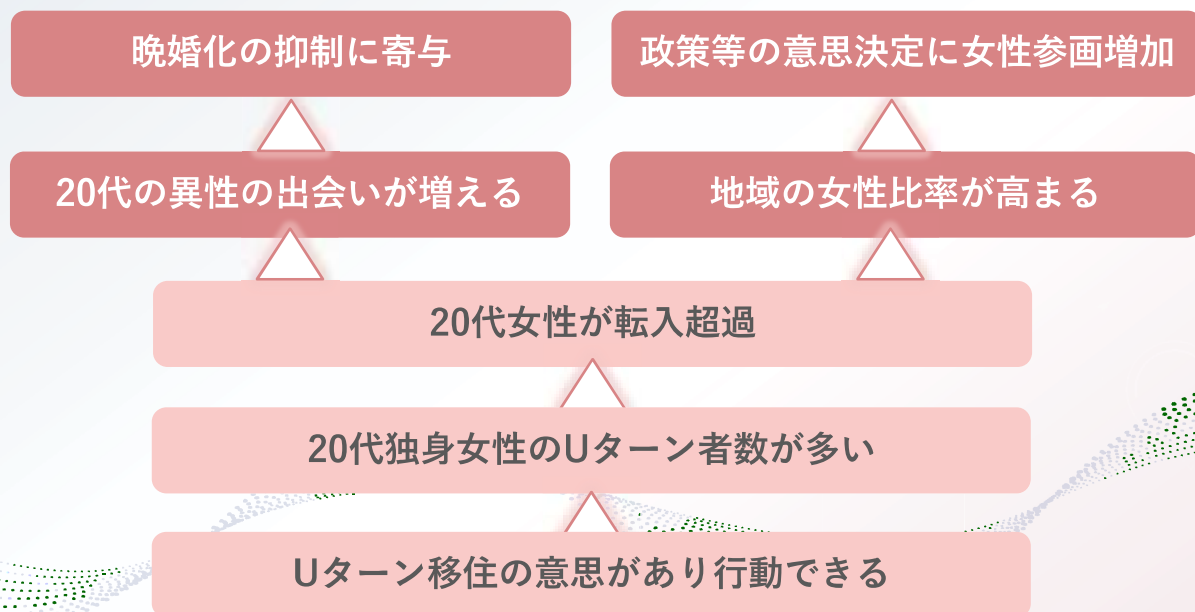
45

-05- 佐藤さんのカスタマージャーニー ハッピーエンドver.

フェーズ	興味・関心	検索(比較検討)	確信	行動	その後
提供サービス	SNS(LINE) 電話	COFFEE BREWERS dot.	企業と人材の結びつき		
行動	友人・母親に相談 dot.で相談してみたら?	・ dot.キャリア相談 ・ キャリアスクール受講 ■ 佐伯市主催のイベント等へ参加し、地元の面白い企業と出会う		・ dot.で知った県内企業の選考を受け内定ゲット ・ 友人や後輩へ紹介	・ 大分へUターン ・ 大分の人と結婚し子を授かる
思考	coffee coupon 転職活動がんばって	スキルアップして自信つけたいなあ 大分にも面白い企業があるんだ	納得のいく転職ができそう!	補助金あるんだ	
感情					

46

-05- 導入効果(仮説ツリー)



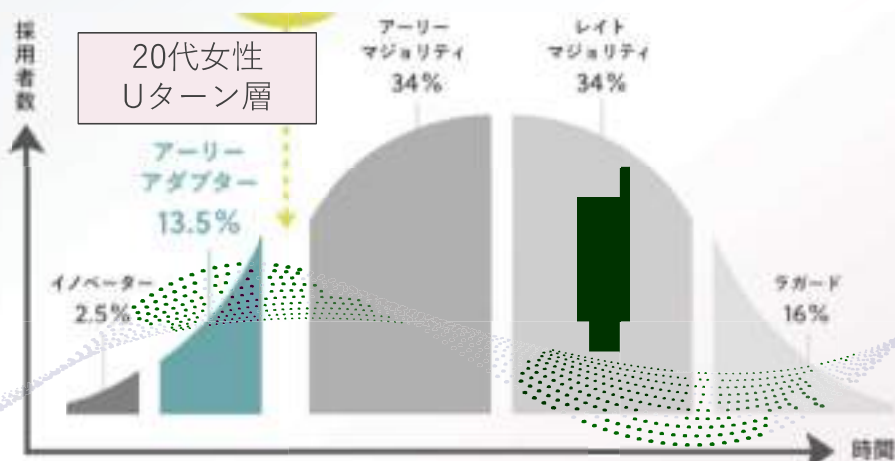
47

-05- 今後の発展性

- ✓ dot.の個人会員数のうち、65%は社会人会員(2021.09時点)*1)
- ✓ dot.のNPS®は79.0と高く、友人に伝えたいと思う会員が多い

既存会員へのアプローチ ▶ 潜在層を狙う

会員からの紹介 ▶ UターンだけでなくIターン層も狙える



*1)(資料)大分県雇用労働政策課ヒアリング調査より

*2)(出典)10業界別 NPS®ベンチマーク調査 Special Edition 株式会社アイ・エム・ジェイ 2019
(出典)NIJIBOX BLOG 「【成功する新規事業の秘訣とは?】アーリーアダプターを活用したアプローチ方法」

48

20代転職層をターゲットとしたUターン促進施策



- 弱い紐帯など紐帯の強弱を上手に組み合わせる
→ dot.までの導線を構築
- 市町村や地元企業・キャリアスクールとの連携
→ コンテンツの多様化・充実化
- スクール費用の補助(ナッジ)
→ 移住への後押し