

2020年10月23日

株式会社小田急エージェンシー

マーケティングカンファレンス 2020 でベストポスター賞を受賞 ～地域が「社会的ふるさと」として若者に選ばれるには～

株式会社小田急エージェンシー(本社：東京都新宿区、取締役社長：高成田 潔)は、10月18日(日)にオンラインで開催された、日本マーケティング学会による「マーケティングカンファレンス 2020」のポスターセッションにおいて、『ベストポスター賞』を受賞しました。



対象となる54件のポスター発表のうち、来場した日本マーケティング学会会員等によるブラインド投票にて、コミュニケーションデザイン局プランニング部が発表した『地域が「社会的ふるさと」として若者に選ばれるには』が「ベストポスター賞」に選出されたものです。
※報告要旨は【別紙】ご参照ください。

[日本マーケティング学会とは]

日本のマーケティング力を培っていくために、理論と実践との、そして他分野との深いレベルでの交流を通して「探求と創発」を目指す、2012年に発足した日本学術会議協力学術研究団体。2000名を超える研究者や実務家の会員が所属し、学術誌マーケティングジャーナルの発行をはじめ、マーケティングカンファレンスや、23ものテーマが研究されるリサーチプロジェクト、魅力的なゲストを招くマーケティングサロンなど多様な「探求と創発」の場を提供します。

[日本マーケティング学会マーケティングカンファレンス 2020 について]

リサーチプロジェクト・セッション、オーラルセッション、ポスターセッション、基調講演など研究報告や議論を行う研究大会です。第9回目となる今年は「#いまマーケティングができること」をテーマに、初のオンライン形式で開催されました。

<http://www.j-mac.or.jp/conference/>

[日本マーケティング学会 ポスターセッションとは]

ボードに掲示したポスター(報告書)をもとに、54件応募のうち、カンファレンス参加会員のブラインド投票にて審査します。

■ 本資料に関するお問合せ ■

株式会社小田急エージェンシー プランニング部 担当：白井、上田、増田

電話：03-3346-0645

受付時間：10:00~12:00、13:00~17:00(土・日・祝日・年末年始を除く)

ポスターセッションタイトル

地域が「社会的ふるさと」として若者に選ばれるには
～若者関係人口の獲得・育成メソッドの開発～

[参加メンバー]

コミュニケーションデザイン局プランニング部

マネジャー 増田 光一郎
白井 健太
上田 和明

[発行] 2020年10月18日

[報告要旨]

近年、定住はせずに特定の地域との関わりを持つ「関係人口」という姿が目立っており、地域側は特に長期的に関わってくれる若い人材を募集している。

しかし、関係人口という概念はまだ漠然としており、各地域が親和性の高い若者関係人口を的確に把握できる手法はまだ確立されていない。

そこで本研究では、詳細な若者関係人口像を明らかにするため、彼らの「関係性についての意識」や「地域活動の内容」等を洞察した。

その結果、若者関係人口は地域の魅力に惹かれファン化している「消費層」と、地域活性化に寄与する「生産層」に大別され、前者は従来の観光客に近い一方、後者は地域に対し「自分の居場所や役割がある」という意識を持つことを発見した。

このように若者生産層が自分の社会的役割を見つけ出す新たな地域を「社会的ふるさと」と命名、若者生産層に関わりたい地域として選ばれるための起点を提唱している。さらに生産層4タイプ・消費層2タイプに分類し、各タイプとの関係構築の要件も導出した。

今後、コロナ禍によって都市から地方への人口流動とその獲得競争が起きることも想定される。各地域が若い人材を獲得・育成できるメソッドを本研究によって確立していく。

