

第1学年 総合的な探究の時間～12月～

ねらい：ペルソナ分析をしてみよう！

今日のTODO

- ① 「ターゲット」と「ペルソナ」の違いを理解しよう。
 - ② 龍ヶ崎市に住むペルソナ 4 人から解決策を考える。

架空の4人の「ペルソナ」から考えよう！

これまでの学習を踏まえ、龍ヶ崎市へ提案を考える。そのために今回は、マーケティングの手法であるペルソナ分析を行いました。

「ペルソナ」とは、商品開発にあたり、理想の仮想顧客を想定し、その仮想顧客の好みにあう商品を開発する手法です。（例：「SOUR STOCK TOKYO」のペルソナ「秋野つゆ」）

授業では4人のペルソナを想定し、彼らに龍崎市に留まるような政策を考えました。

5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44
63)	46)	304)	-82)	-917)	-295)	-105)	38)

これまでのまとめ

- ・人口ピラミッドで(1)高齢化が進む
- ・From 10分野で一番多いのは、(2)購買力の高い転出が多い。成田、船橋といった県外も多い。
- ・年齢別割合移動数グラフ: 老者世代の転出が多いことがわかった。(3)20-29歳のタイミングで多くの人が転出す
- ・市役所の講演一覧表でも(4)高齢者世代の転出が多いことがわかった。4世代ごとの取り組みを行っている。

ワーク1: 右の年齢階級別移動数グラフをみて、まず対策をしなくちゃいけない世代はどこか、次の4つから選べ。

実際には数だけではなく、その世界が理解することで、どんな追加施策があるのかよく考えよう。

年代: A:15-19歳代 B:20-24歳代 C:25-29歳代 D:30-34歳代

理由: 20-24歳に20代と一緒に910人しかなくてどうか。
20代に对策が必要だとと思う。

ベルソナって何? 何?

「ベルソナ」(マーケティング)の定義

商品を買ってくれる「架空の理想的な顧客」の(7)特徴を、実施するかのように詳細に設定したもの。ターゲットとの違い

(7)特徴: 広い分類(例: 10代女性、高校生)

ベルソナ: たまたま一人の(具体的)な人物(例: ラッカー部のケンタ、高2、部活と勉強の両立に悩む)

設定する価値(例)

氏名、年齢、職業/学生、性別や顔型、趣味、情報収集源(SNS, YouTubeなど)

往復履歴(例: コスメ全般、仲間とのつながりを大事にする)

ベルソナを作成する目的

企画・制作の軸が張れない: チーム全員が「ケンタならどうするか?」を基準に判断できる。

今日の授業を開いて感想や考えたことを書いてください。特に不思議に思ったこと、調査したいと思ったことを教えてください。

(A:月以上 B:2月以上 C:1月以上)

調査から、選んだ年代のベルソナへ対策を考えてみよう。
あなたの意見
B: 20-24歳

① 市外へ出ててしまう理由は何か?

交通費の自己負担実感的技術と行動的負担
行動によってかかる。
② 対応策を考えてみよう

交通費に負担を感じてしまうから会社が補
てしない自分の交通費を市が補助する。

隣の家の人のB: 20-24歳
① 市外へ出ててしまう理由は何か?

お仕事や本に激務的な交流の都心にあるから。

「ターゲット」と「ペルソナ」の違い

ターゲットとの違い

(ターゲット)：広い分類（例：10代女性、高校生）

ペルソナ：たった一人の(具体的)な人物(例：サッカー部のケンタ、高2、部活と勉強の両立に悩む)

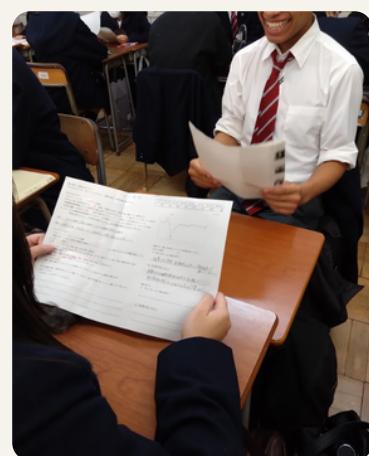
設定する情報（例）

氏名、年齢、職業/学年、悩みや願望、趣味、情報収集源（SNS、YouTubeなど）

牛徒の感想

自分で選んだペルソナに対する対応策と理由を考えることができました。今度はオリジナルのペルソナを作つて、対応策と理由を考えてみたいです。

課題解決の手法を具体的に学びました！面白かった！



お互いの考え方を 提案しあう場面