

セグメント/ステータス		就活世代		社会人なりたて世代	生き方転換期①世代		生き方転換期②世代		年取ピーク世代		第二の人生検討世代		打ち手の探し方 (対策立案の方向性)
所在地	出身地	19歳以下	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳	40歳～44歳	45歳～49歳	50歳～54歳	55歳～59歳	60歳～64歳	65歳以上	
市外在住 移住施策 対象範囲	市内出身者 リターン 見込み顧客	1位:ー	1位:仕事・働く場	1位:趣味・遊び	1位:仕事・働く場	1位:仕事・働く場	1位:家族・子育て	同率1位:趣味・遊び	同率1位:仕事・働く場	同率1位:家族・子育て	1位:ー	同率1位:仕事・働く場、家族・子育て	問題解決型アプローチ すでに接点はあるので、足りない施策を構築する。
		2位:ー	2位:健康・体に良いこと	2位:仕事・働く場	同率2位:趣味・遊び	2位:家族・子育て	2位:食事・働く場	同率1位:仕事・働く場	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	2位:ー	同率1位:健康・体に良いこと	
		3位:ー	同率3位:家族・子育て	同率3位:食事・美味しいもの	同率2位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	3位:趣味・遊び	3位:趣味・遊び	同率3位:家族・子育て、食事・美味しいもの	同率3位:趣味・遊び	同率3位:仕事・働く場、食事・美味しいもの	3位:ー	同率4位:趣味・遊び、自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	
		4位:ー	同率3位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率3位:スポーツ・運動	同率4位:家族・子育て、食事・美味しいもの、友人・新たな出会い	同率4位:食事・美味しいもの、友人・新たな出会い	4位:食事・美味しいもの	同率3位:友人・新たな出会い、健康・体に良いこと	同率3位:家族・子育て	同率3位:友人・新たな出会い、健康・体に良いこと	4位:ー	同率4位:友人・新たな出会い、勉強・学ぶ機会	
	市外出身者 リターン 見込み顧客	1位:仕事・働く場	1位:趣味・遊び	同率1位:趣味・遊び	1位:仕事・働く場	同率1位:趣味・遊び	1位:家族・子育て	同率1位:趣味・遊び	1位:仕事・働く場	1位:趣味・遊び	1位:ー	1位:ー	価値創造型アプローチ まだ接点がない、もしくは薄いので魅力を打ち出し認知→検討フェーズに持っていく。
		2位:家族・子育て	2位:友人・新たな出会い	同率1位:食事・美味しいもの	2位:食事・美味しいもの	同率1位:仕事・働く場	2位:仕事・働く場	同率1位:仕事・働く場	2位:趣味・遊び	同率2位:仕事・働く場、家族・子育て	2位:ー	2位:ー	
		同率3位:趣味・遊び、自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	3位:仕事・働く場	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率3位:趣味・遊び	同率1位:家族・子育て	同率3位:趣味・遊び	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率3位:食事・美味しいもの	同率2位:友人・新たな出会い	3位:ー	3位:ー	
		同率3位:友人・新たな出会い	同率4位:食事・美味しいもの、自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	4位:友人・新たな出会い	同率3位:友人・新たな出会い	4位:友人・新たな出会い	同率3位:食事・美味しいもの	4位:勉強・学ぶ機会	同率3位:友人・新たな出会い	同率2位:健康・体に良いこと	4位:ー	4位:ー	
市内在住 定住施策 対象範囲	市内出身者	1位:趣味・遊び	1位:趣味・遊び	1位:趣味・遊び	1位:仕事・働く場	1位:仕事・働く場	1位:仕事・働く場	1位:仕事・働く場	1位:仕事・働く場	同率1位:趣味・遊び	1位:仕事・働く場	1位:仕事・働く場	問題解決型アプローチ 変化したライフスタイルに順応する期間のため、暮らしの満足度が高まるように足りない施策を打つ。
		2位:仕事・働く場	2位:仕事・働く場	2位:仕事・働く場	2位:家族・子育て	2位:趣味・遊び	2位:家族・子育て	同率2位:趣味・遊び	2位:趣味・遊び	同率1位:仕事・働く場	同率2位:趣味・遊び	2位:家族・子育て	
		3位:勉強・学ぶ機会	3位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	3位:家族・子育て	3位:趣味・遊び	3位:家族・子育て	3位:趣味・遊び	同率2位:家族・子育て	3位:家族・子育て	同率3位:食事・美味しいもの	同率2位:友人・新たな出会い	同率3位:趣味・遊び	
		4位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	4位:友人・新たな出会い	4位:食事・美味しいもの	4位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	4位:食事・美味しいもの	4位:食事・美味しいもの	4位:食事・美味しいもの	4位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率3位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率4位:家族・子育て、食事・美味しいもの、自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率3位:友人・新たな出会い	
	市外出身者 リターン 経験者	同率1位:趣味・遊び、仕事・働く場	同率1位:趣味・遊び	1位:仕事・働く場	同率1位:趣味・遊び	1位:家族・子育て	1位:仕事・働く場	同率1位:趣味・遊び、仕事・働く場	同率1位:趣味・遊び	1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率1位:家族・子育て	1位:趣味・遊び	価値創造型アプローチ 柏崎には何も無い、などネガティブなイメージを払拭するための魅力を打ち出し、良さに気付いていくように促す。
		同率1位:家族・子育て	同率1位:仕事・働く場	2位:趣味・遊び	同率1位:家族・子育て	2位:仕事・働く場	2位:家族・子育て	同率1位:食事・美味しいもの	同率1位:食事・美味しいもの	同率2位:仕事・働く場	同率1位:食事・美味しいもの	2位:家族・子育て	
		同率4位:食事・美味しいもの	同率1位:食事・美味しいもの	3位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	3位:食事・美味しいもの	3位:趣味・遊び	3位:趣味・遊び	同率1位:友人・新たな出会い、健康・体に良いこと	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率2位:家族・子育て	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率3位:仕事・働く場、食事・美味しいもの	
		同率4位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率1位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	同率4位:食事・美味しいもの、友人・新たな出会い	4位:仕事・働く場	同率4位:食事・美味しいもの、自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	4位:食事・美味しいもの	同率1位:スポーツ・運動	同率1位:友人・新たな出会い	4位:勉強・学ぶ機会	同率1位:健康・体に良いこと	同率3位:自由な時間・ゆっくりと過ごせるひととき	