



マーケティング活動支援

～ユーザーの実態から本質的なニーズ・インサイトを導く～

大規模インフラと顧客基盤を支えるIT

+

行動観察とマーケティングリサーチの実績

企業名

株式会社オービス総研

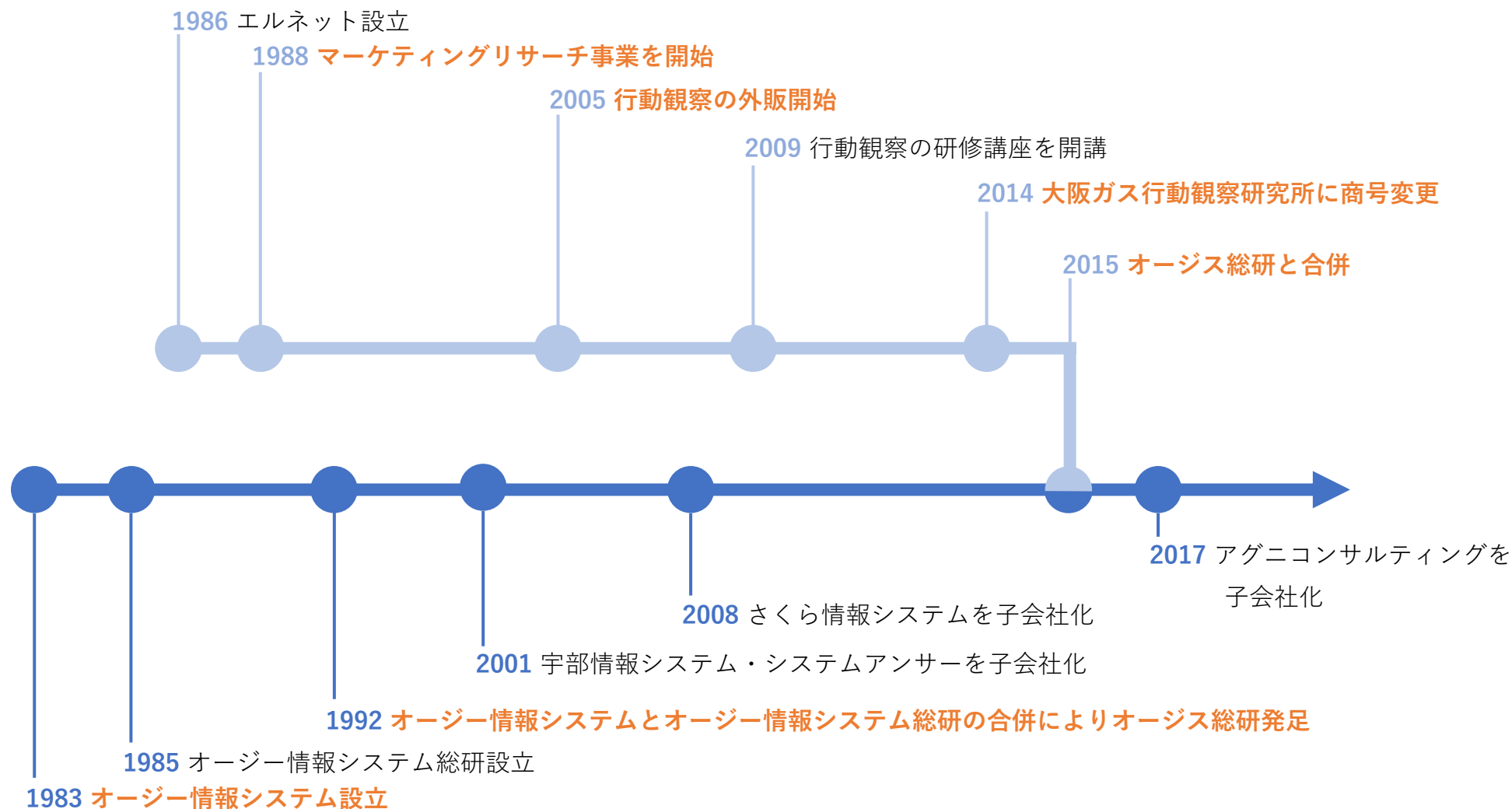
(大阪ガス100%出資)

設立

1983年6月29日

代表

吉村 和彦



テクノロジーの進展に伴いユーザーの消費スタイルや価値観が変化

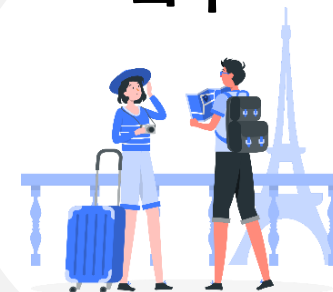
	～1980年代	1990年代～2010年代中盤	2010年代中盤～
ユーザーの消費スタイル	モノ消費	コト消費	トキ消費・イミ消費
ユーザーの価値観	モノを所有することを「 <u>豊かさ＝幸せ</u> 」とする、画一的な価値観のスタイル	個性が高まり、 <u>自分にとって必要なもの</u> を購入し、 <u>所有することに執着しない</u> 、多様な価値観のスタイル	自分の行動を <u>他者に共有することや、社会的な課題に対して貢献することに価値</u> を見出したスタイル
コミュニケーションの取り方	一方的・受容的	双方向的	共創的
ユーザーとのコミュニケーションチャンネル	● 電話 ● 手紙	● 公式HP ● (問い合わせ・メール) ● ファンサイト・会員サイト	● SNS ● チャット・チャットボット
登場した主なテクノロジー	● 自動車 ● 家電製品	● PC ● 携帯電話・スマートフォン ● インターネット	● SNS ● AI ● 5G

ユーザーの実態を理解し、本質的なニーズ・インサイトを捉える事が重要に

モノ



コト



トキ



イミ



本資料にご興味をお持ちいただけましたら、
フルバージョンのダウンロードをお申し込みください。
一度お申し込みいただくと、行動観察に関連した掲載資料を
すべてダウンロードいただけます。

多様な価値観や複雑な関係性の中で

お申し込み

でいるのか？」を知る必要性がある