

必見！

マーケ

商品開発

販促

広告

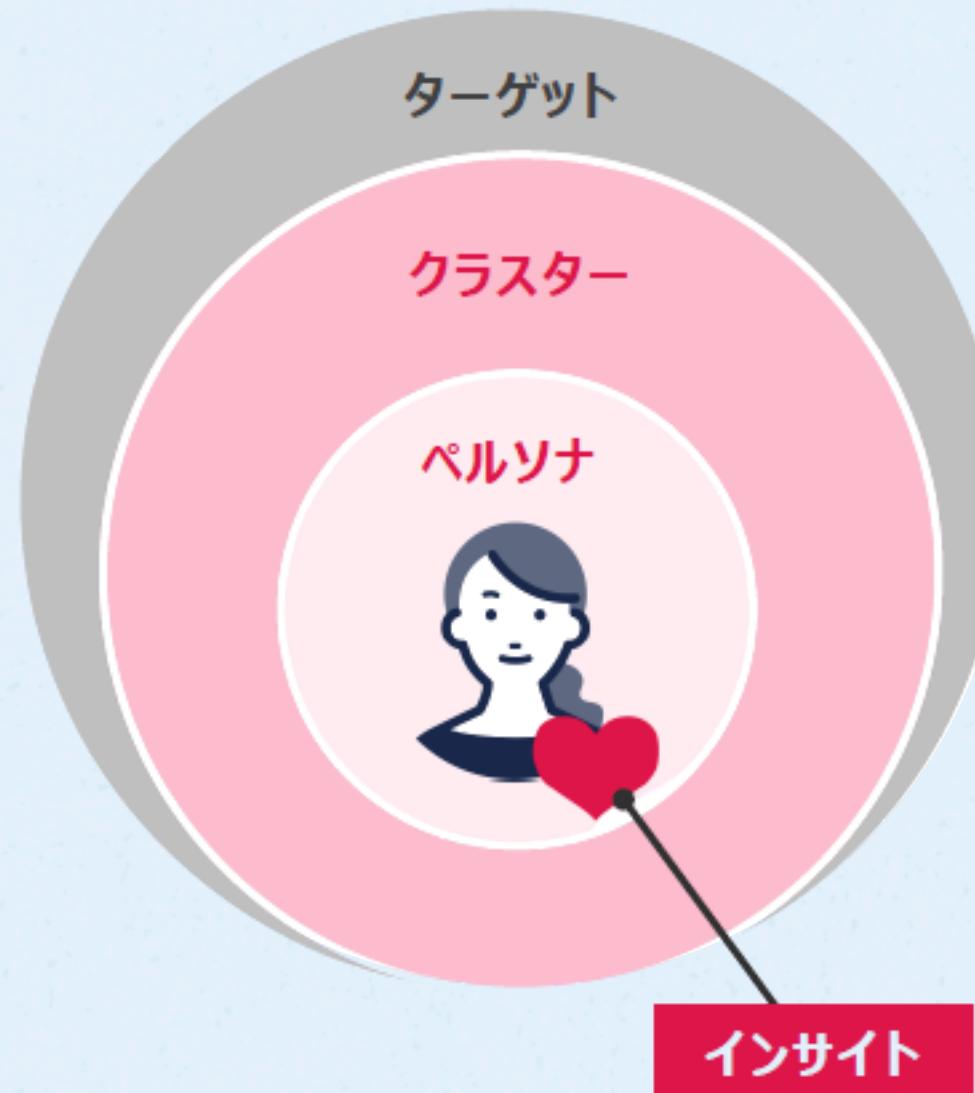
デザイン

PR

女性インサイトを買う“意味”

完全解説BOOK

成功事例付き



女性インサイト総研

HERSTORY

こんなお悩みありませんか？

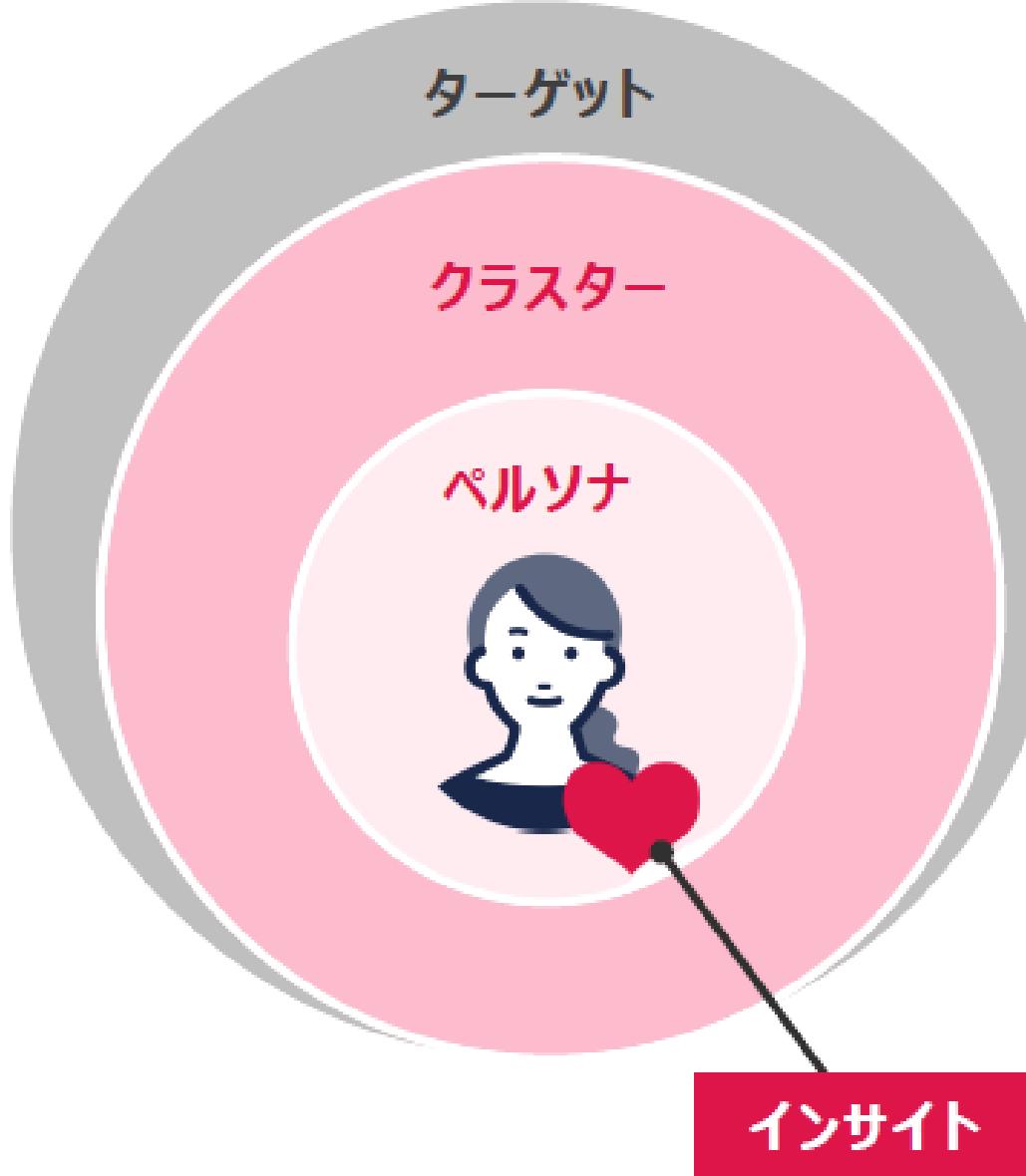


- 1 新規事業を立ち上げたいが、どの市場を狙えばいいかわからない
- 2 新しい商品を企画しているが、本当に売れるのか自信が持てない
- 3 市場リサーチをしてもなかなかヒットの兆しが見えない



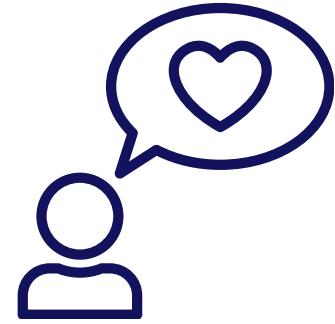
その原因は女性インサイト＝買う“意味”を見逃しているからかもしれません。

女性インサイト＝買う“イミ”とは？



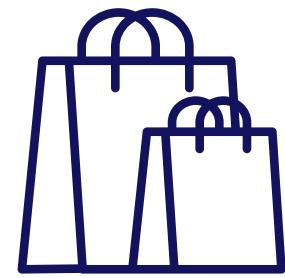
- 企業が届けたい「価値」より、顧客が求める「意味」が重要**
- 女性インサイトとは、女性が商品を選ぶ本当の理由を理解すること**
- 女性の心に刺さる(=インサイト)提案(=プロポジション)が顧客に受け入れられて初めて、顧客価値となる**

 **顧客生涯価値(Life Time Value)が問われる時代に**



長く愛されるブランドが選ばれる

顧客は一度購入した商品・サービスでも、「自分にとって意味がある」と感じるブランドを選び続ける。



頻繁に選ばれ、リピート購入につながる

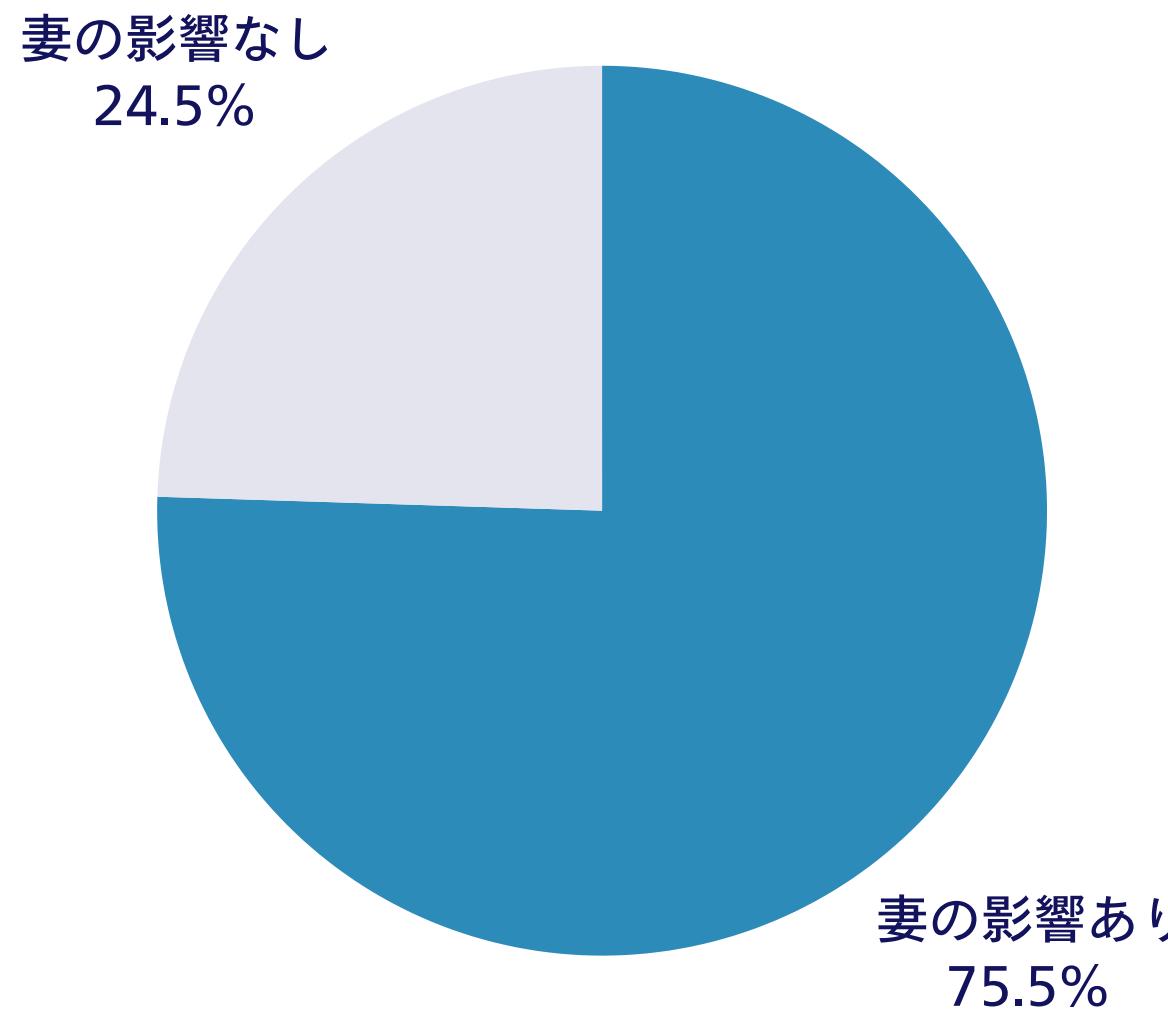
価値あるブランドは「また買いたい」「試したい」と思われ、継続的な購買につながる。



ファンになった顧客が広めてくれる（推奨・紹介）

共感を生んだ顧客はSNSや口コミで自然に情報発信し、新たな顧客獲得へつながる。

世帯で使う49品目の購入影響度

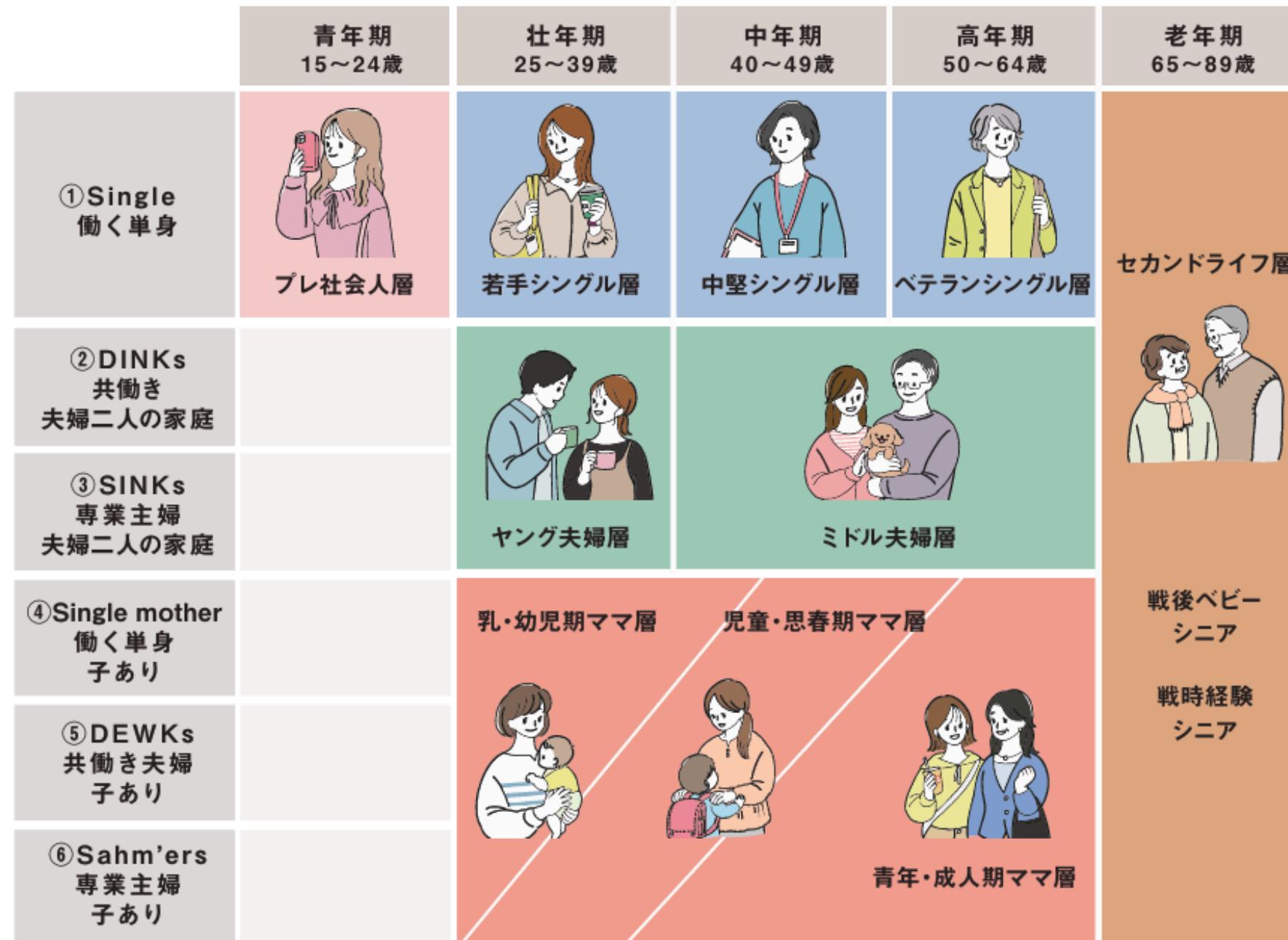


世帯消費の8割は女性が影響

「女性向け」だけでなく、
あらゆるジャンルで女性視点が重要

企業が「女性の本音」を掴めていない
ことで売上機会を逃している

「10クラスター分析」で女性消費行動を捉える



ライフコース(職業・家族構成)×ライフステージ(年齢・イベント)で分類し、消費行動を調査

35年間にわたり女性のインサイトを研究し、
膨大なビッグデータを蓄積

調査を継続し、最新のトレンドや価値観の変化
を常に分析



**HERSTORYなら、女性の消費行動をより深く理解し、
実践的なマーケティング戦略を構築できます。**

女性インサイトを掴み、成功した企業の事例 1



イベント特設サイトのアクセス数は、過去最高のアクセスのさらに2倍に跳ね上がった。観光客も増加し、大きくイベント成功にペルソナ作成が効果發揮！

22万
PV

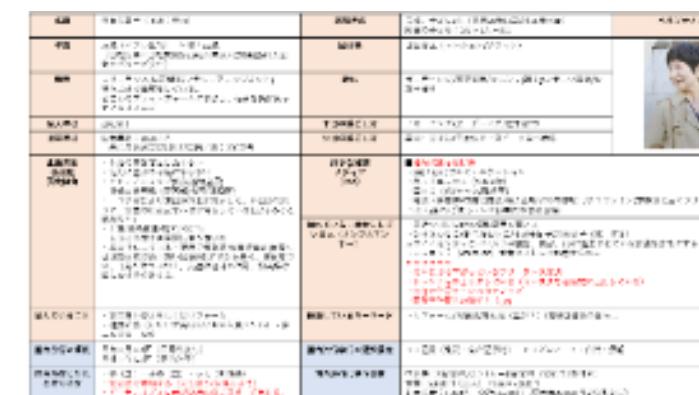
導入前

44万
PV

導入後



▼完成したペルソナ、ペルソナワークショップの様子



▼事例記事は
こちら



女性インサイトを掴み、成功した企業の事例2



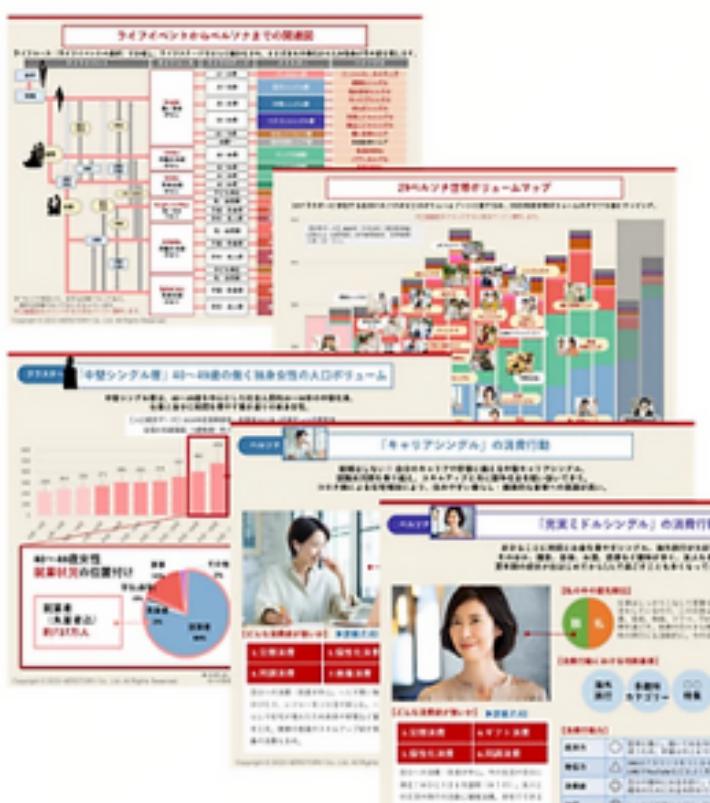
株式会社ベイシア 代表取締役社長 相木 孝仁 氏

顧客の女性ペルソナ作成から商品・新店舗開発へ

株式会社ベイシア様

顧客の7割が女性、しかし社内組織に目を向けると主に男性。来店動機やベイシアを選ぶ理由（女性インサイト）を分析・研究。ポイントカード顧客分析から、大家族ペルソナ「ベイファミさん」を作り、見える化。お客様像に合わせた店づくり、商品作りが可能に。

▼勉強会使用テキスト



ベイシア様のカード顧客データを
クラスター分類・ペルソナ化。
「女性ペルソナ年鑑」と比較。
ベイシア独自のペルソナを作成



ベイシア顧客インタビュー×
HERSTORYモニターインタビューを
実施しコアユーザー像を見える化

▼作成ペルソナ仮イメージ



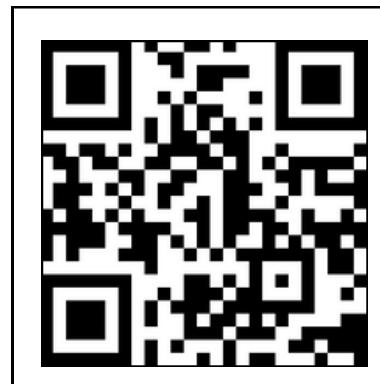
ペルソナのインサイトから
生まれた大容量購入用のカ
ートや、クーラーバック開
発、店内POPの改良、新商
品開発などに着手

▼事例記事は
こちら



お問合せ

本資料に関するご質問や弊社サービスなど、女性顧客に関するご相談は
お気軽にお問合せください。



ハー・ストーリイ 

お問い合わせフォーム
<https://herstory.co.jp/contact>
✉ hs.contact@herstory.co.jp