

女ゴコロをつかむ マーケティングとは？

北播政経懇話会（事務局・神戸新聞北播総局）10月例会は13日正午から小野商工会館4階大ホールで開きます。講師は（株）レスコフォーメイション常務取締役で女ゴコロマーケティング研究



木田理恵（きだ・りえ）さん＝写真、テーマは『女ゴコロをつかむマーケティングとは？』です。

講師に木田理恵さん

今や消費財の購買決定権の8割を女性が握るといわれます。

れています。晩婚化や共働き家庭の増加などで女性が購買にかかわるシーンは年々増え続け、多くの業界が女性市場に注目し、もう「女ゴコロがわからない」では済まされない時代になってきました。数多くの女性市場戦略プロジェクトや人材育成にかかわる木田さんに「女ゴコロ」をつかむ極意について話していただきます。

小野で13日、北播政経懇話会

科を卒業後、テキスタイルデザイナーに。デザインだけでなく「売り方」にまで踏み込んだマーケティングの仕組みが重要との考えから商業コンサルティング、マーケティングの世界へ。女性ならではの視点と客観的な分析・提案をするセールスプロモーションを手掛け、自身が企画した「女性マーケティング養成講座」が人気を呼んでいる。著書に「彼女がああテレビを買ったワケ」（2008年・エクスナレッジ）。

木田さんは1969（昭和44）年、大阪府出身。府立八尾高校、府立夕陽丘高等職業技術専門学校デザイン科を卒業後、テキスタイルデザイナーに。デザインだけでなく「売り方」にまで踏み込んだマーケティングの仕組みが重要との考えから商業コンサルティング、マーケティングの世界へ。女性ならではの視点と客観的な分析・提案をするセールスプロモーションを手掛け、自身が企画した「女性マーケティング養成講座」が人気を呼んでいる。著書に「彼女がああテレビを買ったワケ」（2008年・エクスナレッジ）。

ビジネスに女性視点を

女ゴコロマーケティング研究所 木田所長が講演

北播政経懇



北播政経懇話会（事務局・神戸新聞北播総局）の10月例会が13日、小野市王子町の小野商工会館であり、女ゴコロマーケティング研究所所長の木田理恵さん＝写真＝が「女ゴコロをつかむマーケティングとは？」と題して講演した。要旨は次の通り。

情緒的に心に響く商品が売れる時代になってきた。物欲から精神欲へと

「移り変わってきた。情緒的消費が多い女性の心を動かすことがビジネスチャンスにつながる。男女は平等だが、歴然とした性差がある。買いたい物をするときの価値観も違う。パソコンを買うとき、男性は性能を比較するが、女性はおしゃれなカフェでパソコンを聞く自分を想像する。「幸せイメージ」がたかさん浮かぶ商品を選ぶ。女性が店員に求めているのは「共感」だ。

女性の視点、生活者の視点をビジネスに取り込み、その中から相乗効果として出てくる価値が、これから成功するビジネス。社内、組織内の女性活用も含めて取り組んでいけば、前進していくのではないかと。高田康夫

ではないか。
（まとめ・高田康夫）