

HERSTORY

商品力があるのに、なぜ売れない？ 生活者起点マーケティング実践ガイド

保存版

経営者のためのチェックリスト

株式会社ハー・ストーリィ

2026年9月

WEB ▶ <https://www.herstory.co.jp/>

Contact ▶ co.info@herstory.co.jp

【セルフチェック】あなたの会社は当てはまりますか？

以下の項目で、当てはまるものにチェックしてください。担当者・経営者ご自身の実感で構いません。

A. 商品・売上に関する悩み

- ☐ 良いものを作っているのに、以前より売れなくなったと感じる
- ☐ 商品開発の意思決定が、担当者の経験と勘に依存している
- ☐ 商品コンセプトが「作り手目線」になっていないか不安がある
- ☐ リブランディングや商品の再活性化が必要かどうか判断がつかない

B. 顧客理解に関する悩み

- ☐ 素材メーカーなど、最終消費者の声を直接聴く機会がほとんどない
- ☐ BtoBtoC事業のため、法人向け提案営業に活かす生活者動向がわからない
- ☐ 顧客ペルソナが社内の仮説のまま、実データで検証したことがない
- ☐ 自社の顧客の本音を把握できている自信がない

C. 市場・競合に関する悩み

- ☐ 自社の「強み」と「実際に売れている理由」を切り分けて説明できない
- ☐ 自社が属する市場が、縮小しているのか成長余地があるのか把握できていない
- ☐ 競合との違いを、顧客視点の言葉で説明できない
- ☐ 新市場・女性市場への参入余地を検討したことがない

D. 体制・人材に関する悩み

- ☐ コンサルティングよりも、実務と一緒に進めてくれる相手を求めている
- ☐ マーケティング人材の採用条件(給与・経験)が社内基準と合わず、採用判断が難しい
- ☐ 若手社員が多く、マーケティング人材の育成・指導ができる人材が社内にはいない
- ☐ そもそもマーケティング組織がない、リソースが限られている

チェックの数を数えてください: ____ 個

いくつ当てはまったかで、自社にとっての重要度が見えてきます。多い・少ないの優劣ではなく、現在地を知るための目安です。

- **0～3個** すでに一定の感覚や仕組みを持てている状態。
今のうちに「なぜ売れているか」を言語化しておく、次の一手を考えやすくなります。
- **4～8個** 一部の領域で、勘と経験に頼っている状態。
「誰に、なぜ選ばれるか」を言葉にできていない部分がありそうです。
- **9個以上** 市場・顧客を捉える機能を、仕組みとして持つ余地が大きい状態。
土台から生活者起点で整理し直すことで得られるものが多いフェーズです。



なぜ今までのやり方だけでは通用しないのか

「良い商品を作れば売れる」という前提が崩れている背景には、3つの構造変化があります。

「良い商品を作れば売れる」時代から、 「誰に、なぜ選ばれるか」が問われる時代へ。



市場の縮小

これまで主力だった市場や顧客層が小さくなり、同じ商品・同じ売り方では売上の維持が難しくなっています。



競争の増加

品質で勝負していた領域にも多くの競合が参入し、価格競争や差別化の難しさに直面しています。



顧客ニーズの多様化

顧客が商品に求めるものが多様化し、「良いものを作れば売れる」だけでは選ばれにくくなっています。

生活者起点マーケティング:何から始めるか

まずは自社の実際の顧客像をクリアに把握するところから、すべてが始まります。

5. 消費者動向・トレンド把握

交点10クラスター別 消費動向、トレンド把握

消費動向、トレンド、定量、定性調査を実施。データ購入サービス等を展開

4. 組織定着・仕組み実装

組織内で再現できる仕組みづくり

WIM理論®(女性インサイトマーケティング理論)を組織のノウハウとして
習得・定着させるサポートを提供

※WIM理論®=4層分析

- ・男女購買(行動特性)
- ・女性特性(選択基準)
- ・世帯構造(意思決定)
- ・社会環境(消費変化)



1. 顧客解像度をあげる

「誰が・いつ・欲しくなるのか」特定

顧客クラスターを特定し「買う理由」を特定
既存顧客データ確認／アンケート／インタビュー／座談会／生活観察／実態画像／SNS調査／女性インサイトラボ蓄積データの照合

2. 商品・市場創造

新商品コンセプト・新市場の発掘

「買う」クラスターを特定し、インサイト、ニーズを把握し、欲しい商品・サービス・市場創造

3. コミュニケーション最適化

買いたくなる導線設計と障壁抽出

顧客クラスターに適したコミュニケーションの最適化と既存の改善を提示する

世帯の消費行動決定権の8割を持つ女性生活者の実態解像度を上げる—

全国4900世帯を特定の特性を持つ、10クラスターに分類。消費行動をより詳細に正しく掴むことができます

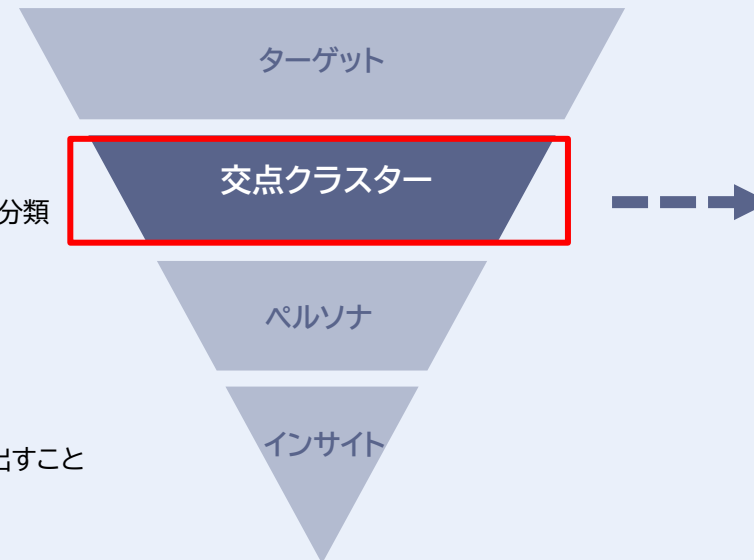
類似性を持つグループをクラスターとして定義

広く設定された市場や顧客層
(20代の女性、年収500万円の世帯など)

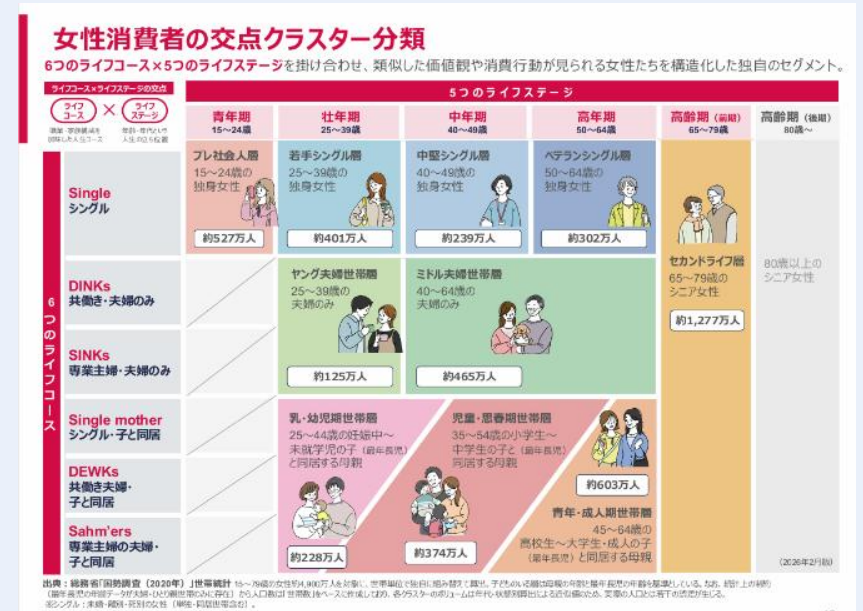
特定の類似性を持ったグループ。
女性はライフコース×ライフステージの交点分類
が有効

特定のニーズや行動を持つ架空の人物

ペルソナが持つ背景を洞察し、
深層心理を解明し、「買うイミやイギ」を見出すこと

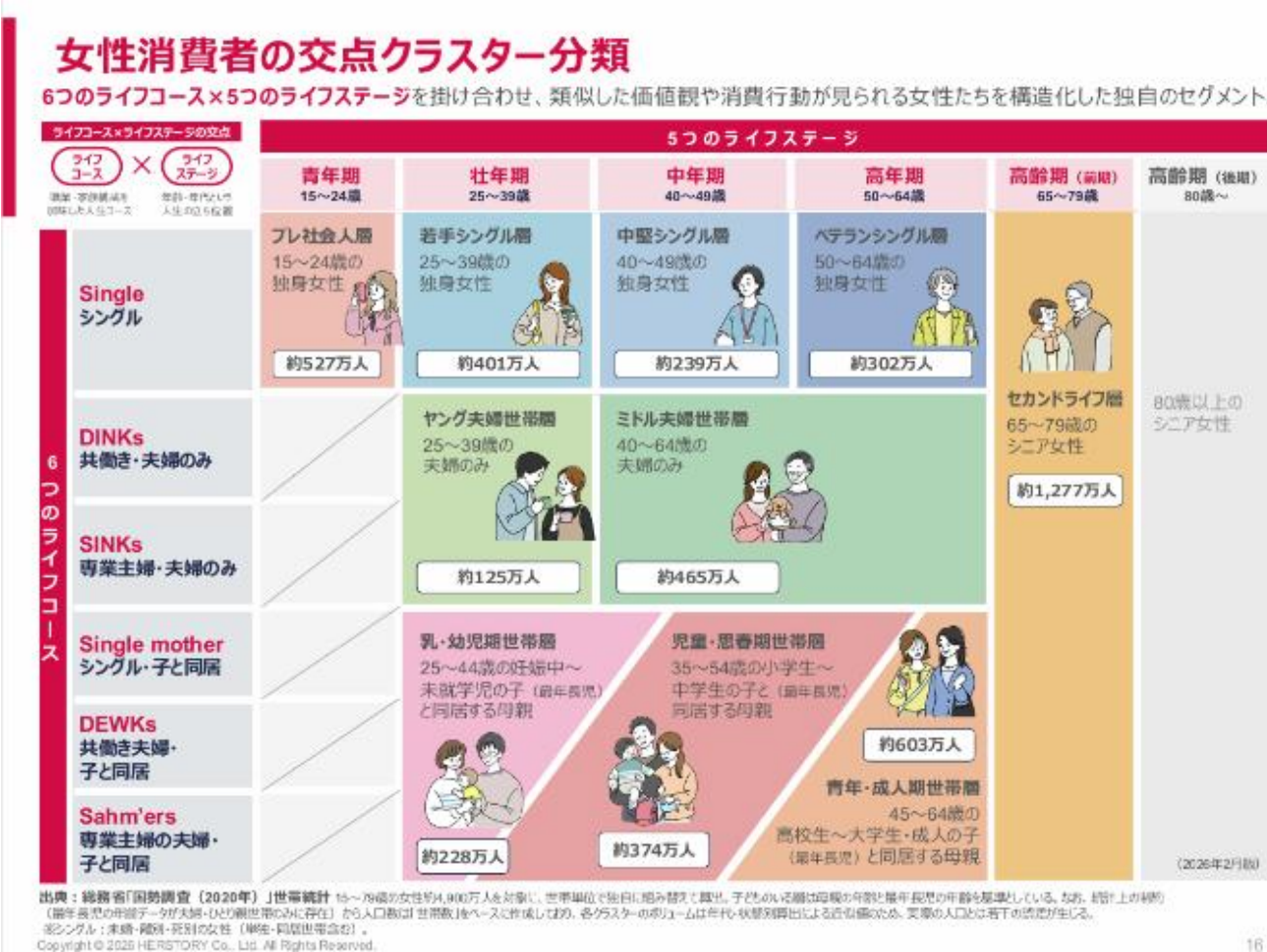


国勢調査4900万人世帯(15歳～79歳)を
「4層分析」10クラスターに分類



生活者を消費行動で分ける10クラスター分析

貴社商品・サービスのメイン・サブ顧客は、どのクラスターですか？



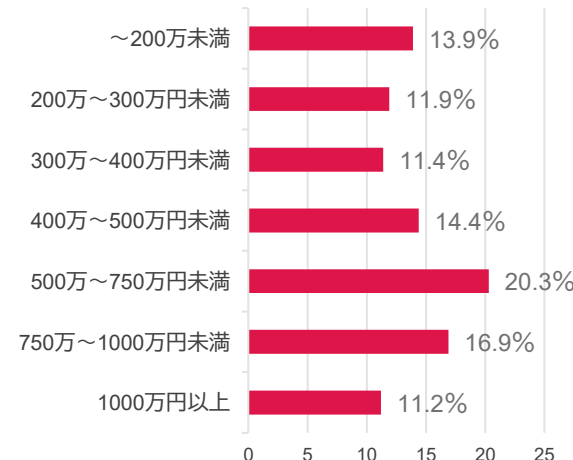
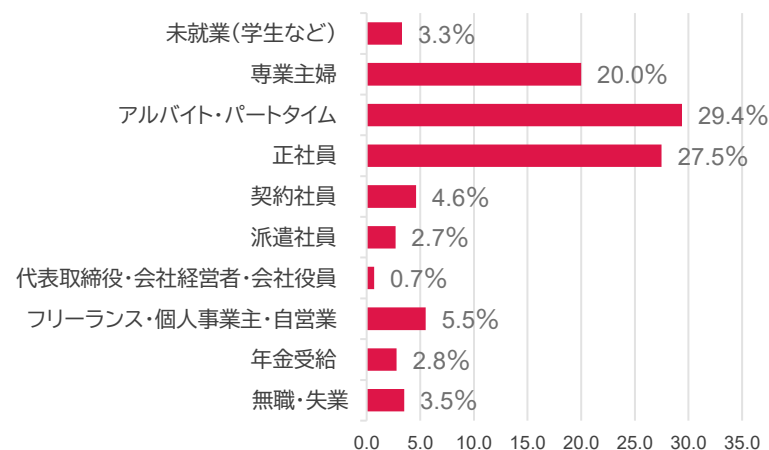
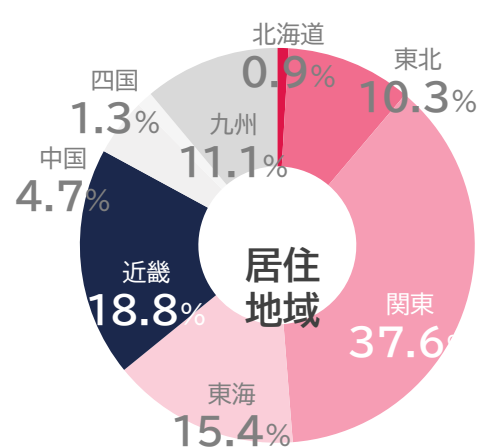
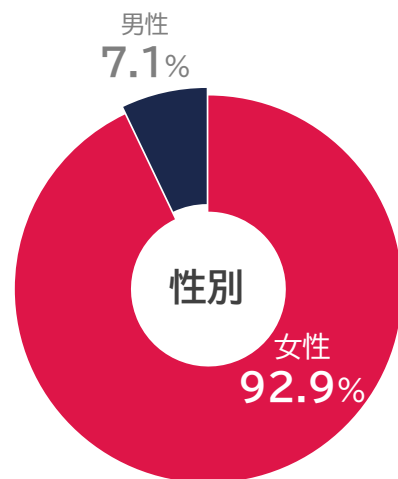
生活者を消費行動で分ける10クラスターのモニターパネル

HERSTORY独自保有 約2万人の全国の生活者パネル

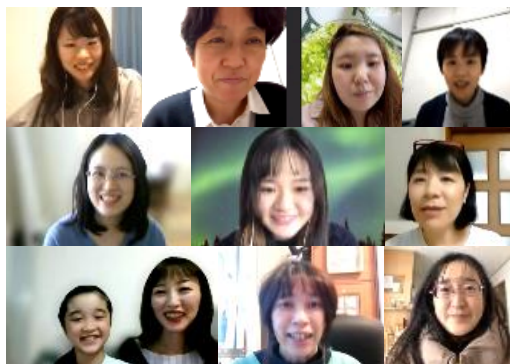
弊社独自保有の女性約2万人10分類別を対象として生活調査を継続しています。

HERSTORYの取り組み・社会的意義へ賛同するモニターメンバーが多いため「リアルな暮らしの声」を聞くことができます。

また、インサイト調査時は協力会社パネルと連携し 約65万人のパネルからスクリーニングも可能です。



オンラインインタビュー



購入品の写真画像の提供



アドベンチャーワールドで購入した
パンダのヘアバンドと巾着

商品購入に関する座談会



生活者起点のマーケティングチームを外部に持つ

マーケティング部門がなくても、
外部にマーケティング機能を持てる。

HERSTORYは、“生活者起点”を専門に37年以上の経験をもつ、外部マーケティングパートナーです。

専任のマーケティング人材を採用しなくても、
必要なときに必要な分だけ、
市場や顧客を考える機能を社外から補完できます。

- 市場をどう見るか、誰を顧客にするか
- 顧客はなぜ買うのか、商品の何を変えるべきか
- どの市場に可能性があるか、競合との差をどう作るか

これらの問いを、生活者起点で一緒に整理していきます。



単なるマーケティング会社ではない “生活者起点”マーケティングチームを貴社に。

生活者の本音をすくい上げ、商品や事業に落とし込む。調査・分析・戦略立案・実行までを一気通貫で支えます。

生活者起点マーケティング専門

1990年の創業から一貫して、生活者の違和感を企業へ伝えてきました。



全国65万人調査パネル保有

“実在する生身の人間”の声をすぐに聴ける基盤があります。



37年の蓄積インサイトデータ活用

調査結果や発言の裏にある潜在ニーズを読み解く知見があります。



生活者の消費行動の研究機関

消費行動や生活実態をつぶさに見て、未来を見据えた提言をしています。

対応テーマの例

新市場創造

女性市場への参入

新商品開発

既存商品の再活性化

リブランディング

顧客インサイト調査

ターゲット再設定

商品コンセプト開発

生活者起点マーケティングまるごと代行サービス 詳細比較

	生活者起点マーケティングまるごと代行室(月額型)		
	ベーシック	スタンダード	アドバンス
内容	アドバイス中心	実務補佐	共同での実務
生活者インサイト調査	6カ月に1回目安 ・Webインサイト調査 ・インタビュー／座談会	3カ月に1回目安 ・Webインサイト調査 ・インタビュー／座談会	必要に応じて実施
広報PR	アドバイス	実務(AI対策/一次データ活用)プレスリリースのための 調査実施・記事作成サポート	
製作・SNS運用	パートナー紹介(※費用別途)	ディレクション／パートナー連携(※費用別途)	
年間コスト(税別)	月額20万円 年240万円	月額30万円 年360万円	月額50万円～ 年600万円～ 内容に応じてお打合せの上、お見積
備考	- まずは生活者起点マーケをはじめてみたい - 定例MTGで壁打ちからスタートしたい	- 生活者起点マーケと実務についても伴走して欲しい - ある程度課題が見えてきているので調査もしたい	- 新規事業やリブランディングなど生活者起点で伴走して欲しいプロジェクトが明確にある - 半年以上の長期的視点で実務も一緒にやってほしい

貴社ご課題や予算に応じて、個別に組み立て・ご提案いたします。

まずは、貴社のご課題をお聞かせください！

HERSTORYの無料相談では、まずお話をうかがい、課題整理から始めます。
相談したからといって契約の必要はありません。
ご安心してお話してください。

HERSTORY

無料相談を申し込む

WEB ▶ <https://www.herstory.co.jp/> Contact ▶ hs.sales@herstory.co.jp