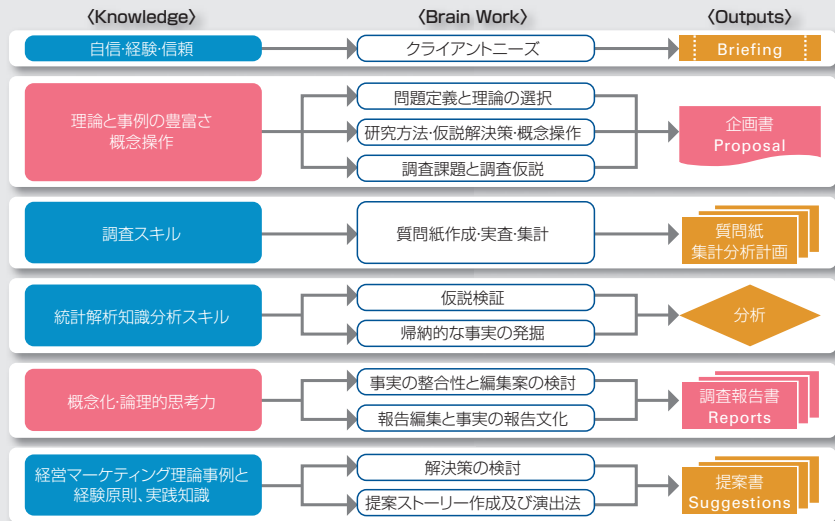


1

仮説検証型量的調査

問題意識を理論的な視点から捉えなおす

■ 現在抱えている問題を理論や研究などを踏まえ測定可能な仮説にし、検証することによって明快で、鋭い解決策をご提案します。



分析手法

■ 当社にとって、マーケティング及び戦略提案の基盤となるのが、生活研究です。消費社会の淵源にまで遡る歴史的視点と、経済学、社会学、心理学など人文社会科学による基礎付けを行いながら、現代の生活を捉えなおすという独自のスタンスで研鑽を積み重ねてきたものです。

■ 研究成果を活用して消費市場の動向、その背後にある価値意識の変化から、新しい市場理解とマーケティング機会の仮説を構築し、量的な検証を通じて、解決策を提案していきます。

GLV(世代・ライフステージ・バリュー)モデルによる分析

