

報道関係各位

平成28年3月2日
株式会社クロス・マーケティング

商品やサービスを意味的価値で差別化

「社会をよくするマーケティング™」を提供開始

～利他性マーケティング™とCSR視点でマーケティング戦略をサポート～

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区 代表取締役兼CEO 五十嵐 幹 以下当社）は、企業活動を生活者視点から分析するフレームワーク「R I T A - A n a l y s i s™」による分析結果に基づき、CSR視点を加えたマーケティング戦略を提案するサービスパッケージ「社会をよくするマーケティング™」を、CSRコンサルタント 安藤光展氏と共同で提供開始しました。

近年、日々の生活の利便性を向上すべく、企業はさまざまな商品、サービスを展開しています。一方で、市場に広がった商品やサービスの多くは、関連する情報がインターネットを中心に数多くあることにも起因し、生活者がそれぞれの特長や内容を認識し、購入に当たって適切な選択をすることが難しくなっています。また、商品やサービスのコモディティ化、その結果の価格競争もあり、生活者自身も、意志を持って選択しなければならない商品やサービス、高関与商品が少なくなってくるものが予測されます。

この市場環境に対し、当社は、お客様の商品やサービスにCSR視点という付加価値を加えたマーケティング戦略を提案するサービスパッケージ「社会をよくするマーケティング™」の提供を開始しました。本パッケージは、当社研究機関であるクロスラボが開発した、自分以外のために行動を行う利他性※に注目したフレームワーク「R I T A - A n a l y s i s™」を用いて分析した結果に基づき、CSRコンサルタントの安藤光展氏がコンサルタントとしてマーケティング戦略をサポートするものです。

本パッケージは、「社会をよくしたい」「社会の役に立ちたい」という生活者が潜在的に持つ意識を「R I T A - A n a l y s i s™」で把握し、それに基づいた生活者視点でのCSRという付加価値を加えたマーケティング戦略を実行できることで、お客様の商品やサービスを選ぶ意味を提供し、市場における差別化、特長付けに寄与します。

なお、本パッケージでマーケティング戦略に付与する価値は、長期にわたり積み上げていくことができるため、商品・サービスのブランディング、企業イメージの醸成にも寄与します。

今後も当社は、生活者視点による心理学的研究を通じた、ソーシャルベネフィット志向型の企業活動を支援するユニークなフレームワークやメソッドを提供していきます。

※ 利他性：自分にコスト（損失、犠牲）が生じてでも、他者の利益向上を図ろうとする心理的傾向

クロス・マーケティング クロスラボ研究員コラム http://www.cross-m.co.jp/crosslab_column/20151215.html

【会社概要】

商号：株式会社クロス・マーケティング

代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

所在地：東京都新宿区西新宿3丁目20番2号

設立：2003年4月1日

主な事業：マーケティングリサーチ事業

URL：<http://www.cross-m.co.jp/>

＜本件に関するお問い合わせ先＞

株式会社クロス・マーケティンググループ 広報部：山本

TEL：03-6859-2252 E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp