

株式会社ハー・ストーリー  
日野佳恵子

# 女性たち

が見ている

# 10年後

の

# 消費社会

市場の8割を左右する  
「女性視点マーケティング」

昭和、平成、令和——  
大量生産、大量消費の  
時代は終わり、  
モノからイギ(意義)消費へ、  
感じるマーケティングの  
時代になった

**WORKMAN**

Soup Stock Tokyo

**DEAN & DELUCA**

**Pasco**

ワークマン、スープストックトーキョー、ディーン&デルーカ、パスコなど

女性の感性に訴え、選ばれている  
企業の事例を多数紹介

自分、夫、子ども、親、友人、地域、社会。  
幅広い領域で「買う力」「選ぶ力」を持つ女性へのマーケティングは  
これからのビジネスに必須の課題

同文館出版

●定価(本体2500円+税)