

私はいわゆる
アラフォーですが、
アンケートのときくらい
20代になりたいのです。

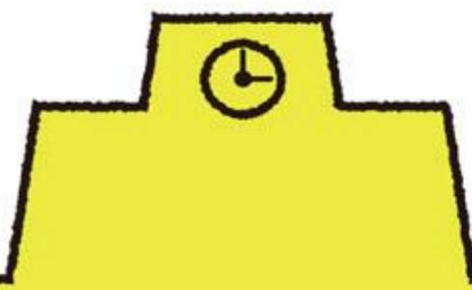
こんな調査結果を使っている
マーケティングって役立つの？
丸山先生、教えてください。

たとえば40代女性にアンケートを
行ったとします。すると年齢を20代と
サバを読む人がけっこう出ます(笑)。
調査結果からわかるのは、
人はかわいいウソを
つくものだということ。
そして、そのまま鵜呑みに
してはいけないということです。
しかしこの人たちのような
人間の心理や世の中の空気は、
人の購買行動の決定に深く影響しています。
そこで役に立つのが、マーケティング論という
ビジネスの学問です。



なぜこのような調査結果になるのかを理論や
過去のモデルを援用し、目には見えない
人の本音や悩みを発見します。
調査結果はいつもミステリー小説のよう。
その謎を読み解くところに、マーケティング論
という学問の価値とおもしろみがあるんです。

経営学科
准教授 丸山一彦



現代人間学部 小田急線鶴川駅から
表現学部 徒歩約15分
経済経営学部 <http://www.wako.ac.jp/>

ひとりを光らせる
和光大学