The Sky is The Limit
KOGOMA
SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

令和の
徳の本質は

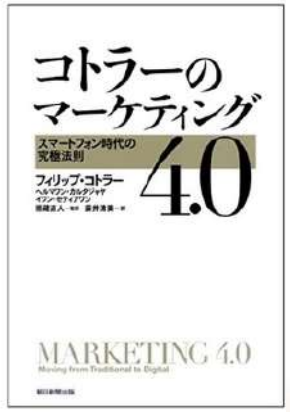
共感・応援・感謝の思い

ずっと、気になっていたこと：

スピリッツって
“思い”なのでは？

消費者志向の時代を経て、
マインド、ハート、スピリッツを持った
全人的な存在と捉えた人中心の
「ヒューマンスピリット・マーケティング」に
進化する。

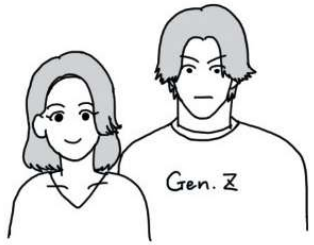
フィリップ・コトラー



The Sky is The Limit
KOGOMA SEMINAR
SANNO UNIVERSITY

ミライマーケティング研究会

Z世代の思いは
表層に見えるので
ちゃんと見て聞いて
寄り添って欲しい！

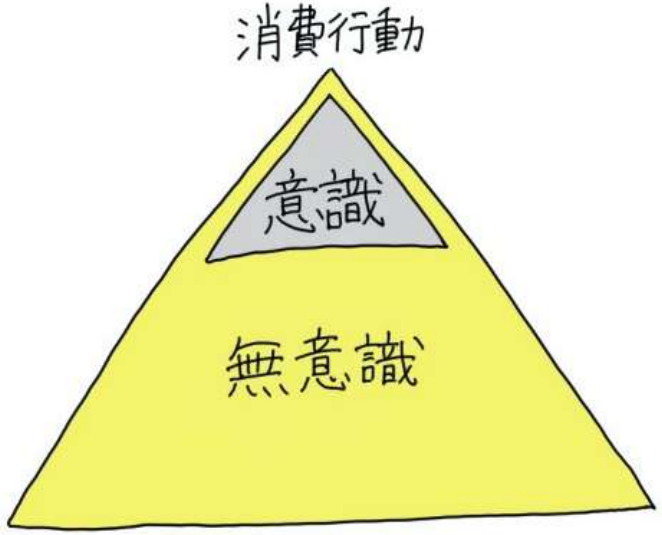


実は**Z世代**は
めっちゃ**スピリッツ**ある

Sprits

Mind

Heart



表層心理

建て前

ホンネ

無意識

深層心理

表層を直観し ダイアローグするマーケティングへ

ハート

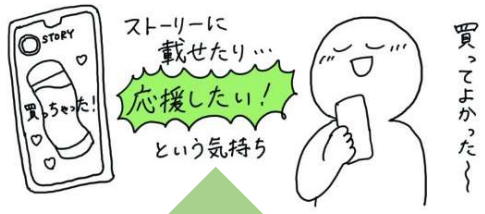
胸のときめき【直感】

マインド

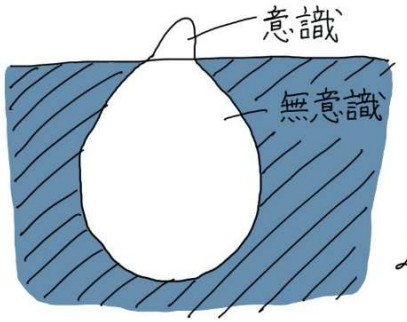
心と頭で考える【直観】

スピリッツ

顕在している思いとリアルな行動



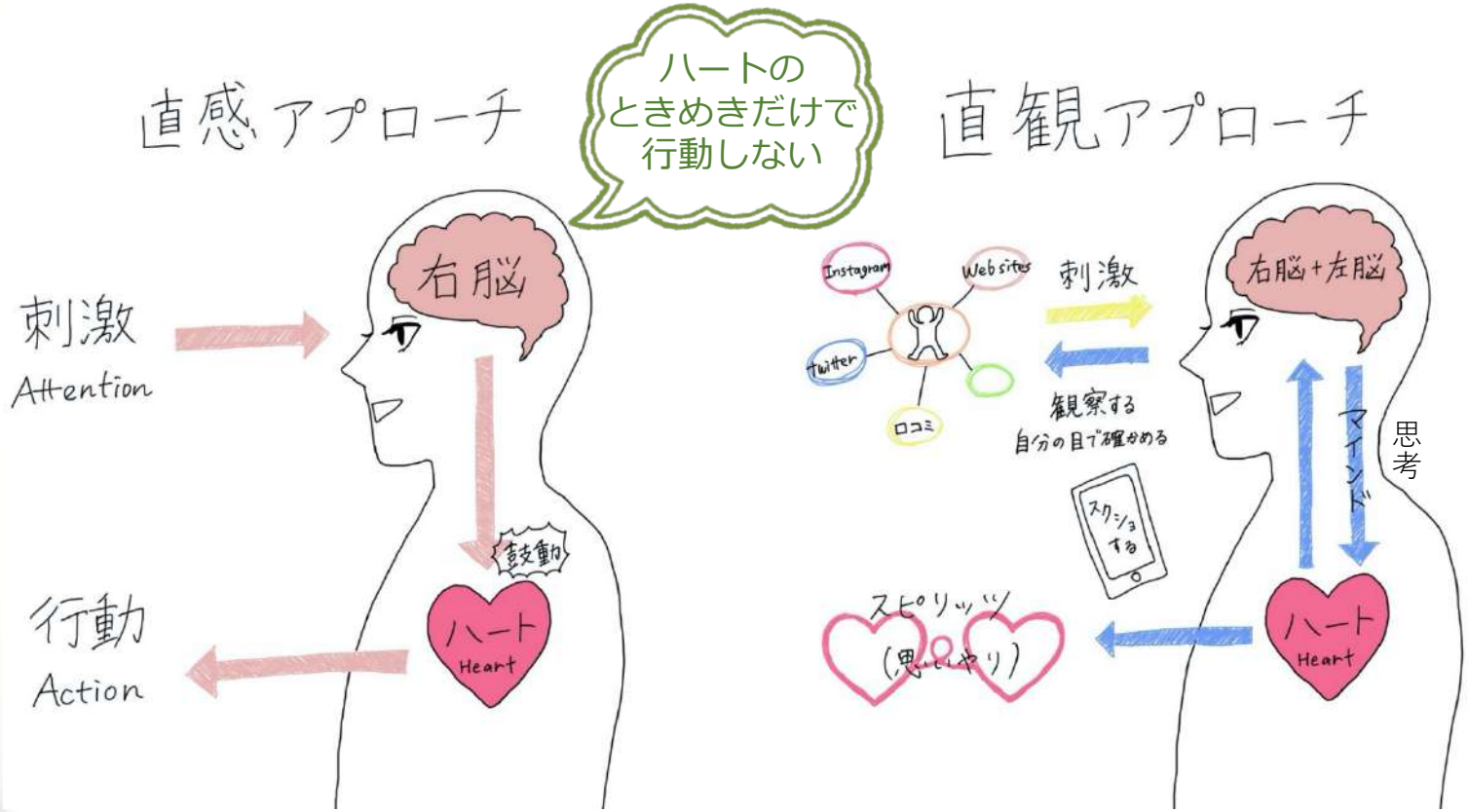
従来は"氷山の一角"



リアルを見て欲しい!

深層心理を深堀り
されるのは
心地よくないので

直感的にひとを動かそうとするアプローチから
直観をサポートする“思いやり”マーケティングへ



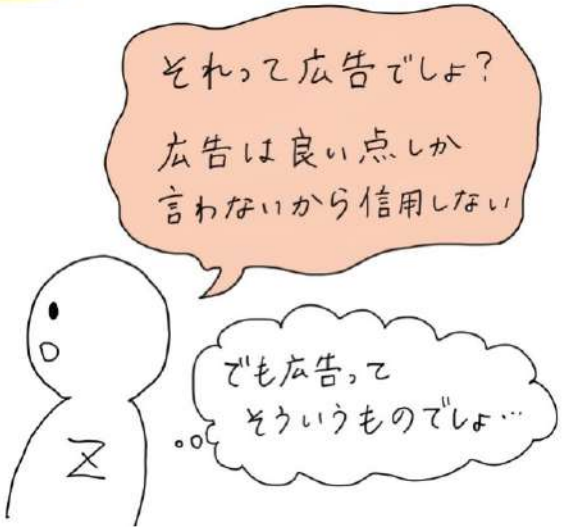
抽象的な広告・具体化してくれるSNS

広告を見ても知りたい事がない

この商品がベスト！

抽象的なイメージ
ひねったメッセージ

わりきっている→



それは
知りたい情報が欠けているから

その先足りない情報は調べる

どんな使いごこち？ → 口コミをみる

値段は相応なの？ → 比較サイトをみる

など

知りたいのは

「自分でもできるのか？」

「どうすればそうなれるのか？」

なぜなら…

『情報の信頼』が広告にはないから

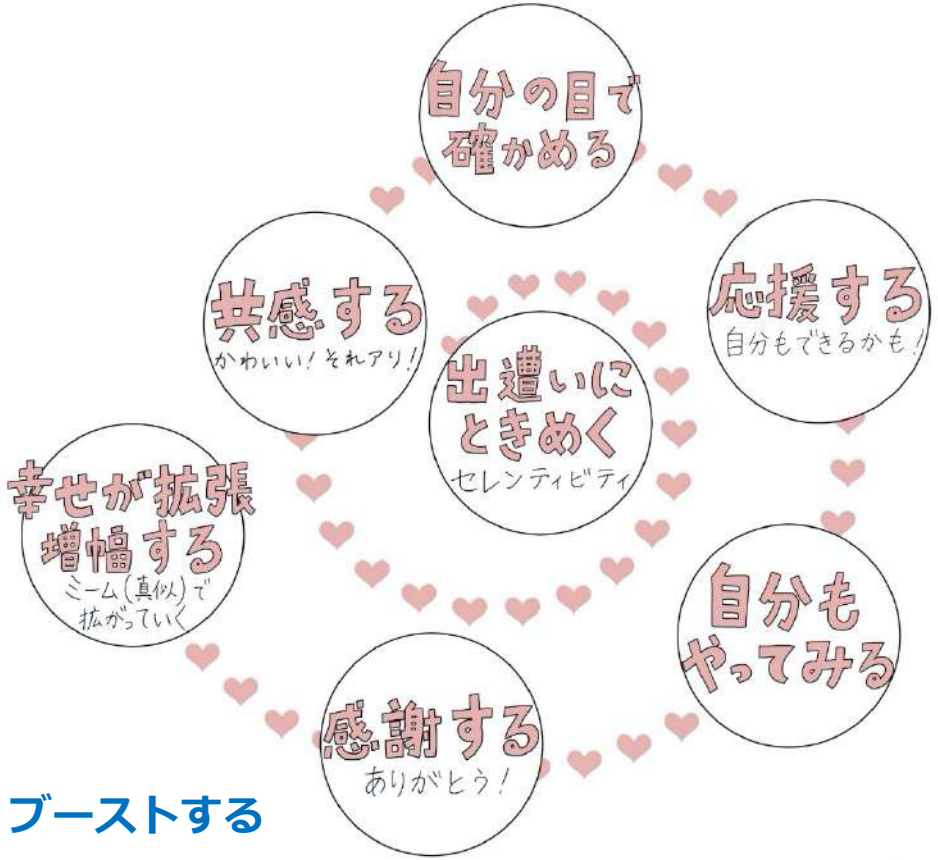
でもネットには 本当に自分に合うのか？

がある！

良いことも
悪いことも
全部知れる！

色・サイズ・デザイン
機能・コスパ など…

徳（共感・応援・感謝の思い）を
社会に循環させたい！



幸せは
スパイラル・ブーストする

なぜなら…

私たちは、共感、応援、感謝しあうことで
「じぶんらしさ」を実感しているから

自己肯定感が高まる！