

研究所・シンクタンク

当社グループ独自の強みであるクリエイティビティを活かし、社会、企業、個人の課題解決に貢献する価値創造パートナーであり続けるために、研究所・シンクタンクの活動を続けています。生活者やマーケティング、クリエイティビティに関わる領域を深く探索し提言を行うだけでなく、研究成果や実験の場を広く社外に開示していることが活動の特徴です。当社グループの研究所・シンクタンクが生んだ研究成果が様々な場所で活用され、未来をつくるクリエイティビティの源泉となり、新たな市場の開拓や社会のさらなる発展につながることを目指しています。

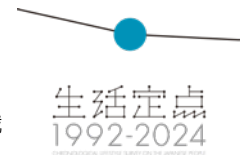
博報堂DYホールディングスの研究所・シンクタンク

博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ

博報堂生活総合研究所 	博報堂若者研究所 	博報堂シニアビジネスフォース 新しい大人文化研究所 
博報堂買物研究所 	博報堂行動デザイン研究所 	博報堂こそだて家族研究所 
博報堂キャリア研プラス 	UNIVERSITY of CREATIVITY 100年生活者研究所 	メディア環境研究所 
大広若者研究所「D'Zlab.」 	LGBT総合研究所 Japan LGBT Research Institute Inc. 	読売広告社 都市生活研究所 

博報堂生活総合研究所

博報堂の企業哲学である「生活者発想」を具現化するために1981年に設立されたシンクタンクです。多角的な研究を行い、生活者の意識や行動の変化から将来の価値観や欲求の行方を予測するため、同じ条件の調査地域・調査対象者に対し、同じ質問を繰り返し投げかける長期時系列調査「生活定点」を、1992年から2年に1度実施しています。その成果はWebサイトやニュースリリースを通じて広く発信しており、得意先だけでなく官公庁や研究者からも高い評価をいただいています。また、2012年には中国の上海に博報堂生活総研(上海)を、2014年にはタイのバンコクにHILL ASEAN (Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN) を設立し、研究エリアを国外にも広げています。



詳細 ▶ [WEB 博報堂生活総合研究所](#)

Interview



ショッパーインサイトを起点に、新しいコマース体験を創造したい



博報堂買物研究所 所長
垂水 友紀

博報堂買物研究所は2003年に設立され、2024年3月期に20周年を迎えた、“企業の「売る」を生活者の「買う」から考える”をフィロソフィーとする、実践型研究所です。

ショッパーインサイトを起点に、過去には、「買物フォーキャスト」や「欲求流去」など、時代やトレンドに合わせて、研究・提言を行ってきました。

直近では、コロナ禍を経て大きく変化するコマースDX領域や、活況を呈しているリテールメディアについて、研究・調査を実施。また、20周年の研究では物価高騰などトレンドをおさえた情報発信や、2007年に開発した「買物欲」を令和版にアップデートしました。