

<報道関係各位>

平成 28 年 1 月 7 日
株式会社 SEEDATA

【調査レポート発売】博報堂 DY グループの株式会社 SEEDATA 、 健康意識の高い消費者「ドクターシューマー」を分析したレポートをリリース

栄養学、DNAなどの高度技術を駆使したヘルスケアプロダクトを、医者や博士顔負けの知識を持って使いこなす消費者層「ドクターシューマー」の行動を分析することにより、ヘルスケア消費の今後を予測します。ヘルスケア業界、食品・飲料メーカー、医療品、化粧品業界の方には特に有効度の高いレポートです。

消費者の5年後を捉える「トライブ・レポート」 第5弾をリリース

イノベーターのためのシンクタンクを標榜し、革新的な事業や製品・サービスアイデアの企画業務をサポートする株式会社 SEEDATA では、先進的な価値観や行動様式を持つ消費者のグループを「トライブ」として発見・定義しています。発見されたトライブは、「トライブ・リスト(<http://seedata.jp/tribe/>)」の形で定期的に発信をしております。

この度トライブ#010「ドクターシューマー：ヘルスケア消費の今後」をリリースしましたのでお知らせ致します。

Major REPORT #005 ヘルスケア消費の今後 ドクターシューマーのライフスタイルを読み解く

SEEDATA ドクターシューマーの特徴的な3つの行動

ドクターシューマーの行動は下記3つの特徴があります。
今回は**栄養摂取**の行動に着目し、リサーチしました。



健康や美容の分野で最先端の技術と自らの生活の双方に高い関心を持つ消費者は、次に何を好み、どのような製品・サービスであれば手に取るのか？

今回はドクターシューマーの中でも『栄養摂取』に着目し、完全栄養飲料という一杯飲むだけで1食分の栄養価を全て摂取できる飲料を飲用している/飲用意向のあるユーザーを分析しました。ユーザー像を3種類に分類し、それぞれの使用シーンから潜在ニーズや事業機会を読み解きます。

【レポート構成】(計 113 ページ)

- ・NEW TRIBE ドクターシューマーとは？
- ・Research Design インタビュー対象者(4名)とサマリー
- ・User Persona ユーザーの人格像(3名)
- ・Key Trend 今後増えていくであろうドクターシューマーの6つの価値観・行動
- ・Business Chance ドクターシューマーを対象にした7つの機会領域
- ・Micro Report リサーチ結果から見えてきた計33個の分析の切り口

【レポートを閲覧するには】

こちらのレポートは SEEDATA サービスのモニター会員様限定でご覧頂けます。

モニター会員について詳しくは以下のページをご覧ください。

<https://seedata.jp/contact/monitor.html>

【株式会社 SEEDATA 会社概要】

- ・社名 : 株式会社 SEEDATA (<http://seedata.jp/>)
- ・本社所在地 : 〒107-6320 東京都港区赤坂 5-3-1 赤坂Bizタワー
- ・体制 : CEO(Chief Executive Officer)宮井弘之(博報堂より出向)
COO(Chief Operating Officer)藤井陽平(博報堂より出向)
非常勤 取締役 宮澤正憲(博報堂)
非常勤 取締役 野村秀之(博報堂)
非常勤 取締役 守屋実(守屋実事務所代表取締役)
- ・設立日 : 2015年10月15日

※株式会社 SEEDATA は、博報堂DYグループ横断社内公募型ビジネスアイデア募集・育成プログラム「AD+VENTURE(アド+ベンチャー)」から生まれた社内ベンチャーです。博報堂DYホールディングス傘下の出資目的子会社として、AD plus VENTURE 株式会社が設立いたしました。

【本件に関するお問い合わせ先】

企業名:株式会社 SEEDATA

TEL:03-6441-9054

Email:info@seedata.jp

HP:<http://seedata.jp/>