

平成 21 年 6 月 22 日

マイボイスコム株式会社
株式会社電通ダイレクトフォース

**マイボイスコム(株)・(株)電通ダイレクトフォースの2社共同による
健康食品・サプリメント・スキンケア利用者専門調査パネルを核とした
健康・美容マーケティングサービスの提供開始について**

マイボイスコム株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：高井和久、資本金：1 億 7,800 万円 以下「マイボイスコム」）、株式会社電通ダイレクトフォース（本社：東京都中央区、代表取締役社長：三代一順、資本金：1 億 5,000 万円 以下「DDF」）の 2 社は、健康食品やサプリメント、特定保健用食品を利用している消費者を集めた、健康・美容マーケット専門調査パネルを開発し、ニーズ調査から商品企画、マーケティング戦略立案まで一貫したサービスの提供を開始しました。

1. 「健康・美容マーケティングサービス」開発の趣旨

昨今、消費者のライフスタイルの変化や、様々な健康・美容ニーズの高まりなどに伴い、企業の健康・美容事業への参入や新商品の市場投入が相次いでおります。その結果、健康サプリメント・スキンケア関連の通販市場は 4000～6000 億円規模に成長していると考えられており、特にメタボリックシンドローム対策やアンチエイジングの領域では今後もさらなる成長が見込まれております。

こうした状況の中、DDF とマイボイスコムの 2 社は、健康・美容マーケティング活動を手がけるクライアント企業に対して、専門的かつ実行力のあるサポートを行っていくために、ターゲット・インサイトを起点としたサービス開発が必要不可欠と判断し、共同開発してまいりました。

健康・美容マーケティングサービスの中核エンジンとして、日頃から健康食品やサプリメント、特定保健用食品、美容商品（スキンケア商品）を利用している 1 万 2 千人の消費者を集めたインターネット調査パネルを開発。さらに特定ターゲットに絞り込んだグループインタビューや、導き出したターゲット・インサイトから立案する商品企画サービスなど、健康・美容領域での一貫したマーケティング戦略構築支援の体制を整えました。

2. 主なサービスメニュー

- ①健康食品・サプリメント・特定保健用食品・スキンケア利用者だけを集めた、「健康・美容専門調査パネル」によるインターネット定量調査
- ②調査パネルモニターを対象とした会場型グループインタビュー／デプスインタビュー
- ③ターゲット視点の広告表現開発のためのターゲット・インサイト表現探求調査
- ④ターゲット・インサイトに基づく商品企画及び健康・美容理論の開発
- ⑤行動付随型商品評価調査
- ⑥健康・美容理論や成分エビデンスの啓蒙プロモーション

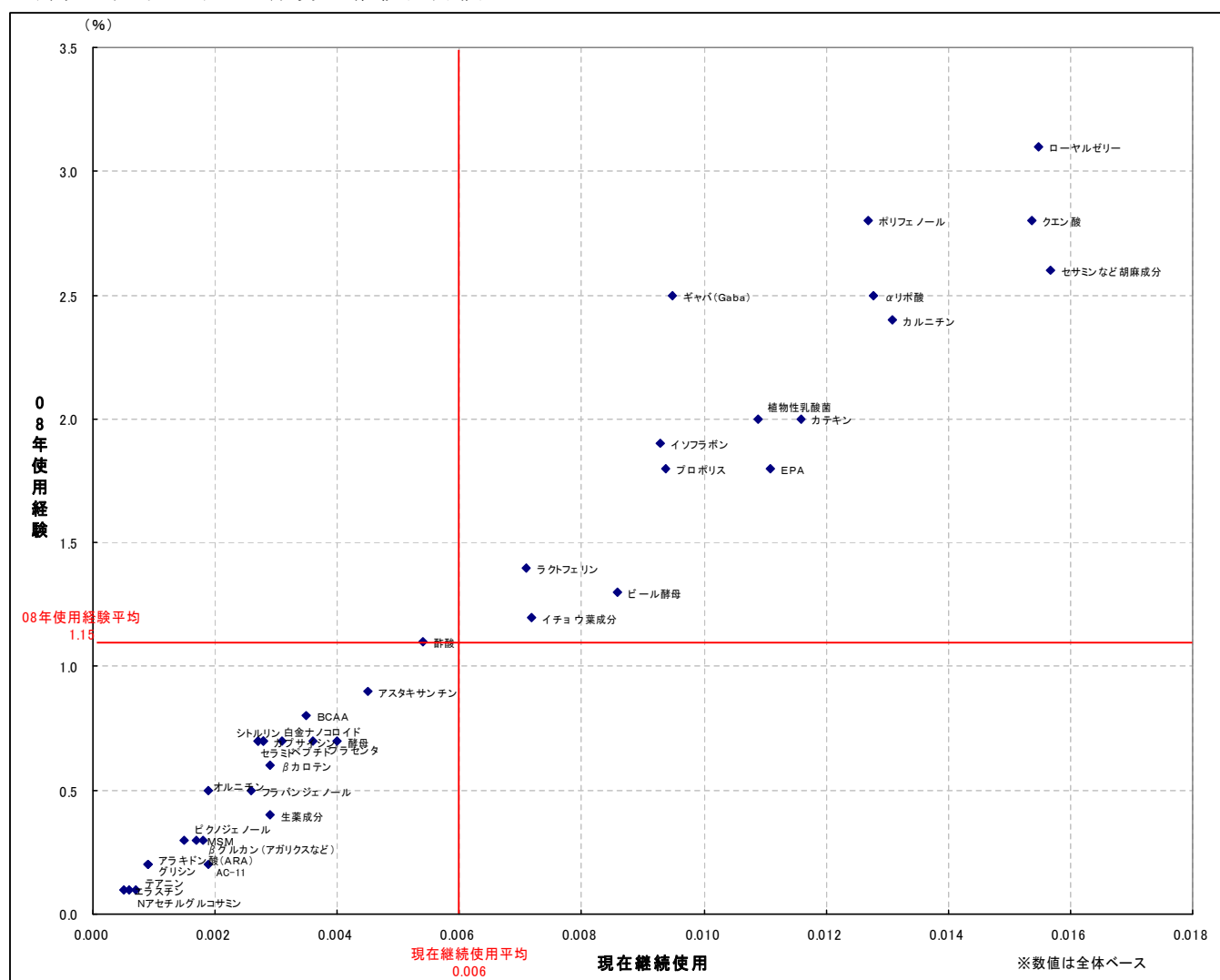
健康・美容専門調査パネルを活用した、ターゲット・インサイト開発に基づく、健康・美容マーケティング戦略の構築・運用支援を行ってまいります。

3. 健康・美容専門調査パネルの概要

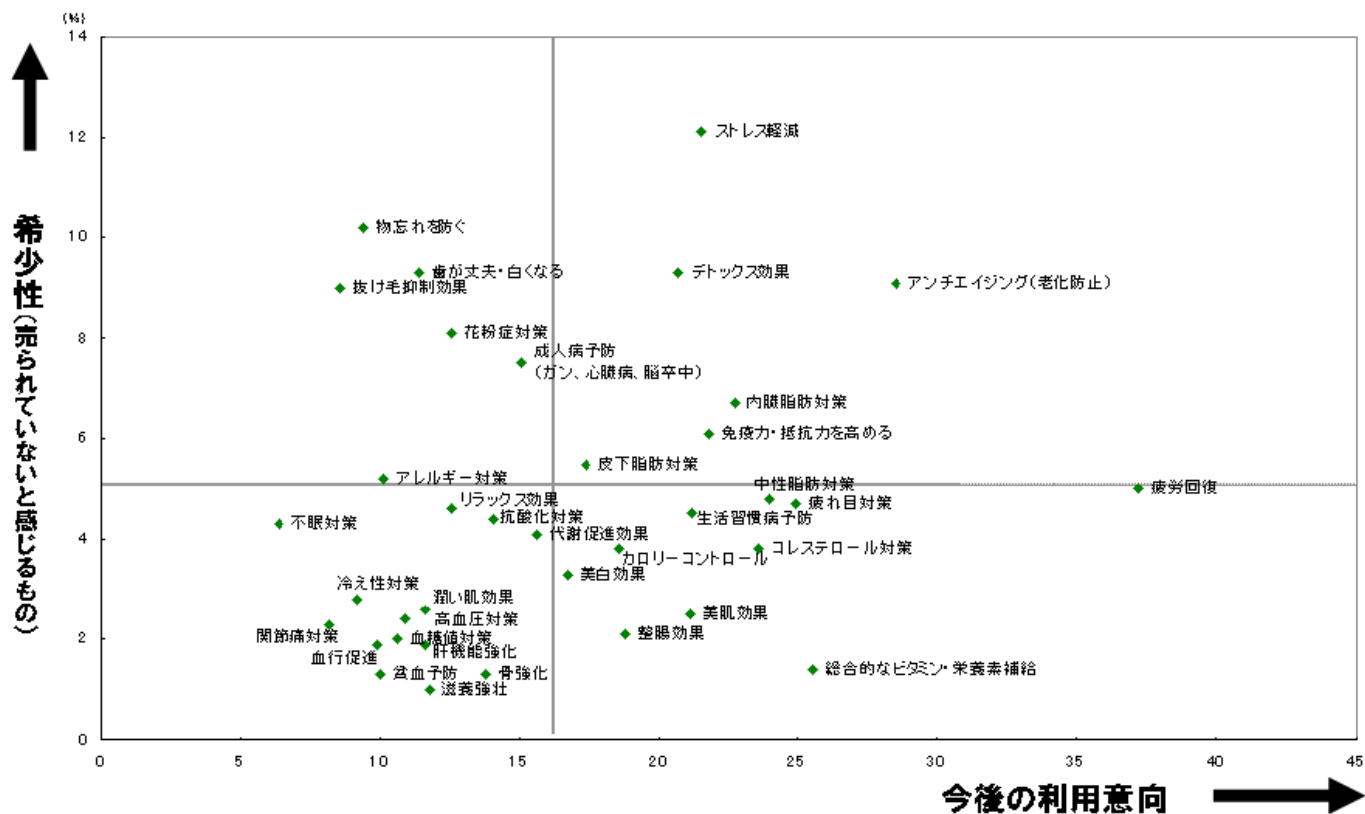
- 調査方式 インターネット調査方式（会場型 F G I 対応も可能）
- モニター数 12,000 人
- ▼ 内訳
 - : 健康（サプリメント、トクホ） 10,000 人
 - : 美容（スキンケア） 2,000 人
- 年代 20 代～60 代
- 項目 基本属性（29 項目）、利用健食ブランド、利用トクホブランド、
関心のある健康課題、摂取している成分、スキンケア意向など

4. ご参考 健康・美容専門調査パネルによる調査結果 例

▼ 新規に摂取を始めた成分の継続性評価



▼今後ニーズの高い健康美容課題



<この件に関する問い合わせ>

マイボイスコム株式会社

新井・上辻

電話：03-5217-1911

株式会社電通ダイレクトフォース

佐々

電話：03-3534-2111