

SEEDER株式会社

“トライブ”を活用した発想法のご紹介

SEEDER



トライブ発想

未来は予測できない。
けれど、
一見先進的なある生活者の行動は、
数年後の未来の兆しかもしれない。

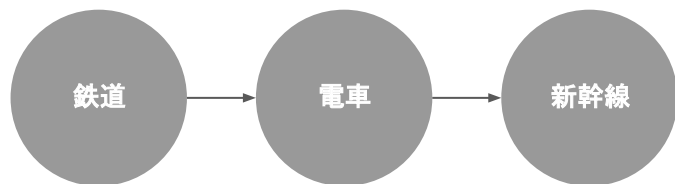


なぜトライブを用いるのか？

不確実な未来に向けて、いち早くイノベーションを興すためには
生活者の行動や先進事例から、
数年後の変化の兆しを発見し、形にする必要がある

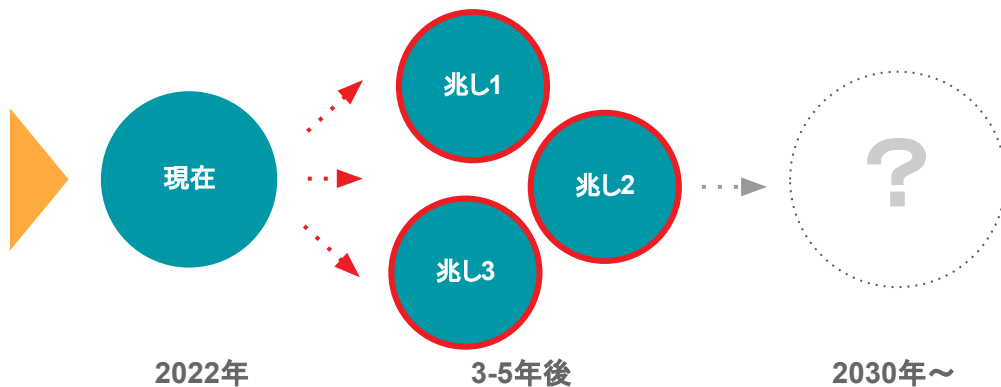
従来のイノベーション

予測された未来の発展に基づく
連続的なイノベーション



これからのイノベーション

未来が予測できない、発展が約束されない前提の
非連続的なイノベーション



かつて私たちはこう言ってきました

今はごく少数ですが、
こういった行動・価値観が
数年後、
マス生活者に広がるかもしれません

あるクライアントはこう言いました

今は珍しく見えるでしょうけど、
数年後はこういうことをやる**企業**が
当たり前になっていくでしょうね

トライブとは？

トライブとは？

マスユーザーの多くが抱えている**潜在ニーズ**や**課題**を
何らかの方法で**解決**している**先進的な生活者**群

トライブは現状の生活に対して、
「義憤」を持っている。

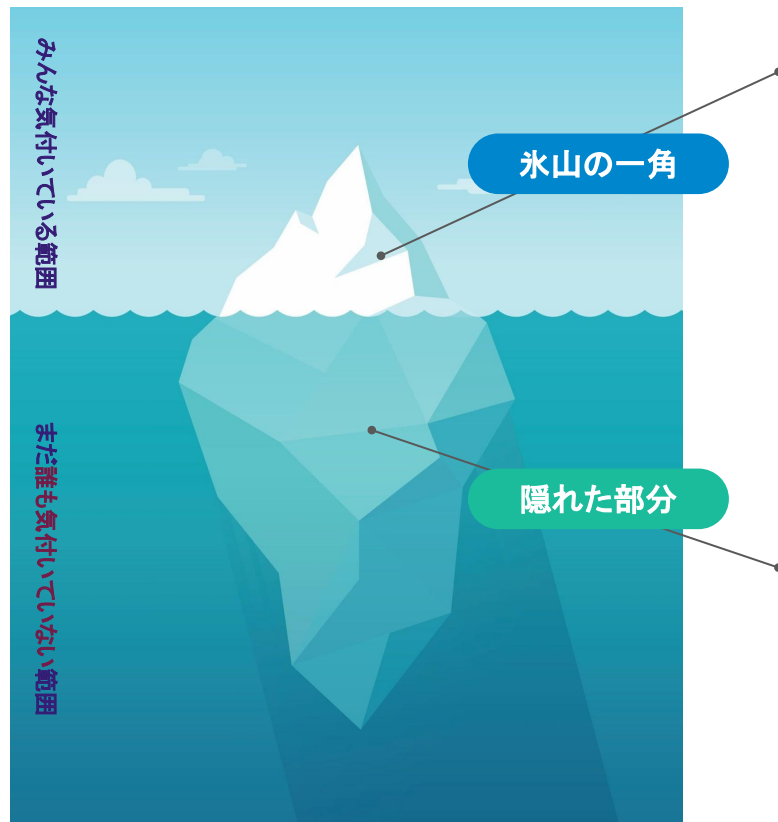
マスユーザーは現状の生活に満足しているため、世の中に対する不満を抱きにくい。その一方でトライブは現状の生活に対して「なぜ〇〇ではないのか」という憤り（義憤）を持っている。そして「もっと〇〇するべきではないか」という哲学にそった行動をして、義憤を積極的に解決することでより豊かな生活を実現している。



トライブの**義憤**を分析することで、
マスユーザーも潜在的に抱えている不満を解決する
マスポテンシャルのあるアイデアを発想することが可能



義憤発想とは？



ニーズ

「〇〇な商品が欲しい」
「〇〇な機能が足りていない」
現状の不足に対する欲望

既存市場・既存顧客における商品改善

義憤

「なぜ〇〇ではないのか」
「〇〇したくないのに」
「もっと〇〇であるべきでは」
隠れた前提に対する憤り

新市場・新顧客における新商品・サービス開発

ニーズ発想と義憤発想の違い

一般的なアプローチ

ニーズ発想

「〇〇がしたい」

「〇〇が足りていない」

現状の不足に対する欲望



既存市場への参入

ニーズが飽和している現代において
ニーズ発想は既存市場への参入を意味する

SEEDER流のアプローチ

義憤発想

「〇〇がしたくない」

「なんで〇〇なのか」

隠れた前提に対する憤り



新市場の創造

義憤発想は潜在ニーズを捉えて
新市場を創造する可能性がある

なぜトライブを調査するのか

① 3~5年後の価値観の変化を洞察するため

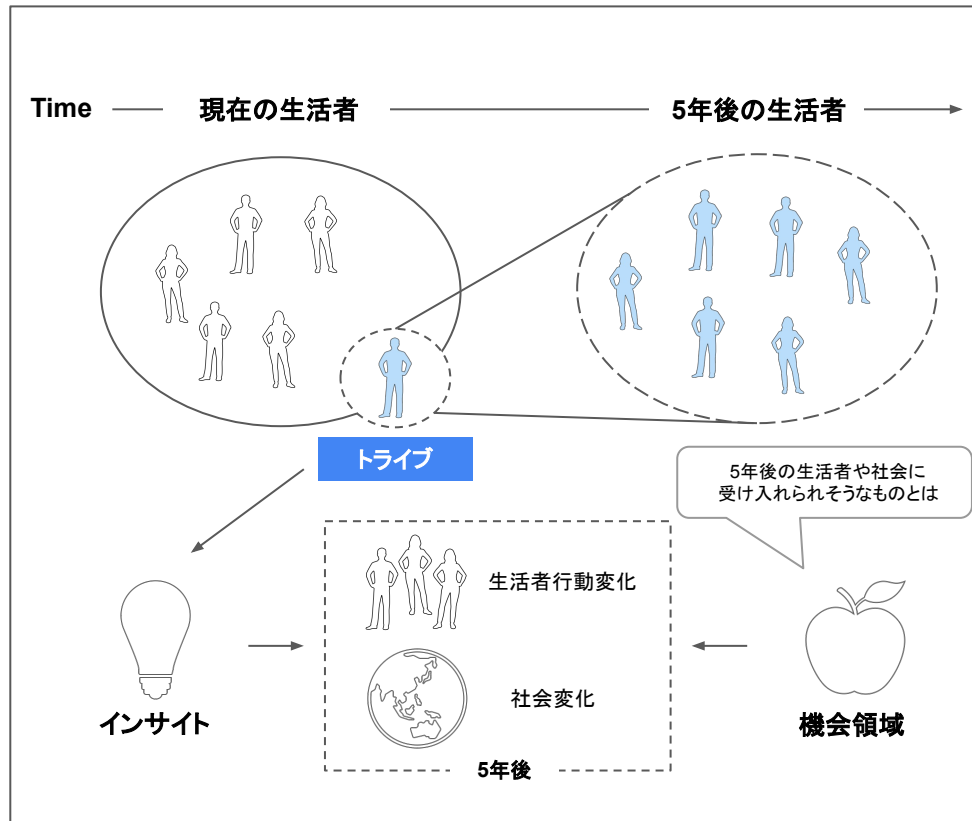
トライブは数年後の生活をすでに先取りしてる生活者です。彼らの一見ユニークに見える行動の背後にある価値観＝インサイトを明らかにすることで3~5年度の他の生活者の考え方や行動変化を洞察することができます。

② 未来洞察からビジネスの機会を見出すため

未来洞察を元にすれば、どのような領域の事業でもイノベーションを生み出すことは可能です。アナリストが洞察したインサイトを、様々なビジネスモデルと掛け算し、同じような価値観を持たせるアイデアを考えます。価値観を満たす方法は、分野やその会社が持つ技術により様々な方法が考えられます。

③ 異なる文化圏で明確に価値観を語るため

トライブは自らの考え方や行動の理由を言語化して、人に伝えることができます。だからこそ環境/文化/歴史の異なる異国の生活者であっても、ニーズや課題を発見/理解/分析しやすいのです。異国の生活者の変化の機会を洞察する上でトライブは有効な調査対象となります。



トライブの活用例



※ネットの参照画像であり、実際の商品イメージではありません。

トイレットリーメーカー

30-40代男性向けコスメ用品 身体の内側から肌ケアを促す化粧水の開発

健康における予防意識の高い生活者のリサーチによって得られた「自己治癒力を高めて健康を維持したい」というインサイトを活用した事例。

自分の内側に眠る力を呼び覚ますことをコンセプトにした、身体の内側から健康的な肌を作ることをサポートする肌ケア商品を開発した。

活用したトライブ



#056 プレプリベンダー

30代のうちから、予防医療行動を積極的に取り入れて、健康的な身体を作ろうと活動している生活者

トライブの義憤

自己治癒力向上欲求

自分の健康状態は、薬に頼るのではなく自分自身の力で維持したい。

なにか身体に異変が起きてから対処するのではなく、そもそも身体に異変が起きないようにすることができれば、身体がしんどい状態を経験しない生活が送れるのに。

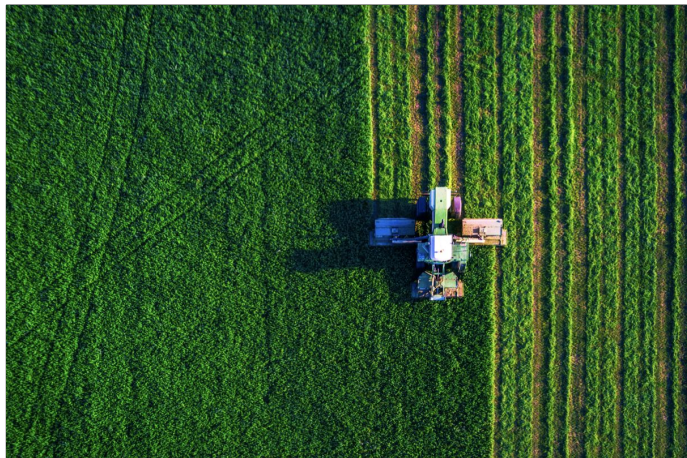
マスへの受容性検証

プロトの開発+テストマーケティング

商品コンセプト / プロトタイプを作成し、ターゲットへの受容性を検証。

STPおよび4Pを作成し、商品ローンチに向けた準備段階。

トライブの活用例



※ネットの参照画像であり、実際の商品イメージではありません。

政府系金融機関

次世代農業推進に向けた、 アクセラレータープログラムの実行支援

新たな農家のあり方や、農業との関わり方を模索する生活者のリサーチによって得られた、先進的な農業従事者のインサイトを活用した事例。

クライアントの農業スタートアップ対象としたアクセラレータープログラムの対象企業選定基準やセミナープログラムとして提供された。

活用したトライブ



#067 ネオ農家Ver3

新たな農業のあり方を模索し、新技術の導入や副業農家、企業農家として活躍する生活者

トライブのインサイト

農業の働き方改革欲求

新規就農者に対しては、第三者的な視線とビジネススキルを持ち合わせることを期待している。
彼らはビジネスマンとしての経験を生かして、生産、流通、バックオフィス など農業における様々なシチュエーションで発生している課題を解決していることもわかった

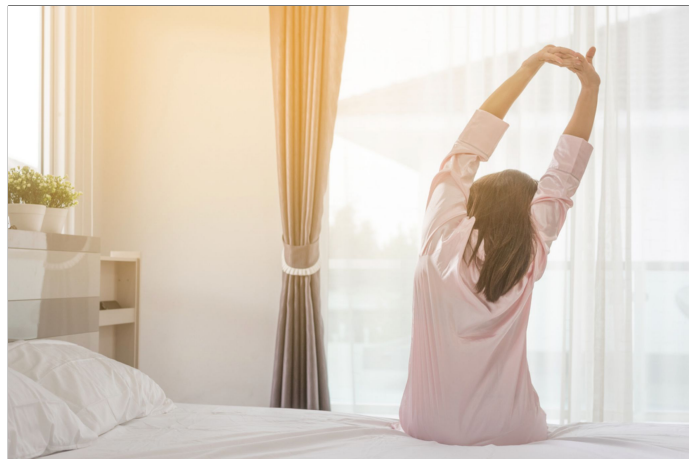
マスへの受容性検証

アクセラレータープログラム 応募募集要項設定

新たな投資先として、次世代の農業のあり方、働き方を推し進めることができる新興企業の選定条件を設定。

農業全体の価値観のアップデートを目指した。

トライブの活用例



※ネットの参照画像であり、実際の商品イメージではありません。

消費財メーカー

睡眠の質向上を目指す ウェアラブルデバイスの開発

睡眠改善に対する関与の高い生活者のリサーチによって得られた、
バイタルデータやケア商材の効果実感に関するインサイトを活用した事例。
取得したバイタルデータの見せ方や睡眠という効果実感の難しい領域において、
ウェアラブルデバイスの機能価値を検討した。

活用したトライブ



#062 睡眠求道者

より良い入眠・睡眠体験を求め、睡眠
改善に注力したり、独自の睡眠ライフ
スタイルを実践する生活者

トライブの義憤

不眠症自覚欲求

睡眠は毎日誰もが行っているが、意識がな
くなり自身の体験だけでは質を評価することが
難しい。
トライブの多くが周りに人に指摘され自分の睡
眠の質に気づいており、睡眠の質を判断
するための相対的な評価を求めている。

マスへの受容性検証

コンセプト+UI/UX検証

良質な睡眠を求める生活者のインサイトを元
にデバイスに求められる機能+ UI/UXとして、
バイタルデータを自分と同じ状態のヒト同士で
共有するために使うことを提案。ウェアラブル
デバイスを基盤にしたユーザープラットフォー
ムを目指した。

SEEDERは、独自のデータと人材を活用することで、
商品開発から新規事業までの企業のイノベーション関連業務における
すべての課題解決の支援を目指す総合プラットフォームです

主な業務内容:

①コンサルティング・サービス

未来の変化を示す独自の先進データを活用したコンサルタントが
御社の課題解決に向けて伴走するプロジェクトをご提案します

②総合人材マッチングサービス

市場調査や事業計画の立案、さらにはSNS広告作成まで、
企画開発業務に関連する様々なスキルを持った最先端人材をマッチングします

③先進データのサブスクリプション・サービス

1000人以上の先進的な生活者の価値観を分析した
未来の変化を示す独自の先進データをご提供いたします

会社概要:

社名 : SEEDER株式会社
住所 : 〒107-0061
東京都港区北青山3-6-19 バイナリー・北青山ビル10階
電話 : 03-4572-0697
Web : <https://seedata.jp/>

弊社のウェブサイトseedata.jpでは、
未来の変化を示す先進情報や上流企画業務に関する知見を提供しています。



市場調査、未来洞察、商品事業開発、D2Cサービス開発などの上流企画業務はもちろん、
事業計画書の作成、LPデザインやFacebook広告の作成から運用まで
イノベーションに関連する上流下流・大小あらゆる規模の業務サポートが可能な体制を整えています。

数ヶ月単位・100万円～で実施するコンサルティング例

未来洞察 (市場トレンド分析) 2025～2030年までの生活者の変化を洞察し様々な企画に活用	新商品開発 御社の技術や商材を踏まえ複数の新商品アイデアを作りテストや上申までも支援	新事業開発 御社の強みやビジョンを踏まえ新しい収益源の獲得の種となる新事業の開発を支援
ブランディング 新しい商品や事業はもちろん既存ブランドの更新を含む各種ブランディングを支援	マーケ戦略立案 市場環境を把握した上で商品や事業のSTPを策定しMM4Pまでの戦略作成支援	D2Cサービス開発 オンラインで顧客と直接繋がるD2Cサービスの企画と初期顧客の獲得までを支援
受容性検証調査 新しい商品や事業の提供価値を改善していくためのPoC、PoBの実施支援	グローバル調査 日本国内だけでなく、米国や中国を対象としたグローバル市場の調査企画支援	先進データ提供 生活者や業界の先進事例など各種の先進データを提供、およびにプレゼンテーション

週1日・10万円～から、人材マッチングで支援する業務サポート例

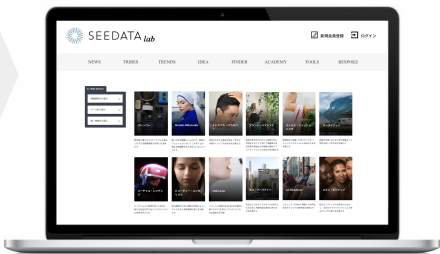
事業計画書作成 新規事業の事業計画書や、中長期計画の戦略策定を支援	LPデザイン作成 既存 / 新規問わず御社サービスやHPのLPデザイン納品 / ディレクションが可能	SNS広告運用 FB広告の運用やクリエイティブ作成、顧客ニーズ分析まで一貫して支援
各種WS設計支援 新しい商品や事業はもちろんサービス開発におけるアイデア着想など、幅広く支援	定量調査設計支援 定量調査の調査設計はもちろん、調査結果の分析やレポートの作成を支援	顧客ペルソナ設計 自社商品やサービスの想定顧客となるペルソナの設計支援
各種企画資料のブラッシュアップ 社内上申に向けた企画書のブラッシュアップや、企画アイデアの改善を支援	有識者デプスインタビュー 関連業界のエキスパートに対するヒアリングの設計・実施・分析を支援	簡易デスクリサーチ 生活者トレンドや、関連業界の先端事例のリサーチ並びにレポートの作成を支援

その他:データのサブスクリプションサービスもご提供しております(月額 10万円～)

データ・ベース内容

- 1: TRIBEデータ(約150種類・毎月5つ更新)
- 2: TRENDSデータ(約1500種類・毎月20更新)
- 3: Editorialレポート(不定期更新)
- 4: Zsレポート(不定期更新)
- 5: Journey Reviewレポート(不定期更新)
- 6: 流通レポート(不定期更新)
- 7: DNVBレポート(約20種類)
- 8: プランニングメソッド動画(約100種類ほど)

独自の先進情報をデータベース化
SEEDATA GLOBAL



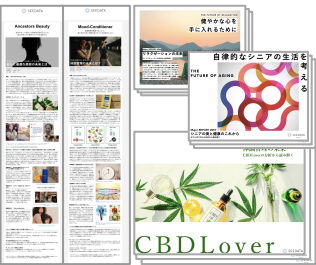
ユーザー・インターフェース



御社内での活用イメージ

SEEDERデータベースへアクセスする

SDGデータベースにアクセスするだけで、自社領域以外も含めてあらゆる領域における未来の変化仮説のデータをインプットすることができます



データ活用方法を学ぶ

利用者の経験やスキルに関係なく、プラットフォームに格納されている動画を参照することで先進データの活用から商品開発の考え方で学ぶことができます



チームでデータを共有してJ推進

登録メンバー全員で先進データを活用することに寄り、チームで共有知を形成して、新商品開発や新規事業開発のプロジェクトを進めることが可能になる



アウトプット作成支援を
SEEDERに依頼可能

SEEDATAに相談することで、データ分析や構造化などを通じて、自分たちだけでは気づかない課題を特定し、解決策の質を上げることができる。





林直也 代表取締役 (米国拠点・欧米トレンド担当)

同志社大学商学部卒。慶應義塾大学メディアデザイン研究科修了。大学院時代は、英国 Royal College of Art および、米国 Pratt Institute に留学。サービスデザインやプロダクトデザインを主に学ぶ。
15年、株式会社SEEDATA(博報堂グループ)設立とともに、プランナー兼アナリストとして参画。現SEEDER((SEEDATA GLOBAL)代表取締役。主にアジアの生活者リサーチ、アジア市場進出支援、新商品開発および新規事業開発などの業務に幅広く従事。



佐々木健真 執行役員 (東京拠点・東南アジア担当)

東京外国語大学言語文化学部ベトナム語専攻卒業。在学中にホーチミン国家大学人文社会科学大学へ長期留学を経験。SEEDER (SEEDATA GLOBAL) 執行役員。
これまでにタイ・フィリピン・中国・インドネシアの生活者調査に従事したほか、国内外の未来洞察を武器に国内クライアントへの事業開発支援を推進。



Shu Gao アナリスト (中国拠点・中国トレンド担当)

中国四川省出身。2011年に短期留学で来日した後、北海道大学環境科学院にて修士課程を取得。大学院在籍中にはオーストラリア国立大学にて Sustainable development studyについて学ぶ。
2019年よりアナリストとしてSEEDATAに参画。中国、欧米における先進的な生活者の調査、新規事業開発業務に従事。21年よりSDG株式会社のメンバーとして中国圏の生活者調査、未来洞察業務を中心に従事。



宮井 弘之 SEEDATAファウンダー・顧問

79年生まれ。慶應義塾大学商学部卒。02年博報堂入社。情報システム部門を経て、博報堂ブランドイノベーションデザイン局へ参画。新商品・新サービス・新事業の開発支援に従事。幅広い業界のリーディングカンパニーと300を超えるプロジェクトを経験。博報堂子会社であり、近未来の消費者洞察データを基軸にイノベーション支援を展開するSEEDATA (seedata.jp) を創業。現在博報堂の新規事業専門組織ミライの事業室チームリーダー。処方箋なしで薬が買える零売を展開する株式会社GOODAID取締役。テックエンタメカンパニー株式会社HYTEK取締役。D2C運用に強みのあるプロダクション株式会社LESBANC顧問。博士(経営学)(筑波大学)