

ローカルママ・主婦のココロをつかみ、
熱狂ファンを生み出す仕掛けをスピード一につくる

海外ミニ市場調査サービス ご提案書



GLOBAL STAGE



海外主婦・ママのニーズがちょっと知りたい

重点国・エリアを決めるにあたって自社事業にフォーカスした情報が欲しい

海外ローカル主婦・ママ対象 ミニ市場調査サービス

低予算でスピーディーに複数国を調査したいが・・・

このコピーや宣伝文句は現地で受け入れられる？

33か国・180名以上の海外在住ママのネットワークを活かし マーケティングサービスを提供

【中東・ユーラシア大陸】
• UAE (ドバイ) • トルコ
• サウジアラビア • ロシア
• インド
• トルクメニスタン

【東アジア】
• 中国
• 韓国
• 台湾
• 香港

【ヨーロッパ】
• フランス • ドイツ
• イギリス • スウェーデン
• スイス • フィンランド
• イタリア • スペイン
• ポーランド

【ASEAN】
• タイ • ベトナム
• インドネシア • フィリピン
• シンガポール • カンボジア
• マレーシア • ミャンマー

【アフリカ】
ケニア

【アメリカ大陸】
• 米国
• カナダ
• ブラジル

オーストラリア
ニュージーランド

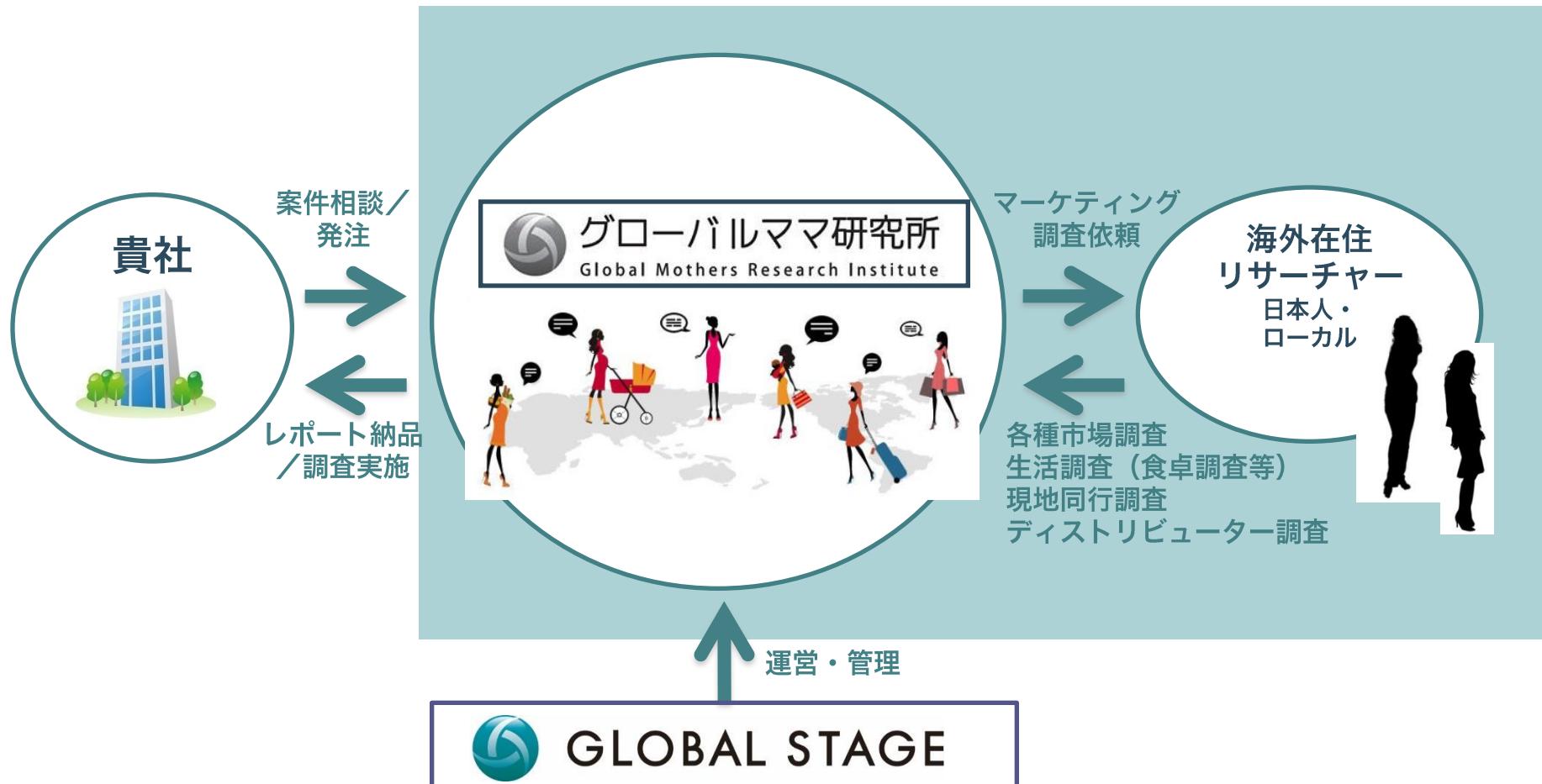
対象国 **33**か国

2017年5月現在





企業と、マーケティング視点や豊富な生活情報を持つ世界のリサーチャーをマッチング。市場調査から生活密着型定点調査、現地同行調査、販路開拓、プロモーションをサポートするサービスです。





海外ビジネスの成功の鍵を握るのは、
ターゲットのホンネ把握を起点とした商品・サービス開発
からターゲットに響くプロモーションの戦略的な構築



グローバルママ研究所 が重視している3つのポイント！
Global Mothers Research Institute

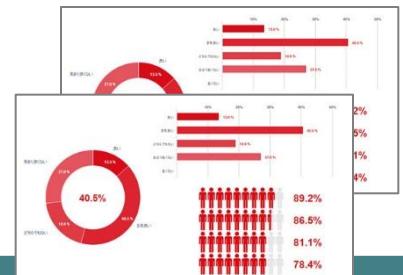
- ①仮説立案に必要な海外のリアルな生活情報を現地在住者から入手
- ②コンセプトづくりから海外の生活者を巻き込むことで売れる商品に
- ③全体像を描き、コンセプトからプロモーションまでワンストップで支援

＜食品／化粧品／消費材メーカー様など＞ 乳幼児をもつファミリー層に安全性・信頼性を武器に入り込みたい。

Before

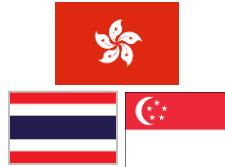


どこの国から始めたらいいのかわからない。
海外ママのニーズをつかむのが難しい。



- ・数カ国で同一の定量・定性調査を実施
- ・ターゲット層の生活に密着した行動観察を実施

After



- ✓ 同一項目の比較により、最も筋の良さそうな展開国を決定できる
- ✓ 価値観を把握することで、現地ニーズに合致した商品開発ができる

海外在住のリサーチャーが、ローカルママ（生活者）や店舗の実態を調査

海外在住リサーチャー
(日本人・ローカル)



- 現地取りまとめ
- 定性レポート執筆など

- 商品サンプリング
- 食の実態調査
- 食のホームユーステスト
- デザイン投票・フィードバック
- SNSキャンペーン投票・
フィードバック など



海外ローカルママ

- 商品・価格調査
- 販売代理店開拓 など



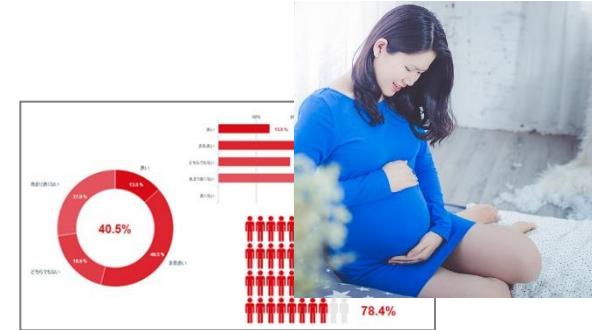
海外店舗

“現地では何が売れる決め手？” “現地で人気の競合商品は？”
ちょっとした仮説の検証に、スピードリーにミニ調査を実施しませんか？

海外ミニ市場調査サービス

※世界32か国で実施可能

内容	15項目前後の調査レポート (海外リサーチャーにて実施)
成果物	現地ミニ調査レポート (5,000文字程度) <small>※次ページ参照</small>



海外ローカル家庭における
さまざまな生活シーンを
ピンポイントで深堀りできる

競合する商品・サービスの
状況や生活者の購入動機、
プロモーション手法がわかる

今後の戦略立案の糸口となる
ヒントを得て、具体的な
実行計画の仮説ができる

①設計無料！ ②丁寧な事前ヒアリング！ ③約1ヶ月半で納品！

一か国あたり198,000円

海外ミニ市場調査サービスオプション (現地個別インタビュー) ※法人／個人

ミニ調査で明らかになったポイントをさらに深堀りするため、現地リサーチャーによる個別ヒアリング（インタビュー調査・60分想定）を推奨しております。

定量データのみでは深堀りしにくいニーズをピンポイントでヒアリングできるため、定量調査との組み合わせで調査の効果を高めます。

※グループインタビューの場合は別途お見積もりいたします。



①設計無料！ ②丁寧な事前ヒアリング！ ③通訳手配含む！

1名あたり 55,000円
※法人は1社あたり100,000円

市場 規模・動向・ トレンド	<ul style="list-style-type: none">・調味料（スパイス等）市場の規模と推移・調味料にまつわる市場トレンド（競合他社含む）・家庭調理を取り巻く市場環境
ユーザーの 嗜好	<ul style="list-style-type: none">・料理が好きかどうか、頻度、メニュー考案時間、作る時間・レトルトやインスタントを使う頻度、レシピの参考度合い・自宅にある調味料（リストから回答）・1番消費が早い調味料、買うときに重視すること・こだわりがある調味料、買うときに重視すること・「便利」で「使いやすい」調味料、買うときに重視すること・健康／安全面に配慮された調味料の使用状況・知りたいと思っている調味料の使い方・調味料が期限切れになったこと・もっともメジャーな調味料の使い方（料理）・知っている和の調味料、使いたい和の調味料・調味料に関する悩み・困っていること・意見
類似商品事例	<ul style="list-style-type: none">・ローカルでメジャーな調味料とその単価（3つ～5つ）・メジャーな調味料のプロモーション手法
考察	御社コンセプト・商品に関する評価（リサーチャーコメント）
写真	5～8枚程度



だからグローバルママ研究所に！ 選ばれる3つの理由

KNOW-HOW



長年培った、ファミリー層をターゲットとする企業向けのマーケティング・PRコンサルティングのノウハウを活用

QUICKLY



リーズナブルかつスピーディーに、競合調査やコンセプト受容度チェック、ブランド測定などの小規模調査が可能

QUALITY



海外と日本の相違点を理解し、かつ、生活者視点を持つ日本人ママリサーチャーによる、きめ細かで高品質な調査

グローバルママ研究所の最大の特徴、それは生活者視点と
日本と海外の違いを肌感覚で理解しているリサーチャー（調査員）による
きめ細かな調査を活かし、現地ニーズに寄り添った事業を策定できることです。

また、グローバルステージが国内外でこれまで培ってきた、
ママゴコロをつかむマーケティングのノウハウも活かしながら、
調査設計や事業企画・実行ができます。

日本の未来に寄与したい。

『グローバルママ研究所』では、
ママたちが真摯な思いをもって、
一つ一つの調査を心をこめて実施します。

