

# ■ 海外市場調査



海外市場に参入するための候補市場での調査と分析は必要不可欠です。市場の概要を知るためのマクロ調査に始まり、候補市場の競合状況や流通チャネルを確認する市場性調査、客先候補との取引の可能性を確認する事業性調査、そして消費者動向とニーズを把握するための消費者調査を行います。

項目	内容
マクロ調査	候補市場での事業の可能性を確認するための調査。 政治・経済・社会情勢等の基礎データと各種統計情報の収集・分析に基づき、当該事業の市場規模、成長性、競争状況などを調査します。
市場性調査	候補市場の市場性を検証し、参入戦略を立案するための調査。 統計資料や企業ホームページなどのネット情報を収集し、候補市場における競合企業、流通チャネル、主要客先候補をリストアップし、分析します。
事業性調査	客先候補との取引の可能性に関する調査。 候補市場における客先候補とそのニーズに関する情報を収集するため、メール、電話、訪問によるヒアリング調査をします。
消費者調査	候補市場における消費者動向とニーズの調査。 現地専門企業によるサンプリング調査など、消費者の調査を実施し、市場参入のためのマーケティング戦略を策定します。