2026年11月13日

各　位

会 社 名　　株式会社ネオマーケティング
代表者名　　代表取締役　　橋本　光伸
（コード：4196、東証スタンダード・名証メイン）
問合せ先　　取締役グループCFO　森田　尚希
（TEL. 03-6328-2880）

本格調査前に海外市場の可能性を小さく確かめる
新サービス「プレ海外調査（Pre-Entry Market Research）」を提供開始

株式会社ネオマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役：橋本 光伸、証券コード：4196）は、海外市場への進出や出店、販路開拓、商品・サービス展開などを検討する企業向けに、本格的な海外調査の前段階で現地の一次情報を収集する「プレ海外調査」の提供を開始いたしますので、お知らせいたします。

以　上

本格調査前に海外市場の可能性を小さく確かめる
新サービス「プレ海外調査（Pre-Entry Market Research）」を提供開始

海外の現地ネットワークや各種サービスを活用し、
売り場・競合・生活者の一次情報を収集し、次の調査・事業判断を支援

株式会社ネオマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役：橋本 光伸）は、海外市場への進出や出店、販路開拓、商品・サービス展開などを検討する企業向けに、本格的な海外調査の前段階で現地の一次情報を収集する「プレ海外調査」の提供を開始いたします。
本サービスでは、ネオマーケティングが調査目的や課題に応じて調査を設計し、海外在住者のネットワーク、現地パートナー、外部プラットフォームなどを案件ごとに組み合わせて活用します。
現地店舗の販売状況や競合商品、実売価格、生活者の反応などを小規模に確認。得られた情報をもとに検証すべき仮説を整理し、本調査の実施判断や対象者条件・質問項目の具体化など、次の調査・事業判断を支援します。

■サービス開発の背景

本格調査の前に、市場の可能性と検証すべき仮説を整理

海外市場への進出や出店、販路開拓、商品・サービス展開などを検討する際には、現地の市場環境や競合状況、生活者のニーズを把握することが重要です。
一方、検討初期には、対象市場にどのような可能性があるのか、何を重点的に確認すべきか、どのような生活者を調査対象とすべきかが明確になっていないケースも少なくありません。
そのため、本格的な市場調査に進む前に現地の一次情報を小規模に収集し、市場の可能性や課題を把握するとともに、次に検証すべき仮説を整理することが重要です。

■「プレ海外調査（Pre-Entry Market Research）」とは

「プレ海外調査」は、本格的な海外市場調査を実施する前に、調査規模や確認項目を絞り、現地の売り場や生活者の反応などを小規模に確認し、次の検証課題を整理する探索型の調査サービスです。

ネオマーケティングが、調査目的の整理、調査項目・対象者条件の設計、実査管理、成果物の確認、分析までを担当します。

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・
ネオマーケティング広報事務局　担当：今泉
E-mail：press@neo-m.jp

現地での情報収集には、海外在住者、現地パートナー、ロコタビをはじめとした外部サービスなどを、対象国・調査内容に応じて活用し、店舗訪問、売り場撮影、実売価格の確認、商品購入、生活者の探索・募集、簡易ヒアリングなどを行います。

本格調査に代わるものではなく、次の調査や事業検討へ進むための初期情報を収集し、判断材料や調査仮説を整理することを目的としています。

■調査開始までのフロー

本格海外調査（実施例）	プレ海外調査
1. 依頼企業	1. 依頼企業
↓	↓
2．ネオマーケティング	2．ネオマーケティング
↓	↓
3.現地調査会社	3．現地ネットワーク（現地在住日本人等）
↓	↓
4.現地調査員・リクルーター	4.生活者・店舗
↓	
5.生活者・店舗	

専門的な調査体制で幅広い検証に対応　**初期の情報収集に応じて柔軟に設計**

※対象国･対象者条件･調査内容等により、費用･期間は異なります。

■プレ海外調査の３つの実施パターン

1．店頭・競合確認型

現地店舗を訪問し、売り場の写真撮影、価格・陳列・販促の確認、競合商品の購入・発送などを行います。

２．生活者クイック確認型

少人数への簡易インタビュー、家庭訪問、買い物同行、対象商品の調理・試食を伴う簡易 HUT（ホームユーステスト）などを通じて、商品に対する反応や受容性、味、調理のしやすさ、購入意向などを初期確認します。

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・
ネオマーケティング広報事務局　担当：今泉
E-mail：press@neo-m.jp

３．生活実態把握型

写真・動画による商品使用や購買行動の記録、簡易 RLT（リアルライフトラッキング）を通じて、現地生活者の実態を把握します。

■本サービスの特徴

1．小規模・短期間で現地の一次情報を収集

本格的な海外調査の前段階で調査規模と確認項目を絞り、現地の売り場や生活者に関する情報を小規模に収集します。

２．案件に応じた現地ネットワークを柔軟に活用

対象国や調査内容に応じて、海外在住者、現地パートナー、外部サービスなど複数のリソースから適した手段を選択。店舗確認、商品購入、写真・動画撮影、簡易ヒアリングなどを柔軟に設計します。

３．調査設計から分析までネオマーケティングが一貫して対応

現地で収集した情報について、ネオマーケティングが調査目的の整理、設計、実査管理、品質確認、分析を担当し、次の検証に生かせる形で整理します。

４．次の調査・事業判断につなげる

市場性の初期評価に加え、検証すべき商品仕様・価格・対象者条件などを整理し、本調査の実施判断や質問項目の具体化など、次のアクションにつながる示唆を提供します。

■解決できる課題・活用シーン

・海外進出候補国・都市の市場性を初期確認したい
・現地の売り場、競合商品、実売価格、販促状況を確認したい
・商品仕様、価格、訴求方法に加え、現地での調理のしやすさ、味の受容性、食べ方、購入意向を小規模に確認したい
・本調査で対象とする生活者条件や質問項目を具体化したい
・デスクリサーチで得た情報が現地の実態と合っているか確認したい

■ 対応手法・対象条件

店頭観察、商品購入・発送、訪問・同行観察、簡易インタビュー、簡易 HUT（調理・試食・試用後のインタビュー)、簡易 RLT（リアルライフトラッキング)、デスクリサーチ結果の現地確認などに対応します。

対象は、海外在住者や現地ネットワーク等を通じて探索可能な一般生活者を中心とし、少人数の探索型調査を基本とします。対象国・都市、対象者条件、人数、調査内容に応じ

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・
ネオマーケティング広報事務局　担当：今泉
E-mail：press@neo-m.jp

て、案件ごとに対応可否を確認します。

■標準スケジュール目安

1. 店頭・競合確認型

約 1.5〜2 週間

2. 生活者クイック確認型

約 3〜4 週間（対象者募集・簡易インタビューを含む場合）

3. 生活実態把握型

約 4〜6 週間（一定期間の簡易 RLT を行う場合）

※対象者の確保状況や現地事情、対象地域、対象者条件、調査内容によって変動します。個別案件ごとにスケジュールを設計します。

■調査実施の流れ

STEP 1　目的・課題の整理

海外進出や出店、販路開拓、商品・サービス展開における検討課題を整理し、プレ調査で確認すべき項目を明確にします。

STEP 2　調査設計

対象国・都市、店舗、対象者条件、人数、確認項目、納品内容を設計します。

STEP 3　実施手段の選定

対象国や調査内容に応じて、海外在住者、現地パートナー、外部サービスなどから適した実施手段を選定します。

STEP 4　現地での情報収集

店舗訪問、撮影、商品購入、生活者探索、簡易ヒアリングなどを実施します。

STEP 5　品質確認・分析・結果報告

ネオマーケティングが成果物を確認し、収集した情報を整理・分析。市場性の初期評価や、本調査・事業検討につながる示唆を提供します。

■ロコタビについて

「ロコタビ」（運営：株式会社ロコタビ）は、海外在住日本人「ロコ」の現地ネットワークを活用できるサービスです。世界 181 カ国・2,981 都市に 75,000 人以上の現地在住日本人が登録しており、現地での調査・情報収集、通訳・アテンドなどを依頼できます。本サービスでは、対象国や調査内容に応じた現地情報収集手段の一つとして活用します。

URL：https://locotabi.jp/

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・

ネオマーケティング広報事務局　担当：今泉

E-mail：press@neo-m.jp

会社名：株式会社ネオマーケティング
本社：東京都渋谷区南平台町 16-25 養命酒ビル 11F
代表者：代表取締役　橋本 光伸
証券コード：4196（東京証券取引所　スタンダード市場）
事業内容：マーケティング支援事業
URL：https://corp.neo-m.jp/
加盟団体：一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会（会員社 No：20220）

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・
ネオマーケティング広報事務局　担当：今泉
E-mail：press@neo-m.jp