

<p>(企業名)</p> <p>Syno Japan 株式会社</p>	<p>対応可能社数の目安</p> <p>25 受託プロジェクト/月</p> <p>(セルフ型は含まれません。対応可能社数は状況により変更となる可能性がございます。)</p>
-------------------------------------	--

(支援の概要)

ビジネスの原点、現地の声に耳を傾ける海外展開に DX を

(支援の概要等を紹介する動画) (外部リンクになります)

<https://l.ead.me/bcAs8S>

(支援内容)

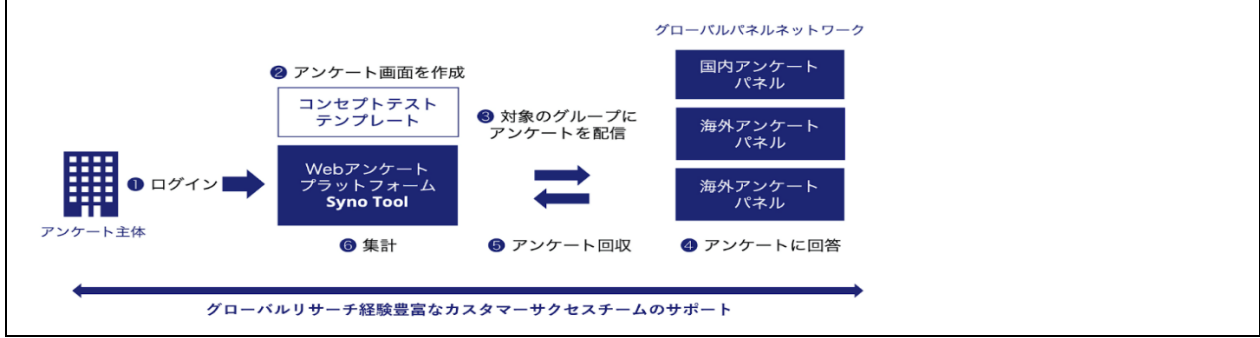
日本企業の技術力やサービスクオリティ、創造性は世界でも非常に評価が高く、各国の消費者や企業から日本発のモノやサービスは注目されています。一方で、海外市場で成功するためには、いかに現地の消費者や企業の声を活用した、現地目線の商品開発やローカライズ、マーケティング施策が鍵となり、これが長らく日本企業の海外展開の課題でもありました。

しかし、現地の声の収集は、コストや時間がかかり中小企業が気軽に活用することはできませんでした。近年のコロナウィルスの影響で、従来の現地の調査や展示会などの海外渡航が制限される中で、さらに海外の一次情報の収集は困難になっています。

Syno Japan 株式会社は、海外の消費者や企業に対する声の収集の仕組みを見直し、データの収集から管理、活用までのフローを再デザインした Syno 独自のグローバルリサーチの仕組みを提供しています。これにより企業の規模や業界を問わず、あらゆる企業が現地の声を活用した商品開発やローカライズ、マーケティング施策を行うための DX(デジタルトランスフォーメーション)が実現します。

Syno のグローバルリサーチの仕組みは以下の通りです。

自社開発の Web アンケートプラットフォーム Syno Tool とグローバルのパネルネットワークを連携し、グローバルリサーチ経験豊富なカスタマーサクセスチームのサポートを受けながら、アンケートの主体となる企業が、150 か国 1 億人以上の海外の消費者や企業に対して、自社でアンケートを作成、あるいは既存のテンプレート(例: 自社商品のコンセプトや画像などをテストするためのアンケート)を活用し、アンケートの配信、回収、集計まで行うことができます。



この仕組みを活用し、お客様のニーズに合わせて以下の3つのグローバルリサーチサービスを提供しております。

	セルフ型グローバルリサーチ	受託型グローバルリサーチ	受託型グローバルリサーチ+コンサルティング
特徴	セルフ型 Web アンケートプラットフォーム Syno Tool を活用し、150 か国 1 億人以上のグローバルアンケートパネルネットワークに対して、簡単な Web アンケートを自社で実施することができます。	調査票の精査から、多言語翻訳、アンケート画面の作成、アンケートの配信、クリーニング、集計までのプロセスをグローバルリサーチ豊富なカスタマーサクセスチームに完全あるいは部分委託することができます。	ヒアリングをベースに、調査のプランニングから、データの収集から分析レポートの作成、施策への提言まで、グローバルリサーチ豊富なコンサルタントがお客様のデータを活用した海外展開をフルサポートします。
想定ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現地の利用実態やニーズを低コストでクイックに調べたい。</li> <li>・自社商品のコンセプトや広告クリエイティブを現地の想定ユーザーや企業に評価してもらいたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外調査は初めてで不安なので、経験豊富なチームに委託したい。</li> <li>・リサーチを実施する社内体制がまだないので、最初の調査は委託して、今後は社内で体制を作りたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今まで海外調査をやっているが、あまり効果を実感できていない。</li> <li>・一回の調査で終わるのではなく、海外事業の PDCA にグローバルリサーチを取り入れたい。</li> </ul>

## ● 各サービスの費用に含まれるもの

	セルフ型グローバルリサーチ	受託型グローバルリサーチ	受託型グローバルリサーチ + コンサルティング
調査費用	15万-30万 / 1カ国+10万円 (Syno Tool 年間ライセンス費)	30-60万円 / 1カ国	100万円～ / 1カ国
費用に含まれるもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Syno Toolライセンス (必須)</li> <li>・ パネル利用費</li> <li>・ システムサポート費 (必要に応じて)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Syno Toolライセンス (任意)</li> <li>・ パネル利用費</li> <li>・ プロジェクト管理費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Syno Toolライセンス (任意)</li> <li>・ パネル利用費</li> <li>・ プロジェクト管理費</li> <li>・ コンサルティング費</li> </ul>
調査のプランニング	お客様	お客様	Synoのコンサルティングと カスタマーサクセスチームが 担当
調査票の作成			
調査票の精査			
調査票の翻訳		Synoのカスタマーサクセス チームが担当	
アンケート画面の作成			
アンケートの配信			
データクリーニング			
ローデータ			
集計表			
グラフレポート			
分析及びコンサルティングレポート			

## ● 調査例

調査主体	米国の越境EC進出を検討している国内化粧品メーカー	東南アジアに進出を検討している国内事務用品メーカー	既にビジネスをグローバルで展開しているが、今後のブランディング戦略を構築したい国内自動車部品メーカー
調査目的	対象ユーザーに自社商品のコンセプトや画像、広告のクリエイティブなどを見せて、評価してもらいたい	東南アジアの進出国の決定やマーケティング戦略を構築するための現状把握調査	欧米市場におけるマーケティング戦略を再構築するため、データに基づいた助言が欲しい
調査国	米国	ベトナム、タイ、インドネシア	日本、米国、英国、ドイツ、フランス
調査対象	女性10代から30代のEC利用者 (B2C)	小学生のお子さんを持つ保護者 (B2C)	二輪自動車保有者及び関連業者 (B2C / B2B)
サンプル数	300名 (各年代100名)	各国300名	各国300名
設問数	15問	30問	30問
金額 (税抜・参考価格)	150,000円	1,500,000円	5,000,000円

(支援の特徴)

従来、中小企業あるいは海外進出支援企業が、海外の消費者や企業を対象とする市場調査をオンラインで行う場合、国内の市場調査会社に依頼する方法と自社サイトや SNS でアンケートシステムを利用して、自社でデータを収集する方法が主流でした。前者は主に国内の市場調査会社が提供し、コストや時間、海外の調査に対するノウハウや経験があまりないなどの外部委託に関する課題があり、後者はアンケートがなかなか集まらない、個人情報などのデータ管理がわからないなどのセルフ運用に関する課題がありました。

Syno が提供できるグローバルリサーチサービスは、この課題を解決するため、以下の特徴を持つグローバルリサーチに特化した仕組みを提供しています。

1. グローバルリサーチに特化した Web アンケートプラットフォーム
2. 150 億人 1 億人以上のアンケートパネルネットワークにダイレクトにアクセス
3. グローバルリサーチに特化した社内ノウハウと実績
4. セルフ型運用から受託、コンサルティングまで幅広くカバー
5. グローバルのデータ収集を念頭とする個人情報やセキュリティ体制

これにより、従来よりもコストや時間はもちろんクオリティの高いグローバルリサーチ、アクションに繋げる調査を段階的に行うデータ基盤を構築することができます。

上記以外のデータに関連するご相談にも、柔軟に対応いたしますので、下記連絡先までお気軽にお問い合わせください。

(どの様な事業者にご利用してもらいたい)

・これから海外に進出する中小企業様

→越境 EC や現地の代理店を活用して、これから初めて海外市場に進出する中小企業様は、海外の一次情報を収集する仕組みを一から構築する必要があります。現状海外への渡航が制限される中、国内の調査会社にデータ収集に関する見積もりを依頼し、コストが高すぎて結局調査を断念して、国内の勘や経験のみで進出してしまうケースが多いです。「現地の利用実態やニーズを低コストでクイックに調べたい」「自社商品のコンセプトや広告クリエイティブを現地の想定ユーザーや企業に評価してもらいたい」などのニーズがあるが、予算があまりないという中小企業様にはセルフ型グローバルリサーチサービスをご提案しています。

・既に海外に進出している、今後拡大を目指す中小企業様

→既に海外に進出している中小企業様は、その経験を元に、今後の新しい国や地域へ市場の拡大を目指す場合や、既存の海外市場の戦略を構築していく際に、今回のコロナという状況も踏まえて、既存のデータ収集から活用までのフローや社内体制を見直す必要があると考えます。「海外調査は初めてで不安なので、経験豊富なチームに委託したい。」「リサーチを実施する社内体制がまだないので、最初の調査は委託して、今後は社内ですべて体制を作っていきたい。」といったニーズがある中小企業様には受託型グローバルリサーチをご提案しています。

・既に海外に進出していて、ある程度シェアを獲得している中小企業様

→既に海外に進出していて、対象国や地域である程度シェアを獲得している中小企業は、既に技術力やサービスクオリティが認められていると考えます。しかし、今後さらなる拡大や競合との差別化となるブランディング戦略を構築していくためには、既存の海外一次情報のデータ収集から活用までのフローを見直す必要があると考えます。「今まで海外調査をやっているが、あまり効果を実感できていない。」や「一回の調査で終わるのではなく、海外事業のPDCAにグローバルリサーチを取り入れたい。」といったニーズがある中小企業様には、受託型グローバルリサーチ+コンサルティングサービスをご提案しています。

同様に、上記の中小企業様を支援されている下記のパートナー企業様との連携もご提案できます。

- 海外向けの動画広告や制作物を構築するマーケティング会社
- 海外向けのPRを提供する会社
- 越境ECや海外進出コンサルティング会社
- 海外支援の多言語サービス

(支援実績の例)

#### 実績(1)セルフ型グローバルリサーチを活用した商品開発:株式会社ユニチカ

**支援実績の背景:**ユニチカ株式会社(以下「ユニチカ」)は、老舗の機能資材メーカーとして、高分子、機能素材、繊維等の事業を展開し、中期経営計画で「グローバル事業展開の推進」を大きな柱の一つとしており、同社の研究所においてもそれに寄与できる開発テーマの創出を目指しています。MOT手法によるテーマ創出において市場リサーチは必須であるとしながらも、それが国外かつリサーチ対象がニッチなものとなると潜在顧客の声を聴くことが困難となり、また、創出段階でイノベーターを掴むために、大規模・高額な調査をすることは難しく、推測やマーケット調査本、国内有識者からの聞き取り又聞きに基づいてしかテーマ起案できていませんでした。

**グローバルリサーチ課題:**消費者向けの新商品として、米国の園芸市場を対象とする商品に着目し、実際に調査を開始したが、最終的には想定するユーザーやランドスケープ業者の生の声を聴く必要がありました。しかし、昨今のコロナ事情により直接米国に向い、従来の展示会への参加や現地調査が実質出来なくなり、代替案としてオンラインで定量調査を行うため、国内の市場調査会社に見積もり依頼をしましたが、ニッチな対象の収集が難しい、かつ予算オーバーで調査自体を断念せざるを得ない状況でした。

**Synoのソリューション:**ユニチカは、Syno Japan株式会社(以下「Syno」)が提供するセルフ型多言語アンケートシステム(以下「Syno Tool」)を活用し、英語でのアンケート画面の作成から、アンケートの対象者に対するアンケートの配信及び回収、回答結果の集計から分析までの全てのプロセスを、グローバルリサーチ経験豊富なカスタマーサクセスチームのサポートを受けながら、米国の園芸資材に関する調査を想定ユーザー及び業者に対して自社で国内から米国の園芸資材に関する調査を2度実施しました。

**結果:**結果、想定している開発アイテムがユーザーの要望を満たすことを確認し、対象とするマーケットを推察するには十分なデータが集まりであり、市場定量化の材料の一つとすることができました。さらに対象マーケットにおけるターゲット製品のニーズの比率を元に市場を精査した結果、開発アイテムの売り上げ期待値が実際のテーマ化に足ることを確認することが出来、テーマを起案するためのエビデンスとして活用することが可能となりました。また、今回の海外調査を全てセルフ型で行うことにより、調査に係る

コストや時間を大幅に削減することができ、海外渡航をせずに海外一次情報を収集する仕組みを、同社のノウハウとして提供しました。社内に共有することができました。同事例のさらなる詳細は、添付資料「ユニチカ事例」をご参照下さい。

実績(2) 受託型グローバルリサーチを活用した台湾進出における利用実態及びニーズ把握調査: 株式会社ゲオホールディングス

**支援実績における背景:** 株式会社ゲオホールディングスは、中古衣料・服飾品のショップ運営及び卸売を展開する総合リユースショップ「セカンドストリート」を日本で全国 700 店舗以上展開しています。2018 年より米国 1 号店をオープンし、現在 6 店舗を展開。2020 年に台湾 1 号店となる「セカンドストリート台北西門点」をオープンしました。米国に続く台湾進出にあたり、現地消費者のリユースショップ利用実態やニーズなどを把握し、進出及び中長期の戦略を構築するために、台湾の想定ユーザーを対象とする市場調査を実施する必要がありました。

**グローバルリサーチ課題:** 米国進出時には、コンサルティング会社に市場調査を含めて依頼していましたが、コストが非常に高く、進出時の一回のみきりの調査で終わってしまい、進出以降の海外展開において、現地の声を反映したマーケティングや顧客体験(CX)の向上を行う仕組みがありませんでした。台湾進出においては、なるべくコストを抑えながらも、進出時の現状把握調査のみならず、新しい市場でブランディングを確立するためのブランディング調査、PR 施策の効果測定、来店時の顧客満足度調査など、さまざまな場面で現地の声を反映できる仕組みを構築したいという意向がありました。

**Syno のソリューション:** Syno Japan 株式会社は、株式会社ゲオホールディングの現地の声を反映した台湾展開を実現するための段階的なグローバルリサーチをプランニングし、進出時の初期調査として、台湾在住のリユースショップを利用したことがある消費者に対して、利用実態やニーズ把握を目的とする調査を実施しました。具体的には、ヒアリングをベースに調査項目の設計から、回答結果の分析レポートの作成まで、自社開発の多言語アンケートシステムと台湾のアンケートパネルを活用し、全てのプロセスを受託型で提供し、リサイクルショップの利用実態(利用者の属性、移動手段、認知媒体、利用目的、利用頻度)とニーズ(リサイクルショップの印象や期待、取り扱い商品に関する意識)を把握し、セカンドストリートが台湾で出店を予定しているリサイクルショップを開発のための基礎資料を提供しました。さらに、店舗来店時の売買者を対象とする顧客満足度調査の仕組みを構築するために、台湾国内の店舗に対して、Syno Tool を活用し QR コードを利用したアンケートの収集から回答者への報酬の支払い、結果の可視化や共有までを自動化する仕組みを構築し、継続的に顧客体験(CX)を把握する仕組みを構築しました。

**結果:** 台湾在住のリユースショップ利用者を対象とした調査の分析レポートを、台湾進出時におけるタイムリーな現地の声として活用し、2020 年夏にセカンドストリートは台湾での出店を実現しました。今後は、初期調査や国内の顧客満足度調査と同じ仕組みを活用し、自社でブランディング調査や PR 施策の効果測定、顧客体験(CX)の継続的な可視化など、他のグローバルリサーチに段階的に拡張し、社内のみならず現地のパートナーやコンサルティングにも共有し、一回の調査では終わらない、継続的に収集する現地の声を反映した海外事業を展開していく予定です。

実績(3) 受託型グローバルリサーチ+コンサルティングサービスを活用した中長期のブランディング戦略構築: 株式会社ショーワ

**支援実績における背景:**株式会社ショーワは(現:日立 Astemo)、自動車二輪部品の技術力の高い OEM メーカーとして、プロのレーサーやアマチュア、国内外の大手メーカーの中で確固たるポジションを確立しています。今後の中長期のグローバル戦略として、自社製品の OEM のみならず、アフターマーケット市場においてもシェアを獲得していくためには、持ち前の技術力だけではなく、認知度やブランド力を伸ばすために、各国のユーザーやメーカーを対象とするマーケティング施策を構築する必要があり、そのために海外の消費者や企業を対象とするグローバルの市場調査を行い、自社ブランドの現状やブランディング戦略のための情報を収集する必要ニーズがありました。

**グローバルリサーチ課題:**OEM メーカーとして、国内や海外において外部に委託して市場調査を実施し、自社ブランドの現状やブランディング強化のための情報収集をしたことがありませんでした。これまで各国のモーターショーや試乗会などを通じて、エンドユーザーや業者の生の声を収集していたものの、調査の専門家ではない自社でのデータ収集や分析には限界があり、客観的かつ正確な調査による自社ブランドの評価、データに基づく施策への提言が必要であると考え、国内の市場調査会社に見積もりを依頼しましたが、予算面及び提案内容において実施が難しい状況でした。

**Syno のソリューション:**Syno は上記の背景と課題に対して、グローバルリサーチ経験の豊富な Syno 専属のコンサルタントによりが、自社のグローバルリサーチシステムを活用し、以下の流れでグローバルリサーチのコンサルタントサービスを提供しました。(詳しくは、添付資料「SHOWA 事例」をご参照下さい)

1. 調査課題のヒアリング
2. 実態把握のための現地フィールドワーク
3. グローバル 8 か国ブランド認知度調査
4. グローバル 8 か国ブランド力調査
5. データ分析からの仮説立案・アクション提言
6. 仮説検証のための EICMA 会場調査

**結果:**今回の調査対象となったグローバル 8 か国における自社のブランドに対して、ユーザー及び企業から客観的な評価を得ることができ、今後の施策に活用することできるブランドとしての強みと弱みの両面を知ることができました。また調査の結果を単にまとめただけでなく、データをベースとする提言により、ブランド力向上のためのアクションが明確になり、これまでの勘や経験のみならず現地目線のマーケティング戦略を構築することができました。

本件のお客様インタビューは、下記の URL をご参考ください。

<https://synoint.jp/2020/12/showa-interview/>

実績(4) 受託型グローバルリサーチを活用した欧州進出における利用実態及びニーズ把握調査  
構築: 株式会社ネクストスケープ

**支援実績における背景:**

株式会社ネクストスケープは、新規事業開拓及び既存事業発展に最適な IT ソリューションを、企画提案・開発・保守の全ての工程において提供を行っております。新規事業を開拓するイノベーション本部では、自社サービスとしてスポーツ自転車の盗難防止 IoT デバイス「AlterLock」の開発・販売を行っております。スポーツ自転車の盗難防止 IoT デバイス「AlterLock」を海外で展開していく上で、現地での需要がどのくらいあるのかを知る必要がありました。

**グローバルリサーチ課題:**

オンラインでの海外市場調査は初の試みで、以前国内で実施した調査票の精査からアンケート画面作成、翻訳、アンケートの配信、回収、データ納品までをしっかりとサポート、実施する必要がありました。また、海外調査は高価になる傾向があるものの、予定している海外進出のタイミングも考慮すると、安価かつタイムリーなサービスの提供が必要でした。

**Syno のソリューション:**

ヨーロッパ展開にあたり、現地の需要をスピーディに調査したいとのご依頼に対し、Syno はグローバルの消費者や企業を対象とする市場調査のデータ収集から活用までを最適化するグローバルリサーチの受託型サービスを提案致しました。調査対象となる欧州三カ国(イギリス、ドイツ、オランダ)の想定するユーザーを対象とするオンライン調査において、お客様自身で行っていただくセルフ型ではなく、以前国内で実施した調査票の精査からアンケート画面作成、翻訳、アンケートの配信、回収、データクリーニング後のデータ納品までのプロセスを、Syno のグローバルリサーチチームがお客様と一緒に実施する受託型で実施しました。

**結果:**

3 カ国(イギリス、ドイツ、オランダ)ともに国内での需要と近い数字をデータとして得ることができ、現地でも自転車盗難防止 IoT デバイスのニーズが高いことを知ることができました。また、今回の調査を通じて、国内と海外のサイクリストの視点や習慣を比較することができ、自転車盗難に関する実情だけでなく、今後のマーケティング施策を考えていく上でも有力な情報を提供することができました。

本件の事例は、以下 URL をご参考下さい。

<https://synoint.jp/2021/05/nextscape-casestudy/>

(問い合わせ先)

Syno が提供するグローバルリサーチサービスに関するお問い合わせは、弊社ホームページの「お問い合わせ」あるいは下記の担当者までご遠慮なくお申し付けください。なお、お問い合わせの際は、現状の課題とご相談したい内容をお教え下さい。

- ・事業者名: Syno Japan 株式会社
- ・担当者名: サドリア あづみ



- ・電話番号: 0467-38-6530
- ・Email: [rfq\\_apac@email.com](mailto:rfq_apac@email.com)
- ・ホームページ: <https://synoint.jp/>