

<紹介資料>
海外調査

令和3年度



< Table of Contents >

1.SRC海外調査の特徴		1
対応領域		2
調査対応可能国・地域（オフライン）		3
調査対応可能国・地域（オンライン）		4
SRC（サーベイリサーチセンター）の強み		7
2.調査アプローチ		8
調査手法		9
アウトプット・分析		10
3.ケーススタディ		11

SRC 株式会社サーベイリサーチセンター
SURVEY RESEARCH CENTER CO.,LTD.

< Staff members >

株式会社サーベイリサーチセンター

☎ 03-3802-6766

GMR部 グローバル課 木寄・福田 <kizaki_y@surece.co.jp / fukuda_k@surece.co.jp>

1. SRC海外調査の特徴

各種調査手法で調査設計から報告書作成までワンストップで対応します

プロジェクト担当者は、海外現地の情勢等を適切なルートから情報を収集し、その国の状況を把握した上でプロジェクトに着手します

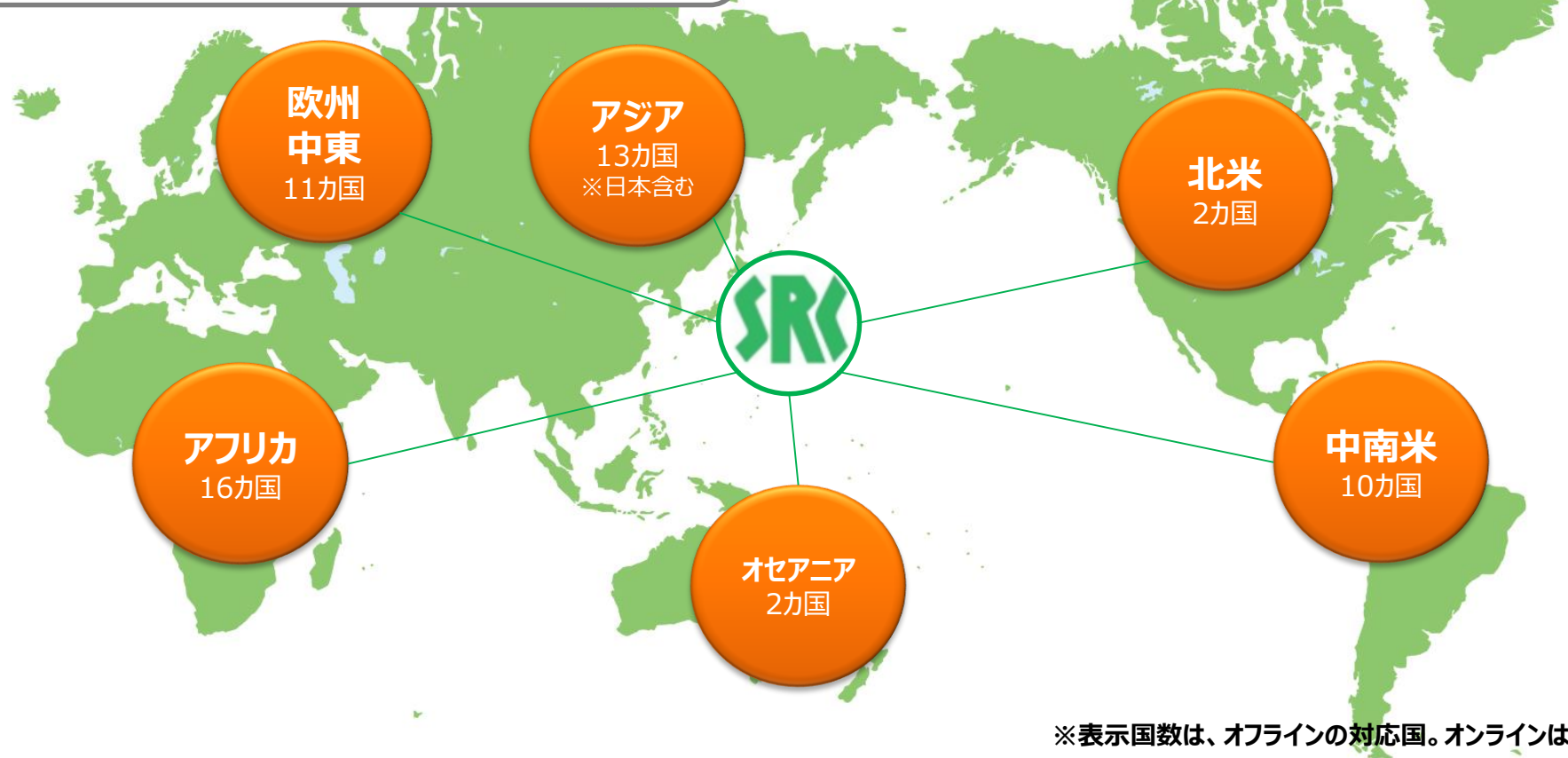
調査設計
調査票翻訳

実査
通訳

集計
分析

報告書作成
翻訳

オフライン 54カ国・地域 対応
オンラインは122カ国・地域に対応



※表示国数は、オフラインの対応国。オンラインは、P6参照。

【オフライン】

エリア/国・地域		調査手法				
		FGI/IDI	訪問インタビュー	CLT	HUT	電話調査
アジア	中国（全土）	○	○	○	○	○
	韓国	○	○	○	○	○
	タイ	○	○	○	○	○
	インドネシア	○	○	○	○	○
	ベトナム	○	○	○	○	○
	フィリピン	○	○	○	○	○
	マレーシア	○	○	○	○	○
	香港	○	○	○	○	○
	台湾	○	○	○	○	○
	シンガポール	○	○	○	○	○
	ミャンマー	○	○	○	△	○
	インド	○	○	○	△	○
	日本	○	○	○	○	○
オセアニア	オーストラリア	○	○	○	△	○
	ニュージーランド	○	○	○	△	○
北米 中南米	USA	○	○	○	○	○
	カナダ	○	○	○	○	○
	ブラジル	△	○	△	△	○
	メキシコ	△	○	○	△	○
	上記含め計12カ国*	△	△	△	△	△

*：チリ、コロンビア、ペルー、エルサルバドル、ホンジュラス、ニカラグア、ボリビア、パラグアイ

【オフライン】

エリア/国・地域		調査手法				
		FGI/IDI	訪問インタビュー	CLT	HUT	電話調査
欧州	イギリス	○	○	○	○	○
	ドイツ	○	○	○	○	○
	フランス	○	○	○	○	○
	イタリア	○	○	○	○	○
	スペイン	○	○	○	○	○
	スウェーデン	○	—	○	○	○
	ロシア	○	○	○	△	○
中東	UAE	○	○	○	○	○
	サウジアラビア	○	○	○	○	○
	イラン	○	○	○	○	○
	オマーン	○	○	○	○	○
アフリカ	エジプト（Cairo）	○	—	○	○	○
	ナイジェリア	○	○	○	○	○
	南アフリカ	△	—	△	—	△
	上記含め計16カ国 次ページ参照	△	△	△	△	△

アフリカのマーケット が注目されてきています

- アフリカは、調査を実施できる環境が整うのが比較的遅く、現在もまだ基盤整備の途上ですが、新たなマーケットとして注目もされてきています。日本企業がアフリカで調査を実施する場合、現地の文化/慣習を把握しきれないため、調査企画をローカライズすることが難しいエリアといえます。
- アフリカでの調査を成功させるためには、現地の状況を把握した上で、適切な調査企画のもと調査を実施することが必要です。
- 弊社は、アフリカに複数の拠点を持ち現地に密着した調査会社と提携し、アフリカの主要国において調査を実施するネットワークを構築しました。調査の企画の段階から提携会社に参画してもらい、適切な調査実施をサポートいたします。
 - ✓ 右図のオレンジハイライトの国において調査が実施可能です
 - ✓ 調査実施の可否および調査実施可能な手法においては、調査のテーマ等により異なるため、調査企画の段階でお問合せください



【オンライン】

オンライン 122カ国・地域 対応

	オンライン調査実施可能国・地域
あ行	アイスランド、アイルランド、アメリカ合衆国、アラブ首長国連邦、アルジェリア、アルゼンチン、アフガニスタン、アンゴラ、アンドラ、イエメン、イギリス、イスラエル、イタリア、イラク、イラン、インドネシア、インド、ウクライナ、ウガンダ、ウルグアイ、エクアドル、エジプト、エストニア、エチオピア、エルサルバドル、オーストラリア、オーストリア、オマーン、オランダ、オランダ領アンティル
か行	ガイアナ、ガーナ、カザフスタン、カナダ、カタール、韓国、キプロス、ギリシャ、キルギスタン、キューバ、グアテマラ、クウェート、クロアチア、ケニア、コスタリカ、コロンビア、コートジボワール、コンゴ民主共和国
さ行	サウジアラビア、ザンビア、シリア、シンガポール、ジョージア、ジンバブエ、スイス、スウェーデン、スペイン、スリナム、スリランカ、スロバキア、スロベニア、スワジランド、セネガル、セルビア
た行	タイ、台湾、タンザニア、チェコ、中国、チリ、チャド、チュニジア、デンマーク、ドイツ、ドミニカ、トルコ
な行	ナイジェリア、ニカラグア、日本、ニュージーランド、ノルウェー
は行	パキスタン、パナマ、パラグアイ、バーレーン、ハンガリー、バングラデシュ、フィリピン、フィンランド、プエルトリコ、フィジー、ブラジル、フランス、ブルガリア、ベトナム、ベネズエラ、ベラルーシ、ベルー、ベルギー、ボスニア、ボリビア、ポーランド、ポルトガル、ホンジュラス、香港
ま行	マケドニア、マルタ、マレーシア、南アフリカ、南スーダン、ミャンマー、メキシコ、モーリシャス、モザンビーク、モロッコ
や行	ヨルダン
ら行	ラトビア、リトアニア、ルーマニア、ルクセンブルク、ルワンダ、レバノン

3つの強みを活かした調査運営により、お客様の調査ニーズに応えます



翻訳要員

スケジュール短縮

費用圧縮

主要言語の翻訳要員を自社で抱えているため、ご予算の圧縮と調査スケジュールの短縮を実現させます。

※英語・繁体字・簡体字・韓国語・ベトナム語・ドイツ語・フランス語



リサーチャー・マーケットター

目的の徹底共有

文献洞察力

主要国の言語と日本語を話することができるリサーチャー・マーケットターを抱えているため、その担当が直接お客様と打ち合わせをすることで、現地調査対象との接点時には、調査ニーズを詳細に理解した状況で調査を遂行します。主要国の言語を理解するリサーチャー・マーケットターが、各種文献調査実施時および現地機関へのヒアリング時に適切な対象から、言葉の表現が意味することや背景等を正確に解釈します。 ※英語圏、中華圏、ベトナム、韓国、ドイツ



有力なパートナー

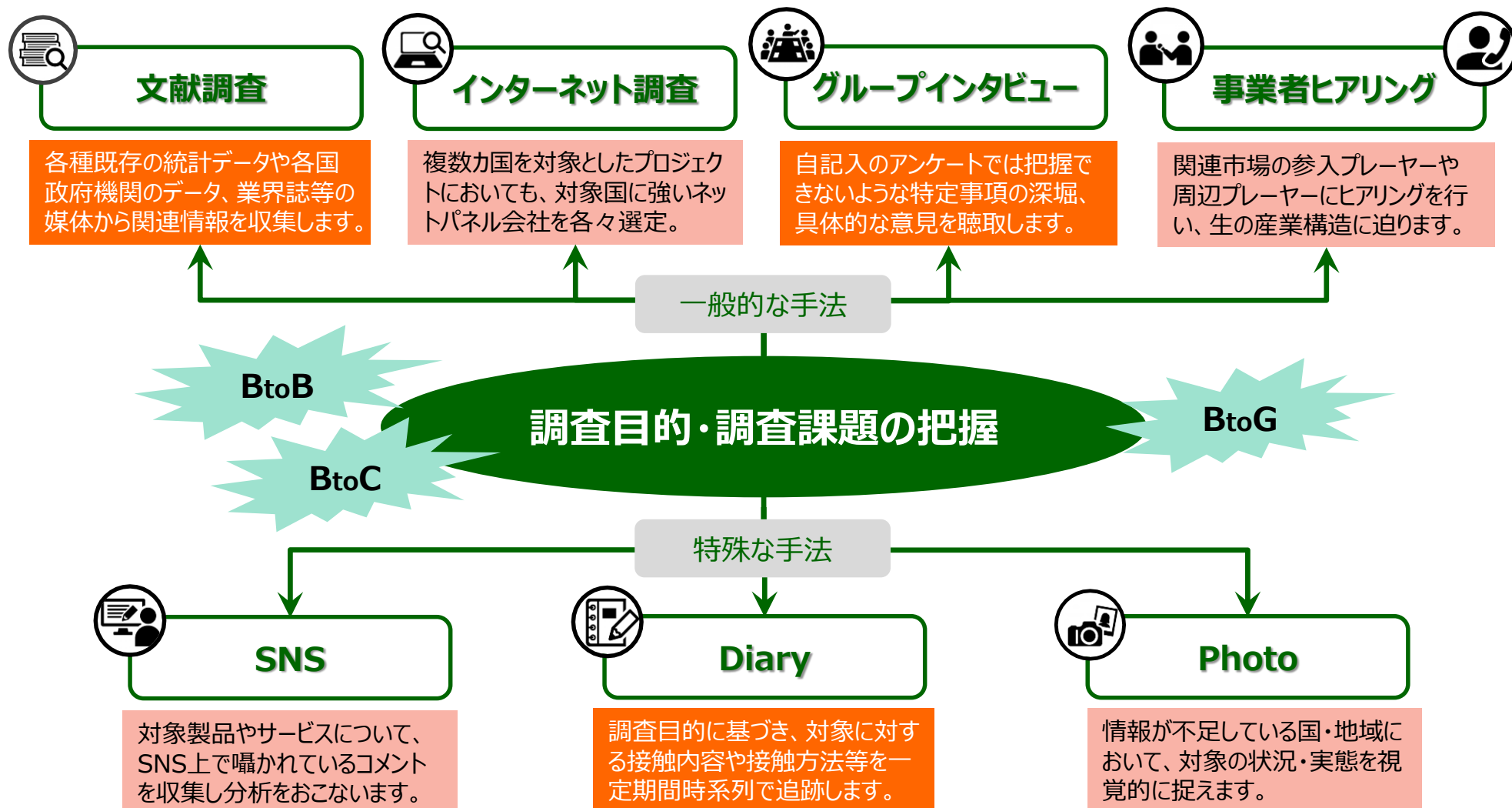
高品質の均一化

情報収集力

定量調査および定性調査ともに調査対応可能国・地域で有力なパートナーとのネットワークを保持しているため、対象国に強いパートナーを選定し、全カ国同等に高い品質の調査データをお届けします。
また、各国駐日大使館とのネットワークを活用し、情報収集力を高めます。

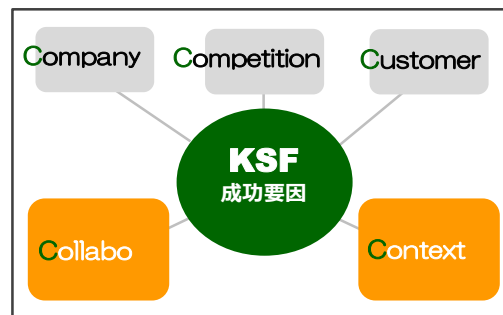
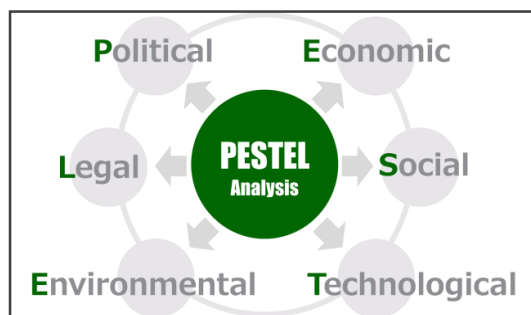
2. 調査アプローチ

お客様のゴールを見据え、適切なアプローチと調査設計を提案します

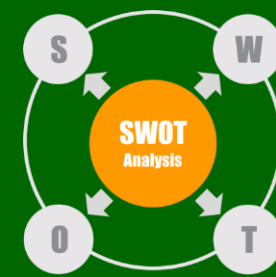


得られた調査結果を説得力があり、かつ解りやすく整理します

各種マーケティングフレーム等に落とし込んだ整理



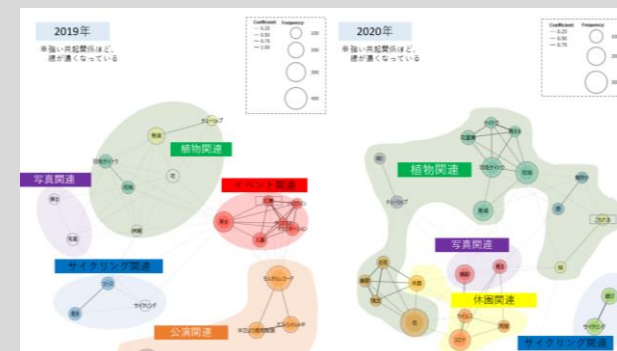
競争優位性を明確化



Photo調査手法のダッシュボードによる見える化



自由回答（SNS等）の共起分類



3. ケーススタディ

【テーマ】食品・農産物（代替食品）



刻々と変化する日本を含む8カ国の畜産物（代替食品含む）の消費実態を横断的に調査し、日本および他国の違いを把握して関連する商品の今後の消費の見込み、輸出に向けた今後の取り組みに資する情報が欲しい。

項 目	内 容
調査方法	インターネット調査
対象国	米国・中国・ドイツ・インドネシア・タイ・ブラジル・オーストラリア・日本 （8カ国）
サンプル数/対象条件	6,400サンプル＜1カ国あたり800サンプル＞ /ベビーブーム、ミレニアル等の世代別男女
設問数	本調査40問 ※スクリーニング設問5問含む
業務範囲	調査設計～翻訳～画面作成～実査～集計～分析～レポート作成 ※集計ツール納品
スケジュール感	約9週間 ＜調査設計～画面作成：4週間 実査：1週間 集計～レポート作成：3週間＞

【テーマ】食品・海産物



台湾（台北市およびその近郊）における対象製品の主要項目に対する受容性を具体的な理由も添えて確認し、プロモーションの訴求点を明らかにしたい。定性調査結果を定量調査で検証も実施し、精度を高めたい。

項 目	内 容	
対象国	台湾	
調査手法	グループインタビュー調査	インターネット調査
グループ数/サンプル数 対象条件	2グループ（若年層/年配層） ※現地での実査運営含む	500サンプル（人口に応じた性年代割付）
時間/設問数	1グループあたり2時間	30問
業務範囲	調査設計～翻訳～調査準備～実査運営～集計～分析～レポート作成	
スケジュール感	約13週間 ※台湾のグループインタビューは、2泊3日で実施	

【テーマ】観光・旅行消費



外国人観光客大国のインバウンド消費行動と訪日履歴に応じた観光客の消費行動の変化に関する調査をおこない、諸外国との比較を中心に、訪日外国人観光客の消費行動の変化や影響に関する要因を明らかにしたい。

項 目	内 容	
対象国	フランス・スペイン・アメリカ・中国・イタリア・トルコ・メキシコ・ドイツ・タイ・イギリス（10カ国）	
調査手法	文献調査 ※現地政府ヒアリング含む	インターネット調査
参照先/サンプル数	対象国の基幹観光調査 観光主要項目データ	2,000サンプル＜1カ国あたり200サンプル＞
対象/設問数	観光サイト・観光レポート等	35問
業務範囲	調査設計～翻訳～調査準備～実査運営～集計～分析～レポート作成	
スケジュール感	約 9 週間 ※インターネット調査は約 6 週間	

【テーマ】機械（ギアモーター）



世界の主要20か国で、「ギアモータの購買基準」「ギアモータの技術トレンド」等についての情報収集を行い、国際的に傾向を比較し、今後の営業戦略の施策を考えるためのプロジェクト。SRCでは、日本の情報収集を担当。

項 目	内 容
調査方法	電話インタビュー & 訪問インタビュー
対象国	日本・アメリカの機械メーカー
サンプル数/対象条件	・工場等の現場に導入する機器（コンベヤベルト等）の選定・調達にかかわっている人、 ・ギアモータ（減速機つきモータ）機器の選定・調達にかかわっている人 ・計：12社（12名） ※クライアントからの対象企業リストの提供なし
インタビュー時間数	60分/件
業務範囲	調査票の和訳、インタビュー実査、インタビュー個票の作成
スケジュール	4週間