

海外市場開拓トライアル(北米)  
アメリカにおけるテストマーケティング企画



アメリカ市場への進出を目指す中小企業者募集  
事業者募集説明会



**【ご挨拶】**

**独立行政法人中小企業基盤整備機構  
販路支援部海外展開支援課参事**

**林 弥子**

本事業では、アメリカ市場への進出を検討している中小企業者の皆さまを対象に、自社商品の現地(アメリカ)でのテストマーケティングを実施いたします。



アメリカ市場への販路開拓を検討するうえで、  
下記のようなお悩みをお持ちの方は、本事業にぜひお申込みください！

- アメリカ市場で**自社商品は受け入れられるだろうか**
- アメリカ市場への進出を目指しているが、**海外取引の経験がない**
- 海外進出をするうえで**何から始めてよいかわからず迷っている**
- 輸出実績はあるが、アメリカ市場でも受け入れられるか**試してみたい**



現地でのリアルな声からアメリカ市場に適した  
**商品づくり、プロモーションのヒント**を得ることができます！

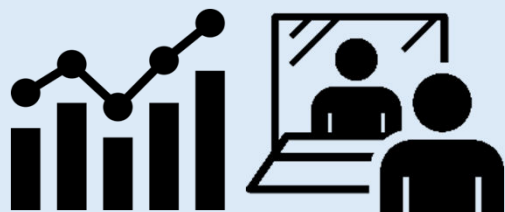
本事業では、今後のアメリカ市場への進出に向けて、**参加しやすい環境**と**実践的な支援**を提供します。



**参加費無料**



**渡航不要**



**調査レポート&  
個別フィードバックがもらえる**



**調査結果に基づいた  
フォローアップがある**

本事業では、事業後の参加企業様のアメリカ市場への進出への足掛かりとなるようアンケート設計からフィードバックまで一貫した支援を実施します。

アンケート設計

商品の有用性・実現性を検証するためのアンケートを設計

ご自身の商品の価値を可視化・整理することができる

調査結果への深い理解へつながる

アンケート調査

フィードバック

調査結果を分析し、調査レポートとして個別フィードバックを実施。

調査結果から見える示唆と次へのアクションへのヒントを得ることができる

次に何をすべきかが見えてくる

本事業の支援を海外展開(または市場開拓)への一步として、ぜひご活用ください！

## ■対象事業者

### 消費財を扱う中小・小規模事業者

※ 中小・小規模事業者の定義:

[https://www.smrj.go.jp/org/about/sme\\_definition/index.html](https://www.smrj.go.jp/org/about/sme_definition/index.html)

## ■参加条件

- 2026年7月～9月の間、オンラインミーティング等で調査ヒアリングに参加可能な方。
- 採択後、北米現地インタビュー調査事務局が企画する説明会やセミナーに参加できる方。
- 自社商品をお持ちの方。
  - ※自社商品とは、自社ブランドとして自社または委託先企業で製造したものを指します。
  - ※商品のサイズが大きすぎるもの、重量物、高額商品については対象外となる場合があります。
- ロサンゼルス・シアトル両都市に商品サンプルの提供が可能な方。(いずれか一方のみの参加は不可)。

**お申込みにあたり、採択審査用のサンプルをご送付いただきます。**

### ●1商品あたり10名分程度(雑貨は2点)

※審査用サンプルに関する詳細は募集要項の「参加条件」の内容をご確認ください。

※審査用サンプルは事務局指定の住所へ送付していただきます。

送付先につきましては、エントリーフォームの内容確認後にご案内いたします。

※審査用サンプルの発送に係る費用は参加企業様ご自身のご負担となります。

**本事業では、お申込みいただいた後に、参加企業を選考させていただきます。**

## ■採択者数

### 30社程度(1社につき1商品)

味違い・色違い・パッケージ違いなど、同一商品のバリエーション(以下「SKU」)がある場合は、同一商品として最大**3SKU**までお申込み可能です。

※SKUの種別は1種類に限ります。(色違い2SKU+容量違い1SKUのような複数種類の組み合わせは不可)

### 〈エントリーシートの記載例〉

▼商品情報			
商品カテゴリ (該当する項目はプルダウンで○を選択してください)	○	①食品・飲料	
		②アルコール類(日本酒に限る)	
商品内容(20文字以内) ※日本酒、和菓子、はちみつ等、商品が何であるかを端的に記載してください。	抹茶飲料		
●味違い・容量違い等のバリエーション(SKU)がある場合は、同一商品として最大3SKUまでお申込み可能です。			
SKUの内容(例:味違い、容量違い) ※SKUのバリエーションは1種類に限ります。	味違い		
SKU数(3SKUまで) ※1~3をご記入ください	3		
輸送時の他SKUとの混載可否 (該当する項目はプルダウンで○を選択してください) ※必要数量に応じて、ケース入数に関わらず他SKUと混載しての輸送が可能かご記入ください。	○	◀可	◀否
商品名 ※SKUの内容が分かるようにご記入ください。なお、同一商品名であってもSKUが異なる場合は、例のように括弧内にSKUの内容を記入ください。			
	日本語	英語	
例	ジャム(いちご味)	Jam(Strawberry)	
①	抹茶ラテ(プレーン)	Matcha Latte(Plain)	
②	抹茶ラテ(いちごフレーバー)	Matcha Latte(Strawberry)	
③	抹茶ラテ(黒蜜フレーバー)	Matcha Latte(Brown Sugar Syrup)	

SKUのバリエーションは1種類のためのため、2種類以上はお申込みいただけません。

#### ×申込不可な例

「味違い、容量違い」

①抹茶ラテ(プレーン) 300g

②抹茶ラテ(プレーン) 500g

③抹茶ラテ(いちごフレーバー) 300g

「味違い」のみの3SKUのため申込可

## ■参加費

### 無料

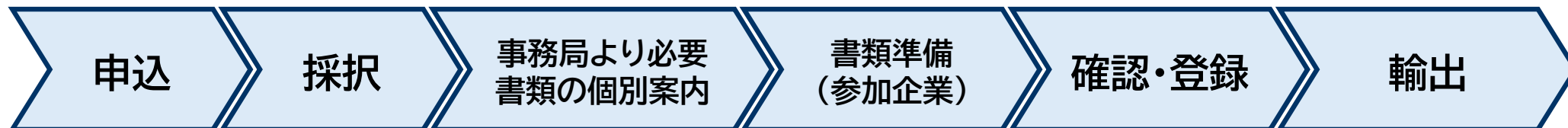
- ただし、出品物の国内指定倉庫までの輸送費、審査会および現地で使用する商品サンプル・試飲試食用商品は、参加企業様のご負担となります。
- FDA登録に係る費用および手続きは、参加企業様のご負担となります(米国代理人の設置／FDAなどの許認可)。なお、商品内容により必要書類や費用は異なります。

### 《輸出に係る許認可等について》

アメリカ輸出に必要なFDA登録などの許認可につきましては、  
**商品によって異なるため、参加企業決定後に改めて各社へお知らせいたします。**

**※申込時点では、事前に取得しておくべき許認可等はありません。**

〈輸出に係る許認可登録～輸出のフロー〉



**許認可取得に係る必要書類は参加企業様ご自身でご準備いただきますが、事務局が対応サポートいたします！**

※アメリカへの輸出に必要なFDA登録等の規制要件については、「出品時の規制・認証・販売上の留意点(品目別まとめ)」をご確認ください。

## ■商品カテゴリ

家庭用品・日用品 / アパレル・ファッション / 雑貨 / 化粧品・トイレットリー / 家電  
ベビー・育児用品 / 健康関連製品 / 食品・飲料(アルコール類は日本酒に限る)

## ■対象商品の条件

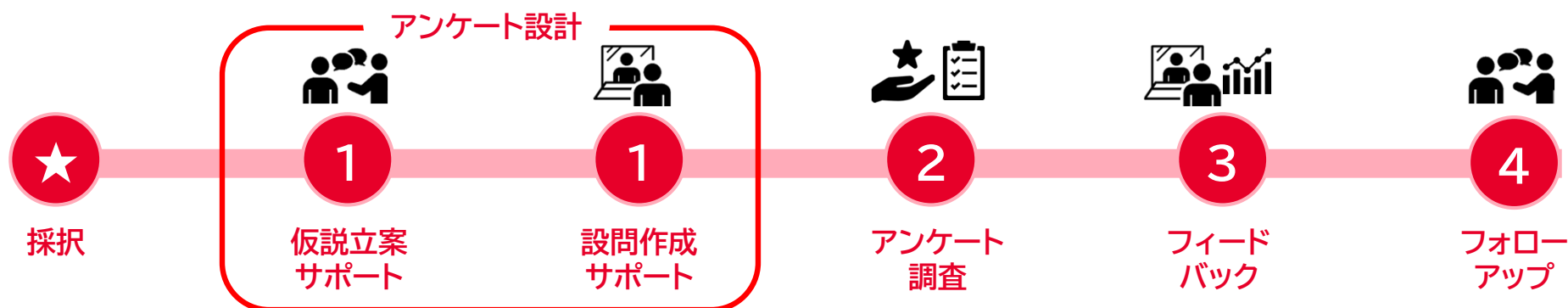
- ▶ 会場にてその場で試せる商品であること。  
(試食・試飲・試用など、短時間の体験で反応を確認できるもの)  
持ち帰って使用・継続摂取しないと効果が分からない商品は対象外です。(サプリメント・健康食品等)
- ▶ 食品の賞味期限は、北米現地インタビュー調査事務局が指定する国内の納品場所および指定到着日より**5カ月以上**のものとしします。
- ▶ 過年度に本事業(アメリカ)へお申込みいただいた商品と同一内容の商品は審査対象外となります。  
(ただし、商品の改良等が認められる場合は審査対象となります。)

## ■テストマーケティングのサンプルのご用意

採択された参加企業様はサンプルのご用意が必要となります。

- ▶ (食品・雑貨共通) 展示用サンプル : 1商品につき**5点程度**
- ▶ (食品) 試食サンプル : 1商品につき**消費者100名分以上の試食が可能な数量**
- ▶ (化粧品等) 試用サンプル : 1商品につき**消費者100名分以上の試用が可能な数量**

※ 1点ものや高額商品等、上記数量が提供できない場合は、事務局までご相談ください。



## 1. アンケート設計

アンケート調査は、共通質問および商品別質問で構成されたアンケート設問に基づき実施します。本アンケートの設計にあたり、仮説立案サポートおよび設問作成サポートを行います。**※複数回のヒアリングを予定しております。**

▼〈仮説立案サポート〉中小機構の専門家によるサポート

▼〈設問作成サポート〉北米現地インタビュー調査事務局によるサポート

## 2. アンケート調査

上記「仮説立案サポート」「設問作成サポート」で整理・作成した内容をもとに、アメリカ現地の会場にてアンケート調査等を実施します。

## 3. フィードバック

調査結果を報告書としてまとめ、北米現地インタビュー調査事務局が各社にフィードバック面談を実施いたします。

## 4. フォローアップ

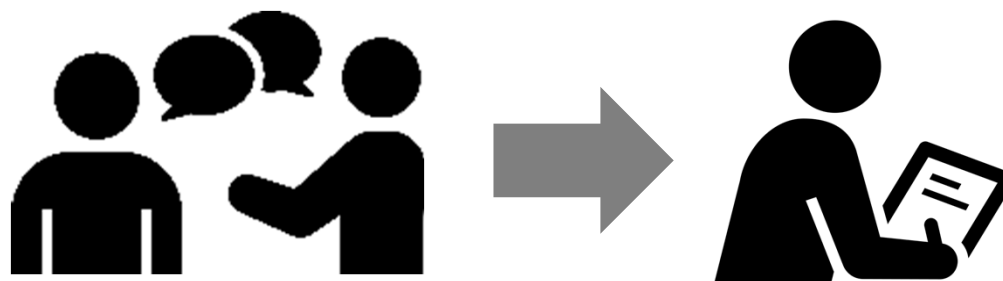
調査結果を踏まえ今後の海外展開に向けて、中小機構の専門家のアドバイスを受けます。

2026年	6月11日(木)	参加企業募集 17時締め切り
	6/29(月) ※予定	参加企業決定
	7月1日(水)	参加企業説明会・セミナー実施(オンライン) ※参加決定企業は参加必須となります。
	7月~8月	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仮説立案サポートのための個社ヒアリング(オンライン)</li> <li>● 設問作成サポートのための個社ヒアリング(オンライン)</li> </ul> ※複数回のヒアリングを予定しておりますので、個別に日程調整いたします。
	7月~8月中旬	FDA等の必要な許認可の書類準備~登録
	8月中旬~8月下旬	パッキングリスト等の輸出書類準備
	9月初旬~11月初旬	国内倉庫への商品送付~アメリカへの輸送
	11月6日・7日	ロサンゼルス テストマーケティング実施
	11月13日・14日	シアトル テストマーケティング実施
	2027年	1月上旬
1月中旬~2月下旬		各社ごとの個別フィードバック実施(オンライン予定)

## ■仮説立案サポート

《商品の魅力・価値を整理し、現地ニーズを踏まえた仮説を設計》

誰にどんな価値を提供するかを可視化するため、中小機構の専門家がサポートしながら海外のターゲット層が欲しいと感じる点や関心を持つポイントを仮説として整理します。

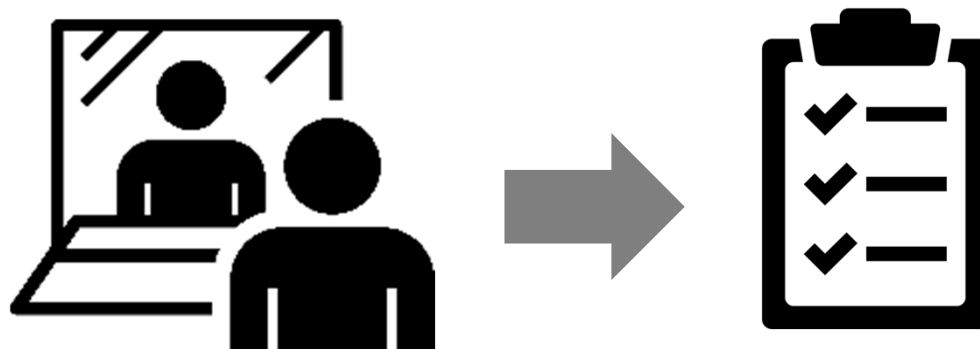


## ■設問作成サポート

《仮説をもとに、現地市場の反応を具体的に把握するための質問項目を作成》

整理した仮説をもとに、北米現地インタビュー調査事務局と一緒に、アンケートの質問項目を作成します。

※質問項目は全事業者共通の共通項目と、事業者ごとの個別項目を設けます。



## ■実施概要

- 実施都市:ロサンゼルス・シアトル(アメリカ合衆国)

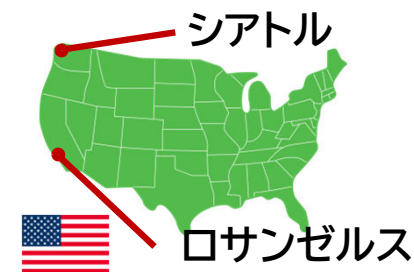
- 実施日程:

〈ロサンゼルス〉 BtoB:2026年11月6日(金)／BtoC:2026年11月7日(土)

〈シアトル〉 BtoB:2026年11月13日(金)／BtoC:2026年11月14日(土)

- 調査形式:招待制クローズド型インタビュー調査(ホテル多目的ホール使用)

- 調査方法:モバイルアンケート(スマートフォン・タブレット)



### 実施会場(ホテル)

〈ロサンゼルス〉  
トランス・マリオット・レドンドビーチ



〈シアトル〉  
マリオット ウォーターフロント



■調査方法

●招待制クローズド型インタビュー調査(ホテル多目的ホール使用)

BtoC向け・BtoB向けに招待制クローズド型のインタビュー調査を各日1日ずつ実施。

To C(消費者)向けイベント

商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイルでアンケート回答



To B(流通関係者)向けイベント

- ・商品を1つずつ紹介するプレゼンテーション
- ・商品の体験(試食試飲・触る・試用する)



モバイルでアンケート回答



グループディスカッション



## ■調査対象

現地企業に対して事務局より調査への参加協力を要請し、当該企業の社員、家族、知人や、招待企業が持つ取引先企業を招待し、消費者(C)や流通関係者(B)としてご参加いただく。

### 本事業の調査への協力を要請する企業候補

- グローバルIT企業
- ゲーム関連企業
- 大手カフェチェーン
- 大手ECプラットフォーム
- 飲食チェーン
- 飲料メーカー
- 現地小売・流通企業
- 現地日系企業
- 現地小売・流通企業
- 現地弁護士団体
- 日系金融機関
- 日系食品メーカー
- 日系・アジア系レストラン
- 日系スーパーマーケット

#### 消費者として招待する層

企業で働く本人、家族、友人、取引先企業関係者  
=老若男女(20代~60代)



#### 流通関係者として招待する層

企業のバイヤー等の有識者



参加企業様が検証を希望するターゲット層のみでなく、幅広い層へ調査いたします。



アンケート設計で立てた仮説をもとに、現地でのアンケート調査の結果を踏まえて、  
北米現地インタビュー調査事務局より  
**全参加企業向け報告会と各社への個別フィードバックを実施**

## ■全参加企業向け テストマーケティング実施報告会

全参加企業に向けて、オンラインで事業全体の報告会を実施いたします。

## ■各社への個別フィードバック

各社へオンライン(予定)で調査レポートを用いて個別フィードバックを実施いたします。

### 〈調査レポートの構成〉

- 購買顧客仮説
- 基本属性
- 購入意欲、訴求軸、価格許容度、改善点、日本品質等の観点からのクロス集計
- 示唆と次のアクションへ向けての結論

海外テストマーケティング支援事業 Year 2 調査レポート【サンプル】

## クレイマスク(毛穴ケア特化) アメリカ市場

対象市場:アメリカ(ロサンゼルス・シアトル) | 消費者 n=84 | 調査期間:2026年10月

64%

購入意向  
ポジティブ

80%

19歳以下  
購入意向

50%

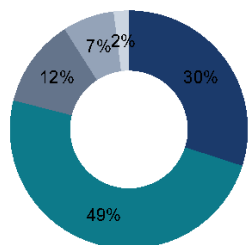
Made in Japan  
影響あり

\$4.5

許容  
価格帯上限

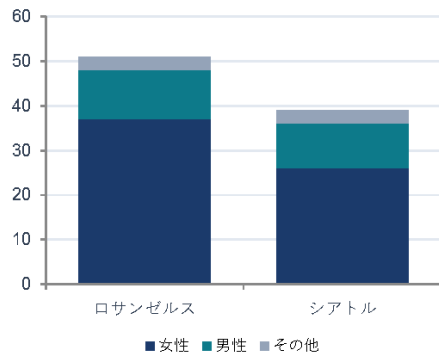
### 基本属性

年代分布 (n=84)



■ 19歳以下 (30%) ■ 20代 (49%) ■ 30代 (12%)  
■ 40代 (7%) ■ その他 (2%)

調査地・性別 (n=84)



### 購買顧客仮説(結論)

アメリカ市場において本製品を最も購入する可能性が高いのは、20代以下のクリーンビューティー志向を持つ女性層である。  
彼女たちは日常的に毛穴ケアへの関心が高く、既存のクリーンビューティー製品では満たされていない「本格的な洗浄力」と「自然由来成分の安心感」の両立に惹かれて購入に至る。

#### 許容価格帯

\$4.5以下  
(Kiehl's等の既存クリーンクレイマスクと同等水準)

#### 購入チャネル(第一接点)

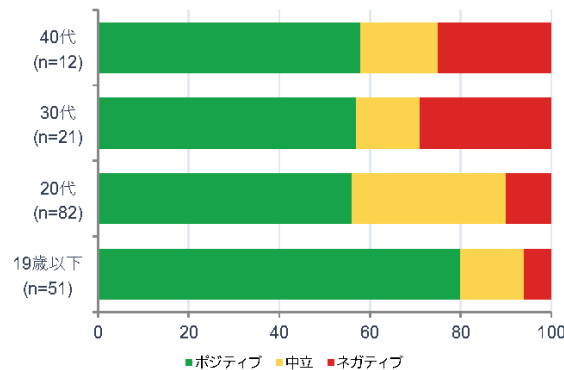
Ulta Beauty / Target等  
次いで Amazon.com などのEC

#### ターゲット

20代以下・クリーンビューティー志向の女性  
ロサンゼルス・シアトルを中心に展開

### KF1:属性 × 購入意向 — ターゲット像の特定

年代別 購入意向 (%)



年代別セグメント詳細

年代	ポジ	ネガ	評価
19歳以下	80%	6%	◎ 最高反応
20代	56%	10%	○ コア層
30代	57%	29%	△ ネガ高め
40代	58%	25%	— n少

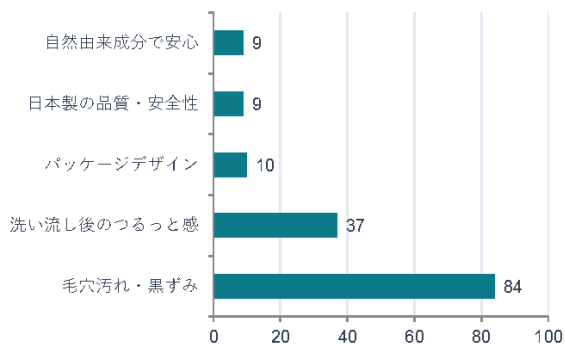
調査地別ポジティブ率

調査地	ポジ	評価
ロサンゼルス (Silver Lake)	64%	○ 好反応
シアトル (Capitol Hill)	62%	○ 都市型消費

示唆:19歳以下の購入意向80%が突出。20代はn=41で最大ボリュームだがポジ56%に留まる。ロサンゼルス(64%)・シアトル(62%)ともに好反応で、両都市での展開可能性を示唆。30代はネガ29%と高めで要注意。

## KF2: 訴求軸の優先順位 — 何に惹かれるか(1/2)

魅力ポイント1位 (n=168)



魅力1位 × 購入意向転換率

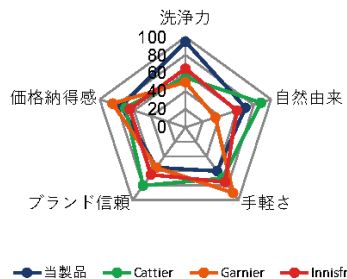
魅力1位	選択数	シェア	うちポジ	転換率
毛穴汚れ・黒ずみ	84	50%	64	76%
洗い流し後のつるっと感	37	22%	20	54%
パッケージデザイン	10	6%	7	70%
日本製の品質・安全性	9	5%	7	78%
自然由来成分で安心	9	5%	3	33%

## KF4: 改善点 × 購入意向(改善しても買うか)(1/2)

懸念点	指摘数	シェア	うちポジ	判定
香りが好みに合わない	52	31%	75%	× 致命傷でない → ハーブ系推奨
テクスチャーが気になる	23	14%	52%	△ 要改善(優先度高)
洗い流しに時間がかかる	17	10%	71%	× 致命傷ではない
効果が感じにくい	15	9%	80%	○ 不満でも買う → 軽微
パッケージ・説明がわかりにくい	10	6%	50%	! 英語表記・FDA規制 必須対応

## KF6: 競合比較 × 消費者の連想ワード

消費者連想ワード比較 (競合対比)



ブランド	連想ワード Top3	当製品との差別化
当製品	すっきり・毛穴・本格的	洗淨力×本格感 — 空白ポジション
Kiehl's(米クリーン)	クリーン・やさしい・定番	「やさしい」vs「すっきり」で差別化
Aztec Secret(米定番)	シンプル・ナチュラル・定番	価格帯で勝る(\$4.5 vs \$10~)
Neutrogena(大衆)	安い・どこでも・普通	「本格的・日本」の専門感で差別化
Summer Fridays(米トレンド)	SNS映え・クリーン・トレンド	持続的品質訴求 vs トレンド訴求

示唆: 消費者が当製品に「すっきり」「本格的」を連想している点が最大の武器。競合Kiehl'sは「やさしい=マイルド」、Neutrogenaは「普通」と認識されており、「本格洗淨力×クリーン品質」の空白ポジションを狙える。「日本」の連想は5番目に留まり、Made in Japanは決め手でなく裏付け要素。

## 結論: 示唆と次のアクション

### ターゲット

19歳以下~20代・クリーンビューティー志向の女性が最高反応。ロサンゼルス(64%ポジ)・シアトル(62%ポジ)の両都市で展開

### 訴求軸

「毛穴洗淨力」が50%で圧倒的1位・転換率76%。「洗淨力×自然由来」の両立を主メッセージに

### 価格

\$4.5以下に集中。Kiehl's同等帯(\$4.0~5.0)をメイン設定

### チャネル

Ulta Beauty / Target → Amazon.com → Sephora の順で展開

### 改善(必須)

パッケージ英語化・FDA成分表記の追加、EWG認証取得の可否を調査

### 改善(推奨)

香りのユーカリ/ミント系ローカライズ、環境配慮/パッケージへの切り替え

→ 次の打ち手: パッケージ英語化 + EWG認証の取得可否を調査。Ulta Beauty / Targetへの試験導入を\$4.5で打診

## ■お申し込み時の注意点

アメリカへの輸出および現地で販売する場合、FDA(米国食品医薬品局)等、アメリカ政府が定める様々な規制や認証制度が商品カテゴリごとにあります。本テストマーケティングでは調査を目的としており販売行為は行わないため、お申し込み時点で該当する認証を取得する必要はありませんが、同国へ輸出・販売を行う際には定められた規制クリアや認証制度の取得が必要となりますので、自社商品に必要な情報を確認のうえお申込みください。

## ■留意事項

- 本事業では、現地消費者への販売、ならびに流通企業との商談・マッチング等の販路開拓支援は対象外となります。
- 申込締切間近はサイトの混雑が予想されます。**余裕をもってお早めにお申込みください。**
- お申込み後、厳正な審査を行います。**選考の結果、ご参加いただけない場合があることをあらかじめご了承ください。**なお、審査内容の詳細についてはお問い合わせいただいても回答できませんので、あらかじめご了承ください。
- 参加商品選考後であっても、事業参加者様が本応募要項記載の参加条件を満たしていないことが判明した場合、参加をお断りする場合がございます。
- **参加商品選考後であっても、現地通関の結果、輸出が認められない場合があります。**その際は出品を取りやめる場合があることを、あらかじめご了承ください。
- 本事業にて、万が一事業参加者様が損害や不利益を被る事態が生じたとしても、当機構の故意または重過失によるものを除き、当機構はその責任を負わないものとします。
- 本テストマーケティングに使用する商品については、衛生管理上および現地法令・通関上の理由により、日本への返送は行いません。**あらかじめ返却不可であることをご了承の上、ご提供ください。**

## ★下記専用WEBサイトからお申し込みください

[https://chikapa.smrj.go.jp/trial/2026\\_004.html](https://chikapa.smrj.go.jp/trial/2026_004.html)

### ①資料の確認

お申込み前に必ず募集ページに掲載の以下の資料(3点)をご確認ください。

- a. 募集要項
- b. 別紙01\_アメリカ市場の基礎情報
- c. 別紙02\_アメリカ出品時の規制・認証・販売上の留意点(品目別まとめ)をご確認

### ②エントリーシートの記入

エントリーシートをダウンロードし、必要事項をご記入ください。

※任意項目以外は原則記入必須となります。また、商品の写真も提出必須です。

### ③お申込み

▼エントリーフォームに必要事項をご入力ください。

▼記入したエントリーシートをエントリーフォームに添付ください。

### ④お申込み完了メールの確認

正しく提出できた場合、事務局から自動返信メールが届きます。

エントリーシートに不足や不備がある場合には、事務局よりご連絡いたします。

※メールが到着しているかどうか、必ずご確認ください。



■応募締切

**2026年6月11日(木) 17:00**

■問い合わせ先

北米現地インタビュー調査事務局

メールアドレス: [jimukyoku@tesmaamerica.com](mailto:jimukyoku@tesmaamerica.com)

電話: 050-1793-2206

(受付時間: 平日10:00~17:00)

## 「海外市場開拓トライアル」には他の企画もございます！

中小企業の情報も、  
中/小規模 日本への販路拡大。

**参加無料** **海外販促支援**

### 渡航せずに、現地の本音をチェック！ 海外市場開拓トライアル

海外市場開拓トライアルでは、現地の消費者やバイヤー等に向けたテストマーケティングを実施し、海外市場でのリアルな反応や評価がわかります。

#### こんな中小企業者におすすめ

- 海外進出に向けて情報を収集したいな
- 海外展開、ちよっと気になる！
- こんなお悩みありませんか？
- A国に輸出しているけど他の国でも売れる？
- 海外で売れるために商品改良のヒントが欲しい！

**海外進出の悩みを解消する一手「海外テストマーケティング」**

**2種類の調査方法があります。**

**「商品を送らず」に情報がほしい！  
簡易アンケート調査**

手軽に気になる国について知ろう！

**調査方法**  
公開情報の収集・分析に加え、商品情報を基にした現地消費者などへのアンケートを実施します。

**得られるもの**  
市場ニーズや競合状況を踏まえた海外進出の判断材料

**「商品を送って」現地の反応を知りたい！  
現地インタビュー調査**

特定の国でしっかり検証しよう！

**調査方法**  
商品を現地に輸送し、現地の消費者・バイヤー等が試食・試飲・体験をおこなうテストマーケティングを実施します。

**得られるもの**  
現地でのリアルな声から海外市場に適した商品づくり、プロモーションのヒント

迷っている方は、裏面の「あなたはどっち」で診断！ →

**簡易アンケート調査** **先着500社**

商品情報を基にデスクトップ調査とアンケートを実施します。

12カ国から選べる1カ国

- 香港
- 台湾
- 韓国
- シンガポール
- インドネシア
- ベトナム
- タイ
- フィリピン
- ドイツ
- フランス
- イギリス
- アメリカ

調査実施イメージ

商品情報 → アンケート調査+デスクトップ調査 → 調査報告書

**商品情報**  
商品・企業の基本情報  
商品サンプル

**アンケート調査+デスクトップ調査**  
● アンケート調査+デスクトップ調査  
● 加えて、現地消費者などへのアンケート調査  
● 調査結果から調査報告書を作成  
● 報告時期：エントリーから3ヶ月後（目安）

**調査報告書** (イメージ)  
調査報告書  
市場調査  
業界情報  
アンケート調査

**利用者の声**

- 食品加工**  
2023年夏 韓国アンケート調査実施  
これまで意味だった可能性や課題が整理されました。
- 文具製造**  
2023年夏 韓国アンケート調査実施  
海外展開を考えるうえで、貴重な判断材料になりました。
- 化粧品製造**  
2023年夏 韓国アンケート調査実施  
自社で情報収集するには限界があり、このような機会が本当にありがたかったです。

**現地インタビュー調査**

採択選考あり 現地輸送あり

現地での試食・試飲・体験を基にアンケートを実施します。

選べる4カ国

**タイ企画**

調査都市：バンコク  
実施者数：35社程度  
実施方法：研修中  
募集期間：2024年5月下旬～6月下旬

**フランス企画**

調査都市：パリ、コルマル、リヨン、ナント  
実施者数：30社程度  
実施方法：研修中  
募集期間：2024年5月中旬～6月中旬

**アメリカ企画**

調査都市：ロサンゼルス、シアトル  
実施者数：30社程度  
実施方法：研修中  
募集期間：2024年5月中旬～6月中旬

シンガポール企画

調査都市：シンガポール  
実施者数：35社程度  
実施方法：研修中  
募集期間：2024年5月中旬～6月下旬

調査実施イメージ

商品情報 → 現地テストマーケティング → 調査報告書

**商品情報**  
商品・企業の基本情報  
商品サンプル

**現地テストマーケティング**  
● 商品を現地に輸送し、商品の試食・試飲・体験  
● 現地での反応などを収集・分析  
● 調査結果を踏まえ専門家アドバイス  
● 報告時期：2027年1月～2月頃（予定）

**調査報告書** (イメージ)  
調査報告書  
競合分析  
市場調査  
業界情報  
現地インタビュー調査  
+ 専門家アドバイス

**利用者の声**

- アパレル**  
2023年夏 ベトナム調査実施  
現地の声を直接聞くことができ、気付きを得ることができました。
- 木製品製造**  
2023年夏 フランス調査実施  
生の反応を知ることで、具体的な改善点が見えてきました。
- 食品製造**  
2023年夏 台湾調査実施  
次の展開を考える上で、大きな後押しとなりました。

海外市場開拓トライアル(北米)

アメリカにおけるテストマーケティング企画



アメリカ市場への進出を目指す中小企業者募集

事業者募集説明会

