

海外市場開拓トライアル（個別調査） オンライン完結型テストマーケティング支援 参加者募集説明会

海外進出への不安を解消！

『費用・リスクゼロ』で始める市場検証で

海外進出の『確実な第一歩』を踏み出しませんか？

- 本セミナーは10:30に開始しますので今しばらくお待ちください
- 本セミナーは録画・録音させていただきますのでご了承ください
- ご質問がある方はQ&Aから質問をご記入ください(最後に質疑応答の時間を用意してあります)
- 本セミナー終了後、アンケートが表示されますのでご協力お願いいたします
- 投影資料はセミナー終了後に共有させていただきます

Agenda

10:32～10:35 (3分) 開会挨拶

10:35～11:00 (25分) 本支援事業の概要説明

11:00～11:30 (30分) 質疑応答

11:30頃終了予定

Agenda

10:32～10:35 (3分) 開会挨拶

10:35～11:00 (25分) 本支援事業の概要説明

11:00～11:30 (30分) 質疑応答

11:30頃終了予定

開会挨拶

独立行政法人中小企業基盤整備機構

販路支援部長

小村 幸男 （こむらゆきお）

Agenda

10:32~10:35 (3分) 開会挨拶

10:35~11:00 (25分) 本支援事業の概要説明

11:00~11:30 (30分) 質疑応答

11:30頃終了予定

よくあるお悩み

海外進出の進め方・始め方が分からない

どの国・地域に進出すべきか分からない

自社商品が海外で売れるか自信がない

海外市場へトライしたいが
費用・リスクを気にして踏み出せない



海外進出に興味はあるが、何から始めればいいのか分からない

＼ はじめての海外進出に最適！ ／

“リスクゼロで市場検証” オンライン完結型 テストマーケティング支援

～参加費無料・先着250社限定～

海外市場開拓トライアル（個別調査）

「海外進出に興味はあるけど、どこの国なら売れるのか分からない・・・」

そんな企業のための“海外進出の第一歩に向けた支援”です！

商品を送らずオンラインで完結！25カ国・地域から最適な1カ国・地域を選定し、現地ニーズを調査します！

海外進出初心者の方でも、現地の声や市場データ、海外進出に向けた改善案を獲得でき、海外進出の第一歩を踏み出すことが可能

こんな中小企業様におすすめ

- ✓ 海外進出の進め方・始め方が分からない
- ✓ どの国・地域に進出すべきか分からない
- ✓ 自社商品の海外でのポテンシャルを知りたい
- ✓ 費用・リスクゼロで海外市場を覗いてみたい
- ✓ 消費財（食品・日用品・雑貨など）を扱っている

本支援で得られるもの

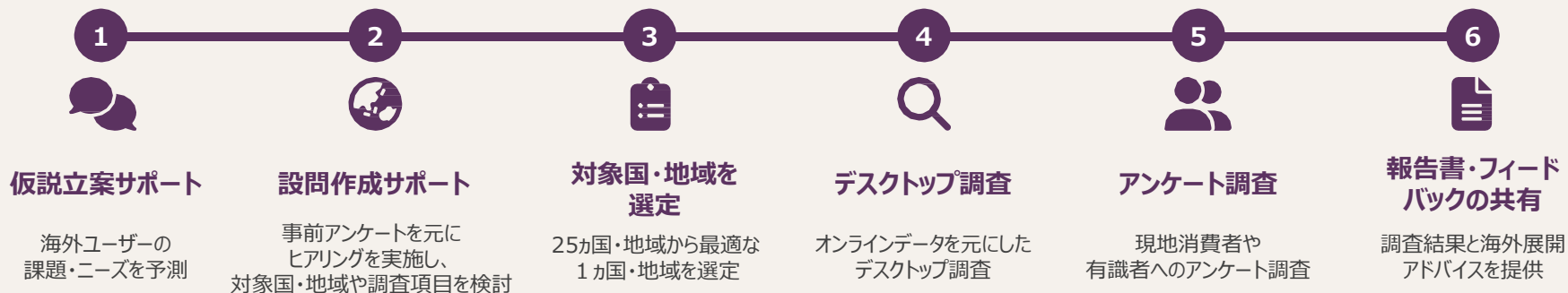
- 1 海外消費者・有識者の「リアルな反応・評価」
- 2 成長性×競合状況を踏まえた市場分析
- 3 海外で売れる商品にするための改善案

本支援はトライアル事務局が主導して進めるため、海外進出初心者でも安心して申し込み可能

項目	オンライン完結型（本事業）
対象企業	✓ 海外進出初心者 ✓ 海外展開の第一歩に ✓ どの国を目指せばいいのかわからない
調査方法	✓ 消費者・有識者アンケートなどオンライン完結 ✓ 商品の輸送は不要
特徴	✓ 費用ゼロでリスクなし ✓ 短期間で結果が得られる
国の選定	✓ トライアル事務局がヒアリングをもとに1カ国・地域を選定

最大約8カ月間で、大きく6つのプロセスに沿って調査を実施

2025年8月～2026年3月

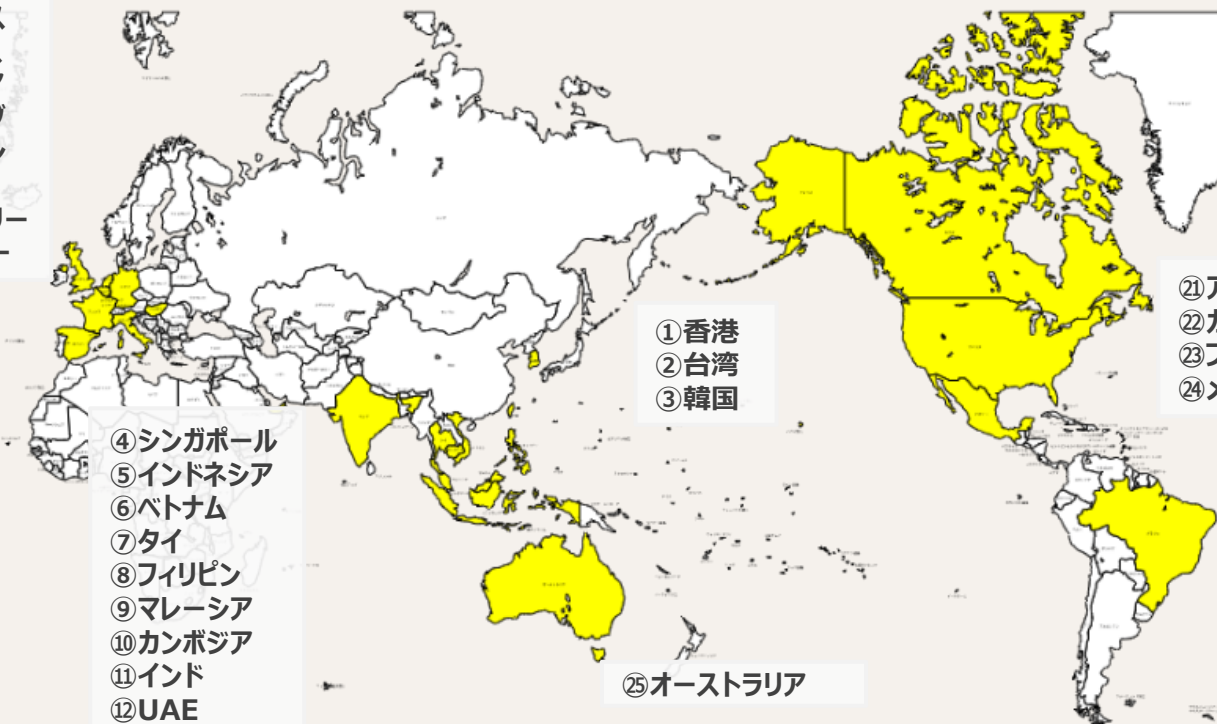


トライアル事務局にて、対象国・地域の選定を主導するため、参加事業者様の負担なく進行可能

プロセス	実施内容
① Web申込フォーム送信 + 事前ヒアリングシート回答	- Web申込フォームからヒアリングシートをダウンロードし回答 (仮説立案や対象国選定に必要となる、商品や日本国内における販売実績などの情報を回答) - フォームの基本情報を入力の上、ヒアリングシートを添付して、参加申込完了
② 仮説立案サポート	- オンライン形式にて、中小機構の専門家によるヒアリングを実施 (30分～1時間程度を想定、日程は申込時に希望日程を入力) - バリュープロポジションキャンバス(VPC) ※1 のフォーマットに沿って、仮説立案を実施 ※1：自社の製品やサービスと顧客のニーズとの間のずれを解消するためのフレームワーク
③ 設問作成サポート	②とは別途、オンライン形式にて、トライアル事務局によるヒアリングを実施 (30分程度を想定、日程は②実施後にトライアル事務局から参加事業者様に連絡) - 調査の進め方や事前アンケート内容に関する確認などを実施 - トライアル事務局が、これまでのアンケートや仮説立案を踏まえて、調査対象国・地域を選定 (対象国・地域は後日ご連絡)

調査対象は25カ国・地域

- ⑬ イギリス
- ⑭ フランス
- ⑮ イタリア
- ⑯ オランダ
- ⑰ スペイン
- ⑱ ドイツ
- ⑲ ハンガリー
- ⑳ ベルギー



- ④ シンガポール
- ⑤ インドネシア
- ⑥ ベトナム
- ⑦ タイ
- ⑧ フィリピン
- ⑨ マレーシア
- ⑩ カンボジア
- ⑪ インド
- ⑫ UAE

- ① 香港
- ② 台湾
- ③ 韓国

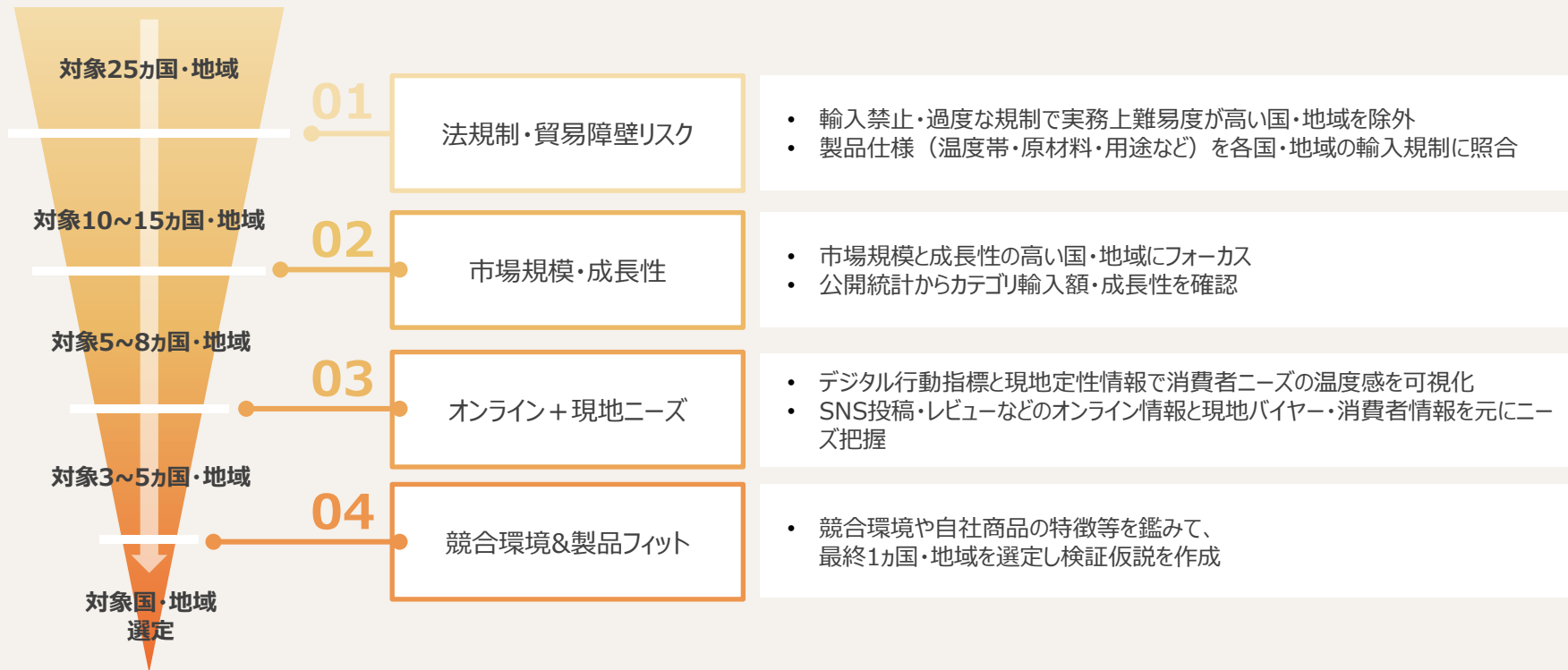
- ㉑ アメリカ
- ㉒ カナダ
- ㉓ ブラジル
- ㉔ メキシコ

- ㉕ オーストラリア

海外進出時に把握しておくべき調査項目をトライアル事務局が主導で検討・設定し、海外進出に必要な情報を収集

	調査観点（例）	調査項目（例）
デスクトップ調査	マーケット(業界)	市場規模と成長率、特徴・トレンド・慣習、流通構造、成功事例・失敗事例
	参入ハードルと規制・ルール	商品規制、輸入規制、販売規制、法人設立
	競合分析	企業名、企業特徴、商品特徴や訴求ポイント、市場シェア、価格帯、ポジション
消費者 アンケート調査	購買行動	同カテゴリ商品における購入頻度、商品購入時に重視する要素、購入予算
	商品認知	同カテゴリ商品における日本製品へのイメージ、利用中の主要ブランド
	新商品に対する評価	新しいブランドを試す際の最大の懸念事項
有識者 アンケート調査	マーケット	対象商品カテゴリが伸びている主要ドライバー、把握しておくべき流通構造
	競合環境	同カテゴリで台頭しているローカル/海外ブランド、各ブランドの強み
	参入時の評価・ハードル	本商品で参入した場合に成功できるかどうか、最大のハードル・懸念が何か

トライアル事務局が、4つの観点から対象国・地域の絞り込みを実施し、最終的に1カ国・地域を選定



オンラインデータを元にした調査を実施し、市場の全体像を把握

データソース	 マクロ市場調査	 法規制調査	 競合調査	 消費者調査	 リスク評価調査
公開レポート/メディア/論文等	✓	✓	✓	✓	✓
市場データ/購買データ等	✓	✓	✓	✓	✓
SNS情報 (Instagram/X/TikTok等)			✓	✓	

対象国・地域の消費者および有識者に対するアンケート形式の調査を実施し、現地の「リアルな反応・評価」を収集

	想定人数	想定対象者	実施形式	リクルート
消費者 アンケート調査	50～100名	対象国・地域に 在住している 消費者	オンラインアンケートを配布し 設問に沿って回答を回収	トライアル事務局のネットワークを 活用して対象者を選定
有識者 アンケート調査	1～2名	対象国・地域の ディストリビューターや メーカー関係者など		

各調査結果を踏まえて、本支援における調査報告書を作成・共有し、今後の海外展開へ活用することが可能

想定している報告書の内容	
マーケット基礎情報	市場規模と成長率、特徴・トレンド・慣習、流通構造、成功事例・失敗事例 など
参入ハードルと規制・ルール	考慮すべき法規制と許認可の概要、対応すべき事項
潜在顧客層・ニーズの方向性	ターゲットとすべきセグメント、ターゲットのニーズ
競合・現地パートナー状況	競合企業やパートナー企業候補の特徴
市場投入戦略	市場概要と仮説、調査から得られた示唆のまとめ、総評

1人あたり名目GDP (YYYY)

XXX USドル

失業率 (YYYY)

XXX %

対日輸出額 (YYYY)

XXX 百万USドル

日本の主要輸入品目

- ・XXX
- ・XXX など

主要宗教

XXX

実質GDP成長率 (YYYY)

XXX %

政策金利 (YYYY)

XXX %

人口

XXX 百万人

対ドル為替レート (YYYY)

XXX /1USドル

日系企業進出状況

XXX 社

日本の主要輸出品目

- ・XXX
- ・XXX など

在留邦人数

XXX 人

対外債務残高 (YYYY)

XXX 百万USドル

消費者物価指数 (YYYY)

XXX %

外貨準備高 (YYYY)

XXX 百万USドル

対日輸入額 (YYYY)

XXX 百万USドル

首都

XXX

調査内容	調査結果
市場規模と成長率	XXX
特徴・トレンド・慣習	XXX
流通構造	XXX
市場の将来予測・成長ドライバー・リスク要因	XXX

調査内容	調査結果
価格分析・価格受容性	XXX
流通チャネル詳細	XXX
プロモーション環境	XXX
成功事例・失敗事例	XXX

現地でのビジネス展開や法人設立等に関する法規制と許認可

#	名称	種別	概要	対応すべき事項
1	XXX		XXX	
2	XXX		XXX	
3	XXX		XXX	
4	XXX		XXX	
5	XXX		XXX	
6	XXX		XXX	

ターゲットセグメント

#	概要	詳細
1	XXX 例) BtoB or BtoC 等	XXX
2	XXX 例) 対象業種 等	XXX
3	XXX 例) 購買力層 等	XXX

ニーズ

#	概要	詳細
1	XXX 例) 高品質志向 等	XXX
2	XXX 例) 価格重視 等	XXX
3	XXX 例) アフターフォロー必須 等	XXX

現地競合企業（有名なローカルブランド/サービス）

#	企業名	企業情報
1	XXX	- 企業の特徴 - 主要製品やサービスの特徴/訴求ポイント - シェアやマーケットポジション - 価格帯 など
2	XXX	XXX
3	XXX	XXX
4	XXX	XXX
5	XXX	XXX

パートナー企業候補（現地ディストリビューター）

#	企業名	企業情報
1	XXX	- 企業の特徴 - 業界における影響力 - 主な取引先企業 など
2	XXX	XXX
3	XXX	XXX
4	XXX	XXX
5	XXX	XXX

市場概要と仮説		示唆	
市場・消費者 ニーズ・トレンド	ASEAN5のスキンケア市場は年CAGR 6～8%で拡大。ミレニアル／Z 世代の クリーンビューティー／敏感肌ケア 需要が急伸。韓国ブランドとの差別化要素。	to 対象企業様	「低刺激×日本製処方」を前面に、ドクター監修／成分開示で信頼獲得。発売6か月はEC 先行＋サンプルキット施策に集中させることで広告効率とLTVを最大化。
競合環境	韓国ブランドがSNSで強勢だが、処方はフレグランス入りが多く敏感肌層を取り切れていない。ローカルD2Cブランドは自然派訴求だが製造品質に課題。	to 貴機構	規制・物流パッケージ”の共用化することで、“規制・物流・初期認知”のハードルを横串で下げ、参入速度を加速。
自社USP・勝ち筋	無香料・アルコールフリー・低pH処方＋国内GMP工場製造。リフィル式パウチ採用で環境意識と価格訴求を両立。	to ハンズオン 専門家	類似商品における成分表示・広告表現のリーガルチェック、テストマーケティング設計し、リスクゼロ／効果検証有り の状態を作り、投資判断を高速化。

総評												
進出推奨度	★★★★☆				×	進出の実現可能性						
	市場規模	顧客層	競争環境	トレンド		ビジネス環境	コスト構造	文化的障壁	競争優位性			
詳細	需要・成長性は高いが競合は激化。クリーン×敏感肌特化で差別化し、物流・認証を共同化してコスト優位を確保することが鍵。				4/5	5/5	2/5	4/5	4/5	3/5	4/5	4/5
					15/20				15/20			
					30/40							

海外展開の第一歩を踏み出したことで、企業の将来を大きく変えるきっかけとなった事例を紹介

業界：日用品

商品：無香料・低刺激の衣料用洗剤

従業員規模：90名

年商：約20億円

課題

- 国内市場の成熟と少子高齢化に伴い、国内での需要が飽和状態にある
- 海外進出を検討していたが、どの国・地域に進出すればいいかわからず、自社製品が海外で通用するか自信がない
- 海外市場への挑戦には費用やリスクが伴うため、なかなか第一歩を踏み出せないでいた

解決策

対象国・地域の選定

法規制・市場規模・オンライン需要・製品適合性の4観点でスクリーニングし、タイを選定

消費者調査

「環境に配慮した製品」「肌に優しい成分」へのニーズが高いことが判明（メーカーの製品コンセプトと合致）

有識者調査

「環境意識や健康志向の高まり」「高品質な日本製」「デザイン性の高さ」が明確な差別化になるとの評価を獲得

成果

海外展開の決断

タイ市場での潜在的なニーズと自社製品の強みが明確になり、海外進出への自信を持つことができた

売上実績

調査支援完了から1年後、タイでの販売を開始し、初年度で約1,000万円の売上を達成

海外展開

- その後、タイ市場での成功を足がかりに、周辺国への展開も決定
- 海外売上高比率は年々増加し、現在は会社全体の売上の約15%を占めるまでに成長
- 海外展開の第一歩を踏み出したことで、企業の将来を大きく変えるきっかけとなった

	参加事業者様	中小機構 専門家	トライアル事務局
1 Web申込みフォーム送信+ヒアリングシート回答	☒	☐	☐
2 仮説立案サポートの日程調整 (申込みフォームにて希望日程を入力。後日、中小機構の専門家から連絡)	☒	☒	☐
3 仮説立案サポート (VPC作成) (1時間程度のオンライン形式を想定)	☒	☒	☐
4 設問作成サポートの日程調整 (仮説立案サポート完了後、VPC提出。トライアル事務局から連絡)	☒	☐	☒
5 設問作成サポート (対象国・地域、調査項目の作成) (30分程度のオンライン形式を想定)	☒	☐	☒
6 対象国・地域、設問の確定・アナウンス	☐	☐	☒
7 調査開始	☐	☐	☒

応募要件・応募時の注意事項

募集枠・選考方法	募集上限は 250 社（先着順）です。上限に達し次第、申し込み受付を締め切ります。
対象企業	- 国内に事業所を有し消費財を扱う中小企業 ※以下に該当する場合は、調査が実施できない、または結果の活用が難しいため対象外となる場合があります。 - 消費者向け製品ではなく、一般消費者調査に適さないBtoB専用品（例：医療機器、産業用部品など） - 調査対象国・地域での輸入・販売に高度な規制がある商材（例：医薬品、生鮮食品、危険物など）
対象商品	食品、雑貨・日用品 ※自社商品（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）に限ります
調査フローへの協力義務	- 以下へのご対応が必須です。 ①申込みフォーム・ヒアリングシート記入 ②仮説立案 ③設問作成
対象国・地域の最終決定について	- トライアル事務局がアンケートとヒアリング結果を基に 25か国・地域から1か国・地域を選定します。 - 決定後の国・地域の変更・再選定はできません。除外したい対象国・地域がある場合は申込み実施前に申告してください。
選定国・地域＝成功保証ではありません	- ビジネスの成功や法規制の完全クリアを保証するものではありません。 - 調査結果は意思決定の参考情報としてご活用ください。最終判断とリスク負担は各社の責任でお願いいたします。
調査対象・方法	各種調査は事務局が主導して実施しますので、細かな指定や個別要望へは原則対応できません。
スケジュール	調査開始からレポート提出までの期間は最長約8か月を想定しています。（申込順に進行するため、完了時期は企業ごとに前後します）
レポート後の対応範囲	報告書提出後は質疑応答・軽微な補足説明のみ対応いたします。追加調査や再分析には応じられません。
個人情報・機密保持	取得した企業情報・製品情報は本事業の運営目的にのみ使用し、第三者へは匿名化した統計情報としてのみ提供します。

申し込み方法	• 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/001.html
申し込みフロー	① 上記WEBサイトからヒアリングシートをダウンロードし記入 ② 申込みフォームに必要事項の記入、①のヒアリングシートを添付し、申し込む
申し込み締切	• 10月17日（金）
調査完了予定	• 2026年3月までに調査および簡易レポート・フィードバックを実施
問合せ先	• トライアル事務局（個別調査）稼働時間 平日10：00～17：00 • メールアドレス info@tesma-survey.com • 電話 050-5527-7077

Agenda

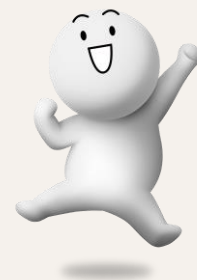
10:32～10:35 (3分) 開会挨拶

10:35～11:00 (25分) 本支援事業の概要説明

11:00～11:30 (30分) 質疑応答

11:30頃終了予定

質疑応答



2025.08.21(木)