



2026年6月5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 CFO 森田 尚希
(TEL. 03-6328-2880)

自社スタッフが売り場に立つ
「海外店頭観察調査」サービスの提供を開始

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、海外の小売店舗において英語対応可能な自社スタッフが直接実査を担う「海外店頭観察調査」の提供を開始しましたのでお知らせいたします。

以 上

自社スタッフが売り場に立つ、海外店頭観察調査サービスを提供開始

購買理由・棚前行動・競合比較の実態を、リアルタイムで把握。

生活者起点のマーケティング支援を行う株式会社ネオマーケティング(本社:東京都渋谷区、証券コード:4196、代表取締役:橋本光伸)は、海外の小売店舗において英語対応可能な自社スタッフが直接実査を担う「海外店頭観察調査」の提供を開始しました。

行動観察とインタビューを組み合わせ、「なぜその商品を手にとったのか」「競合と何を比較したのか」「購入の決め手は何か」を、リアルな購買意思決定プロセスとして可視化します。

■ 背景・課題認識

海外店頭での消費者調査は、現地パートナーへの委託で実施されることが一般的でしたが、「委託先によって調査の質にばらつきが出る」「設計意図が現場に伝わらず、聞きたいことが聞けていない」といった課題がありました。

また、自社商品が「なぜ選ばれたのか／選ばれなかったのか」を知るには、レポート上の数字だけでは不十分で、棚の前で何が起きているか、競合と何が比較されているかを、現場でリアルタイムに把握する必要があります。

「海外店頭観察調査」は、英語対応可能な自社スタッフが店頭に立つことで、設計意図に沿った柔軟なインタビューと正確な品質管理を両立する調査サービスです。

■ サービス概要

海外の小売店舗において、商品購入を検討している消費者にその場でインタビューを行い、購買理由・比較検討プロセス・棚前行動を把握する調査サービスです。

現地パートナーへの委託ではなく、英語対応可能な自社スタッフが店頭に立つことで、クライアントの課題意識に沿った柔軟なインタビューと、正確な品質管理を実現します。調査員がその場で深掘りできるため、想定外のインサイトの発見にも対応します。

【主な活用シーン】

- ・ 商品開発:店頭で選ばれない理由・選ばれる理由の構造化
- ・ パッケージ改善:棚前での視認性・訴求要素の検証
- ・ 販促施策:購買意思決定のどの段階に介入すべきかの設計
- ・ 棚割り最適化:競合配置を踏まえた最適棚位置の検討
- ・ 競合分析:自社商品が比較される競合と、その比較軸の把握

■ 解決できる課題

- ・ 委託調査の品質にばらつきが出ていた
- ・ 商品が選ばれる理由を競合比較の文脈で知りたい
- ・ 店頭での意思決定プロセスをリアルに把握したい

■ 対応地域・手法・業界

対応地域(パートナーネットワーク含む):タイ、ベトナム、マレーシア、シンガポール、インドネシア、ラオス、台湾、ニュージーランド、欧米諸国 など

主な調査手法:店頭観察、棚前インタビュー、出口調査、店頭調査

対応業界:食品、飲料、化粧品、日用品、小売

■ 標準スケジュール目安

ベトナム・店頭調査(20店舗想定):約3~6週間

※対象店舗数や調査内容により変動します。

■ 費用イメージ

対応国・対象店舗数・調査内容に応じて柔軟に設計可能。予算・目的に応じてご相談ください。

■ 会社概要

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、名古屋証券取引所 メイン市場)

事業内容:マーケティング支援事業

URL:<https://corp.neo-m.jp/>

【本リリースに関するお問合せ先】

株式会社ネオマーケティング 広報事務局 担当:今泉

Tel:03-6328-2881

E-Mail:press@neo-m.jp