

令和4年度中堅・中小企業輸出 ビジネスモデル 調査・実証事業

最終報告書

株式会社モデルケース



1. 実証事業概要
2. 実施内容（商品評価調査・オンライン料理教室調査）
3. シンガポール消費者モニター会員
4. 成果・課題と今後の展望

メーカーにおける課題

商流が深いため、商品に対しての消費者評価・ニーズが分からない。
～マーケットインな視点を容易に持てる環境がない～

事業の狙い

食品メーカーが消費者の声を日本から聞ける環境を提供

料理頻度が高い

施策

シンガポールの消費者を会員化したオンライン調査サービス提供

商品評価調査

オンライン料理教室調査

メーカー

商社

輸入商社

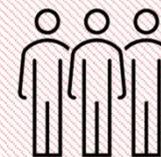
卸

小売店

飲食店

EC (越境含)

消費者



メーカー担当者様

商品のパッケージ・味覚・価格に見直す点はないか / 売れない理由は何か? / 販促で有効的なものはどのようなものか? / どのような用途に活用されているか分からない / 商社からレポート発注があるが、なぜなのか分からない etc

3社の商材モニター募集を行い、平均194名の応募。

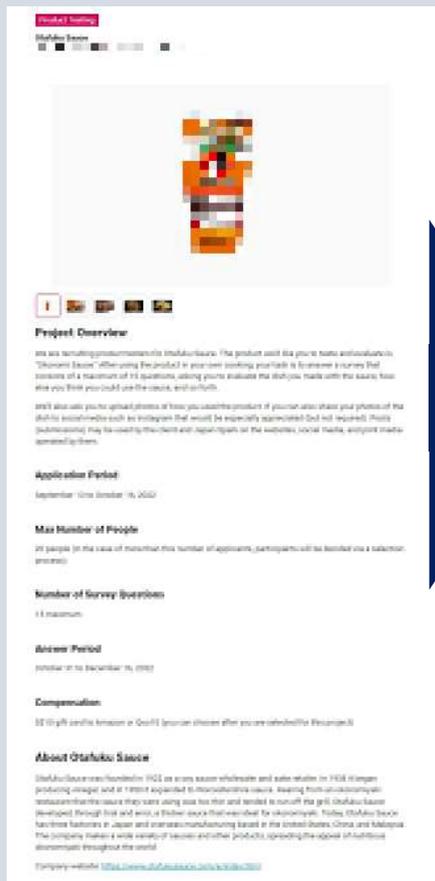
評価対象商品	お好み焼きソース (広島県)	豆加工製品 (兵庫県)	米粉製パン粉 (広島県)
モニター定員	20名	31名	20名

～実施プロセス～

モニター募集

モニター選定

アンケート回収



応募

応募状況が分かる画面を提供

概要 応募管理 アンケート

応募者 0人 参加者 31人 返信待ち 0人 不参加 163人 一時保存 0人 定員数 36人 CSV

Instagram 国籍/居住地 年齢/性別 応募時設問 食について

検索結果 31件中 1 - 30 件表示

状態	応募者	Instagram	申込日時	国籍 居住地	性別 年齢	応募時設問
参加者			2022-09-21 12:45:14	SINGAPORE TAMPINES STREET 12	女性 35	A1
参加者		7,024	2022-09-21 13:05:35	SINGAPORE WHAMPOA ROAD	女性 48	
参加者			2022-09-21 14:18:40	SINGAPORE NANYANG DRIVE	女性 34	
参加者			2022-09-21	SINGAPORE COMMONWE	女性	

発送

応募モニターの属性・興味・料理頻度・料理内容・食材購買状況（小売店・EC）・応募時設問回答を見て、当選者選定ができる画面をご提供。

回答状況の確認画面を提供



3社のオンライン料理教室モニター募集を行い、平均54名の応募。

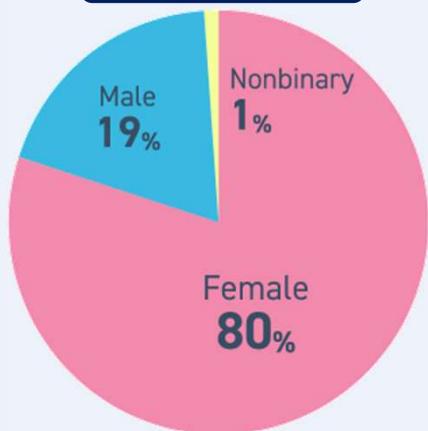
評価対象商品	大豆ミート (静岡県)	鯖ラーメン (乾麺) (静岡県)	パプリカピクルス (瓶詰) (静岡県)
モニター定員	20名	20名	20名

～ 実施プロセス ～

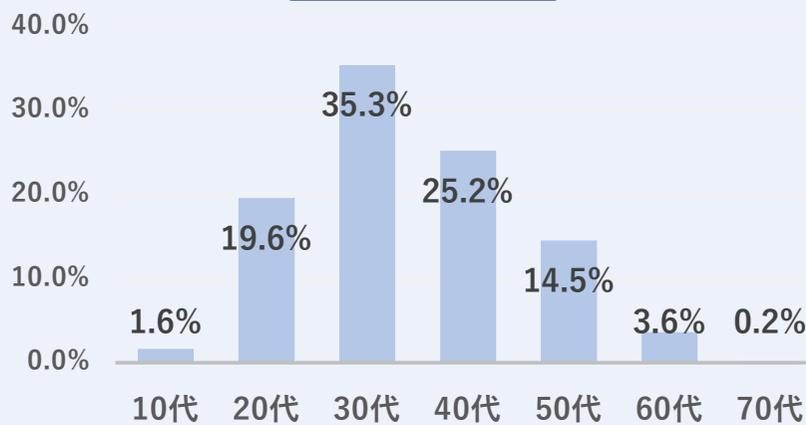


年齢属性・料理頻度・購入行動の情報取得し、メーカーへ情報提供を行う。

性別



年齢層



料理頻度

料理頻度	割合
毎日	24.1%
週に5～6日	21.3%
週に3～4日	30.4%
週に1～2日	15.9%
月に数回	8.1%
全くしない	0.3%

毎週料理する方90%
日常料理内容も取得

食材を購入する小売店・EC

日常の食材購入先

小売店名	選択者数	EC名	選択者数
FairPrice	***	Shopee	***
ドンキホーテ	***	Lazada	***
Sheng Siong Supermarket	***	Qoo10	***
Cold Storage	***	Amazon.sg	***
CS Fresh	***	EZBuy	**
明治屋	***	Zairyo	**
伊勢丹	**	KODAWARI	*
セブンイレブン	**	MoguShop	*
Scoop Wholefoods	**		
HAO mart	**		
Mustafa Center	**		
Ryan's Grocery	**		

日本製食材の購入先

小売店名	選択者数	EC名	選択者数
ドンキホーテ	***	Shopee	***
FairPrice	***	Lazada	***
明治屋	***	Qoo10	***
伊勢丹	***	Amazon.sg	**
Cold Storage	***	Zairyo	**
Sheng Siong Supermarket	**	EZBuy	**
CS Fresh	**	MoguShop	**
セブンイレブン	**	KODAWARI	**
HAO mart	**		
Mustafa Center	*		
Scoop Wholefoods	*		
Ryan's Grocery	*		

成果 ～モニターの声をもどのように活かすか（メーカー感想）～

商品開発・パッケージ・レシピ提案・営業先・販促手法など幅広く貢献できる情報提供ができた。

- 現地のニーズに合わせた商品開発につなげたい
- 商品規格の再考や調理事例等
- 参考にしているサイトや〇〇の調理に関してどんな印象を持っているかを把握できたので、お客様の課題を解決できるようなアプローチを考えていきたいと思います。
- 日本人とは違った味覚や食習慣でしたが、新しい物には興味があるとのことで、料理に使える調味料として使える辛い味の斬新な商品開発を進めて行きたいと思います。
- シンガポールでの提案先選定、価格・パッケージなど改善。
- 今後の商品設計の総合的な見直しや再検討に生かせるかと思っています。味やパッケージ・アレンジ方法などに関する詳細な意見が多々見受けられたため、参考にさせていただきたいと思います。

当社におけるサービスの主な課題

- ①（国内モニターと比較すると）会員獲得率が悪い
→人口割合からすると料理をする方が少なく、マッチしない訪問客が多かった等の要因。
- ②モニターのオペレーション負荷が多かった。
→アンケート回答等リマインドメールを手動で行っていたため、自動化し効率を図る必要がある。

今後の展望

- ①シンガポール以外に、2か国モニターサイト開設（2023年夏）
- ②インバウンド（訪日客）向けサービスを提供。
- ③モニターの中で、情報発信力がある方を活用したインフルエンサーサービスを提供。
- ④商社・輸出コンサルとの連携した、現地販路開拓を含めたサービスの提供。