

情報検索は、的確なキーワード設定が大事！ 「市場調査あるある・II」のご案内

SVPジャパンの情報コンサルタントが、お客様から、ご依頼いただいたテーマについて、日々、調査に向き合う中で実感する、避けては通れない現実、「市場調査あるある・II」について、お届けいたします。

1. 情報検索は、キーワード設定が重要

市場データや技術動向検索の際に重要なことは、的確なキーワードを洗い出すことです。曖昧検索が可能でキーワードの候補を挙げてくれるWeb検索と異なり、商用データベースにおいては、入力したキーワードでヒットした検索結果のみが表示されることが多いのが実情です。

例えば、EVや再生可能エネルギー市場等の伸長に伴い注目が高まる、パワー半導体用材料「SiC」について検索を行う場合、少なくとも、「シリコンカーバイド/シリコンカーバイト/炭化ケイ素/炭化珪素/炭化けい素」等の同義語表記があることを念頭に置いておく必要があります。

また、センサー/センサ、モーター/モータ、サーバー/サーバ、ウエハ/ウェハといった、わずかな表記の揺れが、検索結果の情報量を左右することもあります。

加えて、企業の新規参入動向に関する記事を収集したい時に、「参入」というキーワードでは、既知の事例がヒットしないといったケースがございます。そのような場合は、「参画、進出、開始、スタート、設立、乗り出す」といったワードで表現されている可能性があることを、知っておくことも大事です。

2. 注目市場であっても新規性が高い場合、市場データが把握できないケースがある

新聞等のメディアで話題の新規技術について、いち早く、市場データを入手したいというニーズは、業種を問わず、多く寄せられます。注目度が高いからといって、既存の市場データが把握されているとは限りません。参入各社が研究開発・実証段階にあり、商用化が早くても2030年以降と見込まれるなど、市場が未形成の場合、具体的な数値データを公表している機関・企業が無いケースもございます。市場規模や予測は、誰かが推計していないと把握できないものだけに、推計の根拠に足る情報が出揃うタイミングにも左右されます。そういった場合は、参入企業のリリースや媒体記事に見る事業計画等、周辺情報の収集を併せて試みます。その上で、SVP独自の分析・推計を試みる、「プロジェクトリサーチ(有料調査)」をご提案いたします。

3. 市場データは水もの、予測数値がいつも右肩上がりとは限らない

自社保有技術や新規開発素材をもって、新たな市場に参入を検討するための調査をご依頼いただいた場合、対象市場の拡大が期待できることが、大前提となります。2023年現在は、一見、活況に見える市場であっても、中長期的には、2025年をピークに縮小傾向に転じる、あるいは、主要企業が撤退を検討しているといった、ネガティブなデータばかりがヒットする場合もございます。

そのような時は、調査結果としての事実をお伝えすると同時に、縮小傾向に転じる要因、主要な参入企業の動向と撤退検討の背景等に関するリリースや媒体記事等の各種情報を検索するなど、必要に応じて、視点を変えた追加調査のご提案を申し上げます。

4. 簡単には謳えない「世界初」

自社で新規に開発した製品が「世界初」であることを裏付ける調査を実施してほしい、これは、簡単なようで難しい、担当者泣かせの案件です。何をもち、どの点が「世界初」であることを訴求したいのか、世界中に類似する製品は本当に無いのか、正直なところ、SVPのクイックリサーチでは、対応が難しいご依頼です。

競合他社を中心に、製品・仕様・技術に加えて、公開特許情報等を検索する必要があり、調査に時間を要するため、プロジェクトリサーチ(有料調査)にて承ります。ご報告内容としては、「世界初」であることを保証するものではなく、「ご指定の条件において、同等と見なされる/酷似する製品は、見つからなかった」という、「確認できた限りの事実」をお伝えいたします。

企業のリリースなどで、「世界初」と表現されている場合、必ず、小さな文字で、「〇〇〇〇として、〇年〇月〇日当社調べ」などといった注記が添えられています。「国内初」、「世界最大/最小」等も同様ですが、最上級の表現を用いる場合は、細心の注意を払う必要があります。

5. お客様の仮説を立証できるとは限らない

食品等の新商品開発に際して、ジェンダーレスな世の中とは言え、大まかな性・年代といったターゲットを設定することは、マーケティング上、必要となります。ところが、「20代の男女が、自宅で、リラックスしたい時に飲む飲料は、意外にも、自分でたてた抹茶であり、抹茶のお供はチョコレートに限る」と回答しているアンケート結果が必要と言われてしまうと、既存の公開データでは、該当する情報が「0件」となる可能性がございます。

「結論ありき」のご依頼をいただいた際に、お客様の仮説に即した公開情報が無い場合は、20代に限定せず性年代別に、「自宅でリラックスしたい時に飲む飲料は何か(アルコールを除く)」、「抹茶の飲用機会と頻度」に加え、「抹茶に合うお菓子は何か」といった形で、条件を緩めた検索を併せて行い、クイックリサーチ結果として、ご報告いたします。

また、お客様のご要望に即した、オリジナルの設問にもとづく、「新規消費者アンケート調査(有料調査)」の実施も可能ですが、意図的に回答を操作したり、結果を捏造することはできないため、お客様の仮説を立証可能な回答の入手をお約束することは難しい状況です。

6. 全ての国が、同レベルの統計調査を実施し、英文で公表しているとは限らない

「ASEAN各国、アフリカ諸国の統計数値の比較」といった調査のご依頼をいただきますが、日本や米国で、当たり前のように整備されている統計が、途上国で実施されているとは限りません。また、各国の統計サイトのトップページは英文表記で安心したのも束の間、階層が下がっていくにつれて、いつの間にか現地語表記になっており、判読不能になったり、調査年次が古かったりと、一律の比較データの入手は容易ではありません。

そこで、国際機関や市場調査会社が発表する、各国の最新年次の比較データを検索し、一次情報源を添えて、ご報告とするケースもございます。各国の統計機関の公表数値に関する綿密なデータの検索をご希望の際は、「プロジェクトリサーチ(有料調査)」の1つ、「デスクリサーチ」をご提案いたします。

市場データの検索といっても、有料市場調査レポートで、容易に数値データを入手できる定量情報のご提供から、地道な周辺情報の積み重ねで見えてくる傾向をお伝えする、定性情報調査まで、ご依頼内容に最適な調査手法をご提案いたします。「プロジェクトリサーチ/デスクリサーチ」につきましては「SVP通信2月号」を、「新規消費者アンケート調査」については、「SVP通信5月号」を、併せてご参照ください。

今回は、2023年に、お客様よりお寄せいただきました、各種ご質問にお答えする「FAQ」をお届けいたします。弊社サービス等につきましては、左下のボタンより、ご参照・お問い合わせいただければ幸いです。



—SVP JAPANのサービスについて—

2営業日以内に調査結果をご報告

クイックリサーチ

[詳しくはこちら](#)

カスタムメイドのリサーチサービス

プロジェクトリサーチ

[詳しくはこちら](#)



—各種お問い合わせ—

資料ダウンロード

[こちらをクリック](#)



お問い合わせ

[こちらをクリック](#)



まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。

TEL : 03-3249-0771



資料ダウンロード
[こちらをクリック](#)

お問い合わせ
[こちらをクリック](#)

© SVP Japan All rights reserved.

s'il vous plaît
SVP JAPAN