



DIRECT HOLDINGS



調べて終わりは
もったいない！

市場調査の 活かし方



▶ 目次

- はじめに
- ① 市場調査の概要
- ② 市場調査の役割と価値
- ③ プレスリリースへの調査の活用
- ④ プレスリリースの効果的な書き方
- ⑤ 市場調査が有効な企業の例とおすすめ
- おわりに

▶ はじめに

「PR 戦略をどうしたらいいかわからない。」

こんなお悩みを持った方におすすめしたいのが、**市場調査の活用**です。

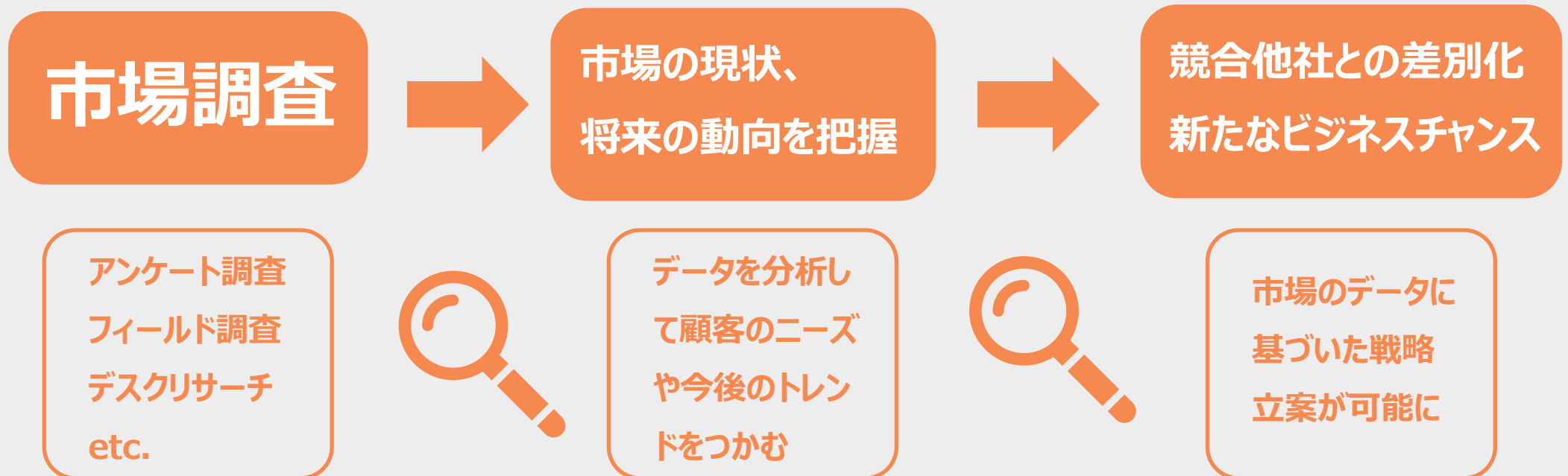
市場調査は、企業や組織のPR 戦略において**非常に重要な情報源**となります。そのため、目的や目標に合わせて使いこなすことができれば、大きなビジネスチャンスを掴むことができるでしょう。

そこで、**なぜ市場調査は効果的なのか**、その理由や具体的な活用方法について詳しくご紹介します。



▶ 1. 市場調査の概要

市場調査は、**企業や組織が市場や顧客に関する情報を収集・分析するプロセス**です。
市場調査の目的は、**市場の動向やトレンド、競合他社の活動、顧客のニーズや嗜好**を把握し、**戦略や意思決定に活かす**ことに集約されます。



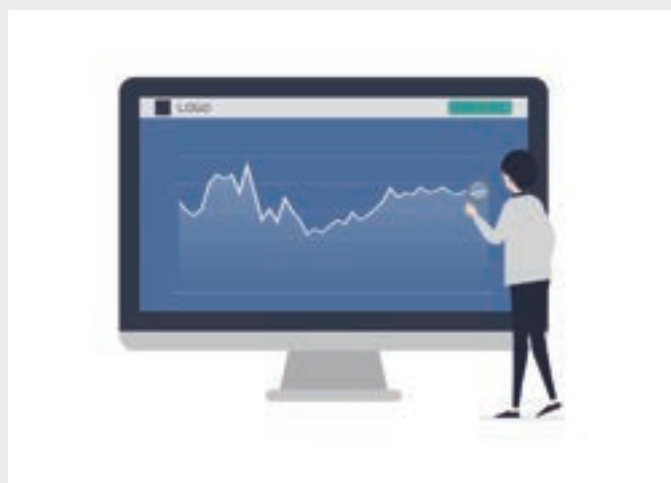
▶ 2. 市場調査の役割と価値

以下の 3 点に分けて、市場調査の役割と価値を見ていきましょう。

①ニーズの把握



②市場動向の把握



③意思決定の支援



①ニーズの把握

第一に、市場調査を実施することで、**顧客のニーズや要求を正確に把握することができるのが大きなメリット**です。ここで得られたデータを用いて、顧客に適切な商品やサービスを提供し、**満足度を向上**させることができます。商品やサービスに対する**消費者の需要**もわかるため、そもそもそれらを開発するべきかの判断にも繋がります。

また、顧客の声を取り入れることで自社の**既存商品の課題**を明らかにでき、商品の売りに上げに悩んでいる場合にも有効です。商品やサービスを**ブラッシュアップしていくための重要な判断基準**として、データが機能することは間違いありません。

さらに、**競合他社の顧客分析**を行うことで、自社の競争力を強化するための戦略を練ることもできます。

市場調査実施



顧客の
ニーズや要求を
正確に把握

適切なサービス提供

既存商品の
ブラッシュアップ



顧客の
満足度を向上

②市場動向の把握

市場調査は、**市場全体の動向やトレンドを把握するための貴重な情報源**です。市場の変化に対応し、戦略的な立ち回りをする際に役立ち、新しい市場への参入や既存市場での競争力の強化に有効です。

さらに、市場の動向を的確に把握することで、**リスクを軽減し、ビジネスチャンスを最大限に活用**することができます。具体的には、需要が拡大・縮小している市場を見極めたり、将来の成長が期待される分野を見据えたりすることが可能です。また、**競合他社の動向を把握することで、自社の位置付けや差別化の方向性**を見極めることができます。自社の競争戦略を立てる上でも、市場動向の把握は欠かせません。



③意思決定の支援

市場調査は意思決定において重要な情報を提供します。 **正確な市場情報に基づいた意思決定は、リスクを最小限に抑え、成果を最大化することができます。** しかしその一方で、精度の低い情報であれば、誤った意思決定をすることも出てくるため、注意が必要です。精度の高い市場調査を通じて得られるデータや洞察は、経営者やマーケティング担当者が **的確な判断を下すための材料** となります。リスクを減らし、効果的な戦略を策定するために、**市場調査を活用することが不可欠** です。

適切なデータ



的確な判断



- ・ リスクを最小化
- ・ 成果を最大化

▶ 3. プレスリリースへの調査の活用

ここまで、市場調査の役割について見てきました。市場調査で得られた正確なデータを活用することで、自社の商品・サービスの改善や市場での競争力強化を実現することができます。

ここからは、市場調査をプレスリリースに活用することによって得られる効果をご紹介します。プレスリリースは、企業や組織がメディアや一般の人々に向けて情報を発信する手段の一つであり、商品やサービスに関する市場調査を新情報として発信するものを「調査リリース」と言います。

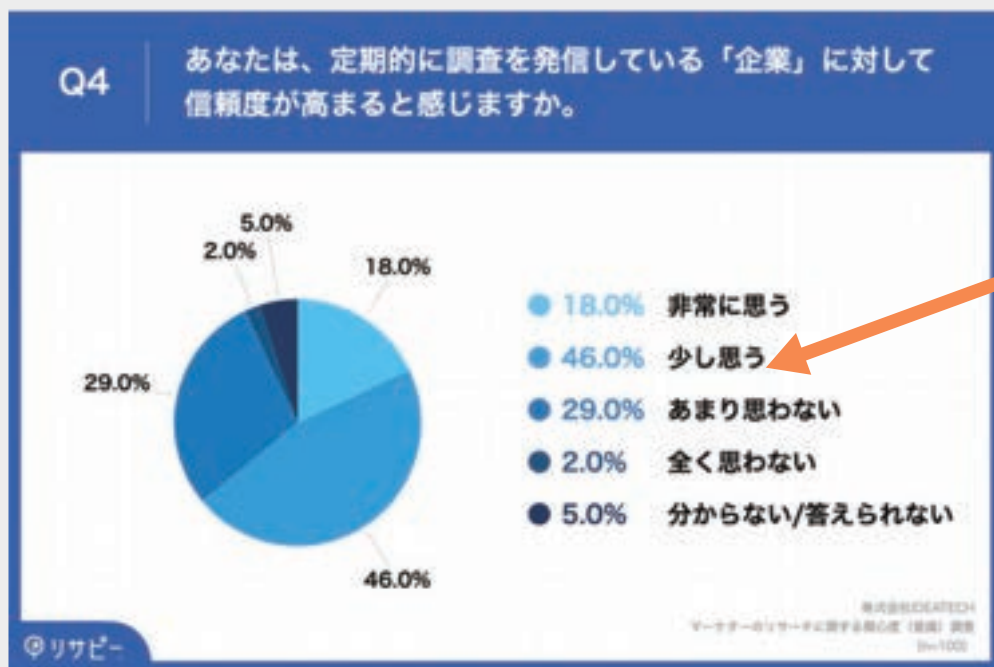
調査リリースは、次の3つような効果を生み出します。

- ① 信頼性の向上
- ② メディアの関心を引く
- ③ メッセージの裏付け



①信頼性の向上

一般的に、**具体的な数字は、文章よりも客観性が高い**とされています。そのため、**市場調査を組み合わせたプレスリリースは、客観的なデータや事実に基づいているため、信頼性が高まります**。そして、信頼性の高さは、**情報の拡散力を高める**ことにも繋がります。



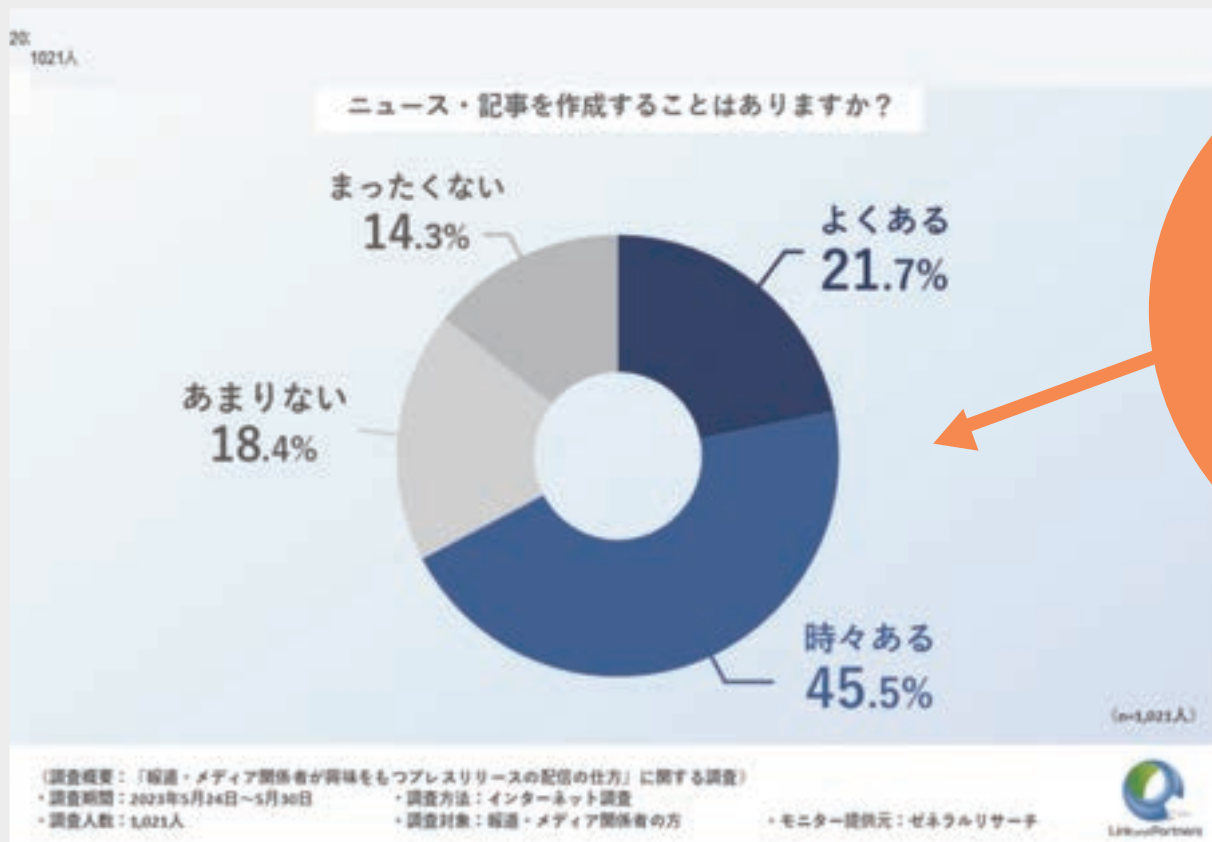
「思う」と答えた人が、
全体の 64% !!

【参照】PR TIMES「マーケターの信頼獲得には『定期的な調査の発信』が有効 キーワードは『市場ニーズの理解』と『専門的な考察』」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000124.000045863.html>

②メディアの関心を引く

市場調査には、**新たなトレンドやデータ、洞察**が含まれることがあります。メディアは常に新しい情報を求めており、**市場調査の結果を通じて提供されるデータや洞察は、報道価値が高い**とされます。



企業が発信するプレスリリースをもとに
ニュース・記事を作成することが「ある」
と答えたメディア関係者は、全体の
67.2%！

→メディアの関心の高さがわかる

【参照】PR TIMES,「[報道・メディア関係者の方 1,021 名に調査] 興味を持たないプレスリリースの内容は？」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000037.000064362.html>

③メッセージの裏付け

市場調査の結果をプレスリリースに活用することで、**企業や組織のメッセージが裏付けられます**。例えば、新製品の発表やマーケット参入のアナウンスをする際、**市場調査の結果を示すことで、その需要や市場の大きさを示すことができます**。これにより、**メッセージがより具体的で信頼性のあるものとなります**。

例

- ・「現代人は〇〇を求めている」
- ・「〇〇という悩みを抱えた人が多く～」
- ・「〇〇年代の人は、△△を好む！」



**企業が商品やサービスを
売り出す際の文言が、
より信頼性のあるものに**

▶ 4. プレスリリースの効果的な書き方

市場調査の結果を活用した、調査リリースがもたらす効果について確認しました。

より効果的な調査リリースを作成するためには、以下の3つのポイントに留意する必要があります。



① 重要なデータを強調する



② シンプルでわかりやすい表現を使う



③ ソーシャルメディアやウェブサイトでの活用

①重要なデータを強調する

市場調査の結果から得られた**重要なデータ**や**洞察**を**プレスリリース**の中で**強調すること**が重要です。読者やメディアが注目するポイントを**明確に示し**、その背後にある**市場調査**の**データ**や**分析結果**を裏付けることで、**信頼性と報道価値を高める**ことができます。

例

写真、図、グラフなどのビジュアル資料



印象を強くするだけでなく、**メディアで報道されやすくなる**。テレビのみならず、**Web** や紙メディアでも「**画になる要素**」の影響が大きい。

②シンプルでわかりやすい表現を使う

プレスリリースは**短期間で読者の関心を引く必要があります**。そのため、市場調査の結果をわかりやすく伝えるためには、**シンプルで明確な表現**を使うことが重要です。一般の読者にも理解しやすい形で情報を提供しましょう。



専門用語を極力少なくする

※使わざるを得ない専門用語には注釈をつける



複雑なデータを避ける



読者が関心を持ちやすいストーリーにする



③ソーシャルメディアやウェブサイトでの活用

プレスリリースの効果を最大限に引き出すためには、**ソーシャルメディアや企業のウェブサイトでの活用**も重要です。**市場調査の結果やデータをコンパクトにまとめたインフォグラフィックやグラフ**を作成し、**ソーシャルメディア上で拡散**することで、より多くの人々に情報を届けることができます。

例

SNS アカウントを開設したプレスリリース

→「なぜ SNS アカウントの開設に至ったのか」を取り上げるなど運営の工夫を盛り込むことで、自社の企業姿勢や熱量を消費者に伝えるツールにもなります。



▶ 5. 市場調査が有効な企業の例とおすすめ

ここまで、**市場調査は企業が成長し続けるために欠かせない要素**であり、その結果をプレスリリースに活用することで、さらに**効果的な情報発信**ができると理解できたと思います。

しかし、「**市場調査が有効だということはわかったが、特に必要とする企業とは、一体どのようなものなのかいまいち掴めない…**」という想いを抱いているかもしれません。そこで、市場調査がより有効であると言える企業について、簡単にまとめてみました。



①新市場への進出を検討している企業

新しい市場への進出はリスクが伴います。未知の市場で成功するためには、**その市場の特性や競合状況を理解する必要があります**。市場調査によって、**新市場のニーズやトレンド、競合他社の活動**を把握し、戦略を練るための情報を得ることができます。

例

海外進出



- ・世界の市場規模は国内と比べて 10 倍ほど違う
- ・現地の人々の嗜好は？
海外向け仕様への変更
- ・進出の際の相手企業の状況
や資質を見極めるべき

市場調査を
行うことが重要！

(インターネット調査、
海外企業の参加が多い
大規模商談会や展示
会への参加)

②既存市場での競争力向上を目指す企業

既存市場で競合他社との競争が激化している場合、**顧客のニーズを理解し、差別化すること**が重要です。市場調査によって、**顧客満足度の向上や市場シェアの拡大**を図ることが可能となります。

参考事例

ザ・チョコレート

発売にあたり、パッケージデザインについて**消費者へアンケートを実施**

→消費者の9割以上が好意的な意見

→上層部の反対があったものの、**デザインを変更せずに発売。価格が従来のチョコレートの2倍でありながら、大ヒット！**



多数の競合他社が存在するチョコレート市場で、この商品の製造会社は主要な地位を確立することに成功している

③新商品やサービスの開発を行う企業

新商品やサービスを開発する際には、**市場の需要やトレンドを把握すること**が重要です。

参考事例

ドライゼロ

某飲料会社は 2010 年にノンアルコール飲料「ドライゼロ」を発売したが、シェア率は 2 %と苦戦。その後、「ドライゼロ」を発売するにあたって**市場調査を実施**。

→・ビールをよく飲む人もノンアルコールを飲むことが多い
・競合ブランドには「健康的」というイメージがある
→「**ビール愛飲者が好きな飲みごたえのあるもの**」というコンセプトを設定。ノンアルコール市場で **24%のシェア率を獲得**！



- ・顧客の嗜好を把握
- ・競合他社との差別化

▶ おわりに

市場調査は、企業や組織にとって欠かせない重要な活動であり、**顧客のニーズや市場のトレンドを把握するための貴重な手段**です。**市場調査の結果をプレスリリースに活用**することで、**情報の信頼性を高め、メディアの関心を引きやすくなります。**

市場調査を通じて得られる情報やデータは、**ビジネスの成功において重要な役割を果たし**、企業の発展に寄与するでしょう。PR 戦略や市場での競争力強化に悩んでいる方は、**課題解決の手段として市場調査を用いてみてはいかがでしょうか。**



最後までお読みいただき、 ありがとうございました。



DIRECT HOLDINGS

ダイレクト・ホールディングスは、
デジタル・マーケティング事業、
SNS マーケティング事業、PR・
キャスティング事業をはじめ、多
彩な人材やノウハウを持つ広告
代理店です。

マーケティングに関するお困りご
と、ご相談がある際は、お気軽
にご連絡ください。

【お問い合わせ】

東京本社 〒163-1439

東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号

東京オペラシティタワー 39 階

電話番号：03-6416-4822

FAX：03-6416-4823

contact@direct-holdings.co.jp