

大阪商工会議所主催

市場は日本国内から世界へ
自社の商品を世界で売れるかチェックする

外国人モニター調査

大阪商工会議所では世界中の外国人を有する株式会社aimとコラボし、海外向け商品開発の為にモニター調査をスタート致しました。

大手家電メーカーから、インバウンド向けのミステリーショッパーまで外国人顧客から見た製品をすべてチェックすることが可能です！



費用 商工会議所会員特別価格あり

希望される国籍や年齢、性別により、都度お見積もりをご提案差し上げます。
実施の際は日本人アドバイザーが通訳をサポート。安心してご利用頂けます。



スケジュール

各企業様とご相談の上、派遣日時を決定いたします。
事前に、商工会議所ならびに株式会社aim担当者が打ち合わせにお伺いいたします。



申込方法



対象企業

自社の製品やサービスを外国人向けに開発、販売される企業様

対象モニターの事例

- 電気シェーバーの使用感チェック
- ヘアアイロンの質感と使用後の肌チェック
- 光脱毛器具の効果と肌チェック
- マッサージチェアの使用感チェック
- レトルト食品の試食
- 商品パッケージのデザインチェック
- 携帯電話のキーボード使用感チェック
- 店内メニュー(外国人向け)の設定
- 外国人客に対するホスピタリティーのチェック など

裏面の申込書に必要事項をご記入の上、FAX (06-6944-6248)にてお申し込みください。

お問い合わせ先：大阪商工会議所 国際部 大阪府中央区本町橋2-8

TEL:06-6944-6411

FAX:06-6944-6248

モニター調査の導入実績はこちら!

外国人モニターの意見で!

Example
01

家電メーカーからの依頼



Q 日本の電気シェーバーを海外で売りたい!

A 日本人には問題無いモーター音が外国人にとっては不快だった。

当たり前のように使われる日本の製品でも外国人には不快なものがあります。今回のモーター音も同様に外国人は『虫の羽の音みたいで生理的に気持ち悪い』という内容でした。

ミステリーショッパー(覆面モニター)の意見で!

Example
02

チェーン展開をする居酒屋の依頼



Q なぜ外国人のお客様は多いのに売り上げがあがらない?

A おつまみ中心のメニューからディナーに変えた。

日本人のように少しずつ色々な種類の食べ物を食べる習慣がなかった外国人は日本人とディナーの感覚さえ違いました。

外国人モニターの意見で!

Example
03

食品メーカーからの依頼



Q なぜ我が社のレトルト製品は海外で売れない?

A 問題は味ではなく、パッケージの色が不快だった。

日本人にとってピンクのパッケージで食事を連想しないように、外国人にとっても食事に似合わない色というものがあります。問題は味ではなくパッケージの色だったのです。

外国人仮想客の意見で!

Example
04

ホテルからの依頼



Q 外国人に対してもっとホスピタリティーをあげたい

A 大切なのはわかりやすさと日本の雰囲気

いくら高級なフランス料理といっても外国人は日本を楽しむ為に旅行しており、日本以外のものを堪能したいと思っていません。日本人からの目線ではなく、旅行されるひとりひとりの意見を取り入れサービスに活かすのも大事なことでした。

上記はごく一部の導入事例です。

詳しくは、お気軽にお問い合わせください!!

会社名	(フリガナ)		
住所	〒		
ご担当者名	お役職	FAX.	
	氏名	氏名	
業種にを お付けください。	<input type="checkbox"/> 製造業 <input type="checkbox"/> 卸売業 <input type="checkbox"/> 製造卸売業 <input type="checkbox"/> 製造小売業 <input type="checkbox"/> 農林水産業 <input type="checkbox"/> その他 ()		
モニター派遣の希望を お聞かせ下さい			