



Press Release

【報道関係各位】

マクロミル、海外展開する企業を後押しする革新的な海外調査入門書を発売
『グローバル・マーケティング・リサーチの考え方 海外展開する企業のための調査の基本』

2025 年 10 月 28 日

株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：佐々木徹）は、マクロミル・グローバルリサーチ・インスティテュート シニアフェローである熊谷信司が執筆した海外展開する企業を後押しする革新的な海外調査入門書、『グローバル・マーケティング・リサーチの考え方 海外展開する企業のための調査の基本』を、10 月 28 日（火）に白桃書房より発売したことをお知らせします。



日系製造業企業における海外売上比率は、20 年前と比べて平均 10%以上上昇しています^(※1)。こうした状況の中、マーケティング活動においても海外市場を視野に入れる企業がさらに増加していくと考えられます。

本書は、海外調査の実施を前提に解説する、日本語テキストとしては革新的な入門書です。マーケティング・リサーチの考え方やステップといった基礎から、日系企業が海外調査を行う際に注意するべきポイントまで、海外市場を含めた調査を効果的に進めるための内容を体系的かつ具体的に解説しています。

(※1) 出典：JBIC（国際協力銀行）「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告 -2024 年度 海外直接投資アンケート結果（第 36 回）-」
調査対象：原則として海外現地法人を 3 社以上（うち、生産拠点 1 社以上を含む）有するわが国の企業

■ 推奨コメント

明治大学名誉教授／マクロミル・グローバルリサーチ・インスティテュート顧問 大石芳裕氏

リサーチなきマーケティング実践は、暗闇の中、ヘッドライトを点けずに高速で車を走らせるようなものである。とりわけ慣れ親しんでいない海外市場はほぼ漆黒の世界。そこでは丁寧かつ的確なリサーチが不可欠である。ただ、海外市場でのリサーチは国内市場のリサーチとは異なった課題が数多くある。にもかかわらず、グローバル・マーケティング・リサーチに関するまとまった著書が日本には存在しなかった。日本企業が日本語で学べるグローバル・マーケティング・リサーチに関する体系的著作が求められていたのである。

本書は、その扉を開いた画期的なものである。ただ、「考え方」や「基本」という用語にみられるように、マーケティング・リサーチの常道を踏襲しながら、グローバルなリサーチの課題を豊富な逸話・事例・コラムで説明しているので、初学者でも理解しやすいように工夫されている。

■ 書籍紹介

- タイトル：グローバル・マーケティング・リサーチの考え方 海外展開する企業のための調査の基本
- 著者：株式会社マクロミル マクロミル・グローバルリサーチ・インスティテュート シニアフェロー 熊谷信司
- 発売日：2025 年 10 月 28 日（火）
- 出版社：白桃書房
- オンライン販売ページ：[Amazon](#)、[楽天ブックス](#)、ほか
- 内容構成：
 - 第Ⅰ部 グローバル化と市場理解の重要性
 - 第 1 章 マーケティングのグローバル化と調査
 - 第 2 章 市場の理解～二次データの活用
 - 第Ⅱ部 グローバル調査の考え方
 - 第 3 章 グローバル調査の特徴～自国単体調査との違い
 - 第 4 章 グローバル調査の方法
 - 第Ⅲ部 グローバル定量調査
 - 第 5 章 定量調査の企画と実査
 - 第 6 章 市場定量調査の設計①調査票設計の基本
 - 第 7 章 定量調査の設計②国・地域を考慮した調査票設計
 - 第 8 章 定量調査のデータ品質を保つために
 - 第 9 章 定量データの分析①集計分析の基礎
 - 第 10 章 定量データの分析②様々な分析方法
 - 第Ⅳ部 グローバル定性調査
 - 第 11 章 定性調査の企画と設計
 - 第 12 章 定性調査の実施運用
 - 第 13 章 定性データの分析①インタビュー調査
 - 第 14 章 定性データの分析②テキストデータ
 - 終章
 - グローバル調査の課題と今後

■ 著者紹介

株式会社マクロミル マクロミル・グローバルリサーチ・インスティテュート シニアフェロー 熊谷信司

東京大学大学院教育学研究科や総合調査会社を経て、2011 年マクロミル入社。国内・海外のマーケティング・リサーチ実務、海外調査を中心とした研究・開発、大学との産学連携における教育や研究、マーケティング関連媒体での情報発信、社会調査ジャーナルの編集委員、業界団体委員など多岐に活動。教育学修士。専門社会調査士。

近著：「COVID-19 の影響を考慮した新しい消費者セグメンテーションに関する探索的研究—日本・韓国・台湾の国際比較調査結果から—」（『消費者行動研究』29 巻 2 号、共著、2023 年）、「海外市場調査における実務の特性—回答品質の維持・向上のための取り組みを中心に—」（『社会と調査』32 号、2024 年）など。

以上

■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは「Build your Data Culture」をビジョンに掲げ、創業以来培ってきたデータネイティブな発想を活かし、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指しています。世界 90 以上の国と地域で 1.3 億人、日本国内では 3,600 万人に及ぶ業界トップクラスの規模と品質を誇るパネルネットワークを強みに、リサーチをはじめとする多様なデータから生活者の深いインサイトを導き出し、マーケティング課題に対する最適なソリューションを提供します。

【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表取締役社長 CEO 佐々木徹
本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
設立 : 2000 年 1 月 31 日
事業内容 : マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供
URL : <https://www.macromill.com>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 箱山、度會（わたらい）

TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com

URL: <https://www.macromill.com>