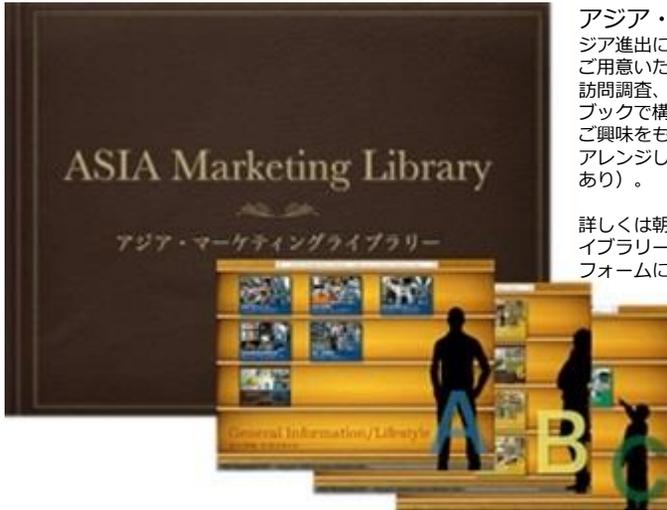
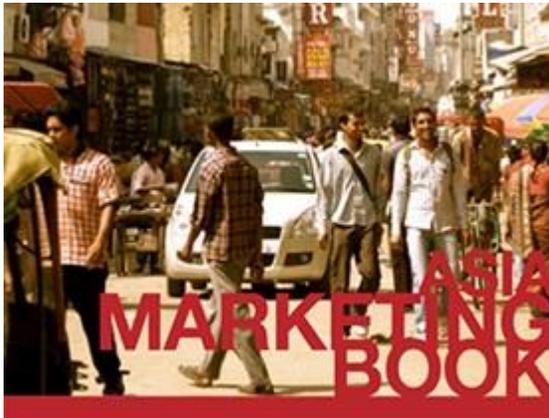


<参考資料：各コンテンツ概要>



アジア・マーケティング・ライブラリーは日本企業がアジア進出に向けて必要となるマーケティングデータをとりまとめたご用意いたしました。独自の取材、分析、生活者アンケートや家庭訪問調査、事例分析、店頭調査などの要素を3カテゴリー19種類のブックで構成しました。ご興味をもたれた内容がございましたら、ご要望に応じてデータをアレンジして無償にてご案内させていただきます（一部有料データあり）。

詳しくは朝日広告社ウェブサイトからアジア・マーケティング・ライブラリーのタイトル一覧をご参照の上、お問い合わせ/お申込みフォームにてご希望の資料をご請求ください。



ASIA MARKETING BOOKはグローバル戦略を実行中、または計画中の企業の皆様に向けて、主としてマーケティングの視点からグローバル戦略を検討する際の助になる事を視野に入れて公表させて頂いております。当資料は注目が集まるインド、タイ、インドネシア、ベトナムの四か国について現地のマーケティングエキスパートとの協業により、現地の生活者のニーズやそこに潜むインサイトの抽出に向けて多くのヒントとなる内容を掲載しております。



ストリートムービー

現地取材による写真、ビデオを通して各国の様子を感じていただきます。それぞれの国で生活する人々の日常の雰囲気を感じていただくことにより、マーケティング上の多くのヒントが見いだされると考えます。

詳しくは朝日広告社ウェブサイトからタイトル一覧をご覧ください。

＜参考資料：アジア・マーケティング・ライブラリー タイトルー覧＞



**A: 基本情報／生活スタイル**

GDP、人口などの基礎的データで各国の概況を把握し、食生活、耐久財の保有率などから生活の実態を捉えます。また家庭訪問調査による写真資料からデータからだけでは見いだせないリアルな状況を把握できる6種類のブック（A1 - A6）で構成されています。

**A-1 各国のポテンシャル**

人口・GDP・成長率等の基本情報で各国の概況を把握する

**A-2 各国の食習慣**

市場特性、生活の実態、生活者のインサイトを食習慣から探る

**A-3 耐久財の保有（家電・車・バイク）**

成長と変化の過程、そして今の生活を耐久財の目線から見る

**A-4 社会階層別生活実態の違い**

新興国マーケティングの必須要素‘SEC’から市場機会のヒントを探る

**A-5 住居・家族構成**

世帯の基本的要素から生活実態の輪郭を探る

**A-6 家庭訪問フォトレポート**

32家庭を徹底取材、ありのままの生活実態を写真で見える



**B: 日用消費材市場**

食品、洗剤などの日用消費材市場に焦点を当て、各カテゴリーの使用率を国別、社会階層別、チャンネル別に把握し優位性のあるブランドを捉えます。店頭取材分析（写真レポート）などと合わせて9種類のブック（B1 - B9）で構成されています。

\*一部有料コンテンツ含む

**B-1 FMCGカテゴリー使用率**

国、社会階層ごとに異なる使用実態を見る

**B-2 情報源/重視点/魅力的プロモーション**

国別、アイテム別にコミュニケーション戦略の基礎要素を理解する

**B-3 小売りチャンネル利用状況**

変化の渦中にある流通構造から戦略の重要ポイントを捉える

**B-4 ブランド・価格・サイズ**

今、現地で人気の商品の基礎情報を得る（食用油/シャンプー/顔用保湿剤）

**B-5 購入意向（トップブランドとそれ以外）**

ブランド力が購入意向に及ぼす影響度を把握する

**B-6 ストアチェックフォトレポート**

店舗タイプ別に売り場の現状を写真で見える

**B-7 FMCG市場規模/メーカーシェア**

ローカルとグローバル企業が入り乱れる市場の規模、競合状況を知る

**B-8 FMCG主要ブランド一覧**

市場のキープレイヤーから競合ブランドを想定する

**B-9 流通構造とチャンネル数**

大きく変貌するチャンネルの現況を国別に把握する



**C: メディア、広告／プロモーション**

メディアへの接触などを通して各国の概況を把握すると同時に、広告事例分析などから主力ブランドの戦略を捉え、コミュニケーション戦略の基礎情報を得る4種類のブック（C1 - C4）で構成されています。

\*一部有料コンテンツ含む

**C-1 メディア接触状況**

国ごとに異なる傾向をとらえコミュニケーション戦略の基礎情報を得る

**C-2 メディア概況**

各国のメディア別広告費や主要媒体を把握する

**C-3 広告費（カテゴリー別・ブランド別）**

カテゴリーごとに傾向を捉え広告費用の基準値策定に活用する

**C-4 広告プロモーション事例分析**

ローカルインサイトを抽出し広告戦略に潜む市場特性を探る