

【Youth Now! 支援事例】 韓国食品企業8社の日本市場進出に向けた マーケティングリサーチを実施

～ 41名のインフルエンサーによる実食・体験調査を通じ、日本市場における商品受容性やターゲット、マーケティング戦略の検討を支援 ～



行動経済学×若年層マーケティングの株式会社Reaplus[リアプラス](本社:東京都渋谷区、代表取締役:松元 詞音)が運営する若年層リサーチサービス「Youth Now!」において、日本市場への展開を検討する韓国食品企業8社を対象に、日本の消費者視点を取り入れたマーケティングリサーチ支援を実施しました。

今回のプロジェクトでは、日本未流通のK-FOODを対象に、計42名のインフルエンサーが商品を実際に試食・体験。

商品の味やパッケージといった基本的な評価だけでなく、日本市場における購買意向、推奨意向、想定されるターゲット、SNSとの親和性、日本展開に向けた改善余地など、日本市場参入にあたって企業が事前に把握しておきたい複数の観点から調査・分析を行いました。

本調査を通じ、各社が日本市場への展開を検討する際に必要となる、「誰に、どのような価値を、どのように届けるべきか」を検討するための判断材料を可視化しました。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

※本リリースでは、クライアント企業に提供した個別の商品評価・調査結果・分析データについては非公開としています。

■今回のプロジェクトについて

海外で販売されている商品を日本市場へ展開する際、現地での販売実績や評価だけでは、日本の消費者に同じように受け入れられるかを判断することは困難です。

特に食品では、

「日本の消費者は実際に食べてどう感じるのか」

「どのような人が購入候補になるのか」

「パッケージや商品の見せ方は日本市場でも受け入れられるのか」

「SNS上ではどのような切り口で紹介されやすいのか」

「日本で販売するにあたり、どこを調整する必要があるのか」

など、商品そのものの評価からマーケティングコミュニケーションまで、複数の観点から市場との適合性を検証する必要があります。

そこでYouth Now!では、日本市場への展開を検討する韓国食品企業を対象に、実際の商品体験とアンケートを組み合わせたマーケティングリサーチを設計しました。

■41名のインフルエンサーが商品を実際に体験

今回の調査では、2026年8月30日に都内会場へ計42名のインフルエンサーを招待。

1部20名、2部22名の2部制で、各商品を実際に試食・体験した後にアンケートへ回答してもらいました。

オンラインアンケートだけでは把握しづらい、実際に商品を見たときの第一印象、口にしたときの評価、パッケージを手にとった際の印象なども含めて検証できる環境を設計しています。

■「商品評価」で終わらず、日本市場でのマーケティング判断につながる調査を設計

今回Youth Now!が重視したのは、単純に「商品が好きか」「美味しいか」を確認するだけの調査にしないことです。

調査では、大きく以下の観点を設計しました。

商品そのものの受容性

味の美味しさや第一印象など、実際に商品を体験した際の評価を確認。

パッケージ・クリエイティブの受容性

商品の見た目やパッケージについて、日本の消費者視点からどのような印象を持つかを確認。

SNS・トレンドとの親和性

SNSで紹介したくなるか、話題化につながる要素があるかなど、インフルエンサーならではの視点から評価。

購買・推奨につながる可能性

「評価される商品」で終わらず、実際の購入や他者への推奨につながる可能性を検証。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当：松元 EMAIL: info@reaplust.jp TEL: 050-1807-9922

日本市場で想定されるターゲット像

年齢だけでなく、ライフスタイルや興味関心などを含め、どのような消費者との親和性が考えられるかを分析。

日本展開に向けた改善余地

味付け、量、価格、パッケージ、日本語表記、食べやすさなど、日本市場で販売する際に検討すべきポイントを収集しました。

実際の調査票でも、味・見た目・トレンド感、購買・推奨意向、ターゲット層、改善要望までを一連の評価項目として設計しています。

■調査によって「日本でどう売るか」を検討できる状態へ

今回のリサーチでは、調査結果そのものを提示するだけではなく、各商品について収集した回答をYouth Now!が分析。

これにより参加企業は、自社商品について、

日本市場でどのような層との親和性が考えられるのか

商品のどの要素を強みとして訴求できる可能性があるのか

商品評価と購買意向の間にどのような違いがあるのか

SNS上ではどのような切り口がコミュニケーションの候補になるのか

日本市場への展開前に、どのような点を検討・改善すべきなのか

といった観点から、日本市場参入に向けたマーケティング戦略を検討できる状態を目指しました。

なお、各企業・商品に関する具体的な調査結果、評価データ、分析内容およびYouth Now!からの個別提案については、クライアント企業に提供する情報のため非公開としています。

■海外での実績だけでは分からない「日本の消費者視点」を市場参入前に可視化

海外ブランドの日本進出においては、商品の輸入・販売を開始してから市場の反応を確認するのではなく、本格展開の前に日本の消費者からフィードバックを得ることも一つの選択肢となります。

Youth Now!では今回、商品体験 → 消費者評価 → ターゲット分析 → 購買・推奨意向 → SNS視点 → 改善点抽出 → マーケティング示唆

までを一連のリサーチとして設計しました。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当：松元 EMAIL: info@reaplust.jp TEL: 050-1807-9922

これにより、「日本で売れそうか」という抽象的な判断だけではなく、日本市場に向けて何を検討すべきなのかを具体化するための材料を提供しています。

■調査概要

調査名：What's NEXT K-FOOD？ インフルエンサーアンケート調査

目的：日本未流通の次世代K-FOODについて、日本市場における商品受容性やターゲット像、日本展開に向けた検討材料を得るためのマーケティングリサーチ

実施日：2026年8月30日（日）

実施場所：東京都内

実施方法：オフライン／商品実食・体験後アンケート

参加者：招待インフルエンサー42名（1部20名／2部22名）

対象：韓国食品企業8社の商品

実施・分析：株式会社Reaplus[リアプラス]「Youth Now!」

■担当者 コメント

韓国食品の魅力を日本で広めていくには、その商品が日本の食卓や日々の暮らしにどのように取り入れられるかを、生活者の視点で考えることが大切だと考えています。

今回、Youth Now!と連携し、42名のインフルエンサーの皆様実際に商品を経験いただくことで、味やパッケージへの評価に加え、「自分なら購入したいか」「誰に、どのように紹介したいか」という、生活者と発信者の両方の視点から声を集めることができました。日本での展開を検討する8社にとって、商品の魅力の伝え方や改善すべき点を考えるうえで、貴重な機会になったと捉えています。

また、イベント当日はYouth Now!の進行責任者にも会場にお越しいただき、インフルエンサーとの円滑な進行を支えていただきました。現場の状況に応じた臨機応変できめ細かな対応により、安心して運営を進めることができ、大変感謝しています。

今後は、今回寄せられた声を商品ごとの訴求やプロモーションの企画に生かし、まだ日本で広く知られていない韓国食品と生活者との接点をつくっていきたいと考えています。

■代表取締役 コメント



「海外ブランドの日本進出をご支援する中で、非常に重要だと感じているのが、『実際に日本の消費者が商品を手にとったときにどう感じるのか』を事前に把握することです。

企業側が考えている商品の強みやターゲットと、実際に商品を経験した消費者が感じる価値が、必ずしも完全に一致するとは限りません。

今回のプロジェクトでは、商品を実際に体験していただいたうえで、味やパッケージだけでなく、購買意向、ターゲット、

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

SNSとの親和性、改善点まで複数の観点から調査しました。

Youth Now!が目指しているのは、単にアンケートを実施してデータを納品することではありません。

消費者のリアルな声をもとに、『誰に届けるのか』『何を強みとして伝えるのか』『市場投入前に何を見直すのか』といった、企業が次のアクションを考えるための材料まで提供することです。

今後も国内外を問わず、商品開発や日本市場参入、マーケティング戦略における意思決定を、消費者インサイトの側面から支援してまいります。」

<プロフィール>

株式会社Reaplust 代表取締役
松元 詞音(まつもと しおん)

1999年生まれ。

広告代理事業、インフルエンサー事業、D2C、調査事業など複数事業を展開し、Z世代・α世代の意思決定を「行動経済学」「SNSデータ」「実務現場」の3軸から分析している。

SNS時代において「バズっても売れない」「若者に届かない」といったマーケティング課題に対し、誰の言葉として、どの文脈で届いているかという視点から構造的な整理と実務への落とし込みを行うことを得意とする。

複数事業を経営する中で得たリアルな経営視点と、若年層理解を感覚論にせず言語化できる点を強みとしている。

■Reaplust(リアプラス)による若年層に特化した課題解決サポート

Youth Now!

Z世代の行動や価値観は、単にトレンドとして観測するだけでなく、“なぜそれが生まれ、どう広がるのか”を構造的に捉えることが重要です。Reaplust(リアプラス)では、YouthNow!を活用した若年層に特化した独自のリサーチと、SNS・コンテンツを起点としたマーケティング設計の両面から、企業の課題に合わせたソリューションを提供しています。

■提供サービス(SERVICES)

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplust.jp TEL: 050-1807-9922



① アンケート調査

【数で見抜く、購買行動のリアル】

商品の利用シーンや購買行動を数値化し、若年層の意思決定パターンを可視化。ターゲット設計や販促戦略の"根拠データ"を提供します。

② インフルエンサーインタビュー

【発信者視点から、トレンドの芽を探る】

フォロワー数万〜数十万規模のインフルエンサーにヒアリング。流行の「作り手」から、共感を生む要因を分析します。

③ グループインタビュー

【共感の瞬間を、言葉で捉える】

若年層4〜8名による座談会形式で、定量調査では見えない感情のトーンを可視化。会話の中から"本音"や"無意識のニーズ"を抽出します。

④ ギフティング調査

【体験が購買意欲にどう影響するかを測る】

商品やサービスを若年層に提供し、SNS発信と同時に購買意向の変化を可視化。使用前とは異なる、手に届いた後のリアルな声を発見できます。

⑤ ワンストップ施策提案

【データを施策に変えるまで、ワンチームで】

調査結果を分析し、マーケティングや広告施策へ落とし込み。インサイトを軸に、実行可能なプランを設計します。

⑥ トレンド調査資料

【若年層の“今”を定点観測】

業種横断で若年層のトレンドをまとめたレポートを定期配信。社内資料や次期企画立案のインプットとして活用できます。

■想定活用シーン

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplust.jp TEL: 050-1807-9922

- 若年層向け新商品の開発・リブランディング支援
- SNS・インフルエンサー施策の方向性検証
- 若者市場向けキャンペーン設計・効果分析
- 若年層トレンドレポート／カスタム調査 etc.

「若年層・Z世代の獲得に課題を感じており、ターゲットに有効にアプローチしたい」

「Z世代ユーザーにも“共感されるブランド体験”をつくりたい」

「今回のような調査を自社の商品開発やマーケティングに生かしたい」

上記課題を抱える企業・ブランド様は、マーケティング無料相談実施中ですので、ぜひお気軽にご相談ください！

▶お問い合わせ先はこちら

<https://youthnow.jp>

■会社概要



社名 : 株式会社Reaplus(リアプラス)

所在地 : 東京都渋谷区桜丘町31-14 SLACK SHIBUYA 603

代表者 : 代表取締役 松元 詞音

設立年月 : 2023年7月20日

事業内容 : コミュニケーションプロデュース事業 / インサイト事業 /
タレント支援事業 / キャスティング事業 / 補助金支援事業 / D2C事業

HP : <https://reaplus.jp/>

note : https://note.com/reaplus_

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当 : 松元 EMAIL : info@reaplus.jp TEL : 050-1807-9922