

実績事例

健康志向のインド富裕層向け日本茶拡販計画

01 主な実施事業

プロジェクトの実施概要

実施目的	卸売業者が取り扱いの参考にするための事業者&エンドユーザー向けに
事前準備	下記8つの茶葉を配送し、最適な抽出方法などを指示して試飲
実施期間	2020年12月10日~2021年1月24日
それぞれ何名にインタビューを行ったか	ディストリビューター3社 リテーラー6社 コンシューマー11名
インタビュー手法	Zoomを使用した60~90分インタビュー

Shubham Singh_1

試飲番号	色	香り	味	後味	抽出方法	理由	このお茶
煎茶	1	素晴らしい	平均的	素晴らしい	平均的	飲み慣れない	全体的に味が好き
玉露	3	素晴らしい	良い	平均的	平均的	飲み慣れない	全体的に味が好き
ほうじ茶	4	素晴らしい	良い	良い	先ず	少し癖のような感じ	自宅で常飲したい
玄米茶	5	素晴らしい	平均的	平均的	平均的	飲み慣れない	お茶の味が好き
抹茶	6	素晴らしい	素晴らしい	良い	濃に1度	飲み慣れない	お茶の味が好き

Output format (Mittals Teas-2)

試飲番号	色	香り	味	後味	抽出方法	理由	このお茶
煎茶	1	素晴らしい	平均的	素晴らしい	平均的	飲み慣れない	全体的に味が好き
玉露	3	素晴らしい	良い	平均的	平均的	飲み慣れない	全体的に味が好き
ほうじ茶	4	素晴らしい	良い	良い	先ず	少し癖のような感じ	自宅で常飲したい
玄米茶	5	素晴らしい	平均的	平均的	平均的	飲み慣れない	お茶の味が好き
抹茶	6	素晴らしい	素晴らしい	良い	濃に1度	飲み慣れない	お茶の味が好き

ディストリビューターのリストアップ

日本茶試飲のテストマーケティング

サンプル茶葉の輸送

Zoomでのインタビュー

オンライン商談会

02 得られた成果

- ディストリビューターを開拓し、初回発注まで繋ぐ、この一連の流れを全てEIJが実行。具体的には、ディストリビューターのリストアップ、日本茶試飲のテストマーケティングの実施（サンプルの茶葉をインドへ配送、ディストリビューター3社・リテーラー6社・コンシューマー11名に試飲依頼とzoomを利用した60-90分のインタビュー）、会議同時通訳をアサインし、現地ディストリビューターとのオンライン商談会を実施。初回の受注まで一貫してサポートさせていただいた。

03 明らかになった課題

<p>認知度向上</p> <p>製造業における日系ブランドの存在感とは対照的に、日本のFMCGブランドはほとんど知られていない。日本茶の淹れ方に対して知識が低い。インド人のお茶の習慣に合わせるか、教育の徹底が必要。</p>	<p>コスト</p> <p>日本茶は一般的にコストが高いという潜在感がある。市場で出回っているものより価値提供するか、低価格にするかの判断が必要。</p>	<p>淹れ方の違い</p> <p>日本茶の淹れ方に対して知識が低い。インド人のお茶の習慣に合わせるか、教育の徹底が必要。お茶の淹れ方に関して、難しいというコメントもあり。</p>	<p>味覚（好みの違い）</p> <p>インド人消費者の味覚はスパイシー&甘いものを好む。日本茶はその味覚より繊細さが求められる。そのため、味以外の切り口が必要。</p>
---	---	---	---