

01 事業概要

本年度は令和2年度「日本産酒類のブランド化推進事業」を通じて構築したインド市場への輸出モデルを継承し発展させる。昨年度の事業でパートナーとなるインポーター、ディストリビューターの開拓と進出エリアの選定は完了。輸出モデルを活用し、梅酒をインド市場へ認知させることを目的とする。ターゲットとして想定しているのは「ウイスキー好きな富裕層」「ミレニウム世代」。想定するターゲットが梅酒に対してどのような反応を示すのかを調査し、調査結果に基づき、インド市場への梅酒のブランディング施策を構築し、実施する。

02 当事業の計画例



ムンバイターゲットレストランへの2,000本のサンプル配布

事業者や一般消費者への認知向上および梅酒に対する評価の聴取を目的とし、2000本の梅酒サンプルをリストアップしたムンバイ高単価ターゲットレストランへ配布、フィードバックを聞きその情報をもとに、今後の商品開発やプロモーション活動の基礎データとする。



インフルエンサーを使った梅酒の魅力発信

梅酒のプロモーション一般消費者の認知向上および梅酒ファン作りを目的に、インドのアルコール市場に影響力のあるインフルエンサーとSNSを活用し、梅酒のブランディング、認知拡大を行う。