

2019年5月17日

お問い合わせ番号: ASI20190517

インド小売業コンサルティング ～インドの食の嗜好～

流通・サービス店舗に特化したアウトソーシング事業を展開するインパクトホールディングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 福井康夫、東証マザーズ・証券コード:6067)は、登録スタッフ(メディアクルー)を活用した覆面調査を提供しております。また、インドなどアジア地域を中心とした現地小売企業を対象にコンサルティングサービスを提供しております。

今回は、インドの食の嗜好についてご報告させていただきます。現在、当社に蓄積されている日本の流通小売現場の現状やノウハウをアジアに輸出し、新たなマーケットの拡大を行っております。今後も更にインド、インドネシア、中国をはじめとしたアジア各国の企業に対し、当社のサービスを推進して参ります。



◆ 「ノンベジタリアン」と「ベジタリアン」

インドにおける食習慣の特殊性の代表といえるのが、菜食主義です。店頭の商品を見ていると、ほとんどすべての食品のパッケージには「ベジタリアン or ノンベジタリアン」を識別するマークがプリントされており、ベジタリアンの人がノンベジタリアンの商品を無意識のまま食べてしまわないような工夫もなされています。

また、ベジタリアンとノンベジタリアンの比率はほぼ半々のため、スーパーなどの小売業態では、単純に両方に対応した品揃えをした場合、カテゴリ内の総アイテム数は増えてしまいます。その為、売場においては、ノンベジタリアンはベジタリアンの商品も一部購入するが、その逆はないため、販売動向に基づいた品揃え評価や棚割り設定、また商品の改廃が重要になっています。

◆ インド人の嗜好

インドで売られている商品を見ているとインド人の味の好みも見えてきます。販売構成比の高いスナック菓子やインスタント食品の味のバリエーションは、基本のカレー風味やマサラ風味を中心に、中華風・イタリアン風・メキシコ風と非常に豊富です。

しかし、日本人が想像するような味とは一味違い、期待して口に入れてみると、眉をひそめてしまうようなことも少なくありません。それはインド人が「極端にスパイシーか、極端に甘いとかいう、はっきりした味を好む」ということを体現しているからです。日本でもそうですが、その土地にあった味付けというのは必ずあり、インド人の胃袋をつかむ商品とは、インド人の嗜好をつかんだ商品なのです。

◆ インパクトホールディングス株式会社（旧社名：株式会社メディアフラッグ） 会社概要

社 名 : インパクトホールディングス株式会社（東証マザーズ・証券コード：6067）
事業内容 : 流通・サービス業に特化した、インターネット活用型アウトソーシング事業。消費財メーカー向け営業アウトソーシング、店頭リサーチ事業、マーケティングに関わるシステム開発および ASP 展開。
調査インフラとして、全国 47 都道府県のメディアクルー（登録スタッフ）数が 28 万人を超える。
設 立 : 2004 年 2 月
資 本 金 : 354 百万円 ※2018 年 12 月末現在
代 表 者 : 代表取締役社長 福井康夫
本社所在地 : 東京都渋谷区渋谷 2 丁目 12-19 東建インターナショナルビル 6F
従業員数 : 768 名（うち正社員 245 名） ※2018 年 12 月末現在
コーポレートサイト : <https://impact-h.co.jp/>
サービスサイト : <https://impact-h.jp/>

■本件に関するお問い合わせ■

お問い合わせ番号：ASI20190517

インパクトホールディングス株式会社 広報担当

TEL:03-5464-8321 / FAX:03-5464-8322 / E-mail:pr@impact-h.co.jp