

ネパールコーヒーの プロモーションコンセプト

～現地調査をもとに～

国際ビジネス演習Ⅱ

ネパールPJT・チームPocp

シュレスタ・プリティビ 平畑ゆい

郭斌

川原悠

PJTの目的

ネパールコーヒーのブランドを
確立させ、ネパールへ継続的な
還元を行うためのプロモーションの
方策を創出する。

ネパール



収入が少ないため学校
に行けない（働き手）

ライオンズクラブ
学校建設etc.

JICA

支援はいつまでも続かない
村全体で収入を得れるものを！

コーヒー栽培を
開始した！

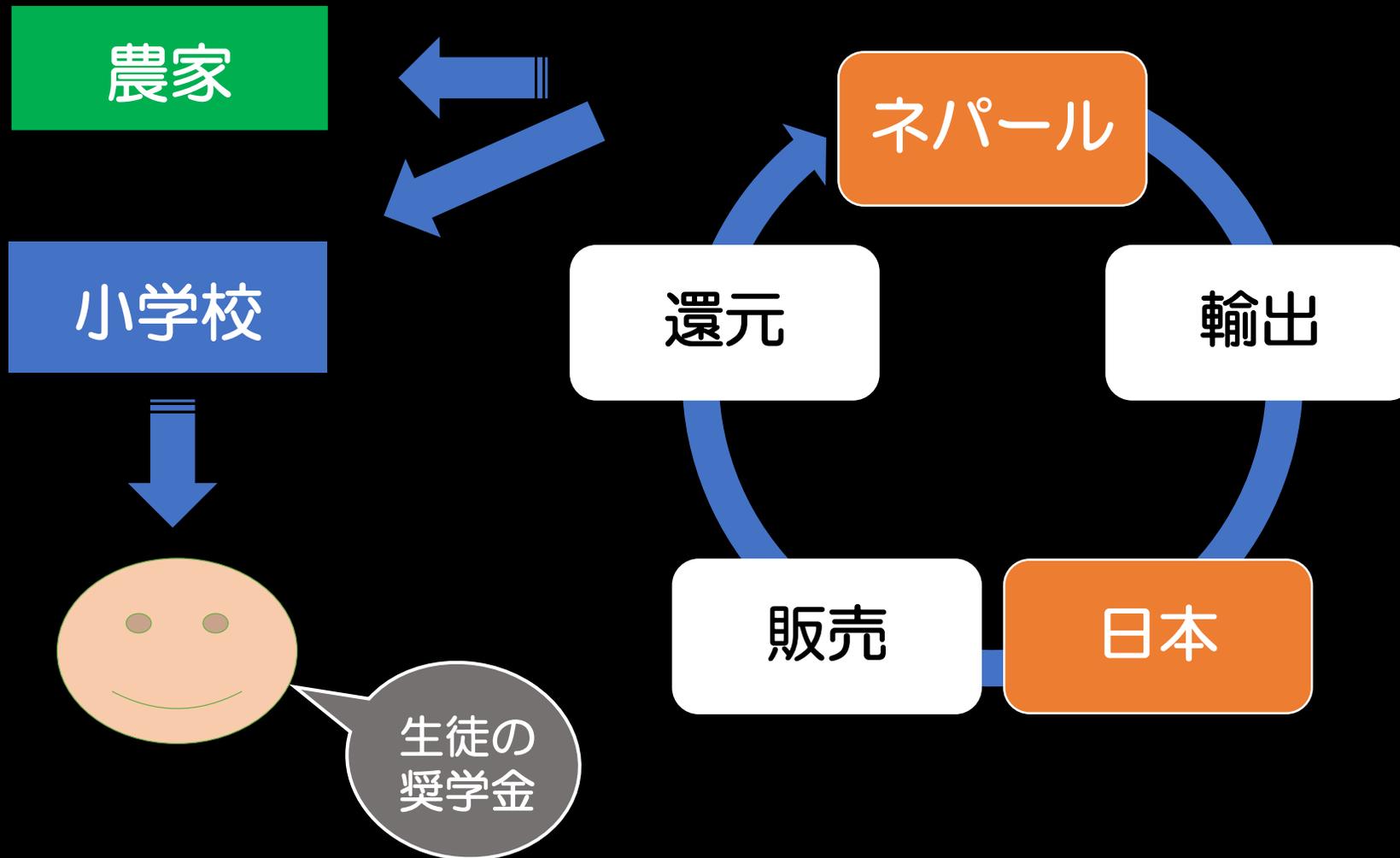


九電産業

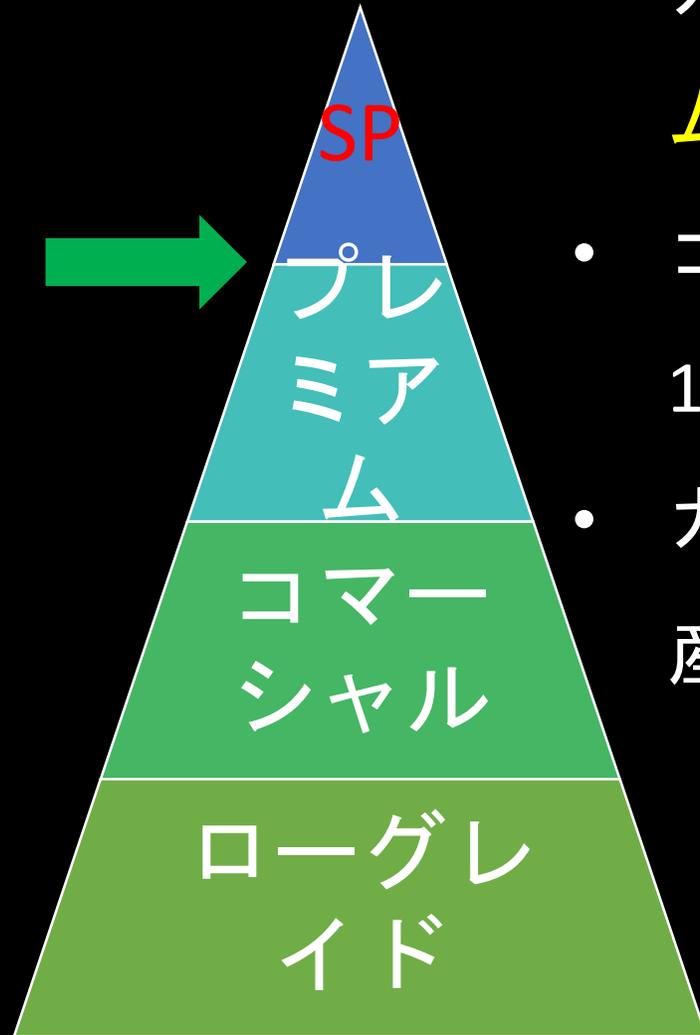
プロモーションを
考えてほしい！！

国際ビジネス

コーヒーを通じた ネパールへの還元の仕事



ネパール・カスキ郡産コーヒーの現状



- カスキ郡産のコーヒーは**プレミアムコーヒー**に位置する
- コーヒー栽培を始めてから、まだ10数年しか経っていない
- カスキ郡という限られた地域で生産しているため生産量が少ない

一般流通には限界がある

ライオンズクラブ

本プロジェクトを知ってもらい、ネパールコーヒーへの関心を深めてもらうためのプロモーション方法の提案

日本市場

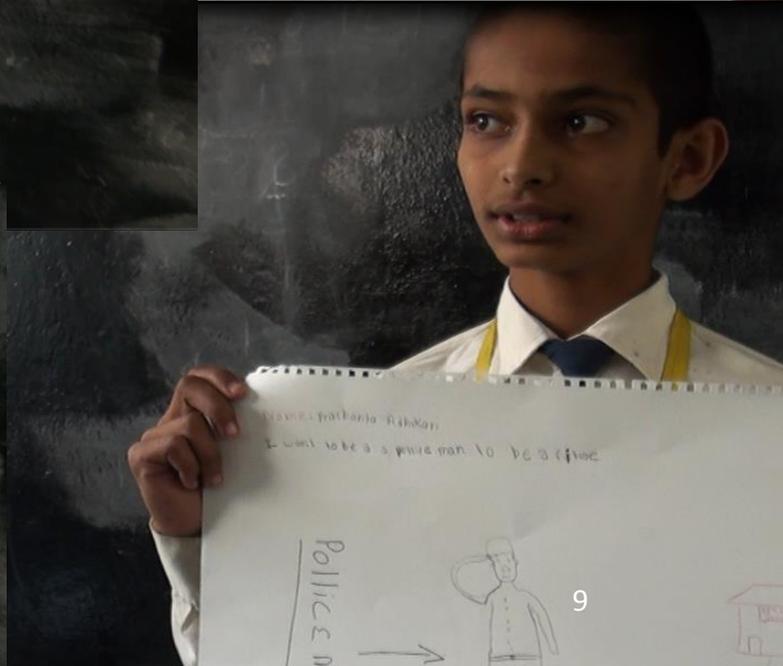
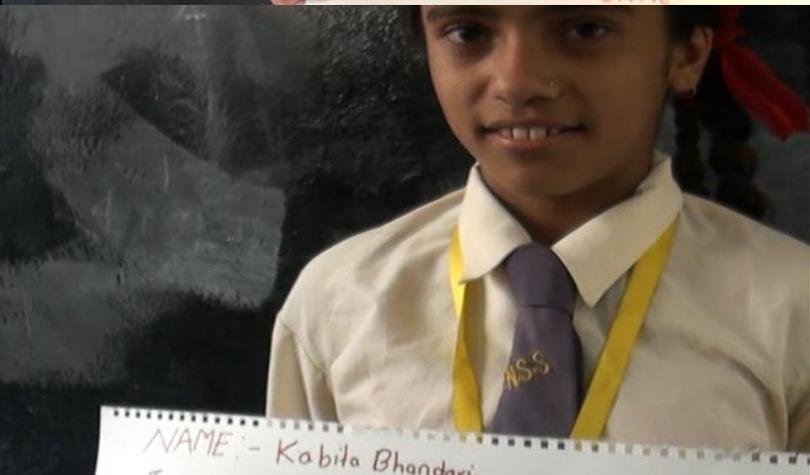
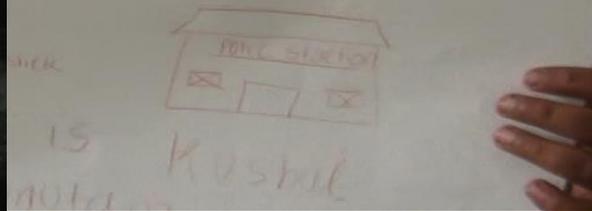
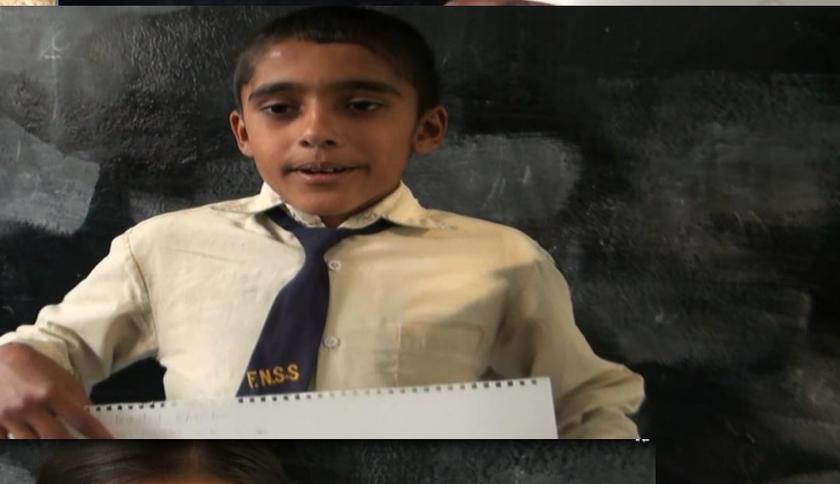
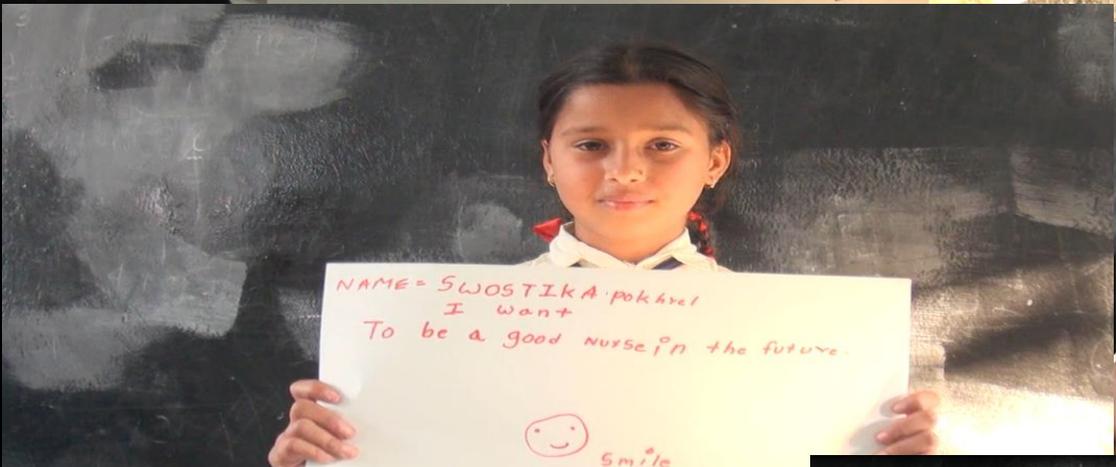
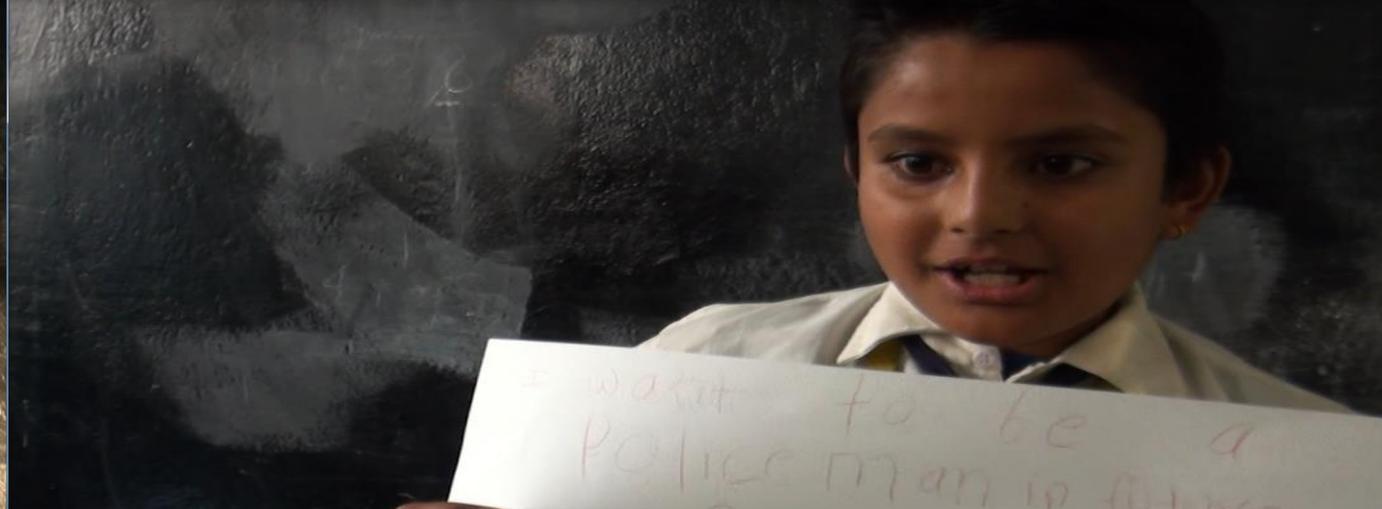
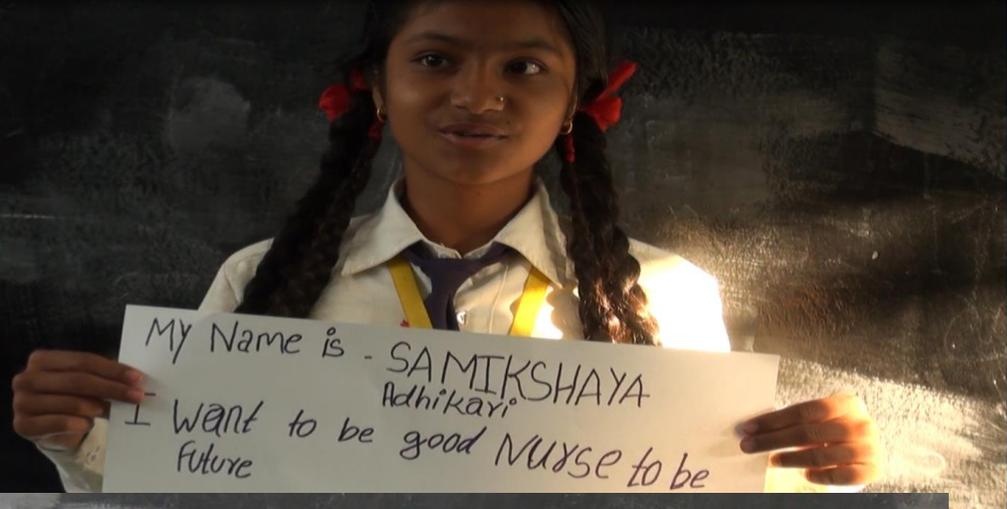
日本でネパールコーヒー市場を開拓するためのプロモーション方法の提案



みんなの Dream を実現させ、
Pride を醸成する



現地調査へ

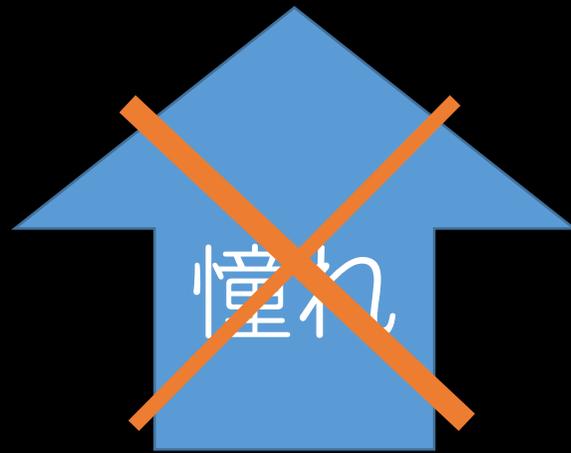


現地の声（親）

- 子供のやりたいことはやってほしいし、サポートしてあげたい
- 親の願望としては家族みんなでコーヒー栽培をやって生計を立てていきたいし、ゆくゆくは息子、娘にコーヒー栽培を受け継いで欲しい
- 子供たちが勉強のために海外に行くのはいいが、出稼ぎのために海外には行って欲しくない

問題

コーヒー栽培農家



子供達

後継者なし

続かない

Dream

現地の声(農家)

- コーヒーに対する安心感がない。売れるかどうかわからないうえ、1回の収穫というリスクが高い
- (コーヒー栽培を) 子供たちに影響を与えるものにしたい
- 技術をもっと発展させて、ネパールコーヒーを自慢できる日がくることを楽しみにしている

問題

- コーヒー栽培農家の方々は自分たちの仕事に自信と誇りを持ちたいと思っている。
- しかし、子供たちに憧れられる仕事ではないし収入も安定していない。また、ネパールの産業としてはまだまだだ。

Pride



みんなの **Dream** を実現させ、
Pride を醸成する



ライオンズクラブ

本プロジェクトを知ってもらい、ネパールコーヒーへの関心を
深めてもらうための
プロモーション方法の提案



日本市場

日本でネパールコーヒー市場を開拓するための
プロモーション方法の提案

Could you make
Nepalese pride with us ?

ライオンズクラブ プロモーションのコンセプト

- コーヒーに携わっている方々の夢を叶えることで、
コーヒーがネパールの代表的な産業となる
- 上記のことが誇りや自信に繋がり、ゆくゆくは
ネパール人が胸をはれるようなものになる
- その第一歩となる夢の実現を一緒に目指そう!!!!

ブースを訪れた人にこうなって欲しい

自分がコーヒーを買う／取り扱うことによって、

自分でも誰かの夢の実現をサポートすることができる

と感じて欲しい。

プロモーションのターゲット

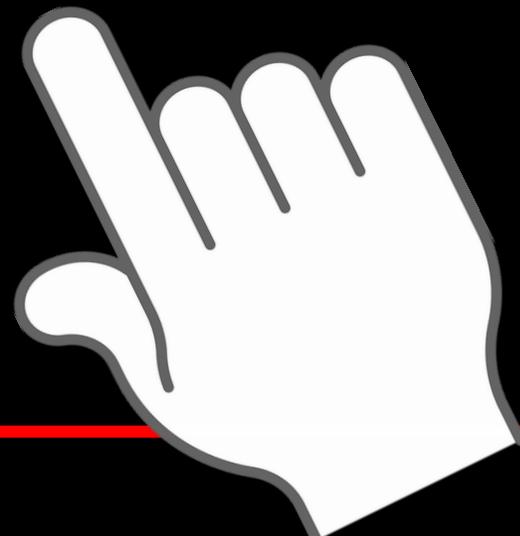
- 社会貢献をしたいが、ハードルが高くて、難しいと考えてる方々
 - 支援とか奉仕活動をやりたいけれど、心理的に大々的な活動を想定し過ぎてしまって、やれない
- 想いはあるが、行動にまで移せていない方は意外と多いのではないか
- コーヒーを購入する／取り扱うことで、行動へと踏みだして欲しい
 - そのことによって、実際に行動する方を多くしていきたい

ライオンズクラブ

本プロジェクトを知ってもらい、ネパールコーヒーへの関心を
深めてもらうための
プロモーション方法の提案

日本市場

日本でネパールコーヒー市場
を開拓するための
プロモーション方法の提案



希少価値

×

オーガニック

稀少価値

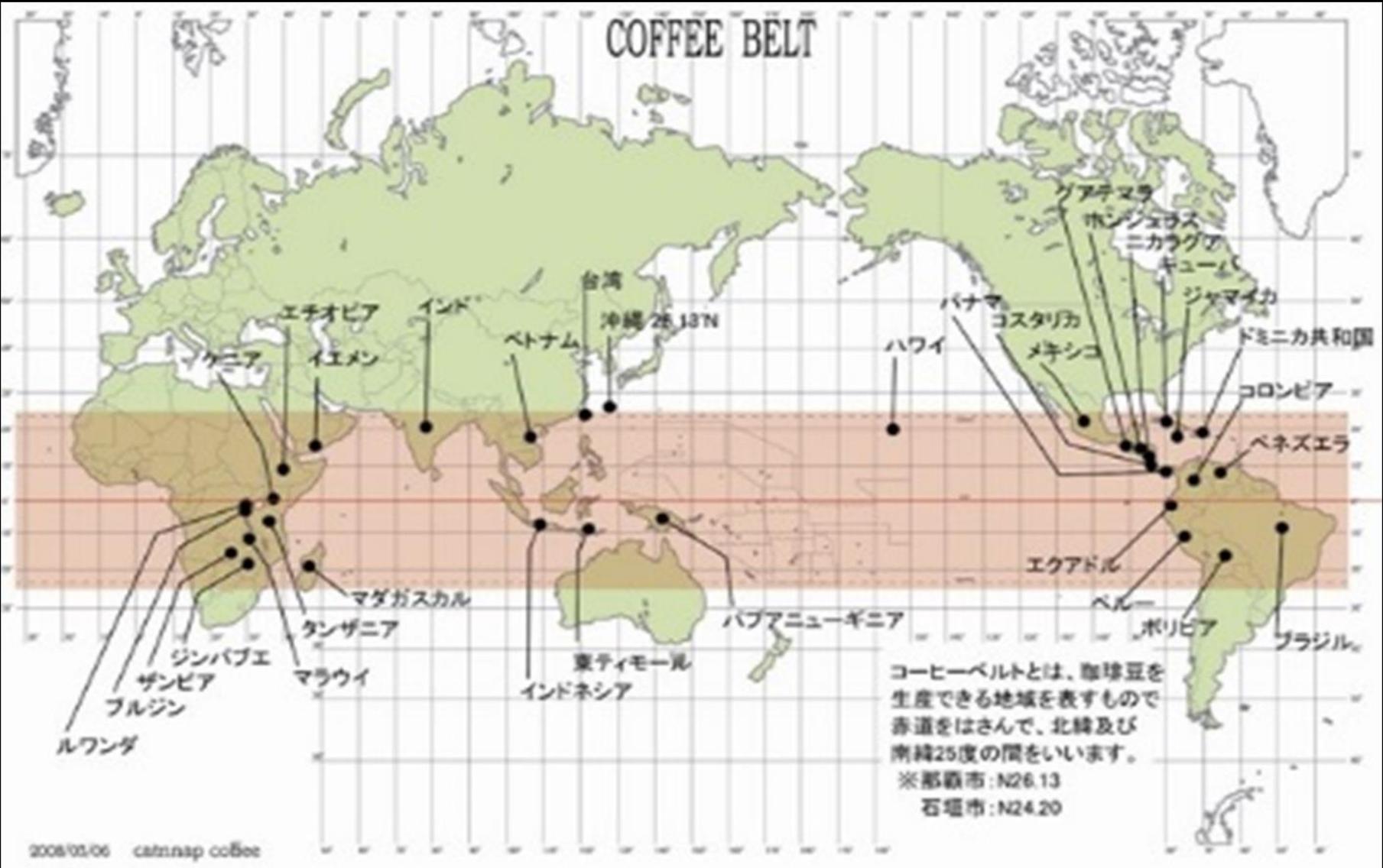
通常は普通は2回の収穫だが...

1回

全工程手作業のコーヒーを飲めるのは

今だけ

COFFEE BELT



オーガニック

ネパールコーヒー

→ 無農薬で栽培している

さらに、現地では

→ 滋養強壮薬としても使われ、
とても身体に良い

日本市場のセールスポイント

- 自然栽培で丁寧に作っている
- 年1回という限られた期間しか体験できない香り・味
- これらを内包した**新しいネーミング**を付ける
- 香り・味につられてお客さんが購入した結果、意図せず、コーヒー農家の方々の夢への実現に参加できる

自然の香り， 夢の味

ターゲット

- コーヒーに手間暇をかけるような、「丁寧な暮らし」をしている方
- 「丁寧な暮らし」とは？
 - 自分自身のひとつひとつの行動やその対象に、愛情をそそぎながら生きる人
- 自分が思わず慈しむ対象を探して、試すこと自体も手間暇をかけることの一環

ターゲットを選んだ理由

- 実際、オープンキャンパスでコーヒーを提供した時も、
コーヒーを飲みなれた人達から好印象だった
- 自然栽培をしているので収穫量が少なく、値段が高い
ーインスタントコーヒーを飲む人達は対象としない

手にとった・見てくれた人にこう感じて欲しい

私が見つけた、自分だけのコーヒー

これをもとにこれから具体案を

創出しようと考えて

ています。

今後の予定

- プロモーションの具体策案の創出
- プロモーションの動画の作成
- ライオンズクラブでのPR活動
- 産学連携シンポジウム（未定）

ご静聴ありがとうございました！

