



# インドの ギフト商品市場

---



# Overview

- インドのギフト産業は、現在の6500万ドルから2024年までに840億ドルに達すると予想されている。
- コーポレートギフトは市場でトップのシェアを占め、全ギフト商品の80%以上を占め、消費者ギフトは20%を占めています。
- 世界の贈与市場は4,750億ドルと推定されており、インドは2024年までに最も強力なマーケットのひとつになると予想されています。





# 成長を牽引する要因

## ミレニアル世代の購買力の向上： -

購買力の向上は、消費者の購買行動の変化にさらに貢献しています。裕福なライフスタイル層の購買ニーズにより、最近では消費者の購買行動が大きく変化しています。今日の人々は、フード系やグリーティングカードのような伝統的な贈り物からはなれて、贈り物をさらに個人的な絆の象徴や象徴に変えるユニークで斬新なカスタマイズされた贈り物のアイデアに向かっています。

## 西洋文化の影響： -

インドのパーソナライズギフト市場の成長に貢献する最も重要な要因の1つです。大手企業や多国籍企業は、ディワリ、クリスマス、新年などのフェスティバルで、従業員のために企業からプレゼントをするという概念を取り入れました。また、母の日、父の日、感謝祭などのような話題のイベントは、インドのパーソナライズされたギフトマーケット全体に大きなブームをもたらしました。今日、顧客はオンラインとオフラインの両方の小売を通じてアイデアを膨らませて、カスタマイズされたギフトを通じてサプライズな瞬間を創り出し永遠の絆となる演出を楽しんでいます。



# 活気づくEコマース産業

---

インドでは10年以上、オンラインショッピング体験が飛躍的に向上しています。

デジタル化、インターネットへのより深い浸透、および物流の効率的かつ円滑な機能の出現は、インドにおけるインターネット取引の成長に貢献してきました。

今日では、Tier 2(人口100万人以上400万人未満の都市)およびTier 3(人口50万人以上100万人未満の都市)の都市からの顧客も全体的な成長に貢献しています。

Eコマースは、競争力のある価格で時間効率が良く、顧客に大きな価値を提供します。



# 簡単な調査 - 消費者行動

What do you plan on buying as gifts? What do you plan on buying for yourself?





# 結論

---

- ▶ インドは多くの人口を有する多様な文化の国です。  
これは日常的に多くの異なる民族のための祭りや交流の機会があることを意味してきました。  
これらの行事にはほとんどの場面で人々は贈り物を交換しあいます。  
実際、贈り物を配るという伝統は、人の人生におけるあらゆる重要な出来事に関係しています。ですから、あなたはあなたの結婚式で、赤ちゃんの誕生時に、あなたの子供が卒業するとき、そしてあなたが昇進したときに贈り物を配ります。私たちの社会的風習は、あなたがそれが何らかの形のプレゼントにおいて大きいか小さいかにかかわらず、あなたがあなたの喜びや達成感を共有することを喜びとしています。
- ▶ 製薬、テレコム、情報技術、金融、保険、ホスピタリティ、メディアのような分野の企業は、受取人とのより個人的で親密感をもたらすプレゼントを、従業員、顧客、企業の仲間などとますます交換するようになっています。  
今日の人々は、プレゼントを贈る前に相手のプロフィールを念頭に置いて、個人的なフィーリングで革新的なアイデアのプレゼントを探し続けているのです。



THANK YOU