

令和8年3月6日

令和7年度 道市連携海外展開推進事業  
(デジタル技術を活用したグローバル市場開拓事業)  
インド市場販路開拓業務

※freepick

<概要報告書>

## 01 事業目的と成果

## (1) 本事業の目的

・本事業の目的: 中長期的な インド市場の販路開拓

- ①セミナーによるインド市場への理解促進  
②現地でのプロモーション実施による道産食品の認知度向上

## ①インドビジネスセミナーの実施

②BtoB向け現地プロモーション  
Hokkaido Culinary Receptionの実施③BtoC向け現地プロモーション  
Gypsy Travel Festivalへの出展

## 01 事業目的と成果

## (2) 成果報告

## 本事業の目標

中長期的なインド市場の販路開拓

## ①事前セミナー

【参加者】  
北海道内食関連事業者  
50名

## ②現地プロモーション

【参加者】  
BtoB 20~30名  
BtoC 200名

## 結果

## ①事前セミナー

1部セミナー:北海道内事業者:56名

2部セミナー:北海道内事業者:66名

合計:延べ122名

## ②現地プロモーション

BtoBイベント参加者:34名

BtoCイベント参加者:636名

## 02 | セミナーの実施

## (1) インドビジネスセミナーの実施

食品を中心としたインド市場に興味関心のある道内企業に対し、有望かつ新たな販路拡大先として、世界最大の人口を有し、近年経済成長が著しいインド市場の基本情報や現地のトレンドについてのセミナーを2部制で実施。

1部は「食産業」、2部は「人材と観光」というテーマを設定。今後、具体的にインドでのビジネス展開を考える方から、「インド市場」に関心がありインドとの繋がりを得たい方まで幅広く参加。以下その内容を報告する。

## ◆実施結果

タイトル	インドビジネスセミナー (食産業のチャンスと人材・観光交流の可能性)
実施時間	1部: 2025年9月8日(月) 10:30~12:00 2部: 2025年9月8日(月) 14:00~15:30
開催場所	北海道庁赤れんが庁舎 2階 赤レンガホール A (北海道札幌市中央区北3条西6丁目)
参加対象	インド市場に興味関心のある道内企業及び関係者 延べ122名参加



## 03 BtoB向けプロモーションの実施

## (1) 実施概要 ～ BtoB向けプロモーションの実施

北海道・札幌の魅力を広めるために、在ムンバイ日本国総領事館にて「Hokkaido Culinary Reception」を実施。北海道の食事業者にも参加いただき、北海道・札幌市の食を現地のレストランシェフ等に広く周知を実施。以下その内容を報告する。

イベント名	Hokkaido Culinary Reception
時期	2026年1月15日(木) 14:00～16:00
場所	在ムンバイ日本国総領事館
参加者	インド在住の食品事業者及びそれに関わる事業者または関係者
参加人数	34名
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在外公館料理人との事前調整の上、北海道産食材を用いた特別メニューを開発・提供。試食会では、参加事業者による食材や自社製品のプレゼンを行い、道産品の付加価値を直接訴求。</li> <li>・後半の歓談時間は、バイキング形式による加工食品の展示・試食と観光PRブースの展開を並行し、食と観光の両面から多角的なPRを実施。</li> <li>・参加希望事業者公募を行い、2026年1月12日～17日までインド渡航支援と現地アテンドを実施。</li> </ul>

## ◆使用したプレゼン資料(一部抜粋)



## ◆当日の様子



## (2) メディア報道

## ◆メディア報道

- ・ イベント開催後、現地メディア 6社にて本イベントについて記事化(総領事館より)され、北海道のブランドイメージ向上ならびに潜在的なビジネス需要の創出にも繋げることができた。

**Economic Times (オンライン) 2026年1月16日**

<https://government.economictimes.indiatimes.com/news/economy/strengthening-india-japan-ties-maharashtra-and-hokkaido-dialogue/126565561>

**Asian Community News(オンライン) 2026年1月17日**

<https://www.asiancommunitynews.com/from-hokkaido-to-mumbai-japans-premium-food-basket-converts-indias-gourmet-boom/>

**Economic Times(オンライン) 2026年1月19日**

<https://government.economictimes.indiatimes.com/news/economy/hokkaido-culinary-reception-in-mumbai-a-taste-of-japans-rich-food-culture/126672466>

**Times of India(オンライン) 2026年1月20日**

<https://timesofindia.indiatimes.com/city/mumbai/hokkaido-and-maharashtra-to-boost-human-resource-exchange/articleshow/126777565.cms>

**Mr. Milind Hardas, LinkedIn & Instagram**

[https://www.linkedin.com/posts/milind-hardas\\_protocolchronicles-hokkaidoculinaryreception-activity-7418144932520980480-xDEt](https://www.linkedin.com/posts/milind-hardas_protocolchronicles-hokkaidoculinaryreception-activity-7418144932520980480-xDEt)

<https://www.instagram.com/reel/DTmQQ05CKYO/>

**Free Press Journal(オンライン) 2026年1月29日**

<https://www.freepressjournal.in/lifestyle/snowboarding-hot-springs-seafood-top-reasons-why-hokkaido-in-japan-should-be-on-your-2026-travel-bucket-list>

## 04 BtoC向けプロモーションの実施

## (1) 実施概要 ～ BtoC向けプロモーションの実施

下記イベントにて旅行販促と掛け合わせた道産品のプロモーションを実施。  
紙媒体のパンフレットとQRコードを活用した電子媒体を用意し、参加者がより気軽に道産品情報をPRできるような活動を実施。

イベント名	The Gypsy Travel Festival
時期	2026年2月7日～8日（土、日）
場所	ムンバイ市内 高級ショッピングモール Jio World Drive
参加者	旅行・食品事業者およびモール来訪者（ムンバイ在住の 20～40代、旅・文化・食への感度が高い層）
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>インドの旅行専門広告代理店「BRANDit」主催の旅行体験型イベントにて、北海道食品と映画「Ek Din」を掛け合わせた顧客体験を演出するブースを出展。</li> <li>札幌市およびANAムンバイ支店がステージ時間（15分）に登壇し、来場者に直接、札幌の魅力についてプレゼン実施。</li> </ul>

## ◆北海道・札幌市ブース内実施詳細

## ▶▶▶ 喫食機会の創出

●後述にあるガラポン大会の景品として北海道産の菓子類をプレゼントし、道産品の喫食機会を創出。

## ▶▶▶ 観光PRを兼ねたガラポン大会

●VisitSapporo Instagramフォロー及びANAダイレクトメール登録を参加条件（1回）としてガラポン大会を実施。玉の色に応じて、北海道の食品や、札幌市のノベルティを用意し北海道の魅力をPRするとともに、ムンバイ⇄北海道無料往復航空券や特別グッズを用意することで多くの誘客に成功。



## ▶▶▶ フォトスペースの設置

●参加者が北海道ブースのEk Dinビジュアルと写真を撮ることが出来るスペースと北海道をデザインした手旗を用意し、北海道と映画のPRを同時に実施。



## 04 BtoC向けプロモーションの実施

## (2) 当日の様子

## ◆当日の様子



## ◆実施結果

- ・ムンバイ市内高級ショッピングモール「Jio World Drive」で「The Gypsy Travel Festival」に出展した。
- ・旅行や食、文化に高い関心を持つ来場者層を対象に、北海道産食品や観光の魅力を体験できる企画を展開。
- ・映画「Ek Din」と連携した観光PRに加え、道産菓子類や札幌行き無料往復航空券を景品としたガラポン大会を実施。他出展者と比較しても独自性の高い取組となり、多くの来場者の関心を集めることができ、効果的にPR活動が実施できた。
- ・フォトスペースの設置により、北海道や映画のビジュアルと写真撮影を楽しめる体験型イベントが好評。
- ・BtoCイベントの成功により、北海道の食と観光がインドの消費者層へ浸透する契機となった。
- ・メインステージでは、札幌市が登壇。来場者へ直接、本道の観光資源と食の魅力を発信できた。

## 05 総括

### (1) インドビジネスセミナー

インドビジネスセミナーは北海道庁赤れんが庁舎で開催され、延べ 122名が参加した。食品事業者、観光・商工・金融関係者など幅広い業種が集まり、多様な視点から意見交換が行われた。講師による現地事情や具体的なビジネス経験談は、参加者のインド市場に対する理解を深める内容となった。

インド市場が北海道事業者の輸出先候補として認知され、グローバル展開に向けて非常にポジティブな成果となった。

### (2) BtoB向けプロモーション

在ムンバイ日本国総領事館で「Hokkaido Culinary Reception」を開催し、現地レストランシェフやインポーター、メディア関係者など 34名が参加した。

北海道産食材を使用した特別メニューの試食や道産食品のプレゼンテーションを実施した。

歓談時間では道産加工食品の展示・試食を実施し、観光 PRブースも併設した。

多くの参加者が北海道食品に強い関心を示し、輸入の可能性を積極的に検討する姿勢が見られた。

現地メディア6社による報道があり、北海道のブランドイメージ向上やビジネス需要の創出にも繋がった。

道内事業者が現地バイヤーと直接商談することで販路開拓の実効性が高まり、認知度向上とネットワーク形成が進展した。

### (3) BtoC向けプロモーション

ムンバイ市内高級ショッピングモール「Jio World Drive」で「The Gypsy Travel Festival」に出展し、636名が北海道・札幌市ブースを訪れた。

旅行や食、文化に高い関心を持つ来場者層を対象に、北海道産食品や観光の魅力を体験できる企画を展開した。

映画「Ek Din」と連携した観光 PRやガラポン大会、フォトスペースの設置など体験型の取り組みが好評となった。

紙・電子媒体による情報発信が効果的に機能した。

### (4) 全体総括

セミナー・BtoB・BtoCの各イベントを通じて、北海道の食と観光の魅力をインド市場に発信することができた。

事業者のネットワークが広がり、現地での商談や情報収集によって販路開拓の実効性が高まった。

インドの消費者・バイヤーから北海道産品への高い評価と関心が得られ、グローバル展開に向けて大きな一歩となる成果を上げることができた。

メディア報道や SNS 発信による認知度向上も実現し、北海道ブランドの価値向上と新たなビジネスチャンスの創出に繋がった。

今後は現地ニーズへの更なる対応や継続的な関係構築を進め、北海道のグローバル市場展開の加速が期待される。

今回の取り組みにより、北海道がインド市場において存在感を高め、地域経済の発展に寄与する大変ポジティブな結果となった。