

インド日本食品消費動向調査

2013年2月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部

ムンバイ事務所

はじめに

近年経済成長の著しいインドは、都市部を中心に食の多様化が進んでおりイタリア料理、インド風中華料理の人気の高い。

インドにおける日本料理のイメージは依然として「高価」であり、現状は、海外経験のあるインド人富裕層が好むおしゃれな海外料理という位置づけで、日本食の現地消費者への浸透はこれからという印象が強い。

本レポートでは、インドにおける今後の日本食普及と日本産食品の輸出の可能性を検討するため、インドにおける日本産食品輸入の現状、消費者の食文化や食全般のトレンド、小売、外食産業の現状といった輸出に必要な市場の基礎情報をまとめた。

調査結果が今後の当該市場への日本産食品の輸出拡大の一助となれば幸いである。

日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産・食品部
ムンバイ事務所

【免責事項】

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえ、ジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

アンケート返送先 FAX：03-3582-7378

e-mail：AFC@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 農林水産・食品調査課宛

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：インド日本食品消費動向調査

インド日本食品消費動向調査報告書をお読みいただいた後、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書で提供させていただきました「インド日本食品消費動向調査」について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問2：本調査をご覧になり、実際にビジネスにつながった例がありましたらご記入ください。

--

■質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

--

■ご所属をご記入ください。

【必須】 <input type="checkbox"/> 大企業 <input type="checkbox"/> 中小企業 <input type="checkbox"/> その他	御社・団体名（任意）	
	部署名（任意）	
	※質問3をお答えいただいた方は、ジェトロからお話をお伺いする場合がございますので、ご連絡差し上げてもよろしい場合、以下の欄もご記入ください。（任意）	
	ふりがな	
	お名前	
	お電話番号	メールアドレス

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針（<http://www.jetro.go.jp/privacy/>）に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～

インド日本食消費動向調査

目次

1. 日本食品輸入の現状	9
(1) 日印貿易と日本食輸入の現状	9
●日印貿易概要	9
●日本食品輸入の現状	9
●現地紙データおよび政府データ	9
(2) 主要日本産食品の輸入額の推移	10
●主要食品別対日輸入 単位：10 万ルピー	10
(3) [参考]輸入食材関連データ	15
●インドの主要な輸入食品	15
●インドの菓子類、青果加工食品、その他加工食品の輸入状況	16
2. 消費者の食文化や食全般のトレンド	17
(1) 現地消費者の食に対する意識	17
●宗教的な背景が基本となるインドの食文化	17
●ベジタリアンの割合	17
●地域による違い	19
●インド人の味覚	19
(2) 食全般のトレンド	21
●健康志向の高まり	21
●健康に配慮した食品の普及	22
●ファッショナブルなイタリア料理	22
●中華料理はインド風アレンジされ広く普及	23
(3) 日本食品、日本食レストランのトレンド	23
●富裕層が好むおしゃれな海外料理	23
(4) 日本食品の購入者、日本食レストランの利用者の実態	26
●日本食品小売店、日本食レストランを利用するインド人の客層	26
●最近インド人の中で流行っている日本食材	26
●最近インド人の中で流行っている日本料理	26
●日本食に対するインド人のイメージ	27
●最近インド人の中で流行っている海外料理	27
3. 小売店の状況	28
(1) インドの小売業の仕組み	28

●モダンリテールの例	29
●キラーナーの例	30
(2) 日本産食品を取り扱う主要な小売店・百貨店.....	31
●大手小売りチェーンのリスト（デリー、ムンバイ、チェンナイ、バンガロール）	31
●独立店舗リスト（デリー、ムンバイ、チェンナイ、バンガロール）	34
(3) 日本産食品取扱い小売店の概要（商流、取扱商品などについて）	35
●店舗①YAMATO-YA	35
●店舗②TAIGA Resorts India Private Limited.....	38
●店舗③Maido Enterprises Pvt. Ltd	41
●店舗④Osaka Foods Store	44
(4) 競合品、類似品の成功事例分析.....	46
●イタリア食材	46
●韓国・中国食材	46
●アセアン諸国からの日本食材類似品の流入.....	46
4. 外食産業の現状	47
(1) 現地の日本食レストラン.....	47
●デリーの日本食レストラン	47
●ムンバイの日本食レストラン.....	49
●チェンナイの日本食レストラン.....	49
●バンガロールの日本食レストラン.....	50
(2) 日本食レストランの現地での取り組み.....	51
●店舗①IZAKAYA	51
●店舗②Oasis	53
●店舗③大吉	55
●店舗④EEST	56
●店舗⑤Sushi & More	58
●店舗⑥Miyabi	61
●店舗⑦Edo Japanese Restaurant & Bar.....	62
(3) 現地で浸透している外国レストランまたは外食チェーンの成功要因.....	64
●ファストフードチェーン	64
●カフェチェーン	64
●イタリア料理	65
●中華料理	66

1. 日本食品輸入の現状

(1) 日印貿易と日本食輸入の現状

●日印貿易概要

日本とインドの国交は1952年から2012年で60周年を迎える。2011年2月には両国間で貿易・投資を自由化する包括的経済連携協定（日・インド包括的経済連携協定）締結、同年8月に正式に発効となった。日本からの輸入額は2008年の時点で79億ドル(*1)、2011年度には126億ドルに達しており、2014年度までに250億ドルに達すると見られている(*2)。インドの全輸入額に占める日本の割合は他国に比べて低い、今後両国間の経済的、技術的協力が積極的に推し進められ、その貿易量も増加すると見られている。

出典：

(*1) 『インド経済の基礎知識（第2版）』（椎野幸平 著）ジェトロ、2009年

(*2) インド商工省商業局ウェブサイト内”India and WTO Newsletter, August-Septemebr, 2011 Vol. :3”

http://www.commerce.nic.in/publications/india_wto_newsletter.asp?link=newsletter_Aug_Sept_2011.htm&id=

●日本食品輸入の現状

現地紙の報道（2011年3月24日付）および政府データによれば、2009年の日本からの輸入額は約67億ドル、このうち目立った食品輸入額は、菓子類（Sugar Confectionery）が約55万ドル、水産物および加工品（Fish and Fish Preparations）が約49万ドル、アルコールを含む飲料（Beverages and Spirits）は約15万ドルなどとなっている。また、現地紙の情報によれば青果物加工品（Fruit and Vegeable Preparations）が24万ドルだという。

●現地紙データおよび政府データ

品目	政府データ	現地紙データ
菓子類（Sugar Confectionery）	約2632万ルピー （約55万ドル）	約55万ドル
水産物および加工品 （Fish and Fish Preparations）	約2333万ルピー （約49万ドル）	約49万ドル
青果物加工品 （Fruit and Vegeable Preparations）	NA	約24万ドル
アルコールを含む飲料（Beverages and Spirits）	約684万ルピー （約14万ドル）	約15万ドル

2009年4月から2010年3月までの為替レートは、1ドル＝約45～50ルピーの間で推移。表中の政府データ、ドル表記は1ドル＝48ルピー換算、レート出典：<http://www.oanda.com/lang/ja/currency/historical-rates/>

データ出典：

2011年3月24日付 Times of India (現地主要英字新聞)

http://articles.timesofindia.indiatimes.com/2011-03-24/india/29182312_1_food-imports-food-its-ems-radiation-check

インド商工省商業局データベースより。年次は当該年の4月～翌年3月までを指す。

(2) 主要日本産食品の輸入額の推移

日本からの輸入食材は下記の表のとおり、ここ数年全般的に増加している。過去5年間で2倍以上となった品目もある。たとえば魚介類(生食・冷凍)は96%増加、調味料(おそらく醤油・味噌を含む)は111%増加している。

下表はインド商工省商業局のデータから、主要な日本食材と思われるデータをピックアップし、輸入額の多い順に並べ替えた。品目はHSコードで定められており、具体的な品目は明らかにされなかった。品目は政府データに記載された英文に、日本語で推測される品目をできる限り挿入した。

●主要食品別対日輸入

単位：10万ルピー

出典：インド商工省商業局データベースより。年次は当該年の4月～翌年3月までを指す。

HSコード	品目	2006 -2007	2007 -2008	2008 -2009	2009 -2010	2010 -2011
3026990	魚介類(生食・冷蔵) FISH FRESH OR CHILED	121.68	181.87	165.68	198.35	238.71
17	砂糖・菓子類 SUGARS AND SUGAR CONFECTIONERY	N/A	20.78	129.59	263.19	179.5
2103	各種調味料(醤油・味噌を含むと思われる) SAUCES AND PREPARATIONS THEREFOR, MIXED CONDIMENTS AND MIXED SEASONINGS; MUSTARD FLOUR AND MEAL AND PREPARED MUSTARD	74.99	88.65	107.33	137.29	158.01
15162039	水添ひまし油 OTHR HYDROGNTD CASTOR OIL(OPL WAX)	N/A	N/A	N/A	0.46	54.91
2208	アルコール類(日本)	N/A	0.13	6.78	0.25	54.43

	酒、ビールを含むと思 われる) ALCOHAL					
7	野菜 (根菜類・茎菜含 む) EDIBLE VEGETABLES AND CERTAIN ROOTS AND TUBERS	N/A	21.79	29.42	5.64	36.39
1902	麺類 (料理済も含む) PASTA, WHETHER OR NOT COOKED OR STUFFED	N/A	15.54	14.37	14.88	35.91
4090000	蜂蜜 NATURAL HONEY	N/A	N/A	N/A	N/A	35.01
2209	酢と関連製品 VINEGAR AND SUBSTITUTES	N/A	5.54	5.15	10.14	29.17
7133100	各種豆類 BEANS OF THE SPP VIGNA MUNGO, HEPPER OR VIGNA RADIATA, WILCZEK DRIED & SHLD	N/A	N/A	N/A	N/A	26.52
3049900	その他魚肉・フィレ (生・冷蔵・冷凍フィ レ除く) OTHER FISH FILET & FISH MEAT EXCL. FRESH OR CHILLED, FROZEN FILETS	N/A	N/A	6.98	25.65	17.26
1704	菓子類 (ホワイトチョコ コレート含む、ココア は含まない) SUGR CNFCTNRY (INCL WHITE CHCLT) WTHOT COCOA	N/A	10.09	19.19	4.64	14.98
15159099	植物性油 OTHER FXD VEG FATS &	N/A	N/A	N/A	7.84	11.02

	OIL & THEIR FRACTIONS					
8081000	リンゴ APPLES FRESH	N/A	N/A	N/A	N/A	10.33
121220	海苔その他海藻 SEAWEEDS AND OTHER ALGAE	1.19	7.58	4.38	5.33	8.44
7114000	キュウリ加工品 CUCUMBERS & GHERKINS PROVISIONALLY PRESERVED	N/A	0.25	N/A	0.16	6.3
3034900	生・冷凍以外のマグロ (加工品と思われる) OTHER TUNAS EXCL LIVRS & ROES FROZN	N/A	N/A	6.89	7.98	5.2
15079010	食用大豆油 SOYA BEAN OIL OF EDIBLE GRADE	N/A	N/A	N/A	N/A	4.98
12010090	その他大豆 OTHER SOYA BEANS W/N BROKEN	N/A	3.35	9.85	N/A	3.65
2009	果物・野菜ジュース FRUIT JUICES (INCL GRAPES MUST)/ VEGETABLE JUICE UNFRMNTED & NOT WITH ADDED SPIRT, W/N SWEETENED	1.24	0.6	1.65	0.77	3.27
11010000	小麦粉及びメスリン 粉 WHEAT OR MESLIN FLOUR	N/A	N/A	1.25	2.33	2.48
11029000	その他穀粉 OTHER CEREAL FLOUR	0.13	0.21	0.01	0.31	2.44
9024090	その他茶葉 (紅茶かあ るいはほうじ茶) OTHER BLACK TEA	0.18	0.56	N/A	0.2	1.68
15153090	ひまし油 CASTOR OIL & ITS	0.16	N/A	N/A	1.72	1.08

	FRACTIONS OTHER THAN EDIBLE GRADE					
3072100	ホタテ貝 (生・冷蔵) SCALOPS CHLAMYS LIVE FRESH/CHILLED	N/A	N/A	0.83	0.44	1.05
9021090	緑茶 GREEN TEA	0.15	0.79	0.36	0.85	0.97
17049010	ゼリー (菓子) JELLY CONFECTIONERY	N/A	0.04	N/A	0.17	0.92
11081300	ポテトスターチ STARCH OF POTATO	0.16	0.38	5	0.32	0.8
11051000	ジャガイモ製品 FLOUR & MEAL OF POTATOES	N/A	0.58	5.08	3.43	0.64
11063090	その他食用粉類 FLOUR, MEAL & POWDER OF OTHER FRUITS	N/A	N/A	N/A	N/A	0.59
15155091	ごま油 SESAME OIL & ITS FRACTIONS OTHER THAN CRUDE OF EDIBLE GRADE	0.17	N/A	N/A	N/A	0.38
15155099	ごま油 (食用に適さないもの) SESAME OIL & ITS FRACTIONS OTHER THAN CRUDE EXCLDNG EDIBLE GRADE	0.13	N/A	N/A	1.11	0.36
2003	マッシュルーム、トリ ュフ加工品 (おそらく シイタケなど含む) MUSHROOMS AND TRUFFLES, PREPARED OR PRESERVED OTHERWISE THAN BY VINEGAR OR ACETIC ACID	N/A	N/A	0.14	0.48	0.33
3061319	冷凍エビ	N/A	0.16	0.36	0.2	0.3

	SHRIMP FROZEN					
3061400	冷凍カニ CRABS FROZEN	N/A	352.36	0.07	0.12	0.28
9024040	ティーバッグ TEA BAGS	0.13	0.07	N/A	N/A	0.26
3075900	タコ OCTOPUS	N/A	0.04	0.35	0.1	0.18
11081200	コーンスターチ STARCH OF MAIZE (CORN)	0.79	1.19	1.29	0.5	0.17
813	果物 FRUITS	N/A	0.2	0.29	N/A	0.16
3074120	イカ (生・冷蔵) SQUIDS LIVE FRESH/CHILLED	N/A	N/A	0.54	0.4	N/A
7095100	マッシュルーム、トリ ュフ (生・冷蔵、おそ らくシイタケなど含 む) MUSHROOMS FRESH OR CHILLED	N/A	0.66	0.27	0.05	N/A
12022010	ピーナッツ (皮付) SHELLED GROUNDNUTS KERNEL H. P. S	N/A	N/A	N/A	10.07	N/A
10063090	米 (バスマティ米、調 理済米を除く) RICE EXCPTG PARBOILED (EXCL BASMATI RICE)	N/A	N/A	3.53	9.66	N/A

(3) [参考]輸入食材関連データ

●インドの主要な輸入食品

・主に欧州向けにインド市場のマーケティングリサーチを提供する Eurobrands は、インドの主要輸入食品をまとめている（2011年6月14日付）。この記事によるとインドの主な輸入食品は以下の通り。総じて加工食品の輸入が少ないと分析している。

第1位：砂糖と菓子類 (Sugars and sugar confectionery) 輸入総額は約10億ドル。主な相手国はブラジル、タイ、グアテマラ、スペインなど。砂糖の輸入が主。
第2位：乾燥野菜 (Dried Vegetables) 輸入総額は約8億ドル。インドは青果物生産量で世界トップクラスであるにもかかわらず、乾燥野菜については輸入量が多い。主な品目はエンドウ豆、レンズ豆などインドの豆のカレーに使われるものが大半を占める。主な輸出国はカナダ、米国、オーストラリア。
第3位：果物 輸入総額は約7億ドル。主にナッツ、リンゴ、ナツメヤシなどで、米国からは主にリンゴ、コートジボワールとベニンからはカシューナッツ、アフガニスタンからナツメヤシを輸入している。
第4位：コーヒー、紅茶、香辛料 スリランカ、インドネシア、ネパール、中国など隣国からの輸入が主。
第5位：乳製品、卵、蜂蜜 輸入総額は1億8,000万ドル。主な相手国はオーストラリア、ニュージーランド。
第6位：シリアル：9,000万ドル
第7位：青果加工品：8,000万ドル（果汁飲料含む）
その他輸入量が多い品目 ・ワイン：2010年時点で2,800万ドル、2009年の1,600万ドルから飛躍的に上昇。 ・ビール：2010年時点で400万ドル ・パスタ：2010年時点で1300万ドル、年率30%で急増している。

出典：<http://www.eurobrandsindia.com/blog/2011/06/14/what-food-india-imports/>

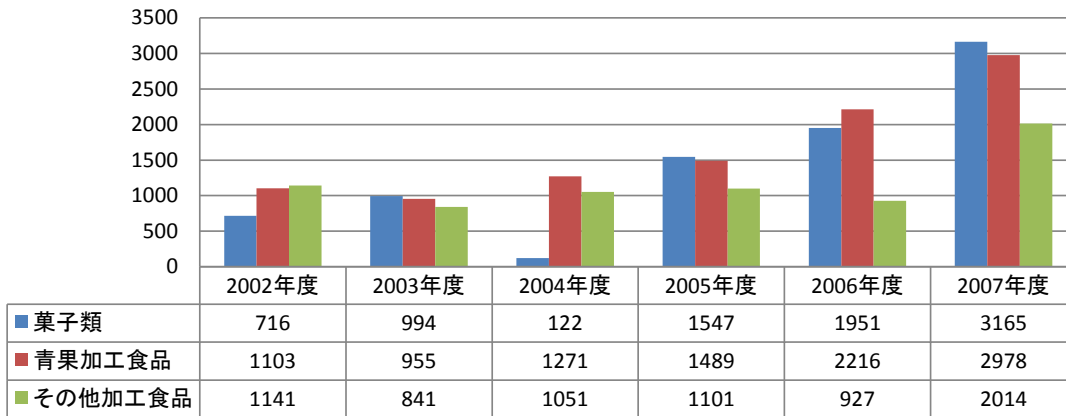
・またオリーブオイルに特化した情報ポータルサイト Olive Oil Times（2011年4月27日付）によると、インドのオリーブオイル輸入量は2009年の2,617トンから2010年には4,187トンとなっている。主な相手国はスペインとイタリアで全体の90%、次いでトルコ（5%）、ポルトガルなどが続く。インドではオリーブオイルが健康に良いという意識が高まっており、年率60%で需要が急増しているという。

出典：<http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/india-olive-oil-imports-surge/15052>

●インドの菓子類、青果加工食品、その他加工食品の輸入状況

・オーストラリアの政府機関（Western Australian Agriculture Authority）が 2009 年にまとめたレポートによると、菓子類、青果加工食品、その他加工食品の輸入総額は以下の通り。

インドの主要輸入食品推移(単位:万ドル)



菓子類の輸入総額は 2007 年度で 3,165 万ドル、主な相手国は中国、シンガポール、アラブ首長国連邦、マレーシア、英国、スイスなど。このうち中国が全体の 53%を占める。インドで普及している主な輸入菓子類のブランドは Toblerone、Snickers、Lindt、Mars、Bounty など。

青果加工食品の輸入総額は 2007 年度で 2,978 万ドル。内訳は果汁飲料が 1,683 万ドル、ソースが 1,140 万ドル、ジャムが 155 万ドルとなっている。輸入されるソースは、ケチャップなどトマトベースのソースを中心に、唐辛子、大豆、にんにくベースのソース、またパスタソースなど。小売店を通じた販売のほかに、ホテル、レストランなどによる需要も高い。輸入ソースブランドは Heinz、Tabasco、Remia、Barilla、Prego など。

その他加工食品の輸入総額は 2007 年度で 2,014 万ドル。内訳はパスタが 850 万ドル、蜂蜜が 290 万ドル、オリーブオイルが 872 万ドルの 3 品目となっている。パスタは主にイタリアなど欧州諸国からの輸入が多い。また蜂蜜は 2005 年度の 50 万ドルから飛躍的に増加している。輸入オリーブオイルの主なブランドは Figaro、Leonardo など。

出典：

http://www.agric.wa.gov.au/objtwr/imported_assets/content/amt/wato_report_india_markets_opps_may09.pdf

2. 消費者の食文化や食全般のトレンド

(1) 現地消費者の食に対する意識

●宗教的背景が基本となるインドの食文化

インド人の食の意識を理解するうえで、宗教の影響を無視することはできない。人口の8割を占めるヒンズー教徒の間では基本的に菜食が理想とされているが、鶏肉と羊肉（マトン）は食べてもよいとされている。神聖な動物である牛の肉を食べないことはよく知られている。また人口の1%にも満たないジャイナ教徒や仏教徒の間でも不殺生と菜食の教えがあり、大半の人が心情的にベジタリアンであることを理想と考えている。

一方でムガル王朝が長く続いた歴史があるインドでは、人口の1割強を占め、ヒンズー教徒の次に人口の多いイスラム教徒の間で、同王朝時代から続く肉料理を食す文化を育てており、他の宗教の肉食文化にも深く影響を与えている。また彼らの間では豚を食べることが禁じられている一方、水牛などを食している人たちがいる。

このようにインドでは、その大半が菜食主義を理想と考えながらも、肉料理の文化の影響も強く受けるという相反する食文化を混在させている。このためレストランのメニューや食品には必ずベジタリアン向けか、ノンベジタリアン向けかの表示があり、はっきりと区別されている。



インドのピザチェーン店のメニュー。上段緑色のメニューがベジタリアン向け、下段赤色のメニューがノンベジタリアン向けとなっている。

●ベジタリアンの割合

インドの主要英字新聞である The Hindu と CNN-IBN が 2006 年 8 月に行った調査結果によると、卵も食さない純粋なベジタリアンは全体の 31%、肉は食べないが卵を食べるベジタリアンは 9%、ノンベジタリアンは 60%となっている。

ノンベジタリアンが 6 割をといる結果となっているが、内情はかなり複雑である。前述の通り、ベジタリアンであることを理想としながら肉食をする人も多く、普段は肉食ではないが、特別な日には肉を食べるといふ人や、普段肉食をする人が、宗教的な行事の日や宗教的に肉食をすべきでないといふ曜日には肉食を控える場合などもある。また家族の中でも妻はベジタリアンだが、夫とその子供はノンベジタリアンであるなど、両方が混在する家族もある。

一方で近年では富裕層を中心にベジタリアンであることを好む人が増えているといわれている。その理由としては、古い価値観に立ち返ろうとするのではなく、経済発展が続き、海外の価値観も流入する中で、人々の間で健康志向が強まっていることが原因だと見られている。

ベジタリアンとノンベジタリアンの割合

ベジタリアン	31%
卵を食べるベジタリアン	9%
ノンベジタリアン	60%

出典：2006年8月発表 The Hindu - CNN-IBN 国勢調査

●地域による違い



インドの食文化は地域による違いもある。特に北インドと南インドの違いが大きい。北インドはイスラム王朝であるムガル帝国が長く栄えた歴史がある。このため北インドの食事は、ムグライ料理（ムガル宮廷料理）の影響を強く受けており、小麦粉をベースとしたチャパティやナンを主食とし、チキンやマトンをベースにしたカレーが多い。

一方南インドの主食は米で、沿岸部では魚を食べる人も多い。

特に東インドでは北インドの食文化の影響が強いが、国境を接するチベットなど中華系の食文化の影響も強い。また西インドは北インド、南インド両方を踏襲した独特の食文化を持つ。また東部西部共に沿岸地域では魚介類を食べる人も多い。

北インド	<ul style="list-style-type: none"> 小麦の産地であるため、主食は小麦。 油をふんだんに使って炒めたり、揚げた料理が特徴。 肉料理は、ムグライ料理（ムガル宮廷料理）の影響を受けている。
西インド	<ul style="list-style-type: none"> 西インド内に多様な料理が存在している。 多くの料理が、蒸したりローストしたりする調理法で、消化によい。 砂漠地帯では野菜の収穫が少なく、スパイシーなピクルスなどが有名。 グジャラート料理は、隠し味に砂糖を使う傾向がある。
南インド	<ul style="list-style-type: none"> 主食は米。 脂質・油分が少なく、蒸したり、さっと揚げたりする調理法が多い。 あっさりしていて、消化によい。 料理の香りづけとして、ココナッツ・ココナッツオイルを多用。 スパイス類が豊富。
東インド	<ul style="list-style-type: none"> 主食は米。 マスタードオイルを日常的に使う。

●インド人の味覚

インド人の味覚を総称すれば、「スパイスのパンチが効いたはっきりした味」、「こってり濃厚な味を好

む」ということがいえる。どのようなメニューにおいても日本人に比べて「濃い」味が好まれる。それは日々食べるカレーからスナック、スイーツ、飲み物（ミルクティーなど）に至るまで一貫している。以下に簡単にインド料理の特徴をまとめた。



スパイスを多く使う

インドの料理は基本的に多種のスパイスと油を使って肉・野菜を煮たり、炒めたりする料理が多い。一般にカレーと呼ばれるものは、多くの場合ショウガとニンニクをまず炒め、そこに野菜や肉を加えてしばらく煮込んだものだ。塩もしっかり効かせてある。多く使われるスパイスはターメリック、コリアンダー、黒コショウなど。また唐辛子も欠かせないスパイスの一つで、辛さも違う様々な種類の唐辛子が用途に応じて使われる。またタンドリーチキンのように、肉にスパイスなどを混ぜたペーストを塗り付け、それを炉で焼くものなどもある。また南部では北部に比べ使う唐辛子の量が多いことや、ココナッツを使った味付けが多いのも特徴だ。

豆が多く、野菜は日本で見かけるものも多い

使われる食材としてはまず豆類が挙げられる。特にヒヨコ豆、グリーンピースなどが挙げられるが、ほかにもたくさんの種類の豆を使ったカレーがある。

また大豆を使ったカレー料理や、豆乳、また大豆を原料とした植物性タンパク質の食材（日本でいう高野豆腐のように、汁気をよく吸うもので、ベジタリアンのカレーなどに入れられる）などが親しまれている。

使われる野菜はジャガイモ、玉ねぎ、トマト、人参、カリフラワー、オクラ、キュウリ、ホウレンソウ、ナス、キャベツ、大根など日本で見かける野菜とあまり大差がない。カレー料理のほかにも、スパイスで味付けして野菜をいためたもの（サブジー）や、すりつぶした野菜にスパイスを加えてディップソースのようにして食べたり、マスタードオイルと唐辛子に塩味を効かせたピクルスも食される。

乳製品が豊富

インドでは、伝統的に乳製品が豊富である。古来から伝統的な製法で作られる乳製品がいくつかある。代表的なのはインド版のバターといわれるギーや、ヨーグルトのような味と食感のダヒーやラッシー、またパニールと呼ばれるカッテージチーズがある。このように独自の乳製品が発達していることにより、インド人にとって欧米の乳製品は、親近感がある。また牛乳、バター、チーズ、ヨーグルトなどはどこ

でも簡単に手に入れることができる。

スナックとスイーツ

全土的にカレー料理だけでなくスナックも豊富で、スパイスで痛めたジャガイモと野菜を衣で包んで揚げたサモサや、野菜を衣で揚げたパコラなど、揚げ物が多い。このようなスナックは露店などで手軽に手に入れる事が出来る。またスイーツも豊富で、昔から宗教行事に使われる物や、気軽に食べられるデザートまで幅広い。味は甘ったるく、辛いカレーを食べた後に食すると丁度良い。またミルクティー（チャイ）やコーヒーを作る際には牛乳を沸騰させ、そこに茶葉やコーヒーパウダーを入れる形が多い。この場合も砂糖を多く入れるが、紅茶やコーヒーの成分、またミルクの成分が濃いものが良いとされる。



(2) 食全般のトレンド

●健康志向の高まり

インドの食生活は、前述の通り濃い味付けで、油も多く使うために、カロリーが高い。近年、経済成長の恩恵を受けて、ますます消費が増えている中、健康志向などが高まりつつある。以下はメディアなどで報道された肥満や糖尿病に関する記事である。

・2011年7月、デリーで糖尿病サミット開催された。このサミットで発表された最新のデータによると、インドの糖尿病人口は推定で5,100万人、10秒に2人の割合で増え続けているという。インド政府健康家族福祉省は「憂慮すべき事態」との見解を明らかにしている。

・2011年4月のダイエットに関する記事では、都市部の5～14歳までの生徒4000人を対象にした調査（2008年実施）の結果を伝えている。調査結果によると、対象者の23%が体重超過、11%が肥満だということが分かっている。同調査では、昨今の経済発展の恩恵により、所得が増えた都市部中間層以上の人々の間でカロリーの高い外食を摂取する頻度が急速に増えており、肥満人口が急増している。また生活スタイルの変化によりデスクワークが増えており、肥満を助長していると分析している。

・2012年10月には、糖尿病患者向けの健康食品などを提供する米国メーカーExtend Nutritionが、健康食品やフィットネス関連器具、医療器具などのオンラインショッピングを提供するHealthKart.comと

提携し、Extend Nutrition の製品をインドで独占的に販売する計画を伝えている。この記事の中で紹介されたインド医学研究評議会（Indian Council for Medical Research）により実施された調査結果によると、インドの糖尿病に関連する症状を持つ人（糖尿病患者と糖尿病になる可能性がある人）の数は約1億5000万人に上っており、2030年までに4億人に達するという。

出典：

<http://www.mydiabetes.in/news/2011/Jul/diabetes-screening-campaign-shows-worrying-results-94983197.html>

<http://www.dawn.com/2011/04/18/obesity-diabetes-expanding-india-faces-big-problem.html>

<http://www.fnbnews.com/article/detnews.asp?articleid=32757§ionid=1>

●健康に配慮した食品の普及

上記のように肥満や糖尿病の危険が発せられる中で、ミルクや水などに混ぜる麦芽飲料が広く普及、またカロリーの低い食用油の人気の上昇するなど、インド市場では健康に配慮した食品が成長している。

・2012年2月、食品、飲料業界情報ポータルサイト Food & Beverage News が発表したデータによると、インドの栄養補助食品市場の規模は約440億ルピーといわれ、2013年には約2倍となる950億ルピーにまで急成長すると予想している。健康意識の高まり、可処分所得の増加、ライフスタイルや食生活の変化が高い成長率の背景にあるとみられている。

・2012年10月の新聞報道によると、インドのキャノーラ油の輸入量が急増しているという。インドは2007年にキャノーラ油の輸入を開始、2010年以降は500～700トンの輸入量しかなかったが、2012年に入り急激に増加し、その量は5万6000トンにも及ぶという。業界専門家は「実際の需要は10万トン程度あるとおもう」と述べている。キャノーラ油の需要急増の背景には心臓病の予防など健康に配慮する人々の増加がある。

出典：

<http://www.fnbnews.com/article/detnews.asp?articleid=31294§ionid=1>

<http://www.thehindubusinessline.com/industry-and-economy/agri-biz/article3981313.ece>

●ファッショナブルなイタリア料理

インドではピザやパスタなどのイタリア料理が人気だ。世界的なピザチェーンのドミノピザとピザハットは、両社とも1996年にいち早くインドの外食産業に参入し、全国に展開している。また全国に展開する国産の軽食チェーンもピザを提供している。また都市部には高級イタリア料理レストランの数も多い。庶民の生活の中にもピザやパスタが浸透しており、家庭向けの各種ピザソースやパスタソース、乾麺のパスタやオリーブオイルなどの食材も簡単に手に入れることができる。

近年では特にオリーブオイルを使った食事が富裕層の間でファッショナブルだとして流行しており、富裕層向けの女性ファッション誌やグルメ雑誌などには、ジュエリーやアパレルの広告に交じって、高

級オリーブオイルの広告も多く見かける。また同雑誌にはパスタやピザに関連する記事が多く掲載されている。

出典：

<http://www.dominos.co.in/>

<http://pizzahut.co.in/>

雑誌『FEMINA』2012年10月号（インドの女性向けファッション誌）

雑誌『Good Food』2012年10月号（インドのグルメ雑誌）

●中華料理はインド風アレンジされ広く普及

インドには大小さまざまな中華料理店が全国にあり、中華料理が広く普及しているが、多くの場合はインド風アレンジされている。チベットとの国境に接していることもあり、チベット料理の影響を受けている場合もある。代表的なものとしては焼きそばや焼き飯などが挙げられ、一般家庭でも調理されるが、中国や日本で食べるものからは程遠く、香辛料もかなり強く効かせてある。

インドには最大の中華料理チェーン Yo! China もある。同チェーンはインド資本による運営で、本格中華ではなくインド風アレンジされた「インディアンチャイニーズ」を提供し人気を得ており、現在全国14カ所に50店舗を構えている。また2012年10月には若者をターゲットにした新しい店舗、Yo! China Caféを展開することを明らかにしている。

出典：<http://www.yo-china.com/>

<http://www.indiaprwire.com/pressrelease/food/20121029135218.htm>

(3) 日本食品、日本食レストランのトレンド

●富裕層が好むおしゃれな海外料理

近年インドでは日本食レストランがブームとなっている。人気のメニューは寿司や天ぷらが代表的だ。日本食は輸入食材を多く使うため、料金が安い富裕層を中心に人気が高まっているといわれる。

インド人富裕層の間では、海外でトップクラスのレストランで海外料理を経験している人々も多い。昨今の各国での日本食ブームを海外で経験したインド人がインドに戻り、彼らが日本食をファッションブルなものとして普及させたと考えられる。ウェブなどメディアで紹介される日本食レストランは、ほとんどがデリーとムンバイの高級レストランが中心となっており富裕層向けにレストランを紹介する内容が多い。

また一方でリーズナブルな料金で寿司をデリバリーする小規模店舗も人気を博しており、寿司を食べる機会は高級ホテルやレストランだけに限らないようだ。

以下にインドにおける日本食ブームを象徴する記事を2件紹介する。

【参考記事①】

<http://www.hindustantimes.com/Entertainment/Food/Japanese-cuisine-gains-popularity-in-India/>

インドの主要英字新聞の一つ Hindustan Times (2012年2月28日付)によると、インドでは富裕層の若者を中心に日本食が人気となりつつあるという。

以前は高級ホテルでのみ食することが可能だったが、近年ではレストランの数も増加している。元在日インド大使のアフタブ・セス氏は同紙のインタビューに答え「富裕層の若者達は海外旅行も数多く経験しており、新しい海外料理を積極的に食するようになってきている。彼らの中には日本食がファッショナブルな海外料理だと考える者たちもいる」と述べている。またムンバイの Sushi and More の料理長シュリーヤ・ミトラ氏は「日本食はファッションフードととらえられており、若者たちも日本食を食べることがファッショナブルだと考えている」と述べている。

グルガオンにある日本食レストラン「京都」のマネージャー、カマル・ダハル氏によると、同レストランの食材の95%が日本から輸入されており、一人当たりの料金は2,500ルピーと高い設定となっている。「顧客は近くの大企業に勤める若者が多く、彼らは高い料金でもいとわず払っていく」という。

デリー市内バサントクンジにある日本食レストラン「IZAKAYA」のディレクター、ソナリ・チョウデリー氏は「インド人はこれまでよりも流行の先端をいち早く取り入れたいと考えるようになってきている。顧客はみな日本食を称賛しているという」という。同レストランの人気メニューは天ぷらと寿司。料金は2人で2000ルピー程度である。

日本食人気を象徴する例として、近年急成長を遂げたレストランもある。デリーの Sushiya は、2007年寿司のデリバリー専門店としてオープンしたが、その後需要が急増し、2011年にレストランを設立するまでに至っている。マネージャーのマイク・アダーシュ氏は「当初寿司のデリバリーのみで事業を開始したが、需要が非常に多くなったためレストランをオープンせざるを得ない状況になった」と述べる。

またベジタリアン向けの日本食を提供するところもある。デリー市内チャナキャプリにある5つ星ホテル Leela の飲食部長、アイシュワリヤ・ナイール氏によると同ホテルの日本食レストラン Megu では、ベジタリアン向けの日本食メニューを40%程度確保し、ベジタリアンにも日本食を提供している。同紙は「デリー市内には多くのベジタリアンがいる。われわれはすべての顧客に日本食を提供するため、メニューの40%をベジタリアン向けにした」と述べている。

ただインタビューに答えたレストラン担当者たちは、インドにおいて日本食が中華料理やイタリア料理を凌駕するまでに普及することは難しいと述べている。バンガロールの日本食レストラン Harima のアシスタントマネージャー、ヴィジェイ・R・ヴァルマ氏は「日本料理の食材の大半は日本から輸入しなければならず、料金が高くならざるを得ない。このためインドで今後一気に一般的な海外食として普及することは難しいだろう」と述べている。また「京都」のダハル氏は、インド人向けの濃い味付けで広く普及している中華料理と昨今、人気の日本料理を比較し日本料理の味付けについて「インドにおける中華

料理のようにインド人向けに多くの油やスパイスを加えてしまうと、日本食の味が損なわれてしまうと述べている。

【参考記事②】

<http://www.globalpost.com/dispatch/india/101230/india-japanese-food-sushi>

米国ニュースポータル GlobalPost (2011 年 1 月 1 日付) でもインドでの日本食ブーム到来を報じている。

数年前まではほとんどのインド人が「寿司」と「さしみ」の違いが分からなかった。ましてや「天ぷら」や「鉄板焼き」などは知らない人が多い。インドの主要都市である、ムンバイ、デリー、バンガロールなどには、日本料理店は 10 軒程度しかなく、平均的なインド人は生食である寿司を敬遠してきた。しかし、近年では高級レストランや寿司のデリバリーを提供する店舗などがこの状況を変えつつある。

2010 年 11 月、世界的に有名な日本料理店 NOBU のシェフ、ノブ・マツヒサ（松久信幸氏の通名）が 26 人のスタッフと各種料理器具などをロンドンから取り入れ、ムンバイのレストランを同氏のレストランに改装し日本食を提供した。料金は 1 人あたり 600~1,200 ドルと高額。日本料理は今やルイ・ヴィトンのバッグなどの高級ブランド品と同等に扱われるようになっている。

ニューヨークに本拠地を置く高級日本食レストラン Megu は、今年中にもデリーとムンバイに店舗をオープンする予定だという。（*現在デリーは稼働中、ムンバイは 2013 年オープン予定）Megu はすでに海外経験の多いリッチ層のインド人の間で人気を博している。また森本正治氏料理の鉄人として有名な森本正治氏がプロデュースした高級日本食レストラン Wasabi は、すでに伝統的な日本食や欧米風アレンジした日本食を提供している。またバンガロールでは Edo がオープン炉端焼きや日本酒などを提供している。

インドで人気のグルメ情報ポータルサイト GourmetIndia を手掛けるスレーシュ・ヒンドウージャ氏は「インド人は世界的な高級海外料理により興味を示している」と述べる。これまでインド人は高価な生魚や日本食は食べないとされてきたが、経済成長を背景にこの神話は覆されつつある。

ムンバイの日本料理店 Edo が出店する高級ホテル ITC hotel の上級料理長、ゲブ・デサイ氏は「インド市場はまだ未成熟で、市場はやっと成長しはじめたばかりだ。インド料理と中華料理を経験したインド人は、日本料理など他のアジア諸国の料理を求めている。これは自然な流れだ。インド人は炭水化物が大好きだし、寿司を手始めに他の日本料理も食べるようになるだろう」と述べる。

あまり裕福ではない人たちの間でも日本食を楽しむ機会は増えつつある。アジア各国の料理を提供するレストランでは、日本食のメニューが増えつつある。また低価格で寿司のデリバリーを提供する小規模店舗も登場している。ムンバイではベジタリアン向けのスーパーマーケット Neelam Foodland、Bandra、Chheda などで寿司や、寿司を作るキットなども販売しているという。

一方で今の日本食のブームは、一部の富裕層だけに限られた一過性のものだとする意見もある。日本食が真にインド人の心をとらえることができるかどうかは、今後の日本食レストランの成長にかかっているととっても過言ではないだろう。

(4) 日本食品の購入者、日本食レストランの利用者の実態

日本食品小売店、日本食レストラン複数軒に対し、顧客の実態等についてヒアリングを実施した。総じて日本食品小売店や日本食レストランを利用するインド人は富裕層で、海外経験がある人が中心といえる。人気のメニューは寿司や天ぷらなど代表的なものであり、また日本食のイメージとしては健康的でかつ高級という意見が多かった。以下、ヒアリングで得られた意見を紹介する。

●日本食品小売店、日本食レストランを利用するインド人の客層

・金持ち、客層は中年女性が多いが、もちろん男性も来る。職業は建築家など、海外に仕事で行くような人が多い。また、日系企業に勤めていた、または勤めているインド人なども来る。日本に住んだことのある人、海外で日本食を食べて日本食を知っている人が多い。

・核家族が多い、両親と子供、大型犬を飼っていたりする。近代的。自分でビジネスをしている人（経営者）が多い。車は外車、主観だが HONDA と BMW が多いと思う。中東など海外に年 4~5 回行っている印象。海外旅行というよりビジネス目的の出張に行く人が多いのではないかと、

・最初は海外経験のあるお金持ちが来ていた（職業についてはわからないが、海外に年に何回も行けるようなお金持ち）。彼らは世界各国の日本食レストランを回り、「何が日本食なのか」を知っており、日本食を目当てに来店していた。ここ 2 年では、お金持ちに連れてきてもらっていた友人（おそらく自身での海外経験はない）が増えてきた印象。あとは、日本食が何かも知らないけど、立地によって集まった人たち（富裕層）の来店が増えた（日本食が目当てで来るわけではなく、モールの中のレストランだから来る、という人たち）。

●最近インド人の間で流行っている日本食材

・味噌、日本米、海苔、醤油、酒全般（日本酒、焼酎、ウイスキー、ビール）

・醤油はベジタリアンだし、豆から作られているし、インド人にとってとっつきやすいのではないかと。

・魚全般（白身、赤身、えび、かになど）北インドの人は本来魚介類をあまり食べないが、日本食が普及するにつれ、魚を食べるインド人が増えている。魚はチキンや野菜に比べ高級だし、魚を食べることがステータスになっているのかもしれない。

・わさび、醤油、麦茶。健康的だから受けているのだと思う。インド人がわさびや醤油を何に使っているのかは不明。カレーなどにかけているのではないかと。

●最近インド人の間で流行っている日本料理

・寿司。雑誌などで特集をたまに見かける。インド人の中では日本食＝寿司というイメージが強い。

・寿司と天ぷら。「日本食と言ったら」という知名度。インドに限らず、世界中に浸透している「Japanese Food」はやはり寿司と天ぷら。

・その他、とりももの炭火焼、味噌汁、枝豆、スパイシー系の日本食、ラーメン、うどんなども挙げられた。

●日本食に対するインド人のイメージ

・健康的、低カロリーというイメージが強く、健康志向の人が好む。また、以前は「日本食、日本食材は高い」という意見も多かったが、今は消費者の収入が増加しているため、値段に文句を言う人は減った。多少高くても体に良い品質の高い食品を購入するインド人が増えている。

・辛くないというイメージが強い。インド人は辛い食べ物が好きなので日本食＝辛くないという理由で日本食を敬遠するインド人も多かったが、七味やわさびなど、日本独自のスパイスを紹介すると、好んで買っていく。

・高い。高級感。以前は「お金持ちのための料理」だったが今は「自分たちにも食べられる料理」。

・店舗に来る客の間では、インド人男性の方がチャレンジング。「食べたい、食べたい、食べたい」という感じ。一方インド人女性がそれを止める、「何が入ってるかわからないし止めとこう、また今度にしよう」という感じ。

●最近インド人の間で流行っている海外料理

・イタリアン、特におしゃれイタリアンが増えている印象。

・インド人にはピザのウケが良い。チャパティやナンに似ているし、ベジタリアンでも抵抗なく食べられメニューのひとつ。その流れでパスタにも注目が集まり、イタリアン業界が熱くなっているのではないかと。

・タイ料理（デリーで良く聞く）、ピザ、麺、クレープ（日系のクレープ屋が人気）

・中国系レストランは小さな店舗を含めると無数にありかなり根付いている印象。ただし本格的な中華料理レストランは少ないのではないかと。

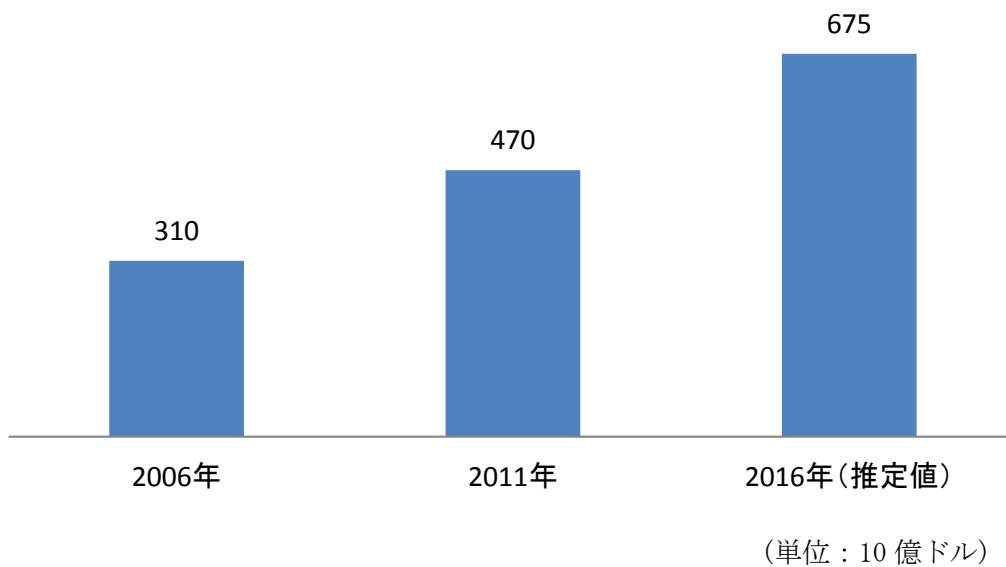
・韓国系レストランは増加しているものの、インド人の姿はあまり見ない印象。インドに来る外国人がターゲットなのでは。

3. 小売店の状況

(1) インドの小売業の仕組み

インドの小売市場は1998年以降年間6.4%で成長し、2006年に3,100億ドル、2011年には4,700億ドルに達している。2011年から2016年までの年平均成長率は7.5%で推移し、2016年には6,750億ドルにまで拡大すると見られている。

インド小売市場の推移(全体)

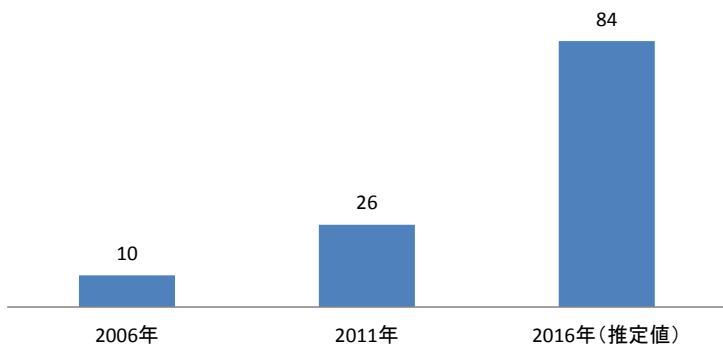


インドの小売業は、大まかに分けて「モダンリテール」と「キラーナー」の2種に分けられる。モダンリテールは企業体による経営で、80年代後半から出現した新しい業態である。キラーナーは個人経営のいわゆるパパママショップであり、インド全土に1,200万以上の店舗があるといわれており、現状では市場の90%以上がキラーナーで占められている。

モダンリテールの市場規模は2006年時点で100億ドルとなっており、その後年率21%で成長し、2011年には26億ドルにまで成長しており、小売市場全体の成長率を大きく上回る勢いで成長している。2011年から2016年までの年平均成長率は26%と予想されており、2016年に市場は84億ドルにまで拡大すると見られており、モダンリテールは今後更に成長が加速すると見られている。

●モダンリテールの例

インド小売市場の推移
(モダンリテール)



(単位：10 億ドル)

モダンリテール

概要	<ul style="list-style-type: none"> ・財閥系企業による経営。単体業態経営ではなく、ひとつのグループがデパートやスーパーなど、複数業態を保有するのが一般的。 ・80年代後半から出現。
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・品揃えが豊富であり、食料品・日用品から衣料品、家電などが揃う。 ・家電専門店、アパレルブランドショップなど、専門店も存在。 ・セルフ式が中心であり、消費者が自由に商品を選ぶことができる。
店舗規模	<ul style="list-style-type: none"> ・モールなど巨大な複合施設から、小規模なミニスーパーまで多岐にわたる。

モダンリテールの例：

モール



百貨店

ハイパーマーケット



スーパーマーケット

●キラナーの例

キラナー	
概要	・インドの伝統的な小売携帯で、いわゆるパパママショップといわれる業態。一般に非組織経営＝自営業・家族経営業態を指す。
特徴	・主には食品・日用品を取り扱う店と薬局・煙草屋・コスメショップなどが上げられる。 ・電話注文・配達といったサービスも一般的で、主婦層にとって使いやすい側面も大きい。 ・一部セルフ式もあるが、商品を直接手に取れない形態の店も多い。
店舗規模	・多くは小規模店舗だが、店舗サイズが大きいスーパーに近い店舗もあれば、店幅 3m 位のカウンター式、1坪ショップなどまちまち。

キラナーの例：



(2) 日本産食品を取り扱う主要な小売店・百貨店

日本産食品を取り扱う小売店の数は近年増え続けている。特に顕著な動きとしては、インドの大手小売りチェーンなどがインドの消費者向けに日本産食品の取り扱いを始めている点が挙げられる。取り扱う商品は寿司用の米や、醤油をはじめとする寿司関連食材が目立つ。また自宅で寿司を作ることができる調理セットを取り扱う店舗もあるようだ。メディア報道などを見る限り、この動きは特にデリーとムンバイで顕著のようである。

一方大手小売店チェーンとは別に、以前から日本食材を取り扱ってきた独立系の小売店舗がある。これらの店舗の中には、レストラン向けに食材を供給しているものもある。これら独立系の小売店舗は、日本や海外からの駐在員やインドの一部リッチ層をターゲットとして展開している店舗が中心だと思われる。インドにおける日本産食品の小売店はこのように大きく分けて2つの流れが考えられる。

また日本産食品を扱う小売店の消費者層の多くは富裕層で、海外経験豊富なインド人が中心となっているが、近年では中間層の一部も買い物に訪れるようになってきている。また新しいライフスタイルを積極的に取り入れようとする若年層の利用も増えつつあるようだ。

また地域別に見てみると、デリーに関しては頭打ちで、グルガオン、マネサール、バワルなど首都圏地域で小売店が増加するのではないかという意見がデリーの小売店から聞かれた。また新しいライフスタイルを積極的に取り入れるムンバイの小売店からは、日本食の需要増加がますます加速しているという意見が聞かれた。

●大手小売りチェーンのリスト (デリー、ムンバイ、チェンナイ、バンガロール)

No	店舗名	住所	URL	取扱食品など
1	Westside Departmental Store (Trent)	Army & Navy Bldg Grd Flr, Kala Ghoda, 148 Mahatma Gandhi Rd, Fort, Mumbai - 400001 Tel: 022-66360500	http://www.tata.com/company/profile.aspx?sectid=f4fpW5pl8MY=#loc	インドの財閥タタグループの小売部門 Trent の百貨店。全国に展開するが、日本食を扱う店舗はムンバイ(1店舗)、バンガロール(2店舗)のみ。 寿司調理セット、照り焼きソース、寿司米(調理済)、寿司酢、醤油、わさび(チューブ入り)、魚介類、スープなど。
2		Garuda Mall, Ground Floor, Near-Fab India, Magrath Road Bangalore Tel: 080 66641230		
3		1st & 2nd Floor, Forum Mall, Plot No. 21, Hosur Road, Koramangla, Bengaluru, Karnataka, 560029 Tel: 080 66670121		
4	Foodhall	3rd Floor, Palladium Mall, Opposite Manchester United Bar Cafe, Near Pheonix Mall, Lower Parel, Mumbai - 400013 Tel: 022-30264578 / 581	http://www.futuregroup.in/news/food-hall-innovation.html	インド大手フューチャーグループ傘下的高级食品部門。ムンバイとバンガロールのモール内に店舗を構える。各種ディップ、寿司米、がり、鯛、各種ソース、そば、麺類など。
5		No 1/2, 4th Floor, One Mg Road Mall, Opposite To Vivanta By Taj, Swami Vivekananda Road, M G Road, Bangalore - 560001		

		Tel: 080-22086533		
6	Food Bazaar	Select City Walk Mall, A-3, Ground Floor, Saket, Delhi- 110017 Tel: 011-40534574	http://www.pantaloonretail.in/businesses/food-bazaar.html	インド大手フューチャーグループ傘下のスーパーマーケット部門。主要都市を中心に25店舗にヒアリングした結果、右記2店舗で日本食を取扱っていることがわかっている。米国と日本から寿司米、てんぷら粉、シイタケ、緑茶（ボトル入り）、豆腐、麺類、わさびなど。
7		Below Metro Station, Rajendra Place, DELHI - 110008 Tel: 011- 25710035, 9222221947		
8	Big Bazaar	Head Office: Knowledge House, Off Jogeshwari Vikhroli Link Road, Near Majas Depot Shyam Nagar, Jogeshwari East, Mumbai -400060 Tel: 022-66442200 022-67531400	http://www.pantaloonretail.in/businesses/big-bazaar.html	インド大手フューチャーグループ傘下のハイパーマーケット部門。本社に問い合わせたところ、同社のほとんどの店舗で日本食を扱っているとのこと。取扱い製品は麺類など。
9	Le Marche	58, Basant Lok, New Delhi Tel: 011-43232100, 9910386710	http://www.marcheretail.com/	首都圏地域に8店舗を有するが日本食を扱うのは左記2店舗のみ。日本から麺類、寿司米、醤油。そのほかスペイン、タイ、UKなどから、各種ソース、ハムなど。
10		161-A, DLF Place New Delhi Tel: 011-40534555, 9910602222		
11	Foodworld	No.192, Ground Floor, HP Campus, Whitefield Main Road, Mahadevapura, Bangalore - 560048 Tel: 080- 32466575	http://www.foodworld.in/index.html	バンガロールとハイデラバードに合計60店舗を構えるが、左記4店舗のみ日本食を扱う。日本からの輸入品は少なく麺類や醤油など。韓国からも食品を輸入。
12		No. 88, Shariff Bhatia Towers, M G Road, Bangalore - 560001 Tel: 080-32466586		
13		Plot No. 54, Opp Hindustan Lever Research Centre, Whitefield Main Road, Bangalore - 560066 Tel: 080-32466574, 41694220		
14		No. 252/20, Kanakpura Main Road, Jayanagar 7th Block, Bangalore - 560082 Tel: 080-26534694, 26534695, 32466452, 9886273074		
15	Godrej Nature's Basket	Ground floor, D /15, Between BP Petrol Pump and Def. Col. Flyover, New Delhi - 110 024 Tel: 011-46698777	http://www.naturesbasket.co.in/store.s.php	家電などでプレゼンスの高いインド大手ゴドレジグループの高級食材部門。日本からは醤油、緑茶、寿司米、米など。その他、タイ、韓国などからも食材を輸入している。全国に25店舗で展開している。左記は今回の対象都市の店舗。
16		J 12/25, Rajouri garden , Near IDBI BANK, New Delhi - 110027 Tel: 011-47551119 / 61119		
17		Ground floor, M? 54, Main market , Greater Kailash II, Near State Bank of India, New		

	Delhi - 110 048 Tel: 011-41007841/41007842		
18	46, Basant Lok, Vasant Vihar, Ground floor & basement, Next to McDonalds, New Delhi - 110 057 Tel: 011-40571919/40581919/41761919		
19	Opp. Mahalaxmi Temple , Warden Road, Mahalaxmi, Mumbai - 400 026 Tel: 022-23526775/23545151		
20	30 A, Arcade, Gate No. 4, World Trade Centre, Cuffe Parade, Mumbai - 400 005 Tel: 022-40024008		
21	133, Hill Road, Bandra (West), Mumbai - 400 050 Tel: 022-26425050/1122		
22	Shop No. 2-5, Parul Apartments, Opp. Juhu Church, Juhu Tara Road, Juhu, Mumbai - 400 049 Tel: 022-26117893/32259320		
23	Samartha-Vaibhav, Opp. Tarapore Towers, Lokhandwala Complex, Walawalkar Marg, Andheri (West), Mumbai - 400 053 Tel: 022-26300714/26300766/26300767		
24	Shop No 4, BG - India , Hiranandani Gardens, Powai, Mumbai - 400 076 Tel: 022-25707706/25700222/25707707		
25	Shop No 6, 44, Khanna Constructions, Abdul Guffer Road, Near Flora Chinese Restaurant, Worli, Mumbai - 400 018 Tel: 022-24934032/24934231/24934241		
26	Shop No 33 - 35 Viceroy Court OPP. Domino'S Pizza, Thakur Village Kandivli (East), Mumbai - 400 101 Tel: 022-28863797/28861573		
27	Shop No.11, Avilla, Hiranandani Estate, Ghodbunder Road, Thane (West) , Mumbai - 400 501 Tel: 022-25307338/25861993		
28	Ek- Omkar Premises Co-operative Society Ltd., 27, Ground Floor, Khetan Bhavan, 198 Jamshedji Tata Road, Churchgate, Mumbai - 400020 Tel: 022 - 2204 5201		

●独立店舗リスト (デリー、ムンバイ、チェンナイ、バンガロール)

*以下のリストは、現地駐在員や小売店関係者から聴取できた情報をまとめている。

No	店舗名	住所	URL	取扱食品など
1	Yamato-Ya	B-6/9, Local commercial complex, safdarjung enclave, New delhi Tel: 011-41650164	http://yamatoya.in/english	日本食品の卸売、日本から輸入している。 日本食取扱いの老舗。
2	Palkit	C-82, Basement, Shivalik, Malviya Nagar, New Delhi	http://www.palkit.com/product.html	日本食品の卸売（主に対ホテル・レストラン） 日本から輸入している。
3	TAIGA Resorts India	S181 Panchshila Park, NewDelhi Tel: 11-4050-1983	NA	日本食品の卸売（主に対ホテル・レストラン）日本から輸入している。
4	BG FOOD MART	1A, Arjun Nagar, Safdarjung Enclave, opp. GreenPark Extention Delhi	NA	韓国食品店、日本米・調味料など数点日本食品あり
5	Modern Bazaar	18-B, Community Centre, Basant Lok, Vasant Vihar Tel: 11-41669777, 41669776	NA	日本、米国、カナダ、ドバイなどから各種ソース、米などを輸入。
6	INA Market	INA Market, NewDelhi	NA	高級食材や各種輸入食品を扱うマーケット。
7	Maido Enterprises Pvt Ltd.	206, Ascot Centre, Sahar Road, Andheri East. Mumbai 400099. Tel: 22-6113-1234	http://www.maidoindia.com/	日本食品の卸売、日本から輸入している。
8	Fresh N Fresh	Mahakali Caves Road, Andheri East, Mumbai Tel: 022-65233402, 65233401	NA	日本から主に魚介類の輸入
9	Akasaka Convenience Stores	128 L. B. Road, Thiruvanmiyur (Behind Jayanthi Theatre) Chennai - 600 041 Tel: (044) 2445 6493 09600 54300	http://www.akasakastore.com/index.html	日本食品の卸売、日本から輸入（主に魚介類）している。
10	Seoul Store	No 51 MRL Complex, Near Canara Bank, BEEMANTHANGAL VILLAGE BANGALORE HIGH ROAD, Sriperumbudur, Tiruvallur - 602105 Tel: 44-67135212	NA	韓国、日本、台湾から各種ソース、食用油、そば、うどんなどを輸入している。
11	Annai organic and Naturals Foods	No: 8 ,1st Avenue, Shastri nagar, Adyar, Chennai-600041 Tel: 9443206790	http://www.annaioorganicfoods.com	日本、その他から各種ソース、米などを輸入している。
12	Osaka Food	11, Ground Floor, 96, Kaveri complex, MG road, Nungabakkam, Chennai-34 Tel: 044-28250971	NA	日本、韓国などから麺類、マヨネーズ、醤油などを輸入している。

(3) 日本産食品取扱い小売店の概要（商流、取扱商品などについて）

日本産食品を取り扱う小売店は、それぞれ独自の商流を開拓しており、一律にまとめてその傾向を述べることは難しい。今回はインタビューを行った4店舗の取り組みをそれぞれ紹介する。

●店舗①YAMATO-YA

名称：YAMATO-YA

住所：B-6/9, Local Commercial Complex,
Safdarjung Enclave, New Delhi - 110029

電話番号：11-4165-0164

URL：<http://yamatoya.in/>



店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

・2002年創業、主に在印の日本人および諸外国の方の食生活・生活向上、健康促進を狙いに営業している。現在デリーに1店舗、グルガオンに1店舗の2店舗を展開。*上記写真はグルガオン店。

主要取扱商材と販売動向

・主要取り扱い商材は、主に日本からの輸入品だが、食肉関連は他の国からも輸入している。食品が8割、箸や茶碗、洗剤などの生活用品が2割程度。商品については以下写真を参照。





鯖蒲焼缶詰 : 198 ルピー



バーモントカレー(12皿分) : 520 ルピー



穀物酢 : 315 ルピー



だし入りみそ(375g) : 451 ルピー



ふりかけ(5袋) : 221 ルピー



飲料水 : 185~261 ルピー



生活用品



食器

インド人の購買動向

- ・インド人客は当店にあまり買いに来ない。日本人用のゲストハウスのおつかいとしてインド人が来るが、需要のメインは日本人。
- ・インド人客が買っていくものはほとんどないが、強いて挙げるとすれば寿司関連（のり・わさび・お酢、寿司酢、若干の日本米）食材だ。寿司の認知度が向上していることが背景として挙げられる。
- ・インド人に対して日本食材は全くといっていいほど売れていない。数字として挙げられない程度である。日本政府には日本産の輸入食材に対する関税を下げる努力をお願いしたいところである。こちらは情報提供等の協力をする。そもそも「インド人に日本食が売れる」という考えを一新したほうがよい。インド人に日本食はあまりうけていない。カレー好きの日本人が、インドに来たらインドのカレーを1日目は食べるけど、2日目から「いらない」となってしまうのと一緒にである。食文化を変えることは難しい。東アジアの食文化はタイまでである。インドは中近東と似ており、スパイスとパンが主流である。味噌としょうゆに代表される日本食の味は当地の人々の口に合わないケースが多い。
- ・インドの日本食は高い。50%の関税に諸費用も加算される。輸入規制が変わらない限り安くなることはない。

主な日本食材仕入れルート

- ・自社で直接仕入れ、直接輸入している。
- ・一部食肉関連は日本以外から輸入している。

主要購買層

- ・日本人6割、西洋外国人3割、その他アジア系の外国人1割（インド人は皆無に近い）
- ・2年前は日本：韓国：西洋：その他（インド含む）＝4:3:2:1だったが、ここ最近、韓国系の客が激減している。

小売店としての今後の戦略

- ・日本人を中心とした諸外国のお客様に対して、信用・信頼・清潔・お客様に対する愛情を忘れずに。
- ・特に売り込む商材としては日本米と冷凍魚介類と食肉。日常生活に必要なものはいつの時代も売れる。

●店舗②TAIGA Resorts India Private Limited

名称： TAIGA Resorts India Private Limited

住所： S181 Panchshila Park、NewDelhi

電話番号： 11-4050-1983



店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

・創業 1998 年 7 月。開店主旨は在印邦人への生鮮魚介類の提供およびそれに関わる事業。日本食の開発・運営。店舗数はデリーの 1 店舗のみ。

主要取扱商材と販売動向

・写真参照。ここでの日本食材とは、外国産でも日本を經由して「日本食材」として入ってくるものも含まれている（サーモンなど）。95%以上が日本食材、5%はローカルの現地業者から仕入れるもの



左奥・小鯛ささみ漬(1 パック) : 1180 円

右手前・いくら (1 パック) : 880 円



アジ開き(1パック) : 1280 円

左・ベーコン(200g) : 1080 円

インド人の購買動向

- ・ノルウェーやスコットランドから輸入されたサーモンも一旦、日本で集められてから輸出されている。これらは外国産だが、日本経由で日本から輸入した日本食品という扱いにしている。まぐろなども同様である。サーモンとマグロの人気はインドだけでなく世界的な流れである。わさびも売れる、日本食と言え、これらを指している。他の魚介類では、かにかま、うなぎ、ほたて、いくら、かんぱち、しめさばなどが売れている。
- ・日本食材は高いという印象は、間違いなくある。値段の価値がわかるインド人はきわめて少ない。
- ・需要は増えていく。理由は和食・日本食の恒常的な成長、需要は日本人の間でもインド人の間でも増える。健康志向の拡大によって和食が見直されている。すし、さしみは弊社事業によりかなり広まったと自負している。

主な日本食材仕入れルート

- ・日本から直接仕入れている。当店は小売りもやっているがほぼ卸が主体である。ホテルやレストランに直接販売している。当店自身が輸入業者。小売店は独自ルートを開拓している。自分の目利きにより決定し、仕入れている。購買価格と品質が重要である。
- ・90%以上は日本から直接輸入、5%はローカルの現地の業者を使っている

<p>主要購買層</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ アッパーミドルクラス以上 ・ 主に日本人が顧客である。インド人が顧客として当店を訪れることは稀だが、海外およびどこかで日本食を食べたことのあるインド人が来ることがある。日本人に対しても大々的な宣伝はしていない。小売りではなく卸売りビジネスを営んでいる。買ってくれるところに直接販売している。日本人相手の小売業も行っているが、ロコミのみ。
<p>小売店としての今後の戦略</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本人会の中の、その中でも一部のお客さんに対して、インドでは手に入りにくい高品質なシーフードを提供すること。小売店というより、輸入販売会社としての意味合いが強い。 ・ 卸業者としては、基本的に5つ星、高級ホテルで刺身やすしを扱っているところとしか現在は取引を行っていない。しかし、それに準ずるレストランが増えてきているしこれからも増えていく。そういうところとの取引も考えていかなければいけない。 ・ インドの中間層にどうアプローチするか。可能性は無尽蔵にあるし、売れ筋となりそうな食品も沢山あるが、そういう商品はインドに持って来ることができないケースが多い。そういった商品を誰がどう扱ってどう売るのが鍵となるといえよう。輸入規制と商習慣の煩わしさのため、可能性はあっても簡単ではない。インド人の好みに合う日本食の開発・発見・取り扱いの必要性はあるが、それができる人はそうそういない。輸入できたとしても、もってきただけで売れるわけがない。客をいかに呼び寄せられるか、顧客アプローチの仕方も重要だ。そのような戦略を持つ会社が売り上げを伸ばし、マーケットを先導していく。日本食の普及＝日本食が売れるかたち・スタイルをどう確立するか。これからは、市場拡大の中で、自分の仕事としては販売商品の品質維持、向上が必要と考える。安かろう悪かろうの商品の普及は簡単だが、業界とお客さんであるレストランやホテルのシェフ、購買およびサービスの責任者に積極的にアプローチしていく。

●店舗③Maido Enterprises Pvt. Ltd

名称：Maido Enterprises Pvt. Ltd.

住所：206, Ascot Centre, Sahar Road, Andheri (E),
Mumbai- 400099

電話番号：22-61131234



店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

・創業 2007 年。東京に本拠地を置く、株式会社ラディッタ (LA DITTA LIMITED: <http://www.laditta.jp/>) の子会社。

主要取扱商材と販売動向

- ・日本産の食品のみを扱っている。ソース、マヨネーズ、醤油、酢、みりんなど各種超飲料、食用油、スナック（わさび味のスナック、わさび味のピーナッツ）、レトルト食品（カレー、味噌汁）、インスタント食品、飲料水、日本酒など。
- ・また期間限定で日本産の生活用品も扱う。現在各種食器、箸などのキッチン用品を取り扱っている。





インド人の購買動向

- ・インスタント味噌汁（キッコーマン味噌汁とますやみそ汁）は非常に健康的だといわれているため需要が増加しつつある。他の外国料理と比べても需要は伸びつつあると思う。
- ・価格的には高いというイメージが強い。このため他国から輸入される競合品も、実際は安い値段で売れるものが、日本食というだけで高い値段がつけられることもある。
- ・以下はインド人の間で売れている製品の一覧。
- ・また今後は以下の寿司関連の商品も需要が増えると思われる。

商品名	価格	容量
キッコーマン味噌汁（インスタント）	300 ルピー	3 袋入り
ますや味噌汁（インスタント）	250 ルピー	10 袋入り
ますやみそ（スパイシー味噌）	200 ルピー	90 グラム
S&B ゴールデンカレー	590 ルピー	240 グラム
S&B わさび	250 ルピー	43 グラム
アサヒ緑茶	190 ルピー	600 ミリリットル
ミツカン酢	950 ルピー	1.8 リットル
キューピーマヨネーズ	290 ルピー	130 グラム
商品名	価格	容量
海苔	230 ルピー	10 枚入り
調理済米飯	290 ルピー	200 グラム
がり	230 ルピー	230 グラム
寿司酢	390 ルピー	300 ml

<p>主な日本食材仕入れルート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本の親会社ラディッタを通じて食品を輸入する。輸入業者は複数あるが名前はわからない。日本現地でラディッタが各生産者と交渉、買い付けを行う。 ・Maido 側からラディッタ側にインド人の消費動向などを伝え、仕入れるべき商品を推薦する。
<p>主要購買層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9割がインド人。残りが外国人となっている。 ・ムンバイに住む人々の間には、新しいものを積極的に取り入れたいという気風があり、それがムンバイでの日本食需要を後押ししている。
<p>小売店としての今後の戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ・親会社の協力を得て、何とかインド向けに価格を低く抑えるよう努力したい。また現在インド市場向けの商品の開発などについて協議している。

●店舗④Osaka Foods Store

名称： Osaka Foods Store

住所： 11, Ground floor, 96, Kaveri complex, MG road, Nungabakkam, Chennai-34

電話番号： 044-28250971

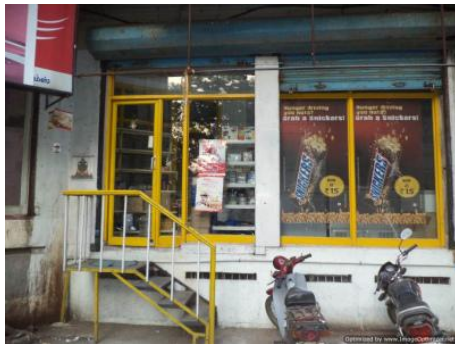
店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

・創業 2004 年。日系、韓国系企業が多い土地のため、日本人、韓国人の駐在員向けにビジネスを開始した。

主要取扱商材と販売動向

・日本食材としては麺類(300g : 165 ルピー)、キッコーマンの味噌汁、わさびピーナッツ、沢庵(300 ルピー)、海苔、とんかつソース、みりん、寿司酢など。その他米国産の日本米を輸入している。

上段・韓国製の乾麺、下段・日本製の調味料



米国産日本米(Kokuho Rice)

韓国の辛ラーメン

インド人の購買動向

・インド人の間ではわさび、そば、海苔、とんかつソース、日本米などが売れている。

<p>主な日本食材仕入れルート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸業者は主にデリー、ムンバイ、バンガロールに、また輸入業者はデリー、ムンバイに集中していると思われる。
<p>主要購買層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗周辺には日本人が多いので、顧客の50%が日本人。次いで35%が韓国人、インド人は10%程度で、残り5%がその他の外国人となっている。 ・インド人の割合は1割程度だが、そのほとんどは富裕層。若干だが中間層も含まれている。今後は中間層の数も依然よりは増えるのではないか。
<p>小売店としての今後の戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後需要が伸びそうなものとしては酒とそばが挙げられる。 ・酒は高いがインド人、日本人双方ともに需要が増えつつある。そばは一度少量を試すよう顧客に勧めているが、低くない割合でリピーターとなる人もいる。 ・その他の輸入品ではマレーシア産のビスケットやチョコレート、シンガポール産とサウジアラビア産の飲料水にも力を入れたい。

(4) 競合品、類似品の成功事例分析

この項目については、日本食材取扱い小売店、日本食レストランにヒアリングしたが、詳細な回答は得られなかった。以下はヒアリング結果をまとめ分析したもの。

●イタリア食材

日本食材取扱い小売店、日本食レストランにヒアリングした結果、競合する外国食材として一番多く挙げられたのがパスタやオリーブオイルなどのイタリア食材だった。現在食品加工産業では、欧米系大手メーカーとインド国産メーカーとの合弁会社設立が相次いでおり、イタリア食材は輸入品だけでなく、国内生産も可能となっている。現在国内生産されているイタリア食材はパスタ、オリーブオイル、パスタソースやピザソース、またピザの生地まで幅広い。

このため輸入されるイタリア食材、特にパスタとオリーブオイルは高級品とされ、そのファッション性も相まってファッション誌などでプロモーションが行われている。また「インド国内の5つ星ホテルには大抵イタリアンレストランが入っている」という意見もある。前述のとおりドミノピザやピザハットなどのピザチェーンも好評であり、イタリア料理はインドの必須の海外料理となりつつある。

●韓国・中国食材

今回ヒアリングした結果、イタリア食材の次に挙げられたのが韓国食材だ。韓国食材では辛ラーメン（インスタント麺）やコチュジャンなどが挙げられているが、ヒアリングでは韓国食材がインド人消費者にどこまで受け入れられているのか疑問であり、単に韓国人駐在員をターゲットに普及しているだけなのではないかという意見が目立った。

以下はOsaka Foods Storeが扱う韓国食材。

商品名	価格	容量
辛ラーメン	65 ルピー	75~76 グラム
コチュジャン	60~90 ルピー	

一方、中国食材（特に各種調味料）の輸入もあるようだが、インドではすでに中華料理が広く普及しているため、国産メーカーが提供している調味料も非常に多い。そのため、輸入食材が成長する可能性は低いという見方が強い。

●アセアン諸国からの日本食材類似品の流入

ヒアリング結果によると、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、韓国などから日本食材の類似品がインドに輸入されているという意見が多かった。品目としては天ぷら粉、わさび、緑茶、寿司米、海苔、麺類など。これらの製品は日本産よりも安い。またこういった日本以外から輸入される日本食材を輸入する輸入業者も多数存在するようだ。なかには日本食が健康食であることをアピールし、ショッピングモールでの試食やレストランへの売り込みをかける業者も少なくないという。

4. 外食産業の現状

(1) 現地の日本食レストラン

近年日本食レストランの数は急速に増加している。特にデリーの日本食レストランの数は対象 4 都市中突出して多い。一方でムンバイでは数は少ないが、有名シェフがプロデュースした Wasabi やしばしばメディアで話題となっている Sushi and More などがオープンしている。

●デリーの日本食レストラン

No	店名	住所	電話	備考
1	たむら	1 F 21 Community Centre New Friends Colony	91-11-4167-2559	日本食
2	来富	AVALON COURTYARD 内、MGRoad, Sultanpur NewDelhi	91-11-6565-4065	日本食、日本人シェフ
3	京都	SCO 20, Part II, Sector 15, Gurgaon	91-124-2221645	日本食
4	小町	3F The Plaza mall, MGRoad, Gurgaon	91-124-4261193	日本食
5	SAKURA	The Metropolitan Hotel, Bangla Sahib Road, NewDelhi	91-11-42500200	日本食、日本人シェフ
6	MEGU	The Leela Palace, Diplomatic Enclave, Chanakyapuri, New Delhi	91-11-3933-1234	日本食、日本人シェフ
7	WASABI	The Taj Mahal Hotel, No. 1, Maan Singh Road, Delhi,	91-11-2302-6162	日本食、日本人シェフ
8	IZAKAYA	Shop No.317, 2nd floor, DLF Promenade mall, Vasant Kunj	91-11-4665-6317	日本食
9	Daikichi	UGF-02, JMD Regent Arcade, MG Road, Gurgaon	91-124-4072727	日本食、日本人シェフ
10	BestWesternSkyCity Hotel	1 Old Judicial Complex, Jharsa Road, Sector15, Gurgaon-122001	91-124-4991111	日本食
11	あさがお	YUHI 内、B6, Greenwoodcity, Sector45, Gurgaon	91-124-4231231	日本食
12	Aju	A13, Grgreenwoodcity, Sector45, Gurgaon	91-124-4106755	日本食
13	Shiro	Hotel Samurat, Chanakyapuri, NewDelhi	91-11-2687-6310	アジア料理
14	Harajuku Delight	Shop No.111&112, 1st floor, DLF South Square, Salojini Nagar, New Delhi	91-11-2688-0711	クレープ屋
15	EEST	The Westin Hotel, 1, Sector 29, MG Road, Gurgaon	91-124-497-7777	多国籍料理、日本食も有
16	Kylin	1F 24 Basant Lok Vasant Vihar	91-11-4166-9799	多国籍料理、鉄板焼き有

17	FUJIYA	12/48 Malcha Marg Market NewDelhi		多国籍料理、日本食も有
18	AKASAKA	#28, Defence Colony Market, New Delhi	91-11-600-00-600	多国籍料理、日本食も有
19	The Yum Yum Tree	1F Floor, Community Center, New Friends Colony, New Delhi	91-11-42602020	多国籍料理、日本食も有
20	Buddha Xpress	Opposite Forties Hospital, Gate 1, Vasant Kunj, New Delhi	91-1166487891	多国籍料理、日本食も有
21	mamagoto	1F 53, Khan Market, NewDelhi	91-11-4516-6060	多国籍料理、日本食も有
22	SPECTRA	The Leela Kempinski Gurgaon, Ambience Island, National Highway 8, Gurgaon	91-124-477-1234	多国籍料理、日本食も有、日本人シェフ
23	Oasis	The Claridges, Surajkund, Shooting Range Road, Faridabad	91 129 4190 000	多国籍料理、日本食も有、日本人シェフ
24	Threesixty	The Oberoi Delhi, Dr. Zakir Hussain Marg, New Delhi	91 11 2436 3030	多国籍料理、日本食も有
25	threesixtyone	The Oberoi Gurgaon, 443 Udyog Vihar, Phase V, Gurgaon, Haryana	91 124 245 1234	多国籍料理、日本食も有
26	Konomi	Trident, Gurgaon, 443 Udyog Vihar, Phase V, Gurgaon, Haryana	91 124 245 0505	日本食
27	19 Oriental Avenue	19 Ashoka Road, Connaught Place, New Delhi	91 11 4119 1040	多国籍料理、日本食も有、日本人シェフ
28	T.K'S ORIENTAL GRILL	Hyatt Regency Delhi, Bhikaiji Cama Place, Ring Road, , New Delhi	91 11 6677 1312	多国籍料理、日本食も有
29	Naoki	Aman New Delhi, Lodhi Road, New Delhi	91 11 4363 3333	日本人シェフ
30	BLOOMS	Eros Hotel managed by Hilton, American Plaza, Nehru Place, New Delhi	91 11 41223344	和朝食有
31	LUVINDO HOUSE	E-23, East of Kailash, New Delhi	91-97176-58031	日本人向けゲストハウス
32	Sushi	50, Moets, Defence Colony Market, New Delhi	011 46555777	日本食
33	PAN ASIAN	Sheraton Saket, District Centre, Saket, New Delh	91 11 4266 1122	多国籍料理、日本食も有、日本人シェフ
34	ZEN	B-25, Connaught Circus, New Delhi	91-11-23357444	多国籍料理、日本食も有
35	D1 Miso	Ground floor, Global Foyer building, Sector 43, Golf Course Road, Gurgaon,	91 124 4086128	日本、韓国
36	CLUB INDIA CAFE & RESTAURANT	No. 4797, 2nd Floor, Tooti Chowk, Main Bazar, Paharganj, New Delhi	91-11-23589392, 9953334555	多国籍料理、日本食も有
37	Sushiya	1F Floor, Select Citywalk Mall, Near Barista, Saket, New Delhi	91 9312444086	寿司カウンター

38	Sushiya	B-113, Freedom Figher Enclave, Neb Sarai, New Delhi	93-1244-4086	寿司デリバリー
40	Sushi King	Ground Level, Building 8C, DLF Cyber City, Gurgaon	4006000	寿司屋
41	やきとら	No.580, Sultanpur, Mandi Road, New Delhi	98-9142-9420	焼き鳥屋
42	太巻き	13 A, Hauz Khas Village, New Delhi	91-11-2656-1214	太巻き屋
43	Iroha	GF144-146, Sushant Vyapar kendra, Sushant Lok1 Gurgaon	91-124-414-7401	スイーツ屋、日本人パティシエ

●ムンバイの日本食レストラン

No	店名	住所	電話	備考
1	WASABI	Taj Mahal Hotel, Opposite Gateway Of India, Colaba, Apollo Bandar Road, Mumbai	91-22- 6665 3366	日本食
2	Tetsuma	41/44, Mon Repos, Minoo Desai Marg,, Colaba, Mumbai	91-22-22876578	多国籍料理、日本食も有
3	Global Fusion	New Link Mall Link Road, Bandra, Mumbai	9167666718	多国籍料理、日本食も有
4	Shiro	Bombay Dyeing Mill Compound, P Budhkar Marg, Lower Parel, Mumbai	91-22-66511207	多国籍料理、日本食も有
5	Sushi and More	2/A Meherbad, Warden Road, Cumballa Hill, Breach Candy, Mumba	91-22-66157285	日本食テイクアウト
6	SanQi	Four Seasons Hotel Mumbai, 114 Dr. E. Moses Road, 400 018 Worli, Mumbai	91-22-2481-8000	多国籍料理、日本食も有

●チェンナイの日本食レストラン

No	店名	住所	電話	備考
1	赤坂	128, Lattice Bridge Road, Behind Jayanthi Theatre, Thiruvanmiyur,	91-44-2445-3424	日本食
3	雅	Arun Excello, Opp To Vallakottai Murugan Koil, OSP Koil Main Road Temple Green Project Mathur Village, Sriperumbudur, Kanchipuram	91-44-27172110	日本食
4	天竺牡丹 (ダリア)	93, Kauvery Complex, Nungambakkam High Road, Nungambakkam,	91-44-2826-5240	日本食
5	Momoyama	Old No. 16, New No. 24/1, 1st Cross Street, TTK Road, Alwarpet	91-44-45000715	日本食
6	Hip Asia	No 2, Vivanta By Taj Connemara Hotel,	91-44-66000000	多国籍料理、日本食も有

		Binny Road, Mount Road,		
7	Aju Japanese Hotel	No 1 A & 1 B Jolly Gem Inn Resort, Navalur, Rajiv Gandhi Salai, Sholinganallur	91-44-47424242	日本食
8	Teppan At Benjarong Restaurant	No 146, Park Sheraton Hotel & Above Benjarong Restaurant, TTK Road, Alwarpet,	91-44-32216635	多国籍料理、日本食も有

●バンガロールの日本食レストラン

No	店名	住所	電話	備考
1	播磨	4th Floor, Devatha Plaza 131 Residency Road,	91-80-4132-5757	日本食
2	ASKA Service Apartment	135, 5th Cross, 35th Main, BTM Layout IInd Stage	91-80-4151-4091	多国籍料理、日本食も有
3	IZAKAYA EDO	No.1, Residency Road (ホテルロイヤル ガーデニア内)	91-80-22119898	日本食
4	Justa-The Residence Small Luxury Hotels	Justa-The Residence Small Luxury Hotels	91-80-4204-4040	日本食
5	Fujiyama	#423, 8th Main, 4th Block Koramangala (Hotel Aspasia 内)	91-99725-72309	日本食
6	SHIRO	3rd Floor, UB City (Camet), Vittal Mallya Road	91-80-4173-8864	多国籍料理、日本食も有
7	Zen	The Leela Palace, 23, Airport Road	91-80-2521-1234	多国籍料理、日本食も有

(2) 日本食レストランの現地での取り組み

日本食レストランは、それぞれ独自の商流を開拓しており、一律にまとめてその傾向を述べることは難しい。今回はインタビューを行った7店舗の取り組みをそれぞれ紹介する。

●店舗①IZAKAYA

名称：IZAKAYA

住所：Shop No. 317, 2nd floor, DLF Promenade MALL Vasant Kunj New Delhi India-110070

電話番号：91-1146656175

URL：<http://www.izakayaindia.com/>



店舗プロフィール

・2009年9月創業。モール内出店ということもあり、インド人富裕層がターゲット。現在デリーに2店舗展開。

日本食レストラン数と推移

・4年前ほど前、デリーにはたむらとさくらの2店舗、バンガロールもダリアと播磨の2店舗、チェンナイは赤坂とダリアの2店舗と、本当に少なかったが、今は把握できないほど増えた。FUJIYA（インド人経営のフュージョンアジアレストラン）などのジャンルも日本料理店のひとつとみなすのであれば、現状は数えきれないほどある。絶対数は確実に増えていく。新規参入の話も聞いている。駐在員の需要よりもインド人の需要の方が大きいと見ている。

インド人の客層

・最初は海外経験のあるお金持ちが来ていた（職業についてはわからないが、海外に年に何回も行けるようなお金持ち）。彼らは世界各国の日本食レストランを回り、「何が日本食なのか」を知っており、日本食を目当てに来店していた。ここ2年では、お金持ちに連れてきてもらっていた友人（おそらく

自身での海外経験はない)が増えてきた印象。あとは、日本食が何かも知らないけど、立地によって集まった人たち(富裕層)の来店が増えた。彼らは日本食が目当てで来るわけではなく、モールの中のレストランだから来るという人たちである。

主な日本食材仕入れルート

- ・輸入会社から仕入れている。
- ・TAIGA(輸入食材を取り扱う業者で、肉や魚、米、酒など日本食材を取り扱う。仕入れているのは主に魚系)、その他 Palkit、Rahul Trading、Park Exim などインド人経営の業者からの仕入れ(乾麺や調味料、漬物などを取り扱う業者で日本食材を取り扱う。仕入れているのはいずれも調味料系)。
- ・デリーの日本食レストランの魚はほとんど TAIGA からのもの。Palkit も日本人のホテルやレストランなどの大口顧客が多数いる。
- ・調味料は最初は安いところから仕入れていくが、在庫がどの会社も安定せず、在庫数によって使い分けている。

インド人の中での売れ筋日本食メニュー

- ・寿司系:カリフォルニアロール、スパイシーサーモンロール、サラダ巻、アボガド巻、天ぷら、とりももの炭火焼、味噌汁、枝豆(タイから輸入)、スパイシー系
- ・「日本食と言えば寿司・天ぷら」といった認知度で人気。

レストランとしての戦略

- ・日本食の認知度はまだ低い。日本食と言えば「IZAKAYA」というブランドを広めていきたい。ターゲットは富裕層なのは変わらない。人気メニューのうちのひとつ「鶏もも炭火焼」は皿ではなく、飛騨コンロで提供しており、味も見た目も楽しめる。今後も寿司と天ぷらの需要は伸びていくと思うが、炭火焼のような見た目が華やかなメニューも今後は力を入れていきたい

●店舗②Oasis

名称： Oasis

住所： The Claridges, Surajkund, Delhi, NCR , Shooting Range Road, Faridabad

電話番号： 91-129-419-0000



店舗プロフィール

・ The Claridges Hotels & Resorts のレストラン。ホテルグループ創業は 1951 年、インドに 4 店舗のレストランを展開中。日本食レストランはこの店舗のみ。

日本食レストラン数と推移

- ・ ここ 3 年ほどで 10 店舗から 15 店舗に増えた。
- ・ 日本食に必要な輸入食材に対して、検査項目が多すぎるものが課題。インドにおける韓国やイタリア料理を提供する際の食材の調達環境と日本料理のそれとでは比べ物にならないほど厳しく、日本料理店は運営がむずかしい。

インド人の客層

・ インド人の割合は 6 割でみな富裕層といえる。

主な日本食材仕入れルート

- ・詳細は企業秘密のため情報公開不可だが、仕入れのルートはホテル側が決めている。インドにはそもそも日本食材の仕入れ元の選択肢が少なく、限られた仕入れ元と付き合っている。
- ・寿司の米、海苔などは日本産のもの。オリーブオイル、トリュフ、フォアグラ、キャビアなどは日本以外からの輸入品でまかなっている。

インド人の中での売れ筋日本食メニュー

- ・寿司盛り合わせ（2,000 ルピー）が人気。

レストランとしての戦略

- ・インド人富裕層に売り込み、インド人の口に合った日本食を作っていく。売り上げ増が期待できるメニューがわかったら日本人のシェフは必要ない、インド人だけでやれる。

●店舗③大吉

名称：大吉

住所：UGF-02, JMD Regent Arcade, MG Road, Gurgaon

電話番号：91-124-4072727

店舗プロフィール

- ・2011年開業。日本人をターゲットとした日本食レストラン。

日本食レストラン数と推移

- ・日本人の駐在員が増えているため、徐々に増えるのではないかと。ただし、日本人シェフの確保が困難で、インド人の料理人のスキルも不十分であるため、さほど伸びないのではないかと考える。

インド人の客層

- ・特に日本にいたことのあるインド人が多い。来店するときは家族連れで、ショッピングモールでの買い物ついでに寄っていく。ただ店に来る客の95%が日本人。インド人は1日15人程度。

主な日本食材仕入れルート

- ・野菜や肉などは、インドの卸売やマーケットから調達。調味料（たとえばみりん）やお米といったインドでは手に入らないものは、輸入会社から仕入れている。仕入れ業者の名前についてはあまり公開したくない。どの店も苦労して独自でルートを開拓していると思う。
- ・よく使う日本産食材は、みりん、醤油、かつおぶし、酒、みそ、米など。これらの食材はすべて日本産。

インド人の中での売れ筋日本食メニュー

- ・カツ丼、ラーメン、ニラレバ、餃子、酒、うどん。特に麺類とカツ丼（米と肉を使ったもの）が人気。

レストランとしての戦略

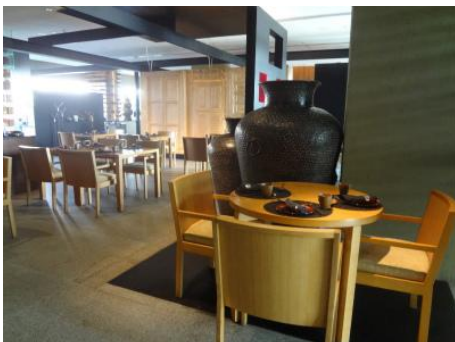
- ・日本駐在員に継続的に使ってもらうことが戦略。メニューを増やすことより、清潔感や味を保つことで精一杯。

●店舗④EEST

名称：EEST（ホテル The Westin Gurgaon, New Delhi 内）

住所：Mehrauli Gurgaon Marg, Heritage Colony, DLF City, Phase - II, Gurgaon, Haryana 122001

電話番号：91-124 4977777,



店舗プロフィール

・2010年創業。EESTはアジア諸国に店舗展開をしており、インド以外にもマレーシア、中国などにもある。

日本食レストラン数と推移

・デリーには10軒くらい、インド全体では20-30軒くらいある。
・日本人駐在員向けのレストランが増えていくと思われる。インド人に日本食はそもそもなじみがない。インド人といっても海外に行くようなインド人とローカルのインド人は違うけど、ローカルのインド人は日本食を食べない。海外に行くようなインド人はまだまだ少数。少ないといっても数でみれば多いと思うので、それをどう捉えるかはその店次第。

インド人の客層

- ・客層はインド人 7 割、日本人 2 割、その他 1 割程度、インド人の客層は月収 10 万ルピー以上の人々。

主な日本食材仕入れルート

- ・ TAIGA から魚、Rahul Trading と Palkit から調味料や乾物類などを仕入れている。
- ・ 輸入日本食材は主にまぐろ、たい、いか、たこ、いくら、うなぎ、かんぱち、ほたて、がり、わさびといった品目である。
- ・ アジアンレストランであり、日本食専門レストランではないので、店全体の日本食メニューの売上であれば 20%、そのうち日本食材の割合は 10%程度だと思ふ。日本産以外の輸入食材はわからない。サーモンは北欧産のものを使っている。

インド人の中での売れ筋日本食メニュー

- ・ 天ぷら（エビ天ぷら 540 ルピー、野菜天ぷら 420 ルピー）インドにはパコラという揚げ物があり、天ぷらと同じではないが似ている、なじみがある。
- ・ 寿司。インドだけでなく世界的にトレンドになっている。トレンドや流行に敏感な人たちがファッションとして食べている。寿司を食べ物として美味しい、好きと知っているインド人は少ない。
- ・ カリフォルニアロール。インド人は欧米で流行っているものに興味を示す。

レストランとしての戦略

- ・ お金持ちに本物の日本食を提供することを基本とする。すしや天ぷらが中心であり、さしみは難しい。
- ・ 日本人が日本で食べている日本食をそのままインド人に提供してもインド人は食べない。フュージョンだと思うけど、インド人にどううけるかを考えていかなければいけない。チキンティッカ（インドのスパイスなどをペーストにして鶏肉に付けて焼いたもの）などのインド料理を寿司メニューに混ぜてみる必要がある。
- ・ 一方で、自分は日本人の駐在の方のサポートも担いたいと思っている。日本人が食す食事はやはり基本は日本食。このお店はインド人の客が 7 割だからどうしてもインド人向けの日本食（同じ寿司でも、インド人はシャリが多いものを好むため、寿司メニューはネタよりもシャリを多くしている）になってしまうが、日本人のお客にはメニューにないものを提供したりもしている。
- ・ 日本の食材は高い。現地調達や輸入食材などでどのように安くまかなえるかが命題である。

●店舗⑤Sushi & More

名称 : Sushi & More

住所 : Warden Road , opp muchad panwala, Mumbai -400036

電話番号 : 912266157285/86

URL : <http://sushiandmore.com/our-menu> (メニューを閲覧可能)



店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

- ・2011年創設。持ち帰り専門の店舗。
- ・Maido Enterprises と提携し、日本食材の販売も手掛ける。
- ・インドではセレブやリッチ層の間で日本食がブームとなっている。彼らは海外で多くの人が日本食を好んで食べているのを目の当たりにしている。日本食はファッショナブルだし、健康にもよいとされている。日本食に対する認知度も上がってきており、ビジネスに踏み切った。

日本食レストラン数と推移

- ・ムンバイの日本食レストランは6、7件程度。他にも日本食と称するメニューを提供しているところもあるが、列記とした日本食を提供しているところは多くない。
- ・近年ではレストランに行く人だけでなく、小売店で日本食材を買う人も増えてきている。人々の間で日本食の知識が普及しつつある。

インド人の客層

- ・インド人が65%、残りは日本人を含む外国人。地理的に各国領事館が近いため、そこに勤める駐在員の利用も多い。
- ・インド人の顧客で特徴的なのは最近社会人になった若者や、大学生など若年層の利用が多いこと。彼らは友人や家族を連れて店を訪れる。また女性の利用も多い。
- ・われわれのターゲットは中間層と富裕層だ。これまでは富裕層が中心となっているが、今後は中間層の利用も増えるのではないかと思う。ただ中間層にとっては価格がネック。

主な日本食材仕入れルートと主な日本食取扱業者（輸入業者）

- ・日本食材はMaido Enterprises から仕入れている。シンガポールや他の国からの日本食材が多く出回っているが、われわれは日本産の食材をきっちり仕入れたいので同社と取引をしている。Maido は真正銘日本産の食材を取り揃えているし、品質の良いものを取り揃えている。仕事ぶりも信頼できる。
- ・Maido からは寿司酢、海苔、カレー、がり、ドレッシング、マヨネーズ、照り焼きソース、緑茶などを仕入れている。Maido はレストランだけでなく、Natures Basket や Food Hall など大手小売りチェーンにも日本食材を供給している。
- ・Maido は最近日本のカレールー（S&B ゴールデンカレー、12皿用：500ルピー）の売り込みに積極的である。われわれもカレーを提供している（野菜カレー：250ルピー、チキンカレー：300ルピー、エビカレー：350ルピーで提供）。このカレールーは簡単に日本のカレーが作れるので重宝している。その他自宅で寿司が調理できる調理セットの売り込みもある。寿司を自宅で作りたいと考える人は多くいる。また胡麻ドレッシングの売り込みもある。胡麻の風味がクリーミーで良い。
- ・日本産の食材は主に調味料などが中心で、全体の60%を占める。サーモンはノルウェー産、マグロはマレーシア産、チーズはアメリカ産（フィラデルフィア）また米もアメリカ産（カリフォルニア産）を仕入れている。これら日本産以外の食材は全体の10%を占める。
- ・現地調達しているものは野菜、鶏肉、エビ、カニなどで全体の30%を占める。

インド人の間での売れ筋日本食メニュー

・寿司のレストランなので、寿司が売上全体の 50%程度を占める。ベジタリアン向けの寿司のセット（8貫で 230～380 ルピー）、ノンベジタリアン向けの寿司セット（8貫で 300～500 ルピー）などが人気。

・またサイドメニューとして餃子が非常に人気。ベジタリアン向け（6個で 120 ルピー）とノンベジタリアン向け（鶏肉ベース、6個で 150 ルピー）共に人気だ。また寿司や鉄板焼きスタイルのおかずなどを詰めた弁当もベジタリアン向け（400 ルピー）とノンベジタリアン向け（鶏肉ベース、450 ルピー）双方とも人気が高い。

レストランとしての戦略

・今後はラーメンを売り出したいと思っているが、まだ販売できる状態ではない。ラーメンは需要があると見ている。お好み焼きや焼き鳥が好きな人も多い。

・日本食は海外で非常に人気がある。インドでも認知度さえ上がれば大きく成長する可能性がある。今様々な新しい日本食メニューの可能性を模索している。

●店舗⑥Miyabi

名称：Miyabi

住所：Arun Excello, Opp To Vallakottai Murugan Koil, OSP Koil Main Road Temple Green Project Mathur Village, Sriperumbudur, Kanchipuram.

電話番号：91-44-27172110

URL：<http://miyabirestaurant.in/>



店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

- ・2010年創設。基本的に駐在員をターゲットにした日本食レストラン。韓国料理も提供している。

日本食レストラン数と推移

- ・チェンナイでは日系企業や韓国系企業も多く、日本食レストランの需要も高いので、今後も増えていくと考えている。

インド人の客層

- ・9割が日本人、残りは韓国人とインド人など。インド人の客のほとんどは高級車に乗っているようなリッチ層。中間層はほとんど来ない。

主な日本食材仕入れルートと主な日本食取扱業者（輸入業者）

- ・詳しく答えることはできない。デリーの大和屋からは米を仕入れている。豚肉、鶏肉、魚介類などの一部は現地で調達している。

インド人の中での売れ筋日本食メニュー

- ・寿司、刺身、かつ丼、親子丼、お好み焼きなど。特に親子丼（600ルピー）とお好み焼きが人気。
- ・今後は特に寿司、刺身、お好み焼き、シーフードスパゲッティなどが売れると思う。

●店舗⑦Edo Japanese Restaurant & Bar

名称：Edo Japanese Restaurant & Bar

住所：ITC Gardenia. No.1, Residency Road, Bangalore

電話番号：9611123203

インタビュー対象者：Ms. Shatakshi Sood



店舗プロフィール（創業年、開店趣旨、店舗数）

・2009年9月オープン。インド大手 ITC グループがインドのホテルで初めて開店した日本食レストラン。2店舗目の EDO はコルカタに建設中のホテル内に、2014年にオープンする予定。

日本食レストラン数と推移

・インド全体で見れば増えているが、まだ100店舗もないと思う。バンガロールは播磨と EDO の2店舗しかないし、増えるといううわさもあまり聞かない。
・長期的にみれば増えていくと思う。教養のあるインド人、海外経験のあるインド人の間でも「日本食は健康的」というイメージが広がりつつあり、認知度も上がっている。また、当レストランのように5つ星ホテル内の日本食レストランも増えていくと思う。その理由は、ビジネスでインドに来る外国人が増えているためである。

インド人の客層

・高学歴な人たち、日本食が何か知っている人たち、大企業の人たちが多い印象。EDO は特殊かもしれないが、ビジネスミーティングで使われることも多い。
・ホテル内なので、宿泊客の欧州からのお客さんの利用も多い。

主な日本食材仕入れルートと主な日本食取扱業者（輸入業者）

・デリーでなく日本の TAIGA から仕入れている。また TAIGA からの注文に間に合わず商品が切れてしまった時に Sai food (バンガロール) を利用する。しょうゆなどシンガポールなどのアジア製品が手に入る。
・Fortune Gourmet Bombay は、世界各国の食品を扱う。バンガロールだけでなくデリーやムンバイなど大都市圏に展開している、5つ星ホテルの間では有名、大抵のホテルはここと取引があると思う。Edo ではヨーロッパの食品を仕入れている。
・取引先はホテル側、経営陣の裁量で決まる。
・使っている日本産の食材としては米、きのこ類、魚、調味料（こしょう、味噌、だし、マヨネーズ、

かつおぶし) など。

- ・鶏肉、砂糖、塩、野菜はバンガロールで現地調達している。割合は半々くらい。

インド人の中での売れ筋日本食メニュー

・魚料理（刺身、焼き魚）、枝豆、焼き鳥など。

・価格は、焼き魚（スズキ：1,000 ルピー）刺身（サーモン：550 ルピー）、刺身盛り合わせ（2,000 ルピー）枝豆（450 ルピー）

・バンガロールや南部では魚に抵抗がない、さしみやえだまめは油を使っていないということもあり「低カロリー、健康的」として知られている。

レストランとしての戦略

・バンガロールを訪れる人に最高の日本食を提供したい。客層はビジネス客が主流になると思う（ホテル内レストランのため）旅行者も歓迎する。弁当や懐石料理などのセットメニューは現在も展開しているが、今後充実させていきたい。

(3) 現地で浸透している外国レストランまたは外食チェーンの成功要因

●ファストフードチェーン

インド市場に浸透しているファストフードチェーンの代表格としては、マクドナルド、ケンタッキーフライドチキン、ピザハット、ドミノピザなどが挙げられる。これらグローバル大手は1995～96年頃にいち早くインド市場に参入し店舗を広げ、今では主要都市を中心に全国に展開している。

これらファストフードチェーンは2000年代に入りインド経済の成長と共に拡大を続け、今では全国に展開するようになってきている。下記の表は各種メディア報道などをまとめた各ファストフードチェーンの店舗数だが、ここ数年特に目覚ましく拡大していることがわかる。

	店舗数の推移	
	2009～10年	2011～12年
マクドナルド	169店舗	270店舗 (2012年9月時点)
ケンタッキー	72店舗	160店舗
ドミノピザ	300店舗 (2010年3月時点)	500店舗以上 (2012年3月時点)
ピザハット	143店舗 (2010年4月時点)	216店舗 (2011年12月時点)

出典：各種メディア報道、オフィシャルウェブサイト等。

ファストフードチェーンがインド市場に浸透した社会的な要因としては、経済発展によるライフスタイルの変化が一番大きいと考えられる。具体的には核家族化、女性の社会進出による共働きの増加、ワーキングスタイルの近代化による調理時間の短縮、さらに言えば欧米のライフスタイルに憧れていた中間層の購買力が増したという要因も大きいと思われる。これらの変化は数年前までインドの主要都市がその中心となっており、当然ながらファストフードチェーンも主要都市での展開が中心となっている。

またより直接的な成功要因としては、これら大手ファストフードチェーンが、インドの食習慣に合わせたメニューを積極的に採用していることが挙げられる。具体的には各社のメニューには必ずベジタリアン向けとノンベジタリアン向けのメニューが明確に分かれていることや、インドの食文化に合わせて牛肉を使わず鶏肉を使ったメニューを提供したことにあるといえる。

ファストフードチェーンはインド全体で見れば都市部での展開が中心で、インド全土にまで広がっているとは言えない状態だ。大手各社は目下地方市場の開拓を積極的に進めており、ファストフード市場はまだまだ成長のポテンシャルが大きい。

●カフェチェーン

インドではカフェチェーンの拡大も顕著だ。2012年6月のメディア報道によれば、インドには現在1,600店ものカフェチェーンが全国に展開している。市場のトップを走るのはカフェコーヒーデー (Café Coffee Day) とバリスタ (Barista) で、いずれもインド企業。このカフェチェーンの普及により、コーヒーや各種フレーバーを加えたモダンなコーヒーを楽しむようになってきている。

また最近ではダンキンドーナツが2012年5月にデリーに1号店をオープン。またスターバックスがインド財閥タタグループ傘下のタタコーヒーと提携しインドに進出、2012年10月、ムンバイに1号店をオープンするなど、グローバル大手の進出も目立っている。

成功要因はすでに紅茶（チャイ）をたしなむ習慣があるうえに、インドは世界有数のコーヒー豆生産国でもあり、コーヒー豆やインスタントコーヒーなどはすでにどこでも手軽に手に入れることができたため、普及する素地はあらかじめあったといえることができる。これに加えてライフスタイルの近代化と消費者の可処分所得の増加により、少々値が張っても、近代的な店舗に足を運び、より洗練された味のコーヒーを飲みたいと思う人々が増えたことが大きな要因として挙げられる。

出所：

<http://www.business-standard.com/india/news/finally-tata-coffee-to-bring-starbucks-to-india/462351/>

http://news.dunkindonuts.com/article_display.cfm?article_id=1529

<http://profit.ndtv.com/news/cheat-sheet/article-ratan-tata-top-10-achievements-under-his-leadership-315310>

企業名	店舗数
カフェコーヒーディ	1200 店
バリスタ	225 店
コスタコーヒー	75 店
その他	100 店
店舗数合計約 1600 店	

●イタリア料理

前述のピザハットやドミノピザなどグローバル大手チェーンの展開を見ても明らかなように、インドではイタリア料理がかなり普及している。パスタやオリーブオイルも最寄のマーケットで手軽に購入できるようになっている。レストランの形態は上記の大手チェーンの他は独立系の高級レストランや五つ星ホテル内のレストランなどが多く、庶民に広く浸透しているとまでは言い難い。価格的にも大手チェーン店は中間層以上、その他高級レストランは富裕層向けとなっている。

イタリア料理がインド人に好まれる社会的な要因として、前述のとおりそのファッション性があげられるが、より直接的な食習慣という観点からみると、小麦粉などの炭水化物が多く使われているということが挙げられる。イタリア料理はパスタやピザ、インド料理はナンやチャパティに加え、米も食べるため、インド人の食習慣に合うのだという見方が有力だ。

また小売店やレストランへのインタビューでは、「インド人はトマトの味が大好きだ」という意見が聞かれた。確かに市販のインスタントスープにはトマトベースのものがあるし、ポテトチップスにもトマトベースの味が好まれる。またインドで一番よく売れるソースはトマトケチャップであり、庶民が日常食する軽食やスナックにまでケチャップを付けて食べる習慣が深くしみこんでおり、このトマト味への親和性も欠かせないキーワードと言える。またもともと乳製品への親和性が高いため、チーズ味も好ま

れることも加えておくべきだろう。

今一つはパスタやピザがベジタリアン向けやノンベジタリアン向けに分けて作りやすいということが挙げられる。インド人全般に普及する料理にはこの点が欠かせない。

出所：

<http://www.hindustantimes.com/Entertainment/Food/Is-Italian-cuisine-the-new-French/Article1-724107.aspx>

<http://economictimes.indiatimes.com/features/the-leisure-lounge/tracing-indian-fondness-for-italian-cuisine/articleshow/3317037.cms>

●中華料理

インドにおける中華料理は庶民レベルにまで広く普及した料理だが、前述の通りインド風にアレンジされ「インディアンチャイニーズ」と呼ばれており、本場中国の中華料理とは違うインド独特の味付けで普及している。小売店、レストランへのヒアリングでは、本格的な中華料理を食べることができるレストランはほとんどないのではないかという意見が少なくない。

この「インディアンチャイニーズ」は、西ベンガル州コルカタにある中国人街通商「チャイナタウン」で生まれたといわれている。チャイナタウンは英国植民地時代に広東などからコルカタに流入してきた中国人の居住区で、最盛期には2万人、現在では2,000人あまりの中国人が居住しているという。

インディアンチャイニーズの特徴はインド独特のスパイスをいれていることと、ノンベジタリアン向けには牛肉などを使わず、鶏肉や魚介類を主に使用し、ベジタリアン向けにはインドのカッテージチーズであるパニールを使用している点にある。また特に普及しているメニューとしては焼き飯や焼きそばが挙げられており、やはりここでも炭水化物を多く含むものがインド人の間で広く受け入れられていることがわかる。

出所：

<http://www.angelfire.com/empire/hakka/>

http://www.eatoutzone.com/Indian_Chinese_Cuisine.htm

http://articles.economictimes.indiatimes.com/2012-06-25/news/32409154_1_chinese-food-chinese-cuisine-yauatcha

2012 年度

インド日本食品消費動向調査

発行 2013 年 2 月

発行所 日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

東京都港区赤坂 1-12-32

電話 03 (3582) 5186

©JETRO（無断転載を禁じます）