

WORLD FOOD INDIA 2023

本書は WORLD FOOD INDIA 2023 にて日本インド産業振興協会 (jiIPA) によるジャパンパビリオンでの展示会における活動の内容、及び現地インドの現状やマーケット情報についてをまとめた報告書及び市場分析内容となります。難しい内容や数値的な内容は WEB などからも得れるのですが、本書ではこれまで得た発展途上国でのリテール経験や地方創生事業、海外での駐在経験など総合した中から比較をして記載をさせていただきます。

展示会場（デリー 位置関係）



空港から約 40 分ほどの場所。中心地になるインド門から近い場所にある展示会場。アクセスとしては悪くは無場所となります。広大な敷地にはいくつかの建物があり、開会式と展示会場は別の建物で行われました。

開会式にモディ首相が演説

コロナ後として初の開催となる本展示会にはインドとしても外国企業を誘致するチャンスであり、また産業としては農業や漁業など豊かな資源を輸出させたい。また、原料を元にしたインド国内での2次加工などの工場誘致も強化しており世界の食品工場としてインドを強く PR する内容を演説を通して参加企業や政治家、海外メディアへと PR



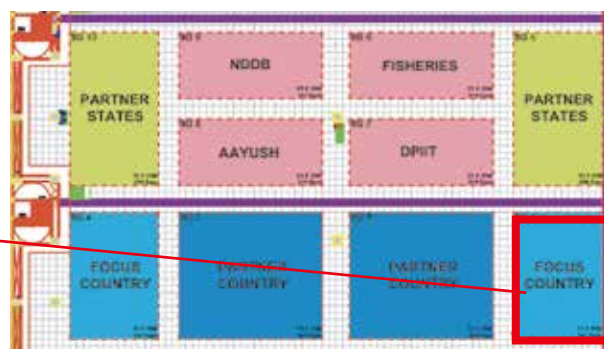
日本も脱中国を掲げる企業が増える中、インドへ工場を移転するなど。今後、食品製造を中国からインドへという企業も増えていくと考えています。こうした受け入れの体勢はインド国としても誘致をしているので将来的にインドへの進出や製造国として考える企業にとっては後押しをする状況にあると言えます。

展示会場と jiiPA のジャパンパビリオン出展エリア

会場はいくつかの建物で3日間ではとても回りきれない広さ。多くの国が出展をしているなどから世界一の人口を持つインドに対し食への新たな可能性を各国が期待をしていると感じさせる。



645	Japan India Industry Promotion Association (JiIPA)	5	D 01E
-----	--	---	-------



合同出品としてブース間の壁を取り、ブースの壁際に商品を陳列。手前に並べる日本方式とは違い、盗難が多い為にこうした手前には試食以外は並べないという陳列レイアウトとなります。

今回、JiiPA の出展エリアには大手メーカーとしてハウス食品、ヤクルトなどが出展、その他に現地インド製造商品を展開する日系企業、北海道の海鮮関係などが試食を通しインドの消費者や事業者に向け PR を行っております。当社ブースでは日本からお預かり頂いた各社様の商品を陳列。商品の紹介を含めた POP などを設置し来訪者に対し説明及び試食などを通し接客を行いました。



出品各社様の商品陳列棚のクローズアップ。試食試飲をメインに不定期ですが、商品を入れ替えながらフロントガラステーブルで試食 PR を実施。

インド、デリー について

およそ 100 年の歴史を持つデリー。所得層で言えば首都ではあるが昔ながらの人々が住んでいるのもあり市場などでの売買が盛な街です。今回の展示会においては来場されるのはインド全土から色々な方々が訪れており、また何かしらのビジネスや職に就労している人が対象となるので貧しい層ばかりでは無い。



インド最大のモスク、インド門など観光名所としても有名なデリーには海外からの旅行者も多い。その為、海外旅行者やビジネス向けのホテルなどは安くて 1 泊 1 万円以上、それなりのホテルだと 1 泊 4 万円。まだまだ自国内の所得が低い層が多く、高い層の人はデリーではなく郊外の新しい街などで住むそうです。(右の画像は高層吹き抜けの高級ホテル、今回の滞在ホテルになります)

デリー のマーケットについて

スーパーマーケットの様なりテール形態はデリー で見る事ができず。1 時間ほど離れた街には新しくモールが誕生しているなどの情報がある。ニューデリーの街中はほぼ個人商店や露天などが立ち並び、食事についても屋台や飲食店、レストランなど。飲食における価格は確かに安い、思ったよりは安くは無い。(円安の影響あり)



写真の通り路面や個人店が主流。仕入れは市場から。こうしたオーナー業態が非常に多い。



インドマックは現地個人飲食店に比べ 2 倍から 2.5 倍程度の価格。それでも安心や品質などを気にするインドの中層所得層から、また海外旅行者の方には人気がある。

「ホット ゴールドマサラ」単品 ¥390～ バリューセット ¥590 Sセット ¥490
「マイルド ゴールドマサラ」単品 ¥360～ バリューセット ¥590 Sセット ¥490

「オージーデリ」単品 ¥350～ ¥370 バリューセット ¥650～ ¥670 Sセット ¥590
「チーズオージーデリ」単品 ¥370～ ¥390 バリューセット ¥670～ ¥690 Sセット ¥610

食のマーケットについて（インドの食事情と飲食店事情）

デリーの市場を視察。劣悪環境下で管理されるスパイスなどを見ると心配にはなるのですが、今回は氷山の一角と言うスパイス市場にて、巨大な麻袋にはインドで多量に使われるカレーのスパイス各種が詰まっています。



スパイスはインドにとって毎日、毎食使用する必須の商材。このことから、インドにおいてスパイスが入った食品や料理が当たり前の生活になっている。=スパイシーな商品ほどインドに受け入れやすとも言える。



インドの食事情
基本は3食カレーです。
カレーと言っても香辛料を使ったスープに具が入った物が多く、日本のドロっとしたカレーでは無いです。
どのレストランにもベジタリアン向けとノンベジタブルがあり、肉を使わない。
という表記がしっかりあるのが特徴的。

中流飲食店、チェーンのファーストフード店などの価格

ローカルの路上店舗や個人オーナー店では1食 200円もあれば十分お腹いっぱいになる価格だが、ある程度の日本でいう普通のレストランやファーストフード店などだと1食 1000円では足りない事も。この価格差が非常に大きい。



1品 500円~1,000円街中のBARやレストラン価格

ドミノピザ、ラージサイズは1,600円前後

サブウェイ、ロングで700円前後

マック、セット価格で600円~と日本とあまり変わらず。



インドローカル向けのファーストフード店やレストラン。またBARなどもあり、所得層に合わせた独自の業態が存在します。

食のマーケットについて（食品リテール店と小売商品について）

デリー市内でスーパーマーケットがなかなか見つからず、今回は1軒だけですが内部へ潜入しましたのでご報告をさせていただきます。インドのスーパーマーケットですが、大きくノンベジ向け、ベジタリアン向けでタイプが分かります。今回潜入したスーパーマーケットはベジタリアン向けの店舗だった為、生鮮関係は野菜と果物があり、肉や魚などは扱っていない店舗となります。

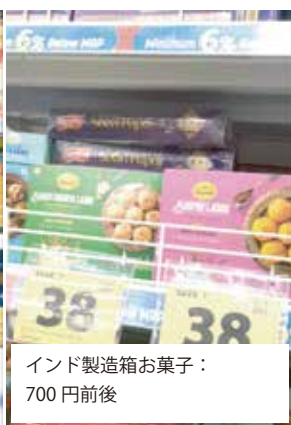


SMART BAZAAR

2001年に設立されたインドで最も古くかつ最大のハイパーマーケットチェーンの1つで、全国120以上の都市や町に約300以上の店舗を構えています。



インド製造お菓子：80円～150円前後



インド製造箱お菓子：700円前後



飲料：輸入品 200円前後
インド製造：100円前後



輸入おむつ：2,000円前後



輸入オリーブオイル：
3L：5,000円前後



インドナッツ類：
1KG：1,300円前後



海外嗜好品：(ヌテラ)
：600円前後※日本と変わらず



海外チーズ：500円前後



インド製：レトルトカレー
300円前後

スーパー内は高い棚にぎっしり隙間なく商品が並ぶ。輸入品からインド国産のものまで。カテゴリーで分けられているが大きく、お菓子、日用品、雑貨、調味料、嗜好品、生鮮（野菜、果物）、日配（肉なし）になる。気になる価格ですが思ったよりも全然安くはない。輸入品については日本と変わらないと思えるほど。インドの産地商品（豆、ナッツ、スパイス、カレー商品）などは確かに安い、思ってるほどではない。特に海外製品はインドの物価からいうと高いとも思える。



このスーパーには日本製の商品が見当たらなかったが、インド製の日本メーカー商品があったので紹介します。

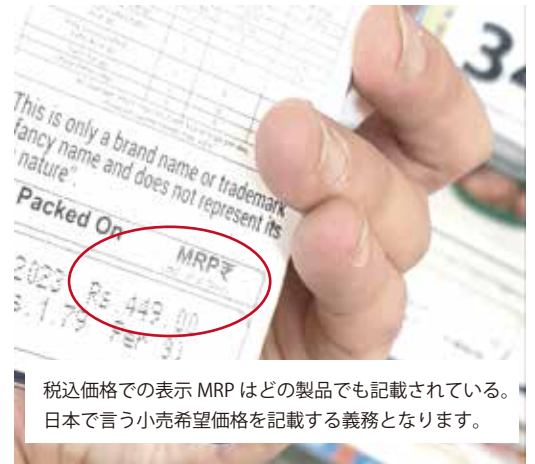
・ヤクルト：16ルピー（約32円） ・日進カップヌードル：50ルピー（100円）
こちらも思ったより安いとは思えない価格でカップヌードルについては中国製と価格が変わらない程（中国製は6元など（120円）シュリンクパックされていないカップヌードルは品質が決して良いとは言えない割りに高い。と感じる。

食のマーケットについて（インドの価格表示）

インドでは商品価格を裏面に記載するルール。業態を問わず「MRP（Maximum Retail Price の略）」と呼ばれる一律の小売価格規制が定められています。小売価格の決定権を握っていることから、メーカーの地位は小売業よりも高く、総じてインド国内で生産された商品の粗利益率は低いのが特徴です。その中で、同一商品であればどの店に行っても MRP は変わらないため、小売態態ではさまざまな方法で商品の値下げを試みています。その一例がスーパーマーケットなどで行われる、『2 つ買ったなら 1 つタダ（Buy 2 Get 1 free）』などの購買意欲を駆り立てる取り組みです。価格ではなく活発な販促策で競合との差別化を図っているのがインドの小売業界の現状です。

輸入商品についても MRP は適用され、インド度量衡法の規定に従った製品についてのみ、国内販売が許可されます。インドへの輸入品にはパッケージごとに、MRP・輸入業者名と住所・製品の一般名・製品が梱包された年月・連絡先情報（名前、住所、電話番号、メールアドレス）を印字、もしくはシール貼付しなければならない等、細かく基準が定められています。

また、インドの輸入商品に対する関税は、基本関税、追加（相殺）関税、特別追加関税から成り立っており、ドリンクや加工食品等の一般的なカテゴリーは平均すれば 40 ~ 50% の関税が課せられます。酒類は嗜好品ということもあり基本関税が非常に高く、ビールは 100%、ワインは 150% となっており、輸入のハードルが非常に高い。



食のマーケットについて（インドへの進出①）

インドの食マーケットですが、今回の出張では思ったよりも物価的な安さは感じませんでした。例えるならば 2010 年頃の中国は上海と似ており、貧困さがあっても街が急成長している様な感覚です。海外製品は高く、自国製品は安い。しかし、海外製品への憧れや品質への安心感などから一定所得層において求められている。スターバックスが進出をして約 11 年、店舗数は 300 を超えるなど、現地市場価格に対し 10 倍近いメニューに対しても商売が続いているなどから、決してプライスありきのマーケットでは無い。という実感もしました。強いて言えば、食品においてはベジタリアンが多く、彼らに対しアプローチできる商材であればインドマーケットにおいては有利である事。ノンベジと言われる魚や肉も食べるインド人も当然いるのでベジタリアン向けでなければならない。という訳ではありません。

食のマーケットについて（インドへの進出②）

展示会では製造技術提携や現地製造のお誘いなども声がける現地事業者がいました。輸入関税が非常に高いインドへの輸出は価格面での課題が大きく、日本で上代 100 円の商品は 3 倍価格ほどになります。プライスを重視するインドに対し進出を考える手段の中に現地での製造や現地へ原料を送り現地パッキングなど。インド製造、原料は日本などの方法で少しでも関税を軽減させる方法がインドマーケットの進出に対し有効であると考え。賃金の面でも安いインドは中国からインドへ拠点を移す海外企業も多くあり、今後のマーケットにインドを考える事業者はインド製造も視野に入れた考えを持つことを推奨したい。

食のマーケットについて（デリー近郊の都市グルガオン）



今回の展示会出張中には視察ができなかったグルガオン。新しい街でありデリーからも、空港からも近い位置にある都市。このエリアでは大型のショッピングモールほかオフィスなど。日本人駐在員をはじめとした企業で働く海外からの駐在家族が住む街となり、ショッピングエリアや飲食店など数多く出店している。小売として商品の販売を考えるならばグルガオンを軸として考えるのがアクセスの点を踏まえ、望ましいと考える。

↑YouTube よりグルガオンについての動画がありましたので引用させていただきました。