

福岡県ベンチャービジネス支援協議会

インド市場を狙う日本酒の酒蔵

2024年9月19日

インドのアイジェイシー

土肥 克彦

ここ数年、インド市場を狙う日本酒の酒蔵が増えています。そこで今回は、インドのアルコール市場の状況、インドでの日本酒の可能性、開拓のやり方について考えてみたいと思います。

インドで多数を占めるヒन्दゥー教では、飲酒は好ましくないものとする価値観が強く、酒を飲まないベジタリアンも多くいることで、他のアジア諸国に比べ飲酒の慣習が一般的ではありません。しかし近年、中間層の拡大や食文化の多様化に伴い、酒類の消費傾向にも変化がみられています。IWSR Drinks Market Analysis（英国）の調査によると、インドのアルコール消費量は世界第9位で、うちスピリッツ（ウイスキー、ジン、ラム、ウォッカなど）の消費量は中国に次ぐ世界第2位（6億6,300万リットル）と、世界有数のアルコール消費大国となっています。

インドでは基本的にウイスキーが飲まれています。ビールやワインの消費も増えてきています。ワインの消費量は、2001年の年間100万リットルから2019年には3,000万リットル超まで増加しています。

ビール市場も若者層の消費増加などを背景に拡大しており、消費量は2020年の55億リットルから、2025年には90億リットルに達する見込みです。クラフトビールを生産する醸造所数は2010年の2カ所から10年間で170カ所以上に増加しており、多くがベンガルール、ムンバイ、プネなどの大都市圏にあります。インドのビールにおけるトップブランドはキングフィッシャーです。キングフィッシャービールは私も飲んだことがあります。普通においしく、日本人の口にも合うと感じました。ウイスキーやビールなどの洋酒や輸入酒を消費するのは都市部の中間層以上が中心で、日本からの酒類輸出でターゲットになるのもこの層になります。

インド都市部では和食店が増加傾向にあり、日本産酒類の普及にも追い風となっていま

す。2021年の日本からインドへの輸出統計によると、酒類はウイスキー、次いでジンが上位を占め、ウイスキーのインド向け輸出量は5年連続で増加し、2021年は前年比36%増の約1億9,900万円となっています。こうした環境下にあつて、2021年4月に鳥取県内の7つの酒造会社などが「チーム鳥取・インド輸出蔵元会」をつくり、インドに各社の日本酒を輸出する取り組みを始めています。

2023年11月にはインド西部のムンバイで開催された国内最大級の酒類の展示商談会「プロワイン・ムンバイ2023」が開催され、高田酒造場（鳥取県岩美町）、辰馬本家酒造（兵庫県西宮市）などが出展し、日本酒を来場者に振る舞い、小売店やレストラン業者の新規開拓を目指しました。また2024年に入ってから、秋田の「北鹿」がインドへの初輸出を果たしており、2024年2月には福岡県八女市の本酒蔵高橋商店がインド法人を設立し、2024年7月には、山形の米穀卸のアスクがインドへ日本酒輸出開始を開始するなど、日本の酒蔵のインド進出が活発化しています。

日本酒・焼酎メーカー協会(JSS)によると、2023年のインドへの輸出は前年比62.4%増となり、インドへの輸出も過去10年間で900%以上増加しています。

インドではアルコール製品のオンライン広告を含むマス広告は法律上禁止されているため、市場開拓に際し酒類販売各社は、試飲会や、インフルエンサーとのソーシャルメディアによるプロモーション、炭酸水などの非アルコール製品の広告でブランド名を浸透させるなどの方法を取っています。

日本酒に関しては、近年インドでの飲食のイベントで、日本酒を展示販売するブースを設置するケースも増えてきています。加えて、インドで日本酒のプロモーションイベントも開催されるようになっており、ここで輸入業者や地元メディアを通じて知名度を上げています。インド人は親日な上、日本文化への親近感もあり、少ないながらも日本酒に興味を持つ人も増えていきます。これには日本食レストランや日本人駐在員が増えている状況も後押ししています。

ただしインドでは、和食以外で日本酒にあう料理は少ないため、普及にはまだまだ時間がかかるでしょう。インドは、他のアジア諸国に比べても訪日客が少なく、酒類に限らず日本ブランドに対する消費者の認知度は低い状況です。特に、日本酒や焼酎はその種類や飲み方などが一般消費者にほとんど知られていないため、認知度を上げる啓発活動やブランディングが必要となります。しかしかつてのワインが時間をかけて普及してきたように、時間をかければ日本酒の浸透も不可能ではないでしょう。また、日本酒を日本から輸出するのは、インドのアルコール飲料に対する高関税（100～150%）があることと、州毎に異なるアルコール法があることを考慮しておく必要があります。販促活動においては、輸入業者任せにするのではなく、日本側も深く関与し、共に市場を育てていくことが重要です。そのため、日本とインドの会場をオンラインでつないだ試飲イベントなどの地道な活動を根気強く続けていくことが大事でしょう。

もう一つ考慮すべきことがあります。日本の財務省の貿易統計では日本酒の輸出額は約1,100万円（2021年1～12月）となっていますが、インドの貿易統計では、実際の輸入量はこれよりも少ない状況です。これはインド側で日本酒の通関に問題が生じており、展示会用など特定用途を除き、輸入通関がストップする事例があるからです。この背景として、インド食品安全基準局（FSSAI）は規格外食品を輸入する場合、ISO17025に準拠した分析証明書の添付を要求しており、日本酒はこうした規制に対応できておらず、こうした点への対応も今後の課題です。