

国・地域名

インド

<p>人口・経済発展状況等</p> <p>〔参考：日本〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ●人口：1億2,616万1人（2019年11月確定値、総務省統計局） ●実質GDP成長率：0.7%（2019年度、内閣府） ●1人あたりGDP（名目）：4万1,021ドル（2019年、IMF） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口 13億5,117 万人 ・ 実質GDP成長率 4.2 % ・ 1人あたりのGDP（名目） 2,199 ドル ・ 在留邦人 9,838 人 ・ 訪日外客数 17.6 万人 ・ 日本食レストラン数 約110 店 	<ul style="list-style-type: none"> 2019年（推計値）、国際通貨基金（IMF） 2019年4月～2020年3月（推計値）、統計計画実行省 2019年（推計値）、国際通貨基金（IMF） 外務省「海外在留邦人数調査統計」令和元年版 2019年、日本政府観光局（JNTO） 2020年6月、ジェトロ調べ
<p>日本からの農林水産物輸出状況 (2019年/財務省貿易統計よりジェトロ算出)</p>	<p>39位 11億円 うち農産物8億円(70.3%)、林産物1億円(5.6%)、水産物3億円(24.1%)</p> <p>輸出額の多い品目： 真珠、播種用の種等、アルコール飲料（ウイスキー等）、メントール、菓子（米菓を除く）</p>	
<p>味覚、嗜好上の特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 刺激が強く、はっきりした味が好まれるので、調味料を中心とした食材は今後需要が高まる可能性がある。 ・ ベジタリアンが多く、食材・食材がベジもしくはノンベジ（動物性のもの含む）であるかどうかを非常に意識している。また、ベジタリアンが食べられる食材には個人差があるが、食品 ・ 安全基準管理局（FSSAI）によって、乳製品はベジタリアン食品、卵はノンベジタリアン食品と定義づけられている。 ・ ベジタリアンの割合は北部から中部は4割前後と高いが、南部や東沿岸沿いの州では約1割で、州ごとに大きなばらつきが見られる。 ・ 味覚は保守的でクリスピー（パリパリ、爽やか）な食感を好む。 	
<p>制度的制約</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ <動物検疫> 牛肉および牛肉を含む食品は、宗教上の理由により一切輸入できない。豚肉、鶏肉、鶏卵は二国間で検疫協議未実施。 ・ <植物検疫> さくらんぼ、もも、たまねぎ、コメ（精米・玄米）、製茶等は植物検疫証明書の添付で輸入が可能（輸入許可証を取得し、許可条件を満たすもののみ輸出可能）。りんご・なしについては検疫協議中。りんごについては2019年12月に日本産りんごの試験輸送が実現し、複数回実施後、両国が検疫条件に合意すれば正式に輸出解禁となる見通し。その他多くの品目については、条件が未設定。 ・ <水産物> 日本側での最終加工施設の登録と衛生証明書（HACCPによる衛生管理が必要）の添付が必要となっている。 ・ <表示・ラベル> ベジタリアン・マーク、非ベジタリアン・マーク、最大小売価格等の表示を規定する独自のラベル規制がある。 ・ <加工食品> 「いかなる形状の牛肉をも含まない」ということを船積み・積荷書類に記載した申告書が必要。豚等の牛肉以外の畜肉エキスは、輸入可能。ただし、インド国内で販売する場合は、インド食品安全基準局（FSSAI）の認可等が必要。 ・ インドへの輸入時点で消費期限が60%以上残っている必要がある。 	
<p>商流・物流・商習慣</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食品関連市場は個人経営の「キラナ」と呼ばれるパバママストアが多い割に、それらを束ねる大型ディストリビューターが不在のため、横のつながりが弱い。そのため、生活に密接なものは、流通販売網に乗りにくい。都市部では、携帯電話やインターネットを介した購入や買いまわりサービスがでてきており、オーガニックなどハイエンド商品に関しては、こうした新しいチャネルを通じて普及に貢献する可能性が高い。 ・ チキンやマトンは手に入るが、豚肉はあまり出回っていない。 ・ 宗教上、北部では牛肉が食される場所は極めて少ない。5つ星ホテル内のレストランや高級店では富裕層向けにバッファロー（水牛）を提供する店がある。 ・ 南部ではキリスト教徒を中心に牛肉を食す文化があり、レストランや精肉店で販売されている。 ・ 物流は一定量あるが、新鮮な生鮮品への需要があまり高くないため、コールドチェーンは十分に整備されていない。 ・ 日本との航空便は全国で合計週約30便。航空輸送時間は約10時間。日本とのコンテナ航路はなし（日本からはシンガポールや香港で積み替え）。 	
<p>日本食普及状況等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本食は駐在員向けがメイン。5つ星ホテル内の日本食レストランで一部の富裕層インド人が日本食を好んで食す程度で、一般向けには普及していない。ただし、都市部ではインド人オーナーの日本食レストランが徐々にではあるが増えつつある。また、中華・タイ・インド料理に加えて寿司を提供するパンアジアンレストランが広まってきている。 ・ 外食チェーンや加工食品分野の日系企業進出が徐々に進んでいる。 ・ 高級レストランで「味噌」「わさび」「緑茶」などの日本食材を使うシェフが出てきている。 ・ 現状では、日本食材・食品の輸入量が他のアジア諸国に比べて圧倒的に少ないため、日本人駐在員は買い出しのためにタイやシンガポールを頻りに訪れる。 ・ 大都市において富裕層をターゲットとした、寿司やオーガニック野菜の宅配サービスが普及し始めている。 ・ 4Gネットワークやスマートフォンの普及を背景に、レストランの料理やスーパーマーケットの製品をデリバリーするアプリサービスが大都市を中心に浸透している。 ・ 今後日本食の普及に伴い、典型的な日本食品である緑茶、乾麺、コメ、海苔、菓子、インド近海では入手しづらい魚介類等の需要が高まる可能性がある。 	