



JETRO

デリー首都圏（NCR）のライフスタイルに 関する調査報告書

日本貿易振興機構（ジェトロ）
調査部・ニューデリー事務所
2026年3月



目次

I.	デリー首都圏の概況	3
II.	デリー首都圏の生活環境	9
III.	ライフスタイルの変化と購買行動	14
IV.	デリー首都圏に住む人々の暮らし	18
V.	家庭訪問調査	25
1.	訪問家庭概要	26
2.	R1（デリー富裕層）	27
3.	R2（デリー上位中間層）	30
4.	R3（グルグラム富裕層）	33
5.	R4（ノイダ上位中間層）	36

I. デリー首都圏の概況

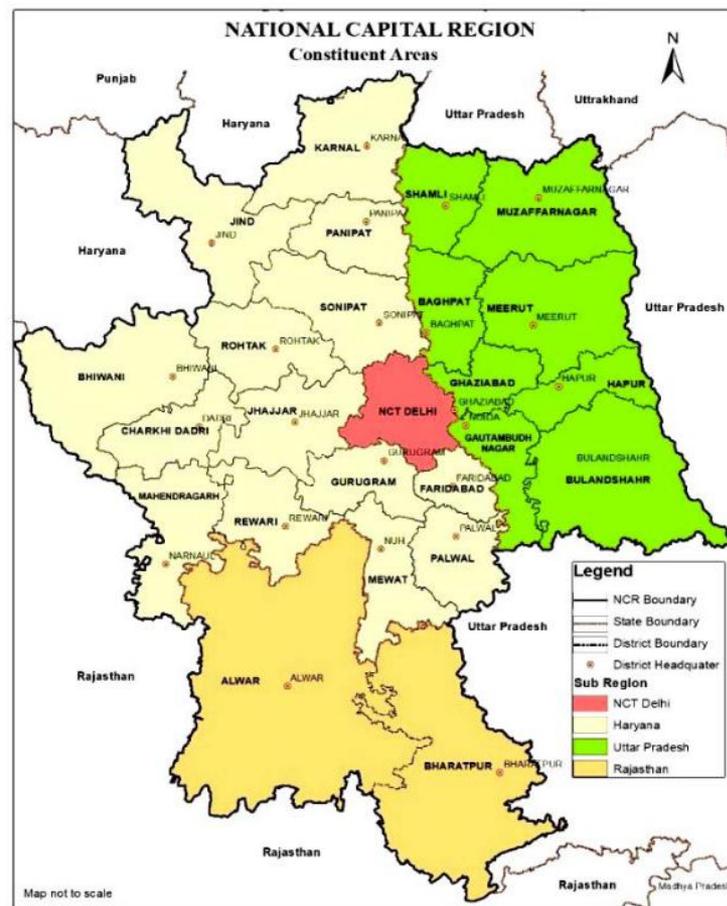
1 | 地理・行政区分

- デリー首都圏はインド北部に位置し、政治・行政の中核である首都デリーを含む広域都市圏である。
- 行政機能に加え、IT、自動車、不動産、物流、メディアなど多様な産業が集積している。

- **構成地域**：デリー首都圏は、デリーと、ハリヤナ州の14地区（主要都市:グルグラム、ファリダバード）、ウッタル・プラデシュ州の8地区（主要都市:ノイダ）、ラジャスタン州の2地区で構成される。
- **インドにおける立ち位置**：デリー首都圏は、行政・IT・自動車・不動産・物流・メディアが集積する、インド最大の経済圏の一つ。

デリー首都圏の概要（*はデリーのデータを利用）

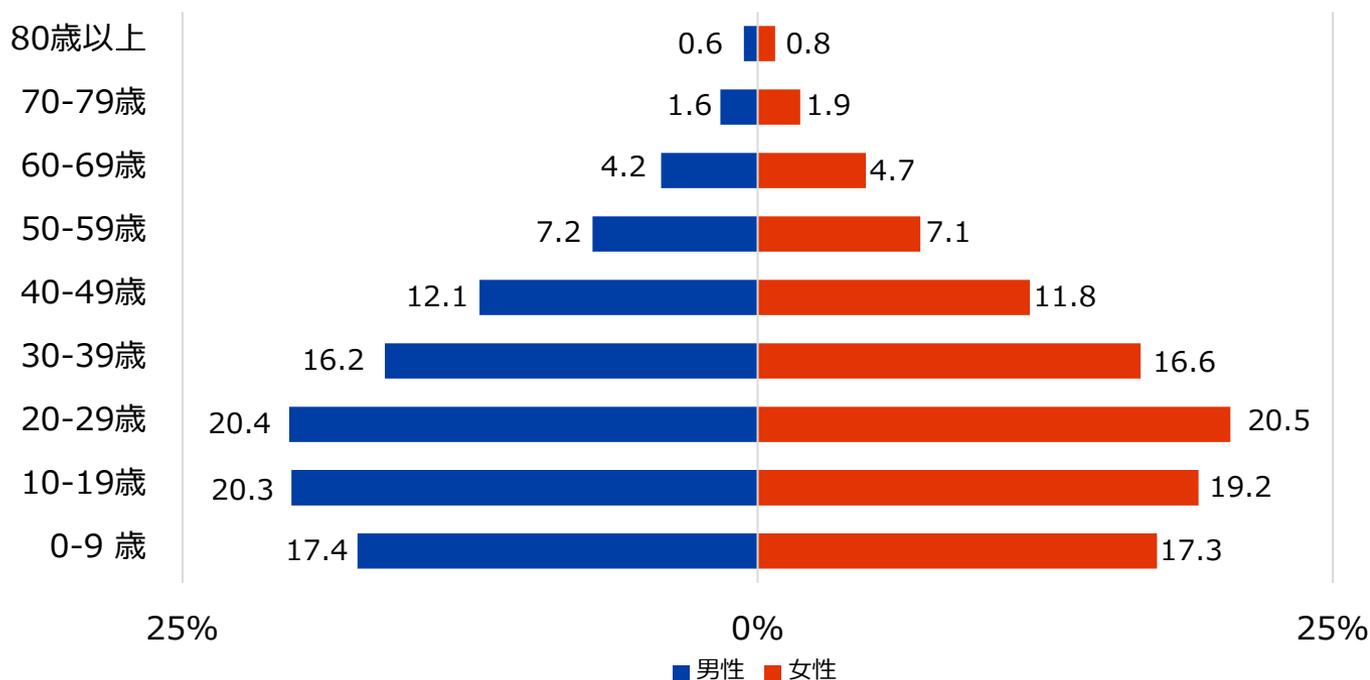
人口	約5,810万人（2011年国勢調査）
総面積	5万5,083km ²
宗教*	ヒンドゥー教81.5%、イスラム教13%、シク教3.5%、キリスト教1%、ジャイナ教1%、仏教0.1%（2011年国勢調査）
言語*	ヒンディー語、英語
識字率*	86.2%（2011年国勢調査）
男女比率*	男性54%、女性46%（2011年国勢調査）



2 | 人口動態

- 2011年国勢調査によれば、**デリー首都圏の総人口は約5,810万人**で、このうち約1,678万人が首都デリーに分布する。
- デリーの男女比は男性54%、女性46%。
- 人口ピラミッドは若年人口の比率が高い**拡大型**の特徴を示している。

デリーの年齢別人口比率(%)



(注) デリー-NCRの公開データが無いため、デリー単体のデータを表示。

(出所) Office of Registrar General & Census Commissioner of India (<https://censusindia.gov.in/census.website/>)

3 | 高い経済成長（GDP、新車販売台数）

- インドは安定したGDP成長率を記録しており、2024年度の名目GDPは330兆6,814億ルピーだった。
 - 経済成長と中間所得層の拡大を背景に自動車需要も着実に増加。
 - インド全体の乗用車新車販売台数は、2024年度に過去最高の430万台を記録した。
- 国際通貨基金（IMF）は、2026年にインドが日本を抜き、世界4位の経済大国になるとの見出しを出している。
 - デリーの経済は全国的な経済成長の流れに沿って推移しており、安定した成長を維持している。デリーの2024年度の名目GDPは12兆1,500億ルピーで、インド全体の約3.7%を占めた。
 - インドでは、経済成長と中間所得層の拡大を背景に、自動車需要も着実に増加している。インド自動車工業会（SIAM）によると、2024年度のインド全体の乗用車（新車）販売台数は430万台を記録した。こうした自動車保有の拡大は、特にデリーをはじめとする大都市圏において顕著であり、駐車場不足などの都市インフラ上の課題も顕在化しつつある。
 - インド道路運輸省（MoRTH）が運営する車両登録データベースVAHANによると、2024年度にデリーで新たに登録された乗用車（新車）の台数は18万7,626台であった。

実質GDP成長率（%）



名目GDP成長率（%）

	インド（全国）	デリー
2020年度	198兆5,409億ルピー	7兆4,427億ルピー
2021年度	235兆9,739億ルピー	8兆7,062億ルピー
2022年度	268兆9,047億ルピー	9兆9,974億ルピー
2023年度	301兆2,295億ルピー	11兆1,290億ルピー
2024年度	330兆6,814億ルピー	12兆1,500億ルピー

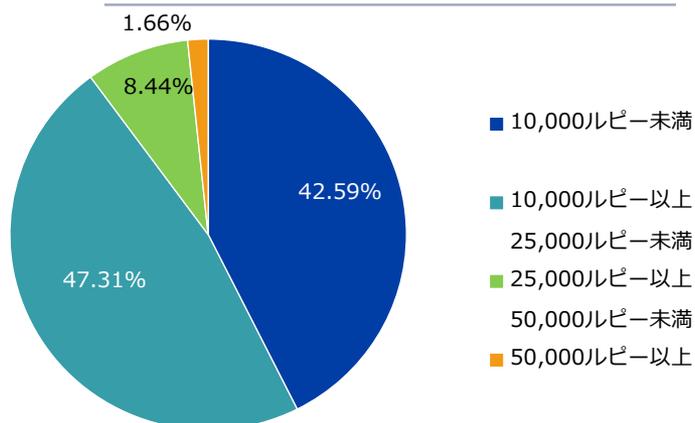
(出所) Government of NCT Delhi (https://des.delhi.gov.in/sites/default/files/DES/generic_multiple_files/sdp_of_delhi_3.pdf),
The Society of Indian Automobile Manufacturers (SIAM) (<https://www.siam.in/statistics.aspx?mpgid=8&pgidtrail=14>),
VAHAN Dashboard (<https://vahan.parivahan.gov.in/vahan4dashboard/vahan/view/reportview.xhtml>)

4 | 所得と消費支出

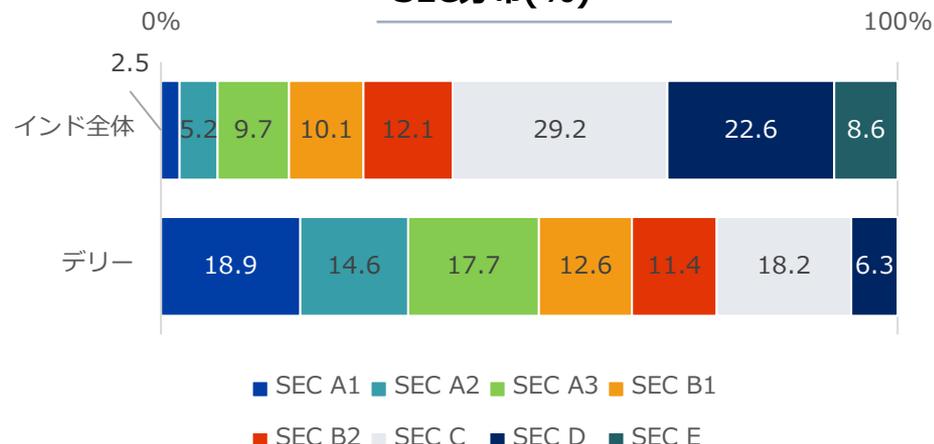
- デリーは、全国平均を大きく上回る所得水準および消費水準を有する。また、世帯支出の分布やSEC（注）の構成からは、中間層から上位層にかけての消費者層が厚い構造が確認されており、デリーがインド国内において相対的に高い経済力を有する地域であることが示唆される。

- **所得水準**：デリーの1人当たりの所得は、2024年度において49万3,024ルピーと推計されており、同時期のインド全体の1人当たり所得である20万5,324ルピーを大きく上回る。*
- **月間消費支出**：インド統計・計画実施省（MoSPI）が公表した「家計消費支出調査（HCES）2023-24」によると、デリー都市部における1人当たりの平均月間消費支出は約8,534ルピーであり、インド全体の都市部平均である6,996ルピーを上回った。また、デリー政府が公表した世帯当たりの月間支出額の分布を見ると、毎月1万～2万5,000ルピーを支出している世帯の割合が47.31%と最も高く、デリーにおいて中間層が厚いことが示されている。**
- **（注）SEC**：高い所得水準と消費水準は、世帯の社会的・経済的地位を区分する分類指標であるSEC（Socio-Economic Classification）の分布からも裏づけられる。デリーでは、最上位層に位置づけられるSEC Aの世帯が過半数を占めている。一方、全国レベルではSEC Aの構成比は約2割弱にとどまる。***

デリーの平均月間支出額別世帯分布**



SEC分布(%)***

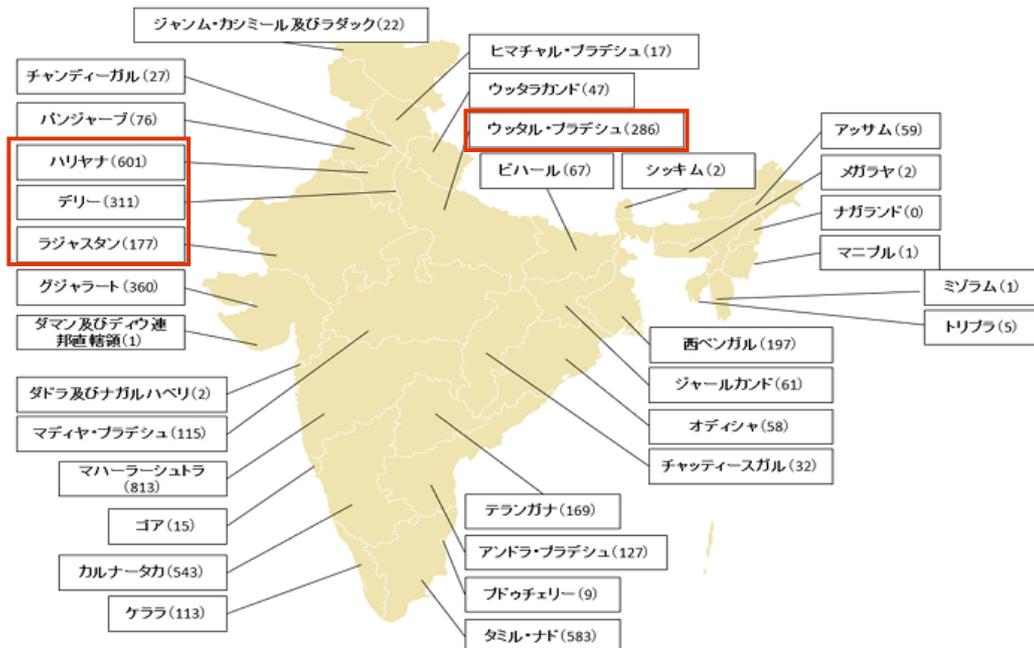


(出所) *Government of NCT Delhi (<https://des.delhi.gov.in/des/reports-estimates-state-domestic-products-delhi>), **Ministry of Statistics & Programme Implementation (https://www.mospi.gov.in/sites/default/files/publication_reports/Final_Report_HCES_2023-24L.pdf), Government of NCT Delhi (<https://des.delhi.gov.in/des/reports-estimates-state-domestic-products-delhi>), ***Indian Readership Survey 2019

5 | 日系企業の進出状況

- インド市場の堅調な経済成長を背景に、製造業を中心に多くの日系企業が進出している。
 - 2024年10月時点で、インド全土における日系企業数は1,434社、拠点数は5,205拠点となった。デリー首都圏も主要な進出先の一つである。
- デリー首都圏では、グルگرام（旧グルガオン）とデリーに日系企業の進出が集中する。
- 拠点数はグルگرامが約460拠点、デリーが約311拠点と、他地域と比べても突出して多いのが特徴である。

インド各州における日系企業拠点数



デリー首都圏の日系企業拠点数

デリー首都圏・都市	日系企業拠点数
グルگرام	460
デリー	311
ファリダバード	27
レワリ	20
ノイダ	19
アルワール	15
ガジアバード	13
ロタック	11

Ⅱ. デリー首都圏の生活環境

1 | 住宅と家賃水準

- デリー首都圏全体の住宅価格は、2020年から2025年にかけて約94.3%増加し、平均価格は1平方フィートあたり8,900ルピーへと大幅に上昇した。
- 特にインフラ開発が進むグルگرامやグレーターノイダが上昇を牽引した。

➤ **デリーNCRの住宅価格トレンド:**デリー首都圏の住宅価格は、2020年第3四半期から2025年第3四半期にかけて約94.3%上昇し、平均価格は1平方フィートあたり4,580ルピーから同8,900ルピーへと大幅に上昇した。背景には、メトロの延伸や高速道路の開通、ジェワール国際空港計画などのインフラ投資がある。

➤ **主要エリア別の住宅価格トレンド（2020年9月と2025年9月の比較）と家賃水準（目安、3BHK）**

デリー：+9.7%（1平方フィートあたり9,138ルピー→**10,023ルピー**）

特色:低層住居が中心で、古くからの居住者が多い。一部の高級住宅街を除き、住宅価格はほぼ横ばい。

- 高級エリア（GK, Defence Colony, Vasant Kunjなど）10万ルピー～
- 中価格帯エリア（Rohini, Janakpuriなど）4万ルピー前後
- 低価格帯エリア（Laxmi Nagar, Uttam Nagarなど）2万ルピー前後

グルگرام：+124.6%（1平方フィートあたり7,506ルピー→**16,863ルピー**）

特色：新興のエリート層に好まれる。1部屋数億するラグジュアリーフラットも続々と開発されている。

- 高級エリア（Golf Course Road, Sector 54, Sector 52）15万ルピー～
- 中価格帯エリア（NH8, Sector 24など）6万ルピー前後～
- 低価格帯エリア（Old Gurgaon/Sector 5, Sector 7など）2万ルピー前後

ノイダ：+65.9%（1平方フィートあたり6,480ルピー→**10,749ルピー**）

グレーターノイダ：+112.9%（1平方フィートあたり5,075ルピー→**10,804ルピー**）

特色：若手のファミリー層やミドルクラスに好まれる。

- 高級エリア（Sector 50, Sector 100など）5万ルピー～
- 中価格帯エリア（Sector 75, Sector 76など）3万ルピー前後
- 低価格帯エリア（Chhalea, Hazipur, Barolaなど）1万5,000ルピー前後



デリーは低層、いわゆるビルダーフロアが主流。1フロア1部屋。



コンドミニウムタイプはノイダ、グルگرامに多い

2 | 生活インフラ

- デリー首都圏では電力・ガスの整備が進む一方、水道は依然として供給の不安定さが課題として残る。近年はCNG・PNGの普及が進み、クリーンエネルギーへの移行が加速している。

- **電気**：デリーの配電事業は2002年に民営化され、それ以降は比較的安定した電力供給が維持されている。また、2019年に導入された電気料金補助制度は現在も継続しており、家庭の月間使用量が200ユニット以下であれば電気料金は実質無料となる。^{*}
一方、依然として州営配電会社（通称DISCOM）によって電力供給が行われているノイダやグルグラムでは、変圧器の過負荷や電圧変動などの課題が指摘されており、集合住宅では停電対策としてディーゼル発電機を備える例も見られる。
- **水道**：デリー首都圏では、24時間365日の水供給は実現しておらず、地域ごとに決められた時間帯のみに給水が行われる。そのため、多くの住宅では屋上タンクや地下貯水槽を備えて水を貯め、日常利用をまかなう方式が一般化している。水道料金は地域により異なるが、デリーでは毎月20KLまで無料となっている。^{**}
- **ガス**：インドでは従来、家庭用の調理燃料としてLPG（液化石油ガス）シリンダーが広く使われてきた。しかし、デリー首都圏では近年、PNG（都市ガス）の供給が急速に拡大している。同地域で天然ガス供給を担う公営企業 Indraprastha Gas Limited（IGL）は、2025年時点で300万世帯以上を都市ガス供給網に接続している。またIGLは、CNG（圧縮天然ガス）ステーションを956か所運営している。デリーNCRでは大気汚染対策として、オートリキシャやバスなどの公共交通を中心にCNGの導入が進められてきた。^{***}



貯水タンクのアラーム



ガスシリンダー



都市ガスのメーター

(出所) ^{*}Power Department, Government of Delhi (<https://power.delhi.gov.in/power/about-us>),

^{**}Delhi Jal Board (<https://delhijalboard.delhi.gov.in/node/48336>), 99 Acres (<https://www.99acres.com/real-estate-insights-irffd>),

^{***}Press Information Bureau, Government of India (<https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2173281®=3&lang=2>)

一部消費者インタビューから作成

3 | 公共交通

- デリー首都圏では、メトロとバスが都市交通の中核を担っている。メトロは約394km・12路線の大規模ネットワークを形成しており、今後も延伸・新線建設によりさらなる拡大が見込まれる。

- **メトロ**：デリー首都圏では現在12のメトロ路線が運行しており、総延長は約394kmである。中でも最大のネットワークを擁するデリーメトロは、複数路線の延伸および新路線の建設を進めており、今後数年間でさらに約110kmの拡大が見込まれている。デリーメトロの利用者数は近年増加傾向にあり、2025年8月には過去最高となる818万人/日の旅客移動が記録されている。デリー市内からグルグラム方面へはイエローライン、ノイダ方面へはブルーラインとレッドライン、マゼンタラインが接続している。*
- **バス**：デリー市内では、デリー政府系のデリー交通公社（DTC）とデリー統合マルチモーダル運輸システム公社（DIMTS）が約6,500台のバスを運行しており、両者を合わせた1日当たりの平均利用者数は410万人を超える。また、ノイダ方面からはウッタール・プラデシュ州営バス（UPSRTC）、グルグラム方面からはハリヤナ州営バス（Haryana Roadways）が乗り入れている。その他デリー首都圏では民間事業者によるバスも多数運行されている。**
- **その他**：オートリキシャや Uber、Ola、Rapido などのライドシェアサービスも広く利用されている。また、Eリキシャやサイクルリキシャは、メトロ駅と周辺地域を結ぶラストマイル交通として重要な役割を担っている。



デリーメトロ



市バス



オートリキシャ



Eリキシャ



ライドシェア

(出所) *Delhi Metro (https://delhimetrorail.com/network_map), Hindustan Times (<https://www.hindustantimes.com/cities/delhi-news/delhi-metro-sets-new-passenger-record-with-over-8-1-million-journeys-101754762462778.html>),

** Delhi Economic Survey (https://delhiplanning.delhi.gov.in/sites/default/files/Planning/highlights_of_delhi_es_2023-24_english.pdf)

4 | デジタルインフラの普及

- インドでは、スマートフォン、インターネット、5Gの普及を背景に、決済、教育分野を中心として生活のデジタル化が急速に進んでいる。特にUPIは国民的なインフラとして定着し、日常生活の利便性向上に大きく寄与している。
- **スマートフォンの普及**：インド政府によると、2025年現在インドの85.5%の家庭が、少なくとも1台のスマートフォンを所持している。*
- **インターネットと5Gの普及**：インドのインターネット契約者数は2025年に9億7,150万人を突破。また2022年にサービス開始した5Gは現在、2億5,000万人の携帯電話ユーザーに利用されている。**
- **電子決済（UPI）の普及**：政府主導で整備されたUPI（Unified Payments Interface）の普及により、電子決済が国民的なインフラとして定着。UPIの最大の特徴は、送金や支払い時に直接銀行口座から即座に引き落とされる点だ。なお手数料は無料となっている。UPIでは、①銀行口座に紐づいた携帯番号やIDでの個人間送金、②QRコードによる店舗決済、③EC/アプリ決済が可能である。
- **教育現場におけるオンラインの活用**：コロナ禍以降、オンライン授業は非常時の学習継続手段として普及。特にデリーでは大気汚染による休校時に政府がオンライン授業を指示するケースが増えている。また、インドは米国に次ぐ世界2位のE-learning市場で、2024年のEdテック市場規模は約127.5億米ドル。YouTubeは最大の学習基盤となり、Khan Sir や Physics Wallah など教育系クリエイターが数百万人の学習者を抱えている。こうした無料で質の高いコンテンツにより、地方の学生でも良質な教育へアクセスできる環境が整いつつある。***
- **衛星テレビからOTTへ**：これまで主流だったTATA Skyなどの衛星テレビに代わり、インターネット普及を背景に映画やドラマをOTTプラットフォームで視聴する人が増えている。主要なOTTプラットフォームの2025年の有料契約者数は、JioHotstarが3億人、Amazon Primeが6,500万人、Netflixが2,000万人である。****

(出所) *Press Information Bureau, Government of India (<https://static.pib.gov.in/WriteReadData/specificdocs/documents/2025/sep/doc2025918639901.pdf>),

**(<https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2113855®=3&lang=2>),

***India Brand Equity Foundation (<https://www.ibef.org/blogs/india-s-edtech-surge-opportunities-in-online-education-and-training>),

****India Dispatch (<https://indiadispatch.com/p/netflix-said-to-have-20-million-paying>)

Ⅲ. ライフスタイルの変化と購買行動

1 | ライフスタイルの変化

- インドでは急速な経済成長を背景に、都市化の進展、女性の社会進出、核家族化が進み、生活様式や購買行動が変化している。

- **都市化の進展**：インドの都市人口比率は2024年時点で約35%に達し、今後も上昇が見込まれている。世界銀行は、2036年にはインドの都市人口が約6億人（40%）になると予測している。インドの都市部は既にインド全体のGDPの約60%超を生み出す中核的存在となっており、雇用・消費の中心地としての役割が拡大している。*
- **女性の社会進出**：インドでは、2017年度から2023年度にかけて女性の労働力参加率（LFPR）・就業率（WPR）が大きく改善し、女性失業率も低下している。女性が重要な役割を果たす包摂的な労働市場への移行が進んでいる。**
- **縮小する世帯**：インドでは、都市部を中心に核家族化が進んでいる。インドの都市部における核家族比率は60%を超えており、世帯の構成人数も年々減少傾向にある。***

女性の就業率/労働力参加率/失業率



	2017年度	2023年度
就業率	22.0%	40.3%
労働力参加率	23.3%	41.7%
失業率	5.6%	3.2%

(出所) *World bank (<https://www.worldbank.org/en/news/opinion/2024/01/30/gearing-up-for-india-s-rapid-urban-transformation>),

**Ministry of Statistics and Programme Implementation (MoSPI) (https://mospi.gov.in/sites/default/files/press_release/Press_note_AR_PLFS_2023_24_22092024.pdf),

*** National Family Health Survey (NH-5), Ministry of Health & Family Welfare (<https://www.nfhsiiips.in/nfhsuser/index.php>)

2 | 購買行動（クイックコマースの浸透）

- インドのクイックコマース市場は、2025年7月時点でGMV（流通総額）ベースで100億米ドル規模に達しており、即時配送ニーズの定着を背景に急成長している。
- 競争が激化する中、AmazonやFlipkartも参入。さらに家事代行などサービスの即時提供へと領域が拡大している。

- **市場規模：**インドのクイックコマース市場は、2025年7月時点で GMV（流通総額）ベースで100億米ドル規模に達し、月間利用者数は3,000万人を超えると見られている。特に都市部での利用が集中しており、インドの上位8都市だけでインドのクイックコマース市場の全GMVの約85%を占める。また、2025年の最初の5か月間で前年比150%増という極めて高い成長率を示した。市場シェアでは Blinkit がトップに立ち、Zepto と Swiggy Instamart がこれに続いている。*
- **急速に普及した背景：**インドでクイックコマースが急拡大した背景には、生活様式の変化によるまとめ買い需要の減少、「すぐ届く」体験の定着、スマートフォンと電子決済の普及、高密度都市を活かした物流モデル、そして豊富なギグワーカー基盤がある。
- **競争の激化：**インドのクイックコマース市場では、需要拡大を背景に新規参入や周辺領域からの参入が相次いでおり、競争環境は一段と複雑化している。Eコマースの2大プレーヤーであるAmazonとFlipkartも、それぞれ「Amazon Now」「Flipkart Minutes」を通じてクイックコマース市場に参入している。
- **モノの提供からサービスの提供へ：**家庭内サービスをオンデマンドで提供するプラットフォームであるUrban Companyは、メイド（家事手伝い）の即時派遣サービスを開始した。インドの中間層以上の家庭は、家事をメイドに依存している傾向があり、メイドが急に来られない時の“代替需要”に対応することを目的としている。



ダークストアと呼ばれる
配送拠点兼倉庫



マンションに出入りする配達員

(出所) * Redseer Consultant (<https://redseer.com/articles/quick-commerce-indias-retail-darling-or-profit-mirage/>)

3 | 購買チャネル

- インドの購買チャネルはクイックコマースが加わったことで、「用途別に使い分けるマルチチャネル構造」へと進化している。クイックコマースは、従来キラナストアが担ってきた即時購買ニーズを、デジタルで補完する新たなチャネルとして位置づけられている。

トラディショナルトレード		モダントレード	ECマース	クイックコマース
キラナストア	ジェネラルストア	スーパーマーケット ハイパーマーケット	マーケットプレイス	短時間デリバリーアプリ
			   	  
<ul style="list-style-type: none"> ○ 近隣密着型の個人商店・小規模店舗 ○ 家族経営が多い ○ 日用品、食品が中心 ○ 常連客の場合、掛け売りも可 ○ キラナストアは都度買い、ジェネラルストアはまとめ買いに利用されている 		主要チェーン <ul style="list-style-type: none"> ○ Smart Bazaar ○ Vishal Mega Mart ○ D-Mart ○ Modern Bazaar 	主要EC <ul style="list-style-type: none"> ○ Amazon ○ Flipkart ○ Meesho ○ Myntra (fashion) ○ Nykaa (cosmetics) 	主要アプリ <ul style="list-style-type: none"> ○ Blinkit ○ Zepto ○ Swiggy Instamart ○ Flipkart Minutes ○ Amazon Now

(出所) 消費者インタビューを基に作成

IV. デリー首都圏に住む人々の暮らし

1 | 食生活 (1/2) – 1日の食事

- デリー-NCRはムガル料理を基盤に多地域の食文化が混ざる「食のるつぼ」。
 - ロティ、チャパティ、パラタなど小麦文化が根付く。
 - 食への関心も高く、いわゆる“フーディー”が多い都市として知られる。
- デリーの人々の朝は、目覚まし代わりに寝起きのチャイから始まる。
- 1日の食事は3食に加えてスナックを挟む構成が一般的。夕方になると、学校帰りや仕事帰りの人々がストリートフードを楽しむ光景が日常的に見られる。

時間帯	内容	代表的な料理例	写真
起床後	目覚まし	チャイとビスケット	
朝食 (7:00-8:00)	軽め	チョーレ・バトウーレ、サブジ・プーリー、パラタ、ポハ、カチョリなど	
昼食 (13:00-14:00)	メイン食	基本的にロティにサブジ（野菜のカレー炒め）または米＋豆カレーの組み合わせであることが多い	
夕方スナック	ストリートフード	モモ、パニプリ、アル・ティッキー、サモサ、パコラ、ベルプリなど	
夕食 (21:00-22:00)	しっかりめ	菜食の場合は昼食と同様だが、肉食の場合はティッカやグレービーなどチキン料理やマトン料理が並ぶ	

1 | 食生活 (2/2) - ストリートフード

- ▶ スナックから軽食まで、あらゆる食べ物が売られている。価格帯も50~150ルピーで売られているものが多く、お財布にも優しい。通年で定番のものもあれば、特定の季節限定のものもある。



2 | ファッション

- 若年層では日常着は洋服が主流で、伝統要素を取り入れた「インドウェスタン」も定着している。
- 伝統服はフォーマル中心でモダン化が進む。
- 洋服市場では外資に加え、低価格のインド系ブランドとGen Zの古着流通が拡大している。

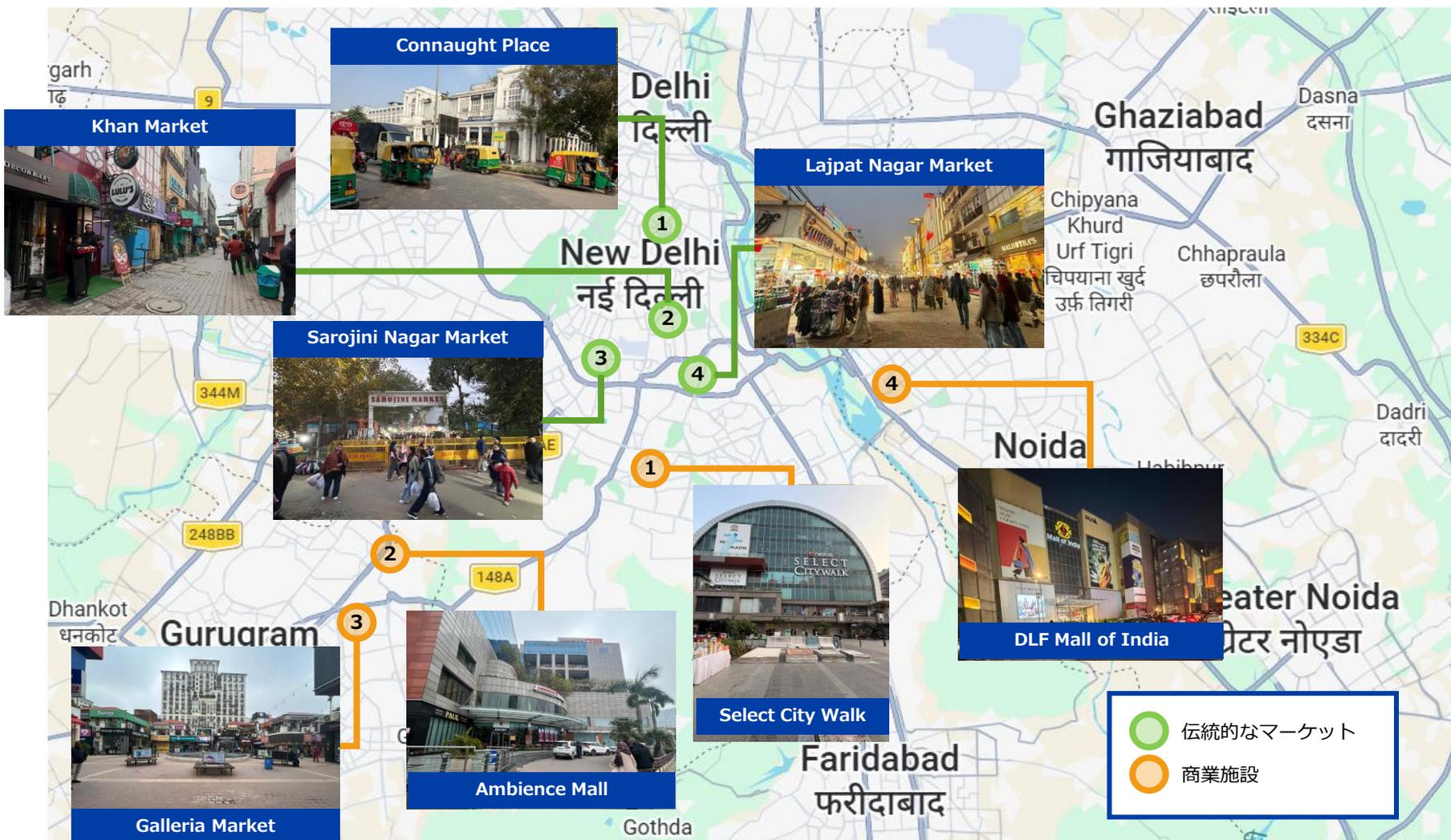
- **全体のトレンド**：若年層を中心に、男女ともに洋服が主流に。サリーやクルタ・サルワールなどの伝統服は祭礼・婚礼・フォーマルシーンに限定されることが多い。またクルタにデニムを合わせたり、洋服に伝統的なデュパッタ（ストール）をアクセントとして取り入れる着こなしなど、伝統服と洋服を掛け合わせたスタイル「（通称）インドウェスタン」も定着している。
- **伝統服のトレンド**：刺繍が洗練され、シンプルで上品なデザインの「パキスタニスーツ」が若者の間で人気。サリーもモダン化が進み、イブニングドレスにサリードレープを組み合わせた「サリーガウン」や「プレドレープサリー」など、洋装の要素を取り入れたスタイルが広く支持されている。
- **洋服のトレンド**：ZARA、H&M、ユニクロといったファストファッションや、Adidas、Nike、PUMAといったスポーツブランドが引き続き高い人気を維持する一方、近年はインド系ブランド「Zudio」「Westside」が手頃な価格帯で若年層・学生層から支持を拡大し、“デイリーファッションの定番”として定着した。またコロナ禍以降は古着（スリフト）文化が若者、とくに Gen Z の間で急速に普及し、Instagram を通じた個人売買が一般化している。

街角スナップ



3 | ショッピングスポット (1/3) - マップ

- 古くからある伝統的なマーケットはデリー市内に集中している。
- 一方、グルグラムやノイダには、大型ショッピングモールに加え、中小規模のモールが数多く存在する。



3 | ショッピングスポット (2/3) - マーケット編

	① Connaught Place	② Khan Market	③ Sarojini Nagar Market	④ Lajpat Nagar Market
	     	     	     	     
特色	デリーの中心に位置。衣料品ブランドと飲食店が集まる定番商業エリア。	高級志向のブティックと洗練されたカフェが並ぶ、富裕層向けマーケット。	余剰在庫の衣料品（洋服）が安く手に入る、若者に人気のストリートマーケット。	日常使いの伝統服から婚礼用の衣装まで揃う、幅広い世代に人気のマーケット。
定休日	店による 店による	店による 店による	月曜日	月曜日
営業時間	(衣料品店は11:00-21:00、飲食店は深夜まで)	(衣料品店は11:00-20:00、飲食店は深夜まで)	11:00-21:00	11:00-21:00
最寄り駅	Rajiv Chowk駅 路線：イエロー&ブルー	Khan Market駅 路線：バイオレット	Sarojini Nagar駅 路線：ピンク	Lajpat Nagar駅 路線：ピンク、バイオレット

3 | ショッピングスポット (3/3) – 商業施設編

	① Select City Walk	② Ambience Mall	③ Galleria Market	④ DLF Mall of India
	  	  	  	  
特色	南デリーに立地。雰囲気と体験価値を重視した、洗練・ライフスタイル型のモール。屋外イベントも頻繁に実施。	グルグラムとデリーの結節点に立地。規模と選択肢の多さを重視した巨大・網羅型モール。	グルグラムのDLF Phase 4に立地。地元密着型のオープンエア商業施設。カフェ・レストラン・日用品・サービス店が中心。	ノイダにある、北インド最大級のモール。複数の日本ブランドが出店している。(Uniqlo, Daiso, MUJI)
定休日	無し	無し	無し	無し
営業時間	10:00-23:00 お店による	10:00-22:00 お店による	10:00-23:00 お店による	11:00-23:00 お店による
最寄り駅	Malviya Nagar駅 路線：イエローライン	車でのアクセスのみ可能	IFFCO Chowk駅 路線：イエローライン	Noida Sector 18駅 路線：ブルーライン

V. 家庭訪問調査

1 | 訪問家庭概要

都市	デリー	デリー	グルグラム	ノイダ
				
月収	100万ルピー以上 (富裕層)	35万ルピー (上位中間層)	100万ルピー以上 (富裕層)	40万ルピー (上位中間層)
住居	持ち家 一戸建て (4階建て)	持ち家 ビルダーフロア	賃貸 高層マンション	持ち家 高層マンション
家族形態	核家族	大家族	大家族	核家族
世帯主年代	30代	50代	40代	20代
世帯主職業	自営業	会社員	自営業	自営業
配偶者職業	会社員	政府職員	フリーランス	会社員

(注) 本調査では、世帯月収が60万ルピー以上かつ海外旅行頻度が最低年1回の対象者を富裕層、世帯月収が30万ルピー以上の対象者を上位中間層と定義した。

2 | R1 (デリー富裕層) (1)

プロフィール

- 所在地：南デリー
- 住居：一戸建て（6BHK、持ち家）
- 同居家族：世帯主（39歳）、配偶者（39歳）、息子（9歳）
- インタビュー対象者：世帯主、配偶者
- 職業：
 - 世帯主 - 自営業（建設資材）
 - 配偶者 - 会社員（MICE関連）
- 世帯月収：100万ルピー以上
- 使用人：住み込み（24時間）が2人、パートタイムが2人、ドライバーが1人
- 宗教：ジャイナ教
- その他：ベジタリアン（ニンニク不可）

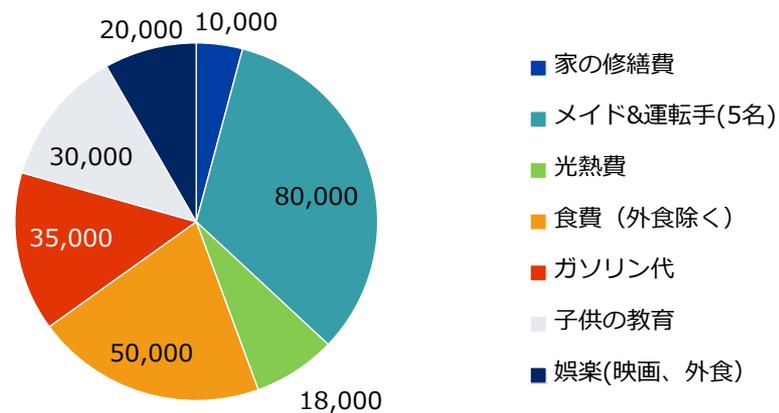


ジャイナ教の旗が目印



ゲストルームにはプロジェクター完備

毎月の固定支出 (単位：ルピー)



*投資、個人の買い物は別

2 | R1 (デリー富裕層) (2)

出身地は？

世帯主および配偶者共にデリー出身。結婚11年目。

現在の家は？

世帯主の父親が31年前に650万ルピーで購入した。今では1億4,000万ルピーくらいはすると思う。4階建ての6BHKで15年前に一度リノベーションした。古い建物であるためメンテナンスが頻繁に発生する。エレベーターが無いのが不便だが、エレベーターを設置するには家を取り壊す必要がある。両親は今、デリー郊外の別荘に住んでいる。

今住んでいるエリアを気に入っているか？

(世帯主) すごく気に入っている。デリーの中心地にあり、最高の立地。どこに行くにもアクセスが良く、何より緑がたくさんある。

(配偶者) 寺院などが好きで、近所にIskcon Templeや Lotus Temple、グルドワラーがある。とても平和な気持ちになれる。

仕事は？

(世帯主) MBA取得後、建築資材(大理石)のファミリービジネスを継いだ。メインの顧客は不動産のデベロッパー。仕事場はグルグラム方面にあり、車で週に3日ほど通っている。他の日は在宅で仕事をしている。自分が不在でも事業が成立するように人をアレンジしているが、1日中夜まで仕事の電話がかかってくる。

(配偶者) ビジネスイベント会社(MICEのエージェント)で働いている。クライアントには日本企業もいる。基本的に在宅勤務で、出社する必要はない。

家事はどうしてるか？

家が広いため、使用人を5人雇っている。2人は住み込みで(うち1人は子供専属)、2人は通い(うち1人はコック)、1人はドライバー。

愛車は？

車を4台所有しており、用途や道の状態、駐車スペースの有無によって使い分ける。メルセデスはパーティーや駐車スペースがある場合、フォードのエンデバーとトヨタのイノバは仕事に行くとき(道が整備されていないため)、マルチスズキは近場で狭いところに買い物に行くときなどに使う。配偶者はエンデバーを好む。家の駐車スペースには止めきれなかったため、2軒隣の家(1階部分)を購入した。駐車ができれば良いため、人に貸し出しはしていない。

趣味や興味関心事は？

(世帯主) 妻との共通の趣味は映画と外食。映画は10日に1回くらいは見に行っている。インド映画と洋画、どちらも見る。自分が好きなことはスポーツ。特にバドミントンや水泳が好き。スポーツはリフレッシュになる。Sri Fort Sport Complexのメンバーシップも持っている。室内で運動するより、外で運動したい。家では暇さえあればPS5をプレイしている。

(妻) スピリチュアルなことに興味があり、ホロスコープに関する本をよく読む。外で走るのも好き。

外食はよくするか？

(世帯主) 週に2回くらいはする。コックを雇っているが、味に飽きてしまうほか、レストランレベルの料理は作れないため。お気に入りのレストランは、Sagar Ratna(南インド料理)と、Big Chil(イタリアン)。妻は新しいレストランに行きたがるが、自身は冒険したくない。料理カテゴリーごとにお気に入りの店があり、頼むメニューも決めている。

(配偶者) イタリアンや外国の料理が好きだが、夫はインド料理を食べたがるため、比率でいうとインド料理7割、外国の料理3割。外食は味だけでなく雰囲気やサービスを楽しむものであるため、デリバリーは好きではない。家だと味気ない。

2 | R1 (デリー富裕層) (3)

周りで流行っていることは？

ピククルボール。インフルエンサーやセレブリティの影響だと思われる。テニスより気楽に挑戦しやすい点も挙げられる。

旅行について

海外は年1回、国内は3-4回行く。どこに行くにしても、最低5泊は必要。これまでニュージーランド、オーストラリア、米国、ドバイ、マレーシア、シンガポール、日本に行ったことがある。行きたい国のリストがあり、行き先を決める時は、自分の休み予定と現地の気候によって優先度が前後する。日本に行った理由は、周りの友達が旅行していたため。YouTubeで訪れるべき場所などもリサーチした。ただベジタリアンなので、日本で食べられるものが限られており、食事はインドから持ってきたインスタント食品を主に食べていた。そのほかマクドナルドのフライドポテトは救世主だった。

普段の買い物は？

牛乳は毎日ミルクマンが自宅に届けてくれる。食料品やグロサリー、日用品は全て、行きつけのホールセラーから買っている。GovindpuriとChandni Chawkにある、長年使っているお店で品質に確かな信頼がある。毎月1回ドライバーにリストを渡して、買いに行かせている。野菜やフルーツは近くのマーケットで買っている。BlinkitやZeptoは、2日に1回くらい使う。使用人やドライバーに買いに行かせるより便利であるため、何か急に必要になった時に使う。輸入食品はModern Bazaarなどのスーパーで買うことが多い。

洋服は？

海外旅行に行った時にたくさん買う。日本旅行で買ったユニクロのジャケットは、重ね着しなくても暖かくてお気に入り。海外ブランドの方が品質が良い。インドで洋服を買うときはショッピングモールが多い。ブランドが揃っているから。インド服はマーケットに行っても買う。オンラインでは買わない。

物・サービスの選び方

(世帯主) 冒険はしたくないタイプで、各カテゴリーにお気に入りのブランドがある。他方、友達や店員から強く薦められたら、ブランドを変えてみることもある。オンラインレビューも参考にする。製品満足度は、価格に見合う価値があるかを重視。

(配偶者) 冒険したいタイプで、新しい物にトライしてみたい。口コミと価格重視。製品満足度は耐久性を重視。

日本・日本製品に対するイメージは？

(世帯主) 日本人は規律正しく、時間に厳しい。日本は安全で清潔な国。日本滞在中に地下鉄に鞆を置き忘れたが、無事に戻ってきた。日本製品は品質が高く信頼でき、長く使える。Hitachiのエアコンを16年くらい使っているが、今でもちゃんと部屋を冷やしてくれる。

将来のビジョン

(世帯主) もっと高みを目指したい。

(配偶者) 世界中を旅行したい。



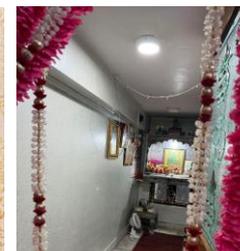
地下にある応接間は圧巻



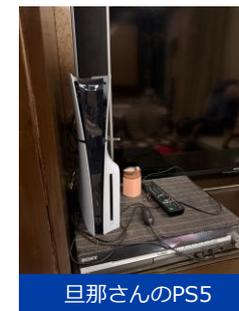
ブランコもある



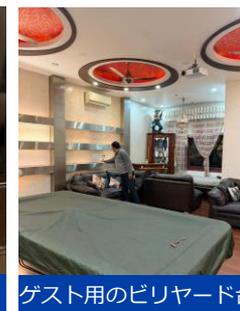
金の糸で手刺繍が施された絵



お祈りスペース



旦那さんのPS5



ゲスト用のビリヤード台

3 | R2 (デリー上位中間層) (1)

プロフィール

- 所在地：南デリー
- 住居：ビルダーフロア（3BHK、持ち家）
- 同居家族：世帯主（54歳）、配偶者（50歳）、世帯主の父親（85歳）、息子（18歳、普段は学生寮に住む）
- インタビュー対象者：世帯主、息子
- 職業：
 - 世帯主 - IT関連企業勤務（会社員）
 - 配偶者 - 政府職員
- 世帯月収：35万ルピー
- 使用人：パートタイム（2時間ほど、掃除や洗濯）
- 宗教：ヒンドゥー教
- その他：ベジタリアン



家の外観

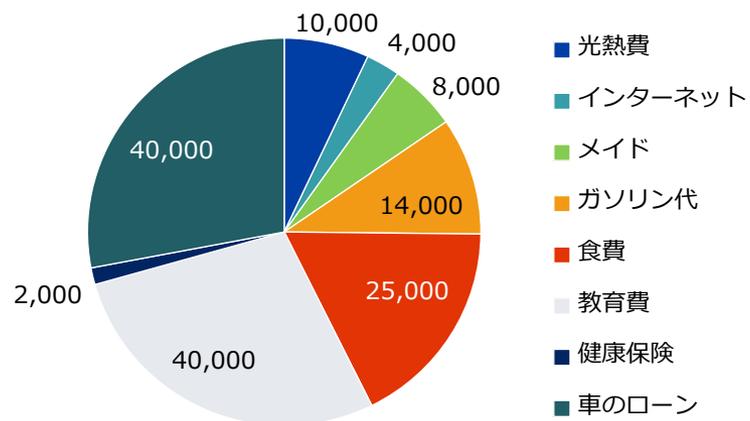


ソファが印象的なリビングルーム



自家用車

毎月の固定支出(単位：ルピー)



*投資、個人の買い物は別

3 | R2 (デリー上位中間層) (2)

出身地は？

世帯主はパンジャブ州、配偶者はチャンディガル出身。

現在の家は？

政府系の鉄鋼会社で働いていた世帯主の父親が、30年ほど前に購入。購入価格は40万ルピー。今同じサイズの家を、同じ場所に買おうとすると、5,000万ルピーはすると思われる。建物自体は古いですが、5年前に内装をリノベーションした。そのほかパンジャブ州に持ち家があり、今は人に貸している。

リノベーションについて

4BHKにする十分な広さがあったが、父親が4部屋も必要ないと言ったため、3BHKにした。そのため屋外スペースがかなり広い。間取りを決めるにあたり、占星術師にVastu（インド版風水）を見てもらった。今祭壇を置いている場所にバスルームを作る予定だったが、女性の健康にマイナスの影響があると言われ計画を変えた。ソファの色も茶色にするつもりだったが、アドバイスに従い緑色にした。

今住んでいるエリアを気に入っているか？

すごく気に入っている。清潔でファミリー層も多い。近所には教育レベルの高い人が多い。また自分が通勤しているグルグラムにも、配偶者の勤務先があるデリー中心部にも行きやすい。空港へのアクセスも良く、近くにアンビエンス・モールというショッピングモールもある。

仕事は？

IT関連企業で働いている。コロナ禍以降フレキシブルな働き方をしており、出社は午前中のみ。午後は在宅勤務をしている。クライアントが米国にいるため、夜中まで働くことも多い。妻はインド保健省で働いているが、定時で帰宅する。

趣味や興味関心事は？

ニルマル・シン・マハラジ（通称GURU JI）を熱心に信仰している。彼もパンジャブ州出身。家にも大きな祭壇がある。

愛車は？

自分はトヨタのアーバンクルーザー・ハイライダーに乗っている。2023年の12月に購入。頭金で70万ルピーを支払い、今はローンで毎月4万ルピー払っている。妻はマルチスズキの小型車。

何故その車にしたのか？

SUVモデルが欲しかったため。色々なブランドのSUVを試乗したが、トヨタが一番乗り心地が良かった。何より燃費が良い。マルチスズキは、サービスステーションが全国どこでもあるため故障してもすぐサービスを受けられる点が良い。

共働き世帯だが、家計の分担は？

妻は自分の車のガソリン代や、家の食料品・日用品などの支出を負担している。それ以外は全て自分が払っている。

休みの日は何をしているか？

週末はデリーのチャットルプールにある、GURU JIの建設した大きな寺院に家族で行くことが多い。

外食はよくするか？

デリバリーも含め週2回はする。85歳の父親はインド料理を好むが、息子はインターナショナルな料理を好むため、バランスを取るのが大変。

旅行は行くか？

年に数回行く。国内で寺院やヒンドゥー教の聖地巡りをすることが多い。旅程はいつも息子が組んでくれ、最近行ったゴア旅行も大満足だった。

3 | R2 (デリー上位中間層) (3)

普段の買い物は？

野菜やフルーツ、牛乳は毎日購入。食料品はD MartやSmart Bazaarなどのスーパーで月に1回まとめて買う。ZeptoやBlinkitのアプリは、何か急に必要になった時に利用している。家電は家電量販店のCromaで買うことが多い。家にはVoltasとLG製品が多いが、テレビはソニー。自分は予算の関係で購入を反対したが、息子が高画質は譲れないと言い、結局ソニーにした。洋服はショッピングモールで買うことが多い。色んなお店が入っているため全員の買い物が一度に済む。あとZudioやWestsideなども良く行く。オンラインは返品交換が面倒。

物・サービスの選び方

(世帯主) 知人からの口コミ→価格・ディスカウント→ブランドの知名度の順に影響度は高い。

(息子) ソーシャルメディアの影響度が1番高い。実際にInstagramで見たランプやブッダの置物を買ったことがある。

大学で何を専攻しているか？またその理由について

(息子) パンジャブ大学で法律を学んでいる。元々は工学部志望だったが、母と話して「定年の無い、生涯現役の仕事に就きたい」と考えを改め、法学部にした。母方の親族にも弁護士が多く、就職も有利だと考えた。

今夢中になっていることはあるか？

(息子) とにかく香水が大好き。毎日匂いを変えないと気が済まない。自分にとって香水はファッション。

若者の間で流行っていることは？

(息子) トレンドになっている題材でリール(ショートビデオ)を作ること。苦手だが、しぶしぶやっている。

お小遣い制か？

(息子) 決まった額はない。必要な時に父親にもらっている。毎月5,000ルピーくらいはもらっていると思う。

若者向けに新商品を普及させるにはどうしたらよいか？

(息子) 今の若者はとにかく試したい人たち。無料サンプルは効果絶大だと思う。ソーシャルメディアはマスト。

今後はオンラインが主流になるか？

(息子) すぐにはオンラインへの完全なシフトは起こらないが、必ず起きる。ただしカテゴリーによる。伝統的な品物は、マーケットで購入したいと考える人が多い。

今後のビジョン

(父) 息子がパンジャブ州で就職したら、パンジャブ州の持ち家に引っ越すつもり。

(息子) 弁護士になって権力を持ちたい。



息子さんの希望で購入したソニーの大型TV



ソーシャルメディアを見て購入したブッダの置き物と7色に光るランプ



家の至るところに信仰する宗教指導者の写真



息子さんの香水コレクション

4 | R3 (グルگرام富裕層) (1)

プロフィール

- 所在地：グルグラム (ハリヤナ州)
- 住居：高層マンション (4BHK, 賃貸)
- 同居家族：世帯主 (47歳)、配偶者 (46歳)、世帯主の母親 (68歳)、息子 (16歳)、飼い猫 (7か月)
- インタビュー対象者：世帯主、配偶者
- 職業：
 - 世帯主 - 経営者
 - 配偶者 - フリーランスのファッションデザイナー
- 世帯月収：100万ルピー
- 使用人：メイド12時間 (掃除、洗濯など)、コック (調理専門)
- 宗教：ヒンドゥー教
- その他：ノンベジタリアン (世帯主、息子)、ベジタリアン (配偶者、世帯主の母親)

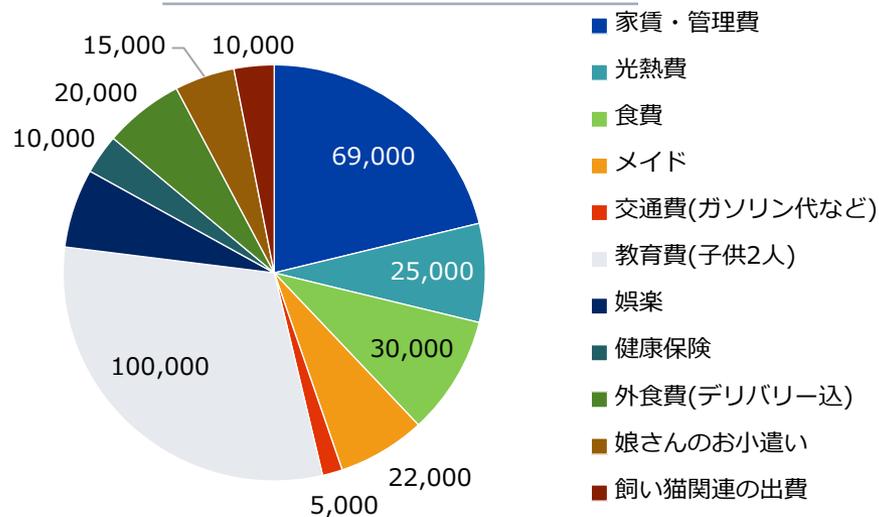


マンションの外観



洗練されたインテリア

毎月の固定支出(単位：ルピー)



*ローン、投資、個人の買い物は別

4 | R3（グルگرام富裕層）（2）

出身地は？

世帯主も配偶者もデリー出身。お見合い結婚。

現在の家は？

5年前に引っ越してきた。間取りは4BHKで家賃は月6万ルピー、管理費が月9,000ルピー。本当は購入したかったものの、大家さんが売ってくれない。賃貸だが、内装工事は自分で行った。以前はデリーにある生家に住んでいた。生家は人に貸している。

グルグラムを選んだ理由は？

家族との時間を大切にしたいかったため。グルグラムは事業の拠点があるほか、教育環境も良い。何より暮らしに必要なものが全て揃っている。外食する場所もたくさんあり、空港や主要な幹線道路へのアクセスも良い。デリーは大気汚染もひどいし、ごちゃごちゃしていて不便だった。

仕事は？

（世帯主）2010年に事業を始める前は、銀行で働いていたが、雇われ社員に限界を感じて起業を決意した。起業当初は資金も無く苦労したが、不動産事業が軌道に乗り、今では事業をジムやアユールヴェーダ病院の経営など多角化している。

（配偶者）子供が生まれるまでは自分のファッションレーベルを持っていた。今はフリーランスでデザインを請け負っている。

1日のスケジュールは？

（世帯主）朝8:30に起床して、9:30に仕事に行く。自分が不在でも仕事がスムーズに動くように手配しているため、お昼には自宅に戻り、午後は家にいることが多い。

（配偶者）朝6:30に起床。朝はチャイより緑茶やコーヒー派。息子を7:30に学校に送り出す。家事はメイドさんに任せている。

趣味や興味関心事は？

（世帯主）趣味はバイク。デリーで1番古いバイク乗りのグループにも所属しており、毎週末ツーリングに出かけている。バイクは9台所有していて、DucatiとKawasakiが好き。新しいテクノロジーにも興味があり、暇さえあればYouTubeでビデオを見て情報収集している。

（配偶者）趣味は旅行。先日も夫とインドの15州を巡る44日間のロードトリップに行ってきた。家での自由時間はNetflixで映画やドラマを視聴している。

愛車は？

BYDの電気自動車Atto 3。ロードトリップにも使った。航続距離は1充電あたり350-400kmで、充電の問題には全く直面しなかった。妻はSkodaのOctaviaに乗っている。

休みの日は何をしているか？

自宅または友人の家に集まることが多い。食事をデリバリーして、ホームパーティーするのが好き。外で集まるのは面倒。カラオケ用に大きなスピーカーも家に常備している。

友人とどのような話をするか？

（世帯主）ニュースやテクノロジーの話が多い。バイク仲間とはバイクの話。

（配偶者）子供の話が多い。そのほか最近できたレストランの話も良くする。

外食はよくするか？

ほとんどがデリバリーだが、外食もたまにする。外食先は子供が決めることが多い。子供はインド料理より、海外の料理が好きで、日本食（寿司）もよく食べる。妻はベジタリアンであるため日本食だと選択肢が少ないが、子供のリクエスト優先のため我慢。

4 | R3 (グルグラム富裕層) (3)

旅行について

家族とは国内旅行に4か月に1回、海外旅行に年に1-2回行く。これまで行った国はUAE、タイ、インドネシア、中国など。観光地に行くより、少し長めに滞在して、人々の生活を見たり体験したりするのが好き。バイク仲間とも国内外にツーリング旅行に行く。妻は旅先でショッピングをするのが楽しみ。

普段の買い物は？

野菜やフルーツ以外の食料品はほとんどZeptoやBlinkitなどのアプリで買っている。すぐに家に届けてくれるから便利で、品ぞろえも豊富。これらのアプリは毎日利用している。日用品はセール時にAmazonでまとめ買いすることが多い。洋服は、配偶者はMyntraなどオンラインで買っているが、世帯主はお店で試したいため実際に店舗に足を運ぶ。

物・サービスの選び方は？

ブランドの知名度=品質だと思う。アフターサービスは製品の満足度に影響する。LG製品は、すぐに自宅に修理に来てくれるので。リピートして使っている。友人からのオススメは必ずチェックするが、購入前に自分なりにリサーチする。

日本・日本製品のイメージは？

高い技術力、規律正しい、真面目。日本と聞いて思いつくブランドは、トヨタ、日立、貝印(KAI)。KAIは包丁を使ってみて、切れ味に感動した。

子供について

大学で心理学を専攻する長女(19歳)は寮生活をしており、毎週末自宅に戻ってくる。スキンケアやコスメに夢中。毎月1万5,000ルピーのお小遣い制だが、足りないため妻に欲しい物リストを渡すこともしばしば。長男(16歳)はオンラインゲームに夢中。あまり物を欲しがらないが、スニーカー収集にハマっている。

どんな大人になって欲しい？

誠実で思いやりがあり、地に足のついた人。またモラルを重んじる人。自分のしたいことを自由にやって欲しい。

将来のビジョンは？

子供達には自立してもらい、自分たちは友人達と1区画の土地を買い、小さなコミュニティを形成したい。そこで自由気ままに共同生活するのが夢。子供の世話にはなりたくない。



広々としたダイニング・リビングエリア



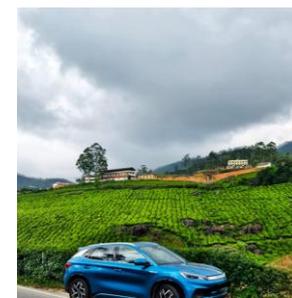
娘さんのメイクアイテムがずらり



野良猫出身の愛猫COCO。キャットフードはドライとウェットの2種類。魚や肉もあげている。毎月のグルーミングも必須。



カラオケ用の特大スピーカー



先日のロードトリップからの1枚。愛車のBYD Atto 3

5 | R4 (ノイダ上位中間層) (1)

プロフィール

- 所在地：ノイダ（ウッタール・プラデシュ州）
- 住居：高層マンション（3BHK, 持ち家）
- 同居家族：世帯主（29歳）、配偶者（27歳）
- インタビュー対象者：世帯主、配偶者
- 職業：
 - 世帯主 - 自営業（不動産）
 - 配偶者 - 会社員
- 世帯月収：40万ルピー
- 使用人：メイド→朝と夕の8時間（掃除、洗濯、炊事など）
- 宗教：ヒンドゥー教
- その他：ノンベジタリアン

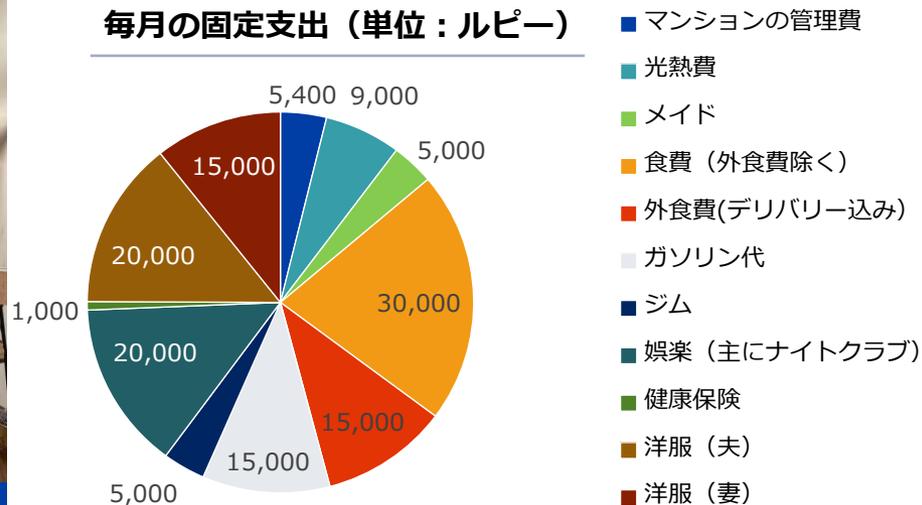


マンションの外観



モダンな雰囲気の
リビング・ダイニングエリア

毎月の固定支出（単位：ルピー）



*投資は別、持ち家は現金購入のためローンは無し

5 | R4（ノイダ上位中間層）（2）

出身地は？

世帯主も配偶者もデリー出身。4年前に結婚した。

現在の家は？

6年前に850万ルピーで購入した。スケルトン物件で内装工事が必要だった。内装工事には150万ルピーくらいかかった。間取りは3BHK+スタディールームで広さは1,680平方フィート。今は1,750万ルピーくらいの価格になっていると思う。管理費として毎月5,400ルピーを払っている。

ノイダを選んだ理由は？

（世帯主）自分のビジネスの拠点がノイダ。空気もデリーと比較して綺麗。予算内の物件が見つかったことも大きい。

（配偶者）開発が進み、全てが揃っている。ブランドも、ショッピングモールも、病院もガソリンスタンドも、学校も全部ある。何より深夜3-4時までやっているカフェや飲食店がたくさんある。道路も広い。

仕事は？

（世帯主）不動産関連のビジネスで、自分の会社を持っている。土日が一番忙しい。火曜日が定休日。土日は休みの人が多いため、内見がたくさん入る。

（配偶者）グルグラムにある会社で、人事としてフルタイムで勤務している。ハイブリッドモードで勤務していて、出勤は週3日。グルグラムまではタクシーで通っている。片道2時間かかる。タクシーに乗っている時間は自分時間。音楽を聴いたり、考え事をしたりする。スマホは使わない。

家計の分担は？

食料品やメイドの給料など、家事に関連する支出は妻の担当。他は僕が払っている。外出した時は、時々妻が払うこともある。負担比率は7:3くらいだと思われる。

趣味や興味関心は？

（世帯主）妻との共通の趣味は旅行。自分の趣味はクリケット。見るのも好きだし、プレイするのも好き。興味があるのは、ガジェットや国内外の時事。パーティーも好きで、クラブ情報も良くチェックする。

（配偶者）ショッピングとファッションが大好き。

愛車は？

KIAのSUVとホンダのAmaze。妻は日本車が好き。世帯主自身はSUVが好き。

休みの日は何をしているか？

（世帯主）特段普通の日と変わらない。遅く起きて、家でOTT鑑賞する。火曜日は妻が在宅勤務のため、ランチに行ったりもする。

（配偶者）那が不在のため、土日は友人とランチやショッピングに行くことが多い。トレンドや新しいカフェ・レストラン・ナイトクラブの情報、インフルエンサーについて話すことが多い。

外食はよくするか？

共働きのため、外食は2日に1回はしている。外食するのはディナーが多い。19:30に帰宅して、近くのお店に食べに行くことが多い。毎月外食に1万5,000ルピーくらい使っている。北インド料理が多いが、日本食も好き。

お酒は飲むか？

週に1回必ずナイトクラブに行くため、その時に飲むことが多い。家では友人とクリケット観戦する時くらいしか飲まない。好きなお酒は世帯主も配偶者もウイスキー。インドのウイスキーは二日酔いが酷く、あまり好きではない。飲むのはもっぱらスコッチ。日本のウイスキーも飲んだことがあるが、軽い飲み口で逆に危険。調子に乗って飲みすぎると、翌日に響く。ビールは夏にしか飲まない。

5 | R4 (ノイダ上位中間層) (3)

旅行について

旅行は年5-6回行く。国内は4回、海外が1-2回。これまでに行った国はドバイ、ネパール、ベトナム、バリ（インドネシア）、タイ。国内旅行では1回あたり10万ルピー、海外旅行では20-30万ルピー使う。海外旅行に行くと妻が買い物をするため上限は無いと感じている。行き先を決める時には、トラベルインフルエンサーやYouTubeビデオを参考にしている。

普段の買い物は？

（世帯主）グロサリー（米、小麦、豆、オイルなど）や洗剤などの日用品は、D Martでまとめ買いしている。牛乳は毎日飲むためMilk Basketというアプリで定期購入している。毎朝家の前に届けてくれるため楽でストレスフリー。野菜や果物は週1回のまとめ買いで、オンラインでもオフライン（マーケット）でも買うが、オフラインの方が価格面でベネフィットが高いと感じている。鮮度の差はさほど感じない。Zepto, Blinkit, Instamartは毎日使っている（急なニーズ）。購入前は値段を比較。Zeptoを1番使う。家電はオンラインで購入することが多い。お店に行く時間が無い。

（配偶者）化粧品はオンラインで買う。Nykaaが1番信用できるサイト。自分に合うファンデやリップの色はなんとなく分かるため、お店で必ず試したいという考えはない。

洋服は？

（世帯主）好きなブランドはCalvin Klein, Tommy, Superdry。ブランドのオンラインサイトから直接買うこともあるが、Myntra, AJIO, Tata clickなどのアプリを使うこともある。お店に行く時間が無いためオンラインが便利。価格もオンラインの方が安いと感じている。毎月2万ルピーくらいは洋服に使っている。

（配偶者）好きなブランドはZARA, Mango, Tommy, Marks & Spencer。洋服は必ず実店舗で買う派。サイズの問題に直面したくないため、フィットチェックはマスト。オンラインの交換ポリシーは面倒。

最近流行っていることは？

（配偶者）空前の抹茶ブーム。インスタのストーリーにあげるためだけに飲んでいる人が多い。自分も抹茶を試したが、あまり美味しくなかった。日本食は一部のお金持ちの間で流行っている。私は寿司とワンタンが好き。日本食レストランも増えている。

日本や日本製品に対するイメージは？

（世帯主）日本は常に一步先を行く国。新幹線も速い。日本人は規律に厳しいイメージ。裸足で歩けるくらい清潔と聞いたこともある。日本製品は品質が良いし耐久性があるが、値段が少し高めだと思う。

（配偶者）日本と聞いて思い浮かぶのは富士山！あと、日本人はとともイノベティブだと思う。寿司は私の大好物。

今後のビジョン

もっと上を目指したい。大きい家も欲しいし、新しい車も欲しいし、色んな国を訪れたい。



ソサエティ内には飲食店や
お店がずらり



インドでは珍しい
木目調のフローリング



ブランドの洋服が並ぶ



奥さんが持ち歩いているメイクポーチと中身。NARSやMACを愛用



モダンな祭壇

レポートをご覧いただいた後、 アンケートにご協力ください。

(所要時間：約1分)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20250057>



レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ）

調査部アジア大洋州課

ニューデリー事務所



03-3582-5179



ORF@jetro.go.jp



〒107-6006
東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル6階

■ 免責条項

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロは一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載