

# インドの食品加工業界および 食品加工機械業界の市場評価

2011 年 1 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

本報告書に関する問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
生活文化産業企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
TEL:03-3582-5313  
email: [CI-CDR@jetro.go.jp](mailto:CI-CDR@jetro.go.jp)

**【免責条項】**

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、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、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。

© JETRO 2011

本報告書の無断転載を禁ずる。

アンケート返送先 FAX 03-5572-7044

日本貿易振興機構 生活文化産業企画課宛

email: [CI-CDR@jetro.go.jp](mailto:CI-CDR@jetro.go.jp)

● ジェトロアンケート ●

「インドの食品加工業界および食品加工機械業界の市場評価」  
に関するアンケート

ジェトロでは将来の市場として、潜在的需要が高い可能性のある国や地域のマーケット情報を日本の中堅中小企業の方々に紹介することを目的に本調査を実施いたしました。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。

■質問１：今回、本報告書で提供させていただきました「インドの食品加工業界および食品加工機械業界の市場評価」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：上記のように判断された理由、また、その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■質問３：その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

■お客様の会社名等をご記入ください。（任意記入）

|     |        |        |
|-----|--------|--------|
| ご所属 | □企業・団体 | 会社・団体名 |
|     |        |        |
|     |        | 部署・部署名 |
|     |        |        |
|     | □個人    |        |

～ご協力有難うございました～

※本アンケートにご記入いただいた情報は、当該サービス向上のために利用します。

# 目次

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 要旨.....                                | 1  |
| 1. インドの経済.....                         | 3  |
| 1.1. インド経済の概要 .....                    | 3  |
| 1.2. インドの人口動態 .....                    | 5  |
| 1.3. インド消費者動向の概要.....                  | 7  |
| 1.4. 消費者の消費パターン .....                  | 9  |
| 1.5. 都市構成の概要 .....                     | 12 |
| 1.6. ビジネス環境.....                       | 13 |
| 1.7. 最近の傾向 .....                       | 17 |
| 2. インドの食品加工業界 .....                    | 19 |
| 2.1. 序論 .....                          | 19 |
| 2.2. 市場規模および成長率 .....                  | 20 |
| 2.3. 部門別市場規模 .....                     | 21 |
| 2.4. 加工食品主要部門の概要.....                  | 22 |
| 2.5. インド食品加工業界の主要企業.....               | 26 |
| 2.6. 主な成長原動力と課題 .....                  | 27 |
| 2.7. 食品の輸出入.....                       | 31 |
| 2.8. 食品加工業における政府の施策・インセンティブと FDI ..... | 35 |
| 2.9. メガフードパーク詳細 .....                  | 38 |
| 2.10. 食品加工業の組織枠組み.....                 | 42 |
| 3. インドの食品加工機械業界 .....                  | 45 |
| 3.1. 序論 .....                          | 45 |
| 3.2. 市場規模と成長率 .....                    | 46 |
| 3.3. 部門別市場規模 .....                     | 47 |
| 3.4. 食品加工機械主要部門の概要 .....               | 48 |
| 3.5. インドの食品加工機器業界における主要企業 .....        | 51 |
| 3.6. 成長の主な原動力と課題.....                  | 52 |
| 3.7. 食品加工機械の輸出入 .....                  | 54 |
| 3.8. 貿易原動力 .....                       | 60 |
| 3.9. 購買原動力 .....                       | 61 |
| 3.10. 中央・州政府の政策およびインセンティブ .....        | 63 |
| 3.11. 品質基準 .....                       | 67 |
| 3.12. 輸入規制および関税 .....                  | 70 |
| 3.13. 食品加工機械業界関連機関の構造 .....            | 72 |
| 4. 主要企業紹介 .....                        | 74 |
| 4.1. 食品加工会社.....                       | 74 |
| 4.1.1. インド企業 .....                     | 75 |
| 4.1.2. 多国籍企業 .....                     | 83 |
| 4.2. 食品加工機械会社 .....                    | 88 |
| 4.2.1. インド企業 .....                     | 89 |
| 4.2.2. 多国籍企業 .....                     | 92 |

|           |    |
|-----------|----|
| 付属資料..... | 97 |
|-----------|----|

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| インドの日系食品関連企業 .....          | 97  |
| インドにおける零細・中小企業の定義.....      | 98  |
| インドの食品加工機械輸入業者・流通業者.....    | 99  |
| インドのトレードショー（食品加工関連）一覧 ..... | 100 |

|           |     |
|-----------|-----|
| 略語一覧..... | 111 |
|-----------|-----|

## グラフ

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| グラフ 1 2010 年の GDP（兆ドル） .....                | 3  |
| グラフ 2 インド GDP の産業別構成比.....                  | 4  |
| グラフ 3 インドの産業別労働人口構成比.....                   | 4  |
| グラフ 4 インド人口予測（10 億人） .....                  | 6  |
| グラフ 5 インドの世帯別分布状況（2010 年） .....             | 6  |
| グラフ 6 インドの年齢別人口（2010 年） .....               | 6  |
| グラフ 7 インドの年齢中央値は 26 歳（2010 年）               | 7  |
| グラフ 8 国別年齢中央値.....                          | 7  |
| グラフ 9 拡大する中間層（2010～2025 年）消費者セグメント分類 .....  | 8  |
| グラフ 10 乳製品および乳加工製品の市場規模（10 億ドル） .....       | 23 |
| グラフ 11 インドの食肉産業の市場規模（10 億ドル） .....          | 24 |
| グラフ 12 パック食品の項目別構成比（10 億円/%） .....          | 25 |
| グラフ 13 インドの小売業市場の組織的小売業が占める割合（10 億ドル） ..... | 29 |
| グラフ 14 インドの食品加工部門への FDI（100 万ドル） .....      | 30 |
| グラフ 15 インドの食品輸出額（10 億ドル） .....              | 31 |
| グラフ 16 インドの食品輸出の部門別割合（%） .....              | 32 |
| グラフ 17 インドの輸出国内訳（%） .....                   | 32 |
| グラフ 18 インドの食品輸入額（10 億ドル） .....              | 33 |
| グラフ 19 インドの食品輸入の部門別割合（%） .....              | 33 |
| グラフ 20 インドの輸入国内訳（%） .....                   | 34 |
| グラフ 21 食品加工産業省における予算額および支出額（100 万ドル） .....  | 37 |
| グラフ 22 インドの食品加工業界への FDI（100 万ドル） .....      | 38 |
| グラフ 23 インドの食品加工機器業の市場規模（100 万ドル） .....      | 46 |
| グラフ 24 インドの食品加工機器輸出額（100 万ドル） .....         | 55 |
| グラフ 25 インドの食品加工機器の輸出先（%） .....              | 56 |
| グラフ 26 インドの食品加工機器輸出額（100 万ドル） .....         | 57 |
| グラフ 27 インドの食品加工機器輸入先（%） .....               | 59 |
| グラフ 28 インドの食品加工機械の購入判断基準ランキング .....         | 62 |

## 図

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 図 1 インド経済の成長促進力.....                   | 5  |
| 図 2 インドにおける消費項目の増加.....                | 9  |
| 図 3 インドのワレット・シェアの変化（2010～2015 年） ..... | 10 |
| 図 4 インドの都市の分類.....                     | 12 |
| 図 5 インドの分類別都市数および都市部の所得割合（%） .....     | 13 |
| 図 6 インドへの FDI の方法 .....                | 14 |
| 図 7 ビジネス環境ランキング 2011.....              | 16 |
| 図 8 インドの食品業の市場サイズ（10 億ドル） .....        | 20 |
| 図 9 インド食品業の主要部門.....                   | 21 |
| 図 10 メガフードパークの概要図.....                 | 39 |
| 図 11 インドの食品加工機器業界の主要部門.....            | 47 |

|      |                                     |    |
|------|-------------------------------------|----|
| 図 12 | インドの食品加工機器業界の成長原動力と課題 .....         | 52 |
| 図 13 | 購買意思決定プロセス：インドの食品加工機械 .....         | 62 |
| 図 14 | 販売プロセスの流れ：インドの食品加工機械 .....          | 63 |
| 図 15 | 機関枠組み Institutional Framework ..... | 73 |

## 表

|      |                                                 |    |
|------|-------------------------------------------------|----|
| 表 1  | インドの消費者分類 .....                                 | 7  |
| 表 2  | 食品の加工段階 .....                                   | 19 |
| 表 3  | 2008～2010 年のインドの食品業の部門別市場規模（10 億ドル） .....       | 20 |
| 表 4  | 部門別インド食品の市場規模（10 億ドル） .....                     | 22 |
| 表 5  | インドの一次産品部門の市場規模（10 億ドル） .....                   | 22 |
| 表 6  | インドの食品加工業界における主要企業 .....                        | 26 |
| 表 7  | 政府の施策および関税構造 .....                              | 35 |
| 表 8  | 第 11 次 5 カ年計画の食品加工産業省の予算内訳 .....                | 37 |
| 表 9  | インドのメガフードパーク .....                              | 40 |
| 表 10 | 食品加工業の組織枠組み .....                               | 42 |
| 表 11 | 食品加工業の政府機関の役割 .....                             | 43 |
| 表 12 | 2009～2010 年のインドの食品加工機器業の部門別市場規模（100 万ドル） .....  | 46 |
| 表 13 | インドの食品加工機器業界の部門別市場規模（100 万ドル） .....             | 48 |
| 表 14 | インドの一次産品加工機器部門の市場規模（100 万ドル） .....              | 48 |
| 表 15 | インドの乳製品加工機器部門の市場規模（100 万ドル） .....               | 49 |
| 表 16 | インドのパック食品加工機器の市場規模（100 万円） .....                | 50 |
| 表 17 | インドの食品加工機器業界における主要企業 .....                      | 51 |
| 表 18 | 食品加工機械の HS コード .....                            | 54 |
| 表 19 | 部門別食品加工機械の輸出額（100 万ドル） .....                    | 55 |
| 表 20 | 部門別食品加工機器の機械割合（％） .....                         | 56 |
| 表 21 | 部門別食品加工機器の輸入額（100 万ドル） .....                    | 57 |
| 表 22 | 部門別食品加工機器の輸入割合（％） .....                         | 58 |
| 表 23 | 上位 3 カ国および日本からの部門別食品加工機械輸入状況（2009～2010 年） ..... | 59 |
| 表 24 | インドの輸入関税 .....                                  | 71 |
| 表 25 | 関税額の計算（代表例） .....                               | 72 |
| 表 26 | 政府機関の役割 .....                                   | 73 |
| 表 27 | 食品加工業界の主要企業概要 .....                             | 74 |
| 表 28 | 食品加工機械業界の主要企業概要 .....                           | 88 |

## 要旨

新興経済国インドが、この10年間、かつてないほどの経済成長を遂げている。2010年のGDPは1兆3700万ドル、2009年～2010年のGDP成長率は7.4%に達し、GDPでは世界第12位となった。成長率は今後5年間、8～10%で推移すると予想され、国民生活は今後さらに向上するとみられている。

インドの経済、政策、企業・産業の展望は、この10年で根本的かつプラスの変化を遂げた。インドはその莫大な人口基盤を強みとし、年少人口の多さ（25歳以下人口が50%以上を占める）、都市化の進行、中間層の増加、所得の増加に伴う消費の増加など、複数の重要要素において、他の新興経済国と比べ、有利な立場にあると言える。さらに、国内のインフラ・技術革新の促進に後押しされ、さらなる成長を遂げると見込まれる。

成長国インドはまた、その社会傾向においても、いくつかの興味深い特徴を見せている。都市化の進行、労働人口の増加、女性の労働参加の増加、核家族の増加、若年層収入の増加、商品やサービスへのアクセシビリティの向上、信用枠の拡大などが、最近のインド社会における主要傾向として挙げられる。こうした傾向は、高い購買力と消費力を持つ新たな消費者セグメントを生み出すとともに、加工食品やインスタント食品などの新たな消費カテゴリーを生み出し、金銭の使い道が食料品から、そうした新たなカテゴリーへと移行するようになった。加え、国内における組織的小売業の拡大により、今後10年、消費傾向は大きな変化を遂げることになるだろう。

上記の傾向の中で最も重要なのが、消費者の加工食品への関心が高まるにつれ、消費傾向が生鮮食品から加工食品やパック入り食品へと次第に変化してきた点である。その要因となっているのが、ライフスタイルの変化や時間的制約による必要性の高まり、そして消費者の衛生的で便利な新商品を試してみたいという意識の高まりで、インドにおける加工食品およびブランド食品市場の成長と、様々な多国籍企業によるインドの加工食品業への参入に結びつく結果となった。

2009年～2010年のインドの加工食品市場規模は、約1210億ドルで、食品市場全体の49%を占めた。今後も年間成長率10%を維持し、2014年～2015年までには1940億ドルに達するとみられている。インドの食品加工業界の主要部門のうち、トップを占めるのは穀類の58%で、乳製品（17%）、包装済食品（7%）、飲料（6%）、肉・家禽・魚加工品（4%）がこれに続く。Cargill、Kellogg's、Nestle、HUL、PepsiCo、Cadburyを始めとする多くの多国籍企業が、インドの食品加工業界に高い関心を寄せている。インドで事業展開を行う主な日本企業には、乳・乳製品部門のYakult-Danone、パック食品・インスタント食品部門のNissin Foods India Ltd.、Ajinomoto India、HIC-ABF Special Foodsが挙げられる。インドの食品輸出は主要カテゴリー全般において非常に好調で、輸出額は2005年～2006年の41億円から、2009年～2010年には73億円に増加。過去5年間の年平均成長率は12%となった。また同様に、食品輸入についても主要カテゴリーで輸入額を伸ばしており、2005年～2006年の22億円から、2009年～2010年には60億円へと増加した。

インドの食品加工業界の成長は、食品加工機械業界の成長の起爆剤ともなった。加工食品の急速な輸出拡大と、国内の加工食品市場の成長に伴い、インドの食品が、高い品質基準を必要とする国際市場で高いプレゼンスを発揮するには、優れた技術と食品加工・梱包機器の導入し、品質を確保することが必須となった。インドの食品加工機械業界は、技術面で先進国に遅れを取っているため、インドでは多くの食品加工機械を中国やドイツ、米国、イタリア、そして日本を含むその他の国々から輸入している。

2009年～2010年のインドの食品加工機械市場規模は19億800万円と見込まれ、2014年～2015年には35億1100万円規模、年平均成長率は13%に達するとみられる。食品加工機器市場の主要部門のうち、トップを占めるのは穀類の55%で、飲料（14%）、乳製品（13%）、包装済食品（12%）がこれに続く。Buhler、Silverson、Tetrapak、Alfa Laval、John Bean Food Technologies、Dr. Froeb、Convenience Food Systemsを始めとする多くの多国籍企業が、インドの食品加工機械業界に高い関心を寄せている。技術レベルがそれほど高くないため、インドからの輸出は多くはないものの、輸入については、多くの食品加工機器を輸入しており、2009年～2010年の主要食品加工機器の輸入額は、2005年～2006年の5億7000万ドルを19%と大きく上回る13億4300万ドルであった。主な輸入元は、中国（24%）、ドイツ（12%）、米国（12%）、イタリア（6%）で、日本は全体のわずか3%にとどまっている。

インド政府は、インドの食品加工業の将来性を認識し、同業界全体の成長に向け、イニシアチブを取っている。政府は食品加工業を優先業種と位置付け、関税、物品税やその他の FDI 規制に対する複数の救済策を実施したり、Mega Food Park Scheme を始めとする様々な政策を実施するなどし、バリューチェーンのあらゆる面をサポートしている。また、インドの中央および州政府では、技術向上、食品加工工場の近代化および拡大、国際レベルの基準の確立、その他の救済策の実施を始めとする食品加工機械市場の発展に向けた事前措置を講じている。これら全ての前向きな動きとインド経済の成長を背景に、インドの食品加工業界は将来的に確実に進歩を遂げると見込まれ、また大きな可能性を秘めていると言える。

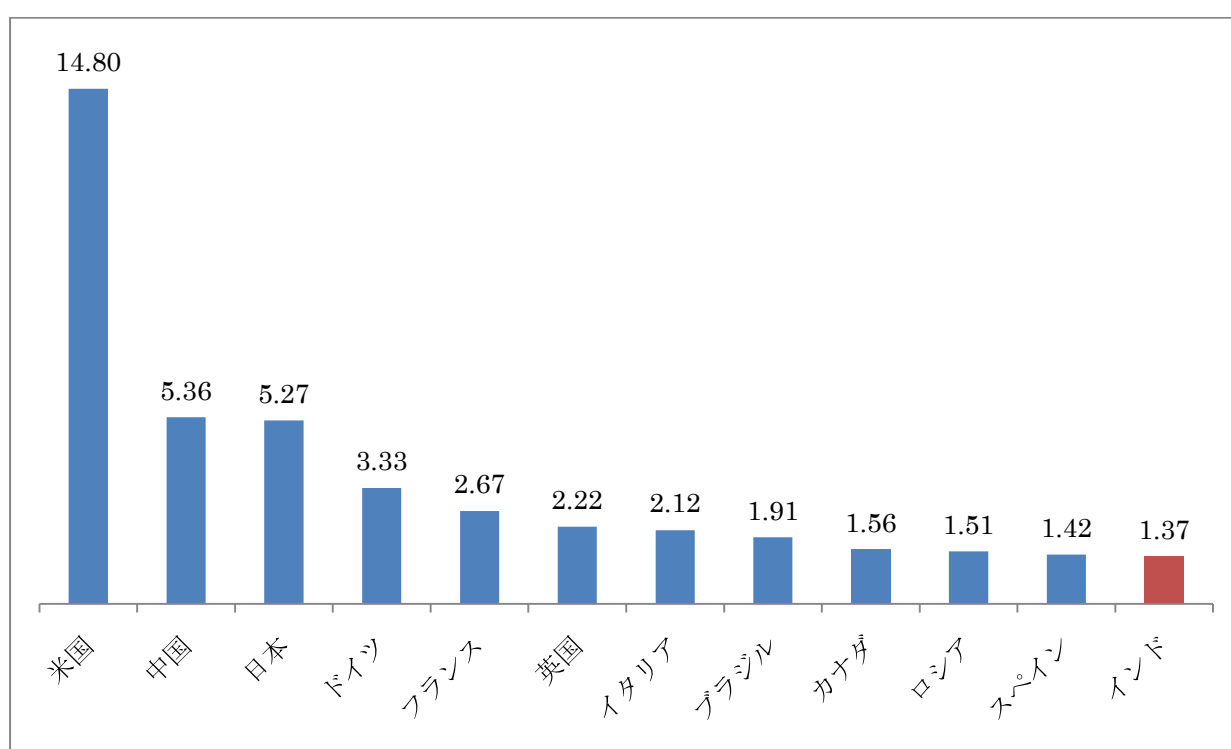


# 1. インドの経済

## 1.1. インド経済の概要

世界最大の民主主義国、インドは、世界の主要経済大国の中で最も急速な成長を遂げている国のひとつである。2010年のGDPは1兆3700万ドルで、世界第12位の経済国となった。2009年～2010年のGDP成長率（2004年～2005年を基準年とする）は7.4%で、今後5年間は8～10%で推移すると見込まれる。インドがこの成長率を維持すれば、2020年頃には世界第5位に躍り出ると予測されている。

グラフ 1 2010 年の GDP (兆ドル)



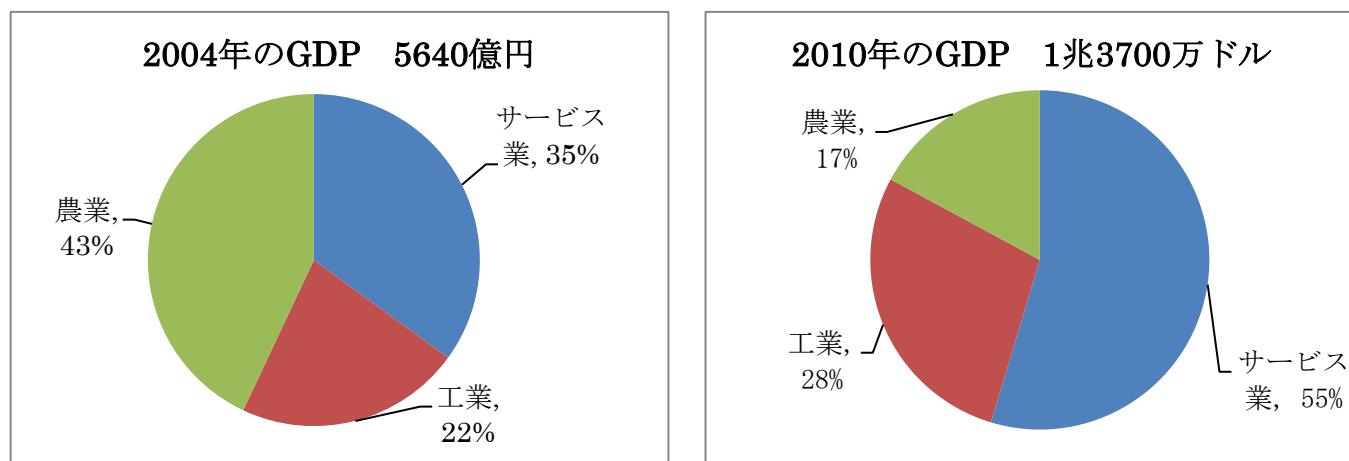
出所: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database

インドは長年の間、農業国として、経済を主に農業に頼ってきたが、過去10年間でサービス業が急速に成長している。インドのGDPのうち、サービス業が占める割合は、2004年には35%であったが、2010年には労働力人口割合がわずかに34%であるにもかかわらず、GDPは55%にまで拡大している。一方、農業がGDPに占める割合は、2004年の43%から、2010年には17%に減少している。工業は長年にわたり大きく変化はしておらず、2010年は28%であった。

1

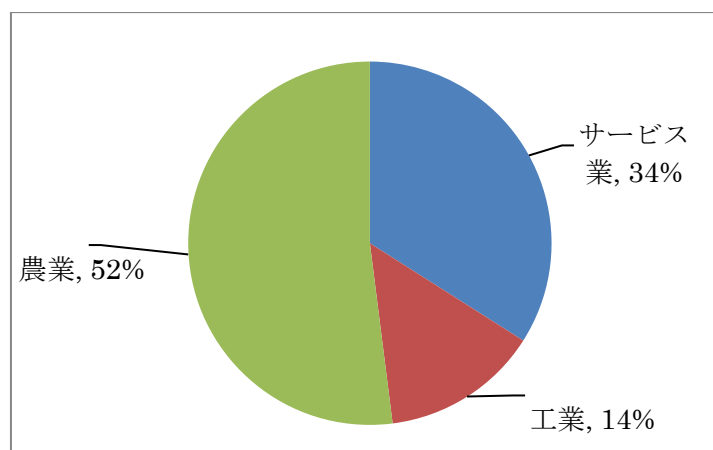
<sup>1</sup>米ドル＝インドルピーの為替交換率は、本報告書における全ての換算において、特に指示がない限り、に 1 米ドル＝45 インドルピーとする

グラフ 2 インド GDP の産業別構成比



出所：United Nations Statistics/ CIA World Fact Book

グラフ 3 インドの産業別労働人口構成比



出所：CIA World Fact Book

インドの経済、政策、企業・産業の展望は、この10年で根本的かつプラスの変化を遂げた。こうした前向きな動きと、莫大な人口を強みとし、インドは外貨準備高、対外貿易、FDI、FIIなどあらゆる点において、順調な歩みを見せている。

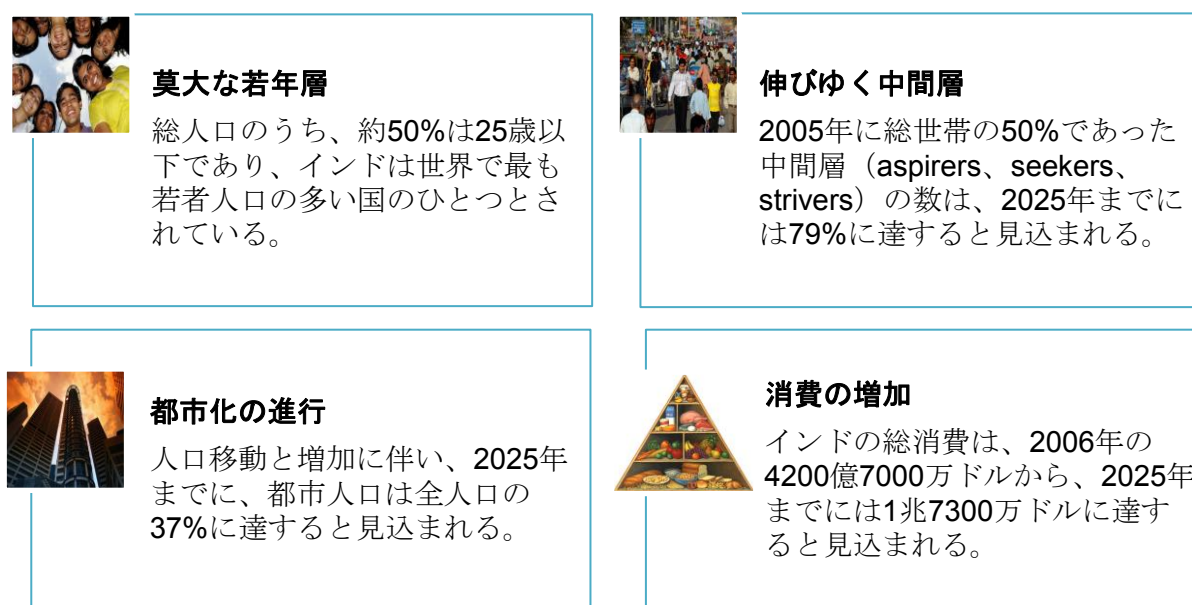
インドの外国準備高は、2010年12月半ば現在2960億ドル（前年同期2830億ドル）で、新興国中第3位となっている。また、輸出高も大幅に伸びており、2005年～2006年には1030億ドルであったのに対し、2009年～2010年には1780億ドルとなっている。世界的な景気後退により、2009年～2010年の輸出高は2008年～2009年の1850億ドルを下回ったものの、輸出全体では勢いを維持している。また輸入高についても、2005年～2006年の1490億ドルから、2009年～2010年には2880億ドルに増加している。

また、力強い経済成長、有利な規制制度、支援型政策は、外国人投資家の関心を大きく引き付け、莫大な投資を獲得した。インドはこの10年の間、新興投資市場の中で最も好ましい外資導入先とされている。インドへの外国直接投資（FDI）は、2000年～2001年会計年度の40

億2900万ドルから、2009年～2010年会計年度には、371億8200万ドルに増加しており、新興国の中で最もFDIの高い国のひとつとなっている。インドへのFDIを国別にみると、最も多いのがモーリシャス（42%）で、シンガポール（9%）、米国（7%）がこれに続く。その一方でインドの食品産業のFDIは低く、インド全体のわずか1%以下にとどまっている。2009年～2010年の食品産業のFDIは、2億8000万ドルであった。

インドの目覚ましい成長の主な促進力には、莫大な若年人口、中間層の増加、都市化の進行、消費の増加が主に挙げられる。例えば、15歳～39歳までの消費年齢層は、1億7500万人増加すると見込まれる。この年齢層はより向上心が強く、意識が高く、購買力が増加するにつれ、親世代よりも様々なカテゴリーにおいて消費活動を行うとされている。

図1 インド経済の成長促進力



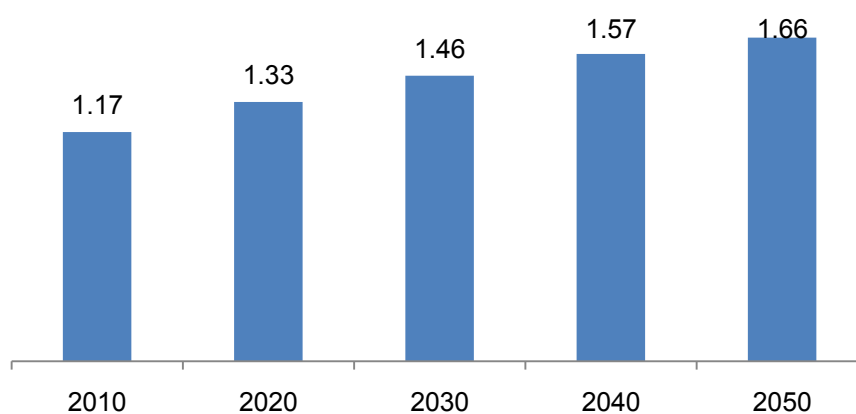
出所：Technopak Analysis

上記の成長促進力は、インフラおよび技術の大幅な進歩によって支えられており、今後もさらなる成長が見込まれる。インドでは、GDPの9%をインフラ整備に投資することを目標としており、すなわちこれは今後5年間で約7500億ドルの投資となる。また今後5年間において、最長10万kmの道路建設、85GWの電力容量の確保、10カ所の最新型空港の新設を計画している。3Gを始めとする技術的進歩、インターネットおよび携帯電話の普及は、インドの成長を加速させ、産業活動を助長する、強い国家の建設の支えとなるであろう。しかしこの成長機運を維持するためには、インフレと物価安定という課題に、取り組むことが不可欠である。

## 1.2. インドの人口動態

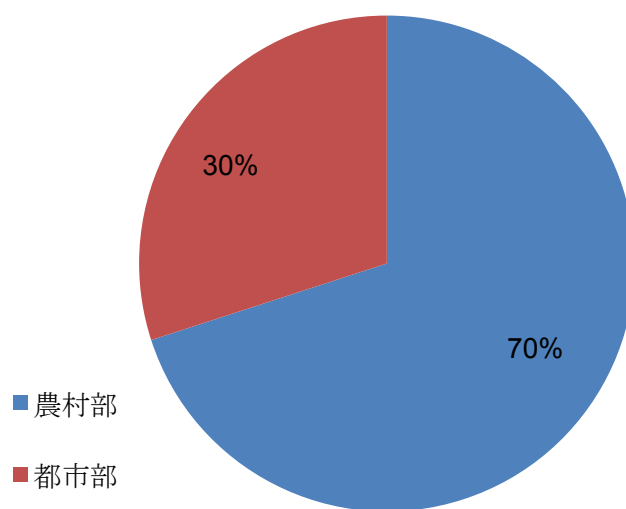
インドの人口は世界の総人口の約17.3%を占め、世界第2位となっている。2025年までには、世界第1位になると予測される。1世帯あたりの平均人口は5人で、総世帯数約2億600万のうち、30%は都市部、70%が農村部に分布する。

グラフ 4 インド人口予測 (10 億人)



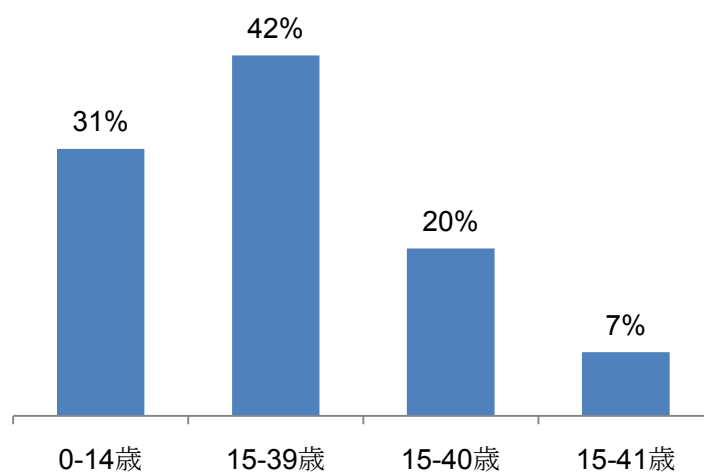
出所: US Census Bureau/World Bank, People Facts

グラフ 5 インドの世帯別分布状況 (2010 年)



出所: NCAER Publication

グラフ 6 インドの年齢別人口 (2010 年)

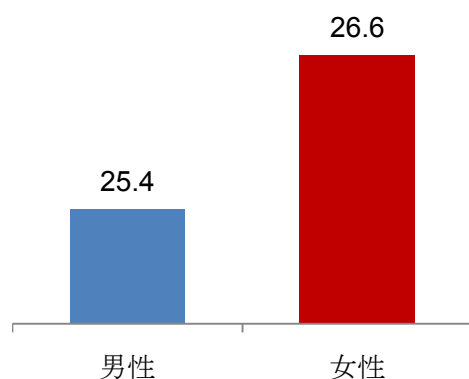


出所: Indian Census, Govt. of India

インドでは、2010年までに、65都市で人口が100万人を超えると見込まれ、また200都市で、50万人～100万人に達するとされている。一方インドの年齢別人口を見ると、25歳以下が50%以上、35歳以下が65%以上という、驚くべき構成比となっている。

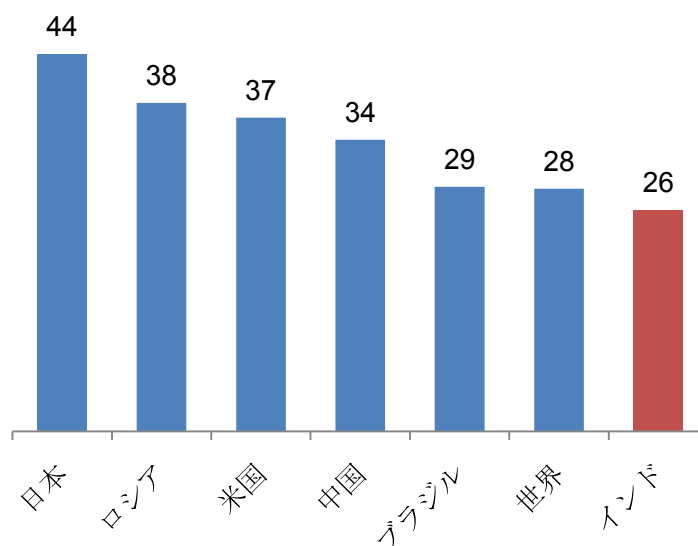
2010年の年齢中央値26歳というインドの人口は、世界の他の経済主要国に比べ、インドに有利な立場をもたらしている。なぜなら、若年層はより高い購買力と意識を持つため、より多くの分野で消費活動を行い、ライフスタイルの向上を目指すためである。

グラフ7 インドの年齢中央値は 26 歳（2010 年）



出所：CIA World Fact Book

グラフ8 国別年齢中央値



出所：CIA World Fact Book

### 1.3. インド消費者動向の概要

インド人消費者が、世界の注目を浴びている。若年層の所得増加、経済発展、商品やサービスへのアクセシビリティの向上、信用枠の拡大——これら全てが、新たな消費者セグメントを誕生させることになった。

経済成長に伴い、消費の最大の推進力となるのは、所得である。インドの世帯は、年間所得に応じて、5つの消費者セグメントに分けられる。

表1 インドの消費者分類

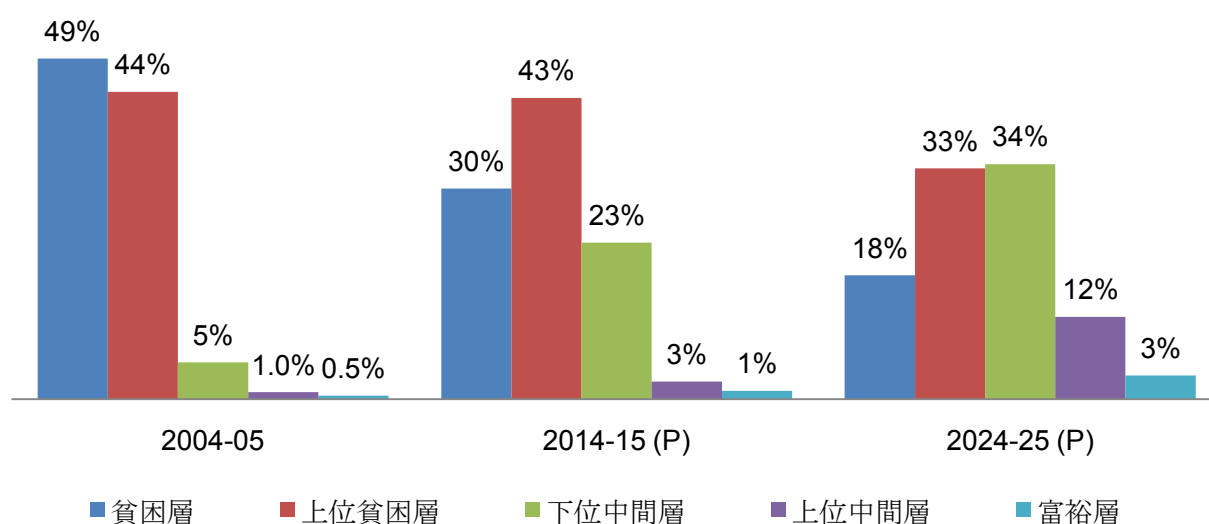
|   | 消費者セグメント       | 年間所得<br>(米ドル) | 定義                                                                                                                         |
|---|----------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Globals<br>富裕層 | > 22,000      | 最富裕層で、グローバルなライフスタイルを送る。元来、専務執行役員や大事業主、政治家、大規模農家および地主、トップレベルの専門職で構成されるが、最近では若く、将来性の高い中間管理職や国内有名大学卒業生を始めとする、最高レベルの給与所得者なども含む |

|   |                   |               |                                                                              |
|---|-------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Strivers<br>上位中間層 | 11,000-22,000 | 都市や町、村に住み、収入源と貯蓄を確保しているグループ。実業家、専門職、政府役人、中規模事業の経営者が含まれる                      |
| 3 | Seekers<br>下位中間層  | 4,000-11,000  | 職業、生活の姿勢、年齢、その他様々な要素において、最も多種多様のグループ。大学新卒者や従来のホワイトカラー層、中級役人、中規模の貿易商、実業家が含まれる |
| 4 | Aspirers<br>上位貧困層 | 2,000-4,000   | 小規模の小売店主、農業従事者、産業・サービス業関連のロースキルワーカーが含まれる。所得の約半分を、日用必需品にあてる                   |
| 5 | Deprived<br>貧困層   | <2,000        | 最貧困層。ロースキルまたはスキルを必要としない仕事で生計を立てる。定職に就くことが難しく、季節雇用やパートタイム雇用に頼ることが多い           |

出所：NCAER and Technopak Analysis

インドにおける所得の伸びは、都市部だけでなく農村部の貧困削減に、既に大きな影響を与えている。経済成長は今後も最低貧困層に恩恵をもたらし、2004年～2005年に人口の49%を占めた貧困層は、2014年～2015年までには30%にまで減少すると見込まれる。その一方で、下位中間層（Seekers）は、5%から23%に増加するとされている。一人あたりの国民所得が増加するにつれ、インドの所得ピラミッドも大きく変化し、貧困層の大幅減に加え、都市部中間層の規模が拡大するとみられる。2004年～2005年には全体の6%と、比較的数の少なかった下位中間層（Seekers）および上位中間層（Strivers）は、2014年～2015年には26%、2024年～2025年には46%にまで拡大すると見込まれる。

グラフ 9 拡大する中間層（2010～2025 年）消費者セグメント分類



出所：NCAER and Technopak Analysis; P=Projection, Middle Class includes Aspirers, Seekers, & Strivers

## 1.4. 消費者の消費パターン

個人の消費パターンは、その個人の所得の関数である。インドでは、都市部と農村部の所得に大きな格差があり、現在、農村部世帯の年間平均所得が1,154ドルであるのに対し、都市部は2,129ドル。都市部と農村部の所得格差とは別に、その使い方や貯蓄の仕方にも大きな違いが見られる。所得のうち食品などの消費財に費やす比率の違いという点だけでなく、様々な耐久消費財、健康や教育のための支出、さらには金融機関からの借り入れや預け入れに至るまで、都市部と農村部では、違いが存在する。しかし、非日常的支出が非常に多いという点では、都市部と農村部の違いはさほど大きくない。非日常支出とは、主に儀式（結婚や誕生）、医療、高等教育、レジャー旅行を始めとする多額の計画外支出を指す。一方、食品や居住、健康、教育、移動、衣類、耐久消費財など、家庭の日常的な支出を、日常支出という。

インド人の所得が増加するにつれ、消費者が同カテゴリー商品に使う金額の内訳、いわゆる「ワレット・シェア（share-of-wallet）」が大きく変化している。例えば、消費者が豊かになるにつれ、食品などに使う割合は、収入に対しても支出に対しても、小さくなる傾向にある。一方、豊かになるにつれ、新しいカテゴリーの商品に使う額は増える。90年代に7項目であった主要費目は、2015年には19項目にまで増えると見込まれる。全ての項目が絶対的な伸びを示す中、一部の項目は、他と比較し、急速な成長が見込まれる。裁量品目への支出は、大幅な増加が予想されるものの、必需品は緩やかな増加にとどまるとみられる。

図2 インドにおける消費項目の増加

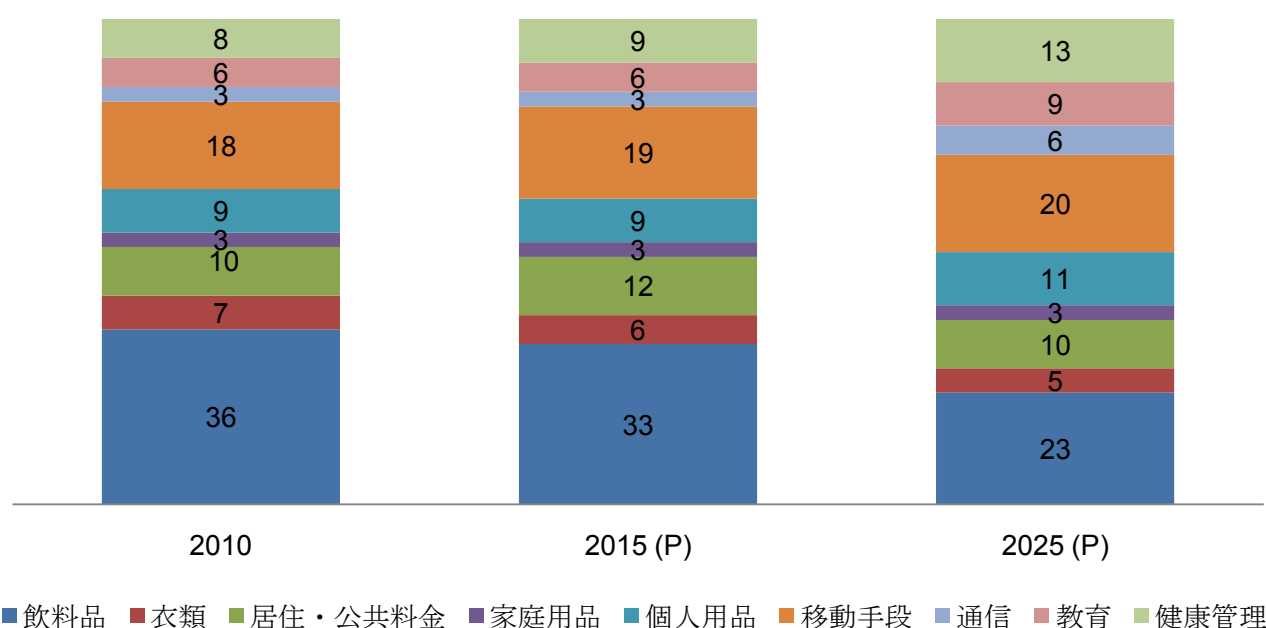
| 1991                                                                                                                                       | 2010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 2015 (P)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・食料品</li> <li>・衣類</li> <li>・履物</li> <li>・耐久消費財</li> <li>・寝具</li> <li>・映画・演劇</li> <li>・外食</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・食料品</li> <li>・衣類</li> <li>・履物</li> <li>・耐久消費財</li> <li>・DVD、VCD</li> <li>・寝具</li> <li>・インテリア用品</li> <li>・装飾品</li> <li>・ギフト</li> <li>・テイクアウト、調理済食品、インスタント食品</li> <li>・映画・演劇</li> <li>・外食</li> <li>・テーマパーク</li> <li>・携帯電話</li> <li>・使用人</li> <li>・バック旅行</li> <li>・会員権</li> <li>・パソコン周辺機器およびインターネット</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・食料品</li> <li>・衣類</li> <li>・履物</li> <li>・耐久消費財</li> <li>・DVD、VCD</li> <li>・寝具</li> <li>・インテリア用品</li> <li>・ギフト</li> <li>・テイクアウト、調理済食品、インスタント食品</li> <li>・映画・演劇</li> <li>・外食</li> <li>・テーマパーク</li> <li>・携帯電話</li> <li>・使用人</li> <li>・バック旅行</li> <li>・会員権</li> <li>・パソコン周辺機器およびインターネット</li> <li>・美容、スパ</li> <li>・ゲーム</li> </ul> |

出所：Technopak Analysis



現在、インド人の消費項目で最も多いのが、飲食費、移動費、住宅費である。飲食費は今後数年にわたり、トップを維持するとみられ、2015年までに全体の33%を占めると予想される。しかしその割合は、2010年の36%から2025年には23%にまで減少するとされる。また、2025年には移動費が第2位、健康管理費が第3位になると予想される。現在、わずか3%の通信費は、最も急速に増加している項目で、2025年にはそのワレット・シェアは6%に達するとされる。その他増加傾向にある項目は、移動手段、個人用品、健康管理、教育、娯楽などで、かなりの市場規模に成長するとみられる。

図3 インドのワレット・シェアの変化（2010～2015年）



出所：NCAER, Technopak Analysis, P: Projections

成長が緩やかな項目でさえも、他の国と比較すると成長の速度は早く、企業にとっては大きな機会となるだろう。実際、世界市場の中でインドが占める割合は全ての商品・サービス部門で拡大している。

インドでは組織的小売業が成長しつつあるものの、依然として、市場では何百万もの小規模な取引が行われる状態が続くであろう。現在、インドのハイパーマーケットにおける1回あたりの購入額は7ドル～10ドルで、米国の40ドル～45ドルを大きく下回り、また中国（10ドル～18ドル）との比較においても約半分にすぎない。

消費者セグメントから見た、組織的小売業の既存・潜在利用者は、富裕層、上位中間層、下位中間層の上位3セグメントのみである。これらの所得グループは、より裕福になり、新たな買い物様式に慣れるにつれ、徐々に新たなカテゴリーの商品（食品部門においてさえも）を試し、購入機会を得るようになってきた。富裕層は、世界のあらゆる都市で物を買ひ、要求が厳しく自分が何を求めているかを知っており、海外旅行やブランド福、新しいフードサービスなど、あらゆるカテゴリーにおいて買い手となっている。上位および下位中間層は、まだ新しいカテゴリーや買い物様式を試している段階であるが、それと同時に熱心な買い手



でもある。この層が収入のうち食費にかける割合は、既にわずか15～20%（全インド平均は36%）にとどまり、50%以上を食品以外に使っている。多くの消費項目において、これら中間層の存在はまだ小さいものであるが、今後数年で彼らの消費活動が活発になっていくのは、確実であろう。

上位貧困層は、必要最小限のもの以上を買い始めるようになったものの、組織的小売店には依然若干の抵抗を感じている、未来の購入層である。彼らは現在、主に特別な記念日などに、必要最小限以上のものを購入し、上位階級層と同様に、あらゆるカテゴリーを試し始めている。それは彼らが市場に「やって来た」ことを示すが、組織的小売店のようにエアコン完備で入り口に警備員が立ち、制服を着た店員がいるような店に入ることに、彼らは一種の怯えのようなものを感じている。この層の所得が増え、こうした店舗を見て回ったり買い物をするようになれば、次第に店舗様式にも慣れ、店に入り、物を購入するようになるだろう。現時点では、店内には入らず、周囲をぶらつくのみである。

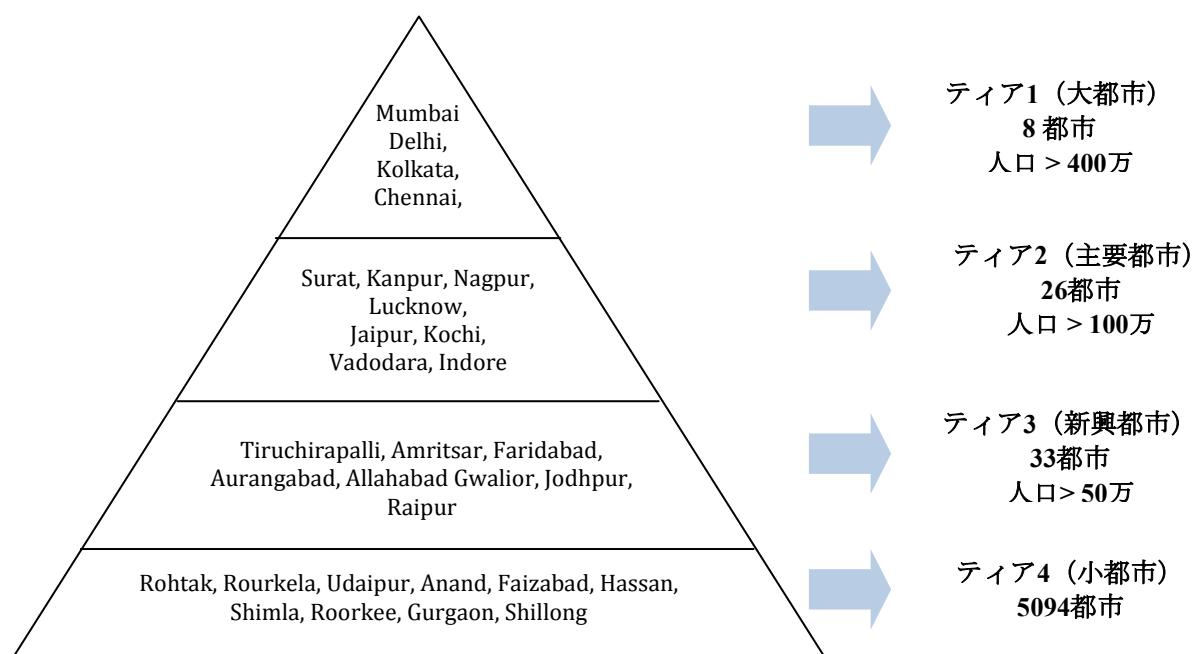
最下層にあたる貧困層は、生活必需品のみを重視し、収入の大部分をこれらの購入に充てる。多くは「貧困」の定義を下回る生活をし、所得の60%を食費に充てる。居住や健康、教育、公共料金、移動手段などへの出費は18%にとどまる。よって、他のカテゴリーの商品を購入することはほとんどなく、最低今後5年～10年のうちに、この層が組織的小売店を利用することはないだろう。

今後10年、多くの消費セグメントは大きな変化を遂げるとみられる。所得の増大とインフレの抑制により、2001年～2010年の中国と同様、今後10年、多くの世帯において消費が大きく伸びるだろう。この中心となるのが中間層（上位中間層・下位中間層・上位貧困層）で、世帯数は2005年の1億1000万世帯から、2025年には2億2000万世帯数にまで増加するとみられ、組織的小売店を最も利用する層となるだろう。

## 1.5. 都市構成の概要

インドは35の州および連邦直轄領、5161都市から成り、約600の地域が存在する。都市は主に人口を基準とした4つに分類される。

図4 インドの都市の分類



出所：NCAER, Technopak Analysis

過去20年にわたり、首都New Delhiや商業首都Mumbai、IT都市Bangalore、Hyderabadを始めとするティア1都市圏は発展を続け、他の多人口都市を上回る大きな市場となった。ほとんどの多国籍企業はティア1都市圏の8都市のみで事業展開をしているが、その多くにとって、急速な成長を遂げるこの市場への完全進出は、長い道のりであった。ティア1都市圏のうち、市場規模という点で群を抜いているのがDelhiおよびMumbaiで、この2つのメガ都市では、郊外が急成長を遂げたほか、衛星都市も急速に巨大化した。GurgaonやNoidaをはじめとするその多くは、重要な市場となった。

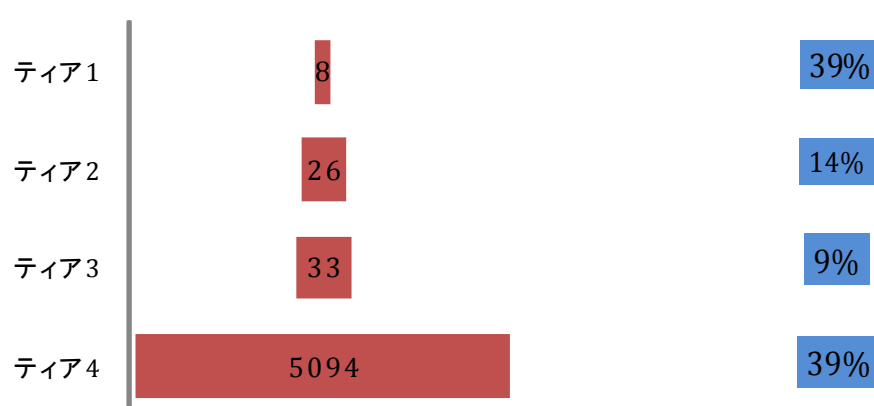
主要都市圏またはティア2都市圏は、人口100万人以上のその他の都市で、PatnaやLucknowなどの州都や、JaipurやAgraなどの長い伝統を持つ旧都市を始め、全国に点在する。近年、大手の外国企業の一部やほとんどのインド企業は既にティア2都市圏に進出しており、拡大する中間層をターゲットとした事業を加速させている。

ティア3および4都市圏は、今後の成長が見込まれるAmritsarを始めとする、その他の小都市からなる。ティア3および4都市圏においては、非公式経済部門が重要になってくる。多くのインド企業は、これらの都市への販売網を持たず（一部は強い地域ネットワークを持つが）、

また外国企業についても、一般消費財（FMCGs）を取り扱う企業以外のほとんどは、これらの小都市への目立った進出を行っていない。

インドの全人口のうち、都市部人口は30%であるが、都市部の消費は消費全体の64%におよぶ。今後も国の成長が見込まれるため、都市部人口は2015年まで高い割合を維持するとみられる。農村部にも裕福な購買者は存在するものの、広く分散しているため、市場に至るのが難しい。都市部には全てが集中しており、実にインドの購買力の39%が、ティア1都市圏の8都市に集中している。しかし、今後5年～10年、所得の増加とともに、購買力はティア2の26都市にまで拡大するとみられる。

図5 インドの分類別都市数および都市部の所得割合（%）



出所：NCAER, Technopak Analysis

インド市場の中で急速な成長を遂げている都市部であるが、人口の70%は農村部に住み、インドの消費の半数以上を支えている。都市化や都市への人口移動が進んでも、2025年にはまだなお人口の63%が農村居住者であると予測される。従って、農村市場はインド経済にとって、重要な存在であり続けると言える。農村部の平均所得は、今後20年で3.6%増となると見込まれ、過去20年間の0.8%増を大きく上回っている。都市部と比べ、所得が増加する速度は非常に遅いものの、多くの貧困層が上位貧困層に移行するきっかけとなるには十分である。この移行は、2015年頃までには顕著になると思われ、経済成長の最後のステージが最貧困層にも影響を与え始め、その恩恵をもたらすことになると考えられる。10年以内に、多くの農村部の人々が貧困層から中間層のレベルになると予想される。

## 1.6. ビジネス環境

インドの経済は、政府の所有する公共部門と、民間部門がそれぞれ重要な役割を果たす、混合経済である。公共部門は従来インフラ整備と基幹産業を担い、一方の民間部門は、その他の分野で重要な役割を担ってきた。

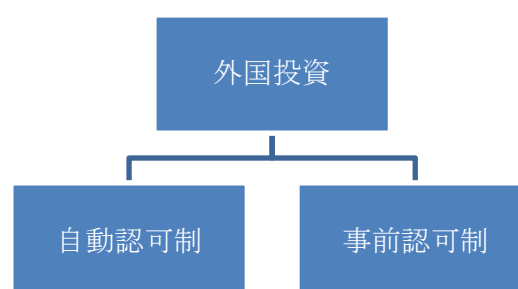
数年前まで政府は、生産力拡大のためのライセンス取得、外資や原材料、技術、資本財導入の制限、基本原料の配分など、民間部門に対し大きな支配力を行使していた。20年前に始ま

った経済の自由化は1991年に一気に加速し、産業政策への着手が始まった。1991年の経済改革は、インドのビジネス環境を大きく好転させた。政府は手続の簡易化により、外国投資家がインドに投資しやすい環境を作り、外国企業は完全子会社の設立やインド企業との提携、駐在事務所やプロジェクトオフィス、支社設立により、直接投資を行えるようになった。WTO加盟国であるインドは、ほとんどのセクターにおいて、政府の許可の有無に関わらず、出資比率100%までのFDIを認めた。その後長期にわたり、より多くのセクターにおいて自由化が行われ、外国の直接投資が認められるようになった。

インドへの外国投資認可には、自動認可と事前認可の2通りの方法がある。

**自動認可制** – FDI方針では、サービス部門を含むほとんどのセクターにおいて、最大100%の外国人またはNRI投資家による直接投資の自動認可を認めている。自動認可が認められている部門は、政府やインド準備銀行（RBI）の事前認可が不要。外国人投資家に必要とされるのは、海外からインドへの送金を受領後30日以内に管轄のRBI支店に届出を行い、株式が発行されてから30日以内に、そのRBI支店に必要書類の提出を行うこととなっている。

図6 インドへのFDIの方法



出所：Technopak Analysis

現在の自動認可制では、一部業種を除く全ての業種および全てのインド企業（爆発物や酒類等には産業ライセンスが必要）に、出資比率100%までの投資について、外国人投資家への株式発行が認められている。また、自動認可制が認められている部門でも、外国人投資家によるインド企業への出資比率がある一定の割合を超えないよう定めているケースや、その他条件付の投資のみ認めるケースもある。

**事前認可** – 自動認可が認められている部門以外については、外国人およびNRIが直接投資を行うにはインド政府の事前認可を取得する必要がある。事前認可が必要になるのは、産業ライセンスを必要とする部門、既にインド企業と提携関係などを結んでいる場合、既存のインド企業の株式を取得する場合、指針に記載のないセクターやFDIが認められていないセクターへの投資の全てなどである。

申請内容は一つ一つ審査され、海外投資促進委員会（FIPB）より認可が行われる。事前認可制においても、FIPBの認可後、インド企業による自動認可制に基づいた規定の申請が必要となる。なお、FDIは賭博、宝くじ、講、原子力、特定の農業・栽培業には認められていない。

**経済特区（SEZ）** - 経済特区建設には、100%のFDIが自動認可される。SEZ内企業にはセクター別の規定に基づき、自動認可が行われる。事業内容の詳細については、商業局の「Foreign Trade Policy」に記載されている。自動認可が認められていない分野については、FIPBの認可が必要となる。

**輸出志向型企业（EOU）** - 輸出志向型企业の設立には、セクター別の規定に基づき、100%のFDIが自動認可される。自動認可が認められていない分野については、FIPBの認可が必要となる。

**海外技術協定** - 海外の技術力の取得によるインド産業界の技術力向上に向け、海外技術協定の締結が奨励されている。こうした協定を通じてのノウハウ獲得は、自動認可制・政府による事前認可制のいずれもが認められている。

**外国投資家の参入オプション** - インドで事業を行う外国企業には、次のオプションが与えられる

- 法人組織 - 下記のいずれかの方法による法人組織設立
  - 合弁会社
  - 完全子会社
 外国株主には必要時応じ、最大100%までの株式の所有が認められる。ただし、FDIが定める活動分野別の自己資本比率の範囲内である必要がある。
- 非法人組織 - 外国企業としての事業活動
  - 駐在事務所／代表事務所
  - プロジェクトオフィス
  - 支社

会社の登録および設立には、企業登録所（ROC）に申請書を提出する必要がある。インド企業として登録および設立されると、他のインド企業に適用されている、インドの法律と規制の対象となる。

- 駐在員事務所（LO） - 駐在員事務所の役割は、市場機会についての情報収集とインドの潜在顧客に向けた企業情報および製品情報の提供である。駐在員事務所はインドとの輸出入の促進や、本社とインドの会社間の技術・資本提携を進めてもよい。駐在員事務所には、直接・間接的な商業活動が認められないため、インドにおいていかなる収益を得ることはできない。インドにおける駐在員事務所設立には、RBIの許可が必要。
- プロジェクトオフィス（PO） - インド国内で特定のプロジェクトを計画する外国企業は、暫定的なプロジェクトオフィス（サイトオフィス）を設立することができる。現在RBIは、特定の条件の下、外国企業がプロジェクトオフィスを設立することを認めている。プロジェクトオフィスはプロジェクト遂行に関わる活動以外を請け負ったり実施したりしてはならない。プロジェクトオフィスは、RBIの許可を得れば、プロジェクト完了時にその余剰金を送金してもよい。

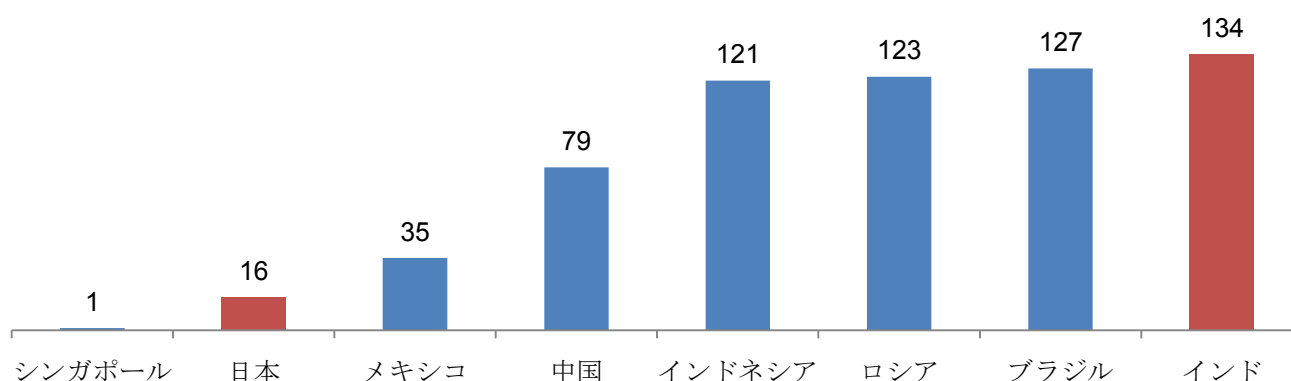
- 支社 (BO) - 生産活動および商業活動に関わる外国企業は、以下の目的において、支社を設立することが認められている。
  - 商品の輸出入
  - 専門またはコンサルタントサービスの提供
  - 本社が関わる調査業務の実施
  - インド企業と本社またはグループ会社間の技術・資本提携の推進
  - 本社の代表として、または売買主体としてのインドにおける活動
  - インドにおけるIT技術およびソフトウェア開発に関するサービスの提供
  - 本社またはグループ会社が供給した製品の技術サポートの提供
  - 外国航空会社および外国海運会社

支社自体が生産活動を行うことは禁止されているが、インドの生産者との下請け契約に基づき、これを行うことはできる。RBIの認可を受けた支社は、RBIのガイドラインに従い、税引後利益を送金することができる。支社の設立は、RBIの認可が必要である。

経済特区において孤立し、制限を受けた「孤立状態」にある支社は、インド国内にある本社支店および子会社とのやりとりも含め、経済特区外での事業活動および取引を行ってはならない。経済特区内における生産活動およびサービス活動のための支社設立には特定の条件の下、RBIの認可は不要。

インドは成文憲法を持つ普通法国家で、個人権および財産権が保障されている。裁判所は1階級のみ。インドの裁判所では、財産権や契約上の権利の行使のために、的確な保証条項を提示している。外国投資に影響を与える主な法律は、「Foreign Exchange management Act of 1999 ("FEMA")」、「Companies Act of 1956」、「Industries Act of 1951」、「Monopolies and Restrictive Trade Practices Act of 1969」、「New Industrial Policy of 1991」など。「Foreign Exchange management Act of 1999」は外国資本の参入を、「Industries (Development Regulation) Act of 1951」は産業を、「Companies Act of 1956」はインドにおける会社経営を、「Monopolies and Restrictive Trade Practices Act of 1969 ("MRTP")」は制限的取引および公正取引をそれぞれ規制している。また外国投資に関わる方針や手順に関する「New Industrial Policy of 1991 ("NIP")」は、投資の自由化と手続の簡素化を実現した。これらの法律を視野に入れた上で、世界銀行は2011年、インドを経済国183カ国中134位にランク付けした。

図7 ビジネス環境ランキング 2011



出所：World Bank, "Doing Business in India, 2011"

## 1.7. 最近の傾向

インドのGDPは過去10年で9750億ドルにまで増加し、さらに10年後の2020年にはその倍、現在の英国、フランス、イタリアに並ぶ1兆8110億ドルに達するとみられる。この転換期には、活発な経済、株価の復活、強い起業家精神に勢いを付けた大富豪が、インド全土で激増した。今後10年も成長の勢いは続くとみられ、次第にBRICsが世界経済の舵取りの主役となりつつある。

どの社会においても変化は欠かせないものであり、消費者は人口動態や所得レベルの変化の影響から免れることはできない。裏を返せばそうした変化が新たなライフスタイルをもたらす。家族構造は大家族から核家族へと次第に変化し、所得の増加に伴い可処分所得も増加した。インドは近年、あらゆる面において多くの変化と向き合っている。

インド社会におけるもう一つの重大な変化に、女性の労働市場への参入が挙げられる。総労働人口4億9000人のうち、35%にあたる1億6800人が女性である。これは世帯の所得の増加という点で重要であるだけでなく、家族動態の変化やライフスタイルの向上、さらには消費カテゴリーや消費行動の変化をもたらす重大な要素である。

その結果、消費者が求める商品は絶え間なく変化を続けている。消費者は常に新しさを求めるため、購入したい、試したいと思う商品が、時と共に変化し続ける。それは消費行動やパターン、商品の購入方法の変化につながり、最終的には生活水準に大きな変化をもたらすことになる。例えば、働く女性のいる世帯の可処分所得はより高く、外食やより新しい食品カテゴリーを試す傾向にある。消費者の志向が変化していくこうした市況においては、新商品やサービスを開発するだけでは不十分である。消費者動向に影響を与えるわずかな動きを、売り手は注意深く観察する必要がある。「変化のパターン」の中の、見えにくい部分から、目を離してはならない。

景気の回復とともに、消費者はよりよい商品やサービスに、再び目を向け始めるようになった。しかし、不況を経験した今、消費者はより価値志向となっている。多くの人々が、経済的により上位の人々が持つ商品に目を向けては、自らの購買力の制限に直面する。この傾向を利用したのが、大手メーカー商品の機能や仕様を真似、より安く提供する商品やサービスである。これは、消費者を引き付けるのは買い得感のみではなく、消費者がそのような商品を購入する理由として、新しさや品質の高さを重視していることを示す。

デパートやスーパーでは、様々な自社ブランド商品を提供することにより、よりよい商品を持ちたいという大衆の本能を満たしている。かつては自社ブランド商品への注目はさほど高くなく、価格面でも品質面でもチープでノーブランドの、「本物の」ブランドの代替品にすぎなかった。しかし今や自社ブランド商品は、それ自体が新しさや品質を約束する「ブランド」となっており、食料雑貨から穀類、衣類、家電、携帯電話など、あらゆる製品に普及している。

車、携帯電話などのIT・通信系消費財、冷蔵庫、エアコンなど、品質と新しさを兼ね備えると同時に、価格的にも魅力的なあらゆる商品を市場にもたらすことにより、売り手は、大衆

を引き付けることに成功した。一方サービス業はこれに遥かに遅れを取っているものの、エアバスの導入は、大衆に飛行機の旅を普及させ、同業界は利益率の高い市場へと変化し、今後もさらなる技術革新により、大衆の欲求を満たすことになるだろう。売り手は、中間層が浪費せずに生活を充実させることを望んでいることを念頭に置き、商品やサービスの開発を行う必要がある。



## 2. インドの食品加工業界

### 2.1. 序論

インドのGDPの17%、労働人口の50%以上を占める農業セクターは今、変革期を迎えている。自給自足率は100%を超え、若干の余剰分がある。インドは穀物・果実・野菜・乳製品の世界有数の生産国となっている。その特有の農業気候は、穀類や豆類から果物、野菜に至るまで、あらゆる作物栽培と、家畜の飼育に、年間を通して適している。

インドでは、ほとんどの食品は、加工されずそのまま消費されており、付加価値を付けるための加工はあまり見られない。しかし、この状況は変化しつつあり、インドの加工食品市場は拡大している。所得の増加と融資の緩和、可処分所得の拡大により、消費者の支出と消費は大幅に増加した。人の移動が活発化し、意識が高まり、幅広い製品が手に入るようになったことにより、消費志向にも変化が見られるようになった。富裕層および中間層においては、出費のうち食費が占める割合は他の商品およびカテゴリーが占める割合に比べ、減少している。同時に、食品支出の合計は全ての階層で増加している。そもそも食費と言えば、穀物や植物油、砂糖などの基本的な食料品のみにとどまったが、現在では手頃な価格で、容易に手に入るようになった果物や野菜、卵、肉類、飲料、加工食品各種もこれに含まれる。また近年では、これまでの食品の安全性重視から、栄養や買い物の利便性を重視する傾向もみられる。

インドの食品加工産業省（Ministry of Food Processing Industries, Government of India）の発表によると、インドのGDPのうち、食品加工業界の割合は9%で、直接雇用人口は160万人となっている。同業界は、小規模事業者が独占状態にあり、価値の付加は限られている。しかし近年、加工食品およびブランド食品市場が拡大しており、ConAgra、PepsiCo、Cadbury、Heinz、Kellogg'sなど、複数の外国企業が投資を行っている。

加工食品は、加工段階により次の3つに分類される。

- 一次加工品：選別、洗浄以外の付加価値処理は行われず、ほぼ原材料のままの状態  
で消費される商品。
- 二次加工品：原材料の形状を変えるなど、基礎的な付加価値処理が行われた商品。
- 三次加工品：RTE（調理済食品）、冷凍食品、缶入りスープなどの調理済インスタ  
ント食品を始めとする高付加価値商品。

表2 食品の加工段階

| 加工段階／例 | 穀物              | 牛乳               | 茶        |
|--------|-----------------|------------------|----------|
| 一次加工品  | 穀物              | 牛乳（液状）           | 茶葉       |
| 二次加工品  | 麦芽、セモリナ粉、小麦粉、パン | カテージチーズ、クリーム、バター | 粉        |
| 三次加工品  | ビスケット、フレイ       | アイスクリーム、粉ミルク     | パック入り紅茶、 |

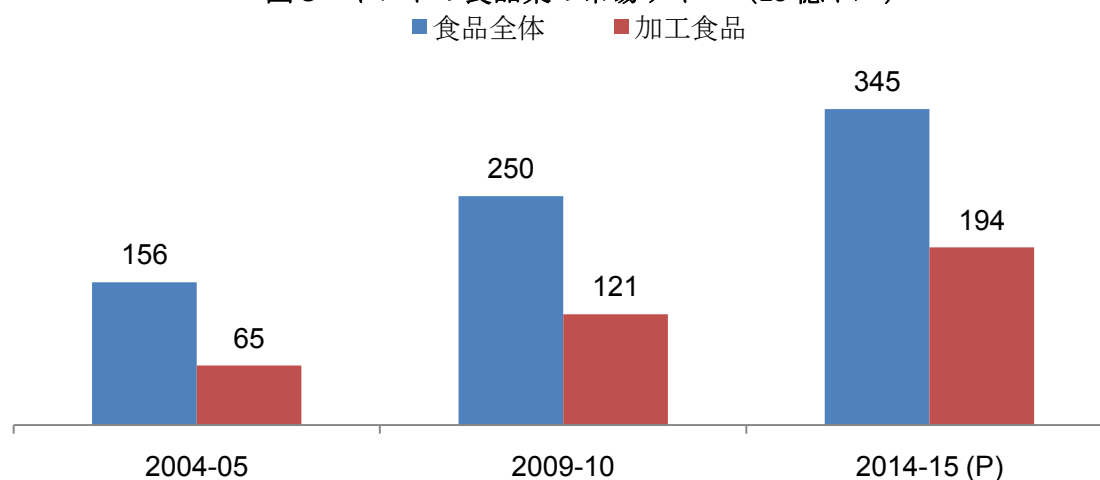
|  |          |         |        |
|--|----------|---------|--------|
|  | ク、麺類、ケーキ | ク、ヨーグルト | ティーバッグ |
|--|----------|---------|--------|

出所：Technopak Analysis

## 2.2. 市場規模および成長率

インドの食品産業は現在2500億ドル。2014年～2015年には、その市場規模は3450億ドルに達すると見込まれる。2009年～2010年のインドの加工食品市場は食品業界全体の49%を占めた。市場の成長率は10%で、2014年～2015年には1940億ドルに達するとみられる。インドの食品市場は、42%が非組織的部門、33%が小規模部門が占め、組織的部門の割合はわずか25%程度にとどまる。

図8 インドの食品業の市場サイズ (10 億ドル)



出所：Ministry of Food Processing Industries, Govt. of India, and Technopak Analysis, P = Projections

表3 2008～2010年のインドの食品業の部門別市場規模 (10 億ドル)

| 部門      | 総合価値 | 加工品価値 |
|---------|------|-------|
| 一次産品    | 118  | 70    |
| 乳製品     | 44   | 21    |
| 肉・家禽・魚類 | 29   | 5     |
| 野菜・果物   | 28   | 1     |
| パック食品*  | 9    | 9     |
| 飲料      | 7    | 7     |
| パン      | 1    | 1     |
| ドライフルーツ | 1    | 0     |
| その他     | 12   | 7     |
| 合計      | 250  | 121   |

\*パック食品はビスケット、スナック、RTE/RTC、スープ、パスタ、麺類、健康食品、朝食シリアルなどを含む

出所：Ministry of Food Processing Industries, Govt. of India, and Technopak Analysis

インドの食品加工業界は、次の2つに大きく分けられる。

- “一次産品加工”：麦、米、砂糖、スパイスなどの加工
- “付加価値加工”：パン類、乳製品、RTE/RTCなどの加工

一次産品加工は現在、加工食品市場の3分の2を占める。付加価値加工の市場規模は現時点では小さいものの、今後成長率12%の高い成長が期待される。最も成長率が高い部門はRTE/RTC、野菜・果物、肉・家禽・魚類とみられる。

### 2.3. 部門別市場規模

インドの食品業界における主要部門は、一次産品、乳製品、肉・家禽・魚類、野菜・果物、パック済食品などである。最も大きい割合を占めるのが穀類などの一次産品で、全体の47%、乳製品（18%）、肉・家禽・魚類（12%）、野菜・果物（11%）、パック食品（4%）がこれに続く。その他飲料、パン類、ドライフルーツの3部門の市場規模は、現時点では非常に小さい。加工食品業界における主要部門は、一次産品（58%）、乳製品（17%）、パック食品（7%）、飲料（6%）、肉・家禽・魚類（4%）となっている。以下の図に、これらの部門に属する食品を示す。

図9 インド食品業の主要部門

|             |                                                                    |
|-------------|--------------------------------------------------------------------|
| 第一次<br>産品   | 穀類（麦、米など）、砂糖、豆類、スパイス、油                                             |
| 乳製品         | 粉ミルク、コンデンスミルク、フレーバーミルク、アイスクリーム、バター、ギー、チーズ、幼児用ミルク、麦芽乳               |
| 野菜・<br>果物   | 野菜、果物、冷凍・乾燥野菜                                                      |
| 肉・家禽<br>・魚  | 冷凍・缶詰肉、ソーセージ、RTC、卵、卵粉                                              |
| パック<br>食品   | 調理済食品（RTE）、ジャム、ピクルス、ケチャップ、スープ、スナック、麺類、パスタ、調理用食品（RTC）、ビスケット、果肉、濃縮食品 |
| 飲料          | ジュース、茶、コーヒー、炭酸飲料、清涼飲料、ビール、ワイン（アルコール・ノンアルコール）                       |
| パン          | パン、ビスケット、コーンフレーク、バーミセリ、ケーキ                                         |
| ドライ<br>フルーツ | パック入りドライフルーツ                                                       |

出所：Technopak Analysis

表4 部門別インド食品の市場規模（10 億ドル）

| 部門      | 2004-05 | 2009-10 | 2014-15 (P) | 年平均成長率 %<br>(2010-15) |
|---------|---------|---------|-------------|-----------------------|
| 一次産品    | 73      | 118     | 153         | 5%                    |
| 乳製品     | 28      | 44      | 62          | 7%                    |
| 肉・家禽・魚類 | 18      | 29      | 46          | 10%                   |
| 野菜・果物   | 18      | 28      | 40          | 7%                    |
| パック食品*  | 6       | 9       | 15          | 10%                   |
| 飲料      | 4       | 7       | 10          | 7%                    |
| パン      | 1       | 1       | 2           | 9%                    |
| ドライフルーツ | 1       | 1       | 1           | 8%                    |
| その他     | 7       | 12      | 16          | 7%                    |
| 合計      | 156     | 250     | 345         | 7%                    |

\*パック食品はビスケット、スナック、RTE/RTC、スープ、パスタ、麺類、健康食品、朝食シリアルなどを含む  
出所：Technopak Analysis, P = Projections

## 2.4. 加工食品主要部門の概要

先に述べたように、インドの食品業界における主要部門は、一次産品、乳製品、野菜・果物、肉・家禽・魚類、パック食品となっている。

**一次産品：**一次産品の2009年～2010年の総市場規模は1180億ドルで、2014年～2015年には1530億ドルに拡大するとみられる。加工食品のうち、60%を一次産品市場が占める。同部門には、米、小麦、砂糖、塩、豆類、スパイス、油が含まれる。一次産品市場の5年平均成長率は、5%と予測される。

表5 インドの一次産品部門の市場規模（10 億ドル）

| 一次産品       | 2004-05 | 2009-10 | 2014-15 (P) | 年平均成長率 %<br>(2010-15) |
|------------|---------|---------|-------------|-----------------------|
| 米：バスマティ米以外 | 25.2    | 40.3    | 51.5        | 5%                    |
| 小麦         | 18.4    | 29.5    | 37.7        | 5%                    |
| 油          | 14.6    | 23.3    | 31.2        | 6%                    |
| 砂糖・ヤシ砂糖    | 6.7     | 10.8    | 13.8        | 5%                    |
| 豆類         | 5.4     | 8.6     | 11.6        | 6%                    |
| スパイス（ホール）  | 1.9     | 3       | 4           | 6%                    |
| スパイス（粉末）   | 0.7     | 1.1     | 1.4         | 5%                    |
| 米：バスマティ米   | 0.3     | 0.5     | 1           | 15%                   |
| 塩          | 0.3     | 0.5     | 0.7         | 7%                    |
| 合計         | 73      | 118     | 153         | 5%                    |

出所：Technopak Analysis, P = Projections

一次産品部門は、流通網と生産の拡大に伴い、成長するとみられる。小麦粉や米製品などの二次加工品は、インド人の主食に欠かせないものであり、これらは非組織的部門が独占している。また三次加工品部門は未発達段階にあり、浸透していない。従って、これら2部門に

は大きな将来性があると言える。組織的小売網が拡大するにつれ、スケールメリットが高まり、小売業者は自社ブランドの開発を行うようになる。コスト削減やスケールメリット、健康面やブランド化を重視した新商品開発を行い、ライフスタイルに焦点を当てた、消費者のブランド・ロイヤリティ獲得に向けた販促活動が次第に活発化する。

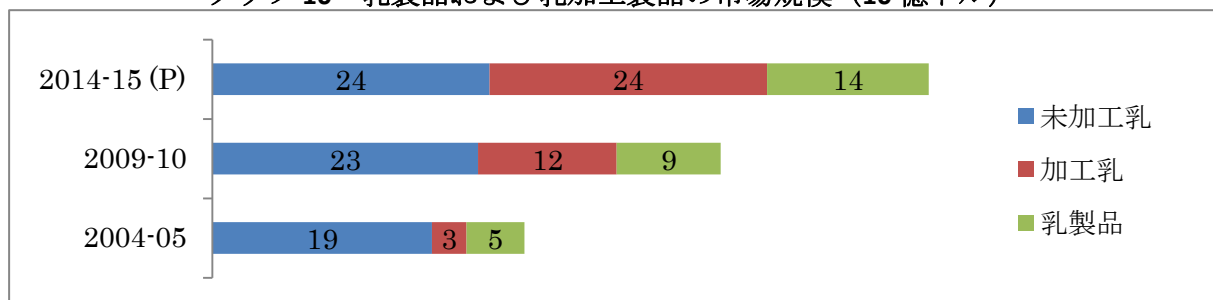
**食用油**：インドの食用油市場は、米国、中国、ブラジルに次ぐ世界第4位である。1人あたりの食用油消費量は13.5kgにおよび、年間3～4%の増加を続けている。現在、世界の食用油総消費量のうち、インドが占める割合は10.28%で、市場規模は230億ドル。市場規模は2014年～2015年には310万ドルに達すると見込まれる。消費量が最も多いのは、ヤシ油と大豆油で、からし油と落花生油がこれに続く。ブランド食用油の需要は国内で増加し続けており、消費者のブランド意識の高まりに伴い、さらに増えるとみられる。2009年～2010年の食用油の輸入量は880万トンで、国内の食用油需要の51%を占めた。輸入状況は今後数年間、横ばいに推移するとみられる。現在インドは、1万5000の一次粉碎設備と、600の抽出工場、650の食用油生成設備、250のバナスパチ（バター代用品）生産設備を有する。業界全体の設備稼働率は、設備容量の過剰と原材料の不足により、20～50%と低い。

**野菜・果物（F&V）**：インドは世界第2位の野菜および果物生産国となっており、世界の生産量のうち、果物では15%、野菜では10%がインドで生産されている。現在のインドのF&V市場規模は280億ドルで、2014年～2015年には400億ドルに達するとみられる。F&V加工食品の市場規模は5億7000万ドルと推定され、F&V市場全体の2%以下にとどまるが、その成長率は8%、2014年～2015年までには15億8000万ドルに達するとみられる。

健康意識の高まりと、時間的制約の多い都会生活の中で、消費者は従来のように未加工の野菜や果物から、加工済野菜・果物製品を購入するようになってきた。加工済野菜・果物食品の中で大きな伸びを見せているのが、果汁および果肉、乾燥冷凍果物および野菜、ピクルス、加工キノコ、インスタントの野菜カレーやスパイス炒めなど。中でも比較的新しい部門である果汁飲料類は年間10%の伸びを見せており、組織的小売店の参入が目立っている。一方、ソースやピクルスを始めとする従来タイプの加工品の成長率は8%で、半組織的な地方小売店や非組織的小売各種が参入が主となっている。

**乳製品**：インドは世界最大の牛乳生産国で、2009年～2010年の総生産量は1億1500万トンであった。乳製品加工設備への民間投資の増加や、乳加工品の需要の増加は、今後のインドの乳製品市場の大きな推進力となるとみられる。

グラフ 10 乳製品および乳加工製品の市場規模（10 億ドル）



出所：Technopak Analysis, P=Projections

インドの乳製品業の2009年～2010年の市場規模は440億ドル。成長率は7%、2014年～2015年までには620億ドルにまで拡大するとみられる。うち加工乳製品は全体の48%を占める、210億ドルとなっている。主な乳製品には、加工乳／パック牛乳、低温殺菌乳、粉ミルクの他、バターやチーズ、ヨーグルトなどの付加価値商品が含まれる。加工乳製品のうち、加工乳は120億ドル、付加価値商品は90億ドルと推定される。

インドの乳製品業界全体の今後5年間の成長率は7%とされ、うち加工乳製品は10～12%の成長を遂げると見込まれる。現在、加工乳製品が乳製品全体に占める割合は48%であるが、2014年～2015年には60%にまで拡大すると見込まれる。また現在、組織的市場のシェアは30%であるが、成長率15%で成長し、2014年～2015年までには36%に拡大するとみられる。

同業界における組織的部門のシェアは未だ小さいが、大きな成長可能性を秘めている。また、乳製品業界は以下のように、政府による支援政策の対象としても注目されている。

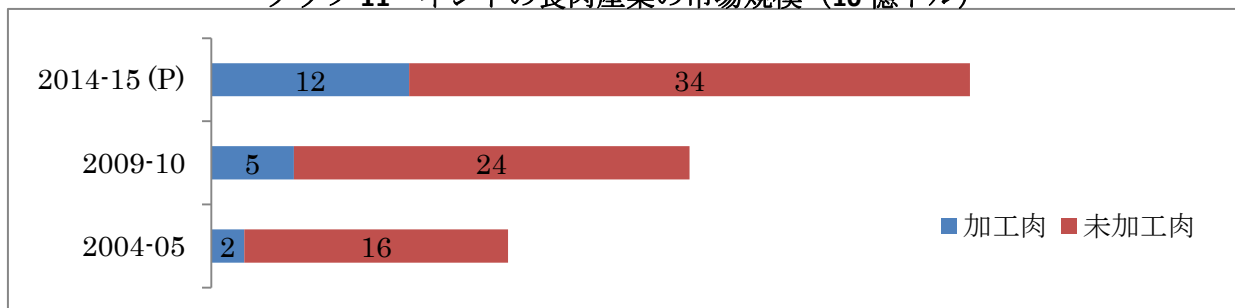
- 外国企業による乳製品業への最大100%の資本参加を許可
- アイスクリーム、ギー（澄ましバター）を始めとする多くの部門について、小規模産業の留保制度を縮小
- 加工乳製品業振興に向け、乳加工機器の物品税16%を完全免除
- 酪農開発委員会、輸出検査協会などの関連機関による強制検査に応じる場合に限り、一部の乳製品の輸出を許可

**肉・家禽・魚類：**現在、肉・家禽・魚類の市場規模は290億ドルで、2014年～2015年には460億ドルに達すると見込まれる。

**食肉** - インドは世界第5位の食肉生産国で、総生産量の2.1%を占める、年間2億8500万トンを生産している。生産の大部分を占めるのは水牛肉と鶏肉である。羊肉およびヤギ肉の市場規模は比較的小さく、需要が供給を上回っているため、国内市場では高値となっている。水牛肉生産の主な目的は輸出で、全生産量の内20%は輸出されている。インドにおける1人当たりの肉消費量は、世界平均が約47kgであるのに対し3～5kgと非常に少ない。

加工肉の市場規模は50億ドルで、全体の16%を占める。食肉業界の今後5年間の成長率は10%と見込まれ、中でも加工肉業界はそれを遥かに上回る20%の成長が見込まれる。インドの食肉業界の大部分は、小規模の食肉業者を中心とする非組織的部門が占め、昔ながらの手法や道具を用いた食肉処理や加工が行われている。世界の品質水準到達に向けた業界の組織化や、規制面での障害、膨大な数の非組織業態の存在などが、食肉業界が抱える主な課題であり、この他、疾病無発生地域の確立なども関心事項とされる。

グラフ 11 インドの食肉産業の市場規模（10 億ドル）



出所：Technopak Analysis, P=Projections



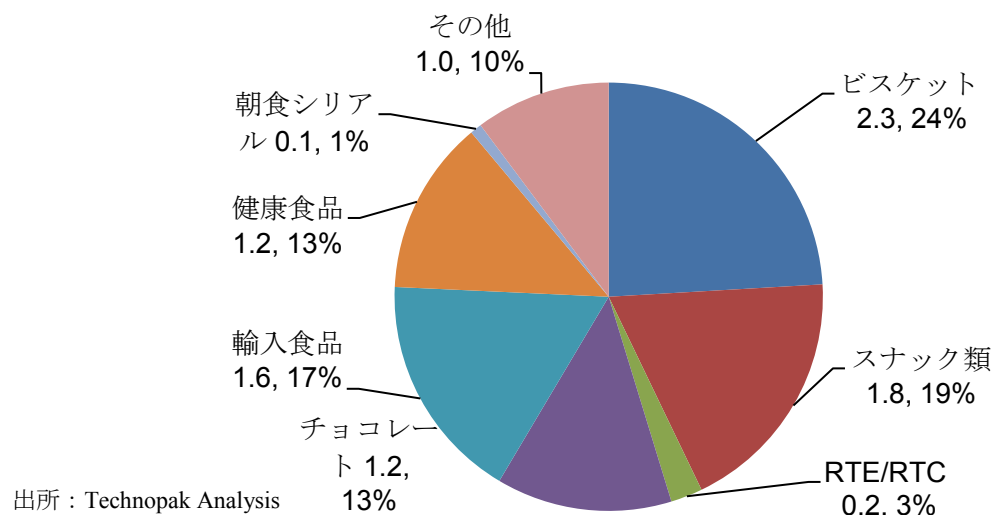
**魚：**インドは世界第3位の魚生産国で、内水魚については世界第2位である。水産業のGDPは約1.5%で、主な魚種はシュリンプ（エビ）、ヒレ魚、マグロ、コウイカ、タコ、イカ、レッドスナッパー、サバ、リボンフィッシュ、ロブスター、ナマズ、ブラウン（エビ）など。未開拓分野である水産加工は、水産業界にとって大きなビジネスチャンスであり、現在、主に輸出市場をターゲットにした水産加工を行っている。輸出向け加工水産品には、従来のブロック冷凍製品から、個別瞬間冷凍製品、フィッシュソーセージや魚肉団子、フライ、ペーストなどのミンチ製品などがある。この50年間で、水産加工のためのインフラ設備は大きな進化を遂げた。多くの加工工場や冷凍施設、冷蔵貯蔵庫を展開する水産加工部門は、多くの雇用創出の場となっている。

**家禽：**インドは世界第9位の家禽肉生産国である。インドでは家禽肉は最もメジャーな動物性たんぱく質とされ、国内市場は成長率15%の急速な成長を遂げている。インドの食肉業界は、その構造、事業展開の形ともに、大きなパラダイムシフトを遂げた。その変化として挙げられるのが、繁殖・孵化・飼育・加工への投資額の増加である。畜産農家は普通の鶏ではなく、成長が早く、飼育効率が高く、収益性の高いハイブリッド種を飼育するようになった。民間経営者の台頭、最低限の政府介入、家禽の遺伝学的可能性の拡大、そして動物医療や家禽飼料、設備、加工部門の多くの貢献により、家禽業界は大きな成長を遂げた。

先進国と比較し、インドにおける1人あたりの卵消費量は非常に少ない。卵を毎日消費する先進国とは異なり、インド人は卵を食べることに順応していない。インドの家禽業界の構造は地域により異なる。個人経営または比較的小規模の生産者が生産の大部分を担う一方で、一部の地域では、総合経営的な大規模生産者による生産量が増加している。総合経営的な生産者には、複数世代にわたる飼育や、獣医師の養成、契約生産、飼料配合、獣医療サービスの提供、卸売など、生産に関わる全てを行う地方の大規模農家が挙げられる。

**パック食品：**高学歴の核家族の増加、可処分所得の増加、ライフスタイルや食習慣の変化、働く女性の増加により、パック入りインスタント食品が登場し、この10年間で大きな成長を遂げた。2009年～2010年のパック食品の市場規模は90億ドルで、2014年～2015年には1.5倍の150億ドルに達すると推定される。今後5年間の同業界の成長率は10～12%と見込まれる。

グラフ 12 パック食品の項目別構成比（10 億円/%）



**ビスケット**：パック食品業界で大きな成長を見せるのが、最も多くを占めるビスケットで、そのシェアは24%。現在のビスケット業界の市場規模は23億ドルと推定され、今後5年間の成長率7%、2014年～2015年までには市場規模は32億ドルに達するとみられる。

**スナック類**：インドのスナック食品の2009年～2010年の市場規模は18億ドルと推定される。この業界は、大量生産を行う割には競争率が高く利益が少ないのが特徴である。今後5年間の成長率は8%で、2014年～2015年には、市場規模は26億ドルに達するとみられる。Frito Lay、Parle Agro、ITC Foodsなどの既存企業はこの業界に注目し、消費者にターゲットを当てた新商品の提供を行っている。

**調理済食品（RTE）／調理用食品（RTC）**：組織的小売部門への浸透により、この新出部門は今後市場規模を大幅に拡大するとみられる。市場規模は現在2億3000万ドルであるが、今後5年間の成長率は25%、2014年～15年には7億ドルに達すると推定される。Tyson Foods（Godrej Agrovetとの合併）やMcCainなどの大手外国企業の参入は、同市場の成長に大きな役割を果たすことになるとみられる。

**チョコレート**：チョコレート業界は、CadburyやNestleなどの外国企業の進出により、大きく成長した。現在の市場規模は12億ドルと推定され、8%の成長率で18億ドル規模にまで拡大するとみられる。

**輸入食品**：飲料やスプレッド、オリーブオイル、チーズ、果物・野菜缶詰、肉・魚缶詰など、様々な輸入品が今、最新の小売店に姿を現している。輸入食品部門の市場規模は16億ドルで、成長率10%という大幅な伸び率で、2014年～2015年には26億ドルにまで拡大するとみられる。

**健康食品**：健康意識の高まりにより、健康志向のスナック食品の市場が開拓され、12億ドル規模にまで成長している。ヘルシーな食品への需要の高まるにつれ、同部門は10%という大幅な伸び率で急成長し、2014年～2015年には20億ドルにまで拡大するとみられる。

**朝食シリアル**：同部門の市場規模は推定8000万ドル。今後5年間の成長率は15%、市場規模は倍増するとみられる。

## 2.5. インド食品加工業界の主要企業

インドの食品加工業界における部門別主要企業は、下記の表のとおり。

表6 インドの食品加工業界における主要企業

| 部門   | 主要企業                                                                                                                                                                   |                                                               |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|      | インド企業                                                                                                                                                                  | 外国企業                                                          |
| 一次産品 | ITC, Shakti Bhog Foods, LT Overseas, Rajdhani, Rei Agro, KRBL, KS Oils, Lakshmi Energy Foods, Kohinoor Foods, Shree Renuka Sugars, Balrampur Chini Mills, Bambino Agro | Cargill, Kellogg's India, General Mills India, Bagrry's India |



|                   |                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 乳製品               | Mother Dairy, GCMMF (Amul), Dynamix Dairy, VRS Foods, Kwaliti Dairy                                                                                                                     | Nestle, Baskin Robbins, Yakult-Danone India*                                                                    |
| 肉・魚製品             | Allanasons, Hind Agro Industries, AlKabeer, CP Aquaculture, Gadre Marine, Godrej Agrovet                                                                                                | Hindustan Unilever, John Keells, Tyson Foods, OSI Industries                                                    |
| 卵・家禽肉製品           | Godrej Agrovet, Venkateshwara Hatcheries, Suguna Poultry, Alchemist, Arambagh                                                                                                           |                                                                                                                 |
| 野菜・果物             | Global Green, Pagro Foods, Adani Agri Foods, Temptation Foods, Bharti Group, Jain Irrigation, Mother Dairy (Safal), Namdhari                                                            | Unifrutti India                                                                                                 |
| パック食品・インスタント食品    | Haldiram's, ITC Foods, Kohinoor Foods, MTR, GITS Food, Merino Industries                                                                                                                | McCain, Tyson Foods, PepsiCo, General Mills, Nissin Foods India Ltd.*, Ajinomoto India*, HIC-ABF Special Foods* |
| 飲料（アルコール・ノンアルコール） | Dabur, Parle Agro, Bisleri, Rasna International, Mapro Foods, Keventer Agro, Surya Fresh Foods, Capital Foods, Tata Grover Vineyard, Indage, Sula, United Breweries, Empee Distilleries | PepsiCo, Hindustan Unilever, Coco Cola, Nestle, SAB Miller                                                      |
| パン・菓子類            | ITC, Britannia, Surya Foods, Mrs. Bector Foods, Parle Biscuits, Anmol Bakers                                                                                                            | Cadbury, Nestle, Perfetti, Wrigley                                                                              |

\*インドの加工食品業界への進出日系企業。その他、提携日系企業などについては、付属資料を参照。

出所：Technopak Analysis

## 2.6. 主な成長原動力と課題

**主な成長原動力**：消費者のニーズとライフスタイルが変化するにつれ、他の国と同様、インドの食糧消費形態も急速な進化を遂げている。国内外の食品カテゴリー、ブランド、料理法、加工食品への関心の高まりやインスタント食品の積極的な受け入れに伴う消費者の需要の変化は、食品業界全体の方向性を大きく変えた。需要面以外では、生産能力の向上と政府の支援もまた、業界の成長の原動力となった。成長の主な原動力は下記のとおり。

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 需要要因 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 消費者の変化 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 食生活の変化</li> <li>○ 若年層消費者の増加</li> <li>○ 働く女性の増加</li> </ul> </li> <li>2. 中間層の増加 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 急速な都市化</li> <li>○ 可処分所得の増加</li> </ul> </li> </ol> |
| 供給要因 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 生産能力の向上</li> <li>2. 組織的食品小売業の増加</li> <li>3. 貿易機会（輸出ポテンシャルの増大）</li> <li>4. FDI 流入額の増加</li> </ol>                                                                                                                          |
| 経済要因 | <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 規制緩和および政府支援</li> </ol>                                                                                                                                                                                                   |

**需要サイドの要因：**需要サイドの要因は、消費者の変化と中間層の増加の2要素に分類される。

- 食生活の変化：可処分所得の増加、インターネットやマスメディアの急成長、新たなライフスタイルの出現は、消費習慣および食行動様式に大きな影響を与えた。便利な買い物様式やバランスの取れた食生活、健康意識への性向が高まるにつれ、食生活が変化し、新しい世代の消費者が生まれる結果となった。
- 今日のインド人消費者**

  - 多くの若年層消費者
  - ダイエット志向
  - 健康食品の需要
  - 新たな食品の試み
  - 外食の増加
  - 利便性へのニーズ
- 若年層消費者：大多数の食生活は未だ、インド料理が主流であるものの、若年層を主とする一部の消費者は、新しい味覚を試みている。多種多様の料理を好む傾向は、外食だけでなく、家庭の食卓でもみられ、インド料理と同様、外国料理が全インドの家庭の食卓にのぼるようになった。また、外食の習慣も、都会や大都市のみならず、小都市においてもみられるようになった。
  - 働く女性の増加：働く女性が増加するにつれ、利便性を求める傾向が強くなった。都市部を中心に、製造業やIT業界、業務アウトソーシングなどにおける雇用の機会が増加するにつれ、女性たちはキャリアへのこだわりを持つようになった。多忙なスケジュールのため平日には時間がなく、週末は余暇に充てる。こうしてインド社会は、食という基本的欲求を満たすために、より便利なオプションを選択するようになった。その結果、調理済食品や調理用食品、加熱用食品などの加工食品やインスタント食品の需要が増加した。
  - 急速な都市化：堅調な個人消費に支えられ、インド経済は大きな成長を遂げ、急速な都市化が進み、世帯規模の縮小を招いた。世帯数の前年比増加率は2%で、人口増加の速度を上回っている。都市人口は2025年までに、総人口の37%に達すると見込まれる。
  - 可処分所得の増加：インドの年間1人あたり所得は、1000ドルを上回る。全人口のうちわずか10%を占める上位20都市で、余剰所得の60%と可処分所得の31%を創出している。中間層所得の増加は、上昇志向を持つ異なる「基本的ライフスタイル」の消費層を生み出すとともに、可処分所得の増加をもたらした。

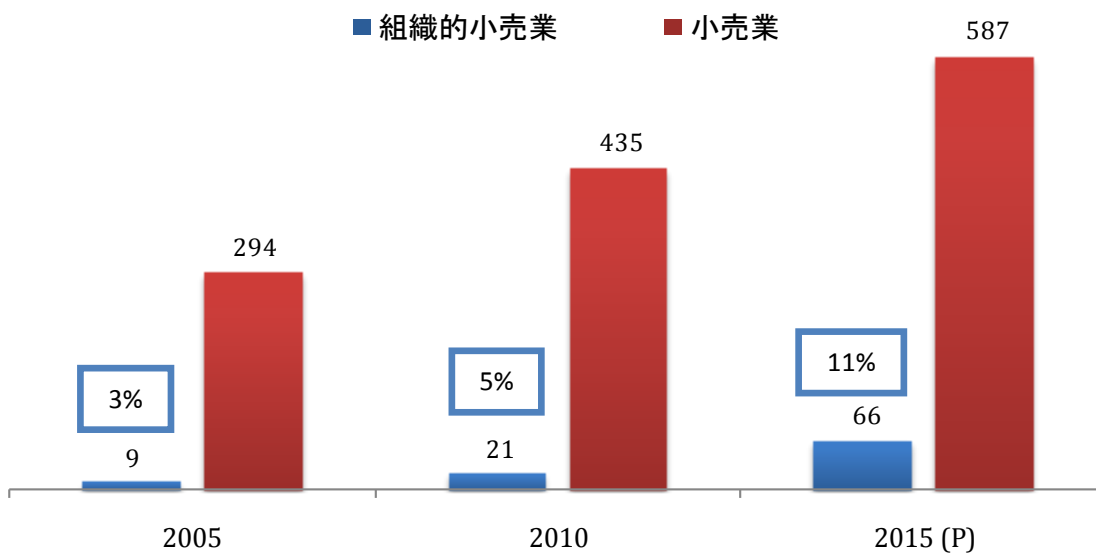
**供給サイドの要因：**供給サイドの要因には、作物生産能力の拡大、組織的食品小売業の増加、貿易機会の増加、FDI流入額の増加が挙げられる。

- 生産能力の拡大：インドの多様な農業気候は、穀草類や豆類から野菜・果物に至るまで、様々な作物を年間通じて生産するのに適した環境を提供している。インドは、バスマティ米、アルフォンソマンゴー、クミン、カルダモン、紅茶、コリアンダー、カシューナッツ、様々な野菜、カレーなど、世界中で知られている作物の生産国である。またインドは、生産コストの安さという利点を持ち、世界のマーケットプレ

ースでも高い競争力を誇っている。これらが、インドの食品加工の幅を広げる要素となっている。

- 組織的食品小売：中間層が成長し、可処分所得が増加するにつれ、「現代的な」小売部門が、インド経済の次なる注目部門となっている。何百万もの新たな消費者がスーパーマーケットやデパート、エアコンの効いたショッピングモールに足を踏み入れ、その多くが実際に私費を投じて物を購入する。インドの小売市場は 2014 年までに 5900 万ドルに達するとみられるが、現在組織的小売業が占めるのは約 5%にとどまる。しかし、今後 5 年で 300 億ドルの新規投資が行われ、その成長率は 30%に達するとみられる。インドにおける組織的小売業の急増はまた、食品の消費様式にも変化をもたらし、輸入食品やブランド食品、加工食品を促進し、商品幅を広げることになるだろう。

グラフ 13 インドの小売業市場の組織的小売業が占める割合（10 億ドル）

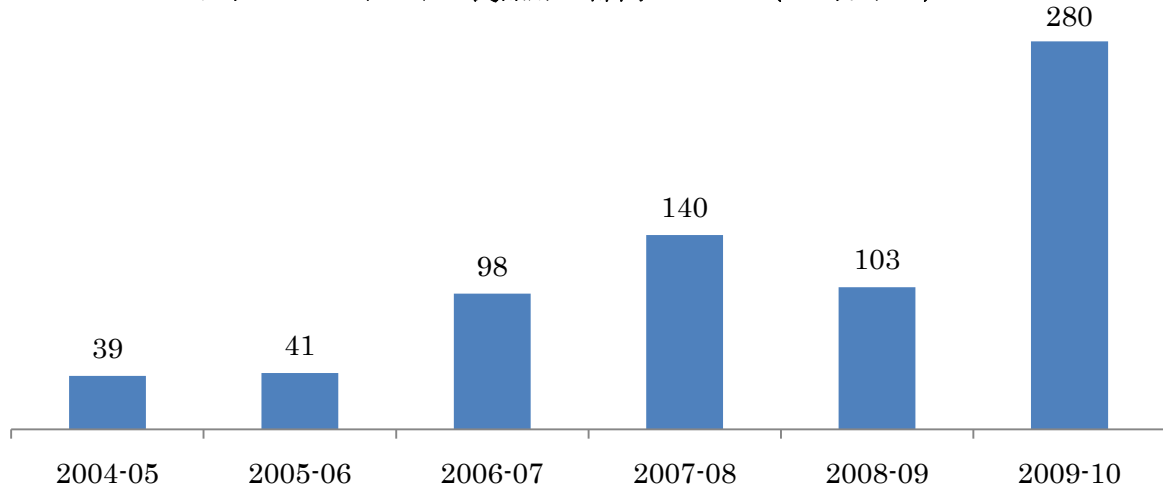


出所：Technopak Body of Knowledge, P = Projections

- 貿易（輸出）機会の増大：インドの輸出業者が国際市場に進出する機会が増え、海外の輸入業者と取引を行うようになるにつれ、インドの食品メーカーの、高品質の食品を生産しようという意識と能力が高まっている。インドの農業経営者や輸出業者の CODEX や Global GAP などの国際基準取得への願望や、新技術の採用、政府の施策は、インドの加工食品の輸出国としての力を高めた。
- FDI 流入額の増加：安定した経済成長を遂げるインドは、外国人投資家の目にとまり、様々な部門に対し、大規模な投資が行われるようになった。インドは FDI 信頼度で中国に次ぐ第 2 位で、2009 年～2010 年の FDI 流入額は 371 億 8200 万ドル。新興経済国で最も高い額となった。食品加工業界への FDI 流入は、現在、全体の 1%以下にすぎないものの、そのポテンシャルの高さと、インド政府による政策推進や投

資本金化に向けての枠組み決定により、FDI は今後大きく増加するとみられる。これは、2009 年～2010 年の食品加工業界への FDI 流入額が、前年の 1 億 300 万ドルを大きく上回る 2 億 8000 万ドルであったことにも裏付けされている。多くの多国籍企業が投資対象として食品加工業界に注目しており、例えば、世界的大企業 PepsiCo の 2009 年～2010 年のインド食品加工業回への投資額は約 1 億 1000 万ドルにのぼる。

グラフ 14 インドの食品加工部門への FDI (100 万ドル)



出所：Ministry of Food Processing Industries, Department of Industrial Policy & Promotion

**経済的要因：**インドの食品加工業界の成長における経済的要因は以下のとおり。

- 有利な規制環境と政府支援：食品加工産業省（Ministry of Food Processing Industries, MOFPI）は、食品加工業の振興を担う政府機関で、また、農産物輸出開発局（Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority, APEDA）および海産物輸出開発局（Marine Products Export Development Authority, MPEDA）は、食品の国内外における取引の促進を担う。インド政府は食品加工部門を優先部門と位置づけ、数々の刺激政策や漸進的政策を打ち出し、食品加工設備の近代化やインフラの整備、投資促進、研究開発および人材開発の支援を行っている。また、加工食品業界の発展に向け、民間企業を招致したり、官民パートナーシップの発展を支援するなどしている。

**主な課題：**インドの食品加工業界が大きな成長潜在力を持つことは言うまでもないが、この潜在力を解放するためには、取り組むべき課題も存在する。その課題とは、バリューチェーンに存在するギャップへの対応、地方の強みを活用することなどである。取り組むべき主な課題を以下に挙げた。

- 生産力の低さと加工適正の欠如：世界最大の農産国のひとつであるにもかかわらず、インドは生産力、加工適正、コスト効果の点で、国際市場に遅れを取っている。
- 融資獲得の困難：銀行は中小企業の特定期間のような高リスク部門に対する融資を避ける傾向にあるため、必要な運転資本を季節ごとに調達することが、事業主への負担

となっている。こうした事業主に対する信用サポートを拡大するための、貸付政策が欠如している。

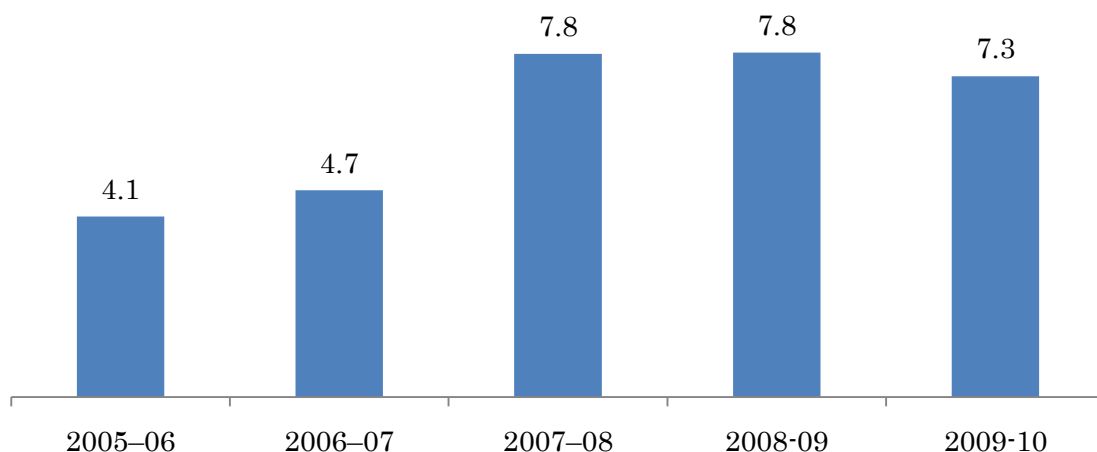
- 市場フォーカスおよびアクセスの欠如：食品加工業界の中小企業は、自社製品の国内外における販路の開拓や、コスト効率の高い最新技術の導入、加工水準を国際レベルに引き上げるために必要な安全基準の採用など、マーケティングでの支援を必要としている。
- インフラ設備の不足：道路や電力、輸送手段、倉庫、分別・分類設備、その他ロジスティクス面におけるインフラ設備が存在しないまたは十分な状態でない。
- 品質の課題：インドの生産業および輸出業は、品質という点で世界水準に及ばず、こうした水準を満たす製品の大量生産が、課題となっている。潜在市場における水準や消費者の志向の差異が、この課題をより大きなものになっている。
- 技術向上：より新しい食品加工方法、技術、機器を模索しているにも関わらず、品質にわずかな変化しか見られない。品質向上と生産量拡大を実現する技術の開発と普及が、大きな課題となっている。

## 2.7. 食品の輸出入

近年、インドの食品加工業界は、加工食品や食品成分、技術の輸出入に目を向け始めた。インドはヨーロッパや中東、日本、シンガポール、タイ、マレーシア、韓国へのアクセスが良く、独自の地理的優位性を持っている。加え、原材料の豊富さや、インド人消費者層の拡大により、インドの食品加工業は、国際市場に乗り込む大きなチャンスを得たと言える。

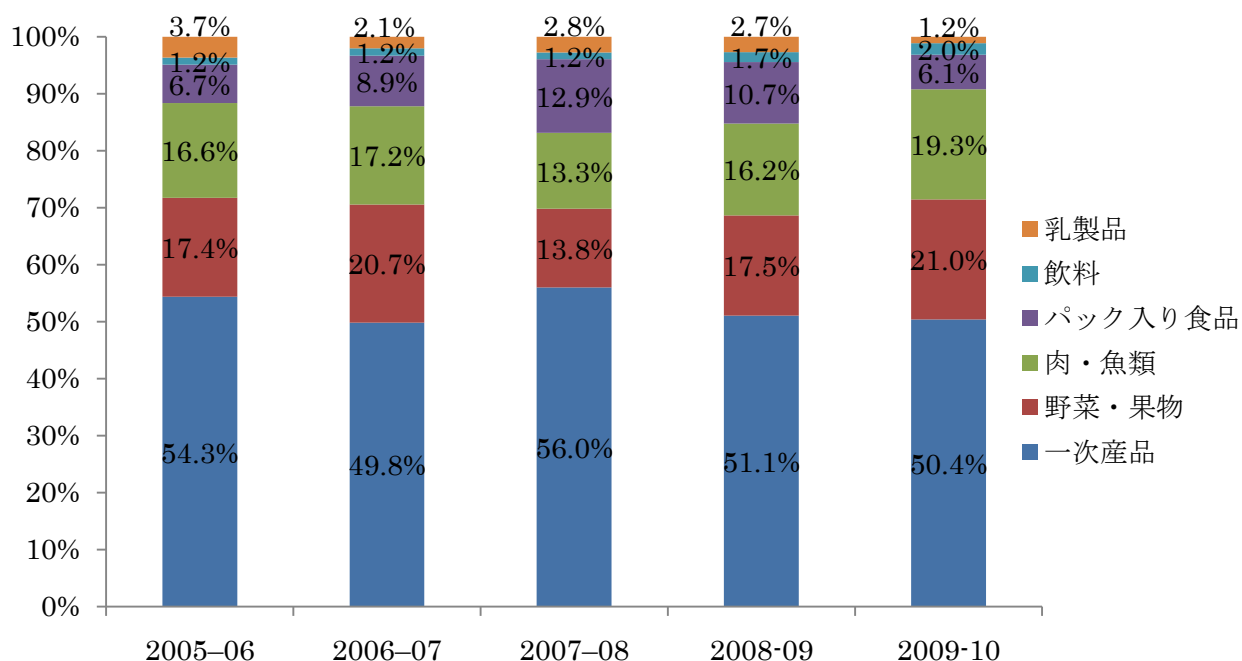
**輸出状況**：インドの食品輸出の 2005 年～2010 年成長率は 12%。2009 年～2010 年の主要食品部門の総輸出額は 73 億ドルで、2004 年～2005 年の 41 億ドルを大きく上回った。

グラフ 15 インドの食品輸出額（10 億ドル）



出所：Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA), Trade Statistics

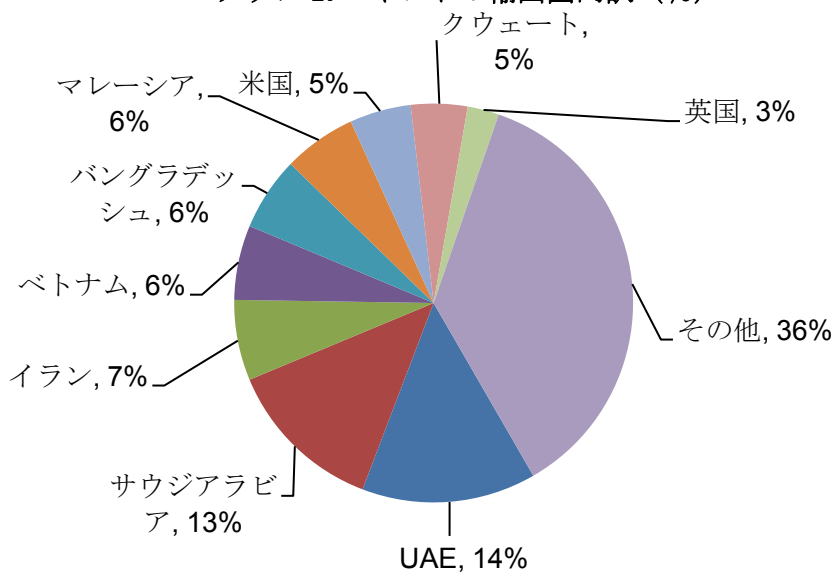
グラフ 16 インドの食品輸出の部門別割合 (%)



出所：Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA), Trade Statistics

上のグラフに示したように、輸出のうち最も大きな割合を占めるのが一次産品で 50%を上回り、野菜・果物（21%）、肉・魚類（19%）がこれに次ぐ。パック済食品は 6%にとどまった。一次産品のうちもっとも多いのがバスマティ米で、全体の 62%を占める。野菜・果物類では、生鮮品が 63%、加工野菜・果物が 38%となっている。肉・魚類では、水牛肉が最も多い 82%を占め、その他の項目が占める割合はそれぞれわずかにとどまる。過去 5 年間の輸出成長率は、一次産品が 10%、野菜・果物類が 16%、肉・魚類が 16%、パック済食品が 10%。飲料は 23%という驚くべき成長を遂げている。

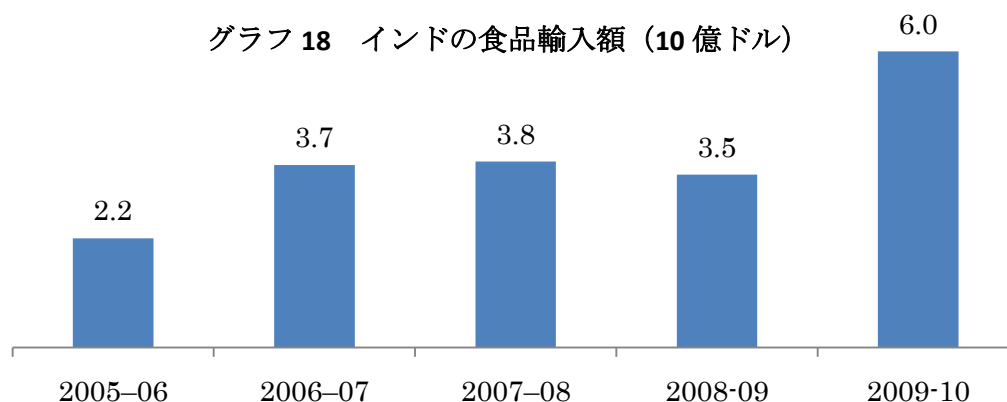
グラフ 17 インドの輸出国内訳 (%)



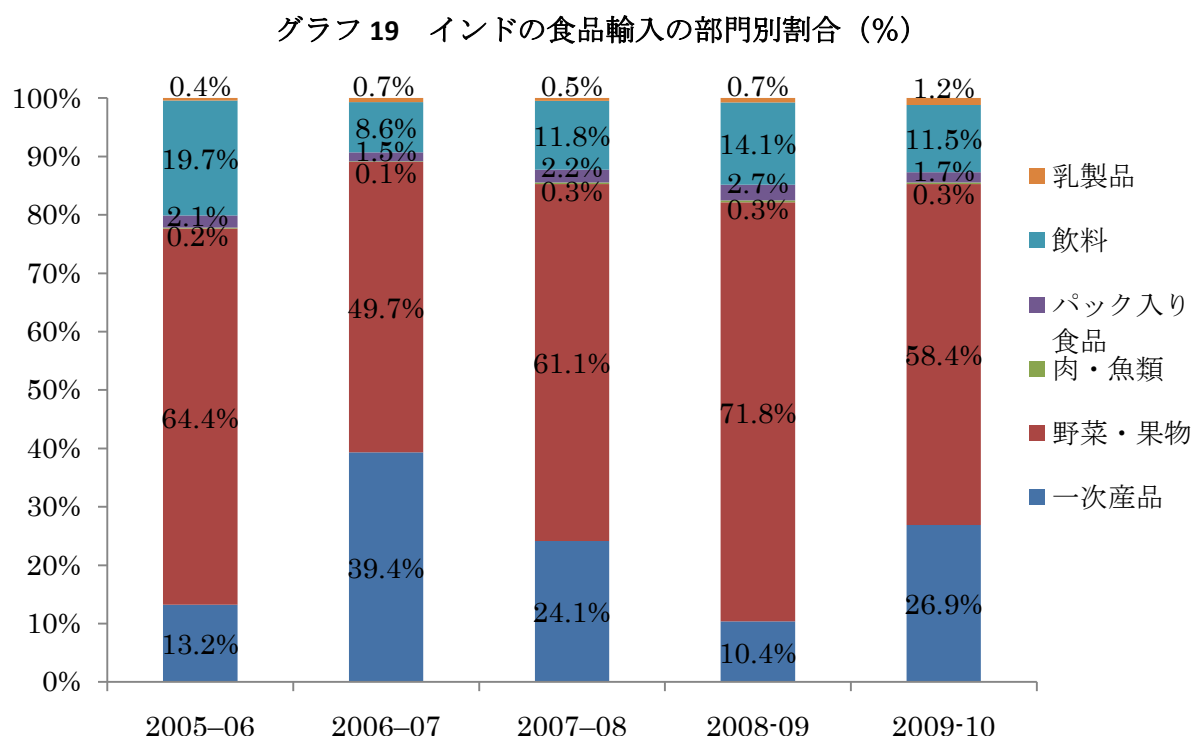
出所：Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA), Trade Statistics

インドの食品輸出の主要市場は、アラブ首長国連邦とサウジアラビアで、合わせて全体の約27%を占める。イラン（7%）、ベトナム（6%）、バングラデッシュ（6%）、マレーシア（6%）などの東南アジア諸国がこれに次ぐ。英国は全体のわずか3%、日本は0.3%にとどまる。その他、フィリピン、インドネシア、オランダ、エジプト、パキスタン、ネパール、イエメン、スリランカ、ドイツ、シンガポール、オーストラリアなどが、輸出相手国として挙げられるが、その割合はいずれも微小である。

**輸入状況：**インドの食品輸入の2005年～2010年成長率は22%。2009年～2010年の主要食品部門の総輸出額は60億ドルで、2004年～2005年の22億ドルを大きく上回った。



出所：Ministry of Commerce, Government of India, Trade Statistics

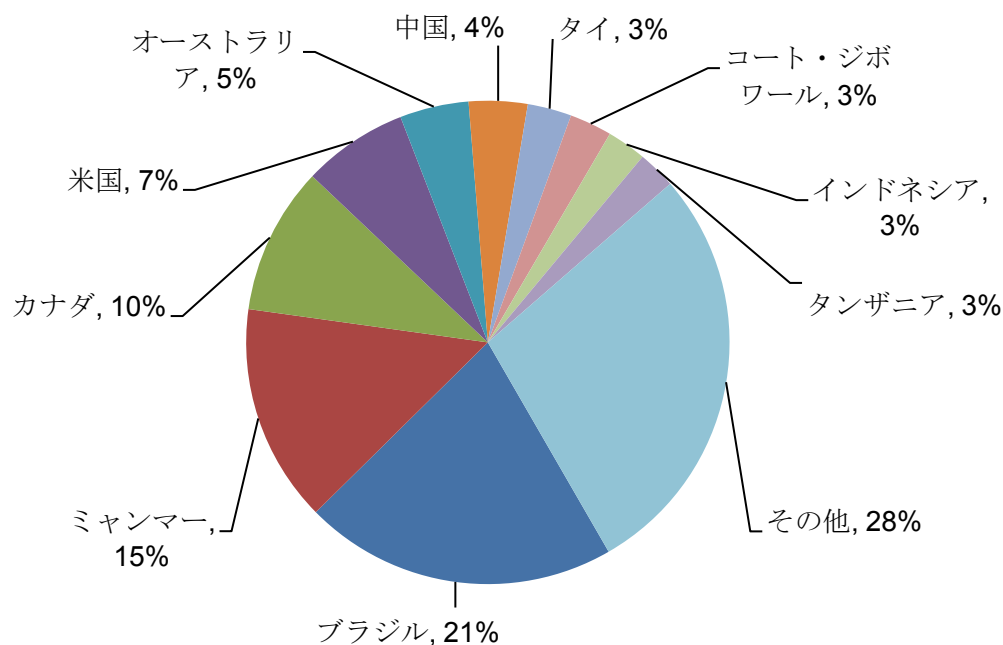


出所：Ministry of Commerce, Government of India, Trade Statistics

上のグラフに示したように、輸入のうち最も大きな割合を占めるのが野菜・果物で 58%を上回り、一次産品（27%）、飲料（12%）がこれに次ぐ。なお輸出では、一次産品の割合が

最も高く、野菜・果物、肉・魚類がこれに続いた。野菜・果物類では、野菜および根菜が64%、果物、ナッツ類が36%となっている。一次産品では、砂糖および菓子類が82%と最も多く、オイルシードが10%でこれに次ぐ。過去5年間の輸出成長率は、乳製品が50%、一次産品が41%、肉・魚類が31%、野菜・果物類が20%、パック食品が17%、飲料が10%となっている。

グラフ 20 インドの輸入国内訳 (%)



出所：Ministry of Commerce, Government of India, Trade Statistics

インドの食品輸入主要国は、ブラジル（21%）、ミャンマー（15%）、カナダ（10%）で、合わせて全体の約45%を占め、米国（7%）、オーストラリア（5%）、中国（4%）がこれに次ぐ。その他の主要輸入国は、タイ、コート・ジボワール、インドネシア、タンザニアなどで、日本は全体のわずか0.07%にとどまる。その他、マラウイ、アフガニスタン、ベナン、ベトナム、ネパール、スリランカ、パキスタン、ガーナ、英国などが、輸入国として挙げられるが、その割合はいずれも微小である。



## 2.8. 食品加工業における政府の施策・インセンティブと FDI

インド政府は食品加工業界の潜在力を評価し、生産量の増大と品質の向上に向けた、数々の取り組みを打ち出し、推進してきた。懸念材料である農業と食品加工業の距離感の縮小に向け、政府は同部門への予算を拡大し、生産物の価値向上、世界の加工食品市場におけるシェア拡大、さらに農村部の所得レベルの向上を推進している。

**施策および奨励策：**政府は、農業および食品加工業を優先部門と位置づけ、高い品質づくりや食品加工施設の建設、インフラ設備の整備、投資の促進、研究開発および人材開発の支援に向けた、数々の刺激政策や斬新な施策を実施している。主な政策の変更や奨励策は下記のとおり。

**表 7 政府の施策および関税構造**

|   | 施策         | 政策内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 政策措置       | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品加工業界の位置付け：潜在雇用力を持つ注目すべき業界</li> <li>銀行貸し出し優先部門の対象とする</li> <li>全国農業農村開発銀行（NABARD）による、農産物加工インフラ整備と市場開発に向けた2億2500万ドルの再融資枠設定</li> </ul>                                                                                                                                               |
| 2 | 所得税の軽減     | <ul style="list-style-type: none"> <li>最初の5年は100%、次の5年は25%の所得税の払い戻し</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                            |
| 3 | 物品税の軽減     | <ul style="list-style-type: none"> <li>複数の食品を対象とした物品税の控除または軽減 <ul style="list-style-type: none"> <li>乳製品、肉・魚・家禽製品：0%</li> <li>フードミックスおよびインスタントミックス全般：0%</li> <li>冷蔵トラック：8%（以前は16%）</li> <li>食用油、炭酸飲料、ワッフル、チョコレート：8%</li> <li>パン、ペストリー、ケーキ、ビスケット、コンデンスミルク：16%</li> <li>野菜・果物飲料、RTE食品（スープ、ソースなど）：16%</li> </ul> </li> </ul> |
| 4 | 関税の軽減      | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品加工機器および部品の関税率を5～10%軽減（詳しくは表24を参照）</li> <li>冷蔵・冷凍トラックの関税の全額免除</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |
| 5 | 規制（FDIを含む） | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品インフラ部門への自動認可による100%のFDI認可</li> <li>小規模企業への外国資本参加を最大 24%まで許可</li> <li>一部の品目を除くほぼすべての食品・農産品加工品の産業ライセンス不必要化</li> <li>外国ブランド名の使用は、現在自由に認められている</li> <li>食品法の調和化・簡易化：食品安全基準管理局（FSSA）の設立</li> </ul>                                                                                    |
| 6 | インフラ整備支援   | <ul style="list-style-type: none"> <li>30カ所のメガフードパークの建設</li> <li>コールドチェーン、予冷設備、冷蔵倉庫、包装設備など</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |

|  |  |                                                                                                                                                                   |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | の建設 <ul style="list-style-type: none"> <li>ターミナルマーケットの開発</li> <li>SEZ / AEZ への追加財務支援</li> <li>輸出促進センターおよび生鮮食品向けカーゴセンターの設置</li> <li>食品安全特区および品質検査研究所の設置</li> </ul> |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

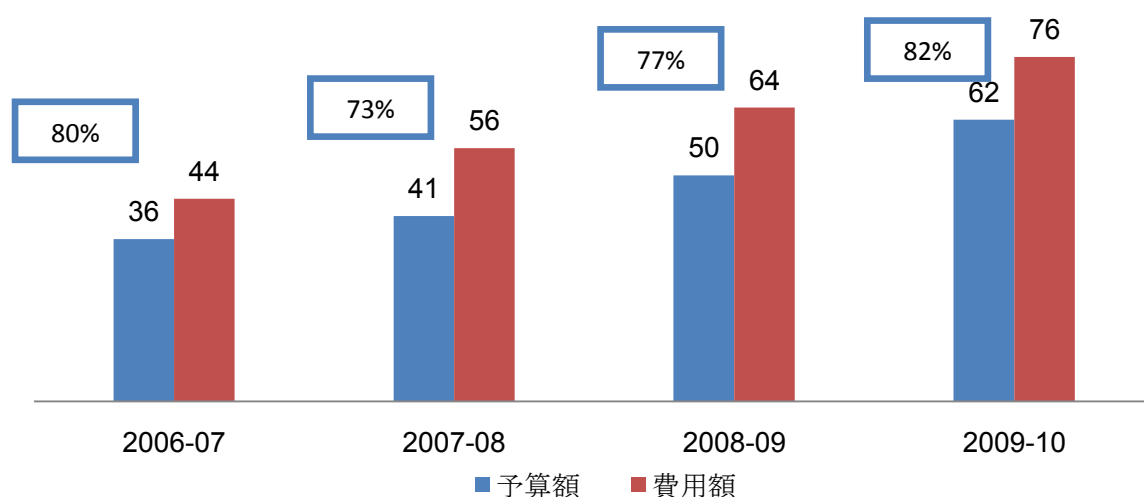
出所：MOFPI, Central Board of Excise and Customs, Government of India

**その他の政府施策：**インド政府によるその他の重要な政策は下記のとおり。

- National Horticultural Mission (NHM) では、園芸作物の生産および収穫後管理を推進する。また、園芸作物加工業界の整備や将来性の高い地域へのフードパーク建設に向けたインセンティブを提供し、園芸作物生産者と加工業界の市場間の連携を強化するなどし、園芸作物の加工および付加価値創造の推進に取り組む。具体例としては、近代的な生鮮食品向けターミナルマーケットの建設に向け、民間部門に対し 3400 万ドルの資金提供を行った。
- NHM、Oilseed Mission、Food Security Mission のような政策は、生産効率と品質の向上、倉庫やコールドチェーンなどのインフラ整備の奨励を目的としている。
- メガフードパーク、生鮮食品向け最新型ターミナルマーケットの建設や品質管理研究所のアップグレードは、投資の増加と加工能力の拡大につながった。政府は 2200 万ドル～3500 万ドルを投じ、官民の提携事業方式による、30 のメガフードパーク開発を進めている。
- 食品安全基準管理局（APMC）の、通関の単一窓口システム管理による、有利な投資や規制環境作りの推進。
- よりよい市場環境作りに向けた、農業物市場員会（APMC）法令の改正。
- 2007 年に、政府による奨励策 Rashtriya Krishi Vikas Yojana (RKVY) が発表された。この政策では、第 11 次 5 年計画に対し総額 56 億 8000 万ドルの投資を行い、農業および関連部門への公共投資の増加が奨励された。
- 銀行や金融機関による与信枠の拡大。
- 政府は研究開発の推進を決定し、米国のコーネル大学との提携で、National Institute for Food Technology and Management を設立した。

**補助金：**上記に述べたNHMやRashtriya Krishi Vikas Yojanaによる資金援助およびメガフードパーク建設の他、食品加工産業省では、食品加工業界の成長に向けた様々な取り組みを支援している。2009年～2010年の予算額および支出額は、それぞれ760万ドル、620万ドルであった。予算使用率は約80%で比較的高く、政策の実施やインフラ整備が実行されていること分かる。

グラフ 21 食品加工産業省における予算額および支出額（100 万ドル）



出所：Minsitry of Food Processing Industries, Annual Report 2009-10

第 11 次 5 カ年計画（2007 年～2012 年）における食品加工産業省の成立予算額は 8 億 9600 万ドルである。先に示したように、予算のうち 65% は、メガフードパークやコールドチェーンなどのインフラ整備計画に充てられ、業界の起爆剤となるだろう。予算の内訳は下記のとおり。

表 8 第 11 次 5 カ年計画の食品加工産業省の予算内訳

|   | 計画                                                     | 予算額<br>(100 万ドル) | 使用率 (%) |
|---|--------------------------------------------------------|------------------|---------|
| 1 | メガフードパークや総合コールドチェーン、照射施設の建設および食肉処理工場の近代化などの大規模インフラ整備計画 | 581              | 65      |
| 2 | 技術水準向上、技術確立、食品加工設備の近代化計画                               | 133              | 15      |
| 3 | 品質管理研究所および R&D センター関連計画                                | 56               | 6       |
| 4 | HRD 計画                                                 | 14               | 2       |
| 5 | 関連施設の強化                                                | 72               | 8       |
| 6 | ストリート・フードの品質向上計画                                       | 40               | 4       |
|   | 合計                                                     | 896              | 100     |

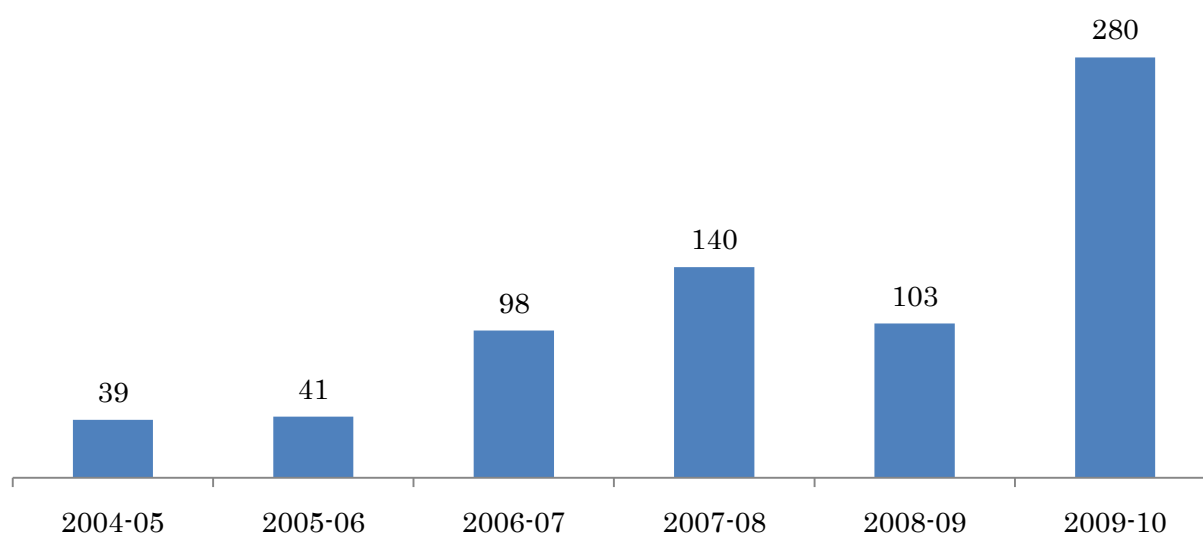
出所：Minsitry of Food Processing Industries, Annual Report 2009-10

**食品加工業への FDI：**インドは GDP で世界第 12 位、FDI 信頼度で中国に次ぐ第 2 位となっている。食品加工業界への FDI 流入は、これまでのところ、全体の 1% 以下にすぎなかった。しかし、インド政府による政策推進や投資円滑化に向けての枠組み決定により、乳製品、食肉加工、菓子類などの部門への投資が増大し、2009 年～2010 年の食品加工業への FDI 流入額は、前年を 75% 上回る 2 億 8000 万ドルに達した。食品加工業への FDI 増大もうひとつの重要な要因として挙げられるのが、世界的大企業 PepsiCo によるインドの食品加工部門への莫大な FDI で

ある。2009年～2010年会計年度の食品加工業界へのFDIのうち、約40%がPepsiCoによるものである。さらに、インドの食品業界への進出を進める多くの外国企業が、インドへの投資額を増大させている。

この他、この数年間でインドの食品加工業への投資を行った外国企業は多数にのぼり、Artal Foods（ベルギー）、Hershey（米国）、CP Aquaculture Business Group（タイ）、Cerestar Holdings（オランダ）、Coca-Cola South Asia Holdings（米国）、Griuo Denone（フランス）、Heinz Italia（イタリア）、Kellogg（米国）、Y.F Asia（モーリシャス）などが挙げられる。食品業界へのFDIのうち、約30%はオランダ、ドイツ、イタリア、フランスなどのEU諸国によるもので、Perfetti、Cadbury、Godrej-Pilbury、Nutricia International、Manjini Comacoなどが成功を収めている。FDIを受けた主な食品加工メーカーは、Cadbury India、Metro Cash & Carry India、Balarampur Chini Mills、Nestle India、Kellogg's India、Cargil Foods (I)、Britannia New Zealand Food P. Ltd.など。

グラフ 22 インドの食品加工業界への FDI（100 万ドル）

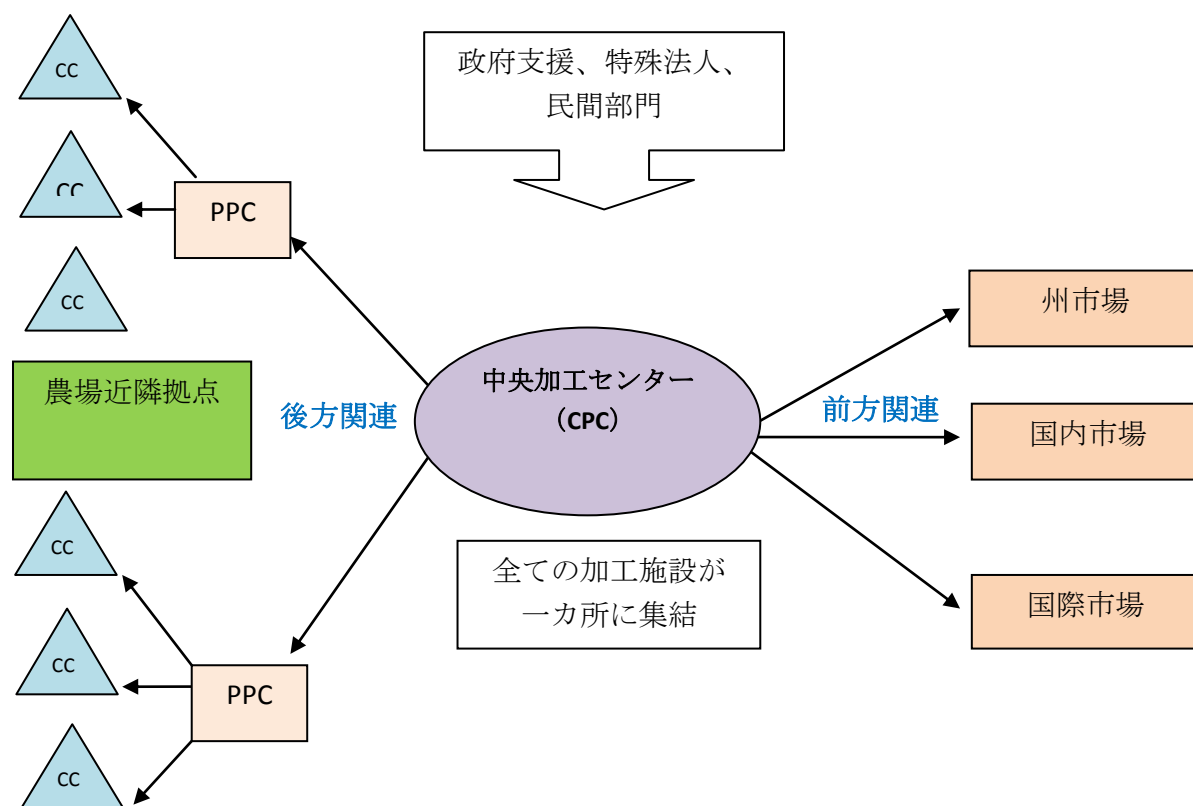


出所：Ministry of Food Processing Industry, Department of Industrial Policy & Promotion

## 2.9. メガフードパーク詳細

**メガフードパーク構想：**メガフードパーク（MFP）は、食品加工業界に優れたインフラ設備と、農場から市場へのバリューチェーンを提供するための、クラスターベースのアプローチで、農場付近のインフラ設備、輸送・ロジスティクス機能、加工設備を1カ所に集結させ、国内外の市場とをつなぐ。MFP 構想は、インフラ構築におけるハブ・スポークモデルを基にしたもので、中心となる中央加工センター（CPC）と、その 100～150km の範囲内に置かれる、CPC をサポートする一次加工センター（PPCs）および集配センター（CCs）で構成される。CPC の総面積は 100acre、30～35 の加工施設が入る予定。その補助的役割として 5～10 の PPC、近接して 3～5 工場から成る CC が置かれる。

図 10 メガフードパークの概要図



出所 Technopak Analysis

CPCには約30～35の食品加工施設が1カ所に集まる。内部には共通の基礎インフラが整備され、全ての加工施設および包装施設、輸送、ロジスティクス、倉庫、品質管理、貿易関連施設を始めとする補助的施設がそれを共有する。CPCには検査室や洗浄・選別装置、倉庫、CA貯蔵庫、蒸気発生装置、予冷・熟成室などのコールドチェーン関連のインフラ設備を始めとする主要加工設備が置かれ、複数の加工業者がこれを共有する。

PPCおよび農場近隣のCCには、洗浄・選別装置、倉庫、特殊冷蔵倉庫、コールドチェーンインフラ、予冷室、熟成室、可動型予冷機、収集トラックが置かれる。各々には、工場建物や倉庫、道路、排水路、電力供給、発電所、廃水処理工場、通信施設、ウェイトブリッジ、訓練センター、労働者宿舎、トレードセンター、マーケットなど、市場必要に応じた基礎インフラが整備されている。

**メガフードパーク計画**: Mega Food Parks Scheme (MFPS) は、食品加工産業省 (Ministry of Food Processing Industries, MoFPI) が掲げた第11次5カ年計画の中で、最も重要な項目である。インドの食品加工関連インフラの増強に向け、食品加工産業省はメガフードパーク計画を立ち上げ、インド国内に30カ所のメガフードパークを建設することを目標に掲げた。食品加工産業省は個人投資家を支援するため、1100万ドルまたはプロジェクト費用の50%を上限とする（土地は除く）、もしくは異なる場所のプロジェクト費の75%を上限とする、資金援助を

行う。各メガフードパーク建設の平均投資額は、土地代プラス2200万ドルを目標とする。各フードパークの目標投資額は約5500万ドルで、売上目標は1億ドル、雇用創出数は2万5000～3万人に達すると見込まれる。

計画されている30のメガフードパークのうち、10カ所は第11次5カ年計画（2007年～2012年）の原則上認可を受けており、原材料（野菜・果物など）が豊富な、潜在性の高い地域への建設が予定されている。これら10カ所のメガフードパークはいずれも未だ実行段階にあり、稼働状態にはない。この他、次の表に挙げた10のメガフードパークが、内閣経済対策委員会の認可を受けているため、認可済みのフードパークは合計20となる。建設予定地は、Madhya Pradesh州、Gujarat州、Haryana州、Bihar州、Orissa州、Rajasthan州、Jammu & Kashmir州、Kerala州、Chhattisgarh州、Tripura州。

表9 インドのメガフードパーク

| MFPの名称                         | 場所             | 面積<br>(Acres) | 投資額<br>(100万ドル)          | 主催企業                                        | ウェブサイト                                                           |
|--------------------------------|----------------|---------------|--------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Patanjali Food & Herbal Park   | Uttarakhand    | 84            | 21                       | Patanjali Ayurved Ltd.                      | <a href="http://www.pfhpl.com">www.pfhpl.com</a>                 |
| Jharkhand Mega Food Park       | Jharkhand      | 56            | 25                       | Genex Venture Capital Inc.                  | <a href="http://www.jmfpl.com">www.jmfpl.com</a>                 |
| North East Mega Food Park      | Assam          | 50            | 17                       | Ozone Ayurvedics                            | <a href="http://www.nefoodpark.com">www.nefoodpark.com</a>       |
| Srini Food Park                | Andhra Pradesh | 100           | 28                       | Orpine Inc.                                 | <a href="http://www.srinifoodpark.com">www.srinifoodpark.com</a> |
| Jangipur Bengal Mega Food Park | West Bengal    | 86            | 25                       | Shiv Bidi/Temptation Foods                  | NA                                                               |
| Tamil Nadu Mega Food Park      | Tamil Nadu     | 99            | 30                       | LMJ International Ltd.                      | NA                                                               |
| Maharashtra Mega Food Park     | Maharashtra    | 原則上*<br>認可    | In-principal<br>Approval | Temptation Foods Ltd./NNR Biofuels          | NA                                                               |
| Punjab Mega Food Park          | Punjab         | 原則上*<br>認可    | In-principal<br>Approval | International Fresh Farm Products India Ltd | NA                                                               |
| Uttar Pradesh Mega Food Park   | Uttar Pradesh  | 原則上*<br>認可    | In-principal<br>Approval | Aditya Birla Nuvo Limited                   | NA                                                               |
| Karnataka Mega Food Park       | Karnataka      | 原則上*<br>認可    | In-principal<br>Approval | Capital Foods Ltd.                          | NA                                                               |

\*原則上認可とは、プロジェクトが原則上は食品加工産業省の認可を得ているという意味で、投資者は最終認可取得のために、同省にプロジェクトの詳細を提出しなければならない。

出所：Ministry of Food Processing Industries, Mega Food Park Scheme

### 事例1：Patanjali Food & Herbal Park Pvt. Ltd. (PFHPPL)

PFHPPLはUttarakhand州のHaridwarに建設中のフードパークで、株主は主催企業で全株式の49%を保有するPatanjali Ayurvedの他、提携企業6社。計画総費用は推定2100万ドル。

PFHPPLのCPCはHaridwarに所在し、総面積は84acre。これを6カ所のPPC、15カ所のCC、2カ所の移動型集配センター（MCC）がサポートする。PFHPPLは半径100km、Uttarakhand州（6地区）とUttar Pradesh（3地区）の計6地区に広がる。PFHPPLでは年間170万MTの生鮮食料品を取り扱う予定で、総投資額は1億ドル（10億ルピー）の予定。

当初PFHPPL内に建設が予定されていたのは、果物加工工場やハーブ工場などの数工場のみで、瓢箪やゴーヤ、人参、トマト、キュウリなどの果汁製品、アロエベラやミント、トゥルシーなどのハーブ抽出物の生産が予定されていたが、最終的には合計27の加工施設が建設された。同フードパークでは、シリアル、牛乳、果物、野菜、医薬品、精油、芳香植物の加工が予定されている。また、加工食品の包装施設やその他の補助的施設も完備している。

PFHPPLは、下記のような食品企業をターゲットとしている。

- 農業機械・機器メーカー
- Phalada Agro Research Foundation や Poabs Organic Estates などの 有機農場を所有する企業
- Jain Irrigation などの灌漑設備や水処理関連企業
- 生・乾燥・冷凍野菜および果物メーカー
- Amul や Mother Dairy などの乳製品メーカー
- 家畜飼料メーカー、加工・流通倉庫

フードパークの建設は2009年に始まり、倉庫や冷蔵倉庫、予冷設備、熟成設備、R&Dセンターの建設が予定されている。

## 事例 2 - Srini Mega Food Park

Srini Mega Food Park は Andhra Pradesh 州の Chittoor 地域に建設中のフードパークで、主催企業は Orpine Inc. 計画総費用は約 2800 万ドルで、政府が 1100 万ドルの助成金を提供している。

Srini Mega Food Parkは総面積100acreを超えるCPCに、27の加工施設および、選別・包装施設、乾燥倉庫、無菌充填ライン、IQFライン、試験室、冷蔵トラックなどの共有設備が置かれる。Srini Mega Food ParkはKodur、Gudur、Anantapur、Madanapalleに、総面積4～5acreを超える4カ所のPPCを建設予定。同フードパークの設備で取り扱う商品は以下のとおり。

- 野菜・果物：豆、マンゴー、トマト、バナナ、コリアンダー、ライム、レモン、オレンジ、バタビヤ、パパイヤ、グアバ
- 家禽製品
- 乳製品
- その他の農産品

Srini Mega Food Parkは現在建設中で、27の食品加工施設が完成予定。加工施設は長期リース提供の形を取る予定。既に複数の加工企業に関心を寄せ、様々な設備を完備したフードパークにおける事業展開の有益性を実感し、覚書が交わしている。Srini Mega Food Parkは、果肉



製品、冷凍食品、乾燥食品、ペクチン食品、家禽類、果汁、インスタント食品、配合飼料、瓶詰め、テトラパック、スパイスその他に関わる食品加工企業をターゲットとしている。

### 事例3 – North East Mega Food Park (NEMFP)

NEMFPはAssam州Guwahatiに建設中のフードパークで、株主は主催企業で全株式の48%を保有するOzone Ayurvedicsのほか、Assam Industrial Development Corporation、LMJ International、Rajshekhar Construction、Assam Small Industry Development Corporation の4社。計画総費用は1700万ドルの見込みで、うち50%は政府が助成している。

NEMFPのCPCは、総面積50acre。Assam州のTihu近隣のNathkuchi Villageに置かれ、Tinsukia、Nagaon、Kriahnai、Badarour、Baranpani、Kajolgaonの6カ所のPPCがCPCをサポートする。これらのPPCはさらに、周辺地域に点在する19カ所のCCにつながる。

CPCは、倉庫、冷蔵倉庫、品質管理室、共有設備棟、トラックターミナル、発電所、廃棄物処理場、消火システム、訓練センターを始めとする基本的な施設と共有のインフラ設備を備える。また、パーク内には道路や排水路、電力設備、通信施設、輸送設備などの全ての基盤インフラが確保されている。

プロジェクトは現在進行中で、数カ月中に生産開始の見込みである。パークは30区画の土地から成り、それぞれの面積は0.5～5.0acreの見込み。NEMFPでは、パイナップル、オレンジ、アッサムレモン、バナナ、ショウガ、ターメリック、チリ、野菜、ジャックフルーツ、タケノコなどの作物の加工が行われるとみられ、同フードパークは果汁、パルプ、その他の付加価値商品加工会社および、生・乾燥・冷凍野菜および果物メーカーなどをターゲットとしている。

## 2.10.食品加工業の組織枠組み

インド政府は食品加工業界の潜在力を評価し、生産量の増大と品質の向上に向けた、数々のイニシアティブを打ち出し、推進してきた。懸念材料として挙げられる農業と食品加工業の距離感を縮小すべく、政府は生産物の価値向上、世界の加工食品市場におけるシェア拡大、さらに農村部の所得レベルの向上に向け、同部門への予算を拡大している。

政府の様々な省・局が、インドの食品および農業部門の成長を推進・支援している。

表 10 食品加工業の組織枠組み

| 担当省                              | 局・組織                        | 政策内容                                   | 機関                  |
|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------|---------------------|
| 農業省<br>(Ministry of Agriculture) | NHB、TMOP、TMNE、SFAC、CDB、NDDB | 収穫後処理の開発促進、冷蔵関連資本投資助成、技術開発、園芸作物向けMISなど | NDRI、IIPR、NRCM、ICAR |



|                                                                                |                                                                            |                                                            |              |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------|
| 食品加工産業省<br>(Ministry of Food Processing Industries)                            | IGBP、NMPPB                                                                 | 技術向上・近代化、品質保証（FPO）およびコーデックス、調整機関の強化、前方・後方統合、インフラ整備（フードパーク） | IICPT、NIFTEM |
| 商工省<br>(Ministry of Commerce)                                                  | APEDA、MPEDA、香辛料局（Spices Board）、紅茶局（Tea Board）、コーヒー局（Coffee Board）、EIC、CEPC | 輸出市場開発、AEZ、品質管理、R&D、輸送支援など                                 | IIP          |
| 科学技術省<br>(Ministry of Science and Technology)                                  |                                                                            |                                                            | CFTRI        |
| 消費者問題・食糧・公的分配省<br>(Ministry of Consumer Affairs, Food and Public Distribution) | バナスパチ局（Directorate of Vanaspati）、砂糖局（Directorate of Sugar）                 |                                                            |              |
| 保健家族福祉省<br>(Ministry of Health and Family Welfare)                             |                                                                            | 食の安全（PFA）                                                  | FTL's、NIN    |
| 人材開発省<br>(Ministry of HRD)                                                     | 食品栄養審議会（Food and Nutrition Board）                                          | 国民栄養                                                       |              |

出所：Technopak Analysis

様々な政府系機関が、政府の枠組みの中でそれぞれの役割を果たしている。そのいくつかを下記に示した。

表 11 食品加工業の政府機関の役割

| 機関                                         | 政策立案 | 規制 | 国内通商 | 収穫後管理 | 農産品加工 | 農産品輸出 | SPS | 選別基準 | 発<br>訓練能力開 | 市場情報 | 活動<br>直接的マー<br>ケティング |
|--------------------------------------------|------|----|------|-------|-------|-------|-----|------|------------|------|----------------------|
| インド政府担当省                                   |      |    |      |       |       |       |     |      |            |      |                      |
| 農業省                                        | √    | √  | √    | √     | √     | √     | √   | √    | √          | √    | √                    |
| 食品加工産業省                                    | √    | √  |      |       | √     |       | √   | √    |            |      |                      |
| 消費者問題・食糧・公的分配省                             | √    | √  | √    |       | √     |       | √   |      |            |      |                      |
| 小規模産業省（Ministry of Small Scale Industries） | √    | √  |      | √     |       | √     |     |      |            |      |                      |
| 商工省                                        | √    | √  | √    | √     | √     | √     | √   | √    | √          | √    |                      |
| 保健家族福祉省                                    | √    |    |      |       | √     |       |     |      |            |      |                      |
| 財務省（Ministry of Finance）（NABARD）           |      |    | √    | √     | √     | √     |     |      |            |      |                      |

|                                                                                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 地方開発省（Ministry of Rural Development）                                                    |   |   | √ | √ | √ |   | √ |   |   |   |
| パンチャヤーティ・ラージ省（Ministry of Panchayat Raj）                                                | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| <b>委員会および自治組織</b>                                                                       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 園芸作物委員会<br>（National Horticulture Board）                                                |   |   | √ | √ | √ |   | √ | √ | √ |   |
| 酪農開発委員会<br>（National Dairy Development Board）                                           |   |   | √ |   | √ |   | √ | √ | √ | √ |
| ココナッツ育成委員会<br>（Coconut Development Board）                                               |   |   | √ |   | √ |   |   | √ |   |   |
| 油糧種子・植物油育成委員会<br>（National Oilseeds and Vegetable Oils Development Board）               |   |   | √ | √ | √ |   |   | √ |   |   |
| 農薬委員会（National Insecticides Board）                                                      | √ |   |   |   |   | √ | √ |   |   |   |
| 農産物販売研究所<br>（National Institute of Agricultural Marketing）                              |   |   | √ | √ | √ |   |   | √ |   |   |
| 食品技術振興・管理研究所<br>（National Institute of Food Technology Entrepreneurship and Management） |   |   |   |   |   |   |   | √ |   |   |
| 共同開発団体（National Cooperative Dev. Corporation）                                           |   |   | √ | √ |   |   |   |   |   |   |
| インド農作物共同販売連盟<br>（National Agricultural Cooperation Marketing Federation of India）       |   |   |   |   |   |   |   |   |   | √ |

出所：Technopak Analysis

### 3. インドの食品加工機械業界

#### 3.1. 序論

インドの食品加工機械業界は、所得の増加、女性の労働参入、急速な都市化、ライフスタイルの変化、マス・メディアによる宣伝活動などで勢いづいた加工食品業界や、飲料品の国内需要の高まりを受け、安定した成長を遂げている。食品加工施設の増加に合わせ、この成長傾向は今後も続くと思われる。

近年、消費者のパック済食品への移行が、顕著に見られるようになった。食品加工業の中で最も成長が見込まれるのは、加工野菜・果物、肉・家禽加工品、加工乳製品、水産加工品、パック食品およびインスタント食品、清涼飲料、穀物加工品である。インドの食品加工機械業界にとって大きな刺激となったのは、加工食品輸出の拡大である。高い品質基準を必要とする国際市場においてインド製加工食品の品質を保証するには、優れた技術や食品加工・梱包機器の導入が必須となった。加工機械メーカーは、専門技術に磨きをかけ、乳製品加工機械やその他加工食品業における主要機械の生産を行うようになった。

グローバルな視点で見ると、インドの食品加工機械業界の技術力は、先進国ほどは進歩しておらず、発展途上にある。ドイツ、イタリア、オランダ、デンマーク、米国、日本、オーストラリアは、主要食品機械生産国であると同時に、輸出国でもある。これらの国が優勢を維持する理由が、その技術開発力である。

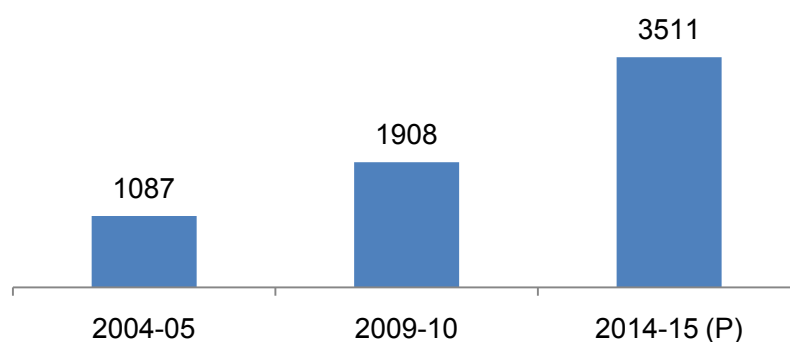
近年、世界の大手食品加工機械メーカーがインドを製造拠点とするケースが見られ、これによりインドの食品加工業者のニーズに応じた機械製造が進んだ。また政府は、食品加工機械業への支援を拡大しており、中央食品加工技術研究所（Central Food Technological Research Institute, CFTRI）、インド農業研究所（Indian Agriculture Research Institute, IARI）、収穫後技術センター（Post-Harvest Technology Centre, PHTC, IIT Kharagpur）、国防省食品研究所（Defence Food Research Laboratory, DFRL）を主とする複数の政府機関では、機械業界の技術革新に向けた研究開発を行っている。これらの機関は、食品加工機械の技術革新において、大きな成功を収めている。技術面では未だ世界的な競争力を持つには至らないが、インドの加工メーカーの需要や志向に応えた技術が生まれている。

食品加工業の快進撃は、食品加工機械業の成長にもつながった。食品加工業の付随的部門として扱われた主な例としては、食品加工機械部門が政府の食品加工業への支援拡大の対象に取り入れられたことが挙げられる。政府が助成金の交付やその他の財政支援に関する様々な施策を打ち出したことにより、食品加工機械部門は多くの新たな出資者にとって、バリューチェーンの中で多くの利益を上げられる部門となった。

### 3.2. 市場規模と成長率

インドの 2009 年～2010 年の食品加工機械業の市場規模は 19 億 800 万ドルと推定される。2005 年～2010 年の年平均成長率は 12%で、2010 年～2015 年には 13%、市場規模は 35 億 1100 万ドルにまで拡大するとみられる。

グラフ 23 インドの食品加工機器業の市場規模（100 万ドル）



出所：Ministry of Food Processing Industries, Govt. of India, and Technopak Analysis, P = Projections

表 12 2009～2010 年のインドの食品加工機器業の部門別市場規模（100 万ドル）

| 部門      | 市場規模 | 割合   |
|---------|------|------|
| 一次産品    | 1040 | 55%  |
| 飲料      | 273  | 14%  |
| 乳製品     | 241  | 13%  |
| パック食品*  | 221  | 12%  |
| 肉・魚・家禽類 | 58   | 3%   |
| パン      | 37   | 2%   |
| 野菜・果物   | 21   | 1%   |
| ドライフルーツ | 17   | 1%   |
| 合計      | 1908 | 100% |

\*パック食品はビスケット、スナック、RTE/RTC、スープ、パスタ、麺類、健康食品、朝食シリアルなどを含む

出所：Ministry of Food Processing Industries, Govt. of India, and Technopak Analysis

食品加工機械部門は最優先部門とされ、今後目覚ましい成長を遂げると予想される。今後 5 年の成長率の高さの要因としては、新事業と既存の食品加工メーカーによる加工設備の機能向上への、新規投資の流入が挙げられる。また、Alfa Laval、Tetra Pak、Buhler などの大手機器メーカーの参入が、同部門の成長を加速させることになった。

### 3.3. 部門別市場規模

食品加工機械業界は食品業界と直接関係しているため、食品業界の主要部門は食品加工機械業界の主要部門でもある。食品加工機械業の重要部門のうち、最も貢献度が高いのは一次産品で55%、飲料（14%）、乳製品（13%）、パック食品（12%）がこれに続く。その他小規模部門としては、肉・魚・家禽類（3%）、パン（2%）、果物・野菜（1%）、ドライフルーツ（1%）などが挙げられる。主要部門および各部門の製造機器は下記のとおり。

図 11 インドの食品加工機器業界の主要部門

|         |                                                                                                       |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 一次産品    | 製粉機、穀類洗浄機、選別機、脱穀機、ホッパー、ロール式穀物圧延機、フレーク製造機、粉碎機、精米機                                                      |
| 飲料      | 果肉抽出機、洗浄機、選別機、分類機、カッター、果汁抽出機、炭酸化装置、茹で機、醸造タンク、蒸発機、滅菌機、低温殺菌装置、ホモジナイザー                                   |
| 乳製品     | 清澄分離装置、分離装置、低温殺菌装置、ホモジナイザー、滅菌機、アイスクリーム用冷凍機、粉ミルク用乾燥機、牛乳脱水トンネル、硬化トンネル、限外濾過装置、バター・チーズ製造機、乳脂抽出装置          |
| パック食品   | 冷却コンベア、乳化装置、マリネ機、ミキサー、パン生地ミキサー、衣用生地メーカー、衣付け機、フライヤー、皮むき機、スライサー、パスタ成形機・乾燥機、コーティング機、スナック類成形機             |
| 肉・魚・家禽類 | 肉たたき機、圧縮機、粉碎機、成形機、圧縮機、骨切り機、チョッパー、大型切断機、食肉処理機器                                                         |
| パン      | 成形機、シートヒーター、トレーフォーマー、製パン機、ビスケット充填機、パン生地練り機・混練機・分割機・丸め機・発酵装置、コーティング機、ワッフル・クラッカー製造機、アイシング機、連続式オーブン・オーブン |
| 野菜・果物   | 刈り取り機、茎取り機、切り取り機、脱穀機、果汁抽出機、皮むき機、殻取り機、果肉抽出機、分離機、選別機、連続式茹で・調理機、冷却機、脱水装置、種取り機、ふるい機、洗浄機、粉碎機・グラインダー・細断機    |
| ドライフルーツ | 茹で機、殻取り機、分離機、選別機、脱水装置、ふるい機、カッター・スライサー、抽出機、ミキサー、グラインダー                                                 |

出所：Technopak Analysis

部門ごとに挙げた加工機械の他、IQF 用冷凍装置、ブラストフリーザー、スパイラスフリーザー、モルダー、調理機、オーブン、ブレンダー、コンベアなどの専門機器は、複数の部門で利用可能である。

**表 13 インドの食品加工機器業界の部門別市場規模（100 万ドル）**

| 部門        | 2004-05     | 2009-10     | 2014-15 (P) | 年平均成長率 %<br>(2010-15) |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|
| 一次産品      | 621         | 1040        | 1544        | 8%                    |
| 飲料        | 170         | 273         | 418         | 9%                    |
| 乳製品       | 91          | 241         | 737         | 25%                   |
| パック食品*    | 138         | 221         | 472         | 16%                   |
| 肉・魚・家禽類   | 27          | 58          | 176         | 25%                   |
| パン        | 23          | 37          | 74          | 15%                   |
| 野菜・果物     | 10          | 21          | 56          | 22%                   |
| ドライフルーツ   | 7           | 17          | 35          | 15%                   |
| <b>合計</b> | <b>1087</b> | <b>1908</b> | <b>3511</b> | <b>13%</b>            |

\*パック食品はビスケット、スナック、RTE/RTC、スープ、パスタ、麺類、健康食品、朝食シリアルなどを含む  
出所：Technopak Analysis, P = Projections

### 3.4. 食品加工機械主要部門の概要

先に述べたように、インドの食品加工機械業界は、一次産品、飲料、乳製品、パック食品が主要部門を占める。

**一次産品：**一次産品の2009年～2010年の総市場規模は10億4000万ドルで、2014年～2015年には15億4400万ドルに拡大するとみられる。一次産品は、食品加工機械部門で最も多い約55%を占める。同部門には、米、小麦、砂糖、塩、豆類、スパイス、油が含まれる。一次産品加工機械市場の5年成長率は、8%と予測される。

**表 14 インドの一次産品加工機器部門の市場規模（100 万ドル）**

| 一次産品       | 2004-05    | 2009-10     | 2014-15 (P) | 年平均成長率 %<br>(2010-15) |
|------------|------------|-------------|-------------|-----------------------|
| 米：バスマティ米以外 | 139        | 251         | 369         | 8%                    |
| 小麦         | 107        | 171         | 252         | 8%                    |
| 油          | 82         | 131         | 193         | 8%                    |
| 砂糖・ヤシ砂糖    | 78         | 124         | 183         | 8%                    |
| 豆類         | 65         | 121         | 178         | 8%                    |
| スパイス（ホール）  | 53         | 85          | 126         | 8%                    |
| スパイス（粉末）   | 52         | 84          | 135         | 10%                   |
| 米：バスマティ米   | 27         | 44          | 64          | 8%                    |
| 塩          | 18         | 28          | 45          | 10%                   |
| <b>合計</b>  | <b>621</b> | <b>1040</b> | <b>1544</b> | <b>8%</b>             |

出所：Technopak Analysis, P = Projections

一次産品加工機械部門で最も多い割合を占めるのが、小麦加工部門である。小麦は日々の食生活の主要な部分を占めており、今後も同部門は大きな市場シェアを占めることになるだろう。現在、小麦加工機械が一次産品加工機械市場全体に占める割合は24%で、パスマティ米以外の米加工機械が16%でこれに続く。これまでインドで言う一次産品加工機械とは、基礎的加工機械であったが、今後は精米機などの付加価値を付けるための機械が、頭角を現してくるだろう。

**飲料：**飲料加工機械の市場シェアは、一次産品市場と比較すると低く、食品加工機械業界の約14%。2009年～2010年の飲料加工機械部門の市場規模は2億7300万ドル、2005年～2010年の複合年成長率は10%であった。2010年～2015年は成長率9%で拡大を続け、2014年～2015年の市場規模は4億1800万ドルと見込まれる。同部門に最も貢献しているのが全体の38%を占める紅茶の加工機械で、果汁飲料加工機械がこれに次ぐ16%となっている。今後5年は、紅茶加工機械部門は5%の比較的緩やかな成長を続けるが、果汁飲料加工機械部門は、15%の急成長が見込まれる。2014年～2015年、シェアのトップを占めるのは依然として紅茶加工機械の32%とみられるが、果汁飲料加工機械も20%に拡大すると見込まれる。

**乳製品：**乳製品加工は、インドの食品加工機械業界の中で重要とされる部門で、またインドは世界有数の牛乳・乳製品生産国であり消費国でもある。市場規模は現時点では小さいものの、今後25%という非常に高い成長率で拡大する見込みである。現在の市場規模は2億4100万ドルで、食品加工機械市場のわずか13%にとどまる。しかし、今後5年は、消費者動向や行動の変化に伴い大きな成長を遂げ、2014年～2015年の市場規模は7億3700万ドルにまで拡大するとみられる。

表 15 インドの乳製品加工機器部門の市場規模（100 万ドル）

| 乳製品 | 2004-05 | 2009-10 | 2014-15 (P) | 年平均成長率 %<br>(2010-15) |
|-----|---------|---------|-------------|-----------------------|
| 牛乳  | 45      | 167     | 509         | 25%                   |
| 乳製品 | 47      | 75      | 228         | 25%                   |
| 合計  | 91      | 241     | 737         | 25%                   |

出所：Technopak Analysis, P = Projections

乳製品加工機械部門全体の69%を占めるのが牛乳（液乳）で、残りの31%を乳製品が占める。牛乳加工については、国内で販売されている加工乳のほとんどのシェアを占めるのが、酪農協同組合で、170の酪農協同組合連合会（Milk Producers Cooperative Unions）が、牛乳の加工および販売を行っている。未だ少数投資部門に過ぎない組織的部門のシェアが約20%にとどまる一方で、非組織部門は牛乳供給の80%を支配している。牛乳および乳製品の需要は所得の影響を受けやすく、1人あたり所得の増加に伴い、牛乳および乳製品の実際的な需要も、将来的に伸びると予想される。

乳製品加工機器のうち、ローテク機器は国内で生産され、ハイテク機器は主に輸入されている。主要企業はTetrapak、GEA、Alfa Laval、Indian Dairy Machinery Company Ltd. (IDMC) などで、その他、Kadam DairyやKisan Dairy Equipmentsを始めとする多くの（8～10社）のコ



スト効率の高いインド企業が存在する。市場の成長と、インドに生産拠点を構築しようとする多くの多国籍企業（例えばTetrapakは2010年1月よりPune工場において全機械の製造を開始している）の存在により、乳製品加工機械業界は、今後大きな成長を遂げるだろう。品質の重要性を認識し始めた多くのインド企業は、重要な機械の製造において、外国企業と提携するようになった。この業界全体は、様々なメーカーが協力することで機能しており、全ての機械を生産しているメーカーは少ない。

**パック食品：**パック食品は、インドの食品業界で最も急速な成長を遂げる部門のひとつである。インドのパック食品業界は、可処分所得の変化と中間層人口の増加などによるパラダイムシフトを遂げた。またパック食品は、働く女性にとって、便利で豪華で短時間で調理できるアイテムとなった。インド人の間で健康が最も重要な基準になるにつれ、パック食品の加工段階における衛生性の高さや洗練された加工方法が実現されつつある。

パック食品加工機械の2009年～2010年の市場サイズは2億2100万ドルで、2005年～2010年の複合年成長率は10%であった。2010年～2015年には成長率は16%と予想され、2014年～2015年の市場規模は4億7200万ドルに達するとみられる。

**表 16 インドのパック食品加工機器の市場規模（100 万円）**

| パック食品     | 2004-05    | 2009-10    | 2014-15 (P) | 年平均成長率 %<br>(2010-15) |
|-----------|------------|------------|-------------|-----------------------|
| スナック類     | 33         | 53         | 106         | 15%                   |
| ビスケット     | 30         | 48         | 71          | 8%                    |
| チョコレート    | 19         | 31         | 63          | 15%                   |
| 健康食品      | 19         | 31         | 77          | 20%                   |
| RTE/RTC   | 13         | 21         | 65          | 25%                   |
| 朝食シリアル    | 8          | 12         | 31          | 20%                   |
| その他       | 15         | 24         | 60          | 20%                   |
| <b>合計</b> | <b>138</b> | <b>221</b> | <b>472</b>  | <b>16%</b>            |

出所：Technopak Analysis, P = Projections

同部門を牽引するのは、健康食品、RTEおよびRTC、朝食シリアル、チョコレート、スナックなどとされる。加工機械は高い衛生性を保障するべく、100%の人の手を必要としないものにアップグレードされている。また、原材料も従来の薄力粉からヘルシーで栄養価の高いオートムギやシコクビエ（Ragi）へと変化している。新たな企業がパック食品に参入するにつれ、同部門には新たな投資が流入する。一方、スナックチェーンを展開するインド企業は、袋入りスナック・スイーツ事業をインド全体に拡大している。

**肉・魚・家禽類：**同部門は、インドの伝統的なベジタリアン人口が、ノンベジタリアンフードを積極的に受け入れ始めたことにより、拡大しつつある。市場規模は現時点では非常に小さいが、成長率は非常に高く、25%と推定される。現在、肉・魚・家禽類加工機械の市場規模は5800万ドルで、食品加工機械全体の約3%を占めるにすぎない。しかし同部門は、消費者行動の変化やノンベジタリアンフードの受け入れにより、今後5年間で大きな成長を遂げるとみられ、2014年～2015年の市場規模は1億7600万ドルに達すると推定される。



### 3.5. インドの食品加工機器業界における主要企業

インドの食品加工機械業界における部門別主要企業は、下記の表のとおり。

表 17 インドの食品加工機器業界における主要企業

| 部門          | 主要企業                                                                                                                                                                                                    |                                                                                      |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|             | インド企業                                                                                                                                                                                                   | 外国企業                                                                                 |
| 一次産品        | Forsberg Agritech, Kumar Metal Industries, Mitsun Engineering, Steelworth Pvt. Ltd., Jagdish Group, Venus Industrial Engineering, Laa International, Indopol Food Processing Machinery, Praj Industries | Hebei Huangpai Food Machines, Buhler India, AGICO, FLSmidth, Sugarequip, Silverson   |
| 乳製品*        | IDMC, Jwala Engineering, Process Masters, Goma Engineering, Sifter International, Pennwalt                                                                                                              | Tetrapak, Alfa Laval, Silverson                                                      |
| 野菜・果物*      | IDMC, Jwala Engineering, Process Masters, Goma Engineering, Pennwalt                                                                                                                                    | John Bean Food Technologies, Bertuzzi, Pigo                                          |
| 肉・魚・家禽類および卵 | APTEC                                                                                                                                                                                                   | Dr. Froeb, Jarvis Equipment, John Bean Food Technologies, EMF, Meyn, Silverson       |
| パック食品       | NA                                                                                                                                                                                                      | Convenience Food Systems -Vishwa Enterprises, John Bean Food Technologies, Silverson |
| パン類         | Win-tech Taparia, Prima Engineering Industries, Praj Industries                                                                                                                                         | Silverson                                                                            |

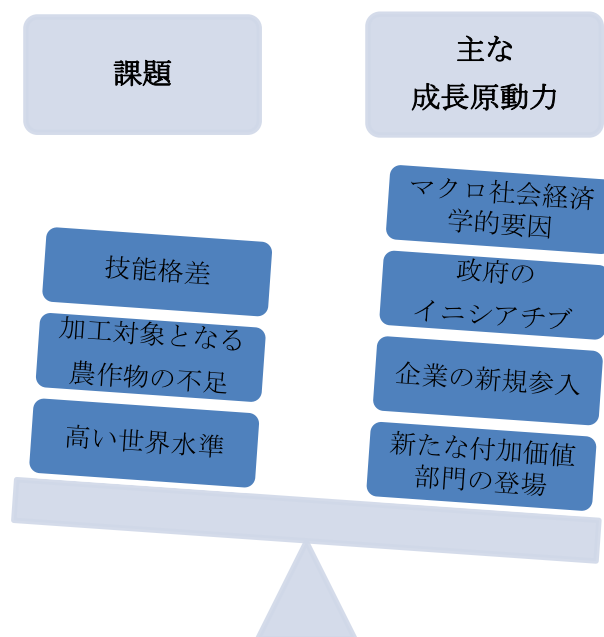
\* 乳製品および野菜・果物部門には、飲料機器メーカーも含まれる。

出所：Technopak Analysis

### 3.6. 成長の主な原動力と課題

インドの食品加工機器業界には、多くの成長原動力が存在するが、それと同時に複数の課題も存在する。

図 12 インドの食品加工機器業界の成長原動力と課題



出所：Technopak Analysis

**主な成長原動力：**インドの加工食品業界の成長に貢献している要素は、食品加工機械業界においても重要な役割を果たしている。主な成長原動力は以下のとおり。

- **マクロ社会経済学的要因：**消費者のニーズやライフスタイルの変化は、世界はもちろんインドの食品消費様式を急速に進化させ、国内外の食品カテゴリー、ブランド、料理への関心や、加工食品やレトルト食品、ノンベジタリアンフードを積極的に試そうとする意識が高まっている。

また、都会で働く女性の増加は、便利さを追求する消費者の増加につながった。多忙なスケジュールのため平日には時間がなく、週末は余暇に充てる。こうしてインド社会は、食という基本的欲求を満たすために、便利な加工食品を選択するようになった。さらに、健康や衛生に対する関心も、消費者の中で高まりつつある。

上記に加え、インドは可処分所得の急増や都市化の進行という変化を遂げた。これら全ての要因が、加工食品やインスタント食品の需要を生み出し、それに伴い食品加工機器の需要も大きく伸びたのである。

- **新規参入企業の増加**：インドの食品加工機器業界には、世界各国から多くの企業が新規参入している。大手食品機器メーカー全社が、インドでの製造拠点立ち上げに乗り出している。当初、ほとんどの主要機器は、様々なルートを経由してインドに輸入されていたが、コスト効率の悪化を招く結果となった。この問題を解決するために、大手食品加工機械ブランドのほとんどが、インドに生産拠点を置くことを選択した。この選択をしたもう一つの要因は、製品仕様である。インドの加工食品には、その性質や味の面で独自性があるため、加工業者もそれに合った加工機械を必要とする。大手メーカーはインドに生産拠点を置くことにより、インド人の好みを理解するとともに、R&D費用の削減に成功した。多くの加工機械メーカーは、インド市場向けのみならず他の主要アジア諸国向け商品の製造拠点として、インドに注目している。
- **政府のイニシアチブ**：インドの食品加工機械業界の成長は、食品加工業界に直接的にゆだねられている。過去数年の急速な成長を受け政府は、加工食品部門、そして関連部門として食品加工機械部門の成長促進に向けた数々のイニシアチブを実行している。例えば、ほとんどの加工食品を「Industries (Development & Regulation) Act, 1951」に基づくライセンス取得義務の対象から除外したほか、食品加工部門を銀行貸し出しの最優先部門したり、ほとんどの食品加工品への外国資本投資を自動認可するなどした。この他にも様々な刺激策や計画が実施されている。
- **新たな付加価値商品部門の登場**：可処分所得の増加、インターネットのブーム、マス・メディアへの露出、グローバルなライフスタイルへの認知が高まりは、インド人の食生活に大きな影響を与えた。インスタント食品を好む傾向の高まりや、バランスの取れた食生活や健康への関心の高まりは、これまでと異なる食習慣を持つ新たな世代を生み出した。インドの消費者が、数年前に比べ、自分たちが食べる食品の栄養価により敏感になっていることが明らかになった。これは、加工業者を通じて供給する側にも変化をもたらした。ターゲット層をより引き付けるため、最終製品には、単純な加工だけでなく、様々な付加価値加工が行われるようになっている。

**主な課題**：インドの食品加工機械業界は、下記のような課題を抱えている。

- **技能格差**：インドの食品加工業界は、バリューチェーンの各段階における技能格差や、技術ノウハウやサポート力の不足に直面している。インドの食品加工技術業界の技術水準は、先進国のレベルには達していない。その主な原因として挙げられるのが、インドの食品加工業界が、時代遅れの技術を用い、海外への露出も少ない非組織部門主流である点である。しかし、消費者行動と志向の変化に伴い、インドの食品加工メーカーも技術革新や設備の向上を目指すようになりつつある。
- **加工対象となる農作物の不足**：インドの農業は今もなお、市場主導の生産ではなく、生産主導の市場供給に支配されており、製品の品質や供給の一貫性に欠けている。にもかかわらず、品種改善への注目度が十分高くはない。望ましい特徴を持つ品種の開発には、在来型技術を用いるか、または穀物の様々な生殖質により大きく作用するバイオテクノロジーを用いることになるが、同時に商品の年間供給も必要とな

ってくる。さらに、商品の品質仕分けを行わないため、加工に適した商品とそうでないものが混在しており、加工部門の費用を増大させることになる。加工市場の成長に伴い、商品の品質仕分けが行われるようになり、「B」ランク「C」ランクの野菜や果物市場が生まれ、「A」ランクの商品に高値が付くことになる。商品の入手状況は食品加工業界に影響を与えると同時に、商品加工機械業界にも影響を与える。

- **高い世界水準：**インドの食品加工メーカーや輸出業者は、改良された技術を採用することにより、世界水準に追いつきつつあるものの、水準の達成と大量生産を両立することは、大きな困難でもある。健康的で衛生的な食品への志向が消費者の間で高まり、世界のレベルを目の当たりにするようになることを考慮すると、世界水準への到達は、さらに大きな課題となるだろう。

### 3.7. 食品加工機械の輸出入

インドは海外から多くの食品加工機械を輸入しているが、輸出については輸入を若干下回る。インド食品加工機械技術がそれほど高度でないことが、その主たる理由として挙げられる。以下の表に示すように、主な食品加工機械市場は大きく16部門に分けられ、それぞれにHSコードが付けられている。なお、当レポート後半の輸出入統計に含まれるのは、この16部門のみとなっている。

表 18 食品加工機械の HS コード

|    | HS コード   | 品目（インド商工省による）                                              |
|----|----------|------------------------------------------------------------|
| 1  | 84172000 | ビスケット用オーブンを含む製パンオーブン                                       |
| 2  | 8418     | 冷蔵庫、冷凍庫、その他の冷蔵・冷凍機器、エアコン（8415）以外のヒートポンプ                    |
| 3  | 841911   | 瞬間湯沸かし器                                                    |
| 4  | 841950   | 熱交換機                                                       |
| 5  | 841981   | ホットドリンクの製造、食品の調理および加熱用機器                                   |
| 6  | 841989   | 食品の調理および加熱用ガス装置、冷却塔、低温殺菌装置、加圧滅菌装置                          |
| 7  | 8421     | 遠心乾燥機を含む遠心分離機、液体およびガス用のろ過・浄化機器および装置                        |
| 8  | 84232000 | 連続計量機およびコンベア                                               |
| 9  | 84233000 | 連続計量機および所定重量に計量する計量ホッパーを含む計量機                              |
| 10 | 843360   | 卵、果物、その他の農作物向け洗浄・分類機                                       |
| 11 | 8434     | 搾乳機および酪農機械                                                 |
| 12 | 8435     | ワイン、シードル、果汁飲料などの清涼飲料水の製造に使用される圧搾機、粉碎機などの機器                 |
| 13 | 8437     | 種子、穀物、乾燥豆類など用の洗浄・分別機器、製粉および穀草類・乾燥豆類などで使用される機器で、酪農関連機器以外のもの |
| 14 | 8438*    | 動物性脂肪および植物性脂肪の抽出・製造機器以外の、食品および飲料                           |

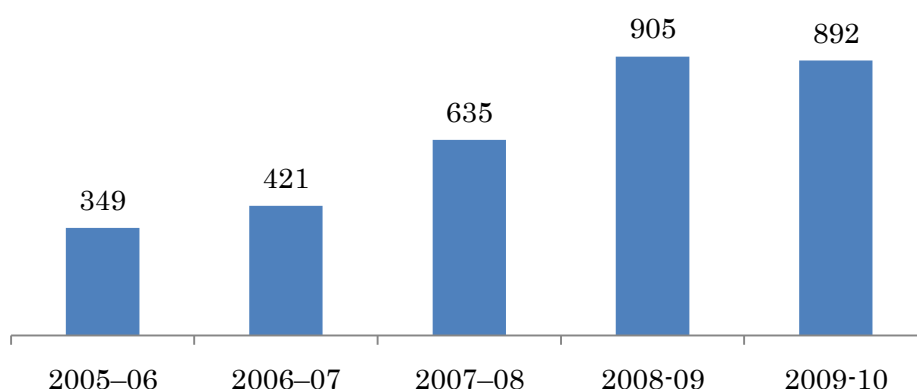
|    |          |                 |
|----|----------|-----------------|
|    |          | 製造機器            |
| 15 | 84391000 | セルロース系繊維のパルプ製造機 |
| 16 | 84392000 | 紙および板紙製造機       |

出所：Department of Commerce, Govt. of India, Technopak Analysis

\*HSコード8438は、主に食品加工機械とする。上記のその他のHSコードは、食品加工業界における補助的・周辺の機械とする。

**輸出状況：**インドの食品加工機械の輸出は、これまで大変小規模にとどまっており、2009年～2010年においては、輸入が約3分の2を占めた。2005年～2010年のインドの食品加工機械輸出の年平均成長率は21%で、輸出額は2005年～2006年の3億4900万ドルから8億9200万ドルに拡大した。

グラフ 24 インドの食品加工機器輸出額（100 万ドル）



出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

表 19 部門別食品加工機械の輸出額（100 万ドル）

| HS コード       | 2005-06    | 2006-07    | 2007-08    | 2008-09    | 2009-10    |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 841989       | 91.3       | 103.4      | 174.5      | 238.9      | 249.7      |
| 8421         | 90.7       | 116.4      | 170.0      | 261.1      | 239.0      |
| 8418         | 75.0       | 92.7       | 131.8      | 169.6      | 168.0      |
| 841950       | 21.6       | 28.5       | 48.8       | 118.2      | 130.4      |
| 8438         | 37.7       | 37.0       | 52.3       | 59.8       | 51.9       |
| 8437         | 14.7       | 15.7       | 19.5       | 19.9       | 30.3       |
| 841981       | 1.7        | 11.7       | 12.4       | 14.9       | 6.3        |
| 8435         | 4.9        | 5.8        | 8.1        | 7.7        | 5.9        |
| 8434         | 1.3        | 2.3        | 6.1        | 5.0        | 4.0        |
| 841911       | 6.4        | 5.6        | 4.6        | 3.5        | 1.3        |
| 84172000     | 0.3        | 0.4        | 0.9        | 1.3        | 1.3        |
| 84392000     | 0.4        | 0.3        | 1.2        | 1.1        | 1.2        |
| 84391000     | 1.4        | 0.6        | 3.1        | 2.5        | 1.0        |
| 84232000     | 0.5        | 0.2        | 0.3        | 0.6        | 0.9        |
| 843360       | 0.5        | 0.6        | 0.8        | 0.9        | 0.7        |
| 84233000     | 0.4        | 0.2        | 0.4        | 0.5        | 0.6        |
| <b>Total</b> | <b>349</b> | <b>421</b> | <b>635</b> | <b>905</b> | <b>892</b> |

出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

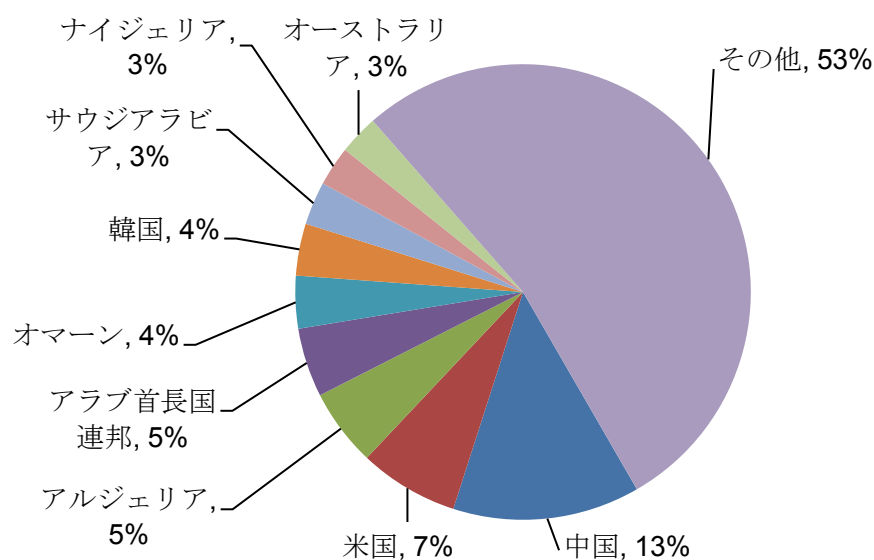
表 20 部門別食品加工機器の機械割合 (%)

| HS コード   | 2005-06 | 2006-07 | 2007-08 | 2008-09 | 2009-10 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 841989   | 26.2%   | 24.5%   | 27.5%   | 26.4%   | 28.0%   |
| 8421     | 26.0%   | 27.6%   | 26.8%   | 28.8%   | 26.8%   |
| 8418     | 21.5%   | 22.0%   | 20.8%   | 18.7%   | 18.8%   |
| 841950   | 6.2%    | 6.8%    | 7.7%    | 13.1%   | 14.6%   |
| 8438     | 10.8%   | 8.8%    | 8.2%    | 6.6%    | 5.8%    |
| 8437     | 4.2%    | 3.7%    | 3.1%    | 2.2%    | 3.4%    |
| 841981   | 0.5%    | 2.8%    | 2.0%    | 1.6%    | 0.7%    |
| 8435     | 1.4%    | 1.4%    | 1.3%    | 0.9%    | 0.7%    |
| 8434     | 0.4%    | 0.5%    | 1.0%    | 0.6%    | 0.4%    |
| 841911   | 1.8%    | 1.3%    | 0.7%    | 0.4%    | 0.1%    |
| 84172000 | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    |
| 84392000 | 0.1%    | 0.1%    | 0.2%    | 0.1%    | 0.1%    |
| 84391000 | 0.4%    | 0.1%    | 0.5%    | 0.3%    | 0.1%    |
| 84232000 | 0.1%    | 0.1%    | 0.0%    | 0.1%    | 0.1%    |
| 843360   | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    |
| 84233000 | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    | 0.1%    |
| Total    | 100%    | 100%    | 100%    | 100%    | 100%    |

出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

2009年～2010年に食品加工機械輸出の多くを占めたのがHSコード841989、8421、8418、841950の4部門で、全体の88%を占めた。その他のHSコード部門が、残る12%を占めた。

グラフ 25 インドの食品加工機器の輸出先 (%)



出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

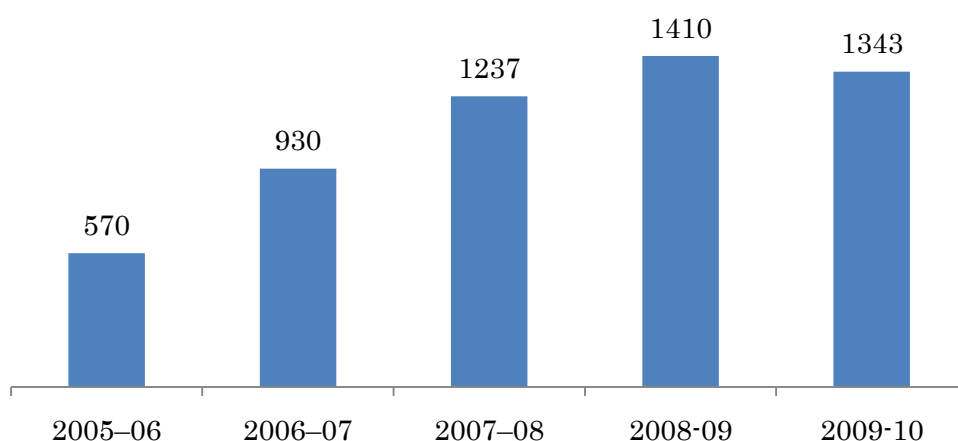
インドの食品加工機械輸出先は、アジアやアフリカ諸国を始めとする、技術面での成熟度が比較的低い国々となっている。また、中国や米国など、先進技術国への輸出も行っている。最も大きな輸出市場は中国、米国、アルジェリア、アラブ首長国連邦で、インドの食品加工機械輸出額全体の約 31%を占める。また、パキスタン、ネパール、スリランカ、バングラデッシュなどの近隣国への輸出も行っている。その他、エジプト、イラン、ケニア、マレー

シア、シンガポールなど多くの国に対しても、割合的にはわずかであるものの、輸出を行っている。

**輸入状況**：インドは多くの食品加工機械を輸入している。主な輸入元は中国、ドイツ、米国、イタリア。中でも中国は、その価格競争力の高さから、食品加工機械の輸入全体の24%（2009年～2010年）と、最も大きい割合を占める。一方ドイツ、米国、イタリアはその技術面における優位性から、主な輸入元となっている。

2005年～2010年におけるインドの食品加工機械の輸入額の年平均成長率は19%で、主要食品加工機械の輸入額は、2005年～2006年の5億7000万ドルから、2009年～2010年には13億4300万ドルに跳ね上がった。現在、インドの食品加工機械市場の70%を輸入が占める。輸入食品加工機械は、費用対効果の点と、インド国内で入手できる機械より技術的に優れている点から、その規模を大きく拡大している。

グラフ 26 インドの食品加工機器輸出額（100 万ドル）



出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

表 21 部門別食品加工機器の輸入額（100 万ドル）

| HS コード   | 2005-06 | 2006-07 | 2007-08 | 2008-09 | 2009-10 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 8421     | 235.0   | 344.9   | 461.1   | 467.7   | 472.0   |
| 8418     | 119.2   | 176.3   | 214.7   | 256.6   | 232.6   |
| 841989   | 72.7    | 83.2    | 160.7   | 256.9   | 174.4   |
| 841950   | 40.9    | 46.6    | 99.2    | 98.5    | 141.6   |
| 84392000 | 6.9     | 51.4    | 52.7    | 67.0    | 113.2   |
| 8437     | 31.0    | 63.9    | 62.7    | 85.6    | 83.2    |
| 8438     | 28.3    | 60.8    | 86.8    | 92.8    | 73.6    |
| 8434     | 11.8    | 15.2    | 18.9    | 23.9    | 13.8    |
| 841981   | 9.1     | 10.3    | 8.8     | 23.2    | 13.8    |
| 841911   | 3.9     | 6.6     | 6.9     | 6.2     | 5.4     |
| 84233000 | 0.7     | 1.2     | 2.4     | 1.4     | 5.2     |
| 843360   | 3.3     | 6.4     | 7.0     | 7.9     | 4.7     |
| 84391000 | 1.7     | 51.8    | 49.0    | 10.5    | 4.6     |
| 84172000 | 1.8     | 1.6     | 2.4     | 3.1     | 2.4     |

|              |            |            |             |             |             |
|--------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 8435         | 2.9        | 9.9        | 3.9         | 5.9         | 2.2         |
| 84232000     | 0.4        | 0.3        | 0.5         | 2.6         | 0.9         |
| <b>Total</b> | <b>570</b> | <b>930</b> | <b>1237</b> | <b>1410</b> | <b>1343</b> |

出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

表 22 部門別食品加工機器の輸入割合（％）

| HS コード       | 2005-06     | 2006-07     | 2007-08     | 2008-09     | 2009-10     |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 8421         | 41.3%       | 37.1%       | 37.3%       | 33.2%       | 35.1%       |
| 8418         | 20.9%       | 18.9%       | 17.4%       | 18.2%       | 17.3%       |
| 841989       | 12.8%       | 8.9%        | 13.0%       | 18.2%       | 13.0%       |
| 841950       | 7.2%        | 5.0%        | 8.0%        | 7.0%        | 10.5%       |
| 84392000     | 1.2%        | 5.5%        | 4.3%        | 4.8%        | 8.4%        |
| 8437         | 5.4%        | 6.9%        | 5.1%        | 6.1%        | 6.2%        |
| 8438         | 5.0%        | 6.5%        | 7.0%        | 6.6%        | 5.5%        |
| 8434         | 2.1%        | 1.6%        | 1.5%        | 1.7%        | 1.0%        |
| 841981       | 1.6%        | 1.1%        | 0.7%        | 1.6%        | 1.0%        |
| 841911       | 0.7%        | 0.7%        | 0.6%        | 0.4%        | 0.4%        |
| 84233000     | 0.1%        | 0.1%        | 0.2%        | 0.1%        | 0.4%        |
| 843360       | 0.6%        | 0.7%        | 0.6%        | 0.6%        | 0.3%        |
| 84391000     | 0.3%        | 5.6%        | 4.0%        | 0.7%        | 0.3%        |
| 84172000     | 0.3%        | 0.2%        | 0.2%        | 0.2%        | 0.2%        |
| 8435         | 0.5%        | 1.1%        | 0.3%        | 0.4%        | 0.2%        |
| 84232000     | 0.1%        | 0.0%        | 0.0%        | 0.2%        | 0.1%        |
| <b>Total</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |

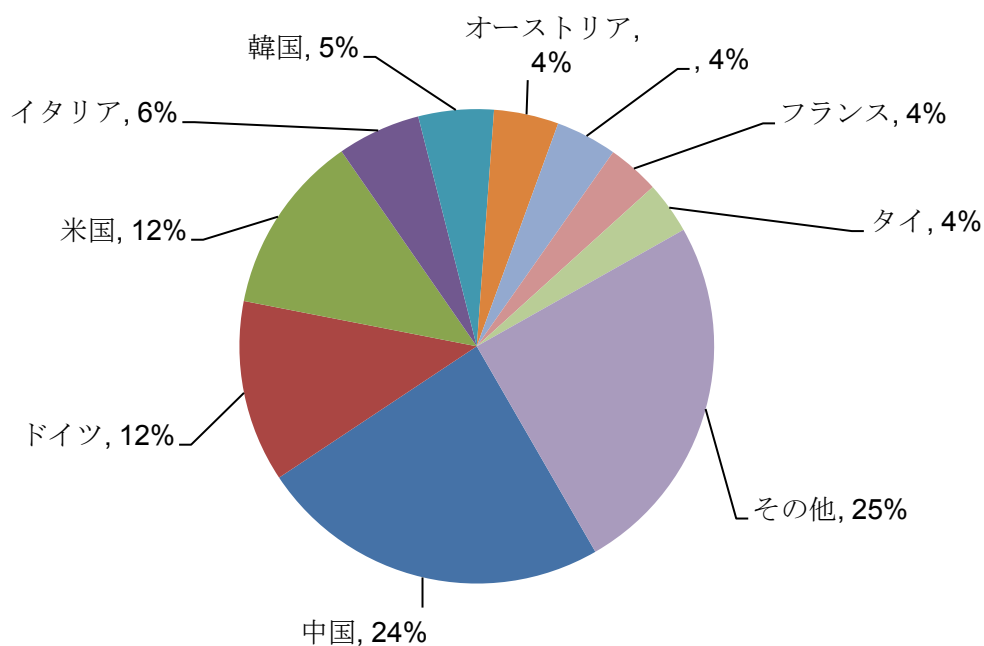
出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

輸入食品加工機械のうち、大きな割合を占めたのがHSコード8421、8418、841989、841950の4部門で、全体の76%を占めた。その他のHSコード部門が、残る24%を占めた。

現在の主な輸入元は、中国（24%）、ドイツ（12%）、米国（12%）、イタリア（6%）となっている。日本は食品加工機械輸入全体の3%にとどまっている。2005年～2006年の状況はこれと大きく違い、食品加工機械の輸入額が最も多かったのは米国の17%で、ドイツ（13%）、中国（8%）、フランス（7%）、英国（6%）、日本（5%）がこれに続いた。状況を一変させた主な国は中国で、インドの輸入市場を強力に捕えた。2005年～2006年に4300万ドルであった中国からの輸入額は、2009年～2010年には3億2200万ドルに拡大し、シェアは16%増となった。中国がこれほどの成長を遂げた理由は、先にも述べたとおり、価格競争率が高いと同時に、高い品質を維持しているためである。一方日本からの食品加工機械の輸入シェアは、2005年～2006年の5%（3000万ドル）から2009年～2010年には3%（4700万ドル）と、この5年間で縮小し、インド市場を十分捕え切れずにいる。



グラフ 27 インドの食品加工機器輸入先 (%)



出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

表 23 上位 3 カ国および日本からの部門別食品加工機械輸入状況 (2009～2010 年)

| HS コード       | 中国                   |             | ドイツ                  |             | 米国                   |             | 日本                   |             |
|--------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|
|              | 輸入額<br>(100 万<br>ドル) | % 割合        | 輸入額<br>(100 万<br>ドル) | % 割合        | 輸入額<br>(100 万<br>ドル) | % 割合        | 輸入額<br>(100 万<br>ドル) | % 割合        |
| 8421         | 70.2                 | 21.8%       | 81.8                 | 49.2%       | 92.4                 | 56.0%       | 20.2                 | 43.2%       |
| 8437         | 10.7                 | 3.3%        | 3.0                  | 1.8%        | 4.6                  | 2.8%        | 14.2                 | 30.5%       |
| 841989       | 77.1                 | 23.9%       | 26.6                 | 16.0%       | 17.7                 | 10.7%       | 4.1                  | 8.9%        |
| 8418         | 96.3                 | 29.9%       | 6.0                  | 3.6%        | 16.7                 | 10.1%       | 2.6                  | 5.6%        |
| 8438         | 7.6                  | 2.4%        | 9.0                  | 5.4%        | 5.0                  | 3.0%        | 1.7                  | 3.7%        |
| 841950       | 50.9                 | 15.8%       | 18.6                 | 11.2%       | 20.6                 | 12.5%       | 1.5                  | 3.2%        |
| 84233000     | 2.1                  | 0.6%        | 0.8                  | 0.5%        | 0.0                  | 0.0%        | 0.8                  | 1.6%        |
| 843360       | 0.2                  | 0.1%        | 0.1                  | 0.1%        | 0.2                  | 0.1%        | 0.7                  | 1.6%        |
| 84232000     | 0.0                  | 0.0%        | 0.4                  | 0.3%        | 0.0                  | 0.0%        | 0.4                  | 0.8%        |
| 8435         | 0.4                  | 0.1%        | 0.0                  | 0.0%        | 0.1                  | 0.0%        | 0.3                  | 0.7%        |
| 84392000     | 0.5                  | 0.2%        | 15.3                 | 9.2%        | 3.5                  | 2.1%        | 0.1                  | 0.2%        |
| 841981       | 0.9                  | 0.3%        | 2.0                  | 1.2%        | 2.4                  | 1.5%        | 0.0                  | 0.0%        |
| 8434         | 0.4                  | 0.1%        | 2.8                  | 1.7%        | 0.3                  | 0.2%        | 0.0                  | 0.0%        |
| 841911       | 4.8                  | 1.5%        | 0.0                  | 0.0%        | 0.1                  | 0.0%        | 0.0                  | 0.0%        |
| 84172000     | 0.3                  | 0.1%        | 0.0                  | 0.0%        | 1.6                  | 1.0%        | 0.0                  | 0.0%        |
| 84391000     | 0.0                  | 0.0%        | 0.0                  | 0.0%        | 0.0                  | 0.0%        | 0.0                  | 0.0%        |
| <b>Total</b> | <b>322</b>           | <b>100%</b> | <b>166</b>           | <b>100%</b> | <b>165</b>           | <b>100%</b> | <b>47</b>            | <b>100%</b> |

出所：Department of Commerce, Govt. of India, Trade Statistics

### 3.8. 貿易原動力

インドの貿易政策は、経済改革と国際化に主導されている。自由化、開放性、透明性重視の改革措置およびそれに続く政策、さらに貿易手続きの簡易化により、円滑な貿易環境が実現した。なお、貿易支援策およびイニシアチブの策定を取り仕切るのは、インド商工省（Ministry of Commerce, MoC）となっている。

政策の要となるのが、輸出拡大が見込まれ、雇用創出の潜在力を持つ部門に焦点を当て、世界の貿易取引においてインドのシェア拡大を目指す、積極的な輸出主導型戦略である。こうした政策の全てが、インドの国際競争力と、輸出の許容性をさらに高める原動力となるだろう。商工省の新政策草案の主な目的は、以下の通り。

- 規制緩和と、信頼性と透明性のある貿易環境づくり
- 手続きの簡易化および取引費用の削減
- 輸出製品製造に必要な設備の非課税化
- 世界の生産・貿易・サービスのハブとしてのインドの発展を促進
- 重点分野の特定、育成による、準都市および農村地域における雇用機会の創出
- 資本や設備の輸入によるインド経済の技術面・インフラ面でのアップグレード
- 外国貿易関わるインフラ網の国際水準への向上

商工省は、手続きの簡易化と貿易の円滑化に向け、インドにおける外国貿易の環境づくりの支援に向け、安定した政策を盛り込んだ、外国貿易政策（FTP）2009～2014を発表した。改定FTPの主な目的は以下のとおり。

- 輸出の減少傾向に歯止めをかけ、これを好転させるために、経済危機の影響を大きく受けた部門への追加支援を行う
- インドの製品やサービスの輸出を増加させる
- 世界の貿易におけるインドのシェアを、2008年の1.64%から、2020年までに倍増させる

改定 FTP（2009～2014）の主なイニシアチブは次のとおり。

- 特定市場スキーム（FMS）で定めるインセンティブを2.5%から3%に、特定品目スキーム（FPS）で定めるインセンティブを1.25%から2%にそれぞれ引き上げる。
- EPCGスキーム（輸出促進のための資本財輸入スキーム）に基づく既存の工場及び機器を長持ちさせるための部品や金型の輸入は、通常の輸出義務を50%に軽減する。
- 輸出志向型企業（EOU）およびインド・ソフトウェア・テクノロジー・パーク（STPI）への所得税を100%免税する優遇措置を、2009年～2010年から、2010年～2011年会計年度にまで延長する。
- 漁業部門におけるEPCGに基づく技術向上のための輸入の輸出義務を免除する。なお、トロール漁船、船舶、ボート、その他の類似品目はこれに含まれない。
- 漁業部門における各種輸出促進スキーム（TPS）および関税証明書受給スキーム（DFCE）の許認可取得者に向けたさらなる規制緩和を行う。

- 紅茶輸出のための事前認可に基づく最低付加価値基準を、現行の100%から50%に軽減する。国内一般関税地域（DTA）への販売制限を、FOB価格をベースにした輸出総額の30%から50%に引き上げる。また、紅茶の輸出を特別農産物・村落工業スキーム（VKGUY）の対象に含める。
- 輸出志向型企業が製造した製品のDTAへの販売制限を、販売全体の50%を上限に、FOB価格をベースとした輸出総額の75%から90%に引き上げる。なお、「類似品目」の基準は変更しない。
- 付加価値製品の輸出を推奨するため、事前許可スキーム（Advance Authorization Scheme）に基づき、輸入投入財の免税輸入に15%の最低価値付加基準を定めた。
- 事前認可、免税輸入認可（DFIA）、EPCGに基づく輸出義務の未達成部分の納税を、税控除券により行うことが可能になった（従来は現金のみ）。
- サンプル品の非課税輸入の簡易化に向け、サンプル品および部品持ち込み数を現行の15から50に引き上げた。これらサンプルの通関手続きにおいて、輸入者はサンプルの価格および量について申請を行う。

### 3.9. 購買原動力

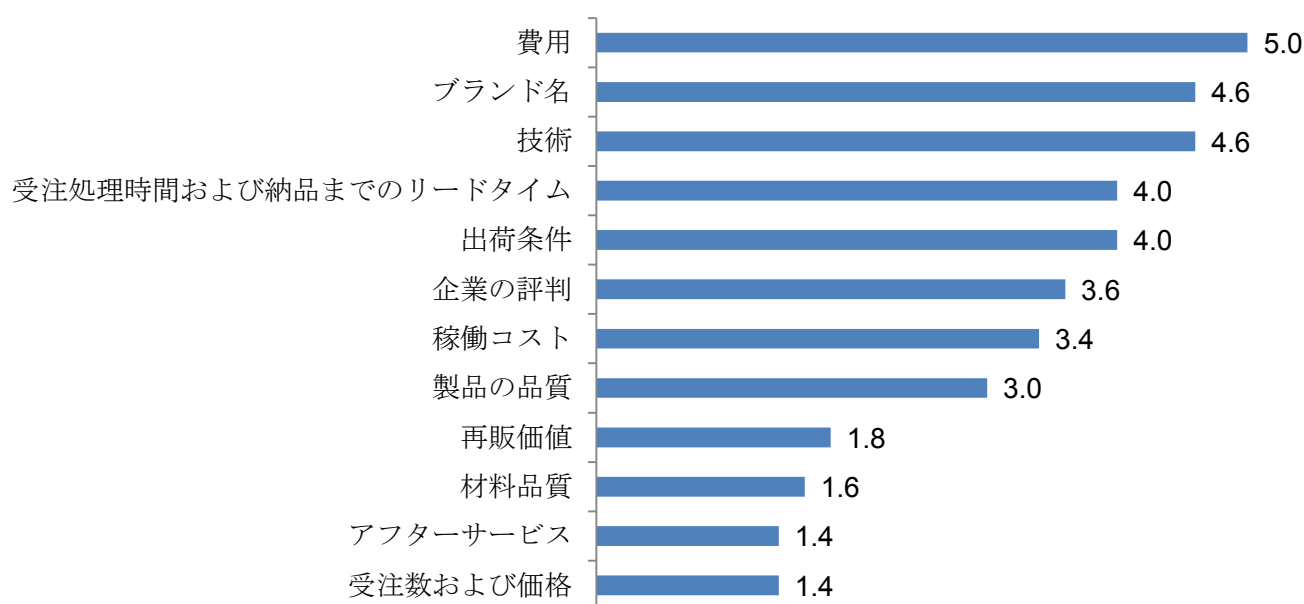
新しい食品加工部門が莫大な投資を呼び込んだことにより、現在の加工設備は、技術・処理能力において、大きな進化の時を迎えている。今、インドの食品加工業界は、末端消費者からの強い需要を先読みし、洗練された加工機械の輸入を積極的に行っている。

食品加工機械購入の判断要素には、様々な特徴がみられる。先に述べたように、インドの食品加工メーカーが、より洗練された最新技術の取り入れに積極的になったことが挙げられるが、以下に示すように、製品コストをはじめとするその他の要素も、購買決定において重要な役割を果たしている。

- 費用
- 技術
- ブランド名
- 出荷条件
- 受注処理時間および納品までのリードタイム
- 企業の評判
- 操業コスト
- 製品の品質
- 再販価値
- 材料品質
- 受注量および価格
- アフターサービス

Technopakが複数の食品加工機械バイヤーを対象に実施した調査によると、費用、技術、ブランド名が、食品加工機械の購入における重要な判断基準になっていることが分かる。判断基準の重要度を1から5で示した場合（重要度が最も高いのを5とする）、順位は下記のとおりになる。

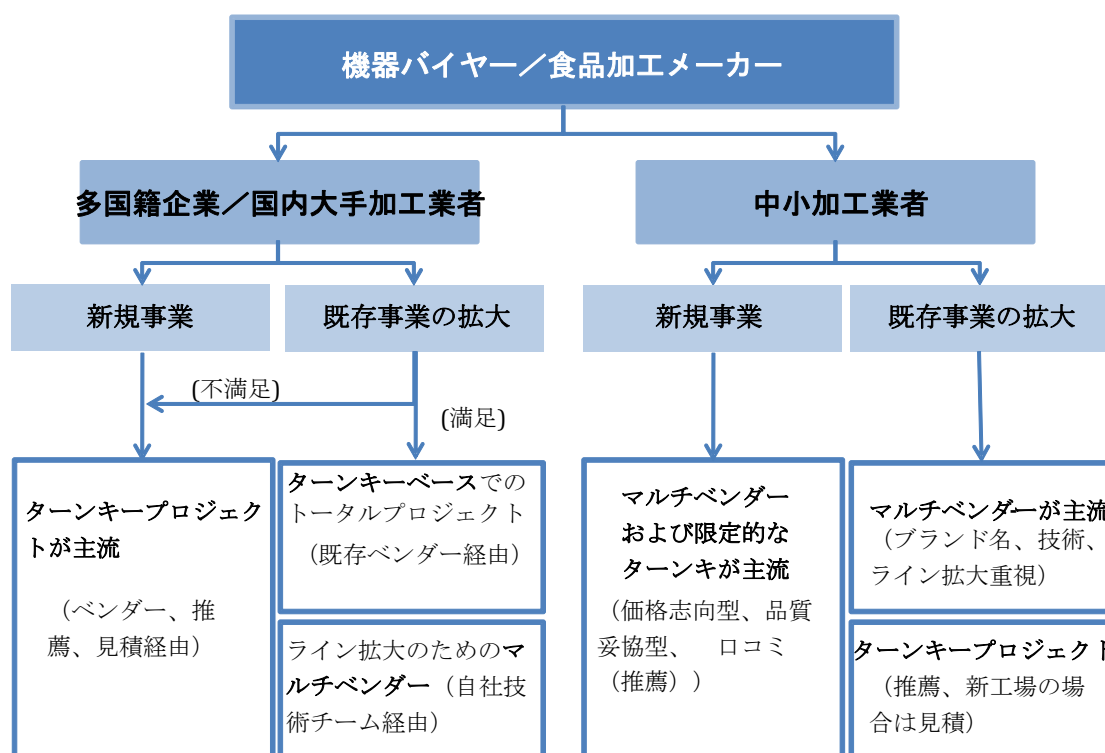
グラフ 28 インドの食品加工機械の購入判断基準ランキング



出所：Technopak Analysis

インドにおける食品加工機械の購買意思決定プロセスは下図のとおり。

図 13 購買意思決定プロセス：インドの食品加工機械



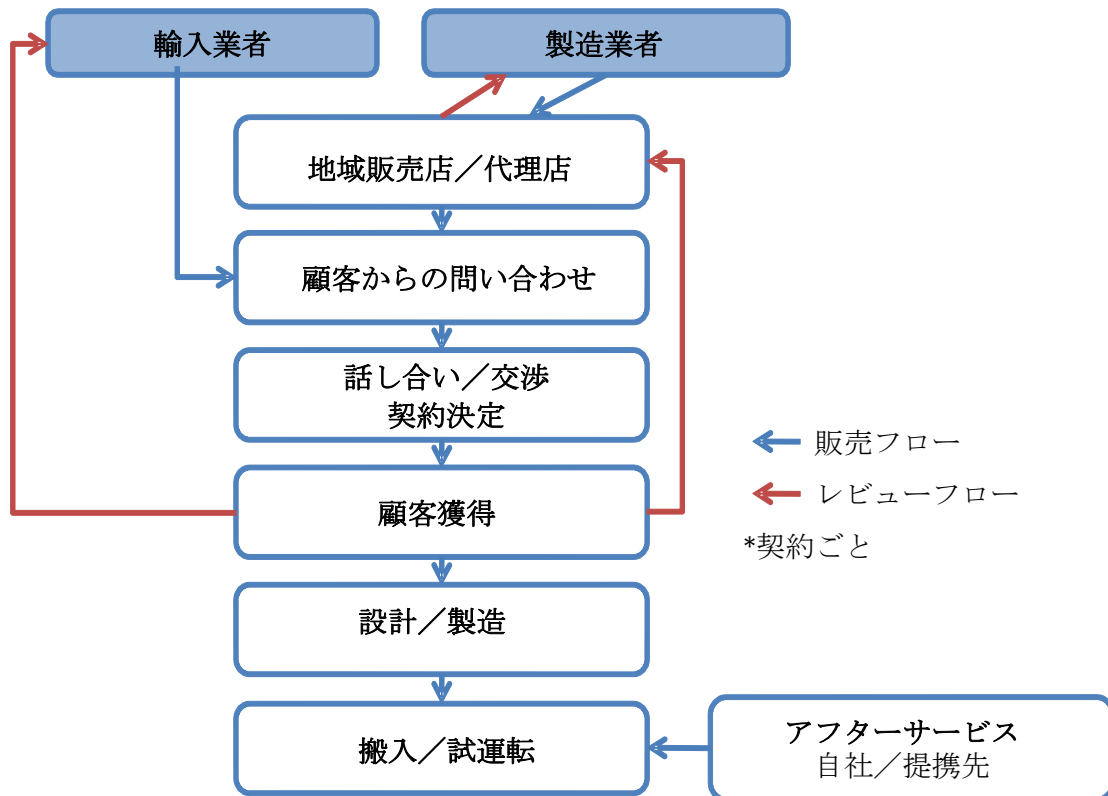
出所：Technopak Analysis

輸入業者およびメーカーの機械販売は、以下の図のように様々な段階を通る。また、機械の販売促進のためには次のような販売媒体が採用されている。

- インターネット

- 直接販売
- トレードフェア
- 展示会
- 工業雑誌
- 口コミ
- コンサルタント

図 14 販売プロセスの流れ：インドの食品加工機械



出所：Technopak Analysis

### 3.10. 中央・州政府の政策およびインセンティブ

インド政府は、食品加工業を重要成長部門と位置づけ、2015年までに食品加工業界の振興を図り、国内外市場における競争力を高め、国内外の投資家にとって魅力的な部門に育て、透明かつ業界支援的な規制制度を整備することを第一の目標に掲げている。これに基づき、政府は第11次5カ年計画（2007年～2012年）において、様々な政策およびインセンティブを打ち出した。その大部分は、5年という限られた期間における上記の目標達成に向け、新たに設定されたスキームまたは前5カ年計画で実施した既存スキームを改定・再構築したものである。インドの食品加工機械部門を対象とするスキームの例は、以下のとおり。

- 食品加工産業省による、食品加工業における技術向上スキーム。内容は以下のとおり。

- 野菜・果物、乳製品、肉類・家禽・魚類、油糧種子、付加価値作物、食品香料・着色料を含む保存期間延長素材、含油樹脂、スパイス、ココナッツ、マッシュループ、ホップなど、全ての食品加工部門における加工設備の設置・拡大・近代化。
- 上記に携わる全ての業者は、資金援助の対象となる。
- 助成金は、一般分野については設備、機器および工事費は 25%、最大 11 万ドルまで、高難度分野については同 33.33%、最大 16 万 5000 ドルとする。
- 食品加工業において借入が最も多い部門のひとつであるとされる、農場仕様の予冷機を含む冷蔵・冷凍設備、農作物および関連作物、水産品、肉製品の保存・貯蔵設備への対外商業借入を認める。
- 零細・中小企業省（Ministry of Micro Small Medium Entrepreneurs, MOMSME）による、中小企業の技術向上に向けた貸付投資補助スキーム（Credit Linked Capital Subsidy Scheme, CLCSS）。CLCSSでは、スキームが認めた高度技術の採用による技術向上を目的とした、22万2000ドルを上限とする借入に対し、15%の資本助成金を提供する。スキームは、SIDBI、NABARD、SBI、BOB、PNB、Andhra Bank、SBBJ、Canara Bank、THICの10機関が実施する。同スキームの下、2010年11月までに1万1022件の助成金申請を受理し、1億1500万ドルを中小企業に助成した。
- ISO-9000 /ISO-14001/HACCP返済スキーム：政府は技術革新と品質向上、環境管理に向けたインセンティブスキームを発表した。このスキームでは、ISO 9000/14001/HACCP（またはこれに相当するもの）の取得に必要な費用の75%または最大1665ドルの返金を行う。実施機関は零細・中小企業省の開発委員会（Office of Development Commissioner）。
- Karnataka州政府は、プロジェクトの開始から5年間の、「工場・機械・資本財」にかかる入境税の100%免除を実施している。
- Karnataka州政府は、インド基準局（Bureau of Indian Standard, BIS）認証に向けたイニシアチブとして、BISへの支払いのうち50%（最大445ドル）およびBISが認めた試験機器購入費の25%（最大1110ドル）を、食品加工業者に支援する。

2010年－2011年度連邦予算案においても、下記の通り食品加工機器業界に向けた様々なインセンティブが発表されている。

- 穀類および砂糖用「mandis」（市場）または倉庫への機械式ハンドリングシステムおよびパレットラックシステムの設置に対し、輸入事業ステータスを与え、譲許輸入関税率を5%とするほか、これらの設備の導入及び稼働へのサービス税を全額免除する。
- 以下の設備の初期導入および拡大に対し、輸入事業ステータスを与え、譲許輸入関税率を5%とするほか、サービス税を全額免除する。
  - 農作物および関連作物の保存・貯蔵を目的とした、農場向け予冷機を含む冷蔵・冷凍設備
  - 上記製品の加工設備
- 冷凍バンまたはトラックの製造に必要な冷蔵装置への関税を全額免除する。
- 農作物および関連作物の保存、貯蔵、加工用特殊機器への中央物品税を免除するほか、同機器を用い製造された商品の保存・倉庫設備へのサービス税を免除する。

- 小規模製造者のキャッシュフロー状況の改善に向け、収益年に行う資本財の設置に対する中央物品税を免除する。また、中央物品税の支払は、月ごとではなく四半期ごととする。

外国貿易政策では、農業を含む数部門が、主要部門として挙げられている。政府農業、食品業、食品加工業の改善に向け、複数の政策およびイニシアティブを打ち出しているが、その中で突出するのが、輸出促進のための資本財輸入（Export Promotion Capital Goods, EPCG）スキームである。

**輸出促進のための資本財輸入（EPCG）スキーム**— EPCGスキームは、資本財や機械類の輸入簡易化および促進に向けた政策で、加工機械や装置などの資本財の輸入ごとに必要となるライセンソ局での手続きを簡易化する。

EPCGは、過去2年間の輸出実績を持つ全ての輸出者に適応され、「ゼロ関税EPCGスキーム」または「3%関税EPCGスキーム」の2スキームがある。

| スキームの特徴        | 内容                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ゼロ関税 EPCG スキーム | 認可発行日から6年以内に、EPCGスキームの適応による免税額の6倍の輸出義務を条件に、生産前、生産、生産後のための資本財、およびそれらの完全現地組立て（CKD）および一部現地組立て（SKD）を含む資本財の輸入を無税とする。                                                                                                                        |
|                | EPCGスキームは、一部を除くエンジニアリング製品、電子製品、基礎化学品・医薬品、衣料・繊維、プラスチック、手工芸品、化学品・関連製品、皮革・皮革製品の輸出者が利用できる。                                                                                                                                                 |
|                | 2011年3月まで適応。                                                                                                                                                                                                                           |
| 3%関税 EPCG スキーム | 認可発行日から8年以内に、EPCGスキームの適応による免税額の8倍の輸出義務を条件に、生産前、生産、生産後のための資本財の輸入関税を3%とする。                                                                                                                                                               |
|                | 農業部門、家内企業または零細部門企業の場合、3%関税での資本財輸入は、認可発行日から12年以内に免税額の6倍相当の輸出義務を遂行することを条件として認められる。                                                                                                                                                       |
|                | SSIの場合、3%関税での資本財輸入は、認可発行日から8年以内に免税額の6倍相当の輸出義務を遂行することを条件として認められる。ただし、スキームに基づく当該輸入資本財の陸揚げしたCIF価格（価格・保険料・運賃）が500万ルピーを超過せず、輸入後のプラント・機械への合計投資額がSSI限度を超えないことを条件とする。ただし、免税額が10億ルピーを超える場合は、輸出義務は12年となる。中古資本財の輸入については、その年数に関わらず、EPCGスキームが適応される。 |
| 資格             | 既存のプラントおよび機械（EPCGその他に基づき先に輸入されたもの）のためのスペア部品（修理調整／再生された部品を含む）、鋳型、金型、ジグ、附属品、道具、初期ライニング用の耐火物、および初充電用の触媒については、認可発行日から8年以内（ゼロ関税スキームの場合は6年）に通常の輸出義務の50%に相当する輸出義務を遂行することを条件とする。                                                               |
|                | EPCGスキームは、輸出を行う製造者（サポート製造者／ベンダーの有無には関わらない）、サポート製造者と提携する輸出                                                                                                                                                                              |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <p>商、サービス提供者を対象とする。</p> <p>この他 EPCG スキームでは FTP の条項に基づき、DGFT、商務局（Department of Commerce）、または輸出優良商業地区（Town of Export Excellence）の州工業インフラ公社（State Industrial Infrastructural Corporation）から、一般サービス提供者（Common Service Provider, CSP）として指定または認定されているサービス提供者も対象とする。</p> |
| 資本財輸入の条件            | 資本財の輸入は輸出義務が完了するまでは、利用者条件（Actual User Condition, AUC）の対象となる。                                                                                                                                                                                                      |
| 輸出義務                | <p>輸出義務は、申請者が製造する商品または提供するサービスの輸出により遂行される。</p> <p>輸出義務は、過去 3 年のライセンス期間中に、同一品および類似品について達成した輸出の平均以上とする。</p> <p>輸出義務の最大 50%は、同一の法人・会社、またはグループ会社が製造する商品または提供するサービスの輸出により遂行することが可能である。</p> <p>輸出義務は、その他の船積み・供給により遂行することも可能である。</p>                                     |
| 農産関連企業の EPCG        | 農産物輸出ゾーン（Agri Export Zones）の企業に対し、EPCG 認可のための法廷保証（Legal Undertaking, LUT）または 15%の銀行保証（該当する場合）が与えられる。ただし、第一次農産物の輸出を条件とする。                                                                                                                                          |
| 既存の EPCG 機械の技術向上    | EPCG 認可保有者は、一定の条件の下、EPCG 認可に基づき輸入された既存の資本財の技術向上を選択することができる。                                                                                                                                                                                                       |
| ファスト・トラック企業のインセンティブ | ファスト・トラック企業の輸出促進を奨励するため、認可保有者が、指定された元の EO 期間の半分以下で、特定の輸出義務の 75%以上を達成した場合、または期日の半分以下で貿易義務の平均が 100%に達している場合、残りの輸出義務は免除され、認可は関連 RA に返還される。                                                                                                                           |

なお、ゼロ関税EPCGスキームは、以下のITC（HS）チャプターまたはコードに分類される資本財には適用しない。チャプター01～24、25～27、31、40、43、44、45、47～49、68～70、71、81（一次製品および中間形の金属に限る）、89、93、97、98、ITC（HS）7201～7212、7218～7220、7224～7226、7401～7406、7501～7504、7601～7603、7801、7802、7901～7903、8001、8002～8401。ただし、チャプター5、44、68、97の手工芸品の輸出には適用する。ゼロ関税EPCGスキームは先に述べたとおり、チャプター84（コード8401を除く）に適用する。

概して商工省は、食品加工機械の貿易促進に向け、財務省の譲歩を引き出すことに成功していると言える。食品加工機械の輸入は今後、こうしたスキームの後押しを受け、大きく成長するとみられる。政府のインセンティブやスキームは、適切な補助インフラおよび技術サポートの提供に焦点を当てたものとなっている。これはすなわち、加工のレベルアップ、損失の削減、付加価値の創出、加工業者や農業従事者の所得増加、さらに輸出の増加につながり、最終的には経済全体に発展をもたらすことになる。



### 3.11.品質基準

インドの食品加工機械業界は、加工食品の輸出の急速な成長に大きく刺激された。高い品質水準が求められる国際市場では、優れた技術や加工・包装機械の導入による品質の向上が必須となり、またインド国内市場においても、健康志向の傾向が高まりを見せ、人々は衛生的な食品を好むようになった。ライフスタイルの変化と都市化の進行により、インドの都市部では、加工食品が次第に日々の食生活に欠かせないものとなってきた。こうした要素を踏まえ、インドの食品加工会社は、世界水準に見合う高い品質を維持することにより、これら全てのニーズに応えようとしている。また、自社の加工システムが構造化され、定期的に監視されていることを示すため、品質管理システム（QMS）認証取得を進めている。

また、インド政府も、インドの食品基準の規定と向上に向け、重要な一步を踏み出している。近年、食に関する法令の統合と、インド食品安全基準管理局（Food Safety and Standards Authority, FSSA）の設立に向け、食品安全基準法（The Food Safety and Standards Act, 2006）が施行された。FSSAは、安全で健康的な食品を確保するために、科学的根拠に基づいた食品基準の設定、および製造・保管・流通・販売・輸入状態の監視を行う法定機関である。インドの食品基準策定に関わる機関には、食品基準中央委員会（Central Committee for Food Standards, CCFS）、インド規格協会（Bureau of Indian Standards, BIS）、流通調査局（Directorate of Marketing and Inspection, DMI）がある。

なお、インドで取得可能な食品安全に関する認証は、BIS品質管理システム認証スキーム（Quality Management Systems Certification Scheme, QMSCS）、ISO 22000、国際食品規格（International Food Standards, IFS）、危害分析管理点方式（Hazard Analysis Critical Control Points, HACCP）。

**BIS品質管理システム認証スキーム（QMSCS）：**QMSCSは、1986年に施行されたBIS基準規制（Bureau of Indian Standards Act, 1986）の下、始まった認証制度で、エンジニアリング製品、化学品・医薬品、セメント、セラミック、食品、繊維、自動車関連、機械類、冶金関連、電気・電子製品、航空機関連、病院関連、ファイナンス、預貯金サービス、建設関連、卸売・小売業、教育・訓練、ホテル関連、印刷業、通信、研究所、IT関連など、幅広い産業およびサービス業を対象とする。BISでは、「管理システム認証（Management Systems Certification）」に基づき、IS/ISO 9001:2000に対する認証を与えている。なお、IS/ISO 9000:2000、IS/ISO 9004:2000、IS/ISO 19011:2002などのその他の認証基準については、認証ではなく指導基準のみとなる。

QMSCSの企業にとっての利点は以下のとおり。

- 国際規格であるISO 9001:2000に相当する認証であるため、国内外の市場における競争力獲得に役立つ。
- 効率的で的確な事業展開を実現。
- 工場の最適利用と廃棄物の削減、時間を要する再加工および修理の削減を実現。
- 品質管理・品質保証にとどまらず、継続的な品質向上を実現。
- 製品の品質に関し、顧客の信頼感を獲得できる。

- 品質記録により、品質管理システムの可視化につながる。
- より高い生産性を実現。

BISは、Bureau of Indian Standards Act, 1986に定める規制および規定に基づき、「製品認証スキーム（Product Certification Scheme）」を実施している。製品に添付された基準マーク（Standard Mark）は、その製品がインドの基準に準拠していることを示す。製造者にライセンスを認証するに先立ち、BISでは、インドの基準を継続的に満たす製品の製造およびテストに必要なインフラや生産能力の有無を確認する。BISの「基準マークスキーム」は、事実上任意の制度であるものの、政府では消費者の利益を視野に入れ、大量消費や、消費者の安全、健康、省エネに関連する製品については、BIS認証を強制とした。食品関連で認証が義務化されているのは、粉乳、コンデンスミルク（部分脱脂乳および脱脂乳）、ミルクシリアルベースの離乳食、加工シリアルベースの幼児用食品、加糖練乳、スキムミルクパウダー（スタンダードグレード、エクストラグレード、部分脱脂乳）、乳児用母乳代用品、ミルクプロテイン、ボトル入り天然ミネラルウォーター、ボトル入り飲料水となっている。

**ISO 22000** : ISO 22000は、ケータリングおよび包装業を含む、「農場から食卓まで」のフードチェーンに関わる全ての組織に対する食品安全マネジメントシステムに関する要求事項を規定した国際規格で、信頼性の高い規格として世界中で導入されている安全規格である。ISO 22000を導入する組織は、規定された全ての食品安全要求に準拠することになる。この規格の目的は、消費者に安全な食品を提供するため、食品安全マネジメントシステムの計画・実行・維持・改良を行う事であり、フードチェーンにおける食品の安全を実現するために必要とみなされている重要要素、すなわち双方向のコミュニケーション、システム管理、前提条件プログラムによる食品安全ハザードの管理、HACCP計画、マネジメントシステムの継続的な向上および改善を組み合わせたものとなっている。BISでは国際規格IS/ISO 22000: 2005を採用している。この規格は、フードチェーンに関わる全ての組織による、食品安全マネジメントシステムの実行を目的とした規格で、HACCPと比べ、より包括的な内容となっている。BISはこの他、食品安全マネジメントシステム（Food Safety Management Systems, FSMS）に向けた認証制度を開始し、申請者向けのFSMS認証取得のためのガイドラインやその他の資料を作成している。

ISO 22000の企業にとっての利点は以下のとおり。

- グローバルなフードサプライチェーンに関わる全ての組織に適用。
- 真の意味でグローバルな国際規格。
- 国内基準の調和化に向けた可能性を与える。
- 小売業における食品安全基準の大部分を網羅する。
- Codex HACCPシステムに準拠。
- 世界に共通してHACCPの概念に通じる。
- 第3者機関による認証の枠組みを提供する評価基準。
- 明確な要求事項を持つ評価基準。
- 製品へのアプローチよりシステムへのアプローチを重視。
- ポストプロセスの検証よりも、計画作成を重視。

- ・ サプライヤー、顧客、監督機関、その他関係者間の、食品安全におけるコミュニケーション手段。

**国際食品規格（IFS）**：国際食品基準（IFS）は、食品業界に統一性をもたらすことを目的に作られた国際規格で、小売業者のプライベートブランド食品に向けた統一規格となっている。IFS食品の安全性を確保し、その品質を監査する規格であり、食品加工の全ての段階に適用する。

**危害分析管理点方式（Hazard Analysis Critical Control Points, HACCP）**：危害分析管理点方式（Hazard Analysis Critical Control Points, HACCP）は、食品業界の全ての部門に適正な製造基準を示す、国際規制の基盤である。多くの認証基準がHACCPを取り入れ、また食品の国際取引においても重要な手法として導入されている。HACCPは、食品の安全の危害（ハザード）要因に焦点を当て、これを特定し、食品の製造段階における重要管理点においてこの危害を管理する方法で、食の安全の積極的な管理に向けた国際的なリスク管理方法として受け入れられている。HACCPは以下の7原則から成る。

- ・ 危害分析
- ・ 重要管理点の特定
- ・ 管理基準の設定
- ・ 重要管理点モニタリング要求の設定
- ・ 改善措置の決定
- ・ 記録の維持・管理
- ・ HACCPシステムが意図通りに作用しているかの検証

WTO加盟国であるインドは、衛生植物検疫措置の適用に関する（Sanitary and Phytosanitary, SPS）協定に調印しているため、FAO・WHO・コーデックス委員会（Codex Alimentarius Commission, CAC）が共同で公表し、HACCPの導入を推奨する、国際貿易に関する基準、ガイドラインおよび提言を採用することが義務付けられている。

HACCPの注目点および食品加工業界への利点は以下のとおり。

| 注目点                                                                                                                                                                                                                                            | 利点                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品業界において製品の海外輸出に必須</li> <li>・ 食品の安全性を確保するための事前的システム</li> <li>・ 監視より防止を重視</li> <li>・ 微生物学的・物質的・化学的ハザードを始めとするあらゆるタイプの危害に対処</li> <li>・ より一般的な品質保証計画への組み入れが可能</li> <li>・ 零細・中小・大規模いずれの企業でも実施可能</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際的な認知度</li> <li>・ 一次産品をブランド品に転換</li> <li>・ 海外市場における国際基準、規制への適合に向けたモデルづくり</li> <li>・ 有利な供給状況の提供</li> <li>・ 市場対策の提供</li> <li>・ リコールおよび製品破棄の削減</li> <li>・ 異物混入の軽減</li> </ul> |

### 3.12.輸入規制および関税

インド政府は現在、外国製品の輸入に関して、厳しい規制措置を取っている。インドが主に焦点を当てているのは輸出であり、輸出に関する規制や制限は少ない。インドは下記3点を目標に輸入政策を掲げている。

- 必要な製品や材料を入手可能にすること。特に、近代化の機会を提供する製品や材料に関して。
- ライセンス取得の手続きの効率化
- 輸入代替工業化および国内自給の促進

**分類：**インドの輸入品目は、下記の4つに分類される。

- 自由品目：ライセンスの取得が不要で、いずれの組織・個人にも輸入が許可される。大多数の輸入品目はこのカテゴリーに分類される。
- 輸入制限品目：輸入に際し、インド政府の発行のライセンスの取得が必要な品目。ライセンスが必要な輸入品目の代表例は、動物、家畜、宝石類、化学品、医薬品、植物、一部の電子機器。
- 輸入業者指定品目：国営企業など指定された輸入業者のみが輸入できる品目。石油、鉱物、ビタミン、油、種子、穀物などを対象とする。
- 輸入禁止品目：輸入が全面的に禁止されている品目。動物の油脂、内臓肉、未加工の象牙製品などを対象とする。

**輸入ライセンス：**輸入業者は、商工省の輸出入管理長官事務所（Chief Controller of Imports and Exports）で普通輸入ライセンスまたは特別輸入ライセンスを取得しなければならない。輸入ライセンスは再発行可能で、輸入品目により18～24カ月の期限が定められている。インド政府では、ライセンスを下記の3種類に分類している。

- 輸入ライセンス（実ライセンス：Actual Licenses）：個人利用を目的とする品目の輸入に限る。実ライセンスは次の2種類がある。
  - 全ての国に適用する一般実ライセンス（General Currency Actual Licenses）。
  - 一部の国にのみ適用する特定実ライセンス（Specific Actual Licenses）。
- 登録輸出者ライセンス：輸出促進を目的に、インド政府発行の登録証明書を所有する輸出者に与えられるライセンス
- その他

**税関検査：**インド政府の税関検査官は、輸入製品の検査および評価において、大きな影響と権限を持つ。検査官はあらゆる製品を検査し、適正なライセンスを取得しているかを判断する。税関職員は、積荷の留置および没収、罰金徴収の権限を持つ。全ての輸入品には、内容と量を明確に記載する必要がある。

農業機械の輸入には、包括輸入ライセンス（Open General License, OGL）システムが適用される。エンドユーザーまたは代理店のスペアパーツの輸入は、EXIM 政策の下、認可されて

いる。外資の出資による食品加工設備・機械などの資本財の輸入は、自動認可される。それ以外の場合、産業支援事務局（Secretariat of Industrial Approvals）による認可が必要となる。認可の有無は外国為替リソースの入手状況で判断される。中古品の輸入は、以下の条件で行われる。

- 最低残存耐用期間を5年、製造年数を7年以内とする。
- 製造国の公認技術者による、最低残存耐用期間と製造年数を明記した証明書が必要。
- 実際の使用者による輸入のみ許可される。

インド政府は、優れた食品加工技術および機器の導入に向け、輸入関税率を大幅に削減した。食品加工機器のHSコード別関税率は以下のとおり。

表 24 インドの輸入関税

|    | HS<br>コード | 内容                                                         | 基本<br>関税<br>(%) | 相殺関税<br>(CVD*<br>) + 教育<br>目的税*<br>(%) | 関税に<br>かかる<br>教育目<br>的税<br>(%) | 特別<br>追加<br>関税<br>*<br>(%) | 合計<br>関税<br>(%) |
|----|-----------|------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|-----------------|
| 1  | 8418      | 冷蔵庫、冷凍庫、その他の冷蔵・冷凍機器、エアコン（8415）以外のヒートポンプ                    | 7.5-10          | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8-26.8       |
| 2  | 8421      | 遠心乾燥機を含む遠心分離機、液体およびガス用のろ過・浄化機器および装置                        | 7.5             | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8            |
| 3  | 8434      | 搾乳機および酪農機械                                                 | 7.5             | 0                                      | 2+1                            | 4                          | 12.03           |
| 4  | 8435      | ワイン、シードル、果汁飲料などの清涼飲料水の製造に使用される圧搾機、粉碎機などの機器                 | 7.5             | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8            |
| 5  | 8437      | 種子、穀物、乾燥豆類など用の洗浄・分別機器、製粉および穀草類・乾燥豆類などで使用される機器で、酪農関連機器以外のもの | 7.5             | 0                                      | 2+1                            | 4                          | 12.03           |
| 6  | 8438      | 動物性脂肪および植物性脂肪の抽出・製造機器以外の、食品および飲料製造機器                       | 5               | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 20.9            |
| 7  | 841911    | 瞬間湯沸かし器                                                    | 7.5-10          | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8-26.8       |
| 8  | 841950    | 熱交換機                                                       | 7.5             | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8            |
| 9  | 841981    | ホットドリンクの製造、食品の調理および加熱用機器                                   | 10              | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 26.8            |
| 10 | 841989    | 食品の調理および加熱用ガス装置、冷却塔、低温殺菌装置、加圧滅菌装置                          | 7.5-10          | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8-26.8       |
| 11 | 843360    | 卵、果物、その他の農作物向け洗浄・分類機                                       | 7.5             | 0                                      | 2+1                            | 4                          | 12.03           |
| 12 | 84172000  | ビスケット用オーブンを含む製パンオーブン                                       | 7.5             | 10.3                                   | 2+1                            | 4                          | 23.8            |

|    |          |                               |     |      |     |   |      |
|----|----------|-------------------------------|-----|------|-----|---|------|
| 13 | 84232000 | 商品を連続的に計量する計量機およびコンベア         | 7.5 | 10.3 | 2+1 | 4 | 23.8 |
| 14 | 84233000 | 連続計量機および所定重量に計量する計量ホッパーを含む計量機 | 7.5 | 10.3 | 2+1 | 4 | 23.8 |
| 15 | 84391000 | セルロース系繊維のパルプ製造機               | 7.5 | 10.3 | 2+1 | 4 | 23.8 |
| 16 | 84392000 | 紙および板紙製造機                     | 7.5 | 10.3 | 2+1 | 4 | 23.8 |

\*CVD：相殺関税、Ed. Cess：教育目的税、SCVD：特別追加関税

出所：ITC (HS) Classifications of Export & Import Items, 2009-14

**関税額の計算**：合計関税額は、評価額、すなわち CIF 価格＋1%の荷揚費用を元に計算する。追加関税は基本関税に課せられる。乳製品の低温殺菌装置（一般的な食品加工機器）の輸入にかかる合計関税率の代表的な計算例を以下に示す。

**表 25 関税額の計算（代表例）**

|   | 項目                                       | 適用額 (USD)              | 合計額(USD) |
|---|------------------------------------------|------------------------|----------|
| 1 | CIF 価格*                                  | 1000                   | 1000     |
| 2 | 評価額@ 1%                                  | 10                     | 1010     |
| 3 | 評価額に賦課される基本関税@ 7.5% (HS コード 8434)        | 75.75                  | 1085.75  |
| 4 | 3 の合計額に賦課される相殺関税*教育目的税@ 0% (HS コード 8434) | 0                      | 1085.75  |
| 5 | 4 の合計額に賦課される関税にかかる教育目的税 @ 2% + 1%        | 21.72(@2%)             | 1107.47  |
|   |                                          | 11.07<br>(@1%*1107.47) | 1118.54  |
| 6 | 5 の合計額に賦課される SCVD @ 4%                   | 44.74                  | 1163.28  |
| 7 | 荷揚費用（2～6 の合計額）                           | 1163.28                |          |
| 8 | 合計関税額                                    | 163.28                 |          |
| 9 | （CIF 価格の）実効税率 %                          | 16.33%                 |          |

\*乳製品の低温殺菌装置の CIF 価格は 1000 ドルと仮定する。

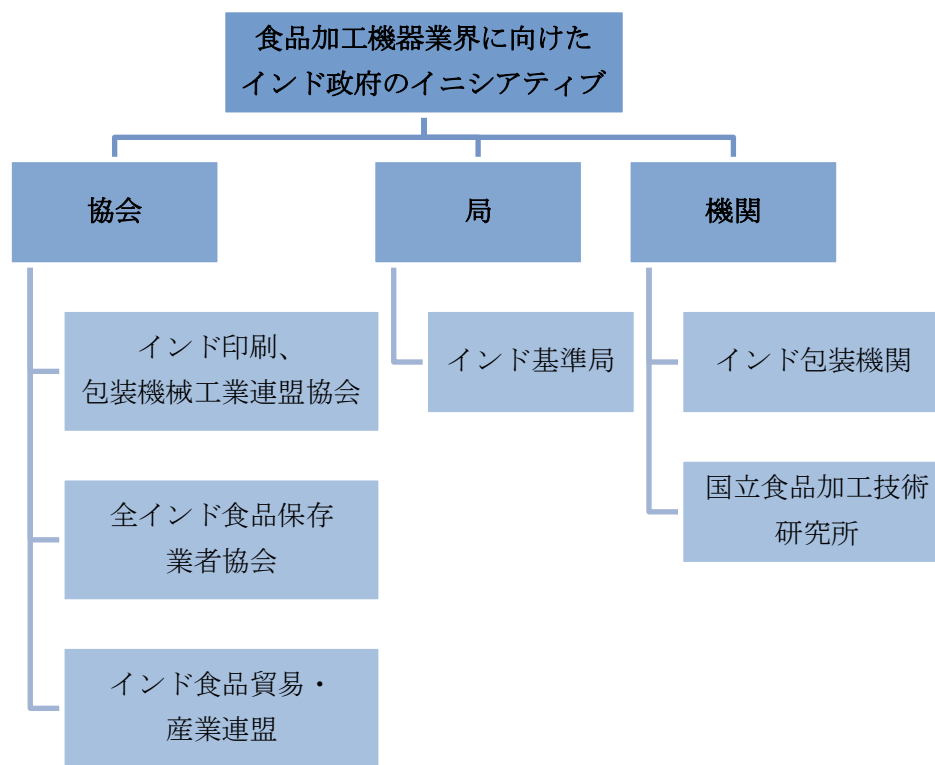
出所：ITC (HS) Classifications of Export & Import Items, 2009-14

### 3.13. 食品加工機械業界関連機関の構造

インドの食品加工業は、インドの成長産業のひとつである。インド政府はその潜在力に着目し、食品加工業を主要重点分野と位置付けた。食品加工業界が成長するにつれ、世界市場で競争力を維持するために、食品加工機械業界にも同様に成長が求められる。そのためインド政府は、食品加工機械業界に特に焦点を当て、専門機関を通じて様々なサービスを提供し、世界水準を満たす最新鋭の食品加工設備を確立するよう、食品加工企業に促している。サービスには、財務支援、マーケティング支援、技術指導、訓練、技術向上などが含まれる。関

連機関によるインセンティブが、食品加工機械業界の振興につながり、食品加工業界に自立した成長をもたらすことが期待される。

図 15 機関枠組み Institutional Framework



出所：Technopak Analysis

また、複数の政府機関が、様々な役割を果たしている。詳細は下記のとおり。

表 26 政府機関の役割

| 機関                   | 政策<br>策定 | R&D | 輸出入<br>支援 | 規制 | 基準設定 | 訓練能<br>力構築 | 市場情<br>報提供 |
|----------------------|----------|-----|-----------|----|------|------------|------------|
| <b>インド政府関連省</b>      |          |     |           |    |      |            |            |
| 農業省                  | √        |     | √         | √  |      | √          | √          |
| 食品加工産業省              | √        |     | √         | √  |      | √          | √          |
| 商工省                  | √        |     | √         | √  |      | √          | √          |
| <b>委員会および独立機関</b>    |          |     |           |    |      |            |            |
| 国立食品加工技術研究所          |          | √   |           |    | √    | √          | √          |
| インド印刷・包装機械工業<br>連盟協会 | √        | √   |           |    |      |            | √          |
| 全インド食品保存業者協会         | √        |     |           |    |      |            | √          |
| インド食品貿易・産業連盟         |          |     |           | √  |      |            | √          |
| インド基準局               | √        |     |           | √  | √    | √          | √          |
| インド包装機関              |          | √   |           |    |      | √          | √          |

出所：Technopak Analysis

## 4. 主要企業紹介<sup>2</sup>

### 4.1. 食品加工会社

表 27 食品加工業界の主要企業概要

| 部門        | 企業名                      | 2010 年収益<br>(百万ドル) | 工場数           | 主要ブランド                                                                                                                             |
|-----------|--------------------------|--------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 一次産品      | Cargill India            | 1100               | 7             | Nature Fresh, Gemini                                                                                                               |
|           | KS Oils                  | 900                | 3             | Kalash, Double Sher, KS Gold                                                                                                       |
| 乳製品       | GCMF (Amul)              | 1700               | 19            | Amul                                                                                                                               |
|           | Nestle India             | 1019               | 7             | Nestle, Milkmaid, Nescafe                                                                                                          |
| 肉・魚・家禽    | Allanasons               | 829                | 5             | Allana                                                                                                                             |
|           | Sugana Poultry           | 711                | 2             | Sugana                                                                                                                             |
| 野菜・果物     | Mother Dairy F & V India | 882                | 2             | Mother Dairy (Dairy Products), Dhara (Edible oil), Safal (F&V)                                                                     |
|           | Unifrutti India          | 10.8               | 6             | Unifrutti                                                                                                                          |
| パック入り食品   | ITC                      | 5900               | 45            | Kitchens of India, Aashirvaad, Sunfeast, Mint-o, Bingo                                                                             |
|           | HUL                      | 680<br>(Only Food) | 80<br>(Total) | Brooke Bond, Annapurna, Red Label, Lipton, Taj Mahal, Bru, Kissan, Knorr, Kwality Wall's                                           |
| 飲料        | Dabur India              | 760                | 19            | Real, Activ, Lemoneez, Dabur                                                                                                       |
|           | Pepsi Foods              | 183                | 13+           | Pepsi, 7 Up, Mirinda, Mountain Dew, Diet Pepsi, Lays, Doritos, Tropicana, Gatorade, Aquafina, Quaker, Tropicana, Slice and Nimbooz |
| ベーカリー・菓子類 | Cadbury                  | 433                | 5             | Dairy Milk, 5 Star, Perk, Éclairs, Gems, Celebrations, Bournvita, Bubbalo, Halls                                                   |
|           | Britannia                | 761                | 4             | Britannia NutriChoice, Tiger, Goods Day                                                                                            |

<sup>2</sup> 各部門から大手メーカーを選び、詳細をまとめた。



#### 4.1.1. インド企業

##### ・ ITC Ltd.

**概要：**1910 年設立の ITC は現在、タバコ、ホテル、IT、包装、板紙・特殊紙、農産品、食品、生活雑貨、教育、文房具、日用品など、様々な分野で事業を展開する。2001 年、「Kitchen of India」ブランドの加工食品事業に乗り出した ITC は、その後も菓子類や穀類、スナック食品を始めとする様々な商品を発売。現在食品部門は、穀類、ビスケット、インスタント食品、菓子類、麺類、スナック食品の 6 部門を主に展開する。

部門ごとの主なブランド：

- 穀類：「Aashirvaad」アタ粉（小麦粉）、塩、スパイス
- ビスケット：「Sunfeast」
- スナック類：「Bingo」ポテトチップス
- 菓子類：「Candyman」、「Mint-o」
- 麺類：「Sunfeast Yippee」
- インスタント食品：「Kitchen of India」（レトルト食品、ジャム・チャツネ、冷凍食品）、「Aashirvaad」（インスタントミックス、調理用ペースト）、「Sunfeast」パスタ

ITC の農産物事業は、国内外向け農産物取引に焦点を当てている。売上高は 5 億 5500 万ドル、うち 3 分の 1 は輸出事業の売上である。取り扱い品目は、飼料成分（大豆ミール、穀類）、米（バスマティ米、普通米）、小麦、豆類、食用ナッツ、水産品、加工果物、コーヒー、スパイスなど。ITC 付加価値商品に重点を置き、大豆、小麦、水産品、コーヒーなどを取り扱う国内 14 州の生産元と提携している。また、農村における商取引の IT 化「e-Choupal」を始めとする様々なプロジェクトを開始している。現在、4 万を超える村で 6500 の「e-Choupal」が設置されており、350 万人以上が利用している。

**部門：**加工（パック）食品および農産品

**売上高：**グループ全体で 59 億ドル（2009～2010）

**生産能力：**インド全土に 45 工場を置く。うち食品は 4 工場。

**工場所在地：**ITC は Haridwar (Uttarakhand)、Bangalore (Karnataka)、Pune (Maharashtra) を始めとする国内各地に多くの食品加工工場を置く。West Bengal 州に新たな総合食品工場を開設する。

**製品：**食品部門の主要製品は、インスタント食品、穀類（小麦粉）、菓子類、スナック食品。その他の部門では、タバコ、日用品、生活用品、教育関連・文房具、マッチ、香、紙製品・梱包材。

**主要ブランド：**「Kitchens of India」、「Aashirvaad」、「Sunfeast」、「Mint-o」、「Candyman」、「Bingo」

・ **グジャラート酪農協同組合連合会 (Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation, GCMMF)**

**概要：**グジャラート酪農協同組合連合会 (Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation, GCMMF) はインド最大の乳製品販売組織で、酪農生産者への利益還元と、高品質で高コストパフォーマンスの商品の提供による消費者への利益提供を目的に、グジャラート州が運営する。インドの協同組合組織としては最大規模で、280 万の組合員と 13 の県酪農協同組合で構成され、その売上は、前年比 20%増の成長を遂げている。約 50 種の商品を展開する GCMMF の乳製品ブランド「Amul」は、2008 年～2009 年に 2000 増、2009 年～2010 年に 700～800 増と販売所数を伸ばし、現在約 5000 店舗となっている。

**部門：**乳および乳製品

**売上高：**グループ全体で 17 億ドル (2009 年～2010 年)

**生産能力：**1307 万リットル／1 日あたり

**工場所在地：**Gujarat 州 Anand を中心に、19 工場を置く。

**製品：**脱脂粉乳、アイスクリーム、澄ましバター (ギー)、粉ミルク、チーズ、バター

**主要ブランド：**「Amul」 (乳および乳製品全て)

・ **Allanasons Ltd.**

**概要：**1973 年設立の Allanasons Ltd.は、加工食品、肉・肉加工品、その他の農産品を取り扱う食品メーカーで、骨なしハラルバッファロー肉およびその加工品、冷凍果物および野菜の輸出最大手である。その他、コーヒーやシリアル、冷凍水産物の輸出も行っている。輸出先は東南アジア、中東、CIA、アフリカ、太平洋諸国など、世界 64 カ国にのぼる。

同社の 1 日あたりの食品冷凍能力は 1500 トンで、副製品の利用・加工施設を備える。冷蔵設備の収容能力は 4 万トンで、インド各地の主要生産拠点に複合施設を置く。水産品については、主要漁獲拠点近郊に、5 カ所の加工・冷凍工場を置く。

**部門：**肉および魚

**売上高：**グループ全体で 8 億 2900 万ドル (2009 年～2010 年)

**生産能力：**冷凍食品 33 万 3000 トン。1 日当たりの冷凍水産品処理能力は、冷凍設備が 400 トン、冷蔵設備が 2 万 5000 メガトン。

**工場所在地：**Mumbai に 2 カ所、Veraval、Dwarka、Kolkata にそれぞれ 1 カ所。

**製品：**生・冷凍バッファロー肉、ヤギ肉、魚、加工冷凍野菜・果物、コーヒー、シリアル、豆類、スパイス

**主要ブランド：**「Allana」

## • *Suguna Poultry*

**概要：**Suguna は 1986 年、200 羽の産卵鶏の飼育から事業をスタートし、今や世界トップテンに入る養鶏会社に成長。国内 11 州で事業を展開する。同社はブロイラーの生産、産卵鶏の飼育、ふ化、飼料生産、加工、ワクチン摂取から国内マーケティング、輸出に至るまで、様々な家禽食品の生産および関連サービスの提供を行っている。養鶏農家でふ化したヒナは、給餌と健康管理が行われ、6 週間に成長した段階で、Suguna に合意価格で売られる。Suguna は全国 8000 村の 1 万 5000 の養鶏農家と協力関係を結ぶほか、トレーダー、サプライヤー、フランチャイズを含む 2 万 5000 以上のトレードパートナーを持つ。Suguna の取り扱い品目はブロイラー、付加価値卵、加工冷凍チキン、パック入りチキンなどで、独自の小売チェーンを通じて販売している。同社は全国 2 万 5000 店舗のネットワークを生かし、「Suguna Daily Fresh」ブランドの冷凍・チルド鶏肉および鶏肉加工製品を販売している。

**部門：**冷蔵・チルド・加工鶏肉および付加価値卵

**売上高：**7 億 1000 万ドル（2009 年～2010 年）

**生産能力：**36 のふ化場における年間生産能力は 3 億 9500 万羽および家禽加工肉 1 万トン。50 の飼料工場における家禽用飼料の年間生産能力は 156 トン。

**工場所在地：**ふ化場を Tamil Nadu 州 Udumalpet に、オートメーション化された飼料工場を Bangalore のに置く。

**製品：**冷凍鶏肉、チルド鶏肉、家庭用食品、鶏卵など。

**主要ブランド：**統一ブランド「Suguna」。「Suguna Anytime」（冷凍鶏肉）、「Suguna Home Bites」（調理用鶏肉製品）、「Suguna Heart」「Suguna Heart Active」「Suguna Heart Pro and Shakti」（付加価値卵）、「Suguna Daily Fresh」（小売チェーン向け商品）

## • *Mother Dairy Fruits & Vegetables India Ltd.*

**概要：**インド酪農開発庁（NDDB）の 100%出資で 1974 年に設立された Mother Dairy は、乳製品および生鮮・冷凍野菜・果物製品をインド全土で製造販売する国営企業である。同社は Delhi、Mumbai、Saurashtra、Hyderabad で 1 日 280 万リットルの牛乳を販売する。「Mother Dairy Milk」の Delhi におけるシェアは 66%、約 1 万 4000 の小売店と 845 の直営店を通じ、1 日 230 万リットルの牛乳を販売している。

Mother Dairy は、自動販売機や小売店、移動店舗などを活用した独自の流通網を用い、大きな競争力を発揮している。1995 年、Mother Dairy はアイスクリーム事業に乗り出し、Delhi および NCR におけるシェアは、現在 62%に至っている。また、「SAFAL」のブランド名で、生鮮・冷凍野菜および果物を販売しており、全国に青果直営 400 店舗以上、小売では 2 万店舗を展開する。Mother Dairy はこの他、「Dhara」のブランド名で食用油を販売する。食用油には、精製油（大豆、ヒマワリ、米ぬか、野菜を原料とする）、からし油（kachi ghani）、落花生油が含まれる。また、エクストラバージン・オリーブオイルのブランド「Daroliva」を展開する。

**部門：**乳製品、野菜・果物類、食用油

**売上高：**約 8 億 8200 万ドル（2009 年～2010 年）

**生産能力：**1 日あたりの牛乳取扱量は 280 万リットル。青果の年間取扱量は 20 万メガトンで、Delhi および周辺の近代型流通施設で取り扱っている。Mumbai と Bangalore に加工工場を置き、1 日当たりの取扱量は 370 メガトン。

**工場所在地：**牛乳加工工場のほとんどは、Delhi および周辺に所在する。また、Delhi、Mumbai、Bangalore に青果加工工場がある。Delhi の IQF 設備の 1 日の処理能力は 75 メガトン。

**製品：**バター、ヨーグルト、アイスクリーム、澄ましバター、チーズ、UHT 乳、バターミルク、フレーバーミルクを始めとする乳製品各種、および食用油、生鮮・冷凍野菜および果物、果物ジュース。

**主要ブランド：**「Mother Dairy」（乳製品）、「Dhara」（食用油）、「Safal」（野菜・果物）

## ・ **Dabur India Ltd.**

**概要：**Dabur はインドの有名消費財ブランドで、パーソナルケア、ヘルスケア、ホームケア、食品など幅広いジャンルにわたり、350 商品を展開する。Dabur は、Dabur International、Fem Care Pharma、newu の子会社 3 社と、Dabur Nepal Pvt. Ltd.（ネパール）、Dabur Egypt Ltd.（エジプト）、Asian Consumer Care（バングラデッシュ）、Asian Consumer Care（パキスタン）、African Consumer Care（ナイジェリア）、Naturelle LLC（ラサルハイマ、アラブ首長国連邦）、Weikfield International（アラブ首長国連邦）、Jaqueline Inc.（米国）の孫会社 8 社を保有する。

Dabur は、世界各国に最新鋭の製造工場を置き、その数は 19 工場。うち 12 工場はインド国内に所在する。海外の生産拠点は、Dubai、Sharjah、Ras-alKhaimah、Egypt、Nigeria、Nepal、Bangladesh。販売エリアは 60 カ国を超え、国内では卸業者 5000 以上、小売業者 280 万のネットワークを持つ。インド以外の重点市場はエジプト、ナイジェリア、バングラデッシュ、ネパール、米国。

**部門：**飲料および健康食品

**売上高：**2009 年～2010 年の売上高は前年の 6 億 3000 万ドルを上回る 7 億 6000 万ドル。消費財部門の売上のうち、14.2%を食品事業が占める。

**生産能力：**年間生産量は、飲料が 2 万 5700 キロリットル、野菜ペーストが 4080 メガトン。

**工場所在地：**世界に 19 の製造工場を置く。うち 12 工場はインド国内。食品製造工場は、Newai、Rajasthan、Siliguri、West Bengal に所在。

**製品：**パック入り食品、果汁飲料などの飲料製品、クッキングペースト、ソース、その他の食品。

**主要ブランド：**「Real」「Activ」「Lemoneez」（果汁飲料および飲料）、「Homemade」（調理用ペースト）、「Hajmola」（消化促進剤）、「Dabur」（Amla、Chyawanprash、ハチミツなどのアユールヴェーダ系ヘルスケア製品）

## • *Parle Agro*

**概要：**1950 年代に「Parle」ブランド名で飲料、飲料水、菓子、ビスケットの製造を開始した Parle Group は、その後、別所有・別経営の 3 社（Parle Agro、Parle Bisleri、Parle Products）に分かれた。分割後もそれぞれの社名に付いている「Parle」を、商標として使用する。

Parle Agro は 1984 年に設立され、翌年初の商品となる「Frooti」を発売した。現在 Parle Agro は、以下の 3 分野で製造・流通・販売・輸出を行う。

- 飲料：果汁飲料、ネクター、100%ジュース、炭酸飲料
- 飲料水：ボトル入り飲料水
- 食品：菓子類およびスナック

収益全体の 20%は、食品部門が占め、残りは「Frooti」や「Saint」などの飲料が占める。Parle Agro は過去 2～3 年で商品ラインアップを拡大。「Saint Juice」、「LMN」、「Grappo Fizz」を始めとする飲料や、「Hippo」などのスナック製品を発売する。

**部門：**飲料およびスナック類

**売上高：**1 億 2900 万ドル（2009 年～2010 年）

**生産能力：**NA

**工場所在地：**Parle Agro は多くの加工施設・工場を国内に置く。フランチャイズ工場は、菓子工場が Gujarat 州、スナック工場が Delhi、Rudrapur（Uttarakhand 州）、Ahmadabad、Hyderabad、飲料工場が Bhopal、Pune、Mysore、Chennai、Bhubaneswar、Ghaziabad に所在。

**製品：**飲料、菓子類、スナック類、水、ペット事業

**主要ブランド：**「Hippo」（スナック類）、「Butter Cup」（菓子）、「Appy」、「LMH」、「Frooti」、「Saint Juice」、「Grappo Fizz」（飲料）、「Bailey」（飲料水）

## • *Britannia Industries*

**概要：**1892 年、Kolkata でビスケットメーカーとして事業を開始した Britannia Biscuit Company は、1978 年に Britannia Industries に社名変更し、現在ではベーカリー部門で約 33% のシェアを誇り、成長率は前年比 16%増と躍進を続ける。製品ラインはビスケット、パン、ケーキ、ラスクなどで、収益のうち 80%はビスケットおよび高タンパク質食品部門が占め、残りをパン、スーजीトースト（セモリナ粉パン）、ケーキ部門が占める。同社は新商品の開発および既存商品の改良により、顧客ベースを常に拡大している。主なブランドは、「Tiger」、「Britannia 50:50」、「Good Day」、「Britannia Treat」、「Marie」。Britannia は、健康志向の新商品の開発や、ビタミンやミネラルを強化した商品の販売に乗り出した。

Britannia は、Britannia Dairy Private Ltd.を子会社とする。2007 年、Britannia Industries は Khimji Ramdas Group との業務提携により、ドバイに本社を置く Strategic Foods International

Co.の株式の 70%、およびオマーンに本社を置く Al Sallan Food Industries Co.の株式の 65.4%を買収し、世界におけるプレゼンスを高めた。

部門：ベーカリー

売上高：7 億 6100 万ドル（2009 年～2010 年）

生産能力：ビスケットおよび高タンパク質食品の年間生産量 54 万 7851 トン。

工場所在地：Kolkata（West Bengal 州）に 4 工場の他、Mumbai（Maharashtra 州）、Pantnagar（Uttarakhand 州）、Delhi。

製品：ビスケット、クッキー、ウエハース、ケーキ、その他のベーカリー製品

主要ブランド：「Britannia NutriChoice」、「Tiger」、「Good Day」、「Treat」、「Marie Gold」

## • ***KS Oils***

**概要：**1985 年に設立された KS Oils は、食用油（植物油）、油脂、石鹸、その他関連製品のメーカーで、インド・シンガポール・インドネシア・マレーシアの南アジア 4 カ国で事業を展開している。国際事業を展開するのは、完全子会社でシンガポールに本社を置く K S Natural Resources Pte.。インドにおける K S Oils の市場シェアは、からし油部門で 11%、ブランド付からし油では 25%となっている。

K S Oils は、インド国内のからしおよび大豆収穫地を中心に、6 生産拠点を戦略的に配置。統合的な機能を持つ Kota、Guna、Ratlam の 3 つの新工場には、世界最先端の技術が導入されている。年間生産量は、からし油が 14 万 8730 メガトン、原油が 27 万 9691 メガトン、油糟が 49 万 6842 メガトン。

部門：一次産品

売上高：9 億ドル（2009 年～2010 年）

生産能力：6 工場の 1 日あたりの処理能力は、圧搾が 4400 メガトン、溶媒抽出が 4200 メガトン、精製が 1600 メガトン

工場所在地：全工場が Madhya Pradesh 州および Rajasthan 州に所在。主管工場は Madhya Pradesh 州 Morena。

製品：食用油（からし油、大豆油、ヤシ油）

主要ブランド：Kalash, Double Sher, K S Gold.

## • ***REI Agro***

**概要：**REI Agro は、世界最大手のバスマティ米加工・販売会社で、推定市場シェアは 15%。REI Agro では、稲の調達から乾燥、粳摺り、精米、選別、検査、包装、ブランド化、流通、販売に至る全てを総合的に行う。主な輸出先はサウジアラビア、ドバイ、米国、英国など。

部門：一次産品

**売上高：**2008年～2009年の5億4400万ドルから、2009年～2010年は8億2000万ドルに成長。

**生産能力：**年間加工能力は69万2040トン（パーボイルド米41万1720トンを含む）。加工拠点を、北インドのバスマティ米収穫地近郊に、戦略的に配置。

**工場所在地：**Haryana州Bawalに2工場（年間生産能力はそれぞれ32万4120トン、2102億4000万トン）およびPunjab州にリース工場（同15万7680トン）を置く。

**製品：**バスマティ米

**主要ブランド：**「Kasauti」、「Real Magic」、「Mr.Miller」、「Hungama」、「Ikon」、「Hansraj」、「Rain Drop」。プレミアムブランド「Kasauti」が売上の24%を、中間ブランド「Mr.Miller」および「Hungama」が56%を占める。

## • ***Temptation Foods Ltd.***

**概要：**Temptation Foods Ltd（TFL）は1991年に設立された食品加工メーカーで、IQF野菜および果物を製造する。TFLは、「Everfresh」および「Karen Anand」などのブランドを買収すると共に、水産食品事業にも進出。さらにレトルト食品や食用油部門への進出を目指す。同社は国内に6工場を保有し、年間7万トンの野菜および果物の、加工・包装・個別冷凍を行う。同社が取り扱うIQF野菜および果物は約50品目。国内販売および米国、英国、ヨーロッパ、中東への輸出を行う。水産食品部門では、Cochin、Vizag、Chennaiにリース工場を保有する。

**部門：**野菜・果物、グルメ食品（ジャム、ソース、マヨネーズ、ドレッシング）

**売上高：**2008年～2009年の1億9300万ドルから、2009年～2010年は2億8400万ドルに成長。

**生産能力：**野菜および果物の年間加工・包装・個別冷凍能力は、7万トン以上。工場内の冷蔵倉庫は、国内最大レベルの規模を誇り、収容能力は5400メガトンを超える。

**工場所在地：**北インドではSonepat、Karnal、Rudrapur、Kashipur、西インドではJejuri（Maharashtra州）の計6工場。

**製品：**冷凍野菜・果物

**主要ブランド：**「Everfresh」、「Delika」（冷凍野菜・果物）、「Karen Anand」（グルメ食品）

## • ***Venkateshwara Hatcheries (VH) Group***

**概要：**1976年創設のVH Groupは、アジア最大の養鶏会社で、家禽類やSPF卵、動物用医薬品、家禽用ワクチンなど、様々な製品を手掛ける。Venkateshwara Hatcheriesの事業拠点はMaharashtra州、Madhya Pradesh州および南部の州。VH groupは、SPF卵部門、卵粉部門、「Venky's India」（産卵鶏およびブロイラー部門）、飼料部門、家畜部門、ペットフード部門、家畜製品部門を始めとする、多事業部門から成る。「Venky's India」では、産卵鶏およ

びブロイラーの生産を行っており、生産拠点は国内 30 カ所に及ぶ。主な取扱商品は、動物用医薬品、ペレット飼料、加工鶏製品、溶媒抽出油、SPF 卵など。

同グループは、中東、極東、南米（ブラジル）、アフリカ、カリブ諸国、ベトナム、バングラデッシュを始めとする世界各国に進出し、家禽飼料工場を設立している。

**部門：**卵および家禽類

**売上高：**2008 年～2009 年の 1200 万ドルから、2009 年～2010 年は 1 億 5600 万ドルに成長。

**生産能力：**SPF 卵部門の年間生産量は 30 万個。Pune のふ化場は、3 万羽のブロイラー繁殖が可能。

**工場所在地：**Pune に 100%輸出向けのふ化場およびペレット養鶏飼料工場を置く。その他、Hyderabad に卵粉工場、Coimbatore 郊外に風力発電農場を置く。

**製品：**SPF 卵、加工食品、動物用医薬品、家禽用ワクチン

**主要ブランド：**「Venky's」

## • ***Hind Industries Ltd.***

**概要：**Hind Industries は生鮮・冷凍・冷蔵肉および肉製品メーカーで、北インド最大手の肉および肉製品輸出業者である Hind Agro Industries (HAIL) を子会社とする。同社は、最高品質の生鮮・冷凍ハラルミート、パッファロー肉、羊肉、ヤギ肉、肉製品の加工が可能な、最新鋭の食肉処理・加工施設を保有する。国際獣疫事務局 (O.I.E. Paris) が定める食肉処理ガイドラインに従い、農場から最終製品に至るまでのトレーサビリティシステムを徹底している。

**部門：**食肉産業

**売上高：**2008 年～2009 年の 1 億 6600 万ドルから、2009 年～2010 年は 1 億 8000 万ドルに成長。

**生産能力：**2004 年～2005 年の生産量は、前年の 1 万 242 メガトンを上回る 1 万 2317 メガトンを達成。

**工場所在地：**Uttar Pradesh 州 Sahibabad、Aligarh

**製品：**生鮮・冷凍パッファロー肉、羊肉、ヤギ肉

**主要ブランド：**「Hind Agro」



#### 4.1.2. 多国籍企業

##### • *Cargill India*

**概要：**1987年に設立された Cargill India（親会社は米国の穀物メジャーCargill）は、インド進出から約 10 年後、砂糖および食用油の取引事業に乗り出した。同社はインドで多くの事業を手掛け、精製油、穀物、油糧種子、綿、動物飼料など、様々な製品の加工および取引に及ぶ。また Cargill は香香料開発を進め、価値投資事業を展開する。

2005 年に事業を開始した Cargill Foods India の従業員数は、750 名を超える。Cargill India は、インド全土の卸売業、産業、一般消費者に向け、様々な植物油および油脂の輸入・精製・販売を行う。同社はインドネシアから輸入したヤシ原油および大豆油、アルゼンチンから輸入したヒマワリ油を、Paradeep（Orisa 州）、Kandla（Gujarat 州）、Kurkumbh（Maharashtra 州）の 3 つの植物油精製所で加工している。同社が取り扱う油製品の 65%は輸入されたもので、35%は国産である。収益のうち、食用油部門が占める割合は 60%に及ぶ。Cargill は、Parakh Foods および同社の「Gemini」ブランドを買収し、新たに Cargill Refined Oils India を立ち上げた。

**部門：**一次産品

**売上高：**約 11 億ドル（2009 年～2010 年）

**生産能力：**インドにおける油の生産能力は 50 万トン

**工場所在地：**Gujarat 州、Orissa 州、Maharashtra 州に食用油精製所 4 ヶ所、Kakinada に製糖所（EID Parry との提携）、Andhra Pradesh 州 Rajahmundry にエビ飼料工場、Punjab 州 Rajpura に酪農飼料工場を置く。

**製品：**食用油（からし油、大豆油、ヤシ油）、綿、穀類、動物栄養、石炭、鉄鋼材

**主要ブランド：**「NatureFresh Acti-Lite」「Gemini」（大豆油、ヒマワリ油、落花生油）および「NatureFresh Purita」「Gemini-Shubh」（より安価なヤシ油、パームオレイン、バナスパティ油、katchi ghani からし油）

##### • *Nestle India*

**概要：**Nestle India は、Nestle S.A.（スイス）のインドの子会社である。Nestle S.A.の売上のうち、16%はアジアにおける売上となっている。Nestle の製品は、乳製品・栄養食品、加工食品・調理補助食品、飲料、チョコレート・菓子類の 4 部門に主に分類され、そのブランド数は「Milkmaid」、「Nescafe」、「Maggie」、「everyday」、「Polo」、「Kit-Kat」などのメジャーブランドを始め、6000 にのぼる。Nestle は Punjab 州の牛乳の最大のバイヤーで、1 日当たり 90 万リットルの牛乳の買い取りを行う。

Nestlé India の本社は Haryana 州 Gurgaon で、インド全土に 7 製造工場および 4 支店を置く。

**部門：**乳製品、飲料、チョコレート

**売上高：**10 億 1900 万ドル（2009 年度 1 月～9 月累計）

**生産能力：**1 万 7725 メガトン（乳製品および栄養食品）、322 メガトン（飲料）、455 メガトン（加工食品・調理補助食品）、155 メガトン（チョコレートおよび菓子類）

**工場所在地：**1961 年に Moga 工場（Punjab 州）を建設。その後、Choladi（Tamil Nadu 州）、Nanjangud（Karnataka 州）、Samalkha（Haryana 州）、Ponda（Goa）、Bicholim（Goa）、Pantnagar（Uttarakhand 州）にそれぞれ工場を置き、現在はインド国内で合計 7 工場となる。

**製品：**UHT 牛乳、ヨーグルト、レトルト食品、パック入り食品、チョコレート

**主要ブランド：**「Milkmaid」、「Nescafe」、「Maggi」、「Everyday」、「Polo」、「Kit-Kat」、「Milkybar」、「Milo」、「Bar-one」、「Nestea」がメジャーブランド。近年、「Nestle Milk」、「Nestles Slim Milk」、「Nestle Fresh 'n' Natural Curd」を始めとする乳製品の新商品をラインアップ。

### ・ ***Yakult-Danone India Pvt. Ltd.***

**概要：**Yakult Danone India (P) Ltd は、2005 年に設立された株式会社ヤクルト本社（日本）と Groupe Danone（フランス）の 50:50 の合弁会社で、インド市場に向けたプロバイオティクス製品の製造販売を行う。乳酸菌飲料（ヤクルト）は 2007 年いインド市場に登場し、現在は Delhi、NCR、Chandigarh、Jaipur、Mumbai、Pune、Bangalore で販売されている。同社の最先端の製造工場は、あらゆる衛生基準を満たした HACCP 対応工場、100%ハンズフリーでのボトル詰め加工が可能である。

**部門：**乳製品

**売上高：**約 1200 万ドル（2009 年～2010 年）

**生産能力：**3 万本（2011 年までに 100 万本（65 ミリリットル）／日に拡大予定）

**工場所在地：**Sonepat, Okhla Industrial Estate（New Delhi）

**製品：**乳酸菌飲料

**主要ブランド：**Yakult

### ・ ***Hindustan Unilever (HUL)***

**概要：**HUL は、世界最大級の消費財メーカーで、世界 100 カ国以上に進出し、年間売上高 530 億ドル（2009 年）を誇る Unilever が、株式の 52%を所有する子会社である。1991 年のインドの経済自由化をきっかけに、同社は生産力への制限なく、あらゆる商品や潜在部門を模索することができた。また、規制撤廃により提携や買収、合併も可能となった。HUL は 1993 年の Tata Oil Mills Company（TOMCO）、1996 年の Lakme Ltd.、1994 年の Kimberly

Clark（米国企業）を含む、多くの買収・合併を繰り返した。1994 年、同社は「Kwality Wall's」ブランドでアイスクリーム事業に進出し、1995 年には、「Kissan Annapurna」で塩の販売にも乗り出した。さらに 1990 年には、Brooke Bond Lipton India と Modern Foods (India) Ltd.を買収し、飲料およびパン事業にそれぞれ進出した。

同社の取扱商品は、飲料（紅茶・コーヒー）、加工・レトルト食品（スープ・ケチャップ）、麺類、小麦粉、塩、アイスクリーム、ベーカリー製品など、近年では成長著しいインスタントヌードル部門に進出し、子どもをターゲットとした「Soupy Noodles」を発売した。HUL は、80 工場、2000 サプライヤー、7000 小売店という供給網を持つ。「Knorr」スープやアイスクリームについては、インドには製造拠点はなく、全てを輸入している。

**部門：**パック入り食品および飲料

**売上高：**約 39 億ドル（2009 年～2010 年）。うち食品・飲料部門の売上は 6 億 8000 万ドルで、全体の 17%を占める。

**生産能力：**年間生産能力は以下のとおり。

- 加工食品の 1 シフトあたりの年間生産量：1667 トン
- 缶詰・加工野菜および果物：1 万 4983 トン、冷凍魚介類：1 万 6500 トン
- パック入り紅茶およびコーヒー：18 万 28210 トン、インスタント紅茶およびコーヒー：4553 トン
- アイスクリームおよび冷凍デザート：20 トン

**工場所在地：**インド国内に 80 工場

**製品：**食品－パック入り食品、レトルト食品、アイスクリーム、スープ  
飲料－紅茶、コーヒー

その他非食品－石鹸、洗剤、パーソナルケア用品

**主要ブランド：**「Brooke Bond」（紅茶）、「Annapurna」（塩）、「Red Label」（紅茶）、「Lipton」（紅茶）、「Taj Mahal」（紅茶）、「Bru」（コーヒー）、「Kissan」（ジャム、スカッシュ、ケチャップ）、「Knorr」（スープ）、「Kwality Wall's」（アイスクリーム）、「Modern」（ベーカリー製品）

## ・ **Unifrutti India Pvt. Ltd.**

**概要：**Unifrutti は果物の生産販売のリーディングカンパニーで、世界レベルの供給網を誇るとともに、その製品品質の高さで知られる。インドへの進出は 2007 年で、現在では輸出業にも事業を拡大している。輸出される高品質の果物の中には、Unifrutti India 製のものが多い。

**部門：**野菜および果物

**売上高：**約 1080 億ドル（2008 年～2009 年。最新）

**生産能力：**Aklug、Jalgaon、Indapur、Theni、Nasik、Sangli に 6 梱包工場を置く。Aklug では、青果の輸出も行っており、1 日の処理能力はコンテナ 1 基分。その他、Kashmir に収容能力 6500 トンの CA 貯蔵庫を置く。

工場所在地：Aklug、Jalgaon、Indapur、Theni、Nasik、Sangli  
 製品：バナナ、リンゴ、ブドウ、ザクロ、キノーなどの果物  
 主要ブランド：「Unifrutti」

### • ***Pepsi Foods Pvt. Ltd.***

**概要：**PepsiCo は、世界最大のスナック菓子、食品、飲料メーカーで、収益は 430 億ドル、従業員数は全世界に 28 万 5000 人。PepsiCo は 1989 年にインドに進出し、炭酸飲料や飲料水、フルーツジュースを始めとする飲料、スナック類など、幅広い製品を展開する。PepsiCo の食品会社でスナック菓子市場の最大手、Frito-Lay は「Lay's Potato Chips」や成形チップス、伝統的なスナック菓子「Kurkure」、クラッカーなどを製造しており、同社の製品は全てトランス脂肪酸ゼロ。また、高繊維朝食シリアル、「Quaker Oats」、低脂肪、ローストスナックなど、よりヘルシーなオプションを消費者に提供している。

PepsiCo はインド国内に 36 のボトリング工場を置く。うち 13 は自社工場で、23 はフランチャイズ工場となっている。また、Frito Lay Foods は、最新鋭の設備を備えた 3 工場を保有する。PepsiCo India の従業員数は、サプライヤーおよび流通業者を含め、15 万人。

**部門：**飲料およびパック入り食品

**売上高：**1 億 8300 万ドル（2009 年～2010 年）

**生産能力：**スナック類の年間生産能力 2 万～2 万 5000 トン

**工場所在地：**Punjab 州、Haryana 州、Rajasthan 州、Himachal Pradesh 州を始めとする全国に自社工場 13 工場。FritoLay は Channo（Punjab 州）、Ranjangaon（Pune）、Sankrail（West Bengal 州）の 3 工場。

**製品：**飲料およびスナック類

**主要ブランド：**「Pepsi」、「7 Up」、「Mirinda」、「Mountain Dew」、「Diet Pepsi」、「Lay's」、「Doritos」、「Tropicana」、「Gatorade」、「Aquafina」、「Quaker」、「Tropicana」、「Slice」、「Nimbooz」。スナック類では「Lay's Potato Chips」、「Cheetos」、「Uncle Chips」、「Kurkure」、「Lehar」、「Aliva」

### • ***Nissin Foods India Ltd.***

**概要：**Nissin Foods India Ltd. はインスタントヌードルの製造会社である。この日本の食品メーカーは、インドにおけるカップヌードル（インスタントヌードル）に大きな革命をもたらした。同社は独自の手法でインスタントヌードルに味付やスパイス添加を行い、その一貫性のある味と品質の高さに定評がある。

**部門：**パック入り食品

**売上高：**1200 万ドル（2009 年 2 月～2009 年 12 月。最新）

生産能力：NA

工場所在地：Haryana 州および Bangalore 郊外に 2 工場

製品：ヌードルおよびスムードル

主要ブランド：「Top Ramen」、「Cup Noodles」

### • *Cadbury India Pvt. Ltd.*

**概要：**Cadbury India は Kraft Foods Inc. の完全子会社で、スナック類、菓子類、軽食などを製造する。Kraft は世界第 2 位の食品会社で、160 ヶ国以上で事業を展開する。Cadbury India は 1948 年、Maharashtra 州 Mumbai に本社を置き、チョコレートの輸入を開始した。現在は、チョコレート菓子、乳飲料、キャンディ、ガムの 4 部門を展開する。

Cadbury のインドにおけるシェアは 70% で、Cadbury ブランドでは、世界で最も高い市場シェアを誇る。Cadbury は約 11 ブランドを展開し、中でも「Cadbury Dairy milk」の収益は 10 億ドルを超える。Cadbury は世界 60 カ国以上で事業展開をし、サプライヤー数は直接・間接含め 3 万 5000 に及ぶ。

部門：ベーカリーおよび菓子類

売上高：4 億 3300 万ドル（2009 年）

生産能力：NA

工場所在地：Thane（Maharashtra 州）、Induri（Pune）、Malanpur（Madhya Pradesh 州）、Bangalore（Karnataka 州）、Baddi（Himachal Pradesh 州）に合計 5 製造工場

製品：チョコレート菓子、乳飲料、飲料、キャンディ、ガム

主要ブランド：主力のチョコレートブランドは「Cadbury Dairy Milk」、「5 Star」、「Perk」、「Éclairs」、「Gems and Celebrations」。その他、「Bournvita」、「Bytes」、「Bubbaloo」、「Halls」

## 4.2. 食品加工機械会社

表 28 食品加工機械業界の主要企業概要

| 部門        | 企業名                    | 2010 年<br>収益<br>(百万<br>ドル) | 主な取扱い機器                                                    |
|-----------|------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------|
| 一次産品      | Buhler India           | 35                         | 精米設備：米、小麦、油、選別機、粳摺機、分散機                                    |
|           | Indopol                | 5.1                        | 穀物加工機械、食品押出機、マテリアルハンドリング、自動精米システム、レーザー加工装置、加工機械            |
| 乳製品       | IDMC                   | 79                         | バルククーラー、プレート式熱交換器、タンク、冷却装置、低温殺菌装置、アイスクリーム冷凍機               |
|           | Alfa Laval             | 197                        | 低温殺菌装置、分離装置、乾燥機、蒸発器、液体ハンドリングシステム                           |
|           | Tetrapak India         | 153                        | 低温殺菌装置、ホモジナイザー、無菌包装機、トンネル式硬化機、冷凍装置、殺菌装置、冷却装置、サイロ・タンク、輸送ポンプ |
| 肉・魚・家禽    | Dr. Froeb India        | 2-3                        | 家禽解体処理ライン、カッター、鋸、ミンサー、ダイサー、スライサー、燻製室                       |
|           | APTEC                  | 0.05                       | 家禽加工設備、殺菌装置、タンカー、冷却装置                                      |
| 野菜・果物     | Pennwalt India         | 6.5                        | 分別ライン、洗浄機、果汁抽出装置、蒸発器、低温殺菌装置、IQF、ボイル機、カッター                  |
|           | Jwala Engg.            | 7                          | 抽出装置、蒸発器、低温殺菌装置、豆用鞘剥機、ボイル機                                 |
| パック入り食品   | CFS-Vishwa Enterprises | NA                         | 下処理機、マリネ機械、ミキサー、成形機、コーティング機、フライ機                           |
|           | JBT FoodTech           | 2                          | IQF、冷却装置、冷凍装置、衣付け機、多用途クッカー                                 |
| ベーカリー・菓子類 | Prima Engg.            | NA                         | ロータリーモルダー、スパイラルミキサー、ロータリーラックオープン、電動デッキオーバー、コンベア            |
|           | Win-tech Taparia       | NA                         | 製パン機、ジャガイモ加工ライン、スナック押出機、フレーク機、IQF、冷蔵装置、包装機                 |

#### 4.2.1. インド企業

##### • *Indian Dairy Machinery Company, IDMC*

**概要：**IDMC Limited は 1992 年に設立された、インド酪農開発庁（NDDB）の完全子会社で、乳製品・食品・医薬品・酒造・飲料・冷蔵・化学業界向けの設備機器製造およびプロジェクトエンジニアリングを行う業界大手である。

**部門：**酪農機械

**売上高：**7900 万ドル（2009 年～2010 年）

**成長率：**前年比 15%増

**工場所在地：**Delhi

**製品：**バルククーラー、プレート式熱交換器、チーズタンク、冷却装置、低温殺菌装置、アイスクリーム冷凍機など

**合弁・提携関係：**IDMC は、インドの GEA（圧縮機）、イタリアの FBT（ホモジナイザー）、Catta（アイスクリーム製造機器）および Frautech（遠心分離機）を始めとする様々な企業と、戦略的提携関係を締結している。

##### • *Pennwalt Ltd.*

**概要：**1959 年に設立された Pennwalt は、デキャンタセントリフュージの製造をインドで開始し、1991 年に食品機械業界に進出した。現在は、野菜・果物加工機器の大手メーカーとして、分別機、計量器、加工機器、包装機械など、各種果物の加工や果肉の製造、果汁濃縮を始めとする一連の行程で使用される様々な装置を提供する。

**部門：**野菜・果物加工機械

**売上高：**650 万ドル（2009 年～2010 年）

**成長率：**前年比 10%増

**工場所在地：**Navi Mumbai (Maharashtra 州)

**製品：**果物加工設備、分別ライン、洗浄機、果汁抽出装置、蒸発器、低温殺菌装置、殺菌装置、IQF、ボイル機、カッター

**合弁・提携関係：**イタリアの Bertuzzi（野菜・果物加工）、Sammo（包装機、分別機、洗浄機）、Babfok（IQF 装置、冷凍機）と提携。

- ***Prima Engineering Industries***

**概要：**1984年に設立された Prima Engineering Industries は、ビスケット製造機および製パン機の製造販売を専門とする。同社は機械工や整備工、技術工など多くの業界専門家を有し、必要な工作機械を用いた、幅広い分野での製造を行う。

**部門：**ベーカリー製品加工機器

**売上高：**NA

**成長率：**前年比 20%増

**工場所在地：**Pune (Maharashtra 州)

**製品：**ロータリーモルダー、スパイラルミキサー、ロータリーラックオープン、電動デッキオーバー、冷却コンベア、磁気式スタッカー、包装ライン

**合弁・提携関係：**NA

- ***Indopol Food Processing Machinery Pvt. Ltd.***

**概要：**Indopol は 1982 年より、インドでの穀物加工機械の製造を開始した。同社の主要製品には、穀物加工機械、食品押出機、マテリアルハンドリング、ダストコントロールシステム、自動精米システム、プロジェクトエンジニアリングサービス、レーザー加工装置など。Indopol はインド国内外向けに、400 機の製粉機を設計・設置・作動させており、インドの精米業者や輸出業者に向け、技術コンサルティングも行う。

Indopol は北インドに 3 製造工場を置き、インドの製粉業界向けに経済的な機器の製造を行うほか、食品加工事業立ち上げの際のターンキープロジェクトを、インドおよびカナダ、マラウイ、エチオピアを始めとする国外に向け提供している。

**部門：**一次産品加工機械

**売上高：**510 万ドル (2009 年～2010 年)

**成長率：**前年比 10%増

**工場所在地：**北インド、Haryana 州 Faridabad に 3 製造工場を置く

**製品：**穀物加工機械、食品押出機、マテリアルハンドリング、ダストコントロール装置、自動精米システム、レーザー加工装置、加工機械

**合弁・提携関係：**Dr.-Ing. N.K. Gupta Technical Consultant を技術コンサルタントとし、設計・計画・コンサルティング業において技術提携を行う。



• ***Alok's Poultry Processing Pvt. Ltd. (APTEC)***

**概要：**1998年、APTECはMeyn Food Processing Technology（オランダ・B. V. Oostzaan）と、インド、パキスタン、バングラデッシュにおける家禽加工機械を供給することで、合意に至った。同社はまた、インドにおいて家禽プロジェクトのコンサルティングサービスを提供している。

**部門：**肉・魚・家禽

**売上高：**5万6706万ドル（2009年～2010年）

**成長率：**前年比10-15%増

**工場所在地：**Uttar Pradesh 州 Noida

**製品：**家禽加工機械、殺菌装置、タンカー、冷却装置

**合弁・提携関係：**Meyn（オランダ）と合弁事業を実施

• ***Win-tech Taparia Ltd.***

**概要：**Win-tech Taparia Limited は1986年に設立された、大手ジャガイモ加工機械サプライヤーで、スウェーデンのPPMとの国際提携の下、世界水準の加工機械を製造し、市場で頭角を現している。コールドチェーン関連ではFrigoscandiaと提携している。事業ベースの提携は以上。

Win-tech Taparia は、電動パン生地製造機やオーブン、その他の主要機械を始めとするベーカリー製品および野菜・果物加工機械の製品枠を拡大した。また、食品加工業界における将来顧客に向けた、ターンキーソリューション提供を強化している。

**部門：**ベーカリー製品加工機械

**売上高：**NA

**成長率：**前年比10%増

**工場所在地：**Madhya Pradesh 州 Indore

**製品：**パンオーブン、パンフライヤー、パン生地ミキサー、ジャガイモ加工ライン、スナック押出機、フレーク機、フライメーカー、IQF、冷蔵装置、包装機

**合弁・提携関係：**スウェーデンのPotato Processing Machinery AB（ジャガイモ関連加工機器）と提携

#### 4.2.2. 多国籍企業

##### • *Buhler India*

**概要：**Buhler はスイスに本社を置く、穀物・食品加工機械および先端材料の製造・サービスの世界的企業である。インド進出は 1992 年で、バンガロールに子会社を設立した。Buhler India は、プラントエンジニアリングおよび、精米システム、製粉機、分別機、飼料製造機械のトップサプライヤーである。Buhler Group は世界 140 カ国以上で事業展開をしており、総従業員数は 7700 名、売上高は 18 億 9300 万ドルにのぼる。

**部門：**一次産品加工機械

**売上高：**3500 万ドル（2009 年～2010 年）

**成長率：**前年比 15%増

**工場所在地：**Karnataka 州 Bangalore に製造工場を置く

**製品：**精米機、製粉機、分別機、動物用飼料製造技術、搾油機、破碎機、分散技術、ダイカスト技術

**合弁・提携関係：**スイスの Buhler Group の完全子会社

##### • *Tetrapak India*

**概要：**Tetrapak の事業は、冷蔵乳製品、常温乳製品、飲料、アイスクリーム、化粧品の 5 部門から成る。うち 50～60%は、乳製品および飲料部門が占める。Tetrapak はインドの Pune の他、ブラジル、フランス、スウェーデンと世界各国に 4 工場を保有する。

**部門：**乳製品加工機械

**売上高：**1 億 5300 万ドル（2009 年～2010 年）

**成長率：**前年比 15%増

**工場所在地：**Maharashtra 州 Pune

**製品：**低温殺菌装置、ホモジナイザー、無菌包装機、トンネル式硬化機、アイスクリームフリーザー、殺菌装置、冷却装置、サイロ・タンク、輸送ポンプ

**合弁・提携関係：**Alfa Laval と戦略的提携関係を結ぶ。

##### • *Alfa Laval India*

**概要：**スウェーデン企業、Alfa Laval は 1937 年にインドに進出。Alfa Laval India は工場を Maharashtra 州 Pune に置き、分離装置および伝熱・熱流装置の主要部品を製造・販売する。

部門：野菜・果物加工機械

売上高：1億9700万ドル（2009年）

成長率：前年比11%増

工場所在地：Maharashtra 州 Pune

製品：低温殺菌装置、分離装置、乾燥機、蒸発器、液体ハンドリングシステム

合弁・提携関係：Tetrapak と低温殺菌装置、ホモジナイザー、無菌包装機、トンネル式硬化機、アイスクリームフリーザー分野で提携

### • *Dr. Froeb (I) Pvt. Ltd.*

概要：ドイツの Dr. Froeb KG の連絡事務所として 1973 年に設立された Dr. Froeb は、食肉加工分野のコンサルタント業および、大手メーカーの機器・設備、包装機、食肉処理場、ホテル・台所機器のインドへの輸入業を行う。ヨーロッパや米国を始めとする約 30 社の製品を、インド国内で販売する。

部門：肉・魚・家禽

売上高：200～300万ドル（2009年～2010年）

成長率：前年比10-15%増

工場所在地：Delhi

製品：家禽解体処理ライン、分離機、油圧式頭部切断機、脚・膝切断機、鋸、ミンサー、カッター、金属探知機、ダイサー、スライサー、挟み切り機、燻製室

合弁・提携関係：ドイツの Dr. Froeb KG. との合弁事業

### • *Convenience Food Systems*

概要：Convenience Food Systems は、肉、家禽、魚介類およびチーズ製品用の下処理機、マリネ機械、加工装置、スライサー、充填機、包装機などのメーカーで、充填ロボットや再生装置、PP フィルム、圧縮袋、蓋用フィルムなどの包装資材や包装システムも取り扱う。Convenience Food Systems の設立は 1977 年。旧名称は Tetra Laval Convenience Food。本社はオランダの Bakel で、オランダ、ドイツ、デンマーク、米国に製造拠点を置く。

部門：パック入り食品・レトルト食品

売上高：NA

成長率：NA

工場所在地：Maharashtra 州 Pune

**製品：**下処理機、マリネ機械、乳化機、ボールカッター、マリネタンブラー、ミキサー、成形機、コーティング機、フライ機、衣付け機、フライヤー、包装機、トレイ成型機、ラミネーター、パッカー

**合弁・提携関係：**全ての機器において、CFS（デンマーク、ドイツ、オランダ、イタリア）と提携

• ***John Bean Technologies (JBT) India Pvt. Ltd.***

**概要：**JBT India Pvt. Ltd.は、高付加価値加工向け食品加工機械およびサービスのサプライヤーで、レトルト食品、長期保存用食品、肉・魚介・家禽製品、ジュース、乳製品、果物、野菜、ベーカリー製品用に、高い技術を取り入れた食品加工機械を設計・製造する。

**部門：**パック入り食品・レトルト食品

**売上高：**200 万ドル（2009 年～2010 年）

**成長率：**前年比 10-15%増

**工場所在地：**Maharashtra 州 Pune

**製品：**IQF、衝突冷却フリーザー、スパイラルフリーザー、多用途衣付け機（APB）、Quick Fiber Device（果肉検査機）、CM II Char marker（グリルマシン）、Cold Break、DB-4Xtra Drum Breader、カッター、Double D 多用途クッカー、DSI Horizontal Slicing Technology、Double D ウッドチップ、スモーク発生器、ポーショニングシステム、蒸発器、充填機

**合弁・提携関係：**全ての冷凍・冷蔵装置でスウェーデンの Frigoscandia と提携。

• ***Ishida India Pvt. Ltd.***

**概要：**2007 年に設立された Ishida India は、計量・包装・検査・表示などの分野で 100 年以上の歴史を持つ日本の株式会社イシダの 100%子会社で、インド、バングラデッシュ、スリランカ、ネパールを市場とした事業展開を行う。現在、インドの Gurgaon に小規模な製造工場を置くが、先端機器のほとんどは、他の製造工場から輸入している。インド国内の従業員数は 25 名。イシダ本社は、英国、マレーシア、韓国、中国、タイ、フィリピン、ブラジル、カナダに子会社を置く。

**部門：**食品産業：シリアル、ベーカリー製品、菓子類、スナック類、肉・家禽・魚介類、乳製品を始めとする、乾燥・加工・生鮮・冷凍食品

**売上高：**現時点で 1000 万ドルを上回ると発表されている。

**成長率：**近年の売上高の成長率は 150%を超える

**工場所在地：**Haryana 州 Gurgaon に生産拠点を置く。Delhi、Mumbai、Kolkata、Hyderabad、Chennai を含むインド国内 5 カ所に販売・マーケティング網を持つ。

**製品：**計量機各種、計量包装システム、工場自動化システム、検査・検出システム、ケーシング装置、小売支援システム、CCW マルチヘッド計量機、X 線異物検出システム、重量チェッカー、金属検出機など

**合弁・提携関係：**株式会社インダ（日本）の完全子会社

### ・ *Satake India Engineering Pvt. Ltd.*

**概要：**Satake India は株式会社サタケ（日本）の 100%子会社で、設立は 2006 年。ただし、インドでは 1999 年より支店の形で進出している。同社は食品業界向けに、米、小麦、トウモロコシ、レンズ豆などの穀物用製粉機や選別機、試験機器の輸入および供給を行っている。Satake India は、70 以上の精米機および 300 以上の選別機を設置する。同社は Delhi の販売本部を中心に、Chennai、Kolkata、Bangalore、Raipur に販売事務所を置き、インド国内に強力な販売網を持つほか、100 を超える販売代理店およびサービス会社と連携している。現在の従業員数は 30～35 名。

サタケは幅広い種類の米や小麦を始めとする穀類向け加工機器、統合システム、技術ソリューションを提供しており、同社の製品は世界 140 カ国以上で販売されている。

**部門：**一次産品（米、小麦、その他の穀類）

**売上高：**輸入による年間売上高は 5500 万ドル。輸出は 1200 万ドル（2009 年～2010 年）

**成長率：**前年比 20～25%増

**工場所在地：**タイ、日本、中国の製造拠点より、インドへ機械設備を輸入

**製品：**精米機、製粉機、選別機、RMGS 選別機、GS 選別機、検査機器各種

**合弁・提携関係：**株式会社サタケ（日本）の 100%子会社

### ・ *Yamato Scale India Pvt. Ltd.*

**概要：**Yamato Scale India Pvt. Ltd.は大和製衡株式会社（日本）の子会社で、2008 年 9 月より Delhi で事業を開始した。同社は計量機、充填・包装機器、検査システム、金属探知機を始めとする様々な装置を製造する。

**部門：**スナック類、ベーカリー製品、シリアル、肉・水産部門および、化学品、医薬品、ハードウェアなどの非食品部門

**売上高：**NA

**成長率：**

**工場所在地：**タイ、日本、中国の製造拠点よりインドへ機械設備を輸入

**製品**：マルチヘッド計量機、オーガ充填機、自動定量充填機、重量チェッカー、金属探知機、X線異物検出機

**合弁・提携関係**：大和製衡株式会社（日本）の完全子会社

## 付属資料

### インドの日系食品関連企業

インドの食品業界において直接・間接的な事業展開を行う日系企業は以下のとおり。

|    | 企業名                                      | 部門            | 事業内容                                  | 会社所在地                  | ウェブサイト                                                             |
|----|------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1  | Nissin India Foods Ltd.                  | 食品加工（パック入り食品） | パック入り食品（インスタントヌードル）の製造                | Bangalore（Karnataka 州） | <a href="http://www.topramen.in">www.topramen.in</a>               |
| 2  | Ajinomoto India Pvt. Ltd.                | 食品加工（パック入り食品） | 食品各種（調味料、インスタントヌードル、スープ、冷凍食品、アミノ酸）の製造 | Chennai（Tamil Nadu 州）  | <a href="http://www.ajinomoto.co.in">www.ajinomoto.co.in</a>       |
| 3  | HIC-ABF Special Foods Private Ltd.       | 食品加工（パック入り食品） | フリーズドライエビの製造                          | Alleppey,（Kerala 州）    | NA                                                                 |
| 4  | Accelerated Freeze Dry Company Pvt. Ltd. | 食品加工（パック入り食品） | フリーズドライ果物・野菜、水産品、ハーブの製造               | Cochin（Kerala 州）       | <a href="http://www.amalgamfoods.com">www.amalgamfoods.com</a>     |
| 5  | Sakata Seed Corporation                  | 農業（種苗生産）      | 野菜および花の種苗製造                           | Gurgaon（Haryana 州）     | <a href="http://www.sakataindia.com">www.sakataindia.com</a>       |
| 6  | Taiyo Lucid Pvt. Ltd.                    | 食品成分          | 水溶性食物繊維およびその他の栄養成分の製造                 | Mumbai（Maharashtra 州）  | <a href="http://www.taiyolucid.co.in">www.taiyolucid.co.in</a>     |
| 7  | Yakult Danone India Pvt Ltd              | 食品加工（乳製品）     | 乳酸飲料の製造および販売                          | Okhla, New Delhi       | <a href="http://www.yakult.co.in">www.yakult.co.in</a>             |
| 8  | Tenjiku Foods Pvt. Ltd.                  | 食品貿易          | レストラン事業、輸入業                           | Gurgaon（Haryana 州）     | NA                                                                 |
| 9  | Snowman Frozen Foods Ltd.                | 食品ロジスティクス     | 冷凍食品ロジスティクス                           | Bangalore（Karnataka 州） | <a href="http://www.snowman.co.in">www.snowman.co.in</a>           |
| 10 | Ishida India Pvt. Ltd.                   | 食品加工機械        | 計量・包装・金属探知機器製造                        | Gurgaon, NCR           | <a href="http://www.ishidaindia.com">www.ishidaindia.com</a>       |
| 11 | Satake India Engineering Pvt. Ltd.       | 食品加工機械        | 精米機・選別機製造                             | Wazirpur, New Delhi    | <a href="http://www.satakeindia.com">www.satakeindia.com</a>       |
| 12 | Yamato Scale India Pvt. Ltd.             | 食品加工機械        | 計量・包装・金属探知機器製造                        | Okhla, New Delhi       | <a href="http://www.yamato-scale.co.jp">www.yamato-scale.co.jp</a> |

## インドにおける零細・中小企業の定義

中小企業開発法（MSMED Act, 2006）では、製造業およびサービス業を、工場・機械への投資額（製造業）および設備への投資額（サービス業）に基づき、零細・中・小の3種に分類、定義している。

| 分類 | 投資額（製造業）Manufacturing Enterprises*           | 投資額（サービス業）Service Enterprises**               |
|----|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 零細 | Rs. 2.5 million / Rs. 25 lakh (USD 50,000)   | Rs. 1 million / Rs. 10 lakh (USD 20000)       |
| 小  | Rs.50 million / Rs. 5 crore (USD 1 million)  | Rs. 20 million / Rs 2 crore (USD 0.4 million) |
| 中  | Rs 100 million / Rs 10 crore (USD 2 million) | Rs. 50 million / Rs 5 crore (USD 1 million)   |

\*工場・機械への投資限度額Investment limit in Plant & Machinery

\*\* 設備への投資限度額Investment limit in equipment

\*\*\* Rs 50 = 1 USD



## インドの食品加工機械輸入業者・流通業者

インドの主要食品加工機械輸入業者・流通業者は以下のとおり。

|   | 企業名                     | 所在地                                                                                                                                               | 詳細                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | IDEC                    | No. 364, Azad Market, New Delhi - 110064, India                                                                                                   | 乳・乳製品加工機械、ミルク缶各種、乳製品試験装置、クリーム分離機、電動分析機、搾乳機などの輸入・流通                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2 | Pepper Food Corporation | D- 295, Sarvodaya Enclave, New Delhi - 110020, India                                                                                              | トマトピューレ各種、小麦粉、オニオンペースト・パウダー、ガーリックペースト・パウダー、混練機、ベーキングマシンの輸入・流通                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3 | Serve India             | # 89, Shivaji Housing Society, Senapati Bapat Road<br>Pune, Maharashtra - 411 016, India                                                          | イタリアの TMCI, Padovan 社の代理店                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 4 | Kumar Equipments        | Plot No. - 166A, Matiyala Indl. Area, (Opp. DPS School Main Gate, Near Maruti Service Station),<br>Sector - 3, Dwarka, New Delhi - 110 059, India | <p>下記メーカーを含む、インドの食品加工機械サプライヤー各社の代理店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Benton</li> <li>• Fiamma</li> <li>• Krupps</li> <li>• Royal</li> <li>• Rational</li> <li>• Robot Coupe</li> <li>• Gam International</li> <li>• MKN</li> <li>• Winter Halter</li> <li>• Sincold</li> <li>• Sofinor</li> <li>• Santos</li> <li>• Sirman</li> <li>• Hatco</li> <li>• Cecilware</li> <li>• Edlund</li> <li>• Nilma</li> <li>• Giga</li> <li>• Manitowoc</li> <li>• Franke</li> </ul> |

## インドのトレードショー（食品加工関連）一覧

- **BioFach India 2011**

URL: <http://www.biofach-india.com/en/>

会期：2011年11月10日～2011年11月12日

会場：Palace Grounds, Shri Krishna Vihar Mekri Cirde, Bangalore (India)

分野：食品・飲料、健康・美容、アユールヴェーダ・ハーブ製品

概要：「BioFach India 2010」は、果物や穀物から化粧品まで、様々な領域の製品が集結する展示会で、来場者にオーガニック製品を展示・提案できる、ビジネスチャンスの場を提供した。

出展内容：有機養殖、オーガニックコーヒー・紅茶・ココア、オーガニックコットンおよび綿製品、オーガニックエッセンシャルオイルおよびアユールヴェーダオイル、オーガニックナッツ類（カシューナッツ・ウォールナッツ・ココナッツなど）、オーガニック青果・ドライフルーツ、果汁濃縮物、果汁飲料、オーガニックハーブ、ハーブ抽出物、ハーブティーおよび薬用茶、オーガニックオイルおよび油糧種子、オーガニック加工・半加工食品など

来場対象：ケータリング、食品製造および加工、輸出入、非食品卸、その他の小売業、オーガニック専門店、スーパーマーケット、デパート、コンビニエンスストア、食品・飲料卸売業関連の、国内外の企業トップおよびプロバイヤーなど

主催者情報：Nurnberg Messe GmbH

Address: Messezentrum 1, 90471 Nürnberg [Germany]  
Phone: +49 - 0911 - 86068699 Fax: +49 - 0911 - 86068694

- **India International Tea & Coffee Expo**

URL: NA

会期：2010年12月18日～2010年12月20日

会場：Bombay Exhibition Centre, Western Express Highway, Goregaon East, Mumbai, India

分野：農業、食品・飲料

概要：「India International Tea & Coffee Expo」はインドで最も活気あふれる紅茶・コーヒー展示会のひとつで、世界中から紅茶・コーヒーメーカー大手が集結し、飲料業界大きく影響する最新製品やトレンドを展示した。

出展内容：茶園、コーヒー機器、紅茶フィルター、茶器、コーヒー、コーヒーマシン、コーヒーウェア、コーヒーミント、チョコレート、電気コーヒーメーカー、茶葉、関連機器など

**来場対象：**コーヒー製造業者、チェーンストア、スーパーマーケット、コーヒー供給業者、コーヒー輸出業者、コーヒー関連機器メーカー、コーヒー豆製造者、コーヒーハウス、フランチャイズ店など

**主催者情報：**Adex Exhicon

Address: 502, Niti Apartment, Near New Era Talkies, S.V.Road, Malad (w), Mumbai - 400064 Maharashtra [India]  
Phone: +91 - 22 - 28805975 Fax: +91 - 22 - 28805977

• ***International Livestock & Dairy Expo India 2012***

URL: <http://www.ildex.com/html/page-2012-india.php>

**会期：**2012年2月22日～2012年2月24日

**会場：**Bangalore International Exhibition Centre (BIEC), Bangalore India

**分野：**農業、食品・飲料

**概要：**「International Live Stock & Dairytech 2010」は家畜・酪農業界の展示会で、家畜・酪農分野のあらゆる新製品・サービス・技術を展示する最高の機会を提供した。2011はHanoiで開催される。

**出展内容：**家畜、酪農製品、乳製品、牛、羊、ヤギ、家畜飼料、肉製品、家禽、ギー製造機、バターオイル、チーズ、コンデンスミルクなど

**来場対象：**家畜飼料メーカー、畜産業、肉加工業、大手多国籍企業、家禽農場、機械メーカー、飼料ディーラー、獣医師、学生、研究者、サプライヤーなど

**主催者情報：**N.C.C. Exhibition Organizer Co., Ltd.

60 New Rachadapisek Rd., Klongtoey, Bangkok, Thailand

Tel: +66 2 203 4260-7 Fax: +66 2 203 4250-1

• ***17<sup>th</sup> India International Seafood Show 2010***

URL: [http://www.mpeda.com/inner\\_home.asp?pg=internationalfair/InternationFair.htm](http://www.mpeda.com/inner_home.asp?pg=internationalfair/InternationFair.htm)

**会期：**2010年12月25日～2010年12月26日

**会場：**Chennai Trade Center, CTC Complex, Nandambakkam, Chennai, India

**分野：**食品・飲料

**概要：**「India International Seafood Show 2010」は、あらゆる水産商材が集まる水産見本市で、水産加工メーカー、輸出入業者、養殖業者、加工機械メーカー、関連企業が一堂に会し、業界関係者が、最新のトレンドや技術を探り、意見交換を行い、世界中の業界関係者とビジネス関係を築く、絶好の機会を提供した。次回は 2012 年開催予定。

**出展内容：**加工・包装機械、設備、養殖関連、ふ化施設、成分、乾物、加工水産品、缶詰、魚介ソースおよびミックス、飲食店用水槽、魚介洗浄機、水産冷凍・冷蔵システム、包装、断熱箱、活魚用水槽、漁網、電子機器、清掃機器など

**来場対象：**水産加工業者、輸出入業者、養殖業者、製造業者、サプライヤー、ふ化場所有者、銀行・保険関係者、企業トップなど

**主催者情報：**Marine Products Export Development Authority (Ministry of Commerce and Industry, Govt. of India)

**URL:** <http://www.mpeda.com/>

Address: MPEDA House, Panampilly Avenue, P B No. 4272, Kochi – 682036, Kerala [India]

Phone: +91 - 484 - 2321722 Fax: +91 - 484 - 2312812

## • *India Wine Show 2010*

**URL; NA**

**会期：**2010 年 12 月 26 日～2010 年 12 月 30 日

**会場：**Dongre Vastigriha Ground, Gangapur Road, Nashik, India

**分野：**食品・飲料

**概要：**「India Wine Show 2010」では、インド国内外のブドウ生産者、ワイナリーオーナー、ワイン製造機械メーカーと、ワイン愛好家が一堂に会し商談を行う。ワインメーカーにとっては、最高のビジネスチャンス、ワイン通にとっては、インド国内外の様々なワインを味わえる絶好の機会となっている。

**出展内容：**ワインに関するあらゆる製品・ソリューション・技術・サービス

**来場対象：**ワイナリー経営者、ブドウ生産業者、起業家、農業経営者、ぶどう・ワイン輸出業者、ブドウ農家関係者

**主催者情報：**Media Exhibitor

Address: 2/4 2nd Floor, Wing No.4, Stadium Complex, M.G. Road, Nashik – 422001, Maharashtra [India]

Phone: +91 - 253 - 2579456, 2571069, 2319103 Fax: +91 - 253 - 2571069

• **5th Nutraceutical Summit**

会期：2010年12月28日～2010年12月30日

会場：World Trade Centre, Nesco Engineering Group, NSE Estate, Goregaon (East), Mumbai, India

分野：食品・飲料

**概要：**「5th Nutraceutical Summit」は、インド最大の栄養食品見本市で、今回で5回目の開催。「Nutraceutical Summit」は、栄養補助食品・機能食品・サプリメント分野では、インドで最も権威ある展示会とされる。

**出展内容：**栄養補助食品、機能食品・飲料、サプリメント、食品成分、健康食品、植物抽出物、化粧品成分、伝統産業、薬用化粧品、薬用運動補助品、薬用油脂、プロセスエンジニアリング・機器、コンサルティング関連サービスなど

**来場対象：**成分・原材料、自然薬品・生薬業界、ヘルスクラブ、研究機関などの関係者および代表。バイヤー、国際ビジネス代表、スーパーマーケット、小売チェーン、医師、栄養士、フィットネス専門家、規制・ポリシーメーカー、国家代表など

**主催者情報：**

**MM Active Sci-tech Communication Co.**

Address: UNI Building, First Floor, Thimmiah Road, Millers Tank Bed, Bangalore – 560052, [India]

Phone: +91 - 80 - 41131912, 13 Fax: +91 - 80 - 41131914

• **NuFFooDS Expo 2010**

会期：2010年12月28日～2010年12月30日

会場：The Lalit New Delhi, Barakhamba Avenue, Connaught Place, New Delhi, India

分野：食品・飲料

**概要：**「NuFFooDS Expo」は企業間取引および企業消費者取引の場を提供する展示会である。健康食品および食品メーカーが、栄養士や医師、インド国内の健康志向で上昇志向の高い消費者など、大きな影響力を持つ顧客と向き合い、B2Cを行う場を提供する。

**出展内容：**栄養補助食品、機能食品・飲料、サプリメント、食品成分、植物抽出物、医薬品、伝統産業、薬用化粧品、薬用運動補助品、薬用油脂、研究・分析機器およびサービス、R&D機関、PPPイニシアチブなど

**来場対象：**産業・貿易関係者、科学機関、規制機関、政府機関、医師、栄養士、健康・フィットネス専門家、国家代表、ビジネスビジターなど

**主催者情報：Events Ten**

Address: 240, Kaliandas Udyog Bhavan, Nr Century Bazar, Worli, Mumbai - 400025 Maharashtra [India]

Phone: +91 - 22 - 24385007

• **International Horti Expo 2011**

会期：2011年1月7日～2011年1月9日

会場：Pragati Maidan, Near Delhi Zoological Park, Mathura Road, New Delhi, India

分野：農業、食品・飲料

概要：「International Horti Expo-New Delhi 2011」は、インド最大の園芸、食品、食品技術関連の見本市で、園芸および食品業界のメーカーおよび小売業者が一堂に会し、直接重要な商談を行う場となっている。

出展内容：剪定ばさみ、のこぎり、給水装置、温室、ガーデンアクセサリ、土壌軟化剤、鋤、手押し車、網、銀幕、殺虫剤、除草剤、観賞植物、花の種、オーニング、ホース、小型トラクターなど

来場対象：温室技術サプライヤー、アグリビジネスコンサルタント、園芸・農業関係者、青果輸出業者、肥料メーカー、農薬メーカーなど

主催者情報：Media Today Pvt Ltd.

Address: T-30, First Floor, Khirki Extension, Malviya Nagar, New Delhi, New Delhi, [India]

Phone: +91 - 11 - 26682045 / 26681671 Fax: +91 - 11 - 26680153

• **Taste-Mumbai 2011**

会期：2011年1月27日～2011年1月29日

会場：Bandra Kurla Complex, East Mumbai, Mumbai, India

分野：食品・飲料

概要：「Taste-Mumbai 2011」は、インドで最も影響力のある食品や飲料のプロやバイヤーが集い、世界中の食品および飲料メーカーと商談を行う、業界最大規模の見本市である。

出展内容：食品、パック食品、ベーカリー製品、菓子類、乳製品、生鮮食品、オーガニックフード、ワイン、スピリッツ、ビール、酒、カクテルリキュールなど

来場対象：ホテル・レストラン関係者、ホテルシェフ、レストランシェフ、買付担当、イベントオーガナイザー、食品コンサルタント、飲料コンサルタントなど

主催者情報：Informa India

Address: A202 Business Square, Solitaire Corporate Park, Andheri-Kurla Road, Chakala, Andheri East, Mumbai 40, Mumbai, Maharashtra [India]

Phone: NA Fax: NA

• ***Agri Livestock Dairy International Expo 2011***

会期：2011年2月5日～2011年2月7日

会場：Kasturchand Park, Nagpur, India

分野：農業、食品・飲料

**概要：**「Agri Livestock Dairy International Expo 2011」は、農業を基盤とする業界、酪農、家禽、家畜、養殖、食品加工部門、酪農家・農家、政府関係者、関連技術・サービス業者などが、最新技術を展示する絶好の機会を提供する見本市である。

**出展内容：**酪農技術、乳製品、家禽製品、家畜、養殖製品、肉加工技術、製菓技術、農産品、肥料、卵、乳製品加工機械、包装システム、養豚設備など

**来場対象：**酪農家オーナー、食品加工メーカー、養鶏場、水産養殖業者、肉加工業者、医薬品業界関係者、商業農家、家畜飼料専門家、サプライヤー、獣医師、学生、飼料ディーラー、機械メーカーなど

**主催者情報：**

**ALDI Exhibition (India) Pvt. Ltd.**

Address: 212 Prathmesh Plaza, Untkhana Road, Near Medical Square, Nagpur - 440009 Maharashtra [India]

Phone: +91 - 712 - 6465593 Fax: +91 - 712 - 6465591

• ***Hospitality India 2011***

会期：2011年2月25日～2011年2月27日

会場：NSIC Trade Centre, ECIL, Hyderabad, India

分野：食品・飲料

**概要：**「Hospitality India 2011」は、ホテルインフラへの巨大投資や政府の航空自由化政策など、成長著しい観光市場のさらなる発展をもたらすイニシアチブを与える、ホスピタリティ業界の大見本市である。

**出展内容：**厨房設備、ホスピタリティ関連製品、食器洗浄機、チキングリル機、深鍋、二重鍋、業務用大鍋、業務用フライヤー、スチームクッカー、ドーサ用バーナー、バーナー、保温機、ロースター、フライヤー、タンドール、調理台、業務用冷蔵庫、製氷機など

**来場対象：**ホテル経営者・オーナー、技術者、料理人、客室係、ホテルコンサルタント、プロジェクトマネージャー、建設業者、不動産会社、投資家、金融機関、建築家、インテリアデザイナー、レストラン経営者・オーナー、モーテル経営者、配膳業者、フライトキッチン事業者、ホテルマネジメント機関など

**主催者情報：BUSINESS LIVE**

Address: 9G, RR Flats, Bharathy Nagar 1st Street, (Off) North Usman Road, Opp.B.B.C.Plaza, T. Nagar, Chennai - 600017 Tamil Nadu [India]  
Phone: + 91 - 044 - 28344851, 28344853 Fax: + 91 - 044 - 28344852

• **Food Pro India 2011**

会期：2011年2月25日～2011年2月27日

会場：NSIC Trade Centre, ECIL, Hyderabad, India

分野：食品・飲料

**概要：**「Food Pro India 2011」は、食品および食品加工機械業界注目の見本市で、市場での事業拡大を目指す食品および関連業界関係者にとって、高品質の製品やサービスを展示する絶好の場となっている。

**出展内容：**ベーカリー材料、乳製品、ファストフード、オーガニック食品、ベッド・バスリネン、清掃用品、トイレタリー、アクセサリ、マットレス、寝具類、チョコレート、ホスピタリティ製品、ベーカリー機器など

**来場対象：**食品コンサルタント、レストラン街経営者、食品メーカー、サプライチェーン、食品加工業者、小売チェーン関係者、生鮮食品メーカー、加工食品メーカー、食品輸出業者、食品流通業者、卸売業者、小売業者など

**主催者情報：BUSINESS LIVE**

Address: 9G, RR Flats, Bharathy Nagar 1st Street, (Off) North Usman Road, Opp.B.B.C.Plaza, T. Nagar, Chennai - 600017 Tamil Nadu [India]  
Phone: + 91 - 044 - 28344851, 28344853 Fax: + 91 - 044 - 28344852

• **Food Pack India 2011**

会期：2011年2月25日～2011年2月27日

会場：NSIC Trade Centre, ECIL, Hyderabad, India

分野：食品・飲料

**概要：**「Food Pack India 2011」は、多くの業者がひしめき合い、業界全体の成長に向け競合し合う、巨大で多様な食品市場において、最新・高品質の商品やサービスを展示する絶好の機会を提供する、食品および食品関連の見本市である。

**出展内容：**ブリスター、真空包装機、充填機、箱詰め機、包装機、封かん機、計量チェッカー、乾燥機、給餌機、袋詰め機、変換機など

**来場対象：**食品関連機器バイヤー、包装機器バイヤー、ディーラー、サプライヤー、食品包装容器メーカー、材料サプライヤー、食品ラベル機器メーカー、ラベル材料サプライヤー、



食品包装機器卸売業者、流通業者、食費印メーカー、包装資材サプライヤー、レストラン経営者、ホテル経営者、リゾート施設経営者など

**主催者情報：BUSINESS LIVE**

Address: 9G, RR Flats, Bharathy Nagar 1st Street, (Off) North Usman Road, Opp.B.B.C.Plaza, T. Nagar, Chennai - 600017 Tamil Nadu [India]

Phone: + 91 - 044 - 28344851, 28344853 Fax: + 91 - 044 - 28344852

• ***Bakery Tech India 2011***

会期：2011年2月25日～2011年2月27日

会場：NSIC Trade Centre, ECIL, Hyderabad, India

分野：食品・飲料

概要：「Bakery Tech India 2011」は、食品見本市のパイオニアで、あらゆる種類のベーカリー機械、ベーカリー製品加工機械が集結し、大きなビジネスチャンスを提供する場となっている。

出展内容：ベーカリー機械、ベーカリー製品加工機械、ベーカリー設備、ディスプレイ容器、エンジニアリング、技術、ベーカリー材料、包装資材・機械、充填機、包あん機など

来場対象：食品機械バイヤー、食品コンサルタント、レストラン街経営者、食品メーカー、サプライチェーン、食品加工業者、小売業者、料理人、ケータリング業者、ベーカリー、ホテルマネジメント機関など

**主催者情報：BUSINESS LIVE**

Address: 9G, RR Flats, Bharathy Nagar 1st Street, (Off) North Usman Road, Opp.B.B.C.Plaza, T. Nagar, Chennai - 600017 Tamil Nadu [India]

Phone: + 91 - 044 - 28344851, 28344853 Fax: + 91 - 044 - 28344852

• ***Aquatech India-Mumbai 2011***

会期：2011年3月2日～2011年3月4日

会場：Bombay Exhibition Centre, Highway, Goreagon (East), Mumbai, India

分野：化学、環境、食品・飲料

概要：「Aquatech India-Mumbai 2011」は、インド最大規模の水の見本市で、世界各国の水業界関係者が集結し、各国の水関連の課題を解決するソリューションを見つける、重要な場となっている。

**出展内容：**水温制御装置、ポンプ、水道メーター、排水システム、パイプ、建具、廃水処理機、庭用ホース、アクセサリ、スイミングプール、プール用フィルター、ライニング材、水再利用設備、貯水タンク、海水淡水化設備、水管理システム、配水管網、水質検査機器、水処理薬品など

**来場対象：**水供給業者、汚水処理業者、ゴミ処理機メーカー、リサイクル業界関係者、公共清掃関連コンサルタント、環境管理機関、エコ監査機関、金融業、分析機関、研究機関など

**主催者情報：**Inter Ads Montgomery (India) Pvt. Ltd.

Address: Plot 859, Udyog Vihar Phase-V, Gurgaon 112016, Haryana [India]

Phone: + 91 - 124 - 4234461-63 Fax: + 91 - 124 - 4234464

• **Aahar – New Delhi 2011**

**会期：**2011年3月10日～2011年3月13日

**会場：**Pragati Maidan, Near Delhi Zoological Park, Mathura Road, New Delhi, India

**分野：**食品、食品加工、ホテル、レストラン関連機器

**概要：**「Aahar」は、アジア最大規模を誇る、食品、食品加工、ホテル・レストラン関連見本市で、業界各社が最先端の技術を展示する。「Aahar」はインド貿易推進機構（ITPO）の主催で、ホテル・レストラン関連機器の見本市「Hospitality India」と、加工食品および飲料の見本市「Food India」で構成される。

**出展内容：**加工食品、ホスピタリティ製品および設備、冷蔵・冷凍システム、包装技術および資材、食品加工技術、酪農技術、飲料、小売・販売機システム、健康・衛生など

**来場対象：**

- 外国人バイヤー、サプライヤー
- 輸入業者、卸売業者
- 海外の貿易代表団
- ビジネスマン、ポリシーメーカー
- メディア関係者
- 設備・機械サプライヤー
- 販売業者
- 政府機関

**主催者情報：**Indian Trade Promotion Organization

Address: Pragati Bhawan, Pragati Maidan, New Delhi-110 001 (INDIA)

Phone: + 91-11-23371832, 91-11-23371814, 23371965 Fax: + 91-11-23371869, 23371845

• **Bevalcotech 2010**

会期：2011年3月27日～2011年3月29日

会場：Pragati Maidan, Hall No.11, Near Delhi Zoological Park, Mathura Road, New Delhi, India

分野：食品・飲料、包装資材・紙類

概要：「Bevalcotech 2011」は、最高レベルの製品とサービスが集結し、業界および関係者に最高の商談の場を与えてくれる国際見本市である。

出展内容：包装資材、ガラス瓶、ペットボトル、キャップ、ボトルオープナー、アルミホイール印刷、酒、飲料、段ボール、ワインボトルキャップ、ウイスキーボトルキャップ、ワインチラー、ゴアラキャップ、PPキャップ、ゴルフバーセット、カクテルシェーカー、ワインアクセサリ、ステッカーラベル、ウェットグルーラベル、ホログラム、原材料、香味料、フレグランス、その他関連製品など

来場対象：醸造設備メーカー、ボトル洗浄機輸入業者、蒸留酒輸出業者、関連製品メーカー、技術プロバイダー、醸造所、関連産業関係者など

主催者情報：K & P Global Business Solution

Address: Global Opposite Priyadarshini Tower, Judges Bungalow Road, Boadakdev, Ahmedabad – 380015, Gujarat [India]

Phone: +91 - 79 - 40008233 / 40008253 Fax: +91 - 79 - 26871390

• **Food & Technology Expo**

会期：2011年7月29日～2011年7月31日

会場：Pragati Maidan, Near Delhi Zoological Park, Mathura Road, New Delhi, India

分野：食品、農業

概要：今回で6回目を迎える「Food & Technology Expo - 2011」は、最新の製品や技術が集結し、農業関連業界および食品加工業界関係者、関連技術サービス提供者、農場経営者、消費者、政府関係者が出展・来場する食品見本市である。

出展内容：

- 食品加工・包装機械
- 選別機・洗浄機・製粉機・精米機
- 農産品用設備
- あらゆる種類の加工食品および農産品
- 乳製品、菓子、飲料
- 計量装置および機械
- 保管・輸送設備
- 冷蔵・コールドチェーンソリューション
- 中央政府の政策実績およびスキーム
- 農業・園芸関連技術

- 省エネ、節水、汚染管理ソリューション

**来場対象：**

- 製粉業者（米・豆・小麦）
- 食品加工業者・包装業者
- コンサルタント
- 企業幹部・CEO
- 起業家
- 中央政府役人
- 研究機関
- 技術プロバイダー・バイヤー
- 外国代表団
- 農場経営者
- 消費者

**主催者情報：NNS Events & Exhibitions Pvt Ltd**

Address: Meri Delhi House, 25/10, East Punjabi Bagh, New Delhi, India  
Phone: +91-11-46867500 Mob: +91 9873167586 Fax: +91-11-46867521

• ***Foodpro - Chennai 2011***

**会期：**2011年10月21日～2011年10月23日

**会場：**Chennai Trade Centre, CTC Complex, Nandambakkam, Chennai, India

**分野：**食品・飲料

**概要：**「Foodpro 2010」は、インドを代表する食品・加工機器関連見本市で、食品の製造・加工から包装、小売、保管にいたるまで、食品業界のあらゆる側面を網羅する、食品業界と食品技術業界の融合の場である。

**出展内容：**冷蔵・冷凍機器、包装技術・資材、食品加工技術、酪農機械、飲料、ホスピタリティ製品および設備、小売・販売システム、健康・衛生関連など

**来場対象：**一般消費者、食品メーカー、加工食品メーカー、乳製品メーカー、食品ディーラー・流通業者、卸売業者、農場経営者、スーパーマーケット関係者、小売チェーン、レストラン・ホテル関係者、厨房機器メーカー、酪農製品メーカー、農業関係者など

**主催者情報：CII (Confederation of Indian Industry)** Address: Plot No. 249-F, Sector-18, Udyog Vihar, Phase-IV, Gurgaon, Haryana [India]  
Phone: +91 - 124 - 4014060/4014061/401406 Fax: +91 - 124 - 4014088

## 略語一覧

| 略語             | 説明                                                                              |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>AEZ</b>     | Agriculture Export Zone（農産物輸出ゾーン）                                               |
| <b>APEDA</b>   | Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority（農産物輸出開発局） |
| <b>APMC</b>    | Agricultural Produce Marketing Committee（農産物市場委員会）                              |
| <b>AUC</b>     | Actual User Condition（利用者条件）                                                    |
| <b>BIS</b>     | Bureau of Indian Standard（インド基準局）                                               |
| <b>Bn</b>      | Billion（10 億）                                                                   |
| <b>BO</b>      | Branch Office（支店）                                                               |
| <b>BOB</b>     | Bank of Baroda（銀行名）                                                             |
| <b>BRIC</b>    | Brazil, Russia, India, and China（ブラジル、ロシア、インド、中国）                               |
| <b>CA</b>      | Controlled Atmosphere（空気組成の調節。例 CA 貯蔵）                                          |
| <b>CAC</b>     | Codex Alimentations Commission（コーデックス委員会）                                       |
| <b>CAGR</b>    | Compounded Annual Growth Rate（年平均成長率）                                           |
| <b>CC</b>      | Collection Centers（集配センター）                                                      |
| <b>CCFS</b>    | Central Committee for Food Standards（食品基準中央委員会）                                 |
| <b>CDB</b>     | Coconut Development Board（ココナッツ育成委員会）                                           |
| <b>CDIT</b>    | Consumer Durable IT and Telecom（IT・通信系消費財）                                      |
| <b>CEPC</b>    | Cashew Export Promotion Council（カシュー輸出促進委員会）                                    |
| <b>CFTRI</b>   | Central Food Technological Research Institute（中央食品加工技術研究所）                      |
| <b>CIA</b>     | Central Intelligence Agency（中央情報局）                                              |
| <b>CIF</b>     | Cost, Insurance and Freight（価格・保険料・運賃）                                          |
| <b>CKD</b>     | Checked（検査済み）                                                                   |
| <b>CLCSS</b>   | Credit Linked Capital Subsidy Scheme（貸付投資補助スキーム）                                |
| <b>CODEX</b>   | Codex Alimentations Commission（コーデックス委員会）                                       |
| <b>CPC</b>     | Central Processing Centre（中央加工センター）                                             |
| <b>CSP</b>     | Common Service Provider（一般サービス提供者）                                              |
| <b>CVD</b>     | Countervailing Duty（相殺関税）                                                       |
| <b>DFCE</b>    | Duty Free Certificate of Entitlement（関税証明書受給スキーム）                               |
| <b>DFRL</b>    | Defense Food Research Laboratory（国防省食品研究所）                                      |
| <b>DMI</b>     | Directorate of Marketing and Inspection（流通調査局）                                  |
| <b>DTA</b>     | Deferred tax assets（繰延税金資産）                                                     |
| <b>DVD</b>     | Digital Video Disc（デジタルビデオディスク）                                                 |
| <b>EIC</b>     | Export Inspection Council（輸出検査協会）                                               |
| <b>ENGG</b>    | Engineering（エンジニアリング）                                                           |
| <b>EOUs</b>    | Export Oriented Unit（輸出志向型企业）                                                   |
| <b>EPCG</b>    | Export Promotion Capital Goods（輸出促進のための資本財輸入スキーム）                               |
| <b>F&amp;V</b> | Fruits & Vegetables（果物および野菜）                                                    |
| <b>FDI</b>     | Foreign Direct Investment（外国直接投資）                                               |
| <b>FEMA</b>    | Foreign Exchange management Act（外国為替管理法）                                        |
| <b>FII's</b>   | Foreign Institutional Investor（外国機関投資家）                                         |
| <b>FIPB</b>    | Foreign Investment Promotion Board（海外投資促進委員会）                                   |
| <b>FMCG</b>    | Fast Moving Consumer Goods（一般消費財）                                               |
| <b>FMS</b>     | Focus Market Scheme（特定市場スキーム）                                                   |
| <b>FPS</b>     | Focus Product Scheme（特定品目スキーム）                                                  |
| <b>FSMS</b>    | Food Safety Management Systems（食品安全マネジメントシステム）                                  |

|                 |                                                                 |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>FSSA</b>     | Food Safety and Standards Authority（食品安全基準管理局）                  |
| <b>FTP</b>      | Foreign Trade Policy（外国貿易政策）                                    |
| <b>FY</b>       | Financial Year（会計年度）                                            |
| <b>GAP</b>      | Good Agricultural Practices（農業生産工程管理）                           |
| <b>GCMMF</b>    | Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation（グジャラート酪農協同組合連合会）  |
| <b>GDP</b>      | Gross Domestic Product（国内総生産）                                   |
| <b>GoI</b>      | Government of India（インド政府）                                      |
| <b>HACCP</b>    | Hazard Analysis and Critical Control Points（危害分析管理点方式）          |
| <b>HIC-ABF</b>  | Higashimaru International Corporation（ヒガシマルインターナショナル株式会社）       |
| <b>HRD</b>      | Human Resource Development（人材育成）                                |
| <b>HS</b>       | Harmonized System（国際統一商品分類）                                     |
| <b>HUL</b>      | Hindustan Unilever（社名）                                          |
| <b>ICAR</b>     | Indian Council of Agriculture Research（インド農業研究評議会）              |
| <b>IDMC</b>     | Indian Dairy Machinery Company Ltd（社名）                          |
| <b>IFS</b>      | International Food Standards（国際食品規格）                            |
| <b>IGBP</b>     | International Geosphere-Biosphere Programme（生物圏国際協同研究計画）        |
| <b>IGPB</b>     | Indian Grape Processing Board（インドブドウ加工委員会）                      |
| <b>IICPT</b>    | Indian Institute of Crop Processing Technology（インド穀物加工技術機関）     |
| <b>IIP</b>      | Indian Institute of Packaging（インド包装協会）                          |
| <b>IIPR</b>     | Indian Institute of Pulses Research（インド豆類研究所）                   |
| <b>IQF</b>      | Individual Quick Freezing（個別急速冷凍）                               |
| <b>ISO</b>      | International Standard Organization（国際標準化機構）                    |
| <b>ITC (HS)</b> | Indian trade Classification Harmonized System（インド統一商品分類）        |
| <b>LO</b>       | Liaisoning Office（駐在員事務所）                                       |
| <b>LUT</b>      | Legal Undertaking（法廷保証）                                         |
| <b>Man</b>      | Million（百万）                                                     |
| <b>MCC</b>      | Mobile Collection Centers（移動型集配センター）                            |
| <b>MFP</b>      | Mega Food Parks（メガフードパーク）                                       |
| <b>MFPS</b>     | Mega Food Park Scheme（メガフードパーク計画）                               |
| <b>MNC's</b>    | Multi National Companies（多国籍企業）                                 |
| <b>MoC</b>      | Ministry of Commerce（商工省）                                       |
| <b>MOFPI</b>    | Ministry of Food Processing Industries（食品加工産業省）                 |
| <b>MOMSME</b>   | Ministry of Micro Small Medium Entrepreneurs（零細・中小企業省）          |
| <b>MoU</b>      | Memorandum of Understanding（了解覚書）                               |
| <b>MPEDA</b>    | Marine Products Export Development Authority（海産物輸出開発局）          |
| <b>M RTP</b>    | Monopolies and Restrictive Trade Practices Act（独占及び制限的取引慣行法）    |
| <b>MSME</b>     | Micro, Small and Medium Enterprises（零細・中小企業）                    |
| <b>NABARD</b>   | National Bank for Agriculture and Rural Development（全国農業農村開発銀行） |
| <b>NCAER</b>    | National Council of Applied Economic Research（国立応用経済研究所）        |
| <b>NDDB</b>     | National Dairy Development Board（インド酪農開発庁）                      |
| <b>NDRI</b>     | National Dairy Research Institute（国立酪農研究所）                      |
| <b>NHM</b>      | National Horticultural Mission（国家園芸作物計画）                        |
| <b>NIFTEM</b>   | National Institute of Food Technology（国立食品技術研究所）                |
| <b>NIN</b>      | National Institute of Nutrition（国立栄養研究所）                        |
| <b>NIP</b>      | New Industrial Policy（新産業政策）                                    |
| <b>NMPPB</b>    | National Meat & Poultry Processing Board（国立肉・家禽加工委員会）           |
| <b>NRCM</b>     | National Research Centre for Mushroom（国立キノコ研究センター）              |

|                |                                                                 |
|----------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>NRI</b>     | Non-resident Indian（在外インド人）                                     |
| <b>OGL</b>     | Open General License（包括輸入ライセンス）                                 |
| <b>OIE</b>     | World Organization for Health（国際獣疫事務局）                          |
| <b>PFA</b>     | Prevention of Food Adulteration（粗悪食品予防法）                        |
| <b>PFHPPL</b>  | Patanjali Food and Herbal Park Pvt. Ltd.（会社名）                   |
| <b>PHTC</b>    | Post-Harvest Technology Centre（収穫後技術センター）                       |
| <b>PNB</b>     | Punjab National bank（銀行名）                                       |
| <b>PO</b>      | Purchase Office（購入事務所）                                          |
| <b>PPC</b>     | Primary Processing Centres（一次加工センター）                            |
| <b>QMS</b>     | Quality Management Systems（品質管理システム）                            |
| <b>QMSCS</b>   | Quality Management Systems Certification Scheme（品質管理システム認証スキーム） |
| <b>R&amp;D</b> | Research and Development（研究開発）                                  |
| <b>RBI</b>     | Reserve Bank of India（銀行名）                                      |
| <b>RKVY</b>    | Rashtriya Krishi Vikas Yojana                                   |
| <b>RTC</b>     | Ready to Cook（調理用食品）                                            |
| <b>RTE</b>     | Ready to Eat（調理済食品）                                             |
| <b>SBBJ</b>    | State Bank of Bikaner and Jaipur（銀行名）                           |
| <b>SBI</b>     | State Bank of India（銀行名）                                        |
| <b>SCVD</b>    | Special Countervailing Duty（特別追加関税）                             |
| <b>SEZ</b>     | Special Economic Zone（経済特区）                                     |
| <b>SFAC</b>    | Small Farmers Agri-business Consortium（小規模農業組合）                 |
| <b>SIDBI</b>   | Small Industries Development Bank of India（銀行名）                 |
| <b>SKD</b>     | Scheduled（指定）                                                   |
| <b>SME</b>     | Small Medium Enterprises（中小企業）                                  |
| <b>SPS</b>     | Sanitary and Phytosanitary（衛生植物検疫）                              |
| <b>SPV</b>     | Special Purpose Vehicle（特別目的事業体）                                |
| <b>SSI</b>     | Small Scale Industry（小規模産業）                                     |
| <b>STPI</b>    | Software Technology Parks of India（インドソフトウェアテクノロジーパーク）          |
| <b>TIIC</b>    | Tamilnadu Industrial Investment Corporation（タミルナドゥ州産業投資公社）      |
| <b>TMNE</b>    | Technology Mission for North Eastern States（北東州技術ミッション）         |
| <b>TMOP</b>    | Technology Mission on Oilseeds and Pulses（油糧種子・豆類技術ミッション）       |
| <b>UAE</b>     | United Arab Emirates（アラブ首長国連邦）                                  |
| <b>USA</b>     | United States of America（米国）                                    |
| <b>USD</b>     | United States Dollar（米ドル）                                       |
| <b>VCD</b>     | Video Compact Disc（ビデオCD）                                       |
| <b>VKGUY</b>   | Vishesh Krishi Gram Upaj Yojana                                 |
| <b>WTO</b>     | World Trade Organization（世界貿易機関）                                |