

インドにおける日系外食ビジネスの現状と今後の展望

田中 啓介

インドでは2月から3月にかけて2年に1度開催されるオート・エキスポ「Auto Expo 2018」や、毎年チェンナイで開催されるエンジニアリング部品調達展示会「IESS (International Engineering Sourcing Show) 2018」が立て続けに開催され、日本からも多くの出張者がインドに渡印されていたのではないかと思います。さて、今回はインドにおける日系外食ビジネスについての動向をご紹介したいと思います。

＜カレー文化インドでも、日本食＞

「インド人は毎日カレーを食べている」インドの食文化を象徴する有名なフレーズになっていますが、確かにその通りで、ほとんどのインド人が1日3食、週21食、そのすべてがカレーなのでインドに来た当初は本当にびっくりしました。そんなインドで今まさに在留邦人の増加とともに、日本食レストランが少しずつ増え、ベジタリアン向けや味付けを変えてインド人をターゲットにした日本食を提供するレストランも増えてきました。

そして、インドにおける日本食マーケットが昨年あたりから新たな段階へと移行しつつあるようです。現在、北インドのグルガオン地域では約20店舗近くの日本食レストランがオープンしており、その半分以上がここ2~3年の間で急激に増えました。

＜日本食の専門職レストラン＞

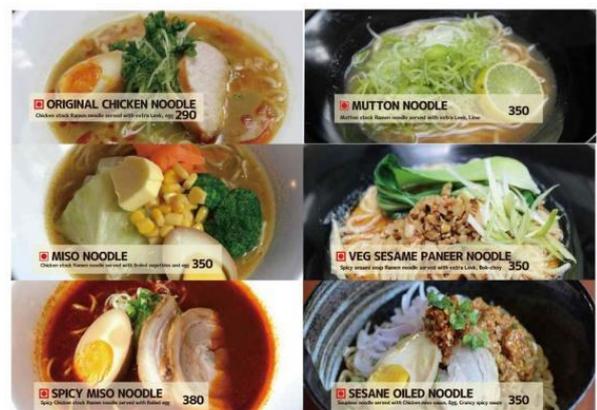
インドでは、いわゆる「総合日本食レストラン」と言われる定食屋や居酒屋スタイルの幅広いジャンルの日本食を提供するレストランが主流で、これまではラーメン屋やうどん屋、寿司屋といった、特定のジャンルに絞った「専門食レストラン」はほぼ皆無でした。しかしながら、昨年あたりから、専門食レストランが増えてきています。

例えば、当地チェンナイではインド初の本格的ラーメン専門店『秋平』がチェンナイ市内に2店舗を構え、また、日本人が多く在住しているグルガオン地域では、焼き鳥専門居酒屋

『くふ楽』、インド人向けに鶏や羊でスープを取ったラーメン専門店『Tokyo Table』がオープン。また、日本クオリティの菓子パンの製造・販売を手掛ける『いろは』、日本人向けに有機野菜を手掛ける『Hasora』、南インドから鮮度のいい刺身や水産加工食品を提供する『Sashimi Fresh』インド人自らが日本食を学びオープンしたうどん屋『Makoto Udon』などなど、北インドのグルガオン地域を中心に、日本食レストランが急増しています。

一方で、東南アジアに見られる『吉野家』や『丸亀製麺』、『大戸屋』といった日本食チェーン店のインド進出は進んでおらず、インド在留邦人にとってはとても待ち遠しい限りです。

飲食業界に限らず、海外進出には“現地化”がキーワードとなりますが、まさにインドは日本とは全く違う食文化であるため、13億人の人口を誇るインドにおいては州ごとにインド人のニーズを把握し、現地の人に受け入れられるメニュー開発が必要になってくるものと思います。



写真：マトンラーメン（羊のスープ）を提供する新店『Tokyo Table』のメニュー