

# 拡大するインドのビール市場

～ 2020 年には現在の日本に匹敵する市場規模に ～

2006年 5 月 16日 (火)

B R I C s 経済研究所 代表 門倉 貴史

～ 要 旨 ～

E-mail: [postbrics@yahoo.co.jp](mailto:postbrics@yahoo.co.jp)

近年、インドではビールの消費量が拡大しつつある。従来、国民はアルコール飲料として価格の安いラム酒（サトウキビから作られる蒸留酒）を飲むことが多かったが、経済発展に伴う生活水準の向上や西洋文化流入の影響などにより、都市部でビールを愛好する中間所得層が増えてきた。95年の段階で年間0.5リットルであった国民 1 人あたりのビール消費量は、2004年には同0.7リットルを超える水準となった。

中長期的な経済成長力と、10億人を超える巨大な人口をかんがみれば、将来のビール市場の拡大余地は非常に大きいといえるだろう。

では、インドのビール消費量は将来どの程度まで拡大するのだろうか。マクロのビール消費量が、単純に過去 5 年間の平均的な伸び率で推移していくことを想定したケース では、インドのビール消費量は、2004年実績の76万キロリットルから、2010年には116万キロリットルに、そして2020年には235万キロリットルへと膨らむ。

一方、1 人あたり所得の将来予測（ロジスティック曲線による）をもとに 1 人あたりのビール消費量を予測したうえ、将来人口（国際連合の中位推計による）を乗じることによってマクロ消費量を求めたケース では、2010年に184万キロリットルまで拡大する。2020年には、現在の日本のマクロ消費量（655万キロリットル）に匹敵する645万キロリットルまで拡大する見通しだ。

マーケットの大幅な拡大が予想されるなか、市場が飽和気味となっている先進国のビールメーカーはインド市場への進出を加速している。地場のビールメーカーも、競争力の強化を目的として外資との提携を急いでいる。英国のビール会社最大手のスコッチ・アンド・ニューキャッスルは、2002年にユナイテッド・ブリュワリーズと業務提携、インドのビール市場参入を実現した。また南アフリカの S A B ミラーもインド市場に参入しており、現在は業界代 2 位。2006年 5 月には、シンガポール最大のビール会社、アジア・パシフィック・ブルワリーズ（A P B）が地場のビールメーカー、アウランガバード・ブルワリーズを買収した。インドの地場メーカーで、アジア最古といわれるモハン・ミーキンも経営難を打開するために、外資との提携を模索している。