インド、2027年に予定されるEUとの貿易協定でワイン関税を30％に引き下げか

ProWine Mumbaiを受け、輸出業者は期待を寄せる一方、高い上乗せ率や州ごとの規制が輸入ワインの高値を招く可能性がある

2026年11月22日（日）



ProWine Mumbaiの第6回開催を経て、インドの輸入ワイン市場には新たな勢いの兆しが見られる。ただ、先行きは未解決の問題に左右される。関税引き下げによって価格が十分に下がり、限られた富裕層以外にも需要が広がるのかという点だ。

ワインや蒸留酒の供給業者、輸入業者、販売業者にとってインドの主要な商談の場となった同見本市には、今年、イタリア企業が過去最多の16社参加した。業界誌Wine Meridianが11月22日（日）に発表した分析が伝えた。同誌は、依然として先行きを見通しにくいものの、インドを長期的な成長市場として注視する輸出業者にとって、より明るい方向へ動きつつある市場の姿を描いた。

その影響はイタリアにとどまらない。ワインなどのアルコール飲料メーカーにとって、インドは成長の鈍い成熟市場への輸出依存を減らす選択肢として、存在感を増している。一方で、流通コストやレストランの上乗せ、国内規制によって店頭価格やワインリストの価格が高止まりする場合、関税の軽減がどれほど役立つのかを試す市場でもある。

最も大きな期待を集めているのは、インドのワイン輸入関税が引き下げられる見通しだ。Wine Meridianによると、ProWine Mumbaiの参加者は、2027年に開始が見込まれるインドと欧州連合（EU）の貿易協定の実施を注視している。協議されている日程では、ワインの平均輸入関税は初期段階で約150％から約30％に下がり、その後、およそ3年以内に15％まで引き下げられる可能性がある。

実現すれば、実際の輸入拡大よりも市場の潜在力が長く注目されてきたインドにとって、大きな転換となる。ただし、業者や生産者は慎重な姿勢を崩していない。インドは連邦制で、各州が大きな権限を持つ。酒類に関する規則や税制、流通の仕組みは州によって大きく異なるため、国レベルの大きな政策変更であっても、消費者向けの最終価格にすぐ、また一様に反映されるとは限らない。

Wine Meridianによると、一部の輸出業者は、過去2年間にインド市場で関税引き下げの恩恵を受けた国々の事例にすでに注目している。先行例として挙げられたのはオーストラリアとニュージーランドだ。同誌によると、ニュージーランドの対インドワイン輸出は、低い水準からではあるものの、2025年にほぼ50％増加した。絶対量は依然として少ないが、市場アクセスの改善が需要に結び付く可能性を示している。

同誌は、期待の根拠は関税だけではないと指摘し、市場の発展を後押しする3つの大きな動向を挙げた。1つ目は、高所得層のインド人消費者にとって、輸入ワインが依然としてステータスの象徴であること。2つ目は、従来の高級ホテルに限らず、特にムンバイやニューデリーなどの都市で高級飲食店が広がっていること。3つ目は輸入業者の世代交代で、若い経営幹部が活力や新しい発想をもたらし、ワイン文化の醸成に強い関心を寄せていることだ。

こうした変化は、国内のワイン専門家を取り巻く環境にも表れている。報告書によると、インドではソムリエやWine & Spirit Education Trustの資格取得者が増えている。また、国内唯一のMaster of WineであるSonal C. Hollandは、同氏が運営するアカデミーや公の場での発信を通じて、消費者の認知向上に貢献してきた。これらは大衆市場の成立を意味するものではないが、以前よりも厚いワイン支持層が生まれていることを示唆している。

レストランも市場を左右する重要な要素だ。Wine Meridianによると、大手ホテルチェーン以外で質の高い飲食店が増え、ワインを扱うことに関心を持つ飲食店も徐々に広がっている。ムンバイやニューデリーでワインリストが長くなっていることも、その動きを示す一例だ。小売店での購入機会が限られ、地域差も大きいインドでは、レストランが消費者に海外ブランドを紹介する重要な接点となるため、輸入業者や生産者にとって欠かせない販売経路となっている。

しかし、市場の大きな障壁の一つも、まさにここに表れている。複数の関係者がWine Meridianに語ったところでは、輸入業者やレストランが非常に高い上乗せ率を維持すれば、将来の関税引き下げ効果は大幅に損なわれる可能性がある。一方、関税の引き下げ幅に比例して価格が下がらなくても、目に見える変化をもたらすだけの値下がりは起こるとの見方もある。

この懸念は机上の話ではない。Wine Meridianはムンバイで、欧州での販売開始価格が1本10ユーロ

を大きく下回る輸入ワインが、エントリー価格帯で約120ユーロで提供されているワインリストを目にしたと報告した。また同誌は、ProWeinのマネージングディレクター、Frank Schindlerの逸話も紹介した。同氏は見本市開幕前にムンバイの有名レストランで食事をした際、リストで最も安いワインだったプロセッコが約130ユーロだったと語った。同氏は、妥当な価格だと感じたボトルを約70ユーロで購入したという。いずれも個別の事例だが、比較的裕福な顧客にとってさえ、ボトル1本がいかにすぐ手の届かない価格になり得るかを示している。

この価格差は、インドが今後ワイン市場としてどう発展するかをめぐる議論の核心にある。関税引き下げ分の大半が仲介業者に吸収されれば、輸入ワインはステータス消費に結び付いたニッチ商品にとどまる可能性がある。関税削減の恩恵が相応の割合で消費者に届けば、供給業者はより広い層で継続的な需要を築き始められるかもしれない。この違いは、インドに投じる資金やマーケティング、時間をどれほどにするか判断する輸出業者にとって重要だ。また、長期的な市場規模が世界の戦略を変えるほどの成長機会となり得る国は限られているため、飲料業界全体にとっても大きな意味を持つ。

インド国内のワイン業界も、この結果に利害を持つ。輸入ワインの値下がりは競争を激化させる可能性がある一方、全体として他の酒類が好まれる市場で、ワインの消費を一般化させる助けにもなり得る。業界関係者は、ワイン文化の発展によって恩恵を受けるのは海外の生産者だけではないと指摘する。

Wine Meridianはまた、インドにおけるイタリアへの制度的支援が依然として弱いと指摘した。同誌は、イタリアの年間を通じた市場展開が限定的である一方、オーストラリアやニュージーランドなどはより継続的に取り組んでいると対比した。今年の見本市で最大級かつ最も活気のある展示エリアの一つを設けたとされるスイスにも言及した。インドのように市場が細分化され、規制が複雑な国では、輸出業者にとって見本市への出展だけでは不十分なことが多い。継続的な販促活動、市場理解を促す支援、流通や州ごとの複雑な制度に対応するための連携が必要だ。

今のところ、インドはワイン業界にとって、なじみのある一方で変わりつつある市場にとどまる。依然として難しく、価格も高いが、期待だけで一向に進展しない市場として片付けることは、もはやできない。