

一般調査報告書

インド市場の魅力について

公益財団法人あいち産業振興機構が発表した「2013年における愛知県内企業の海外事業活動」調査によれば、愛知県に本社を置く1,513企業がアジアへ進出し、うちインドへは64企業98拠点の進出が確認されています。

また、同調査によれば、インドは、タイ、インドネシア、ベトナムに次いで今後の進出検討国としても第4位にランクインしています。

国際協力銀行（JBIC）が実施した「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告 2014年度海外直接投資アンケート調査結果（第26回）」において、インドは、中期的（今後3年程度）有望事業展開先国の中でインドネシア、中国、タイを抜いて同調査開始以来はじめて第1位となりました。

1. ポテンシャル

(1) 若く豊富な人口、優秀な理工系人材

2025年までには世界1位となる人口、そして、生産年齢平均が29歳（日本48歳）であり、若さを伴っていることが特徴です。

労働者の質においても、同国は世界1位の工科大学数となっており、インド工科大学等をはじめ、ワールドレベルの理工系の優秀な人材が豊富です。

自動車をはじめ、医療、ソフトウェア産業等の幅広い産業分野の企業により、インドにR&D（研究開発施設）が設置されています。

欧米の有名大学に合格してもインド国内のトップレベルの大学への入学を希望する事例もあるようです。そしてインドにおいては、他のアジア諸国に比べても幅広い職種の方が英語を話します。

(2) 購買力の爆発的増加

通商白書(2011年度版)によれば、インドは2020年に上位中間層以上の率が25%を超え、2020年に13.3億人と予想される人口から、約3.5億人規模の大市場が生まれると期待されています。

◇インドの所得階層別比率

	2000年	2005年	2010年	2015年	2020年
富裕層(35千ドル以上)	0.4%	0.8%	1.5%	3.2%	5.1%
上位中間層(15~35千ドル未満)	0.8%	1.5%	4.4%	10.0%	20.8%
下位中間層(5~15千ドル未満)	5.1%	15.3%	40.7%	49.6%	53.4%
低所得層(5千ドル未満)	93.7%	82.4%	53.4%	37.2%	20.7%

一方で、現時点での耐久消費財の普及率が低く、市場拡大の余地が大きくなっています。

◇耐久消費財の普及率(2013年) (アンダーラインは普及率50%以下)

国・地域	エアコン	カラーTV	電子レンジ	乗用車	パソコン	冷蔵庫	洗濯機	一人当りGDP
インド	<u>10.1</u>	70.7	<u>8.7</u>	<u>4.7</u>	<u>12.3</u>	<u>25.5</u>	<u>8.0</u>	1,501
中国	71.5	96.8	<u>35.0</u>	<u>6.6</u>	<u>42.3</u>	85.5	85.9	6,071
タイ	<u>16.7</u>	93.3	<u>40.0</u>	<u>16.8</u>	<u>28.3</u>	93.5	59.3	5,390

(単位:%)GDPはUSドル 出所:ジェトロ資料

### (3)迅速なモディ政権の施策

同国では2014年5月の総選挙で30年ぶりの単一の政党による過半数獲得がなされました。

経済成長、貧困対策、人口を活かした製造業の振興、能力開発、女性の地位向上、衛生に力を入れ、進出している日系大企業が驚くような今までにないスピード感で施策展開を開始しつつあります。

とりわけ製造業を呼び込む「メイク・イン・インディア」イニシアティブが開始されたところであり、GDPに占める製造業の割合を現在の15%から25%に引き上げる目標を設定し、自動車、自動車部品など振興対象となる25業種が設定されました。

振興業種の1つである自動車産業については、アジアではなく欧米レベルの各種車両基準の導入の動きもあり、日系企業の技術力が期待される場所ではあります。

#### ◇Make in Indiaの振興対象25業種

自動車、自動車部品、航空、バイオテクノロジー、化学、建設、防衛、電気機械、電子、食品製造、IT、皮革業、再生可能エネルギー、鉱業、ガス・石油、製薬、港湾、鉄道、旅行、道路、宇宙、繊維、火力発電、メディア・娯楽、健康

出所: Make in India専用ポータルからジェトロ作成

東南アジア、南アジアを所管する当バンコク産業情報センターに対しては、本県製造業の企業から「インドを将来的に考えたいがどうか?」や、「まだ工業団地のインフラは整っていないのか?」、「12億人のマーケットは確かに魅力的だ」といった声が寄せられています。

そこで、同国へ進出を検討する企業へアドバイスを担っておられるジェトロニューデリーの大穀経済連携促進アドバイザーにインドへの投資の魅力等についてお聞きしました。

Q 1 : インド市場の特徴をお教えてください。

第一に、内需主導型であるということです。

第二に、旧英国植民地であり、契約書尊重及び民主的な司法制度が浸透しています。

第三に、品質や技術面での外資依存度が高く、外国資本の企業は地場の企業に比べて製品の仕上げ具合・コンパクト性・ブランド力などに長けていることから、官民一体となって外資導入を奨励する市場となっています。

第四に、外資を投資額で判断する傾向が強いということです。外資でも子会社を設立し投資すれば、地場企業と同じ優遇策と法制税制を公平に享受できます。外国企業だからと言って差別することはない土壌があります。

但し市場が広大で多様なため、州の違い、大都市部、沿岸部などの見極めが必要です。日系企業の大半は顧客層や取引先の集中するインド北西部に拠点を構え、顧客を絞り込み、収益の積み上げ方式で、北部から南部や東部に販路を拡大する例も多くなっています。一方、産業集積のある程度見込める南部に着目する企業も最近目立ってきています。

また、自動車やエンジニアリング産業を筆頭に、インドを西方世界（中東アフリカ欧州で12億の市場の付加）への輸出拠点とみなし、インド北西部に製造拠点を構える企業も増えてきています。

消費市場としては、消費意欲は世界でもトップクラスの旺盛な潜在需要があると言えます。ただ、大多数は良い物をまだまだ知らない。良いものに対する経験が乏しいので、試作品などを経験させることで大きな需要が生み出されます。とりわけ、高付加価値製品も経験をさせることによって販売を伸ばす日系企業の事例も多いです。

Q 2 : 外資に開放されている分野、規制分野をお教えてください。

完全開放は製造・化学・貿易・卸売・物流など、先に会社を設立した上での事後報告が可能です。今年、鉄道インフラビジネスも完全開放したところです。サービスや建設・通信も自由化されていますが、場合によっては条件が付されることもあります。

一方、禁止規制は農林水産・不動産・原子力など。出資制限があるのは、銀行保険・航空・複数ブランドの小売・防衛などとなっています。

(条件がついている場合は事前に個別承認を得る必要もあります。)

Q 3 : 今後、とりわけどういった分野の企業に活躍の見込みがございませうか？

内需拡大が大きく見込める巨大市場であるという観点で、製薬や食品加工業界の成長が大きく期待できます。

また、インフラ向上の観点でも、政府が重点実施項目としている分野である鉄道や防衛分野、さらには同国のエネルギー資源の制約から再生エネルギーや天然ガスの分野が期待できます。

また、インドのソフト面での強みであるIT通信・電子産業分野は過渡期にあり、

電子産業政策を国策で推進し、家電・医療機器・太陽電池・LED・自動車電装品や半導体周辺ビジネスの商機が増大しています。

Q4：工業団地におけるインフラ状況、今後の見通しはどうでしょうか？

電力では圧倒的な黒字行政のグジャラート州及びラジャスタン州に優位性があります。一方、南部は累積赤字経営となっており、電力不足が深刻です。今後は北部と南部のインフラの差が歴然としてくると思われまます。

水を毎日百トン以上大量に使う産業では、沿岸部や雨の多い地域への立地が好まれています。

道路インフラはグジャラート州が一步先を行っています。同州では渋滞を避ける工夫、道路のメンテナンスが頻繁にされています。その他地域では、物流に大きな支障となるような隘路等が存在します。今後、主要大都市で一大バイパス計画が実行される2022年までの道路事情の発展を見極める必要があります。

工業団地の生命線である平坦な土地では圧倒的に北部がリードしており、西部や南部は丘陵地帯も多く場合によって造成コストの負担が発生します。

大都市など産業集積が進んだ先進州では、必要な許認可の数が多く、工場立上まで苦勞する事例も多くなっています。狙い目は、北西部のグジャラート州・ラジャスタン州及び南部のアンドラプラデシュ州であり、当地は土地代が安く、必要な許認可数も簡素化されています。

新政権の「メイク・イン・インド」政策もあり、工場立地として、今後はこれら州を含んだ北西部4州と南部3州が益々注目されるでしょう。

Q5：企業がインド市場を検討する場合、まずはどのような取り組みを行えばよろしいでしょうか？愛知県企業へメッセージをお願いします。

インドは広大で多様な州の存在する市場です。それゆえビジネスの基本に忠実であること。取引先に最も近いところに拠点を持つことが理想です。

迷った時は四千万人規模の都市であり産業集積や取引先が集中する德里ムンバイ産業回廊上に拠点を持つと良いでしょう。

それなりにコストがかかるので売り先の目処を得るべく商談会や展示会あるいは業界回りを重ねる必要があります。

また、提携目的を明確にすることが大事です。例えば、労務問題、許認可リスク等の軽減が目的でパートナーを組むことは、単独でもいづれノウハウが蓄積される事項であり、提携目的を深く検討することが必要です。

むしろ販路拡大を提携の最優先目的とし、販路拡大だけをパートナーに任せ、生産は日本側が握る形態で永く続いている事例があります。

その他、契約書尊重の商習慣にのっとり合意形成のプロセス（手段）を大事にし、それぞれの地域性を反映したパートナー選びがカギとなります。

愛知県には製造業が集積していますが、世界的レベルの高い技術を持ちながらまだまだ海外進出に躊躇される企業も中にはおられるかもしれません。

世界に通用する技術と信用力がある企業であれば、技術・品質・ブランド力・

仕上げ・コンパクト性等でインドとは半永久的に補完関係を構築することができ、その気になれば、活躍の場は無量大と思われれます。

今後も当センターでは、現地の生の情報を発信してまいります。

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。

バンコク産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。

本情報の採否は読者の判断で行ってください。

また、万一不利益を被る事態が生じましても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。