

ARCレポート

(R S - 8 4 7)

禁複製・社内限り

世界経済の新たな 成長センターとなるインド

ーサービス・内需中心のインド型成長モデルー

1991 年の経済改革から 15 年。インド経済が長い
低迷の時代を脱し、中国に次ぐ世界経済の成長セン
ターになると注目されている。

インドの成長は東アジアの輸出型製造業に牽引
された成長モデルではなく、I T 関連サービス業と
国内需要に牽引されたインド型成長モデルともい
えるものだ。インド市場の成長を前提とした、イン
ドビジネス戦略が日本企業にも必要とされる。

2 0 0 6 年 9 月



株式会社 旭リサーチセンター

東京都千代田区内幸町1-1-1 (帝国ホテルタワー)

電話 (03) 3507-2406 (代)

このレポートの担当

常務取締役

研究員

お問い合わせ先

E-mail matsuo.tf@om.asahi-kasei.co.jp

imamura.hb@om.asahi-kasei.co.jp

松 尾 隆

今 村 弘 史

03-3507-2406 (代)

注: このレポートはARC会員会社および旭化成グループ・分社・持株会社を対象としております。内容の無断転載を禁じます。

<本レポートのキーワード>

インド経済、IT 関連サービス産業、カースト制、貧困問題、日印関係

(注) 本レポートは、A R C ホームページ (<http://www.asahi-kasei.co.jp/arc/index.html>) から検索できます。

このレポートの担当

常務取締役 松 尾 隆
研究員 今 村 弘 史

お問い合わせ先 03-3507-2406 (代)

E-mail: matsuo.tf@om.asahi-kasei.co.jp
imamura.hb@om.asahi-kasei.co.jp

ま と め

1. 改革開放から 15 年、90 年代前半の中国と同程度まで発展

1991 年、経済自由化により、経済のグローバル化に舵を切ったインド経済は、それまでのヒンドゥー低成長を抜け出し、直近 2 年は 8%を超える成長を達成している。

現在のインドの経済レベルは、中国が 1978 年に改革開放に踏み切って 15 年が経過した 90 年代前半とほぼ同レベルとなっている。中国がその後も高成長を遂げ、いまや世界の工場となっている状況から、同じような人口大国であるインドも次の巨大市場として世界から注目されている。

2. 中国とは異なるサービス業中心の産業構造：インド型成長モデル

インドと中国を比較すると、産業構造が大きく異なる。中国の場合は、輸出型製造業が成長の牽引役となり、GDP ベースで製造業が 5 割近いウェイトを占めている。一方、インドではサービス産業のウェイトが 5 割と成長の牽引役となっており、製造業のウェイトは 2 割に過ぎない。1947 年の独立後、輸入代替政策をとってきたことから「サンダルから人工衛星」まで自給可能だが、国際競争力はごく一部の製品を除いて低く、貿易収支は慢性的な赤字となっている。その赤字を補っているのが、ソフトウェアなどのサービス輸出である。特に IT 技術の進歩によって国境の壁が低くなったことから、2000 年の IT バブル崩壊以降、ソフト開発からコールセンター業務までインドにアウトソーシングする企業が米国を中心に増えている。これが成長の原動力となっている。中国、ASEAN からはインフラ整備などで大きく遅れをとっていること、カースト、学歴、言語などによって労働市場が分断され、均質で大量の労働力に欠くことから、労働集約的な製造業による成長モデルには限界がある。インドが競争優位を持つ IT 関連サービスを牽引役にした新たな成長モデルにより 6~8%成長を達成することが期待される。

3. 日本からの企業進出は始まったばかり：インド市場戦略が必要

日本企業のインド進出は 2006 年 1 月現在で 328 社に止まっている。貿易額も輸出入の 1%以下に過ぎない。インドは海外企業にとって進出の最も難しい国の一つとされているが、一旦参入に成功すれば、それは後に続く企業の参入障壁でもある。インド経済の成長性、市場特性を見極めたインドビジネス戦略が必要とされる。

目 次

なぜ、いまインドなのか：2020 年には世界経済の成長センター	1
1. インド経済の概況と課題：成長への課題山積	3
1.1 改革開放から 15 年、13 年前の中国と同レベルに	3
1.2 インド経済の特徴と課題：「第二の中国」になれるのか	4
(1) 産業構造：サービス産業が大きな割合を占める	4
(2) 急成長を続ける IT 関連サービス産業：人材確保などが課題	5
(3) 輸出入：弱い輸出競争力、今後の課題は中小企業の強化	6
(4) 景気循環を左右する天候リスク：モンスーンサイクル	7
(5) カースト制の経済への影響：成長社会の不安定要因に	8
(6) 貧困問題：2 億人を超える貧困層、最大の解決策はやはり経済成長	9
(7) 貧弱なインフラ：財政赤字下での民活	10
(8) 労働者側に偏った労働法体系：活発な労働争議	11
(9) 行政手続きの煩雑さ：複雑な許認可権限	11
2. 大量消費社会を迎えるインド経済の今後の展望	13
2.1 勃興する中間層：個人消費が成長の主役に	13
(1) 消費を牽引するモータリゼーション、家電	13
(2) 大量消費社会の誕生：価格競争、消費者ローン、ショッピングセンター	14
2.2 今後の展望：サービス業と国内需要主導のインド型成長モデル	14
(1) 第二段階に入るインドの成長：国内需要主導の成長	14
(2) 成長の牽引役が期待されるサービス部門：インドの挑戦	15
3. 今後の発展が期待される日本とインドの経済関係	17
3.1 日本からみると未だ小さいインドとの関係	17
3.2 インド進出日本企業の特徴	18
3.3 インド進出企業例	19
(1) スズキ	19
(2) 三菱化学	19
3.4 インドでのビジネス上の問題	19
おわりに：インドビジネスの戦略と今後	21

＊米国国家情報会議

出典：フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』

国家情報会議 (NIC: National Intelligence Council) とは、情報共同体からの情報に基づき、アメリカ合衆国大統領のために中・長期的予測を行う諮問機関である。

1947 年、その前身である報告・評価室 (ORE: Office of Reports and Estimates) が創設された。1950 年、ORE を改組して国家評価室 (ONE: Office of National Estimates) が創設された。1979 年、ORE は現在の国家情報会議に改編された。

15～20 年間に渡る世界の政治情勢の予測の外、同機関は、国家情報評価 (NIE: National Intelligence Estimates) と称されるより短期的な評価を大統領のために作成している。NIE は、大統領と政府閣僚が受領する。NIE の作成には、諜報機関だけではなく、例えば大学教授等、民間人も参加している。

NIC は、最近まで中央情報長官 (DCI: Director of Central Intelligence) の機構に含まれていたため、その作成物は CIA がコントロールしていた。

なぜ、いまインドなのか：2020 年には世界経済の成長センター

1990 年代の中国に続いて、21 世紀の世界経済の成長センターとしてインドが注目されている。たとえば、2004 年 12 月、米国の国家情報会議 (National Intelligence Council) が発表した 2020 年の世界予測 “Mapping the Global Future” において、インドを中国と並ぶ新たなパワーとみている。現在は中国の経済成長が目覚しいが、2020 年にはインドが世界経済の成長センターとなるとしている。

インドは、日本からは依然として遠い国だが、米国からみると IT 革命により、ぐっと身近な国として感じられる国となったようだ。米国人のジャーナリスト、トーマス・フリードマンの最新刊「フラット化する世界(The world is flat)」は、インドのバンガロールでのソフトウェア企業の取材の話から始まる。彼は、それまで米国で行われていた税務書類の作成、CT スキャンデータの解析、コールセンター業務などがアウトソーシングされ、あたかも米国に居るのと同様にインド人によって行われているのをみて、グローバル化が新たな次元に入ったと実感する。

表題となっている「フラット化」には、二つの意味が込められている。一つは、競争上の概念である。英語では、「公平な条件で勝負する」という慣用句として“level playing field (競技場を平らにする)”という表現がある、これを踏まえたものだ。光ファイバーとインターネットで繋がることにより、遠隔地（たとえばインド）にいてもすぐ隣にいるのと同様に仕事が進められるようになった。その結果、従来は国内産業だと思われていたソフトウェア技術者、会計士、コールセンターのオペレーターといった職種の雇用までもが、製造業と同様に海外に流出するようになった。サービス産業でさえ条件を整えば距離には関係なく世界中から市場競争に参加できるようになったということだ。

二つめの意味は、ビジネスモデルの変化だ。コンピュータ産業の変化に典型的に現れているように、メインフレーム時代の一社垂直統合型のビジネスモデルから、パソコン時代の CPU はインテル、OS はマイクロソフト、液晶ならシャープといったように、機能毎に専門企業が登場し、それを組み合わせる水平・共同型のビジネスモデルに移っている。同書では、それを垂直な “command & control モデル” から、水平な “connect &

INDIA

0 500 1000
Km



collaborate モデル”への移行と表現している。これは、従来のように、すべての業務を社内に抱え込むのではなく、自社は得意分野に経営資源を集中し、他の業務、たとえばデータ入力などの事務処理や、コールセンター業務などはその専門企業に業務委託（outsourcing）し提携することにより、経済全体の生産性が向上することを指している。人件費の安いインド企業と提携すればコスト上のメリットも大きい。

日本の場合は、日本語という言葉の壁があることなどから、インドへの業務委託は限定的なものに止まっているが、英語圏にはそうした壁が存在しないことから、米国などからはかなりの業務がインドにアウトソーシングされている。インドのソフトウェアやアウトソーシング産業の2005年度時点での売上は363億ドル、インドのGDPの5%を占めるまでになっている。25年前にインドで起業したInfosys社のCEO、ニルカニ氏は「10億ドルの売上を記録するまでに23年掛かったが、20億ドルになるには23ヵ月しかかからなかった」と最近の売上の急増を語っている。

ここが中国の成長と異なっている点だ。中国の成長を主導したのは、外資導入による輸出の拡大、製造基地の中国への移動であった。これに対し、インドの製造業が占める地位は低い。1991年まで輸入代替政策をとっていた結果、ほとんどの製品は国内で自給しているが、ジェネリック医薬品など一部を除き輸出競争力はない。それに代わって外貨を獲得しているのがソフトウェアなどサービスの輸出だ。

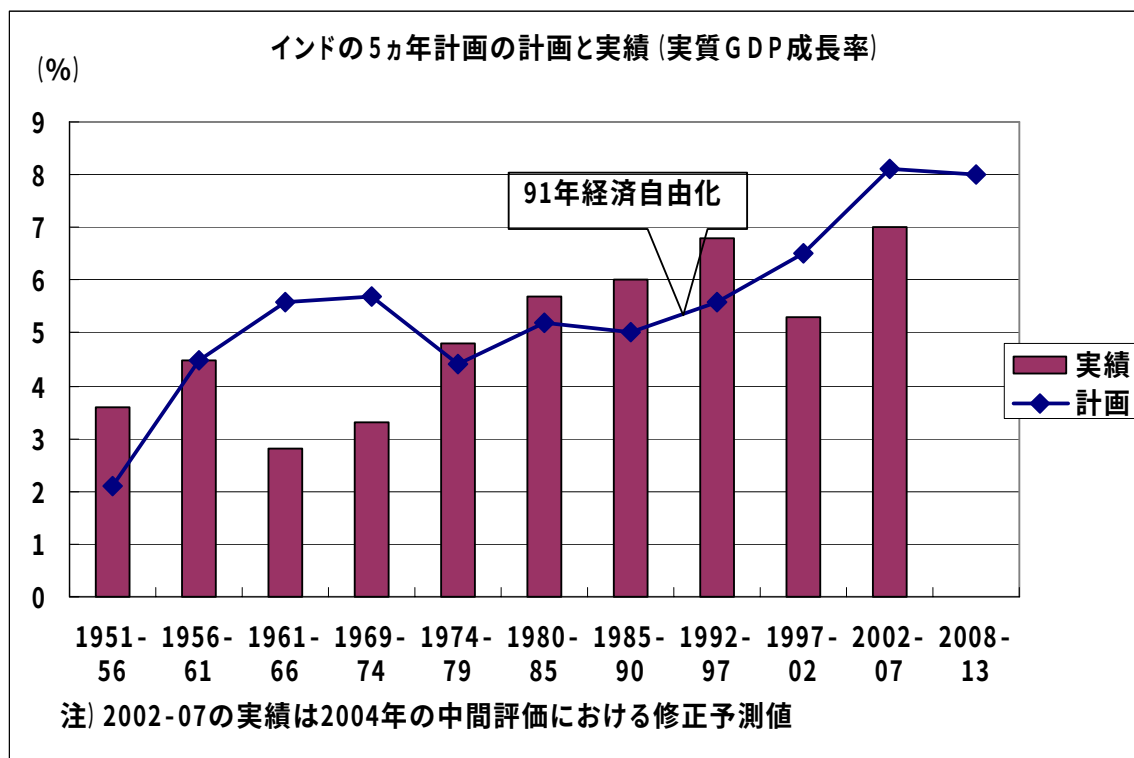
2000年以降のIT産業の急成長と経済改革による消費財輸入の増加により、インドの経済成長は、サービスの輸出だけから、家電、自動車などの耐久消費財の生産・販売、道路、空港などのインフラ整備といった国内需要にも支えられた着実な成長へと移りつつある。そして、日本企業もようやくインド市場の将来性に注目し始めたというのが昨今の状況だ。

サービス産業が主導するインド型モデルにより経済のテークオフに成功したインド経済は今後も持続的な成長が可能なのか。モノ作り大国としての日本は、インド経済の成長にどのように貢献できるのか。インド経済の現状と今後について考えてみた。

インドの概況

	数値	備考
人口	11.03億人	2005年 世界2位
面積	328.7万平方km ²	世界7位 日本の約8.7倍
宗教	ヒンドゥー (82.7%) イスラム (11.2%) キリスト教 (2.6%) など	
名目GDP	7,754億ドル	2005年 世界12位 日本の約1/7
一人当たりGDP	713ドル	2005年 世界159位 日本の約1/50
日系進出企業	328社	2006年1月 在インド日本大使館
在留邦人	1,907人	2005年10月 外務省

(出所) 人口・面積・宗教はJETRO、名目GDP、一人当たりGDPはIMF、順位は世界銀行
日系進出企業、在留邦人数は在インド日本大使館



(出所) インド計画委員会

注) 1997-02の実績が落ち込んでいるのは1998年インドが核実験を強行したことから、
外資の流入が滞ったことも一因

1. インド経済の概況と課題：成長への課題山積

1.1 改革開放から15年、13年前の中国と同レベルに

インドは大国である。人口は中国に次いで世界第2位、11億人、軍事力でも核を保有し、正規軍の人数（133万人）では中国、米国に次ぐ第3位、国土面積は328.7万km²と日本の8.7倍、世界7位である。しかし、経済は遅れている。人口が多いことから全体のGDPは2005年で7754億ドル（中国は2兆2240億ドル）と世界12位だが、一人当たりGDPでは713ドル（中国の一人当たりGDPは1703ドル）と世界159位（世界銀行 world development indicator）に過ぎない。インドは世界最貧国の一つである。

そのインドが今、ようやく経済のテークオフに成功し、いわゆる BRICs の一角として注目されるようになってきた。きっかけは、1991年、外貨危機に見舞われ、それまでの社会主義統制経済から自由化路線へと経済政策を180度転換したことだ。中国が1978年に改革開放に踏み切ってから13年遅れの経済改革である。同年以降、変動相場制への移行、国内投資規制の撤廃、外資規制の緩和、政府独占部門の民間への開放などの自由化政策を実施してきた。

改革の成果は目覚ましい。ヒンドゥー低成長といわれた3～4%成長を脱し、91年～2004年の平均成長率は6%を達成し、2004年度以降は8%と成長が加速している。

同じく統制経済から自由経済へ移行してきた中国の経済発展と比較してみると、経済改革が始まって15年経た現在のインドは、1978年の改革開放から15年を経た1993年の中国をやや上回るレベルに達している。90年代前半の中国のレベルには達した訳だ。

中国は、2001年のWTO加盟などもあり、その後も目覚ましい経済成長を続け、今や「世界の工場」と呼ばれるまでになった。世界経済はもはや中国抜きに語ることはできなくなっている。

同じく巨大な人口を擁するインドが、順調に成長を遂げるなら、10～15年後には、現在の中国並みの経済力を持つことになる。

果たしてインドは今後も高成長を持続し、中国に並ぶ経済大国になれるのであろうか。インドを「第二の中国」として期待する見方は多いが、インド経済は中国経済とは多く

インド (2005)、中国 (1993、2005)、日本 (2005) の主要経済指標

	インド (2005)	中国 (1993)	中国 (2005)	日本 (2005)	備考、単位
GDP	775	613	2,224	4,571	名目、10億ドル
一人当りGDP	713	517	1,702	35,786	名目、ドル
人口	1,103	1,185	1,316	128	100万人
商品輸出	79.2	91.7	761.9	581.0	10億ドル
商品輸入	107.0	103.9	659.9	503.0	10億ドル
サービス輸出	51.3	6.8	62.4	107.5	10億ドル
サービス輸入	36.7	8.6	72.1	126.2	10億ドル
直接投資残高 (実行ベース累積)	38.6	- 61.9	213.2 562.1	97.3	10億ドル、2004年

※インドの輸出入は2004年度、中国(2005)のサービス輸出・輸入は2004年
(出所) IMF、インド準備銀行、中国統計年鑑、内閣府、財務省 等

インドと中国の産業構造の推移 (対GDP比率)

単位：％

	インド			中国		
	1次産業	2次産業	3次産業	1次産業	2次産業	3次産業
1980	38.9	19.7	41.5	30.1	48.5	21.4
1985	35.2	21.3	45.0	28.4	43.1	28.5
1990	31.3	22.0	46.7	27.1	41.6	31.3
1995	28.2	23.0	48.8	20.5	48.8	30.7
2000	24.6	20.5	54.9	16.4	50.2	33.4
2004	21.1	21.0	57.9	15.2	52.9	31.9

出所) インド、中国の国民所得統計により作成、ただし中国は2005年の改定前

業種別就業人口 (CDSベース)

	2001年度実績		2007年度計画		伸び率
	人数 (百万人)	比率	人数 (百万人)	比率	
農業関連	191.01	55.6%	200.48	51.1%	0.8%
鉱業	2.21	0.6%	2.01	0.5%	-1.6%
製造業	42.09	12.3%	53.71	13.7%	4.1%
ガス・電気・水道	1.09	0.3%	0.88	0.2%	-3.5%
建設	16.16	4.7%	22.46	5.7%	5.6%
商業・ホテル・外食産業	40.99	11.9%	52.22	13.3%	4.1%
運輸・倉庫・通信	14.92	4.3%	20.43	5.2%	5.4%
金融・不動産・事業サービス	5.32	1.5%	7.25	1.8%	5.3%
公共・個人サービス	29.57	8.6%	30.06	7.7%	0.3%
その他			2.85	0.7%	
合計	343.36	100.0%	392.35	100.0%	2.2%

(出所) インド計画委員会Report of the Special Group on Targeting Ten Million
Employment Opportunities per year over the Tenth Plan Period 2002.5

の点で異なっている。この先中国と同じような高成長を達成できるとは限らない。

そこで以下ではインド経済の特徴と課題について考えてみる。

1. 2 インド経済の特徴と課題：「第二の中国」になれるのか

（1）産業構造：サービス産業が大きな割合を占める

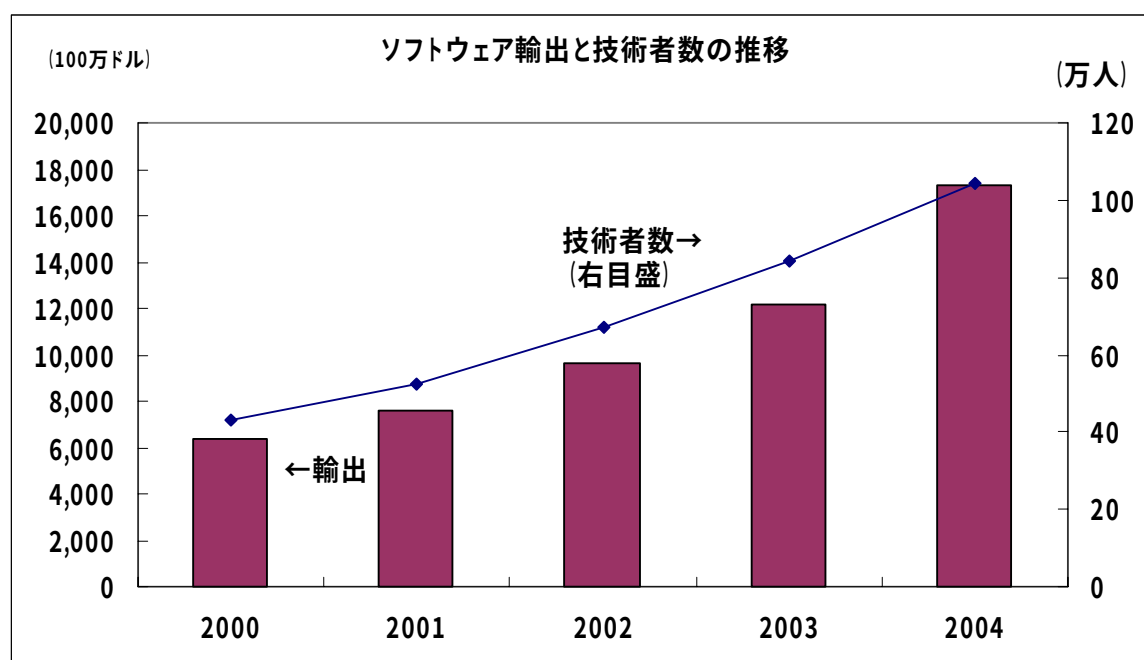
インドの産業構成を GDP で見ると、第一次産業、第二次産業がそれぞれ 2 割強を占め、残りの 6 割弱が第三次産業となっている。インド経済は GDP におけるサービス産業の割合が非常に大きいことが特徴となっており、これは中国が製造業を中心とした第二次産業が GDP の半分以上を占めているのと対照的である。

こうしたインドのサービス産業の発展は、新興産業である IT 産業は既存の規制・慣行の枠外で成長できたこと、1991 年の経済改革を契機に経済の自由化が進み、海外からの製品輸入が小売業を活性化させ、都市中間層の増大に伴い教育、娯楽、医療などサービスへの需要を拡大させていることがあげられる。

このようにサービス業の輸出と国内需要が成長を牽引する「インド型成長モデル」は世界的に例がなく、今後の成長過程が注目されている。

通常のアジア型雁行発展の成長過程においては、労働集約的な製造業が成長していくことにより第一次産業から第二次産業へと労働力が移動し、その後、都市化の進展に伴い経済がサービス化し第三次産業が成長していく。インドでは、零細な地場中小企業保護のための参入規制やカーストの制約などから、製造業が未発達のため農村部の余剰人口を吸収する余力がなく、人口の 70% 以上が未だ農村に居住している。

中国や ASEAN から経済発展において遅れをとっているインドは、政府主導の下、サービス産業というニッチ市場で傑出した地位を確保し、それによる経済発展を目指している。インフラ整備などですでに大きく遅れをとっているインドにとっては、いまさら輸出型製造業中心の成長モデルをとっても勝負にならないという側面も大きいのだろう。第 10 次 5 ヶ年計画（2002～2007）における業種別就業人口をみても、約 5000 万人の雇用増のうち、広義のサービス業で 1920 万人、製造業 1160 万人とサービス業に期待する形となっている。



(出所) ソフト輸出はインド準備銀行、技術者数は NASSCOM により作成

インドのIT産業の部門別売上

10億ドル

	2003年度	2004年度	2005年度
ITサービス	10.4	13.5	17.5
輸出	7.3	10	13.2
国内	3.1	3.5	4.3
BPOサービス	3.4	5.2	7.2
輸出	3.1	4.6	6.3
国内	0.3	0.6	0.9
エンジニアリングサービス、R&D等	2.9	3.9	4.8
輸出	2.5	3.1	3.9
国内	0.4	0.7	0.9
合計	16.7	22.6	29.5
輸出	12.9	17.7	23.4
ハード	5	5.9	6.9
IT産業計	21.6	28.4	36.3

(出所) NASSCOMホームページ

貧富の差を無くし将来にわたり安定的な成長を続けるためには、雇用の確保が最優先される。はたして本当にサービス業、製造業で、これだけの人材を吸収できるのか、そのための教育・訓練は十分提供可能かが課題となっている。

（２）急成長を続ける IT 関連サービス産業：人材確保などが課題

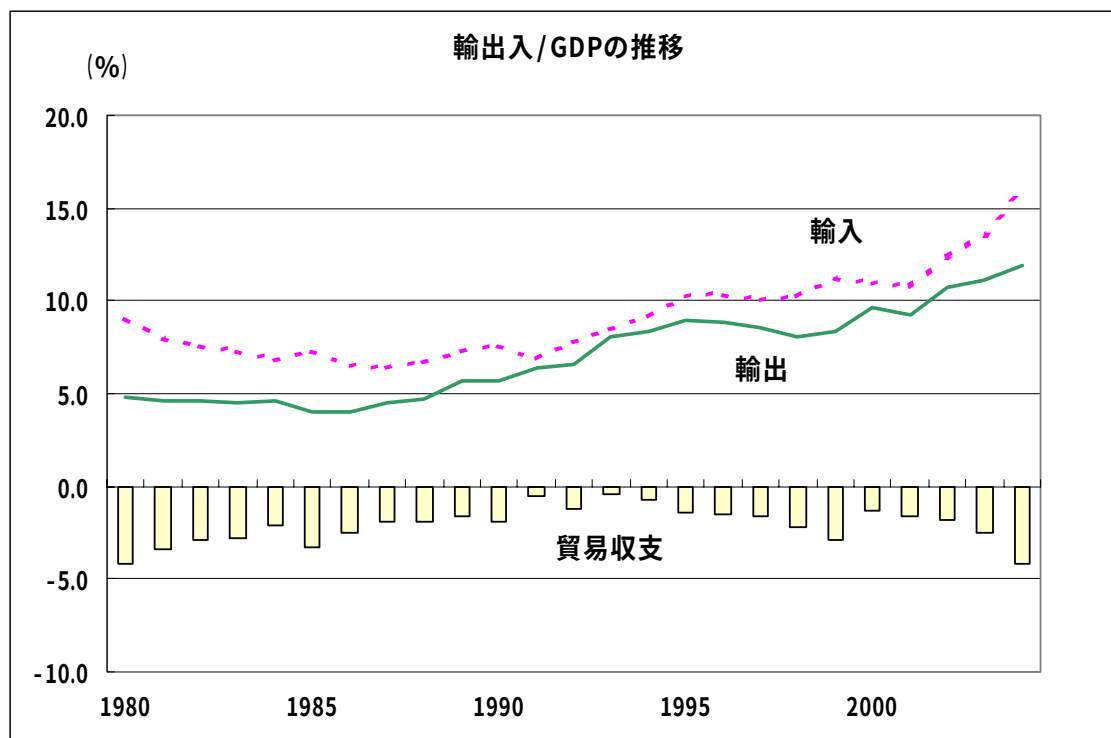
インドのサービス産業の成長を牽引しているのが IT 関連サービス産業である。IT 関連サービス産業の 2005 年度の売上は 363 億ドルとインドの GDP の約 5%、輸出額も 234 億ドルと財輸出約 800 億ドルの 20%とインド最大の輸出産業となっている。

業界の予測では 2010 年には、輸出で 600 億ドル、220 万人の雇用を創出するとしている。

こうしたインドの IT 関連サービス産業は、ソフトウェア開発や各種 R&D、IT 教育などのソフトウェア関連サービスと、コールセンターやバックオフィスなどのように海外企業の一部の業務をインド企業が請け負っている Business Process Outsourcing(BPO)から成り立っている。

IT 関連産業発展の背景としては、米国でインド人によるソフトウェア開発の実績が豊富だったこと、新規産業なのでカーストの規制がなく高学歴人材が参集できたこと、米国から見て地球の裏側にあり時差の面で有利なことがあげられる。さらに、インド工科大学など優秀な教育機関の存在、インド政府の IT 関連産業振興策、共通語が英語である、相対的に安い賃金、国内企業とインド系米国人との強固なネットワークなどが追い風となった。こうしたことから、90 年代前半から米国の IT 企業（IBM、マイクロソフトなど）が、争うように進出した。

今後の課題としては、中国、フィリピン、アイルランド、旧東欧諸国など諸外国との競争があげられる。いまのところ総合的に見て、IT 関連産業進出先としてのインド優位は確固たるものがあるように見えるが、経済発展に伴う賃金コストの上昇が、低コストというインド立地のメリットの一つを低下させることになるだろう。また、アウトソーシングに対する先進国での反発も、課題となる。米国では、インドなど国外へのアウトソーシングが米国内での雇用を減少させているとの批判があり、労働組合や NPO から強



(出所) インド準備銀行資料により作成

インドの主要貿易品目

輸出		単位: 100万米ドル						
		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
輸出額	機械、金属製品、鉄鋼	4393	5135	6976	6939	8983	12321	16440
	宝石	5929	7550	7384	7306	9052	10573	13705
	化学品	3378	4013	5002	4684	5880	7598	11873
	既製服	4365	4765	5577	5006	5690	6231	6026
	鉱物燃料	141	784	1931	2183	2707	3734	4193
	綿糸・綿布	2772	3090	3509	3073	3351	3395	3202
	皮革・皮革製品	1580	1590	1951	1910	1848	2163	2289
	魚介類・魚介類加工品	1038	1183	1394	1236	1432	1329	1267
	鉄鉱石	384	271	358	426	868	1126	2629
	米	1493	721	644	666	1205	1025	1478
	輸出総額	33218	35822	44560	43827	52719	63843	79247
構成比	機械、金属製品、鉄鋼	13.2%	14.3%	15.7%	15.8%	17.0%	19.3%	20.7%
	宝石	17.8%	21.1%	16.6%	16.7%	17.2%	16.6%	17.3%
	化学品	10.2%	11.2%	11.2%	10.7%	11.2%	11.9%	15.0%
	既製服	13.1%	13.3%	12.5%	11.4%	10.8%	9.8%	7.6%
	鉱物燃料	0.4%	2.2%	4.3%	5.0%	5.1%	5.8%	5.3%
	綿糸・綿布	8.3%	8.6%	7.9%	7.0%	6.4%	5.3%	4.0%
	皮革・皮革製品	4.8%	4.4%	4.4%	4.4%	3.5%	3.4%	2.9%
	魚介類・魚介類加工品	3.1%	3.3%	3.1%	2.8%	2.7%	2.1%	1.6%
	鉄鉱石	1.2%	0.8%	0.8%	1.0%	1.6%	1.8%	3.3%
	米	4.5%	2.0%	1.4%	1.5%	2.3%	1.6%	1.9%
	輸出総額	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

力な抗議が行われている。金融サービス業でも、機密保持や安全性などの点から国外へのアウトソーシングについての論議が起きている。インドの IT 関連輸出の約 70%は米国向けになっており、米国の政策変更によっては多大な影響を蒙る可能性がある。今後は米国だけではなく欧州諸国や日本企業など新規の市場を開拓していくことが、課題になっている。

ただ、この分野が成長分野であることは確かだ。モノ作りの分野や研究開発においても、ソフトウェアのかたまりともいえる携帯電話、自動車のエンジン制御、様々な機器の補修の履歴管理、分子レベルでの医薬・バイオ研究など、ソフトウェアの比重が高まってくる。IT 関連サービスの発展の余地は依然として大きいだろう。

（３）輸出入：弱い輸出競争力、今後の課題は中小企業の強化

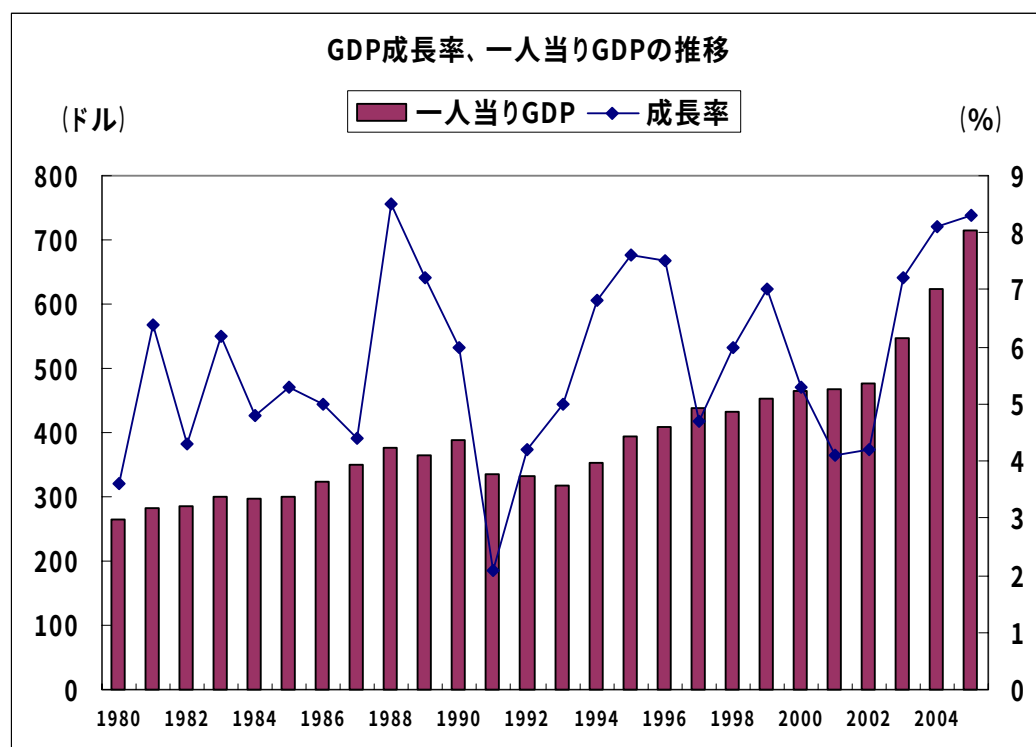
インドの産業構造のもう一つの特徴は製造業の輸出競争力が弱いことである。

インドは、1947 年の独立以来、自給自足を目指した輸入代替工業化路線を歩んでおり、「サンダルから人工衛星」まで国内で製造している。これまでは「重要性原則」、「国産品と競合しない原則」の下、多くの製品の輸入を規制してきた。さらに、中小企業分野については大企業の参入規制を行ってきた。1991 年の経済改革以来、徐々に規制は緩和されてきているが、多くの製造業分野は国際競争力を持っていない。

自動車や家電などはインドの巨大な国内需要を商機として海外からの直接投資が増加するなか、今後、課題となってくるのが中小企業の強化である。インドの中小企業は、これまで輸入からも国内大企業からも保護されてきた。また、貧弱なインフラと複雑な流通から市場が地域毎に分断されており、競争が乏しい状況にあった。しかし、経済自由化の進展、道路などのインフラ整備が進むとともに、徐々に保護障壁が低下しており、中小企業が市場競争にさらされることになる。たとえば中国からの安価な輸入の増大で地場の伝統的な中小企業が打撃を受ければ、ただでさえ弱い製造業の基盤が弱体化してしまうだけでなく、雇用問題につながれば社会不安の原因にもなりかねない。大企業だけでなく、中小企業育成のための海外からの直接投資が必要とされている。この分野の支援が日本への期待でもあるだろう。

輸入		単位:100万米ドル						
		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
輸入額	石油類	6398	12611	15650	14000	17640	20570	29844
	電化製品	2223	2796	3508	3782	5599	7506	9739
	真珠・貴石	3760	5436	4838	4623	6063	7129	9423
	電気機器以外の機械	3391	3993	3703	3164	3813	5204	6550
	化学原料・化合物	390	361	338	444	3477	4633	5335
	輸送機器	798	1137	953	1150	1898	3228	2422
	食用油	1804	1857	1334	1356	1814	2542	2393
	鉄鋼	1064	884	781	834	888	1506	2597
	プラスチック・再生セルロース	676	720	558	674	782	1082	1395
	輸入総額	42389	49671	50536	51413	61412	78149	107066
構成比	石油類	15.1%	25.4%	31.0%	27.2%	28.7%	26.3%	27.9%
	電化製品	5.2%	5.6%	6.9%	7.4%	9.1%	9.6%	9.1%
	真珠・貴石	8.9%	10.9%	9.6%	9.0%	9.9%	9.1%	8.8%
	電気機器以外の機械	8.0%	8.0%	7.3%	6.2%	6.2%	6.7%	6.1%
	化学原料・化合物	0.9%	0.7%	0.7%	0.9%	5.7%	5.9%	5.0%
	輸送機器	1.9%	2.3%	1.9%	2.2%	3.1%	4.1%	2.3%
	食用油	4.3%	3.7%	2.6%	2.6%	3.0%	3.3%	2.2%
	鉄鋼	2.5%	1.8%	1.5%	1.6%	1.4%	1.9%	2.4%
	プラスチック・再生セルロース	1.6%	1.4%	1.1%	1.3%	1.3%	1.4%	1.3%
	輸入総額	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(出所) インド準備銀行、在インド日本大使館



(出所) IMF、World Economic Outlook 2006.4 database より作成

商品輸出の対 GDP 比を見ると、中国が 30%を超えるのに対しインドは 10%程度しかない。また、米国・欧州・日本など巨大消費市場から地理的に離れており輸送コストの面で不利なこと、国内の物流に関するインフラの整備の遅れなどから、貿易収支も慢性的な赤字が続いている。この貿易赤字を補っているのがサービス輸出と在外インド人（いわゆる印僑）からの送金である。

インドの主要な輸出品を金額上位順に見ると、①鉄鋼・機械類、②宝石、③繊維類、となっており、近年では伝統的な産業である繊維類に代わり鉄鋼・機械類の輸出が増加している。その他、鉄鉱石、米、魚介類なども主要な輸出品目になっており、原材料、農産物から工業製品まで輸出品目は多岐に渡っている。

輸出の相手先では、①米国、②アラブ首長国連邦、③中国の順となっているが、最近では輸出先での欧米の比率が低下し、中国を中心としたアジア向けの輸出が増加している。

一方、輸入品目では、石油類だけで輸入額の 3 割弱を占めている。インドは原油の産出国であるが、経済成長にともない原油の需要が増加する一方、油田の開発は進まず原油の自給率は低下している。今後も原油の輸入は増加していくと見られ、エネルギー資源確保がインドの重要な外交戦略となっている。また、タイとの間で自由貿易交渉を進めており、2004 年 9 月からは早期措置としてテレビ、エアコンなど 82 品目の関税が引き下げられており、こうした品目の貿易量が増大している。また、シンガポールとは 2005 年 8 月に経済連携協定が発効している。

こうした ASEAN との自由貿易構想の進展に加え、中国、韓国、日本とも自由貿易交渉が行われており、日系企業でもそれに合わせて生産拠点の見直しが進んでいる。インフラ整備などで立ち遅れているインドの製造業にとっては厳しい状況が続くと思われる。

（４）景気循環を左右する天候リスク：モンスーンサイクル

インド経済の需要面での特徴は、商品輸出（外需）への依存度が低く、国内需要、特に個人消費の割合が高い（62%程度）ことである。こうしたなかで、農業が GDP に占める割合はかつての 4 割弱から 2 割へと低下しているが、依然として農村人口が 70%以上

カーストの内訳。

1980年のマンダル委員会報告書(「その他の後進諸カースト階層 OBCs」の範囲と留保措置の内容決定)によれば、ヒンドゥー教徒 81.9%(8 億 4112 万人)の内、上層カースト(バラモン、クシャトリヤ、ヴァイシャ) 18%、後進カースト(スードラ) 43%、カースト外にダリット(不可触民) 15%(1 億 5405 万人)先住民族 7.5%(7,702 万人)。

この他に、ムスリム(イスラム教徒)12%(1 億 2,324 万人)キリスト教徒 2.26%(2,321 万人)シク教徒 1.9%(1,951 万人)新仏教徒 0.76%(780 万人)ジャイナ教 0.4%である。

ダリット(不可触民)人口は 25%(2 億 4000 万人)ともいわれてもいる。

あり、就業者ベースでも半分以上は農業に従事していることから、農業部門の所得動向（＝豊作か凶作か）が農村の消費に影響を及ぼし景気循環を左右している。

インドでは農村の灌漑が普及していない地域が多いことから、6～7月のモンスーン期の降雨量が農業生産に大きな影響を及ぼしている。91年の経済改革以降も、7%を超える成長を達成した年がある一方、5%以下の成長率の年もある。この主因が、モンスーンによる景気循環であり、モンスーンサイクルと呼ばれている。

インド経済が安定成長を遂げるためには、農村における灌漑事業が不可欠であり、当面、天候リスクは無視できないものになっている。

（５）カースト制の経済への影響：成長社会の不安定要因に

インドの有名なカースト制は約3000年の歴史があり、「四姓（バラモン、クシャトリア、ヴァイシャ、スードラとそれ以外の不可触民）」と「世襲的職業身分集団（ジャティ）」からなり、その種類は3000とも3500とも言われる。インドでカースト制といった場合は、普通は後者の世襲的職業身分集団をさす。

カースト制においては、①出生によってカーストが決定されカースト間の移動はできない、②配偶者選択の制限（同一カースト内で結婚）、③職業の制限（カーストによって職業が決まる）、④下位カーストとの社会的交際、食事の制限などが規制されている。現在ではカーストによる差別は憲法で禁止されているものの、ヒンドゥー教と深く結びついていることから、インドの社会的慣行として定着している。

カースト制の存在は、経済が低成長のなかでは社会の安定装置として作用した側面も大きい。高成長を持続するためには、労働移動を阻害し、制約要因となりかねない。現に、労働市場が分断され、製造業への高学歴・高カーストの就業が阻害されたことが、インド経済の長期低迷の要因ともなった。また、IT関連サービス産業は、新規産業であったことから既存のカーストに縛られずに高学歴・高カーストの新卒が就業できたことが高成長の大きな要因といわれている。

現在、政府による下位カーストへの優遇制度（公務員への優先採用、大学への入学枠など）、ヒンドゥー教からイスラム教や仏教への改宗などにより、カースト制は徐々に変

貧困率・人口の推移

	貧困率(%)			人数 (100万人)		
	農村	都市	計	農村	都市	計
1977-78	53.1	45.2	51.3	264.3	64.6	328.9
1983	45.7	40.8	44.5	252.0	70.9	322.9
1987-88	39.1	38.2	38.9	231.9	75.2	307.1
1993-94	37.3	32.4	36.0	244.0	76.3	320.3
1999-00	27.1	23.6	26.1	193.2	67.1	260.3
2007 (予測)	27.1	15.1	19.3	170.5	49.6	220.1

(出所) インド財務省 Economic survey 2003-2004 2007 年は 10 次計画予測値

(注) 1999 年度の計画委員会による貧困ラインは一月の一人当たりの平均所得が都市部で 454.1 ルピー、その他の地域では 327.6 ルピーが基準となっている。

インド各州地域格差

州名	地域	一人当り GDP：ルピー	識字率	産業構造 (GDP比率)		
				一次産業	二次産業	三次産業
チャンディガル	北部	31,865	81.9%	1.0%	13.8%	85.2%
ゴア	南部	28,071	82.0%	9.4%	35.2%	55.4%
デリー	北部	27,898	81.7%	1.2%	11.8%	86.9%
ポンディシェリ	南部	23,610	81.2%	5.9%	48.5%	45.7%
グジャラート	西部	16,779	69.1%	22.5%	30.6%	47.0%
マハラシュトラ	西部	16,050	76.9%	14.0%	20.5%	65.5%
パンジャブ	北部	15,800	69.7%	40.6%	15.8%	43.6%
アンダマン・ニコバル	島嶼部	15,789	81.3%	30.2%	-3.9%	73.7%
ハリヤナ	北部	15,721	67.9%	29.6%	18.8%	51.7%
タミルナドゥ	南部	13,423	73.5%	13.7%	22.9%	63.4%
ケララ	南部	12,109	90.9%	16.9%	11.4%	71.7%
ヒマチャル・プラデジュ	北部	11,832	76.5%	22.6%	19.8%	57.5%
カルナタカ	南部	11,799	66.6%	25.2%	14.8%	60.0%
インド平均		11,799	64.8%	21.1%	21.0%	57.9%
ナガランド	東北部	11,674	66.6%	36.6%	0.2%	63.2%
アンドラ・プラデジュ	南部	11,333	60.5%	26.5%	15.9%	57.6%
シッキム	東北部	11,232	68.8%	22.9%	6.9%	70.2%
ウエスト・ベンガル	東部	10,952	68.6%	25.5%	16.5%	58.0%
トリプラ	東北部	10,255	73.2%	22.6%	3.5%	74.0%
メガラヤ	東北部	9,727	62.6%	25.3%	10.4%	64.2%
アルナチャル・プラデジュ	東北部	8,958	54.3%	34.9%	1.5%	63.5%
マニプール	東北部	8,751	70.5%	27.2%	9.2%	63.6%
ラジャスタン	西部	8,571	60.4%	29.7%	15.6%	54.7%
マディヤ・プラデジュ	中部	8,284	63.7%	32.8%	17.4%	49.8%
ウッタランチャル	北部	7,937	71.6%	33.6%	10.3%	56.1%
ジャルカンド	東部	7,810	53.6%	23.2%	45.2%	31.7%
ジャンム・カシミール	北部	7,541	55.5%	37.4%	2.0%	60.6%
チャティスガル	中部	7,040	64.7%	20.3%	31.0%	48.7%
アッサム	東北部	6,520	63.3%	32.0%	11.9%	56.1%
オリッサ	東部	6,427	63.1%	32.1%	16.5%	51.3%
ウッタル・プラデジュ	中部	5,610	56.3%	34.9%	14.2%	50.8%
ビハール	東部	3,707	47.0%	39.1%	4.3%	56.6%

(出所) インド準備銀行、識字率は2001年国勢調査

・2003年度のデータ

・03年度のデータがない州は最新の年度を採用

・データがない州は除く

化しつつある。特に 90 年代から始まった経済自由化による都市化の進展やカーストを意識しない外資系企業の進出などにより、都市部などではカースト制の風化が始まっている。

経済の高成長が続くなか、国内でテロ、宗教対立の激化が生じ、ヒन्दゥー回帰主義が一定の支持を集めているのは、カースト制の動揺・風化を反映したものだろう。

もっとも長い歴史の中で定着した制度が短期間で消滅することは考えにくく、人口の大半を占める農村部では未だ根強く残っていることから、カースト制の完全な消滅にはまだまだ長い時間が必要であると見られる。

（６）貧困問題：２億人を超える貧困層、最大の解決策はやはり経済成長

インドでは、生活していくために必要なカロリーを摂取できない貧困層が未だに多数存在している。貧困層（世界銀行の定義では一日の所得が１ドル以下）の比率は、1977 年度の 51%から徐々に低下し 1999 年度には 26%となり、2007 年度には 19%になると予測されている。しかし、これは人口が増加している要因が大きく、貧困層の絶対数は 1977 年度の 3.3 億人から減少してはいるものの、2007 年度でも 2.2 億人（10 期計画）存在することになっている。

貧困層の絶対数がなかなか減少しない理由としては、人口増加圧力が強まる中で農家の経営面積が縮小し零細化が進行していること、増大する労働力人口を吸収するだけの産業が育っておらず、特に農村部における非農業就業機会も少ないこと、さらに貧困地帯では灌漑が未整備なところが多く、農作物の生産が天候により左右され所得が不安定になっており、貧困から抜け出せない状況が続いていることなどがあげられる。

インド内部でも所得の地域間格差があり、貧困層の比率が高いのは主に東部と中部になっている。これらの地域は他地域と比べ農村地帯の占める割合が大きい上、灌漑の未発達から農業生産性が低くなっている。

貧困撲滅の最大の薬は、経済成長、すなわち雇用の増加だ。しかし、インドの場合は、労働市場が学歴、カースト、言語（英語も含めると公用語が 17 に及ぶ）などによって分断され、中国のような均質で大量の労働市場が存在していないことから、労働集約的

INDIA

0 500 1000
Km



な製造業による雇用吸収は期待できない。いかに農村部を豊かにしていくか、教育の普及、識字率の向上により、新規産業として IT 関連などのサービス業をいかに育成していくかが課題となってくるだろう。

（７）貧弱なインフラ：財政赤字下での民活

インドは急速な経済発展を遂げているが、インフラの整備がそれに追いついていない。道路は最近の急速な自動車保有台数の増加に伴い渋滞が慢性化しており、例えばムンバイでは空港から市内中心部までの 30km の移動に 2 時間以上要することがある。また舗装率も低いため輸送中の製品の破損も多く、1 割が輸送中に不良品になるともいわれている。

電力については、発電所や送電設備の十分な整備がなされておらず、1 日に数回停電が起こる上、送電された電気の 4 割が電線から盗難にあっているとの試算もある。このためインド進出企業では自前で自家発電設備を導入し、停電時には自家発電に切り替えることが必要だとされている。

インドのさらなる経済発展のためにはインフラの整備が急務であるが、政府は財政赤字を抱えており巨額の整備資金の捻出は難しい。また計画策定から実施まで手続きに手間と時間のかかるインフラの整備より、選挙民受けの良い貧困対策に優先的に予算を回すという民主主義のジレンマもあり、インフラ整備は緩やかなペースで改善するにとどまっており、経済成長の制約要因になっている。

インド政府はこうした危機感から、BOT(Build-Operate-Transfer)という方式でインフラ整備に民間資本の導入を進めている。BOT とは、民間が施設を建設(Build)し、一定期間、事業の維持・運営・管理(Operate)を行い、投資を回収した後、公共部門に所有権を移転(Transfer)する方式である。

こうした努力もあり、主要都市間を結ぶ幹線道路など象徴的なプロジェクトについては、着実に整備が進んでおり、デリー・ムンバイ・チェンナイ・コルカタの 4 大都市を高速道路で結ぶ“Golden Quadrilateral Project（黄金の四角形）”は 2007 年の完成予定、バンガロールの新国際空港は 2008 年の完成予定となっている。

（８）労働者側に偏った労働法体系：活発な労働争議

インドでは労働者の権限が非常に強く、従業員規模が 100 人以上の企業では、正当な理由があっても従業員の解雇が困難な状況となっている。また社内の労働争議が地域の政治勢力と結びつき、社外のプロの争議家が労働争議を扇動するケースも見られる。ホンダ（2005 年）、トヨタ（2002 年）、小松製作所（2001 年）など日系の合弁企業でも大規模な労働争議を経験している。

このような現状においては、外資系企業にとってはインド人の正社員を雇うこと自体リスクを内包することになるため、契約社員や派遣社員を多用している企業も多い。

こうした労働者サイドに偏った法体系や労働問題の煩雑さは外資系企業の進出の阻害要因となりインド経済の発展にとっても大きなマイナスとなる。この点はインド国内でも問題になっており、産業界からもことあるごとに労働法改正の要望が出されている。しかし労働組合の反対が強く、この問題の改革は遅々として進んでいない。

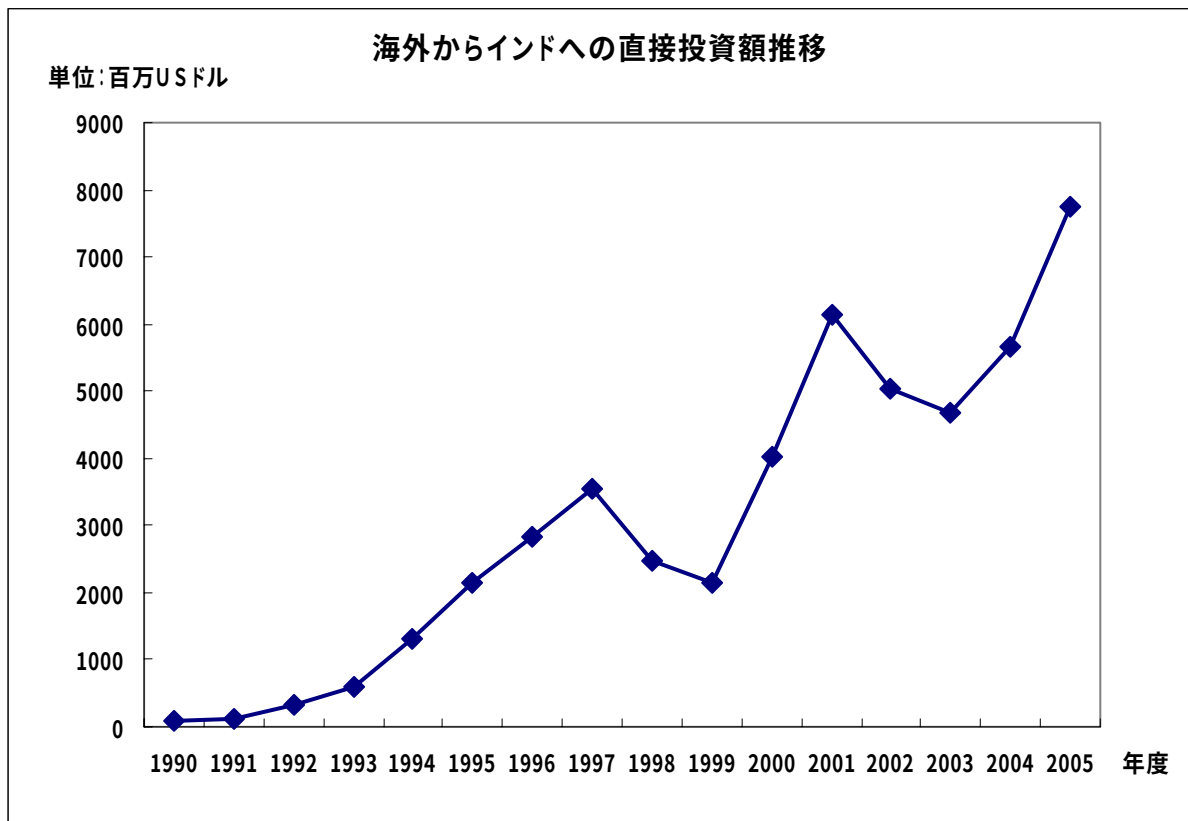
（９）行政手続きの煩雑さ：複雑な許認可権限

インド経済の課題とされているのが、行政の無能と手続きの煩雑さだ。

2004 年のインドの総選挙において、与党が順調な経済情勢にもかかわらず予想外に敗退し、共産党を含む国民会議派の野党連合に政権交代を余儀なくされた。これは、農村部を中心に、保健医療、水・電気の供給、初等教育といった基本的な公共サービスさえ満足に提供できない現行行政に対する不満があったと言われている。

特に、外資にとっては、インドの官僚主義の横行と官僚の腐敗が事業を進める上での障害となっている。英国統治の名残りとして大枠の法制度は整えられているが、運用が現場に任されているため、逆に“licence raj（ヒンドゥー許可行政）”と称される裁量主義的な許認可の運用となり、事業遂行にあたっての障害となっている。社会主義の歴史とカースト制に彩られたインド人気質とも相まって、一つの許認可を得るにも膨大な時間、しばしばリベートが必要とされるという悪弊が指摘されている。

こうした数々の課題を抱えているにもかかわらず、インド経済は直近 2 年は 8%を上

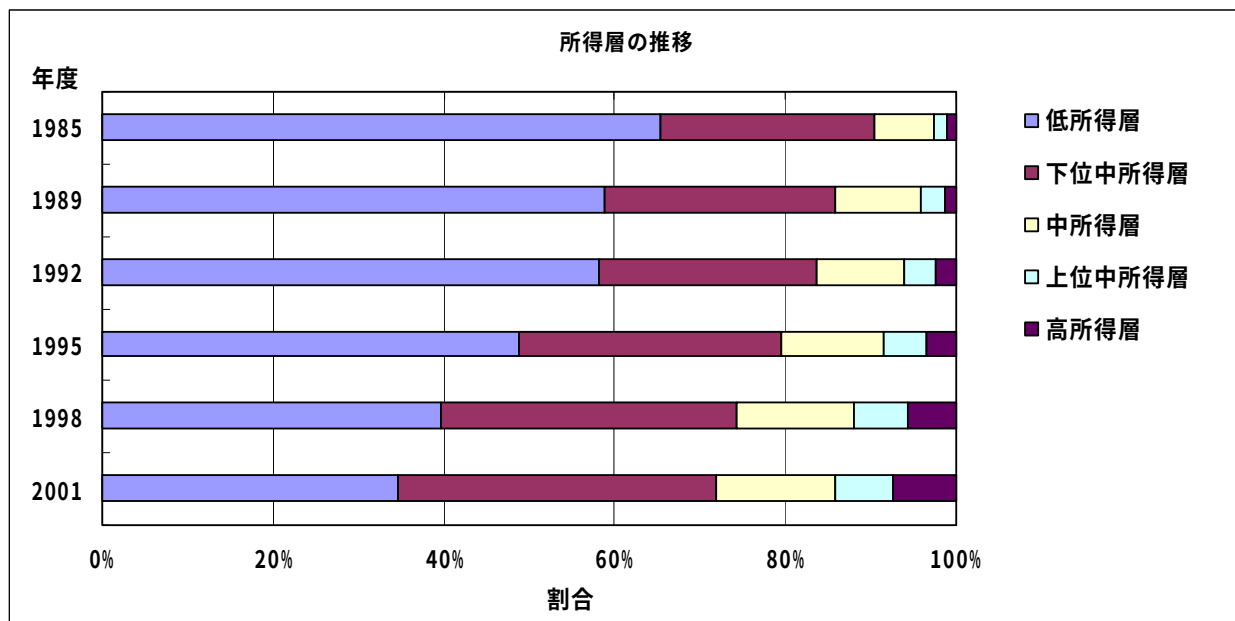


(出所) インド準備銀行により作成

回る成長を遂げている。その原動力となっているのが、インドのグローバル化だ。

IT 関連サービス産業は、グローバル経済と直接、結びつくことにより高成長を遂げている。都市中間層は、輸入自由化、関税の引き下げによって、グローバルな消費市場に直結することにより、豊かさを享受している。インド国内市場を目指した外資の直接投資が増加している。遅れていたインフラ投資もようやく本格化し始めている。

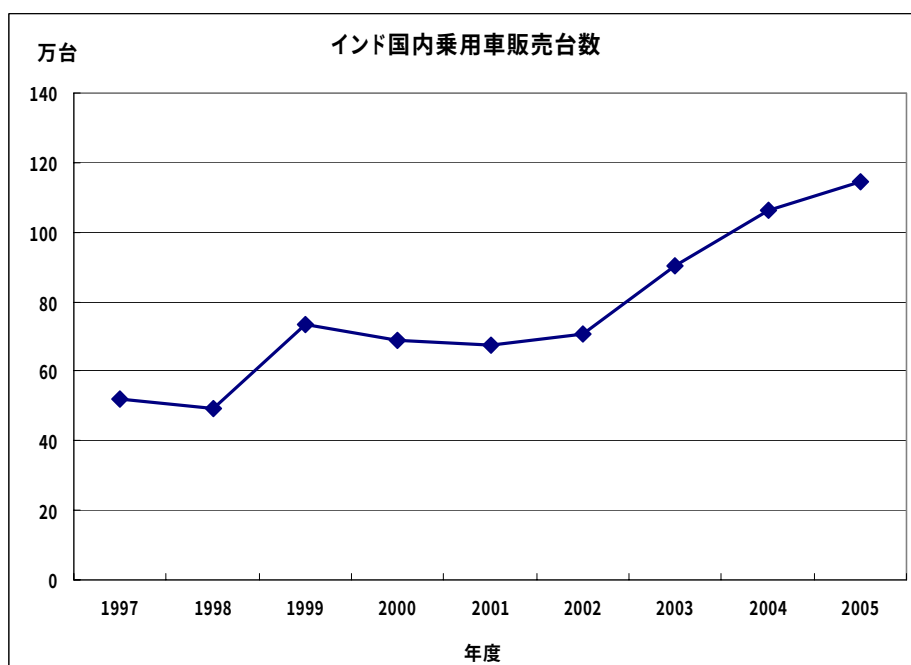
次に、インドの消費市場の状況とインド経済の展望についてみてみたい。



(出所) インド日本大使館ホームページ

所得層の目安

	年収	
	ルピー	USドル
低所得層	～45000	～943
下位中所得層	45001～90000	944～1887
中所得層	90001～135000	1888～2830
上位中所得層	135001～180000	2831～3774
高所得層	180001～	3775～



(出所) インド自動車工業会

2. 大量消費社会を迎えるインド経済の今後の展望

2.1 勃興する中間層：個人消費が成長の主役に

1991年の経済改革以降所得が増加したインドでは着実に中所得者層が育っている。年収が9万～13.5万ルピー（1888～2830ドル）の中所得者層の比率は、1985年には6.9%であったものが2001年には13.9%になっている。家電製品など耐久消費財の購買力を有する新中間層が2～3億人に達したと試算されており、有望な投資先として注目を集めている。

（1）消費を牽引するモータリゼーション、家電

中所得者層の増加は、インドに急速なモータリゼーションをもたらしている。乗用車の販売台数は2003年度、2004年度と二桁の伸び率で増加し、乗用車市場は100万台を越える水準に達した。世界の主要自動車メーカーもこぞってインド市場に参入、その中でも日本のスズキとインド政府の合弁企業であるマルチ・ウドヨクはインド乗用車市場の50%近くを占めている。

全体的な所得水準が低いこともあり、インドの乗用車市場の主力車種はモノクラスと呼ばれる20～30万ルピー（50～70万円）程度の軽・リッターカーであった。しかし最近では高所得者層の増大に伴い乗用車販売に占めるモノクラスの比率は低下し、代わって1500ccクラスの中型車の販売が増加、乗用車販売全体を上回る伸び率で拡大している。

消費の拡大により、自動車とともに販売が増加しているのが家電市場である。テレビではそれまで主力であった白黒テレビからカラーテレビに移行が進み、2000年には比率が逆転している。またCDプレーヤーの生産も伸び、テープレコーダーの生産台数を上回る生産が続いている。こうした家電製品においてはサムソンやLGなどの韓国メーカーが積極的に事業展開を行っており、大きなシェアを占めている。

また家電と並び、携帯電話市場も急速に拡大している。携帯電話の加入件数は2003年度以降年間2000万人ペースで増加し、2006年初には累計加入者数は8000万人を超える規模となった。

主要消費マーケットの規模と成長率

	1998年度 (10億USドル)	2003年度 (10億USドル)	年平均 成長率	備考
新築住宅	26.04	30.85	3.4%	
乗用車	2.97	5.75	14.1%	年間販売台数:100万台超
二輪車	2.38	3.32	6.9%	年間販売台数:600万台超
カラーテレビ	1.26	1.48	3.2%	普及率15%、国内生産1000万台
洗濯機	0.21	0.24	2.1%	普及率7%、国内生産140万台
冷蔵庫	0.52	0.67	5.1%	普及率14%、国内生産370万台
エアコン	0.33	0.48	7.5%	普及率1%程度
パソコン	1.10	1.90	11.6%	
携帯電話	0.09	1.81	82.0%	累計加入者8000万人超

(出所) IBEF 「Consumption」 他

注) 家電製品の世帯普及率はインド応用経済研究所調べ 2000年時点

（２）大量消費社会の誕生：価格競争、消費者ローン、ショッピングセンター

大量消費社会の到来は、これまでのインドの経済・産業に幾つかの変化をもたらしつつある。そうした変化の第一には、価格競争の激化が挙げられる。原油価格上昇・経済発展により物価上昇圧力は強いものの、消費者物価はインドでも安定傾向にある。消費者がより質の良い商品をより安い価格で求めるようになってきたため、価格競争が激化し一部の商品では販売価格の低下が続いているからである。特に競争が激しい扇風機、テレビ、コンピューターなどの電化製品や化粧品では価格の低下が際立っている。

第二には消費者ローンの拡大がある。インド国民は伝統的に借金を嫌う傾向があったが、モータリゼーションの進展や低金利、銀行ローンの整備などを背景に「借金をして消費する」という消費行動も定着しつつある。クレジットカードの普及も急速に進んでいる。現在インドには900万人のクレジットカード使用者がいると言われており、年25%程度の伸びで増加している。クレジットカードも含めた個人の借金額は、2000年には約11億ドルであったものが03年には約34億ドルと3倍以上に拡大している。

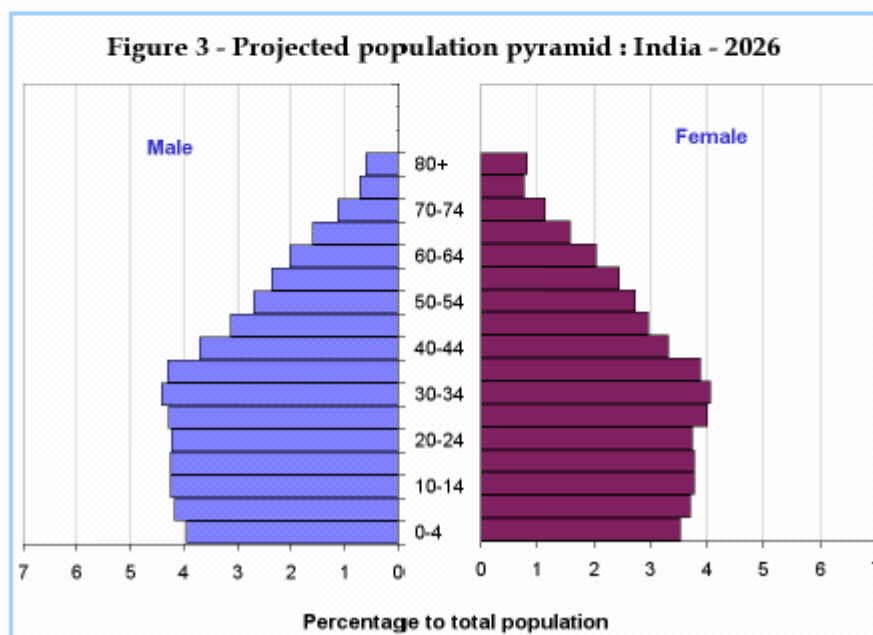
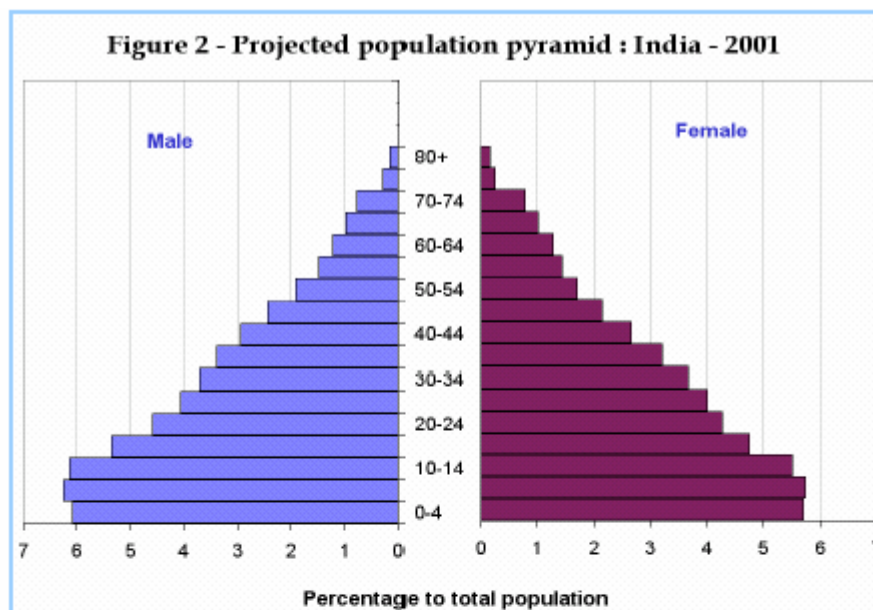
変化の第三は小売業の台頭である。歴史的にインドの小売業は個人経営の小さな店舗が多く組織化が進んでいなかった。しかし大量消費社会の到来に伴い、小売業の組織化が進み規模の拡大が続いている。こうした小売業の規模拡大は、衣料品や外食産業などで顕著であり、インドオリジナルの洋服ブランドやカフェのチェーン店なども誕生している。また小売業の発展により、デリーなど都市近郊に巨大ショッピングセンターの建設が相次いでいる。この中には、家電、衣料品、宝石、玩具、日用品などの多種多様な店舗の他、レストラン、映画館などが並び、先進国と変わらない光景になっている。こうしたショッピングセンターで買い物や外食を楽しむのは、都市部の中所得者以上に限られるものの、経済発展に伴い順調に中所得者層が増加していることから、インドの消費市場は今後着実に発展していくものと見られる。

2.2 今後の展望：サービス業と国内需要主導のインド型成長モデル

（１）第二段階に入るインドの成長：国内需要主導の成長

経済の自由化、サービス輸出の増加を契機にしたインドの経済成長は、個人消費、イ

インドの人口ピラミッド



(出所) POPULATION PROJECTIONS FOR INDIA AND STATES 2001-2026 2006.5

ンフラ整備、拡大するインド市場を目指した海外からの直接投資の増加も加わり第二段階に入ってきたといえる。

ただ、1990年代の中国のような高成長を持続することは難しいと考えられる。

インドは世界最大の民主主義国家であるがゆえに選挙民、つまり大多数が居住する農村部の意向を無視できず、貧困対策などばら撒きの人気取り政策に傾き、中国のように政府の指示の下、機動的に政策を遂行することが難しく、政策決定に時間を要するからである。また、中国、ASEAN に比べてインフラ整備、外資の誘致などで一周遅れになっていること、人口大国とはいうものの、前述のように労働市場が分断されていることから、労働集約的な輸出型製造業の集積を図ることが困難だと思われるからである。

しかし、そもそも現状の GDP のレベルが一人当たり 700 ドル台、総額でも 7000 億ドル台（中国は 2.2 兆ドル、日本は 4.6 兆ドル）と極めて低いことから 6～8% の成長を続けることは、現在の好循環が続く限りそれほど難しいことではない。

また、中国でさえ一人っ子政策の世代が成人を迎え、今後は若年労働力不足、高齢化が懸念され始めているなか、インドでは人口の 55%（5.6 億人）が 25 歳未満と、労働力不足、高齢化問題とは縁遠い存在となっている。こうした若年労働力の雇用確保、貧困撲滅のためにも政策的に高めの成長を維持することが求められている。

（２）成長の牽引役が期待されるサービス部門：インドの挑戦

高めの成長を維持するために、インド自体はどのような戦略を考えているのだろうか。インド経営協会 (All India's Management Association) がボストンコンサルティングと共同で取りまとめた “India's new opportunity-2020” では、インドがターゲットとすべきは、21 世紀の成長エンジンと期待される「知識労働者と専門家によるサービスの提供」だとしている。インド型成長モデルの提案である。

このレポートでは、先進国は高齢化などで 2020 年までに 3200～3900 万人の労働力不足が予想される。これを回避するには、各国とも生産性を上昇させることが必要であり、インドは現在得意としているアウトソーシングの受け皿となることにより、先進国の生産性上昇に貢献するとともに、インド国内で 4000 万人の雇用を生み出すことができ、共

インドが今後、注目しているサービス分野の例

		提供方法	
		インドから提供:遠隔サービス (Remort servucung)	インドで提供:人を誘致 (Importing the customers)
ターゲット	個人	遠隔医療(Telemedicine) D-I-Yサポート ・配管工事(tele-plumbing) ・自動車修理(Auto repairs) ・税務相談 ・占星術(Horoscope reading) ・..... E-learning ・在宅教育(Home-schooling) ・専門教育 (Adult proffesional courses) 個人向けサーバー (providing server space to indivials for record maintenance)	旅行(Tourism) ・医療(Medical tourism)、スピリチュ アル、探検(adventure) ・ショッピング (Duty-free-zone) 教育 ・高等教育(Higher education) ・インド文化関連 (アユルバーダ、料理、ヨガ・・) 看護・退職者サービス ・ヒンドゥーモデル(Ashram model) ・学園都市近郊の居住地 (Settlements near university towns)
	企業	ITサービス ・ITコンサルティング ・ソフトウェア開発 ・ネットワーク(Knowledge networking) アウトソーシング(IT enabled services) ・データ分析 ・人事・総務 ・デジタル・コンテンツ制作 ・CAD/CAM ・アニメ制作 ・バイオ(Bio-infomatics) ・金融(Off-shore financial services) ・不動産管理・セキュリティサービス その他 ・R & D (半導体、医薬) ・法務サービス	旅行(Tourism for corporate client) 教育 (Education services for corpolate client)

出所) All India Management Association "India's New Opportunity-2020" 2003.2

存共栄が可能だとしている。

インドが目指すべきサービス分野として、現在ビジネスとして成長しているインドから通信インフラなどを通じて提供する遠隔サービスと並んで、顧客をインドへ誘致しインドでサービスを提供する医療、教育などを例示している。

この戦略を実現するために、世界へのサービス供給基地としてのインドのブランドイメージを確立すること、そのための官民協力したマーケティング、顧客の信用確保など6つの提言を行っている。

この提言を受け、すでに IBEF (Indian Brand Equity Foundation : www.ibef.org) が官民共同で設立され、インターネットを通じて積極的な情報発信を行っている。ホームページをみると、内容は充実しており、日本向けには日本語の情報 (http://www.ibef.org/download/Executive_Summary_jap.pdf) も掲載されており、すでにインドに進出しているスズキ、ソニーなど17社の事業概要も日本語で提供されている。

インドは人口11億人、面積は日本の9倍弱、かつ長い歴史を持っている国である。民族、言語、文化、宗教も国内で多岐にわたる多様な国である。外から理解することは難しいし、インド特有の諸問題の解決には長い時間が必要であろう。特に、人口の7割を超えグローバル化の波に乗り遅れがちな農村は、外からは見えにくい状況が続くだろう。都市と農村の格差をいかに縮めていくか、ヒンドゥーの伝統と欧米文明の軋轢など近代化に伴う問題も表面化してくるだろう。しかし、こうした問題を乗り越え、当面は、インド型成長モデルを形成しながら6~8%程度の成長を続けていくと考えられる。

中期的有望事業展開先の推移
(製造業企業945社へのアンケート結果)

	2005年度		2004年度		2003年度		2002年度		2001年度	
		回答率 (%)		回答率 (%)		回答率 (%)		回答率 (%)		回答率 (%)
1 位	中国	82	中国	91	中国	93	中国	89	中国	82
2 位	インド	36	タイ	30	タイ	29	タイ	28	米国	32
3 位	タイ	31	インド	24	米国	22	米国	26	タイ	25
4 位	ベトナム	27	ベトナム	22	ベトナム	18	インドネシア	15	インドネシア	14
5 位	米国	20	米国	20	インド	14	ベトナム	15	インド	13
6 位	ロシア	13	ロシア	10	インドネシア	13	インド	13	ベトナム	12
7 位	韓国	11	インドネシア	10	韓国	9	韓国	8	台湾	11
8 位	インドネシア	9	韓国	9	台湾	7	台湾	8	韓国	8
9 位	ブラジル	7	台湾	8	マレーシア	6	マレーシア	8	マレーシア	8
10 位	台湾	7	マレーシア	6	ロシア	5	ブラジル	5	シンガポール	6

(出所) 国際協力銀行 開発金融研究所報

3. 今後の発展が期待される日本とインドの経済関係

3.1 日本からみると未だ小さいインドとの関係

日本の貿易総額に占めるインドの割合は、輸出・輸入とも1%以下であり、インド側から見た輸出相手国としての日本は第10位、輸入相手国としては第11位となっている。インドの経済発展に伴い貿易額は年々増加しているものの、日本・インド間の貿易は決して活発とは言えない状況である。

インドから日本への輸出では、ダイヤモンド、鉄鉱石、エビが主要品目であり、日本からの輸入は、自動車部品や機械類が多く、原料を輸出して製品を輸入する典型的な先進国・発展途上国間の垂直貿易構造となっている。

日本からインドへの直接投資額を見てみると、インド側から見た直接投資の受け入れ累計額では日本は第4位の投資国であるが、日本側から見るとインドへの投資は、対外直接投資残高の0.5%を占めるにすぎず、中国やASEANに比べ非常に小さい。2005年一年間ではインドへ298億円の直接投資を行っているが、同じく2005年一年間の中国への直接投資額は7262億円であり、やはり現状においては、日印経済関係は日中関係に比べて希薄であることは否めない。

しかしインドの経済発展が進むに連れ、中国に次ぐ大市場としてのインドへの期待が高まり、2008年までにスズキ、ホンダ、トヨタなど自動車メーカーを中心に大規模な投資が予定されている。日本の自動車メーカーの現地生産が拡大することにより、日本からの自動車部品の輸入も増加すると見られる。

なお、インドにとって日本は最大の二国間援助国であるとともに、日本にとってもインドは2003年度以降3年連続で最大の円借款受取国となっている（2003年度：約1,250億円、2004年度：約1,345億円、2005年度：約1,555億円）。

また、日印経済連携協定（EPA）締結に向けた政策対話の開始が決定され、経団連の使節団がインドのIT関連企業や自動車工場を視察するなど、政治的にも経済関係拡大を図る動きが活発化してきている。現在は決して大きいとはいえない日印経済関係であるが、世界経済におけるインドのプレゼンスが高まるに連れ、今後着実に発展していくであろう。

賃金コスト国際比較

単位：月額・米ドル

	ニューデリー (インド)	広州 (中国)	ハノイ (ベトナム)
ワーカー	105～239	102～190	80～163
エンジニア	303～498	374～621	201～385
中間管理職	737～1219	496～746	451～661

(出所) ジェトロセンサー 2006.4

3.2 インド進出日本企業の特徴

在インド日本大使館の資料によると、2006年1月時点におけるインドへの日本企業の進出は328社に達している。業種別に見ると、自動車・二輪車メーカーと関連部品メーカーが多くを占めており、その他の業種では化学メーカーや商社などが少数ある程度である。中国へはあらゆる業種の日本企業が進出しているのに対し、インドへの進出はごく狭い業種のみとなっている点が特徴になっている。

この理由として、中国へは中国国内での販売目的だけでなく日本や欧米への輸出の生産基地としての目的で進出する企業が多いのに対し、インドについてはほとんどインド国内販売を目的とした進出になっている点が挙げられる。インフラの未整備や日本・欧米からの地理的な距離が、輸出向け生産基地としてのインドの魅力を下げていることに加え、中国と比較して労働コストが決して安いとは言えない点が災いしている。むしろ、中間管理職では中国、ベトナムを上回っている。

さらに日本企業のインド進出の特徴として、IT関連企業が少ないことが挙げられる。IT関連産業はインドの代名詞になる程有名であり、数多くの米国IT企業がインドに進出しているが、日本のIT関連企業の進出は数える程しかない。米国との時差、英語が共通語、といった米国IT企業にとってのメリットが、日本企業にとっては特に大きな利点にならないことが主な理由とされている。また日本企業のソフトウェア開発は初めから明確な設計書があるわけではなく、顧客と対話しながら細部を詰めていくという方式をとることが多いため、一部のプロセスをアウトソーシングするには不向きであるとの指摘もある。アウトソーシングするにしても、日本企業は自社のグループ内や資本関係、取引関係のある企業に委託する事がほとんどであり、インドなど海外企業が日本企業間の密接な関係に入っていくことは難しくなっている点も、日本のIT関連企業からインド企業への海外委託が進まない理由の一つになっている。

インドにおける日系企業の投資計画（今後3年間程度：2005～2007年）

会社名	投資額		内容
	億円	億ドル	
マルチ・スズキ	438	3.74	ディーゼルエンジン、トランスミッション生産（07年生産開始）
マルチ・スズキ	380	3.25	四輪車新工場（25万台）（07年生産開始）
三菱化学	426	3.64	ハルディア工場増設
旭硝子	150	1.28	ルールキー（ウッタランチャル州）工場新設（06年生産開始）
トヨタ	150	1.28	工場増設
ホンダ・モーターサイクル&スクーター	125	1.07	二輪車工場増強
ヒーロー・ホンダ	125	1.07	第三工場建設
サカタ・インクス	63	0.54	工場増設
ホンダ・シエル	39	0.33	四輪車工場増強（3～5万台）
ヤンマー	38	0.32	印 I T L 社（トラクター）に資本参加
NTN	30	0.26	等速ジョイント生産（自動車部品）ハリアナ州パワフル工業団地
関西ペイント	22	0.19	工場新設
小糸製作所	17	0.15	自動車用ヘッドランプ第二工場建設
ヤクルト	17	0.14	仏ダノンとのJVに50%資本参加
YKK	15	0.13	ファスナー工場の拡張
ロッテ	13	0.11	JVに70%資本参加（20億ドル06年初頭に投資）
ロッテ	11	0.09	工場新設
三洋電機	11	0.09	B P L 社とのJVに1/2資本参加
三菱重工	10	0.09	精密切削工具生産工場
日本工装	3	0.03	ケララ州特殊パルプ工場増設（05会計年度中に投資開始）
エイザイ（製薬）	2	0.02	ムンバイに販売会社設立
O B A R A	2	0.02	自動車用抵抗溶接装置、プネに工場（07年投資開始）
投資予定額合計	2,087	17.83	

（出所）在インド日本国大使館 2006年1月現在

3.3 インド進出企業例

(1) スズキ

インドに進出して成功している日本企業の例として真っ先に挙げられるのは、自動車メーカーのスズキである。スズキは1982年にインド国営自動車メーカーに出資し、合弁会社マルチ・ウドヨクを立ち上げた。当初はスズキの出資比率は26%だったが、その後スズキの出資割合が増加し、現在のマルチ・ウドヨクの株式はスズキが54%、インド政府が10%を保有している。

マルチ・ウドヨクは低価格と高品質で売上げを伸ばし、現在ではインドの乗用車販売の5割近いシェアを誇るまでになっている。自動車部品や材料については、従来は日本からの輸入に頼っていたが、インド地場産業の生産能力向上や日本の部品メーカーのインド進出に伴い、今では93%以上をインド国内で調達している。

(2) 三菱化学

三菱化学は増加するアジアでの需要を見越し、1997年に西ベンガル州のハルディアに高純度テレフタル酸の製造工場（MCC PTA INDIA 社）を現地の西ベンガル州産業開発公社と複数の日本企業の共同で設立、2000年から営業運転を開始している。三菱化学は当時、立地候補先として中国なども検討したが、法治国家としての安定性を評価し、インドへの直接投資を決断したといわれる。三菱化学では第二期の工場建設にも着手、2008年に完成の予定となっており、総投資額は800億円を超える規模になっている。

3.4 インドでのビジネス上の問題

日本企業がインドに進出してビジネスを行うのは決して容易ではなく、数多くの困難に直面する。その第一が前章で挙げた労働問題である。雇用者は従業員を正当な理由があっても解雇が難しい一方、従業員は自らのキャリアアップのためジョブホッピングをするのが通例であり、新卒定期採用の概念がないといわれる。日本で技術研修を受けて帰ってきたにも関わらず、別の企業に好条件で転職してしまうケースが多い。特に日本語が使えるようになった優秀な社員は他の日系企業や日本向けサービスを行う欧米企業から引く手あまたであり、慰留するのは容易ではない。さらに組合の力が強い上、従業

員ではない地元のプロの争議家や共産党系の政治家などが煽り、労働争議が多発していることも日本企業がインドへの進出に二の足を踏む要因となっている。

またインドは法治国家であるものの、法の大枠のみが決まっているだけで、運用細則については整備途上であり、担当官僚の裁量にまかされているケースが多い。このため行政手続きを行う際には、担当官僚との調整に時間と労力がかかる上、膨大な書類を提出する必要があり、速やかに業務が進まない事が多くなっている。さらに担当官により方針が異なっていたり、わずかな書類の不備で最初からやり直さなければならなかったりと、インドの行政手続きは悪名高いものになっている。世界銀行の行った調査によると、起業にあたり必要な行政手続き数は、OECD 諸国平均が6手続き 25 日であるのに対し、インドでは11 手続き 41 日と倍近く労力がかかっている。

複雑な税制もインドビジネスでの問題である。インドでは、従来州政府議会が自由に税制を決めることができたため、28 の州ごとに独自の税制が存在していた。政府は税制の簡素化を図るべく、2005 年 4 月から全国一律の付加価値税の導入を進めているが、未だ半数近くの州では施行されておらず、州独自の税制が残っている。また州をまたいで物品を売買する際には、中央販売税という別の税金がかかり、手続きはさらに複雑になる。税制が頻繁に変更になるのも問題になっている。2005 年 1 年間だけでも国税については 200 件、地方税については 100 件程度の税務通達が出されており、その度に税制や税務判断が変更になっている。

インドで日本企業がビジネスを行う上での問題として忘れてはならないのが、日本人赴任者の生活の厳しさである。インドは地域によって多少異なるが、基本的に高温多湿の気候であり、衛生状態は決して良いとはいえない。このため疾病は HIV、マラリア、デング熱、狂犬病、破傷風など多種多様である。治安については比較的良いものの、外国人に対してのボッタクリやタカリは当たり前になっており、自分のコック・召使でさえ信用できないともいわれる。また日本語の本や雑誌はまず手に入らず、和食レストランはインド全国合わせても数店のみであり、和食の食材は基本的にインド国内では売っていない。このためインドの日系企業はインド赴任者に東南アジアなどへの「買出し休暇」を与えているところが多いとされる。

インドビジネスの心得

4つの「あ」

焦らず・・予定通り物事がはかどることは稀。焦って、拙速で交渉や契約を行うと後で落とし穴にはまる。

慌てず・・仕事・生活両面でおおよそ予想しない事態がよく起こる。慌てず対処できる「度胸」が必要。

諦めず・・インド人相手の商売・交渉は粘りが第一。根負けしたら負け。

当てにせず・・パートナーに全て任せきりにすると後でツケがくる。常にチェックを入れ、主導権を取って取組む。

出所) 山田 和『21世紀のインド人』P196

原文は東京三菱銀行ニューデリー支店貿易相談所 資料

おわりに：インドビジネスの戦略と今後

インドは日本企業がビジネスを行うには数多くの問題があり、進出するのが非常に難しい国である。中国の華僑でさえ進出していない数少ない商売の難しい地域ともいわれている。東京三菱銀行ニューデリー支店は1998年の資料でインドビジネスの心得として「4つのあ：焦らず・慌てず・諦めず・当てにせず」をあげている。

逆に一旦進出に成功すれば、こうした新規参入の難しさが参入障壁となることで、競争が激化せず、スズキや三菱化学のように現地で成功する企業が出ている面もある。

これまでインドへの日本企業の進出が少なかった理由としては、①隣に中国という大市场があったこと、②進出の困難さの割には市場が成熟しておらず、収益確保の見通しが立ちにくかったこと、などがあげられる。①については、中国は引続き高成長を継続しているものの、日中政治関係の悪化や中国の外資参入の選別強化などもあり、これまでの中国一辺倒の投資から、リスクヘッジの観点からもインドの重要性は高まっていくと考えられる。また②については、インド進出の困難さは依然として存在するが、経済発展により所得が向上し着実に中間層が拡大していることから将来の大市场としての魅力が高まり、進出コストに見合う収益が期待できるようになってきているともいえる。

幸いインドでの日本製品についてのブランドイメージは良好であり、所得の向上によりインド国民の消費志向が価格から品質に変化していくのも日本企業にとって有利になる。あとはいかにインド人顧客のニーズに合った製品を開発するかが、インド市場での成功のカギを握っている。

日本企業がインド市場を開拓するにあたっては、先にあげたスズキや三菱化学のように、現地政府・企業と合弁でインドに工場を建設しインド市場向けの商品を生産していくという戦略が代表的である。これはリスクが高い分、インド市場の特性に合った商品の開発がし易いといったメリットもあり、成功した際には大きな収益が期待できる。

もう一つのインド市場開拓戦略としては、地理的にインドに近く比較的成本も安いタイやマレーシアなど東南アジアに生産拠点を設け、そこからインド向けに輸出を行い、インドには販売網のみ構築するという戦略もある。インドがASEANと自由貿易交渉を進

在インド・タイ・シンガポール日系企業のFTA活用事例

ソニー	FTA実施とほぼ同時にインドのテレビ工場閉鎖。シンガポールで生産したブラウン管をタイで組立てインドへ輸出。ソニー製品直販店拡大。
東芝	冷蔵庫、洗濯機をタイから輸出。炊飯器の輸出も検討中
松下電器	ブラウン管をタイから輸出、インドで組立て。
トヨタ	インドのバンガロールで生産したトランスミッションをタイに輸出。タイからディーゼルエンジンを輸入。
三菱エンジニアリングプラスチック	タイで生産したポリカーボネートを特惠関税(6.25%)でインドに輸出。
NEC	シンガポール製半導体をインドへ輸出。

(出所) 各種報道資料より作成

めており、タイ、シンガポールとの交渉が先行している。日本企業でも生産・販売拠点の見直しを行っている企業が出ている。この戦略はリスクが低い分、大きな収益にはならない可能性がある。また両者の中間的な方策として、部品を東南アジア等で生産し、インドで最終製品に組み立てると言う方法もある。どのような戦略を採るのが良いかは、業種や商品特性によっても違って来るであろう。

インド市場は着実に魅力を高めていっているものの、前述のようにインドは日本企業にとって進出が難しい国であり、単純に「第二の中国」としてインドを捉えるのではなく、リスクとリターンを十分に検討し、インド経済の特性を見極めた慎重な戦略が必要である。

【インド情報ホームページ一覧】

◎政府関係（英語）

インド準備銀行（中央銀行） <http://www.rbi.org.in/home.aspx>
計画委員会 <http://planningcommission.nic.in/>
中央統計局（CSO） <http://mospi.gov.in/welcome.asp>
インド・ブランド・エクイティ基金（IBEF） <http://www.ibef.org/>

◎業界団体（英語）

インド自動車工業会（SIAM） <http://www.siamindia.com/default.aspx>
全国ソフトウェア・サービス業協会（NASSCOM） <http://www.nasscom.in/>
インド経営協会 <http://www.aima-ind.org/>

◎日本のインド情報

外務省（各国・地域情勢） <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/index.html>
在インド日本大使館 <http://www.in.emb-japan.go.jp/default.htm>
日本貿易振興機構（JETRO） <http://www.jetro.go.jp/indexj.html>

【参考文献】

◎インド全般

・書籍

椎野幸平 『インド経済の基礎知識』 ジェトロ 2006 年
内川秀二編 『躍動するインド経済』 アジア経済研究所 2006 年
榊原英資・吉越哲雄 『インド巨大市場を読みとく』 東洋経済新報社 2005 年
中島岳志 『インドの時代』 新潮社 2006 年
門倉貴史 『インド経済の実力』 日本経済新聞社 2006 年
山田和 『21 世紀のインド人』 平凡社 2004 年
森本達雄 『ヒンドゥー教』 中公新書 1707 2003 年
賀来弓月 『インド現代史』 中公新書 1429 1998 年
M・K・シャルマ 『喪失の国、日本』 文春文庫 2004 年

・雑誌

日経ビジネス 2006.5.8 「誤解だらけのインド」
Forsight 2006.8 「発展速度を早めるインドで日本はなにができるのか」

・報告書

日印共同研究会 「日印共同研究会報告書」 2006 年 6 月

日本政策投資銀行シンガポール駐在員事務所

「インドの投資環境と日本企業のインド進出における課題・将来性」 2006 年 3 月

「インドの高等教育と人材育成」 2001 年 10 月

◎米国から見たインド

トーマス・フリードマン 『フラット化する世界』 上・下 日本経済新聞社 2006 年

National Intelligence Council “Mapping the Global Future” NIC 2004 年

グーチャラン・ダス 「インド経済モデル誕生か」 『論座』 2006 年 8 月号 朝日新聞社

クライド・プレストウィッツ 『東西逆転』 NHK出版 2006 年

◎インドの将来予測

All India Management Association “India’s New Opportunity-2020” 2003.2

Planning Commission Government of India “India Vision 2020” 2002.12