

グローバルビジネス・交流委員会 インド経済視察

～高成長が続く大国の光と影とは～

インドは人口が世界一となり、近い将来には世界第3位のGDPになることが予想されている。インドのビジネス環境や現地文化などを肌で感じることで、高成長するインドへの理解を深め今後のビジネスに活用することを目的に視察を実施した。



ニッカインドア事務所での事業説明

視察概要

日程…11月17日～22日

視察先…インド

(ムンバイ、ニューデリー)

参加者…議員企業経営者等17名

視察地1…ムンバイ

①ニッカインドア

ニッカインドアは、インドが繊維加工用薬剤において、世界第2位の巨大市場である点を踏まえ、2020年9月に設立。150品以上の繊維加工用界面活性剤を取り扱っている。

インドの平行市場は2030年にかけて年平均9%成長が見込まれており、アパレル関連企業の生産拠点化の進行が進む。インドは原材

料調達容易なことや日本やASEANからの輸入関税で優遇を受けやすいこと、また、欧州・中東・アフリカとの時差が少なくビジネスがしやすいことが事業を行う上でのメリットになっている。

インドビジネスを成功させるためのポイントとして、同社の池端副社長は「インドの商習慣に合わせた経営」を挙げ、優秀なローカル人材を現地で役員として採用し、労務管理などを任せている。さらに「現地言語や代金回収などの対応のため、信頼できる現地代理店のネットワークの活用も重要」と3年にわたる経験から得たインドでのビジネスの秘訣を語ってくれた。また、新たな取組みとして、サステナブル市場に注目し、再生エネルギー展示会への出展など急拡大する太陽光パネルに使用される界面活性剤の販売にも挑戦している。

②ジェトロ ムンバイ事務所

ジェトロは、インドに5カ所（ニューデリー、ムンバイ、ベンガルール、チェンナイ、アーメダバード）に拠点を置き、日系企業のインド進出やビジネス展開を支援。今回

ムンバイ事務所を訪問し、インドの経済概況及びムンバイのあるマハーラーシュトラ州のビジネス環境、日系企業の進出状況などについて吉崎アドバイザーから話を伺った。

マハーラーシュトラ州はインド国内で名目GDPが1位で、マレーシアやベトナムの経済規模と匹敵する大きさである。同州内のムンバイはインド最大の商業・金融都市とも言われており、多くの財閥・大企業の本社がある。また、インド最大のコンテナ港であるジャワハルラール・ネルー港があり、インド全土の流通のハブとなっている。

海外進出日系企業の「今後1〜2年の事業展開の方向性」についての調査では、「拡大」予定の割合は全世界でインドが4年連続トップになっている。

③フェニックス・パラダイヤモンド

フェニックス・パラダイヤモンドは、ムンバイ初の高級ショッピングモールで2007年に完成した。モール内は洗練された雰囲気で、200店舗以上が入居している。日系企業では「無印良品」、「ROYCE」、「ワークール」が出店している。また、「ユ

ニコロ」が11月22日にオープンを控えていた。「無印良品」では、男性用のYシャツが1着3,990ルピー（日本円換算7,100円程度）で販売されており、日本国内店舗の類似品と比較すると高めの価格設定であった。



高級ブランド店が入るフェニックス・パラダイヤモンド

視察地2…ニューデリー

①在インド日本国大使館

在インド日本国大使館 小野啓一特命全権大使を表敬訪問した。小野大使と岩佐委員長の挨拶に続き、参加者の自己紹介後、インドビジネスなどについて小野大使と意見交換を行った。参加者からは「福井県内で計画されているIT産業集積地域に

おける高度人材獲得に協力をいただきたい」などといった意見があった。



小野大使（左）に岩佐委員長より記念品贈呈

②セーレンインディア

セーレンインディアは、セーレン(株)のグローバル戦略に基づき2012年3月に設立され、カーシートの企画・製造・販売を手掛けている。従業員数は129名。2013年12月からインド南部カルナータカ州マイソールで現地生産を開始し、30万m/月の生産能力がある。北部ハリヤナ州グルガオンには営業事務所があり、新製品の企画・提案を行っている。本視察では営業事務所を訪問し、宗沢社長から事業

戦略やインド人を雇用する上でのポイントなどについて話を伺った。

同社が進出先を選定する際は、①水が豊富なこと、②染色加工が許可されていること、③土地購入ができればポイントとなり、これらに合致したためマイソールに工場が建設された。

宗沢社長によれば、「インドは自己中心的な交渉や代金の支払い遅延が多いなど、日本人が慣れない商習慣があるため、異文化理解が重要である」とのこと、優秀な人材を確保し定着してもらうため、「帰属意識をいかに高めるか」を課題にあげていた。



セーレンインディア事務所での事業説明

③ インド工科大学 デリー校

インド工科大学は、インドの最高峰の工科系大学の一つであり、世界に優秀なエンジニアを数多く輩出している。インド全土に23校、約10万人の学生が在籍しており、工学、科学、数学などの分野で国際的に高く評価されている。福井県の特徴や本視察の参加企業の事業内容を紹介した後、同校教授陣から繊維・化学・ITなどの研究分野に関するプレゼンテーションがあり、高度人材の採用や産学連携の可能性などについて意見交換を行った。デリー校には唯一の繊維学部があり、参加者からは「繊維学部と連携して素材開発に取り組みたい」といった意見があがった。



インド工科大学 デリー校での意見交換

④ ニムラナ工業団地

ニムラナ工業団地は、2006年に設立された。ラジャスタン州政府は2007年以降、日本からの投資誘致政策の一環として、同州内工業団地一画を日系企業専用ゾーンとして提供している。

日系企業専用ゾーンには日系企業約50社が集積。自動車部品・電気機器などの工場が立地し、入居率は約9割に達している。

専用バスでジェトロニューデリー事務所職員から同団地の整備の背景や現状について伺いながら団地内を視察した。日系企業からインド進出の相談件数は、昨年度対比6〜7割増加している。



ニムラナ工業団地の風景

⑤ ダイキンインド

ダイキンインドは2000年4月に設立され、現在、インド市場における空調機のシェアトップを獲得している。同社の事業戦略やニムラナ工場の概要を伺った後、工場内を視察した。インド国内に5つの工場があり、従業員数は約7,400名。2009年にニムラナ工場を建設し、業務用空調や業務用チラー（冷却水循環装置）の生産を開始。2016年7月にはインド市場に即した商品をタイムリーに供給することを目的にR&Dセンターを設立・操業を開始した。現地生産比率は8割を占めており、インドの規格に適した製品を供給している。

インド国内のエアコン普及率は約8%でその市場には将来性がある。一方、インフラが脆弱で停電の発生が多いことや道路の整備状況が悪いため、製品輸送時には梱包の強化が必要なことなど、インドならではの課題も少なくない。ルームエアコンの室内機製造ラインは細かく軽い作業が多く、90%は女性従業員が担当している。同社は2025年までに全従業員数に占める女性の比率を



ダイキンインドの空調機展示

20%から25%に上げ、職場における女性活躍推進を目標として掲げている。

⑥ マルチ・スズキ・インディア

マルチ・スズキ・インディアは、インド全体の自動車販売台数の4割を占め、トップシェアの自動車メーカーである。同社のグルガオン工場、マネサール工場、グジャラート工場、マドラス工場を生産しており、2023年度は年間198万台の生産実績がある。スズキの四輪車は世界全体で約327万台生産しており、そのうちインドで6割を占めている。2030年にはインドで400万台



マルチ・スズキ・インドア社員と視察参加者

生産を目指し、カルコダ工場の新設（2025年稼働予定）など拡大が見込まれている。

本視察では同社マネサール工場を訪問し、担当者から事業概要や工場に関する説明を受けた。その後バイオガス工場や自動車組み立て工場を見学した。

マネサール工場は2006年10月に稼働を開始し、240万㎡の敷地に約1万2千人の従業員が働いている。生産能力は90万台/年で、「XL6」、「プレツァ」、「ワゴンR」など9車種を生産している。インド人の所得が上昇する中、小型車からSUV車にトレンドが変わりつつ

あり、最近ではSUV車の生産比率が高まっている。

新たな取り組みとしては、バイオガス工場が2024年6月から稼働し、植物や残飯を材料にしてバイオガスを精製している。カーボンニュートラルの取り組みの一環で、二酸化炭素削減のため、将来的に自動車の燃料としてバイオガス活用を検討している。

⑦ Cyber Hub

Cyber Hubは、飲食店やアパレルショップが入る屋外型モデルで、「COCO吉番屋」のインド1号店や「ユニクロ」などが営業している。多くの日系企業や外資系企業などが立地するグルガオン地区のCyber Cityに隣接しており、インドの中でも近代化が進んでいる商業エリアで、インド在住の日本人がよく訪れる。COCO吉番屋のメニューは、ヒンドゥー教に配慮して牛肉や豚肉を使用せず、チキンカレーや野菜カレーが中心であった。チキンカレーは695ルピー（日本円換算1,250円程度）で、日本国内店舗と比較すると高めの価格設定であった。



屋外型モール Cyber Hub

視察を終えて

インドは2050年頃まで生産年齢人口の増加が見込まれており、中間層の拡大によって、今後市場が大きく成長することが見込まれている。インド政府は約10年前からGDPに占める製造業の割合を引き上げるための製造業振興策「メイク・イン・インドア」を掲げており、日系メーカーにとっては追い風といえる。こうしたインドビジネスの明るさばかりが特筆されがちであるが、一方で、各州によって法制度が異なるためそれぞれに対応する煩雑さや物流インフラが脆弱であるなど実際

にビジネスを行うにはまだまだ課題が多い。現地進出企業からは黒字化に10年近くかかり、事業を軌道に乗せるのに膨大な時間・コスト・労力が必要と伺った。

インドの将来性・市場性という「光」を背に、複雑な法制度・脆弱なインフラなどの「影」にもうまく対応しつつ、長期的視点で事業を展開することがインドビジネス成功のポイントであると感じた。



インド経済視察参加者（世界遺産フマユーン廟にて）

【お問合せ先】

福井商工会議所 地域活性・振興課

TEL 0776(33)8253