

## インドと日本を結ぶ 知識のきずな

元駐日インド特命全権大使  
日印パートナーシップフォーラム 理事長  
株式会社サンアンドサンズアドバイザーズ 会長



アフターブ セット

インドと日本の間では1,500年以上も前に「知識と情報」が両国を結ぶ懸け橋になっていました。すでに聖徳太子の時代にこのような懸け橋が築かれ、インドの精神性についての知識、インドの医学、数学、繊維とその他の製品に関する技術が日本に紹介されていたのです。

インドと日本間の交易は、260年続いた徳川幕府の下での鎖国時代にも、長崎・出島のオランダ商館を通じて続けられました。日本の絹織物、漆器、陶器、その他の製品がインドに輸出された一方、インドから輸入されたさらさらと絞り染めは、日本の特権階級の人々の間で高い人気を博していました。

1868年の明治維新の後、英国の植民地だったインドと日本の中に直接貿易が再開され、1903年には、大隈重信、渋沢栄一など当時の指導者によって二国間の貿易促進を目的の一つとする日印協会が東京に設立されました。

こうした、渋沢栄一などの日本の実業界の指導者による努力の結果、1939年、インドは、米国と中国に次いで、日本の第3位の貿易相手国となったのです。

そして21世紀の今日では、情報技術（IT）とその他の高度技術による「知識」が、再び両国間の懸け橋の役割を果たしています。その結果、日本へ就職するために入国する高度な資格を持つインドの若い人々が増加し、二

国間の経済関係がさらに緊密化しています。

2004～05年前後の数年間、インドと日本間の貿易額は約50億ドルで推移していましたが、その後の数年で両国間の貿易は拡大し、2007～08年には120億ドルを記録しています。さらに2008年10月、日本の麻生総理とインドのM・M・シン首相は東京で、2010年までに二国間の貿易が200億ドルの舞台に達することへの期待を表明しました。

しかしこれは、インドと中国間の貿易に比べると、まだ小規模にとどまっています。ちなみに2008～09年のインドと中国間の貿易額は、インドと日本間の貿易の規模のほぼ4倍に相当する約500億ドルに達しています。事実、2008年にインドは中国にとって第10位の輸出市場となり、一方、中国はインドにとって米国を超える最大の貿易相手国となっています。例えば、深圳に本拠を置く大手電子部品メーカーのファーウェイ（華為技術有限公司）は、2009年にインドにおける売上高が20億ドルに達する見通しであり、インドは同社にとって最大の海外市場となっています。

従って、日本とインド間の貿易を促進するためには、より精力的な努力を傾注する必要があることは明らかです。

例えばインフラ整備、省エネ技術、環境技術は、両国間の貿易拡大が期待される分野です。インドでは、これらの分野における多く

の中小企業を含む日本企業の強みが高く評価されています。JETROはインドにおける日本の中小企業の進出を促進する活動を行って優れた成果を上げていますが、こうした取り組みをさらに推進する必要があります。

インドは今後4年間に鉄道、道路、港湾、空港、電力などのインフラ整備に5,670億ドルに上る投資を必要としています。

日本はすでにODA（政府開発援助）および本邦技術活用条件（STEP）の下で、デリー・ムンバイ間産業大動脈構想（DMIC）の貨物専用鉄道建設計画（DFC）に対し、約4,500億円の円借款の供与を決定しています。1,480平方キロメートルに及ぶ広大な地域が、日本の投資のために留保されているのです。しかも、STEPによる借款は、設備の30%を日本企業から調達することを義務づけています。

日本郵船などの企業は、インド東海岸・西海岸の新規港湾開発に関心を示しており、この分野でも日本企業が進出する多大な余地が存在しています。

また、インドのエネルギー資源研究所（TERI）と日本の新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）は、過去数年間で協力を強化しています。日本の経済産業大臣とインドの計画委員会委員長（Planning minister）の間で毎年、エネルギー問題に関する対話が行われており、インドは三洋、東芝、シャープ、日立、その他の日本企業が開発した優れた省エネ技術の活用に期待を高めています。

インドでは過去数年間に日本企業による投資が活発化しています。

2008年に日本第2位の製薬大手である第一三共は、150ヵ国で事業を展開しているインド最大手の製薬会社ランバクシーに42億

ドルを投資しました。エーザイはすでに、数年前からインドで事業活動を展開しており、好調に業績を伸ばしています。また、日本の製薬最大手である武田薬品工業も、インドへの投資を検討していると思われます。

通信産業はインドで最も目覚ましい成長を遂げている部門であり、毎月の携帯端末の販売が1,700万台に達しています。2008年、NTTドコモはこのようなインドのビジネスチャンスに注目して、インドの移動体通信大手、タタ・テレサービスに27億6,000万ドルを投資して同社株式の26%を取得しました。

インドの自動車産業部門でも、過去5年間に日本企業の投資が増加しています。この分野の先駆企業であるスズキ自動車は80年代にインドに進出し、現在はインド市場のほぼ50%を占めています。

一方、90年代末にインドに進出したトヨタ自動車は、現在、インドの工場に7億5,000万ドルを追加投資しており、中東と東欧の市場に向けたトヨタ車の輸出ハブをインドに構築しつつあります。またスズキ自動車もインドの工場を同様の目的のために使用しています。なお、スズキ自動車の世界市場全体における利益率は2008年10月に急落した後、主としてインドの事業が高水準の収益性を維持したことで再浮上しています。

ホンダはインドで、同社の世界最大の二輪車工場を操業しています。このほか日産自動車は現在、インドの自動車市場で二輪車と三輪車部門をリードしているバジャジ・オートと小型車、そしておそらく電気自動車の製造について、協議を行っています。

不動産部門でも、日本企業に対していくつかの明るい展望が開かれています。インドではオフィスビル部門の成長率が、世界平均の

約6.6%に対し、2008年に景気後退に転じるまで30%を維持していました。ちなみに上海および北京は、インドのすべての主要都市の合計を上回るオフィススペースを有しています。これら中国の主要都市に比べると、インドではオフィススペースがいかに不足しているかが、よくお分かりいただけると思います。インドの不動産部門がどうしてこのような状況にあるのか、理由は明らかです。インドでは、人口100万を超える都市が27も存在しており、人口の増加、富の増大および急速な都市化に伴って1,000万戸以上の住宅が必要とされているからです。

また重要な点として、インドでは住宅ローン申請者の平均年齢が45歳から33歳に低下しています。つまり、生活が豊かになり、マイホームの取得を求めるインドの若い人々が増加しているのです。

インドではホテルも不足しています。東京のホテルの客室数は8万7,000室ですが、バンガロールには2,700室しかありません。他の大都市でも同様にホテルが不足しているのです。

言うまでもなく、このような不動産市場のブームは三菱地所など最大手の不動産会社に大きなビジネスチャンスをもたらします。

さらにインドの小売市場も、イオンおよび日本の他の大手小売企業に多大なチャンスを提供しています。コンサルティング会社A.T.カーニーは、小売企業にとってインドは世界で最も魅力的な市場の一つであると評価しています。インドの小売市場の規模は現在、約3,000億ドルと評価されており、2015年までに6,370億ドルに急成長すると予想されています。

同様に急速な拡大を遂げつつある市場を背

景に、インドのエンターテインメント関連産業も日本の映画制作用デジタル映像機器メーカーに有望なチャンスを提示しています。インドの映画産業は世界最大の規模を誇り、年間に1,000本もの作品を制作しています。国際コンサルティング会社プライスウォーターハウスクーパース(PwC)は、インドの映画産業は毎年15%の成長を続けると予想しており、しかもその収益はすでに年に17%のペースで増加しているのです。

このような状況にあって、専門的なコンサルティングサービスを提供することで両国の橋渡しができるインド企業に対して、日本企業は、日本で有効な専門知識を役立てる必要があります。

しかし日本企業は、革新する力と型にはまらない思考が求められているときに、インド市場の調査に過度に長い時間をかける傾向が見られます。

インドのビジネス慣行は地域により多様であり、日本のように常にきちんと型にはまり、予測が可能とは限りません。そのため日本企業には、インドにおけるビジネスの進め方を助言できる豊富な知識を持つコンサルティング会社の利用をお勧めしたいと思います。

インドは民主的な制度を運営し、堅固な司法制度を確立しているほか、会計産業が発達しており、知的所有権が保護されています。

さらにインドと日本は、過去数年に、二国間の協力を安全保障と防衛の分野に拡大しました。両国は、アジア・太平洋地域における平和と安定、地域内諸国の繁栄と相互に有益な経済関係の維持を約束する民主主義国です。

従ってインドと日本は、アジアと世界の人々の幸福と繁栄を求める共同の取り組みにおける格好のパートナーなのです。