

拡大するインド市場と日系企業の投資環境

アジアを中心に新興国の発展が見込まれている中、日本の中小企業にとっても、こうした成長機会をいかにして取り込んでいくかが課題となっている。そこで本誌では、3回にわたり、アジアでも特に関心の高いインド、タイ、中国について現地から公庫職員がレポートする。

まず本号では、強い内需を原動力に成長を続けるインドについて、その魅力やビジネスを行う上での留意点といった最新情報のほか、実際に現地に進出している公庫のお取引先の活動を紹介します。



デリー市街地の様子。昔に比べたら牛は少なくなったという。

注目高まるインド

日本公庫の国際部門である国際協力銀行（JIBC）が'09年11月に発表した「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」によると、インドは「中期的（今後3年程度）有望事業展開先国・地域」で中国に次いで2位となった。また、同調査では、インドを有望国とする理由として「現地マーケットの今後の成長性」がトップ、次いで「安価な労働力」、「優秀な人材」等が挙げられており、特に市場と人材に期待が高い。

内需が牽引するインド経済

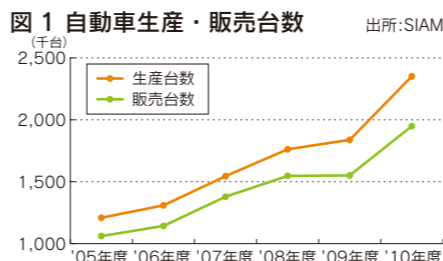
高成長を続けるインドも、'08年9月の「リーマンショック」以降の世界同時不況の影響を免れることができなかった。輸出減などが影響し、対前年度比GDP成長率は'07年度の9.2%に対して、'08年度は6.7%に鈍化している。

しかし、'09年に入ると国内景気は底を打ち、'09年度は74%と上昇に転じた。特に製造業では108%と高い伸びを示している。

インド経済の成長を牽引しているのが内需だ。

'09年度の自動車販売台数は195万台と、過去最高を記録した（図1参照）。'08年初にお披露目された話題を呼んだタタ自動車の「10万ルピー（約20万円）カー」はすでに販売が開始され、自動車市場のすそ野の拡大に大きく貢献している。

また、携帯電話の新規加入件数はこの1年間で約2億件増加し、'10年4月末時点で6億件を突破した。



これらの消費財やサービスは、従来、都市部の中間層が主な市場であったが、今後は幅広い消費者層における所得増加にももたせて、農村部での販売拡大にも期待がかかる。

英語と豊富な工科系人材

インドは、英語が準公用語として広く普及しており、インド工科大学に代表されるような技術者を養成する高等教育の基盤も備えている。欧米を中心にソフトウェア開発などのアウトソーシング先として活用され、「IT大国」と呼ばれるようになった要素のひとつが、こうした優秀な人材が安価かつ豊富であることだと言えるだろう。

また、日本の工業高校に相当するIIT（Industrial Technical Institute）も各地に多数設立されており、こうした学校の卒業生は、製造業の開発部門やエンジニアリング部門において期待が高い。



木村公太(きむら こうた)
'02年4月、中小企業金融公庫（現日本公庫中小企業事業）に入庫。京都支店、営業推進部（国際グループ）勤務を経て、'09年4月からジェトロ・ニューデリーセンターに派遣。

日系企業の動向

インド経済が成長を続けるなか、日系企業の投資も進んでいる。

在インド日本国大使館の資料によると、インドにおける日系企業の拠点数は、近年急増し、'09年10月時点で1,049拠点となった（図2参照）。

進出分野をみると、自動車関連分野が最も多い。さらに近年では工作機械、エンジニアリングサービスなど周辺産業へ投資分野が広がっているほか、日系企業の集積が呼び水となり、サービス、金融、通信分野での進出も活発化している。

進出地域としては、首都であるデリーのほか、ムンバイ、バンガロール、チェンナイの4都市圏が中心となっている（図3参照）。

インドビジネスの留意点

しかしながら、インドへの投資には留意点もある。

まず、インフラの問題が挙げられる。インドの電力供給は脆弱で、工場に自家発電装置を設置することは半ば常識化している。道路等の物流インフラについても、各地で主要幹線の整備が進められているが、また発



道路や鉄道の整備が進むが、インフラはまだ発展途上だ。（デリー市街地）

展途上であり、物流にかかる所要時間の問題や予期せぬ製品へのダメージなども考慮しなければならぬ。

次に人件費の上昇等の雇用面での課題もある。'10年7月にインド日本商工会が発表した「第4回賃金実態調査」によると、'10年における現地従業員の昇給率（見通し）はスタッフで13%、ワーカーで14%となった。インドへの進出計画を立てる際には、高率の人件費上昇を見込むことが必要となる。

中小企業進出のチャンス

インドの政財界要人は皆、幅広い日本の中小企業の進出への期待を口にする。日本経済の競争力の源泉が中小企業にあると認識しており、その能力を導入することによってインド産業界のレベルアップにつながっていくという思いがあるからだ。

しかしながら、'10年3月末時点で、インドに進出している日本公庫中小企業事業のお取引先は16社にとどまる。中国（2,091社）やアセアン諸国（タイ：382社など）と比べると数はまだ圧倒的に少ない。

今後、中小企業が

図2 進出日系企業社数 出所：在インド日本国大使館

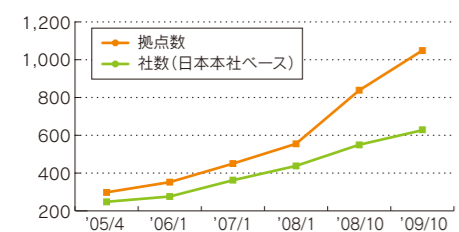
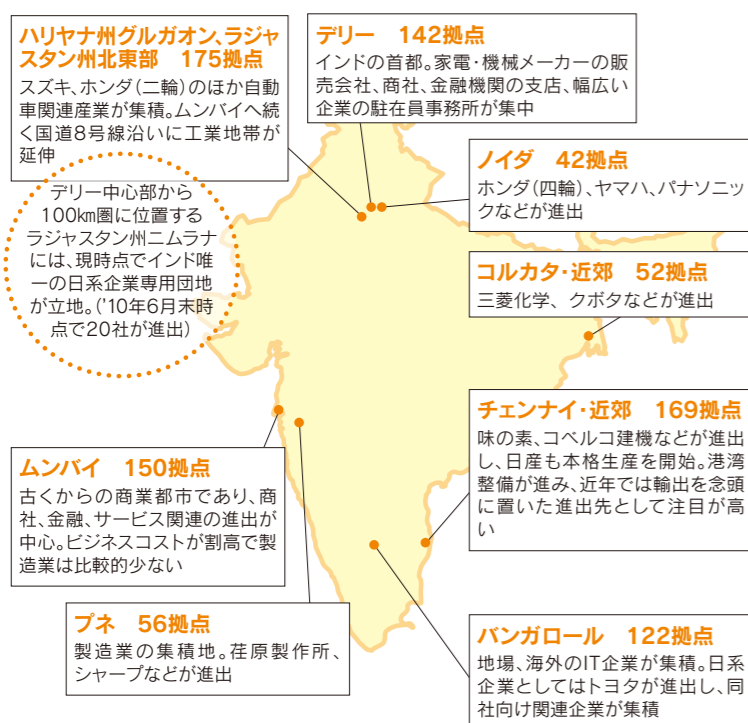


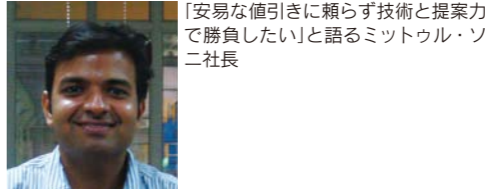
図3 日系企業の主な進出都市・地域



出所：拠点数については在インド日本国大使館（'09年10月時点）

従業員教育に力を入れて技術力向上を図り、 激動のインド自動車市場を闘う

ナガタインディア（永田部品製造株式会社現地法人）



社名 Nagata India Pvt. Ltd.
所在地 ハリヤナ州・グルガオン
代表者名 Mittul Soni(ミットウル・ソニ)
事業内容 プレス用金型の設計、製造、製作、試作
会社設立 1999年12月
ホームページ <http://www.nagataindia.com>
<http://www.nagatabuhin.co.jp/> (日本本社)



インド工場外観

1 取引先の要請でインドへ

ナガタインディアは静岡で自動車部品製造を手掛ける永田部品製造株式会社の子会社である。テリーの南西に位置するM.T.マネサール工業団地で操業している。

同社の事業内容は自動車向けの金型製造。金型の設計から製造、部品の試作まで一貫して手掛けられることが強みだ。

同社がインドで事業を開始してからちょうど10年になる。'00年に機械3台でスタート。現在ではマシニングセンターやプレス機等42台の設備を擁し、約100名の従業員が働いている。

インドに進出したのは日本本社の主要取引先であるスズキからの要請がきっかけだった。当時、スズキのインド現地法人であるマルチスズキは品質面の問題から、ほとんどの金型を日本から輸入していたという。

現在、同社は優れた技術力と営業活動の甲斐もあり、マルチスズキのみならず、ホンダ、タタ自動車をはじめとする主要自動車メーカーの多くと取引を行っている。

2 現地社員の教育と登用が 発展の力基

同社を率いるのが、ミットウル・ソニ社長。同社の設立初期から代々の日本人社長の右腕として活躍し、'08年に初の現地人社長となった。ソニ社長は日本で技術研修を受けた経験もあり、日本語も堪能だ。

ソニ社長が特に力を入れてきたのが、技術力の向上とそのため従業員の教育である。

進出当初は日本本社から指導員の受け入れや、従業員の多くを日本へ派遣して研修させるなどの方策をとった。それでも納得できる技術水準に達するまで4〜5年を要したという。

一方、目下の悩みは離職と人件費上昇の問題だ。インフレ対応とともに、離職を食い止めるために毎年の昇給率は2桁台となってしまうのが現実だ。

3 成長市場インドで 更なる事業拡大を狙う

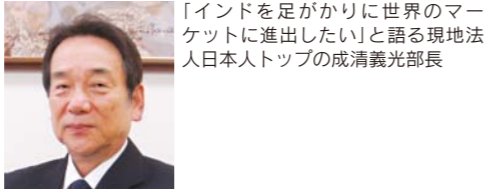
インドの自動車市場が成長を続ける中、当社もこの先2年で約40%の売上増を目指しているが、同業者との競争は激しいのが実情だ。

同社では目標達成のため、新規設備の導入や工員の作業効率向上に取り組んでいる。

生産能力拡充のため、'10年4月に800t

日本とインド、両国のメリットを 活用して事業拡大を図る

システムコンサルタント・インフォメーション・インディア(SCII) (株式会社システムコンサルタント現地法人)



社名 System Consultant Information India(P)Ltd.
所在地 カルナタカ州・トムクール
代表者名 Alexander C. Varkey(アレキサンダー・C・ヴァルキー)
事業内容 ソフトウェア保守・管理、英語圏向けソフトウェア開発
会社設立 2005年12月
ホームページ <http://www.scii.in/jp>
<http://www.ksc.co.jp> (日本本社)



インド本社外観('09年2月竣工)

1 海外進出の目的は コストダウンと人材確保

システム開発や保守を手掛ける株式会社システムコンサルタントは、ミドルウェアと呼ばれる汎用ソフトウェアを販売しており、日本国内で5千社近くが利用している。ソフトウェアの保守・管理には人手と運営ノウハウが必要で、人件費を中心に高いコストがかかることが課題となっていた。

一方で、同社では海外マーケットへの参入に向け、日本国内で実績のあるソフトウェアの英語版の開発を計画していた。

これらの事業を海外で行い、コストダウンを図ろうとしたことが海外進出を考えたきっかけだった。

加えて、将来の人材確保も、進出理由に挙げられるという。「今後の事業拡大に向けて、必要となる人材を海外でも確保したいという思いがありました」(成清部長)。

2 インドを選んだ決め手は 人材と法制度

海外進出に当たって、複数の国で

比較検討を行った結果、同社はインドを進出先として選択。'05年に現地法人SCIIを設立した。

進出の決め手は、まず、豊富で低コストのITエンジニアが確保できることが挙げられる。しかも、インドは英語圏の国。英語版のソフトウェア開発に際して有利だ。

次に、法制度が整備されていることも魅力だったという。「我々の仕事で最も恐れているのは、コピー製品が出回ること。インドはその点、法制度が整っており、他の新興国と比べて安心して事業を行えることは、大きなメリットと考えました」(成清部長)。

3 日本品質のソフトを 納期厳守で開発

同社が目指すのは、人材というインドのメリットを活かしながら、日本品質の完成度と納期の実現だ。

ソフトウェア開発を日本で企画・立案し、海外で開発する例は多くみられる。しかし、日本と海外とのコミュニケーションギャップから、開発がはかどらないケースが少なくないという。

こうした事態を招かないように、同社では原則、インド人が日本人を教育し、日本人がインド人を教育するという方針をとっている。互いの文化の違いを理解し、仕事の際、互

4 駐在員の生活環境に配慮し、 日本食を提供

現地の生活環境の調査も、進出前の重要な要素であった。これらの生の情報は、'06年12月からインドに職員を派遣している公庫に相談するなどして収集に努めた。

同社では、日本食を調理できるコックを雇うなど、現地駐在員への配慮にも努めている。

5 SCIIをグループの 開発センターに

最後に同社の今後の展望について成清部長に伺った。「将来は日本本社の3〜4倍、1千2百人規模とし、SCIIをグループの開発センターとして位置付けたいと考えています」。

日本とインド。両国のメリットを活かして事業拡大を図る同社の今後を期待したい。



本社内のオフィスエリア



工場現場のワーカーは全てインド人。5Sの徹底を含め現場管理、品質管理ともに日本水準を目指す

ご利用いただけるかた	経済の構造的変化に適応するために海外展開をすることが経営上必要であり、一定の要件を満たすかた
ご利用いただける資金	当該事業を行うために必要な設備資金および長期運転資金(海外企業に対する転貸資金を含む)
融資限度額	7億2千万円(うち運転資金2億5千万円)
利率	基準利率 ※設備資金については、設備資金貸付利率特例制度により、貸付後2年間について0.5%の利率を控除します。 ※信用リスク・融資期間等に応じて所定の利率が適用されます。
融資期間	設備資金: 15年以内(うち据置3年以上) 運転資金: 7年以内(うち据置2年以上)

プレス機を導入した際には、公庫の海外展開資金を利用した。さらに、公庫による支援は資金面だけでなく、公庫には「日本へ出張した際、公庫の静岡支店を訪問し、経営計画の立て方など、経営者に求められる知識を学びました。公庫には資金と情報、両面でのサポートを期待しています」(ソニ社長)。

ソニ社長自身も経営者としての努力を怠らず、激動のインド自動車市場を勝ち抜くためのスキルアップに余念がない。