



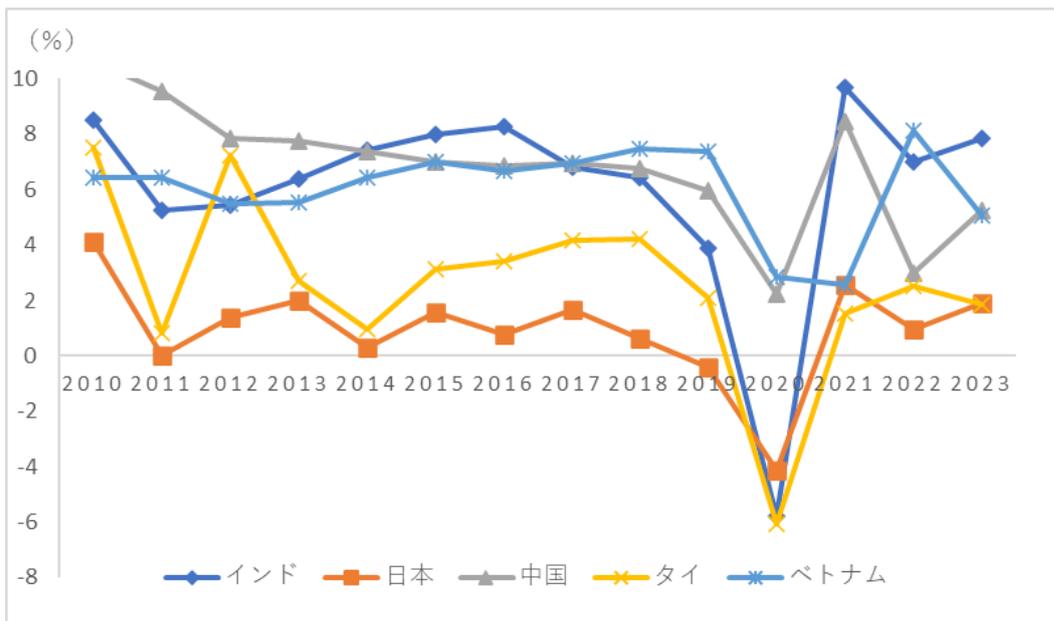
本レポートでは、信金中金海外業務推進部の職員等が最新のトピックスについて報告します。今回は「日系企業のインドビジネス展開にかかる動向」をテーマに、インドの基本情報および市場動向、日系企業のインドビジネスの現状および進出状況、インド進出時の課題等についてお伝えします。また、信用金庫取引先のインド進出にかかる事例についてもご紹介します。近年のインドにおける著しい経済成長を背景に、日本企業においてもインドビジネスへの関心が高まっています。本レポートをインド進出や対インド投資等への参考にご活用下さい。

1. インドにおける日系企業のビジネス動向

(1) インドの基本情報

インドは、過去十数年を通じての著しい経済成長（図表1）を背景として、日本企業にとっても進出や販路開拓、投資等の観点から魅力的な市場となっています。

図表1 実質 GDP 成長率(対前年比)



本節では、インドの基本情報として、インドの民族構成や政治体制、経済状況等についてご紹介します(図表2)。

イ. 国土、人口

国土面積約 328.7 万km²(日本の約 8.7 倍)という広大な土地に約 14 億人(日本の約 11 倍)もの人々が暮らしており、28 の州と9の連邦直轄領から構成されています。世界第7位の国土に世界一の人口を抱えるインドは、インド・アーリヤ族やドラビダ族、モンゴロイド族を始めとした様々な民族で構成される多民族国家です。言語についても、公用語のヒンディー語のほか、憲法で公認されている州の言語が 21 言語あり、同じインド人同士でも州が異なると言葉が伝わらないという状況がよくあるため、準公用語に英語が指定されています。

ロ. 政治体制

1950 年1月にインド憲法が施行されたことでカースト制度が禁止され、連邦共和制が採用されました。また、議会制度は二院制であり、連邦議会は上院・州会議(ラジャ・サバー)と下院・人民会議(ロク・サバー)から構成されています。元首は大統領で 2022 年7月の選挙の結果、ドラウパディ・ムルムー氏が第 15 代大統領を務めています。一方首相は、2014 年の第1次政権発足以来、3期連続でナレンドラ・モディ氏が務めています。モディ氏はインフラ整備や外資の受入れ等を積極的に行い、インドの高い経済成長を実現させています。

ハ. 日本との関係

1952 年の国交樹立以来友好的な関係を維持しています。経済面でも、日本はインドにとって重要な投資国の一つであり、日本政府は、インドのインフラ整備や産業発展を支援するために、ODA(政府開発援助)や技術協力を提供しており、デリー・ムンバイ間の産業大動脈(DMIC)プロジェクトや、ムンバイ・アーメダバード間的高速鉄道プロジェクト等、大規模なインフラプロジェクトが進行しています。

ニ. 日印間の貿易状況

日本とインドは、2011 年に経済連携協定(EPA)を締結し、これにより関税の削減や非関税障壁の撤廃が進み、貿易の自由化が促進されました。この協定により、両国間の貿易額は増加し、特に自動車、電子機器、化学製品等の分野での取引が活発化しています。2023 年度の貿易総額は約3兆 1,378 億円(日本からインド:約2兆 3,329 億円、インドから日本:約 8,049 億円)で、日本からインドへの主要輸出品目は、機械(自動車等)、無機化合物、電子機器等で、インドから日本へは、有機化合物、電気機器、魚類等となっています。

ホ. 経済状況

2023 年の名目 GDP は 3 兆 5,720 億ドルと世界第5位の経済規模となっています。また、国際通貨基金(IMF)の推計によると、2025 年には日本を、2027 年にはドイツを抜いて米国や中国に次ぐ世界第3位の経済大国に成長する見通しです。モディ首相の「メイク・イン・インド」^{※1}や「デジタル・インド」^{※2}等の政策推進により、海外からの国内企業への投資が促進され、インフラ整備やビジネス環境の改善が進んでおり、特に製造業やスタートアップ企業の成長が顕著となっています。

※¹ 投資環境の整備を通じて、直接投資誘致を促進し、GDP に占める製造業の割合を 15%から 25%に引き上げる目標を掲げる。その結果として、1 億人の新規雇用創出、貿易赤字の縮小、輸出の拡大等を目指した政策

※² ①すべての国民に対するデジタルインフラの提供、②行政サービスのオン・デマンド化、③デジタル化による国民のエンパワメント化の三分野に焦点を当てた政策。

図表2 インドの基本情報

国名	インド共和国
国土面積	約328.7万km ² (日本の約8.7倍)
人口	約14億人(日本の約11倍)
民族	インド・アーリヤ族、ドラビダ族、モンゴロイド族等
平均年齢	28歳(日本は48歳)
首都	ニューデリー
公用語	ヒンディー語(連邦公用語)、英語(準公用語)
識字率	73%
政治体制	連邦共和制
通貨	ルピー(INR) 1ルピー=1.76円(2024年2月1日)
1人あたりGDP	2,500ドル(2023年)
主要貿易品目	輸出:石油製品、宝石類、電気機器、一般機械、化学関連製品 輸入:原油・石油製品、宝石類、電気機器、一般機械、化学関連製品
貿易相手国	輸出:米国、UAE、オランダ、中国、バングラデシュ、シンガポール、 英国、サウジアラビア、ドイツ、インドネシア(日本は第26位) 輸入:中国、UAE、米国、ロシア、サウジアラビア、イラク、インドネシ ア、シンガポール、韓国、オーストラリア(日本は第13位)
在留邦人数	8,197人(2023年10月)

(2) 各地域の特徴

インドは、広大な国土で各地域に様々な文化的・経済的特徴があるため、本節ではインド国内を北部・東部・西部・南部に分けて各地域の特徴をご紹介します(図表3)。

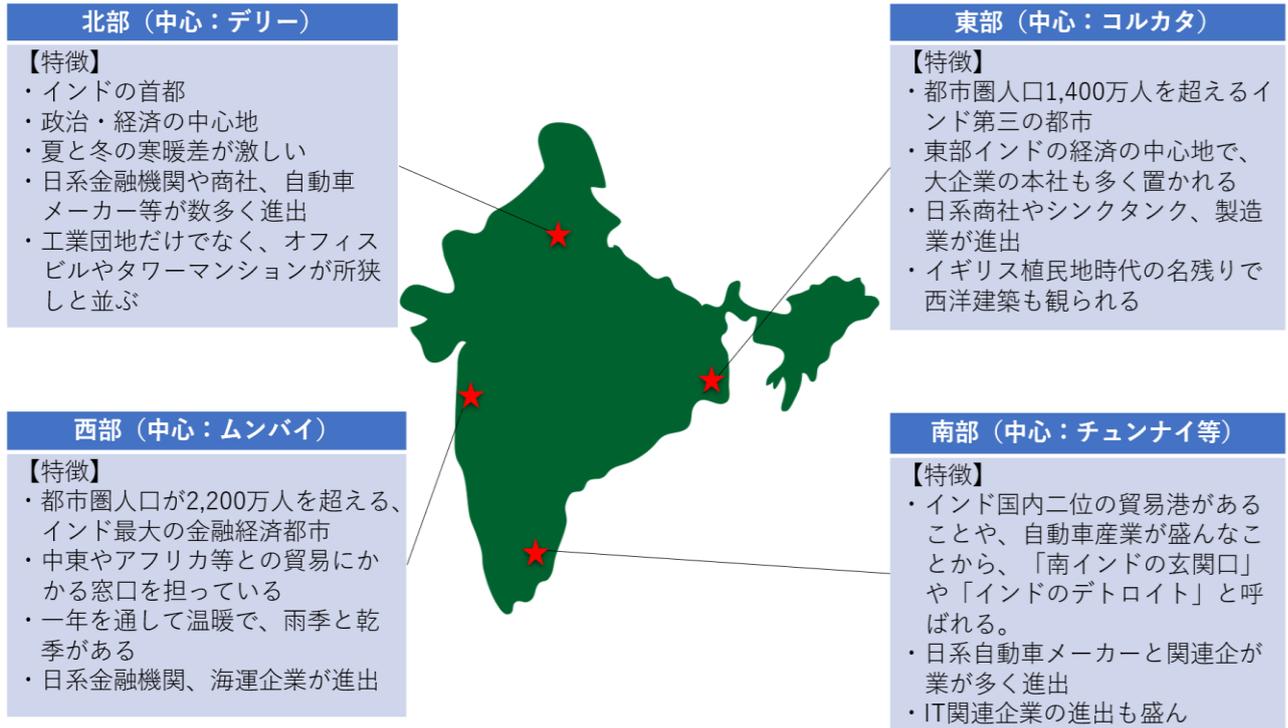
北部は、首都ニューデリーを中心として、インドの政治や経済の中心地としての役割を果たしています。ヒンディー語が広く話され、文化的には多様な宗教や伝統が共存しています。経済的には、デリーやグルガオン等の都市が IT、製造業、サービス業のハブとして発展しています。特に、グルガオンは、多くの多国籍企業が拠点を構えるビジネス中心地となっています。

東部は、都市圏人口が 1,400 万人を超えるコルカタを中心とする地域で、歴史的にはイギリス植民地時代の影響を強く受けています。ベンガル語が主要な言語であり、文学や芸術の分野で豊かな伝統を持っています。経済的には、製造業や港湾業が発展しており、特にコルカタ湾はインド東部の物流の要所となっています。

西部は、ムンバイやプネ等の経済都市が位置しています。ムンバイはインドの金融・商業の中心地であり、多くの大企業や金融機関が本社を構えています。また、映画産業「ボリウッド」の拠点でもあり、文化的にも影響力が大きいです。プネは教育と IT 産業のハブとして知られ、多くの技術者や専門職が集まる都市です。

南部は、ベンガルール、チェンナイ、ハイデラバード等の主要都市を含む地域で、特に IT 産業が盛んです。ベンガルールは「インドのシリコンバレー」として知られ、数多くの IT 企業やスタートアップ企業が集積しています。南部ではタミル語、テルグ語、カンナダ語等が話され、文化的にも独自の伝統や芸術が豊かです。チェンナイは、自動車産業の中心地としても知られ、日系企業の進出が進んでいます。

図表3 地域ごとの特徴



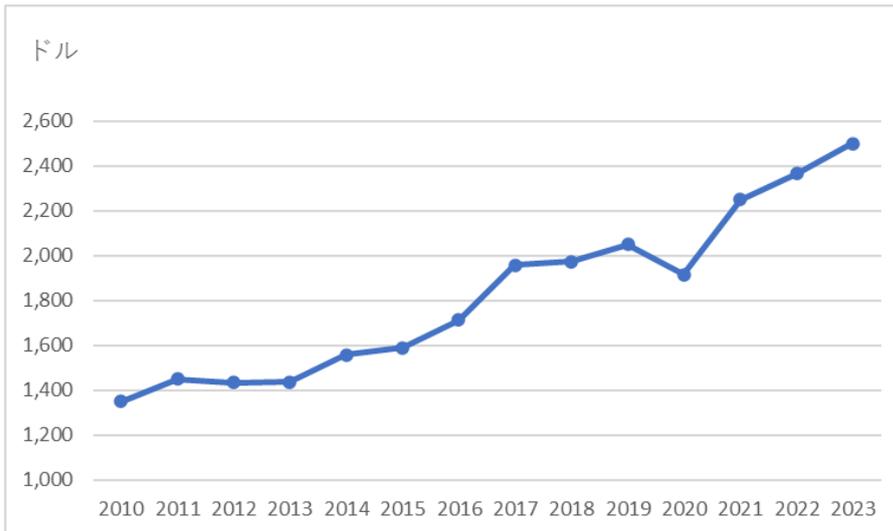
(3) インドにおける市場動向

インドにおける消費市場について、中間層の増加や個人所得の増加(図表 4)等により購買力が向上していることから、世界でも有数の巨大な市場となっています。2023 年時点でのインドの人口は約 14 億人に達し、そのうちの多くが若年層で構成されています。この若年層の消費者は、デジタル技術に精通しており、新しい製品やサービスに対する需要が高いことが特徴です。

インドの消費市場は、都市部と農村部でそれぞれ特徴があり、ムンバイ、デリー、ベンガルール、チュンナイ等の主要都市では、高級品やブランド品に対する需要が高まっています。また、中間層の増加とともに、健康志向や高品質な食品に対する需要が高まっていることから、オーガニック食品や無添加食品、スーパーフード等の商品が人気を集めています。外食産業も急速に成長しており、ファストフードチェーンやカフェ、レストランが次々とオープンしています。これに対して、農村部では依然として基本的な生活必需品や低価格の商品が主流となっています。一方で、農村経済の発展に伴い、農村部の購買力が向上したことで、家電製品やモバイルデバイス、インスタントラーメンやスナック菓子等の需要が増加しています。

そのほか、インターネットやスマートフォンの普及により、オンラインショッピングが急速に拡大しており、E コマース市場も成長を続けています。Amazon や Flipkart 等の大手 E コマースプラットフォームが市場をリードしており、日系企業もこれらのプラットフォームを活用して市場参入を図っている状況です。さらに、インド政府の「デジタル・インド」政策により、デジタルインフラの整備が進み、キャッシュレス決済の普及も進んでいます。これにより、消費者の購買行動が変化し、より便利で迅速な取引が可能となりました。特に若年層の消費者は、モバイル決済やデジタルウォレットを積極的に利用しており、新たなビジネスチャンスを生み出していると言えます。

図表 4 インドにおける一人当たり GDP(ドル)



(4) 日系企業の進出動向

在インド日本国大使館および総領事館、日本貿易振興機構(ジェトロ)が発表したデータによると、インドには現在 1,400 社(4,901 拠点)ほどの日系企業が進出しています(図表 5、6)。特に、製造業、電子機器、IT サービス等の分野での進出が顕著となっています。

インドに進出している日系企業数の約半分が製造業となっており、特に自動車産業において、スズキ、トヨタ、ホンダ等がインド市場でのシェアを拡大し続けています。これらの企業はインド南部を中心に現地生産を行っています。2023 年度には、日系5社(マルチ・スズキ、トヨタ・キルロスカ、ホンダ、日産、いすゞ)のインド国内市場シェア合計が 50%を超え、現地で日系メーカーの存在感を高めています。特に、スズキの現地法人であるマルチ・スズキの市場シェアは 41.7%と圧倒的で、現地生産の強化等によりコスト競争力を高めています。インドにおける自動車販売台数が、日本を抜いて世界第3位(2023 年)になり、今後も自動車産業は活発になることが予想されます。

電子機器・家電産業では、ソニー、パナソニック、シャープ等が進出しており、インドの急速な都市化と中間層の増加に伴う消費者ニーズの変化に対応し、液晶テレビやスマートフォン、冷蔵庫や洗濯機をはじめとした家庭用電化製品等の高品質な製品を提供することで市場での地位を確立しています。特に都市部では、大気汚染問題に対応するための重要な製品として、空気清浄機の需要が高まっています。

IT 産業では、NTT データや富士通等の企業が、インドの豊富な IT 人材を活用して、グローバルな IT サービスの提供を強化しています。

そのほか、インド西部(ムンバイやプネ等)の金融・商業の中心地には、メガバンク等の日系金融機関も事業を展開しています。

図表 5 インド州別日系企業の拠点数

地域 (州名)	拠点数
首都圏近郊/北部/北東部インド (デリー準州、ハリヤナ州、ラジャスタン州、ウッタルプラ デシュ州ほか)	1,655
東部インド (西ベンガル州、ビハール州、ジャールカンド州ほか)	414
西部インド (マハーラーシュトラ州、グジャラート州ほか)	1,301
南部インド (カルナータカ州、タミル・ナドゥ州、テランガナ州、アンド ラ・プラデシュ州ほか)	1,531

図表 6 主な進出日系企業

地域	州名	州都	企業名
首都圏近郊/北 部/北東部インド	デリー準州	ニューデリー	日立、ソニー、ヤクルト、三菱UFJ銀行、 みずほ銀行、三菱商事、三井物産など
	ハリヤナ州	チャンディーガル	スズキ、ホンダ、デンソー、アイシン、 Canon、伊藤忠商事、JFE商事など
	ラジャスタン州	ジャイプル	ホンダ、ユニ・チャーム、豊田合成、三菱 電機など
	ウッタル・プラデシュ州	ラクナウ	ホンダ、ヤマハ、デンソー、古河電工など
西部インド	グジャラート州	ガンディーナガル	スズキ、ホンダ、大塚製薬、三菱重工、日 本製鉄など
	マハラシュトラ州	ムンバイ	大和証券、みずほ証券、みずほ銀行、三 菱UFJ銀行、三井住友銀行、日新、日本 通運など
南部インド	タミルナドゥ州/ カルナータカ州	チェンナイ	日産、東芝、パナソニック、ヤマハなど
	アンドラ・プラデシュ州	ベンガルール	トヨタ、ホンダ、富士通、ファナック、 EPSON、日清食品、電通など
	テランガナ州	ハイデラバード	ソニー、エーザイ、いすゞ、東レなど
	ハイデラバード	ハイデラバード	東芝、Canon、NTTなど
東部インド	西ベンガル州	コルカタ	日立建機、野村総合研究所、双日、三井 物産など

(5) インド進出時の課題

インド市場への進出は、多くのビジネスチャンスがある一方で、いくつかの課題もあります。本節では主に挙げられる課題をご紹介します。

イ. 複雑な法規制・税制度

インドの法規制は州ごとに異なる場合が多く、中央政府と州政府の間での調整が必要になります。また、税制も複雑であり、特に物品・サービス税(GST)の導入後も、州ごとに税率や適用範囲が異なるため企業運営に影響を与えています。

ロ. インフラ整備の遅れ

都市部ではインフラが整備されている一方で、農村部や新興都市では道路、電力、通信等のインフラが不十分な場合が多く、物流コストの増加や、サプライチェーンの効率性の低下等のリスクがありま

す。特に、製造業や物流業にとっては、インフラの整備状況がビジネスの成否を左右する重要な要素であることから、インフラ整備への対応は大きな課題となっています。

ハ. 文化・言語的障壁

インドは多言語・多文化国家であり、ビジネスにおいても地域ごとの文化や言語の違いが影響を及ぼします。現地のビジネスパートナーや従業員とのコミュニケーションを円滑にするためには、現地の文化や習慣を尊重し、適切なコミュニケーション戦略を構築することが求められます。また、現地のビジネスマナーや商習慣を理解し、適応することが信頼関係の構築に不可欠です。

二. 人材確保と育成

インドは若年層の人口が多く、労働力の供給が豊富である一方で、専門的なスキルを持つ人材の獲得競争が激化しています。特に、IT やエンジニアリング等の専門職では、優秀な人材の確保が難しく、企業は高い給与や福利厚生を提供する必要があります。

ホ. 行政手続きの煩雑性

最後に、官僚主義や行政手続きの煩雑さも進出企業にとっての大きな障壁となります。インドでは、ビジネスライセンスの取得や各種許認可の手続きが複雑で時間がかかることが多いです。これに対して、現地の法律事務所やコンサルタントの支援を受けることで、手続きの効率化を図ることが求められます。

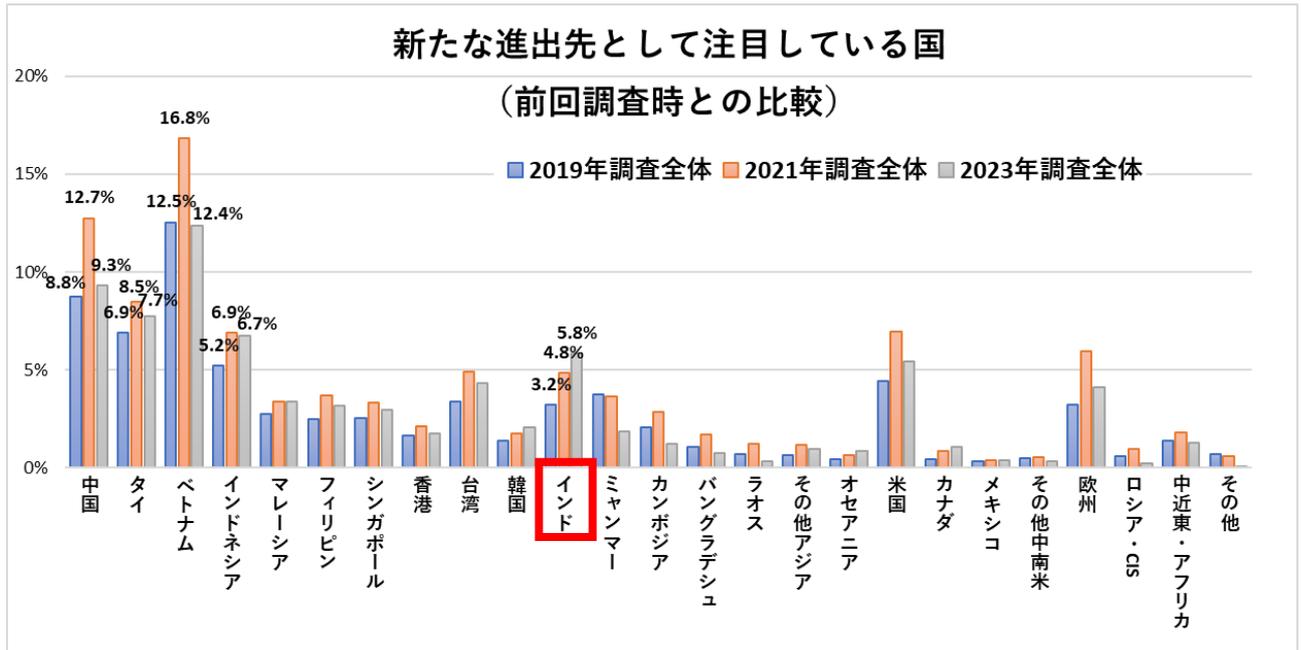
(6) 日系企業のインドビジネスに対する今後の展望

世界主要国の経済成長率鈍化に対し、インドでは今後も安定的に年 6%以上の成長が見込まれています。こうした背景から、上述の進出にかかる課題はあるものの、今後も日本企業の進出候補先の上位に挙がるものと思料されます。また、ジェトロが実施した 2023 年度海外進出日系企業実態調査では、「今後 1~2 年の間に事業拡大を考える」とした企業が、在インド日系企業全体の 75.6% (前年度比 3.1 ポイント上昇) に上る等、既進出先においてもその多くが、今後も市場が発展し続けていくと考えている状況です。

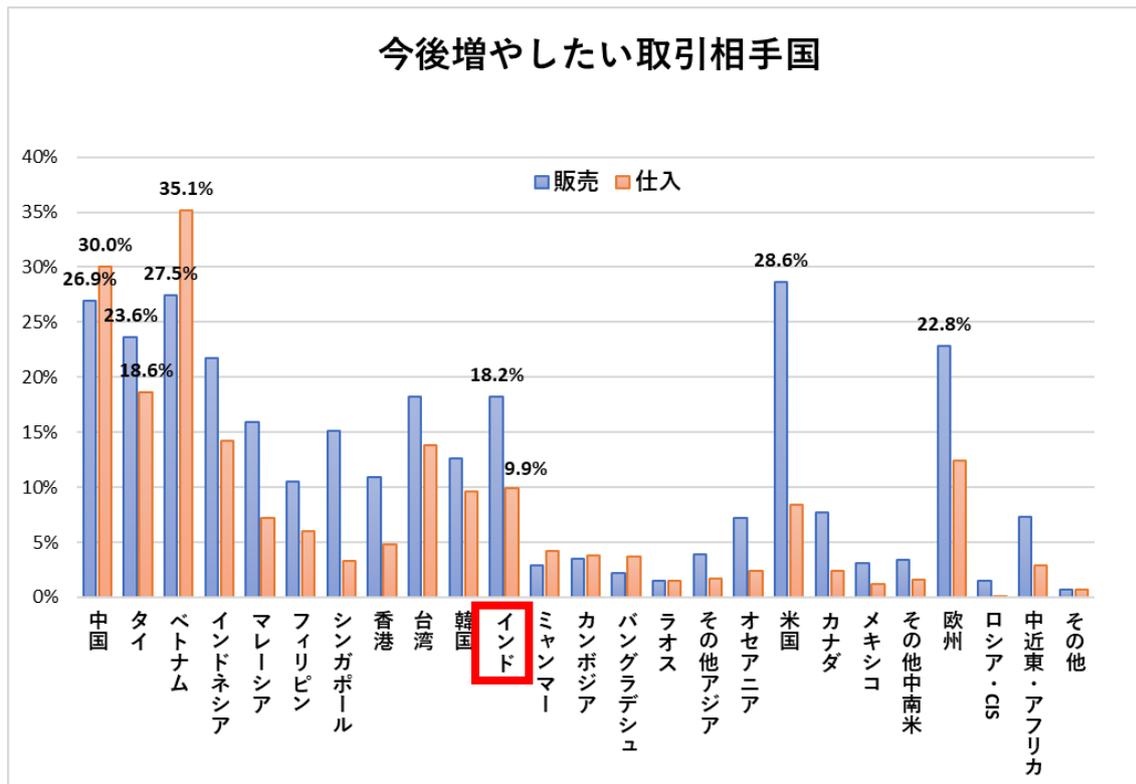
信用金庫取引先についても、信金中央金庫が 2 年に 1 度実施している「信用金庫取引先海外事業状況調査」(2023 年度実施分)において、インドに進出している信用金庫取引先は主要進出先国と比べてまだ多くないものの、今後の進出先として注目している国(図表 7)では、回答企業全体の 5.8%と、前回より 1.0 ポイント上昇しており、前回調査時と比較して調査対象国の中で唯一上昇しています。また、今後インドへ販売を増やしたいと回答している企業が全体の 18.3% (図表 8)であることから、インドへの販路開拓や進出に意欲的な先が多いことがうかがえます。

これらから、今後も大手企業をはじめとして、大都市を中心にインドにおける販路開拓や拠点設立等事業展開を行う企業が増えていくと思料されます。

図表7 信用金庫取引先における新たな進出先として注目している国



図表8 今後増やしたい取引相手国



※図表1～8は、政府発表・各種報道等にもとづき信金中央金庫が作成

2. インドへの進出企業の事例

前項のように日系大企業のみならず中小企業においてもインド市場進出への関心が高まっているところであり、実際にインドで事業を展開している日系中小企業も多く存在しています。このうち、製造業分野における日系中小企業のインド進出の先進事例として、トヨタ工機株式会社(以下「当社」という。)をご紹介します。

(1)インド進出企業のビジネス概況

東京都府中市に拠点を置く当社は、資本金 5,350 万円、従業員数 109 名(2023 年 11 月現在)のプレキャストコンクリート製品※(以下「PC 製品」という。)等の設計・製造を手掛けるメーカーです。日本国内(吉野ヶ里工場、福島工場)のほか、インドのグジャラート州アーメダバードに工場を所有し、現在、日本およびインドで製造した製品を 20 数か国に輸出しています。

急速に都市化が進むインドにおいて、排水溝の整備や河川の護岸、道路の擁壁等のインフラ整備に PC 製品が欠かせないものとなっており、PC 製品の当地における需要が高まっていることから、2013 年にインドに子会社 (Toyota Forms India Pvt. Ltd.) を設立し、2016 年から製造を開始しました。当地では、PC 製品用の高精度型枠の製造・販売を行っています。また、当地では、現在 60 名を超えるインド人社員が働いています。

当社のインドにおけるビジネスの目的は、現地に暮らす人々の安心・安全な暮らしを提供するための社会資本整備に貢献することであり、その結果として、日本国内における当社の雇用拡大や、更なる発展繁栄に貢献することを目的としています。

※あらかじめ工場で型枠に流し込んで成形したコンクリート製品のこと。工場で設計通りに作られ、工事現場では据え付けるだけで済むことから、高品質なインフラを短い工期で造ることができる特徴がある。



(Toyota Forms India Pvt. Ltd.の工場外観)

(2)インド進出の動機

日本国内では、高度経済成長期から 2000 年頃までは景気対策として大規模な公共事業が継続されていましたが、2000 年以降は景気の低迷と共に公共事業は減少し、現在ではピークに比べると半分以下の規模となっています。建設業や PC 製品業界においてもその取り巻く国内環境が不安定さを増している状況となっています。当社では、このような国内需要の低下を背景に、今後高い成長が見込める新興国市場へ積極的に海外輸出等の展開を進めてきましたが、輸出だけでは今後為替要因により価格競争等で市場を失いかねないことから、インドへの直接投資を決断しました。

インド進出に際しては、ネットワーク調査や展示会出展のほか各種支援機関による海外進出サポート等を活用しながら準備を進めました。また、展示会出展時にできた信頼できるインド人との人脈もインド進出の大きな決め手となりました。

(3)インドビジネスのメリット

当社はインドビジネスのメリットとして、当地 PC 製品業界においては欧米のライバル企業が少なく市場の競争が熾烈でない点や、国際的なネットワークを形成できる点、インドの多様な文化から当社の国際感覚が向上するという点、豊富な人材を活用できる点等を挙げています。特に人材については、インド社員の仕事の吸収効率の良さも挙げています。

(4)インドビジネスの課題

前述のようなメリットを挙げている一方で、当社がインドでビジネスを展開する上で課題と感じているものには、日本との社会規範の違いや複雑な税制等への対応があります。インドの商習慣として、非常にフレキシビリティとスピード感があることから、ビジネスがより展開しやすいという側面があるものの、アポイントが突然キャンセルになることがしばしばある等、日本での感覚と異なる面も多く、慣れるのに時間がかかるという課題があります。また、インドの税制については、前項で述べたような複雑な制度と頻繁な変更に対応する必要があるということをハードルとして挙げています。

(5)インド進出の成功要因

当社のインド進出成功の要因としては、適切な現地社員の育成、信頼できるビジネスパートナー等とのネットワークの構築、スピード感のある意思決定等を挙げています。特に、現地の人材育成については、インド社員を日本で数年間研修させる等、技術指導や日本語学習サポート等を充実させ、更には、現地社員は正社員のみで採用することで、高い定着率を実現しています。また、人件費の削減を目的とするのではなく、インドにおいて社会的意義のある活動を行うという考えのもと、「従業員を大切にした家族的な経営」も大きな成功要因の一つとしています。

当社代表の豊田氏は、「インド進出に際し、会社責任者が現地実際に赴き、現地の雰囲気を感じることが重要であると思う。また、中小企業にとってインド進出はハードルが高いという一般的な感覚があるが、むしろ逆ではないか。意思決定の早さや、家族的な経営が求められるインドは中小企業こそフィットするビジネス環境だと思う。」と語っています。

(6)当社インドビジネスの今後の見通し

当社は、インド拠点設立前の過去 20 年ほどにわたって、主に先進国への海外輸出で国内の需要減を補ってきました。一方で、今後はアジアを中心として需要が増えることを踏まえ、中長期的には、現在のインド子会社を拠点として、当地並びにその周辺国、さらにはその他西方諸国等への輸出を行い、全世界にビジネスを展開していくことを計画しています。現在、日本とインドで行っている製造作業についても、インド工場における業務の幅を更に拡大していくことも予定しており、インドのインフラ整備に対して更なる貢献を目指しています。

3. おわりに

インドビジネスにつきましては、今後も日本国内の需要減少とインドの著しい経済成長等を要因として、製造業を中心に日系企業の進出が増加していくものと思料されます。信金中金としましても、今般の信用金庫取引先のインドビジネス展開への関心の高まりを踏まえ、インド進出や販路開拓等にかかるサポートの拡充や公的機関およびインド現地銀行とのネットワーク拡充等、支援態勢強化に

向け取り組んでおります。また、今後もセミナー等により、現地情報に関する情報発信に努めてまいります。

インドへの進出や投資等につきまして、ご不明点やご相談等ございましたら、お近くの信用金庫または信金中金までお気軽にお問合せください。

以 上

<編集・発行>

信金中央金庫 海外業務推進部 企画グループ
東京都中央区八重洲1丁目3番7号
Tel: 03(5202)7703
E-mail: s1000860@facetoface.ne.jp

<信用金庫使用欄>

本レポートは、標記時点における情報提供を目的としています。したがって投資等についてはご自身の判断によってください。また、本レポート掲載資料は、信金中央金庫が信頼できると考える各種データにもとづき作成していますが、信金中央金庫が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。