

毎日アジアビジネスレポート

2021年1月号

発行 毎日新聞社・毎日アジアビジネス研究所 東京都千代田区一ツ橋1-1-1
©2021 Mainichi Newspapers

記事、情報はウェブサイトでもお読みいただけます。

<https://mainichi.asia/>から会員専用ページへお進みください。

今月のパスワードは「2101asiap」です。（パスワードは毎月更新します）

バックナンバーもウェブサイトからお読み頂けます。

バイデン時代の米中対峙 ——さらなる不確実性の世界へ



荒木英仁のインクレディブル・インド



荒木英仁（あらかき・ひでひと）
毎日アジアビジネス研究所シニアフェロー
インドビジネスコンサルタント

長年、大手広告代理店「アサツー・ディ・ケイ」の海外事業に従事し、2005年から9年間、同社インド法人社長。14年春グルガオンにて「Casa Blanka Consulting」社を設立し、日本企業との提携を求めるインド企業を支援。監査法人「Udyen Jain & Associates」と業務提携し、日本企業のインド進出や現地でのコンプライアンスを支援。インド最大手私銀「ICICI Bank」のアドバイザーや、JETROの「中小企業海外展開現地支援プラットフォーム」コーディネーターも務める在印15年強のベテラン。

インドで強まる中国製品排除 日本企業には参入好機に

新型コロナウイルスの累積感染者数が1000万人を超えたインドでは、日本と違い冬の到来と共に新規感染者が減少傾向にある。9月中旬には1日10万人に届く勢いの新型コロナウイルスの新規感染者数は最近2万人程度まで減ってきている。日本に比べれば1日2万人でも十分インパクトのある数字だが、人口が日本の10倍以上、国土面積も9倍に近く、衛生概念が乏しい発展途上国のインドだ。毎日100万件以上のPCR検査が実施されている大国として、爆発的な感染拡大が続いているわけではないと考える。

街を行く人々は日本の様に毎日のメディアの情報に一喜一憂するでもなく、新型コロナウイルス（インドではCOVID-19）への関心は確実に薄れつつある様に見える。そもそも日本のようなワイドショー的な番組は少ないインドのメディアで毎日新型コロナの話がニュースを独占する事はない。とは言え、インドの日常生活ではマスクの着用、検温、消毒は既にルーティン化されていて、街でマスクをしていない人を見かける事はほとんどない。もう完全にWITH CORONAが市民生活に定着している。

デイトリで中国製品売れず

インドの製造業を牽引している自動車産業も、8月以降は3カ月連続して前年同月比プラスで、乗用車市場の約5割を独占するマルチ・スズキ社に至っては3カ月平均で前年同月比124%を上回り、好調をキープしている。10月の売り上げはインド最大の祭事であるデイトリが主な要因で、この好景気がそのまま持続するかどうかの判断材料は依然乏しい。

例年に比べ比較的敵かに迎えたデイトリであったが（例年の花火や爆竹の騒音は若干抑え目であった様に感じた）、いつもならこの商戦期に移ぎまくる中国製品が今年は全く振るわなかったという事が新聞やテレビのニュースで大きく取り上げられた事は記憶に新しい。11月15日に全インド小売連合会（Confederation of All India Traders）が発表したデータによると、コロナ禍にも関わらず7200億ルピー（約1兆円）の売上が記録されたそうである。通常であればその中でインド製品が金額ベースで7割程度を占めるが、今年は中国製品がほとんど売れず、同団体の見立てによると4000億ルピー程度の売上損失があったそうである。

また、別の機関が同時期にインド主要都市

荒木英仁のインクレディブル・インド

2024カ所、1万4千人の消費者を対象に実施した「あなたはデイワリ用に中国製品を買いましたか？」との調査によると、2019年度は約半数の48%の消費者が購入していたの比べ、今年度は29%と前年比で40ポイントも落ち込んでいた。さらに87%の消費者が今後1年、中国製品はボイコットするつもりであるという意思表示を示した。

この現象はインド市民を苦しめているコロナの発祥が中国と想定されているからではない。また、一般消費者だけでなく、インド企業の間でも中国離れが確実に進んでいる。

最近面談の機会があった高速道路、空港滑走路、自動車エンジン製造、不動産開発事業など多業種を手広く手がけ、4万人強の社員を有する大手財閥企業のオーナーが「荒木さん、私のグループ企業で今後導入する重機、エレベーター、エアコン等全ての資材に関して中国製品の購入を全面禁止しました。これからはほとんど全てを信頼のおける日本製にします」と断言した時は、一瞬耳を疑った。また、この企業以外の各種製造業のオーナー達も「信頼度が年々落ちてきている中国製の部品やコンポーネンツに代わるサプライチェーンを真剣に模索し始めている」という話を耳にする機会が確実に増えている。

中国製品ボイコットの背景

そもそも大多数のインド人は中国に対しての印象はあまり良くないものの、生活必需品であるスマホ等の市場では中国製品が70%以上のマーケットシェアを占め、医薬品業界や自動車産業の分野でも中国のサプライチェーンに大きく依存しているインドで、何故ここまで中国製品ボイコット機運が一気に高まってきたのかを少し掘り下げてみたい。

インドと中国の確執は、1962年10月から11月にかけての中印国境紛争にさかのぼる。この紛争でインド軍は1300人以上の戦死者、1700人以上の行方不明者を出し惨敗を喫した。この事案がきっかけとなり、インドは「打倒中国」のために核兵器開発に踏み切ったとされている。その後もインド軍と中国軍の間で偶発的な小競り合いが生じていたが、2017年以降、中国軍の攻勢が再び目立ち始めている。

中国がインド北東部を執拗に狙う理由について、中国が進める「一帯一路」の一環として、「ベンガル湾に到達するルートを確認したい」とする思惑があるとインド側は見ている。インドはさらにベンガル湾に流れるブラマプトラ川にも神経を尖らせている。中国チベット自治区を水源とするブラマプトラ川

は、インドやバングラデシュの住民1億人以上に水を供給しているが、2015年頃から中国が上流でダムを建設し、「水を抜き取っている」疑念が生じているからである。

そんな中、今年4月以降ラダック地方で散発的に続いていたインド軍と中国人民解放軍の小競り合いがエスカレートし、6月16日に同地方ガルワン渓谷の実効支配線近くで印中両軍が衝突、乱闘となり、投石やこん棒による殴り合いでインド軍兵士20人が死亡する事態に発展した。中国との衝突でインド側に死者が出たのは実に45年ぶりであった。

今やインドにとって最大の貿易相手国となった中国は、インド製造業のサプライチェーンの要だけではない。中国が、ITや通信機器、鉄道プロジェクト等のインド進出を加速させてきた矢先の出来事である。

この悲劇の「衝突」が引き金となり、インドの官民は一気にアンチ中国へ大きく傾いたのである。与党インド人民党(BJP)やその後ろ盾であるヒンドゥー至上主義団体(RSS)に近い愛国覚醒会議(SJM)のメンバーは一般市民を巻き込みながら、デリー市内で中国製家電製品を叩き壊したり燃やしたりするパフォーマンスを実施し多くのニュース等で取り上げられた。

反中感情は更に高まり、全土に中国製品不

荒木英仁のインクレディブル・インド



買運動が広がった。

政府にも、道路建設等の政府主導の大型インフラプロジェクトから中国企業を締め出す動きが出た。6月中旬、インド高速貨物鉄道公社（DFCCIL）は進捗の遅れを理由に中国の鉄道信号メーカーの応札を取り消し、西部マハラシュトラ州政府は中国企業と覚書を交わしたばかりの500億ルピーあまりのプロジェクト3件を凍結。さらに6月29日には、インド政府がインドでも人気の高い動画投稿アプリの「TikTok」を始めとする59種類の中国製アプリの使用を禁止した。9月初旬にはインドでも人気のあった「Weibo」を含む59種の中国製アプリの使用禁止を追加発表した。中国製品に対する税関の締め付けも一層厳しくなり、10月15日には中国からの輸入製品を標的にしたと思われる民生用エアコン完成品輸入の禁止が発表された。

実はインド政府はラダック衝突事件の2カ月前、コロナ禍が始まってすぐの今年4月の段階で、中国への警戒を強めていたのである。インド商工省は4月18日、外国直接投資（FDI）政策の改正を発表。新型コロナウイルス感染症拡大による経済状況の変化に乗じた外国企業（主に中国）からの日和見的な買収を牽制するためとして、業種にかかわらずインドへの投資に政府の事前許可を必要とす

る国の範囲を拡大した。

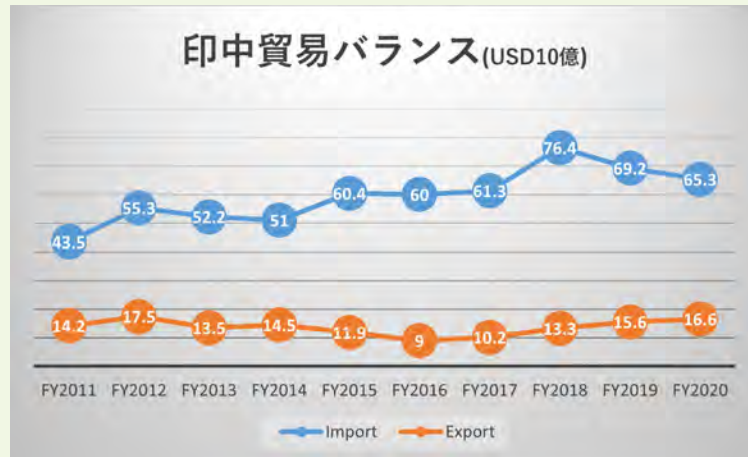
従来はパキスタンとバングラデシュのみが、自動認可ルートの業種であっても全ての投資について政府の事前許可が必要とされてきた。今回の改正により、全業種で政府の事前許可を必要とする対象が上記2カ国から、「インドと国境を接する国もしくは対印投資の主体者がインドと国境を接する国に居住しているか、そのような国の市民である場合」に拡大された。この改正は明らかに中国を警戒したものだと言われている。

産業界は中国に大きく依存

このように、官民共に中国への反感が高まっているものの、今までインドの産業界は中国製の部品や原料に大きく依存してきた事をすぐに度外視する事は現実的ではない。ジェネリック医薬品の世界の工場であるインドが輸入する医薬品原料（API）の70%は中国産、DAP肥料（硫酸アンモニウム）の40%、自動車部品の27%、電子機器部品の38%も全て中国からの輸入品で賄っている。実際インドにとって中国との貿易額は全体の10%強を占めるが、中国の貿易総額に占めるインドの割合の現状は3・1%に留まる。今まで

荒木英仁のインクレディブル・インドア

表 1



収支バランスが大きく偏ったインドの中国に対する貿易収支赤字は、この数年減少傾向にあったが(図1)、今回の事件でこれがさらに加速する事が期待される。

この一連の動きに対しインドの産業界は冷静に事態を見守っている。インド輸出業協会会長は「中国製品の輸入禁止や数量制限については慎重に対応してほしい。中国からの輸入を減らすには国産品を増やすか他国からの輸入を増やすしか方法はなく、そう簡単に代替品は見つからない。」と発言。自動車産業の雄マルチ・スズキのバルガバ会長は新聞記者の取材に対し「中国製品をボイコットすれば、インドは結果的に高い買い物をする事になり、国益に反する」とコメントした。

さらに今年7月、アップルが当時の最新モデルであった「iPhone 11」の製造拠点を中国からインドへ移転すると発表した事は衝撃的なニュースだった。その後アップルのサプライヤーのサムソン電子やフォクスコンを含む18社余りの企業はアップルに追従するように、インド政府が電子機器製造の大規模な生産を推進するために立ち上げた「Production Linked Incentive」生産連動型インセンティブ」スキームに参加表明している。同スキームに参加する事で、今後巨大消費者市場として確実に拡大するインドへ輸出する電子製品

に対する関税を回避できる事となる。確実に世界のサプライチェーンは脱中国に動きしている。

インドが今後、このアンチ中国キャンペーンを機にどのようにして中国依存度を低めるか、容易な課題ではない。一方で、前にも述べたが、多くの製造業のインド人オーナー達がサプライチェーンの脱中国化を願っている事は紛れもない事実である。この数カ月の間には私がコーディネーターを務めるJETROの「中小企業海外展開現地支援」プラットフォームへ問い合わせのあった、BtoB企業用の部品やコンポーネントを日本で製造する日系企業との面談等で判明した事は、昨今の日本製の部品やコンポーネントの値段は十分中国製の製品と戦えるという事である。

アンチ中国機運が高まるインドの巨大市場において、日本のメーカーは大チャンスと捉えるべきである。自動化が進み、中国の人件費が高止まりする中、高い技術力と高品質を誇る日本の中小企業のコスト競争力は確実に上がっている。中国製品に比べ圧倒的にディフェクト率の低い日本の製品力と狭まりつつあるコスト差は、多くのインド企業にとってとても魅力的である事は間違いない。今こそ日系企業が自信を持ってインド市場に挑戦する絶好のタイミングであると考ええる。