

## 海外進出のイロハ

Vol.4

### 「インドの現状と環境問題を踏まえたビジネス展開」

島田 卓 株式会社インド・ビジネス・センター 代表取締役社長

インドは「若者国家」で、25歳以下に人口の約5割(6億人強)がいます。人口構成にゆがみがないため、単純に6億人を25で割ると1歳刻みで2,400万人存在することになります。これがインドの強み(Demographic Dividend: 人口配当)であり、アキレス腱(Demographic Nightmare: 人口悪夢)です。若年層に十分な就労機会が与えられれば、インドは経済大国への道を歩み、逆の場合には、インドに失業者があふれ、社会問題化するでしょう。

インドの初等教育は未整備で若者教育が不十分であるため、インドを代表するICT(情報通信技術)産業分野での就労機会は限られます。第一次産業は就労人口の約6割を占めながら国内総生産(GDP)への寄与率は14%と、その非効率には目を覆うばかりです。そのため、増加の一途をたどる労働力を吸収できる残された産業は、製造業ということになります。

5月に就任したモディ首相のスローガンは“Come. Make in India(インドでモノづくりを)”です。この言葉からも、今インドで一番必要なのが雇用を生む製造業の拡充であることがわかります。そのためにはエネルギー政策(電力供給)やインフラ整備が不可欠です。インドは自国で消費する原油の70%以上を輸入に頼っており、価格維持のために多額の政府補助金が使われ、外貨の流出と環境汚染(CO<sub>2</sub>の排出)、そして国家支出の拡大という三重苦にあえいでいます。また、流通システムが未整備で、農産物の3割近くが流通過程で

腐ってしまいます。そのため、農産物価格高騰を主因とする高インフレに見舞われ、やむなく高金利政策を継続し、結果として耐久消費財が売れず、経済の不振が続いてきました。

インドが求めている製造業と環境問題対応の先端技術を持っている国が日本です。モディ首相が言うところの“Look east”は日本を指します。今まさに、日本とインドの企業が協業しビジネスの拡大を目指すべき時機が到来したのです。

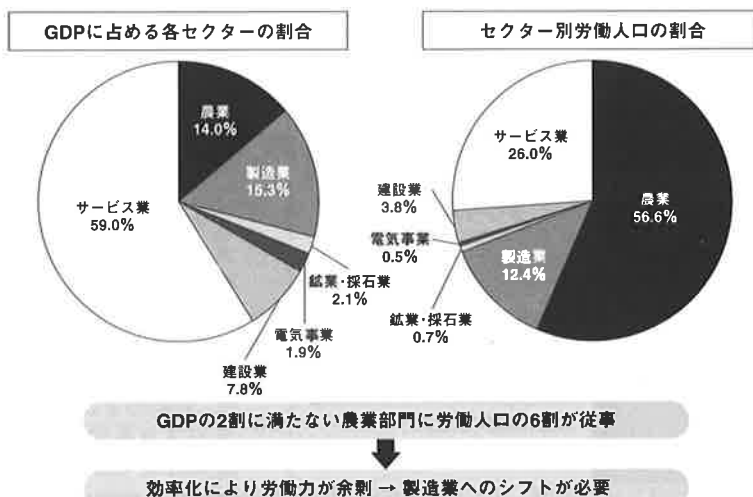
雇用創出効果の大きい自動車産業においては、電気供給が不十分な国であることを踏まえ、ガソリン車の燃費効率を上げる技術を提供します。部品製造では、金型技術などを供与し、インドでの内製化を進めれば、コストダウンと環境対策への貢献が可能です。日本の製造業の空洞化が懸念されますが、国内マーケットの縮小は必至ですから、外で稼いでその果実を自国に持ち帰る手法に変える必要がある

でしょう。

また、再生可能エネルギー技術の移転も不可欠です。インドは世界最大の生乳の生産国であり、乳牛が約3億頭もいるので、牛ふんを利用したバイオマス発電のポテンシャルは極めて高いといえます。インドの現状をつぶさに調べ上げれば、無尽蔵のビジネスチャンスがあることがわかりいただけると思います。

インド進出に当たって、企業はあくまでもアウェイでの勝負であり、ホームのルールは通用しないことを肝に銘じるべきです。日本人の暗黙知とインドの人のそれは真逆で、日本人の良かれは、インド人の悪しき所業となる危険性があります。インドにおける環境問題に配慮しつつ製造業の拡大を推し進めるにはどうしたらよいか。インドの現状を知り、インド人の目線で、インド社会に対し日本企業としてどのような貢献が可能か、追い求めることが重要です。

#### ■インドにおけるGDP構成と労働人口比率



出典: 在日本インド大使館