

「インド市場の可能性～都市部・都市近郊消費者動向と社会環境～」

エルエス・パートナーズ (株)

代表取締役社長 松野小百合

-インド市場に未来はあるのか？-

インド自動車工業会が発表した2013年1～12月の国内乗用車販売台数は、前年比9.6%減の180万7011台で、02年以来のマイナス成長となりました。この数字からインド市場の今後を悲観的にみる声も多々あります。しかし、インド市場を捉えるためには、その他の新興国市場と大きく異なる、自動車販売台数の数字だけでは把握しきれない社会構造を理解する必要があります。本稿では、今後のインド市場のこの特異な発展形態と社会環境が今後の市場発展に大きく影響を与えることになると考え、インド市場の特異性に着目し、現在の都市・都市近郊の消費者社会環境に注目しながら、自動車購買への今後の予測、および消費者硬度について注目します。

～新興国の中でも特異なインドの産業構造～

日本では、インド人といえば数学とITエンジニアといったイメージがあるように、インドの発展は、多くの発展途上国が経験する、農業生産効率の拡大による第一次産業余剰労働人口の第二次産業流入→第二次産業発展→第三次産業発展、という道をたどっていない特異な国です。下記の図①にあるようにこの15年で第1次・第2次産業の付加価値は4.4倍・5.5倍に比して、第三次産業の付加価値は8倍以上になっています。

【図①インド部門別生産額の変化（10億ルピー）¹】

部門	総生産額				付加価値額			
	1989/90	1998/99	2003/04	変化 (89/90-03/04)	1989/90	1998/99	2003/04	変化 (89/90-03/04)
第一次産業	1,918	6,097	8,600	4.5	1,372	4,796	6,101	4.4
第二次産業	2,965	9,160	17,297	5.8	711	2,508	3,830	5.4
第三次産業	3,150	14,725	25,359	8.0	1,916	8,677	15,563	8.1
合計	8,034	29,982	51,256	6.4	3,999	15,981	25,494	6.4

コンピューターシステム 2000 年問題以来、欧米諸国の IT 分野における労働集約的業務は、大量にインドへアウトソーシングされており、今もなお英語力・数値処理能力が高い安価な労働力を求め、インドへ多国籍企業のバックオフィス業務がアウトソースされる流れは継続しています。インド主要都市郊外に、はグローバル企業が数千人単位でエンジニアを抱える超大型オフィスを建立し、その景色は、まるで大工場のような敷地面積をもって新都市が現出したかのようです。インド市場を検討するうえで、都市部の第三次産業に従事する消費者の動向に注目することは、その他の新興国市場の都市部消費者以上に、インド経済に与えるインパクトは大きく、その重要性が高いのです。では、都市・都市近郊に住む消費者はどのような社会環境に置かれているのでしょうか。

～インド主要都市・郊外都市の社会環境～

¹ 佐藤創・桑森啓「インドの産業構造ーインド産業関連表による分析ー」、勝俣哲史・桑原啓編『2005年 BRICs 国際産業関連表の作成と利用』アジア国際産業関連シリーズ No.73 アジア経済研究所 2009年、55頁
(http://www.ide.go.jp/Japanese/Publish/Download/Report/pdf/2008_02_20_03.pdf)

インドの主要都市は、**都市部人口増加、教育水準の向上とそれに伴う高度な職業への就労増加および所得増加、都市近郊でのオフィス拠点の移動、郊外地域の住宅開発、政府のインフラ投資の偏りによる慢性的移動手段の不足**といった特徴があります。日本のビジネス界も注目する自動車購買活動に対してこれらの特徴が与える影響は、**世帯あたりの交通輸送手段に充てる支出は今後も上がり続ける**という形で表れるものとみられます。とりわけ可処分所得に余裕がでてくる中間所得層は、電動二輪車や自動車等のマイカー保有のニーズが高く、引き続きその傾向は継続すると考えられます。

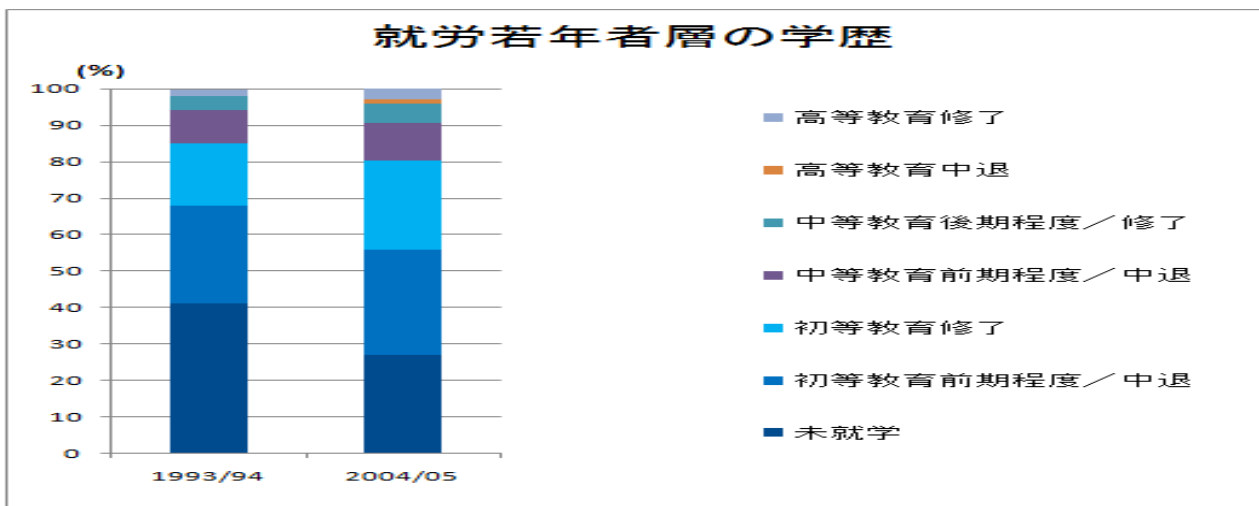
～都市部人口増加～

1901年、インド全人口の11%が都市部に居住していたのが、2011年では人口のおよそ30%が都市部に居住しています。この比率は今後も上昇し続けることが予想されています²。この背景には、発展途上国に一般的な農村の雇用不足からの都市流入という要因だけではなく、インド全土でこの10年で教育水準が向上し、それに伴う高付加価値な職を求め地方から人口が都市部へ流入が考えられます。

～教育水準の向上とそれに伴う高度な職業への就労増加および所得増加～

アジア各国に比して、インドの教育は遅れて改善されていますが、下記の図にあるように、就労若年層の学歴をみると、1993/1994年と2003/2004年比で未就労の割合をみると4割から3割以下に減少、全体としても高学歴化が進んでいます。

【図②：インドの就労若年層の学歴³】



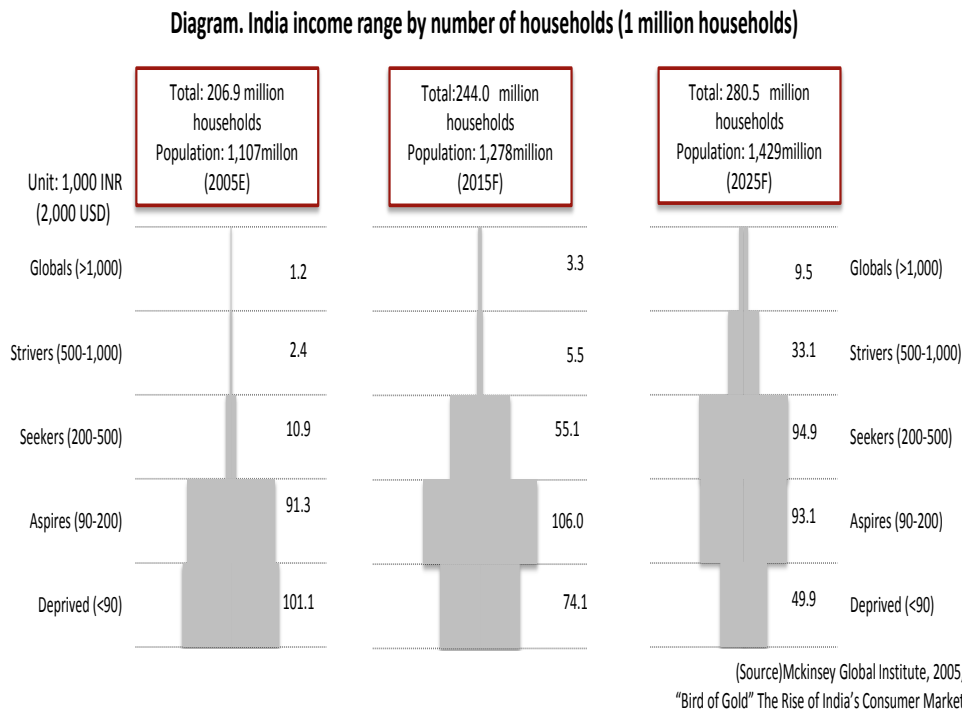
これはインド政府が80年代から継続して取り組んできた各種教育普及活動、例えば給食制度 (Mid-Day Meal) の導入による親が子を就学させるインセンティブを導入したこと、女性子ども開発省による農村地域や少数民族、スラムや低開発地域の子どもの対象に Anganwadi と呼ばれるコミュニティー・センターで、保健・栄養・教育を含む子どもの統合的発達サービスの無償提供等の活動が成果として表れてきたと予想されます。州政府から訓練を受けた Anganwadi の教師・看護婦により、低所得の家庭であっても、母親の健康状態や識字率の低さが乳幼児発達に支障をきたすことがないよう、妊婦や授乳中の母親を対象に、乳幼児保育や栄養補給に関する教育を実施してきたことも教育水準の向上につながっていると考えられます。

インドの所得状況を見ると、下記の図からわかるように最下層の絶対貧困層が次第に減り中間層の層が次第に増加しています。インドは貧富の格差が問題になっていますが、貧困層の人数は確実に減少傾向にあり、中間所得層が増え高所得者層も増加しています。

² Govt. of India, Report on Indian Urban Infrastructure and Services

³ ADB (Asia Development Bank Outlook) 2008 より弊社作成

【図③インド世帯別所得レンジ⁴】



～都市近郊でのオフィス拠点の移動、郊外地域の住宅開発～

インドの都市中心部は土地開発のための面積に限りがあるため、人口増加とともに商業ビル建設も都市郊外に広がりを見せています。インド法では商業ビルの床面積建築を制限する法規制により都市中心部のビル開発に制約があり、その結果、新しい開発は地価や建設コストが比較的安い都市郊外で行われ、郊外地域にある既存の中小都市はベッドタウンになっています。日本が東京を中心に近隣の神奈川・千葉・埼玉へ近郊住宅やオフィス機能移転が行われたように、ムンバイはムンバイ半島南部から発展が始まり、新開発地域は北部へと広がる形で進んでいます。ニューデリーは、ニューデリーを中心に近隣州をまたいで円心状に郊外都市が発達しています。

【写真①：ニューデリー郊外の住宅開発風景】



⁴ Mckinsey Global Institute, "Bird of Gold" The Rise of India's Consumer Market 2005 より弊社作成

～政府のインフラ投資の偏り～

急速に高まる都市交通移動手段の需要に比して、インド政府の交通手段に対する投資は、そのほとんどが道路空間であり、交通移動手段への投資にはあまり向けられていません。特に公共交通設備が比較的発達しているといわれるムンバイですら人口増加率・移動手段の需要増に比して、公共交通の設備が圧倒的に追いついていません。また、自動車税の増税等、自動車所有を減らすための政策は未発達であり実行力も弱く、道増え続ける自動車に比して道路整備が追いつかないのが現状であり、自動車所有の増加は一段と加速すると予想されています。写真①はムンバイの大混雑する日常的な交通渋滞です。

【写真②：ムンバイの道路交通渋滞風景】



マイカー所有・利用の高まりは、消費者の個人的な・志向・理由とともに、インドの公共政策から由来するともいえるのです。

まとめ

以上、インドの都市・郊外の状況に鑑み、今後、人口密度を管理し、雇用と住宅のバランス、さらに公共交通手段や十分な公共交通手段の供給を促進する政策等の変更がない限り、インドでは非常に迅速なスピードで自動車所有と利用は拡大すると考えられます。

2014年4月現在、国政選挙の真只中ですが、若年層・ホワイトカラーを中心に現政権への不満は高く、同国経済発展のボトルネックとなっているインフラ整備・腐敗・規制緩和については今回の選挙の争点となっています。選挙後は、いずれの政権であっても選挙前に凍結されていたインフラ整備等の公共投資、民間部門の大規模投資も再開されると予測され、景気回復も期待されています。上述したような背景からマ、イカー所有へのニーズが高いことに加え、景気回復の期待から引き続きインドの都市・近郊に居住する消費者の自動車購買は拡大していくと推測されます。自動車だけにとどまらず、選挙後は、インフラ投資による周辺産業の波及経済効果、およびインフラ設備改善から経済活動の円滑化により製造業の発展やそれに伴う雇用増加による消費者所得向上で国内市場の拡大することが期待されています。

エルエス・パートナーズ株式会社

世界38か国97社の現地専門企業と提携する新興国ビジネスの市場参入前から参入後の収益拡大までを支援するビジネスコンサルティング会社。現地市場に造詣深い専門家が、現地視点から日本企業へアドバイスをを行います。インドのムンバイに子会社があります。

エルエス・パートナーズ株式会社レポート

インド市場の可能性～都市部・都市近郊消費者動向と社会環境～

当レポート記事の転載・使用によって発生する事に関して、弊社は一切の責任をもちません。

【お問い合わせ】

担当：松本

〒160-0023 新宿区西新宿7丁目17番14号-5

電話：[03-3365-0510](tel:03-3365-0510) Email: info@ls-partners.com HP: <http://www.ls-partners.com/>