

第232回(11月)

「投資・進出マインドから見たインドの経済環境」

(株)東京銀行 企業部アジア業務推進室 審議役 細川博氏

91年7月、ナラシマ・ラオ首相は為替、貿易、投資の自由化と金融制度の改革を実施し、これまでのところ、インド経済は順調に推移して来ている。特に、既存の財閥を中心とした民間企業がこの「新経済政策」に機敏に反応し、91年以降投資を急増させている。

94年11月から95年3月にかけて行なわれた州議会選挙の結果、ナラシマ・ラオ首相率いる国民会議派は、カルナタカ、アンドラプラデッシュ、グジャラート、マハラシュトラの4州で議席を大きく減らし、政権を失った。しかし、いずれの政党が政権を握るにしても自由化の流れは変わらないだろう。外資がインドへ進出するに当たり当局と交渉するときは、中央政府と共に州政府とも交渉しなければならない。

新経済政策により外資の出資比率が大幅に緩和され、外資がマジョリティを持つことが可能になった。更に、外国商標の使用が許可され、インド企業のブランド指向が相当高まっている。一方、日本企業も今後自社の商品競争力を高めるためにもブランド使用を積極的に認めていこうとしている。

外資にとってインド進出の魅力は、市場としての大きさ、英語によるコミュニケーション、そして資本主義経済を経験していることにある。従来、日系企業もインドの市場性に着目して、インド企業とのジョイントベンチャーによる進出をしてきた。そして今後は、日系企業がマジョリティを持った進出が増えていこうだろう。そのとき、販売に関してのみ経営権を握る方法と生産、販売とも経営権を確保する形態の2つがある。また、進出先も日系企業が自ら選択するその結果、ニューデリー周辺、ボンベイ・プネー周辺、バンガロール周辺、マドラス周辺等に集中する。ただ、事前に進出予定地の特性を十分検討する必要がある。同時に、現地パートナーの実情と実力を十分吟味することも忘れてはならない。日本人にとってインド人は取っ付きにくい面を持っており、インド人を雇用してフィージビリティスタディを行なうのも1つの方法である。