

インド概況

パナソニック、インド事業を輸出拠点へ

日本の大手電機メーカー、パナソニックは、アンドラ・プラデシュ州のスリ・シティ工場の生産設備を拡張することで、インドでの生産能力を強化する。パナソニック電工の松本亮生活エネルギー事業部長によると、パナソニックは 2030 年までに日本を除く世界の電気・機器事業の拡大に 1000 億円（6 億 7104 万ドル）を投じる計画だ。「このうち 300 億円（2.13 億ドル）は 2024 年度までに投資する予定です」と松本氏は付け加えた。また、松本氏は、パナソニックの成長戦略において、インドは依然として最優先の投資先であり、今後 5 年から 10 年の間に、生産能力の拡大、新技術の採用、競合他社に対する市場地位の強化に重点を置くことと付け加えた。パナソニックは 11 月、インドの製造業向けに、生産ラインと工場フロア業務をデジタル化する新しい産業用 IoT およびスマート・ファクトリー・ソリューションを発表した。2023 年度、パナソニックは R&D 事業に 31.5 億ドル（総収入の 5.6%）を投資する。しかし、インドの労働資源をめぐる競争は徐々に激化している。2023 年 3 月、韓国のサムソンはウッタル・プラデーシュ州ノイダにあるスマートフォン工場にスマート製造設備への投資を約束した。

JSW スチール、日本の JFE スチールとの JV に調印、カルナタカ州工場に 550 億ルピー投資へ

JSW スチールは日本を拠点とする JFE スチール株式会社と 50 : 50 の合弁会社を設立し、カルナタカ州に工場を建設するために 550 億ルピーを投資する予定であると、同社は証券取引所に提出した書類で発表した。新会社は JSW JFE Electrical Steel Private Limited と命名され、カルナタカ州ベラリーに製造拠点を置く。生産開始は 2027 年度になる見込みという。穀物向け電気鋼の需要増に対応するため、生産能力をさらに拡大する可能性もある。「この提携は画期的な進展であり、インドで粒状配向性電気鋼板製品を一貫して製造する最初の企業となる。JSW スチールは、「この合弁会社は、急増する粒状配向性電気鋼板の国内需要に応え、国のエネルギー・インフラに大きく貢献することを熱望している」と声明で述べた。同鋼板は、配電用変圧器、電力用変圧器、小型変圧器には欠かせないコア材である。JSW スチールは 1 月、第 3 四半期決算を発表した。堅調な国内需要に牽引され、連結純利益が大幅に増加し、245 億ルピーに達した。これは、前年同期の純利益 47 億 4 千万ルピーに比べ 5 倍の伸びとなった。「好調な業績を牽引したのは、インドの事業所における稼働率が、前年同期の 89%から当四半期は 94%に上昇したことです」と同社は声明で述べた。

JSW スチールは、総額 230 億米ドルの評価額を誇る多角経営企業 JSW グループの主要事業体である。このコングロマリットは、エネルギー、インフラストラクチャー、セメント、塗料、スポーツ、ベンチャーキャピタルなど、様々な分野に携わっている。

三菱商事、TVS モビリティに 30%超出資しインド自動車市場に参入へ

日経アジアによると、日本の大手商社である三菱商事は今夏、全国で自動車ディーラーを展開する TVS モビリティの株式の 30%以上を取得し、インドの自動車販売事業に参入するようだ。現在規制

当局の承認待ちで、三菱の投資額は 50 億円から 100 億円（3,300 万ドルから 6,600 万ドル）と見積もられている。投資完了後、三菱は販売店に人員を配置する。今回の合意に基づき、インドの自動車販売会社である TVS モビリティは自動車販売部門を分離独立させ、三菱商事は新会社の 30%超の株式を取得する。TVS モビリティの既存の約 150 ある 店舗網を活用し、新会社は各自動車ブランドの専門店も設立する。今回の合意により、この新会社はインド最大級の独立系自動車販売会社となる可能性がある。販売店の主な業務は、TVS モビリティがすでに担当しているホンダ車の販売拡大である。三菱は、より多くの日本車ブランドやモデルでラインアップを多様化するため、日本の自動車メーカーとの交渉を主導する。同ディーラーでは、電気自動車（EV）の販売を予定しており、インドにおける EV の普及を促進する計画に沿ったものとなっている。三菱は、車両販売に加え、スマートフォンアプリを通じたメンテナンス予約や保険加入の促進など、革新的なサービスの導入も計画している。これらの取り組みは、インド自動車市場の競争が激化する中、販売促進を目指すものである。インドの新車販売台数は中国、米国に次いで世界第 3 位であるにもかかわらず、スズキを除く日本の自動車メーカーは同市場において限られた存在にとどまっている。三菱商事は新事業を通じて、現地ブランドとともに日本車を提供することで、このギャップを埋めることを目指している。

商船三井、グジャラート州の GIFT・シティに船舶リース部門を設立

日本の大手海運会社で世界第 3 位の船主である商船三井は、グジャラート国際金融技術都市（GIFT シティ）に船舶リースと所有のための部門を設立する計画であると報じられている。さらに、商船三井はラーセン&トウプロ社（L&T）と、「メイク・イン・インド」イニシアティブの下、チェンナイ近郊のカトパリ造船所で石油タンカーを建造する方向で協議中である、とエコノミック・タイムズ紙が報じている。インド初の国際金融サービスセンター（IFSC）である GIFT シティは、インド国内でのオフショアビジネスを非課税で促進することを目的としている。商船三井は、GIFT シティの事業体をインドでの船舶リースや建造に利用する意向で、「メイク・イン・インド」の下で現地で建造される船舶を含む可能性がある。

同報道によると、商船三井は当初、外国籍船のリースに注力する。しかし、インドで船舶を建造する場合は、インド船籍となる。商船三井は、タンカー建造のために地元の造船所と予備的な協議を行ったが、L&T の Kattupalli 造船所が主要な選択肢となっている。複雑な船舶の建造に伴うリスクを軽減するため、商船三井は「メイク・イン・インド」の下、中距離オイルタンカーなどの単純な船舶から着手する計画だ。この戦略の狙いは、建造スケジュールの順守を確実にし、不慣れな技術に伴う課題を回避することにある。商船三井がインドでの造船を検討することにしたのは、L&T が合意されたスケジュールとコスト内で高品質の船舶を納入する能力を確信しているためである。商船三井が IFSC GIFT シティに拠点を設立する投資は、世界的な船隊所有者を誘致し、海運トン数を増加させるというインドの努力に沿ったものである。この動きは、船舶リース活動を促進するために IFSCA が提供する様々な税制優遇措置や免除措置の恩恵を受けることが期待される。商船三井の GIFT シティへの設立は、インドの海運セクターを強化し、より多くのグローバル海運会社の投資を促す重要な進展と見られている。

インド巨大牛乳市場に日本の商社や牧場が挑む

インドの生乳生産量は年間 2 億トン余りと日本の 30 倍近くに上り、世界 1 位である。今後もさらなる成長が見込まれる巨大な牛乳市場へ、日本からも現地での生産を通じて参入を目指す動きが始まっている。人口が 14 億を超えるインドでは、宗教上の理由などから肉を食べない人が多く、牛乳は貴重な栄養源として需要の拡大が続いている。しかし、インドの酪農家のほとんどは牛を数頭しか持たない小規模経営である。飼育方法がばらばらで品質に差が出てしまうのが課題であった。そこに注目しているのが、日本の大手商社である。2023 年 12 月に現地の NGO やスタートアップ企業と連携し、牛乳の栄養価を測定できる IT 機器を使って「品質管理のデジタル化」に取り組み始めた。この機器を農村に導入して質の高い牛乳づくりを支援することで、酪農産業の底上げを図ろうと考えている。丸紅インド会社 若森 進社長は「生産性がまだ低くて。ただ課題と言うのは裏返せばそこにビジネスチャンスがあるわけだから、現場経験を積み、最終的に事業化の検討を進めていきたい」とコメントする。

また、より付加価値の高い牛乳を生産することでインドに参入しようと動き出した日本人もいる。秋葉秀威さんは千葉県で 130 年以上の歴史がある牧場を運営し、搾りたての牛乳や乳製品を販売している。事業拡大を目指すなかでインド進出をチャンスと捉えた。「牛乳を飲んでくれる、消費してくれる人の数も（インドは）大変魅力的なマーケットと感じている」とコメント。秋葉さんはインド南部の牧場の一部と乳牛を借り受け、地元の牧場関係者に、実証的に生乳づくりを指導していく予定。インドでは所得が一定以上ある中間層が 20 年後には人口の約 6 割にまで増えるという推計もあるということで、高品質の牛乳の提供を通じて日本企業の進出がどこまで進むか、注目である。

2023 年 EV 登録台数過去最高の 153 万台超（前年比 5 割増）

2023 年のインドの電気自動車（EV）新規国内登録台数は 153 万 1,742 台に達し、過去最高を記録した。内訳は、二輪車が 85 万 9,990 台（前年の 37%増）、三輪車が 58 万 3,461 台（同 72%増）、四輪車以上が 8 万 8,291 台（同 2.18 倍）となった。

2023 年の EV 二輪車のメーカー別登録台数をみると、上位 3 社は、オラ・エレクトリックが 26 万 7,067 台、TVS が 16 万 6,543 台、エイサー・エナジーが 10 万 4,669 台だった。これに、バジャジが 7 万 1,917 台、アンペア（グリーブズを含む）が 6 万 6,956 台、オキナワが 3 万 1,617 台、ヒーロー・エレクトリックが 2 万 9,963 台で続いた。

EV 三輪車のメーカーの上位 3 社は、マヒンドラ&マヒンドラが 5 万 4,628 台、YC エレクトリックが 4 万 789 台、サエラ・エレクトリックが 2 万 9,323 台となった。これに、ディリ・エレクトリックが 2 万 5,069 台、イタリアのピアジオが 2 万 1,023 台、ミニ・メトロ EV が 1 万 5,961 台、チャンピオン・ポリ・プラストが 1 万 4,877 台で続く。日系のテラモーターズは 8,809 台だった。三輪車では統計上、3 つのセグメントの中で最も多い 496 社が EV メーカーとして登録されており、生産台数の少ない小規模のベンチャーなどを含め、多数の企業が激しいシェア争いをしているとの見方ができる。EV 四輪車以上のメーカー別登録台数をみると、首位の地場タタ・モーターズが 6 万 3,019 台と圧倒的に多く、それに中国の上海汽車（SAIC）傘下 MG モーターが 9,509 台、地場マヒンドラ&マヒンドラが 4,618 台、中国の EV 大手 BYD が 2,272 台、欧州の自動車大手ステランティス傘下の PCA が 1,949 台、韓国の現代自動車が 1,606 台、ドイツの BMW が 1,307 台と続いた。

以上