

インドの巨大消費市場を ASEAN から狙う

調査部

上席主任研究員 大泉 啓一郎

要 旨

1. 本稿では、インドの消費市場の現状を概観するとともに、ASEANからの輸出という観点から、日本企業のインド市場開拓の可能性を検討する。
2. 2000年以降インドの経済成長は目覚しく、それに伴い消費市場も着実に拡大している。2010年時点で年間可処分所得が15,000ドルを超える家計人口は7,200万人と推計され、これら高所得者の居住する都市は近年急速に拡大している。日本企業のインド市場への期待は高く、様々なビジネス活動がみられるようになってきた。
3. 経済成長の維持と消費市場の拡大により、インドの輸入は2000年から2010年に5倍に拡大した。なかでも東アジアからの輸入が急増しており、その比率は同期間に20.5%から31.6%へ急上昇した。内訳では、中国のプレゼンスが急上昇する一方、日本が大きく低下し、ASEANがほぼ10%と健闘していることが注目される。
4. ASEANからの輸入品目をみると、パームオイル、天然ゴムなどの原材料だけでなく、コンピュータ関連製品や石油化学製品など工業製品が多い。この背景には1985年のプラザ合意以降の外国企業の進出により、ASEANは世界有数の大規模な生産拠点となったことがある。また、これら工業製品の多くは日本企業を含む外国企業によって生産されているとみなしてよく、中国製品に比べても、競争力のある製品が多いことを考えると、日本企業は、ASEANの生産拠点からインド向け輸出を促進することが肝要である。
5. インド向け輸出の促進には、ASEANインド自由貿易協定（FTA）の活用が有効である。ASEANインドFTAが2010年から、日本インドFTAが2011年から発効しているが、両FTAを比較すると、関税削減・撤廃のスピードはASEANインドFTAの方が速く、当面は、ASEANからのインド向け輸出の方が有利になる。ただし、品目によっては日本インドFTAが有利なものもあり、実際の活用では詳細な比較検討が必要である。

目次

はじめに

1. 拡大するインドの消費市場

- (1) 高成長を背景に拡大する消費市場
- (2) 進展する都市化

2. 輸入構造の変化

- (1) 急増する輸入
- (2) 東アジアのプレゼンス上昇

3. インドはASEANから何を輸入しているのか

- (1) ASEANから輸入品目とその競争力
- (2) ASEANにおける日本企業の事業展開

4. 自由貿易協定をいかに活用するか

- (1) ASEANインドFTAと日本インドFTA
- (2) 両FTAの関税撤廃・削減スケジュールの比較
- (3) ASEANからインド市場を狙うという戦略

はじめに

本稿では、インドの消費市場の現状を概観するとともに、ASEANからの輸出という視点から、日本企業のインド市場開拓の可能性を検討する。

21世紀に入って、インドは、中国やブラジル、ロシアとともに「BRICs」として、世界の注目を集めてきた（注1）。近年のインドの実質GDP成長率は年平均7%を超えており、その潜在力に対する評価は高い。

この高い経済成長を背景に、インドの消費市場は着実に拡大してきた。わが国は少子高齢化と人口減少で国内市場に大幅な成長が見込めないことから、日本企業にとって新興国の市場確保を不可欠な戦略と認識されており、そのなかで、インドの消費市場への関心は、急速に高まっている。

インドの消費市場を確保する上では輸出と直接投資が具体的な戦略になる。

わが国のインド向け輸出は2005年の3,882億円から2011年に8,821億円と2.3倍に拡大した。2011年8月に、「日本・インド包括的経済連携協定」の下で「日本インドFTA（自由貿易協定）」が発効したことで、日本からインド向け輸出の拡大が期待されている。ただし、2010年のインドの輸入全体に占める日本の割合はわずか2.6%にすぎない。

他方、わが国からインドへの直接投資額は、2005年の298億円から2011年には1,814億円に

増加している。ただし、インドへの進出が本格化すればするほど、インフラの未整備、土地や労働に関する厳しい規制など、実務上の課題が浮き彫りになっている。

このような観点から、本稿では、インドの消費市場開拓の第3の視点として、ASEANにある生産拠点の活用を検討したい。なぜなら、日本企業はASEANに大規模な生産拠点を持っていること、ASEANインドFTAを利用出来ることなど、好条件が整っているからである。

本稿の構成は以下の通りである。

1. では、インドの経済成長と消費市場拡大の現状を確認する。そのなかで高所得層が増加していること、高所得層が住む大都市が拡大していることを指摘する。2. では、インドの輸入構造の変化を考察し、東アジアのプレゼンスが高まっていることを示す。3. では、ASEANからの輸入の変化を品目別に整理し、機械機器や化学品が多く、それらは中国製品と比較しても競争力を有していることを示す。4. では、日本インドFTAとASEANインドFTAを比較し、ASEANインドFTAの活用の利点を検討する。

(注1) BRICsという表現は、投資銀行ゴールドマン・サックスのジム・オニールの2001年のレポートで示されたといわれている(“Building Better Global Economic BRICs”, Goldman Sachs, *Global Economics Paper* No: 66)

1. 拡大するインドの消費市場

(1) 高成長を背景に拡大する消費市場

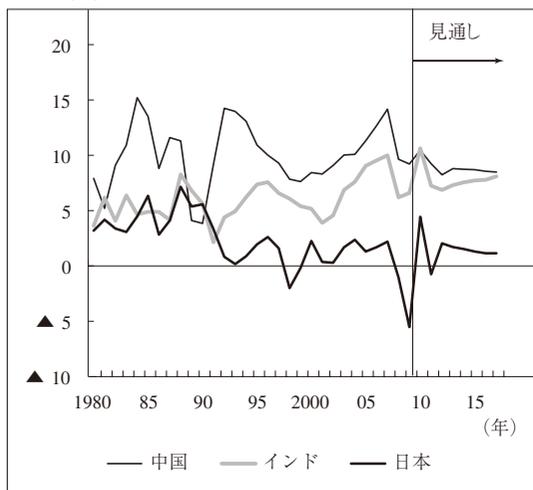
先進国が景気低迷を余儀なくされる一方、インドを含む新興国が高成長を維持している。このようななか、インドの経済成長潜在力を評価する論文や出版物が多くみられる。

たとえば、2003年にゴールドマン・サックスが発表した『Dreaming with BRICs: The Path to 2050』は、2050年には、インドの経済規模は中国、アメリカに次いで第3位になることを示した(日本は第4位)(Goldman Sachs [2003])。これは、インド経済の成長潜在力を評価する上で強い影響力を持った。これ以降、インドは、ブラジル、ロシア、中国とともに「BRICs」と呼ばれ、新興国(emerging economies)の代表として、世界から注目されることになった。

実際に、近年のインドの経済成長率は高く、世界平均の約2倍の水準を維持している。

図表1は、1980年以降の日本、中国、インドの実質GDPの成長率をみたものである。インドの成長率は、中国には及ばないものの、2000～2011年の平均成長率が7.2%と、世界平均の3.7%を大幅に上回っている。2011年度(2011年4月～2012年3月)の成長率は、2012年1～3月期が前年同期比5.3%に落ち込んだため、6.5%と2003年ぶりの低い水準になった。しかしIMFは、今後5年間の平均

図表1 日本、中国、インドの実質GDP成長率 (%)



(資料) IMF, World Economic Outlook, 2012 Aprilより作成

成長率を7.5%と見込んでいる。

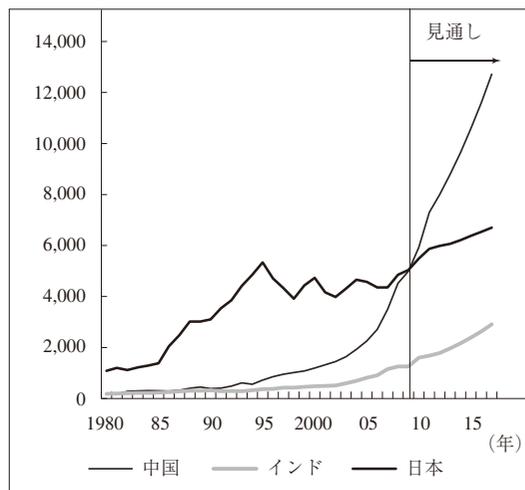
このような高成長を背景にインドの経済規模は急速に拡大した。

2011年の名目GDP(ドル換算)は1兆6,761億ドルと2000年の4,764億ドルの3倍以上に拡大した(図表2)。インドの経済規模は、2000年には日本の10%にすぎなかったが、2011年には28.5%に上昇した。IMFの見通しでは、2017年に2兆9,065億ドルとなり、日本の43.4%の規模に達する。

名目GDPを単純に市場規模と捉えるならば、インド市場は、この10年間に1,000億ドル超拡大したことになる。これは現在のベトナムのGDPに匹敵するものである。IMFの見通しに従えば、今後5年間にさらに1,000億ドルの市場が出現する見込みである。

このようななか日本企業のインド市場への

図表2 日本、中国、インドの名目GDP (10億ドル)



(資料) IMF, World Economic Outlook, 2012 Aprilより作成

関心は高まっている。

2011年の国際協力銀行のアンケート(『わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告』)では中期的に有望な国としてインドは第4位となっている(第1位が中国、第2位がタイ、第3位がベトナム)(国際協力銀行[2011])。図表3は、同アンケート中の上位4か国の有望理由について、①安価な労働力、②現地市場の現状規模、③現地市場の成長性と回答した企業の比率を抜き出し、その推移をみたものである。

回答比率の水準やトレンドは国によって異なるものの、現地市場の現状規模についての回答比率が上昇傾向にあること、現地市場の成長性の回答比率が高水準にあることで共通している。とくにインドについては、現地市場の現状規模に比べて、その成長性に期待し

図表3 新興国への期待

(%)

	中国			タイ			ベトナム			インド		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
2003	74.9	19.7	82.3	57.4	17.0	51.1	74.1	5.9	41.2	59.4	18.8	76.8
04	66.1	23.9	83.3	49.3	20.5	56.8	75.9	6.5	48.1	56.3	17.0	82.1
05	62.8	27.0	80.2	50.3	20.7	46.2	81.7	4.0	35.7	54.8	15.5	76.2
06	57.2	24.9	82.3	45.9	24.1	42.1	71.4	5.2	46.8	44.4	11.7	82.3
07	50.3	30.1	79.8	48.5	28.5	47.7	71.0	6.8	53.4	47.6	15.0	84.6
08	44.9	37.1	77.6	38.7	25.8	47.6	61.3	6.0	48.0	38.7	16.4	84.4
09	44.0	32.8	84.8	41.7	25.0	48.1	57.7	9.4	60.4	38.5	18.5	90.2
10	35.3	38.1	87.8	44.7	22.0	49.2	61.2	10.3	61.2	43.9	20.0	89.0
11	32.8	46.4	82.3	41.5	24.4	58.5	63.1	13.4	70.5	39.6	24.4	90.5

(注) A: 安価な労働力 B: 現地市場の現状規模 C: 現地市場の成長性
 数値は当該国を有望とした企業のうち当該有望理由をあげた企業の比率。
 (資料) JBIC「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告」各年度版

ている企業が圧倒的に多い。2011年は回答企業の90.5%が現地市場の成長性を有望理由にあげている。

インドの一人当たりGDPは、2011年においても1,400ドルと低く、世界銀行の定義に基づけば、低所得国 (low income economies) から低位中所得国 (lower middle income economies) に移行した段階にすぎない (注2)。

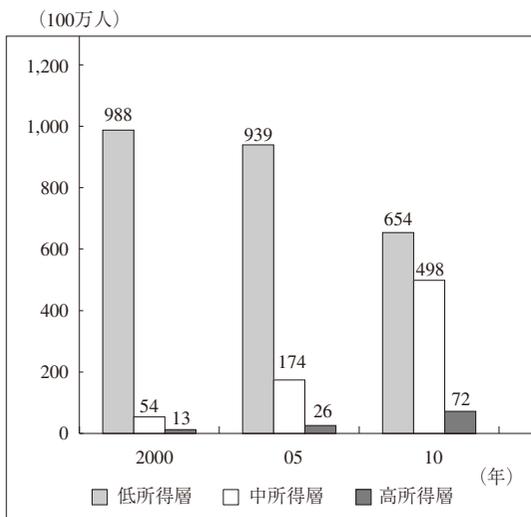
ただし、開発途上国の消費市場の現状は国レベルの経済指標だけで捉えることは出来ない。なぜなら、開発途上国において所得格差は著しく、一人当たりGDPの水準から推測出来ない高所得者層が存在するからである。この傾向は、中国やインドなど人口規模の大きい国ほど著しい。したがって、開発途上国の消費市場の状況を把握するには、国レベルで平均化された指標以外の目安が必要になる。

その有用な指標の一つに家計の所得階層別データがある。

経済産業省『通商白書2011』は、Euromonitor社のデータを基に年間可処分所得が15,000ドルを超える家計の比率が2000年の1.2%から2010年には5.9%に上昇したと指摘している (経済産業省 [2011])。図表4は、この家計比率に人口を按分し、年間家計可処分所得人口を試算したものである (注3)。年間可処分所得が15,000ドルを超える家計人口は、2000年の1,300万人から2010年には7,200万人に増加したことになる。インドは一人当たりGDPでは低位中所得国に属するが、タイの人口に匹敵するような「高所得層」が存在する国なのである。

なお、本稿の「高所得層」の区分は経済産業省の区分とは異なる。経済産業省は、年間可処分所得が5,000～35,000ドルの家計を「中間所得層」、35,000ドル以上を「富裕層」と区分している。この区分に従えば、2010年の「富裕層」は780万人となり、これは現在の耐

図表4 インドの所得階層別人口



(注) 低所得層は年間家計可処分所得が5,000ドル未満。中所得層は5,000ドルから15,000ドル。高所得層は15,000ドル超。データの原典はEuromonitor International 2011。

(資料) 経済産業省 [2011]『通商白書』図表3-1-1-9を基に、UN、World Population Prospects: The 2010 Revisionより作成

久消費財市場の変化を捉えるのに十分な指標ではない。たとえば、乗用車の販売台数は2002年の73万台から2011年には297万台に、コンピュータの販売台数も同期間にデスクトップが167万台から620万台に、ノート型が4万台から356万台に急増した。これらの耐久消費財の購買層には、「富裕層」だけでなく、15,000～35,000ドルの所得層も含めるべきだろう。なぜなら、インドのように衣食住のコストが低い国では、多くの所得を耐久消費財の購入に充てることが出来るからである。そこで本稿では15,000ドル以上の家計を「高所得層」として捉えることとした。

他方、年間可処分所得が5,000～15,000ド

ルの家計人口は、2000年の5,400万人から2010年には4億9,800万人に急増していることも注目されよう。これらは初めて耐久消費財が購入出来るようになる所得層であるからである。ただし、所得が低いため、価格に敏感な世帯といえる。近年日本企業は、低価格帯の製品の生産により、これら所得水準の低い家計も消費市場の対象として捉えようと動きを活発化させている(注4)。

(2) 進展する都市化

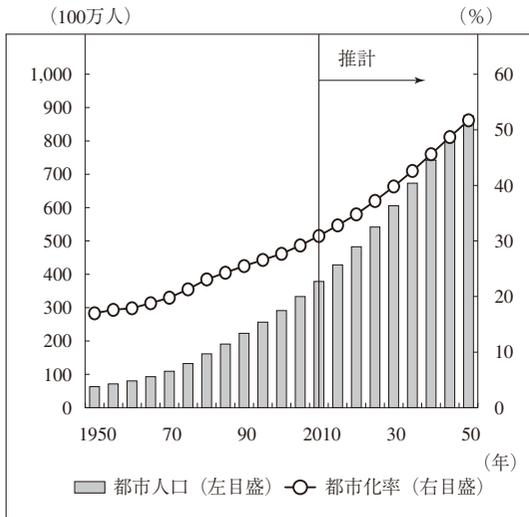
インドのような広大な国においては、消費市場がどこで広がっているのかという地理的視点も不可欠である。インドの国土面積は329万平方キロメートルと日本の約9倍に相当する(注5)。当然のことながら、消費市場は地理的に均一に分布しているわけではなく、市場の選定によって輸送コストは大きく異なる。

他の国と同様、消費市場の拡大が著しいのは大都市である。

インドの都市人口は、1990年の2億2,323万人から2000年に2億9,159万人、2010年には3億7,878万人に急増した(図表5: UN [2011])。これに伴い都市化率(都市人口比率)は25.5%から27.7%、30.9%へ上昇した。

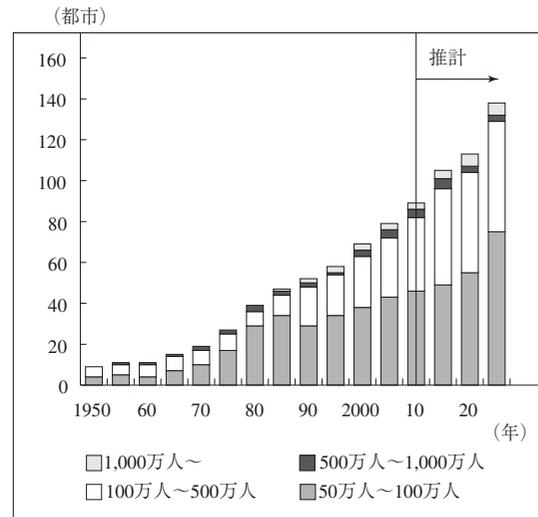
今後も、都市人口は増加する見込みであり、国連の推計によれば2020年に4億8,304万人(都市化率34.8%)、2030年には6億581万人(同39.8%)になる。このような都市人口の

図表5 インドの都市化率



(資料) UN, World Urbanization Prospects: The 2011 Revision より作成

図表6 都市の数



(資料) UN, World Urbanization Prospects: The 2011 Revision より作成

増加自体が中間所得層の拡大を促し、消費需要を拡大させるとの見方がある。また都市人口の増加がインフラ需要を拡大させるとの指摘もある (The Boston Consulting Group [2010])。

インドの都市化で注目されるのは大都市の出現である。

たとえば、50万人以上の都市の数は、1990年の52都市から2000年に69都市、2010年には89都市に増加した (図表6)。2015年にはさらに138都市に増加する見込みである。このなかで50万人以上の大都市の数は、1990年の4都市から2000年に6都市、2010年に7都市になり、2015年には9都市に増加する見込みである。

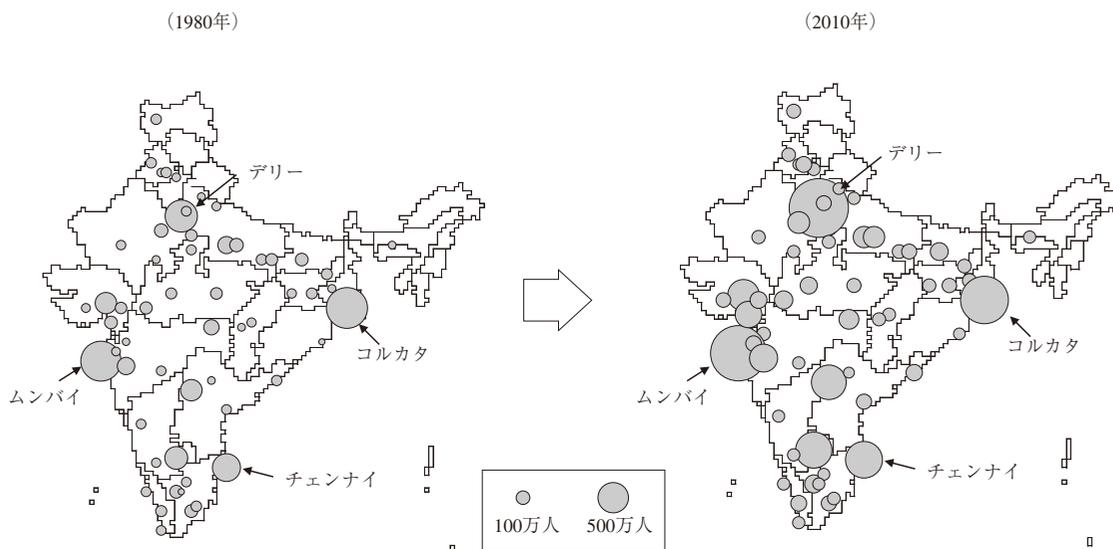
図表7は、インドの都市の地理的分布と人

口規模について1980年と2010年を比較したものである。まず、都市が全土に分散していること、いずれの都市も規模を拡大していることが確認出来る。

もちろん都市ごとに人口規模、消費市場の性格は異なる。

これについてインド国家応用経済研究委員会 (NCAER: National Council for Applied Economic Research) は、注目すべき都市として20都市を取りあげ、3つのカテゴリーに区分している (図表8)。第1が、人口が多く、消費市場も大きい「メガ都市 (Megacities)」である。ムンバイやデリーなど8つの都市が該当する。第2が、近い将来「メガ都市」になることが予想される「成長都市 (Boom town)」であり、7つの都市が含まれる。第

図表7 インドの都市分布



(資料) UN, World Urbanization Prospects: The 2011 Revisionより作成

図表8 注目すべき20都市

区分	特徴	都市
メガ都市	人口が多く、消費市場も大きい。	ムンバイ、デリー、コルカタ、チェンナイ、バンガロール、ハイデラバード、アフマダーバード、プネー
成長都市	近い将来、メガ都市になることが期待される。	スラート、カーンプル、ジャイプル、ラクナウ、ナーグプル、ボーパール、コーヤンブットール
ニッチ都市	人口規模は小さいが、消費水準が高い。	ファリーダーバード、アムリトサル、ルディヤーナー、チャンディーガル、ジャラントル

(資料) NCAER [2008] より作成

3が、人口規模は小さいが、消費水準が高い「ニッチ都市 (Niche cities)」であり、5つの都市がこれに属する (NCAER [2008])。

これら20都市の人口は全体の10%を占め、可処分所得総額は全体の31%を占める。なか

でもデリー、ムンバイの一人当たりの所得水準は、全国平均の2倍を超えている。これら20都市の家計所得の平均伸び率は、2005年から2008年が11.2%であり、2016年にかけても10.1%と高水準を維持する見込みである。インドをはじめ新興国では地域間所得格差が大きいことから、実際のビジネス展開は、これら都市の攻略から始まるといってよい(注6)。

インドのように広大な面積を有する国の市場参入に際しては、これら成長都市によって形成される経済圏を市場の一単位として捉えることも必要であろう。隣接する都市は相互に影響を及ぼしなから成長する傾向にあり、また隣接する市場を一単位とすることで、輸

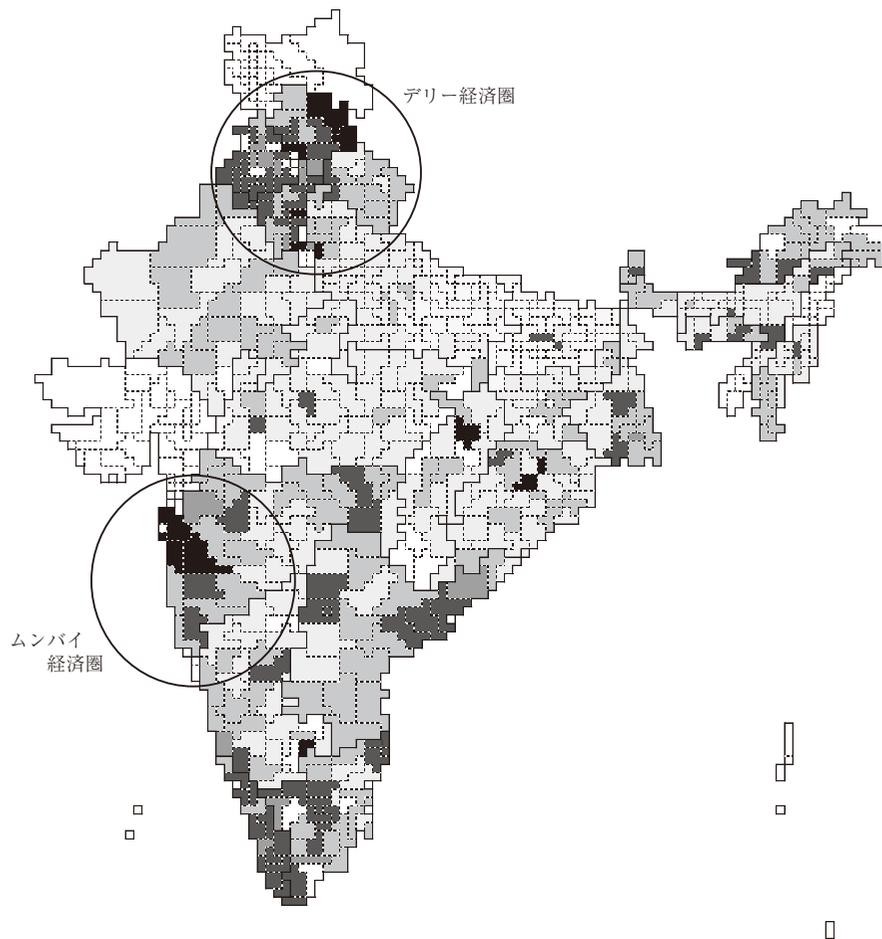
送・流通コストを抑えることが出来るからである。

図表9は、インドを、州の直下にある行政区(627行政区)に区分し、それぞれを一人当たりGDPの水準により色分けしたものである。一人当たりGDPが高いほど色濃く示した。使用したデータが2004年、2005年と古く、ま

たジャム・カシミール州、グジャラート州、ナガランド州、トリプラ州などのデータが入手出来なかったことなどの問題があるが、デリーを中心とした地域、ムンバイを中心とした地域に所得水準の高い行政区が集中していることがわかる。

デリーとムンバイ経済圏は75万人以上の都

図表9 インドのメガリージョン



(資料) CEICデータを基に作図

市を、それぞれ7都市、5都市、含んでいる。このような大都市と中堅都市からなる経済圏は、「メガリージョン (Mega-region)」という、新しい経済単位として注目されている (フロリダ [2009]) (注7)。

(注2) 世界銀行の定義によれば、一人当たりGNIが1,005ドル以下を低所得国、1,006～3,975ドルを低位中所得国、3,976～12,275ドルを高位中所得国、12,276ドル超を高所得国と定義している (World Bank [2012a])。ちなみに2010年の一人当たりGNIはインドが1,270ドル、中国が4,270ドル、日本が41,850ドルである。

(注3) 所得水準によって家計構成人数が異ならないと仮定した。

(注4) 年間可処分所得が5,000ドルに満たない家計人口は、2010年でも6億5,400万人 (全体の53.4%) と多い。これらの所得層においても石鹸や洗剤などの日常生活に用いる消費財の需要が伸びており、「BOP (base of pyramid) 市場」として、近年注目を集めている。

(注5) 外務省ホームページ。http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/data.html (2012年6月1日アクセス)。なお、この面積はパキスタンと中国との係争地を含む。

(注6) このようにインドでのビジネスチャンスや、国ではなく都市に絞って議論する見方が増加している。たとえばMcKinsey Global Institute [2010]などを参照。

(注7) 同書に掲載されたメガリージョンのリストでは、インドではデリー経済圏しかランクされていないが、ムンバイ周辺もメガリージョンとして捉えるべきであろう。

2. 輸入構造の変化

(1) 急増する輸入

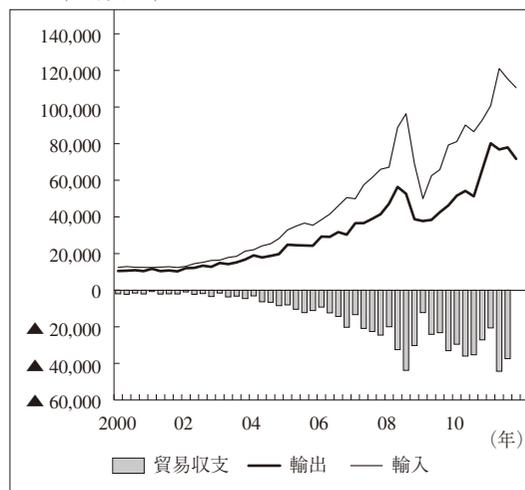
次に経済成長に伴うインドの輸入構造の変化を考察したい。なぜなら、インドの消費市場の拡大は、輸入の質・量を変化させていると考えられるからである。

図表10は、2000～2010年のインドの輸出入の推移を示したものである。

輸出は、2000年の426億2,700万ドルから

図表10 インドの貿易

(100万ドル)



(資料) CEIC

2005年に982億1,400万ドル、2010年には2,231億7,900万ドルに増加した。他方、輸入は、同期間に513億3,400万ドルから1,428億6,500ドル、3,291億7,300万ドルに増加した。貿易額は2008年以降、リーマンショックにより一時減少に転じたものの、2010年には以前の水準にまで回復した。

インドの貿易の特徴のひとつは、慢性的な貿易赤字構造にある。とくに2011年度 (2011年4月～2012年3月)の貿易赤字は1,849億ドルと過去最大となった。

次に輸入品目の変化を、SITC分類 (大分類: 1桁) を用いて概観する (注8)。

大分類では、輸入品目は以下の10品目に区分される。

「0 : 食料品及び動物」

「1 : 飲料及びたばこ」

「2：食用に適しない原材料（鉱物性燃料を除く）」

「3：鉱物性燃料」

「4：動植物性油脂」

「5：化学製品」

「6：工業製品」

「7：機械類及び輸送用機器」

「8：雑製品」

「9：その他」

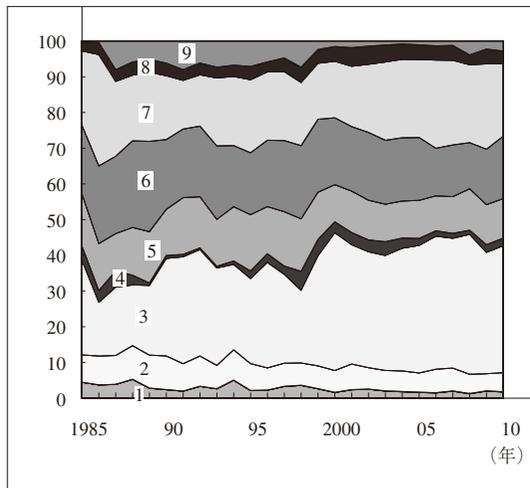
図表11は、この分類に基づいて、1985～2010年のインドの輸入構成の変化をみたものである。

2010年において輸入額が最も多いのは「3：鉱物性燃料」であり、2000年の189億ドルか

ら2010年には1,108億ドルと5.9倍に増加した。2010年時点で輸入全体の35.6%を占める。これは、インドがエネルギーを海外に依存していること、近年の高成長に伴ってエネルギー需要が急速に拡大していることを反映している（注9）。

第2位が「7：機械類及び輸送用機器」であり、2000年の77億ドルから2010年には634億ドルと8.2倍に増加した。同品目は、比較的变化の少ないインドの輸入構成のなかで、最も割合を高めた品目であり、輸入に占める割合は、同期間に15.8%から20.3%へ上昇した。第3位が「6：工業製品」であり、2000年の92億ドルから2010年には544億ドルと5.9倍に増加した。これには、鉄鋼、金属加工品から皮革加工品、ゴム加工品、衣服・繊維など多様な工業製品が含まれる。

図表11 インドの輸入（SITC1桁分類）
（%）



（注）0：食料品及び動物、1：飲料及びたばこ、2：食用に適しない原材料（鉱物性燃料を除く）、3：鉱物性燃料、4：動植物性油脂、5：化学製品、6：工業製品、7：機械類及び輸送用機器、8：雑製品、9：その他
（資料）UN, COMTRADEより作成

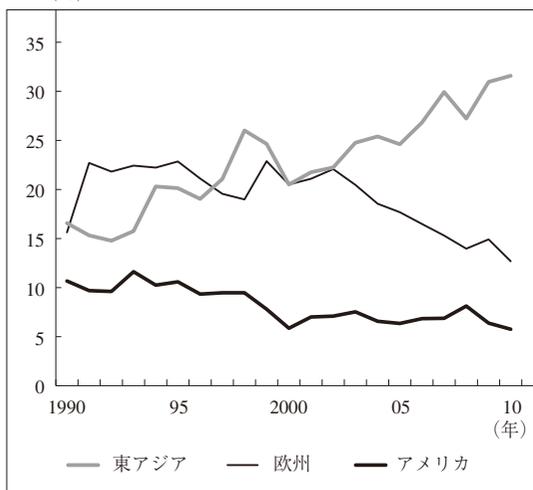
(2) 東アジアのプレゼンス上昇

輸入の相手国・地域をみると、欧州やアメリカの比率が低下し、日本を含めた東アジアの比率が上昇している。

図表12は、1990～2010年のインドの輸入に占める各国・地域の割合をみたものである。

欧州からの輸入は、1990年代には20%付近にあったが、2000年以降低下傾向をたどり、2010年には12.7%に低下した。アメリカも、1990年代には10%付近にあったが、欧州と同様に2000年以降低下傾向にあり、2010年には5.8%となっている。

図表12 インドの輸入における東アジアの割合 (%)



(注) 東アジアは、日本、韓国、台湾、香港、中国、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム。

(資料) UN, COMTRADEより作成

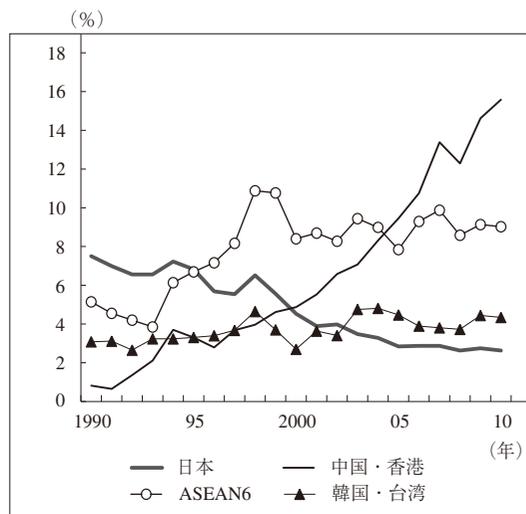
他方、日本を含めた東アジアは、1990年時点では16.6%であったが、その後、一貫して上昇傾向をたどり、2010年には31.6%に上昇した。

東アジアの内訳をみると、各国・地域によってトレンドが異なる (図表13)。

わが国は、1990年の7.5%から一貫して低下傾向をたどり、2010年には2.6%でしかない。この傾向は欧州とアメリカと同じである。他方、中国・香港は、1990年にはわずか0.1%であったが、その後は一貫して上昇傾向をたどり、2010年には13.2%に上昇した。

ASEAN6 (注10) は、1990年代は上昇傾向をたどり、1990年の5.1%から1998年には10.9%に上昇した。2000年代は9%前後で大

図表13 インドの輸入における東アジア国・地域の内訳 (%)



(資料) UN, COMTRADEより作成

きな変化はないが、中国の躍進が著しいなかで、ASEAN6は健闘していると評価出来よう。韓国・台湾は、1990年代には3%前後で大きな動きがなかったが、2000年代に入って上昇傾向に向かっている。ただし2010年は4.3%とまだ低水準にとどまっている。

図表14は、SITC 1桁 (10品目) における東アジアからの輸入を、①東アジア、②日本、③中国、④韓国、⑤ASEAN6に区分・整理したものである。データは国連の貿易統計 (COMTRADE) を使用した。

2010年のインドの輸入において東アジアのプレゼンスが最も高いのは「4: 動植物性油脂」で73.2%を占める。次いで「7: 機械類及び輸送用機器」が58.0%、「8: 雑製品」

図表14 インド輸入に占めるアジアのシェア

1990年 (%)					
	東アジア	日本	中国	韓国	ASEAN6
全体	27.2	7.5	0.1	1.3	5.1
0.食料品及び動物	21.6	0.0	0.3	0.0	12.8
1.飲料及びたばこ	4.7	0.0	0.0	0.1	4.5
2.食用に適しない原材料(鉱物性燃料を除く)	21.9	2.6	0.5	1.1	14.1
3.鉱物性燃料	3.3	0.3	0.1	0.1	2.7
4.動植物性油脂	82.9	0.0	0.0	0.0	82.7
5.化学製品	15.3	6.3	0.2	2.7	2.6
6.工業製品	15.3	7.5	0.1	2.9	1.7
7.機械類及び輸送用機器	30.4	19.5	0.0	1.1	6.5
8.雑製品	31.8	20.2	0.1	0.9	4.9
9.特殊取扱品	14.4	11.4	0.0	0.2	1.8

2000年 (%)					
	東アジア	日本	中国	韓国	ASEAN6
全体	26.4	4.5	3.0	1.7	8.4
0.食料品及び動物	13.1	0.2	2.6	0.1	9.8
1.飲料及びたばこ	8.4	0.0	2.2	0.0	3.4
2.食用に適しない原材料(鉱物性燃料を除く)	22.1	2.0	7.0	0.6	11.3
3.鉱物性燃料	3.0	0.2	1.4	0.0	1.4
4.動植物性油脂	66.2	0.2	0.1	0.0	65.8
5.化学製品	25.6	4.9	6.8	2.9	9.3
6.工業製品	20.0	3.5	2.0	2.8	3.6
7.機械類及び輸送用機器	45.8	14.5	4.4	4.0	17.2
8.雑製品	39.4	12.4	5.0	2.4	13.9
9.特殊取扱品	33.1	10.6	2.0	2.3	5.2

2010年 (%)					
	東アジア	日本	中国	韓国	ASEAN6
全体	37.3	2.6	13.2	3.2	9.0
0.食料品及び動物	12.1	0.1	4.0	0.1	7.8
1.飲料及びたばこ	14.1	0.2	3.1	0.6	9.3
2.食用に適しない原材料(鉱物性燃料を除く)	21.5	0.8	2.7	2.1	15.2
3.鉱物性燃料	7.8	0.1	0.6	0.6	6.4
4.動植物性油脂	73.2	0.0	0.1	0.0	73.0
5.化学製品	41.8	2.7	20.5	4.9	10.3
6.工業製品	36.7	3.4	13.1	4.1	3.4
7.機械類及び輸送用機器	58.0	6.7	31.0	6.4	10.5
8.雑製品	50.2	5.8	25.9	3.9	9.4
9.特殊取扱品	47.4	21.8	36.3	5.2	1.6

(資料) UN, COMTRADE より作成

が50.2%、「5：化学製品」が41.8%と高い。
 インドの輸入における中国のプレゼンスは
 高いが、すべての製品において圧倒的な地位

にあるわけではなく、むしろASEAN6の健闘
 が注目される。とくに、「4：動植物性油脂」
 の輸入における東アジアの割合は73.2%と高

いが、そのほとんどがASEAN6からの輸入である。「7：機械類及び輸送用機器」では、中国が31.0%と高水準にあるが、ASEAN6も10.5%と高い。「8：雑製品」においても中国の25.9%に対してASEAN6は9.4%と健闘している。「5：化学製品」でも中国の20.5%に対してASEAN6は10.3%を占めている。なお、第1類から第4類ではASEAN6からの輸入比率が中国を上回っている。

(注8) SITC (Standard International Trade Classification) は標準国際貿易分類で、大分類は1桁、中分類は2桁、小分類は3桁で示される。詳細は、<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp>を参照。

(注9) IEA (International Energy Agency) によれば、2009年のインドの1次エネルギー消費量は5億1,200万トン(石油換算)であり、世界比4.6%を占め、すでにわが国の4億7,200万トンを超えている。2020年に8億6,600万トン(世界比6.1%)、2030年には12億1,900万トン(同7.5%)に増加する見込みであり、インドの成長が世界全体のエネルギー需給に及ぼす影響は大きい。インド政府も省エネルギー対策を重視している。そのなかで太陽光発電をはじめ再生エネルギーについて外国企業は新しいビジネスチャンスと捉えている。

(注10) ASEAN6は、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、シンガポール、ベトナム。

3. インドはASEANから何を輸入しているのか

(1) ASEANから輸入品目とその競争力

それではインドはASEANから具体的に何を輸入しているのだろうか。

図表15は、2000年と2010年のインドのASEAN6からの輸入の上位20品目をみたものである。分類はHSコード4桁(約1,260品目)

に従い、データはWorld Trade Atlasを活用した。

まず、輸入総額が40億7,500万ドルから282億8,300万ドルに7倍以上に増加したことに注意したい。インドの市場拡大はASEANの輸出拡大に貢献している。

2010年のASEAN6からの輸入で最も多いのは、パーム油(45億ドル)で全体の15.8%を占める。これに、第2位石炭、第3位石油精製品、第4位原油など鉱物燃料関連が続く。前述のようにインドはエネルギー輸入依存度の高い国であるが、そのなかでASEANが重要な位置を占めていることがわかる。また、第9位にタイヤの原材料である天然ゴムがランキングされている。2000年には天然ゴムは上位20品目に含まれておらず、天然ゴムの輸入増加は、近年のインドの自動車市場の拡大を反映している。

他方、ASEANからの工業製品の輸入も少なくない。2010年の輸入の第5位は携帯電話を含む通信機器であり、コンピュータ関連製品(第7位)、コンピュータ関連部品(第10位)も多い。さらに、第12位に液晶テレビ、第13位に集積回路、第18位に自動車関連部品とハイテク工業製品が続いている。また第8位の環式炭化水素、第14位のポリカルボン酸、第15位の飽和非環式モノカルボン酸、第17位のポリアセタール、第20位のエチレン重合体など石油化学製品が多いことも特徴である。

次に、これらASEANから輸入される主要

図表15 インドのASEANからの輸入上位20品目

2000年					2010年				
(100万ドル、%)					(100万ドル、%)				
	HS番号	品 目	金額	シェア		HS番号	品 目	金額	シェア
1	1511	パーム油	873	21.4	1	1511	パーム油	4,478	15.8
2	8471	コンピュータ関連製品	375	9.2	2	2701	石炭	2,957	10.5
3	8473	コンピュータ関連部品	328	8.0	3	2710	石油精製品	2,567	9.1
4	4403	原木	148	3.6	4	2709	原油	1,348	4.8
5	2709	原油	146	3.6	5	8517	携帯電話を含む通信機器	888	3.1
6	2902	環式炭化水素	115	2.8	6	2603	銅鉱	790	2.8
7	8542	集積回路	101	2.5	7	8471	コンピュータ関連製品	690	2.4
8	2701	石炭	85	2.1	8	2902	環式炭化水素	596	2.1
9	3823	脂肪性アルコール	67	1.7	9	4001	天然ゴム	561	2.0
10	8524	記録用媒体	67	1.6	10	8473	コンピュータ関連部品	478	1.7
11	5402	合成繊維（長繊維）の糸	64	1.6	11	4403	原木	429	1.5
12	2603	銅鉱	44	1.1	12	8528	液晶テレビ	361	1.3
13	4907	郵便切手・印紙	40	1.0	13	8542	集積回路	352	1.2
14	8540	陰極線管	35	0.9	14	2917	ポリカルボン酸	328	1.2
15	8529	通信機器部品	31	0.8	15	2915	飽和非環式モノカルボン酸	294	1.0
16	2710	石油精製品	31	0.8	16	8905	特殊船舶	286	1.0
17	8518	拡声器	30	0.7	17	3907	ポリアセタール	284	1.0
18	2814	アンモニア原料	29	0.7	18	8708	自動車関連部品	261	0.9
19	8536	電気回路関連機器	28	0.7	19	8904	タグボート	254	0.9
20	5902	タイヤコードファブリック	27	0.7	20	3901	エチレン重合体	254	0.9
		その他	1,411	34.6			その他	9,828	34.7
			4,075	100.0				28,283	100.0

(注) ■ は機械機器。
 (資料) World Trade Atlasより作成

工業製品の競争力について、中国製品との比較から検討してみたい。

図表16は、工業製品（HS84～91：全218品目）に含まれる製品のインドの輸入上位20品目について、中国、ASEAN、日本のシェアを比較したものである。そして、中国との競争力の指標として、特化係数を使用した。

この特化係数は以下の式で求められる。

$$\text{ASEANのA製品の特化指数} = \frac{(\text{A製品の中国への輸出額} - \text{A製品の中国からの輸入額})}{(\text{A製品の中国への輸出額} + \text{A製品の中国からの輸入額})}$$

ASEANの対中国貿易において、ASEANから中国へのA製品の輸出額がA製品の輸入額を上回る場合、ASEANのA製品が中国のA製品よりも高い競争力を有し、反対に輸入額が輸出額を上回る場合、ASEANのA製品の競争力は低いと判断する。この特化係数は、1から-1の値をとり、この値がプラスであれば、ASEANのA製品の競争力が高く、マイナスであれば競争力が低いことを示す。

インドの輸入工業製品上位20品目において特化係数が正の値を示すものは、コンピュータ関連製品、録音用媒体、コンピュータ関連部品、特殊機械、集積回路、印刷機、通信機

図表16 インドの中国、日本、ASEANからの輸入（工業製品：2010年）

HS コード	品目名	金額 (100万 ドル)	シェア (%)									特化係数	
			中国	ASEAN6	シンガ ポール	タイ	マレー シア	インド ネシア	フィリ ピン	ベトナム	日本	ASEAN6	日本
1	8517 携帯電話（通信機器）	10,733	61.1	8.3	2.6	0.5	1.4	0.1	0.8	2.8	1.3	▲0.4	▲0.4
2	8708 自動車部品	2,850	10.5	9.2	0.6	6.1	0.1	0.6	1.1	0.6	14.6	▲0.6	0.6
3	8471 コンピュータ関連製品	2,633	55.6	26.2	15.8	6.1	3.3	0.1	0.9	0.1	0.6	0.3	▲0.8
4	8802 特殊航空機	2,436	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	▲1.0	1.0
5	8523 録音用媒体	1,565	28.8	10.7	9.9	0.2	0.4	0.0	0.0	0.0	3.3	0.5	0.5
6	8905 特殊船舶	1,498	38.3	19.1	6.2	0.0	1.8	11.1	0.0	0.0	5.5	▲0.9	1.0
7	8473 コンピュータ関連部品	1,375	39.0	34.8	10.5	0.1	22.0	0.3	0.0	1.9	0.3	0.1	▲0.1
8	8414 気体ポンプ	1,361	29.8	10.3	2.1	7.2	0.5	0.1	0.0	0.4	12.8	▲0.4	0.3
9	8479 特殊機械	1,219	13.8	3.0	1.3	0.5	0.6	0.4	0.0	0.0	9.2	0.2	0.9
10	8528 テレビ	1,160	47.1	31.1	3.2	2.4	24.1	1.3	0.1	0.0	1.2	▲0.9	▲1.0
11	8504 トランスフォーマー	1,112	34.4	8.4	3.0	3.5	1.0	0.3	0.5	0.0	4.9	▲0.3	0.2
12	8542 集積回路	1,086	13.8	32.4	19.0	2.4	4.8	0.3	5.8	0.1	9.4	0.7	0.8
13	8443 印刷機	1,073	32.6	18.4	10.5	1.2	2.4	2.1	0.1	2.3	17.3	0.3	0.1
14	9018 医療用機器	1,055	9.2	7.8	5.9	0.4	1.4	0.0	0.0	0.0	9.3	▲0.4	0.2
15	8901 一般船舶	954	21.5	21.2	2.6	0.0	1.0	17.6	0.0	0.0	2.3	▲1.0	0.5
16	8529 通信機器部品	904	41.3	10.2	2.5	1.2	4.9	1.5	0.1	0.0	1.0	0.2	0.1
17	8431 起重機関連部品	903	16.3	7.3	5.6	0.3	0.9	0.3	0.1	0.0	10.0	▲0.7	0.4
18	8803 プロペラ	891	1.8	10.1	9.1	0.5	0.5	0.0	0.0	0.0	1.0	▲0.5	▲0.7
19	8904 タグボート	890	35.0	28.6	19.9	0.0	6.2	2.5	0.0	0.0	1.5	▲1.0	1.0
20	8482 軸受	878	22.4	5.0	2.5	0.8	0.5	1.0	0.1	0.1	14.6	0.0	0.6
	全体	70,034	30.1	10.5	4.1	2.2	2.3	0.9	0.4	0.6	6.7	0.1	0.2

(注) 特化係数は、0<ASEANおよび日本の競争力強い、0>競争力弱いと判断する。

(資料) World Trade Atlasより作成

部品、軸受の8品目に達する。

そして、これらの製品におけるシェアは高い。

たとえば、第3位の「コンピュータ関連製品」のASEANの特化係数は0.3であり、インドの輸入に占める同製品のASEANのシェアは、中国の55.6%には及ばないものの26.2%と高い。つまりASEANの工業製品には中国に比べて競争力が高いものが少なくないことがわかる。

(2) ASEANにおける日本企業の事業展開

このようにASEANの工業製品が中国製品

に対して一定の競争力を持つ背景には、1985年のプラザ合意以降四半世紀にわたって、日本企業を含め多国籍企業がASEANに巨額の投資をしてきたことがある。図表17は、2011年末の日本企業の直接投資資産残高を示したものである。

日本のASEAN6への直接投資資産残高は8兆5,718億円であり、中国の6兆4,677億円を大きく上回っている。製造業においても同様に、ASEAN6の直接投資資産残高は5兆2,999億円と、中国の4兆8,017億円を上回っている。

ASEANの生産拠点は、1980年代は安価な

図表17 わが国の直接投資(資産)残高(2011年末)
(億円)

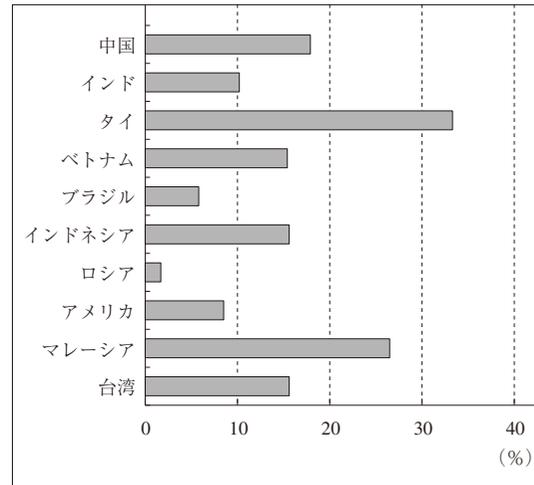
	合計	うち製造業
中華人民共和国	64,677	48,017
香港	13,286	4,112
台湾	9,136	6,271
大韓民国	13,938	8,196
ASEAN6	85,718	52,999
シンガポール	24,592	10,215
タイ	27,287	19,627
インドネシア	12,269	8,116
マレーシア	8,697	6,477
フィリピン	7,932	4,951
ベトナム	4,941	3,613
インド	11,958	7,783
北米	221,987	99,502
欧州	179,188	95,607
中東	4,109	3,321
その他	144,283	33,078
全世界	748,280	358,887

(資料) 日本銀行統計資料より作成

労働力を活用した労働集約的製品の加工拠点であったが、2000年以降産業の集積地化が進み、グローバルサプライチェーンで重要な役割を果たすようになってきている。とくにシンガポール、クアラルンプール、パナン、バンコク、ジャカルタという日本企業が集中するASEANの生産拠点が、わが国の製造業のグローバルサプライチェーンの重要な役割を担っていることは、2011年にタイで起こった大洪水の影響がわが国にも及んだことから明らかになった(大泉 [2012]、経済産業省 [2012])。

この点を考えると日本企業はASEANに国際競争力のある大規模な生産拠点を有しており、インドをはじめとした新興国市場向け生産拠点として大いに活用すべきであろう。

図表18 第三国輸出拠点としての魅力



(注) 数値は回答企業数の比率。

(資料) 国際協力銀行『わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告(2011年度版)』

実際に、ASEANをインドを含めて第三国輸出拠点とする動きがある。

図表18は、前述の国際協力銀行のアンケートのなかで、当該国を第三国への輸出拠点として魅力的だと答えた企業の比率である。タイとマレーシアの比率は、中国を圧倒している。

また、日本貿易振興機構(JETRO)が行ったアンケート調査『在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査』では、シンガポール、タイ、マレーシアで活動する日本企業(回答企業)のそれぞれ18.4%、16.9%、13.1%が、「今後1~3年の事業/製品の輸出市場として最も有望と評価している国・地域」としてインドをあげている(JETRO [2011])。また、パナン、バンコク、ジャカルタからインドに部

品を輸出する日本企業が増加しており、ASEANの生産ネットワークがインドにも拡大してきたとの指摘がある（牛山 [2012]）。

このようにASEANからのインド向け輸出は、日本などの多国籍企業の大規模な生産拠点が形成されていること、インドとの物理的距離が近いことから今後さらに増加していくことが予想される。加えて、ASEANとインドの間には自由貿易協定が2010年から発効されていることにも注意したい。

4. 自由貿易協定をいかに活用するか

(1) ASEANインドFTAと日本インドFTA

最後にASEANインドFTAを日本インドFTAと比較し、ASEANインドFTAの活用の視点を明らかにしたい。

まず日本インドFTAから概観したい。

わが国は、国外の市場確保のツールとして

自由貿易協定の推進を重要視してきた。2012年7月までに13カ国・地域とFTAを含む経済連携協定を締結・発効している（注11）。

そのひとつとして、日本政府は、2004年11月にインド政府と「日印共同研究」を立上げ、長い間、共同研究と交渉（計13回）に取り組んできた。その結果、2011年2月に両国政府は「日印包括的経済連携協定（日印CEPA）」に署名、同年8月1日から発効した。

その一部である日本インドFTAも同時に発効し、これにより、10年間（11年後）で両国間の貿易額の約94%に相当する品目の関税が撤廃される予定である（注12）。ただし、日本の関税撤廃はインドからの輸入総額の97%であるのに対して、インドのそれは90%と差異があることに注意したい。

インド側の輸入関税削減・撤廃スケジュールは以下の6つのカテゴリーに区分される（図表19）。①発効日に関税が即時撤廃される「A」、②発効日から基準税率を毎年均等な引き下げにより6年目に関税を撤廃する「B5」、

図表19 日本インドFTAにおけるインドの関税削減・撤廃スケジュール

区 分	関税削減・撤廃のスケジュール
A	協定の効力発生の日に撤廃する。
B5	基準税率から無税までの6回の毎年均等な引下げにより、撤廃する。
B7	基準税率から無税までの8回の毎年均等な引下げにより、撤廃する。
B10	基準税率から無税までの11回の毎年均等な引下げにより、撤廃する。
X	関税の撤廃又は引下げに関する約束の対象から除外される。
Pa Pb	インドの表のそれぞれの注釈に定める条件に従い、削減する。

（注）上記のほか日本側には「B15」（基準税率から無税までの16回の毎年均等な引下げにより、撤廃する）がある。

（資料）外務省『日本国とインド共和国との間の包括的経済連携協定』（付属書1）より作成

③同様に8年目に関税を撤廃する「B7」、④11年目に関税を撤廃する「B10」、⑤関税削減・撤廃の例外品目とする「X」、⑥インド側の特別の条件に従い、削減する「Pa」、「Pb」である。

日本インドFTAにおいて、日本側が、鉱工業品についてはほぼすべての品目について関税を即時撤廃するのに対して、インド側は、即時撤廃する品目「A」は輸入額全体の8.6%にすぎない。また、発効から6年後に関税が撤廃される品目「B5」も9.6%と低水準にとどまっており、11年後に関税が撤廃される品目「B10」が全体の72.1%を占める。そのほか関税削減が0.6%、除外が9.1%、非自由化が9.7%となっている（経済産業省 [2011]）。

次にASEANインドFTAについて概観する。

ASEANとインドは、2003年に「ASEAN諸国とインドとの間の包括的経済協力に関する枠組み協定」を締結した。その一部である「物品貿易に関する協定」が2009年8月に締結され、これに基づいて2010年1月からASEANインドFTAが発効した。

インド側の輸入関税削減・撤廃スケジュールについては、以下の5つのカテゴリーに区分される（図表20）。①「ノーマル・トラック I（NT I）」は、2013年までに関税を撤廃する品目、②「ノーマル・トラック II（NT II）」は、2016年までに関税を撤廃する品目である。③「センシティブ・トラック（ST）」は、2016年までに関税率を5%以下に引き下げる

図表20 ASEANインドFTAにおけるインドの関税削減・撤廃のスケジュール

カテゴリー	
ノーマル・トラック I	2013年までに撤廃
ノーマル・トラック II	2016年までに撤廃
センシティブ・トラック	2016年までに5%以下に引き下げる 原油、パームオイルについては2019年までに37.5%へ、製紙については50%、その他の品目については45%に引き下げ
特別品目	
例外品目	関税削減・撤廃の対象とはならない

（資料）日本総合研究所作成

品目、④「特別品目」は、原油やパームオイル、製紙など特定の高関税率品目を対象とするもので、原油やパームオイルについては2019年までに関税率を37.5%へ、製紙については50%へ、その他については45%に引き下げる。⑤「例外品目」は、関税削減・撤廃の交渉対象としない品目である。

ASEANインドFTAの実施により、インドのASEANからの輸入のうちどの程度が関税撤廃されるのかについての情報は公開されていない。そこで、ASEAN事務局が公表しているインドの譲許表（関税削減・撤廃スケジュール表）に用いて、対象となる品目の数によりインドの輸入関税削減・撤廃の計画を評価することとした。

インドの譲許表は、HSコード8桁（12,169品目）で構成されている（図表21）。

この分類に基づけば、「ノーマル・トラック I」に該当する品目は7,775品目（全体の64%）、「ノーマル・トラック II」に該当する品目は1,252品目（同10%）で、あわせて9,027

図表21 ASEANインドFTAにおけるインド側の関税削減・撤廃スケジュール

大分類	品目	HS2桁	ノーマル・トラックI	ノーマル・トラックII	センシティブトラック	特別品目	例外品目	合計
第1部	動物（生きているものに限る。）及び動物性生産品	1-5	247	3	11	0	89	350
第2部	植物性生産品	6-14	181	105	6	36	254	582
第3部	動物性又は植物性の油脂及びその分解生産物、調製食用脂並びに動物性又は植物性のろう	15	24	17	0	4	81	126
第4部	調製食料品、飲料、アルコール、食酢、たばこ及び製造たばこ代用品	16-24	129	44	5	0	253	431
第5部	鉱物性生産品	25-27	262	3	17	0	31	313
第6部	化学工業（類似の工業を含む。）の生産品	28-38	1,738	28	445	0	75	2,286
第7部	プラスチック及びゴム並びにこれらの製品	39-40	131	86	279	0	89	585
第8部	皮革及び毛皮並びにこれらの製品、動物用装着具並びに旅行用具、ハンドバッグその他これらに類する容器並びに腸の製品	41-43	72	2	60	0	0	134
第9部	木材及びその製品、木炭、コルク及びその製品並びにわら、エスパルトその他の組物材料の製品並びにかご細工物及び枝条細工物	44-46	176	15	2	0	0	193
第10部	木材パルプ、繊維素繊維を原料とするその他のパルプ、古紙並びに紙及び板紙並びにこれらの製品	47-49	226	22	20	0	5	273
第11部	紡織用繊維及びその製品	50-63	833	528	671	0	225	2,257
第12部	履物、帽子、傘、つえ、シートステッキ及びむち並びにこれらの部分品、調製羽毛、羽毛製品、造花並びに人髪製品	64-67	34	3	68	0	2	107
第13部	石、プラスター、セメント、石綿、雲母その他これらに類する材料の製品、陶磁製品並びにガラス及びその製品	68-70	243	6	26	0	2	277
第14部	天然又は養殖の真珠、貴石、半貴石、貴金属及び貴金属を張った金属並びにこれらの製品、身辺用模造細貨類並びに貨幣	71-72	595	0	0	0	0	595
第15部	卑金属及びその製品	73-83	678	33	21	0	23	755
第16部	機械類及び電気機器並びにこれらの部分品並びに録音機、音声再生機並びにテレビジョンの映像及び音声の記録用又は再生用の機器並びにこれらの部分品及び附属品	84-85	1,518	312	145	0	57	2,032
第17部	車両、航空機、船舶及び輸送機器関連品	86-89	150	7	19	0	93	269
第18部	光学機器、写真用機器、映画用機器、測定機器、検査機器、精密機器、医療用機器、時計及び楽器並びにこれらの部分品及び附属品	90-92	316	24	4	0	9	353
第19部	武器及び銃砲弾並びにこれらの部分品及び附属品	93	20	0	0	0	0	20
第20部	雑品	94-96	185	14	6	0	9	214
第21部	美術品、収集品及びこっとう	97	17	0	0	0	0	17
	合計		7,775	1,252	1,805	40	1,297	12,169

(資料) ASEANインドFTA譲許表から作成

品目（同74%）が2016年までに関税撤廃となる。ちなみに「センシティブ・トラック」は1,805品目（同15%）、「特別品目」は40品目、「例外品目」は1,297品目（同11%）である。

(2) 両FTAの関税撤廃・削減スケジュールの比較

次に日本インドFTAとASEANインドFTAを比較する。

比較のために、日本インドFTAの譲許表をASEANインドFTAの譲許表に合わせて調整したのが図表22である。全12,167品目のうち即時関税撤廃される「A」は2,479品目で全品目の約20%を占める。「B5」は504品目（同4%）、「B7」は2品目、「B10」は7,599品目（同62%）であり、例外品目「X」は1,583品目（同13%）であった。

関税撤廃が予定される品目数は、ASEANインドFTAの9,027品目に対し、日本インドFTAは8,684品目である。また、ASEANインドFTAは2013年までに関税撤廃を予定する「ノーマル・トラックⅠ」に相当する品目が多いのに対し、日本インドFTAは2012年に関税が撤廃される「B10」が多いことを勘案すると、インドの輸入関税撤廃がASEANインドFTAにおいて先行して実施されることがわかる。

ただし、関税撤廃の効果を品目数だけで評価するのは十分ではない。実際のインパクトはインドの輸入額における影響を評価するこ

とによって判明する。

そこで、インドの輸入総額（2007年）から関税撤廃に該当する品目の輸入額を差し引くことで関税撤廃の効果を確認する。輸入総額のデータとして2007年を用いたのは、ASEANインドFTAが2007年の関税表を基に作成されたものであり、HSコードの基準は2009年に大幅に改定されたからである。また両FTAを比較するため、輸入総額はインドの全世界からの輸入額を用いた。

結果は、図表23に示した通りである。2011年の日本インドFTAでは発効と同時に2,479品目の関税が撤廃され、これは輸入額の6.5%に相当する。これに対して、ASEANインドFTAにおいて2013年までに関税が撤廃される「ノーマル・トラックⅠ」の品目は輸入総額の56.8%に相当する。当面は、関税率撤廃の効果はASEANインドFTAの方が大きいことを示している。

今後、日本インドFTAでは、「B5」や「B7」に該当する品目の関税が順次撤廃されるが、それは輸入総額の4.4%にすぎない。同様に、ASEANインドFTAでも2016年に「ノーマル・トラックⅡ」に該当する1,252品目の関税が撤廃されるが、それも輸入総額の3.2%にすぎない。このように、当面は、ASEANインドFTAの方が日本インドFTAよりも関税撤廃の効果が高いといえる。

この状況が逆転するのは、「B10」に該当する7,599品目の関税が撤廃される2021年で

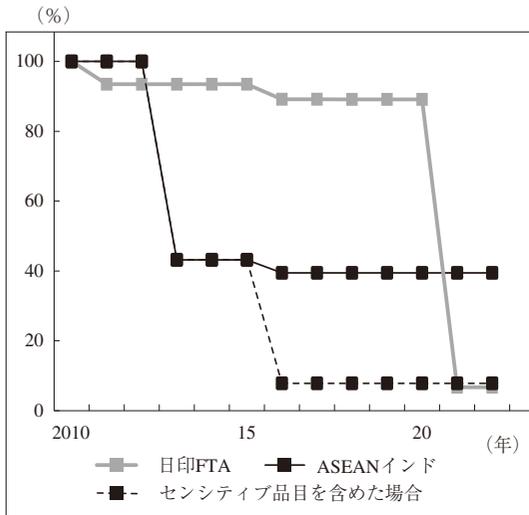
図表22 日本インドFTAにおけるインド側の関税削減・撤廃スケジュール

大分類	品目	HS2桁	A	B5	B7	B10	X	合計
第1部	動物（生きているものに限る。）及び動物性生産品	1-5	0	0	0	243	107	350
第2部	植物性生産品	6-14	12	6	0	360	204	582
第3部	動物性又は植物性の油脂及びその分解生産物、調製食用脂並びに動物性又は植物性のろう	15	0	0	0	36	90	126
第4部	調製食料品、飲料、アルコール、食酢、たばこ及び製造たばこ代用品	16-24	0	0	0	239	192	431
第5部	鉱物性生産品	25-27	8	0	2	290	13	313
第6部	化学工業（類似の工業を含む。）の生産品	28-38	6	0	0	1,998	282	2,286
第7部	プラスチック及びゴム並びにこれらの製品	39-40	5	0	0	321	259	585
第8部	皮革及び毛皮並びにこれらの製品、動物用装着具並びに旅行用具、ハンドバッグその他これらに類する容器並びに腸の製品	41-43	25	0	0	109	0	134
第9部	木材及びその製品、木炭、コルク及びその製品並びにわら、エスパルトその他の組物材料の製品並びにかご細工物及び枝条細工物	44-46	0	0	0	193	0	193
第10部	木材パルプ、繊維素繊維を原料とするその他のパルプ、古紙並びに紙及び板紙並びにこれらの製品	47-49	9	1	0	253	10	273
第11部	紡織用繊維及びその製品	50-63	2,197	0	0	58	2	2,257
第12部	履物、帽子、傘、つえ、シートステッキ及びむち並びにこれらの部分品、調製羽毛、羽毛製品、造花並びに人髪製品	64-67	0	0	0	79	28	107
第13部	石、プラスター、セメント、石綿、雲母その他これらに類する材料の製品、陶磁製品並びにガラス及びその製品	68-70	0	0	0	259	18	277
第14部	天然又は養殖の真珠、貴石、半貴石、貴金属及び貴金属を張った金属並びにこれらの製品、身辺用模造細貨類並びに貨幣	71-72	0	447	0	148	0	595
第15部	卑金属及びその製品	73-83	0	46	0	706	3	755
第16部	機械類及び電気機器並びにこれらの部分品並びに録音機、音声再生機並びにテレビジョンの映像及び音声の記録用又は再生用の機器並びにこれらの部分品及び附属品	84-85	192	4	0	1,588	248	2,032
第17部	車両、航空機、船舶及び輸送機器関連品	86-89	1	0	0	147	119	267
第18部	光学機器、写真用機器、映画用機器、測定機器、検査機器、精密機器、医療用機器、時計及び楽器並びにこれらの部分品及び附属品	90-92	24	0	0	322	7	353
第19部	武器及び銃砲弾並びにこれらの部分品及び附属品	93	0	0	0	20	0	20
第20部	雑品	94-96	0	0	0	213	1	214
第21部	美術品、収集品及びこっとう	97	0	0	0	17	0	17
	合計		2,479	504	2	7,599	1,583	12,167

(注) Pa、Pbに区分される品目は「X」に含めた。

(資料) 日本インドFTA譲許表から作成

図表23 日本インドFTAとASEANインドFTAの関税削減・撤廃品目（輸入額比率）の比較



(注) 貿易額は2007年の値。
 (資料) 譲許表 (HS8桁)、World Trade Atlas貿易より作成

ある。これによりインドの輸入総額の93.3%の関税が撤廃される。ただし、ASEANインドFTAには2016年までに関税率を5%以下に引き下げるという「センシティブ・トラック」があり、これを含めると2016年には92.2%が関税撤廃・削減されることになる。

このように全体的には、ASEANインドFTAが日本インドFTAに先行して関税撤廃が進む。ただし詳細な品目によって例外があることに注意したい。

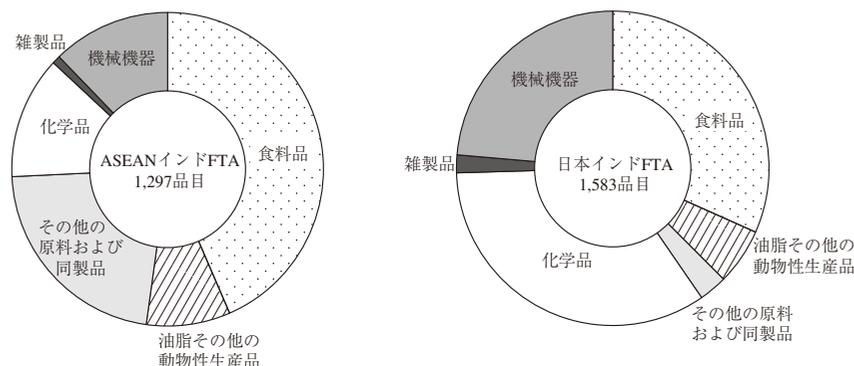
たとえば、図表22に示したように、日本インドFTAで発効直後に関税撤廃される品目として「繊維用繊維及びその製品」が多いのに対して、ASEANインドFTAの場合は同品目

に属する225品目が「例外品目」となっている。これは、インド政府が日本の繊維製品とインドの繊維製品は競合関係にないと考えているのに対し、価格競争力のあるASEANからの同製品の輸入を警戒していることを反映している。図表24は、ASEANインドFTAと日本インドFTAにおける例外品目を比較したものである。

ASEANインドFTAにおいてインド側が「例外品目」とするものとしては、「食料品 (HSコード1～11、16～24)」や「その他の原料および同製品 (HS25～27、41～63、68～83)」が多い。後者は前述の「繊維用繊維及びその製品」を含む。インド政府が繊維製品のほかに、ASEANからの農産品の輸入についても警戒していることがわかる。他方、日本インドFTAにおける例外品目は「化学品 (HS28～40)」、「機械機器 (HS84～91)」が多い。インド政府が日本からの工業製品の輸入を警戒していることを示す。

ASEANインドFTAは、日本インドFTAに比べて、関税削減・撤廃の範囲が広いこと、また、「化学品」や「機械機器」に関税撤廃品目が多いこと、さらに、3. でみたようにASEANのインド向け輸出で競争力ある工業製品は、これら「化学品」や「機械機器」であったこと、ASEANでの生産は日本に比べて労働コストや輸送コストが低いことを考えれば、これら品目については、ASEANでの生産・輸出が日本国内よりも有利であるとい

図表24 ASEANインドFTAと日本インドFTAにおける例外品目



(注) 食料品はHS1～11、16～24。油脂その他の動植物生産品はHS12～15。その他の原料および同製品はHS64～67、92～97。化学品はHS28～40。雑製品はHS64～97。機械機器はHS84～91。

(資料) ASEANインドFTA、日本インドFTA譲許表より作成

える。

ただし、ASEANインドFTAにおいても「機械機器」の例外品目は159品目（日本は374品目）と少なくない。また、ASEANインドFTAでは例外品目とされている品目が、日本インドFTAでは関税削減・撤廃が予定されている場合がある点に注意が必要である。

たとえば、経済産業省は、『日本・インド包括経済連携協定』のなかで、図表25のようなインド側の関税削減・撤廃品目の一例を示している。これによれば、自動車部品では、ディストリビューター、点火コイル、バンパー、マフラーについては、関税が11年後に撤廃され、ディーゼルエンジンやギアボックスの関税率が引き下げられる。鉄鋼分野においても、熱延鋼板、冷延鋼板、合金鋼、亜鉛メッキ鋼板の関税は6年後に撤廃される。ここで示された品目の多くは、ASEANインドFTA

では、「センシティブ・トラック」もしくは「例外品目」とされているものであり、日本インドFTAの方が有利な品目である。

このようにインド政府がASEANからの輸入を規制したいとする品目が、日本からの輸入では関税削減・撤廃が予定される品目とされる場合、逆に日本からの輸入を規制する品目が、ASEANについては関税削減・撤廃が予定される品目となっている場合があり、これに該当する品目は少なくない。

図表26は、日本インドFTAとASEANインドFTAの関税削減・撤廃のスケジュールを比較整理したものであるが、日本インドFTAでは例外品目「X」であるが、ASEANインドFTAでは早期に関税が撤廃される「ノーマル・トラック I」となっている品目は145品目である。反対にASEANからの輸入については「例外品目」であるが、日本からの輸入の即

図表25 インド側が譲許した品目（一例）

分野	品目	基準税率	交渉の結果
自動車部品	ディストリビューター	7.5	B10
	点火コイル	7.5	B10
	消音装置（マフラー）	10	B10
	ディーゼルエンジン	12.5	6年間で5%まで関税削減
	ギアボックス	12.5	8年間で6.25%まで関税削減
鉄鋼製品	熱延鋼板	5	B5
	冷延鋼板	5	B5
	合金鋼	5	B5
	亜鉛メッキ鋼板	5	B5
電気電子	リチウムイオン電池	10	B10
	DVDプレーヤー	10	B10
	MP3プレーヤー	5	B5
	レンジ	10	B10
	鉛蓄電池	10	B10
	自動車用ラジオ	10	B10

（資料）経済産業省 [2011]

分野	品目	基準税率	交渉の結果
一般機械	ブルドーザー	7.5	B10
	産業用ロボット	7.5	B10
	エアコン部品	10	B10
	蒸気タービン	7.5	B10
	ガスタービン	7.5	B10
	織機	7.5	B10
	印刷機械	7.5	B10
繊維製品	工業用ミシン	7.5	B10
	綿織物	10	A
化学品	衣類	10	A
	印刷用インク	7.5	B10
農産物	ナイロン	10	B10
	盆栽	5	B5
	ナガイモ	30	B10
	モモ	30	B10
	イチゴ	30	B10
	柿	30	B10

図表26 日印FTA、ASEANインドFTA関税削減・撤廃品目比較

（品目数）

	A	B5	B7	B10	X	
ノーマル・トラックⅠ	1,067	496	0	6,067	145	7,775
ノーマル・トラックⅡ	525	4	0	677	46	1,252
センシティブ・トラック	665	1	0	597	542	1,805
特別品目	0	0	0	6	34	40
例外品目	222	3	2	253	817	1,297
	2,479	504	2	7,600	1,584	12,169

（注）日本インドFTAの「Pa」「Pb」に区分される品目は「X」に含めた。

（資料）日インドFTA、ASEANインドFTA譲許表より作成

時撤廃「A」に該当するものが222品目ある。このようにFTAを活用する場合には、当該製品がどのような条件下にあるか検討する必要がある。

また、現在インドとASEANの間では、ASEANインドFTAのほかに、タイインドFTA、シンガポールインドFTA、マレーシア

インドFTAが発効しており、よりよい条件を見出すには、それらとの比較検討も必要となるろう。

実際に、タイのインド向け輸出に占めるASEANインドFTAの利用率は23.8%であるのに対し、タイインドFTAの利用率も14.6%と高い。このことは、当該製品がタイインドFTAの方が有利と判断したからほかならない。

(3) ASEANからインド市場を狙うという戦略

本稿では、ASEANからインド市場を狙うという視点を強調してきた。

もちろん、インドの消費市場への本格的な参入には、同国への直接進出が不可欠である。しかし、インドの消費市場の拡大は始まった

ばかりであること、「インフラの未整備」や「法制運営の不透明さ」、「徴税システムの複雑さ」などの問題点が浮上していること（国際協力銀行 [2011]）などを勘案すると、現段階ではASEANにある生産拠点をも有効利用するという視点が重要と考える（注13）。

そのなかで、ASEANの地場企業と協力し、ASEANの競争力ある輸出品（インドの輸出品）の付加価値を高めることによるインド市場への参入も模索していく必要がある。インドはASEANから天然資源関連品目を多量に輸入しているが、日本企業の技術で付加価値を付け加えることは可能である。さらに、ASEANに在住するインド人のネットワークの活用も重要である。ASEANには約500万人のインド人が居住し、すでにその活動が近年のインドとASEANの経済緊密化に影響を及ぼしている（絵所 [2011]）。

さらに、インド市場における中国との安価な製品との競争では、カンボジアやミャンマーの生産拠点の活用が有効かもしれない。現在、インドと中国の間にはFTAは存在しないにもかかわらず、中国から安価な製品がインドに大量に流入している。これに対して、ミャンマーの安価な労働コスト、インドに隣接するという安い輸送コストは、中国製品の安価な製品と競争出来るかもしれない。

今日のように経済のグローバル化が加速するなかでは、新興国の市場参入のツールは多様化している。わが国は、国外に持つ大規模

な生産拠点や流通ネットワークを活用することに加え、日本が直接関与しないFTAなどの枠組みを活用するなど、自社に最適なビジネスモデルを構築することが肝要である（注14）。

（注11）シンガポール、メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、ブルネイ、ASEAN、フィリピン、スイス、ベトナム、インド、ペルーである（経済産業省 [2012]）。

（注12）貿易額は2006年の値（経済産業省 [2011]）。

（注13）世界銀行の『Doing Business 2012』ではインドの投資環境の評価は183カ国・地域中132位と低い（World Bank [2012b]）。

（注14）たとえば、日本がFTAを持たないアメリカ市場や韓国市場への参入に韓米FTAを活用しようとする動きがある。つまり韓国での生産によりアメリカ市場へ輸出し、また逆にアメリカの生産拠点から韓国市場へ輸出するのである。

【参考資料】

1. 牛山隆一 [2012] 「印ASEAN関係—生産ネットワークの形成進む」日本経済研究センター『2011年度「アジア研究」報告所』
2. 浦田秀次郎・小島眞、日本経済研究センター [2012] 『インドVS.中国 二大新興国の実力比較』日本経済新聞出版社
3. 絵所秀紀 [2009] 「台頭するインドと東南アジアの経済関係（1）」法政大学『経済志林』Vol.77, No.1
4. 絵所秀紀 [2011] 「台頭するインドと東南アジアの経済関係（3）」法政大学『経済志林』Vol.79, No.1
5. 大泉啓一郎 [2011] 『消費するアジア』中公新書
6. 大泉啓一郎 [2012] 「タイの洪水をどう捉えるか—サプライチェーンの自然災害リスクをいかに軽減するか」日本総研『環太平洋ビジネス情報RIM』2012, Vol.12, No.44
7. 外務省 [2011] 『日本国とインド共和国との間の包括的経済連携協定』
8. 経済産業省 [2011] 『日本・インド包括的経済連携協定』
9. 経済産業省 [2011] 『通商白書』
10. 経済産業省 [2012] 『通商白書』
11. 国際協力銀行（JBIC） [2011] 『わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告書』
12. 日本貿易振興機構（JETRO） [2011] 『在アジア・オセアニア日系企業活動実態調査（2011年度調査）』<http://www.jetro.go.jp/world/asia/in/reports/07000732>（2012年6月27日アクセス）
13. 日本貿易振興機構（JETRO） [2012] 『インド市場と市場開拓』
14. 藤井英彦 [2012] 「インド経済の現状と展望」日本総合研究所『Business & Economic Review』2012.5 2-14

15. フロリダ、リチャード [2009] 『クリエイティブ都市論—創造性は居心地のよい場所を求める』（井口典夫訳）ダイヤモンド社
16. Goldman Sachs [2003] *Dreaming with BRICs: The Path to 2050-*, Global Economics Paper No: 99
17. NCAER (National Council of Applied Economic Research) [2008] ,*The Next Urban Frontier: Twenty Cities To Watch*, <http://www.ncaer.org/popuppages/EventDetails/E7Aug2008/Presentation.pdf> (2012年6月26日アクセス)
18. McKinsey Global Institute [2010] *India's urban awakening: Building inclusive cities, sustainable economic growth*
19. The Boston Consulting Group [2010] *Winning in Emerging-Market Cities, A Guide to the World's Largest Growth Opportunity*
20. World Bank [2012a], *World Development Indicators 2012*, Washington D.C. USA
21. World Bank [2012b], *Doing Business 2012, Doing Business in a More Transparent World*, Washington D.C. USA