■論 文――■

産業面から見たインド経済とインドビジネス

～IT産業を中心に～

広島経済大学 教授

糠谷　英輝

経済成長の潜在性が高いとされるインド経済だが、経済発展の速度は速くはない。一方、IT産業で突出するなど、他の新興国とは違った特徴を持つ。本稿では、インド経済を、IT産業を中心に産業面から捉え、今後のインド経済の成長と、インドにおけるビジネス展開を考えていきたい。

1．インド経済の概観～主に産業構造から

(1) インドの経済発展の軌跡

インドのGDP規模は世界第７位（2018年）だが、世界銀行による発展段階の分類では「下位中所得国」に分類される。2000年以降の経済成長の推移を見ると、世界金融危機時を除いても、大きく経済成長が落ち込む年もあり、中国と比べて経済成長の安定性は低い（図表１）。これは主に経済成長への影響が大きい農業生産の不安定さによる。

GDPに占める農業、製造業、サービス業のシェア推移は（図表２）の通りである。

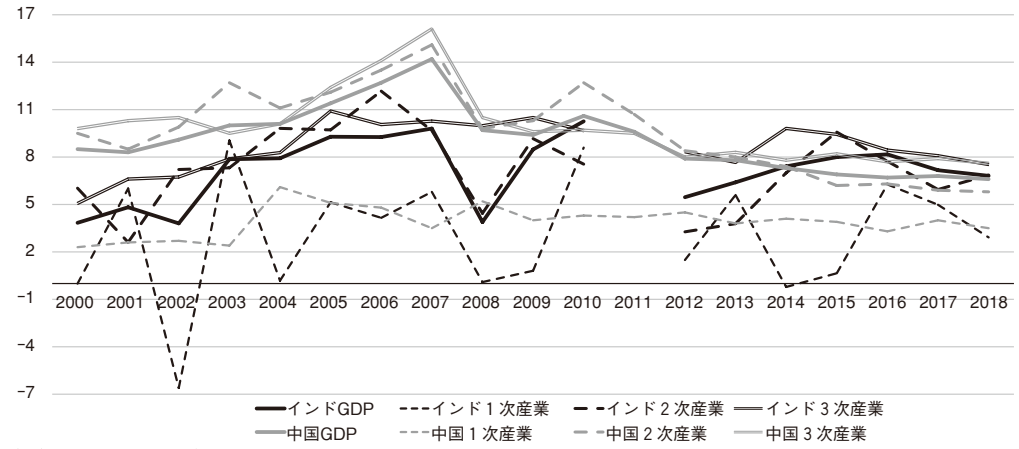
産業部門別のインドの特徴を見ると、第一次産業では、世界有数の穀物生産国で、コメ、小麦の生産量は世界トップクラスにあるが、近年は農産物価格が停滞し、農業所得が伸び悩み、農村の不満も高まっている。労働者の過半は農林水産業に従事しており（2009年で53.1%）、同部門のGDPに占めるシェアが低下する一方で、就業者シェアの低下は進まず、生産性は低下している。

第二次産業のGDPシェアは中国、ASEAN諸国に比べると低い。製造業の中では鉄鋼、

〈目　次〉

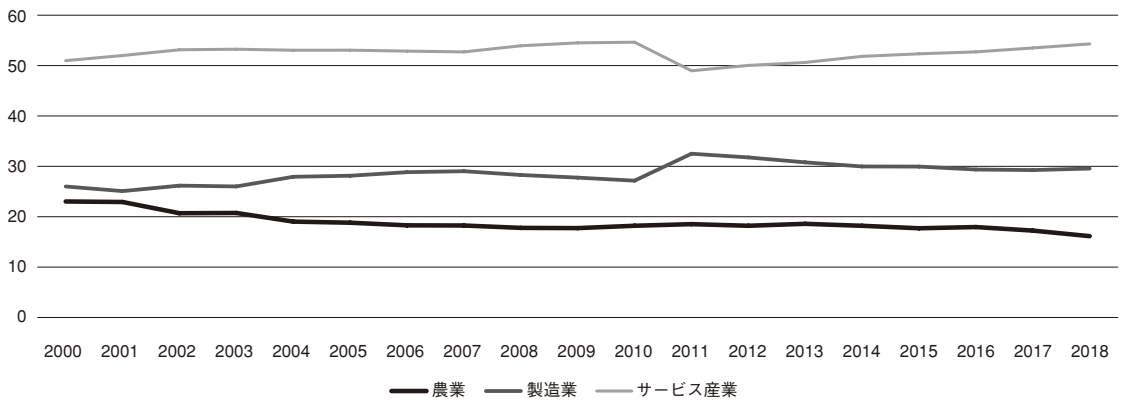
1．インド経済の概観～主に産業構造から
2．インドのIT産業
3．日本の対インド投資
4．日本企業にとってのインドIT産業戦略

（図表１）インドと中国の産業部門別実質GDP成長率の推移（前年比％）



（注）インドの2011年のデータはNA
（出所）ADB Key Indicatorsより筆者作成

（図表２）産業部門別GDPシェアの推移（名目ベース：％）



（出所）ADB Key Indicatorsより筆者作成

アルミニウム、自動車など発展している産業は限られている。このため輸出入は石油や貴金属が主で、いずれも原油や原石を輸入し、精製､加工して再輸出をする形になっている。このため外需主導の経済成長という新興国の経済成長で見られる一般的な姿にはなっていない。これは世界経済の影響を相対的に受けにくいというメリットもあるが、反面、経済成長が内需により大きく左右されることになる。

インドの経済成長では1990年代半ばからIT産業をはじめとするサービス業のシェアが急速に高まってきたのが大きな特徴であ

る。製造業のシェアが概ね横ばいで推移する一方で、生産性の高いサービス業のシェアが高まるという、インドは新たな成長の姿を見せた。しかしその結果、技能の高い労働者しか発展する産業に参入できず、包括的な経済成長には結び付かず、依然として生産性の低い農業従事者が取り残されるという事態を招いている。またカースト制度を背景に、インドはもともと貧富の格差が大きいが、IT産業等に従事する高所得者層と、農業に従事する貧困層の所得格差がさらに広がり、中間所得層の拡大を妨げることにもなっている。これは飛躍的な経済成長には至らない根本的な問題であると言えよう。

直近の経済状況を付言すれば、実質GDP成長率は2017年に4年振りに7％割れを記録したが、2018年からは小幅に持ち直している。しかしピークは2018年第1四半期で、第2四半期以降は再び減速を辿っている。消費は農産物価格の影響を受けて一進一退、政府によるインフラ投資が支える総固定資本形成が堅調に推移している。また外需はマイナス寄与が続く状態にある。世界経済の不透明感が強まる中では、引き続き経済成長は内需に依存することになろう。

⑵　インドの経済成長戦略

インド政府は経済成長戦略において、どのような産業政策をとっているのかを簡単に振り返っておく。

インドビジネスに関しては、インフラの不足に加え、複雑な税制、行政手続きの煩雑さなどが、投資に当たって特に問題とされている。

2014年発足のモディ政権は、製造業の振興とビジネス環境の整備、IT産業の支援を主要な産業政策として掲げ、外資開放政策に注力している。産業の育成に関しては、モディ政権の基本的な成長戦略は、ビジネス環境を改善し、投資を阻む障害を取り除き（上記の問題点等を改善し）、経済成長に繋げることである。

その中心に位置付けられたのが2014年9月に着手された「メイク・イン・インディア・プログラム」で、製造業を強化することでの雇用創出が目指されている。これはインフラの未整備への対応でもある。

また電子化を推進することでビジネスの効率改善を目指す方策として、「デジタル・インディア」が2015年7月に着手された。政府サービスをオンラインで利用可能とするプログラムで、ビジネスの効率改善とともに汚職対策としても位置付けられている。また同プログラムは政府の政策運営の不透明さへの対応でもあり、さらに農村地域をネットワークに結び付け、農村のIT化を進める計画も盛り込まれている。

これらに加えて、インドで近年、特に重要性を増すスタートアップについては、「スタートアップ・インディア」により起業を促進し、雇用の受け皿を増やすことが、さらに「スキル・インディア」により労働人口の技能を向上させることも目指されている。

これまで破産法改正（破産手続きの迅速化

等、2016年12月)、間接税改革（GST導入：国と各州の間接税の一本化、2017年７月）など実現に至った政策もあるが、「メイク・イン・インディア」の最大の目標である労働集約型産業の競争力強化と雇用の創出はほとんど達成されていない。これは雇用創出のための労働改革が進んでいないことによる。なお、急成長を見せるIT産業は、インドの場合、ハードではなくソフトが中心となるために、投資の増加や雇用機会の創出効果は相対的に低い。

２．インドのIT産業

⑴　急成長を見せるインドのIT産業の特徴

インドでIT産業が大きく成長した背景には、理数系教育水準の高さと英語を話す人材の豊富さがあるが、そもそも身分制度のカーストに関わらず自由に職業選択ができる分野であったためIT産業を目指す若者が多いことがある。

また世界最大のIT産業の大国である米国との時差が12時間という地理的な条件も指摘される。米国とインドの連携により24時間体制で研究開発を行える環境にある。このため主に米国のグローバル企業から研究開発のアウトソーシングを受けることで、インドのIT産業は成長を始めた。さらに1980年代後半からは精密機器やソフトウェア産業への関税優遇や海外企業に向けた工業団地の誘致などが国策で進められた。

インドのIT産業はその売上規模が2000年の80億米ドルから2017年には1,540億米ドルへと、約20倍の急成長を遂げた（NASSCOM～インドの主要IT関連企業が加盟する全国ソフトウェア・サービス企業協会のデータ)。その間には世界景気が悪化する局面もあったが、インドのIT産業の成長は右肩上がりを続けた。

2017年の1,540億米ドルのうち、輸出が1,160億米ドルと約75%を占める。インターネット、ITサービス、通信、半導体関連など様々なIT関連大手企業によるアウトソーシングが主で、6割強が米国向けビジネスで、欧州を合わせると約９割に上る。日本向けは１%に満たず、日本企業のインドIT企業の活用は極めて限定的である。多くの日本企業は、日本で研究開発、製品設計を行い、インドは市場として捉えている。このためインドIT産業の活用や、自社の開発拠点をインドに設置する日本企業は少なく、IT分野での日本とインドの連携はこれまで限られたものとなっている。

インドのIT産業も変革を見せてきている。その潮流は次の通りであり、それが次の成長（後述するスタートアップの増加など）に結び付いている。

ａ）先進国のソフトウェア開発の下流工程を受け持っていたこれまでから、設計などの上流工程を受け持つようになり、現在ではシステム開発をはじめ、製品・サービス全体の開発を担うようになっている。

ｂ）先進国のグローバル企業は、それまでは

グローバル製品の開発の一部をインドでやっていたが、インド市場が拡大し始めると、インドをはじめとした新興国向けの製品開発はインドで行われるようになっている。

c）アウトソーシングはIT企業に止まらず、自動車、電機、産業機械等、多くの製造業や小売、金融など幅広い産業に及んでいる。

d）ビッグデータ、AI、IoT、ブロックチェーンといった技術発展が、IT産業の成長を加速させているが、新たな技術を担うエンジニアは先進国でも少ない。そこでインドで優秀な人材を確保して、新たにトレーニングをして技術開発を進めていくという流れに繋がっていく。

e）IT産業で働くインドの技術者はグローバル製品の開発能力を身につけており、彼らがインド市場の事業機会を感じて起業に走り、インドはスタートアップブームとなった。またインドに拠点を持つグローバル企業はアクセラレータプログラムを運営し、スタートアップを支援することで自社のイノベーション戦略に活用し始めるという循環にもなっている。

なお、IT産業の発展で留意したいのは、一足飛びに発展する、いわゆるリープフロッグである。中国やインドも、先端技術を活用し、リープフロッグをしながら急速な経済発展を遂げてきている。インドでも、ライドシェア等のモビリティ分野や医療分野など、いくつかの分野では、既にリープフロッグ現象が顕在化している。

⑵ 今後を左右するスタートアップ

インドでは、2000年代後半からスタートアップが誕生し始めた。インドのスタートアップが世界的大企業やベンチャーキャピタル、プライベートエクイティから注目を集め、スタートアップエコシステムランキングでも世界3位に急上昇している。因みに、スタートアップエコシステムとは、スタートアップを成長させ、事業を加速する仕組みの総称で、起業する人材（大学等を含む）をはじめ、資金（ベンチャーキャピタルなどの投資主体）、周辺の企業基盤や法規制などの外部環境等（インキュベーターと言われる施設の提供主体や法律事務所など）で形成される。エコシステム形成が進むにつれて、事業を成長・加速させるために必要な資金投資やサポートを行う企業・機関であるアクセラレータや指導者であるメンター、さらには投資家からの出資を募るピッチコンテストなどのイベントも加わり、起業のサポート体制がより重層化したものへと発展していく。

2013～2018年の6年間で誕生したインド国内のスタートアップ企業数は約7,500社に上り（NASSCOM）、増加率は年々上昇し、15%程度と高水準に上っている。スタートアップ企業の6割は ベンガルール（25%）、デリー近郊（21%）、ムンバイ（14%）に集積している。グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor）の「起業活動の活発さを示す総合企業活動指数 」（Total Early − StageEntrepreneurial

Activity；TEA）では、米国、イスラエルに次ぐ3位となっている（2018年）。なお、同指数は労働力人口に対して実際に起業準備中の人と起業後3年半未満の人の合計が何人であるかを示すものである。

前述の通りモディ政権は、経済成長と雇用機会の創出を目指し、スタートアップ・インディアを打ち出した。加えて州政府も雇用創出を目的として、規制緩和、補助金支給などスタートアップを支援し、スタートアップを誘致する競争が起こっている。しかしこうした公的な支援は、諸外国に比べてそれ程強いものでもないとされる。

海外からのインドのスタートアップ向け投資も増加している。米国からが中心であるが、中国、韓国に加え、日本企業によるインドスタートアップへの出資も動き始めている。海外企業による投資（出資・買収）は、インドの高い技術や優秀な人材を獲得することや将来性の高いインド市場を早いうちから取り込むことが目指されている。

スタートアップでは創業後に苦戦が続いたり、淘汰されたりする企業も多い。ビジネスモデルの失敗、資金調達の行き詰まり、急速に拡大する規模に技術や人材が追いつかない、競合の参入など、失敗の原因は様々である。急成長を見せたが、設立から2年も経たずに廃業に追い込まれるスタートアップも目立つ。インドのスタートアップは未だ揺籃期にあると言える。

一方、スタートアップからユニコーン企業に発展する企業もあり、世界のユニコーン企業でも、インド企業の数は米国、中国に次ぐ世界第3位で（米中との差は大きいが）、その業務内容もヘルスケア、教育、デリバリーや予約などネット革命が浸透するサービス分野に広がりを見せている。また先端技術を取り込んだ技術型のスタートアップも増えてきている。

NASSCOMによれば、スタートアップの業種の内訳をみると、企業向けサービス、フィンテック、マーケットプレイス、ヘルステックの4サービスで全体の半分を占め、同企業が活用している先端技術はデータアナリティクス、IoT（モノのインターネット）、人工知能（AI）の3項目で全体の8割近くを占める。

また先端技術を取り込んだスタートアップでは、インドが抱える貧困やインフラの未整備などに起因する社会問題の解決を目指すものも多い。ヘルスケア、環境問題、農業、教育、低所得者に金融を提供するなどである。

インドのスタートアップは発展を続けていくと予想されるが、今後を見る場合、次の2つの点が注目されよう。

1つはIT人材の流動化である。インドのIT人材は米国で高度の教育を受け、米国で職に就くケースが多かった。しかしインドでスタートアップをはじめ多くのIT企業が生まれ、インドでの就業機会は拡大している。またトランプ政権の政策により、米国で永住権や特殊技能職ビザ（H－1Bビザ）を取得するのが難しくなってきている。このため米国での教育後、インドに戻り、インドでIT

企業へ就職したり、スタートアップを立ち上げたりするケースが増えてくるものと予想される。

2つはインドで急速にスマートフォン（スマホ）の普及が見られることである。スマホの普及はインドのデジタル経済化を加速させよう。スマホの急拡大の背景には、2016年9月に大手財閥系のリライアンス・ジオ・インフォコムが参入し、通信料の価格破壊を行い、激しい競争で通信料金が低額に抑えられていることが大きい。スマホユーザーが急増し、スタートアップなどがスマホのアプリを使った新たなビジネスの展開を進めている。キャッシュレス決済が急速に普及したほか、チャットアプリ、動画配信、通信販売、旅行やレンタカーの予約、各種金融サービスの提供など、市民生活の全般に及んできている。スマホの利用者は低所得者や地方在住者にも拡大しており、これはインドが抱える社会問題の解決にも結び付いていくことが期待される。因みにスマホのハードでは、中国企業が圧倒的シェア（7割程度）を占めており、インド企業がハードに進出していく動きは見られない。

⑶ 日本企業のとっての事業機会でもあるスマートシティ

スマートシティ開発は、AIやビックデータなど最先端技術を活用し、社会インフラ整備を行う取り組みで、2010年頃から始まっている。経済成長の著しい新興国での急速な都市化等に加え、先進国においても既存の都市課題の解決に向けての対策ともなっている。

インドでは、第一次モディ政権発足直後（2014年6月）に、地方から都市部への人口流入に対応して、スマートシティを国内100カ所に設けるスマートシティ開発計画が打ち出された。

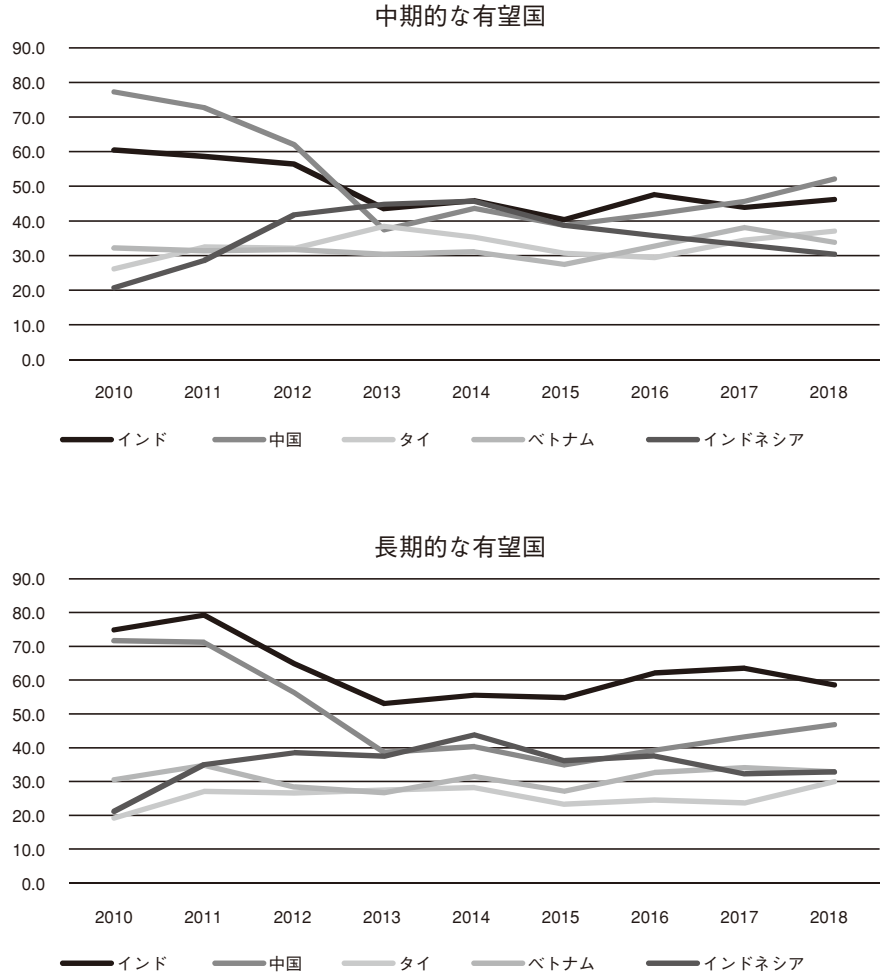
欧米や中国が先行するが、日本政府もインドのスマートシティ開発への協力を約束するとともに、日本企業もスマートシティ事業への参画を始めている。インフラ整備に向けたスマートシティ開発はそれ自体が大きなビジネス機会であるとともに、スマートシティ開発は人口減少の進む日本にとっても必要となる計画で、インドでの展開が日本でのインフラ問題の解決にも活かされることが考えられよう。

3．日本の対インド投資

世界の直接投資動向を見ると、2018年の直接投資の受け入れ（対内直接投資）で、インドは約423億ドルと世界で第10位となった（ジェトロ世界貿易投資報告2019）。国別内訳を見ると、租税条約上のメリットを享受するためにモーリシャス経由の投資が多いが、近年はシンガポールからの投資額が増加しており、2018年にはモーリシャスを抑えて1位となった。シンガポールとモーリシャスを合わせるとシェアは約58%に上った。因みに日本からの投資は25億5,800万米ドルで、米国に次ぐ5位でシェアは6％であった。

また対内直接投資を産業別に見ると、最大

（図表３）中期的・長期的有望国の推移



（注１）単位は得票率％（＝当該国・地域の得票数／本設問への回答社数）
（注２）中期的は今後３年程度、長期的は今後10年程度。
（出所）国際協力銀行「わが国製造企業の海外事業展開に関する調査報告」より筆者作成

がサービス（金融、BPOを含む）でシェアは20.5％、次いでコンピューターのソフトウェア・ハードウェアが14.1％となり、両部門で約35％に上っている。

日本からのインド投資は、大型案件によって上振れないし下振れすることがある。ただ日本からインドへの投資残高（2017年）を業種別に見ると、製造業が71％、非製造業が29％で、製造業の中でも輸送機械器具が41％と圧倒的シェアを占める。通信業は１％、サー

ビス業も１％と僅かに過ぎない。

しかし中期的、長期的にインドを有望視する日本企業は多い。国際協力銀行が毎年実施している「わが国製造企業の海外事業展開に関する調査報告（海外直接投資アンケート）」では、今後10年程度を展望して有望な投資国として、インドはトップを続けている（図表３）。また中期的な有望国（今後３年程度）を業種別に見ると、自動車、電機・電子で中国を抑え１位に、化学、一般機械で中国に次ぐ２位にランクされる（いずれも2018年）。なお、同調査は製造業で、原則として海外現地法人を３社以上（うち、生産拠点１社以上を含む）有する企業を対象としている。また日本企業がインドで今後拡大する機能としては、販売機能を重視している一方で、生産機能の重要性は相対的に低い。日本企業は、インドを消費市場と見る傾向から脱していない。

４．日本企業にとってのインドIT産業戦略

日本はモノ造りにおいて強みを持つ。工場の運営などには高い技術を持っている。一方で急速に進展するIT技術の活用は大きなイノベーションを生む。インドIT産業への展開が遅れた日本企業もインドIT企業と連携し、さらにスタートアップを活用して、自社技術と最新のIT技術を融合することで、インド市場やその他新興国市場に向けた製品・サービスの開発を産み出すことができよう。

前述したリープフロッグに対応した動きとして、新興国で生まれたイノベーションを、先進国で活用するというリバースイノベーションの動きも活発になってきている。インドとの間ではこのリバースイノベーションを利用し、インドで開発し、日本に導入する手法も考えられよう。ソフトバンク・ビジョン・ファンドは2017年にインドの決済最大手Paytmに出資し、その後、ソフトバンクはヤフーとの共同出資会社のPayPayでPaytmの技術を生かしてQRコード決済に参入した。また同じくソフトバンクは出資先のインドの格安ホテル予約サービスのOYO Roomsのシステムを活用したホテル事業も共同で国内展開している（日本経済新聞2019年９月３日）。このようにリバースイノベーションの動きは既に出て来ている。

インドでのビジネス展開は目先の収益機会にとどまらず、同国のインフラ整備等を加速させることでより市場を拡大させ将来的な収益増加の機会を生むこと、同国での展開が日本にも広げられ、さらなる収益機会を生むことに繋がるという、極めて大きな潜在性を秘めたものと言える。一方で、そこで乗り遅れると、取り返すのが難しくなり、将来の成長に大きく影響してくるという側面に留意しなければならない。

また製造業に関して言えば、近接する中東や、アフリカに広がる市場向けに、インドが生産・輸出拠点となる潜在性は高い。インドの貿易は特定の国に依存する割合は相対的に

低く、幅広い貿易関係を構築している。インドは将来的に世界最大の人口大国となるインド市場に加え、同じく今後の成長が期待され、比較的人口の多いアフリカ市場をも捉えていける魅力の高い製造立地であると言える。

インドはこれまでの新興国の経済成長とは違った特徴を持ち、世界最大の労働人口も有する。インドでのビジネス展開もこれまでと違ったアプローチが求められよう。投資リスクは大きいが、一方で大きな波及効果も期待できる。さらに急速に技術が進化する中では、早い決断が求められる。インフラ整備や消費市場としても魅力は大きいが、その両者もIT技術の進化と関係が深まってきている。インド企業と連携し、インドのIT技術を活かす方策が、インドでのビジネス展開では必須の課題になってこよう。