

メディアで調べたインドにおける自動車産業の現状と展望

服部 史弥

(福永勝也ゼミ)

はじめに

近年の世界的な金融危機により、米国をはじめとする各国の自動車市場はその影響を大きく受けることとなった。しかし、そのような状況においても自動車市場が急速に成長している国が中国、そしてインドである。世界一の自動車大国の座を長年維持し続けてきた米国は、2009年にその座を中国に譲り、自動車販売台数で世界第2位に転落した。中国と同様に、急速な成長を遂げているインドの自動車市場だが、日本で最初に大きく報道されたのは、「日本経済新聞」が2005年8月11日に報じた「インドのタタ自動車、25万円乗用車投入-国内最安値の半額」という記事である。それ以来、この種の「インド情報」は昨今、新聞、雑誌、ラジオ、テレビなどで盛んに取り上げられるようになった。本稿では、これらのマスコミ報道に加えて、インターネット情報も用いて、インド自動車産業の現状を浮き彫りにすると同時に今後の展望について考察していく。

第1章 日本メディアによるインド自動車メーカーへの注目

過去の「日本経済新聞」の記事を調べると、冒頭に述べた2005年8月以前にはインド自動車市場に関する記事は非常に少ない。また、インド市場について書かれている記事の多くが、日本のスズキが現地で展開しているマルチ・スズキに関するものであった。このような状況が一変し、日本においてインドの自動車メーカーが広く知られるようになるほど、タタ・モーターズの世界最安車の発表は衝撃的であったことがうかがえる。この記事以後、タタ・モーターズは世界のメディアから注目され、ニュースを次々と発表し、日本の新聞でも盛んに取り上げられる機会が増加していった。2005年9月23日付の「日本経済新聞」では、

「インド、タタ自動車、フィアットと提携へ-乗用車部門、覚書に調印」という見出しで、イタリアの大手自動車メーカーであるフィアットと、乗用車部門で幅広い提携をしていくことが報じられた。そして、その1年後の2006年12月15日付の記事では、「印タタ自、フィアットと合弁、2008年から年産10万台」と伝えられた。その後も、2007年11月14日付の記事では、「自動車用鋼板、印タタ合弁正式合意-新日鉄、世界戦略を加速」として、タタ・グループに所属するタタ製鉄が日本の新日本製鉄とインドで鋼板の合弁生産を行うことを報じた。この記事によると、新日本製鉄は自動車のボディーに使用される強度の高い高級製品を自社の先端技術により生産し、インド市場に参入している日系メーカーに対して鋼板を供給するとしている。しかし、タタが50%以上出資するということもあり、同じグループであるタタ・モーターズに対し、他のメーカーよりも安く、この高品質な鋼板を供給する可能性が考えられた。

そして、2008年3月26日付の記事では、タタ・モーターズが米国のフォードからジャガーとランドローバーのブランドを買収したことを受けて、「『ジャガー』『ランドローバー』買収、タタ自、総合メーカー狙う」という見出しで、タタ・モーターズが総合自動車メーカーとして世界市場への足がかりにすると報道している。老舗ブランドを買収することは、欧米企業が保持している市場、技術を手にすることができ、他の先進国メーカーに対抗するというタタ・モーターズの世界戦略が浮かび上がると分析している。しかし、安価な「ナノ」と高級ブランドのジャガーとでは正反対の位置付けであるため、この買収がタタ・モーターズの飛躍につながるかは疑問であると厳しい見方をしていた。

それまで、ほとんど日本のメディアに報道されることのなかったタタ・モーターズが、今日の日

本でここまで有名になったのは、やはり25万円(2005年当時)の乗用車「ナノ」の存在が大きい。しかし、その後のフィアットとの提携やジャガー、ランドローバーの買収という、これまで考えられなかったインドという新興国の企業と先進国企業が関わりを持った点がより一層、日本をはじめ海外からの注目を集める要因となったのではないだろうか。

第2章 インドの自動車業界

インドの自動車市場には、現地メーカー、現地法人の海外メーカー、そして現地メーカーと合併会社を設立している海外メーカーがある。その中でも、長年、シェアでトップを維持しているのが、日本のスズキが1980年代に設立したマルチ・スズキだ。日本国内において、スズキは軽自動車をメインに販売しており、トヨタや日産などの大手と比較すると劣っていると見る人が多い。しかし、インドにおいては、その立場が逆転している。その背景には、日本のメーカーが相次いで米国へ進出していったのに対して、スズキは小さい車を得意としていたことから米国進出を飛ばずに、小さい車の需要が多かったインド進出をいち早く実行したことで、他の日本メーカーがインド市場へ進出する前に、インド国内での信頼を得たということが言える。そして、マルチ・スズキに続いてシェア2位を誇るのが現地メーカーのタタ・モーターズである。タタ・モーターズは、インドの大手財閥であるタタ・グループの中の一企業で、1945年に設立された。近年では、世界最安の車である「ナノ」を発売したことなどで有名なインドのメーカーである。また、タタ・モーターズは、商用車部門において世界5位(2008年)の規模を誇っている。この2社以外で、インドの自動車市場に参

<表1>

メーカー	シェア (%)
マルチ・スズキ	35
タタ・モーターズ	25
ヒュンダイ	12
マヒンドラ&マヒンドラ	9
アショカレイランド	3.3
GM	3.2
トヨタ	2.7
ホンダ	2.7
その他	7.1

入しているメーカーとそのシェアは<表1>の通りである。

シェア1位のマルチ・スズキは、首位を安定して維持している。しかし、ランキングの上位5社に、スズキ以外の日本メーカーは入っていない。米国などでは、シェアの上位にあるトヨタなどの日本メーカーがインドではあまり勢いがなく、インドでのスズキの評価が高いことがよくわかる。一方、シェアでは下位にあるホンダは、インド国内で高級なブランドイメージを持っており、富裕層から人気を集めている。小型車がよく売れているインド市場では、中型車は価格が高いこともあって人気がない。そのため、中型車を得意とするホンダがインド市場においてプレミアムブランドとしてIT企業などに勤める富裕層にアピールし、高いブランドイメージを手にすることができたと考えられる。

インド市場で支持されている日本メーカーのスズキとホンダは、ともにバイクを生産しているという共通点がある。インドでは、自動車を買うことのできない人々の多くが、日常の足としてバイクを利用している。そのため、バイクで馴染みのあるメーカーの、スズキとホンダが高い信頼を得ていると思われる。

世界から注目を集めているインド市場だが、他

<表2>

	2008/5月	2008/6月	2008/7月	2008/8月	2008/9月	2008/10月	2008/11月	2008/12月	2009/1月	2009/2月
インド(台)	110,743	129,500	113,822	122,748	108,823	126,918	99,983	99,352	110,212	115,386
前年比	14%	61%	-1.4%	-2.4%	2.84%	-9.1%	-23.7%	-13.8%	-3.2%	21.8%

	2009/3月	2009/4月	2009/5月	2009/6月	2009/7月	2009/8月	2009/9月	2009/10月	2009/11月	2009/12月
インド(台)	129,358	102,899	140,823	140,243	147,842	152,000	129,683	168,043	166,000	115,268
前年比	1%	4.2%	27%	6%	30%	24%	19%	32%	66%	18%

	2010/1月	2010/2月	2010/3月	2010/4月	2010/5月	2010/6月
インド(台)	187,605	153,845	155,600	143,876	190,575	181,810
前年比	70%	33%	20%	40%	35%	30%

(「インド自動車工業会」調べ)

メディアで調べたインドにおける自動車産業の現状と展望

国の自動車市場と同様に、世界的な金融危機の影響を受けた。2009年1月6日付の「日経ビジネス」のウェブサイトの記事によると、2008年11月から、トヨタがインドの工場では減産を行ったほか、ヒュンダイも週1日の操業停止を実施した。〈表2〉は、インド市場における新車販売台数の推移である。

インド市場の販売不振には、金融危機以外の要因もある。2008年12月4日付の「日本経済新聞」の記事によると、2008年11月末にインドで起きた同時テロ後に、ムンバイの自動車販売店の来訪客が減少したことを報じている。テロが発生したムンバイは、インド国内の新車販売の約10%を占める都市であった。そのため、インドの自動車販売に少なからず影響を与えたと言える。

しかし、2008年12月にインド政府が景気刺激策の一つとして、物品税を一律4%引き下げたことにより、2009年1月の乗用車販売台数は前年同月比3%減と、それまで二桁の減少が続いていたが、その後、回復し始めてきた。翌月の2月では、前年同月比21.8%増と5ヵ月ぶりにプラスとなり、3月も前年比を上回っている。その後も順調に回復し、2009年7月以後は連続して二桁の増加をみせている。これに関連して、同時期の日本の自動車市場における乗用車販売台数が次の〈表3〉である。

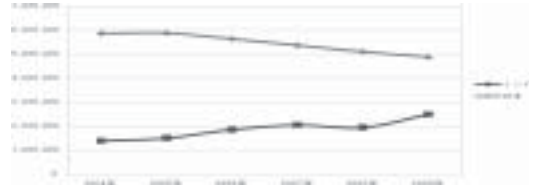
このように、2008年8月以降の日本市場の販売台数は前年同月比を大きく下回る状況が続いている。インド市場が回復しはじめた2009年2月ごろ、日本市場は低水準の底にあり、インド市場の回復がいかに早かったかがわかる。しかし、2009年4

月に始まったエコカー減税とエコカー補助金の影響により少しずつ回復し、2009年8月以降は前年比でプラスになっている。

そして、次の〈表4〉〈グラフ1〉はインド市場と日本市場の自動車販売台数（商用車等含む）の推移である。

この〈表4〉をグラフにしたものが、次の〈グラフ1〉である。

〈グラフ1〉



(藤樹ビジネス研究所)のインド・日本の自動車産業動向より)

これを見ると、日本市場が2006年から徐々に減少しているのに対し、インド市場の販売台数は2008年に前年を下回ったものの、2009年には大幅に増加していることがわかる。その背景には、物品税の引き下げが関係していると思われる。このデータから、インド市場は、不景気の中でもその影響が最小限で済んだため、今後さらに大きく成長していく市場であることが一層印象づけられたと言える。

一方、年々販売台数が減少している日本市場だが、その要因の一つとして考えられるのは、若い世代の「自動車離れ」が大きいと思われる。それに加え、少子高齢化という問題を抱えているため、今後の日本市場には急激な成長は期待できないのではないだろうか。このことから、現時点では、

〈表3〉

	2008/5月	2008/6月	2008/7月	2008/8月	2008/9月	2008/10月	2008/11月	2008/12月	2009/1月	2009/2月
日本(台)	195,806	242,790	267,724	168,153	269,468	202,572	188,554	158,785	153,950	194,236
前年比	95.6	58.2	109.3	87.2	94.3	86.6	72.1	77.2	72	67.8

	2009/3月	2009/4月	2009/5月	2009/6月	2009/7月	2009/8月	2009/9月	2009/10月	2009/11月	2009/12月
日本(台)	288,311	146,478	159,805	219,838	265,173	179,786	254,228	245,961	268,450	230,316
前年比	69.1	72.8	83.7	90.5	99.4	108.2	109.2	119	143.9	145

	2010/1月	2010/2月	2010/3月	2010/4月	2010/5月	2010/6月
日本(台)	219,844	270,388	402,828	200,343	207,272	285,925
前年比	142.8	139.2	140.7	138.8	129.9	121

(「日本自動車販売協会連合会」調べ)

〈表4〉

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
インド	1,380,000	1,494,000	1,848,000	2,040,000	1,936,000	2,481,000
日本	5,850,000	5,862,000	5,619,000	5,354,000	5,082,000	4,860,000

(「藤樹ビジネス研究所」のインド・日本の自動車産業動向より)

まだ日本市場のおよそ半分程の販売台数であるインド市場だが、市場規模が日本に追いつく日も近そうである。

第3章 インドと自動車

本章では、インドにおける自動車産業、またインド市場と比較されることの多い中国市場との違いを分析する。

次の<表5>は、インド市場でのセグメント別の生産台数である。

この表から、インドではコンパクト（A2）と呼ばれるタイプの車が最も売れていることがわかる。しかし、何故コンパクトカーが人気なのだろうか。2007年3月19日付の「Tech-On!」（ウェブサイト）の記事によると、インド人は自動車に対して実用性や利便性を求めているという。そして、こうしたインド人とは正反対にあるのが中国人で、とにかく高級車に乗りたいという人が多いと言われている。

このように、インドでは実用性を重視して車を

選ぶ人が多いことから、コンパクトカーが人気であると考えられる。反対に、中国では燃費の悪い高級車が人気であるため、それが中国における環境汚染問題の原因の一つになっているのではないだろうか。この2つの自動車市場を比較してみると、まるで日本市場と米国市場との違いのように思える。

インド市場でコンパクトカーが売れている要因として、もう一点重要なのがインド国民の平均年収の低さである。インドでは、収入が1日に1ドル未満という貧困層の人が2億7000万人にもものぼるといふ。そのため、インドでは年収が約40万円以上ある世帯が中間層になることから、他の先進国と比較するとまだまだ国民全体の収入が少なく、価格が安いコンパクトカーがよく売れるのである。

次に、インド市場がよく比較される中国市場との販売台数の推移を比較してみよう。次の<表6><グラフ2>は、2002年から2009年までの自動車生産台数（商用車等含む）を調べたものである。

そして、この<表6>をグラフにしたものが、

<表5>

車種例	気配値	生産台数 (2007年4月～2008年1月)	全長	サブセグメント
マルチ・スズキ「マルチ800」 タタ・モーターズ「ナノ」	5000ドル～ 6250ドル	62426	3400mm以下	ミニ（A1）
マルチ・スズキ「ワゴンR」、 「Aスター」	8000ドル～ 1300ドル	840446	3401～4000mm	コンパクト（A2）
マルチ・スズキ「SX4」 ホンダ「シティ」	22500ドル	193031	4001～4500mm	中型（A3）
ホンダ「シビック」 トヨタ「カローラ」	34000ドル	35459	4501～4700mm	エグゼクティブ（A4）
ホンダ「アコード」 トヨタ「カムリ」	62500ドル	4780	4701～5000mm	プレミアム（A5）
	200000ドル	415	5000mm以上	ラグジュアリー（A6）

（「IBPC大阪ネットワークセンター」インドの自動車産業より）

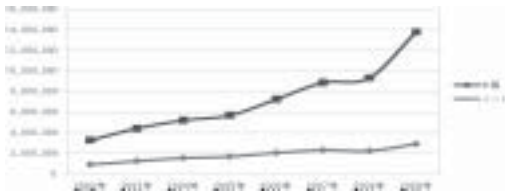
<表6>

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
中国	3,290,000	4,440,000	5,230,000	5,710,000	7,280,000	8,880,000	9,350,000	13,790,000
インド	927,000	1,265,000	1,564,000	1,700,000	2,065,000	2,327,000	2,256,000	2,918,000

（「藤樹ビジネス研究所」のインド・日本の自動車産業動向より）

次の<グラフ2>である。

<グラフ2>



(「藤樹ビジネス研究所」インド・中国自動車産業動向より)

インド市場と中国市場の比較では、日本市場との比較以上に大きな差があり、現在の中国市場の規模の大きさがよくわかる。また、成長の仕方をグラフで見ると、両国共に成長しているが、中でも2009年の中国市場の急激な成長ぶりは特筆すべき点と言える。この成長の背景には、2009年1月より中国政府が実施した、排気量1600cc以下の自動車を対象とした取得税の引き下げ(10%から5%へ)が影響しているものと考えられる。

現在、人口が中国に次いで2位のインドだが、「ナノ」など低価格車が登場しているものの、自動車を所有できる人は収入の面で、まだ一部の人に限定されている。しかし、将来、自動車保有率が日本や米国などの先進国と変わらない水準になった時、インドは中国とともに世界の自動車業界をけん引する市場になることが予想される。

2010年1月11日付の「ロイター通信」の記事によると、中国は2009年度の新車販売台数で米国(1040万台)を抜き1360万台を記録して、世界一になったことが報じられた。しかし、2009年3月31日付の「日経産業新聞」の記事で、中国の自動車市場において最も信頼性があるという、中国汽車工業協会が発表した新車生産、販売台数のデータに信憑性がない事実が報道されていた。その具体的な内容としては、中国市場ではナンバープレートの登録をもとに出される正確なデータは存在せず、実際の販売台数よりも10%以上数値が水増しされているのではないかと疑念が挙げられている。また、販売台数のもととなるデータが各自動車メーカーによる自己申告であることが明らかになっており、そのデータの信憑性の低さから実際に中国の自動車販売台数が世界一なのかは不明である。

近年、各国でハイブリッドカーやEV(電気自

動車)といったエコカーが人気を集めているが、インド市場にもこうしたエコカーが登場しはじめている。また、現地メーカーのタタ・モーターズもEVを発売する予定である。先ほど述べたように、インド国民が車に実用性を求めていることから、燃費の良いエコカーは、今後のインド市場で注目を集めるのではないだろうか。

第4章 スズキのインド戦略

インドの自動車業界を長年けん引してきた企業は、日本のスズキである。現在の社名である、「マルチ・スズキ・インディア・リミテッド」は2007年に変更されたもので、1981年の設立当初は「マルチ・ウドヨグ」という名称が使われていた。設立当初の名称に「スズキ」の名前が入っていなかった要因としては、インド政府との合弁会社としてスタートしたことが考えられる。インド政府は、1970年代に国民車構想を立ち上げた。この構想では、実用的である小型車を国が率先して生産するというものであり、そこにスズキが合弁相手として名乗り出たことから、スズキのインドでの歴史が始まったのである。

2008年1月9日付の「日経ものづくり」のウェブサイトでは、スズキの会長兼社長の鈴木修氏が、ある講演会で語った内容をもとに、スズキがインドに進出したエピソードがまとめられている。鈴木氏は、「本当は、我々だって大手と同じように先進国に進出したかった。しかし、先進国の中で(軽自動車のような)小さなクルマを造ってほしいと言ってくれる国はどこもなかった」と語っている。そんな中、「仕方がないから、裏道をとぼとぼ歩いていたら、変なおじさんと出会った」と発言しており、これは当時のインド政府高官で、後にマルチ・ウドヨグの社長となるR.C.バルガバ氏のことを指していると考えられる。海外へ進出したいが、小さい車を求める国がなく諦めかけていたスズキと、小さい車を造りたいが技術的パートナーが必要であったインド政府との思惑が上手く一致したことで、スズキのインド進出が実現したのである。しかし、インドに進出したスズキを待っていたのは過酷な現実であった。当時のインド国内は、インフラが整っておらず、電気は急に止まり、電話は通じず、水道もなかったという。

また、製造業がまだ定着していなかった当時のインドで、社員を一から教育していかなければならないという大変な苦勞があったという。しかし、このような試練があったからこそ、スズキはインドで成功できたと言える。

そして、マルチ・スズキの原点であり、インドの自動車市場が寡占状態と言われるようになるほど大ヒットを記録した車種が「マルチ800」という車である。この車は、日本の軽自動車規格に近い大きさで、低価格であったことからインド国民から多くの支持を集めた。

2008年1月22日付の「日経トレンドネット」の記事によれば、「マルチ800」は、全長3335mm、全幅1440mm、全高1405mmであり、日本の軽自動車規格の全長3400mm、全幅1480mm、全高2000mm以下よりも、少し小さいサイズで造られている。だが、軽自動車のエンジンが660cc未満であるのに対し、「マルチ800」はエンジンが796ccの3気筒で、最高出力37ps、最大トルク59Nm (6.0kgm) であり、出力面では64ps以下の現在の軽自動車に負けるが、排気量では少し余裕がある。また、この車はスズキが日本で発売している「アルト」の2代目(1984年発売)をベースに造られている。



(「マルチ800」の外観)

「マルチ800」の登場は、1980年代のインディラ・ガンディー政府において実施された工業ライセンスの緩和によるもので、それまで30年もの間モデルチェンジされることがなかった、インドの乗用車市場が拡大していくきっかけになったと言える。

鈴木氏は、1980年代にインドへの進出を決める際に日本国内での売り上げがほぼ最下位にあったことから、トップのメーカーが相次いで参入している米国市場へ進出したところで1番になれる訳がないため、あえてインドを選ぶことでインド市場の中で1番を取ろうとしていたことを明らかにしている。これは、「ブルー・オーシャン戦略」

と言われるもので、激しい競争が待っている「レッド・オーシャン」の米国市場ではなく、争いのない「ブルー・オーシャン」、すなわちインド市場を選択した鈴木氏の判断は、成功した今だからこそ評価されているが、当時は賭けだったと考えられる [註1]。

しかし、もしもスズキがインド市場ではなく、米国市場を選択していたとすれば、今のスズキはなかっただろう。スズキというメーカーが、現在、各国の自動車市場で魅力的な車を生み出している背景には、インドでの様々な試行錯誤があったからではないだろうか。そして、現在ではインド国民の多くが「マルチ・スズキは国内メーカー」と認識するまでに浸透している。

第5章 世界一安い車「ナノ」

インドの自動車市場が世界各国に注目されるきっかけとなった「ナノ」だが、それは2008年1月にニューデリーで行われたデリー・オートエキスポにおいて披露された。「ナノ」は、世界最安の車として10万ルピー (発売当時のレートで約20万円) という前代未聞の安さであるが、それまでインド国内で最も安価だった車は、第4章で紹介したマルチ・スズキの「マルチ800」だった。その価格は、「ナノ」の2倍の20万ルピーだったが、「ナノ」と比較すると性能面では「マルチ800」の方が上回っていた。



(「ナノ」の外観)

タタ・モーターズの「ナノ」は、価格を抑えるためにあらゆる装備を削っているため、実用性や快適性が重視されていないのである。「ナノ」の具体的な装備を見てみると、助手席側のドアミラーがなく、ワイパーは1本のみ。リアのトランク部分には扉がなく、オーディオやエアコンはオプション、タイヤのホイールを止めるボルトは3本のみ

(一般的な車は4本以上)で、ABSやエアバッグなどの安全装置も省略している。このように、「現代の車」にとっては装備されていて当たり前のものが「ナノ」には装備されていない。その分、10万ルピーという低価格が実現できた訳だが、オーナーは不安や不便を感じないのだろうか。

インドで、誰よりも早く「ナノ」を手に入れた人の話によると、やはりドアミラーが運転席側にしかついていない点は不便に感じているという。また、エアコンについては上級グレードを選択したため、快適に運転できているとのことである。交通量が多く、道路の整備もまだ完全でないインドでは、やはり進路変更などの際に助手席側にもミラーがないと危険であり、ここはカットすべきではなかったと言える。また、インド国内で「ナノ」の予約が始まってから、10万ルピーという価格が魅力のベーシックグレードの予約は少なく、実際にはエアコンやパワーウィンドウなどが標準装備されている上級グレードに人気集中しているという。この背景には、諸経費などが加算されていくと、ベーシックグレードと上級グレードとの価格差が最終的に約5万4千円しか変わらないという理由が挙げられる。また、ワンラックカー(10万ルピーの車)というキャッチフレーズで話題になったこの車だが、その価格は工場出荷時点での価格のため、ベーシックグレードであっても、ムンバイのディーラーで購入すると車両価格が12万5340ルピーとなり、実際にはワンラックカーではないことになる。

「ナノ」は、発表当初から世界的に大きな注目を集めたが、現在、インド国内ではあまり注目されていないという。その原因となったのが、「ナノ」専用の工場の建設中止だ。2008年の10月から操業開始する予定だったこの工場だが、建設予定地の地元農民たちからの大規模な反対運動により、「ナノ」の生産が大きく遅れたのである。

「ナノ」は、価格が極端に安いだけで、安全性や快適性が犠牲になっている車といったネガティブなイメージも持たれている。しかし、欧州安全基準で合格しており、走行1kmあたりのCO₂排出量も100g以下で、最低限の基準は満たしているという。

第6章 最近の動向

世界の自動車市場の中でも、インド市場は、現在最も注目を集めている市場と言っても過言ではない。そのため、良いことも悪いことも、各国のメディアによってすぐに報道される。特に、第5章で述べた、タタ・モーターズと地元農民の間で繰り広げられた「ナノ」の工場問題は、生産が遅れたことにより、購入者への納車が大きく遅れるといった影響を及ぼし深刻な問題となった。また、デリー・オートエキスポ2010では、出展された車の数が過去最高となるなど、各メーカーのインド市場への期待がうかがえた。本章では、インド市場の、最近の動向について見ていくことにする。

まず、タタ・モーターズの「ナノ」専用工場の建設中止に関連して、工場をグジャラート州に設置することが決まった。2008年9月25日付の「AFP通信」(フランス)の記事によると、西ベンガル州に設置を予定していたシングル工場は、全体の90%が完成していたという。そんな中で、地元農民による反発が激しくなったため、「ナノ」の発売延期を余儀なくされ、販売が開始されても納車が追いつかない状況が続いていた。

2008年10月27日付の「インド新聞」(ウェブサイト)の記事によると、インドのシン首相は、「ナノ」専用工場の建設中止を残念としながらも、「インドはさらなる工業化を成し遂げなければならないが、その結果として農民が犠牲を払うようなことがあってはならない。農民が産業開発のために土地を失う場合は、適切な補償が与えられるべきだ。インドを工業化するのは不可欠なことであり、開発なくして雇用の創出も国の発展もあり得ない。問題は、どういった条件で農民の土地が収用されるかだ。農民の不満が残るような金額で土地を買収することはあってはならない」と農民への理解を示した。タタ・モーターズが、どれぐらいの金額で地元農民から土地を買収しようとしたかは不明であるが、シン首相の話から、農民達にとって不満が残る金額であったことがうかがえる。タタ・モーターズが何故、地元農民にとって納得のいく金額を再び提示して、西ベンガル州での操業を開始しなかったのかという疑問が残るが、グジャラート州に工場を移転したことで、結果的

にはタタ・モーターズにとって有利になったと言える。何故なら、グジャラート州側がタタ・モーターズに対して、工場誘致の優遇策を発表したからである。

2009年1月20日付の「インド新聞」(ウェブサイト)の記事によると、この優遇策では、約1748億円を20年間0.1%の金利で融資し、廃棄物処理、排水処理の施設を州が建設、工場用地、住宅地を提供など、西ベンガル州とは対照的にタタ・モーターズの工場建設を歓迎しているという。その背景には、タタ・モーターズがグジャラート州に対して約736億円相当の投資を発表したことなどが考えられる。

次に、ニューデリーで行われた、デリー・オートエキスポ2010について、2010年1月4日付の「AFP通信」(フランス)の記事によると、各メーカーともに「小さい車」をアピールしたという。タタ・モーターズが発売した「ナノ」の影響もあり、ただコンパクトなのではなく、低価格がコンセプトのモデルが多かったようである。インド自動車工業会のスガト・セン理事は、「小型車の国内生産を推進してきた政府の方針と、国民所得の上昇により、インドは小型車市場の一大ハブとなりつつある」と述べている。

タタ・モーターズの「ナノ」が発火する事故が発生した問題では、メーカー側が無料点検を実施することを発表した。2010年前半に起きた2件の事故を調査した結果、排気管と燃料パイプに問題があったことをタタ・モーターズは発表したものの、あくまでもリコールではなく無料点検であることを強調している。発表当初より、世界最安の車として注目を集めている「ナノ」だが、「安かろう悪かろう」という印象を持つ人は少なくなかった。そんな中で、このような事故が発生したため、「ナノ」に対する信頼性は下がったのではないだろうか。また、メーカーもリコールとして対応せず、設計上の問題を否定するなど、ユーザー側から見てあまり良い対応とは言えなかった。2010年11月11日付の「AFP通信」(フランス)の記事によれば、2010年11月時点で、いずれの事故でも負傷者は出ていないが、6台の「ナノ」でこの事故が発生したと報じている。

「ナノ」専用工場が2010年6月2日より稼働した

ことで、「ナノ」の1年間の生産台数は、これまでの約6倍である25万台に増加する。そのため、より多くの人に「ナノ」が納車されることとなる。タタ・モーターズが今回の発火事故によって、失った信頼を取り戻すためには、二度と同じような事故が起こらないよう、低価格でありながら高品質な車を造っていくことが一番の近道ではないだろうか。

第7章 今後のインド市場

ここまで、インドにおける自動車市場の現状について述べてきたが、本章では、インド市場の今後について考察する。

はじめに、第3章でも少し触れたハイブリッドカーやEVを中心とするエコカーの普及である。インドには、すでにレバというEVのメーカーがある。レバは新しいメーカーながら、3500台以上のEVを世界24カ国で販売している。また、タタ・モーターズも「インディカピスタ」という小型車や、「ナノ」をベースにしたEVをジュネーブモーターショーで発表しており、今後も様々なメーカーが発売していくことが予想される。ハイブリッドカーについては、日本のホンダが2008年にインドで初となるハイブリッドカーを発売した。

また、2010年1月8日付の「朝日新聞」の記事によると、トヨタが2010年3月に「プリウス」を発売した。しかし、インド市場では、「プリウス」の販売価格は関税により日本円で500万円代とかなりの高額になる。平均年収に対して、ガソリン価格が高いというインドでは、こうしたエコカーの販売台数が将来増加するのではないだろうか。だが、現時点では、販売価格が高価で庶民には手が出せないため、インド国内での生産体制の構築などにより、価格を下げるのが課題となるだろう。

続いて、日本メーカーがインドで生産した車を日本へ逆輸入する可能性である。「プリウス」のように、完成車の輸入には関税が大幅に高くかかる。そのため、インドに参入している海外メーカーの多くがインド国内での生産を行っている。一例として、マルチ・スズキが日本でも販売されている小型車の「スイフト」をインドの工場でも生産している。しかし、インドで生産された「スイフ

ト」は日本に輸入されていない。これまで、一部を除いて日本国内で販売される日本車は、日本の工場生産されてきた。ところが、2010年7月に日産が発売した新型「マーチ」は、日本の大衆車としては初めて海外（タイ）の工場生産されたものを輸入するという形がとられ話題になっている。今回、日産がタイからの逆輸入を決めた理由としては、日本に比べて低い労働コストや、自動車部品メーカーの海外進出で、日本でもなくても安易に部品が調達できるようになったことなどが挙げられる。この日産の実例から、インドからも日本市場向けの日本車が生産され、逆輸入されるというケースが今後出てくるかもしれない。

そして、インド市場で非常に注目されているのが低価格車競争である。2010年5月25日付の「毎日新聞」によると、マルチ・スズキ以外の日本メーカーがこの問題に悩まされているという。インド市場では、日本円で50～90万円までが一番売れている価格帯なのだが、日本メーカーにとって100万円を切ることが非常に難しい現実がある。日産の「マーチ」（現地名「マイクラ」）は、インドに完成した新工場でも生産されているのだが、部品の多くをインド国内で調達するなどしてコストカットをはかっているものの、100万円を切ることはできていない。そんな中、2010年12月1日に、トヨタが「エティオス」という小型車を発表し、販売価格が日本円で約90万円からという価格を実現した。2010年12月20日よりインドの工場生産を開始する予定だが、発表から2週間で1万2000台というメーカー側の予想を上回る受注があった。

インド市場での低価格車競争は、今後も更に激化していくものと考えられる。そして、「低価格を重視すると品質が下がる、品質を重視すると価格が上がる」というジレンマをどのように解決していくかが、これからのインド市場における競争のポイントであると言える。

おわりに

インドの自動車市場について詳しく解説してきたが、各国の自動車市場の中でもインド市場は、現在、最も将来が期待されている市場と言える。現状では、中国市場が世界一の市場規模を誇っているが、いつかインドがそれに追いつき、そして

追い抜く日が来るのも近いと考えられる。実際に、2009年の1月から7月までの自動車輸出台数において、インドが中国を抜いている。また、人口の面でもインドが2050年には中国を抜いて世界一になると2010年10月21日付の「新華社ニュース」（中国）が報じている。この予測は、国連によるもので、具体的な人数として2050年のインドの人口は16億1400万人、中国は14億1700万人となっている。こうした予測からも、インドは、今後更に成長し、自動車だけでなく多くの分野で世界一の座を手にすることが予想できる。

しかし、インド市場には問題点もある。近年、経済成長を遂げているインドでは、自動車を所有する人が急速に増加している。だが、それに対して道路整備が追いついておらず、街では渋滞が頻繁に起こっているのである。また、道路には自動車やバイクだけではなく、馬車や人力車なども通行しているという。高速道路でも、自動車だけではなく人や動物が歩いていることがあり、日本では考えられないような光景が常識となっている。そして、渋滞がひどいことから、排出ガスによる環境汚染も問題で、2010年4月1日より、インド政府が首都のニューデリーを中心とした一部の都市で排ガス規制の強化を行っている。この規制強化は、他の地域にも拡大していくことから、渋滞に伴う排出ガスの問題は徐々に改善されていくものと考えられる。

このように、インドの自動車市場は日々発展している一方で、道路事情の早急な改善が必要不可欠と指摘できる。そして、道路整備を進める上で必要となるのが先進国からの技術的な支援である。インド政府は、日本で民間企業を対象とした道路整備のフォーラムを開催し、日本企業の参入に期待するなど、日本の道路整備のノウハウを必要としている。大きな経済発展が見込めない日本にとって、企業がこうした海外での事業を積極的に行うことが生き残るための手段になっていくのではないだろうか。このことは、自動車業界にも共通して言えることで、第2章で述べた通り、年々、国内での新車販売台数が減少してきている日本の自動車市場は、エコカー補助金が終了した今、販売台数の大幅な増加を見込むのは難しい。そのため、今後は日本の各メーカーにとってインド市場での

戦略は重要になってくるだろう。

そして、自動車市場だけでなくインド社会全体の発展までも妨げている大きな問題として、貧困層の人々が多いことが挙げられる。こうした貧困を生み出す要因の一つが、ヒन्दゥー教のカースト制度である。インド政府は、カースト制度の階級による差別を禁止しているものの、長年にわたって受け継がれてきた制度であるため、国民の間では未だに差別が残っている。このカースト制度の階級の中でも、最も低い身分がアンタッチャブルであり、カースト制度で最下層のシュードラという階級よりも更に低いいため、カースト外の実在として認識されている。このアンタッチャブルに属する人々は、現在インドの人口の16%に及ぶと言われており、労働条件などの面でひどい差別を受けている。

しかし、階級の違いによって採用を制限しない業界が近年登場している。その業界はIT業界で、階級よりも学歴が重視されている。そのため、最近では階級が低い家庭の子どもであっても奨学金を利用することで教育が受けられるようになるなど、少しずつではあるがカースト制度による差別は減少しつつある。

この制度が未だに残っていることにより、国民の収入格差が非常に大きく、経済発展に悪影響を与えている。近年、「世界一の自動車大国」へと確実に近づいているインドの自動車市場にとっても、こうした階級の違いによる格差は、自動車普及率の成長を遅らせる要因になっていると思える。したがって、このカースト制度による格差が更に減り、階級に関係なく自動車を所有することができるようになれば、インドは「世界一の自動車大国」になれないだろう。

参考文献

- ・「マガジンXビジネス Vol.1」 2009年12月14日
- ・「NNA.ASIA ~追加支出は2,000億ルピー 物品税も引き下げ、来年3月まで【経済】~」 2008年12月10日
<http://news.nna.jp.edgesuite.net/free/news/20081210inr001A.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「環境ビジネス.jp ~経済産業省による「エコカー補助金」(平成21~22年度)」
http://www.kankyo-business.jp/topix/ecocar_topix_01.html
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「環境ビジネス.jp ~経済産業省による「エコカー減税(環境対応車普及促進税制)」」
http://www.kankyo-business.jp/topix/ecocar_topix_03.html
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「NNA.ASIA ~購入税を5%に減税、自動車振興策が始動~」 2009年1月16日
<http://news.nna.jp.edgesuite.net/free/news/20090116cny002A.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「日本インド学生会議 ?インドの経済o産業」
<http://www.japan-india.jp/katsudou/benkyoukai20060506.pdf#search='インドの経済・産業 概論'>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「国際自動車ニュース ~「ナノ」炎上の原因は排気管と燃料パイプ、リコールは否定~」 2010年5月24日
<http://auto-affairs.com/news/1005/100524-1.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「レスポンス ~タタ ナノの専用工場稼働---年産25万台体制~」 2010年6月7日
<http://response.jp/article/2010/06/07/141307.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「nejinews.co.jp ~ R E V A 買収で E V 部門に参入、印マヒンドラ&マヒンドラ社~」 2010年5月57日
<http://www.nejinews.co.jp/news/business/archive/eid3223.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「レスポンス ~【ジュネーブモーターショー10】タタ ナノ にEV...世界最安のEV!?~」 2010年3月4日
<http://response.jp/article/2010/03/04/137191.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「レスポンス ~ホンダ、インドにハイブリッドカーを投入~」 2008年1月10日
<http://response.jp/article/2008/01/10/104063.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)

メディアで調べたインドにおける自動車産業の現状と展望

- ・「J-CASTニュース ～日産マーチはタイから
「逆輸入」日本から工場消えていくのか～」
2010年7月26日
<http://www.j-cast.com/2010/07/26071629.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「All About ～新型マーチがタイで造られるワ
ケ～」2010年3月26日
<http://allabout.co.jp/gm/gc/192195/>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「レスポンス ～【トヨタ エティオス 発表】
インドで受注が1万2000台に～」2010年12月
15日
<http://response.jp/article/2010/12/15/149363.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「NNA.ASIA ～自動車輸出台数で中国抜く、
1～7月は23万台弱 [車両]～」2009年9月
15日
<http://news.nna.jp.edgesuite.net/free/news/20090915inr001A.html>
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「カービュー ～デリーオートエキスポ レポー
ト～」2010年2月2日
http://www.carview.co.jp/road_impression/article/delhi_auto_expo/494/
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「インドチャンネル ～【コラム】インド、チェ
ンナイの道路事情～」2008年6月27日
[http://news.indochannel.jp/column/clm0000094.h
tml](http://news.indochannel.jp/column/clm0000094.html)
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「NNA.ASIA ～排ガス規制強化の先送りを主
張 = 自動車工業会～」
http://news.nna.jp.edgesuite.net/free/tokuhou/081212_ind/10/0111c.html
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・「日本貿易振興機構 ～インド・道路インフラ
システム・フォーラム開催 - 日本からの道路
インフラ投資に大きな期待 - ～」2010年2月
[http://www.jetro.go.jp/jetro/topics/1002_report1.
html](http://www.jetro.go.jp/jetro/topics/1002_report1.html)
最終閲覧日 (2011年1月6日)
- ・『ポケット図解 インド共和国がよーくわかる本』
かいはた みち 著 秀和システム 2006

年8月31日

註

- [註1] 「インドニュース ～【コラム】スズキの
ブルー・オーシャン戦略～」2008年5月20日
[http://news.indochannel.jp/column/clm0000082.h
tml](http://news.indochannel.jp/column/clm0000082.html)
最終閲覧日 (2011年1月6日)