
中国企業の対インド投資

小島 末夫

<国士舘大学>

要 旨

中印貿易の拡大には近年、目覚ましいものがある。一方、中国企業によるインド向け直接投資の実績は、まだ少額にとどまっているものの、ようやく増加する傾向がみられる。その背景には、首脳訪問実現を始めとする両国関係の緊張緩和、中国企業のインド市場に対する関心と海外進出熱の高まりなどがある。だが、インド政府による中国企業の投資プロジェクトへの相次ぐ不許可の動きも目立ってきており、中印間では「投資促進・保護協定」の正式調印を受け相互理解の一層の向上が望まれている。

本稿は、鉄鋼・鉄鉱石、エレクトロニクス（家電製品）、繊維（生糸・絹織物）、通信・IT ソフトの各業種を取り上げ、中国企業による対インド直接投資の実態と問題点を考察する。なお、本稿で取り上げた中国企業は、宝鋼集団、康佳集団、TCL 集団、海爾集団、華為技術、中興通迅等である。

キーワード インド市場、走出去（海外進出）、研究開発拠点、インドの安全保障、競争と協調

はじめに

周知の通り、米ゴールドマン・サックス社が 2003 年秋の報告書の中で指摘したブラジル、ロシア、インド、中国などの新興諸国群は、一般にこれら 4 カ国の頭文字を取って、「BRICs」と呼ばれる。今後の高度経済成長が十分に予想されることから、いずれも有望な投資先として現在、世界の耳目を最も集めているところである。

そのうち、“巨龍”と“巨象”によく例えられる中国とインド。両国の台頭を示唆する「チンディア」(Chindia)なる合成語さえ生まれている。世界で急速に存在感が高まる両国ではあるが、1962 年の武力衝突にまで発展した国境紛争以降、長らくチベット問題に加え、国境の確定問題という大きな障害が双方の間に未解決のまま残された。それこそが、まさに中印関係の改善の厚い壁となって立ちはだかつてきた。

だが、21 世紀に入って両国を取り巻く国際環境の激変に伴い、IT（情報技術）産業や資源獲得など経済分野を軸に新たな協力関係を構築していこうとする双方の強い意向を反映し、近年は軍事面を含む様々な領域での交流が盛んに行われつつある。政府当局者による一連の安保対話や戦略対話の開催を始め、首脳同士の相互訪問もようやく実現するようになった。

こうした結果、中印間の貿易総額は、2004 年に至り初めて 100 億ドルの大台を突破し、136 億ドルを記録した。これは、10 年前の 1994 年段階では 10 億ドル程度に止まっていた点を想起すると、過去 10 年間で 13 倍に拡大した勘定になる。インド側の貿易相手として見た場合、中国は遂に日本を追い抜くこととなった。しかも、2006 年には予想よりも早く 200 億ドル台への到達が確実視されている。何よりも両国の関係強化が大いに図られている証左と言えよう。

本稿では、中国とインドの経済関係、中でも中印貿易の拡大を促進する要因の一つに数えられる対外投資を中心に取り上げ、主として中国企業の対インド投資の側面に焦点を合わせながら、次のとおり考察する。まず第1章で、中国政府が2000年頃から強力に推進している中国企業の「走出去」（海外への直接投資）戦略、とりわけ対インド投資の方針や狙いについて概観する。第2章では、具体的に中国企業のインド向け投資事例を業種別におさえつつ、その進出経過や投資展開の実態、特徴などに関して明らかにする。そして最後の第3章では、中国がインドに対する直接投資を今後伸ばしていくための問題点と必要な対応措置などに言及し、併せて若干の見通しについても述べてみたい。

第1章 中国の対外投資戦略

1 中国企業の海外進出政策

中国ではいま改革開放から四半世紀余りを経て、国内企業が新たな発展チャンスを世界各国に求め、国際展開を積極的に図ろうとする海外進出の動きが一段と加速されるようになっていく。ここに従前のような外資導入に一辺倒だけでなく、同時に海外の市場と資源にも着目することで、中国企業による対外直接投資とグローバル経営の推進に注力していこうとの強い姿勢がうかがわれる。換言すれば、この海外進出方針は、ある意味で中国の外資利用政策の外延的発展を如実に示すものとも理解できよう。

中国が、企業の国際競争力を強化しようと対外投資に重点を置く上述の「走出去」戦略を正式に提起したのは、2000年3月の第9期全国人民代表大会第3回会議の席上においてであった。そこで明らかにされた内容を吟味すると、同戦略が包含する主要な分野としては、結局次の4つに大きく分けられる。すなわち、①資源開発型の対外投資、②市場開拓型の対外投資、③輸出志向型の対外投資、④ハイテク・研究開発（R&D）型の対外投資。また第10次5ヵ年計画（2001年～2005年）要綱では、これらの対外投資が、外資導入、対外貿易と並んで同期間の開放型経済発展を担う三大支柱にも位置付けられ、中国経済の長期発展戦略の一環として対外経済政策面で重要な役割を果たしていくことが期待されていた。（注1）さらに2005年10月開催の中国共産党第16期中央委員会第5回全体会議（16期5中全会）で採択された「第11次国民経済・社会発展5ヵ年長期計画策定に関する党中央の提案」の中でも、改めて「条件のある企業が海外進出し、国際慣行・ルールに従って投資するのを支援する」と表明されている。

このように中国企業の海外進出を後押しする路線が打ち出されてきた背景には、世界経済におけるグローバル化の進展および中国のWTO加盟（2001年12月）という、中国経済の国際化に弾みをつけるような情勢の変化がある。それを受け特に世界経済との相互依存が一層深まる中で、中国の有力企業が次々と海外へ打って出るケースも目立ち始め、対外投資が本格化する様相を呈するようになったのである。

ちなみに、中国商務部が2006年9月に公表した「2005年度中国対外直接投資統計公報」（金融分野を除く）によると、2005年の中国の対外直接投資は前年の55億ドルから一気に約2.2倍の122億ドルを記録、単年度では初めて100億ドルの水準を大きく上回った。（注2）また2005年末までの累計では、前年末比27.8%増の572億ドルに達した。なお、投資相手先としては、2005年末現在、前年より14ヵ国・地域増加し合計163ヵ国・地域に及んでいる。この

数字を見ても明らかなように、中国企業による対外投資は最近、急激に伸びており、いよいよ「高速発展期に入った」との政府の認識が紹介されている。

2 中国政府の対インド投資方針

それでは、中国企業による海外進出が活発化する中で、中国は対外投資先として南アジアの盟主インドをどう捉えているのであろうか。この問いを解く1つのカギとなるのが、2004年7月に公表された「対外投資国別産業指導目録」である。中国商務部と外交部の連名による同目録は、対外投資に関する中国初のもので、中国企業の対外投資支援や対外投資サービス体系の整備を目的にすることが謳われている。一部の中国企業によって行われている無計画な対外投資とか、無益な自国企業同士の競争を回避する狙いもあるようだ。

当該目録は、世界190カ国余りのうち67カ国・地域について、それぞれ対象国における外資導入の重点と市場の特徴も加味しながら、中国の立場から具体的にどのような産業（農林水産業、採掘業、製造業、サービス業、その他の5つに分類）への対外投資を奨励するか指摘している。以前は、繊維と家電産業については投資先として奨励する地域を明示していたが、それ以外の業種では、必ずしも投資方針が明らかにされていなかったのが実情である。

さらに当該目録では、特にアジア地域（全体の3分の1以上に相当する23カ国を列挙）への対外投資を最も重視している点が特徴的であり、南アジアに関してはインド、パキスタン、バングラデシュの3カ国が言及されている。このうちインドに対する投資奨励業種としては、農作物栽培のほか、採掘業では石炭、鉄鉱石；製造業では冷蔵庫・エアコン等の電気機械、テレビ等の電子設備、プラスチック製品、医薬品；サービス業ではソフト開発、交通運輸、インフラ建設などが挙げられている（表1参照）。

中国商務部の認可統計によると、中国企業のインド向け直接投資（金融分野を除く）実績は1993年から掲載されており、2005年末現在、家電などの機械製造、IT産業、繊維関係を中心に累計で27件、中国側の出資額は契約ベースで4,595万ドル（うち2004年は2件、220万ドル、2005年は10件、2,312万ドル）であった。他方、投資受け入れ側であるインドの商工省産業援助局の作成資料では、表2に示したとおり、1991年8月～2005年12月末における中国からの対内直接投資（累計）は、実行ベースで金額が1億2,566万ルピー（約291万ドル。国別シェアは0.008%で第60位）となっている。インド政府は、2004年9月より投資統計の公表を認可ベースから実行ベースに変更した。（注3）このため、従来の認可ベースで捉えると、2003年末現在、中国のインド向け直接投資累計は、件数で合計36件、金額では74億3,300万ルピー（約2億2,600万ドル。国別シェアは0.3%）と計上されていた。統計ベース上の違いはあるものの双方の統計には明らかな乖離が見られ、これから判断する限り、中国企業による対インド投資の実際の規模は、中国政府が把握する公式統計の金額よりもずっと小さいことが分かる。

近年の動きで注目されるのは、2003年6月に実現したバジパイ首相（当時）の訪中後、両国の更なる関係改善をテコに、インド政府の外国投資に対する相次ぐ規制緩和措置（例えば、電気通信や銀行の分野における過半数の出資比率を容認、外資単独による建設・不動産開発事業の解禁など）、中国企業によるインド市場への理解度の向上なども手伝って、ようやく中国企

業の対インド投資が少額ながら徐々に進展を見せ始めている点である。その意味で同投資がこれから飛躍的な発展を遂げていくためにも、制約要因となっている相互の投資保護協定の未締結状態に一刻も早く終止符を打つことが望まれていた。これに関しては、中国の温家宝総理が2005年4月にインドを公式訪問した際に出された共同声明で、中印間の「投資促進・保護協定」の早期締結に向けた協議の努力を両国が確認しあったことは一歩前進と評価されよう。そして遂には、中国の薄熙来商務部長が2006年3月に訪印した際、同協定の仮調印（正式調印は同年11月）にまでこぎつけられた。

なお、参考までにインドの対中直接投資の状況についても記すと、2003年末現在、累計で認可件数は101件、契約金額は2億3,465万ドル、実行金額は7,913万ドルに上っていた。この中で7割前後（認可件数と実行金額ベース）が、2001年以降に実施されたものである点が特筆される。また2004年と2005年の場合は、それぞれ順に37件、6,290万ドル、1,948万ドルと、58件、1億2,300万ドル、2,140万ドルで、いずれも増加傾向にある。インド側が対外投資統計を発表していないため、この数字は中国側で見たインドからの直接投資受入れ実績に基づく。業種的には、製薬、ITソフト、耐火材料や包装関係などに及んでおり、近年は自動車・同部品など機械分野への投資についても関心が高まっている。

こうした双方向の投資がまだそう多くない現状にあって、中国とインドの相互投資基金が誕生しようとしている。香港に本社を置くファースト・イースタン・インベストメント・グループ（第一東方投資集団）のビクター・チュー会長は、インドのニューデリーを訪問した際、2005年2月に「インド・中国ファンド」を設立し、両国企業の相互投資を積極的に支援すると表明した。中国とインドの双方が参加して、当初は2億ドルの規模で発足させ、日本企業にも参加を呼びかけていく予定という。（注4）同基金による今後の活発な活動が期待されるところである。

第2章 中国企業のインド向け投資事例

中国企業によるインド市場への進出は、20世紀末の1999年から本格的に開始された。その契機となったのが、上で述べたように、中国政府が有力企業の海外進出を支援する「走出去」戦略を掲げ積極的に推進してきたことである。結果として、これまで主に家電メーカーの康佳、TCL、海爾、通信機メーカーの華為、中興、携帯電話機メーカーの波導（バード）などといった中国企業が、インド進出を果たしている。

以下では、中国企業によるインド向け直接投資の個別案件（業種別）毎に、それぞれ特徴など検討を加えていくことにする。

1 鉄鋼・鉄鉱石

1995年に中国冶金輸出入総会社が、鉄鉱石を大量に産出するインド東部のオリッサ州（インド全体の3割近い40億トン強を埋蔵）に大規模な投資（約5,500万ドル）を行い、合弁工場を建設すると伝えられた。投資の内容は、中国側が設備と技術を、インド側が原料となる鉄鉱石をそれぞれ提供し、できた製品（棒鋼）を中国が引き取るというものであった。当案件は、中国のインド向け投資の中でも最大級の規模を誇ると言われた。しかし、その後に確認したと

ころでは、同会社の事務所は当時確かに置かれていたようであるが、これだけの大型投資は最終的に実行には移されなかった。なお、同公司自体、今日では既に存在しておらず、一部の業務は中鋼集団に併合されたとのこと。

＜宝鋼集団＞

そうした中で、上海の宝山鋼鉄集団は、年産2,000万トン級の大型一貫製鉄所を広東省湛江市に建設するという近年の構想を断念し、代わりにインドで同一規模のものを作る大型投資計画が最近急浮上してきた。折柄、2005年9月、同集団の設立20周年時に、謝企華会長が、2010年までに世界の三大鉄鋼企業の仲間入りを果たし、“世界一流の多国籍企業”の一つになるとの新たな目標を明確に打ち出していた。目下、上海宝鋼の粗鋼生産量はまだ年間2,000万トン程度であり、世界の三強に食い込むには同時点で少なくとも5,000万トン・レベルまで生産能力を引き上げる必要がある。だが、上海での拡張はほとんど不可能であるため、元の当初予定では広東省湛江での建設立ち上げが計画されていたのである。

インドが投資先として選ばれたのには、次の主な理由がある。一つは、インドが鉄鋼の原料となる鉄鉱石を豊富に産出していること、もう一つは、鉄鋼消費の爆発的な成長が見込まれていること、などである。この2つの有利な立地条件を同様に備えているブラジルも投資先として検討したようだが、結局、話がうまく進展しなかったとされる。インドへの進出方式は、現地の鉄鋼企業を買収する形になるか、工場の新設という形をとるか、今のところまだ不明である。ただ、インドの印中貿易センター北京代表処の姜首席代表が、2005年11月初めに明らかにしたところによると、丁度その頃同本部から入った情報として、当該製鉄プロジェクトは既にインド政府の外資管理部門によって批准された由である。(注5)

ちなみに、先に述べたインドの鉄鋼需要拡大を見越して、韓国ポスコがオリッサ州で1,200万トン規模の一貫製鉄所を、世界最大の鉄鋼メーカーにのし上がったミタル・スチール（オランダ）がジャールカンド州で1,200万トン、さらに地場大手のタタ製鉄が同じくジャールカンド州で1,200万トンの建設の覚書を次々と調印している。(注6)

一方、インドは1996年以来、中国向けに鉄鉱石を輸出しており、近年は同輸出量が大幅に拡大する傾向にさえある。2005年を例にとると、表3に示したように、中国の総輸入量2億7,500万トンのうち、インドからは約4分の1相当の6,855万トン（シェア24.9%）を占めている。第1位のオーストラリア1億1,218万トン（同40.8%）と比べればまだかなり低いものの、伸び率の点では第3位のブラジルを大きく上回っていることが分かる。今や中国が日本を抜いてインド産鉄鉱石の最大輸入国になった。とはいえ、この中国向けに輸出される鉄鉱石の中で、インド産の問題が最多だと取り沙汰されてもいる。一例を挙げれば、2004年上半年に江蘇省南通港で荷揚げされた輸入鉄鉱石266万トンのうち、不合格品136万トンの実に約8割がインド産であったという。その主な原因としては、基準値を上回る水分や夾雑物の混入、極めて低い鉄含有量、不適格な粒度などが指摘されている。(注7)

そこで、中国としてもインドから鉄鉱石を単に輸入するだけでなく、同鉱山の共同開発分野にも進出して、採掘された分のうち一定量引き取るという生産物分与（PS）方式を検討する余地が大いにあると思われる。事実、かつて1970年代半にはイランの先例が見られたからであ

る。しかし、当該プロジェクトは、年間750万トンに上る鉄鉱石の生産処理能力を備えた工場の建設を計画していたが、後に支払い問題などが発生して頓挫した経緯がある。(注8)

2 エレクトロニクス（家電製品）

中国国内市場での供給過剰の深刻化とそれに伴う低価格競争の激化などが相俟って、家電部門の中国企業による海外進出が特に際立っている。中国政府は、海外市場の開拓にもつながる对外投资を10.5計画（2001年～2005年）における家電産業の重点課題の1つに指定し、最終年度の2005年には海外生産の規模を5億ドル以上まで高めるとの目標も設定した。以下、主要企業別にインド進出の現況と問題点について明らかにする。

<康佳集団>

中国企業は、総人口が11億人と多く、将来の有望市場として潜在力のあるインドに早くから目を向け、1990年代末から同国市場への参入を開始してきた。最も早くインドに工場を開設したのは、中国広東省の大手TVメーカー、康佳集団である。同社は1998年12月にインド政府の投資認可を取得し、翌1999年4月には香港の偉特（Wittis）集団、インドのホットライン・グループとの3社合弁（投資額1,000万ドル）により、工場の設立を果たした。インドの現地法人名は、KONKA Electronics India Limited (KEIL)。

康佳集団がインド市場へ参入するに当たって制定した事前の方針によれば、主に次の3点が強調されていた。

- ①インドの北部と中部に同社の生産基地を建設し、カラーTV、洗濯機、電話機などを含む家庭用電化製品の生産と組み立てを行う。
- ②インドに技術開発センターを設立する。当センターは、本社の深圳や米国シリコンバレーにある開発センターとネットワークで結び、技術交流・協力を遂行する。
- ③在インドの委託加工工場、生産基地、技術開発センターおよびその他の施設などを通じ、最終的には「康佳電子城」を形成する。

そのほか、インドにおける発展戦略の目標は、ブランド・イメージの樹立から始め、徐々にマーケット・シェアを拡大しつつ、最終段階では消費者電子（コンシューマー・エレクトロニクス）市場で有名ブランドの名声を勝ち取るというものであった。(注9)

上記のKEILは当初、セミノックダウン（SKD）方式によりカラーTV部品を輸入し、インド側のパートナーの工場で完成品に組み立てていた。また低価格戦略を採用することで、主に14インチ型カラーTVの販売に乗り出していた。さらにインド市場での国内販売のほか、南アジア各国への輸出にも前向きに取り組む計画で、初年度の1999年にカラーTV20万台を生産する予定と伝えられた。

だが、当該事業はその後、中印の経営者間で意見の対立が生じ、合弁契約は解消に追い込まれることとなった。合弁会社の設立から2002年12月の康佳董事会（取締役会）で事業中止を決定するまでの3年余りの期間に、康佳集団はインド市場で必ずしも失敗したわけではなく、ある一定のブランド価値を蓄積したが、結局は撤退を避けられなかった。この原因について、康佳集団海外業務担当の責任者は、第1にインド側の工業製品と部品に対する輸入関税がいず

れも非常に高いこと（一時は工業製品の輸入関税率が 50%にも達した）、第 2 に激しい競争下にあるインド市場の経営環境が十分に整っておらず、法律や経営規則などを含め全て中国に及ばないこと（インドは連邦制をとっているため、各州で税収政策なども異なる）、の 2 つを挙げた。さらに最も重要なカギとなった点として、合弁会社のコントロール権を握れなかったことに加え、当時、康佳集団の指導陣の交代時期と重なったことも、インド市場からの撤退を余儀なくされた理由だと述懐している。（注 10）

それにもかかわらず、康佳集団はインド市場が欧米の重点市場に次ぐ成長条件を備えており、伝統的なブラウン管 TV では毎年 15~20%の伸びが引き続き期待されるとして、まさに捲土重来を期していた。その矢先、2003 年末には同社の駐印商務代表に 1 人のインド人を招聘し、併せて同国市場への参入方式の調整を断行したのであった。つまり、以前のやり方に基づく投資額が大きくて、利益が小さいという状況に鑑み、現地のパートナーを利用しつつ向こう 2 年間は相手先ブランドでの生産を行う OEM 方式を主体にし、3~5 年後に再び自社ブランドでの輸出を改めて計画する考えである。同社はこのように穏当な方法をとることで、一度つまづいたインド市場において 2004 年に 5 万台のカラーTV を売り上げ、翌 2005 年には 8 万台まで販売実績を徐々に引き上げる予定だとされたが（注 11）、必ずしも順調に事が運ばれていない模様である。

<TCL 集団>

数ある中国企業の中で康佳集団に次いでインド市場に進出したのが、同じく中国広東省の惠州市に本社を置く大手総合家電メーカーの TCL 集団であった。同社は 2000 年 5 月にインドのバロン・インターナショナル社と提携し、折半出資（50%対 50%）の形で 2,000 万ドルを投資、TCL Baron (India) Holdings を設立した。中国側が部品を提供し、インド側が国内販売を担当、TCL のブランド名でカラーTV（主に 25 インチ、29 インチ）を組み立て、生産・販売を行っていくという内容である。

同合弁会社の生産業務が 2000 年 8 月に開始されて以降、TCL は同時にニューデリーや他の 6 つの地方都市に加工工場を設立し、併せて 29 の子会社と、11 カ所の CKD 工場、7 カ所の SKD 工場をそれぞれ開設した。進出 1 年後の 2001 年 8 月頃には売上高が 5,000 万ドルを数え、販売規模としては既に損益分岐点を越えたとも言われた。（注 12）

実は当事業が動き出す前に、TCL の製品はインドへ輸出されており、同市場の反応も概ね良好であった。1999 年末にインドでカラーTV と VCD の組み立てや試験販売が行われ、2000 年のインドでの総売上高は 2,500 万ドルを記録していた。翌 2001 年にはインドの家電市場においてベスト 10 の第 7 位にランクされるまでになり、一時はその市場シェアも前年の 2.7%から 5%まで上昇した。この 5%という占有率は、日本のソニーが 4 年もかけ努力して得た結果に等しいものであった。TCL の比較優位は低価格で品質の良いところであり、低価格帯のテレビで競争力を有していたため、市場シェアを伸ばしていったのである。例えば、21 インチ型カラーTV の場合、TCL 製の販売価格は 1 台あたり 190~220 ドルで、これに対し韓国 LG のそれは約 290 ドル、また 29 インチ型カラーTV では、地場の BPL 製が約 700 ドルに対し、TCL 製は約 460 ドルと価格面で大きな開きが見られた。（注 13）

ところが、国内販売が順調に拡大していく過程で、合弁パートナーであるバロン社の経営が悪化したことから、双方の間に考え方の矛盾や食い違いが現れるようになった。具体例としては、2001年に起こった品質問題、売掛金の回収問題などが挙げられる。TCL側の説明によると、「市場開拓の方面における相手方との理念の不一致が、双方の経営・利益上の矛盾を次第に深めさせる結果となり、2002年に合弁会社の運営を停止し、単独出資での再申請に切り替える形で、当該事業から一度撤退を図ろうとした。」とのことである。(注14)

しかし、インド側のバロン社はそれに対して、本合弁契約書がまだ有効であるとして同契約の解消に応じないばかりか、「プレスノート18号」(1998年)(注15)を拠り所にそれで規定されている合弁パートナーからの同意書ともいふべきNOC(Non Objection Certificate)の提出を長い間拒否していた。そのため2003年12月になって、インド政府外国投資促進委員会(FIPB)が既存の合弁企業は事実上もはや存在しないと判断し、TCL側より提出されていた100%外資企業の申請を、ほぼ1年間据え置いた後ようやく認可したのであった。(注16)

こうしてTCLは2004年3月、遂に100%子会社のTCL India Holdingsを正式に設立、再びインド市場に参入することが出来た。同社では、以後3年以内にインドのカラーTV業界で上位2社に入るとの目標を掲げており、その目標に向かって販売チャンネルの建設と交流の強化以外に、生産の現地化を一刻も早く実現し、競争コストの減少を図ることが焦眉の急だとしている。これについて同海外事業本部の易春雨総裁(現TCL副総裁)は、「TCLは、インドに7つの戦略的な協力加工工場を既に所有しており、南東部に自己の工場を建設すべく地元の州政府と目下交渉中である。2004年のインドでの純収入は10億元(約1億2,000万ドル)に達し、このままの伸びでいくと、3年以内の目標実現は全く可能である」と明らかにしていた。また一部の消費者から寄せられていた同社に対するクレームなど芳しくない評価についても、「TCLが仏トムソンとアルカテル両社を買収したことで、国際的な企業としての好イメージをインドのユーザーに与えられる。と同時に、トムソン製品の同国市場における10有余年の浸透で、その販売ルートを享受できることも利点である」と語っていた。(注17)

そうした折、2004年12月23日に行われた記者会見の席上、TCL India Holdingsは、インド地場のエレクトロニクス製品の組み立て・メンテナンス専門会社Sri Nahusha Electronicsと合弁(出資比率は中国側26%対インド側74%)で、インド南東部のアンドラプラデシュ州ビジャカパトナムに10億ルピー(約2,000万ドル)投資して、独自に生産工場を建設する計画であると発表した。また同州政府は、当事業の誘致を促進する政策の一環として、合弁企業に約10万㎡の土地を割当てると共に、向こう5年間にわたり売上税の100%免除を実施すると表明した。この投資計画は2段階で進められ、最初の3ヵ月間、つまり2005年3月末頃までに生産体制を整え、次のステップとして同年11月頃までに輸出用の各種製品を順次生産していく予定と紹介された。同工場の中核製品となるカラーTVの当初の生産能力は月産5万台規模で、その他の製品に関しては、DVD、VCD、エアコン、冷蔵庫、洗濯機、携帯電話機など幅広く生産することが見込まれている。これらの製品は、主として海外市場への輸出が目標で、特にアジア地域の市場に対するサービスが狙いである。(注18)

インドの家電市場においては、中国の大手家電メーカーが苦戦を強いられているのとは対照的に、総じて韓国メーカーや地場メーカーが強い状況にある。例えば、2005年のカラーTVの

総販売台数 1,027 万台のうち、台頭著しい韓国の LG が 264 万台を売り上げてトップ（シェア 25.8%）、次いで 2 位は地場のビデオコン・グループの 240 万台（同 23.4%）、3 位は韓国サムスンの 150 万台（同 14.6%）、4 位は地場のオニダ・グループの 133 万台（同 13.0%）と続いている（表 4 参照）。これら上位 4 強で、カラーTV 販売実績の 77% が占められている。さらにその下位グループにつけているのが、フィリップス、ソニー、TCL の 3 社であり、同年に合わせて計 13% の市場シェアを確保している。（注 19）

なお、外資の中で最も動きが目立っているのが韓国企業である。その主な理由としては、家電製品ごとに進出する日系メーカーとも異なり、財閥のトップダウン決定によって立ち上げ時から製品のラインアップを揃えた大規模投資に基づく進出でブランドを強力にアピールすると共に、消費者ローンをつけた販売戦略など巧みなマーケティング方式を採用した韓流経営の力が大きいと見られる。

そうした中であって再チャレンジ組の TCL は、アフターサービス・センター 100 ヶ所や代理店 2,700 ヶ所など膨大な販売網を構築しながらインド市場で販売ポジションを着実に高めており、自社ブランドの存在を消費者にアピールしつつある。実際、TCL 製品は、最近 1 年半の間にインドのテレビ市場で 3.5% のシェアを獲得するまでになったと言われ、今後 3 年間でその水準をさらに 15% へ引き上げることを目指すことが謳われている。（注 20）

＜海爾集団＞

中国最大の家電メーカーである海爾（ハイアール、本社：山東省青島市）集団は、海外展開を進めるに当たって、まず先進国の成熟したマーケットの中で同ブランドを確立した後、インドなど新興市場を始めその他の途上国に進出するという戦略を従来採ってきた。「先難後易」（先に難しく後で易しい）と呼ばれる方式であり、併せて“三位一体型”の現地化モデル、すなわち現地での設計、生産、販売が目標とされてきた。従って、海爾は最初に米国、日本、EU 市場に進出を果たし、低価格帯の小型冷蔵庫や洗濯機などの分野である一定程度のブランド名を浸透させている。こうした国際化の進め方としては、TCL を代表とする「先易後難」（先に易しく後で難しい）方式と全く正反対のものである。

同社はその後、2003 年 12 月に 100% 出資の子会社 Haier India をインドに設立した。以来、中国工場で生産されたカラーTV、DVD プレーヤー、冷蔵庫、洗濯機、電子レンジ、エアコンなど家電分野の 6 種類のハイエンド製品および携帯電話機の販売を手掛けてきている。そのうち携帯電話機に関しては、既に 2004 年 9 月に現地のパートナーである Scope 集団と合弁でニューデリーに R&D センターを含む海爾テレコム（インド）有限会社を設立、2005 年下半期からインド向けに同輸出を開始しており、1 年ほどの間に約 300 万台の売上実績を上げている。インド市場におけるアフターサービス体制を充実させ、今や同国内に 1,600 ヶ所の販売代理店網を構築済みである。（注 21）

このインド子会社は、2005 年にインド市場で 32.5 億ルピー（約 7,200 万ドル）の売上高を達成し、翌 2006 年には 60 億ルピー（約 1 億 3,000 万ドル）超まで増加すると見込んでいる。販売面における成長の 3 本柱は、カラーTV、冷蔵庫、エアコンである。そして 2010 年までに、同国市場で耐久消費財のサプライヤーとしてトップ 3 入りを目指されている。

そのような折、2006年5月中旬に「同子会社がインドの冷蔵庫製造工場を買収する計画である」とのニュースを現地のメディアが一斉に報じた。インドに海爾が工場を設立するとの話は、実は既に2年ほど前にも伝えられたことがあり、そこを拠点に国内販売だけでなく、広く南アジア、中東およびアフリカ諸国向け輸出基地にする構想が描かれてもいた。(注22)だが、当該事業は未だ実行されていないばかりか、新たに携帯電話機の現地生産計画も新聞報道されたため、その成り行きが注目されているところである。

3 繊維(生糸・絹織物)

気候的に暑い日が続くインドでは、普段でも女性はサリー、男性はドーティーと呼ばれる伝統的な民族衣装を身にまとった人を見かけることが多い。サリーはよく知られたように、一枚の長い布(長さは約4.5~8m、幅は1.1~1.3mくらい)で腰から胸に巻きつけ肩から垂らすようなもの。素材の生地としては、一般的に値段も安い綿布がよく使用される。しかし、富裕層を中心に高級品である生糸(シルク)を使った物もよく選択される。このため、生糸に対する需要はかなり大きいと言える。

インドでは現在、年間1万5,000トン程度の生糸が生産されているものの、総需要量が約2万4,000トンを数えるので、ほぼ4割に当たる不足分の9,000トンが中国から輸入されている状況にある。また原材料ばかりでなく、製品としての絹織物も同様に中国から大量輸入されている。中国側の貿易統計によると、2005年にインド向けの絹織物輸出は、数量で9,330万m(国別第1位)、金額で1億8,527万ドルに上った。

このように生糸・絹織物の主な生産国である中国は、その強みを利用した雲南省の一民間企業が、同消費量の大きなインドに直接進出し、現地で小規模ながら生産工場を経営し実績を上げている例もある。

ただ、インドの紡織大臣は、中国が同国の競争相手として最大のライバルであるとの理由から、中国企業による繊維産業分野への直接投資を許可するつもりはないと強い姿勢を表わしている。(注23)。

4 通信・ITソフト

通信分野では、インドにR&D拠点を設立し、同国のソフト開発力を活用しようとする中国企業が現れてきている。それは、インドが巨大な人口を抱え、通信設備や携帯電話(加入件数が2006年4月現在で9,600万件を突破して急増中。ちなみに、中国では2億件超。)などの通信市場が有望視されているためである。インドの通信機器メーカー協会(TEMA)によれば、同国の通信機器の国内調達率は、固定電話関連が85.7%(2003年度、金額ベース)と高い半面、携帯電話関連ではわずか5.2%にとどまっている。(注24)加えて、インドで制御ソフトなどを開発することにより、関連製品の国際競争力を向上させようとの思惑も読み取れる。

インドのソフトウェア産業については、1990年代に輸出の伸びが毎年50%を超える驚異的な高成長を続けてきた。インド・ソフトウェアサービス協会(NASSCOM)の発表によると、近年でも2003年度と同輸出額は中国の約6倍に相当する128億ドルとなり、翌2004年度も前年度比34%増の172億ドルと、伸び率が予想の25%を大幅に上回った。「2000年問題で世界的にソフ

ト技術の需要が急増したことが、インド企業が大きく成長するチャンスにつながった」と、インドのソフト開発会社、アクメ・テクノロジーズのラガバン会長は、その背景をこう説明する。

(注 25)

一方、時点は少々古いが 2002～2003 年度のオフショアリングに関する世界の直接投資受入れ件数を見ると、表 5 に示したとおり、インドが 3 業務とも最大の受入国であった。外国企業によるサービス業務の海外委託であるオフショアリング——通常はビジネス・プロセス・アウトソーシング (BPO) と呼称——は、その代表的な例として、①コールセンター、②各種事務処理業務のバックオフィス、③IT 活用サービス(ソフト開発やコンテンツ作成など)が挙げられる。このうち、コールセンターと IT 活用サービスの分野では、中国も 5 位以内にそれぞれランクインしていることが目立つ。ただ、コールセンター・サービスのコストを中印両国で現状比較すると、インドが 1 取引当たり 0.29 ドルに対し、中国は同 0.52 ドルとインドよりもなお割高である。

以上のように国際競争力を持つインドのソフト開発分野は、いま世界中から関心を呼んでいる。そのため、「世界の工場」への中国詣でが続く製造業部門とは好対照に、当分野では中国企業のインド詣でが活発化している。特に 1999 年度からインドを訪問する中国の政府・IT 企業関係者が急増し始め、大連、上海、四川など各地からの視察団が相次いで訪れた。例えば、2001 年 2 月に北京のソフトウェア業界団体が主催したインド IT 産業視察団には、中国の関連企業を中心に 27 人が参加したという。(注 26) 反対に、インドの主要なソフトウェア企業(タタ・コンサルタンシー・サービシズ<TCS>やインフォシスなど)による対中投資も活発化するなど、両国の IT ソフト企業同士の交流はますます深まりを見せ、その協力関係が強化されていく方向にある。最近では 2006 年 2 月に、中国の国家発展改革委員会とインドの NASSCOM が、バンガロールで中国・インドソフトウェア産業円卓会議を開催している。

<華為技術>

中国の通信業界でインドに対し最も早く且つ積極的に投資業務を展開中なのが、中国広東省の深圳市に本社を置く通信機器大手の華為技術有限会社である。民営企業で技術に強い同社は、北京研究所(データ通信)、上海研究所(移動通信)を始めとする国内の研究所に 1,000 人以上の技術スタッフなど強力な研究開発陣を擁している。このほか同社は 1995 年に海外進出を開始し、世界ではインド(バンガロール)以外に、米国(ダラス)、スウェーデン(ストックホルム)、ロシア(モスクワ)にもそれぞれ R&D 拠点を設置している。

同社の 2004 年における売上高は 462 億元で、翌 2005 年上半期には 330 億元に達し、その中で海外の販売は 24.7 億ドルと全売り上げの実に 62% (2004 年では 41%) を占めるまでになった。これは華為にとっても画期的な出来事であり、海外における販売が初めて国内売り上げを上回るものであった。(注 27)

そうした中で、華為はインド市場には 1999 年から進出を行い、まず R&D 分野の投資を開始、南部のバンガロールに研究開発部門を設けていた。そして 2001 年には、同部門を海外研究センターに格上げした。主に通信制御ソフトの開発を担当する同研究センターは、2005 年 4 月までに従業員の規模を 800 人程度(2006 年央現在で約 1,000 人、将来的には 2008 年までに 2,000

人へ増やす計画)に増やし、今や最大規模の海外研究施設となっている。インド人が職員全体の95%、高級管理職の3分の2、中間管理職の100%を占め、現地のソフト人材を最大限に活用しているところである。(注28)

華為は、これまでインド通信サービス企業のマハナガール・テレフォン・ニガム(MTNL)、インフォテールなどから大型通信設備の供給契約を獲得している。インドでの総投資額は過去6年間で合計1億ドルに達したとされるが、同社のインド進出の目的は、販売市場の確保のほか、上で述べたソフト人材の活用という2つの目標を同時に実現することにある。さる2000年7月、インドの情報通信相が訪中した際、特別に華為本社を訪れて、同大臣は「華為のインド進出のケースは、印中両国におけるIT産業協力の模範例である」と賞賛したと伝えられる。(注29)

さらに華為は2005年初め、インドに対し1億ドルを追加投資する新たな増資プランを発表した。それによると、投資額4,000万ドルをインド研究センターの拡張に当て、残り6,000万ドルをモバイル通信設備の生産工場建設に用いる計画である。(注30)この新規投資に関連して、現地の華為(インド)有限会社の温合・董事は、「2005年3月に貿易許可の申請をし、別途新たに事業拡大のため6,000万ドルでバンガロールに工場を設立する申請も行っており、インド政府外国投資促進委員会の批准待ちの状態である。」と語っていた。(注31)

だが、これに対してインド政府は、「通信ネットワーク分野での安全性が保障されない」との理由により、同プロジェクトの認可を見合わせたとされる(『新浪科技』2006年8月17日)。事実、2005年8月中旬、インドの情報通信省、国防省、外務省などの委員たちが、本案件(華為の追加投資)について検討した結果、今回の投資計画の認可に反対の意見を提出したとのことである。(注32)インド政府の方から正式な通知は無く明確な理由も何ら明らかにされていないが、華為はかつてアフガニスタン向けに通信設備を提供し、またパキスタンに対しても通信ソフトの提供を行うなど、その技術がインドの安全保障上、危険をもたらす懸念ありと心配しているという。(注33)

インド側は中国のこの再投資にかなり警戒感を示しているようだが、政府内部にはインフラ整備の重要性に鑑みて、中国企業によるこの対インフラ投資を肯定する意見と、国家安全保障上の観点から否定する意見とが並存しているとも伝えられる。2005年11月時点では、インド情報通信省が同増資プランを支援するとの情報も流れるなど、一旦は投資の認可を見合わせたものの、引き続き検討が行われている模様である。(注34)とはいえ、2006年に入っても、当プロジェクトの決着が見られないままの状況がなお続いている。

このため、華為では事態の推移を見守りつつ、今後適当な時期に再度改めてインド政府に申請を出す予定だとしている。海外投資の担当官庁としての中国商務部は、この問題に関してこれまで沈黙を守ってきたが、政治問題化した同社のインド投資計画を後押しするため、同国政府にロビー活動を行っていることが判明した。(注35)また中国国際貿易促進委員会も、「中国企業がインド市場への参入を拒まれるのは理不尽だ」として、華為の申請に対する審査を一刻も早く済ませよう同国政府に求めている。

＜中興通訊＞

中国政府の重点支援企業の一つで、華為と同じく広東省深圳市に設立(1997年)されたのが、国有の通信設備製造会社・中興通訊(ZTE)である。

同社は2005年3月、インドに工場を開設した。主な生産品目は、携帯電話端末のGSM(第2世代)とCDMA(第2.5世代)およびDSL(デジタル加入者線)、NGN(次世代電気通信ネットワーク)。その後、2006年6月初めに在インド子会社の増資計画と同国の通信設備卸売市場に対する参入計画を進めようとしたが、安全上の理由でインド情報部門の反対に合い、いずれも停止に追い込まれた。最終的にはインド内政省の調査結果を待って、同計画への裁定が下される予定という。

上記の2005年における華為プロジェクトといい、今回の中興通訊のケースといい、奇妙に符合しているのは、それら2社への決定とも、インドの国営通信企業が購入計画を進めている大プロジェクトの入札期間中に行われたことである。例えば、インド最大の国営携帯電話事業者BSNL(Bharat Sanchar Nigam)が、総額48億ドルに上る通信設備の調達を計画していた。当該プロジェクトには、最後にノキア、エリクソン、シーメンス、モトローラ、中興の通信機メーカー5社が競争入札段階まで残ったと言われる。だが、「入札企業は受注全体の30%をインド国内で生産していること」などの条件が付けられているため、結局、受注獲得に意欲を示す中興の落札は困難と見られているのである。(注36)

＜波導(バード)＞

中国国内の携帯電話業界で地場メーカー最大手の寧波波導は、他社と同様にインド市場の将来性に注目し、2005年10月、同国に携帯電話機工場と同ソフトウェア研究施設を建設すると発表した。インドでの市場開拓、現地生産のみならず、関連ソフトの開発も併せて行う計画と伝えられた。(注37)ただし、その後の進捗状況など詳細に関しては、今のところ不明である。

第3章 今後の課題と展望

1 関係強化に向け一歩前進

中国とインドは、2005年に国交樹立55周年を迎えた。この記念すべき節目の年に当たり、温家宝総理は既に述べたとおり、同年4月にインドを公式訪問した。中国首相の訪印としては、前任の朱鎔基総理以来、3年ぶりのことであった。

インドに滞在中、温家宝総理は、同国内に根強く残る“中国は脅威”とのイメージ払拭に努めると共に、極めて柔軟な姿勢を見せた。「中印両国はパートナーであり、ライバルではない。インドの繁栄は中国の利益に適う。」とまで言明したといわれる。こうして双方の首脳会談では、二国間関係を「平和と繁栄のための戦略的パートナーシップ」に格上げすることで合意し、積年の難問である国境問題を政治的に解決するための原則が確認された。そのほか、相互貿易・投資の拡大や科学技術、文化交流の促進など幅広い分野で、11の協定文書に署名・調印が行われた。

会談終了後に発表された長文の共同声明によると、経済面に限っても、第三国での石油・天然ガスの調査・発掘を含むエネルギー分野での協力(2006年1月には「石油ガス協力強化」の

ための覚書に調印)について確認しあった以外に、2008年までに二国間貿易を200億ドル以上(注38)に伸ばすこと、さらには両国間の自由貿易協定(FTA)に関する共同研究をスタートさせるべく、検討を加えるための合同作業部会の設置についても合意に達するなど、数々の成果が得られた。(注39)

このように両国間の関係緊密化が強調され、更なる関係強化に向け一歩前に動き出したのであった。それを踏まえて「中印友好年」と銘打たれた2006年には、まず軍事分野で5月末にインドのムカジー国防大臣(現外務大臣)の訪中が実現し、合同軍事演習を定期的実施することなどを盛り込んだ両国初の“歴史的文書”となる軍事協定が調印された。次に経済分野では、7月6日から中国チベットのヤドンとインドのシッキムを結ぶ中印通商路が40年ぶりに再開された。従来、両国間の貿易商品は、主に天津港経由の海路で運ばれていたため、この陸路による通商路の開通が新たな国境貿易ルートとして大いに期待を集めている。(注40)そして、両国の活発な首脳往来を示すハイレベル交流の最後を飾る象徴的な動きとして、11月には胡錦濤国家主席のインド訪問も実現されたところである。特に中国側の対印関係の改善強化にける並々ならぬ堅い決意が伺われる。

2 相次ぐ投資不許可の波紋

こうした中印両国の政府間における活発な交流や往来とは裏腹に、中国企業の対インド投資に関しては、上述したような相互貿易の拡大と異なり、20世紀末時点での初期段階からようやく実質的な展開が繰り広げられる第2段階へと移行したばかりの状況にある。その中で懸念されるのは、温家宝総理の訪印からわずか数ヶ月の間に起こった華為の新規投資に対するインド政府の強引とも言える政策関与である。当案件は、依然として国防上、「国家の安全を脅かす」との非商業的な理由から認可されないまま、差し止めの状態がなお続いている。その矢先、今度はインド港湾運営大手のムンバイ・ポート・トラスト社が、新ターミナル建設工事の入札から、香港系のハチソン・ポート社を華為と同様の理由で排除する方針であることが明らかとなった。(注41)

さらにもっと深刻な点は、中国企業によるインド向け投資でまだ認可の下りないケースが上記の案件だけにとどまらず、その輪が連鎖的に広がりを見せてきていることである。実際の問題として2006年に入ってから、既述した中興通訊の場合のほか、同年央頃に別件でも発生していることが分かった。すなわち、中国集装箱(コンテナ)(集団)公司傘下の深圳中集天達空港設備有限会社(以下、中集天達)が、インド空港管理局の管轄する17カ所の空港に納入されるボーディング・ブリッジの入札に参加しようとして拒否されたというもの。同社は、7億9,100万ルピー(約1,755万ドル)の最低価格で一度は落札したが、インドの外務省と内政省に送付され審査を受けた際、意外にも本件から外されてしまった。最終的には18億9,000万ルピー(約4,200万ドル)で応札したスペインの会社が獲得することとなった。双方の価格を比較してみると一目瞭然ながら、スペインの価格は中国より2倍以上も高い。誠に不可解としか言いようのないのが、この中集天達をめぐるケースである。同社は、ボーディング・ブリッジの業界では年間の生産・販売量で世界第3位に数えられ、今から10年ほど前の1997年にインドのコーチン、ハイデラバード、バンガロールなどの都市の空港に同製品を一括納入した

実績もある。(注 42)

それでは一体、このような投資制限がどうして中国企業に課せられたのであろうか。これらの投資プロジェクトは、インドの法律により全て 100%の外国直接投資が認められており、しかも本来なら自動認可でパスし、特にインド政府の審査批准は必要の無い案件ばかりといえる。だが反対の理由は、いずれも判で押したように同一で、ただ単に安全保障上の観点から制限を設けているとだけ伝えられているのである。インド政府は日頃、中国企業によるインドのインフラ開発部門への投資を歓迎すると表向きは表明しているものの、上記の例を引き合いに出すまでもなく、実態は今日なお緩和されていないというのが最大の要因である。インド側では、中印間で取り交わされた事項でも「合意が実施される確証はない」との悲観的な見方も根強く、中国に対する警戒感を緩めていないのが背景にあるようだ。一説では、中国など6カ国については、インドの関係方面から特殊な審査批准が必要なりストの中に組み入れられているとの報道さえある。(注 43)

3 望まれる相互理解の増進

従って、インド政府による今後の対応如何によっては、折角、伸び始めた両国間の貿易・投資面にも大きな影を落とさないとも限らない。事態はかなり深刻だと受け止めざるを得ない状況である。

このため、中国企業の対インド投資がこれから順調に拡大を図っていけるかどうかは、ひとえに先般決められた幾つかの合意事項を双方がどれだけ真剣に且つ誠実に実行していくかに大きくかかっているといっても過言ではない。単に口約束に終わることなく、あくまでも両国の貿易・投資拡大に向けた官民挙げての努力こそがまさに問われている。個別の企業レベルでは、既存のインド進出失敗を教訓としてしっかりと刻んでおくことも重要であろう。

インドが比較優位を持つのはソフトウェア産業などサービス産業であり、それに対して、中国が比較優位を有するのは製造業分野である。つまり、補完関係にある両国の経済協力の可能性は非常に大きいと考えられる。ただ、両国関係というのは、双方の利益が合致したウィン・ウィンの状態で初めて進展していくのも自明の理である。

いずれにせよ、中印両国の関係は一方で牽制し合いながら、もう一方では国益重視の観点からそれぞれの思惑で結びつくといった、ある意味ではお互いにしたたかな側面も垣間見える。文字通り協調と競争の狭間でバランスを取りつつ、双方はより多くの果実を分け合いながら、ともに実利志向でこれから両国関係を前進させていこうとの姿勢であると思われる。そこで何よりも大切なのは、交流を通じ少しずつでも相互理解を深めていくことが肝要であるといえよう。

<注>

(注 1) 拙稿「中国の“走出去”戦略と対外投資奨励」国際貿易投資研究所『季刊 国際貿易と投資』Autumn 2005/No. 61、p 50

(注 2) 国連貿易開発会議 (UNCTAD) が 2006 年 10 月に公表した「2005 年世界投資報告書」によると、

中国の対外直接投資額は2004年の18億ドルから2005年には113億ドルへ急増したと述べられている。この結果、中国は世界全体の対外直接投資総額のうち、国・地域別順位で初めて20位以内に入る17位にランクインした。(『国際貿易』2006年10月24日)

- (注3) 『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年9月9日、p235
- (注4) 『日本経済新聞(夕刊)』2004年12月19日
- (注5) 『経済観察報』2005年11月7日
- (注6) ジェトロ『インド経済短信』第248号、2005年11月8日
- (注7) 『21世紀経済報道』2004年8月30日
- (注8) 張敏秋主編(2004)『中印関係研究(1947~2003)』北京大学出版社、p218
- (注9) 注8に同じ、p211
- (注10) 『経済観察報』2005年1月17日
- (注11) 『第一財經日報』2005年4月4日
- (注12) 王元月・紀健悦著(2003)『今日中国雄獅(Today China Lion) - 超越中国成長極限的TCL』北京工業大学出版社、pp307~309
- (注13) 注8に同じ、p212
- (注14) 注10に同じ
- (注15) 「プレスノート18号」は、インド商工省から1998年12月14日付で通達された条項。それによると、外国企業が過去または現在、インドの企業と合弁や技術提携を行っている(行った)場合、当該外国企業が他のインド企業と同一業種または関連業種の提携を結ぶ際には、外国投資促進委員会(FIPB)の認可を取得しなければならず、しかも提携時にインド側パートナーより同意書(NOC)を取りつけることが必要とされていた。ただ、外国政府・企業からかねてより同条項の改正申し入れが行われていたのを受け、インド政府は2005年1月12日、それに代わる新たなガイドラインを「プレスノート1号」(2005年)として発表し、即日実施したのであった。この結果、今後新設する全ての合弁企業には同条項が適用されず、同一業種の提携でなければ事前許可取得の対象外とし、これから新規に提携を結ぶ場合は、当事者間で取り決めた契約書などの規定を優先すること等が認められた(ジェトロ『インド経済短信』第194号、2005年1月17日)。
- (注16) ジェトロ『インド経済短信』第32号、2003年12月16日
- (注17) 注10に同じ
- (注18) 『Economic Times』、『Business Line』(インド紙)2004年12月24日
- (注19) 『TV VEOPAR JOURNAL』(インド業界誌)2006年2月号
- (注20) 『ジェトロセンサー』2006年9月号、pp6~7
- (注21) 日本貿易振興機構海外調査部『アジア・豪州企業のインドビジネスアプローチ事例集』2006年2月、p16および『21世紀経済報道』2006年6月7日、『経済観察報』2006年6月12日
- (注22) 『Economic Times』(インド紙)2006年5月18日
- (注23) 『経済観察報』2006年6月19日
- (注24) 『INDO WATCHER』Vol. 93、2005年4月、p18
- (注25) 『讀賣新聞』2004年9月27日
- (注26) 椎野幸平「インド——中国に続き21世紀の大国を目指す」丸屋豊二郎・石川幸一編著(2001)『メイド・イン・チャイナの衝撃』ジェトロ、pp150~151
- (注27) 『21世紀経済報道』2005年9月1日
- (注28) ジェトロ『通商弘報』2006年2月2日
- (注29) 注8に同じ、p214
- (注30) ジェトロ『通商弘報』2006年2月1日
- (注31) 『中国経済新聞』2005年10月1日
- (注32) 注31に同じ
- (注33) 『Financial Times』(英国紙)2005年8月29日
- (注34) 注28に同じ
- (注35) 『South China Morning Post』(香港英字紙)2006年4月24日
- (注36) 『21世紀経済報道』2006年6月12日および『国際金融報』2006年6月21日
- (注37) 注28に同じ
- (注38) 中国とインドの貿易総額は、バンコク協定(1975年に5カ国で成立。中国は2001年5月から加盟、その後2005年11月より現在のアジア太平洋貿易協定と改名)に基づく2004年の関税大幅引き下げを契機に急増している。具体的には、2004年の136億ドル(前年比79%増)から翌2005年の187億ドルを経て、2006年には220億ドル程度が見込まれており、共同声明での見通しよりも2年前倒しで目標が達成される状況である。また中国国際貿易促進委員会の于

平副会長は、2006年5月にニューデリーで開催された両国経済界による会合で講演した際、2015年までに中印貿易総額を年間1,000億ドル規模に拡大するとの新たな目標設定について提案し、インド側もこれを歓迎したという（『日本経済新聞』2006年5月11日）。

- (注39) 『INDO WATCHER』Vol.94、2005年5月、pp5～6
 (注40) 日本国際貿易促進協会『国際貿易』2006年7月11日
 (注41) 『フジサンケイ ビジネスアイ』2005年11月8日
 (注42) 『新華網』2006年6月2日および『経済観察報』2006年6月19日
 (注43) 『国際先駆導報』2006年5月8日

表1 中国の対外投資における主要国別奨励業種

地域・国	農・林・水産業	採掘業	製造業	サービス業	その他
南アジア					
・インド	農作物栽培	石炭、鉄鉱石	各種計測器類および事務用設備。高低圧のスイッチ設備・発電機等の電力用機械。冷凍設備・エアコン等の電気機械。テレビ等の電子設備。プラスチック製品。医薬品。	貿易。ソフト開発。建築。交通運輸。観光。インフラ部門。	電力の生産・供給
・パキスタン	漁業捕獲	石炭、銅鉱石	冷凍設備・エアコン等の電気機械。自動車・二輪車等の交通運輸設備および同部品。医薬品。農業機械。電子設備・通信設備。繊維・アパレル、靴・帽子。	小売。建築。	電力の生産・供給
・バングラデシュ	黄麻栽培	石炭、天然ガス	繊維・アパレル、靴・帽子。電気機械および器材。農業機械。二輪車・自転車等の交通運輸設備および同部品。		
北アジア					
・日本			電気機械および器材。印刷機械。計測器類および事務用機械。	貿易、小売。研究開発。ソフト開発。	
・韓国			自動車等の交通運輸設備。化工原料。通信設備、コンピュータおよびその他の電子設備。	貿易、小売。研究開発。建築。交通運輸。	
新興市場国 (BRICs)					
・ロシア	森林開発 果物・野菜栽培	石油・天然ガス。炭鉱、鉄鉱、銅鉱、ボーキサイト鉱、ニッケル鉱、鉛・亜鉛鉱等の鉱産物資源。	印刷等の電気機械および器材。コンピュータ・テレビ等の電子設備および通信設備。木材加工および家具。繊維・アパレル。製紙および紙製品。タバコ製品。金属製品。プラスチック製品。船舶等の交通運輸設備。	貿易、小売。通信サービス。飲食。建築。観光。教育。医療。金融。コンピュータ・サービス。	
・ブラジル	森林開発	石油。鉄鉱、ボーキサイト鉱、銅鉱石。	冷蔵庫・エアコン等の電気機械および器材。テレビ・レーザーディスク(LD)プレーヤー・ラジオ等の電子設備。金属製品。プラスチック製品。	貿易、小売。交通運輸。建築。	電力の生産・供給

注：インドもブラジル、ロシア、中国と並んでBRICsの一員に数えられる。

出所：中国商務部・外交部『対外投資国別産業指導目録』2004年7月8日から作成

表2 インドの主要国別対内直接投資（実行ベース）の推移

順位	国	1991年8月～ 1999年12月	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	累計額		構成比(%)
			2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	100万ルピー	100万ドル	
1	モリシャス	124,659	35,686	75,036	72,845	25,859	46,162	94,078	474,326	11,115	30.0
2	米国	83,542	17,993	16,541	13,572	19,040	29,792	20,700	201,181	4,913	13.3
3	日本	29,694	9,857	9,965	19,805	4,344	5,337	7,450	86,451	2,059	5.6
4	オランダ	21,743	5,468	10,316	7,476	11,619	22,779	5,277	84,678	1,987	5.4
5	英国	22,279	2,815	12,840	16,988	8,629	6,585	9,578	79,715	1,912	5.2
9	韓国	20,921	762	203	1,814	1,129	1,227	2,943	28,999	749	2.0
60	中国	18,98	0.95	0.00	0.10	3.03	21.13	81.48	125.66	2.91	0.008
	合計 (その他を含む)	576,821	123,537	167,778	181,956	116,172	172,665	192,991	1,531,919	37,051	100.0

注：累計額は情報公開の始まった1991年8月から2005年12月まで。

出所：インド商工省『SIA NEWSLETTER』から作成

表3 中国の主要国別鉄鉱石輸入の推移

相手国	2000年		2001年		2002年		2003年		2004年		2005年	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	構成比
オーストラリア	3,275	816	3,796	943	4,279	995	5,813	1,630	7,816	3,349	11,218	40.8
インド	1,100	297	1,698	459	2,253	557	3,228	1,218	5,014	4,050	6,855	24.9
ブラジル	1,482	438	2,453	745	2,977	802	3,840	1,348	4,603	2,870	5,471	19.9
輸入合計 (その他を含む)	6,997	1,858	9,231	2,503	11,150	2,769	14,813	4,857	20,809	12,712	27,500	100.0

出所：『中国対外経済貿易年鑑』各年版および『中国商務年鑑2005』等から作成

表4 インドのカラーTVの企業別販売台数と構成比

(単位：万台、%)

企業名 (ブランド)	2004年		2005年	
	販売台数	構成比	販売台数	構成比
LG	245.6	26.6	264	25.8
Videocon グループ	220	23.8	240	23.4
サムスン	135	14.6	150	14.6
Onida グループ	108.6	11.7	133.8	13.0
フィリップス	49.4	5.3	55.7	5.4
ソニー	30.2	3.3	55	5.4
総計 (その他を含む)	925	100.0	1,027	100.0

出所：『TV VEOPAR JOURNAL』 Televisions Special 2005
および同2006年2月号より作成

表5 世界の輸出指向型サービス部門における直接投資受入件数 ～上位5ヵ国

順位	コールセンター・サービス			バックオフィス・サービス			ITサービス		
	国	プロジェクト数	構成比	国	プロジェクト数	構成比	国	プロジェクト数	構成比
1	インド	60	11.7	インド	43	30.9	インド	118	18.7
2	カナダ	56	10.9	アイルランド	19	13.7	英国	73	11.6
3	英国	43	8.4	シンガポール	8	5.8	中国	60	9.5
4	中国	30	5.8	英国	7	5.0	シンガポール	35	5.5
5	アイルランド	29	5.7	ハンガリー	7	5.0	ドイツ	34	5.4
	世界計	513	100.0	世界計	139	100.0	世界計	632	100.0

注：2002～03年度。

出所：UNCTAD 『World Investment Report 2004』 P162～163