

目 次

はじめに
調査団
調査日程

I. インド経済と市場構造 -----	1
1. インド経済の概況 -----	1
2. インド市場の構造 -----	3
II. インドの繊維産業 -----	7
1. 繊維産業概況 -----	7
2. 衣料品産業概況 -----	13
3. 海外産品との競争 -----	15
II. インドの繊維品貿易の現状 -----	17
1. 繊維品貿易 -----	17
2. 繊維品輸出 -----	17
3. 繊維品輸入 -----	22
III. インドの貿易管理制度・貿易政策 -----	26
IV. インドの繊維産業の今後の変貌予測 -----	31
V. 繊維協定失効後におけるインド繊維業界の対応 -----	35
VI. 日本品に対する評価及び日本に求めるもの -----	37
1. 日本からのインド向け繊維品輸出 -----	37
2. 日本品に対する評価と日本に求めるもの -----	41
VII. インド向け輸出上の障壁及び問題点 -----	42
VIII. 日本の繊維業界がインドに繊維品を輸出する可能性の有無 -----	45
IX. 輸出振興を目指すための日本の取り組み -----	47
X. インド繊維団体・企業の訪問調査及び視察調査 -----	48
1. 繊維団体・企業の訪問調査 -----	48
2. ショッピングセンター等の視察調査 -----	53

インド繊維市場調査報告書

I. インド経済と市場構造

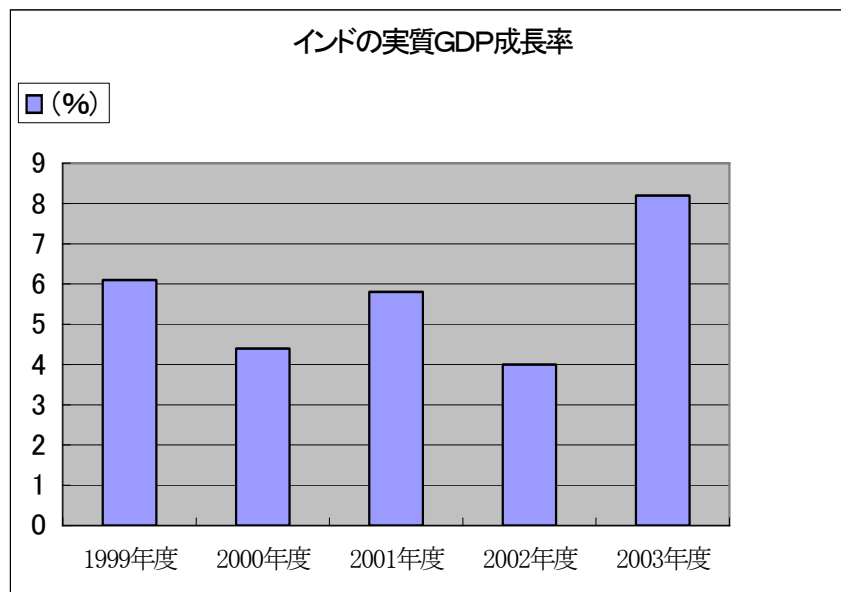
1. インド経済の概況

<2003年度は8%成長>

インドは1991年以降経済改革への取り組みを本格化し、その結果インド経済は1990年代を通じて平均6%の高い成長率を実現した。

インド経済は、2003年度（2003年4月～2004年3月）の前半は良くなかったが、後半に情報技術（IT）関連と車（乗用車とバイク）の需要が増加し、また干ばつで低迷していた農業部門の生産が好転したこともあって、2003年度の実質GDP（国民総生産）成長率は8.2%という高い伸び率となった。

2004年度に入っても、経済成長は続いており、2004年4～6月期は7%程度の成長率となっている。



インドは1991年の経済自由化を契機に耐久消費財の生産を中心に工業化が進展してきているが、農業・鉱業部門はGDP全体の25%を占めており、特に農業部門はインド経済において依然として大きな地位を占めている。

また、インド総人口の約70%が農村地域に住んでおり、農民の消費への影響は大きい。このように、インドでは農村部の景気が重要で、これは雨量に左右されることが大きい。

インドの産業部門別GDP構成比（名目）

単位：％

部門別	1980 年度	1985 年度	1990 年度	1995 年度	2000 年度	2003 年度
農業・鉱業	41.8	38.6	34.9	30.6	27.0	24.9
工業	21.6	22.5	24.5	25.8	24.2	23.9
サービス業	36.6	38.9	40.6	43.6	48.8	51.1
CDP	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

出所：インド財務省

2004 年 5 月の総選挙で、社会主義的な政策の色彩が濃い国民会議派が勝利したが、インドは世界貿易機関（WTO）に加盟しており、改革・開放の流れは変わらず、7%の経済成長路線は続くと見られる。

実際、与党に返り咲いた国民会議派を中心とする統一進歩連盟政権は、経済成長を主な公約とし、2004 年度は 7～8%の成長を目標としている。

また、エコノミストは、2004 年度のインド経済について、製造業が好調であることから、6.0～7.0%の順調な経済成長を予測している。

<経常収支は黒字>

経常収支は、2000 年度までは赤字であったが、2001 年度以降は度黒字が続いている。これは、在外のインド人、いわゆる印僑からの送金が増えて来たことによる。

こうした、経常収支の黒字の継続により、外貨準備高は増大して来ており、2003 年度には 1,130 億ドルに達している。この外貨準備高は、日本、中国、台湾、韓国に次いで世界で第 5 位と高位にある。

日本を含め、外国からのインドへの直接投資は、2001 年度以降減少が続いたが、2004 年度に入ってやや上向いている。

インドの主要経済指標

項目	単位	1999 年度	2000 年度	2001 年度	2002 年度	2003 年度
実質 GDP (93 年基準)	億ドル	26,675	26,672	26,869	27,120	29,350
実質 GDP 成長率	％	6.1	4.4	5.8	4.0	8.2
人口 (年末)	100 万人	1,001	1,019	1,037	1,055	1,073
一人当たり GDP	ドル	234	229	228	226	240
農業生産 (前年比)	％	-0.3	-7.0	7.6	-15.0	19.8
輸出額 (通関)	億ドル	375	423	445	502	604
輸入額 (通関)	億ドル	496	485	504	588	756
貿易収支 (通関)	億ドル	-122	-59	-59	-86	-152
経常収支	億ドル	-4,698	-3,590	782	4,137	8,719
外貨準備高	億ドル	380	423	541	761	1,130
直接投資認可	億ドル	42	55	30	16	14

注：年度は 4 月～3 月。外貨準備高は年度末。

出所：Economic Survey 他

<中国との比較>

今や、世界中で中国というライオンの唸り声が聞こえ、インドという大きな象が動き出したと言われているが、インドと中国の主要経済指標を比較してみると、以下の通り。

これを見ると、インドは中国からかなり遅れている一人によっては、10年又は15年と意見は分かれている一ものの、それだけインドは将来伸びる可能性を秘めていると言えよう。

インドと中国の主要経済指標の比較

	インド	中国
平均GDP成長率 (1980-2003年：%)	5.7	9.5
人口 (2003年末：100万人)	1,073	1,292
1人当りGDPの平均成長率 (1980-2003年：%)	4.0	7.0
1人当りGDP (米ドル)		
1980年	264	192
2003年	563	1,094
1日当り1米ドル以下の生活者の割合 (2002年：%)	34.0	15.9
1日当り1米ドル以下の生活者数 (100万人)		
1981年	434	789
2002年	357	203
世界貿易におけるシェア (%)		
1980年	0.4	0.9
2003年	0.8	5.7
外国直接投資額 (2002年：10億ドル)	3.1	49.3
平均関税率 (%)		
1980年	90	50
2003年	30	12

出所：世界銀行、アジア開発銀行、インド・中国両国政府。

2. インド市場の構造

<中間階層の台頭>

1991年の経済自由化以後、インドでは中間層が1～2億人出現したと言われている。現在、インドの総人口は約10億人であるが、このうち20～30%程度の2～3億人が中間・高額所得者階層とみられ、高額所得者階層の中では、超高所得者層は1,000万人程度と見られる。

なお、インドのMISH (Market Information Survey of Households：世帯市場情報調査) 資料によると、インドの中間層はアッパー・ミドルからロー・ミドルまで層が分かれているが、このうち、年間所得が7万ルピーを超えるミドル (中間)、アッパー・ミドル (中間の上、ハ

イ（高額）所得世帯の割合は、1992年度の16%から1998年度には26%に増大している。

この表から推定すると、カラーテレビ、冷蔵庫、洗濯機、モーター・バイク、乗用車などの耐久消費財や高級既製服を購入できる、アッパー・ミドル、ハイの所得世帯は全体の12%の1億2,000万人程度と考えられる。

地域別の人口分布では、凡そ、農村部が70%、都市部が30%の割合であり、人口面でも農村部が大きな地位を占めている。

インドの所得による世帯分布

単位：ルピー、%

階層	年間所得	1992年度			1995年度			1998年度		
		都会	農村	全体	都会	農村	全体	都会	農村	全体
低額所得 (Low)	35,000 以下	38	66	58	28	57	49	19	48	40
中間の低い所得 (Lower-Middle)	35,000～ 70,000	33	23	26	35	29	31	34	35	34
中間所得 (Middle)	70,001～ 105,000	16	8	10	20	9	12	23	10	14
中間の上の所得 (Upper-Middle)	105,001～ 140,000	8	2	4	10	3	5	12	4	6
高額所得 (High)	140,000 以上	5	1	2	7	2	3	12	3	6
合計		100	100	100	100	100	100	100	100	100

出所：M I S H（世帯市場情報調査）、注：1ルピー＝約2.5円。

なお、インドの納税者は約3,000万人と言われており、総人口に比べると少ないが、これは農民は納税の義務が無く、また超高所得者（約1,000万人）は海外で事業を展開し、殆ど納税していないためと見られる。

インド社会で中産階級を形成するとみられる大学卒業者についてみると、2001年度の大学入学者数は、文科系が387万5,000人、理科系が167万人、商科系が150万1,000人で、合計704万6,000人である。大学卒業率は49%であるため、推定卒業者数は345万2,000人となっている。

<流通制度>

現在、インドの小売店は約1,200万ストアと推定されている。これらの殆どは小規模小売店である。

インド政府は外国からの投資を認めると、小規模小売店の存在が脅かされ、雇用喪失が生じることを恐れて、小売分野への外国からの投資を事実上禁止しており、小売業への外資企業の参入を認めていない。

現在、ドイツ最大の小売企業＝メトロがインドに進出しているが、メトロは小売業ではなく、卸売業として認められている。このため、メトロは企業に会員カードを発行し、カードを持った社員が購買するという方式を取っている。

米国の男子用アパレル製造・販売企業のトミー・ヒルフィガー (Tommy Hilfiger) は2004

年春に、インドの Murjani Group とライセンス契約を締結して、小売事業を展開している。

また、英国の紳士服小売企業のマークス・アンド・スペンサー (Marks & Spencer) は Planet Sports 社とフランチャイズ契約を締結して、2001 年 12 月からデリーとムンバイの 2 店舗で営業している。

また、インドでは、食料品を販売するスーパーは殆ど無い。これは、新しい建築物の許可が下りにくいことと、高所得者層では使用人が買い物をするので、便利なスーパーが無くても困らないためである。

それでも、最近では、都会に大型のフラットが出来て、大家族と一緒に住むようになり、ショッピング・センターが多く出来ている。

このように、インドでは小売業が未だ十分発達していないが、小売マーケットのパイが拡大しており、今後小売業がインドの GDP を引き上げると見られる。

マッキンゼー社の調査によると、今後、インド経済が毎年 6～7% 成長を続けるならば、小売産業の規模は 2010 年までに 3,000 億ドルの市場規模に拡大すると推定されている。

<インフラストラクチュア>

インドにおいては、電力、道路、港湾設備などのインフラストラクチュアは未だ十分整備されていない。特に、中国のように強制土地収用が出来ないため、高速道路が余り発達していない。

また、デリーやカルカッタでは、土地、建築物の規制が厳しいため、新しい地域に工業団地を建設せざるを得ないが、高速道路が無いと、建設が進まない。

電力事情は全般的に悪い。ムンバイのような経済中心都市には殆ど停電はないが、首都圏のデリーでさえ停電はある。このため、大工場は、自家発電措置を持っている。

インド政府はインフラ整備に力を注いでいるが、広い国土と財政赤字が足かせとなっている。

<労働問題>

インドでは、1947 年の独立以来、1970 年代までは国家主導型の経済開発を通じた社会主義型社会の構築を目指す政策運営、1980 年代から混合型経済体制を前提に経済自由化を導入する政策へ軌道修正され、さらに 1991 年以降は市場経済化の推進を基本方針とする政策に転換された。

しかしながら、社会主義的な経済運営の残影は残っており、インドでは雇用問題が大きなネックとなっている。

特に、労働者の権利が強く、工場を撤退した後も労働者を解雇できないケースがあるため、従業員の解雇が難しい。これは、労働者が州政府に雇用確保を申し立て、その判定が長引くためである。また、雇用者が 100 人を超すと業績が悪化して、会社を閉鎖しようとしても、許可が下りないケースがある。

また、短期契約のパートタイム雇用でも、長年繰り返すと、パーマnent雇用となる。女性の労働者は少ない。定年は、実質的に無い。

<厚い農民保護>

インドでは、伝統的に農民保護が厚い。農民は非課税となっている。

また、農産品、農産加工品などの多くは、譲許税率そのものが非常に高く設定されているうえ、輸入者にライセンス取得を義務付けるか、もしくは国有企業など指定された業者にのみ輸入資格を与えるなどの方法により、輸入規制を課しているものが多い。

<多重構造のインド社会>

インドは多重構造の社会である。上記の通り、インドでは近年、中間層が台頭して来ているが所得階層は多岐に分かれており、総人口の約40%の4億人が貧困生活者層であると言われており、残りの層の所得構造も掴み難い。ただ、近年、可処分所得は増えており、TATA財閥系研究機関の資料によると、食料品を買える人口は4億人と言われている。

広大な国土、膨大な人口を抱えるインドでは、広告が大きな力を持っている。韓国のサムスンなどは膨大な資金を投じて宣伝を行っているが、日本の企業は広告に余りお金を使っていないので、消費者を掴んでいない傾向がある。日本の企業では、ソニーは別格で、そのほか乗用車のスズキ、トヨタが有名である。

インドでは、安いものが売れる。例えば、テレビは台数が増えても、大型は売れず、21インチ以下が75%を占めている。

II. インドの繊維産業

1. 繊維産業概況

<繊維産業の位置>

インド貿易振興局の纏めによると、繊維産業はインド経済の中で非常に重要な位置を占めており、インドの輸出収入に大きく貢献している。

インド国内生産に占める割合も高く、国民生産の30%以上が繊維産業によって占められている。インド繊維産業はGDP（国内総生産）の3%、工業生産額の14%、総輸出額の22%を占めている。

2003年3月現在、インド国内には3,000以上の繊維工場があり、また繊維産業の雇用者数は、直接雇用で3,400万人、綿花生産農家や流通業などの間接雇用を含めた雇用者数は8,200万人とされており、経済、雇用面で大きな地位を占めている。

一方、インドの繊維産業構造はかなり複雑で、手作業による糸紡ぎや手織機、力織機があり、もう一方には極めて高度な資本集約的かつ高速の生産活動がある。この2つの顔を持つインドの繊維産業は、驚くほど多岐にわたり、ファイバー、糸、織物、衣料品（既製服）、敷物、インテリア用品を生産している。

<繊維産業の業況>

2003年度のインド繊維産業の業況は、好調な衣料品輸出に主導されて、概ね堅調に推移した。

- ① インドの織物生産は、2001年度のピーク（420億3,400万平方メートル）の後、2002年度は前年度比0.1%減と僅かながら減少となったが、2003年度は前年度比0.6%増の422億900万平方メートルへと回復した。
- ② 衣料品及びその他繊維製品の2003年度の生産は、前年度比3.2%減となった。しかし、これは2002年度的大幅増（14.4%増）の反動であり、2000年度～2003年度の平均伸び率は4.4%で、堅調に推移している。この傾向は2004年度に入っても続いており、2004年4～7月の生産は前年同期比4.6%増となっている。
- ③ インドの紡織・衣料品輸出全体の51%を占める衣料品輸出は、1998年度以降、2001年度を除いて毎年増加しており、1998年度～2003年度の平均伸び率は8.2%に達した。2003年度の衣料品輸出は、前年度比7.0%増の61億ドルとなったと推定されている。
2004年4～8月の衣料品輸出は、衣料品輸出促進協議会（A E P C）の資料によると、前年同期に比べ数量で8.5%増、金額で14.3%増と、いずれも順調に伸びている。

<繊維生産>

インドは繊維生産大国である。原料（ファイバー）関係では、綿、毛、麻、絹など、天然繊維の生産は豊富である。また、レーヨン、ポリエステル、アクリル等といった化合繊維原料の生産も豊富である。

この結果、ジュート製品の生産は世界第1位、絹製品は同2位、綿製品とセルロース系繊維製品は同3位、合繊製品は同5位に位置している。

インドの主要繊維の生産

品 目	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
生 糸 (1,000 トン)	13.94	14.43	15.84	14.62	
毛 糸 (1,000 トン)	95	97	98	98	
ジュート類 (1,000 トン)	1,896	1,869	2,122	1,985	
レーヨンF (1,000 トン)	51	55	50	49	53
レーヨンS (1,000 トン)	185	231	190	224	218
ナイロン (1,000 トン)	72	71	70	75	76
ポリエステルF (1,000 トン)	787	832	847	955	1,001
ポリエステルS (1,000 トン)	554	566	562	563	602
アクリル (1,000 トン)	79	100	91	103	112
毛織物 (100 万 SM)	159	156	156	154	

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度
綿 花 (1,000 トン)	2,652	2,380	2,686	2,312	2,831
綿 糸 (1,000 トン)	2,290	2,215	2,267	2,290	2,332
綿織物 (1,000 トン)	1,767	1,757	1,774	1,804	1,831

注：綿花、綿糸、綿織物の年度は8月1日に始まる1年。その他はの年は暦年。

F＝フィラメント。S＝ステープル。

出所：生糸＝インド繊維省中央蚕糸局（CSB）、毛糸、毛織物＝国際羊毛繊維機構（IWTO）。

ジュート類＝国際連合食料農業機関（FAO）。綿花、綿糸、綿織物＝国際綿花諮問委員会（ICAC）。レーヨン＝ファイバー・エコノミクス・ビューロー（FEB）。

ナイロン、ポリエステル、アクリル＝日本化学繊維協会。

主要繊維の世界の生産におけるインドの地位

単位：シェア=%

品目	国名	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	シェア
生糸 (1,000トン)	インド	13.94	14.43	15.84	14.62		18
	中国	38.02	45.09	55.99	62.89		76
	日本	0.65	0.56	0.43	0.39		—
	世界	58.10	65.83	79.41	82.27		100
毛糸 (1,000トン)	インド	95	97	98	98		5
	中国	384	423	463	474		24
	日本	78	67	58	48		2
	世界	2,093	2,186	2,090	2,009		100
ジュート類 (1,000トン)	インド	1,896	1,869	2,122	1,985		62
	中国	165	126	106	106		3
	日本	—	—	—	—		—
	世界	2,995	3,037	3,350	3,222		100
レーヨンF (1,000トン)	インド	51	55	50	49	53	16
	中国	74	87	125	154	185	57
	日本	34	29	19	13	14	4
	世界	280	281	286	292	323	100
レーヨンS (1,000トン)	インド	185	231	190	224	218	12
	中国	398	466	483	528	616	35
	日本	77	72	66	39	40	2
	世界	1,558	1,712	1,588	1,661	1,776	100
ナイロン (1,000トン)	インド	72	71	70	75	76	2
	中国	319	368	421	475	565	14
	日本	184	186	171	132	127	3
	世界	3,764	4,042	3,746	3,880	3,944	100
ポリエステルF (1,000トン)	インド	787	832	847	955	1,001	8
	中国	2,743	3,152	3,896	4,770	5,741	40
	日本	387	383	364	323	295	3
	世界	10,009	11,544	11,422	12,388	13,219	100
ポリエステルS (1,000トン)	インド	554	566	562	563	602	6
	中国	1,696	1,949	2,396	2,951	3,591	39
	日本	278	282	264	241	233	3
	世界	7,705	8,092	8,243	8,754	9,312	100
アクリル (1,000トン)	インド	79	100	91	103	112	4
	中国	414	475	534	594	629	24
	日本	375	381	369	358	298	11
	世界	2,487	2,633	2,564	2,732	2,650	100
毛織物 (100万SM)	インド	159	156	156	154		6
	中国	484	550	709	979		40
	日本	270	242	230	202		8
	世界	2,244	2,306	2,287	2,456		100

		1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	シェア
綿花 (1,000トン)	インド	2,652	2,380	2,686	2,312	2,831	14
	中国	3,829	4,417	5,324	4,916	4,870	24
	日本	—	—	—	—	—	—
	世界	19,082	19,439	221,475	19,295	20,325	100
綿糸 (1,000トン)	インド	2,290	2,215	2,267	2,290	2,332	11
	中国	6,576	6,973	7,498	7,668	7,757	37
	日本	160	141	133	130	128	1
	世界	19,574	19,568	20,302	20,670	20,914	100
綿織物 (1,000トン)	インド	1,767	1,757	1,774	1,804	1,831	15
	中国	3,029	3,222	3,457	3,540	3,580	30
	日本	127	117	108	107	104	1
	世界	11,247	11,297	11,587	11,809	11,957	100

注：綿花、綿糸、綿織物の年度は8月1日に始まる1年。その他はの年は暦年。

F＝フィラメント。S＝ステープル。シェアは最終年度。

ナイロン、ポリエステルF、ポリエステルS、アクリル、生糸の世界は主要国の計。

出所：生糸＝インド繊維省中央蚕糸局（CSB）、毛糸、毛織物＝国際羊毛繊維機構（IWTO）。

ジュート類＝国際連合食料農業機関（FAO）。ナイロン、ポリエステル、アクリル＝日本化学繊維協会。綿花、綿糸、綿織物＝国際綿花諮問委員会（ICAC）。レーヨン＝ファイバー・エコノミクス・ビューロー（FEB）。

<織物の生産>

インドの織物生産は、2001年度に420億3,400万平方メートルのピークに達した。しかし、2002年度の織物生産は、パワールーム（動力織機）部門とトラック運転手のストライキ、綿花価格の上昇、紡織品需要の減退により、前年度比0.1%減の419億7,300万平方メートルへと僅かながら減少となった。

2003年度の年初においては、前年度の不振が尾を引いたが、年間では、前年度比0.6%増の422億900万平方メートルへと再び増加した。

インドの織物の生産

単位：100万平方メートル、%

年度 部門別	1999	2000	2001	2002	2003	前年比	シェア
ミルズ（工場）	1,714	1,670	1,546	1,496	1,425	-4.7	3
パワールーム （動力織機）	29,561	30,499	32,259	33,835	34,586	2.2	82
ハンドルーム	7,352	7,506	7,585	5,980	5,536	-7.7	13

(手動織機)							
その他	581	558	644	662	662	0	2
合計	39,208	40,233	42,034	41,973	42,209	0.6	100

注：シェアは2003年度。 出所：Textile Commissioner

部門別の織物生産は、パワールーム（動力織機）部門が82%、ハンドルーム（手動織機）部門が13%をそれぞれ占め、両方で95%と全体の殆どを占めている。ミルズ（工場）部門は3%と少ない。

<綿製品の製造段階別概況>

インドの繊維生産で主力を占める綿製品の製造過程は、大きく分けて(1)紡績、(2)織布、(3)染色・加工(4)縫製(衣類縫製:アパレル)から成る。

インドの繊維企業の殆どが小規模企業であり、それら小規模企業における設備近代化の遅れが産業全体の近代化を阻んできたと言われている。

縫製分野も小規模企業留保政策により、大型設備導入が遅れているが、近年では欧米諸国からの発注が急増しており、技術力向上が期待されている。

(1) 紡績分野

インドの紡績工場の殆どが、中規模以上の企業(工場)である。インド全土には、約3,800万錠のリング紡績機があり、それは世界全体の4分の1を占める。しかし、その殆どが老朽化しており、品質の低下を招いている。

国内の織布企業からは「インド国内では品質の良い糸が調達できない」との声も多く聞かれ、紡績分野での設備近代化が課題となっている。

(2) 織布分野

織布工場の殆どが中小零細企業で、織布の生産量に占める小規模企業(パワールームおよびハンドルームの両部門)の割合は約95%になっている。

織機台数で見ると、パワールーム（動力織機）部門が約170万台に対し、ハンドルーム（手動織機）部門が約390万台となっており、織布分野は家内工業によって支えられている。

ハンドルーム部門では、伝統的な手織りが多く、独特な風合いのある高品質の織布が提供できることや小ロット対応が可能なことなどから、海外からの評価が高い一方で、生産効率の低さ、安定した品質の提供が難しいなどの問題が指摘されている。

しかし、ハンドルーム部門の殆どは、家族経営による零細企業であり、設備革新にはいたっていない。中国では紡績・織布が大型工場の全自動機械によって大量生産できるのに対し、現状のインドの紡績・織布部門は設備近代化の面で大幅に遅れをとっている。

(3) 染色分野

インドでは、染料などの化学品の技術が低く、染料の価格も高いことから、染色加工分野は品質・技術力とも低く、繊維産業全分野の中でも最も競争力が低い。

また、小規模企業が多く、近代的な工場の導入が遅れたことやインドの水が染色には不向きであることも要因と指摘されている。

大手織布企業やアパレルメーカーでは、独自に染色を行う企業もあり、品質向上と価格競争力強化が喫緊の課題となっている。

なお、一部の企業では、欧米企業(DKNY、マークス・アンド・スペンサー)などからベッドリネンやタオル類の染色を中心とした注文を拡大している。

(4) 縫製分野

インドの衣料品縫製企業数は約3万社、ミシン台数は約270万台で、中国に次ぐ第2位の縫製国であり、アパレル分野では婦人用の綿製シャツなどで対米輸出が成長している。

しかし、近年までは縫製分野においても小規模企業留保政策や外資出資比率規制などにより小規模企業が優遇されていたことから、縫製企業の多くがミシン台数40～50台の小規模企業(仕立屋)が多い。



(インドの縫製工場＝マニパル・アパレル社の工場)

縫製分野でも、非効率な生産体制や品質の低さなどが問題点として指摘されている一方で、近年では欧米の大手アパレル企業(GAP、トミーヒルフィガー等)などがインドの

縫製企業への発注を拡大しており、今後の技術力向上が期待される。

< 化合繊分野 >

化合繊分野においては、現在ではリライアンス (Reliance) 社の寡占状態にある。1990年代前半までは、インドの化合繊産業は、その原料の殆どを輸入に頼っていたが、同社はポリエステル原料の国内生産を可能にし、近年では企業買収やポリエステル工場の増設などによりそのシェアを拡大しており、現在では、ポリエステル生産のシェア50%をリライアンス社が占めている。

従って、化合繊分野においては綿製品のように産業が細分化されておらず、小規模企業の生き残りも厳しい(リライアンスに次ぐ企業はインド・ラマ社で、リライアンスとインド・ラマ2社によるシェアは60%超となっている)。

なお、インド国内の化合繊シェア第1位のリライアンスは、世界でも第3位の生産量を誇っている。

< 繊維市場 >

インド繊維市場は、値段が厳しい市場であり、また国土が広く、100キロ離れると地方によってトレンドが異なり、夫々の地域の特性に合わせた色柄を考えなければならないといった複雑な市場である。

素材面では、女性用以外の男性用衣料品やホームテキスタイルでは綿製品の需要が大きい。

高機能繊維については、今回の現地調査で訪問した、FAITMA (全インド繊維製造業者協会連盟) 幹部によると、消費者の理解が乏しく、例えば抗菌繊維の製品を販売するには消費者の理解を得るために膨大な広告料が必要と見られている。

また、インドの繊維産業を段階別に見ると、紡績と縫製は国際レベルにあるが、織布、染色、ニットは弱い。総じて、インドの繊維産業は、歴史があるが、革新が遅れている。

< 繊維産地 >

繊維産地は、マドラスの西セイラム近郊にハンド・ルーム及び力織機の綿織物、ボンベイの北のスーラットに長繊維織物、ニューデリーの北ルディアナにアクリル・毛織物の各産地がある。

バンガロールは今やアパレルのメッカであり、ハブとなっている。

2. 衣料品産業概況

< 衣料品の消費性向 >

衣料品については、女性では、ジュニアはジーンズにジーパンを着用しているが、レディース—特に、結婚した女性—は殆どがサリーを着用している。

また、温帯から熱帯に位置するインドでは、気候的にコートが売れない。寒いときは、女性はサリーの上にカーディガンを着ている。即ち、欧米で見られる、婦人用の高級洋服店が無く、レディース・マーケットが無いのと同じである。

また、婦人用の下着については、サリーを着用している婦人の殆どが下にペチコートを着用している。

下着のブランド品としては、トリンプが有名であるが、ワコールは未だ有名でない。ブラジャーのナショナルブ・ランド品が売出されており、価格は約 300 ルピー（約 750 円）である。なお、ストッキングを履く人は殆どいない。

その他、バッグはサリーに合わないため、アクセサリとしての高級バッグは余り売れていない。

少女用衣料品では、「バービー」のようなブランド品がかなり売られている。

<男性用衣料品>

インドの衣料品市場は男性用が中心となっている。男性用衣料品では、未だ仕立て屋が多い。シャツ、ズボン、スーツなどを生地屋の奥で仕立てている。

既製の歴史は浅いが、インド繊維企業は川上から川下までの一貫事業を展開し、SPA（製造・販売）化している。大企業が縫製業に参入している。

ショッピング・センターの視察調査では、既製の価格は、中国における価格よりも高い。また、商品的には、男性用、特にビジネスマンの衣料品は、トップがコットン製のストライプ柄のスポーツシャツ、ボトムが同じくコットン製のチノパンツといった、綿製品が多い。ボトムでは、一部、ポリエステル・スフ混のスラックスが見られた。

<衣料品の国内流通・取引慣行>

インドでは、95%以上の衣料品は、一店舗で多ブランドを取り扱う小規模小売業者を通じて販売されている。

これら小売店への流通は、工場から中間業者を介して行われるのが一般的である。デパートおよび専門店が工場および輸入業者と直接取引を行っているが、市場全体に占める取引量はわずかである。

<衣料品市場の規模>

インドの衣料品市場は、繊維市場全体の22%を占めている。衣料品市場に占める輸入衣料品の割合は1%未満である。

インドの小売コンサルタント会社KSA-Technopak社によると、インド国内の衣料産業の規模は約100億ドルである。

3. 海外製品との競争

<中国品を意識>

インド繊維業界にとって、中国、パキスタンが競争相手国であるが、特に中国との競争を意識している。今回調査訪問を行った、インド繊維業界首脳による中国品との比較に関する見解は次の通り。

- ・ 中国との競争では、インド品は価格、納期面で中国品に比べハンディがある。
- ・ 品質面に関しては、中国品が米国向け、インド品が欧州向けを中心として、棲み分けされており、差が無いと思われる。また、インドでは良質のコットンが採れるので、良質のものについてはインド品の方が、優位性がある。
- ・ 価格については、インド品はリーズナブルである。中国には、輸出補助金があって安い、最近、インド品も中国品に近づいている。
- ・ 取引量のミニマム・ロットについては、インドは小さい数量でも対応できる。
- ・ 納期については、中国産の先染織物は約 50 日で引き渡しされるが、インド産品は 70～90 日かかっている。なお、訪問企業の中には、自社工場で 45 日位に短縮することを考えていると説明した企業もあった。
- ・ 欧米のバイヤーは労働問題のコンプライアンスに厳しいので、ルーズな中国に比べ、インドの方が有利と考えられる。即ち、欧米のバイヤーは、従業員の人権、就労年齢、労働時間など、いわゆる雇用コンプライアンスに厳しい。インド企業は、これを遵守しているが、中国はこれらの点についてルーズであり、雇用コンプライアンスの面では、インドの方が有利である。
- ・ 中国は、田舎の人を雇うので、寮が必要であるが、インドは通いの者を雇うので、宿舎は不要である。
- ・ インド人は殆ど英語が喋れるので、欧米人とのコミュニケーションには不自由しないという優位性がある。
- ・ 生産効率に関しては、中国の方が高率であるので、全体的なコストでは中国の方が安いと言えよう。

<労働コスト>

労働コストに関しては、インドと中国は余り変わらないが、近年、インドの方が殆ど横ばいであるのに対し、中国（特に沿岸部）の方が高くなっている。

例えば、2002年春のデータによると、インドが1時間当たり0.57ドルであるのに対し、中国本土は0.41ドル、中国沿岸部は0.69ドルとなっている。即ち、インドは中国本土よりも高いが、中国沿岸部よりも低い。

インドと中国、日本の労働コスト比較

単位：米ドル／時間

	1993年夏	1994年夏	1996年春	1998年春	2000年秋	2002年春
インド	0.56	0.58	0.56	0.60	0.58	0.57
中国本土	0.36	0.48	0.58	0.62	0.69	0.41
うち沿岸部	—	—	—	—	—	0.69
日本	23.65	25.62	24.31	20.70	26.10	22.76

出所：Werner International

また、インド繊維業界情報によると、2004年11月に発表されたインド等主要発展途上国の繊維産業の賃金比較レポートにおいて、インド繊維産業従業員の平均賃金は、カンボジアに次いで低額の0.38米ドル（1時間当たり）であり、インドは世界で2番目の低賃金国となっている。

インド等主要発展途上国の繊維産業の平均賃金比較

	賃 金 (米ドル／時間)	繊維輸出規模 (10億ドル)
インド	0.38	12.9
カンボジア	0.32	1.9
パキスタン	0.41	12.3
スリランカ	0.48	2.8
中国	0.68	79.7
タイ	0.91	6.1

出所：インド繊維業界情報

II. インドの繊維品貿易の現状

1. 繊維品貿易

インドの繊維品貿易は、大幅な出超となっている。インド Textile Commissioner の統計によると、インドの2002年度の繊維輸出は前年度比15.8%増の125億200万ドル、一方輸入は同7.1%増の16億4,600万ドルで、出超額は108億5,600万ドルに達している。

輸出額は輸入額の約8倍であり、インドが繊維生産大国であるとともに、輸出大国であることを示している。

インドの繊維品貿易

単位：100万ドル、%

	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	前年度比
輸出	9,797	9,548	10,521	12,014	10,798	12,502	15.8
輸入	824	851	1,129	1,172	1,537	1,646	7.1

出所：Textile Commissioner。 注：前年度比は増減を示す（以下の表同じ。）

2. 繊維品輸出

<繊維品は第2位の品目>

インドの輸出では、繊維品は宝飾品と並んで大きなシェアを占めている。インド財務省の統計によると、2003年4月－2004年1月の輸出統計（米ドルベース）においては、綿糸・織物・製品等が5.1%、既製服が9.3%で、合計14.4%のシェアを占め、宝飾品の16.6%に次ぐ大きなシェアとなっている。

インドの主要輸出品目のシェア

単位：%

	2001年度	2002年度	2003年4月－ 2004年1月
農産品	13.5	12.8	11.5
鉱産品	2.9	3.8	3.4
製造品	76.1	76.6	74.3
宝飾品	16.7	17.2	16.6

綿糸・織物・製品等	7.0	6.4	5.1
既製服	11.4	10.9	9.3
原油・石油製品	4.8	4.9	5.8
その他	2.7	2.0	5.0
合 計	100.0	100.0	100.0

出所：インド財務省

インドのTextile Commissioner 統計によると、インドの繊維輸出は、2002年度は125億ドルで、2003年度は130億ドルに達した見込みである。

インド繊維省は、2005年以降世界的な繊維規制が廃止されることにより、2005年・2006年の輸出は260～300億ドルに倍増し、2010年には500億ドルに拡大することを目標としている。繊維品の中では、特に衣料品とホーム・テキスタイルの輸出が拡大するとみられる。

<綿製品が主力>

インドの繊維品輸出は綿製品を中心としている。綿製品としては、綿糸、綿織物、綿製衣料品に加え、2004年末までの欧米向けのクォータ規制で適用外となっていた、ベッドカバー等の綿製ホーム・テキスタイルが中心となっている。

なお、化合繊の輸出に占める割合は10%未満であるが、1990年代以降急成長している。

インドの繊維品輸出（主要品目別）

単位：100万ドル、%

	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	シェア	伸び率
衣料品	4,365	4,771	5,586	5,045	5,755	46.0	14.1
綿・糸・織物・製品	2,810	3,108	3,564	3,092	3,387	27.1	9.5
化合繊製品	719	856	1,092	1,092	1,423	11.4	30.3
毛製品	75	50	64	52	51	0.4	△1.9
シルク製品	189	246	318	287	316	2.5	10.1
ハンディクラフト	1,176	1,315	1,253	1,063	1,322	10.6	24.4
絨毯	534	646	583	512	534	4.3	4.3
その他	633	669	670	551	788	6.3	43.0
ココヤシ繊維製品	75	46	48	62	74	0.6	19.4
ジュート製品	138	129	195	124	175	1.4	41.1
合 計	9,547	10,521	12,130	10,798	12,502	100.0	15.8

出所：Textile Commissioner

インドの紡織用繊維及びその製品（チャプター50～63）の輸出を見ると、2002年度の輸出額は前年度比14%増の118億8,814万ドルで、前年のマイナス（10%減）から回復した。

2002年度の繊維品輸出のうち、衣料品は57億6,333万ドルで全体の48%と、ほぼ半数を占めている。

その他の商品のシェアは衣料品と比べるとかなり低く、第2位が織物（シェア19%、輸出額22億5,283万ドル）、第3位がその他二次製品（シェア16%、輸出額18億9,247万ドル）、第4位が糸（シェア15%、輸出額18億394万ドル）となっている。ファイバーは僅か1%の

シェア（8,587万ドル）を占めるに過ぎない。

素材別では、上記の通り、綿製品が主力となっており、綿糸が全体の10%、綿織物が8%をそれぞれ占めており、衣料品、その他二次製品でも綿製品が殆どを占めていることから、綿繊維品は全体の約80%を占めていると思われる。

インドの紡織用繊維・製品の主要品目別輸出

(チャプター50～63)

単位:100万ドル、%

		2000年度	2001年度	2002年度	2003年4-10月		シェア
					伸び率		
ファイバー	生 糸	11.19	11.25	4.17	1.10	△61.9	—
	羊 毛	4.88	3.62	15.35	6.63	△30.5	—
	綿 花	49.14	8.98	10.46	8.79	120.0	—
	麻	4.39	4.85	6.19	4.24	1.5	—
	化合繊綿	39.15	24.82	49.70	35.59	39.6	—
	計	108.76	53.52	85.87	56.34	22.2	1
糸	絹 糸	2.07	7.05	4.87	4.50	48.6	—
	毛 糸	21.52	19.03	21.74	12.54	△9.6	—
	綿 糸	1,385.84	1,130.69	1,227.11	596.27	△20.7	10
	麻 糸	78.24	54.16	51.06	30.86	18.9	—
	化合繊長繊維糸	222.97	152.01	203.86	118.02	4.3	2
	化合繊短繊維糸	238.99	200.51	295.31	177.66	8.1	2
計	1,949.63	1,563.46	1,803.94	939.86	△12.4	15	
織 物	絹織物	269.70	233.05	263.92	158.68	7.1	2
	毛織物	29.71	19.81	18.84	10.79	△4.2	—
	綿織物	977.19	861.17	970.53	479.55	△13.5	8
	麻織物	61.18	32.86	62.46	35.91	△6.7	1
	化合繊織物	496.13	617.75	763.67	508.74	16.5	6
	パイル織物	12.53	8.75	12.11	11.80	67.2	—
	ニット生地	20.99	20.08	21.51	18.22	86.3	—
	特殊織物等	197.13	191.31	139.78	60.12	△40.9	1
計	2,064.54	1,984.79	2,252.83	1,283.79	△1.8	19	
衣料品、アクセサリ		5,586.47	5,024.59	5,763.33	3,253.75	0.2	48
二次製品・カーペット		1,791.22	1,678.35	1,892.47	1,257.73	15.0	16
その他		92.42	83.89	99.70	63.84	9.9	1
合 計		11,593.04	10,388.59	11,888.14	6,855.30	0.4	100

出所:Textile Commissioner

注:・シェアは、2002年度。

・その他繊維品はコーテッド織物、フェルト、不織布、特殊糸、ロープ類など。

<世界の輸出に占めるインドの地位>

日本化学繊維協会が纏めた、世界の繊維（テキスタイルとアパレル）輸出に占めるインドの地位を見ると、2002年においてはインドのシェアは3.2%で、前年の3.0%よりごく僅

か上昇している。

2002年の世界の繊維輸出においては、インドの輸出額は、テキスタイルが60億3,000万ドル、アパレルが60億4,000万ドルで、計120億7,000万ドルとなっている。この輸出額は、EU（15カ国）、中国、香港、米国、韓国、トルコに次いで第7位の輸出額となっている。

世界主要国・地域の繊維輸出入額

単位：億ドル

国・地域	2001年					
	輸 出			輸 入		
	テキスタイル	アパレル	計	テキスタイル	アパレル	計
世界計	1,577.2	1,993.6	3,570.8	1,501.2	2,129.4	3,630.6
日 本	62.0	4.7	66.7	47.5	191.9	239.4
中 国	168.3	366.5	534.8	125.7	12.7	138.5
香 港	122.1	234.5	356.6	121.8	161.0	282.7
韓 国	109.4	43.1	152.5	30.7	16.3	47.0
台 湾	98.9	24.8	123.7	10.3	9.3	19.6
インド	53.8	54.8	108.6	6.9	0.4	7.3
トルコ	39.4	66.6	106.0	19.2	2.4	21.6
EU 15ヶ国	516.8	477.9	994.7	444.1	764.7	1,208.8
米 国	104.7	70.1	174.8	153.9	663.9	817.8
メキシコ	20.9	80.1	101.0	53.8	35.0	88.8

国・地域	2002年					
	輸 出			輸 入		
	テキスタイル	アパレル	計	テキスタイル	アパレル	計
世界計	1,633.3	2,112.7	3,746.1	1,550.0	2,179.5	3,729.5
日 本	60.3	4.7	65.0	45.3	176.0	221.3
中 国	205.6	413.0	618.6	130.6	13.6	144.2
香 港	124.2	224.3	348.5	120.6	157.0	277.7
韓 国	109.5	39.6	149.1	32.4	22.6	55.0
台 湾	95.3	21.8	117.1	11.6	8.3	20.0
インド	60.3	60.4	120.7	9.0	0.3	9.3
トルコ	42.4	80.6	123.0	28.4	2.8	31.2
EU 15ヶ国	525.3	510.7	1,036.0	440.9	806.0	1,246.9
米 国	106.6	60.3	167.0	169.5	667.3	836.8
メキシコ	22.1	77.5	99.6	55.7	33.4	89.1

注： 1. テキスタイル(SITC65)とアパレル(同84)のみ。

2. EUは、域内貿易を含む

出所：アジア経済研究所データを基に日本化学繊維協会がまとめ。

<衣料品輸出は規制地域向けが主体>

衣料品の主な輸出先（仕向国）は、米国、アラブ首長国連邦、英国、ドイツ、フランス、ロシア、カナダ、オランダなど、欧米諸国が中心となっている。2003年4～10月の統計では日本は14位となっている。

インドの衣料品輸出は、欧米市場に大きく依存している。北米の米国、カナダ、欧州の

U向け輸出は、衣料品の殆どがクォータによって規制されている。

インド衣料品輸出振興協議会（A E P C）の資料によると、インドの衣料品輸出では、クォータ地域向け輸出の比率は毎年上昇しており、2003年度の比率は95.2%と大きなシェアを占めている。

従って、米国、EU、カナダにおける2004年末の輸入規制の廃止は、インドの衣料品輸出、特に綿製衣料品輸出の拡大が期待されている。

インドの衣料品の主要仕向国別輸出

100万ドル、%

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年4-10月		シェア
					伸び率	
全 世 界	5,586.47	5,024.59	5,753.33	3,253.75	0.2	100
米 国	1,849.51	1,464.60	1,732.29	889.69	△13.5	30
アラブ首長国連邦	545.33	365.66	399.27	316.71	37.3	7
英 国	406.28	423.78	516.42	268.60	△9.2	9
ドイツ	-	-	-	258.76	-	-
フランス	350.56	339.60	398.74	194.16	0.9	7
ロシア	313.98	334.15	265.89	137.28	△15.1	5
カナダ	234.73	219.23	258.33	130.42	△12.2	4
オランダ	158.54	189.11	228.28	105.23	△14.7	4
イタリー	159.78	151.32	171.85	92.38	2.0	3
サウジアラビア	110.73	114.03	130.84	88.68	14.5	2
スペイン	80.93	72.29	114.89	70.43	35.6	2
スイス	62.52	54.56	72.55	49.78	56.3	1
デンマーク	53.36	46.69	69.43	43.86	32.6	1
日 本	115.33	83.36	65.35	41.34	2.4	1
ベルギー	70.64	80.83	86.57	40.51	△14.5	2

出所：Textile Commissioner

インドの規制地域向け衣料品輸出

単位：100万ドル、%

年度	規制地域 (a)	非規制地域	合 計 (b)	シェア (a/b)
2000	4,081.3	1,219.6	5,300.9	77.0
2001	3,845.1	574.0	4,419.1	87.0
2002	4,487.8	281.6	4,869.4	92.2
2003	3,154.6	157.8	3,312.4	95.2

出所：インド衣料品輸出振興協議会（A E P C）

<布帛製衣料品が過半数>

インドの衣料品輸出を生地タイプ別に見ると、布帛製衣料品のシェアがニット製衣料品を上回っている。

前述のA E P Cの資料によると、2002年度の衣料品輸出では、布帛製衣料品が30億4,780万ドルで全体の64%のシェアを占め、一方ニット製衣料品は17億2,160万ドルで36%の

シェアを占めている。

<綿製衣料品が圧倒的なシェア>

インドの衣料品輸出を素材別に見ると、綿（コットン）製衣料品が圧倒的に多い。上記のA E P Cの資料によると、2002年度の輸出では、綿製衣料品は37億530万ドルで、全体の78%という圧倒的に大きなシェアを占めている。これは、インドが綿織物や綿ニット生地生産で国際競争力が強いためである。

なお、合繊綿製衣料品は9億5,730万ドルで20%、毛製衣料品は1億680万ドルで2%のシェアを夫々占めている。

インドの衣料品輸出（生地タイプおよび素材別）

単位：100万米ドル、%

		2000年度	2001年度	2002年度	シェア
ニット製	コットン	1,688.9	1,523.7	1,550.1	36
	合 織	156.0	144.3	146.9	
	ウ ール	69.1	72.1	24.6	
	計	1,914.0	1,740.1	1,721.6	
布帛製	コットン	2,094.4	1,821.2	2,155.2	64
	合 織	1,212.3	790.5	810.4	
	ウ ール	80.3	67.3	82.2	
	計	3,386.9	2,679.0	3,047.8	
合 計	コットン	3,783.3	3,344.9	3,705.3	78
	合 織	1,368.3	934.8	957.3	20
	ウ ール	149.4	139.4	106.8	2
	計	5,300.9	4,419.1	4,769.4	100

出所：インド衣料品輸出振興協議会

3. 繊維品輸入

<低い輸入依存度>

インドTextile Commissionerの統計によると、インドの2002年度の繊維品輸入は前年度比7.1%増の16億4,600万ドルである。

上述の通り、インドでは国内では、殆どの繊維品、即ち天然繊維（綿、麻、絹など）や化合繊素材の原料、織物、衣料品、その他二次製品を生産していることから、繊維品の輸入は輸出額の約8分の1と小規模であり、輸入依存度は低い。

インドの紡織用繊維・製品の主要品目別輸入
(チャプター50～63)

単位:100万ドル、%

		2000年度	2001年度	2002年度	2003年4-10月		シェア
						伸び率	
ファイバー	生糸	104.40	133.29	136.19	90.44	11.2	8
	羊毛	106.27	139.22	174.38	110.39	7.7	11
	綿花	259.75	432.07	256.39	278.95	69.9	16
	麻	24.75	24.78	34.83	14.52	△4.6	2
	化合繊綿 計	65.09 560.27	61.01 790.38	84.37 686.15	39.83 534.12	△27.53 27.7	5 42
糸	絹糸	15.62	15.75	18.99	15.62	35.9	1
	毛糸	2.46	2.38	4.99	2.71	△28.1	—
	綿糸	7.23	7.51	10.79	5.33	△23.3	1
	麻糸	2.14	2.25	2.56	3.18	94.1	—
	化合繊長繊維糸	151.49	200.87	252.16	134.34	△7.7	15
	化合繊短繊維糸 計	7.73 186.66	18.00 246.77	21.85 311.36	15.03 176.21	31.1 △2.6	1 19
織物	絹織物	4.50	20.64	41.72	48.36	130.2	3
	毛織物	1.65	1.95	18.55	29.37	114.3	1
	綿織物	23.65	41.37	77.23	74.64	92.42	5
	麻織物	8.77	24.71	28.59	10.02	2.4	2
	化合繊織物	57.01	69.75	115.32	91.38	31.8	7
	パイル織物	32.04	20.59	21.47	15.63	0.1	1
	ニット生地	17.98	23.40	20.79	13.10	△4.4	1
	特殊織物等 計	21.36 166.97	26.03 218.44	41.98 365.54	30.02 312.53	32.5 △1.8	3 22
衣料品、アクセサリ		21.69	36.30	24.02	25.19	25.2	1
二次製品・カーペット		86.43	69.26	68.42	50.49	19.8	4
その他		150.37	175.95	189.89	129.84	18.7	12
合計		1,172.40	1,537.10	1,645.82	1,228.38	26.9	100

出所: Textile Commissioner

注: ・シェアは、2002/03年度。

・その他繊維品はコーテッド織物、フェルト、不織布、特殊糸、ロープ類など。

また、同じくインドの Textile Commissioner のルピー・ベースの統計によると、インドの2002年度の繊維品輸入は、前年度比8.7%増の7兆9,427億ルピーとなっている。インドの輸入全体に占める繊維品の割合は1.6%と僅かである。

インドの繊維の品目別輸入

単位:1,000万ルピー、%

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	シェア	伸び率
ファイバー	251,073	251,899	370,847	323,950	40.8	△12.6
ウール	50,736	47,616	64,944	82,731	10.4	27.4
綿	124,721	117,910	204,422	123,149	15.5	△39.8
化合繊	18,430	27,513	27,215	36,415	4.6	33.8
糸	74,837	85,134	117,290	15,292	1.9	△87.0
絹	3,861	7,241	7,487	9,167	0.2	22.4
綿	1,425	3,298	1,130	5,210	0.7	361.1
化合繊	64,240	69,092	95,475	121,720	15.3	27.5
織物	66,875	76,157	103,824	176,495	22.2	70.0
絹	2,337	2,054	9,812	20,137	2.5	105.2
ウール	431	751	927	8,952	1.1	865.7
綿	9,322	10,788	19,662	37,280	4.7	89.6
化合繊	26,965	26,004	33,153	55,665	7.0	67.9
衣料品	28,607	45,125	45,156	39,091	4.9	△13.4
綿	5,886	7,519	8,514	13,398	1.7	57.4
化合繊	1,325	3,464	6,772	1,760	0.2	△74.0
絹	873	4,362	1,042	500	0.1	△52.0
ウール	4,515	5,914	4,706	3,829	0.5	△18.6
合計 (その他を含む)	488,452	534,731	730,583	794,271	100.0	8.7

出所: Textile Commissioner

<東アジアからの輸入が中心>

インドの繊維・繊維製品(衣料品を含む)の主な輸入相手国は、中国、米国、オーストラリア、台湾などで上位10カ国中、7カ国を東アジアが占める。

インドの国別繊維品輸入

単位：1,000万ルピー、%

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	シェア	前年比
中国	67,156	84,981	120,225	159,785	20.1	32.9
米国	27,089	26,249	82,442	59,446	7.5	△27.9
オーストラリア	40,483	48,306	62,076	56,628	7.1	△8.8
台湾	36,593	45,281	54,616	53,218	6.7	△2.6
韓国	35,439	35,840	46,530	48,786	6.1	4.8
インドネシア	19,070	23,236	27,710	41,772	5.3	50.7
香港	9,485	11,793	14,399	27,007	3.4	87.6
タイ	19,604	18,163	20,121	25,683	3.2	27.6
スイス	2,207	1,644	4,542	25,623	3.2	464.1
マレーシア	13,030	12,845	20,113	25,246	3.2	25.5
日本	11,161	13,554	22,482	22,152	2.8	△1.5
エジプト	7,849	7,044	11,823	21,220	2.7	79.5
ネパール	15,071	17,412	23,869	19,380	2.4	△18.8
イタリア	7,487	12,754	9,478	18,760	2.4	97.9
英国	7,241	9,567	7,400	17,598	2.2	137.8
バングラデシュ	19,261	21,453	16,063	16,791	2.1	45
合計(その他を含む)	488,452	534,731	730,583	794,271	100.0	8.7

出所：Textile Commissioner

Ⅲ. インドの貿易管理制度・貿易政策

<センシティブ産業>

JETRO資料によると、インドにおいては、繊維・衣類産業等をセンシティブ産業として位置づけ、産業保護政策を実施している。

このセンシティブ産業は、WTOの枠組み下における譲許・非譲許の観点から見る事ができる。

現在、インドがWTOにコミットしている譲許税率は、製品の加工度合いから、最終製品については40%、原材料・中間財・部品・機械設備については25%に統一されている。ただし、非農産物の譲許率は現在約70%にとどまっており、繊維製品や、電気機器・乗用車などの消費財の多くは非譲許品目となっている。

また、譲許品目の中でも農産品、農産加工品などの多くは、譲許税率そのものが非常に高く設定されているうえ、輸入者にライセンス取得を義務付けるか、もしくは国有企業など指定された業者にのみ輸入資格を与えるなどの方法により、輸入規制を課しているものが多い。

譲許・非譲許、譲許税率、輸入規制の有無、という基準により判断されるインドの代表的なセンシティブ産業、および主要品目の関税率については以下のとおり。

① 繊維・衣類

繊維製品および衣類(H S 50類～63類)については、ほぼすべての品目が非譲許となっている。また、関税体系については、同類に属する製品の大半が、従量課税方式と従価課税方式の併用により、より高いほうの関税率を適用する形を取っている。一例として5111項(紡毛織物)に属する各品目の関税率は以下のとおり。

H S	基本関税率
5111 11	20%、もしくは1㎡あたり135ルピーで高いほうの税率を適用
5111 19	20%、もしくは1㎡あたり150ルピーで高いほうの税率を適用
5111 20	20%、もしくは1㎡あたり80ルピーで高いほうの税率を適用
5111 30	20%、もしくは1㎡あたり75ルピーで高いほうの税率を適用
5111 90	20%、もしくは1㎡あたり90ルピーで高いほうの税率を適用

② 皮革・履物

皮革製品(42類)および履物製品(64類)については、すべて非譲許品目となっている。実

効基本関税率は20%に統一されている。

③ 農産品

農産品(穀物,野菜,果物など)については、一般的にWTOの譲許税率が非常に高く(一部は100%以上)、非譲許となっている品目も多い。具体的には、小麦(1001項)、米(1006項)などをはじめとする穀物類(HSコード10類)は、同分類下のほぼ全品目が輸入にライセンス取得を必要とする輸入制限品目(Restricted)もしくは、国有企業など、指定された業者(STE: State Trading Enterprises)にのみ輸入が許可される輸入業者指定品目(Canalized items)となっている。また、食用油については、譲許税率が300%となっている。

④ 耐久消費財の一部(乗用車など)

工業製品については、ほぼすべての品目が基本関税率20%以下に統一されているものの、乗用車(8703項)については、新車の場合60%、中古車の場合105%の基本関税が課せられる。また、追加関税も通常の16%ではなく24%となっている。

二輪車(8711項)については、新車への基本関税は20%だが、中古車については乗用車と同様105%となる中古車輸入に関してはライセンス等の取得は義務付けられていないものの、各種輸入条件への適合や、必要な各種の検査証明など多くの障壁があり、国内販売を目的とした中古車輸入は、ほぼ不可能となっている。

その他耐久消費財では、TVや音響機器、カメラなどをはじめとした多くの品目が非譲許となっている。

インド商業省の担当高官は、上記産業がセンシティブである要因について、①国内の基幹産業を保護するため、②インド土着型近代産業の発展を奨励するため、という2点を挙げる。

例えば、コットンに代表されるインドの繊維産業は、農業労働者、工業労働者の双方に膨大な雇用機会を創出していることに加え、既製服を含む繊維製品はインドの輸出額全体の約2割を占める最大の輸出品目となっている。同様に、人口の6割~7割が従事しているとされる農業や、皮革・靴産業などについても、インド国内における社会経済的重要性からセンシティブ産業として保護されている。

< S S I 指定 >

インドでは、農村レベルでの雇用創出および拡大のため、土地および建物を除いた設備投資総額が1,000万ルピー以下の企業を小規模企業(SSI: Small Scale Industry)と指定し、優遇税制の適用や、低金利での資金貸付等をはじめとする各種優遇措置により、その活動を奨励している。

現在、繊維産業をはじめ、皮革、食品、化学品、機械、製紙・印刷、金属、非鉄鉱物、電子機器産業など全21業種以下の特定品目(現在600品目)が、SSIへ留保されており、SSI指定外の企業がそれらの品目を製造することは実質認められていない。なお、SSIへの外資上限は24%に規定されている。

<衣料品の輸入規制>

① 輸入時の規制および手続き

全ての輸入者は I E C (Import - Export Code) と呼ばれるコードを事前に取得する必要がある。申請は商工省の Director General of Foreign Trade 宛てに所定の申請書にて行う。

HSコード6101～6117、6201～6217については、全て輸入自由品目に指定されている。ただし、中古衣料品は輸入制限品目 (Restricted Item) に指定されており、輸入にはライセンスの取得が必要。

② 販売時の規制および手続き

「Sale of Goods Act, 1930」により、販売契約書の作成に関する規定が設けられているが、その他販売に関する規制は特になし。販売地域などの制限もなし(州間をまたぐ取引も可能)。

③ 所轄官公庁

インド繊維省 (Ministry of Textile)

④ 表示方法

「Standards of Weights and Measures Rules, 1977」により、卸売り、小売、輸入のそれぞれについて製品の包装に関する細かい規制が定められている。

輸入品については、パッケージに輸入者名・住所、商品名、数量、包装年月、小売価格が記載されていなければならない。

⑤ 税制度

HSコード61、62に属する衣料品の基本関税はCIF価格の25%もしくはHSコード6桁の品目別に定められた単価(数量毎)で高いほうとなる。追加関税は純コットン製品ならば8%、それ以外は10%が課せられる。

また、国内で生産された製品については、上記特別追加関税と同率の物品税 (Excise Duty) が課税される。また、国内販売の際には、州売上税 (州毎に税率が異なるが多くの州で4%) および中央売上税 (4%) が課税される。

<新政府の外国貿易政策>

インド新政権の商工省は、2004年8月31日、「外国貿易政策 2004～2009 (2004年9月1日～2009年3月31日)」を発表した。新政権発足後初の貿易政策の発表で、今後5年間はこの政策を基本方針とし、毎年度毎に変更や修正を加えるとしている。

カマル・トーナ商工相は、この政策の策定に当たり、輸出促進協議会、商工会議所、企業などから3,000以上の提言を聴取し、その一部を反映させたと述べている。

この政策目的は、(ア) 2009 年までに現在の世界の貿易に占めるインドの貿易のシェアを倍増する、(イ) 地方都市や農村部の雇用創出を通じて経済成長を押し上げる、の 2 点である。

インド新政府は、具体的な戦略として、以下の項目を掲げている。

- ・統制をはずし、信頼と透明性の雰囲気を醸成。
- ・手続きを簡素化し、取引コストを削減。
- ・輸出に対する非課税原則の徹底。
- ・インドを世界の製造業、貿易、サービス産業のハブとする発展を促進。
- ・都市周辺部や地方での追加的雇用を生み出す分野を特定し、育成。
- ・資本財や設備の輸入を通じて、インド経済の各分野のインフラや技術のアップグレードを促進。
- ・輸出振興のために締結した F T A (自由貿易協定) 等により、国内産業が不利を被らないように税制を調整。
- ・外国貿易のためのインフラネットワークをアップグレード。
- ・商工会議所を活性化。
- ・大使館を輸出促進のキープレーヤーと位置づけ活性化。

この新政策は、インドの貿易の世界シェアの倍増といった大きな目標を掲げているが、実際の政策の内容は従来の貿易政策の大枠を踏襲したものとなっている。

主な政策は以下の通り。

(ア) 輸出重点分野： 輸出促進重点分野に指定された農業、宝石、手工芸品、手織物、皮革の 4 分野における原材料・中間財などを輸入する場合の無税輸入枠の付与。

(イ) ターゲット・プラススキーム： 輸出を加速させるための新しいスキーム。年度ごとに設定された輸出増加目標率 (2004 年度は 16%) を大幅に上回った輸出者に付与する無税輸入枠で、増加率が 20%、25%、100% の輸出者にそれぞれ輸出増加分 (F O B 価格) の 5%、10%、15% の無税輸入枠を与える制度。

(ウ) “Served from India” スキーム： 従来のサービス輸出に対する免税資格証スキームを改正したもので、年間最低 50 万ルピー相当の外貨を稼ぐ個人サービス業者、年間最低 100 万ルピー相当の外貨を稼ぐその他のサービス業者は、外貨収入の 10% 分の無税輸入枠を利用できる制度。

(エ) 輸出促進資本財 (EPCG=Export Promotion Capital Goods) スキーム： 一定期間内に目標輸出額を達成することを条件に、輸入資本財の税率を軽減する制度。今回の主な変更点は以下のとおり。

- ・輸出義務の緩和。
- ・EPCG スキームで技術のレベル向上を図る場合も優遇措置を付与する。
- ・グループ企業間、系列ホテル間の資本財の移転を認める。
- ・サービス部門の資本財輸入に義務付けられていた、物品税当局からの「設

置証明書」取得義務を廃止。

(オ) 関税免除パスブック (DEPB=Duty Entitlement Passbook) スキーム：輸出製品に使用される原材料・部品の免税輸入を認める同スキームは、新制度が導入されるまで継続する。

(カ) 輸出志向企業 (EOU=Export Oriented Unit)：

- ・ EOU として認定された企業は、輸出のサービス税を免除。
- ・ EOU は獲得した外貨全額を獲得外貨 (EEFC = Exchange Earners Foreign Currency) 口座に保持できる。
- ・ 一般の企業が途中で EOU として認可された場合、設置済みのプラント類に対しても所得税の優遇措置が適用される。
- ・ EOU が輸入する資本財は自己申告ベースとする。
- ・ 織物、衣料品製造の EOU は輸出使用を前提に免税での原材料輸入をしているが、使い残した原材料は、輸入した CIF 価格の 2%もしくは輸入量の 2%を上限に第三者に販売できる。
- ・ 手工芸品、農業、園芸、水産、牧畜、IT 分野の EOU は最低投資額の規定はないが、これに真鍮品、手製貴金属も対象に追加する。

(キ) 自由貿易・倉庫地区 (FTWZ=Free Trade and Warehousing Zone)：新たに FTWZ スキームを導入し、商品・サービスの輸出入をいかなる通貨でも自由に行えることとする。FTWZ を運営する外国企業には単独出資を認める。FTWZ 建設の最低投資額は 10 億ルピー、敷地面積は最低 50 万平方メートル。優遇措置は SEZ と同等とする。

(ク) 中古資本財輸入：使用年数にかかわらず自由に輸入できる。これまで 10 年以上経過した資本財輸入に義務付けられていたライセンス取得は廃止する。

実際のところ、インド製品に輸出競争力が無ければ、輸出は伸びない。インドの輸出は、宝飾品と繊維品が約 3 割を占めている状況であり、輸出増進のためには輸出産業育成など構造改革が必要と思われる。

IV. インドの繊維産業の今後の変貌予測

<WTOの予測>

インドの繊維産業の今後の変貌を予測するに際し、最も大きな要因は2005年以降のクォータ規制の撤廃であるが、世界貿易機関（WTO）は2004年8月13日、繊維規制撤廃に関するレポートを発表し、その中でインドと中国が世界の繊維貿易で存在感を高めると見込んでいる。

規制地域である米国及びEUにおけるクォータ撤廃前後のインドと中国のシェアの推移（推定）は、以下の通り。

米国、EUにおけるインドと中国の規制撤廃後の推定シェア（%）

		インドのシェア		中国のシェア	
		撤廃前	撤廃後	撤廃前	撤廃後
米 国	繊維品	5	5	11	18
	衣料品	4	15	16	50
	合 計	9	20	27	68
E U	繊維品	9	11	10	12
	衣料品	6	9	18	29
	合 計	15	20	28	41

出所：世界貿易機関（WTO）レポート

これによると、米国においては、繊維品に関しては、インドのシェアは規制撤廃後も5%で変わらないが、衣料品に関しては4%から15%へと一躍3倍以上に拡大すると推定されている。この結果、繊維品と衣料品を合わせた米国繊維輸入市場におけるインドのシェアは規制撤廃前の9%から規制撤後は20%へと11ポイント拡大し、中国に次ぐ第2位の供給国となる見通しである。

また、EUにおいては、繊維品に関しては、インドのシェアは規制撤廃前の9%から規制撤後は11%へ、衣料品に関しては6%から9%へ上昇すると推定されている。この結果、EU国におけるインドのシェアは規制撤廃前の15%から規制撤後は20%へと5ポイント拡大し、ここでも中国に次ぐ第2位の供給国となる見通しである。

即ち、インドは、欧米向け繊維輸出において、中国に次ぐ繊維輸出大国となると予測されている。

<インド政府の繊維政策>

インド政府は 2000 年 11 月に発表した「新繊維政策 2000」において、2000 年の世界の繊維貿易に占めるインドのシェア 4%を 2010 年までに倍増させ、輸出額としては、2000 年の 110 億ドルを 2010 年までに 500 億ドルに拡大させる目標を立てている。

また、この新繊維政策では、インド繊維産業の規模を現状の 370 億ドルから 850 億ドルに拡大し、1,200 万人の新規雇用を生み出すこと、さらに産業の基盤強化と近代化により、国際競争力のある繊維産業を育成することなどもうたっている。

インド商工省と繊維省は、多角的繊維協定 (MFA) 廃止後の繊維産業が、新規投資の流入と発注の拡大により、一層活性化すると見込んでいる。

なお、新繊維政策の眼目は、産業近代化のための技術向上基金スキーム (TUF S; Technology Upgradation Fund Scheme) と産業強化を目的とした「アパレルパーク」構想にある。

アパレルパーク構想は、紡績・織布・染色・縫製の各工程を一貫させ、品質の安定と大量生産を目指すほか、IT 技術を活用したデザインや生産工程管理など新産業の育成も盛り込んでいる。アパレルパークは、2004 年 3 月現在で 11 プロジェクトが計画されている。

- ・ Uttar Pradesh (Tronica City, Kanpur) 2 プロジェクト
- ・ Tamil Nadu (Kancheepuram, Tirupur) 2 プロジェクト
- ・ Kerala (Trivanandhapuram) 1 プロジェクト
- ・ Andhra Pradesh (Vihakapatham) 1 プロジェクト
- ・ Karnataka (Bangalore) 1 プロジェクト
- ・ Gujarat (Surat) 1 プロジェクト
- ・ Punjab (Ludhiana) 1 プロジェクト
- ・ Madhya Pradesh (SEZ, Indore) 1 プロジェクト
- ・ Rajasthan (Mahal-Jaipur) 1 プロジェクト

また、インド繊維大臣は、厳しい自由貿易時代においては品質が生き残りのための重要な原動力であることを認識し、上記の「産業近代化のための技術向上基金スキーム (TUF S)」を推進して「メイド・イン・インド」の品質訴求に取り組むことを表明している。

「新繊維政策 2000」の概要は、以下の通り。

【目的】

- ・ 国際基準に資する競争力の獲得。
- ・ 国内市場での国産繊維品の優位性確保。
- ・ 規制自由化と生産効率化。
- ・ 最新鋭技術や環境基準の確立による海外直接投資や研究・開発の活性化。
- ・ 全繊維品における技術向上と製品の多様化。
- ・ 伝統的な手織り産業の維持、強化。
- ・ 総合的な人材育成による部門ごとの専門的な技術習得。
- ・ 雇用拡大 (特に、北東部における産業成長)。
- ・ IT の活用 (特に、品質管理、デザイン、マーケティング)。

- ・ 目的達成のための州政府、金融機関、企業、農民、非営利組織などの協力。

【施 策】

- ・ 繊維産業近代化のための技術向上基金スキーム（T U F S）の対象を全繊維繊維産業に拡大する。
- ・ 衣料品（縫製）部門における小規模企業留保を解除する。（大中企業の参入制限の撤廃）
- ・ 紡績から衣料品縫製までを一貫生産するアパレルパーク構想の策定。
- ・ 綿花の生産性を最低 50%以上向上させ、綿製品の品質が国際基準に満たすものとする。
- ・ ジュートの生産性を高め、ジュート活用の多角化を図る。
- ・ 各種資金援助により、民間企業活動を活性化させる。
- ・ ベンチャー・キャピタル・ファンドを設置し、新規参入企業を援助する。
- ・ ハンドルルームセクターを支援しつつ、国際市場で生き残るためのジョイントベンチャー支援を行う。
- ・ ハンドルルーム、養蚕場、ハンディクラフト、ジュート部門の活性化を図る。
- ・ 人材育成機関（国立ファッション技術機関 N I F T ; National Institute of Fashion Technology を含む）の機能を強化する。
- ・ 繊維研究会（T R A s ; Textile Research Association）を活性化させ、産業のニーズ把握を中心に研究する。

上記の目標達成のためには、政策推進による繊維産業の活性化が必要と考えられる。

<インド繊維業界の展望>

2005年1月1日以降、世界の繊維規制が廃止されると、世界の繊維・衣料品市場が25～35%拡大すると推測されているが、繊維輸出大国であるインドは、繊維輸出、特に衣料品とホーム・テキスタイルの輸出拡大に期待をかけている。

ベッド・シーツ、タオルなどのホーム・テキスタイル分野では、インドは世界のホーム・テキスタイル市場のリーダーとなり、Arvind Mills、Welspun India、Alok Industries、Ahhbishek Industriesなどのホーム・テキスタイル・メーカーが勢力を伸ばすと見られる。

一方、衣料品分野では、中国が世界市場を支配しており、先行きは不透明である。これは、衣料品がホーム・テキスタイルに比べてハイ・リスク、ハイ・リターンの商品であることによる。

それでも、衣料品は高成長が望める商品であることから、インドの縫製企業は欧米市場を狙っており、タイ、フィリピン、スリランカ、ベトナムを侵食して、シェアを伸ばそうとしており、その戦略として設備拡大に取り組んでいる。

また、大手繊維企業は、川上から川下まで一貫生産体制を推進している。即ち、紡織企業の衣料品分野への進出が進み、例えば、Raymondは紡織から縫製までの一貫生産に取り組んでいる。

一方、インド縫製企業は、従来の輸出一辺倒から内需へも目を向け始め、Weekender、West Side、

Color Plus といったナショナル・ブランドの展開にも力を注いでいる。即ち、縫製企業の S P A（製造小売）化が進んでいる。但し、卸売業者への与信問題もあり、無茶苦茶な投資は控えている。

2005 年以降、繊維規制が廃止されれば、インド繊維産業の将来はバラ色とは言えないと指摘する意見も見られる。即ち、インドは現在、中国の影に隠れて、米国の等セーフガード攻撃に曝されていないが、目立つとセーフガード攻撃に直面することが懸念される。

なお、ジェトロが 2004 年 1 月に繊維規制撤廃後のインド繊維産業の展望について現地政府、業界団体、企業など 12 社・団体にヒヤリングを実施したところ、殆どすべての者が規制撤廃を歓迎している。特に、①高品質でデザイン性に富む商品を生産できる小規模企業、②設備近代化を図り大量生産に対応できる大企業は、輸出拡大のチャンスがあるとして、「メイド・イン・インド」ブランドの確立により、他国との差別化が図れると自信を見せている。

こうした高品質でデザイン性に富む商品を生産できる小規模企業と設備近代化を図り大量生産に対応できる大企業の 2 極分化が進むと見られる。

< 欧米製造・小売企業のインド市場への進出 >

繊維自由化時代の到来により、欧米製造・小売企業のインド市場への進出が活発化するとみられる。

小売チェーンでは、英国のマークス・アンド・スペンサー、米国の J C ペニー、ウォルマートがインドに仕入れ拠点を設置し、また米国のトミー・フィルフィガー等の欧米企業がインドでの生産を開始している。

具体的な動きとして、例えば、世界最大の小売企業である米国のウォルマートは今後 2 年間に、インドから 70~100 億ドルの繊維製品を買い付けることを表明している。

また、米大手百貨店の J C ペニーはインドからの織物、衣料品の買付を増やし、現在の 1 億 2,000 万ドルから 2005 年には 18~20% 拡大することを計画している。

他方、インド中産階級の台頭を狙って、欧米の小売企業がインド小売市場に進出している。上述の米国のトミー・フィルフィガー、英国のマークス・アンド・スペンサーに加え、イタリアのカラー・オブ・ベネトンはインド企業とライセンス契約を締結して小売事業を展開している。

その他、英国の百貨店 Debenhams は、インド企業と提携してインド市場への進出を計画している。

< インド繊維業界の予測 >

インド綿紡績工業連盟は、クオータ廃止で現在年間約 360 億ドルのインド繊維産業の売上げ規模は 2010 年までに約 850 億ドルに増加すると予測している。

また、合成繊維輸出促進協議会（S R T E P C）は、合成繊維輸出の 2004 年度の輸出目標として、前年度実績の 17 億 5,000 万ドルに対して、22 億ドルを掲げている。ポスト 2004 年の輸出市場として米国に期待を示している。

<調査会社の予測>

クォータ撤廃後のインドの繊維輸出に関し、調査会社も予測を発表している。

米コンサルタント会社のマッキンゼー社は、輸送会社DHLからの依頼による、インドの織物・衣料品輸出の見通し調査報告で、「インドの織物・衣料品輸出は、今後年率約6%～8%で増加し、2013年には250～300億ドルに達するであろう」と推定している。