

V. 繊維協定失効後におけるインド繊維業界の対応

<新規投資>

インド繊維省と商工省が2005年1月に纏めた報告によると、過去5年間のインド繊維産業への新規投資額は5,000億ルピー（約1兆2,500億円）に上っている。

インド財務省は、2004年8月5日に発表した「インド繊維産業ビジョン」において、2005年1月1日の規制廃止後、他国との競争に勝つためには、インド繊維産業が強力且つ高度で、迅速な産業になる必要があり、そのために1兆4,000億ルピー（約3兆5,000億円）規模の投資を確保すると言明している。

また、国際的な大企業9社は総額260億ルピー（約650億円）を投資し、今後640億ルピー（約1,600億円）を追加投資する計画を示している。

<繊維業界の取り組み>

上記IV.の「インドの繊維産業の今後の変貌予測」とも関連するが、インド繊維業界は、2005年以降世界の繊維規制が失効となると、インドからの繊維輸出、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。

その戦略として、インド繊維企業は設備拡大に取り組んでいる。その具体例を挙げると、以下の通り。

- ・ インド最大の毛織メーカーであるレイモンド(Raymond)社は約21億ルピー（約52億5,000万円）を投資し、2005年秋までにバンガロールに紳士服工場とデニム工場を新設し、また既存工場の生産能力をも大幅拡大する計画である。
- ・ 世界最大のデニム輸出企業であり、アジア最大のデニム生産企業であるアルビンド・ミルズ(Arvind Mills)社は、2005年春までに生産能力を年間144万着に増強し、2006年～2007年を目処に2交代制を導入して、更に288万着に倍増する計画を立てている。

また、紡織企業の衣料品分野への進出が進んでいる。例を挙げると、以下の通り。

- ・ インドで最も有名なガーメント製造企業である、上記のレイモンド社は、紡織から縫製までの一貫生産に取り組んでいる。
- ・ Bhilwaraグループの旗艦会社であるRajasthan Spinning & Mills社は、15億ルピー（約37億5,000万円）を投資して、糸・織物の輸出からアパレルの製造・輸出にその焦点を転換することを決定している。
- ・ 化合繊糸のリーディング・メーカーであるRitspin Synthetic社は、アパレルの生産を検討している。

一方、インド縫製企業は、欧米製造・販売企業のインド市場への進出が活発化することが見込

まれることから、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。

因みに、ジェットロが 2004 年 1 月に実施した現地の 12 団体・企業へのヒヤリング調査では、回答企業全てが「事業拡大」と回答し、輸出増に向けた設備拡充と国内販売強化に取り組もうとしている。

今回、我々市場調査団が訪問した繊維団体・企業の繊維協定失効後の取り組みは、以下の通りである。

《設備拡充》

- ① アジア最大のテリータオル・メーカーであるウエルспан・インド社は、50 億ルピーを投資して Anjar Kutch にテリータオル工場を建設し、タオルの生産設備を倍増する計画を立てている。また、同工場では、ベッド・シーティングも製造する予定である。
- ② インド繊維業界団体である FAITMA は、ドイツの繊維・ファッション業界団体 (Gasemttextile) と技術提携と相互の貿易拡大を目指した覚書を 2004 年 12 月中に取り交わす予定である。
- ③ インドの織布・縫製企業のダ・シャツ・カンパニー (The Shirt Company) は、紡織・セーターの工場は月産 2.5~3 万着であるが、2004 年 11 月までには月産 5 万着の生産能力を持つ工場を立ち上げる予定である。また、月間 60 万メートルの織物の生産能力を持つ加工工場の建設計画を進めている。また、2006 年 4 月までには、後染めの染工場を設置する予定であり、これにより、一貫工場が完成することになる。

《内需指向》

また、インド繊維産業は、繊維協定失効後に備えて従来の輸出一辺倒から内需へも目を向け始めている。その例としては、

- ① 上記のダ・シャツ・カンパニーは、従来ライセンス契約に基づき、米国のバービー・ブランドの子供服を製造・輸出していたが、2004 年より国内販売のライセンスを取得し、Shoppers Stop のような小売店に商品を卸すと共に、自社で小売販売を開始した。それが、ショッピング・センターの中に設置している「バービー・ワールド」である。
- ② ゴカルダス・イメージ社は、自社ブランドの WEEKENDER ブランドのメンズ・アパレルや WEEKENDER KIDS ブランドの子供服を国内向けに製造・販売している。内販では、約 1 億 5,000 万人の中・高所得者をターゲットにしている。
また、ゴカルダス・イメージ社はライセンス契約による、米国のディズニーやワーナーブラダース・ブランドの製品を製造・販売しており、また、ナイキ、フィラ、ケネスコールなどのスポーツウェアを OEM 生産している。

VI. 日本品に対する評価及び日本に求めるもの

1. 日本からのインド向け繊維品輸出

<インド向け輸出のシェア、1%未満>

日本からのインド向け繊維品輸出は、ここ数年ほぼ4,500万ドル～5,000万ドル程度で推移しており、全世界向け輸出に占める割合も0.6%～0.8%という小さな範囲内に収まっている。近年インド向け輸出のシェアは上昇傾向にあるが、それでも1%未満に過ぎない。

他方、中国向け輸出のシェアは2000年の36.1%から2004年1－9月には42.2%に上昇している。勿論、中国は日本の輸出市場としては第1位の市場である。

日本からのインド向け繊維品輸出では、原料（綿）、糸及び織物が主要輸出品目である。

金額的には、綿（わた）及び糸の方が、織物に比べて、全世界輸出に占めるインドのシェアが高い。例えば、2003年の輸出では、綿が1.2%、糸が1.3%と共に1%を超えているのに対し、織物は僅か0.5%に過ぎない。織物のシェアは2000年の0.4%から殆ど上昇していない。

日本の繊維品輸出におけるインドの地位

単位：1,000ドル、%

仕向地 年	インド		中 国		全世界	
	金 額	シェア	金 額	シェア	金 額	シェア
2000	50,957	0.6	2,951,233	36.1	8,185,778	100.0
原料（綿）	16,833	1.8	336,339	35.1	958,047	100.0
糸	7,776	0.8	160,749	16.9	951,638	100.0
織 物	16,508	0.4	1,802,967	48.6	3,708,448	100.0
2001	45,863	0.6	2,827,871	38.8	7,295,824	100.0
原料（綿）	12,881	1.5	340,774	38.5	886,195	100.0
糸	10,524	1.3	154,486	18.5	835,585	100.0
織 物	14,595	0.4	1,736,706	51.6	3,364,696	100.0
2002	44,873	0.6	2,790,699	39.1	7,137,737	100.0
原料（綿）	10,787	1.2	365,434	41.4	882,666	100.0
糸	11,371	1.4	159,275	19.9	799,485	100.0
織 物	14,354	0.5	1,622,296	51.0	3,183,580	100.0
2003	51,019	0.7	3,174,940	42.1	7,540,104	100.0
原料（綿）	10,813	1.2	374,596	42.1	889,022	100.0
糸	10,474	1.3	177,012	22.1	802,130	100.0
織 物	18,966	0.5	1,811,104	47.3	3,292,322	100.0
2004（1－9月）	48,623	0.8	2,563,603	42.2	6,081,786	100.0
原料（綿）	16,324	2.4	281,290	40.7	690,743	100.0
糸	9,754	1.5	151,302	23.9	631,805	100.0
織 物	12,823	0.5	1,398,889	54.8	2,553,180	100.0

出所：財務省

<2004年1～9月の綿・糸輸出が好調>

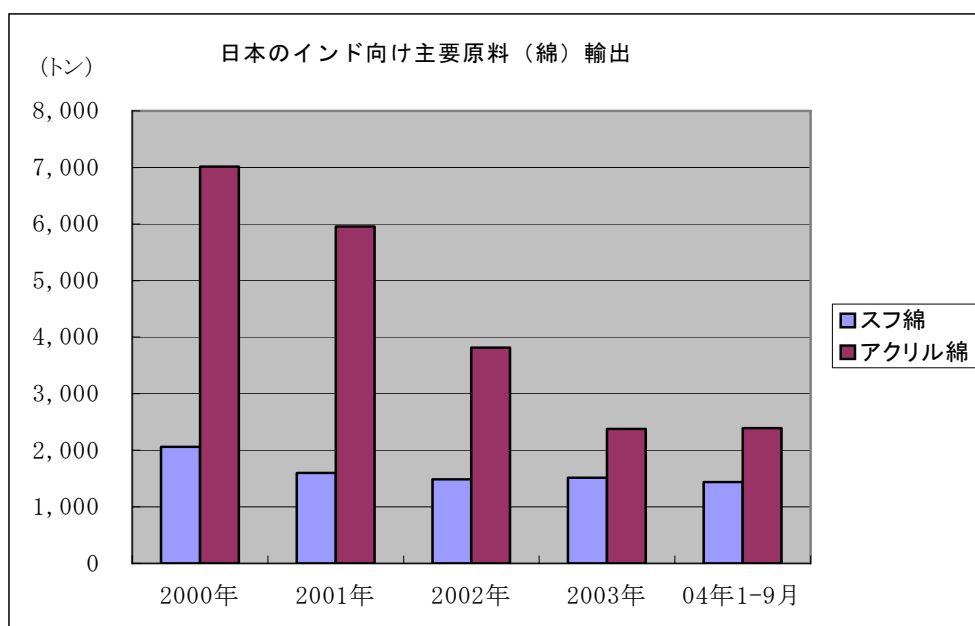
数量ベースで2003年の輸出を見ると、綿の輸出は前年比5.5%減の5,755トンで、このうちスフ綿が2.0%増の1,513トン、合繊綿が32.2%減の2,865トンである。

スフ綿の輸出はここ数年減少傾向にあったが、2003年の輸出は上記の通り前年比2.0%増とやや持ち直し、2004年1～9月は1,437トンで前年同期比26.6%増と大幅に増加している。

インド向けに輸出されるスフ綿は、殆ど全てが化繊（アセテート）のトウであり、タバコのフィルター用に使われるものである。

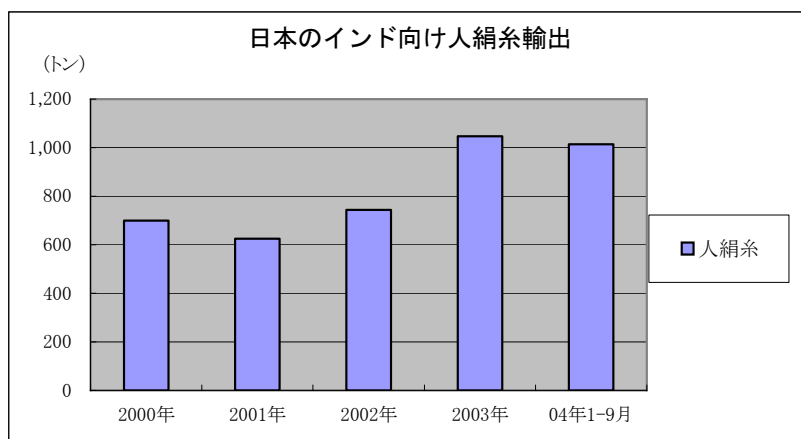
2003年に輸出された合繊綿の中では、アクリル綿が2,374トン（前年比37.8%減）と殆どを占めている。アクリル綿については、1999年1月よりインド政府が日本産アクリル綿に対するアンチ・ダンピング税の賦課を開始したことから、アクリル綿輸出は急激に減少の道を辿り、2000年の7,013トンから、2003年は上記の通り2,374トンと2000年の約3分の1の実績に転落している。

しかし、2004年1～9月の輸出は前年同期比29.9%増の2,392トンと、既に2003年の年間輸出を上回っている。これは、主として手編みセーター用の太糸製造用であり、レギュラー品よりも値段が高いため、アンチ・ダンピング税の対象とならず、輸出されているものである。



糸の2003年の輸出は前年比59.8%減の1,409トンで、このうち人絹糸が1,047トンと殆どを占めており、しかも40.7%増と大幅に増加している。この人絹糸は殆どがキュプラ・レーヨン糸（通称、ベンベルグ糸）で、高級サリー用に使われている。2004年1～9月の輸出は1,014トンで前年同期比32.5%増と、引続き好調に推移している。

なお、サリーの素材としては、シルク、コットン、ポリエステルが主力であるが、キュプラ・レーヨンはシルクに次ぐ高級素材となっている。

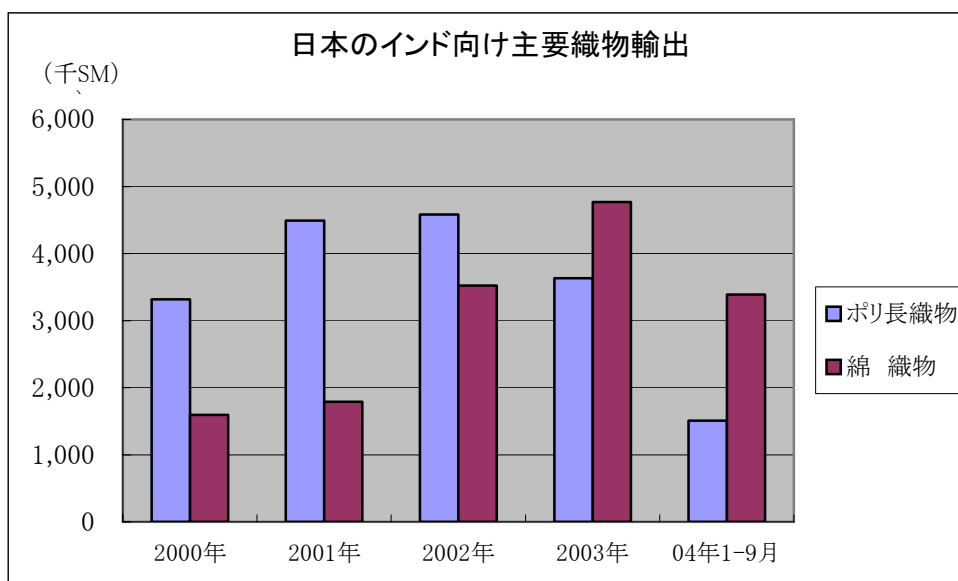


<織物輸出は斑模様>

2003年の織物輸出は前年比12.1%増の1,042万平方メートル(SM)で、このうちポリエステル長繊維織物が同20.7%減の363万SM、綿織物が35.4%増の477万SMとなっており、両品目で明暗を分けている。なお、ポリエステル長繊維織物と綿織物が織物全体の約80%と大部分を占めている。

2004年1-9月の輸出では、ポリエステル長繊維織物は150万SMで、前年同期比49.0%減とほぼ半減している。ポリエステル長繊維織物の輸出平均単価は106セント/SMであり、これから見ると裏地用が主体と思われる。

一方、綿織物の2004年1-9月の輸出は前年同期比5.3%増の339万SMと堅調で、織物の中では最大の輸出品目となっている。この綿織物は、欧米向けのジャケットやスラックス縫製再輸出用のストレッチ織物とみられる。国際繊維規制が無くなれば、今後も欧米向け再輸出輸出が伸びる可能性がある。



インド向け繊維品輸出状況

	2000年 1月～12月		2001年 1月～12月		2002年 1月～12月		2003年 1月～12月		2004年 1月～9月		対前年比	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
繊維品合計												
原料(綿)合計	9,572	16,833	7,718	12,881	6,362	10,787	5,755	10,813	5,700	16,324	132.2	212.9
スプ綿	2,057	5,948	1,596	4,600	1,483	4,408	1,513	4,462	1,437	4,243	126.6	126.6
合繊綿	7,241	10,704	6,055	8,251	4,227	6,098	2,865	4,859	2,564	4,866	117.8	133.1
(ポリエステル)	32	54	44	75	351	485	388	660	91	159	36.3	38.7
(アクリル)	7,013	10,101	5,956	8,014	3,814	5,405	2,374	3,867	2,392	4,407	129.9	148.2
糸合計	1,523	7,776	3,574	10,524	3,420	11,371	1,409	10,474	1,481	9,754	140.8	130.2
人絹糸	699	4,580	625	4,345	744	5,635	1,047	8,438	1,014	8,507	132.5	140.1
スフ糸	-	-	-	-	1	7	-	-	-	-	-	-
合繊長繊維糸	802	3,010	2,938	6,089	2,625	5,443	357	1,941	431	962	152.5	72.1
(ナイロン)	382	1,629	2,355	4,322	2,238	3,762	26	96	48	77	387.9	147.5
(ポリエステル)	349	794	531	1,106	309	776	240	643	245	314	119.1	60.4
合繊短繊維糸	20	143	11	60	41	224	4	73	10	68	285.2	105.2
綿糸	-	-	0	4	8	30	0	13	20	168	5,378.0	1,273.1
織物合計	6,742	16,508	7,929	14,595	9,293	14,354	10,416	18,966	5,941	12,823	78.2	106.8
絹織物	0	4	0	4	0	2	1	29	2	26	339.8	133.7
人絹織物	513	1,645	169	290	181	265	473	949	151	149	60.0	31.1
スフ織物	226	705	17	25	30	53	32	55	44	76	198.1	207.5
合繊長繊維織物	3,929	7,702	4,838	6,064	5,112	4,497	4,435	4,448	1,741	2,078	47.5	64.4
(ナイロン)	291	102	80	59	39	23	44	77	7	19	18.8	28.4
(ポリエステル)	3,317	6,588	4,491	5,388	4,580	4,089	3,632	3,742	1,509	1,597	51.0	58.0
合繊短繊維織物	466	1,412	1,005	3,214	436	1,234	664	536	547	320	132.9	136.6
綿織物	1,595	4,982	1,792	4,281	3,521	8,286	4,768	12,821	3,391	10,021	105.3	126.3
毛織物	14	59	101	687	8	10	22	87	55	134	323.5	231.7
不織布	587	811	695	761	379	734	621	1,070	851	1,049	283.0	179.2
ナイヤコード織物	3	8	16	21	53	14	0	2	5	6	1,879.0	294.9
コーテッド織物	183	1,819	147	754	288	875	185	725	98	564	97.7	176.5
ニット生地		1,630		1,122		1,533		1,226		992		118.2
ニット製衣料		80		24		5		-		2		-
布帛製衣料		6		42		47		30		27		209.5
その他		5,486		5,139		5,154		7,712		7,083		120.2

2. 日本品に対する評価と日本に求めるもの

<日本品は高品質、高価格>

日本産の繊維品に対するインド繊維業界の評価としては、今回の訪問調査を行った繊維企業・団体の殆どが、「日本品は、品質は良いが、値段が高い」とコメントしている。

また、日本が得意とする高機能繊維については、消費者に高機能繊維の優秀さを認識してもらうためには、膨大な宣伝費が必要であるとして、余り高い評価を示していなかった。

<日本に求めるものは、特殊商品と仕上げ技術提携>

従って、訪問調査を行ったインド繊維企業・団体は、「高機能繊維よりも、見れば違いの分かる特殊な糸・織物を求めているので、日本からは、値段の制約があるが、特殊糸・織物を買う用意がある」と説明していた。

また、インド繊維企業は、仕上げ加工技術が弱いので、日本の繊維企業と技術提携を行い、特にシャーディング、スーティングの仕上げ加工技術を学びたいとの期待を表明していた。

その他、日本に求めるものとしては、特殊糸に関心があり、その一つに Silver Yarn（銀凝着糸：水虫などに対する抗菌性あり）を米国から輸入しているので、日本からも買いたいとの意欲を示している企業もあった。

VII. インド向け輸出上の障壁及び問題点

<高率の輸入関税>

インド向けに繊維・繊維製品を輸出する場合に、インドの輸入関税が高いことが最大のネックである。

インドの繊維・繊維製品の輸入基本関税は 1992 年以降大幅に引き下げられ、現在では 20%程度に下がっているが、それでも高率である。

繊維品の輸入関税は、基本関税（殆どが 20%）プラス相殺関税（物品税に相当するもので、殆どが 16%）プラス教育目的税（2%）で、合計 40%程度になる。

なお、従来、国際的に非難をあげていた特別輸入税（4%）が 2004 年に廃止されたが、一方で、上記の通り教育目的税（2%）が新設されている。

このように、インドの輸入関税は複雑であるが、C I F 価額を 100 とした場合の計算式は以下の通り。

インドの輸入関税計算式

CIF Value (CIF 価額)	1 0 0	A
Landing Charge (陸揚費用 1%)	1	B
Assessable Value (課税額)	1 0 1 . 0 0	A + B
Basic (基本関税) 20% on A + B	2 0 . 2	C
	1 2 1 . 2	
CVD (相殺関税) 16% on A + B + C	1 9 . 3 9	D
	1 4 0 . 5 9	
Education Cess (教育目的税) 2% on D	0 . 3 9	E
	1 4 0 . 9 8	F
Overall 2% on F	2 . 8 2	
TOTAL	1 4 3 . 8 0	

上記の通り、基本関税に種々の付加税があるため、輸入関税は複雑であり、税関でもアバウトの税率しか教えてくれない程である。

<複雑な輸出払い戻し制度>

輸出業者には、税金の払い戻し制度があり、また輸入関税及び物品税は賦課されないことになっている。

しかし、税金の払い戻し制度は手続きが複雑であり、実際にその適用を受けるためには一苦労すると言った声があり、制度や制度運用面での改善が必要と思われる。

<重い国内税の負担>

国内の税金としては、物品税（販売の際に賦課される付加価値税：16%）、販売税（州がまたがる場合両方の州で取られ、4%+4%となる）、運搬税がある。これらを、中央政府と地方政府の話し合いでは、付加価値税に統合することが予定されているが、財政は赤字が足かせとなって、統合は進展していない。

なお、輸入後インド国内で加工された場合は、相殺関税見合いの物品税支払いが免除される。

<厳しい外資規制>

インド政府は、1973年の「外国為替規正法」により、外資に対して厳しい規制を設定してきたが、1991年に34の高度優先産業を対象に外国直接投資の外資出資比率の上限を40%から51%に引き上げた。また、2002年2月にインド商工省は、海外直接投資の認可をポジティブリストからネガティブリストによる規制に切り替えた。

このように外資規制は緩和されて来ているが、卸売業については主として輸出業務を行う場合51%以上の外資出資比率、また輸出以外の商業分野への投資については外国投資促進委員会（FIPB）からの個別認可が必要となっている。

個別認可が取得できる分野は、輸出取引や保税上屋までの輸入取引、出資しているインド国内の合弁企業の製品の国内取引など一部の分野が認められているに過ぎない。

また、スーパーやコンビニエンスストアなど小売分野への投資は、個別認可が下りず、事実上禁止されている。

新聞報道によると、インド政府の首脳は、「小売業に対する外国直接投資を自由化すべきだとする意見に反対しないが、小売部門に外資を導入するには国内取引の障壁を取り除き、関係税制を改革する必要がある」とコメントしているものの、具体的な進展は見られていない。

<中小企業保護>

インド政府は、零細・中小企業の保護政策をとり、大企業は参入できない分野がある。例えば、縫製業は小規模留保が解除されたが、ニット部門は解除されていない。

<日本産アクリル綿に対するダンピング措置>

インド政府は1999年1月22日に日本産アクリル綿に対するアンチ・ダンピング税の賦課を決定した。

この結果、日本からのアクリル綿輸出は急激に減少の道を辿り、2000年の7,013トンから、2001年は5,956トン、2002年は3,814トンとなり、更に2003年は2,374トンと2000年の約3分の1の実績に転落した。

インド政府は、2003年9月4日付けで、この日本産アクリル綿に対するアンチ・ダンピ

ング税賦課の措置継続の可否を決定するための見直しを開始した。

これに対し、近年の日本からの輸出の主力はレギュラー品で無く、値段が高いセーター手編み用の特殊商品であり、アンチ・ダンピング税賦課の対象となっていないことから、日本側は特に対応措置は講じていない。なお、この見直しに関するインド政府の決定は未だ出されていない。

<再割チャージの負担>

インド向け輸出の場合、L/Cを開設したインドの銀行が手形の買取銀行を日本における自行支店に指定して来る場合が多く、再割チャージが発生するケースが多い。

インドの銀行が自行の在日支店を手形の買取銀行に指定してきても、日本の輸出会社はその銀行と取引がないため、取引のある銀行で手形割引をしてもらい、更に取引銀行は指定銀行に再割引して手形を買い取ってもらうことになる。このため、銀行手数料が2つの銀行で取られることになる。この買取銀行指定のL/CをRestricted L/Cと言い、指定銀行の手数料、即ち再割チャージをリストラクション・チャージ(Restriction Charge)と言う。

この再割チャージは1ドル当たり1円程度と高く、日本の輸出会社にとっては、インド向け輸出の障害となっている。

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

<日本品を受け入れるインド市場の規模>

インドの納税者は3,000万人と言われており、その家族を含めると、約1億～1億5,000万人が日本品を受け入れる可能性のある所得層と考えられる。必ずしも、納税者が購買可能層とは言えないが、超富裕者・大規模農園経営者が納税者に含まれておらず、凡そこの数字になると思われる。

<流通>

インド繊維市場においては、2年前頃には、殆ど話題にならなかったショッピング・モールや百貨店が出来始めている。

また、大手繊維業者は川上から川下まで一気通貫の事業モデルを展開しており、メンズおよびカジュアル分野のナショナル・ブランドが登場している。

One-brand-shop および百貨店のshop-in-shopなど、形態は様々であるが、one-brandで100店舗以上の展開が進んでいる。

<日本品の可能性とマーケティング>

(1) 購買可能層

購買可能層は約1億～1億5,000万人の規模とはいえ、一人あたりの購買力に関してはまだまだ高くはないと思われるが、毎年300～400万人の大学卒業者が市場に登場し、且つITなどの高成長分野に従事することにより、購買力は年率10%程度のスピードで広がると思われ、中期的に非常に興味のある市場であることは間違いない。

その根拠としては、2003年度のGDP成長率は8%に達したが、全く購買力の無い人口が4億人（＝全人口の約40%）と言われており、これらの者を除外しても8%の経済成長率を達成したということは、大学卒業者以上の中産階級の所得の伸びは相当なものであることが予測できる。

即ち、インドは毎年大卒者が300～400万人出るという大きな人口を抱え、富裕層も多く、今後も7%程度の経済成長が見込まれ、大きな内需のある市場である。

(2) 市場性

既に述べた通り、衣料品については、殆どの婦人がサリーを着用しており、サリー用の絹・綿・ポリエステル長繊維織物等の需要は膨大である。

サリーは、上述した通り、絹織物及びキュプラ・レーヨン織物製が高級品で、綿織物、ナイロン織物、ポリエステル長繊維織物製は低価格品と言われている。

このように汎用的なサリー用のポリエステル長繊維織物は現地で生産されているが、ポリエステル長繊維織物製のサリーはドバイ（アラブ首長国連邦）在住のインド人向けのお土産用として需要があり、関税が引き下がれば期待できる。

但し、欧米や日本などで見られる婦人用アパレル市場が殆ど無いことから、サリー用以外のポリエステル長繊維織物の輸出は余り期待できない。

他方、レインコート用の高機能繊維織物は期待できる。

サリーを着用している女性の殆どは、下にペチコート等の下着を着用しており、また、女性の下着が高級化し、レース素材が増加しているため、内需用として伸びる可能性がある。

従って、インドの衣料品市場は男性用が中心とならざるを得ないが、メンズ用シャツは大きな市場である。ビジネスマンの殆どの男性がドレスシャツを着用しており、特に先染めシャツとチノ・パンツが多い。

また、日清紡のSPP（防皺加工製品）のメンズシャツが店頭に出ていることにより、既に日本の高機能素材がインド市場に進出している。

この背景は以下の2点と思われる。

- ① インドはドレスシャツの市場が巨大である。（殆どのビジネスマンがドレスシャツを着用している。）
- ② 理由は不明確であるが、ノーアイロン・シャツがどうしても欲しいという購買層が存在している。

今回の現地市場調査で②の理由をつかむことは出来なかったが、低価格ゾーンでは300ルピー（約750円）程度のシャツが手に入る市場で、2,000ルピー（約5,000円）のシャツを買う購買層がいることは事実であり、何故かを掴むことにインド市場攻略のヒントがあるように思われる。

何れにせよ、少数の富裕層がターゲットであっても、全体の需要が大きな商品であれば、数量がまとまると考えられる。

IX. 輸出振興を目指すための日本の取り組み

今後のインド市場を開拓するにおいてもっとも重要なことは、いかにこまめにマーケティングを行うかである。日本の特殊素材特殊加工をピック・アップし、インドのナショナル・ブランドと取り組み、こまめなマーケティングを行うことによって、インドで売れる商品を見つけることが出来るはずである。

今回の現地調査で具体的に何が売れるかと言うような即応的な回答を用意することは出来なかったが、既に日本の繊維産業の置かれている状況からすれば、この基本的なステップをキッチリ踏むこと以外に市場開拓の方法はない。これは多分、騒ぎすぎの感がある中国も同様である。

上記で述べたとおり 繊維流通の担い手は凡そ見えてきており、時間はかかるかもしれないけれども、基本動作をキッチリ行えば、実を結ぶ市場になっているという結論になると思われる。

なお、ホームテキスタイルについては、インドでは膨大な生産を行っており、ホームテキスタイル用原料の輸出の可能性はある。

その他、タイ、ネパール等の周辺地域で縫製してインドに再輸出する取引も考えられる。

X. インド繊維団体・企業の訪問調査及び視察調査

1. 繊維団体・企業の訪問調査

(1) ウェルspan・インド社 (Welspun India Ltd. ; 大手タオル・メーカー)

訪問相手：Roman Khanna (輸出部シニア・マネージャー)、Mukesh Savlani (同アシスタント・マネージャー) 他

訪問日：2004年11月23日(火)、ムンバイ

ウェルspan・インド社 (Welspun India Ltd) は、1980年代後半にスタートしたコングロマリットであり、1992年に紡績からの一貫工場としてタオル工場が設置された。

現在、綿糸、テリータオル、ポリエステル長繊維糸を製造・輸出しており、特にテリータオルでは、アジア最大、世界第5位の製造企業である。タオルの90%を輸出しており、そのうち60%が米国向けである。なお、ポリエステル長繊維糸は糸売りのみである。



(ウェルspan・インド社の Khanna=シニア・マネージャー他2名と調査団員=後列右から尾坂、西田両団員、笠松団長、岩尾団員)

その他、同社はバンブー繊維、大豆繊維などを生産しており、これら繊維の糸又はタオルの輸出が可能である。

また、同社は柔道着用糸も製造し、輸出している。

同社の生産設備は、紡機が3万2,000 錘、空紡が2,450 ローター、ドビー・ジャカード織機が

125 台である。生産量は、糸が 1,500 トン（月間）、タオルが 1,200 トン（同）である。

同社の主な海外の顧客は、米国のトミー・フィルフィガー、ウォル・マート、スウェーデンの IKEA、豪州のデビッド・ジョーンズ、英国のウイルキンソンなどである。

同社は国内用ブランドとして、“SPACES” ブランドのホーム・テキスタイルを 2003 年よりショッピング・モールなどで販売している。これは、高所得者層をターゲットとしている。

同社のストアは、フランチャイズが 150 店舗、自社ストアが数店舗である。

（２） FAITMA（全インド繊維製造業者協会連盟）

訪問相手：Pawn Poddar 会長以下 7 名

訪 問 日：2004 年 11 月 23 日（火）



（FAITMA の Poddar 会長以下 7 名と調査団員（4 名）、吉田茂（三菱商事印度社：後列左から 2 番目）及び宮下久孝（丸紅印度社：同 3 番目）両氏）

FAITMA（全インド繊維製造業者協会連盟）は 2001 年に設立され、165 の業者団体・企業（合計 1,000 社の企業）により構成されている、自主的な業者団体であり、綿・糸製造業者から小売業者まで含まれている。

同連盟は、政府に製造業者保護のための様々な働きかけを行い、また教育研修なども行っている。

同連盟は、ドイツの繊維・ファッション業界団体（Gasemttextile）と技術提携と相互の貿易拡大を目指した覚書を 12 月中に取り交わす予定である。

(3) ダ・シャツ・カンパニー社 (The Shirt Company : 紡織・縫製一貫企業)

訪問相手 : Shivanand B. Shetty 会長、Aswin Shetty C.E.O.

訪問日 : 2004年11月24日(水)

ダ・シャツ・カンパニー (The Shirt Company) 社は、Shivanand Shetty 現会長が 1984年に設立したアパレル・メーカーで、元々輸出が主体である。

現在、同社の工場はムンバイ、バンガロール、コインバトールの3カ所にあり、約5,000人の従業員を雇用し、月間平均40万着の男性、女性、子供用アパレルを製造しており、その95% (均35万着) が輸出向けである。また、同社の工場は、ECOTEXの認証を取得している。

同社は織布・染色工場を持っており、糸染用の釜は1Kgから300Kgまであり、顧客からの多様な注文に応じられる体制にある。織物の生産量は月間25万メートルである。

同社の商品は、ドイツ向けを中心に、米国、英国、日本、スペイン、フランス等向けに輸出している。ドイツ向けでは、OTTO (通販業者) に月間20万着輸出している。また、TOM TAILOR (独本社のアパレル・メーカー)、エスプリ (ESPRIT : 香港本社のアパレル・メーカー) とも長い間取引しており、米国のフェデレーテッド百貨店とも取引している。



(ダ・シャツ・カンパニーの Shivanand B. Shetty 会長、Aswin Shetty C.E.O. と調査団員 (4名) 及び山下政晴氏 (伊藤忠商事ムンバイ支店 : 前列)

また、同社はライセンス契約に基づき、米国のバービー・ブランドの子供服を製造・輸出していたが、2004年より国内販売のライセンスを取得し、Shoppers Stopのような小売店に商品を卸すと共に、自社で小売販売を開始した。それが、ショッピング・センターの中に設置している「バービー・ワールド」である。バービー・ブランドの子供服の製造数は月間5万~6万5,000着で、

その小売価格は次の通り。

アクリル・セーター	555～675 ルピー (約 1,380～1,680 円)
コットン・ジーンズ	945 ルピー (約 2,360 円)
フード付きジャケット	1,675 ルピー (約 4,180 円)
プリント長袖Tシャツ	525 ルピー (約 1,310 円)

(4) ゴカルダス・イメージ社 (Gokaldas Images Ltd. ; インド NO. 2 の縫製企業)

訪問相手 : Jagadish Hinduja マネージング・ディレクター、Neeraj Varma 副社長、
Ruby Jayan George デイビジュアル・

訪 問 日 : 2004 年 11 月 25 日 (金)

ゴカルダス・イメージ社 (Gokaldas Images Ltd) は、1971 年創業のアパレル・メーカーで、インドではマズーラ・ガーメント (Madura Garment) に次ぐ第 2 位のアパレル・メーカーである。

同社の輸出向け部門は 3 部門に分かれており、第 1 部門がメンズとレディースのスーツ、第 2 部門がニットの T シャツ、レディースの下着、第 3 部門が布帛のジーンズ、アクティブウエアである。その他に国内向け部門がある。

同社の生産工場は 18 工場で、従業員は 1 万 1,000 人である。同社は、差別化商品、高機能商品を選択して販売している。

同社の製品は、欧米、日本向け輸出が主体で、順調に推移している。特に、米国向けは生産量の全体の 80% に達している。

内販としては、自社ブランドの WEEKENDER ブランドのメンズ・アパレルや WEEKENDER KIDS ブランドの子供服を国内向けに製造・販売している。内販では、約 1 億 5,000 万人の中・高所得者をターゲットにしている。

その他、同社はライセンス契約による、米国のディズニーやワーナーブラダース・ブランドの製品を製造・販売している。

また、同社はナイキ、フィラ、ケネスコールなどのスポーツウエアを OEM 生産している。

(5) マニパル・アパレル社 (Manipal Apparels ; ダ・シャツ・カンパニー傘下の縫製企業)

訪問相手 : Raghu Sherigar パートナー

訪 問 日 : 2004 年 11 月 25 日 (金)

マニパル・アパレル (Manipal Apparels) 社は、ダ・シャツ・カンパニーの子会社で、1994 年に設立された。織布、捺染、裁断、縫製、洗濯、刺繍加工を行っている。

現在、同社の従業員は 2 工場で 700 人であり、月間約 8 万 5,000 着のガーメントを生産している。



(マニパル・アパレル社の Raghu Sherigar パートナーと調査団員（4名）及び南敦幸氏（伊藤忠商事ムンバイ支店：左から2番目）)

2. ショッピングセンター等の視察調査

最近出郊外で出現しているショッピングセンター等を視察し、販売商品の価格調査を行った（以下の価格は all tax 込み）。

既に述べた通り、インドでは欧米で見られるような婦人用高級衣料品店は殆ど無く、衣料品店の多くがジュニア用、紳士用衣料品店であった。

なお、殆どの商品がインド国内産品であった。

(1) アンサル・プラザ (Ansal Plaza; デリーで一番大きく本格的なショッピング・センター。衣料品、靴、バッグ、スポーツ用品、雑貨、家電、輸入食料品などのストアが揃っている。)

- ・ ラコステ (LACOSTE) 綿パンツ (綿 100%) 1,950 ルピー (約 4,200 円)
長袖スポーツシャツ (同上) 1,500 ルピー (約 3,750 円)
カットソー・シャツ (同上) 1,100 ルピー (約 2,750 円)
セーター (ウール 51%、アクリル 49%) 4,500 ルピー (約 11,250 円)
- ・ カラー・プラス (Color Plus)
デニムシャツ (綿 100%) 1,389~1,450 ルピー (約 3,470~3,620 円)
カットソー・シャツ (日清紡 SSP) 2,278 ルピー (約 5,690 円)



(カラー・プラスの店内：デニムシャツやスポーツシャツが並ぶ。)

・ ショッパーズ・ストップ (Shoppers Stop ; モール内のミニ百貨店)

男性用ジャケット (ポリエステル 100%) 3,295 ルピー (約 8,230 円)

DOCKERS ブランドのスポーツシャツ 899~999 ルピー

(約 2,240~2,490 円)

VAN HEUSEN ブランドのカッター・シャツ 1,099 ルピー

(約 2,740 円)

Austin Reed London ブランドのカッター・シャツ

1,299 ルピー (約 3,240 円)

スラックス (ポリエステル 100%)

1,495 ルピー (約 3,730 円)

男性用結婚式用コート (綿パンツ付き)

4,950~9,500 ルピー

(約 12,370~23,750 円)

・ ユナイテッド・カラー・オブ・ベネトン (UNITED COLOR OF BENETTON)

ジャケット (綿 100%)

4,499 ルピー (約 11,240 円)

セーター (80%ウール、20%アクリル)

1,499 ルピー (約 3,740 円)



(ユナイテッド・カラー・オブ・ベネトンのショーウインドウ)

(2) カーン・マーケット (Kahn Market ; デリー市街の伝統的な商店街。中流階級向けの商品を扱うストアが中心で、衣料品、スポーツ用品、日用雑貨、文具、化粧品などが揃っている。)

・ B. RAI SONS、The Cloth House (仕立て屋)

誂えカッターシャツ (生地・芯地・ボタン等の部品・仕立て代込み)

800~1,100 ルピー (約 2,000~2,750 円)

・ Fashion Land 刺繍ショール(100%カシミア) 2,800 ルピー (約 7,000 円)

・ SPRUCEE FLOAT IN FASHION

Tissue Hand Embroidery Suit 5,800 ルピー (約 14,500 円)

Algani Suit 5,500 ルピー (約 13,750 円)

(3) Country Road 2 (ムンバイ市街のショッピング・センター)

・ アフターショック (Aftershock : ジュニア用アパレル小売店)

ストレッチ・ジーンズ 2,000 ルピー (約 5,000 円)



(アフターショックの店内)

(4) INORBIT (ムンバイ近郊のショッピング・センター ; 100 ストア)

・ ショッパーズ・ストップ (Shoppers Stop)

Killer ブランドのデニムシャツ

745 ルピー (約 1,860 円)

Spaces ブランドのタオルセット

875 ルピー (約 2,180 円)



(ショッパーズ・ストップの入口)

・ ライフスタイル (Life Style)

コーデュロイ・スポーツシャツ

1,195 ルピー (約 2,980 円)



(ライフスタイルの入口)

(5) ファッション・ストリート (バンガロール中心部のブリゲイド・ロード及びカラマジ・ロードの両側沿いの商店街。若者向けのファッション商品、サリー、紳士用衣料品、食料品、家電等のショップが並んでいる。)

・サリー・ショップ	サリー (ポリエステル、コットン、シルク等)	249～1,045 ルピー (約 620～2,610 円)
	Salwar Suit	1,290～1,850 ルピー (約 620～2,610 円)
	Spaghaties (キャミソール)	29 ルピー (約 70 円)



(サリー・ストア：店員にサリーの着付けを教えて貰う。棚に並ぶのが絹製等の高級サリー、ハンガーに吊るしているのがポリエステル製等の安価なサリー。)