

2010年1月号

Ernst & Young

JBS マンスリーニュース

目次

問い合わせ先

山口哲男

アーンスト・アンド・ヤング・インド、
日系企業サービスグループ

Email:

Tetsuo.yamaguchi@in.ey.com

Tel: +91 124 464 4313

1. 今月のトピックスーインドの小売業
2. 日系企業関連ニュース
3. インドビジネス関連ニュース
4. 会計・税務アップデート



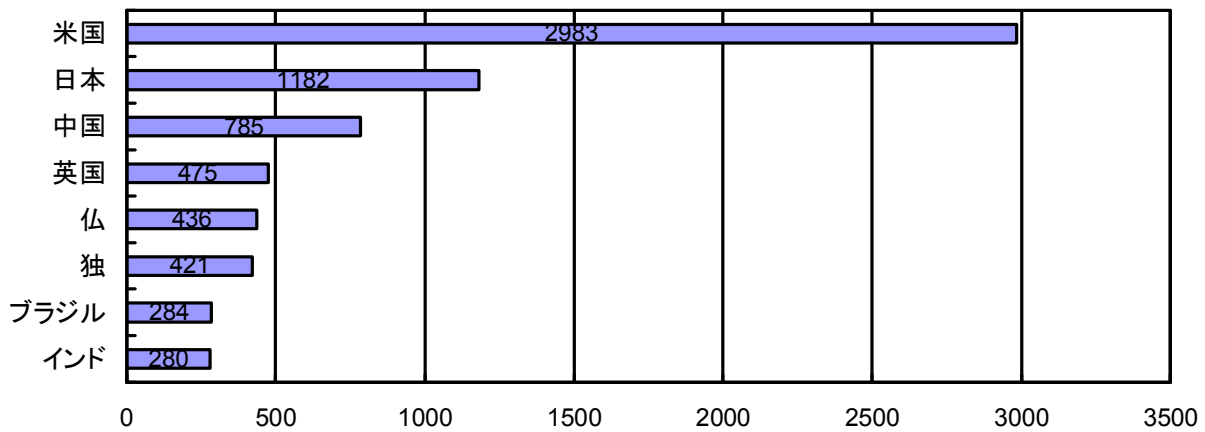
1、インドの小売業

(1)概況

- ・インド小売市場の規模は 2008 年度にて 3300 億 USドルの規模に到達
- ・過去 5 年間の市場成長率は年率 11.4%、今後も年率約 10%と GDP 成長率を上回る成長が見込まれる。
- ・尚、2007 年度における世界の小売市場の比較は以下の通り。

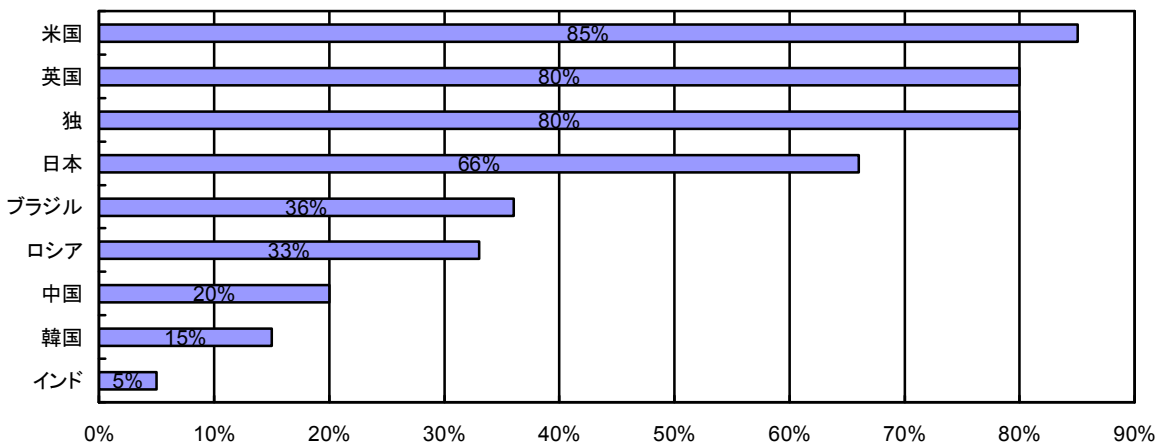
主要国の小売市場規模

(単位)10億ドル



- ・インドにおける組織小売の市場規模は現在全体の5%、金額ベースにて 170 億 USドルにとどまるが、今後 5 年間に年率 24%の成長が見込まれる。

主要国における組織小売の比率



・組織小売にて今後特に成長が期待される分野は以下の通りである。

分野	2008 年度	2012 年度
時計	45.6%	62.8%
シューズ	37.8%	55.7%
アパレル	19.9%	44.9%
本、音楽	12.6%	35.2%
家具	9.1%	24.8%
家電	10.5%	22.4%

(2)主要分野別動向

(a)食品

・インド食品市場の規模は 2008 年にて 1810 億 USドル相当(小売市場の 60%を構成)

・市場の内訳は以下の通り。

	金額(億 USドル)	シェア(%)	一次産品での流通比率
農産物	1260	70%	46%
ミルク・乳製品	340	19%	52%
食肉、水産物	210	11%	99%

・今後は特に加工食品の分野にて成長が見込まれる。

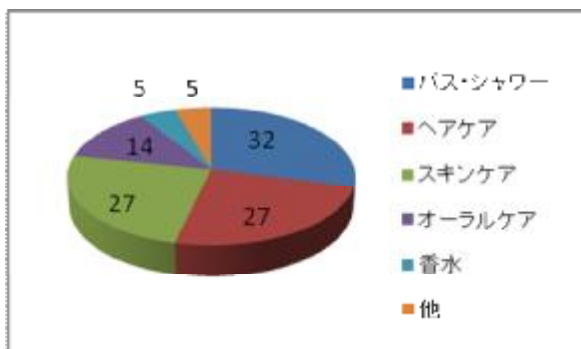
(単位:百万 USドル)

	2008 年度	2015 年度
菓子類	841	1441
ポテトチップス	670	2134
ベーカリー	3508	6836
加工乳	2080	5479

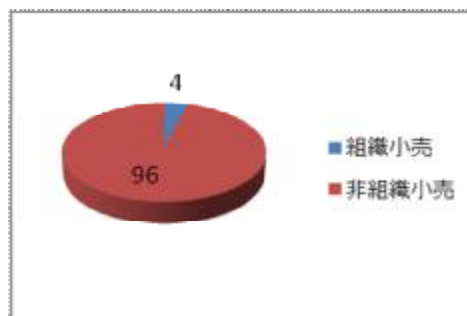
(b)パーソナルケア

・2008 年度のパーソナルケアの市場規模は 43 億 USドル、今後とも年率 7%の成長が見込まれる。

(製品別シェア)



(組織小売の比率)



(主要製品の動向)

製品	市場規模 (百万 US\$)	成長率
石鹸	1175	0-5%
ヘアオイル	602	5-10%
シャンプー	421	5-10%
香水	145	10-20%
デオドラント	59	10-20%
整髪剤	26	10-20%
シャワージェル	19	10-20%
歯磨き粉	2	10-20%

(c)アパレル

- ・2008 年度のインドアパレル市場の規模は 320 億 US\$、年率 15%成長が見込まれる。
- ・うちブランド品は市場の 10%を構成、成長率は年率 20%。
- ・現在、インド市場には 341 のブランドが存在するがうち 138 が海外ブランドである。
- ・組織小売は現在 60 億 US\$の規模であるが今後とも年率 20%を上回る成長が期待できる。

	市場規模 (億 US\$)	シェア	市場動向
紳士服	102	32%	組織小売で流通するブランド多数
婦人服	93	29%	ブランド浸透は今後
子供服	42	13%	参入企業少数、今後に期待
アクセサリ	35	11%	婦人向け、シューズ分野に期待
ユニフォーム	26	8%	子供向けユニフォームが中心
ユニセックス	22	7%	ジーンズ・スポーツウエア、海外ブランドに期待

(3)まとめ

(a)インド小売市場における成功要因

	成功要因
製品	・ローカル市場への適応 ・柔軟な製品販売サイズ(小ロットでの販売)
価格	消費者の購買力に見合った価格設定
流通	サプライチェーンへの投資及び確立
広告・宣伝	ターゲット顧客に応じた広告・宣伝手段の選択

(b) 主なインド進出形態

進出形態	概要
卸売業	100%外資にて進出可能(自動認可)
小売業	マルチブランドは不可、単一ブランドは51%まで外資による出資が可能
製造	原則100%外資による出資可能
フランチャイズ	外国企業がブランド/技術をインド企業に提供のうえ、フィーを徴収
ディストリビューター	インド小売企業に対して製品を供給

(c) インドに既に進出している主な海外小売企業

企業名	本国	進出形態	インド出店数
メトロ	独	卸売り	5
ウォルマート	米	卸売り(Bharti と JV)	1
マークス&スペンサー	英	単一ブランド(Reliance と JV)	14
エスプリ	米	ライセンス生産(Madhura Garment)	40
アロー	米	ライセンス生産(Arvind)	53
カルバンクライン	米	フランチャイズ(Murjani)	10
マンゴ	スペイン	フランチャイズ(Aoparel Gr)	6
リーバイス	米	現地法人→フランチャイズ	250

(参考) 主要インド企業の業績、時価総額

	分野	売上高(億 Rs)	純利益(億 Rs)	時価増額(億 RS)
Pantaloon Retail	小売	634.1	14.1	779.4
Trent	小売	51.4	2.7	149.9
Shoppers Stop	アパレル	124.5	-6.4	114.3
Dabur India	パーソナルケア	241.7	37.3	1465.7
HUL	パーソナルケア	2060.1	249.6	5039.1
Godrej Consumer	パーソナルケア	108.8	16.1	774.0
Marico	パーソナルケア	192.1	14.2	603.1

2、日系企業関連ニュース

日産がインドからの部品調達拡大を計画 (ETJan 6)

日系自動車大手メーカーである日産自動車は 2012 年までにインドからの自動車部品の調達を 40 百万 USD まで拡大することを目指している。

日産関係者によれば、同社は建設中のチェンナイ工場をタイ・中国及び日本といった海外グループ会社向けの部品調達の拠点として活用することを検討している。2010 年度において同社のインドからの部品調達は 20 百万 USD であり、11 年度には 30 百万 USD に拡大する見通しである。

日産のグローバルコンパクトカーのチェンナイ工場での生産開始は計画通りに進んでいる。コンパクトカーは V プラットフォームをベースにしており、3 つのモデルの生産を計画している。最初の発売モデルはハッチバック、第 2 のモデルはセダンまでは確定しているが第 3 のモデルについては現在検討中であるとしている。チェンナイ工場で生産されるハッチバックモデルについては 2010 年のジェノバモーターショーにて発表される予定である。当モデルについてはマルチのシフト及び現代 i20 と競合することが見込まれている。

アシックスがインドにてスポーツシューズの販売を開始 (PTI Jan 18)

リアイアンス・リテイル社傘下のリアイアンス・フットプリント社は日本のアシックスと独占的提携を行うことを発表した。アシックスのシューズは 2010 年 4 月までにインドで発売される予定である。当初はリアイアンス・フットプリント社のムンバイ、デリー、バンガロール、ハイデラバード、チェンナイ及びコチンの店舗にて発売される予定であるが年央にはバンガロール、チェンナイ、ハイデラバード、ムンバイ及びデリーにアシックスブランドのアウトレットを開設する予定である。

初期段階ではアシックスはフィットネス、ウォーキング、ジョギングといった顧客層をターゲットに販売を開始する予定であるが、以降クリケット、サッカー、バスケットといった特定のスポーツ用シューズも市場投入する予定である。またスポーツウエアの販売も計画している。

リアイアンス・フットプリントは現在インド全土にて 16 の店舗を展開しているが、店舗数を 2010 年 6 月までに 30、2012 年までに 100 まで拡大することを計画している。

日産が中古車事業への参入を検討 (BS Jan20)

日産はインドにて中古車事業に参入することを計画している。ルノーと合併にて工場建設を進める一方で当分野への進出に着目している。

工場は現在チェンナイ近郊のオラガダムにて建設中であるが、販売網確立に向けて 2012 年までに 55 のディーラーを立ち上げる予定である。同社は既に 23 のディーラー任命を完了しているが 2010 年 3 月までにさらに 7 ディーラーを任命する計画である。

ディーラーシップ立ち上げのパートナーである Hover Automobile India 社によれば中古車事業への進出は、小型車の販売開始の 2-3 年後をメドにするとしている。尚、小型車の販売開始は 2010 年 7 月とされている。

日産は米国、欧州、及び日本等世界主要国にて中古車事業を行っている。インドでは現在、マルチスズキ (TrueValue)、TATA (TATA Motor Assured)、M&M (FirstChoice)、GM、現代、メルセデスといった各社が中古車事業を展開している。

インド中古車市場は現在 150 万台／年の市場規模であり、成長率は年率 20%である。マルチスズキ社の前社長である Jagdish Katter らも今後中古車事業への参入を目指しているとされている。尚、中古車市場自体は大きな潜在的な可能性を秘めているが現時点では零細事業者による流通が市場の中心である。

3、インドビジネス関連ニュース

12 月の自動車販売は前年比 49%増 (ET Jan 2)

2009 年 12 月のイン乗用車販売台数は前年比 49%増となる 119,930 台の販売であった。これは前年比にて 66%増を記録した 11 月次ぐ市場 2 位の成長であった。乗用車の国内販売は 2009 年 7 月以降前年比 2 ケタ成長が続いているが、特に最近の 3 カ月間は昨年度の販売が鈍化していたこともあり前年対比では大きな成長が記録されている。

最大手のマルチスズキは 2009 年 12 月は前年比 51%の増加となる 84804 台の販売を記録した。うち国内販売は 71,000 台であり、前年比 36.5%増加であった。

販売動向			
会社名	December 2008	December 2009	% change
Maruti Suzuki	52,029	71,000	37
Hyundai	15,602	22,252	43
Mahindra & Mahindra	7,726	16,999	120
General Motors	4,041	8,258	101
Skoda	732	1,113	52
Mahindra Renault	272	308	13
Total	80,402	119,930	49

Source: Companies' data

業界関係者は、物品税の低減、国営銀行によって提供された低金利のローン及び経済回復に対する心理的な要因が 12 月の好調な販売結果に反映していると分析している。またマルチの輸出については前年の 4264 台から 13804 台と前年比 224%の増加となっている。同社によればこれらの数字は出荷台数であり消費者向けの販売台数ではないとしているものの欧州向けの輸出にて A スターが好調であることを認めている。

また現代についても i10 及び i20 の好調な販売により国内販売は前年比 43%の増加を達成している。また年度累計においても前年比 23%の増加を達成している。

M&Mについては新モデル Xylo の販売が好調であり前年比 120%の増加を達成している。GM も前年比 101%増加で史上最高となる 8258 台の販売を記録した。高級セグメントの Cruze の販売及び小型車の Spark 等が販売拡大に貢献した。尚、同社は小型車 Beat を 1 月に発売開始している。

高級時計の需要が急増(ET Feb 3)

中産階級の所得増加に伴い、高級時計の需要が拡大している。Titan、Timex、Timond、HMT 及び Giitanjali といった時計メーカーは現在供給を上回る需要に直面しているとされている。

過去 2 年間、高級時計は年率 20-22%での成長を記録している一方、低価格セグメントは 7-8%の成長にとどまっている。こうした需要の急拡大は時計各社の予想を超えていた模様である。通常時計業界では少なくとも 6 カ月前には季節要因を加味して需要を予測のうえ生産を開始することが通例である。さらに小売会社はクリスマス、ニューイヤーといった需要を見込んで 6-8 カ月前に発注を行うが、過去 6 カ月間の需要については予想を超えた動きであったとされている。関係者によれば高級時計の生産には低価格品には必要とされない製造技術が要求されることも供給ネックに拍車をかけているとしている。

消費者の趣向にも過去 9 カ月間にて変化が見られる。最近の買い替えにおける顧客の求める価格帯は Rs8000-10000 である。最大手の Titan は市場喚起に向けて特にコウキウセグメントでの新製品販売に注力している。同社はこうした基調が継続するならばさらに革新的でスタイリッシュなモデルの開発に取り組むkウイ格である。Titanはスイス製ブランドであるXylysを高級セグメントを導入したが、同社によれば現在市場の評価は非常に高いとしている。

インド時計業界は 1000 億 Rs の市場規模であるが、2 つのセグメントに区分される。低価格セグメントは Rs500-3,999 の価格帯の製品であり、市場の 60%を構成する。一方、RS4,000-17,000 の価格帯が 30-35%の市場を構成し、残りが超高級セグメントとされている。また数量ベースでは年間 4500 万個の時計がインドで販売されており、成長率は年率 7-8% である。

Timex によれば、インドでの高級時計の需要は世界の需要の伸びを大きく上回っている。従って時計各社は新しいスタイリッシュなモデルを導入する必要があるとしている。

また宝石メーカーから時計事業に参入した Geetanjali はこうした高級セグメント拡大の動きを歓迎している。同社は最近「Morello」「Chronotech」といった高級ブランドの発売を最近開始している。

シーメンスがインドにて事業拡大(BL Feb 2)

独の大手エンジニアリング会社であるシーメンスは今後 3 年間で 160 億 Rs を投じて風力発電用のタービン及び他のエンジニアリング製品の製造を行うことを計画している。

同社によればインドを含めた新興国の成長は目覚しく、こうした国々は 2010 年以降も成長が見込まれる。インドは人材、製品、技術革新力を備えていることより、同社はインドでの事業拡大を決断したとしている。現在、シーメンスのインドでの従業員は 17000 人であり、2012 年までにさらに 8000 人を雇用する計画である。

シーメンス・インド法人における中核企業である Siemens の Bruck MD によれば投資総額の 3 割は風力発電の生産に割り当てられるとしており、工場の立地についてはタミルナドゥ州またはグジャラート州を候補としている模様である。また現地生産された風力発電用のタービンは 2012 年までに出荷が開始されるとしている。また当初のタービン生産能力は 200MW 相当であるが、生産開始後 3 年間に 500MW まで引き上げることを目指している。

またシーメンスは「付加価値」エンジニアリング製品の拠点としてもインドを活用する計画であり、設計、開発、生産及び製品販売といった分野にてインド国内に 6 つのハブを設立する予定である。6 つのハブのうち 4 拠点は信号システム、蒸気タービンといった製品の製造拠点として計画されている。Bruck MD によれば同社のターゲットは 2020 年までに当該分野での売上高を 650 億 Rs とすることである。‘

また同社は Power Grid Corporation から Meerut、UP 及びハリアナにて変電所の建設等に関して 10 億 Rs の受注を獲得したと発表している。

さらにシーメンスは Bharat Earth Movers Ltd.(BEML)とインド国鉄向けの動力分散方式の貨車製造及び供給にて MOU を締結した。

4、会計・税務アップデート

(1)IFRS(国際会計基準)の導入

2010 年 1 月 22 日に Ministry of Corporate Affairs (MCA)は、インドにおける IFRS 導入に関するロードマップが発表された。ロードマップによれば IFRS の適用は以下の通り段階的に拡大されるとしている。

フェーズ I :2011 年 4 月 1 日以降開始事業年度から適用、開始貸借対照表は 2011 年 4 月 1 日(12 月決算会社の場合は 2012 年 1 月 1 日)

- ・NSE Nifty 50 選定企業
- ・BES Sensex 30 選定企業
- ・インド国外で株式、その他の証券を上場している企業
- ・上場の有無に関わらず、net worth 100 億ルピー超の企業

フェーズ II :開始貸借対照表は 2013 年 4 月 1 日(12 月決算会社の場合は 2014 年 1 月 1 日)

- ・上場の有無に関わらず、net worth 50 億ルピー超 100 億ルピー以下の企業

フェーズ III :開始貸借対照表は 2014 年 4 月 1 日(12 月決算会社の場合は 2015 年 1 月 1 日)

- ・net worth 50 億ルピー以下の上場企業

Net worth 50 億ルピー以下の非上場企業および SMCs は IFRS 適用義務なし(任意適用は可能)。

(参考)これまで ICAI のコンセプト・ペーパーであげられていた IFRS 適用対象企業の基準

- ・上場企業
- ・銀行、保険、投資信託、金融機関
- ・前年度の売上高 10 億ルピー超
- ・前年度の借入金が 2.5 億ルピー超
- ・上記に当てはまる企業の持株会社及び子会社

(注)銀行と保険会社については今回のロードマップの対象外であり、2010 年 2 月 28 日までにロードマップが別途発表される予定。

(2) GST 導入

2009 年 7 月発表の中央政府予算にて 2010 年 4 月からの導入を目指すと言われてきたが、野党の抵抗及び州政府との交渉に時間を要したこともあり実質的に導入は不可能な状況。中央政府の財務委員会のレポートでは 2010 年 10 月導入を目指すとしているが、インド会計士協会等からは期中の変更は望ましくないとして 2011 年 4 月開始が現実的と提言されている。当面は中央及び州レベルでの GST 導入に向けての立法化等の準備が行われることになる。

尚、現時点での GST の概要は以下の通り

- ▶ GST は、物品およびサービスの提供に関わるすべての取引(免税品目以外)に、出荷先ベースで課税される包括的な消費税
- ▶ 現行の複雑な間接税体系の簡素化と、投入税控除範囲の拡大による税負担低減が目的
- ▶ GST は下記の主要な間接税を収斂する見込み

中央税

- ▶ Excise duty: 物品税
- ▶ Service tax : サービス税
- ▶ CST: 中央売上税
- ▶ Additional Customs duty (CVD): 追加関税(相殺関税)
- ▶ Special Additional duty of Customs (SAD): 特別追加関税

州税

- ▶ VAT: 付加価値税
 - ▶ Entry tax: 入境税
 - ▶ Luxury tax: 奢侈税
 - ▶ Entertainment tax: 娯楽税(州課税)
 - ▶ Taxes on lottery, betting and gambling: 宝くじ、賭け事、ギャンブルに関する課税
- ▶ 税率と免税品目

- 州:一般税率、生活必需品に適用される低減税率、貴金属に適用される低減税率の3種類(税率については公式の言及なし)
- 中央:品目によらず一律同率課税を提案。
(尚、2月8日の新聞記事等によれば GST の税率は 16%(中央 8%、州 8%が有力とされている)
- ▶ 州をまたぐ取引に関する徴収方法
 - 州:中央政府が徴収主体となる「Integrated GST」モデルを提案
 - 中央:金融機関が徴収の仲介をする「Modified Bank」モデルを提案

(3) 予算セミナーのお知らせ

2010 年度のインド中央政府予算案が 2 月 26 日に発表される予定です。アーンストアンドヤング・インド日系企業サービスグループでは 3 月 2 日以降インド各地にてセミナーの開催を酔え地しております。セミナーの予定詳細については別途連絡させていただきますがご興味のある方は日系企業サービスグループまで連絡よろしく申し上げます。

尚、当ニュースレターの内容に関し、原文上の誤謬、誤訳を含む不備に伴う金銭的または非金銭的損害につきましては、インド及びその他のアーンストアンドヤングは一切の責任を負いかねますことご了承ください。