

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自動車産業
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
(2010年度中央政府予算案速報)



1、インド自動車産業

(1)概況

- ・インド自動車産業は 2004－2009 年度の間にて国内販売は年率 7.4%、輸出は年率 24.6%成長。
- ・2009 年度時点にて海外との比較における市場規模は以下の通り
 - 2輪車： 世界 2 位
 - 乗用車： アジア 3 位
 - 商用車： 世界 4 位
- ・国内市場の変遷は以下の通り

時期	状況
1983 年以前	閉鎖された市場 時代遅れのモデル 自動車メーカー数が 5 社
1983-1993	マルチスズキの誕生 商用車及び部品分野での JV 設立ラッシュ 自動車メーカー数は 6 社
1993 年以降	政府による市場開放 海外メーカーの相次ぐ参入 自動車メーカー数は 2009 年時点にて 35 社

(2)分野別市場概要

(a)乗用車(含む UV、MPV セグメント)

- ・2009 年度における販売は概略、国内 160 万台、輸出 30 万台
- ・国内市場のセグメント別比率は、乗用車 82%、UV12%、MPV6%である。
- ・2004-09 年度における市場成長率(年率)は、国内 11.5%、輸出 21%である。
- ・市場成長の主な要因は以下の通り
 - 個人所得の増加による個人消費の活性化
 - ディーラー網の拡大及び自動車ローンの普及
 - 消費者の嗜好変化(セカンドカーの保有、買い替え期間の短縮) 等
- ・現在の国内販売の 45%が 10 大都市に集中、農村部での販売は全体の 9%にとどまる。
- ・2009 年度における乗用車分野におけるセグメント別の需要動向は以下の通り。
 - (高級車) 前年比 34%増となる 8313 台を記録
 - (中型車) マルチ Dzire 等の新モデルの投入もあり前年比 7%増となる約 24 万台
 - (小型車) 前年比 3%増となる約 89 万台
 - (UV/MPV) M&M 社がシェア 47%にて当分野の首位

(参考:主要各社のシェア)

メーカー	シェア(%)
マルチスズキ	46.5
現代自動車	15.7
Tata Motors	14.9
M&M	6.9
GM	4.0
Honda Siel Car	3.4
TKM	3.0
Ford	1.8
Skoda	0.9
Mercedes	0.2
BMW	0.2

(出典: CRISIL INFAC)

(b)2 輪車

- ・2009年度の販売台数は国内7.4百万台、輸出1.0百万台
- ・2004-09年度における市場成長率(年率)は、国内6.8%、輸出30.5%
- ・国内市場のセグメント別の販売構成は、オートバイ81%、モペッド14%、スクーター5%
- ・オートバイのうち78%は125cc以下の排気量のモデルで、用途は主に通勤等の日常生活に使用(レジャー用でない)
- ・主な輸出先は、スリランカ・コロンビア・バングラデシュ・フィリピン等である
- ・ディーラー網の50%は農村部に所在、大都市圏のディーラー数は全体の5-7%にとどまる。

(参考:主要各社のシェア)

メーカー	シェア(%)
Hero Honda Motors	49.0
Bajaj Auto	17.3
TVS Motors	15.3
Honda Motorcycle & Scooters	13.7
India Yamaha Motor	2.2
Suzuki Motorcycle	1.7
Royal Enfield	0.6

(出典: CRISIL INFAC)

(c) 商用車

- ・2009年度における商用車販売は、国内向けは前年比にて22%減少

- ・一方、2004-09 年度の市場成長率(年率)は、国内 21%、輸出は 37%の拡大
- ・輸送モデル(ハブ&スポーク)の普及及び道路インフラの改善により、大型トラックと小型トラックの使い分けが進展
- ・Tata Ace の好調な販売により小型トラック市場が活性化
- ・高速道路の普及による高速、高馬力の大型トラックの普及
- ・また市内のエンドユーザーへの配送は現在 3 輪トラックが主流であるが、現在 1 トン未満の LCV が普及しつつある。

(参考)重量別の商用車市場シェア

区分	シェア	サイズ	シェア
LCV	52%	5トン未満	42%
		5-7.5トン	10%
HCV	48%	7.5-12トン	10%
		12-16.2トン	18%
		16.2トン超	20%

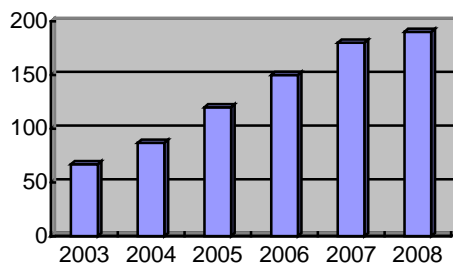
(参考)主要新規参入メーカーの製品分野

進出企業	パートナー	製品分野				
		SCV	LCV	M&HCV	エンジン	バス
日産	Ashok Leyland	○	○	×	○	×
VOLVO	Eicher	×	○	○	×	○
Navistar	M&M	×	○	○	○	○
MAN AG	Force Motors	×	○	○	×	○

(d)自動車部品産業

- ・インド自動車部品産業の市場規模は US190 億ドル相当

部品市場規模の推移(US億ドル)



- ・2004-09 年度における市場成長率は年率 23%

・2009 年度における部品販売におけるエンドユーザー別の構成は以下の通り。

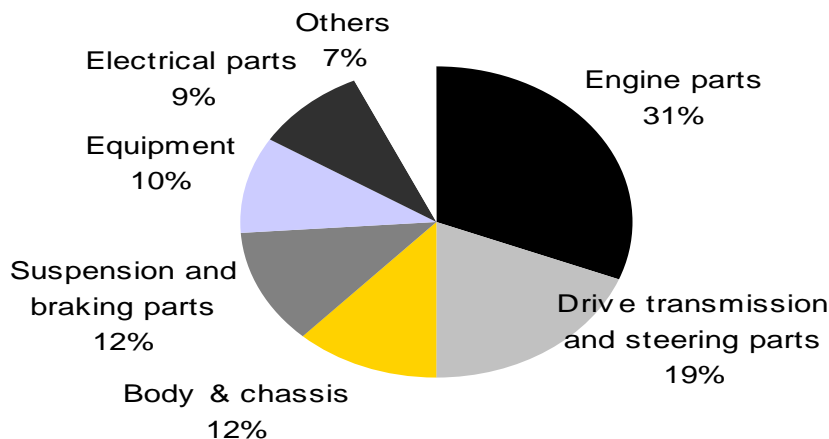
(市場別)

	比率
自動車メーカー	58%
アフターマーケット	29%
輸出	13%

(セグメント別)

	比率
乗用車	49%
2 輪車	21%
商用車	23%
トラクター他	7%

(部品別シェア)



・インド国内にて自動車部品メーカーは約 5000 存在するが、うち 90%は零細企業であり、主にアフターマーケット向けに製品を販売。

・約 10%に相当する 500 社がインド部品市場のシェア 70-75%を構成。うち海外大手メーカーのシェアは 10-15%を占めている。

・大手部品メーカーにおいては、単一部品の生産から、複数部品を製造のうえ、各セグメントに向けて販売を行う総合部品メーカーとしての地位確立を目指す動きが顕著である。

・輸出については 2008 年度にて 38 億USドル相当、うち 70%が欧州、米国向け

3、市場の見通し

EY予想ではインドにおける乗用車(UV、MPV含む)の生産台数は 2014 年度にて 375 万台に到達すると予測、また中期的な市場成長率は年率 12%を見込んでいる。

市場成長の主な要因は以下のとおり。

・人口の構成

総人口の 65%が 15-64 歳であり消費を喚起

2015 年までに 44 百万世帯の年収が 50 万Rsに到達、うち 30%が乗用車を保有することが見込まれる。

・生活様式の変化

買い替え期間の短縮

自動車ローンの普及による購買層の拡大

女性の社会的地位の向上

- ・道路インフラの改善
- ・輸出の増加
- ・政府のサポート

2、日系企業関連ニュース

日産がインドで 25 万 Rs にて車を製造 (BL Mar 3)

日産はアショクレイランド(ALL)と US\$5000(25 万 Rs)以下の価格帯にて世界市場向けの小型車を共同開発することで話し合いを行っている。日産の Dodge EVP は、インドパートナーの技術力が低価格車の実現性を高めているとしている。両社は小型商用車(LCV)の分野にて既に合弁会社を立ち上げているが、そのうちのプラットフォームの1つが小型車の開発に寄与すると考えている。同氏は当小型車の開発に向けてインド及び中国が重要なマーケットと判断している。ALL から本件につき特に声明はなされていないが同社は10年前に乗用車の生産を検討したことがある。もし当プロジェクトが現実になれば、日産は Tata に続いて低価格車の市場参入を図る第2にメーカーとなる。ルノー・日産は共同で2輪メーカーの Bajaj と Tata Nano の対抗車として低価格車の開発を既に開始しているが、プロジェクトを率いるルノーにとっては ALL との共同開発は同社にとっての低価格車開発の新たなオプションと考えられる。

尚、現代も 2011-12 年の市場投入を目指して 25 万 Rs 相当の低価格車の開発に取り組んでいるとされている。

Tata については Nano の発売にて先行したものの工場の移転もあり、先行者利益を生かせずにいる状況にある。同社は 2011 年 3 月によやくグジャラートにて月産 2 万台の体制が整備できる見通しである。

Bajaj-Renault 連合は現在 Nano の販売動向を注視したうえで差別化を検討しているとされている。現代は同社の後続の状況にあるが開発は順調に進展しているとされている。一方、インド最大の乗用車メーカーであるマルチスズキはアルトの低価格車バージョンの発売を計画しているとされるものの積極的に Nano 対抗車を開発する意思はないとしている。

3、インドビジネス関連ニュース

仏ダノンがインドでの事業を本格化(ET Feb10)

仏食品大手企業のグループダノンは、フレーバーミルク分野でのテスト販売を開始した。これは同社にとっては合弁パートナーであった Nusli Wadia グループとの 2 年にわたる経営方針の対立及び裁判を経たうえでのインド事業の新たな展開である。

Danone Choco Plus がブランド名であるが同社はハイデラバードにてテスト販売を開始した。価格は 200ml テトラパックにて Rs15 である。当製品は Amul(Kool)、ネスレ(Milkmaid Funshake) 及びパートナーであった Wadia グループの Britannia(ChokoPlus)と市場にて競合をすることとなる。関係者によれば、ダノンは今後段階的にインド市場に製品を投入する計画である。ミルク飲料市場のインド市場規模は現在約 20 億 RS であるが、ダノンは今後ヨーグルト、ミネラルウォーター、乳幼児食品等の自社ブランドをインドにて発売する考えられている。ダノンはこうした製品の発売に関し、既にインド政府の認可を受けているが、発売に伴い今後 33 億 Rs を今後インド事業に投入する予定である。2009 年 4 月にダノンは 2 年間の経営対立を経てインド最大手のビスケットメーカーである Britannia の保有株式 25.48%をパートナーであった Wadia グループに売却することで正式に撤退した。Britannia への投資はダノンと Wadia にて設立した Associated Biscuits International を通じて行われていた。

Wadia とダノンはこれまでいくつかの点で深刻な対立があったとされている。Wadia はタイガーブランドの知的所有権に関してダノンに侵害されたとしてシンガポールの裁判所に提訴を行っている。また Wadia はダノンが合併パートナーである同社の承認なしに Avesthagen 社に投資を行ったことはプレスノート1に抵触するとして提訴を粉っている。こうした対立の結果、ダノンは Britannia 社からの撤退を決断させた。また同社は 2009 年 6 月に FIPB よりインドにてダノン単独で乳製品、ビスケット、飲料水、シリアル、乳幼児食品及び健康食品等にて事業を行うことで認可を取得している。FIPB は同社がこうした分野で単独、または合併にて会社を設立することを認めている。ダノンインド社は乳製品と乳幼児食品の販売を行う一方、飲料水の事業についてはエビアンのディストリビューターであった Narang Hospitality Service 社と合併会社を設立のうえ事業展開を行っている。さらにダノンはヤクルト本社と合併で飲料事業を行っている。

Britannia からの撤退はダノンにとってはビスケット事業からの全世界レベルでの完全撤退を意味する。Britannia からの撤退に先立ち同社は Kraft Foods に対してビスケット事業を 76 億 US ドルにて売却している。またダノンは 2007 年にオランダの乳児食品会社の Royal Numico を買収している。

携帯首位の Bharti Airtel が Zain 社の事業取得に向けて交渉(BL Feb15)

インド携帯最大手の Bharti Airtel が海外事業の拡大に向けてクウェートの Zain Telecom に対して入札を行った。ターゲットが Zain Telecom によるアフリカでの携帯事業であり入札は 107 億 US ドルとされている。尚、当該金額はインド企業による海外 M&A としてはこれまでの最大ディールと肩を並べる規模である。

両社からの正式なコメントは発表されていないが、Zain 社は既にクウェート証券取引所に対してスーダンとモロッコを除くアフリカ事業に対するファーを受けたことを通知している。クウェート国営ニュースによればオファーを行った企業はインドの Bharti Airtel であり Zain 社の取締役会は既に基本合意を行っているとしている。Bharti 社による正式なコメントは現在得られていないものの、以前に同社の幹部は Zain 社買収に関して前向きなコメントを行っている。

Bharti はこれまで大型買収を目指して積極的に活動を行ってきた一方、Zain 社はこれまで 3 度にわたって売却の交渉を行っている。これまでは Vavasi を中心とするコンソーシアムが Zain 社の株式取得に向けてインド国営通信会社である BSNL をパートナーにして交渉が行われたことが断念した経緯がある。Zain 社についてはクウェートの有力ファミリーである Khorafi 一族が 11%の株式を保有しており、また国営投資会社が 24.6%の株式を保有している。Zain は西アフリカと中東 24 カ国にて 70 百万の顧客を持っている。Bharti は Zain 顧客の 62%を構成するアフリカ事業の買収を目指している。Bharti は価格競争の激化するインド国内市場から、海外の新興市場に成長のターゲットの転換を図っている。同社

はすでにスリランカとバングラデシュの市場への参入を果たしている。また以前に南アフリカの MTN との合併交渉を行ったこともある。

本件については、両国の規制に対する対応がディール締結に向けての課題とされている。業界関係者によれば Bharti がインドで培った低コストでの事業モデルは、こうした新興国においても有効に機能するとしうえで買収検討を好意的な見方を行っている。

インド国内乗用車販売は2月も好調(Mar 3 TOI)

インド政府予算にて価格値上げを見込んだ消費者の多くは予算発表に先立ちショールームを殺到し乗用車の購入を決断した模様である。2月の乗用車販売は各社とも軒並み好調な販売を記録したが、なかでもマルチスズキ、GM、現代は単月にて過去最高の販売を記録した。一方、専門家は予算発表後には短期的に乗用車販売が落ち込むことを予想している。実際に予算発表前の購入は努力するに値している。実際に予算での物品税の2%UPを受けて各社は軒並み値上げを実施している。

マルチの国内販売は2月に84,765台を記録しており、これは昨年の70,625台を20%上回っている。車種別ではアルト、ワゴンR、スイフト及びブリッツといったモデルが20%増加となる60,380台を記録した一方で、MUVセグメントは新モデル Eeco の販売開始もあり前年比40%増となっている。Tata Motorsもマルチと同様に単月での過去最高の販売を記録、台数は26,985台、前年比42%である。Indica ハッチバックが11,502台、Nanoについても4,105台を記録している。現代も2月の販売は31,001台で前年比46%増であった。

こうした各社の好調な販売は自動車各社の株価にも好影響をもたらしている。マルチ、M&M、Bajaj Autoといった各社の株価は軒並み上昇した。予算での物品税の税率UPの悪影響は今後予想されるものの、新モデルの販売、自動車ローン等の乗用車販売を支えるポジティブな要因は今後とも見込まれている。

(各社の2月国内販売実績)

	2010年2月	2009年2月	前年比
マルチスズキ	84765	70625	20%
Tata	26985	19039	42%
現代	31001	21215	46%
GM	11111	4921	126%
ホンダ	6275	5579	12%
M&M	18280	14720	24%
トヨタ	5993	2976	101%
メルセデス	439	246	78%

ルノーがインドでの小型車市場に着目(BL Feb 10)

ルノーは中型セダンであるロガンの販売不振を受けて今後小型車セグメントにターゲットを転換する方針を打ち出している。結果として同社は2012-13年度にチェンナイ工場からBセグメントのモデルの市場投入を行ったうえで、2015年

に価格帯 3-5,5lacs にてさらに 2 モデルの小型車の発売を計画している。さらに同社は超低価格車の開発に向けて Bajaj とプロジェクトを推進しているが 2012 年にはブネの新工場から 2Lacs 以下の価格にて新モデルを投入する計画である。同社の関係者によれば、ルノーはインドにて今後 48 カ月以内に 5 つのモデルを新たに投入すること、また小型セグメントなくしてルノーのインド事業の成功は考えられないとしている。同社は今後 18 カ月にて Fluence と Koleos といったモデルの投入を検討しているが、次の 30 カ月でさらに小型車モデルを投入してバリエーションを拡大することが重要であるとしている。また同社は小型車販売に合わせて独自のディーラー網の整備に取り組んでいるが、同社は年間 40 店のペースでのディーラー出店を計画している、ディーラーのサービス教育、品質も加味すれば妥当なペースであると判断している。

提携している日産がインドからの輸出を計画する一方で、ルノーはインド国内での販売に注力していく意向である。同社によれば南アフリカや豪州向けの輸出計画はあるものの大きなボリュームではないとしている。

4、会計・税務アップデート(2010 年度インド中央政府予算案速報)

2010 年度のインド中央政府政府の予算案が 2 月 26 日(金)に発表されました。速報は下記の通りです。

(1)総括

今回の予算は世界的な金融不況の影響を受けて 2008 年 12 月～2009 年 2 月の 3 度にわたり実施された景気刺激策(主に間接税の減税)の継続動向および減税に伴う財政赤字増加に対する具体的な対策の提示といった点に注目が集まった。また直接税法(DTC)の改訂、GST の導入についてのロードマップについても導入時期の具体的な明示に期待が集まった。

(主な発表内容)

- ・GDP 成長は 2009 年度 7.2%を予想。2010 年については 8%台の成長を目指す。
- ・財政赤字は 2009 年度 6.9%を予想。2010 年度については 5.5%。2013 年度には 4.1%を目指す。
- ・これは国営企業の民営化及び 3G ライセンスの売却等も含めて達成する。
- ・GST、DTC の導入は 2010 年 4 月 1 日を目標とする。

市場の評価は、ガソリン、ディーゼルに対する増税及び鉄道輸送に対するサービス税の課税等政治的に野党の反発を招く提案もあったものの全般的には財政再建と経済の持続的成長のバランスがとれた予算として好意的な評価を受けている。株式市場は前日終値に対して 175 ポイント上昇となる 16429 にて終了した(約 1%上昇)。

(2)主な内容

(a)直接税

- ・個人所得税の税率は不変なるもスラブ改訂による減税(中産階級の消費喚起)
- ・法人税率については不変(基本税率は内国法人 30%、外国法人 40%)
- ・但、サーチャージについては 10%→7.5%へ軽減

- ・Minimum Alternate Tax(MAT)の税率 UP (15%→18%)

(実効税率まとめ)

税金		今回提案	従来
法人税	内国法人	33.22%	33.99%
	外国法人	42.23%	42.23%
最低代替税(MAT)		19.93%	16.995%
配当分配税(DDT)		16.61%	16.995%

- ・社内での R&D 投資に対する加重控除を拡大 (150%→200%)
- ・LLP への転換に対する課税の明確化 (キャピタルゲインの免除)
- ・非居住者によるインドへのオフショアサービス (ロイヤルティ、技術サービス、金利) に対する課税の定義明確化
- ・Tax Audit の下限 UP (4 百万 Rs→6 百万 Rs)
- ・直接税法 (DTC) の改正は 2011 年 4 月を目標とする。

(b)間接税

- ・基本アイテムに対する物品税を 2%増税 (8%→10%)
- ・たばこ、セメント等についても物品税は増税
- ・サービス税の基本税率は不変 (10%据え置き)
- ・サービス税の課税対象の拡大 (ヘルスサービス、ブランドプロモーション、国内/国際航空旅客輸送サービス、ITサービス等)
- ・貨物輸送サービスについては鉄道輸送に今後対象に加える
- ・サービスの輸出定義の明確化、Refund プロセスの簡素化
- ・輸入に伴う基本関税 (BCD) については主要品目の 10%は不変
- ・石油製品、貴金属については基本関税 (BCD) の税率 UP
- ・Project Import スキームの適用対象を拡大
- ・小売用の完成品輸入の SAD4%分の還付が、免除へと緩和
- ・GST については 2%すえおき
- ・GST 導入目標 2011 年 4 月 1 日とする。

(セミナー開催のご案内)

2010 年度のインド中央政府予算案の発表を受けて、EY インドではインドの各都市にて日系企業向けにセミナー開催を予定しております (資料・プレゼンは日本語、会費は無料)。各地域の皆様には別途開催案内を送付させて頂いております。

すが、万一連絡を受けておられない方または出席をご希望される方は日系企業サービスグループの担当者(山口、説田、野村)まで連絡を頂きますよう御願います。

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。