

<プレスリリース>

2009年4月23日

インド繊維産業調査について

日本化学繊維協会
調査委員会

日本化学繊維協会 調査委員会・インド繊維産業調査 WG（主査：小寺 重男 旭化成せんい株式会社 東京支社長付主幹部員）はこのたび、「インド繊維産業調査」をまとめましたので、要約を発表します。

以上

お問い合わせ先
業務調査グループ
後藤・鍵山
Tel. 03-3241-2313

インド繊維産業調査報告（要約）

国名	: インド India
面積	: 3,287,263 平方キロメートル(日本の約 8.7 倍)
人口	: 11 億 3,100 万人 (2007 年)
首都	: デリー 人口 1385 万人(2001 年 3 月時点)
言語	: ヒンディー語、英語、ウルドゥー語、ベンガル語
公用語	: ヒンディー語 (連邦公用語)、英語 (準公用語)
宗教	: ヒンドゥー教徒 80.5%、イスラム教徒 13.4%、キリスト教徒 2.3%、シク教徒 1.9%、 仏教徒 0.8%、ジャイナ教徒 0.4% (2001 年国勢調査)
政体	: 連邦共和制
元首	: プラティバ・パティル大統領 (2007 年～)
首相	: マンモハン・シン (2004 年～)
議会制度	: 二院制
通貨	: インド・ルピー (為替レート: 1 ドル=43.51 ルピー - (2008 年期中平均値))

●一般経済指標 (2007 年度)

実質 GDP 成長率	9.0%
名目 GDP 総額	11,423 億ドル
一人あたりの GDP (名目)	941.6 ドル
消費者物価上昇率	5.8%
鉱工業生産指数 (1993/94 年=100)	268.0
製造業生産指数 (")	287.2
経常収支 (国際収支ベース)	▲167.6 億ドル
貿易収支 (国際収支ベース)	▲885.4 億ドル
外貨準備高 (年度末)	2,997 億ドル
輸出額	1,629.0 億ドル (29.0%増)
うち対日輸出額	44.1 億ドル
輸入額	2,514.4 億ドル (35.5%増)
うち対日輸入額	65.7 億ドル

1. 経済概況

<ポイント>

- ◆経済新興国ながら輸出依存度が低く、内需と海外直接投資が経済を支えている。
- ◆中長期的にみれば、インドは今後も経済拡大が続く見通しだが、現下は世界経済の混乱が金融や輸出産業に波及し、実体経済は停滞。
- ◆内需は底堅いが、直近は耐久消費財に対する購買意欲減退などの傾向もみられる。
- ◆経済を支える柱の一つである海外直接投資も、短期的には不調は避けられず。
- ◆政府の経済対策は従来のインフレ抑制から、金融緩和、財政出動に転換。
- ◆世界同時不況による欧米外資の投資抑制は、インドの経済にも影響を与えている。しかし内需はいち早く回復傾向にあり、今後は欧米外資が再びインド経済に魅力を感じ投資を再活発化するかどうかポイントとなる。
- ◆繊維景況は、2008年7-12月期は底堅い内需を反映し増勢を維持。しかし、輸出は欧米市場の消費冷え込みで低迷。堅調な内需と対照的。

- ・中長期的にみれば、インドは今後も経済の拡大を続ける見通し。
- ・しかし、昨年からの世界経済の低迷は金融収縮と外需の低迷という形でインド経済にも影響を与えている。鉱工業生産や自動車販売など、実体経済への影響は当初予想された以上の水準で、米国と新興国の経済を分離して考える、いわゆる「デカップリング論」はインドには該当しない状況。内需自体は全般的に底堅さを保っているが、消費者の耐久消費財に対する購買意欲減退などの傾向もみられる。
- ・2009年も当面は好材料には乏しいが、最大の懸案だったインフレが沈静化傾向にあり、政府はこれまでの金融引き締め政策から金融緩和に転じ、あわせて財政出動を発表し、内需の再活性化を図っている。
- ・一方、深刻の度を増す世界経済の失調は、これまでインドを新たな投資先として活用してきた欧米企業の経営余力を奪い、それらの対印投資は短期的には延期や見直しされる見通し。それがインド経済にいかなる影響を与えるかについて更に注視していく必要がある。
- ・繊維景況については、2008年後半の繊維製品生産量が第3四半期は前年同期比4.0%増、第4四半期は同3.7%増と、底堅い内需を反映して増勢を続けている。しかし、欧米の消費市場の冷え込みから輸出は低迷しており、輸出主体の繊維工場は厳しい稼働状況にあり、堅調な内需中心の工場との間で明暗を分けている。

2. 消費構造の変化

<ポイント>

- ◆インドの内需は中間所得層の急増によって拡大している。中間所得層は年収が概ね40万円~200万円の世帯で、現状では全世帯の10%ほどにとどまるが、今後の国内市場拡大の核とみなされる。
- ◆女性の洋装化が進展している。今も女性は伝統的衣服(サリーやパンジャビドレス)を纏うが、一方で洋装化も進展。女性の社会進出、職場環境の改善、大型商業施設の

充実などが、女性の衣料消費支出を促す。

◆小売の近代化・大型化が進み、その波は地方にも広がる見通し。

・インド国立応用経済研究所（NCAER）の調査結果によれば、インドの所得層は以下の4つのカテゴリーに分類される。

インドの世帯別所得分布の推移

単位：万世帯、%

所得層分類	年間所得	1995年度		2005年度		2009年度*	
		世帯数	比率	世帯数	比率	世帯数	比率
貧困層	9万ルピー以下	13,118	79.6	13,225	64.9	11,439	51.5
上位貧困層	9万ルピー超～ 20万ルピー以下	2,890	17.5	5,328	26.2	7,530	33.9
中間所得層	20万ルピー超～ 100万ルピー以下	453	2.7	1,640	8.1	2,844	12.8
富裕層	100万ルピー超	27	0.2	173	0.8	381	1.7
合計		16,488	100.0	20,365	100.0	22,195	100.0

原出所) 「The Great Indian Market-Results from NCAER's Market Information Survey of Households」

注) 2009年度は推定

・2004年以降、インドの小売市場は大都市近郊を中心に全体で年間3割の伸びを記録、2006年時点で小売市場規模は全体で12兆ルピー（約24兆円）規模となった。従来、小売は個人経営店が主流であったが、近年は小売の近代化・大型化が顕在化している。

・衣類・ファッション関連の推定市場規模は1.1兆ルピー（約2.2兆円。日本の6分の1程度）で、近代的組織型小売（スーパー、百貨店、ショッピングモール等）の構成比が18.9%（小売全体の平均は4.6%）と高く、衣料品の流通は近代化・大型化が進んでいる。（数値はINDIA Retail Report 2007）

・年明け後も個人消費は安定して推移しており、世界経済の大変化の渦中において断定は危険なもの、拡大する中間層を中心に今後もインドの国内市場は拡大を続けるとみられる。

2006年の部門別小売市場規模および成長率

単位：1,000万ルピー

小売部門	市場規模	成長率	うち組織型市場規模	構成比
食料品	743,900	2.2%	5,800	0.8%
衣服・ファッション関連	113,500	10.7%	21,400	18.9%
宝石	60,200	9.3%	1,680	2.8%
ケータリング	57,000	18.6%	3,940	6.9%
耐久消費財、家電製品	48,100	13.9%	5,000	10.4%

医薬品	42,200	10.2%	1,100	2.6%
家具・家庭用品	40,650	3.1%	3,700	9.1%
娯楽関連	38,000	14.5%	1,560	4.1%
携帯電話	21,650	19.9%	1,740	8.0%
靴・履物	13,750	9.1%	5,200	37.8%
合計（その他を含む）	1,200,000	5.7%	55,000	4.6%

原出所) INDIA Retail Report 2007

注) 成長率は 03 年度価格を基準とした実質成長率 (04~06 年度の年率平均)

構成比は全体市場に占める組織型 (Organized) 市場の割合

3. 繊維産業

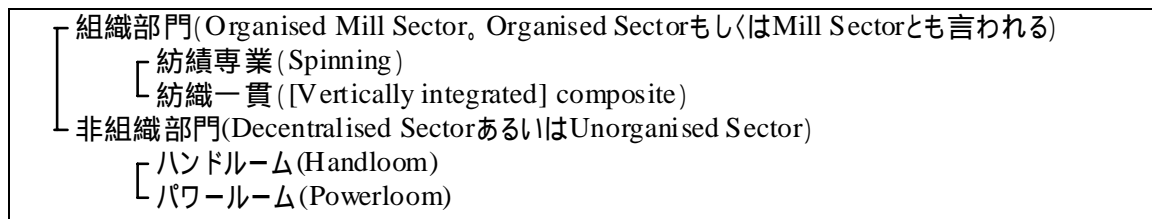
<ポイント>

- ◆繊維産業は工業生産の 14%、GDP の 4%、全輸出の約 7 分の 1 を占める重要産業。
- ◆世界第 2 位の綿花生産国であり、化繊生産も 2007 年に中国に次ぐ世界第 2 位に。
- ◆紡糸、紡績、織・編、染色、衣料縫製まで各工程が揃うが、発展度合いは異なる。
- ◆最大の特徴は、紡織段階で「一部の大手企業」と「大部分を占める旧態依然の零細企業」という二層構造がみられること。
- ◆織布部門においては雇用者数では「ハンドルーム工場」が圧倒的に大きく、生産規模では「パワールーム工場」が大きい。
- ◆政府の繊維施策は「中小工場の設備更新の推進」と「先進繊維工場が集積する総合繊維パークの開発促進」に重点を置いている。
- ◆インド繊維省は繊維産業の構造を転換すべく「テクニカルテキスタイル」の需要喚起に取り組んでいるが、その内容は基礎的な産業資材などを含む初期的なものである。

・インドでは、産業分類において「セクター／部門」という独特な考え方があり、政府はこれを単位に政策を立案している。部門は組織部門と非組織部門に大別され、製造業の場合、組織部門には国営企業や従業員数・保有設備の種類などが国の定める基準以上の民間企業が分類される。当該企業は保険や年金など各種社会制度や法人税など各種税制の対象となる。これに対し、非組織部門は中小零細企業を包括する部門で、対象企業の多くは行政による各種保護政策、優遇策の対象となる。

・紡織産業では、組織部門には紡績専門の企業と紡織一貫の企業が分類される（織布専門企業もあるが数は少ない）。非組織部門にはハンドルーム工場（伝統的な手織りの家内工業）とパワールーム工場（動力付織機を保有する中小工場）が分類される。一般的に大規模な「組織部門」と小規模な「非組織部門」の二層構造が形成されている。

・雇用規模ではハンドルーム工場（700 万人規模）が紡織産業では圧倒的に大きい。また、生産規模では、圧倒的に非組織部門、とりわけパワールーム工場が中心となっている。（2007 年度の織布生産量 568 億元のうち、組織部門の占める割合は 3.1%に過ぎず、パワールーム工場が全体の 61%を占める）



・繊維産業では組織部門の一部の大手企業と、非組織化部門の多数を占める零細企業という明らかな二極化の状況がみられる。その背景には、輸出向けを手がける大手メーカーが輸出競争力向上のため設備更新に積極的なのに対し、内需向けの小規模メーカーは品質向上の要請が強くないため設備投資に消極的なことがある。また、インドでは政策のベースに弱者救済があり、中小零細企業への保護政策や優遇策が手厚いため一般的に産業の近代化が進みにくいという一面がある。

・繊維産業の課題である設備新鋭化を促す政府支援制度に技術革新基金（TUFS）がある。これは企業が技術革新のためにローンを組んで新規投資を行う際に、国が当該金利の5%に相当する分を補填することを柱とするもの。また、TUFSの枠内で、パワールーム部門の設備更新を促すことを目的に当該金利の20%を国が補助する制度もある。

・このほか、インド国内の主要地域に総合繊維パークを設け、世界水準のインフラを提供することで企業の集積を促し、効率的で国際競争力のある生産体制を構築することを目的にした総合繊維パーク構想（SITP）という施策がある。

・インド繊維省は現在の衣料用を中心とする繊維産業の構造を転換すべく、テクニカルテキスタイルの需要促進に注力している。同省によれば、2007年度のその市場規模は3,710億ルピー（約7,400億円）で、2012年度には6,242億ルピー（約1.25兆円）に拡大する見通しである。

・ただし、その「テクニカルテキスタイル」の内容は漁網、包装用品、縫糸などいわゆる「非衣料用途」を幅広く包含したもので、先進国の「高機能繊維」や「先端素材」の概念とは異なる初期段階的なものである。

4. 化繊産業の状況

<ポイント>

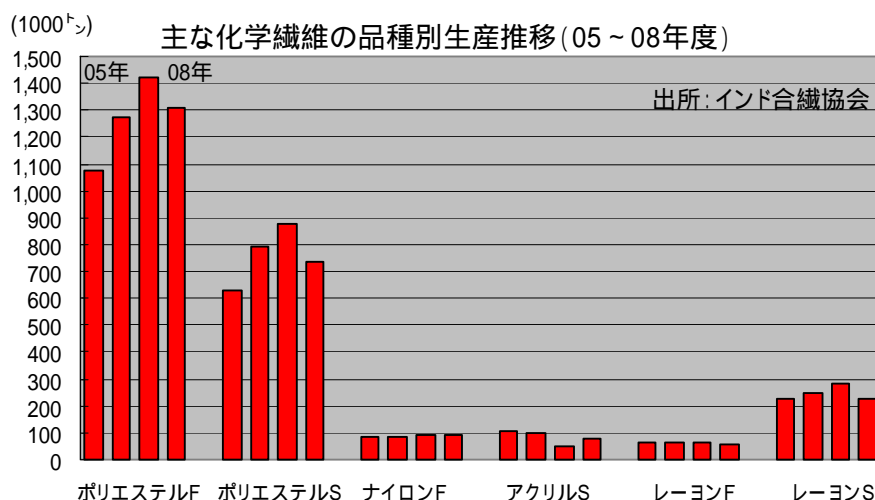
◆2008年度の化繊生産量（速報値）は251.3万トンので、前年比10.3%減と減産に転じた模様。（世界景気後退の影響は避けられず）

◆最大品種のポリエステルFの生産は、最大手Reliance Industriesを中心に142万トンの規模で、2008年後半には減産に転じたが、現在は回復基調にある。それ以外に統計に表れない自家紡糸を手掛ける織物工場の生産が30万トンの弱ある。

◆繊維消費全体の傾向と同じく、化繊も内需中心の供給構造で、近年はコットンからの素材転換の動きもありポリエステルSの需要も堅調。

◆ナイロンFとレーヨンFはタイヤコード用が相当規模あり、自動車生産拡大もあり需要は底堅い。

・2008年度（08年4月～09年3月）のインドの化学繊維の生産量（速報値）は251.3万ト、前年比10.3%減と近年の増産傾向から減産に転じた。



・このうちポリエステルは長短繊維合計で全体の81%を占めるが、フィラメントは7.7%減、ステープルは16.4%とともに減少した。2007年度46.9%の大幅減を記録したアクリルスは7.8万トで51.3%増となったが、ナイロンF、レーヨンなど主要品種は減産を記録した。

・ポリエステルFの2007年度の実生産量は公式統計上では142万トであるが、実際の実生産量は170万ト規模と推定される。インドの織物産地にはポリエステルチップを購入、紡糸し、織物生産に投入する一貫織物工場が多数存在し、その生産能力は合計で30万ト弱の規模と言われるが、その生産実態は公式統計上には反映されていない。

・最大手のReliance Industriesのポリエステル生産は、原油の国際価格高騰がピークであった2008年8月時点では稼働は80%まで落ちたが、2008年年間では年前半の好調もあって90%稼働を維持し、2009年1月はフル操業している。その他大手メーカーも、現在は稼働率を上げてきているとみられるが、一方、中小メーカーは厳しい稼働状況にあると推測される。

・元来、インドの合繊業界はアジア諸国などと比較し輸出指向が弱く、直接・間接輸出の割合は少ない。複雑な税制など非関税障壁の恩恵もあって、内需依存型の供給体制となっている。世界同時不況の影響が深刻化するにもかかわらず、ポリエステルメーカーが好調を維持している要因も、内需が堅調なことである。

・ポリエステルの内需を支える要因は①衣料以外の用途（インテリア等）が伸びていること、②綿（コットン）からの素材転換が進んでいることである。2008年はアクリル原料価格の高騰により、アクリルからポリエステルへの素材転換が進み、毛布・ニット用途のポリエステル需要が拡大したが、現在は、綿の代表的な用途（サリー、パンジャビ、シャツ等）もポリエステルに流れる傾向がみられる。

・ただし、現下の国内のポリエステル市況は低調で、量は動いているが利益率は悪い模様。長繊維織物産地のスーラットでも発注量に問題はないが、利益が十分でないため、コスト高の中小工場は採算の問題から稼働を下げている状況。

- ・ナイロンFの2007年度の生産量は9.5万トで、内訳はタイヤコード糸が6.7万ト（前年対比23.7%増）、テキスタイル用が2.8万ト（14.4%減）であった。
- ・タイヤコードは、国内の乗用車の販売拡大を反映し、近年生産の拡大が著しい。道路舗装の整備状況が十分ではないため、耐久性の問題からタイヤコードには主にナイロン糸が使用され、ポリエステル糸は少ない。
- ・テキスタイル用ナイロンFの生産は2004年度の3.8万トをピークに減少傾向にある。
- ・ナイロンF生産は2012年まで年間9.5万ト規模で横ばい推移するとみられる。
- ・アクリルSの生産量は2000年から2005年までの間に約10%増加し、2005年には10.8万トでピークとなったが、その後は設備の稼働停止などで減少傾向に転じ、2007年は5万ト規模に急減した。
- ・インドのアクリル繊維需要はほとんどが国内の衣料用で、主な市場はパンジャブ州のルディアナやチャンディガールを中心とした北部紡織産地に集中している。日本と同様の「ポリエステル素材への代替」といった問題も抱えている。
- ・スパンデックスの国内生産は行われていないが、ミル消費は年間5,000ト規模と推定されている。需要は主に衣料用織物向け。
- ・2007年度のレーヨンFの生産量は6.3万トで、近年は微減傾向にある。
- ・このうちタイヤコード用レーヨンFの生産量は1.2万ト。これはインドの国内需要規模とほぼ同等であり、今後も生産は横ばいの見通しである。
- ・2007年度のテキスタイル用レーヨンFの生産量は5.1万トで、2000年以降、生産は安定的に推移しており、今後も中期的には大きくは変わらない見通しである。
- ・2007年度のレーヨンSの生産量は28万トで2005年対比で20%以上増加した。今後も更なる生産の拡大が予想されている。

5. 繊維貿易

<ポイント>

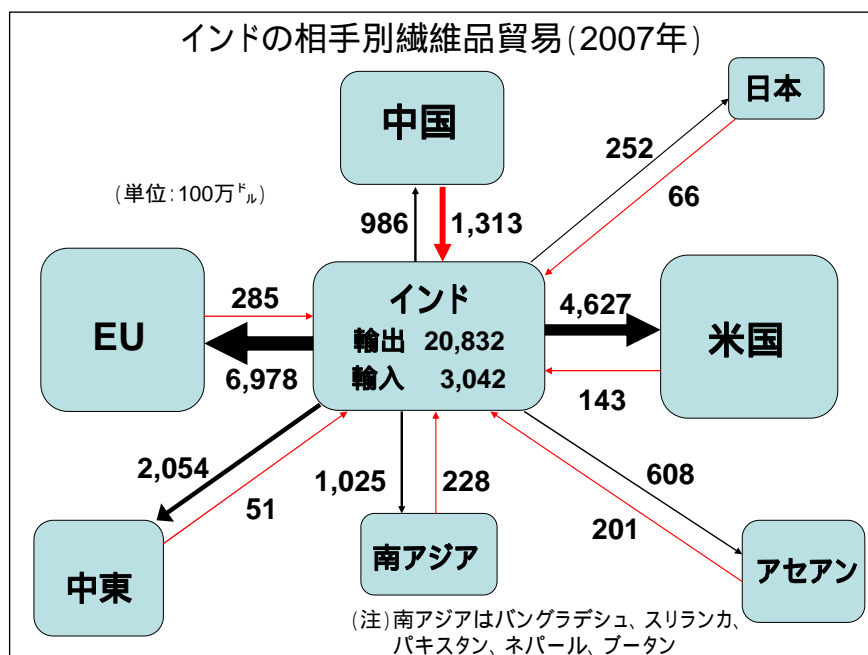
- ◆2007年の繊維品輸出額は約200億ドルの規模である。
- ◆繊維品輸入は輸出に比べ規模は小さい。過去には保護主義的な政策をとってきた経緯があるが、近年は大幅な関税引き下げを実施。
- ◆輸出仕向先はEU、米国で全体の半分強を占め、それに中東が続く。輸入仕出地は中国が全体の4割強を占める。
- ◆日本のシェアは輸出入とも1~2%程度と非常に小さい。
- ◆08年後半からの欧米の消費不振、欧米による中国品の規制撤廃などで欧米向け輸出の伸びが鈍化、今後競争が一段と厳しくなる。

・インドの繊維品輸出は約200億ドルで、中国、EU、トルコに続く世界第4位の繊維品輸出国である。輸出製品は糸から製品までバランスがよいが、その中心は綿製品である。2005年のポストATC（繊維協定失効）による世界の貿易自由化の中で、インドは中国と並び、その位置づけを拡大している。

・一方、繊維品輸入は、過去の保護主義的な政策もあり、輸出に比べ規模が小さいが、近年は大幅な関税引き下げ¹もあり、拡大している。

・インドの繊維品貿易を相手別にみると、繊維品輸出はEU向け、米国向けで全体の半分強(56%)を占め、次いで中東向けとなっている。一方、繊維品輸入は、中国が全体の4割強を占めている。日本のシェアは輸出入とも1-2%程度と非常に小さい。

・インドの繊維品輸出は、ここ数年欧米向けを中心に成長を遂げてきたが、08年後半からの世界的な景気後退による欧米の消費不振、欧米による中国品の規制撤廃があり、欧米向け輸出の伸びが鈍化、今後競争が一段と厳しくなる。



6. 自動車部品産業

<ポイント>

- ◆自動車産業は黎明期にあり、自動車部品産業も充実が進む。
- ◆物流上の利便性などから、自動車組み立て工場が集中するデリー首都圏地域、マハラシュトラ州、タミルナドゥ州、カルナタカ州の4大拠点を中心に集積。
- ◆インドの2008年の自動車(乗用車+商用車)生産台数は230万台で日本の2割ほどの規模。
- ◆自動車部品産業の売上高は最近4年間で2.6倍に拡大したが、直近は国内自動車販売の減速や、輸出需要の低迷で厳しさが増す。
- ◆繊維資材市場(シートベルト、エアバッグ、カーシートの合計)は約92億円規模と推定され、日本の同市場約1,812億円(推定)の5%ほどで、完成車市場に対し相対的に小さい。
- ◆カーシートやその他内装材は現地調達が進むが、高スペック品の現地生産は行われておらず、シートベルトやエアバッグの多くは輸入されている。
- ◆タイヤ生産量は日本の4割強の規模で、道が悪いインドではナイロンタイヤコードが中心。同タイヤコード織物の生産量は7.7万トで、内需のほぼ3分の2に相当する。

¹ 10年前の1998年は糸から製品まで概ね30-40%の関税水準であったが、現在は、糸わた段階で5%、織物段階以降製品までは10%となっている。ただし、関税に加え、各種の付加税が上乘せられること、織物以降の段階の多くの品目では、従量税と従価税の併用となっているため、留意が必要となっている。

◆自動車用繊維資材については、シートベルトやエアバッグの装備率向上、輸出仕様車の生産拡大などで需要は確実に拡大の見通し。

◆日本からの輸出規模は小さく、今後直接輸出拡大の余地は多くないが、日系メーカーのアセアン等の海外生産拠点を使ったオペレーションは十分拡大の可能性はある。

・インド自動車部品工業会に加盟する企業 558 社の 2008 年度の総売上高は 180 億ドルで、2004 年度対比で 2.6 倍の規模に拡大した。

・しかしながら最近では、自動車部品産業は欧米からの OEM 生産の受注減に加え、国内市場の乗用車販売も前年実績割れという厳しい状況が続いている。

・インドの自動車用繊維資材市場（シートベルト、エアバッグ、カーシート）は概ね年間 46 億ルピー（約 92 億円）規模と推定され、日本の同市場 1,812 億円（推定）の 5%ほどの規模にとどまる。（化繊協会推定）

・インドの合繊メーカーはポリエステルを中心に世界第二の生産規模を誇るが、自動車用繊維資材で要求される素材（高強力ポリエステル F、ナイロン 66 系、高密度織物等）は現状では生産していない。そのため、中級車以上に使用される繊維資材（特にシートベルトとエアバッグ）の多くは輸入されている。

・自動車部品とは別にインドにはタイヤ産業があり、2007 年度のタイヤの生産本数は 8,110 万本（日本は 1 億 8,583 本）。タイヤコードの主流はナイロン製で、2007 年の国内のナイロンタイヤコード織物の生産量は 7.7 万ト、ナイロンタイヤコード糸の生産量は 6.1 万トである（大手メーカーは 2 社）。このほかタイヤコードは輸入があり、国内需要の 3 分の 1 は輸入品で賄われている。また、レーヨンタイヤコード糸も生産されており、2007 年の生産量は 1.2 万トであった。

・インドで生産される乗用車の 9 割近くが国内販売用であり、国内市場に合わせた生産コストが求められるので、そこに使用される資材で日本から供給するものは基本的にハイスペックなエアバッグ生地など特殊品に限定される。

・しかし、日系企業のアセアン生産拠点を活用した対インドオペレーションは十分拡大の可能性はある。インド・アセアン FTA では自動車部品は関税撤廃の対象外となっているが、インドの自動車部品の輸入関税自体は 2002 年時点の 30%から、現在は 7.5%まで下がっている。

・繊維資材の需要を喚起する要因として、シートベルトやエアバッグの装備法制化がある。また、タイと同様に自動車の輸出国を目指すインドでは、今後の技術力の向上に伴い輸出需要の拡大が期待される。

7. 強みと弱み

化繊協会では 2002 年度にインド繊維産業動向調査を実施している。当時分析したインド繊維産業の「強み」と「弱み」は今回如何に変化したのか、以下にまとめた。

【強み】

2002年度調査	2008年度調査
➢ 巨大な国内マーケット	➢ マーケットの拡大は順調
➢ 安い労務費	➢ 労働力は豊富。紡織賃金の上昇は比較的ゆるやか
➢ 繊維産業インフラの充実	➢ 繊維産業は規模拡大も、残る諸課題（差別化素材の不在、設備更新の遅れ、労働者の経験不足など）
	➢ 自動車産業の発達（新たなポイント）

【弱み】

2002年度調査	2008年度調査
➢ 近代化の遅れ	➢ 零細企業の近代化は遅々として進まず
➢ 各種規制の存在	➢ 規制緩和は進むが、残る「分かりにくさ」（中央政府と州政府の税制の違い、複雑で頻繁に変更される関税・内国税、強い労働者保護など）
➢ インフラ未整備、高コスト構造	➢ 大都市の道路事情は改善へ。コスト高は変わらず
➢ 衣料市場が未発達	➢ 衣料市場は大きく発展する可能性あり

8. 日本との接点（輸出市場としてのインド）

糸わたは特徴あるものに可能性

● 「特殊品」の市場

糸わた段階で日本からの輸出市場として狙えるのは、「非コスト競争力」「技術的差別化」という観点から特殊品のみである。アクリル短繊維の特殊グレードやキュプラなどはすでに相当規模の輸出実績があるが、それ以外でも素材そのものが特殊で競合メーカーが少ないものは可能性がある。ただし、特殊品の需要拡大のためには、サプライヤー自身による需要の可能性の見極めと能動的な市場開拓、市場参入後の緊密な技術指導が必須である。

● 二極化した川中、双方へのアプローチ

インド繊維産業の川中は二極化している。糸わた段階では一方の極にある高度生産設備を有し、輸出も手掛ける大企業と取り組むことが考えられる。しかしもう一方で、インドでは古い製造設備とそれを支える人たちが多数存在し、それが急に変化する状況ではないことから、このインド繊維産業の特殊性（後進性）を逆利用し、「古い生産設備」プラス「高付加価値糸わた」という組み合わせで特徴ある商品を開発していくことも考えられる。

衣料用の生地供給先としては未熟

生地関係の販売では、インド女性の洋装化は進んでいるものの、またカジュアル分野が中心であり、日本の得意とするドレス分野の普及とはほど遠い。チャイナプラスワンとして縫製品の日本への持ち帰り基地とするには距離・コスト面に課題を有し、欧米向け製品への生地販売を狙うこともまだ先のこととみられる。

自動車用資材は拡大必至も注視が必要

自動車用途はインドで最も急速に拡大している産業資材用途である。現在、高度な繊維資材はほとんどが輸入されているが、今後着実に現地生産化すると考えられるので、現地生産の可能性についてタイミングを慎重に見極める必要がある。

衛材は将来に大きな可能性

衛材は、その国（地域）の一人あたり GDP が 2,000～3,000 ドル水準で不織布製生理用品が、5,000 ドル超の水準で紙おむつがそれぞれ普及するようになるといわれている。インド全体では一人あたり GDP は 942 ドル水準にとどまるが、地域別にみれば現在でも北部の大都市やリゾート地を有する州、デリー首都圏など高い経済力を有する地域は 2,000 ドル規模に達している。インドでは現状では使い捨て衛材が広く普及する状況には至っていないが、徐々に消費市場は形成されつつあり、将来的にはある経済水準を超えた時点で使い捨て製品の消費が広く浸透するものとみられる。

ウォッチし続けるべき市場

中国は世界の工場としてボーダレス化した世界の繊維産業の中心に存在しているのに対し、インドは内需市場中心であり、中国とは規模の差もあって、日本との接点についてはまだ小さい。しかしインドは確実に経済拡大を続けると見られ、我々の素材半製品の将来の大市場としても潜在的に大きな可能性を有するため、今後ともウォッチし続けるべき市場である。

以上

参考資料

今回の調査では、日本とインドの化繊協会の協力による推定で、2007年のインドの化合繊消費フローを作成した。

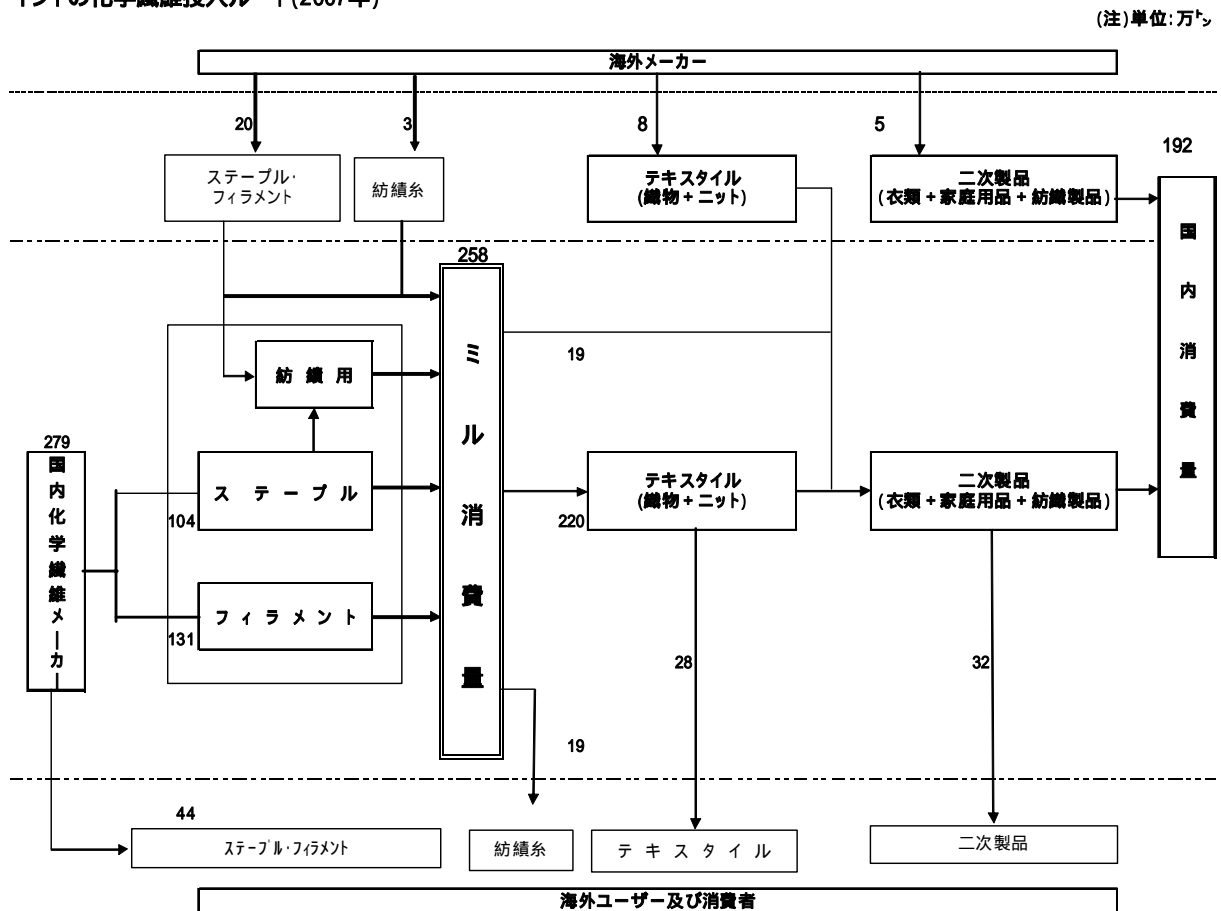
・両国の人口は同程度（インド約12億人、中国約13億人）であるものの、化合繊のミル消費は約10倍（258万トンと2,360万トン）、最終消費は約7倍（192万トンと1,325万トン）の差がある。1人あたりの繊維消費量が低い（中国15Kg、インド4Kg）ことに加え、インドの繊維産業は綿が主体であることが要因とみられる。

・インドの化合繊生産量は279万トン、ミル消費は258万トン、一方、中国の化合繊生産は2,388万トン、ミル消費は2,360万トンと、ともに最終消費を上回る規模である。両国とも、ベトナムなど他の繊維輸出国と異なり、国内の化合繊産業において、川上、川中段階が確立している。

・両国の繊維製品段階の輸出をみると、中国は、テキスタイル351万トン、二次製品881万トンと、ミル消費に対して約5割を占める輸出主導型産業に対して、インドは、テキスタイル28万トン、二次製品32万トン、ミル消費に対して約2割程度で大部分が国内投入であり、内需主導型産業である。

・今後、インドの綿花生産の制約の中、中間層の所得拡大による繊維消費の拡大により、インドの化合繊のミル消費、最終消費は大きな拡大が期待されている。

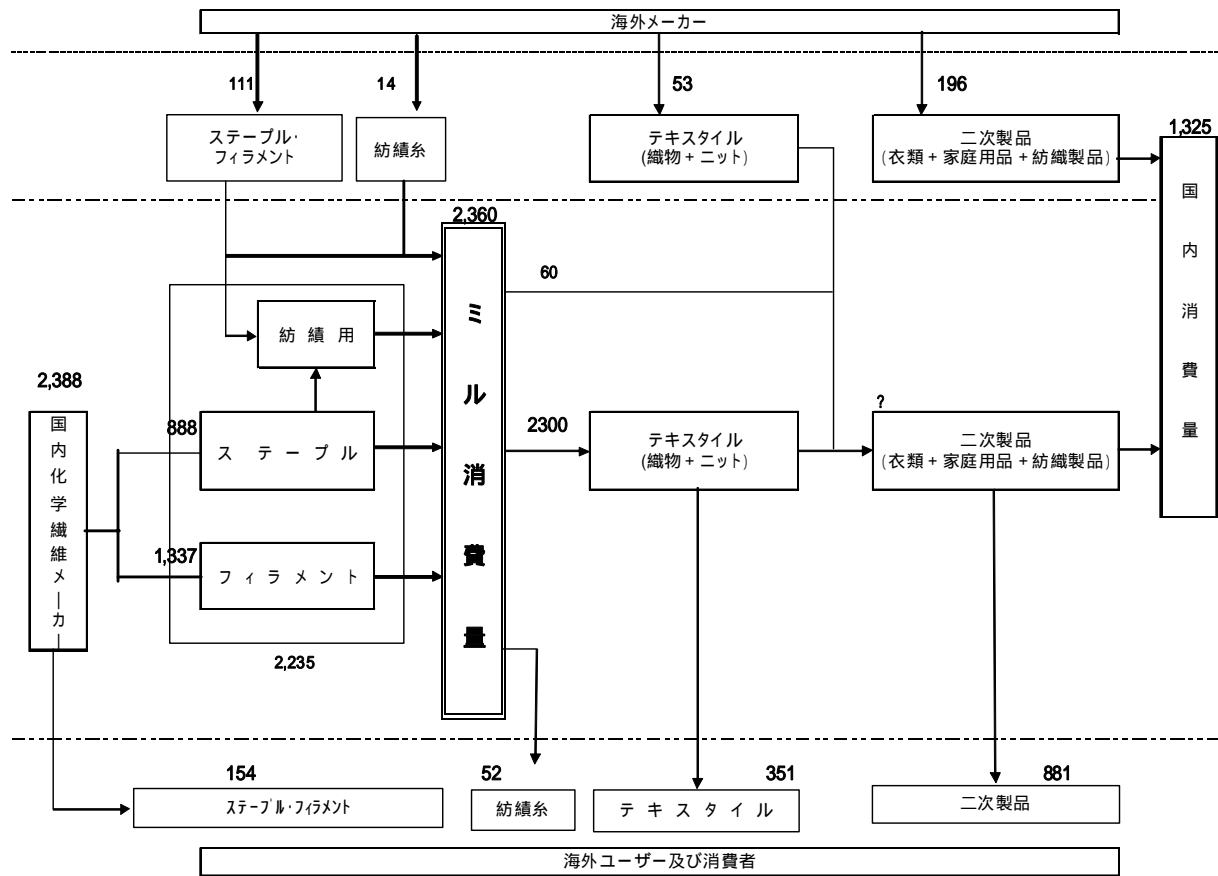
インドの化学繊維投入ルート(2007年)



(出所) 日本化学繊維協会推定

参考: 中国の化学繊維投入ルート(2007年)

(注)単位: 万トン



(出所) 日本化学繊維協会推定