

## 第22章 主要産業の動向と FTA の影響

### 1. インドの主要産業

2023-24 年度の名目 GVA（総付加価値）の産業構成比は、第 1 次産業が 17.8%、第 2 次産業が 16.2%、第 3 次産業が 66.0%と、第 3 次産業の比率が高い（図表 22-1）。2019-2020 年度、2020-2021 年度にかけて、COVID-19 パンデミックに伴い、貿易、宿泊、輸送、通信、放送サービスの GVA が大きく減少したが、その後は全ての産業で総付加価値が上昇している。モディ首相は「Make in India」の推進などにより、製造業振興政策の推進を掲げており、今後の動向が注目される。そこで、次節以降に取り上げるインドの主要産業として、製造業からは「自動車（EV 含む）」、「バイク」、「食品加工」、「エアコン」を取り上げる。また、構成比が上昇しているサービス業の中から、「小売業」、「不動産業」を挙げる。

図表 22-1 インドの産業構成比（名目）

産業		2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	前年度比	
								2022-23	2023-24
第一次産業									
	1. 農業、林業、漁業	3,016,277	3,394,033	1,542,462	4,099,473	4,449,332	4,877,867	8.53%	9.63%
第二次産業									
	2. 鉱業、採石業	377,171	355,833	292,129	439,339	510,682	532,343	16.24%	4.24%
	3. 製造業	2,805,330	2,712,269	2,586,740	3,392,605	3,534,867	3,921,596	4.19%	10.94%
第三次産業									
	4. 電気、ガス、水道、その他 公共サービス	450,631	483,644	484,477	577,793	609,068	766,435	5.41%	25.84%
	5. 建設	1,349,795	1,368,638	1,282,048	1,835,674	2,171,401	2,401,618	18.29%	10.60%
	6. 貿易、宿泊、輸送、通信、 放送サービス	3,200,285	3,480,240	2,941,477	3,674,918	4,412,008	4,828,505	20.06%	9.44%
	7. 金融、不動産、専門サービス	3,542,458	3,915,848	3,950,786	4,645,873	5,600,440	6,244,153	20.55%	11.49%
	8. 行政、防衛、その他	2,419,266	2,750,837	2,761,996	2,969,909	3,358,901	3,840,370	13.10%	14.33%
	名目 GVA	17,161,213	18,461,343	17,915,167	21,635,584	24,646,699	27,412,887	13.92%	11.22%

（注） 単位は 1,000 万インドルピー（₹ Crore）

（出所） NATIONAL STATISTICAL OFFICE, MINISTRY OF STATISTICS & PROGRAMME

### 2. 自動車

#### (1) 自動車産業の歴史

インドの自動車産業は植民地時代の 1920 年代に GM とフォードがノックダウンによる組立生産を行ったことが始まりである。1940 年代には財閥グループの参入が相次ぎ、ビルラ・グループがヒンドスタン・モーターズを、タタ・グループがタタ・モーターズを、マヒンドラ・グループがマヒンドラ&マヒンドラをそれぞれ設立した。

その後、1947 年の独立後の国内産業保護政策のもとで GM とフォードは撤退したが、1980 年代に入ると部分的自由化が行われ、日系のスズキが乗用車部門（インド政府との合弁でマルチ・ウドヨグを創設、その後 2007 年 9 月に社名をマルチ・スズキ・インドに変更）に、ホンダが二輪部門（ヒーロー・グループと合弁企業を設立。ただし、2010 年 12 月、ヒーローとホンダは合弁を解消）にそれぞれ参入した。

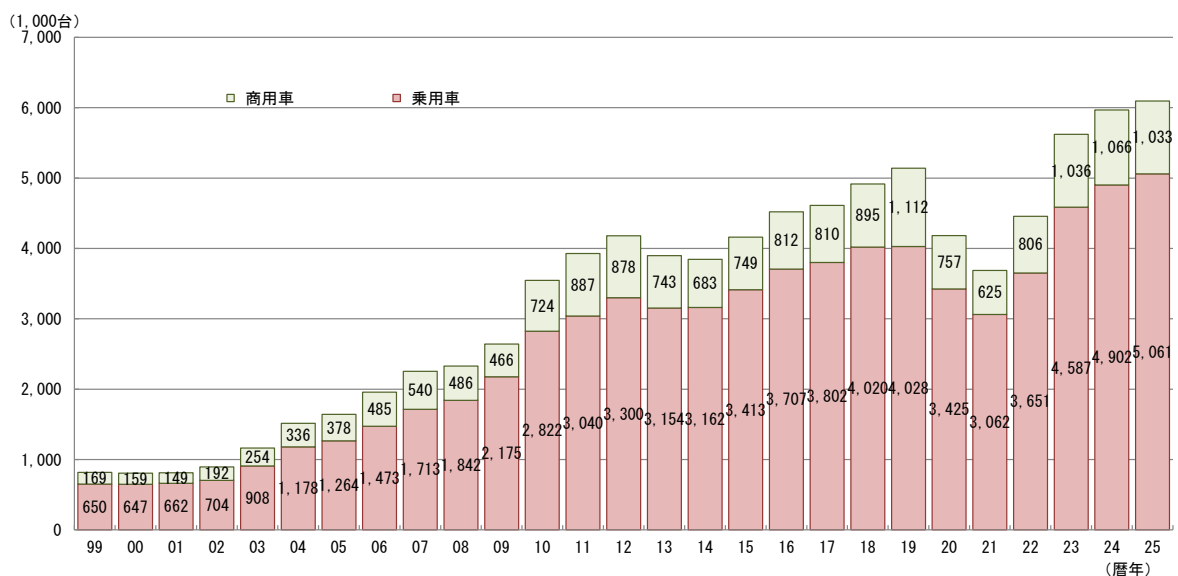
このような歴史的経緯からインドの自動車産業は、新興国としては稀なことに一定の技術ベースを備えている。1991 年以降の自由化政策のもとで、自動車産業に関しては 1993 年に乗用車部

門のライセンスを撤廃し、2000 年に輸入枠規制を撤廃した。また、外資について自動認可制のもとで 100%出資を容認するようになったため、外資系企業の参入が相次いだ。

## (2) 足元のインド自動車市場は回復基調だがリスク要因も存在

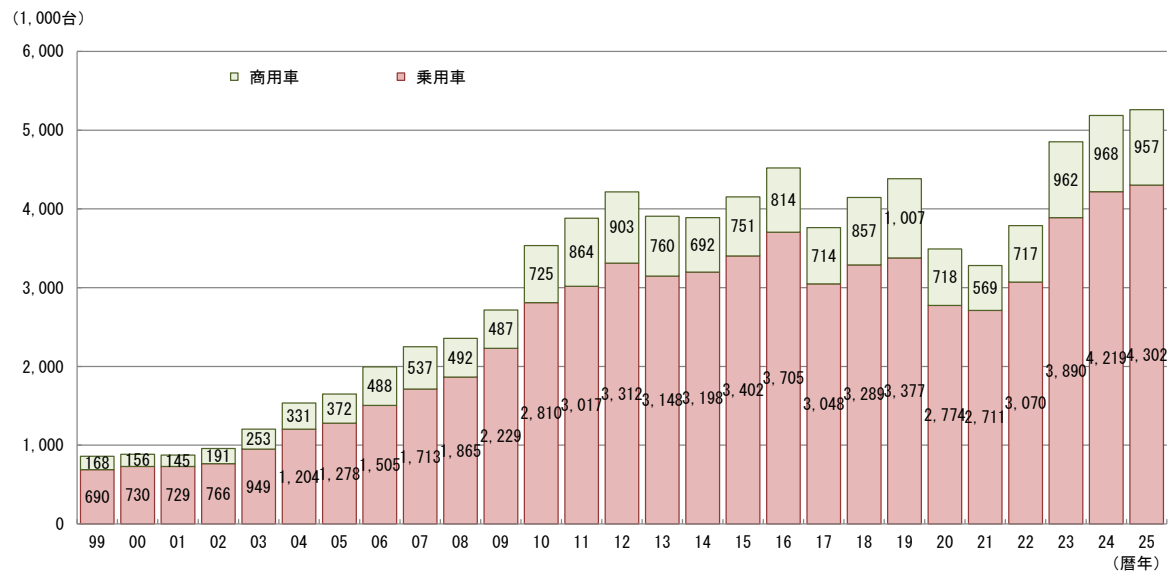
インド自動車工業会（Society of Indian Automobile Manufacturers：SIAM）が公表する統計の内、乗用車（Passenger Vehicle）と商用車（Commercial Vehicle）を合算した「自動車」の生産台数は、COVID-19 の影響を受け、2019 年度から 2020 年度にかけて大きく減少したが、2021-22 年度以降は回復基調にあり、直近 2024-25 年度の生産台数は 600 万台を突破した。

図表 22-2 自動車（乗用車+商用車）の生産台数の推移



(出所) インド自動車工業会より作成

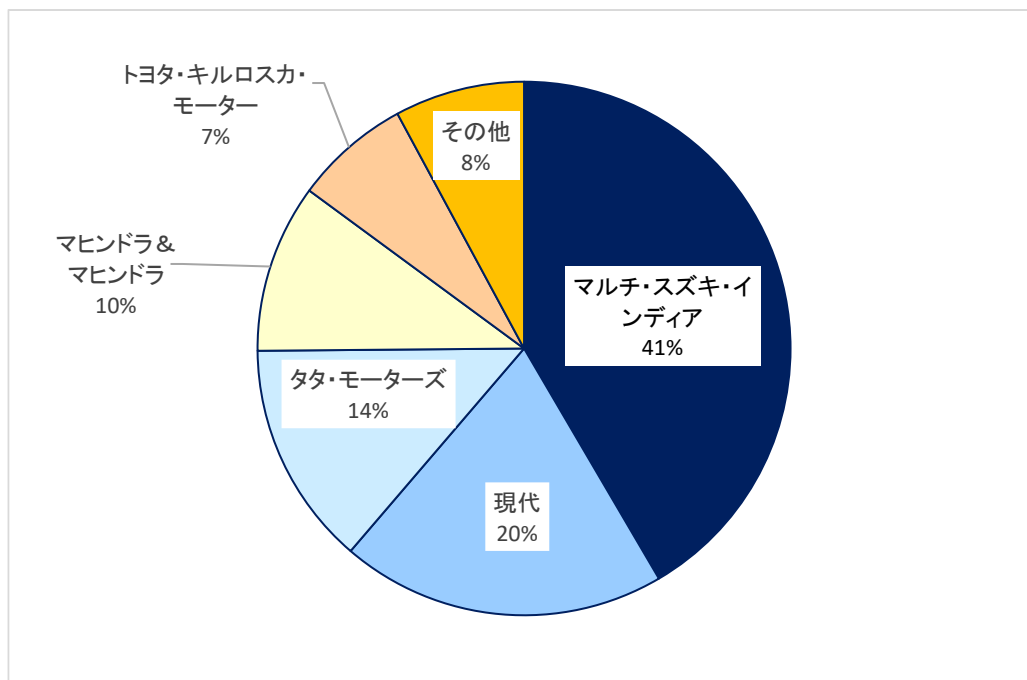
図表 22-3 自動車（乗用車+商用車）の販売台数の推移



(出所) インド自動車工業会より作成

自動車販売台数については、歴代最高の乗用車販売台数の伸び率を示した 2022 年度（成長率 26.7%）、引き続き高成長であった 2023 年度（同 8.4%）と比べると成長率は鈍化したものの、2024 年度も前年比 2.0% の伸びであった。メーカー別の販売シェア（台数ベース）を見ると、Maruti Suzuki（以下、マルチ・スズキ）がシェア 1 位となる 41%を確保している。第二位の現代のシェアは 20%、第三位の Tata Motors のシェアは 14%である。マルチ・スズキ以外の日系メーカーのシェアは、トヨタ 7%、ホンダ 1.6%、日産 0.7%、いすゞ 0.2%と、2022 年と比較していずれも若干シェアを落としている。

図表 22-4 自動車のメーカー別販売シェア（2024 年）



（出所）Mark Lines より作成

なお、インドの乗用車市場で最も成長している車種はユーティリティビークル（UV）（全乗用車販売に占める割合は、2020 年 19.4%→2021 年 22.6%→2023 年 59.8%）である。車種ごとの販売台数でも、首位はマルチ・スズキのコンパクトモデルであるが、2〜7 位は各社の UV が占めている（2 位はタタ・モーターズ、3〜4 位はマルチ・スズキの UV である）。

### （3）2026 年に向けた自動車・二輪車産業のターゲット及び環境規制

インド自動車工業会（Society of Indian Automobile Manufacturers：SIAM）は、2006 年に立案された「年次行動計画（Automotive Mission Plan：AMP）2006-16」に続くターゲットとして「Automotive Mission Plan 2016-26」（AMP 2016-26）を掲げている。「AMP 2016-26」では、インドの自動車関連産業（Automotive industry）について、①今後新たに 6,500 万人の雇用機会を創出すること、②モディ首相の進める「メイク・イン・インディア」や製造業の中での牽引役となること、③車両輸出を 5 倍に、同部品輸出を 7.5 倍に増やすことを企図すること、④インドの名目 GDP の 12%超を占めること、⑤2015 年比で産業規模を 3.5〜4.0 倍とすること、などが記されている。また、製造業の競争力を維持・強化し、環境や安全性の問題に対処するために、特定の（政府）介入が想定されるとも示されている。

### （4）排ガス規制

インドの排ガス規制は、2017 年 3 月末まで、大都市が BS4（欧州基準の「ユーロ 4」相当）、大都市以外では BS3（「ユーロ 3」相当）が適用されてきた。その後、2017 年 4 月からはインド全国で

BS4 が適用されていたが、2020 年 4 月には当初 2024 年に導入の予定だった BS6（「ユーロ 6」相当）が前倒して適用され、BS5 を経ずに一気に環境規制を強化することとなった。具体的には、排ガス中の窒素酸化物（NOx）を、ガソリンエンジン車、ディーゼルエンジン車で大幅に削減することが求められることとなった。さらに、2023 年 4 月からは、BS6 のフェーズ 2 が導入され、実際の走行に即した排出量の測定が義務化されるなど、より厳格化された。これに伴い、各メーカーが対応に追われているが、基準を満たせないディーゼル車については、排ガスに含まれる有害な窒素化合物を削減するなどの対応をするか、対応できなければモデルを廃止する必要も出てくるかもしれない。

### （5）政府の EV 推進策

インド政府は国内の EV 普及を奨励するために、2015 年 4 月から 2019 年 3 月まで、電動バス、電気自動車・ハイブリッド車、電動二輪車・三輪車を対象としたインセンティブによる FAME (Faster Adoption and Manufacturing of Electric Vehicles in India) I を実施した。後続の FAME II は、2019 年 4 月から 2024 年 3 月末まで実施され、その内容としては、EV の購入補助金と、充電ステーションの整備、EV をとりまく諸制度の整備から成る。実際に補助金が支給された EV の台数は、ひとくちメモ 12 に記載の通りであり、当初の予定よりも多くの二輪車に補助金が投入された。なお、2024 年 10 月には後継となるインセンティブ（PME-DRIVE）が開始され、2026 年 3 月末までの適用を予定している。こちらも消費者向けインセンティブと、充電ステーションなどのインフラ、制度の整備に関わる補助金から構成されるが、電動四輪車が購入補助金の対象外となるなど、FAME II の結果を受けて少し内容が変化しているため、今後の販売動向に影響する可能性もある。

また、インド政府は、自動車・自動車部品産業向けの生産連動型優遇策（Product Linked Incentive : PLI）を導入し、これにより、先進自動車技術製品の国内製造を促進している。自動車産業の PLI には、優良 OEM 優遇策と、優良部品メーカー優遇策という 2 つの構成要素があり、優良 OEM 優遇策は、全てのセグメントのバッテリー電気自動車（BEV）と水素燃料電池車に適用されるスキームである。2025 年 3 月時点で 82 社（OEM18 社、部品 64 社）が承認を受けている。そのうちの日系企業は、OEM メーカーではスズキ・モーター・グジャラート 1 社のみ、部品メーカーでは 12 社が承認を受けている。

### （6）EV 化に係る OEM 各社の動向

インドでの EV 販売は増加基調であり、FADA（自動車ディーラー連合会）によると、EV の国内登録台数（新車、中古車含む）は 2024 年に過去最高のおおよそ 195 万台となり、前年比 27%以上の増加となった。そのうち過半数の 115 万台弱が二輪車で、35%程度の 69 万台が三輪車、四輪自動車などは 5%あまりの 10 万台程度である。メーカー別で見ると、四輪車に関してはタタ・モーターズが圧倒的であるが、二輪車に関しては首位がオラ・エレクトリック（約 35%）、次に TVS（約 20%）と続く。主要 OEM の動向は以下のとおりである。

- Tata Motors

2021 年 12 月、完全子会社である Tata Passenger Electric Mobility Limited (TPEML) を設立。  
2026 年までに約 20 億ドルを投じて 10 車種の新型 BEV を投入し、インド国内に充電インフ

ラを整備するための積極的な投資をグループとして行う予定。すでに新型の EV「Punch.ev」を市場に投入済みであるほか、2025 年初めにはラグジュアリーモデルである「Avinya X」のコンセプトモデルを発表した。他方で、競合の成長を受け、2025 年にはシェアを減らしている。

- **MG Motor**

上海汽車傘下の MG Motor は、インドで第 2 位の EV メーカーであるが、2025 年時点で 1 位のタタに迫る生産台数であり、2025 年 5 月には、前年同月比 150% 弱の増加を記録した。市場シェアは 30% を突破しており、主力の製品は「Comet」、「ZS EV」、「Windsor」などである。EV 部品分野での教育と人材育成、インド工科大学（IIT）デリー校との提携による研究開発などに取り組んでいる。

- **Maruti Suzuki**

2022 年 3 月、親会社のスズキがインドのグジャラート州と、BEV 及び BEV バッテリーの現地製造に約 1,044 億ルピーを投資する覚書（MOU）を交わした。2022 年 8 月には、グジャラート州に建設予定の BEV 向け車載用電池工場及びハリヤナ州カルコダに建設を予定している新工場の定礎式を実施した。BEV 向け車載用電池工場は 2026 年、カルコダ四輪工場は 2025 年の稼働予定となっている。さらに、将来的なインドの自動車市場の拡張に備え、2030-2031 年度までに約 400 万台の生産能力の確保を目指し、2024 年以降も新工場の設立を発表している。上記 OEM の他、ヒュンダイや KIA など、完成車輸入によりインドで既に EV を販売している。国際的な EV 化の潮流とインド政府の EV 普及政策、排ガス規制への対応の必要性などから、今後も OEM 各社は強力に EV 化を推進していくものと思われる。

**ひとくちメモ 12： 電気自動車（EV）重視の政策**

2013 年 1 月、電動車の普及や現地生産の促進を目指す「National Electric Mobility Mission Plan 2020」が発効し、バイクを中心に新車販売台数 600~700 万台が目標とされた。その実現に向けた電動車普及策（FAME-India）の第 1 フェーズ（期間は 2015 年 4 月から 2019 年 3 月まで）のもと、電気自動車（EV）、ハイブリッド車（HEV）、プラグインハイブリッド車（PHEV）の購入への補助金給付やインフラなどの設備投資が実施された。

2019 年 4 月から 2024 年 3 月末までの FAME-India の第 2 フェーズでは、国産化率（バス：40%、その他車両：50%）などを条件に、補助金が支給された。FAME II には約 13.5 億ドルの予算が割当てられ、最終的にはハイブリッドを含む電動 4 輪車約 22,500 台、電動 3 輪車 16.5 万台、電動二輪車 143 万台の購入に対して補助金が充当された。当初の想定と比較すると、電動 4 輪、3 輪よりも、二輪車の購入に充当されることとなった。そのほか、7,432 基の充電ステーションが整備され、6,862 台の電気バスが認可された。後続の政策として発表された EMPS2024（2024 年 4 月~9 月末までの電動モビリティ促進スキーム）と、そちらを組み込む形で 2024 年 10 月に発表された PM E-DRIVE は、2026 年 3 月末までの適用期間において、FAME II と同じく電動自動車の購入補助金（電動四輪車は対象外となった）、充電ステーションの拡充を打ち出している。加えて、前の施策にはなかった EV 技術の試験機関の拡充も補助金対象となった。

なお、インドにおける 2023 年時点での電動化率は約 5.3%で、日本の 32.2%、アメリカの 20.5%と比べると遅れを取っているとも言えるが、インドにおける EV 市場は急速に拡大の兆しを見せており、2015 年には 2 万台程度だった EV の販売台数は、2020 年に 30 万台、2023 年に 85 万台、2024 年には 72 万台弱となっており、近年急激に増加している。EV はモーターを使用するため、内燃機関を要するガソリン車よりも生産の技術的難易度が低く、今後も様々なメーカーが参入してくるだろうとの日系企業の声もあった。現在、政府が掲げる電動化の目標値は 2030 年までに自家用車の新車発売の 30%、2 輪車・3 輪車の 80%である。

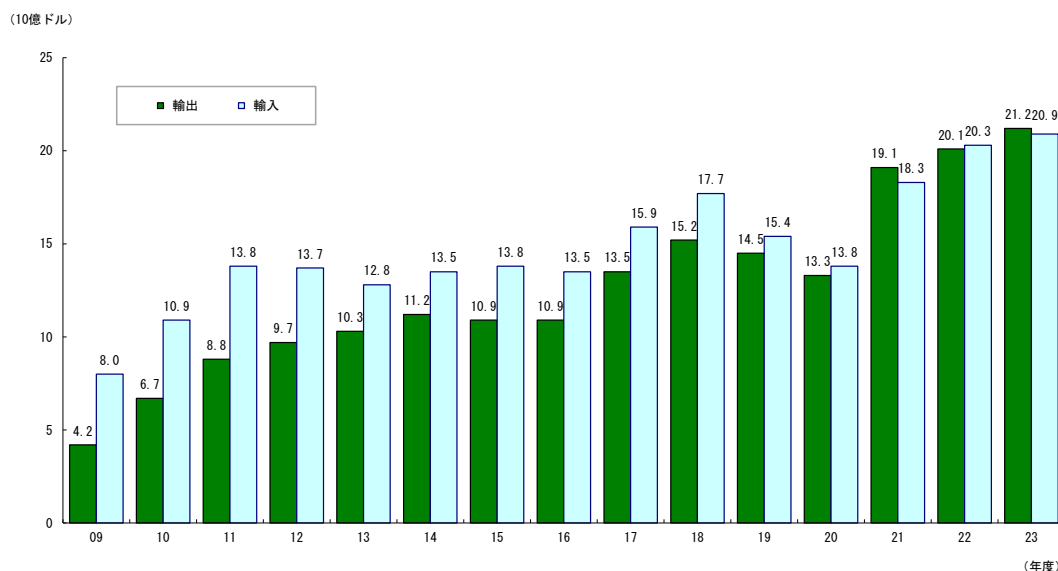
## (7) 自動車部品産業は輸入超過が続く

2015 年 9 月に発表された「Automotive Mission Plan 2016-26」(AMP2026) の中で、車両の輸出を 5 倍、車両部品の輸出を 7.5 倍にするとの目標を掲げており、その実現には自動車産業の集積が一段と進む必要があると推察される。インドの自動車部品産業では、業界団体としてインド自動車部品工業会 (Automotive Component Manufacturers Association of India : ACMA) があり、加盟企業 (外資系を含む) 数は 800 社以上となっており、当該企業全体の売上高は、自動車部品産業の 85% 以上を占めている。

日系自動車部品メーカーへのヒアリングによると、インドの自動車・自動車部品セクターでは、設備や金型については、ある程度現調化が進んでおり、ローカルサプライヤーもレベルアップしているとのこと。Make in India 政策を推進するインドにおいて内国生産を促進していくことは、メーカーにとっての命題でもあり、日系自動車・自動車部品メーカーとしては、一定程度の生産・技術支援によりローカルサプライヤーの強化に取り組んでいくと思われる。

ACMA の Annual Report によると、インドの自動車部品産業の輸出額は 2023-24 年度で 212 億ドルであった。過去 2 年の輸出額は増加基調で推移している。貿易収支としては 2020 年まで輸入超過が続いていたが、2021 年より輸出超過に転換した。2023-24 年度は 212 億ドルの輸出に対し、輸入は 209 億ドルと輸出を下回った (図表 22-5)。日系完成車メーカーも基幹部品、特に日本品質の維持に妥協はできない部品であるエンジンやトランスミッション、電装品などは輸入に依存していたが、日系サプライヤーのインド進出と現地生産も徐々に進んでおり、輸出超過への転換に寄与していると思われる。

図表 22-5 自動車部品の輸出入額の推移



(出所) インド自動車部品工業会より作成



### (8) 拡大する自動車部品生産

自動車の項でも述べた通り、先進自動車技術製品の国内製造を促進するため、優良部品メーカーに対しても PLI によるインセンティブが与えられる。2025 年 3 月時点で 62 社の自動車部品メーカーが PLI の承認を受けており、うち 12 社が日系メーカーである（マルチ・スズキ・インドシア、アイシン・オートモーティブ・ハリヤナ、デンソー・テン・ウノ・ミンダ・インドシア、トヨタ・インダストリーズ・エンジン・インドシアなど）。日系自動車部品メーカーからのヒアリングでも、特に EV 関係の受注が増えている様子が見て取れた。

日系部品メーカーはコロナ禍により投資計画を先延ばしした例もあるが、取引先からの要請やインド市場の中期的拡大を見越した生産体制の増強を図っている。2025 年の動きとしては、東洋電装による現地企業との JV による二輪用スイッチ類の合弁設立や、愛知製鋼による現地の鉄鋼メーカーへの出資、パイオラックスによる現地工場設立などがある。生産の拡充や投資以外に、開発機能の拡充を行った企業もある。エアバッグを生産する豊田合成はハリヤナ州の開発拠点を拡張し、エアバッグの評価設備を整備した。これにより、日本で試験を行い、結果をインド側に共有する手間を省けるようになった。

## 3. バイク

### (1) バイク生産は回復傾向

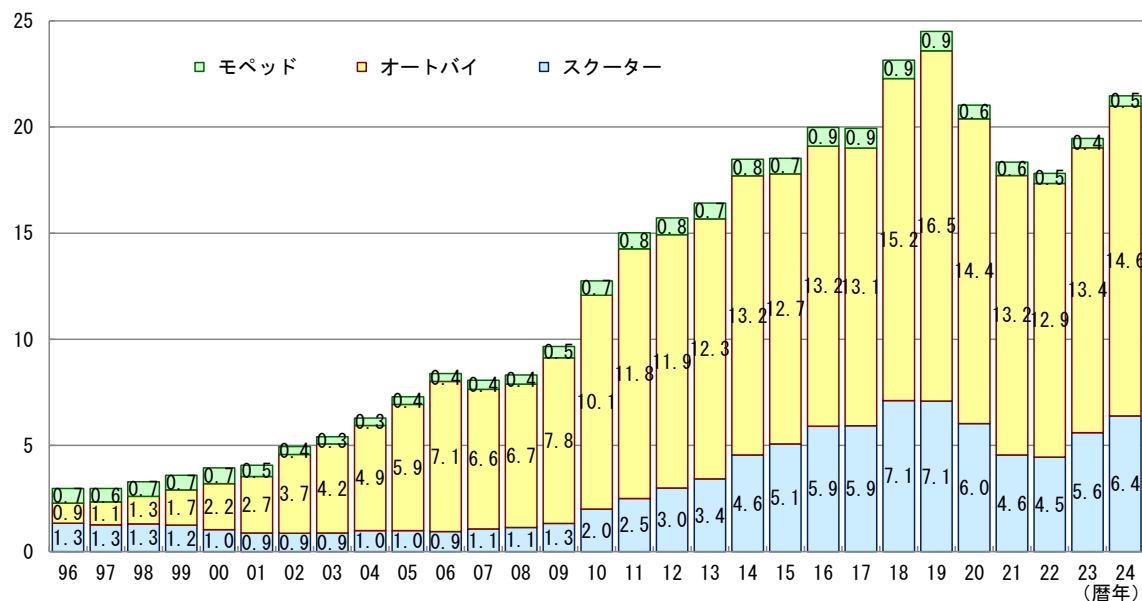
インドは、2017 年 4 月にユーロ 3~4 と同等の BS4 を導入してから 3 年で BS6（2020 年 4 月導入）に移行し、また安全規制でも、2019 年 4 月から 125cc 以上のバイクにアンチロック・ブレーキ・システム（ABS）の装着が義務化された。2026 年 1 月からは排気量に関係なく、全ての新型二輪車に対して ABS の搭載が義務付けられる。これは、新たに ABS 搭載車両への切り替えを迫られる製造業者にとっても、ABS を搭載したことにより見込まれる価格上昇の影響を受ける消費者にとっても、一定のハードルとなりうる。

それでも、公共交通機関が不足しているインドでは、引き続きバイクに対する需要は大きい。政策の面でも、2021 年から継続中の PLI スキームや、輸出促進インセンティブである RoDTEP（Remission of Duties and Taxes on Exported Products）、電動二輪車に関しては PM E-DRIVE など、製造業者に対するインセンティブは継続している。

マクロ経済状況の改善や農村部での需要の回復などを受け、直近のインドの二輪生産台数は前年度比で大きく増加した。2024 年度（2023/4~2024/3）の生産台数は 2,150 万台（前年度比 10.8% 増）となっている。2024 年度の生産台数に占めるセグメントの比率は、スクーター 29.7%（約 640 万台）、オートバイ 67.9%（約 1,460 万台）、モペッド 2.3%（約 50 万台）であり、2022 年にかけて縮小していたスクーターの比率がやや増加している。

図表 22-6 バイクの生産台数の推移

(100万台)



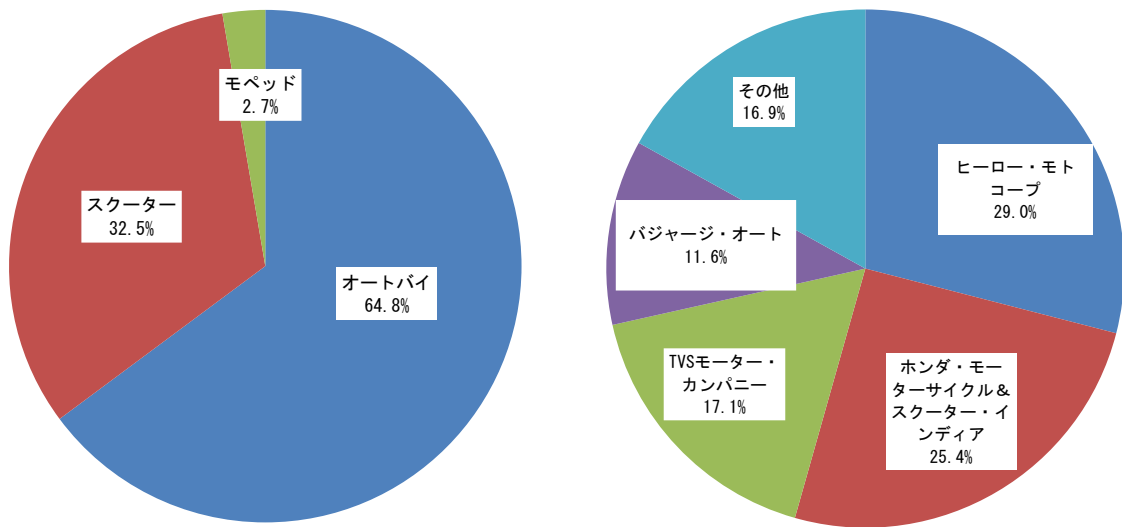
(出所) インド自動車工業会より作成

## (2) バイクの販売市場は大手 4 社で生産台数約 9 割を占める

2024 年度 (2023/4～2024/3) のメーカー別の生産台数を見ると、最大手がヒーロー・モトコープ (29.0%)、2 位がホンダ・モーターサイクル&スクーター・インディア (以下、「ホンダ」、25.4%)、3 位が TVS・モーター・カンパニー (17.1%)、4 位がバジャージ・オート (11.6%) となっている。これら上位 4 社で全体の 83.1%を占めている (図表 22-7)。

ホンダ以外の日系メーカーでは、5 位にスズキ (スズキ・モーターサイクル・インディア:5.1%)、7 位にヤマハ (インディア・ヤマハ・モーター:3.5%) となっている (図表 22-7 では「その他」に含まれる)。

図表 22-7 バイクの種類別販売シェアとメーカー別生産シェア（2023~24 年度）



（出所）Mark Lines より作成

### （3）二輪車における電動化トレンド

インドでは、世界的な電動モビリティのトレンドに合わせて、電気自動車の普及に向けた取り組みが推進されている。世界最大の二輪市場の一つであり、通勤・通学手段として広く活用されている二輪車は、電動化トレンドを受け入れる最初のカテゴリーになると予想されている。

インドでは、電動自動二輪車の市場シェアは 2022 年時点では二輪車総販売台数の 1% 未満であったが、2025 年 1 月時点の統計では 6.4% まで拡大している。成長を牽引している主な要因には、政府の政策、充電インフラの改善、燃料価格の高騰、現地製造の増加、e コマースの導入などがある。日系企業でも、ホンダが 2024 年 11 月に電動スクーターモデル「ACTIVEA e:」、「QC1」を発表し、電動二輪市場に本格参入した。

なお、電動二輪車導入の課題としては、1 回の充電で限られた距離しか走行できないという航続距離に対する懸念が挙げられる。また、充電時間が長いことも使用を制限している。事実、電動二輪車は都市部市場に比べて、充電インフラが不十分な地方では普及率が低い。こうした課題を受け、道中でバッテリーを交換できるバッテリーシェアリングサービスは、インドにおける電動二輪車普及の原動力になり得る可能性があると考えられている。

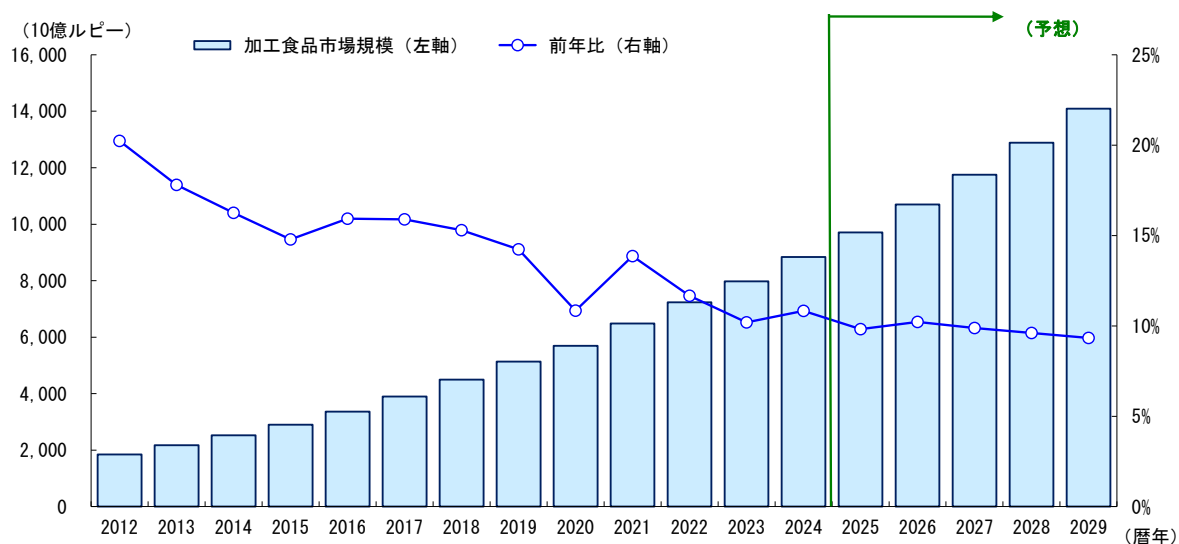
## 4. 食品

### （1）食品加工業の市場規模とその推移

2024 年のインドの加工食品市場規模は約 8.8 兆ルピーである（図表 22-8）。2013 年以降、インドの加工食品市場の年成長率は、途中 2020 年には COVID-19 による経済的混乱から大きな影響を受けたものの、2026 年前後までは年率 10% 程度と安定した成長が続く見込みである（ただし、伸びは徐々に鈍化している）。また、直近では、都市化の進展やライフスタイルの変化に伴い、主に

若年層を中心に包装された食品やレトルト・インスタント食品への需要が高まっていることから、これらも食品加工業の成長に寄与していくと思われる。

図表 22-8 加工食品の売上高と伸び率の推移



(出所) Euromonitor より作成

図表 22-9 加工食品の売上高と品目別構成比（2014 年→2024 年）

分類	金額（10億ルピー）			構成比		
	2014	2024	年率成長率	2014	2024	差分
<b>加工食品</b>	<b>2,528</b>	<b>8,838</b>	<b>13.3%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
調味料・食材	692	2,502	13.7%	27.4%	28.3%	0.9%
食用油	585	2,027	13.2%	23.2%	22.9%	-0.2%
パームオイル	194	574	11.5%	7.7%	6.5%	-1.2%
菜種油	70	314	16.2%	2.8%	3.5%	0.8%
大豆油	102	336	12.7%	4.0%	3.8%	-0.2%
ひまわり油	78	353	16.3%	3.1%	4.0%	0.9%
その他の食用油	136	436	12.3%	5.4%	4.9%	-0.5%
レディー・ミール	6	18	12.7%	0.2%	0.2%	-0.0%
ソース・ドレッシング・香辛料	88	392	16.1%	3.5%	4.4%	1.0%
調味料	18	59	12.5%	0.7%	0.7%	-0.1%
スープ	4	14	14.7%	0.1%	0.2%	0.0%
スプレッド	9	51	18.2%	0.4%	0.6%	0.2%
乳製品等	802	2,835	13.5%	31.7%	32.1%	0.4%
ベビーフード	35	97	10.8%	1.4%	1.1%	-0.3%
乳製品	767	2,739	13.6%	30.4%	31.0%	0.6%
バター・マーガリン	115	295	9.9%	4.6%	3.3%	-1.2%
チーズ	16	78	17.6%	0.6%	0.9%	0.3%
飲料乳製品（ミルク、豆乳等）	542	1,875	13.2%	21.5%	21.2%	-0.2%
ヨーグルト・乳製品	79	438	18.7%	3.1%	5.0%	1.8% ↑
その他乳製品（コンデンスミルク等）	16	52	12.9%	0.6%	0.6%	-0.0%
菓子等	659	1,721	10.1%	26.1%	19.5%	-6.6% ↓
チョコレート菓子・ガム類	160	350	8.1%	6.3%	4.0%	-2.4% ↓
チョコレート菓子	86	211	9.3%	3.4%	2.4%	-1.0%
ガム	18	22	2.1%	0.7%	0.2%	-0.5%
キャンディ等	56	117	7.6%	2.2%	1.3%	-0.9%
アイスクリーム・冷凍デザート	73	202	10.7%	2.9%	2.3%	-0.6%
ナッツ・クラッカー類	182	585	12.4%	7.2%	6.6%	-0.6%
ソルティー・スナック	101	335	12.7%	4.0%	3.8%	-0.2%
その他	34	125	13.8%	1.4%	1.4%	0.1%
ビスケット菓子類	244	583	9.1%	9.6%	6.6%	-3.0% ↓
ビスケット	221	492	8.3%	8.7%	5.6%	-3.2% ↓
主食	375	1,779	16.8%	14.8%	20.1%	5.3% ↑
パン類	112	293	10.1%	4.4%	3.3%	-1.1%
パン	61	147	9.2%	2.4%	1.7%	-0.8%
ケーキ	43	116	10.4%	1.7%	1.3%	-0.4%
朝食用シリアル	14	60	15.9%	0.5%	0.7%	0.1%
加工果物・野菜	10	27	11.0%	0.4%	0.3%	-0.1%
加工肉・シーフード	13	47	13.7%	0.5%	0.5%	0.0%
米・パスタ・麺類	227	1,353	19.6%	9.0%	15.3%	6.3% ↑
麺	53	173	12.6%	2.1%	2.0%	-0.1%
インスタント麺	46	141	12.0%	1.8%	1.6%	-0.2%
袋タイプ	45	140	12.0%	1.8%	1.6%	-0.2%
常温の非インスタント麺	7	32	15.7%	0.3%	0.4%	0.1%
パスタ	11	58	18.4%	0.4%	0.7%	0.2%
米	163	1,122	21.3%	6.4%	12.7%	6.2% ↑

(注) 矢印は構成比でプラスマイナス 1.5 以上の差分が生じたもの。

(出所) Euromonitor より作成

## (2) カテゴリー別に見た加工食品の市場規模

2014 年から 2024 年にかけての大分類で見た加工食品市場の売上高構成比の変化を見ると、4 つの大分類の内、構成比の伸びが相対的に大きかったのは「主食類」(+16.8%) である。中でも、「米」(+21.3%)、「パスタ」(+18.4%) が顕著な伸びを示しており、さらに朝食用シリアル (+15.9%) の伸びも大きい。これらを含む全てのカテゴリーの市場規模が大幅に増加している。

## (3) 今後の見通しと日本企業の事業機会

Euromonitor の調べに基づく、インドの加工食品市場は、2029 年までも年平均 9.8%と引き続き高成長が期待される。構成比については、これまでと同様の傾向で、「主食類」と「乳製品など」の成長率が高い（図表 22-10）。

まず主食類に関して、都市化や食生活の国際化に伴い、パスタの需要が今後も増えていくと予測されている。2024 年までの 10 年間では米の伸びの方が大きかったが、今後はパスタの伸びが米を上回ると予測されている。また、米麺（Rice Noodles）の市場も、今後 10 年で年率 10%程度以上成長すると言われており、背景には、グルテンフリー嗜好などがあると考えられる。インドは、東南アジアなどの他国と比較して比較的保守的な食文化、食市場と見られていたが、今後変化していくことが予測されるデリーやグルグラムなどの都市部では近年日本人向けの日本食レストランも増加しており、またインド人の中でも寿司やラーメンなどを中心に人気を集めつつあるとのことで、日本の飲食・食品企業の商機も増えつつある。

今後、日系企業の事業機会として注目される分野として、①インドの農産物を利用した加工食品の製造と在外インド人ネットワークの活用による第三国市場への輸出、②都市部の高所得層をターゲットとした日本食外食産業などの事業展開が挙げられる。

インドは世界有数の農業生産国で、コメ、小麦などの穀物、バナナ、パパイヤ、マンゴー類、ナス、ニンニク、たまねぎ、トマト、カシューナッツ、オクラなどの生産量は、世界でも上位に位置している。コールドチェーンの未熟さに伴う保管・輸送過程でのロス率が高いという問題もあるものの、インドの農産物を利用した食品加工分野には、事業機会があると思われる。輸出先としては、「印僑」と呼ばれるインド系移民や在外インド人が多い中東やケニアなどの東アフリカが有望な候補先となろう。政府もさまざまな制度や有利な補助金によって、この分野への投資を奨励している。例えば、2016 年より、農産品のバリューチェーン強化や加工インフラの整備を目的とした奨励策 Pradhan Mantri Kisan Sampada Yojana(PMKSY)が 2026 年まで進行中であり、食品加工施設や冷蔵物流、食品検査ラボなどへの資金補助が行われている。また、国外輸出促進のための PLI スキーム（PLI Scheme for Food Processing）も 2021 年から 2027 年までの期間で進行中であり、輸出向けの加工食品ブランドのプロモーションや新規投資に対して資金補助が行われ、これにより 25 万人の雇用がうみだされ、90 万の農家が裨益しているとされている。

インドの食文化の特徴に「油物が多い」や「糖分が高い」などが挙げられるが、今後は所得水準の上昇に伴い、富裕層を中心に「健康（ヘルシー）」指向が高まると期待される。「日本食」はヘルシーさに定評があることから、所得水準の高いムンバイやデリー、IT 産業が盛んなベンガルールやハイデラバードなどでは、富裕層を想定した「日本食」の事業展開も有望と思われる。

図表 22-10 加工食品の売上高と構成比（2024 年→2029 年）

分類	金額（10億ルピー）			構成比		
	2024	2029	年率成長率	2024	2029	差分
<b>加工食品</b>	<b>8,838</b>	<b>14,087</b>	<b>9.8%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
調味料・食材	2,502	3,722	8.3%	28.3%	26.4%	-1.9% ↓
食用油	2,027	2,921	7.6%	22.9%	20.7%	-2.2% ↓
パームオイル	574	791	6.6%	6.5%	5.6%	-0.9%
菜種油	314	444	7.2%	3.5%	3.2%	-0.4%
大豆油	336	493	8.0%	3.8%	3.5%	-0.3%
ひまわり油	353	537	8.8%	4.0%	3.8%	-0.2%
その他の食用油	436	635	7.8%	4.9%	4.5%	-0.4%
レディー・ミール	18	30	9.9%	0.2%	0.2%	0.0%
ソース・ドレッシング・香辛料	392	657	10.9%	4.4%	4.7%	0.2%
調味料	59	88	8.2%	0.7%	0.6%	-0.0%
スープ	14	25	12.4%	0.2%	0.2%	0.0%
スプレッド	51	90	12.1%	0.6%	0.6%	0.1%
乳製品など	2,835	4,691	10.6%	32.1%	33.3%	1.2% ↑
ベビーフード	97	148	8.9%	1.1%	1.1%	-0.0%
乳製品	2,739	4,542	10.7%	31.0%	32.2%	1.3% ↑
バター・マーガリン	295	428	7.7%	3.3%	3.0%	-0.3%
チーズ	78	138	12.0%	0.9%	1.0%	0.1%
飲料乳製品（ミルク、豆乳など）	1,875	3,117	10.7%	21.2%	22.1%	0.9%
ヨーグルト・乳製品	438	781	12.3%	5.0%	5.5%	0.6%
その他乳製品（コンデンスミルクなど）	52	78	8.4%	0.6%	0.6%	-0.0%
菓子など	1,721	2,418	7.0%	19.5%	17.2%	-2.3% ↓
チョコレート菓子・ガム類	350	459	5.5%	4.0%	3.3%	-0.7%
チョコレート菓子	211	289	6.5%	2.4%	2.1%	-0.3%
ガム	22	27	3.9%	0.2%	0.2%	-0.1%
キャンディなど	117	143	4.0%	1.3%	1.0%	-0.3%
アイスクリーム・冷凍デザート	202	341	11.0%	2.3%	2.4%	0.1%
ナッツ・クラッカー類	585	822	7.0%	6.6%	5.8%	-0.8%
ソルティー・スナック	335	446	5.9%	3.8%	3.2%	-0.6%
その他	125	204	10.3%	1.4%	1.4%	0.0%
ビスケット菓子類	583	797	6.4%	6.6%	5.7%	-0.9%
ビスケット	492	654	5.9%	5.6%	4.6%	-0.9%
主食	1,779	3,256	12.8%	20.1%	23.1%	3.0% ↑
パン類	293	431	8.0%	3.3%	3.1%	-0.3%
パン	147	207	7.0%	1.7%	1.5%	-0.2%
ケーキ	116	176	8.7%	1.3%	1.2%	-0.1%
朝食用シリアル	60	108	12.6%	0.7%	0.8%	0.1%
加工果物・野菜	27	39	7.6%	0.3%	0.3%	-0.0%
加工肉・シーフード	47	76	10.1%	0.5%	0.5%	0.0%
米・パスタ・麺類	1,353	2,603	14.0%	15.3%	18.5%	3.2% ↑
麺	173	290	10.9%	2.0%	2.1%	0.1%
インスタント麺	141	237	10.9%	1.6%	1.7%	0.1%
袋タイプ	140	236	10.9%	1.6%	1.7%	0.1%
常温の非インスタント麺	32	53	10.7%	0.4%	0.4%	0.0%
パスタ	58	122	16.1%	0.7%	0.9%	0.2%
米	1,122	2,191	14.3%	12.7%	15.6%	2.9% ↑

（注） 矢印は構成比でプラスマイナス 1.0 以上の差分が生じたもの。

（出所） Euromonitor より作成



## 5. 小売

### (1) 市場概況

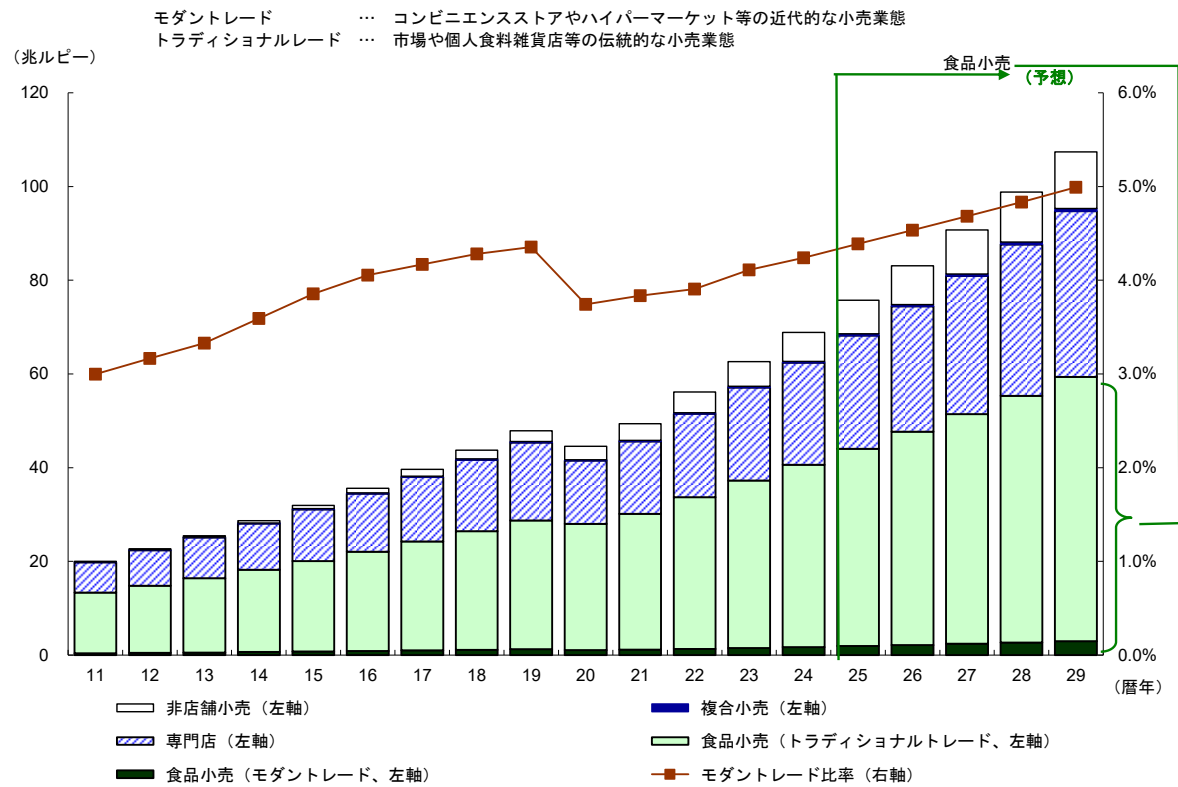
2024 年の小売市場の市場規模は約 68.8 兆ルピー（約 115.7 兆円、Euromonitor 調べ）。市場全体の伸びは 2014 年からの 10 年間で年率 9.1%である（図表 22-11）。

2014 年からの 10 年間での変化としては、①従来小売販売額の大きな割合を占めていた市場や個人食料雑貨店などのトラディショナルトレードの構成比が年々減少し、コンビニエンスストアやハイパーマーケットなどの近代的なモダントレードの割合が年々増加していること、②インターネット小売市場は、過去 10 年で年平均 30.7%と、全セグメントの中でも特出して成長していること、③所得の向上に伴い、非食品専門店では、時計・宝飾品や健康・美容関連製品など、嗜好性の高いセグメントの構成比が拡大していること、が挙げられる（図表 22-12）。なお、モダントレードの割合は全体として増加の傾向にあるが、2020 年は COVID-19 に伴うロックダウンなどの影響を受け、一時的に構成比が下がったものと思われる。

小売市場拡大の陰で、食品市場の近代化は限定的であり、伝統的な小規模小売店であるキラナが強い存在感を持っていると思われる。コンビニエンスストア、スーパーマーケット、ハイパーマーケットなどの近代的小売（モダントレード）における食品小売は、金額としては年率 10.2%で成長しているものの、小売市場全体に占める割合は 2024 年時点で 2.5%に留まり、2014 年の 2.3%からあまり伸びていない。これは、比較的所得水準の近いベトナムやインドネシアと比べても低い水準と言える。



図表 22-11 小売販売額の推移



(出所) Euromonitor より作成

図表 22-12 業態別販売額構成比（2014 年→2024 年）

分類	金額（10億ルピー）			構成比		
	2014	2024	年率成長率	2014	2024	差分
<b>小売売上高</b>	<b>28,697</b>	<b>68,861</b>	<b>9.1%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
店舗型小売	28,288	62,929	8.3%	98.6%	91.4%	-7.2%
食品小売店	18,214	40,593	8.3%	63.5%	58.9%	-4.5% ↓
モダントレード	654	1,721	10.2%	2.3%	2.5%	0.2%
（内、コンビニエンスストア）	21	46	8.1%	0.1%	0.1%	-0.0%
（内、ガソリンスタンド付属店舗）	-	-	-	-	-	-
（内、ハイパーマーケット）	204	618	11.7%	0.7%	0.9%	0.2%
（内、スーパーマーケット）	429	1,057	9.4%	1.5%	1.5%	0.0%
トラディショナルトレード	17,559	38,872	8.3%	61.2%	56.4%	-4.7% ↓
非食品専門店	9,969	22,105	8.3%	34.7%	32.1%	-2.6% ↓
アパレル・靴専門店	2,726	5,351	7.0%	9.5%	7.8%	-1.7% ↓
電化製品専門店	2,219	4,131	6.4%	7.7%	6.0%	-1.7% ↓
健康・美容関連製品専門店	934	2,825	11.7%	3.3%	4.1%	0.8%
（内、美容専門小売店）	13	32	9.3%	0.0%	0.0%	0.0%
（内、調剤薬局）	703	2,486	13.5%	2.4%	3.6%	1.2%
（内、メガネ等小売店）	219	307	3.4%	0.8%	0.4%	-0.3%
日用品、家具、園芸専門店	1,200	2,588	8.0%	4.2%	3.8%	-0.4%
D I Y	302	632	7.7%	1.1%	0.9%	-0.1%
家具・日用品専門店	893	1,929	8.0%	3.1%	2.8%	-0.3%
レジャー、スポーツ用品専門店	2,490	6,443	10.0%	8.7%	9.4%	0.7%
（内、鞆）	113	214	6.6%	0.4%	0.3%	-0.1%
（内、時計・宝飾品）	2,225	5,879	10.2%	7.8%	8.5%	0.8%
（内、メディア製品）	-	-	-	-	-	-
（内、ペットショップ）	5	27	17.7%	0.0%	0.0%	0.0%
（内、スポーツ用品）	112	267	9.1%	0.4%	0.4%	-0.0%
（内、文具・オフィスサプライ）	-	-	-	-	-	-
（内、玩具・ゲーム）	40	83	7.6%	0.1%	0.1%	-0.0%
その他非食品専門店	259	438	5.4%	0.9%	0.6%	-0.3%
百貨店等	140	329	8.9%	0.5%	0.5%	-0.0%
（内、デパート）	140	329	8.9%	0.5%	0.5%	-0.0%
非店舗型小売	409	5,932	30.7%	1.4%	8.6%	7.2% ↑
訪問販売	106	231	8.1%	0.4%	0.3%	-0.0%
通販（除くインターネット決済）	-	-	-	-	-	-
インターネット小売	409	5,932	30.7%	1.4%	8.6%	7.2% ↑
自動販売機	-	-	-	-	-	-

（注） 矢印は構成比でプラスマイナス 1.0 以上の差分が生じたもの。

（出所） Euromonitor より作成

## (2) 外資規制が残るインド小売市場。当面は単一ブランド小売への外資参入が市場拡大を牽引

インドでは外国企業の参入について、業種ごとに①自動認可、②政府による個別認可、③禁止、の 3 種類に分けられている。①の自動認可される業種は、②の出資比率上限規制やガイドラインがある業種や、③で禁止されている業種以外の業種となる。

流通セクターに関わる業種でいえば、「卸売業」は①の自動認可に該当し、外国資本による完全子会社の設立が可能である（図表 22-13）。一方、小売業は②の政府による個別認可が必要な業種である。ただし、小売業は、単一ブランド小売業と総合小売（マルチブランド）業に分けられ、規制はそれぞれ異なる。

単一ブランド小売業とは、販売する製品を単一ブランドに限定している小売業である。かつては外資比率が 49%を超過するには政府による個別認可を必要としていたが、2018 年 1 月、「2017 年版統合 FDI 政策（Consolidated FDI Policy 2017）」の一部が改訂され、外国企業は完全子会社であっても自動認可ルートで出資が可能となった。2020 年版の統合 FDI 政策以降、小売業については同様の内容が維持されている。既に進出している企業に、家具量販チェーンのイケア、アパレル大手の H&M（以上、スウェーデン）、「ZARA」を有するインディテックス（スペイン）、時計ブランドのフォッシル（米国）などがある。日系企業では、「無印良品」ブランドを展開する良品計画が進出しており、2025 年 7 月末時点で国内に 4 店舗を展開している。2018 年 5 月には、「ユニクロ」のファーストリテイリングがインド初出店を発表し、2019 年 10 月 4 日のインド 1 号店をニューデリーへオープン以降、徐々に店舗網を拡大し、2025 年 8 月末には、インド南部ベンガルールにおいて、国内 16 店舗目をオープン予定である。

図表 22-13 小売・卸売市場の外資規制

	卸売 Cash & Carry	電子商取引 E-commerce activities	単一ブランド小売 Single Brand Product Retail Trading	総合小売 Multi Brand Retail Trading
事業内容	卸売 (B to B)	電子商取引	小売 (B to C)	小売 (B to C)
自動認可	100%まで可能	100%まで可能	100%まで可能	不可
政府認可に基づく上限	(自動認可の対象)	(自動認可の対象)	(自動認可の対象)	51%
国内調達比率 (内、中小企業等からの調達)	規定なし ( - )	規定なし ( - )	30% (奨励)	30% (必須)
最低投資額	規定なし	規定なし	規定なし	1億ドル
電子商取引	企業間取引のみ可能	企業間取引のみ可能	可	不可

(出所) Consolidated FDI Policy (Effective from October 15, 2020)より作成

単一ブランド小売では、消費者向け e コマースが認められており、2019 年 8 月には、実店舗を運営する前にオンラインストアを開設することも可能となった（オンライン販売の開始から 2 年以内に実店舗をオープンさせることが条件）。

なお、インドでは、電子商取引分野は FDI 政策の要件を満たす場合、自動認可ルートで外国企業の全額出資が可能である。ただし、当該 e コマース企業は、企業間取引は認められているが、消費者向け取引は認められていない（2020 年版統合 FDI 政策、項目 5.2.15.2）。

このため、地場の出店者と消費者を仲介するマーケットプレイス事業や、出店者の商品の保管と配送などを代行する事業が、外資 e コマース企業の主な事業内容となっている。

総合小売業での外資規制は、流通分野で最も厳しいものとなっている。総合小売業とは、食品小売や百貨店など、複数のメーカー、サプライヤーから商品を仕入れ、消費者に販売する小売業で、当該業態への外国企業の出資は全て政府の認可が必要となる。

また、最低投資額は 1 億ドルとされている。ちなみに、単一ブランド小売業に最低投資額規制はない。更に、総合小売としての進出が可能かどうかは州によって異なり、2020 年版統合 FDI ポリシーによると、総合小売店の設立が可能な州は、アンドラ・プラデシュ州、デリー準州、ハリヤナ州、カルナタカ州、マハーラーシュトラ州、ラジャスタン州など 11 州と 3 つの連邦直轄地に限られている。

制度的には外資が総合小売業に進出する方法はあるものの、地場零細小売店の保護を優先するという政治的な判断が依然として強く働いており、現実的には困難である。

コンビニエンスストアのような事業内容では、フランチャイズ形式での進出が現実的である。2021 年 10 月、セブン-イレブン・ジャパンは、インドのフューチャー・グループとのマスターフランチャイズ契約を通じ、インド西部・マハーラーシュトラ州の州都ムンバイに一号店をオープンした。その後、2014 年に一度インド市場から撤退したフランスのカルフルが、2024 年にアパレルグループとのフランチャイズ提携を通して再進出する旨の発表があったが、外資の小売業界の進出は非常に限られているとあって良い。

### (3) 今後の見通し

Euromonitor の調べに基づく、2024 年から 2029 年までの 5 年間の小売市場の成長率は年率 9.3%と予想されている。インターネット小売市場は、年率 14.7%程度のペースで拡大が続き、2029 年には小売市場全体の 11.0%を占めるまでになると見込まれている。その他では非食品専門店の健康・美容関連製品やレジャー・スポーツ用品などの市場拡大も続くと見られ、今後更に多くのブランドがインドに進出すると期待される。

図表 22-14 業態別販売構成比（2024 年→2029 年）

分類	金額（10億ルピー）			構成比		
	2024	2029	年率成長率	2024	2029	差分
<b>小売売上高</b>	<b>68,861</b>	<b>107,396</b>	<b>9.3%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
店舗型小売	62,929	95,627	8.7%	91.4%	89.0%	-2.3%
食品小売店	40,593	59,385	7.9%	58.9%	55.3%	-3.7% ↓
モダントレード	1,721	2,965	11.5%	2.5%	2.8%	0.3%
（内、コンビニエンスストア）	46	64	6.9%	0.1%	0.1%	-0.0%
（内、ガソリンスタンド付属店舗）	-	-	-	-	-	-
（内、ハイパーマーケット）	618	1,048	11.1%	0.9%	1.0%	0.1%
（内、スーパーマーケット）	1,057	1,853	11.9%	1.5%	1.7%	0.2%
トラディショナルトレード	38,872	56,420	7.7%	56.4%	52.5%	-3.9% ↓
非食品専門店	22,105	35,926	10.2%	32.1%	33.5%	1.4%
アパレル・靴専門店	5,351	8,639	10.1%	7.8%	8.0%	0.3%
電化製品専門店	4,131	6,808	10.5%	6.0%	6.3%	0.3%
健康・美容関連製品専門店	2,825	4,665	10.5%	4.1%	4.3%	0.2%
（内、美容専門小売店）	32	53	10.3%	0.0%	0.0%	0.0%
（内、調剤薬局）	2,486	4,158	10.8%	3.6%	3.9%	0.3%
（内、メガネ等小売店）	307	454	8.2%	0.4%	0.4%	-0.0%
日用品、家具、園芸専門店	2,588	4,033	9.3%	3.8%	3.8%	-0.0%
D I Y	632	969	8.9%	0.9%	0.9%	-0.0%
家具・日用品専門店	1,929	3,012	9.3%	2.8%	2.8%	0.0%
レジャー、スポーツ用品専門店	6,443	10,562	10.4%	9.4%	9.8%	0.5%
（内、鞆）	214	295	6.6%	0.3%	0.3%	-0.0%
（内、時計・宝飾品）	5,879	9,710	10.6%	8.5%	9.0%	0.5%
（内、メディア製品）	-	-	-	-	-	-
（内、ペットショップ）	27	51	13.9%	0.0%	0.0%	0.0%
（内、スポーツ用品）	267	430	10.0%	0.4%	0.4%	0.0%
（内、文具・オフィスサプライ）	-	-	-	-	-	-
（内、玩具・ゲーム）	83	128	9.0%	0.1%	0.1%	-0.0%
その他非食品専門店	438	647	8.1%	0.6%	0.6%	-0.0%
百貨店等	329	571	11.6%	0.5%	0.5%	0.1%
（内、デパート）	329	571	11.6%	0.5%	0.5%	0.1%
非店舗型小売	5,932	11,770	14.7%	8.6%	11.0%	2.3% ↑
訪問販売	231	316	6.5%	0.3%	0.3%	-0.0%
通販（除くインターネット決済）	-	-	-	-	-	-
インターネット小売	5,932	11,770	14.7%	8.6%	11.0%	2.3% ↑
自動販売機	-	-	-	-	-	-

（注） 矢印は構成比でプラスマイナス 2.0 以上の差分が生じたもの。

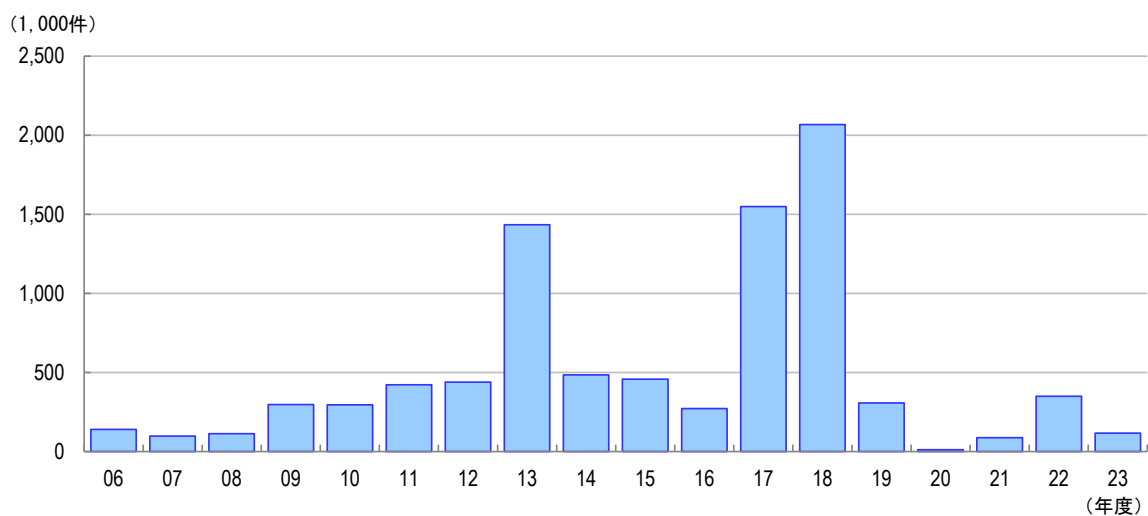
（出所） Euromonitor より作成

## 6. 不動産（居住用）

### (1) 居住用不動産市場

住宅都市開発公社（Housing and Urban Development Corporation）の統計によると、インドでは、2017年度から2018年度にかけて、住宅完工件数は大きな伸びを見せたが、2019年以降はCOVID-19の影響も受けて大きく減少し、その傾向は2023年度まで変わっていない（図表 22-15）。従来は、この内多くの割合が社会的弱者層（Economically Weaker Section）向けの住居であったが、近年の所得向上に伴い、中高所得層向けの住宅需要も増えている。

図表 22-15 住宅完工件数の推移



（出所）Housing and Urban Development Corporation Limited より作成

### (2) 日本企業の進出と外国投資に関する課題

新興国の中には、不動産事業について外資規制を厳しくし、外資企業の進出を難しくしているケースがある。しかし、インドでは不動産開発や不動産仲介事業では、外資100%の子会社設立が可能である。

「2020年統合版FDI政策」（項目5.2.10）に、住宅・不動産に関する規制の有無や内容が記されている（図表22-16）。これによると、政府のガイドラインに従うとの条件はあるが、住居、商業施設、ホテル、リゾート、娯楽施設などに関する土地開発・建物建設プロジェクトでは、自動認可で100%まで外国企業の出資が認められている。また、不動産仲介企業は不動産事業とは定義されておらず、自動認可ルートで外国企業の100%出資が可能となっている。

しかし、用地取得が困難なインドで外国企業が不動産事業を行うことは容易ではない。このため、地場財閥や大手デベロッパーと合弁会社を設立するか、または州政府が実施する都市開発の競争入札に参加することが重要となる。

図表 22-16 住宅・不動産業の外資規制

1	タウンシップ、都市・地域のインフラ、住居、商業施設、ホテル、病院、道路と橋、教育機関、リゾート、娯楽施設に関する土地開発・建物建設プロジェクトについては、政府のガイドラインに従うことを条件に、自動認可で100%まで出資が認められる。
2	撤退は、プロジェクトあるいは道路、水道、街灯、下水・排水道等のインフラ主要開発業務を完了した後に可能。尚、当該出資金をプロジェクトを完了せずに出資金を本国送金する場合、各トランシェの拠出時から3年間のロックイン期間が適用される。  しかし、SEZの開発、ホテルならびに観光施設、病院、老人ホーム、教育用施設、非居住のインド人（Non Resident Indian：NRI）による投資に関しては、前述の3年の投資期間の条件は課せられない。
3	不動産事業、農地の建設業、移転可能な開発権（TDRs）のトレーディング事業に従事している（または従事しようとしている）企業に、外資は認められていない。  不動産事業とは、土地等の固定資産の取扱いにより利益を得ることで、タウンシップの開発、住居・商業施設、道路や橋、教育施設、娯楽施設、都市・地域等のインフラやタウンシップの建設を含まない。
4	不動産賃貸またはリースにより収益を得る事業は、不動産事業には該当しない。 なお、不動産仲介企業は不動産事業とはされず、自動認可ルートで100%出資が可能。

（出所）JETRO ウェブサイト、インド商工業省より作成

### （3）日本企業の進出と事業機会

近年、日本企業によるインドの不動産開発市場や住宅設備市場への進出が増えている（図表 22-17）。インドでは、2017 年に施行した不動産規制法により、デベロッパーはプロジェクトの工期順守が要求され、計画が遅れた場合は罰則が科されると規定されている。日本企業の製品の多くは、競合する地場企業に比べて価格が高いため、製品コストでは不利となるが、施工方法がシステム化されており、作業時間を大幅に短縮することができる。不動産開発の規制が厳しくなる中、品質の高さに加え、このような短納期実現を可能とする付加価値の高さが、日本企業に有利に働くと考えられる。

近年、不動産開発に進出した日本企業として、三菱地所がある。三菱地所は、2023 年 8 月にチェンナイでのオフィスビル開発プロジェクト「International Tech Park Chennai, Radial Road」への参画を皮切りに、本格的にインドの不動産開発に進出した。また、2025 年にはベンガルールにて分譲住宅事業「Birla Evara」に参画しているほか、2024 年 9 月にはニューデリーの既存物流施設に投資するなど、事業を拡大している。なお、既存物流施設への投資は、日系デベロッパーとしても初の例である。その他、以前からインド市場に参画していた東急不動産や住友商事、丸紅などの商社も住宅分譲事業に積極的に出資している。東急不動産はチェンナイに 1 か所、ムンバイに 3 か所の分譲住宅事業を手掛ける。チェンナイの「Inseli Park」プロジェクトは、IT 関連施設や病院、研究所を擁する地区での大型分譲事業であり、同社にとって初のインド事業となる。ムンバイで進行中のプロジェクトのいずれも国立公園やビジネスパーク、IT パーク、金融街などに近接した地区に立地しており、中高所得者をメインターゲットにした事業である。

住友商事が 2018 年に参画した「Krisumi City」プロジェクトは、2025 年現在佳境を迎えている。現地企業であるクリシュナグループと協働出資で設立した Krisumi Corporation が主体となっており、2025 年全 4 期のうち 2 期までに建設したマンションは既に販売を完了しており、2030 年に最後のマンションが完成予定である。丸紅に関しては、2020 年 3 月のムンバイでの「Atomsphere」プロジェクトを皮切りに、現地デベロッパー-Kolte-Patil Developers との協業で、これまでに 3 件の分譲住宅事業を手掛けている。



一方、住宅設備分野は、不動産開発分野よりも日本企業のインド進出は速い。TOTO は 2011 年にムンバイに現地法人を設立し、2014 年にはグジャラート州に衛生陶器工場を開業し、2019 年にはデリーに直営のショールームをオープンしている。2024 年 8 月に同社は、Tier2～3 の都市への拡販を強化すべく、販売チャネルの強化を発表した。同じく衛生陶器関連では、LIXIL が 2018 年にアンドラ・プラデシュ州を拠点とする地場企業を買収し、衛生陶器工場を稼働している。同社は、ハリヤナ州に住宅サッシなどを主要製品とする「ハウジングテクノロジー事業」の子会社を有しており、2 拠点目のインド工場となる。

この他、2007 年に地場企業を買収し、照明器具や配線器具を生産していたパナソニックは、2018 年にシステムキッチンなどの販売を開始し、住宅部材事業を本格展開すると発表した。また、2023 年には水回りの給湯器のラインナップの拡充や、プネとナシックにおいて住宅用ソーラーキットの発売を行うなど、着実に存在感を高めつつある。

図表 22-17 日系企業のインド不動産関連市場への進出などの動き

年月	企業	場所	内容
2018年2月	住友商事	グルグラム	大規模住宅開発「Krisumi City」 Krisumi Corporation(インド企業とのJV)
2020年3月	丸紅	ムンバイ	現地デベロッパーのWadhwa Group Holdingsが手掛ける 「Atomsphere」プロジェクトに参画
2022年4月	東急不動産	チェンナイ	分譲住宅「Inseli Park」プロジェクトにインド不動産ファンド 経由で参画
2022年4月	東急不動産	ムンバイ	分譲住宅「71 Midtown」「Maverick」「Vaibhavlaxmi」プロジェ クトへ出資
2022年11月	丸紅	プネ	現地の不動産会社Kolte-Patil Developersが手掛ける住宅 開発・分譲事業に参画
2023年8月	三菱地所	ベンガルール	分譲住宅開発「Birla Evara」 現地パートナー: Birla Estates (Aditya Birla Group)
2024年9月	三菱地所	デリー近郊	不動産投資会社Rava Partnersが出資するLogicap Management Pte. Ltd.と共に、ニューデリー首都圏の既存 物流施設2件に投資。
2024年9月	丸紅	プネ	現地の不動産会社Kolte-Patil Developersが手掛ける住宅 開発・分譲事業に参画(同社とは3件目の協業)
2025年2月	三菱地所	チェンナイ	オフィス開発「International Tech Park Chennai, Radial Road」プロジェクトへ参画

(出所) 各種報道資料、各社プレスリリースより作成

## 7. エアコン

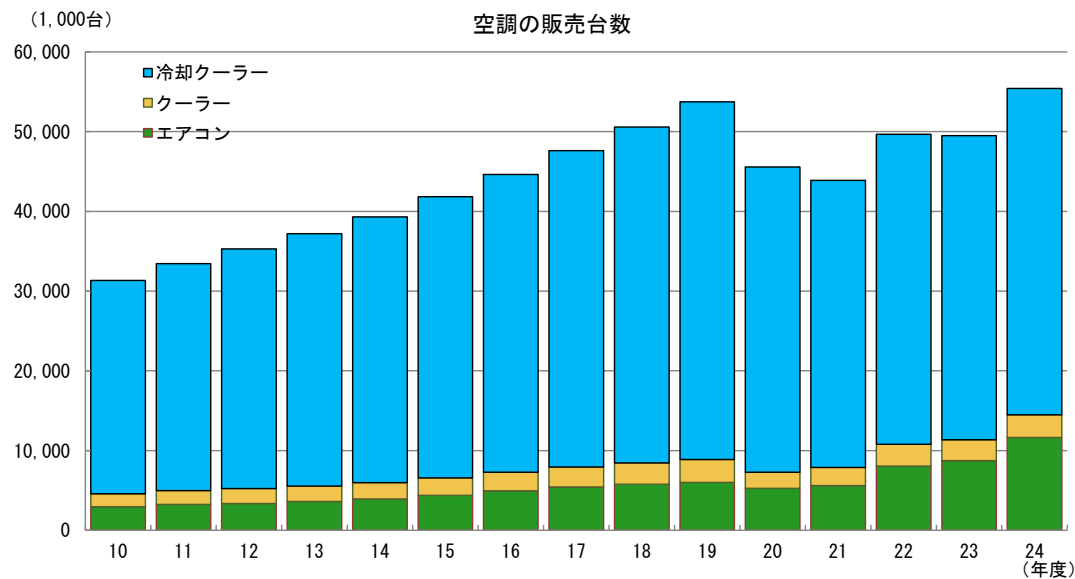
### (1) エアコンの市場規模と推移

2024 年現在のインドのエアコンを含む空調設備の市場規模は約 53.2 億ドルである。冷却ファンやエアクーラー、エアコン、や空気清浄機などの製品があるが、特に近年伸びているのはエアコンとエアクーラーである。なお、エアクーラーとは、自然気化により空気を冷やすものであり、冷却力はエアコンより少し劣る。除湿機能がないものの、その分エアコンよりも設置コスト、電気代ともに安価であり、乾燥した地域で有効である。2024 年現在のインドでは、エアクーラーが



280 万台程度、エアコンが 1,160 万台程度販売されているが、特に 2021 年以降、エアコンの販売台数が急激に伸びている。背景には、ここ 10 年程度で都市部を中心に夏季の気温が上昇しており、贅沢品ではなく必要不可欠な家電としてみなされつつあること、都市世帯を中心とした所得の向上により、手が届きやすくなったことがある。

図表 22-18 インドにおける空調の販売台数



(出所) Euromonitor よりデータ取得のうえ作成

空調全体の主要ブランドとしては、上から順に Crompton (シェア 22.4%) や Usha (同 12.7%)、Havells (同 7.6%)、Bajaj (同 7.5%)、Orient (同 6.5%) であるが、全てインド現地のメーカーである。日系企業としては Daikin がインド市場に進出しており、ブランドシェアとしては 10 位に位置する (同 2.5%)。

ダイキンは、2000 年に地場企業の Usha Shriram との合弁でインドに進出し、2009 年より現地生産を開始しており、現在ニムラナ、スリ・シティに合計 3 つの工場を構えている。直近の動向として、2025 年 4 月にニムラナで R&D センターを新設したほか、2030 年までにインドをグローバル輸出ハブとする方針を公表している。さらに、日経・経済産業省共催の「Japan-India-Africa Business Forum」(2025 年 2 月)では、インドで確立した事業モデルをアフリカへ展開し、同地域でのトップポジション確立を目指す旨を明言した。これらを踏まえ、インド拠点の戦略的重要性は一段と高まっていくと思われる。

ダイキンと同じく、三菱電機もインドのエアコン市場で影響力を持つ。同社は 2010 年にインドに進出し、主に輸入販売を手掛けてきたが、2023 年に、タミル・ナドゥ州で同社初となる空調・圧縮機工場を建設する計画を発表しており、2025 年 10 月ごろの稼働開始を予定している。将来的には海外輸出も視野に入る可能性があるものの、当面はインド国内で拡大する需要への対応が主軸となるとと思われる。

## (2) 今後の見通し

Euromonitor の調べによると、所得増や消費者の需要に支えられ、今後エアコン販売は年率約 11.3%程度伸びることが見込まれている。中でも、2024 年にパナソニックがスマートエアコンを発表したように、IoT に対応したエネルギー消費効率の良い製品も、今後中高所得者層を中心に広がっていくと思われる。

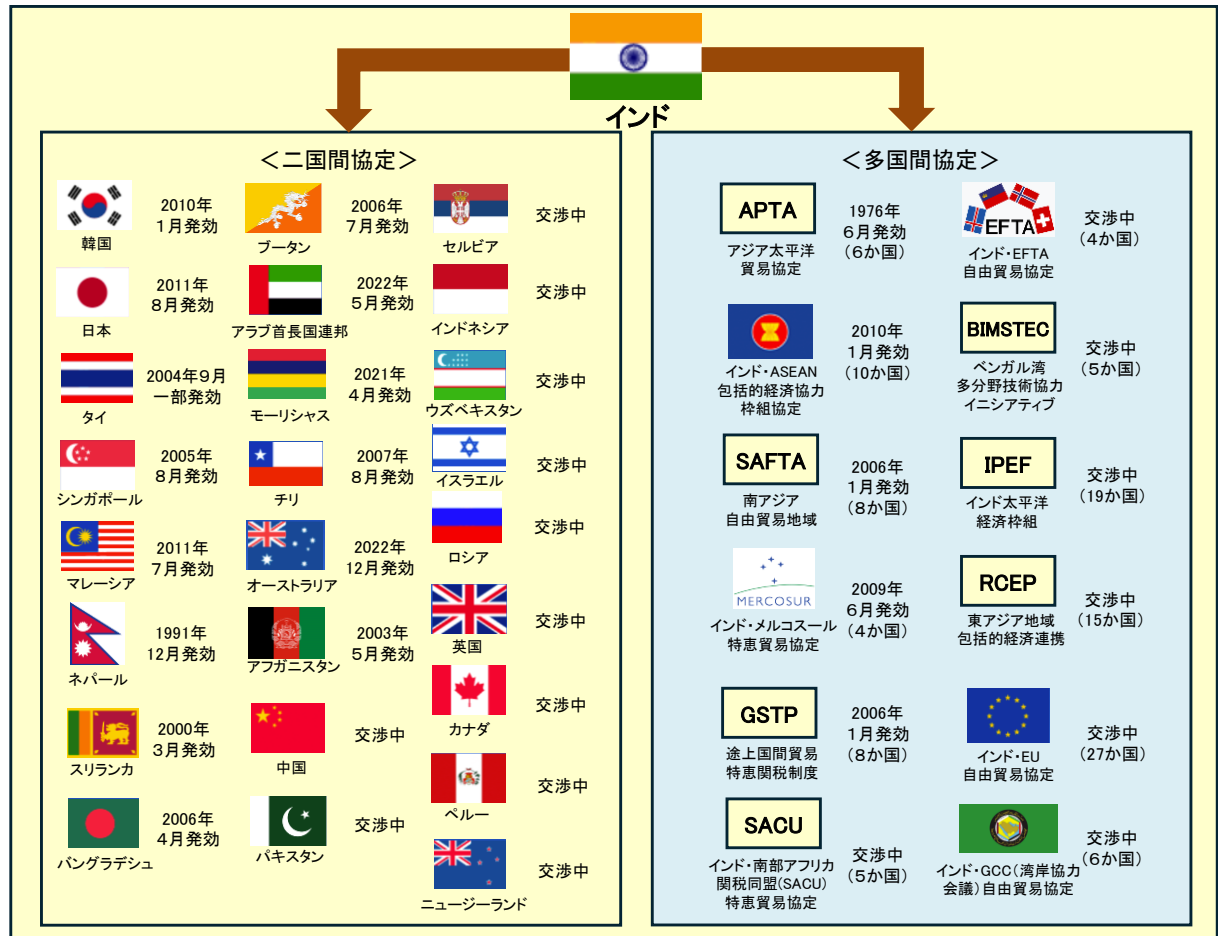
エアコン以外では、導入コストが低い冷却ファン、空気清浄機などの需要増加が見込まれる。インドでは特に天井に取り付ける天井扇（冷却ファンの一種）が広く普及しており、近年都市を中心に住宅需要が増加していること、2023 年頭に開始された環境規制により、省エネルギー型モデルへの注目が高まったことなどをうけ、今後も順調に伸びていくと考えられる。空気清浄機に関しても、大気汚染の影響を受けて需要の増加が見込まれる。

## 8. FTA、EPA の進捗状況

図表 22-19 から図表 22-21 に、インドの各国との FTA や EPA の交渉・発効の進捗状況をまとめた。インドはアジア諸国を中心に、積極的に経済・貿易交渉を進めている。同国は 2000 年頃まで保護主義的な通商政策をとっていたが、その後は中国による ASEAN への接近に対する警戒感から、選択的自由化（Selective Liberation）と戦略的提携の方向に政策方針を転換したと考えられる。

他方で、関税障壁撤廃などによる自由貿易の拡大に伴う国内産業圧迫への警戒心は産業界にまだまだ根強く、思惑通りに交渉が進まない協定も少なくない。

図表 22-19 インドの二国間、多国間経済・貿易協定の概要（2025 年 7 月時点）



（注） 多国間協定の（ ）内は加盟国・交渉参加国数。インドが加盟する地域連合ではインドを除いた数（出所）JETRO「WTO・他協定加盟状況」より作成

最近の二国間協定の進捗として、まず、2022 年 5 月のアラブ首長国連邦・インド包括的経済連携協定（両国間で取引される品目の 80% 近くについて関税を撤廃）が挙げられる。この提携締結後、2024–2025 年までの貿易額が 1,000 億ドル以上と、締結当初の 2 倍以上に増えている。そのほか、ウズベキスタンとは 2022 年 1 月に、英国とは 2022 年 1 月に FTA 交渉開始を発表し、2025 年 7 月には英国との間で包括的経済連携協定を締結した。これにより、英国からインドへの輸出品の 9 割弱で関税の撤廃や引下げが予定されている。なお、ウズベキスタンとの協定については、2025 年 8 月現在も交渉中である。ニュージーランドとの交渉については、2015 年以降約 10 年間交渉が中断していたが、2025 年 3 月に交渉の再開が発表され、2025 年 5 月に再開後の第 1 回交渉が行われた。日本・インド包括的経済連携協定の詳細と直近の進捗については「第 5 章 日インド経済関係」を参照のこと。

多国間協定については、EU との FTA 協定交渉が 2007 年 6 月に始まったものの、EU の主要輸出品（自動車、ワインなど）に対するインド市場の開放、金融サービスの取扱いなどに関して折り合いがつかず、2013 年に一旦交渉は中止となった。2021 年 5 月に開催された EU・インド首脳会議にて、交渉の再開について合意されたのち、2022 年 6 月、EU とインドは正式に交渉再開を発表し、第 1 回交渉会合をニューデリーで開催された。その後も農産品や医薬品などの各項目で交渉ラウンドを重ね、2025 年 2 月、EU 欧州委員会の代表団が訪印し、年内の FTA 締結の目標を再確認した。2025 年 7 月時点で 12 回の交渉ラウンドを終え、サービス分野でのオファーを交換済みである。今後も関税引下げや知的財産、持続的開発条項などを引き続き議論していくと見られる。また、EU 以外にも、EFTA との間にも 2024 年 3 月に貿易・経済連携協定（TEPA）を締結している。

また、東アジア地域包括的経済連携（Regional Comprehensive Economic Partnership : RCEP）は日本も含めたアジア・太平洋 16 カ国（ASEAN、日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランド、インド）の経済連携枠組みで、日本にとっては中国への牽制やインドの厳格な原産地規則の緩和などのメリットが期待されていたが、インドは、2019 年 11 月に交渉から離脱した。

インドが RCEP 交渉から離脱したのは、関税撤廃・削減により、安価な輸入品が大量に流れ込み、自国製造業や農業・畜産業、雇用などに悪影響を与える可能性を懸念したことが一因として挙げられる。インドは、RCEP 加盟の多くの国との間で貿易赤字を抱えている。モディ政権は Make in India 政策や「自立したインド」政策により、製造業を振興し、輸入品への依存度を下げ、輸出を促進するイニシアチブを打ち出しているが、広範囲の関税撤廃を求める他の RCEP 加盟国との隔たりは大きいものであった。2025 年 8 月現在もインドは RCEP には加盟していないものの、2024 年以降、世界銀行やインドのシンクタンク NITI Aayog より再加盟を検討する提言が出ている。

政権は、バランスの取れた貿易を実現させるには、発効済みの貿易協定を見直し、更新することとも必要であるとの考えのもと、アジアから米国、欧州に軸足を移し、他国との接続を維持しようとしている。2022 年の EU との FTA 交渉に始まり、2024 年の EFTA との TEPA 締結など、着々と歩みをすすめている。

図表 22-20 インドの二国間 FTA・EPA の詳細

【発効済】				
地域	対象国	名称	発効年月	主な内容
東アジア	韓国	韓国・インド包括的経済連携協定	2010/1	【自由貿易協定】 インドは韓国からの輸入のうち、金額ベースで74.5%を8年以内にゼロ関税とする。韓国はインドからの輸入のうち、金額ベースで84.7%を8年以内にゼロ関税にする。除物品として、インド側は輸入金額ベースで14.5%、768品目、韓国側は同4.8%、765品目に相当する品目をそれぞれ指定している。共通して除物品目リストに含まれる主な品目には、乗用車、貨物自動車、エアコン、洗濯機（全自動）、ガソリンエンジン等。
	日本	日本・インド経済連携協定	2011/8	【自由貿易協定】 物品貿易では、日本側は輸入額の97%を10年以内に無税化、鉱工業品はほぼ全ての品目を即時関税撤廃。農水産品のうち、ドリアン、製材、エビ等は即時撤廃。カレーや紅茶については10年以内に無税化。インド側は同90%を10年以内に無税化。液晶パネルや衣類などは即時撤廃。鉄鋼製品の多くについては5年以内に関税撤廃。原産地証明制度に関して、第三者証明制度を採用。
東南アジア	タイ	インド・タイ経済協力枠組協定	2004/9（一部）	【自由貿易協定】 アーリーハーベスト（EH）の82品目については、2006年9月までに関税を撤廃。2012年の第2次改定議定書により1品目が追加され、即時撤廃。2008年12月末の交渉では、原産地規則の一般規則につき、HSコード6桁レベルの変更（CISH）および付加価値基準35%とすることで合意。2012年1月には、EHを規定した「第2修正議定書」を締結、2ドア冷凍冷蔵庫が対象に加わり即時撤廃、第三国インボイスも利用可能に。サービス貿易や投資なども含む本 FTAについては交渉継続。
	シンガポール	インド・シンガポール包括的経済協力協定	2005/8	【自由貿易協定】 対象分野は、物品貿易、サービス貿易、投資保護協力、二重課税防止、その他保険・教育・メディア・観光分野での協力。インド側は506品目の関税を協定発効時に即時撤廃。2,202品目の関税を2009年4月までに段階的に撤廃。2,407品目の関税を2009年4月までに段階的に50%まで引き下げ。2007年12月の修正議定書により新たに539品目を段階的撤廃・引き下げ。シンガポールはインドからの全ての輸入品の関税を撤廃。原産地規則は、現地調達比率40%以上の付加価値基準とHSコード4桁の関税番号変更基準の併用型。2018年8月には第2回協定議定書が署名、同9月に発効された。
	マレーシア	インド・マレーシア包括的経済連携協定	2011/7	【自由貿易協定】 協定内容は、物品貿易、サービス貿易、投資、経済協力。関税撤廃・引き下げスケジュールでは、ノーマルトラック1が2013年9月撤廃、同2が2016年6月までに撤廃。センシティブトラックは2016年6月までに5%へ引き下げとされており、いずれもASEAN・インド FTAに比べ、早いスケジュールが適用される。
南アジア	ネパール	インド・ネパール貿易協定	1991/12	【特恵貿易協定】 双方からの一次産品輸入に対しては関税が免除されている。さらに、インドはネパールからの輸入品に対して30%の付加価値基準と関税番号4桁変更を条件に関税を免除。インド政府は4%の特別追加関税についても条件付きで免除を決定。両国は協定発効時に、協定の有効期間を7年間と設定し、その後は7年単位で自動更新することに合意している。同協定はインドがネパールの産業振興を支援することが目的であり、現在インドは、サービス貿易や投資を含めた協定を提案している。
	スリランカ	インド・スリランカ自由貿易協定	2000/3	【自由貿易協定】 基本関税が免除される品目、経過措置をとる品目、クォータ制をとる品目、対象外品目に分類されている。すでにインド側196品目、スリランカ側1,180品目を除く品目の関税を撤廃済み。
	バングラデシュ	インド・バングラデシュ貿易協定	2006/4	【自由貿易協定】 2006年4月1日に署名、発効。両国間の貿易において、互いの水路・道路・鉄道の利用ができるようになった。同協定は、2012年3月31日に失効することになっていたが、2015年6月に当該協定の有効期間を5年延長し、その後は5年単位で自動更新することを決定した。両国は貿易投資の促進のため、協定直近の議論が続けられている。2018年10月に、両国が貿易および通航での輸送のために、内陸および沿岸水路ネットワークの拡大について二国間協定を締結した。現在、両国に対する貿易上の恩典のため、インド・バングラデシュ包括的経済連携協定（CEPA）の確定に取り組んでいる。
	ブータン	インド・ブータン貿易協定	2006/7	【特恵貿易協定】 通知書（No.38/96-cus., dated 23rd July 1996 as amended by notification No.70/2006-cus., dated 4th July 2006 and no.41/2012-Cus., dated 14th June 2012, No.43/2017-Customes）により一定の条件を満たせばブータン製造・生産の特定の物をインドに輸入する際、またはインド製造・生産の特定の物をブータンへ輸出する際には関税が免除される。両国の政府は貿易に関して全面的な相互援助と協力を行うことで合意した。
西アジア	アフガニスタン	インド・アフガニスタン特恵貿易協定	2003/5	【特恵貿易協定】 対象品目（インド側38品目、アフガニスタン側8品目）に対し、50～100%の範囲で関税を引き下げる特恵関税を適用。主な対象品目は果実やスパイス等。
中東	アラブ首長国連邦	アラブ首長国連邦・インド包括的経済連携協定	2022/5	【自由貿易協定】 両国間で取引される品目の80%近くについて関税を撤廃する。
アフリカ	モーリシャス	モーリシャス・インド包括的経済協力連携協定（CECPA）	2021/4	【自由貿易協定】 インドからの輸出品について、食品や飲料、農産品、繊維製品、電気器具などの310品目が経過措置の対象。モーリシャス側は、砂糖、酒、衣類など615品目のインドへの市場アクセスが改善。
米州	チリ	インド・チリ特恵貿易協定	2007/8	【特恵貿易協定】 2007年8月、HSコード8桁レベルでインド側296品目、チリ側266品目の関税を10～50%の範囲で引き下げることに両国が合意し、本協定が発効した。2017年5月には、本協定の拡大協定が発効した。これにより、チリ産の農産品や果汁が特恵関税の対象となった。さらに2019年9月、両国はさらなる対象品目拡大に向けた協議開始に合意し、2021年4月に第2回協議が行われた。2021年10月には第3回協議が行われている。
オセアニア	豪州	インド・豪州自由貿易協定	2022/12	【自由貿易協定】 2008年4月～2010年5月、FTAの実現可能性に関する共同研究を実施。この共同研究では、FTAが両国の経済成長、モノとサービスの貿易、投資、その他の商業関係などに対してどのような影響を与えるのかについて研究が行われた。2011年5月に交渉開始に合意。2015年9月までに、財貿易、サービス貿易、貿易関税、通関手続き、衛生・植物検疫（SPS）および技術的貿易障壁（TBT）、市場アクセスについて議論が進められた。2021年9月に交渉再開に合意し、2022年4月に署名、同年12月29日に発効した。なお、本協定は、最終的に目指す包括的経済協力協定（CECA）に向けた暫定協定という位置付けとなっている。  インド政府の発表によると、インド産品のオーストラリア輸入時の関税率は将来的に全品目で無税となるほか、オーストラリアに留学中のインド人学生が卒業後に同国における就労ビザ（1年半～4年）を取得できるようになる。また、オーストラリアにおけるヨガのインストラクターや料理人といった専門職の年間ビザ枠が、インド人に対して設けられる。  他方、オーストラリア政府の発表によると、オーストラリア産品のインド輸入時の関税率は85%以上が無税であり、2026年1月1日までにこれが90%まで上昇。対象となる品目には、野菜・果物や羊毛・羊肉などの農畜産品、ワイン、天然資源などが含まれる。また、オーストラリア企業によるインド向け直接投資においても、高等教育や研究開発（R&D）、通信・建設・エンジニアリングなどを含む31分野において、オーストラリアが最恵国待遇を受けることが保証される。

【交渉中】

地域	対象国	名称	交渉開始年月	経緯
東アジア	中国	インド・中国貿易協定		2003年に二国間協定を見据えた共同研究グループ（JSG）を立ち上げ、同JSGの報告を踏まえ、合同タスクフォースを設置。2007年10月の第6回同タスクフォースで、貿易・投資を含む経済連携可能性調査レポートが作成された。 インド国内では、安価な中国製品が流入することへの警戒感や反発が産業界において強いのは事実だが、両国政府は、ワーキンググループを設置して、貿易経済関係の深化を模索していくことで合意。
東南アジア	インドネシア	インド・インドネシア包括的経済協力協定	2011/10	2005年11月に署名されたMOUに基づき、2007年10月より共同研究グループ（JSG）を開始。2009年9月、JSGは包括的経済連携協定の締結を勧告する報告書を提出。報告書は、物品貿易、投資、サービス貿易、経済協力、結論・提言から成る。2011年1月に交渉開始を発表、同年10月に正式に交渉を開始。
中央アジア	ウズベキスタン	インド・ウズベキスタン特惠貿易協定	2022/1	2022年1月交渉開始。
南アジア	パキスタン	インド・パキスタン貿易協定	2011/4	インドとパキスタンとの貿易協定は存在しない。両国間では、貿易協定締結に向けた議論が2011年4月に開始された。 インドはパキスタンに最恵国待遇（MFN）ステータスを付与し、パキスタンは1,938品目のポジティブリスト方式（インドからパキスタン向けに輸出が可能な品目を規定）を改め、1,209品目のネガティブリスト方式（インドからパキスタン向けに輸出が不可能な品目を規定）に移行した。 同ネガティブリストには、インドが輸出に関心を持つ繊維製品、自動車部品、化学製品や医薬品などが含まれている。インドからの輸出が禁止されている具体的な品目リストは、パキスタン政府のウェブサイトにて参照可能。 なお、同ネガティブリストは、2012年以内に撤廃の予定であったが、パキスタン政府のMFN供与決定の遅れに伴い、継続適用されている。  2019年2月、インドはパキスタンとの政情不安を背景に、パキスタンに供与したMFNステータスを取り消し、パキスタンにて産出される品目に対して適用される関税を200%に引き上げた。
西アジア	イスラエル	イスラエル・インド自由貿易協定	2010/5	2004年12月に両国間の貿易協定締結に向けた交渉が開始され、共同研究グループを立ち上げて議論が続けられている。2010年5月には第1回目の交渉がニューデリーで開催された。2013年11月には第8回目の交渉がイスラエルで開催された。
欧州	ロシア	インド・ロシア包括的経済協力協定	2014/12	2014/12：交渉開始合意
	英国	英国・インド自由貿易協定	2025/1	2022年4月、首脳会談において、2022年10月末までに大部分の交渉を完了する目標を設定。 2024年11月18日、2025年に交渉を再開すると発表。
	セルビア	インド・セルビア貿易・経済協力協定（TECA）	2006/2	2006年2月に、両国の間でTECAに調印。二国間のIT、医薬、自動車部品の貿易促進を目的とする。 また、両国間の新たな貿易領域を模索するための合同経済委員会の設置も目指している。
米州	カナダ	カナダ・インド包括的経済連携協定	2010/11	両国の共同研究結果は、協定はカナダのGDPを60～150億カナダ・ドル、インドのGDPを60～120億カナダ・ドル押し上げると試算。また、貿易面では、カナダの対インド輸出を39～47%、インドの対カナダ輸出を32～60%増加させるとしている。2023年9月以来、交渉中断中。
	ペルー	インド・ペルー自由貿易協定	2017/8	2013年10月に交渉開始が合意され、2017年8月に交渉が開始した。その後、2024年4月までに7回の交渉が行われたが、未だ協定の妥結には至っていない。
オセアニア	ニュージーランド	インド・ニュージーランド自由貿易協定	2010/4	2007年に共同研究を開始することに合意し、2009年2月に共同研究は完了。2010年1月に交渉開始を表明。2010年4月に第1回交渉、2015年2月までに10回の交渉が行われた。交渉範囲は、競争政策、政府調達、労働、環境など多岐にわたる。

【構想段階】

地域	対象国	名称	交渉開始年月	経緯
欧州	トルコ	トルコ・インド自由貿易協定	未定	【自由貿易協定】 2009年9月から交渉開始に向け検討中

（出所）JETRO「WTO・他協定加盟状況（最終更新日：2024年11月18日）」、各種報道より作成



図表 22-21 インドの多国間 FTA・EPA の詳細

【発効済】

地域	対象国	名称	発効年月	主な内容
アジア	中国、韓国、 バングラデシュ、 ラオス、スリランカ、 モンゴル	アジア太平洋貿易協定 (APTA)	1976/6	【 <b>特惠貿易協定</b> 】 アジア太平洋地域の開発途上国間の貿易自由化及び交易の拡大が目的。 第3次関税減免措置が実施され、関税引き下げ品目は合計4,270品目となった。第4次関税減免措置では、バングラデシュは78品目について30～70%の 特惠マージンを提案。 中国、インド、韓国、スリランカ、バングラデシュ、ラオスの参加6カ国 は、10,312品目について平均33%に関税引き下げを行った。 物品のみ適応されていたが、サービスや投資など適応範囲を拡大する予 定。
	ASEAN	ASEAN・インド包括的経済 協力枠組協定	2010/1	【 <b>自由貿易協定</b> 】 2003年10月に包括的経済協力枠組協定に署名。FTAによる関税の自由化・ 引き下げに関するスケジュールに基づき、関税について段階的に2013年末 と2016年末の2つの時点で自由化・引き下げが実施される。物品の貿易につ いては、2008年8月に、インド側489品目のネガティブリストを含む内容で 合意し、2009年8月に署名、2010年1月に発効。2011年にフィリピン、カン ボジアが批准を済ませ、10カ国すべての国と発効。 一方、インドとASEANは、2012年12月、サービスと投資分野のFTAの締結に 合意。2014年9月にサービスと投資分野のFTAが最終的に締結され、2015年9 月に発効した。
	バングラデシュ、ブー タン、インド、モルディブ、 ネパール、パキスタン、ス リランカ、アフガニスタン	南アジア自由貿易地域 (SAFTA)	2006/1	【 <b>自由貿易協定</b> 】 南アジア地域協力連合（SAARC）内のFTA。域内先進国（インド、パキスタ ン、スリランカ）は、2006年7月から2007年末までに20%以下まで関税を引 き下げ、その後2012年末までの5年間で0～5%まで引き下げた（スリランカ については更に1年延長し6年間で実施）。域内後発開発途上国（バングラ デシュ、ネパール、ブータン、モルディブ）は、2006年7月から2007年末ま でに、30%以下まで引き下げ、2016年末までの8年間で0～5%にまで引き下 げる予定だったが交渉が続いている。関税譲許品目の拡大についても議論 が行われている。
米州	メルコスール加盟国	インド・メルコスール 特惠貿易協定	2009/6	【 <b>特惠貿易協定</b> 】 2004年1月に特惠関税枠組み協定を締結した後、詳細ルールを定めた本協定 が2005年3月に締結された。インド側450品目、メルコスール側452品目の関 税を10～100%の範囲内で引き下げる。インド側引き下げ品目には肉類・肉 製品、有機・無機化学品、染料・塗料、皮革類・皮革製品、ウール、綿 糸、ガラス・ガラス製品、鉄鋼製品、機械類、電気機械・部品、光学機 器、写真・映画用機器等が含まれる。
世界	GSTP42カ国・地域	途上国間貿易特惠関税制度 (GSTP)	1989/4	【 <b>特惠貿易協定</b> 】 GSTPは、1976年にメキシコで開催された677国会合において、途上国間の貿易 を促進するために考案された。その後GSTPIは1988年4月13日に署名され、 1989年4月19日に発効した。本制度は途上国間の貿易活性化を目的としてい る。加盟国は貿易特権を含む経済と貿易の特権を享受できる。

【署名済】

地域	対象国	名称	発効年月	主な内容
欧州	EFTA （スイス、ノルウェー リヒテンシュタイン アイスランド）	EFTA・インド自由貿易協定	2024/3	【 <b>自由貿易協定</b> 】 物品貿易（原産地規則および貿易円滑化を含む）、貿易救済、衛生植物検 疫措置（SPS）、貿易の技術的障壁（TBT）、サービス貿易、投資促進および協 力、知的財産、政府調達、競争、貿易と持続可能な開発、紛争解決、制度 規定、最終規定など含む。

【交渉中】

地域	対象国	名称	交渉開始年月	経緯
アジア	タイ、バングラデシュ、ブータン、ミャンマー、ネパール、スリランカ	ベンガル湾多分野技術協カインシアティブ (BIMSTEC)	2004/9	BIMSTECはASEANとSAARCを橋渡しする経済協力関係として位置付けられている。また、BIMSTECはインドの「ルックイースト戦略」においても重要な位置付けとも考えられている。関税譲許、税関の協力関係の構築、サービスや投資の促進についての交渉も行われている。 2017/8には、第4回BIMSTEC関係会合がネパールで行われた。当該会合において、BIMSTECにおける特定分野における協力活動についての進展・成果の見直し、協力促進方法を巡る議論が行われた。
	オーストラリア、ブルネイ、フィジー、インド、インドネシア、日本、マレーシア、ニュージーランド、フィリピン、韓国、シンガポール、タイ、米国、ベトナム	インド太平洋経済枠組み (IPEF)	2023/11	インド太平洋経済枠組み (Indo-Pacific Economic Framework for Prosperity, IPEF) は、米国が主導で立ち上げたインド太平洋地域における経済面での協力について議論するための枠組み。関税削減は盛り込まれない予定。貿易 (柱1)、サプライチェーン (柱2)、クリーン経済 (柱3) 及び公正な経済 (柱4) の4つの柱が存在し、それぞれの柱は独立して妥結、署名、発効される。2023年11月にサプライチェーン協定 (柱2) が署名され、発効に最低限必要な5カ国による寄託を経て2024年2月に発効。なお、インドのみ柱1に不参加。2024年に柱3、4およびIPEF協定が発効。柱1は交渉中。
	日本、中国、韓国、ASEAN、豪州、ニュージーランド	東アジア地域包括的経済連携 (RCEP)	2013/5	2018年の第2回RCEP首脳会合で公表された首脳声明には「2019年に妥結する決意」と明記されたが、2019年中には妥結できなかった。2019/11の第3回RCEP首脳会合の共同声明では、「RCEP参加15カ国が全20章に関する条文ベースの交渉及び15カ国の基本的に全ての市場アクセス上の課題への取組みを終了したことに留意し、2020年における署名のために15カ国による法的精査を開始するよう指示した」と「インドには、未解決のまま残されている重要な課題がある。全てのRCEP参加国は、これらの未解決の課題の解決のために、相互に満足すべき形で、共に作業していく。インドの最終的な決断は、これらの未解決の課題の満足すべき解決にかかっている」と述べられている。
欧州	EU	EU・インド自由貿易協定	2007/6	2007年から2012年1月までの間に、12回の正式交渉会合が開催され、その間に両首脳間で交渉の加速や早期妥結が繰り返し確認された。しかし双方が目指す自由化のレベルに齟齬が見られるとして、2013年夏以降、交渉は事実上停止していた。2017年に開催されたEUインド首脳会議を受け、EU・インド双方で、交渉再開に向けた適切な条件について評価を実施し、双方で互いの評価結果の精査を行った。2021年5月8日に開催されたEU・インド首脳会議 (オンライン) にて、交渉の再開について合意。EU側としては、引き続きインドとの経済的連携の強化を目指し、互恵的なFTAの締結を求めるとしている。関税引き下げ交渉 (特にアルコール、自動車) のほか、政府調達、医薬品特許、サービス (インドの市場開放、EUの人の移動規制緩和)、持続可能な開発に関する規定を設けるかどうかなどの点で特に交渉が難航しているとみられる。2021年5月、2013年に中断していたFTA交渉を再開させることに合意。2022年6月、EUとインドは正式に交渉再開を発表。第9回交渉会合を2024年9月に開催。
	EFTA (スイス、ノルウェー、リヒテンシュタイン、アイスランド)	EFTA・インド自由貿易協定	2008/1	2008/1: 交渉開始 2009/7: 共同研究報告発表 2017/9: 第17回交渉 ⇒ 第17回交渉では、商品取引、原産地規則、サービス貿易、知的財産権等の部門が継続交渉となった。
中東	GCC (湾岸協力会議) 加盟国	GCC・インド自由貿易協定	2014/12	2004年8月GCC関係会議でインドとのFTA交渉開始を合意。2006年と2008年に2回の交渉会合を開催し、その後交渉は中断していたが、2023年11月に再開。
アフリカ	SACU加盟国	インド・南部アフリカ関税同盟 (SACU) 特惠貿易協定	2007/10	2004年9月に特惠貿易協定締結に向けた枠組みが共同作業グループにて合意。2010年10月に第5回、2013年3月には第5回会合の第2部が開催。2020年7月に交渉再開。

【構想段階】

地域	対象国	名称	交渉開始年月	経緯
欧州	EAEU (ユーラシア経済連合) 加盟国	EAEU・インド自由貿易協定	未定	【自由貿易協定】 最初の交渉は2020年3月に予定されていたが、新型コロナウイルスの発生により延期。

(出所) JETRO「WTO・他協定加盟状況 (最終更新日: 2024年11月18日)」、各種報道より作成



**ひとくちメモ 13： インドのデリバリーサービス**

インターネットとスマートフォンの普及率の向上や都市化の進展に伴い、インドのデリバリー業界は急成長を遂げている。Zomato や Swiggy などのフードデリバリー企業は、今や単なる食事のみならず、衛生用品などの日用品の配達も手掛けるなど、インド人の生活インフラの一つとなっている。インドの投資銀行 JM フィナンシャルによると、クイックコマース市場は 4 社が寡占している。首位が Zomato の年間流通総額 1420 億ルピー、2 位が Swiggy、3 位が Zepto、4 位がタタ・グループ配下の BigBasket である。2025 年 6 月のヒアリングにおいても、これらのサービスを利用している日本人駐在員は多く、注文から 10 分程度で配達される場合もあるから驚きである。比較的良好な経済パフォーマンスを主要な推進要因として、電子商取引（e-commerce: EC）の市場が拡大している。Invest India によれば、インドの EC 市場は 2030 年までに流通取引総額で 3,500 億ドルを超え、世界で 3 番目に大きな市場となると予想されている。

背景には、まずインターネットアクセスが普及したことが挙げられる。Internet and Mobile Association of India によると、まだ全人口のカバーには至らないものの、人口の 58%にあたる約 9 億人がインターネットにアクセス可能であり、都市部のみならず農村部にも利用が広がっている。加えて、インドでは統一決済インタフェース（UPI）開発をはじめとして電子決済インフラの整備が進んでおり、現金の介在しない取引が可能となっている点も、デリバリー産業の成長を後押ししている。

社会的背景としては、都市部の低～中所得層が副業として従事していたバイクタクシー運転手が、デリバリー業界のインフラを支えていることや、地域密着型で食品や日用品などを扱う小売店（キラナ）が人々の生活に根付いていたことも、こうしたデリバリーサービスが受け入れられやすい土壌となったと考えられる。

一方で、デリバリー業界には課題もある。その一つが交通渋滞である。バイクタクシーの増加は、朝夕の交通渋滞を悪化させる要因となっている。2025 年 6 月に現地の日系企業へのヒアリングのために渡航した際も、特に南部のベンガルールでは交通渋滞が深刻であった。全てがデリバリー業界に従事する車両とは限らないが、比較的幅の広い道路があるにもかかわらず、車線を越えて走行するバイクタクシーが多く、事故が起きるのではと不安になる場面もあった。もう一つの課題は、バイクタクシーによる排気ガスである。ただし、こちらについては FAME II などの EV 購入補助制度により、電動二輪車の導入が進んでおり、今後の改善が期待される。

このように、元々デリバリーへの親和性の高い土壌があったことに加え、都市化に伴うライフスタイルの変化（利便性を好む若年層や単身世帯などの増加）に伴い、インドのデリバリー業界は引き続き成長していく可能性が高い。