



ビット89ニュース INTEREST

株式会社 ビット89
東京都品川区大井1-6-3 アゴラ大井町ビル7F (〒140-0014)

2008年2月号
(隔月発行)

ハイライト今回のテーマは
新興国パワー

インフォシェフ

吉田健司 の Business Insight (見識・洞察)

インド ロシアの成長ポテンシャル

Business Insight
「インド ロシアの
成長ポテンシャル」

The 特集
新興国の時代：
インドロシア

Brain 89ersの視点
(1)インド事業は面白い
(2)ロシアで出会った
新素材

目次：

Business Insight	1
The 特集	2
気になるデータ	2
Brain89ers(1)	3
Brain89ers(2)	4
ビット89 インフォメーション	4

成長著しいブラジル、ロシア、インド 中国の4カ国に対して、その頭文字をとって、BRICsという用語が定着してきた。これは2003年10月、米国の大手証券会社であるゴールドマン・サックスが「BRICsと夢見る - 2050年への道 (Dreaming With BRICs: The Path to 2050)」という投資家向けレポートの中で初めて使った造語である。このBRICsの中では中国が先行して注目されてきたが、最近インドとロシアについても話題となる記事が急速に増えている。今回はこの2つの国について、科学技術・産業経済面を中心に感じたことを述べてみたい。

私の場合、インドについてまず想起するのは、中国に次ぐ人口の多さとカースト制度であるが、これが今後の経済発展にどのような影響をもつのか、興味あるところである。科学の世界では、数としての“ゼロ”の概念を世界で最初に(7世紀)確立した国であり、ロジカルな思想をもち、議論好きな国民性という印象をもっている。昨今、インド式算数教育が脚光を浴びているが、私の知る範囲では、米国の大学で統計学などを教えている理数系教授にインド出身者が比較的多い。数年前、米国でベストセラーとなった書籍“The World Is Flat” (邦題:「フラット化する世界」)の中で、米国のIT産業を支えている具体例としてインフォシス(Infosys Technologies)社が取り上げられているが、数学的論理力が要求される現代のIT事業にもそのDNAが受け継がれているのではなかろうか。インドの会社についてももう一つ紹介したい。2008年1月、約29万円という低価格自動車「ナノ」を発表したインドの自動車大手、タタ自動車(Tata Motors)は、紅茶から鉄鋼までを扱う、インド最大のタタ財閥の自動車部門である。なお、このタタ財閥は、歴史の教科書でも有名な東インド会社をルーツとしており、経営技術のDNAも保有しているのかもしれない。

次にロシアについてであるが、まず思い起こすのは1989年のベルリンの壁崩壊まで、世界のスーパーパワーとして君臨していたソ連(ソビエト社会主義共和国連邦)が母



参考写真

体であったことである。1957年に打ち上げられた世界初の人工衛星「スプートニク1号」や、1961年に「ソートーク1号」で世界最初の宇宙飛行士となったガガーリンなど、科学技術面では抜きん出た強さをもっていた。私自身1960年代末に大学へ入学した際、第2外国語としてロシア語を選択したのも当時のソ連がもっていたポテンシャルによるものである。このソ連が崩壊し新生ロシアとなったが、現在BRICs、すなわち“新興国”のひとつに挙げられているのはロシア国民からすれば受け入れがたいものではなかろうか。このロシアのもつ科学技術力は依然として注目値する。たとえば宇宙開発技術は言うに及ばないが、TRIZ(トリズ)という発明・問題解決の方法論など、まだまだ有益な技術資源国といえる。昨今、天然資源の枯渇とその消費増に伴って、石油価格などが高騰しているが、ロシアはサウジアラビアに次ぐ世界第2位の原油産出国として、オイルマネーをベースに世界経済への復権を果たそうとしており日本も積極的にロシアビジネスへの展開を検討すべき段階にきている。日本では食生活でお目にかかる「イクラ」のほか、産業界での「コンビナート」など、ロシアからの外来語がいくつもあがるが、今後ビジネス面での交流が深まり新しいロシア語も輸入されるのではないかと期待したい。

この文章の無断転載を禁じます。

THE 特集 新興国の時代 :インド・ロシア

米国経済の減速による世界同時不況への懸念が広がる中、新興国が存在感を増している。BRICs、N-11、VISTA...。次々と生み出される成長地域のネーミング。有望な市場、投資先としてさまざまな国名が挙げられているが、今回はインドとロシアに注目してみよう

インド20年後は世界最大国

日本企業における中国ブームも一段落し、中国以外の振興国に関心を寄せる会社が増えている。国際協力銀行が昨年7～8月に実施したアンケート調査によれば、回答した製造業企業の約80%がすでに中国に生産拠点を持っている。『中期的(今後3年程度)に有望と考えられる事業展開先国・地域』という項目(1)では中国が連続して首位を保っているものの、得票率(2)は下がってきている。そして、中国に次いで有望と考えられているのがインドである。ちなみに上位とその得票率は次のとおり1位中国(得票率68%、以下同様)、2位インド(50%)、3位ベトナム(35%)、4位タイ(26%)、5位ロシア(23%)。

各種の報道をみると、日本企業のインド進出が活発化していることが伺える。昨年12月と今年1月の2カ月間だけでも、『ヤクルト本社、テレー市でヤクルト販売開始』『エーザイ、アンドラ・プラデシュ州に生産・研究拠点を建設』『信越ポリマー、タミル・ナドゥ州に現地法人設立、工場着工』『住友金属、印社の高炉建設プロジェクトに参画』『JTB、インド最大手旅行会社と提携』『INAX、インドの大手住設機器メーカーと代理店契約締結』などのニュースが並ぶ。

インドの魅力のひとつはその巨大な消費市場だろう。現在、人口は約10億人。そして、20年後には中国を追い抜き、世界最大となるとの予測もある。人口構成面でも生産年齢人口の割合が高水準を維持する。ただし、国内の所得格差は大きくまた、多民族国家であり28の州による連邦制であるため、単純にひとつの巨大マーケットとは言えない。インフラが未整備なこと、中国・ASEANのような外資系企業の優遇策がないこと、また、最近では人件費や不動産賃料の高騰などがインド進出のマイナス要素として挙げられている。

ロシア 拡大する消費

総人口はインドの10分の1程度だが、外国製品の購買力の大きさで注目されているのがロシアである。ロシアは、近年、政治・社会情勢が安定、資源価格の高騰を背景に高い経済成長率を維持している。所得が大きな伸びをみせている一方、家賃、光熱費、税金などが安く抑えられているため、可処分所得が大幅に増加。また、ローン制度が充

実し、消費意欲を支えている。数年前から、モスクワやサンクトペテルブルグではエネルギー関連企業や外資系企業などで働く富裕層を中心に高級品等の売れ行きが好調で消費ブームと呼ばれており、その傾向は増加する中間層や地方都市にも広がっているという

拡大する市場を狙って、外国のブランド企業がロシアに続々と押し寄せている。一例に乗用車市場の2004年と2006年のデータをみてみると、ロシア・ブランドの割合は58.1%から37.0%に減少し、輸入新車は19.0%から35.9%に、ロシア製外国ブランド車は8.0%から13.2%に増加している(3)。

消費財関連でロシアに進出する日本企業も増えている。自動車メーカーでは、トヨタが昨年11月に現地生産を開始、さらに第二工場の建設計画を発表しているほか、日産、三菱自動車、スズキも現地生産を計画している。自動車業界以外では、昨年、資生堂の現地法人設立、ヤマハの現地法人設立、ポーラの百貨店初出店、サンダーによるウイスキーの販売地域拡大などの動きがあった。しかし、日本企業はロシア市場においては欧米や韓国企業に先行されている。遅れをどのように取り返すか？海外戦略の手腕が問われている。

- (1) 国・地域は一企業5つまで記述
- (2) 得票率：記述のあった国・地域の数を同設問への回答企業数で割った比率
- (3) 出典：Ernst & Young

BRICsとボス BRICs諸国

	BRICs	IBSAC	N-11	TIPs	VISTA	VTICs
アルゼンチン						
ハンガリー						
ブラジル						
中国						
エジプト						
インド						
インドネシア						
イラン						
韓国						
メキシコ						
ナイジェリア						
パキスタン						
フィリピン						
ロシア						
南アフリカ						
タイ						
トルコ						
ベトナム						

用語解説

[ボス BRICs]

IBSAC :
BRICsの4カ国のうち、ロシアを除き、南アフリカを加えた4カ国。2005年2月に開催されたG7において主催国である英国が提唱。

N-11 :
米ゴールドマンサックスが、世界経済報告書134号『How Solid are the BRICs?』(2005年12月1日発行)で、BRICsに続く新興国として挙げた11カ国。うち、韓国とメキシコはBRICsと同等の影響力を持つ可能性があるとしてされている。

TIPs :
2006年7月に野村証券金融経済研究所がBRICsの次ぎに急成長が見込める新興国として挙げた3カ国。タイ、インドネシア、フィリピン。

VISTA :
BRICs経済研究所の門倉貴史氏が2006年11月6日の日経ビジネスオンラインでボスBRICsの最有力候補グループとして提唱。対象の5カ国の頭文字をつなげた造語であり、『眺め、遠望』などを表す語『VISTA』ともかけている。

VTICs :
ベトナム、タイ、インド、中国。日本企業などが注目する振興国を表す語としてとして、2006年9月4日付日本経済新聞朝刊で紹介された。

MENA :
Middle East and North Africaの略。2007年8月、シュロダー証券投信投資顧問が国内初のMENAに特化したファンドシュロダーMENA(ミーナ)ファンドを発売。

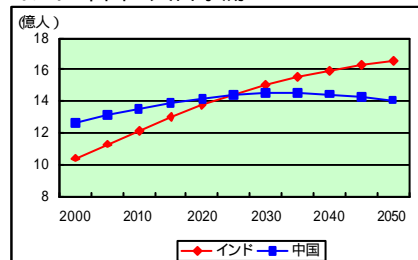
気になるデータ インド・ロシア関連データ

インドとロシアの基礎データ(2006年*)

	インド	ロシア
人口	10億3700万人 (2001年3月1日時点)	1億4210万人 (2007年3月1日時点)
名目GDP総額	8,375億9,224万ドル	9,849億2,500万ドル
一人当たり名目GDP	785.0ドル	6,897.2ドル
実質GDP成長率	9.6%	6.7%
対日輸出額	28億6,271万ドル	46億2,049万ドル
対日輸入額	45億9,560万ドル	77億8,840万ドル

出典：JETRO *インドについては2006年4月～2007年3月。

インドと中国の人口予測



出典：World Population Prospects
?The 2006 Revision 中位推計(国連)

Brain89ersの視点(1) イント事業は面白い

天達 洋文 (あまたつ ひろふみ) [(株)コスモ・トレーディング 代表取締役]

イントで事業をなさる中小企業様を「安く早く「確実」にお手伝いしています。

私は、1985年からサムソンのコンサルティングを行うなど 韓国・中国・東南アジアの企業の発展を見て来ました。1986年に見た沈陽(旧奉天)の雷光の煌めく広大な高粱畑は忘れられません。当時は、日本企業大歓迎でしたが、今や、日本企業もたじろぎの場面があることは御存じの通りです。イントは当時の中国に近い感じですので、今が、参入のチャンスだと思います。

1. イントはこんなところ

国土は日本の8.8倍。中国の3分の1。
人口は約1,124百万人(概算)。

2006年のGDPの順位と金額(10億ドル)

名目GDP		
米国	1	13,195
日本	2	4,366
中国	3	2,645
ロシア	10	985
韓国	12	888
インド	13	874

[出典 IMF (2007年10月)]

イントのGDP成長率は1990年までは中国と同じくらいでした。経済改革が遅れて中国の半分以下になりましたが、経済改革が始まり現在は同じくらいです。

風景も1990年ごろの中国に似ていて、例えば、ガンジス川は死体の浮かぶ真黒な中で沐浴をしています。昔の北京の中南海も真黒で子供が水遊びしていました。

2. イントで事業をする

イントの日本企業は555といわれますが、実数はもっと多く毎月、経済視察団が来て、急速に増えています。

人口の90%程度は物々交換経済で購買層にはなりません。この意味でも中国の1990年頃に似ています。現在、携帯電話が3億

個弱、テレビの普及率が15%程度ですので、貨幣経済への転換は、中国より速いと思います。

貨幣経済層を見ます。某日系工場では、月額給与が、雑用員で数千円、製造工員で1万円強、日本語が出来ると10万円、営業所長で100万円弱、中国より若干高い感じですが。賄賂経済は社会主義国でしたから中国と同じくらいでしょう。マハラジャー(大地主)もいます。したがって、現在、中国の半分程度の購買力でしよう。この層のGDP成長率は20%程度と言われます。

イントは1900年以前からISc(イント科学大学院大学)などの技術者教育に力を入れて、技術や特許を大切にしています。有名なITはその結果ですが、雇用力が小さいので、工業に力を入れています。自給自足経済でしたので設備・部品の品質が良くありません。品質の悪い部品を使う工場は休転が多く企業経営者は、高くても品質の良い(日本)製品を求めています。

民主社会主義の弱点で道路などの、社会インフラが悪く、道路を見て進出を止める日本企業が多いそうです。それでも進出したスズキや三菱化学などは高い収益です。三菱化学の工場は増産に次ぐ増産です。躊躇した家電はLGなど韓国が押さえて絶望的です。LGは「日本の家電がめざしているのは富士山程度、我々はエベレスト。目標が違う」と言っているとか。

イントはファミリー企業が大部分です。ファミリーと提携することが必須と言われますが、ファミリーは「井戸を掘った人」を大切にしよう。インフラが整ってから進出するか、今から布石を打っておくかで将来決定的な差が出るように思われます。



テラー事務所にて

天達 洋文氏 プロフィール

1944年、鹿児島県生まれ
1971年、京都大学数理工学修士卒業、同年旭化成工業株式会社に入社し情報システムや新規事業や効率化を担当。
1995年、蝶理株式会社出向。
2002年、退社後、中国企業、韓国企業などの顧問を経て、イント中国での日本の中小企業の支援業務に従事。2004年より現職。
また、将来のために成蹊大学工学部博士課程に在学中。

<http://www.cosmo-trading.net>

「Brain89ers」とは...

ビット89には、さまざまな分野で活躍する豊かな才能 個性を持った方々のネットワークがあります。このネットワーク、「Brain89ers」(ブレイン・エイティナイナーズ)の知性を共有することにより、皆さまのビジネスはより深く広く味深いものとなります。そこで、毎号これらの方々に登場していただき、独自の視点からビジネスや社会 世界情勢について語っていただきます。

BIT89 Book Guide

1. イントの衝撃

イントはなぜ優秀なのか? イント経済は本物なのか? イントは大国となりうるのか?

NHKスペシャル取材班 編著
文藝春秋 刊
1,799円 税込
ISBN :9784163696102



2. ロシアビジネス戦略

~ 先進欧米企業のケーススタディ ~

一足先にロシアで成功している欧米企業の戦略を分析し、具体的事例を紹介。

ジェトロ 編著
ジェトロ 刊
3,150円 税込
ISBN :9784822410407

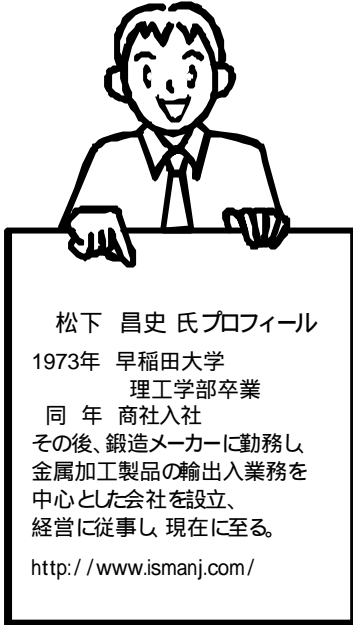


3. 「今のBRICs」がわかる本

世界経済の勢力地図を塗り替える「成長力」は本物か? BRICs経済の最新動向と知られるべき実体。

財部誠一 著
三笠書房 刊
559円 税込
ISBN :9784837976868





Brain89ersの視点(2) ロシアで出会った新素材

松下 昌史 (まつした まさふみ) [(株)イスマンジェイ 代表取締役副社長]

人との出会いで運命が変わるといことは誰にでもある経験と思うが、その出会いのきっかけ、中身というのは人それぞれに多様であり、極めて特徴的なものもある。今、お話す事業立ち上げも幾つかの偶然が積み重なり、その偶然の繋がりを観ると必然と思える要素が多分に垣間見える。偶然の必然といえようか。

人の出会い、ものとの遭遇、その独創性(発明性)、その偶然の必然の産物をメラミックスと命名した。金属の「メ」とセラミックスの「ラミックス」の造語である。即ち特性的に金属とセラミックスの中間位置にある材料の量産にロシアで偶然出会った燃焼合成という技術でシリコンとアルミニウムを主成分とした成分系のシリコン合金の直接合成に成功した。さらに類似の幅広い組成域でシリコンを主体とするシリコン合金が合成できる事を掴んだ。

簡単にいうと特殊鋼が鉄ベースの合金であるのに対して、それはシリコンをベースにした全く新しいコンセプトの「シリコン合金」である。日本において、過去(1978~2005年)には地殻中に25%の含有率がありながら殆ど手付かず放置されているシリコンを窒化ケイ素に合成して工業用汎用材料として活用する国家プロジェクトが実施された。しかし、その材料費および加工費が工業用汎用材料としての市場価格を凌駕できなかった為に社会的需要を呼び起こせなかった。代表的な工業用汎用材料である鉄鋼の生産が中国にシフトしつつある中、先人のチャレンジを継承した新しい工業用汎用材料の実用化が切望された。このシリコンを活用できたらという期待は潜在的にあり、それは特に地球資源としての数%の鉄がシリコンで代替される画期的材料革命となる。そ

の成功は大手特殊鋼メーカーで特殊鋼合金を幾つも発明した実績があり、長年特殊鋼に代替可能な新材料及びその応用を探索していた金属の専門家と、膨大な国家予算で培ったロシアの宇宙航空用セラミック材料研究所との偶然の出会いがメラミックスの開発に繋がったのである。その基本材料は1971年にロシアで開発され、窒化ケイ素より優れた特性を有するが、製造が難しく、多数の実用化チャレンジが行われたが成功に至らなかった。業界では幻のセラミックスと呼ばれていたのである。

ロシアの優秀な研究者が膨大な国家予算で開発し、ソビエト連邦崩壊時に国外に提供された基礎技術には斬新かつ奥深いものがある。メラミックスの燃焼合成技術もその一つであるが、その技術導入においては、コストと量産性の両面で、ロシアとの共同開発契約の合意に至るには国状の違いもあり非常に困難が伴うというのが実感である。ロシア人は非常にプライドが高い。結局、一(イチ)からの独自開発を余儀なくされ、その決断が今回の合成成功に至った大きな要因であると思える。



ビット89インフォメーション

発売中の書籍内容に沿ったテーマだけでなく、最新のビジネスメソッドに関する講演、セミナーのご依頼に積極的に応えたいと思います。また、併せてマーケティングリサーチ、各種ビジネストレーニングおよび経営コンサルティングなどに関するお問い合わせなどは、左記までお気軽にご連絡くださいませ。

皆様の会社が、現在抱えておられるビジネス上の課題を解決してみませんか？ 弊社代表 吉田健司が「経営プラネット」および「ビギナー会員(体験会員)」の皆様を対象に、毎月先着5名様まで頂いた質問にEメールまたはFAXにてご返答いたします。ご希望の方は左記のEメールアドレスまたはFAX番号宛にご質問内容をお送りください。

INTEREST編集部では、INTERESTで特集を組んでほしいテーマを募集しております。左記のメールアドレスより編集担当宛に御社名とお名前を明記の上、お寄せください。

株式会社 ビット89
 東京都品川区大井1-6-3
 アゴラ大井町ビルF (〒140-0014)
 03(3774) 8950
 Fax 03(3774) 8951
 メール info@bit89.co.jp
 HP <http://www.bit89.co.jp>
 発行責任者 吉田 健司