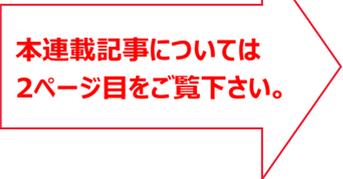
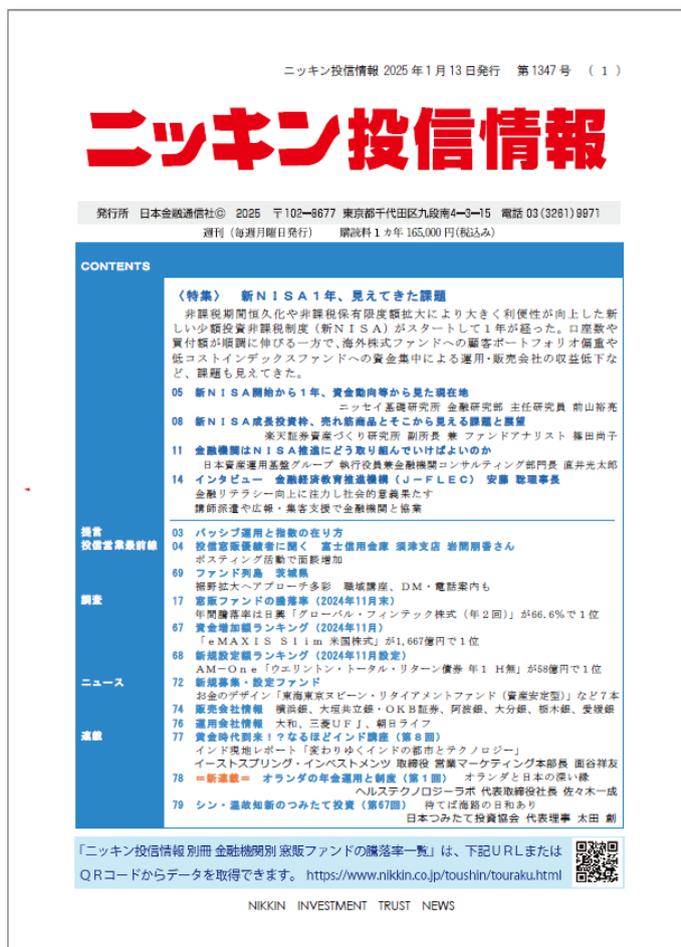


ニッキン投信情報の連載『黄金時代到来！？なるほどインド講座』の第8弾が公開されました！

ニッキン投信情報（1月13日号）にて、弊社取締役 営業マーケティング本部長の面谷 祥友による連載『黄金時代到来！？なるほどインド講座』の第8弾が公開されました。

本連載は計12回（毎月1回）を予定しています。

第8回目となる本紙では **インド現地レポート「変わりゆくインドの都市とテクノロジー」**について寄稿させて頂きました。



<当資料に関してご留意いただきたい事項>

○当資料は、イーストスプリング・インベストメンツ株式会社が、情報提供を目的として作成した資料であり、金融商品取引法に基づく開示資料ではありません。また、特定の金融商品の勧誘・販売等を目的とした販売用資料ではありません。○当資料は、信頼できると判断された情報等をもとに作成していますが、必ずしもその正確性、完全性を保証するものではありません。○当資料の内容は作成日時点のものであり、当社の見解および予想に基づく将来の見通しが含まれることがあります。○当資料は、将来予告なく変更されることがあります。また、将来の市場環境の変動等を保証するものではありません。○当資料で使用するグラフ、パフォーマンス等は参考データをご提供する目的で作成したものです。数値等の内容は過去の実績や将来の予測を示したものであり、将来の運用成果を保証するものではありません。○当資料では、個別企業に言及することがありますが、当該企業の株式について組入の保証や売買の推奨をするものではありません。○当社による事前の書面による同意無く、本資料の全部またはその一部を複製・転用並びに配布することはご遠慮ください。

英国ブルーデンシャル社は、イーストスプリング・インベストメンツ株式会社の最終親会社です。最終親会社およびそのグループ会社は主に米国で事業を展開しているブルデンシャル・ファイナンシャル社、および英国のM&G社の子会社であるブルーデンシャル・アシアランス社とは関係がありません。

イーストスプリング・インベストメンツ株式会社

250114(06)

金融商品取引業者 関東財務局長(金商) 第379号/加入協会 一般社団法人投資信託協会、一般社団法人日本投資顧問業協会

連載



2024年12月に約1年ぶりにインドを訪問しました。今回は、これまでの訪問を通じて感じたことを「インド現地レポート」としてお伝えします。

開発が進むTier2シティ

デリーやムンバイはインドを代表する大都市で、デリーの人口は約2,900万人、ムンバイは約2,000万人です。これらの都市はTier1シティと呼ばれ、多くの大企業が本社機能を構える市場経済の中心的な立場にあります。一方で人口集中や渋滞などの都市の過密化も問題となっています。

最近では、大都市近郊のTier2シティの開発も進んでいます。不動産や生活費などのコストがTier1シティに比べて2~3割安く、また大都市圏へのアクセスも良いことから優秀な人材が確保しやすいという企業側のメリットもあります。



高層ビルの建築が進むデリー近郊のTier2シティ「ノイダ」(写真:筆者撮影)

インド版デジタル革命

ハイウェイを走行中、通信環境の改善を改めて実感しました。15年の訪問時にはメールもインターネットも使えなかったのを覚えています。今では4Gが使用可能でオンライン会議にも支障ありません(5Gはまだ都市中心部に限られています)。

この環境の改善には、インド大手財閥リライアンスが貢献しています。約250億米ドルを投資してインド全土に4Gのアンテナを敷設、16年から通信事業に参入しました。当初の無料キャンペーンで5億人近いユーザーを獲得し、業界全体のデータ通信料を大きく引き下げ、今やインドは世界で最も通信料の安い国の一つとな

りました。インド版デジタル革命と言っても過言ではないほどのインパクトをインド経済に与えたのです。

マヒンドラ&マヒンドラ、EV新ブランド立ち上げ

マヒンドラ・アンド・マヒンドラ (M&M) はインド国内の自動車メーカーではマルチ・スズキ、タタ・モーターズに次ぐ三番手です。農業用機械にも強みを持ちトラクターの販売台数は世界最大、インドでは44%のシェアを誇ります。

近年、インドでは消費のプレミアム化が進行、多目的スポーツ車 (SUV) の販売台数が小型乗用車を上回るようになりました。実際に道路を走っている車を見ると、ここ数年でSUVが急増したことを実感しました。このSUV化の波の中で、急速に成長しているのがM&Mです。SUVは収益性も高く、SUVではトップシェアを占める同社のSUV事業は年20%のペースで成長しています。

M&Mが次に注力するのが電気自動車 (EV) です。インドの年間新車販売台数は約500万台、世界3位の市場ですが、そのEV比率は約2%と低い状況です。EV戦略の要として同社はEVブランドを新たに立ち上げ、24年11月チェンナイのイベントで初公開しました。

今回のインド訪問では、まだ一般公開されていない新車種「BE 6e」を実際に見ることができました。レーシングカーを思わせるようなスマートで強健な外観とは対照的に、車内はまるでSF映画のコックピットのようなインターフェース、「単なる自動車ではなく、走るソフトウェアだ」との表現にも思わず納得してしまいました。



特別に撮影許可をいただいた新車種「BE 6e」(写真:筆者撮影、残念ながら車内は撮影禁止)

インド政府は30年までに自動車販売の3割をEVに、との目標を掲げ、EVに対する税制優遇などもあることから、今後EV市場の成長が期待されています。この新ブランドが同社のEV事業を急加速させることになるかもしれません。

(執筆: イーストスプリング・インベストメンツ)

取締役 営業マーケティング本部長 面谷祥友)

本稿は執筆時点での情報に基づく筆者の個人的な見解であり、イーストスプリング・インベストメンツ株式会社の公式見解ではありません。