

2011 年 3 月 1 日

Mizuho Industry Focus

Vol.95

インドの製紙産業動向

寺沢 有希

yuuki.terasawa@mizuho-cb.co.jp

〈要 旨〉

- 本稿では、近年日本の製紙メーカーが海外進出を本格化させていることを踏まえ、インド製紙産業動向につき地場企業等からのヒアリングを踏まえ考察を行う。
- インド紙・板紙消費量は約 1,000 万 t（2009 年）であるが、経済発展と人口増加による潜在的な需要拡大余地は世界随一と考えられる。
- インドにおいては、高付加価値製品（塗工紙、コピー用紙、白板紙等）は上位メーカーの事業領域であり寡占状態となっているが、非塗工紙、段ボール原紙では中小メーカーが多数存在する。新聞用紙は、主力プレイヤーが 5 社程度であるが、輸入が内需の約 5 割を占める。
- 大手メーカーと中小メーカーの間では、①製品群、②生産設備、③販売網、④原料調達方法等で格差が生じており、今後、中小メーカーの淘汰が需給環境に影響を及ぼす可能性を有する。
- 各製品共に需給環境は需要超過もしくは均衡の状況にあり、輸入紙との競合が厳しい新聞用紙を除き事業環境は安定的である。よって上位メーカーは相応の価格形成力と収益性を確保している。
- 我が国製紙メーカーのインド市場への参入余地を考察すると、単独での進出にあたっては販売網の構築やユーザーニーズの捕捉等において困難が伴うと予想される。一方、地場企業とのアライアンスにあたっては、成長市場への参入を期待する日本企業のみならず、インド企業においても①資本面、②原料調達面、③技術面等において協調関係を構築するニーズは存するものと推察する。

目 次

インドの製紙産業動向

I.	はじめに	2
II.	インド紙・板紙需要構造	3
	－1 世界における位置づけ	
	－2 インド紙・板紙需要動向	
III.	インド紙・板紙供給構造	4
	－1 生産シェアと各プレイヤーの主力製品	
	－2 各社主要生産設備と販売網	
	－3 原料動向	
	－4 中小メーカーの淘汰可能性	
IV.	製品別市場環境	8
V.	我が国製紙メーカーのビジネス機会と課題	9

I. はじめに

インド製紙産業動向につき、地場製紙メーカー等からのヒアリングに基づく調査を実施

日本の紙・板紙内需は、2008 年度にリーマンショックを嚆矢とした景気低迷の影響を受け大幅な落込みを見せた後、2010 年 11 月現在においても依然回復力に乏しい状況が継続している。また、中長期的に見ても、人口減少、IT・省包装化の進展等が相俟って国内市場は漸減傾向を辿らざるを得ないものと思料される。加えて、2009 年に米国を抜き世界最大の需要国となった中国においても、近年の大型マシンの増設を背景に印刷・筆記用紙分野を中心に 2007 年以降輸出超過の状態にあり、我が国においても輸入紙の市場浸透が顕著になりつつある。

かかる環境下にあつて、日本の製紙メーカーは余剰設備の廃棄や固定費削減等によるコスト競争力強化に加え、近年成長戦略としてアジア・オセアニアへの事業展開を本格化させている。これらの動向を踏まえ、本稿では潜在的な市場拡大余地が大きいインド製紙産業動向につき、地場企業等からのヒアリングを踏まえ考察を行った。

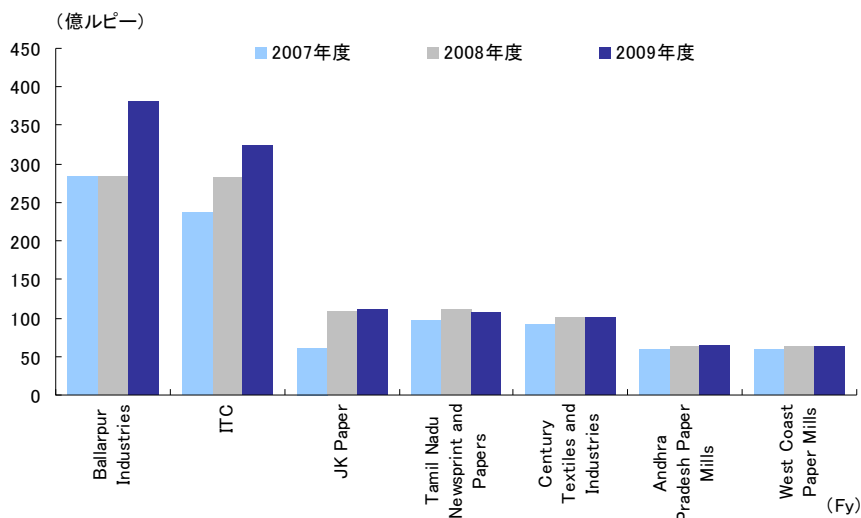
具体的には、

- ・Ballarpur Industries 社(以下、BILT)
 - 洋紙最大手(塗工紙:1位、コピー用紙:2位)
- ・JK Paper 社
 - 洋紙大手(コピー用紙:1位、塗工紙:2位)、白板紙:2位
- ・Tamil Nadu Newsprint and Papers 社(以下、TNPL)
 - 非塗工紙大手(コピー用紙:3位)、州政府 35%出資
- ・ITC 社
 - 板紙最大手(白板紙:1位)

のインド上場上位 4 社(売上高ベース)(【図表 1】)に加え、中堅メーカー、地場会計・法律事務所等との意見交換に基づいている。

現状、我が国製紙メーカーによる本格的なインド進出実績はないが、本稿がアジア戦略を強化する国内製紙メーカーのみならず、広く紙パルプ産業にたずさわる方々にとっての事業戦略考察の一助となれば幸いである。

【図表 1】インド主要上場製紙メーカーの売上高推移



(出所) 各社 Annual Report、トムソン・ロイターよりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注 1) BILT のみ 6 月末決算、他社は全て 3 月末決算(以下、同様)

(注 2) ITC、Century Textiles and Industries(以下、Century)は紙事業部門の売上高

Ⅱ. インド紙・板紙需要構造

1. 世界における位置づけ

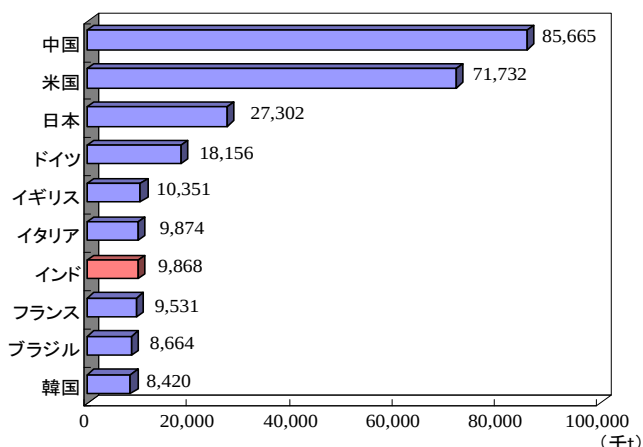
インド紙・板紙消費量は世界第7位

中長期的な市場拡大余地は世界随一

はじめにインド市場の現況につき俯瞰する。2009年のインド紙・板紙消費量は約1,000万tの世界第7位であり、これは日本の消費量の3分の1相当となる。また、アジア市場に占めるシェアは約6%であり、アジアの中では中国(53%)、日本(17%)に次ぐ市場規模となっている(【図表2、3】)。

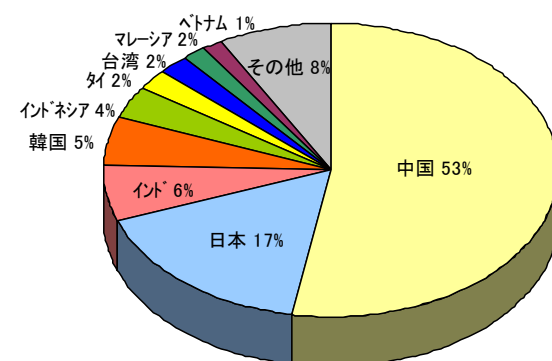
一方で、一人当たり紙・板紙消費量は8.4kg/人(2009年)程度であり、中国が64.4kg/人、ブラジルが43.1kg/人、ロシアが42.2kg/人であることから、他のBRICs諸国と比較しても低水準であることがうかがえる。一般的に紙の需要とGDP成長率には高い相関性があるとされるが、近年のインドの実質GDP成長率は8.5%(過去5年平均)であり、今後も経済発展とともに一人当たり消費量は上昇していくものと考えられる(【図表4】)。また、国際連合における2030年のインド人口の予測が約1.2倍(2010年比)の14.8億人になる見通しであることから、中長期的な市場拡大余地は世界随一であると予想される。

【図表2】紙・板紙消費量上位10カ国(2009年)



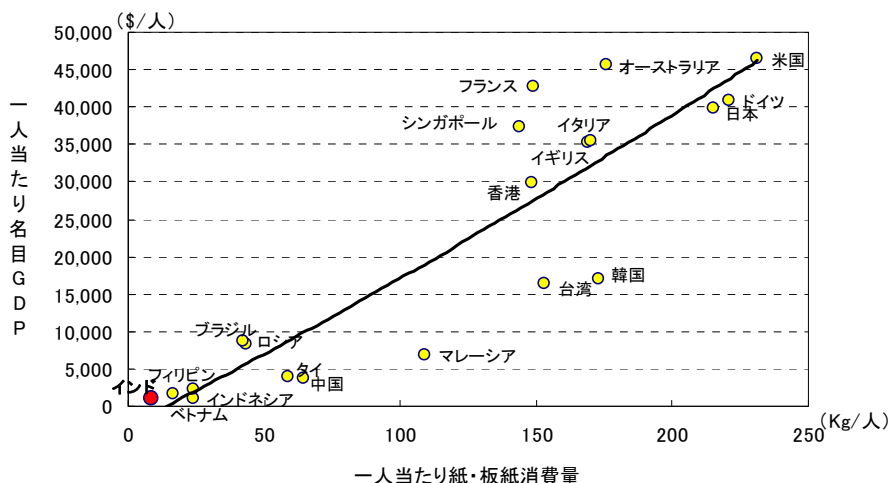
(出所) RISI、紙業タイムスより
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表3】アジア紙・板紙消費量国別シェア(2009年)



(出所) RISI、紙業タイムスより
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表4】一人当たり紙・板紙消費量と名目 GDP の関係(2009年)



(出所) IMF、RISI、紙業タイムスよりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

2. インド紙・板紙需要動向

インド紙・板紙内
需は過去 4 年間で約 1.3 倍に拡大

コピー用紙、塗工紙、白板紙、段ボール原紙が相対的に高い伸び率

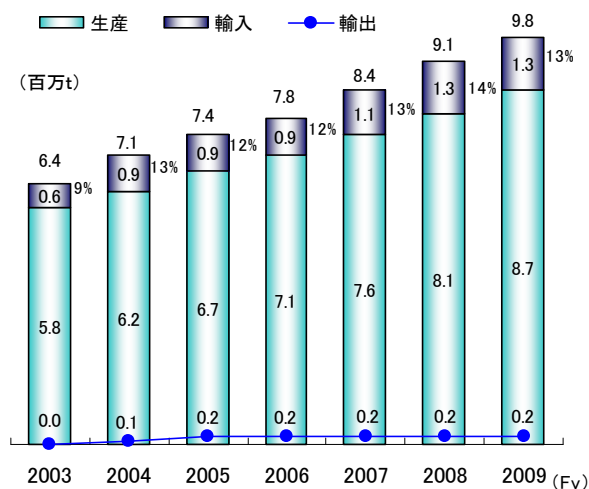
輸入の約3分の2を新聞用紙が占める

次に、インド紙・板紙市場動向を見ていく。2009 年度のインドの紙・板紙生産量は 8.7 百万 t、同輸入量は 1.3 百万 t、同輸出量は 0.2 百万 t であり、見掛け消費量は 9.8 百万 t である。2005 年度時点での内需(見掛け消費量) 7.4 百万 t から過去 4 年間で市場規模は約 1.3 倍に拡大(CAGR で 8.8%成長)したことになる。

需要構成を見ると、新聞用紙が 15%、印刷・筆記用紙が 35%(非塗工紙:31%、塗工紙:4%)、板紙が 47%(紙器用板紙:19%、段ボール原紙:28%)、その他紙(特殊紙等)が 3%となっている(2009 年度)。また、品種別の市場成長率(過去 4 年間の CAGR)を見ると、コピー用紙(21.0%)、塗工紙(9.3%)、白板紙(19.5%)等の高付加価値分野に加え、産業用途である段ボール原紙(9.3%)が相対的に高い伸びを示している。

なお、各年度の輸入比率は 12%~14%程度で推移しているが、輸入量の約 3 分の 2 を新聞用紙が占めている。要因としては①ユーザー(新聞社)の品質要求に応えられるメーカーが限定的であること、②輸入紙との価格競争が厳しく収益環境が厳しい中で、新規に新聞用紙市場に参入(又は設備増強)するプレイヤーが出現しないことが挙げられる(【図表 5、6】)。

【図表 5】インド紙・板紙市場推移



(出所) EXIM Data, Avalon Consulting より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表 6】製品別市場規模と成長率

	需要量 (百万t) FY09	市場シェア	CAGR (過去4年)
新聞用紙	150	15.4%	7.5%
印刷・筆記用紙(計)	341	35.0%	9.0%
非塗工紙(計)	306	31.4%	9.0%
Creamwove/Maplitho (Low Bright) -中下級紙-	214	21.9%	7.7%
Maplitho (High Bright) -上級紙-	53	5.4%	7.5%
Branded Copier -コピー用紙(高品質品)-	39	4.0%	21%
塗工紙(計)	35	3.6%	9.3%
板紙(計)	460	47.2%	9.3%
Recycled Duplex Board -紙器用板紙-	164	16.8%	8.3%
Virgin Boards (FBB/SBS) -白板紙(高品質品)-	21	2.2%	19.5%
Packaging Papers (Kraft) -段ボール原紙-	275	28.2%	9.3%
その他紙	24	2.5%	5.5%
総計	975	100.0%	8.8%

(出所) IPMA, CRISIL JK Paper より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

Ⅲ. インド紙・板紙供給構造

1. 生産シェアと各プレイヤーの主力製品

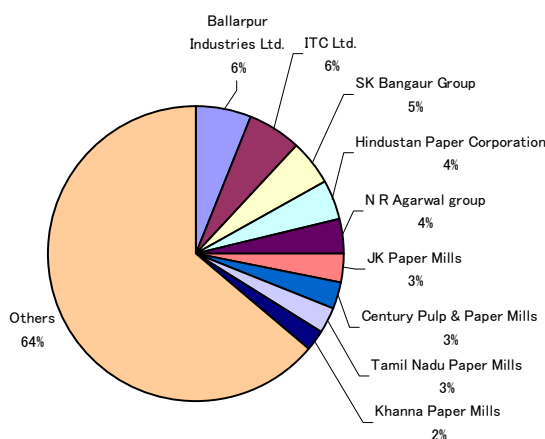
紙・板紙生産シェアは上位 9 社で 4 割程度

2009 年度の紙・板紙生産シェアを見ると、トップの BILT、ITC で各々 6%程度であり、上位 9 社合計でもシェア 4 割弱となっている。日本が上位 5 社(含むグループ会社)でシェア 7 割であることと比較すると、プレイヤーが多数存在していることとなるが、中国において上位 10 社でシェア 3 割程度であることと同様に、成長市場にあってこれまで小規模メーカーの淘汰や上位メーカー間の集約化の動きは限定的であると見ることができる(【図表 7】)。

但し、塗工紙、コピー用紙、白板紙は大手メーカーによる寡占市場

但し、製品別に見ると、塗工紙、コピー用紙、白板紙 (Virgin Board) 等の高付加価値分野においては上位 2、3 社でシェア 6～8 割と大手メーカーによる寡占状態にある。かかる製品分野は未だ市場規模は小さいものの、塗工紙であれば BILT、コピー用紙であれば JK Paper、高品質な白板紙であれば ITC というように各々プライスリーダーが存在し、需給バランス・市況共にコントロールしやすい環境にあると言える。一方で、非塗工紙、段原紙市場は中小メーカーの主力分野であり、新聞用紙は、主力プレイヤーが 5 社程度存在するが、前述の通り輸入が内需の 5 割を占める状況にある (【図表 8】)。

【図表 7】インド紙・板紙生産シェア



(出所) Indian Pulp and Paper Technical Association、
Avalon Consulting より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表 8】製品別供給構造

製品	供給構造
新聞用紙	上位5社で国内生産の8割をカバーするも、輸入紙が内需の5割を占める。
塗工紙	BILTとJK Paperで6割超の市場シェア。
コピー用紙	BILTとJK Paperで5割超の市場シェア。TNPLがシェア15%程度でこれに続く。
非塗工紙	中小メーカーを含めプレイヤー多数。
段原紙	上位メーカーではITCが手掛けるものの、現状中小メーカーが中心でプレイヤー多数。
白板紙 (Virgin Board)	ITC50%、JK Paper30%、輸入紙20%の寡占市場。Centuryが今後参入予定。

(出所) 各社ヒアリング等により
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

なお、各社主力製品群をまとめると概ね以下の通りであり、BILT、JK Paper が高品質分野に注力する一方、TNPL 社は非塗工紙に特化、ITC はグループ内でのシナジーが発揮できる板紙分野に強みを有する。

BILT: 洋紙の中でも高品質分野 (塗工紙、コピー用紙等) に注力。
板紙事業は 2004 年に ITC に売却。

JK Paper: 主力のコピー用紙、塗工紙に加え、2007 年より白板紙市場に参入しシェア拡大。

TNPL: 市場規模が大きく現状収益性の高い非塗工紙分野に注力 (※1)。

ITC: 洋紙事業も手掛けるが、グループ内での事業シナジーが発揮できるパッケージング分野に強みを有する (※2)。

中小メーカー: 新聞用紙、非塗工紙、段原紙事業等を各々手掛ける。

※1 当社社名は Tamil Nadu Newsprint and Papers であるが、収益性の低い新聞用紙は取扱いを極小化している。

※2 当社の前身は国営たばこメーカーであるが、1974 年に民営化後は事業多角化を図り、たばこ事業の他、紙・板紙・パッケージング事業、日用消費財 (食料品、衣料品、文房具等) 事業、ホテル事業、農業事業等を手掛けている。

2. 各社主要生産設備と販売網

印刷・筆記用紙は生産設備が大型化、段ボール原紙は依然小規模

大手メーカーは強固な販売網を有する

インドにおける生産設備は、日本又は中国における近年の新型設備と比較すると中小規模のものが多く、中古の抄紙機を海外より購入し操業している企業も依然として数多く存在している。

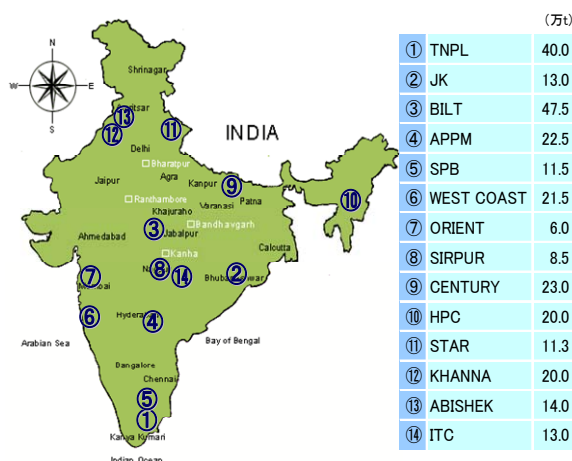
但し、紙(印刷・筆記用紙)分野においては、大手・中堅メーカーが内需拡大に応じて設備投資を積極化してきており、年産20万t以上の工場が7ヶ所となる等、近年生産能力拡大が顕著である(【図表9】)。

板紙では、紙器用板紙について ITC、JK Paper の生産設備が一定規模の生産能力を有しているのに対し、物流コストの嵩む段ボール原紙については、地域毎の市場が細分化していることもあり、各工場の生産能力は小規模なものに止まっている。

また、販売チャネルについては、大手メーカーは、自社製品のみを取扱う専門代理店(Distributors)と他社製品も含めて取扱うディーラー(Dealers)の双方を活用し、販売網を構築している。これに対し、中小メーカーは、専門代理店を保有せず、ディーラーを通じた販売に止まっており、価格形成力においても大手メーカーとの間で格差が生じている。

大手メーカーと専門代理店は、半世紀以上に亘る取引関係を有し堅密であることから、外資メーカーが単独でインド市場に新規参入し、現地生産を行う場合にも、安定的な販路獲得が競争力を発揮する上での課題になるものと思料される(【図表10】)。

【図表9】インド印刷・筆記用紙主要生産設備



(出所) 各社 IR 資料、TNPL より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表10】各社販売網の概要

各社販売網	
BILT	・(当社製品のみ取扱う)専門代理店を通じ販売 -代理店網はインド全土をカバー -代理店とは50年以上の取引関係を構築
JK Paper	・専門代理店を142保有 -代理店とは70年以上の取引関係を構築 -他2,500超を超えるディーラーを通じて販売
TNPL	・専門代理店を55保有 -6割が代理店を通じた販売(輸出含む) -他、民間向け直販が2割、政府向けが2割
ITC	・専門代理店を45保有 -自社セグメント(たばこ、食品)向けの販売多い -板紙も代理店を通じての販売が主流
中小メーカー (Murliほか)	各地に存在するディーラーを通じて販売 (専門に取扱う代理店保有せず)

(出所) 各社ヒアリング等により
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

3. 原料動向

上位メーカーは植林木からの一貫生産体制を構築

インドにおいては森林資源及び水資源の不足が原料安定調達に向けた制約要因として挙げられるが、上位メーカーはいずれも自社植林木からパルプ、製品(印刷・筆記用紙)の一貫生産体制を構築している。一方、資金力の乏しい中堅以下のメーカーはパルプ全量を輸入に依存せざるを得ない状況にあり原料調達面においても二極化が進んでいる。

市場拡大に応じて、今後は原料調達ソースの多様化の動き

上位メーカーは自社敷地内もしくは近隣の農家に委託する形で植林を実施し、ユーカリを中心とした成長の早い樹種の開発にも取り組んでいる。但し、上位メーカーにおいても生産能力の拡大と合わせた原料の安定調達は課題であり、BILT が SAVA 社(マレーシア)を買収した例(2007 年)にも見られるように、今後は原料調達ソースの多様化への動きが活発化するものと思料される。また、非塗工紙ではバガス(サトウキビ搾取後の残渣)やワラを原料とした製品が市場に浸透しているが、ユーザーの品質要求レベルの向上も相俟って、木材パルプの使用原単位の上昇が予想され、中長期的な原料需給環境に影響を及ぼす可能性がある。

古紙回収率は段ボール古紙を中心に極めて低い水準

一方で、古紙回収率は 20%程度であり、日本の 80%、中国の 40%等と比較しても低水準である。新聞古紙については買取システムがあり、回収率は 4~5 割程度と相応の水準であるが、段ボール古紙については、ITC によるリサイクル体制の整備等の動きも見られるものの、現状の回収率は極めて低い状況にある。要因としては回収システムが未整備であることや需要立地が分散していることに加え、インドにおいては段ボールを繰り返し利用する傾向にあり、需要が拡大してもリサイクル市場に出回らないという実情も考えられる(【図表 11】)。

4. 中小メーカーの淘汰可能性

環境対応等のコスト負担増を背景とした中小メーカーの淘汰により、非塗工紙分野を中心に需給が逼迫する可能性

前述の通り、大手メーカーと中小メーカーの間では、①製品群、②生産設備、③販売網、④原料調達方法等で競争力に差異が生じている。更に、インド政府は製紙産業に対し、環境対応として 2012 年以降にパルプ漂白の際の塩素不使用を義務付けることを決定しており、かかる対応に向けたコスト負担を行える企業は上位プレイヤーに限られることとなる。旁、生産能力 2 万 t 未満の中小工場による供給がインド市場における総供給能力の約 4 割以上を賄っているのが現状であり、中小メーカーの市場淘汰により、(中小メーカーの主力製品分野である)非塗工紙分野においても需給逼迫の可能性のあることには留意が必要である(【図表 12】)。

【図表 11】各社原料調達状況

	原料への対応状況
BILT	・パルプ: 自社生産6割、輸入4割 (チップは自社植林木より4割調達)
JK Paper	・全量自社植林木からの一貫生産 (紙器用板紙もパルプ100%で生産)
TNPL	・パルプ: 全量自社植林木(農産物)からの生産 ・バガス: 提携先製糖工場から調達 (バガス60%、パルプ40%にて非塗工紙を生産)
ITC	・洋紙: 全量自社植林木からの一貫生産 ・板紙: 古紙リサイクル体制の整備開始
中小メーカー	・パルプ全量輸入

(出所) 各社ヒアリング等により
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表 12】インド規模別生産設備分布

能力割合 (08年)	分類	生産能力	工場数
57%	大	2万t~	~75
24%	中	1万t以上~2万未満	~120
19%	小	1万t未満	~300

計495

(出所) Avalon Consulting 等より
みずほコーポレート銀行産業調査部作成

IV. 製品別市場環境

ここで、これまでの整理としてインド市場における製品別市場環境につき考察を行う。

新聞用紙は引続き輸入量が高水準で推移

新聞用紙は、識字率の上昇等を背景に引続き市場拡大が見込まれるが、輸入品との競合により厳しい事業環境が続く。よって供給能力拡大の動きが限定的であることに加え、より収益性の高い印刷・筆記用紙等への生産シフトの動きが見込まれることから、需給バランスは今後も需要超過となり輸入量は引続き高水準にて推移する。

印刷・筆記用紙は需給タイト感が続く

印刷・筆記用紙は、塗工紙やコピー用紙等高品質分野においては、ユーザーの高品質志向により需要拡大が続くが、プレイヤー数が少なく生産能力拡大の動きも限定的であることから、需給環境は足許のタイト感が継続するものと予想される。また、非塗工紙におけるローエンド分野においても、需要の伸びの鈍化が中長期的には見込まれる一方、環境規制等を背景とした中小メーカーの淘汰による能力削減により、需給は当面逼迫するものと考えられる。

段ボール原紙は需給均衡の状況が続く

段ボール原紙は、経済発展に伴う物流量の増加に加え、プラスチックケースからの需要代替等による用途拡大により潜在的な市場拡大余地を有するが、中小メーカーが生産の担い手であることから大幅な供給能力拡大について見込み難い状況にある。一方、高品質な輸入品については流入余地が限定的であり、需要拡大に応じた緩やかな生産能力拡大によって需給バランスは足許の均衡の状況が続くと予測する。

白板紙は需要超過から需給均衡に向かう

白板紙(Virgin Boards)は、FMCG 向けを中心とした包装資材の高品質志向により引続き市場の大幅な拡大が見込まれるが、現状の ITC、JK Paper の 2 社供給体制から Century 社の新規参入による供給能力拡大を背景に、需給バランスは足許の需要超過から短期的に需給均衡に向かうものと予想される(【図表 13】)。

【図表 13】インド市場の製品別需給環境

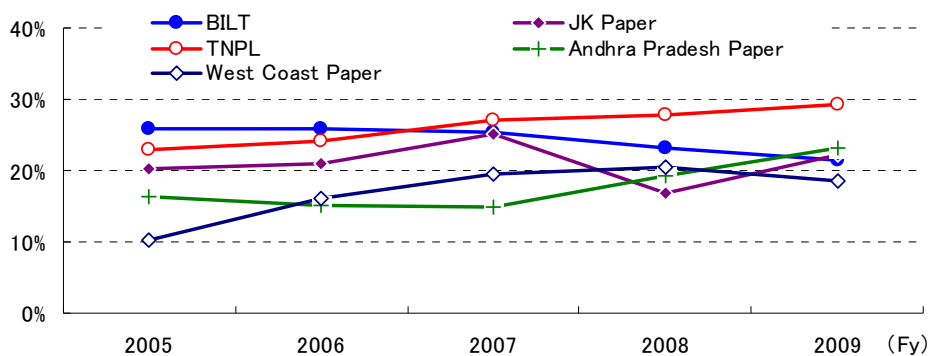
	今後の需要トレンド	供給動向	需給バランス
新聞用紙	識字率の上昇等を背景に引続き拡大トレンド	輸入品との競合が厳しく、収益性の高い印刷情報用紙へ生産シフトの動きも見られ、供給能力の大幅増強は見込み難い状況	引続き需要超過(輸入紙が浸透)
印刷・筆記用紙	ユーザーの志向により塗工紙、コピー用紙等高品質分野の需要拡大が続く一方で、非塗工紙の内、ローエンド品分野で需要の伸びが鈍化	【塗工紙、コピー用紙】 大手メーカーが主要プレイヤーであり生産能力拡大に当たって資金面では問題ないが、原料調達が制約要因に 【非塗工紙】 環境規制等を背景とした中小メーカーの淘汰による能力削減が進む	【塗工紙、コピー用紙】 需要拡大に生産能力拡大が追いつかず足許のタイト感が継続 【非塗工紙】 中小メーカーの淘汰により中期的に需給逼迫
段原紙	経済発展に加え、プラスチックケースからの需要代替等、用途拡大による市場急成長の余地有り	各社生産規模は2万t以下で中小メーカーが多く、資本力の観点からも大幅な能力拡大は見込めず	供給能力が限られる一方、高品質な輸入品が浸透する余地も限られており、足許の略需給均衡の状況が続く
白板紙	FMCG分野を中心とした包装資材の高品質志向により引続き大幅な拡大	プレイヤー新規参入(2社→3社)により供給能力拡大	新規参入企業分の能力拡大により一旦は足許の需要超過から需給均衡の方向に向かう

(出所) 各社ヒアリング等によりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

市場環境の安定性を裏づけに大手メーカーは相応の収益性を確保

よって、各製品共に需給環境は需要超過もしくは均衡の状況にあり、輸入紙との競合が厳しい新聞用紙を除き、事業環境は安定的であると思料される。現にインド上場大手製紙メーカーの EBITDA マージンは近年概ね各社 20%～25%程度で推移しており、相応の価格形成力と収益性を確保していると思われる(【図表 14】)。

【図表 14】主要上場製紙メーカーの EBITDA マージン推移



(出所) 各社 Annual Report、トムソン・ロイターよりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

V. 我が国製紙メーカーのビジネス機会と課題

これまでインド市場の有望性につき言及してきたが、むすびとして我が国製紙メーカーの参入余地とその際の留意点につき考察する。

日本企業単独での進出には販路開拓等をはじめとして困難が伴う

まず、日本企業単独での進出を想定すると、生産設備の新規立上げ及び操業に際しては、土地勘のない中での用地、水資源、エネルギー等の安定確保や労務管理手法等に対する課題に直面することが予想される。また、前述の通り、インド大手製紙メーカーは強固な販売網を有しており、日本の製紙メーカーが新規に参入するに際しては販路開拓面で劣位することとなる。また、一部で高品質製品が徐々に浸透しつつあるが、依然ローエンド製品の市場規模が大きく、価格、品質、機能面等におけるユーザーニーズの捕捉には困難が伴う。よって、かかる課題の克服に際し、参入企業にとっては地場企業とのアライアンスが有力な選択肢となりうる。

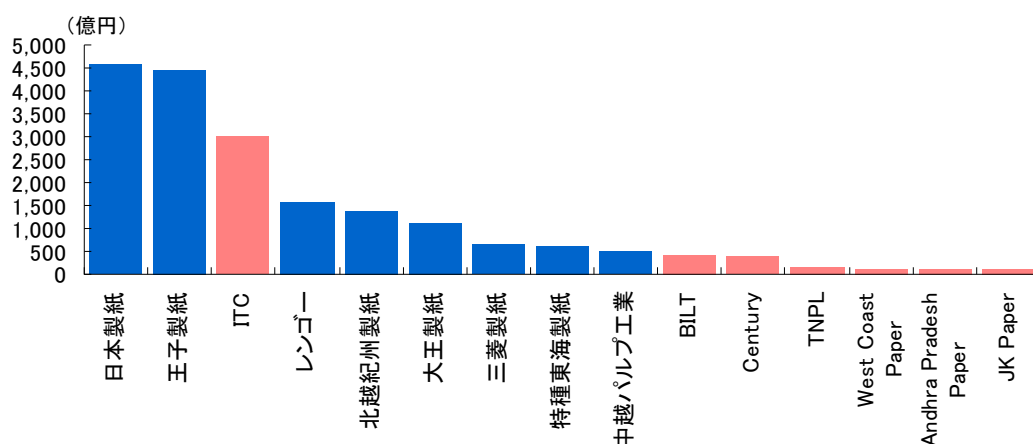
インド企業のアライアンスニーズにつき考察

この点、成長市場への参入を期待する日本企業のみならず、インド企業においても①資本金面、②原料調達面、③技術面等において日本企業と協調関係を築くニーズは相応に存するものと推察する。

①資金面でのサポートニーズ

一点目として、資本参加が挙げられる。インド上位製紙メーカーは安定的な収益性を維持しているものの、資本規模については、(たばこ事業を中核とする ITC を除き)最大手の BILT においても日本の中堅メーカークラスであり、需要拡大に向けた大規模設備投資に際しては各社財務面での制約が生じうる(【図表 15】)。よって、増資による資本参加や新規プロジェクトへの共同出資等、資金面でのサポートニーズは存在するものと思料される。また、前述の通りインド上位メーカーと中下位メーカーの間には競争力格差が生じており、中堅メーカーを買収の上、資本力と共に競争力を強化していくといった手法も考えられる。

【図表 15】インド・日本主要上場製紙メーカーの自己資本金額比較



(出所) 各社 Annual Report、トムソン・ロイターよりみずほコーポレート銀行産業調査部作成
 (注) 2009 年度決算期末時点 (インドメーカーは決算期末時点の為替レートにて円建換算)

②原料安定調達 に向けた協調

二点目として、原料の安定調達に向けた協調が挙げられる。前述の通りインドメーカーは近隣農家への植林委託等によって原料確保を図っているが、需要拡大に対し原料調達が追いつかない状況になりつつある。これに対し、我が国製紙メーカーはかねてより海外植林を積極化しており、チップ調達においても長期契約による安定確保を行っている。かかる優位性を発揮の上、植林、パルプ工場建設等の分野において日印間で連携していくことは、新興国市場の拡大による世界的な木材原料の不足が指摘される中で原料価格の安定化を図る上でも必要な取組みであると考えられる。このことは、インド国内の古紙回収システムの整備についても同様のことが言えよう。

③取扱品種拡大 時等における技 術提供

三点目として、取扱品種拡大時等における技術提供が挙げられる。ITC を除くインド上位メーカーの中核製品は印刷・筆記用紙であるが、今後市場拡大に合わせ順次板紙や特殊紙分野等に参入していく可能性は十分にありうるものと思料する。例えば、合弁事業を立ち上げ、日本企業の有する軽量かつ強度の高い段ボール原紙・シートの製造技術を導入し、インドメーカーと共同で高付加価値包装材の市場ニーズを捕捉していくといったことが考えられる。

上記の様なアライアンスが実際に実現するかは巡り合せの妙もあるが、いずれにしても、日本メーカー、インドメーカー間で互いにメリットを共有できるような関係構築に向け継続的な意見交換が行われることが望まれる。

(素材チーム 寺沢 有希)
 yuuki.terasawa@mizuho-cb.co.jp

©2011 株式会社みずほコーポレート銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

MIZUHO

Channel to Discovery