

インドの投資・市場環境と日本企業の対応戦略

平成28年3月

日本機械輸出組合

はしがき

平成 27 年度のエマージング市場委員会では、成長市場対策委員会とともに、近年高い経済成長を続けるインドの投資・市場環境、および、日本企業によるインドビジネスへの対応のあり方について検討を行うため、株式会社 野村総合研究所（NRI）に調査を委託し、本報告書に取りまとめた。

インドは GDP で 2015 年に世界第 7 位（IMF 推定）の規模に達しており、今後も中国を上回る経済成長率が予想されている（IMF 予測）。また、モディ現政権の経済運営に対する評価や外資規制の緩和など事業環境の整備、鉄道セクターをはじめとするインフラ整備プロジェクト等への期待から、日本企業のインドビジネスへの関心は大きく高まっている。そのため昨今、日本企業のインド進出は増えており、2015 年には 1,229 社（日本外務省発表）と 10 年前に比べて 5 倍近い社数にまで進出企業の数が増加した。しかし、日本企業にとっては、インド市場における非関税障壁の存在や構造改革の遅れ、中国や ASEAN 等とは大きく異なる事業環境等により、インドビジネスの難しさを指摘する声は多い。

そこで、この度の調査では、インド政府投資機関、インド企業・産業団体、現地日系企業、日本政府関係機関等を訪問してヒアリングを行い、同国の政治・社会情勢、経済・産業動向等をはじめ、インド各州および連邦直轄領の投資・市場環境と産業政策・投資誘致政策、さらに日本企業にとってのインドビジネスの課題や対応策について考察した。

本報告書では、インドの投資・市場環境、および、日本企業のインドビジネスへの対応のあり方について、以下の視点から調査・分析を行った。

- (1) インドの投資環境・市場環境の概要
政治・社会情勢、経済・産業・貿易動向、投資・市場環境、日系企業の進出動向等
- (2) モディ政権下の経済運営・経済政策・産業政策・貿易政策等の動向
“Make in India” キャンペーン下でのビジネス環境整備、制度改善の状況等
- (3) インド各州の経済・産業面での優先政策と課題
インド各州の政策、日本企業の誘致に積極的な州政府の産業政策・投資誘致政策等
- (4) 日本企業にとってのインドビジネスの機会と課題・対応策
インドビジネスの問題点と課題、インフラ整備プロジェクト、インド活用戦略等

本報告書が、組合員各位の業務の一助となれば幸甚である。

平成 28 年 3 月

日本機械輸出組合
エマージング市場委員会
委員長 奥住 直明

目次

要 旨	1
1. インドの投資環境・市場環境の概要（一般情報）	12
1.1 政治・社会情勢	12
1.1.1 政治動向	12
1.1.2 人口	13
1.2 経済・産業・貿易動向	15
1.2.1 経済動向	15
1.2.2 産業構造	18
1.2.3 経常収支	18
1.2.4 為替レート	19
1.3 投資・市場環境	21
1.3.1 投資動向	21
1.3.2 市場環境	22
1.4 日系企業の進出動向	25
1.5 マクロ経済環境のまとめ	27
2. モディ政権下の経済運営・経済政策・産業政策・貿易政策等の動向	29
2.1 モディ政権の構造改革と全方位外交に関する評価	29
2.1.1 進展のみられた項目	29
2.1.2 全方位外交と日本との関係	30
2.2 「Make In India」キャンペーンのもとでのビジネス環境整備の方向性	30
2.2.1 Make in India キャンペーンの概要	30
2.2.2 国家電子産業政策	31
2.3 投資環境（非関税障壁）及び制度改善の状況と企業に対する影響分析	32
2.3.1 建議書の推進体制	32
2.3.2 建議書活動の成果と今後の課題・展望	33
3. インド各州の経済・産業面での優先政策と課題	35
3.1 インド各州及び連邦直轄領における政策と課題	35
3.1.1 インド全州の概観	35
3.1.2 インド北部州の概要	38
3.1.3 インド西部州の概要	43
3.1.4 インド中部州の概要	45
3.1.5 インド南部州の概要	48
3.1.6 インド東部州の概要	53

3.1.7	インド北東部州の概要	57
3.2	日本企業の誘致に積極的な州政府の産業政策・投資誘致政策等	63
3.2.1	日本企業がインド進出にあたって重視する項目	63
3.2.2	投資環境改善の動向	65
3.2.3	日本工業団地等の状況	66
3.2.4	特徴的な州における投資誘致のための政策的支援措置	70
3.2.5	今後の進出先として有望な州についての検討	73
4.	日本企業にとってのインドビジネスの機会と課題・対応策	75
4.1	インドビジネスにおける問題点と課題	75
4.1.1	生産の現地化	75
4.1.2	経営と製品の現地化	77
4.1.3	パートナー企業の選定	79
4.2	インドで事業展開している欧米企業等のロールモデル分析と日本企業への示唆 ..	80
4.2.1	インド企業との協業によるビジネスモデル	80
4.2.2	エンジニアリングの現地化	82
4.2.3	産業の裾野の取り込み	85
4.3	インフラ整備プロジェクトと公的支援スキーム	86
4.3.1	インドにおけるインフラ整備の特徴について	86
4.3.2	日本政府の公的スキームと案件の傾向について	87
4.3.3	輸出支援金融のスキームと傾向について	90
4.3.4	NEDO による実証事業について	91
4.4	東アジアから中東・アフリカをまたぐ広域サプライチェーン展開のあり方	92
4.4.1	中東・アフリカ展開に対するインドのポテンシャルについて	92
4.4.2	事例に見るインドから中東・アフリカへの展開戦略について	94
4.5	日本企業のインド活用戦略のあり方	98
4.5.1	難しいインド市場に取り組む意義	98
4.5.2	ものづくり企業にとってのインドの活用方策	98
4.5.3	インフラ関連企業にとってのインドの活用方策	100
4.5.4	インド事業戦略への示唆	101
4.5.5	公的セクターへの期待	105

要 旨

1. インドの投資環境・市場環境の概要(一般情報)

1.1 政治・社会情勢

インドの政治・社会情勢は基本的に安定している。2014 年に下院総選挙の投票が実施され、インド人民党（BJP）が単独で議席の過半数を獲得した。これにより、10 年ぶりの政権交代が実現した。但し、上院においては友党を含めて 59 議席、約 25%程度に留まっており、いわゆる「ねじれ」の状態となっている。

1.2 経済・産業・貿易動向

インドの GDP は 2015 年の推定値で世界第 7 位の規模を有する。既にイタリアを抜き、フランスの規模に近付いている。

インドは、特に 2000 年代に入って以降、高い経済成長率を継続してきた。2014 年には中国の成長率と拮抗し、ついに 2015 年に逆転したと推定されている。さらに、今後については、2020 年までインドの成長率は中国を上回り続けることが予測されている。(図表 1)

図表 1 インドと中国の実質経済成長率の推移



注) インドは 2015 年以降、中国は 2014 年以降は IMF による推定値

出所) IMF, World Economic Outlook, 2015 年 10 月データより NRI 作成

インドの通貨は減価の傾向が続いており、IMF の予測では今後も対ドルで継続的に減価していく予測となっている。2000 年には 1 ドル 45.7 ルピーだったが、2015 年には 64.7 ルピーまで下がっており、さらに 2020 年には 76.1 ルピーにまで下がり続ける予測となっている。

1.3 投資・市場環境

海外からインドへの投資は、特に 2006 年から 2008 年にかけて急伸した。2008 年の直接投資受入額は、2000 年の 10 倍以上にまで達した。その後は、下降、上昇を繰り返していたが、2013 年、2014 年と安定的に伸長している。インドの中長期的な成長性は投資家から好意的に評価されていると考えられる。

インドの市場環境は、国の規模は大きいものの、消費市場についても、政府による公共事業についても、価格の高い製品やサービスを進んで利用できる層は限られている。東南アジアと異なり地場の企業の厚みもあり、欧州企業も長年の歴史を持ち、競争も厳しい。

1.4 日系企業の進出動向

日本企業のインド進出は着実に増加している。2006 年時点では 267 社にすぎなかったが、2015 年には 1,229 社と 2006 年の 5 倍近い社数にまで増加している。しかし、進出企業の約 8 割は大企業であり、そのうち 7 割近くが製造業である。進出企業のうち、中小企業の製造業は 102 社にとどまっており、中小企業にとってはまだ進出のハードルの高い国となっている。

日本企業のインドでの進出先は、首都のデリー、デリー近郊の新興都市グルガオンやマールチ・スズキの工場などがあるハリヤナ州、ムンバイのあるマハラシュトラ州、バンガロールのあるカルナタカ州、そしてチェンナイのあるタミル・ナド州に集中している。

2. モディ政権下の経済運営・経済政策・産業政策・貿易政策等の動向

2.1 モディ政権の構造改革と全方位外交に関する評価

モディ政権では、行政の効率性と透明性を高め、スピードを上げるための取り組みを強化している。計画委員会の廃止、外資規制の緩和、「メイク・イン・インド」キャンペーンによる製造業の振興、燃料補助金の削減などは政権交代後に進展がみられた事項である。

2.2 「Make In India」キャンペーンのもとでのビジネス環境整備の方向性

Make in India キャンペーンの目標は、製造業の GDP に占める割合を現在の 17%前後から 2022 年までに 25%にまで引き上げることである。インド国内で雇用を生み出し、付加価

値をつけ、外貨を稼ぐことが期待されている業種が対象となっている。但し、Make in India キャンペーンの設定に伴って、新たな投資インセンティブなどは導入されていない。連邦政府としての基本姿勢は、手続きの迅速化、外資規制の緩和、インフラの整備促進などである。また、州同士の企業誘致競争を促すことで投資環境を改善する効果を見込んでいる。

2.3 投資環境（非関税障壁）及び制度改善の状況と企業に対する影響分析

非関税障壁などの投資環境及び各種の制度改善については、インド日本商工会（JCCII）等が現地進出日本企業の窓口となり、日本政府と連携を取りながら、インド政府に対して「建議書」を提示し、改善を求める活動を行っている。

財サービス税（GST）の導入には一定の進展がみられ、またモディ政権としても導入に向けて注力するものと予想される。一方、土地収用関連及び労働法制は、野党の反対も根強く、ねじれ国会の状態で解決するのは難しいと考えられる。

3. インド各州の経済・産業面での優先政策と課題

3.1 インド各州及び連邦直轄領における政策と課題

インドには合計で 35 の州・直轄領があるが、人口、面積、域内純生産とも、上位 3 州でインド全体の約 3 割、同 5 州で 5 割弱、同 10 州で 7 割前後を占めている。このことは、人口や経済活動は特定の州に集中しており、開発の遅れている州が少なからずあることを意味している。一人当たり域内純生産で見ると、最も高いデリーと最も低いビハール州の間には 6 倍以上の差がある。

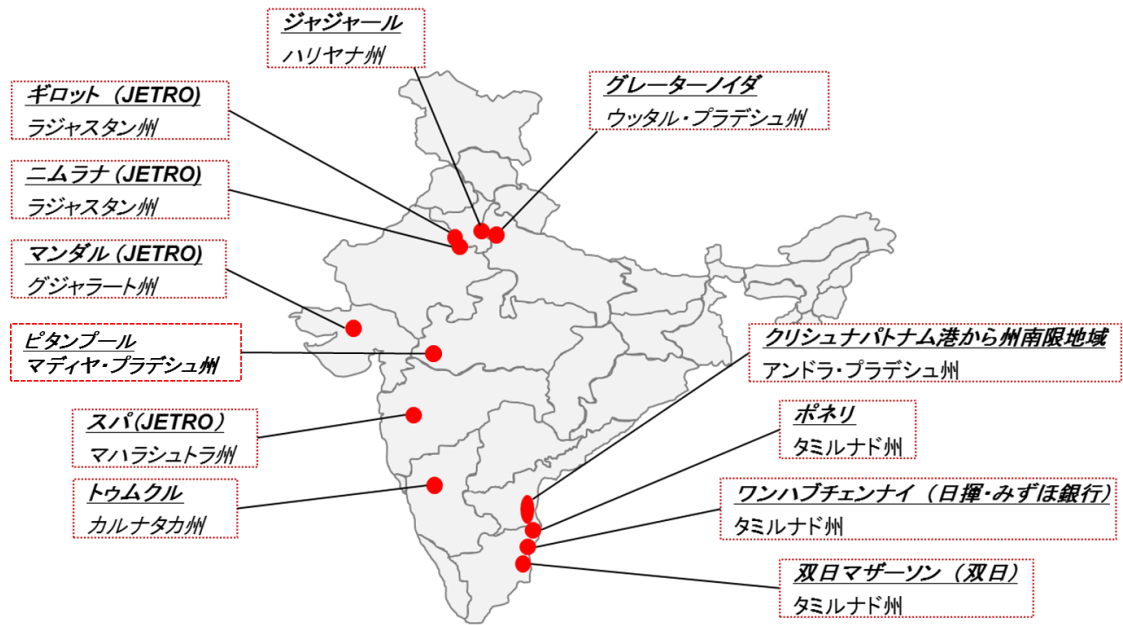
3.2 日本企業の誘致に積極的な州政府の産業政策・投資誘致政策等

2015 年 4 月に日印政府間で合意された「日本工業団地」は、事業環境を改善するトリガーとなることが期待されている。「日本工業団地」（Japan Industrial Township）の候補地に現在 12 の地域が指定されている。（図表 2）

日本企業にとって、今後有望な立地先を挙げるとすれば、大都市からのアクセスのためのインフラが整備されていること、投資事業環境が良好であること、日本企業の誘致に積極的であること、等を条件とすると、グジャラート、アンドラ・プラデシュ、マディヤ・プラデシュ、及びラジャスタンの 4 州が該当する。（図表 3）

この 4 州はいずれも、DMIC または CBIC といった、日本政府も支援をしている産業回廊の沿線に立地する州である。また、日本工業団地の候補地も設定されている。投資環境の改善度合いのスコアも、インド全州の中で上位に位置づく州である。グジャラート州については、欧州向けの輸出拠点としても注目されており、例えば自動車のスズキも同州に工場を設立している。

図表 2 日本工業団地候補地



出所) 日本政府発表資料に基づいて野村総合研究所作成

図表 3 今後の進出先としての有望州

州	州議会	産業回廊への近接性	日本工業団地候補地	投資環境改善	その他特徴
グジャラート州	BJP優勢	DMIC	○	71.14 (1位)	欧州等への輸出拠点
アンドラ・ブラデシュ州	BJPの友党が優勢	CBIC近郊	○	70.12 (2位)	チェンナイ、バンガロールから通勤圏
マディヤ・ブラデシュ州	BJP優勢	DMIC	○	62.00 (5位)	
ラジャスタン州	BJP優勢	DMIC	○	61.04 (6位)	

出所) 野村総合研究所

4. 日本企業にとってのインドビジネスの機会と課題・対応策

4.1 インドビジネスにおける問題点と課題

①生産の現地化

本調査の実施に当たり、現地調査で最も多く指摘されたことは、日本企業は生産の現地化が進んでいないことにより、コスト面で優位性がなく、市場を取れていないという点である。このことは、消費財、生産財、或いはインフラ事業においても一様に当てはまる。

但し、インドの工場の能力は、中国やタイなどと比べても必ずしも高くなく、生産性や品質の工場に対する改善に向けて、官民合わせた取り組みが必要である。

②経営と製品の現地化

生産の現地化に加えて、経営の現地化の必要性、重要性である。経営トップが自らインド事業へのコミットを示すこと、また現地拠点を設立して、インドで腰を据えて事業をすることが、現地企業からも認められる上で重要である。

また、インド人によるインドに適した経営判断をするために、現地法人のトップにインド人を配置することで成功している企業が多い。製品の現地化（現地の購買力を見極めた、適切な価格設定）、開発の現地化（仕様や調達の現地化、開発コストの低減）なども重要である。

4.2 インドで事業展開している欧米企業等のロールモデル分析と日本企業への示唆

①欧印事業コンソーシアムの事例

あるイタリアの工作機メーカーは、インドの工作機械メーカーを含む数社とコンソーシアムを組んでいる。イタリア企業が欧州で受注した工作機械をインドで生産し、コンソーシアム企業を通じて欧州で販売している。営業、受注、納入時のキャリブレーションなどは欧州企業側が、生産はインド企業が行っている。品質は欧州企業のニーズを満たす高い水準で、かつ、欧州で生産する場合の 1/3 程度のコストで生産ができている。ものづくり部分はインド企業に任せつつも、品質を維持しつつ、コストを低減し、顧客のニーズに合わせた設計やキャリブレーションなどのエンジニアリングに付加価値を見出している点は示唆に富む。

②エンジニアリングの現地化

設計開発などのエンジニアリング業務を第三者にアウトソースすることも、日本企業にとっては難易度が高いと考えられる。実際に、エンジニアリング・サービス・アウトソーシングを行っている Wipro 社の売上ベースでみると欧米顧客向けが 80%、日本を含むアジアで 11%程度である。欧米企業が製品の仕様の現地化やコストダウンを、このような企業を使って実現している一方で、日本企業は自前主義によって効率化が進まず、競争力を出せていないのであれば、今後は対応を検討する必要がある。

③産業の裾野の取り込み

インドにおいても、特に欧州によるものづくりの支援は既に数 10 年前から始まっており、一日の長がある。特に Tool Room（工作機械センター）と呼ばれる技術支援・人材育成機関が多数設置されており、そこにドイツを始めとした欧州の機械が設置され、そのような機械の操作に習熟した産業人材の育成が行われている。

日本の製造業に対する支援は、インド工科大学（IIT）のような高等教育や産業人材育成機関（ITI）のような修理工レベルの育成、及び製造業の経営層の育成が行われているが、これらの中間となるような技術者の育成は必ずしも十分に行われていない。

4.3 インフラ整備プロジェクトと公的支援スキーム

日本政府は、今後の対インド投融資目標額を 3.5 兆円としている。そのうち半分が官、残りは民間の投資が想定されている。公的投資分の約 1.75 兆円のうち 1 兆円分が新幹線、残りはデリー＝ムンバイ間の貨物専用鉄道線（DFC）である。公的投資についてはほぼ、この 2 大プロジェクトに投資されると見込まれる。

①有償資金協力（円借款）について

日本からインドへの有償資金協力（円借款）は、概ね毎年 3,000 億円程度が供与されている。円借款の案件のインドにおけるセクター別の内訳をみると、約半分が運輸になっている。その後、電力・ガス（送配電）、都市上下水道、農業・森林（貧困対策）などとなっている。インドに対する日本の援助方針も踏まえると、この傾向は当面続く可能性が高いと考えられる。

②無償資金協力について

無償資金協力については、インフラ輸出促進のために、日本の技術を見せるパイロット（実証事業）として新しい案件を作る方向になっている。案件の内容としては、例えば都市部における ITS、道路の斜面对策（地滑り対策）、橋梁、トンネルなど、日本の特に優れた技術が必要なものが想定されている。パイロット事業として技術の実証を行うことで、後は民間企業が横展開していくことで、市場開拓への期待もかかっている。

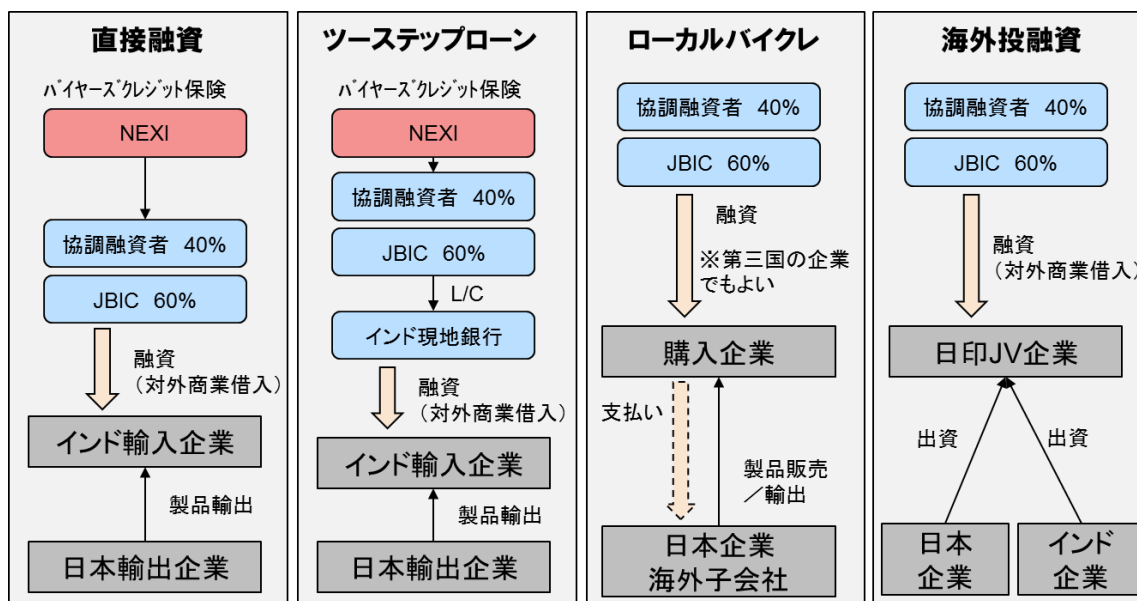
無償資金協力については、有償資金協力とは異なり、制度的に全て日本の技術への紐付（タイド）にすることが可能である。但し、有償資金協力の場合と比べて金額規模は相対的に小さく、1 件あたり 5～20 億円程度となる。

③輸出支援金融のスキームと傾向について

国際協力銀行の金融スキームとしては、輸出金融（バイヤーズクレジット。直接金融とツーステップローンがある）、投資融資（ローカルバイヤーズクレジット）、海外展開支援出資などがある。（図表 4）

バイヤーズクレジットについては、インド側の輸入企業の信用力に応じて、直接融資の場合とツーステップローンに分かれる。ローカルバイヤーズクレジットは、例えば、日本企業 A 社の現地法人から、現地発電公社へ製品を納入するようなケースに適用される。2014 年 2 月から運用を開始し、インドでは比較的良く使われている。

図表 4 国際協力銀行による金融スキーム



出所）JBIC ニューデリー事務所資料をもとに作成

④NEDO による実証事業について

インドでは、国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）が多数の実証実験事業を実施している。これらは特に、新エネルギー、省エネルギーについて技術移転していくためのショーケースとするべく、実施されている。しかし、実証事業を行っている日本の事業者がコストダウンできていないため、技術の有効性がインドにおいて実証されても、その事業から横展開できていないことが課題となっている。横展開ができない最大の要因は、日本企業が生産等を現地化しておらず、コストダウンできていないことであると指摘されている。

4.4 東アジアから中東・アフリカをまたぐ広域サプライチェーン展開のあり方

インドは経済発展の水準ではアフリカ諸国と近い部分もあり、また経済開発の課題も共通している部分がある。中東についても、必ずしも富裕層だけの市場ではなく、普及価格帯の製品については十分に同質的な市場があると考えられる。

生産ネットワークという点では、既に多数の企業が進出している東南アジアとの分業をしつつ、販売ネットワークという視点からは、インド以西の市場に展開するための拠点として、インドを位置付けることも考えられる。

中東やアフリカにはいわゆる印僑が多数存在している。中東諸国では、単純労働者だけでなく、現地人オーナーのもとでビジネスの運営を任される要職についていたり、貿易取引に従事しているインド人も少なくない。Tata Hitachi の事例では、タタ・グループが持つ現地ネットワークも活用しつつ、インド基点でアフリカ事業を展開している。

また、パナソニックの現地販売会社である **Panasonic India** は、同社が拠点となって中東及びアフリカへの販売を担っている。事業部の壁を超えて、本社の経営層がコミットする形で事業を推進することで、幅広い品ぞろえ、インドの基準やニーズに合わせた品質やサービス設定を行い、急速に売り上げを伸ばしている。

4.5 日本企業のインド活用戦略のあり方

2003 年に発表された、いわゆる「BRICs レポート」以降、多くの日本企業がインドに注目し、各企業なりの取り組みを行ってきた。しかし、それから 10 年以上が経ち、インド事業において成功している企業とそうでない企業との間に大きな差がついた。インドで成功している企業は、日本式のやり方や東南アジアでのやり方が通用しないことに気づき、大国としてのインドに自らの戦略を合わせている。

①ものづくり企業にとってのインドの活用方策

・生産・輸出拠点としてのインド

インドのような事業環境下では、現地に工場を設立し、開発、調達、生産の現地化を進めるとともに、為替の変動のショックを吸収するためにも、また工場の稼働を維持し、投資回収を早めるためにも、インド国外にも市場を求めることが必要になるであろう。

②デジタル・エンジニアリングの拠点としてのインド

今後 10 年程度の間に製造業と IT の融合が今以上に進むことを想定し、IT が強く、工学系人材の層の厚いインドを、新興国におけるデジタル・エンジニアリングの拠点として位置付け、育てていく視点も必要であろう。

③インフラ関連企業にとってのインドの活用方策

インドは、日本の技術に紐づけた円借款案件を多数形成するような国ではない。その中で、当面、有望と考えられるのは鉄道や発電・送配電の分野である。ムンバイ＝アーメダバード間の新幹線は日本方式の採用が決まったが、今後も他の地域で続々と新幹線整備が進む予定である。官民で協力しつつ、これら日本の技術に紐づいた案件を確実に形成し、受注につなげていくことが求められる。

また、無償資金協力や NEDO の実証事業などで、技術を実証する機会を得ることもできるであろう。但し、これらの事業は、実証事業後の横展開ができるだけの市場性と販売力のある製品と企業を対象が絞られる可能性がある。生産の現地化や現地企業との協業などにより、事業後の自社による市場開拓、横展開の道筋をつけておくことが求められるであろう。

インフラ事業の事業権そのものの獲得は、厳しい入札での競争になるため、むしろインフラ事業に必要な機器を現地で生産し、納入することも考えられる。

④インド事業戦略への示唆

いくつかの事例等から得られた示唆として、インドに対する投資の回収を急ぎ過ぎたり、収益率のハードルレートが高いと、インド事業はそもそも成立しない可能性がある。高い営業利益率の目標に縛られると、思い切った施策もうちににくく、売上の成長も難しい。ブランド認知を高めることも必要で、そのためには需要者が買いやすい価格帯の製品も必要である。

まずは幅広く製品ラインナップを揃えて売上をつくり、製品ごとの細かい収益管理はその後で精度を上げていくことも必要であろう。事業部の収益責任を乗り越えた、販売優先の「治外法権」も必要であろう。そのためには、日本本社の役員層など、事業部をまたがって責任を取れる経営管理体制を取り、収益の責任は販社として取る。品質の責任は、事業部と分担しつつも販社が最終責任を取る姿勢を示すことが必要である。

日本人には難しい市場での具体的な戦術を展開するためにも、インド人のトップによる判断を尊重するべきであろう。現場のリーダーシップ、価格設定などインド人の感覚を取り入れることも重要である。自社で一からそのような体制を立ち上げるのが難しいようであれば、現地企業の買収によって時間を買うという選択肢も必要である。

⑤国際分業のデザインが必要である

新興国向けの商品開発にあたっては、インドの IT 能力を生かしたビッグデータの収集とアナリティクスによって商品開発に生かすことを検討するべきではないだろうか。

開発の現地化にあたっては、新興国の中では特に進んでいる ESO を活用し、全てを自社でもたずに開発を効率化する方策を検討する必要があるだろう。調達や生産については、官民で協力しつつ、特に素形材など裾野産業の強化や、生産の一部自動化などによる品質の工場に取り組む必要があるだろう。販売面では、既述の通り、インド国内での販売体制を構築するだけでなく、インドを拠点に、特にインド以西への輸出の可能性を探ることが必要になるであろう。これらの一連の活動において、デジタル化が進むことを踏まえ、製造業と IT を融合させたビジネスモデルを、インドから設計し、発信していくことも考えられる。

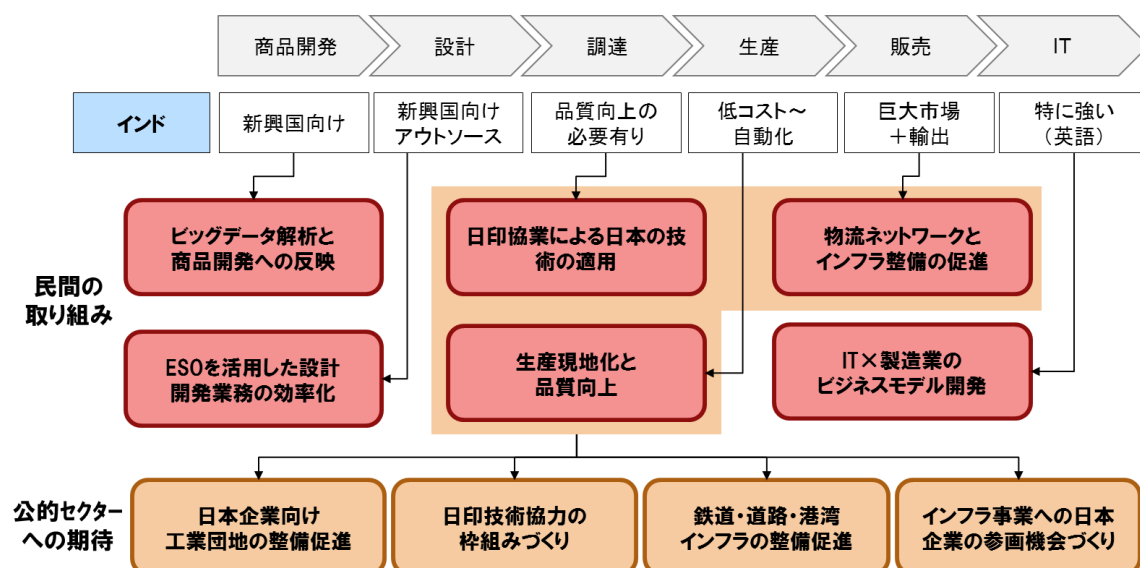
また、特に調達、生産、販売に関わる部分では官民の連携、日印の連携によって多面的なアプローチで事業環境を改善していく取り組みも必要である。(図表 5)

⑥公的セクターへの期待

・有償資金協力について

有償資金協力（円借款）については、引き続き、日本の官民で協力し、インドには存在しないような、先進技術を活用したインフラ整備案件をインド側に提案することで、日本の技術に紐づけた本邦技術活用条件（STEP）案件を形成する取り組みを継続することが期待される。

図表 5 インドで備えるべき機能と検討方向例



出所) NRI 作成

・無償金協力・中小企業支援・NEDOの実証事業について

無償資金協力、中小企業支援、NEDOの実証事業などについては、スキームを活用する企業側に現地化やコスト低減の努力を求めると同時に、現地での価格受容性の検討、実証事業の先の横展開のニーズ調査への支援等、生産現地化のメドが立つような支援スキームについても検討をすることが有効ではないかと考えられる。

・輸出金融スキームについて

輸出金融の融資先は現地企業が多いが、信用力の高くない、規模の小さいところはツーステップローンによって融資を行っているのが現状である。しかし、ツーステップだと、間に現地の金融機関が介在するため、金利が高くなる。現地の優良企業の少し下の信用力程度の企業への信用供与を実現していくことが望まれる。

また、インドでは限定償還請求権つき金融 (Limited Recourse Finance) ができていない。リスクマネーの供給を増やしていくためにも、限定償還請求権つき金融の可能性の検討が期待される。

・民間企業の現地事業支援について

日本企業向け工業団地の整備を促進するとともに、中堅中小企業が進出しやすいように、レンタル工場の整備も併せて進めていくことが期待される。また、産業人材育成に対する官民を挙げての取り組みも期待される場所である。