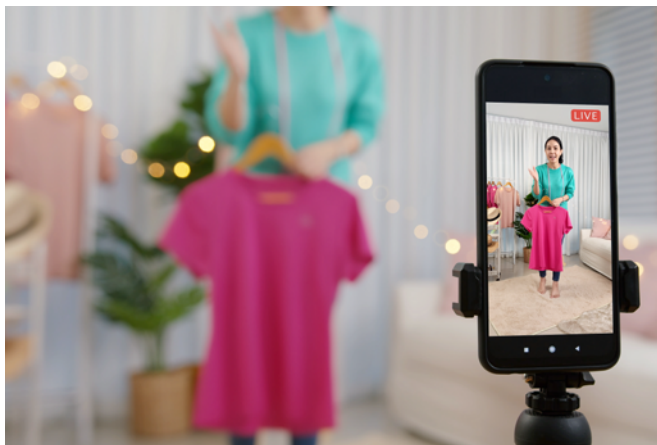


## インドネシアの消費購買動向

新型コロナウイルス感染症の世界的なパンデミックにより、デジタル化や行動規制や働き方・学び方など、インドネシアでも多くの変化・変容を余儀なくされました。その影響により、消費購買動向にも変化が見られます。



### インドネシアにおけるライフスタイルの変化

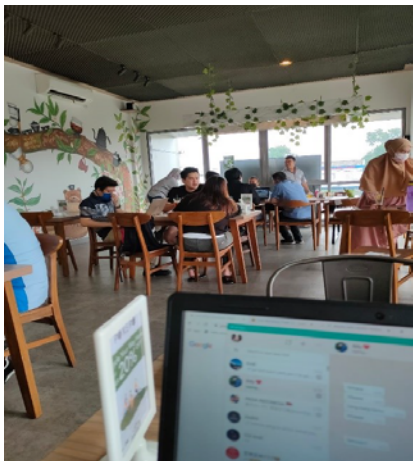
コロナ禍3年目となった2022年のトレンドとしては、以下の3点があげられます。

#### ①「環境に優しい」「持続可能性」の重視：

これまでは主に先進国で注目されていましたが、コロナ禍をきっかけに、インドネシアでも注目されるようになりました。

#### ②「ギグ・エコノミー」（フリーランスなどが単発・短期の仕事を請け負う働き方の急速な発展）

副業や兼業解禁の流れが活発化したことで、社会全体でフレキシブルな働き方を認めようとする風潮が高まりつつあること、リモートワークが一般化し、オフィスの必要性が薄れた結果、副業・兼業に取り組む人が増加し、フリーランスはもちろん、会社員であっても、在宅ワークや場所に縛られない働き方が広がりました。



#### ③eコマース (EC) ・ソーシャルメディア (SNS) の販売ツールとしての活用：

7割以上の消費者がSNSを活用し購入を決定するとのデータがあります。

こうした意識や働き方の変化によって、消費購買動向にも大きな変化が生まれました。

パンデミックをきっかけにEC利用を始めた消費者も少なくなく、EC市場は急拡大しています。コロナ禍前の2019年は210億米ドル（約2兆8,000億円）でしたが、2020年には320億米ドル（約4兆2,000億円）に増加しました。2025年には830億米ドル（約10兆6,000億円）に達するとの予測もあります。

インドネシア中央銀行も、2023年のEC市場を572兆ルピア（約4兆9,000億円）、2024年には689兆ルピア（約5兆8,000億円）に達するとの見通しを示しており、今後も堅調な推移が期待されています。

東南アジアの他国でも市場規模は拡大していますが、人口の多さも相まって、インドネシアの市場規模は、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナムの5カ国の市場を合わせた規模とほぼ同等と、ケタ違いの規模があるとの報告もあります。

では、インドネシアのEC市場ではどのような商品が主に取引されているのかを見てみましょう。中央統計局のデータでは、2020年、2021年とも、EC市場で最も売れたのは飲食物で、



衣料品、日用品、化粧品が続いています。民間の分析では、コロナ禍を反映して衛生用品が多く購入されたとの情報もあります。

今年は、健康食品、ライフスタイル製品、衣料品、化粧品・スキンケア・ボディケア用品、調理器具、家具などの販売が堅調に推移すると予想されています。コロナ禍による働き方に伴うオフィス用品や、巣ごもり生活でペットを飼う人が増えたことによるペット用品などの販売数増加も期待されています。

ここまでEC市場について見てきましたが、パンデミック発生後に行われた消費者調査では、74.5%の消費者が依然として実際の店舗での購買も変わらず実施しながら、EC購入も併用しているとのデータもあり、当然のことながら実店舗市場も重要な役割を果たしています。

## インドネシア市場の現状と課題



経済指標からインドネシアを見てみると、2021年の国内総生産（GDP）は世界17位にとどまっていますが、各国の物価水準の差を修正し、より実質的な比較ができるとされる購買力平価（PPP）ベースのGDPでは、2016年の世界9位から21年には7位に上昇しています。また、2030年には世界第5位、2050年には日本を抜き世界第4位の経済大国になり得るという予想もあります。<sup>[1]</sup>

GDP成長率では、2020年7～9月期から2021年4～6月期の1年間はコロナ禍の影響によるマイナスを記録したものの、21年7～9月期は7.07%と大幅なプラスに転じ、その後も5%を超える成長をキープしました。通年でも、2020年はマイナス2.07%だったものの、21年は3.69%、22年には5.33%と、コロナ禍前をも上回る成長を実現しています。

今年、インドネシアは2023年の経済成長目標を5.3%と定めています。総人口は既に世界第4位の約2億8,000万人に達しており、市場の成長と規模はインドネシアの魅力の一つであるといえます。

一方で、インドネシアで事業を開始する際には、いくつかの課題や注意すべき点があります。

事業を行うにあたり、外国投資に限らず、すべての投資を規制している分野や、中小・零細企業や協同組合のために留保すべく外資の参入を禁止している分野、国内投資のみに事業許可を限定している分野もあります。また、投資が許可さ

れている分野であっても、中小・零細企業または協同組合とのパートナーシップが条件となる分野、外資比率が制限される分野などが細かく定められており、インドネシアで行おうとする事業がどの規制に該当するのかをまずは見極めることが肝要です。

参入可能な分野で外資がインドネシアに投資する場合、払込資本金100億ルピア（約8,600万円）以上、加えて土地建物を除く投資額（資本金含む）の合計が100億ルピア超を義務として満たさなければならず、初期投資額の大きさは、事業可能性や事業継続の見通しなど総合的な見極めが必要になるのではないのでしょうか。

また、インドネシアは、島嶼（とうしょ）国かつ人口偏重の影響もあり、鉄道や道路網、港湾などのインフラの質や量が、島や地域によって大きく異なります。人口規模がそれなりに大きく市場としては有力な地域であっても、その地域に迅速かつ安全・安定的に商品を輸送するには想定外の時間やコストがかかることも考えられ、インフラの整備が課題となっています。

さらに、インドネシアの法規制が頻繁に変更されることは有名で、これは外資規制も例外ではありません。

こうした課題に対応するためには、信頼できるインドネシア企業のパートナーを得ることが大きな力になります。しかし、これから進出を検討する日本企業にとっては、信頼できるパートナーを見つけることも大きな課題になります。そのためにはまず信頼できるコンサルタントなど進出を支援してくれる組織を探すことが、インドネシアでの事業展開について具体的かつ現実的な検討を始める最初の重要な一歩になるのではないのでしょうか。

最後に、インドネシアは投資額や法規制など、企業が参入する際に超えるべき障壁が数多くありますが、市場成長率も高く、将来的に経済大国になるといった予想もあります。ぜひこの機会にインドネシア進出を考えてみてはいかがでしょうか。

Tokyo SMEサポートデスクインドネシアでは、都内中小企業の皆さまのインドネシア展開を支援しています。ご利用を心よりお待ちしております。

【執筆】 Tokyo SMEサポートデスク インドネシア受託事業者：  
PASIA株式会社 ジュニザ

[1] プライス・ウォーターハウス・クーパーズ  
「The long view: how will the global economic order change by 2050?」（長期的な経済展望：世界の経済秩序は2050年までにどう変化するのか?）」

### 問合せ先

公益財団法人東京都中小企業振興公社

販路・海外展開支援課

TEL：+81-(0)3-5822-7241

E-mail：ttc@tokyo-kosha.or.jp

Website：https://www.tokyo-kosha.or.jp/TTC/

Tokyo SMEサポートデスク  
インドネシアへのご相談はこちらから

