



インドネシア経済及び市場の最新動向



～インドネシア市場進出に関する資料(抄録版)～

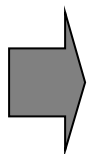


SCS Global Holdings, Pte. Ltd.

株式会社ピー・アンド・イー・ディレクションズ

2011年10月

Strictly Confidential



- I. インドネシア市場の現状と今後の成長性

- II. インドネシア進出の魅力と難しさ
 - i. 消費マーケットとしてのインドネシア進出
 - ii. 生産拠点としてのインドネシア進出
 - iii. インドネシアへの進出方法

- III. SCS Global / P&E Directionsのご紹介

インドネシア概要



出所: Jetro資料

面積

191万km²

人口

2億3,987万人・・・世界第4位の人口
(出所: 国際連合: 世界の人口推計(2010年度版))

首都

ジャカルタ(人口959万人)

政府

共和制(大統領責任内閣)

GDP

実質GDP: 7067億米ドル 世界18位
PPP(購買力平価): 967十億米ドル 世界16位
(出所: 2010年世界銀行推計)

通貨

ルピア (IDR)

言語

インドネシア語

宗教

イスラム教 (76.5%)、キリスト教 (13.1%)、ヒンドゥー教 (3.4%)、その他(7.0%) (ブリタニカ国際年鑑2007年版)

標準時間帯

GMT +7~+9

税制

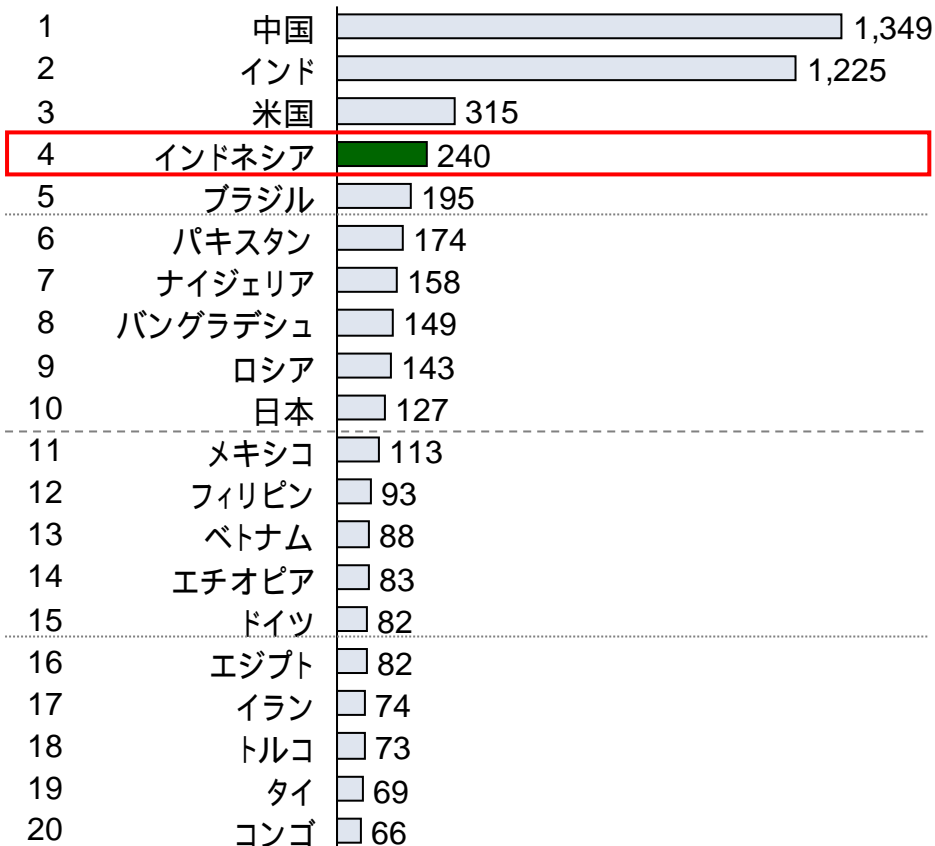
法人税(実効): 25%
・上場企業は5%減。年間売上500億ルピアまでの小企業は、48億ルピアまでの課税所得に対して税率半減

カントリー
リスク

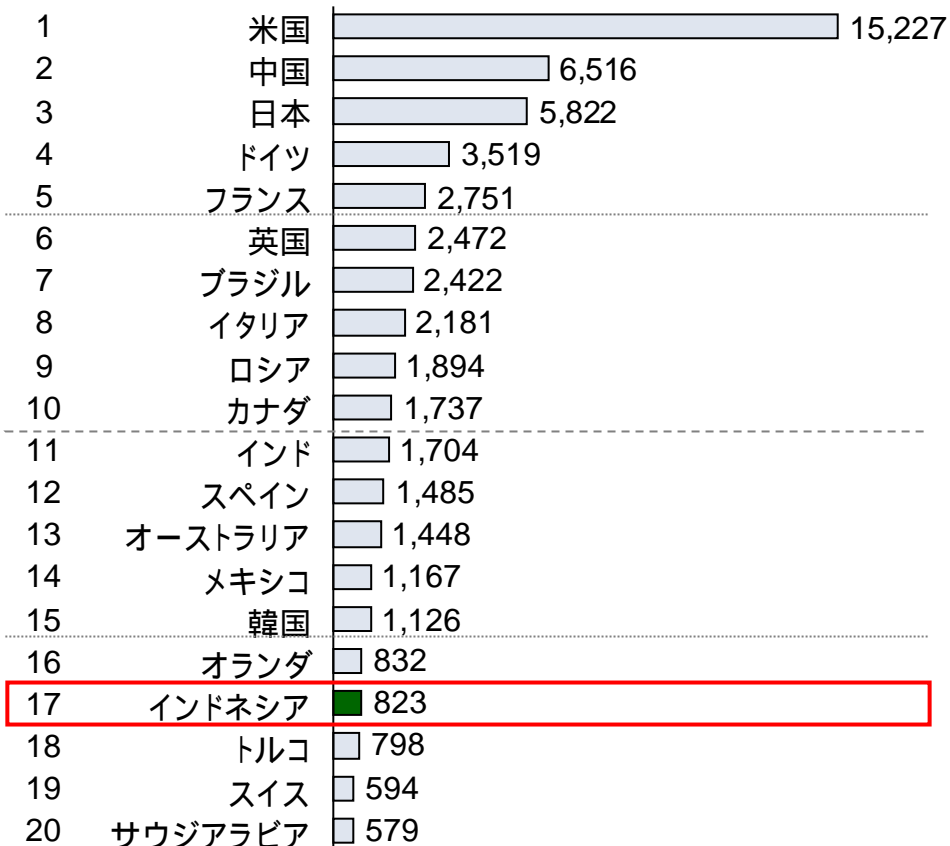
S&P信用格付け: BB+ (長期)、B (短期)
Fitch格付け: BB+ (長期)、B (短期)

インドネシアは世界の中で、人口第4位、GDP第17位の人口大国

世界の国別人口ランキング(2011年推計、百万人)



世界の国別GDPランキング(2011年予測、百万米ドル)

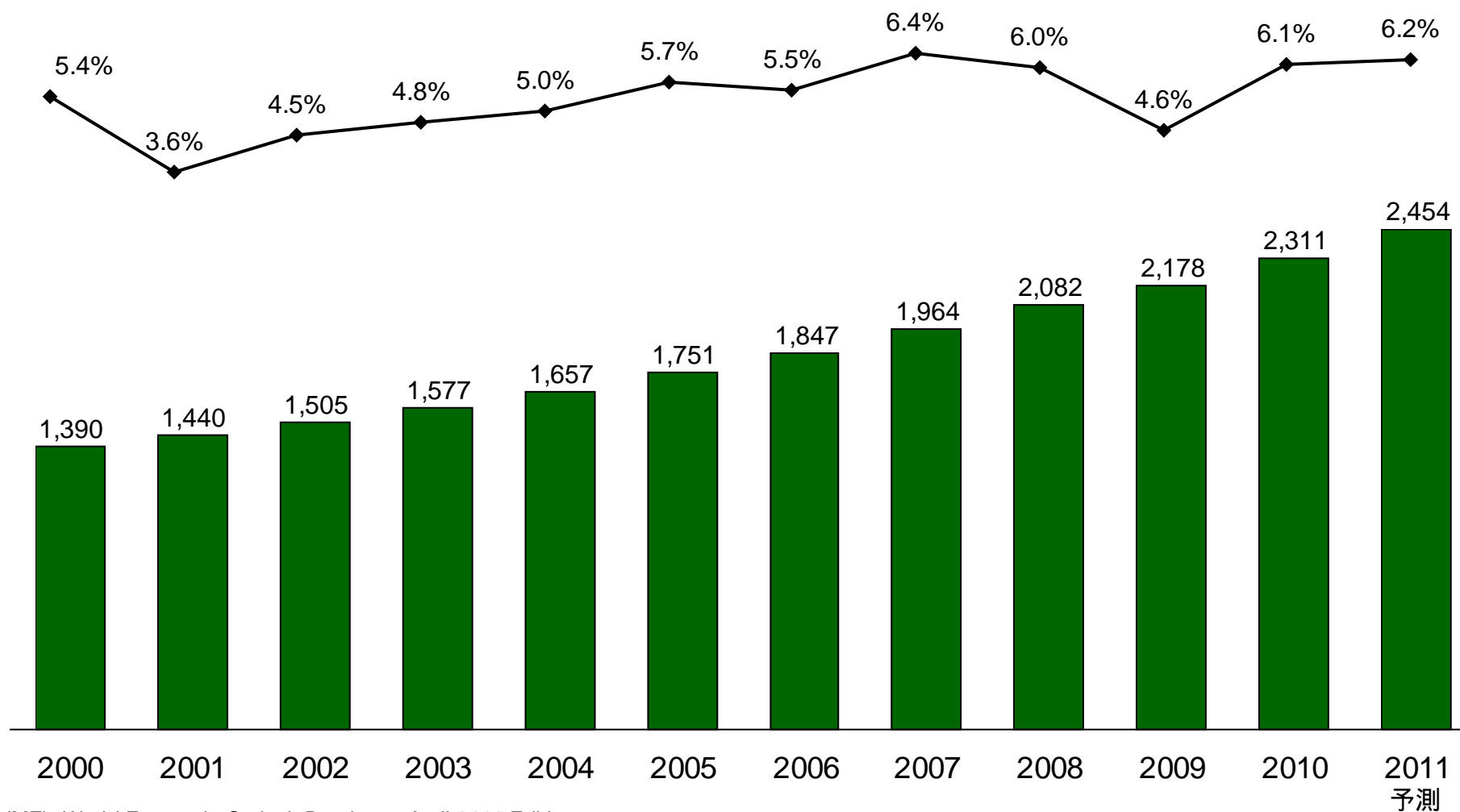


ASEAN10カ国の中では、人口・GDPともにトップ

実質GDPは2000年以降、年率5%以上で堅調に推移

インドネシア：実質GDP推移

(十兆ルピア)

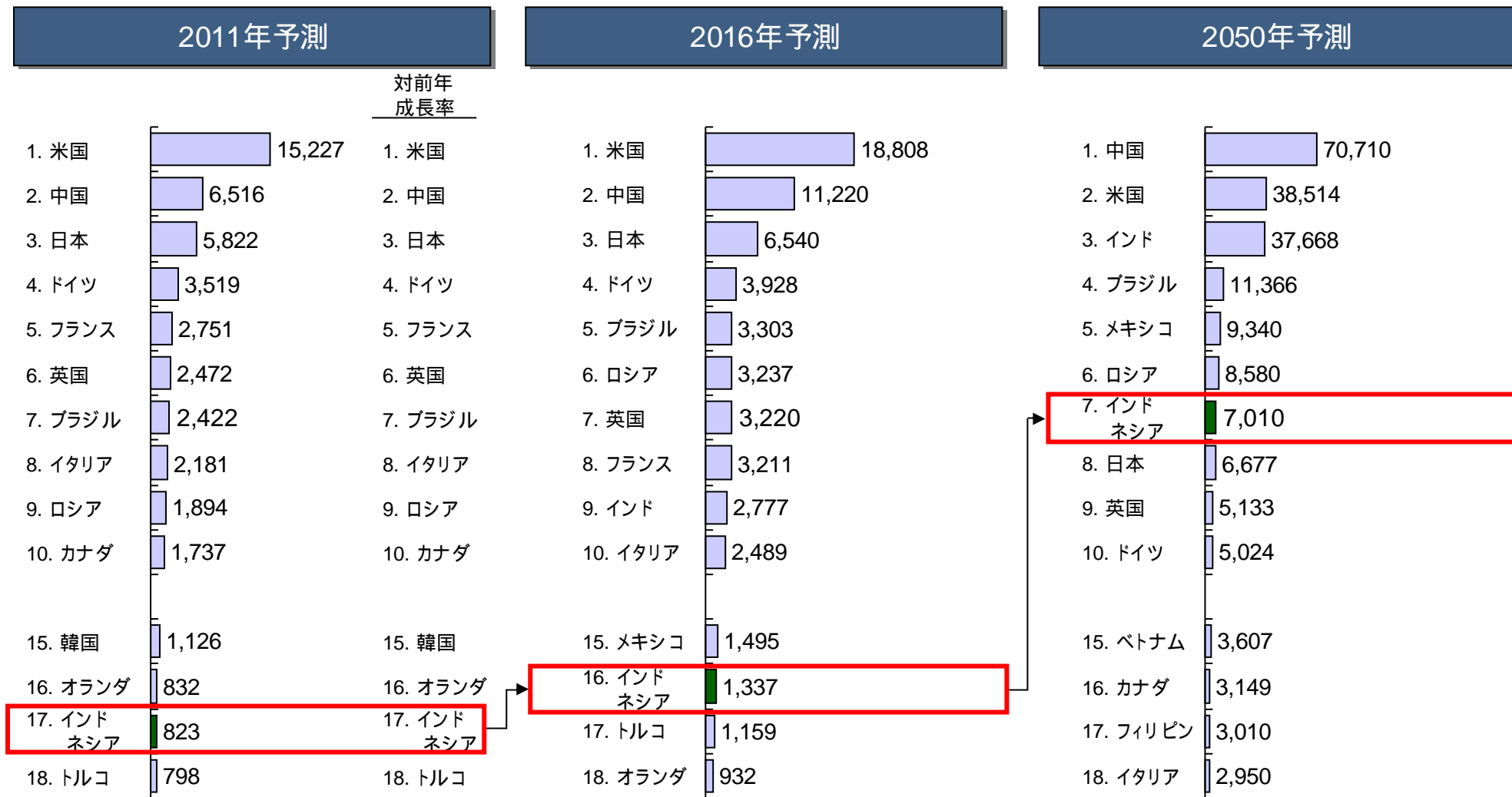


出所：IMF's World Economic Outlook Database, April 2011 Edition

2050年には、日本を抜き世界のトップ10に入る経済大国へ成長する見通し

名目GDPグローバルランキング予測

(十億ドル)

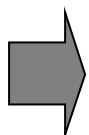


出所: IMF's World Economic Outlook Database, April 2011 Edition,

出所: Goldman Sachs study, Global Economics Paper 2008

I. インドネシア市場の現状と今後の成長性

II. インドネシア進出の魅力と難しさ



i. 消費マーケットとしてのインドネシア進出

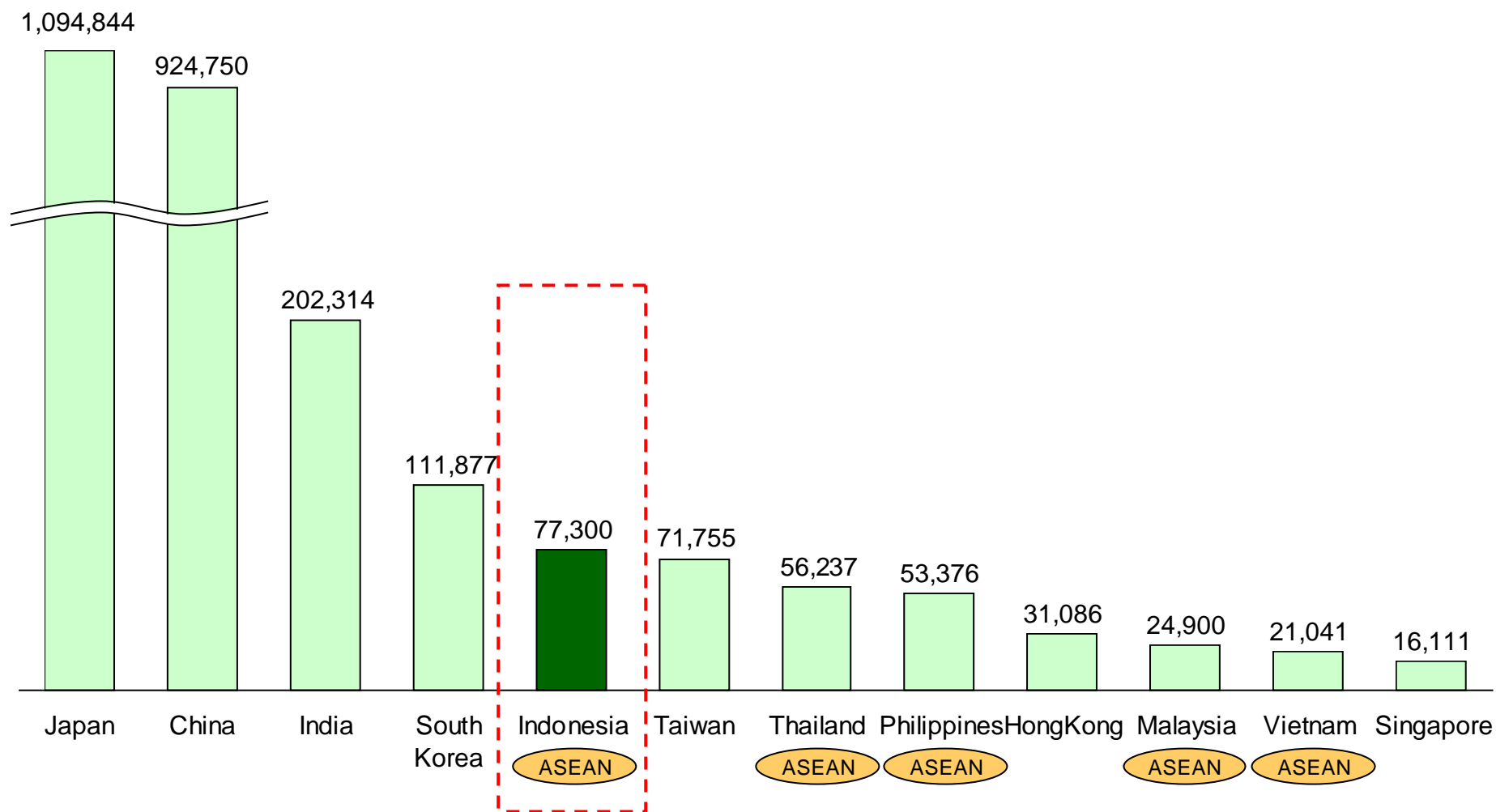
ii. 生産拠点としてのインドネシア進出

iii. インドネシアへの進出方法

III. SCS Global / P&E Directionsのご紹介

小売市場は、現在770億ドルの規模があり、ASEAN諸国では最も大きい市場

アジア各国の小売市場の規模(2009年)

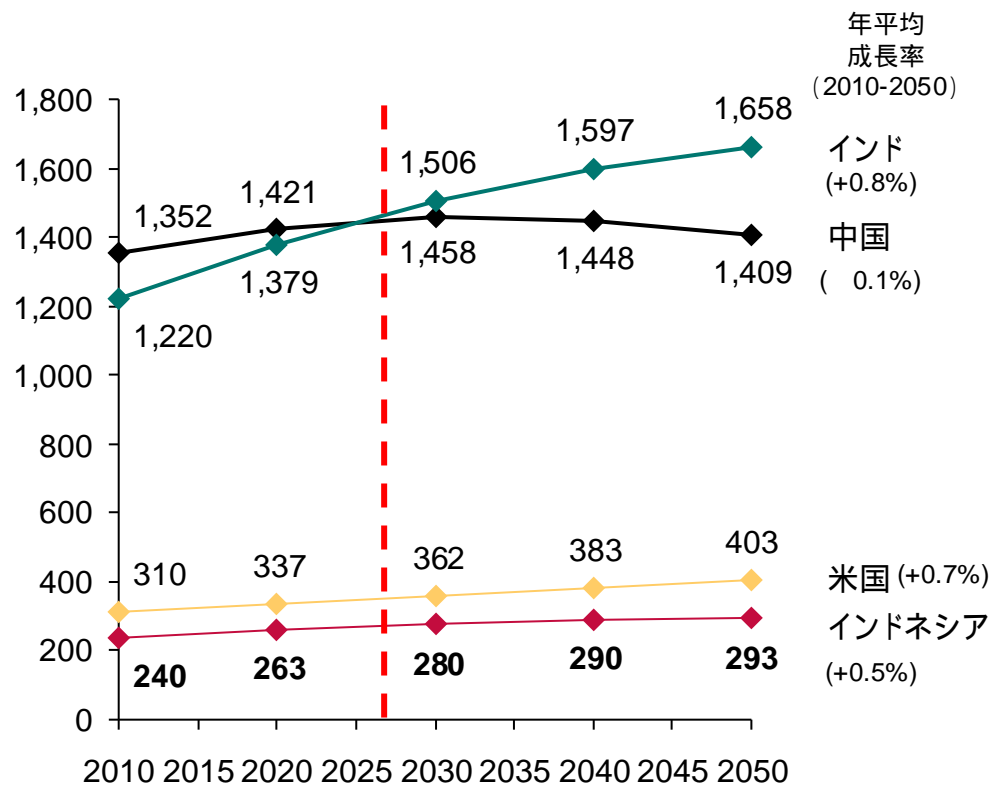


出所: Euromonitor International

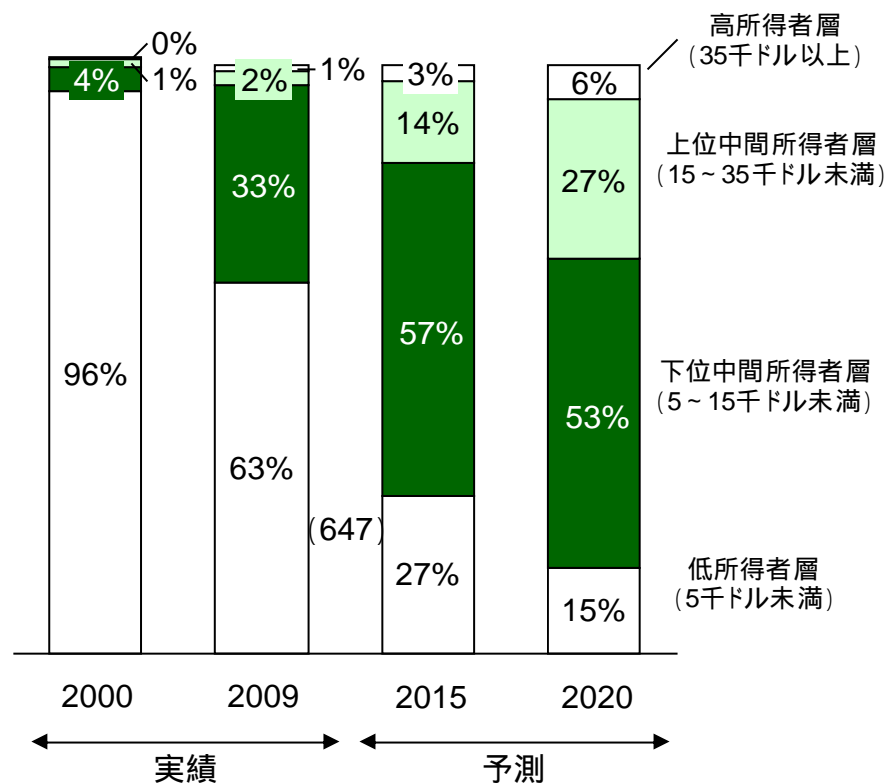
人口、所得水準とも向上すると予想され、今後消費市場として一層重要度が高まる

インドネシア:人口推移予測(BRICKs)

(百万人)



インドネシア:世帯別可処分所得構成



人口世界4位を維持し、2050年には3億人の市場に

今後10年で、中間職層が急激に増加

出所:世界銀行、Euromonitor International 2011

インドネシアを消費市場として捉え、成功している事例も多数存在

自動車メーカー

- トヨタ・ダイハツは、1970年代の進出し、現在市場の約45%を保有
- 日系自動車メーカー合計で、市場の約95%を占める新車販売台数構成(2009年)

No.	メーカー	台数	シェア
1	トヨタ	186,687	38.6%
2	ダイハツ	77,513	16.0%
3	三菱	61,735	12.8%
4	スズキ	44,689	9.2%
5	ホンダ	39,570	8.2%
6	日産	21,440	4.4%
7	いすゞ	15,236	3.2%
8	日野	11,390	2.4%
9	フォード	6,348	1.3%
10	メルセデス	3,450	0.7%
	その他日本車以外	3,109	0.6%
	その他日本車以外	12,381	2.6%
合計		483,548	100.0%

出所: インドネシア自動車工業会

マンダム

インドネシアで首位固め 日本はニッチ市場を狙う

マンダム、女性化粧品に力

インドネシアで首位を固めるマンダム。日本はニッチ市場を狙う。マンダムは、インドネシアで首位を固める。日本はニッチ市場を狙う。マンダムは、インドネシアで首位を固める。日本はニッチ市場を狙う。

- 1969年インドネシア進出
- 1993年インドネシアで上場(現地企業との合併)
- ベースメイク化粧品分野でトップシェアを持つ

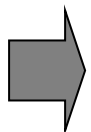
出所: 2009/03/24 日経産業新聞

大塚製薬

“インドネシアでは、年間4億4000万本(09年)のポカリスエットを販売。国民1人が1年間に2本も飲んでいる計算だ。500ミリリットルPETボトルの希望小売価格は6000ルピア(約55円)。低価格実現のため、現地生産の比率も高い。” (2011/03/12 週刊東洋経済)

“大塚製薬はインドネシアにおいて、Twitterを活用した「SoyJoy」のプロモーションを実施 (For Brands on Twitter, Quizzes Win New Followers, 2011/7/11)

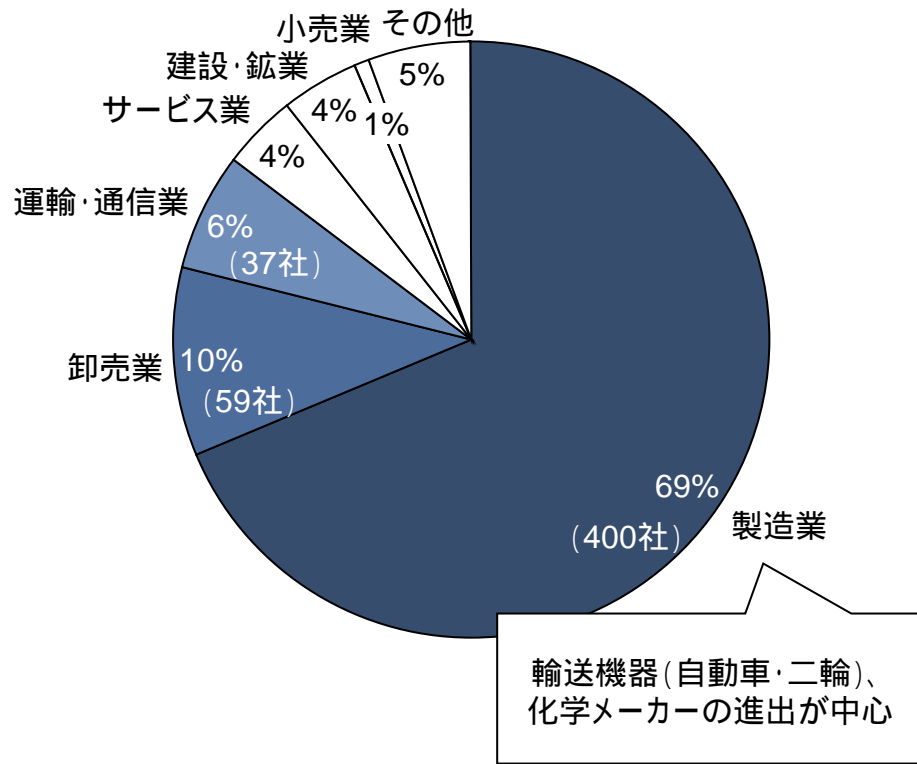
- I. インドネシア市場の現状と今後の成長性
- II. インドネシア進出の魅力と難しさ
 - i. 消費マーケットとしてのインドネシア進出
 - ii. 生産拠点としてのインドネシア進出
 - iii. インドネシアへの進出方法
- III. SCS Global / P&E Directionsのご紹介



インドネシアでは、2009年時点で約600社の日系企業が操業している

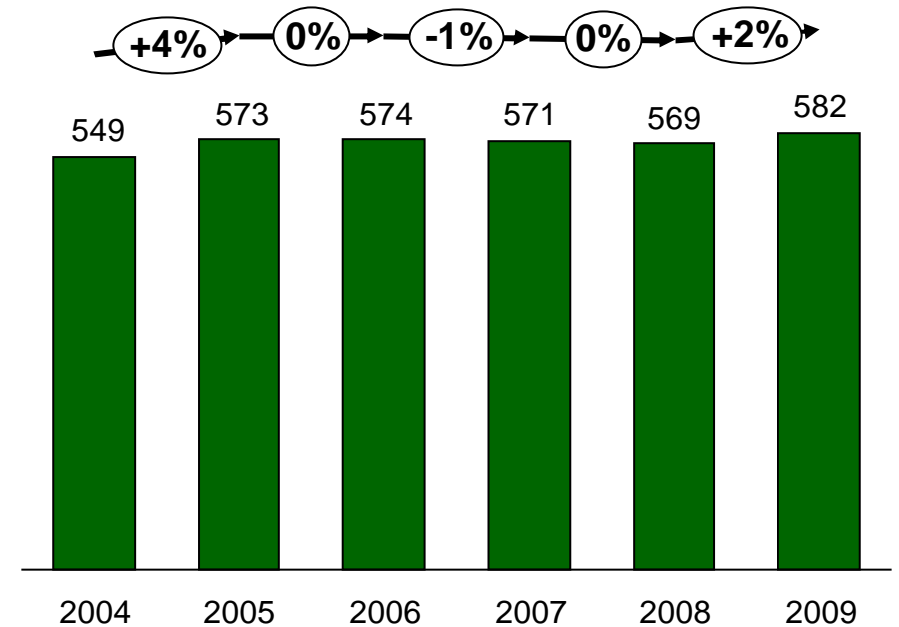
インドネシア進出を行った日系企業の業種別構成

2009年度実績
100%=582社*



日系企業のインドネシア進出企業数推移

(社数)



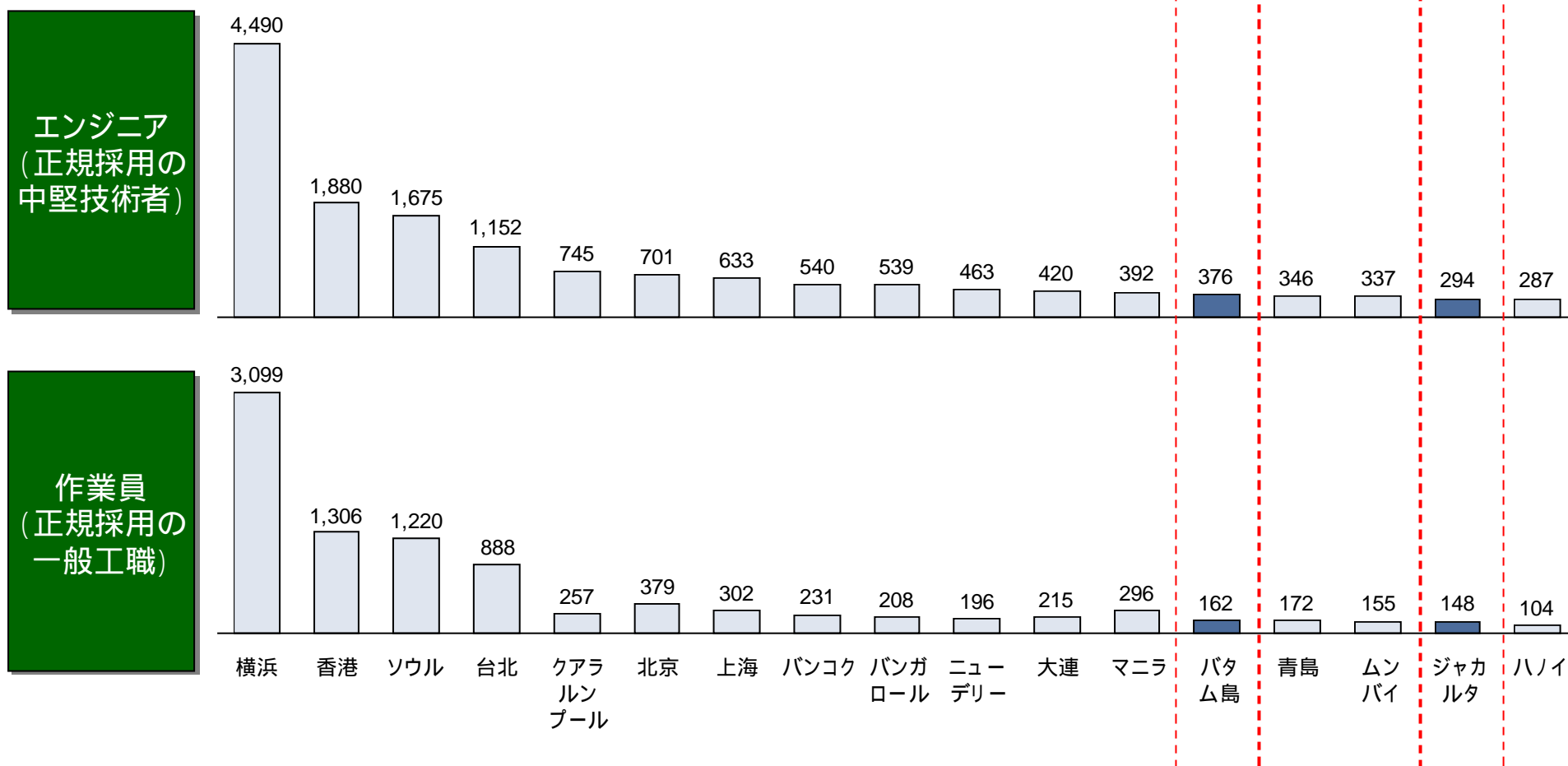
*「操業中」と回答した企業の集計
出所: 経済産業省 海外事業活動基本調査

3月末時点で海外に現地法人を有する日本国企業を対象
としている(ただし、金融・保険業、不動産業を除く)

他のアジア諸国と比較しても、安価な労働力の確保が可能

製造業における人件費(基本月給)比較

(単位:米ドル)



2009年1月時点の調査結果

出所: Jetro アジア主要都市・地域の投資関連コスト比較

政府系金融機関・大手銀行も、日系企業の参入を後押し

国際協力銀行のインドネシア現地大手銀行との提携

インドネシア進出支援

国際協力銀行 現地大手銀行と提携

国際協力銀行（JBI）は28日、インドネシアの大手銀行であるバンクネガラインドネシア（BNI）と、日本の中堅・中小企業のインドネシア進出の支援で業務提携の専門相談窓口（ジャ

国際協力銀行（JBI）は28日、インドネシアの大手銀行であるバンクネガラインドネシア（BNI）と、日本の中堅・中小企業のインドネシア進出の支援で業務提携の専門相談窓口（ジャ

- インドネシア大手銀行バンクネガラインドネシア（BNI）と提携し、日本の中堅・中小企業のインドネシア進出支援
- 今後国際協力銀行がBNIへ融資し、現地での進出企業融資の拡大も検討

で支援する体制が十分に整っていない。今回の提携は、取引先企業への融資や情報提供をアジアの地場金融機関に肩代わりしてもらうのが狙いだ。

JBIがBNIに融資し、その資金を元手に日本からの進出企業への融資を拡大する仕組みも検討する。

ヤクルト

インドネシア大手と提携

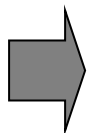
三井住友銀行 日系企業向け業務で

三井住友銀行はインドネシアの民間銀行大手バンク・セントラル・アジア（BCA）と提携する。BCAが窓口となることで、現地の販売店から販売代金の回収がしやすくなる。また資金供給サービスも強化する方針だ。昨秋以降の世界的な金融混乱で、現地での進出が難しくなっている。三井住友銀行はアジア強化を経営方針の柱に置き、市場開拓を急いでいる。日系企業の進出国と

三井住友銀行はインドネシアの民間銀行大手バンク・セントラル・アジア（BCA）と提携する。BCAが窓口となることで、現地の販売店から販売代金の回収がしやすくなる。また資金供給サービスも強化する方針だ。昨秋以降の世界的な金融混乱で、現地での進出が難しくなっている。三井住友銀行はアジア強化を経営方針の柱に置き、市場開拓を急いでいる。日系企業の進出国と

- 三井住友銀行はインドネシア民間銀行大手バンク・セントラル・アジア（BCA）と提携
- 現地の日本企業向けに、資金回収サービスや、ルピア安定供給を実施

- I. インドネシア市場の現状と今後の成長性
- II. インドネシア進出の魅力と難しさ
 - i. 生産拠点としてのインドネシア進出
 - ii. 消費マーケットとしてのインドネシア進出
 - iii. インドネシアへの進出方法
- III. SCS Global / P&E Directionsのご紹介



本資料は抄録版です。すべてを記載したフルバージョンをご希望の方は
当社ホームページの「お問い合わせフォーム」より必要事項をご記入の上、
お問い合わせください。