

2013 年 1 月 24 日

グローバルレポート

インドネシア共和国(2)

「時間にルーズ」ではいられない巨大消費市場

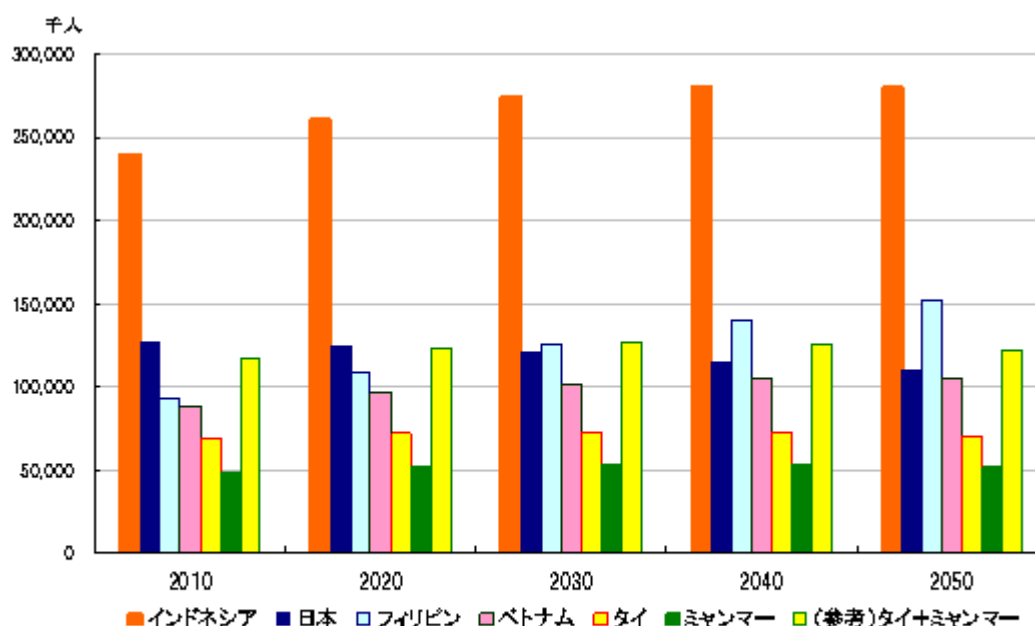
国際事業本部 グローバルコンサルティング部 プリンシパル 澤村 隆之

引き続き旺盛な国内消費パワーに支えられ、インドネシア経済は欧州危機等の影響も少なく 2013 年も安定的な成長が期待されている。携帯端末を使いこなして活発に情報収集と発信を繰り返す消費者をターゲットに、通販など「時間を賢く使う」サービスが勃興しつつある。一方、2014 年の政権交代が近づく中で外資に対する姿勢の変化に注目したい。

■2013 年度も成長は持続する見込み

インドネシアの人口成長率は 2050 年前後までプラスを維持すると見られています。国連の推計によれば、総人口は 2020 年には 2 億 6000 万人に達します。今後約 10 年にわたって、単純計算でも毎年 200 から 300 万の「胃袋」が増加することになります。

ASEAN主要国の人口推移予測



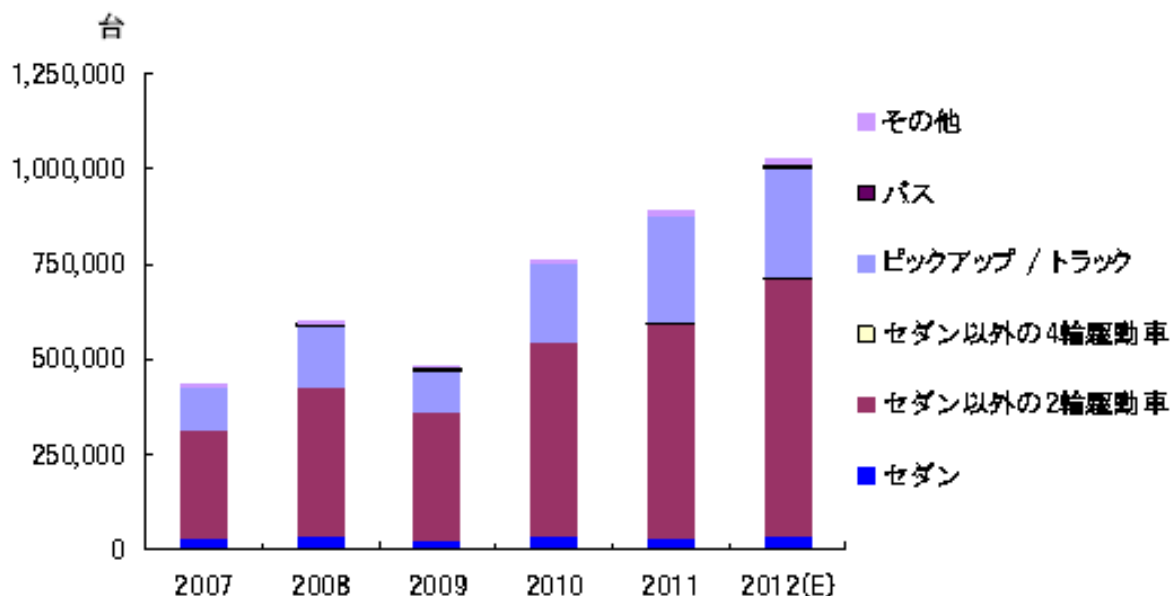
(出所) “United Nations Department of Economics and Social Affairs” より
三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

アジア開発銀行によれば、2013 年の実質GDP成長率見通しは年率 6.6%。欧州経済の冷え込みなどを背景にインド、シンガポール、タイ、ベトナムなどが軒並み下方修正される中で、安定した成長スピードを維持すると予想されています。一人当たりGDPは全国レベルでは 3000USD を超えましたが、首都ジャカルタだけに絞ると、1万USD にも達すると見られます。

2012 年の年間自動車販売台数は 11 月時点で 100 万台に到達しました。販売台数急増の主因は、大家族向けの四輪車とトラックの増加です。例えば 2009 年のピックアップおよびトラックの年間販売台数は 10 万台強でしたが、2012 年には 30 万台に近づく水準になりました。従来の自動車部品業界などに加え、最近では食品業界など進出する日系製造業のすそ野が広がっていますが、これらを反映してかジャカルタ市内のみならず、市内と東部の工業団地を結ぶ幹線道路でも恒常的な大渋滞が起こっています。

高級車市場も着実に拡大しています。自動車販売総数に占める割合はいまだ 1% 以下と見られますが、販売台数はじりじりと増加を続けており、2012 年には欧州ブランドのラグジュアリーカーは数千台規模で売れたと言われています。経済成長に伴い、高所得者層の厚みも増していると言えます。

インドネシアの自動車販売台数の推移



(出所) GAIKINDOより三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

■IT化と連動する消費パワー

ムスリムが大半を占める国ではありますが、クリスマスシーズンのショッピングモールには大きなツリーが飾られます。平日の夕方からショッピングモールは家族連れや若者のグループで大にぎわいです。

日本食レストランも目立ちます。新設されたショッピングモールを覗くと、“Shabu-Shabu”、“Kara-Age”といった店名のレストランや、日本のパン屋さんをイメージした店舗が増えています。一方で別の新しいショッピングモールには例えばロッテマートと韓国料理店が入る、といったように、モール同士、サービス業同士での競争が変わらず続いています。

スターバックスの席でタブレット端末を操作する親子もいます。インドネシアのモバイル通信環境はようやく2Gから3Gに移行する段階にあり、LTEの普及開始は2020年ごろといわれていますが、このような通信インフラの整備に伴って、オンラインゲームや音楽配信といったコンテンツビジネスも徐々に盛り上がりを見せています。

1999年に地元の学生が立ち上げたネットコミュニティサイトであるKaskusは、当初はニュース配信サービスが事業の中心でしたが、参加者間のインタラクティブな情報交換が可能なフォーラムサイトに事業を転換した結果、2012年末時点でユニークユーザ数が約2000万人に上る国内最大級の情報サイトになりました。フォーラムでは政治から家電まで約400にわたるテーマについて投稿が続き、そのほとんどはインドネシア語です。主に情報へのアンテナが高い大学生やアッパーミドル層の消費者が活用しており、この集客力を背景に、東芝やサムスンといった大手企業からの広告を集めることにも成功しています。ITの普及に乗って消費者のコミュニケーションのスタイルや情報収集の方法も多様化し、その相乗効果としてITサービスもさらにすそ野が拡大しています。



若者が集まる夜のショッピングモール(2012年12月撮影、上)、バラエティ豊富なモール内のレストラン(2012年10月撮影、中)、タブレットに手を伸ばす子供も(2012年12月撮影、下)(出所)三菱UFJリサーチ&コンサルティング

■時間の価値が徐々に上昇

道路の渋滞は、経済成長のペースが速くバイクや自動車の普及スピードにインフラ整備のスピードが追いつかない新興国で起こりやすい状況と言えます。とは言っても、地元の人たちが「渋滞慣れ」してしまっているわけでは必ずしもなく、当然のようにうんざりしているようです。インドネシアにおいても同様で、これはジャカルタだけでなく、スラバヤ、バンドンといった地方の大都市でも同様に考える人が増える傾向にあります。



テレビ通販のプロモーション(2012年12月撮影)
(出所)三菱UFJリサーチ&コンサルティング

ジャカルタでは、「仕事帰りは近くのコンビニで一休みして、渋滞が落ち着いてから家路につく」というスタイルを編み出した人もいます。幹線道路沿いに位置し、イートイン席がある、という要素は時間つぶしには最高なスポットなわけです。さらに進んで、顧客との打ち合わせ用のミーティングスペースとして活用している人もいます。このように、結果的に時間をうまく使う必要に駆られる人が大都市圏で増加しています。タイやベトナムにもある「バイクタクシー」はこのようなニーズに対応した輸送サービスの例ですが、このような「忙しい人」の増加はリテールビジネスにも変化をもたらしつつあります。

例えば通販。現在はブロードバンド回線がだれでも手ごろな価格で利用できるとは言えない状況ですが、近い将来の市場拡大を見据えて地元の企業がオンラインショッピングサービスを開始しています。「クルマで往復3~4時間もかけてショッピングモールに行くくらいなら、自宅で手軽に買い物を楽しみたいという消費者、特に富裕層の消費者が今後必ず増加する」という読みです。商品への信頼性の向上、資金決済の安全性の確保、宅配物流網の整備など課題はありますが、これらの一連のバリューチェーン全体を自ら設計し、提供する現地のプレーヤーも現れています。ウェブサイトの構築についても、カラフルで、ロコミが連動して掲載されるようなライブ感がある、といった現地の消費者に好まれる要素を盛り込んでいます。

よく、「インドネシアの人は時間におおらかだ」、というお話を聞きますが、消費者の情報への反応スピードはスローペースではないようです。「所得水準が上昇し、忙しくなる消費者が時間をどう使うか」というある意味普通の視点で考えてみると、新しいビジネスのヒントが見えてくるように思います。

■政治の季節を視野に

現在のユドヨノ政権は2014年までで、規定により三選はありません。大統領選挙を見据えた動きが活発化しています。候補者も乱立気味ですが、経済の自立と成長の持続を目指す強いリーダーシップを期待する声もあるようです。

インドネシアの外国資本に対する姿勢は、1997年のアジア通貨危機をきっかけとして「避けられない開放」に進んだと言えます。例えばインドネシアの上位銀行の多くは現在でもシンガポール、オーストラリア、マレーシアの大手銀行やプライベートエクイティファンドなどが大株主になっています。またトヨタ、ホンダ等の合弁先であり、機械・部品産業の重要な担い手であるアストラ・グループは、1998年に政府の管理下に置かれたが、2002年に香港のジャーディン・マセソン・グループに株式の過半が譲渡されました。その後の経済成長と自立意識の向上を背景として、外資に渡った経済の主導権を徐々に取り戻す動きが数年前から始まっています。

2009年に施行された鉱業法では、インドネシア国内で採掘された鉱物を利用する際に国内で製錬することが条件とされました。自国の製錬業育成が目的とされていますが、2012年2月に施行された大臣令は、数カ月後に銅やニッケル鉱石の輸出を禁じるという内容で各国を驚かせました。またシンガポールの政府系ファンドであるテマセクホールディングスが保有していたインドネシアの大手銀行バンク・ダナモンの株式を、シンガポール最大の銀行DBSが譲り受けて大株主になろうとした際には、インドネシアの地元金融界や政治家の一部から反対の声が上がりました。さらにセブンイレブン、ローソン、ファミリーマートと進出が続いているコンビニエンスストアについても、商業省が地元小売業者保護の目的で1フランチャイズあたりの店舗数に上限を設定するという動きがあります。

このように日系企業にとっても留意すべき動きが表面化していますが、これらが一方的な外資規制強化の流れにつながる、という見方は必ずしも優勢ではないようです。外資の銀行株保有についても、例えば買い手が健全行であれば過半数の保有が可能、といった条件付きでの許容の動きがあり、コンビニ出店規制についても、レストランと小売店の融合体であるこの新しい業態が消費者に受け入れられていることを踏まえ、現実的な規制を行うように、と地元の小売業界団体からも働きかけがあるようです。

2013年のジャカルタの最低賃金は月220万ルピア(約2万2000円)と、2012年の水準から40%以上上昇する見込みです。各国企業との競争も続くと思われそうですが、日系企業にとって、丁寧に掘り下げる価値のある一大消費市場としてのインドネシアの位置づけは当面変わらないと見ています。

(本稿は日本経済新聞社が運営するWebサイト「日経 BizGate」に掲載された記事を抜粋し、抜き刷りにものです。禁無断転載。日本経済新聞社)

－ ご利用に際して－

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。当社までご連絡下さい。