

7 JETRO ジャカルタセンター

訪問日：11月19日（月）16：15～17：20

対応者：Service Industry Expert 酒井 利昌 氏

1 インドネシア概要（2011年）

人口	2億4103万人（世界第4位）
名目GDP	8,464億USドル（世界第16位）（1,956億USドル／2002年）
一人当たりGDP	3,511USドル（世界第110位）（922USドル／2002年）

2 安定した経済成長

1997年のアジア通貨危機はマイナス成長が続いたが、それ以降は、2009年リーマンショックなどの外的要因を受けつつも、GDP年約6%の安定したプラス成長を続けている。この成長の要因には、個人消費など名目GDPの約70%を占める底堅い内需がある。また、2004年以降のユドヨノ政権下で民主化、政治的安定が進んだことも経済成長を支えた。



ブリーフィングの様子

3 1,200社以上の日系企業が進出

日本の直接投資額は近年上位であり、2011年には前年比倍増の15億ドルを計上した。2012年は上半期で既に10億ドルを超える投資がある。近年、急増している日系企業の投資であるが、約8割がジャワ島、特にジャカルタ周辺への投資となっている。

産業分野別に見ると、全体的には製造業が多いが、経済成長に応じた傾向がある。

年代	日系企業進出の傾向
1960～1970年代初め	耐久消費財の生産拠点（自動車、二輪車、電機など）
1980代半ば～1998年	一般消費財の製造拠点（ライオン、花王、味の素など）
2004年～現在	サービス産業（吉野家、公文、ヤマハ音楽教室など）

4 今後の市場と課題

現在、国内の好調な内需を背景に安定成長を続けるインドネシア経済であるが、今後も内需はさらに拡大すると予測される。その理由は、人口ボーナス期が2030年代まで続くと見込まれること、中間所得層は2009年の0.8億人から2020年には約2億人（総人口の約7割）となると予測されることなどである。この中間所得層の増加により普及率の低い家電（冷蔵庫、洗濯機）、生活用品やサービス産業（教育、飲食）などへの購買力が高まり、一層内需が活発化すると予想される。また、日本メーカーのシェア率、自動車95%、二輪車99%などにみられるように、日本製品への信頼感と好感度が非常に高く、価格が少し高くても日本製品を選ぶという親日的な市場でもあることから、今後も日系企業にとってはポテンシャルの高い市場になると思われる。他方、交通やエネルギーインフラ不足、通関や賃金・労働問題など企業が現地で事業展開するうえで、欠かせない課題も山積している。

【文責：丸亀市 和泉 元治】

8 インドネシア投資調整庁 (BKPM)

訪問日：11月23日（金）16：00～17：00

対応者：Investment Promotion Policy Adviser 八木 徹 氏（JICA 専門家）

インドネシア投資調整庁は、インドネシアに関する総合窓口として、各省庁との調整業務を担当している。八木氏より、インドネシア投資のポイントについて説明いただいた。

1 概要

インドネシア政府の投資に対する基本姿勢は、投資による産業振興で生み出される雇用の促進と貧困削減とのこと。従来自動車産業など多くの産業分野で投資が進んでいるが、現在重点を置いているのは食品（食糧安保を考慮）、電気や道路などのインフラ整備（外貨呼び込みに必須）、再生可能エネルギーの3つである。

2 投資政策と問題点

インドネシアの投資政策として、大きなインセンティブは税制優遇制度（タックスホリデー）と税制優遇制度（タックスアローアンス）の2つ。前者は大規模投資に対する優遇制度で、法人所得税を5～10年間にわたり減免するもの。しかし申請手続きが煩雑で利用件数は0件。后者は減価償却費の期間短縮や欠損繰り延べ時期の延長などで、既存の進出企業にもメリットがあるそうである。

インドネシアの市場の魅力は何と言っても強大な購買力であるが、問題も多いとのこと。特に深刻なのが最低賃金上昇と工業団地の地価高騰。最低賃金問題の一番の懸念は政治家の人気取りに利用されていることで、労働者側の意見を丸呑みすることが多く、簡単に賃金が上がってしまう状況にあるとのことだった。最低賃金の上昇は時間外勤務など他の賃金要素も上昇させてしまい企業の負担増は膨大となることから、次第に懸念材料になりつつあるとのこと。

最後に工業団地の土地問題に言及。日系企業は日系商開発の工業団地に進出する傾向が強く、このため土地が足りていない状況となり土地価格の高騰を招いてしまっている。工業団地の拡張を進めているが、もう少し時間を要するだろうとのことだった。

3 所感

日本の大手メーカーの海外生産シフトが続き、地方の中小企業も次々と跡を追う形で進出している。海外の事業展開には大きなチャンスがある一方で失敗のリスクも大きく、進出先の投資政策や優遇制度、問題点の把握が必須である事を再確認した。

親日的なインドネシア市場は魅力的であるが、一方で韓国や中国企業との熾烈な競争の中で生き残りを図らなければならない、この点は国内市場と変わらない。進出企業はライバル不在という幻想を抱かず、現地での地固めをしっかりと固める事が重要であると感じた。

【文責：秋田県 糸屋 智喜】



インドネシア投資調整庁での説明