



インドネシアの調べ方

2017年5月



インドネシアはどんな国？

- インドネシアは、ASEANでは最も広く日本の約5倍の国土を有する。
- 高温多湿の熱帯性気候で、年間を通じて季節の変化はなく、半年ごとに雨季（12～3月）と乾季（6～9月）を繰り返す。年間平均気温は内陸部で25℃程度。
- 日本の2倍にあたる約2.5億人が住む。ASEANで人口が最多であり、また世界でも4番目の人口大国。
- 民族は細分化すると300以上に上る。
- 多宗教、多民族のため、存在する言語も様々あるが、公用語はインドネシア語。

①面積：

約189万平方キロメートル（日本の約5倍）

②人口規模：

約2.55億人（2015年、インドネシア政府統計）（日本の約2倍）

③名目GDP：

932.3（単位：10億US\$）世界で16位。（2016年、世銀統計）

④宗教：

イスラム教 88.1%、
キリスト教 9.3%（プロテスタント 6.1%、カトリック 3.2%）、
ヒンズー教 1.8%、仏教 0.6%、儒教 0.1%、その他 0.1%

⑤民族：

大半がマレー系（ジャワ、スダ等約300種族）

⑥言語：

インドネシア語



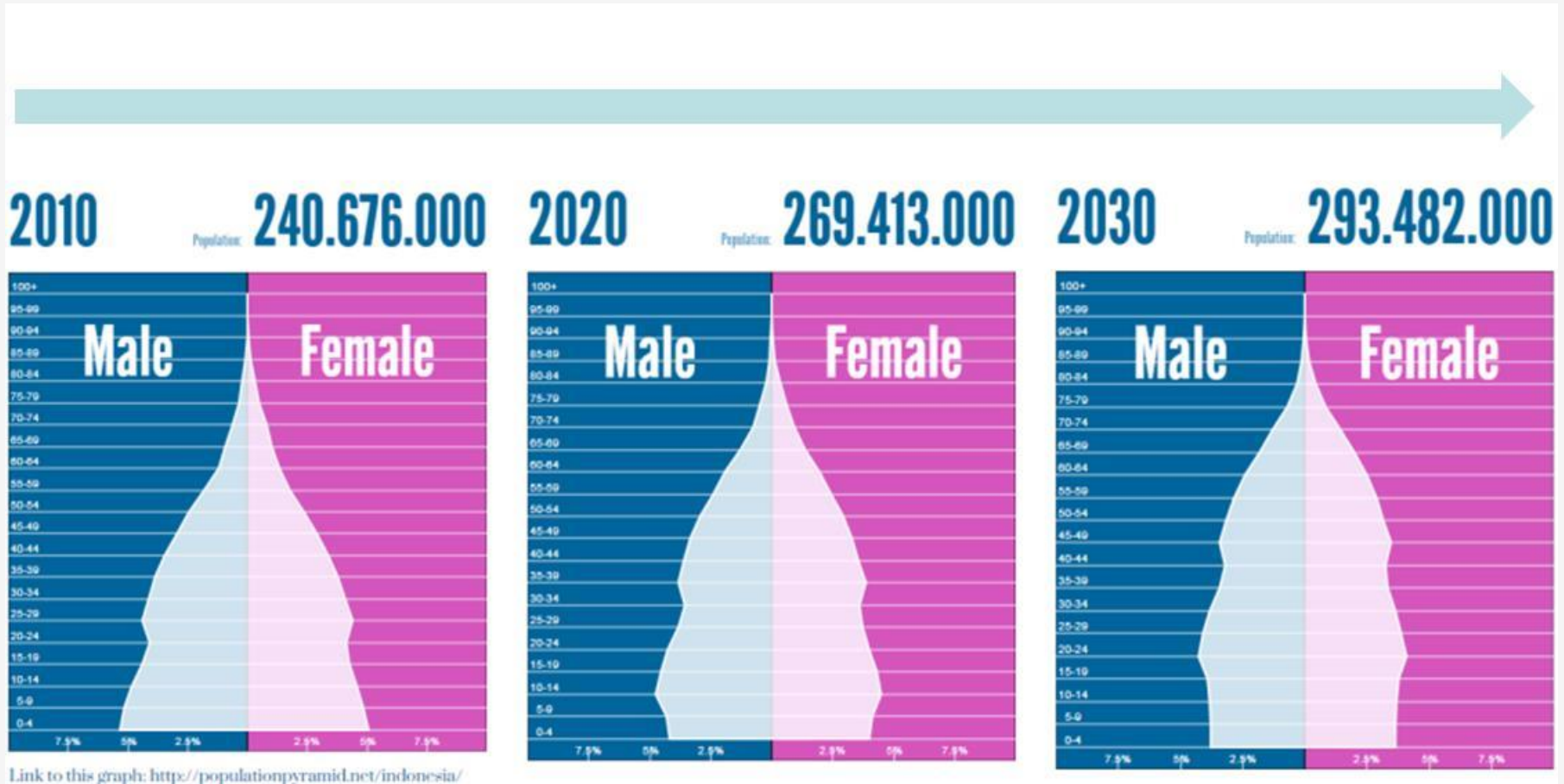
出典：

<https://www.jal.co.jp/tabii/info/toshi/asi/id/>

World Bank, World Development Indicators database

- ASEAN最大の2.5億人。中国、インド、アメリカに次ぐ世界4位。
- 20歳未満の人口が30%を占め、2030年まで続くと見られる「人口ボーナス*」の恩恵で、消費市場としての成長が期待出来る。

人口ボーナス*：生産年齢人口（15歳～64歳）が多い期間。同期間中は最も経済成長がしやすいといわれる。



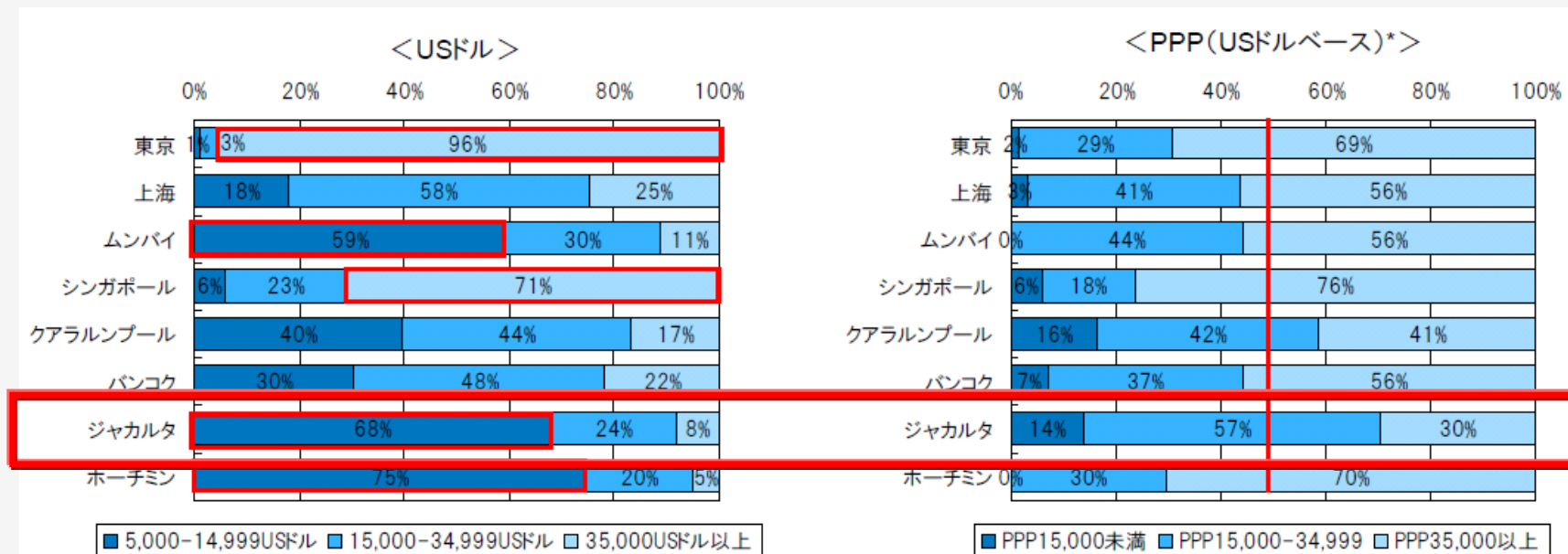
- ジャカルタでは4人以上で暮らす割合が70%と日本の約2倍。2世代で暮らす世帯は日本と同じ程度だが、3世代以上で暮らす世帯は4倍程度。共稼ぎは60%と日本に比べ多い。



出典:「アジア主要都市コンシューマインサイト比較調査」 2012日本総研

年間世帯可処分所得

- 5,000～14,999USドルの低位中間層に相当する世帯が大半。一方、PPP換算すると、15,000～34,999USドルの上位中間層が約60%となり、現地の生活実感に照らすと、富裕層こそ少ないものの、購買力は他のアジア諸国と比較しても低くない。



*PPP(購買力平価)

ある国である価格で買える商品が他国ならいくらで買えるかを示す交換レート。経済規模や賃金水準の国際比較などにしばしば使用される。商品価格を基準にするため、生活実感に近い値が求められる。

本調査では、「2005年国際比較プログラム」の購買力平価換算値を利用。

購買力平価(USドルベース) = 基準時点の為替レート × A国の物価指数 / 米国物価指数

N=4,000

【所得定義: 経済産業省】
 低所得層: 5000米ドル未満
 下位中間層: 5000～15000米ドル
 上位中間層: 15000～35000米ドル
 富裕層: 35000米ドル以上

出典:「アジア主要都市コンシューマインサイト比較調査」 2012日本総研

イスラム教徒の生活リズム

- 人口の9割がイスラム教のインドネシアでは日常生活の様々なシーンでイスラム教の教えに従った生活様式が見られる。
- 1日5回のお祈りを基本に生活をする。
- 金曜日は、集団礼拝があるため、勤務時間の短縮または午後を休みとするなど日本の感覚とは異なるリズムが日常生活の随所に見られる。
- 毎年1ヶ月間行われるラマダンの時期については、普段に比べて2時間程度起床が早くなるなど、1日の時間の使い方がガラリと変わるものの特徴で、食事の時間帯や勤務時間などが、ラマダン以外の時期とは全て異なる。

時間	この時間に5回のお祈りをす る。一回のお 祈りに5~15 分を使う。	平日 (金曜日以 外)	平日 (金曜日)	休日	ラマダン (平日)	ラマダン (休日)
2					睡眠	睡眠
3					起床, 朝食	起床, 朝食
4		睡眠	睡眠	睡眠	家事	家事
5	お祈り1回目	起床	起床	起床		
6		朝食、家事	朝食、家事	家族で散歩	通勤	
7		通勤	通勤	朝食、家事		
8					勤務	
9		勤務	勤務	家族時間		仮寝
10						
11						
12	お祈り2回目	ランチ	ランチ		休憩	
13				ランチ 買い物		買い物
14						
15	お祈り3回目					
16						
17						
18	お祈り4回目				夕食	夕食(外食)
19	お祈り5回目			夕食		
20		夕食	夕食	シャワー、テレビ	シャワー、テレビ	シャワー、テレビ
21		シャワー、テレビ	シャワー、テレビ		就寝	就寝
22		就寝	就寝			
23				就寝		

⚠
起床が早い

⚠
金曜礼拝で
帰りが早い

出典：マクロミル取材

出典：マクロミル取材

JICAホームページ <http://www.jica.go.jp/regions/seikatsu/ku57pq000005g185-att/Indonesia-p.pdf>

- 一国としてのムスリム人口は世界最大。ASEANのムスリム人口約2.5億人のほとんどがインドネシアに集中している。ただし憲法では信教の自由が保障されていて国教ではなく、イスラム教以外にも、カトリック、プロテスタント、仏教、ヒンドゥー教、儒教が公定宗教とされている。例えば、身分証（KPT）には「宗教」欄があり、小学校から大学まで週に2時間、それぞれの「宗教」の授業があるなど、多宗教が前提とされている。
- エリアにより宗教の分布は異なり、ヒンドゥー教を信仰する人が多いバリ島のような存在もある。
- また、インドネシアは中東エリアに比べ、女性の社会進出が進んでおり、女性議員の比率が高いことや、イスラム圏で初の女性大統領が出たことは、その象徴である。そのため、女性のドレスコードも中東に比較すると緩やかである。実際、テレビの女性キャスターはスーツを着用し、髪を隠すジルバブは被らない。

身分証(KPT)



バリ・ヒンドゥーの衣装



ジルバブ



ニュースキャスター



- 日本と同様、大規模な店内に多様な商品が揃えられている。利用者層は自動車で乗り付けて大量に購入して帰る比較的裕福な人が中心となっている。
- 個人商店や屋台（カキリマ）の店主が仕入れ先として利用するケースも見られる。

食品売場



生活雑貨売場



- 日本のコンビニエンスストアと概ね同じ大きさの店舗と品揃えである。宅配、列車などのチケット、電気などの公共料金の決済も可能。24時間営業は少なく、22:00頃には閉店する。また、多くの店で薬を売っている。
- 入り口付近には、屋台式の個人商店（カキリマ）が店を出し、コンビニエンスストアやミニマートでは扱っていない軽食等を買っている。
- 日系コンビニも進出しているが、法規制を受けないよう、イートインスペースを設けることで、小売業ではなく飲食業として展開する工夫が見られる。



↑：大手アルファマート。店の入り口にカキリマの屋台

→：列車のチケットを扱う



←：薬やたばこを扱う

↓：大手インドマレットの移動販売車。イベントや、祭りの際に軽食を販売する。



出典：マクロミル取材

- 市場（パサール）は個人商店が集合している形態を指す。生鮮食品などは、ショッピングモールなどよりも鮮度が高く、価格交渉次第で安く購入できるのが魅力。
- パサールの客層は幅が広く、高所得者層のお手伝いさんにも利用がされている。

路上に広げられた即席の店頭で並べられた野菜類。店頭で調理もする。



屋内のパサールの店構え



出典：マクロミル取材

- トコ（商店）やワルン（定着型屋台）、カキリマ（移動型屋台）もインドネシアでよく見られるチャネルの一つ。
- パン屋は毎朝決まった時間に路上に現れるなど、時間と場所によって様々な店が人々の生活を支えている。小分け販売も特徴の一つで、調味料、洗剤、薬、タバコなど一度の支出が少なくなるように1本単位、1回単位で買うことができる。

機動性に優れた自転車を組み込んだ屋台



台車付き屋台



出典：マクロミル取材

住宅(裕福層):外観

- 西ジャカルタの富裕層の住宅。右側の大きな扉が玄関。
- ガレージ後ろの小さな扉は、お手伝いさんや運転手のための勝手口。キッチンや控室と直結して、家族とは違う動線になっている。
- お手伝いさんはバイクで通勤している。自動車、バイクとも、ヨーロッパメーカーと並び日本車の人気は高い。
- 日本と異なり庭を広く取ることは少ない。日本に比べ公園も少なく、公園にもブランコなどの遊具は少ない。そのため自分の家に設置するケースもある。



間取り例

出典：マクロミル取材

- 客間と兼用のリビング。富裕層の家でもこのような広い部屋にはエアコンがないことが多い。日中はシーリングファンで暑さをしのぐか、エアコンのある各自の部屋で過ごすことが多い。

ダイニングテーブル



リビング



出典：マクロミル取材

- キッチンにある調理家電類は比較的日本でもよく見かけるものが揃っている。炊飯器、電子レンジなども日本製は人気がある。床はタイル張りで、掃除の際はモップで水拭きをする。
- ジャカルタでは都市ガスはなく、ガスボンベが使われている。ボンベは屋外ではなく、室内のコンロの下などに設置されている為、収納面では日本とは異なる環境となっている。



最新型の4ドアタイプの冷蔵庫



出典：マクロミル取材

- トイレとシャワーおよび洗面台は同じ空間の間取りが多い。一家にバスルームが3室あることも。気候が温暖なため、バスタブがあるのは富裕層（年収15,000\$以上）の一部に限られる。
- シャワーとトイレが仕切られているのが一般的（ミドル層ではスペースの関係もあり仕切りがない）。富裕層では、掃除、洗濯はお手伝いさんが行うのが一般的。
- 用を足す時は紙は使わず専用ホースを使って洗浄する。また、パイプの詰まりの原因となるため、紙をトイレに流してはいけない。

富裕層のバスルーム



ミドル層のバスルーム



出典：マクロミル取材

- 立派な門とバルコニーに囲まれた、イスラム風アレンジされた外観。
- 右の写真は応接専用スペースで、玄関を入ってすぐの場所にあることが多い。
- 富裕層の家に比べ、エアコン付きの部屋は少なく、シーリングファンで空気を対流させ、涼を得ている。
- 基本的にシーリングファンがほぼすべての部屋にある。そのため日本に比べ天井が高い。

住宅の外観



応接専用スペース

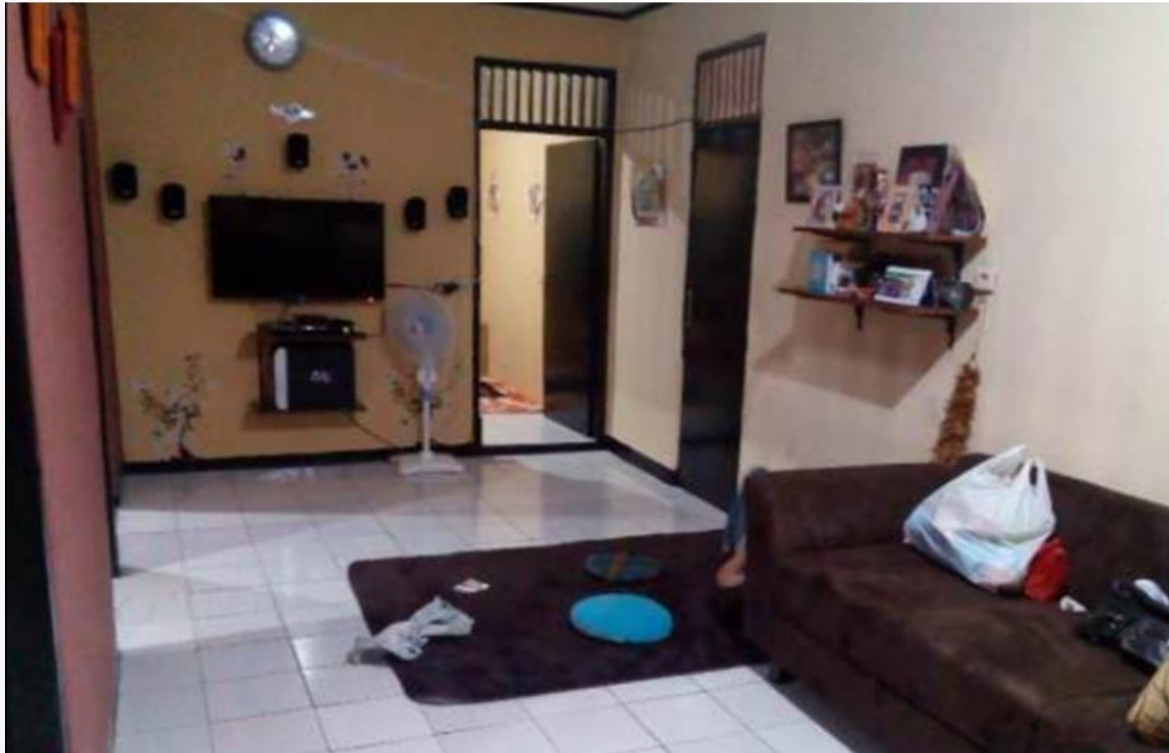


出典：マクロミル取材

住宅(低所得層、ローワーミドル):リビング、ダイニング

- 家自体の大きさが小さめということもあり、据え付け収納や家具類は貧弱。壁面を活用してテレビやスピーカーセット、小物などを飾っている。靴は後付けの棚に並べられ、通路にむき出しで設置。
- ソファやラグを敷いた冷たい床の上で過ごすことも多いせいもあり、クーラーを導入出来ていない家では、シーリングファンのみではなく、床置き扇風機も活用している。
- タイル張りの床は、主に雑巾を使って掃除を行うことが多い。

リビングの奥の壁にはテレビが設置されている



玄関付近にある下駄箱



出典：マクロミル取材

住宅(低所得層、ローワーミドル):キッチン、トイレ、バスルーム

- キッチンについても収納設備は簡素なため、食器や調理器具が壁に掛けられていたり、出しっぱなしで置かれている。また、シンクの下やガスコンロの下のスペースには扉もついていない。
- 水道水はそのままでは飲めないため、低所得者層でもウォーターサーバーを飲料水として用いている。
- トイレについては、いわゆる“和式”に近いイメージの便器が主流となってくるのも特徴。
- 用を足した後は桶を使って水貯めから水を汲み出し、身体と便器の洗浄を行う。

キッチン



トイレ



出典：マクロミル取材

インドネシアでの調査については実績のあるマクロミルまで！



株式会社 マクロミル

フリーコール：0120-096-371