

## 第22章 主要産業の動向とFTAの影響

### 1. インドネシアの主要産業

2024年の名目GDP産業構成比は、第1次産業が11.3%、第2次産業が38.6%、第3次産業が45.8%となっており、第2次産業と第3次産業の比率が高い（この他、生産物に課される税から補助金を除した部分が4.3%を占める）。ただし、第2次産業のうち、「鉱業・採石業」がGDP全体の7.4%、建設業が同9.8%と多くを占めており、製造業に限ってみれば同20.3%と、第2次産業の半分を占める程度である（図表22-1）。また、製造業の内訳を構成比の高い順で見ると、①「食品・飲料」（同7.0%）、②「化学・医薬品」（同1.9%）及び「金属製品、電気、光学製造」（同1.9%）、③「石炭、原油、ガス精製」（同1.7%）及び「輸送機器」（同1.7%）となっている。

製造業の中の「食品・飲料」は、規模が最も大きいだけでなく、比較可能な2014年に比べて構成比が+1.1ポイントと、製造業の中で構成比の拡大幅が最も大きい（5.9%→7.0%）。また、日本企業にとっては、2億人を超す人口は魅力だが、イスラム教徒が多く、2019年に「ハラル製品保証法」が施行されていることから、どのような留意点があるかなどの関心も高い。

「輸送機器」は、自動車やバイクの製造だけでなく、第3次産業の「卸売・小売業」でも2.2%を占めていることから、合わせてインドネシアのGDPの3.9%を占める。また自動車、バイクとともに日系メーカーの販売シェアが9割を超えるなど、インドネシアの輸送機器セクターは日系企業にとって重要な市場となっている。

第3次産業の中では、「卸売・小売業（自動車・二輪を除く）」の構成比が13.0%と突出している。日系企業では、コンビニエンスストアの「ミニストップ」や「セブン-イレブン」は撤退したものの、「ローソン」や「ファミリーマート」、「イオン」など、店舗拡大を進める日本企業も多い。

「不動産」では、ジャカルタ首都圏（バンテン州と西ジャワ州の一部を含む）での日本企業の動きが高まっている。GDP統計中では、サービス業としての「不動産業」は微減（3.0%→2.7%）であり、第2次産業の「建設業」は増加している（9.7%→9.8%）。

本章では、インドネシアの産業構成の特徴や日本企業の進出状況を踏まえ、次節以降、インドネシアの主要産業として、「輸送機器」の中から、ASEAN諸国の中で最も販売台数の多い「自動車」と「バイク」を、経済成長に伴う所得の向上から市場規模が拡大している「食品・飲料」（加工食品）を、主要セクターの中で最も構成比が高い「卸売・小売業」（小売業）を、ジャカルタ首都圏を中心に日系デベロッパーの動きが活発化している「不動産」を取り上げ、その現況を詳述する。

図表 22-1 インドネシアの産業構成比（実質）

	2010年基準価額（兆ルピア）			構成比		
	2014	2024	(年率)	2014	2024	(差分)
<b>全体</b>	<b>8,565</b>	<b>12,920</b>	<b>4.2%</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>-</b>
第1次産業	1,129	1,464	2.6%	(13.2%)	(11.3%)	(-1.8%) ↓
第2次産業	3,576	4,982	3.4%	(41.8%)	(38.6%)	(-3.2%) ↓
鉱業・採石業	794	955	1.9%	(9.3%)	(7.4%)	(-1.9%) ↓
製造業	1,854	2,619	3.5%	(21.6%)	(20.3%)	(-1.4%) ↓
石炭、原油、ガス精製	217	222	0.3%	(2.5%)	(1.7%)	(-0.8%) ↓
食品・飲料	503	899	6.0%	(5.9%)	(7.0%)	(+1.1%) ↑
タバコ	79	89	1.2%	(0.9%)	(0.7%)	(-0.2%)
繊維・衣料	118	142	1.9%	(1.4%)	(1.1%)	(-0.3%)
革製品・履物	23	33	3.6%	(0.3%)	(0.3%)	(-0.0%)
木材・木製品	62	59	-0.5%	(0.7%)	(0.5%)	(-0.3%)
紙・印刷	71	87	2.1%	(0.8%)	(0.7%)	(-0.2%)
化学・医薬品	153	250	5.0%	(1.8%)	(1.9%)	(+0.1%)
ゴム・プラスチック	73	65	-1.1%	(0.8%)	(0.5%)	(-0.3%)
非鉄金属	63	66	0.5%	(0.7%)	(0.5%)	(-0.2%)
鉄鋼・同製品	72	161	8.4%	(0.8%)	(1.2%)	(+0.4%)
金属製品・電気・光学製造	179	245	3.2%	(2.1%)	(1.9%)	(-0.2%)
一般機械	26	36	3.3%	(0.3%)	(0.3%)	(-0.0%)
輸送機器	178	219	2.1%	(2.1%)	(1.7%)	(-0.4%)
家具	23	29	2.2%	(0.3%)	(0.2%)	(-0.0%)
その他製造業	16	17	0.9%	(0.2%)	(0.1%)	(-0.1%)
公益業	101	146	3.7%	(1.2%)	(1.1%)	(-0.1%)
建設業	827	1,263	4.3%	(9.7%)	(9.8%)	(+0.1%) ↑
第3次産業	3,646	5,918	5.0%	(42.6%)	(45.8%)	(+3.2%) ↑
卸売・小売業	1,177	1,682	3.6%	(13.7%)	(13.0%)	(-0.7%) ↓
自動車・二輪（修繕含）	229	290	2.4%	(2.7%)	(2.2%)	(-0.4%)
その他の卸売・小売業	948	1,392	3.9%	(11.1%)	(10.8%)	(-0.3%)
運輸・倉庫業	327	603	6.3%	(3.8%)	(4.7%)	(+0.9%)
ホテル・飲食業	258	415	4.9%	(3.0%)	(3.2%)	(+0.2%)
情報・通信業	384	868	8.5%	(4.5%)	(6.7%)	(+2.2%) ↑
金融業	320	520	5.0%	(3.7%)	(4.0%)	(+0.3%) ↑
不動産業	256	352	3.2%	(3.0%)	(2.7%)	(-0.3%)
ビジネスサービス業	138	252	6.2%	(1.6%)	(1.9%)	(+0.3%)
公共サービス業	296	403	3.1%	(3.5%)	(3.1%)	(-0.3%) ↓
教育サービス業	264	372	3.5%	(3.1%)	(2.9%)	(-0.2%)
医療・社会福祉活動	91	183	7.2%	(1.1%)	(1.4%)	(+0.3%)
その他サービス業	134	267	7.1%	(1.6%)	(2.1%)	(+0.5%)
生産物に課される税一同補助金	213	556	10.0%	(2.5%)	(4.3%)	(+1.8%)

(出所) 国家統計局より作成

## 2. 自動車

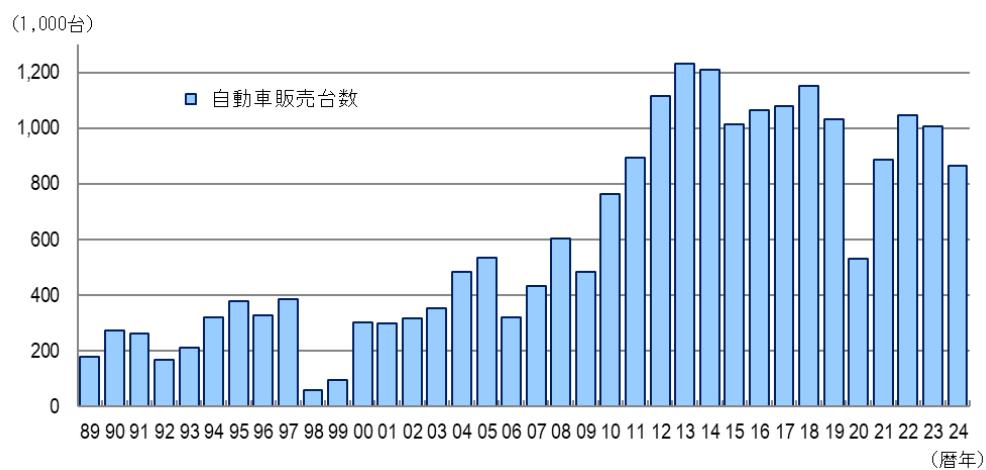
### (1) 自動車産業の歴史

インドネシアの自動車産業では、かつて国産化政策がとられていた。1993年以前は、「ローカルコンポーネントとペナルティによる規制」が存在し、インドネシア製でなければならぬと指定された部品を輸入した場合には、輸入価額の50%のペナルティが課されていた。また、1994年に「ローカルコンテントとインセンティブによる規制」が発令され、国産化率が高いほど輸入関税が下がる方式がとられるようになった。これらはいずれも国内産業を保護する内容で、自動車産業の自由化は、1993年以降に始まった二輪車産業の自由化に比べて遅れをとっていた。

しかし、1998年のアジア通貨危機の影響を受け、インドネシア政府は自動車産業もそれまでの国内産業保護政策から自由化に方向を転換し、国内の産業保護政策は輸入関税（完成車、部品、CKD）が対象。CKDはComplete Knock Downの略で、部品単位で分解されている自動車を指す）が残されるのみとなった。更に、1999年7月、インドネシア政府は長期的に効率的で国際競争力のある自動車産業を育成することを目標に、新自動車政策を導入した。当該政策の下、インセンティブ制度を廃止し、国産化率を問わず、カテゴリー・排気量・部品供給形態別に部品（HSコード）ごとに輸入税率を設定する制度に移行した。2020年は、新型コロナウイルスによる各メーカーの工場稼働停止などの影響から、53万台と大幅な減少となった。

現在インドネシアの自動車産業はコロナ禍から回復しつつも、完全には戻っていない。インドネシア政府は、経済回復に向けた取組の一環として、2021年3月初旬から対象となる自動車の奢侈品販売税（PPnBM）の減免措置を実施した。この他、Gaikindo インドネシア国際オートショー（GIIAS）2021の開催などもあり、2021年の販売台数は、89万台と大幅な増加となった。2022年に入って一時回復したものの、2024年の販売台数は87万台となっており、新型コロナウイルスの流行前の水準に完全には戻っていない。この要因としては、中間層の購買力の減少が挙げられ、自動車の価格上昇に中間層の所得上昇が追い付いていないことがある。ただし、EV市場については成長しており、近年はBYDなどの中国メーカーがシェアの多くを占める一方で、日本メーカーのシェアは減少傾向にある。

図表 22-2 自動車（乗用車+商用車）の販売台数の推移



（出所）Association of Indonesian Automotive Industries より作成

## (2) 「低燃費小型車」から EV の普及に向けて

2013 年までのインドネシアの自動車販売市場の主役は多目的車（Multi-Purpose Vehicle : MPV）であった。しかし、2013 年に政府が低価格で燃費効率の良い小型車「ローコスト・アンド・グリーンカー」（LCGC）への奢侈品の優遇を規定（政令「2013 年第 41 号」）すると、消費者の需要が MPV から LCGC へと大きくシフトした。具体的には、2013 年には自動車（乗用車+商用車）販売の 64.1% を MPV が占めていたが、2018 年に同比率は 55.1% に低下し、その一方で、LCGC 市場は 2016 年以降、市場全体の 2 割を越える水準となった。

2013 年に規定された LCGC の要件は、排気量 1,200 cc 以下で、燃料 1Lあたりの走行距離が 20 km 以上、地方税や自動車税などを除いた参考価格が 8,500 万～9,500 万ルピア（日本円換算 70～80 万円）とされている。参考価格はインフレ率、ルピア相場、原材料価格の動向に応じて調整され、またオートマチック車は参考価格に 15%まで、エアバックや ABS などの安全装備の搭載車は 10%まで、それぞれ上乗せすることが認められている。インドネシアでは自動車に対する奢侈品の影響は大きい。例えば、1,500 cc の乗用車（セダン、ステーションワゴン除く）に対する税率は 10%、同タイプの乗用車で 2,500 cc 超 3,000 cc 以下の車種の税率は 40% に達する。また、同国ではセダン車に対する税率も高く、1,500 cc 以下のセダンの奢侈品率は 30% である。なお、2025 年 2 月以降、自動車に対しては、付加価値税 12% が追加で課税されることになっている（一般品は付加価値税 11%）。

なお、インドネシア政府は 2022 年から電動化車両の生産を開始し、2025 年までに生産台数の 20% を電動車とする目標を表明し、豊富なニッケル鉱石の輸出を禁じ、国内で EV バッテリー用に加工・製品化する事業も振興している。奢侈品（PPnBM）については、2025 年施行の新制度により、特定の EV に対する奢侈品は 5% となっており、さらにインドネシア政府が EV の付加価値税を 10% まで負担する形となっている。また、同制度により、HV については、車両販売価格の 3% 相当の税制優遇措置が受けられる形となっている。一方、LCGC への優遇は段階的に縮小され、優遇対象を LCGC から電動車に移行させる方針を打ち出している。LCGC の奢侈品は、2021 年度第 1 四半期までは全額免除であったが、第 2 四半期に 1%、第 3 四半期に 2%、第 4 四半期に 3% となった。

図表 22-3 車種別販売台数と構成比の変化

	販売台数(1,000台)											
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
全体	1,229.8	1,208.0	1,013.5	1,062.7	1,077.4	1,151.3	1,030.1	532.0	887.2	1,048.0	1,005.8	865.7
	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)
乗用車	880.0	879.4	736.8	862.0	842.5	874.7	785.5	388.9	659.8	783.6	779.3	673.0
	(71.6%)	(72.8%)	(72.7%)	(81.1%)	(78.2%)	(76.0%)	(76.3%)	(73.1%)	(74.4%)	(74.8%)	(77.5%)	(77.7%)
セダン	34.2	21.6	17.4	13.8	8.3	6.7	6.4	4.7	5.6	7.8	9.6	10.5
	(2.8%)	(1.8%)	(1.7%)	(1.3%)	(0.8%)	(0.6%)	(0.6%)	(0.9%)	(0.6%)	(0.7%)	(1.0%)	(1.2%)
多目的車（4×2タイプ）	788.1	679.9	545.3	608.0	596.1	634.4	557.6	275.5	503.5	609.3	554.0	470.5
	(64.1%)	(56.3%)	(53.8%)	(57.2%)	(55.3%)	(55.1%)	(54.1%)	(51.9%)	(56.8%)	(58.1%)	(55.1%)	(54.3%)
スポーツ・ユーティリティ（4x4タイプ）	6.5	5.9	8.6	4.9	3.4	3.1	4.1	3.6	4.1	8.3	11.0	15.2
	(0.5%)	(0.5%)	(0.8%)	(0.5%)	(0.3%)	(0.3%)	(0.4%)	(0.7%)	(0.5%)	(0.8%)	(1.1%)	(1.8%)
Affordable Energy Cost Saving Cars	0.0	172.1	165.4	235.2	234.6	230.4	217.5	104.7	146.5	158.2	204.7	176.8
	-	(14.2%)	(16.3%)	(22.1%)	(21.8%)	(20.0%)	(21.1%)	(19.7%)	(16.5%)	(15.1%)	(20.4%)	(20.4%)
商用車	349.8	328.6	276.7	200.6	234.8	276.6	244.6	143.1	227.4	264.5	226.5	192.7
	(28.4%)	(27.2%)	(27.3%)	(18.9%)	(21.8%)	(24.0%)	(23.7%)	(26.9%)	(25.6%)	(25.2%)	(22.5%)	(22.3%)

（出所）The Association of Indonesian Automotive Industries より作成

## (3) 日系完成車メーカーの存在感が大きいインドネシア自動車市場

2024 年の自動車販売台数は 86.6 万台であるが、このうち、トヨタのシェアが 33.4% と最も高

く、次いでダイハツが 18.8%、ホンダのシェアが 10.9% であった。これら上位 3 社に三菱自動車、スズキを加えた大手 5 社の合計の市場シェアは 79.2% に達し、インドネシアの自動車市場は、日系メーカーが席巻している。ただし、2021 年の大手 5 社の合計の市場シェアが 84.6% であったことを踏まえると、やや減少している。

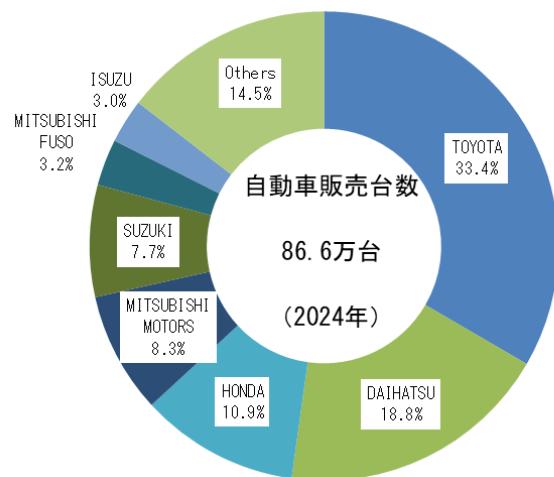
今後注目されるのは、電気自動車（Electric Vehicle : EV）の開発・生産に向けた動きであろう。2023 年 12 月、インドネシア政府は EV の普及加速と産業育成を目的とした大統領令（2023 年第 79 号）を公布・施行し、2019 年第 55 号大統領令の内容を一部改正した。この大統領令では、BEV やその部品の製造拠点を国内に設置する企業に対し、一定期間に限り EV 完成車の輸入優遇措置（例：関税や奢侈税の免除）を 2025 年 12 月末まで認めることを定めた。なお、優遇税制は「現地調達率 40% 以上」などが前提となっている。また、国産部品の使用比率 40% 以上の EV については、付加価値税の減税や奢侈税の免除が段階的に適用される制度となっている。その後、この大統領令の細則にあたる投資大臣規則 2023 年 6 号が公布され、一定数の完成車を輸入する際の関税及び奢侈税が免除されるための条件が規定された。また、国産化率 20% 以上 40% 未満の車種は、完全ノックダウン方式の部品を輸入する際の関税及び奢侈税が免除されることとなった。

報道などで確認された各メーカーの動きは以下の通りである。

- トヨタ：2022 年以降の 5 年間に約 27.1 兆ルピア（約 18 億ドル）の投資を予定し、EV の現地生産を強化している。また、2025 年 12 月より、EV 「bZ4X」 の現地生産開始を発表した。
- ホンダ：2025 年に EV 「e:N1」 を販売開始。インドネシアでホンダが EV を販売するのはこれが初。今後も、持続可能なモビリティの実現に向けて、技術革新を続ける意向を示している。また、2025 年 7 月に、ミニバンの HV 「ステップワゴン e : HEV」 の販売を発表している。
- 三菱自動車：2023 年に、2024 年までに 5.7 兆ルピアを投資する計画。年間产能力を 25 万台へ拡大。2023 年に SUV 「エクスフォース」、2024 年に SUV 「パジェロスポーツ」、2025 年に SUV 「デスティネーター」 の販売開始を発表。また、2024 年末より軽商用電気自動車 「Minicab MiEV（現地名：L100 EV）」 をブカシ工場で生産すると発表。
- スズキ：2026 年初頭に電動 SUV 「e VITARA」 をインドネシアで販売することを発表。2025 年に小型 SUV 「フロンクス」 を発表した。
- 現代自動車：2024 年に西ジャワ州カラワンに EV 用バッテリー工場を開設。2021 年末に西ジャワ州の新工場で生産を開始。総投資額は 2030 年までに 15.5 億ドル。当初の年产能力は 15 万台。2030 年完工時の年产能力は 25 万台の予定。また、2024 年 7 月にはインドネシアの国営企業 IBC との合弁会社が、EV 向けバッテリーセル工場を稼働させた。この工場の年产能力は 10GWh で、EV 15 万台相当の園地を供給可能となっている。また、今後、年产能力を 20GWh 増加させる予定とのことである。
- BYD：2025 年に EV 「Atto1」 を販売開始。また、2025 年 1~7 月期のインドネシアの EV 販売台数トップの座を獲得。2030 年までに 15.5 億ドルを投資し、产能力を 25 万台にする計画。
- NIO：2025 年 9 月時点ではインドネシア市場に進出していないものの、一部報道ではインドネシアを含む東南アジア市場への進出を計画していると、報じられている。

EV に関しては、現代自動車が早期から現地生産を始めたものの、中国企業の伸びが大きく、シェアを奪われている。2021 年から 2024 年にかけての中国からインドネシアへの自動車の輸出量は約 3 倍になったという報道もある。また、2024 年には、インドネシアの工業相が「中国メーカーと協力してインドネシアを右ハンドル EV の生産ハブに育てたい」と発言しており、中国企業への期待が伺える。

図表 22-4 自動車のメーカー別販売シェア（2024 年）

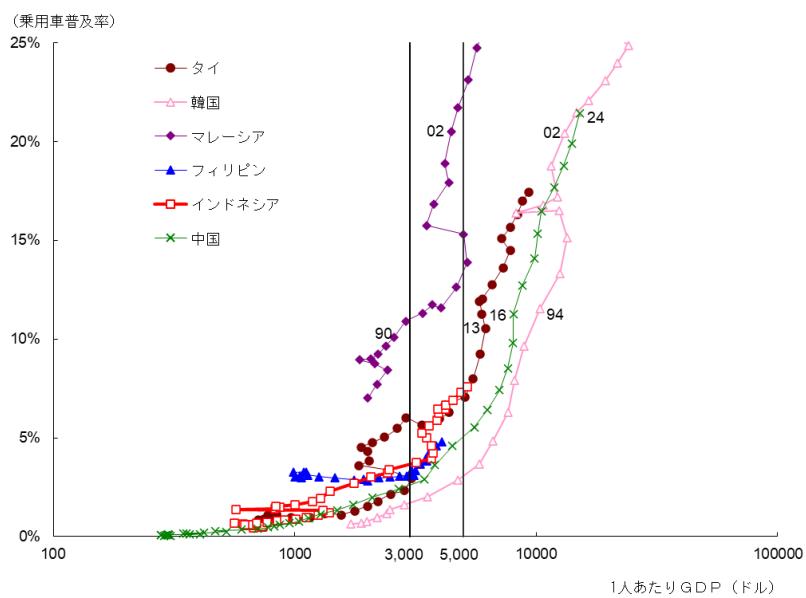


(出所) The Association of Indonesian Automotive Industries より作成

#### (4) 所得水準の向上より乗用車普及の加速が期待される

2019 年に工業省は自動車生産台数の目標を発表した（2025 年の自動車生産台数の目標：169 万台）が、2025 年 1 月～7 月の実績値が約 66 万台（月平均約 9.4 万台）であることからも、達成は難しいとみられる。アジア諸国の過去の経験則では、1 人あたり GDP が 3,000 ドルから 5,000 ドルの範囲に達すると、その国の乗用車普及率が急伸する傾向がある（図表 22-5）。例えば、インドネシアよりも所得水準の向上が先行する中国やタイでも、1 人あたり GDP が 3,000 ドルを越えた時期に乗用車の普及が加速した。1 人あたり GDP が 4,000 ドルを超えたインドネシアも既に同様の傾向にあり、今後同国での自動車普及率の上昇が期待される。ただし、インドネシアは島嶼国であり、ジャワ島以外でどこまで自動車が普及されるかという点については疑問が残る。また、インフラが整備され、渋滞問題が解消されなければ、二輪車が選ばれやすい状況は変わらないと考えられる。

図表 22-5 所得水準と乗用車普及率



(出所) IMF、各種資料より作成

### (5) 東南アジアの「EV のハブ」に向けた政策

インドネシアの2025年上半期のBEVの販売台数は、前年同期比の3.7倍となり、EVの販売台数は3万5,749台（前年同期比約3.7倍）、PHEVの販売台数は1,621台（前年同期比約42.7倍）、HVの販売台数は28,817台（前年同期比約5.0倍）に達した。インドネシア政府は、政策としてEVの国内生産の増加・普及を促進し、東南アジアの「EV のハブ」となることを目指している。2019年8月には、バッテリーEV(BEV)の開発促進に関する大統領令を公布、2023年にはその内容を一部改正した。また、工業省は、2019年に発表した「自動車産業ロードマップ」で、2035年の四輪車全体の生産台数目標400万台に対し、低炭素排出車(LCEV)の生産台数目標を30%（120万台）に設定するなど野心的な目標を掲げている。PHEVはEVよりも安価に入手可能であり、充電ステーションを必要としないため、消費者にとって魅力的に映ったため、2025年上半期のPHEVの販売台数は急上昇したものと思われる。

バッテリーパ生産に向けた動きも活発化している。2021年3月には、国営企業4社（鉱業持株会社Mind Id、石油会社Pertamina、電力公社PLN、資源Antam）がバッテリー製造の合弁会社、Indonesia Battery Corporation(IBC)を設立すると発表した。総投資額は238兆ルピアであり、2030年までに年産能力140GWhを整備、うち50GWhは輸出する計画としている。また、IBCは、中国CATLや韓国LG化学とも提携し、サプライチェーンとなる複数の合弁会社を設立する計画である。また、インドネシア政府は、鉱物資源の下流工程を最適化し、バッテリー原材料へと転換することで、EV産業を支援することを目的とし、2025年にIBCを「New Energy Materials Investment Holding」へと名称変更し、ホールディングス化している。

税制面について、奢侈税優遇の対象が、LCGCからEVに移っていることは既述の通りであるが、政府は2021年3月に奢侈税改正案を発表し、EVについては0%を維持する一方、HV車の税率を2段階に分けて引き上げることを決定しており、EV優先の姿勢を明確に打ち出している。本改正により、第1段階ではPHVの税率が0%から5%に、マイルドHVとフルHVの税率が2～

12%から 6~12%に引き上げられた。第 2 段階の引き上げは、EV 製造の投資実行額が 5 兆ルピアに達してから 2 年後、または 5 兆ルピアの投資案件が商業生産を開始した際に実施することとされており、PHV の税率は 8%、マイルド HV とフル HV の税率は 10~14%に引き上げられる。

### 3. バイク

#### (1) 1993 年の自由化以降、2011 年にかけてバイク市場は急速に拡大

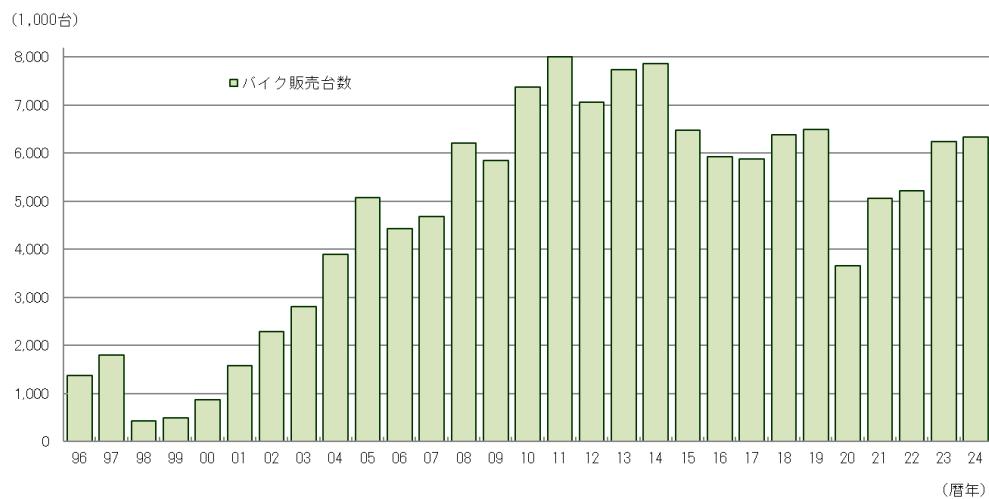
インドネシアの二輪車市場は、1993 年の自由化移行を契機に急速に成長し、2011 年の 800 万台規模に成長した後は縮小に転じ、2015 年以降、年間販売台数は 600 万台前後で推移していた。2020 年には新型コロナウイルスの影響を受け、販売台数が 400 万台を下回る大幅な減少となつたが、2021 年には回復基調に転じ、2023 年以降はコロナ以前の水準である約 600 万台まで回復した。

1969 年、発足後間もないスハルト政権は、二輪完成車 (Complete Build Up : CBU) の輸入を禁止し、ノックダウン車両 (Complete Knock Down : CKD) 輸入による国内組立を義務付けた。これにより、1971 年にホンダ、74 年にはヤマハが現地組立を開始した。更に、1977 年から 1980 年代半ばにかけて、インドネシアは二輪車部品の国産化政策を段階的に進めた。対象となったのは、ワイヤーハーネス、バッテリー、フィルター、エンジン鋳造部品などである。

しかし、このような国産化政策は、1993 年以降、徐々に自由化へと転換する。1993 年には品目指定による国産化の義務付けを止め、組立事業の外資参入を自由化した。1999 年には国産化政策を全面的に廃止し、完成車と部品の関税率を引き下げた。また、同時に総代理店制を廃止し、完成車・部品を自由に輸入できるようになった。

アジア通貨危機に見舞われた 1998 年のインドネシアの二輪車販売台数は 43 万台だったが、2002 年には 229 万台とそれまでの過去最高だった 1997 年の 180 万台を上回り、2011 年には 801 万台にまで増加した。ただし、その後緩やかに販売台数が減少し、2015 年から 2024 年にかけては、およそ年間販売台数およそ 600 万台程度で推移した（新型コロナウイルスが流行した 2020 年は除く）。(図表 22-6)。ただし、2025 年 1 月～8 月のバイクの販売台数は前年比 1.7%減となっており、この背景には中間層の減少などがあるとみられるが、その減少幅はバイクよりも高価な自動車よりも少ないとみられる。

図表 22-6 バイクの販売台数の推移



(出所) インドネシア二輪車製造業者協会 (AISI) より作成

## (2) コロナ禍から回復途上のバイク市場

インドネシア二輪車製造業者協会 (AISI) 加盟メーカー5社の2024年の国内二輪車販売台数(出荷ベース)は前年比1.5%増の633万台となった(東南アジア1位、世界3位)。2024年の輸出台数は0.4%増の57万台となり、生産規模は691万台水準と見られる。2025年には、追加のバイク税の影響もあり、販売額が落ち込む局面も見られたが、年間ベースでは640万~670万台が見込まれている。

インドネシアのバイク市場はホンダやヤマハなどの日本メーカーが業界を支配している。特にホンダは、通勤、通学の足として使い勝手の良いATスクーターで先行したことから一気にシェアを伸ばした。2024年時点では、ホンダはおよそ8割のシェアで首位に立っている。

## (3) インドネシアで広がる電動二輪車

2024年時点での電動二輪車の登録台数は160,578台、電動四輪車の登録台数は33,555台、その他の電動車の登録台数は951台となっている。電動車両については、インドネシア政府の2030年目標の200万台に対して、電動二輪車は8.0%、電動四輪車は1.7%となっており、電動二輪車の方が順調であることが伺える。インドネシアではEV(四輪)よりも実用的な電動二輪車の方が容易に受容されやすいとの調査結果もある。二輪車は価格も安く、小型電動二輪車は1,000万ルピア前後で購入できる一方、EVは4億ルピア弱以上である。ただし、2025年にEV「Atto1」という2億ルピア弱で購入可能なモデルがBYDから発売されており、今後の動向に注視が必要である。

インドネシア政府は2019年8月と2023年12月にEV促進の政令を公布しているが、国産車両の現地調達率について、二輪・三輪の場合は2026年までに40%以上、2029年までに60%以上、2030年以降は80%以上に引き上げるとの計画を示している。2021年6月にはエネルギー相が2050年までに国内で販売する四輪車及び二輪車を全てEVとする方針を表明しているが、二輪車の新車販売については2040年以降に全て電動車となる見込みである。エネルギー鉱物資源省は2021年8月に、内燃エンジン搭載の二輪車を電動二輪車に改造するパイロットプロジェクトを発表し

た。このプロジェクトでは、ジャカルタ首都圏で 100 台の二輪車を改造する計画であり、各省庁や機関、地方政府、国営企業、Grab や Gojek などの民間企業にもプロジェクトへの参加を呼び掛けられた。その後、2024 年 8 月には、二輪車 1,000 台を無償で電動バイクに改造するプログラムを開始された。

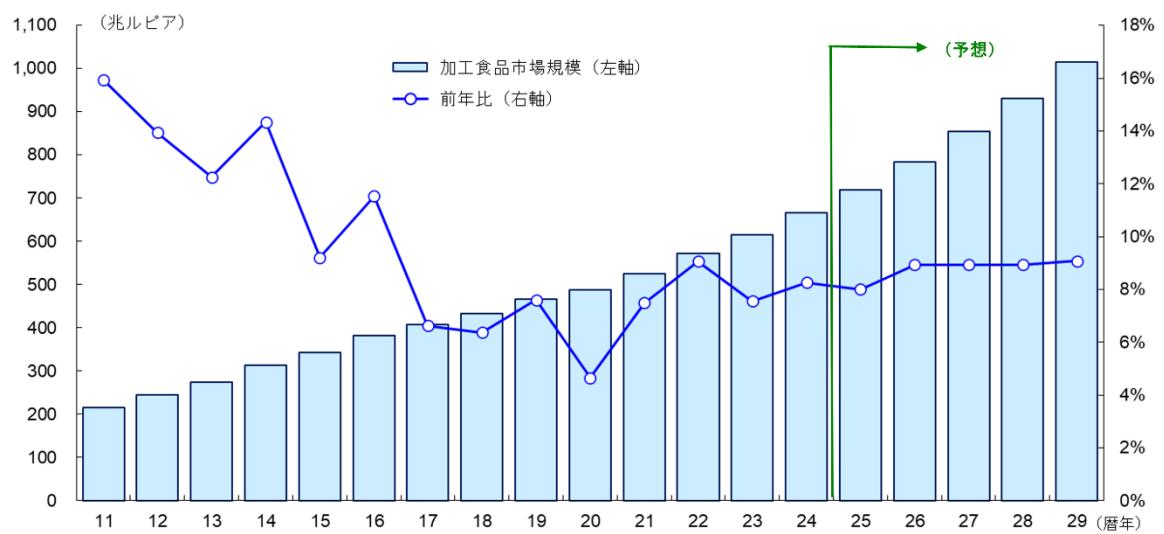
二輪メーカーも電動二輪を積極的に開発しているが、その主力は台湾や中国の技術や部品あるいは資本を使いインドネシア政府の支援も得たローカルブランドである。例えば、産官学による EV 新興メーカーの WIMA（PT Wika Industri Manufaktur）について、チルンシにある工場の生産能力は 2023 年時点の年間 5 万台であり、今後増強していくとともに、部品の国産化比率も高めていくとしている。2020 年 11 月にはインドネシア国営電力会社 PLN が配車サービス大手の Grab や WIMA などと EV 事業で提携すると発表しており、政府による EV プログラム加速支援でのシナジー創出で、各社の知見とリソースを活用していくという。日系メーカーでは、国内シェア第 1 位のホンダは、2023 年に同社としては初の電動バイクである「EM1 e:」を発表した。さらに、ホンダは 2024 年を電動バイクのグローバル展開元年と位置付けており、複数の電動バイクのモデルをインドネシアの各地域に適した生産拠点で生産し、インドネシアからグローバルに展開していくことを発表していしている。ホンダは、ジャカルタ市内で電動二輪用のバッテリー交換ステーションの設置を進めており、2025 年 6 月時点で、20箇所に設置されている。

## 4. 食品

### (1) 食品加工業の市場規模とその推移

2024 年のインドネシアの加工食品市場は 666 兆ルピア（約 425 億ドル、Euromonitor 調べ）である（図表 22-7）。2014 年からの 10 年間、市場全体は年率 7.7% 増と名目 GDP 成長率（同 7.7% 増）と同等のペースで成長している。また、この期間、1 人あたりの加工食品の売上高（現地通貨建て）は 2.1 倍に増えている。

図表 22-7 加工食品の市場規模と成長率



(出所) Euromonitor より作成

約 2.8 億人の人口を抱えるインドネシアの加工食品市場は、ASEAN 諸国の中でも最も大きい。2024 年のドル建ての市場規模は 425 億ドルと、2 位のフィリピン（188 億ドル）、3 位のタイ（175 億ドル）、4 位のベトナム（171 億ドル）とは 2 倍以上の差がある。市場規模は大きいが、現地調査では人口の多い大都市圏ほど地場企業などとの競争が激しいとの声があった。

ジェトロ「農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報」<sup>12</sup>（2024 年 11 月）によれば、インドネシア人の嗜好として、「日本人と比較すると、食事は味が濃く、スパイスが効いた辛いものを好む。菓子類は甘いものを好む。酸味はあまり得意ではなく、梅干し、酢が効いたドレッシングなどはあまり好まれない。」という傾向があるようだ。また、国民の間に日本食品への信頼感は一般にあるが、ASEAN 諸国産の日本ブランド食品と日本製日本食品の区別ができる状態であり、日本产品は高価であるため、一般消費者は他国の類似商品でより安価な商品を購入する傾向もあるようである。2022 年 7 月 26 日にインドネシア政府は東京電力福島第一原子力発電所事故の発生に伴う日本産食品の輸入規制を撤廃しており、また、日本产品が売られるスーパー・マーケットは富裕層を中心としたものからアッパー・ミドル層を対象にしたものまで範囲が広がってきておりなど、日本食関連の輸出の機会は広がりそうである。

## (2) カテゴリー別に見たインドネシアの加工食品市場の変化

Euromonitor 社のデータによれば、2014 年から 2024 年にかけての大分類（「調味料・食材」、「乳製品など」、「菓子など」、「主食」）で見た加工食品市場の売上高構成比の変化を見ると、4 つの大分類の内、構成比が上昇したのは「主食」（+5.0%）である。中でも、「米」（+4.2%）、「加工肉」（+1.3%）のカテゴリーが相対的に伸びている。

他方、構成比が低下した大分類は、「菓子など」（▲3.9%）と「乳製品など」（▲0.6%）、「調味

<sup>12</sup> [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Marketing/2024/marketing\\_basicinfo\\_Indonesia\\_2024.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Marketing/2024/marketing_basicinfo_Indonesia_2024.pdf)

料・食材」（▲0.5%）である。

「菓子など」の中では、比較的市場規模が大きい「チョコレート菓子・ガム類」（▲3.5%）の低下が大きいが、「アイスクリーム・冷凍デザート」（+1.0%）と成長しているカテゴリーもある。

「乳製品など」の中では「ベビーフード」（▲2.6%）が低下している一方、「乳製品」（+1.8%）は増加している。ベビーフードの低下は出生率の低下も関係していると考えられる。

「調味料・食材」では「食用油」（▲1.2%）が低下している一方、テーブルソースを含む「ソース・ドレッシング・香辛料」（+0.5%）は増加している（図表 22-8）。

図表 22-8 加工食品の売上高と構成比（2014年→2024年）

分類	金額（10億ルピア）			構成比		
	2014	2024	年率成長率	2014	2024	差分
加工食品	313,725	666,379	7.8%	100.0%	100.0%	-
調味料・食材	39,326	80,090	7.4%	12.5%	12.0%	-0.5% ↓
食用油	19,242	32,909	5.5%	6.1%	4.9%	-1.2% ↓
オリーブオイル	656	1,957	11.6%	0.2%	0.3%	0.1%
パームオイル	17,993	29,830	5.2%	5.7%	4.5%	-1.3% ↓
レディー・ミール	121	263	8.1%	0.0%	0.0%	0.0%
ソース・ドレッシング・香辛料	18,448	42,323	8.7%	5.9%	6.4%	0.5% ↑
調味料	6,708	13,655	7.4%	2.1%	2.0%	-0.1%
テーブルソース	10,408	25,394	9.3%	3.3%	3.8%	0.5% ↑
スープ	62	141	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%
スプレッド	1,452	4,454	11.9%	0.5%	0.7%	0.2%
乳製品等	62,374	128,221	7.5%	19.9%	19.2%	-0.6% ↓
ベビーフード	28,090	42,073	4.1%	9.0%	6.3%	-2.6% ↓
乾燥ベビーフード	1,235	2,900	8.9%	0.4%	0.4%	0.0%
粉ミルク	26,136	36,184	3.3%	8.3%	5.4%	-2.9% ↓
乳製品	33,596	83,639	9.6%	10.7%	12.6%	1.8% ↑
チーズ	943	9,601	26.1%	0.3%	1.4%	1.1% ↑
飲料乳製品（ミルク、豆乳等）	16,765	38,949	8.8%	5.3%	5.8%	0.5% ↑
ヨーグルト・乳製品	3,403	10,517	11.9%	1.1%	1.6%	0.5% ↑
その他乳製品（コンデンスマルク等）	11,088	21,802	7.0%	3.5%	3.3%	-0.3%
菓子等	67,865	118,477	5.7%	21.6%	17.8%	-3.9% ↓
チョコレート菓子・ガム類	25,336	30,334	1.8%	8.1%	4.6%	-3.5% ↓
チョコレート菓子	11,965	14,189	1.7%	3.8%	2.1%	-1.7% ↓
キャンディ等	11,926	15,039	2.3%	3.8%	2.3%	-1.5% ↓
アイスクリーム・冷凍デザート	4,200	15,843	14.2%	1.3%	2.4%	1.0% ↑
ナッツ・クラッカー類	20,107	36,335	6.1%	6.4%	5.5%	-1.0% ↓
ナッツ類	5,135	9,878	6.8%	1.6%	1.5%	-0.2%
ソルティー・スナック	9,691	16,897	5.7%	3.1%	2.5%	-0.6% ↓
ビスケット菓子類	18,222	35,964	7.0%	5.8%	5.4%	-0.4%
主食	144,161	339,591	8.9%	46.0%	51.0%	5.0% ↑
パン類	25,431	53,923	7.8%	8.1%	8.1%	0.0%
パン	5,151	12,642	9.4%	1.6%	1.9%	0.3%
ケーキ	2,567	6,145	9.1%	0.8%	0.9%	0.1%
菓子パン	16,034	31,795	7.1%	5.1%	4.8%	-0.3%
朝食用シリアル	822	3,009	13.9%	0.3%	0.5%	0.2%
加工果物・野菜	446	916	7.5%	0.1%	0.1%	0.0%
加工肉・シーフード	14,665	38,600	10.2%	4.7%	5.8%	1.1% ↑
加工肉	9,386	28,425	11.7%	3.0%	4.3%	1.3% ↑
加工シーフード	3,932	7,351	6.5%	1.3%	1.1%	-0.2%
米・パスタ・麺類	102,797	243,143	9.0%	32.8%	36.5%	3.7% ↑
麺	30,247	60,822	7.2%	9.6%	9.1%	-0.5% ↓
インスタント麺	29,286	58,690	7.2%	9.3%	8.8%	-0.5% ↓
カップタイプ	1,272	2,744	8.0%	0.4%	0.4%	0.0%
袋タイプ	28,015	55,946	7.2%	8.9%	8.4%	-0.5% ↓
常温の非インスタント麺	960	2,132	8.3%	0.3%	0.3%	0.0%
米	72,284	181,568	9.6%	23.0%	27.2%	4.2% ↑

(注) 矢印は構成比でプラスマイナス 0.5 以上の差分が生じたもの。

(出所) Euromonitor より作成

### (3) 「ハラル製品保証法」への対応が必要

経済発展に伴って今後も拡大が期待されるインドネシアの加工食品市場であるが、イスラム教（ムスリム）の戒律によって食べることが許されたことを示す「ハラル認証」への対応は、その成長ペースを押し下げる一因となり得る。2025 年 6 月の現地企業ヒアリングによると、ペットフードについてもハラル認証を取得したほうが、現地では受け入れられやすいという話もある。

2014 年に制定されたハラル製品保証法「2014 年第 33 号」では、2019 年 10 月からインドネシア国内で流通・売買される全ての製品に、ハラル認証の取得を義務付けることを規定されていたが、スケジュールが後ろ倒しにされていた。2021 年 2 月、ハラル製品保証の実施に関する政令 2021 年第 39 号が公布、施行された。同政令ではハラル表示義務化に向けた具体的な日程が記載されている。その後、2023 年第 6 号が公布、施行され、リスクカテゴリー D に分類される医療機器のハラル表示義務化に向けた日程も追加された（図表 22-9）。また、2024 年 10 月には、ハラル製品保証の実施に関する政令 2024 年第 42 号が公布され、外国産の食品、飲料、食肉製品、食肉処理サービスに対するハラル認証の取得義務について、ハラル認証の相互承認の完了を考慮した上で、2026 年 10 月 17 日までに大臣が関係省庁と調整の上、決定することが規定された。なお、飲食料品に対するハラル認証の取得期限は、2024 年 10 月 17 日となっており、他の対象物やサービスよりも早いスケジュールで運用されている。

ハラル製品保証法や政令などは、ハラル製品保証実施機関（Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal : BPJPH）が発行するハラル認証の有効期間について、材料構成に変更がない限り 4 年間有効と規定している。インドネシアでハラル認証を取得するためには、単に禁じられた食材を含まないというだけではなく、原材料の調達から加工、包装に至るまでのライフサイクル全体において、イスラム教の教えにおいて有害とみなされるものから隔離する必要がある。具体的には、屠殺方法（屠殺時に動物は健康でなければならず、祈りを唱える必要があるなど）や生産プロセス（工場には非ハラル製品が含まれないなど）が挙げられ、日本企業にとっては高いハードルとなるだろう。ただし、製品がほとんどハラル認証を取得している花王インドネシアケミカルズや、讃岐うどんのハラル認証の取得を目指す日本企業も存在しており、インドネシアで事業を実施するためには重要であることが窺える。

図表 22-9 ハラル製品保証法に関する運用スケジュール（一部抜粋）

対応期限	主な対象物、サービス
2024年10月17日	飲食料品
2026年10月17日	化粧品、伝統医薬、医薬部外品、サプリメント、化学品、衣料品、文房具など
2026年10月17日	リスクカテゴリーAに分類される医療機器
2029年10月17日	市販薬など
2029年10月17日	リスクカテゴリーBに分類される医療機器
2034年10月17日	リスクカテゴリーCに分類される医療機器
2039年10月17日	リスクカテゴリーDに分類される医療機器

(出所) JETRO ビジネス短信より作成

認証取得は、政令 2021 年第 39 号などにより、①BPJPH に直接申し込む、または②BPJPH が同政令 119 条、120 条に基づき各国政府と合意書 (MoU) を締結し、それに基づき認定された各国のハラル検査機関を活用しなければならない。

#### (4) 今後の見通し

Euromonitor の調べに基づくと、2024 年から 2029 年までの 5 年間の加工食品市場の成長率は年率 8.8% と、引き続き順調な成長が予測されている。「米」(+2.6%)、「加工肉」(+1.7%)、「チーズ」(+1.4%) については、構成比の上昇が見込まれる（図表 22-10）。

図表 22-10 加工食品の売上高と構成比（2018年→2023年）

分類	金額（10億ルピア）			構成比		
	2024	2029	年率成長率	2024	2029	差分
<b>加工食品</b>	<b>666,379</b>	<b>1,014,933</b>	<b>8.8%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	
調味料・食材	80,090	120,146	8.4%	12.0%	11.8%	-0.2%
食用油	32,909	46,109	7.0%	4.9%	4.5%	-0.4%
オリーブオイル	1,957	3,573	12.8%	0.3%	0.4%	0.1%
パームオイル	29,830	40,841	6.5%	4.5%	4.0%	-0.5%
レディー・ミール	263	408	9.2%	0.0%	0.0%	0.0%
ソース・ドレッシング・香辛料	42,323	64,242	8.7%	6.4%	6.3%	0.0%
調味料	13,655	20,154	8.1%	2.0%	2.0%	-0.1%
テーブルソース	25,394	38,931	8.9%	3.8%	3.8%	0.0%
スープ	141	189	6.0%	0.0%	0.0%	0.0%
スプレッド	4,454	9,197	15.6%	0.7%	0.9%	0.2%
乳製品等	128,221	190,243	8.2%	19.2%	18.7%	-0.5%
ベビーフード	42,073	53,469	4.9%	6.3%	5.3%	-1.0% ↓
乾燥ベビーフード	2,900	4,339	8.4%	0.4%	0.4%	0.0%
粉ミルク	36,184	42,861	3.4%	5.4%	4.2%	-1.2% ↓
乳製品	83,639	131,242	9.4%	12.6%	12.9%	0.4%
チーズ	9,601	28,448	24.3%	1.4%	2.8%	1.4% ↑
飲料乳製品（ミルク、豆乳等）	38,949	50,782	5.4%	5.8%	5.0%	-0.8%
ヨーグルト・乳製品	10,517	21,339	15.2%	1.6%	2.1%	0.5%
その他乳製品（コンデンスマルク等）	21,802	26,424	3.9%	3.3%	2.6%	-0.7%
菓子等	118,477	150,001	4.8%	17.8%	14.8%	-3.0% ↓
チョコレート菓子・ガム類	30,334	37,463	4.3%	4.6%	3.7%	-0.9%
チョコレート菓子	14,189	18,001	4.9%	2.1%	1.8%	-0.4%
キャンディ等	15,039	18,297	4.0%	2.3%	1.8%	-0.5%
アイスクリーム・冷凍デザート	15,843	18,186	2.8%	2.4%	1.8%	-0.6%
ナツツ・クラッカー類	36,335	46,721	5.2%	5.5%	4.6%	-0.8%
ナツツ類	9,878	12,716	5.2%	1.5%	1.3%	-0.2%
ソルティー・スナック	16,897	22,060	5.5%	2.5%	2.2%	-0.4%
ビスケット菓子類	35,964	47,631	5.8%	5.4%	4.7%	-0.7%
主食	339,591	554,543	10.3%	51.0%	54.6%	3.7% ↑
パン類	53,923	78,382	7.8%	8.1%	7.7%	-0.4%
パン	12,642	17,432	6.6%	1.9%	1.7%	-0.2%
ケーキ	6,145	9,251	8.5%	0.9%	0.9%	0.0%
菓子パン	31,795	46,962	8.1%	4.8%	4.6%	-0.1%
朝食用シリアル	3,009	5,462	12.7%	0.5%	0.5%	0.1%
加工果物・野菜	916	1,504	10.4%	0.1%	0.1%	0.0%
加工肉・シーフード	38,600	79,512	15.5%	5.8%	7.8%	2.0% ↑
加工肉	28,425	60,397	16.3%	4.3%	6.0%	1.7% ↑
加工シーフード	7,351	14,369	14.3%	1.1%	1.4%	0.3%
米・パスタ・麺類	243,143	389,683	9.9%	36.5%	38.4%	1.9% ↑
麺	60,822	85,198	7.0%	9.1%	8.4%	-0.7%
インスタント麺	58,690	81,978	6.9%	8.8%	8.1%	-0.7%
カップタイプ	2,744	3,618	5.7%	0.4%	0.4%	-0.1%
袋タイプ	55,946	78,359	7.0%	8.4%	7.7%	-0.7%
常温の非インスタント麺	2,132	3,221	8.6%	0.3%	0.3%	0.0%
米	181,568	303,344	10.8%	27.2%	29.9%	2.6% ↑

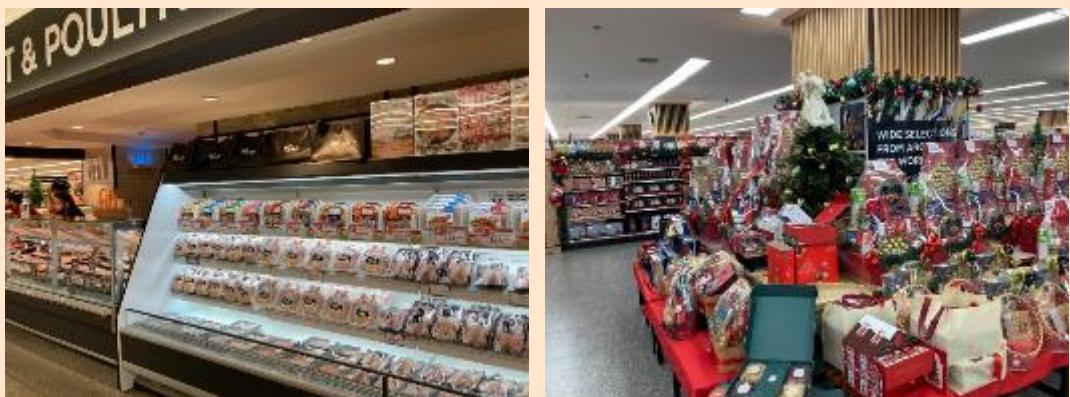
(注) 矢印は構成比でプラスマイナス1.0以上の差分が生じたもの。

(出所) Euromonitorより作成、予想はEuromonitor

### ひとくちメモ 7： 借金をしてまで買い物する？可処分所得の高いインドネシア

2022年12月にジャカルタを訪れて実施した日系企業各社へのインタビューでは、各社から可処分所得の高さがインドネシアの特徴として述べられた。年々物価が上がることもあり、欲しいものは借金をしてでも早く購入する人が多いという。1年を通して気温が一定で、作物も二毛作や三毛作で収穫でき、雨も数時間ほど雨宿りをすれば止むといった風土から、人々を見越して備える感覚がない楽観的な気質を持つ人が多いためだ、といった興味深い考察もあった。さらに、賃金が上昇傾向にあるために、今使い切っても困らないために、貯金をする習慣もありないようである。実際、インドネシアにおける世帯可処分所得は上昇傾向にあり、2020年の世帯可処分所得が年10,000米ドル～34,999米ドルである世帯割合が31.7%である一方、2025年には同割合が43.6%にまで上昇する予測もある。

このような消費行動を背景に、所得が低い人でもスマートフォンを保有していることが多いことも、インドネシアの特徴である。海や山によって分けられた地方都市に住む人口も多い中で、スマートフォンを介した広告などを活用し、ジャカルタ首都圏以外のインドネシア国民にアプローチしていくことを検討している企業もいる。



ショッピングモール内のスーパーは海外製品も含め、品ぞろえが豊富  
12月初旬ということもありクリスマス用の商材も販売されていた

ただし、2025年6月にジャカルタを訪れた際には、中間層の減少による自動車や食品、衣類分野への影響が顕著であるという声が聞かれ、また地方都市では所得が低く、住民の購買力はまだ高くないとのことであった。「人口2.8億人の巨大マーケット」としてアジアでも有数の規模を持つ成長市場と着目は浴びているものの、現地の経営者層の話や専門家の見方を踏まえると、経済的に厳しい局面は続くだろうという見解もある。

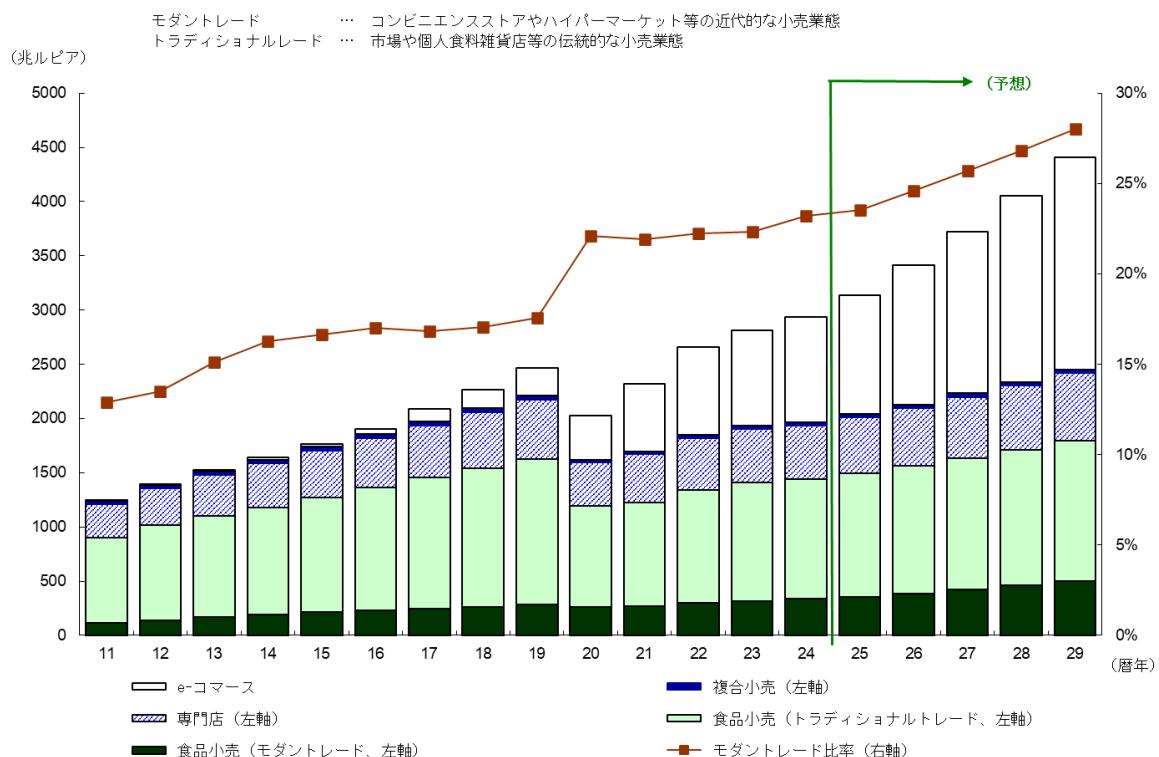
## 5. 小売

### (1) 市場概況

2024年的小売市場の市場規模は2,952兆ルピア(Euromonitor調べ)。市場全体の伸びは2014年からの10年間で年率5.7%と名目GDP成長率(8.0%)を下回っているが、市場規模は拡大している(図表22-11)。

2014年からの10年間の大きな変化は、e-コマースの成長が顕著なことが挙げられる(図表22-12)。2017年頃から市場の拡大が見られるが、2019年からのCOVID-19パンデミックの影響もあり、さらに拡大している。インドネシアのe-コマースはシンガポール発の越境ECサイトShopeeとLazada、地場のTokopediaが3大プラットフォーマーである。携帯電話の100人あたりの登録数は、世界銀行のデータによれば2011年以降より100を超え、2023年では125となっている。

図表 22-11 小売販売額の推移



(出所) Euromonitor より作成

図表 22-12 業態別販売額構成比（2014 年→2024 年）

分類	金額（兆ルピア）			構成比		
	2014	2024	年成長率	2014	2024	差分
<b>小売売上高</b>	<b>1,658</b>	<b>2,953</b>	<b>5.9%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	-
店舗型小売	1,622	1,967	2.0%	97.8%	66.6%	-31.2% ↓
<b>食品小売店</b>	<b>1,180</b>	<b>1,444</b>	<b>2.0%</b>	<b>71.2%</b>	<b>48.9%</b>	<b>-22.3% ↓</b>
<b>モダントレード</b>	<b>192</b>	<b>335</b>	<b>5.7%</b>	<b>11.6%</b>	<b>11.4%</b>	<b>-0.2% ↓</b>
(内、コンビニエンスストア)	93	254	10.6%	5.6%	8.6%	3.0% ↑
(内、ハイパーマーケット)	34	16	-7.3%	2.1%	0.5%	-1.5% ↓
(内、スーパーマーケット)	65	65	-0.0%	3.9%	2.2%	-1.7% ↓
<b>トラディショナルトレード</b>	<b>988</b>	<b>1,109</b>	<b>1.2%</b>	<b>59.6%</b>	<b>37.5%</b>	<b>-22.0% ↓</b>
<b>非食品専門店</b>	<b>441</b>	<b>523</b>	<b>1.7%</b>	<b>26.6%</b>	<b>17.7%</b>	<b>-8.9% ↓</b>
<b>アパレル・靴専門店</b>	<b>99</b>	<b>136</b>	<b>3.3%</b>	<b>6.0%</b>	<b>4.6%</b>	<b>-1.3% ↓</b>
<b>電化製品専門店</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>0.3%</b>	<b>2.5%</b>	<b>1.4%</b>	<b>-1.1% ↓</b>
<b>健康・美容関連製品専門店</b>	<b>59</b>	<b>81</b>	<b>3.1%</b>	<b>3.6%</b>	<b>2.7%</b>	<b>-0.8% ↓</b>
(内、美容専門小売店)	8	10	2.1%	0.5%	0.3%	-0.1%
(内、調剤薬局)	34	53	4.4%	2.1%	1.8%	-0.3%
(内、ヘルスパーソナルケア専門店)	12	12	-0.1%	0.7%	0.4%	-0.3%
<b>日用品・家具・園芸専門店</b>	<b>75</b>	<b>107</b>	<b>3.6%</b>	<b>4.5%</b>	<b>3.6%</b>	<b>-0.9% ↓</b>
<b>D I Y</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>3.7%</b>	<b>2.1%</b>	<b>1.7%</b>	<b>-0.4%</b>
<b>家具・日用品専門店</b>	<b>40</b>	<b>55</b>	<b>3.3%</b>	<b>2.4%</b>	<b>1.9%</b>	<b>-0.5%</b>
<b>レジャー・スポーツ用品専門店</b>	<b>32</b>	<b>45</b>	<b>3.4%</b>	<b>1.9%</b>	<b>1.5%</b>	<b>-0.4% ↓</b>
(内、時計・宝飾品)	16	18	0.9%	1.0%	0.6%	-0.4%
(内、スポーツ用品)	8	17	8.7%	0.5%	0.6%	0.1%
<b>百貨店等</b>	<b>38</b>	<b>29</b>	<b>-2.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>1.0%</b>	<b>-1.3% ↓</b>
(内、デパート)	37	25	-3.8%	2.3%	0.9%	-1.4% ↓
<b>その他非食品専門店</b>	<b>96</b>	<b>82</b>	<b>-1.6%</b>	<b>5.8%</b>	<b>2.8%</b>	<b>-3.0% ↓</b>
<b>非店舗型小売</b>	<b>37</b>	<b>986</b>	<b>39.0%</b>	<b>2.2%</b>	<b>33.4%</b>	<b>31.2% ↑</b>
<b>訪問販売</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>1.4%</b>	<b>1.0%</b>	<b>0.6%</b>	<b>-0.3% ↓</b>
<b>e-コマース</b>	<b>21</b>	<b>968</b>	<b>47.0%</b>	<b>1.2%</b>	<b>32.8%</b>	<b>31.5% ↑</b>
(内、アパレル・靴)	3	57	33.1%	0.2%	1.9%	1.7% ↑
(内、美容・パーソナルケア)	0	30	57.5%	0.0%	1.0%	1.0% ↑
(内、白物家電)	0	14	62.7%	0.0%	0.5%	0.5%
(内、黒物家電)	3	52	32.0%	0.2%	1.8%	1.6% ↑
(内、コンシユーマーヘルス)	0	7	33.5%	0.0%	0.2%	0.2%
(内、食品・飲料)	1	88	64.7%	0.0%	3.0%	2.9% ↑
(内、ホームケア)	0	7	44.0%	0.0%	0.3%	0.2%
(内、修繕・ガーデニング)	0	28	51.3%	0.0%	1.0%	0.9%
(内、衛生用品・紙製品)	0	11	48.2%	0.0%	0.4%	0.4%
(内、眼鏡・アクセサリー)	0	4	37.8%	0.0%	0.1%	0.1%
(内、ペットケア)	0	2	74.1%	0.0%	0.1%	0.1%
(内、玩具・ゲーム)	4	27	20.4%	0.3%	0.9%	0.7%
(内、その他)	7	641	56.1%	0.5%	21.7%	21.2% ↑
<b>自動販売機</b>	-	-	-	-	-	-

(注) 矢印は構成比でプラスマイナス 1.0 以上の差分が生じたもの。

(出所) Euromonitor より作成

## (2) 外資規制の緩和は道半ばだが、専門店業態にはプラス

インドネシアの小売セクターでは、外資の出資規制や、フランチャイズの店舗数の上限や国産品使用義務などの運用上の規制が緩和されてきている。

まず、2016 年に行われたのが、デパートメントストア業態での中小型店舗の外資比率の緩和である。元々、インドネシアでは、モダントレードの業態を、商業大臣規定 2013 年第 70 号の第 6 条及び同 7 条で売場面積と取扱商品に応じた分類で特定していた（図表 22-13）。例えば、食料品や生活用品などの各種消費財の販売業態では、400 m<sup>2</sup>未満を「ミニマーケット」、400 m<sup>2</sup>以上を「スーパーマーケット」、5,000 m<sup>2</sup>以上の大店舗を「ハイパーマーケット」と分類し、更に、消費者

の性別・年齢に応じた売場での衣料品などの各種消費財の販売では、 $400\text{ m}^2$  以上の売場面積を有する業態を「デパートメントストア」とした。2016 年 5 月、政府は大統領規定「2016 年第 44 号」を公布し、外国企業の出資比率の上限などを定めた「投資ネガティブリスト」を改定し、更に 2021 年にも改訂がなされた。

図表 22-13 小売業店舗の分類

業態	売場面積 ( $\text{m}^2$ )	取扱商品
ミニマーケット	$< 400$	食料品、生活用品等の各種消費財の販売
スーパーマーケット	$\geq 400$	
ハイパーマーケット	$\geq 5,000$	
デパートメントストア	$\geq 400$	消費者の性別・年齢に応じた売場での衣料品等の各種消費財の販売

(出所) 商業省規則 2013 年第 70 号より作成

2021 年の改正ではこれまで一定の外資規制が設けられていた売り場面積が  $1,200\text{ m}^2$  未満のスーパー・マーケット、売り場面積  $400\sim 2000\text{ m}^2$  のデパートの外資規制が撤廃された。また、2021 年にはこれまで中小零細企業・協同組合とのパートナーシップを条件に認められていた「通信販売・インターネット小売 (e コマース)」でも外資制限が撤廃された。製造に関連しないディストリビューター業や倉庫業も外資規制が撤廃されている。2018～2019 年には、フランチャイズに係る規定が撤廃され、一度は規制が緩和されたが、2021 年に商業省規則 2021 年第 23 号により、近代的な小売業が運営する直営店の店舗数の上限を 150 店とし、151 店目からはフランチャイズによる店舗運営が義務付けられることとなった。中小零細企業の近代小売業への参入を後押しする狙いがあると報じられている。

### (3) 日系企業の進出状況

これまでの日系の物販小売企業のインドネシア進出としては、2004 年に 100 円ショップの大創産業（ダイソー）が現地企業と代理店契約を結んで進出、2009 年には「MUJI」を展開する良品計画が現地企業に商標のライセンス供与と商品供給を行う形式で進出、2013 年には「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングが三井商事と合弁会社を設立して進出している。2024 年には、ニトリホールディングスがジャカルタのショッピングモールに初出店した。

また、食品小売企業では、2009 年にセブン-イレブンが初めてインドネシアに出店、2011 年にはローソン、2012 年にはファミリーマートとミニストップが相次いで初出店を果たした。しかし、ミニマーケット業態への外資企業に対する規制が厳しかったことから、2016 年にミニストップが地場企業に対する地域フランチャイズ契約を終了して撤退し、2017 年にはセブン-イレブンが酒類の販売規制などの影響で売上が減少したことから全店を閉鎖した。2025 年時点ではローソン、ファミリーマートがインドネシアで店舗を展開している。

総合スーパー (General merchandise store : GMS) 業態では、イオンが 2015 年にジャカルタ南西

部の BSD 地区に 1 号店を皮切りに店舗数を増やしており、2025 年時点では、16 店舗を展開中（スーパー以外の業態も含む）。

#### (4) 今後の見通し

Euromonitor の調べに基づくと、2024 年から 2029 年までの 5 年間の小売市場の成長率は年率 8.4% と予想されている。店舗型小売の構成比が 10% 以上減少する一方、その分 e-コマースの構成比が増加する見込みとなっている。

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で、インドネシアの消費者の行動は変容した。インドネシアでは、依然として現金決済が主流であるものの、現金決済の比率が低下している。また、インドネシアのプラットフォーマーである Tokopedia などが人気である一方で、TikTok Shop や Instagram Shopping といったプラットフォームも若年層の間で人気を集めている。このような状況下で、インドネシア政府は、デジタルプラットフォームと従来型プラットフォーム間の健全なエコシステムを構築することを目的として、「電子システムを通じた取引における事業者の事業ライセンス、広告、指導、監督に関する 2023 年商務大臣規則第 31 号」を交付した。これにより、SNS 上での決済取引が禁止され、TikTok や Instagram 上での商品売買が不可となり、インドネシアの中企業が競争しやすい環境が整えられることとなった。

図表 22-14 業態別販売構成比（2024年→2029年）

分類	金額（兆ルピア）			構成比		
	2024	2029	年成長率	2024	2029	差分
<b>小売売上高</b>	<b>2,953</b>	<b>4,429</b>	<b>8.4%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	-
店舗型小売	1,967	2,452	4.5%	66.6%	55.4%	-11.3% ↓
<b>食品小売店</b>	<b>1,444</b>	<b>1,794</b>	<b>4.4%</b>	<b>48.9%</b>	<b>40.5%</b>	<b>-8.4% ↓</b>
<b>モダントレード</b>	<b>335</b>	<b>502</b>	<b>8.4%</b>	<b>11.4%</b>	<b>11.3%</b>	<b>0.0%</b>
(内、コンビニエンスストア)	254	402	9.6%	8.6%	9.1%	0.5%
(内、ハイパーマーケット)	16	15	-1.4%	0.5%	0.3%	-0.2%
(内、スーパーマーケット)	65	85	5.6%	2.2%	1.9%	-0.3%
<b>トラディショナルトレード</b>	<b>1,109</b>	<b>1,292</b>	<b>3.1%</b>	<b>37.5%</b>	<b>29.2%</b>	<b>-8.4% ↓</b>
<b>非食品専門店</b>	<b>523</b>	<b>658</b>	<b>4.7%</b>	<b>17.7%</b>	<b>14.8%</b>	<b>-2.9% ↓</b>
<b>アパレル・靴専門店</b>	<b>136</b>	<b>174</b>	<b>5.0%</b>	<b>4.6%</b>	<b>3.9%</b>	<b>-0.7%</b>
<b>電化製品専門店</b>	<b>42</b>	<b>53</b>	<b>4.7%</b>	<b>1.4%</b>	<b>1.2%</b>	<b>-0.2%</b>
<b>健康・美容関連製品専門店</b>	<b>81</b>	<b>104</b>	<b>5.1%</b>	<b>2.7%</b>	<b>2.3%</b>	<b>-0.4%</b>
(内、美容専門小売店)	10	11	3.7%	0.3%	0.3%	-0.1%
(内、調剤薬局)	53	67	5.1%	1.8%	1.5%	-0.3%
(内、ヘルスパーソナルケア専門店)	12	17	6.7%	0.4%	0.4%	0.0%
<b>日用品、家具、園芸専門店</b>	<b>107</b>	<b>138</b>	<b>5.2%</b>	<b>3.6%</b>	<b>3.1%</b>	<b>-0.5%</b>
<b>D I Y</b>	<b>50</b>	<b>65</b>	<b>5.2%</b>	<b>1.7%</b>	<b>1.5%</b>	<b>-0.2%</b>
<b>家具・日用品専門店</b>	<b>55</b>	<b>71</b>	<b>5.1%</b>	<b>1.9%</b>	<b>1.6%</b>	<b>-0.3%</b>
<b>レジャー、スポーツ用品専門店</b>	<b>45</b>	<b>59</b>	<b>5.5%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.3%</b>	<b>-0.2%</b>
(内、時計・宝飾品)	18	22	4.5%	0.6%	0.5%	-0.1%
(内、スポーツ用品)	17	24	6.9%	0.6%	0.5%	0.0%
<b>百貨店等</b>	<b>29</b>	<b>35</b>	<b>3.7%</b>	<b>1.0%</b>	<b>0.8%</b>	<b>-0.2%</b>
(内、デパート)	25	26	0.6%	0.9%	0.6%	-0.3%
<b>その他非食品専門店</b>	<b>82</b>	<b>94</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.1%</b>	<b>-0.7%</b>
<b>非店舗型小売</b>	<b>986</b>	<b>1,977</b>	<b>14.9%</b>	<b>33.4%</b>	<b>44.6%</b>	<b>11.3% ↑</b>
<b>訪問販売</b>	<b>18</b>	<b>24</b>	<b>5.2%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0.5%</b>	<b>-0.1%</b>
<b>e-コマース</b>	<b>968</b>	<b>1,954</b>	<b>15.1%</b>	<b>32.8%</b>	<b>44.1%</b>	<b>11.3% ↑</b>
(内、アパレル・靴)	57	72	4.9%	1.9%	1.6%	-0.3%
(内、美容・パーソナルケア)	30	61	15.1%	1.0%	1.4%	0.4%
(内、白物家電)	14	29	15.9%	0.5%	0.6%	0.2%
(内、黒物家電)	52	95	12.7%	1.8%	2.1%	0.4%
(内、コンシューマーヘルス)	7	11	10.7%	0.2%	0.3%	0.0%
(内、食品・飲料)	88	167	13.7%	3.0%	3.8%	0.8%
(内、ホームケア)	7	16	16.8%	0.3%	0.4%	0.1%
(内、修繕・ガーデニング)	28	48	11.5%	1.0%	1.1%	0.1%
(内、衛生用品・紙製品)	11	26	19.1%	0.4%	0.6%	0.2%
(内、眼鏡・アクセサリー)	4	10	19.1%	0.1%	0.2%	0.1%
(内、ペットケア)	2	3	5.8%	0.1%	0.1%	0.0%
(内、玩具・ゲーム)	27	42	9.2%	0.9%	0.9%	0.0%
(内、その他)	641	1,374	16.5%	21.7%	31.0%	9.3% ↑
<b>自動販売機</b>	-	-	-	-	-	-

(注1) 矢印は構成比でプラスマイナス 1.0 以上の差分が生じたもの。

(注2) e-コマースのうち、その他には書籍、新聞、処方薬、自転車、土産物などが含まれる。

(出所) Euromonitor より作成

## 6. 不動産

### (1) ジャカルタ首都圏で顕著な人口増加

ジャカルタ首都圏の人口は3,340万人（2023年）と、日本の東京・横浜首都圏（3,740万人）に次ぐ世界第2位となっている。ジャカルタ首都圏の中でも、近年はジャカルタ特別州よりも近接する西ジャワ州やバンテン州の人口が増えている。中央統計局の人口データでは、2008年から2018年にかけての人口増加が最も多かった州が西ジャワ州で、次がバンテン州と、いずれもジャカルタ特別州に隣接している州である。

人口の増加だけでなく、所得水準が上がり中間所得層が増えたことで、良質な住居に対する需要は高まった。特に2010年代に入ると、西ジャワ州を中心に日系製造企業の進出が増え、駐在員向けのサービスアパートの需要が増加したこと、雇用機会が増えたことで都市部のインドネシア人の可処分所得が増加したことなどが、背景として挙げられる。しかし、中間所得層の人口は2019年の5,733万人から2024年の4,785万人へと大幅に減少しているため、今後の動向には注視が必要である。

## (2) 日系企業の最近の動き

日系企業のインドネシアの不動産市場への進出は早い。東急不動産がインドネシアに進出したのは1975年で、以来、累計約4,500戸の戸建て住宅を分譲してきた。しかし、日系企業が本格的にジャカルタ首都圏での分譲コンドミニアムの開発、施工の分野に進出したのは、良質な住居に対する需要が高まってきた2010年代のことである。

図表22-15には、2023年から2025年にかけての日系不動産関連企業のインドネシア事業の主な動きをまとめている。新首都の移転に関与している民間企業は確認できなかった。

図表 22-15 日系不動産関連企業のニュース

企業	内容
三菱商事	<ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポールのSubrana Jurongと共同で設立した合弁企業Mitbanaを通じて、インドネシアの不動産会社Intilandと連携し、タングランで日本風の住宅地Green Bestari Parkの開発に参加している。Mitbanaはプロジェクト全体の70%の株式を保有している。本プロジェクトは、Sinar Mas Land社が開発を進めてきたスマートシティであるBSD Cityにおいて、日本の建築デザインや内装スタイル、技術など特徴を活かし、「自然との共生」「住民コミュニティの形成」を重視した都会的な生活環境を提供することを目指している。</li> <li>三菱商事の100%子会社であるMCUDIは、インドネシア投資庁やESRグループと、近代的な倉庫開発への投資を進めるための戦略的パートナーシップを締結した。2023年時点では、インドネシアの倉庫のうち、近代的な倉庫が不足している。今後、市場が拡大することが見込まれるため、その中で大きなシェアを確保することを目指すとされている。</li> </ul>
三井不動産アジア	<ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポールの「MITSUI FUDOSAN (ASIA) PTE. LTD.」を通じ、インドネシアの大手デベロッパーの100%子会社であるPT Grahabuana Cikarangと共同事業契約書を締結し、ベカシ県における分譲住宅事業「ジャバベカスポーツシティ」内の3区画（計808戸）への参画を2022年に決定した。この3区画には、808戸の現地実需層向けの分譲住宅が建設される予定である。</li> </ul>
阪神阪急不動産	<ul style="list-style-type: none"> <li>インドネシアの不動産開発会社Sinar Mas Landと共同で合弁会社PT Sinar Hankyu Hanshin Mas (SHHM)を設立し、BSDシティで約50ヘクタールの住宅地を開発する新プロジェクトを進めると発表した。本プロジェクトは、近代的で質の高い住宅を提供しながら、最新技術と革新的なデザインを活用して消費者のニーズを満たす新しい不動産開発の基準を設定することを目指している。</li> <li>バリの代表的な観光地であるクタに位置している、商業・ホテルの複合施設「ビーチウォークコンプレックス」の一部を2025年1月に取得した。本施設には、衣料品店や飲食店などが約180店舗、ホテルが4つ入居しており、インドネシアの大手不動産開発会社であるPT Indonesian Paradise Propertyとともに、運営・管</li> </ul>

	理を実施することとしている。
東急不動産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ジャカルタ中心部に位置するサービスアパートメント「Swissôtel Living Jakarta Mega Kuningan」を、2025 年 4 月に開業した。本サービスアパートメントは、ジャカルタ中心部の大規模再開発が進んでいるメガクニンガンエリアにおける複合開発プロジェクト「メガクニンガンプロジェクト」内に位置している。この施設内で使用される電気は、全て再生可能エネルギー由来となっており、環境に配慮した運営が実施されている。</li> </ul>
森ビル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ジャカルタ最大のビジネス街の中心部に、地上 58 階建ての「JAKARTA MORI TOWER」を 2022 年に竣工した。この「JAKARTA MORI TOWER」は、人々の健康などへの影響に着目した「WELL」のオフィス及び商業区画の共用部を対象とした「WELL Core」を取得した。また、2025 年には、シンガポールの建築建設局が認定する「Green Mark」も取得した。</li> </ul>
三菱地所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インドネシアの公務員年金基金運用会社である国営企業 PT Taspen の不動産部門における子会社である PT Taspen Properti Indonesia などと共に、ジャカルタ中心部における大規模複合開発事業「(仮称) Oasis Central Sudirman」を推進しており、その一環として実施している超高層ツインタワー 2 塔(オフィス・ホテル・分譲住宅棟が含まれる)の工事に、2024 年 7 月に着工し、2028 年上旬に竣工する予定である旨を公表した。</li> </ul>
住友林業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インドネシアの不動産開発大手シナルマス・ランドと共同で、住宅や商業施設などを一体的に開発する「タウンシップ(複合都市開発)事業」に着手する旨を、2025 年に公表した。約 156.5ha の敷地内で、戸建分譲住宅と店舗併用住宅を合計約 4,100 戸建築・販売する計画であり、商業施設やスポーツクラブなどの誘致も計画されている。本計画の総事業費は約 1,370 億円で、2041 年までの引渡完了を目指すことである。</li> </ul>

(出所) 各社報道から作成

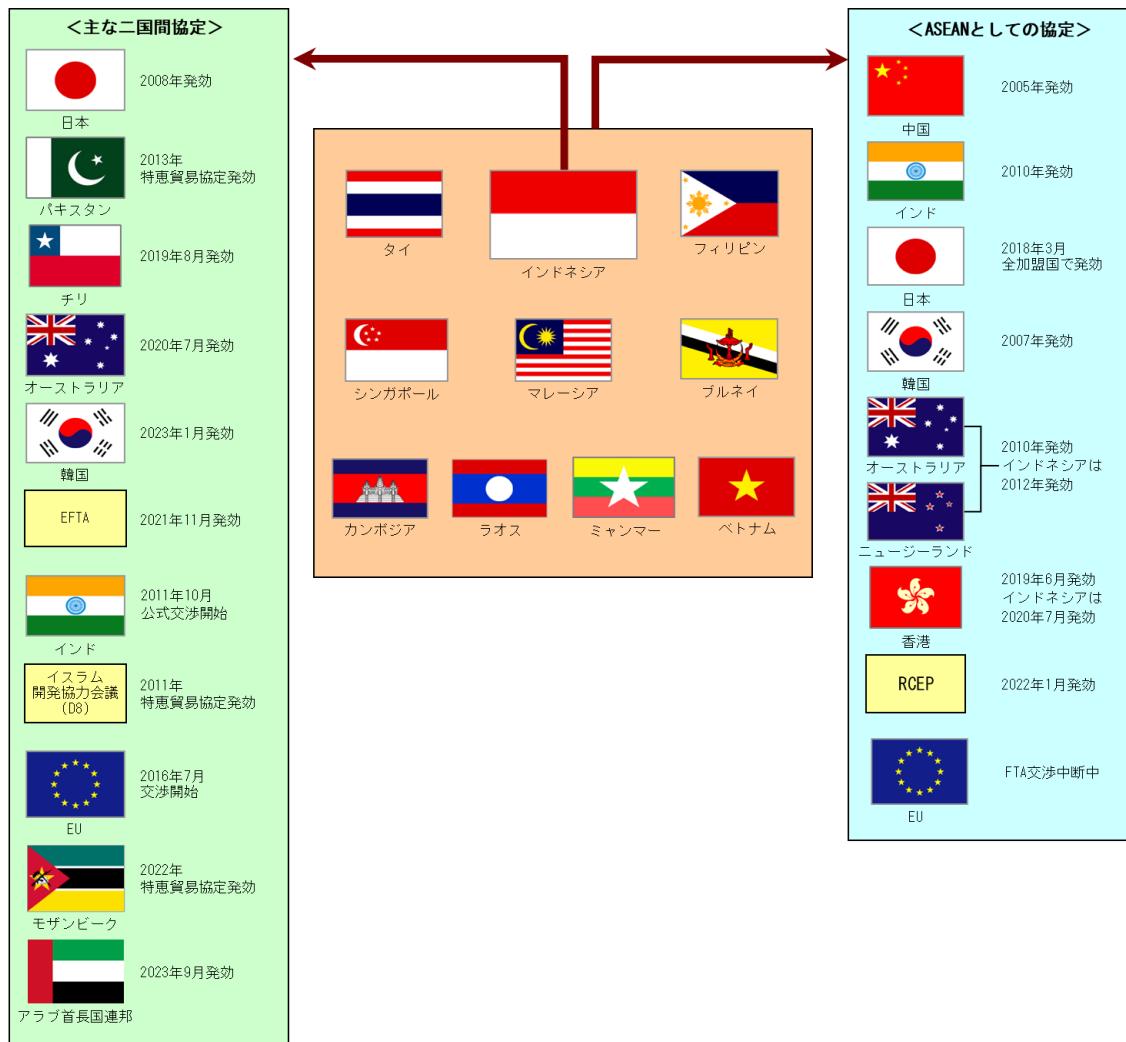
## 7. FTA、EPA の進捗状況

図表 22-16 から 22-18 にかけて、インドネシアと各国の自由貿易協定 (Free Trade Agreement : FTA) や経済連携協定 (Economic Partnership Agreement : EPA) の交渉・発効の進捗状況をまとめた。インドネシアの FTA・EPA の特徴として、2017 年以前ではインドネシアが主体となって特定の相手国に基づく協定よりも ASEAN を通じた協定の方が多かったが、2018 年以降、インドネシアが主体となる協定発効や合意が増えていることが挙げられる。(図表 22-17、22-18)。

日本貿易振興機構 (JETRO) の「世界の FTA データベース」や最近の動向を踏まえると、既に発効されたインドネシアの主な二国間協定は、日本 (2008 年 7 月発効)、パキスタン (2013 年 9 月発効)、チリ (2019 年 8 月発効)、オーストラリア (2020 年 7 月発効)、モザンビーク (2022 年 6 月発効)、韓国 (2023 年 1 月発効)、アラブ首長国連邦 (2023 年 9 月発効) の 7 カ国である。

2011 年にはバングラデシュやマレーシアなどを含む「イスラム開発協力会議特恵貿易協定」が発効されたが、JETRO 資料内では「現状、関税譲許はなされていないものと解釈される」と述べられており、当該協定は実質的に機能していない模様である。

図表 22-16 インドネシアの二国間、多国間経済・貿易協定の概要



(出所) JETRO「世界のFTAデータベース」を基に作成

インドネシアの ASEAN としての枠組みは、日本（日本とインドネシアとの間での運用開始は 2018 年 3 月）、中国（2005 年 7 月発効）、韓国（2007 年 6 月発効）、インド（2010 年 1 月発効）、豪州・ニュージーランド（2012 年 1 月発効）、香港（2020 年 7 月発効）と 7 カ国に及び、また 2010 年 1 月には ASEAN 域内での物品貿易協定（ATIGA）も発効している。2022 年 11 月には、インドネシアは RCEP 協定批准のための国内手続を終了し、批准書を寄託、RCEP 協定は、2023 年 1 月 2 日に効力を生ずることとなる。ただし、2022 年 12 月の現地日系企業ヒアリングによると、多くの企業の場合、既に FTA がある国と貿易を行っているため、その影響は今のところは限定的なようである。

今後の注目点は、貿易額の 1 割程度を占める EU との交渉となろう。ASEAN を通じた枠組みでは中断しているが、インドネシアの枠組みでは 2016 年 7 月に交渉再開が公表され、2025 年 7 月には包括的経済連携協定が政策合意に達した。2024 年 7 月までに計 19 回の交渉会合が実施されており、「持続可能な食料システムに関する協力」、「貿易の技術的障害」、「制度に関する規定」の 3 分野で合意された。2025 年 7 月には、CEPA が政策合意に達し、2025 年 9 月に妥結が予定され

ている旨が報道された。また、EFTAとの間では、2021年11月にEFTA・インドネシア包括的経済連携協定が発効した。本協定はインドネシアにとって、欧州の国との間で結ぶ初めての経済連携協定であり、2010年7月に交渉が開始され2018年12月に署名済みだったので、インドネシア産パーム油に対する関税引き下げが環境破壊につながるとし、スイスの農業団体が国民投票を提起、その後スイスで行われた国民投票で賛成多数で協定が可決された後、発行に至ったという経緯がある。EFTA加盟国（スイス、アイスランド、ノルウェー、リヒテンシュタイン）への輸出額は、インドネシア全体の輸出入額の0.7%と僅かではあるが、EFTA加盟国の購買力の高さや外国投資の多さなどから、本協定が欧州へのインドネシア産品・サービスの輸出、投資の足掛かりとなることが期待されている。

図表 22-17 インドネシアの署名済み・交渉中のFTA・EPAの詳細

枠組	加盟国・地域	名称	交渉開始年月	経緯
インドネシア	インド	インド・インドネシア包括的経済協力協定	2011/10	2005/11：覚書署名 2007/10：共同研究グループ設立 2009/9：共同研究レポート提出 2011/10：公式交渉開始
	EU	EU・インドネシア自由貿易協定	-	2011/5：FTA締結を求める報告書発表 2016/7：包括的経済連携協定の交渉再開公表 2016/9-2024/7：計19回の交渉 2025/7：CEPAの政策的合意
	トルコ	インドネシア・トルコ包括的経済連携協定	2017/7	2017/7：交渉開始 2017/7-2020/1：計4回の交渉
	GCC	GCC・インドネシア自由貿易協定	2024/7	2024/7：交渉開始 2024/9/9-9/13：第1回交渉会合開催
	ペルー	インドネシア・ペルー包括的経済連携協定	2023/8	2023/8：交渉開始 2024/5：第1回交渉実施 2025/8：署名
	EAEU	EAEU・インドネシア自由貿易協定	2023/4	2023/4：交渉開始
	カナダ	カナダ・インドネシア包括的経済連携協定	2021/6	2021/6：交渉開始 2022/3-2023/10：計7回の交渉を実施 2025/9：署名
ASEAN	メルコスール	メルコスール・インドネシア包括的経済連携協定	-	2021/12：メルコスール首脳会合で交渉開始の共同声明 2022/6：第1回交渉会合に向けたオンライン会合実施
	EU	EU・ASEAN自由貿易協定	2007/5	2007/5：交渉開始 2009/5：交渉凍結。ASEAN諸国との個別交渉に移行 2013/3：交渉再開の可能性に向けて検討開始（交渉中断中）
	カナダ	カナダ・ASEAN自由貿易協定	2021/11	2016/6：共同研究開始の準備を指示 2017/9：対話開始を発表 2018/7：第1回予備協議 2019/9：第2回予備協議 2021/11：交渉開始合意 2022/8-2024/1：計6回の交渉実施

(出所) JETRO「世界のFTAデータベース」、現地報道などを基に作成

図表 22-18 インドネシアの発効済み FTA・EPA の詳細

枠組	対象国・地域	名称	発効年月	主な内容
インドネシア	日本	日本・インドネシア 経済連携協定	2008/7	<b>【自由貿易協定】</b> 物品貿易では、日本側は輸入額の93%を無税化。鉄工業品のほとんどを即時撤廃。熟帯果実は無税率を設定。エビ・エビ調整品も即時関税撤廃。インドネシア側は同90%を無税化。自動車では3,000cc以上が2012年までに関税撤廃、それ以外は2016年までに5%以下に撤廃もしくは削減。鉄鋼は特定用途免税制度により関税不適用措置。
	パキスタン	インドネシア・パキスタン 特恵貿易協定	2013/9	<b>【特恵貿易協定】</b> インドネシアはパキスタンに対し216品目の関税を優遇する。主な対象品目は、生産果物、絲糸、既製服、扇風機、スポーツ用品、皮革製品など。パキスタンはインドネシアに対し、バーム油など287品目について優遇関税を適用。
	チリ	チリ・インドネシア包括的経済連携協定	2019/8	<b>【自由貿易協定】</b> 発効後、インドネシアはチリからの輸入品に課している関税のうち、86.1%を撤廃する。他方、チリは89.6%を撤廃する。チリ側の関税のうち、即時撤廃されるものは、バーム油、一部の紙、靴、織維製品、タイヤ、水産物（エビ、マグロなど）など。自動車部品は5年間で関税が撤廃される。インドネシア側の関税では、チリ産の鋼の一部品目などの関税を即時撤廃する。
	豪州	豪州・インドネシア 包括的経済協力協定	2020/7	<b>【自由貿易協定】</b> 物品貿易（原産地規則、通関手続き、貿易円滑化など含む）、サービス貿易（ヒトの移動、金融サービス、通信、専門サービス含む）、投資、電子商取引、競争法規、経済協力などについて規定。
	GSTP42カ国・地域	途上国間貿易特恵関税制度 (GSTP)	1989/4	<b>【特恵貿易協定】</b>
	パングラデシュ、トルコ エジプト、ナイジェリア パキスタン、イラン マレーシア	イスラム開発協力会議 特恵貿易協定	2011/8	<b>【特恵貿易協定】</b> 2014/4に開催された監督委員会では、批准国の国内適用準備状況が報告されており、いずれの国も国内手続き中であることから、実態としては、関税譲許はなされていないものと解釈される。
	EFTA加盟国	EFTA・インドネシア 自由貿易協定	2021/11	<b>【自由貿易協定】</b> 2005/11：共同研究会設立 2018/8までに15回の交渉を経て、2018/11に大筋合意。2018年12月署名、2021年11月発効。 ※EU非加盟国（スイス、リヒテンシタイン、アイスランド、ノルウェー）
	モザンビーク	インドネシア・モザンビーク 特恵関税協定	2022/6	<b>【特恵貿易協定】</b> インドネシアはモザンビークに対し242品目について関税を削減。主な対象品目は綿花、絲糸、水産物、野菜、豆類、タバコなど。一方、モザンビークはインドネシアに対し217品目について関税を削減。主な対象品目は水産物、果実、バーム油、マーガリン、石鹼、天然ゴム、紙製品、靴、織維製品、二輪車など。
	韓国	韓国・インドネシア包括的経済連携協定	2023/1	<b>【自由貿易協定】</b> インドネシアは自動車鋼板用鉄鋼製品、自動車部品などの韓国側主力品目を追加で関税撤廃。韓国側は農林水産物について、既存のFTA（RCEP協定など）の範囲内で、現在の開放水準を維持し、一部品目は相互利益や、韓国業界との補完・競合関係を考慮して、発効後即時、または段階的に関税を撤廃する。
	アラブ首長国連邦	アラブ首長国連邦・インドネシア包括的経済連携協定	2023/9	<b>【自由貿易協定】</b> 2022年7月にアラブ首長国連邦のアブダビで、両国大統領立ち合いのもとGEPAIに署名。UAEへの輸入関税が約99%、インドネシアへの輸入関税が約94%の品目で撤廃される。サービス貿易、投資、知的財産権などの協力を加え、ハラール証明書の両国間での相互認証や、イスラム金融の相互ルールの整備などを進める。
ASEAN	日本	日本・ASEAN包括的 経済連携協定 (AJCEP)	2018/3 全加盟国で 発効	<b>【自由貿易協定】</b> 物品貿易では、日本側は輸入額の93%を無税化。ASEAN6は10年以内に貿易額の90%（品目ベースで90%）を無税化。CLMV（カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム）は関税撤廃・削減のスケジュールについて、それぞれの経済発展に応じてASEANとの差を設ける。
	ASEAN 10カ国	ASEAN物品貿易協定 (ATIGA)	1993/1：CEPT発効 2009/2：署名 2010/1：発効 2022/3：見直し交渉開始	<b>【自由貿易協定】</b> 従来のFTA-CEPT協定に盛り込まれていなかった事項やルール、措置などを一本化したもの。域内の關稅・非関稅障壁撤廃による自由貿易圏作りを目指す。ASEAN製品を順次、CEPT適用品目リストに組み込み、一定期間内に関稅引き下げを完了。自動車、同部品業、家電産業では、域内の完成品や部品相互補完など事業再編が進められてきた。
	中国	中国・ASEAN自由貿易協定 (ACFTA)	2005/7	<b>【自由貿易協定】</b> 農産品分野の関稅引き下げを2004/1開始。現在までに農産品の関稅は撤廃されている。物品貿易協定では、2005/7から関稅引き下げを実施。中国とASEAN先行加盟6カ国は物品貿易の90%について2010年までに関稅を撤廃し、CLMV諸国は2015年までに撤廃することを目指した。 2010年1月からASEAN先行加盟6カ国と中国との間で約89%の品目で関稅が撤廃され、2012年1月からセンシティブ品目の関稅が20%以下に削減された。高度センシティブ品目は2015年1月から50%以下に削減。
	韓国	韓国・ASEAN自由貿易協定	2007/6	<b>【自由貿易協定】</b> 韓国側は、2010年までに一般品目にかかるすべての関稅を撤廃。ASEAN6カ国は、2012年にすべての品目に対する関稅を撤廃。2016年までには7%（センシティブ品目）について関稅を0~5%に引き下げ、残りの3%（高度センシティブ品目）については、当該品目に対する各國の状況を考慮して除外、長期間の関稅引き下げ、関稅割当設定などから今まで5つのグループを設定。またCLMV諸国とのノーマルトラックの関稅引き下げスケジュールについては、品目数の少なくとも50%を0~5%に、品目数の90%を0~5%に、品目全の関稅の完全撤廃という段階を踏んで削減された。
	インド	ASEAN・インド包括的 経済協力枠組協定	2010/1	<b>【自由貿易協定】</b> 関稅については、2013年末と2016年末の2つの時点で自由化・引き下げが実施される。物品貿易では、2008/8にインド側489品目のネガティブリストを含む内容で合意、2010/1に発効した。
	豪州、ニュージーランド	ASEAN・豪州・ ニュージーランド 自由貿易協定	2010/1 インドネシアは 2012/1	<b>【自由貿易協定】</b> 全18章からなる初めて包括的な協定で、物品貿易や投資、サービスに加えて自然人の移動、電子商取引、協力などを含んでいる。品目数（タリフライン）ベースで、豪州、NZ、シンガポールは100%自由化（関稅撤廃）を実現するなど自由化率の高いFTA。
	香港	香港・ASEAN自由貿易協定	2019/6 インドネシア 2020/7	<b>【自由貿易協定】</b> ASEANは中国が掲げる「一带一路」構想においても重要な地域として位置付けられおり、香港および中国からのASEANへのアクセス向上が見込まれる。
	日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランド	地域的な包括的経済連携 (RCEP) 協定	2022/1 インドネシアは 2023/1	<b>【自由貿易協定】</b> 2020年11月の第4RCEP首脳会合で、日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランド、ASEAN10カ国が15カ国で署名。2019年11月以降交渉に不参加であったインドは署名に不参加。 インドネシアは2022年11月3日に寄託を終え、2023年1月2日に発効となった。

(出所) JETRO 「世界の FTA データベース」、現地報道などを基に作成