

日本企業がインドネシアを選択した理由とインドネシアの魅力

歴史：

日本企業がインドネシアを選択する理由と、インドネシアの魅力を考えるには、大東亜戦争で日本軍がインドネシアに進駐した頃に溯らないといけません。日本軍の侵攻により約 300 年続いたオランダによる植民地時代が終わったことは事実であり、日本軍が敗戦により引き上げた後に、再支配を目論んで戻って来たオランダ軍に対して、日本軍の支援を受けて設立されたインドネシア軍がそれを阻止するために、3 年間に及ぶ独立戦争を勝ち取る際に多くの残留日本兵が参戦したことも事実です。インドネシアの人達は自分達で国家の独立を勝ち取ったことを今でも大きな誇りとして受け継いでおり、その機会と支援を与えてくれた日本に対しては、現在でも正直に感謝の念を抱いております。



独立後の初代大統領スカルノ氏は日本からの莫大な戦争賠償金を受け取ったものの、社会主義に傾倒し過ぎた結果、経済破綻を招き、その混乱の中で台頭して来た共産党の、1965 年 9 月 30 日のクーデター事件により失脚し、1968 年からはその後 30 年におよぶスハルト長期政権が始まります。スハルト政権は国軍の力を背景に国内を統制し、外国資本を積極的に導入する経済開発を推し進めました。現在、インドネシアの自動車・オートバイ市場を独占している日系の輸送機器メーカーや、最近韓国勢に押し遣られてしまっている日系の大手家電メーカーはだいたいこの頃に進出して来ています。石油などの天然資源や米などの食糧資源に恵まれ、日本の約 2 倍の人口を抱える消費市場と労働市場に大きな将来性を見出したことは間違いありません。

スハルト政権が始まってから既に半世紀近くが経過し、この間は現地の日本企業にとっても良いことばかりではありませんでした。1974 年の田中首相の訪問に合わせた反日暴動、石油価格の暴落などの原因による三回もの突然のルピア切り下げ、アジア金融危機の後のインフレが引き起こした暴動によるスハルト政権の崩壊、その後の 7 年間で大統領が 4 人も交代する政治的な混乱期など、インドネシアという国はもう二度と立ち直れないのではないかと絶望的に思えたことも何度がありました。しかし、この国は大方の予想を裏切るように、いつの場合も案外早く立ち直って来ました。この目に見えない底力、あるいは懐の深さがインドネシアを知る人達にとって、大きな魅力であると考えられます。

転換期：

そしてインドネシアの歴史上大きな転換点となったのが、2004年の国民の直接投票による大統領の選出だと思います。この時に選ばれたユドヨノ大統領は今年2014年まで、5年



2期を全うし、インドネシアを自他共に求める民主国家に変えました。同時に経済成長にも尽力し、2010年を過ぎた頃には国民一人当たりのGDPがUS\$3,000を超え、国内消費市場に火が着きました。家電製品、オートバイ、自動車などの耐久消費財だけではなく、建売住宅や高層アパートなどの不動産販売も右肩上がりが続いています。

最近インドネシアの首都ジャカルタに行かれる方は交通渋滞に驚き、またうんざりさせられると思いますが、2013年から発売されたLCGC(Low Cost Green Car)は価格が安く、税金が軽減されることもあり、自動車の販売台数は益々増えるものと予想されます。今年はタイを抜いてアセアンで一番となりそうですが、一説によるとジャカルタの道路総面積よりも車の総面積が大きくなるのは時間の問題だそうで、もしそうになると、ジャカルタの全ての道路は車で埋め尽くされた駐車場状態となるそうです。オートバイも、2012年に購入時の頭金20%が義務付けられたことで、一時的に減少した販売台数も回復しつつあり、年間1000万台を達成するのは時間の問題でしょう。朝の出勤時間帯に自動車の間を、川の激流のように走り抜けるオートバイの大群に遭遇すると、恐怖感すら抱いてしまいます。

現状：

この自動車とオートバイの需要に応えるべく、日系の輸送機器各社はジャカルタ東部に広がる工業団地に広大な土地を確保し、巨大な工場を建設しています。そしてそれらの大



手メーカーの要請に応じて、一次下請け、二次下請け、三次下請けの部品メーカーや金型メーカー、表面処理会社が近くの工業団地に進出しています。

2014年6月19日付け帝国データバンクの『第2回インドネシア進出企業の実態調査』によると、インドネシア進出企業数は1,763社で、その中製造業が932社で、それらの多くは輸送機器に関連していると推測されます。また、愛知県と静岡県の両県で320社を占めていることからその傾向が窺えます。自動車、オートバイ共にこの20年間で販売台数は一桁増えた訳で、その影響でこの分野の企業進出が最近の話題になっていますが、これは決して最近急に起きたこと

ではなく、半世紀近くわたる大手メーカーによる環境作りが功を奏したものと考えられます。

日本企業の立ち位置：

それにしても、日本企業はどうして半世紀もの間、インドネシアで頑張ってきたのでしょうか。そしてこれからも益々頑張ろうとしているのでしょうか。確かに国内市場は成長しつつあり大きな魅力ではあります。しかし、賃金は暴騰し、コスト競争力は低下しつつあります。会社設立や事業開始に必要な手続きは未だに煩雑極まりなく、金と時間と忍耐力を強要されます。天然資源は豊富でも、それらを工業用材料に加工するインフラが未整備で、中国や韓国からの輸入に頼るため、木材などの一部の品目を除き、材料コストも決して安くはありません。輸送機器関連企業の進出が短期間でジャカルタ東部の工業団地に集中した結果、土地代や工場建設費用は日本と変わらないような事態になっています。2億4千万の国民の90%は日本人にとって馴染みのない、下手をすると誤解を受けやすいイスラム教徒です。それでもインドネシアに魅力を感じるのはなぜでしょうか。

私の思い：

私は会社に入ってから約40年間インドネシアの仕事に関わって来ましたが、この答えは数値で表される経済指標だけではなく、『世界でも有数の親日国家』と言われるような、目に見えないところにあるように思います。インドネシア人と日本人の、太古からの民族的な繋がりについては諸説ありますが、一緒に仕事をしていて感じることは、他の外国人には感じられない、何か共通の価値観みたいなものを心の奥深いところに持っていることです。お互いに相手を素直に認め合い、一緒に仲良く生きて行こうという暗黙の了解がDNAに組み込まれているような気がするのです。

しかし、最近急激に増えているサービス業の進出に対しては、日本側も少し気を遣わなくてはならないと感じています。インドネシア政府が日本企業の進出に際して本当に期待しているのは、技術人材を育成して、雇用機会をもたらしてくれる製造会社です。国内消費市場が急拡大しているからと言って、短期的なビジネスチャンスだけを狙って進出するケースに対しては、必ずしも同じように接してくれるとは限りません。

ジェトロ新興国進出支援専門家 小野耕司