

世界で頑張る日本企業 - インドネシア編

経済成長を続けるインドネシアに、ビジネス拡大のチャンスを見込む日本企業から注目が集まっています。ある調査によれば、現地の日系企業の83.9%が2011年の営業黒字を見込んでおり、また今後の事業展開については、70.4%の企業が拡大方針と回答しています*。

インドネシアを重要なマーケットと捉えている日系企業の代表例に、紙おむつなどの衛生用品で有名なユニ・チャームがあります。同社は1997年にインドネシアでの業務展開を開始しました。現地のニーズに即した低価格の商品を開発することで、同国内の紙おむつの50%を超えるシェアを獲得。2011年もトップ企業としての実績を更新し、低所得者から高所得者まで広く支持を得ています。

また、化粧品その他、工業用製品などを展開する花王は2012年2月、洗剤の主成分である界面活性剤の生産拡大に向けて、新工場をジャカルタ郊外に建設し、併せて既存の製造設備も増強すると発表しました。これにより、インドネシア国内での需要に対応しつつ、アジア市場向け工業用製品の供給拠点としての機能を強化・拡充し、成長市場におけるさらなる事業の拡大を図る狙いです。

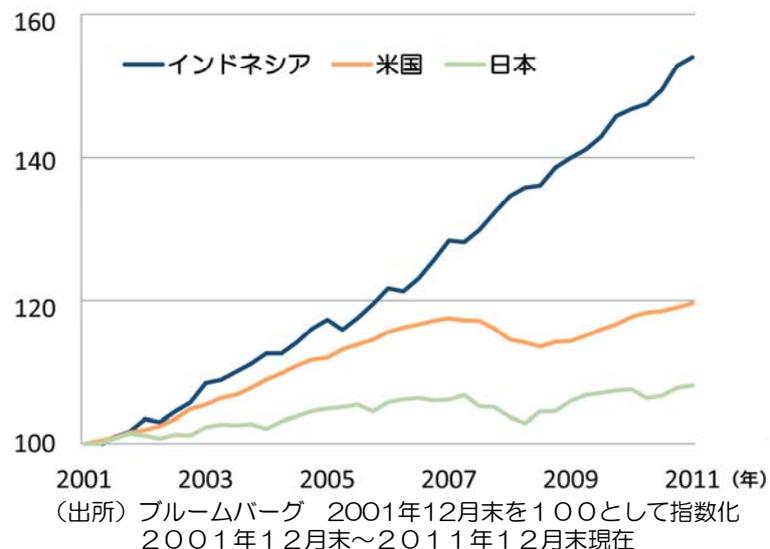
インドネシアをはじめとするアジア諸国では、一人当たりGDPの向上を背景に力強い消費拡大が見込まれています。これらをビジネスチャンスと捉える企業の進出により、インドネシアは今後も力強い成長が期待されています。

*JETRO2011年10月時調査より

インドネシアの一人当たりGDP



各国の個人消費支出の伸び率



成長国について詳しくはこちらから www.gsam.co.jp