

～ 海外情報 ～

2012年4月10日 全13頁

## ASEAN NOW (Vol. 11)

経済調査部  
佐藤清一郎

## 豊かさ追求型に変化するインドネシア消費構造

## [要約]

- インドネシア経済は、個人消費、設備投資、輸出を中心に順調に拡大している。特に、個人消費は、消費ブームの状況にあり成長に安定した寄与を続けている。人々の消費の質は豊かになるにつれて変化してきており、家計の消費支出構造を見ると、食料品への支出割合が低下する一方で嗜好品や耐久消費財への支出割合が増加してきている。
- インドネシアの耐久消費財への消費が活発な背景には、所得増加や消費者ローン利用環境改善等がある。現在のインドネシアの耐久消費財の普及率は極めて低く、だいたい日本の1960年代前後の状況と類似している。その当時の日本の経験からすると、インドネシアは、今後少なくとも10年間程度は耐久消費財への需要が底堅く推移していくものと予想される。
- 経済成長に伴って人々は豊かになり、それにより所得分布構造にも変化が見られる。所得分布の下位40%の割合が低下して、一方で、上位20%の割合が上昇してきている。また、ジニ係数は時間の経過とともにやや上昇してきており格差拡大となっている。

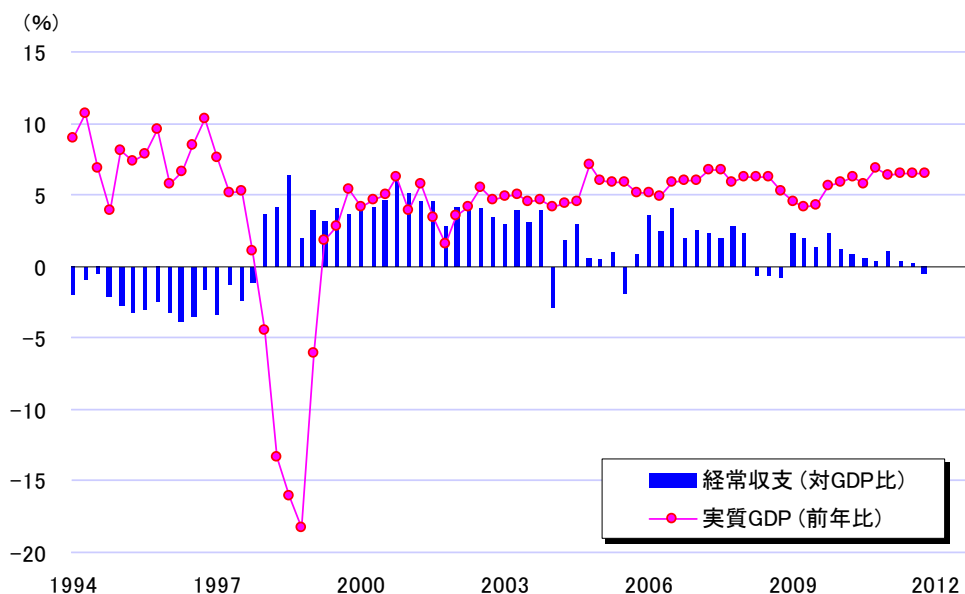
## 安定した寄与続く個人消費

インドネシア経済は、1997年のアジア通貨危機に伴う混乱で大きなダメージを受けたが、通貨危機で為替が大幅に減価したことで輸出競争力が回復して復活した。経済の体質としては、それまでの経常収支赤字から経常収支黒字へと構造変換を遂げた。

資源輸出増の効果が  
うまく国内に還流

こうした構造変化に加え、2000年代半ば以降は、中国やインド等の高成長を続ける国に対して、石炭、天然ガス、パームオイル等を積極的に輸出することで貿易収支黒字を稼いできている。資源需要が高まったことで、石炭等の資源開発を目的とした設備投資が活発に行われることになり、国内経済にも好影響をもたらしている。こうしたことに加え耐久消費財需要増対応のための能力増強投資なども活発に行なわれ、国内の安定した消費へと、うまくつながってきている。

図表 1 実質 GDP 成長率と経常収支



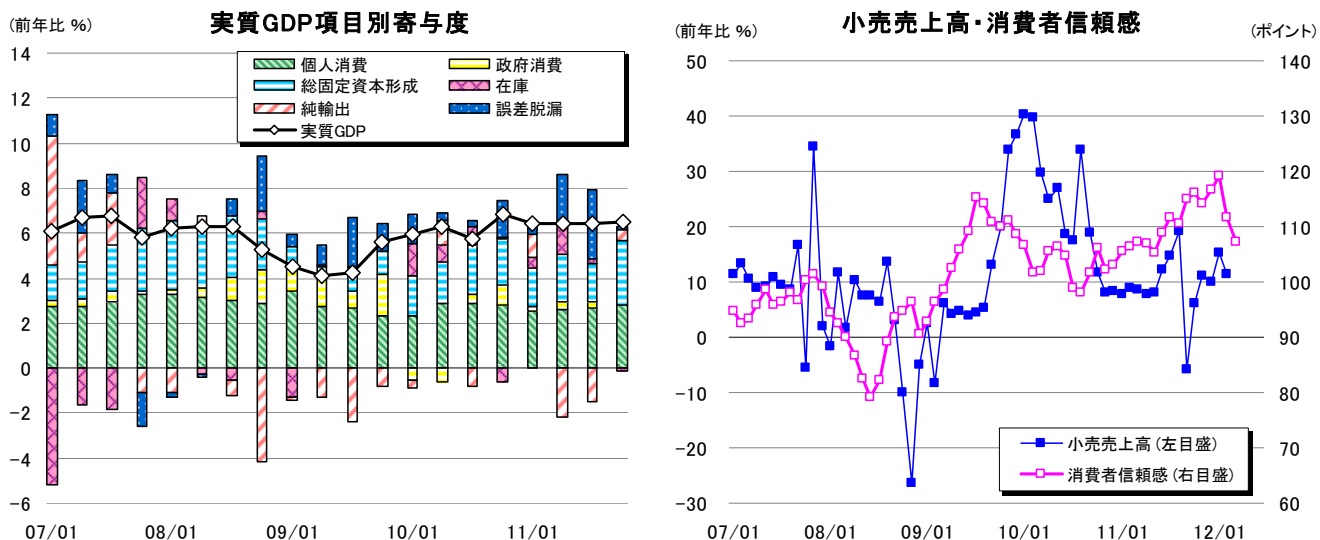
出所: Haver Analytics より大和総研作成

### 購買力高まり消費ブーム

輸出増加や海外からの投資増などにより人々の所得は増加方向を辿ってきており、消費購買力は高まってきている。こうした旺盛な消費需要に応えるため、ジャカルタ等都市部を中心に市内には大型ショッピングセンターが次々と建設されている。また、石炭、天然ガス等の資源が採取される地域は、スマトラ島、カリマンタン島など地方が多いため、これら地域の人々も消費の重要な担い手となっている。地方の一部に富裕な地域があることで、中央と地方の所得再分配という政府の役割が少し軽減されている部分もある。

消費ブームに沸くインドネシアでは消費マインドは極めて良好であり、消費者心理を反映する消費者信頼感指数の動きは概ね改善方向となっている。

図表 2 インドネシアの実質 GDP 項目別寄与度と小売・消費者信頼感



出所: Haver Analytics より大和総研作成

## 変化する消費支出構造

人々が豊かになってきたことで、消費内容は豊かさを求める方向へと変貌してきている。このことをインドネシア中央統計局が発表している個人消費支出構造のデータで確認してみよう。

### 食料品への支出割合は低下方向

2002年における消費支出構造を見ると、全体を100としたとき、食料品が58.47、非食料品が41.53であった。それが2011年には、食料品が49.45、非食料品が50.55と食料品への支出割合が減少して非食料品への支出割合が増加している。非食料品の中で、どの項目への消費支出が増加したかを見るために内訳を調べると、化粧品・通信費・教育費・旅行等の項目が大きく伸びていることがわかる。この項目への支出割合は、2002年12.07であったが、それが2011年には17.92まで拡大している。この他に増加が目立つ項目は耐久消費財への支出である。この項目への支出割合は、2002年4.1であったが、2011年には7.52まで拡大している。一方で、非食料品の中で支出割合が減少したのは、衣料品・靴・かばん等の項目である。この項目への支出割合は、2002年5.18であったが、それが2011年には2.02まで減少している。

### 消費構造は豊かさを求める方向へ

経済発展が初期の段階では食べて生きることが精一杯であったが、余裕ができて衣料品等を買うことができるようになり、そして、次には、より高額なテレビ、洗濯機、冷蔵庫、オートバイ、自動車というような耐久消費財を購入できるようになってきている。また、物だけではなく消費サービスへの支出も増加してきている。余裕ができた分教育費を増やしてより良い教育を受けさせたり、余暇を利用して旅行に行ってみたりというようなことである。1960年代、日本でも、高度経済成長華やかな頃、いわゆる耐久消費財の購入にあこがれた時期があり、また、海外旅行にも夢中になっていた時期があったが、インドネシアの今の状況は、まさにそのような段階にあると言ってよいだろう。

図表 3 インドネシアの消費支出構造

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
①食料品 (%)	58.47	56.89	54.59	51.37	53.01	49.24	50.17	50.62	51.43	49.45
②非食料品 (%)	41.53	43.11	45.42	48.63	46.99	50.76	49.83	49.38	48.57	50.55
(内) 住宅・住宅関連用品	17.8	19.15	20.65	22.53	22.56	20.78	20.21	19.89	20.36	19.91
化粧品・通信費・教育費・旅行など	12.07	12.59	13.48	15.42	14.99	17.01	17.12	17.49	16.78	17.92
衣料品・靴・かばんなど	5.18	5.49	5.11	3.82	4.42	3.33	3.37	3.33	3.38	2.02
耐久消費財(家電、家具、バイク、車など)	4.1	3.56	4.15	4.52	2.98	6.47	6.37	5.88	5.14	7.52
税金・保険	0.8	0.77	0.83	1.22	0.97	1.27	1.25	1.41	1.57	1.64
パーティ・セレモニーなど	1.57	1.55	1.19	1.11	1.06	1.89	1.51	1.36	1.32	1.53
①+② (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

出所：BPS より大和総研作成

## 耐久消費財普及率の動き

### 所得増、金融インフラが消費促進

所得が増加すると、それまで購入が難しかった比較的高額な耐久消費財の購入を検討することが可能となる。勿論、所得が増加していることは重要な消費ブームの要因であるが、それと同時に、金融インフラ面でのサポートも無視できない。即ち、所得が増加していることで、人々は消費者ローン等の金融商品を利用することが可能となり、これが、消費意欲を高めたり購入可能額を引き上げることに役立っているということである。

前述のように、インドネシアでは今、まさに耐久消費財ブームと言える状況が起きている。昔、日本でも耐久消費財ブームがあったので、今後のインドネシアの消費動向を探る上で、その当時の日本のデータをフォローすることは意味があるであろう。

ここでは、2009年におけるインドネシアの耐久消費財普及状況と日本の1960年頃からの耐久財普及状況のデータを使って、インドネシアの今後の耐久消費財普及の動きがどのようになるかを見てみる。一人当たりGDPの水準から見て、1970年頃は、インドネシアの今の水準と似ていると思われる。

### 1960年代の日本に類似

まず、2009年のインドネシアの耐久消費財普及状況を見ると、カラーテレビは86.5%と相当に普及している印象である。しかしそれ以外の物を見ると、普及率はまだ低いと言わざるを得ない。洗濯機、冷蔵庫の普及率は、日本の1960年代前半のような状況であるし、エアコン、オートバイ、乗用車は、日本の1960年代以前の状況である。

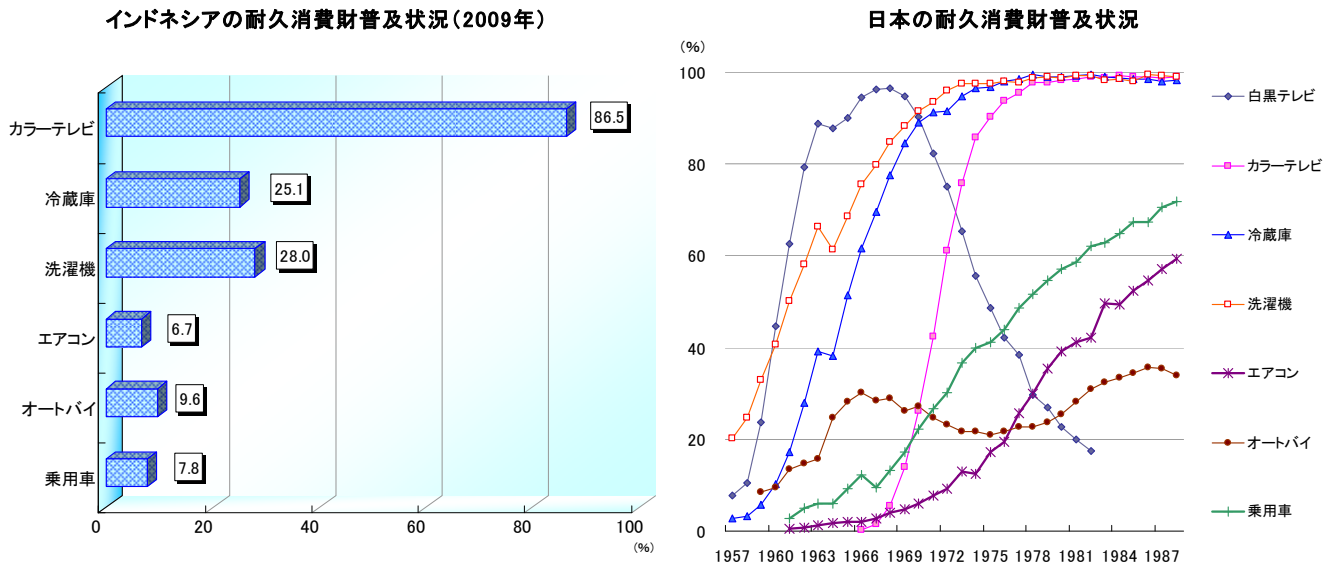
一方、1960年代頃からの日本の耐久消費財普及状況を見てみると、冷蔵庫は、1962年に28%だったが1972年には91.6%まで普及率を高めている。洗濯機は、1959年に33%だったが1970年には91.4%まで普及率を高めている。この二つは約10年程度の期間で一気に普及したという結果である。乗用車は、1965年9.2%だったものが1985年には67.4%まで高まっている。こちらは、冷蔵庫、洗濯機と比べると、より長期の時間をかけての普及ということになる。

### 今後、少なくとも10年程度はしっかりした消費続く

日本の過去の耐久消費財普及率の動きとインドネシアの現在の耐久消費財普及率の状況からわかることは、少なくとも今後10年間、インドネシアでは耐久消費財が普及していく動きが続くであろうということである。

また、乗用車に関しては、人口規模、先進国との普及格差等を考えると、10年よりも長期にわたって普及率の上昇が続いていくものと予想される。こうした一連の耐久消費財普及の動きは今後のインドネシアの個人消費を安定的なものにすることに大いに貢献するであろう。

図表 4 耐久消費財普及率



出所：JETRO、内閣府より大和総研作成

## 所得分布の推移

豊かになれば、それに伴って低所得層が減少して高所得層の方へシフトしていくような動きとなる。インドネシアは、貧困率の減少を重要な政策課題としており、この観点から、インドネシア中央統計局は、所得分布に関するデータを発表している。

世帯所得 5 分位の階層別分布を見たものだが、実際に発表されている形式は、所得水準を一番下から 40%、真ん中 40%、そして上位 20% という 3 分位にしたものである。各階層に属する世帯分布について、2002 年の割合を見ると、下位 40% が 20.9%、中位 40% が 36.9%、上位 20% が 42.2% であった。しかし、2011 年では、下位 40% が 16.9% まで減少して、かわりに上位 20% が 48.4% と増加している。中位 40% は 34.7% と減少している。

図表 5 階層別所得分布の推移

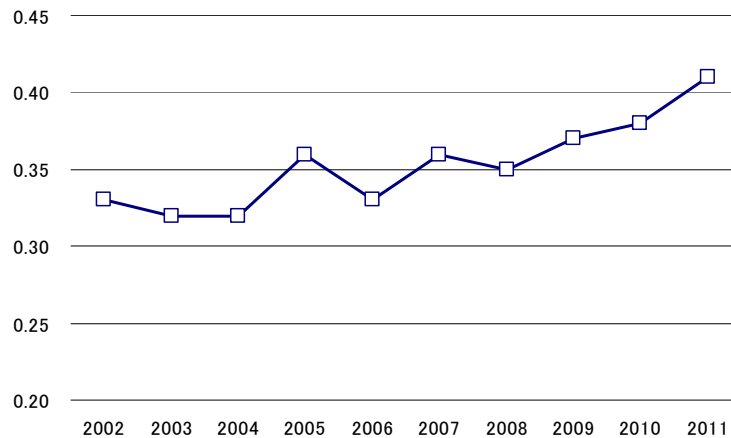
分位	1999	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
下位 40 %	21.7	20.9	20.6	20.8	18.8	19.8	19.1	19.6	21.2	18.1	16.9
中位 40 %	37.8	36.9	37.1	37.1	36.4	38.1	36.1	35.7	37.5	36.5	34.7
上位 20 %	40.6	42.2	42.3	42.1	44.8	42.2	44.8	44.8	41.2	45.5	48.4

出所：BPS より大和総研作成

## ジニ係数は拡大

インドネシアの中央統計局が発表しているジニ係数を見ると、2002 年以降、おおむね拡大方向を辿っている。特に 2008 年以降は、係数拡大のスピードが加速している印象である。経済拡大が続く過程で、人々は豊かになってきており、貧困率も低下してきている。しかし一方でジニ係数が示すように、経済格差が拡大してきている。一般的に、経済成長が加速してくる段階では、所得格差が拡大する傾向にあるが、インドネシアの場合も、これにあてはまっている。こうした状況で、政府の役割としては、成長の過程でそれを享受できず、排除されている貧しい階層への配慮をした所得再分配政策が求められることになる。実際に、政府は貧困者向けの支援プログラムを予算として計上している。

図表 6 インドネシアのジニ係数推移



注：ジニ係数は完全平等な分配であれば 0、完全不平等な分配であれば 1 で、0 と 1 の間を動く  
出所：BPS より大和総研作成

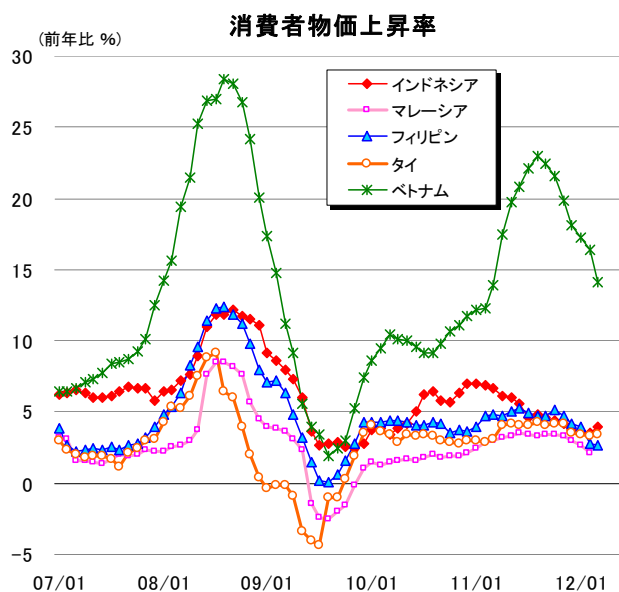
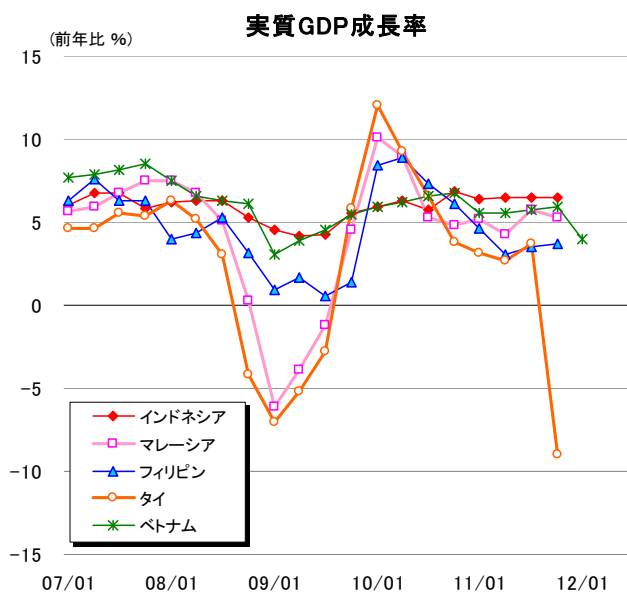
## まとめ

インドネシアは、アジア通貨危機を契機に経済構造転換を遂げ経常収支黒字体質での成長が続いている。好調な経済拡大が続く過程で、人々の所得は増加して豊かさを享受するようになってきた。消費支出構造は、確実に豊かさを求める方向へと変化してきており、食料品支出割合が低下する一方で、化粧品、旅行、教育費等への支出が増加、また、物という点では、家電、オートバイ、自動車等の耐久消費財への支出割合が増加してきている。経済発展を遂げる過程での人々の豊かさへの欲求は極めて強いものがあり、この動きは、今後 10～20 年という期間で継続していくものと予想される。この間、インドネシア経済は、安定した個人消費に支えられることになる。

人々の所得が増加した結果、所得分布でみて、下位 40%のグループの割合が減少して上位 20%のグループに属する割合が増加してきている。一方で、所得分配の平等を示す指標であるジニ係数は高まる方向になっている。経済発展が起きる過程では、どうしても、所得分配の不平等さが生じやすく、インドネシアでも、このことが起きている。今後は、所得再分配の視点を更に行った政策をして所得格差拡大が人々の不満を生み社会的暴動へと発展してしまうような事態は回避すべきであろう。

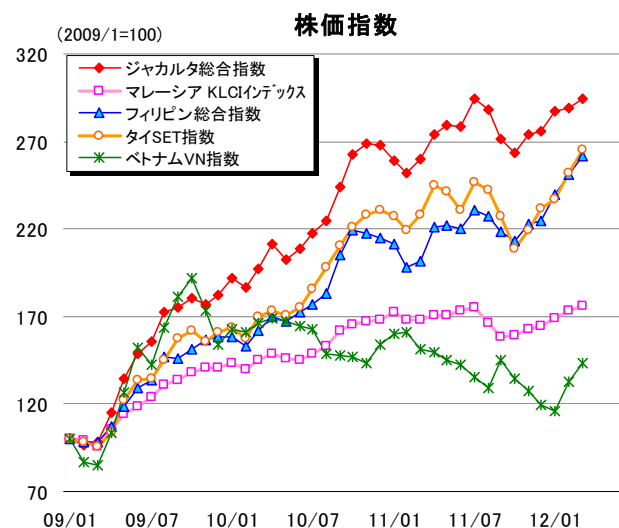
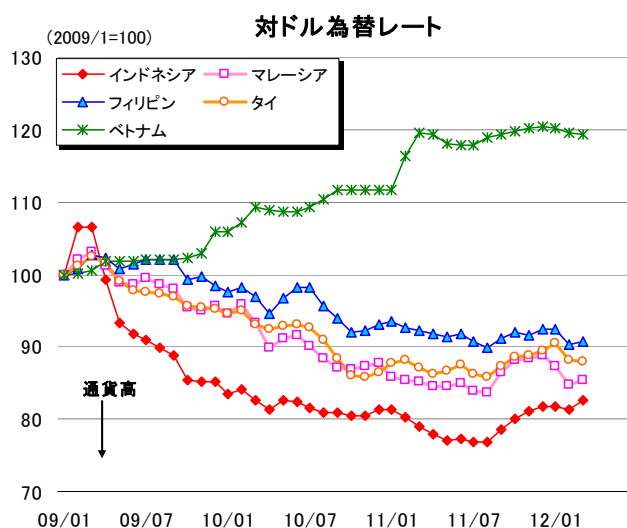
## 【チャート集】

チャート1 アセアン主要国の実質 GDP 成長率と消費者物価上昇率



出所 : Haver Analytics より大和総研作成

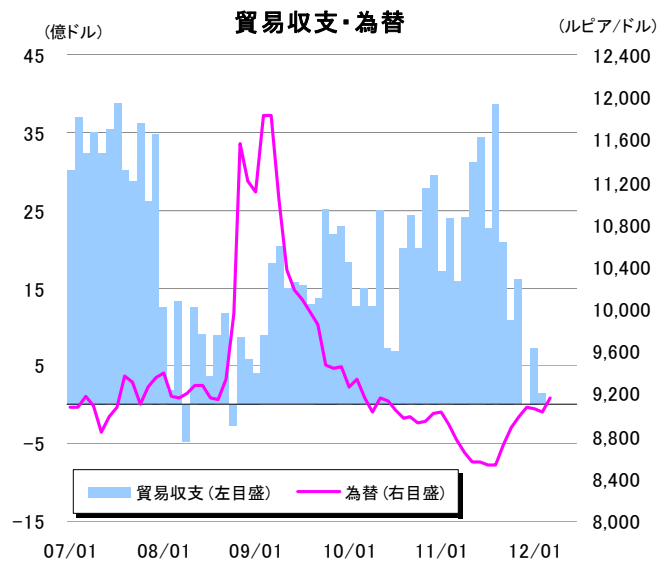
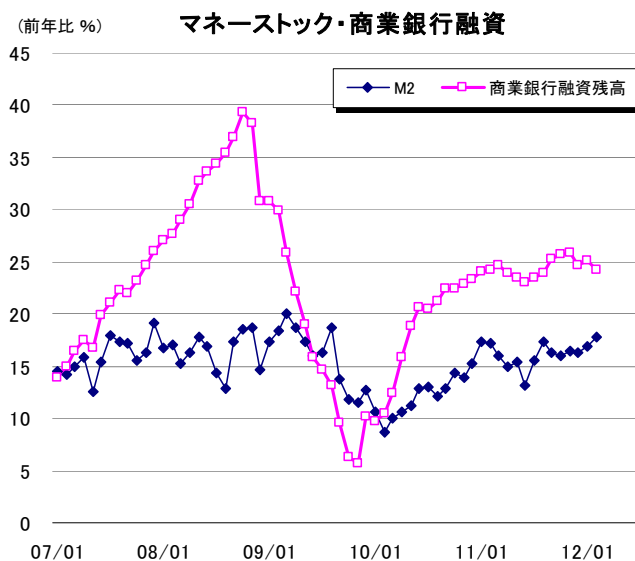
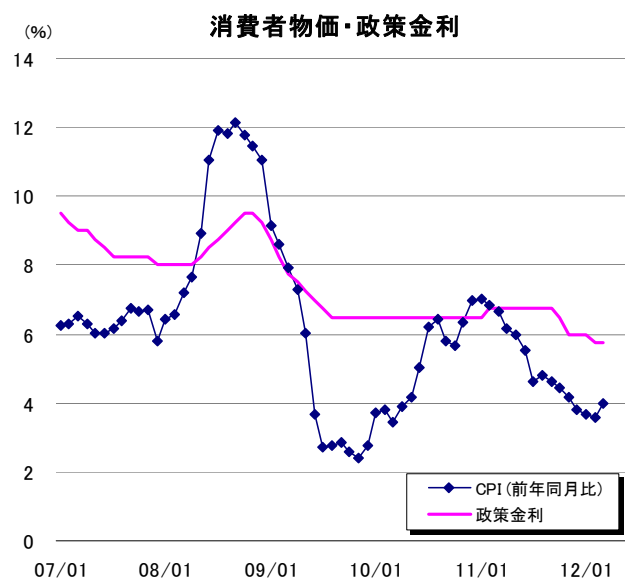
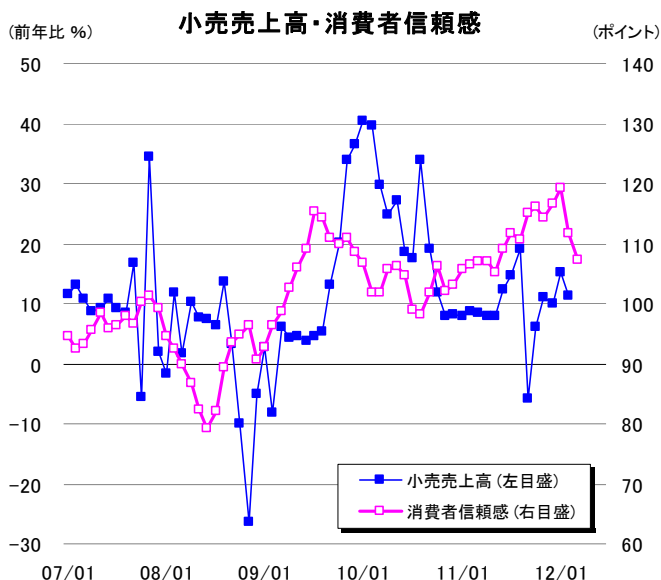
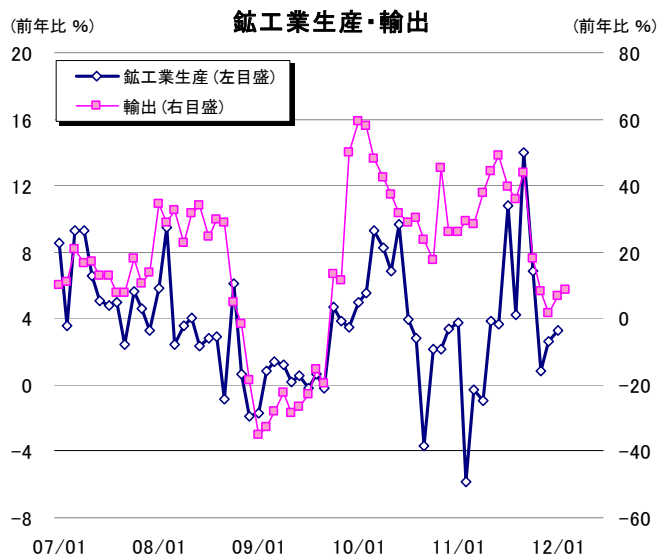
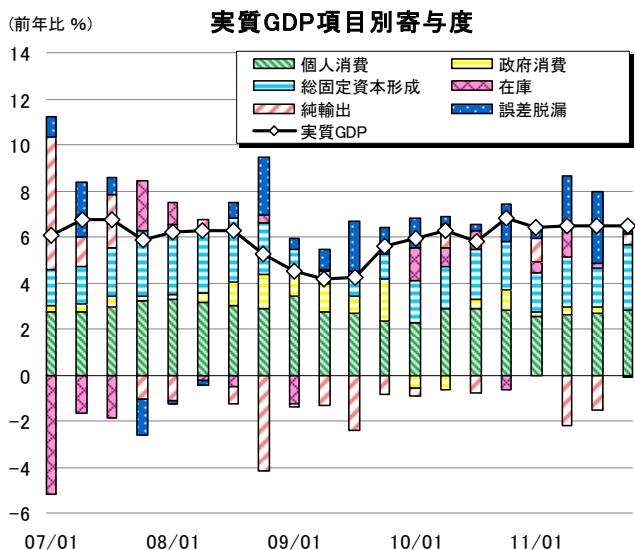
チャート2 アセアン主要国の為替、株価指数



出所 : Haver Analytics より大和総研作成

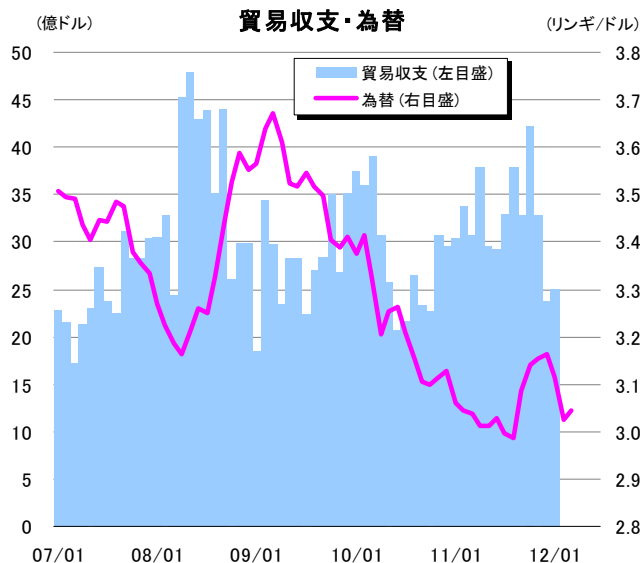
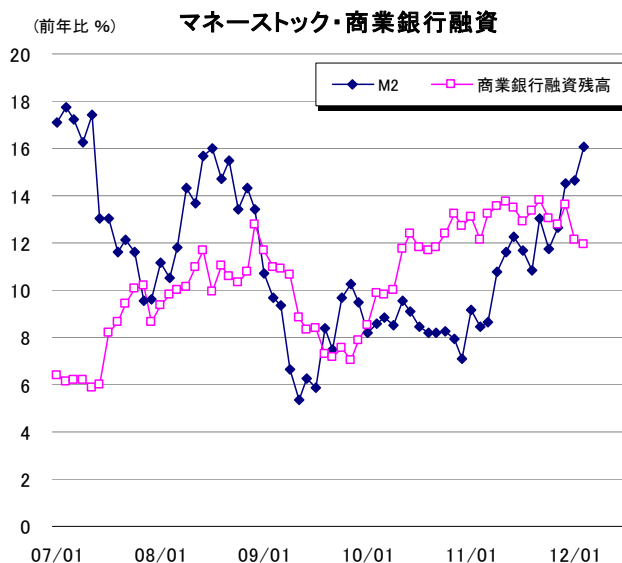
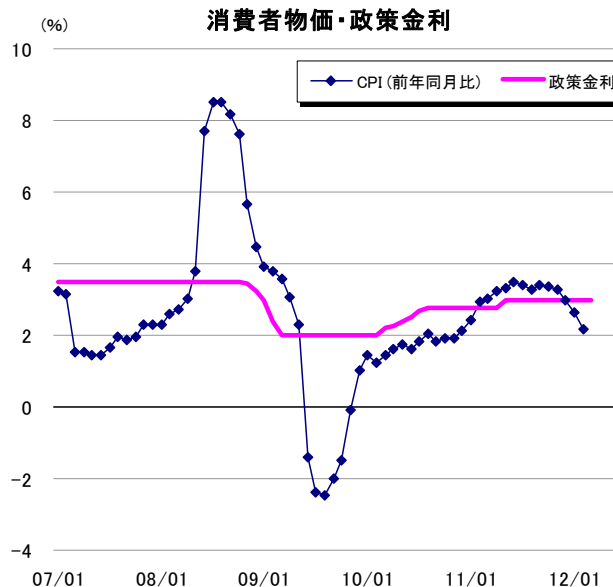
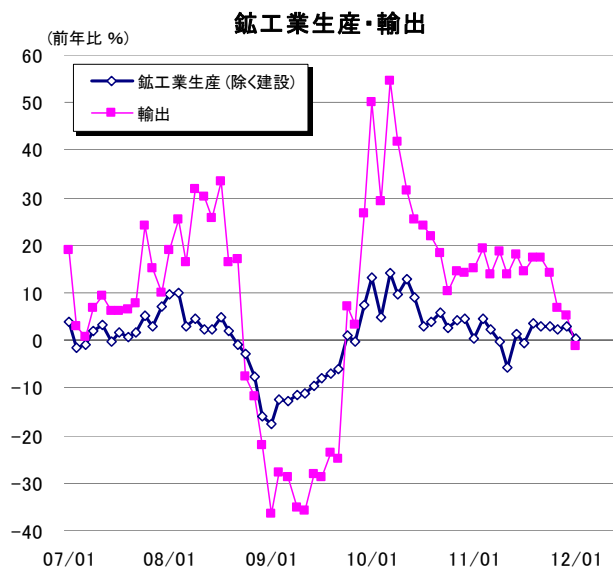
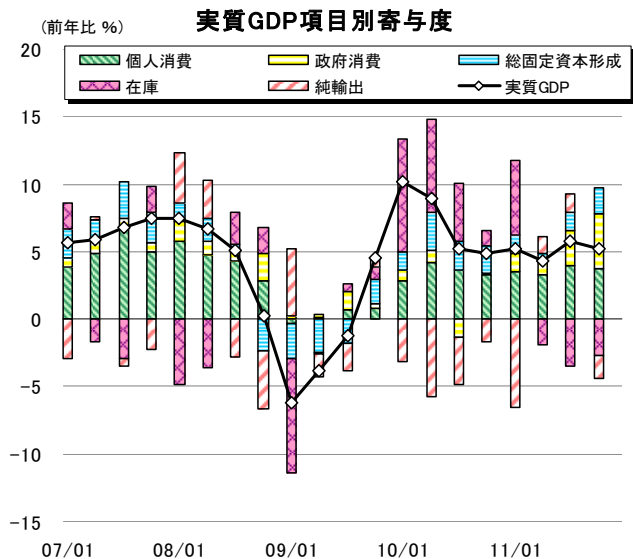


### チャート3 インドネシアの主要経済指標



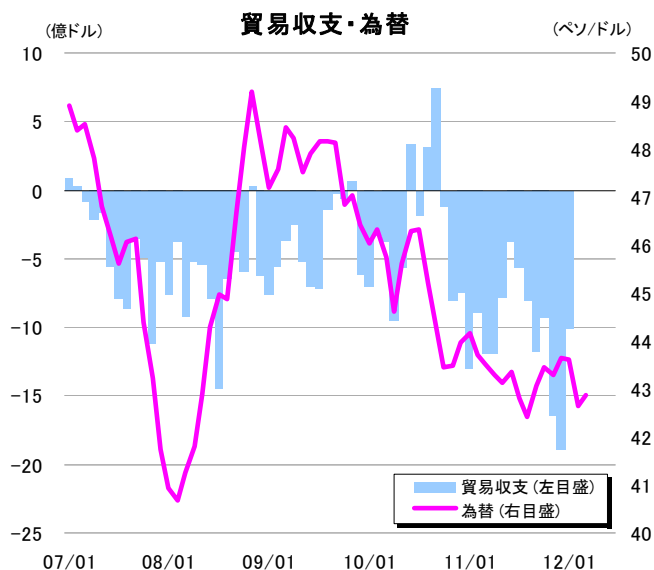
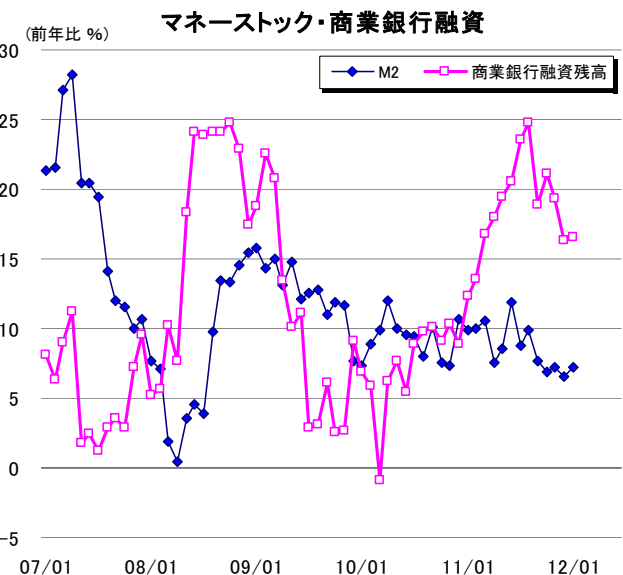
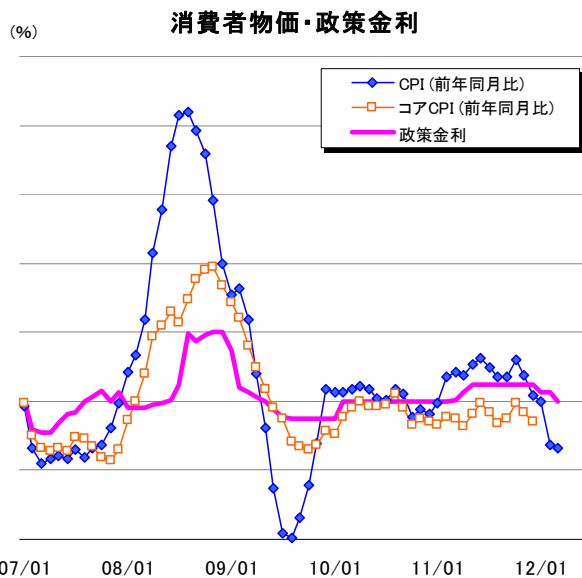
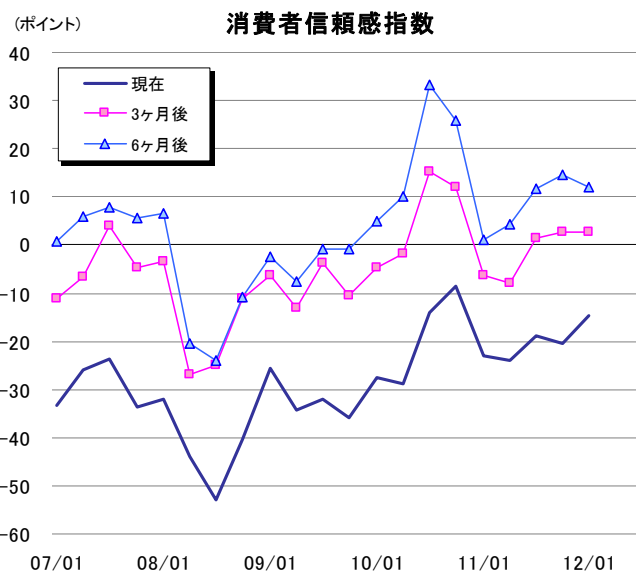
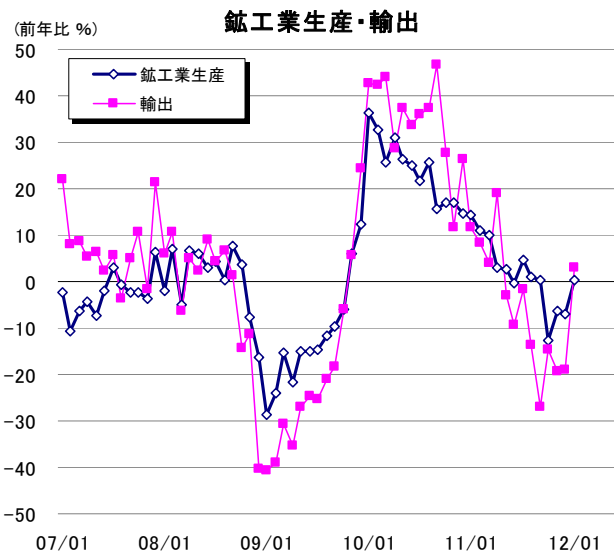
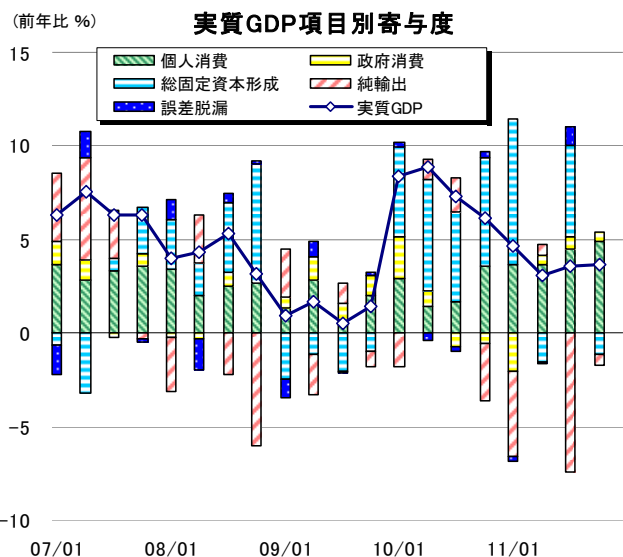
出所：Haver Analytics より大和総研作成

チャート4 マレーシアの主要経済指標



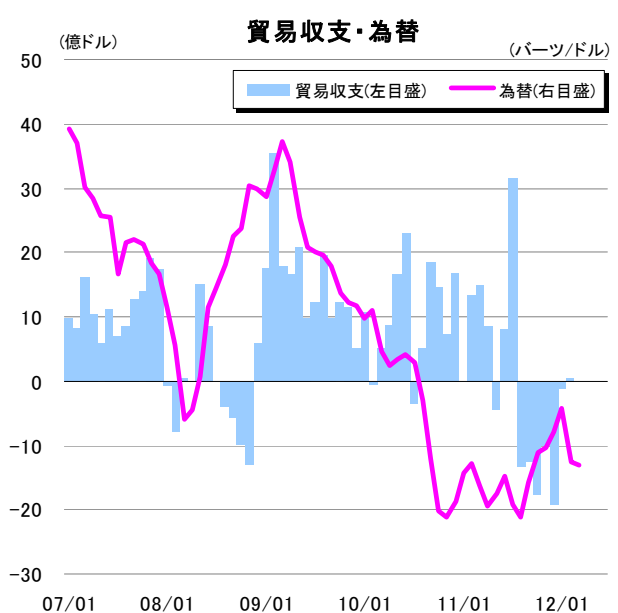
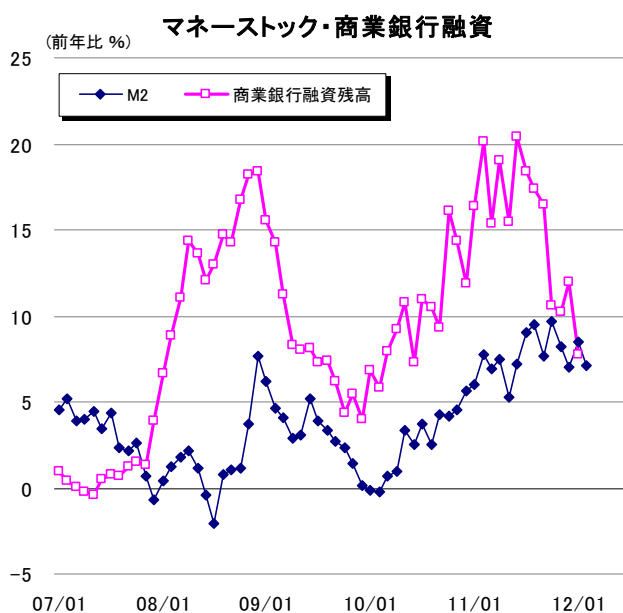
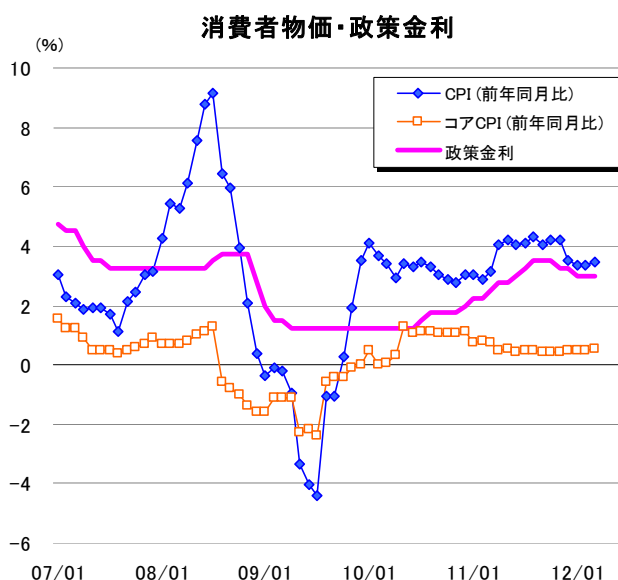
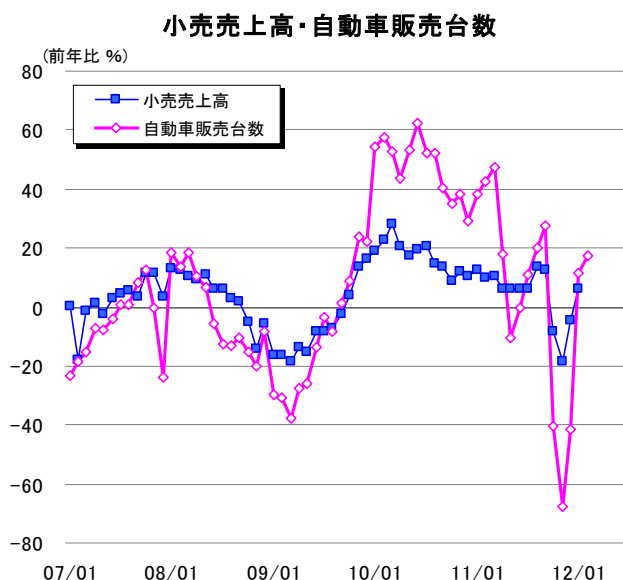
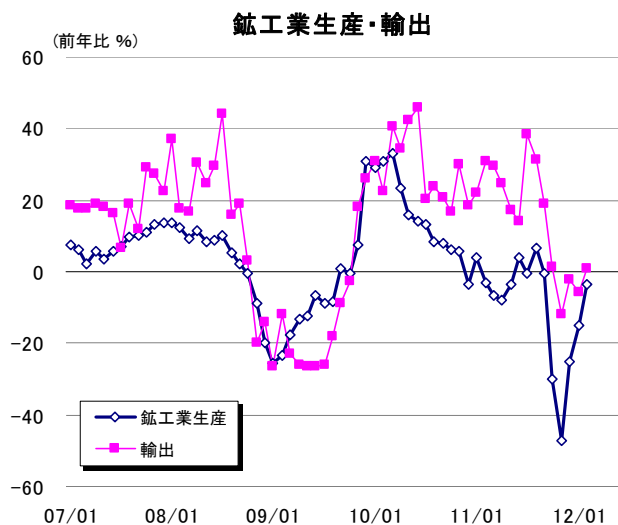
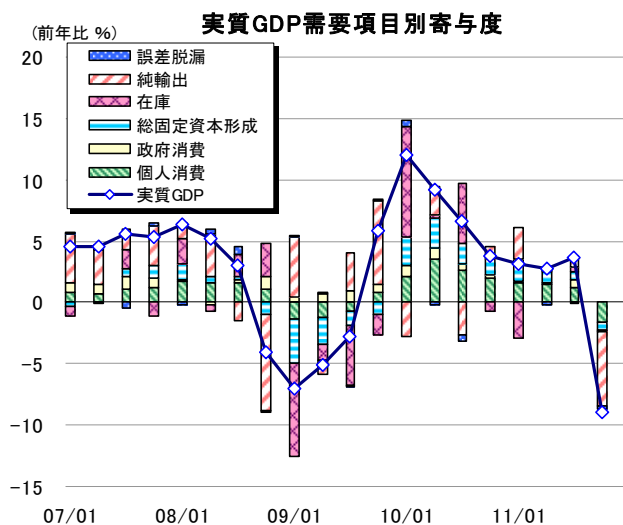
出所 : Haver Analytics より大和総研作成

チャート5 フィリピンの主要経済指標



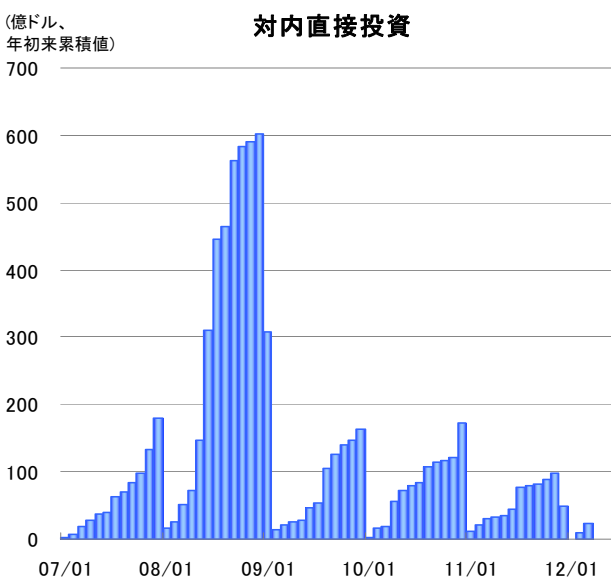
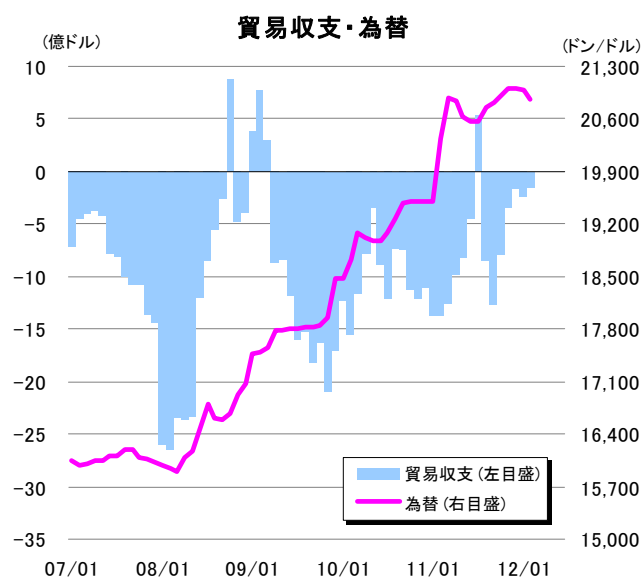
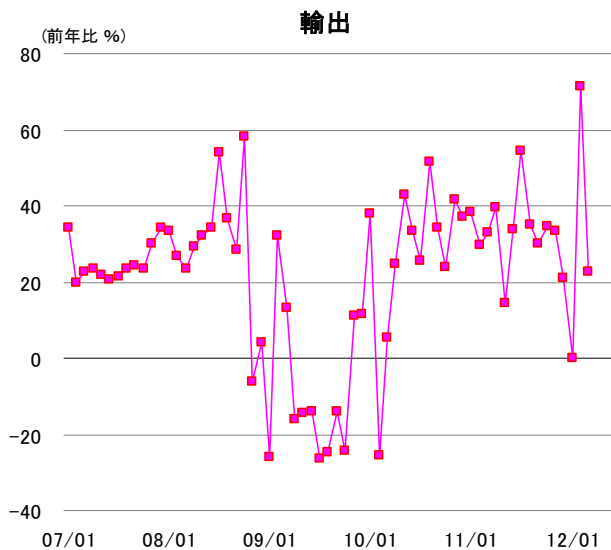
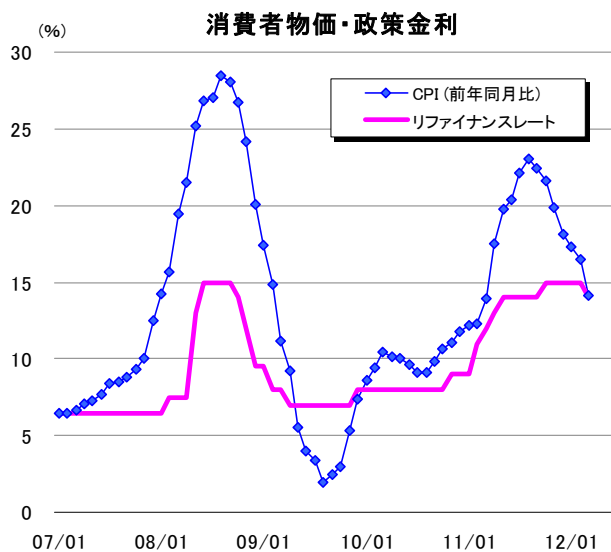
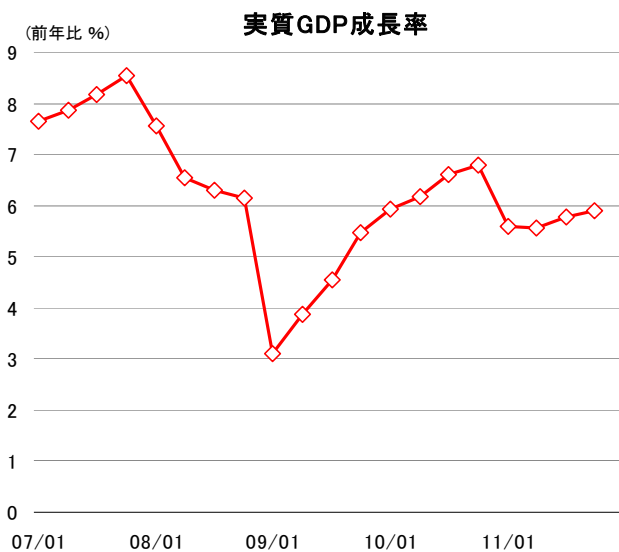
出所:Haver Analytics より大和総研作成

チャート6 タイの主要経済指標



出所 : Haver Analytics より大和総研作成

チャート7 ベトナムの主要経済指標



出所 : Haver Analytics より大和総研作成