



-Jakarta Edition-

HEALTHY LIFESTYLE

ヘルシーライフスタイル | ジャカルタ版

はじめに

ASEAN 各国の経済発展が進む中、所得の向上、ライフスタイルの変化とともに、糖尿病など生活習慣病が拡大し、健康に対する意識も高まっている。また、高齢化の度合は国ごとに差があるが、平均寿命が上昇し、高齢化への対応は国にとっても、個人にとっても重要な課題となってきた。インドネシアは ASEAN でも比較的若い国であり、高齢化もゆっくり進むが、人口約 2 億 6,000 万人、ジャカルタ首都圏だけでも約 3,200 万人という市場規模から、この分野でも注目度が高い国である。

「ヘルシー・ライフスタイル」は、こうした健康や高齢化に係るインドネシアの市場に対して関心を持つ日本企業の皆様へ、ヘルスケア分野でのビジネス展開に必要な情報エッセンスをわかりやすく提供することを目的に作成した。健康や高齢化に係る事情から社会保障政策・制度、医療や介護、スポーツ、美容、食などの幅広い健康市場のトレンド、さらにアンケート調査や座談会を通じて浮き彫りとなった健康や退職後に対する消費者の意識、健康管理・増進に向けたアクティビティなど多くのトピックを盛り込んでいる。

本著がヘルスケア産業で活躍される皆様にとり、今後のインドネシアでのビジネス展開、販路開拓の一助となれば幸甚である。さらに、健康長寿実現に資する日本発の製品・サービスが今後インドネシアをはじめ、広くアジアが直面する健康課題の解決に実際に役立てられていくことを祈念している。

2018 年 3 月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
ジャカルタ事務所
シンガポール事務所
サービス産業部



-Jakarta Edition-

HEALTHY LIFESTYLE

ジャカルタの概況	04
01 ヘルスケア基礎データ	
健康長寿分野の基礎データ	08
02 ヘルスケア関連政策・制度	
主な社会保障制度・介護政策	12
民間保険の普及状況	14
関連施設	15
03 各ヘルスケア分野の特徴と傾向	
医療	18
介護	20
予防・健康管理	22
スポーツ	24
レクリエーション	26
美容	29
04 健康や老後に対する意識・活動実態	
健康管理・増進の意識調査	32
退職後に対する意識調査	34
座談会 20～30代	36
座談会 40～50代	38
座談会 60代以上	40

ジャカルタの概況

健康意識の高まりを背景に市場が拡大

都市部の中間層を中心とした健康意識の急速な高まりは、ここ10年で顕著になってきた。健康維持に目覚め始めた若者は、運動をし始め、食事にも気を使いだした。それに伴い消費者のニーズに応えるさまざまな健康関連の商品・サービスが増えている。人口増加と社会の成熟化を迎え、今後も健康関連ビジネスの市場の拡大が見込まれ、市場としての魅力が高まっている。

国連の統計では、2016年のインドネシアの人口の中央値は28歳、30歳以下の人口が43%と若年層が多いことが特徴。国民1人当たり国内総生産（GDP）は2016年で3,570ドル（世界銀行）と、東南アジア諸国の中では中間に位置するが、5%台の安定した経済成長が国民の購買力を押し上げている。インドネシア、ジャカルタのヘルスケア市場をみる前に、同国・首都圏の概況を把握しておきたい。



【国概要】

世界第4位の人口、世界最大の島嶼国家

インドネシアの人口は世界第4位の約2億6,000万人で、東南アジア最大。年率1.2%の人口増加率が2020年ごろまで続くと見込まれている。

インドネシアは東西5,200キロにわたる東南アジア最大の国であり、米国本土の東西の距離を超える広さを有する。面積は日本の約5倍の189万平方キロ（世界第15位）であり、ジャワ島、スマトラ島、カリマンタン島、スラウェシ島、パプア島の5島を中心に、大小1万4,000あまりの島々からなる世界最大の島嶼国家である。平均最高気温は31～33度、最低気温は25度程度で、昼夜、年間でも気温差はほとんどない。

【ジャカルタ首都圏概要】

ジャカルタ首都圏の人口は約3,200万人

ジャカルタ特別州（DKI Jakarta）の面積は664.5平方キロ、人口は1,017万8千人（2015年）を擁し、人口密度は1万5千人と東京都の2.4倍。行政区は東西南北と中央の5つの区で構成される。首都経済圏には、ジャカルタ特別州および周辺の隣接した地域（ボゴール、デポック、タンゲラン、プカシ）が含まれ、各地域の頭文字を取って「ジャボデタベック（ジャカルタ首都圏）」と呼ばれている。このジャカルタ首都圏は面積7,600平方キロあまりの広さがあり、人口は3,200万人近くとされる。毎年、世界の都市人口ランキングを発表しているDemographiaの2016年順位は、ジャカルタ首都圏は日本の東京・横浜エリアに次ぐ世界第2位の人口規模とされている。

ジャカルタは都市の開発が進むにつれ、市街地が北部から南部へと南下しており、首都圏域が拡大している。最近ではジャカルタ特別州の人口増加率は2015～16年ベースで0.98%と全国平均を下回っている。郊外に居住地を構えながら、ジャカルタ特別州内へ自家用車、バイク、電車やバスで通勤する人が多い。市の中心部では高層オフィスビルが急増しているほか、主要道路沿いには華人系資本等による中級から高級ショッピングモールも相次いで建設されている。

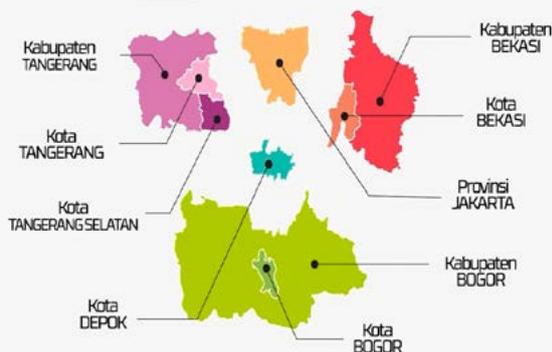
ジャボデタベック基本データ

ジャボデタベック人口・面積（2015年）

	面積 (km ²)	人口 (人)	人口密度 (人/km ²)
DKI Jakarta	664.5	10,177,924	15,317
Kota Bogor, Jawa Barat	118.5	1,047,900	8,843
Kota Depok, Jawa Barat	200.3	2,106,100	10,515
Kota Bekasi, Jawa Barat	210.5	2,714,800	12,897
Kota Tangerang, Banten	164.5	2,047,105	12,444
Kota Tangerang Selatan, Banten	210.2	1,543,209	7,342
Kabupaten Bogor, Jawa Barat	3440.74	5,459,700	1,587
Kabupaten Tangerang, Banten	1110.6	3,370,594	3,035
Kabupaten Bekasi, Jawa Barat	1484.75	3,246,000	2,186
合計	7,605	31,713,332	4,170

出所：BPS DKI Jakarta/2015、BPS Provinsi Jawa Barat/2015、BPS Provinsi Banten/2015

JABODETABEK

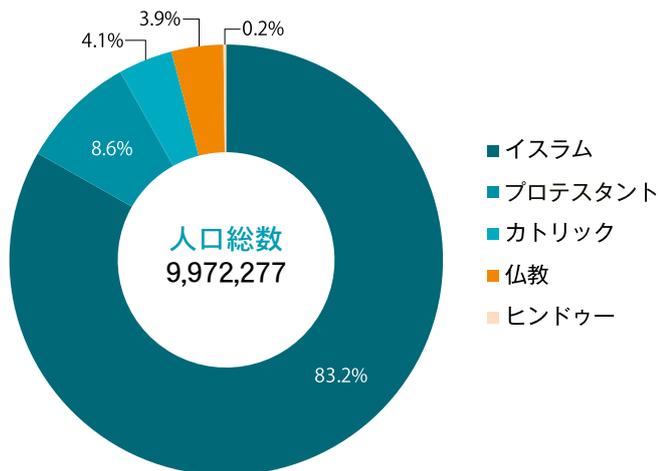


【宗教上の事項】

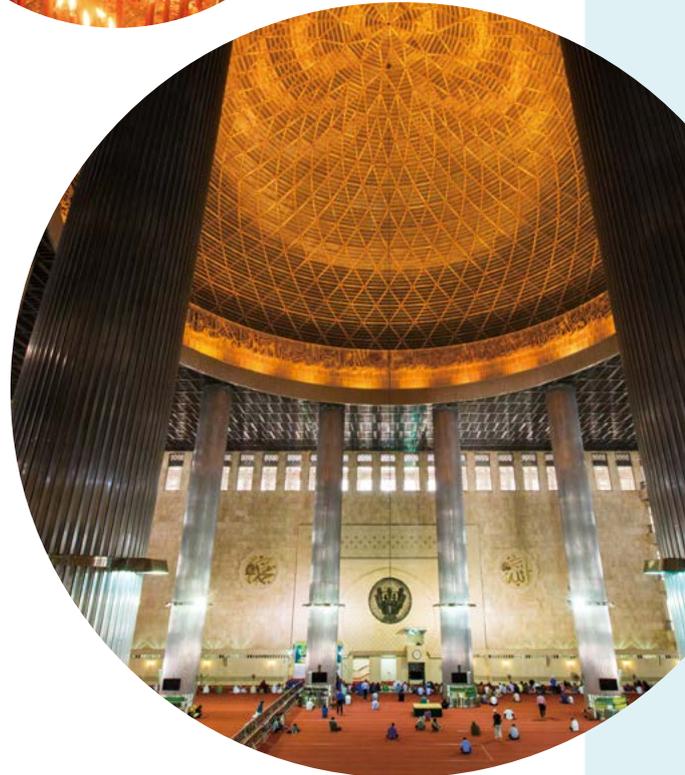
イスラム教徒中心の市場への参入、ハラール対応も

ジャカルタの人口の8割以上がイスラム教徒である。インドネシアで食品・医薬品等に関わるビジネスを行うに当たり、ハラール認証の取得は義務ではないが、イスラム教徒を対象にビジネスをするのであれば必要になってくる場合も多い。

ジャカルタの宗教分布



出所：ジャカルタ市統計 2014年

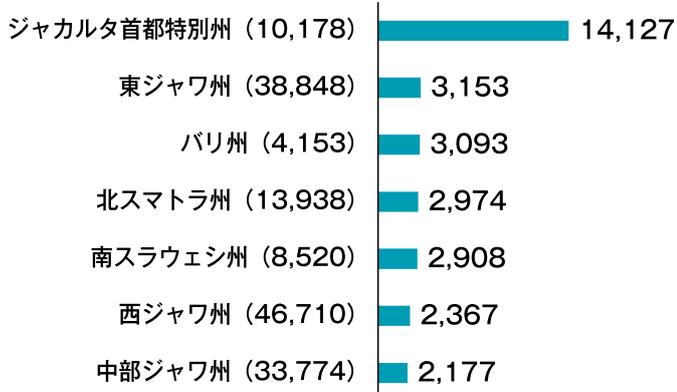


【所得層】 (高所得層～低所得層)

ジャカルタの所得水準は全国平均の4倍以上

ジャカルタ特別州の1人当たりGDPは1万4,127ドル(2015年)で、他の州に比べ突出して高く、全国平均の4倍以上に及ぶ。ジャカルタ特別州の最低賃金は252ドル(310万ルピア)であり毎年上昇を続けている。

州別の人口と一人当たりGDP



(注) 2015年、単位は米ドル(ルピアを期末中値でドル換算)、カッコ内は人口(千人)、(出所) インドネシア統計局

【日本との関係】

日系企業はジャカルタを中心に1,800以上

インドネシアに進出している日系企業の総数は2016年10月現在で1,810社(外務省調べ)。地域別に見ると人口が集中し、かつ

購買力もあるジャカルタ首都圏周辺が1,550社と圧倒的多数を占める。インドネシア第2の都市スラバヤ(東ジャワ州)が161社、スマトラ島の最大都市メダンが40社、バリが45社など、地方に展開する企業は水産物などの原料立地型が多い。

1997年のアジア通貨危機後に日本の製造業は中国へ流れたが、2008年ごろからの安定した社会・経済発展を背景に、再びインドネシアに注目度が高まり始め、進出企業が増加している。

最近目立つのは清涼飲料水や製菓などの消費材関連企業である。高齢化が加速する中で日本国内での内需の拡大に期待が持てない各企業が、若者層を狙ってインドネシア市場に合わせた新商品を開発している。ローカル系のコンビニエンスストアが全国的に普及したことで、販売計画立案や販売量予測が容易になってきたことも日本企業の進出に拍車をかけている。日本食ブームも手伝って、日系大手飲食チェーン店をはじめとしたレストランが中所得層向けモール内に次々と出展している。



【経済成長率】

経済は5%台で安定成長

インドネシアのGDPは9,322億ドルで東南アジア諸国連合（ASEAN）全体の36%を占める。20カ国財務相・中央銀行総裁会議（G20）に加盟するASEAN唯一の国として存在感を発揮している。1997年の通貨危機によるショックから立ち直った2000年以降、経済成長は年率4～6%台を維持、17年も5%台と安定成長している。

情報技術分野などが牽引する第3次産業がGDPの45%を占めている。1人当たりGDPは3,570ドルであり、2016年の通年の消費者物価上昇率は3.5%だった。

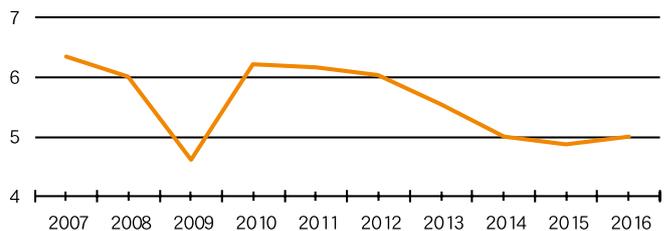


ASEAN 諸国の名目 GDP 額（2016年）

国	名目GDP (億ドル)	ASEAN 域内比率 (%)	1人当たり GDP (USD)
インドネシア	9,322	36.49	3570.3
タイ	4,068	15.93	5907.9
フィリピン	3,049	11.94	2951.1
シンガポール	2,969	11.62	52960.7
マレーシア	2,963	11.60	9502.6
ベトナム	2,026	7.93	2185.7
ミャンマー	674	2.64	1275
カンボジア	200	0.78	1269.9
ラオス	159	0.62	2353.2
ブルネイ	114	0.45	26938.5
ASEAN 合計	25,544	100.00	
日本	49,393		

出所：世界銀行 <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>

インドネシアの実質経済成長率 (%)



出所：世界銀行

・為替レート（1米ドルにつきルピア基本単価）
2014年：12,440、2015年：13,795、2016年：13,436

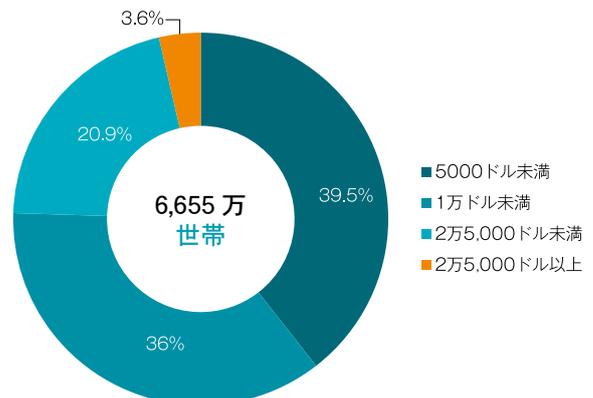
【所得水準】（可処分所得）

中間層以上の世帯割合、6割以上

年間可処分所得が5,000ドル以上の中間層と富裕層の世帯割合は、2015年時点で60.5%に達している（図参照）。また、年間可処分所得が「1万ドル以上～2万5,000ドル未満」「2万5,000ドル以上」の上位中間層以上の世帯だけでも24.5%を占める。この世帯数はタイの同所得層世帯数の2.5倍に達する。

中間層の増加は消費の拡大をもたらす。経済的な生活の豊かさの広がりに伴い、生活習慣病等の病気の増加、医療・健康分野での需要が高まることが期待され、健康医療産業に携わる企業には大きなビジネスの可能性が広がっているといえる。

インドネシアの世帯別可処分所得の割合



出所：ジェトロ「拡大するASEAN市場へのサービス業進出」（ユーロモニター等）

01

ヘルスケア 基礎データ



- 健康長寿分野の
基礎データ



ヘルスケア 基礎データ

健康長寿分野の基礎データ

栄養失調人口は域内でも低レベル

人口全体に占める栄養失調人口の割合は、ASEANの平均は10.7%である。その中で5%以下と先進国並みの水準を達成しているのがシンガポール、マレーシアであり、インドネシアも7.6%とそれに近づく勢いである。食料供給事情が他地域と比較し深刻ではないことが一つの理由である。

他方で5歳以下の子どもの低体重人口は19.9%と、高い水準となっており、子供の栄養状態の改善が課題となっている。5歳未満児の死亡率は2.62%（2015年）と基本的には年々改善傾向にあるものの、未だ医療設備の質は地域によって差が大きい。

その他、インドネシアで深刻な感染症は、HIV、結核、ハンセン病、デング熱である。なかでも結核は、人口10万人当たりの結核患者が395人と、他の感染症と比べて圧倒的に多くなっている。



死因・生活習慣病・肥満率・喫煙率

所得上昇で生活習慣病は悪化の傾向

インドネシアを含む東南アジアでは、所得が上昇すると砂糖や油を多く摂取する傾向にあり、高血圧や高コレステロール、糖尿病予備軍の人口を押し上げている。過体重を示すBMI値が25以上の人の割合は全人口の約24.5%で、実に4人に1人が体重過多となっているのが現状である。

高コレステロール人口の割合はアジ

国民の健康状態

		日本	中国	インドネシア
全人口（2016）	億人	1.27	13.79	2.61
全人口に占める栄養失調人口割合	%	NA	9.3	7.6
5歳以下の低体重人口割合	%	NA	3.4	19.9
全体に占める体重過多人口の割合（BM > 25）	%	23.2	34.4	24.5
肥満人口の割合（BM > 30）	%	NA	2.9	2.4
高血圧人口の割合 男性	%	29.9	22.5	22.5
女性	%	23.7	18.6	21.4
高コレステロール人口の割合	%	57.1	33.4	57.1
塩分摂取量	g	12.4	12.29	8.55
野菜・果物の平均摂取量	kg	100	326.0	40.7

注：2012～2015年データ。各データの詳細は出所参照。

出所：ジェトロ「主要国・地域の健康長寿関連市場の動向調査（2016）」

公衆衛生の状況

指標		2005	2015
5歳未満児の死亡率	対1000出生	46	26.2 ※1
HIV/AIDS	患者数	2682	77112 ※2
マラリア	対1000人	4.1	0.85
結核	対10万人	NA	395
ハンセン病	対10万人	NA	6.73
デング熱	対10万人	NA	50.75

注：※1、2の2005年データは、それぞれ2003年、2004年データ。各データの詳細は出所参照。

出所：厚生労働省「2016年海外情勢報告—東南アジア地域に見る厚生労働施策の概要と最近の動向（インドネシア）」

ア・オセアニア地域で最も高い57.1%である。都市部ではファストフード、外食チェーン店が増え、油や砂糖が添加された味を好む消費者が日常的に外食をする機会が増えている。

野菜・果物の平均摂取量は一人あたり40.7キログラムで東アジア・東南アジアの多くの国を下回る。野菜よりも甘く、ジュースや路上果物売りが豊富なインドネシアでは、「果物を摂ればビタミンを摂取したことになる」との考えにより、野菜を全く食べない人も多い。

イスラム教徒が8割を超えるインドネシアでは、禁忌（ハラム）とされるアルコール飲酒の習慣を持つ人はごくわずかであるため、健康への影響も他国と比

べ低くなっている。他方で増加する若年層の飲酒を受け、若年層の健康を守るといった目的のもと商業省が酒類販売の規制を強化する法令を2014年に発令した。

喫煙に対する年齢制限は法令で規制されておらず、購入が容易なため、未成年の喫煙やニコチン中毒の問題は長きにわたって社会問題となっている。インドネシアは東アジア諸国と比べ国民の可処分所得は低いものの、15歳以上の人口の3分の1が喫煙者とされており、肥満の広がりに合わせて今後の生活習慣病人口の増加が懸念されている。

平均寿命

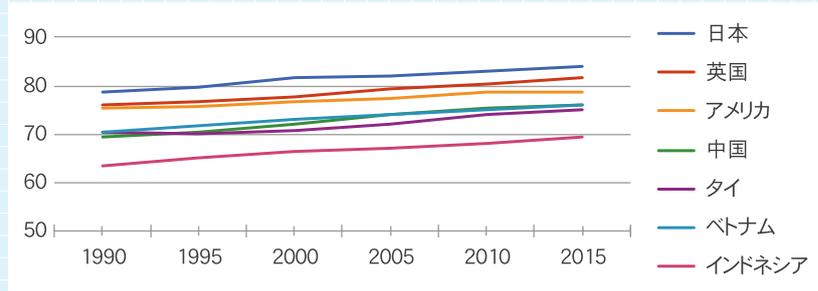
2060年でも高齢化率は約15%と当面は「若い」国

WHOの報告書によると、2015年のインドネシアの平均寿命は69.1歳である。インドネシアは人口規模が大きく、若年層に厚みがある典型的な富士山型であり、今後しばらく生産人口の割合が高い状態が続くと予想される。そのため高齢化率（人口に占める65歳以上の割合）は5.2%とアジア諸国の中で最も低い国の一つとなっており、日本をはじめとする先進国、その他一部の新興国にみられるような高齢化の波はまだ押し寄せていない。国連の推計では、2060年に日本は高齢化率40%にのぼるのに対し、インドネシアは15%程度とみられている。中長期を見据えた高齢者向けのサービス・商品の開発が期待されている分野である。

世界銀行のデータをもとに1990年からの平均寿命の推移を、日本、米国、英国、中国、タイ、ベトナムと比較したものが右表である。

インドネシアの平均寿命は、先進国はもとより、中国、ベトナム、タイよりも短くなっている。なお、2016年のインドネシアにおける1人当たりGDPは3,570ドル（世界銀行）であるが、平均寿命は1人当たりGDPが2,185ドルのベトナムを大きく下回っている。

主要国との平均寿命推移の比較



出所：世界銀行

インドネシアの人口動態

年齢階層	人口	割合
0-14	69,608,278	26.91
15-19	22,169,842	8.57
20-24	21,591,430	8.35
25-29	20,929,996	8.09
30-34	20,499,510	7.92
35-39	19,958,751	7.71
40-44	18,655,004	7.21
45-49	16,718,806	6.46
50-54	14,249,119	5.51
55-59	11,530,459	4.46
60+	22,793,805	8.81
全人口数	258,705,000	100

出所：BPS 2016、p132-133

ジャカルタ市の人口構成比

年齢階層	人数			割合		
	男性	女性	男女	男性	女性	全体
0-4	476,133	458,289	934,422	9.23	8.88	18.11
5-9	450,815	429,181	879,996	8.74	8.32	17.06
10-14	379,797	359,720	739,517	7.36	6.97	14.33
15-19	345,765	353,764	699,529	6.70	6.86	13.56
20-24	401,282	449,390	850,672	7.78	8.71	16.49
25-29	510,157	518,705	1,028,862	9.89	10.05	19.94
30-34	532,988	510,539	1,043,527	10.33	9.89	20.22
35-39	481,458	458,907	940,365	9.33	8.89	18.23
40-44	410,182	391,053	801,235	7.95	7.58	15.53
45-49	343,620	332,170	675,790	6.66	6.44	13.10
50-54	276,604	276,409	553,013	5.36	5.36	10.72
55-59	212,119	217,273	429,392	4.11	4.21	8.32
60-64	150,268	151,738	302,006	2.91	2.94	5.85
65+	188,495	210,807	399,302	3.65	4.09	7.74
合計	5,159,683	5,117,945	10,277,628			

29歳以下の人口 5,132,998 比率 49.94

世帯数	268万
1世帯当たり平均居住者数	3.83人

出所：BPS Provinsi Jakarta 2016





ヘルスケア 関連政策・制度



- 主な社会保障制度・介護政策
- 民間保険の普及状況
- 関連施設



ヘルスケア 関連政策 ・ 制度

主な社会保障制度・介護政策

国民健康保険 (BPJS) の 導入状況

1 億 8,000 人が加入する 国民健康保険 (BPJS)

国民健康保険^(注1)はインドネシアでは2014年12月から国民健康保険運営機構^(注2)の下、全国民を対象とする強制加入の形で運営されている。国民健康保険の正式な略称は JKN-KIS となるが、多くのインドネシア人の間では、運営機構の略称である BPJS (ベーページエイス) と呼ばれることが多い。

インドネシア政府は、公務員や民間企業ホワイトカラー労働者の他、労働人口の50%を占めるインフォーマルセクターの労働者(日雇い労働者、屋台経営者などの自営業者)も含めて単一保険者の下にカバーすることを目指している。

国民健康保険の加入者数・属性

JKN 加入者数属性	加入者数 (万人)	加入者 割合
中央/地方政府による保険料負担	10,959	61%
私/公営企業従業員	2,640	15%
自営業者	2,322	13%
文民公務員/軍人 および警察官	1,649	9%
無業者	504	3%
合計	18,074	100%

出所：国民健康保険運営機構 (BPJS-Kesehatan)

2017年8月時点での国民健康保険の全加入者は1億8,074万人である。そのうち、最大多数を占めるのが公的扶助受給者の1億959万人。地方政府や州政府によって保険料を肩代わりされる貧困者層^(注3)であり、全加入者の61%を占める。この層は、2014年末の国民健康保険発足までは、地方政府による地域医療保障^(注4)または、中央政府による社会医療保障^(注5)というスキームの下で、医療補助を受けていた。

次いで15%を占めるのが、国営企業^(注6)、

州営企業^(注7)、私企業^(注8)の被雇用者で、2,640万人である。

続いて13%を占めるのが自営業者であり、ここには、農家、小売業者などの自営業者、屋台経営者などのインフォーマルワーカー、または投資家などの富裕層も含まれる。実際には、正規雇用の下で働く従業員でありながら自ら保険料を納めている加入者も少数ながら存在する。

次いで、公務員・軍人・警察官は9%に相当する1,649万人を占める。現在の国民健康保険運営機構は、2014年以前から公務員向け健康保険を運営していた健康保険公社^(注9)を改組して成立した組織であり、2014年以前から健康保険公社に加入していた公務員は引き続き国民健康保険に加入している。

(注1) Jaminan Kesehatan Nasional : JKN

(注2) Badan Penyelenggara Jaminan Sosial - Kesehatan: BPJS-Kesehatan

(注3) Penerima Bantuan Iuran: PBI

(注4) Jaminan Kesehatan Daerah: JAMKESDA

(注5) Jaminan Kesehatan Masyarakat: JAMKESMAS

(注6) BUMN (Badan Usaha Milik Negara)

(注7) BUMD (Badan Usaha Milik Daerah)

(注8) BUMS (Badan Usaha Milik Sewasta)

(注9) PT Askes

医療保険の国際支出比較

対 GDP 比の医療費支出は 依然低水準

インドネシアの2015年の医療費支出総額は約270億ドルで、対GDP比2.8%に相当する。支出額ではASEANの中では最大であるが、対GDP比ではラオス、ミャンマーに次ぐ低水準である。アジア・オセアニア地域で医療費の支出が多いニュージーランドは対GDP比11.0%(182.7億ドル)、日本は同10.2%(4,739億ドル)であり、医療福祉制度が整備されている先進国との差は歴然としている。

他方、1人あたりの年間医療費は273ドルで、1人あたりGDP額が同規模のフィリピン(同271ドル)やベトナム(同292ドル)と同水準である。

医療支出関連データ

	医療費 (10億ドル)	GDPに占める医療費の割合 (%)	1人当たり医療費 (PPP)
日本	\$473.95	10.2	\$3,632
中国	\$637.55	5.5	\$578
インド	\$87.30	4.7	\$196
インドネシア	\$27.05	2.8	\$273
タイ	\$17.18	6.5	\$630
マレーシア	\$13.52	4.2	\$894
シンガポール	\$13.79	4.9	\$662
フィリピン	\$13.17	4.7	\$271
ベトナム	\$11.93	7.1	\$292
ミャンマー	\$1.16	2.3	\$35
カンボジア	\$1.33	5.7	\$209
ラオス	\$0.25	1.9	\$86

注：2012～2015年データ。各データの詳細は出所参照。
出所：ジェトロ「主要国・地域の健康長寿関連市場の動向調査(2016)」

国民健康保険の保険料と 給付内容

保険料は低額だが、給付面は充実

公務員、民間企業従業員などの正規雇用従業員の保険料は一律給与の5%(うち4%を雇用者が負担)であるのに対し、自営業者などのインフォーマルセクター労働者、経営者などの富裕層の保険料は給付内容(病室のグレード)に応じ、3万ルピア～8万ルピア(1カ月あたり)のプランから各人が選択する仕組みとなっている。

公的扶助受給者である貧困層については、保険料の月額が2万3,000ルピアとされ、保険料の全額が中央政府または地方政府によって負担される。

以上のとおり、保険料は低額であるが、医療機関受診時の自己負担は0%であり、歯科や帝王切開による出産も保険適応となるなど、給付面は充実している。



JKN 加入者属性ごとの保険料

加入者種別		保険料（月額）
賃金労働者	公務員	給与の5%（雇用者3%、被用者2%）
	民間企業従業員	給与の5%（雇用者4%、被用者1%）
非賃金労働者（自営業・農民など）		入院時の病室の等級ごとに、30,000～80,000 ルピア/月
非労働者	経営者、投資家、高齢者	年金の5%（保険者3%、被保険者2%）
	年金受給者	年金の5%（保険者3%、被保険者2%）
	退役軍人	退役前の給与平均の5%を政府が負担
PBI: 生活保護受給者		23,000 ルピア（政府負担 100%）

付を行う。

③次に、病院の受付窓口に向かい、診察の予約を行う。国民健保の受付窓口と、病院の受付窓口が分離しているため、2カ所で手続きを行う必要がある。

④医師の診察後、引き続き診療が必要な場合には、治療が完了して



ファティマワティ病院内に設置された国民健康保険事務所

②医師の診察後、国民健保事務所は、医師の診断書に基づいて、専門のソフトウェア（INA-CBG）上で、患者を診断群に分類する。その際、合併症の有無、患者の年齢、性別の変数によって、診療報酬が付加されることがある。



INA-CBG 操作画面

③国民健保運営機構から診療報酬の支払いが行われる。

※保険診療の流れについては、ジャカルタ特別州内の州立総合病院であるファティマワティ病院、および、産婦人科と循環器科の専門国立病院であるハラパン・キタ病院の2カ所におけるヒアリング結果に基づく。

保険診療の実際

(1) 患者の医療機関における診察手順

①最寄りの1次診療施設で保険証を提示して診察を受け、より高次の治療が必要と医師が判断すれば、病院への紹介状が渡される。

②その後、病院内に設置された国民健保事務所の窓口で保険証と保険証番号が記載された紹介状を提示し、保険診療の受

おらず、今後も保険を利用することが適切であるという証明書を医師から発行してもらう。

⑤患者は再び、国民健保窓口と病院の窓口の双方に赴き、次回の診療の予約を行う。

(2) 医療機関から国民健康保険運営機構への診療報酬請求

①病院内に設置された国民健保事務所は、患者の保険証番号、医師が発行する利用資格証明書の確認を行う。

社会保険利用者の声

職業や属性の異なる3人の国民健康保険加入者の声をご紹介

Aさん
(29歳女性)

現在は無職（元会社員）の29歳女性。南スマトラ州パダン市在住。

「母が国民健保に加入した際に家族として加入。保険料は母がまとめて納めている。脊髄腫瘍のため2年前会社を退職したが、国民健保のおかげで高額な治療を自己負担なしで受けられ、とても幸運だ」

Q. 実際の医療サービスについてどのように思うか？

「公立病院でも保険診療の患者は次回の予約が取りにくかったり、1カ月分処方されるはずの薬が、1週間分しか渡されなかったりと問題もある。とはいえ、国民健保に加入していて良かった」

Bさん
(30代女性)

オンラインバイク配車サービスのドライバー。30代女性（シングル・マザー）。ジョグジャカルタ特別州在住。

「この仕事は、頑張り次第では高卒でもある程度の稼ぎが期待できる。しかし、もしも自分がけがをした場合は働くことができず、家族を養えなくなってしまう」

Q. 同企業の福利厚生についてどう思うか？

「ドライバーは従業員ではなく、個人事業主として会社と契約する。2017年10月、契約元から近々自営業者として保険に加入するための補助金が出るという話があり、友人と一緒に国民健保と労災保険が適用される労働保険運営機構に加入しようと考えている」

Cさん
(51歳男性)

製薬工場勤務。プカン市在住。

「2017年6月に白内障と診断され、会社の民間保険を利用して手術を受けた。自分のように国民健保とは別に会社が民間医療保険を提供している場合、手続きが必要で待ち時間が長い国民健保を利用する人は少ないのではないだろうか」



民間保険の普及状況

民間医療保険の普及状況

国民保険が後押しする 民間医療保険

国民健康保険が導入される以前は、公営・大手民間企業従業員向けに健康維持保障制度（JPKM）が導入されていた。JPKMでは、申請を受けた団体が政府（保健省）の定める基準を満たす場合に、政府が医療保険の保険者としての免許を与える。JPKM事業において被保険者は保険者が契約した医療機関で受診し、治療費は認可を受けた保険者から医療機関へと支払われる（注1）。

① JPKM加入者が国民健康保険へと移行したこと、②国民健康保険導入に伴って雇用者である企業の負担が増えたことにより、民間医療保険の販売が困難になるのではないかと予想された。そこで、ジャカルタ近郊のタンゲランで保険エージェントを務めるチスリ・カスミ（Chisuli Kasumi）さんにヒアリングした。

（注1）厚生労働省「各国にみる社会保障施策の概要と最近の動向（インドネシア）」『世界の厚生労働 2007』

国民健康保険導入は、民間保険産業を圧迫しているか？

チスリ：当初は、国民健康保険の導入で民間医療保険の購入者が減少してしまうと危惧していた。しかし、実際のところは、かえって民間医療保険の購入希望者が増えたと実感している。

そもそも、インドネシア人は「今日の食事にありつければそれでよい、それ以降のことは明日心配する」という考え方の人が多い。特に、中所得層より下の層ほど、この傾向は強い。そのため、民間医療保険の購入者は富裕者層に限られてきた。とりわけ、私の販売する外資系保険などは高所得者向けの保険商品であり、ほとんどの顧客は富裕層である。

ところが、実際に強制加入の国民健康保険が導入されてから、むしろ国民健保の存在のおかげで保険の有効性に気付いた中所得者層や若年層が加入することが多くなった。将来に備えて準備をするという意識への転換が起こったように感じられる。

販売戦略は？

チスリ：医療保険だけを販売しても国民健康保険と競合してしまうため、実際には確定拠出年金と医療保障がセットになった商品を勧めることが多い。ただし、子どもがまだ小さい世帯に対しては、子ども向けの医療保険を勧めることもある。

インドネシアの民間保険会社は、内資・外資を問わず、加入時に例えば、55歳以下という年齢制限を設けていることが多い。そこで、保険の有効性や将来の不安に気づきつつある層に対して、保険商品を販売するという戦略をとっている。

民間保険商品の具体例

具体例として、日系保険会社の一つであるパニン・ダイイチ・ライフ（Panin Dai-ichi Life）の医療保険商品についてみてみたい。

パニン・ダイイチ・ライフの保険商品は大きく二つの商品からなっており、主に家族向けの年金・生命保険で一つの保険証書で家族5人までをカバーするパニン・プレミア・マルチリンクト（Panin Premier Multilinked）と、1枚の保険証書につき被保険者1人をカバーするプライム・クライシス・カバー（Prime Crisis Cover）である。前者は家族向け生命保険商品であり、医療保障を付帯させることにより提携病院での90日までの入院費用が保険対象となる。後者はその医療保障を単体で販売しているもので、国民健康保険に不安を感じる層、例えば子どもの保険のみを追加で購入することを希望する層を対象としていると考えられる。



関連施設

1 次診療施設と高次医療施設

保健所（プスケスマス）から 病院へ患者を紹介

インドネシアは患者紹介システムを採用しており、1次診療施設^(注1)で対応できない患者をより高次の医療施設^(注2)に紹介する医療制度となっている。

1次診療施設は、入院設備のない診療施設や設備の不十分な病院であり、その大半は公立の保健所（プスケスマス）、一部が民間のクリニック（Klinik）である。これらの施設は全国に1万9,969カ所設置されている。

高次医療施設は、入院設備の整った公立・私立の病院であり、全国に2,170カ所ある。病院での保険診療を希望す

る場合は、まずはかかりつけの1次診療所で診療の上、紹介状を取得する必要がある。

しかし、1次診療施設による高次医療施設への紹介状が乱発され、国民健保運営機構の経営を圧迫しているという指摘もなされている。

(注1) Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama: FKTP

(注2) Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjut: FKRTL

地方部での保険医療施設整備が課題

人口の集中するジャワ島やスマトラ島以外における保健医療施設の整備が課題となっている。「地域保健診療センターに係る2014年75号保健大臣規則」

^(注3)によると、インドネシアの医療を担う公立の1次診療施設は、各郡に最低1カ所を設置することが義務付けられている。

しかし、人口密度が低く面積が広い外島部においては、面積ごとの診療所の設置数が少なくなってしまう、患者の診療所へのアクセスが困難となっている。例えば、保健医療分野の学会大会^(注4)である学会大会^(注5)で、パプア州保健局担当者が明らかにしたところでは、パプア州においては自宅から保健施設までの距離が遠いため、国民健康保険制度の利用が促進されないという問題が生じている。

(注3) Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 75 tahun 2014 tentang Pusat Kesehatan Masyarakat

(注4) Jaringan Kebijaksanaan Kesehatan Indonesia

(注5) Forum Nasional JKRI







各ヘルスケア 分野の特徴と傾向

- ・ 医療
- ・ 介護
- ・ 予防・健康管理
- ・ スポーツ
- ・ レクリエーション
- ・ 美容



各ヘルスケア分野の 特徴と傾向

医療

医療へのアクセス、大きく改善 ～伝統民間療法も健在

全体的な医療水準は決して高いとはいえないが、外国人や富裕層が利用する代表的国立病院や私立病院は近代的な設備が整っている。ただ、心臓疾患などの外科的手術が必要なほど重症の場合は、シンガポールなどの海外に緊急移送することがある。高所得者の間では、シンガポールなどの先進医療国に赴く医療観光（メディカルツーリズム）も旺盛である。

政府は保健所の機能強化にも力を入れており、国民健康保険の導入により一般の医療機関受診の機会も増えていくであろう。

一方、手術など高度治療は低所得者には依然として負担であることから、伝統的なマッサージ師や指圧師に頼ることもある。風邪のような軽い体調不良の時は、クロックという硬貨を使ったマッサージなどの伝統的治療を利用する人も多い。

病院

Aクラス病院^(注)といえば政府主導の公的医療機関だったが、ここ数十年で財閥系や外国系病院も力を入れはじめている。健康意識の高まりを背景に、より高度な医療サービスを売り物に拡大しているのが、大手財閥リッポー・グループ傘下の「シロアム病院」である。1996年に初の総合病院をジャカルタ郊外に開設したのを皮切りに、現在までにジャカルタ首都圏に11院、全国では計31院を保有しており、比較的短期間に国内最大の総合病院グループに浮上した。

これに対して医学の最高峰、インドネシア大学医学部系の大学病院であるチプト・マングクスモ病院も各種医療機器の拡充を進めているほか、各地のAクラス病院の動きも高度治療需要の高まりに対応、施設の強化、拡充に動いている。政府は地方自治体が運営する病院も底上げを図る方針である。

富裕層による海外への医療観光も盛んである。インドネシアでは年間60万人が計14億ドルを医療観光に費やしていると試算されている。シンガポールへ医療観光として訪れる外国人としてはインドネシア人が最多（全体の5割）であり、シンガポールの大手病院メディカル・チェックも含めて営業活動に力を入れている。

その他、歯科や眼科などは専門医が住宅街に自宅兼用でクリニックを開設している。

(注) インドネシアの病院はA-Dの4つのクラスに分類され、Aクラスが最上位となる。Aクラス病院は広範囲にわたる専門的な診療サービスや各診療科横断でのサービス提供が可能（経済産業省「医療国際展開カントリレポート：インドネシア編、2016年3月」参考。

中央ジャカルタにある民間「シロアム病院」



保健所（プスケスマス）

病院以外の医療機関として、初期医療の中心的役割を担うのがプスケスマスと呼ばれる国立の保健所だ。プスケスマスは平均的な所得層の住民にきめ細かいサービスを提供している。保健省によると2016年時点で全国に9,767カ所あり、地域によって多少のばらつきがあるが、人口3万人あたり1.17カ所の計算になる。

ジャカルタ特別州内の区ごとに設置されたプスケスマスは24時間運営である。分娩、家族計画、栄養指導をはじめ、さまざまな市民サービスや歯科、眼科など日常生活に絡んだものが多い。健康維持活動も行うなど、市民に健康意識の向上を働きかけている。平日は各専門医も常駐している。初診料は午前5時から午後4時までは2,000ルピア、午後4時過ぎから翌午前5時までは1万5,000ルピアである。

もう一つの大きい役割は周辺にある各種病院と協力し、急病、けがなどにも適切かつ敏速に対応することである。24時間体制で対応し、重症か軽症かを判断し、症状によって提携する病院に移送する体制を整えている。病院の種類は、大型総合病院、主要地域病院、各種の民間医療機関などさまざまである。

南ジャカルタ・ステイアブティ区にある24時間のプスケスマス



民間療法

プスケスマスと並んで市民が頼りにするのは民間療法である。バイクタクシーを日常的に利用するインドネシアでは、転倒事故が多い。ただ、骨折や脱臼など本来外科の治療が必要な症状でも、一般の所得層にとって病院は治療費が高く障壁となっている。病院でレントゲンを撮るだけで費用が尽き、それ以上の治療に進めないこともある。そこで市民が利用するのが伝統的なマッサージ師や指圧師で、一般的にトゥカン・ウルツ（Tukang Urut）と呼ばれることが多い。骨折専門のあん摩指圧医院として有名な「ハジ・ナイム（Haji Naim）」には1日に100人以上、多い日には300人を超える治療希望者が訪れる。1人の診療時間は10～20分程度である。代々受け継がれてきた指圧やひねりによる治療は麻酔もなく、患者が悲鳴を上げるほどの痛みだが、「治療後に痛みが軽減する」、「治りが早くなる」という体験者の口コミで、訪問者が後を絶たない。



伝統マッサージ医院「ハジ・ナイム」

参考：<http://www.hcpj.jp/medicalinfo/south-asia/865.html>
<http://www.thejakartapost.com/travel/2017/09/27/tourism-and-health-ministries-to-develop-medical-tourism-in-indonesia.html>
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170224173017-255-196014/haji-naim-sang-legenda-pijat-patah-tulang-asli-cimande/>
http://www.kakou.or.jp/group/section_world.html

INTERVIEW

オムロン ヘルスケア インドネシア

会社名 PT. Omron Healthcare Indonesia
業態 家庭用医療機器の販売
進出時期 販売:2001/現地拠点開設:2012

マーケティング・ディレクター
西 敷 慶 哲 氏

－ 血圧計で健康管理に貢献 －

オムロン ヘルスケア インドネシア社は2012年にインドネシアに拠点を構え、本格的に健康医療市場の開拓に乗り出しました。15年からは病院向けのEカタログ(E-catalog^{注1})に登録を開始し、地方の保健所(ブスケスマス)に血圧計を導入しました。また心臓財団との協業も行っており、全国に「血圧測定」の習慣が根付くよう活動を行っています。

注1 Eカタログ(E-Catalog)とは、政府系機関の調達システムにおける医療機器などの電子カタログ

インドネシアへの進出と最近の動き

当地での販売は代理店経由で2001年からスタートしました。血圧計、体重計、体脂肪計、喘息用吸入器(ネブライザー)、体温計など家庭用医療機器のブランドとして「OMRON」はインドネシア社会に浸透しつつあります。

現地法人設立後、代理店数も増やし販路を約3倍に拡大。今では全国約2万2,000店の薬局のうち、1万3,000店で取り扱いがあります。今後は品揃えの充実とともに、いかに啓蒙・啓発を行い販売台数を増やしていくかがカギになるでしょう。

例えば、売上の5割を占める主力商品の血圧計の年間販売台数は15万台です。一方、インドネシアでの高血圧患者はデータで捕捉されているだけで4,000万~5,000万人いるとされます。当地では、日本のように学校や企業で定期的に健康診断を行うことが定着しておらず、血圧や体重を測定し体調管理に役立てるという考え方が浸透していません。そのため自覚症状がないまま高血圧状態が続き、心臓発作などで突然死する事例も多いのです。

オムロン商品



心臓財団とコラボレーション

こうした意識・認識の低さを変えることが市場開拓の重要戦略と気が付き、インドネシア心臓財団とのコラボレーションを開始しました。具体的には、「国際高血圧デー」に際してのイベントや地方での啓蒙活動を通して血圧測定の知識を広めています。2006年は地方の各都市で500~1,000人規模のイベントを開催し反響も大きかったです。



世界心臓デー

購入層の属性と特徴

価格レンジでは4,000円から2万円のものを用意しています。1万円弱と比較的高額な商品の販売台数が最も多くなっています。高所得層がユーザーの主流ではあるものの、中間層が増え始めているという外部環境を受け、初めて購入したい方でも比較的手頃な4,000~5,000円台の購入者層をさらに増やすことを狙っています。

消費者の購入動機は医師に勧められるパターンが多いです。家族や知人、メディアも情報源になっています。血圧計のターゲットとなる層は年配世代なので、ラジオや新聞を通じた宣伝をしています。逆に若者向けには、製品と連動したアプリ「オムロンコネクト」を“スマートな健康管理方法”として提案していく予定です。

地方で見えた格差と需要

これ以外にも、保健省からの引き合いで全国の保健所に血圧計などを納入しました。地方では医療施設でさえ基礎的な機器がそろっていない状況があります。また、データの分析から薬局が少ない地方は人口に対しての販売金額に大きくギャップがあり、需要に応えきれない現状がわかりました。この実情から、オンラインのチャネル開発や地方への普及にもつなげる計画をしています。

許可申請と医療機器

販路から見た売上比率では家庭用が9割ですが、今後は病院への売り込みも強化していきます。2015年にEカタログへの登録を開始しました。医師は欧米に留学した人が多いため、欧米製品の使用に慣れ親しんだ医師が多いです。しかし、家庭用機器で得たブランドの認知度を足場に医師や看護師への商品説明・啓蒙を行い、日本企業の提供する品質の良さを勝負していきたいという考えがあります。

製品は海外の生産工場から輸入しています。インドネシアは、他国と比較して医療機器の許認可の申請や手続きに長い期間を要します。しかし、世界第4位の人口、今後の医療体制の充実などを考えると、このような煩雑かつ複雑な手続きに時間を要しても参入していく魅力は高いと思います。今後進出を検討する企業にとって、このような背景の正しい認識を踏まえ事業構築のスピード、参入・投資判断をしていくこともポイントになるかもしれません。

参考: <http://omronhealthcare.co.id/>

介護

発展途上の市場 ～高齢者向けサービス需要拡大に期待

若者の人口比が高く、高齢者（社会省は60歳以上を高齢者と定義）が家族の一員として住むインドネシアでは、「老人介護」が社会的に大きな問題となるのはまだ先となる見通しであるが、高齢者介護施設・サービスの使用は少しずつ広がりを見せている。

高齢者介護施設・サービスは大きく4つに分類できる。①政府が運営する高齢者施設、②宗教財団やNGOが運営する高齢者施設、③在宅介護サービス、④介護サービス付きアパートである。一般的に①と②が低所得者向け、③と④は中～高所得者向けであり、老人介護サービスは二極化の方向に進んでいる。

潜在的に全国で約180万人に上るとされる要扶養の高齢者を対象とした扶養（介護）施設・サービスの提供は政府だけでは困難であり、高齢者福祉を管轄する社会省は宗教系組織や財団、民間企業などの参入も期待している。

介護サービス付き施設

高所得者向けの住宅・介護サービスを提供しているのが、日本のロングライフホールディング株式会社が運営する「ダ・カヤンガン」。要介護者へのサービスはもちろんのこと、自立した高齢者が老後を楽しめるよう、コミュニティ活動や趣味活動など快適な環境を提供している。

このようなサービスを兼ね備えたアパートあるいはマンションタイプの住宅介護サービスは、まだまだ未開拓の市場である。

高齢者向け製品

インドネシアの小児用紙おむつ市場で6割強のシェアをもつとされるユニ・チャームが、高齢者向けおむつを販売している。

参考：<http://www.insanmedika.co.id/>
https://mynurz.com/id/IDN?gclid=Cj0KCQIAyNjRBRCPARisAPDBm2Vfz-ApFgkbWLRt7VHRM8wmSesEgyUhNKLFA9vKcn8AeHJLjmmVLAaAktVEALw_wcB
<https://newsphere.jp/business/20150111-1/>



教会が運営する低所得者施設

高齢者施設

地方政府あるいは財団・宗教団体が運営する高齢者向け施設（Panti Jompo/Panti Lansia）。政府が運営する施設は入居無料だが、不衛生で介護スタッフがおらず、シェルターのようなイメージである。一方、カトリック教会やモスクなど様々な宗教団体や財団が運営する施設では、入居条件もそれぞれ異なる。

パサール・ミングにある「Sasaa Tresna Wecha Karya Kasih」はインドネシア・プロテスタント教会が運営する高齢者住宅であり、入居は60歳以上の女性のみを対象としている。部屋のタイプによるが、入居金は200万ルピア、1人用のスタンダード部屋は月額125万ルピア（3食込み）である。エアコン、手洗い・浴場が付いたVIPルームでも300万ルピア程度である。ただし、専門介護スタッフが限られているため、体に不自由のある高齢者は受け入れる事はできず、あくまで自立した高齢者向けの施設である。

在宅介護サービス

病気や事故の後遺症で体が不自由となり介護が必要な場合、家族にとって在宅介護が選択の一つとなっている。インドネシアでは一般的なベビーシッターや家政婦とともに、介護士を派遣する人材派遣会社が主に在宅介護サービスを行っており、ここ数年は介護・看護を専門に紹介するスタートアップ企業も増えている。

インサン・メディカ社は2013年から高齢者訪問ケアの人材紹介・仲介サービスを展開するスタートアップ企業である。ジャボデタベック（ジャカルタ首都圏）を中心にケアギバー（看護師・介護士）の派遣を行う。3年制専門学校卒業以上の登録証を有した人材を選抜し、トレーニングも行う。顧客がケアギバーに対して支払う対価の2割が同社の手数料収入となる。

在宅介護サービスの費用はケアギバーの訪問回数やスキルの良し悪しによる。一般的に、月間500万～2,000万ルピアとされる。



高齢者向けアパート「ダ・カヤンガン」日本製の可動式ベッドが設置



ダ・カヤンガンの介護ベッド設備



同、部屋内の様子

INTERVIEW

ロングライフ 会社名 ロングライフホールディング株式会社
業態 高齢者住宅の管理・運営
進出時期 2014年9月設立



緑に囲まれた施設

高齢化社会を見据えて

我々は30年先の2050年頃を見据えています。インドネシアが将来的に多くの高齢者を抱え、人口大国が高齢化大国へ発展した際、多様なニーズに応える多様なサービスが必要とされるでしょう。まだ高齢者介護が浸透していない同国に日本式介護ノウハウを輸出、自立支援サービスを育成し、来たるべき需要に備えています。貧困層への手当は政府が行いますが、富裕層にも当然選択肢が必要でありそこに貢献していくことが民間企業の役割だと考えています。

我が社が運営する住宅「ダ・カヤンガン(D' Khayangan)」は西ジャワ州チカランの複合開発地域「コタ・ジャバベカ」にあります。集合住宅形式の280室と、ヴィラタイプ102棟を計画。ゴルフ場を見渡せる緑に囲まれた住宅からは、商業施設や病院、学校などへのアクセスも良好です。

現在の入居者は、60歳以上で、インドネシア人と外国人の比率は半々くらいです。入居プランは終身プラン、年払いプラン、タイムシェアリング^{注1}など計6プランを用意しています。入居時の年齢、サービス内容(介護、食事など)で異なりますが、終身プランは入居金約570万円から、年間プランは約200万円からあります。

我が社では、1人ひとりの属性に合わせたプランを個別に提案しています。入居時に、介護用具(車いす、手すり、ベッド)や家具など計1,000点が収録されたカタログから各自の好みに合わせて選択できます。宗教、出身国、言語など入居者の属性に合わせてプランを作り上げるというきめ細かいサービスが特徴です。サークルや文化交流、発表会など、高齢者が目標を持ち生き生きと暮らすことを促進しています。

注1 タイムシェアリング：短期間居住を希望するメンバー同士が、利用日数をシェア出来るプラン。年間60日または120日から選べ、セカンドハウスとして利用することが可能。

業界をリードする責任・役割

インドネシアは人口が増えるという魅力はありますが、まだ若い国であり介護サービスの提供という業態は珍しいです。だからこそ、この分野のリーディングカンパニーとして業界を成長させていくという役割も担っています。

我が社を含む高齢者福祉業界は、介護事業などの情報交換制度やネットワーク構築を目的とした「インドネシア・シニアリビング協会(ASLI)」を発足しています。業界団体を作り、保健省をはじめ政府と福祉のスタンダードを作ることが重要と考えています。

現在、介護士のサービスの質の向上を目的とし、労働省とともにインドネシア初の介護士の資格制度整備に取り組んでいます。養成カリキュラム制度は日本をモデルにする予定で、実現すれば日本水準の介護ケア、ヘルパーの養成を目指しています。ASLIは最初の国家指定事業者として講習・試験・資格発行を行い、海外への人材派遣にも貢献しています。

パートナー

我が社は、日本でいち早く現在のビジネスモデルの開発に着手した民間企業として注目を集めました。そのため、外国企業から共同事業の展開を打診されるケースも多くありました。その中で、ジャバベカグループをパートナーとして選んだのは、同グループがインドネシアの介護サービス発展に強い熱意を持っていたからです。ビジネスの将来性は魅力的と確信しているものの、まずは「ローカルに役立つ」という思いを事業展開に際し大切にしています。プロジェクトの運営でパートナーとの役割分担や業務の線引きを上手に進めながら、共に事業を推進していきたいですね。

介護用品の輸入に苦慮

介護用品の輸入には大変苦慮しています。現在、使用している介護用品は現地生産と輸入品の両方が存在しますが、種類が限られているため、日本などからの輸入が必要となります。但し介護用品が医療機器に該当すると関係する規制への対応が求められ、手続きには相当の時間とコストがかかるのです。

入居者の声

プラシトさん(75)

住み始めて4年、ジョグジャカルタなどで医師として活躍。絵画やガーデニングが趣味で、自分で描いた絵画を披露するのが楽しみの一つである。医師の経験を生かして、同じ入居者やゴルフのキャディらの健康相談にも応じるなど、周囲との交流を楽しんでいる。

武藤賢司さん(83)

入居し始めて2カ月、ジャバベカ創業者からの紹介で入居。食事(日本食)やスタッフのサービス、気遣いなど質が高くとても満足している。以前はジャカルタ中心部に約6年半住んでいたが、空気の良さが全く違うと感じる。当初は工業団地という印象であったが、むしろ田園地帯という雰囲気や環境もよく、移り住んで良かったと感じている。



武藤さんとスタッフ

北村政美氏

代表取締役副社長



—高齢化を見据え、いち早く インドネシア市場に打って出る—

介護付き高齢者施設を運営するロングライフホールディング株式会社は、現地不動産企業のジャバベカグループとの合併で「ジャバベカロングライフシティ(PT.Jababeka Longlife City)」を設立、2014年にサービスを開始。高齢化率が7%に満たないインドネシアは、高齢者向けサービスは未発展の状況にあります。そこで、人口ボーナス期を過ぎた後の高齢化時代を見越してサービスを展開しています。

予 防 ・ 健 康 管 理



カーフリーデーでの医学生によるメディカルチェック

浸透しない健康診断 ～健康管理は個人の責任

インドネシアでは学校や企業が健康診断を実施する機会はほとんどなく、予防・健康管理はほとんど個人に任されている。健康管理と言えば、昔はジャムウ（伝統生薬飲料）を飲む人も多かったが、最近の薬局を観察するとサプリメントの売り場が多くを占め、需要が増えてきていることがわかる。健康を謳ったミネラルウォーターも出現してきている。

サプリメント

多くの薬局で最も目立つのがサプリメントの陳列棚である。ダイエットサプリメントからビタミン剤系までさまざまな製品が販売されている。輸入品では米国製が多く見受けられる。中央ジャカルタのグランド・インドネシアモール内薬局「ガーディアン」と「センチュリー」の店員によると、ビタミンCやオメガ3を含有するサプリメントが女性に人気だという。

参考：ジェトロ「健康食品調査」（2014年12月）

ジャムウ

ジャムウ (Jamu) は香辛料、地下茎、葉草などを原料としたインドネシアの伝統的な生薬飲料である。かつては民族服を着た家庭の女性がジャムウの入ったかごを背負って歩き売っていたが、最近は自転車やバイクによる販売が多い。1940年にいち早く大量生産を開始した製薬会社のシド・ムンチュル (Sido Muncul) の「トラック・アンギン (Tolak Angin)」は、薬局などで広く販売されている。

健康診断

インドネシアでは1970年に労働移民省（現労働省）が、企業の従業員に対する健康診断の実施を法律で義務づけた。しかし、現実には企業が負担して健康診断を実施するのは一部の大企業に限られている。また一般企業で実施したとしても対象は幹部層に限られているのが実情である。健康診断の費用は病院やクリニックの「格」にもより、30万～400万ルピアと幅がある。血液、尿の簡易検査は60万ルピア程度と言われ、決して安くない。

こうした事情も反映してか、首都ジャカルタでは、毎週日曜のカーフリーデーで医学生らが臨床経験の場としてボランティア的に簡易メディカル・チェックアップを実施する姿が見られる。南ジャカルタのスティルマン大通りでインドネシアキリスト教大学 (UKI) の医学生が実施していた検査項目は、血圧 (1万ルピア)、糖尿値、尿酸値 (各1万5,000ルピア) の3つで、学生にとっては臨床経験の場となり、一般の人への啓発にも役立っている。立ち寄るのは年齢層が多く、初めて血圧を測定し高血圧に気が付いたという人も少なくないという。取材の際に目にした機器のメーカーは血圧計がGEA (デンマーク) とリースター (Riester、ドイツ)、尿酸・血糖値計がイージータッチ (Easy Touch、米国) である。

参考：<http://www.insanmedika.co.id/>
https://mynuruz.com/id/IDN?gclid=Cj0KCQiAyNjRBRCPARIsAPDBnm2vFz-ApFgkbWLRt7VHRM8wmSesEgyUrNKLFa9vKcN8AeHjLjmmVLAAktVEALw_wcB
<https://newsphere.jp/business/20150111-1/>

ミネラルウォーター

インドネシアでは、水を飲むと言えば、ミネラルウォーターを買うのがごく当たり前である。家庭や職場ではウォーターサーバーを置いている所が少なくない。インドネシア・ミネラルウォーター協会 (ASPADIN) によると製水メーカーは700にのぼるといふ。2017年のミネラルウォーター市場は9～10%の成長率で拡大しており、引き続き堅調な市場と言える。

現在のミネラルウォーター市場を作り上げたのが「アクア (Aqua)」ブランド。1973年の販売開始以来、市場をけん引し、インドネシアの離島までくまなく浸透している。平均的な価格は3,500ルピア (600ml) で、同価格帯のネスレ (スイス) や1万5,000ルピアと高めのエピアン (フランス) も広く浸透している。

需要が確実にあることから、最近は「体に良い」「飲みやすい」をうたった新しいミネラルウォーターが続々と出てきており、中でもアルカリ性の飲料水が多く見受けられる。日本の整水器メーカーの日本トリムと、大手財閥系のシナルマス・グループの合併会社による電気分解製造水「プリスティン (Pristine)」は2006年から販売開始、15年にボトルをリニューアルし販売網を拡大している。ほかに酸素水や炭酸水があるが、スーパーで販売されている種類はまだ少ない。

参考：<http://www.industry.co.id/read/2930/industry-air-minum-dalam-kemasan-diperkirakan-tumbuh-9-tahun-ini>
<http://aspadin.com/index.html>
<http://superwahanatehno.com/jp/aboutpristine.html>

薬局で売られている日系の商品

取材で複数の薬局を訪れた際には、コンシューマー向けのヘルスケア製品として、久光製薬のサロンパス、ロート製薬の目薬、佐藤製薬の錠剤などが売られているのを目にした。家庭用医療機器のコーナーではオムロンブランドの血圧計、体重計、体脂肪計、ネプライザーなどが置かれている。



伝統生薬「ジャムウ」を売る女性



スーパーで販売されているミネラルウォーターの一部



公園で太極拳を行う中高年



INTERVIEW

会社名 インドネシアヤクルト株式会社
(ヤクルト インドネシア プルサダ社)
業態 乳酸菌飲料「ヤクルト」の製造・販売
進出時期 1991年設立

インドネシアヤクルト

「健腸長寿」をインドネシアにも

ヤクルトの事業の原点である「健腸長寿」という考え方をインドネシアでうまく表現できた。そこで生み出したのが「Cintai Ususmu (あなたの腸を愛しましょう)」というフレーズです。テレビコマーシャルなどでこの言葉を用いて、乳酸菌を飲むことによる「整腸」という健康管理の考え方や理解を広めようと努めてきました。

現在では1日の平均販売本数はインドネシア国内で約520万本。約10年で5倍の売上規模に成長しました。社員数は工場を含め約5,600人、支店は全国80カ所に上り、ジャワ島以外の島々にも積極的に展開しています。とはいえ、ようやく「ヤクルト」が市場に浸透してきた段階で、新商品を導入するなどの多角化を視野に入れるのはこれからです。



販売本数が伸びている中で、人口当たりの売上本数を顧客への商品の浸透度を図る指標としています。日本では8%前後ですが、インドネシアではその半分にも満たないので、このパーセンテージを段階的に引き上げていくことが目標です。

「ヤクルト」が「お腹によい」という理解が徐々に浸透してきていると感じています。その原動力はヤクルトレディを通じた訪問

販売にあるでしょう。ヤクルトレディが主婦層を中心に、お客さま一人ひとりに「ヤクルト」の特長を説明しています。また、より多くの方に乳酸菌を飲むことによる整腸効果を理解いただくため、弊社では腸の重要性や乳酸菌の働きを紹介する啓蒙活動にも力を入れています。

成長支えるヤクルトレディ

販売本数の全体に占めるヤクルトレディによる販売割合は、現在では5割を超えています。ジャカルタ首都圏のジャボデタベックだけでヤクルトレディは約2,400人、インドネシア全土では8,300人の規模になりました。自社独自の販売ノウハウの構築と努力、ヤクルトレディによる販路の開拓はもちろんのこと、飛び込み営業が比較的容易なインドネシア社会の特徴も成功の要因でしょう。

ヤクルトの事業で重要な役割を果たすヤクルトレディの育成は徹底して行っています。ヤクルトレディは、毎昼、10名程度が所属する販売拠点である「センター」に集合し、社員から40分程度、商品知識等の徹底指導を受けます。こうした日々の積み重ねが右肩上がりの成長を生み出してきました。また、各ヤクルトレディをそれぞれ「販売店」と位置づけ、在庫管理は各自が責任を持って行います。

「歩く広告塔」ともいえるヤクルトレディは大切な存在です。実は、当地では女性が外に出て働くことに夫が反対するケースもあります。その際は、社員が自宅まで赴き、夫に仕事内容を説明、説得する



上野社長と川口ダイレクター

といったプロセスが必要となる場合もあります。ヤクルトレディ増加の裏にはこうした地道な努力もあります。

ハラルをハードルと考えない

弊社で製造している「ヤクルト」はインドネシアの皆さまに安心して飲んでいただけるよう、ハラル食品（イスラム教徒向け食品）の認証をとっています。日本人の間ではハラル食品を難しく考えている企業が多い気がします。しかし、当地のハラル協会に相談すると、親切にいろいろと教えてくれます。実際に協会の方に工場に来ていただくと、認定に必要な具体的な改善策などをしっかりと指導してくれます。ハラルの認定を目指している企業の担当者で、意欲のある方でしたら、是非自らインドネシアに来ていただき、ハラル協会に話を聞いてもらうことが一番の近道でしょう。



上野早苗氏

代表取締役社長

日本でもおなじみの乳酸菌飲料「ヤクルト」は、今や世界の38の国と地域で販売されています。中でもインドネシアヤクルトは9番目の海外進出先として、1991年に設立され、1997年の通貨危機により販売本数は一時落ち込んだものの、ヤクルトレディの教育や「健腸長寿」の考え方の普及を積極的に行い、現在は右肩上がりで成長を続けています。同氏は18年以上にわたり、インドネシアにおける市場開拓に携わってきました。



スポーツ

アパレル市場の需要拡大に期待 ～運動人口の増加が背景

インドネシアで人気のスポーツと言えばバドミントン、サッカー、武道（空手、柔道、ブンチャックシラット）である。しかし、より簡単でどこでもできる公園での運動やランニングが最近では主流となっている。こうした運動人口の増加もあり、スポーツ関係のアパレル商品は今後も成長が期待できる分野といえる。高所得者向けにはファッションや機能性に優れた製品も需要が出始めている。



ジャカルタマラソン

市場概況と主なブランド

シューズのブランドでは、ナイキ、アディダスの知名度が非常に高いが、本格的なランナー用シューズでは日本ブランドのアシックスに対する信頼度は高い。中間層がよく利用する中央ジャカルタのFXモールに入居するスポーツ用品店「スポーツ・ステーション」では上記ブランドのほか、ニューバランス、スケッチャーズなどの海外ブランドも取り揃える。以前は日常用としての需要が多かったが、最近ではウォーキングやランニングをしたいという女性客が増えているという。店員によると、インドネシアでは運動用シューズの質ではアシックスがナンバーワンとのこと。価格帯では140万ルピア～200万ルピア台のランニングシューズが人気である。

一方、南ジャカルタの伝統市場を見れば、格安の靴もまだまだ健在である。さすがに運動用には不向きな靴が大半だが、5万～10万ルピアで購入できる。ジャカルタ市民は日常的にはサンダルを使用する人がまだまだ多い。

ランニングウェアの割合ではアディダスのTシャツ・パンツを着用する人を多く見かけるが、まだまだ普段着で運動するという人も少なくない。一方、ファッションや機能性を重視する層では、1着100万ルピアほどもする薄型のスポーツウェアを着用、より本格的なランナーは、数百万ルピアするガーミン（GARMIN）の距離計を購入し身につけている。高所得者層にとってはこうしたものを身につけることがある種のステータスともなっている。

参考： <http://www.garmin.co.id/>



バドミントンインドネシアオープン



早朝に柔道の稽古を行う

オニツカタイガー

アジアの観光客を中心に人気を博しているアシックスのブランド、オニツカタイガー（Onitsuka Tiger）の店舗が2017年インドネシアに上陸。第1号店のプラザ・スナヤン店は大盛況となっている。隣接のアパレルショップの人の入りはまばらだが、オニツカタイガーの店舗は吸い寄せられるように人が集まり混み合っている。旅行で日本を訪れた際に購入した人からの口コミやインスタグラムで情報が広がり急速に知名度を伸ばしている。

参考： <https://wopolop.detik.com/read/2017/10/28/123333/3703716/233/sneakers-mania-onitsuka-tiger-buka-toko-pertama-indonesia-di-plaza-senayan>

INTERVIEW

セレブリティ フィットネス

会社名 Celebrity Fitness
業態 フィットネスクラブ
進出時期 2003年営業開始

ファリダ氏
マネージャー

インドネシア人の特性に合わせ

人付き合いが大好きなインドネシア人の特性が、フィットネスへの関わり方にも現れています。私はシンガポール滞在経験も長いのですが、個人で黙々と運動をするスタイルのシンガポール人とは異なり、インドネシア人はメンバー同士で親睦を温めながらフィットネスを楽しむ姿が印象的です。個々に真剣にトレーニングに取り組む人もいますが、合間に仲間との会話を楽しむことが運動を続けるモチベーションにもなっているようです。

館内は多くの若者でにぎわっています。音楽もにぎやかでパーティー会場に来たような気分になるかもしれません。フィットネス側が会員を定期的に招待してイベントも実施、親睦を深める機会を提供することで会員の間に一体感を生み出しています。

設備は日本と遜色なし

施設内には3スタジオ、パーソナルトレーニングエリア、各種トレーニングマシン、トレッドミル、エアロバイクがあるほか、ロッカールーム、シャワー室も完備しています。日本との違いといえば、スイミングプールがないことでしょうか。インストラクター付きのスタジオレッスンはダンス系（1日4～6クラス）、ヨガ・ピラティス系（同3～5クラス）、バイク用（同1～3クラス）を開講しています。

最もにぎわうのは夕方

地域により客層や購買力が異なりますが、FXモール周辺はビジネスエリアなので、出勤前、退社後の会社員が多く利用します。1日のチェックイン数は700人前後（重複含む）です。午後5時から同9時の時間帯が最もにぎわいます。そのため、クラスも午前7時～同9時、午後7時～同8時の時間帯に設定しています。人気のあるインストラクターをInstagramでフォローし、レッスンのあるスタジオにわざわざ赴くという人もいます。

－ 働き盛りの若者の中で人気 －

「セレブリティ フィットネス」は、インドネシアで拡大中のフィットネスクラブです。2003年に営業開始後、現在まで全国で36（ジャカルタ首都圏では23）のクラブを展開し、会員メンバーは17万8,000人になりました。今回は中央ジャカルタ・スナヤンのグロラ・ブンカルノ競技場に近いFXモール内にあるクラブを紹介します。

セレブリティをリーズナブルに

大きく二つのコースがあり、料金は比較的リーズナブルです。メラプティコースをカード決済で契約すれば、月会費は69万9,000ルピア、回数制限なくバリエーションにもある店舗も追加料金なしで利用可能です。

パーソナルトレーニングは24回と36回のコースを選ぶ人が多いです。36回コースの場合は1,000万ルピア程度。インドネシアの消費者向けマーケティングでよくある「Buy1, Get1（一つ買えば一つおまけ）」戦略を導入し、「初回2人で来ると1人分無料」や夫婦利用時の割引キャンペーンもやっています。ただ、初回体験の動機付けは出来ても継続利用に至らないケースもあり、さらなる努力が必要ですね。



週に3～4日は通うというメイクアップアーティストのアティさん（30）



人気のエアロバイククラス

コース	初回事務手数料	月会費	
		カード払い	現金払い
メラ・プティ (全国のクラブ利用可)	34万9000	69万9000	79万9000
ワン (1クラブのみ利用可)	34万9000	57万8000	67万8000

・ロッカールーム契約：15万/月 ・ピジター料金：25万/回
・最低契約期間：1年(1年未満の解約は60万ルピアの違約金が発生)

単位：ルピア

レクリエーション

運動を楽しむ始めた市民 ～日常の渋滞から逃れ健康的な 体づくり

世界有数の交通渋滞都市としても知られる首都ジャカルタ。市民にとって渋滞は大きなストレス源であり、歩道は歩きにくく運動不足になりがちである。そんな日常から逃れるように、市民は週末の朝に公園へ出かけ、あるいは日曜のカーフリーエリア（歩行者天国）でサークル活動に参加し、思い思いに体を動かし始めている。「皆と一緒に集まり楽しむ」のがインドネシアスタイル。様々な所得層、年代に広がり始めた運動を楽しむ動きが加速し、コミュニティーを通して運動人口はますます増えている。



公園で健康ダンスをする人々

整備が進む市民公園

ジャカルタでは、北部のビーチリゾート「アンチョール」と東ジャカルタのテーマパーク「タマンミニ」が2大レクリエーション施設。どちらも、運動ができる広い敷地はあるものの、庶民にはお金がかかる娯楽である。

一方で、無料のレクリエーション施設、例えば市民公園が運動向けの施設として整備・改善され始めたのはここ数年のこと。例えば、南ジャカルタにある「タマン・ホンダ」は2010年にジャカルタ特別州とホンダ・プロスペクト・モーターが協力して運動ができるよう生まれ変わった公園である。

毎週日曜の早朝、運動コミュニティーが繰り広げているのが、健康ダンスである。音楽とインストラクターの掛け声に合わせ、みんなが動き始める。自然に周りの参加者が増え、およそ300人がダンスに汗をかいている。集団行動が好き、見知らぬ人もウェルカムなインドネシアならではの光景だ。

最も賑わう時間帯は午前5時半～9時頃。イスラム教の早朝の祈りのため早起きは苦にならないうえ、昼間は気温が30度を超えるので必然的に朝の活動がメインとなる。

楽しいことが一番!

サークルメンバーである主婦のエラ(Ela)さん(39)は早朝5時半からの体操に参加しに来た。この日は体操の上手さを競うコンペ(会費約300円)にも参加する。

夫と子ども2人もたまに一緒に来るが、「私が一番積極的」という。サークルは主婦が多く、毎週集まって一緒にダンス(体操)するのが楽しみとのこと。夫の手取り月収は約4万5,000円で中所得層にあたる。5年ほど前から運動を続け、10キロの減量にも成功。「意識してダイエットをしていたわけではないが、体重が減り体調がよい」と話す。ダンスのズンバクラスにも参加したり、月1回、近くの産婦人科で血圧測定したりする他、脂肪分の摂取にも多少気を遣っている。



市民公園で健康ダンスに参加する主婦のエラさん



週末は家族で遊びに来るといふデウィさん一家

一方、このサークル活動の朝の体操に参加していたのはデウィ(Dewi)さん(35)。この日は夫、2人の子どもと遊びに来て、家族でバドミントンを楽しんでいた。渋滞から逃れ、緑のある公園にいと、心もすっきりハッピーになれるという。運動で体重も減ったが、それは「おまけ」だという。

「健康的な人ほどお金にも余裕のある裕福な人」とエラさんは考える。富の象徴は「太っていること」より「健康的な体形」だという。ただ、自分はリーズナブルに公園で運動し、運動着にもお金をかけない。靴は約5万ルピア(450円)で、

使い古したらまた新しいのを買えばよいと考えている。近所の人は運動に対する意識が低いが、公園の運動に誘ったり、運動靴を紹介したりしているという。

公園はこうしたお金をかけずにリーズナブルに娯楽を楽しみ、日常の喧騒(けんそう)から逃れたい人の憩いの場となっている。周りで運動している人の刺激を受け、モチベーションの維持につながっているようだ。



仲間で楽しみを分かち合う ランニング・サークル



バリで結成され、2017年8月にジャカルタ支部が出来たばかりのランニング・サークル「ライオット (RIOT)」は、毎週木曜に南ジャカルタのクニンガンの運動場で、日曜はFXモールに集合し8～10キロを走る。マラソン大会にも参加している。ジャカルタのメンバーは20代を中心に約60人である。会費はないが、リーダーを筆頭にトレーナーや広報担当がいて、インスタグラムなどを通して新規入会も増えている。

サークルで活動する理由は「一人だとつまらない。みんなとすることから楽しいし、いざとなった時に助け合える」とのことだ。走るのには、生活の質を豊かにするためであり、減量は単なるボーナスと、口をそろえて話した。

Personal Data

- サラ : ズンバやムエタイなど以前から旺盛に参加。
- デウィ : 当初は1キロも走れなかったが今では10キロ走れる。
アンダーアーマーのシューズは約180万ルピア、タイツは200万ルピア。
- ヤカ : 体重が100キロ近くあったが、4カ月で約15キロの減量に成功。



左からサラ (24)、デウィ (27)、クイ (29)、ヤカ (25)

高所得層の 自転車サークル

南ジャカルタのスティルマン・セントラル・ビジネス地区 (SCBD) にあるカフェ「サイクロ・コーヒー (Cyclo Coffee)」にはサイクリング愛好家が集まる。ここを拠点の一つにする自転車サークルが「バイク・トゥ・ブレイクファスト (Bike to Breakfast)」である。50代の男性5人で2年前に結成、この日は4人が集合した。平均で40～50キロの距離を走行する。

この日の4人は元々運動好き。サイクリングは足への負担も軽く最も良い運動だという。レースには参加せず、あくまでも趣味の一つとして楽しむ。毎週、走行の後に仲間と集まり、チームの名称どおりカフェで朝食を食べて気分転換をする。自転車のメンテナンスや備品を買いそろえるなど支出は惜しまない。「日本の瀬戸内海にあるしまなみ海道を、海を見ながらぜひ走ってみたい」と話した。自転車は約2,000万ルピアである。



左からアディ (57)、ノンキ (44)、アル (57)、アリ (55)

Personal Data

- アディ : 建築家。ジャカルタマラソンやトライアスロンにも過去に参加。
走行距離を管理する腕時計型距離計ガーミン (GARMIN) は400万ルピア。
- ノンキ : 会計コンサルタント。ヘルメット120万ルピア、シューズのブランドはカットライク (Catlike) 200万ルピア。
- アル : 会計コンサルタント事務所運営。日本に何度も行ったことがある。
- アリ : ファッションデザイナー。ヘルメット150万ルピア、シューズのブランドはマビック (mavic) 120万ルピア



GARMINの距離計

INTERVIEW

パナソニック・ビューティー

会社名 PT Panasonic Gobel Indonesia
業態 家電販売会社
進出時期 1960年

多田直之氏
取締役

－美容家電のリーディングカンパニーとして市場を創造－

女性の美容意識の高まりを見据えて、いまパナソニックのグループ会社「パナソニック・ビューティー」がアジアで展開を図っています。新市場の美容分野において、インドネシアの市場開拓の現状と展望をお話します。

ドライヤーを主力に展開

パナソニック・グループが全社を挙げて、アジアの市場でパナソニック・ビューティー戦略に乗り出したのは2011年。2013年にはインドネシア含む東南アジアの国でも開始しました。美容商品群の中から「ヘアケア」「フェイスクア」「ボディケア」などを中心に消費者に提案を始めました。インドネシアでは、ヘアドライヤーを主力商品に取り上げています。肌の角質層まで潤いを届けるスチーマーや「美顔器」など1台300万ルピア以上の高所得層向け美容ケア商品も販売しています。

ヘアドライヤーは低～高価格の商品をそろえる中で、ボリュームゾーンは30～40万ルピア台の低価格商品群。電力不足のインドネシアならではの販売上の制約もあります。高機能のヘアドライヤーは1500～2000ワットが普通ですが、インドネシアの一般家庭では1000ワット以上の家電が使えない場合が多いからです。

需要を喚起に向けあの手この手

美容家電はとくに「需要創造」をする必要がある分野です。冷蔵庫や洗濯機など日常生活に必要な機能性商品と違って、いわゆる官能性商品で必ずしも必需品ではありません。それだけに消費者に夢を売る、つまり需要を創造する努力が必要となります。

ですが、それにはさまざまな試行錯誤も

避けられません。例えば日本で一躍ヒット商品となった電動歯ブラシ。万年筆のような携帯歯ブラシというコンセプトで男性受けを狙い、「ポケットドルツ」という商品企画をしましたが、発売前のマーケティング調査で女性向けの「ランチみがき」にもむしろ市場可能性があるかと判断し、そのコンセプトで商品もピンクなど鮮やかな色合いのものをそろえました。これが見事に当たり、新しい市場を切り開きました。



この経験ももとにインドネシアにも電動歯ブラシを導入してみました。しかし、結果は失敗でした。インドネシアはそもそも電動歯ブラシというものが無い市場。需要を喚起するまでに至らなかったんです。

今、需要開拓に力を入れているのはヘアドライヤーです。単に髪を乾かすだけでなく美しく格好良く「ケアする」という一歩先のドライヤーの需要を伸ばす作戦に出ました。狙う客層は高所得層、とくにチャイニーズ系。この層の潜在需要の掘り起しが目下の課題です。マスメディアでの宣伝はせず、お試し会場で体感してもらいSNSや口コミでの広がりを狙っています。

昨年からは日系ヘアサロンとタイアップし、ふわっとする髪を感じられるシチュエーションを創り出しました。ヘア展示会「Hair

Expo 2017」でも大々的にイベントを行い、知名度の普及に努めています。

日本の技術を導入、ジャパン・クオリティで売り出す

さらに、インドネシア市場で、ジャパン・クオリティを全面に打ち出す作戦を開始しました。日本のテクノロジーが効率よく快適な生活を実現するというコンセプトです。ローカルや台頭するアジア勢家電メーカーにない日本のクオリティ感を出すことが不可欠だと考えています。

昨年は、日本技術を搭載したプロ用のバリカンを東南アジアで初めてインドネシアで売り出し、プロの高い評価を得ました。他の美容商品も、プロ向け製品を通して一般消費者の間でも商品イメージの向上、販売拡大を狙っています。

消費は2019年後半から膨らむ期待、日本のリードで市場拡大

インドネシア経済の伸びはインフラ投資がけん引しており、家電業界は実のところ需要は思ったほど伸びておらず、経営的にもまだ苦しいところ。ただ、19年後半にふたたび消費が復活、健康や教育関連分野で需要が膨らんでいくと予想しています。潜在市場を見据えて今がまさに事業拡大に向けた準備が必要と日本メーカー各社は考えているでしょう。

需要を創造する努力が必要な健康美容業界。パイの奪い合いよりもパイの拡大が業界の今後のカギを握っており、日系企業の意欲的な取り組みが新規需要を刺激し、業界全体が活性化される時代はそう遠くないと考えています。

美容

デトックスもアンチエイジングも ～女性の間で美意識高まる

女性はいつも美しく健康でありたいもの。ジャカルタでもデトックス、アンチエイジングなど西洋的な考えは美への意識が特に強い女性の間で浸透してきた。高級化粧品は海外ブランド、なかでもスキンケア商品は韓国ブランドのイメージが強い。最近ではローカル系のブランドも増えている。中高所得者層を中心に、ブランドを気にしながら美容にお金をかける人々が増えてきている。

美容運動として体と心のバランスを整えるヨガも少しずつ人気広がっている。

健康を売りにしたヘルシーフード店も真新しさを求める都会の若者中心に人気を得ている。

ヨガ

じわじわと愛好者を増やしているヨガ。2004年に、外国人の客層が多い南ジャカルタのおしゃれエリア、クマン地区でヨガスタジオ「ビクラムヨガ・ジャカルタ (Bikram Yoga Jakarta, Yoga@42)」がオープン。現在はスポーツのメッカ、スナヤン地区にもスタジオを持つ。海外で指導を受けた外国人インストラクターがオーナーとしてスタジオを運営するケースが多く、ヨガ専門で幅広くチェーン展開しているスタジオはまだない。今後ビジネス機会の拡大が見込まれる。

ビクター料金は1回20万～40万ルピア程度と安くはない。1カ月通い放題、1年間通い放題といった回数制限のないプランが主流である。ヨガマット、ヨガウェアなどの価格帯は日本よりも高く、ウェアだと上下セットで200万ルピアはする。メンテン地区にあるスタジオ「ホット3ヨガ (Hot3Yoga)」は9割が女性客で、腰痛や肩こりの改善と健康維持を兼ねて定期的に通っている人が多いという。



スキンケア

年中続く強い日差しや、揚げ物が多めの食生活などにより肌荒れに悩む女性も多い。美肌・美白への強い憧れがあり、スキンケア系のクリニックやビジネスも成功している。日本と同じく、高級品はショッピングモールの化粧品専門店、低～中価格帯商品は薬局やスーパーで扱われている。

ローカル系では、中高所得者層向けのクリニックからスタートした「エルハ・デルマトロギ (Erha Dermatology)」が商品開発も行いスキンケアブランドを確立。クリニックを備えた店舗では一般の肌トラブルにも対応し、皮膚科クリニックといえる。個別の症状に合わせた基礎化粧品やヘアケア用品も取り揃える。美白効果のあるレーザー照射やリフトアップ効果のあるハイフなど機器を用いた治療もあり。ビタミンC系の美容液も人気という。

日系では、資生堂、コーセー、カネボウなどのブランド認知度が高いが、どちらかと言えば高所得者向けである。中間層向けの薬局で海外やローカルブランドと並んで売られているのがロート製薬の「肌ラボ」シリーズで、価格も1商品あたり数万ルピア前後でリーズナブル。

海外のスキンケアでは、オーガニックの植物や果実を原料とした英国の化粧品メーカー、ザ・ボディショップ (The Body Shop) がジャカルタ首都圏に51店舗、フランス発の自然派系コスメブランド、ロクシタン (L' OCCITANE) も合計24店舗を展開している。



ヘルシーフード

中間層の間でもっとも消費が旺盛なのは「食」である。人気のモール内には次々と新しい飲食店やカフェがオープンし、まさに食ブーム真っ只中。嗜好(しこう)の多様化に合わせてヘルシーを売りにした飲食店もぞくぞく登場している。



野菜摂取を全面に出したサラダストップ!

シンガポール発のサラダ専門店。2016年末にジャカルタに1号店をオープンし現在4店舗を展開している。60種類以上の具と約20種類のドレッシングから好みの材料を選びオリジナル・サラダを作る。シーザードレッシングが売り。使用する野菜の85%が国内産。

健康・美容を訴求する美人鍋

日本で居酒屋「塚田農場」を展開する飲食チェーン大手エー・ピー・カンパニーが2017年5月にジャカルタ1号店をオープン。コラーゲン鍋を中心に日本料理を提供。野菜が多く取れ、ノンオイルなヘルシー料理を健康・美容志向に訴求。食材の地産地消にも力を入れる。夜は仕事帰りの会社員や家族連れでにぎわう。

スムージーのリ・ジュヴ

果物や野菜100%のフレッシュジュース、スムージーを販売する店。現在ジャカルタ首都圏に40店舗展開。ボトルジュースは3万8000ルピアからで、普通のジュースに比べ4倍の値段がするが、10本まとめ買いをする人もいるほど健康志向の人には人気。オンラインで定期購入する人もいる。



参考： <https://kawaii-beauty-japan.com/article/4399/10-produk-kecantikan-drug-store-terpopuler-di-jepang>
<http://female-daily.com/blog/2016/08/02/5-skin-care-wajib-dibeli-dari-jepang/>
<http://www.jakartashimbun.com/member/detail/35257.html>
https://www.nikkei.com/article/DGXLRSPP441198_R30C17A3000000/
<http://www.rejuve.id/> | <https://www.getscoop.com/berita/lokasi-menikmati-cold-pressed-juice/>

INTERVIEW

会社名 スウェ オラ ジャムウ(Suwe Ora Jamu)
業態 健康飲料カフェ
進出時期 2013年(1号店開店)

スウェ オラ ジャムウ



落ち着いた雰囲気の内



独自に商品開発したジャムウの7種類

伝統生薬「ジャムウ」を現代風にアレンジ

「ジャムウ」は、インドネシア人なら誰でも知っている伝統的な生薬飲料です。体に効くとされる多種多様な香辛料や地下茎などの原料を調合しています。ショウガ、ウコン、カルダモン、タマリンド、シナモンを中心にマイルドさを出す米粉、サウキピヤシ、蜂蜜などが材料で、これらを調合してドリンクを作ります。

2013年に第1号店を夫婦でオープンし、現在は提携店も含めジャカルタ(7店)、バリ(4店)、スラバヤ(1店)と徐々に店を拡大中です。

「ジャムウは知っているけど飲んだことが無い」という世代が増えています。市場経済の急速な浸透のなかで伝統的なジャムウを売り歩くおばさんたちは減り、製薬会社が工場で作る飲料が取って代わっています。伝統的な健康維持の食文化が衰退していくことに危機感を感じて、夫婦二人三脚でこのカフェを始めました。雰囲気作りを大切に、自ら店舗の内装からスタートしました。原料もジャカルタ近郊の農家から直接購入しています。

店を始めた当初はマーケティングもかなり大変でしたが、最近健康に気遣う人が増えてきたことを実感しています。ジャムウの理解には、背景・知識を伝えることが重要だと気付き、インドネシア国内外で普及活動を行っています。症状が出てから飲む「薬」と同じものと誤解されていますが、実際は健康維持管理のため日常的に摂取するのが好ましいのです。そんな意識を浸透させる取り組みがまずは必要ですね。

若者のカフェ利用スタイル、嗜好に合わせた戦略

体の凝りや頭痛など病気ではないが体に不調を感じる人が訪れてくれます。オーガニック志向やデトックスに関心を持ち始めた女性の来店も増えていて、社会の健康志向

の高まりを実感しています。若者に受け入れられるためには、工夫が欠かせません。

味に関しては、伝統的なジャムウは苦味が強いので若い世代に受け入れられません。舌触りをよくするなど、若者向けに商品化などを提案、試行錯誤を繰り返しています。

特に見た目の美しさにこだわっています。カラフルなドリンクや清潔感のあるパッケージは若者にも受け入れやすいようです。また、保存が効く乾燥茶葉など自宅で手軽に飲めるジャムウも開発しています。野菜や果物を加えたスムージーのようにしたり、鮮やかな色にするためにハイビスカスを取り入れたりするなど工夫しました。

メニューには、ジャムウの原料に何が使われているか、その効用がそれぞれわかるよ

うに書いています。定期的にモールや店舗でイベントも開催しています。最近では口コミが広がり、ベトナムやフランスなどから引き合いも出始めました。将来的には商品の輸出も見据えています。

カフェで提供するジャムウは約70種類で、価格帯は1杯1万5,000ルピア(約125円)からと通常のカフェで提供されるコーヒーより手ごろな値段です。ジャワの伝統的なスナックや軽食も提供しています。独自に開発した瓶詰(290円)は保存料なしで開封前は1年保存がきくように開発を重ねました。日系のイオンモールでも取り扱っています。

こうした地道な努力で、少しずつですが、現代の新しいジャムウ文化を再び根付かせ、将来的には海外での展開も考えています。



ノフア デウイ氏
創業者

- 健康志向の若者にアプローチ -

南ジャカルタのクバヤロン・バルのおしゃれな伝統健康飲料のお店がスウェ オラ「ジャムウ・カフェ」である。カフェに訪れる客層はさまざま。土日の昼は主婦層や家族連れ、平日は午後3時から開店し会社帰りの若者や、学生など。カフェでおしゃべりするのが若者の流行ということもあり、時間が遅くなるにつれ賑わいを増す。



健康や老後に対する 意識・活動実態

- ・ アンケート調査
- ・ 世代別座談会



健康 に対する

意識・活動実態

健康管理・増進の意識調査

ジェトロは、ジャカルタ市民の健康増進および退職後の生活等に関する意識調査を実施した。ジャカルタ市民の健康意識は総じて高く、健康増進活動も意欲的に行なわれている。退職後の生活や介護のあり方については、世代間による意識の差が見受けられた。

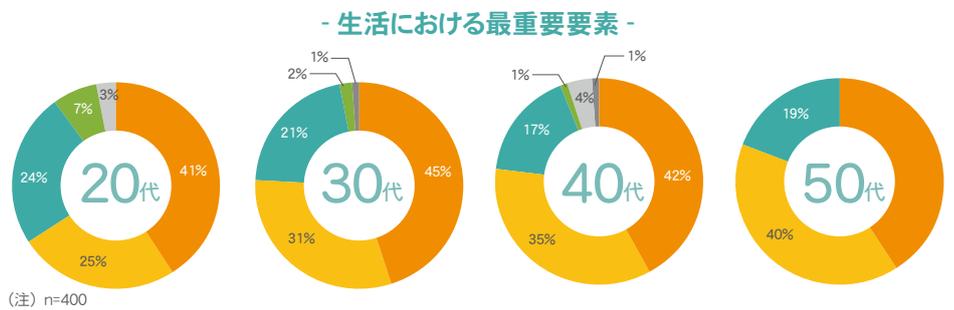
「ジャカルタ市民の健康長寿意識」調査

アンケート調査は、男女各200名（合計400名）を対象とし、2017年12月にYCP Southeast Asia社が実施。20代、30代、40代、50代の各年齢層からそれぞれ100名（男女各50名）が回答。

1 宗教が最も重要

生活の中で、「宗教」が最も重要と答えた人の割合は年代を問わず最も多く、国民の8割以上がイスラム教徒であることが影響していると考えられる。一方で、健康が最も重要と答えた人の割合は年代が上昇するごとに増加し、50代は40%と宗教の41%とほぼ同水準となる。

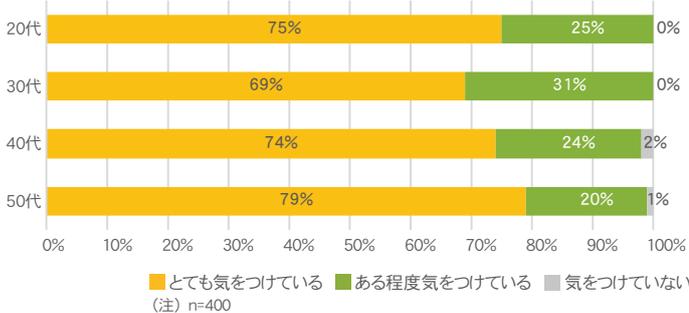
■ 宗教 ■ 健康 ■ 家族
■ キャリア ■ 資産形成 ■ 自己表現



2 高い健康意識、50代では約8割

年代を問わずほぼ全ての回答者が「健康に気を使っている」と回答した。「とても気を付けている」との回答は7割前後を占めて高水準にある。

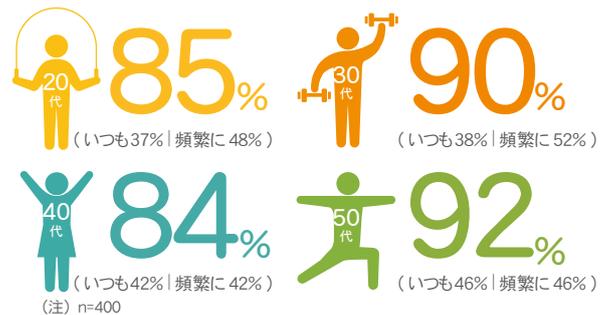
- 健康に対する意識の度合 -



3 8割以上が健康づくり

ほぼすべての年代の人が、日常的に何かしらの健康増進活動をしている。「全くしない」の割合は年代を問わず0~1%台と、頻度の差はあるもののほぼすべての人が健康増進活動をしている。

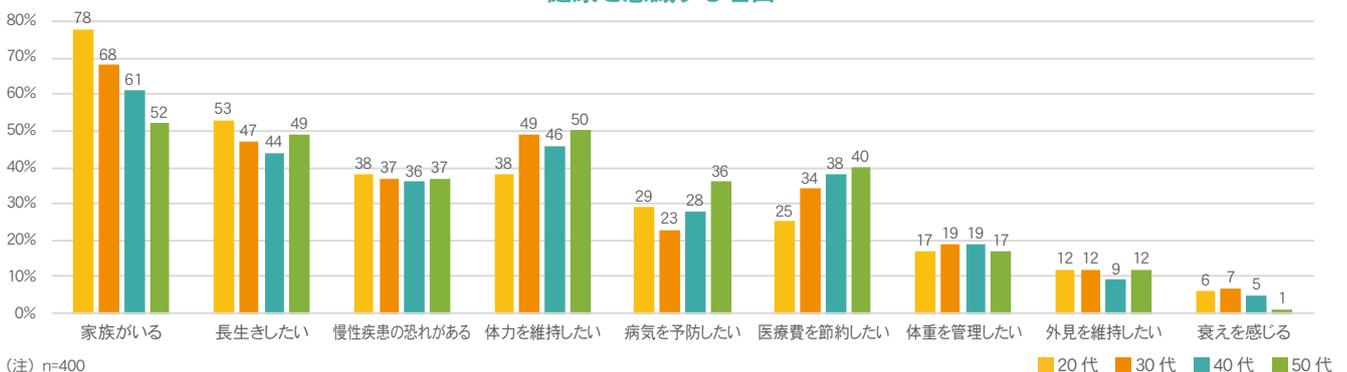
- 健康増進に取り組む頻度 -



4 年齢とともに病気にならない身体づくりを意識

年代を問わず、家族の存在が健康を意識する最大の動機であるが、年代が上がるにつれて家族の割合は減少する。代わりに、年代の上昇とともに、体力の維持、病気の予防、医療費の節約などが増加する傾向にある。

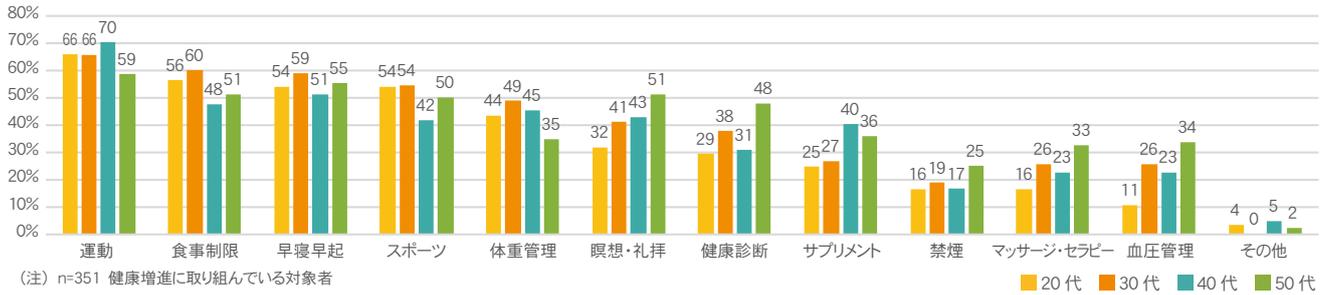
- 健康を意識する理由 -



5 健康のために6割が運動

年代を問わず、運動の割合が最も高い。年代が上昇するにつれ、「瞑想・礼拝」、「健康診断」、「マッサージ・セラピー」、「血圧管理」など体を激しく動かさない健康増進活動の割合が高まる傾向にある。

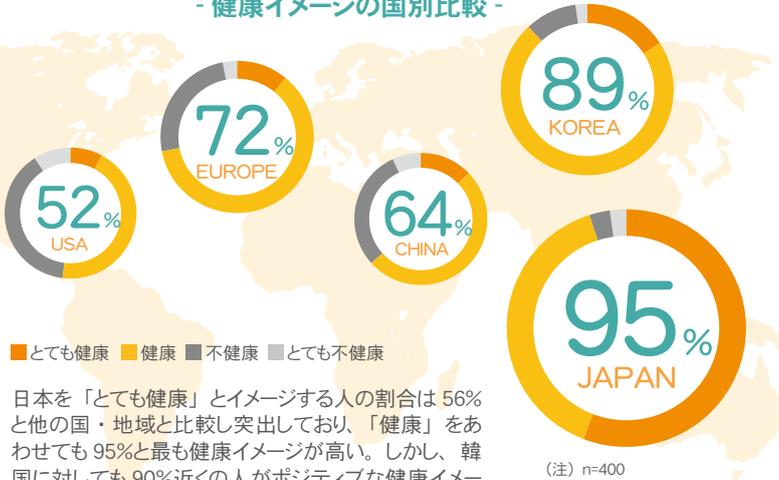
- 健康増進のために取り組んでいること -



6 日本が最も健康的なイメージ

(数字は「とても健康」「健康」と回答した割合)

- 健康イメージの国別比較 -



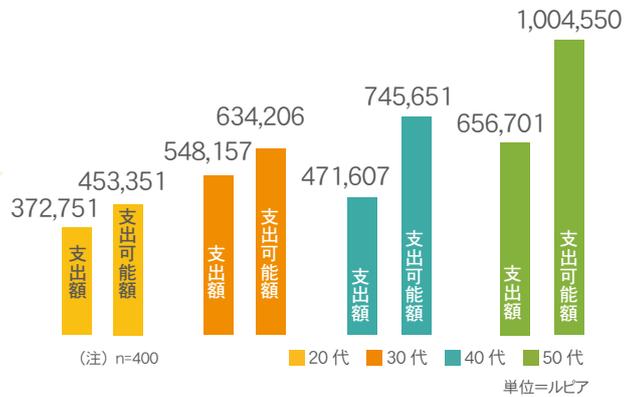
■とても健康 ■健康 ■不健康 ■とても不健康

日本を「とても健康」とイメージする人の割合は56%と他の国・地域と比較し突出しており、「健康」をあわせても95%と最も健康イメージが高い。しかし、韓国に対しても90%近くの人がポジティブな健康イメージを持っており、健康ブランドの浸透において、日本の強い競合相手となっている。

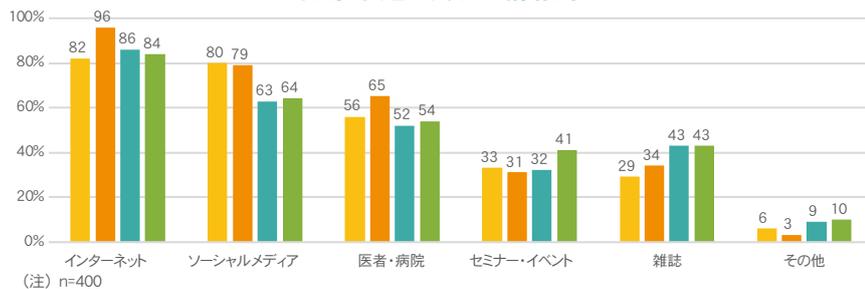
7 50代、健康のために100万ルピア支出可能

支出額と支出可能額はともに、年代の上昇とともに増加する傾向にある。支出額と支出可能額の差は年代が上がるにつれて拡大し、特に50代はその差が約34万8,000ルピアと支出余力は20代の4倍に上る。

- 健康増進に対する支出額と支出可能額 (月額平均) -



- 健康増進に関する情報源 -



8 情報源はネットとソーシャルメディア

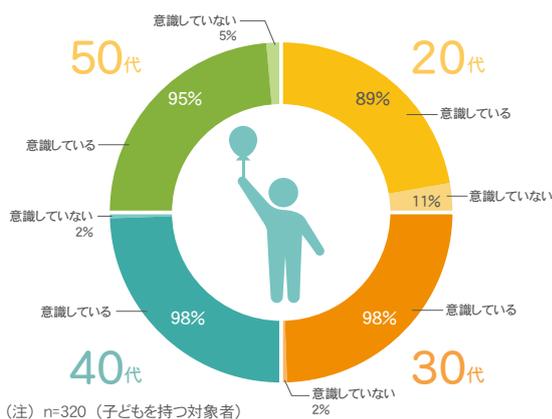
年代を問わず、健康増進に関する情報源はインターネットとソーシャルメディアが中心である。年代の上昇とともに「セミナー・イベント」や「雑誌」の割合が増加するものの、インターネットとソーシャルメディアには及ばない。

■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代

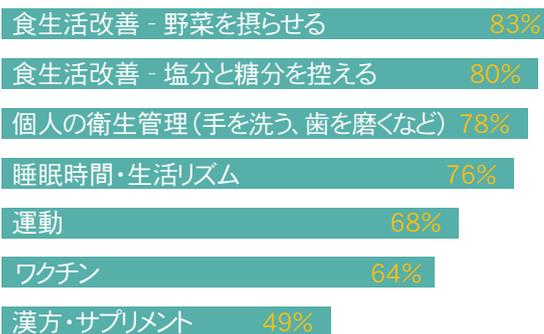
9 子どもの健康のために食生活改善

20代は若干少ないが、総じて子どもの健康増進への意識は高い。具体的には、積極的な野菜の摂取や塩分・糖分量を避けるなど、食事の中で健康を意識する家庭が多い。しかし、「ワクチン」や「サプリメント」もそれぞれ64%と49%と、利用は多い。

- 子どもの健康増進を意識しているか -



- 子どもの健康増進のためにやっていること -



(注) n=304 (子どもを持ち、かつ子どもの健康増進を意識している対象者)

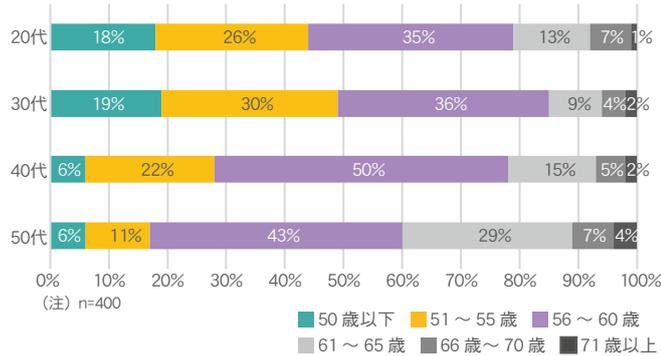
老後 に対する 意識・活動実態

退職後に対する意識調査

① 60歳、70歳でも働きたい 50代で4割

年代が上がるにつれ退職したい年齢も上昇する傾向にある。経済事情などにより現実的な回答をする人が増えたためと考えられる。特に、60歳を境に年代間の意識の差が大きく、60歳までに退職したい割合は40代以下で80%前後であるのに対し、50代は60%と開きがある。

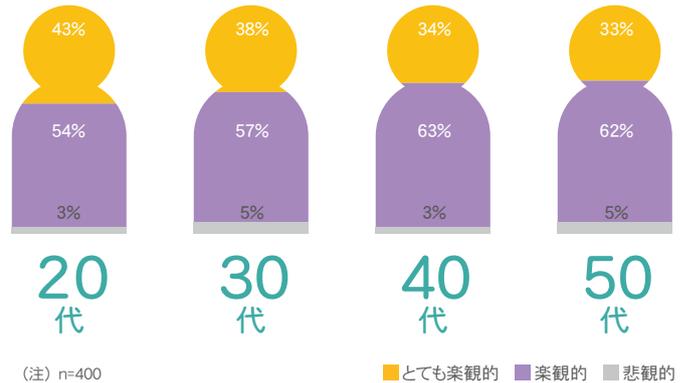
- 退職したいタイミング -



② 年代問わず退職後の生活には楽観的

年代を問わず、退職後の生活について比較的楽観的に考えている人がほとんどである。「とても楽観的」と答えた人の割合は年代の上昇とともに減少し、20代と50代で10%の差がある。

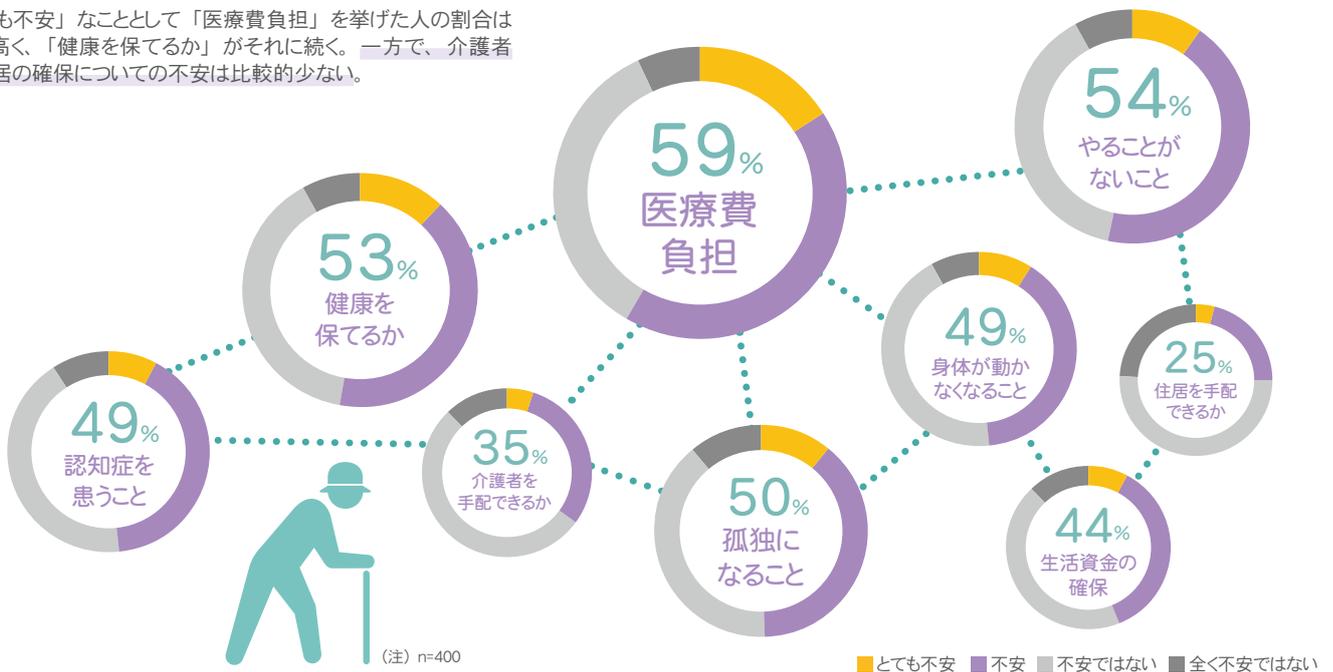
- 退職後の生活へのイメージ -



③ 退職後の生活、6割が医療費負担を懸念 (数字は「とても不安」「不安」と回答した割合)

「とても不安」なこととして「医療費負担」を挙げた人の割合は最も高く、「健康を保てるか」がそれに続く。一方で、介護者や住居の確保についての不安は比較的少ない。

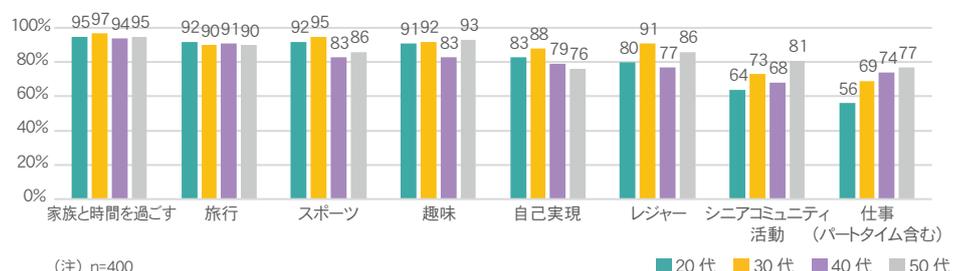
- 退職後の生活に対する不安要素 -



④ 退職後は家族と過ごし、旅行やスポーツも

年代を問わず、「家族と時間を過ごす」と「旅行」は90%以上と高い割合になっている。一方で、シニアコミュニティ活動や仕事（アルバイト等）への参加意欲は、年代が上がるとともに上昇する傾向にある。

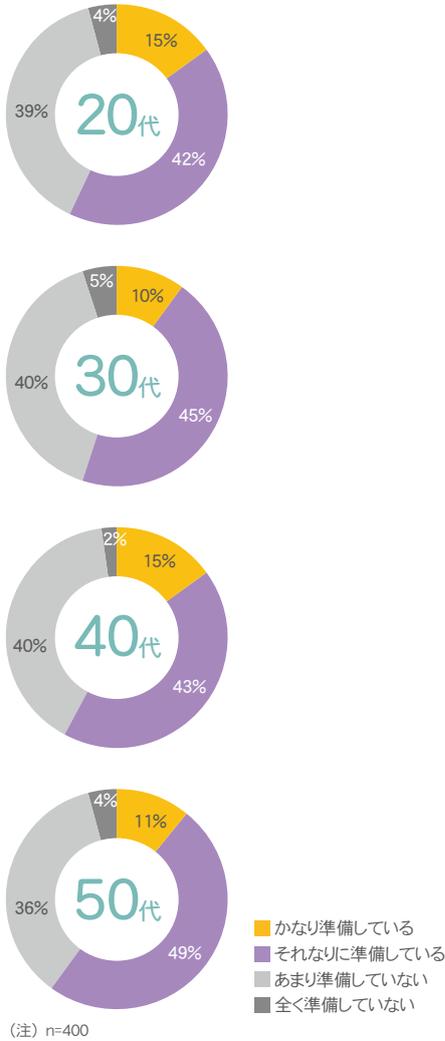
- 退職後にやりたいこと -



5 6割が退職後に 向けて準備

年代を問わず、何かしら退職後の準備をしている人の割合は55～60%と、退職が迫る50代でもそれほど準備の必要性を感じていないことが伺える。「かなり準備している」と回答する退職後に対して意識の高い層は年代に関係なく割強存在する。

- 退職後の生活への準備状況 -

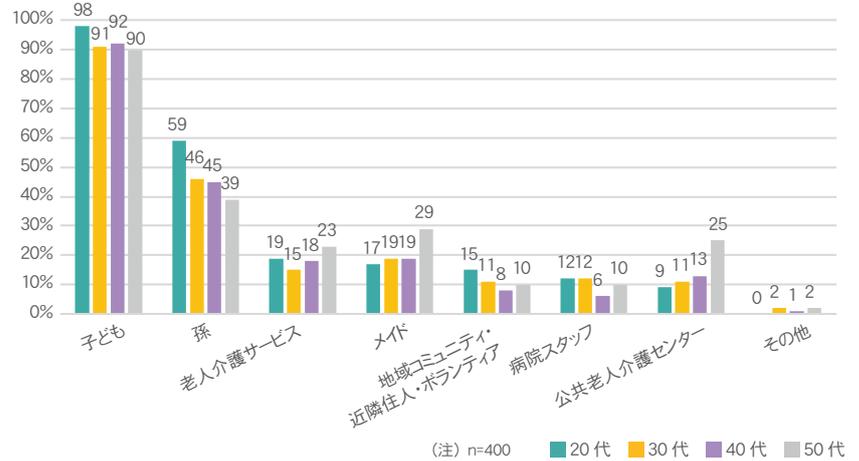


6 子どもに介護を期待

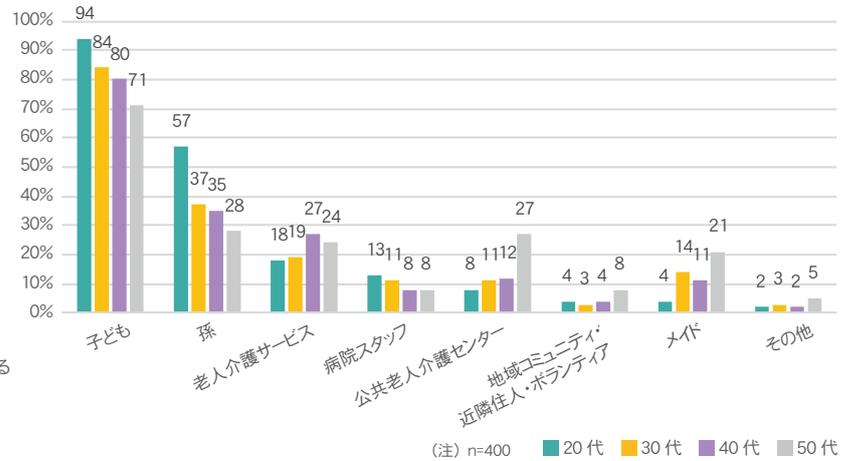
年代を問わず、介護の担い手は「子ども」とする回答が最も多く90%を超える。しかし、年代が上昇するにつれ、老人介護サービス、メイド、公共老人介護センターを肯定的に捉える傾向は見てとれる。

「自分自身は誰に介護してもらいたいか」では、「子ども」と回答した人の割合は年代の上昇とともに減少し、20代と50代では23%の差がある。一方で、年代の上昇とともに、老人介護サービス、公共老人介護センター、メイドを肯定的に捉える傾向は見てとれる。

- 家庭内の要介護者を誰がケアすべきか -



- 自身が要介護者になった時、誰にケアしてほしいか -



7 退職後の生活、4割が 400万ルピア以上必要

4,000,001ルピアが一つの境界線になっており、4,000,001ルピア以上の割合は全回答の43%を占めている。一方で、500,000ルピア以下の割合も17%と一定程度存在しており、必要と考える退職後の生活費については個人差が大きいことが伺える。

- 退職後の必要生活費（月額） -



(注) n=400

為替レート：100円=12,022ルピア（2017年12月の中央値）（インドネシア中央銀行）



元気うちにリタイアして
旅行に行きたい

サプリメントは
オンラインや
インスタ
で購入

週に5日は夜に
ランニングを
3~4年続けている

ダイエットのために
早歩きしている

運動の動機はダイエット。肌の調子が整うサプリが人気。

20 30 代 座談会

＼質問①／

普段、健康管理のために何か
取り組んでいることはありますか？

アンナ: 当然やっているわ。社会人になっ
てから週に2~3回、朝30分くらい早歩
きと腹筋運動。基本は1人だけどたまに
友達とゆったりもするわ。

ビンタン: 私は月2回友達とズンバをやっ
ていて、あと日曜にときどき彼氏とジョ
ギングしているわ。1年半くらい続けて
いるの。

アンディカ: 私はジムに通ったり、ジョギ
ングしたり、フットサルしたり。ジョギ
ングは毎日じゃないけど朝30分くらい家
の周りのコンプレックス(区画)を走る
くらい。兄弟と一緒にここ2~3年くら
い続けているかな。

マハティール: 私はランニングとフットサ
ルとバスケットボール。週に5日は夜にパ
ートナーと走っているよ。ここ3~4年かな。

＼質問②／

運動をする動機は何ですか？
またなぜその運動をしていますか？

アンナ: たくさんダイエットしたんだけ
ど、なかなかうまくいかなくて。それで
一番脂肪が燃える早歩きにしたの。あと
は健康のためにね。30歳過ぎると病気や
けがになりやすいし。だいたい友だち
は運動するのを面倒くさかってサプリメ
ントを使ってダイエットしているわ。

ビンタン: わたしは友達にズンバに誘われ
たの。ウエストが細くなるって(笑)。やっ
ぱりおなかはやせたいわよね。ズンバは
動作がそんなに難しくないし。いつも決
まった友達と通っているわ。

アンディカ: ジョギングは手軽だし、もう
習慣になっているしね。体も元気になる
し、血液の循環が良くなる。でも友達
のみんながやっている訳じゃないよ。運動
しているのはごく一部かな。

マハティール: 私のまわりは運動好きな友
達が多いよ。フットサルもバスケットも友達と、
お互い誘い合ってやっている。あと運動し
ないとどうしても体がすっきりしないし、
病気になりやすくなるような感じがする。

＼質問③／

健康管理や健康促進のために
普段利用している製品や
サービスはありますか？

アンナ: 27歳のころから肌とか髪とか爪
を気遣いはじめて、薬局でチラシを読ん
だホワイト・ビューティ(商品名: White
Beauty、肌の美容サプリメント)を使っ
ているわ。

ビンタン: 私は20歳のときからハーバ
ライフ(ブランド名: Herbalife、サプ
リメントやパーソナルケア製品などを販
売)、ナトゥルエー(商品名: natur-E、
ビタミン剤)、エネルボンシー(商品名:
Enervon C、ビタミン剤)、スス・コラー
ゲン(ススは牛乳のこと)、を飲んでい
るわ。母に勧められて、自分で決めて使
い始めたの。あと、健康プレスレットもつ
けているわ。

アンディカ: 私も明治のアミノコラーゲ
ンを1年ぐらい飲んでるよ。あと還元ウ
ォーターも2年ぐらい。母に勧められて
ね。あとときどき美容マスクを使ってい
る。使い始めたのは母のために買ったの
がきっかけ。

マハティール: 私は筋肉をつけたいから

ここ2年ぐらいス・エルメン（商品名：Susu L-Men、プロテイン）を使っているよ。あとアップトン・ウェイトゲイン（商品名：APPETON Weight Gain、プロテイン）、ビーコンプレックス（商品名：b-complex、ビタミン剤）、エスターシー（商品名：Ester C、ビタミンCサプリメント）。基本、広告を見て使いはじめたかな。サプリメントを飲むと身体の調子がより整うよ。あとは健康のためと、血液の循環をなめらかにするため。それとあたたかい枕を使っている。父親が使っていたんだけどそれを借りて使うところがほくれるんだ。

＼質問④／
月々どれくらいの予算を健康関連の消費に割り当てていますか？

アンナ：ヌリッシュ・スキン（商品名：Nurish Skin、肌や髪美容サプリメント）は30万ルピア、ホワイト・ビューティは40万ルピア、SK IIはセットで250万ルピア、月額だとだいたい70万ルピアくらいかな。サプリを飲むとやっぱり美白効果と肌の調子が整うし、髪と爪もよくなるわ。疲れが見えないようにね（笑）。日本のものは健康ネックレスとかプレスレットを使っている。今後登場してほしいものだと、免疫力向上に効くものとか、健康にまつわる商品とかに興味があるわ。

ビンタン：だいたい30万ルピアくらいかしら。健康プレスレットはプロモーションで180万ルピアで買ったけど、ネックレスとセットになっていて、ネックレスは母が使っているの。これは日本製品だったと思うわ。サプリメントを飲むと肌の張りがよくなるのよね。あとは寝起きがよくなる。オンラインショップとかインスタグラムで購入したわ。健康になる商品だったら新しいものも興味あるわよ。

アンディカ：近所で買う還元ウォーターの1ガロンが5万ルピアで、明治のス・コラーゲンが1パック20万ルピアとかかな。使っていると肌がよくなるよ。体に悪いものは使いたくないな。

マハティール：プロテインは6万～10万ルピアくらいで、ビーコンプレックスは母親の飲んでる。エスターシーは2万ルピアとか。月額だと60万～70万ルピアくらい使っているかな。

＼質問⑤／
退職の理想の年齢は何歳ですか？退職後の生活に向けて何か準備していることはありますか？

アンナ：50歳から55歳かな。元気なうちがいいよね。老後に向けた準備はね、食事に気をつけたり、休息を十分とるようにしたり、運動したりして健康に気遣っているわ。あと貯金もはじめてる。

ビンタン：私の理想は45歳（笑）。女性がか弱いからね。今から健康に気を遣っているのと、積立貯金をはじめたわ。現金自動預払機（ATM）じゃなくて通帳を窓口にもって行かないと引き出せないやつ。

マハティール：随分早いね（笑）。私は60歳。保険に加入したのと運動を続けている。

アンディカ：理想は50歳かな。元気なうちにリタイアしてあちこち旅行にいきたい。私も保険に加入したのと、前よりもっとお金を稼ぐようにしているよ。

＼質問⑥／
老後の生活を考えたとき、あなたにとって一番重要な要素はなんですか？

アンナ：やっぱり健康でいることよね。

ビンタン：そうね。

マハティール：そうそう。

アンディカ：健康はもちろんだけど、ストレス無く生きたいからお金も十分必要かな。あとジャカルタみたいな都会では過ごしたくないな。

＼質問⑦／
家族の中に介護を必要とする人はいますか？誰がその人の面倒をみていますか？

アンナ：おじさんがいるわ。一緒に住んではいないけど。おじさんの子どもたちが金銭面も含めてお世話をしているよ。まあお金の部分はおじさんも貯金があるけど。

ビンタン：うちもおじさん。うちも一緒に住んでないけど。お金の部分は子どもたちが援助しているのと、不動産収入等があるわ。

アンディカ：うちはおじいちゃん。別々に住んでいるけど。具合が悪くなると子どもたちと介護士とで面倒みている。金銭的な負担は保険もあるけど、あとは子どもたちが払っている。

マハティール：うちもおじさん。一緒に住んでないけど。やっぱり子どもたちが面倒みて、たまにお手伝いさんが来ている。

＼質問⑧／
国の社会保障制度についてどう考えていますか？

ビンタン：制度は確認したけど、年金と医療保険の財源は分けた方がいいわ。

アンナ：サービスは改善されてきていると思うわ。

アンディカ：給与を天引きされて年金として老後のために積み立てるんだよね。社会保障はもっと透明性を高めた方がいい。

マハティール：医療保険より年金制度をもっと充実させた方がいい。積み立てたお金が他のことに使われないようにしてほしいな。

座談会参加者



マハティール・ムハammadさん

性別：男性
 年齢：25歳
 職業：モーターボート製造会社勤務
 既婚・未婚：未婚
 家族構成：15人暮らし / 両親の家



アンディカ・プトラさん

性別：男性
 年齢：31歳
 職業：カフェ経営
 既婚・未婚：未婚
 家族構成：6人暮らし / 両親の家



スティアワティ・ビンタンさん

性別：女性
 年齢：22歳
 職業：銀行スタッフ
 既婚・未婚：未婚
 家族構成：4人暮らし / 両親の家



アンナさん

性別：女性
 年齢：34歳
 職業：金融サービス業
 既婚・未婚：未婚
 家族構成：2人暮らし / 両親の家



老後のために
土地を準備しています

脂肪を燃やす日本の
マッサージ機を
使っています

果物と
ミネラルウォーターを
たくさん撮っています

家族で土日に
ジョギングを
心がけています

家族でジョギングするのが人気。老後の生活は健康が一番。

40 50 代 座談会

＼質問①／

普段、健康管理のために何か取り組んでいることはありますか？

クララ: 数カ月前まで週3回エアロビをやっていたわ。今はやめちゃったけど。何カ月間しか続かなかったわ。

ヤンティ: 私もエアロビとジョギング。エアロビはたまにやったりやらなかったり、ジョギングは土日に家族とやっているわ。もう2年くらいになるかしら。

アロ: 10年弱ぐらい前からいろいろやっているよ。学生のときは時間もたくさんあったから週2回テコンドー、週1回自転車、週2回バスケットボールとみっちりやっていたけど、今は家族でジャカルタ南郊外のブンチャックに行き、自転車をこいだり、軽いジョギングを週2回やるぐらいかな。ブンチャックで自転車をこぐのはジャカルタより空気がいいからね。もう若いころみたいにあまりハードなことではできないよ。運動する日も特に決めてないし。郊外で仕事の打ち合わせをすることも増えたから。

ロヒム: 運動は絶対やるよ。自転車とランニングを妻と子どもと休みの日（火曜

日と水曜日）の午前8時～10時にやるようにしていて、5年ぐらい経つ。

＼質問②／

運動をする動機は何ですか？ またなぜその運動をしていますか？

クララ: そりゃ健康のためよね。脂肪を燃やさないと（笑）

アロ: そう、俺もやせないと（笑）。最近はおいしそうなお食べものがたくさんあってつい食べ過ぎちゃう（笑）。自転車とジョギングは簡単だしカロリー消費もできるしね。健康管理の時間をつくらないと。

ヤンティ: そうそう、会社はずっとエアコンが効いているし、子どもたちもめったに運動しないし。うちは夫が一度病気になってから家族で運動するように心がけているの。ジョギングは簡単だしね。

ロヒム: 近所にも糖尿病の人がいてね、うちも健康に気をつけるようになった。でも食べものは特に気を遣わずに食べたいものを食べているかな。

＼質問③／

健康管理や健康促進のために普段利用している製品やサービスはありますか？

クララ: ヌリッシュ・スキン（商品名：Nurish Skin、肌や髪美容サプリメント）、ホワイト・ビューティ（商品名：White Beauty、肌の美容サプリメント）を飲んでいるのと、果物とミネラルウォーターをたくさん撮るようにしているわ。4年くらい前から。雑誌とかに体に良いつて書いてあるわよね。私の周りの友だちもお肌をよくするためにみんな使っているわ。あとスタミナカアップのためにね。

ヤンティ: そうね、私はプリスティン（商品名：Pristine、日本トリム社製造のミネラルウォーター）をもう6年間飲んでるわ。夫がプリスティンで働いていてそれで健康にいいって知ったのよ（笑）

アロ: 私は疲労回復のサプリを飲んでる。あとスクアレンっていう魚の油の成分のサプリ。ニュートリライト（商品名：Nutralite、アムウェイ社のビタミンサプリメント）ももう5年くらい。心臓にステント（治療器具の一種）を入れていて、その頃に勧められた。スポーツ仲間のみ

んなサプリを飲んでいるけど、仕事仲間
は使っていないかな。

ロヒム: 私は妻に勧められてサンゴピオン
(商品名: Sangobion、貧血予防の鉄分サ
プリメント) を飲んでいる。周りでも飲
んでいる人が多いよ。

\ 質問④ /

月々どれくらいの予算を健康関連 の消費に割り当てていますか？

ロヒム: サンゴピオンは会社へ送って会社
の福利厚生で払っているからいくらだか
わからないな。日本の製品だとサプリと
かは試したことないけど、マッサージ器
は結構前から使っているよ。会社の組合
で35万ルピアで買ったかな。使うと気持ち
いいよ。特に不満はないけど、これか
ら出てきてほしいものとしたら安くてよ
く効く健康器具があるとうれしいな。

クララ: 私はヌリッシュ・スキンが60錠
で30万ルピアでしょ、ホワイト・ビュー
ティが40万ルピアでしょ、サプリメント
に月々それくらいかけているかしら。や
っぱりお肌がよくなる気がするよ。シミが
消えるし、お肌が保護されている気がす
る。まだジャカルタにないものでほしい
ものは、日本で作ったビタミンのサプ
リメントがあったら欲しいわね。

ヤンティ: プリストインは体に良いわよ
ね。ナトゥルエー(商品名: natur-E、ビ
タミン剤) は飲むと体が元気になって調子
がよくなる気がするわ。今使っているもの
に特に不満な点はないけど、美容に効くビ
タミンサプリなんてあれば試したいわ。

アロ: 飲んでいるサプリは、スクアレン(深
海鮫の肝油エキス) が1ボトル30万ルピ
ア、ニュートリライトが1ボトル53万ル
ピアくらいかな。日本のサプリメントは
試したことないけど、脂肪を燃やすとか
いうマッサージ器は使っているよ。1日
中付けている(笑)。1年前に買って250
万ルピアくらいしたかな。やっぱり脂肪
が燃えて体が引き締まるよ。ちょっと効
果が物足りないけど。あと、スクアレン
も飲んでいると体の調子がいいよ。今ジャ
カルタにはない商品だと、1日2回飲む
とやせるみたいなお茶があるよね。あれ
が欲しい。

\ 質問⑤ /

退職の理想の年齢は何歳ですか？ 退職後の生活に向けて何か準備 していることはありますか？

クララ: まあ60歳でしょうね。私は生命
保険に入っているわ。何歳まで生きるか
分からないし、子どもにも残せるから。

ヤンティ: 女性は55歳、男性は60歳つ
てとこかしら。私は医療保険に入ってい
るわ。BPJS(国の医療保険制度) とプル
デンシャル。

アロ: 子どもが結婚したらもうリタイアし
たいよね(笑)。私も医療保険と株式投資
をしている。

ロヒム: 60歳だろうな。私は会社の保
険に入っているよ。

\ 質問⑥ /

老後の生活を考えたとき、 あなたにとって一番重要な要素は なんですか？

クララ: 健康でしょ。体を整えておけば
プラス思考になるし、病気になりにくい
はず。私はそのために美容ケアに取り組
んでいるわ。

ヤンティ: そうね。健康が一番よね。子
どもの面倒もまだ見たいし。

アロ: そうそう健康だよ。いつまでも
ポジティブに活動していきたいし。

ロヒム: 健康で長生きすること、貯金かな。
老後資金のために土地を用意しているよ。

\ 質問⑦ /

家族の中に介護が必要な人は いますか？誰がその人の面倒 をみていますか？

クララ: 義理の父が老後を迎えていて、私
が面倒を見ているよ。生活費はお父さん
の年金に加えて私が出したり、お母さん
から借りたりしているわ。

アロ: うちも義理の父だ。義理の妹が面倒
見ているよ。介護費用は私も出している
けど。

ヤンティ: うちの母ね。私が面倒を見
ているけど、生活費は家族みんなで出
しているわ。

ロヒム: うちの義理の母。義理の弟が
面倒見ている、生活費は折半している。

\ 質問⑧ /

国の社会保障制度について どう考えていますか？

ロヒム: 保険制度は今はずいぶんよ
くなったよ。サービスもよくなって
きた。

ヤンティ: 規則は十分優れているわ。アイ
デアもまあいいかしら。

座談会参加者



ロヒムさん

性別: 男性
年齢: 48歳
職業: ホテル勤務
既婚・未婚: 既婚
家族構成: 5人暮らし/
持ち家



アロ・イウギニウス・
ジャムコさん

性別: 男性
年齢: 43歳
職業: 実業家
既婚・未婚: 既婚
家族構成: 6人暮らし/
持ち家



ヤンティ・ルワイダ・
ナスジョンさん

性別: 女性
年齢: 50歳
職業: 通信社勤務
既婚・未婚: 既婚
家族構成: 5人暮らし/
持ち家



クララ・マリアさん

性別: 女性
年齢: 42歳
職業: サロン経営
既婚・未婚: 未婚
家族構成: 両親と5人暮
らし/持ち家

日本茶を愛飲しています

ビタミン剤と牛乳を取るようになっています。

夫とゴルフを月に4回程度楽しんでいます

ミネラルウォーターを積極的に飲んでいます

ウォーキングが丁度良い。身体の大部分を占める水は大切。

60代以上 座談会

＼質問①／

普段、健康管理のために何か取り組んでいることはありますか？

ギナルティ：自宅のあるコンプレックス（区画）の中を歩いているわ。20年ほど前から毎朝の習慣にっていて、だいたい1時間ぐらいかしら。もう年だもんね（笑）。近所のおばさまたちと一緒に楽しく歩いているわよ。

ナニー：私もウォーキングをやっているわ。あとはゴルフ、若い頃はテニスをしたけど。ウォーキングはだいたい週2回くらい、コンプレックスの中を歩くの。ゴルフは月4回くらいかな。50歳を過ぎたくらいから続けているわ。夫と一緒にやっていて、健康のために始めたけれど、今ではもう習慣になっているわ。

バンバン：私も毎朝のお祈り（午前4時半ごろ）の後に歩いているね。あとは家でジョギング。40歳を過ぎたころから始めているよ。

ザイナル：私も自宅のある東ジャカルタのテベット地区からチャワン地区まで3キロほどジョギングしたり、歩いたり。

＼質問②／

運動をする動機は何ですか？ またなぜその運動をしていますか？

ギナルティ：近所のおばさまたちと健康のためにやっているの。すぐ病気になるないようにね。ウォーキングは私たちの年齢には丁度良いのよ。

ナニー：あと子どもたちにあまり面倒をかけたくないからね。それと太らないように（笑）。ゴルフは運動しながら友達もできるから楽しいわ。

バンバン：運動しないと身体の調子が悪くなるしね。もう年だから健康に気をつけないと（笑）。あと運動していると、身体の調子も自分でよくわかる。呼吸や心臓にあまり負担がかかると疲れてしまうからウォーキングが一番。

ザイナル：イスラムやインドネシアのことわざで「病気になる前に健康を保ちましょう」というものがあり、健康維持に取り組むのは自然なこと。ウォーキングならお金もかからないし、みんなでできる。

＼質問③／

健康管理や健康促進のために普段利用している製品やサービスはありますか？

ギナルティ：ビタミン剤と子どもが買ってきた日本茶を飲むようにしている。あと子どもに言われてオメガ3脂肪酸のサプリメントを摂ってる。60歳を過ぎたころからだから4～5年くらい。抵抗力をつけたいのと、体が丈夫になれば健康になれるから。周りの友人で同じものを使っている人はいないかな。

ナニー：私はビタミン剤のほかには、カルシウムとナトゥルエー（商品名：natur-E、ビタミン剤）を摂取しているわ。あとは色々試してみるのが好き。医療系の広告を見たり、友人や年下の親戚から教えられたり。逆に私が友人に勧めたり。ナトゥルエーは周りの友人でも使っている人が多いかな。カルシウムは薬局でサプリメントを買って飲んでいるの。もう10年くらい。

バンバン：私も45歳を過ぎた頃からビタミン剤と牛乳を摂るように心がけている。ビタミンはサプリメントのB12、ビーコンプレックス（商品名：b-complex、ビタミン剤）、ビタミンAを薬局で買っている。

本を読んで摂った方がいいと思った。友達とは特にこういう話はしない。

ザイナル：私はビタミン剤は使ってないけど、スス・ベア・ブランド（商品名：Susu Bear Brand、牛乳）、スス・アレネ（商品名：Susu Anlene、中高年向けカルシウム強化粉ミルク）、緑豆のおかゆ、ミネラルウォーター、半熟卵などを積極的に食べるようにしている。

＼質問④／

月々どれくらいの予算を健康関連の消費に割り当てていますか？日本の製品・サービスで何か使っているものはありますか？また効果はどうですか？まだジャカルタにないもので、今後登場してほしい製品・サービスなどはありますか？

ギナルティ：月の予算は特に計算していないわ。日本のものだと、日本茶とオメガのサプリを使ったことがあるわ。期待する効果としては健康になれることね。以前はもの忘れが多かったけど、今は少なくなったから効果があったと思う。特に不満もないし、今ないもので新しく欲しいサービスや商品も特にないわ。

ナニー：私も別に月の予算は決めてないわね。なくなったら買うだけ。一番高い買いは友達から健康にいいって勧められた日本の還元ウォーターの整水器ね。5000万ルピアを2年ローンで購入したわ。値段は高かったけど、健康に良いと思う。友達も使っているし。あと健康器具の機械が家にある。夫が買ってきたのでいくらか知らなけれど。これから出てきて欲しいものも特にないわ。

バンバン：ビーコンプレックスが50錠入って3万5000ルピアで、それがなくなりそうになったら買うかな。日本のもの？お茶とか？興味ないなあ。だってただのお茶でしょ？ビタミンがたくさん入っているのならいいけど(笑)。ミラグロス(商品名：Milagros、アルカリイオンウォーター)は飲んでみたいかな。あとはビーコンプレックスで十分。効果もあると思っているよ。疲れにくくなるし。今ないもので新しいものも特に欲しいものはないな。

ザイナル：日本のものは、レストランとかで日本食は利用することはあるけど、サプリメントや薬とかは使ったことがない。健康器具は、頭のマッサージ器具で20万ルピアくらいだったかな。健康器具の即売会で商品を試したら欲しくなって買った。使うと気持ちいいよ。今はこれ以上別の欲しいものはないけど。

モデレーター：水に関するこだわり製品が人気ですね。

ナニー：だって私たちの体は水で出来ているのだから、水は大切よ。

バンバン：老廃物を出すためにも、水はたくさん飲まなくっちゃね。

＼質問⑤／

経済的な支えについて、現在どのようにお過ごしですか？介護を必要とする場合、その介護は誰がされますか？国の社会保障制度についてどう考えていますか？理想の定年年齢は何歳ですか？

ギナルティ：夫の年金、株式投資の運用益、保険、子どもの援助などの収入がある。病気や具合が悪いときは、息子が面倒を見てくれるの。政府の政策は、現在のBPJS(国の医療保険制度)で十分じゃないかしら。理想の退職年齢は60歳ね。

ナニー：5年くらい前から近所に従業員4人くらいの小さな食堂を開いて、それが老後の収入源になっているわ。何でレストランかって？毎日現金収入を得られるからよ。具合が悪くなったら子どもに面倒を見

てもらっているわ。政府の政策についてはよくわからないわ。BPJSについては今手続き中。理想の退職年齢は65歳かな。

バンバン：だいたい80万から90万ルピアの月収がある。具合が悪いときは子どもに面倒を見てもらうよ。BPJSは入っていないよ。まあ定年は60歳くらいかな。

ザイナル：80万から90万ルピアの月給をまだもらっている。それに鶏肉料理の小さな食堂をやっている、その月収が40万から50万ルピアくらい。具合が悪くなったら子どもと妻に見てもらいな。BPJSは入っているよ。政府の政策は改革後よくなったね。定年年齢については、私は生涯現役主義だから、理想はないよ。死ぬまで働くのが一番幸せさ。

座談会参加者



ギナルティさん

性別：女性
年齢：65歳
職業：専業主婦
既婚・未婚：既婚
家族構成：子ども夫婦と6人暮らし/持ち家



ナニーさん

性別：女性
年齢：65歳
職業：専業主婦
既婚・未婚：既婚
家族構成：4人暮らし/持ち家



バンバン・ワヒュー・ウイドさん

性別：男性
年齢：61歳
職業：建設会社勤務
既婚・未婚：既婚
家族構成：子ども夫婦と5人/持ち家



ザイナル・アビディンさん

性別：男性
年齢：63歳
職業：元旅行会社勤務
既婚・未婚：既婚
家族構成：妻と2人暮らし/持ち家





-Jakarta Edition-

HEALTHY LIFESTYLE

ヘルシーライフスタイル | ジャカルタ版

発行	2018年3月
発行者	日本貿易振興機構（ジェトロ） 〒107-6006 東京都港区赤坂1丁目 12-32 アーク森ビル（総合案内6階） TEL：03-3582-5511 www.jetro.go.jp/index.j.html
制作	ジェトロ・ジャカルタ事務所 Summitmas I, 6th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 61-62 Jakarta 12190, INDONESIA TEL：62-21-5200264 www.jetro.go.jp/indonesia

Copyright©2018 JETRO. All rights reserved.

本書の一部または全部の複製（コピー）・複製・転載及び記録媒体への入力等は、著作権法上での例外を除き、禁じます。これらの許諾については、ジェトロまでご照会ください。

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

JETRO