



インドネシア

BOP層実態調査レポート

調査結果

多種多様な島々からなるインドネシアでは、地方における情報格差の解消が大きな課題となってきた。情報伝達手段としては、ラジオ、テレビ、新聞が挙げられる。1980年代半ばまでラジオやテレビは国営のみが認められ、政府情報を伝達する媒体として使われた。新聞は1980年代以前から発刊されていたが、村落部へはほとんど配達されていなかった。厳しい検閲を受けた新聞もまた政府情報を伝達する媒体と位置づけられ、1970年代から「新聞を村へ入れる」(Koran Masuk Desa: KMD)という活動が政府によって行われた。

現在では、ラジオ、テレビ、新聞などが政府から住民への一方的な情報伝達だった時代は終わり、百家争鳴の如く、様々なラジオ局、テレビ局、新聞社が自由に情報伝達を行う時代となった。テレビの普及率は85%を超え、最も重要な情報伝達手段となっている。テレビの普及には、インドネシアの通信衛星パラパの存在が大きな役割を果たしており、遠隔地でもパラボラ・アンテナを設置して、テレビを視聴しているケースが少なくない。

インドネシアの電話事業の発展経過は注目に値する。1980年代までは固定電話の普及に力点が置かれたが、各世帯への普及は難しく、貸し電話屋(Warung Telepon: Wartel)が増加した。Wartelは村落部への電話普及の先兵と位置づけられ、その後インターネットも取り入れたWarung Internetへと発展し、政府も本格的に全国の村落へ展開しようとした。しかし、実際には、携帯電話の普及・拡大のスピードがそれを凌駕し、携帯電話用の通信アンテナが全国各地に立てられるに連れて、村落部でも携帯電話が利用可能な状態となっていった。利用されている携帯電話台数は2010年時点で2億1,100万台とされ、複数の携帯電話を所有する者の数も少なくないことから、普及率は約6割以上と見られる。2006～2010年の5年間に携帯電話台数は年率31.9%の伸びを示した。一方、固定電話は、有線固定電話と固定無線電話の2種類があり、設置台数が2008年の1,482万台から2010年の3,796万台へと増加した。利便性が高い固定無線電話の伸びが大きい半面、有線固定電話は減少傾向にある。



ジャカルタ・アンバサダーモール。
携帯電話を売る店が何軒も立ち並ぶ





携帯電話の95%以上がGSM形式であり、96%がプリペイド・カードを利用している。複数の携帯電話を所有するのは富裕層とは限らない。場所によって、料金が最少となる携帯電話会社のプリペイド・カードを複数使い分けるケースが一般的で、電話料金の差異には極めて敏感である。また、通話よりも料金の安いSMSを多用する傾向があるほか、ブラックベリーのよう、1ヵ月当たり一定金額を払うと無制限にデータ通信が可能となるサービスもある。ブラックベリーは同機どうして互いに無料でメッセージを送れるブラックベリー・メッセンジャーが顧客の固定化に一役買っている。こうして、携帯電話会社は料金が割安となる様々なパッケージを掲げて激しい競争を繰り広げている。

携帯電話機は、1990年代後半頃はノキア、エリクソン、モトローラが主流で、一部パナソニックなど日本メーカーの機種も売られていた。しかし2000年代に入ると、サムソンが本格的に参入したほか、ブラックベリーが急速にシェアを拡大し、日本よりも早くスマートフォンが主流のマーケットとなった。日本メーカーの機種は姿を消し、代わりに中国製やインドネシア製の機種が参入した。現在では、サムソン、ブラックベリーに加えてiPhoneやHTCなどが市場シェアを獲得している。BOP層では一部にスマホが選好されているが、多くは通話とSMSができる簡易な携帯電話を中古市場から調達しているようである。

通信速度は今は3Gが主であるが、国内携帯電話会社は4Gへの移行を進めている。一部では2年前からWiMAXも導入されている。BOP層の携帯電話でも3G対応のものはかなりあり、SMSのみならず、動画のダウンロードなどもかなり行われている。

インターネット接続の多くは携帯電話からのものだが、全国各地に無線LANが普及し始めており、パレンバンやマカッサルなどでは、町全体に無線LAN網を張りめぐらす計画もある。カフェ、レストラン、ホテルのロビーなどでは、ノートパソコンから無料で無線LANに接続できる施設も珍しくない。無線LAN接続が一般的なのは、日本と異なり、インターネットにおけるセキュリティへの配慮が希薄なためである。WiFi環境を持ち歩くポケットWiFiも一般的になっている。



ジャカルタのとあるカフェ。コーヒーを飲みながらインターネット接続が楽しめる。

所感

情報通信機器とそれを使う環境が整備されるに従って、BOP層でも、テレビで受け身に情報を受け取るのみならず、携帯電話を利用して能動的に情報を選択・発信できるようになった。今後のインドネシアの情報通信の発展は、BOP層にも身近となった携帯電話を中心に進んでいこう。携帯電話のサービス内容は料金体系により差が出るが、機器の機能向上等によりコストが相対的に下がり、BOP層でも動画ダウンロードなどを容易に楽しめるようになる。

すでに、携帯電話サービスやインターネットプロバイダは国内有力企業の寡占状態にあり、残念ながら日本企業が進出できる余地は少ない。WiMAXの導入に見られるように、日本とほぼ同じスピードで今後のインドネシアの情報通信環境整備は進んでいこう。日本企業が情報通信関連のBOPビジネスへ参入するとするならば、それは情報の中身、すなわちコンテンツの部分になるのではないだろうか。

JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。