

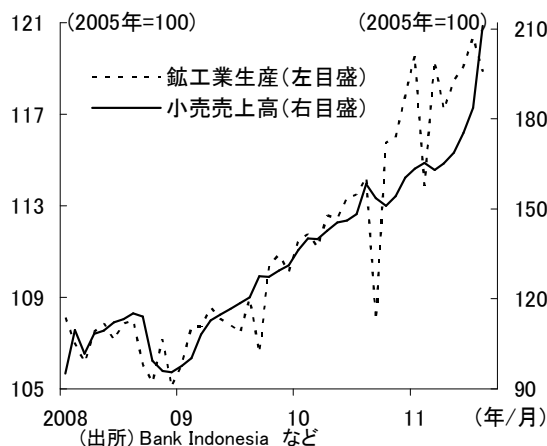


好調なインドネシア経済

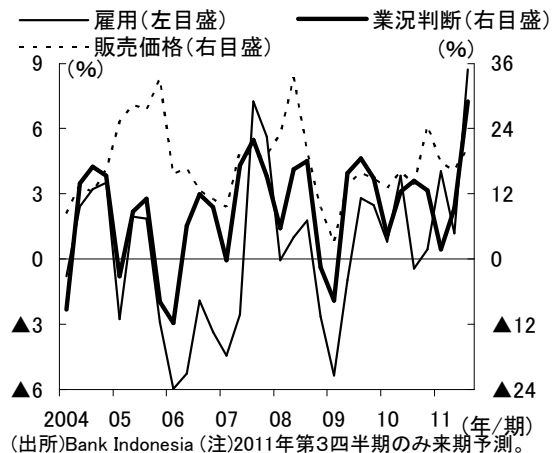
～ 消費の高級化進行と地方圏への成長エリア拡大 ～

- (1) リーマンショックの痛手は小さく、インドネシア経済は2009年初から力強い成長持続（図表1）。多くの国で10年入り後、成長ペースが景気対策の一巡に伴い鈍化するなか、同国では10年末以降生産の増勢が加速。11年半ばには小売売上が一段の盛り上がり。
- (2) まず企業セクターについて、中銀調査の企業判断D Iをみると、業況判断D Iが今後一段と改善（図表2）。雇用姿勢もさらに積極化へ。好調な国内市場環境下、販売価格の引き上げ展望。総じて07年夏のサブプライムショック直前のピークを凌駕する勢い。
- (3) 一方、個人セクターでは、まず自動車販売動向に從來にみられない動き。すなわち、これまで自動車販売台数は二輪車とほぼ連動して推移（図表3）。しかし、本年入り後、月毎の振れはあるものの、趨勢的に二輪車の販売台数が弱含むなか、自動車販売台数は着実な増勢持続。台数規模でみれば、依然として自動車は二輪車の10分の1に過ぎず、同国自動車市場は発展途上。しかし所得雇用環境の改善と明るい将来期待、消費者金融サービスの拡大が続くなか、二輪車から自動車へという典型的な所得水準の向上に伴う消費の高級化始動の兆し。
- (4) さらにエリア別にみると、本年入り後の消費者マインド改善は、これまで同国経済を牽引してきた首都ジャカルタでなく、地方圏が中心（図表4）。細かくみるとバンドンやスラバヤなどジャワ島のみならず、メダンやパダンのスマトラ島、さらに後進地域であったカリマンタン島のバンジャルマシン、スラウェシ島のマカッサルなどで大幅改善。企業・個人行動が一層積極化するなか、同国経済は内需主導の6%成長持続の見通し。

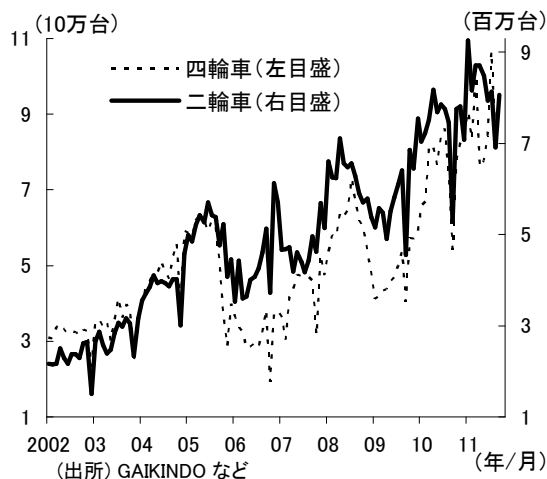
（図表1）鉱工業生産と小売売上高（季調済）



（図表2）企業判断DIの推移



（図表3）二輪・四輪車販売台数（季調済年率）



（図表4）主要都市の人口と消費者信頼感指数

