

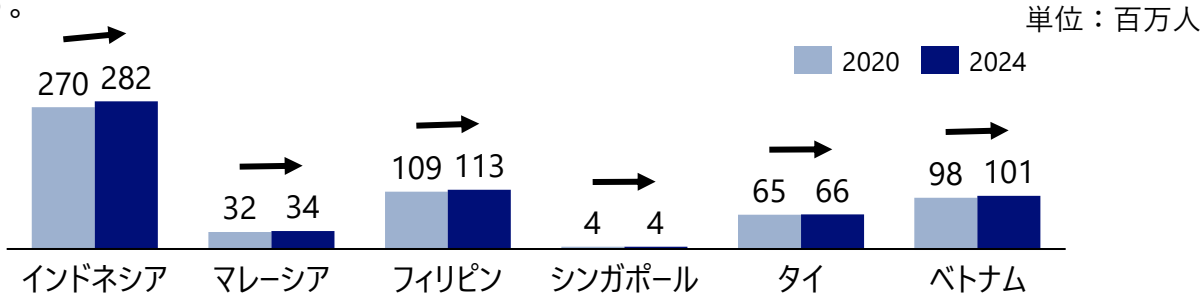
三重県アセアンビジネスサポートオフィス

<現地レポート（2026年9月発行）>

MISA（三重県アセアンビジネスサポートオフィス）では、第8号（2025年12月発行）でインドネシアの産業・政策動向をご紹介しました。本号では視点を変えて、インドネシアの消費者市場・小売チャネルの動向についてお届けします。

インドネシア消費者市場の動向

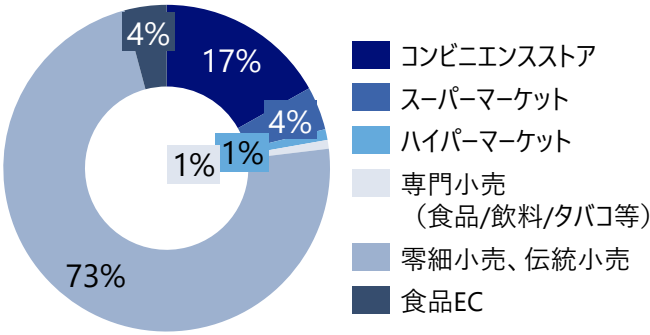
インドネシアの人口は約2億8,200万人（2024年）と、ASEAN域内最大の規模を誇ります。2020年の約2億7,000万人から着実に増加しており、旺盛な内需を支える基盤となっています。安定した人口増加を背景に、食品・日用品を中心とした消費財市場全体の拡大が続いており、小売業態の構造も大きく変化しつつあります。



図：アセアン主要国の人口推移

出典：世界銀行

小売市場は、依然として伝統小売が金額ベースで約73%を占め最大のチャネルですが、そのシェアは近代小売に徐々に侵食されつつあります。なかでもコンビニは、2021年の39,714店舗から2024年には48,158店舗へと3年間で21%増加し、2029年には約68,978店舗に達する見通しです。（出典：アメリカ農務省（USDA）インドネシア）一方、ハイパーマーケットは同期間に294店舗から244店舗へと17%減少しており、業態間で明暗が分かれています。食品をインターネット経由で購入する食品EC（TokopediaやShopee等）も金額ベースで2023年の約38億ドルから2024年は約44億ドルへ拡大しました。



図：インドネシアの小売チャネル別シェア(2024)

出典：USDAインドネシア

表：小売チャネル別店舗数の推移

セクター	チャネル	店舗数		
		2021	2024	成長率
近代小売	コンビニ	39,714	48,158	21%
	スーパーマーケット	1,468	1,585	8%
	ハイパーマーケット	294	244	-17%
	専門小売	5,334	5,366*	1%**
伝統小売	零細小売、伝統小売	3,974,988	3,919,767*	-1%**

* 2023年のデータ、** 2021年と2023年の比較
出典：USDAインドネシア

コンビニが成長を牽引する背景には、大手各社の積極的な戦略があります。最大手のIndomaret（約22,682店舗）とAlfamart（約20,120店舗）はいずれもインドネシア資本で、オンライン注文・当日配送等のオムニチャネルサービスや、アプリを通じたポイントプログラム、コーヒー等の店内調理商品の拡充により来店頻度の向上を図っています。海外ブランドについても、Circle K（マスターライセンス契約）、Lawson（現地大手Alfamart系列によるライセンス契約）、FamilyMart（エリアフランチャイズ契約）など、いずれも現地企業との提携形態での参入となっています。

表：コンビニの主要プレイヤーの店舗数・参入形

ブランド	会社名	市場参入方法	店舗数*
Indomaret	Indomarco Prismaatama	インドネシア発	～22,682
Alfamart	Sumber Alfaria Trijaya	インドネシア発	～20,120
Alfamidi	Midi Utama Indonesia	インドネシア発	～2,373
Circle K	Circleka Indonesia Utama	Circle Kブランドとマスターライセンス契約締結	～500
Lawson	Lancar Wiguna Sejahtera	日本のLawsonとマスターライセンス契約締結	374
Family Mart	Fajar Mitra Indah	日本のFamilyMartとエリアフランチャイズ契約締結	～400

* 2024年

出典：各種公開資料



コンビニ以外にも広がる新規参入

新規参入の動きはコンビニに限りません。中国発の玩具・雑貨小売チェーンKK Group（KKV、X11、THE COLORIST）は、2025年後半から「100 Lifestyles」のコンセプトのもと大型店舗で再参入を進めており、3ブランド合計で500店舗超を展開しています。プレミアム茶飲料チェーンのCHAGEE（中国発）も、自社直営でノウハウを蓄積した後にフランチャイズ展開する「マネージド・フランチャイズモデル」で進出しており、海外店舗数は2024年12月の156店舗から2025年末には345店舗へと1年で倍増しました。コンビニ以外の業態でも新規参入が相次いでいます。



今後の展望

インドネシアでは、業態を問わず新規参入企業が相次いでおり、競争は今後さらに激しくなると見込まれます。参入手法としては、コンビニ各社やCHAGEEのように、現地パートナーとのライセンス供与・フランチャイズ契約や、直営でのノウハウ蓄積を経た段階的なフランチャイズ展開を選ぶ例が目立っており、これから市場参入を検討する事業者にとって参考になる部分です。

三重県内事業者の皆様がインドネシア市場への参入を検討される際も、現地小売事業者との提携やパートナー探しが有力な選択肢の一つになると考えられます。規制動向の確認と信頼できる現地パートナーの活用が鍵となりますので、インドネシア市場への展開をご検討の際はぜひMISAにご相談ください。



ミニコラム）タイの雨季とタイ経済

タイでは現在、雨季の終盤を迎えています。タイ気象局（TMD）は2026年5月15日に正式に雨季入りしたと発表しており、例年同様、雨季は10月中旬まで続く見込みです。日本の梅雨のように一日中降り続くことは少なく、毎日1～2時間程度の激しいスコールが1日に数回に分かれて降ることが多いのが特徴です。

雨季の降雨は、タイの主要産業である農業と観光の双方に季節性をもたらします。コメ・サトウキビ・キャッサバ等の作付けは雨季の降雨に依存する一方、観光業にとって雨季は閑散期にあたります。2025年の月別外国人観光客数を見ると、乾季（11～2月）の平均が約327万人であるのに対し、雨季（6～10月）は約250万人と、乾季比で2割強少なくなっています。（出典：タイ観光スポーツ省データに基づく）

三重県内事業者の皆様がこの時期にタイで商談・視察・展示会等を行われる際は、雨季特有の夕方のスコールにより一時的な道路冠水や交通渋滞が生じることがありますので、移動には余裕を持ったスケジュールを組まれることをお勧めします。

三重県アセアンビジネスサポートオフィス（MISA）

Tel: +66-92-619-5775 Email: mie-asean-ext@nri.co.jp

担当者：石原（いしはら）