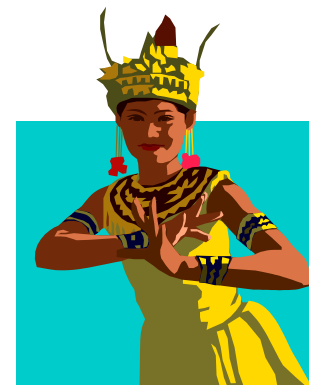




インドネシアへの輸出の進め方





自己紹介



- 1975/4～1998/6 ヤマハ(株)入社 インドネシア工場立上支援部門配属
- 1998/6～1987/3 インドネシア工場生産課長 電子鍵盤楽器の組立生産
- 1987/3～1995/7 インドネシア工場長 電子楽器、ピアノ、ギターの輸出拠点化
- 1995/8～2005/3 帰国、インドネシアを普及品の生産拠点化するプロジェクト
- 2005/3～現在 ヤマハ退職、インドネシア進出サポートコンサルタントとして独立
インドネシア語翻訳・通訳
静岡大学客員教授、専修大学客員講師
独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)専門家
独立行政法人 中小企業基盤整備機構アドバイザー
一般社団法人海外事業支援センター(OBAC)アドバイザー
一般財団法人海外産業人材育成協会(AOTS)講師
一般社団法人日本インドネシアビジネス協会(ABJI)理事
などを経歴し、これまでのインドネシア進出支援企業数は約100社

インドネシアとの関わりも48年になりました



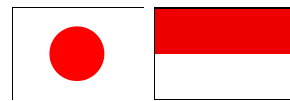
セミナー要旨



- インドネシアは2004年以降の本格的な民主化に伴い、毎年5%前後の経済成長を続け、今後も暫くはこの勢いは止まらないと期待されています。
- インドネシアの国内総生産の60%を占める国内消費は、中間層の成長により更に大きくなると予測されます。
- 独立100周年の2045年には、世界の5大国の仲間入りを目指すインドネシアの国内消費市場は、日本からの輸出市場として益々大きな位置を占めることは間違いないでしょう。
- そこでこのセミナーでは、親日国と言われながらも文化は異なり、アセアン諸国の中では非関税障壁が高いと言われるインドネシアに、輸出事業を展開するための手順を解説します。



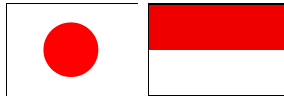
目次



1. 市場環境確認
 - ① 調査項目・範囲確認
 - ② マーケット調査
 - ③ 輸入規制調査
 - ④ 国内販売規制調査
 - ⑤ 輸出コスト調査
2. 事業パートナー開拓
 - ① 業界組合調査
 - ② 輸入代理店開拓
 - ③ 流通経路開拓
 - ④ 販売代理店開拓
3. 輸出計画確立
 - ① 商品ラインナップ決定
 - ② 販売数量想定
 - ③ 価格設定
4. 事業計画立案
 - ① サプライチェーン設計
 - ② 市場戦略策定
 - ③ 事業計画書策定
5. 代理店契約
 - ① 契約交渉
 - ② 契約締結
6. 輸入販売準備
 - ① 輸入許認可申請・取得
 - ② 販売許認可申請・取得
7. 輸出準備
 - ① 乙仲契約
 - ② 梱包材準備
 - ③ 取説準備
8. トライアル販売
 - ① トライアル商品輸出
 - ② トライアル商品販売
 - ③ トライアル結果レビュー
9. 本格販売開始
 - ① 輸出
 - ② 現地販売



1. 市場環境確認 ①調査項目・範囲確認



輸出事業を展開するに当たり、何について、どれくらいの地理的、時間的範囲で調べるのかを確認する。

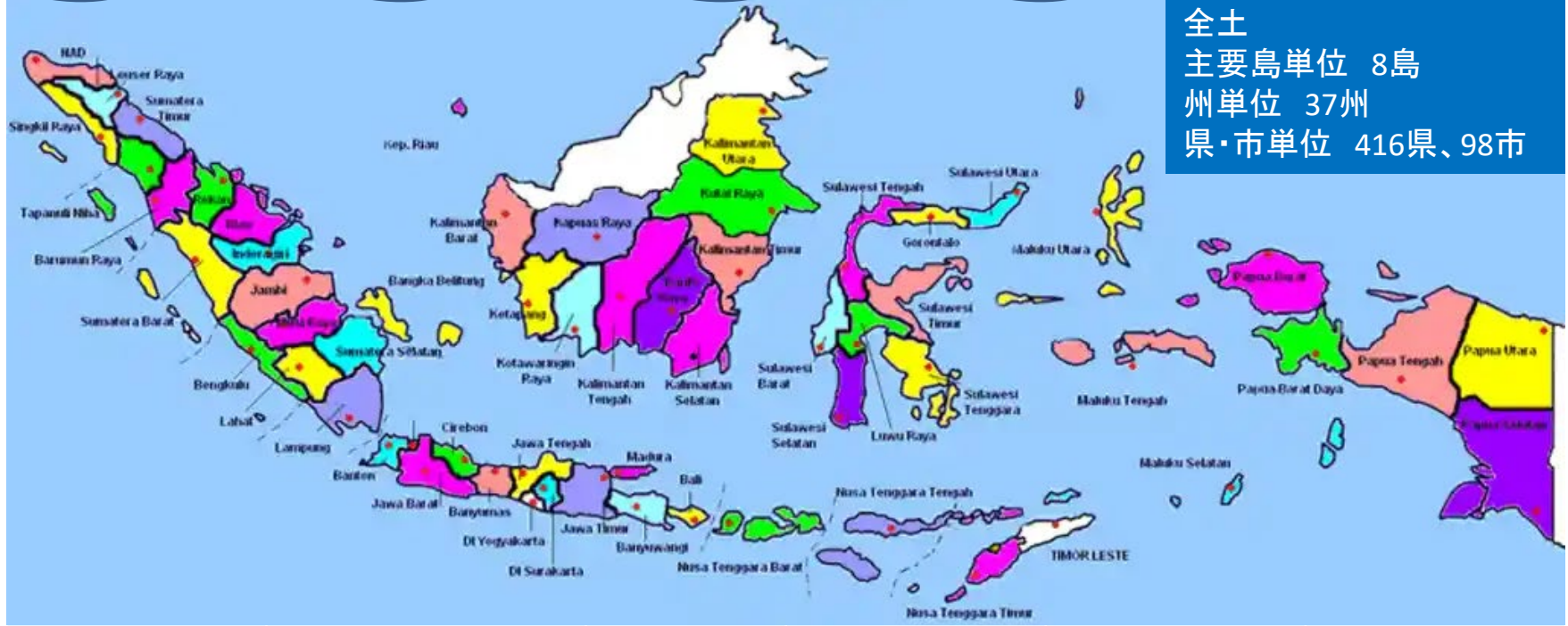
- マクロ経済**
1. 国内総生産
 2. 購買力
 3. 為替
 4. その他

- 産業・ビジネス**
1. 製造業
 2. サービス業
 3. 農業
 4. 鉱業

- 貿易・国際収支**
1. 貿易収支
 2. 貿易額
 3. 貿易指標
 4. その他

- 金融・物価**
1. 金融・経済
 2. 金融業
 3. 物価・価格
 4. その他

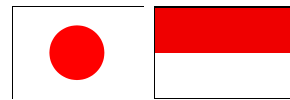
- 人口・労働**
1. 人口構成
 2. 労働力
 3. 賃金
 4. その他



1945-1968	1968-1998	1998-2004	2004-2014	2014-2024	2024-
スカルノ政権	スハルト政権	移行期	ユドヨノ政権	ジョコウィ政権	〇〇政権



1. 市場環境確認 ②マーケット調査



マーケティングの基本要素である**4P**について調査する。

1. 商品 **Product**

- どんな商品が売れるのか
- 顧客の要望、既存の商品ライン、競合商品との競争優位性、自社の商品開発力、業界の今後の動向を調査する

2. 市場 **Place**

- どんな市場を狙うのか
- 市場規模、購買力、競合品の価値、ブランド力、販売チャネルの実態を調査する

3. 価格 **Price**

- 価格帯はどこに設定するのか
- 顧客の価格満足度、競合品の価格や相場価格、販売チャネルの価格構造、値引き相場や値引き基準、価格改定時期を調査する

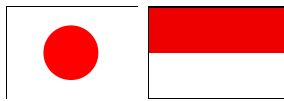
4. 販促 **Promotion**

- どんな販促活動を行うのかを分析する
- メディア広告の効果、オンライン販売の効果、販売キャンペーンの効果、店舗のレイアウトやデザイン、商品の包装を調査する

参照スライド [インドネシア事業戦略をバリューチェーンで考える](#)



1. 市場環境確認 ③輸入規制調査



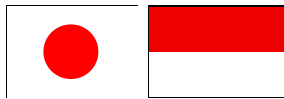
輸入代理店が該当商品を輸入するための許認可を確認する。

No.	許認可名称	対象品目	管轄機関	申請者	手続期間	手続費用
1	輸入業者照会番号API	全品目	税関総局	輸入者	1週間	無料
2	課税業者番号PKP	全品目	国税総局	輸入者	1週間	無料
3	税関基本番号NIK		税関総局	輸入者	1週間	無料
4	特定品目輸入者ITPT	電子機器、衣服、玩具、靴、飲食品、化粧品、伝統医薬品	商業省	輸入者	1か月以上	無料
5	商品バランスシステム SINAS-NK	19グループ	経済調整省	輸入者	1か月以上	無料
6	鉄鋼製品輸入枠	鉄鋼製品	商業省	輸入者	1か月以上	無料
7	繊維製品輸入枠	繊維製品	商業省	輸入者	1か月以上	無料

参照スライド [まるわかりインドネシアの輸入業務](#)



1. 市場環境確認 ④国内販売規制調査



販売代理店が該当商品を販売するための許認可を確認する。

No.	許認可名称	対象品目	管轄機関	申請者	手続期間	手続費用	備考
1	HALAL認証	飲食・化粧品	ハラール製品保証実施庁	製造者	5ヵ月以上	50万円	完成品と屠殺は海外代行機関は不可
2	インドネシア国家標準SNI	安全衛生に関するもの	工業省 商業省	製造者	4ヵ月以上	50万円～ 100万円	毎年の工場監査あり
3	適正商品製造方法認証	医薬・食料品	医薬食品監視庁BPOM	輸入者	3ヵ月以上	10万円以下	

注(1): 1 & 2は製造者が申請する。

注(2): 3は販売者が申請するが、殆どの申請書類は製造者に求められる。

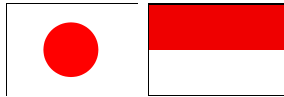
注(3): 3の申請は2の取得が前提となる。

参照スライド

[LPPOM MUIまるわかりハラール認証](#)
[SNI取得七つのステップ](#)
[まるわかりBPOM](#)



1. 市場環境確認 ⑤輸出コスト調査

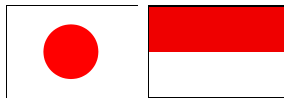


日本から輸出して、現地市場の顧客に売られるまでのコスト構造を試算する。

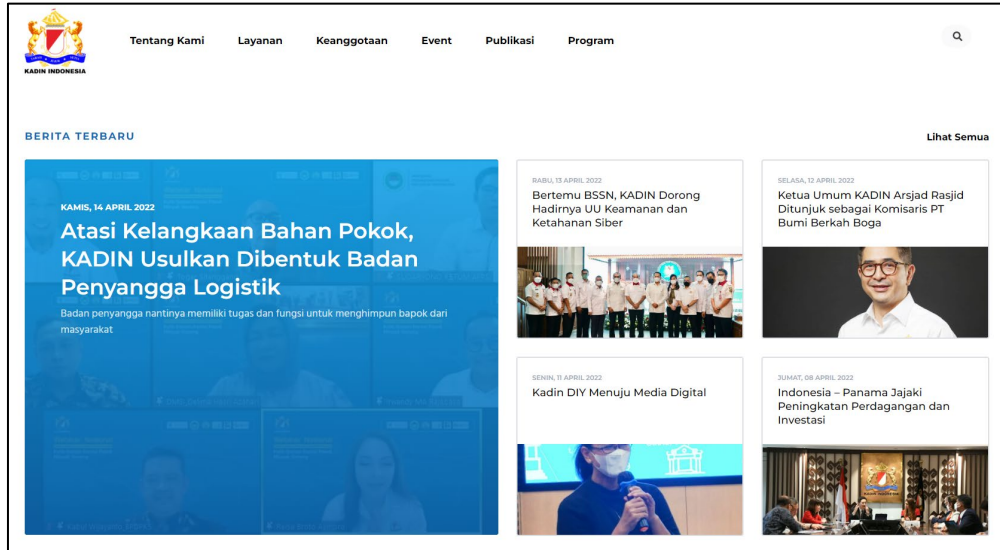
			為替	130	¥/\$
	調査対象コスト			15,000	Rp/\$
				115	Rp/¥
	科目	通貨	原単位	計算式	金額
A	出荷価格	¥	個		1,000
B	国内運送費	¥	個		50
C	輸出諸掛	¥	個		50
D	FOB	\$	個	A+B+C+D	8.46
E	海上運賃(100個/20FBox)	\$	個	\$1,000/10,000個	0.10
F	海上保険	\$	個	D×0.2%	0.02
G	CIF Jakarta	\$	個	D+E+F	8.58
H	CIF Jakarta	Rp	個		128,677
I	輸入税	Rp	個	H×5%	6,434
J	輸入諸掛	Rp	個	H×2%	2,574
K	国内運送費	Rp	個	H×2%	2,574
L	輸入代理店仕入価格	Rp	個	H+I+J+K	140,258
M	輸入代理店粗利	Rp.	個	外掛30%	60,111
N	輸入代理店卸価格	Rp	個		200,368
O	小売店粗利	Rp	個	外掛50%	200,368
P	小売価格	Rp	個		400,737



2. 事業パートナー開拓 ① 業界組合調査



インドネシア商工会議所のサイトで、パートナーと成り得る企業を探す。



<https://kadin.id/>

Kamar Dagang Indonesia
 サイトはインドネシア語のみ
 会員数約90,000社

商工会議所の中には多くの同業者組合が組織されており、業種別にサプライヤ候補企業を探すことが可能

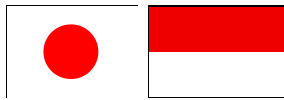
DAFTAR ASOSIASI / GABUNGAN / HIMPUNAN
 ANGGOTA LUAR BIASA (ALB) KADIN INDONESIA

No	Nama Asosiasi	Singkatan	Alamat	Ketua dan Sekretaris	Jumlah Anggota
1.	Asosiasi Apparel Manufaktur Indonesia APPAREL MANUFACTURERS ASSOCIATION OF INDONESIA (*****)	AMI	Menara Kadin Indonesia Jl. HR. Rasuna Said, Blok X5 Kav. 2-3, 30th Floor, South Jakarta 12950-Indonesia T : 021-72780745 F : 021-7230168 vincegowan1@gmail.com cucufoeng@hotmail.com	K: Vince Gowan S: Diah Astuti	30
2.	Asosiasi Aneka Industri Keramik Indonesia INDONESIAN CERAMIC INDUSTRY ASSOCIATION	ASAKI	Menara Kadin Ground Floor Jl. HR. Rasuna Said Blok X-5 Kav. 2 - 3 Jakarta 12950 Telp : 021-5274212 Telp : 021-5274667 E-mail : sekretariat@asaki.or.id Website : www.asaki.or.id	K: Edy Suyanto S: Erlin Tanoyo	68
3.	Asosiasi Asuransi Umum Indonesia General Insurance Association Of Indonesia	AAUI	Permata Kuningan Building, 2nd Floor Jl. Kuningan Mulia Kav. 9C, Guntur Jakarta 12960 Telp : 021-2906 9800 Fax : 021-2906 9828/29 E-mail : aaui@aaui.or.id ; info@aaui.or.id ; fia@aaui.or.id Web : www.aaui.or.id	K : Dadang Sukresna DE : Julian Noor	86 Perusahaan
4.	Asosiasi Emiten Indonesia	AEI	Permata Kuningan Lt. 20 Jl. Kuningan Mulia Kav. 9C, Guntur, Setiabudi Jakarta 12980 Telp. 021-29361460-61 Fax. 021-29361463-64 E-mail : info@asosiasi-emiten.or.id keuangan@asosiasi-emiten.or.id sadiraer@yahoo.co.id Website : www.asosiasi-emiten.or.id	K : Franciscus Wellirang S : Agustian R. Partawidjaja	366

候補企業に直接コンタクトすることも可能であるが、組合の事務局を訪問して適切な候補企業を推薦してもらうことも可能



2. 事業パートナー開拓 ②輸入代理店開拓

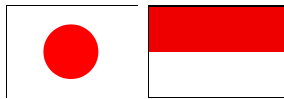


インドネシア商工会議所または事業者協会の専門サービスを利用する。

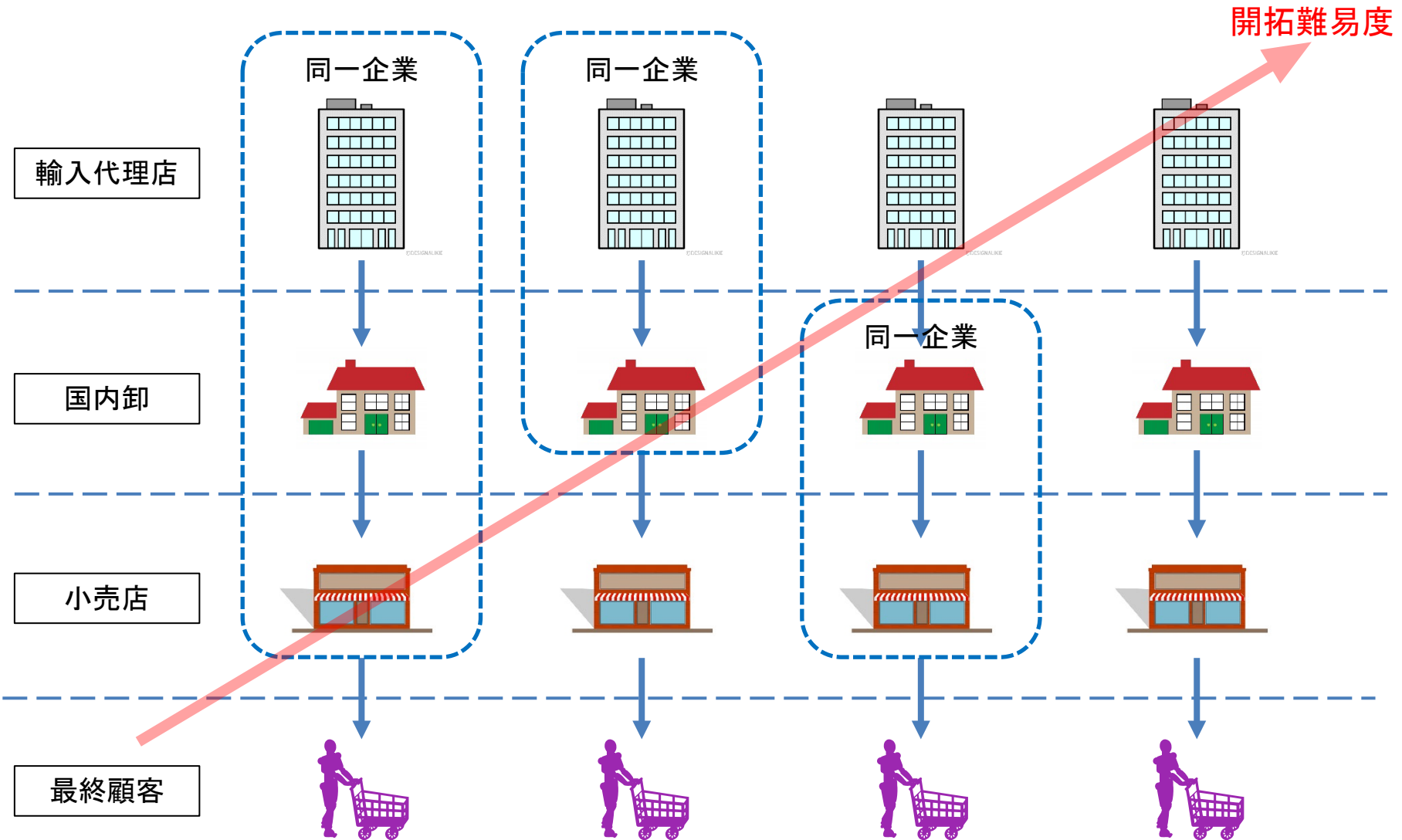
略称	KADIN-BSD	APINDO-ISPC
正式名称	Kamar Dagang dan Industri Indonesia Business Support Desk	Asosiasi Pengusaha Indonesia The International Strategic Partnership Centre (ISPC Indonesia)
日本語名称	インドネシア商工会議所 ビジネス支援デスク	インドネシア事業者協会 国際戦略パートナーシップセンター
住所	Menara KADIN Indonesia, 24th Floor Jl. H. R. Rasuna Said X-5 Kav. 2-3, RT.1/RW.2, Kuningan, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan	Permata Kuningan Building 10th Floor Jl.Kuningan Mulia Kav. 9C, Guntur - Setiabudi, Jakarta Selatan
公式サイト	https://bsd-kadin.id/about-bsd/	https://apindo.or.id/apindo/business-unit
会員数	90,000社	非公開
料金	USD 200/現地側候補企業	USD 1,000/4現地側企業/日
特徴	多くのKADIN会員の中から最適な候補 企業を選択可能	インドネシアの著名な事業家の集まりで、 政治に対する影響力が大きい



2. 事業パートナー開拓 ③流通経路開拓



輸入代理店から最終顧客までの流通経路を確認し開拓する。





2. 事業パートナー開拓 ④販売代理店開拓



最終顧客への販売代理店(小売店)を開拓する。

インドネシア事業分野標準分類KBLIによる販売業

46 非自動車大規模商業

- 462 農産物および生動物大規模商業
- 463 食品、飲料、および煙草大規模商業
- 464 家庭用品大規模商業
- 465 機械、機器および付属品大規模商業
- 466 その他専用大規模商業

47 非自動車小売商業

- 471 店舗での各種物品小売
- 472 食品、飲料および煙草専用小売
- 474 店舗での情報および通信専門小売商業
- 475 店舗でのその他家庭用品専門小売商業
- 476 専用店舗での文化製品、娯楽専用小売商業
- 477 店舗でのその他物品専門小売商業
- 478 屋台および市場陳列台での小売商業
- 479 非店舗、屋台、市場陳列台小売商業

56 食品および飲料の提供

- 563 飲料提供

95 コンピューター、個人用品、家庭用付属品の修理

- 952 個人用品ならびに家庭用付属品の修理

オンラインショップ取扱商品割合(%)



2019年 210億ドル、日本は1,800億ドル
利用者数168百万人(全人口の62%)

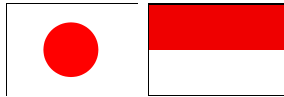
2025年 530億ドル、2019年の約2.5倍

参考スライド

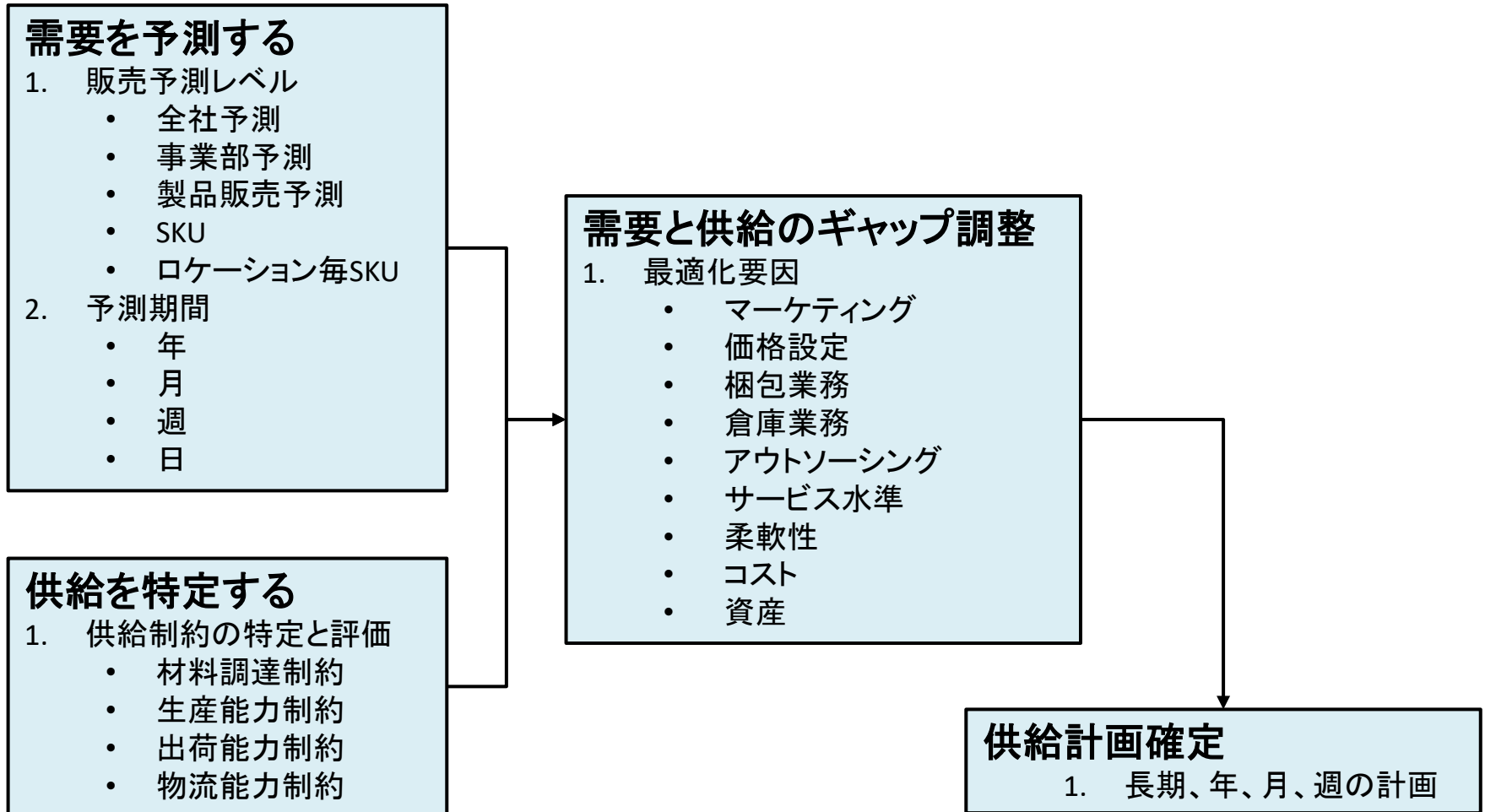
[インドネシアEC業界の実態
まるわかりKBLI](#)



3. 輸出計画確立 ①商品ラインナップ決定

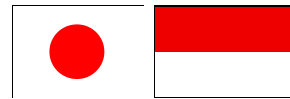


インドネシア側のビジネスパートナーと相談して商品供給の方針を決める。

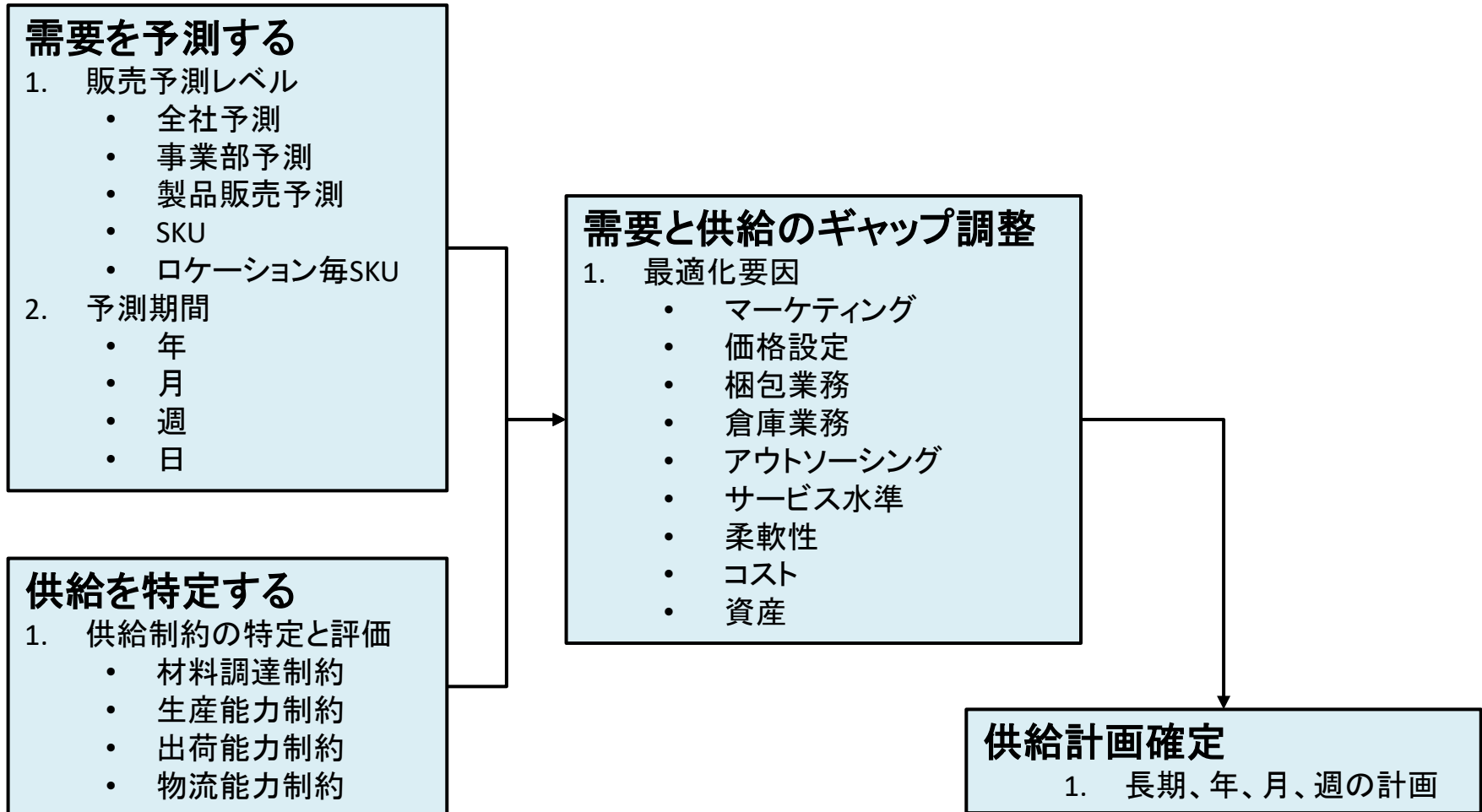




3. 輸出計画確立 ②販売数量想定

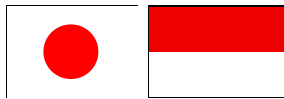


インドネシア側のビジネスパートナーと相談して販売数量の方針を決める。





3. 輸出計画確立 ③価格設定



特惠関税制度や奢侈品税などによる価格への影響を確認する。

二国間経済協力協定EPA

https://www.customs.go.jp/tarif/f/2023_04_01/data/j_01.htm

日本アセアン包括経済協力AJCEP

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/111985/pmk-no-18pmk0102018>

トップ> 輸出入手続> 輸入統計品目表 (実行関税率表) > 輸入統計品目表 (実行関税率表) 実行関税率表 (2023年4月1日版) >

第1部 動物 (生きているものに限る。) 及び動物性生産品

第1類 動物 (生きているものに限る。)

印刷用表示 「印刷用表示」を押下すると、以下の表が印刷しやすいように全体表示になります。

2023年4月1日現在

統計番号 Statistical code	品名 Description	関税率 (経済連携協定) Tariff rate (EPA)					
		インドネシア Indonesia	ブルネイ Brunei	アセアン ASEAN	フィリピン Philippines	スイス Switzerland	ベトナム Viet Nam
01.01	馬、ろ馬、ろ馬及びヒニー (生きているものに限る。)						
	馬						
0101.21	純粋種の繁殖用のもの						
100	1 サラブレッド種、サラブレッド系種、アラブ種、アングロアラブ種又はアラブ系種の馬 (以下この項において「軽種馬」という。) 以外のものである旨が関税定率法施行令 (以下この類において「政令」という。) で定めるところにより証明されたもの						無税
	2 その他のもの						
210	(1)軽種馬 (競馬の競走用以外の用途に供するものであり、かつ、妊娠していないものである旨が政令で定めるところにより証明されたものに限る。)						無税
290	(2)その他のもの						
0101.29	その他のもの						
100	1 軽種馬以外のものである旨が政令で定めるところにより証明されたもの						無税

下記のリストはインドネシア共和国財務大臣規定全513ページの7ページ以降のもので、AJCEPが始まった2018年以降の年度毎の特惠関税率が明記されている。

No.	Pos Tarif/ HS Code	Uraian Barang	Description of Goods	Bea Masuk AJCEP/ AJCEP Import Duty								
				2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025 dan seterusnya	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	
01.01		Kuda, keledai, bagal dan hinnie, hidup.	Live horses, asses, mules and hinnies.									
1	0101.21.00	- Kuda :	- Horses :	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
2	0101.29.00	- Bibit	- Pure-bred breeding animals	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
3	0101.30.10	- Lain-lain	- Other	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
4	0101.30.90	- Keledai :	- Asses :	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
5	0101.90.00	- Bibit	- Pure-bred breeding animals	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
6	0102.21.00	- Lain-lain	- Other	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
7	0102.29.11	- Lain-lain	- Other	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN
8	0102.29.19	- Sapi jantan :	- Male cattle :	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN	MFN
9	0102.29.90	- Bibit	- Pure-bred breeding animals	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
10	0102.31.00	- Lain-lain	- Other	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
11	0102.39.00	- Lain-lain	- Other	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
12	0102.90.10	- Lain-lain	- Other	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
13	0102.90.90	- Bibit	- Pure-bred breeding animals	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
14	0103.10.00	- Lain-lain	- Other	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
15	0103.91.00	- Berat kurang dari 50 kg	- Weighing less than 50 kg	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
16	0103.92.00	- Berat 50 kg atau lebih	- Weighing 50 kg or more	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
17	0104.10	- Babi hidup.	Live swine.									
	0104.10	- Bibit	- Pure-bred breeding animals	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

参照スライド

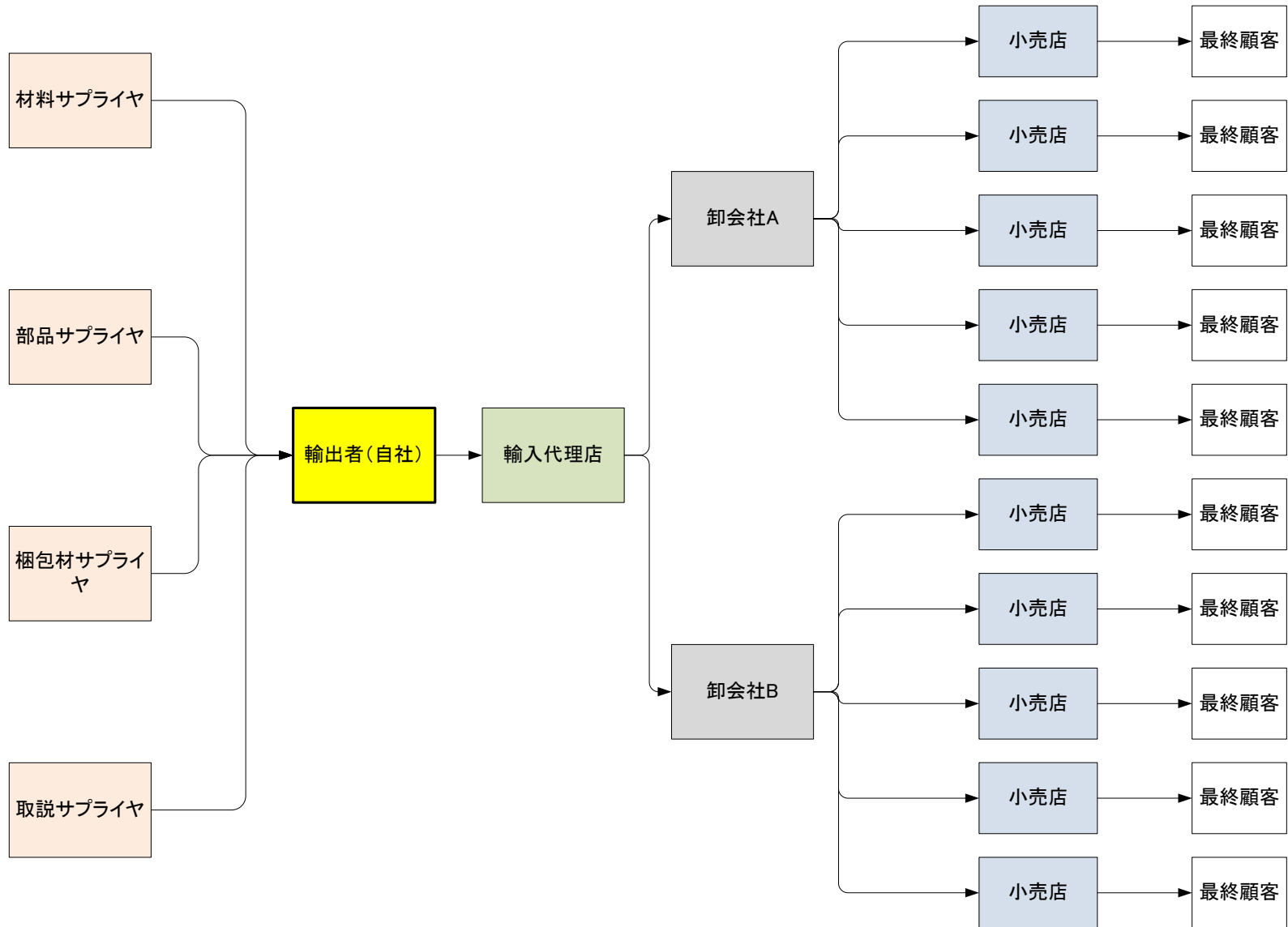
[まるわかり輸入税の減免方法](#)
[わるわかりインドネシアの税制](#)



4. 事業計画立案 ①サプライチェーン設計

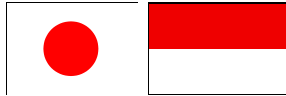


日本国内のサプライヤからインドネシアの最終顧客までのサプライチェーン全体を設計する。





4. 事業計画立案 ②市場戦略策定



市場戦略、販売戦略に必要な情報を収集、分析して販売活動を展開する。

①市場、顧客、自社の把握

1. 顧客および市場情報分析
2. 販売機会の評価

②市場戦略

1. 顧客価値提案の定義
2. 価格戦略の定義
3. チャンネル戦略の定義

③販売戦略

1. 販売予測
2. 販売チャネル開発
3. 販売予算確立
4. 販売目標確立
5. 顧客管理手法確立

④市場開拓計画

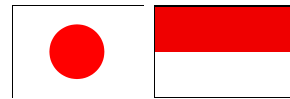
1. チャンネル毎の目標、目的、指標
2. 市場開拓予算
3. メディア活用
4. 価格設定
5. 販促活動
6. 顧客追跡
7. 包装戦略

⑤販売計画

1. 販売糸口
2. 顧客/取引先管理
3. 顧客販売管理
4. 販売注文管理
5. 販促戦力管理
6. 販売提携管理



4. 事業計画立案 ③事業計画書策定



5年間の輸出事業における自社の売上、損益、資金繰りについての長期計画を策定する。

<p>1.事業名</p>	<p>2.事業サマリー</p>	<p>3.本事業の動機</p>	<p>4.事業内容</p> <p>4-1.商品・サービスの内容 4-2.市場の規模・成長性 4-3.顧客ターゲット・顧客ニーズ 4-4.競合性 4-5.拠点の概要</p>	<p>5.販売活動</p> <p>5-1.販売活動基本方針 5-2.商流、物流の全体像(図示) 5-3.マーケティング ①商・製品企画、価格政策 ②販売促進政策 ③トレーニング</p>	<p>7.アフターサービス等</p> <p>7-1.製品保証、メンテナンス 7-2.顧客クレーム対応</p>
<p>8.人員計画</p> <p>8-1.人材面での課題と対応策 8-2.組織・人員・人件費計画 8-3.採用計画</p>	<p>9.想定されるリスクと対応策</p>	<p>11.売上計画</p>	<p>12.損益計画</p>	<p>14.原価計画</p>	<p>16.資金繰り</p>

実際のエクセルシートフォーマットは<https://www.hmkt.jp/5yearplan.xlsx>からダウンロードし、上記の輸出事業に必要なページのみ記入する。



5. 代理店契約 ①契約交渉



輸入代理店との契約条件を交渉する。

1. 契約目的

- 日本からの輸出された商品、あるいは現地法人で製造された商品をインドネシア市場に流通させるための一連の業務についての条件を取り決める

2. 交渉相手

- 輸入代理店、ならびに国内市場に商品を流してくれる販売代理店

3. 交渉内容

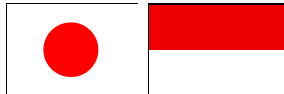
- 船積み、最低購入量、品質および保証、説明書、技術情報および技術支援、守秘義務、市場情報および報告、代理店の活動、商標、ラベル等

4. 交渉要点

- 販売基本契約も兼ねるための項目も組み込む
- 輸入販売に必要な政府の許認可取得は代理店の義務として明確にしておく
 1. 輸入許可、輸入枠、管轄省庁事業許可・操業許可
 2. インドネシア国家基準SNI取得
 3. HALAL認証
- 各島によって市場環境や慣習が異なるため、商品によっては契約対象領域を限定する



5. 代理店契約 ②契約締結



英語・日本語を併記した契約書を作成する。

<p>EXCLUSIVE DISTRIBUTORSHIP AGREEMENT (EXPORT)</p> <p>This Agreement, made and entered into this day of _____ by and between _____ Co.,Ltd. a corporation duly organized and existing under the laws of Japan and having its principal place of business at _____, Japan (hereinafter called "Supplier") and, _____ PT, _____ a corporation duly organized and existing under the laws of Republic Indonesia and having its principal place of business at _____, (hereinafter called "Distributor"),</p> <p>WITNESSETH:</p> <p>WHEREAS, Supplier is engaged in the manufacture and sale of certain products hereinafter defined, and WHEREAS Distributor is desirous of importing from Supplier and reselling the said products in the territory hereinafter defined.</p> <p>NOW, THEREFORE, it is mutually agreed as follows:</p>	<p>総代理店契約 (輸出用)</p> <p>日本国法に基づき設立され、現存する法人であり、その主たる事務所を日本国 _____ に有する _____ 株式会社 (以下"供給者"という) とインドネシア共和国国法に基づき設立され、現存する法人であり、その主たる事務所を _____ に有する _____ (以下"代理店"という) との間に _____ 年 _____ 月 _____ 日に締結された本契約は、以下のことを証するものである。</p> <p>供給者は、以下に定義される製品の製造および販売に従事しており、代理店は、同製品を供給者から輸入し、以下に定義される地域において再販売することを希望している。</p> <p>よって、以下のとおり合意される。</p>
<p>Article 1. Definitions</p> <p>Unless otherwise specified in this Agreement:</p> <p>1.1. "Territory" means</p> <p>1.2. "Products" means</p> <p>1.3. "Individual Sales Contract" means the individual and separate sale and purchase contract for Products to be made on the basis of this Agreement. "Individual Sales" means individual and separate sale and purchase transaction covered by Individual Sales Contract.</p>	<p>第1条 定義</p> <p>本契約において、特段の定めがない限り、</p> <p>1.1 "契約地域"とは、. をいう。</p> <p>1.2 "契約製品"とは、. をいう。</p> <p>1.3 "個別売買契約"とは、本契約に基づき締結される契約製品についての個々の分離された売買契約をいう。"個別売買"とは、個別売買契約に含まれる個々の分離された売買取引をいう。</p>
<p>Article 2. Appointment</p> <p>2.1. (Appointment) Subject to the terms and conditions herein set forth, Supplier hereby appoints Distributor as its exclusive</p>	<p>第2条 指名</p> <p>2.1. (指名) 本契約に規定される条項・条件に従い、供給者は、ここに、代理店を契約地域における契約製品の自己の総代理店として指名し、契約</p>

<p>distributor of Products in Territory and grants Distributor the right to purchase Products from Supplier for resale in Territory, and Distributor accepts and assumes such appointment.</p> <p>2.2. (Relationship between the Parties) The relationship hereby established between Supplier and Distributor shall be solely that of seller and buyer, and Distributor shall be in no way the representative or agent of Supplier for any purpose <u>whatsoever</u> and shall have no right or authority to create or assume any obligation or responsibility of any kind, express or implied, in the name of or on behalf of Supplier or to bind Supplier in any manner whatsoever.</p>	<p>地域における再販売のために契約製品を供給者から購入する権利を付与するものとし、代理店は、かかる指名を受諾し、引き受ける。</p> <p>2.2. (当事者間の関係) 本契約により成立する供給者と代理店間の関係は、単に売主と買主の関係であり、代理店は、いかなる目的においても、決して供給者の代理人ではなく、また供給者の名において、もしくは供給者を代理にして、明示的もしくは黙示的を問わず、いかなる種類の義務もしくは責任をも創設し、もしくは引き受け、またはいかなる方法においても供給者を拘束する権利もしくは権限をも有しないものとする。</p>
<p>Article 3. Restriction on Competitive Transaction</p> <p>3.1 (Supplier's Restriction) While this Agreement is in effect, Supplier shall not sell Products to any person other than Distributor in Territory or to persons other than Distributor who Supplier has reason to believe will resell Products in Territory. Provided, however, that the following transactions shall not be covered by this Agreement:</p> <p>(a) Transactions with a governmental authority or representative thereof within Territory.</p> <p>(b) Transactions with an international public organization or branch or representative thereof.</p> <p>(c) Transaction of Products combined outside Territory into another equipment which would be imported into Territory.</p> <p>3.2 (Competitive Products) In consideration of the exclusive right herein granted, Distributor shall not, in Territory, directly or indirectly, purchase, import, sell, distribute or otherwise deal with any product which is of same kind as, similar to or competitive with Products</p>	<p>第3条 競争的取引の制限</p> <p>3.1 (供給者に課せられる制限) 供給者は、本契約が効力を有する間、契約地域における代理店以外のいかなる者、または、契約地域において契約製品を再販売するであろうと供給者が信ずる理由のある、代理店以外の者に、契約製品を販売しないことに同意する。ただし、以下の取引は、本契約に含まれないものとする。</p> <p>(a) 契約地域内における政府当局またはその代理人との取引</p> <p>(b) 公的国際機関またはその支部もしくは代理人との取引</p> <p>(c) 契約地域外で他の設備に結合され、契約地域に輸入される契約製品の取引</p> <p>3.2 (競合製品) 本契約において付与される独占的権利を約因とし、代理店は、直接もしくは間接を問わず、契約地域において契約製品と同種の、類似の、もしくは競合するいかなる製品をも、購入、輸入、販売、流通もしくは他の方法で取り扱わないものとする (ただし、本契約の</p>



6. 輸入販売準備 ①輸入許認可申請・取得



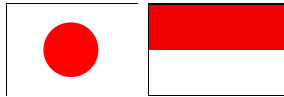
輸入代理店が該当商品を輸入するための許認可を取得済みであることを確認する。

No.	許認可名称	対象品目	管轄機関	申請者	手続期間	手続費用
1	輸入業者照会番号API	全品目	税関総局	輸入者	1週間	無料
2	課税業者番号PKP	全品目	国税総局	輸入者	1週間	無料
3	税関基本番号NIK		税関総局	輸入者	1週間	無料
4	特定品目輸入者ITPT	電子機器、衣服、玩具、靴、飲食品、化粧品、伝統医薬品	商業省	輸入者	1ヵ月以上	無料
5	商品バランスシステム SINAS-NK	19グループ	経済調整省	輸入者	1ヵ月以上	無料
6	鉄鋼製品輸入枠	鉄鋼製品	商業省	輸入者	1ヵ月以上	無料
7	繊維製品輸入枠	繊維製品	商業省	輸入者	1ヵ月以上	無料

参照スライド [まるわかりインドネシアの輸入業務](#)



6. 輸入販売準備 ②販売許認可申請・取得



販売代理店が該当商品を販売するための許認可を取得するための手続きを進める。

No.	許認可名称	対象品目	管轄機関	申請者	手続期間	手続費用	備考
1	HALAL認証	飲食・化粧品	ハラール製品保証実施庁	製造者	5ヵ月以上	50万円	完成品と屠殺は海外代行機関は不可
2	インドネシア国家標準SNI	安全衛生に関するもの	工業省 商業省	製造者	4ヵ月以上	50万円～ 100万円	毎年の工場監査あり
3	適正商品製造方法認証	医薬・食料品	医薬食品監視庁BPOM	輸入者	3ヵ月以上	10万円以下	

注(1): 1 & 2は製造者が申請する。

注(2): 3は販売者が申請するが、殆どの申請書類は製造者に求められる。

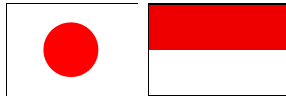
注(3): 3の申請は2の取得が前提となる。

参照スライド

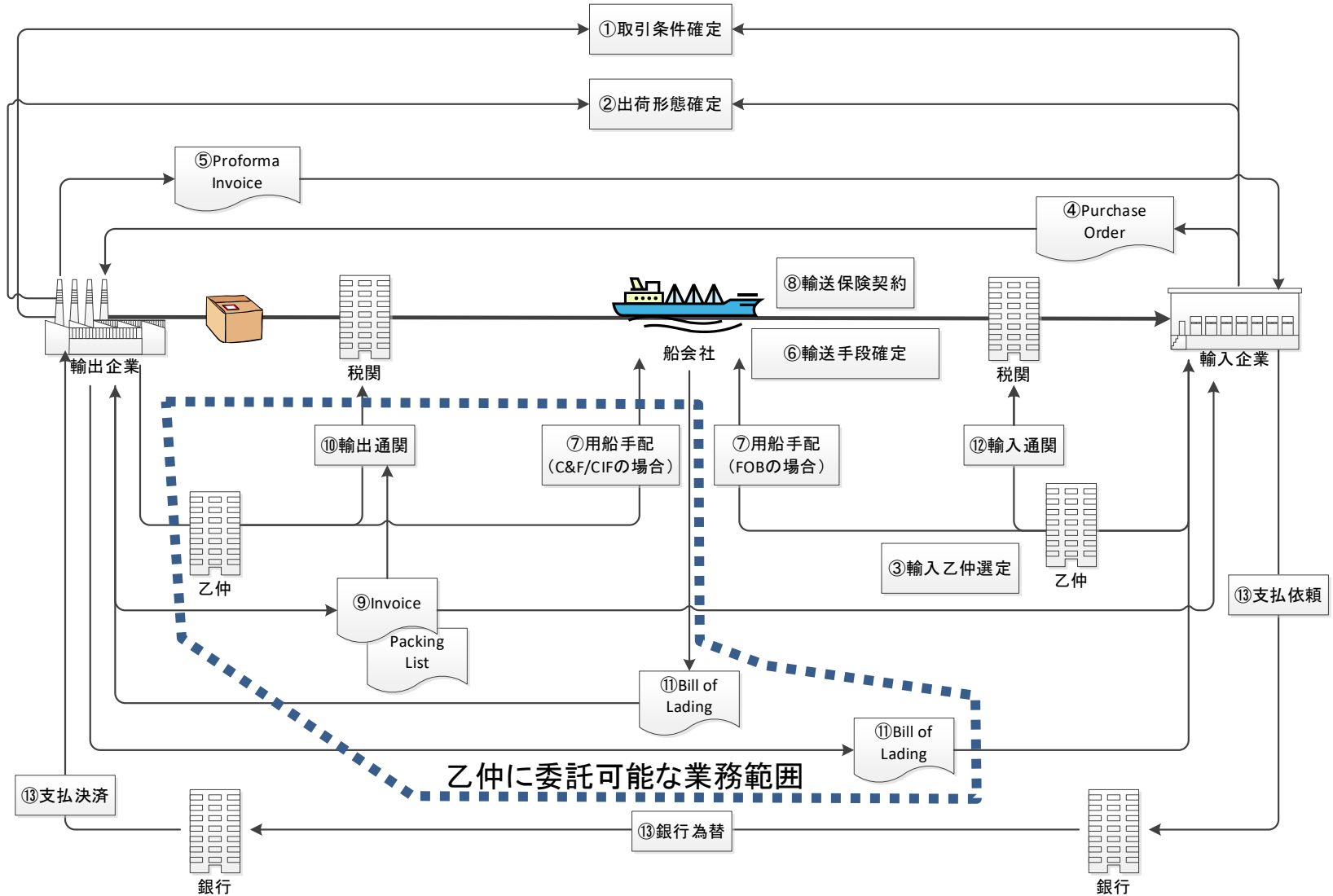
[LPPOM MUIまるわかりハラール認証](#)
[SNI取得七つのステップ](#)
[まるわかりBPOM](#)



7. 輸出準備 ①乙仲契約

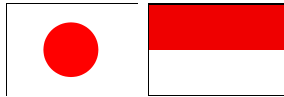


輸出に関わる諸手続き代行してくれる乙仲業者を選定し契約する。





7. 輸出準備 ②梱包材準備



海上輸送、航空輸送に際して求められる梱包条件を満たす。

1. 日本からインドネシアへの海上輸送における一般的条件

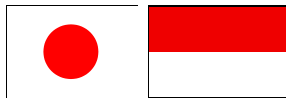
1. コンテナ内の温度は50℃を超える
2. 塩分を含む空気に晒される
3. 高湿度の空気に晒される

2. 国連が分類する9つの危険物クラスとその具体例

1. 火薬類:花火、発煙筒など
2. 高圧ガス:燃料ガスボンベ、消火器、スプレー缶など
3. 引火性液体類:ガソリン、灯油、塗料など
4. 可燃性物質類:活性炭、マッチ、硫黄など
5. 酸化性物質:漂白剤、過酸化ソーダなど
6. 毒物類:殺虫剤、農薬など
7. 放射性物質類:核燃料物資など
8. 腐食性物質:蓄電池、水銀、硫酸など
9. 有害性物質:リチウム電池、ドライアイス、磁石など



7. 輸出準備 ③取説準備



インドネシア語で絵や図を多用した取説を用意する。

安全、衛生に関わる製品や飲食品、医薬品、化粧品は法律で規定された認可条件となる

Petunjuk Penggunaan Obat Sirup pada Anak

Kementerian Kesehatan memberikan **instruksi penggunaan obat sirup yang sudah aman dan bisa diresepkan**

Ketentuan Penggunaan Obat Sirup

- Tenaga Kesehatan **dapat meresepkan atau memberikan obat dalam bentuk sediaan cair /sirup terhadap obat sirup yang sudah aman**
- Tenaga kesehatan dapat **meresepkan atau memberikan obat yang sulit digantikan dengan sediaan lain**
- Apotek dan toko obat **dapat menjual bebas dan/atau bebas terbatas kepada masyarakat bagi obat sirup yang sudah aman**
- Pemanfaatan obat **harus melalui monitoring terapi oleh tenaga kesehatan bagi**

Asam valproat (Valproic acid) Valeptik
 Depakene Vellepsy
 Depval Veronil
 Epifri Revatio syr
 Ikalep Viagra syr
 Sodium valproate Kloralhidrat (Chloral hydrate) syr

Kementerian Kesehatan 31-10-2022

PETUNJUK PENGGUNAAN LPG 3 KG

1. Apa yang harus dipersiapkan ?

- Pasangkan lem dengan erat pada tempatnya (kedua ujung selang).
- Lepaskan segei plastik dan cek cincin karet (seal) pengaman.
- Pastikan selang tidak terindih atau tertekuk.

2. Cara menggunakan kompor gas yang baik

- Tekan dan putar kompor berlawanan arah jarum jam.
- Putar Knop sampai posisi off, bila telah selesai digunakan.

3. Jika gas ELPIJI habis

- Ditandai dengan air tidak menyala & tabung menadi ringan.
- Ganti tabung kosong dengan tabung baru.

WASPADA !!!

- Jangan menggunakan kompor gas dan kompor minyak tanah secara bersamaan.
- Jangan menghubungkan kompor gas ke tekanan gas LPG yang bocor.

3 Kilo Isinya X Lebihnya

LEBIH MUDAH & HEMAT
LEBIH AMAN
LEBIH BERSIH

CONTACT PERTAMINA 500 000

www.pertamina.com



8. トライアル販売 ①トライアル商品輸出



少量の商品で輸出上の段取りや手続きに問題が無いことを事前に確認する。

1. 輸出手続き

- ① 輸出梱包は条件を満たしているか
- ② 取扱説明書や仕様書は要件を満たしているか
- ③ 輸出書類は要件を満たしているか
- ④ 輸出通関での問題はないか
- ⑤ 輸出諸経費は見積条件と同じか

2. 海上・航空輸送

- ① コンテナの積載数は間違いはないか
- ② 輸送中に商品の劣化や損傷はないか
- ③ 輸送中に梱包の劣化や損傷はないか
- ④ 輸送費用と保険金額は見積条件と同じか

3. 輸入手続き

- ① 輸出書類は要件を満たしているか
- ② 輸入許可は全て揃っているか
- ③ 輸入税は見積条件と同じか
- ④ 輸入諸費用は見積条件と同じか



8. トライアル販売 ②トライアル商品販売



少量の商品でインドネシア国内市場に流してみても、販売業務に問題がないことを事前に確認する。

1. 受注引当

- ① 注文を受ける仕組みが出来上がっているか
- ② 商品を引き当てる仕組みが出来上がっているか
- ③ 納期回答の仕組みが出来上がっているか

2. 配送手配

- ① 仕向地別の配送業者は決まっているか
- ② 出荷量別の配送業者は決まっているか
- ③ 配送料金は契約済か

3. 出荷納入

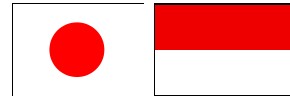
- ① 出荷倉庫でのピッキングの仕組みは出来上がっているか
- ② 集合梱包のルールは決まっているか

4. 代金決済

- ① 支払条件は決められているか
- ② 請求書は用意されているか



8. トライアル販売 ③トライアル結果レビュー



少量の商品をインドネシア国内市場に流してみた結果を評価する。

1. 商品 Product

- 顧客の要望を商品化したか
- 既存の商品ラインを分類したか
- 競合商品との競争優位性は
- 自社の商品開発力を強化したか
- 業界の今後の動向を商品化したか

2. 市場 Place

- 市場占有率の目標は
- 購買力のある顧客層は
- 競合品との勝負所は
- 自社のブランドの見せ方は
- 販売チャンネルは

3. 価格 Price

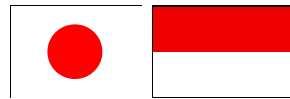
- 顧客の満足する価格は
- 競合品の価格との差は
- 販売チャンネルの価格構造は
- 値引き相場や値引き基準は
- 価格改定時期は

4. 販促 Promotion

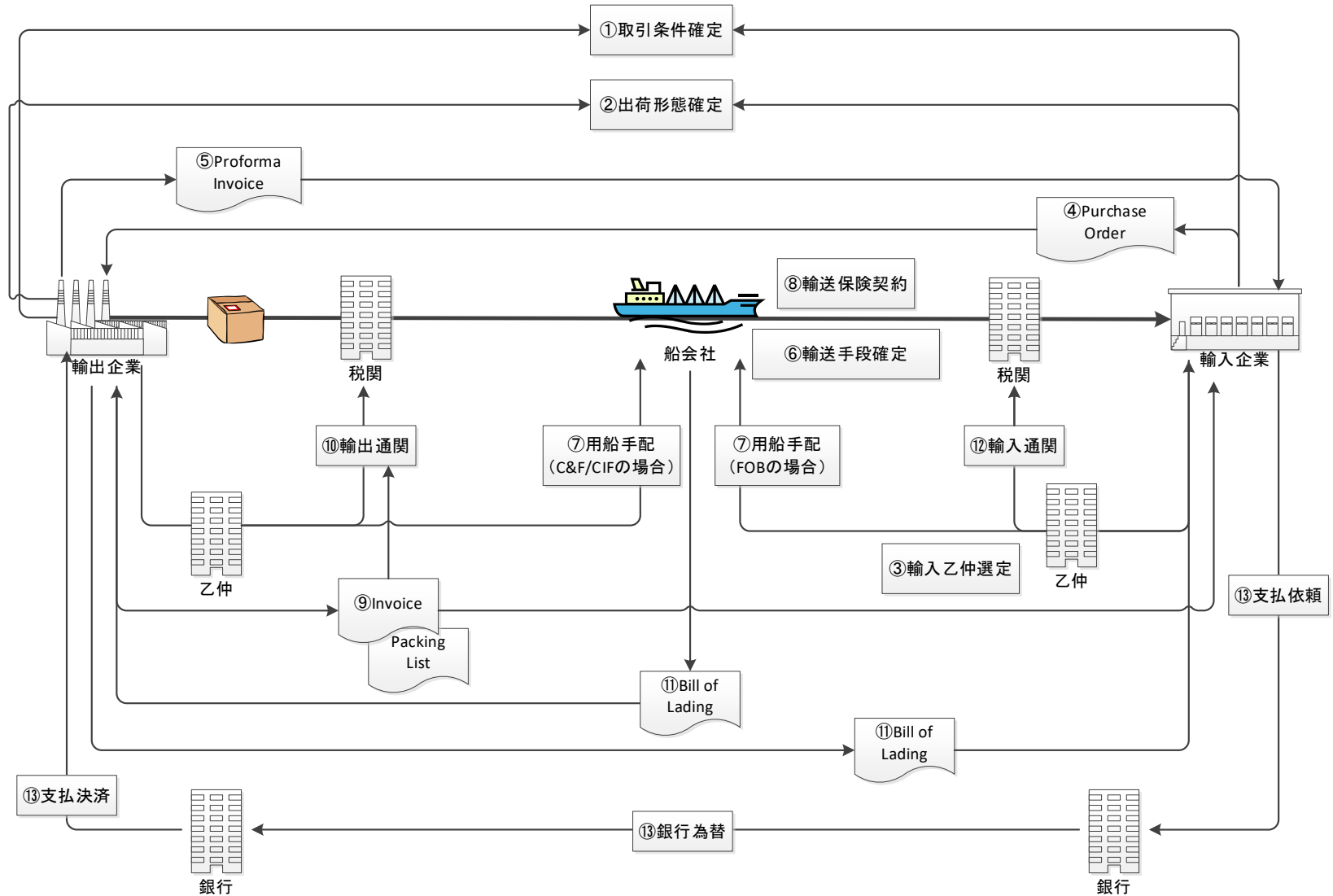
- メディア広告は
- オンライン販売は
- 販売キャンペーンは
- 店舗のレイアウトやデザインは
- 商品の包装は



9. 本格販売開始 ①輸出

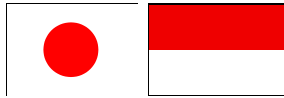


契約に基づき、貿易のルールに従い、輸出を始める。





9. 本格販売開始 ②現地販売



販売結果を評価し、今後の展開にフィードバックする。

1. 商品 Product

- 顧客の要望に合っているか
- 既存の商品ラインに合っているか
- 競合商品との競争優位はあるか
- 自社の商品開発力は強化されたか
- 業界の今後の動向に沿っているか

2. 市場 Place

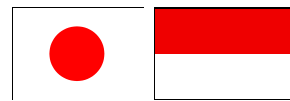
- 市場占有率は達成出来るか
- 購買力のある顧客層は狙えたか
- 競合品との勝負所は当たったか
- 自社のブランドの見せ方は当たったか
- 販売チャネルは機能しているか

3. 価格 Price

- 顧客は価格に満足しているか
- 競合品との価格差は正しかったか
- 販売チャネルの価格構造は正しかったか
- 値引き相場や値引き基準は正しかったか
- 価格改定時期は正しかったか

4. 販促 Promotion

- メディア広告は成功したか
- オンライン販売は成功したか
- 販売キャンペーンは成功したか
- 舗のレイアウトやデザインは当たったか
- 商品の包装は当たったか



インドネシア進出サポート公式サイト

インドネシア進出準備から撤退までの要点を簡潔にまとめたサイト(Googleトップランキング)

<https://www.hmkt.jp/>

インドネシア最新情報ブログ

あらゆる分野での情報を毎日、どんなメディアよりも早く紹介

<http://blog.livedoor.jp/kojindonesia/>

インドネシア進出サポートウェブセミナー

公式サイトに掲載されたセミナースライドサンプルの中から、ダウンロード件数の多いもの順に音声解説付きのスライドをアップロードしています

<https://www.youtube.com/channel/UCXghuRz7zRX5jLOXu75rQjQ>



ご清聴ありがとうございました
ここからは質疑応答です