お困りごと相談
営業編

自己紹介

1975/4～1981/6　ヤマハ㈱入社　インドネシア工場立上支援分野配属

1981/6～1987/3　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

1995/7～2005/3　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51年
になりました

セミナー要旨

- 習慣、文化、宗教、法律、言語の異なるインドネシアにおいて、問題を抱えて苦悩している日本人を時々見かけます。

- 本社に頼れないだけでなく、現地に於いても限られたリソースやネットワークで、孤軍奮闘している姿には心が痛みます。

- そこで、50年間のインドネシアでの仕事の経験を基に、労務・経理・税務・総務・営業・製造・調達・輸出入・物流・駐在員の各分野での、お困りごと相談と題するセミナーをシリーズで開催することにしました。

- このセミナーでは、営業分野で想定されるお困りごとをいくつか取り上げて、それへの対応策を解説します。

- このセミナーが、孤軍奮闘されている駐在員にとって、少しでもお役に立てることを願っております。

目次

1. 営業マン不在
2. 出来高給制度
3. 販売促進活動
4. オンラインショップ
5. キャッシュレス決済
6. 市場調査
7. 産業展示会
8. 法的販売規制
9. 販売取引契約
10. 海外展開

1. 営業マン不在

インドネシア現地法人は規模が小さく、営業のインドネシア人スタッフも不在のため、顧客開拓のための営業活動が出来なくて困っている。

- 先ずは日本人駐在員が日系企業の顧客候補を訪問して、製品の売込を始めましょう。
- インドネシアや英語が苦手な場合は、インドネシア人スタッフに同行してもらい、現地企業の顧客候補を訪問しましょう。
- インドネシア語を勉強して、一人で現地企業を訪問出来るように努力すべきです。
- 日本人駐在員が一人の場合は、技術製造分野の人の場合が多いのですが、部材供給のB2Bの場合は特に、技術の分る日本人による営業はとても重宝がられます。
- SNSが発達した今こそ、工場内に引き籠らず、出来るだけ客先に足を運び、顧客の心を掴みましょう。

2. 出来高給制度

実力のある営業マンを雇いたいが、それに見合った給与を支払うだけの資金力が無く、手詰まりになって困っている。

- インドネシアの流通の多くは華人系インドネシア人、いわゆる華僑に支配されているため、営業マンの取引交渉の相手も、多くは華僑のビジネスマンです。
- 経験の少ないインドネシア人の普通の営業マンが、彼らと渡り合うのは難しく、ベテランのインドネシア人、もしくは華人系の営業マンが必要となります。
- 彼らが企業の一員として営業を担当する場合は、普通の社員ではなく、基本給は少なくても、売上高に応じて出来高給を上乗せする、請負的な雇用契約を結んでいることが多いようです。
- 社員と言うよりはビジネスパートナーとして、出来れば資本も一部所有してもらい、事業家として活動することが彼らには合っているようです。

3. 販売促進活動

インドネシア国内市場での自社商品の認知度を上げるために、限られた予算で販売促進活動を行いたいが、適切な手法が分らなくて困っている。

- インドネシア国内での販売促進活動も、B2BなのかB2Cなのかにより、手法は自ずと決まって来ます。
- B2Bで最も成果が期待されるのは、各種産業展示会に出展するか、あるいは視察することでしょう。
- B2Cの場合はテレビ広告あるいはSNS広告ですが、いずれも効果を期待するには高額の費用が必要となります。
- 比較的安価で認知度を上げる手法としては、インドネシア国内で急成長している、オンラインショッピングのサイトに商品を掲載することでしょう。

4. オンラインショップ

インドネシア国内で急成長しているオンラインショップを活用したいが、経験も知識も無くて、何に気を付けるべきなのか分らなくて困っている。

- インドネシア国内のオンラインショップはたくさんありますが、それぞれの特徴と利用条件を、詳細にわたり調査してから利用するサイトを決めるべきです。

- サイトのデザインに気を取られて、サプライチェーンの構築を蔑ろにしてはいけません。

- オンラインショッピングのサプライチェーンとは以下の要因で構成され、これらの機能が上手く連携しないと失敗します。
  1. サイトの公開：広告と受注
  2. 運送業者との契約：在庫保管と顧客への配送
  3. 金融機関との契約：販売代金の回収

- 試しに他社のサイトで実際に購入してみて、オンラインショッピングを実感してみることをお薦めします。

5. キャッシュレス決済

インドネシア国内の、特にB2Cの支払現場では、キャッシュレスが急速に進んでおり、日本での経験や知識が通用しなくて困っている。

- B2Bの場合は銀行口座振替が主要ですが、これもいつかは新しい方式に変わるかもしれません。

- 小売店のレジやチケットカウンターなどでのB2Cの現場では、QR決済が急速に普及しており、現金に限らず、クレジットカードも使えない場合があり、現地のサービスを利用していない外国人にとっては、困り切ってしまうことが良くあります。

- B2Cの事業を展開する場合は、当面は急速に発展するQR決済の動きを注視しなくてはなりません。

- インドネシア国内で普及しているキャッシュレス決済としては以下のものがあります。
  1. QRIS
  2. E-Wallet
  3. Mobile Banking
  4. Credit Card
  5. Debit Card

6. 市場調査

インドネシアでの事業を拡大すべく、市場調査を行いたいが、どのような方法で進めて良いのか分らなくて困っている。

- 先ずはインドネシアと言う国の将来の可能性について、改めて認識することから始めてはどうでしょうか。
- インドネシアは17,000前後の島々と、200を超える種族からなる多様性を極めた国ですから、島別の特徴、州別の特徴、都市別の特徴、そして種族別の特徴を把握しておくべきです。
- その上で、産業別、業種別、商品別の需要予測を進めると良いでしょう。
- これらに基づきどんな商品を、どれくらいの価格で販売するのか、そしてどのような販売促進活動をすべきかを検討することで、マーケティングの基本要因4Pと言われる、Place-Product-Price-Promotionを調査することになります。

7. 産業展示会

インドネシア国内にはどんなサプライヤがあり、どんな顧客が存在するのか、それらを実感するための手段が分らなくて困っている。

- ジャカルタ周辺には本格的な産業展示会場が3ヵ所あり、ほぼ毎週のように様々な産業分野の展示会が開催されています。
- インドネシア国内に限らず、海外からも多くの業者が展示ブースを開設していますので、今のインドネシアの各産業の需要と供給の事情を、肌で感じることが出来ます。
- 基本的に無料で当日現地での入場登録も出来ますので、気楽に視察してみては如何でしょうか。
- インドネシア国内製の全ての物品、お菓子から住宅までの展示会として有名な、毎年7月頃にジャカルタで1ヵ月間にわたり開催されるJakarta Fairも、B2Cの現状を肌で感じるためには、是非一度視察することをお薦めします。

8. 法的販売規制

自社の商品をインドネシア国内市場で販売するに当り、法的な規制に該当しないのか、確認する手段が分らなくて困っている。

- インドネシア国内で特定の商品を販売する場合、主に以下の様な法的規制に対応することが義務付けられています。

- ハラル認証：2024年以降、飲食品や化粧品など、人間に直接触れるものはハラル認証を取得することが義務付けられています。

- SNI：利用者の安全に関わる商品は、指定された検査機関の試験に合格して、インドネシア国家標準（Standar Nasional Indonesia）を取得することが義務付けられています。

- BPOM：医薬品および飲食品など、国民の健康に影響を及ぼす可能性のある商品は、医薬品・食品監視庁（BPOM:Badan Pengawasan Obat dan Makanan）の承認試験に合格することが義務付けられています。

9. 販売取引契約

インドネシア国内の卸会社や販売代理店を通じて、自社の商品を市場に出す場合、これらの業者との間で、どのような契約書を締結すべきか分らなくて困っている。

- 日本とインドネシアでは、文化も商習慣も異なるため、仮に信頼出来る相手であっても、必ず書面で契約書を交わすことが大事です。
- 卸会社や販売代理店との取引を始めるに当たり、まず交わすべき契約書は、取扱い商品、数量、価格、支払、保証などについて、基本的な条件を取り決める、販売基本契約書です。
- これに基づき、毎回の注文書を受領し、商品を納入し、そして代金を受け取ることになります。
- この基本取引契約書を取り交わさず、注文書だけで売買しているケースも多く見られますが、万が一訴訟問題になった場合、裁定の基盤になる証拠が無く、厄介なことになり得ます。

10.海外展開

インドネシア国内市場への販売が一段落着いたので、周辺諸国への輸出展開を計画したいが、なにをしたら良いのか分らなくて困っている。

- 輸入材料を使用した商品の輸出で、輸出額が総売上の半分を超える場合は、保税工場の資格を取得し、輸出額が総売上の半分未満の場合は、輸出目的輸入便宜制度KITEを取得して、輸入関税などの免除特典を利用すべきです。
- 輸出用に別途新たに工場を建設する場合は、経済特区の利用も検討すべきでしょう。
- 東南アジア諸国連合ASEANの加盟国は現在11ヵ国ですが、域内の輸出入は免税となりるので、まずは域内諸国への輸出から取り組むと良いでしょう。
- インドネシアは今後の経済発展が期待される、拡大BRICSやイスラム協力機構の加盟国であることから、これらの国々への輸出も楽しみです。

最新のインドネシア情報はこちらから

インドネシア進出サポート公式サイト

https://www.hmkt.jp/

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です。
毎月1日発行のメルマガのバックナンバーも掲載しています。
（Googleトップランキング）

インドネシア最新情報ブログ

https://per-inc.com/blog/

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しています。

インドネシア進出サポートウエブセミナー

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

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。
インドネシア週刊ニュースダイジェストも毎週月曜日に発信しています。

愛する二つの祖国である、日本とインドネシアの発展のため、
全てのコンテンツは無料で公開されています

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