

県内企業の海外展開（取引拡大）支援の一環として5月に開催したサブコンタイランド2015に続き、12月上旬にインドネシア・ジャカルタで、開催されたASEAN地域最大級の総合機械見本市「マニファクチャリング インドネシア 2015」への県内企業の出展サポートを実施しました。

### 県内3社の出展支援

島根県ではこれまでタイで開催される展示会へ3度出展しましたが、インドネシアの国際展示会に参加するのは今回が初めてとなります。

当展示会は工作機械・産業機械・工具メーカーの総合見本市で、今年で26回目を迎えます。世界26か国・地域から約2000社が出展、4日間で2万7千人が訪れました。2011年より日本貿易振興機構（ジェトロ）が国内中小企業の海外進出を支援する目的でジャパン・パビリオンを設置しており、5回目となる今回は国内中小企業43社が出展。しまね産業振興財団がその枠を借りて島根ブースを初めて開設し、県内製造業3社が出展しました。

出展企業は、インドネシアでの取引先開拓を中心に代理店・部品加工先（調達先）の発掘を目的に、自社で製造した機械を展示・デモンストレーションを行



い、積極的に自社製品・をアピールして頂きました。日本の大規模展示会に比べ出店規模や来場者数は決して多いとは言えませんが「冷やかしかも少なく熱心に話を聞いてくれる来場者が多い、見積依頼等具体的な引き合いも多かった」と出展企業の担当者は語ってくれました。また展示機そのものではなくその開発技術に着目し、「自社専用の省力化機械を製造してもらえないか」との引き合いもあったそうです。インドネシアでは人件費の上昇が続く中、製造現場の省力化のニーズが急速に増えつつあり、日本企業の技術力が求められていると感じました。



### 魅力的なインドネシア人

インドネシアは、海外進出プラットフォーム『Digima～出島～』（<https://www.digima-japan.com/>）が海外ビジネス支援事業者（海外進出コンサルタント・税理士・国際弁護士）を対象に実施したアンケート調査で「今、進出しておくべきだと思う国」ランキングで第1位に選ばれています。

国を選出した理由の傾向として「経済・人口等発展のポテンシャルが高い国」「日本企業の進出受入体制が整いつつあり外資が参入しやすい国」「まだ日本企業の進出が少なくこれからチャンスが来ると思われる国」との観点があり、インドネシアではその観点において絶妙のバランスが取れている国と考えられているとのことでした。

世界第4位の人口（約2.4億人）を誇り、若年層の割合が高く2044年頃まで人口ボーナスが続くという点が魅力とされていますが、インドネシア人そのものの魅力とはどこにあるのでしょうか。今回の1週間程度の滞在では、その本質を見極めることは出来るはずありませんが、私が感じた率直な感想をお伝えしたいと思います。

【明るく・親日的】 インドネシアに到着して初めて会話をしたのが現地ガイドの女性です。敬虔なイスラム教徒で、細やかな心配りに色々とお助けられ、またインドネシアの歴史・文化・経済から貧乏学生の節約術まで、気さくに色々な事を教えてくれました。

展示会場で商談サポートをお願いした女性の通訳の方はとにかく明るく、初対面の来場者にも昔からの友人の如くフレンドリーな対応で多くの来場者を呼び込んで頂きました。

またインドネシアは世界最大の親日国と言われるように、町を走るバイク・自動車は9割以上が日本製であり、至る所に「寿司」「居酒屋」「牛丼」などの日本食が見られ「メイドインジャパン」に対する人気・信頼感を感じました。最近の日本新幹線方式不採択のニュースにも多くの方が嘆いているとのことでした。



【強かさ】 スクールが降る交通渋滞の交差点の真ん中に、短パン・Tシャツ・サンダル姿の若者が数名。車を止めたり流したりしながら運転手から500ルピア(5円程度)のお金を受け取っていました。交差点に信号が無いインドネシアでは渋滞が極めて激しく右左折・車線変更も至難の業、この様な交通整理も商売となっています。また、交通量規制のため3名以上乗車の車しか通行できない区間があり、クリアするために車に乗車するだけの仕事もあります。他、傘のレンタルや靴磨き等々、いろいろなものを商売に替えてしまう強かさに感銘を受けました。

【真面目・チャレンジ精神】 ある人は「ASEANの某国は日系企業が撤退した時に自国だけで上手くやっっていけるか疑問だが、インドネシア人は技術やノウハウを自分のモノにしようという意気込みが強い感じた」と話していました。

私が訪問した日系製造業では社長以外の役員・従業員がすべてがインドネシア人で、オーダーメイド専用機の受注～設計・加工・組立までを一貫して行い、壁一面のホワイトボードを活用した製造工程の見える化・徹底した納期管理システムをインドネシア人スタッフの発案で構築、日々改善の取組をしていると聞き驚きました。この企業は約20年前に現地進出、今では日系・ローカル企業を問わず絶大な信頼を得ており、インドネシア進出における模範的な企業に思えました。



露店の瓶詰ガソリン売り



## 人と人

スーツを着てスマホを片手に日本車に乗るビジネスマンから、コテカをつけて槍を手に獣を追う民族まで同じインドネシア人。300種余りの民族が共存する多様性の国で、インドネシア人と一言で言い表す事はできず、どう感じるかは人それぞれだと思います。

しかし、国は違えど結局は人と人。「この人達と一緒に仕事して行きたい」と想えるかどうかが重要だと、今回の出張を通じインドネシアの方々の暖かく強い人間性に触れる中で感じました。リスクの伴う海外進出の検討においては、様々な経済指標や専門家の意見を聴いて分析・検討する必要がありますが、まずはその国の人と会い、その国の文化に飛び込んで、

自分自身で感じる事が何より重要ではないでしょうか。

滞在最終日、私は勇気を出してホテル近くの理髪店に行きました。言葉の通じないインドネシア人理容師にすべてを委ねた結果、日本ではめったに見られないような個性的な髪型になってしまいました。仲間には大笑いされましたが、インドネシア人に少し近づけた様な不思議な満足感に浸りつつ、もはや他人とは思えないインドネシアと日本とが共に発展する明るい未来について思いを馳せました。

これからも、近い将来、ビジネスパートナー若しくはお客様となるであろうアセアン諸国の方々と県内企業との、人と人を繋ぐ機会を提供すべく業務に臨みたいと思います。