

インドネシアの自動車市場の現状と展望

～ バッテリーエコシステム構築を目指す ASEAN 最大市場 ～

NRI タイ ASEAN Manufacturing Practice, Automotive & Mobility Consulting Group プリンシパル 山本 肇

NRI タイ ASEAN Manufacturing Practice, ASEAN Go-to-Market Consulting Group ビジネスアナリスト James Adhika Kurnia

1 はじめに

インドネシアは世界で4番目の約2億8,000万の人口を抱え、1人当たり所得は今年には5,000USドルを超えることが見込まれており、東南アジア諸国連合（ASEAN）では最大の自動車市場のポテンシャルをもつ。日系にとって、つい2年前まで9割以上の市場を占有し、伝統的に親日国であるインドネシアは最も安定的で収益性の高い拠点の一つであった。しかし、インドネシア政府は、大統領令2019年55号により電気自動車（EV）推進にかじを切り、BYDをはじめとした中国系が多数参入し、日系を取り巻く環境が急激に変化している。背景には、世界最大の埋蔵量を誇るニッケル資源をバッテリー材料に活用し、上流から下流までのEVエコシステムの発展を目指す政府の「下流産業化政策」がある。本稿では、これらの自動車産業の環境変化、政策を踏まえ、国内市場の拡大、輸出市場の拡大、部品の国産化拡大、グローバル・サプライ・チェーンへの参入の四つを政策課題として捉え、日系企業に対してはグローバルサウス向けの生産拠点化などの戦略オプションを提言する。

2 インドネシアの自動車市場動向

1) 全体市場動向

(1) 伸び悩む自動車市場

数年前から現地の業界関係者の間で「Satu Juta Trap（100万台のわな）」という表現がキーワードとなっている。これは、10年以上、人口規模が大

きく、1人当たり国民所得も上昇しているにもかかわらず、新車販売台数が100万台前後の市場規模にとどまっている不可思議な状態を指す。直近の5年間では、コロナ禍後の反動増の2022～23年を除き、100万台を下回り、24年には前年比13.9%減の86万台にとどまった。

市場低迷の背景として、第一に指摘されるのは、2024年前半の金融の引き締めである。23年10月インフレ懸念から、コロナ禍の時期に引き下げられていた政策金利は6%に引き上げられ、新車需要の低迷の一因になっている。しかし、25年以降は3回の利下げを行い、政策金利は5.25%の水準まで下がっている^{※1}が、自動車需要の回復に一向につなげていない。

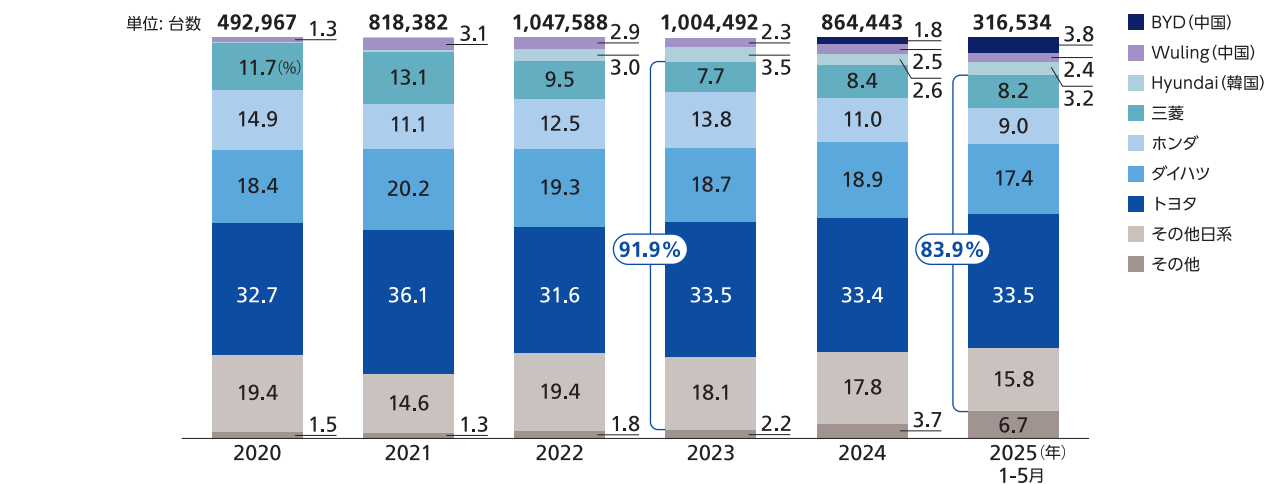
もう一つの要因として挙げられるのは「中間所得層の縮小」であり、第6章の「インドネシアの自動車産業の課題～四つの象限」で詳述する。

(2) ブランド別販売動向

ブランド別にみると、2024年に日系ブランドのシェアが89.5%と、昨年初めて90%を割り、25年5月現在84%にまで低下している。トヨタ自動車とダイハツ工業を合わせたトヨタグループが全体市場の50%以上を占め、高いシェアを維持しているものの、その他の日系メーカーのシェア低下が

※1 IDNFinancials「Bank Indonesia cuts interest rate for third time, now at 5.25%」2025年7月16日 <https://www.idnfinancials.com/jp/news/55926/bank-indonesia-cuts-interest-rate-for-third-time-now-at-5-25>

図表1 インドネシアのブランド別自動車市場動向



著しい。代わりに、シェアを大幅に伸ばしているのは、EV を中心に参入を図る中国勢である。特に、BYD は 24 年 6 月に参入して、わずか約 1 年で 25 年 5 月現在、3.8% まで伸ばしている。その一方で、19 年に ASEAN の最大の生産拠点として工場を設立し、インドネシアでの本格参入を図った韓国の Hyundai(現代自動車) は 3.2% と伸び悩んでおり、EV メーカーでも明暗が分かれる。

2) インドネシアの EV 市場動向～BYD の急増

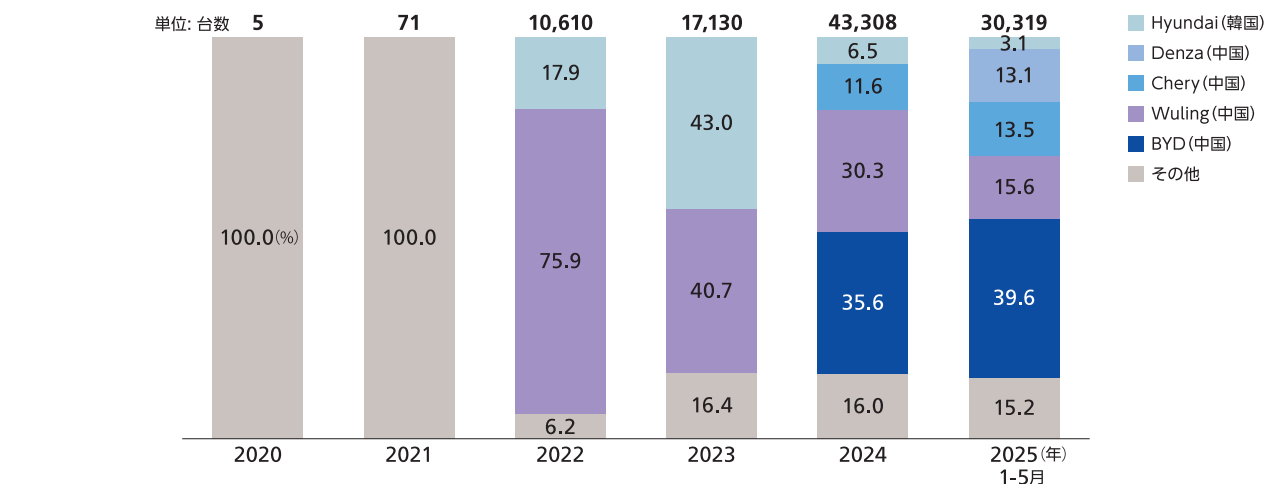
EV 市場は、2023 年の 1 万 7,000 台から 24 年に 4 万 3,000 台へと約 2.5 倍増大し、全市場に対する比率は 5% まで上昇している。なかでも注目されるのは、BYD の躍進であり、24 年 6 月から国内販売を開始したにもかかわらず、高級 MPV (マルチ・パーパス・ビークル) ブランドの Denza と合わせて 12 月までに 1 万 7,000 台までに拡大し、EV 市場の 50% 以上のシェアを握った。このような EV 販売急増の背景として、23 年 12 月の大統領令 2023 年 79 号の公布により、EV メーカーが一定の期間に関税および物品税などを無税で完成車を輸入することが認められるようになったことが挙げられる。23 年までは、国産化規制により国内生産する韓国の Hyundai と中国の Wuling (上汽通用五菱汽車) 2 社のみに税恩典が認められ、消費者にとつ

て選択肢が限られていた。しかし、24 年以降から、BYD や Chery などの中国系 EV メーカーが続々と参入し、完成車輸入が大幅に増えた。

BYD の販売が好調である要因として一つめに挙げられるのは、インドネシア市場の人気セグメントでの競争力の高いモデルの投入である。特に、インドネシアで人気の高い 6 ～ 7 人乗り 3 列シート MPV の「M6」と高級 MPV の「Denza D9」が各セグメントで首位にたっていることが注目される。「M6」は 3 億 8,300 万ルピア (約 348 万円) で販売し、競合より 2 ～ 5 割安いことから、今年 5 月までの販売は 5,000 台以上に達した。高級 MPV の「Denza D9」は 9 億 5,000 万ルピア (約 863 万円) であり、トヨタ「アルファード」の高グレードの約半額で販売しており、同じ時期に 3,000 台を超えている。お買い得感に加えて、先進運転支援システム (ADAS) などの安全装備、車内のデジタルコックピットなどが充実しており、イノベーター志向の高い富裕層の取り込みに成功している。

二つめは、BYD の EV がフリート需要を取り込んでいることである。ライドシェアの最大手のグラブは BYD と包括的な提携関係を結び、2024 年の後半から BYD の「M6」の契約ドライバーへのレンタルを開始しており、レンタル台数は既に 1,000 台以上に達している。EV のランニングコストが内燃

図表 2 インドネシアのブランド別 EV 販売シェア



図表 3 インドネシアの EV 政策の背景

政策目標	概要
CO ₂ の削減	インドネシアは、2030年までに自国努力でBAU (Business as Usual) 比CO ₂ 32%削減 (国際支援があれば同41%削減)、60年までにカーボン・ネット・ゼロを目指している。
燃料輸入の削減	インドネシアは、産油国であるものの、国内燃料消費の拡大により、石油・ガスの貿易赤字は2024年第4四半期に53.3億USドルと拡大傾向にあり、電動化により経常収支の改善を図る。
ニッケルの「下流産業化政策」	インドネシアは世界のニッケル資源の埋蔵量の4割を握ることから、主な海外のニッケルユーザーの投資を呼び込み、正極材、バッテリー産業などを中心としたエコシステムを育成する「下流産業化政策」を展開する。

注) Indonesia Economic Update Report, Q4 2024 - ARC Group
出所) インドネシア工業省資料などより NRI 作成

機関 (ICE) の燃料コストの 3 分の 1 であることが、グラブ運転手の人気を集めており^{※2}、イノベーター志向と価格志向の両方のセグメントを取り込んできていることが、BYD の強みとなっている。

3 インドネシアの EV 政策動向

インドネシア政府は、2019 年 8 月に大統領令 2019 年 55 号を発表し、EV の産業奨励策を本格化した。インドネシアとしては、Making Indonesia 4.0 の戦略の下で、地域の EV 生産ハブを目指す。四輪の EV は、25 年に自動車生産の 20% の 40 万台、35 年までに 100 万台を目指す。

インドネシアの EV 産業奨励策の背景として、以下の 3 点が挙げられる。

EV 奨励策としては、図表 4 の通り、車両販売に関わる税恩典、投資恩典、EV 使用促進策などがあり、

EV は車両価格の 25% 以上の補助を受けている。

4 中国勢を中心とした EV 現地生産動向

以上のような奨励策により、2022 年からの Hyundai の IONIQ 5 の生産開始を皮切りに、韓国勢と中国勢を中心に現地生産を開始している。EV メーカーの現地生産では、自社生産と委託生産と大きく二つの形式があるが、最近の傾向として委託生産形式が増えている。

自社生産で最大規模の投資を計画しているのは BYD であり、10 億 US ドルの投資で 2026 年 1

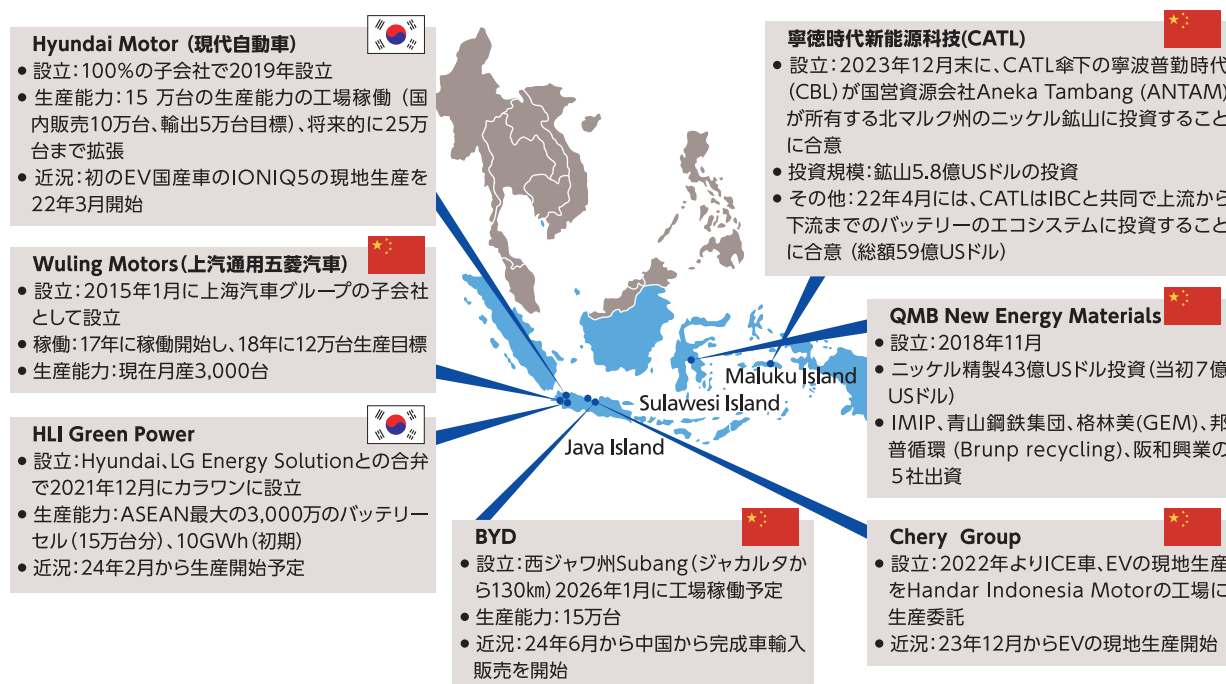
※2 ライドシェアのドライバーにとっての最大のメリットは、ランニングコストが低いことである。BYD [M6] を運転するグラブのドライバーによれば、内燃機関の 1 日の燃料費が 3 万ルピア (約 274 円) であるのに対して、EV の充電費は 1 万ルピア (約 91 円) と 3 分の 1 となる (2025 年 7 月に実施したグラブのドライバーへのインタビューに基づく)

図表4 インドネシアのEV奨励策の概要

	主な奨励策
車両販売に関わる税恩典	●国産化40%を達成した国際生産企業に対して、物品税の免税(大統領令2019年73号など) ●2023年から、付加価値税(VAT)の11%から1%への減免(財務省令2023年38号など) ●2025年までの完成車の輸入関税の免税措置(財務省令2024年10号、大統領令2023年79号)
投資恩典	●5,000億ルピア(約45億円)以上の投資金額のEV工場に対する5年間の法人税の50%減免措置
EV使用促進策	●中央、地方政府の公用車に対するEV使用の義務化(大統領指示2022年7号) ●ジャカルタでの幹線道路でのナンバープレート偶数・奇数通行規制の免除

出所) インドネシア工業省資料などより NRI 作成

図表5 主要EVメーカーおよびバッテリー関連メーカーの生産動向



出所) 報道発表などより NRI 作成

月から年産能力 15 万台の工場をジャカルタから東 130km の西ジャワ州 Subang で稼働する予定である。最も前から工場を設立しているのは Wuling であり、17 年に工場を稼働し、中国勢としては初めて EV の現地生産を 22 年から開始している。

インドネシアでは、有力財閥が受託生産工場を運営しており、ディストリビューター（卸売業）まで展開している。そのため、GWM（長城汽車）、GAC/AION（広汽埃安）、上海汽車傘下の Maxus、起亜などは、大手ディストリビューターの Indomobil Group と提携。その一方で、Chery グループ（Chery / Omoda / Jaecoo / Jetour ブランド）、Geely（吉利汽車）は Handal

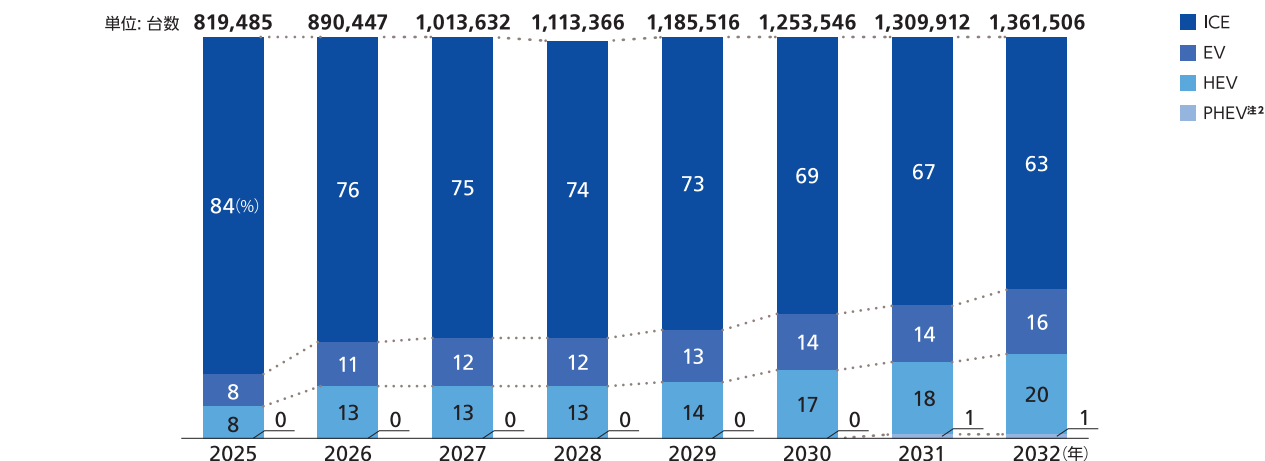
Indonesia Motor と提携している。

5 インドネシアにおけるパワートレーンミックスの将来見通し

1) 普及要因としての自動車奨励策の継続

インドネシアのEVの将来普及を予測する上では、ジョコウィ前大統領政権下で進められてきた手厚い自動車奨励策が継続できるかどうかのカギを握る。プラボウォ大統領に政権が代わった後に、2025年4月に国産化を条件にハイブリッド自動車(HEV)に対する奢侈(しゃし)税を25年末まで6%から3%に引き下げ、EVのみならずHEVなど多様な電

図表 6 インドネシアのパワートレーン別自動車販売割合将来予測



注 1) 中型・大型トラックを除く自動車販売台数

注 2) プラグインハイブリッド自動車

出所) S&P Global Mobility より NRI 作成

動車を推進する方向に軌道修正しつつある。部品産業の大半は ICE に依存しており、急速な電動化による産業へのインパクトを和らげたい業界の意見を反映したとみられる。さらに、タイにおいて EV 完成車輸入の急増が国内生産にインパクトを与え、自動車メーカーの生産撤退や一部のサプライヤーの閉鎖につながっていることを教訓にした可能性がある。

その一方で、プラボウォ大統領は、最近、カーボン・ネット・ゼロの達成を 2060 年より前倒して達成する意向を示しており、EV をカーボンニュートラル実現の上で重要視していることから、現行の EV 奨励策は当分継続する可能性が高い。

EV の普及において、課題となるのが充電インフラの整備である。国営電力会社の PLN によれば、2025 年 3 月現在の PLN により設置された充電器は 3,772 基であり^{※3}、同時期に 1 万基を超えたタイと比べても遅れている。将来的にも島しょ国であることによる充電インフラ整備コストの高さ、電力グリッド整備の遅れなどが、EV の制約要因となる可能性が高い。

以上のように EV 産業奨励策の継続を前提としながらも、インフラなどの制約要因を踏まえると、EV の販売台数は 2026 年以降は緩やかに伸びて、全体市場の 16% の 21 万台に達することが予想される。

6 インドネシアの自動車産業の課題～四つの象限

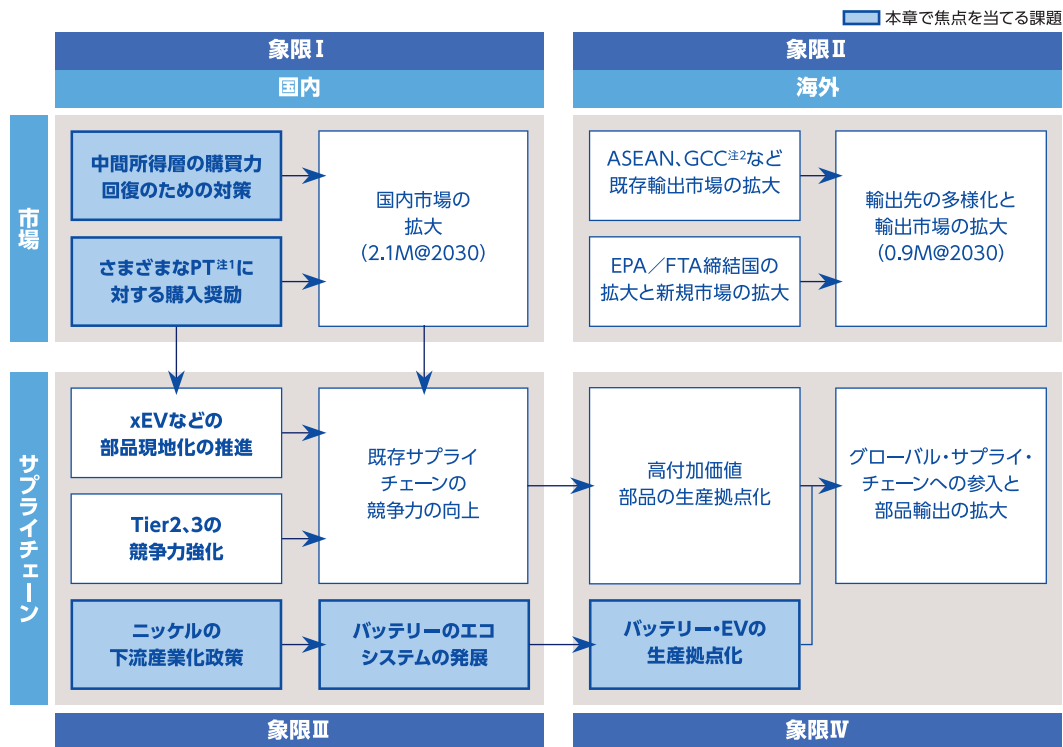
インドネシアでは、2018 年 4 月に Industry 4.0 をインドネシアに導入する Making Indonesia 4.0 が発表された後、重要産業の一つである自動車産業ロードマップの策定が計画されている。しかし、これまで発表されたロードマップの概略では、35 年までに国内市場 250 万台、輸出市場 150 万台という数量目標は掲げられているものの、目標達成のための具体的な戦略・施策が示されていない。また、パワートレーン（車の動力源）別では、EV のみのロードマップが発表され、ICE 車、HEV などを含む総合的なロードマップが策定されていない状況である。

以上の認識を踏まえて、インドネシアの自動車産業が抱えている課題を整理すると図表 7 の通りである。インドネシアの自動車産業が国際競争力をもつには、国内外市場の拡大による自動車生産の量産効果拡大（市場の領域）と、サプライチェーンの拡大・深化による付加価値の向上（サプライチェーンの領域）という両面戦略の追求が求められる。さらに、それぞれの領域は、国内と海外にまたがることから四つの象限に分けられる。

市場とサプライチェーンは密接につながっている

※ 3 Indonesia to allow private players to build EV charging stations - ANTARA News

図表7 インドネシア自動車産業の課題（4象限）



注 1) PT= パワートレイン

注 2) GCC= 湾岸協力会議 (Gulf Cooperation Council)

出所) NRI 作成

ことから、国内市場の拡大を図りながらサプライチェーンの発展を促進する施策（象限Ⅰ→象限Ⅲ）と、輸出市場の開拓を通じてグローバル・サプライチェーンへの参入を図る施策の実施（象限Ⅱ→象限Ⅳ）が望ましい。以上から、国際協力機構（JICA）の委託で実施した「インドネシア共和国自動車産業開発プロジェクト」^{※4}では、インドネシア工業省に対して、輸出振興策を提案するに当たって、輸出振興策とセットになった国内市場発展策とサプライチェーン育成策の重要性を提言した。

本章では、国内市場の拡大（象限Ⅰ）、輸出市場の拡大（象限Ⅱ）ニッケルの下流産業化政策とバッテリー関連のエコシステムの発展（象限Ⅲ、Ⅳ）について触れる。

1) 国内市場の拡大を阻む「中間所得層の縮小」 （象限Ⅰ）

2025年のインドネシアの経済成長率は、アジア開発銀行の予測では24年（5.03%）と同水準の5%

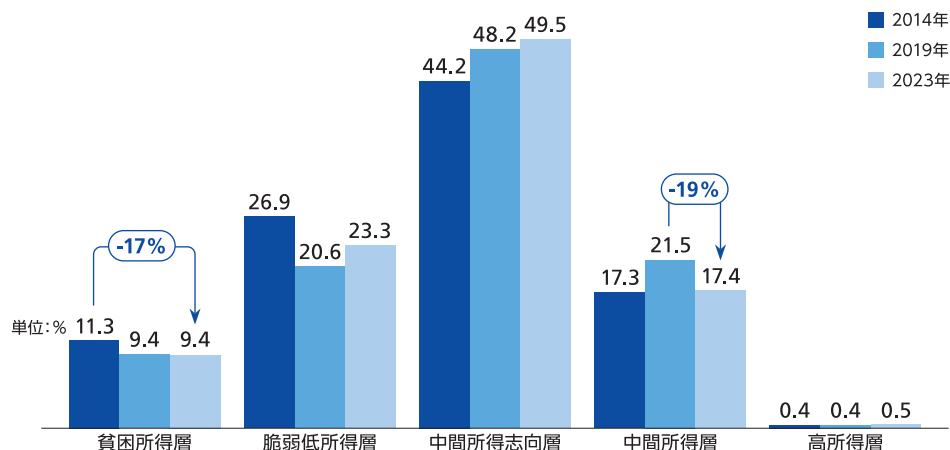
前後で安定的に推移すると予測されている。しかしながら、先述のように自動車市場が100万台を超えて拡大しない「Satu Juta Trap」に陥っている。政府統計の発表によれば、過去10年間で、貧困率は2%近く低下したが、19年から24年にかけて、中間所得層^{※5}は4.1%（950万人に相当）縮小しており、新車販売が低迷している要因として注目される。

自動車の新車販売価格は中間所得層の賃金上昇を上回るペースで上昇しており、中間所得層にとって新車購入はますます困難なものになっている。この

※4 JICA「インドネシア共和国自動車産業開発プロジェクト」（2022～25年度）において技術協力プロジェクトをNRI Consulting & Solutions (Thailand) Co., Ltd. と（株）ワールド・ビジネス・アソシエイツ（WBA）で実施

※5 インドネシア中央統計庁（BPS）は、基本的な生活水準を満たすために最低限必要な支出を算出する「基本的必要経費（Cost of Basic Needs）」アプローチを用いて、インドネシアの貧困を測定している。BPSが採用している世界銀行の分類によると、高所得層は貧困ラインの17倍以上の支出層、中間所得層は3.5～17倍の支出層、中間所得志向層は1.5～3.5倍の支出層、脆弱（ぜいじゃく）低所得層は1～1.5倍の支出層、貧困所得層は貧困ラインにある所得層を指す

図表 8 インドネシアの中間所得層の縮小



出所) BPS の統計より NRI 作成

結果、新車を購入できない中間所得層は中古車にシフトしている可能性がある。実際に、新車市場は前年比減少しているにもかかわらず、インドネシアの金融サービス監督機関（OJK）によれば、2025 年 3 月までの中古車向けローンは前年比 13.69% 伸びている^{※6}。また、中間所得層を含む幅広い所得層が、ジャカルタでの渋滞の慢性化を回避するために日常の移動はライドシェアの使用を高めており、ライドシェアが著しく成長していることも影響していると考えられる^{※7}。国内市場が拡大しなければ、国内生産が拡大せず、サプライチェーンの発展を阻害し、国際競争力低下につながることから、自動車工業会（GAIKINDO）、自動車部品工業会（GIAMM）などの業界団体は、政府に対して、中間所得層の購買力向上のための割高の自動車関連税金の引き下げを提案している。特に、GIAMM は EV に対する税恩典は、完成車輸入ないし国内調達率の低い EV の販売増加をもたらす、国内サプライチェーンの発展に貢献していないことから、日本車のように高い国内調達率を達成したモデルに対する税優遇策を政府に提案している^{※8}。

2) インドネシアの自動車産業の輸出拠点化(象限Ⅱ)

インドネシア政府は、完成車輸出を 2030 年までに 90 万台、35 年までに 150 万台を目標に掲げて

いる。24 年の輸出台数は 47 万台と、19 年の 33 万台から 4 割以上増大しているものの、目標台数との開きは依然として大きい。さらに、最大の競合国のタイの約半分の規模にとどまる。輸出地域別シェアをみると、ASEAN が 55% を占め、ASEAN への依存度が高く、タイ^{※9} と比べると輸出先の多様化が進んでいない。前掲の JICA の自動車産業開発プロジェクトでは、既存の主要輸出先である ASEAN や中近東に加えて、中南米やアフリカなどの新興市場と 2 国間 EPA（経済連携協定）、CPTPP^{※10} のような地域間 EPA、インドネシアが今年正式加盟した BRICS の枠組みなどを通して輸出拡大を図っていくことを提案している^{※11}。

※6 OJK Jabarkan Data Lonjakan Kredit Mobil dan Motor Bekas di Leasing

※7 現地調査会社によれば、インドネシアのライドシェア市場は 2025 年の 44 億 1,000 万 US ドルから 30 年までに年率 7.25% で成長し、62 億 6,000 万 US ドルに達すると予測されている。https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-ride-hailing-market#:~:text=Indonesia%20Ride%20Hailing%20Market%20Analysis,align%20with%20national%20carbon%20targets

※8 インドネシア自動車部品工業会（GIAMM）事務局長とのオンラインインタビューに基づく（2025 年 7 月 30 日）

※9 タイの 2024 年の地域別輸出構成比は、オーストラリア 29%、アジア 27%、中近東 20%、その他 24% となっている（出所：MarkLines）

※10 環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定

※11 JICA「インドネシア共和国自動車産業開発プロジェクト」発表資料（2025 年 4 月）

3) 下流産業化とバッテリーの生産拠点化(象限Ⅲ、Ⅳ)

インドネシアのEV政策の特徴は、先述したようにニッケルの下流産業化政策を中心としたEVの国産化の推進である。政府は、二輪、四輪ともに2030年までに80%の国産化達成の義務をEVメーカーに課しており、そのうちリチウムバッテリー(LiB)の国産化率は40%と半分を占める。国産化政策においては、バッテリーの組み立てのみではその4分の1の10%しか認められないため、EVメーカーにとって、セルからのバッテリーの現地化は、国産化目標達成の必須条件となる。

インドネシアは、バッテリー国産化義務をてこに、ニッケル鉱石から、正極材(Cathode)、バッテリーセル・組み立てなどの総合的なエコシステムを国家主導で構築しようとしている。そこで、バッテリーの全バリューチェーン(VC)を掌握する目的から、2021年に石油公社のPertamina、鉱山会社のMIND ID、電力会社のPLN、ニッケル材料のANTAMの4社からの出資でIBC(Indonesia Battery Corporation)を設立し、韓国系のLG Energy Solution(LG)社と中国系バッテリー会社最大手のCATL(寧徳時代新能源科技)社との提携を図る。しかし、現在、インドネシアで販売されている中国勢のEVのほとんどは、リン酸鉄リチウムイオン(LFP)電池を使用しており、ニッケルを使用するNMC(ニッケル、マンガン、コバルト)三元リチウム電池ではないために、下流産業化政策との整合性がとれていない。

また、LG社は当初、バッテリーのエコシステム投資計画の下、2024年にインドネシア初のバッテリーセルの量産工場を稼働させ、25年以降に前駆体/正極材の生産も開始する予定であった。しかし、25年4月に、世界的なEV販売不振によるバッテリー需要の伸び悩み、米国が保護主義を強めたことから、LG社はエコシステム全体への投資を撤回することを発表した。その一方で、中国系の最大手の電池メーカーのCATL社は、統合型EV電池産業工

コシステムの計画を進めており、今年6月にプラボウォ大統領を招いてカラワンのセル生産工場得起工式を実施した。高いニッケル精錬技術と最大のバッテリー市場を有し、ニッケル需要が高い中国への依存度が高まっている。

7 日系企業にとっての事業機会・課題

日系企業に対して、以上の4象限の課題を踏まえて、三つの戦略オプションを追求し、事業機会の拡大と政府・現地企業との関係強化を図ることを提言したい。

1) 「マルチプルパスウエー」によるカーボンニュートラル達成への貢献

日系メーカーはCO₂削減に配慮しながらパワートレーンの多様化をリードすることが望ましい。EV一本やりでは、EVを普及できる地域やユーザー層が限られていることに加え、7割以上を石炭火力に依存している電源構成ではカーボンニュートラルの実現に近づくことは難しい。従って、ユーザーのニーズおよび使い方に合わせたさまざまなパワートレーンの選択肢を用意する「マルチプルパスウエー」を展開していくことがインドネシアにはふさわしい。日系の強みであるHEVに加えて、バイオ燃料も有力となる。その背景は、インドネシア政府は、世界最大のパーム油生産・輸出国であることから、パーム油を中心とするバイオディーゼルの使用を推進していることだ。2025年にはパーム油比率を40%まで高めたB40ディーゼルの使用を義務化する。バイオ燃料車の普及に協力しながら、バイオ燃料エンジン(Flex Fuel)関連部品の生産拠点化を図れば、燃料輸入削減とともに、輸出振興にもつながる。

2) グローバルサウス向け生産拠点化による中国勢への対抗

日系は安値で攻勢をかけてくる中国勢への対抗の上でも、インドネシアをグローバルサウスの拠点としてより明確に位置づけていくことが求められる。グローバルサウスは、安全・排ガスなどの法規がインドネシアと近いためもっていきやすい。グローバルサウス向けの生産拠点化を図れば、量産効果によりコスト競争力向上につながる。併せて、日系は拠点化促進策として、インドネシア政府に対して、不公平な税制の是正を求めていくべきである。現在の奢侈税制度では、現地部品調達がほとんど進んでいないEVは奢侈税0%、消費税（PPN）2%であるのに対して、現地調達率が8割を超える日系のMPVはICEであるため奢侈税12%以上、消費税12%に達する。現地調達率が高いモデルに対する奢侈税率が引き下げられれば、国内販売と国内生産拡大につながり、量産効果をもたらし、日系のみならず現地サプライヤーへの裨益（ひえき）も大きい。

3) 電動サプライチェーンへの協力による政府・現地企業との「Win Win」の関係構築

インドネシア政府は日本に対してもニッケルの下流産業化政策への協力を期待している。日系企業としてHEVや国産化率の高いICEへの税優遇拡大を政府に働きかけるためにも、その引きかえに下流産業化政策にも寄り添う姿勢をみせることが望ましい。つまり、1)の「マルチプルパスウエー」の展開と並行して、EVやバッテリーの現地化にも協力し、電動サプライチェーンの発展に貢献すれば、長期的にインドネシア政府・現地企業との「Win Win」の関係構築につながることが期待される。

（監修：津崎 直也）

筆者



山本 肇（やまもと はじめ）
NRI タイ ASEAN Manufacturing Practice, Automotive & Mobility Consulting Group
プリンシパル
専門は、ASEAN 自動車産業、EV、サプライチェーン分析など
E-mail: hajime.yamamoto@nri.com



James Adhika Kurnia
NRI タイ ASEAN Manufacturing Practice, ASEAN Go-to-Market Consulting Group
ビジネスアナリスト
専門は、マーケット分析、経営分析など
E-mail: james.a@nri.com