インドネシア
現地ECサイト出品代行サービスのご案内

現地消費者に手軽にアプローチ！急成長市場攻略の第一歩に！

F-Plat, Inc.
Helena Alvernia / b.helena@f-plat.com
11 November 2020
Ver. 4

Global Ability Exchange
F-Plat, Inc.

2000年代に入って国内政治が安定化したことや、人口ボーナス期にあることを背景に、インドネシア経済は堅調な成長を見せています。インドネシアの経済成長は内需主導型であり、特に、個人消費が堅調で安定感があります。個人消費は人口増加や最低賃金の大幅上昇などを追い風に、年々拡大しており、これがインドネシア経済の成長のエンジンとなっています。

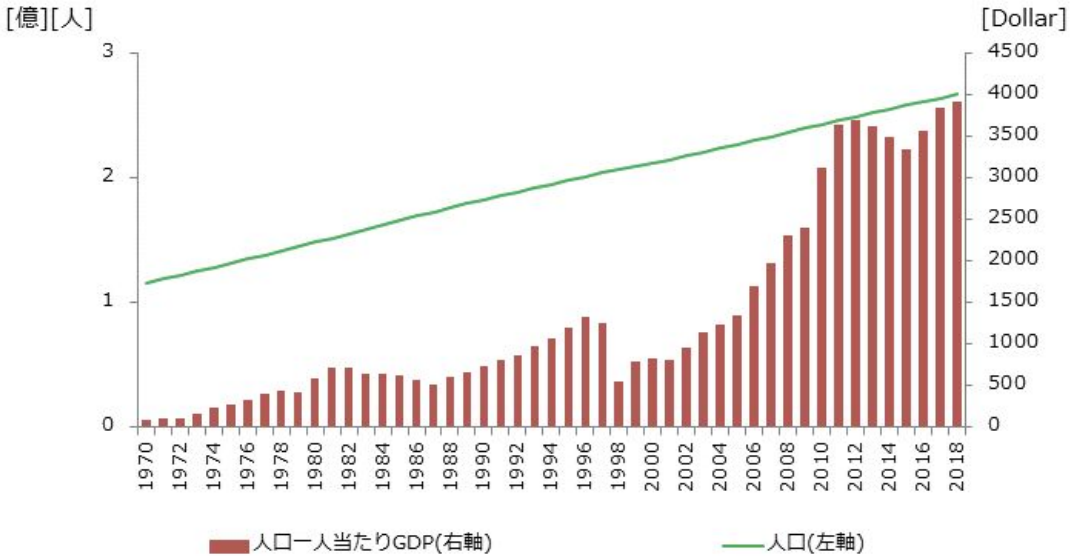
人口	2.69億人 日本:1.26億人

GDP	1兆 USD 日本:4.8兆 USD

一人当たりGDP	3,847 USD 日本:38,428 USD

GDP成長率	5% 日本:0.6%

人口と一人当たりGDP(米ドル名目)の推移



平均年収	Rp 59,100,000 (約472,800円)
最低賃金	Rp 4,267/月 (約34,138円)

最低賃金の推移(ジャカルタ)

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

購入場所について

インドネシアでは収入により購入場所が異なる傾向があります。貧困層は品物を自分の目で確認できるリアル店舗での購入を好み、中間層以上はオンラインショッピングを好みます。

出典:Deloitte Indonesia Perspectives | Edisi Pertama, September 2019、F-Plat Indonesia

	貧困層	中間層	富裕層
収入	月収2万円未満	月収2万円～7.5万円	月収7.5万円以上
主な商品の購入場所	リアル店舗※1	オンライン店舗※2 リアル店舗	オンライン店舗
オンラインで購入する商品	デジタル機器／家電	デジタル機器／家電、洋服、日用品	デジタル機器／家電、洋服、日用品、チケット類、化粧品

※1 リアル店舗＝市場、移動販売、モール／デパート、スーパー、コンビニなど
※2 オンライン店舗＝ECサイト、ECモール、オンラインデリバリーサービス

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

オンラインで人気の商品カテゴリ

インドネシア人（特にミレニアル世代）は旅行がとても好きで、チケット購入には近年では旅行会社よりも「　Traveloka※」のような旅行予約サイトを利用します。ファッションや日用品などもオンラインで購入することが増えており、経済発展に寄与しています。

品目別の年間オンライン消費金額（2019年）

トラベル

約1,306億円

ファッション

約479億円

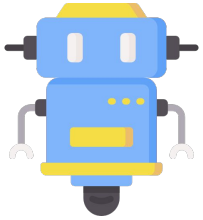
日用品＆飲食品

約317億円

家電＆家具

約473億円

ホビー

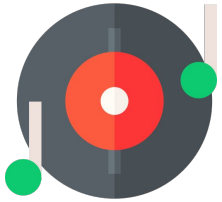


約216億円

ゲーム

約937億円

デジタル音楽



約119億円

※Traveloka＝インドネシアのユニコーン企業で、オンラインでの航空券の発券とホテル予約サービスを提供。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

主なECプラットフォームのプレイヤー

インドネシアでは複数の ECサイトプラットフォームが切磋琢磨しています。ほとんどのサイトがインドネシア語での表示をしており、外資企業でもローカライズに力を入れています。

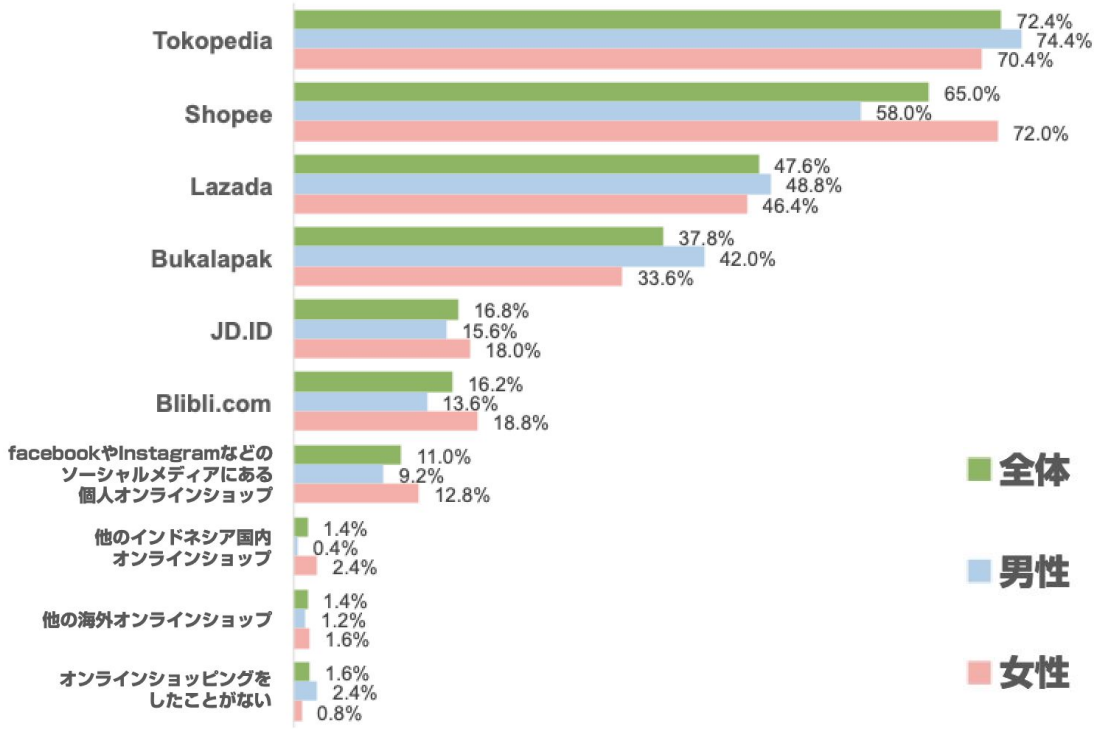
サイト名	人気のあるカテゴリ	月間サイトビジット（2019 Q3）	備考
tokopedia Tokopedia	日用品、家電	65,953,400	インドネシアのユニコーン企業で、最大のECモール。ソフトバンク、アリババなどから大型の出資を受けている。
Shopee Shopee Indonesia	化粧品	55,964,760	シンガポール･Seaグループ傘下のECモール。マレーシア、タイ、台湾、インドネシア、ベトナム、フィリピン、ブラジルでも展開。
BL Bukalapak.com Bukalapak	ホビー用品	42,874,100	インドネシアのユニコーン企業で、中小企業のオンライン進出をサポートする目的で立ち上げられた。
LAZADA .CO.ID LAZADA	ファッション	27,995,900	シンガポール発祥のECサイト。マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナムでも展開。2016年4月にアリババが経営権を取得した。
blibli.com Blibli.com	チケット	21,395,600	アジア競技大会やインドネシア全国バトミントン大会等のオンラインチケット販売で最も人気がある。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

調査：よく利用するECショップについて

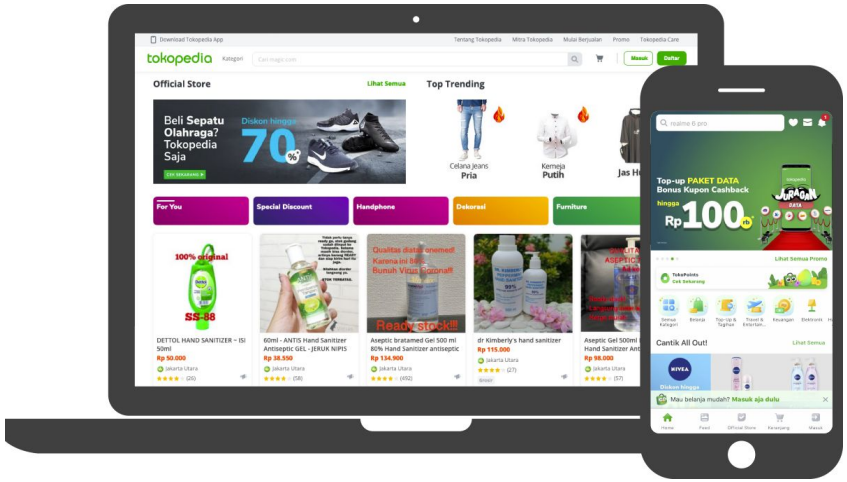
インドネシア人がよく利用するECショップについての調査※では、男性にはTokopedia、女性にはShopeeがもっとも人気があります。東南アジアではSNSを通じた個人売買も若者を中心に人気があります。

あなたがよく利用するオンラインショップをチェックしてください。（複数回答）



※Licorice調べ　アンケート配信日 2020.2.28 - 2020.3.7　アンケート回答者：インドネシア在住の14～67歳　男女　500人

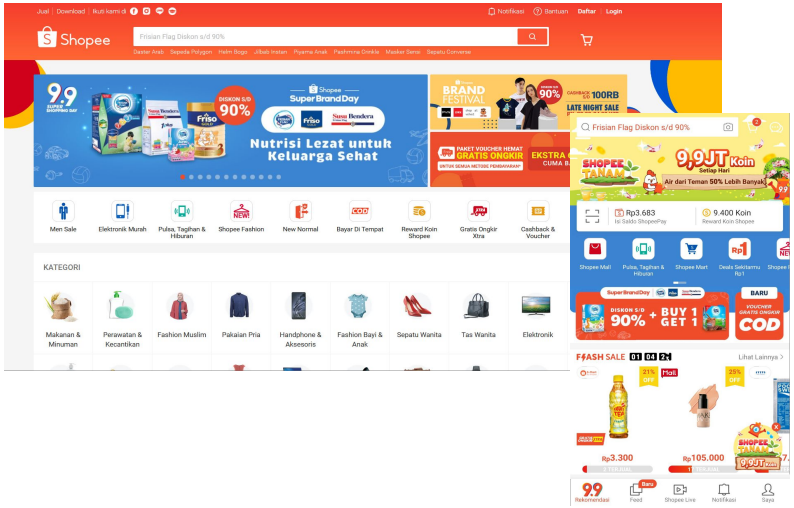
© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.



- 現地ユニコーン企業運営のオンラインモール
- 通常のB to C取引のほか、卸売（B to B）、個人間売買（C to C）も可能
- 決済方法：クレジットカード、ATM払い、モバイルバンキングが主流

設立	2009年
売上	1.3億米ドル（2019年）
市場シェア	25%（ECマーケットプレイス）
ユーザ数	6790万人 ※2019年の平均月間アクティブユーザ ※インドネシアのインターネット利用者数（107,200,000人）の63.3%
出店者数	7百万店（B to B、B to C、C to C含む）
主要株主	● PT Indonusa Dwitama ● イースト・ベンチャーズ ● サイバーエージェント・ベンチャーズ ● BEENOS ● ソフトバンク・ベンチャーズ・コリア ● セコイア・キャピタル ● ソフトバンク・インターネット・アンド・メディア・インク ● アリババ
当社との関係	2017年、協業パートナシップとなり、Tokopediaギフト券を当社アプリ「Licorice Indonesia」のインセンティブとして配布している。
公式ストアとして登録してある日本企業	専科、シャープ、ソニー

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.



- シンガポール・Seaグループのオンラインモール
- 通常のB to C取引のほか、卸売（B to B）、個人間売買（C to C）も可能
- **現地販売だけでなく、越境販売も可能。**
- 決済方法：クレジットカード、ATM払い、モバイルバンキングが主流

設立	2015
売上	約4.874億円
市場シェア	%（ECマーケットプレイス）
ユーザ数	約4千3百万人（2018年） ※2019年の平均月間アクティブユーザ ※インドネシアのインターネット利用者数（107,200,000人）の63.3%
出店者数	約2.500.000店以上 （B to B、B to C、C to C含む）
公式ストアとして登録してある日本企業	花王、オツカ、味の素

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

提供サービス

TokopediaやShopeeへの商品登録および管理

御社商品をTokopediaやShopeeに商品登録します。商品説明は単にインドネシア語に直訳するのではなく、現地のニーズに合わせた内容にします。

輸出サポート・在庫管理・配送管理・販売管理

輸出～現地消費者への商品発送、代金回収までトータルサポート。通関や倉庫での在庫管理など、現地で必要な手続きは全ておまかせいただけます。

カスタマーサポート・レビュー管理

弊社の現地スタッフが対応。TokopediaやShopeeではカスタマーサポートやレビューの適切な管理が重要です。

販売状況レポート

販売状況やサポート／レビュー内容は常に共有し、ほぼリアルタイムで把握していただけます。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Global Ability Exchange F-Plat, Inc.

出品までの流れ

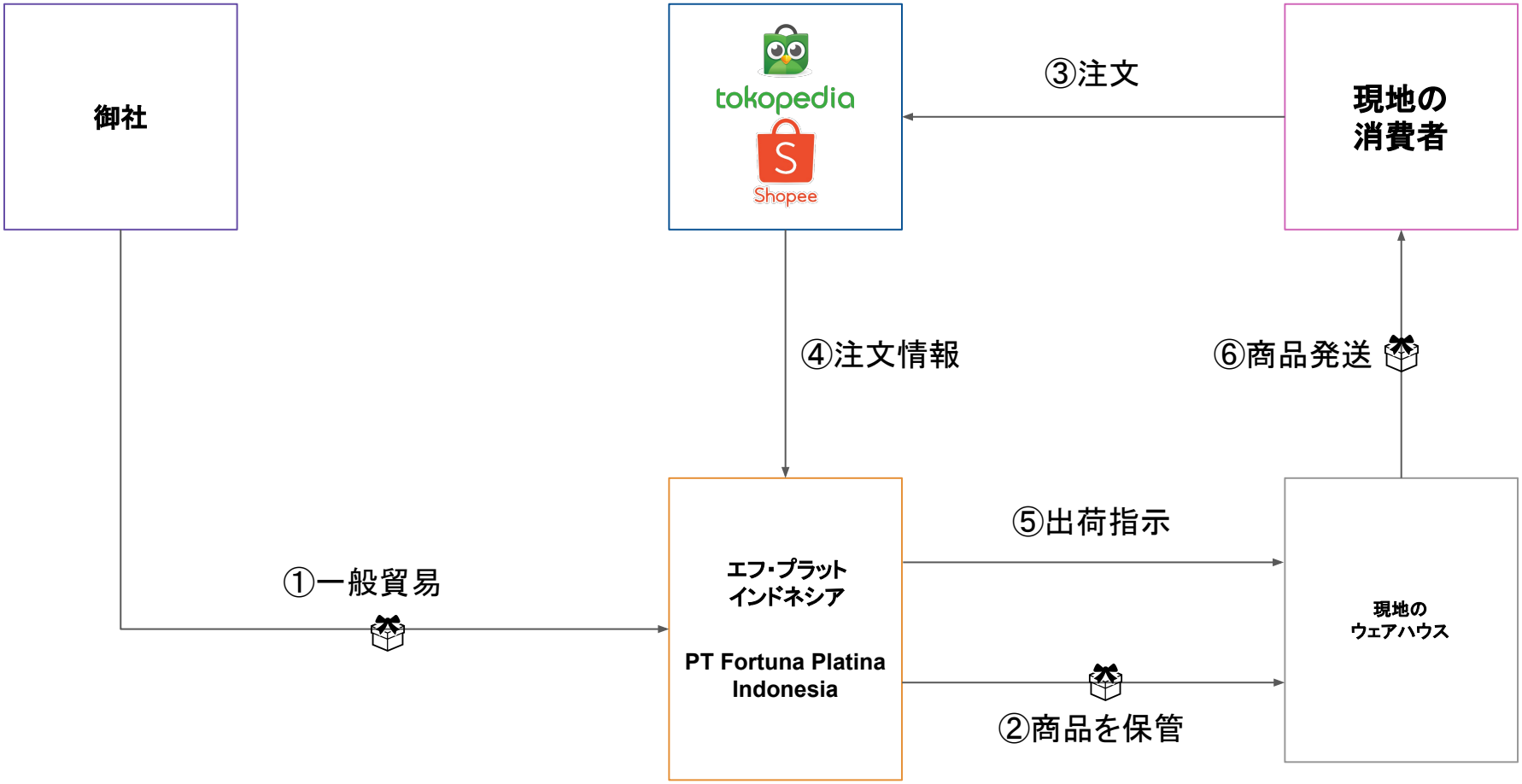
STEP1 出品準備	● 商品情報の確認 ● 現地ニーズ、競合商品のチェック※1 ● パッケージのローカライズ※1 ● 輸出入許認可確認※2
STEP2 商品登録	● 専用ショップの開設※3 ● 商品情報の翻訳 ● 販売価格の設定 ● ECサイトへの商品登録
STEP3 販売管理	● 在庫管理 ● 売上管理 ● CRM・レビュー管理 ● 販売レポート作成

※1：必要に応じて実施。（別途お見積り）
※2：許認可取得が必要な場合は別途お見積り。
※3：専用ショップ開設プランのみ

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

販売フロー

現地ECサイト出品代行サービスでは、一般貿易にて弊社現地提携倉庫に商品をストックし発送するので、インドネシア現地企業と同様に現地消費者の満足度を損なうことなく商品を販売できます。



© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

現地EC代行サービスの料金

Global Ability Exchange F-Plat, Inc.

	Licorice Shopお試しプラン	Licorice Shopプラン	専用ショップ開設プラン
店舗	当社のショップ内で御社商品を販売します。	当社のショップ内で御社商品を販売します。	御社専用のショップ（Toko）を開設し、商品を販売します。
メリット	できるだけ**ローリスクでインドネシアのECサイトに出 店したい方におすすめ**のプランです。 ※こちらのプランは戦略立案、支援は含みません。	ショップの開設やプロモーションの手間がなく、1品目からでも手軽に出品できます。**テストマーケティングや商品点数が少ない場合におすすめ**です。	ショップ専用ページが持てるので、**ブランディングや顧客の囲い込み、独自プロモーションができます。**20品目以上の出品が可能な場合におすすめです。
初期費用	100,000円	100,000円	250,000円
月額費用	0円（10品目まで）	100,000円／月（20品目まで※1）	250,000円／月（40品目まで※2）
倉庫保管料	毎月末在庫金額の 2%～※3		
販売手数料	40%	20%	10%
ECサイト手数料	Tokopedia：1% Shopee：最大5% （販売商品カテゴリにより異なる）		Tokopedia：1%～15%※4 Shopee：最大5% （販売商品カテゴリにより異なる）
契約期間	1年～		

※1　21品目以上は1品目あたり2,500円／月加算。　※2　41品目以上は1品目あたり2,500円／月加算。
※3　商品のサイズや保管方法によってご相談させていただく場合があります。
※4　Power Merchant登録の場合は1%、Official Store登録の場合はtokopediaとの協議の上で決定（上限15%）となります。
※5　TokopediaとShopeeの両方を開設される場合、初期費用・月額費用を0%OFFにて提供いたします。
※6　料金は全て税抜き表示です。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

現地プロモーションサポート

Global Ability Exchange F-Plat, Inc.

	現地ECショップ送客	現地SNS運営代行	現地ホームページ作成
特徴	弊社が運営している100万人のユーザーを持つマーケティングプラットフォーム「Licorice」を利用し、御社ECサイトにユーザーを誘導します。	FacebookまたはInstagramにてインドネシア市場向けのSNSを作成。現地企業ならではの運営ノウハウにより、効果的に商品認知度をアップすることができます。	御社専用の現地向けホームページを作成し、現地消費者に商品をアピール。インドネシア現地のデザイナーが御社HPをデザインします。
メリット	● 毎月5000人の現地ユーザーを御社ECショップに誘導 ● 売上増加 ● ECショップのPage Trafficを増加 ● 商品のPR ● ミニアンケート付き（設問数3問まで）	● SNSプロモーション戦略 ● コンテンツ作成（撮影は別料金） -コピーライティング -デザインとレイアウトの作成 ● コンテンツマネジメント -毎日のコメント返信 -毎日のコメントの監視 ● 月ごとのレポート	● 現地でのブランディングに最適なデザインと内容 ● ECサイトやSNSでは伝わりきらない商品情報を掲載できます。 ● 送客サポートにより御社の HPに毎月「Licorice」ユーザー1000人を誘導
初期費用	0円	0円	50万円～ HPの内容に応じて価格が変わります
月額	30,000円	200,000円	5,000円
投稿数	―	定期投稿：20回／月 Story投稿：5回／月	―
契約期間	6ヵ月～		1年間

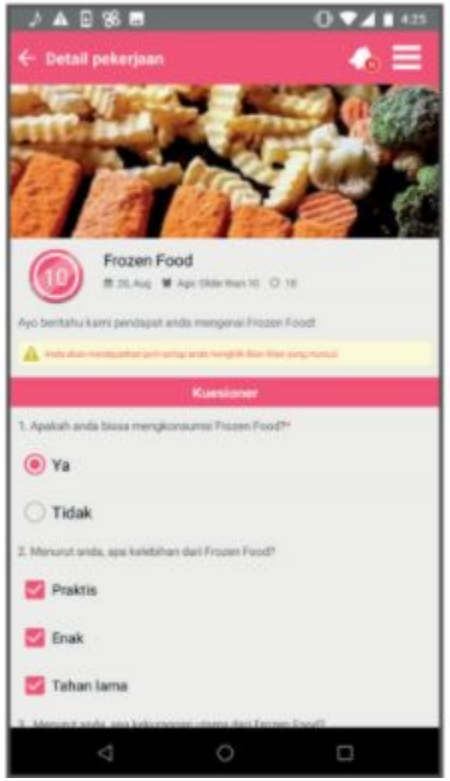
※上記の他にも、チラシ配布やサンプリングなど、各種プロモーションなどもお気軽にご相談いただけます！
※ 料金は全て税抜き表示です。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

現地ECショップ送客

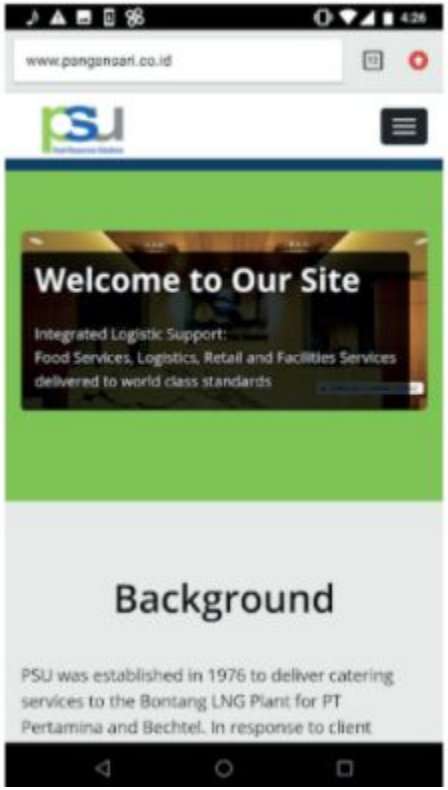
80万人の現地ユーザーから御社商品に興味を持つユーザに現地 ECショップにアクセスさせ、トラフィックや売上げを増加させるプロモーションサービスです。このプランを一定期間使用することで、初年度から EC店舗の認知度を向上させ、成長を加速します。

現地ユーザーに配信



御社バナーを表示

御社ECショップのTraffic増加



© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

FAQ

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Global Ability Exchange F-Plat, Inc.

Q 現地EC出品とはなんですか？

A 御社商品を一般貿易にてインドネシアに輸出し、現地倉庫から現地消費者に商品をお届けすることです。

Q 越境ECでの販売は可能ですか？

A インドネシアでは輸入規制が厳しく、通関手続きにも担当官によって対応が変わるなどの問題があり、越境ECでは商品が現地消費者に適切に届かないケースもあります。越境ECを扱うECモールもありますが、インドネシアで絶対に手に入らない物を購入したい場合以外では、利用されにくいのが現状です。そのため、当社では現地EC出品をお勧めしています。

Q どのような日本製品が売れていますか？

A インドネシアでは日本製の家電（ソニー、シャープ）や化粧品（専科、DHC）、食品（東京バナナなどのお菓子、インスタント食品）などが人気です。化粧品や食品は個人輸入されたものが販売されていることが多いです。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Global Ability Exchange F-Plat, Inc.

Q 食品も取り扱いできますか？

A 賞味期限が長く、保管条件が厳しくない食品（インスタント食品、ドライ食品等）であれば、取り扱い可能となります。

Q 倉庫の環境を教えてください。

A 現地倉庫は最高気温40℃、湿度70%になることがあります。その環境で保管ができない商品については別途オプション倉庫を使用しますのでご相談ください

Q 現地保管品に傷みが発生した場合はどうなりますか？

A 現地にて受け取り時に全数検品（包装外観のみ）をします。その時点での破損商品については御社のご負担となります。検品で良品とされた商品については、あらかじめ商品毎に双方協議で設定された適正保管期間内は弊社の責任で保管します。それを超える場合は別途協議して保管期限の延長や品質責任を決定します。

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Q **インドネシアで商品を販売するにはBPOMが必要と聞きましたが、BPOMとは何ですか？**

A インドネシア医薬品食品監督庁（Badan Pengawas Obat dan Makanan, BPOM, ビーポム）のことを指します。インドネシアで医薬品、化粧品、食品の流通を監督しており、インドネシアでこれらに該当する商品の販売をするには商品毎にBPOMの許可が必要です。登録された商品には許可番号が与えられ、その番号を商品の外装に記載しなければなりません。

Q **BPOMの許可を取るにはどれぐらい費用と時間がかかりますか？**

A 費用は商品により異なり、最低でRp1,000,000（約8500円）となっています。申請期間は3か月～6ヵ月程度かかります。

BPOM許可は5年毎に更新する必要があります。更新費用は、許可取得費用よりも低料金となります。

個人輸入やサンプル品の通関時にもBPOMによる検査を要求される場合もあります。その場合、検査費用を支払わなければ商品をインドネシア国内で受け取ることができません。（参考：化粧品ではRp5,000,000（約42,500円）程度）

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Q　ハラル規制について教えてください！

A　ハラル（Halal、ハラール）とは、「イスラム教での使用または実行が許可されている物または活動」のことです。イスラム教徒にとって、豚肉やアルコールなど「ハラルでないもの（ハラム／ハラーム）」は一般的に忌避されます。そのため、ハラルな商品やサービスに「ハラル認証（＝ハラルマーク）」を明示することで、イスラム教徒が安心して購入・利用することができます。

ハラルの証明書は、インドネシアイスラーム学者評議会（ MUI）が発行します。インドネシアでの輸入・販売にハラル認証は義務ではありませんが、インドネシア人の約 90%はイスラム教徒なので、販売促進効果があり、インドネシアで販売される商品の多くにハラルマークが付けられています。食品や化粧品だけでなく、調理器具や家電など様々な商品にハラルマークをつけて販売されています。（例：フライパン、シャープ製冷蔵庫など）

ハラル認証マーク

ハラル認証マークが付いた商品

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Q **ハラルマークの申請方法とかかる費用を教えてください！**

A ハラルマークを取得するには、以下の8つのステップがあります：

1. ハラル認証要件を理解し、SJH（ハラール保証システム）トレーニングに参加する
2. ハラル保証システム（SJH）の実装
3. ハラル証明書の準備
4. ハラル証明書の登録（データアップロード）
5. 事前監査後の監視と認証契約支払い
6. 監査の実施
7. 監査後の監視
8. ハラル認証を取得

期間：最大75営業日

費用：1商品当たり約Rp5,000,000（約42,500円）

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

Q リコリスに支払う月額費用と手数料以外にかかる費用はありますか？

A インドネシアまでの送料、倉庫料、消費税、BPOM検査費用（必要な場合）は貴社負担となります。また、プロモーションを実施する際には別途費用がかかります。

EC出品代行サービスでかかる費用

項目	内容	該当
当社手数料	初期費用、月額費用、販売手数料	全てのケース
インドネシアまでの送料	DAP条件送料	全てのケース
輸入諸税	関税 7,5%、VAT, PPH22(インボイス価格の2.5%), 手続き手数料Rp20,000	全てのケース
倉庫料	毎月末在庫金額の2%～	全てのケース
現地利益還元時税負担	日本国内消費税分減額	全てのケース
BPOM輸入時検査費用	Rp5,000,000～	食品など該当商品のみ
BPOM許可取得費用	Rp1,000,000～	食品など該当商品のみ
現地プロモーション費用	30,000円～	オプション
ハラル認証取得費用	1商品当たり約Rp5,000,000	オプション

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.

http://licorice.pink

東南アジアのマーケティング調査、集客はLicoriceにお任せください！

Licorice運営チーム　エフ・プラット株式会社
〒 102-0083　東京都千代田区麹町4-8-1 THE MOCK-UP 312
TEL: 03-6261-6860 E-mail: info@licorice.pink

© 2020 F-Plat, Inc. All Rights Reserved.