

インドネシア 第2回ライフスタイル調査 2026 パート1:ラマダン・レバラン編



合同会社 サーベイマイ
2026年4月

調査概要

対象国：インドネシア

対象者条件：20歳～59歳の一般男女

質問数：50問のうち一部分

回収数：N=452

構成比：

	男性	女性
20-29	56	53
30-39	59	57
40-49	55	57
50-59	58	57



* 回答者提供写真

調査期間：2026年4月2日-4月3日

調査実施主体：合同会社サーベイマイ

一般情報

人口：約2億8500万人（2025年）

言語：インドネシア語

インターネット普及率：80.7%（2025年）

* <https://apjii.or.id/>

主要な対象者：詳細は最後の属性情報参照

世帯人数：平均 4人、大家族市場の実態を反映

対象層：都市部の中間層中心

資産背景：家庭の総資産 100万円以上が6割以上

換算基準：Rp 1百万 (1 Juta / 100万ルピア) ≒約 1万円

インドネシア ラマダン・レバラン市場：購買力のある中間層が牽引する「ハレ」の消費爆発

経済セクション



Rp 1M = 1万円
(換算目安)

計画的な「二段構え」の消費サイクル

ラマダン中は保存食を計画購入し、レバラン本番でアパレルやギフトへの支出を爆発させる。



80%+
支出増世帯

世帯資産100万円超のアップーミドル層が6割を占め、平均3.5万円の可処分所得が市場を牽引する。

※本数値は「支出が増加した世帯」の割合を示しています。

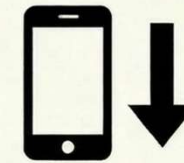
文化セクション

「絆」を可視化する「お揃い」「床座」の会食 (Lesehan)

家族全員でお揃いの服を新調する習慣 (Seragam) や、床に座る会食 (Lesehan) といった伝統体験が消費の核となる。



行動セクション



デジタル接触時間
(減少)

脱デジタル化と
「対面交流」の優先

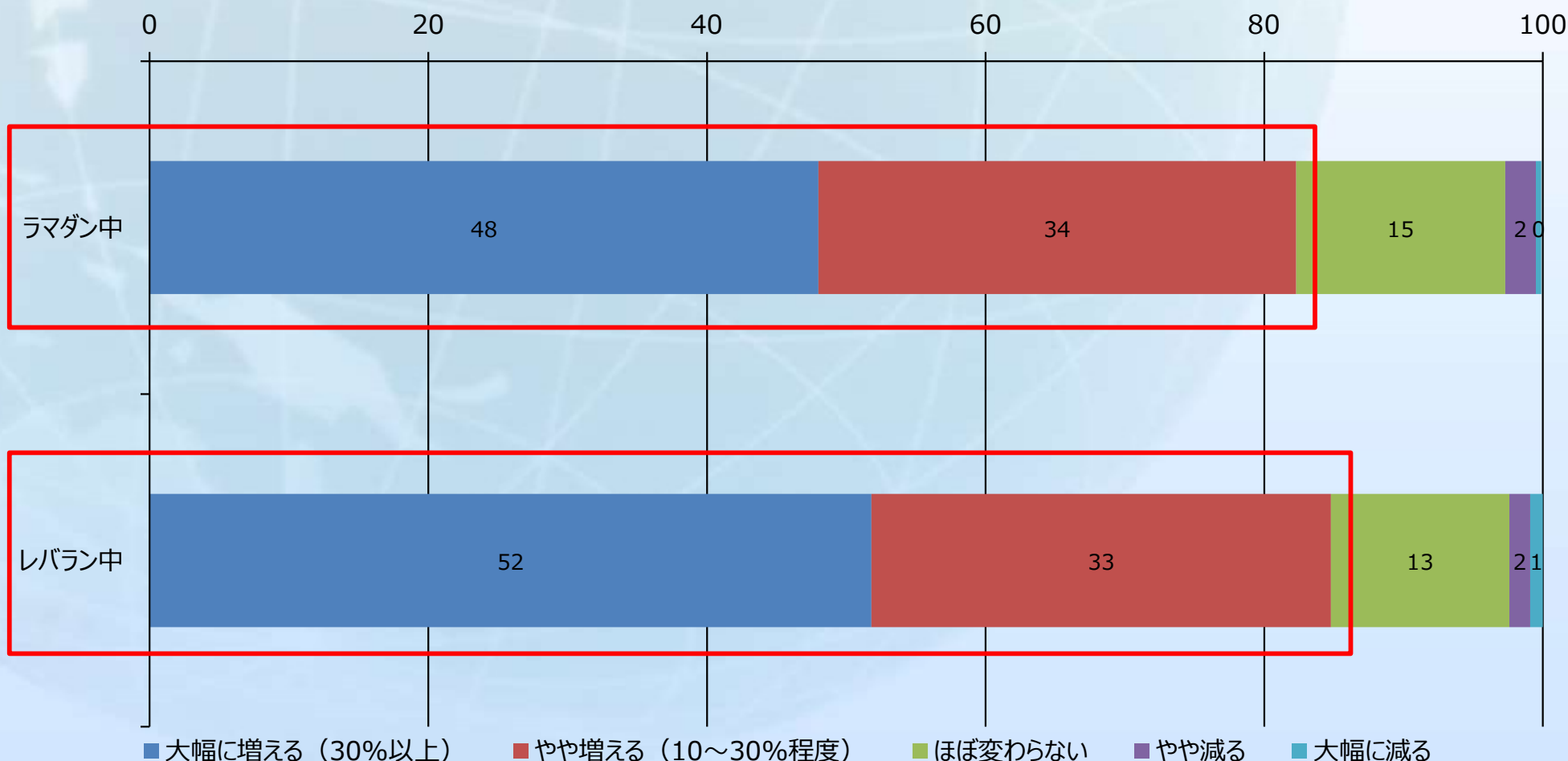


リアルな交流支出
(最大化)

帰省や親族訪問
(シラトゥラフミ) が
最優先される。

国民的な消費爆発期。8割以上の層で支出が増大。
購買意欲・購買力ともに年間で最も高まる、インドネシア最大の商機。

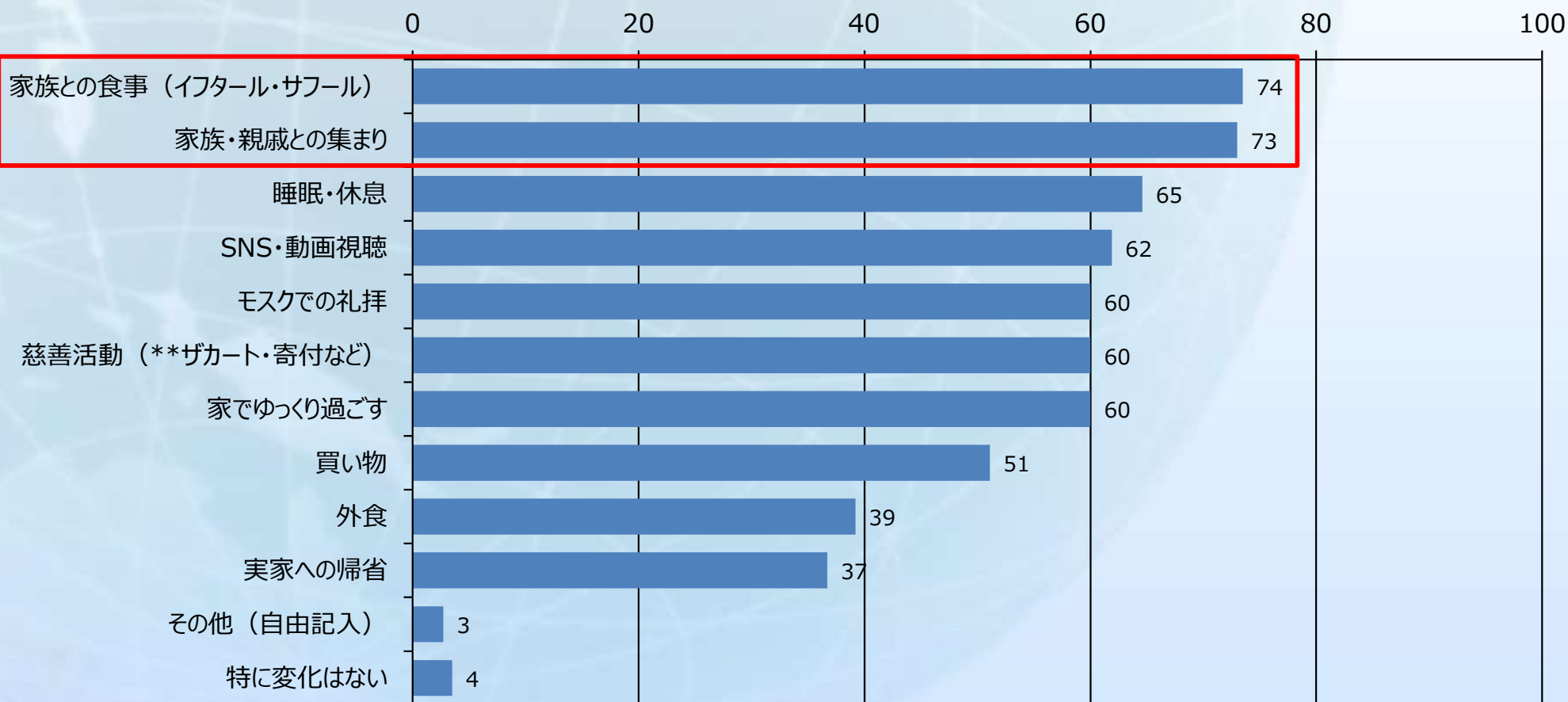
Q. 支出についてお聞きします。通常の間と比べて、それぞれの期間の支出はどのくらい変わりますか。(SA)



*ラマダン中の活動

日没後のイフタール（夕食）や夜明け前のサフル（軽食）を中心に、
家族や親戚が集まって食卓を囲むコミュニティ活動が活性化

Q. ラマダンの過ごし方についてお聞きします。通常時と比べて、ラマダン中によく行う活動を教えてください。(MA)

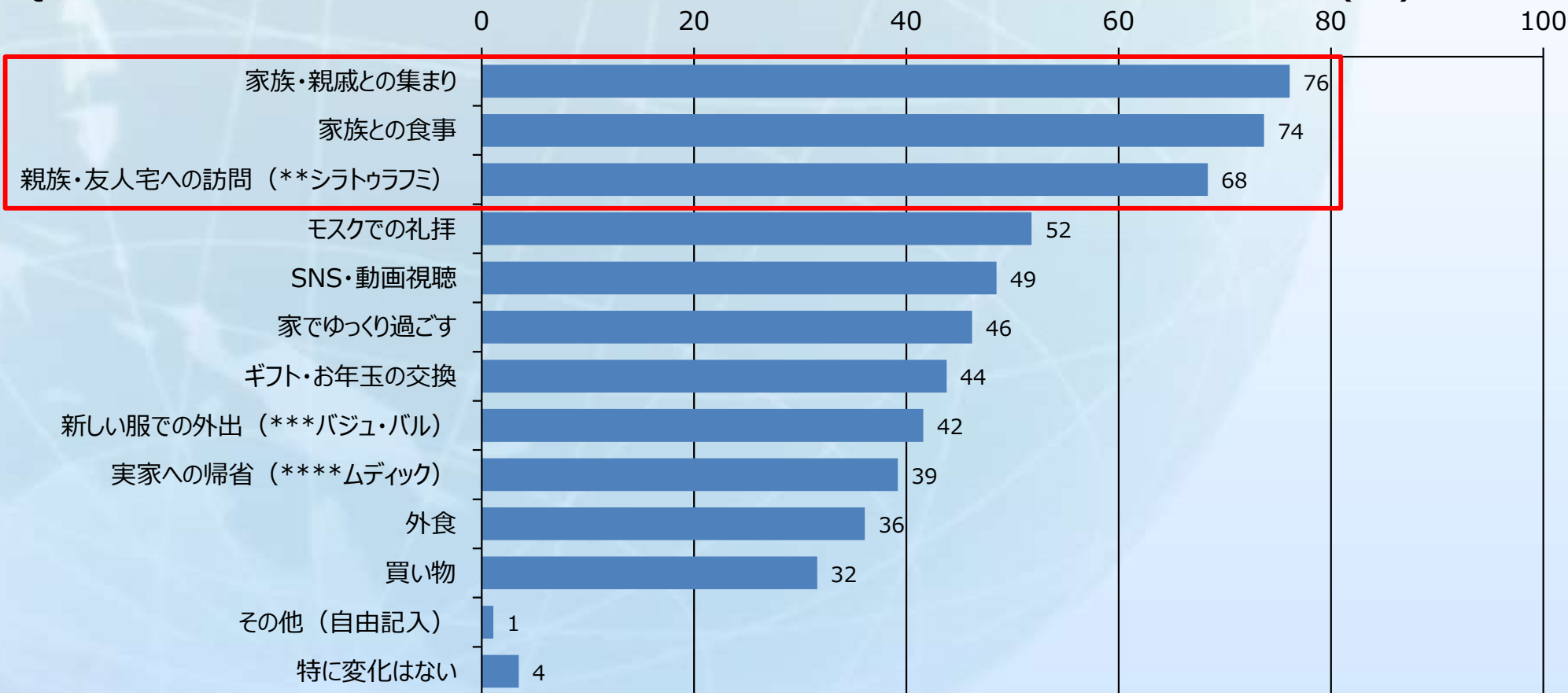


* ラマダン: イスラム暦(ヒジュラ暦)の第9月に行われる、世界中のムスリム(イスラム教徒)が約1ヶ月間、日の出から日没までの断食(サウム)を行う神聖な「断食月」
 ** ザカート: イスラム教において信仰者に義務付けられている喜捨(財産の一部を貧しい人々に施すこと)、「Zakat」

*レバラン中の活動

会食に加え、親族や知人宅を訪ねる「**シラトゥラフミ」が活発化。
大規模な移動と対面交流がピークに。

Q. レバランの過ごし方についてお聞きします。通常時と比べて、レバラン期間中によく行う活動を教えてください。(MA)



*レバラン: 断食明け大祭「Lebaran」

**シラトゥラフミ: 親族間の関係や絆を維持・強化すること、「Silaturahmi」

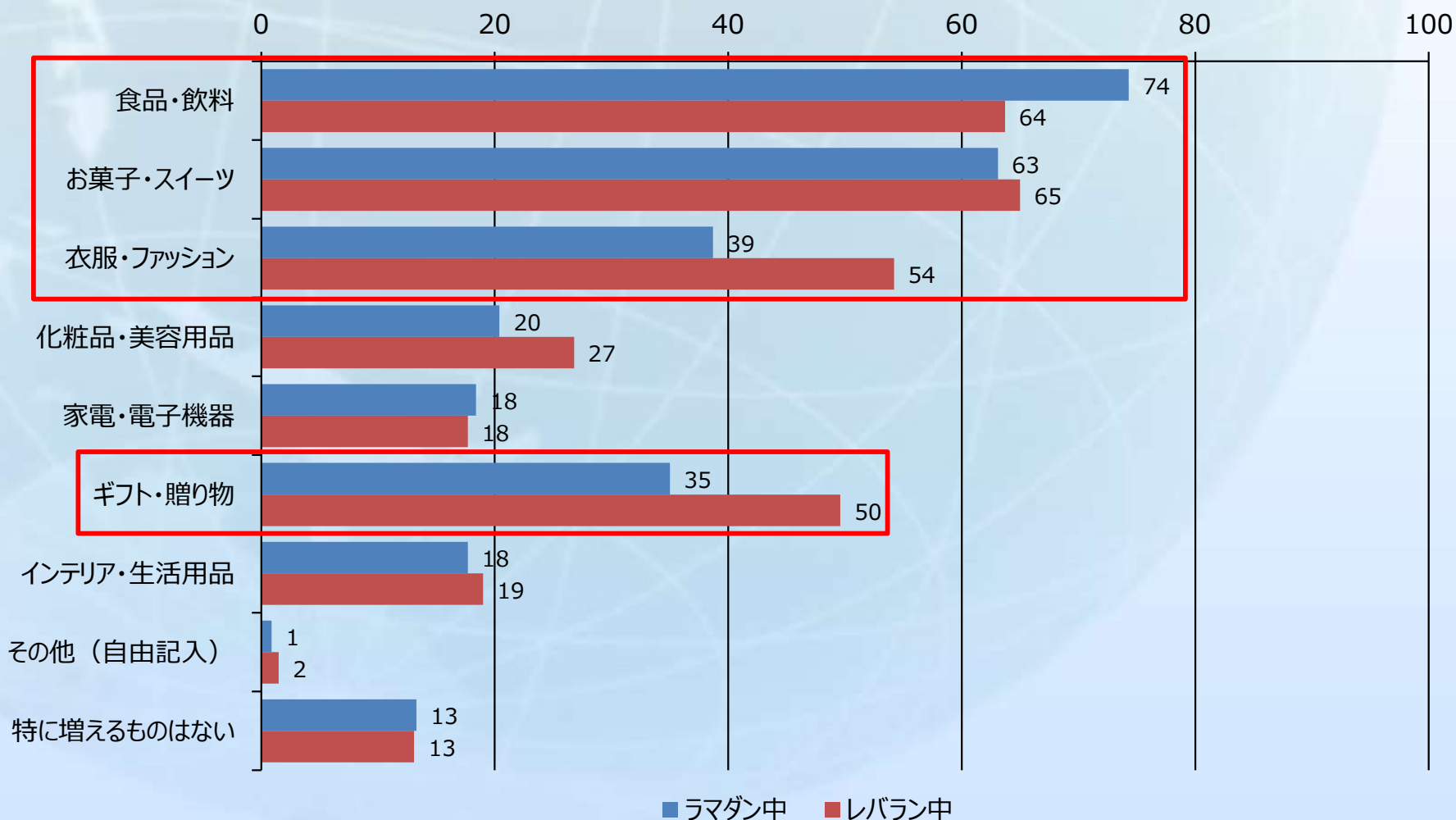
***バジュ・バル: 断食月(ラマダン)明けの祝日レバランの時期に、家族が新しい服を着てお祝いする習慣、「Baju Baru」

****ムディック: レバラン(断食明け大祭)の時期の帰省、「Mudik」

出費増加項目

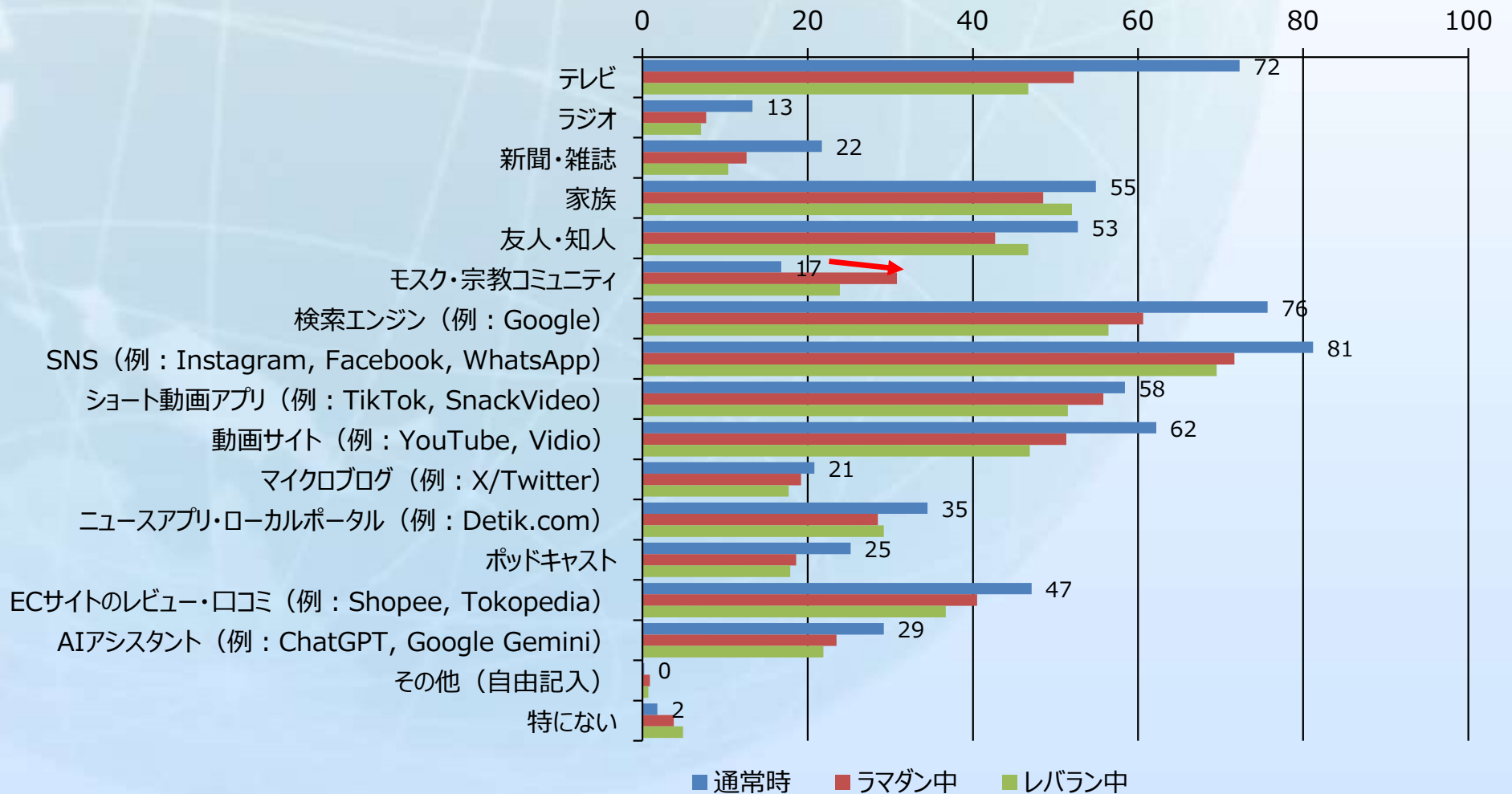
- ラマダンの中：日没後の食事（イフタル）を豪華にするための、飲料や生鮮食品の買い出し。
- レバラン中：家族でお揃いの服（Seragam）を新調（Baju Baru）する習慣により、アパレル・化粧品・ギフト市場が最大化。

Q.通常時と比べて購入が増える商品を教えてください。(MA)



通常時と比べデジタル離れが進む中、モスク・宗教コミュニティからの情報収集のみ
 ラマダン中に約2倍に増加。「オフライン回帰」の実態が浮き彫りに。

Q. 商品やサービスの情報収集に使う情報源についてお聞きします。それぞれの期間でよく使う情報源を教えてください。(MA)



ラマダン・レバランの思い出 1/2

レバランを支える「精神と絆」：効率性よりも「同じ目線での絆」や「先祖への敬意」といった伝統的・情緒的体験が世代を超えて継承されている。

Q.ラマダンまたはレバランにまつわる、印象に残っている思い出やエピソードを自由にお聞かせください。(OAとPhoto、任意)

<p>【絆】交流</p>	<p>「Lesehan (床座スタイル)」での会食</p>  <p>(30代男性)</p>	<p>親族や知人宅を訪ねる「シラトゥラフミ」</p>  <p>(30代女性)</p>	<p>「床座の平等」が生む濃密な親族コミュニティ</p> <p>同じ目線、同じ床：高級な椅子よりも深い、Lesehan (床座) が育むコミュニティの平穩</p>
<p>【信仰】祈り</p>	<p>墓地での花撒き (Nyekar)</p>  <p>(50代女性)</p>	<p>近代モスク</p>  <p>(20代男性)</p>	<p>「映え」と「伝統」が共存する現代の信仰心</p> <p>SNSスポット化したモスクと、子へ繋ぐ先祖への敬意</p>

レバランが動かす「経済とハレ」：伝統を重んじる心が国全体に大きな経済的影響をもたらす。

Q.ラマダンまたはレバランにまつわる、印象に残っている思い出やエピソードを自由にお聞かせください。(OAとPhoto、任意)

【食】祝祭

パダン料理スタイル



(40代女性)

ジャー入りの大量のお菓子



(40代男性)

「選ぶ楽しさ」と「もてなし」の爆発的需要

1ヶ月の断食を終えた後の、食への飽くなき投資

【準備】ハレ

整備されたバイク



(30代男性)

家族皆で色や柄を合わせる「Seragam」文化



(50代女性)

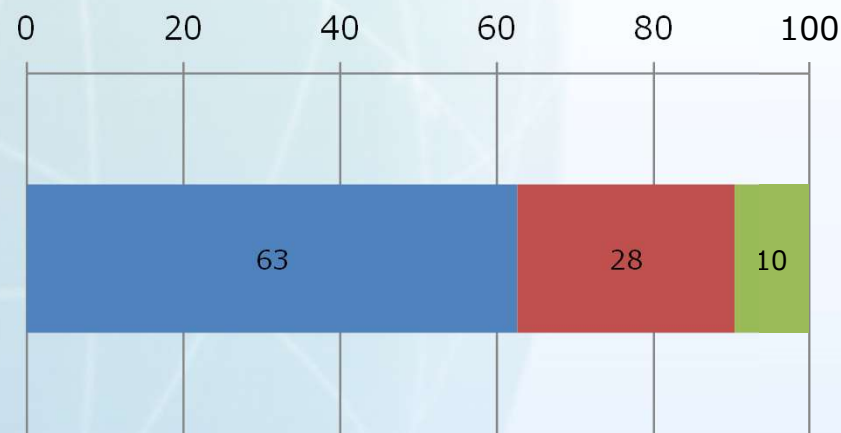
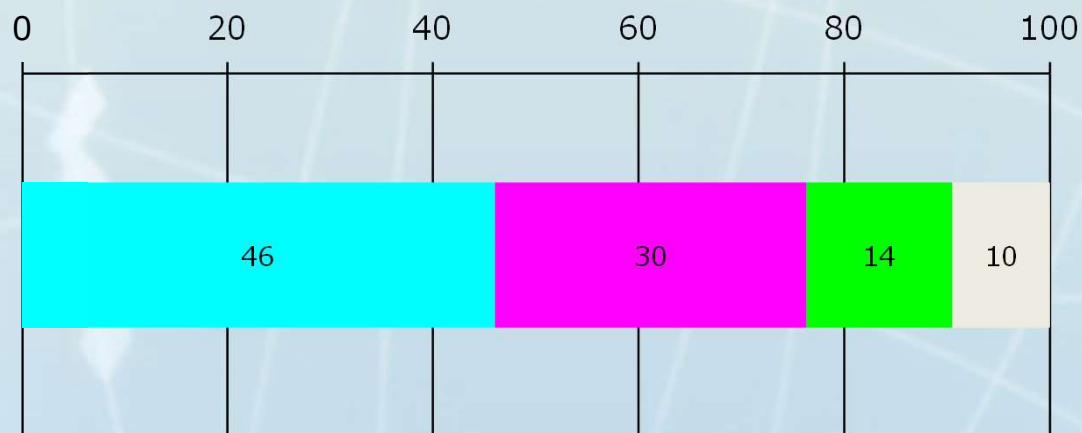
故郷に錦を飾るための「身だしなみ」消費

ムディク（帰省）に向けた、服と足回りの新調（Baju Baru）ラッシュ

属性情報

居住地

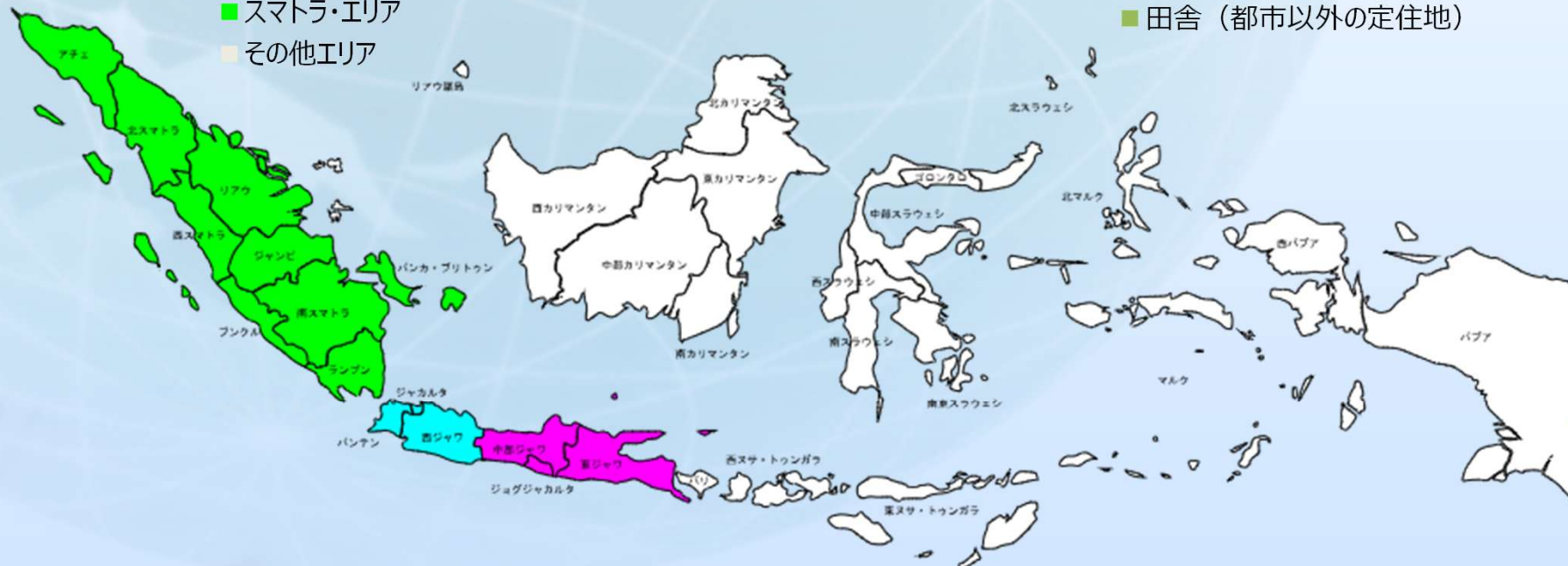
F. 居住地



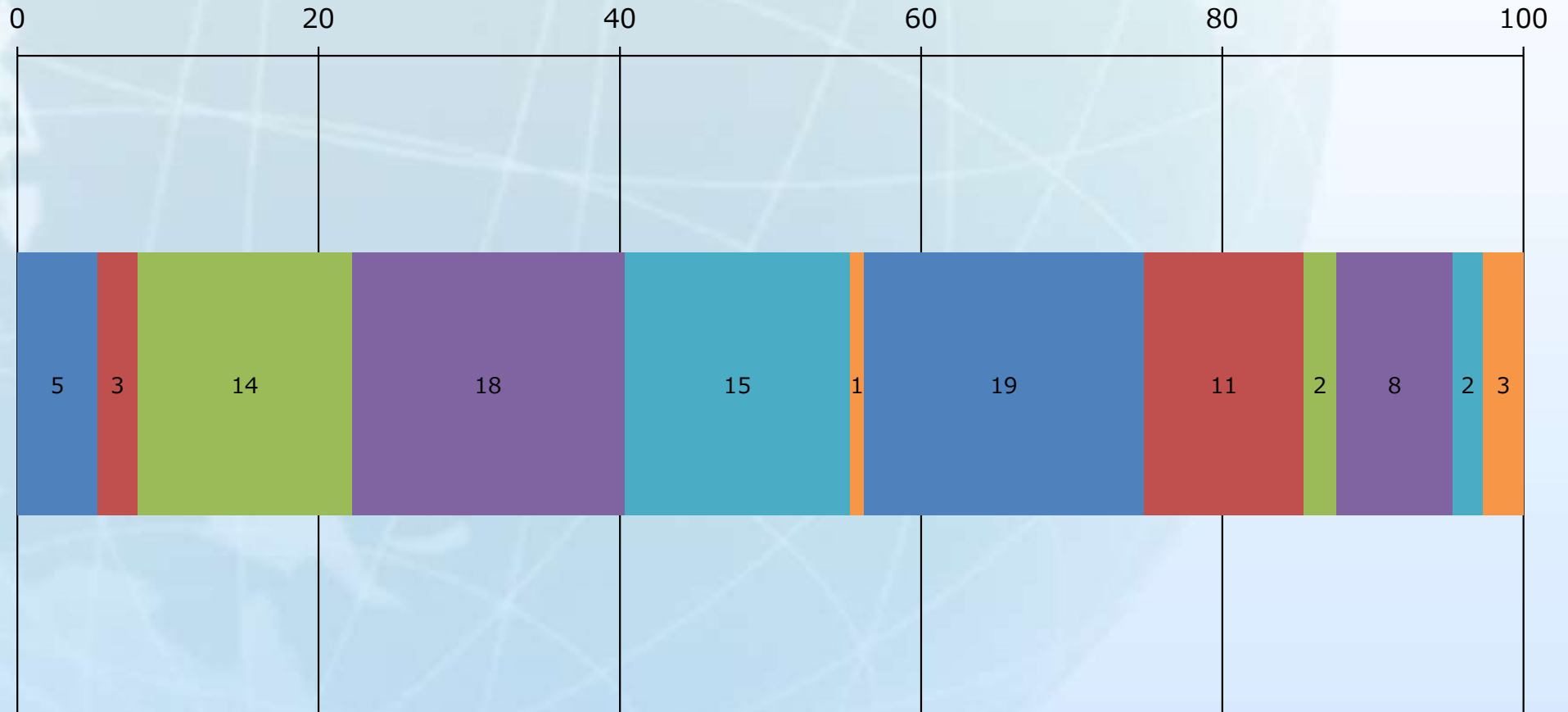
■ グレーター・ジャカルタ圏
■ 中部・東ジャワ圏
■ スマトラ・エリア
■ その他エリア

*ジャワ島全体で76%

■ 都市 (大都市または都市)
■ 郊外 (都市近郊の住宅地)
■ 田舎 (都市以外の定住地)



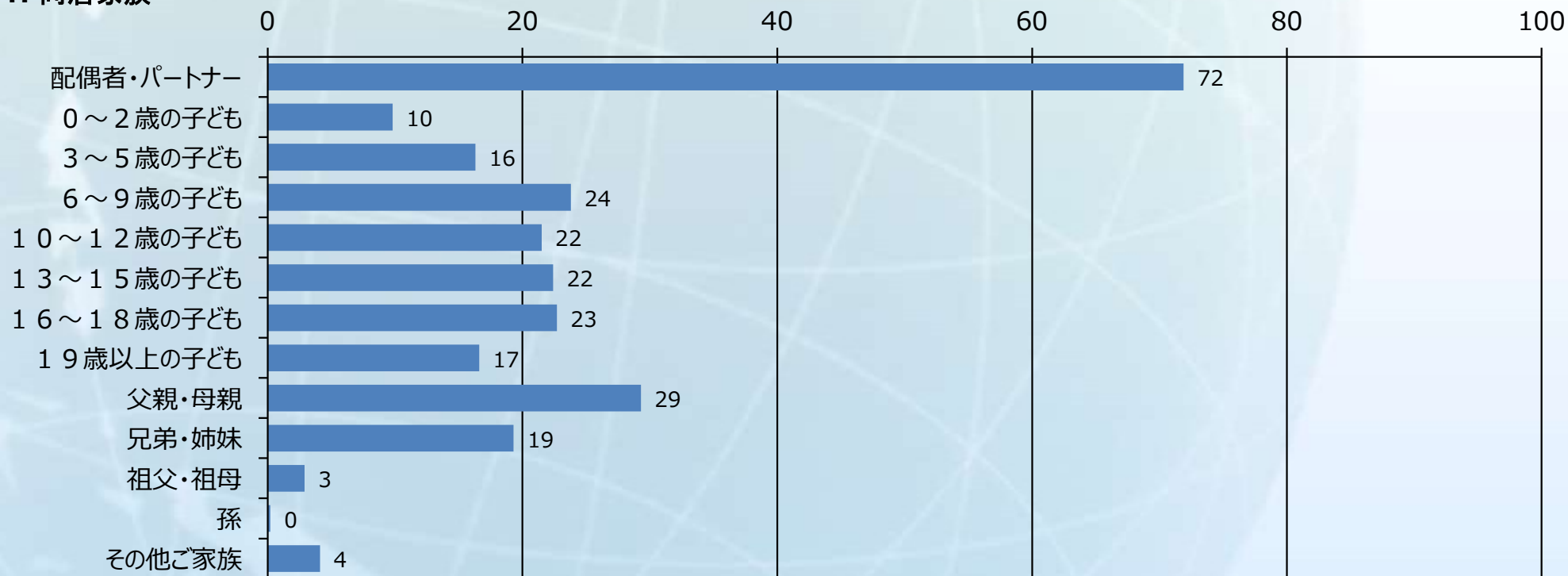
F. 職業 (SA)



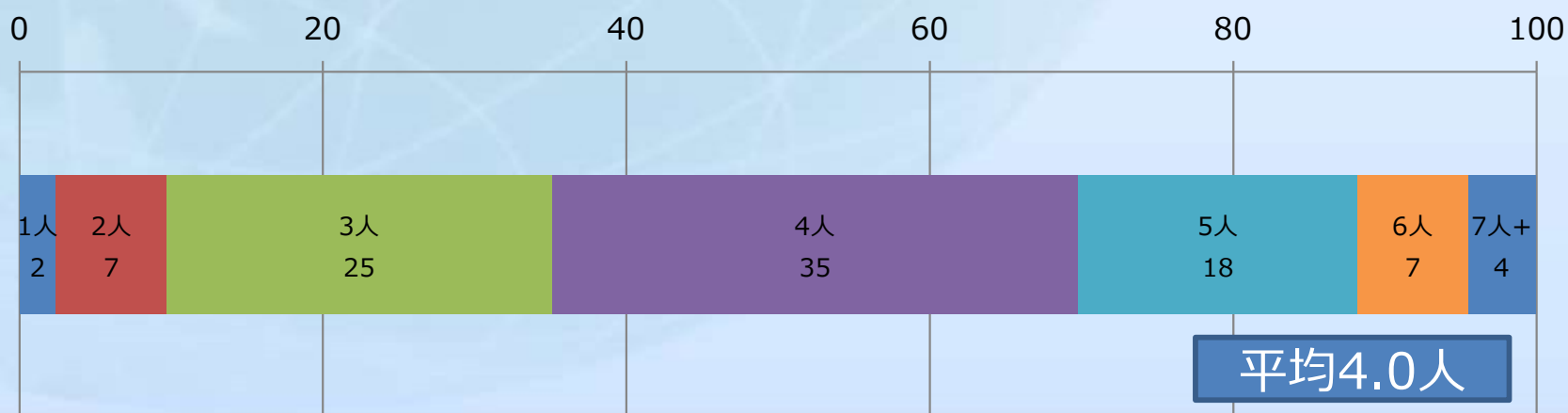
- 公務員
- 会社員 (中間管理職)
- 個人経営・自営業
- 専業主婦/主夫
- 専門職 (弁護士、会計士、医師等)
- 会社員 (一般)
- パート・アルバイト
- 無職
- 会社員 (上級管理職)
- 飲食店・ホテル等の店員
- 学生
- その他

同居家族

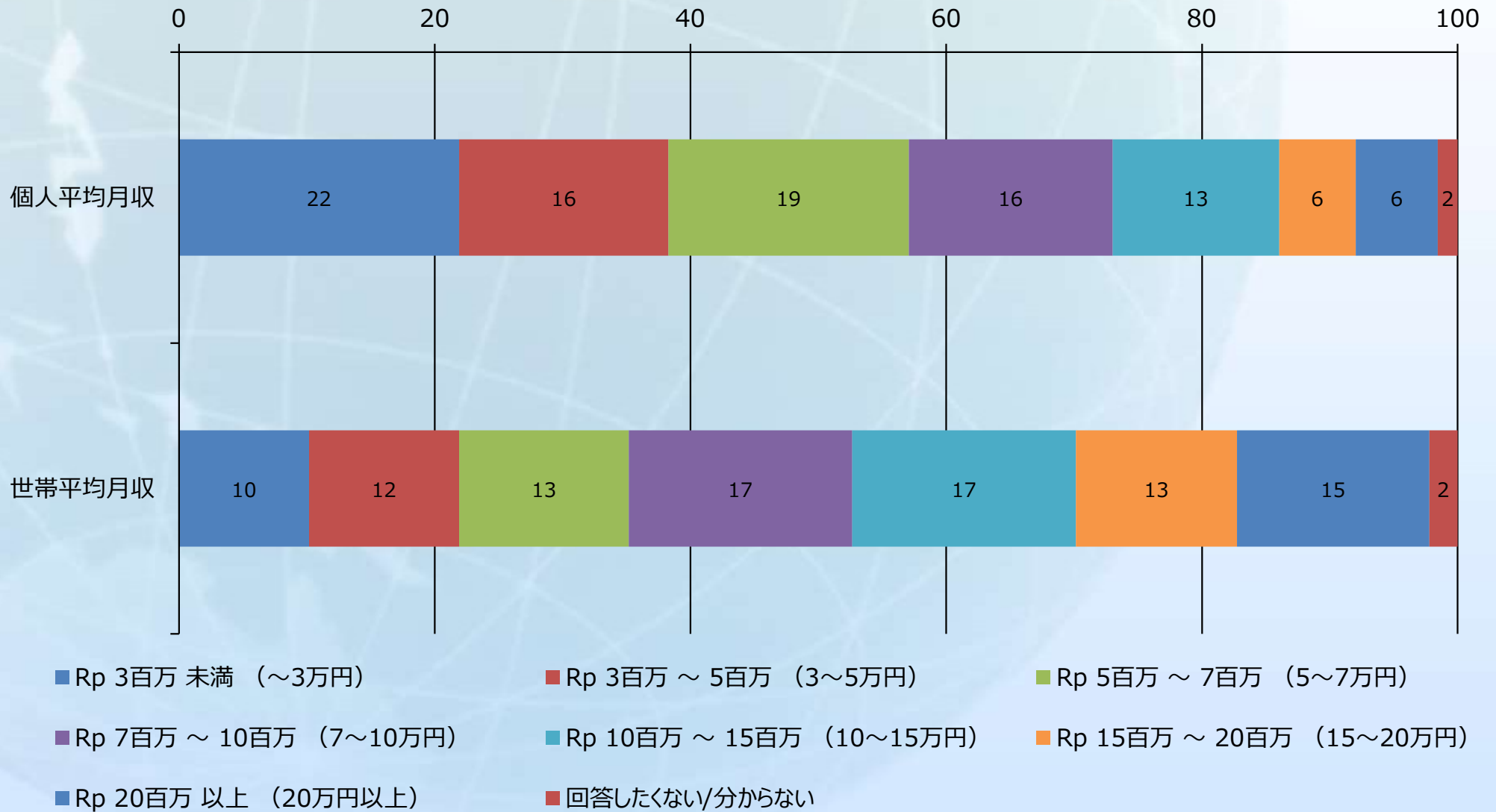
F. 同居家族



F. 世帯人数

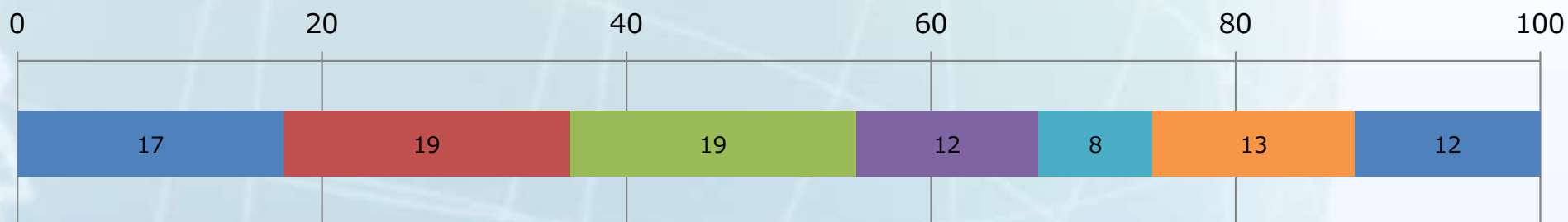


F. 平均月収



※ 換算目安：Rp 1百万 (1 Juta) ≒ 約 1万円
 (100 Rp = 0.94円 で算出。現地の購買力感覚に合わせた近似値)

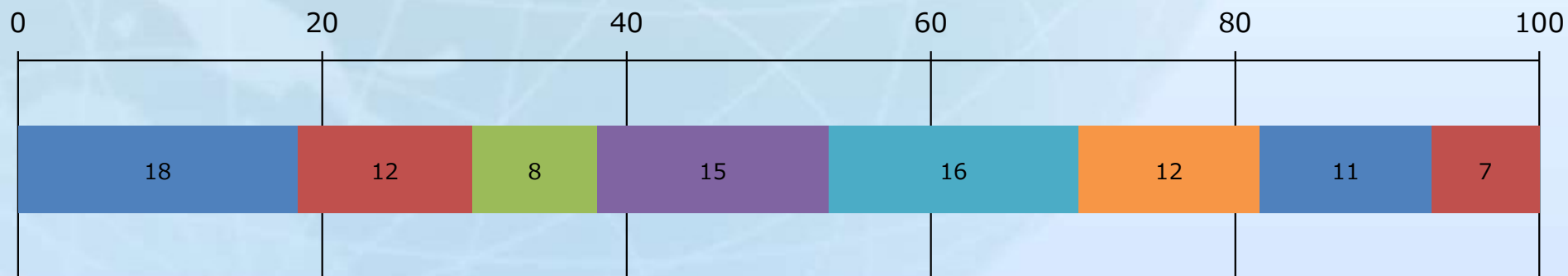
F. 1か月の可処分金額 * Rp100≒0.94円



- Rp 1百万 未満 (~1万円相当)
- Rp 1百万 ~ 2百万 (1万~2万円相当)
- Rp 2百万 ~ 3百万 (2万~3万円相当)
- Rp 3百万 ~ 4百万 (3万~4万円相当)
- Rp 4百万 ~ 5百万 (4万~5万円相当)
- Rp 5百万 ~ 7百万 (5万~7万円相当)
- Rp 7百万 以上 (7万円相当以上)

平均Rp 3,494,326 (3.5万円相当)

F. 総資産額 (SA)



- Rp 20百万 未満 (~20万円相当)
- Rp 100百万 ~ 250百万 (100万~250万円相当)
- Rp 500百万 ~ 750百万 (500万~750万円相当)
- Rp 1,000百万 以上 (1,000万円相当以上)
- Rp 20百万 ~ 100百万 (20万~100万円相当)
- Rp 250百万 ~ 500百万 (250万~500万円相当)
- Rp 750百万 ~ 1,000百万 (750万~1,000万円相当)
- 回答したくない/分からない