

インドネシア 第2回ライフスタイル調査 2026 パート3 ②:ブランドと国籍編



合同会社 サーベイマイ
2026年5月

2026年

質問数：50問

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 |

調査期間：2026年4月2日-4月3日

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%

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

2012年

質問数：30問

回収数：N=436

構成比：

| | 男性 | 女性 |
|-------|----|----|
| 20-29 | 57 | 55 |
| 30-39 | 52 | 54 |
| 40-49 | 54 | 57 |
| 50-59 | 55 | 52 |

調査期間：2012年3月26日-4月4日

人口：約2億4千万人（2012年）

言語：インドネシア語

インターネット普及率：22.4%

インドネシア・日本ブランドの現在地

好意・訪問希望ともに1位、家電では自国製に逆転



訪問したい国・
1位は日本

33%

2位サウジアラビア（16%）
に大差をつけてトップ。



国の好意度も
日本が唯一の6点台

6.1点

好意度・訪問希望、
ともに日本が1位。



家電は自国製が
首位へ

35% → **65%**

インドネシア製65%、
日本製は大幅減少。



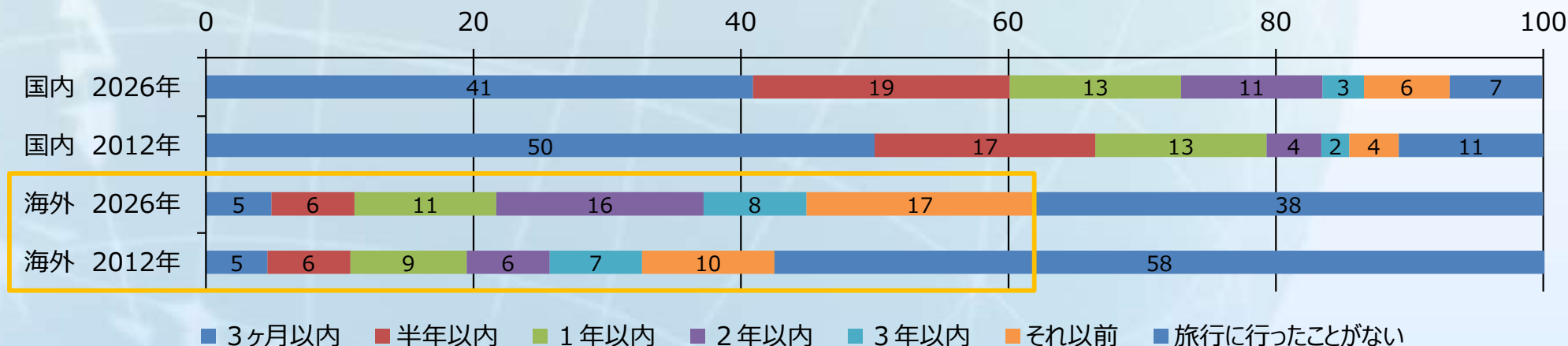
自動車市場に
中国製が台頭

4% → **20%**

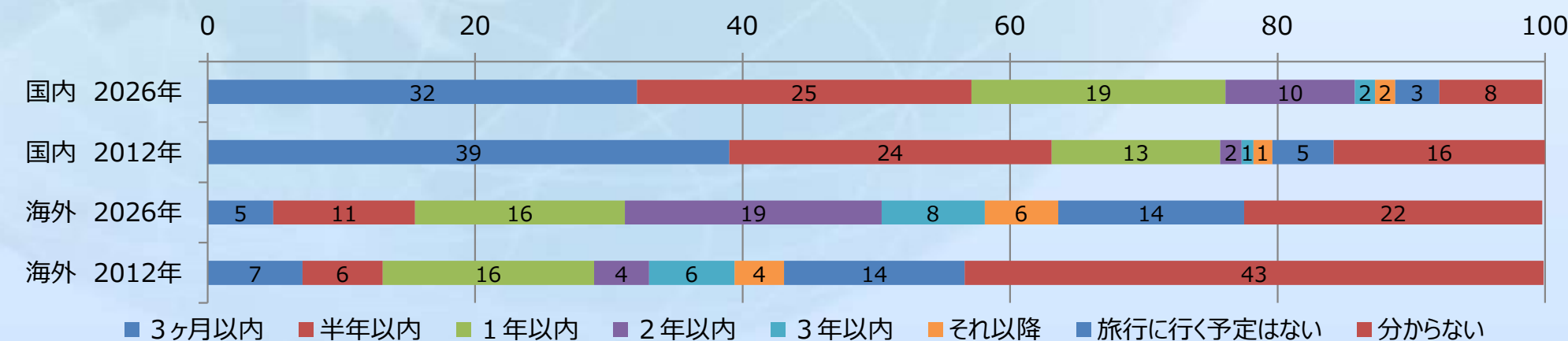
日本製がトップを維持す
る中、中国製が急伸。

海外旅行未経験者が58%→38%に減少。

Q. あなたは旅行にいつ頃に行ったことがありますか？ (SA)

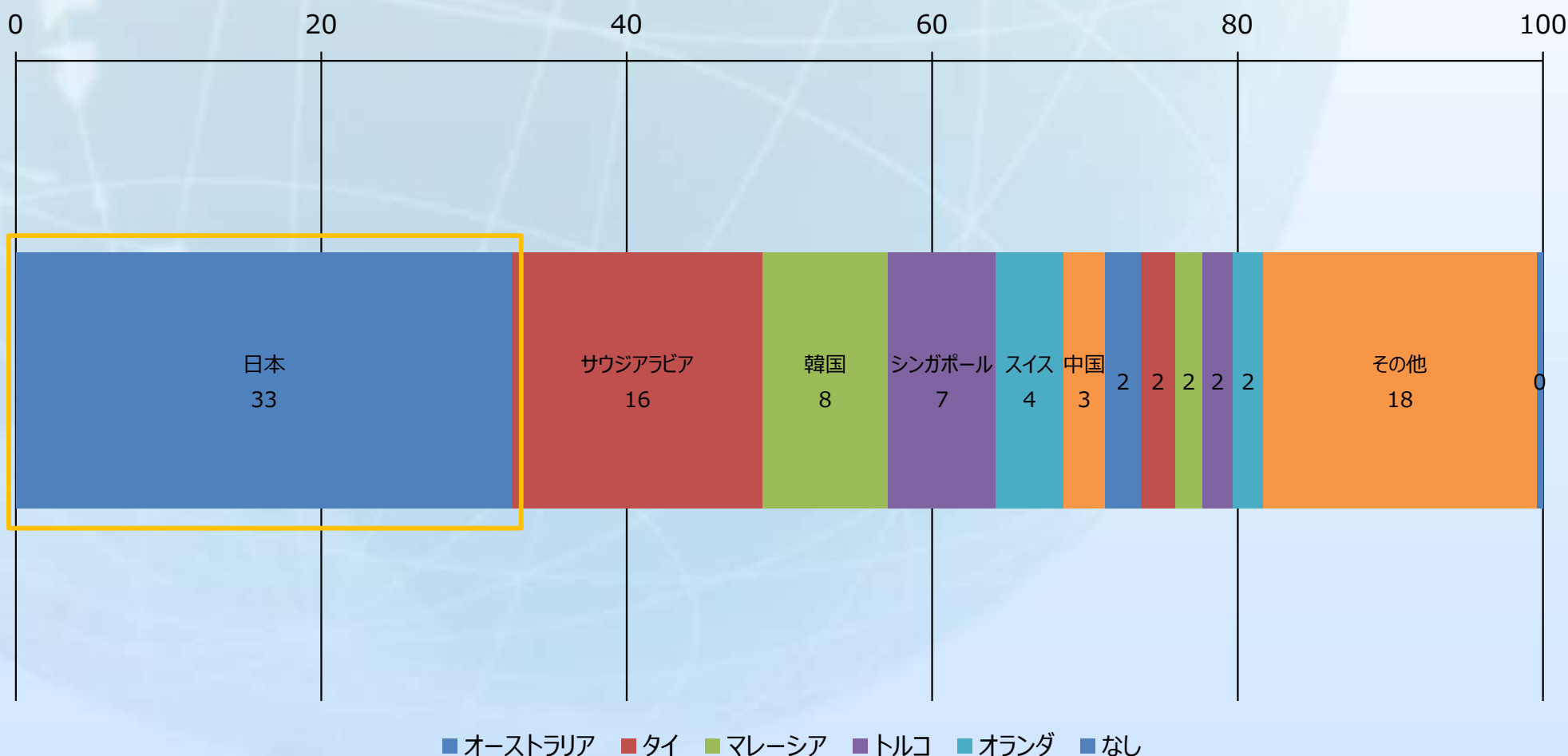


Q. あなたは旅行にいつ頃行く予定がありますか？ (SA)



一番行きたい国の1位は日本（33%）。
2位サウジアラビア（16%）に大差をつけてトップ。

Q. 一番行きたい国を記入ください。(SA)



訪問希望国 理由

日本は自然・伝統、サウジアラビアは宗教（89%）、韓国はポップカルチャー（68%）、シンガポールは近接性（50%）が訪問の主な動機。

Q. 一番行きたい国のその理由は？(OA→AC(MA))

| 項目 | Total |  |  |  |  |
|------------------|-------|---|---|---|---|
| | | 日本 (n=147) | サウジ (n=74) | 韓国 (n=37) | シンガポール (n=32) |
| 自然・景観 | 30.5 | 35.4 | — | 18.9 | 18.8 |
| 伝統・文化・歴史 | 22.3 | 35.4 | 8.1 | 13.5 | 3.1 |
| 食文化・グルメ | 19.0 | 29.3 | 4.1 | 27.0 | 12.5 |
| 体験・トレンド・ポップカルチャー | 17.3 | 19.7 | 1.4 | 67.6 | 21.9 |
| 宗教・信仰 | 17.0 | 0.7 | 89.2 | — | 3.1 |
| 都市・インフラ・安全 | 12.6 | 21.1 | — | 2.7 | 31.3 |
| 実利・近接性 | 12.2 | 6.8 | 1.4 | — | 50.0 |
| 情緒・癒やし | 8.4 | 11.6 | 4.1 | — | 9.4 |
| その他 | 4.0 | 4.8 | 1.4 | 5.4 | — |
| 無回答・特になし | 0.7 | 0.7 | 1.4 | — | 3.1 |

濃色 = 高スコア (%)


日本

電車で旅行したい、桜を見たい、着物を着たい、寿司・ラーメン、富士山、渋谷、お寺への観光のために。

女性・40代・自営業


サウジアラビア

ハッジ/ウムラ※のため。宗教的義務としての巡礼。

男性・50代・会社員


韓国

K-POPコンサートを見たい、BTSのコンサートを見たい。

女性・20代・自営業


シンガポール

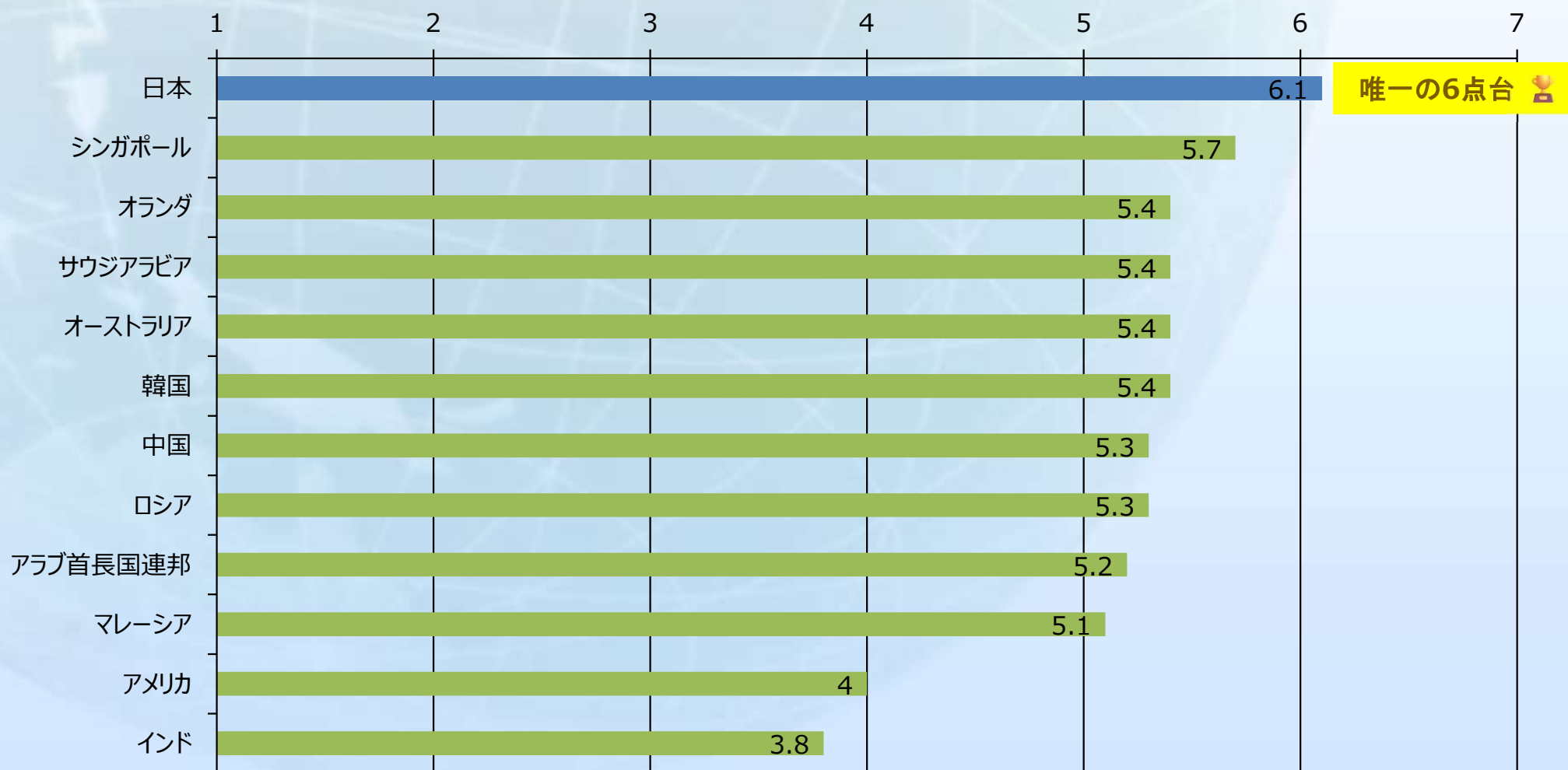
近くて親切で安くて安全で美しく快適。

男性・40代・パート

※ハッジ=メッカへの大巡礼（イスラム五行の一つ）
 ウムラ=小巡礼、年間を通じていつでも行える任意の巡礼

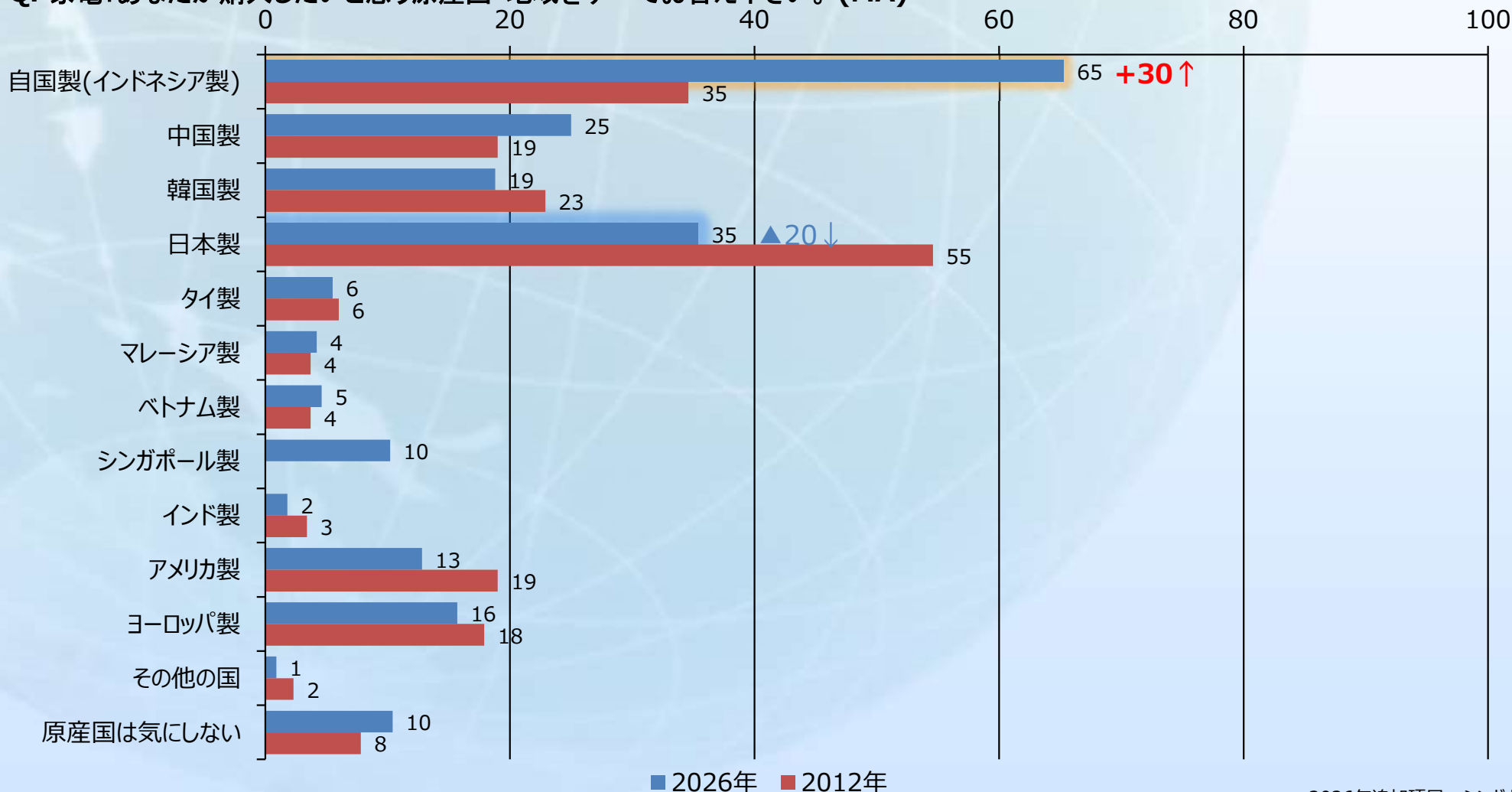
日本が6.1点で唯一の6点台、13カ国中トップ。
好意度・訪問希望ともに日本が1位。

Q.「とても好き」を7点、「全く好きではない」を1点としたときの7段階評価、「わからない」は除外



自国製（インドネシア製）が35%→65%へ急伸し首位に。
日本製は大幅に減少。家電の購入意向に大きな地殻変動。

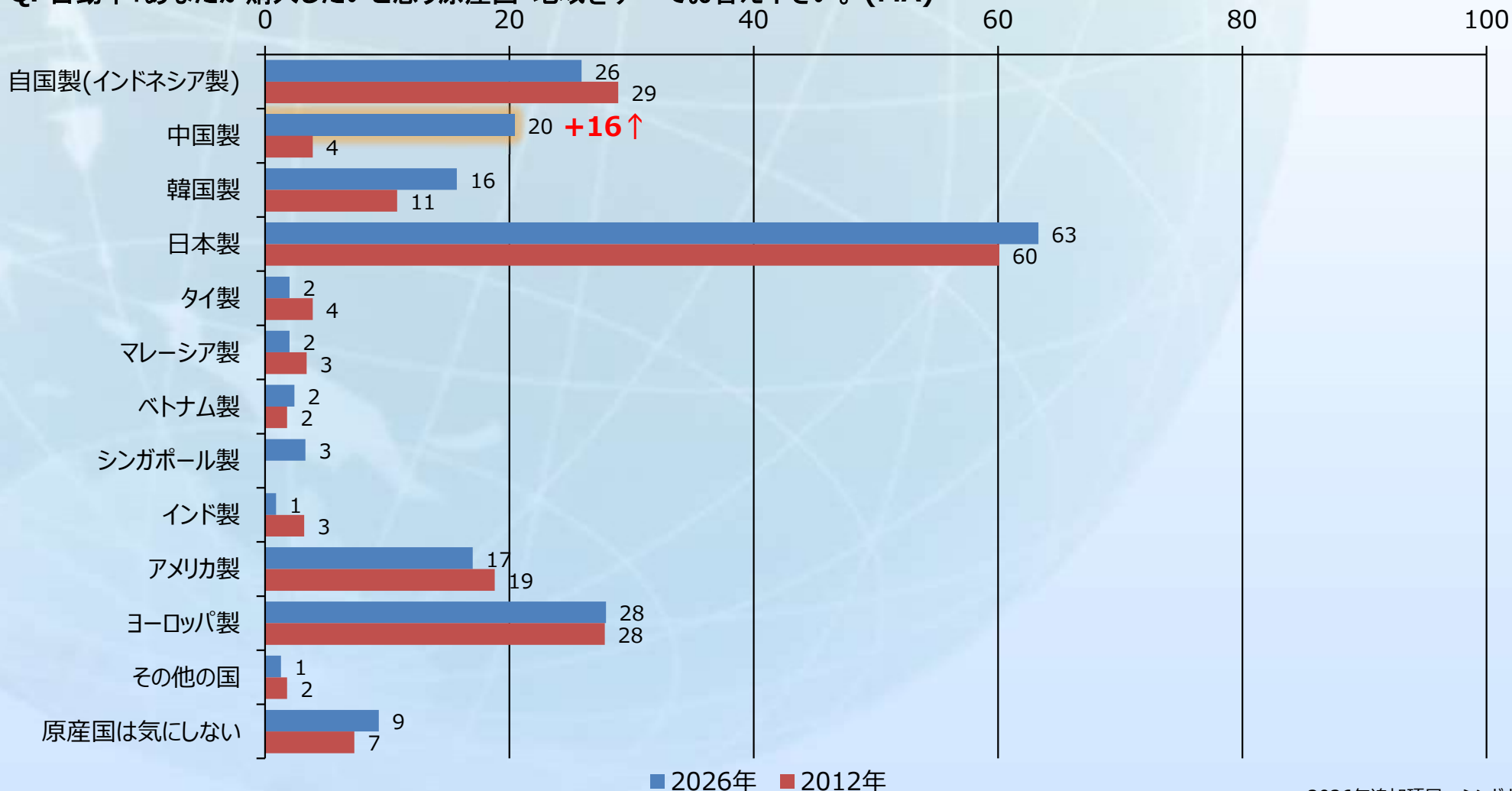
Q. 家電:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)



* 2026年追加項目：シンガポール

日本製が63%で首位を維持する一方、
中国製が4%→20%へ急伸し新興勢力として台頭。

Q. 自動車:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)

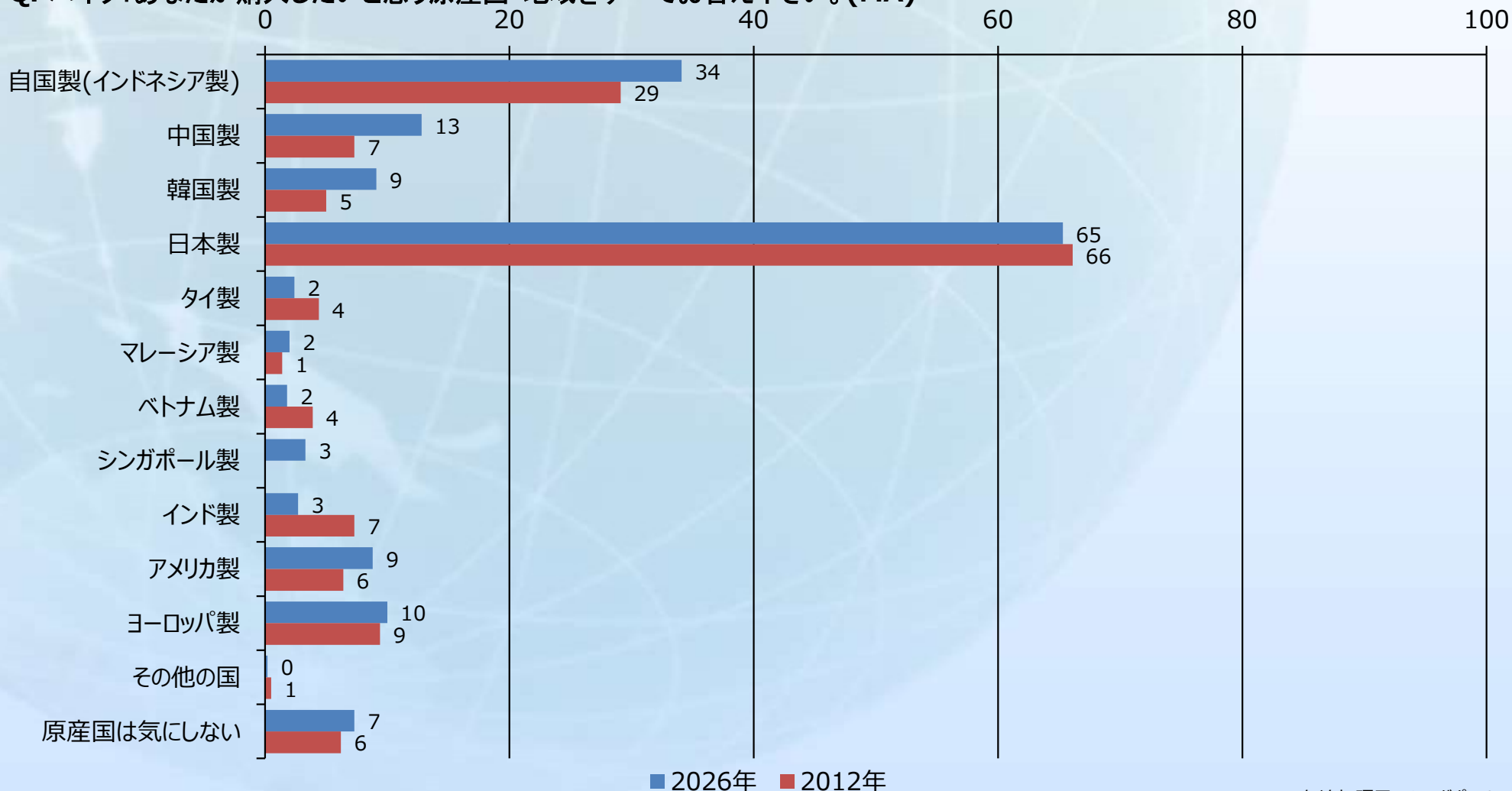


* 2026年追加項目：シンガポール

購入意向生産国 バイク

日本製が65%と圧倒的な首位を維持。
バイク市場における日本ブランドへの信頼は14年間で揺るがず。

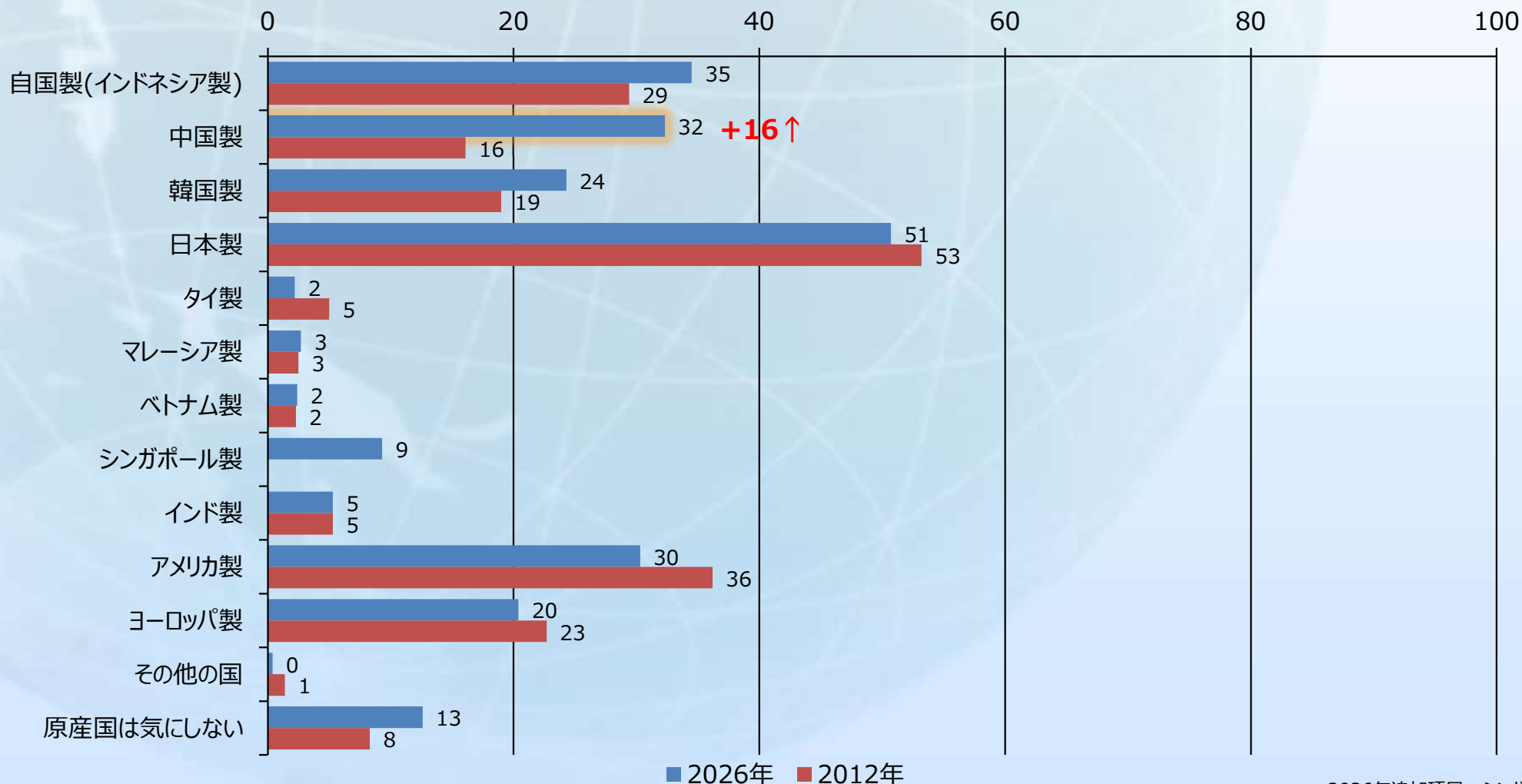
Q. バイク:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)



* 2026年追加項目: シンガポール

日本製が51%で首位を維持する一方、中国製が16%→32%へ倍増。

Q. IT機器:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)

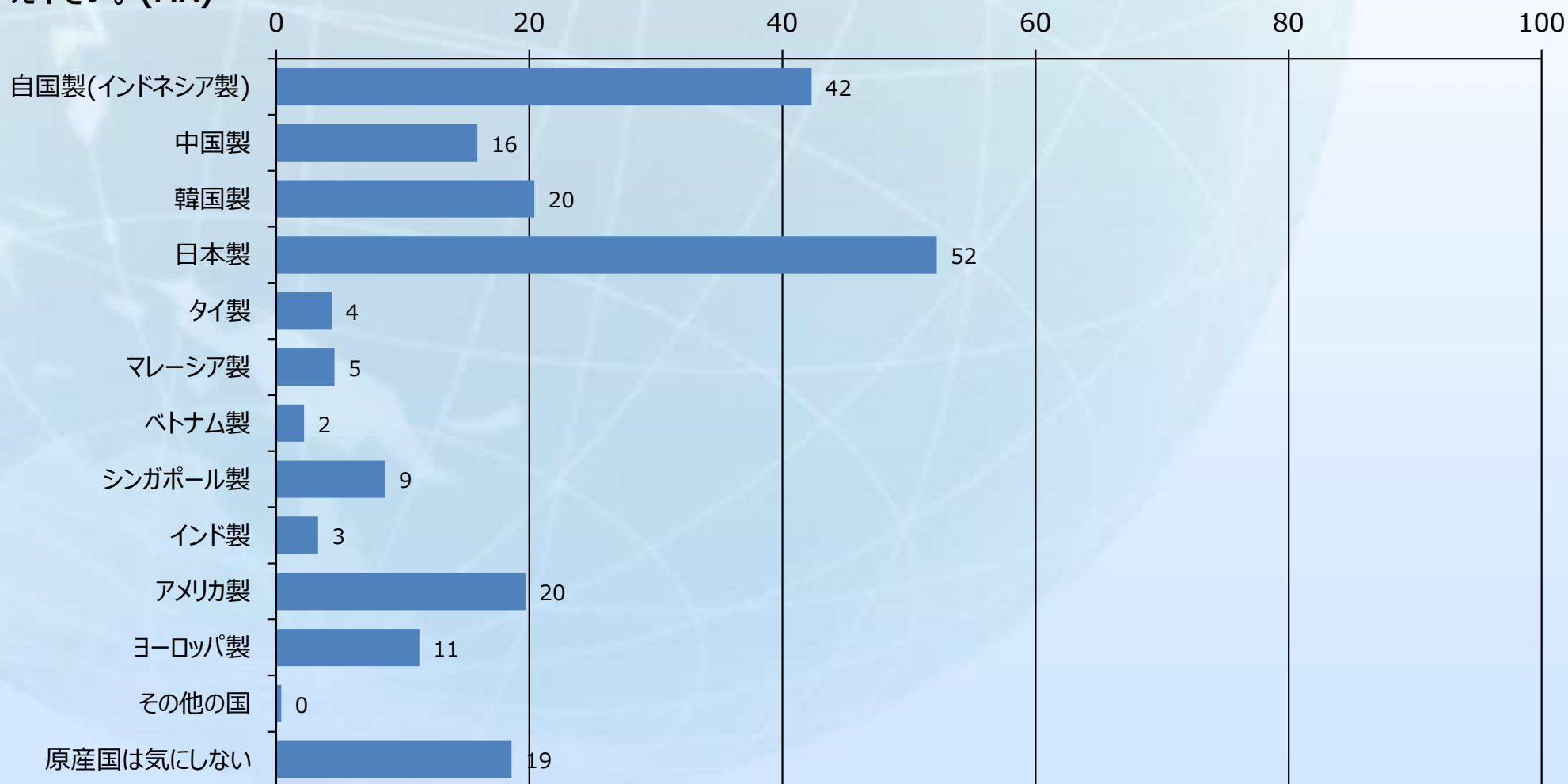


* 2026年追加項目：シンガポール

購入意向生産国 知的財産(IP)コンテンツ

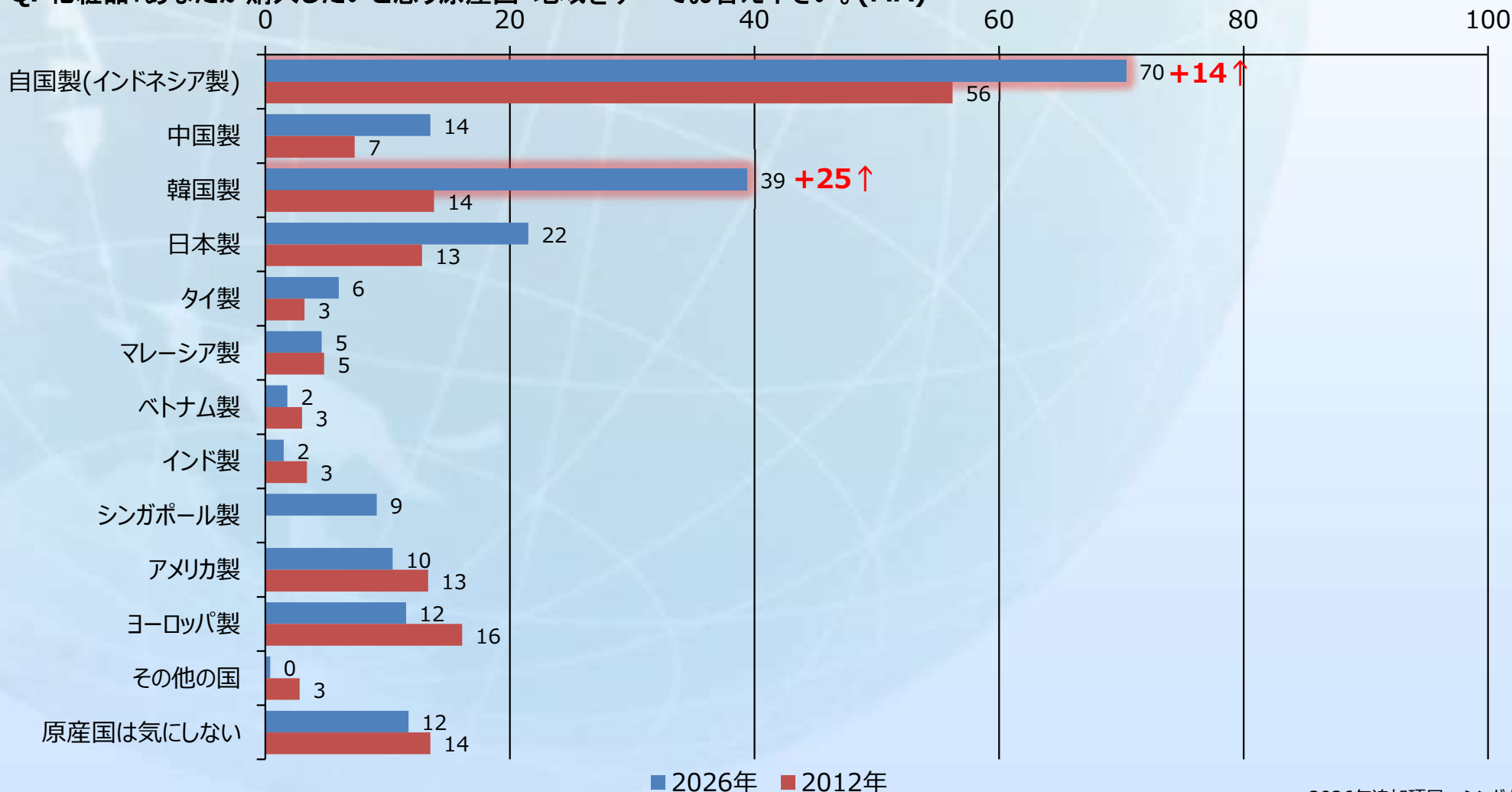
日本製が52%で首位。
自国製も42%と僅差で続き、韓国製・アメリカ製が20%で並ぶ。

Q. 知的財産(IP)コンテンツ(アニメ、ゲーム、マンガ、キャラクター、音楽など):あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)



自国製が56%→70%で首位を維持。
韓国製が14%→39%へ急伸し存在感を高める。

Q. 化粧品:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)

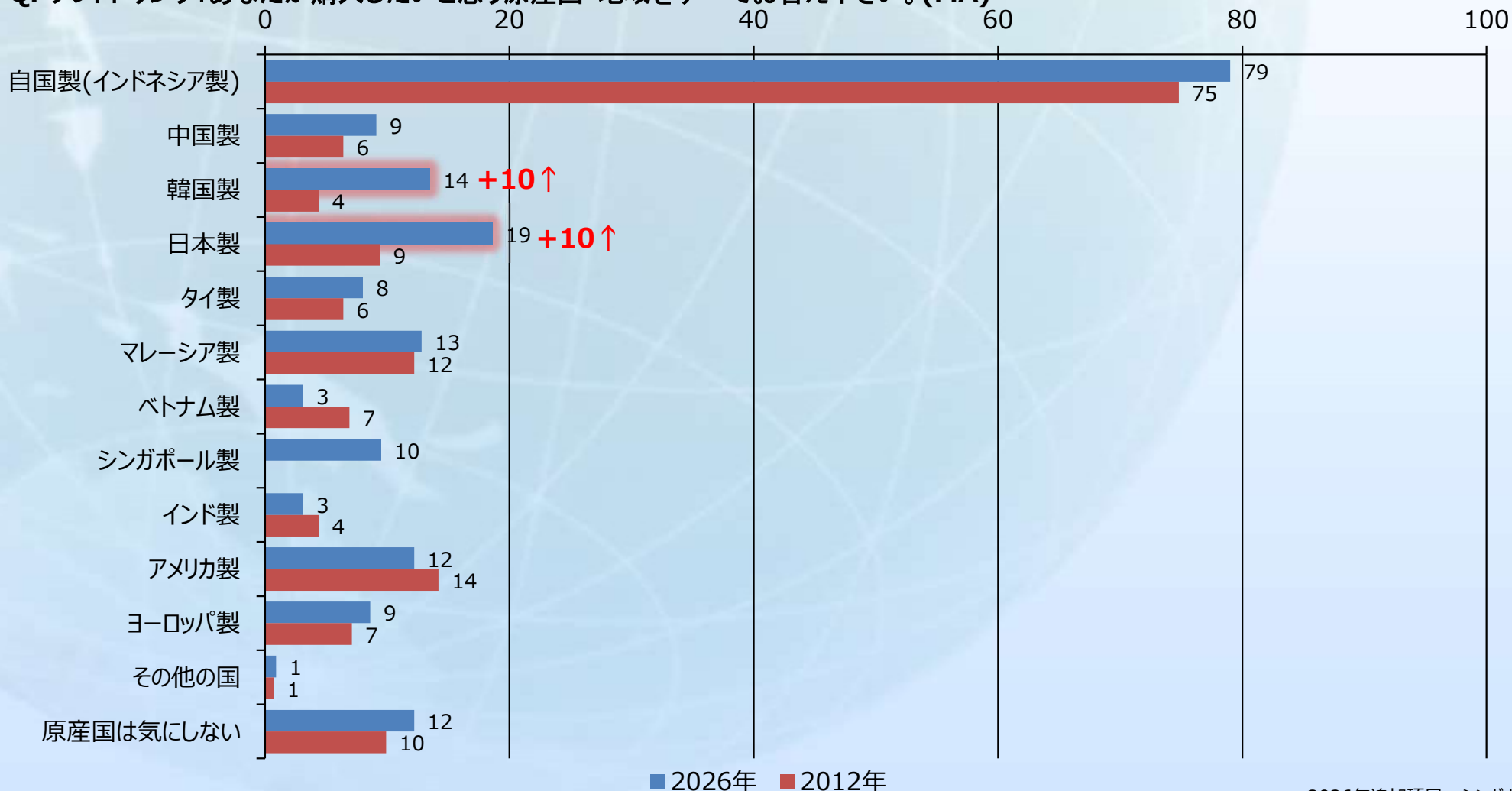


* 2026年追加項目：シンガポール

購入意向生産国 ソフトドリンク

自国製が79%で圧倒的首位。
日本製・韓国製がともに約10pt伸長し存在感を高める。

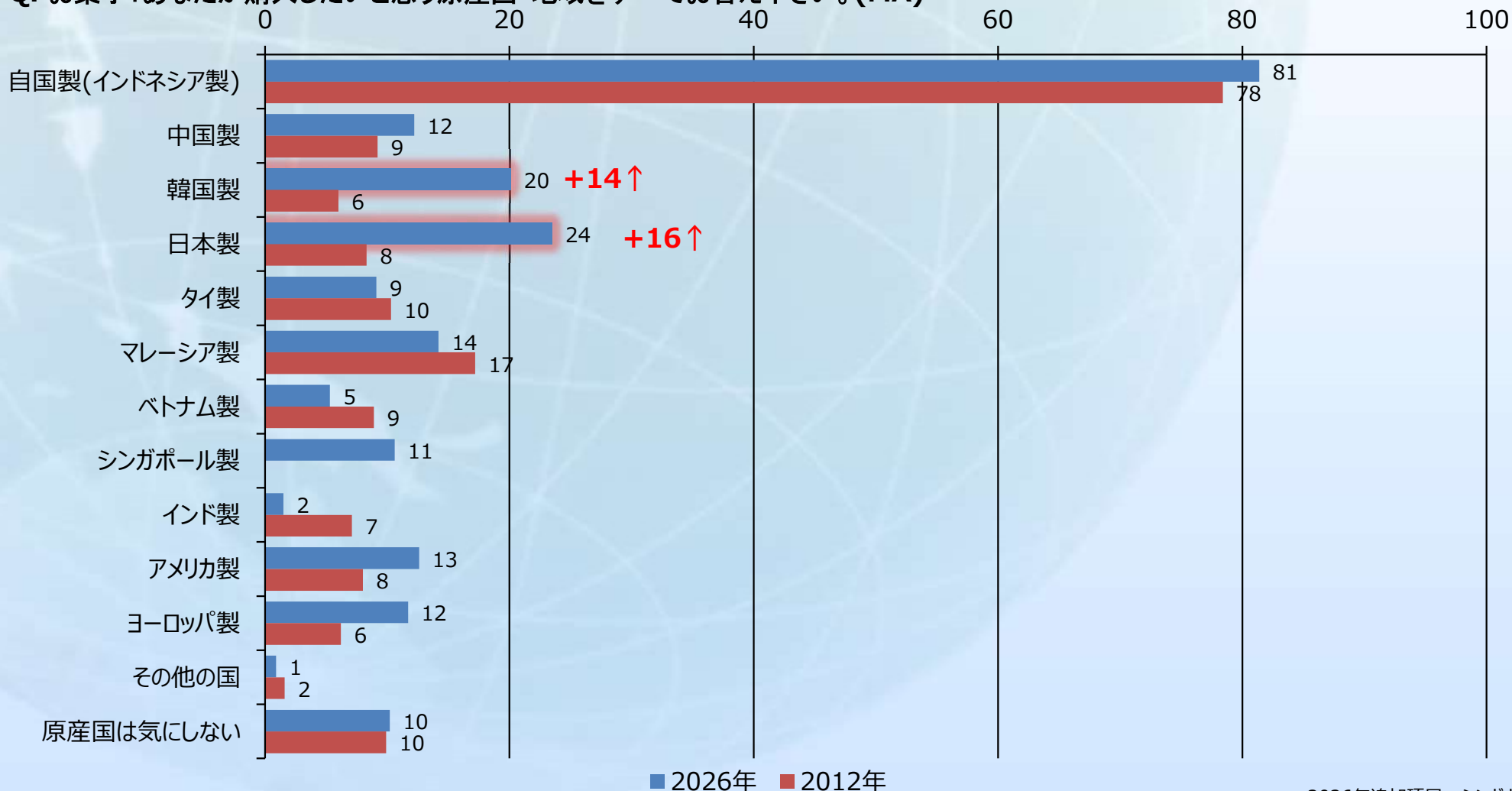
Q. ソフトドリンク:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)



* 2026年追加項目：シンガポール

自国製が81%で首位を維持。日本製・韓国製がともに約15pt伸長。

Q. お菓子:あなたが購入したいと思う原産国・地域をすべてお答え下さい。(MA)

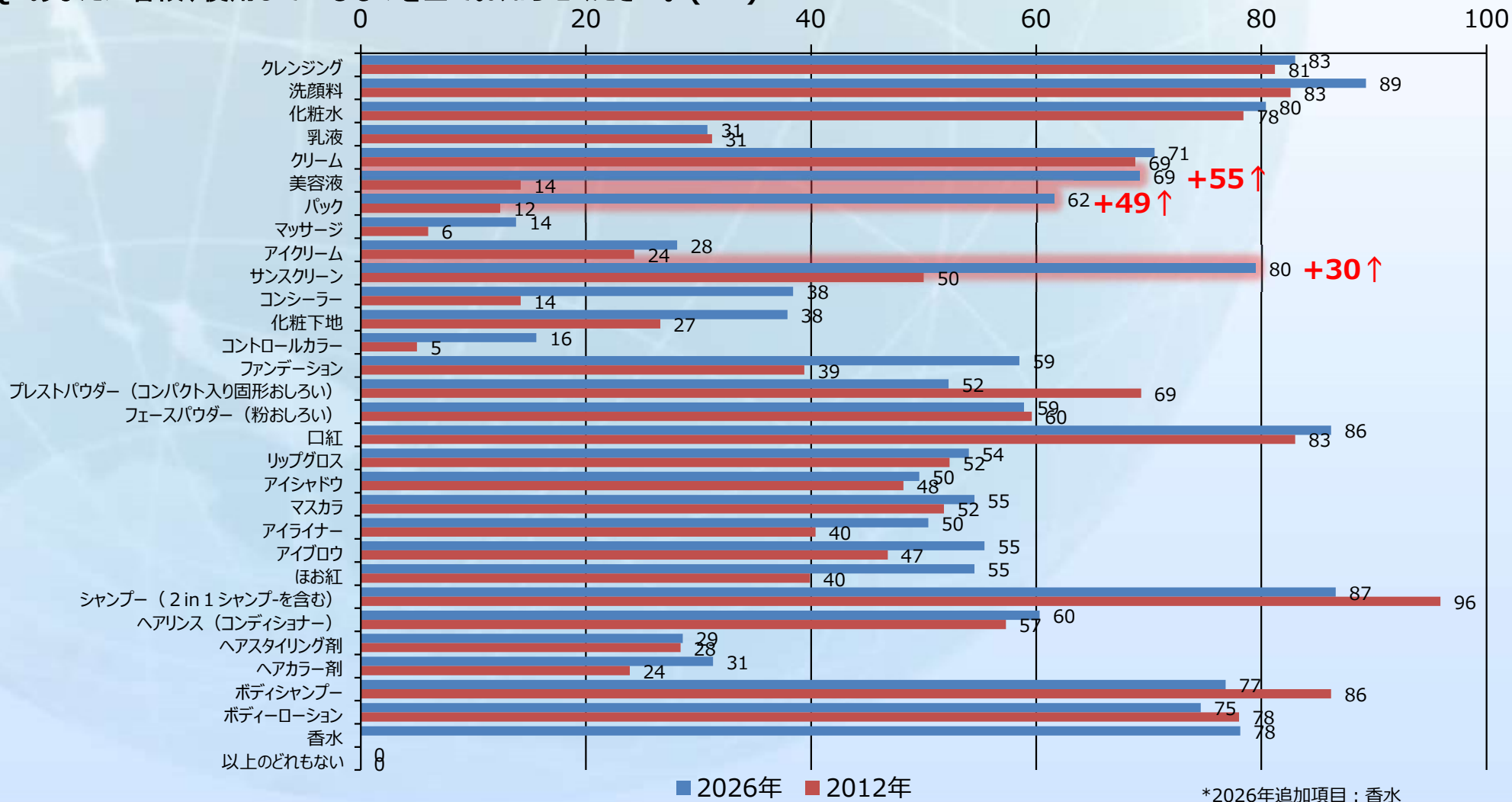


* 2026年追加項目：シンガポール

化粧品使用状況（女性）

美容液（+55pt）、パック（+49pt）、サンスクリーン（+30pt）が大幅増。
スキンケアの多様化・高度化が顕著。

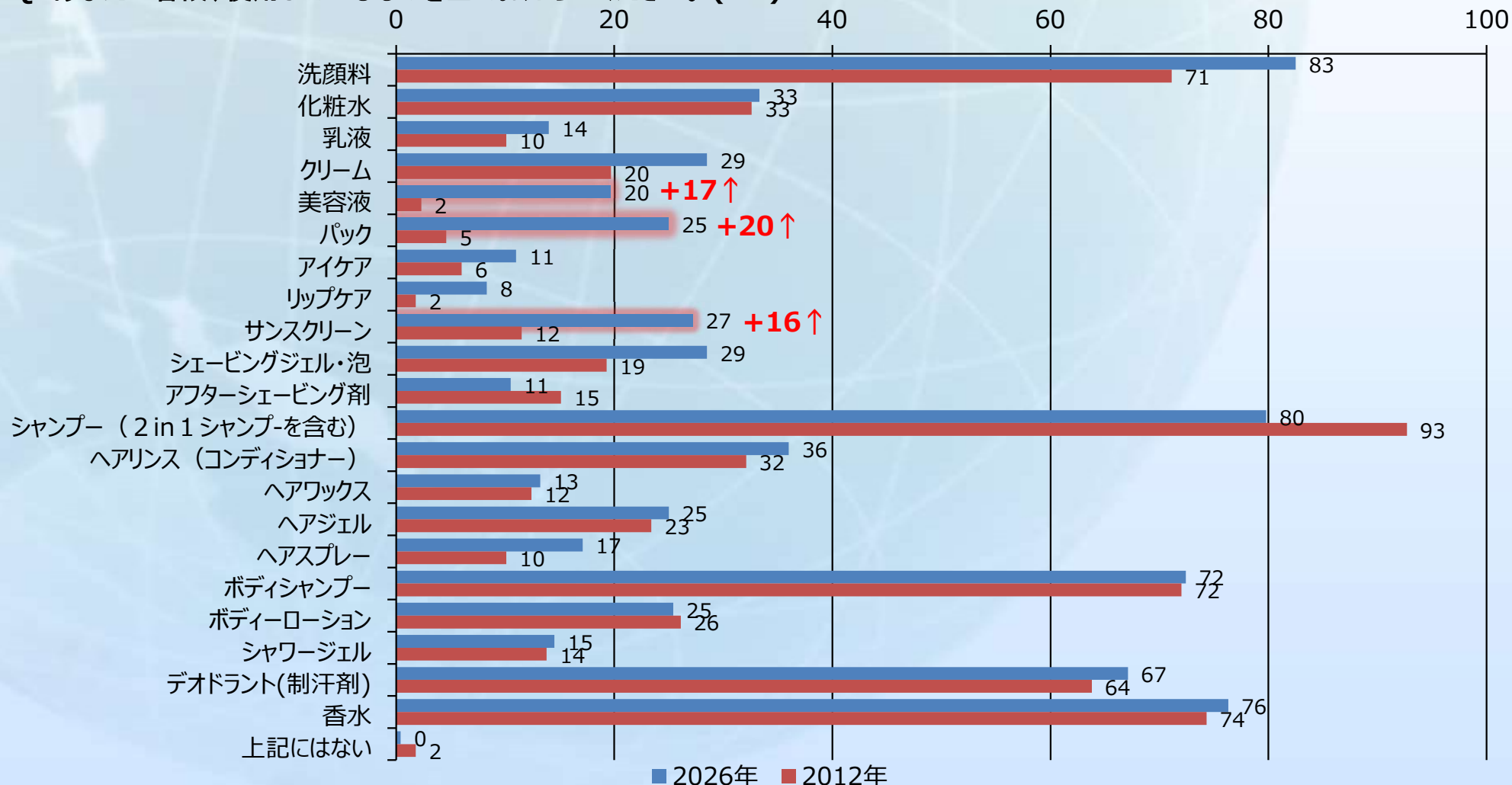
Q. あなたが普段、使用しているものを全てお知らせください。(MA)



化粧品使用状況（男性）

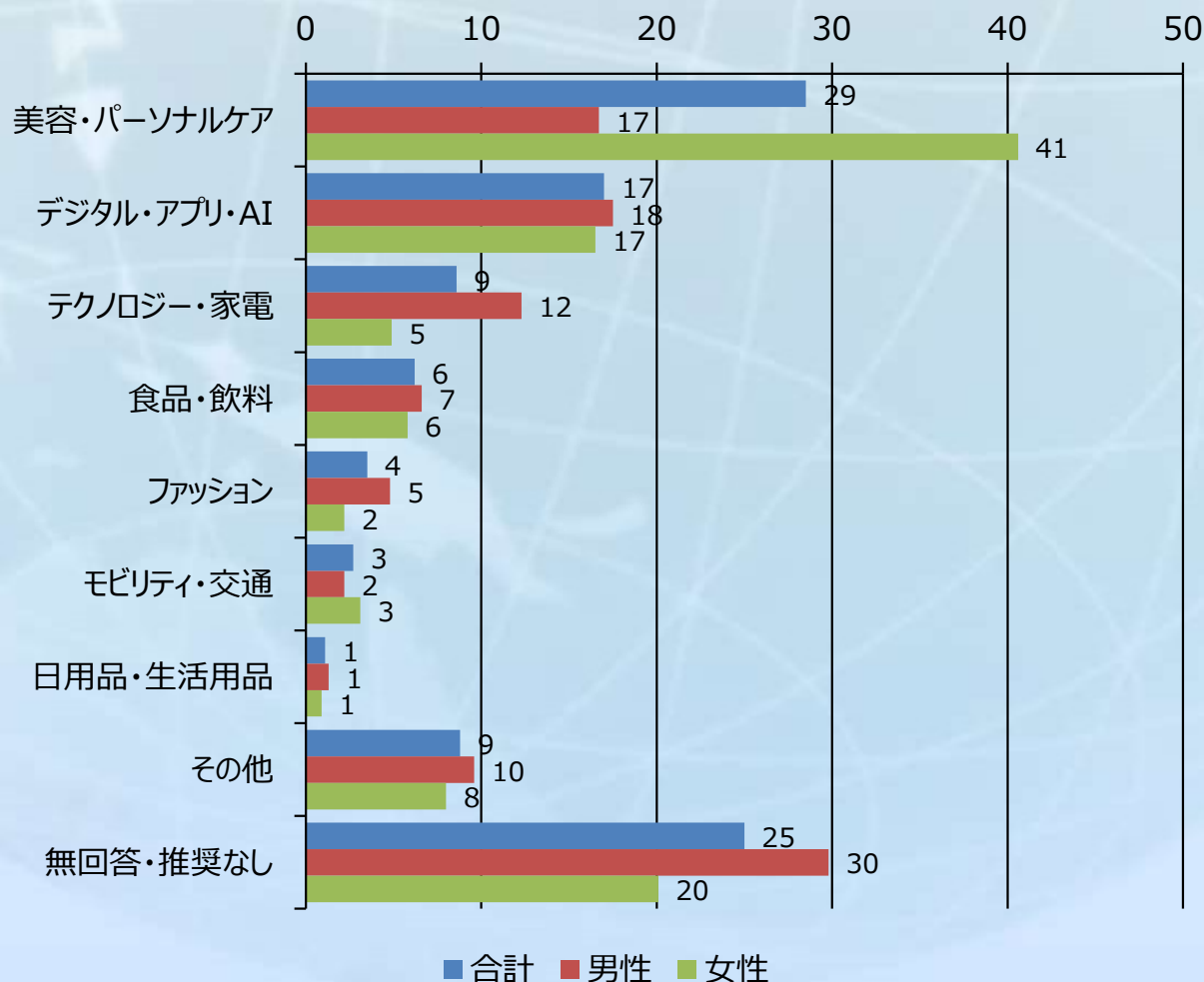
パック（+20pt）・美容液（+17pt）・サンスクリーン（+16pt）が大幅増。
女性と同様のTop3カテゴリが男性でも急伸。

Q. あなたが普段、使用しているものを全てお知らせください。（MA）



女性は美容（41%）、男性はAI・アプリ（18%）がそれぞれ最多。
スキンケアとデジタルが2大トレンド。

Q. あなたが最近やっていることで人に紹介したい商品、サービスなどありましたらご自由にお答え下さい。(MA)



ネイチャーリパブリックのアロエベラ製品を愛用。顔だけでなく全身の保湿効果が実証済み。



(20代女性 会社員)

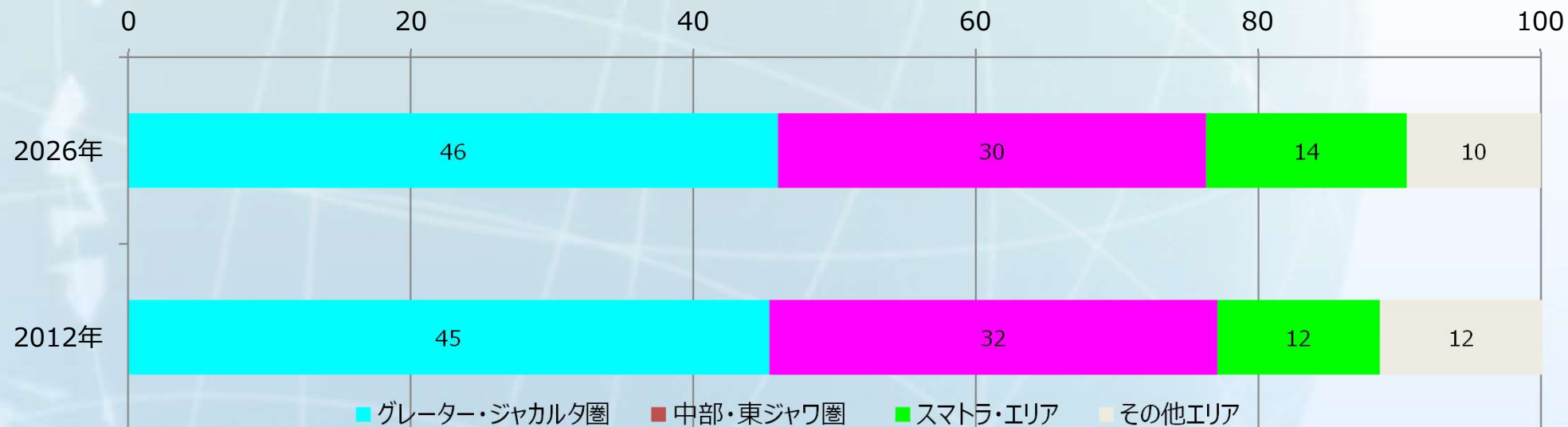
WardahのUV製品を愛用。肌の潤いと保護を実感し、ニキビも改善。ChatGPTの推薦がきっかけ。



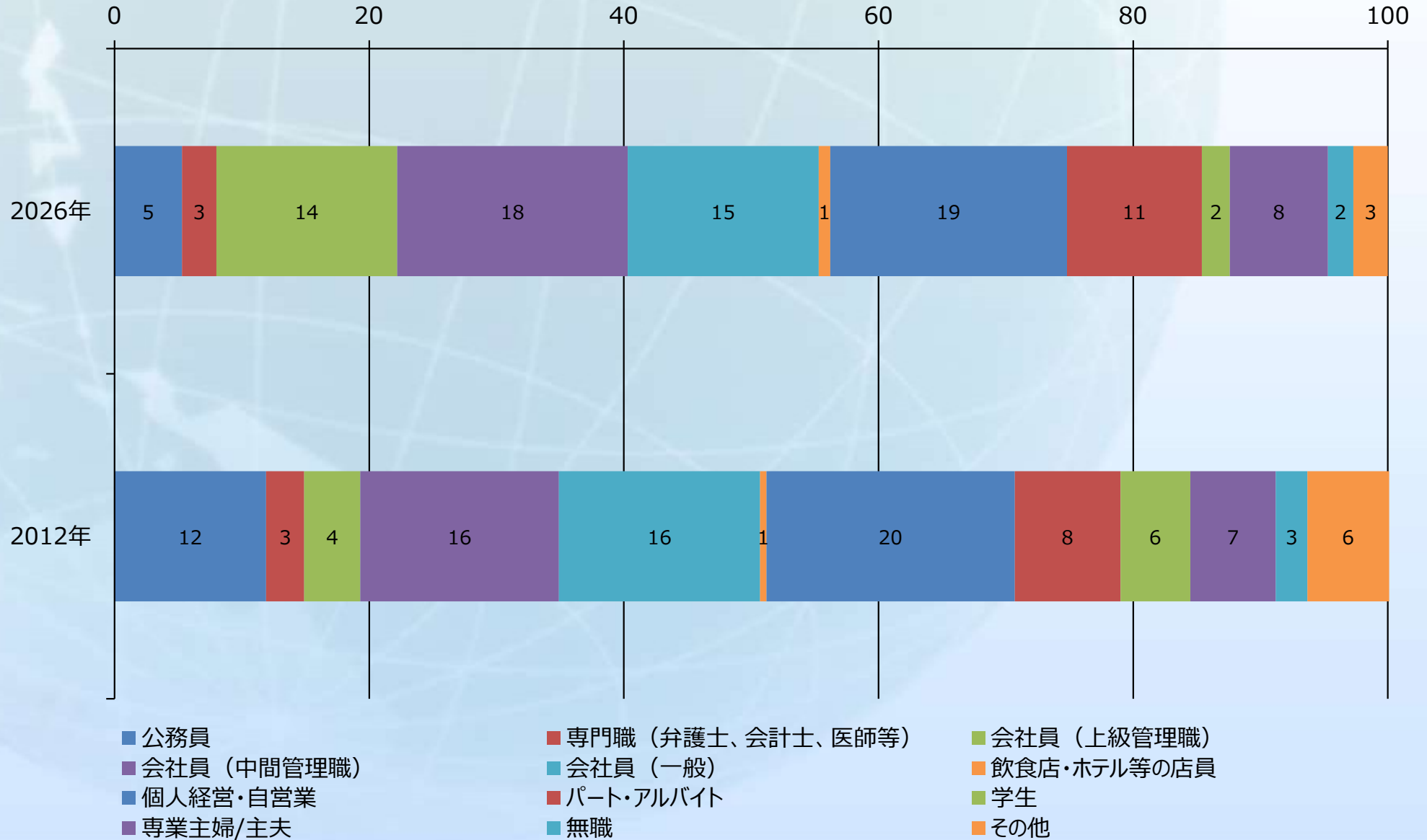
(40代女性 専業主婦)

属性情報

F. 居住地

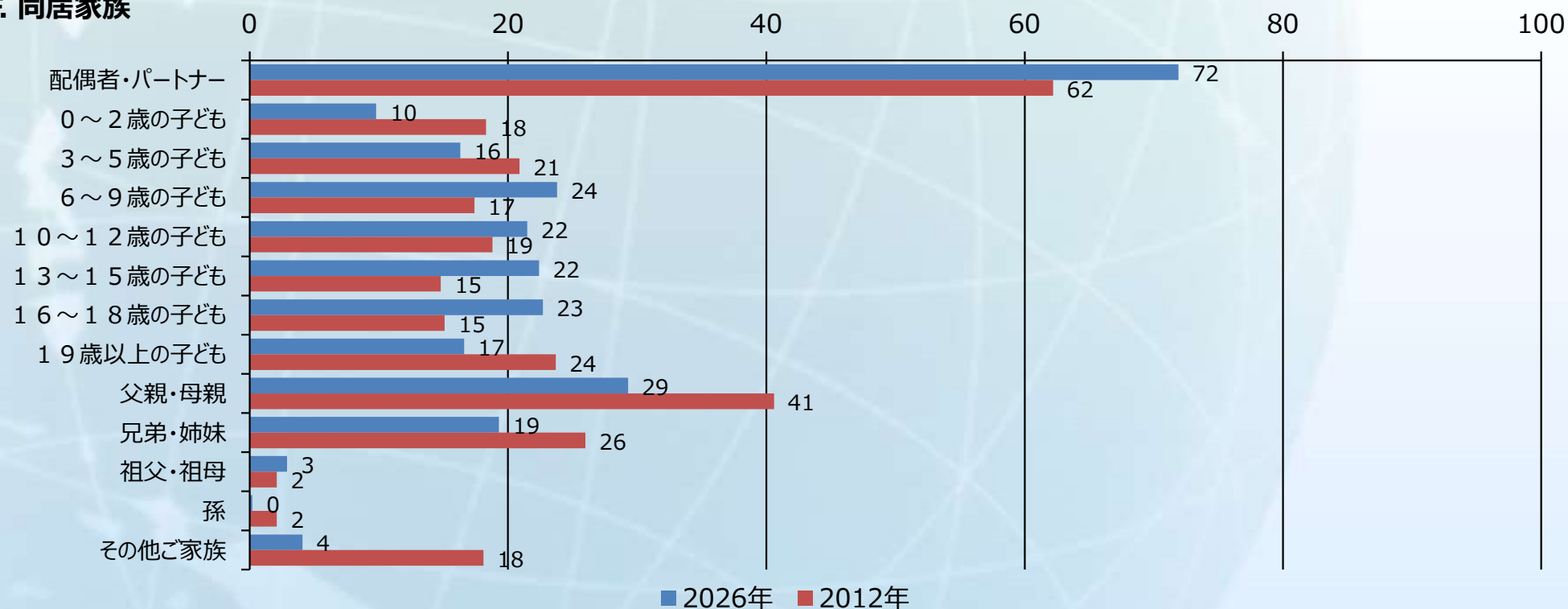


F. 職業

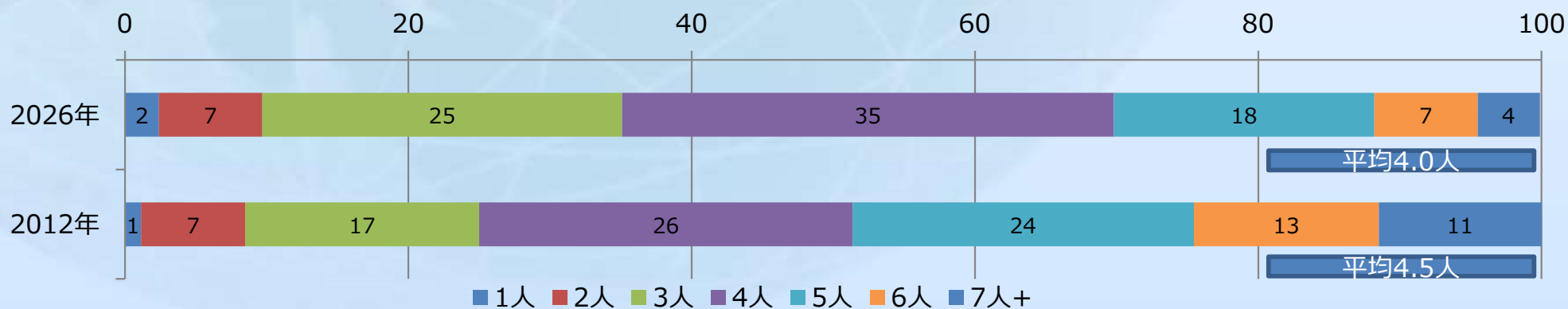


同居家族

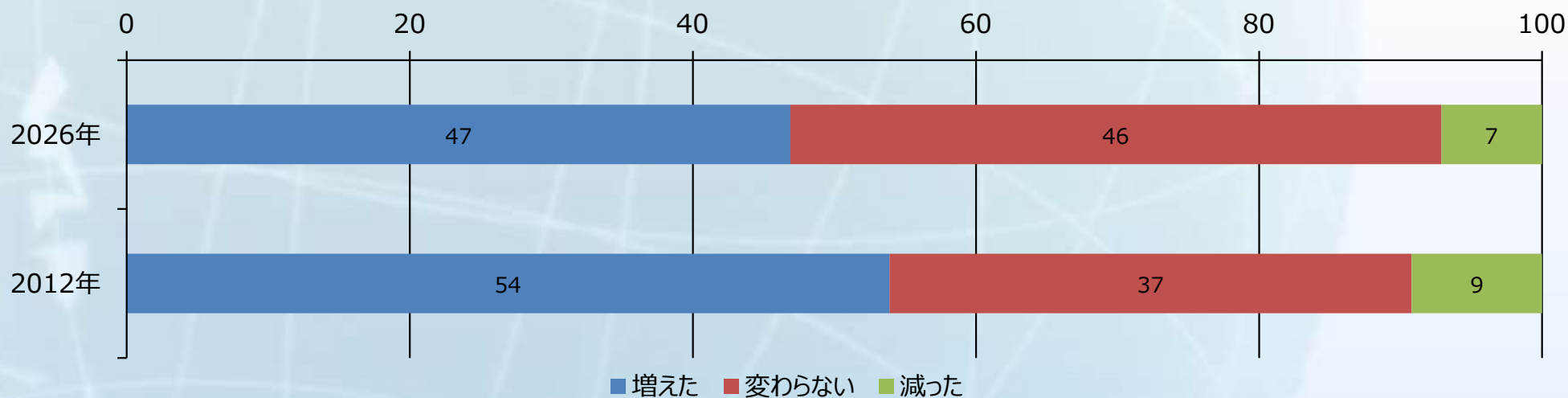
F. 同居家族



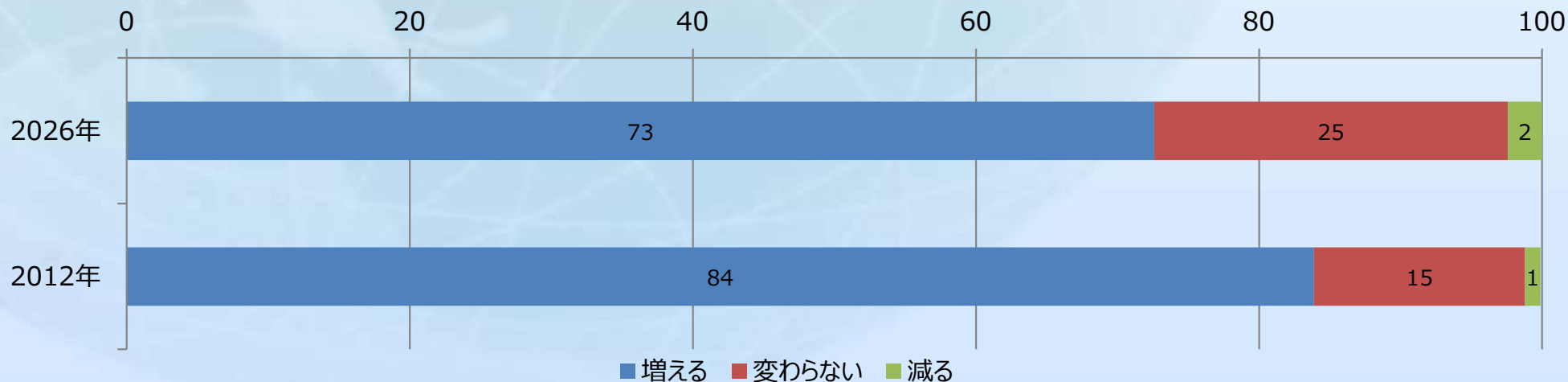
F. 世帯人数



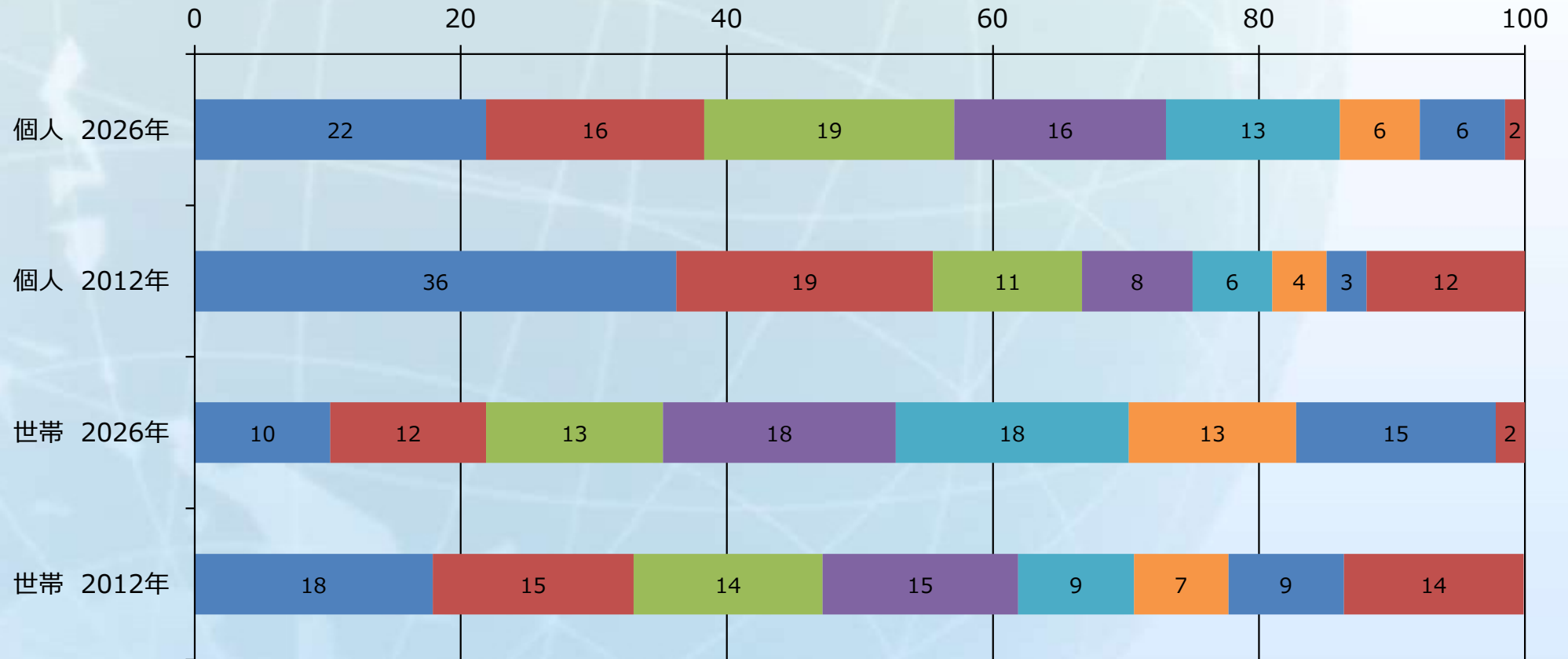
F. 昨年と比べ、今年の収入(月収)は増えましたか。(SA)



F. 来年の収入(月収)は増えると思いますか。(SA)

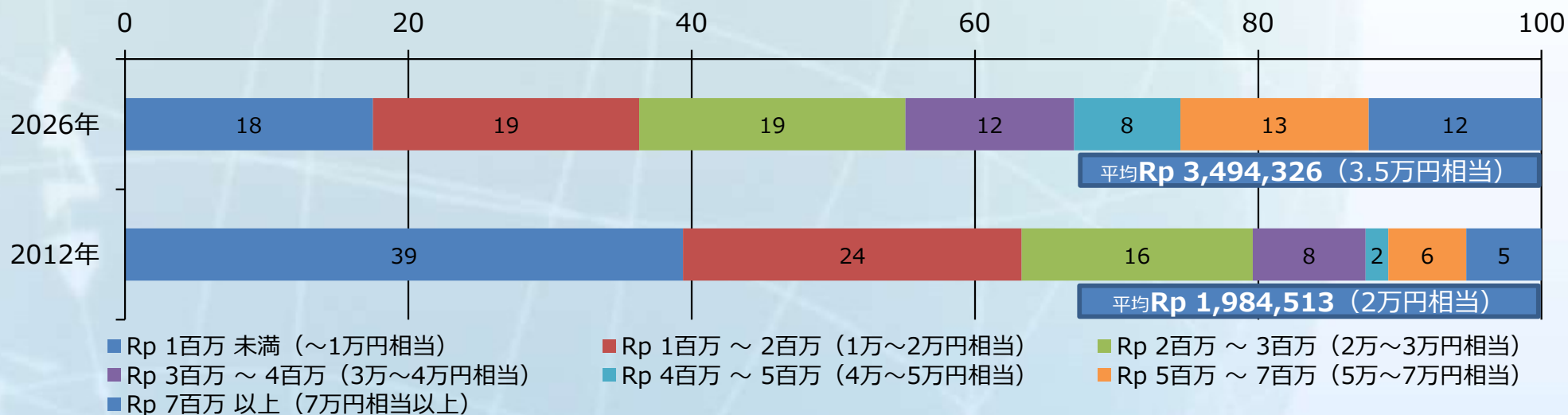


F. 月収 (SA)



- Rp 3百万 未満 (~3万円)
- Rp 3百万 ~ 5百万 (3~5万円)
- Rp 5百万 ~ 7百万 (5~7万円)
- Rp 7百万 ~ 10百万 (7~10万円)
- Rp 10百万 ~ 15百万 (10~15万円)
- Rp 15百万 ~ 20百万 (15~20万円)
- Rp 20百万 以上 (20万円以上)
- 回答したくない/分からない

F. 1か月の可処分金額(SA)



F. 総資産額(SA)

