

(3) 生産技術の現状と問題点

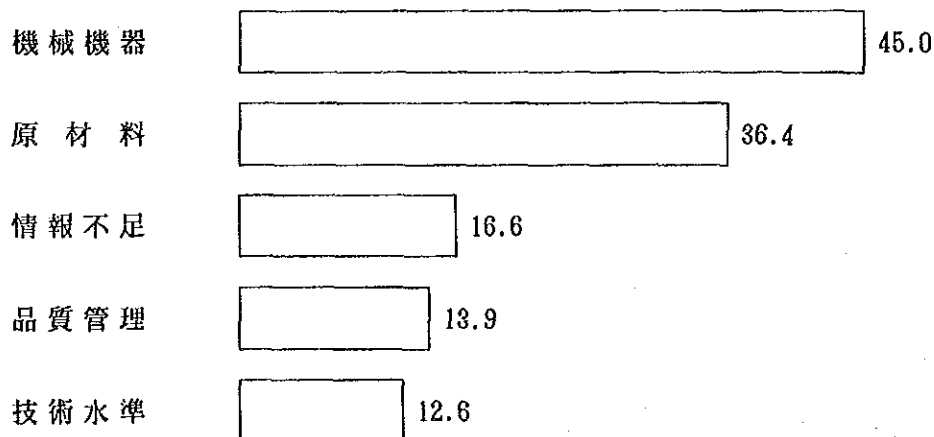
1) 製造方法

①製造方法の特徴

ハンディクラフト産業については、多少の道具や機械が補助的に使われるにせよ主として手によって生産が行われるということが大きな特色である。機械化が進めばもはやハンディクラフト産業ではなくて一般の工業になってしまうし、また他方で、多くの人手を要する工業であるということから、インドネシアの雇用吸収政策にも大きく関わる問題である。従って、単に合理化・省力化という側面から機械化すべきという単純な議論は難しいのが現状である。

図2-3-99～102は「生産上の問題点」を尋ねたアンケートの結果である。これは、アンケート実施企業が、何が生産上の一番の問題点であると考えているかを問うたものであり、従ってこれがそのまま現状の生産上の問題点であると考えられるわけには行かないものの、とりあえずハンディクラフトの生産の現場ではこの問題をどの様に考えているかという一つの指標にはなるとと思われる。

図2-3-99 生産上の問題点



(出所) アンケート調査

まず全体的にみても、回答で高率であったのが機械機器の45%と原材料の36.4%である。その他の回答としては、情報不足(16.6%)、品質管理(13.9%)、技術水準(12.6%)であるが比較的低率の回答であった。

図2-3-100 生産上の問題点(総従業員数別)

	原材料	機械機器	技術水準	品質管理	情報不足
* 合計 *	36	45	13	14	17
19人以下	35	54	8	9	17
20~99人	36	43	16	12	16
100人以上	38	27	15	31	15

(出所) アンケート調査

図2-3-100によると総従業員数別には、小企業及び中企業では機械機器が問題の1位で、それぞれ53.8%、43.1%を占めており、問題点の2位は原材料で、それぞれ35.4%、36.2%の回答となっている。一方、大企業では問題の認識が異なっており、原材料が問題点の1位で38.5%、以下2位が品質管理で30.8%となっており、中小企業で問題の第1番にあがっている機械機器は26.9%で、3位となっている。

これを図2-3-101により、取扱商品別にみても、商品毎に問題の認識が異なっており、各商品別の問題点の把握及び振興策策定のための一つの指標となりうる。その内容をみると、機械機器を問題点の第1位にあげているのは、銀製品等(71.9%)、宝石・貴金属等(62.5%)、セラミックス(58.8%)、木製品(50%)、竹・ラタン小物等(48.4%)、その他ハンディクラフト(45%)である。なお付言すれば、宝石・貴金属等については情報不足も機械機器と同率で1位にあげられていることが注目される。一方、原材料を問題点の第1位にあげているのは、手織等繊維及びその他アクセサリ類であり、これらはそれ

それぞれ66.7%、50%の回答率となっている。機械機器を問題点の第1位にあげた商品は、前述した宝石・貴金属等を除いて、いずれも第2位に原材料をあげている。

図2-3-101 生産上の問題点（取扱商品別）

	原材料	機械機器	技術水準	品質管理	情報不足
* 合計 *	36	45	13	14	17
手織り等繊維	67		12	12	12
木製品（木彫を含む）	32	50	9	18	23
セラミックス	24	59		24	12
竹、ラタン小物等	35	48	13	29	10
その他ハンドイクラフト	30	45	20		30
銀製品等	19	72			
その他ファッションアクセサリー	36	41	18	14	36

（出所）アンケート調査

図2-3-102 生産上の問題点（地域別）

	原材料	機械機器	技術水準	品質管理	情報不足
* 合計 *	36	45	13	14	17
ジャカルタ	23	54	23	8	38
バリ	42	26	13	19	10
ジョグジャカルタ	15	73		6	15
北スマトラ	44	48	15	26	22
南スラベン	53		26		11
バンドン	43	39	14	21	14

（出所）アンケート調査

図2-3-102によって地域別にみても、機械機器を問題点の第一にあげているのが、ジョグジャカルタ(72.7%)、ジャカルタ(53.8%)、北スマトラ(48.1%)の三地域であり、原材料を第1位にあげているのが、南スラベシ(52.6%)、バンドン(42.9%)、バリ(41.9%)の三地域となっている。ジャカルタが第2位に情報不足を問題点としてあげている他は、機械機器を1位にあげている地域の2位は原材料、逆に原材料が1位の場合は2位が機械機器というように、ほとんどこの2項目を問題点としてあげていることが多い。

このように、今次のインタビュー及びアンケート調査によると、生産面での問題点として「機械設備」をあげるところがたいへん多く、伝統工芸の保全と雇用の維持という二つの重大な問題と絡んでいる。すなわち、機械化の促進は、場合によっては手生産による付加価値性に影響を与えかねないし、また機械化による効果が単に合理化・省力化のみをもたらすものであるならば、その結果が必ずしも雇用の増大には結び付かない。

また伝統工芸の保全という観点からすれば、どの工程を機械化し、どの工程を機械化しないかという判断は、ひとえに生産品の芸術性ないしは付加価値性にその機械化工程が何等の影響も与えないということが判断の基準となる。

他方、雇用の維持ないし増大に関わる機械化については、単に一企業の問題としてではなく、インドネシア一国の問題として取り組むことが肝要である。

このような観点にたった上で、製造方法上の問題点を以下に述べることとする。

②品目別製造方法の現状と問題点

a) 手織等繊維

・染色技術

イカットの染色については、デザインとの関連もあり個別染色はやむを得ないが、常温染色後のベーキングを怠ると色落ちなどの問題が生じるので、十分な徹底が必要である。訪問先企業において、この工程を怠っているところが多々見られたが、品質評価面で大きなデメリットとなるので早急な改善が必要である。

なお、表2-3-28は、今次現地調査にて収集した手織物用の原料糸を持ち帰り、日本において財団法人 日本化学繊維検査協会の中央検査所に依頼して、染色堅ろう度について検査をした結果である。

表2-3-28 手織物用原料糸の染色検査結果

試験項目		試料	A	B	C	D	E	F	G
洗濯堅ろう度 (級)	変退色		5	4	4-5	5	4-5	5	3
	汚染		4-5	4	4	4-5	5	4-5	4-5
耐光堅ろう度(級)			4以上	4以上	4以上	4以上	4以上	4以上	4以上
汗 堅 ろ う 度 級	酸性	変退色	5	4-5	4-5	5	4	5	4
		汚染	3-4	4	3	3-4	3	3-4	2-3
	アルカリ 性	変退色	5	4-5	4-5	5	4	5	4
		汚染	3-4	4	2-3	3-4	3	3	3
摩擦堅ろう度 (級)		乾燥	4-5						
		湿潤	3						

試験項目		試料		H	I
洗濯堅ろう度 (級)	変退色		4-5	4-5	
	汚染		5	4-5	
耐光堅ろう度(級)			4以上	4以上	
汗 堅 ろ う 度 級	酸性	変退色	4-5	4-5	
		汚染	5	<u>2-3</u>	
	アルカリ 性	変退色	4-5	4-5	
		汚染	5	<u>2-3</u>	
摩擦堅ろう度 (級)		乾燥		<u>2-3</u>	
		湿潤		2	

糸の収集地域 素材

A：ジャカルタ 綿

B：北スマトラ レーヨン

C：北スマトラ 綿

D：北スマトラ 綿

E：北スマトラ スパンポリエステル

F：バリ 綿マーセライズド

G：バリ 綿マーセライズド

H：バリ 綿マーセライズド

I：南スラベン 絹

(出所：財団法人 日本化学繊維検査協会
中央検査所、試験証明書)

_____のアンダーラインをつけた項目については、不合格という判定である。従って、この検査結果によれば、すべての項目に合格している原料糸は9種類中3種類である。今回のサンプル9種類については、訪問地域のそれぞれからまんべんなく収集してきたもので、企業の規模にも配慮して大、中、小企業から収集している。この意味では、今回の検査結果については、ある程度まで、現状のインドネシアに

おける、手織物の生産に使用されている原料糸の現状を表しているとみなしても問題は無いと思われる。

不合格の項目がある6種類の糸についてみると、ばらつきはあるものの、総じて汗堅ろう度について問題があるとしている。インドネシア国内で販売する場合には、多少の色落ちの問題にならないかもしれないが、輸出を図る場合には色落ちの問題は絶対に解決をしなければならない問題である。但し、現地調査前に大きな危惧のあった洗濯堅ろう性については、1種類を除いてはすべて合格となっており、きわめて良い結果であるといえる。

• ATBMへの切り替え

伝統的手織機を使用しているところがまだかなりあるが、順次ATBMに切り替えることにより、生産性を数倍上げ、かつ付加価値性を維持することが可能である。しかしながら、この切り替えについては社会経済的な判断が必要であり一朝一夕に機械化を進めることは慎まねばならない。

• 絹の手織物について

準備工程のテンション調整、ヨーンガイドの傷、糸切れの改善について検討が必要である。

また、ATBMにつきスパン用、フィラメント用の混同が見られるので早急に改善する必要がある。

他の手織物と同様に、染色方法の改善により色落ちなどの問題が生じないようにする必要がある。

b) 木製品（木彫りを含む）

原材料である木材を十分に乾燥処理していない場合が少なくない。この工程を怠ると、一定時間を経過した後にひび割れなどを生じることがあるので、注意が必要である。

c) セラミックス

品質改善のために、うわ薬の安定調達や火炉の容量・温度管理等の改善が必要で

ある。

d) 竹、ラタン小物など

製品から黄色の粉が吹き出るといった問題や、塗装の色がはげやすいといった問題が指摘されており、製造工程の改善が必要である。

e) その他ハンディクラフト

f) 銀製品など

輸出拡大のための量産化、均一化、精巧さ、時間短縮をはかるために機械化をある程度進めることが考えられるが、単純な合理化・省力化は慎むべきである。

ことにヨーロッパの有名な銀製品にみるように、工程をすべて手作業にて行うことが製品の付加価値を高めるとともに、未熟練工の訓練の場になっている場合もあるので、大いに参考とすべきである。

g) 宝石・貴金属など

細かいサイズの付加価値を高めるためには、機械化を検討することが必要であるが、これも単なる合理化・省力化目的であるなら必ずしも望ましいとは言えない。

h) その他アクセサリ類

2) 技術水準

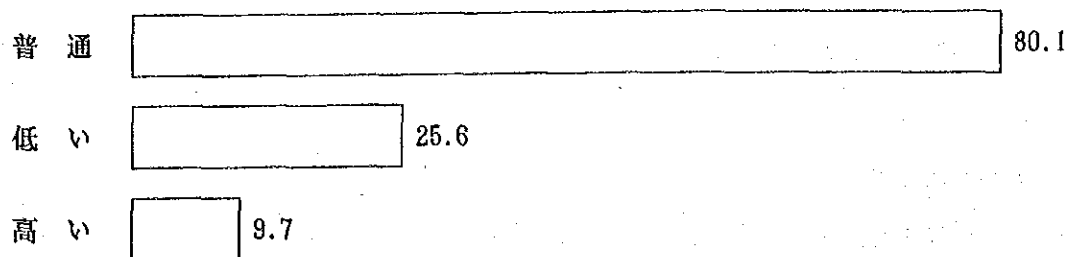
①技術水準評価の際の留意事項

技術水準の評価については、近代工業的アプローチにたった合理性追求の面と、伝統工芸の保全及び雇用増進というハンディクラフト産業固有の判断基準面からの検討が必要である。

②品目別技術水準と問題点

図2-3-103 ~106 は「技術・技能」のレベルを、アンケート実施先企業が自己評価したものである。

図2-3-103 技術・技能



(出所) アンケート調査

まず図2-3-104 により全体でみると、自社の技術・技能レベルを高いとした企業はわずかに9.7%にすぎず、普通であるとする企業が80.1%で大半を占めており、低いと回答した企業も25.6%と4分の1を占めている。

図2-3-104 技術・技能（総従業員数別）

	高い	普通	低い
* 合計 *	10	80	26
19人以下	8	69	32
20~99人	12	90	19
100人以上	10	90	21

(出所) アンケート調査

図2-3-104により総従業員数別にみると、小企業の場合には高いと回答した企業が7.8%、普通であると回答した企業が68.8%と全体の平均を下回っており、逆に低いと回答した企業が32.5%と多いのが目につく。大企業及び中企業の場合にはほぼ同様の結果が出ており、普通であるとの回答が大部分を占めていて、その他は、比率は相対的に低いものの、低いという回答の比率が、高いという回答の比率を上回っている。

図2-3-105 技術・技能（取扱商品別）

	高い	普通	低い
* 合計 *	10	80	26
手織り等繊維	10	71	41
木製品（木彫を含む）	14	82	21
セラミックス	26	89	16
竹、ラタン小物等	6	88	18
その他ハンドイクラフト	13	96	13
銀製品等	8	76	24
その他ファッションアクセサリ	15	93	11

(出所) アンケート調査)

図2-3-105によれば、品目別にみて注目すべき事の第一点は、セラミックス、その他アクセサリ類において自社の技術・技能レベルが高いと回答した比率がそれぞれ26.3%、23.5%と平均よりかなり高くなっている点である。また第二点として、手織等繊維において、自社の技術・技能レベルが低いと回答しているのが41.5%もあり、平均よりかなり高くなっている点である。第三点とし

では、宝石・貴金属等及び竹・ラタン小物等で自社の技術・技能レベルが高いとする比率がそれぞれゼロ、5.9%と平均を下回って低いことである。最後に、自社の技術・技能レベルが低いと回答した比率が平均以下、すなわちレベルは比較的高いとしているのは、その他アクセサリ類(5.9%)、その他ハンディクラフト(13%)、セラミックス(15.8%)、竹・ラタン小物等(17.6%)の4品目である。

これらをまとめると、自己評価が相対的に高いのが、セラミックス、その他アクセサリ類の2品目で、逆に低いのが手織等繊維ということができよう。

図2-3-106 技術・技能(地域別)

	高い	普通	低い
* 合計 *	10	80	26
ジャカルタ	13	81	19
バリ	13	90	10
ジョグジャカルタ	11	74	42
北スマトラ		90	23
南スラベシ	8	50	50
バンドン	11	89	11

(出所) アンケート調査

最後に、図2-3-106により「技術・技能」に対する評価を地域別にみることにする。まず高いと回答のあった比率が全体の平均以上である地域は、ジャカルタ(12.5%)、バリ(12.5%)、バンドン(10.7%)、ジョグジャカルタ(10.5%)の4地域である。一方、低いと回答した比率が平均以上である地

域は、南スラベシ（50%）、ジョグジャカルタ（42.1%）の2地域となっている。ジョグジャカルタについては両方とも該当する結果となっており、企業間の技術格差が大きいことが伺える。全般的なバランスをみてみると、ジャカルタ、バリでは自己評価が比較的高い反面、南スラベシ、北スマトラでは相対的に低いようである。

a) 手織等繊維

• 色落ちの問題

手織物の輸出促進を図る際に、改善しなければならない技術水準の第一は染色の色落ちの問題である。この問題には、色落ちを避けるために、製造工程の中で必要な工程を省略しないという製造方法の問題と、色落ちを防ぐための必要技術の修得ないし活用という純粋に技術的な側面の2通りのケースが考えられる。小規模工業の場合には、多くの場合染色技術自体に問題があって、色落ちが起こる場合が多いが、規模の相対的に大きい企業の場合は、染色のベーキングなどの工程を省略することにより意識的に製造コストを軽減するような場合も見られるので、品質面のデメリットを正しく認識することが必要である。

• 手織機へのATBMへの切り替え

手織機へのATBMへの切り替えも早急に改善すべき点の一つである。1台当りの機械価格は300,000ルピアほどであるが、導入により品質をあげることはあっても落とすことがなく、しかも生産効率が数倍（インタビュー先の1日当たりかつ1台当りの生産量で比較した場合にはおよそ5倍）になることから判断して、切り替えは原則としては望ましい。

しかしながら、早急な切り替えは社会経済的な影響が大きいため、十分な検討が必要である。

• 多品種少量生産技術の導入

輸出の拡大を検討して行くには、輸出先市場のニーズにあった商品開発が不可欠であるが、日本などのように成熟化したマーケットは嗜好が多様化してきており、

多様なデザイン開発能力と共に、その多様なデザインを製造し、販売して行くための、多品種少量生産技術の導入が不可欠のものとなる。

• 絹（原料）

絹の手織物については、技術水準に関する問題点をすでに指摘しているが、南スラウェシにおいて生産されている原料の生糸の生産技術について、その品質が完成品の品質に大きな影響を与えるため、ここで特にふれることとする。

まず繭自体の問題として、南スラウェシで生産されている繭は、日本のものよりも大きさが小さく、繭1個あたりからとれる糸の長さも、日本では1,500mほどに対して、600-800m程度というのが現状である。

これは生糸の生産がたいへん効率が悪いということを意味している。

また、繭からの糸ぐり技術の問題もあり、繭から製糸するにあたって、最初は煮沸しているものの、あとは水ないし湯温の低い温水を使用して、それに浸して糸ぐりをしているため繊維が固まってしまい、1個当たりからの繭よりとれる糸の量が減ってしまっている。

b) 木製品（木彫りを含む）

原材料木材の乾燥工程を見直す必要がある。天日乾燥ではなく、乾燥室を設けて同工程を確実に行うことにより、後日のひび割れなどの劣化を防ぐことが必要である。

c) セラミックス

• 基礎的な技術の改善

セラミックの技術水準については、総じて企業規模がそれほど大きくないということと、その生産が食器などの生活用品中心であることもあり、基礎的なレベルにおいてまだまだ改善しなければならない点が多くみられる。従って、輸出品として国際的に通用する水準に達するためには、まず火炉の容量不足や温度管理等の基本

的な問題を第一に解決して行かなければならない。

• 良質なうわ薬の必要

現状、セラミックのうわ薬は、今次の訪問企業においては、ほとんどが輸入に頼っており、一社を除いて国産品の使用はみられなかった。

品質を高めるためには、良質なうわ薬の改善が必要であり、高品質な製品の供給を確実にするための調達システムの確立が必要である。長期的には国産のうわ薬製造メーカーの育成が望ましいが、簡単に短時日にてできる問題ではないので、短期的には輸入品に頼らざるをえない。これには情報収集を含めた幅広い安定調達システムの構築が望ましい。

• 芸術品への脱皮

付加価値を高めることにより高級イメージを作り上げ、輸出額を伸ばして行くためには、今までのような単価の安い生活用品の製作から、芸術品への脱皮を図っていかなければならない。これは短期間で実現できるものではないが、技術水準の向上と人材の育成という2つの基本的なことを地道に行っていくなければならない。

d) 竹、ラタン小物等

木製品と同様に、乾燥工程などの前処理をきちんと行うことにより、後からトラブルが起きないようにすることが大切である。

e) その他ハンディクラフト

しんちゅうのハンディクラフト製作についても、銀製品同様職人の技術レベルはたいへん高いものがある。しかしながら輸出の拡大を考えた場合には、基本的な技術で一つ、応用技術レベルでも一つ、技術的な問題点がある。それは以下に述べるとおりである。

• メッキ工程のテクニック向上

しんちゅうの成形技術や打ち出し技術についてはたいへん優れているが、メッキ技術については技術水準の向上が必要である。

• 製品の仕上げの幅の拡大

基礎的な技術というよりは、マーケティング戦略に絡んだ応用技術の改善の問題として、製品の仕上げの幅を拡大することが必要である。すなわち決まりきったモチーフを繰り返し製作するだけでなく、国際市場の多様化したマーケットニーズに合わせて、多様な製品を創造するための技術力の蓄積が肝要である。

f) 銀製品等

銀製品の職人の技術水準はたいへん高い。しかしながら、輸出の拡大にともなう量産化及び均一化を目指すためには、単純で労力のいる工程と、手間をかけて手で製作することにより付加価値をつける工程とをはっきりと区別し、前者についてのみ機械化すべき工程を検討していくことが必要である。

この機械化を検討すべき工程の一例としては、銀を伸ばす際に使用する機械である *rollingator* の導入があげられる。

ことにヨーロッパの有名な銀製品にみるように、工程をすべて手作業にて行うことが製品の付加価値を高めるとともに、未熟練工の訓練の場になっている場合もあるので、大いに参考とすべきである。

g) 宝石・貴金属等

細かいサイズの製品については、機械化ないし道具の改良による精度アップが必要である。特に輸出拡大のためには、機械化による量産化と、品質の高度均一化のために機械化が不可欠である。

h) その他アクセサリ類

シェルについては、素材の模様や形を残しながらの加工をせねばならないところに難しさがあるが、それであるからこそ、技術的な付加価値を高めるための技術向上の必要性があるといえる。

具体的には、象眼技術の習得や、オーム貝の透かし彫りなど高度な技術を身につけることにより、差別化を図っていかないことには、輸出を拡大することは難しい。

3) 製品開発・デザイン

①製品開発の現状と問題点

a) 新製品の開発意欲不足

輸出に限っていった場合、国内市場と国際市場との品質・規格・デザインなどの相違は、海外市場の情報不足もあいまって、特に中小規模の企業の輸出意欲及び製品開発意欲をそぐ原因となっている。

特に小規模工業においては、国内販売用に製品を製造していても、ある程度の売上は確保でき、あえてリスクをおかしてまで輸出にチャレンジする必要を感じてはいない。

また、バリにおいては観光客向けのみやげもの商売でも売上が確保でき、一部の企業においては積極的な製品開発を怠っているようなケースも見られる。

ハンディクラフトの輸出を今後拡大して行くためには、このような中小規模の企業の輸出意欲をどの様に高揚していくかが、大きな課題としてあげられる。

b) 製品開発のための情報不足

今次訪問した企業のインタビュー結果によれば、製品開発上の最大の問題として“海外市場の情報不足”を第一にあげる企業が多かった。これは、現在輸出をしている企業のみならず、今後輸出を希望している企業からも数多く上がっており、情報自体の量並びに質が少ないということもさることながら、どこで、どの様に情報を収集すべきかわからないという意見も多い。

c) 研究開発費用の不足

研究開発ないし製品開発につぎ込まれる費用の少なさも、大きな問題点の一つとしてあげられる。特に輸出について考えた場合には、国内市場と海外市場との間には大きな相違点があり、十分な研究開発費用をつぎ込んで製品開発をしないことには、成功は考えられない。

d) 新しいニーズに対する対応力、創造力の不足

最後に、たとえ十分な研究開発費用を確保して、かつ海外市場のマーケット情報を的確に収集したとしても、もっとも難しいのは、そのようなニーズに対する対応力があるかどうかということである。

製品開発に関する問題点のうち、前述した3つの問題点についてはそれに対する対策を適切に講じることにより、比較的短期間に改善することが可能であるが、この4番目の問題については、長期的かつ十分な対策を講じていく必要がある。

②デザインの現状と問題点

インドネシアのハンディクラフト産業の、デザインの問題について考える場合には、伝統工芸品とファッションアクセサリーとを区別しなくてはならない。伝統工芸品の場合は、輸出の際にもその独自の価値を認められている場合も少なくないし何よりも単純に現代的なデザイン感覚に迎合することは、かえってその価値を失わせることとなり望ましくない。

他方、ファッションアクセサリーについては、輸出をする場合には、そのターゲットとする市場の嗜好に徹底的に合わせる必要があるであり、そのためには以下にあげるような問題点が存在する。

a) デザインの重要性認識不足

表2-3-29は「デザイン部門の有無」についてアンケート調査をした結果である。全体では72.9%がデザイン部門を持っているという回答をしており、この結果のみをみた場合には、ひじょうにすばらしい状況であるといえる。しかしながら、今次の訪問企業を見る限りにおいては、デザイン部門というしっかりとした組織を持っている企業はそれほど多数ではなく、このような結果が出たことについては質問票の翻訳あるいはインタビューの際の質問（いずれもインドネシア語にて行われた）で、あるいはニュアンスの違いがあったのかも知れない。従って、個々では実際の比率がどうこうということよりも、相対的に比率の高低がどうなっているかということに重点をおいてみていくこととする。

総従業員数別にみると、デザイン部門を持っている比率は大企業及び中企業

で共に80%台であるのに比べて、小企業では58.4%とかなり比率が低くなっている。

取扱商品別にみると、デザイン部門を持っている比率が平均の72.9%以上であるのは、その他アクセサリ類(94.1%)、宝石・貴金属等(88.9%)、セラミックス(78.9%)、その他ハンディクラフト(78.3%)、手織等繊維(75%)、木製品(75%)の6品目である。一方同比率が平均を下回っているのは、銀製品等(56.8%)、竹・ラタン小物等(70.6%)の2品目となっている。

地域別にみると、平均を上回っているのがジャカルタ(92.9%)、バンドン(92.6%)、バリ(90%)の3地域であり、逆に平均を下回っているのがジョグジャカルタ(65.8%)、北スマトラ(60%)、南スラベシ(42.9%)の3地域となっている。

表2-3-29 デザイン部門の有無

		回答企業数	あ る	な い
全 体		177	129(72.9%)	48(27.1%)
総 従 業 員 数	小企業	77	45(58.4%)	32(41.6%)
	中企業	70	59(84.3%)	11(15.7%)
	大企業	29	24(82.8%)	5(17.2%)
取 扱 商	手織等繊維	44	33(75.0%)	11(25.0%)
	木製品	28	21(75.0%)	7(25.0%)
	セラミックス	19	15(78.9%)	4(21.1%)
	竹・ラタン小物等	34	24(70.6%)	10(29.4%)
	その他ハンディクラフト	23	18(78.3%)	5(21.7%)

品	銀製品等	37	21(56.8%)	16(43.2%)
	宝石・貴金属等	9	8(88.9%)	1(11.1%)
	その他アクセサリー類	17	16(94.1%)	1(5.9%)
地域	ジャカルタ	14	13(92.9%)	1(7.1%)
	バリ	40	36(90.0%)	4(10.0%)
	ジョグジャカルタ	38	25(65.8%)	13(34.2%)
	北スマトラ	30	18(60.0%)	12(40.0%)
	南スラベシ	28	12(42.9%)	16(57.1%)
	バンドン	27	25(92.6%)	2(7.4%)

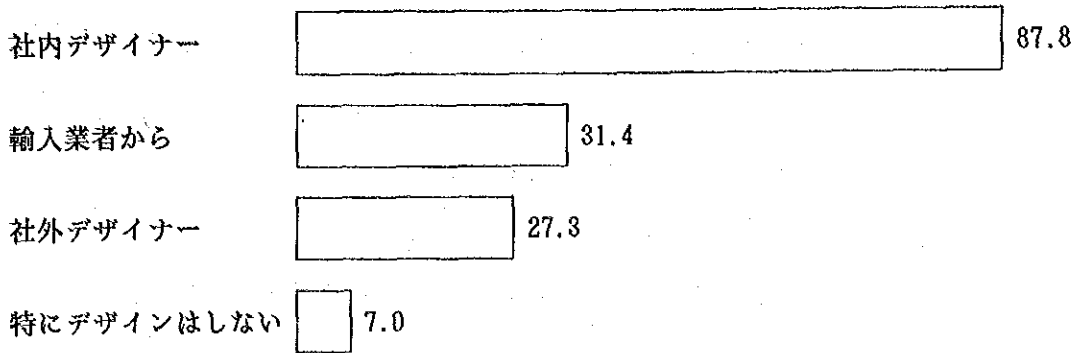
(出所：今次アンケート調査)

また、今次のインタビュー調査からみると、特に小規模企業においてデザインの重要性に対する認識不足が多くみられる。これは、国内市場をその販売の主たるマーケットとしている間には大きな問題とはならないが、今後輸出を拡大していく際には絶対に改善しなければならない点である。

b) 基礎デザイン能力の不足

図2-3-108～111は「デザインの入手方法について」尋ねたアンケートの結果であるが、全体でみてみた場合には、社内デザイナーが87.8%、輸入業者から31.4%、そして社外デザイナーが27.3%を占めている。

図2-3-107 デザインの入手方法



(出所) アンケート調査

図2-3-108 デザインの入手方法 (総従業員数別)

	社内デザイ ナー	社外デザイ ナー	輸入業者か ら	特にデザイ はしない
* 合 計 *	88	27	31	7
19人以下	90	30	14	8
20~99人	93	30	38	
100人以上	69	17	59	10

(出所) アンケート調査

これを図2-3-108により総従業員数別にみると、小企業(90.1%)、中企業(93%)では社内デザイナー依存比率が高いのに比べて、大企業では69%と社内のデザイナーへの依存比率が相対的に低い水準にあることが注目される。この分大企業の場合は、輸入業者からの比率が58.6%と高くなっており、輸出先の嗜好に合わせた商品デザイン作りに努力をしていることが伺える。対象的に小企業の場合には、輸入業者からの比率はわずかに14.1%にすぎず、中企業においても38%にとどまっている。その他の点で特に押さえておくべき事は、大企業

のうち10.3%が特にデザインはしないと答えている点であり、これは小企業の8.5%、中企業の4.2%と比べても高い数字となっており、規模の大きな企業においてすらデザインの重要性に対する認識不足がみられる例証である。

図2-3-109 デザインの入手方法（取扱商品別）

	社内デザイナー	社外デザイナー	輸入業者から	特にデザインはしない
* 合計 *	88	27	31	7
手織り等繊維	84	33	33	7
木製品（木彫を含む）	81	12	42	8
セラミックス	89	6	22	11
竹、ラタン小物等	87	23	42	
その他ハンドクラフト	87	17	52	
銀製品等	94	47	25	6
その他ファッションアクセサリ	93	26	48	7

（出所）アンケート調査

図2-3-109によりこれを取扱商品別にみると、社内デザイナーへの依存比率は平均の87.8%を中点として、最低の木製品の80.8%から最高の銀製品等の94.4%までほぼ平均しているといえよう。輸入業者からの入手比率が高い品目としては、その他アクセサリ類（64.7%）、その他ハンドクラフト（52.2%）、木製品（42.3%）、竹・ラタン小物等（41.9%）の4品目があげられる。

他方、社外デザイナーへの依存度が相対的に高い品目としては、銀製品等（47.2%）があげられる。

図2-3-110 デザインの入手方法（地域別）

	社内デザイナー	社外デザイナー	輸入業者から	特にデザイナーはしない
* 合計 *	88		27	31
ジャカルタ	87		13	27
バリ	93		28	38
ジョグジャカルタ	94		28	42
北スマトラ	70		30	33
南スラベシ	92		54	17
バンドン	89		7	22

（出所）アンケート調査

図2-3-110により地域別にみると、北スマトラの70%を除いては社内デザイナーへの依存度はほぼ平均化している。輸入業者への依存度が相対的に高いのはジョグジャカルタの41.7%及びバリの37.5%であり、輸出先市場の嗜好に自社製品を適合させようとする動きを示しているように思われる。他方、社外デザイナーへの依存率が極端に高いのが南スラベシで、54.2%を占めており、その分輸入業者からのデザイン入手比率は少なくなっている。これは輸出志向の低さからきているものと思われる。

いずれにせよ小規模工業においては、基礎デザイン技術の不足しているところも少なくない。これらの企業においては独自のデザイン開発といったものはみられず、伝統的なデザインパターンの盲目的踏襲と言った現象がみられる。これも国内市場のみを対象としている場合には全く問題とはならないが、輸出の拡大を図る段になると大きな障害の一つとなってくることは間違いない。ハンディクラフト産業の、

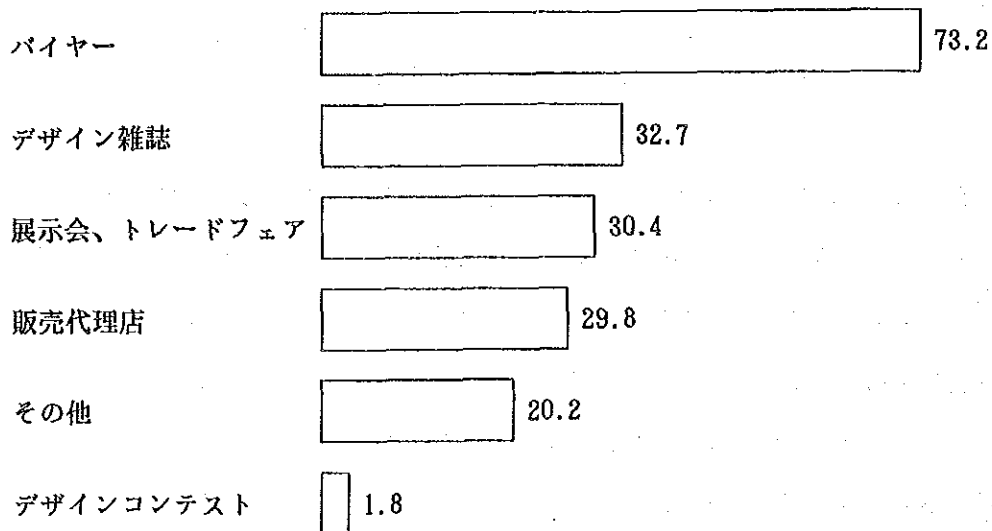
輸出産業としての全産業的な底上げのためにも、長期的、かつ有効な基礎デザイン能力の修得並びに育成策の構築が必要である。

c) 海外のデザイン情報の不足

インドネシア国内においては、まだまだデザインの重要性に対する一般的な理解が低い。また、輸出のターゲットである海外市場に受け入れられるデザインを作り上げるには、海外市場の情報収集が不可欠である。

図2-3-111 ~114 は「デザインの主要情報源」について尋ねたアンケートの結果である。

図2-3-111 デザインの主要情報源



(出所) アンケート調査

図2-3-111 により全体的にみると、バイヤーが73.2%で圧倒的な1位となっており、以下デザイン雑誌(32.7%)、展示会・トレードフェア(30.4%)、販売代理店(29.8%)がほぼ同程度の割合が続いている。

図2-3-112 デザインの主要情報源（総従業員数別）

	販売代理店	バイヤー	デザイン雑誌	展示会・トレードフェア	デザインコンテスト	その他
* 合計 *	30	73		33	30	20
19人以下	35	71		25	31	19
20～99人	27	76		43	33	21
100人以上	26	74		30	26	19

（出所）アンケート調査

図2-3-112により総従業員数別にみても、バイヤーからの情報収集比率が圧倒的に高くなっており、それ以外のデザイン雑誌、展示会・トレードフェア、販売代理店については、多少の順位の違いはあるものの全体でみた場合とほぼ同様の傾向がみられる。

図2-3-113により取扱商品別にみると、傾向としては大別して3つのパターンに分類される。

第1のパターンは、バイヤーからの情報収集が突出しており、他の情報源については相対的に低くなっている品目で、これには木製品、竹・ラタン小物等、銀製品等、宝石・貴金属等の4品目が含まれる。

第2のパターンとしては、バイヤーへの情報依存比率は他と比べて相対的には高いものの、「デザイン雑誌」、「展示会・トレードフェア」という2位、3位の比率も比較的に高くなっている品目で、これにはセラミックス、その他アクセサリー類が含まれる。

最後に第3のパターンとして、バイヤーへの情報依存比率はやはり高いものの第二位の情報源が他の第三、第四の情報源に比べて依存度が高くなっている品目で、これには手織等繊維、その他ハンディクラフトが含まれる。特に前者の場合は、バイヤーに続く情報源として第二位に販売代理店（45.2%）があがっており、そ

の他の品目と比較してきわめて特殊なケースといえよう。

図2-3-113 デザインの主要情報源（取扱商品別）

	販売 代理店	バイ ヤー	デザイ ン雑誌	展示会 トレード フェア	デザイ ンコン テスト	その他
* 合計 *	30	73		33	30	20
手織り等繊維	45		74		29	24 17
木製品（木彫を含む）	26		91		30	35 17
セラミックス	19		63		44	50 31
竹、ラタン小物等	24		73		36	36 9
その他ハンドクラフト	27		64		32	45 18
銀製品等	19		81		32	27 19
その他ファッションアクセサリー	19		73		42	38 19

（出所）アンケート調査

これを図2-3-114 によって地域別にみると、どの地域においてもバイヤーが情報収集源として第一位になっているが、ジャカルタではデザイン雑誌が56.3%で同率の首位となっており、他の地域と比較してユニークな側面を持っている。また、北スマトラ、南スラベシ、バンドンの3地域では販売代理店が情報源の第2位で、比率が相対的に高くなっているのに対して、ジョグジャカルタはほぼバイヤー一辺倒の依存度を示しており、他方バリでは第2位としてその他の比率が高くなっている。

図2-3-114 デザインの主要情報源（地域別）

	販売 代理店	バイ ヤー	デザ イン 雑 誌	展示 会 トレード フェア	デザ イン コン テスト	その他
* 合計 *	30	73		33	30	20
ジャカルタ		56	56		44	25
バリ	16	66	37	32		53
ジョグジャカルタ		89		21	24	13
北スマトラ	44	74		37	41	
南スラベシ	63	88		13	21	13
バンドン	52	56		44	28	

(出所) アンケート調査

今次の訪問企業のインタビュー調査においても、デザインに関する問題点としてもっとも指摘が多かったのが、海外市場の情報不足である。

d) デザインレベルアップの困難、オリジナルデザイン開発能力の不足、国際的に通用するデザイン開発能力の不足

現在輸出を行い、かつデザイナーを自社内で複数おいている企業においてもいくつかデザインに関する問題を抱えている。その一つはたとえば基礎的なデザイン開発能力は持っていても、インドネシア国内においてその能力をレベルアップする機会が限られているため、今以上にレベルをあげ国際市場において通用するようなレベルまで達することができないという問題である。

もう一点は、ある程度までデザイン開発能力のレベルが上がっていても、オリジナルデザイン開発能力が不足しているために、海外市場のニーズの後追いはできても、自分から発信をするまでには至っていない点である。

インドネシアのハンドィクラフト産業の、世界市場における地位を確固たるものとするためには、現在輸出の尖兵として活躍しているこれらの比較的大規模な企業が、デザインの最先端技術を身につけないことには難しい。

4) 工場管理・品質管理

①工場管理の現状と問題点

工場管理の問題点としては、工場内の整理・整頓が不十分であるという、きわめて根本的な問題がまず第一にあげられる。これはハンディクラフト産業の特殊性とも絡んだ問題である。すなわちハンディクラフト産業は工業の中でもっとも装置化に遠い産業であるという特殊要因と、小規模工業が数多く含まれるということが大きな理由としてあげられる。人間の手による生産が重要な工程を占めているため、機械化が進んだ工業と比べた場合には、工場内の整理・整頓はかなり遅れているのが現状である。

工場管理の第二の問題点としては、職人的な生産が主流を占めているため、製造の中間管理者が育ちにくいという点である。伝統工芸品の製造という観点からのみ見れば、必ずしも問題点とはならないが、今後輸出を伸ばし大規模の産業へと育成して行くためには、製造の中間管理者の育成は不可欠の要素である。

②品質管理の現状と問題点

表2-3-30は「品質検査部門の有無」をアンケートにて尋ねた結果である。

まず全体では66.9%が品質検査部門を持っていると答えている。

次に総従業員数別にみた場合には、品質検査部門を持っている比率は、小企業で44%、中企業で83.1%、そして大企業で89.3%となっており、企業の規模が大きくなるにつれて、持っている比率が高まるという傾向が明らかにみられる。また、問題点としてはやはり小企業の比率が低いことであり、特に輸出を考えていく場合には、品質検査の独立部門を設置して品質管理に注力していくことが不可欠である。

表2-3-30 品質検査部門の有無

		回答企業数	あ る	な い
全 体		175	117(66.9%)	58(33.1%)
総 従 業 員 数	小企業	75	33(44.0%)	42(56.0%)
	中企業	71	59(83.1%)	12(16.9%)
	大企業	28	25(89.3%)	3(10.7%)
取 扱 商 品	手織等繊維	42	29(69.0%)	13(31.0%)
	木製品	28	22(78.6%)	6(21.4%)
	セラミックス	19	15(78.9%)	4(21.1%)
	竹・ラタン小物等	33	25(75.8%)	8(24.2%)
	その他ハンディクラフト	23	14(60.9%)	9(39.1%)
	銀製品等	37	19(51.4%)	18(48.6%)
	宝石・貴金属等	8	6(75.0%)	2(25.0%)
	その他アクセサリ類	16	15(93.8%)	1(6.3%)
地 域	ジャカルタ	14	13(92.9%)	1(7.1%)
	バリ	40	25(62.5%)	15(37.5%)
	ジョグジャカルタ	39	29(74.4%)	10(25.6%)
	北スマトラ	30	16(53.3%)	14(46.7%)
	南スラベシ	25	9(36.0%)	16(64.0%)
	バンドン	27	25(92.6%)	2(7.4%)

(出所) アンケート調査

一方取扱商品別にみても、品質検査部門を持っている比率が全体の平均である66.9%よりもかなり上回っている(10%以上)品目としては、その他アクセサリー(93.8%)、セラミックス(78.9%)、木製品(78.6%)があげられるが、特にその他アクセサリー類の高い比率が注目される。その反面品質検査部門を持っている比率が、全体の平均よりもかなり低い(10%以上)品目としては、銀製品等(51.4%)があげられるが、この比率からみるとほぼ半数の企業が検査部門を持っていないこととなり、多に問題であるといえよう。

地域別にみても、品質検査部門を持っている比率が高い地域は、ジャカルタ(92.9%)、バンドン(92.6%)の二地域であり、逆に、平均と比べてかなり見劣りするものが南スラベシ(36%)、北スマトラ(53.3%)の二地域であり、地域によって品質検査の重要性に関する認識の格差が存在している。この地域間のギャップを埋めていくことはもちろんのこととして、インドネシア全体として品質検査の必要性を認識することが肝要である。

表2-3-31は「抜き取り検査」の実施状況をアンケートで尋ねた結果であるが、全体では実施している企業が75.9%にのぼる。

同表よりにこれを総従業員数別にみても、小企業の実施比率が60.6%、中企業では87.7%、大企業においては89.7%となっており、企業の規模が大きくなればなるほどそれに比例して実施比率が高まっている。

取扱商品別にみると、実施比率が比較的高いのは4品目あり、それらはその他アクセサリー類(93.8%)、セラミックス(89.5%)、宝石・貴金属等(88.9%)、木製品(84%)である。一方、平均に比べて実施比率が特に低いのがその他ハンディクラフトであり、その実施比率は65.2%となっている。

地域別にみた場合には、地域間の格差がかなり存在しており、その結果は次のようになっている。まず実施比率がひじょうに高い地域は、ジョグジャカルタ(100%)、バンドン(100%)、ジャカルタ(92.9%)の3地域であり、逆に実施比率がかなり低い地域としては、南スラベシ(30%)、北スマトラ(56.7%)の2地域があげられる。バリは実施比率が68.4%となっており、平均をやや下回っている。

表2-3-31 抜取り検査の実施状況

		回答企業数	あ る	な い
全 体		166	126(75.9%)	40(24.1%)
総 従 業 員 数	小企業	71	43(60.6%)	28(39.4%)
	中企業	65	57(87.7%)	8(12.3%)
	大企業	29	26(89.7%)	3(10.3%)
取 扱 商 品	手織等繊維	39	28(71.8%)	11(28.2%)
	木製品	25	21(84.0%)	4(16.0%)
	セラミックス	19	17(89.5%)	2(10.5%)
	竹・ラタン小物等	33	24(72.7%)	9(27.3%)
	その他ハンディクラフト	23	15(65.2%)	8(34.8%)
	銀製品等	35	27(77.1%)	8(22.9%)
	宝石・貴金属等	8	8(88.9%)	1(11.1%)
	その他アクセサリ一類	16	15(93.8%)	1(6.3%)
地 域	ジャカルタ	14	13(92.9%)	1(7.1%)
	バリ	38	26(68.4%)	12(31.6%)
	ジョグジャカルタ	37	37(100.0%)	-
	北スマトラ	30	17(56.7%)	13(43.3%)
	南スラベシ	20	6(30.0%)	14(70.0%)
	バンドン	27	27(100.0%)	-

(出所) アンケート調査

表2-3-32 最終検査の実施状況

		回答企業数	100%検査	サンプル検査
全 体		125	117(77.8%)	18(22.2%)
総 従 業 員 数	小企業	54	42(77.8%)	12(22.2%)
	中企業	54	51(94.4%)	3(5.6%)
	大企業	26	24(92.3%)	2(7.7%)
取 扱 商 品	手織等繊維	28	25(89.3%)	3(10.7%)
	木製品	24	21(87.5%)	3(12.5%)
	セラミックス	17	15(88.2%)	2(11.8%)
	竹・ラタン小物等	28	22(78.6%)	6(21.4%)
	その他ハンディクラフト	17	16(94.1%)	1(5.9%)
	銀製品等	29	27(93.1%)	2(6.9%)
	宝石・貴金属等	8	8(100.0%)	-
	その他アクセサリ類	15	14(93.3%)	1(6.7%)
地 域	ジャカルタ	13	12(92.3%)	1(7.7%)
	バリ	25	21(84.0%)	4(16.0%)
	ジョグジャカルタ	37	36(97.3%)	1(2.7%)
	北スマトラ	24	19(79.2%)	5(20.8%)
	南スラベシ	12	7(58.3%)	5(41.7%)
	バンドン	24	22(91.7%)	2(8.3%)

(出所) アンケート調査

表2-3-32は「最終検査」の実施状況についてアンケート調査を行った結果である。まず全体でみると、最終検査における100%検査の実施比率は86.7%となっている。

総従業員数別にみると、最終検査における100%検査の実施比率は、小企業で77.8%、中企業では94.4%、そして大企業では92.3%となっており、中企業が大企業の実施比率を上回ってはいるものの、ほぼ企業の規模が大きくなるにつれて実施比率が高まるということがいえよう。

次に、最終検査における100%検査の実施比率を、取り扱い商品別にみるととする。実施比率がきわめて高いのが、宝石・貴金属等(100%)、その他ハンディクラフト(94.1%)、その他アクセサリ類(93.3%)、銀製品等(93.1%)の4品目であり、手織等繊維(89.3%)、セラミックス(88.2%)、木製品(87.5%)の3品目についても平均の86.7%を上回っている。残る竹・ラタン小物等についても、100%検査の実施比率は78.6%となっており、この結果を見る限りにおいてはきわめて高い実施比率であるということと、品目間の格差は比較的少ないということがいえよう。

最後に、地域別の最終検査における100%検査の実施比率についてみていくこととする。品目別には比較的格差が小さかったのに比べて、地域別には大きな格差がみられる。同実施検査比率が特に高いのは、ジョグジャカルタ(97.3%)、ジャカルタ(92.3%)、バンドン(91.7%)の3地域であり、その反対に極端に低いのが南スラベシ(58.3%)である。パリ(84%)、北スマトラ(79.2%)の2地域については、平均の86.7%は下回っているものの決して低い実施比率であるとはいえない。

このように品質管理については、企業の規模に比例して、大規模になればなるほど品質管理部門を持っている比率が高まる。また、製造プロセスにおける抜き取り検査及び最終検査における100%検査の実施比率についてもほぼ同様のことがいえる。

ところで、現地調査のインタビュー結果から判断する限り、企業の規模により二重の問題が存在するといえよう。すなわち小規模工業については基本的な品質管理

システムの導入が、他方相対的に規模の大きな企業については既存の品質管理システムの質の向上が課題である。

特に、製造プロセスにおける検査と最終検査の両方を行っているところについても、TQCの概念を持っているところは全くみられない。原材料の品質管理、製品の品質管理（出荷検査）のみならず、輸出の際の製品運送時の品質維持についても、品質管理概念の範ちゅうに含めて管理をすることが重要である。

品質管理の判断基準についても、国際的に通用する基準、あるいは輸出のターゲットとする国の品質基準に合致する基準を制定することが必要である。インドネシア国内の判断基準に基づいて基準を設定することは、内外の品質基準の相違からみて望ましくない。一般的に輸出品目については、より厳しい品質基準の設定が必要となる。

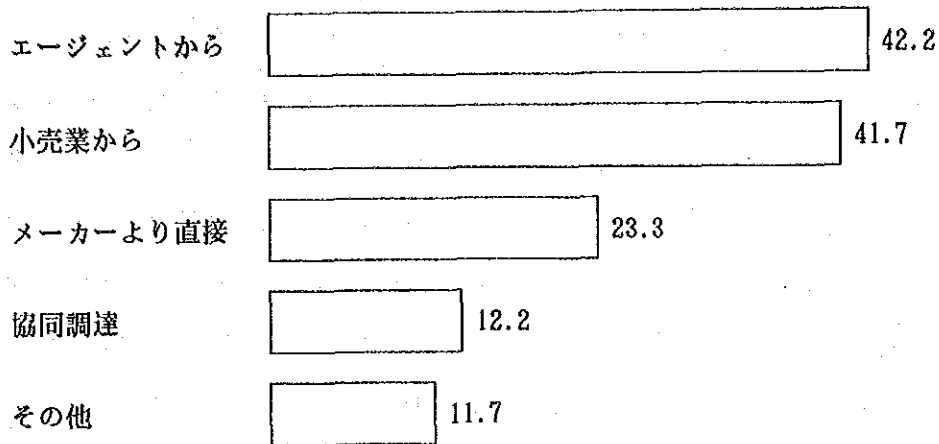
また、品質管理の強化のためには、人材の育成が不可欠であることはいうまでもない。

5) 原材料調達・サポーティングインダストリーとの関係

①原材料調達の現状と問題点

図2-3-115 ~118 は「原材料の調達方法」について尋ねたアンケートの結果である。

図2-3-115 原材料の調達方法



(出所) アンケート調査

まず全体についてみると、エージェントからが42.2%、小売業からが41.7%となっており原材料調達の主流となっている。

図2-3-116 原材料の調達方法(総従業員数別)

	メーカーより直接	小売業から	エージェントから	協同調達	その他
* 合計 *	23	42	42	12	12
19人以下	23	44	29	10	10
20~99人	23	40	57	10	10
100人以上	28	38	41	24	21

(出所) アンケート調査

これを図2-3-116により総従業員数別にみると、小企業の場合には小売業からが44.3%、エージェントからが29.1%、メーカーより直接の購入が

22.8%となっており、原材料調達の小売業への依存比率が高いといえる。一方中企業の場合にはエージェントからが57.1%、小売業からが40%、そしてメーカーより直接が22.9%となっており、小売業への依存比率もかなり高いものの、卸売業からの購入が大半以上となっている。最後に大企業の場合には、エージェントからが41.4%、小売業からが37.9%、メーカーより直接が27.6%となっており、4番目として共同調達も24.1%を占めており、中小企業（ともに共同調達の比率が10.1%）と比較して高くなっている点がまず第一に注目される。小売業からの調達比率は、全体で41.7%、大企業においても37.9%となっており、後に述べるような原材料調達上の問題点の多くがこのことに起因していると思われる。他方、メーカーよりの直接調達率が最も高いのは、大企業の27.6%であり、卸売業からの調達比率が最も高いのは中企業であるが、大企業の場合は共同調達の内容がこれら二つのうちのいずれかに含まれるものが多いと思われるので、その分を含めれば実質的には小売業以外の依存率が高まることは間違いない。

図2-3-117 原材料の調達方法（取扱商品別）

	メーカーより直接	小売業から	エージェントから	協同調達	その他	
* 合計 *	23	42	42	12	12	
手織り等繊維	25	48	45			
木製品（木彫を含む）	25	36	36	32	7	
セラミックス	47	16	37	11	11	
竹、ラタン小物等	18	26	50	15	21	
その他ハンディクラフト	17	43	48	22	17	
銀製品等	11	66	45	16	13	
その他ファッションアクセサリー	41	41	30		15	

（出所）アンケート調査

次に図2-3-117により取扱商品別にみても、品目によってかなり特徴が異なってくる。

手織等繊維及びその他ハンディクラフトについては、小売業とエージェントからの調達で90%を超える比率となっており、銀製品等の場合も小売業からの調達が65.8%と突出はしているものの、小売業、エージェントへの依存率が高いという点では同様の傾向を持っているといえる。一方、小売業への依存率が高い品目は前述の銀製品等と宝石・貴金属等の2品目であり、いずれも依存率が50%を超えている。木製品については、小売業からが35.7%となっており、エージェントからが35.7%、共同調達が32.1%、メーカーより直接が25%とバランスがとれていることと共に、共同調達の比率が比較的高いことが注目される。セラミックスについては、メーカーより直接とエージェントからで85%近くを占めており、これを見た限りでは最も望ましい調達方法をとっているといえる。竹・ラタン小物等の場合には、エージェントからの調達が50%を占めており、小売業からとその他からの調達がそれぞれ20%台となっている。最後にその他アクセサリ類についてみると、メーカーより直接が47.1%、エージェントからが41.2%、小売業からが35.3%と比較的バランスのとれた構成となっている。

図2-3-118 原材料の調達方法（地域別）

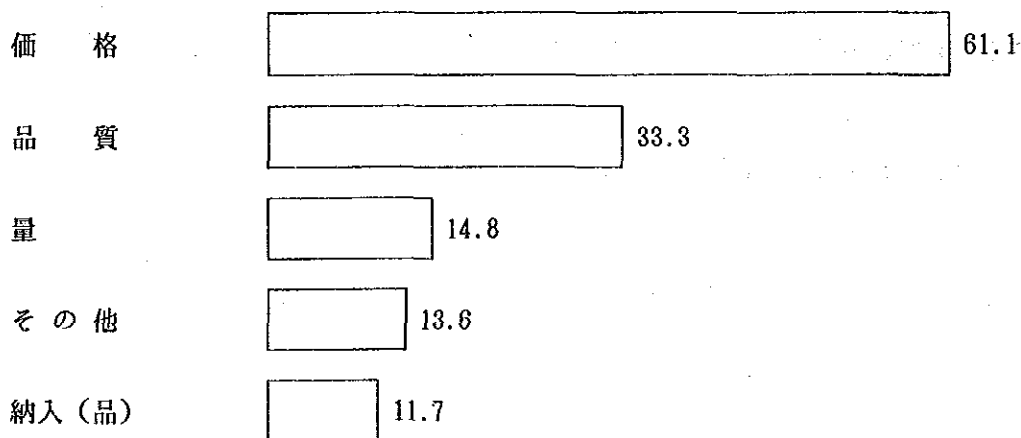
	メーカーより直接	小売業から	エージェントから	協同調達	その他	
* 合計 *	23	42	42	12	12	
ジャカルタ	44	31	25	6	25	
バリ	13	45	45	18	18	
ジョグジャカルタ	44	36	44		5	
北スマトラ	20	37	43	17	17	
南スラベシ	7	78		7	11	
バンドン	18	21	79	18	7	

(出所：今次アンケート調査)

図2-3-118により地域別にみると、ジャカルタ、ジョグジャカルタの2地域については、共同調達の比率はかなり低いものの、メーカーより直接、小売業より及びエージェントからの調達比率は比較的バランスがとれている。バリと北スマトラの2つの地域については、小売業とエージェントからの調達が80ないし90%を占めており、メーカーからの直接購入及び共同調達は相対的に少なくなっている。南スラベシ及びバンドンについては調達先に極端な偏りがみられ、前者は小売業からの調達比率が77.8%を占めており、後者の場合はエージェントからの調達比率が78.6%となっている。

図2-3-119～122は「原材料の問題点」についてアンケート調査を行った結果である。

図2-3-119 原材料の問題点



(出所) アンケート調査

全体では価格が61.1%、品質が33.3%の回答となっており、それ以外の項目はすべて10%台となっており、この2つが原材料の問題点として特に重要であるという認識が回答者にはみられる。

次に、図2.3-121により総従業員数別にこれをみると、それぞれの割合は多少異なるものの、全体についてみたのと全く同様のことがいえ、原材料の価格

と品質が原材料調達における2つの大きな問題点であるといえる。

図2-3-120 原材料の問題点（総従業員数別）

	品質	価格	量	納入 (品)	その他
* 合計 *	33	61	15	12	14
19人以下	30	61	17	10	14
20～99人	38	61	14	16	11
100人以上	28	68	12	8	20

(出所) アンケート調査

図2-3-121 原材料の問題点（取扱商品別）

	品質	価格	量	納入 (品)	その他
* 合計 *	33	61	15	12	14
手織り等繊維	41	71	22	17	10
木製品（木彫を含む）	35	62	15	15	12
セラミックス	56	19	13	19	13
竹、ラタン小物等	19	69	9	9	22
その他ハンディクラフト	32	79	26	11	
銀製品等	16	74	10	10	16
その他ファッションアクセサリー	45	35	20	20	10

(出所) アンケート調査

図2-3-121により取扱商品別にみても、ほぼ全体及び総従業員数別にみてもきたのと同様のことがいえるが、例外として、セラミックス、宝石・貴金属等、その他アクセサリ類があげられる。まずセラミックスについては、品質が56.3%で一番の問題点となっており、その他の項目は価格を含めてすべて20%以下となっている。宝石・貴金属等については、品質、価格ともに42.9%となっておりほぼ同様の重要性を持っているといえよう。その他アクセサリ類の場合は品質が1位で46.2%となっており、価格は相対的に低く30.8%となっている。

図2-3-122 原材料の問題点（地域別）

	品質	価格	量	納入 (品)	その他
* 合 計 *	33	61	15	12	14
ジャカルタ	50	50	33	33	
バリ	27	48	18	12	15
ジョグジャカルタ	18	53	6	9	29
北スマトラ	34	72	7	7	17
南スラベン	61	61	21	7	
バンドン	23	81	15	15	8

(出所) アンケート調査

図2-3-122により地域別にみても似たような結果となっており、価格が一番、品質が二番目の問題点となっているところが多いが、ジャカルタと南スラベンについては状況が異なり、価格、品質ともに同じ割合で第1位となっている。

前述のアンケート調査及び今次のインタビュー結果を元に、原材料に関する問題点を整理すると以下ようになる。

a) 原材料価格の高騰

ハンディクラフト産業の、原材料調達に関する現状の大きな問題点の一つは、原材料価格の高騰である。今次の現地インタビュー調査において、原材料の問題点としてもっとも指摘が多かったのが、価格高騰についてであった。ことに手織物の原材料であるコットンについては、訪問した全ての地域について指摘があった。

ハンディクラフトの製造コストは、各々の製品により多少の差異はあるものの、概ね50%強を占めており、原材料の高騰は、もっとも製造コストに敏感にはね返るといっても過言ではない。

また原材料の高騰は、より安価ではあるが品質的に劣る他の原材料への切り替えをもたらすこともあり、これは結果的に製品の品質低下に結び付きかねないので注意が必要である。

b) 高品質原材料の安定調達

ハンディクラフトの製造に使用される原材料の品質は、それによって完成される製品の品質と密接に絡んでいる。製品の販売拡大、とりわけ輸出の拡大を目指して行くためには、原材料の品質確保が必須条件の一つである。

特にハンディクラフトの中小規模の企業においては、高品質の原材料の安定調達が困難である場合が多いため、安定調達先の確保や、共同購入あるいはMA会社による調達などの施策が必要である。

c) 供給量の安定確保

ハンディクラフト産業の原材料調達の問題の中で、先に触れた原材料の価格と品質に比較すると、原材料の供給量についてはあまり問題はないとしている企業が多い。しかしながら、高品質の原材料を無理のない価格にて調達することを考える際には、数量的な安定確保を抜きにしては考えられない。

d) 安定供給先の選定及び選別

原材料の価格、品質、量の安定調達を図るには、これらの条件に合致する安定供給先を選定、選別することが必要である。しかしながらハンディクラフト産業の場合は、相対的に企業規模が小さいため、単独にてこのような相手先と取引をすることは難しいのが現状である。

e) 原材料調達情報の不足

原材料の調達に関わる情報の不足も、ハンディクラフト産業の原材料調達の大きな問題点の一つである。今次の訪問企業においても、約3分の1の企業が身近な小売業より原材料調達をしており、価格面、品質面、量的な面において安定調達上問題を抱えている。小売業からの調達においては、一般的に供給される情報量も限られており、限られた原材料調達の選択肢しか用意されえない。

情報の幅を広げ、原材料の安定調達を図るためには、メーカーからの直接購入ないしは大規模卸売業との取引が望ましいが、小規模なところでは単独で使用する量も限られているため、共同購入などの検討が必要となってくる。

② サポートイングストリー（原材料・部品供給元）の現状と問題点

ハンディクラフト産業の場合には、原材料の品質がそのまま製品の品質に大きな影響を与える場合が少なくない。従って、原材料の供給元における品質改善はたいへん重要な要素を占めているといえることができる。

a) 原材料・部品品質の改善

次の4分野における原材料・部品品質の改善が必要であるが、特に原材料・部品供給元における品質改善が、直接製品の品質向上に直結する。

- 手織物に使用される綿及び絹
- 木彫りに使用される木材
- 銀製品に使用される銀（特に留めがね部分）
- セラミック製品のうわ薬

b) 素材規格の整備

原材料の納入形態を規格化することにより、ハンディクラフト産業における加工作業を軽減すると共に、パーツの均一化により完成した製品の品質を向上させることが可能なものとして、下記の分野がある。

- 銀製品の規格化されたパーツの調達
- しんちゅう製品の規格化されたパーツの調達

c) その他のサポーターイングインダストリーに関わる問題提起

• 絹産業（原料）の育成

南スラウェシにおける絹産業（原料）は、前述したようないくつかの問題点を抱えているが、その育成はインドネシアのハンディクラフト産業にとってのみならず、繊維産業全体に大きな影響を与えるものであり、この調査とは別途に、あらためてF/Sを行うことが望ましいと思われる。

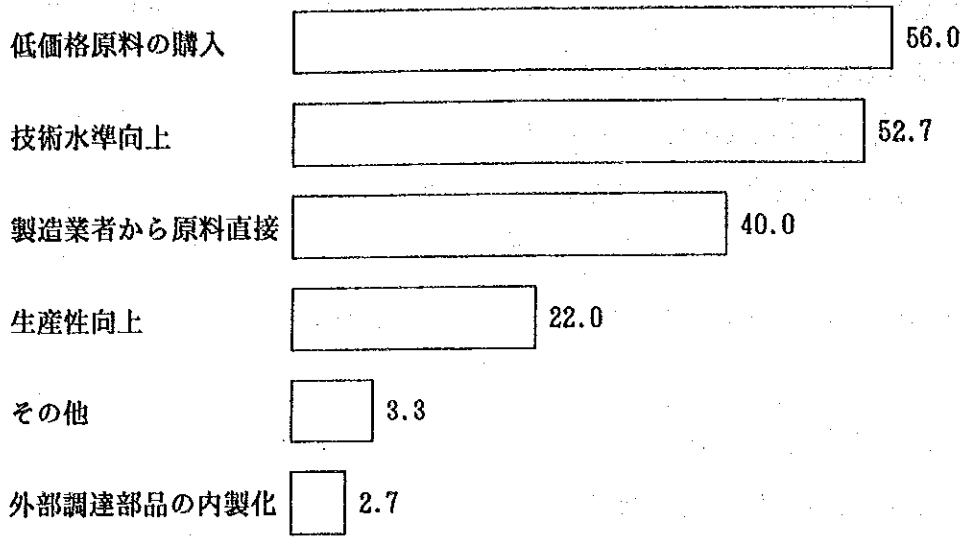
• スパンシルク産業育成

絹産業の育成の問題と絡み、インドネシアにおけるスパンシルク産業の振興の問題についても、その可能性について別途調査を進めるべきと思われる。

6) コスト削減の現状と問題点

図2-3-123 ~126 は、「コスト削減策」の現状の内容についてアンケートで尋ねたものである。

図2-3-123 コスト削減策



(出所) アンケート調査

図2-3-123 により全体としてしてみると、低価格原料の購入が56%で第1位となっており、技術水準向上が52.7%と小差で2位、以下製造業者からの原料直接購入が40%、生産性向上が22%となっている。

図2-3-124 コスト削減策 (総従業員数別)

	生産性向上	技術水準向上	低価格原料の購入	製造業者から原料直接購入	外部調達部品の内製化	その他
* 合計 *	22	53	56	40		
19人以下	22	45	59	45		
20~99人	23	51	56	37		
100人以上	23	82	45	36		

(出所) アンケート調査

図2-3-125 コスト削減策（取扱商品別）

	生産性向上	技術水準向上	低価格原料の購入	製造業者から原料直接購入	外部調達部品の内製化	その他
* 合計 *	22	53	56	40		
手織り等繊維	26	49	74	40		
木製品（木彫を含む）	24	44	60	52		
セラミックス	47	65	35	35		
竹、ラタン小物等	19	48	55	32		
その他ハンドイクラフト	29	65	65	35	12	
銀製品等	12	58	48	58		
その他ファッションアクセサリー	20	70	35	30	10	

（出所）アンケート調査

これを図2-3-124により総従業員数別にみても、まず小企業では低価格原料の購入が第1位で59.4%、以下、技術水準向上が44.9%、製造業者からの原料直接購入44.9%、生産性向上21.7%となっている。次に中企業の場合には、低価格原料の購入が56.1%でやはり第1位となっており、以下、技術水準向上が50.9%、製造業者からの原料直接購入36.8%生産性向上が22.8%となっている。最後に大企業の場合は、中小企業の結果とは異なり、技術水準向上が81.8%と高率で第1位となっている。以下、低価格原料の購入が第2位で45.5%、製造業者からの原料直接購入が36.4%、そして生産性向上が22.7%となっている。ここでは、大企業における技術水準向上がきわめて高い回答率を示しており、コスト削減策として、小手先ではなく基本に忠実な取り組みの姿勢がみられる。

次に、図2-3-125により取扱商品別にみると、低価格原料の購入が第1位を占めているのが4品目あるが、そのうち手織等繊維（74.3%）、その他ハンディクラフト（64.7%）、木製品（60%）の3品目が全体の平均である56%を上回っており、後述する低価格の原料購入における問題点に関して注意をしなければならない業種といえる。逆に、技術水準向上は、その他アクセサリ類（81.8%）、セラミックス（64.7%）、その他ハンディクラフト（64.7%）、銀製品等（57.6%）、宝石・貴金属等（55.6%）の5品目で第1位となっており、特にその他アクセサリ類が高い回答率を示している点が注目される。その他のポイントとしては、銀製品等（57.6%）と木製品（52%）の2品目で相対的に高い回答率となっていることと、生産性向上が、セラミックス（47.1%）、その他アクセサリ類（36.4%）の2品目において比較的高い回答率を示していることである。

図2-3-126により地域別にみた場合には、地域間の相違が如実に現れてきている。低価格原料の購入の比率が高いのが、南スラベシ（84%）、バンドン（82.1%）、北スマトラ（65.5%）の3地域であり、技術水準向上の比率が高いのが、ジャカルタ（71.4%）、バリ（71.4%）の2地域となっている。ジョグジャカルタについては少々異なった結果となっており、製造業者から原料直接購入が75.8%で第1位となっている。

図2-3-126 コスト削減策（地域別）

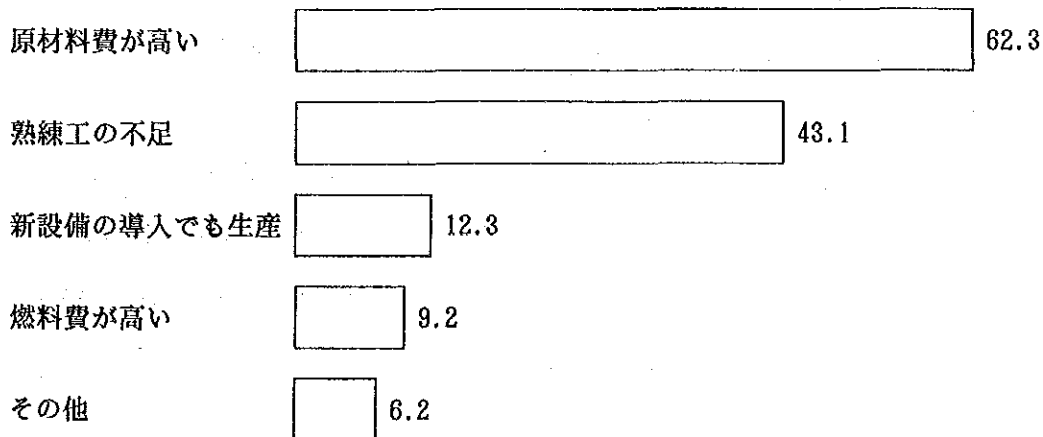
	生産性向上	技術水準向上	低価格原料の購入	製造業者から原料直接購入	外部調達部品の内製化	その他
* 合計 *	22	53	56	40		
ジャカルタ	21	71	43	29		
バリ	19	71	48	33		

ジョグジャカルタ	39	55	15	76	
北スマトラ	28	45	66	34	7
南スマラベン	52	84	36		
バンドン	18	36	82	18	

(出所) アンケート調査

図2-3-127 ~130 は、「コスト削減上の問題点」について尋ねたものである。

図2-3-127 コスト削減上の問題点



(出所) アンケート調査

図2-3-127 により全体についてみると、原材料費が高いことが62.3%と過半数の企業が問題点として回答をしている。次に第2の問題としては、熟練工の不足が43.1%で第2位となっており、これ以外の項目については回答がきわめて少なくなっている。

図2-3-128 コスト削減上の問題点（総従業員数別）

	新設備 の導入で も生産	原材料 費が高い	燃料費 が高い	熟練工 の不足	その他
* 合 計 *	12	62	9	43	
19人以下	10	59	8	49	
20～99人	10	63	8	45	8
100人以上	26	74	11	21	11

（出所）アンケート調査）

次に、図2-3-128により総従業員数別にみると、原材料費が高いこと第1位であることはかわらず、しかも小企業で59%、中企業で63.3%、そして大企業で73.7%と、企業の規模が大きくなるにつれて逆に回答率が高くなっている点が注目される。

第2位についてみてみると、小企業及び中企業においては、熟練工の不足がそれぞれ49.2%、44.9%となっているが、大企業の場合には熟練工の不足は21.1%で3位にとどまり、かわって新設備の導入でも生産レベルが上がらないが26.3%で第2位に入っている。

図2-3-129により取扱商品別にみてみると、問題点の力点にはっきりと二極化がみられる。すなわち、原料費が高いことを問題点の第1としてあげているのが、手織等繊維（88.2%）、その他ハンディクラフト（81.3%）木製品（70%）、竹・ラタン小物等（68%）の4品目であり、熟練工の不足を問題点の第1にあげているのが、銀製品等（73.1%）、セラミックス（66.7%）、その他アクセサリー類（45.5%）、宝石・貴金属等（42.9%）の4品目である。

これらはいずれも第2位以下の問題点を比率で大きく引き離して第1位となっており、品目毎にコスト削減の問題点を絞り込むことが可能と思われる。

図2-3-129 コスト削減上の問題点（取扱商品別）

	新設備 の導入で も生産	原材料 費が高い	燃料費 が高い	熟練工 の不足	その他
* 合 計 *	12	62	9	43	
手織り等繊維	12	88		6	38
木製品（木彫を含む）	15	70	10	50	
セラミックス	25	33	25	67	17
竹、ラタン小物等	16	68		36	16
その他ハンドイクラフト	6	81		13	25
銀製品等	8	31	8	73	8
その他	28	22	11	44	17

（出所）アンケート調査

最後に、図2-3-130により地域別に同問題点を見てみると、原材料費が高いことを問題点の第1にあげている地域は、バンドン（85.7%）、南スラベシ（80.8%）、北スマトラ（65.5%）、ジャカルタ（58.3%）の4地域であり、一方、熟練工の不足を問題点の第1にあげているのが、ジョグジャカルタ（66.7%）、パリ（63.6%）の2地域である。取扱商品別の場合と同様に、地域別にみた場合も、問題点ははっきりと二極化しており、改善すべき問題点の把握及び対策の策定はある程度焦点を絞っていくことが可能である。

図2-3-130 コスト削減上の問題点（地域別）

	新設備 の導入で も生産	原材料 費が高い	燃料費 が高い	熟練工 の不足	その他
* 合 計 *	12	62	9	43	
ジャカルタ	33	58	17	25	
バリ	18	45	9	64	9
ジョグジャカルタ	13	21	67	13	
北スマトラ	17	66	10	34	10
南スラベシ		81	42		
バンドン		86	18	32	

（出所）アンケート調査

製造コストの低減は、大変重要な企業経営上の問題の一つであるが、インドネシアのハンディクラフト産業においては、特に下記の点に問題点がある。

a) 原材料の高騰

訪問企業のインタビュー結果によれば、コスト低減のためのもっとも大きな問題は原材料の高騰である。特に製造コストの中に占める原材料コストの割合は54%を占めており、低廉な品質の落ちる原材料に切り替えることなく、高品質の原材料を安定的に無理のないコストにて調達できるかどうかことが最重要の課題である。

b) 熟練工の賃金上昇

コスト低減のための第2の課題としては、熟練工の賃金上昇にどう対応して行くかがあげられる。特に、従来の工員の徒弟的な技術能力育成方法を採用してい

る限りは、熟練工の数もすぐには増えず、結果として熟練工の賃金上昇に対応できない。計画的な人材育成システムの構築により、熟練工の底辺を広げていくことが、長期的にみて製品の付加価値をあげ、製造コストの上昇を吸収するための方策の一つとなる。

c) その他の要因

今次インタビュー調査によれば、上記2点以外のコストアップ要因としては、新設備導入後の生産性低下や、燃料の高騰などがあるが、回答数のごく限られていることから判断して、いずれもそれほど大きな問題ではないようである。

2. 4 ハンディクラフト育成に係る政策レビュー

(1) 工業化政策での位置づけ

インドネシアのハンディクラフト育成政策は小規模工業育成策に含まれている。小規模工業育成策は①雇用と事業機会の拡大②輸出振興③事業能力、自立能力の強化④所得の向上を基本方向としている。量的な目標としては①RepelitaV 中の雇用創出 150万人（年間30万人）②新規創設企業数26万（年間5万2,000）③輸出額21億2,670万ドルを掲げている。

一方小規模企業の抱えている問題として、①低生産性と品質・技術水準の低さ②労働力の質的不足③資本面の制約があげられている。

具体的な小規模工業開発プログラムとして次の主要プログラムが計画されている。

①生産性品質向上プログラム

- a. 技術開発
- b. 製品多様化
- c. グループQC運動の促進
- d. 規格化・標準化の促進
- e. 技術情報の普及
- f. 技術・技能の向上
- g. 研究成果の普及
- h. 開発関連機関の強化

②輸出拡大のための育成プログラム

- a. 小規模工業製品のプロモーションと情報提供
- b. 業界団体との協力による市場開拓
- c. 市場情報提供と訓練
- d. 製品の原料、見本、デザインを含む市場テストの実施
- e. 品質と環境の改善
- f. マスメディアTVRIを利用した情報提供

③養父（Bapak Angkat）システムによる育成プログラム

- a. Bapak Angkatシステムによる小規模工業発展システムの強化
- b. リンケージ促進プログラム
- c. 実施状況のモニタリング

④企業家精神および専門能力開発プログラム

- a. 訓練ニーズの把握
- b. 教育システムの改善
- c. 指導員開発機関スタッフの訓練
- d. 技能・技術の向上
- e. 事業創始プログラムの援助

(2) 貿易投資政策

1986年以降、相次いで発表されている輸出振興パッケージは、非石油産品を対象としているが、個別品目を特定してはいない。ハンディクラフトについては、輸出振興庁のハンディクラフト局が振興策を実施している。対日輸出については、JETROのAC事業が1986年度よりハンディクラフトを対象としており、サンプルの日本市場におけるモニタリングの実施、インドネシアの輸出業者による対日輸出促進および日本の輸入業者による輸入促進ミッション派遣、展示商談会の開催、デザイン指導、セミナーなどを実施している。

投資については、1989年5月に発表された大統領決定第21号により、ハンディクラフトに含まれる多くの製品は、小規模工業のための留保分野に指定され、外国投資は行うことが出来ない。

(3) 金融政策

インドネシアにおける金融政策の基本は市場原理に基づく自由競争で、自由な市場を通じて資金が最も有効に配分されるという考え方に基づいている。

そのため、特定の産業セクターに優先的な資金供給を行なう制度は、食料生産など極めて一部のセクターだけに存在し、ハンディクラフトセクターに対する特別の金融支援措置は存在しない。

また、ハンディクラフトセクターの大半を占める小規模企業に対しては、各種の制度融資があったが、1990年1月29日の金融政策パッケージにおいて、個々の企業に対する制度融資は全廃され、総資産6億ルピア以下の小規模企業に対する融資を総融資額の20%以上確保するというガイドラインに変更され、現在では小規模企業に対する特別の融資制度は存在しない。

1月29日の改革以前は、総資産3億ルピア以下の企業には金利12%のKIK/KMKP（貸出限度額3,000万ルピア）、総資産3億ルピア超、6億ルピア以下の企業に対しては、金利15%のKI/KMK（貸出限度額1億5,000万ルピア）を中心に中小企業が有利な条件で利用できる制度融資があり、多くのハンディクラフトセクター企業が利用していた。

現在ハンディクラフトセクターに関係する特別の融資制度としてはコーポラティヴクレジットのうち、プライマリーコーポラティヴに対する融資のみである。

小規模企業に対する金融セクターからの支援措置としては、バンク・インドネシアが全国13ヵ所に設置しているRPMU（Regional Project Managing Unit）がある。RPMUには農業、工業、金融の3人のコンサルタントが常駐しており、企業および金融機関の指導に当たっている。

2. 5. 現行の振興政策と実行上の問題点

(1) 現行の行政機構と振興政策

現行のハンディクラフト振興政策は、小規模工業育成策の枠組みの中で実施されている。小規模工業政策は、工業省の小規模工業総局が担当している。同総局の構成および職員数はこの通りである。(1988年)

局名	職員数 (人)
① 総務局	210
② 計画局	97
③ 食品局	76
④ 衣料品・皮革局	89
⑤ 化学・建築材料局	74
⑥ ハンディクラフト・一般工業局	82
⑦ 金属工業局	81
計	709

ハンディクラフトは、ハンディクラフト・一般工業局が管轄している。

地方レベルでは、各州に工業省に地方事務所 (Kanwil) が置かれている。

生産地レベルでは、小規模工業育成のためにセントラが形成され、セントラに属する小規模工業を支援するために、関連機器が備わった技術サービスユニット (UPT) が設置されている。セントラの数 は1986年に前年の1,582から3,313に増加、1988年現在で6,092となっている (表2-5-1参照)。1987年のデータにより、セントラの業種別内訳をみると、ハンディクラフトおよび一般は995で21.6%を占めている (表2-5-2参照)。1988年時点のUPT数は92第2級自治体に152ヶ所となっている。このうちハンディクラフトを対象とするUPTは、次の3カテゴリーに分けられている。

カテゴリーⅠ 廃止あるいは補助金をこれ以上与えないUPT (50ヶ所)

カテゴリーⅡ 金額補助対象のUPT (56ヶ所)

カテゴリーⅢ 一部補助とするUPT (46ヶ所)

うち、ハンディクラフトのUPTは、カテゴリーⅠが13ヶ所、カテゴリーⅡが10ヶ所、カテゴリーⅢは0となっている。

技術指導員 (TPL) は全国で923人である。KOPINKRAは、全国13州、特別
区で1,019、うち、ハンディクラフトおよび一般は210で20.6% を占めている。

UPT、TPLとも膨大な企業数雇用者数に比べると極めて不十分といえる。

小規模工業に関係した中央研究所(Balai Besar)は工業省の工業開発研究所の下に①化学
工業 (ジャカルタ) ②農園工業 (ボゴール) ③金属機械工業 (バンドン) ④繊維 (バンド
ン) ⑤紙パルプ工業 (バンドン) ⑥工業材料、工業製品 (バンドン) ⑦セラミック (バン
ドン) ⑧皮革・ゴム・プラスチック (ジョグジャカルタ) ⑨ハンディクラフト・パティッ
ク (ジョグジャカルタ) の9ヵ所である。工業研究所は、①バンダアチェ②メダン③パレ
ンバン④スマラン⑤スラバヤ⑥バンジャールバル⑦ウジュンパンダン⑧メナド⑨アンボン
の9ヵ所となっている。

表2-5-1 セントラの推移

	1984	1985	1986	1987	1988
	(数)	(数)	(数)	(数)	(数)
スマトラ	351	424	717	970	1,306
ジャワ	452	529	1,368	1,857	2,511
カリマンタン	115	144	228	329	455
ヌサトゥンガラ	141	173	469	689	890
スラベシ	187	211	422	614	747
マルク・イリヤンジャヤ	76	81	109	152	183
合計	1,322	1,562	3,313	4,611	6,092

(出所) 工業省資料

表2-5-2 セントラ地域別業種別内訳 (1987年)

	食料品	衣料品	化学品 建築材料	ハンディクラ フト	金 属	合 計	
ス マ ト ラ	256	187	179	234	114	970	21.0%
ジ ャ ヲ	521	388	364	363	221	1,857	40.3%
カリマンタン	111	40	54	87	37	329	7.1%
ヌサトゥンガラ	148	185	120	184	52	689	14.9%
ス ラ ベ シ	196	125	135	100	58	614	13.3%
マルク・イランジャヤ	52	16	41	27	16	152	3.4%
合 計	1,284	941	893	995	498	4,611	100%
	27.8%	20.4%	19.4%	21.6%	10.8%	100%	

(出所) 工業省資料

1) 現行の小規模工業育成策の現状

レプリタVにおける工業省の小規模工業育成策のポイントは、工業省資料(*)によると、以下のとおりである。なお、同資料は、①序文、②現状と問題点、③レプリタVにおける小規模工業開発政策、④プログラムの構成となっているが、以下では、主要な問題、開発政策、プログラムのみをとりあげた。

①レプリタVにおける小規模工業育成策のポイント

I. 小規模工業の直面する問題

1. 小規模工業の目的により整理した問題点

- a. 輸出振興 ……………商品種類と生産能力の制限
品質、パッケージ、競争力、納期
- b. リンケージ強化 ……………品質、供給量、納期
- c. 大衆の必需品の充足 ……消費者の嗜好をみたせない
品質、デザイン、生産性、価格

2. 振興策の内容に対応して整理した問題点

① 生産性、品質

(I) 技術-企業規模(の小ささ)と技術水準(の低さ)

- a. 機械、機具の購入、調達に関する問題
- b. 不十分な金融面のインセンティブ
- c. 技術サービスセンター(UPT)、専門指導員(TPL)、研究所センターの量および質の限界

- d. 職人に対する技術情報提供不足
- e. 不十分な技術移転（適正技術の選択を含む）

(2) 労働力

- a. デザイン、設計、経営能力不足
- b. 企業家、職人の教育水準
- c. 訓練システム

(3) 資本

- a. 資本調達先の制限
- b. 不十分な銀行利用度

② 育成制度・施設

- (1) UPTの施設数（セントラ数6092に対し全国で152）の不足と質的限界
- (2) TPLの人数不足と能力の限界
- (3) 育成機関のファシリティとインフラストラクチャの不足
- (4) 予算の制約

③ 企業環境

- (1) 外部経済（国際、国内）
- (2) 企業家精神の不足
- (3) 企業規模の小ささと技術レベルの低さ
- (4) 登録許可のデレギュレーションの必要性
- (5) データにもとづく小規模工業への留保商品(142)の指定と中企業による生産の存在
- (6) 小企業に実効の小さな輸出振興策
- (7) リンケージ強化に関し、小企業は生産能力と品質、大企業は関心不足

④ 省庁間、民間セクター、海外との協力

- (1) 調整不足
- (2) 民間との不十分な協力

II 小規模工業育成策

1. 一般政策

①開発の方向

- a. 雇用と事業機会の拡大
- b. 輸出振興
- c. 事業能力、自立能力の強化
- d. 企業家と職人の所得の向上

②開発の目標

a. 質的目標

- 企業規模（セントラの規模）の拡大
- 事業能力と自立性の向上
- 企業家と職人の所得増大

b. 量的目標

- 150万人（年間30万人）の雇用吸収
- 26万企業創設（年間 5万2,000）
- 輸出額21億 2,670万ドル

③. 開発戦略

- a. セントラ育成および発展しているセントラのKOPINKRAへの育成
- b. Bapak Angkatシステムによる輸出振興とリンケージの発展

2. 開発政策

① 小規模工業開発

- (1) セントラ育成
- (2) セントラ → KOPINKRAの育成
- (3) 村落工業開発（Bapak Angkatシステム）

(4) 適正技術の開発 (Bapak Angkatシステム)

(5) 小規模工業の垂直的発展

(6) 事業機会の拡大

② 政策実施機関の機能強化

(1) UPTの増設、利用度増大、機能強化

(2) ファシリティの機能強化

(3) 効率と利用度増大

(4) 情報サービス制度充実

(5) 省庁間、民間セクターとの協力強化

(6) セントラの金融機関へのアクセスの改善

(7) 銀行以外からの資金調達拡大 (Bapepam など)

③ 事業環境、投資環境の創出と整備

(1) 輸出制度、インフラストラクチャの整備による輸出振興

(2) Bapak Angkatシステムの促進

(3) 小規模工業、国産品の使用促進

(4) 小規模工業に対する留保商品の種類、数量システムの改善

(5) 小規模工業企業への外資、内資の投資促進のための投資環境の整備

(6) 小規模工業向け融資制度の整備

(7) ライセンス、工業所有権整備による小規模工業の保護

(8) 手続簡素化 (登録必要なグループ)

3. 小規模工業開発プログラム

A. 主要プログラム

① 事業能力向上プログラム

生産性品質向上プログラム

a. 技術開発 (技能研究、プロフィール整備、パッケージプラント利用)

- b. 製品多様化 (研究センター、高等教育機関、民間セクターとの協力)
- c. グループQC運動 (キャンペーン、グループの結成、指導)
- d. 規格化、標準化促進 (マニュスクリプト整備, S I Iの制定、利用のモニタリング)
- e. 技術情報普及 (ブロッシャー、リーフレット、カタログ作成)
- f. 技術、技能の向上 (訓練、比較調査)
- g. 研究成果の普及 (デモンストレーション、試験、ブロッシャー、リーフレット、カタログ)

h. 開発関連機関の機能強化

(i) U P Tの機能強化と施設数の増強

(経営管理の改善、プロフィール作成、増設、ファシリティの充実)

(ii) T P Iの機能の強化(スタッフ数の増加、ステータス改善、機具の整備)

(ii) 政府と民間関係機関の協力強化

(ii) KOPINKRAの専門能力向上

- KOPINKRA の専門能力向上
- KOPINKRA の組織化

② 輸出増大を目的とする小規模工業育成プログラム

- a. 小規模工業製品のプロモーションと情報提供
- b. 情報提供と市場開拓(業界団体との協力)
- c. バイラテラルおよびマルチラテラルな協力(市場情報提供、訓練)
- d. 製品と市場試験
- e. 品質と環境の改善(データ収集、分析を含むモニタリング、管理)
- f. 情報提供(マスメディア、TVRIの利用)

③ Bapak Angkatシステムの開発プログラム

協力分野: 原料調達、借入れ保証、品質、技術向上、マーケティング、
情報提供、研究など

- a. Bapak Angkatシステムによる小規模工業の発展システムの強化

(イ) 調査、小規模工業企業家と大中企業家のコンタクトによる実施スキーム
メカニズムの整備

(ロ) 全国レベルのリンケージ強化運動（情報提供、関係機関の協力）

b. リンケージ促進プログラム（表彰制度）

c. 実施のモニタリングと管理（データ収集、分析、指導）

④ 企業家精神および専門能力開発プログラム

a. 訓練ニーズの把握

b. 教育システム改善

c. 指導員、開発機関スタッフの訓練

d. 技能、技術向上

e. 事業創始プログラム（ハード、ソフト面での援助）

B. 支援プログラム

① 小規模工業の研究開発

a. 調査研究

(1) 地方のポテンシャルティ調査

(2) 事業環境、事業のその他の面に関わる調査

b. 地方のポテンシャルティの提示（ポテンシャルティのある商品の研究）

c. セントラの発展の研究

d. 企業／産業のプロフィール作成

e. 情報提供

f. セントラのファシリティの改善

g. 環境への影響の分析

② 事業環境、協力の創出、整備

a. 事業環境・投資環境の創出、整備

(1) 特別融資制度の整備

- (2) 税制面の優遇
- (3) 輸出業者の小規模工業製品への関心高揚による輸出振興
- (4) 投資促進（外資の投資、セントラ近郊での銀行設立）
- (5) 全国レベルの生産、マーケティング強化運動

b. 省庁間等との協力

情報交換、原料調達、インフラストラクチャとファシリティ促進

(1) 関係官庁

- ①農業省、②林業省、③公共事業省、④鉱山エネルギー省、⑤移住省、
- ⑥協同組合省、⑦労働省、⑧民衆のための住宅担当国務省、⑨研究機関
- ⑩高等教育機関、⑪商業省、輸出振興庁、⑫電々公社、Indosat、⑬地
- 方政府、⑭統計局

(2) 民間セクター、業界団体との協力

(3) 海外との協力

(出所) Ministry of Industry (1989). Rencana Pembangunan Lima Tahun Kelompok Industri Kecil

②Bapak Angkatシステムについて

Bapak Angkatシステムは第3次五ヵ年計画期に開始された政策で、日本の下請制度に類似しているが、概念的にはより広い。また、Bapak Angkat（養父）という名称から理解できるように、小規模工業に対する支援という側面が強いシステムである。

Bapak Angkatシステムには、次の3タイプがある。

a) マーケティング支援 (PKD)

親企業が小規模工業から製品を購入、国内市場あるいは海外市場で販売するシステムである。マーケット情報の提供、生産技術指導なども行なう。さらに、原材料の供給やデザイン提供、資金援助まで行なう事例もある。

ハンディクラフトではPT SARINAHや PT PUPUK KUJANGなどの国営企業が実施している。調査団が訪問した民間企業では、Vera's Ulos が親企業となり、Ulosを生産する小企業を支援している。

b) 機器備品の優先調達

親企業の使用する作業着や事務機器、備品などを小規模工業から調達するシステムで、工業省関係の国営企業が実施を義務付けられている。

c) サブコントラクティング

日本の下請取引に該当するもので、部品、コンポーネントを小規模工業から調達する。親企業は機械、電気などの企業が多く、日系企業も部品の国産化計画が進められている業種ではこのシステムにより部品を調達している。

2) 現行政策の問題点

インドネシアの現行の小規模工業政策は以上のように包括的なものである。

工業省は、この中で制度面での問題点として施設（UPTなど）、指導員の量的不足と質的制約をあげている。その要因としては、予算の制約を指摘している。また、省庁間の協力については、調整の不足をあげている。

各種調査報告書では、インドネシアの小規模工業育成策について次のような問題点が指摘されている。（注）

- ① 中規模企業政策の欠如
- ② 業種別商品別振興策の欠如
- ③ サポートインダストリー振興策の欠如
- ④ 理念総論が優先し、具体策に欠ける。例えば、輸出振興でもどの商品をどの市場にという具体論がない。
- ⑤ 中央と地方のコミュニケーションの改善
- ⑥ 他省庁との調整、協力が不十分
- ⑦ 現在の最大の問題は資金（予算）不足である。（UPT、TPLの不足、Balaiの設備の修理、買い替えが不可能など）
- ⑧ 制度金融では担保など貸付条件の厳しさと高金利。
- ⑨ 規格制度は各省が独自に定めており、統一がとれていない。
- ⑩ Balaiの設備、機器のメンテナンスが悪い。

（注）インドネシアの中小企業に関しては、日本では次のような調査報告が発表されている。

- 日本貿易振興会（1982）インドネシアにおける中小企業の育成策
- 国際開発センター（1983）インドネシアの中小工業開発に関する調査
- アジア経済研究所（1986）発展途上国中小企業研究報告書

- アジア経済研究所（1988）円借款の効果的活用方策に関する研究
- アジア経済研究所（1990）アジアの産業政策と国際協力（未定稿）

国家財政に起因する予算不足問題に加え、総論的、理念的な傾向が強く、具体論が明確になっていないことと、省庁間の調整の協力が困難なことが共通して指摘されている。業種別、商品別、地域別の具体的振興策が必要といえよう。

ハンディクラフト産業政策の策定と品目、地域、企業規模に応じた対策の確立が望まれる。

（2）関連公設機関の現状と問題点

調査団の訪問したハンディクラフト関係の公設機関の現状と問題点については表2-5-3にまとめた。

表2-5-3 ハンディクラフト主要公設機関の現状

公設機関の名称(略称)	場 所	管轄官庁	目 的	海外からの協力の有無	活 動 状 況 等
インドネシア貿易研修センター (IETC)	ジャカルタ	商 業 省	木工・ラタン製品、繊維衣料品、天然ゴム。同製品、冷凍・缶詰食品の輸出促進のための貿易研修と品質管理の技術指導援助	JICA	建坪11万㎡、市内から空港へ向かう途中に位置しており、立地条件にも恵まれている。貿易研修(1年間のべ研修人数1,050人)、商業日本語研修(同135人)、展示研修(160人)および4業種の検査、品質管理の研修(同372人)を講義、実習を通じて行なう。地方からの参加者のために寮も設けられている。4・8小間の展示場、パッケージを含む検査ラボラトリー、図書館、教室などの設備を有している。貿易実務研修品質管理の指導は要望の多い課題であり、本センターの活用を考へるべきである。
パリ・デザイニングセンター	デンバサル	工 業 省	デザイン開発、木製品、金属製品 繊維、アパレル、セラミックが対象	無	ハンディクラフトの生産地として恵まれた条件にあるパリにあるが、活動は活発とは思えない。予算不足が原因との説明。ラダヤナ大学が協力している。商品開発、作家への制作依頼、インターネット、店舗デザインなど課題は多い。展示でもパリの有名作家の作品コレクションなどの展開が考へられる。観光とのタイアップも必要。
化学品検査センター (PTKI)	メダン	工 業 省	・化学工業に関する技術専門家養成と研究開発 ・技術専門コースは3年制 350人	JICA	現在の設備で繊維関係に利用できるのは、染色のための水質検査機器と繊維の表面解析のための光学式顕微鏡(800倍)と電子顕微鏡であるが、現実には使用されていない。 短期研修はUiosを中心としたハンディクラフト産業界の企業家、職人を対象とした研修に利用できる。 8万haの土地にミニプララント、教室、ラボラトリー、図書館、寮を有する。
メダン繊維研究センター (BPTM)	メダン	工 業 省	繊維工業の生産技術、原料、中間材、機器などの研究開発と品質管理の推進	無	検査機器は目録の上では完備しているがほとんど全部故障しており、機能は廃棄されている。故障したまま放置されている理由は、修理、買い替えのための予算が不足していることである。
パテック・ハンディクラフト 研究センター(BBK)	ガガカ	工 業 省	ハンディクラフト、パテックの研究開発、テスト、デザイニング教育訓練	無	5,000㎡の建物に、技術エンジニアリング、テストなどのラボラトリー、トレンディングラボラトリー、ミニプララント、図書館、デザイニング開発室などの設備を有している。専門職員は250人でうち220人がマスター取得者。パテックとハンディクラフトの研究部門と開発部門の合計4部門より成り、研究開発、検査、評価、デザイニング研究開発を行っている。研究開発成果の普及は教育訓練、情報サービス、コンサルタントディングサービス、技術援助などにより行っている。
セラミック研究センター (BBK)	バンドン	工 業 省	Fine CeramicsとHeavy Ceramicsの研究と開発	MITI、(JIT等業) JICA(機器供与) 協力	8,500㎡の建坪にラボラトリー、ワークショップ、教室、図書館など116の部屋を有し、スタッフ数は274名。工業規格の作成、研究開発、教育訓練、セミナー開催、データバンク等の活動を行っている。民間企業、業界団体との協力も充実。輸出振興についてはNAFEDと協力。周辺の小規模工業(Pleredなど)に協力。

(3) 政策への要望

政府への要望に関する184社の回答を、輸出振興、原材料、生産、品質管理、デザイン、ビジネスについて集計した結果が図2-5-1~6である。表2-5-4は、各項目に関し現行の施策および体制、想定される追加的対策を対応させたものである。

さらに、政府に対する期待は、地域別、製品別、企業規模別にクロス集計を行い、その結果を図示した。地域別、製品別クロス集計は項目ごとの標本数が少なくなるが、184社を対象としたアンケート結果であることを留意した上で、政府に対する期待の傾向を把握できよう。

なお、アンケート回収企業の製品別内訳（複数回答）、企業規模別内訳は次の通りである。

手織り等繊維	45
木製品（木彫りを含む）	29
セラミック	19
アンニャマン	35
その他伝統的ハンディクラフト	24
銀製品等	38
宝石、貴金属等	10
その他ファッション、アクセサリ	17
不明	1
大規模企業	80
中規模企業	72
小規模企業	30
不明	2
	184

① 184社の要望

a) 輸出振興については、マーケット情報サービスが最大で127社で有効回答数に対し75.6%の企業（以下%は同じ定義）があげている。続いて、展示会の開催が54.2%、インドネシア製品の海外PRが53.0%とこの3項目が50%を超えている。以下、

デザイン指導が45.2%、技術援助・指導が33.3%、ビジネス指導が32.7%となっている。要望が少なかったのは、引合い斡旋サービスの12.5%と輸出業務代行6.0%である。輸出業務代行については回答企業の十分な理解が得られなかったことが考えられる。(図2-5-1参照)

b) 原材料

原材料については、共同調達が59.8%で最も多く、研究開発が46.3%、品質検査が39.6%となっている。(図2-5-2参照)

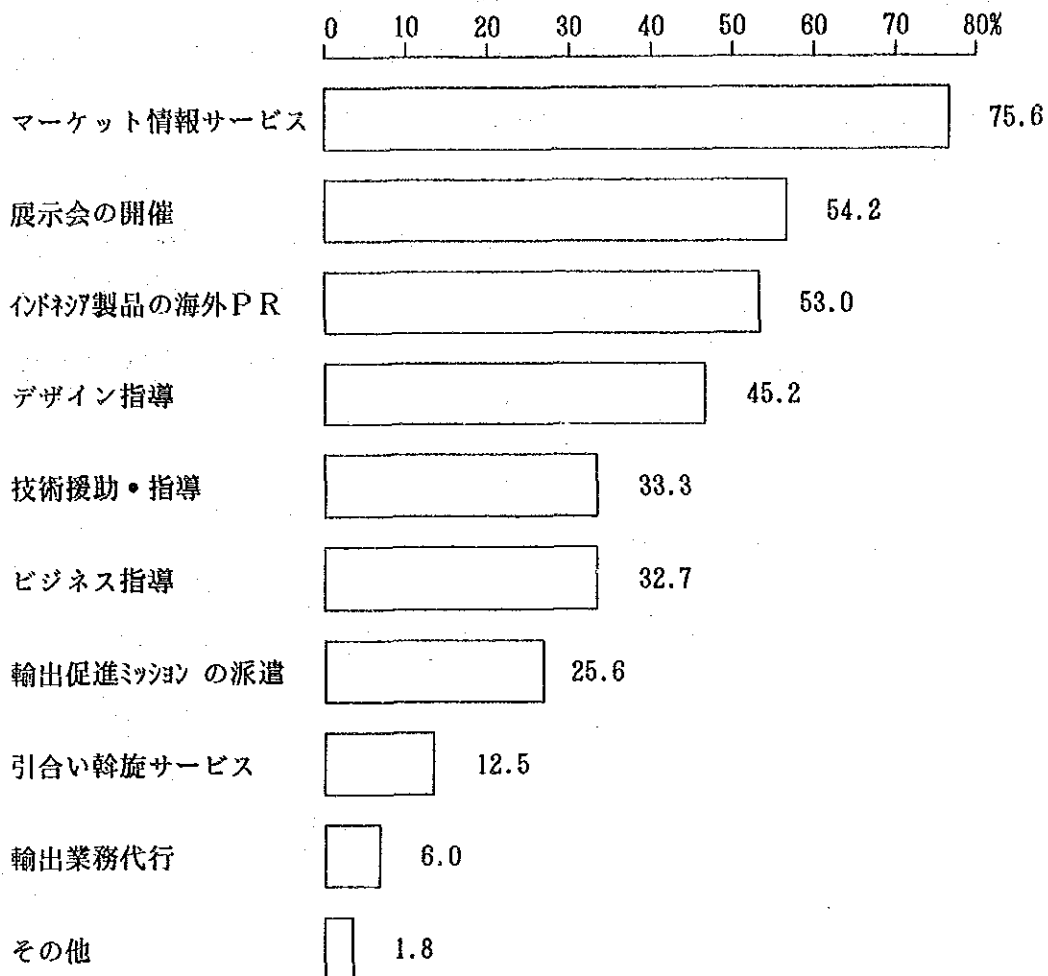
c) 生産

技術指導と訓練が72.3%と最も多い。外国人専門家による指導と訓練も47.8%と50%近い企業が要望している。要望が少なかったのはモデル工場設置で8.2%であった。(図2-5-3参照)

d) 品質管理

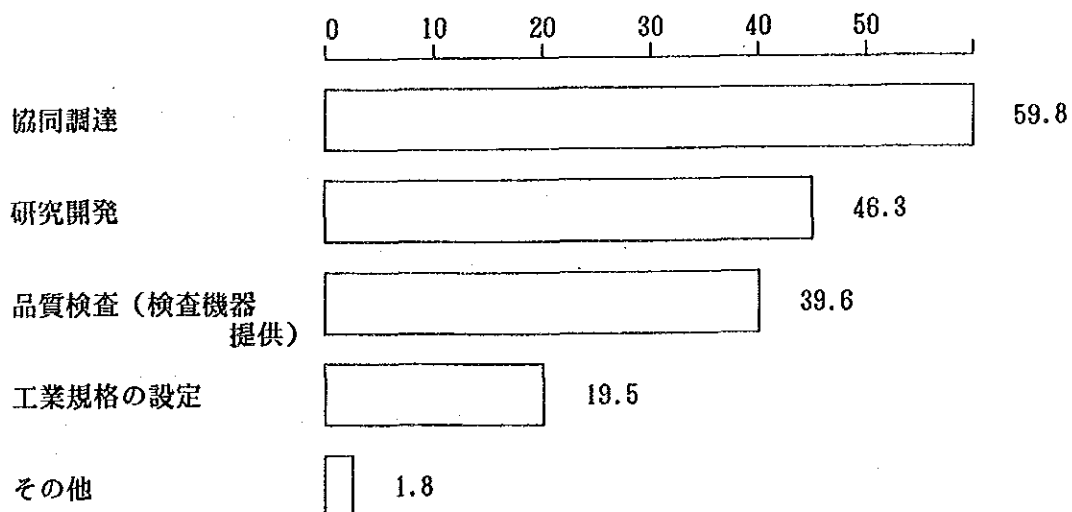
指導・訓練が最も多く72.0%となっている。続いて外国人専門家の指導が40.9%、情報サービスが33.5%である。(図2-5-4参照)

図2-5-1 政府に対する要望（輸出振興）



(注) %で求める時の基数は有効回答数（以下同じ）

図2-5-2 政府に対する要望（原材料）



e) デザイン

指導・訓練が70.6%と最も多く、日本におけるデザイナーの訓練が46.9%、日本における外国人デザイナーによる指導が40.0%となっている。セミナー開催は10.0%と要望は大きくない。(図2-5-2参照)

f) ビジネス

最も多いのはビジネスおよび輸出手続の指導で77.9%に達している。続いて、ミッション派遣、日本の生産者に関する情報サービスとなっているが30.3%、24.8%と要望している企業の比率は低くなっている。要望の少ないのはクレーム処理代行の6.2%、輸出業務代行の11.7%である。(図2-5-6参照)

図2-5-3 政府に対する要望(生産)

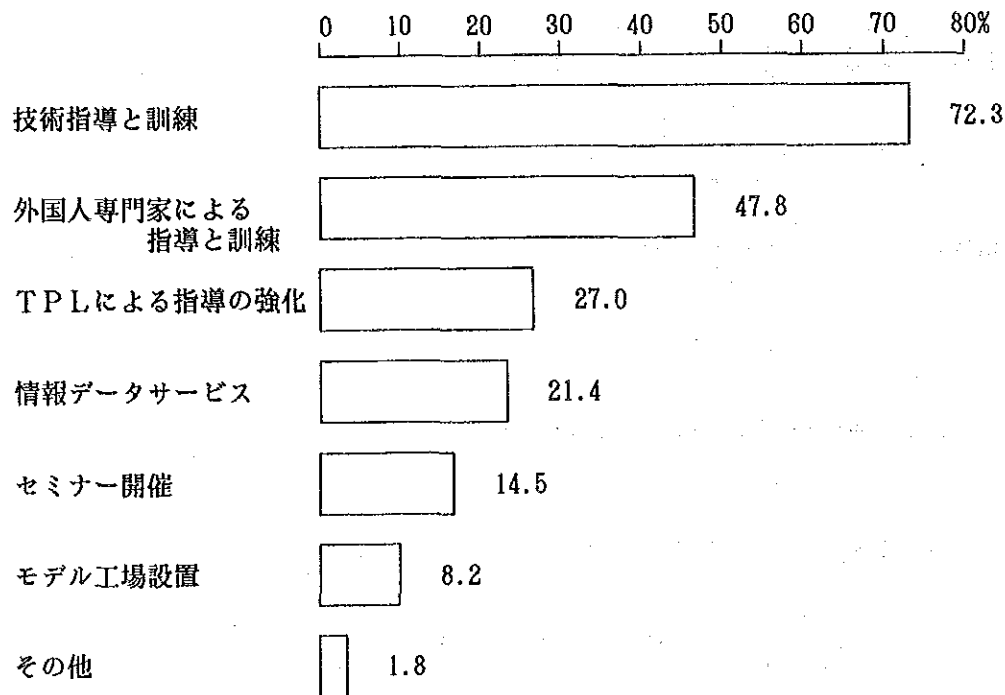


図2-5-4 政府に対する要望（品質管理）

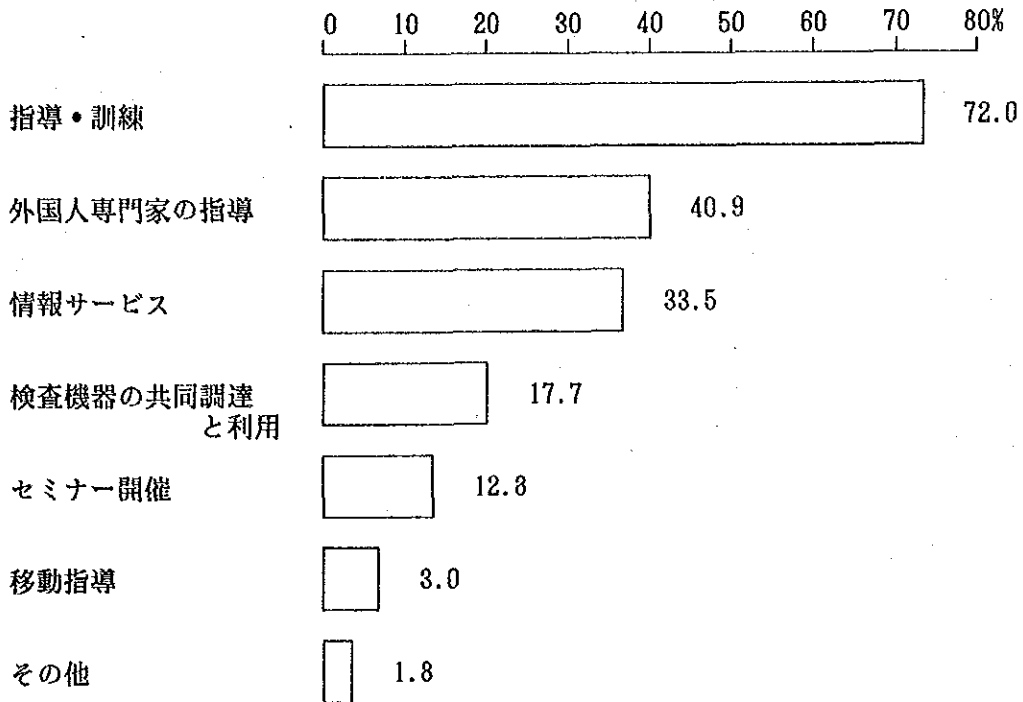


図2-5-5 政府に対する要望（デザイン）

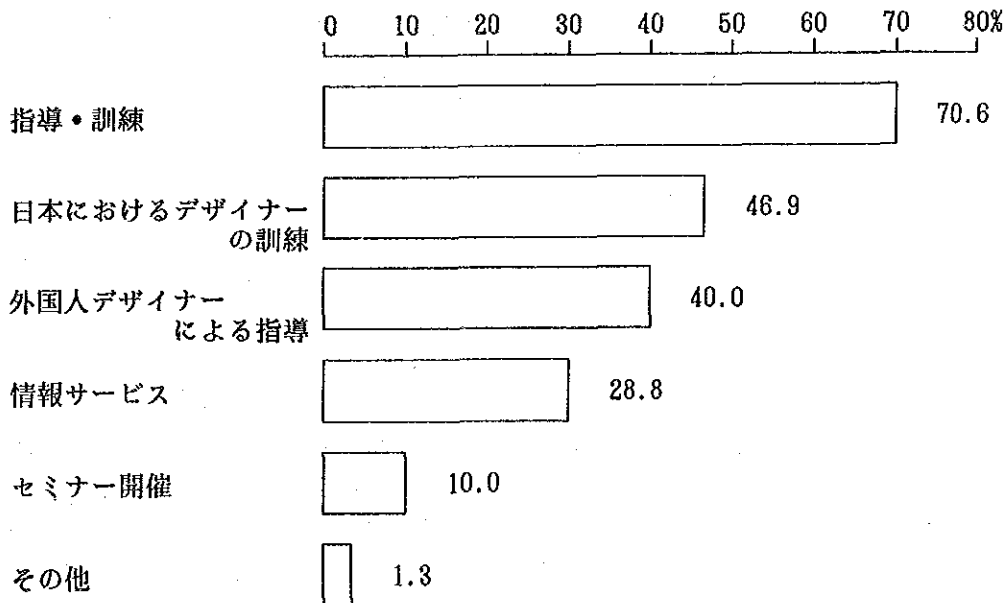
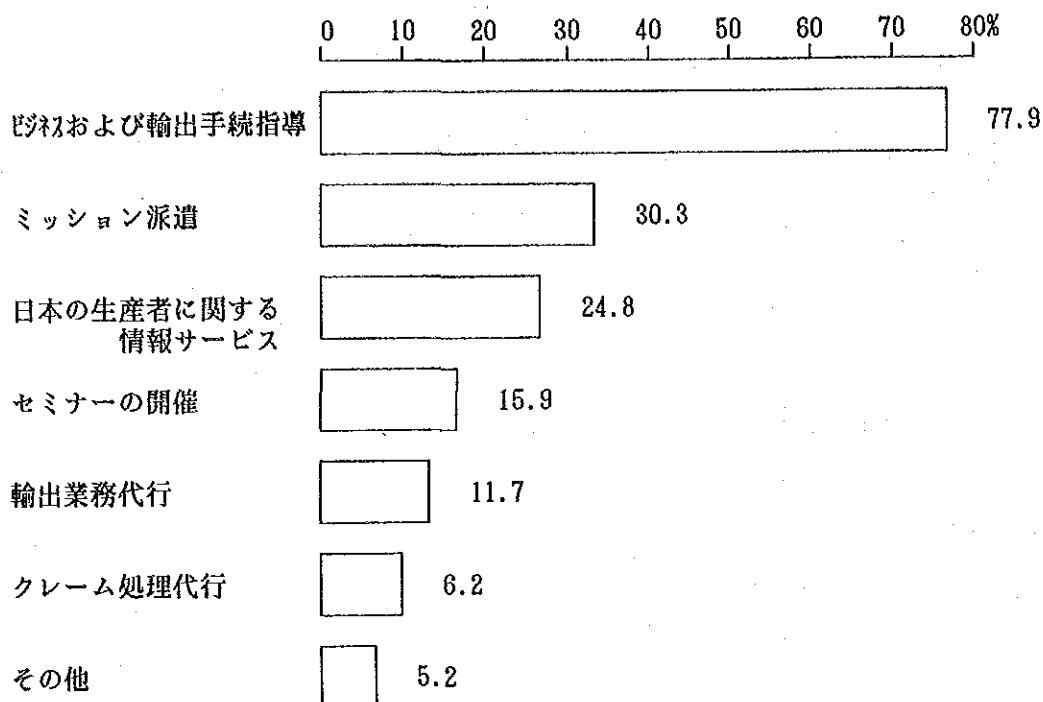


図2-5-6 政府に対する要望（ビジネス）



g) 全項目を通して最も要望が多かったのは、輸出振興に係わるマーケット情報サービスで127社が要望している。続いて、品質管理に関する指導・訓練が118社、生産に関する技術指導と訓練115社、デザインの指導・訓練が113社で、これらは100社以上が要望した項目である。逆に、各項目に共通して要望が少なかったのはセミナー開催である。また、業務代行も要望が少なかった。

② 地域別にみた政府に対する要望

a) 輸出振興

最も多かった要望は、ジャカルタはインドネシアのハンディクラフトの海外でのPRで87.5%、バリは展示会開催で62.2%となっているが、他の地域ではマーケット情報サービスとなっている。ジャカルタは首都として情報が集まっていること、バリは外国人バイヤー、デザイナーの来訪が多いことが背景にあると思われる。マーケット情報サービスに対する要望が多いのは、ジョグジャカルタの89.2%、バンドンの85.2%である。

バリは最も多い展示会の開催で62.2%であり、他地域に比べ政府への要望が少なく、観光客を相手にビジネスができている状況が反映されている。（図2-5-7参照）

b) 原材料

全国レベルで最も多い協同調達が多となっているのは、南スラベシの83.3%とバンドンの79.2%である。これに対し、ジャカルタとジョグジャカルタは研究開発がバリとジョグジャカルタでは品質検査への要望が最も多い。(図2-5-8参照)

c) 生産

ジャカルタは外国人専門家による指導が75.0%で最も多く、バンドンではTPLによる指導が53.6%で最も多くなっている。その他の地域は、技術指導・訓練が最も多く要望されており、特に南スラベシは92.3%、ジョグジャカルタは86.5%と比率が高い。

図2-5-7 地域別にみた政府に関する要望(輸出振興)

	マーケット 情報 サービス	輸出 業務 代行	展示 会 開催	ミッシ ョン 派遣	引合 い 斡旋	海外 での PR	技術 援助	子イ 指導	ビジ 指導	その 他
合計	76			54	26		53	33	45	33
ジャカルタ	75			63	50		88	38	56	38
バリ	57			62	24		51	19	30	43
ジョグジャカルタ	89			54	27		43	38	46	27
北スマトラ	66			45	24		48	34	55	34
南スラベシ	86			77	23		68	59	77	32
バンドン	85				30	33		41	22	22

(注) 数字は各地域ごとの有効回答に対する割合を示す。

また、地域ごとの各項目の比率は要望数の合計に対する割合を示す。(以下同じ)

図2-5-8 地域別にみた政府に関する要望（原材料）

	協同調達	品質検査	工業規格の 設	研究開発	その他
合計	60	40	20	46	
ジャカルタ	29	29	29	57	
バリ	54	60	14	20	
ヨグジャカルタ	61	31	19	58	
北スマトラ	43	64	32	46	
南スラベシ	83	21	79		
バンドン	78	22	22	30	

d) 品質管理

ジャカルタとバンドンは情報サービスが最も多いが、他地域は指導・訓練が最も要望されている。特に、北スマトラは89.7%、南スラベシは89.3%の企業が要望している。バリは各項目への要望が少なく、不明も含めた全企業を基数とすると、最大の指導・訓練でも38.0%にすぎない。（図2-5-10参照）

e) デザイン

ジャカルタのみが、日本におけるデザイナーの訓練、情報提供、外国人デザイナーによる指導がともに71.4%と多く、指導・訓練が最多となっている他地域と異なっている。他地域においても日本におけるデザイナーの訓練への要望は多い。（図2-5-11参照）

図2-5-9 地域別にみた政府に対する要望（生産）

	技術指導・訓練	TPLの指導	セミナー開催	情報データベース	モデル工場設置	外国人専門家の指導	その他	
合計	72		27	14	21		48	
ジャカルタ	63	25	38	63		13	75	
バリ	67		13	13	29		46	
ヨグジャカルタ	86				11	57		
北スマトラ	82		21	14	29	18	39	
南スラベシ	92		58				62	
バンドン	36	54			21	18	14	18

図2-5-10 地域別にみた政府に対する要望（品質管理）

	指導・訓練	移動指導	セミナー開催	情報データベース	検査機器の共同購入	外国人専門家の指導	その他
合計	72			13	34	18	41
ジャカルタ	62		46	85		38	77
バリ	56		15	22	11	44	
ヨグジャカルタ	77				28	21	31
北スマトラ	90			14	38	24	28
南スラベシ	89					71	
バンドン	50	18	57			18	18

図2-5-11 地域別にみた政府に対する要望（デザイン）

	指導・訓練	日本における受け付けの訓練	セミナー開催	情報提供	外国人受け付けによる指導	その他
合計	71		47	10	29	40
ジャカルタ	21	71	29	71		71
バリ	69		54		23	42
ジョグジャカルタ	78		43		27	32
北スマトラ	82		43	11	46	21
南スラベシ	75		50			52
バンドン	70		33	15	15	41

図2-5-12 地域別にみた政府に対する要望（ビジネス）

	ビジネス、輸出手続の指導	輸出業務代行	クレーム処理代行	日本の生産者情報	ミッション派遣	セミナーの開催	その他
合計	78			12	25	30	16
ジャカルタ	55	18	18	64		36	36
バリ	66			25	28	28	9
ジョグジャカルタ	87			29	32	16	23
北スマトラ	74			11	22	30	19
南スラベシ	81				13	19	13
バンドン	93				7	39	18

f) ビジネス

やはりジャカルタが他地域と異なり、日本の生産者に関する情報サービスが63.6%で最も多い。他地域は、ビジネス、輸出手続の研修が最も多く、特にバンドンは92.9%、ジャカルタは87.1%、南スラベシは81.3%に達している。ジャカルタ(54.5%)とバリ(65.6%、全社に対しては50.0%)が低いのは、すでに輸出を行い、手続などに関する知識を有している企業が多いためと思われる。

g 他地域と異なった傾向が表われているのはジャカルタとバリである。ジャカルタはASEAN TRADE FAIRなど国際的な展示会が開催されたり、セミナーが開催されることが多く、政府に対する要望も、指導や訓練の段階を超え、より高度化、多様化している。バリは他地域に比べ、各項目とも要望する企業の比率が少ないという特徴がある。世界的な観光地であり、来訪する観光客や外国人バイヤーに対するビジネスで発展していることが要因としてあげられよう。

他地域、特に輸出している企業の割合の少ない北スマトラと南スラベシは、指導・訓練に対する要望が非常に多い。

なお、地域別に最も多かった要望は次の通りである。

ジャカルタ：インドネシアのハンディクラフトの海外でのPR

バリ：展示会の開催

ジョグジャカルタ：マーケット情報サービス

北スマトラ：品質管理の指導訓練

南スラベシ：品質管理の指導訓練

図2-5-13 製品別にみた政府に対する要望（輸出振興）

	マーケット 情報 サービス	輸出 業務 代行	展示 会開 催	ミッシ ョン 派遣	引合 い 斡旋	海外 での PR	技術 援助	デザイン 指導	デザイン 指導	その 他
合計		76		54	26		53	33	45	33
手織りなど繊維		78		59		17	56	37	44	24
木製品 (木彫を含む)		67		44	33		52	37	37	
セラミックス		76		71	35		55	53	47	41
竹, ラタン 小物など		74		42	35		45	28	29	19
その他伝統的 ハンディクラフト		57		50	33		56	38	58	42
銀製品など		74		51	20		54	29	57	40
宝石・貴金属 など		78		56	56		56	45	67	56
その他 ファッションアクセサリー		81		44	38		50	31	38	31

図2-5-14 製品別にみた政府に対する要望（原材料）

	協同調達	品質検査	工業規格の 設定	研究開発	その他
合計	60	40	20	46	
手織りなど繊維	65	48	18	55	
木製品 (木彫を含む)	50	23	8	58	
セラミックス	41	59	35	65	
竹、ラタン 小物など	55	29	16	42	
その他伝統的 ハンディクラフト	65	61	22	48	
銀製品など	73	30	18	36	
宝石・貴金属 など	58	29	71		
その他 ファッションアクセサリ	50	50	29	43	

③ 製品別にみた政府に対する要望

a) 輸出振興

各製品ともマーケット情報サービスが最多の要望となっている。特にその他のファッションアクセサリは81.3%、手織りなど繊維ハンディクラフトは78.0%と高い比率を示している。2番目に多い要望は、展示会の開催と海外でのPRに分れている。（図2-5-13参照）

b) 原材料

最も多い要望は、セラミックスと木製品は研究開発、その他ファッションアクセサリは共同調達と品質検査が同数となっており、その他の製品は共同調達である。木製品はひび割れの問題があると思われる。（図2-5-14参照）

c) 生産

各製品とも技術指導・訓練が最も多い要望である。特に、銀製品は87.9%、手織りなど繊維ハンディクラフトは82.1%、セラミックスは81.3%と高い比率となっている。第2位の要望は、外国人専門家による指導がセラミックス、竹、ラタン小物など、その他伝統的ハンディクラフト、銀製品などであげられている。(図2-5-15参照)

d) 品質管理

木製品とその他ファッションアクセサリが外国人専門家による指導が最も多い以外は、指導・訓練が最も多い要望である。特に、銀製品では87.5%、手織りなど繊維ハンディクラフトでは83.3%と高い比率となっている。(図2-5-16参照)

e) デザイン

指導・訓練が手織りなど繊維ハンディクラフト、竹・ラタン小物など、その他伝統的ハンディクラフト、銀製品など、その他ファッションアクセサリで最も多くなっている。特に手織りなど繊維アクセサリでは82.5%と高い比率となっている。日本におけるデザイナーの訓練も比較的多い要望である。(図2-5-17参照)

f) ビジネス

宝石、貴金属などでは日本の生産者に関する情報サービスが85.7%で最も多いが、その他の製品では、ビジネス、輸出手続の指導が最も多い要望である。特に、手織りなど繊維ハンディクラフト、木製品、セラミックス、竹・ラタン小物などでは80%を超えている。(図2-5-18参照)

図2-5-15 製品別にみた政府に対する要望（生産）

	技術指導・訓練	技術指導員による指導	セミナー開催	情報データベース	モデル工場設置	外国人専門家による指導	その他	
合計	72		27	14	21		48	
手織りなど繊維	82			54		15	13	46
木製品 （木彫を含む）	52		24	20	36		32	
セラミックス	81			31	19		69	
竹、ラタン 小物など	59		28	13	19		41	
その他伝統的 ハンドクラフト	71		19	19	24	19	48	
銀製品など	88				21		61	
宝石・貴金属 など	78		33		67		56	
その他 ファッションアクセサリー	77		8		46		46	

図2-5-16 製品別にみた政府に対する要望（品質管理）

	指導・ 訓練	移 動 指 導	セミナ- ー開催	情報サ- ービス	検査機 器の共 同購	外国人 専門家 の指導	その他
合計	72		13	34	18		41
手織りなど繊維	83				24	14	38
木製品 (木彫を含む)	40	20		48	16		52
セラミックス	78			33	28	28	50
竹、ラタン 小物など	59		6	41	12		32
その他伝統的 ハンドクラフト	71		24	57		10	43
銀製品など	88				19	19	38
宝石・貴金属 など	78		33	78		33	19
その他 ファッションアクセサリ	44			38	25		50

g) 製品別にはほぼ同様な傾向を示しているが、宝石、貴金属などがやや異なっている。これは、宝石、貴金属などのアンケート対象企業が他の地域と異なったジャカルタおよびその周辺に多く位置しているためであろう。

項目別では、原材料が製品により最も多い要望が異なっている。

なお、各製品の最も要望の多かった項目は次の通りである。

- ・手織りなど繊維ハンドクラフト：品質管理の指導・訓練
- ・木製品：マーケット情報サービスおよびビジネスおよび輸出手続の指導
- ・竹・ラタン小物：原材料の研究開発
- ・セラミックス：マーケット情報およびビジネス、輸出手続の指導
- ・その他の伝統的ハンドクラフト：マーケット情報サービス
- ・銀製品など：生産技術指導と訓練

・宝石、貴金属など：展示会開催

・その他のファッションアクセサリ：マーケット情報サービスおよび原材料の品質検査

査

図2-5-17 製品別にみた政府に対する要望（デザイン）

	指導・訓練	日本におけるデザイナーの訓練	セミナー開催	情報提供	外国人デザイナーによる訓練	その他
合計	71		47	10	29	40
手織りなど繊維	83		45	20	38	
木製品 （木彫を含む）	54	46	25	33	54	
セラミックス	63	63		38	63	
竹、ラタン 小物など	61		30	21	36	
その他伝統的 ハンディクラフト	67	39		39	39	
銀製品など	73		58	30	39	
宝石・貴金属 など	44	56	33	67	56	
その他 ファッションアクセサリ	73	40	60	47		

図2-5-18 製品別にみた政府に対する要望（ビジネス）

	ビジネス輸出 手続指導	輸出業 務代行	クレーム 処理 代行	日本の 生産者 情報	ミッシ ョン 派遣	セミナ ー開催	その他
合計	78			12	25	30	16
手織りなど繊維	81				13	16	26
木製品 (木彫を含む)	86				14	45	27
セラミックス	80			13	13	27	20
竹、ラタン 小物など	81				23	35	15
その他伝統的 ハンドクラフト	79			16		42	26
銀製品など	71		10	39		32	19
宝石・貴金属 など	57			86		29	29
その他 ファッションアクセサリ	60				33	20	26

③ 企業規模別にみた政府に対する要望

中央統計局の分類に従い、企業規模により小規模企業（従業員19人以下）、中規模企業（20～99人）、大規模企業に分類し、政府に対する要望を集計した。

a) 輸出振興

小規模企業、中規模企業、大規模企業ともマーケット情報サービスに対する要望が最も多い。第2位の要望は異なっており、小規模企業ではビジネス指導、中規模企業では展示会開催となっており、大規模企業ではインドネシアのハンドクラフトの海外でのPRが65.4%とマーケット情報サービスの69.2%に近づいている。大規模企業では輸出を行っている企業も多く、海外PRやミッション参加（38.5%）など積極的な姿勢をとれることを示している。一方、小規模企業では、輸出を行っている企業はまだ極めて少

なく、手続や慣行の習得から開始しなければならない状況といえよう。(図2-5-19 参照)

図2-5-19 企業規模別にみた政府に対する要望(輸出振興)

	マーケット情報サービス	輸出業務代行	展示会の開催	ミッション派遣	引合い斡旋	海外でのPR	技術援助	取引指導	取引指導	その他
合計	76		54	26		53	33	45	33	
19人以下	77		60			53	47	64	37	
20~99人	76		51	27		49	21	31	27	
100人以上	69		42	38		65	27	27	35	

図2-5-20 企業規模別にみた政府に対する要望(原材料)

	協同調達	品質検査	工業規格の設定	研究開発	その他
合計	60		40	20	46
19人以下	61		39	19	57
20~99人	64		28	18	42
100人以上	46		71	25	29

図2-5-21 企業規模別にみた政府に対する要望（生産）

	技術指導・訓練	TPLの指導	セミナー開催	情報データサービス	モデル工場設置	外国人専門家の指導	その他
合計	72		27	14	21		48
19人以下	85		27	15	20		49
20～99人	56		27	11	19		47
100人以上	82		27	18	27	18	41

b) 原材料

小規模企業と中規模企業では共同調達が多いが、大規模企業では品質検査が70.8%と最も多い。大規模企業に比べ、小中規模企業では原材料の調達そのものが問題となっていることを示している。（図2-5-20参照）

c) 生産

技術指導・訓練が各企業グループとも最も多く、小規模企業では84.5%に達している。2番目に多い要望は、外国人専門家による指導で、各企業グループに共通している。（図2-5-21参照）

d) 品質管理

指導・訓練が小規模企業、中規模企業、大規模企業とも最も多く、特に小規模企業では87.8%が要望している。2番目に多いのも共通して外国人専門家による指導である。（図2-5-22参照）

e) デザイン

指導・訓練が各企業グループとも最も多く、特に小規模企業では78.7%となっている。2番目に多い要望は日本におけるデザイナーの訓練で中規模企業では50.0%となっている。（図2-5-23参照）

f) ビジネス

ビジネス、輸出手続が各グループとも最も多く、各グループとも80%前後が要望している。大規模企業グループでは、ミッションの派遣が50.0%に達している。（図2-

5-24参照)

g) 企業規模別には、政府に対する要望には大きな相違はみられず、ほぼ同じ傾向を示している。ただし、小規模企業は各項目とも指導・訓練への要望が非常に多いといえよう。中規模企業、大規模企業は、ミッション派遣、海外でのPR、展示会開催などマーケティングに関連した要望が多い。

各企業グループで最も多かった要望は次の通りである。

- 小規模企業 品質管理に関する指導・訓練
- 中規模企業 マーケット情報サービス
- 大規模企業 マーケット情報サービス、生産技術指導・訓練、ビジネス、輸出手続の指導

図2-5-22 企業規模別にみた政府に対する要望（品質管理）

	指導・訓練	移動指導	セミナー開催	情報サービス	検査機器の共同購	外国人専門家の指導	その他
合計	72		13	34	18	41	
19人以下	88			12	28	15	36
20~99人	58		10	37	19	45	
100人以上	58		19	38	15	38	

図2-5-23 企業規模別にみた政府に対する要望（デザイン）

	指導・訓練	日本におけるデザイナー	セミナー開催	情報提供	外国人デザイナーによる指導	その他
合計		71	47	10	29	40
19人以下		79	45	9	29	33
20～99人		65	50	6	23	47
100人以上		62	38	19	43	38

図2-5-24 企業規模別にみた政府に対する要望（ビジネス）

	ビジネス、輸出手続指導	輸出業務代行	クレーム処理代行	日本の生産者情報	ミッション派遣	セミナーの開催	その他
合計		78	12	25	30	16	
19人以下		78	8	24	25	14	
20～99人		76	12	20	29	17	
100人以上		82	18	14	41	50	18

(表2-5-4) ハンディクラフト184社の要望事項(項目別)

	回答数	現在の体制、プログラム	想定される追加的發展策
マーケット情報サービス	127	輸出増大プログラム(MOI)、輸出振興庁	ハンディクラフト開発振興センター(HDPC)
展示会開催	91	輸出振興庁、JETRO AC事業	現行体制の拡大、強化
インドネシアのハンディクラフトの海外でのPR	89	輸出振興庁、JETRO AC事業	カタログ作成、配付、地域ブランド設定、観光とのタイアップ
デザイン指導	76	生産性および品質向上プログラム、JETRO AC事業	HDPC
技術援助と指導	56	生産性、品質向上プログラム、Bapak Angkatシステム、JETRO AC事業	MA企業への専門家派遣
ビジネス指導	55	生産性および品質向上プログラム、企業家精神および専門能力開発プログラム、JETRO AC事業	HDPC、貿易研修センター活用
海外へのミッション派遣	43	輸出振興庁、JETRO AC事業	現行体制の強化、拡大
引合サービス	21	輸出振興庁、JETRO AC事業	HDPC
輸出業務代行	10	Bapak Angkatシステム	HDPC、MA企業
その他	3		

(2) 原材料

	回答数	現在の体制、プログラム	想定される追加的發展策
協同調達(Koperasi経由)	98		KOPINKRA
研究開発	76	小規模工業研究開発プログラム、BBKB	HDPC、BBKBの活性化
品質検査(検査機器提供)	65	PPMB	UPTへの機器供与、専門家派遣
工業規格の制定(SII)	32	生産性および品質向上プログラム	現行体制の拡大強化
その他	3		

ハンディクラフト184社の要望事項（項目別）

(3) 生産

	回答数	現在の体制、プログラム	想定される追加的發展策
技術指導と訓練	115	生産性および品質向上プログラム、企業家精神および専門家育成プログラム、JETRO	MA企業の専門家派遣、化学品検査センター拡充、外国企業との技術提携
外国人専門家による指導と訓練	76	UNIDO、JETRO、JICA、JODCなど	専門家派遣
TPLによる指導の強化	43	生産性および品質向上プログラム	TPLの訓練
情報・データサービス	34	生産性および品質向上プログラム、小規模工業の研究開発プログラム	UPTへの通信機器整備
セミナー開催	23	生産性および品質向上プログラム	PTKIの機能拡充
モデル工場設置	13		
その他	4		

(4) 品質管理

	回答数	現在の体制、プログラム	想定される追加的發展策
指導、訓練	118	生産性および品質向上プログラム、Bapak Angkat システム	現行体制の拡大強化、専門家派遣
外国人専門家による指導	67	JETRO、JODCなど	現行体制の拡大強化
情報サービス	55	生産性および品質向上プログラム、Bapak Angkat システム	UPT、への通信機器供与
検査機器の共同調達と利用	29		UPT、への通信機器供与
セミナー開催	21	生産性および品質向上プログラム、PPMB	専門家派遣
移動指導	5		
その他	3		

ハンディクラフト184社の要望事項（項目別）

(5) デザイン

	回答数	現在の体制、プログラム	想定される追加的發展策
指導・訓練	113	生産性および品質向上プログラム、JETRO	バリデザインセンター活性化、HDPC
日本におけるデザイナーの訓練	75	JICA	現行体制の拡大強化
日本における外国人デザイナーによる指導	64	JETRO	現行体制の拡大強化、ハンディクラフトデザインコンテスト
情報サービス	46	生産性および品質向上プログラム、JETRO	HDPC、UPTへの通信機器供与
セミナー開催	16	生産性および品質向上プログラム、JETRO	HDPC
その他	2		

(6) ビジネス

	回答数	現在の体制、プログラム	想定される追加的發展策
ビジネスおよび輸出手続の指導	113	輸出振興庁	取引情報センター、貿易研修センター、専門家派遣
ミッション派遣	44	輸出振興庁、JETRO	現行体制の強化拡大
日本の生産者に関する情報サービス	36	JETRO	HDPC、UPTへの通信機器供与
セミナー開催	23	輸出振興庁	HDPC
輸出業務代行	17	Bapak Angkatシステム	HDPC
クレーム処理代行	9	JETRO	HDPC
その他	8		

(%を求めるときの基数はサンプル数)