

## 2025年度フィールドスタディ・地域活性化論実施報告(ホームページ掲載)

科目名	フィールドスタディ B	教員名	原田 将
実習先	インドネシア・ジャカルタ		
実習期間	2026年2月23日(月)～2026年3月1日(日)		
テーマ	インドネシア市場における日本企業のマーケティング戦略の実態調査		

### 目的(実習のねらい):

事前学習・調査・事後学習を通じて、インドネシア市場における日本企業のマーケティング戦略の特徴ならびに課題を学ぶことが、本講義の目的である。同時に、グローバル人材に必要な能力を知ることにも目的である。

### 実習報告:

事前学習では、学生はグループに分かれ、各グループで訪問先企業を決めアポイントを取った。今回は、ジャカルタに所在する企業を対象に訪問することになった。事前学習をもとに質問票を作成し、それを訪問先企業に送付した。帰国後、訪問先企業に確認を取りながら、調査結果を報告書にまとめこの講義を終了した。

詳細は次の通りである。

#### 2/24(火) ヤクルト、トヨタ訪問

午前中にヤクルト、午後にトヨタ自動車を訪問した。ヤクルト調査では、ヤクルト製品の販売を通じて、ヤクルトの企業ビジョンを体現していること、現地市場の消費者の健康的な生活に貢献していること、などについて学ばせていただいた。また、トヨタ調査では、競合企業の台頭への対応や現市場ニーズへの対応などについて学ばせていただいた。

#### ヤクルトインドネシアでの研修の様子



## トヨタインドネシアでの研修の様子



## 2/25（水） 味の素訪問

味の素インドネシアを訪問し、インドネシア市場でのマーケティング戦略について学んだ。競合との差別化、チャンネルへの対応など、味の素が取り組んでいるマーケティング戦略について教えてもらった。

## 味の素インドネシアでの研修の様子



## 2/26（木） パイロット訪問

午前中は、パイロットを訪問し、インドネシア、ならびに ASEAN の筆記具市場、パイロットのインドネシア市場戦略について学んだ。

午後は、パイロット社員の方の引率のもと、現地の流通企業を訪問した。チェーン展開をしているモダン・トレード（MT）だけでなく、個店経営であるトラディショナル・トレード（TT）や卸売企業などを訪問させていただいた。

## パイロット・インドネシアでの研修の様子



### 2/27（金） 現地流通実態調査

日用品の新興国市場戦略において鍵となるチャネル戦略を理解するために、ジャカルタ市内の流通実態を調査した。MTを中心に様々な業態の小売企業を訪問し、商品構成、価格帯、パッケージなどについて調査した。

### 2/28（土） 現地流通実態調査

飛行機の出発時間（夜）まで、前日と同様、流通実態を調査した。

### 成果：

以上のように本講義では、事前学習・調査・事後学習を通じて、インドネシア市場の日本企業のマーケティング戦略について学習した。学生は、今回の講義を通じて、インドネシア市場における日本企業のマーケティング戦略の実態だけでなく、海外駐在員の役割やビジネスマナーなど多くのことを学んだと思われる。通常の座学の講義では経験することができない貴重な学習の機会であった。

### その他：

本講義は、訪問企業の協力なしでは実現できない。改めて訪問先企業の方々には感謝申し上げます。

### 学生の向上度：

百聞は一見に如かず。まさにこのことを痛感したと思われる。多くの情報が手に入る現代において、その裏で起きていることを知ることができたことも成果として挙げられる。つまり、インドネシア市場戦略の本質を知ることができたのではないかと考えられる。

以上