

国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略 (インドネシア)

1.基礎データ

輸入 1,781億ドル
輸出 1,762億ドル

- ・人口:257百万人 (人口増加率 1.3%)
- ・面積:約189万km² (日本の約5倍)
- ・宗教:イスラム教、ヒンドゥー教、キリスト教ほか
- ・名目GDP:8,886億ドル
- ・一人当たり名目GDP:3,524ドル
- ・実質GDP成長率:5.0%



2.日本との関係

日本とEPA締結、TPP未参加

- ・為替レート:1インドネシアルピア=0.01円(2016年1月時点)
- ・対日輸入:17,008百万ドル(一般機械、原料別製品、輸送用機器等)
- ・対日輸出:23,166百万ドル(鉱物性燃料、原料(非鉄金属鉱)等)
- ・日本の直接投資:27億510万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数:1,766、居留邦人数:17,893人
- ・日本への渡航者数:205,100人(国・地域別14位)
- ・日本からの渡航者数:486,687人



3.農業関連データ

- ・農業生産額:126,047百万ドル(穀物自給率87%)
- ・農産物輸入額:17,648百万ドル
- ・主な輸入品:小麦(2,439百万ドル、オーストラリア、カナダ等)、大豆粕(1,927百万ドル、アルゼンチン等)、粗糖(1,678百万ドル、タイ、ブラジル等)
- ・インドネシアは、穀物自給率は高いが、穀物の輸入が多い。

4.市場の特性

物価(参考)
りんご(1kg)約1,900円(日本産)、約995円(韓国産ふじ)約500円(インドネシア産)
コメ(5kg)約2,200円(インドネシア産)、日本産確認できず

- ・イスラム圏最大の人口。多民族国家で多様な地域性が見られる。寛容な考えのイスラム教徒が多い。
- ・日インドネシア経済連携協定の効果もあり、輸出は増加傾向。
- ・日系外食企業のほか、食品関連企業も進出し現地生産。
- ・インドネシア人の人口の約半数が一日2ドル程度で生活。首都ジャカルタの平均月給(事務職)も約4万円程度だが、一方で富裕層も存在し、格差が顕著。経済発展により中間層も拡大。
- ・食料自給や輸出拡大のため保護主義的な動きが強まっており、輸入規制の強化や不透明な運用が見られる。

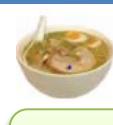
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・伝統的にコメが主食。大豆加工品、魚、卵等からタンパク質を摂取する食生活だったが、経済成長に伴い食文化は多様化。肉類の消費も増加。
- ・国民の9割がイスラム教徒で豚肉が禁忌。肉類消費の多くが鶏肉。
- ・日本と比較して味が濃い、または、強いものを好む。味付けにとがらしを多用する。甘いものであればより甘く、辛いものであればより辛いものが好まれる。
- ・酸味はあまり得意ではない。酢が効いたドレッシング等は好まれない。

6.商流・商習慣

- ・小売店では、賞味期限が残り3~4カ月となると、置かれない場合が多い。また、日本からの輸送・輸入手続きで国内配送までに1カ月を要することもある。このため、輸入業者は、日本出港時点で賞味期限10カ月未満の商品は取り扱いがらない。
- ・コールドチェーンは未成熟な状況。

7.外食・小売等の状況



日本食

高い
外食率

外食

その他

- ・日本食人気は高く、新鮮さやヘルシーさといった印象を持たれている。ジャカルタ特別州のみで日本食レストラン数は474店。
- ・高級層から低所得者層向けまで幅広い。吉野家やペッパーランチ、大戸屋などの日系外食企業の進出が増えているほか、現地の日本食チェーン店やシンガポール系回転寿司チェーンなども増加。
- ・中華系を中心に豚骨ラーメンがブーム。日系チェーン店も進出。

- ・屋台や食堂で比較的安価に飲食ができるため、自宅で料理をしない人の割合が高い。
- ・インドネシア料理、中華料理のほか、ファーストフード店なども多数。

百貨店

- ・主要日系百貨店の進出なし。

サービス業
参入規制

- ・面積400m²未満のミニマーケット(コンビニ含む)などへの外資参入の禁止、ローカルコンテンツ要求(国産品80%使用義務)等、外資に対する規制が厳しく、日系流通業進出の大きな障壁となっている。

流通
・
小売

スーパー
(GMS、食品スーパー)

- ・2015年にイオンモールがジャカルタ郊外に進出。モール内にはラーメン7店を集めた「ラーメンビレッジ」を開店。
- ・カルフル(仏)やロッセマート(韓)などのハイパーマートも展開。
- ・日本産品が売られるスーパーマーケットは富裕層をターゲットとしたごく一部の高級スーパーに限定。

CVS(コンビニ)

- ・ローソン、セブンイレブン、ファミリーマート、ミニストップなど。低価格帯の商品が中心で日本産品はあまり取り扱っていない。

生鮮市場

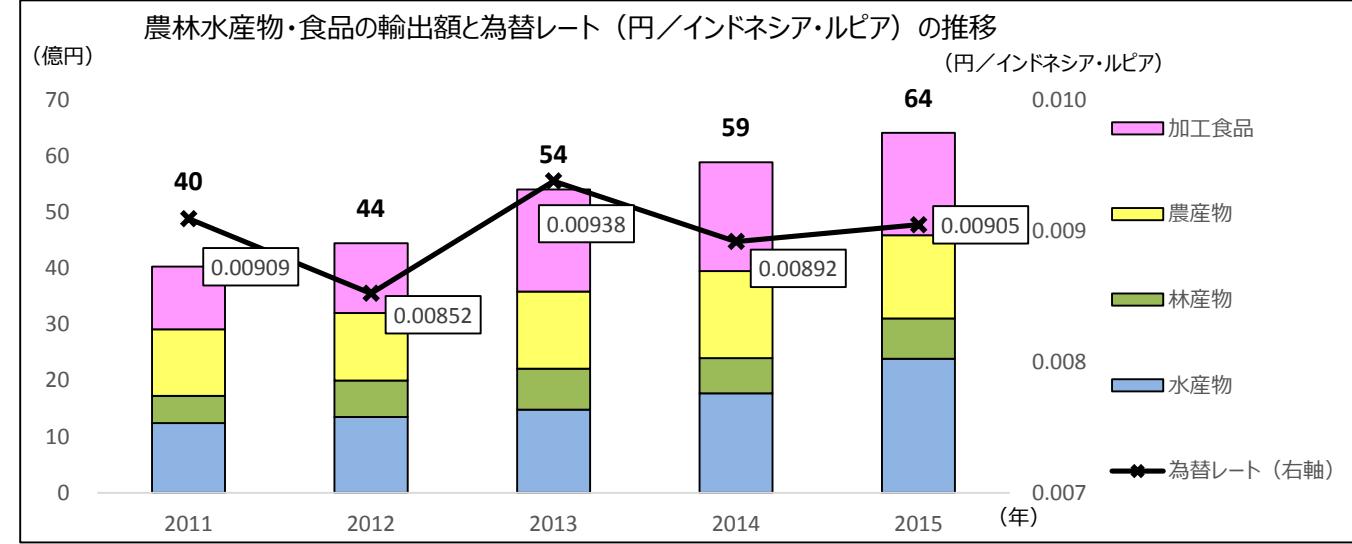
- ・市場は低価格品の現地品が中心で、日本産品の取扱いはほとんどない模様。

加工
原料

水産加工場

- ・加工用原料(主に缶詰用)として輸入されている日本の水産物もみられる。加工後、他国へ再輸出されることが多い模様。

- 日本からの農林水産物・食品輸出は年々拡大しているが、小売・外食向けの食材の輸出は非常に少ない。
- 水産物（「さば」や「かつお・まぐろ」など）は、加工原料用の輸出が中心。
- 近年、日系外食企業が多数進出しており、日本食の人気も高いものの、輸入規制やハラール対応の問題などから、農産物の輸入は限定的。



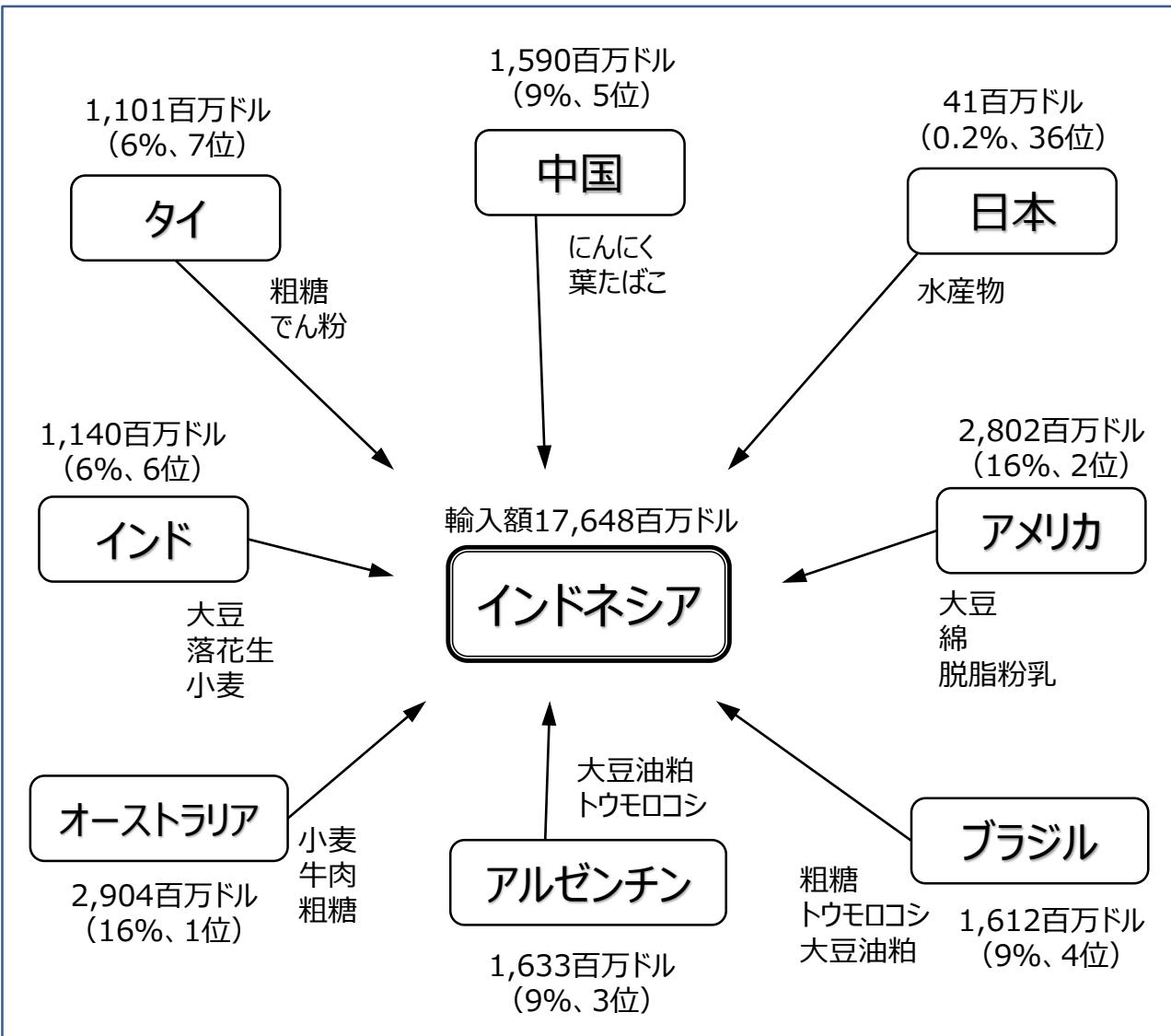
<輸出上位品目の状況及び今後の見通し>

順位	品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013~)	現状	課題	今後の見通し・取組み
1	さば	11億円	358.1%	・加工原料（主に缶詰）用としての輸出が多い。 ・加工後、他国へ再輸出されている模様。 ・日本での水揚げ増加を背景に、輸出も増加。	・品質面での差別化が難しく、価格競争に陥りやすい。 ・水揚げ量や国内外の価格に応じて輸出量が変動。	・日本での水揚げの状況に応じて変動すると考えられる。
2	製材	3億円	45.1%	・日本の大手楽器メーカーの工場があるため、楽器用材の高級製材品の輸出が中心。	・一般用途の製材品については、現地水準からみて日本産はかなりの高価格。	・今後も楽器用は一定の輸出が行われると考えられる。
3	錦鯉等	3億円	20.8%	・経済発展に伴い、中国系の富裕層を中心に錦鯉愛好家が増加。20以上の愛好家団体がある。	-	・今後も輸出の増加が期待される。
4	配合調製飼料	3億円	11.4%	・養殖えびや畜産向け。	-	-
5	ソース混合調味料	2億円	16.0%	・日本食文化・日本食レストランの拡大に伴い増加。	・医薬品食品監督庁に登録し、商品ラベルに輸入食品登録番号（ML番号）の表示が必要。	・今後も堅調な需要が期待される。
6	播種用の種、果実及び胞子	2億円	1.2%	・野菜種子が中心。主に、チンゲンサイ、キャベツ、にんじん、はくさい。	・植物新品種保護国際同盟(UPOV)未加盟のため、国際標準レベルで品種の知的財産権が保護されていない。 ・園芸事業における外資規制。	・ASEAN+3の枠組みを使ったUPOVへの参加要請を継続。 ・引き続き外資規制の緩和を要請。
7	かつお・まぐろ	2億円	▲59.7%	・加工原料（主に缶詰）用としての輸出が多い。 ・加工後、他国へ再輸出されている模様。	・品質面での差別化が難しく、価格競争に陥りやすい。 ・水揚げ量や国内外の価格に応じて輸出量が変動。	・日本での水揚げの状況に応じて変動すると考えられる。
8	メントール	1億円	248.7%	・歯磨き粉、メントールたばこ、ガム等に使用。 ・天然ハッカの原料を輸入し、日本で抽出・加工し、メントールとして輸出。	-	-
9	植物の液汁エキス	1億円	179.6%	(詳細不明)	-	-
10	ベーカリー製品製造用混合物	1億円	▲30.5%	(詳細不明)	-	-

＜その他の品目の状況及び今後の課題＞

品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013～)	現状	課題	輸出拡大のための取組み
牛肉	0.04億円	－	<ul style="list-style-type: none"> ・2014年に日本産牛肉の輸入解禁。 ・近年消費量が増加しており、オーストラリアからの輸入も多いため、需要がある可能性。 ・富裕層を中心に、日本のブランド牛の知名度は高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・インドネシア向けのハラール認証を受けた食肉処理施設は1箇所のみ。 ・輸入規制が頻繁に変更され、現在は輸出する部位等に関する規制が存在。 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き食肉処理施設の認定等の支援。 ・部位規制に関し、アメリカ及びNZの提訴により設立されたWTOパネルに第三国として適切に対応。 ・高級部位以外の消費ルートの確保。
加工食品 (カップめん)	0.1億円	▲47.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・カップめんのニーズは非常に高い。(国内製品のシェアが非常に高い。) ・即席めんの人口一人あたりの消費は世界2位。 	<ul style="list-style-type: none"> ・賞味期限（商慣行から10か月以上の賞味期限が必要） ・既に、日系企業が現地又は他国で生産した日本ブランドのカップめんも流通。 	－
菓子 (米菓除く)	0.8億円	▲65.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・インドネシアからの訪日旅行者に日本の菓子は人気。 	<ul style="list-style-type: none"> ・他国産との差別化。 ・既に、日系企業が現地又は他国で生産した日本ブランドの菓子も流通。 	－
清涼飲料水	0.7億円	17.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食・日本食材は広まっており、緑茶飲料の人気も徐々に高まっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・他国産との差別化。 ・既に、日系企業が現地又は他国で生産した日本ブランドの清涼飲料水も流通。 	－
調味料 (醤油など)	0.6億円	8.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食文化・日本食レストランの拡大に伴い増加。 	<ul style="list-style-type: none"> ・医薬品食品監督庁に登録し、商品ラベルに輸入食品登録番号（ML番号）の表示が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地の日本食レストラン等の外食事業者による需要を深掘り、拡大。 ・現地ニーズに対応した商品開発や売り場作りの提案のための見本市等の機会を捉えたテーマ性のあるプロモーション等の推進。
りんご	0.2億円	▲59.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・日本のりんごの認知度は上がり始めている。 ・2016年4月に生産国認定が完了し、首都ジャカルタのタンジュンプリオク港での水揚げが可能となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産国認定。 ・輸入割当に対する輸入許可制度（実質的には、輸入割当）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き品目ごとに、生産国認定に対応。 ・輸入許可制度の運用改善を要請。
もも	0.01億円	－ (2013年輸出なし)	<ul style="list-style-type: none"> ・現在アメリカ産などが流通しているが、それらと品種が異なる日本産には可能性あり。 ・輸入許可制度の対象外。 		
その他果物 (ぶどうなど)	0.1億円	332.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・りんご以外の日本産果物はほとんど流通しておらず、現地産、韓国産、アメリカ産などが流通している。 		
緑茶	1.0億円	55.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・緑茶の販売は徐々に増加。 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の嗜好等の把握。 ・生産国認定や残留農薬等検査への対応。 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の嗜好等の把握。 ・ロット毎の残留農薬等検査を行うとともに、今後、生産国認定に向け検討。

＜他国からの農林水産物・食品の輸入状況＞



※FAOSTAT2013及び各国統計より作成。計数・順位はFAOSTAT2013のもの。

- 日本の輸出額は、インドネシアの輸入額の1%未満。
- インドネシアは、穀物自給率が高いが、飼料用としてのトウモロコシのほか、世界有数の食用消費量を誇る大豆やパンなどの消費拡大に伴う小麦など、穀物の輸入が多い。

＜輸出上位品目の競合の状況＞

品目	主な輸出国	日本産のシェアなど
さば	・中国 ・マレーシア	・日本の輸出は輸入額全体の4%程度。 ・中国産が6割以上のシェア。
製材	・アメリカ ・NZ	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。 ・アメリカ産が4割以上のシェア。
錦鯉	・日本	・日本の輸出は輸入額全体の83%程度（輸出1位）。
ソース混合調味料	・マレーシア ・中国	・日本の輸出は輸入額全体の4%程度。
かつお・まぐろ	・日本 ・オーストラリア	・日本の輸出は輸入額全体の32%程度（輸出1位）。
播種用の種等	・日本 ・タイ	・日本の輸出は輸入額全体の30%程度（輸出1位）。
メントール	・中国 ・インド	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。

＜その他の品目の競合の状況＞

品目	主な競合先	日本産のシェアなど
牛肉	・オーストラリア ・NZ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・オーストラリア産が7割以上のシェア。
加工食品 (カップめん)	・中国 ・台湾	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。 ・中国産が6割以上のシェア。
菓子 (米菓除く)	・マレーシア ・中国	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。
清涼飲料水	・マレーシア ・タイ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・マレーシア産が5割以上のシェア。
りんご	・中国 ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・中国産が6割以上のシェア。
もも	・アメリカ ・チリ	・輸出実績なし。
その他果物	・中国 ・タイ	・輸出実績なし。 ・中国産が4割以上のシェア。

1. 検疫協議、食品安全規制等

<動物検疫>

- ・牛肉は輸出可能。
 - ・鶏肉は、輸出解禁に向けて検疫協議中（2016年2月解禁要請）。
- ⇒ 鶏肉の輸出解禁に向け引き続き協議を実施。

<牛肉>

- ・食肉処理施設はハラール認証とHACCP導入が必要。1施設が認定。
- ⇒ 食肉処理施設に対するHACCP導入の推進や認定取得に際しての技術的助言等の支援が必要。
- ・2014年12月、インドネシア農業大臣令により、高級な特定部位（ヒレ、サーロイン等）のみの輸入に制限。

※豚肉はイスラム教人口が約9割であることから輸出しても販売は難しい。

<青果物関係>

- ・検疫上は、現在、ほとんどの品目で輸出が可能だが（検疫証明書の添付は必要）、輸出には以下の様々な制約あり。
 - ・安全性確保措置の認定：インドネシア政府による輸出国の安全性確保措置の認定（生産国認定）を受けるか、または、検査機関による残留農薬等の証明書を添付することが必要。（生産国認定を受ければ、ジャカルタの港の利用が可能。また、輸入手続きが簡略化される。）
- ⇒ 2016年4月、りんごについて登録済み。
- ⇒ 2016年2月から、インドネシア政府への検査機関の事前登録が必要となったため、2015年12月に申請し、2016年3月登録済み。
- ・輸入許可制度：一部の生鮮果物・野菜の輸入に際し、輸入業者が輸入許可証（輸入可能数量の割当を含む）等の取得が必要となっているが、農場の登録情報又はGAP認証書等の確認厳格化、不透明な運用等から輸入許可証等の取得が非常に難しい状況（アメリカ、NZがWTOに提訴。日本も第三国参加）。

<水産物>

- ・今後、衛生証明書（HACCPによる衛生管理が必要）の添付が必要となる見込み（時期未定）。
- ・インドネシア政府が定める用途・魚種以外のもの（生食用のまぐろ等）を輸出する場合には、インドネシア政府に個別に申請し許可を得る必要。

<加工食品>

- ・加工食品には、輸入者が医薬品食品監督庁（BPOM）に加工食品を登録する必要。登録番号（ML番号）の商品ラベルへの表示が必要。

<ハラール認証>

- ・ハラール認証を取得すれば、認証マークを商品に表示して販売することが可能。

<輸入手続き>

- ・輸入手続きの遅延・不透明といった指摘がみられる。

2. 放射性物質に係る輸入規制

- ・全ての農水産物・食品について放射性物質の検査証明書の添付が必要。
- ⇒ 引き続き規制の解除について協議。

3. ブランド保護

- ・日本の農林水産品GIマークの商標登録を申請中。
 - ・インドネシアには独自の地理的表示保護制度があり、我が国と地理的表示の相互保護の枠組みづくり等を促進することが必要。
 - ・日本の優良品種が大量に増殖・販売されるおそれがある。
- ⇒ 植物新品種保護制度の整備・運用を要請。

4. 物流

- 物流関係は一定の量があるが、コールドチェーンに課題。

- ・日本との航空便は週約55便。航空輸送時間は約8時間。（スカルノハッタ国際空港約40便、デンパサール国際空港約15便）。
- ・日本とのコンテナ航路は週約2便。海上輸送日数は最短で約9日。
- ・インドネシアにおいて、冷蔵・冷凍の倉庫貸し及び配達を行っている企業は少なく、コールドチェーンは全体として未成熟な状況（大手小売は独自にコールドチェーンを確保）。
- 輸入業者が保冷車を有していない場合には、氷で冷やした状態で配達。交通渋滞による配送時間の遅延による品質劣化のケースもみられる。

※ インドネシアでのコールドチェーンの整備等を図るため、インドネシアへの参入を検討している日系の物流業者もみられる（物流業に関する外資規制について撤廃・緩和の動きが見られる）。

5. 関税

- ・自国で生産していない品目の関税率は比較的低い。
- ・牛肉5%、日本酒90%、醤油5%、うんしゅうみかん20%など
- ・コメ、牛乳・乳製品に関税割当が設けられている。

※2007年に日インドネシアEPAを締結（2008年より発効）。

輸出拡大に向けた基本的な方向性

- インドネシアは、輸入規制が厳しく、規制の運用も不透明であるなど、農林水産物・食品の輸出のハードルは非常に高いものの、日系企業の進出も多く、日本ブランドの認知度は比較的高いことなどを踏まえると、環境が整えば、日本製品の輸出を増やすことは可能と考えられる。
- インドネシア向けの輸出については、現状では、実際に輸出できる品目が非常に少ないため、動植物検疫などの輸入規制や物流の制約の撤廃・緩和、輸出ルートの研究等に全力で取り組んでいくことが最も重要。
- このような中、輸入手続きが比較的明確な加工食品は、輸出に取り組み易いことから、まずは、ジャカルタなどの大都市において、所得が比較的高く、ハラール要件も不要な中華系向けを中心に、輸出の取組みを進めていくことが考えられる（ただし、インドネシアでは、日系企業の加工食品の現地生産も多いため、差別化が重要）。

（注）インドネシアは、イスラム教徒の数が非常に多いが、多民族国家で中華系などもおり、民族や宗教によって嗜好や禁忌食品などが異なっていることから、輸出にあたってはターゲットの明確化が必要。

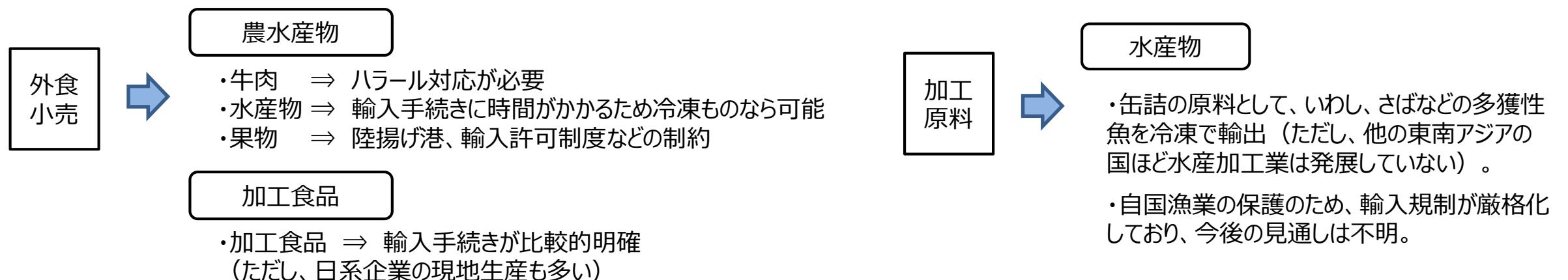
可能性が考えられる品目

- ・水産物（加工用：さば、かつお・まぐろ）
（小売・外食用：さば、さんま（冷凍もの））
- ・牛肉【特定部位のみの輸入に制限】
- ・果物（りんごなど）
- ・菓子、清涼飲料水、調味料
- ・錦鯉

輸出拡大に向けた主なターゲット

（参考）インドネシアの一人あたりGDPは3,500ドル程度だが、世帯可処分所得が35,000ドル以上の者は約870万人。

- インドネシアには、日系企業が多く進出しており、日本ブランドの認知度は比較的高いが、輸入規制が厳しく、運用も不透明であるなど制約が大きく、農産品などの輸出のハードルは非常に高い状況。その中でも、輸入手続きが他品目に比して明確な加工食品や水産物は、比較的取組みやすいと考えられる。



輸出拡大に向けた主な取組み

ニーズの把握、需要の掘り起こし

<見本市>

● SIAL InterFOODなどの見本市の状況や日系小売の販売状況などを調査し、ニーズ把握を進めるとともに、出展希望者を発掘し、出展を支援する。【経産、農水】

<訪日旅行者>

● インドネシアからの訪日旅行者向けに、日本・現地の旅行会社における、現在輸出が難しい品目を含んだ多様な日本食材を満喫できるツアーなど日本の食に関する旅行商品の提供を促進するとともに、ビジットジャパン事業と連携し、日本食・日本食材の魅力を海外に発信する。【観光、農水、民間】

● インドネシアからの訪日旅行者向けに、日本国内のムスリム旅行者に配慮したレストラン・食材に関する情報提供を進め、日本食材を食べる機会を増やす。【観光、農水、民間】

● 訪日旅行者の日本食や日本食材の好みなどについてインドネシアの日系小売・外食等へ情報提供を行う。【農水、観光】

品目ごとの取組み

<牛肉>

[方向性] 近年輸出解禁されたところであり、ハラール対応の輸出の実績を積み上げていく。

● シェフ等を対象としたプロモーション活動を実施する。【民間、農水】

● ハラール認証・規制や商習慣に関する情報を適時に把握し、生産者や輸出業者等に対し、迅速に対応策とともに情報提供を行う。【農水、外務、経産】

販路開拓、供給面の対応

<バイヤー情報等の情報提供、マッチング>

● 現地バイヤーの情報等について幅広く情報提供を行うとともに、現地バイヤーや物流業者等の紹介・マッチングの取組みを進める。【経産、外務】

<現地生産の情報提供>

● 現地生産又は他国で生産された日本食材（加工食品等）の流通状況に関する情報提供を行う。【農水、経産】

<小売>

● 小売で販売しやすい価格とするため、菓子などの加工食品について、小分けでの提供を進める。【民間】

<日系企業の進出支援>

● 日系小売・外食の進出支援を積極的に進める。【経産、農水、民間】

<ハラール認証>

● インドネシアのハラール認証に関する認証基準の明確化、情報提供等を進め、牛肉の処理施設をはじめとして同国の認証取得を推進する。【農水、経産】

物流

● ハラール対応の物流に関する認証基準の明確化・情報提供を進める。【国交、経産、農水】

● 日系企業の物流事業の進出支援を積極的に進める。【国交、経産、農水、民間】

輸入規制に関する主な取組み

海外当局への働きかけ

<動物検疫>

・鶏肉について検疫協議を実施。

<牛肉>

・部位等に関する規制の撤廃の働きかけ。

<青果物関係>

・りんご以外の品目について、生産国認定の申請に対応。
 ・輸入ライセンス制度の改善を要請（WTOでの議論をサポート）。

<外資規制>

・物流などの外資規制の撤廃・緩和を引き続き働きかけ。

<二国間対話>

・二国間対話（日インドネシア農業協力に関する二国間フォーラム等）を活用した輸入規制の緩和やビジネス環境の整備を働きかけ。

<知的財産権保護>

・UPOV(植物新品種保護国際条約)1991年条約の早期締結に向けた働きかけを強化。

理解の促進・適合に向けた取組みの実施

・食肉、青果物、水産物、加工食品など全般にわたって、輸入に関連する規制が厳しいことから、規制の内容や運用状況について情報提供を実施。

<ハラール認証>

・食品輸出に関してハラール認証の取得が必要な品目・業務の整理、ハラール認証に関する認定基準・手続き等の明確化、情報提供等を実施。