

農産物・加工食品の輸出に向けた
東南アジア市場調査
～東三河地域を中心としたケース～

2015年3月

日本貿易振興機構(ジェトロ)
名古屋貿易情報センター

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

はじめに

ジェトロでは、2014年より東三河地域を中心とする農産物・同加工品(調味料を含む)の東南アジア向け輸出事業に取り組んでいる。本事業では、愛知県内の東三河を中心とする地域における農産物(トマト、メロン、ブドウ、イチゴ等)および加工食品(漬物、佃煮、麺類等)を東南アジア(シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア等)向けに輸出の実現、販路拡大を図る。2014年7月にシンガポールのバイヤーを招聘して商談会、9月にはバンコク市内で商談会を実施、商談が成立して輸出に結びついた企業もある。

シンガポール、タイに続く有望な市場として、マレーシア、インドネシアが候補にあげられる。マレーシアは、東南アジア諸国の中ではシンガポール、ブルネイに次いで国民一人当たりのGDPが高い国で、富裕層・中間所得者層の比率が高い。一方、インドネシアでは、人口に占める富裕層・中間所得者層の割合は低いものの、人口が2億人と極めて多いことから、両国は潜在的な顧客の多さという点で、日本産品の輸出販売先として非常に魅力ある市場といえる。

しかし、最近こそ、イスラム圏の人々を対象としたビジネスに注目が集まり、ハラール認証の取得を含めてイスラム圏の国々への輸出販売に取り組もうとする事業者も増えてきてはいるものの、依然としてマレーシア、インドネシアの食品市場情報は乏しいのが現状である。このような状況を踏まえて、今回、現地スーパーマーケットで販売されている農産物・加工食品の調査を実施した。

本調査が輸出に取り組む事業者の参考となれば幸いである。

目次

1. 調査の概要	1
2. 調査対象地域と対象産品	1
3. 調査実施期間	1
4. 調査内容	2
1) クアラルンプール(マレーシア)での調査	2
a) 視察先(現地スーパーマーケット)	2
b) その他	20
2) ジャカルタ(インドネシア)での調査	21
a) 視察先(現地スーパーマーケット)	21
b) その他	35
5. まとめ	36

1. 調査の概要

現地の食品小売店舗（スーパーマーケット）で販売されている青果物（特に、輸入競合品）の種類と価格、日本食品の販売状況、ノンハラール商品（酒類を含む）の取扱い状況、等を調査した。

2. 調査対象地域と対象産品

本調査の対象地域は、クアラルンプール（マレーシア）とジャカルタ（インドネシア）。対象商品は、青果物（イチゴ、ミカン、トマト等）と加工食品（調味料類、アルコール類、お菓子類等）とした。

3. 調査実施期間

- ・クアラルンプール：2015年1月10日(土)～1月17日(土)
- ・ジャカルタ：2015年1月30日(金)～2月3日(火)

4. 調査内容

1) クアラルンプール(マレーシア)での調査

a) 視察先(現地スーパーマーケット)

(日系スーパーマーケット)

ISETAN, KLCC

Lot 10にある ISETAN が、一昔前のデパート風の店内レイアウトやディスプレイであるのに対して、KLCC の ISETAN はモダンなレイアウト・ディスプレイである。生鮮品売り場の近くにはデリカテッセンやイトイン・コーナーもあり、多くの買い物客で賑わっている。

果物類は現地産・輸入品ともに種類が豊富で鮮度も良さそうである。ただし日本製品の専用陳列棚はない。

視察時には福岡県産の柿が1個 3.95 リンギット(約130円)で販売されていた。

マレーシア産の有機トマト



マレーシア産のメロン



米国産のイチゴ



中国産のミニミカン



韓国産のナシ



福岡県産の柿



調味料を含む加工食品の品揃えは非常に豊富で、日本産品はほとんど何でも揃っている。アルコール類やノンハラル商品は店内の奥まったところに配置されているが、その種類は多い。また、棚によってはノンハラル商品であることを明記した注意書きも用意されている。

刺身のパック商品が陳列されたショーケースの上の棚で販売されている醤油類



イスラム教徒のお客様には不適であることを明示している



AEON/AEON Big, Mid Valley

かつての Carrefour 店舗を AEON が買い取って営業している。

日本国内同様、ISETAN が高所得者層向けの品揃えであるのに対して、AEON ではやや中間所得者層向けの品揃えとなっている。

加工食品の品揃えはかなりのものである。

ノンハラル商品については、店内の奥まったところに配置されてはいるが、陳列スペースがかなり広く、品数も豊富である。(特に AEON Big。)

韓国産のみかん

(下の棚にあるみかんの一部は変色している)



現地生産されているキューピー商品を含むマヨネーズ類



シンガポール産キッコーマン醤油、およびその他の調味料



ノンハラール商品が豪華に陳列されている (AEON Big)



(外国資本スーパー/ハイパーマーケット)

Cold Storage、KLCC

香港に本社を置く Dairy Farm 社が、東南アジア各国で展開している高級スーパーマーケット。農産物に関しては、現地産ミニトマトの取り扱いが多いように感じた。輸入果物には、韓国産の柿やミカン、春節ギフト商品として中国産ミカンが目についた。

韓国産のイチゴと柿（柿の価格は約 65 円。ISETAN で販売されていた日本産の柿の半値。）



色とりどりのマレーシア産ミニトマト



春節ギフト用の中国産ミカン



加工食品に関しては、日本の商品は少なく、例えば、調味料では、キッコーマン醤油とキューピーマヨネーズが販売されている程度、味噌については韓国製の味噌はあったが日本製の味噌はなかった。お菓子類やインスタントヌードルについても同様で、特に、インスタントヌードルについては、韓国製の品数に比べて日本産のものはかなり少ない。

ノンハラール商品は、店内の奥の方にあるアルコール類の販売場所と隣接した場所で販売されており、やや地味な売り場となっている。アルコール類についてはワインがほとんど。ビールについては、日本製品ではサッポロ（プレミアム）、キリン（一番搾り）、アサヒ（スーパードライ）が販売されており、また、一部の日本酒も販売されていた。

ノンハラール商品のコーナー



TESCO Extra

TESCO は英国に本拠地を置き、世界各地でハイパーマーケット事業を展開している。本店舗については、近傍エリアに中間所得者層の中華系マレーシア人が多いこともあり、相応の品揃えとなっている。例えば、高級果物類はほとんど販売されておらず、春節ギフト用の中国産ミカンが特設売り場で目を引いていた程度。

加工食品売場では、意外にも日本のインスタントヌードル「出前一丁」（タイ製）が数多く陳列されていた。また、現地で生産されている Pokka と日本から輸入された UCC の缶コーヒーとが販売されており、前者は 1.79-1.95 リンギット（約 60-65 円）、後者は 4.59 リンギット（約 150 円）と約 2.5 倍もの差があった。現地生産の場合と輸入の場合とで、どれだけ差があるのかを示す好例であろう。

一方、（これは TESCO 以外のスーパーマーケットでも見られることであるが、）パッケージを見る限りでは日本製と見間違えられるような中国製のお菓子類が多く販売されている。おそらく、一部の人は日本製だと思って購入しているのであろう。デザインとはいえ、このような販売方法もあるのかと考えさせられる商品である。

春節ギフト用の中国産ミカン



現地生産されている Pokka の缶コーヒーと輸入品の UCC 缶コーヒー



タイ製とはいえ日本のインスタントヌードルがこれほど多く販売されているのは珍しい



パッケージを見る限り、日本製品と思われてしまう中国製のお菓子



(現地高級スーパーマーケット)

JAYA Grocer

高所得者層・中間所得者層の顧客をターゲットとした地場系スーパーマーケットのひとつ。現地の中華系マレーシア人に加えて外国人の買い物客も多い。青果物については韓国産・中国産が多く、日本産青果物は目にしなかった。一方、加工食品については味噌・調味料を含めて日本製品の品数は充実している。

多くの日本製の味噌が販売されている



日本産の調味料類も豊富



梅酒・ゆず酒などの日本産酒類も多く販売されている



Village Grocer

本スーパーマーケットも中間所得者層以上の顧客をターゲットとしており、視察時には、特設売り場で和歌山産ミカンと青森産リンゴが、韓国産イチゴやオーストラリア産イチジクとともに販売されていた。特筆すべきことは、後述する Jason's や Ben's Independent Grocer と同様に、日本の農産物を専用に販売している常設陳列棚があること。

また、店内のオーガニック商品コーナーも充実しており、その中に愛知県産の味噌があったのも意外な発見であった。

特設売り場で販売されていた和歌山産ミカンと青森産リンゴ



すぐ近くでは韓国産イチゴやオーストラリア産イチジクも販売されていた



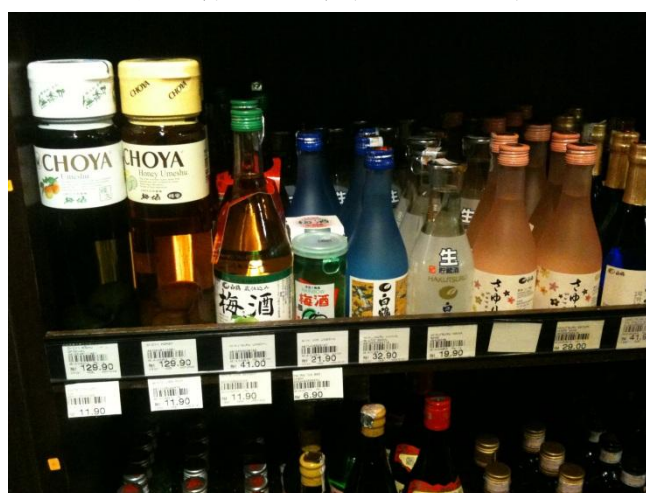
常設陳列棚で日本産の大葉、かぼちゃ、ピーマンなどが販売されている



常設陳列棚で販売されている日本産のミカンとメロン



日本産の梅酒や生酒、果実酒なども豊富



オーガニック商品コーナーで販売されている愛知県産の味噌



Jason's

前述の Village Grocer と同様に、日本の農産物を専用に販売している常設陳列棚がある。日本産加工食品も非常に豊富。

日本産の野菜・果物が販売されている常設陳列棚



日本産イチゴも販売され、買い物客の目を引いていた



スペイン産の柿



まるで日本のスーパーマーケットのように日本産の調味料類や加工食品が陳列されている



Ben's Independent Grocer

スーパーマーケット店内にイトイン・コーナーを設けており、 SHIPPING の途中でもゆっくりと飲食できるような店内設計になっている点が斬新である。買い物客には少しでも長くスーパーマーケット内に留まって、SHIPPING を楽しんでもらう。それによって売上の向上を図る、という発想のようである。

本スーパーマーケットにも日本の農産物を専用に販売している常設陳列棚があり、さらには、加工食品（特に、お菓子類）の日本コーナーが設置されている。

オーガニック商品も充実しており、Jason's で販売されているメーカーとは別のメーカーによる味噌が販売されていた。

日本産の野菜・果物が販売されている常設陳列棚



日本産の玉ねぎやサツマイモも販売されている



日本産加工食品の特設売り場



オーガニック商品コーナーで販売されている愛知県産の味噌



MERCATO

高級ショッピングモール PAVILION 内にあるスーパーマーケット。

高級果物類は販売されてはいるものの、Village Grocer, Jason's, Ben's Independent Grocer のように日本の農産物専用の常設陳列棚はない。一方、日本産加工食品の品揃えは充実している。

MERCATO を含む現地の高級スーパーマーケットでは、豚肉や高級ハム、ワインを中心としたアルコール類といったノンハラール商品は、どちらかというと高級品として、比較的目立つ場所に、それぞれ独立したコーナーで販売されている。

豊富な日本産加工食品類



店内にあるノンハラールのデリカテッセン。非常に豪華な商品陳列となっている。



b) その他

ジェットロクアランプール事務所からの情報提供

現地での最新情報として、

- ✓ 生鮮品の輸入に関して、最近では原産地証明に加えて、衛生証明書が必要になった。
- ✓ 2015年4月から、GST (Goods & Service Tax) が課税されるようになる。

また、ハラール商品の取り扱いに関するコメントとして、

- ✓ マレーシアでは、JAKIM 認証のある商品以外はハラール商品とは公式に認められていない。すなわち、マレーシア国内では、インドネシアのハラール認証 (LPPOM-MUI) やシンガポールのハラール認証 (MUIS) を受けた商品であってもハラール商品として認められない。

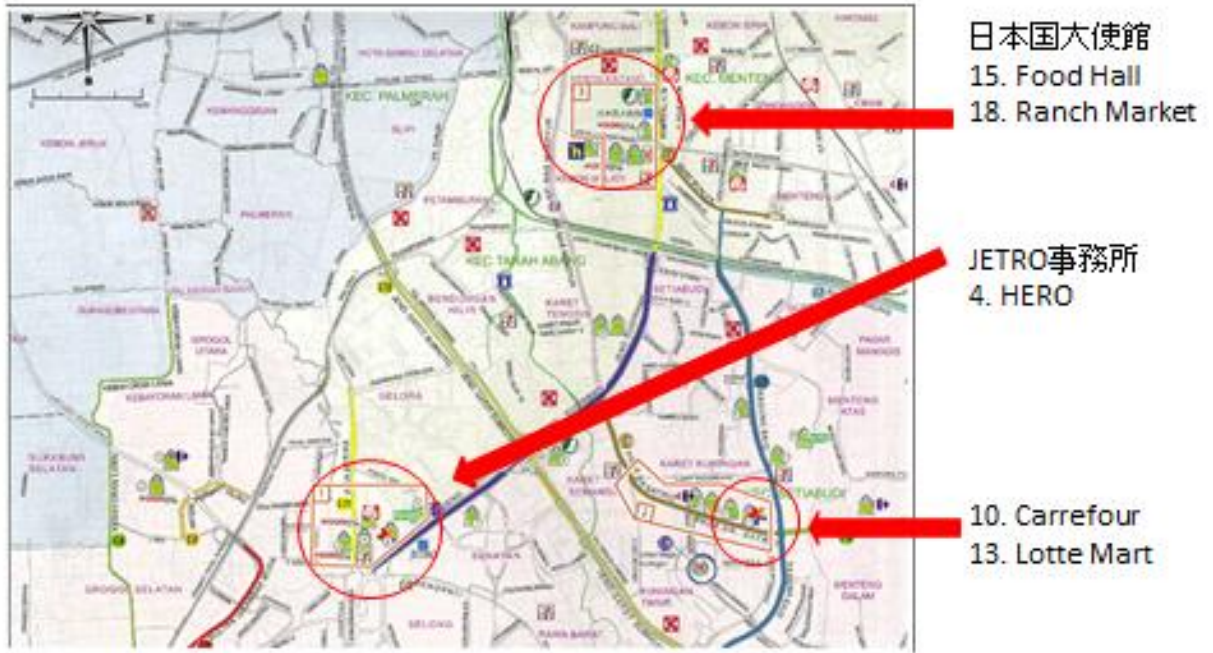
一方、実際の現地イスラム教徒の購買行動としては、必ずしも JAKIM 認証のある商品のみを購入するわけではなく、JAKIM 認証のない商品でも商品ラベルに記載されている成分を確認した上で購入している場合もある。各自の信仰に基づく自己判断と自己責任で商品を購入している、と思われる。

2) ジャカルタ(インドネシア)での調査

a) 視察先(現地スーパーマーケット)

(下図に視察した現地スーパーマーケットの一覧を示す。)

ジャカルタ市内の主なスーパーマーケット 市内地図



Copyright © 2015 JETRO. All rights reserved. 無断転載禁

出所:「ジャカルタスタイル」(東京ジャカルタ特別編マップ)U社刊

27

(日系スーパーマーケット)

PAPAYA

インドネシアでは日本産の農産物がほとんど輸入されていないことから、どこのスーパーマーケットでも現地産や日本以外の国から輸入された農産物が販売されている。

その点では PAPAAYA も例外ではないが、一方、加工食品については日系のスーパーマーケットらしく味噌や日本産の調味料、麺類（きしめんを含む）が販売されている。

日本産の野菜・果物類はほとんどない



韓国産イチゴが特売されている



味噌、こんにゃく、漬物などが販売されているが品揃えは乏しい



きしめんを含む日本産加工食品の陳列状況



豚肉やハム・ソーセージ類は「PORK」コーナーで販売されている



他のスーパーマーケットでは寿司のテイクアウトは行われていないが、PAPAYA では販売されている。



(外国資本ハイパーマーケット)

CARREFOUR, ITC Kuningan

フランス系企業でグローバルにハイパーマーケット事業を展開している。

視察時には、リンゴ (MUTSU) が唯一の日本産果物として販売されていた。また、一部の日本産調味料の他に、お菓子類で現地ではすでに定番商品となったものが販売されている。

日本産のリンゴ (MUTSU)



春節用の中国産ミカン



キッコーマン醤油に加えて、ヤマサ醤油、鰹つゆ等が販売されている



POCKY, PRETZ, Hello Panda 等は現地での定番商品



店の奥まったところにノンハラール商品は陳列されている



Lotte Mart, Kuningan City

韓国系のハイパーマーケット。視察時には、韓国産イチゴとナシ、中国産ミカン、日本産リンゴ、等が販売されていた。

豚肉やハム・ソーセージの売り場には、特に、「NON HALAL」、「PORK」といった表記はない。しかし、同売り場は、牛肉売り場から少し間隔を開けた位置で、なるべく人目に触れない場所に配置されている。

韓国産イチゴとナシ



春節ギフト用の中国産みかん



春節用特設売り場で販売されている韓国産ナシ



右手に見えるのが豚肉やハム・ソーセージの販売コーナー
(牛肉売り場とは壁で仕切られており、牛肉売り場の買い物客からは見えないようになっている)



(高級スーパーマーケット)

HERO

高級ショッピングモールの Plaza Senayan の内にあるスーパーマーケット。店内の品揃えからは、高所得者層というよりは中間所得者層をターゲットとしていると思われる。

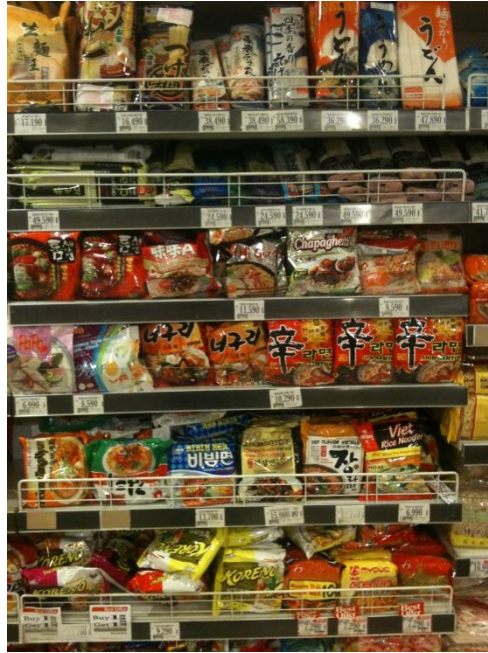
店内の様子



ブドウ（産地不詳）と韓国産イチゴが販売されていた



うどんやそうめんも販売されているが、麺類は韓国製品が多い



ノンハラール商品のコーナー



Ranch Market

中間・高所得層をターゲットにした現地の高級スーパーマーケット。生鮮品、加工食品ともに品揃えは豊富である。

店内の様子



現地産メロン



日本産リンゴ（KINSEI と FUJI）が販売されている



日本産リンゴ（MUTSU）とイチゴ（米国産および韓国産）



現地産のミニトマト



豚肉類の販売コーナーは、他の肉類の販売コーナーから少し離れた場所に配置されている



お菓子類のコーナーでも、豚由来の成分が入っている商品については、このような注意書きがある



Food Hall

Ranch Market 同様に、中間・高所得層をターゲットにした現地の高級スーパーマーケット。同マーケットにおいても品揃えは豊富である。

米国産のオレンジやイチゴ等



PT. ISE FOODS INDONESIA が現地で生産・販売している卵。生食も可能とのこと。



味噌やパック入り豆腐が販売されている



うどん、そば、そうめんといった麺類や調味料類も充実している



b) その他

ジェトロジャカルタ事務所からの情報提供

✓ハラール製品保証法について

インドネシアでは、2014年10月17日にハラール製品保証法が制定され、これまで MUI（インドネシア・ウラマー評議会）が行っていたハラール認証は、宗教省大臣の直下に置かれる新たな政府機関である BPJPH（ハラール製品保証実施機関）に移管されることになった。

同法によれば、ハラール認証は、BPJPH によって認定を受けた LPH（ハラール検査機関）と MUI が連携して行われる。すなわち、LPH ではハラール認証に関する製品の検査・試験を行い、MUI では LPH が行った検査結果を審査。その後、ファトワ（イスラム法に基づき聖職者が行う勸告・宗教令）審議委員会で同製品がハラールであるか否かを決定した後、BPJPH にその決定を表明する、というプロセスになる。

このように、MUI はハラール認証の権限は失ったものの、製品がハラールであるか否かの重要な判断については従前通り MUI が行うため、MUI は引き続きハラール認証に関する影響力を持つことになる。

ハラール製品保証法は、政治的な理由により、ユドヨノ政権が交代する直前に急ぎ制定された法律である。そのため、不確定な要素や曖昧な点が多い。一例として、日用雑貨等の製品にもハラール認証取得を義務付けるような可能性がある、とのこと。つまり、同法では口や手に触れるものは全てハラールでなければならないとされており、極端な例では、スプーンやビジネスで使う事務用品、パソコン等までが、手に触れるという理由でハラール認証を取得しなければならなくなってしまう危険性がある。

しかしながら、同法は国会で制定された法律であるため、大統領といえども改定を求めることはできない、とのこと。

ハラール製品保証法は法制化されたものの、法制化から2年以内に詳細規定が制定され、BPJPH はその1年後に設立される。また、BPJPH の運用がなされるまでの移行期間中は、現行手続きが有効となる。従って、現時点で大きな影響を受ける企業は少ない。しかし、同法の詳細規定が制定される過程で、日系企業がビジネスをする上で不利な規定とならないかどうかを注視していく必要がある。

5. まとめ

以下は、現地の食品小売店（スーパーマーケット）での調査等を通じ、日本（愛知県）産の食品（青果物および加工食品）のクアラルンプール（マレーシア）、及び、ジャカルタ（インドネシア）向け輸出について考察したものである。

（クアラルンプール）

マレーシア、特にクアラルンプールでは、高所得者層・中間所得者層の比率が高いことから、食品全般に関して、国産品・輸入品ともに品質の高い商品が多く販売されている。日本産の食品（青果物および加工食品）については、価格は高いものの、品質及び食に関する安全性の高さが認識されてきており、現地で日本食レストランが浸透するにつれて徐々にその人気が高まってきている。

基本的にハラール食品である青果物については、マレーシアでの食品輸入規制が厳しくないため、量的にはまだ少ないものの、高級果物類も含めた日本の青果物が多く現地スーパーマーケットで販売されている。特に、一部の現地高級スーパーマーケットでは、日系の食品輸入業者と協力して日本の農産物を専用に販売する常設の陳列棚を置いている。このような流れが加速すれば、日本産農産物のマレーシア向け輸出を飛躍的に増加させることも可能であろう。

青果物の輸出で課題となっているのは、主に鮮度保持と輸送コストの低減である。それら課題の解決を目指して、事業者（生産者）と物流業者が互いに知恵を出し、協力し合えるような仕組みや体制を構築していく必要がある。これによって、青果物の輸出拡大が図れるものと考えている。

一方、日本の加工食品については、そのほとんどがハラール認証（JAKIM）を取得したものではないにもかかわらず、現地では数多くの日本産品が販売されている。これは、現地の高所得者層には非ムスリムの中華系マレーシア人が多いこと、イスラム教徒が必ずしも JAKIM 認証のついた商品のみを購入するという訳ではなく、最終的には消費者が商品ラベルに記載された成分を見て独自の判断で購入の可否を決めていること、等によるものだと考えられる。

愛知県の加工食品メーカーがマレーシア市場を目指すのであれば、JAKIM 認証を取得してイスラム教徒に向けてアピールしていくのも一法、商品にハラムなものを含んでいないことを明記するにとどめて、別の方法（パッケージデザインの改良、現地メディアや SNS を利用した販促活動、等）により商品を PR するのも一法であろう。

現地では、健康志向の高まりによりオーガニック商品の人気も高くなっているようである。現地のスーパーマーケットによっては、オーガニック商品専用のコーナーを設けているところもあり、実際に、愛知県産の2種類の味噌が販売されていた。今後、オーガニックあるいは健康食品であることを訴求ポイントにして商品を販売することも有効だと考える。

(ジャカルタ)

インドネシアでは、高所得者層・中間所得者層の比率が低いこと、輸入品に関する制度的制約の多さ（例えば、加工食品における ML 番号取得義務や青果物における輸入数量割当や輸入業者、輸入港の制限）、コールドチェーンが未整備であること、等から、食品全般に関して今一つの印象を受けた。実際に、スーパーマーケット内での陳列商品を見ても、マレーシアに比べると品質や品揃えの点で見劣りがする。

一方で、現地での日本食レストラン数は伸びており、また、今年5月には AEON が出店の予定である。現地での所得水準の向上に伴い、日本産食品（青果物および加工食品）への需要も高まるものと期待されている。

インドネシアで輸入されている日本産青果物は非常に限定されている。現地では、まだリンゴ以外の日本産果物類には馴染みがない上に、実質的に青果物は航空便で輸送するしか方法がないという状況の中、高いコストをかけて輸送しても利益が出る高級果物類を、購買能力が低い消費者に向けて販売するというのは、正直なところリスクが高い。

従って、例えば、現地で輸入されている果物類に比べて差別化を図れる商品について、期間を限定して、現地での販売プロモーションを図るべき輸送費や販促費を予算化する、というような方策が必要になるろう。

加工食品のインドネシア向け輸出については、ML 番号取得をはじめ煩雑な手続きは必要だが、青果物ほどリスクは高くはない。しかし、前述の通り、現地の輸入業者にとっては賞味期限が 10 カ月程度ないと商品の取扱いが難しいことから、海外向け製品の賞味期限の設定をどうするかがポイントとなる。

加工食品の中で、比較的容易にインドネシア向けに輸出・販売できそうなものはお菓子類であろう。愛知県には多くのお菓子類製造メーカーがあり、賞味期限が長く、現地で気に入られる商品を開発できれば、継続的に輸出することも決して不可能ではない。

東三河地域を中心とする農産物および加工食品の東南アジア輸出に向けた現地市場調査

2015年3月作成

作成者 ジェトロ（日本貿易振興機構）名古屋貿易情報センター
〒450-0002 愛知県名古屋市中村区名駅4丁目4-38 愛知県産業労働センター18階
Tel. 052-589-6210
