

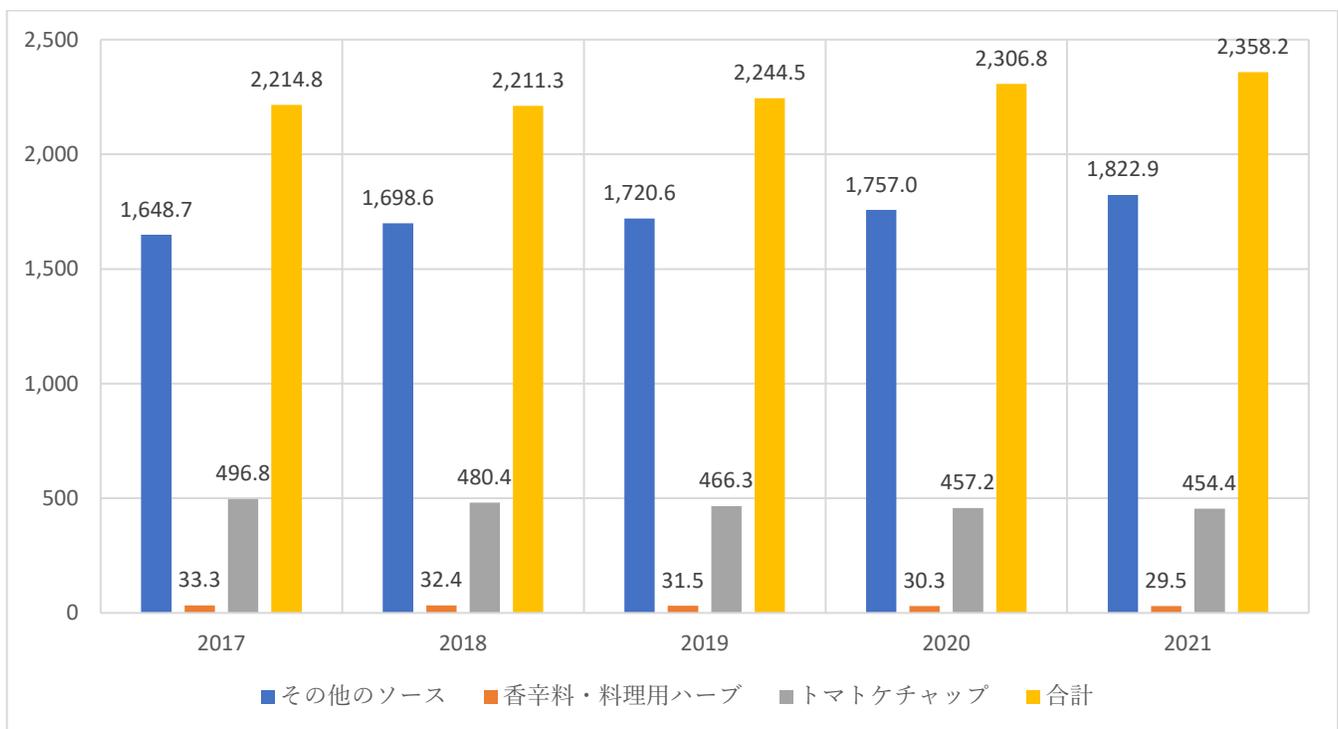
7.0 ソース・調味料

7.1 ソース・調味料の製造

(1) ソース・調味料の現地生産データは、インドネシア統計局や工業省を經由して入手することはできない。Statistaのレポートによると、インドネシア市場におけるソース・調味料の総生産量は2021年に23億5,820万kgに達し、2020年の23億680万kgから微増となった。

(2) トマトソースは全体の19%を占め、「その他のソース」が全体の80%を占めている。スパイスと料理用ハーブは全体の1%に過ぎない。

<図 49：インドネシア市場におけるソース・調味料の数量（2017年～2021年）（千トン）>



出典：Statista（2022年）、Sauces and Spices Indonesia（ソース・スパイス・インドネシア）

(3) インドネシアのソース類は、PT Heinz ABC Indonesia、PT Kikkoman Akufood Indonesia、PT Kewpie Indonesia、PT Indofoodといった大手企業だけでなく、醤油、トマトソース、チリソースなどを製造する中小企業や家庭用生産者も存在する。

7.2 ソース・調味料の輸出・輸入推移

(1) 醤油の輸出入 - HS 2103.10

- ① インドネシアは 2021 年に約 1,700 万米ドル相当の醤油を輸入し、2020 年の 1,500 万米ドルから増加した。主な供給先は、台湾、中国、シンガポールである。台湾は金額ベースで 48.8% のシェアを持ち、中国（26.5%）、シンガポール（15.5%）がそれに続く。日本はインドネシアの醤油市場で 4% のシェアを持ち、2021 年の輸入額は 70.5 万米ドルである。インドネシアは 2017 年から 2021 年の間に年平均成長率 4% で醤油を輸入している。醤油は、インドネシアを含むアジア料理で一般的に使用されており、ローカル製品も市場に出回っているが、インドネシアの人々は、日本料理を含む様々な料理に使用される輸入醤油を好んでいる。

【表 62 : インドネシアの醤油の輸入量、2017-2021 年（金額 千米ドル、シェア%）】

国名	2017		2018		2019		2020		2021	
	金額	シェア								
台湾	4,402	28.9	5,699	31.3	7,202	38.1	7,255	46.4	8,689	48.8
中国	6,438	42.3	7,617	41.9	6,370	33.7	4,649	29.7	4,712	26.5
シンガポール	2,427	16.0	3,039	16.7	3,301	17.5	2,050	13.1	2,813	15.5
日本	207	1.3	1,015	5.6	949	5.0	679	4.3	705	4.0
マレーシア	292	1.4	195	1.1	306	1.6	261	1.7	313	1.8
韓国	131	1.9	325	1.8	335	1.8	288	1.8	296	1.6
タイ	49	0.9	188	1.0	302	1.5	80	0.4	175	1.1
香港	9	0.3	90	0.5	128	0.7	9	0.1	61	0.2
米国	0	0.1	20	0.1	22	0.1	0	0.0	30	0.1
その他	1,548	6.9	1	0.0	0	0.0	377	2.5	91	0.4
合計	15,211	100.0	18,189	100.0	18,913	100.0	15,648	100.0	17,795	100.0

出典 : ITC Trade Map (2022 年)、輸入醤油

- ② インドネシアの醤油輸入市場は、少数の国によって寡占されているようである。その中で中国は、2017年の42.3%から2021年には26.5%に輸入シェアを落とし、輸入シェアの年平均成長率は同期間中にマイナス11%と減少傾向にある。これは主に、中国が自給自足と食料安全保障に重点を置いていることに起因している。中国は最大の大豆生産国の1つであるが、(醤油の原料となる)大豆の大規模な輸入国でもある。米国との貿易戦争では、中国の外国産大豆への依存が弱点とされた。中国は、この製品の自給自足を促進するために、国内生産の奨励に固執している。同様の意味で、日本はすでに輸入シェアが2017年の1.3%から2021年には4%に増加しており、インドネシアで順調に市場シェアを伸ばしている。
- ③ 2021年のインドネシアの醤油の最大の輸出先は、オーストラリア(シェア17.1%)、マレーシア(15.7%)、サウジアラビア(13%)、オランダ(11%)、米国(7.8%)である。同国の醤油の輸出総額は、2021年に2,200万米ドルに達した。

【表 63 : インドネシアの醤油輸出、2017-2021年、(金額 千米ドル、シェア%)】

国名	2017		2018		2019		2020		2021	
	金額	シェア								
オーストラリア	2,897	15.5	3,272	18.4	3,539	17.1	3,644	16.2	3,789	17.1
マレーシア	3,622	19.3	4,501	25.3	3,885	18.8	4,297	19.1	3,479	15.7
サウジアラビア	2,838	15.1	814	4.6	2,277	11.0	2,692	12.0	2,867	13.0
オランダ	1,680	9.0	1,961	11.0	2,300	11.1	1,975	8.8	2,430	11.0
米国	1,605	8.6	1,360	7.7	1,649	8.0	1,566	7.0	1,728	7.8
ミャンマー	651	3.5	741	4.2	1,094	5.3	1,832	8.2	1,157	5.2
台湾	733	3.9	607	3.4	853	4.1	871	3.9	815	3.7
東ティモール	526	2.8	672	3.8	762	3.7	857	3.8	760	3.4
ブルネイ	717	4.1	771	4.3	756	3.7	709	3.2	752	3.0
日本	149	0.8	179	1.0	243	1.2	220	1.0	276	1.2
その他	3,322	17.4	2,897	16.3	3,323	16.0	3,785	16.8	4,048	18.9
合計	18,740	100.0	17,775	100.0	20,681	100.0	22,448	100.0	22,101	100.0

出典 : ITC Trade Map (2022年)、醤油の輸出货量

(2) トマトケチャップ及びその他のトマトソースの輸出入 - HSコード 2103.20

- ① インドネシアは様々な国からトマトケチャップを輸入しており、主な供給国は、米国、イタリア、オーストラリア、インド、マレーシアである。2021年のインドネシアの輸入総額 200 万米ドルのうち、米国が 43.7%のシェアを獲得し、イタリア（13.5%）、オーストラリア（13.2%）、インド（10.1%）と続いている。トマトソースの輸入は、金額・数量ともに減少傾向にある。これは、国際的なトマトソース製品の品質水準に見合った国内生産が増加していることが原因である可能性がある。トマトソースの主な供給元は、米国、イタリア、オーストラリア、インドである。

【表 64：インドネシアのトマトケチャップ輸入量、2017-2021 年（金額 千米ドル、シェア%）】

国名	2017		2018		2019		2020		2021	
	金額	シェア								
米国	1,031	41.1	787	33.3	1,164	45.7	1,137	42.4	907	43.7
イタリア	654	26.1	820	26.2	262	10.3	497	18.5	281	13.5
オーストラリア	317	12.6	296	12.5	309	12.1	542	20.2	274	13.2
インド	175	7.0	166	7.0	205	8.1	145	5.4	209	10.1
マレーシア	0	0.0	90	3.8	161	6.3	134	5.0	191	9.2
英国	220	8.8	281	11.9	243	9.5	83	3.1	87	4.2
中国	0	0.0	2	0.1	107	4.2	54	2.0	28	1.4
メキシコ	29	1.2	33	1.4	39	1.5	27	1.0	26	1.3
タイ	45	1.8	64	2.7	18	0.7	8	0.3	23	1.1
日本	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0
その他	37	1.4	26	1.1	38	1.6	54	2.1	48	2.3
合計	2,509	100.0	2,565	100.0	2,546	100.0	2,682	100.0	2,074	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）、輸入トマトケチャップ

- ② 通常、温室で栽培されるサラダトマトと異なり、ケチャップの原料となる加工用トマトは露地で栽培されるため、天候の影響を受けやすい。ここ数年、イタリアは干ばつなどの悪天候の影響を強く受け、過去 70 年間で最悪のケースとなっており、同国の主要河川である北部を横断するポー川の水位は極端に低下している。同様に、新型コロナとその後の国難の中で、インドネシアにおける同国からの輸入は、2019 年に 10.3%と激減し、2017 年から 2021 年にかけて輸入シェアの年平均成長率が 15%減少している。イタリアの先行きが不透明な中、インドネシアのトマトケチャップ輸入市場には、日本の輸出業者が開拓できる大きなチャンスがある。
- ③ 2021 年のインドネシアのトマトケチャップの主な輸出市場は、東ティモール（388,000 米ドル相当）、フィリピン（298,000 米ドル相当）である。

【表 65：インドネシアのトマトケチャップ輸出額、2017-2021 年（金額 千米ドル、シェア%）】

国名	2017		2018		2019		2020		2021	
	金額	シェア								
東ティモール	393	50.3	422	45.8	443	49.0	341	35.3	388	50.0
フィリピン	203	26	384	41.6	393	43.5	533	55.2	298	38.4
シンガポール	9	1.2	1	0.1	2	0.2	28	2.9	28	3.6
マレーシア	33	4.2	26	2.8	26	2.9	29	3.0	25	3.2
中国	0	0.0	4	0.4	0	0.0	3	0.3	11	1.4
香港	90	11.5	9	1.0	14	1.5	14	1.5	8	1.0
ブルネイ	0	0.0	1	0.1	3	0.3	2	0.2	5	0.6
ブルガリア	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	0.6
日本	0	0.0	3	0.0	0	0.0	1	0.1	1	0.1
その他	53	6.8	72	8.2	23	2.6	27	1.5	7	1.1
合計	781	100.0	922	100.0	904	100.0	965	100.0	776	100.0

出典：ITC Trade Map（2022 年）、トマトケチャップの輸出量

(3) チリソースの輸出入 - HS 2103.90.11

※ この商品カテゴリーの 2017 年から 2020 年までの貿易データは入手不可。

- ① 2021 年、インドネシアは総額 267 万米ドルのチリソースを輸入したが、その多くは韓国（金額シェア 43%）、中国（22.1%）、タイ（16.8%）、ベトナム（14.8%）からであった。日本はインドネシアにごく少量（18kg）のチリソースを供給しており、2021 年には供給国中 8 位にランクされている。現状の競争下では、日本の輸出業者の活躍の場はほとんどないように思われる。

【表 66：インドネシアのチリソース輸入量推移（2021 年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア%）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア(%)
韓国	1,146	628,052	43.0
中国	590	523,567	22.1
タイ	447	201,370	16.8
ベトナム	394	330,880	14.8
台湾	54	14,550	2.0
マレーシア	23	2,940	0.9
シンガポール	6	650	0.2
日本	0	18	0.0
その他	7	1,380	0.2
合計	2,667	1,703,407	100.0

出典：ITC Trade Map（2022 年）、輸入チリソース

- ② 2021 年、インドネシアは、日本を含む数カ国にチリソースを輸出している。サウジアラビアは、499 万米ドル、シェア 36.4%と最大の輸出先国であり、台湾（11.4%）、マレーシア（8.5%）、シンガポール（6.7%）、オーストラリア（6.5%）と続いている。日本は 33.8 万米ドル、シェア 2.5%で第 8 位の輸出市場であった。

【表 67：インドネシアのチリソース輸出量、2021 年（金額 千米ドル、数量 kg、シェア%）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア(%)
サウジアラビア	4,993	3,188,030	36.4
台湾	1,566	672,169	11.4
マレーシア	1,161	869,720	8.5
シンガポール	921	542,029	6.7

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア(%)
オーストラリア	896	385,025	6.5
クウェート	564	426,029	4.1
オランダ	547	197,112	4.0
日本	338	145,965	2.5
その他	2,717	1,350,103	19.9
合計	13,703	7,776,182	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）、チリソース輸出の推移

（４）魚醤の輸出入 -HSコード 2103.90.12

※ この商品カテゴリーの 2017 年から 2020 年までの貿易データは入手不可。

- ① インドネシアは 2021 年に 4 カ国から魚醤を輸入したが、そのうち最大の供給国はタイで金額シェアは 60.5%、次いで中国（35.1%）、韓国（4.3%）、日本（0.1%）の順であった。特にタイは世界有数の魚醤の生産国である。ヨウ素やビタミン A、D など多くの栄養素やミネラルを含んでいることから、需要が高まっている。日本はインドネシアの魚醤輸入市場の 0.1%のシェアで、タイと大差を付けられている。

【表 68：インドネシアの魚醤の輸入量（2021 年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア%）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア (%)
タイ	1,506	1,242,423	60.5
中国	875	701,917	35.1
韓国	108	54,693	4.3
日本	2	183	0.1
合計	2,491	1,999,313	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）、魚醤の輸入量

- ② インドネシアの 2021 年の魚醤の輸出はごくわずかで、東ティモールに 344 キログラム（1,000 米ドル相当）を輸出しただけである。

（５）チリソース及びフィッシュソース以外のソースの輸出入 - HSコード 2103.90.13

※ 2017 年から 2020 年までのこの商品カテゴリーの貿易データは入手不可。

- ① 2021 年、インドネシアはマレーシア、タイ、韓国、日本、フィリピンからこのカテゴリーに該当する製品を輸入し、その総額は 27,683,000 米ドルであった。主な供給国は、マレーシア（金額シェア 44.7%）、タイ（同 20.5%）であり、日本は、韓国と同じく 5.4%の同額シェアを占めている。日本がすでにインドネシア市場で確固たる地位を築いているという事実は、市場を理解し、R&D（Research and Development：研究開発）に投資するために一からやり直す必要がないことを意味する。代わりに、現地顧客のニーズと好みに焦点を当てることで、インドネシアへの輸出を既存及び新規の世帯に拡大することができる。

【表 69：インドネシアのチリソース、魚油以外のソース類の輸入量（2021 年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア (%)
マレーシア	12,385	5,002,551	44.7
タイ	5,681	1,408,788	20.5
韓国	1,500	446,995	5.4
日本	1,491	364,617	5.4
フィリピン	1,309	682,429	4.7
中国	1,172	402,646	4.2
英国	975	140,834	3.5
米国	695	238,381	2.5
その他	2,475	1,344,871	9.1
合計	27,683	10,032,109	100.0

出典：ITC Trade Map（2022 年）、魚醤のチリソース以外の輸入ソース類

- ② 2021年にインドネシアから同カテゴリーの製品を輸入した国のうち、最もシェアが高いのはナイジェリアで71.2%、次いでシンガポール（6.6%）、マレーシア（3.5%）、オーストラリア（2.9%）、香港（2.6%）となっており、日本は0.4%（20,000米ドル）であった。

【表70：インドネシアのチリソースや魚醤以外のソース類の輸出（2021年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア (%)
ナイジェリア	3,348	786,315	71.2
シンガポール	309	57,360	6.6
マレーシア	165	60,958	3.5
オーストラリア	137	37,635	2.9
香港	120	30,093	2.6
米国	104	17,553	2.2
英国	103	59,901	2.2
日本	20	4,655	0.4
その他	394	167,524	8.4
合計	4,700	1,221,994	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）、チリソース、魚油以外のソース類の輸出量

（6）HSコード2103.90.11～2103.90.13以外のソース及びその調製品の輸出入・HSコード2103.09.19以外のソース及びその調製品の輸出入

※ オニオンチキン液体調味料などの混合調味料であるこの商品カテゴリーの2017年から2020年までの貿易データは入手不可。

- ① 2021年、インドネシアは、主に、中国、タイ、マレーシア、シンガポールから輸入し、その総額は4,000万米ドル以上となった。最もシェアが高いのは中国で44%、次いでタイ（19.9%）、マレーシア（17.8%）、シンガポール（12.3%）、オーストラリア（1.9%）であり、日本は1.1%、427,000米ドルであった。現状では複数の国との競争がかなり激しく、日本の輸出企業が参入し成功するのは難しい状況である。

【表 71：インドネシアの HS コード 2103.90.11 から 2103.90.13 以外のソース及びその調製品の輸入（2021 年）（金額 千
米ドル、数量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア (%)
中国	17,770	13,141,556	44.0
タイ	8,034	6,507,533	19.9
マレーシア	7,207	1,105,272	17.8
シンガポール	4,986	1,012,150	12.3
オーストラリア	754	210,018	1.9
ドイツ	668	179,213	1.7
日本	427	61,529	1.1
韓国	301	101,491	0.7
その他	266	54,396	0.6
合計	40,413	22,373,158	100.0

出典：ITC 貿易情報（2022）「輸入ソース及びその調製品（HS コード 2103.90.11～2103.90.13 を除く）」

- ② インドネシアの同カテゴリー製品の輸出額は 2021 年に 1 億 4 千万米ドルとなり、主要輸出先は、サウジアラビア、ナイジェリア、エジプト、トルコであり、金額シェアでは、サウジアラビアが 34.2%でトップ、次いでナイジェリア（19.3%）、エジプト（13.6%）、トルコ（9.6%）である。この製品分類のインドネシアから日本への輸出は、2021 年に 172 万米ドルであった。

【表 72：インドネシアのソース及びその調製品の輸出（HS コード 2103.90.11～2103.90.13 以外） 2021 年（金額 千米ドル、
容量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア (%)
サウジアラビア	48,044	11,585,473	34.2
ナイジェリア	27,077	4,893,508	19.3
エジプト	21,621	10,647,865	13.6
トルコ	13,474	5,136,371	9.6
シリア・アラブ共和国	9,794	2,676,765	6.2
スーダン	4,203	1,354,068	2.6
クロアチア	4,107	1,796,298	2.6
日本	1,724	208,657	1.1
その他	10,369	10,566,136	10.8

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア (%)
合計	140,413	48,865,141	100.0

出典：ITC Trade Map（2022）、HSコード 2103.90.11～2103.90.13 以外のソース類及びその調製品の輸出。

（7）ベラチャンを含むシュリンプペーストの輸出入 - HS 2103.90.21

※ この商品カテゴリーの 2017 年から 2020 年までの貿易データは入手不可。

- ① 2021 年におけるインドネシアへのエビペーストの主要供給国は日本であり、輸入額では日本が 79.3%の金額シェアを占め、タイ（9.8%）、香港（8.7%）、マレーシア（2.2%）、米国（1.1%）と続いている。日本の輸出企業は、インドネシアでのニーズが高いタイや香港のエビペーストの輸入を注視しながら、優位性を維持することが重要である。

【表 73：インドネシアのベラチャンを含むエビペーストの輸入量（2021 年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア (%)
日本	73	5,091	79.3
タイ	9	2,102	9.8
香港	8	1,366	8.7
マレーシア	2	194	2.2
米国	1	16	1.1
シンガポール	0	3	0.0
オーストラリア	0	1	0.0
合計	92	8,799	100.0

出典：ITC Trade Map（2022 年）、ベラチャンを含むエビペーストの輸入量

- ② インドネシアのバラチャンを含むエビペーストの輸出額は、2021年に2,085,000米ドルであった。インドネシアの輸出の60%近くはマレーシア向けで、総額は1,232,000米ドルである。その他の重要な輸出先は、タイと日本で、それぞれ18.7%と15.3%のシェアを占めている。

【表 74：インドネシアのバラチャンを含むエビペーストの輸出（2021年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア (%)
マレーシア	1,232	2,747,185	59.1
タイ	390	944,880	18.7
日本	318	42,541	15.3
韓国	55	10,266	2.6
米国	32	6,507	1.5
シンガポール	27	5,368	1.3
オーストラリア	20	2,752	1.0
サウジアラビア	5	2,289	0.2
その他	6	1,077	0.3
合計	2,085	3,762,865	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）、バラチャンを含むエビペーストの輸出量

（8）混合調味料（シュリンプペーストを除く）の輸出入 - HSコード 2103.90.29

※ この商品カテゴリーの2017年から2020年までの貿易データは入手不可。

- ① 2021年、インドネシアの本カテゴリーの輸入総額は1,250万米ドルで、主な供給国は、シンガポール、タイ、マレーシア、ドイツ、中国であり、シンガポールが36.9%のシェアを占め、タイ（15.9%）、マレーシア（14.1%）、ドイツ（11.6%）、中国（8.5%）と続く。日本からの輸入は284,000米ドル、2.3%のシェアであった。

【表 75：インドネシアのエビペースト以外の調味料及び混合調味料の輸入量（2021年）（金額：千米ドル、数量：kg、シェア：%）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア (%)
シンガポール	4,635	299,683	36.9
タイ	1,994	513,160	15.9
マレーシア	1,767	420,791	14.1
ドイツ	1,452	405,554	11.6

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸入額シェア (%)
中国	1,065	448,004	8.5
韓国	554	70,136	4.4
日本	284	44,357	2.3
その他	807	106,119	6.3
合計	12,558	2,307,804	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）エビペースト以外の混合調味料・ミックス調味料の輸入量

- ② 2021年、インドネシアの本カテゴリーの輸出総額は1,000万米ドルで、主な輸出先は、フィリピン、マレーシア、東ティモールなどの近隣諸国であり、フィリピンが47.6%のシェアを占め、マレーシア（23.1%）、東ティモール（6%）と続く。日本への輸出は186,000米ドル、1.8%のシェアであった。

【表 76：インドネシアのエビペースト以外の混合調味料の輸出（2021年）（金額 千米ドル、数量 kg、シェア %）】

国名	金額(千米ドル)	数量(kg)	輸出額シェア(%)
フィリピン	4,974	1,163,566	47.6
マレーシア	2,412	524,921	23.1
東ティモール	624	304,959	6.0
台湾	443	144,930	4.2
香港	306	98,389	2.9
オランダ	244	71,513	2.3
日本	186	29,590	1.8
その他	1,270	354,729	12.1
合計	10,459	2,692,597	100.0

出典：ITC Trade Map（2022年）、エビペースト以外の混合調味料・混成調味料の輸出量

7.3 ソース・調味料の業務用流通と消費量

インドネシアの人々は、料理にソースや調味料を多用する。エビを発酵させたペーストは、現地では「ベラチャン」とも呼ばれ、伝統的なチリソースや様々な郷土料理を作るため、ほぼ毎日使用されている。エビのペーストの消費量は、（他のソースや調味料と比較して）今回調査したすべての都市で最も多い。醤油やトマトソースも、インドネシア料理では料理の材料として、又は、ディッピングソースとして幅広く使われている。

7.4 ソース・調味料の卸売・小売販売

(1) 4 都市 13 店舗で確認したところ、ソース・調味料売り場では、日本製品が目立つように陳列されており、みりん、マヨネーズ、ドレッシング、カレールーなどが陳列されていた。その他、オランダ、インドネシア、韓国、タイ、フィリピンの製品が並んでいる。価格は店舗によって異なるが、おおむね同じような価格帯である。

<図 50：ジャカルタのパバイフレッシュギャラリーで展示されているソースと調味料>



出典：パバイフレッシュギャラリー（ジャカルタ）で実施したストアチェックの様子

【表 77：インドネシア主要都市でよく消費されるソース・調味料（2022年8月）】

カテゴリー	ソース/調味料名	ブランド	ジャカルタ	スラバヤ	バンドン	メダン
ソース	ウスターソース	ブルドッグ（日本）	✓	✓	✓	✓
	醤油	Yummyto（中国）、エバラ、ヤマモリ、ヤマサ（日本）	✓	✓	✓	✓
	焼肉のタレ		✓	✓	✓	
	すきやきのタレ		✓	✓	✓	✓
	テリヤキソース	ヤマモリ、日の出（日本）	✓	✓	✓	
	セサミソース	ミツカン（日本）	✓	✓	✓	
ドレッシング	サラダドレッシング	Remia（オランダ）、キューピー（日本）	✓	✓	✓	✓
	セサミドレッシング		✓	✓		
	シーザードレッシング		✓	✓	✓	✓
	フレンチドレッシング		✓		✓	
	サウザンドアイランドドレッシング		✓	✓	✓	✓
マヨネーズ	リアル/トラディショナル/オリジナル	キューピー、Remia	✓	✓	✓	✓
カレー／カレーソース	バーモントカレー（マイルド/ミディアム）	ハウス食品（日本）	✓	✓	✓	✓
	ホット	ゴールデンカレー（日本）	✓	✓	✓	✓
	ミディアムホット		✓	✓	✓	✓
	ミックスマイルド		✓			✓

出典：インドネシアの各都市で実施された店舗調査

（2）海外のソース・ドレッシングメーカーのうち、インドネシアでハラール認証を受けた製品を販売しているのはごく一部である。その一例が、インドネシアでハラール認証のソースやドレッシングを販売しているキューピーである。なお、食品、飲料、食肉、鶏肉のハラール表示義務化の5年間の段階的導入期間は、2019年10月17日に始まり、2024年10月17日に終了する予定である。それ以降は、すべての食品、飲料、食肉、鶏肉は、ハラール製品保証に関する2014年法律第33号に従って販売されなければならない。2024年10月18日以降、ハラール表示が完全義務化されることとなり、ハラール認証を

取得していない商品にはノンハラールという表示が必要になる。しかし、実施に関する詳細については、まだ不明な点が多いことに留意する必要がある。

- (3) ウスターソース、トマトソースなどのソース類は、100～600ml 又はグラム の容量で販売されており、一般的には 300ml 又はグラム の容量が多く見受けられる。ドレッシング類の場合、包装容量又は重量は 200～500ml 又はグラム であり、250ml 又はグラム が一般的な包装サイズである。
- (4) このカテゴリーの商品訴求は、健康志向の高い消費者を惹きつけることに重点を置いている。American Garden、Ken’s Foods など、アメリカのメーカーによる「人工着色料・香料不使用」や「グルテンフリー」などが代表的な商品訴求である。また、「Mizkan Sesame sauce」のパッケージには「Light Calories」、「Tropicana Slim Mayonnaise Roasted Sesame」(Nutrifood Indonesia 社) には「Less Fat, Sugar Free」と記載されている。Mizkan には「ハラール認証」を表示している製品が見受けられる。
- (5) キューピーやサイアムヤマモリなど一部の日本企業は、インドネシアかタイに現地生産拠点を設けている。Hellmann’s (Unilever) のような米国ブランドがフィリピンで加工食品を製造する一方、Mamasuka (Daesang Ingredients) のような韓国ブランドはインドネシアで製品を製造している。ブルドック、ミツカン、エバラのように、製造拠点と原産国がともに日本である企業もある。

【表 78：海外のソース・調味料メーカーの出資者・輸入者の詳細】

ブランド	原産国	製造・輸出事業者	製造拠点	輸入事業者
ブルドッグ	日本	ブルドックソース株式会社	日本	Masuya Graha Trikenkana
ミツカン	日本	株式会社 Mizkan	日本	
エバラ	日本	エバラ食品工業株式会社	日本	
日の出	日本	日の出ホールディングス株式会社	シンガポール (日の出食品股份有限公司)	
ゴールデンカレー	日本	S&B フーズ株式会社	日本	Nirwana Lestari
ヤマモリ	日本	サイアムヤマモリ	タイ	Indogourmet Selaras
ヤマサ	日本	ヤマサ醤油株式会社	タイ	Indomaru Lestari
キューピー	日本	キューピー株式会社	インドネシア (キューピー・インドネシア)	N/A

ブランド	原産国	製造・輸出事業者	製造拠点	輸入事業者
MamaSuka	韓国	MamaSuka	インドネシア(デサンの成分)	N/A
Yummyto	中国	Jiangmen Etoizumi Foods	中国	IKAD
Remia	オランダ	レミア・インターナショナル	オランダ	Kartikawira Adisukses

出典：各社ホームページ、店頭での確認

(6) インドネシアにソースや調味料を供給している主な海外企業には、以下のようなものがある。

- ① HSコード 2103.20 に該当するトマトケチャップなどのトマトソースについては、2021年7月以降の店舗確認やCICの分析による貿易データから、カゴメの米国・オーストラリア現地法人がインドネシアへの有力な輸出企業の一つであることが判明した。
- ② HSコード 2103.90 に該当するその他のソース類では、レミア・シー・ヴィがオランダのメーカーの一つとして、ドレッシングやマヨネーズなどを頻繁にインドネシアに輸出している。
- ③ COFCO Tunhe Tomato Co Ltd は中国の輸出企業で、ヨーロッパ、東南アジア、日本、韓国、中東の80以上の国や地域にソース製品を輸出し、国際的に有名な企業と戦略的パートナーシップを結んでいる。

【表 79：2022年8月 インドネシア主要都市におけるソース・調味料の価格帯(ルピア)】

ソース・調味料	ジャカルタ	スラバヤ	バンドン	メダン
ブルドッグ・ウォチェスタ ーシャー	37,000 ルピア /300ml	49,200 ルピア /300ml	50,000 ルピア /300ml	71,500 ルピア/ 500ml
ゴールデンカレーソース ／ルー	9,900 - 75,900 ル ピア/ 220 gm	75,900 ルピア/220 gm	72,800 ルピア/ 220 gm	67,800 ルピア/220 gm
キューピーサラダドレ ッシングのバリエーション	24,900 - 38,500 ルピア / 200 ml	29,500 - 35,000 ルピア/ 200ml	31,300 ルピア /200ml	30,000-35,600 ル ピア/ 200ml
キューピーマヨネーズ	30,300 ルピア/ 150 gm	30,500 ルピア/ 150 gm	49,100 ルピア/300 gm	47,950 ルピア / 300 gm

ソース・調味料	ジャカルタ	スラバヤ	バンドン	メダン
ミツカンポンしゃぶしゃぶのたれ	76,900 ルピア/250 ml	63,500 ルピア / 250 ml	72,000 ルピア/ 250 ml	90,900 ルピア/ 250 ml
ミツカン セサミソース	95,500 - 102,900 ルピア/ 250ml	66,800 ルピア/ 250 ml	73,500 ルピア/ 250 ml	N/A
エバラすき焼き/ 焼肉のたれ	64,500~69,900 ルピア/ 300ml	42,700 - 50,800 ルピア/ 300 ml	51,000 ルピア/ 200ml	N/ A
ヤマモリとヤミツキになる醤油	33,900 ルピア /150ml、62,000 ルピア/500ml	31,500 ルピア /200ml	32,000 ルピア /200ml	N/A
ヤマサ醤油	34,600 ルピア /150ml	44,500 ルピア/ 200 ml	33,500 - 55,000 ルピア / 150 ml	N/A
日の出みりん	41,900 ルピア / 320 ml	51,400-61,400 ルピア/640ml	57,400 ルピア / 640 ml	N/A
日の出テリヤキ	N/A	46,600-55,300 ルピア / /400ml あたり	46,600-55,300 ルピア / 400ml あたり	N/A
Remia マヨネーズ	N/A	26,500 ルピア /250ml	28,650 ルピア /250ml	N/A
Remia シーザー/サウザンドアイランド	29,900 - 42,100 ルピア/ 250 ml	N/A	39,600 ルピア /250ml	N/A
Yummyto 焼肉のたれ	51,900 ルピア /200ml	N/A	N/A	N/A
カゴメトマトソース	42,500 ルピア/ 160 gm	N/A	N/A	N/A

出典 : Orissa International による店頭調査

7.5 諸外国のソース・調味料との比較

インドネシアには、独立した小さなレストランから、大手日系チェーン店、ホテルなどの高級日本食レストランまで、多くの日本食レストランがある。そのため、日本のソースや調味料の需要も生まれている。ホレカ（ホテル、レストラン、カフェ）部門からの需要に加え、ソース・調味料の販売店からのインタビューでは、インドネシア人は家庭でも日本食を作って食べるのが好きで、その理由は簡単だからとしている。日本料理は韓国料理のように辛くなく、インド料理のようにスパイスを多用することもない。日本政府による食品産業の振興もあり、今後も日本食の人気は高まるだろう。

【表 80 : ソース・調味料】

商品分類	2021年 輸入額 (千米ドル)	主な供給国とシェア	国産品	海外主要サプライヤーの 実力
醤油	17,795	台湾 (48.8%) 中国 (26.5%) シンガポール (15.5%) マレーシア (4.8%) 日本 (4%)	濃厚な濃口甘口醤油など、手頃で郷土料理によく合う特産品が多くある。インドネシアの大手企業（Indofood など）が製造する醤油のほか、家庭規模で製造しているものもあり、通常は屋台で使用されている。	輸入品は品質が高く、国により独自の伝統がある。輸入醤油は高級レストランで好まれる。輸入醤油も、より裕福なインドネシア人には魅力的なものである。
チリソース	2,667	韓国 (43%) 中国 (22.1%) タイ (16.8%) ベトナム (14.8%)	ローカルチリソースは、地域によって様々なバリエーションがある。ニンニクやタマネギ、ハーブなどの副材料を使って「サンバル」風味に仕上げているため、価格も手頃で、現地の料理にもよく合う。チリソースは業界大手が製造しているほか、家庭用でも作られている。	輸入チリソースは、現地チリソースとかなり味が違うことがある。輸入チリソースは、より独創的な味に仕上がっており、例えば、ハイツでは「生マンガウ入りインドネシアグルメチリ」「ハイツ韓国グルメチリア・ラ・コチュジャン」「ローストハラペーニョ入りハイツメキシカングルメチリ」を発売している。現在、インドネシアでは韓国料理がトレンドになっており、マイルドなものからスーパーホットなものまで、

商品分類	2021年 輸入額 (千米ドル)	主な供給国とシェア	国産品	海外主要サプライヤーの 実力
				様々な種類のチリソースを提供し、非常に人気がある。
トマトソース	2,074	米国 (43.7%) イタリア (13.5%) オーストラリア (13.2%) インド (10.2%) マレーシア (9.2%)	インドネシア国内の大小企業で製造されている。地元で生産されるトマトソースは、手頃な価格で料理の材料やディップソースとしてインドネシアの人々に広く利用されている。	輸入トマトソースは高品質で味も安定しており、手頃な価格でマスマーケットにアピールできるものもある。輸入トマトソースは、家庭だけでなく、外食産業でも使われている。
フィッシュソース	2,491	タイ (60.5%) 中国 (35.1%) 韓国 (4.3%) 日本 (0.1%)	インドネシアでは、魚醤の生産者はあまり多くない。	インドネシアでは、タイから輸入された魚醤が身近にあり、価格も手頃で、市場でも入手しやすい。
エビペースト	92	日本 (79.3%) タイ (9.8%) 香港 (8.7%) マレーシア (2.2%)	インドネシア料理には欠かせない食材とされるエビのすり身。家庭で作られたものをはじめ、様々な種類のもものが市場に出回っている。また、地域によってエビペーストの種類は異なり、家庭用や屋台で料理の味を引き立てるためによく使われている。	日本のエビペースト製品は高品質とされ、主にレストランで使用されている。

出典 : ITCTrade Map, Orissa International による取材