

平成 23 年度輸出倍増サポート事業のうち  
マッチング対策（農林漁業者等向け商談会支援）実施報告書  
＜概要版＞

インドネシア・ジャカルタ  
平成 24 年 2 月 16 日・18 日

平成 24 年 3 月

（農林水産省補助事業）

株式会社ヴォークス・トレーディング

## 目次

1、事業概要.....	3
2、国内事業者への事前支援等.....	4
3、商談会の準備・開催.....	6
4、商談会後の支援.....	13
5、総括、今後の課題等.....	13

添付資料

## 1 事業概要

### (1) 事業の趣旨

経済成長を続けている東南アジアの中でも、前年比+6%もの経済拡大を遂げているインドネシアはその人口の多さから（約2億4000万人）消費国として、様々な業界から注目を集めている国である。

そのような中、首都ジャカルタでは近年日本食レストランが店舗数を増やし、日本風メニューを看板商品に掲げる日系のコンビニエンスストアの参入が相次ぐなど、日本食に対する認知度が高まってきている。

本事業は、日本の食材の海外への販売を希望する日本事業者とインドネシアの食を扱うバイヤーの商談の場をつくり、インドネシア国内での日本食材の販路拡大を目的としたものである。

### (2) 商談会概要

- ・ 商談会の名称

インドネシア日本食材商談会

—Meet & Find new taste from Japan in JAKARTA—

- ・ 開催日時

平成24年2月16日（木）、17日（金）10:00～17:00

- ・ 開催場所・会場

HOTEL MULIA SENAYAN、GARBERA ROOM

(ホテルムリア セナヤン、ガーベラルーム)

住所：JL ASIA SFRIKA, SENAYAN, JAKARTA

- ・ 参加国内事業者数

13社

- ・ 参加現地事業者数

31社

- ・ 実施商談のべ件数

161件

### (3)商談会成果

- ・ 成約件数 2件

- ・ 成約金額 175万円

## 2 国内事業者への事前支援等

### (1) 参加者（国内事業者）の募集、選定

#### ・ 周知、募集方法

- ① 直接依頼（平成 23 年 10 月 8 日～11 月 8 日）  
自社取引先の中から約 70 社の企業にメール・電話にて案内を差し上げる
- ② 自社 HP への掲載（平成 23 年 10 月 19 日～11 月 18 日）  
自社 HP に告知・申込書を掲載
- ③ 日本食料新聞への広告掲載（平成 23 年 11 月 4 日）  
同時に新聞本体の記事にも採用

#### ・ 参加国内事業者の状況

上記方法にて応募したところ、15 社の募集があった。全企業参加を決定したが、そのうち 2 社が商談会前に辞退、最終参加事業者は 13 社となった。

### (2) 事前説明会の開催・事前アドバイス

#### ・ 事前説明会

国内事業者が商談会申込前に商談会のイメージやインドネシアの市場や規制について理解ができるように事前説明会を下記の要領で開催。

また、その際には説明を補足する資料の配布と、事前のジャカルタでの情報収集時に購入した現地食材のサンプル等の展示を行った。

日時：平成 23 年 11 月 10 日（木） 13:30～15:30  
会場名：TKP 東京八重洲カンファレンスセンター  
東京都中央区京橋 2-3-19 TKP 八重洲ビル  
カンファレンスルーム 1B  
説明会参加事業者： 16 社

### プログラムの内容

時間	プログラム
13:30～13:45	受付
13:45～14:00	開会の挨拶並びに 株式会社ヴォークス・トレーディング、 PT.VOX TRADING の紹介
14:00～14:20	インドネシア市場について
14:20～14:40	インドネシアの食品輸入規制について
14:40～15:00	ハラールについて
15:00～15:20	インドネシア 日本食材商談会のご案内
15:20～	質疑応答
15:30	終了

質疑応答内容：

・ハラールについて

Q. 日本におけるハラール取得の方法は？

A. インドネシア認証機関（ウラマー評議会 MUI）にて認められている団体、「宗教法人 日本ムスリム協会」にて取得ができる。費用などは直接聞いてください。

Q. 船積みごとのハラール取得の場合、ハラールマークの表示はインドネシアに到着後、現地で添付する形となるのか

A. 国内・現地両方のパターンがあると思う

Q. ハラールの取得は輸入に必要か？

A. ハラールは宗教上の規制で商品の輸入・流通の規制ではないため、ハラールを取っていない場合でも輸入・販売は可能。

・長いも・乳製品について

Q. 加工食品には申請番号（ML）が必要とのことですが、長いもについての規制は？MLのようなものが存在するのか？

A. ML は必要ありません。ただ、植物検疫の規制は調べる必要があります。以前は輸入されていたので、規制は特にないと思われる。

Q. 乳製品の規制は？

A. 検査等で時間はかかるが、輸入ができないものではない。詳細は個別に調べる

・原材料の規制

Q. インドネシアで輸入が禁止されている原材料は？

A. 原材料に関しての輸入規制が整備・リスト化されておらず、全て ML 番号取得時の審査で判断される

・参考価格の出し方

Q. バイヤーに提出する参考価格の出し方は？

A. 直接輸出を考えている方、すでに現地への輸出社・輸入社をお持ちの企業様はそちらで算出した、バイヤー渡しの価格を使用ください。そうでない方は、弊社は輸出も輸入もできるので、弊社で対応した場合の大よその価格を算出するお手伝いをいたします。



・招待予定バイヤーについて

Q. 招待予定バイヤーリストではあまりどのような方々か解らない。もう少し詳しく教えて欲しい。

A. リスト内のバイヤーについてそれぞれ補足説明を行う。  
また、後日もう少し詳しいバイヤー情報を連絡する旨を伝える

・出品商品について

Q. 日本産農林水産品の意味は？原料の産地も日本なのか？  
日本からもって行って第三国にて加工した商品は対象か？

A. 原材料の産地は関係ない。最終加工地が日本で「日本製」のもの。 第三国で最終製品化したものは対象外

事前説明会の様子



会場の様子



説明の様子



現地購入サンプル等の展示

説明会以後、商談会時まで電話・メールで質問・相談を随時受付。その際の質問は下記のようなものがあった。

- ・ 商談会に使用のサンプルはどのように持っていけばいいですか？
- ・ 商品規格書の記載方法について
- ・ 商品価格の計算方法について
- ・ 商談バイヤーはどの方が合うと思いますか？
- ・ 商談会の会場で用意してもらえる備品はどのようなものですか？
- ・ インドネシア入国時等で気をつけることはありますか？
- ・ 商談の際の使用言語はなんですか？

### 3 商談会の準備・開催

#### (1) 商談会開催準備

- ・ 現地需要者の周知、募集方法  
現地側委託者 PT.VOX TRADING INDONESIA 社を通じて、下記の方法で周知・募集を行った。

- ① 直接募集 PT.VOX TRADING INDONESIA 社の既存取引先に対して電話・メール・訪問・招待状の送付等で商談会の告知を行った。
- ② その他 地元の新聞・ウェブ情報ページ等に広告を掲載し、幅広い需要者への周知を行った。

・ 参加現地需要者数

本商談会に参加した需要者は下記の通り。

	事業者	所在都市名	業種
1	AEON CO. LTD.	JAPAN (日系)	小売
2	BONJOUR	JAKARTA (日系)	製造業・小売
3	FAMILYMART CO, LTD.	JAKARTA (日系)	小売
4	FUJIYA	SURABAYA (ローカル)	レストラン
5	Kem Chicks Pacific Place Mall	JAKARTA (ローカル)	小売
6	MARUFUKU		レストラン
7	MIDPLAZA Group	JAKARTA (ローカル)	レストラン
8	PT.ADIB GLOBAL FOOD SUPPLIES	JAKARTA (ローカル)	卸
9	PT. BUMI MENARA INTERNUSA	EAST JAVA (ローカル)	製造業
10	PT. Eka Bogainti (Hoka Hoka Bento)	JAKARTA (ローカル)	レストラン
11	PT. Eka Upaya (Cosmo)	JAKARTA (ローカル)	小売
12	PT. Foodindo Dwivestamas	CIKARANG SELATAN	製造業
13	PT. Gitamaya Interbuana	JAKARTA (ローカル)	レストラン
14	PT. GREAT ASIA PARAMITRA (basara)	JAKARTA (日系)	レストラン
15	PT. Griya Miesajati (Bakmi GM)	JAKARTA (ローカル)	レストラン
16	PT. Hero Supermarket Tbk	JAKARTA (ローカル)	小売
17	PT. KESASI INDONESIA	JAKARTA (ローカル)	卸
18	PT. LASMART YUKARINDO JAYA	JAKARTA (ローカル)	卸
19	PT. LEEF ESENS FLORA	JAKARTA (ローカル)	レストラン
20	PT. MASUYA GRAHA TRIKENCANA	JAKARTA (日系)	卸
21	PT. Midi Utama Indonesia Tbk (Lawson)	JAKARTA (ローカル)	小売
22	PT. Multirasa Nusantara (Yoshinoya)	JAKARTA (日系)	レストラン
23	PT.OOTOYA INDONESIA	JAKARTA (日系)	レストラン
24	PT. SUPRA BOGA LESTARI (RUNCH MARKET)	JAKARTA (ローカル)	小売
25	PT. SUSHI-TEI INDONESIA	JAKARTA (日系)	レストラン
26	PT.SAKURA BOGA JAYA	JAKARTA (日系)	レストラン
27	PT. VICTORIY RETAILINDO (papaya)	JAKARTA (日系)	小売



	事業者	所在都市名	業種
28	PT. Wakyo World Wide	JAKARTA (日系)	レストラン
29	TORIGEN GROUP	JAKARTA (日系)	レストラン
30	WARAKU HOLDING PTE LTD. (WARAKU)	JAKARTA (シンガポール系)	レストラン
31	PT. WAHANA CITRA KURINA	JAKARTA (ローカル)	

計 31 社

・商品規格書の準備

国内事業者より出品予定商品の規格書を提出（画像入り）していただく。それぞれの情報を英語への翻訳と必要に応じて現地販売予定価格を弊社・PT. VOX TRADING INDONESIAにて算出、商品リストの冊子を作成。

リストは当日国内事業者・現地需要者へ配布

・必要備品の準備

国内事業者が商談会時に商品の試食等で使用を希望している備品について事前にリクエストを聞き、会場と使用・レンタルの可否について打ち合わせをしたうえ準備をおこなった。

要望のあった主な備品類は次の通り

電気調理器、炊飯器、電子レンジ、電気ポット、焼き・蒸し・揚げ調理器、冷蔵庫、鍋、フライパン、ボウル、包丁、お玉、カップ、紙皿、紙コップ、割り箸、水場、ペーパータオル等

会場での火器の使用は禁止であったため、電気機器の持込みと厨房機器の貸し出しも不可だったため、別途手配を行った。

・試食サンプルの事前送付対応

試食で使用予定の試食サンプルについて事前に PT. VOX TRADING INDONESIA 社へ送付、当日までの保管の対応を行った。

小包類については、郵便局本局留めとなるため、当社が引き取り、又必要に応じて関税の立替を行った。

・マッチングスケジュールの作成

国内事業者への参加企業の情報を事前に提供し、商談希望をヒアリング。（平成 24 年 1 月 13 日〆切り）

また、現地需要者については 2 月の 16 日・17 日の内参加可能日時を確認と片方の日にちに偏らないように調整のお願いをする。

2 月 3 日に国内事業者へ 2 日間の商談スケジュールを提示、当日の準備をしていただく。

会期 2 日間で国内事業者 1 社あたり 10 企業との商談を組む

実際の商談会 3 日前から PT.VOX TRADING INDONESIA により現地需要者へ再度参加日時と開始時間の案内を電話で行う。





	事業者	所在都市名	業種
4	シバタ貿易株式会社	愛知県名古屋市	商社
5	株式会社大冷	東京都中央区	メーカー
6	株式会社西山酒造場	兵庫県丹波市	メーカー
7	ホクト株式会社	長野県長野市	メーカー
8	株式会社ホクレン通商	北海道札幌市	商社
9	株式会社マルモ青木味噌	長野県長野市	メーカー
10	カネス製麺株式会社	兵庫県たつの市	メーカー
11	株式会社村田園	熊本県黒髪	メーカー
12	株式会社山形屋海苔店	東京都中央区	メーカー
13	ヤマサ醤油株式会社	東京都中央区	メーカー

計 13 社

スケジュール： 1 商談 45 分で 1 日 5 商談 x 2 日で実施

2月16日（木）	
9:00～10:00	会場準備
10:00～10:10	開会の挨拶
10:10～10:20	来賓挨拶
10:20～11:10	
11:15～12:00	商談 1
12:00～13:00	昼食
13:00～13:45	商談 2
13:55～14:40	商談 3
14:50～15:35	商談 4
15:45～16:30	商談 5
16:30～17:00	フリー商談
～17:30	片付け

2月17日（金）	
9:00～10:00	会場準備
10:00～10:10	開会の挨拶
10:10～11:00	来賓挨拶
11:15～12:00	商談 1
12:00～13:00	昼食
13:00～13:45	商談 2
13:55～14:40	商談 3
14:50～15:35	商談 4
15:45～16:30	商談 5
16:30～17:00	フリー商談
～17:30	片付け

#### 商談会の様子

商談を前に、本商談会の趣旨に賛同いただいた来賓よりこれからインドネシア市場への参入を試みる国内事業者と日本の食材に興味のある現地需要者に対して挨拶並びに講演を賜った。

両日とも 10:00 の開始時には準備をしていた座席 60 席では足りない程の人数が来場され、関心の高さが伺えた。

いずれも、国内事業者、現地需要者共に大変為になったとの感想をいただく内容でした。

また、商談会は国内事業者並びに現地需要者の希望を事前にヒアリングし商談スケジュールを作成。全



130 商談をマッチング。(1 商談 45 分)

実際には、フリー商談時間を含め空いた時間に追加の商談をセッティングし、2 日間延べ計 161 件の商談を実施した。





## 商談会の成果

1 商談あたり 45 分という時間は「じっくりと商品の説明ができた」と国内参加事業者より好評をいただいた。また、現地需用者からも「いろいろと質問ができるのでよかった」とのコメントをいただく。

成約状況については下記の通り

品目名	商談件数 (件)		成約件数 (件)		成約金額 (万円)	
	商談会当日 ～平成 24 年 3 月 23 日	うち商談会 当日分	商談会当日 ～平成 24 年 3 月 23 日	うち商談会 当日分	商談会当日 ～平成 24 年 3 月 23 日	うち商談会 当日分
米・米加工品	5		0	0	0	0
野菜・野菜加工品	21		1	0	150	0
水産物・水産物加工品	4		0	0	0	0
牛乳・乳製品	3		0	0	0	0
穀物・穀物加工品	1		1	0	25	0
酒類	13		0	0	0	0
茶	13		0	0	0	0
調味料	41		0	0	0	0
その他加工食品	60		0	0	0	0
計	161		2	0	175	0

商談会の 2 月 16 日から事業終了の 3 月 23 日の約 1 ヶ月間で成約につながったのは 2 件。ただし、継続商談数は 98 件である。

成約の 2 件は ML（輸入番号）の取得が必要のない商品につき、短期間での成約が可能であった。

\* 今回の出品商品のうち ML を取得している商品はほとんどなく、バイヤーが購入を希望しても直ぐに輸出することができない。

今後、各国内事業者は継続商談を行いながら、ML 取得（費用と時間が必要）を行うかどうかの決定と取得を決定した場合は、書類・検査等の準備というプロセスを踏むことが必要。したがって、ML がない継続商談商品の実際の輸出開始は今後少なくとも 3～6 ヶ月程度の時間が必要となる。

なお、商談会終了時に国内事業者へお願いしたアンケートによると、ほぼ全社参加の目的を達成できたと回答。また、今後成約に向けて継続的に前向きな姿勢も感じられる。

#### 4 商談会開催後の支援等

商談会開催後の支援として下記を行った

- ・ 参加社への商談後の状況ヒアリング（電話・メールにより）  
商談会から事業終了まで短期間であったため、成約の情報は少なかったが、商品輸出に向けての準備を進めている点を確認
  
- ・ 参加社からの相談
  - ① 現地需要者に向けて再見積り提示の依頼      4社   （25 アイテム）  
現地の需要者に商談を行った商品について具体的な見積りを提示するように依頼を受ける。
  - ③ インドネシア輸入規制に関する相談      3社  
ML 取得に必要な書類・手続きについて教えて欲しいと相談を受ける。  
委託先である PT. VOX TRADING INDOENSIA 社へ調査を依頼・回答を行う
  - ④ 商談内容と今後の輸出への進め方に関して面談      2社  
参加社の希望により、弊社事務所にて上記内容について面談をおこなう。  
いずれも、具体的な輸出に向けての準備を開始することと、弊社にそのサポートを今後も継続して行って欲しいと依頼を受ける
  
- ・ PT VOX TRADING INDONESIA 社による現地需要者へのフォローアップ
  - ① 商談会の内容に関するアンケートとフォローアップ商談  
現地需要者へ商談会についてのアンケートを行うと共に、商談内容や今後の購入意思等について順に訪問、商談を行う。また必要に応じてヴォークス・トレーディングを通じて国内事業者へのフィードバックを行う。（今後も引き続き継続予定）  
国内事業者へのフィードバック件数      9件  
（アンケート集計結果については 別紙資料 1 参照）

#### 5 総括、今後の課題等

##### ・ 総括

2 日間に渡る商談会は前述の国内事業者、現地需要者へのアンケートでもわかるように、国内事業者にとっては今までなかなかイメージしづらかったインドネシアの市場の現状、需用、流通について現地需要者より学んだと共に新規参入への可能性を掴む機会となり、現地需要者にとっては現在入手できない新しい商材について深く知り、新しい販売やメニューのアイデアとなったようで、購入への意欲も高く、両者にとって満足いただける内容であったといえる。

また、商談会の模様はジャカルタで発行されている日本語新聞「じゃかるた新聞」に 2 日に渡って大きく取り上げられる等、事業者としてインドネシアでの当イベントや日本企業の動向について注目度が高いという点を改めて認識した。（別紙資料 2 参照）

一方、成約に関しては 2 件と少ない状況であった。それはインドネシアへの輸入手続きの厳しき（前述 ML について説明）に加えて、宗教上（イスラム教）の制約を納入メーカーに求



める需要者もあり、商談において気に入った商品があっても即納ができない現状がもっとも大きな理由であった。

・ 課題

① インドネシアにおける成約数拡大

本事業での今後の最も大きな課題は成約数を増やすことである。

ただし、上記のようなインドネシア参入への障壁は、現地需要者にとっては周知の事実であり、その上で商品の購入を望んでいただいている状況は、国内事業者がインドネシアで輸入に必要な手続きを完了することで即成約に繋がる可能性が高いということである。

そのためには国内事業者だけでなく、日本からの輸出社・インドネシアでの輸入社との協力が不可欠であり、また、国内事業者にとっては中・長期的な取り組みが必要となる。

なお、本事業の事業実施者である株式会社ヴォークス・トレーディング及び現地委託企業の PT. VOX TRADING INDONESIA は事業として輸出・輸入の機能を有しており、事業終了後も成約に向けての長期的、且つ具体的に国内事業者のサポートを提供することができる。

② HALAL 対応

インドネシア 2 億 4 千万人の市場に向けて商品の投入を希望する国内事業者にとっては、イスラム教で「食べても良い食品」という意味である「HALAL (ハラル)」の認証を取得するのは不可欠である。インドネシア国民のおよそ 9 割はイスラム教徒のため日常的に食するものは HALAL である必要がある。

現在日本での HALAL の認証は一部機関で行われているが、費用面や製造工程の変更等事業者にとって相当な負担となり、なかなか取り組みにくい状況となっている。

その難しさからインドネシア市場への参入を躊躇する事業者もいると思うが、まずは既存商品を 1 割の非イスラム教徒 (約 2,400 万人＝マレーシアやオーストラリアの人口に匹敵する規模) 向けに販売し、嗜好を把握し、商品を絞り込んでから市場拡大に向けて HALAL 対応を検討するなど段階的に取り組むことも可能である。

そのような方法の具体的なアドバイスやサポートは国内事業者にとって HALAL に対してのとっつきにくさを解消し、HALAL 市場参入への敷居を低くするのに必要と考える。

国内の製造業者が個々にそこまでカバーするのは難しく、この点も輸出・輸入社との協力が欠かせない。

③ 価格

他の新興国への輸出同様、インドネシアにおいても日本製品＝高いというイメージが定着しており、事実市場で販売される日本産品は高値である。

日本国内での製造コスト削減努力に加えて日インドネシア経済連携協定 (JIEPA) 等の活用により現地販売価格の低減が可能であるが、その利用方法等が簡単ではなく、広く周知されていない。

商品の良さをアピールするだけでなく、様々な制度を利用し現地価格の低減を進めることもインドネシアでの販売拡大には必須である

以上



# 日本食材商談会アンケート結果

資料 |

アンケート日時 : 2012年2月12日～2012年3月9日  
 アンケート対象者 : 日本食材商談会参加バイヤー様  
 アンケート配布数 : 40通  
 アンケート方法 : メール及びFAXにてアンケート用紙を送付し記載後返信してもらう  
 また返信無い企業は電話にて口頭で確認

## 1 商談会に関して

	回答	%
とても良かった	18	69.23%
良かった	8	30.77%
普通		0.00%
悪かった		0.00%
	26	

感想

★商談相手が時間割されて良かった／

## 2 マッチング方法

	回答	%
とても良かった	17	65.38%
良かった	9	34.62%
普通		0.00%
悪かった		0.00%
	26	

感想

★マッチングしていた。／

## 3 メーカーに関して

	回答	%
とても良かった	13	50.00%
良かった	8	30.77%
普通	5	19.23%
悪かった		0.00%
	26	

## 4 メーカー数に関して

	回答	%
とても多かった	10	38.46%
多かった	12	46.15%
普通	4	15.38%
少ない		0.00%
	26	

## 5 商談に関して

	回答	%
とても満足出来た	14	53.85%
満足出来た	11	42.31%
あまり満足しない	1	3.85%
満足しない		0.00%
	26	

## 6 主催者に関して

	回答	%
とても良かった	16	61.54%
良かった	10	38.46%
普通		0.00%
悪かった		0.00%
	26	

感想

## 7 主催者対応(受付等)に関して

	回答	%
とても良かった	15	57.69%
良かった	10	38.46%
普通	1	3.85%
悪かった		0.00%
	26	

感想

★空いているメーカーさんに誘導するなど気配りを感じた

## 8 マッチング方式について

	回答	%
とても良かった	10	38.46%
良かった	14	53.85%
普通	2	7.69%
悪かった		0.00%
	26	

感想

★個人的に話したいメーカーと話が出来た

9 日本食について

見た目

	回答	%
良い	20	76.92%
普通	6	23.08%
悪い		0.00%
	26	

健康志向

	回答	%
良い	22	84.62%
普通	4	15.38%
悪い		0.00%
	26	

価格

	回答	%
高い	16	61.54%
普通	10	38.46%
安い		0.00%
	26	

味に関して

	回答	%
良い	22	84.62%
普通	4	15.38%
悪い		0.00%
	26	

品質

	回答	%
良い	24	92.31%
普通	2	7.69%
悪い		0.00%
	26	

安全性

	回答	%
良い	21	80.77%
普通	5	19.23%
悪い		0.00%
	26	

10 今後もこのようなイベントに参加したいか？

	回答	%
是非参加したい	16	61.54%
参加したい	8	30.77%
状況次第	2	7.69%
不参加		0.00%
	26	

11 もし輸入出来るなら今回出展メーカー商品を購入するか？

	回答	%
ぜひ購入したい	14	53.85%
購入したい	12	46.15%
購入しない		0.00%
	26	



