

インドネシア

東南アジア最大の面積、豊富な資源を保有する国土。世界第4位の人口規模。
今後経済発展により内需の拡大が期待できる将来性の高い国です。

■ インドネシアの食

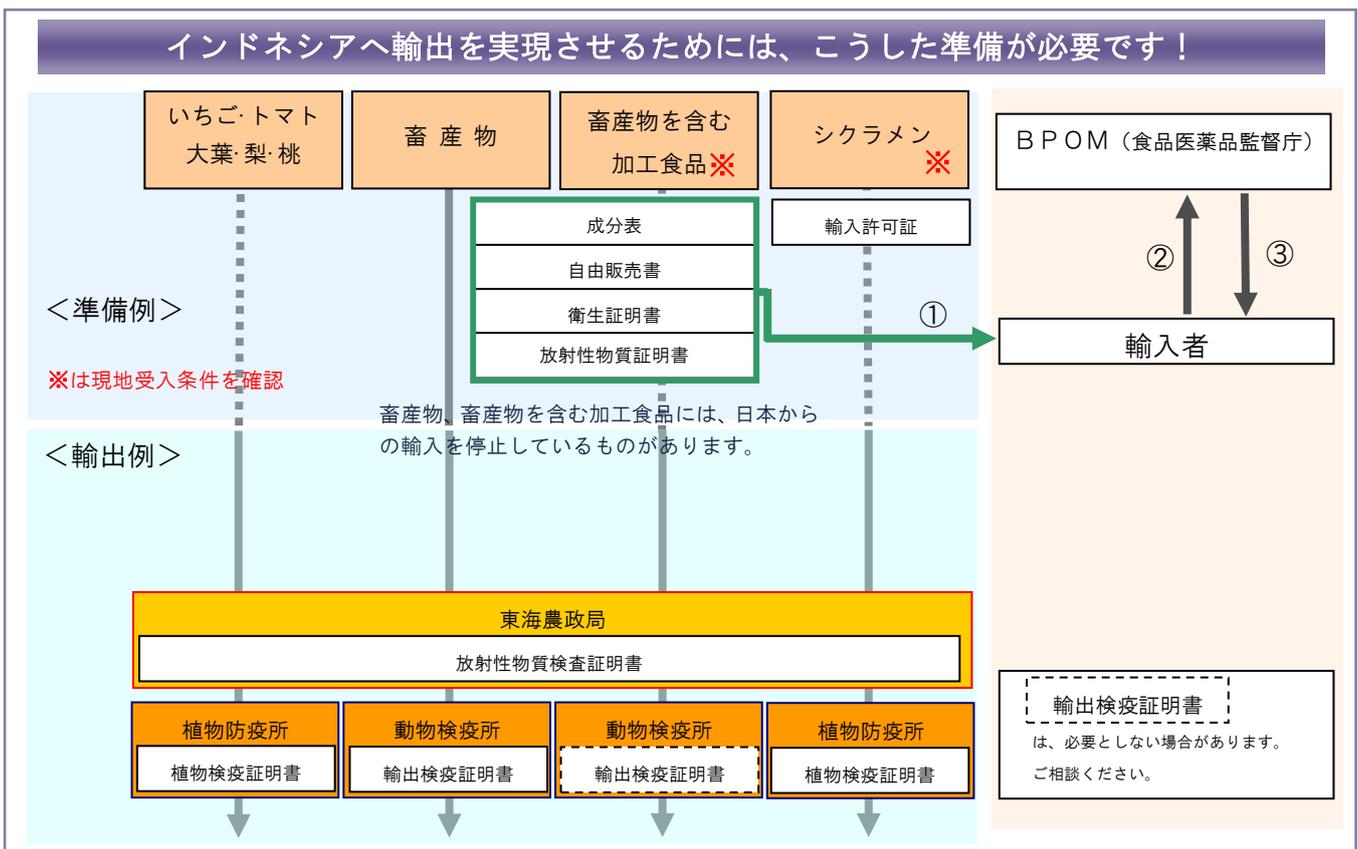
インドネシアは多民族国家です。広い国土には多様な食があります。インドネシア料理の特色は多くの香辛料が使われていることです。唐辛子ベースのサンバルソースはインドネシアの代表的な調味料です。

ココナツをたっぷり使うパダン料理、あっさりしたスダ料理、甘めのジャワ料理、北部のマナド地方の料理はとびきり辛いのが特徴です。米飯を主食としているインドネシアでは、イスラム教徒が多いため鶏肉料理を好み、また強い辛さ甘さの料理が好まれています。ただし酸味の強いものは敬遠されがちです。

日本食レストランでは、現地の味覚に合った辛くてスパイシーな味付けになっています。本格的な日本の味ではなく、現地の味覚にあう調整が必要となりそうです。



インドネシアへ輸出を実現させるためには、こうした準備が必要です！



現地レポート

ジャカルタの今

インドネシアでは、2億人以上のハラール人口（イスラム教徒）がある。そのハラール制度は厳密に運用されているかという点、実態は様々である。街中の飲食店で堂々とタバコやアルコールを楽しむ人々の姿も見られる。飲食店でもハラールの運用は様々である。メニューなどに「豚肉を使用していない」と表示がされていることが一般的である。

経済発展によるライフスタイルの変化がイスラム圏にも広がってきており、日本食への関心も高い。

ジャカルタには、外資の飲食チェーンが多く進出している。現地では日本食といっても現地向けに大幅にアレンジしたものが多く、多様な民族を有するため、多様な食嗜好性がある。いろいろな味が受け入れられるマーケットであり、その規模も幅も広い。高級輸入食材を扱う専門店のような外資小売業も進出しており、比較的新規参入しやすい国である。

平均年齢が28歳と若く、日本の大人気のAKB48のジャカルタ版JKT48は大変な人気であり、アニメなどの日本文化全般も好意的に受け入れられている。



都市化と交通インフラは急速にすすめられている。



現地の嗜好に合わせた「寿司」が多く見られる。



高級スーパーが出店している。

人 口 (2013年)	約2億5,000万人 (ジャカルタ 961万人)
言 語 (2013年)	インドネシア語(国語)ジャワ語、スダ語 マドゥラ語・バリ語・ミナンカバウ語 バタック語など多数
宗 教 (2013年)	イスラム教87.2% キリスト教9.9%、プロテスタント7.0% カトリック、ヒンドゥー教、仏教など
通 貨	ルピア
国民総所得 GNI (2013年)	国民総所得 7,127億ドル(米ドル) 一人当たり国民総所得2,940ドル(米ドル) うち食費に占める割合43.0%(2009年)
在留邦人数(2013年)	約12,500人
日系現地法人数 (2013年4月)	1,255社
車普及率 (2011年)	乗用車 7.3% 二輪車 10.0%
耐久消費財普及率 (2011年)	冷蔵庫 29.7%、 電子レンジ 2.8%、