

第1章 インドネシア食品市場への進出に向けて

中京大学教授 並河 良一

1. インドネシア経済の動向と食品市場の魅力

(1) 急速な経済成長

直接投資先としてのインドネシア市場の最大の魅力は、国内総生産：GDP が大きく、その伸びが急速であること、つまり、経済成長が著しいことである。GDP は、家計、企業、政府へ分配される富の指標である。したがって、急速な経済成長により、家計の購買額・企業の販売額は急増し、企業の投資意欲は高まり、生産力は向上する。さらに、政府の産業基盤や社会基盤の整備のための投資も進み、生産条件・生活条件が向上する。首都ジャカルタに高層ビルディングが林立し、先進国と変わらぬランドスケープが形成されていることが、その象徴である。

図表 1-1 に示すようにインドネシアの名目国内総生産 GDP (2009) は 5,390 億 US\$ (約 49 兆円) である。規模は日本の 10 分の 1 であるが、インドネシアの GDP は ASEAN10 カ国の 36.5% を占めており、ASEAN 最大の経済大国である。しかも、名目 GDP の年平均伸び率が非常に高く、2000-2009 年の 9 年間は、年率 14.0% で伸びており、この間に 3.3 倍に拡大している。インフレ分を控除した実質 GDP で見ても、年率 5.1% の伸びである。リーマンショックの影響を受けた 2008 年から 2009 年にかけても、マレーシア、シンガポール、タイなどの主要 ASEAN 加盟国が実質ベースでマイナス成長に陥る中で、インドネシアは、ベトナムと並びプラス成長 (4.5%) を維持した。その要因として、インドネシア経済が内需依存型経済であることがあげられるが、それだけでなく、同国の基本的な経済力が強くなっていることもある。インドネシア経済のファンダメンタルズは、1997 年のアジア通貨危機で大打撃を受けた時とは、明らかに異なっている。

経済成長にともない、インドネシアの国民が豊かになりつつある。1 人当たり GDP (名目) は、国民の豊かさを示す指標であり、1,000US\$ 未満は発展途上国、10,000US\$ 以上は先進国とされている (日本は 2009 年 : 39,864US\$)。インドネシアの 1 人当たり GDP は、図表 1-1 の右欄に示すように、2000 年には 807US\$ であったが、年平均で 12.5% の伸びを示し、2003 年に 1,000US\$ を超えて発展途上国グループを脱し、2009 年には 2,329US\$ に達している。2011 年末には 3,000US\$ をかなり超えていると推測される。インドネシアは、巨大人口を有して、中国を追いかけるように豊かになっているのに、これまで注目されなかったのが不思議である。ちなみに、中国の 1 人当たり GDP は 1999 年の 892US\$ から年平均で 15.5% の伸びを示し、2009 年には 3,769US\$ に達している。

1人当たり GDP の拡大により、国内の消費構造が大きく変化することが、経験的に知られている。1,000US\$から 3,000US\$に伸びる期間は、自動車・バイク・家電、携帯電話などの「生活を便利にする耐久消費財」の需要が急増する。3,000US\$から 10,000US\$に伸びる期間は、高級な耐久消費財、化粧品、医療・保険・旅行・教育などの「生活を豊かにする物・サービス」の需要が増加する。インドネシアでも、この数年間は高度経済成長を背景に、購買力の旺盛な新中間層が形成されており、耐久消費財の需要が急増している。とくに二輪車や自動車に対する需要は、ローン制度の充実もあり、旺盛である。また、タクシー運転手はもちろん屋台を引く若者に至るまで携帯電話を保有するようになってきている。食品分野では、加工食品の需要増、ファーストフード・チェーンなどの外食産業の普及、スーパーマーケットの増加などが目立っている。今後、1人当たり GDP : 10,000US\$へ向けて、他の主要国が経験したとおり、輸入食品、高級食品、ブランド食品、健康食品、家事労働時間の減少につながるレトルト食品などの需要が増加すると見込まれる。

(図表 1 - 1) ASEAN10 カ国の GDP、一人当たり GDP

	GDP 名目			GDP 実質			一人当たり GDP 名目		
	2000	2009	年平均 伸び率	年平均 伸び率	08-09 伸び率	2000	2009	年平均 伸び率	
単位	10 億 US\$	10 億 US\$	%	%	%	US\$	US\$	%	
ブルネイ	6.0	10.5	6.5	1.4	-0.5	18,477	26,325	4.0	
カンボディア	3.7	10.8	12.8	7.9	-2.5	288	775	11.6	
インドネシア	165.5	539.4	14.0	5.1	4.5	807	2,329	12.5	
ラオス	1.6	5.6	14.6	7.0	7.6	311	878	12.2	
マレーシア	93.8	191.5	8.3	4.3	-1.7	4,030	6,897	6.2	
ミャンマー	8.9	27.6	13.4	10.8	4.8	178	459	11.1	
フィリピン	75.9	161.0	8.7	4.4	0.9	987	1,746	6.5	
シンガポール	92.7	177.1	7.5	4.2	-2.0	23,019	37,293	5.5	
タイ	122.7	263.9	8.9	3.9	-2.3	1,967	3,940	8.0	
ベトナム	31.2	92.4	12.8	7.3	5.3	402	1,060	11.4	

(出典) International Monetary Fund 資料から作成。

(2) 膨大な人口と巨大な市場規模

インドネシア食品市場の第 2 の魅力は、人口規模が大きく、食料品の市場規模が大きい点である。2009 年の人口は 2 億 3,150 万人（推定値）で、中国、インド、米国に次いで世界第 4 位、ASEAN10 カ国ではベトナム（8,720 万人）を大きく引き離して最大

である。2000年以降の人口伸び率は、12.9%（年平均1.35%）と高い率を示している。国連人口機関は、インドネシアの人口は2030年に2億7,000万人に達すると予測している。

現在（2009年）のインドネシアの食料品の市場規模は、図表1-2に示すように、年間605兆ルピア（約5.5兆円）と推算される。現在でも十分に魅力ある大きな市場である。現在の経済成長や食料費支出の伸びが続けば、2020年の食料品市場規模は1,925兆ルピア（17.5兆円）に達すると見込まれる。その後の伸びが鈍化しても、2030年には3,382兆ルピア（30.8兆円）に達し、同様に計算した現在の日本の食料品の市場規模（33.5兆円）に匹敵する規模に成長すると予測される。つまり、インドネシアでは毎年1兆円を超える規模の食品市場が新たに産み出されることを意味する。国内で既存の寸土を奪い合うよりは、広大な無主の地を目指そうかと考えさせる数値である。

（図表1-2）インドネシアの食料品市場規模

	単位	2009	2020	2030
1人1カ月食料費支出	ルピア	217,720	637,488	1,038,401
人口	100万人	231.5	251.6	271.5
市場規模	兆ルピア	604.8	1925.1	3382.9
市場規模	兆円	5.5	17.5	30.8

（出典）食料費支出は、Badan Pusat Statistik, Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia (Trends of the Selected Socio-Economic Indicators of Indonesia)のデータを利用して計算。

（注）食料費支出の伸びは2020年までは、2005年から2009年の伸び（年10.26%）、2030年までは年5%として計算。人口の伸びは国連人口機関の予測値（2030年に2億7150万人）まで、等率で伸びるとして計算。

このような食品市場規模の拡大は、食料費支出額を背景としている。食料品への支出は、図表1-3に示すように、2005年から2009年までの4年間で48%上昇しており、2009年の1人当たり月間の食料費支出は217,720ルピア（1,979円）となっている。1人当たり月間の食料費支出の1,979円という数値は、日本企業の進出先として考えれば、小さく感じるかもしれないが、感覚的な理解のために過去の日本のデータ（総務省統計局、家計調査報告）と比較してみよう。日本が高度成長の真っただ中だった1963年（東京オリンピックの前年）時点における1人当たり月間の食料費支出（2人以上の勤労世帯の統計値）は3,589円であり、その20年後の1983年には19,023円と、現在（2010年：20,463円）の水準にほぼ達している。現在のインドネシアは、当時の日本と同じく、高度経済成長の真っただ中にあり、1,979円という数値（1世帯（世帯人数：4.2人）、年間約10万円）は、進出を促すデータと解すべきである。

また、食料費支出の中で、加工食品・飲料への支出が、この4年間で金額で1.7倍に上昇し、その食料費支出に占める割合も21.6%から25.0%に上昇している（図表1-3）。

食材のすべてを生鮮食品として購入して、自宅で調理して食べるという伝統的な食生活から、半調理品、調理済食品などを活用した食生活に変化しつつあることを示している。生活が豊かになるにつれ、新しい食品への関心、食生活の洋風化、調理に費やす時間の節約といった傾向が強まっていることが、その背景にある。つまり、食料費支出の構造が途上国型から脱しつつあることを示している。

消費支出全体に占める食料費支出の割合は 50%前後で推移しているが、日本の例などが示すように、今後は低下していくであろう。参考までに、日本の食料費支出は 1963 年：37%、1983 年：26%、2010 年：22%と低下していった。

(図表 1 - 3) 1 人当たり月間の消費支出と食料費支出

単位：ルピア

		2005	2007	2009
食料費		147,311	174,028	217,720
消費支出に占める食料費の比率		51.4%	49.2%	50.6%
	うち加工食品	31,847	37,030	54,326
	加工食品の率	21.6%	21.3%	25.0%
非食料費		139,430	179,393	212,345
消費支出計		286,741	353,421	430,065

(出典) Badan Pusat Statistik, Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia (Trends of the Selected Socio-Economic Indicators of Indonesia)から作成。

(3) 食生活の高度化

第3の魅力は、食生活の高度化の余地があることである。2009年における1人1日当たり摂取たんぱく質量は全国平均で 54.35g (都市部：55.71g、農村地域：53.08g)、消費カロリーは全国平均で 1,928kcal (都市部：1,891kcal、農村地域：1,962kcal) となっている。食習慣が異なるために単純な比較はできないが、日本(たんぱく質量：69.8g、消費カロリー：1,898kcal) (厚生労働省、平成19年国民健康・栄養調査報告) に比べると、摂取カロリーに大きな差はないが、たんぱく質の摂取量が低い値となっている。十分な食物を口にできない貧困層は少なくなっており、食料品の供給は量的には満たされているが、国民の大半が栄養価の高い食料品を摂取できる域には達していない。したがって、食料品の消費量の伸びは期待できないが、高蛋白の高栄養価の食料品の需要の増加が見込まれる。

(4) 採算のとれる食料品価格

第4の魅力は、経済の成長に伴い、食料品の市販価格が上昇していることである。食

料品の市販価格は、日本企業が進出を検討するための重要な指標である。低位の発展途上国に見られるように、食料品の市販価格があまりに低すぎれば、進出企業は生産コストを回収できず、進出は困難となるからである。しかし、インドネシアの食料品の市販価格は、進出を検討できる水準に達している。

インドネシアのスーパーマーケットにおける食品の市販価格を図表 1 - 4 に示す。品目により差があるが、感覚的には、日本の価格の 3 分の 1 程度であり、先進国の食品産業が採算をとれる水準にある。1 人当たり GDP の比 (17 分の 1) を考えれば、スーパーマーケットの食料品価格はかなり高く感じられる。これは、食料品の価格が事実上二重価格制—昔ながらの市場 (パッサール) の価格と、スーパーマーケットの価格—になっているからである。パッサールでは、砂糖キビジュース 1 杯 : 700 ルピア (=6 円)、コカコーラ (ビン) : 3,000 ルピア (=27 円)、マンゴー 1 コ : 4,000 ルピア (=36 円) など、安価な食料品が売られている。ただし、スーパーマーケットは富裕層・中間層向け、パッサールは庶民・貧困層向けという単純な構造ではない。中間層も、安くて新鮮な生鮮食料品やインドネシアの伝統的な食料品をパッサールで購入することが多く、庶民層も、贈答品などをスーパーマーケットで購入するからである。

なお、日本製の食品が少数の零細な日本食専門店で販売されているが、流通ルートは不透明であり、販売量も少なく、価格は日本の小売価格の 3 倍～5 倍である。インドネシア市場の中では極めて特殊な事例であり、同国進出に際しての参考にはならない。

(図表 1 - 4) スーパーにおける主な食料品小売価格 (2010 年)

品目	単位	インドネシアの価格		日本の価格
		[ルピア]	[円換算]	[円]
卵	1 コ	1,815	17	20
牛乳	1L	13,550	123	200
牛肉	1kg	59,950	545	(輸入) 2,000
鶏肉	1kg	39,950	363	1,300
じゃがいも	1kg	13,850	126	350
米(インドネシア Cianjur Giant)	5kg	53,500	486	(国産) 2,000
米(オーストラリア米 (富士光))		146,000	1,327	
ビール	350cc	9,200	84	150
コーラ	350cc	6,250	57	100
ビッグマック	1 コ	21,000	191	320

(出典) ① 柏木敬子 ((財) 国際金融情報センター), 各国の物価水準 (日本の物価との比較), 2010 (調査時点 2010 年 5 月)、② JETRO, インドネシアの農林水産物, 食品小売価格, 2010 から抜粋、③ 筆者の現地調査 (2010 年 12 月)。

(注) ソースが複数あるので換算レートは、一律に、1 円 = 110 ルピアを適用した。日本の価格については、①の統計値は実勢価格からの乖離が大きいため、筆者の調査を加味した。

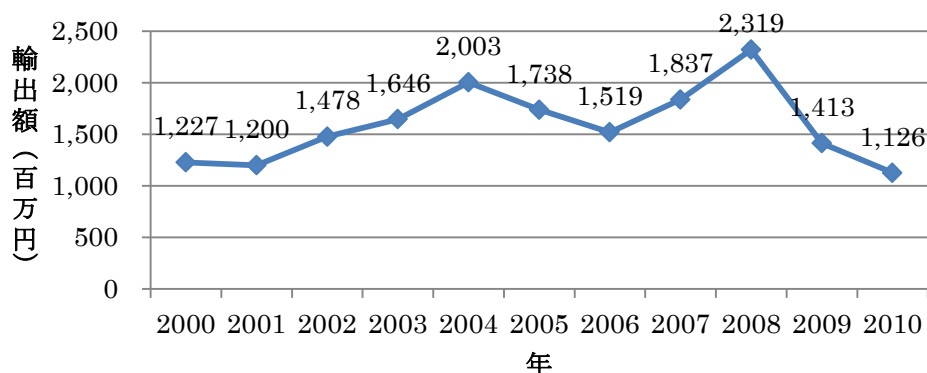
(5) 先行者利益

インドネシアに直接投資をした日本の食品企業は10数社に過ぎない。さらに、インドネシアへの食品輸出は、食品全体でも品目別でも規模が小さく、ほとんどなされていない。したがって、インドネシア国内で流通する日本企業の製品は極めて少ないのが現状である。日本企業の製品に限れば、ほとんど無主の地と言っても過言ではなく、いったん参入できれば大きな先行者利益を獲得できる市場である。ただし、すでにローカル企業の製品が市場を支配しているので、これらとの競合に打ち勝つ、あるいは、代替することが必要であるのはもちろんである。

日本の財務省の貿易統計によれば、日本からASEAN全体への食品輸出は約208億円(2009年)であるが、うち85億円はシンガポール向けであり、インドネシアへの食料品の輸出は、図表1-6が示すように、14億1,300万円にすぎない。インドネシアへの食料品貿易は2000年以降徐々に伸びてきたが(図表1-5)、2008年の23億2,000万円をピークに急落し、2010年には2000年の水準に戻っている。この下落の背景には、リーマンショックだけでなく、ML制度(輸入食品の登録制度:後述)運用の強化がある。

この程度の輸出額の数値は、産業ベースの輸出がまったく行われていない水準であると言っても過言ではない。日本から直接輸出された製品だけでなく、タイで生産された製品やシンガポール経由の製品の輸出もあるが、基本的な動向は変わらないであろう。

(図表1-5) 日本からインドネシアへの食料品輸出額の推移



(出典) 財務省、貿易統計

インドネシアが日本から輸入している食料品を、品目ベースで示す(図表1-7)。輸入金額が10万US\$を超える食料品は10数品目にすぎず、本格的な産業ベースの貿易が行われているとは言えない水準である。日本人駐在員などを対象とする少数の小規模な小売店舗やレストランを対象とする零細取引である。

このような輸出の著しい少なさは、経済的・制度的な貿易阻害要因によるものではなく、そもそも日本の食品企業が本格的な市場開発を行ってこなかったことによるのであろう。

(図表 1 - 6) 日本から ASEAN への食料品輸出 (2009 年)

単位：100 万円

国	輸出額	比率
ブルネイ	20	0.1%
カンボディア	3	0.0%
インドネシア	1,413	6.8%
ラオス	64	0.3%
マレーシア	2,435	11.8%
ミャンマー	1	0.0%
フィリピン	1,744	8.4%
シンガポール	8,464	40.9%
タイ	4,146	20.0%
ベトナム	2,416	11.7%
ASEAN 計	20,706	100.0%
中国	13,219	
アメリカ	39,949	

(出典) 財務省、貿易統計

(図表 1 - 7) 日本からの輸入額の多い主な食料品 (個別品目ベース) (2009 年)

単位：100 万 US\$

品目	輸入額	品目	輸入額
小麦粉	2.19	インスタント・コーヒー	1.49
小麦グルテン	0.38	しょうゆ	0.15
カラギーン (海藻由来の食品安定剤)	0.13	混合香辛料	0.22
野菜由来の増粘剤	0.21	たんぱく混合物 (質感調整)	0.13
乳糖、乳糖シロップ	0.26	清涼飲料用濃縮混合物 (非アルコール)	0.36
麦芽糖	0.21	医療食品 (ビタミン、ミネラル等)	1.89
グレープフルーツ・ジュース	0.75		

(出典) Badan Pusat Statistik, Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia/ Impor (Indonesia Foreign Trade Statistics/ Imports)

(注) 原則として、輸入額 10 万 US\$以上の品目を挙げてある。ただし、「その他」に分類される品目は含まない。

「精米」「豆類」「ココア豆」「食品残渣」など加工度の低い品目、「種苗」「動物用サプリメント」など食用でない品目及び「煙草類」は除外している。

(6) 低い生産コスト

食品産業は、電子・機械・自動車などに比べて、生産の労働依存性が高いため、労働事情は重要な検討項目である。安価で豊富な労働力の確保ができる点も、進出先としてのインドネシアの魅力である。以下、労働力のコスト、量の順で述べる。

第1に労働力のコストである。工業労働者、被雇用者の平均月収は、2010年2月時点で、全国平均で134万ルピア（約12,200円）、首都のジャカルタで193万ルピア（約17,500円）となっている。法定最低賃金（月給）は、図表1-8に示すように、2009年時点で、全国で84万ルピア（約7,600円）、ジャカルタで107万ルピア（約9,720円）となっている。主な業種の現場労働の賃金を比較すると、図表1-9に示すように、食品産業では非熟練作業、単純作業の工程が多いため、他の業種に比べて安い水準にある。このように、インドネシアは、依然、安価な労働力を利用できる環境にある。しかし給与水準は、経済成長を反映し急速に上昇しており、法定最低賃金は2005年から2009年までに70%近くも上昇している。今後も労働コストは上昇していくと想定される。なお、日系企業における管理スタッフの給与は、これらとは全く異なり、はるかに高い水準である。学歴（大卒、学位）、語学力（英語、日本語）、経歴（日本企業や外資での勤務歴）、専門知識などにより多様である。

第2に、労働力の量である。労働力の確保の難易を判断する指標は、人口の年齢構成と失業率である。人口の年齢構成を図表1-10に示す。2010年時点で、インドネシアでは、若年人口が多く、年齢構成は下膨れになっている。15歳から35歳までの若い人口が全体の34.8%、15歳から65歳までの労働に適した人口は全体の67.2%を占めており、労働力の確保は容易である。今後出生数は減少に転じるが、2030年においても、それぞれ29.3%、69.3%を占めると予測されている（国連人口機関）。失業率は、図表1-11に示すように、全国で7.87%、ジャカルタでは12.15%と高い水準になっている。他のASEAN諸国に比べても高い水準になっている（図表1-12）。高い失業率は、進出企業からみれば、労働力を確保しやすい状態である。

(図表1-8) 1カ月の法定最低賃金

単位：ルピア

	2005	2006	2007	2008	2009
ジャカルタ	711,843	819,100	900,560	972,604	1,069,865
全地域単純平均	506,200	602,700	673,261	743,174	841,529

(出典) Badan Pusat Statistik, Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia (Trends of the Selected Socio-Economic Indicators of Indonesia)から抜粋。

(図表 1 - 9) インドネシアの主な業種の大・中規模企業における製造現場の1カ月の賃金

2008年 1～3月

単位：ルピア

	大規模工場	中規模工場
食品業	1,079,800	772,200
織物・繊維業	1,071,700	824,600
製紙業、化学産業	1,344,300	1,071,100
非金属鉱物産業、金属産業	1,666,100	819,500
その他の産業	1,324,300	884,800

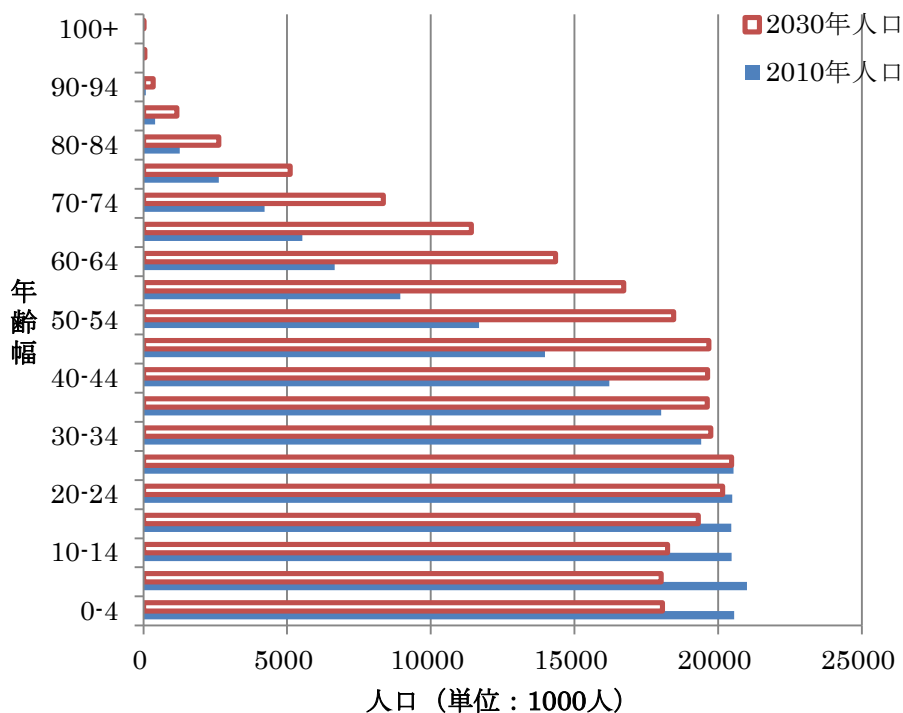
(出典) Badan Pusat Statistik, Statistik Upah Wage Statistice 2008 から抜粋

(注) 中央統計局による、企業規模の定義（製造業）は以下のとおり。

大企業：従業員 100 人以上、中企業：従業員 20 人～99 人、

小企業：従業員 5 人～19 人、家内企業：従業員 4 人以下

(図表 1 - 10) インドネシアの人口の年齢構成



(出典) United Nations Population Division 資料から作成。

(図表 1 - 11) インドネシアの最近の失業率 (%)

	2007 年		2008 年		2009 年	
	2 月	10 月	2 月	10 月	2 月	10 月
ジャカルタ	13.27	12.57	11.06	12.16	11,99	12,15
全国	9.75	9.11	8.46	8.39	8,14	7,87

(出典) Badan Pusat Statistik, Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia (Trends of the Selected Socio-Economic Indicators of Indonesia)から抜粋。

(図表 1 - 12) 主な ASEAN 各国の失業率 (2009 年)

国	失業率	国	失業率	国	失業率
ブルネイ	3.7%	ミャンマー	4.0%	タイ	1.4%
インドネシア	8.0%	フィリピン	7.5%	ベトナム	6.0%
マレーシア	3.7%	シンガポール	3.0%		

(出典) ASEAN-Japan Center 資料から作成。

(7) 日本製品への高い評価

良好な対日感情も魅力の一つである。対日感情は、日本人に対する感情と日本製品に対する評価に区分される。前者は合弁のパートナーの確保や食品工場の労働力の確保、後者は食品のマーケティングを律する要素である。インドネシア人の対日感情は、1974年の田中角栄総理のインドネシア訪問時に反日暴動がおこるなど、悪い時期もあったが、現在では極めて良好であり、「インドネシア人は親日的である」と言われるほどである。

対日本人感情については、穏やかで、融和的であり、高圧的でないと言われており、インドネシアの主流を占めるジャワ人の性格に通じるものがある。また、法令や契約を守る遵法性があると評価されている。総じて、日本人は中国人や韓国人よりも好意を持って見られている。中国に対しては、歴史(9月30日事件)が示すように、インドネシア経済を長年牛耳ってきた中国系住民に対する潜在的で根強い反発感があり、複雑な感情がある。

日本製品に対する信頼は絶大と言っても過言でない。日本ブランドは、高品質、高性能、安全の代名詞とされている。1980年代には、日本製品は欧米製品に比べて品質が劣るとの評価も聞かれたが、現在ではそのような見方は払しょくされた。たとえば、インドネシアにおける日本ブランド車の生産シェア(2010年)は、図表 1-13 に示すように、圧倒的(99%)である(販売シェアも96%)。中国製品は品質面では日本製品に劣るとされてきたが、2008年のメラミン汚染乳製品事件は、インドネシアでも製品回収などの騒ぎに発展し、そのような評価を再認識させることとなった。日本製品に対する

評価は、機械、電子産業により培われたものであるが、今後日本食品産業が進出するに際して強い追い風となるであろう。

なお、今回の原子力発電事故による放射能汚染にともない、インドネシア政府は、日本からの農産物・食品の輸入規制を実施しており（後述）、日本製食品に対する評価はゆらぎつつある。

(図表 1 - 13) インドネシアにおける乗用車生産のメーカー別シェア
(全車種) 2010 年 1 月 - 11 月

順位	メーカー	生産台数 (千台)	シェア (%)	順位	メーカー	生産台数 (千台)	シェア (%)
1	トヨタ (日)	242	37.8	8	日野 (日)	21	3.3
2	ダイハツ (日)	106	16.5	9	メルセデスベンツ (独)	4	0.6
3	三菱 (日)	82	12.9	10	日産ディーゼル (日)	3	0.4
4	スズキ (日)	76	11.8	11	ヒュンダイ乗用車 (韓)	2	0.4
5	ホンダ (日)	49	7.6	12	BMW (独)	1	0.1
6	日産 (日)	34	5.3	13	チェリー (中)	0	0.1
7	いすゞ (日)	21	3.3	計		641	100

(出典) Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia から抜粋。

(8) 日本との経済関係の強さ

食品分野では、日本からインドネシアへの輸出や直接投資は極めて少ない。しかし、その他の分野では、両国の経済関係は緊密であり、食品産業が進出するに際して、他分野の企業から有益な情報や人的なネットワークを利用できる素地がある。

2009 年におけるインドネシアの貿易を相手国別に見れば、輸出先では日本が最大の相手国 (186 億 US\$ (=1 兆 5,800 億円))、輸入先ではシンガポール、中国に次いで日本が第 3 位の相手国 (98 億 US\$ (=8,300 億円)) である。輸出入の合計でも日本が最大の貿易パートナーである。

直接投資については、タックス・ヘブン国の存在や、エネルギー関係の巨額の投資があるため、単年ごとのデータでは評価できない。2001 年以降の投資動向を見ると、日本からインドネシアへの直接投資は常に上位を占めている (図表 1 - 14)。インドネシアにおける日系企業は約 1,000 社に上り、日系企業によるインドネシア人雇用者の数は約 32 万人と言われている (外務省)。ユドヨノ政権発足後、日本とインドネシアの間で設立された「投資に関するハイレベル官民合同フォーラム」は、日本からの投資の円滑化を目的として、税、通関、労働、インフラ、競争力/中小企業の 5 分野の戦略的投資行動計画を策定している。このような姿勢が示すように、インドネシア政府は基本的に

日本企業のインドネシアへの直接投資を歓迎している。

また、日本は巨額の政府開発援助（ODA）を供与して、インドネシアの経済発展・生活の向上を支えてきたという歴史もある。日本は長年インドネシアに対する最大のODA 供与国であり、2008 年度までの援助実績は、円借款 4 兆 3,925 億円、無償資金協力 2,620 億円、技術協力 2,954 億円である。

(図表 1 - 14) インドネシアへの直接投資額

単位：百万 US\$

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
対内投資額計	15,056	9,795	13,584	10,334	13,579	15,624	40,146	14,871	10,815
日本の投資額	772	511	1,254	1,685	1,176	444	603	1,365	679
日本の順位	4	5	2	2	3	7	9	3	3
1 位の国	中国	SPR	モリヤス	サウジ	SPR	マレーシア	米国	モリヤス	SPR
1 位国の投資額	6,055	3,328	4,456	3,018	3,933	2,328	13,319	6,478	4,341

(出典) 日本アセアンセンター、ASEAN-日本統計集 2003-1010 から作成。

(注) SPR:シンガポール、サウジ:サウディアラビア

2007 年までは認可ベース、2008,2009 年は実行ベース。

(9) イスラム市場へのゲート・ウェー

インドネシアは、ポスト中国として期待されるイスラム圏の食品市場（16 億人、50 兆円）へのゲート・ウェーとしての魅力もある。

イスラム圏に食料品を販売するには、ハラール制度（イスラム教の忌避する豚やアルコールを含有しない食品の規格・基準）をクリアする必要がある。しかし、日本の食品企業は、中東などの主要イスラム諸国にほとんど進出しておらず、いきなり、国内で中東に通用するハラール認証を取得するのは容易ではない。中東などのイスラム市場に進出するには、まず、日本との経済関係の強いイスラム国に工場を設置してハラール認証を取得し、イスラム圏に輸出する方法、また、そのような国でハラール制度に関するノウハウを取得して、イスラム圏に工場を建設する方法が合理的な選択肢である。そのような候補地として、アジアのイスラム国であるインドネシアとマレーシアがある。マレーシアは、わかりやすいハラール制度を公表して、イスラム市場へのゲート・ウェーとしての機能を旗印にして、海外の食品企業の誘致に努めている。しかし、マレーシアの人口は少なく、国内食品市場が小さいのが難点である。他方インドネシアは、国内市場が大きいため、国内市場とイスラム市場の両方を視野に入れた直接投資が可能である。

2. インドネシア市場進出への障害

インドネシアの食品市場の魅力を上述べた。しかし、インドネシアの食品市場には、依然、海外企業の進出を拒むハードルが残っている。これまで進出の少なかった食品産業には、他産業よりも高い障害として立ちはだかる。これらのハードルについても理解する必要がある。これらは、商品選択、進出の規模、進出形態（輸出か工場か）などを検討する材料になるからである。

(1) ルピアの為替レート

第1のハードルは、インドネシア・ルピアの外貨に対する為替レートの変動が大きいことである。現在のインドネシア駐在員の間では、インドネシア・ルピアの為替レートの変動は大きくなく、企業経営上の大きな問題ではないとする見解が多い。4-5年の駐在期間を基準に見れば、そのような見解が正しいかもしれないが、10年-20年の単位で過去の推移を振り返れば、ルピアの変動は為替レートが乱高下していると言わざるをえない。

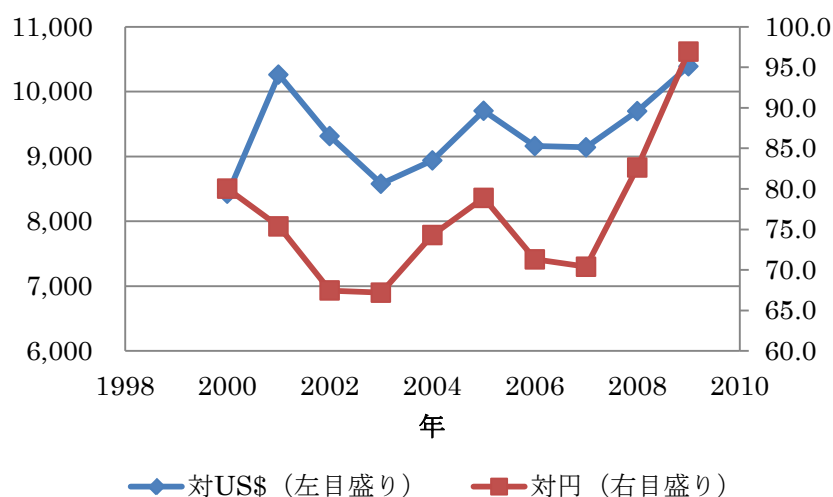
企業の海外進出の検討に際して、その国の為替動向は重要な要素である。電子・機械・自動車産業などの主たる競争相手は他の外資であるが、食品産業のライバルはインドネシア国内企業となるケースが多いため、為替動向はとくに重要である。ルピア・レートにより、進出形態が輸出か投資（工場立地）か、工場立地の場合には内需型か海外輸出型かが決まってくる。たとえば、ルピア安を前提とすれば、日本からの輸出価格が高くなりインドネシア国内製品との価格競争が弱くなること、投資資金が相対的に安くなることから、輸出ではなく工場立地という選択肢が有力となる。また、インドネシアからの輸出価格が安くなるため、工場を、内需向けだけでなく、第三国輸出の生産基地としても位置付けることができる。さらに、輸入原料の価格が高くなるため、原料をインドネシア国内で調達することが合理的な選択になる。ただし、工場建設後にルピア安の方向に振れると、円貨ベースの資産価値が目減りすることになる。

ルピアは超長期的には下落の一途をたどり、1990年代末のアジア金融危機で暴落した。対円では、1996年の1円=21.3ルピアから、1998年には1円=97.1ルピアまで急落した。アジア金融危機が一段落した2000年以降は、図表1-15に示すように、1円=67~80ルピア、1US\$=8,500~10,000ルピアで推移してきたが、ここ3~4年間は、再びルピアが安くなりつつある。とくにこの1年は、最近の円高を反映して大幅なルピア安が進んでおり、対円レートはアジアの金融危機の時の水準に達している。インドネシアの高い経済成長にもかかわらず、レートはルピア安基調である。このようにルピアの為替動向は、変動が大きく、かつ、変動の予測が難しいため、日系企業を悩ませている。

ただし、リーマンショックの影響が小さかった（2008年:1円=82.6ルピア、2009年:1円=96.9ルピア）ことは、インドネシア経済の基盤が強くなっていることを示し

ており、今後は1997年のアジア経済危機の時のような暴落は起こらないと考えられる。

(図表1-15) インドネシア・ルピアの為替レートの動向



(2) 産業基盤整備の遅れ

第2のハードルは、産業基盤、とくに道路が十分に整備されていないことである。

原材料、部品など中間財を生産する場合は、納入先工場との物流だけを考えれば済む。しかし、食品の多くは一般消費者を対象とするため、陸上・海上交通を組み合わせ、インドネシア全土への物流網の確保が必要になる。食品は品質劣化の可能性があるために、高温多湿の気候も考慮して、倉庫も含めた物流網の確保が重要になる。しかし、インドネシアの輸送インフラは貧弱であり、長距離の高規格道路の整備は遅れており、同国の弱点となっている。同国の面積は192万km² (日本の約5倍)、南北1,800km、東西5,100km (米国の東西距離は約4,500km) の広大な国土に、約18,000 (有人島だけでも6,000) 島が散在しており、投資の集中が難しいという事情もある。2010年10月には、インドネシアのインフラ整備構想 (インドネシア回廊構想) が示されたが、その実現性には疑問がある。

首都ジャカルタ周辺でも、市内、産業拠点、空港、港湾を結ぶ道路の容量が不十分で、円滑な産業活動を妨げている。市内の幹線道路は朝夕を中心に著しく渋滞しており、幹線道路の向かい側のビルディングへ行くにも1時間近くかかることもある。工業団地の集中するブカシ、カラワン周辺道路も渋滞が激しく、通勤、物流を著しく阻害している。渋滞解消のため、特定時間帯にジャカルタ市内の指定地域に乗り入れる車への乗車人数を3人以上に制限する制度が導入されているが、指定地域乗り入れ直前に車に同乗して金を稼ぐ職業が発生しており、制度は事実上機能していない。

(3) 合弁相手の選択の難しさ

進出に際してのパートナーの選択の難しさも、食品産業のハードルとなっている。

インドネシアへの進出に際しては、単独で進出するか、インドネシア資本のパートナーと組むかの判断が必要になる。パートナーと組むと、言葉の壁、社会の閉鎖性、法令・手続きの不透明さ、人事労務の難しさ、流通チャネル開拓などの問題をクリアできるメリットがある。食品産業の場合、電子・機械・自動車産業とは異なり、そのユーザは企業ではなく消費者であること、富裕層ではなく一般の消費者であることから、流通チャネルの構築は極めて重要である。古くからの商習慣、人間関係が残る独特の市場に、単独で流通チャネルを構築することは難しいため、食品産業ではパートナーの選択は重要である。

パートナーとして華僑系資本、インドネシア資本の2つの選択肢がある。インドネシア資本は、日本企業から見れば、金・時間・約束・技術に対する感覚がルーズで、納期、決済、契約、製品仕様などにおいて問題が多発する傾向がある。日本企業の実感感覚がシビアに過ぎるとの見方もあるが、多くの日本企業が困っているのが現実である。華僑系資本は、このような問題はほとんどないが、利益志向が強く、投資の短期回収に走り、コンプライアンス面での懸念があるとされている。コストをかけて良い製品を作り、長期的に消費者の信頼を得ていくという日本のメーカーの考え方と相容れない要素も多い。

(4) 労働問題

インドネシアにおける労務管理の難しさも、進出の大きなハードルである。労使関係と仕事の仕方の2つに大別される。

労使関係については、労働争議が多いこと、本給以外の付加給が多いこと、解雇が難しいことなどである。2000年以降、政府が労働者保護に傾斜した労働法、労働者保護法を制定したことがその背景にある。労使問題が、インドネシア人のウェットな性格と相まって、感情的な問題に発展しやすいことも日系企業を悩ませている。

後者については、日系企業には、インドネシア人は任せても仕事をやらない、応用能力がないという不満がある。他方、決められた仕事は確実に処理するという評価もある。管理層と実務層の区別が明確でマニュアル型のインドネシアのビジネス手法と、平等主義で現場委任型の日本のビジネス手法の違いが、不満という形で表面化している。階層社会というインドネシアの社会的構造を背景とする問題のため、克服の難しいハードルである。

(5) 宗教への対応

イスラム教は馴染みのない宗教であり、宗教に基づく慣習も進出のハードルである。

インドネシア人の88.6%がイスラム教徒であり、世界で最もイスラム教徒の多い国(約2億人)と言われる。イスラム教はインドネシアの国教ではないが、宗教団体は政

治的に大きな力を有している。イスラム教徒が多いため、食品産業の進出・現地化に際しては、労働者の宗教的な価値観・行動と調和した経営・労務が必要となる。また食品の生産・流通・販売の各段階でハラール制度への対応が求められる。

経営・労務については、1日5回の礼拝、メッカへの巡礼等への理解とそのような時間（場所）の確保、断食月（レバラン）の休暇・ボーナスの支給が求められる。また、偶像崇拝の禁止、女性の服装、食習慣、喜捨（ザカート）への理解・対応なども必要になる。

（6）その他：治安、汚職体質、政治

その他にもハードルがいくつかある。

第1に、汚職・税法などの法的不透明性である。かつてのような組織的なひどい汚職は表面的には解消されている。しかし、大統領自らが認めるように、依然、汚職はインドネシア社会に根深くはびこっている。汚職の多くは、通関などの法手続きの遅延を手段とするため、生産活動に大きな影響を及ぼすこととなる。また、法令・制度の複雑さ、複数の法令・制度の不整合、法令・制度の運用の不透明性も進出企業を少なからず悩ませている。

かつて汚職の多発した人の移動に関する手続きは簡素化されており、汚職の入り込む余地は著しく少なくなっている。一部路線の特定の便（2012年2月現在では、東京発のGA881便とGA885便、大阪発GA883便）で機内入国審査プログラムが導入されている。ガルーダの機内で、到着ビザの発給と入国審査が行われるので、インドネシアに到着後は専用ブースを通過してスムーズに入国することができる。また、通関手続きも簡素化（X線透視の導入）されている。ただし、機内入国審査プログラムが導入されていない路線を利用する場合には、依然、ビザの発給と入国審査にかなりの時間を要する。

第2に、治安である。一般的な治安は悪くはない。信頼できる車で移動し、ショッピングセンターで買い物をし、オフィスで仕事をする限りは犯罪に巻き込まれる可能性は低い。しかしバリ島爆弾テロ事件（2002、2005年）、ジャカルタ市内のホテルなどでの爆弾テロ事件（2003、2004、2009年）が発生したほか、アッチェ独立運動、西イリアンの帰属問題、マルクの宗教対立などの不安定な要素も抱えている。治安が悪化すると、物流の停止・工場の操業停止だけでなく、過去の例からみれば、反華暴動に発展する可能性があり、風貌が似ている日本にも危害が及ぶ可能性がある。

第3に、ポスト・ユドヨノ大統領（2014年まで）の問題である。基本的な経済政策に変更はないとされるが、宗教との距離は、ハラール制度の運用に影響を与える可能性があり、食品産業の進出に影響を与える可能性がある。ハラール制度に関連して日本人幹部が拘束されたインドネシア味の素事件の背景として、当時のワヒド大統領の非イスラムへの寛容な態度に対するイスラム強硬派の反発があったと指摘する説もある。

3. インドネシア市場進出への手続き

インドネシアへの進出形態には、直接投資を行って工場を立地する方法と、日本国内で生産した製品を輸出する方法に区分できる。以下、この両手続きについて概説する。

(1) インドネシアへの投資（工場立地）手続き

ア. 担当機関とワンストップ・サービス

インドネシアへの直接投資を担当する政府機関は、投資調整庁（BKPM: Badan Koordinasi Penanaman Modal）である。BKPM の業務は、外資及び内資の投資案件に関わる許認可書発給及び関連事項について各省庁との調整業務を行うこととされている。かつては、BKPM で投資の許認可を得るために、多くの官庁の手続きを並行して進める必要があり、手続きが複雑で錯綜していた。しかし、2004 年 4 月以降、投資の許認可に関わる諸手続きを BKPM の窓口 1 か所で済ますことができるようになってきている（ワンストップ・サービス）。これにより、手続きの簡素化・透明化、許認可の所要日数の短縮、手数料の低減が実現している。ただし、対象となるのは工場の操業に至るまでのすべての手続きではなく、あくまでも投資許認可に係る手続きが中心である。

なお、石油・天然ガス業の投資は鉱山・エネルギー省、金融・保険業の投資は大蔵省が窓口となっている。食品産業の窓口は BKPM である。BKPM のコンタクト先は以下のとおりである。BKPM は日本にも事務所を有している。

インドネシア投資調整庁（BKPM）

住所：Jl. Gatot Subroto No.44 Jakarta 12190, Indonesia

電話：+62-21-5292-1334, E-mail：info@bkpm.go.id

URL：http://www.bkpm.go.id

イ. 投資の基本ルール

インドネシアの投資は外国投資法（Law NO.1/1967 on Foreign Investment）と関連法令により規制されている。その概要は以下のとおりである。

外国投資による企業の設立は、インドネシアの株式会社（PT: Perseroan Terbatas）として設立する必要がある。（外国投資法では、外国資本により設立された会社を PMA 企業（Penanaman Modal Asing）と呼び、国内企業（PMDN: Penanaman Modal Dalam Negeri）と区別している）。

現在では、原則として外国資本 100% による企業設立が認められている。ただし、業種によっては、外国資本の持ち分について制限がある（後述）。1998 年以前は外国資本の参入が認められていなかった一般輸入業、卸売業、大規模小売業についても、現在は 100% の外国資本による参入可能である。しかし、外国資本 100% の場合は、事業開始後 15 年以内に持株の一部（比率は明示されていない）をインドネシアの個人または法人に譲渡する必要がある。

最低授権資本の額は、5,000 万ルピア (=45 万円)、最低払込資本の額は、1,250 万ルピア (=11.3 万円) とされているが、BKPM の外資の認可に際しての運用はこれとは異なるようである。現実には、具体的な案件ごとに BKPM に相談・確認する必要がある。

ウ. 業種規制とネガティブリスト

すべての産業がインドネシアに自由に直接投資できるわけではない。投資が禁止されている業種、投資に条件が付されている制限業種がある。そのような業種の一覧は、外資規制対象分野表（ネガティブ・リスト）（2010 年 5 月 25 日付大統領規定 36 号）に示されている。

食品に関する主な投資制限業種は、図表 1 - 16 のとおりである。制限業種に付される条件は各業種により異なるが、零細中小企業・協同組合であること、合弁であること、外資比率の制限、立地場所の制限などがあり、事実上の禁止に近いケースも少なくない。

この他に、小規模企業保護・育成のための規制（2001 年 12 月 14 日付大統領令 127 号）もある。このような分野は、「インドネシアの小規模企業以外参入出来ない分野」と「大・中規模企業が小規模企業とパートナーシップを組むことによって参入が認められる分野」に分かれる。後者の分野は外国企業もインドネシアの小企業と合弁企業を設立することにより、参入が可能である。

また、インドネシア政府は、2007 年に制定した新投資法で、次のような条件を満たす事業を奨励することとし、各種便宜を供与するとしている。ただし、どのような状態が具体的に各項目の記述に該当するかは、裁量にゆだねられており、あいまいさが残る。奨励業種の条件は、①多くの労働者を雇用する、②優先分野に含まれる、③インフラ開発を含む、④技術移転を実施する、⑤先駆的な事業を実施する、⑥辺境地、後進地、境界地域等へ投資する、⑦自然環境保護を行う、⑧研究開発を行う、⑨零細・中小企業又は協同組合とパートナーシップを締結する、⑩国産の資本財、機械又は設備を利用するとされている。

エ. 投資手続きの骨子

会社を設立し、工場を操業するまでの主な手続は、投資登録、会社の設立登記、外国人雇用の認可、資本財の輸入許可、立地許可、環境影響管理の承認、建設許可、商事駐在員事務所への事業許可、建設駐在員事務所の営業許可、工業事業許可などである。かつては、このようなプロセスを、華僑系資本など現地パートナーに依存するのが常であった。しかし、近年、このような諸手続を代行する、あるいは、助言する日系コンサルタントが数社設立されている。これらコンサルタントは、従業員の募集・手配なども業務としている。

オ. 工業団地

投資をする場合、工場の立地点は重要である。近年は、工業団地が多数造成されており、自ら諸手続きに走り回らなくても、工場団地と契約をすれば、すぐにでも工場建設にとりかかることができるようになっている。貸し工場をもつ工業団地もあり、この場合には、建屋を建設する手間も省け、初期コストも低減できることになる。図表 1-17 に示すように、日本の商社が開発した（あるいは関係する）工業団地も存在しており、多くの日系企業が操業している。

インドネシアで工業団地に工場を立地すると、多くのメリットを享受できる。第 1 に、基本的なインフラストラクチャーが整備されていることである。取り付け道路、工業用水、電力、ガス、通信設備が完備している。自ら現地の業者とインドネシア語で交渉・契約して整備を行う必要がない。第 2 に、工場運営のソフト面である。インフラストラクチャーの保守・整備だけでなく、警備、消防、地元住民対策なども団地管理会社で対応する。日系の工業団地の場合には、より多くのメリットがある。その 1 つは、情報の共有である。政府の税制、労働関連法規、通関制度の変更などの情報を団地内の日系企業の連絡会で入手できる他、個別の労使関係への対応についての情報交換などの機会もある。団地内企業が連携して、日系企業共通の問題について、在インドネシア日本大使館を通じて日本政府への働きかけも可能である。最も大きなメリットは、用地取得の契約について日本商社などと日本語で交渉できること、建設段階、操業段階でも、工業団地内に常駐する団地管理会社の日本人スタッフと日本語で相談・交渉できることである。

(2) インドネシアへの輸入手続き

食品輸入手続きは、下記の ML 制度とハラール制度を除けば、他国のそれと変わらない。輸入者については、輸入業者登録が必要であり、製品については、食品衛生法規（包装、食品添加物、残留農薬、遺伝子組み換え）および食品表示法規に従うこととなる。現実には、ML 制度の中で、安全性や表示が審査されている。なお、輸入食品の表示はインドネシア語とする必要があるが、インドネシア語のシールの貼り付けではなく、包装に直接インドネシア語を印刷させる制度が導入されている。食品メーカーはインドネシアへの輸出製品専用の包装を用意することになるため、大きな負担となる。今後の運用が注目される。放射能汚染農産物の輸入規制、輸入手続きの背景にある通商政策についても言及する。

ア. ML 制度

ML 制度とは、インドネシアに輸入する食品は、事前に国家食品・医薬品監督庁（BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan）に申請し、登録番号（ML 番号）を取得しなければならないとする制度である（根拠法規：保健大臣規定 No. 382/MEN.KES/PER/VI/1989）。（注：ML とは、インドネシア語で海外食品を意味する

Makanan Luar Negeri の頭文字に由来する。参考までに、国内食品は MD (Makanan Dalam Negeri) である) したがって、ML 番号のない輸入食品をインドネシア国内で流通させることはできず、小売店舗に陳列することもできない。

ML 制度は 2003 年に創設されたが、あまり厳密に運用されてこなかった。しかし、2008 年に中国産メラミン入りの乳製品事件をきっかけに、厳しい運用に転じ、少なからぬ社会的な混乱が生じた。ジャカルタの食品スーパーマーケットなどで ML 制度に基づく抜き打ち検査が実施され、ML 番号のない輸入食品が撤去されることとなった。零細な日本食専門スーパーマーケットも摘発され、ML 番号のない日本食の陳列が発覚し、一時、日本食が店舗から消える事態に至った。

ML 制度は、輸入食品の安全性と表示を確保する制度である。登録を得るためには、輸入業者が商品（現物）を添えて BPOM に申請することとなる。申請に際しては、商標、原材料・食品添加物、包装容器、生産プロセス、品質管理システム、製品の分析結果などの添付書類が要求される。申請後、書面・現物に基づき審査が行われる。審査期間は 3 カ月、手数料は無料とされている。ML 登録の期限はないが、加工食品の輸入には、国内搬入のたびに BPOM の搬入承認を得なければならないことになっている。

イ. ハラル制度

日本企業が食品をインドネシアに輸出する際に、ハラル制度がハードルとなる。ハラル制度とは、イスラム法にしたがった食品の規準を定め、これを管理する制度である。具体的には、イスラム法の禁ずる豚肉やアルコール等を含まない、安全な食品の規準を定めて、規準に適合する食品をハラル認証食品として表示をさせ、適合しない食品の生産、流通、輸入などを制限する制度である。ハラル制度の内容は国によって異なるが、イスラム法という基盤があるため、基本的な部分では共通性がある。

ハラル制度は、国家の定める基準ではなく、宗教機関の定める規格である。したがって、ハラル規格は原則として任意規格であり、クリアすべきミニマム規格ではなく、クリアしていると高く評価されるプレミアム規格である。ただし、食肉処理などについては強制基準である。また、ブタやアルコールを含有する製品には明瞭な表示を義務付ける旨の法令による規制がある。ハラル認証を受けていない食品については、輸入・国内流通を認められるものであっても、消費者のほとんどがイスラム教徒であるため需要が少なく、流通業者が扱ってくれないことが多い。たとえば、スーパーマーケットの即席麺のほとんどはハラル認証を得た製品である。インドネシアに工場を設置した日本の食品企業は、ほとんどの製品のハラル認証を得て操業をしている。インドネシア国内で生産される製品のハラル認証の取得はそれほど難しいことではない。しかし、日本で生産される食品のハラル認証を取得することは簡単ではない。ハラル食品材料の確保、(食肉処理プロセスで必要な) イスラム教徒の要員の確保などが困難であるからである。インドネシアのハラル制度の運用は、マレーシアに比べると外見上は緩やかな印象を受

ける。スーパーマーケットでは、ブタ肉売り場は別になっているが、アルコール飲料が堂々と他の食品・飲料の近くに陳列されている。マレーシアでハラール食品の売り場とノンハラール食品の売り場が厳密に峻別されていることとは対照的である。

しかし、過去に、インドネシア味の素社で生産している Aji-No-Moto がハラール不適合とされた事件がある。2000 年 9 月に、ハラール認証機関であるウラマー評議会 (MUI: Majelis Ulama Indonesia) が、Aji-No-Moto (グルタミン酸ソーダ) 生産のための菌の保存用培地の栄養源である大豆蛋白分解物質の生産に豚由来の酵素が使用されていると指摘した。つまり、非ハラールの食品をハラールであるとして、市場に供した点が問題になった。MUI は、同社に製品回収を指示し、現地警察が同社の日本人幹部を拘束する事態に発展した。製品には、豚由来の物質は含まれていないだけでなく、原料、使用微生物、当該微生物の培地、さらには培地の原料も豚由来のものではない。しかし、製品は非ハラールとされている。最終的には、ワヒド大統領が MUI の見解を否定して決着に至ったが、インドネシアにおけるハラール制度の運用実態を示す象徴的な事案であるとされている。

ウ. 放射能汚染農作物・食品の輸入規制

福島第一原子力発電所の事故後、インドネシア政府は、2011 年 3 月 30 日に農業大臣令を出し、日本の農産物・食品の輸入規制措置を導入した。その要点は、「日本の機関で取得した放射性物質非汚染証明書を輸入通関時に提出し、品目ごとに放射線基準値以下であれば輸入が認められる。証明書がない場合には、インドネシア政府国家原子力庁 (BATAN: Badan Tenaga Atom Nasional) がサンプル検査を実施し、放射線基準値を超える場合には輸入は認められない」というものである (JETRO の HP など)。また、水産物についても同様に、政府は 5 月 9 日付で、放射性物質非汚染証明書の提出を義務付ける方針を明らかにしている。これらの措置は、輸入品全般ではなく日本からの輸入品を対象としている。

放射線基準値 (放射性セシウム) は、牛乳・乳製品 (150Bq/kg)、肉・肉製品 (100Bq/kg)、トウモロコシ、大麦、小麦を含む穀物 (300Bq/kg)、生鮮果実・生鮮野菜 (300Bq/kg) となっている (Bq はベクレル)。日本では、「原子力施設等の防災対策について (昭和 55 年 6 月)」の中で「飲食物摂取制限に関する指標」(暫定規制値) として、放射性セシウムの値を牛乳・乳製品 (200Bq/kg)、野菜類、穀類、肉・卵・魚・その他 (500Bq/kg) としており、概ねインドネシアの輸入規制値のほうが厳しい値となっている。したがって、日本からの輸入品は基本的に厳しい目でチェックされることになる。当面は、農産物・食品のインドネシアへの輸出は、不利な条件の下で他国製品と競争することとなる。

エ. 通商政策

インドネシアのマクロの通商政策は自由貿易の原則に立脚しており、多国間・二国間

の自由貿易協定（FTA: Free Trade Agreement）の締結を進めている。インドネシアの多国間協定の基本骨格になるのは、ASEAN 物品貿易協定（ATIGA: ASEAN Trade in Goods Agreement）（ASEAN- CEPT 共通効果特惠関税の後継協定）であり、ASEAN と非 ASEAN 国との FTA で補強されている。オーストラリア・ニュージーランド、中国、インド、日本、韓国が ASEAN と FTA を締結している。二国間協定としては、日本（経済連携協定）、インド（包括経済連携）、パキスタン（同）と FTA を締結している。また、インドネシアは APEC の加盟国でもある。そのほか、イスラム諸国間の特惠関税協定も締結している。総じて見れば、日本からインドネシアへの輸出は、ASEAN 加盟国に比べれば不利であるが、その他の国に対して特段に不利になることはない。

（図表 1 - 16）インドネシアの投資制限業種の例（食品関係）

禁止業種の例	
	アルコールを含有する飲料産業
制限業種の例	
	プランテーション産物 （工業乾燥丁子、食用油、砂糖、紅茶、コーヒー、カカオ関連産業など多数の業種が記載されている（プランテーション規模により業種が異なる））
農業遺伝資源の活用	遺伝子組み換え生物の活用
魚・水生生物の塩漬け、乾燥産業など	穀類・イモ類などの加工産業
イモ類の皮むき洗浄	赤砂糖
果物・野菜の甘露・塩漬け業	粉ミルク・コンデンスミルク加工業
たばこ乾燥加工業	たばこ産業
製糖産業	その他多数

（注）主な業種をランダムに抽出し、簡略化して記載したものである。ネガティブリストについては、必ず原文にあたり、当局の判断・指示に従うこと。

（図表 1 - 17）日系工業団地の例

工業団地名	場所	開発主体
MM2100 Industrial Town	西ジャワ州ブカシ	丸紅
East Jakarta Industrial Park(EJIP)	西ジャワ州ブカシ	住友商事
Karawang International Industrial City	西ジャワ州カラワン	伊藤忠商事
Suryacipta City of Industry	西ジャワ州カラワン	住友商事
Bukit Indah Industrial Park	西ジャワ州カラワン	大成建設
Greenland International Industrial Center(GIIC)	西ジャワ州ブカシ	双日
Pasuruan Industrial Estate Rembang (PIER)	東ジャワ州パスルアン	住友商事