

インドネシア／あずき茶・あんこ市場調査報告書

調査期間：令和7年11月 インドネシア各店舗との調整
 令和7年12月 上記へのサンプル配布
 令和7年12月18日～22日 現地渡航し、ヒアリング調査

調査地域：インドネシア ジャカルタ

調査品目：あずき茶（ティーバック煮出し用・あんこ）



(配布したサンプル 左：あずき茶／右：あんこ)

調査対象：以下の合計24者

番号	属性	名前	特徴
1	日系外食チェーン	丸亀製麺	うどん（ランチ中心）
2		美人鍋	日本で塚田農場をFCするAPカンパニー
3		スシロー	アジアで急拡大する開店寿司
4	現地日本食店	FUJIN	日本人ハーフ経営の在ジャカルタの居酒屋
5		RYJIN	日本人ハーフ経営の在バリの居酒屋
6		炎丸	料理の達人 富江氏運営の高級店
7		焼肉ジャンボ	インドネシアでは珍しい日本式焼肉
8		BIKO グループ	12業態14店舗を展開する若手No1のグループ
9		奥園	インドネシアNo1の日本食レストラン
10		KICHIRI RIZAI ABADI	日本食を中心に幅広く14業態を展開する外食店グループ

11		arena	肉系を中心に8業態を展開する外食グループ
12		WAKYO	ラーメンを中心に日本食横丁を展開
13		AW Kitchen	現在、大人気のフュージョン日本食を展開。
14		串むすび	ジャカルタの老舗日本食店
15		清六屋	インドネシア・マレーシアでラーメン店を経営
16		石窯屋ハンバーグ	ジャカルタで日本式ハンバーグ店を経営
17		炭と米	羽釜ご飯に拘った本格日本料理店
18		小泉氏	3月に本格日本食店を開店するオーナーシェフ
19		縁	本格的和牛焼肉専門店
20	現地食品卸	リブラ	中華系 小売店・外食店向けに日本食を供給
21		AS FOODS	ホテル・高級外食店向けに日本食を供給
22	その他	森田敦氏	ASEAN 日本政府代表部 公邸料理人
23		川本陽介氏	ASEAN 日本政府代表部 一等書記官
24		HIDEKI	現地で大人気の和食インフルエンサー

調査結果概要

<あんこの採用を検討 合計 12 社>

- ① 日系外食チェーン店：1社（美人鍋）
- ② 現地ローカル日本食店：9社（FUJIN・RYJIN・炎丸・BIKO グループ・奥園・KICHIKI RIZAI ABADI・WAKYO・炭と米・小泉氏）
- ③ 現地日本食材卸店：2社（リブラ・AS FOODS）

<あずき茶の採用を検討 合計 9 社>

- ① 日系外食チェーン店：1社（美人鍋）
- ② 現地ローカル日本食店：8社（FUJIN・RYJIN・炎丸・奥園・WAKYO・arena・A KICHIKI RIZAI ABADI・小泉氏）
- ③ 現地日本食材卸店：0社

【各商談の様子】

1. 丸亀製麺

インドネシア国内に 200 店舗超を展開する日系外食ファストフード店。採用については、以下の点のクリアが必要であり、現状は、難しい状況・

- ・あずき茶は、抹茶や緑茶と差別化するストーリーが必要。
- ・北海道産である優位性やあずきの機能性に関する説明が必要
- ・社内ルールで、ハラル認証と BPOM 登録が必要



2. 美人鍋（塚田農場グループ）

北海道と宮崎県を基盤とする居酒屋チェーンである塚田農場の海外ブランド。美容と健康を意識した鍋料理をメインとし、アジア各国（インドネシア・シンガポール・タイ・カンボジア・タイ等）でチェーン展開をしている。

デザートメニューを積極化しており、そこで使用している「あんこ」をJA十勝清水町製に全店舗で切り替えることを決定。JA十勝清水町製の「あんこ」の評価は、極めて高く、現在使用している大手日本企業製の「ゆであずき」とは、味の面で、圧倒的に美味であるという評価。また今後、「あんバタートースト」を看板メニューに育てていきたいとの意向もあり、継続的且つ、象徴的な取引先に成長する可能性を感じる。

またあずき茶に関しても、同社のコンセプトに合致していることから、今後、スイーツメニューへの応用が出来ないか検討してみるとのこと。



(現在、提供しているあんこメニューの一例)



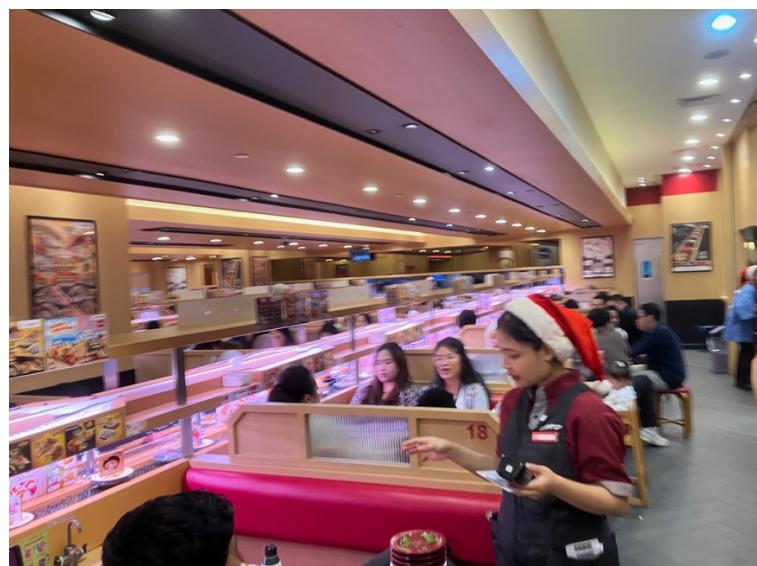
(左：高級感ある店内 右：試食商談の様子)

3. SUSHIRO

日本を代表する回転寿司チェーン。現在、東南アジアを中心に海外店舗を急拡大しており、インドネシアでも大人気。現在は、大手ショッピングモールを中心に10店舗であるが、今後も急ピッチで開店を加速化する予定。

開店寿司という業態の特性で、粉茶を無料で提供するスタイルが基本となるため、「あずき茶」を有料で提供するのは、困難。またスイーツには、力を入れているものの、寿司とあんこの相性は、微妙であることから、「あんこ」の導入は難しい。

ただし、JA十勝清水町の取組みや商品の品質は、高く評価していることから、他の作物等は、前向きに検討していきたいので、どんどん紹介してほしいとのこと。



(左：平日でも長蛇の列が出来る 右：満員の展開)

4. 炎丸

TV 番組「料理の達人」でも紹介されたカリスマシェフ富江氏が展開する高級日本食店。豪華な内装を施し、顧客は政財界から人気スターに至るまでインドネシアの VIP 御用達の高級店。



(左：高層ビルの最上階に立地 右：富江氏との商談)

5. FUJIN・RYJIN

日本人の母親とインドネシア人の父親を持つハーフの兄弟（バニー氏・ラジャ氏）が経営する現地で大人気のフュージョン系日本食店。バニー氏・ラジャ氏は、日本の居酒屋甲子園の外国人部門でも優勝するほか、現地での有名なシェフ。

ジャカルタに FUJIN（バニー氏）・バリに RYJIN（ラジャ氏）を運営し、1980 年代の J-POP を BGM に流すなど、地元ローカルに大人気の店舗である。



(左：ラジャ氏とバニー氏に商品説明 右：店内)

6. グループ試食商談会@奥園

「奥園」は、毎年インドネシアの日本食 No.1 に選出される大人気日本食店。共同オーナーの末吉氏は、レストラン経営の第一人者で、過去には香港やタイでも人気日本食店を経営していた背景がある。

近年は、United Trading 社を沖縄県に設立し、日本食材の輸出やハラル認証サポートや BPOM 申請代行も開始している。現地の日本食関係者に幅広いネットワークを持ち、この奥園に現地飲食関係者を招聘した試食商談会を実施した。

参加者：以下の通り。

- ① 焼肉ジャンボ
- ② BIKO グループ
- ③ 清六屋
- ④ 石窯屋ハンバーグ
- ⑤ 美人鍋
- ⑥ スシロー
- ⑦ 炎丸
- ⑧ arena
- ⑨ KICHIRI RIZAI ABADI
- ⑩ 小泉氏
- ⑪ ASEAN 日本政府代表部（森田氏・川本氏）
- ⑫ 奥園



（インドネシアの天皇誕生日式典でも料理を担当する奥園の店内）

* イスラム教国であるため、アルコールでなく、お茶をメインドリンクとして提供していることから、「あずき茶」をグランドメニューに採用。

* ジャカルタ本店の他、バリにも支店あり。



(左：試食商談会の風景 右：あんこを試食する arena 社)



(左：JA 十勝清水町からの商品説明 右：提供されたあんバターサンド)

7. グループ試食商談会@串むすび

「串むすび」は、数多くあるジャカルタの日本食店の中でも老舗で、出店をする若手経営者の指導者の存在。寿司と串焼きを中心とした伝統的な日本の居酒屋スタイルを徹底しているが、デザートでは、あんこを使用した商品をいち早く投入した経緯もある。ここ数年、出店をした若手経営者やインフルエンサーを招いての試食商談会を実施した。

参加者：以下の通り。

- ① 縁
- ② WAKYO

- ③ AW Kitchen
- ④ 美人鍋
- ⑤ 奥園
- ⑥ 小泉氏
- ⑦ TENESIA
- ⑧ 串むすび



(左：串むすびの店内 右：あんこを使ったデザートメニュー)

8. リブラ



(左：商談の風景 右：現在取扱いしている日本産ゆであずき)

中華系の現地食材卸店。中華系ではあるが、日本食の取扱いは、豊富。卸先は、現地の大手スーパーの他、外食チェーン店、外食個店等、幅広いが薄利多売を重視した経営からボリューム重視の仕入れが特徴。現時点でも国内大手製の「ゆであずき」を

販売している実績があるが、今回、「あんこ」を試食いただいたところ、その品質の違いに驚愕し、今後、取扱いを前向きに検討する回答を頂戴した。

しかし「あずき茶」に関しては、現状、インドネシア国内でのお茶の需要は、抹茶中心であることから、採用には十分な差別化とストーリーメイキングが必要との助言を頂戴した。

9. AS FOODS

若手経営者の MORI 氏と TONY 氏が経営する総合食材卸店。水産物から肉・加工食品に至るまで、幅広い商品ラインナップをしており、昨今急成長している。今回の商談では、特にあんこが有望との意見をお持ちで、彼らが得意とするジャカルタやバリの高級ホテルへの供給が期待される。



(新設中の定温倉庫)

【考察】

今回実施した市場調査は、想像以上に充実したものとなり、インドネシア向け輸出拡大にむけ、確実兼、即効性のある結果を得るに至った。「あんこ」に関しては、試食頂いた全ての方が、現在インドネシアで流通している既存商品との味・品質の差に愕然とし、即、採用を決める会社が多数現れた。最終的にも 50%という驚異的な成約率（含、見込み）を誇り、今後、インドネシア国内における当該商品の浸透、輸出拡大には、大きなステップとなったことは、間違いない。

更に「炎丸」からは、更に大きな業務用パッケージの制作依頼もあり、「美人鍋」からは、複数あるあんこ既存商品において JA 十勝清水町産商品への全面切替えを打診される等、即効性があり、その利益を組合員に還元することで、働き方改革に繋がる。

これは、従来の「食品展示会」や「食品商談会」への出展といった手法を取らず、「コミュニティーサプライチェーン」という新しい手法を取り入れた要因が大きいが、この「コミュニティーサプライチェーン」は、展示会・商談会のような価格交渉中心でなく、味の評価・ストーリー・サプライチェーンの結束が鍵となるため、値下げ交渉がされないことが大きなポイントである。更にこの「コミュニティーサプライチェーン」には、地元生産者も含まれることから、今後は、十勝清水町の小豆生産者もインドネシアを訪問し、現地の状況を体感することで増産への意欲が向上し、最終的な働き方改革に寄与する部分も大きいであろう。

一方で、「あずき茶」は、若干、課題の残る結果となった。当初、想定していた飲料としての評価では無く、スイーツ材料として評価を受け、成約見込みに繋がったケースもあったが、安定的且つ、拡大基調に載せるには、以下の改善が必要であろう。

- ・健康的効果の可視化（妊婦や子供向け、ポリフェノールによる効果等）
- ・スイーツ原料としての見せ方と具体例
- ・「十勝産」というストーリー

最後に、今回の調査を通じて確立できた「あんこ」「あずき茶」のインドネシア向け輸出における商流は、以下の通りとなる。

