

城取博幸の

インドネシア ジャカルタのスーパーマーケット見聞録 ①

NO70

城取フードサービス研究所

城取 博幸

## インドネシアの概要

正式国名： インドネシア共和国 Republic of Indonesia

国旗： 紅白旗

国歌： インドネシア・ラヤ Indonesia Raya

面積： 約 190 万 4569km<sup>2</sup>（日本の約 5 倍）

人口： 約 2 億 4882 万人（2013 年）

首都： ジャカルタ Jakarta

元首： ジョコ・ウィドド大統領

政体： 立憲共和制。代議制の選出により大統領が統治を行う

民族構成： ジャワ人、スンダ人、バタツ人など大多数がマレー系住民。そのほか中国系やパプア系住民などが居住している。

宗教： イスラム教 87%、プロテスタント 6%、カトリック 4%、ヒンドゥー教約 1%、仏教約 1%。

## 成田空港の出国カウンターでの出来事

連休最終日だが、国際線出国カウンターは客がパラパラ

しばらく並んで待っていると、どうやら前の外国人男性(どこ系とは言わないが)が、男性職員に向かって何か文句を言っている

出国書類の不備を指摘されているようだ

日本語で「なぜ必要なの?」「そんなの意味ないよ!」という声が聞こえる

職員は「これは保管するためですから」「国が決めたことですから」と応戦している

それでも、引き下がらない

しばらく待たされる。

私の順番になったので

同情して「いやなら来なければいいのにね～」と軽く一言

職員は「困ったもんです」と答える

すると、その会話が聞こえたのか、また戻ってきて

「何か言いたいことあるの?」という始末だ

本人の国が「徳治国家」なのか「人治国家」かは知らないが、

日本は「放置国家」間違い「法治国家」なのだ

日本をナメないでほしい

もしここがアメリカであれば「it's a rule!」と毅然と言われて、もうおしまい

それでもゴネれば別室に連れて行かれて2、3時間じゅっくりお話ができる

あの職員もそう対応して欲しかった。

日本人は外国人に対して言葉をはっきり言えない

だから、ナメられる

はっきり言った方がコミュニケーションがスムーズになることもある。

「おもてなし」もいいが、言うべきことははっきり言わないとナメられる

以前私は、列に割り込んだアジア系の家族旅行客に対し

「後ろに並んでください これは、マナーではなく、ルールです」

とはっきり言った記憶がある

それを放置しておく、日本は何でも通用する国になってしまうからです

最近、電車の乗り方が変わってきている

以前は、客が全て降りてから乗車していたが、ドアが開くと同時に乗り込んでくる乗客もいる

お年寄りの男性に注意されている中学生も見たことがある

これは、外国人による影響かも知れない

はっきりとものを言おう!

## 空港内の免税店の変化



売場のトップ平台には電気炊飯器！  
中国人観光客目当てに売場であろう  
免税店は普通、菓子、アルコールだが、お客の需要に合わせた対応だ  
欧米人も買うのだろうか

## ジャカルタに向けて出発

成田～ジャカルタまでは約7時間



以前テレビで放映されたドラマ「篤姫」を見る  
全部見れば7時間位はかかるため、暇つぶしにはちょうどいい  
幕末の薩摩島津藩と江戸幕府の関係が良く描かれていておもしろい

## 機内食は、「飯島奈美さんプロデュース」の機内食

炊き込みご飯、ロールキャベツ、人参サラダ、おから煮、生野菜、フルーツと、野菜の多いのは助かる。味付けも薄め 機内食も変わってきた ベジタリアンメニューに近づいている



デザートのアイスcreamは、ティーカップに入れると手が冷たくなく食べやすい  
機種は787-8の最新のもの

トイレには水洗便座



新機種なのに、この灰皿は意味が分からない  
ここにたばこを入れて吸うやつがいるかもしれない

ジャカルタの街が見えてくる



ジャカルタ国際空港に到着



白タクの誘いがしつこい

安全なタクシーと言われる「ブルーバードタクシー乗り場」へと向かう

このマークが目印だ

夕方に近づくに連れて酷い渋滞

5時以降はバイク軍団が加わり身動きできない

走っている車の殆どが日本車だからあまり文句も言えない



### 途中にカルフルの看板が見える

カルフルは、マレーシア、タイ、シンガポールは撤退したが、インドネシアはまだフランチャイズで店舗を運営している

### アジアのタクシーに乗る場合、運転席の後ろは避けること

時々、窓を開けてタンを吐くからだ

そのタンが後部座席にしぶきのように飛んでくる

さらに、ドライバーは途中で、渋滞の車目当ての物売りから、豆菓子のようなものを買って、運転しながらポリポリと食べている

蚊が車内に入ればハンドルを離して両手で叩いている有様

ナメないで欲しい(椎名誠さん風)

### 1時間30分もかかりやっとホテルに到着

代金は高速料金、チップを含めて3000円弱

無事に着いただけでもラッキーであったかも知れない

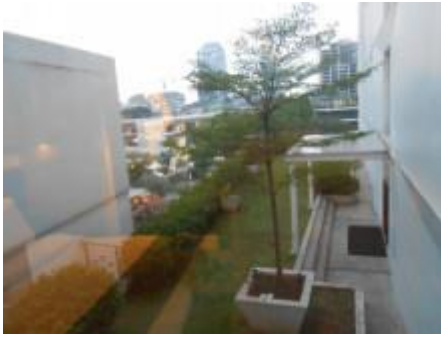


キッチン付きでなかなかキレイなホテルだ

フロントの対応もいい

24時間対応のプールも完備

外の景色もいいが…



それにしても、最大ボリュームでスピーカーから流れるイスラムのお祈りはいったいつ終わるのか

もう夜10時半を回っていてもまだ鳴り止まない

イスラムの洗礼を受ける

これがうっとうしかったら、イスラムの国に行くべきではない

明日からは、イオンジャカルタ、ロッセマート、カルフルを視察する予定だ

## ジャカルタのイオンモール ①

タクシーでイオンモールへ向かう

市内からタクシーでラッシュ時間を避ければ約1時間

今年5月に、ジャカルタ郊外にアジアで最大級のイオンモールがオープンしました

詳しくはネットで調べることができます

店の印象は「客の目の色が違う！」「子供の目の色が違う！」「笑顔が違う！」

日本の高度成長期を見ているようだ

日本との違いは、インドネシアの人口は日本の約2倍

2倍のパワーで客が店になだれ込む

小売業はASEANの中で一番成長性が望める国であると思う

また歴史の話になりますが、インドネシアも70年前に迷惑をかけた国

アメリカからの石油や鉱物資源を断たれた日本は、インドネシアの石油、ベトナムの鉱物資源を狙って兵を進めました

住民の方に耐えがたい苦痛を与えたと思います

日本人にとっても不幸な歴史がこの国にはあります

イオンはベトナムにも進出しました ベトナムも成長している国  
70年たち、日本小売業のイオンが進出し、地元の方に喜ばれていることをこの目で見て実感しました  
「客の笑顔」「レジ係りの誠実な笑顔」を見て、同じ日本人として嬉しくて涙が出る思いでした  
インドネシアの人々とともに成長して行ってもらいたいと切に思います



#### 4層からなる大型モール

ベトナム ハノイの店より大型化し、さらに進化している

食品売場は、イオンホーチミンとよく似ているレイアウト

スーパーマーケットの前に、デリカ、ベーカリー、フードコートを構えるスタイル

中島水産の寿司売場の前には、何層にも客の列



#### 日本式の弁当も

やはり日本料理の代表は「寿司」であることを最確認する



天ぷらもうまく揚がっている

逆に地元料理のコーナーは客が少ない

## スーパーマーケットの入口

レジインには惣菜売場、インスタベーカーリーがない 即食系はレジアウトに出している  
その分、フードコートの賑わいに比べれば客は少ないが、レジは15台くらい稼働している  
繁盛店だ 大成功と言ってもいい



青果売場はくだものが山積み  
鮮度もよい

カットフルーツやカット野菜の品揃えも豊富  
カット野菜はまだ使い勝手が理解されていないようだ



魚と肉は対面売場も併設  
これも、鮮度がいい

肉は「HALAL」を扱っている訳ではない





### 地元メーカーのチルド麺コーナーも充実

日本のように麺つゆが近くはないのが残念(別のコーナーにまとめられてはいるが)



手づくり豆腐のコーナーも

### 魚、肉の練製品は、真空パックか冷凍で販売



納豆も冷凍

### 日本の「森の卵」がここまで来ていると思いきや、現地養鶏場を持っている



ヤクルトはアジアでは当たり前 ヤクルトも現地工場を持っている

ドライ食品売場を覗いたが、イオンのPBが見当たらない

日本商品の品揃えも少ない



さらに、探してみると、レジアウトの「輸入品コーナー」にまとめて陳列されていた



日本のNB商品も一部ここに陳列



## 購入商品

今回は売場に陳列されていた日本製品を中心に購入



PB商品、日本のNB商品が売場に少ない理由

日本メーカーの参入が難しい理由

インドネシアの小売業に関する規制

- ・近代化されたストアの取り扱い商品の80%以上を国産品とする
- ・本業以外の商品は売上高の10%までとする
- ・PB商品は売上高全体の15%までとする
- ・近代化されたストアの出店の際は、伝統的小売業からの距離を考慮しなければならない
- ・近代化されたストアが輸入品を仕入れる際、必ず中間のデリバリーピープター(中間業者)を介さなければならない
- ・小売業のリスティングフィーが高額。その他プロモーションフィー、広告フィー、目標達成リベートなどがある(既存企業など) なかなか規制が厳しい

## ジャカルタのイオンモール ②

商品だけでなく、日本文化、体験、夢を売るイオンモール

前回のブログで書いた通り、日本からの輸入製品の販売には規制がある

確かに海外製品がどんどんインドネシアに流入すれば、地元メーカーは衰退する

雇用も拡大しない

むしろインドネシアに食品工場を作ってもらうことを政府は推奨するのは当たり前のことだ

**製品の販売に規制があれば、日本の食文化、体験、夢を売る**

日本食レストラン、ファストフード、テイクアウト惣菜のスペースを十分取っている

これでもかと日本食をアピールしている

これは正解であると思う

新しい食文化は、「**外食**」→「**中食**」→「**内食**」へと流れる

- ①日本食レストランで和食を食べる
  - ②デリカ売場で寿司や弁当などを買う
  - ③食品売場で日本食の材料を買って家で作ってみる
- という流れだ

1階には世界のレストラン、地元レストランの「カフェストリート」と日本食を集めた「フードカルチャー」ゾーンが広がる  
特に、「フードカルチャーゾーン」は日本食を殆ど網羅している  
世界に通用するゾーンだ



和食を前面に打ち出している



温野菜レストラン 寿司



天ぷら 好み焼き 鉄板焼き



うどん ちゃんこ ひつまぶし



やきとり 日本酒、ワイン専門店も



どこも午後3時を回っているのによく客が入っている  
人口の厚みが違う

定番の「ユニクロ」



無印良品」は開店準備中だ  
2階3階はイオンの直営



4階の「ラーメンビレッジ」

ここもあえて日本語で書かれている  
7件の個性あるラーメン屋が入っている  
ベスト電器



子供が遊べるゾーン

### JTBやHISのカウンターも

日本語対応可能なので旅行の相談ができる

翌日にガイド付きの専用車を4時間予約した

一店舗見るだけならタクシーでもよいが、数店舗回するには専用車とガイドを雇う方が効率的に回れる

イオンのタクシー乗り場には、ブルーバード系のタクシーだけで安心だ  
白タクの勧誘もない



郊外の空き地にポツンと「日本の街」ができた感じだ

インドネシアは産油国であるためガソリンは安い

郊外まで行けば渋滞もない

### アジアンフードレストランで「ライチジュース」と「ビーフイエローカレー」をいただく

なぜか店のマネジャーが寄ってきて、「前の椅子に座っていいか」と聞く

暇だったので1時間ほど情報交換をする

彼はインドネシア人でしばらくクルーズ船に乗っていたらしく、国際感覚を身に着けたジェントルマンであった

日本語はできないが、いくらでもインドネシアの情報は提供すると言ってくれた



行く途中には大きなショッピングモールやデパートもできている  
香港資本のハイパーマーケットの「GIANT」の看板も見える

### ジャカルタ イオンの商品 の紹介

食品売場の商品をいくつか買ってみた

輸入品には、「生産国」と「国内取り扱い会社」が併記され、責任の所在が分かるようになっている  
小売が輸入品の直取引はできないようになっている

これだけ買って290, 529ルピア(約2400円) 日本の物価より若干安い印象



### インドネシア産パン

ホールセール売場で売られていた「パン屋」「しょくぱん」などと日本が書かれたパン

メロンパンが1400ルピア(約115円)、あんパンが12000ルピア(約100円)など価格は日本と殆ど変わらない。厚さはないがランチパック(チョコクリーム)らしきものもある4000ルピア(33円)  
あんパンのあん中心になく端に寄っている



セルフのインスタアベーカリーのあんパンは70円ほど

インドネシアが本場の「テンペ」 4 枚入り 6800ルピア(約56円)

バナナの葉のようなものに包まれている

薄く延ばされたテンペがバナナの皮に包まれて 4 枚入っている

無味無臭、炒め料理に使うらしい



日本産 森永「TOFU」30000ルピア(約246円)

インドネシアのベンダーも印刷されている

古くから海外で売られているロングラン商品

インドネシア産 煮魚の真空パックたれ付 35700ルピア(約293円)

内臓は取られていて、缶詰のように骨まで食べられる



インドネシア産 冷凍骨付きローストチキン半身 75000ルピア(約615円)

鶏肉を半身にして燻製にしたもの

冷凍臭はせず身は柔らかい





インドネシア産「たまご豆腐」5800ルピア(約48円)

袋入り玉子豆腐はタイのイオンでもヒット商品だ

たまごの味はあまりしない



マレーシア産 フルーツプリン 14500ルピア(約119円)

日本でも売られているマレーシアブランドだ

一口サイズで中には果肉も入っている

台湾産 こんにやくゼリー 24800ルピア(約203円)

日本語が書かれているが、だんだんと怪しくなってくる



フィリピン産 「OISHI」 4800ルピア(約39円)

かつぱえびせんのフィリピンバージョン

スパイシーな味付け 販促で小袋を店舗

インドネシア産 日清 カップヌードル 3800ルピア(31円)

即席めん 1500ルピア(12円)

やきそば 4500ルピア(37円) 海外製造はこんなに安い



シンガポール産 ポッカはちみつ入り 緑茶500ml×2 特売9000ルピア(約74円)

シンガポール工場で製造されインドネシアに輸入されている

はちみつの香りが強い

インドネシア産 大塚 ポカリスエット350ml 5500ルピア(約45円)



タイ産 タマリンド 20800ルピア(約171円)

インドネシア産 フルーツ 12600ルピア(約103円)



熟してから、皮をむいて食べると、クリーミーでマンゴスチンのような味

輸入品は、インドネシア語でシールが貼られている

レシートはインドネシア語で書かれているが、頭にメーカー名の略字が書かれているため、解読しやすい



明日は、カルフルー、ロツテマツト、ハイパ一マツト、ジャイアント、セブンイレブンを視察する予定

## ジャカルタのカルフルー

### 市内のカルフルーを視察

インドネシアのハイパ一マ一ケツトシェア40%を持つカルフルー

仏カルフルーは、1998年ジャカルタに1号店を開店

カルフルーのインドネシアの店舗数は74店舗(市場シェア35.7%)、複合施設を持つトランスマ一トカルフルーは8店(同シェア3.8%)

カルフルーはインドネシアのハイパ一マ一ケツト市場(スーパ一マ一ケツトを除く)の40%のシェアを持つナンバーワン企業

仏「カルフルー」は、インドネシア事業を現地企業に売却してフランチャイズとなっている

カルフルーは東南アジアから撤退している

### 市内のカルフルー視察

店はかなり古くなっている 中国を含め老朽化が目立つ



ガイド曰く「週末はかなり混雑します」とのこと



野菜、くだものは商品を絞り込んで大量陳列  
魚、肉は対面販売 水槽も設置されている



平日であるせいか陳列量もスタッフも少ない

### ドライ商品の陳列は圧巻

ここも商品は絞り込まれて、単品量販を行っている

カルフルーの特徴は、生鮮売り場が狭く、ドライ商品、雑貨が広いこと



タイのカルフルーはビッグC(仏カジノグループ)に売却

マレーシアのカルフルーは、日本のイオンに売却し、「ザ・ビック」に衣替えしている

インドネシア事業は成功しているようだ

しかし、中間層が増えるにしたがって、ハイパーマーケットは苦戦していく傾向があるため、今後の動向を見てみたい

日本メーカーの商品調査

購入金額52000ルピア(約425円)



インドネシア産 ヤクルト8160ルピア(約67円)

製品には「YAKULT HONSHA-JAPAN」と書かれている

ヤクルトの売場は4尺縦割りで陳列されている



インドネシア産 ヤクルトYO飲むヨーグルト 200ml 8,490ルピア(約70円)

ヤクルトよりも高い

インドネシア産 味の素 150g 5,000ルピア(約41円)

ここも4尺でフェイスがしっかりとれている



シンガポール産 キッコーマン醤油 150ml 29,800ルピア(244円)

キッコーマンは日本の国内売上より海外売上の方が上回っている

アジアのカルフールを見て感じることは、店舗が古くなくても改装しないこと

中国も1900年代に大量出店した店の老朽化が目立つ店舗に再投資をあまり行わない

## ジャカルタの「ロッテショッピングアベニュー」

ロッテマートの店舗数は、13店(ハイパーマーケットのマーケットシェア1.8%)(2014年)

イオンより先行してインドネシアに進出している

「都市部に強いロッテマート」「郡部に強いイオン」の構図が出来つつある

ロッテデパート内に高級食料品店「RANCH MARKET」、ハイパーマーケットの「LOTTE MARKET」を展開 デパート内に出店するなど中高所得者をターゲットにしている

## インドネシアのスーパーマーケット事情

インドネシアのスーパーマーケットランキング 2014年

1. SUPER INDO(ベリギー系) 157店(シェア6.%)
2. GIANT EKSPRES(香港系) 131店(シェア2.9%)
3. RAMAYANA(地元) 103店(シェア2.2%)
4. FOODMART(地元) 33店(シェア1.3%)
5. FARMERS MARKET 15店(シェア1.0%)

まだ寡占化が進んでおらず、上位10社でも16%のシェアしかない  
スーパーマーケットの本格出店はこれから

## ロッテデパート地下の高級食料品店「ショッピングアベニュー」

ロッテマートとは業態を分けて高級感のある店

ロッテマートのロゴは使っていない



ドライ食品 韓国コーナー

ドライ食品 日本コーナー



日本食に必要な一応の品揃えはできている

**野菜、くだもの陳列量はあまりない**

値引きが出ている訳でもないことから、適正陳列量であろう



精肉コーナー 壁面に沿って冷蔵平ケースが続く

スライス肉の品揃えはあまりない かたまり肉は真空パックで販売



**鮮魚売場の対面**

切り身魚を1枚1枚ラップで包んで、氷張りの売場に陳列

光沢があり鮮度が良く見える 肉も魚も包装に工夫して鮮度を維持しロスを出さない努力は見習いたい

**豆腐売場**

下段はバラ売りとパック豆腐

中段以上は日持ちのする袋豆腐で構成し、ロスが出ないようにしている



**チルド売場**

殆どが真空パック商品

## チーズ売場の対面

ハード系の無難なチーズを品揃えしている



高額だが、日本の「森のたまご」も品揃えしている

イオンでもコーナー化されている イセインドネシアの現地商品

不思議なことに、「韓国キムチ」や「ロッテチョコレート」はあまり扱っていない  
一見すると、韓国の小売企業なのか、日本の小売企業なのか分からない

## 「ロッテショッピングアベニュー」の購入商品



韓国産 生うどん 200g 11,800ルピア(約100円)

一見日本製品に見えるが、韓国製



シンガポール産 生そば 200g 29,800ルピア(約244円)

韓国食品メーカーがシンガポールで製造したもの



日本産 ヒガシマルうどんつゆ 6袋入り 30,000ルピア(約246円)



日本産 日本食研 唐揚げの素 200g 39,000円(約320円)

日本産 グリコポッキー 52,500ルピア(約431円)

子供が勝手にカゴに入れたら大変だ



日本産 マルフジ 緑茶 32,000ルピア(約262円)

日本産 古川商事 信州善光寺そば 200g 24,000ルピア(197円)



以上、日本製品を購入して調査してみた

今回の目的は、日本商品がどこから、どのように調達され、どこで売られているかの調査

## ジャカルタ ロッテマート

複合ビル内のロッテマート

ロッテマートは都市型店舗の開発が進んでいる 都市型に強い企業でもある  
カルフルーが中間層以下、ジャイアントは低所得者層、ロッテマートは中間層以上をターゲットにしている

ポジショニングがはっきりとしている



食料品、家電まで揃えたハイパーマーケットだ

家電から入り、雑貨、食料品売場へと続く



2000坪ほどの大型店だ

しっかりと通路幅を取っている



鮮魚は「コの字型」のレイアウト

魚、肉をコの字型にレイアウトするのがロッテマートの特徴だ

## 丸鶏の特売

1羽19000ルピア(約156円)はかなり安い



生の売場はあまり広く取らず、冷凍売場を広く取っている  
この辺の商品構成も上手だ

## 魚肉練り製品は、真空パックまたは冷凍のバラ販売

アジアではバラ販売が当たり前だ



## ロツテマートの得意技

デリカコーナーは「口の字型」のレイアウト

椅子を置きオーダーすればその場でも食べられる 日本のSMのように、商品はあまり陳列されていない 日本もそのうちオーダーで製造する時代が来る

## 中通路のチルド売場もスッキリとしていて陳列もキレイだ

品揃えはロングライフ商品ばかりだ



ドライ食品売場

### ロツテマートの購入商品

日本の商品ばかりだが、今回の目的は日本商品がどのようなルートで、インドネシアで販売されているかの調査である。

アジア進出専門のコンサルタントではないが、アジア進出を考えている食品メーカーも応援したいそれにしても、インドネシアまで来て日本の商品ばかりを買いあさるのも、少しつらいものもある。



韓国産 ロツテチョコパイ 6個入り 18,500ルピア(約152円)

インドネシア産 ロツテキシリトールガム 各3,400ルピア(28円)

ロツテジャパンのライセンスでインドネシアで製造と書かれている



日本産 SBゴールデンカレー 100g 43,000ルピア(353円)

日本産 永谷園 おとなのふりかけ 5袋入り 31,000ルピア(約254円)

日本産 永谷園 カニ味チャーハンの素 26,000ルピア(約213円)



韓国産 カレーパウダー 100g 35,500ルピア(約290円)

## 韓国産 スープ各種 13,400ルピア(約110円)

ここも、不思議と「キムチ」「ロッテのチョコレート」はあまり扱っていない

チョコレートは28℃を超えると溶けてしまうため、物流などの問題があるかもしれない

ガイドにきいてみると

「インドネシアにはあまり韓国人は住んでいない」とのこと

私は日本人であるため、日本から進出している「イオン」を応援したい

東南アジアでの戦いは、ロッテマート、カルフル、ビッグC、ジャイアント、テスコとは必ずぶつかる

その中でも、イオンより先行して店を出している「ロッテマート」は最大のライバルである

## ジャカルタのジャイアント

### 東南アジア最大の小売業「香港ディーリー・ファーム」の傘下

インドネシアのジャイアント(GIANT)

インドネシア第3位のハイパーマーケット

店舗数は56店舗(シェア25.1%)(2014年)

1998年香港のディーリー・ファームグループがインドネシアで、中高所得者向けの「HERO SUPERMARKET」を展開したが、現在は低価格戦略に切り替えている

グループの薬局「GARDIAN」、コンビニ「STARMART」、スーパーマーケット「GIANT EKSPRES」の業態の展開している

小型SMは、「WELCOME」のノウハウが生きている

### GIANT EKSPRESを視察



店の入口にセブンイレブンが入っているユニークな店

店内は閑散としている

陳列量も少ない



整然とした売場  
肉の陳列も少ない



魚の対面売場はこれだけ  
生鮮食品にはあまり力を入れていない  
チルド売場

コンコース壁面にペット飲料を持って来ている



ドライ食品売場

### これが、GIANTのビジネスモデル

東南アジアのGIANTはどこもこうである

それでも、拡大を続けている理由は、「ローコストオペレーション」ができていること

在庫管理がよくできていること

あまり売れなくてもちゃんと帳尻を合わせる仕組みができている

生鮮食品を深追いで、集客につなげようとは考えていない

その代りドライ食品は破格値で販売している

東南アジア全域に店舗を拡大しつつある香港の大企業

## ジャイアントで購入した商品



インドネシア産 サントリーみらい 450ml 4,790ルピア(約39円)

インドネシア産 伊藤園きよら 500ml 5,990ルピア(約49円)



インドネシア産 FUTAMI 17 5,290ルピア(約43円)

「じゅうななりよくちゃ」と日本語で書かれている

## ジャカルタのハイパーマート

ハイパーマート(HYPARMART)

インドネシアではカルフルに次ぐ第2位のハイパーマーケット

店舗数、売場面積ともカルフルを上回っているが、売上はカルフルに追いついていない

店舗数115店(シェア33.0%)2014年現在

当初はデパート、スーパーマーケット事業が中心であったが、2004年からハイパーマーケット事業を展開

2008年には、FOODMARTを展開し始めた

## ジャカルタのハイパーマート

1000坪ほどの大きさで、中国のハイパーマーケットを思わせる雰囲気

地元企業だけに、地元と密着した商売をしている感じだ



地元商品を品揃えしているが、通路が狭く、ごちゃごちゃしている  
ハイゴンドラを使用



ケース売りの売場  
くだものの単品陳列



ここも魚は対面販売  
チルド売場  
殆ど商品が真空のロングライフだ



豆腐売場に、薬草ゼリーや杏仁豆腐も陳列されている



客はそこそこ入っている



この店もドライ食品を中心にした品揃え ドライ食品の販売量が店を支えている感じだ

惣菜などのウェットな商品は殆どない

ハイパーマーケットには惣菜売場がない

インドネシアでは、スーパーマーケットがまだ発達していないため、客は週末にハイパーマーケットで大量買いするか、地元のコンビニや個人商店で買い物をするのが普通らしい

以上で、ジャカルタのハイパーマーケットの研究は終わり

ハイパーマーケットで購入した商品



マレーシア産 EGOゴールデンベア 41,050ルピア(337円)

中国福建省の会社がマレーシアで製造 この会社は類似品を多く作っている

タイ産 海苔せんべい 25,100ルピア(約206円)

オーストラリア、ニュージーランドの会社がタイで製造したもの



インドネシア産 冷凍エビワンタンスープヌードル 21,950ルピア(約180円)

タイのCPの製品をインドネシアで作ったもの CPの冷凍食品は日本にも輸入されている