

【前提知識の整理】

OIC：「イスラム協力機構」現在 39 カ国で組織（イスラム教徒が多数を占める国）
市場規模：3兆ドル（食品市場1兆ドル）＋年1.8%の上昇（過去5年で2倍増）

最大手企業：ネスレ [スイス国籍]

※その他イスラムへの輸出シェアの85%がアメリカ・オーストラリア・シンガポール・インドなど非ムスリム国

SMIIC (StandardsMetrologyInstituteIslamicCountries)：OICの標準化機関

7つの専門委員会を設け（統一化についての）利害関係者が意見交換を行う
認定委員会においてガイドラインを作成（Soft Law）

主要加盟国＝パキスタン・サウジアラビア・UAE・トルコ etc

【サミットでの会議・報告内容のまとめ】

1, ハラル認証の標準化について

簡単ではないが、アジア中心の動きだったものが近年本場のアラブ諸国が動き出した。

→ OIC を含めイスラム世界に影響力の強い層が動き出したことで加速する可能性がある。

第一段階	ハーモナイズ（協調化？）
手段	相互認証（個別に存在する認証機関・基準で互いに認定する）
最終目的	統一化

* 現段階ではかなり遠いところにあるという実感。OIC加盟国でも国ごとに（あるいはイスラム教内の派閥ごとに）運用や解釈が異なっており、輸出側は輸出したい国ごとに手数料を支払って認定を受ける仕組みで、統一化されるにはこの（認定手数料の既得権の）調整が不可欠となる。

2, ハラル取得による企業展開の可能性について

考え方 ハラル＝宗教という観点を捨てる！

内容は“安全性”や“環境配慮”といった視点（安心安全）が中心という理解
＋最近では“持続可能性（サステナビリティ）”も付加

現行のシェアや伸び率を見ただけでも十分にビジネスメリットがあるが、それだけでなく考え方に共感する非ムスリム（イスラム教徒）も取り込んでいる。

→ **Made in Japan** の特性と似通っているのではないか?! 適していると思う。

3, ムスリムを対象としたアンケート結果

「観光に訪れたい地域」で 1位 東南アジア (52%) 2位 日本 (30%)

→ 理由は 安全、文化、歴史、景観 など

一方障壁として ①コスト、②言語、③食事 (ハラル)

→ 改善により+20% が「日本に行きたい」と回答

+ 東南アジアのビザが緩和

①コストはある程度仕方ない (当面は富裕層をターゲットに据えるべき) として
②言語の障壁は国を挙げて取り除いていかなければならない。兵庫県でも案内板や観光窓口での英語対応や (電話) ガイドの普及に力を入れていきたい。

日本は治安と食事など安全性が高いことを評価されているので、“家族連れや高齢者に訪れやすい国” として売り込むことが考えられる。安心して美味しいもの (③ハラル食品) を食べ、歴史や文化・高品質家電 (クールジャパン) などを満喫してもらえる観光戦略が必要ではないか。

参考

タイ王国 仏教国でありながら隣接する東南アジアのムスリムをうまく取り込んでいる

主要産業：観光と輸出 (←ハラル市場シェアのトップ10)

以上

