

# ハラールという戦略上の選択肢 حلال

## データで読み解く訪日ムスリム客の動向

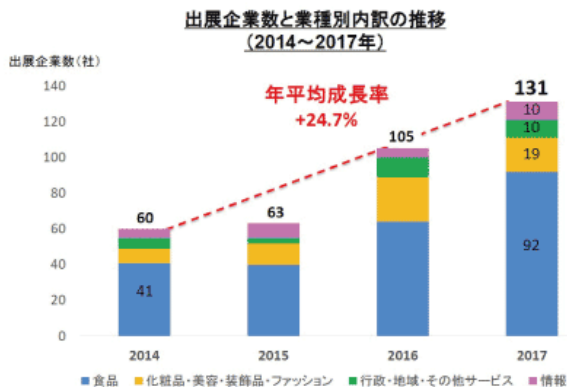
### 第23回

11月21日から23日までの3日間にわたり、Halal Expo Japan 2017が開催されました。4年目の開催となったイベントは外務省、国土交通省観光庁、日本政府観光局（JNTO）、日本貿易振興機構（ジェトロ）、東京都など全44機関の後援の下、出展企業は131社、入場者数は延べ7,869人と過去最大の規模になりました。今回はこのイベントを通じて日本のハラール市場の今に注目してみましょう。

また小売店としては、昨年の出展が全国28店舗でのハラールビーフ取り扱いのきっかけとなった神戸物産（業務スーパー）や、ハラールフードセレクションの展開を加速させている三越伊勢丹ホールディングスが参加。消費者の生の声を聞く機会として、来場者に熱心にアプローチしていました。こうした国内のメーカー、流通、小売業者に台湾、韓国、フィリピン、マレーシア、インドネシア、サウジアラビアからの出展者も加わって、相互のビジネスマッチングも積極的に展開されていました。

### 動き出した大手企業

日本最大のハラールトレードショーへの出展企業は  
堅調に増加しており、特に食品関連企業の伸びが大きい



データ: Japan Halal Expo 2014, 2015 および Halal Expo Japan 2016, 2017 実績から作成

まずご紹介するデータは「エキスポ出展企業数と業種別内訳の推移」です。これは過去4回におけるエキスポへの出展企業の数とその業種の内訳を示したものです。2014年から15年にかけては5%の増加にとどまった出展企業数は16年に67%増、17年にはさらに25%増と大きく伸びたことが確認できます。それではくわしく見てみましょう。

最大シェアの食品関連では、今年は大手企業の出展が多く見受けられました。ハラール認証を受けたカレー店を9月に秋葉原にオープンさせたばかりの壱番屋、動物性原材料不使用の「18種類の野菜カレー」を紹介したエスピー食品、畜肉由来原料とアルコール不使用で、ピクトグラム（絵文字）と英語表記による「フレンドリーダイニング」シリーズを展開するニチレイフーズ、作りたての食品を急速冷凍させることで高品質なケータリングを実現させているロイヤルホールディングスなどです。



### モディストファッションが多様化

昨年開催されたモディストファッションショーは日本を含め東アジアでは初めてとあって、世界に強烈なインパクトを与えました。その様子を伝えるユーチューブのビデオは510万回も再生され、ファッションにおいても日本がイスラム市場への関心を高めていることが賞賛されたのです。その舞台となったTokyo Modest Fashion Showは今年もエキスポ会場で併催されました。マレーシア、インドネシア、日本からのデザイナーと共に今年度はスペインの有名ブランドSybillaのコレクションとしてItokin Sybillaが出展し、南欧をイメージさせるカラフルでエレガントなドレスが注目されました。

また今年度は新たな試みとして2つのイベントが併催されました。1つはロリータとムスリム（イスラム教徒）ファッションが融合したKawaii Hijabi Collection、もう1つはファッションスクールの学生コンペGeneration M Fashion Awardです。いずれも世界ではまだ例がない、日本発を強く意識したイベント

となりました。



原宿系ロリータブランドによる独創的なドレスが話題となった Kawaii Hijabi Collection は、もともと肌を覆う部分が多い上に帽子やスカーフを多用する点で、意外にムスリムも楽しめるファッションであることに観客の多くが驚いていました。Generation M Fashion Award は日本と東南アジア諸国連合 (ASEAN) 諸国からの応募者 173 人の中から選抜され、各国での準決勝を勝ち残った 6 人が決勝戦に臨みました。マレーシアの学生 4 人とインドネシアの学生 2 人の作品は完成度が高く、審査員の日本人プロデザイナーに「作品はどれも細かい点まで作り込まれている上、プレゼンテーション能力が高い」と言わしめたほどでした。

## ハラールMICEが定着

昨年が続いて東京・浅草で開催されたエキスポの入場者数は、3日間で延べ7,869人を記録しました。そのうち約20%が海外からの訪日客で、エキスポ会期の前後約1週間にわたって周辺に滞在した人も少なくなかったようです。そのかいあってか、エリア内のムスリム対応店舗は大いににぎわい、昨年と同じく浅草の街はさながらハラールMICE (会議、視察、国際会議、展示会・見本市) の様相を呈していました。

4年目の開催となった今年のエキスポは、日本のハラール市場が新たなフェーズ (段階) に入ったことを強く感じさせるものとなりました。ムスリム客へのホスピタリティー (おもてなし) にハラール認証が必須だという誤解はなくなり、製品の成分、製造過程、調

理方法といったムスリム客が求める情報を開示・提供することで選択肢に加わろうとするプレーヤーが大幅に増えたのです。前述のように大手企業、上場企業の参加が相次ぎ、食のみならずファッションやライフスタイルの分野においても大きな進展が見られました。

日本は今後数年間で世界的なスポーツイベントが連続して開催される唯一の国です。来る18年は19年9月のラグビー・ワールドカップ (W杯) まで1年、20年7月のオリンピック・パラリンピック東京大会まで2年になります。食がホスピタリティーの基本であることはいうまでもありません。ハラールをはじめ、ベジタリアン、コーシャ (ユダヤ教の戒律で食べることが許された食品)、グルテンフリーといった食の多様性対応について、来年も最新の状況について知見を提示してまいります。

<筆者紹介>

横山真也

Yokoyama & Company (S) Pte Ltd マネジングディレクター

フードダイバーシティ株式会社 (旧社名: ハラールメディアジャパン株式会社) 共同創業者

ハラール関連事業としては2014年元日に「世界初の英語発信による日本ハラール専門ポータルサイト」Halal Media Japanを開設、同年にはハラール・ベジタリアンレストラン検索サイト・アプリ Halal Gourmet Japan をサービスイン。日本最大のハラールトレードショーである Japan Halal Expo を14年と15年に開催、16年は新たに Halal Expo Japan にて東アジア初のモディストファッションショー Tokyo Modest Fashion Show を併催、17年には世界初のムスリムロリータコレクション Kawaii Hijabi Collection とファッションスクール生コンペ Generation M Design Award を併催した。Japan Muslim Travel Index 2017 では共同編集長を務めた。

## NNAグローバル出張サポート資料 フィリピン編

アジア各地での注目ビジネスを NNAグローバルリサーチが分析。押さえておきたい財閥企業や主要外資企業のほか、進出日系企業リストを掲載しました。現地へのご出張者のみならず、ご赴任者や東南アジア事業を担当される方にも参考にしていただけるマーケット資料です。貴社ビジネスに是非お役立てください。

主な  
コンテンツ

- ① 国概要
- ② マーケット概況
- ③ ビジネス概況
- ④ 滞在中の留意点
- ⑤ クイックリファレンス
- ⑥ 外資企業進出状況



現地の  
注目産業は?

出張準備は  
OK?



出張・赴任に  
必携!!

ご購入は  
こちらから

