

イスラムビジネスの現状と 今後の展開

三菱UFJ リサーチ&コンサルティング
国際研究部 武井泉

国際ビジネスコンサルティング室 森下翠恵

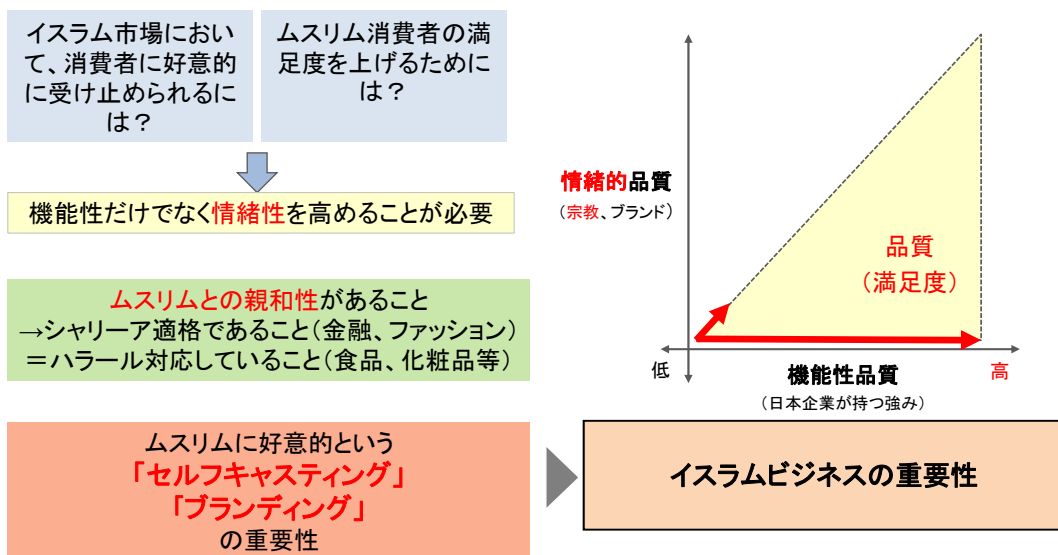


はじめに

日本企業の海外進出において、人口増加の著しいイスラム圏でのビジネス展開は大きなビジネスチャンスであり、イスラムファンドを活用したビジネス展開も検討することが企業にとって重要となっている。

これまで日本企業は高い品質やきめ細かいサービスを売りに海外市場のビジネス展開をしてきたが、拡大するイスラム市場に対しては、それらの品質やサービスといった「機能性」とともに、イスラム文化や制度に対して理解を持ち、親和性があること（＝コーランでいうところのシャリーア適格であること、またはハラールに対応していること）、つまり「情緒性」を高めることが非常に重要になっている。

イスラムビジネスの重要性 1

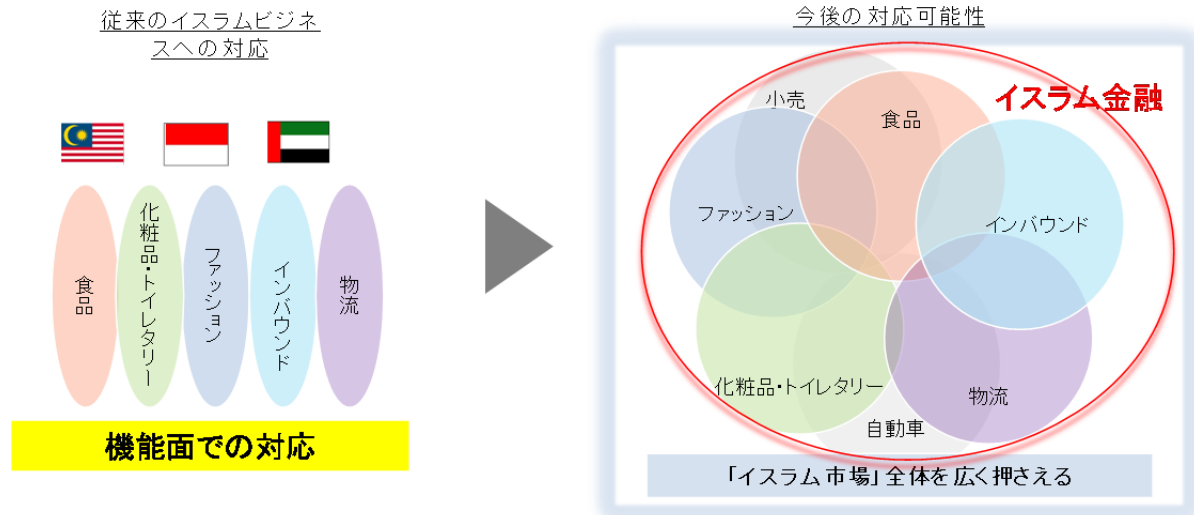


出所) 筆者作成。

また、日本企業がイスラム市場に参入する際、従来は、食品、化粧品、観光、物流等、各産業をそれぞれ別に捉える傾向があった。しかしながら、近年のイスラム分野の産業においては、それぞれの産業は密接にかかわっており、切り離して考えるよりもイスラム市場全体を見渡して市場を分析する必要がある。例えば、後述するイスラムファッションにおいては、ファッションニスタと呼ば

れるファッションのトレンドセッターから発信される情報とは、イスラムファッションのみならず、食事、化粧品、住まい方等、ライフスタイルすべてがイスラム的であるか、といった視点が含まれている。

イスラムビジネスの重要性 2

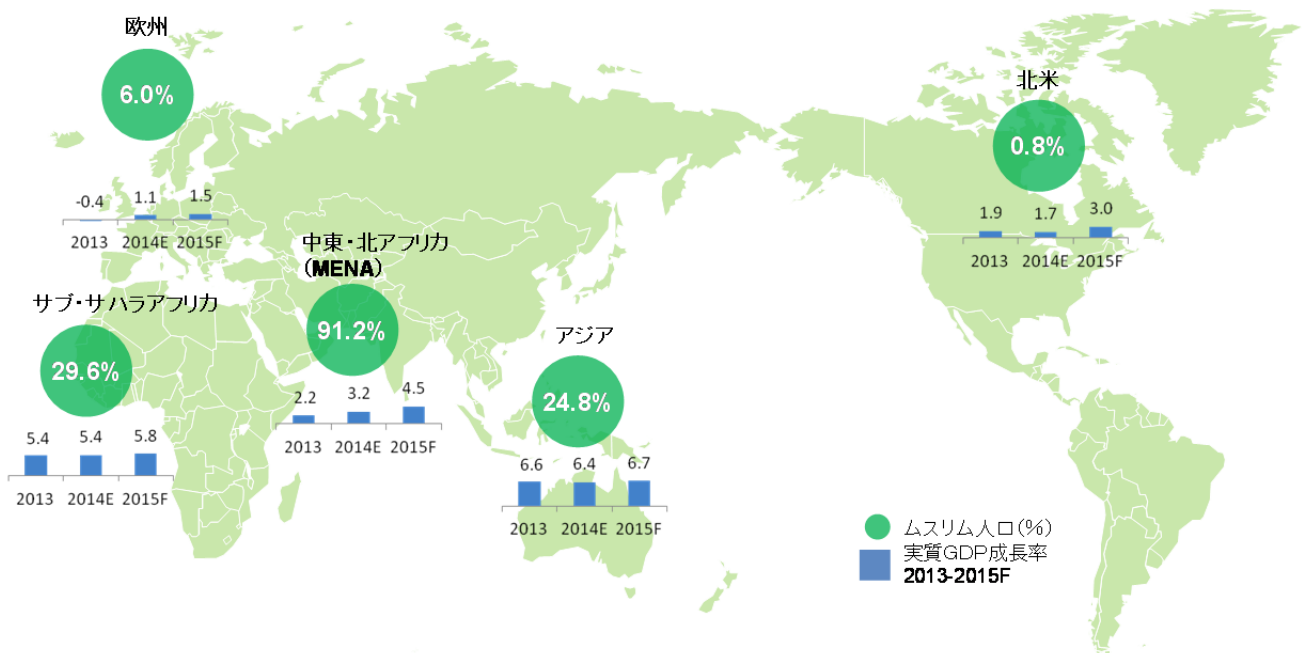


出所) 筆者作成。

上記のような視点から、本稿では、特に大きな市場を形成している、食品、化粧品、ファッション、インバウンド（観光）、物流の5つの分野から、近年のイスラム市場の概況と、日本企業の対応を整理した。

1. 拡大するイスラムビジネス・ハラール産業

イスラム教徒（以下ムスリム）の人口増加率は、他の宗教の人々の人口増加率よりも高いとされ、全世界におけるムスリムの人口割合は、各地で増加傾向にある。ムスリムの人口割合と、各地域のイスラム地域の実質 GDP 成長率を示したものは、以下の図のとおりである。



出所) Bank Negara Malaysia (2014) The Halal Economy: Huge Potential for Islamic Finance より作成。

近年の各国のハラール産業に対する取り組みや動向は国によって大きく異なる。アジアでのハラール産業のハブを目指すマレーシアでは、政府主導のハラール産業振興政策が打ち出されている。また、タイではマレーシアのような強い政府の方針・政策は打ち出されていないものの、ASEANの食品産業のハブとして、ハラール食品の生産が盛んになってきている。各国のハラール産業の動向を下記の表に整理した。

近年の世界ハラール産業の展開（アジア地域）

地域	内容
マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 政府が国策としてハラール産業に注力しており、ハラール専用工業団地や優遇制度を設けている ■ ムスリムが約6割強（約2,000万人）の多民族国家であることから、消費者の「ハラール認証」への意識が高い
ブルネイ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ムスリムだけでなく、健康志向の消費者や倫理意識の高い消費者に対してもハラール食品の売り上げを拡大しようと試みており、グローバルハラール食品業界のキープレーヤーになろうとしている
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハラール加工食品の製造国の1つである ■ 人口の80%がムスリムである5つの南部国境県において、同地域のハラールビジネスを促進するため、「ハラールエキスポ2014」が開催された
パキスタン	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中東と距離が近く中東地域のイスラム諸国へハラール製品を輸出するのに有利とされる ■ ハラール産業の成長促進のための「パキスタンハラール食品局」創設案が議会で提出され、承認待ちの状況である
日本	<ul style="list-style-type: none"> ■ 東南アジア、中東へのハラール食品の輸出拡大およびムスリム観光客増加を図っている ■ 日本の大規模な多国籍食品企業はハラール製品の開発・生産・販売に参入しており、医薬品、化粧品、イスラム金融などの他のハラール分野での参入を検討している企業もある ■ 日本はイスラム教国ではないものの、国内のハラール認証団体等により、ハラール対応力強化が進められている ■ 世界のムスリム観光客に日本が受け入れられるためのハラール基準統一のため、2014年8月に「日本ハラールサミット」が初めて開催された（於東京） ■ 日本を訪れるムスリム観光客は2020年には100万人に達すると予想されている

出所) 筆者ヒアリングおよび Bank Negara Malaysia (2014) The Halal Economy: Huge Potential for Islamic Finance より作成。

近年の世界ハラール産業の展開（欧州地域）

地域	内容
スペイン	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハラール観光促進のため、世界の広い範囲の観光業界から300人以上の代表者を集め、国際的なイベントを開催した ■ ムスリム観光客の志向を調査（サウジアラビア、UAE、マレーシアの観光客を対象）した結果を基に「イスラム旅行指標 ヨーロッパ2014」が作られた
イタリア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地中海地域のハラール市場のハブとなることを目指している ■ 2015年に「世界ハラール食品協議会（WHFC）」を開催した
イギリス	<ul style="list-style-type: none"> ■ マレーシアと協力し、ハラール産業の拡大を目指している ■ マレーシアの支援により、数百万ポンドのハラール工場とイスラムビジネスのハブが北東イングランドに設立されることが検討されている

出所) Bank Negara Malaysia (2014) The Halal Economy: Huge Potential for Islamic Finance より作成。

2. イスラムビジネスでの各分野の動き

1) ハラール食品¹

ハラール食品等の世界のイスラム市場向け食品市場規模は約1兆2,920億米ドル（2013年）と推計され、2019年には2兆5,360億米ドル（年平均成長率17%）まで拡大すると予測されている。食品は直接人体に摂取されることから、ハラール産業において最も重視されている。食品加工技術の進歩により添加物や調味料にハラール違反となる成分が含まれることがあるため、第三者機

¹ 各社プレスリリース、日本国内のハラール認証取得企業数や認証機関数は、2014年12月現在、当社調べによる。食品市場規模は2013年現在。Thomson Reuters “State of the global Islamic economy 2014-2015”による。

関による認証が果たす役割は大きい。

これまで日本企業の多くは、ハラール対応しやすい東南アジア等の海外工場ではハラール食品を製造するケースが主流であったが、イスラム市場への輸出やインバウンド顧客向けに国内でもハラール認証を取得する企業が増加している。

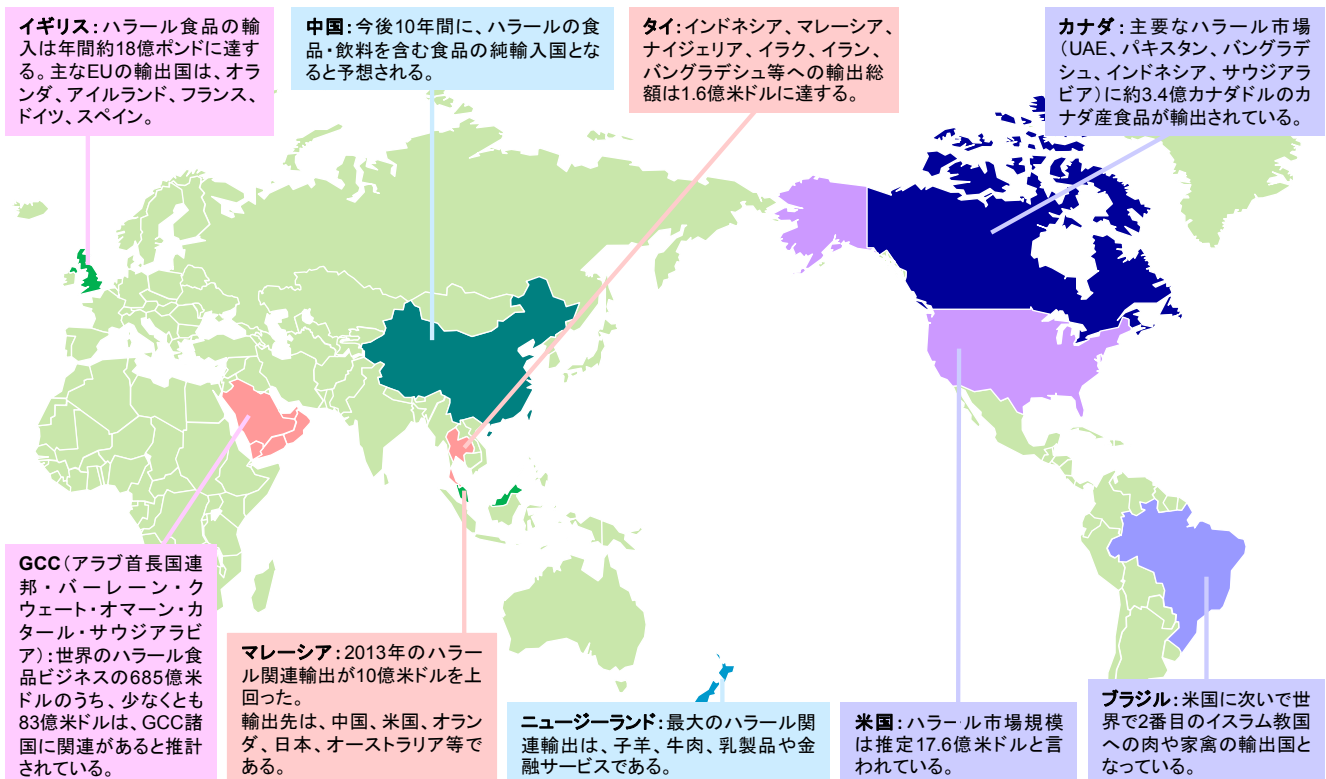
また、調味料関連メーカーを中心に、インバウンド顧客向けに海外工場では生産した食品を日本へ輸出するケースも見られるようになった。

ハラール食品の市場参入例と概況

海外工場の製品を日本に輸出する食品企業例	新規海外工場進出(2014年以降~)	日本国内の認証取得状況
<p>■ キューピー²</p> <ul style="list-style-type: none"> ● マレーシア現地法人で生産したマヨネーズを日本へ輸出 <p>■ ギャバン³</p> <ul style="list-style-type: none"> ● マレーシアで生産した香辛料を日本へ輸出。日本市場に対応するように品質管理設備を増強 <p>■ ケンコーマヨネーズ⁴</p> <ul style="list-style-type: none"> ● マヨネーズ等の業務用調味料を冷凍しインドネシアから日本へ輸出 	<p>■ マレーシア</p> <ul style="list-style-type: none"> ● カゴメ(トマト製品) ● ポッカサッポロ(飲料) <p>■ インドネシア</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ケンコーマヨネーズ(調味料) ● アサヒ(緑茶) <p>■ ベトナム</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日東富士製粉⁵(プレミックス、インドネシア MUI の認証) 	<p>■ 食品の認証取得企業: 約 80 社</p> <p>● 主なカテゴリー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調味料(醤油、味噌、ドレッシング等) ・茶葉(緑茶、抹茶)、コーヒー等 ・菓子(米菓、チョコレート等) ・食品添加物 <p>■ 日本のハラール認証機関: 13</p> <p>■ 上記の他にも小規模な企業や機関が多数存在すると推定される</p>

出所) 各社プレスリリースより作成。食品市場規模は 2013 年現在。Thomson Reuters "State of the global Islamic economy 2014-2015" による。

グローバルハラール食品事業のホットスポット



出所) Bank Negara Malaysia (2014) The Halal Economy: Huge Potential for Islamic Finance より作成。

² 同社プレスリリース (2015年5月) (<https://www.kewpie.co.jp/company/corp/newsrelease/2015/39.html>)
³ 同社プレスリリース (2014年10月) (http://www.gaban.co.jp/download/images/release_141210_a.pdf)
⁴ 同社プレスリリース (2015年2月) (http://www.kenkomayo.co.jp/news_all/detail/432)
⁵ 同社プレスリリース (2015年6月) (<http://www.nittofuji.co.jp/news/2015/3274/>)

2) ハラール化粧品

①市場規模

ハラール化粧品とパーソナルケア市場は2013年から2018年にわたって13.43%の年平均成長率で成長すると予測されている⁶。

非イスラム圏市場においても、ハラールの基準を満たしたハラール化粧品であれば「高品質」「安全」「安心」であるとする消費者がいることから、急激な伸びを示す可能性があることが示されている

東南アジア最大の人口規模を誇るインドネシアの場合、ハラール化粧品市場規模は34億米ドル(2013年推定)、中東市場のハブであるUAEでは49億米ドル(2013年推定)とされている⁷。

中東地域のパーソナルケア市場の今後の成長予測としては、長時間ベールをかぶる女性のための頭髪用化粧品のニーズが高く、今後ヘアケア関係の商品が開発され、同市場の年平均成長率(CAGR: Compound Annual Growth Rate)が2014-2019年の5年間で4%程度となることが予想されている⁸。

ハラール化粧品（インドネシアブランド Wardah の事例）



インドネシア製のハラール化粧品シェア1位を誇るWardahブランド

出所) 筆者撮影。



Wardahの口紅とハラール認証マーク(MUI)



Wardah製のスキンケア商品(化粧水、日焼け止め、乳液等)



Wardah製のボディスクラブとMUIのハラール認証マーク(中央左)

②日本企業のハラール化粧品への対応⁹

近年東南アジアからの観光客が急増していることや、東京オリンピックを見据えて、来日ムスリム女性の化粧品ニーズが増加すると考えられている。

資生堂では、2012年にハラール認証をマレーシアのJAKIM(マレーシア政府ハラール認証機関)から取得したものの、その後ベトナムのハラール認証を取得し、ベトナム工場で生産したスキンケア化粧品28品を東南アジア市場に向けて「ZA(ジーエイ)のブランドで販売している¹⁰。

花王では、2008年からマレーシアでハラール認証を取得した商品を販売している¹¹。

ロイヤル化粧品では、2011年にクリームでハラール認証を取得¹²、キミカ(化粧品原料メーカー)は2013年11月に海藻から抽出したアルギン酸でハラール認証をそれぞれ取得した¹³。ユーグレナは、2014年に微細藻類ミドリムシとクロレラのハラール認証を日本ムスリム協会から取得している¹⁴。

その他、MIYUKIは2014年にスキンケア製品で日本ハラール協会よりハラール認証取得¹⁵、ナチュレ モフィードは2014年にシャンプー、ソープ等で日本アジアハラール協会よりハラール認

⁶ Reports and Reports (2014) Global Halal Cosmetics and Personal Care Market 2014-2018

⁷ Thomson Reuters (2015) State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report

⁸ Euromonitor International (2015) Evolving Habits in Global Beauty

⁹ 各社ウェブサイトより。

¹⁰ 2015年11月開催の、平成27年度第2回埼玉県ハラール化粧品研修会での講演資料より。

¹¹ 杉林堅次(2015)「科学的な見地から見たハラール対応のありかたについて」自治体国際化協会海外経済セミナー(観光分野)2015年12月4日開催資料より(http://www.clair.or.jp/j/economy/docs/sugibayashi_document.pdf)。

¹² 同社ウェブサイト(<http://www.royalcos.co.jp/company/summary.html>)

¹³ 同社プレスリリース(2011年1月)(<http://www.kimica.jp/news/111101/>)

¹⁴ 同社プレスリリース(2014年2月)(<https://www.euglena.jp/news/2014/0203.html>)

¹⁵ 同社ウェブサイト(<https://www.blackpaint.jp/list/?category=39>)

証を取得している¹⁶。

石田香粧およびコスメサイエンスは、認証取得は行っていないものの、ハラール対応したスキンケア商品を開発している¹⁷。

外資系企業では、ユニリーバ、P&G、ロレアルなど世界有数の化粧品、パーソナルケア企業がハラール認証製品を販売している。

3) 観光

①市場規模¹⁸

ムスリムの旅行費用は年間1,510億米ドルに上ると見られている(2014年、Dinar Standard 推計。巡礼費用は除く)。

イスラム圏で旅行費用への支出が多い国は、サウジアラビア(178億米ドル)、イラン(143億米ドル)、UAE(112億米ドル)等がある。東南アジアでは、インドネシアが75億米ドル、マレーシアで57億米ドルに上っている。

ムスリムの旅行に必要な要素として、食事、価格、ムスリムフレンドリーさ、ホテルの快適さ、選択肢の多さ、冒険度、といったものが挙がっており、ハラール対応の重要性が示されている。

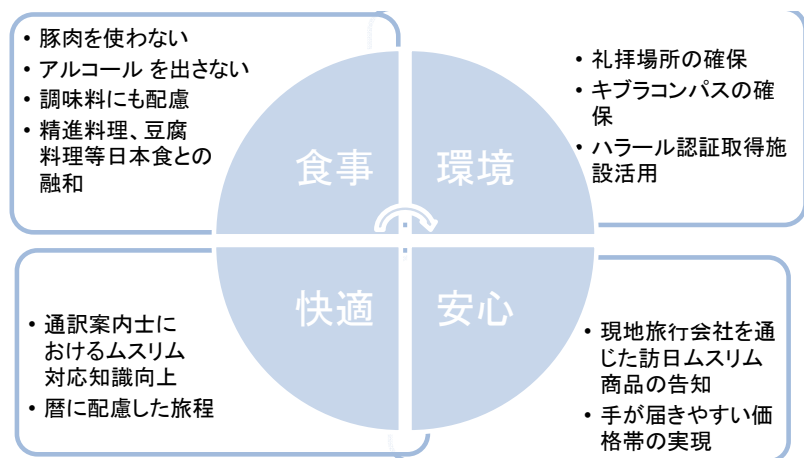
②日本での対応¹⁹

2013年7月のビザ緩和後、東南アジア諸国を含むアジア地域を中心にムスリム観光客が急増している。国全体でのムスリム観光客への対応に関する政策やマニュアル等が存在しないため、自治体単位でハラールおもてなしの対応を行っている。例えば、中部運輸局、北陸信越運輸局および中部広域観光推進協議会は、中部北陸9県の自治体、観光関係団体、観光事業者等と協働して中部北陸圏の知名度向上を図り、海外からのインバウンドを推進するため、「昇龍道プロジェクト」に取り組んでいる。このプロジェクトの中には、ムスリム受け入れ環境整備への取り組みも含まれ、「昇龍道ムスリム旅行者：受入の心得」が発行されている²⁰。

その他、下記のような自治体が、ムスリム観光客の受け入れに力を入れている。

- 北海道(札幌市、夕張市、新得町等)
- 横浜市(中華街、みなとみらい地区等)
- 長野県(白馬村等)
- 沖縄県 等

ムスリム向けのおもてなしポイント



出所：興津泰則(日本旅行業協会)(2014)「インバウンドのハラール動向」プレゼン資料『拡大するイスラム市場：「ハラール」をめぐる日本企業と地域の可能性～16億人のイスラム市場への取り組み～』より

4) イスラムファッション(モデスト・ファッション)

①市場規模

イスラム圏のファッションに対する支出額は、2013年に2,660億米ドルと推計されているが、2019年には2倍近くの4,840億米ドルに成長すると見込まれている²¹。

¹⁶ 同社プレスリリース(2014年8月)(<http://www.mofid.jp/info141025.html>)

¹⁷ 2015年11月開催の、平成27年度第2回埼玉県ハラール化粧品研修会での講演資料より。

¹⁸ http://whsexpo.com/pdf/WHTS15_Market_Overview.pdf

¹⁹ 日本旅行業協会ウェブサイトより

²⁰ <http://www.tb.mlit.go.jp/chubu/kikaku/syoryudo/muslim-sp.html>

²¹ Thomson Reuters(2015) State of the Global Islamic Economy(2014-2015 Report)

イスラムファッション産業の有望地域としては、購買力で欧米・中東、人口規模でインドネシアが挙げられている。

その背景には、ムスリムの女性の高学歴化や社会進出が進み購買力が拡大したことや、ファッションで宗教的アイデンティティ表現を行うイスラム女性が増加したことが挙げられる。また、スマートフォンを初めとしたIT機器の普及の影響により、グローバルレベルでのSNS (Instagram や Facebook) による情報交換、電子商取引拡大が促進されたことも大きな影響を与えている。

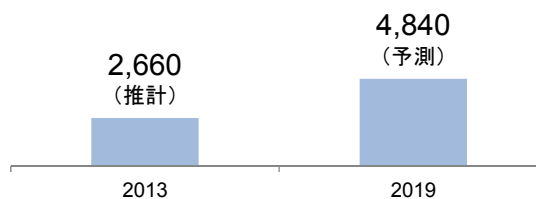
近年では、現代的イスラム女性のロールモデルとなるファッションブロガーが立ち上げ、グローバルに活動する小規模ブランドが数多く存在している。

インドネシアでは、観光クリエイティブエコノミー省によるムスリムファッションの若手デザイナー支援も行っている。2015年には、イスラムファッション産業に、グローバルブランドの参入が相次いだ (ユニクロ、DKNY 等)。

イスラムファッションは、近年では、現代性と伝統の両立した「モデスト・ファッション」(スタイリッシュかつ慎み深い装い) とも呼ばれている。

イスラム圏のファッション支出額

(男女合計)
(単位: 億米ドル)



出所: Thomson Reuters (2015) State of the Global Islamic Economy (2014-2015 Report)

イスラムファッションの2事例



(左)
非イスラム圏の女性と同様の服装の上にベール/コートを着る形: インドネシアブランド ETU の2016 春夏コレクション
出所) ETU

(右)
宗教的に求められる慎み深さと現代的なデザイン性を両立する形: ドバイの高級ブランド Hanayan の高級アバヤ*着用 (三菱レーヨン製生地使用・中は通常のファッション)
*アバヤ: 黒いドレスのような伝統衣装
出所) 筆者撮影



リバティ生地を使ったヒジャーブ
出所) Dina Toki-o
ウェブサイト
(<http://www.dinatorkia.co.uk/>)

②非イスラム圏企業のイスラムファッション市場へのアプローチ

イスラムファッションのトレンドに大きな影響を与えるデザイナーのことを「ヒジャビスタ・デザイナー」と呼び、その影響力を活用したコラボレーションも増えている。

例えば、英国イスラムファッションブランド Dina Toki-o と英国の老舗リバティとのコラボレーションの事例では、ヒジャビスタである Dina 本人がモデルとなり、リバティの新作スカーフをヒジャーブ(頭部を覆う布)として製造・販売している。

また、中東湾岸地域ではブランドの長期的な市場浸透を狙い、スワロフスキーなどの服飾副資材や、ファッション以外のパーソナルケアメーカー主催のコンテストも開催されている。

非イスラム圏のグローバルブランドの独自の進出事例もあるが、宣伝に使用したコーランの誤った引用など、問題も発生している。

③日本企業の対応

こうしたイスラムファッション市場の拡大に対して、日本の繊維・素材産業メーカーは、関心を寄せている。

中東湾岸地域の繊維市場においては、日本製生地の高い品質に一定の評価があるが、近年では、中国、東南アジアの新興国製品の追い上げが激化している。

そのような中で、以下のような動きがある。

染色加工業のユティックはサウジアラビアでのブランド力向上とシェア拡大のため、女性のためのファッション専門学校でアパコンテストを実施し長期的な市場浸透を図っている²²。

ユニクロは、マレーシアのムスリム消費者の要望に応える形で、2015年にイスラムファッションデザイナーとのコラボレーションにより、「モデストファッションコレクション」の販売を開始した（マレーシア、インドネシア、シンガポール、タイ）²³。

その他、グリーの子会社のグリーベンチャーズ、トランスコスモスなどは、インドネシアのファッションIT企業に出資し、それらの企業がイスラムファッションに特化したサイトを開設している²⁴。

④イスラムファンドによる投資

2005年頃から小規模のイスラムファッションブランドと電子商取引企業の起業が急増したことから、イスラムファッションでの運転資金需要も高まった。特に中東地域においては、イスラムファッションのビジネスの資金調達には、イスラム金融方式が好まれる傾向がある。

2015年アラビアテレコムベンチャーファンドがモデスト・ファッション電子商取引企業モダニサ（トルコ）に550万米ドルの出資（モダニサは57カ国に輸出を行う）したことも話題となった。

今後は、中東地域を中心とした市場への展開において、イスラムファッション関連企業へのイスラム金融方式を通じた出資が一つの方法となる可能性がある。

5) ハラル物流

ハラル物流は、ハラル産業の中でも比較的新しい分野である。ハラル物流とは、ハラル対応した商品を市場に届けるためのハラル基準に適した物流システムを指す。例えば、輸送・保管時の異物混入リスクを避けるために、倉庫や輸送車両においては、ハラル違反の商品からの徹底的な隔離が求められるが、これはサプライチェーン全体のシステム見直しが必要となり難易度が高く、直接的な原材料と比較すると最終製品への影響が軽微であることから認証取得への対応はあまり進んでいなかった。

マレーシアは世界に先駆け、ハラル物流に関するガイドラインを発表しており、2013年7月より、現地の大規模物流企業を中心に認証取得が進められた。2014年に日本通運マレーシア法人がJAKIMのハラル認証取得²⁵を契機に日本企業の間でも関心が高まっている。マレーシアの相互認証先である日本ハラル協会では、マレーシアのMS規格を参考に日本国内の認証を始めている。

世界のハラル物流に限定した市場規模に関するデータはないが、マレーシアのハラル物流市場規模は1,965億リンギット（約4.95兆円）と推計される²⁶。

²² 同社ウェブサイト（<http://www.up-ut.com/business/01dyeing.html>）

²³ 同社ウェブサイト（<http://www.uniqlo.com/my/hanatajima/>）

²⁴ グリーベンチャーズウェブサイト（<http://corp.gree.net/jp/ja/business/investment.html>）、トランスコスモスプレスリリース（2013年11月）（<http://www.trans-cosmos.co.jp/company/news/131121.html>）

²⁵ 日本通運プレスリリース（2014年12月）<http://www.nittsu.co.jp/press/2014/20141216-1.html>

²⁶ HDCや各種ヒアリング調査、国内物流事業者提供資料より推計。1リンギット=25.2日本円で算出。

ハラール物流の概況

マレーシアのハラール物流に関連する規格	
MS2400-1 : 2010	Halal toyyiban 保証パイプライン (パート1) 商品の輸送/貨物チェーン・サービスの管理システムに関する要件
MS2400-2 : 2010	Halal toyyiban 保証パイプライン (パート2) 保管および関連業務に関する要件
MS2400-3 : 2010	Halal toyyiban 保証パイプライン (パート1) 小売の管理システムに関する要件
他国の対応例	
インドネシア	・物流に対する規格は特にないが、ベースとして HAS 規格 ²⁷ に則り管理している ・基本ハラール製品しか扱わない自社トラックで輸送しているので問題ない
その他	・ハラール専用工場での生産、荷積みや、厳重な梱包などで混入を回避
日本の主な物流への認証状況	
認証機関名	特徴
日本ハラール協会 (JHA)	・認証条件として、認証後 2 年以内にムスリムを雇用しなければならない。これに伴いムスリムの雇用施設整備も必要 ・兵機海運の倉庫の認証実績あり
日本ムスリム協会	・物流関連の実績はなく、今後物流事業者との協働による構築は検討可 ・トレーサビリティを重要視
日本アジアハラール協会 (NAHA)	・ムスリム雇用の条件はない。 ・鈴江コーポレーションの倉庫の認証実績あり

出所) HDC 資料、各種ヒアリング調査、国内物流事業者提供資料より作成。

物流事業者のハラール認証取得事例²⁸

マレーシアにおける日本企業のハラール物流の認証取得の事例は以下のとおりとなっている。

日本通運マレーシア法人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2014 年 12 月に JAKIM より「MS2400-1」(運送)の認証を取得した。 ・ 2013 年 9 月から準備に着手。イスラム法に則った方法で宗教的に洗浄された車両 4 台を導入、他社の協力を得ながら認証基準に基づいて、店舗輸送などの輸送試験を実施し、認められた。 ・ 倉庫のハラール物流認証 (MS2400-2) の取得を検討する。
郵船ロジスティクス ²⁹ マレーシア法人 TASCO Berhad	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2015 年 5 月に JAKIM より「MS2400-1」(運送)と「MS2400-2」(倉庫)を同時取得した。 ・ 運送分野の対象車両は 25 台で、ペナンやマラッカ、セランゴール、ジョホールなど主要拠点に配置 ・ 倉庫の対象はペナンにある Penang Prai Logistics Center で、約 9,000 平米のスペースを有する ・ 今後はマレーシアでのハラールに関するノウハウとグローバルネットワークをつなげることで、ハラール物流のワンストップサービスの構築を目指す。

日本におけるハラール物流の認証取得事例は以下のとおりである。

日本通運 ³⁰	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日系物流企業として初めて、マレーシア・日本両国でハラール物流認証を取得した。日本では、日本ハラール協会から東京海運支店東京食品ターミナル事業所に対して 2016 年 3 月に認証を取得した。 ・ マレーシア・日本の両国間で「ハラール一貫輸送」を行い、トレーサビリティ (輸送経路、経歴の追跡) が可能となっている。 ・ 専用のカゴ型台車にハラール製品を積載して運ぶ方式でハラール認証を取得し、トラック 1 台に満たない小ロット貨物の輸送が可能となっている。
--------------------	--

²⁷ HAS とは、ハラール認証システム、Halal Assurance System) の略称であり、インドネシアのハラール認証機関である LPPOM MUI は、HAS に基づく規格を作成し、これに基づき評価を行っている。

²⁸ 各社プレスリリース、報道資料、ヒアリング調査により作成。

²⁹ 同社プレスリリース (2015 年 5 月) (<http://www.yusen-logistics.com/jp/resources/press-and-media/1815>)

³⁰ 同社プレスリリース (2016 年 3 月) (<http://www.nittsu.co.jp/press/2016/20160304-1.html>)

兵機海運 ³¹	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸の同社本社の倉庫に対してハラール認証を取得している（日本ハラール協会、2015年3月）³²。 ・□倉庫の一部をハラール製品専用保管スペースとしハラール認証を取得した。フェンス、ビニールシート等によりノンハラール製品から隔離している。フォークリフト、昇降機、プラットフォーム使用時のノンハラール製品との混載排除、作業動線を確保することにより汚染が起きないように配慮している。 ・教育を受けたスタッフによるマニュアル化された作業を行い、予期せぬ問題が発生した場合でも被害を最小限に抑える対策をとっている。
中村エアークスプレス ³³	<ul style="list-style-type: none"> ・同社の成田保税蔵置場の倉庫が国内空港で初のローカルハラール認証を取得した（マレーシアハラールコーポレーション、2012年11月）。
鈴江コーポレーション ^{34 35}	<ul style="list-style-type: none"> ・お台場流通センターがハラール認証を取得した（日本アジアハラール協会 2015年4月）。 ・認証倉庫では、物流面でのハラール性維持のため、お台場流通センター内の一部にハラール製品専用の保管スペースを設け、ハラール製品を取り扱うための専門の教育を受けた職員を配置する等、基準により厳格管理を行う。 ・その後、ハラール専用かご台車による国内配送に関してもハラール認証を取得した（同協会 2015年12月）。

まとめ

2014年には、日系企業が関係するシャリーア（イスラム法）適格のプライベート・エクイティ・ファンドが2つ設立された。1つはSBIホールディングスとブルネイ財務省が設立した東南アジア向けイスラム基金、もう1つは、インスパイアがマレーシアの政府系投資機関であるPNBと共同し、中小企業支援機構、日本の地銀も参加して設立したシャリーア適格のプライベート・エクイティ・ファンドの設立である。

まだ日本国内におけるイスラム金融への関心はそれほど高くはないものの、今後は、ムスリムの増加とその市場の拡大に伴って、日本におけるイスラム金融への取り組みが増加する可能性がある。

本稿で取り上げたようなイスラムビジネスに対しても、商品やサービスの開発・生産・販売のみならず、ムスリム消費者に親和性を持ってもらうために、資金調達面でイスラム金融を活用する機会も増加すると考えられる。

（筆者略歴）

武井 泉

1998年高崎市立高崎経済大学卒、2004年東京大学大学院農学生命科学研究科農業資源経済学専攻博士課程単位取得退学後、日本学術振興会特別研究員、タイ国立チュラロンコン大学経済学部客員教員等を経て、2007年に三菱UFJリサーチ&コンサルティング入社。

主に国際協力、アジア、アフリカの農業開発、社会保障、アジアにおけるハラール産業等に関する調査業務に従事。特にハラール関連の調査に関しては、2009年以降積極的に取り組んでおり多数の論文と官公庁の委託調査の実績を有している。

2014年には、森下氏との共著『ハラール認証取得ガイドブック』（東洋経済新報社、2014年）を出版した。

森下 翠恵

大手通信事業者、民間の産業調査会社を経て、2008年に三菱UFJリサーチ&コンサルティング入社。海外の産業構造調査・分析、海外販路開拓マーケティング、提携支援事業等に従事。

東南アジアや中華圏を中心に、食品や化粧品、医薬品などの消費財の他、IT分野に関連する調査実績多数。

ハラール分野においては、大手企業、地方銀行、官公庁主催によるセミナー講演歴多数。

前述の武井氏との共著の他、『国際金融（2014年8月号）』『注目のハラール諸外国の動向』、月刊グローバル『注目のハラール産業ーイスラム消費者へのアプローチ』等を執筆。

³¹ 同社プレスリリース（2015年4月）（http://www.hyoki.co.jp/contents/ir/73ki/H270402_kaizi.pdf）

³² 同社のプレスリリースによると、JAKIM および MUIS（シンガポール・イスラム評議会、Majlis Ugama Islam Singapura の略称）の承認を受けている。

³³ 同社プレスリリース（2012年11月）（http://www.naxjapan.com/ja/news/halal_certificate.pdf）

³⁴ 同社プレスリリース（2015年4月）（http://www.suzue.co.jp/news/news_150420.html）

³⁵ 同社プレスリリース（2015年12月）（http://www.suzue.co.jp/news/news_151225.html）より。