

世界総人口1 / 4へのパスポート

月刊イスラム市場

《ダイジェスト版》

次なる市場への進出を検討中の企業様、必見！

『月刊イスラム市場』発刊のお知らせ

～「宗教を切り口に」次なる市場を開拓～

■ 昨今の日中関係の悪化や、著しい新興国の経済成長の勢いを背景に、本格的にチャイナ+1の時代が到来しています。皆様の視線の先には、生産拠点、販売市場としての、インドネシア、タイ、ベトナム、マレーシアといったASEAN諸国があるのではないのでしょうか？ そんな中、東南アジアにありながら、世界最大のイスラム教人口を抱えるインドネシアや、イスラム教を国教とするマレーシア、ブルネイなどの国々の存在を背景に、「イスラム教」という「宗教を切り口に」東南アジア市場を開拓して行こうという流れが、ようやく日本でも大きな流れとなり始めています。

しかし日本において「イスラム教」に関する情報は非常に限られており、情報不足の状況が続いていると感じています。そこで弊社では、この現状に対処すべく、昨年10月よりイスラム経済の現状やビジネスチャンス、イスラム教徒の習慣や文化、ものの見方や考え方、それに関連する法律や会計制度など、イスラム市場に関する情報を包括的に提供する為の月刊マガジン「月刊イスラム市場」を発刊させて頂いております。

こちらのダイジェスト版には、過去に掲載された記事の一部をまとめさせて頂いております。世界人口1 / 4、17億人の巨大なイスラム市場に、皆様の事業、商品、サービスがリーチできる羅針盤となれるよう、リサーチャー、編集員一同日々邁進して参ります。是非この機会に「月刊イスラム市場」のご購読をご検討頂ければ幸いです。



今ここから 新しい世界へ


このマガジンは、
アル・イラダー・キズナコンサルティングが
取材、編集、発行しております。

お問い合わせは
アル・イラダー・キズナコンサルティング
+852-2517-8781 まで



イスラム市場の『今』を日本へ

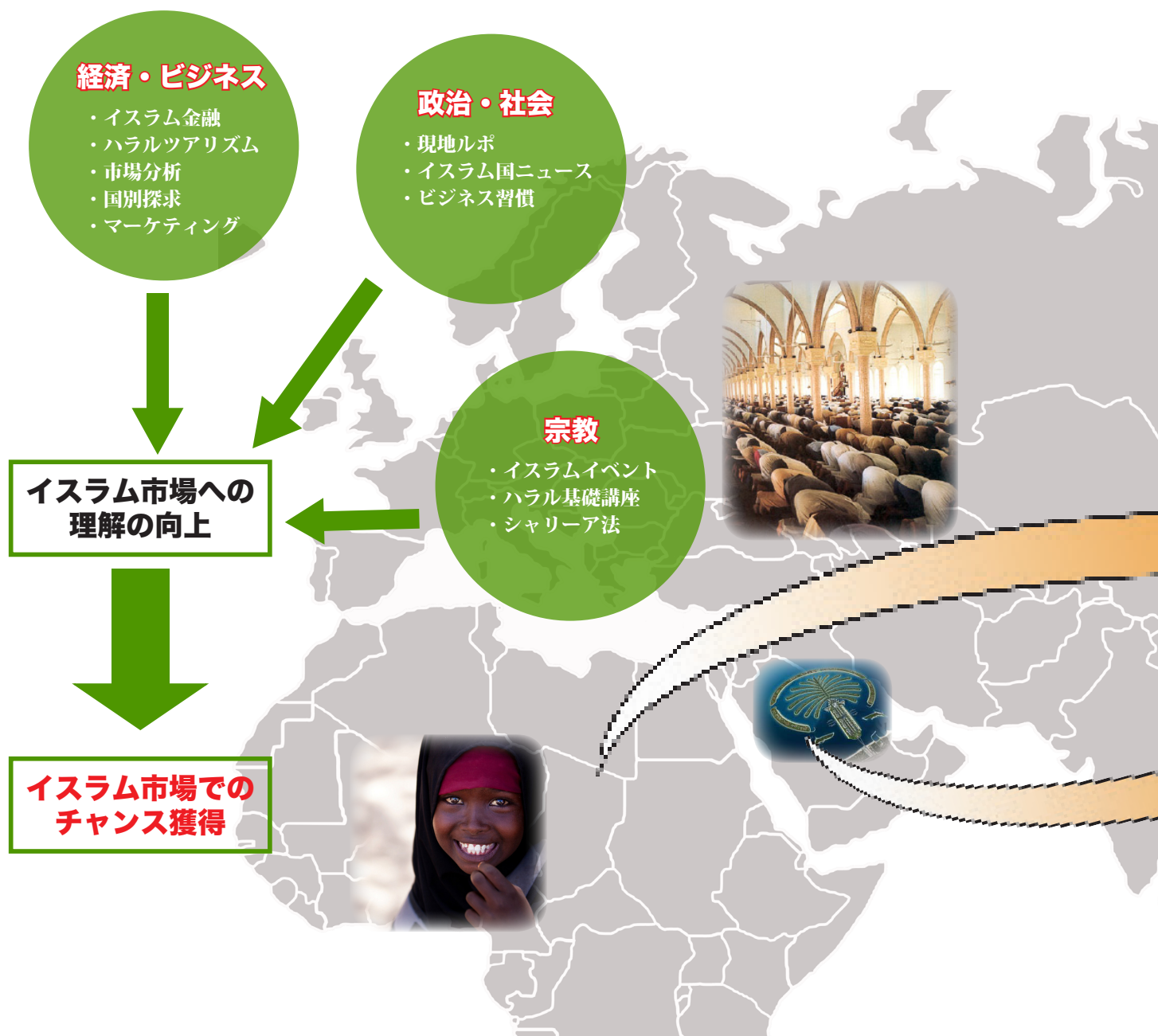
『月刊イスラム市場』は、
“情報が足りない”というお客様の声より生まれた、
イスラム市場専門の月刊誌です。



人口 18 億人。今や世界人口の 20% 以上を イスラム教徒が占める。2030 年にはこれが 22 億人となり、実に 4 人に 1 人がイスラム教徒となる計算だ。イスラム教徒と言えば中東と思う方も多いかもしれない。しかし実際は、この巨大な人口の 60% が日本と同じアジア太平洋地域に暮らしているのだ。人口の継続的増加、若年層中心の人口構造、中間所得層の急激な勃興を背景に、世界におけるこの巨大なマーケットの存在感は急激に増している。国内市場の縮小に苦しむ日本企業にとっては、もはや無視できない市場なのである。

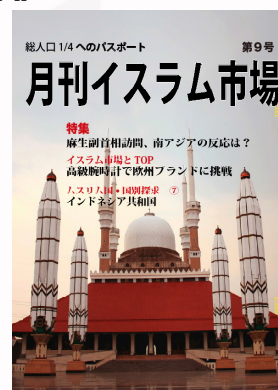


《月刊イスラム市場の活用》



《月刊イスラム市場 コンテンツ（例）》

- ・ 各国における法制度、税制度の違い、
- ・ イスラム国と日本のビジネス習慣の違い、
- ・ イスラミックファイナンス解説、
- ・ 各国現地レポート、
- ・ 世界におけるハラルイベント、
- ・ 日本国内におけるハラル対応化の動き

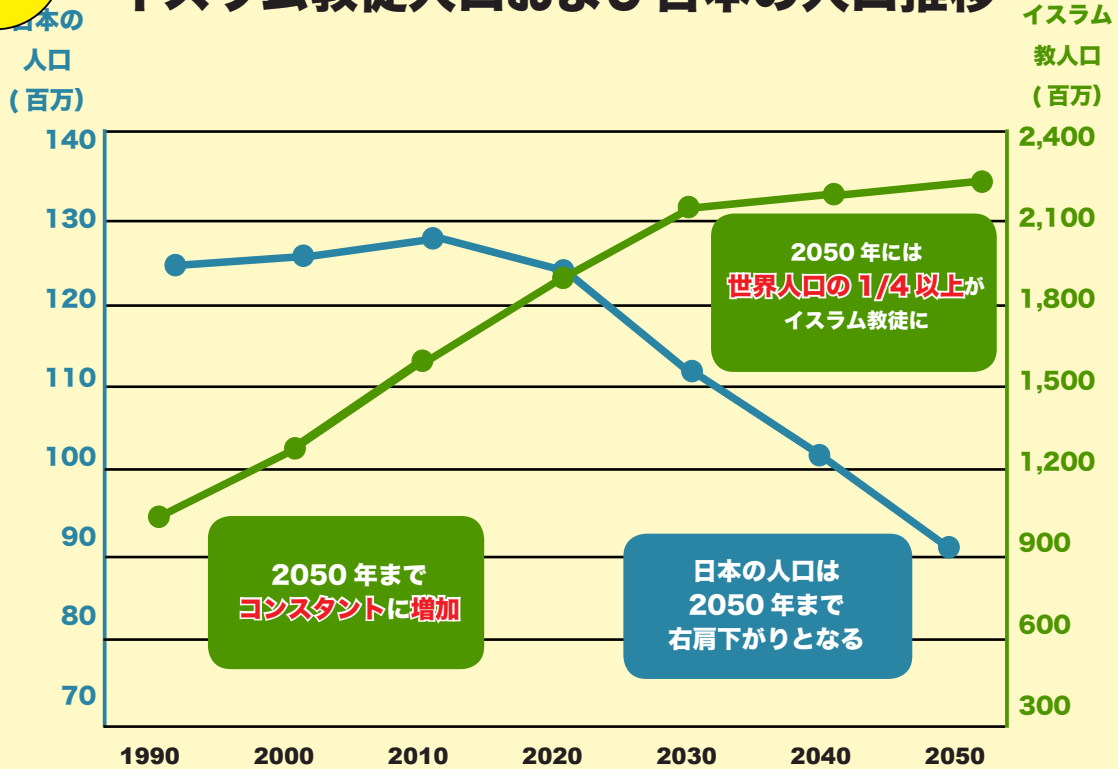


などなど、盛りだくさんでお届けしています！

なぜ今イスラム市場か？

1

イスラム教徒人口および日本の人口推移

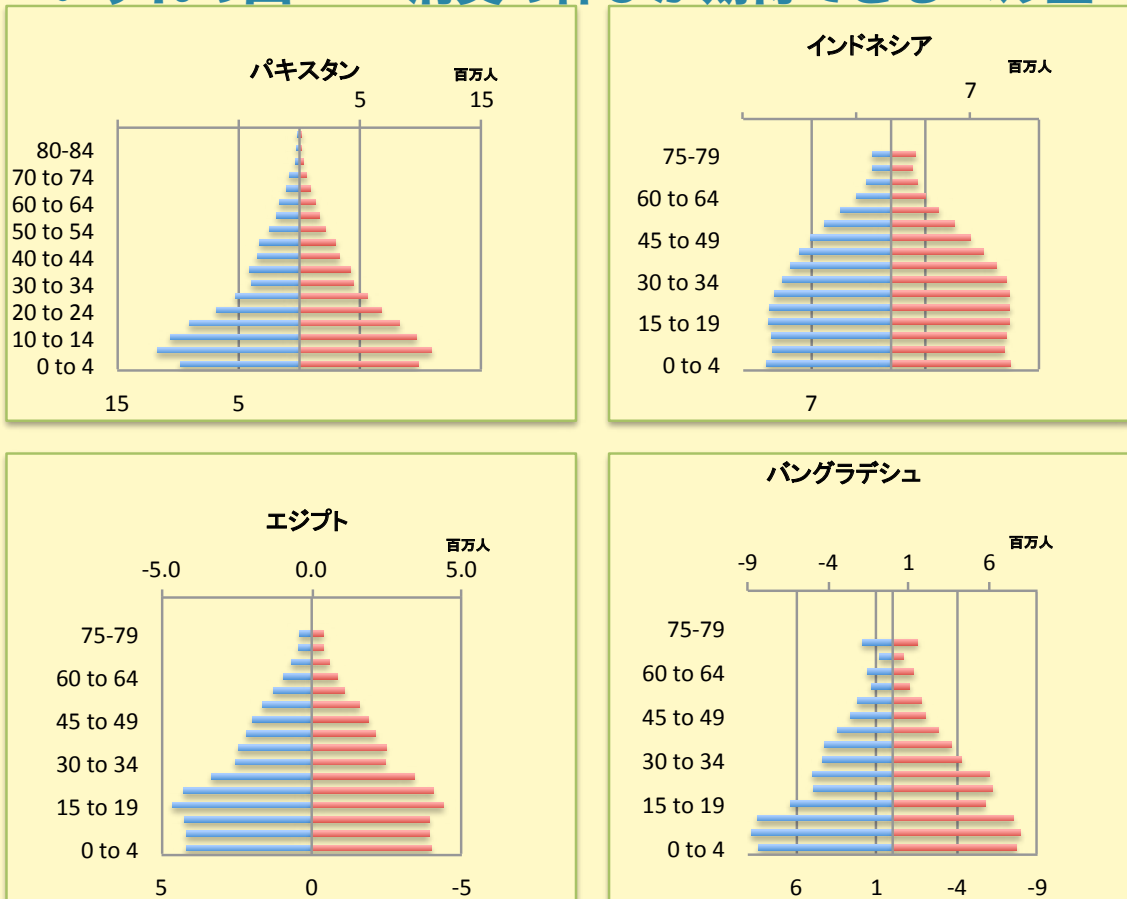


Data Source: Pew Research Center

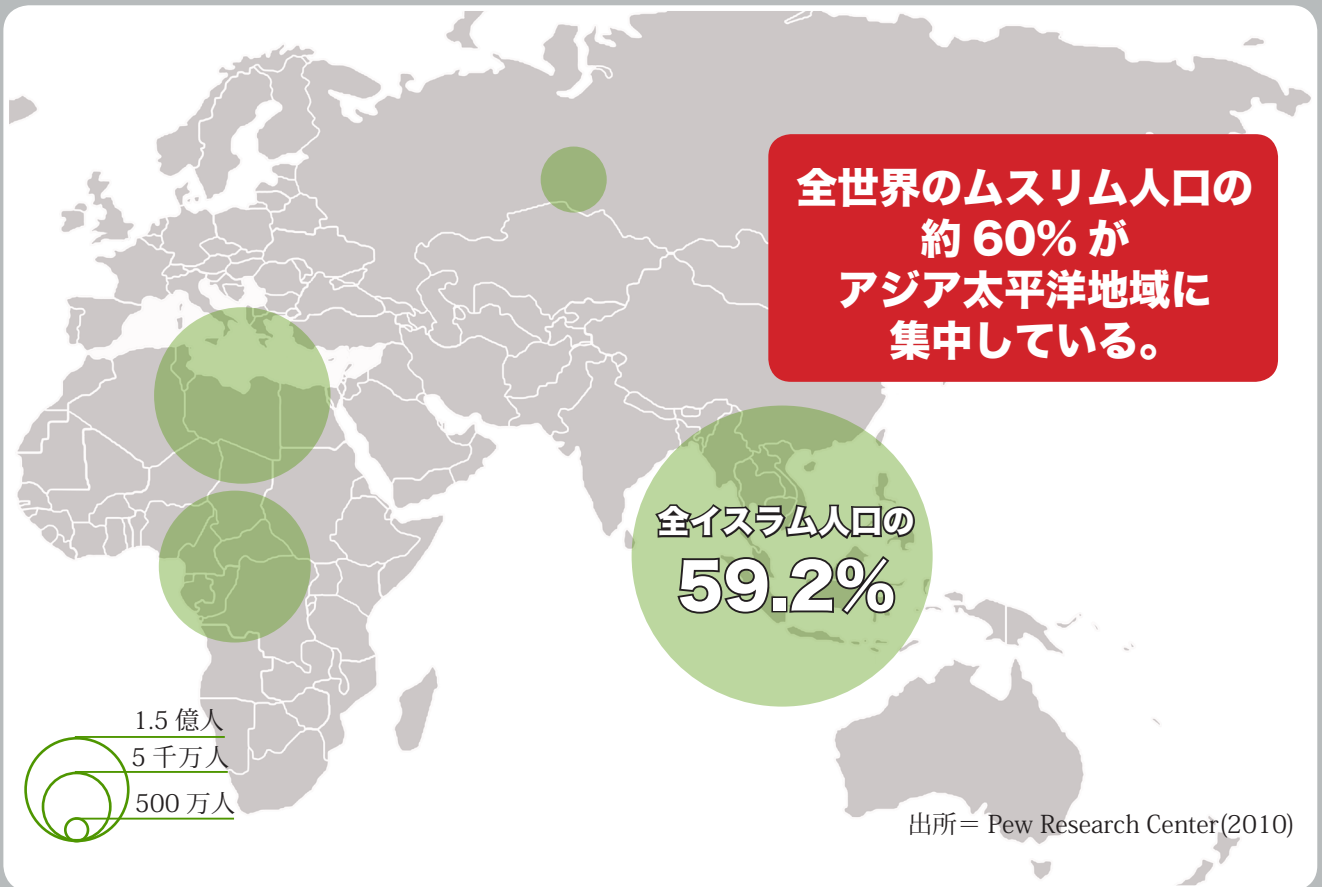
2

イスラム4カ国の人口構造

いずれの国も今後消費の伸びが期待できるベル型



イスラム教徒の地域分布



なぜ今イスラム市場か？

①日本の人口減少に対して、増加し続けるイスラム人口

アメリカのリサーチ会社、Pew Research Centerによると、人口が減り続ける日本に対し、イスラム教徒の人口は2050年ごろまで継続して増加し続ける。また、全世界の総人口に占めるイスラム教徒の割合は25%をこえ、実に4人に1人がイスラム教となる。

②今後、消費拡大が見込まれる人口構造

右に示したように、代表的なイスラム国の人口構造は若年層が中心で、消費が旺盛は生産人口の年齢の割合が高くなっている。またその比率は今後も増加して行く事となる。各国の経済発展と相重なり、強烈的な消費市場を作り上げる事となる。

③アジア太平洋地域に集中するイスラム教人口

アフリカや、中東の宗教としてイメージの強いイスラム教だが、実はアジア太平洋地域にその60%が集中している。日本の立地を活かしたビジネスを考えても、イスラム市場は非常に魅力的な選択肢となる。

飯田 律

はじめまして、今月号の「イスラム金融」を担当します公認会計士の飯田律です。イスラム金融は、日本ではまだ馴染みが薄いですが、今後注目の分野です。今回は、イスラム金融の専門である「リバー（利子）」と「ガラル（不確実性）」の禁止が挙げられます。リバーとガラルについては後の稿で詳しく解説したいと思います。リバーやガラルの禁止は、禁止された利子や不確実性を使用しないようにするためイスラム金融や取引に多大な影響を与えています。イスラム諸国では石油や天然資源に恵まれた地域が多く、それらの天然資源からの収入が莫大ですが、かえってその恵まれた資源によって製造業・サービス業、その他の先端産業の育成が遅れているのではないかとこの問題意識もあるようです。この点、1990年代のイスラム金融を先導したマレーシアでは、石油に依存しないイスラム社会・国の発展を意図し、無利子の金融スキームを開発したことを始め、スクーク（イスラム債券）を開発するなど、積極的な役割を果たしてきました。

イスラム金融

HLB 明誠監査法人 飯田氏による
イスラム金融講座。

国際税務専門の飯田氏が、通常の金融と
イスラム金融の違いを丁寧に説明します。

20世紀前半まで多くのイスラム圏は欧米列強の植民地とされており金融の上でも欧米の銀行制度が支配的でした。その影響もあり、現代的な意味でのイスラム金融は、1940年代頃に生まれたとされ、マレーシアを中心に1980年代から次第に発展していきました。しかしながら、イスラム法は商業や経済社会を発展させようとする教えがあり、イスラム世界における商業上の取引や各種契

約形態そのものは古来より広く盛んに行われてきていました。イスラム銀行は1970年代頃に誕生し、1980年代頃からはイスラム諸国の各地で設立されるようになりました。イスラム銀行は、伝統的な日本を含む欧米型の銀行制度と比べて、聖典クルアーン（コーラン）の教えに従うイスラム法（シャリーア）に基づいている点に大きな特徴があります。

イスラム金融についてのクルアーンの影響として、リバー（利子）とガラル（不確実性）の禁止が挙げられます。リバーとガラルについては後の稿で詳しく解説したいと思います。リバーやガラルの禁止は、禁止された利子や不確実性を使用しないようにするためイスラム金融や取引に多大な影響を与えています。

イスラム諸国では石油や天然資源に恵まれた地域が多く、それらの天然資源からの収入が莫大ですが、かえってその恵まれた資源によって製造業・サービス業、その他の先端産業の育成が遅れているのではないかとこの問題意識もあるようです。この点、1990年代のイスラム金融を先導したマレーシアでは、石油に依存しないイスラム社会・国の発展を意図し、無利子の金融スキームを開発したことを始め、スクーク（イスラム債券）を開発するなど、積極的な役割を果たしてきました。

イスラム金融とイスラム法

イスラム投資ファンドの分野では、イスラム法で禁止されているアルコール、たばこ、賭博、豚肉、武器製造等（ハラム）を行わない企業に投資先を限定するといった、イスラム法に沿ったファンドの組成がなされるようになりました。

保険の分野では、タカフルと呼ばれるイスラム保険が開発されています。従来の伝統的保険は、イスラム法が禁止しているとされるリバー（利子）、ガラル（不確実性）、マイシール（投機行為）を伴

Profile

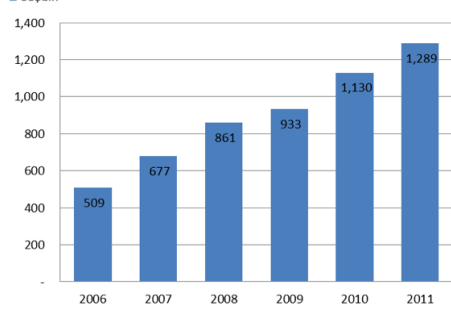
飯田 律

Ritsulida

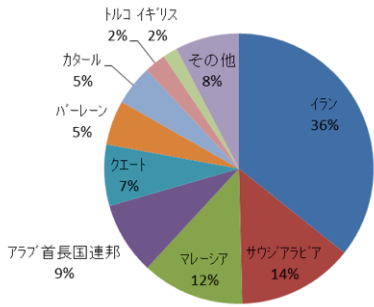
慶應大学経済学部卒業。都市銀行外為、大手監査法人国際部勤務後、税理士法人トーマツ国際税務チームにて税務申告業務、アウトバウンド／インバウンド税務コンサルティングに従事、現在に至る。著書「国際税務の疑問点」（ぎょうせい）、「外国税額控除と申告書作成の実務（第6版）」（清文社）、「アジア諸国の税法（第5版）」（中央経済社）共著など多数。日本公認会計士協会租税調査会専門委員。



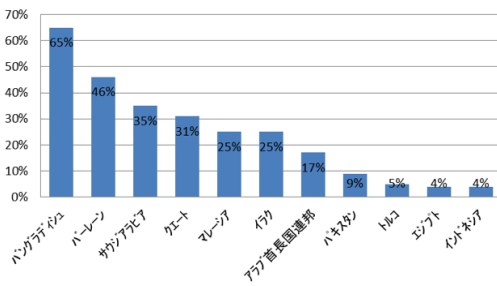
世界のイスラム金融資産の推移



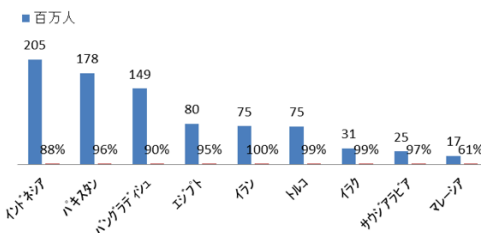
イスラム金融資産の国別割合 (2010)



イスラム金融の国別浸透度



国別イスラム人口及び人口割合



出典：ISLAMICFINANCE2012, TheCityUK

うためイスラム法に反するとされてしました。タカフルは相互扶助の理念に基づき、保険事故によって損害を受けた保険契約者にはザカート(喜捨)が支払われる仕組みとなっています。

日本では、1990年代初頭からのバブル崩壊後、金融分野では日本の間接金融から欧米の直接金融、特にアメリカの最先端の金融商品開発こそがもともと進んだ金融システムとされてきたことがありました。しかし2000年のエンロン事件、2008年のAIGや投資銀行リーマンの破綻、など英米の投資銀行を中心とした複雑な金融商品の販売自体が、世の中の利益になっているかという観点から厳しく問われるようになってきました。

イスラム金融においては、金融は弱者から強者への富の移転のためではなく、社会全体や弱者を含めた人々の生活を向

上させるためのものであるという思想がイスラム金融全般にあり、このような考え方は、むしろ産業社会や人々の生活を支え発展させるための金融というような日本人の考え方にむしろ馴染むといつてよいかも知れません。

イスラム金融では、ある金融取引のもとには実体経済の取引や実体資産が存在することが必要とされます。このことは、金融取引の上に金融取引を重ねレバレッジを高めていくアメリカ型の金融商品とは大きな差があります。実際、リーマンの破綻は欧米の金融システムに対するほどにはイスラム金融に影響を及ぼさなかったようです。

イスラム金融の資産規模は、2007年では約7千億ドル、2011年では1兆ドルを大きく突破しています。イスラム金融資産の国別割合でイランが1位と高いのは、イランの在米資産が過去に

凍結されるなど、欧米の金融市場に十分に投資ができなかったなどの特殊要因と推測されます。イスラム金融を先導しているのは、湾岸諸国(GCC)とマレーシアです。中でもスラーク(イスラム債券、シャリーア適格な利子を伴わない債券)の発行高は2011年に約840億ドルでしたが、そのうちマレーシアが約3分の2を占めています(UKIFS)。

イスラム金融は古来よりの伝統を受け継ぎながら21世紀の現代においてさらに飛躍しようとしています。次回以降のコラムでは、マレーシアの大規模開発プロジェクトISKANDARにおける金融センターのご紹介、具体的なイスラム金融の取引や、税制、会計、経済特区、またイスラム法に沿うようにどのような工夫がなされているのか解説していきます。



海外進出のことは、なんでもご相談下さい!

会社名：HLB 明誠監査法人
 所在地：東京都中央区日本橋本石町 4-2-16 トーセイビル 5 階
 TEL：03-5843-6511
 E-mail：yasuda@meisei-audit.jp
 Web：http://meiseigroup.jp/



International Contact Partner
 公認会計士 安田秀志

私達は、急成長するダイナミックな国際的ネットワーク組織 "HLBInternational" のメンバーです。"HLBInternational" は、ロンドンに本部を置き、世界 100 ケ国に事務所があり、独立した専門的会計事務所及びビジネスアドバイザーによる国際的規模のネットワークで、会計業務、監査業務、国際税務、コーポレートファイナンス、財務及びその他コンサルティング業務からなる総合的なサービスを提供しています。

新連載

ハラール・ワーケーション①

ハラールツアーの親であるクレセントレーティング社の連載頁が始まりました。ハラール評価とフレンドリーになるノウハウをお伝えします。

ハラール評価とトルコ観光案内

ハラールツアリズム

旅行者様必見！
ハラールツアリズムの生みの親である、
クレセントレーティング社がハラール対応化の
ノウハウをお伝えします



トルコの屋外レストラン

てのジャンルを生み出しました。イブ
ン・ジュザイやイブン・バトウータの
ような一流のムスリム探検家の一部は、
メッカ巡礼を意図して自宅を出たにも
関わらず、結果的には、別の土地や文
化を探索する魅力的な旅をしてしま
いました。

ます。良いニュースは、多くの旅行サー
ビス提供者が、ムスリム消費者のニー
ズへの対応を熱望していることです。
それはまた、「シヤリアに準拠したホテ
ル」、「ハラール旅行」、「イスラム旅行」、「ハ
ラルホテル」などの流行語も生み出し
ました。

過去二世紀半の間、この先駆的な精
神はムスリムの間で静かになっていま
した。それが今再び、注目されるよう
になりました。ムスリム旅行者は、今
最も急成長している旅行セグメントの
1つとなっています。2010年、ム
スリム旅行者の支出金額は約900億
米ドルで、全旅行者の支出の9%でし
た。それが2020年までに、ムスリ
ム旅行者の支出は200億米ドル以上
に成長すると見積もられています。こ
れは、ムスリム旅行者が旅行業界で重
要なセグメントになったことを意味し
ます。このセグメントでは、旅行サー
ビス業者が自分たちのサービスや施設
を開発するときに際して、ムスリムの
ユニークな要望を考慮する必要があります

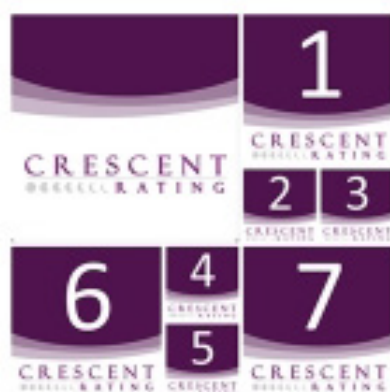
これがクレセントレーティングを立
ち上げた主な理由の一つです。クレセ
ントレーティングが開発した評価シス
テムは、旅行サービスや施設に対して、
彼らがムスリム旅行者のニーズに応え
るために提供するサービスや施設に応
じて評価しています。この評価システ
ムを通して、サービス提供者は、彼ら
が対応することができるハラール・フレ
ンドリーなサービスのレベルを選択で
きます。それと同時に、ムスリム旅行
者に対しては、彼らが旅行を計画する
際に、彼らが満足するハラール・フレ
ンドリーなサービスのレベルを選択する
目安を提供します。

ハラール評価の仕組み

クレセントレーティングのホテル評
価は1〜7段階があり7を最高として
います。評価が考慮されるエリアは、
ハラールフード提供サービスのレベル、
祈りの情報/施設、洗面所の水の使い
やすさ、ラマダン期の特別時における
ハラールフードの配達可否、ホテル内



の非ハラール活動のレベル、男女が分かれたプライベートを伴ったレクリエーション施設の利用可能性です。



ホテルの評価が1から3までは、ハラールフードや礼拝可能に関する情報を備えていることです。4または5は、ホテル内で提供されるハラールフード・サービスの評価が高いものです。6と7は、ハラール・フードとファミリー向けのテレビチャンネルを備え、アルコールを提供せず（所有もせず）にナイトクラブがないホテルで、さらに素晴らしいハラール・フレンドリーなサービスや施設を備えたホテルのみに適用されます。クレセントレーティング評価を受けたホテルは、ウェブサイトにリストされます。

今後数ヶ月の間に、クレセントレーティングでは、セルフサービスの宿泊施設、テーマパークなどの評価を開始します。最終的には、旅行やホスピタリティに関連する全てのサービスや施設をカバーする予定です。

クレセントレーティングのウェブサイト(www.crescentrating.com)は、世界中のムスリム旅行者のニーズに応えることに焦点を当てた専門サイトです。評価リストの他に、目的地ガイドや空港ガイドなども掲載しており、ムスリム旅行者が旅行を計画したときに、ハラール・フレンドリーな選択を行う手助けをしています。目的地ガイドと旅行ガイドでは、目的地のサービスおよび製品に対して、ムスリム旅行者のニーズを含めた必要性を具体化しています。旅行サービス提供者は、自社製品（およびサービス）を（ハラールに合わせて）調整することで、（ムスリム）消費者の変化するニーズに対応する長年の経験を持っています。このように、旅行サービス業者の対応により、ムスリム旅行者が受け取るセグメントとなります。

ムスリム旅行者は旅行を計画する際に、彼らの旅行の快適なものにするサ

ビスを探す必要があります。ムスリム旅行者について旅行業界の間で既に高い意識があるため、これらの施設を要求するだけ、さらに、ハラール・フレンドリーなサービスを提供する意識を高めます。クレセントレーティングのサービスを選択することで、ムスリム旅行者が安心して世界に出られるのも、すべてアッラーの思召しです。

クレセントレーティングのハラールツアー観光案内（トルコ）



長い歴史と息をのむ自然の美しさを備えたトルコは、訪問するのに素晴らしい場所です。全ての人のために、休日のオプションを揃えた神秘的な国でもあります。旅行者は日当たりの良い地中海のビーチで楽しむことも出来ますし、10月から4月までの冬期にはウィンタースポーツに興じることも出来ます。数多くの城、砦、戦場跡、そして宮殿が点在し、トルコを訪問する旅行者に歴史的なサイトの数々を提供しています。

特別インタビュー②

ゼンカイミート株式会社 代表取締役社長

萩原 新一

日本に来てくれたのに、
おいしい牛肉が食べられない。
作られる状況を作ろうじゃないか
がきっかけです。

イスラム市場分析

富裕層、中間所得層、低所得層。
所得により大きく様子の異なる市場の今を、
その分析と共にお伝えしています。
また、各市場での日本企業の活躍についても
紹介しています。

豚の加工法は、特に食肉の加工法が一定の作法が要求されます。日本製の食肉処理・加工会社の「カイ（株）」社は昨年インドネシアのハラール認証機関から、ハラールビーフを韓国へ輸出するため「ハラール認証」を取得しました。海外において牛肉のハラール認証を受けたのは国内で初めての事で、国内向けの生産のみだったハラールビーフを海外輸出している事を計画しています。メイド・イン・ジャパンのハラールビーフに懸ける想いをゼンカイミート（株）萩原新一社長にインタビューしました。

—ハラール・ビーフ生産へ至った経緯は？
7年前ぐらいのことです。日本に来ていたイスラム教徒の方から、日本に来ても国産の牛肉を食べる事ができないという事を聞きました。日本にいらっしゃったイスラム教徒の人が安心して食べられるのはハラール表示のあるオーストラリア産の牛肉だけ。せっかく日本に来てくれたのに国産のおいしい牛肉が食べられない。これは食べられる状況を作ろうじゃないかと考えたのがきっかけです。当時は日本国内のイスラム教徒の方への供給を目指して準備を始めましたが、海外輸出も同時に視野に入れていました。日本の市場が縮小していく中では海外、特に当時目を向けられていた中国や

韓国より人口増加と経済成長が見込めるASEANに注目していました。そうして調べていく中で、インドネシアやマレーシアなどのイスラム教が多数を占める国への牛肉の輸出には、それぞれハラール認証が必要だという事を知りました。
—その中でなぜインドネシアを？
他の国にもアプローチはしました。マレーシア、タイのそれぞれの認証機関とも協議をしましたが、最初に認証を受けられたのがインドネシアだったという事です。海外で認証を取得する事は非常に難しく、57カ国のイスラム圏の国がある中で、国を横断する形でのスタンダードなハラール基準が無いように感じました。

各国によってイスラム法の解釈が異なり、例えば手続きの仕方、屠畜の方法など様々であり、協議の際は喧々諤々やりました。今はインドネシアだけですが、他のイスラム圏にもどんどん進出したいと思っています。
—メイド・イン・ジャパンのハラールビーフの競争力とは？
インドネシアに行った時、オーストラリア産のハラールビーフを食べましたが、おいしくなかったですね。おいしさでは絶対に勝てると思えました。インドネシアは富裕層が増えてきていますから、多少値段は高くても大いに需要はあると思っています。まずはインドネシアの高級レストランに展開していく予定です。国内に関しても、今は追い風が

Profile

萩原 新一

Shinichi Hagiwara


鹿児島県出身、1950年8月生まれの62歳、日本大学農獣医学部卒。全国開拓農業協同組合連合会に入所。九州支所（福岡）などを経て、2000年総務部長として同社入社。02年常務、06年12月に社長就任。趣味は読書、水泳、ウォーキング。異業種交流や勉強会で情報収集している。

あります。昨今の中国や韓国との領土問題も影響してか、日本は官民一体となりアジアのイスラム圏から観光客を呼び込むインバウンド観光に力を入れていきます。リゾート地を中心にホテルや旅館などでハラルに適用できるような様々な努力が行われており、そういった所への供給が今後期待できます。また、東京で国産ハラルビーフが食べられる焼肉店としゃぶしゃぶ店の協力店も作りました。大使館関係の人の接待などにも利用されており、需要が高くなっています。

—世界展開だけでなく、国内マーケットにも需要が期待できるということですね。

今年も熊本にもモスクができました。全国的にもモスクの数は増え続けており、ムスリムを対象とした日本のインバウンド産業は大きな転換点を迎えています。福岡のスーパーマーケットでもハラルコーナーの棚を作ろうという動きが出てきています。今後日本とASEANの距離がますます近くなれば、より多くのムスリムの留学生やビジネスマンが日本に来ることになります。その時に、メイド・イン・ジャパンのおいしいハラルビーフを召し上がって頂きたいです。

—なるほど。大変勉強になりました。ありがとうございます。



インドネシアに行った時、オーストラリア産のハラルビーフを食べましたが、おいしくなかったですね。おいしさでは絶対に勝てると思いました。

Company Profile

ゼンカイミート株式会社



会社名：ゼンカイミート株式会社
所在地：熊本県球磨郡錦町西字花立 62 番地
TEL：0966-38-1500
FAX：0966-38-0429
Web：http://www.zenkaimeat.jp
事業内容：牛のと畜解体処理 食肉加工処理および販売

ゼンカイミート（株）は、牛の生産者および農協の、「自ら育てた畜産物は、直接自らの手で消費者に届けたい」という思いで設立された、と畜場を併設した食肉加工工場です。

新連載

イスラム市場でのブランディングの極意①

イスラム市場進出コンサルタントのパイオニア、オグルヴィ・ノールの連載頁が始まりました。

マーケティング

海外進出での大きな課題。マーケティング。イスラム市場進出コンサルティングのパイオニア：オグルヴィ・ノールがイスラム市場におけるマーケティングのノウハウをお伝えしています。

ダン前と期間中にデーツ箱を携えます。

デーツ市場

質の高いデーツをパッケージ化し、プレゼンし、それを正しい消費者に提供することは、巨大な市場です。

一例としては、マレーシアの企業が、「ソングケット (songket)」をモチーフにしたパッケージを強化するために、伝統的なデザインを使用してデーツを販売しています。これは通常結婚式やギフトに使用する、従来の金と銀の糸模様の生地を基礎にしています。同社の、伝統的なマレー文化を使用した間接的なプロモーションは、その企業の社会的責任の一環として見られています。

食の長い一日が終わった後に、身体にエネルギーを与えます。コーランは、デーツとナツメヤシに関して、少なくとも20回も言及しています。一つの記述には、マリア (アラビア語では「マリヤム」) がキリストを出産した後、エネルギーを取り戻すために、デーツを食べたことが記載されています。

昨年、同社はデーツ商品を約80万ドル販売しました。それらの製品のほとんどは、企業顧客や政府機関に収め

られます。また彼らは地元の大規模スーパーマーケットに販売すると共に、中国とロシアへの進出を図っています。

ラマダン時期、ムスリムは、肉体的にも精神的にもデーツに頼っているため、デーツの売上は高く、バリエーションも増えおり、輸入と価格が劇的に上昇します。タジン (鍋) のような香りある料理や、デーツジュース、シロップ、デーツバクラバス (bakhlava)、中東の菓子、ハルバス (halvas)、中東の菓子) など、デーツ消費の伝統的なバリエーションがあります。しかし、確立された新しいブランドと同様に、デーツの使用を現代的に変えることもあります。

バティールの新鮮なデーツ・ダルム

バティールは、甘いレモン、パイナップルの皮、アーモンド、マジパンなどを含んだ豪華なデーツ・ブランドで、デーツクッキーやノンアルコール・デーツシャンペンと共に食するのが通例です。



バティール (Bateel)

しかし最近では、カフェのコンセプトにも進出しています。2007年にスターバックスは、ラマダン月限定のラマダン・デーツ・フラプチーノを発売しました。

これは、クリームとデーツドリップルをトッピングし、牛乳と氷でブレンドしたコーヒーに、デーツジュースが添ったセットです。そしてスターバックスは、新しいドリンクに添えるためのペストリーも用意しました。これは中東市場向けの企画ですが、同様に米国向けにも開発されました。

デーツは徹底的にイスラムの伝統に

根付いており、重要な宗教的、文化的な役割を果たしています。注意する点は、これらの急成長のブランドや製品のアイデアを拡大させるかどうかです。ムスリムの未来のために必要なことは、品質、ブランド、プレゼンテーションに対する彼らの抱負と宗教的な観点から、非常に貴重な食品としての存在を維持することです。

ラマダンと三日月

—オグルヴィ・スタッフのコメント—

今年のラマダン（イスラムの断食月）は、7月9日から開始し8月の7日まで続きました。通常は29日から30日あたり続きます。イスラム暦は月の周期に基づいており、月初めに、新月を見て決定するので、日付や期間を「あたり」と言います。これは、世界中にいるムスリムが、アラビア語で「ヒラル」として知られている新月の発表を期待していることを意味します。このエキサイトな状態は、ラマダンの最初を告げる三日月より前に生じ、ラマダン後の月の最初の日に行われるイドウル・フィツトウリの祭りにより終わります。

三日月が、イスラム教ウンマ派の間では象徴であることは疑う余地はありません。最も基本的なレベルで、イスラム暦は太陽暦と並んで運用され、ム

スリムの生活にリズムを与えます。月を目撃するのは共同作業となります。多くのムスリムが、月が空に銀色で輝くことが出来るかどうかを確認するために闇夜に出ます。これは、社会との共感や一体感を伴うラマダンの始まりを示します。断食は夜明けから始まり夕暮れまで続きます。暗闇を背景に月が表れたときに、食事と夜の祈りが可能になります。

そしてもちろん、ラマダンの終わりに現れる新月は、ファスト（禁則である断食など）を破るお祭りであるイド・ウル・フィットルにより、昼間に制約を課した精神的及び社会に焦点を当てた月の終わりを意味します。ラマダンが肉体的にタフな月であり、ラマダンが過ぎたことで悲しみが混ざり合った断食の終わりの宣言は、昼間の消費が再び可能となり、人々はエキサイトします。イドは始まりの時間として見られおり、その三日月は新たな出発を純粋に喜びます。

三日月も、ムスリムにとっては重要なシンボルで、旗、カード、メッセージに使用されます。三日月には、「イスラム」をすばやく表す機能があり、マーケティング担当者間でよく使われます。マーケティング担当者のための課題は、強力なシンボルを、多用によって、陳腐になり意味が希薄になること

から避けることです。ムスリムにとって三日月は、興奮、緊張、そして社会連帯を伴いながら、信仰の感情や機能的な面をもたらしています。そしてラマダン月を迎えると、ムスリムは、空に魔法のスライバーが最初に目撃されるニュースを待ちます。

三日月に関するインタビュー

このインタビューは、中東及び北アフリカ旅行に焦点を当てた都会のライフスタイルをガイドするブランブック（Brownbook）に、返答していただいたものです。

ブラウンブックはオグルヴィの上級ストラテジスト（ムスリム消費者に対してブランドを構築するための世界初の専門コンサルタント）で、三日月デザインの重要性への洞察を提供してくれました。

Q1..なぜ三日月記号はイスラム教徒にとって重要ですか？

A1..イスラム暦は月の周期に基づいているので、三日月は、ムスリム年のリズムを設定する、毎月の始めと終わりを示すからです。

Q2..なぜそれが特にラマダンの間に重要なのですか？

A2..三日月形の月を見ているときののみ、ラマダンを開始することができるからです。それは見てとらえどころのないものですが、夜空でそれを探すことは恵まれた活動であると言われています。三日月はラマダンへのゲートウェイです。それが見られたときに、ラマダンが始まります。これ以上の興奮はありませんか？

Q3..それはどのようなものですか？シンボルを使用するのに任意のルールがありますか？

A3..三日月形のシンボルは、ポスター、テレビ広告、イドカード、アバターに使用されています。その象徴性は、しばしばイスラムそのものを表すときに使用されるため、とても強力であり、そしてどこでも見かけられます。シンボルとして尊重される限り、その使用は多岐にわたりに創造することができます。

Q4..はつきりと三日月を見ることが出来ないムスリムにとっては、郷愁をかき立てると思いますか？



れています。中東、北アフリカを中心に、約25の国や地域で公用語として使用されています。つまり、この地域向けの製品に関しては、アラビア語のパッケージを作成すれば、多くの国で販売が可能になります。

このように、ハラールに基づきアラビア語で表記した製品は、中東とアフリカのイスラム諸国に対応が可能となります。

中国に匹敵する人口を持つ M E N E S A 市場

中東の捉え方として、M E N E S A という概念があります。

M E N E S A とは、中東、北アフリカ、南アジアの頭文字を取った略語です。この概念には、中東のみならず、次の成長市場と考えられているインドも含まれています。

このように捉えることによって、M E N E S A 市場には、約16億人のマーケットが誕生します。中東地域のイスラム諸国は、それぞれの国別に見ると人口はあまり多くなく、マーケットとしては魅力的に見えないかもしれせん。しかしながら、イスラム教とアラビア語によって串刺しにした中東、アフリカのイスラム諸国として一体で見ると、中国に匹敵する人口を持つマーケットボリュームのある大きな市場として捉えることができます。

ドバイで「水ビジネス」

ドバイと言うと砂漠⇒砂漠では水が貴重⇒価格が高い⇒日本の水が売れるのでは・・・。私もそう思っていました。しかし実際にドバイのマーケットを見ると・・・。

1. ドバイのミネラルウォーターの店頭販売価格は、500ml で約 26 円。
2. UAE にも豊富な水源がある。UAE 原産のミネラルウォーターが数社から販売されている。

ドバイには、豊富な水資源があり、価格的にも非常に安いミネラルウォーターがあるのです。日本のミネラルウォーターは、価格的に競争力がありません。中東諸国では、環境保全と関連して中水や下水処理が必要とされています。日本企業の環境関連技術は、非常に高いレベルにあります。中東で水関連ビジネスを行うのであれば、中水や下水関連が良いのではないのでしょうか。



会社名：SYMARSAMURAI BUSINESS MENS SERVICES

所在地：AlSafa Tower #1604, Sheikh Zayed Road

, P.O. Box 122926 Dubai, UAE

T E L : 050-3637-1388) 日本)+971-55-3532262) UAE)

E - m a i l : info@symar.biz

W e b : http://biz-dubai.jimdo.com

事業内容：海外マーケティング支援) ドバイ、UAE、サウジアラビア、カタール、オマーン、パーレーン、クウェート、イスラム市場) 貿易業務
上記に関わるコンサルティング業務

イスラム各国ニュース



マレーシア

テクニップが深海石油・ガス事業に大規模投資

イスラム各国におけるニュースを日本語で。
政治・経済・社会・文化。
各分野における、その月のトップニュースを
日本の皆様にお伝えします。

世界的なエネルギー産業サービス企業であるテクニップは、深海石油とガスのハブになる可能性を秘めていると語っています。現在、深海石油・ガス事業の主な国は、米国、ブラジル、欧州です。2011年から今年1月にかけて、国内トップの石油ガス企業であるペトロリウム・ナショナル Bhd は、3,000 億リングット(960 億米ドル)の5年計画の24%にあたる、720 億リングット(232 億 6,300 万米ドル)を費やしている、とメイバンク研究報告書で述べています。

テクニップは、パシールグダン近くのタンジュン・ランサットに工場を設立するために、6 億 900 リングット(1 億 9,000 万米ドル)を用意すると三年前に報告していましたが、深海石油・ガス市場では最大の取引になります。その投資は、アジアフレックス・プロダクトツ Bhd 経由で、フレキシブルパイプ生産施設の開設を目的に実行されます。工場は深海油田・ガス田地域にあり、ハイテク・フレキシブルパイプやアンピリカルを生産するもので、アジア太平洋地域では第一号となります。テクニップにとっては、フランス、ブラジルに次ぐ、世界で三番目の工場です。

テクニップの同工場では、スパー、半潜水、テンション・レグ・プラットフォーム (TLP)、フローティング・プロダクション・ストレージ (FPSO)、フローティング・リクファイド・ナチュラル・ガス (FLNG) などを含む、中程度から超深海用の幅広い浮遊プラットフォームを提供することで、マレーシアに大いに貢献します。



インドネシア

第一生命が生保に出資

日本の第一生命は、ムーミン・アリ・グナワン一族が管理するインドネシアの生命保険会社、パニンライフの40%の株式を、3.3 兆ルピー(3 億 4,000 万米ドル)で購入することに合意しました。これは、インドネシアの有利な金融市場に参入することに熱心な日本の金融企業の最新動向となります。そしてこの動きは、高齢化が進む日本市場の中で、低迷する保険業を助けることを意味します。第一生命が購入するパニンライフの新規発行株式5億3,370万株は、パニンライフの株式総数の5%にあたります。そしてパニンライフの中間持ち株会社であるパニンインターナショナルから、パニンライフの株式追加分35%が加わります。

「今回の売却は規制当局の承認に従ったものです」と第一生命は語っています。第一生命は現在、ベトナム、インド、タイ、オーストラリアで事業を展開しています。パニンライフのサイモン・イマント副社長は「この戦略的パートナーシップはパニンライフのための主要なマイルストーンであり、ビジネスの成長のための新たな機会を開くものです」と声明で述べました。2012年12月の時点で、パニンライフは4,200億ルピア(40億5,000万円)と、3兆9,000億ルピア(371億8,700万円)の資産を保有しています。

一方、三井住友フィナンシャルグループは先月、約16億米ドルで、インドネシアのタブンガン・ペンシウナン・ナショナル銀行株40%を買収することに合意しました。



バングラデシュ

ネット通信網が大幅改善

テレコム・バックホール・インフラストラクチャ（TBI）は、6月2日のパワー・グリッド・カンパニー・バングラデシュ（PGCB）との交渉により、全国4,000キロに渡る長い光ファイバケーブルを提供する、大規模な通信網を構築できるようになりました。

TBIは広い範囲にサービスを提供することで、電気通信ネットワークのサービス活動に弾みがつきます。PGCBからのケーブルで、低価格で、遠隔地までのインターネット帯域を取得することが可能となるからです。現在のインターネット価格は、高い通信費用で有名なダッカに比べてもはるかに高いです。この契約条件に従って、2大通信企業である、ファイバー@ホームとサミットコミュニケーションズは、毎秒1MGの通信速度のネット接続価格を、2,500～3,000タカ（3,200～3,850円）で公共や独立機関に対して提供することになるでしょう。

ケーブル網は2つの通信企業に分割されます。ファイバー@ホームはチッタゴン、バリサル、ランプル、ラジシャヒ地区を担当し、サミットコミュニケーションズはダッカ、クルナ、シレット、そしてミメンシン地区になります。この2社は賃料としてPGCBに対して、年間1億5,000万タカ（約1億9,200万円）を支払うことになります。「この契約は政府が推進する『デジタル・バングラデシュ』を担うものです」と、バングラデシュ電気通信規制委員会のスニル・カンティ・ボーズ会長は語っています。



アラブ首長国連邦

エミレーツ、ドバイ東京間の毎日直行便を提供

エミレーツ航空は、ドバイから東京国際空港（羽田）へ毎日直行便を提供する、最新ノンストップ路線を開始しました。これにより日本はエミレーツの第三のゲートウェイとなり、6大陸77カ国で134番目の国際路線となりました。「東京国際空港との提携は、日本とアラブ首長国連邦（UAE）の間で、国際ハブを接続するのに役立ちます。2002年に大阪へエミレーツ便が就航してから、日本とドバイ間の貿易関係は栄えてきました。UAEと日本の間の双方向の貿易は2012年に531億米ドルに上昇し、前年比5.4%増となりました。羽田は日本における当社の第三の玄関口であり、ドバイと東京間でインド洋、中東、アフリカ、ヨーロッパ方面につながる柔軟性を備えているため、旅客と貨物の両面での需要が、エミレーツの運営するノンストップ便を十分に保証するものであると確信しています」と乗客販売担当のティエリ・アンティノリ副社長は語りました。「新サービスの立ち上げはUAEの計画に沿ったもので、ボーイング777やエアバスA380sを導入して古い機種と交換するだけでなく、世界中のルートにネットワークを拡大します。乗客の需要とハイテク装備航空機の要件を満たすために、2017年までに250機種に拡大する計画です」とエミレーツ航空で極東及びオーストラリア地区商業活動担当のサーレム・オバイドゥラ上席副社長商業活動は述べています。日本航空とエミレーツとのパートナーシップは、ドバイ羽田間サービスでコードシェアも含むように拡張されました。エミレーツ便はEKコード、日本航空便はJLコードで識別されます。

イスラム国家・経済指標集

	政治体制	失業率	主な輸入先	主な輸出先
	共和制	6.70%	中国	日本
	連邦共和制	5.60%	アラブ首長国連邦	アメリカ
	議会制民主主義	5%	中国	アメリカ
	連邦共和制	23.90%	中国	アメリカ
	共和制	12.50%	アメリカ	イタリア
	議会制民主主義	9%	ロシア	ドイツ
	共和制	15.50%	アラブ首長国連邦	中国
	共和制	10.20%	フランス	アメリカ
	立憲君主制	8.80%	フランス	フランス
	連邦共和制	20%	マカオ (中国)	マカオ (中国)
	共和制	N/A	ケニア	ケニア
	議会制民主主義	16%	トルコ	インド
	共和制	1%	ロシア	ロシア
	立憲君主制	3%	中国	中国
	共和制	35%	パキスタン	パキスタン
	大統領制	10.70%	中国	日本
	共和制	35%	アラブ首長国連邦	中国
	共和制	21%	南アフリカ	南アフリカ
	共和制	18%	サウジアラビア	イラク
	共和制	N/A	ナイジェリア	オランダ
	共和制	30%	中国	スペイン
	共和制	5.20%	ロシア	イタリア
	共和制	77%	コートジボワール	中国
	共和制	48%	フランス	マリ
	共和制	18.80%	フランス	フランス
	共和制	N/A	中国	インド
	暫定政権	N/A	ジブチ	アラブ首長国連邦
	共和制	1%	トルコ	イタリア
	共和制	2.50%	中国	トルコ
	暫定政権	30%	チュニジア	イタリア
	立憲君主制	12.30%	サウジアラビア	アメリカ
	共和制	8.60%	中国	ウズベキスタン
	大統領制	60%	トルコ	中国
	エミレーツによる連邦制	2.40%	インド	日本
	共和制	N/A	アメリカ	アラブ首長国連邦
	係争中	46.90%	N/A	N/A
	議会制民主主義	13%	イタリア	イタリア
	立憲君主制	2.20%	アメリカ	韓国
	君主制	15%	アラブ首長国連邦	中国
	共和制	0.50%	アメリカ	日本
	立憲君主制	15%	サウジアラビア	サウジアラビア
	立憲君主制	2.60%	シンガポール	日本
	共和制	28%	シンガポール	フランス

国名	GDP (PPP)Billion=10 億米ドル Trillion= 兆米ドル	一人当たり GDP (米ドル)	人口
インドネシア	\$1.212 trillion	\$5,000	251,160,124
パキスタン	\$514.6 billion	\$2,900	193,238,868
バングラデシュ	\$305.5 billion	\$2,000	163,654,860
ナイジェリア	\$450.5 billion	\$2,700	174,507,539
エジプト	\$537.8 billion	\$6,600	85,294,388
トルコ	\$1.125 trillion	\$15,000	80,694,485
イラン	\$997.4 billion	\$13,100	79,853,900
アルジェリア	\$274.5 billion	\$7,500	38,087,812
モロッコ	\$171 billion	\$5,300	32,649,130
スーダン	\$80.43 billion	\$2,400	34,847,910
ウガンダ	\$50.59 billion	\$1,400	34,758,809
イラク	\$155.4 billion	\$4,600	31,858,481
ウズベキスタン	\$103.9 billion	\$3,500	28,661,637
マレーシア	\$492 billion	\$16,900	29,628,392
アフガニスタン	\$33.55 billion	\$1,000	31,108,077
サウジアラビア	\$740.5 billion	\$25,700	26,939,583
イエメン	\$57.76 billion	\$2,200	25,408,288
モザンビーク	\$26.22 billion	\$1,200	24,096,669
シリア	\$107.6 billion	\$5,100	22,457,336
コートジボワール	\$39.64 billion	\$1,700	22,400,835
カメルーン	\$50.32 billion	\$2,300	20,549,221
カザフスタン	\$231.3 billion	\$13,900	17,736,896
ブルキナファソ	\$24.03 billion	\$1,400	17,812,961
セネガル	\$26.5 billion	\$1,900	13,300,410
チュニジア	\$104.4 billion	\$9,700	10,835,873
ベナン	\$15.51 billion	\$1,700	9,877,292
ソマリア	\$5.896 billion	\$600	10,251,568
アゼルバイジャン	\$98.16 billion	\$10,700	9,590,159
タジキスタン	\$17.72 billion	\$2,200	7,910,041
リビア	\$87.91 billion	\$13,300	6,002,347
ヨルダン	\$38.67 billion	\$6,000	6,482,081
キルギスタン	\$13.47 billion	\$2,400	5,548,042
トルクメニスタン	\$47.55 billion	\$8,500	5,113,040
アラブ首長国連邦	\$271.2 billion	\$49,000	5,473,972
レバノン	\$63.69 billion	\$15,900	4,131,583
パレスチナ	\$8.022 billion	\$2,900	2,676,740
アルバニア	\$25.86 billion	\$8,000	3,011,405
クウェート	\$174.6 billion	\$43,800	2,695,316
オマーン	\$90.66 billion	\$28,500	3,154,134
カタール	\$184.6 billion	\$102,800	2,042,444
バーレーン	\$32.44 billion	\$28,200	1,281,332
ブルネイ	\$21.94 billion	\$50,500	415,717
モルディブ	\$2.974 billion	\$8,700	393,988



アル・イラダー・キズナコンサルティング

会社概要

アル・イラダー・キズナコンサルティングは、御社のイスラム圏担当窓口です。

【会社名】

Al-IradahKizunaConsultingLtd./ アル・イラダー・キズナコンサルティング

【代表】

代表取締役 堀 明則

【所在地】

Suite2305,WingOnCentre,110-114ConnaughtRoad,Central,HongKong

Tel:+852-2803-0838 Fax:+852-2517-7686

【事業方針】

「日本経済」と「ムスリム経済」の架け橋となる

【グループ会社構成】

Al-IradahKizunaConsultingLtd. は HopewillGroup (Holdings)Ltd. のグループ会社です。

HopewillGroup (Holdings)Ltd.

CMConsultingInternationalLtd.

CMConsultingJapanCo.,Ltd.

DrivenextGlobalLtd.

DrivenextGlobalTechnology (Shenzhen)Co.,Ltd.

HopewillAccountingService (HK)Ltd.

HopewillCapitalLtd.

HopewillCapitalInternationalLtd.

HopewillGroup (HK)Co.,Ltd.

HopewillGroup (Singapore)PteLtd.

HopewillMarketing&ServiceLtd.

RoyalGuardianLtd.

VerdeHongKongCo.,Ltd.

**「世界一巨大な共同体・ブルーオーシャン進出」を
ハラル認証取得から各国現地進出までをトータルサポートします。**

事業概要

私達はイスラム圏への進出をトータル・サポートします。

