

岐阜県 令和2年度

イスラム市場販路開拓促進支援業務委託 2回にわけてアップ

**(通称：岐阜県ハラールチャレンジプロジェクト2020) コロナ禍でも無事終了(1)
オンライン研修セミナーの開催 (参加者数：のべ64名)
Zoom ウェビナーを使って多くの方に参加いただきノウハウ蓄積。**

イスラム市場への輸出する際に重要となるハラールやムスリム対応の基礎、ベジタリアン等の基本的な知識、またそれらを実践する企業の事例を紹介しイスラム市場開拓を目指す事業者の参考になるような内容のセミナーを実施する。

第1回 令和2年 9月16日(水) 14:00~15:30

第2回 令和2年 10月8日(木) 14:00~15:30

第3回 令和2年 10月20日(火) 14:00~15:30

第1回：ハラールの基礎・ヴィーガン(ベジタリアン)の基礎編

令和2年 9月16日(水) 14:00~15:30

「ハラールの基礎」(40分)

(講師) 一般社団法人ハラール・ジャパン協会 代表理事 佐久間朋宏 氏

「ヴィーガン(ベジタリアン)の基礎」(30分)

(講師) NPO 法人ベジプロジェクトジャパン 代表理事 川野陽子氏

「質疑応答」(20分)

第2回：ホテル・飲食店・お土産など国内・インバウンド編

令和2年 10月8日(木) 14:00~15:30

「上智大学 ハラルフード導入の取り組み」(40分)

(講師) 学校法人上智学院上智大学 財務局管財グループチームリーダー正山耕介 氏

「ムスリム・ベジタリアン(ヴィーガン)の取り組み」(30分)

(講師) 東京ステーションホテル執行役員 総料理長 石原雅弘 氏

「質疑応答」(20分)

第3回：輸出・進出及びハラール認証編

令和3年 10月20日(火) 14:00~15:30

「インドネシアと世界のハラール認証」(40分)

(講師) インドネシア共和国 LPPOM-MUI 正規日本業務全権任命企業
株式会社トレンドエージェント 代表取締役 白木啓一 氏

「ハラールビジネス・輸出・進出現状と課題」(30分)

(講師) 一般社団法人ハラール・ジャパン協会

ハラルビジネスコンサルタント 市川治彦 氏

「質疑応答」(20分)

オンラインセミナーの運営は問題なく実施できたが、参加人数、反響等の内容はいまひとつであった。インバウンド等国内需要が冷え込み、反響が鈍ったことも一因であろう。またオンラインアンケートは回収率が非常に悪く、改善の余地がある。オンラインのやり方が分からない、当日接続できないといった問い合わせもあったが、後日 Youtube で閲覧される方も多くおり、その点はオンラインセミナーの利点であったと考えている。次年度以降はオンライン動画(音声)等を作成しオンデマンドでいつでも視聴できる体制を作るといいと考える。

岐阜県 令和2年度

イスラム市場販路開拓促進支援業務委託 2回にわけてアップ

(通称：岐阜県ハラルチャレンジプロジェクト2020) コロナ禍でも無事終了(2)

オンラインバイヤー商談会事業の実施

県内の食品・健康食品製造事業者、卸売業者等 参加事業者数：14社(17社)

海外バイヤー含め6社とオンラインバイヤー試食相談で成果多数。

- 1 株式会社コーセーフーズ 揖斐郡大野町
- 2 PLUS 株式会社 関市
- 3 株式会社鈴木栄光堂 大垣市
- 4 小林生麺株式会社 岐阜市
- 5 桜井食品株式会社 美濃加茂市
- 6 株式会社エヌ・ディ・シー 各務原市
- 7 株式会社新杵堂 中津川市
- 8 株式会社清水弥生堂 他3社 高山市・飛騨市
- 9 奥飛騨酒造株式会社 下呂市
- 10 みの食製菓株式会社 加茂郡八百津町
- 11 日幸製菓株式会社 各務原市
- 12 株式会社ヌベール 揖斐郡大野町
- 13 焙煎幸房そら 大垣市
- 14 HANAMAZA PAN 岐阜市

参加バイヤー：6社

・株式会社パン・パシフィック・リテールマネジメント

マレーシア・シンガポール (PPRM)

東南アジアに展開する「DON DON DONKI」を 2021 年初頭と半ばにマレーシアに 2 店出店、日本製もしくは日本市場向けの消費をラインアップする”ジャパブランド・スペシャリティストア”コンセプトにした店舗展開を図る。シンガポール 8 店舗、タイ 2 店舗、香港 6 店舗

・ふあん・じゃぱん株式会社

マレーシア/国内

マレーシア法人 FAN JAPAN (MALAYSIA) SDN BHD.をメインに輸出を支援する。近年はマレーシア事業が順調に推移、現地でセントラルキッチンも有し、商品、原料等双方の輸出チャンネルを持ち合わせ、直営店販売、各種流通、飲食店等への卸販売も可能である。

・DAISEI グループ

インドネシア

インドネシアにて「大東京酒場」、「キラキラ銀座」、「ラーメン 38」、「じゃかるた市場」など飲食店、小売店の日本食事業を展開する。日本人経営者、独自ルートとチャンネルでインドネシアへの輸出を促進。新しい日本食店「EDOX (エドックス)」も展開中。業務用を含めた輸出食品等を求む。

・Prozone

バーレーン

英国商材を多く扱う商社で中東（バーレーン、サウジアラビア、クエート等）に注力している。日本人も役員として参加している。今回は日本の菓子、食品を中心に商談を希望。ローカル EC サイトでの販売、ギフト BOX 展開や飲食店やスーパー等への卸販売商品を希望する。中東への足掛かりを希望する事業者に期待する。

・国分グループ本社株式会社

国内

グループを挙げてイスラム市場等の社内学習にも努める。日本食の海外展開や国内での流通商談も加味して国内外の商談を希望。ハラール対応商品の可能性、国内外のチャンネルを鑑み商談する。

・JFC ジャパン株式会社

1912 年米国法人に端を発し、日本からの輸出拠点として、太平洋貿易株式会社(現 JFC ジャパン株式会社)を 1928 年東京に設立。JFC グループのネットワークを活用し 5 大陸 40 カ

国以上に輸出。イスラム市場のニーズやマーケティングを熟知している輸出商社で、ハラール対応、新しい商材等を探す。

本事業により、バイヤーの日本商品に対しての強いニーズを感じた。今回の出品商品に関しては、いずれもバイヤーの要望があったもので、すぐに輸出できるものと、いくつかの改善と企業方針を決めないと対応できないものなどがあった。インドネシアのように国によっては輸入品に対しての規制は緩和されるどころかより厳しくなっている。それに対応するためのコスト増に伴う販売価格の上昇は避けられず、価格面で今後の拡売を困難にするマイナス要因も見えてきた。そのような状況下で輸出を拡大するには、日本で販売している製品をそのまま持っていくのではなく、専用パッケージを作る、現地でリパックする、最終的に現地製造方法を検討する等の工夫が必要になってくると思われる。

東南アジア・中東の旺盛な消費欲は輸出拡大のチャンスとなるが、それを掴むには生産者、輸出者、輸入者が一緒に知恵を出し合い市場に向けての商品や物流を作り上げていくことが大切であると考えます。

<参考>

インドネシア BPOM 規制

貿易会社がインドネシアへ輸出のみを行う場合、自社で製品を顧客に販売することは出来ないため現地の販売店または代理店を指定する必要があります。いずれの場合も、製品の販売許可を受ける前に製品をインドネシア共和国商業省に登録する必要があります。製品が食品や医薬品に関連するものである場合は、国家食品医薬品監督庁 (BPOM) への登録が必要となります。

登録番号 (ML 番号 Makanan Luar Negeri) を取得しなければならないとする制度で、ML とは、インドネシア語で海外食品を意味する。(国内食品は MD 番号) したがって、ML 番号のない輸入食品をインドネシア国内で流通させることはできず、小売店舗に陳列することもできない。

ML 申請に必要なものとしては以下の通り (書類は全て英文、オリジナル要)

- ・ 商品規格書 (原材料、原材料配合比、製造工程)
 - ・ 使用原材料の規格書
 - ・ 商品パッケージデザイン
 - ・ 商品パッケージの情報 (材質、賞味期限の印字方法など)
 - ・ Free sale certificate
 - ・ Non GMO certificate (該当原材料使用商品のみ)
 - ・ 商品実物サンプル (申請用、現地検査用)
-