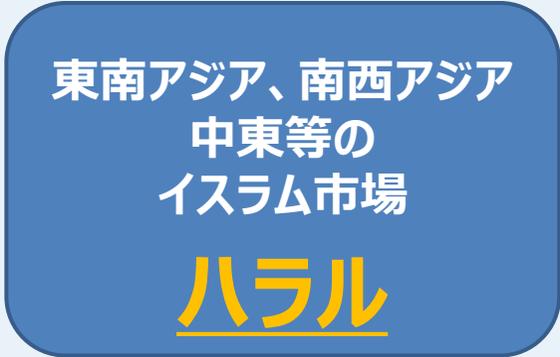


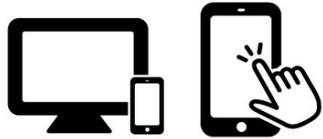
国内展開

海外展開



アナログ

デジタル



ターゲットの明確化

アウトバウンド（輸出・進出）

インバウンド（訪日外国人、留学生等）

インバウンドとアウトバウンドは分けて考えます。
どちらに重点を置くかで戦略とハラル認証を取得する
団体が変わります。

どこで製造して、どの国の、誰に 売りたいのか？
ターゲットを明確にしておくことが重要になります。

ハラール認証が必要とされる商品の増加

食品

健康食品

化粧品

医薬品？

東南アジアイスラム市場向け原材料

(インドネシア・マレーシア・シンガポール)

- 食品添加物
- 健康食品の原料
- 化粧品原料

ハラール認証が標準装備に！