

## 日本食品 中東に売り込み

### ドバイで商談会 イスラム教徒対応力ギ

中東の食品市場に、日本企業が攻勢をかけようとしている。経済発展に伴い、日本の品質の高い食品への需要が高まるとみられるためだ。ただ、この地域に多いイスラム教徒は、豚肉やアルコールを用いない「ハラール食品」を食べなければならず、これに対応できるかが成功のカギを握る。

(ドバイで 丸谷一郎、写真も)



ハラール認証を受けたドレッシングを売り込む鈴木社長(左)

「豚やアルコールの成分は一切入っていません」、「ほかにはない外装デザインを追求しています」。1月下旬、アラブ首長国連邦(UAE\*)・ドバイの計3社が参加した。地元



・パニカン社長は、「品質の高い食品を求める需要もあるのに、受け入れられるかもしれない」と話した。中東ではUAEなどの産油国を中心に食品の輸入が増えている。ペルシヤ湾岸6か国の2011年の食品輸入額は約1兆3500億円と、10年前の4倍以上に膨らんだ。一方、日本から同地域への食品輸出額はわずか50億円にとどまる。

最大の理由は、ハラール食品への対応が難しいことだ。日本でもイスラム系の機関が、ハラール認証サービスを行っているが、1回の費用が10万円以上するケースが多く、企業が申請をためらったとみられる。

ただ、世界のハラール食品市場の規模は50兆円程度とされ、少子高齢化で市場が縮小する日本企業には魅力的だ。商談に参加した愛知

県のドレッシングメーカーは昨年、中東向けの新商品を開発し、ハラール認証を受けた。鈴木信輝社長は、「中東には大手があまり出ないのに、中小企業にもチャンスがある」と話す。中東では経済発展に伴って健康的な食生活への関心も高まっており、長寿国・日本の食品に注目する動きもある。ドバイで昨年2月に開店した日本食料店「グ

\*UAE=United Arab Emirates