

令和3年度ハラール・コーシャセミナー（GFVC推進官民協議会）  
（WEB配信）

日時：令和4年2月10日(木) 15：00～16：40

配信場所：農林水産省 イコルーム

## 議事概要

### 1. 開会の挨拶（農林水産省 新井 ゆたか 審議官）

- ・ 政府は2030年に農林水産物・食品の輸出目標5兆円という目標を掲げている。昨年は一里塚である1兆円を超えた。今後さらに弾みをつけていきたい。
- ・ 今後一層、（経済的な）ポテンシャルが高い地域にも重点的に輸出を目指す事業者を増やしていくことが重要であると考えている。
- ・ 中東には宗教に関係したいろいろな認証制度があり、日本の方々には敷居が高いように思われているが、その中でも果敢に挑戦されている方々からお話をいただくことで、これらの市場がいろいろな人がチャレンジできる市場であるという認識を共有していただきたい。
- ・ 本日ご登壇の方々には、様々な日本食の楽しみ方など、現地の状況を踏まえた日本食の展開をご教授いただければと思う。

### 2. ハラール認証食品の流通について

（JAいちかわ エグゼクティブ・アドバイザー 中尾 純二氏）

- ・ 先日の農林水産省の公表では、コロナ禍にもかかわらず、2021年には農林水産物・食品の輸出額1兆2,385億円と対前年比26%の増加という過去最高額を記録した。JAも梨、コーシャ米、梨ジュース等の加工食品の中東への輸出を10年間手がけている。
- ・ 中東の日本食市場については、もともとは石油開発の日本人への日本食の供給から始まった。ほかのアジア圏のように、日本人が普段食べている食品が自然にしみ出して増えていったという市場ではないという特殊性がある。中東の人々は基本的に欧米食スタイルであり、食習慣の大きな違いと比較されつつ日本食を普及していかなければならないというハンディキャップを負っている。
- ・ UAEは中東地域最大の日本人社会を形成しているが、それでも4,000人の規模であり、日本食の現地への普及を下支えし、後押しする日本食ファンの消費者が足りないと感じている。
- ・ これに対応するためには、日本人社会の規模の不足を補うべく、日本食品の総合的な魅力を発揮する独自の場所が必要である。現地には日本食材店もあるが、どうしても定番の売れるものしか置かないので、現地の人にとっては魅力不足であるため、日本食品を展示販売できる施設の設置といったハード的なパワーも必要である。
- ・ 日本食は発酵食文化でもあり、アルコールやいろいろな発酵菌などを含んでいるため、ハラールとは相いれない面もある。また、食品規制の多くは欧州の規制ルールで出来上がっており、これらを是正するためには、規制を作る現地の政府の中に人を送り込んで、本来の日本食の良さを損なわないルールを提案するなどの行政的な影響力、つまり、ソフト的なパワーの発揮も必要である。

- ・ 中東の食品市場での販売形態は大規模小売店舗での販売が主流であり、食品の販売に関しては、まだeコマースや越境eコマースは主流になり得ない。ひとつの理由として、ハラールの問題や独占市場であるアルコール販売の問題がある。中東の国内市場ではデリバリー文化は発達しているが、なじみのない食品については試食などが必要であることもeコマースには乗りにくい理由である。また、気候風土の観点から、品質管理には細心の注意を要する地域でもあり、消費者が新しい食品は敬遠しがちであることも理由である。
- ・ 十数年来現地で言われていることだが、中東のハブであるドバイに、日本食企業が連携できる小売り・テスト販売の場所として「日本食の学校」なるものをつくり、気軽に企業が学び、横の連携ができる拠点が必要だと思っている。行政に音頭を取っていただき、民間主導で具体的な行動に結びつけて頂けたら幸い。
- ・ イスラム諸国への日本産食品の輸出は2010年から2019年で17倍以上伸びている。2020年には、1億円以上の輸出がある23か国のうちの13か国で対前年比100%を上回り、順調に伸びてきている。イスラム圏23か国への輸出額の6割はアジア圏であり、残り4割の中東・アフリカ・中央アジアでの今後の開拓が期待される。
- ・ 中東では肉などはハラール認証を取らないと輸入許可が下りないが、例外としてハラム食品というものがある。GCC諸国では外国人労働者もムスリム人口比率が高いので、欧米の高所得層を除いてこれらハラム食品の需要がないので、市場は限定的だ。ムスリムの若年層では、豚は駄目だけれどアルコールにチャレンジする人はいる。サウジ・クウェートにはハラム市場はないが、最近ではサウジで改革が進んでおり、アルコールの市場開放が期待される。
- ・ ハラール規制の制定は連邦政府の関係機関が担当。実際の輸入許可はその傘下の首長国政府が行っている。
- ・ 中東の規制は全て販売されており、現地の販売代理店も勉強していないことも多いので、以下のGCCやUAEの規制の販売サイトで購入をして勉強する必要がある。GCCの規制のベースとなっているのはCodexやEU規制で、ヨーロッパに輸出できるものであれば、ハラール関係の規制を除き中東にもできることになっている。近年は日本からUAEへの牛肉の輸出が伸びており、和牛は人気が高い商品であり、これからもますます伸びていく市場である。
- ・ GCCの規制であるGSOの販売サイト
- ・ <https://www.gso.org.sa/store/?lang=en>
- ・ UAEの規制であるMoIATの販売サイト
- ・ Selling Standards (moiat.gov.ae)

### 3. コーシャ認証食品の流通について

(株式会社ヤマミズラ 代表取締役 門傳 章弘氏)

- ・ 弊社は2011年8月に創立し、世界最大のコーシャ認証団体オーソドックスユニオン（OU）とヨーロッパ最大のコーシャ認証団体KLBDの日本での事務所を務めている。現在までに内外企業100社以上のコンサル実績があり、そのうち70社ほどが私どもを通して認証を取得している。
- ・ コーシャとは食の戒律、「正しい（適正な）食」を意味する。コーシャは食品を肉類、乳、それ以外

のパラベの 3 つに分け、肉と乳は一緒に調理しても食べてもいけない。これは旧約聖書の教えに基づいている。

- ・ 肉類は、ひづめが 2 つ以上に分かれている反芻動物（牛、羊など）に限られ、専門のラビにより処理されたもののみがコーシャ品として認められる。コーシャ化された和牛は日本には存在しない。牛肉の場合は、専門のラビが屠畜した上半身のみがコーシャ肉として認定される。内臓疾患や予防接種記録などがチェックされ、「グラット」という名称欧米では非常に人気があり、高価格で取引されている。
- ・ 乳・乳製品はほとんど牛由来のもので、やはり専用の工場で製造されたものが認証される。欧米では認証チーズが大人気である。
- ・ パラベの場合は、肉や乳原料が含まれず、生産設備も専用であることが求められる。卵、キノコや野菜なども、徹底した洗浄と清潔さが求められる。魚はひれとうろこがあるもののみ認められる。
- ・ ブドウ由来のワインがユダヤ人に人気があるが、ジュースやジャムも含めて注意が必要。ワインはブドウの収穫から搾汁、ボトリングまで全てラビと一緒に生産したものでないと認められない。日本酒やウイスキーもワイン樽やシェリー樽の使用は認証された樽を使わないといけない。
- ・ アメリカの食品の 40%以上に何らかのコーシャ認証が入っている。そのほとんどが OU の認証マークであり、特に東海岸で顕著である。もともとはユダヤ人やベジタリアンの人々のものだったが、アメリカで急激に増えている乳製品アレルギー、ヴィーガンの増加に伴い、コーシャ認定に対する要求が強くなっている。また、ミレニアム世代を中心に一般大衆の安心・安全マークにもなっている。
- ・ OU、KLBD の調査によると、大手食品メーカーの新商品は全てコーシャ対応であり、食品からサプリ、製薬、化粧品など、口に入るものは全てというのがトレンドになってきている。
- ・ 北米市場が最大の市場であり、次いでヨーロッパであるが、注目すべきは中国、あるいはタイ、マレーシア、インドネシア、インド等、食品輸出基地としてのコーシャ認証の取得が増えている。ドバイを含めてアフリカ、南米等でも認識が高まっている。
- ・ イスラエルは人口の 8 割以上がコーシャ対応と言われている。今は日本食ブームもあり、国内の 400 店以上で日本料理の提供が行われており、日本酒、ビール、日本茶、調味料等、あらゆる日本食材が人気となっている。
- ・ コーシャ認証には 1,400 か所の認証団体があるが、うち 96 か所のみがイスラエルで正式に認められている。その中でも OU、OK、KLBD はトップ 3 で「スーパーコーシャ」と呼ばれている。イスラエルなどでコーシャ品として日本食を販売する場合は、現地政府のコーシャ認証マークの事前登録が必要。厳しい審査があるので著名な認証団体を選ぶことが大事。
- ・ OU、OK、KLBD は何千社という企業を世界中で認証しており、互換性も認め合っている。認証の手続としては、原料と製造フローの開示をし、製造現場では厳密なコンタミチェック（混載確認）が行われる。
- ・ 日本のコーシャ認証に対する取り組みは他の国より非常に遅れているが、近年は世界のマーケットからの要求が非常に強まっている。日本・イスラエル間の直行便の開設に伴い、機内食などの（コーシャ対応）ニーズも出てくると予想される。

## 質疑応答

### 質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ ハラル認証を取るに当たって、どういうところにまず問い合わせたらいいか。

### 回答（JAいちかわ エグゼクティブ・アドバイザー 中尾 純二氏）

- ・ UAEを事例に言うと、日本は現在、衛生条件で輸入が認められているのは牛肉であるが、輸入に際してはハラル認証が必要だが、まずは屠畜場が主体となって日本国内のイスラーム団体と事前に契約などをして、そのうえで屠畜場からUAEの食品衛生部局である連邦気候変動環境省に施設の衛生認可を申請する。その後、衛生認可については、コロナ禍の影響もあり、日本の厚生労働省などが認可する形になっていると思われ、最近の施設認可についてはUAEから担当官が日本に来て屠畜場を査察することはなかったと聞いている。
- ・ 衛生認可と同時並行的に、日本のイスラーム団体がUAEのハラル認可部局に申請する。UAEでは連邦工業・先端技術省傘下の連邦基準化計測庁と思われるが、省庁再編で役割が変更になっていることも想定されるので、最新情報はESMAに問い合わせることが必要である。
- ・ ESMAのサイトに登録された日本等のイスラーム団体が確認できるサイト。
- ・ Halal
- ・ 申請を受けた後に、UAE政府から独立した審査機関と連絡調整をし（UAEならエミレーツ・インターナショナル・アクレディテーション・センター（EIAC））担当官が派遣され、そのイスラーム団体が適切など畜場やと畜人の管理が出来るかどうかを査察する。その後、日本国内の行政的なと畜施設の選定・登録の手続きを行い、日本のイスラーム団体がと畜場でと畜される肉に対してハラル認証を行い、牛肉の輸出ができるというシステムとなっている。

### 質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ ポーク・ライセンスという言葉が出てきたが、ハラム食品の輸入許可というのはどういう仕組みになっているのか。

### 回答（JAいちかわ エグゼクティブ・アドバイザー 中尾 純二氏）

- ・ ハラム食品についてもムスリム以外の人に一定の需要がある。ドバイの例でいうと、首長国政府のフード・セーフティ・デパートメントの中に特別な部署があり、そこに申請をして1年更新のポーク・ライセンスを受ける。ハラムはイスラームの規定では「非食品」扱いであるが、一応、日本の企業は衛生証明書を取得して、食品と同じ書類を税関に提出して通関をしている。
- ・ ただし、輸入企業のスポンサーであるアラブ人には豚を扱うことに非常な忌避感があり、他のアラブ人に知られたくないので、そういった点の調整が難しい。

### 質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ 日本からの輸出が期待される品目があつたが、例えば日本酒をいろいろな国に出していく際に、コーシャを取って出していく可能性や、既にやっておられる事業者がいるかどうかなどを教えていただきたい。

### 回答（株式会社ヤマミズラ 代表取締役 門傳 章弘氏）

- ・ 私どもの最初からのお客様で多いのはお酒メーカーである。アメリカだと東海岸に入るために、皆様認証を必要とされる。イスラエルでは認証がないとなかなか売れない。今12社ほど、私どもで認証させていただいている。

#### 4. UAEを中心とした近隣諸国における日本産食品・食材輸出拡大の可能性

(JETRO ドバイ事務所所長 安藤 雅巳氏)

- ・ 日本からUAEへの日本産の食材の輸出状況は、2019年の33億円から2021年には55.9億円と、多くの食品分野で非常に輸出額が伸びている。
- ・ UAEは7つの首長国による連邦制国家で、人口約1,000万人、うち自国民は約10%で100万人。ドバイの人口は約340万人、うち自国民が27万人。ただし、2020年にはコロナの影響で、UAE全体で1割、ドバイで8.4%の外国人人口が減ったと言われている。
- ・ ドバイは中東地域のハブでありショーケースである。中東最大の港、中東最大の国際空港といったインフラ施設が大きな武器になっている。国際空港は、コロナ前は6年連続で世界最大の国際旅客数を占めていた。ドバイの観光客は2019年に1,675万人だったが、コロナになって非常に落ち込み、2020年には551万人、2021年も11月時点で602万人とさほど戻っていないが、21年10月1日からのドバイ博の効果で徐々に伸びてきている。
- ・ また、日本の企業が多く集積しているフリーゾーンがある。UAE全体で40を超えていると言われているが、うち約30がここドバイにある。さらに大型の観光施設、消費施設を武器に、ハブ&ショーケースの機能を果たしている。
- ・ さらに、GCCの一員であり、中東・北アフリカのGDPの約半分を稼ぐ、非常に高い購買力を持っている。世界のイスラム人口は全人口の約4分の1を占めており、2050年には28億人になる。拡大するイスラム市場の中で、ドバイはイスラム経済のハブとしての地位を狙っている。また、MENA（中東・北アフリカ地域）はEUと米国の総人口を超える市場を持っているが、ドバイはアフリカへのゲートウェイということで非常に太いパイプを持っている。
- ・ 2021年10月からドバイ国際博覧会が開かれている。日本館は人気パビリオンの1つで、非常に評判が高い。2020年9月に国交を樹立したイスラエルも、ドバイ万博に参加している。コロナ禍ではあるが既に1,200万人を超える来場者が来ている。
- ・ UAEの日本食レストランは、2016年で196店、2021年で288店と非常に増加している。2020年にコロナ禍で閉鎖した店舗があった中、2021年には再び新しい店ができている。日本式の居酒屋や洋菓子店、日本名の店が増えており、その多くがすしを提供している。これが日本からの魚の輸出拡大につながっていると思われる。
- ・ ドバイの高級スーパーで日本食品が売られている。日本食材専門店などを通じて日本の食材を買うことができる。
- ・ GCC諸国への日本産食材の輸出状況は、サウジ、カタールは金額は横ばい。オマーンは落ちている。バーレーン、クウェートは大きく伸びている。ただ、品目はどこも同じようなもので、炭酸飲料や調味料が多い。
- ・ UAEの日本産食品、日本食レストランはブームにある。輸入額も大きく増加しており、品目も多様化している。レストランの数も増え、形態もいろいろで、今後も日本食関連ビジネスの拡大は間違

いない。ただし、ショーケース機能のあるドバイを基点に他国に広がっていくといったビジネス例がまだ見られておらず、レストランのチェーン店がドバイに来ていない。ここには可能性があると思っている。

- ・ 日本食レストランの数が増えているので、UAE内だけで見ると競争は激化している。今後はコンセプトやターゲットの戦略が求められる。
- ・ コロナ前後でバーレーン、クウェートへの輸出額が伸びているが、クウェートはGCCのショーケースである。さらに当地の日本大使館も積極的に日本食レストランを発掘しているなど期待が大きい。サウジ、カタールは横ばいだが、サウジは日本食レストランへのサウジ人の興味が大きくなっている。
- ・ UAEを除くGCCの日本食レストランはまだまだ多様化に時間がかかるが、競争は少ない。バーレーンは価格重視なのでアピールが必要。中東には日本に対する好印象があり、ビジネス拡大の大きな武器になると思う。

## 5. ドバイにおける日本食普及事業紹介（キッチンスタジオより中継）

（日本食普及の親善大使 サミット・トレーディング社 代表 大久保 史朗氏）

- ・ 弊社は1970年代に中東UAEで創業し、以来、食品流通事業、ケータリング事業、輸出事業と中東での事業を拡大してきた。ここ中東では最も歴史が古く信頼をいただいている食品流通事業者として、地元のスーパー、レストラン、ホテル、航空会社、また多くの地元の企業からご愛顧いただいている。
- ・ 日本から、空路・海路で常温の食品、冷凍食品などを運んでいる。空輸では新鮮な魚介類、野菜、果物などを運んでいる。和牛、マグロなども輸入することで、現地のマーケットのニーズに応えている。
- ・ 2019年に農林水産省から日本食普及の親善大使を拝命した。中東・アフリカでは初めての拝命で、いろいろな企画を共にやらせていただいている。
- ・ 現在、ドバイではドバイ万博が行われている。大手チェーンのスシローが出店して話題を呼んでおり、日本食レストランの数も非常に増えている。日本食ブームが中東でも起こっている今、これを契機にどうやって日本食を広めていくか、農林水産省やJETROと共に取り組んでいる。
- ・ レストランの数が増え、デリバリーにもそれなりの需要がある。ただ、コロナで在宅率が上がっているので、外食・中食に加えて内食、自分の家のキッチンでつくれる家庭料理を広めていけないか、というのがこの企画の出発点になっている。
- ・ さらに、家庭で再現できるような日本食だけではなく、普段中東の人々が慣れ親しんでいる中東料理に日本産の食材や調味料を使っていけないかと、アイデアがどんどん広がっていった。
- ・ こうした発想をベースに、自宅で作れるような日本料理を紹介し、さらに中東料理に日本産の食材を使うレシピを開発しようということで進めてきたのがこの企画である。もちろん、このレシピは全てハラールに従っている。
- ・ 農林水産省のポータルサイトにも紹介されるが、家庭的な日本料理を10、中東料理に日本食材を使ったものを10、計20のレシピを開発した。その中から、今朝届いた日本の熊本産の「ブリの塩焼き」、日本のコロケに似た中東料理ファラフェルに日本食材と調味料を使った「日本風ファラフ

エル」、そして、日本の伝統的な料理ということで「巻きずし」の3メニューを、本日このクッキングスタジオで実際に作っている。

- ・ 参加者は、コミュニティーで影響力のある主婦の方たちと、普段から日本食に興味をお持ちでSNSなどで発信力のある皆さんに来ていただいている。
- ・ 日本産の食材を活用した中東料理、家庭的な日本料理を実際に作って食べていただく体験を持ち帰っていただき、発信力のある皆様にはソーシャルメディアでレシピも含めて本日のことを発信していただくという企画である。
- ・ 「日本食材の家庭への普及」が、農林水産省と共に取り組んでいる課題である。本日はたくさんの方から参加の要望があったが、コロナ禍のために参加人数を絞ったので、参加できなかった人のために巻きずし簡単再現セットを用意してお配りする準備もしている。
- ・ 家庭的な日本料理と、中東料理に日本産の食材を使っていただく提案をすることで、外食・中食に加えて、今まであまりアプローチできていなかった内食に訴求していくことがこの企画のコンセプトである。ここで新たな需要を生み出すことを期待している。
- ・ 今後も、農林水産省、JETRO、在外公館の皆様、ご関係者の皆様と共に、日本食の普及、日本食材の普及活動に努めてまいりたい。

#### 質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ ドバイの家庭料理に日本食を入れていくということであるが、そのマーケットでの価値や、どれぐらいの広がりがあるのか、そのあたりの可能性を知りたい。

#### 回答（日本食普及の親善大使 サミット・トレーディング社 代表 大久保 史朗氏）

- ・ 外食産業であるレストランの数は非常に増えているし、コロナ禍で私どもの日本食材の販売・配達事業の需要も非常に広がってきており、コロナ前とは全く違うことを肌で感じている。そんな中で、今までアプローチできていなかった内食にアプローチするというのが背景にある。
- ・ ドバイに出稼ぎで来ている人のうち、中級以上の人は非常に日本食に興味がある。ハイエンドばかりではなく、回転ずしやお弁当屋、お惣菜屋に様々な人が来ている。統計的なデータはないが、アプローチできていないところに行くことで新たなマーケットを創出できる、新たなチャンスをつくっていけるという思いで、挑戦の段階ではあるが、一定の需要があると思っている。日本食に対するヘルシーなイメージを出発点に、調理欲求もかき立てる、家庭料理のマーケットというのは大きな希望があると思っている。

#### 6. 中東向け輸出拡大優良事例紹介「JAいちかわのコーシャ米などの輸出について」

##### （JAいちかわ エグゼクティブ・アドバイザー 中尾 純二氏）

- ・ 優良事例の紹介と書いていただいたが、まだまだ一直線に伸びていくような状況ではなく、これから始まる場所である。
- ・ JA いちかわは来年が設立 60 周年記念ということで、いろいろな輸出にこれからも力を入れていきたいと思って取り組んでいる。
- ・ JA いちかわは、典型的な都市型農協であり、主な収益は金融と共催であり、農業分野の利益は、梨を中心に様々なものをつくって頑張っており、そのうち輸出対応できるものは梨と米である。地元企

業の山崎製パンとさまざまなコラボ商品も作っており、「和梨ウォーター」もドバイに輸出している。

- ・ コーシャ認証は昨年(2021 年秋)に取得した。ドバイのレストランからコーシャ認証品の需要があったことがきっかけで、米は船便輸送にも適しているということで選定した。梨は空輸なので輸送費が高くなっている。コーシャ米の輸出にあたり、千葉県の支援を頂き、補助事業を活用しているが、さらに輸出品目を増やすためには施設整備も欠かせないため、将来の国の補助も期待している。
- ・ コーシャ認証団体の選定にあたっては、現地からスーパーコーシャでとの要望があった中、KLBD を選んだ。ヤマミズラによる事前審査、ラビによる施設の本審査を経て認証を得た。施設に変更がなければ、書類審査で毎年更新される。
- ・ 輸出先の発掘は、中東には企業の信用照会システムがないため、ヤマミズラから情報を得たり、現地のジェトロや日本大使館・総領事館からの事前情報収集が重要であった。
- ・ ビジネスは出会いであり、行政はいろいろな展示会を行って日本の多くの企業に出展のチャンスを与えてほしい。また、既に中東市場でビジネスを軌道に乗せている先輩企業との出会いも大切で、縦・横の連携を企画してほしい。現地でパートナー候補となる外国企業のこれまでのビジネス成果の情報や信用情報など、しっかりと日本企業に提供してほしい。各日本企業が個々に市場開拓をやるのではなく、日本食の魅力を打ち出すためには連携が必要である。
- ・ J Aとして、今後も高品質な農産物を輸出していきたい。さらに、食べるだけでなく現地の人たちの楽しさをつくり出していく企画も考えたい。
- ・ 中東への輸出の最大の課題は送コストが高いことであり、日本企業の連携で何とか出来たらと思っている。
- ・ ハラル・コーシャ認証で商品の付加価値を上げ、中東のみならず大規模市場である欧米へも届けていきたい。
- ・ 今後の課題は、輸出品目・量の拡大。そのための施設整備。輸出については専門人材の確保も必要。近隣の J Aとの連携強化で、中東以外の新しい市場にも輸出していきたい。

## 質疑応答

### 質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ 今回、UAEを中心に日本食レストランが大変増えているという話だが、経営者はどういう人か。それから、シェフに日本人はどれぐらいいるのか教えていただきたい。

### 回答（JETROドバイ事務所所長 安藤 雅巳氏）

- ・ 基本的にはUAEの日本食レストランはホテルに入っていることが多いので、そのホテルのレストランオーナーがエミラティのパートナーと組んでやる直営店となる。レストランオーナーは、日本人はなかなかいないので外国人が多い。最近では、木村屋や富士屋は日本企業がエミラティのパートナーと組んで経営しており、そういう形態が少しずつ増えてきている。
- ・ 日本人シェフは、高級日本食を出しているところにはいるが、まだまだ限られている。しかし日本人シェフは明確に数も増えているし、存在感も出てきている。

### 質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ コーシャ認証を取得するには、費用はどれぐらいかかるか。

回答（株式会社ヤマミズラ 代表取締役 門傳 章弘氏）

- ・ 私どもスーパーコーシャ認証は年間の認証代で大体4,000～6,000USドルになる。詳細は問い合わせいただきたい。私どもではコンサル費用はいただいていない。

質問（代読：農林水産省 平中国際地域課長）

- ・ 中東にお茶や果物・野菜を出すときにハラール認証を取得するメリットはあるか。

回答（JAいちかわ エグゼクティブ・アドバイザー 中尾 純二氏）

- ・ 東南アジアとは違って、中東では、ハラール認証が必要な対象食品は肉・肉関連製品が必須となっている。ハラール認証を取得していない食肉は基本的には輸入できない。ただ、ハラール認証がもと必要でないものについては、衛生面で問題が無ければ、そのまま輸入許可がなされるが、そのうえでハラール認証を取るか取らないかは、市場でどういったPRをするかという販売戦略の問題である。つまり、お茶については単一原料なのでハラール認証は輸入許可上は必要ないと思うが、ハラールマークを付加して付加価値を付けて売りたいということであればそういったことも可能である。果物や野菜などの生鮮物については、ハラール認証を取得しているものは諸外国産のものでも承知していない。

## 7. 講評

（農林水産省 松本 雅夫 大臣官房審議官）

- ・ 本日のセミナーは、我が国の農林水産物・食品の輸出拡大に当たり、高いポテンシャルを有する重要な地域である中東に焦点を当てて開催した。
- ・ 本日の講演の成果として3点整理した。1点目は、市場としてのイスラム諸国の価値が改めて認識できたということ。特に若い世代が多く、高所得層が存在するなど、今後とも市場の伸びが期待できるということ。それから、ハラール市場の概念、具体的なハラール認可の流れも確認できた。特に牛肉の輸出拡大に向けた、具体的に乗り越えるべきハードルや、それをどう乗り越えるかということも見えてきたのではないかしらと思うし、ライセンス取得の具体的なノウハウなど、アラブ社会の事情も含めて大変有益な知見が得られた。
- ・ 2点目として、ハラールと比較して情報が少ないコーシャの可能性について情報共有ができた。コーシャには細かいルールがあり、基本的なルールと認証のポイントが確認できた。特に牛肉のコーシャ化、ワイン認定の難しさなどの話は興味深かった。また、お米についての、JA いちかわ様のコーシャ取得や輸出先の発掘などの詳細なご経験は大変参考になった。
- ・ 他方、コーシャを取得することで、イスラエル本国や食品の4割がコーシャ認証を取っているという北米はもとより、欧州・中東まで輸出市場の拡大が期待できる点も、大変興味深いポイントだったと思う。
- ・ 3点目は、経済発展の著しいUAEを中心としたGCC諸国について、具体的に伸びている食材、日本食レストラン、マーケット情報などを踏まえた日本食関連のビジネスや食品の輸出戦略を考える上で、情報共有が参考になったと思う。特にドバイのキッチンスタジオ中継を通じ、中東料理とのハイブリッドも含めた日本食材の幅広い可能性を実感できたことはよかったと思う。

- ・ 中東市場への輸出拡大に向けて、ドバイを起点としたビジネス展開が今後の課題で、その可能性に期待というお話があったが、農林水産省としても、ハブとなるドバイにおける人的体制を強化することも考えており、取組を進めてまいりたい。
- ・ ハラル認証も含め、コーシャ認証も輸出拡大という目的を達成するための手段である。たくさんの実務的な質問もいただいているので、しっかりフォローアップしていきたい。2030年に5兆円という農林水産省・食品の輸出目標の達成に向け、引き続き官民連携で取組を強化していきたいと考えている。

## 8. 閉会の挨拶

(株式会社前川総合研究所代表取締役社長 篠崎聡GFVC協議会副代表)

- ・ 本日は100名を超える方々にご参加いただき、この分野の興味が非常に高いことを感じる事ができた。
- ・ 今後の5兆円の輸出目標の中で、ハラル及びコーシャのポテンシャルは非常に大きいと私も感じている。ぜひ本日ご講演いただいた内容をご活用いただき、さらにいろいろ質問等もいただければと思っている。
- ・ GFVC協議会は6年ほど前に設立され、農林水産物の海外輸出のお手伝い、海外投資に関わるセミナー等の提供、あるいは官民ミッションその他いろいろな活動をやっている。登録いただければご参加いただけるので、ぜひご参加いただき、いろいろ情報共有をいただければと思う。

以 上