

◎「ダイバーシティ」を学ぶ最適国

◎成長する多民族「マレーシア」

◎日本食店2000店

舗

◎SC内に「東京ストリート」

マレー人および華人、インド人などが住む、典型的な多民族国家「マレーシア」。

人口2855万人（2011年）のうち、マレー人が約66%、華人約25%、インド人約8%を占める。

イスラム教を国教としながら、仏教やヒンズー教をも認める同国の人々は「互いにある程度遠慮をし、尊敬をし合って」生活している。

8年間マレーシアで海外勤務経験のある、一般財団法人アジアフーズビジネス協会の田中秋人理事長は、グローバルビジネスの成功を求める日本人にとって、マレーシアは「ダイバーシティ（多様性）を学ぶ最適な国」と語る。

とかく日本人は海外ビジネスにあたり、日本を基点に考えるため、ビジネスの成功を逃す場合が多い。成功のキ

ーワードは「ダイバーシティ（多様性）」。

海外ビジネスの成功に至る道は国の数ほど多様だ。

多民族国家マレーシアから異文化マネジメントを学ぶことにより、日本の食品関連企業が海外ビジネス成功の鍵を手にすることができる。

同国では今、日本食が大人気だ。

日本食レストランも国内に約2000店舗あるという。

2011年7月、クアラ Lumpur の大型商業施設「パビリオン・クアラ Lumpur」の6階にできたのは、日本製品ばかりを集めた「東京ストリート」。

東京の浅草をモチーフにしたデザインで仲見世をイメージした「横丁」を作り上げ、日本食レストランや、カフェ、雑貨など約60店舗が並ぶ。

「らーめん山頭火」も出店しており大行列。同店の運営会社（株）アブ・アウトはフランチャイズ方式で、1号店として出店。現地資本「HOKKAIDO RAMEN」がFC店として運営している。

豚骨をベースにした白湯スープが特徴の「らーめん山頭火」はノンハラルフード。客層は中華系や海外駐在員。

「東京ストリート」の規模は約3700㎡。SC「パビリオン・クアラ Lumpur」は、運営会社ウルシヤルタ・チェメルランが20%、カタール投資庁が49%出資している。

2012年2月、クアラ Lumpur 郊外に2店舗、12月、マラッカに1店舗出店したのは牛井「すき家」。

こちらは、豚もアルコールも使わないハラール仕様フードでマレー人客が大行列になっている。（詳細は2面）（轟晃爾）

◎マレーシアのブミプトラ政策

◎経営者の多くが華人と外資

◎政府関連大半はマレー人

◎食材バイヤーは華人

◎従業員はマレーとインド

マレーシアは、アセアン諸国の中で相対的に不動産コストが低く、ホテルや商業施設のテナント賃料が安価。1957年の独立以

来、統一マレー国民組織（UMNO）を中心とする与党連合が政権を長期間維持し治安もよい。

2020年までに、経済、政治、社会、文化等において完全に先進国の仲間入りをすることを目標としているため、会社設立における事務手続き等は比較的明瞭である。

政策の特徴として、1969年にマレー人と華人との間で勃発した種族暴動五・一三事件を契機とした種族間の格差是正を目的とした「ブミプトラ政策」がある。

1970年代までは、国内企業は国内華人資本と外国資本で80%以上が占め、製造業従業員の70%以上が華人であるなど、マレー人と華人の所得格差が大きな問題になり紛争の種になっていた。所得格差是正のため、ブミプトラ（土地の子）であるマレー人に対し企業設立や租税の軽減、公務員採用の優遇などしている。

しかし、依然マレーシア国内の企業経営者は華人が多く、ハラールビジネス市場の70%

が非イスラム教徒の華人が占める。もちろん華人は仏教徒。

つまり、日本企業のハラルビジネス参入は非現実なことではない。

マレーシアには、ハラルフードレストランとノーポーク（ノーラード）レストラン、ノンハラルフードレトルンがある。

ハラルフードレストランは、イスラムの律法で許された食べ物や飲み物を提供するレストラン。豚由来の食材やアルコールは禁止されている。客層はマレー人に限定される。

ノーポークレストランにおいて食材はマレーシア産で豚由来の食材を使っていない。

但し店内でのアルコールの提供はする。客層はマレー人や華人、インド人など。豚由来の食材を触れたがらないマレー人従業員が店内に多いほど、ノーポークレストランとして、客にPRができる。

ノンハラルフードレストランは、豚食材もアルコールも取り扱う。厨房設備をハラルフード専用の仕様にする必要もないが、主要な高級ホテルにおける

出店はできない。

マレーシアはキリスト教徒が多いインドネシアと比較し、ハラルとノンハラルであるかを明らかにしてフードビジネスを行う必要がある。

現地の食材バイヤーなどは、食材取引先に中国人会社为中心なため華人が多い。外食従業員はマレー人やインド人が多い。

但しマレーシア全体からみると、労働力不足が起きており、ベトナムやミャンマー、ラオスからの外国人労働者を受け入れている。

◎テストマーケティング募集

◎「ジャパンシヨップ」オープン

◎SCミッドバレーメガモール1F

近年、東南アジアでは日本食や雑貨などを集めたアンテナシヨップが次々とオープンしている。

2012年、大型商業施設「ミッドバレーメガモール」1階においてアンテナシヨップ「ジャパンシヨップ」を開設。店舗運営をしているのはマレーシアハラルコーポレーション(株)。

店舗規模は約5,000㎡。狭山茶などの日本食品や雑貨「O」製品を即売の予定だ。

ミッドバレーメガモールは、日本のスーパー「ジャスコ」や現地資本百貨店の「メトロジャヤ」を核店舗にし、約490店舗が営業。敷地面積約25万㎡を誇り、月当たり300万人の来場を見込む大型店舗だ、

マレーシアで食品販売したいが、ハラルフード市場がわからないため進出するか思案している企業のために同SC内で6カ月間のテストマーケティングができる。マレーシア政府の認証機関（JAKIM）よりハラル認証を取得していない場合でも、マレーシアハラルコーポレーションと打ち合わせの中で、ハラルフードと思われる商品の販売が可能。期待できる日本食品は、健康食品やヤクルトなどの発酵食品、柿の種やチョコレートなどのお菓子類、離乳食品、サプリメント等がある。日本のアニメーションはマレーシアでも人気なので、アニメとコラボした食品など

は波及効果が高いという。

テストマーケティングの費用は、展示費用1カ月1製品当たり5万〜7万円と契約保証金として展示費用の2カ月分。

商品紹介リーフレットは、マレーシアハラルコーポレーションが無償で英語とマレー語、中国語に翻訳してくれる。

また、日本食品の説明や紹介を現地スタッフが行い、毎月マレーシアのお客の反応をレポートで提出する。

テストマーケティングの期間中、ある程度商品の売上見込みが見えた中で、マレーシア進出のためのJAKIMハラル認証の取得を検討。

ハラル認証は最短で6カ月で取得できる。認証において製品自体がハラルであるは無論、輸送、原材料保管、運搬、製造工程、流通などすべてにわたり「ハラル性」を審査される。ハラルを証明する成分表示や製造工程などの英文の必要書類や製造現場の視察審査と質疑応答がある。

認証申請から視察

立会い、通訳・翻訳ま
でマレーシアハラコ
ーポレーションが代理
人を勤める。

費用は、商品や工場
規模等により異なるが
約150万〜250万
円。(轟晃爾)