

# 日本ハラールで挑戦 マレーシア市場参入編

(株)有馬芳香堂  
専務取締役  
有馬 芳取

Arima Food Lab sdn Bhd

[yoshito@arimafoodlab.com](mailto:yoshito@arimafoodlab.com)

# 有馬芳香堂について

- 1921年神戸で創業
- 豆菓子製造メーカー
- 国内小売店への卸販売
- アメリカ、香港、シンガポール、インドネシア、マレーシア、ブルネイ
- 2020年11月にハラール認証取得

# マレーシア参入について

- 海外市場での商売拡大を目指す
- 世界人口の1/4を占めるモスリム市場に着目
- 東南アジアのハブであるマレーシアに挑戦
- 2019年12月から駐在開始
- 2020年3月よりロックダウンへ移行
- その後半年間は商談先と音信不通
- 2020年12月から販売開始



# マレーシアで取り組んでいる事

- ①現地大手商社との取引開始
  - ②ギフト販路開拓
  - ③オンライン販売
  - ④試食販売
- 
- 上記4点を支えるソーシャルメディア発信

# ①現地大手商社との取引開始

- マレーシアの小売店との商売の肝は「ローカル商社」
- 日本食品の棚の6割以上を管理するJ社と取引開始
- KL及びセランゴール州の現地主力高級小売店で販売開始
- 各小売店で試食販売実施
  
- 日系小売店だけでは販路も販売数も限定的
- ローカル＋日系市場が◎
- ベースの売上は、華人＋日系駐在員
- 現地販売価格（＝規格）の重要性
  
- 3SKU(2020/12)→6SKU(2021/5)→10SKU(2021/12)

## ②ギフト路開拓

- ①ハリラヤでの取り組み
- CNYとハリラヤやマレーシアの2大イベント
- 日系電子部品メーカー、日系総合商社から各40セット受注
  
- ②日系駐在員向けの手土産（挨拶）需要
- 「日本食×ハラール」は未だオンリーワンなので需要◎
- ハラールだと渡す相手を選ばない
- 30セット受注
  
- ③ローカル企業からの受注
- 社員への福利厚生でギフトセット180セット受注

## ③オンライン販売

- 東南アジアの2大ECサイトであるShopeeとLazadaにオフィシャルショップを設置
- エアアジアGのモスリム向けECなど、多数のサイトでも販売中

## ④試食販売

- 食習慣、趣味趣向が全く異なる海外マーケットで商品を認知してもらうためには試食販売が一番大事
- 顧客の不安不満不便をヒアリングし、商品のブラッシュアップに努める。
- 2021年は80時間実施



# ソーシャルメディア発信

- マレーシアではソーシャルメディアでの発信は重要
- 特にFacebookが一番人気（フォロワー2,300名）
- Shopeeのライバー事業（フォロワー1,200名）  
→ ライブ事業（ジャパネットのようにリアルタイムで）で商品紹介、会社紹介、自分の紹介でファン開拓
- 全て英語/マレー語で発信中

# ハラール認証を取得し実際に販売しての感想 1

- ハラール認証は「下駄を履く」イメージ
- 実際に認証取得は販路が広がるチャンスは増える
- しかし「ハラール認証取得 = 売れる」はあり得ない(実際のメイン顧客は華人マーケット)
- そもそもニーズがあるものでなければ取り扱ってもらえない

# ハラール認証を取得し実際に販売しての感想

## 2

- 「Made in Japan」「日本の味だから」では通用しない
- 現地で求められる味×日本クオリティが大事
  
- 何より輸出に合った商品設計が一番大事  
→賞味期限、味、内容量、売価、原材料など
  
- ハラール認証取得したが故にコストUPは本末転倒  
→定番商品のハラール認証取得がベスト

# 今後の計画

- 自社商品のSKUを10→13へ
- 現地で求められる味を優先させたマーケットイン
- JAPANハラールの伝道師
  - JAPANハラールに特化したメディア立ち上げ
  - 現地小売店でのJAPANハラールコーナー設置を目指す
- 本気でマレーシア及び東南アジア市場に参入したい食品メーカー様の支援

**メーカー機能を中心とし、JAPANハラール市場の拡大を目指すプラットフォーム作り**に挑戦

# コーディネート事業

- マレーシア法人 Arima Food Lab Sdn Bhd
- 日系メーカーのマレーシア参入のサポート事業
  - ①営業代行、②市場調査、③試食販売、④商品企画サポート
- サポート実績：兵庫県乾麺メーカー様、兵庫県調味料メーカー様、長野県調味料メーカー様