

# イスラム圏への海外展開の概要



- 目的** イスラム人口は世界人口の4分の1で市場規模は60兆円（2010年）と言われる。しかし、中国や韓国等の企業に比べて日本食品企業の中東への取組は遅れており、手つかずの状態。道内中小企業が単独で取り組むにはハードルが高いため、公的機関であるフード特区機構が牽引し着実なステップアップを推進する。
- 課題**
- 平成25及び26年度において、全国に先駆けて中東4か国（UAE、サウジアラビア、クウェート、トルコ）への食品輸出に向けた取組を実施。2年目である平成26年度に実績がでてきたが、まだ緒に就いたばかり。そのため、平成27年度は近隣国への波及効果が期待できる **UAE、トルコに集中して取り組んだ。**
  - 「輸出支援インフラの構築」のため、商談に加えて、現地輸入者とのネットワーク化の推進及び現地政府機関との関係強化に取り組んだ。

