

世界総人口1 / 4へのパスポート

月刊イスラム市場

《ダイジェスト版》

次なる市場への進出を検討中の企業様、必見！

『月刊イスラム市場』発刊のお知らせ

～「宗教を切り口に」次なる市場を開拓～

■ 昨今の日中関係の悪化や、著しい新興国の経済成長の勢いを背景に、本格的にチャイナ+1の時代が到来しています。皆様の視線の先には、生産拠点、販売市場としての、インドネシア、タイ、ベトナム、マレーシアといったASEAN諸国があるのではないのでしょうか？ そんな中、東南アジアにありながら、世界最大のイスラム教人口を抱えるインドネシアや、イスラム教を国教とするマレーシア、ブルネイなどの国々の存在を背景に、「イスラム教」という「宗教を切り口に」東南アジア市場を開拓して行こうという流れが、ようやく日本でも大きな流れとなり始めています。

しかし日本において「イスラム教」に関する情報は非常に限られており、情報不足の状況が続いていると感じています。そこで弊社では、この現状に対処すべく、昨年10月よりイスラム経済の現状やビジネスチャンス、イスラム教徒の習慣や文化、ものの見方や考え方、それに関連する法律や会計制度など、イスラム市場に関する情報を包括的に提供する為の月刊マガジン「月刊イスラム市場」を発刊させて頂いております。

こちらのダイジェスト版には、過去に掲載された記事の一部をまとめさせて頂いております。世界人口1 / 4、17億人の巨大なイスラム市場に、皆様の事業、商品、サービスがリーチできる羅針盤となれるよう、リサーチャー、編集員一同日々邁進して参ります。是非この機会に「月刊イスラム市場」のご購読をご検討頂ければ幸いです。



フルーツが作る新しいギフトの形

夢であった彼自身のビジネスを持つという夢が叶った。「私は2012年の10月にスタッフの雇用を開始しました。その頃、オフィスには何もなく、ただビジネスプランと会社名が頭の中にあるだけで

した。何も用意されていない環境の中で、デザイナーや生産部の人間、会計士に人事担当者等の雇用をすることで全てが始まりました。一歩ずつ一歩ずつ、会社を組み立てていったのです。」

彼はこのビジネスに「Fruit Rebel (果物の反逆者)」という名前をつけた。

「この“rebel”という単語はシンプルに『通常のやり方に対抗する』という意味を持ち、少し誇張された感じで生々しく聞こえるかもしれませんが、実際はただの隠喩ですよ。」ファイザル氏はマレーシアSMEの質問に対してこう答えた。その他にも名前の珍しさから顧客を惹き付けるといふ狙いがあると言

う。ファイザル氏と彼のチームメンバーは新鮮な果物を芸術的にデザインカットし、ウエディング、卒業式、記念日や誕

生日等のギフトとして販売しているのである。この果物セットは詰め合わせとして花東風のもと、チョコレート等で加工したディップドフルーツの2種類が用意されている。

花東風のものには、花の代わりに新鮮な果物を使い、チョコレートにつけて加工したものである。ディップドフルーツボックスは名前通りチョコレートに漬けられた果物だけで構成されており、Fruit Rebelのロゴと「素晴らしい反逆者〜なんと甘い人生だろう〜」というスローガンが入った赤い箱に包まれて提供される。

ファイザル氏によると、花東風のもとはカナダ、フランス、ドイツ、イタリア、日本、ロシア、イギリス、アメリカ等の先進国では既に有名になっている。彼はこのビジネスはマレーシアにおける新たな産業であり、「だから、我々はこの新たな産業を創出しなければいけないし、これは我々が直面している最も大きな挑戦です。」

この障壁を乗り越えるために、Fruit

Rebelは大量の広告費をつぎ込み、マレーシア中の顧客にアプローチしようとしている。

Fruit Rebelはシャー・アラムのマサラムプラザにあるキオスクで3ヶ月間販売した。「私たちには経験も道しるべもありません。だからこそ我々独自のマネジメントを考えていかなければならないのです。」

マサラムプラザでの3ヶ月の販売期間はトレーニングの目的もあったのだと彼は言う。会社として経営の経験を積み、ファイザルは更に大きな集客力を持つエンパイアショッピングモールを次の販売場所として決めたのである。

エンパイアショッピングモールの新店舗は新たなコンセプトに基づいており、ファイザル氏はフォルクスワーゲンを参考にこのコンセプトを打ち立てたと言

う。実際の店舗にはLCDテレビを使用したスライドショーや、無料のサンプルの配布等新たな工夫が施されている。



のビジネスに喜びと満足感を感じていると言う。彼は、多くの起業家は外国に飛び出し、新たなフランチャイズを築いていくが、Fruit Rebelは自社社員だけでこのビジネスを運営しているのである。

「私たちの会社では、キャッチフレーズ、デザイン、ブランド等の会社の構成要素全てが私たち自身によって作られたものなのです。いつか我々の子孫が、このビジネスが他の誰でもない私たちによって作られていることを知ったとき、これほど嬉しいことはないでしょう。」ファイザル氏は語る。

このビジネスをするうえで、リスクを乗り越えるための勇気が必要であると言
う。「ビジネスとは、リスクをとること
です。私たちの生活だって明日が保証さ
れているわけではないのですから。」彼
は挑戦することは間違いではなく、何も
しないより失敗を繰り返したほうがはる
かに良いと述べる。

ファイザル氏は、「現代の成功してい
る起業家は、才能でなく、成長を繰り返
して結果を残しているのです。」と言
い、「ビジネスは旅の様なもので、我々の旅
は始まったばかりです。」と続けた。

彼は「私がこのビジネスの旅で感慨を受
けたのは、ゼロからビジネスを立ち上
げ、今では人々に認知されている起業家
がいることです。例えば、ケランタンの
Secret Recipeの所有者の様にマレーシ
ア中で知られている人です。」

ファイザル氏は企業として顧客へのア
プローチに、インターネットを活用して
おり、「私たちは情報伝達手段としてメ
ディアを活用しており、インターネット
が今や我々の生活に欠かせないものであ
ることは誰も否定出来ません。我々は、
一年前から現在に至るまでインターネッ
トを活用したビジネスを展開しています
が、顧客の皆様からも大変良いフィード
バックを頂いています。」

ファイザル氏によると、顧客はマレー

シアの人だけでなく、クランバリーに住
むカナダ、香港、トルコ、シンガポール
等の外国の人々も含むという。

「Fruit Rebelはクランバリーに向けたデ
リバリーサービスも用意しており、商品
を顧客の皆様のお手元に配送していま
す。インターネットのフォームから名前
や住所等の情報を入力して頂き、登録す
ることで注文できます。」

ファイザル氏は述べる。

「我々は今年新たに新店舗をオープンす
る予定です。今年は去年に比べて価格が
高騰し、現在の経済状況での店舗拡大は
決して簡単なことではありません。しか
し、私たちは止まることなく成長しなけ
ればならないのです。」ファイザル氏は
述べる。

彼らは、毎日が特別な日であるという
信念を持っており、Fruit Rebelはその
大切な日の一部を担いたいと思ってい
るという。そのために、防腐剤を使わず、
理想の飾り付けを施し、顧客に笑顔を提
供している。

「私たちは、果物の花束やチョコレ
トバー等、常に新しいギフトの形を提供
するという明確な意志を持っています。」
ファイザル氏はこの言葉でインタビュ
を締めくくった。

