

(トップページ: <http://members3.jcom.home.ne.jp/3632asdm/>)

(MENA・イスラム圏: <http://members3.jcom.home.ne.jp/3632asdm/MenaOicCountries.html>)

マイライブラリー:0358

(注)本稿は 2015 年 10 月 2 日から 21 日まで 9 回にわたり「アラビア半島定点観測」に掲載したレポートをまとめたものです。

2015.10.22

前田 高行

拡大する世界のイスラム経済—Global Islamic Economy 2014–2015 Report 解説

目次	頁
1. Global Islamic Economy 2014–2015 Report について	1
2. 世界のイスラム経済の規模	2
3. Global Islamic Economy Indicator(世界イスラム経済指標)によるランク	
(1)GIEI Score(総合指標)	3
(2)Halal Food (ハラール食品)	3
(3) Halal Travel (旅行・観光)	4
(4) Modest Fashion (イスラム・ファッション)	4
(5) Halal Media & Recreation (メディア・娯楽)	5
(6) Halal Pharma & Cosmetics (医薬・化粧品)	
(6–1) ハラール医薬品	6
(6–2)ハラール化粧品	6
(7) Islamic Finance (イスラム金融)	7

1. Global Islamic Economy 2014–2015 Report について

イスラム経済の規模が急速に拡大している。世界のムスリム(イスラム信者)が消費する支出の総額は2014年の1.8兆ドルから2020年には1.4倍の2.6兆ドルに達すると見込まれているが、イスラム経済はイスラム金融の他にハラール(アラビア語で「許されたもの」の意)タイプの食品、観光、ファッション、医薬・化粧品等々多岐にわたっている。

これらイスラム経済に関する包括的な報告書「State of the Global Islamic Economy, 2014–2015 Report」がインターネット上に公表された(*)。報告書は昨年初めて発行され、今回が2回目である。スポンサーはドバイ首長国であり、Thomson Reuters 社及び DinarStandard 社が作成を担当している。

URL:

<http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/34>

報告書は全文298ページから成っており、イスラム経済の6つの主要分野—(1)Halal Food(ハラール食品)、(2)Islamic Finance(イスラム金融)、(3)Travel(旅行・観光業)、(4)Fashion(ファッション)、(5)Media & Recreation(メディア及び娯楽)、(6)Pharma & Cosmetics(医薬及び美容化粧品)—について分野ごとの市場規模、ビジネス動向等について解説、また専門家のコメントもある。調査の対象国はイスラム圏だけでなく、イスラム経済に対する非イスラム国の取り組みなどについても触れており、例えば旅行分野では日本についても言及している(報告書132ページ)。そして Global Islamic Economy Indicator(GIED)と呼ばれる独自の指標で世界のイスラム経済の健全性を各国別にランク付けしている。

本稿では報告書に基づいて世界のイスラム経済の規模の現状と将来の見通し、GIED による各国のランク並びに6分野それぞれの市場規模について解説を試みる。

(ムスリム市場の規模は2兆ドル、全世界の12%！)

2. 世界のイスラム経済の規模 (末尾表 1-0-01 参照)

報告書によれば2013年のイスラム金融を除くハラール食品及びライフスタイルの世界の市場規模は2兆ドルであり、これは全世界の12%を占めている。そしてこの規模は2019年には3.7兆ドルに拡大するものと見込まれている。イスラム金融を含め各分野の詳細は次項以下で述べるが、2兆ドルの分野別内訳は、(1)Halal Food(ハラール食品) 1.3兆ドル、(2)Travel(旅行・観光) 1,400億ドル、(3)Media & Recreation(メディア及び娯楽) 1,900億ドル、(4)Fashion(ファッション) 2,700億ドル、(5)Pharma & Cosmetics(医療及び美容化粧品)は医療720億ドル、化粧品460億ドルである。これにイスラム金融1.2兆ドルを加えた世界のイスラム経済全体の規模は3.2兆ドルである。

上記(1)–(5)の構成比率はハラール食品が全体の3分の2近くを占め、ついでファッションが13%、メディア及び娯楽が9%、旅行・観光が7%、医療及び化粧品が5.9%(医療3.6%、化粧品2.3%)を占めている。

2019年には世界全体のイスラム経済の規模は2013年の2.5倍の7.9兆ドルに拡大すると予測されている。各分野別ではイスラム金融の伸びが最も大きく3.4倍の4.2兆ドルに達する見込みである。ハラール食品はほぼ2倍の2.5兆ドルに膨らむと見られ、またファッションは1.8倍の4,800億ドル、旅行・観光は1.7倍の2,400億ドルに増加する。その他メディア及び娯楽、化粧品もそれぞれ3千億ドル、700億ドルでともに1.6倍伸びる見込みであり、医療は43%増加し1千億ドルを超える見込みである。

3. Global Islamic Economy Indicator(世界イスラム経済指標)によるランク (末尾表 1-0-02 参照)

本レポートは冒頭に述べた通りハラール食品、旅行・観光、イスラム金融など6つの部門について Global Islamic Economy Indicator(GIEI)と呼ぶ指標で各国のイスラム経済を評価し、それらを総合

したスコア(GI EI Score)を算出している。

(総合的なイスラム経済指標ではマレーシアがトップ！)

(1)GI EI Score(総合指標)

GI EI Score が最も高いのはマレーシアであり(スコア:111.5)である。これに続く2~7位は UAE、バハレーン、オマーン、サウジアラビア、カタール、クウェイトである。2位以下の国はいずれも GCC 加盟国である。このほか上位10カ国に入っているのはヨルダン、パキスタン、インドネシアの各国である。11位から15位まではブルネイ、スーダン、シンガポール、トルコ及びオーストラリアであるが、このうちシンガポール及びオーストラリアは非イスラム国家である。両国は周辺及び中東のイスラム諸国との間に強い経済関係を有しており、イスラム経済との親和性が高いと言えよう。

総合トップのマレーシアはハラール食品、イスラム金融、旅行・観光及び医療・化粧品の各分野でもトップのスコアであり2位の UAE を大きく引き離している。UAE はファッション分野で世界トップであり、またメディア・娯楽分野ではシンガポールのスコアが90.7と最も高く、UAE の80.4を上回っている。

(全世界の食品市場の18%を占めるハラール食品！)

(2)Halal Food (ハラール食品) (末尾表 1-0-03 参照)

2013年のハラール食品の市場規模は1.3兆ドルであるが、これは全世界の食品市場7.3兆ドルの18%を占めている。市場の規模は2019年にはほぼ2倍の2.5兆ドルに達すると見込まれている。

国別の市場規模ではインドネシアが1,900億ドルと最も大きく、ハラール食品市場全体の15%を占める。これに続くのがトルコの1,700億ドル、パキスタンの1,100億ドルでこれら3か国が1千億ドルを超えている。4位以下7位まではイラン(970億ドル)、エジプト(950億ドル)、バングラデシュ(600億ドル)、サウジアラビア(530億ドル)である。以上7か国は市場規模500億ドル以上であるが、いずれもイスラム諸国会議機構(OIC)の加盟国である。

第8位、第9位にロシア(440億ドル)及びインド(410億ドル)が並んでいる。両国はイスラム国家ではないが、国内に多くのイスラム教徒を抱えている¹。欧米諸国では米国がトップの130億ドルであり、またムスリム移民の多いフランス、ドイツもそれぞれ120億ドル及び100億ドルの規模である。

食品のうち食肉の貿易額で見ると、輸入ではサウジアラビアが27億ドルと最も多く、UAE(15億ドル)、エジプト(13億ドル)であり、10億ドル未満5億ドル以上の食肉を輸入している国はマレーシア、イラク、ヨルダン、カタール、インドネシア、クウェイト、リビアなどである。一方輸出ではブラジルが最大の輸出国(47億ドル)であり、これに続くのがインド(21億ドル)、オーストラリア(16億ドル)、米国(12億ドル)、フランス(8億ドル)の各国である。

またレポートではハラール食品に関連した代表的な企業としてマレーシアの Marrybrown 社、ブラ

ジルの BRF Brazil 社, UAE の Al Ilsami 社、米国の Safron Road 社の名をあげている。

(年率 9%で高成長するハラール旅行、2019 年には 2,400 億ドルに！)

(3) Halal Travel (旅行・観光) (末尾表 1-0-04 参照)

2013年のムスリムによる旅行・観光支出(Muslim Tourism Expenditure Source Countries、以下ハラール旅行)は世界全体で1,400億ドルである。旅行・観光全般の支出総額は1.2兆ドルであり、ハラール旅行の占める割合は12%である。ハラール旅行は今後年率9%の高度成長を続け、2019年の市場規模は2,380億ドルになると予測される。

国別の支出額ではサウジアラビアが最も多い178億ドルでムスリム旅行全体の13%を占めている。これに続くのがイラン(143億ドル)、UAE(112億ドル)であり以上3か国が100億ドルを超えている。4位から6位にはカタール、クウェイト、インドネシアが70億ドル台で並んでいる。人口の多い中流国と豊かな湾岸産油国が上位を占めていることがわかる。

これらイスラム国の他に国内に多くのムスリムを抱えたロシア(54億ドル)、ドイツ(36億ドル)、英国(24億ドル)、フランス(23億ドル)などの非イスラム国が支出上位20カ国に入っている。

旅行の目的先として最も人気があるのはフランスであり入国者数は8,300万人である。その他米国(同6,980万人)、スペイン(同6,070万人)、中国(5,570万人)、イタリア(4,770万人)などの人気が高い。イスラム諸国会議機構(OIC)の国々ではトルコへの訪問者が3,780万人と最も多く、次いでマレーシア(2,570万人)、サウジアラビア(1,320万人)と続いている。サウジアラビアへの訪問者が多いのはマッカ、マディナ巡礼(ハジ及びウムラ)のためである。

なお本項では日本が取り上げられており(レポート P132)、観光当局や商工会議所が旅行・観光業界向けのセミナーを行っている他、主要な国際空港には祈祷室(プレイ・ルーム)があり、またムスリム旅行者向けのハラール食堂案内等が用意されていると紹介している。さらにインドネシア、マレーシア他東南アジア3か国からの来訪者に対しビザ手続きを簡略化していることも明記されている。

この分野の代表的な企業として Shaza Hotel(GCC)、Marriot International、インドネシアの Sofyan 社及びウェブサイト HalalBooking.com が紹介されている。

(イスラム・ファッションの輸出にも強い中国！)

(4) Modest Fashion (イスラム・ファッション)

ムスリム女性(ムスリマ)のファッションは欧米の華美で奇をてらったファッションと異なり、素肌を人目に晒さないことを良しとするイスラムの戒律に従い全身をゆったりと覆い、一見地味で大人しいものが多い。最近の都会の若いムスリマは欧米流ファッションを好む者も多いが、伝統的なイスラム様式のファッション、いわゆる Modest Fashion を好む女性も少なくない。そのような女性たちはイスラムの教えに沿い、それでいてセンスを重視した新しい感覚のファッションを求めており、イスラム流

ファッションの市場は急速に広まっている。

報告書によれば2013年のイスラム・ファッションの市場規模は2,660億ドルであり、全世界のファッション市場2.2兆ドルの12%である。この市場は2019年には1.8倍の4,840億ドルに拡大し、年間の平均増加率は11%と見込まれている。

これをファッション製品の国別市場規模で見ると(末尾表 1-0-05 参照)、最も大きいのはトルコで同国の市場規模は393億ドルである。これに次いで大きいのはUAEの225億ドル、インドネシア188億ドル、イラン171億ドル、サウジアラビア160億ドルと続いている。人口あるいは所得水準が中程度以上のトルコ、インドネシア、イラン、サウジアラビアの市場規模が大きいのは当然であるが、これら4カ国に比べて人口が圧倒的に少ないUAEの市場規模が大きいのは、ドバイが地域の流通の拠点であり、観光客も多いことがファッションの需要につながっていると考えられる。

OIC(イスラム諸国会議機構)諸国へのファッション製品の主要な輸出国の中で輸出額が最も大きいのは中国である。同国の輸出額は270億ドル余であり、第2位のインドの33億ドルを大きく上回っている。第3位以下はトルコ(20億ドル)、イタリア(15億ドル)、フランス(10億ドル)であり、世界のファッション先進国であるイタリア、フランスがイスラム向けファッション製品輸出でも大きな存在感を示している。

レポートではファッション関連の著名な企業としてトルコの Zuhre Pardesu、ヨルダンの Shukr、英国の Islamic Design House、米国の Artizara の名前を挙げている。

(トルコを除きメディア・娯楽に弱いイスラム諸国、幅を利かす欧米諸国！)

(5) Halal Media & Recreation (メディア・娯楽)

イスラム諸国の多くは開発途上国であり、また強権的な独裁政権が少なくない。「アラブの春」によりいくつかの独裁政権が倒れたが西欧型民主主義が根付いたとは言えない状況である。さらに宗教一般に見られる禁欲的な教えはイスラム社会では特に色濃く表れている。これら二つの理由によりイスラム諸国ではメディア及び娯楽の発達がかなり遅れていると言って良いであろう。

メディア・娯楽分野における全世界の市場規模3.6兆ドルに対してイスラム諸国のそれは1,850億ドルであり、世界に占める比率は5%にとどまっている。ハラール食品の18%(第2項参照)、旅行・観光業の12%(第3項参照)に比べて比率が低い。

しかし情報通信技術が発達しインターネットが一般市民の中に深く入り込んだ現代社会はイスラム諸国においても為政者の恣意的な判断で抑え込むことは不可能な時代になっている。このため今後メディア・娯楽部門においても成長が見込まれ、報告書では2019年の市場規模を3,000億ドルと推定している。

ムスリム向けのメディア・娯楽市場規模(末尾表 1-0-06 参照)が世界で最も大きいのはトルコの3

00億ドル強であり、全市場規模1,850億ドルに占める割合は16%である。これに次ぐのはインドネシアの94億ドルであるが、第3位には米国(92億ドル)がランクされている。そして第4位のイラン(91億ドル)に続く5位から7位にはフランス(91億ドル)、英国(87億ドル)、ドイツ(85億ドル)の西ヨーロッパ諸国が並んでいる。これら3カ国にはムスリムの移住者が多くメディア・娯楽に対する需要があるが、それ以上に中東北アフリカに住むムスリム向けのメディア・娯楽のコンテンツビジネスが盛んなためであろう。

8位は国内にムスリムの多いロシア(82億ドル)であり、9位以下にはサウジアラビア(81億ドル)、エジプト(66億ドル)、UAE(44億ドル)、マレーシア(36億ドル)、カザフスタン(32億ドル)、モロッコ(32億ドル)等の OIC 諸国が顔を並べている。エジプトはかつてアラブ諸国のメディアの中心であり、また映画あるいは TV ドラマでアラブ諸国をリードしていたが、インターネット、U-チューブ等の急速な進展に乗り遅れメディア・娯楽産業のリーダーシップを失ったように見受けられる。

なおレポートではこの分野における著名な企業として、英国の Awakening Records、フランスの Al-Kanz 及びシンガポールの Muslim Pro app を挙げている。

(医薬・化粧品分野では圧倒的に輸出競争力が高い西欧諸国！)

(6) Halal Pharma & Cosmetics (医薬・化粧品)

(6-1) ハラル医薬品

2013年のハラル医薬品の市場規模は全体で720億ドルと推定され、世界の医薬品市場1.1兆ドルの6.6%である。ハラル医薬品は今後年率6%で伸びるとみられ、2019年の市場は1,030億ドルに達する見込みである。

2013年の市場を各国別に見ると(末尾表 1-0-07 参照)、最大の市場はトルコの89億ドルである。これに続くのがサウジアラビアの59億ドル、インドネシア49億ドルでトルコの6割前後である。4位はアルジェリア(34億ドル)であり、5位から10位までのロシア(29億ドル)、イラン(25億ドル)、フランス(24億ドル)、エジプト(23億ドル)、米国(22億ドル)、ドイツ(22億ドル)は20億ドル台である。

一方 OIC 諸国への主要な輸出国とその金額はトップがフランスの47億ドル、2位はスイスの44億ドル、3位ドイツ40億ドル、4位ベルギー34億ドル、5位英国18億ドルと上位5か国は西ヨーロッパ諸国である。その他10位までを見てもインド(17億ドル)、オランダ(13億ドル)、デンマーク(10億ドル)、米国(10億ドル)、イタリア(8億ドル)と10か国中9か国は欧米諸国で占められ非西欧国はインドのみである。

(6-2) ハラル化粧品

2013年のハラル化粧品の市場規模は460億ドルであり、世界全体の市場6,800億ドルの6.8%を占めている。この市場は2019年には730億ドルに拡大すると見込まれ、この間の年間増加率は8%である。

各国別の市場規模(末尾表 1-0-08 参照)では最も大きい国が UAE の49億ドルであり、以下トルコ(44億ドル)、インド(35億ドル)、ロシア(34億ドル)、インドネシア(34億ドル)と続いている。人口がはるかに少ないUAEの市場がトルコ、インド等よりも大きいのは、同国が豊かな産油国であることに加え、ドバイが世界的なハブ空港として旅行客相手の免税化粧品の売り上げが多いためと考えられる。

上位15カ国の中にはフランス(17億ドル)、ドイツ(15億ドル)、英国(12億ドル)、イタリア(8億ドル)等の西ヨーロッパ諸国に加え米国(8億ドル)、カナダ(6億ドル)及び中国(6億ドル)の各国が顔を出している。

一方化粧品の輸出国としてはフランスがトップであり輸出額は166億ドルに達し、ドイツ(112億ドル)あるいは米国(111億ドル)を大きく引き離している。その他上位10カ国にはアイルランド、英国、シンガポール、イタリア、スペイン、中国、オランダが挙げられ、それぞれ80~30億ドルの輸出を行っている。医薬品同様欧米諸国が高い競争力を有していることがわかる。

(まだまだ小さいイスラム金融、資産規模では全世界の銀行の 0.96% !)

(7) Islamic Finance (イスラム金融) (末尾表 1-0-09 参照)

イスラム金融は近年世界的に注目を浴び急速に発展していると言われる。2013年のイスラム金融機関の資産規模は1.2兆ドルであり、楽観的なシナリオに従えば2014年には4.2兆ドルに達すると推定されている。但しこれを世界規模で比較した場合、2013年の全世界の金融機関の資産規模は127兆ドルでありイスラム金融の占める割合は1%に満たず0.96%にすぎない。楽観シナリオでは2014年に3.2%に達するが、それでもイスラム圏の人口あるいは GDP 規模から見ても決して高いとは言えない。

2013年のイスラム金融の市場規模は上位15カ国で合計1.6兆ドルである。15カ国の中で最も大きいのはマレーシアの4,230億ドルであり、全体の4分の1を占める。次いで大きいのはサウジアラビアの3,380億ドルで、両国を合わせると世界のイスラム金融のほぼ半分に達する。

この2か国に続き3位から7位にはイラン(3,230億ドル)、UAE(1,400億ドル)、クウェイト(920億ドル)、カタール(810億ドル)、バハレーン(650億ドル)と続いているが、いずれも湾岸産油国である。8位以下14位まではトルコ、インドネシア、バングラデシュ、パキスタン、エジプト、スーダン、ヨルダンの各国であり、15位には金融大国のスイスが入っている。

ちなみにレポートでは著名なイスラム金融機関としてサウジアラビアの Al Rajhi Bank、クウェイトの Kuwait Finance House(KFH)、エジプトの Shekra 及び英国の WafaaLend 社の名が挙げられている。

以上

本稿に関するコメント、ご意見をお聞かせください。

前田 高行

〒183-0027 東京都府中市本町 2-31-13-601

Tel/Fax; 042-360-1284, 携帯; 090-9157-3642

E-mail; maeda1@jcom.home.ne.jp

世界のイスラム経済の規模

(単位10億ドル)

	分野	2013 年	2019 年	増加率	構成比 (2013 年)	構成比 (2019 年)
1	ハラール食品	1,292	2,536	96.3%	64.6%	67.9%
2	旅行・観光	140	238	70.0%	7.0%	6.4%
3	メディア・レクリエーション	185	301	62.7%	9.2%	8.1%
4	ファッション	266	484	82.0%	13.3%	13.0%
5	(医療・化粧品)					
5-1	医療	72	103	43.1%	3.6%	2.8%
5-2	化粧品	46	73	58.7%	2.3%	2.0%
—	(小計)	<u>2,001</u>	<u>3,735</u>	<u>86.7%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>
6	イスラム金融	1,214	4,178	244.2%		
—	合計	<u>3,215</u>	<u>7,913</u>	<u>146.1%</u>		

Source:State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

世界主要国の Global Islamic Economy Indicator (GIEI)

国名	総合指標	Halal Food	Travel	Fashion	Media & Recreation	Pharma & Cosmetics	Islamic Finance
		ハラール食品	旅行・観光	ファッション	メディア・レク	医療・化粧品	イスラム金融
マレーシア	111.5	81.4	101.4	20.5	52.7	57.4	162.2
UAE	71.6	70.5	65.0	29.7	80.4	46.9	80.9
バハレーン	64.8	46.0	47.8	11.0	43.9	37.2	94.7
オマーン	50.0	56.0	31.8	12.6	36.6	38.2	55.6
サウジアラビア	46.6	54.3	36.3	13.4	33.9	40.6	48.7
カタール	44.3	56.5	41.3	10.3	42.4	32.6	41.6
クウェイト	42.4	50.0	28.5	10.2	37.1	28.8	44.6
ヨルダン	41.3	54.6	43.3	15.1	26.8	43.9	36.1
パキスタン	36.8	43.5	22.3	19.8	10.4	50.9	37.7
インドネシア	33.8	36.3	35.5	19.4	9.1	41.3	36.1
ブルネイ	33.3	41.1	29.0	6.4	36.2	43.5	30.8
スーダン	32.3	40.4	19.8	12.3	11.0	30.4	32.8
シンガポール	32.2	46.0	56.2	24.5	90.7	53.0	12.0
トルコ	30.4	44.5	49.7	27.6	30.8	31.7	17.5
オーストラリア	27.5	56.7	23.2	12.8	40.5	21.3	6.0

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

各国の Halal 食品の市場規模(2013 年)

順位	国名	10 億ドル	構成比	
1	インドネシア	190.4	14.7%	
2	トルコ	168.5	13.0%	
3	パキスタン	108.4	8.4%	
4	イラン	97.0	7.5%	
5	エジプト	94.8	7.3%	
6	バングラデシュ	59.9	4.6%	
7	サウジアラビア	52.7	4.1%	
8	ロシア	43.7	3.4%	
9	インド	41.1	3.2%	
10	ナイジェリア	37.7	2.9%	
11	イラク	35.4	2.7%	
12	アルジェリア	35.4	2.7%	
13	スーダン	27.0	2.1%	
14	モロッコ	24.5	1.9%	
15	UAE	21.3	1.6%	
16	マレーシア	16.6	1.3%	
17	カザフスタン	14.5	1.1%	
18	米国	12.8	1.0%	
19	アゼルバイジャン	12.5	1.0%	
20	フランス	11.9	0.9%	
21	イエメン	11.5	0.9%	
22	中国	10.1	0.8%	
23	ドイツ	9.9	0.8%	
24	クウェイト	8.7	0.7%	
25	チュニジア	8.4	0.7%	
	その他	137.3	10.6%	
	合計	1,292.0	100.0%	17.7%
	(全世界)	7,302.0		100.0%

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

各国のハラール観光支出(2013年)
(Muslim Tourism Expenditure Source Countries)

順位	国名	10 億ドル	構成比	
1	サウジアラビア	17.8	12.7%	
2	イラン	14.3	10.2%	
3	UAE	11.2	8.0%	
4	カタール	7.8	5.6%	
5	クウェイト	7.7	5.5%	
6	インドネシア	7.5	5.4%	
7	マレーシア	5.7	4.1%	
8	ロシア	5.4	3.9%	
9	トルコ	4.5	3.2%	
10	ナイジェリア	4.4	3.1%	
11	ドイツ	3.6	2.6%	
12	エジプト	2.8	2.0%	
13	アゼルバイジャン	2.4	1.7%	
14	英国	2.4	1.7%	
15	シンガポール	2.3	1.6%	
16	フランス	2.3	1.6%	
17	イラク	2.2	1.6%	
18	米国	2.0	1.4%	
19	モロッコ	2.0	1.4%	
20	レバノン	1.9	1.4%	
	その他	29.8	21.3%	
	合計	140.0	100.0%	11.6%
	(全世界)	1,212.0		100.0%

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

ムスリム信者用衣料品の市場規模及び OIC 諸国への主要輸出国**Top Muslim Clothing Consumption Markets**

(ムスリム信者用衣料品の市場規模)

	国名	10 億ドル
1	トルコ	39.3
2	UAE	22.5
3	インドネシア	18.8
4	イラン	17.1
5	サウジアラビア	16.0
6	ナイジェリア	14.4
7	エジプト	13.7
8	ロシア	13.1
9	パキスタン	11.4
10	インド	10.3
11	バングラデシュ	7.0
12	イラク	6.9
13	米国	6.7
14	クウェイト	4.4
15	ドイツ	4.2

Top Countries: Clothing Exports to OIC Countries

(OIC 諸国への主要輸出国)

	国名	10 億ドル
1	中国	27,085
2	インド	3,315
3	トルコ	1,960
4	イタリア	1,491
5	フランス	1,005
6	UAE	987
7	英国	611
8	シンガポール	583
9	ドイツ	459
10	インドネシア	413
11	シリア	340
12	米国	266
13	タイ	246
14	エジプト	184
15	パキスタン	161

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

ハラールメディア・娯楽の市場規模(2013年)
 (Musulim Media & Recreation Markets)

順位	国名	10億ドル	構成比	
1	トルコ	30.27	16.4%	
2	インドネシア	9.37	5.1%	
3	米国	9.15	4.9%	
4	イラン	9.14	4.9%	
5	フランス	9.08	4.9%	
6	英国	8.72	4.7%	
7	ドイツ	8.51	4.6%	
8	ロシア	8.19	4.4%	
9	サウジアラビア	8.13	4.4%	
10	エジプト	6.58	3.6%	
11	UAE	4.42	2.4%	
12	マレーシア	3.64	2.0%	
13	カザフスタン	3.22	1.7%	
14	モロッコ	3.17	1.7%	
15	カナダ	2.91	1.6%	
	その他	60.50	32.7%	
	合計	185.00	100.0%	5.2%
	(全世界)	3,567.0		100.0%

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

ハラール医薬品の国別消費額及び OIC 諸国への主要輸出国**Top Muslim Pharmaceuticals Consumption Markets**

(主要国のハラール医薬品市場規模)

	国名	10 億ドル
1	トルコ	8.88
2	サウジアラビア	5.89
3	インドネシア	4.88
4	アルジェリア	3.37
5	ロシア	2.89
6	イラン	2.45
7	フランス	2.42
8	エジプト	2.28
9	米国	2.20
10	ドイツ	2.17
11	パキスタン	1.99
12	バングラデシュ	1.61
13	インド	1.57
14	UAE	1.45
15	英国	1.40

Top Countries: Pharmaceutical Exports to OIC**Countries**

(OIC 諸国への主要輸出国)

	国名	10 億ドル
1	フランス	4.68
2	スイス	4.38
3	ドイツ	3.99
4	ベルギー	3.40
5	英国	1.82
6	インド	1.68
7	オランダ	1.26
8	デンマーク	1.03
9	米国	0.99
10	イタリア	0.80

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

ハラール化粧品の国別消費額及び世界の化粧品主要輸出国**Top Muslim Personal Care / Cosmetic Expenditure**

(主要国のハラール化粧品市場規模)

	国名	10 億ドル
1	UAE	4.9
2	トルコ	4.4
3	インド	3.5
4	ロシア	3.4
5	インドネシア	3.4
6	マレーシア	2.6
7	フランス	1.7
8	ドイツ	1.5
9	英国	1.2
10	エジプト	1.0
11	サウジアラビア	1.0
12	米国	0.8
13	イタリア	0.8
14	中国	0.6
15	カナダ	0.6

Top Countries: Personal Care/Cosmetics Exports Globally (Not Just OIC)

(化粧品の主要輸出国)

	国名	10 億ドル
1	フランス	16.64
2	ドイツ	11.17
3	米国	11.05
4	アイルランド	8.21
5	英国	6.13
6	シンガポール	4.51
7	イタリア	4.38
8	スペイン	4.04
9	中国	3.62
10	オランダ	3.31

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

イスラム金融の市場規模(2013年)
(Islamic Finance)

順位	国名	10億ドル	構成比
1	マレーシア	423	26.2%
2	サウジアラビア	338	20.9%
3	イラン	323	20.0%
4	UAE	140	8.7%
5	クウェイト	92	5.7%
6	カタール	81	5.0%
7	バハレーン	65	4.0%
8	トルコ	51	3.2%
9	インドネシア	36	2.2%
10	バングラデシュ	19	1.2%
11	パキスタン	15	0.9%
12	エジプト	12	0.7%
13	スーダン	8	0.5%
14	ヨルダン	7	0.4%
15	スイス	7	0.4%
	合計	1,617	100.0%

商業銀行の資産規模の比較

イスラム金融機関	1,214	0.96%
全世界	127,000	100.00%

Source: State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report by Thomson Reuters

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf

¹ 参考資料「世界のムスリム人口統計(Pew Research Center レポート)まとめ」参照。
<http://members3.jcom.home.ne.jp/3632asdm/0339WorldMuslimPopulation2015.pdf>