

(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:0489

(注)本稿は 2019 年 12 月 11 日から 23 日まで 6 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。

掲載日:2019.12.24

前田 高行

## 2024 年のイスラム経済規模は7兆ドル—Global Islamic Economy Report 2019/20 の概要

目次	頁
1. Global Islamic Economy Report 2019/20 について	1
2. 世界のイスラム経済の規模	2
3. 2018年のイスラム金融の国別資産額	2
4. イスラム・ライフスタイル別市場の規模	3
4-1 ハラール食品 (Halal Food)	3
4-2 アパレル用品 (Modest Fashion)	4
4-3 メディア・娯楽 (Halal Media and Recreation)	5
4-4 旅行・観光 (Halal Travel)	6
4-5 医療 (Halal Pharmaceuticals)	6
4-6 化粧品 (Halal Cosmetics)	7

### 1. Global Islamic Economy Report 2019/20 について

イスラム経済の規模が急速に拡大している。イスラム経済はイスラム金融の他にムスリム(イスラム教徒)向けハラール食品(ハラールとはアラビア語で「許されたもの」の意)、旅行・観光、アパレル、メディア・娯楽、医薬品、化粧品等々多岐にわたっている。これらムスリム向け商品あるいはサービスの支出総額は2018年の2.2兆ドルから2024年には1.5倍の3.2兆ドルに達すると見込まれている。またイスラム金融も同期間中に2.5兆ドルから3.5兆ドルに増加すると見込まれ、両者を合わせたイスラム経済の規模は2018年の4.7兆ドルが2024年には1.4倍の6.7兆ドルに拡大する見通しである。

これらイスラム経済に関する包括的な報告書が2013年から毎年発表されている。今回は7回目であり「The State of the Global Islamic Economy Report 2019/20」がインターネット上に公表された(\*)。報告書は Thomson Reuters 通信社及び DinarStandard 社が編集を担当し、ドバイ首長国がスポンサーとなっている。

URL: <https://ceif.iba.edu.pk/pdf/state-of-global-islamic-economy-report-2019-20.pdf>

報告書は全文178ページから成っており、イスラム経済の7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)Muslim-Friendly Travel (旅行・観光)、(4)Modest Fashion(アパレル)、(5)Halal Pharmaceuticals (ハラール医薬品)、(6)Halal Cosmetics (ハラール化粧品)、(7)Halal Media and Recreation (メディア・娯楽)—について分野ごとの市場規模、ビジネス動向等が解説されており、また専門家によるコメントもある。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いる。

本稿では報告書に基づいて世界のイスラム経済全体の規模の現状と将来の見通し並びに7つの分野それぞれの市場規模について概要を紹介するものである。

(2018年のイスラム経済規模は4.7兆ドル、2024年には6.7兆ドルに拡大！)

## 2. 世界のイスラム経済の規模(末尾表 1-0-01 参照)

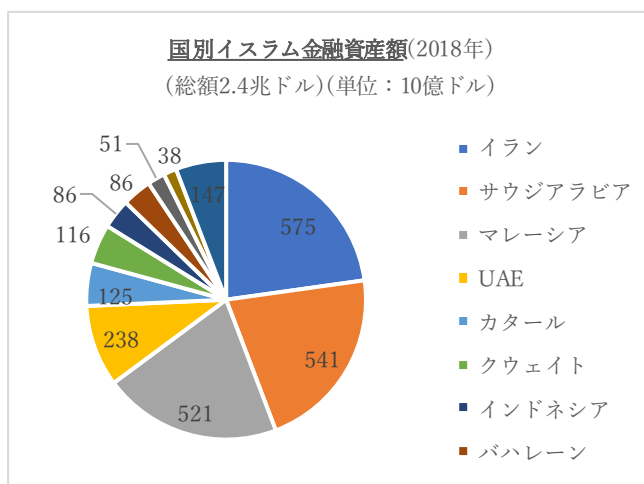
報告書ではイスラム経済をイスラム金融とハラール食品などライフスタイル6分野に大別し、それぞれについて2018年の実績値と2024年の見込み額を示している。イスラム金融の2018年の規模は2兆5,240億ドルとされ、2024年には38%増の3,472億ドルと見込んでいる。年間平均増加率は6.3%になる。

ライフスタイル6分野の支出総額は2018年が2兆2,2170億ドル、2024年が3兆1,860億ドルであり、増加率は44%(年間平均7.3%)である。両者を合計したイスラム経済全体の規模は、2018年が4.7兆ドル、2024年は6.7兆ドルとされ、この間の増加率は40%、年間平均では6.7%である。

全体に占めるイスラム金融とライフスタイル6分野の比率は、2018年は53%対47%であり、2024年には52%対48%と、ライフスタイル分野の比率が若干上昇する見通しである。

(イラン、サウジアラビア、マレーシアがイスラム金融の3大国！)

## 3. 2018年のイスラム金融の国別資産額



2018年のイスラム金融の規模は2兆5,240億ドルである。これを国別に見ると、もっとも大きいのはイランの5,750億ドルであり、これに続くのがサウジアラビア(5,410億ドル)、マレーシア(5,210億ドル)である。これら3か国が5千億ドル台で並び、その他の国々を圧倒している。

これら3か国に次ぐのが UAE の2,380億ドルで、カタール、クウェイトが100億ドル台で5位および6位につけている。そし

て7位以下10位まではインドネシア、バハレーン、トルコ及びバングラデシュの各国である。

(市場全体の6割強を占めるハラール食品！)

#### 4. イスラム・ライフスタイル別市場の規模

報告書ではイスラム市場経済について下記の6分野を分析している。

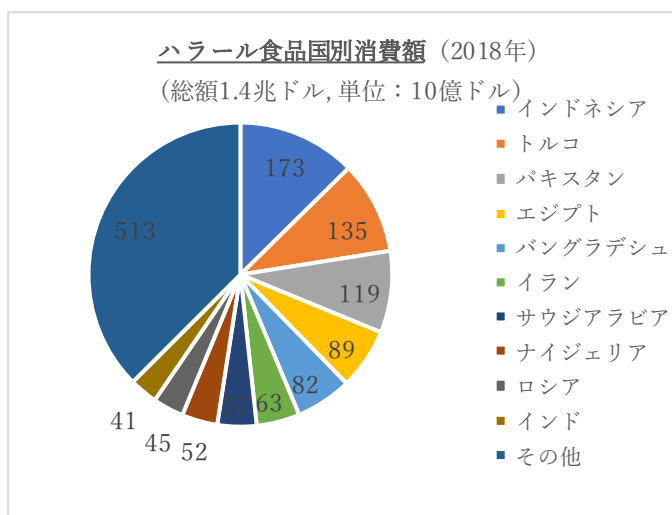
- ・ ハラール食品 (Halal Food)
- ・ アパレル用品 (Modest Fashion)
- ・ メディア・娯楽 (Halal Media and Recreation)
- ・ 旅行・観光 (Halal Travel)
- ・ 医療 (Halal Pharmaceuticals)
- ・ 化粧品 (Halal Cosmetics)

2018年のこれら6分野全体の市場規模は2兆2,170億ドルであり、6年後の2024年には4%増の3兆1,860億ドルになると見込まれている。年間平均7.3%の成長率である。2018年の分野別内訳を見ると、ハラール食品が1兆3,690億ドルと全体の62%を占め最も大きい。これに次ぐのがアパレル用品(2,830億ドル)、メディア・娯楽(2,200億ドル)及び旅行・観光(1,890億ドル)の3分野が2千億ドル前後であり、それぞれ市場の10%前後を占めている。医療及び化粧品の市場規模は各々920億ドルおよび640億ドルである。

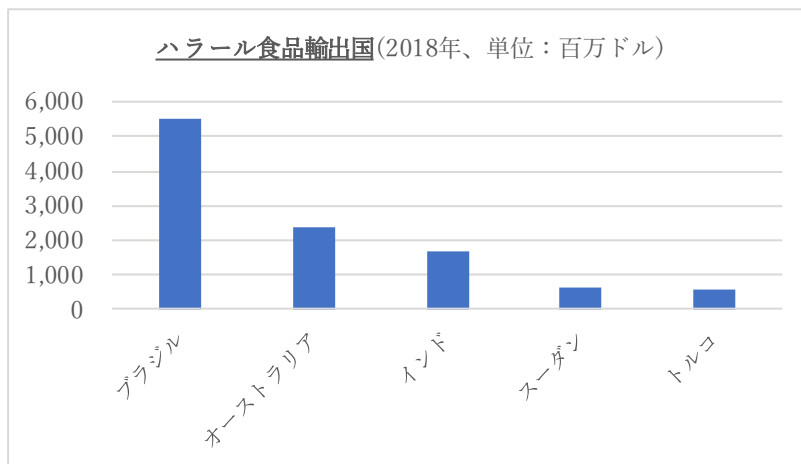
各分野はいずれも2024年までに4~5割程度成長すると見込まれ、同年の市場規模は、(1)ハラール食品(1兆9,720億ドル)、(2)アパレル用品(4,020億ドル)、(3)メディア・娯楽(3,090億ドル)、(4)旅行・観光(2,740億ドル)、(5)医療(1,340億ドル)及び(6)化粧品(950億ドル)であり、化粧品分野以外は市場規模が1千億ドルを超える見通しである。

(インドネシアが最大の消費国、輸出額ではブラジルの55億ドルがトップ！)

##### 4-1 ハラール食品 (Halal Food)



2018年のハラール食品の全世界の市場規模は1兆3,690億ドルである。国別に見ると消費額が最も大きいのはインドネシアの1,730億ドルであり、世界全体に占める割合は12.6%である。これに次ぐ第2位はトルコ(1,350億ドル、9.9%)、第3位はパキスタンの1,190億ドル(8.7%)である。以上3か国がハラール食品の年間消費額が1千億ドルを超えている。



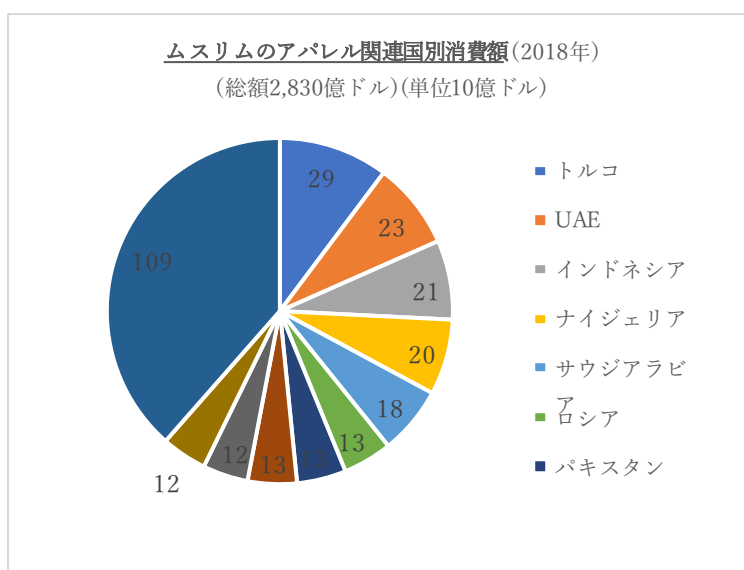
4位以下はエジプト(890億ドル)、5位バングラデシュ(820億ドル)、6位イラン(630億ドル)であるが、これら各国はインドネシアの2.7億人を筆頭に人口が1億人を超えており、イランも8千万人を超えていずれも人口大国である<sup>1)</sup>。

一方、ハラール食品の輸出額ではブラジルが55億ドルで最も多い。これに次ぐのがオーストラリア(24億ドル)、3位から5位にはインド(17億ドル)、スーダン(6.2億ドル)、トルコ(5.5億ドル)の各国が挙げられている。

(イタリアがムスリム用ファッション製品輸出で世界4位！)

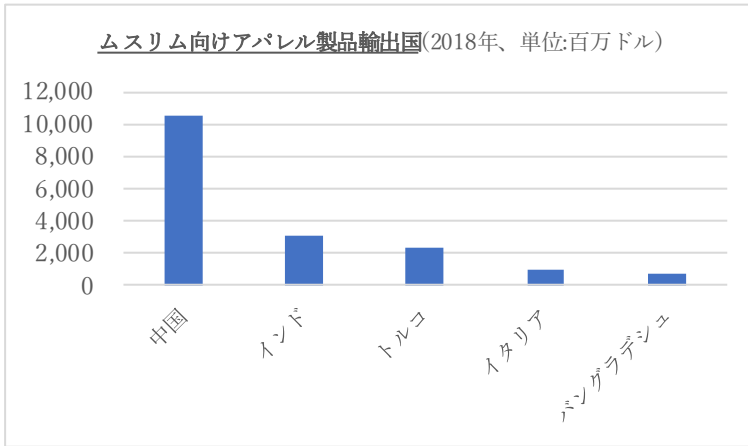
#### 4-2 アパレル用品 (Modest Fashion)

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 を好む女性が少なくない。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。



2018年のムスリム用アパレル・ファッション製品の全世界市場規模は2,830億ドルであり、国別に見ると消費額が最も大きいのはトルコの290億ドルであり、世界全体に占める割合は10.2%である。これに次ぐ第2位はUAE(230億ドル)、第3位はインドネシア(210億ドル)、第4位ナイジェリア(200億ドル)である。UAEは人口が970万人で、しかもその大半が出稼ぎ外国人労働者であり、アパレル・ファッション製品の国内

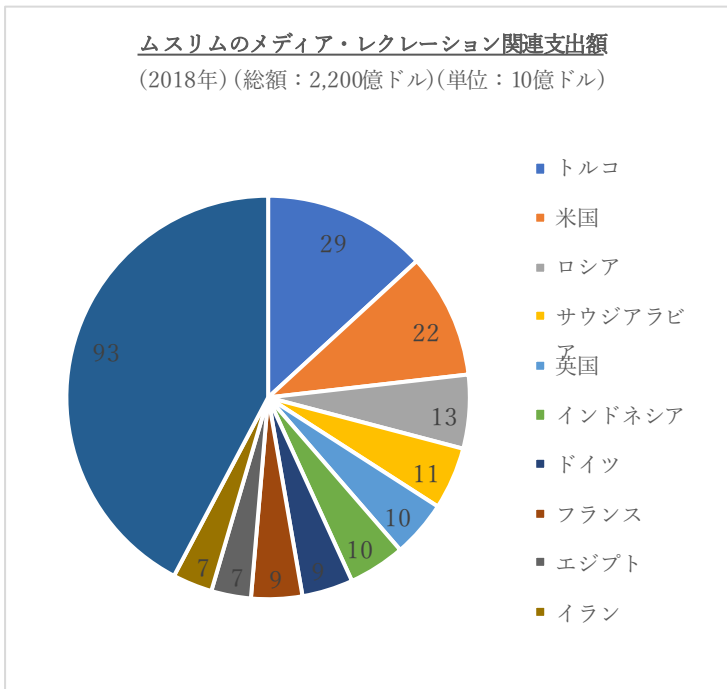
市場は小さいが、ドバイを中継する三国貿易が極めて大きいのが特徴である。5位以下10位までにはサウジアラビア、ロシア、パキスタン、インド、イラン、エジプトの各国が名を連ねている。



2018年のムスリム向けアパレル製品の輸出は中国が106億ドルと最も多く、2位インドの31億ドルを3倍以上引き離している。その他輸出額が多い上位5か国はトルコ(23億ドル)、イタリア(9.6億ドル)、バングラデシュ(7.3億ドル)で、ファッション先進国のイタリアがムスリム向けでも存在感を示している。

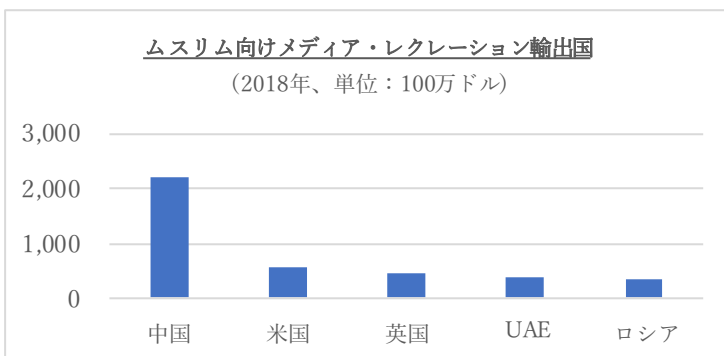
(米国、ロシア、英国など非イスラム国が上位に！)

#### 4-3 メディア・娯楽 (Halal Media and Recreation)



ムスリム向けメディア・娯楽の支出額は2018年に世界全体で2,200億ドルに達している。最も多かったのはトルコの290億ドルであり、ついで米国220億ドル、ロシア130億ドル、サウジアラビア110億ドル、英国とインドネシアが100億ドルで続いている。世界10位までに入っている国はこれら6か国のほか、ドイツ、フランス、エジプト及びイランである。メディア・娯楽分野で特徴的なのは、米英独仏及びロシアの非イスラム国が上位に並んでいることである。欧米諸国はメディアの技術あるいは娯楽ソフトウェアの蓄積があるため、国内に居住するムスリムに対するサービス網が発達していることが大きな要因であろう。

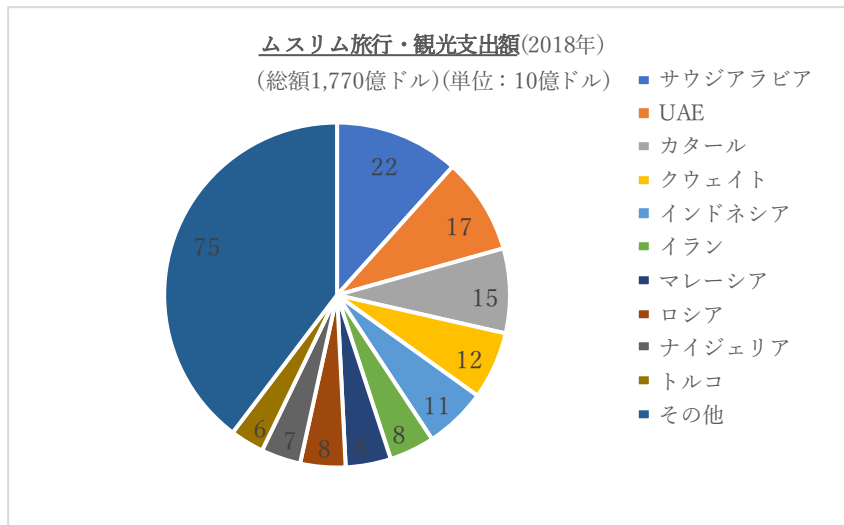
メディアの蓄積があるため、国内に居住するムスリムに対するサービス網が発達していることが大きな要因であろう。



これは輸出額についても同様の傾向であり、ムスリム向けメディア・娯楽の輸出額は中国が22億ドルと際立って多く、米国および英国が56億ドル、45億ドルで続いている。4位はUAEの38億ドル、5位はロシアの36億ドルである。

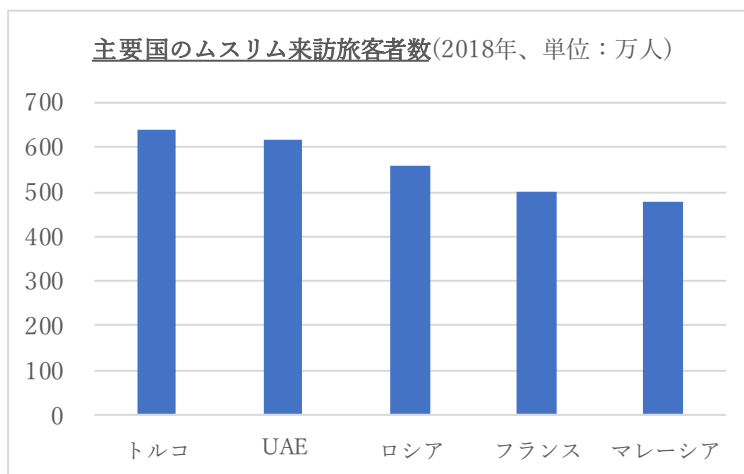
(GCC 諸国が上位に並ぶ！)

#### 4-4 旅行・観光 (Halal Travel)



旅行・観光分野ではサウジアラビアが最大の支出国であり、2018年の支出額は220億ドルであった。2位以下は UAE(170億ドル)、3位カタール(150億ドル)、4位クウェイト(120億ドル)と GCC 産油国が上位を独占している。5位のインドネシアの支出額は110億ドルで、以上5か国が年間支

出額100億ドル以上の国々である。6位から10位までには、イラン、マレーシア、ロシア、ナイジェリア及びトルコが入っている。



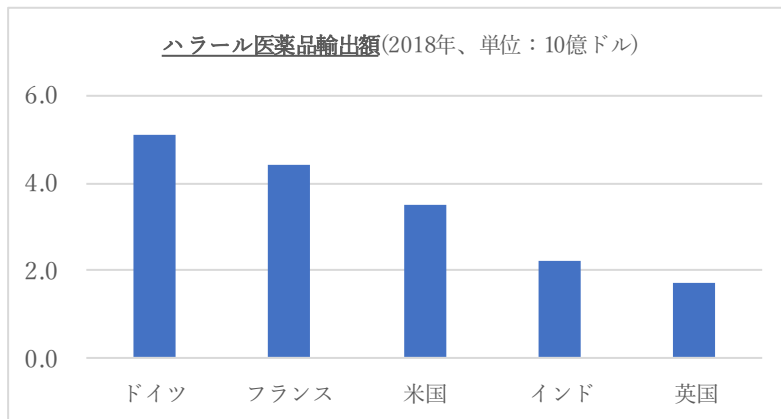
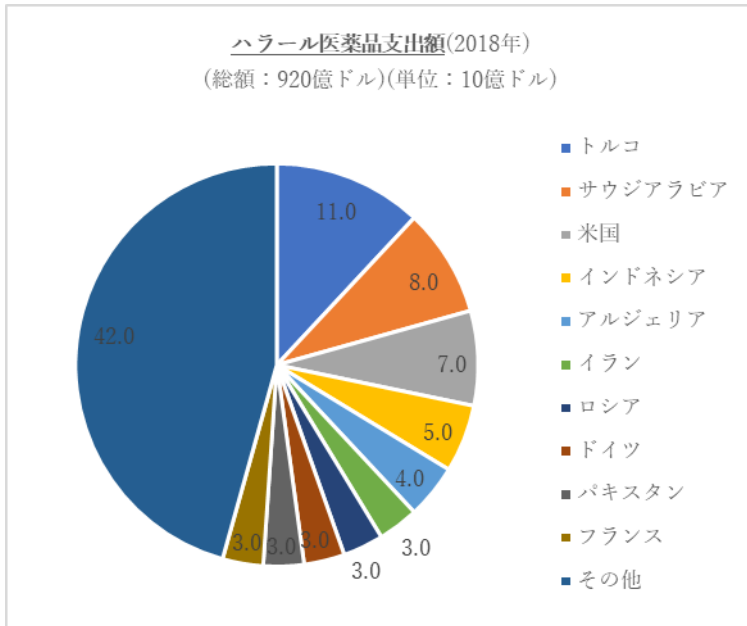
一方ムスリムの旅行先のトップはトルコで年間640万人が訪れており、2位は UAE の620万人である。両国はトルコが歴史的な観光資産を多く抱えており、UAE のドバイは近代的な娯楽観光施設を有するいずれもイスラム国家であり、ムスリム旅行者にとって親近感があることが人気の秘密であろう。3位から5位まではロシア(560万人)、フランス(500万人)、

マレーシア(480万人)である。ロシアとマレーシアはハラールが浸透しており、トルコなどと同様ムスリムに優しい旅行環境である。フランスは宗教、民族に関係なく世界中から観光客が集まる観光立国である。

(ムスリム向け医薬品輸出は欧米が独占！)

#### 4-5 医療 (Halal Pharmaceuticals)

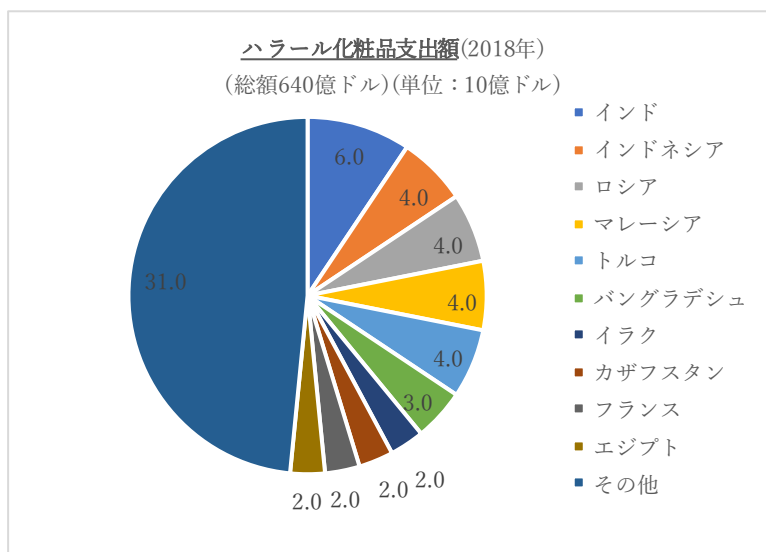
2018年の全世界のハラール医薬品支出総額は920億ドルであったが、国別ではトルコが110億ドルと最も多い。これに次ぐのがサウジアラビアの80億ドル、米国70億ドル、インドネシア50億ドル、アルジェリア40億ドルと続いている。イラン、ロシア、ドイツ、パキスタン及びフランスの支出額はいずれも30億ドルである。



これに対してハラール医薬品の輸出額はドイツが51億ドルと最も多く、2位はフランスの44億ドル、3位米国35億ドルである。4位はインド、5位英国でありハラール医薬品の輸出は欧米諸国がほぼ独占している。

(今後の成長率が最も高い化粧品！)

#### 4-6 化粧品 (Halal Cosmetics)

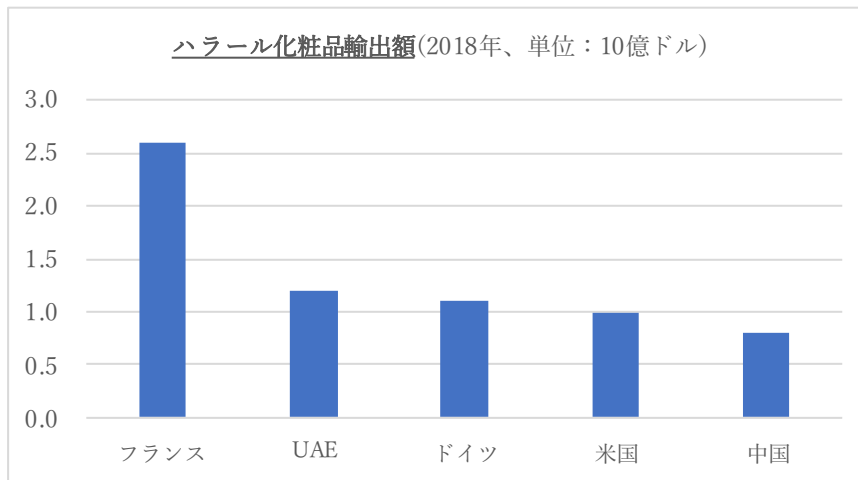


ハラール化粧品の世界市場は640億ドルであり、ハラール食品の20分の1に過ぎず、アパレル・ファッション、メディア・娯楽に比べてもかなり小さい。しかし今後の伸び率は年間8.1%で6分野の中では最も高い。

国別ではインドの消費額が年間60億ドルで最も多い。インドに次いで消費額が多いのはインドネシア、ロシア、マレーシア、



トルコなどが年間40億ドル程度とみられる。



輸出額で見ると、ハラル化粧品の輸出が最も多いのはフランスの26億ドルである。これに次ぐのが UAE(12億ドル)、ドイツ(11億ドル)、米国(10億ドル)である。UAE は自国で生産しておらず、全て世界各地から輸入した製品の再輸出である。化粧品も前

項の医薬品と同様、ほぼ欧米の独占状況のようである。

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](mailto:maeda1@jcom.home.ne.jp)



## 世界のイスラム経済の規模

(単位10億ドル)

		2018年 (実績)	2024年 (見込)	年間平均 増加率	増加率	構成比 (2018年)	構成比 (2024年)
<b>1</b>	<b>イスラム金融</b>	<b>2,524</b>	<b>3,472</b>	<b>6.3%</b>	<b>37.6%</b>	<b>53.2%</b>	<b>52.1%</b>
<b>2</b>	<b>ライフスタイル別支出総額</b>	<b>2,217</b>	<b>3,186</b>	<b>7.3%</b>	<b>43.7%</b>	<b>46.8%</b>	<b>47.9%</b>
2-1	ハラール食品	1,369	1,972	7.3%	44.0%	28.9%	29.6%
2-3	ファッション	283	402	7.0%	42.0%	6.0%	6.0%
2-4	メディア・レクリエーション	220	309	6.7%	40.5%	4.6%	4.6%
2-2	旅行・観光	189	274	7.5%	45.0%	4.0%	4.1%
2-5	医療	92	134	7.6%	45.7%	1.9%	2.0%
2-6	化粧品	64	95	8.1%	48.4%	1.3%	1.4%
—	<b>総合計</b>	<b>4,741</b>	<b>6,658</b>	<b>6.7%</b>	<b>40.4%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Source: The State of the Global Islamic Economy Report 2019/20 by Thomson Reuters

<https://ceif.iba.edu.pk/pdf/state-of-global-islamic-economy-report-2019-20.pdf>

<sup>1</sup> 資料「[主な国のムスリム人口](#)」参照。