



また、民族にも考慮する必要があり、イスラム市場の多くは貧困問題・人権問題等を抱えているのが現実です。

2015年9月の国連サミットで、SDGs「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」が採択され、国連加盟193カ国が2016年～2030年の15年間で達成するための目標が掲げられました。

17の目標を達成のために実践すべきことのひとつがハラフードだと考えます。

ユニバーサルデザインフーズ（世界万能食糧）をとらえると意義とマーケットがよく理解でき、宗教を越えて持続可能な多文化共生が実現できると思います。

ハラビジネスについては、イスラム教徒の食の多様性から来るアプローチと、持続可能なエシカル消費を意識したアプローチの2方向をきちんと考えるとマーケティングも見えてきます。

マーケティングとは、仕組み作りですから循環しなくてはなりません。一過性ではなく持続可能な仕組み作りのためにもマーケティングが必要で、それをハラビジネスから考えると分かりやすいと思います。



バングラデシュ・ダッカ市内

SDGsの目標達成のために日本ができることは、「貿易」です。教育の輸出、インフラの輸出もありますが、いま皆さんが輸入しているものに少し気を遣うだけで多くの人たちが救われます。私たちが消費しているモノの生産背景を知ることは、とても大事なことです。

なぜなら、ここにも貧困問題、人権問題等が隠れているからです。その国の中には多くのイスラム教徒の国が含まれています。その国の製品の生業を理解して購入する消費や経済の循環がこれからのエシカル消費とハラ

消費の連動だと考えることができます。

エシカル消費をハラフードでまかになったらどうなるか？温暖化に歯止めがかかるという意味ではなく、モットタイナイを含めた新しい時代に新しい器、新しい食糧ができるかもしれません。

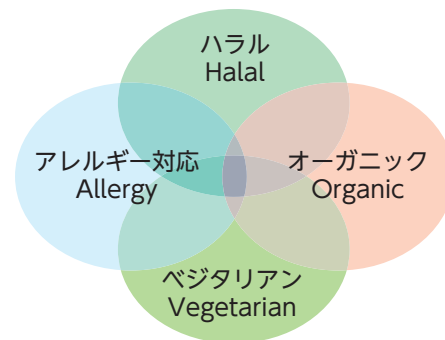
また、ハラフードで非常食を作ると多くの人に喜ばれ、感謝され、日本のレトルト、フリーズドライの技術も含め知らせることができます。そして安心・安全そして安価であれば日本のハラフードの価値はさらに上がります。

## HAVOの理解は世界を救う!?

ハラ・ジャパン協会が提唱していることがあります。

外国人に対応する時の基本は食の多様性であり、多文化共生です。わかりやすく食べ物で、ハラ（宗教）・ベジタリアン（価値観・環境）・オーガニック（価値・生き方）・アレルギー（病気・命）にハラをきっかけに対応しませんか？という概念です。

図2 HAVOの概念図



HAVOを理解すると食の多様性がわかり、多文化共生も理解でき、人間のお家（地球）の話もよく理解できるというストーリーです。

日本の食品をハラに対応することで、ほぼ万能になり世界展開でき、貧困問題、人権問題にもアプローチでき、本来日本がやるべき、メイドインジャパンがやるべき、地球への宿題を一緒に解決する世界チームになると考えます。そして来るべき、少子超高齢社会の中での日本の生きざま、そして雇用問題を含め産業を含めた国力を新しい分野で開拓できると信じています。

ハラと多文化共生を理解することは、グローバルに強くなる、世界の家族の一員である証しになると考えると、明るい次の時代を迎えることができると信じています。