

「ハラール産業をマネージする」
The Industrialisation and Operationalisation of Halal Consumption
——a Management Perspective——

参加資格：東京工業大学 在學生、卒業生、教職員

申込み： 6月21日までに下記ウェブサイトからお申込ください。

<http://www.mot.titech.ac.jp/food/apply/>

日時： 2014年6月23日(月) 18:30-20:00

場所： 田町キャンパス CIC 二階 多目的室2

言語： 講義はおもに英語で行いますが、質疑には日-英の逐次通訳がつきます。



ハラールとは、イスラーム教の教義によって許されたものごとをさす。このセミナーでは、ハラール商品の産業化と運用に関わるマネジメントの問題に関して、消費と消費者主義をむすびつけて考察し、その知見を分かち合う。

近年の市場におけるハラールは、製品主導型の信頼性という方向へ向かう傾向を見せている。製品の質とコンプライアンスが細分化されて、原料を評価する方向へと突き動かされているのである。

しかし、ウィルソン博士は、ハラールの商慣習は、人間主導型で人間中心であるべきではないのかという問いを投げかける。

さらに、ウィルソン博士は、ハラールビジネスモデルの運用が不可欠であることを正当化するために、通常、三つの論拠が提言されていることを明らかにした。その三つの論拠とは、経済的な論拠、消費者からの観点、そして地政学的な必要性である。

とはいえ、ここにはいまだ見解のずれがあり、さらなるチャンスがある。セミナーでは、これについて考察する。ウィルソン博士の話の焦点は、日本における経験についてさらなる考察を加えることで、ハラールをブランドとして使う商品を作り上げるにあたって、妥当でかつ実用的な新しい概念的な議論をうながすことである。

ジョナサン A. J. ウィルソン博士

ロンドン、グリニッジ大学経営学研究科マーケティング専攻 上級研究員

ジャーナル・オブ・イスラミック・マーケティング誌編集長

ジョナサン A.J. ウィルソン博士は、産業界で20年の経験をもつ学者であり、コンサルタントであり、演説者であり、ジャーナリストでもある。化学と生物化学を修め、広告のキャリア経験をもち、ヨーロッパ、ムスリム世界、アジア各地を訪れている。

ジャーナル・オブ・イスラミック・マーケティング誌の編集長であり、ハフィントン・ポストのためにブログを書き、Zawy トムソンロイターやシンガポールの Aquila Style 誌に記事を書き、イスラム金融と金融市場の多様性のための英国議員連盟の準会員でもある。

ここ5年以上の間に、ジョンは85以上の国際的なイベントの会議で、研究者や実務家を対象に講演し、140以上の著作物を出版した。Amilin TV, Astro Awani, BBC, The Guardian (UK), Republika, Sky News Arabia, Thomson Reuters, The Times (UK)などのメディアが、彼について報道している。

ジョンはまた、東ロンドン剣聖会道場で居合道と剣道を学び、ムスリムと日本文化の間の共通点や文化と商慣習を調和させる可能性について広く説いている。

★Only for students, alumni & faculty members of Tokyo Institute of Technology

Registration: Please register from the following website by 21th June.
<http://www.mot.titech.ac.jp/food/apply/>

Date and Time: 18:30-20:00, Monday, 23rd June, 2014

Place: Multi-Purpose Room No.2, Campus Innovation Center 2F, Tamachi Campus

Language: Lecture will be given in English.
Question and answer will be interpreted to/from Japanese consecutively.

Talk Overview

Dr Wilson aims to share his thoughts and findings concerning the management issues concerning the Industrialization and Operationalization of Halal commodities, linked to consumption and consumerism. Halal in the current marketplace is demonstrating tendencies towards a reliance on being product driven - where, product quality and compliance drives the atomization and judging of ingredients.

However, Dr Wilson raises the question whether commercial Halal practices should be more people-driven and people-centric?

Furthermore, Dr Wilson finds that three arguments are usually presented to justify the imperative for operationalizing Halal business models, which are: an Economic argument; Consumer-based perspective; and Geopolitical imperative.

Nevertheless, within these there still remain gaps of understanding and further opportunities, which will be discussed. A focus of Dr Wilson's talks is to encourage new conceptual arguments of relevance and practical use when creating Halal branded commodities, with additional consideration given to the Japanese experience.

Dr. Jonathan A.J. Wilson

Senior Lecturer, Marketing Faculty, Business School, University of Greenwich, London
Editor-in-chief, Journal of Islamic Marketing

Dr. Jonathan A.J. Wilson is an academic, consultant, speaker, and journalist with industry experience spanning 20 years. His varied experiences, which include being a chemistry and life sciences graduate, alongside a career in advertising, have taken him throughout Europe, the Muslim world, and Asia.

Jon is Editor-in-Chief of the Journal of Islamic Marketing; blogs for the Huffington Post; writes for Zawya Thomson Reuters, and Aquila Style magazine (Singapore); and is an Associate Member of the UK All Party Parliamentary Group (APPG) on Islamic Finance and Diversity in Financial Markets.

Over the last 5 years, Jon has spoken at conferences on over 85 occasions to academics and practitioners internationally; and has published over 140 pieces of work. He has received media coverage from amongst others: Amilin TV, Astro Awani, BBC, The Guardian (UK), Republika, Sky News Arabia, Thomson Reuters, and The Times (UK).

Jon also practises Iaido and Kendo under Fujii Okimitsu Sensei; and has written and spoken widely about the common ground between Muslim and Japanese culture and the potential opportunities available to harmonise cultural and business practices.