

ハラールビジネスはトレンドなのか

～ハラール認証 in & OUT～

四国学院大学 社会学部
一般社団法人 国際観光政策研究所

2015.3.29.

杉山 維彦

目次

- ↓ 背景
- ↓ 目的
- ↓ 「食」の安全
- ↓ ハラールとは
- ↓ 日本の「ハラール」認証団体
- ↓ ムスリムフレンドリー
- ↓ 考察
- ↓ 結論



背景

背景

- ★2013年は「日・ASEAN友好協力40周年」
- ★2013年度のビジット・ジャパン・キャンペーンのアクションプランをASEAN諸国を対象にした
- ★2011年の東日本大震災や日中・日韓関係の悪化で翌年の観光客数は減ると予測された
- ★しかし2012年、その結果は



台湾・タイ・マレーシア・インドネシアが増大
(ASEAN諸国)

背景

- ★特にインドネシア・マレーシアはイスラームの信仰者が多い国
- ★それぞれ人口の 88%・61%がムスリム
- ★インバウンド客にイスラームの教義に従ったホスピタリティ(おもてなし)の提供が必要)
- ★それはノーポーク・ノーアルコールだけでよいか?

国別訪日外国人人数(単位:人) JNTO資料より

国名	2011	2012	伸率(%)
韓国	1,658,073	2,042,775	23.2
中国	1,043,246	1,425,100	36.6
台湾	993,974	1,465,753	47.5
香港	364,865	481,665	32.0
タイ	144,969	260,640	79.8
シンガポール	111,354	142,201	27.7
マレーシア	81,516	130,183	59.7★
インドネシア	61,911	101,460	63.9★
フィリピン	63,099	85,037	34.8
ベトナム	41,048	55,156	34.4
アジア合計	4,723,661	6,387,977	35.2
総計	6,218,752	8,358,105	34.4

国別訪日外国人人数(単位:人) JNTO資料より

国名	2012	2013	伸率(%)
韓国	2,042,775	2,456,165	20.2
中国	1,425,100	1,314,437	-7.8
台湾	1,465,753	2,210,821	50.8
香港	481,665	745,881	54.9
タイ	260,640	453,642	74.0
シンガポール	142,201	189,280	33.1
マレーシア	130,183	176,521	35.6★
インドネシア	101,460	136,797	34.8★
フィリピン	85,037	108,351	27.4
ベトナム	55,156	84,469	53.1
アジア合計	6,387,977	8,115,789	27.0
総計	8,358,105	10,363,904	24.0

国別訪日外国人人数(単位:人) JNTO資料より

国名	2013	2014	伸率(%)
韓国	2,456,165	2,755,313	12.2
中国	1,314,437	2,409,158	83.3
台湾	2,210,821	2,829,821	28.0
香港	745,881	925,975	24.1
タイ	453,642	657,570	45.0
シンガポール	189,280	227,962	16.0
マレーシア	176,521	249,521	41.4★
インドネシア	136,797	158,739	16.0★
フィリピン	108,351	124,266	70.0
ベトナム	84,469	124,266	47.1
アジア合計	8,115,789	10,819,211	33.3
総計	10,363,904	13,413,467	29.4

ASEAN諸国からのインバウンド

↓トレンドになりつつある...？

↓それは本当か？

↓ムスリムの観光客は増え続けるのか？

↓ハラールはビジネスチャンスか？

ムスリムを受け入れるには

- ↓ 世の中にはわからないことが多い
- ↓ 例えば『宗教』
- ↓ 真実を調べずして、耳にしたことを実行
- ↓ 誰かのまねで済ます
- ↓ 流行に乗って利益を得ればよいのか？
- ↓ ムスリムの訪日観光客に
それは通じるのか？



目的

目的

- ★「ムスリムを対象としたインバウンド観光におけるわが国の課題と方向性に関する研究」を始めた。
- ★ムスリムのインバウンド(ASEAN諸国に限らず)の誘客を促進する要因は何か
- ★そして「観光学の新しい地平(視座)」とする

目的

★ムスリムのインバウンド観光客を考える
上で、ハラールに視点を置き、

「畜産農家」

「屠畜事業者」

「卸売事業」

「食肉流通事業者」

「食肉販売業者」、なども

同一線上の「観光資源」の一部として位置
付けをする

★それに連結し、わが国における食肉を中心
としたハラール認証制度を整理する



「食」の安全

「食」の安全

- ★有名ホテル・レストラン・などの『**食材偽装問題**』
- ★日本郵便・宅配業者のチルド便やクール便の『**常温輸送問題**』
- ★『**食**』の安全に関するマインドが欠如している
- ★ムスリムの食する「**ハラール**」を偽装したらどうなるのか？

「食」の安全

- ★「食のバリアフリー」を考えるのであれば、「食の安全」も「宗教食」も偽装などあってはならない
- ★ムスリムの食する「**ハラール**」を偽装したらムスリムに対する宗教の冒涇と捉えられる可能性
- ★宗教的問題が発生 ⇒ 国際問題への発展



ハラール (حلال) とは

ハラール(حلال)とは

What is حلال？

↓ムスリムが食してはよいもの ⇒ ×

ではなく

↓イスラーム法で合法 ⇒ ○

↓不法・禁止は「ハラーム」

↓中間の疑わしいものは「シュブハ」

ムスリムが食してはならないもの

★豚肉は有名

★牙や爪がある虎・犬・猫・熊・など

★うろこのない魚, ウナギ・アナゴ・ナマズ

★死肉・生血

★アルコール・発酵品

ハラールの対象

直接的な物

- ★食材・加工食品
- ★医療品
- ★化粧品
- ★これらの原料・添加物

間接的な物

- ★飲食店・ケータリング
- ★衣類・玩具・電化製品・コンピュータ
- ★ハラール製品の輸送
- ★ハラール製品の製造・加工過程

ハラールの対象

一度でも豚肉を使用したものは使えない

★ナイフ

★フォーク

★皿

★まな板

★冷蔵庫

★コンテナ

★トラック

★船舶

★航空機

ハラールの対象

よって食肉であれば

- ★家畜が食べる餌
- ★家畜を飼育する場所
- ★屠畜場
- ★屠畜方法
- ★食肉の輸送
- ★食肉の保管
- ★食肉の調理場・調理器具
- ★料理の提供場所・提供方法

ハラールの対象

植物は本来ハラールであるが

★肥料

★畑・水田の場所

★収穫方法

★精米の場所・方法

★野菜・米の輸送

★野菜・米の保管

★野菜・米の調理場・調理器具

★料理の提供場所・提供方法

ムスリムの人達はどうしているのか

アラブの国々を想像してください

これまで自分達で牛や羊を飼い、屠畜していた

食肉店も同じ様に地元の食肉を使用

すなわち『**地産地消**』であった

ところがグローバル化で輸入品が到来することで
自国の事情にあった「**認証**」制度が必要となった

在日ムスリムはどうしているのか

群馬県伊勢崎周辺の事例

自分達で牛や羊を購入し、解体し、販売をしていた

そしてハラール食材店を開店

安価な輸入品を販売(オーストラリア・NZ・ブラジル)

その中に国内産「ハラール・ビーフ」も存在

攝影：筆者(2012年12月)

100% HOKKAIDO BEEF
FRESH HALAL MEAT
SLAUGHTERED IN JAPAN
BY ISLAMIC WAY

BEEF WITH BONE

MIX BEEF

ONE LESS

WITH MEDICALLY



国産ハラール食材

都内有名食肉加工販売K社が
ハラール・ビーフを販売

正規認証団体のマークも無く
正規の処理もしていないが堂々と
『**HALAL**』・『**حلال**』を表示

偽装ハラールをムスリムが食したらどうなる？
インバウンドが知らずにそれを食したら？

「食」の安全

- ↓ 口に入るすべてのものの栽培、採取、捕獲、飼育、養殖と、運搬、保存、加工、調理に至るまで、すなわち口に入るまでの食物の経路の安全性が求められる
- ↓ これは、生産者、加工企業、運輸従事者、販売者、調理者、など食品に携わるすべての者の法令遵守もさることながら、社会的使命をどうとらえているかという倫理観(マインド)の問題でもあろう。

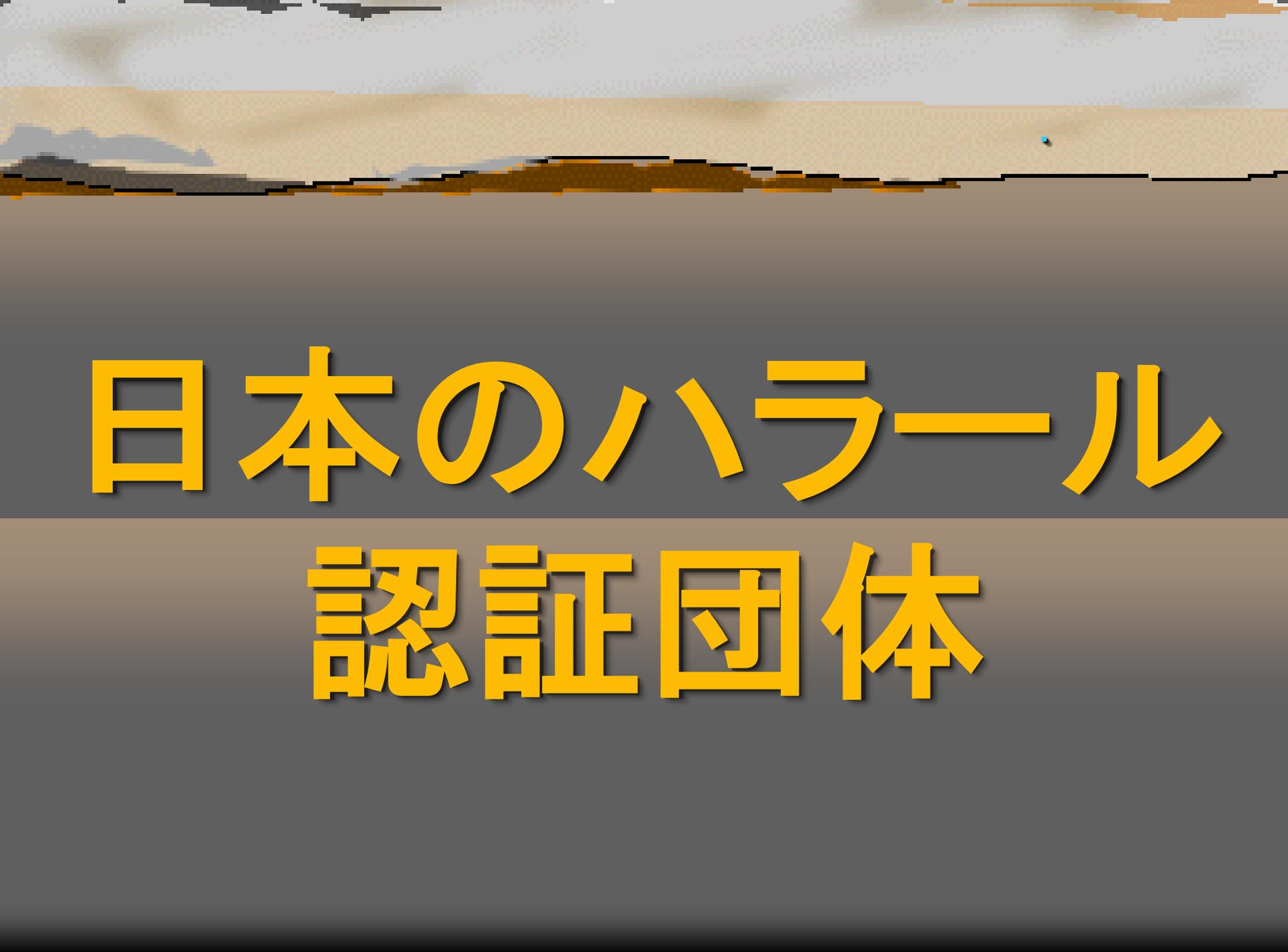
「食」の安全

- ↓ 従って、最近の食材の偽装は利用者（消費者）への裏切り行為であるばかりか、観光産業従事者にもショックを与えた
- ↓ **例えば**これが偽装ハラール・ミートであったら？
- ↓ 豚肉やアルコールを含む発酵品を故意にASEANからのインバウンドに食べさせたら？
- ↓ どのような宗教問題が起きるか分らない
- ↓ **問題が発生する前に何らかの制度設計を!!**

厚生労働省「HACCP」

Hazard Analysis Critical Control Point

- ↓ ムスリムのインバウンドに「保証できるハラールの食品を提供する」という考えも「食」の安全の考え方と同じである
- ↓ すなわち、わが国を訪れる者に対し提供される食物についても同様に、「安全」という「信頼」が得られなければならない。
- ↓ 6次産業を考える上でも必要不可欠



日本のハラール 認証団体

日本のハラール認証団体

★宗教法人 日本ムスリム協会 (JMA)

★宗教法人 イスラミックセンター・ジャパン (IJC)

★宗教法人 日本イスラーム文化センター

他に

★NPO法人 日本ハラール協会 (JHA) など

日本のハラール認証団体

これらの団体は国産品に対しイスラームの国々の
認証機関からライセンスを受ける業務を代行

日本の製品をそれらの国々へ輸出する

⇒ **正規認証**

国内への流通・消費のためではない

ならば、国産品の国内向けのハラールはどうする？

事例

↓ 本庄食肉センター(埼玉県)
2007年UAE政府の認定

↓ ゼンカイミート(熊本県)
2012年インドネシアの認証機関の認定

↓ いずれも輸出を対象にしている

国内向け認証 「ローカル・ハラール」

- ↓ 正規認証団体などから承認を受けた国内のNPO法人などが国内の産物に対し認証を行う方法(独自のハラールマークを作成)
- ↓ しかしこれには正式な効力はなく、この法人が便宜的に認証と言っているだけで対外国には通用しない
- ↓ 国内で消費するための気休め程度
- ↓ 使用は製品を購入する側の判断による
- ↓ 味噌・醤油・米・茶・菓子・などに見られる



ビアード・パ
作りたて



国内向け認証 「プライベート・ハラール」

- ↓ 在日ムスリムなどによる個人的な認証
- ↓ 食肉などの加工を自ら行う
- ↓ 所属するコミュニティや関係者間で取引を行い、消費する(部外者まで流通しない)
- ↓ 屠畜方法などが正式でないため広域には製品が流通しない
- ↓ 生産者⇔消費者の間に信頼関係が存在
- ↓ モスク認証と言うのもある

- ・A 国際市場に通用する「オーソライズポディー」を有する認証団体

- ・B モスク認証
- ・C ローカル認証

農林水産省は平成 26 年度予算で「輸出市場向け・ハラール認証事業枠」として 30 億円の予算を交付事業として計上

輸出関連事業全般
 食肉加工食肉流通
 化粧品医薬品食料品
 新設飲食店
 新設宿泊施設

主に国内流通を目的とする製造関連事業や、味噌、醤油等の日常消耗サプライ等
 飲食店・宿泊施設等

ローカル系認証団体はハラールコンサル事業者、ハラールデベロッパーとパートナーシップを組み活動を活性化

国内に存在する認証団体の種別

最も柔軟でありつつ、団体によって、その規格は様々であり、統一された基準が無いのが課題。

観光関連サービス業
 飲食店・宿泊施設
 伝統工芸・伝統産業
 観光施設・観光資源
 お土産など

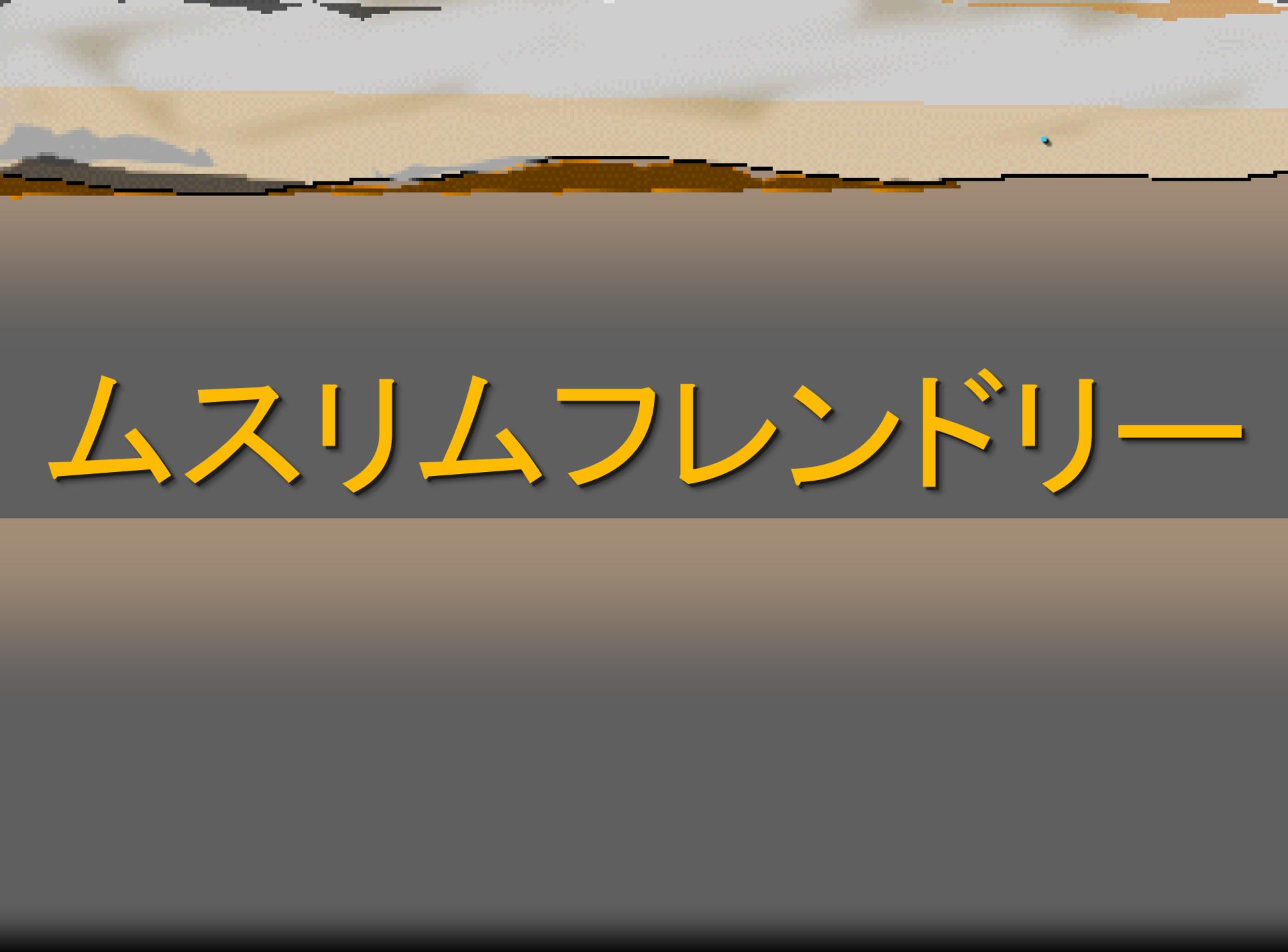
在日ムスリムによるプライベート消費を目的とした多種多様な取り組み全般。正規認証を必要とする事業は除外する。

この処、ローカル系との棲み分け境界線が曖昧になる傾向にあり。活動の根幹に変化が見られます。

- ・ムスリムフレンドリー認証

- ・ハラールキッチン認証
- ・ムスリムウエルカム認証
他

- ・D プライベート認証



ムスリムフレンドリー

ムスリムフレンドリー

- ↓ 観光庁やJNTOでは海外向けにこの言葉を使用していた
- ↓ しかし、その定義は定かではない
- ↓ 「イスラーム教徒向け互助（相互扶助）」、または「対イスラーム教徒親善」であろう
- ↓ インバウンドを迎えるにあたって誰もが考えるのは

『インバウンドに対して彼らがわが国において必要とする事態に優しく対応できること』

「ムスリムフレンドリー」を定義する

ムスリムに対して彼らがわが国において
必要とする事態に優しく対応できること、
または、すること



考察

本来は「**地産地消**」が
グローバル化で外来品が到来。
ハラールか疑わしい物が増加。
そこで東南アジア諸国では
ハラール認証機関を設置。

グローバル化でムスリムも移動.

旅先にはハラールか

疑わしい物が多数.

そこでどうしたらよいか.

それは自己責任

「ジャパン・ブランド」への展開

- ↓ 海外へ輸出することが出来る食材や食品を国内で流通・消費することで
「ジャパン・ブランド」のハラールフードを
商品化への糸口とできないか
- ↓ いま、その方法を考える時がやってきた
- ↓ しかしイスラームでないわが国で今後
どのようなアクションをしていくか？

そしてインバウンドの受け入れ

- ↓ ローカルハラールは必要か？
- ↓ 輸入食材で済ませばよいのか？
- ↓ 細かいことにも注意しなくてはならない
 - 例) 食材・食器を専用にする...
 - 基本植物・魚類はもともとハラール
- ↓ 礼拝所の準備・キブラの表示
- ↓ 神社・仏閣を見せない.....

そしてインバウンドの受け入れ

- ↓ ハラールは「イスラームで許されたもの」。
- ↓ では、そもそも「許す」のは誰か？
- ↓ 日本の官公庁・地方自治体・法人・企業でないのは当然である（政教分離の原則）。
- ↓ ハラール認証機関を名乗る様々な日本の「ローカル認証」団体でしょうか？

そしてインバウンドの受け入れ

- ↓ それとも外国(ムスリムのいる国々)の政府や認証機関であるのか？
- ↓ もちろんそのいずれでもない
- ↓ 「ハラールを決めることができるのは唯一神(アッラー)だけである」というのがイスラームの根本教義です

ムスリムのインバウンドの受け入れ

- ↓ 「**ハラール**」か、否か、を決定するのはムスリム自身(の中にある神)である。
- ↓ ゆえに、**団体旅行**では先方とのやり取りで、ツアーの内容を決定すれ良い。
- ↓ 出来る事・出来ない事の摺合せ
- ↓ 集団のニーズに合わせればよい

ムスリムのインバウンドの受け入れ

↓「ハラール」か、否か、を決定するのはムスリム自身(の中にある神)である。

↓ゆえに、**個人旅行**では、すべてムスリム本人に任せればよいことである。

↓もし、ハラールを守れなかった場合は本人が礼拝などで神に懺悔する。



結論

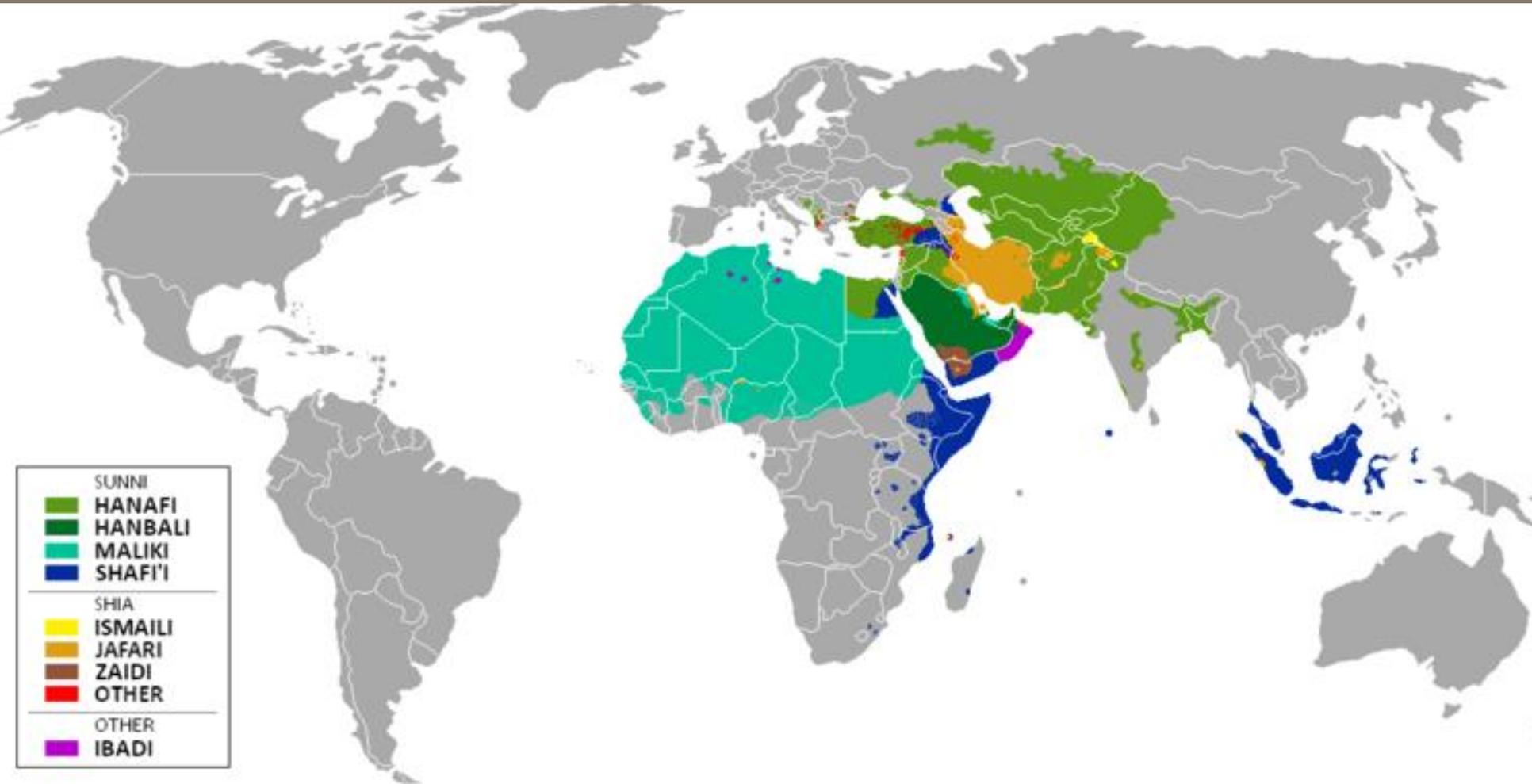
ハラールを考えるとき

IN (インバウンド・インサイド(在日ムスリム))と
OUT (アウトバウンド(輸出))を切り離して
考える必要性がある

IN ⇒ ローカル認証では輸出は出来ない
御土産を購入するかは観光客次第
国内消費の気休めにしかない

OUT ⇒ 正規認証

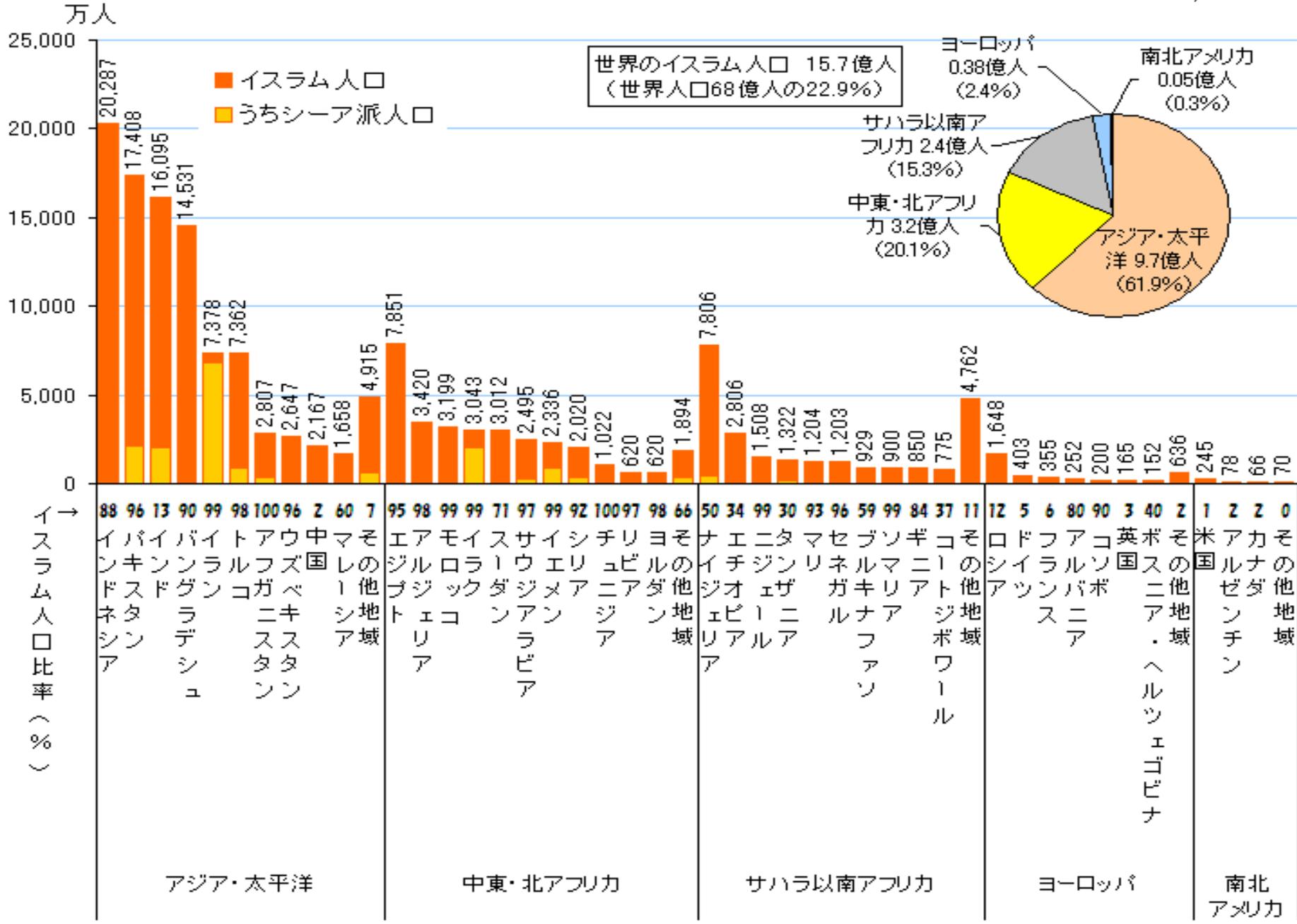
ムスリム(イスラム教徒)



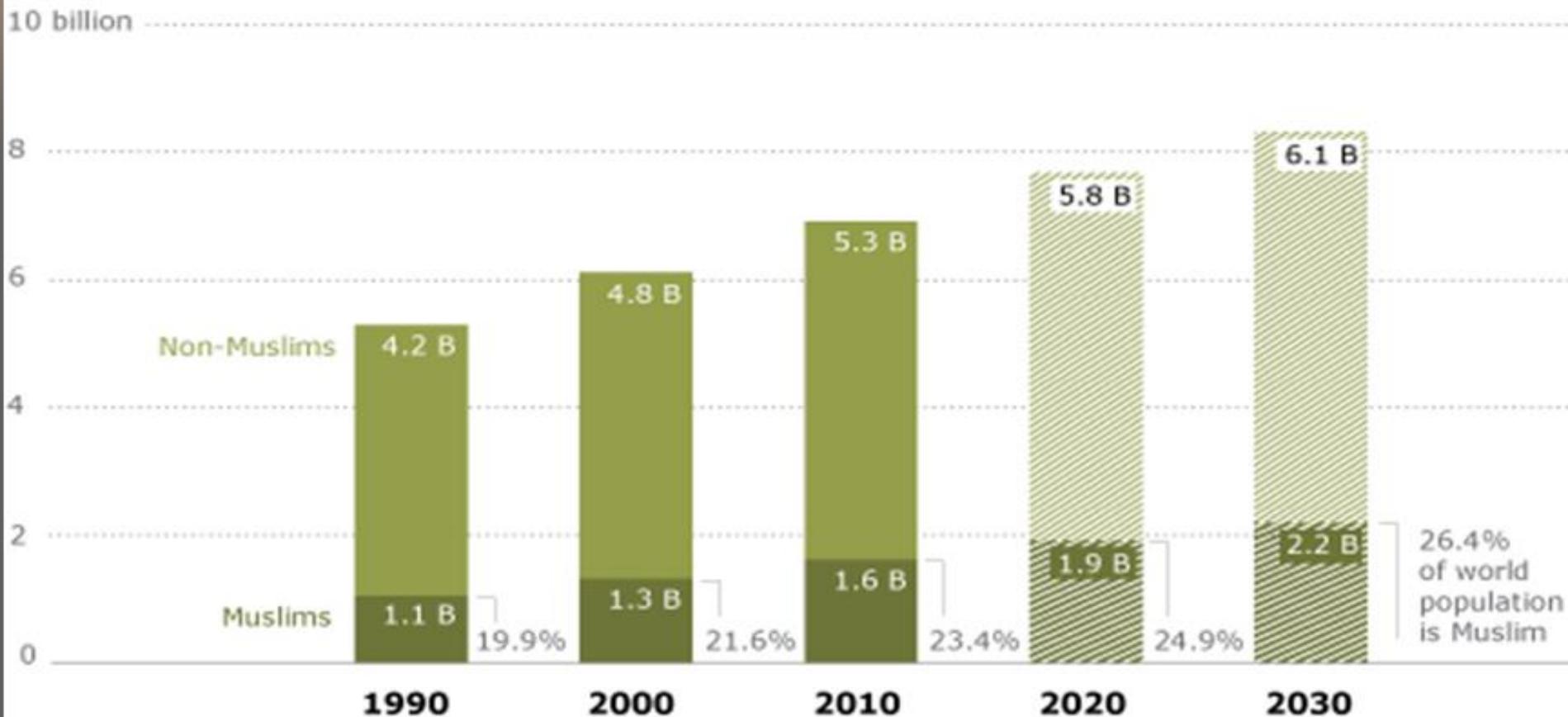
イスラム教分布図(宗派別)

(出典 : http://www.encyclopedia.com/topic/Islamic_law.aspx)

世界のイスラム人口(2009年推計) (出典:Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life, MAPPING THE GLOBAL MUSLIM POPULATION, Oct. 2009)



Muslims as a Share of World Population, 1990-2030



Percentages are calculated from unrounded numbers. Cross hatching denotes projected figures.

Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life • *The Future of the Global Muslim Population*, January 2011

(出典: Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life, MAPPING THE GLOBAL MUSLIM POPULATION, Jan. 2011)

来るべき20億人600兆円市場

- ↓ 日経ビジネス企画編集センター主催
- ↓ ハラールビジネスカンファレンス2015
- ↓ 国内の施設などはビジネスチャンス
- ↓ 海外へはハラールのノウハウで市場参入
- ↓ 20億人600兆円市場
- ↓ とは言うもののイスラーム圏の人口の多くは富裕層ではない

- ★日本のムスリム人口についてPEWは1990年の12万人から2010年には20万人に増加したと推定している
- ★在日外国人数に本国のムスリムの比率で求めた人数だと6万人
- ★PEWはほぼ全ての国で今後もムスリムが増加すると予測しており、日本も同様であると言える

在日外国人人数と本国のムスリムの比を
元に算出(推定数)すると

インドネシア(約2万5000)

バングラデシュ(約1万1000)

パキスタン(約8800)

イラン(約5200)

マレーシア(約4000)

中国(回族)(約3500)

トルコ(約2200)

エジプト(約1300)

スリランカ(約1000)

結論

- ↓ ASEAN諸国からのムスリムは増加する
とは限らない
- ↓ 実際マレーシアからのインバウンドの
多くは中国系
- ↓ 2010年のオリンピックに向け様々な
国々からのインバウンドが訪日する
可能性

結論

- ↓ インバウンドの信仰する宗教は様々
- ↓ ムスリムに特化する必要は無い
- ↓ インバウンド全てにフレンドリー
(おもてなし)であるべき？
- ↓ しかし、おもてなしの押し付けは逆効果になることも

結論

ハラール認証を受ける, または
ハラールレストランとして営業する



イスラームを認めない宗教の人達



その商品を買わない・そこへは行かない

結論

- ↓ ハラールとハラール認証の考え方は別である
- ↓ 認証はIN(インバウンド&インサイド)と
OUT(アウトバウンド=輸出)を同一視しない
- ↓ 食の安全と宗教の食物基準は一致していない
- ↓ 国内における制度設計とプラットフォームの整備の
早急化
- ↓ 認証はなくてもよいが、ムスリムのセールスリード
にはなり得る可能性

結論

問題点

- ↓ イスラームの理解なくビジネス化するノンムスリム
- ↓ 自分の信仰をひとまかせする在日ムスリム
- ↓ 基本ハラールな植物や魚には認証はない
- ↓ ビジネストrend化しつつあるハラール認証
- ↓ ハラール協議会や認証機関とリンクしたコンサル

ご意見・お問い合わせ

四国学院大学 社会学部 准教授
一般社団法人 国際観光政策研究所 上席研究員

杉山維彦

ssugiyama@sg-u.ac.jp