

(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:0307

(注)本稿は 2014 年 3 月 21 日から 31 日まで 4 回にわたりブログ「アラビア半島定点観測」に掲載したものです。

2014.3.31

前田 高行

ハラールで「おもてなし」—伸びるムスリムの観光・食品産業

| 目次 | 頁 |
|--------------------------|---|
| 1. ムスリムの観光旅行先として注目度上がる日本 | 1 |
| 2. ハラール食品の市場規模 | 2 |
| 3. ハラール認定制度とその現状 | 3 |
| 4. 日本企業の取り組み | 4 |
| 5. ハラール産業の落とし穴 | 4 |

1. ムスリムの観光旅行先として注目度上がる日本

生活が豊かになりゆとりが生まれると海外旅行が盛んになるのは洋の東西を問わない。湾岸の産油国或いは東南アジアのイスラム諸国は海外旅行ブームであり、多数のムスリム(イスラム信者)が休暇で外国に出かける。その時、旅先でイスラムの教えに則った「ハラールのおもてなし」があればもっと旅行を楽しむことができる。「ハラールのおもてなし」はムスリム観光客誘致の鍵である。

ムスリムの観光旅行(Halal Muslim Travel)を専門とする シンガポールの Crescentrating 社では毎年「Top Halal Friendly Holiday Destinations」と題する調査を行いムスリム旅行者に優しい国をランク付けしている¹。2014 年の最新版によるとトップはマレーシアであり、以下 UAE、トルコ、インドネシア、サウジアラビアと続いている。これらはすべて OIC(イスラム協力機構)加盟国であるが、第6位には非イスラム国のシンガポールがランク付けされている。非イスラム圏ではシンガポールの他南アフリカ、タイ、英国などの名前が挙がっている。

因みに日本は非イスラム圏では17番目であり、ランク付けの対象となった60か国全体の中では40番目である。日本のスコアはオランダ、スペインと同じ4.5ポイント。総合1位マレーシアの8.4や非イスラム圏トップであるシンガポールの6.4に比べてかなり低い。しかし日本の順位は昨年の50位に比べ大幅にアップしており、Crescentrating はそのことを特筆している。最近日本の観光地でもマレーシアやインドネシ

アなど東南アジア各国のムスリム観光客を見かけることが多くなり、ランクアップの事実を裏付けている。日本の旅行代理店が東南アジアのイスラム諸国にセールス・プロモーションを行った成果の表れであると同時に、日本国内にも「ハラールのおもてなし」を実践するホテルやレストランが徐々に増えつつあることがムスリム観光客の増加につながっていると考えられる。

海外旅行は個人客ばかりではない。ビジネス分野では最近顧客開拓のキーワードとしてMICEという言葉が盛んに使われている。MICEとは Meeting(会議・研修・セミナー)、Incentive tour(報奨・招待旅行)、Convention または Conference(大会・学会・国際会議)、Exhibition(展示会)の頭文字をとった造語であり、一般旅行者に比べ一人当たりの消費額が大きいことから今後の有望分野とされている。イスラム圏のビジネス客を取り込むためにもハラールをベースにした「和のおもてなし」が重要なセールスポイントになろう。

「和」と言う意味では「和食」はヘルシーな健康食として世界から注目を浴びており、昨年ユネスコの無形文化遺産に指定されて外国からの旅行者の増加が期待されている。さらに国内からも和食レストランの海外進出或いは和食素材の輸出促進などにも拍車がかかっている。これまで殆ど交流のなかった和食文化とハラール文化がウィン・ウインの関係を発展させる機会が来たと言えよう。

2. ハラール食品の市場規模

「ハラール」とはアラビア語で「許されている」「合法」という意味であり、イスラムの教義に則って製造された食品、化粧品などを指している。イスラムでは豚肉やアルコールは禁じられ、牛・羊等食用可能な肉でも聖典コーランの教えに従ったと殺方法で処理されていない場合は「ハラーム(禁じられたもの)」として忌避する。世界中のムスリム(イスラム信者)は「ハラーム」を避け「ハラール」の製品を使用するという戒律を守っている。

世界のムスリムは約16億人で全人口の23%を占めている(米 Pew Research Center 統計、末尾表 1-I-2-T03 参照)。つまり人類のほぼ4人に一人がムスリムなのである。地域ではアジア大洋州に全体の6割近くの10億人が住んでいる。国別で見るとインドネシアが2.1億人と最も多く、次いでインド1.8億人、パキスタン1.7億人などとなっている。インドは国民の大半がヒンズー教徒であるが、ムガルなどイスラム帝国の時代を通じて多数のイスラム教徒がいる。因みにこれらインド国籍のムスリムは宗教の親和性により湾岸産油国の労働力の供給源とみなされ、ドバイでは全人口の過半がインド人出稼ぎ者であることは周知のとおりである。

言うまでもなく中東諸国は国民の殆どがムスリムであり、中東・北アフリカ(MENA)地域のムスリムは3億人強、アフリカのサハラ砂漠以南(サブ・サハラ)のムスリムも2.5億人に達する。これらアジア、MENA、アフリカがムスリムの三大居住地域であるが、ヨーロッパ、北米などキリスト教圏にも少なからぬムスリムがいる。例えばドイツ、フランスにはそれぞれ5百万人程度、米国にも270万人のムスリムがいる。その他中国(2,400万人)、ロシア(1,400万人)など多数のムスリムを抱える国もある。

注目すべきはムスリムの人口増加率が高く、将来ムスリム人口が急激に増加すると見込まれることであ

る。PEWは2030年の世界のムスリム人口は22億人、全世界に占める割合は26%と推定している。これら膨大なムスリムの胃袋を満たすためのハラール食品の市場が今後大きく成長することは間違いないのである。

これまで日本を含めた欧米先進国でハラール食品がマーケット戦略の対象とされなかった最大の理由はハラール食品がイスラムの戒律に沿って製造されなければならないという煩雑さであろう。日本では豚肉は人気が高く、また調味料には酒、味淋等のアルコール類が日常的に使われている。このためハラール食品を製造するのは採算面から考えると非常に難しい。一方ハラール食品の消費国は開発途上国がほとんどであるが、そこでは食料品は自給自足もしくは地産地消型であり輸入食料品に対する購買力が低かったことも欧米先進国がハラール市場に消極的だった理由の一つであろう。

しかし最近では湾岸産油国に限らず東南アジア各国の経済力が増してムスリムの生活が都市化、近代化しており、輸入ハラール食品に対する需要が急増している。また欧米各国でも移民ムスリムの増加に伴いハラール食品が市場の一角を形成するまでに成長している。こうして各国政府はハラール産業の育成に乗り出し、また民間企業もケロッグ、ネスルのようにハラール市場に本格的に参入し始めている。

Oxford Business Groupによれば、マレーシアは昨年98億ドルのハラール製品を輸出しており、タイの食品工場の4社に1社はハラール製品を製造している。またインドネシアは2015年にハラール産業のセンターを設立する計画であり、ドバイは食品のみならず化粧品、保健製品の製造流通企業を集めた「ハラール特区」構想を明らかにしている。非ムスリムの国では、ブラジルはイスラム諸国向け食肉輸出では今や米国に次ぎNo. 2である。同国の食品メーカーBrazil Food Companyは中東向けに毎月7万トンの鶏肉を輸出しており、今年6月にはアブダビに工場を開く予定である。また米国内のハラール市場だけでも200億ドルと見込まれ²、アイオワのMidamar社は1974年以来ハラール市場に参入、現在では35カ国に牛肉と鶏肉を輸出していると言われる。このようにハラール産業は世界的な広がりを見せているのである。

3. ハラール認定制度とその現状

食品、化粧品などムスリム向け商品にはイスラムの教義に従っていることを示す「ハラール認証」が必要である。ハラール認証は各国のイスラム関連団体が商品や製造工程を調べて認定証を発行する。認証機関は世界30カ国以上に80前後あり³、最も良く知られているのはマレーシア政府直轄のJAKIMであろう。イスラム各国にはほぼ例外なく認定機関があるが、非イスラム国でも国内のムスリム向け或いはイスラム諸国向けの輸出のための認定機関を有している。国内のハラール市場が200億ドルと推定される米国にはおよそ30の団体があり⁴、日本にも一般社団法人ハラール・ジャパン協会、NPO法人日本ハラール協会などいくつかの団体がホームページを開設している⁵。

認証制度は厳格であり、使用する原料の中味や保管方法など製品ごとの認証取得が必要で、認証後も抜き打ち検査或いは一定期間毎の更新が必要である。いずれの認証機関も認証作業を行うために複数のイスラム法学者を抱えており、ドイツの認証機関Halal Controlは12人の法学者を抱えている⁶。

4. 日本企業の取り組み

PEW 統計によれば日本のムスリム人口は25万人程度とされ、その多くはマレーシア、インドネシア、パキスタン、イラン、トルコなどイスラム諸国からの労働者と見られる。ムスリムの絶対数が少ないため国内のハラール市場は殆どゼロに等しいが、東南アジアのイスラム諸国は有望な輸出相手である。味の素、ヤクルトなど既に現地に製造或いは販売拠点を設けて幅広いビジネスを行っているメーカーもあり、ヤクルトなどは東南アジア全域で1日約470万本を販売しているようである。

その他食品関連では日清食品がインドネシアで即席めんを販売、マヨネーズのキューピーは東南アジアのみならず中東への進出も視野に入れている。また資生堂は2012年9月からマレーシアでスキンケア製品のテスト販売を開始した⁷。大企業ばかりでなく中小企業の中にもハラール市場を目指す動きがある。ひかり味噌(長野県)はみそ業界では初めてのハラール認証を取得、健康、高級食のイメージが定着している日本食に合わせて5年後にはイスラム圏で1千トンの味噌の販売を狙っている⁸。

JETRO(日本貿易振興機構)も中東向け輸出を後押ししており、最近ドバイで開催された食品見本市「ガルフード」で日本パビリオンを設け、ハラール認証を受けた豆腐(森永乳業)、冷凍焼き鳥(食品卸佐藤長八商事)などを紹介している⁹。さらに三井住友銀行はイスラム圏で食品の生産や販売を検討する日系企業のハラール認定取得を支援するためインドネシアの国立ボゴール農科大学と提携したと発表している¹⁰。

5. ハラール産業の落とし穴

穀類や野菜類は問題ないが、ムスリムはハラール認定証が無い肉や養殖・加工食品は口にしない。豚肉、アルコールは当然「ハラーム(忌避すべきもの)」であるが、牛・羊・鶏肉などもきめられた「と」殺方法で処理されたものでなければならない。また養殖・加工食品についても養殖の餌或いは加工食品の原料に少しでも豚肉またはその油脂或いはアルコールが含まれていればハラームとなる。宗教の規律に無頓着な多くの日本人にとってムスリムがそこまでこだわることを理解するのは難しい。しかしムスリムにとって「ハラール」と「ハラーム」は理屈の問題ではなく信仰の問題なのである。

但し教義の解釈は国によって異なり、さらには各ハラール認定機関に所属する法学者によって認定の基準が違ふ。世界標準を決定する国際統一認定機関の無いことが問題である。キリスト教のカソリックでは聖職がピラミッド構造であり、トップの法王庁による教義の解釈が絶対とされる。仏教でも本山と呼ばれる最高機関が裁定を下す。但し対象となるのは倫理的な問題であり、社会生活、経済分野にまで及ぶことは少ない。これに対してイスラムは社会経済活動全般を律する宗教であるため、ハラールかハラームか裁定すべき問題の領域が極めて広いのが特徴である。世界統一の裁定機関があればグローバル化の時代に有用であることは間違いない。但し一方では各国、各民族固有の伝統・文化と言うローカリゼーションと合わない不都合も生じる。社会経済活動まで律するイスラムではこのような利害の衝突が避けられない。厄介な問題である。

例えば日本のハラール認定機関で認定された製品がムスリム諸国でそのまま受け入れられるとは限らない。またマレーシアで認定を受けても中東に輸出できる保証はないのである。そのため各認証機関同士で

相互の認定を認め合う方式が普及しつつある。認証の国際的な一元化、即ち認証を国際標準化することは現実には難しいようである。多分将来の形としては有力な認証機関(例えばマレーシア政府の JAKIM)の認定基準がデファクト・スタンダード(事実上の世界標準)として普及するものと思われる。

もう一つの問題は「ハラーム(禁忌)」に対するムスリムの感情が揺れ動くことである。近年、「ハラーム」を厳格に適用する傾向が強まっている。数年前、インドネシアで調味料「味の素」の排斥運動があったが、これは製造過程で豚の油脂に由来する原料が使われていることを指摘されたからである。今ではこのような配慮は当然のこととされており、メーカーは細心の注意を払うようになっている。そしてごく最近の例としては「と」殺方法をめぐりムスリム諸国でデンマーク酪農製品の不買運動が起こっている。イスラムではアッラーの名のもとで動物の頸動脈を切ることがハラームとされており、先進各国が通常行っている電気ショックによる「と」殺は認めない。デンマークがイスラム式「と」殺方法は動物に対する虐待であるとして禁止したところ、イスラム諸国で同国酪農製品の輸入禁止運動が発生したのである¹¹。

デンマークは数年前に預言者を戯画化して物議を醸したこともあり、イスラム圏とは相性が悪い。今回の問題ではデンマークの言い分の方が筆者には解りやすいが、ムスリムの宗教感情は全く別物のようである。「ハラールでおもてなし」の掛け声は高いがハードルは決して低くないようである。

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

主な国のイスラム信者(ムスリム)人口

| 国名 | 人口(千人) | ムスリム比 | ムスリム人口 |
|----------|-----------|-------|---------|
| | 1,000 | % | (千人) |
| インドネシア | 239,870 | 87.2% | 209,167 |
| インド | 1,224,610 | 14.4% | 176,344 |
| パキスタン | 173,590 | 96.4% | 167,341 |
| バングラデシュ | 148,690 | 89.8% | 133,524 |
| ナイジェリア | 158,420 | 48.8% | 77,309 |
| エジプト | 81,120 | 94.9% | 76,983 |
| イラン | 73,970 | 99.5% | 73,600 |
| トルコ | 72,750 | 98.0% | 71,295 |
| アルジェリア | 35,470 | 97.9% | 34,725 |
| モロッコ | 31,950 | 99.9% | 31,918 |
| イラク | 31,670 | 99.0% | 31,353 |
| アフガニスタン | 31,410 | 99.7% | 31,316 |
| スーダン | 33,600 | 90.7% | 30,475 |
| エチオピア | 82,950 | 34.6% | 28,701 |
| ウズベキスタン | 27,440 | 96.7% | 26,534 |
| サウジアラビア | 27,450 | 93.0% | 25,529 |
| 中国 | 1,341,340 | 1.8% | 24,144 |
| イエメン | 24,050 | 99.1% | 23,834 |
| シリア | 20,410 | 92.8% | 18,940 |
| マレーシア | 28,400 | 63.7% | 18,091 |
| タンザニア | 44,840 | 35.2% | 15,784 |
| ニジェール | 15,510 | 98.4% | 15,262 |
| ロシア | 142,960 | 10.0% | 14,296 |
| マリ | 15,370 | 92.4% | 14,202 |
| セネガル | 12,430 | 96.4% | 11,983 |
| カザフスタン | 16,030 | 70.4% | 11,285 |
| チュニジア | 10,480 | 99.5% | 10,428 |
| ブルキナファソ | 16,470 | 61.6% | 10,146 |
| (その他主な国) | | | |
| ドイツ | 82,300 | 5.8% | 4,773 |
| フランス | 62,790 | 7.5% | 4,709 |

| | | | |
|--------------------|------------------|--------------|------------------|
| タイ | 69,120 | 5.5% | 3,802 |
| 米国 | 310,380 | 0.9% | 2,793 |
| 英国 | 62,040 | 4.4% | 2,730 |
| イタリア | 60,550 | 3.7% | 2,240 |
| イスラエル | 7,420 | 18.6% | 1,380 |
| オランダ | 16,610 | 6.0% | 997 |
| スペイン | 46,080 | 2.1% | 968 |
| カナダ | 34,020 | 2.1% | 714 |
| オーストラリア | 22,270 | 2.4% | 534 |
| 日本 | 126,540 | 0.2% | 253 |
| World Total | 6,895,890 | 23.2% | 1,599,846 |
| — | — | — | — |
| アジア・大洋州 | 4,054,990 | 24.3% | 985,530 |
| 中東・北アフリカ | 341,020 | 93.0% | 317,070 |
| アフリカ(サブ・サハラ) | 822,720 | 30.2% | 248,110 |
| 欧州 | 742,550 | 5.9% | 43,490 |
| 北米 | 344,530 | 1.0% | 3,480 |
| 中南米 | 590,080 | 0.1% | 840 |

Source:<http://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-muslim/>

¹ <http://www.crescentrating.com/crafft-ranking-2014/item/3602-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2014.html> 参照。

² Arab News on 2014/3/15, 'Demand grows for halal food as industry evolves'
<http://www.arabnews.com/news/540341>

³ 2014.2.18 付け日本経済新聞「イスラムの食、東南アから開拓」による。

⁴ Arab News on 2014/3/15, 'Demand grows for halal food as industry evolves'

⁵ ハラル・ジャパン協会：<http://www.halal.or.jp/main/about2.php>

日本ハラール協会：<http://www.jhalal.com/>

⁶ Arab News on 2014/3/15, 'Demand grows for halal food as industry evolves'

⁷ 2013.5.20 付け日本経済新聞「イスラム 20 億人の食卓」より

⁸ 2013.2.4 付け朝日新聞夕刊「イスラムが商機のミソ」より

⁹ 2014.3.14 付け日本経済新聞「日本産食品 中東を開拓」より

¹⁰ 三井住友銀行プレスリリース：http://www.smbc.co.jp/news/j600853_01.html

¹¹ Arab News on 2014/2/23, 'Denmark set to lose millions following halal slaughter ban'