

(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:0373

(注)本稿は2016年3月27日から4月16日まで9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:2016.4.20

前田 高行

世界のイスラム経済の規模—Global Islamic Economy 2015–2016 Report 解説

目次	頁
1. Global Islamic Economy 2015–2016 Report について	1
2. 世界のイスラム経済の規模	2
3. Global Islamic Economy Indicator(世界イスラム経済指標)によるランク	
(1)GIEI Score(総合指標)	3
(2)Halal Food (ハラール食品)	3
(3) Halal Travel (旅行・観光)	4
(4) Modest Fashion (イスラム・ファッション)	5
(5) Muslim Media & Recreation (メディア・娯楽)	6
(6) Halal Pharma & Cosmetics (医薬・化粧品)	7
(7) Islamic Finance (イスラム金融)	8

1. Global Islamic Economy 2015–2016 Report 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)向けのハラール(アラビア語で「許されたもの」の意)食品、旅行・観光、ファッション、医薬・化粧品等々多岐にわたっている。世界のムスリムがハラール食品、旅行・観光、ファッション、医療・化粧品等に消費する支出の総額は2014年の1.8兆ドルから2020年には1.4倍の2.6兆ドルに達すると見込まれており、またイスラム金融の規模も1.3兆ドルから2.6兆ドルに倍増すると見込まれている。

これらイスラム経済に関する包括的な報告書「State of the Global Islamic Economy, 2015–2016 Report」がインターネット上に公表された(*)。報告書は一昨年に初めて発行され、今回が3回目である。スポンサーはドバイ首長国で、Thomson Reuters 通信社及び DinarStandard 社が編集を担当している。

URL:

<http://www.slideshare.net/Khidr/thomson-reuters-state-of-global-islamic-economy-201516-repo>

報告書は全文212ページから成っており、イスラム経済の6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)Travel(旅行・観光業)、(4)Fashion(ファッション)、(5)Media & Recreation(メディア及び娯楽)、(6)Pharma & Cosmetics(医薬及び美容化粧品)—について分野ごとの市場規模、ビジネス動向等について解説、また専門家のコメントもある。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。因みに日本については下記の2カ所で言及されている。

(1) 観光・旅行部門(報告書67ページ)

「Japan is actively seeking to become more Muslim-friendly to attract Muslim travellers」としてマレーシア、インドネシアなどからの観光客誘致促進のため CrescentRating 社とワークショップを開催し市場開拓を行っていることが紹介されている。

(2) ファッション部門(報告書90ページ)

「Global brands are starting to tip their toes in the Muslim fashion space」の文中でユニクロとファッション・ブロガーHana Tajima のコラボによるカジュアルファッションがユニクロの東南アジア店で展開されていることを紹介している。

本稿では報告書に基づいて世界のイスラム経済の規模の現状と将来の見通し、指数(GIEI)による各国の開発度ランク並びに6分野それぞれの市場規模について解説を試みる。

(ムスリム市場の規模は1.8兆ドル！)

2. 世界のイスラム経済の規模 (末尾表 1-0-01 参照)

報告書によれば2014年のイスラム金融を除くハラール食品及びライフスタイルの世界の市場規模は1.8兆ドルである。この規模は2020年には1.4倍の2.6兆ドルに拡大するものと見込まれている。イスラム金融を含め各分野の詳細は次項以下で述べるが、1.8兆ドルの分野別内訳は、(1)Halal Food(ハラール食品) 1.1兆ドル、(2)Travel(旅行・観光) 1,400億ドル、(3)Media & Recreation(メディア及び娯楽) 1,800億ドル、(4)Fashion(ファッション) 2,300億ドル、(5)Pharma & Cosmetics(医療及び美容化粧品)は医療750億ドル、化粧品540億ドルである。これにイスラム金融1.3兆ドルを加えた世界のイスラム経済全体の規模は3.2兆ドルとされている。

上記(1)-(5)の構成比率はハラール食品が全体の3分の2近くを占め、ついでファッションが13%、メディア及び娯楽が10%、旅行・観光が8%、医療及び化粧品が7.1%(医療4.1%、化粧品3%)を占めている。

2020年にはイスラム経済は1.5倍前後に伸びると見込まれており、分野別に見るとイスラム金融の伸びが最も大きく2倍の2.6兆ドルに達する見込みである。ハラール食品は1.4倍の1.6兆ドルに膨らむと見られ、またファッション、メディア・娯楽、医療もそれぞれ1.4倍前後の3,300億ドル、2,500億ドルおよび1,100億ドルに増加する。化粧品は1.5倍の800億ドル、旅行・観光は

1. 6倍の2, 300億ドルに伸びると見込まれている。

イスラム経済全体の規模は2014年の3. 2兆ドルから2020年には1. 6倍の5. 2兆ドルに成長すると予測されている。

3. Global Islamic Economy Indicator(世界イスラム経済指標)によるランク (末尾表 1-O-02 参照)

本レポートではハラール食品、旅行・観光、イスラム金融など6つの部門について Global Islamic Economy Indicator (GIEI) と呼ばれる指標により各国のイスラム経済を評価し、それらを総合したスコア(GIEI Score)を算出している。

(総合指標で圧倒的な強さを示すマレーシア！)

(1)GIEI Score(総合指標)

GIEI Score が最も高いのはマレーシアであり(総合指標:116)である。これに続く2位 UAE のスコア63はトップのマレーシアのほぼ半分で、開発度ランクではマレーシアが圧倒的に評価が高い。3位及び4位にはバハレーン(同58)及びサウジアラビア(同49)の GCC 加盟国が入っている。

5位はパキスタン(総合指標47)であり6位から8位はオマーン、クウェイト及びカタールである。上位8カ国のうち6カ国が GCC 加盟国である。9位以下はヨルダン、インドネシア、シンガポール、スーダン、バングラデシュ、エジプト、イランと続いている。これら15カ国の中でシンガポールのみが非イスラム国として11位にランク入りしている。同国は東南アジア及び中東のイスラム諸国との間に強い経済関係を有しており、イスラム経済との親和性が高いと言えよう。

総合トップのマレーシアはハラール食品、イスラム金融および旅行・観光の各分野でもトップのスコアである。ファッション分野では UAE が世界トップであり、またメディア・娯楽および医療・化粧品の実業分野ではシンガポールがトップである。

(全世界の食品市場の17%を占めるハラール食品！)

(2)Halal Food (ハラール食品)

(表<http://members3.jcom.home.ne.jp/maeda1/1-O-03.pdf>参照)

2014年のハラール食品の市場規模は1. 1兆ドルであるが、これは全世界の食品市場の16. 7%を占めている。市場の規模は毎年5. 8%ずつ伸び、2020年には1. 4倍の1. 6兆ドルに達すると見込まれている。

ハラール食品の開発度指数(GIEI)で見ると、トップはマレーシア(スコア:78)であり、これに続くのがパキスタン(同:56)、UAE(同:53)であるが、4位には非イスラム国のオーストラリアが入っている。上位18カ国のほとんどはイスラム諸国であるが、非イスラム国としてはオーストラリアの他ブラジルが第6位に入っていることが注目される。

市場規模を国別で見るとインドネシアが1, 580億ドルと最も大きく、ハラール食品市場全体の1

4%を占める。これに続くのがトルコの1,100億ドル、パキスタンの1,000億ドルでこれら3か国が1千億ドルを超えている。4位以下6位まではエジプト(755億ドル)、バングラデシュ(620億ドル)、イラン(589億ドル)であり、これら6か国は市場規模が500億ドル以上である。第7位から第10位までにサウジアラビア(441億ドル)、ナイジェリア(394億ドル)、ロシア(354億ドル)及びインド(342億ドル)が並んでいる。ロシアとインドはイスラム国家ではないが、国内に多くのイスラム教徒を抱えている¹。

ハラール食品に関する各種の分野ごとに世界の主要な企業が列挙されているが、その主なものは下記の通りである。

Supplier(供給者):	Cargil, Brf Brazil Foods, Euro Foods Group(英)
Retailer(小売業):	Lulu Hypermarkets(UAE), Carrefour, BIM(トルコ)
Food Processor(食品加工業):	ARMAN(中国)、Brahim's Holdings(マレーシア)
Logistics(流通業):	Global Halal Logistics(仏)、MISC Logistics(マレーシア)
Halal Brands(有名ブランド):	The Halal Guys(米)、ieat(英)、Isla Delice(仏)
Certifier(ハラール認証機関):	JAKIM(マレーシア)、MUI(インドネシア)、HFA(英)

(年率8.6%で高度成長するハラール旅行、2020年には2,300億ドルに！)

(3) Halal Travel (旅行・観光)

(表<http://members3.jcom.home.ne.jp/maeda1/1-O-04.pdf>参照)

2014年のムスリムによる旅行・観光支出(Muslim Tourism Expenditure Source Countries、以下ハラール旅行)は世界全体で1,420億ドルである。ハラール旅行は今後年率8.6%の高度成長を続け、2020年の市場規模は2,330億ドルになると予測される。

ハラール旅行の経済開発度(GIEI)を国別で見るとトップはマレーシアでスコアは86、これに次ぐのがUAE(スコア70)である。第3位及び4位には非ムスリム国家のシンガポール(スコア58)、タイ(同49)が入っている。5位から10位までにはヨルダン、モルディブ、トルコ、バハレーン、カタールおよびサウジアラビアと続いている。さらに11位以下はインドネシア、イラン、エジプトとなる。

地域別のムスリム観光市場の規模(2014年)は、GCC諸国が523億ドルと最も大きく、市場全体(1,420億ドル)の37%を占めている。GCC以外のMENA(中東北アフリカ諸国)の市場規模は214億ドルでムスリム旅行市場全体の15%である。マレーシア、シンガポール、タイなどの東アジア地域の市場規模は193億ドルであり、西ヨーロッパ地域は163億ドルと全体の12%を占めている。これらの地域に続くのが中央アジア(101億ドル)、東ヨーロッパ(78億ドル)、サハラ以南のサブ・サハラ・アフリカ地域(66億ドル)、南アジア(45億ドル)、北米(30億ドル)とされている。なお冒頭に明記したように報告書の67ページで日本がムスリム旅行の市場開拓を行っていることが紹介されている。

この分野の代表的な航空会社、ホテル、旅行業者として以下のような企業名が列記されている。

(詳しくは表 1-O-04 参照)

<u>航空会社:</u>	タイ航空、シンガポール航空、Etihad(アブダビ)、トルコ航空など
<u>ホテル・リゾート:</u>	Marriot Int'l、Fairmont(シンガポール)、Al Jawhara Hotel(UAE)など
<u>ムスリム専門旅行社:</u>	Kuoni Group Travel Experts、Serendipity Tailormade(英)他

またインターネットの旅行予約、ハラル評価等については以下の URL が紹介されている。
HalalTrip.com、HalalBooking.com、CrescentRating

(中国の OIC 諸国向け衣料品輸出額は286億ドル！)

(4) Modest Fashion (イスラム・ファッション)

(表<http://members3.jcom.home.ne.jp/maeda1/1-O-05.pdf>参照)

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。

報告書によれば2014年のイスラム・ファッションの市場規模は2,300億ドルに達している。この市場は2020年には1.4倍の3,270億ドルに拡大し、年間の平均増加率は6%と見込まれている。

イスラム・ファッション経済の開発度(GIEI)で見るとUAEのスコアが29で最も高く、シンガポールがスコア27で続いている。3位以下はバングラデシュ、インドネシア、マレーシア、ヨルダン、パキスタン、バハレーン、エジプトと続き10位以下はオマーン、クウェイト、サウジアラビア、イラン、カタール、スーダンの順である。

国別の市場規模で見ると最も大きいのはトルコで同国の市場規模は248億ドルである。これに次いで大きいのはUAEの182億ドル、ナイジェリア150億ドル、サウジアラビア147億ドル、インドネシア127億ドル、ロシア109億ドル、エジプト107億ドル、パキスタン106億ドルと続き、これら8カ国が市場規模100億ドル以上の国である。人口あるいは所得水準が中程度以上のトルコ、ナイジェリア、サウジアラビア、インドネシア等の市場規模が大きいのは当然であるが、これら各国に比べて人口が圧倒的に少ないUAEの市場規模が大きいのは、ドバイが地域の流通の拠点であり、観光客も多いことがファッションの需要につながっていると考えられる。

OIC(イスラム諸国会議機構)諸国へのファッション製品の主要な輸出国の中で輸出額が最も大きいのは中国である。同国の輸出額は286億ドル余であり、第2位のインドの39億ドルを大きく上回っている。第3位はトルコの23億ドルである。

ファッション関連の有名ブランド、デザイナー、イベント、メディアについてレポートでは以下のような名前があげられている。(詳しくは表 1-0-05 参照)

有名ブランド: Modnisa(トルコ)、Ahiida(豪州)、Irada(ロシア)、Bokitta(レバノン)
デザイナー: Melinda Looi, Joe Chia and Silas Liew, Dian Pelangi(インドネシア)
メディア: Aquila Style(シンガポール)、Azizah Magazine(米)、Ala(トルコ)
イベント: Islamic Fashion Fair(インドネシア)、Islamic Fashion Festival (Malaysia)

(メディア・娯楽に弱いイスラム諸国、幅を利かす欧米諸国！)

(5) Muslim Media & Recreation (メディア・娯楽)

(表<http://members3.jcom.home.ne.jp/maeda1/1-0-06.pdf>参照)

イスラム諸国の多くは開発途上国であり、また強権的な独裁政権が少なくない。「アラブの春」によりいくつかの独裁政権が倒れたが西欧型民主主義が根付いたとは言えない状況である。さらに宗教一般に見られる禁欲的な教えはイスラム社会では特に色濃く表れている。これら二つの理由によりイスラム諸国ではメディア及び娯楽の発達がかなり遅れていると言って良いであろう。

報告書によれば2014年のムスリム向けメディア・娯楽の市場規模は1,790億ドルであり、金融を除くイスラム経済の10%を占めている。また世界全体の市場規模3.2兆ドルに対する比率は5%であり、世界人口に占めるムスリムの比率23%²⁾に比べるとかなり低く、またハラール食品の17%、旅行・観光及びファッション分野の11%に比べてもかなり低いと言えよう。なおこの分野の2020年の市場規模は2014年の1.4倍の2,470億ドルで年間平均増加率は5.9%と予測されている。

ムスリム向けメディア・娯楽経済の開発度(GIEI)で見るとシンガポールのスコアが88と最も高く、次いでUAE(スコア61)、英国(同52)、フランス(同46)、ドイツ(同44)である。非イスラム国のシンガポールがトップで、また3位から5位までに英仏独の西欧諸国が並んでおり、メディア・娯楽分野では非イスラム国が強いことがわかる。実際上位10か国の中でイスラム国はUAE、バハレーン及び、マレーシアの3か国にとどまっている。イスラム諸国の中ではUAE、バハレーンの他カタール、クウェイト、サウジアラビアなどのGCC諸国が上位を占めている。

国別の支出額で見ると最も大きいのはトルコで同国のメディア・娯楽向け支出は204億ドルで世界全体の支出額1,790億ドルの11%を占めている。これに次いで大きいのは米国188億ドル、ロシア107億ドル、サウジアラビア96億ドル、英国92億ドル、フランスおよびドイツ各83億ドル、インドネシア76億ドル、エジプト66億ドル、イラン61億ドルなどである。米英仏独など欧米がムスリム向けメディア・娯楽市場でも大きな存在感を示している。

メディア・娯楽分野の著名なオンライン情報、テレビ・ラジオ、出版、音楽および映画についてレポートでは以下のような名前をあげている。(詳しくは表 1-0-06 参照)

オンライン情報: Aquila Style(シンガポール)、Illume(米)、ProductiveMuslim 他
テレビ・ラジオ: Omar' Rmdan Series (MBC)、IlsamChannel(英)、The99(クウェイト)
印刷出版物: Ala(トルコ)、Horizon(米)、Mualli(インド)
音楽: Awakening Records, Meher Zain, Sami Yusuf, Native Deen 他
映画: Prophet Muhammad Movie, Alnoor Holding(カタール)、Salam(トルコ)他

(医薬分野はトルコ、化粧品分野はインドがトップ！)

(6) Halal Pharma & Cosmetics (医薬・化粧品)

(表<http://members3.jcom.home.ne.jp/maeda1/1-O-07.pdf>参照)

ハラール医薬品・化粧品経済の開発度(GIEI)で見るとスコアが最も高いのはエジプトとシンガポールで、両国のスコアは56である。この2か国に次ぐ3位がマレーシア(スコア50)であり、パキスタン(同48)、ヨルダン(同46)、UAE(同42)、インドネシア(同40)の各国が7位までに続いている。8位以下はオマーン、サウジアラビア、バハレーン、カタール、クウェイトのGCC諸国である。

(6-1) ハラール医薬品

2014年のハラール医薬品の市場規模は全体で750億ドルと推定され、世界の医薬品市場1.1兆ドルの6.8%である。ハラール医薬品は今後年率5.9%で伸びるとみられ、2020年の市場は1,060億ドルに達する見込みである。

2014年の市場を各国別に見ると最大の市場はトルコの88億ドルである。これに続くのがサウジアラビアの60億ドル、米国は59億ドルでトルコの約7割である。4位はインドネシア48億ドルで5位以下10位まではアルジェリア(35億ドル)、ロシア、イラン(各27億ドル)、フランス(24億ドル)、エジプト(23億ドル)、ドイツ(22億ドル)となっている。

(6-2)ハラール化粧品

2014年のハラール化粧品の市場規模は540億ドルであり、世界全体の市場7,400億ドルの7.3%を占めている。この市場は2020年には800億ドルに拡大すると見込まれ、この間の年間増加率は6.8%である。

化粧品の支出額を国別で見ると、支出額が最も大きい国はインドの42億ドルであり、2位と3位はそれぞれロシア(33億ドル)及びインドネシア(31億ドル)である。4位以下にはトルコ、マレーシア、バングラデシュおよびエジプトが20億ドル台であり、カザフスタン19億ドル、英国およびイラクが17億ドルで8~10位にいる。

医薬・化粧品分野の有名ブランド、有力企業として以下の名前が挙げられている。(詳しくは表1-O-07参照)

医薬品関係

世界的ブランド:	Phizer(米)、Novartis AG(スイス)、Merck & Co.(米)他
OIC 諸国の医薬品企業:	Eczacibasi Holdings(トルコ)、Kaiba Farme(インドネシア)他
ハラール医薬品専門メーカー:	AJ Pharma(マレーシア)、Noor Vitamins(米)他

化粧品関係

世界的ブランド:	Colgate-Palmolive, Avon, BASF, Procter & Gamble 他
OIC 諸国の化粧品企業:	Faarmasi(トルコ)、Wardah(インドネシア)他
ハラール専門化粧品企業:	Sunsilk' Clean & Fresh, Ingiot
ハラール化粧品認証機関:	IVV(マレーシア)、Saaf Cosmetics(英)、One Pure(UAE)他

(まだまだ小さいイスラム金融、資産規模では全世界の銀行の1.3%！)

(7) Islamic Finance (イスラム金融)

(表<http://members3.jcom.home.ne.jp/maeda1/1-O-09.pdf>参照)

イスラム金融は近年世界的に注目を浴び急速に発展していると言われる。2014年のイスラム金融機関の資産規模は1.35兆ドルであり、2020年には2.6兆ドルに達すると推定されている。但しこれを世界規模で比較した場合、2014年の全世界の金融機関の資産規模は106兆ドルでありイスラム金融の占める割合は1.3%にすぎない。

イスラム金融の開発度(GIEI)が最も高いのはマレーシアでありスコアは176である。これに次ぐのはバハレーンであるが、同国のスコアはマレーシアの半分以下の84にとどまり、イスラム金融の分野でマレーシアの国際的地位は飛び抜けて高い。因みに3位以下は UAE(スコア78)、サウジアラビア(同66)、オマーン(同51)と続きいずれも GCC 諸国である。

2014年のイスラム金融(商業銀行)の国別市場規模を見ると、1位はイランの3,290億ドルであり、全体の4分の1近くを占めている。これに次いで大きいのはサウジアラビアの3,000億ドルで、両国を合わせると世界のイスラム金融のほぼ半分に達する。

この2か国に続き3位はマレーシア(1,740億ドル)、4位 UAE(1,270億ドル)でありこれら上位4カ国がイスラム金融規模1千億ドル以上の国々である。5位以下はクウェイト(880億ドル)、カタール(700億ドル)、バハレーン(620億ドル)、トルコ(450億ドル)、バングラデシュ(230億ドル)、インドネシア(220億ドル)と続き、これら上位10ヶ国で全世界の9割以上を占めている。

イスラム金融は多岐の分野に分かれているが、主要な分野ごとに著名な銀行または機関名をあげると以上のようなものがある。(詳細は表 1-O-09 参照)

イスラム商業銀行:	Al Rajhi Bank, Bank Masken, Kuwait Finance House 他
Takaful(イスラム保険):	Etiqa Takaful Bhd, The Company for Cooperative & Ins.他
Islamic Funds:	SEDCO, Arabesque, AlAhli Saudi Riyal Trade 他
Sukuk(イスラム社債)発行体:	Emirates NBD, Standard Chartered PLC, HSBC Holding PLC 他

規則制定・標準化機関: AACIFI, IFSB, IILM,
マイクロファイナンス: Al Amal Microfinance, Alhukwat(パキスタン)、Shkra, Kiva 他

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

世界のイスラム経済の規模

(単位10億ドル)

(参考:2014年)

	分野	2014年 (実績)	2020年 (見込)	年間平均 増加率	全世界市 場	イスラム経 済の比率
1	ハラール食品	1,128	1,585	5.8%	6,755	16.7%
2	旅行・観光	142	233	8.6%	1,304	10.9%
3	メディア・レク レーション	179	247	5.9%	3,543	5.1%
4	ファッション	230	327	6.0%	2,119	10.9%
5	(医療・化粧品)					
5-1	医療	75	106	5.9%	1,111	6.8%
5-2	化粧品	54	80	6.8%	742	7.3%
—	(小計)	1,808	2,578	—	1,853	97.6%
6	イスラム金融	1,346	2,610	9.9%	105,700	1.3%
—	合計	3,154	5,188	—	107,553	2.9%

Source:State of the Global Islamic Economy 2015-2016 Report by Thomson Reuters

<http://www.zawya.com/ifg-publications/report/20151020072331237.pdf/>

世界主要国の Global Islamic Economy Indicator (GIEI)

国名	総合指標	Halal Food	Islamci Finance	Travel	Fashion	Media & Recreation	Pharma & Cosmetics
		ハラール食品	イスラム金融	旅行・観光	ファッション	メディア・レク	医療・化粧品
マレーシア	116	78	176	86	20	40	50
UAE	63	53	78	70	29	61	42
バハレーン	58	38	84	40	17	43	36
サウジアラビア	49	40	66	36	12	28	37
パキスタン	47	56	51	20	18	9	48
オマーン	45	49	51	24	16	31	38
クウェイト	39	40	43	24	14	36	28
カタール	37	41	38	38	10	40	32
ヨルダン	35	44	29	45	19	26	46
インドネシア	34	40	36	34	20	8	40
シンガポール	34	40	21	58	27	88	56
スーダン	29	33	33	19	10	11	23
バングラデシュ	27	26	31	10	22	3	26
エジプト	27	41	16	28	17	24	56
イラン	27	28	30	34	11	17	27

Source:State of the Global Islamic Economy 2015–2016 Report by Thomson Reuters

<http://www.zawya.com/ifg-publications/report/20151020072331237.pdf/>

¹ 参考資料「世界のムスリム人口統計(Pew Research Center レポート)まとめ」参照。

<http://members3.jcom.home.ne.jp/3632asdm/0339WorldMuslimPopulation2015.pdf>

² 「2050年にはキリスト教徒に肩を並べるムスリム人口—Pew Research Centre レポート」参照。

<http://members3.jcom.home.ne.jp/3632asdm/0339WorldMuslimPopulation2015.pdf>