

食のグローバル化時代におけるローカルハラール認証の現状と課題

杉山 維彦

— 目 次 —

1. はじめに
2. ハラール認証とは
3. 日本でのハラール認証区分「創氏改名」
4. ローカルハラール認証の問題点
5. まとめ

キーワード：ハラール、食のグローバル化、ムスリム

1. はじめに

最近、ハラールという言葉がいたるところで使われるようになった。新聞や雑誌などではムスリム（イスラム教徒）が食してもよいもの、または、ムスリムが食することが出来る安全な食べ物と理解されることが多い。しかし、ハラールとは実際にはイスラーム（イスラム教）において「許されたもの」や「合法」を意味する。本来、宗教的意味合いを持つ言葉であるのに対し、食の安全における高品質な食品と誤解され国内の食品、飲食産業のみならず、百貨店や観光関連産業

などにおいて広く使用されるようになった。昨今、「ハラル」がビジネスの最近のトレンドになっており、2020年の東京オリンピックを目前にあらゆる産業において目が離せない状況になっている。その背景には、ASEAN諸国⁽¹⁾からのインバウンド（訪日外国人）の増加が考えられる。その理由の一つは、観光庁、および、日本政府観光局（JNTO）が2013年の「日・アセアン友好協力40周年」を契機に、ASEAN諸国に対して訪日プロモーションの本格展開を始めたことによるものと考えられる。

表1でわかるように、ASEAN諸国からの訪日数は、2012年から2014年まで連続して前年度対比30%を超える伸び率を示している。ここで注目すべきは、マレーシアとインドネシアであり、ともにイスラーム圏⁽²⁾の国である。これらの国々のムスリム人口は、マレーシアが総人口の61%⁽³⁾、インドネシアが総人口の88%⁽⁴⁾である。そしてこれらの国々からの訪日者数は、2012年にはそれぞれ前年度対比59.7%、63.9%と、東日本大震災の影響を受けることなく増加している。また、2013年は前年度対比35.6%、34.8%と訪日外国人総数の前年度対比24.0%やアジア総数の27.0%をはるかに超えている。当然、ASEAN諸国からのムスリムの数が増えていることが想像できる。2014年はマレーシアからの訪日数の前年度対比は41.0%と

表1 国別訪日外国人数（単位:人 伸率は前年度対比, 単位:%（ ）内は2011年からの伸率）

国 名	2011	2012	伸率	2013	伸率	2014	伸率
韓 国	1,658,073	2,042,775	23.2	2,456,165	20.2 (48.1)	2,755,313	12.2 (66.2)
中 国	1,043,246	1,425,100	36.6	1,314,437	-7.8 (25.9)	2,409,158	83.3 (130.9)
台 湾	993,974	1,465,753	47.5	2,210,821	50.8 (122.4)	2,829,821	28.0 (184.7)
香 港	364,865	481,665	32.0	745,881	54.9 (104.4)	925,975	24.1 (153.8)
タ イ	144,969	260,640	79.8	453,642	74.0 (212.9)	657,570	45.0 (353.6)
シンガポール	111,354	142,201	27.7	189,280	33.1 (70.0)	227,962	20.4 (104.7)
マレーシア	81,516	130,183	59.7	176,521	35.6 (116.5)	249,521	41.4 (206.1)
インドネシア	61,911	101,460	63.9	136,797	34.8 (121.0)	158,739	16.0 (156.4)
フィリピン	63,099	85,037	34.8	108,351	27.4 (71.7)	184,204	70.0 (192.0)
ベトナム	41,048	55,156	34.4	84,469	53.1 (105.8)	124,266	47.1 (202.7)
イ ン ド	59,354	68,914	16.1	75,095	9.0 (26.5)	87,967	17.1 (48.2)
ト ル コ	6,577	10,508	59.8	12,464	18.6 (89.5)	14,766	18.5 (124.5)
アジア全体	4,723,661	6,387,977	35.2	8,115,789	27.0 (71.8)	10,819,211	33.3 (109.0)
総 数	6,218,752	8,358,105	34.4	10,363,904	24.0 (66.7)	13,413,467	29.4 (115.7)

資料：JNTO発表資料より杉山抜粋（この数年の差を測るために2011年を基準とした）。

再び好調であるが、インドネシアは16.0%と不調であった。これは、インドネシア人のビザ免除が当初の予定より遅れ2014年12月1日に開始となってしまうためであり、ビザ免除を待っていた観光客が旅行を先延ばししたことが原因である。実際に2015年1月から5月までの月別伸率では前年度同月比25~38%を示し、マレーシアの平均15.4%を超えている。⁽⁵⁾

ムスリムの訪日数は統計がないため知ることは出来ないが、2014年の訪日外国人数にその国のムスリムの割合を乗じて筆者が計算すると、マレーシア、インドネシア、シンガポール、タイ、フィリピン、インド、トルコだけで386,000人以上が訪日していると推測する。中東のイスラーム圏からの訪日者数の発表も無い。実際、欧米には多くのムスリムが古くから移住しており、Pew Research Centerによれば、イギリス2%、フランス6%、ドイツ5%、スペイン3%、カナダ2%のムスリムが在住し、多くの先進国には約3~5%のムスリムが在住している。杉山は2014年の訪日ムスリムは約500,000人で総数の約5%に当たると推測する。⁽⁶⁾

同センターによれば、2010年現在世界のムスリムは16億人で世界人口の23.4%、2020年には19億人で24.9%、2030年には22億人で26.4%と予測している。⁽⁷⁾ 2000年を過ぎ、イスラーム圏のムスリムが積極的に国外旅行へ出かけるようになり、国際観光の市場で一定の影響力を与えるに至っている。2011年には全世界のムスリムの観光支出が2008年の1.5倍に相当する1億2600万米ドルとなり、今後も拡大が見込まれている。⁽⁸⁾

イスラームの教義に従った生活をし、旅行もする彼らは日本においても新規観光客としてこれから期待できるが、大きな課題を含むと考えられる。そこで、今回の研究報告は、ハラール認証制度の問題点と今後の可能性を「フードシステム」⁽⁹⁾のなかで考察する。いわば今後の研究の序章に当たる部分となる。

ハラールの「食」に関する事項は、それを6次産業化すれば農林畜産業の生産性向上とその地域における安定雇用が確保でき、日本にムスリムのインバウンドを呼び込む可能背につながる。加えて、ハラール・ビジネスとして食のグローバルな展開の可能性も生じる。このことは「日本再生戦略」に位置づけられる「食と農林業の再生」および「観光振興」といった国家成長戦略に結び付けることができる。同時に「フードシステム」におけるハラール対応が産地に求められることにより生じる諸問題を、これから考察の入口とする。⁽¹⁰⁾
⁽¹¹⁾

2. ハラル認証とは

「ハラル (HALAL, ハラール)」とはすでに述べたように、食物として口に入れてよいものを含み「合法的 (なもの)」を意味するが、反対の「禁止 (さされているもの)」は「ハラーム (HARAM, ハラーム)」という。

イスラーム圏ではこれまで自給自足が行われていた。すなわち「地産地消」でありその国のものはすべてがハラルであった。つまり、住んでいる者のほとんどがムスリムであり、ハラームなものを注意する必要がなかった。しかし、グローバル化の中で国外から多くの食材や物品が到来するようになり、「ハラル」、「ハラーム」の区別が難しいことが多くなった。イスラームにおいてそれらを決定する権利は神 (アッラフ)⁽¹²⁾のみが保有するが、実際はその国の環境、風習によって事情が異なる。そのため、イスラーム圏に共通のハラルやハラームに対する基準はない。そのため、国ごとにハラル認証機関が設けられ、イスラーム法学者によりシャリーア⁽¹³⁾に従って制度化されている。

イスラーム圏だけでなく、ムスリムの移民が多く在住する国においてもハラル認証機関が設けられ、それぞれの国ごとに独自の基準を設け認証を行っている。この場合、それらの機関は政府直属の組織であったり政府の管理する組織が行っている国と、複数の民間組織が認証を行なう国とに分かれる (表2)。そして、

表2 海外のハラル認証機関一例

マレーシア (政府機関)	政府イスラーム開発局 (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia : JAKIM)
インドネシア (宗教学者組織)	ウラマ評議会 食品・医薬品・化粧品審査会 (LPPOM-MUI)
シンガポール (政府関連組織)	イスラーム評議会 (The Majlis Ugama Islam Singapura : MUIS)
U A E (政府機関)	連邦基準化計測庁 (Emirates Authority of Standardization and Metrology : ESMA)
オーストラリア (民間機関)	イスラーム会議連盟 (The Federation of Islamic Councils Inc. : AFIC)
	ハラル食肉オーストラリア社イスラーム最高会議 (Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia Inc. : SICHMA)

資料：杉山調査作成

それぞれの認証機関のハラールマークを商品に添付して販売する。また飲食店ではそのマークを店頭に表示する。

日本においてはイスラーム圏でないことから、国内向け正規ハラール認証組織は存在しないが、国内での消費を目的とした食品や製品に対し認証を行う「ローカルハラール認証」がある。このローカル認証を行う団体を調べたところ、2010年には数団体であったのが、2014年現在、50とも80とも言われているが、その数は増加しており正確に数えることが出来ない状況にある。在日ムスリムは6万人と推算している⁽¹⁵⁾。そこで彼らがどうハラールと向き合ってきたかが日本でのハラール認証の鍵となるのではないだろうか。

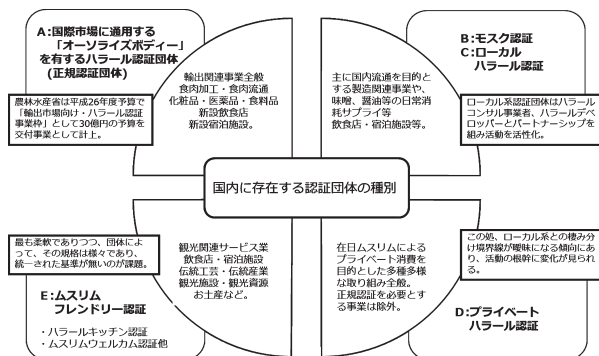
3. 日本でのハラール認証区分

日本におけるハラール認証を区分化したものが図1である。この中で、「IN」はインバウンドやインサイド（在日ムスリム）であり、「OUT」はアウトバウンド（輸出製品）である。

（1）正規認証（A）

図1のAに当たる部分で、「OUT」のためのハラール認証である。国産品に対してイスラーム圏の認証機関（表2でいう政府[関連]機関）からライセンスを受

図1 国内に存在するハラール認証団体の種別



資料：杉山調査作成

ける業務を代行する認証で、国産品をイスラーム圏で販売することを目的とし、宗教法人が代行業務を主になっている。最近では自社の商品を輸出しようと、輸出先国のハラール認証機関へ直接申請するケースも見受けられる。

また、航空会社では国際運輸の立場から機内食に対しハラール認証を受けているケースが見受けられる。ANAの場合マレーシア・イスラーム開発局（JAKIM）傘下の Malaysia Halal Consultation & Training Agency（MHCT）のハラール認証を受けている。これは後述するローカルハラール認証が国際的な意味を持たないため、イスラーム圏の政府機関が行うハラール認証を受けたものであり、正規認証の一部と考えられる。ケータリング会社のキッチン、専用設備にするなどし、現地からの検査官の査察を受け認証を得たものである。

（２）モスク認証・ローカルハラール認証（Ｂ、Ｃ）

図１のＢおよびＣに当たる部分で、「IN」を対象にした国内向けハラール認証である。Ｂのモスク認証は、国内のモスクによってハラール認証を行い、Ｃのローカル（ハラール）認証は、国外の正規認証団体やイスラーム圏の政府認証機関などから承認を受けた国内のNPO法人や各種団体などが国内の産物や商品に対し認証を行うことである。特に観光客などを対象に国産の商品を国内で流通、販売、消費することを目的にしている。それぞれの団体ごとのハラールマークがあり商品に添付しているが、正式な効力はなく海外には通用しない。最近ではイスラーム圏の認証機関の認証レベルを真似て、認証と称し詐欺まがいの行為を行う団体も見受けられる。ローカルハラール認証を行う団体の乱立は大きな問題になりつつある。

（３）プライベートハラール認証（Ｄ）

図１のＤに当たる部分で、「IN」を対象に、それも在日ムスリムのコミュニティなど一部でのみ有効な個人的なハラール認証である。所属するコミュニティや関係者間で取引を行い、消費するのが目的である。食肉などにみられ、加工を自ら行うが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ことが多い。認証を行っているのが個人である場合が多く、独自のハラールマークもなく、アラビア語で「⁽¹⁷⁾حلال」とのみ表示している場合もある（図２）。生産者と消費者の

信頼関係のもとに生産されているため、コミュニティ内での消費で終了しているので問題が発生はしない。

(4) ムスリムフレンドリー認証⁽¹⁸⁾ (E)

図1のEに当たる部分で、「IN」を対象にした認証である。ローカル認証の一種であるが厳しい規定はないため、他の認証に比べ緩い考え方の認証である。ムスリムを迎え入れる飲食店などを対象としている。ローカルハラール認証に比べ、イスラーム圏の認証制度のような厳しい検査や査察が行われないため多額な認証費用⁽¹⁹⁾の必要がないのが特徴である。

4. ローカルハラール認証の問題点

ムスリムのインバウンドの増加は、彼らの教義に基づいたアイデンティティーを旅行中も守るため、受け入れ側の体制に工夫が必要である。そのひとつが「ハラール」認証である。宗教事案であるため、政府機関が関与できず、そのため国内には多くのローカルハラール認証団体が設立され、それぞれの規格で認証を行っている。⁽²⁰⁾

ムスリムを対象としたビジネスが大きなビジネスチャンスとなり、まさにトレ

図2 国産ハラールビーフ（プライベートハラール認証）



資料：東京新大久保ムスリム・スポットにて杉山撮影（2012年12月）。

ンドのような状況が発生している。2で述べたように国ごとに環境や風習によって事情が異なり、ハラールの世界的な統一基準がないため、独自のルールで認証行為をすることが多い。

例えば、醤油は製造時、発酵過程でアルコールが発生する。自然発酵のアルコールなら、サウジアラビアに続いて世界で2番目にハラールの条件が厳しいといわれるマレーシアでも、ハラールと認められる⁽²¹⁾。しかし、醸造過程でアルコールを添加する場合があります、この場合ハラームとなる。一般社団法人ハラール・ジャパン協会代表理事、佐久間朋宏氏によれば、「そうした醤油でも、アルコール分が最終的に1%未満なら問題ない」と独自のルールを作っているローカル認証団体もあるという。「日本国内では厳格なハラールを担保するのは困難である」と独自に認証基準を設けていることが多い。このように多くの団体が独自の認証方法でハラール認証をビジネス化している。

また、本来植物や海の産物は、ハラールであるにもかかわらず、茶、米、米粉から作るあられや小麦粉から作るうどん、海苔、鯨肉など、そもそも認証が不要にもかかわらず、加工過程でローカルハラール認証しているケースも見られる⁽²²⁾。

ローカルハラール認証には、イスラーム圏の国々の政府機関のハラール認証に比べ、認証に値しない、ないし認証を取りやすいものが多い。各団体の所定の代金さえ払えばローカルハラール認証が取得でき、その後の定期査察も行われていない場合もある。しかし、ローカルハラール認証である以上その効力は、イスラーム圏への輸出（OUT）には何の意味もなさない。一方、良識あるローカルハラール認証団体は、完璧なハラール環境を作ることが不可能だと知っているため、国内の飲食店向けのハラール認証には非常に慎重であり、その代わりに「ムスリムフレンドリー認証」⁽²³⁾を行っている団体もある。

5. まとめ

食のグローバル化の中で「ハラール」は日本のインバウンド政策で必要不可欠である。しかし、既にも記したように、宗教事案であるため、イスラームを良しとしない異教徒が嫌悪する懸念がある。

2013年、観光庁は「ジャパン・ムスリムツーリズム・セミナー」を開催し、他

省庁に先立ち主導権を取ろうとしたが失敗におわり、その後及び腰になっていた。⁽²⁴⁾しかし、増加するローカルハラール認証団体の実態調査のため、政府は内閣官房に経済産業省や外務省、農林水産省、観光庁などで構成する「ハラール対応チーム」を2014年8月に設置した。2015年12月現在もまだその成果報告が出ていないので、早急な発表を望むところである。

食のグローバル化時代に必要なのは「ハラール」だけではない。しかしビジネストレンドとなっているハラールの認証団体の整理は必要であり、フードシステムの観点からサーベイする必要がある。本稿はその糸口としてこれまでのサーベイをまとめたが、今後、顕在化する（多様な）認証などさらに焦点をあてていく。

注

- (1) 東南アジア諸国連合。インドネシア、シンガポール、タイ、フィリピン、マレーシア、ブルネイ、ベトナム、ミャンマー、ラオス、カンボジアの10か国。
- (2) ムスリムが人口の60%以上の国々をいう。ASEAN諸国ではマレーシア、インドネシア、ブルネイ。他のアジアではバングラデシュ、パキスタン、トルコ、および、イスラエルを除く中東の国々。北アフリカの国々、東アフリカの一部がある。
- (3) 外務省「マレーシア」『各国・地域情勢：アジア』（<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/malaysia/data.html>）2015年6月1日閲覧。
- (4) 外務省「インドネシア」『各国・地域情勢：アジア』（<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/indonesia/data.html>）2015年6月1日閲覧。
- (5) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数の動向」（http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/）2015年6月15日閲覧。
- (6) 法務省発表の2014年12月末現在の出入国管理統計表の国籍別入国者数に外務省HPの各国・地域情勢による本国でのムスリムの比率を用いて求めた概算数。
- (7) Pew Research Center (2011), *The Future of the Global Muslim Population Projections for 2010-2030*, p.13.
- (8) 安田慎（2013）「倫理からシャリーア・コンプライアンスへオールタナティブ・ツーリズムとしてのイスラミック・ツーリズムの発展—」『観光学評論』1(1)52頁。
- (9) 食料の一次生産から最終消費までの流れのことで、食品やその材料の生産から加工、流通、

- 販売までの一連の流れをひとつの体系としてとらえる概念。フードチェーンともいう。
- (10) 農業や水産業などの第一次産業が、食品加工、流通販売にも業務展開している経営形態をいい、本来の第一次産業だけでなく、他の第二次・第三次産業を取り込むことから、第一次産業の1と第二次産業の2、第三次産業の3を足し算すると「6」になることをもじった造語である。付加価値として、農業のブランド化、消費者への直接販売、レストランの経営などが挙げられ、農林水産省ではこのような経営の多角化を6次産業化と呼ぶ。ちなみに、4次産業はIT情報関連産業などをいい、5次産業は1次産業から4次産業を自由に融合分化させたこれまでにない産業を言う。
- (11) この領域の国内外の文献を含め、先行研究などはほとんど見当たらない状況である。従って、本研究は萌芽の研究であり、これまで杉山はインバウンドに結節した観光造成に関し宗教的、特にイスラームを中心としたアプローチを研究している。杉山維彦（2014）「食の安全とハラールのあり方の考察：ASEAN諸国からのインバウンドを迎えるために」、『日本国際観光学会論文集（第21号）』、日本国際観光学会、129～136頁。単なるインバウンドの研究だけでは、宗教が絡む場合歪曲してしまうことに繋がりがかねない。なぜなら同一国籍のインバウンドであっても、進行する宗教が様々な場合があるため、国籍に捉われない視点も必要である。そこで、宗教的な信仰心、教義、戒律、生活、などを研究してきた。杉山維彦（2015b）「イスラーム圏からの観光客誘致におけるローカルハラール認証の考察－ハラームの見地から考えるハラール認証－」、『日本観光研究学会第30回全国大会学術論文集』、日本観光研究学会、337-340頁。本研究では、ライフスタイルの中の「食」を研究する上でとりわけ「フードシステム」に着目をしていく。
- (12) アッラーともいう。全知全能唯一絶対であり、すべてを超越する。イスラームでは偶像崇拜を禁じているため、アッラーフの絵や像は無い。ムスリムは「アッラーの他に神はいない」と言って礼拝をおこなう。アッラーともいう。
- (13) 「イスラーム法」のことで、「クルアーン（コーラン）」と「預言者ムハンマドの言行（スンナ）」を法源とし、イスラーム法学者が法解釈を行う。
- (14) 杉山維彦（2013a）「ASEAN諸国を対象としたインバウンド観光におけるわが国の課題：ハラール・フード・ビジネスの展開と観光学の新しい地平を求めて（前篇）」、『月刊国際観光情報10月号』、一般社団法人国際観光サービスセンター、2013年10月、9頁。および、「核心レポート03」『週刊東洋経済』2014年7月12日号22～23頁。
- (15) 法務省発表の2014年12月末現在の在留外国人数に外務省HPの各国・地域情勢による本国で

のムスリムの比率を用いて求めた概算数。

- (16) イスラームの礼拝堂のこと。マスジドともいう。イスラーム寺院とも訳されるが、内部には崇拜の対象物はなく、あくまで礼拝を行うための場である。日本には杉山調査で2015年12月現在96か所ある。
- (17) THE RELIGION OF ISLAM 「イスラームの屠畜とは」(<http://www.islamreligion.com/jp/articles/313/>) 2015年6月15日閲覧。
- (18) ムスリムフレンドリーという言葉は、「ムスリムに対し、必要とする事態に対応できること(すること)」と杉山は定義し、ムスリムに特化せず他の宗教のインバウンドも応対する必要性を唱えている。杉山維彦(2013c)「ASEAN諸国からのインバウンドを円滑に行うための考察：ハラール・フードを中心に」、『第17回全国大会梗概集』、日本国際観光学会、2013年、35頁。
- (19) 杉山の聞き取り調査によれば、ローカル認証を行っている団体ごとに様々であるが、NPO法人日本アジアハラール協会では10万円程度、イスラミックセンタージャパンでは20万円、それぞれに諸手続費用、監査員費用を加えると約100万円程度になる。
- (20) 杉山維彦(2015a)「イスラーム圏からの観光客誘致の考察：ハラールと食のバリアフリーのあり方」、『観光学術学会第4回大会発表要旨集』、観光学術学会、2015年、73頁。
- (21) 農林水産省 「ハラール食品輸出モデル」(http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_kikaku/pdf/8model.pdf) 2015年12月15日閲覧。
- (22) NPO法人日本アジアハラール協会「ハラール商品リスト」(<http://web.nipponasia-halal.org/archives/category/products>) 2015年12月15日閲覧。
- (23) イスラミックセンタージャパン「ムスリムフレンドリー認証」(<http://islamcenter.or.jp/jp/halal/plan.html>) 2015年12月15日閲覧。
- (24) 杉山維彦(2013b)「ASEAN諸国を対象としたインバウンド観光におけるわが国の課題：ハラール・フード・ビジネスの展開と観光学の新しい地平を求めて(後篇)」、『月刊国際観光情報11月号』、一般社団法人国際観光サービスセンター、2013年、11月、11頁。

参考文献

- [1] 杉山維彦「大久保におけるムスリム・スポットの発生と現状」、『第16回全国大会レジュメ集』、日本国際観光学会、2012年、32～33頁。
- [2] 佐々木良昭『ハラールマーケット最前線』、実業之日本社、2014年。

- [3] ハラル・マーケット・チャレンジ・プロジェクト『ハラルマーケットがよくわかる本』、総合法令出版、2013年。
- [4] 山内昌之『イスラーム基本練習帳』、大和書房、2013年。
- [5] 並河良一『ハラル食品マーケットの手引き』、日本食糧新聞社、2014年。
- [6] V.W.Watton, *ISLAM BULLETGUIDE*, HODDER EDUCATION, London, 2011.
- [7] William J. Wainwright Oxford University Press, *The Oxford handbook of philosophy of religion*, Oxford University Press, 2005, p.345