

〔研究ノート〕

アジアビジネスに関する研究 —イスラム市場開拓のキーワード：ハラール—

—The Keyword to Develop the Islamic Market : Halal—

中村学園大学 流通科学部

中 村 芳 生

1. はじめに

日本企業の ASEAN 展開が進展している。ASEAN 経済の好調が言われて久しいが、近年は単なる生産拠点から市場としての魅力も指摘されるようになってきた。その東南アジアで最大の人口を誇るインドネシア、政治・経済が安定しているマレーシアは、いずれもイスラム教徒（以下ムスリム）を多数抱える国であり、イスラム圏である。

イスラム圏といえば、中東諸国をイメージし易いが、人口規模でみれば、2億4千万人のインドネシア（約2億人がムスリム）を筆頭に、パキスタン、インド、バングラデシュ（いずれもムスリムは1億人以上）など東南アジア、南アジア諸国にムスリムが多い。

他方、東南アジアからの訪日外国人数は、ここ数年、着実に増加しており、官民あげてムスリム観光客の受入れ体制の準備が進められている。

すなわち、海外、国内のいずれに目を向けても、未開拓市場としてイスラム圏が注目され始めているのである。

九州、福岡の中小企業が今後、アジアビジネスを進めていく上で、イスラム・ビジネスの要諦を理解しておくことは不可欠である。本稿では、重要なテーマとして「ハラール」を取り上げ、ASEAN のイスラム圏であるマレーシア、インドネシアでの認証制度、さらには日本企業の最近の取組みを追うとともに、課題を探っていく。

2. 拡大するイスラム市場

米国のシンクタンク Pew Research Center が2011年に発表したデータによれば、ムスリムの人口は2010年の約16億人（世界人口の23.4%）から2030年には約22億人（同26.4%）に増加すると予想されている。15年後には「世界人口の4人に1人」がムスリムになる見通しである。

ジェトロのデータによると、ムスリム消費者による食品・飲料市場を支出額ベースで見ると、2012年の実績は1兆880億ドル（世界総額の16.6%）で日本の約2倍強。これが2018年には1兆6,626億ドル（世界総額の17.4%）にまで達するとの予想である。地域別にみると、アジア地域（東アジア、東南アジア、中央アジアの計）が5,430億ドルで全体の約5割を占める。

国内にもインバウンド（海外から国内へ）のビジネスチャンスが存在する。2003年に520万人だった訪日外国人数が2013年には1000万人を突破、2014年には速報値で1200万人を超えた。政府は、東京オリンピック開催の2020年には2000万人を目指すとしている。2013年の訪日外国客を地域別にみると、3/4以上がアジアからの訪問客である。中国、韓国からの客数が多いが、伸び代という点では、ASEAN が、さらにはムスリム観光客への期待が大きい。

3. ハラールとは

「ハラール (Halal)」とは、イスラム法（シャ

リア) により「許されるものまたは行為」を表すアラビア語である。反対に、「禁止されるものまたは行為」を「ハラム」「ノン・ハラル (Non Halal)」という。

ハラルの概念はイスラム教に由来するが、例えば「クルアーン (コーラン)」に体系的に記述されているわけではない。「シャリア」を構成する法源としては、まず根本聖典である「クルアーン」があり、次にムハンマドの言行録「ハディース」があり、学者の合意という意味の「イジュマ」があり、さらに「キヤース (クルアーン及びハディースの教えの解釈)」がある。これらの法源を元に各国でそれぞれハラル認証が行われている。

「ハラル」に関する記述としてクルアーンから1節だけ引用する。

「汝らが食べてはならぬものは、死獣の肉、血、豚肉、それからアッラーならぬ邪神に捧げられたもの、絞め殺された動物、打ち殺された動物、墜落死した動物、角で突き殺された動物、また他の猛獣の食ったもの、ただし、あなたがその止めを刺したものは別である」(『コーラン』第5章・食卓より)

「シャリア」は、ムスリムの日常すべてを規定するとされる。「ハラル」は、ムスリムの行動を律する概念であり、「ハラル」である食品を口にすることは、彼らにとっては、単なる食事以上の意味があり、宗教上の実践とも言える。

ムスリムは豚肉を食べないこと、アルコールを飲まないことは、よく知られている。豚肉もアルコールも「ハラム」であり、豚肉は「ハラム」の代表格である。ハム、ソーセージなど豚肉の加工品は言うに及ばず、ゼラチン、乳化剤など豚由来の原料から作られた添加物も「ハラム」とされる。と畜の方法も定められている。牛肉や羊肉、鶏肉などでも、「ハラル」の概念を理解しているムスリムにより「シャリア」に則つてと畜されていない食肉は「ハラル」と見なされない。

また、食品が「ハラル」であるためには、農場から消費者に至るまでのフードチェーンの全プロセスで「ハラル」である必要があるとされる。食材店や飲食店の調理場で、ハラル食品とノン・ハラル食品が別々に扱われている例などがこれにあたる。

さらに、「ハラル」は、生活全般に関わることから、化粧品、医薬品、トイレタリー製品など、人が摂取したり、人の身体に触れるもの、そこから発展して、食品に関する各種サービス、さらには観光、ホテル、金融などのサービスにもその対象は及ぶのである。



イオンK&L店のハラールコーナーのオージー・ビーフ (筆者撮影)

4. ハラル認証

中東などのイスラム圏では、そもそも「ハラル」以外の食品は生産・流通・販売されていないという暗黙の了解がある。しかし、グローバル化の時代を迎え、各種製品が世界を飛び回る時代となり、イスラム圏にも「ハラル」でない食品等が輸入されて出回る可能性が高まっている。このため、ムスリムが安心してそれらを摂取することができるよう、各国の主要なイスラム団体が定めた「ハラル」に関する食品・医薬品・化粧品などの認証制度がハラル認証である。



味の素にもハラールマーク（右下：筆者撮影）

ハラール認証は、イスラム教徒にとって「安心、安全」を保証するようなもので、購入、利用をする際に選択の指針となると言われている。ここで注意したいのは、「ハラール」の概念は、イスラム世界共通であるが、ハラール認証は各国の主要なイスラム団体が定めた認証制度であり、国により異なっていることである。「認証」が、国ごとの食品輸入、食品安全制度等とリンクしているためである。相互承認によって複数の国で通用する「認証」はあるが、万国に通用するようなものはない。したがって、輸出品にハラール認証を受けるためには当該国の求める手続きを踏む必要がある。また、認証には有効期間があることも認識しておく必要がある。

各国で異なるハラールマーク

マレーシア	ブルネイ	韓国	欧州	米国

（出所：「沸騰！新興国マーケット 成長著しいイスラム市場」）

5. マレーシアのハラール認証

マレーシアは、政府自らがハラール制度を運営する唯一の国である。イスラム教がそもそも同国の国教である上、近年、ハラール規格をテコに経済成長を図ることを目的として、同国をハラール産業のハブ化しようとする経済政策を打ち

出している。

このため、マレーシアのハラール制度は成文化されており、体系的で、技術的な合理性があり、非イスラム国の企業にもわかりやすく構成されている。しかし、内容は宗教的に厳密で、適用範囲は広く、その運用も厳しい。

本制度を担当する機関は、イスラム開発局（Jabatan Kemajuan Islam Malaysia：JAKIM）という宗教機関である。ハラール規格は、マレーシア標準法（Standard of Malaysia Act 1996）を根拠とする一種の工業規格（Malaysian Standard、以下 MS）であり、日本の JIS に相当する。その中心にあるのが、「ハラール食品の製造、調整、取扱い及び保管に関する一般ガイドライン（MS1500：2009）」である。このほか、食品衛生・品質管理関係の規格・法令、貿易管理法令の関係条項で構成されている。また、実務的に重要な規定として、JAKIM の定める認証手続き、申請書式、海外の宗教機関（認証機関）公認の手続きなどがある。一般法令で規定されているため、政府が関与しているようにみえるが、申請、認証を含めた制度運用、解釈など実務面は宗教機関である JAKIM により行われており、実態は宗教そのものである。

国内では、食品やレストランなどの事業所に「ハラール」表示をする法的義務はない。しかし、人口約2,900万人の約6割を占めるムスリム消費者を獲得するために、多くの食品製造業者や外食事業者は、製品や事業所にハラール・マークを表示している。「ハラール」と表示しておきながら、「ノン・ハラール」であることが判明した場合、2011年取引表示令により、罰金もしくは禁錮刑の処罰を受ける。法的な罰則だけでなく消費者からのボイコット等が発生する可能性もある。

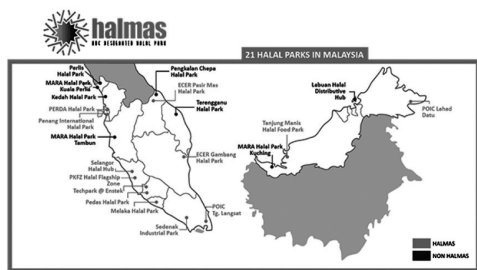
JAKIM にハラール認証を受けている企業は2015年1月現在で4,142社。多国籍企業は451社（10.9%）で、中小企業が89.1%である。認証

の内訳は「製品」が14万5,682件（98.5%）、その他、「店舗・建物（2,082件）」「食肉処理場（103件）」がハラール認証を受けている。

マレーシアで販売される食品・物品に「ハラール」と表示する場合、マレーシアの管轄当局（JAKIM および各州のイスラム教評議会）または当局が認定した海外のハラール認証機関により「ハラール」と認定されなければ「ハラール」表示してはならない。日本国内で JAKIM が公認するハラール認証機関は、NPO 法人日本ハラール協会と宗教法人日本ムスリム協会である。

筆者が2014年8月に訪問したクアラルンプール（以下、KL）の食品スーパーでは、ハラールの牛肉、羊肉、鶏肉、その他加工品と豚肉・同加工品は売り場が完全に別になっていた。

ハラールパークの立地



出所：ハラール産業開発公社（HDC）サイト

政府は、ハラール製品の製造およびハラール関連サービスが立地する工業団地「ハラールパーク」として現在全国21か所の開発を進めている。このうちハラール産業開発公社（HDC）が定める要件に従い開発されたものとして、13か所にハラールマレーシア（HALMAS）のステータスが与えられている。ここに立地するハラール事業者は10年間の法人税免除をはじめとする各種税制優遇措置が受けられる。2015年1月現在、8か所の HALMAS 内で多国籍企業が18社、中小企業が110社操業している。マレーシアは、ハラール製品の輸出にも力を入れている。KLで開催される国際ハラール見本市は世界最大級で、14年4月開催時には27か国から489社が出展。韓

国、台湾などもナショナルパビリオンを構えハラール商品を出品。期間中、70カ国から2万930人が来場し、ハラール・ビジネスの世界的な関心の高さが示された。

6. インドネシアのハラール認証

インドネシア国内でのハラール認証はインドネシア・ウラマー評議会（Majelis Ulama Indonesia : MUI）が行うが、実務は下部機関である食料・薬品・化粧品研究所（Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika, Majelis Ulama Indonesia : LLPPOM-MUI）が担当している。

2011年に公布された加工食品輸入に関するインドネシア食品医薬品監督庁の表示ラベル規定によると、商品ラベルに「ハラール」との記載が認められるには、「インドネシアの MUI からの認定があり、かつ、食品医薬品監督庁の食品監督・認証局からの認証がなければならない」とされている。すなわち、インドネシアでハラール製品として消費者に届けるには、MUI の認定した商品であることが必要である。なお、原材料もしくは半製品などの場合は、MUI が公認した日本国内にある認証団体（宗教法人日本ムスリム協会：加工食品、香料、九州イスラミックカルチャーセンター：と畜）で取得したハラールマークで輸出可能であるとされる。

インドネシアは宗教人口からみると、イスラム教徒が約9割を占める世界最大のムスリム国家であるが、イスラム教を国教とはしていない。また、国土が広く、アチェ州のようにイスラムの戒律が厳しく適用されるところがある一方、首都ジャカルタ及びその周辺のようにそう厳しくないところもある。一概には言えないが、同国におけるイスラムの戒律は中東諸国と比べ、一般的にそう厳しくはない。2013年8月に筆者が訪れた食品スーパーでもハラール食品と非ハラール食品の売り場が峻別されていないなど、外見上は緩やかに見える。また、日本製品の現地小

売価格は平均して日本での価格の2倍以上になり、購買対象の大半は富裕層でジャカルタの高級スーパーなどに商品が置かれることになる。その場合、ターゲットは中国系インドネシア人等である場合が多く、彼らはほとんどキリスト教や仏教徒などで、必ずしもハラール認証は必要ではない。

現状では、大手チェーン・レストランのハラール認証取得は多くないが、No Porkなどでムスリムに配慮している。国際的に展開する小龍包のディンタイフォン（台湾）も鶏肉で提供し、日本の大戸屋、吉野家も豚を使用していない。

7. 日本企業の最近の動き

1990年代までに ASEAN に進出した食品会社は進出先でハラール認証を取得するケースが多いようだ。主な例では、味の素、キューピー、ヤクルト、リポビタンなどが有名であり、日本国内にも紹介されることが多い。ここでは、海外と国内の2つの事例を紹介する。まずは、マレーシア日通のハラール物流の認証取得である。

これまでもマレーシア国内では、原材料や生産工程は厳格に管理されてきたが、工場を出てから店舗に並ぶまでの流通過程についての基準が無かったため、各社の自主管理に留まっていた。JAKIM が2013年7月に運送と倉庫について新たな認証基準を設けることになり、同社は2013年9月に運送業務に求められる「MS2400-2」の認証を JAKIM に申請。シャリアに則った方法で宗教的に洗浄された車両4台を導入し試験輸送などを行ってきた。約1年の審査の結果、2014年12月16日を発効日として同認証を取得した。日系物流企業としては初めての快挙である。

筆者は14年8月に同社訪問した際に、幹部から以下の話を聞くことができた。「従来の同社取扱貨物の大半は日系電気・電子機器メーカーの輸出向け製品であったが、経済成長によりマレーシアが有望な市場に成長しつつあり、今後

は国内市場を開拓する必要が出てきた。本格的なハラール食品・飲料・化粧品等の輸送サービスを始めるためにもハラール認証を取得することとした。」



マレーシア国営コンテナ・ナショナル社のハラール対応トラック（筆者撮影）

次に、国内の例としてアウトバウンドの画期的な事例を紹介する。政府は、2020年に農林水産物・食品の1兆円規模（ほぼ倍増）の輸出を目標に掲げ、主要品目ごとに輸出戦略を策定している。2013年作成の「牛肉の輸出戦略」では、「輸出解禁の働きかけを実施するとともに、ハラール認証を取得しようとする取組に対し、きめ細やかな支援」と記述。ターゲット市場として UAE やインドネシア、マレーシア、サウジアラビア等イスラム圏を挙げる。

2012年の牛肉輸出実績は51億円、輸出量は863トン。これを2020年には250億円（4千トン相当）にすることが目標である。

2014年12月、和牛の輸出が大きく前進した。同月19日、熊本県錦町のゼンカイミート社のハラールビーフがインドネシアに向けて初出荷されたのである。同社は、全国開拓農業協同組合連合会の子会社で、牛のと畜・解体を専門とする。萩原社長（当時）がムスリム向けの同社製品販売を数年前から検討し、2012年7月にインドネシアからハラール認証を取得した。

他方、日本とインドネシア間で未解決だった BSE 問題の2国間協議が、2014年11月に終了。

12月3日には厚生労働省から同国向け輸出施設の認定を受け、晴れて熊本からの牛肉輸出が可能となり、19日の出荷となった。当面は、熊本県産を中心とする九州産牛肉を月30～40トン輸出する計画で、熊本県知事が2015年1月19、20日の両日、トップセールスのためジャカルタを訪問した。

ジェットロジャカルタの富吉所長は、昨年末、筆者との歓談時に、ゼンカイミートの事例のみならず、南九州の畜産業のイスラム圏でのビジネスの可能性を強調している。

8. 「ハラール」を巡るトラブル事例

日本企業が巻き込まれた代表的な事例として、インドネシア味の素の事案を紹介する。

インドネシア産の AJI-NO-MOTO が、2000年9月、ハラール認証の更新時に実施された MUI の査察において、ハラール不適合との指摘を受け、市場からの同製品の回収指示を受けるとともに、同社幹部が現地警察に身柄を拘束された。グルタミン酸ソーダは発酵により生産される。その課程で使用された大豆蛋白分解物質が豚由来の分解酵素で製造されていることが判明。12月に MUI からインドネシア味の素に対して製品回収の指示が出た後、2001年1月に社会問題化。同社は現地有力紙に一面大の謝罪広告を出すとともに製品回収を行った。

製品自体に非ハラール成分が含有されていたのではなく、製造過程が問題視されたのである。なお、当該物質は他社から購入され、豚由来だったことを同社は知らなかったとされる。この事件は、日本企業のハラール問題に対する考え方に大きな影響を与えたと言われ、味の素はこれを機にグループ全体でハラールへの取組みを厳格化した。

9. おわりに

本稿では、「ハラール」の概念説明の後、マレーシアとインドネシアのハラール認証について概略

を紹介した。マレーシアは、「ハラール」をテコに巨大なイスラム市場を狙うハラール・ハブ戦略を採用しており、イスラム圏への輸出を志向する企業はマレーシアのハラール認証取得を検討する意味がある。他方、インドネシアは世界最大のムスリム大国であるが、イスラムの戒律自体が外見上、緩やかに見え、「ハラール」に対する対応もマレーシアほど厳しくない。インドネシアは市場自体が大きく、将来的にも有望であるが、所得水準から考えると、ここを市場として狙う場合、当面の間、必ずしもハラール認証は必要としない。

さらに、日本企業の最新の動きと過去のトラブル事例を紹介した。

本来、複雑なハラール制度について、紙幅の関係でごく一部しか紹介できなかった。また、本稿では、インバウンドビジネスについては全く触れることが出来なかった。しかし、ここ一、二年で九州各県でもローカルハラール、ムスリムフレンドリー等の具体的な事例が増えつつある。これらを踏まえて、地元九州の中小企業への提言を述べておわりとしたい。

ハラールに関する客観情報はまだ少ない。他方、国内のハラール認証機関に関する実態は明らかでない。したがって、イスラム・ビジネスを模索する中小企業は、いきなりハラール認証の取得に飛びつくのではなく、地道な情報収集に力を入れるべきであろう。まずは各地のジェットロ事務所にご相談することをお勧めする。東京、大阪をはじめ各地でハラールセミナーも開催されており、基礎的な情報を入手することができる。個別に情報が必要な場合は、貿易・投資相談を受けることを勧める。

11月下旬には、複数国を対象とした初の試みとして千葉の幕張メッセで「JAPAN HALAL EXPO 2014」が開催された。このような見本市の活用も一つの有効なツールである。

イスラム・ビジネスが、今後、アウトバウンド、インバウンドの別なく活発化することが確

実視されている。今後も引き続き研究課題として中小企業の各種取組みを追っていきたい。なお、本稿はプロジェクト研究費による研究の一部である。

<参考文献>

- 佐々木良昭 (2013) 『イスラム圏でビジネスを成功させる47の流儀』(実業の日本社)
- 佐々木良昭 (2014) 『ハラールマーケット最前線』(実業の日本社)
- 手島恵美編・著 『マレーシアビジネスガイド』(2013) ジェトロ (日本貿易振興機構)
- 並河良一 (2013) 『ハラール食品マーケットの手引き』(日本食糧新聞社)
- ハラールマーケット・チャレンジ・プロジェクト (2013) 『ハラールマーケットがよくわかる本』(総合法令出版株式会社)
- 『日本産農林水産物・食品輸出に向けたハラール調査報告書』2014年5月 日本貿易振興機構 農林水産・食品部 農林水産・食品調査課
- 『日経ビジネス』2013年9月23日号 “イスラム・パワー 16億人の知られざる「世界」”
- 『ジェトロセンサー』2014年10月号 “特集ハラール” (日本貿易振興機構)
- 『新イスラム事典』(平凡社)
- JETRO セミナー用資料
- ・味の素株式会社品質保証部品品質保証促進グルー

プ 兼松 「ハラール認証取得と運用事例のご紹介」

- ・ジェトロ 農林水産・食品部 農林水産調査課 籠瀬明佳 「食品輸出に向けたハラール市場の概況」

<Web サイト>

Pew Research Center 「The Future of the Global Muslim Population Projection for 2010-2030, Jan 2011」

<http://www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF-Feb10.pdf>

「沸騰！新興国マーケット 成長著しいイスラム市場～ハラール市場参入と日本企業の可能性」日経 BizGate 2012年1月31日

<http://bizgate.nikkei.co.jp/special/emerging/topics/index.aspx?n=MMBIb4000027012012>

ハラール産業開発公社 (HDC)

<http://www.hdcglobal.com>

「マレーシア日通、日系物流業者として初めて、ハラール認証を取得～マレーシア」

<http://www.nittsu.co.jp/press/2014/20141216-1.html>

農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略 平成25年8月農林水産省

<http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/pdf/senryakuhontai.pdf>