



拡大する「ハラルマーケット」と 「ハラル認証」の可能性

野村アグリプランニング & アドバイザリー株式会社
調査部 上級研究員 仲野 真人

2016年3月

STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL

Copyright © 2016 Nomura

This document is the sole property of Nomura. No part of this document may be reproduced in any form or by any means – electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise – without the prior written permission of Nomura.

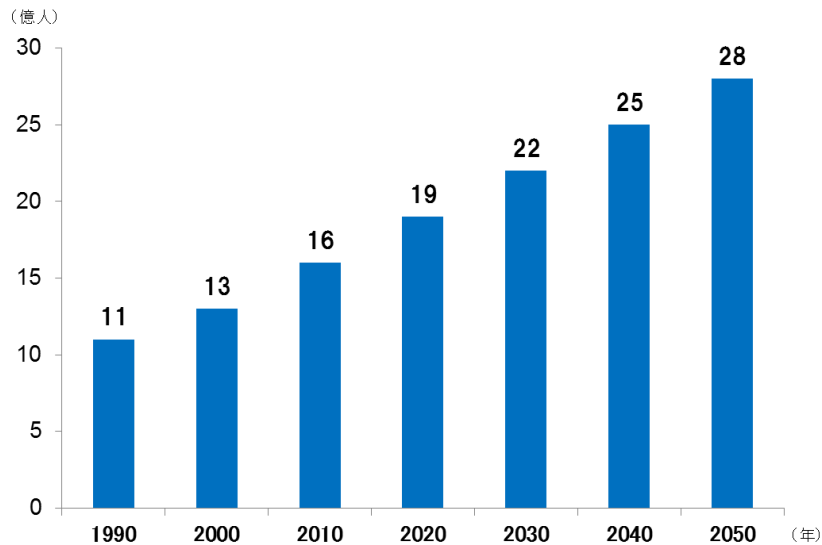
目次

はじめに	2
1. 「ハラル」とは何か?	3
2. 急ぐべき訪日ムスリム(インバウンド)への対応	5
3. 「ハラル認証」の可能性	7
4. 課題が多い海外市場(アウトバウンド)への対応	8
5. 事業戦略に基づいたハラルマーケットへの対応方向	9

はじめに

イスラム教徒の人口は2011年時点で18億人に達し、世界の人口の4人に1人となっている。2050年には28億人、世界の人口の3人に1人に達すると推測されている。

図 イスラム教徒の人口の推移



出所) The Pew Forum on Religion & Public Life HPよりNAPA作成

このような環境下、昨今「ハラル」という言葉をよく耳にする。弊社がこれまで公表した「6次産業化優良事例66選」や「6次産業化優良事例25選」の事業者の中にもこの「ハラル認証」を取得した事業者が複数登場する。最近では、上智大学がイスラム教徒の学生のためにハラル食の提供を開始したり、(株)コシダカが展開するカラオケ本舗まねきねこでハラル食の提供を始めたり、ホテルスプリングス幕張がハラル対応に取り組む等、イスラム教徒に向けた新たな取り組みが見られている。本論は、拡大するハラルマーケットの現状、ハラルマーケットへの対応のあり方について論述する。

(注1) 6次産業化優良事例25選: http://www.nomuraholdings.com/jp/company/group/napa/data/20150401_a.pdf

(注2) 6次産業化優良事例66選 http://www.nomuraholdings.com/jp/company/group/napa/data/20140401_b.pdf

1. 「ハラル」とは何か？

「ハラル」を理解するためには、まずイスラム教について触れなければならない。イスラム教には唯一の神アッラーがいる。そのアッラーの言葉を授かるのが預言者であり、アダムから始まりムハンマドまで約 13 万人いたと言われている。その全ての預言者を信じ、神の命令に従う教徒のことをムスリムと呼ぶ。「ハラル」とはムスリムにとって「許可された」という意味があり、アッラーに許可された行為のことを指す。ムスリムは自己の行動を「ハラル」か「ハラム(ノンハラルとも言う)」か「シュブハ(疑わしいもの)」で行動基準を判断している。

図 ムスリムの考え方



出所) マレーシアハラルコーポレーション様HPより

食に関して述べると、アッラーはコーラン(聖典)の中で、①死肉、②血、③豚肉、④アッラー以外の名で供えられたものを食することを禁じており、また、アルコールについても「ハラム」として禁じている。またイスラム教の宗派によっては、豚肉のみならず豚から派生した商品、例えば豚の骨皮を原料とするゼラチンや豚脂肪から製造される調味料、豚皮を原料とするコラーゲンも食することが禁じられている。ゼラチンは食品添加物として日本でも多くの商品(アイスクリーム、マシュマロ、ヨーグルト、ゼリー)に使用されている。注意しなければならないのは、豚肉に触れてしまったものについても不浄とされてしまうことである。つまり、肉を輸送する際に、豚肉と直接触れてしまった牛肉や鶏肉に関してもムスリムは食べることができなくなってしまうのである。

では、なぜムスリムは「ハラル」にこだわるのか。ムスリムは 6 信(唯一神「アッラー」、天使、啓典、預言者、来世、定命)と 5 行(信仰告白、礼拝(毎日 5 回)、断食(ラマダーン)、喜捨、巡礼)に基づいて行動している。

その 6 信の 1 つである「天使」の考え方は、「人間みんなの右側と左側にそれぞれアッラーの召使いである天使がついており、天使はその人間の良い(ハラル)行いと良くない(ハラム)行いを記録することが務めである。右側の蓄積の記録が多ければ多いほど、アッラーに愛され、そして死後、報いとして天国に行くことができる」というものである。つまり自分の行動がアッラーの評価と来世に直結するが故に、「ハラル」、「ハラム」の行動基準を守るのであり、どちらかわからない「シュブハ」だった場合はそれを選択するリスクを取りたがらないのである。

ムスリムだけの生活圈であれば、全く心配する必要がなかったが、世界がグローバル化するにつれて、様々な宗教の人々が一緒に暮らすようになり、特に食生活においては原料に何が使われているかわからない「シュブハ」が多くを占めるようになってしまった。そのようなムスリムの悩みを解決する為に考えられたのが「ハラル認証」である。「ハラル認証」は 40 年前にマレーシアで考えられたと言われており、現在では世界中で約 150~200 の認証機関が存在している。日本国内においても昨今急速に設立されており、国内の認証団体は 80~90 を越えると言われている。

「ハラル認証」の考え方は「トレーサビリティ」と同じ考えである。つまり、その商品の原材料に何が使用されているのかを明確にし、その上でハラルな原材料を使用していることを証明するのである。それ以外にも、例

例えば、レストランであれば、調理場や包丁等の調理器具、食器等を一般的な商品と分ける必要があり、工場であればハラール専用のラインを確立する必要がある。また、ハラール対応部署も設置する等様々な条件が定められている。

また「ハラール」の考え方は、食に限ったことに留まらず、生活するうえにおいて全ての行動基準になっており幅広い分野に及んでいる。

図 ハラール産業概念図



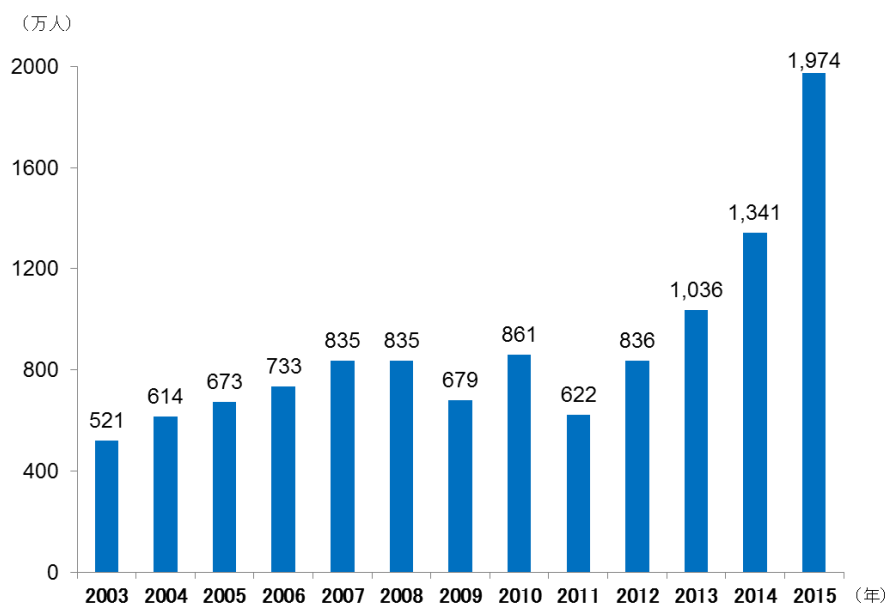
出所) 一般社団法人ハラール・ジャパン協会HPより

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2016

2. 急ぐべき訪日ムスリム(インバウンド)への対応

日本政府は日本再興戦略において、2020年に訪日外国人旅行者数2,000万人を目指すとともに、2030年には3,000万人を超えることを目標に掲げている。2015年の訪日外国人数は前年比47.1%増の1,973万7千人になり、過去最高であった2014年の1,341万3千人を600万人余り上回った。特に日本政府は訪日事業促進事業、いわゆるビジット・ジャパン事業において、韓国、台湾、中国、米国、香港、英、仏、独、豪、加、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシアの14市場を重点市場と位置付けている。

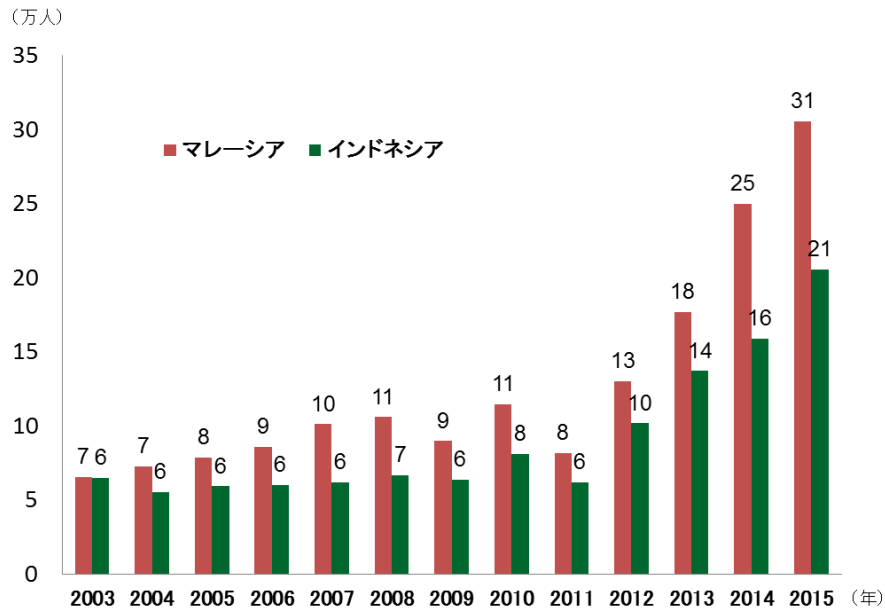
図 ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移



出所) 日本政府観光局(JNTO)よりNAPA作成

成長が著しい東南アジアにおいてムスリムの人口は7億5,000万人に上っている。重点市場の中でマレーシアは総人口2,400万人のうち2,000万人がムスリムである。日本政府観光局(JNTO)の調査によると、マレーシアからの訪日外国人観光客数は、2015年には305,500人と2014年の249,521人から22.4%と大幅に増加し過去最高を更新した。この要因としては2013年7月からビザが免除されたことが大きい。インドネシアは総人口2億4,000万人のうち2億人がムスリムであり、国別のムスリムの人口でも1位である。インドネシアからの訪日外国人観光客数は、2015年には205,100人と、2014年の158,739人を29.2%上回り、こちらも過去最高を更新している。2014年12月1日より、IC旅券を所持し事前登録したインドネシア国民を対象としたビザの免除が開始されており、今後さらなる増加が見込まれている。

図 マレーシア・インドネシアの訪日客数の推移



出所) 日本政府観光局 (JNTO) より NAPA 作成

ムスリムの訪日観光客の増加が見込まれる一方で、ムスリムにとって悩みの種となっているのが日本での「食事」である。前述したように、ムスリムは、宗派によっては豚肉のみならず、豚から派生した商品も食することが禁じられており、また、アルコールも禁じられている。日本に旅行に訪れたムスリムは「日本食」を食べるのが目的の1つに関わらず、原料が何であるのかわからないが故に安心して食べられるものが極端に少ないのである。つまり、日本はムスリムへの対応がきちんとできていないが故に、ビジネスチャンス逃している可能性が高いと考えられる。

3. 「ハラール認証」の可能性

そこで今注目され始めたのが「ハラール認証」である。「ハラール認証」はムスリムにとって、認証機関がこれは「ハラール」だと証明してくれているので、その食品を安心して食することができる。

図 世界各国のハラール認証



出所) マレーシアハラールコーポレーション(株)HPより

しかし、気を付けなければならないのが、「ハラール認証」を取得したからといって来客が増えたり、収益が伸びたりする訳ではないということである。確かに「ハラール認証」を取得していればムスリムが安心して食べられることからマーケットを開拓できる可能性はあるが、その一方で、「ハラール認証」を取得するために原料にも「ハラール認証」を取得した原料を使用することでコストが上がってしまうことが多い。また、ムスリムを雇用することが条件になっている場合もあり、対象としている国の「ハラール認証」の取得が現実的には難しい場合もある。

そのような状況に対応し、最近では「ローカル・ハラール」や「ムスリムフレンドリー」と言われる認証もできている。これはムスリムの戒律に従いながら、日本の文化に合わせてローカライズされた日本版「ハラール認証」である。現実的に完全なハラール対応が難しくても、日本の文化に合わせてつつ、原材料や製造ライン等、ムスリムが心配するポイントを明確にしている。

ハラールマーケットに向けてビジネスを考えている事業者にとって大切なことは、イスラム教について理解したうえで「トレーサビリティ」をしっかりと証明し、安心・安全な商品であることをムスリムにアピールすることである。そして何より「ハラール認証」ありきではなく、当然「食」である以上「美味しい」ことが大前提であり、美味しくなければいくら「ハラール」をアピールしようがムスリムも含めた消費者は購入しない。つまり、ムスリムが求めるものを美味しくかつ安心して食べることができる環境を整えることが、ムスリムを含めた外国人観光客のさらなる誘客に繋がると考えられる。

4. 課題が多い海外市場(アウトバウンド)への対応

農産物の輸出が日本政府の大きな目標になっている以上、輸出(アウトバウンド)に対する対応は不可欠である。最近も「ハラル認証」を取得してムスリムの多い国に輸出したいという畜産農家の話をはじめ「ハラルマーケット」への輸出を考える農林漁業者が増えてきた。ハラルマーケットに向けてビジネスを考えている事業者が海外市場をターゲットとした場合、どのようなことを懸念する必要があるのだろうか。

弊社がこれまでに全国の6次産業化優良事例を調査した事業者の中に、「ハラル認証」を取得した企業がある。その企業は菓子製造業であり、すでにISO9001やHACCPを取得している。「ハラル認証」を取得するにあたっては、原材料に豚に由来する材料やアルコールが使用されていないかのチェックだけですがすんなり取得できたという。

確かに、日本の従来の技術力を考えれば、菓子類等においては、上記に述べたように使用している原料を明確にし、製造ラインや調理場をハラル専用に確立することができれば、「ハラル認証」取得することは決して難しいことではないかもしれない。

しかし、「ハラル認証」を取得して牛肉や鶏肉を輸出しようとする場合は、非常に難しい状況となっている。何故ならば、「ハラル認証」の要件の中にと畜の要件が厳しく定められているのである。アラブ首長国連邦の「ハラル認証」におけると畜要件を例に挙げてみる。

- と畜担当者はムスリムであって、無神論者や偶像崇拝者であってはならない。
- と畜担当者は神の名(正確には「アラーは最も偉大である」とのアラビア語)を唱えながらと畜を行わなければならない。もし、唱えることを忘れた場合はその動物はハラルではなくなる。
- と畜は2本の頸動脈及び食道および気管を切断することによって行わなければならない。

上記も含めると畜には10以上の要件が定められている。現在の日本において、この要件を遵守しながらと畜することは現実的に難しく、畜産物を輸出するためには大きな壁となっている。

また、輸出における最大の問題は加工品や調味料である。これらには様々な添加物が入っており、その添加物に豚由来の製品が使用されている可能性がある。つまり、原材料が詳しく明記されていなければ何が使用されているのかわからないため、ムスリムはその加工品や調味料を「シュブハ」と判断しなければならず、食することができないのである。

5. 事業戦略に基づいたハラルマーケットへの対応方向

最後に「ハラル認証」を取得するメリットがあるのかということをもう一度考えて見たい。「ハラル認証」を取得することができれば、ムスリムは安心してその商品を購入することができる。しかし、「ハラル認証」を取得したからといって必ずしも他の製品よりも高く売れるわけではない。また、認証の取得や更新の際には少なからず費用がかかることにも注意したい。

まず国内で考えて見た場合は、日本に観光に来たムスリムが購入する選択肢を提供することによって販売チャネルが増えることは間違いない。「ハラル認証」を取得したことによって、外国人対応のホテルやレストランからの商談の問合せが増えたという話も聞いている。またインバウンド対応や在日ムスリム向けには「ローカル・ハラル」や「ムスリムフレンドリー」といったローカル認証によって対応できる場合もある。しかし、冒頭にも述べたが、「ハラル」は食分野に限ったことではなく、生活する上での行動基準になっているので、「食」だけではなく、「宿泊」や「ライフスタイル」についても対応をする必要がある。

表 ハラルマーケットに向けたインバウンドの対応方向

分野	カテゴリー	対応方向
食	外食	食材の原料を明確にし、流通方法や調理場・調理器具を明確にすることで「ローカル・ハラル」や「ムスリムフレンドリー」の取得をすることができる。
	加工品	原材料や製造工程を明確にすることでハラル認証を取得することができる。高付加価値商品であれば土産品の選択肢になる。しかし、肉加工品については基準が厳しいので注意が必要。
宿泊	礼拝	ムスリムは基本的に1日5回礼拝するので、礼拝の前に行うタヤート(洗浄)の場も併せて礼拝のための場所を確保する。また、礼拝はメッカの方角に向かって行うので、メッカの方角がわかるようにコンパス等を設置しておくことも必要。
	アメニティ	ホテルに置いてあるアメニティグッズ(シャンプーやリンス)についてもハラルであることが必要。原料がわからないため持参しているムスリムも多い。
ライフスタイル	化粧品	訪日ムスリムは所得水準が高い人も多く、化粧品にも非常に興味を持っている。原料を明確にし、ハラル認証を取得できれば土産品の選択肢になる可能性は高い。

さらに気をつけなければならないことがある。それは各事業者の事業戦略によって必要な「ハラル認証」が異なるということである。輸出向けにはインターナショナル認証や承認認証(その国が輸入を認めたハラル認証)が必要であり、日本国内の認証機関で取得した「ハラル認証」がどの国と相互認証をされているのかを確認する必要がある。そこを見落とすと「ハラル認証」は取得したものの、輸出したい国に輸出することができないというミスマッチが起きてしまう可能性がある。

ハラルマーケットに向けてビジネスを考えている事業者が、海外市場をターゲットにした場合には十億人超のマーケットが広がっている。先にも述べたが、輸出向けの「ハラル認証」を取得するには品目によってはまだ大きな壁がある。しかし、「ハラル認証」が付いている商品だからといってムスリムだけしか購入しないわけではなく、当然一般の消費者も購入する。すなわち「ハラル認証」を取得することができれば、今までのターゲットにムスリムが加わると考えることができる。

では海外市場に進出することは不可能なのか。結論から言うと決してそんなことはない。畜産物の輸出という視点ではまだ乗り越えるべき壁はあるが、すでに日本の大手外食企業はムスリムの多いマレーシア、インドネシアにも進出をしており、成功を収めつつある。

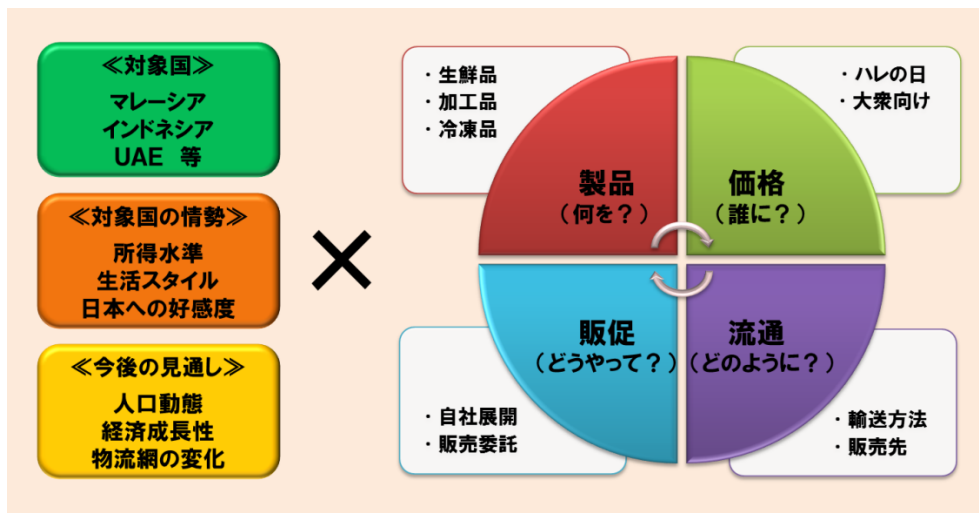
本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2016

いったい、彼らがどのような方法で事業展開を行っているのか。その方法の一つが「No Pork(ノーポーク) No Alcohol(ノーアルコール)」である。つまり、「原材料に豚肉・アルコールに由来する原材料は使用していません。」とムスリムにアピールすることが重要なのである。そもそも「ハラール認証」の商品は、認証機関が「ハラール」だと認めた商品ということもあり、当然ムスリムは安心して購入することができる。しかし、「No Pork No Alcohol」の商品も「ハラール認証」こそ取得していないが、原材料に、豚肉に由来する材料やアルコールを使用していない点においては、ムスリムが食することができる商品なのである。

つまり、「No Pork No Alcohol」であったとしても、しっかりとトレーサビリティが確立できていれば、許容できるムスリムも大勢いるのである。実際にインドネシアやマレーシアに進出している外食企業で、「ハラール認証」を取得していないが、「No Pork No Alcohol」をアピールし、さらにムスリムを従業員として雇用することによって、「この店はムスリムを雇用しているので安心だ。」と受け入れられ、大繁盛をしている事例もある。

海外市場をターゲットにする場合に大切なことはしっかりと事業戦略を立てることである。どの国に進出したのか、その進出したい国の所得水準やマーケット、今後の見通しをしっかりとマーケティングすることが求められる。その後、「製品(何を):Product」、「価格(誰に):Place」、「流通(どうやって):Place」、「販促(どのように):Promotion」という、いわゆる「4P」を検討したうえで、戦略に合った「ハラール認証」を取得することが重要である。

図 ハラルマーケットに向けたアウトバウンドの対応方向



ここまで「イスラム教の考え方」と「ハラール認証」について述べてきた。「ハラール」とはムスリムにとっては商品を購入する判断の基準になっており、ムスリムは「ハラム」はもちろん、どちらかわからない「シュブハ」も購入しない。今回は、食品を中心に述べてきたが、「ハラール」とは食品に限らず、ムスリムにとっての生活全てに関わってくるのである。

このような考え方は無宗教が多い日本人にとってはなかなか馴染まない文化かもしれない。しかし、「ハラール」をきちんと理解し、しっかりと「ハラール認証」を含めたビジネス戦略を構築することができれば、世界の4人に1人、将来的には3人に1人になりうる巨大なハラールマーケットにおいてビジネスチャンスは無限に広がっているのである。

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2016

NAPA

NOMURA Agri Planning & Advisory

<本レポートに関する問い合わせ先>

野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社

調査部 上級研究員 仲野 真人

住所 〒100-8170 東京都千代田区大手町 2-1-1

TEL 03-3281-0780

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2016