

ハラールという戦略上の選択肢 حلال

データで読み解く訪日ムスリム客の動向

第 14 回

す。

日本ではあまり報道されていませんが、マレーシアでは今、日本のハラールがちょっとした話題になっています。昨年末に訪日したナジブ首相が安倍晋三首相に対して「マレーシアを日本のハラール産業のアドバイザーに」とオファーしたのです。今回は、このように世界が熱い視線を向ける日本のハラール事情について、認証という観点から見てみましょう。

管轄不在で野放し状態

本連載ではこれまで、「ムスリム（イスラム教徒）対応＝ハラール認証＝難しい」ではない、と強調してきましたが、残念ながら今でも認証がハラール対応の唯一の手段であると思い込んでいる方が少なくありません。確かにハラール認証は信頼できる情報伝達手段の一つですが、全てのムスリムがそれを求めているわけではありません。ハラールの環境整備が始まったばかりの日本では、むしろ情報開示とその伝達が重要です。つまり訪日ムスリム客に判断材料を提供することがポイントなのです。ただし、これはインバウンドの場合です。

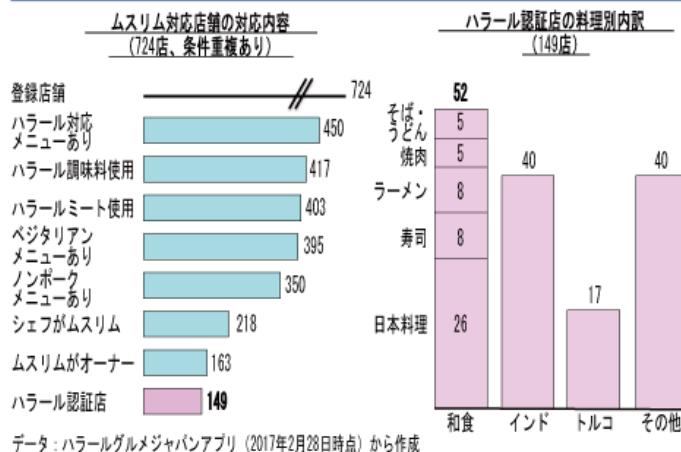
アウトバウンドとなると、話は変わります。ハラールは各国の輸入制度や表示法にも関わることから、厳格なルールが適用され、輸入国が管轄する団体が認めた認証でなければ、輸入してもハラール品とは見なされません。これを相互認証システムと呼び、認められている団体は国ごとに異なります。つまり、輸出に際してはどの国内認証が相手国で有効なのかを十分に確認する必要があるのです。

ハラール認証はムスリムであれば誰でも発行できますが、多くの国では国家が管轄しています。非ムスリム国であるシンガポールでは国内法で定める宗教機関が管轄しており、インバウンドとアウトバウンド両面での産業育成に取り組んでいます。翻って日本は「政教分離の原則」を理由に各省庁が積極的な関与を避けているといわれ、管轄がどの省庁であるのかさえ判然としません。その結果、国内に認証団体がいくつあるのかさえ分からないという状態が生まれており、ナジブ首相のオファーに対しては回答が保留されたままで

国に頼らず動き出した対策の現状は

ハラール認証が混乱する中で始まったインバウンド対応は、今どうなっているのでしょうか。ここでは「ムスリム対応店」としてハラールグルメジャパンに登録されている飲食店を見てみましょう。

日本ではハラール認証がない店舗が工夫を凝らして訪日ムスリム客に対応していることがうかがえる



全 724 店舗のうちハラール認証を取得しているのは 149 店舗と、全体の約 21% を占めています。そのうちの約 35% に当たる 52 店舗は和食類で、40 店舗で次点のインド料理とともに他を大きく引き離しています。和食類といっても今は 5 つのカテゴリーしかないですが、今後はよりバラエティー豊かなハラールの和食が増えることが期待されます。

ここで注意しなければならないのは、ハラール認証店舗といっても、アルコール類を提供している店もあるという点です。例えば、ある日本国内のハラール認証機関は飲食店を以下のように分類しています。

3 つ星：全ての食事メニューがハラールで、かつアルコール飲料の提供なし

2 つ星：全ての食事メニューがハラール（アルコール飲料の提供あり）

1 つ星: ハラルの食事メニューの提供が可能 (ノンハラルのメニューもあり)

これは同機関独自の分類ですが、情報が欲しい訪日ムスリム客と、できることから始めたいという店舗側の双方のニーズを満たしているといえます。3 つ星でなければ NG だというムスリム客もいれば、1 つ星でも構わないというムスリムもいます。事前に情報を開示・伝達することで、トラブル防止につながっているのです。もっとも「アルコールを提供してハラルといえるのか」という議論もあります。

認証機関の動きで環境は整備されるか

世界共通の認証は存在せず、日本国内では認証機関が乱立し、役所はそれを管轄していない——。それでも訪日ムスリム客は増加の一途で、民間は試行錯誤を重ねています。日本のハラル認証はこれまで輸出品に対する認証をメインにしてきたため、国内の飲食店への対応は遅れていました。そうした中、昨年末には統一された日本国内のムスリム対応基準を策定しようとする動きがありました。

これは複数の国内認証機関が共同で独立した団体を設立し、全国の認証機関やモスク (イスラム教礼拝所) と協議して、統一基準を策定し運用しようというものでした。昨年末の発表では、今年 4 月の団体設立に向けて協議を開始するとのことでしたが、現時点でもその動きは具体化していません。協議に参加すると表明していた団体が一転して不参加に転じるなど、早くも計画は頓挫しかけており、認証団体間の連携の難しさを露呈することとなりました。

こうした状況を尻目に、海外勢はますます日本市場への関心を高めています。サウジアラビアの認証機関が日本に進出したり、マレーシアの認証機関が相互認証機関を増やしたり、中国の認証機関が日本への投資を検討したりといった動きがあります。「ガイアツ」によって日本の環境整備は進むのか、それとも国内認証機関が団結して事態を開拓するのか。黎明 (れいめい) 期から脱しつつある日本のハラル認証は、消費者不在のまま混迷の度を増しています。

本連載では、こうした状況だからこそ、一次情報と独自のデータを基に、環境改善のための提言を続けてまいります。

< 筆者紹介 >

横山真也

Yokoyama & Company (S) Pte Ltd マネジングディレクター

ハラルメディアジャパン株式会社 共同創業者
ハラル関連事業としては 2014 年元日に「世界初の英語発信による日本ハラル専門ポータルサイト」HALAL MEDIA JAPAN を開設、14 年にはハラル・ベジタリアンレストラン検索サイト・アプリ「HALAL GOURMET JAPAN」をサービスイン。日本最大のハラルトレードショーである JAPAN HALAL EXPO を 14 年と 15 年に開催、16 年には新たに HALAL EXPO JAPAN として日本初のムスリムファッションショー TOKYO MODEST FASHION SHOW と併せて東京で開催した。17 年 11 月には東京・浅草で 4 度目となる同イベントを開催する。

NNA 倶楽部

あなたのアジアビジネスのために

N N A C L U B

世界の成長センター、アジア。めまぐるしく変わるビジネスの「今」を楽しみ、深く知る機会を、多くの人に——「NNA 倶楽部」にご登録ください。(無料)



会報「アジア通」

会員向けの月刊紙。リアルなアジアを伝える「取材ノート」、キーパーソンの言葉から時流を読み取る「アジアの風」、各分野の専門家に聞く「プロの眼」など、アジアビジネスに役立つコンテンツを満載。新サービス、キャンペーン、セミナーのお知らせも掲載しています。

NNA 倶楽部ビジネスニュース (メールマガジン)

アジア各国・地域の注目記事や NNA の Web サイトで更新された最新トピックを毎朝配信 月～金 毎朝 07:30 頃 (日本時間) 配信

アジア現地ガイド (要事前予約・1 回 30 分)

NNA の現地編集スタッフが国・地域の基本情報から産業政策、駐在員生活のアドバイスまでご案内