

# CLAIR REPORT No.498

## ムスリム市場における販路開拓・拡大及び 観光インバウンド誘致に向けて

Clair Report No. 498(March 31, 2020)

(一財)自治体国際化協会 シンガポール事務所



一般財団法人

**自治体国際化協会**

## 「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、様々な領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わる様々な海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、御叱責を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先

〒102-0083 東京都千代田区麹町 1-7 相互半蔵門ビル

(一財)自治体国際化協会 総務部 企画調査課

TEL: 03-5213-1722

FAX: 03-5213-1741

E-Mail: [webmaster@clair.or.jp](mailto:webmaster@clair.or.jp)

## はじめに

世界のムスリム（イスラム教徒）人口は 2015 年時点で 18 億人（約 24.7%）を超えるとされる<sup>1</sup>。その人口と割合は今後も増加していくことが予想されており、人口の増加とともにムスリムによる消費市場は益々拡大していくと考えられている。近年高い経済成長を続ける東南アジアにも、マレーシアやインドネシアといったムスリムが多く居住する国があり、これらの国では経済成長に伴い、個人の所得や消費が拡大している。富裕層、中間所得層の増加や消費者の嗜好の多様化により、国外旅行者も増えている。日本にとって東南アジアは、従来の生産拠点としてのみならず消費者獲得の対象としても注目度が高い地域となっている。

現在、日本の地方自治体では、地域経済活性化のための施策として地域産品の海外輸出、訪日外国人旅行者誘致といった施策を軸に、国外市場のうち特に東南アジア地域を狙う動きがある。

地域産品の海外輸出においては、生鮮品や加工食品、酒類の輸出、販売拡大に向けて東南アジアにおいて食品フェアや知事、市町村長によるトップセールスを実施する地方自治体もある。また、日本の伝統文化や物づくりの技術を世界に広めて日本の文化等への関心を高めるため、伝統工芸品のプロモーション等も行われている。

観光インバウンドの分野では、東南アジアをターゲットとする訪日外国人旅行者の誘致に積極的な地方自治体は、国際旅行フェアへの出展や現地旅行会社の招へいを行い地元への呼び込みに取り組んでいる。2018 年の訪日外国人旅行者数は 3,000 万人を超え<sup>2</sup>、2020 年には東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されることから、今後も訪日外国人旅行者は増え、同時に地方に観光需要をもたらすことが期待される。そのような中、内閣官房及び観光庁を中心とする観光戦略実行推進タスクフォースは、2018 年 5 月に『訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン』を策定し、ムスリム旅行者の受入れも推進している。

これらの地域産品の海外輸出（販路開拓・拡大）や観光インバウンドを進めるに当たって、今後の成長が見込まれる、各国のムスリム消費者及びムスリム旅行者の市場（ムスリム市場）は魅力的なマーケットではあるが、ムスリムはイスラム教の教義によって、生活様式や行動に関しての規定があるため、他の消費者や旅行者と異なる対応が必要となる。彼らの生活様式を理解した上で、地域の魅力ある商品や地元の観光地を紹介することは、地域産品の販路開拓・拡大や大きなインバウンド市場への PR につながる機会となり得る。

本稿では、ムスリムを対象とした地域産品の販路開拓・拡大やムスリム旅行者誘致を進めるに当たって参考となる情報をまとめている。イスラム教やムスリムの生活様式の 1 つの基準であるハラールについて理解を深めるとともに、東南アジア諸国にお

---

<sup>1</sup> Pew Research Center. “Why muslims are the world’s fastest-growing religious group” 2017 年 4 月 6 日

<sup>2</sup> 日本政府観光局（JNTO）報道発表『訪日外国人旅行者数、初の 3,000 万人突破！』2018 年 12 月 19 日

けるムスリムに関する情報やハラール対応状況について述べる。ムスリムに対応した商品や観光インバウンドの促進によって、ムスリム市場を獲得し、地域経済を活性化するとともに、国際社会における日本の存在感を更に高めることが期待される。既にこれらのムスリム市場への対応に取り組んでいる地方自治体のみならず、地域産品や訪日外国人旅行者誘致の新しい市場を探している地方自治体にとって今後の施策展開の一助となれば幸いである。

2020年3月

一般財団法人自治体国際化協会 シンガポール事務所長

目次	
はじめに	1
概要	5
第1章 イスラム教の基礎知識	6
第1節 イスラム教について	6
1 イスラム教の歴史	6
2 イスラム教の教義	6
第2節 ムスリムの人口規模及び経済規模	8
1 世界のムスリム人口	8
2 ムスリムに関する経済状況	10
3 ムスリム旅行者の状況	11
第3節 ハラール	13
1 ハラール及びハラーム	13
2 ハラール認証・公認制度・相互認証	15
3 各国のハラール商品に対する取組	16
第2章 東南アジア各国のイスラム市場への対応	17
第1節 マレーシア	17
第2節 インドネシア共和国	36
第3節 シンガポール共和国	57
第4節 タイ王国	64
第3章 日本におけるイスラム市場への対応	93
第1節 日本のムスリムとハラール認証	93
1 ムスリム人口と訪日外客数	93
2 日本におけるハラール認証	93
第2節 東南アジアのムスリム市場における訪日旅行の現状	95
1 マレーシアにおける訪日旅行	95
2 インドネシアにおける訪日旅行	98
第3節 地方自治体におけるハラール対応の取組事例	99
1 輸出促進（販路新規開拓・拡大）	99
2 観光インバウンド促進	100
第4章 地方自治体への提言	102
第1節 販路開拓・拡大	102
1 日本の輸出概況	102
2 ムスリム市場に向けた販路開拓・拡大の課題	102
3 ムスリム市場進出に向けた地方自治体の支援	103
第2節 観光誘客	105
1 ムスリム対応の必要性	105
2 ハラール認証取得の必要性	107

3 地方自治体が担うべき役割とは .....	109
おわりに .....	112
参考文献 .....	113
注 釈 .....	118

## 概要

本稿では、ムスリム市場を対象に地域産品の販路開拓・拡大や訪日外国人旅行者の誘致を促進するに当たり必要かつ有益と思われる情報を提供する。

はじめに、ムスリム市場を理解する上で必要となるイスラム教に関する基本的事項をデータを用いて説明し、東南アジア各国や日本におけるムスリム市場への進出状況やムスリム旅行者向け観光インバウンド政策や取組事例を紹介する。

### 第1章 イスラム教・ハラールを知るための基礎知識

イスラム教の歴史や教義について述べ、ムスリム人口の状況や、ムスリムが住む地域の経済規模と今後の展望について触れる。また、ムスリムの生活の1つの基準であるハラールについて述べるとともに、ハラール認証制度について説明する。

### 第2章 東南アジア諸国のムスリムの現状及びムスリム市場への対応

東南アジア諸国の中で、ムスリムが多数派を占めるマレーシアとインドネシア、また少数派であるシンガポールとタイを取り上げ、各国のムスリム市場への対応について説明する。ムスリムが多数派を占める国においては、ムスリムが教義を守り生活できるよう様々な制度や施策を行っている状況について述べる。また、対比となるムスリムが少数派の国のムスリム市場への取組については、日本にとっても参考となる情報として具体例を挙げながら述べていく。

### 第3章 日本におけるムスリムの現状及びムスリム市場への対応状況

日本におけるハラールへの取組状況等を取り上げる。近年、日本でもムスリム市場への対応の必要性が認識されつつあり、関係省庁においても施策が打ち出されている。地方自治体においても、ムスリム対応を意識した販路開拓・拡大やインバウンド促進にかかる取組が広がっていることから、他の地方自治体の今後の取組の参考となるよう紹介する。

### 第4章 日本の地方自治体への提言

これまでまとめたことを基に、地域産品の販路開拓・拡大と訪日外国人旅行者誘致の分野において、地方自治体が取組みめるムスリム市場への対応を提案する。

## 第1章 イスラム教の基礎知識

ムスリムとはイスラム教を信仰する人のことを言い、アラビア語で「(神に) 帰依する者」を意味する。イスラム教は仏教、キリスト教、ヒンドゥー教と並ぶ世界4大宗教の1つである。

日本では、イスラム教に関する話題を聞くこともあるが、ムスリムの生活様式についてあまり馴染みがないかもしれない。ムスリム市場における地域産品の輸出、観光インバウンド誘致に当たっては、ムスリムの信仰や生活様式について理解することが不可欠と言える。

本章では、イスラム教の歴史や教義とムスリムに関連する経済等の状況について触れ、ムスリムの生活の1つの基準であるハラールについて述べていく。

### 第1節 イスラム教について

#### 1 イスラム教の歴史

イスラム教は610年頃にアラビア半島のメッカ郊外において天使ジブリールより唯一神(アッラー)の啓示を受けた商人ムハンマドによって創始され、その後信仰地域を拡大していった。13世紀には遠く東南アジアにまで広がり、ムスリム商人の交易ルートを通じてインドネシアのスマトラ島から進入し、マレー半島を支配していたマラッカ王国に到着した。

当時海上交易の拠点として栄え強大な勢力を誇ったマラッカ王国の王がイスラム教に改宗したことで、その後イスラム教は交易経路を通じてジャワ島、ボルネオ島、更にはフィリピンのミンダナオ島にまで伝わった。現在の東南アジアのイスラム教もこれらの地域に分布している。

#### 2 イスラム教の教義

##### (1) クルアーンとハディース

イスラム教の聖典は「クルアーン(コーラン)」と言われ、唯一神(アッラー)がムハンマドに啓示した教えをまとめたもので、ムハンマドの死後に書物の形で作られたものである。アラビア語の原典だけがクルアーンであり、他の言語に訳されたものは注釈に過ぎないとされている。

このムハンマドが神の言葉として語ったクルアーンのほかに、ムハンマドが自分自身の言葉として語った言葉や行動(スンナ)のうち重要な部分を弟子達が編集したものがあり、これは「ハディース」と呼ばれ、ムハンマドの言行録であると同時に、イスラム教にとってクルアーンに次ぐ指針とされている。

##### (2) イスラム法(シャリーア)

クルアーンやハディース等を根拠とする規範を「イスラム法(シャリーア)」という。サウジアラビアやイラン、インドネシアのアチェ州等一部の国や地域では、シャリーア又はシャリーアの強い影響を受けた法律を採用している。他の多くの



イスラム教国では近代的な法律が制定されているが、シャリーアは道徳的規範として存在している。

イスラム教にとってシャリーアは“人間の正しい生き方”であり、信仰や儀礼、家族や取引の決まり等日常生活に関わるものから、国家の行政にまで至る幅広いものとなっている。ムスリムの宗教観や生活習慣を理解するためには、シャリーアが彼らの生活の規範になっていることを理解しておく必要がある。

### (3) 六信と五行

イスラム教の信仰の根幹となるものに六信と五行、すなわち信じるべき6つの対象と行うべき5つの行為がある。

六信は次の6つである。

- ① 神（アッラー）
- ② 天使
- ③ 聖典（クルアーン）
- ④ 預言者（ムハンマド）
- ⑤ 来世
- ⑥ 定命

また、ムスリムが行うべき5つの行為は、次の5つである。

- ① 信仰告白（シャハーダ）

“アッラーのほかに神はなし。ムハンマドはアッラーの使徒なり”とアラビア語で唱え、“私は証言する”と言い加えること。日々の礼拝において、この言葉を唱えることが義務付けられている。

- ② 礼拝（サラア）

礼拝はムスリムにとって最も基本的で重要な義務であり、1日に5回ある礼拝の定刻の間にメッカの方向を向いて行うこととされている。イスラム教の礼拝堂であるモスクにはメッカの方角にミフラーブと呼ばれる窪みがあり、その方角へ向かって礼拝を行う。礼拝は1人でも集団でも、モスク以外の場所で行うことも可能であるが、金曜日の正午に行われる集団礼拝は、導師の元、モスクで行われるのが原則である。

- ③ 喜捨（ザカート）

喜捨とは、寡婦、孤児、貧しい巡礼者等の困窮者や新たに改宗した者等への義務的な寄付、施しのことであり、その方法は、1年間を通じて金銭、家畜、収穫物等一定額の資産を保有した者に定率の税金を科すことによる。現在では、サウジアラビア等一部の国を除いて、政府がザカートを徴収することは少なくなっている。

- ④ 断食（サウム）

サウムの原義は“慎み避けること”であり、「ラマダーン」と言われるイスラム歴の第9月の期間の日の出から日没まで、飲食、喫煙、性交等が禁止

されている。妊婦や病人、乳幼児、老人等合理的な事情がある場合は、サウムを免除され、日没後は飲食が許されるため、普段より豪勢な食事を楽しむ人も多い。飲食を断つことによって空腹や自己犠牲を経験し、飢えた人への共感を育むと共にムスリム同士の連帯感を生み出している。

#### ⑤ 巡礼（ハッジ）

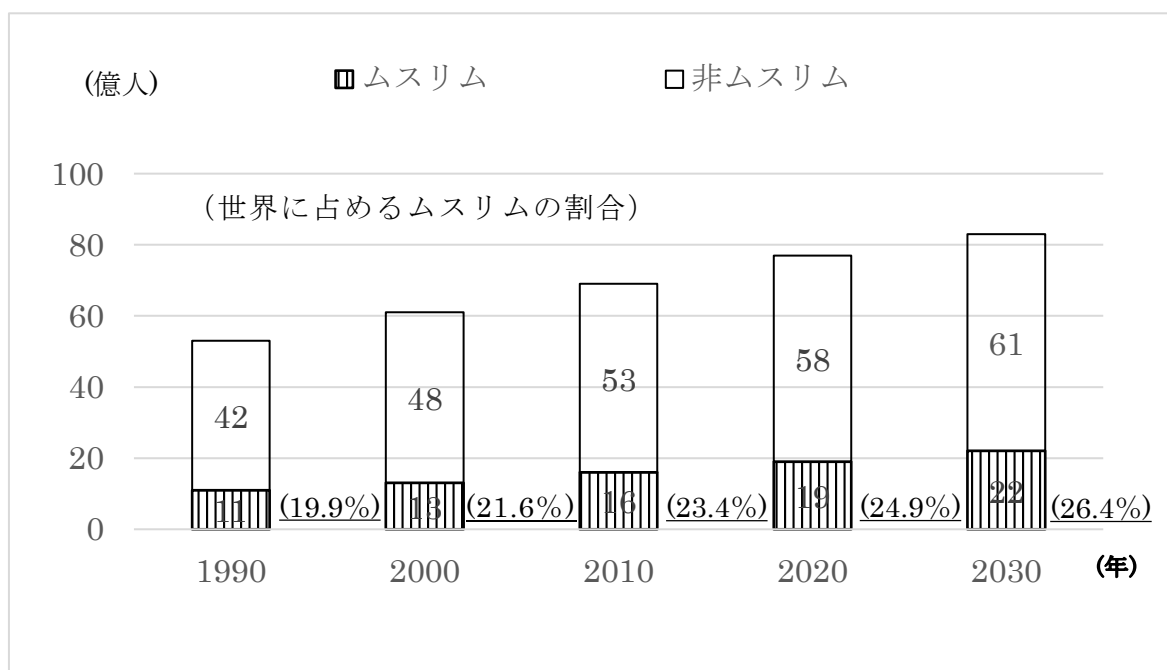
イスラム教の聖地であるメッカへの巡礼を指す。イスラム歴の第12月の8日から10日までの時期を中心にメッカにあるカーバ神殿を始めとした数カ所の聖所を決められた作業と手順で巡る。体力的、経済的に可能であれば一生に一度は行くべきものとされている。毎年ハッジの時期には、世界中からおよそ200万人の巡礼者がメッカを訪れる。

## 第2節 ムスリムの人口規模及び経済規模

### 1 世界のムスリム人口

2015年時点で、世界には18億人のムスリムがいるとされており、これは世界のおよそ4人に1人がムスリムであることを意味している。ムスリムの人口は今後も増加し、2020年には19億人に、2030年には約22億人になると予想されている<sup>3</sup>。

【図表1】ムスリム人口の世界に占める割合（1990年-2030年）

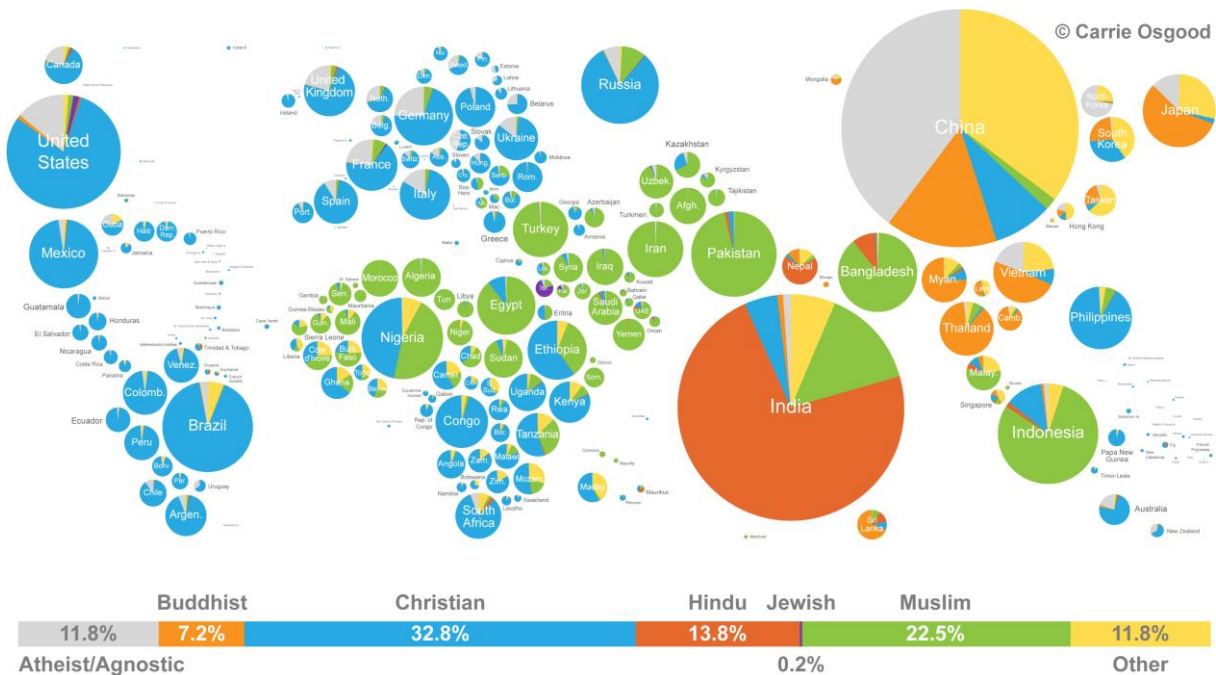


出典：Pew Research Center “The Future of the Global MUSlim Population” 2011年1月27日

<sup>3</sup> Pew Research Center. “Why muslims are the world’s fastest-growing religious group” 2017年4月6日

ムスリム人口が増加している理由としては、ムスリムの3分の1が人口増加の最も大きいアフリカと中東地域に集中していることが挙げられる。また、ムスリム女性1人が産む子供の数は2.9人で、非ムスリム女性の2.2人よりも高くなっていることも要因の1つと言われている<sup>4</sup>。

【図表2】世界の主な宗教の分布図（2010年-2011年）



出典：Carrie On ADVENTURES “Major world religions”・灰色は「無神論又は不可知論」、橙色は「仏教」、青色は「キリスト教」、濃い橙色は「ヒンドゥー教」、紫色は「ユダヤ教」・緑色は「イスラム教」、黄色は「その他」を表す。

ムスリム人口を国別にみると、2013年時点の推計値ではインドネシアのムスリム人口が約1億9,240万人と最も多い。次いで、パキスタン（約1億7,504万人）、インド（1億5,351万人）、バングラデシュ（1億3,827万人）となっている<sup>5</sup>。

アジアにおけるムスリムは、東南アジアに2億2,458万人（世界のムスリム人口の14%）、南・中央アジアに6億2,002万人（同38.8%）、西アジアに2億1,396万人（同13.4%）、これに東アジアを加えたアジア全体のムスリム人口は10億7,977万人であり、世界のムスリム人口の67.6%を占めている（2013年時点）<sup>6</sup>。

東南アジアでムスリムが多い国は、インドネシア（1億9,240万人）、マレーシア（1,795万人）、タイ（603万人）、フィリピン（502万人）、ミャンマー（160万人）、シンガポール（80万人）等が挙げられる<sup>7</sup>。

<sup>4</sup> Pew Research Center. “Why muslims are the world’s fastest-growing religious group” 2017年4月6日

<sup>5</sup> 店田廣文 『イスラーム教徒人口の推計 2013年』 2015年5月

<sup>6</sup> 店田廣文 『イスラーム教徒人口の推計 2013年』 2015年5月

<sup>7</sup> 店田廣文 『イスラーム教徒人口の推計 2013年』 2015年5月

【図表 3】 東南アジアの国別ムスリム人口（2013 年）

国	人口(千人)	ムスリム人口(千人)	ムスリム比率(%)
インドネシア	249,866	192,397	77.0
マレーシア	29,717	17,949	60.4
タイ	67,011	6,031	9.0
フィリピン	98,394	5,018	5.1
ミャンマー	53,259	1,598	3.0
シンガポール	5,412	806	14.9
カンボジア	15,135	348	2.3
ブルネイ	418	336	80.4
ベトナム	91,680	92	0.1
合計	610,892	224,575	—

出典：店田廣文『イスラーム教徒人口の推計 2013 年』。合計は（一財）自治体国際化協会シンガポール事務所にて記載。

## 2 ムスリムに関する経済状況

### (1) ムスリムの生活関連商品市場の拡大

食や旅行、ファッションといったムスリムの生活に関連した商品やサービスの消費額は、ムスリム人口の増加に伴い今後成長していくことが予想されている。

2017 年のハラール食品（イスラム教の教えに従った食品や飲料。本章第 3 節にて後述）や飲料に関する消費量は、1 兆 3,030 億 US ドル（約 142 兆 7,436 億円、1 US ドル＝109.55 円（2019 年 12 月時点）：以下この項において同じ）であった。これが 2023 年には、1 兆 8,630 億 US ドル（約 204 兆 0,916 億円）と約 1.4 倍になると予想されている。

また、この市場はハラール食品だけに限らず、化粧品や医薬品、衣料や旅行等にも広がり、これらを合わせた世界のムスリムの消費額の合計は、2017 年には 2 兆 1,070 億 US ドル（約 230 兆 8,218 億円）であり、更に 2023 年には 3 兆 70 億 US ドル（約 329 兆 4,168 億円）になることが予想されている<sup>8</sup>。

<sup>8</sup> Thomson Reuters “State of Global Islamic Economy Report 2018-2019”

【図表 4】世界のムスリムの消費額

部 門	2017 年の消費額 (億 US ドル)	2023 年の消費額 (億 US ドル)
ハラール食品	13,030	18,630
ムスリム観光 <sup>9</sup>	1,770	2,740
ファッション	2,700	3,610
化粧品	2,090	2,880
医薬品	870	1,310
レクリエーション	610	900
合計	21,070	30,070

出典：Thomson Reuters “State of Global Islamic Economy Report 2018-2019”を  
基に作成。

## (2) 東南アジア (ASEAN) の経済成長

経済協力開発機構 (Organisation for Economic Co-operation and Development : OECD) は、ASEAN10 カ国の 2019 年から 2023 年までの経済成長率を平均 5.2%と予想している<sup>10</sup>。また、東南アジアの中で、ムスリム人口が最も多いインドネシアでは、2019 年から 2023 年までの年間平均経済成長率が 5.3%、2位のマレーシアは 4.6%になると予想されている (2018 年 11 月時点)<sup>11</sup>。

この ASEAN の経済成長の理由として、個人の消費が伸びていることや労働市場が安定していることが挙げられる。インドネシア、マレーシアといったムスリムが人口の過半数を占める国の経済の成長が期待されることから、これらの国に注目が集まっている。

また、2017 年の ASEAN の輸入額を見ると、日本からの輸入は 8.8%を占める<sup>12</sup>。ASEAN 域内を除くと中国 (19.6%) に次ぎ EU と同じ規模であり、日本は東南アジアにとって重要な貿易相手国であることから、地方自治体の販路開拓・拡大にとっても期待の高い地域と言える。

## 3 ムスリム旅行者の状況

### (1) 訪日外国人旅行者の増加

日本政府観光局 (JNTO) の統計によると、2018 年の訪日外客数は、3,119 万 2,000 人で統計を取り始めた 1964 年以降最多となり、前年比では 8.7%の増となった。

<sup>9</sup> ムスリムの生活習慣に適した食事や宿泊施設を備える地域における観光

<sup>10</sup> 経済開発協力機構(OECD) ”Economic Outlook for Southeast Asia, China and India 2019” 2018 年 12 月

<sup>11</sup> 経済開発協力機構(OECD) ”Economic Outlook for Southeast Asia, China and India 2019” 2018 年 12 月

<sup>12</sup> 外務省 目で見える ASEAN —ASEAN 経済統計基礎資料—

東南アジアの国別で多い順に見ると、タイ 113 万 2,100 人（前年比 14.7%増）、フィリピン 50 万 4,000 人（同 18.8%増）、マレーシア 46 万 8,300 人（同 6.6%増）、シンガポール 43 万 7,300 人（同 8.2%増）、インドネシア 39 万 6,800 人（同 12.6%増）であり、いずれも過去最多となっている<sup>13</sup>。

訪日外客数のうち多くを占めるのが訪日旅行者であり、その増加の背景には、経済成長による中間所得層の増加や格安航空会社（Low Cost Carrier : LCC）の就航便数の増加、訪日ビザの要件緩和等が挙げられる。また、東南アジア各国で行われている旅行フェアでの訪日観光プロモーションも訪日外国人旅行者の増加を後押ししている。海外からの旅行者が日本を訪れることで、地域の宿泊施設や飲食店、交通機関等地域の経済も活性化される。

また、訪日旅行者がソーシャルネットワークワーキングサービス（Social Networking Service : SNS）に、旅行先の風景や自分の体験を掲載することで、地元観光地を世界に広めるといった二次的な効果も期待できる。

ムスリムは宗教上の制度や生活習慣から旅行に際しての制約があるが、それらに対応することで、より多くの訪日旅行者を迎え入れることが、観光による地域経済活性化の大きな要素となっている。

## （2）ムスリム旅行者の動向

ムスリム旅行者の市場は急速に成長している。2017 年には 1 億 3,100 万人であったムスリム旅行者は、2020 年には 1 億 5,800 万人になると予想されている。経済規模で言うと、2020 年には 2,200 億 US ドル、2026 年には更に 800 億 US ドル増加し、3,000 億 US ドルになるとみられる<sup>14</sup>。この背景には、ムスリム人口の増加に加え、湾岸諸国、インドネシア、マレーシアでの中間所得層人口の増加が挙げられている。

マスターカード及びクレセントレーティングが行っているムスリムフレンドリー度<sup>15</sup>の高い旅行先の評価<sup>16</sup>によると、2019年のランキングで1位はマレーシア、インドネシア、3位トルコ、4位サウジアラビア、5位アラブ首長国連邦（以下「UAE」という。）である。

なお、日本は 25 位であるが、イスラム協力機構（Organisation of Islamic Cooperation : OIC）加盟国（57 カ国、2019 年 5 月時点）を除いた国の中では、シンガポール、タイに次ぎイギリスと同率で第 3 位となっている。日本は「安全面」「交通インフラ」の分野で高い評価を得ている一方、「礼拝場所の整備」「コミュニケーションの容易さ」の評価は低い。

<sup>13</sup> 日本政府観光局（JNTO） 月別・年別統計データ（訪日外国人、出国日本人）

<sup>14</sup> Mastercard-Crescentrating “Global Muslim Travel Index 2018”2018 年 4 月

<sup>15</sup> 旅行先が、ムスリムにとって安心して快適な場所であるかを数値化した指標。「交通インフラの整備」「コミュニケーションの容易さ」「ムスリムに適したレストランの有無」「ユニークな体験」等の 14 項目で評価。

<sup>16</sup> Mastercard-Crescentrating “Global Muslim Travel Index 2019”2019 年 4 月

また、「ムスリム対応レストラン」に対する評価は 100 点満点中 45 点であり、今後ムスリム向けレストランを充実させる余地があるといえる。イスラム教の教えやムスリムの生活様式を知り、ムスリム旅行者への対応を充実させていくことで、より多くのムスリム旅行者に選ばれる旅行先となり、ムスリム市場を掴むことが期待される。

### 第3節 ハラール

前節で述べたとおり、ムスリム人口は増加しており、ムスリムが居住する地域の経済や消費生活の規模も拡大している。今後の発展が期待される魅力的な市場である一方で、ムスリムにはイスラム教の教義によって消費する商品に基準がある。その基準の1つが「ハラール」と「ハラーム」である。ムスリム市場を考えるに当たってはその理解が不可欠であるので、本節においてハラールとハラームの概念について述べ、その考え方に基づいて商品を規定するハラール認証制度について述べていく。

#### 1 ハラール及びハラーム

イスラムの教えで「許されている」という意味のアラビア語が「ハラール」であり、一方、「禁じられている」という意味のアラビア語が「ハラーム<sup>17)</sup>」である。ハラールやハラームは、物や行動が「神に許されている」のか「禁じられている」のかどうかを示す考え方となっている。そして、このハラールとハラームの間の、「疑わしいもの」という意味のアラビア語が「シュブハ<sup>18)</sup>」であり、シュブハはできる限り避けるべきものとされている。

ハラールとハラームについては、具体的に以下のとおりに整理されている。

① アッラーが創造したものは、特に禁止されているいくつかの例外を除き、ハラールである。

例外として禁止されているものは主に以下のとおり。

- ・豚、犬
- ・血液
- ・シャリーアに従った正しい処理方法以外で死んだ動物の肉
- ・酒、アルコール
- ・水の中と外、両方で生きられるもの（ワニ、亀、蛙等）
- ・害虫、毒性を持つ生物（ネズミ、サソリ、ヘビ等）

② ハラールであるかハラームであるかを決めるのは神のみである。

③ 物事を禁止する基本的な理由は、それが不浄であり害になるものだからである。

- ・死肉や死んだ動物は、その腐敗過程で人間に有害な化学物質が形成されるため、人間が食べるには適さない。

<sup>17)</sup> 「ハラーム」のことを「ノン・ハラール」と表現する者もいる。

<sup>18)</sup> タイでは、アラビア語で「マシュブー」という表現を使用している。

- ・ 動物から出た血液には有害な細菌、代謝産物及び毒素が含まれている。
  - ・ アルコールは、神経系に害を及ぼし、人間の判断力に影響を与え、社会問題や家族の問題、時には死をも引き起こすことが考えられる。
  - ・ 豚は病原性寄生虫が人間の体内に入るに当たっての媒介生物となる。
- ④ ハラールなものがあれば十分であり、ハラームなものは必要がない。
  - ⑤ ハラームをハラールと偽って表示することは禁止される。
  - ⑥ 疑わしきもの（シュブハ）は避けるべきである。

ハラールやハラームといった概念は、神の教えに従って生きるムスリムの生活全般に関わる考え方であり、ハラールである商品（ハラール商品）の市場はムスリムの日々の生活全てに関わる商品やサービスの提供を含んだ幅広い市場である。ムスリムに対して物産の販売や食事等のサービスを提供するに当たって特に留意する点は、以下のとおりである。

#### ① 豚

豚はその精肉だけではなく、あらゆる部位や豚に由来する成分も避けるべきとされる。ソーセージ用の豚腸や、豚の肉や骨で出汁を取ったスープやエキスはもちろん、豚の皮から作られるゼラチンやコラーゲンなども菓子や加工食品、化粧品等に幅広く使用されているため注意が必要である。

#### ② アルコール及びアルコール成分

アルコールはハラームとされているが、これは、人間がアルコールを摂取することで悪い行動を行う恐れがあるとされているからである。そのため、酒類等のアルコール飲料は禁止されているが、醤油やみりん等のアルコール成分を含む調味料や工業用エタノール製品については、国やイスラム法の学派によって判断が異なり、またムスリム個人間にも差がある。

例えば、マレーシア・イスラム開発局（Jabatan Kemajuan Islam Malaysia : JAKIM）は、自然発酵によるアルコールについて、「醤油を含む果物、ナッツ、シリアル等において、製造時に発生する自然発酵アルコール成分はイスラム法においては不浄なものでない」とする見解を出した<sup>19</sup>。

インドネシアウラマー評議会（Majelis Ulama Indonesia : MUI）の見解では、1%以下のエタノールを含む飲料はアルコール飲料には分類されないが、飲用はハラームに当たるとしている<sup>20</sup>。

UAE やサウジアラビアでは、自然発酵の結果のエタノール濃度が1～0.02%以下であれば消費可能としている<sup>21</sup>。

このようにハラールに該当するか否かの基準は、各国の政府機関や宗教団体によって見解が異なり、更にはムスリム個人の考え方や信仰心の強さや生活習

<sup>19</sup> マレーシア・イスラム開発局（JAKIM）“Alkohol Dalam Makanan, Minuman, Pewangi Dan Ubat-Ubatan ” 2011 年

<sup>20</sup> インドネシアウラマー評議会 “Fatwa Tentang Alkohol” 2009 年

<sup>21</sup> 湾岸協力会議諸国標準基準：GSO2538-2017



慣によっても差がある。ハラールかハラームかの判断をするのは、神と対話するムスリム自身であることを心に留めておく必要がある。

## 2 ハラール認証・公認制度・相互認証

### (1) ハラール認証

ハラール認証とは、商品やサービスに対し、イスラム法に従った規格を定め、原材料、製造工程、商品品質を審査し、それらが基準を満たしていることを認める制度である。規格に適合した商品には、審査した認証機関による認証マークの使用が許諾される。

ハラールである商品とそうでない商品が市場にある場合、どの商品がハラールであるか個人消費者が判断することは難しい。そのため、認証機関が認証し、商品に認証マークを付して流通させることで、ムスリムがハラールである商品であることを判断できるようにしている。

現在、世界共通のハラール認証というものは存在せず、各国にある認証機関がハラール認証を行っており、その基準や認証マークは認証機関ごとに異なる。主な認証機関は宗教団体や非営利団体（NPO 法人）であるが、例えば、マレーシアでは政府機関である JAKIM によるハラール認証が行われている。JAKIM のハラール認証は、危害要因分析重要管理点（Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP）<sup>ii</sup>等の食品衛生基準を基にして行われている。したがって、マレーシアのハラール認証を取得した商品はムスリムにとってはもちろん、非ムスリムにも安心して購入できる品質の商品であるといえる。

### (2) 公認制度

公認制度とは、ある認証機関が他の認証機関について自機関と同等の基準を満たしていると認めるものである。例えば、マレーシアの JAKIM が公認している日本の認証機関からハラール認証を受けた商品は、JAKIM から認証を受けたものと同等の基準を満たしているものとみなされる。

国外に輸出をする場合、輸出先国が輸入に当たってハラール認証を必要としている場合などにおいて、同国の認証機関からハラール認証を受けることが費用や手続の面から難しい場合には、輸出先国から公認を受けている日本の認証機関から認証を受けることも1つの手段と考えられる。

### (3) 相互認証

相互認証とは、複数国との間の協定等の締結により、いずれかの国のハラール認証を取得した商品は、残りの締結国でもハラール認証を取得した商品として認められる仕組である。例えば、ブルネイ、インドネシア、マレーシア、シンガポールの4か国では、ハラール認証の相互受入協定を締結している。

### 3 各国のハラール商品に対する取組

ハラール認証は商品そのものがハラールに該当するかどうかは1つの基準になるが、販売する際の認証の要否は国によって異なる。例えば、国民のほとんどがムスリムであるサウジアラビアでは、輸入時にハラールか否かの検査を行うため、肉以外の商品はハラール認証がなくても販売することができる（ハラール商品しか流通していないため、取り立ててハラールであることを認証して明示する必要がない）。

一方、非ムスリムも多く居住するマレーシアでは、スーパーマーケットにて、豚肉や豚由来の成分を含む食品、酒等は「ノン・ハラール (Non Halal) コーナー」という区切られた売り場で販売されている。それ以外の商品はハラール認証を受けた商品と受けていない商品が同じ売り場に並べられており、ハラール認証を受けた商品は認証マークが示されているが、ハラール認証を受けていない商品はそれがハラールかどうかムスリム自身が判断する状況となっている。

インドネシアやシンガポールでは、一般的にノン・ハラールコーナーはなく、マレーシアと同様ハラール認証のある商品とない商品が混在しているが、ムスリム消費者は、ハラール認証の有無を認証マークで区別できるので、ハラール商品を選ぶ際の大きな基準となる。

ハラール認証は、食品に限らず、化粧品や医薬品、金融、流通といったサービスにも及んでいる。従来、ムスリムの割合が多い国においては、自国のムスリムがハラールかどうか判断できるようハラール認証を行ってきた。今日では、ハラール認証制度は世界的な広がりを見せ、ハラール認証を受けた商品の輸出拡大など、1つの産業として国の経済発展に寄与している。

非ムスリムが多数を占める国においても、ハラール認証制度やハラール商品産業の先進国の取組について学び、自国の経済発展やムスリムへの理解促進に役立てたいという動きがある。

次章では、東南アジアでムスリムの割合が多いマレーシア、インドネシアとともに、ムスリムが少数派であるシンガポール、タイを取り上げ、各国のハラール認証制度やハラール商品の輸出拡大、観光インバウンド促進状況について見ていく。

## 第2章 東南アジア各国のイスラム市場への対応

### 第1節 マレーシア

#### (1) 基本情報（人口・民族・宗教・GDP・主要輸入先）

マレーシアは、マレー半島とボルネオ島の一部（サバ州とサラワク州）から構成され、国土面積は日本の9割弱の広さである。

人口は、約3,238万人が住んでおり、大別してプミプトラ<sup>22</sup>と呼ばれる先住民族であるマレー系（69.1%）を始め、中華系（23.0%）、インド系（6.9%）、その他（1.0%）で構成される多民族国家である。

宗教別にみると、国教としてイスラム教が定められており、国民の約61%がイスラム教徒である。なお、個人の信仰の自由は保障されている。

経済面では、1957年に英国から独立して以降、天然ガスやパーム油等の豊富な天然資源が、主要な輸出品目になっている。1970年前後からは、国主導で工業化が推進され、電気・電子産業を中心に製造業が大きく発展した。

政治面では、2020年2月24日に第7代首相のマハティール・モハマド氏が首相を辞任し、マハティール政権において元副首相を務めたムヒディン・ヤシン氏が、同年3月1日に第8代首相に就任した。

【図表5】マレーシアの基本情報

人口 (2019年5月) ※1	総人口 3,238万人 (自国民 2,906万人、それ以外 322万人)
面積	33万 345 km <sup>2</sup>
政体	立憲君主制
主要民族 (2019年5月) ※1	マレー系 69.1%、中華系 23.0%、インド系 6.9%、 その他 1.0%
言語	マレー語（公用語）、英語、中国語
主な宗教 (2010年) ※2	イスラム教 61.3%、仏教 19.8%、キリスト教 9.2%、 ヒンズー教 6.3%、その他 0.4%
名目GDP(1人当たり) (2018年) ※3	3,590億 USドル（1万 942USドル） (参考：日本の1人当たり GDP 3万 8,300USドル)
主要貿易相手国 (2018年) ※3	輸入：中国 19.9%、シンガポール 11.7%、米国 7.4% 輸出：シンガポール 13.9%、中国 13.9%、米国 9.1%
対日主要輸出品目 (2018年) ※3	天然ガス（28.5%）集積回路（9.9%）、 半導体デバイス（4.0%）、合板ベニヤパネル等（3.5%）
対日主要輸入品目 (2018年) ※3	集積回路（12.3%）、乗用車（5.0%）、 半導体デバイス（4.1%）自動車部品（3.6%）
外国人旅行者数 (2018年) ※4	外国人旅行者数合計 2,583万人 (内ムスリム旅行者) 約 525万人（20.3%）

<sup>22</sup> マレー語で「土地の子」を意味し、マレー系及びその他先住民を指す。

- 出典：※1 マレーシア政府統計局 “Demographic Statistics, Malaysia, First Quarter 2019, POPULATION”
- ※2 Index Mundi “Malaysia Demographics Profile 2018”
- ※3 日本貿易振興機構（JETRO）「マレーシア基本情報」、  
「ジェトロ世界貿易投資報告 2019 年版」
- ※4 マレーシア政府観光局 “My Tourism Data, Tourist Arrivals”  
マレーシア観光省・イスラム観光センター “Estimated Muslim  
Tourist Arrivals to Malaysia 2018”

## （2）市場の特徴

マレーシアの人口は、近隣のタイやインドネシアと比較すると少ないが、国民1人当たりのGDPは、2018年に1万942USドルであり、ASEAN諸国では、シンガポール、ブルネイに次ぐ高さである。

近年、マレーシアは、安定して経済成長を続けており、地理的にハブ機能を活かして、シンガポールと並び東南アジアにおける経済・貿易の中心地となっている。

また、近代的かつクリーンな経済・社会システムを有する国として、ASEAN諸国の中では成熟国家に移行しつつある。

人口構成においては、マレー系が多数派ではあるが、経済界では中華系が中枢を占めている。一方、国民の約61%がムスリムであることと、ムスリムが多いインドネシアやブルネイが近隣にあることもあり、ムスリム市場は活性化している。

マレーシア政府は、国家経済計画である「第9次マレーシア計画（2006年-2010年）」において、製造業、バイオメディカル、教育、医療、観光等と並んで、ハラールに関連する産業を重点分野と位置付けてきた。「第10次マレーシア計画」（2011年-2015年）「第11次マレーシア計画（2016年-2020年）」においても、ハラール産業が重点分野として盛り込まれ、経済をけん引する柱の1つとしている。

ここからは、マレーシアにおける、ムスリム国家である強みを活かしたハラール産業における世界の中心「ハラール・ハブ」を目指す産業振興施策を、ハラール認証制度と併せて紹介する。

## （3）ハラール認証制度

### ア ノン・ハラール商品の国内流通

マレーシアではムスリムと非ムスリムが共存しているため、市場においてもハラール商品とハラール商品以外のもの（非ハラール商品）が混在して流通している。基本的に、スーパーマーケット等では、豚肉、アルコール類のノン・ハラール商品は、「ノン・ハラールコーナー」に設置されて、ハラール商品の売り場と区別して販売されている。

なお、注意すべき点として、野菜、果物、米、豆類、魚介類、牛乳、卵等は本来ハラールなものだが、例えば、水はパッケージ化され、ボトルに入った時点で

加工品とみなされ、同様に、米も袋詰めした時点で加工品となる。このように元来ハラールな商品であっても、加工品としてムスリム向けに販売するものの中には、ハラール認証を取得しているものもある。



ハラール認証マークが付いたミネラルウォーター（筆者撮影）

#### イ 商品輸入時のハラール認証の義務

マレーシアへの商品輸入に当たっては、必ずしも認証が必要という規制があるわけではなく、認証の取得は任意となっている。しかし、マレーシアのハラール認証を取得した商品をイスラム諸国に輸出するなど、海外輸出も見据える場合は、ハラール認証を取得した方が良いと考えられる。

日本からマレーシアへの食肉輸出については、2017年11月に農林水産省から、「対マレーシア輸出牛肉取扱要綱」が示され、対マレーシアへ牛肉を輸出する際は、JAKIM から認証を取得したと畜場で、と畜を行う必要がある<sup>23</sup>とされている。

#### ウ ハラール認証制度

##### (ア) 認証機関／公認機関／相互認証状況

###### a 認証機関

ハラール認証は、首相府直轄の JAKIM が行う。JAKIM は 1997 年に設立された、マレーシアで唯一の公式なハラール認証機関である。

JAKIM のシニアアシスタントディレクターによると、「マレーシアにおけるハラール認証の始まりは、1970 年代に遡る。当時、外資系企業の進出や加工食品の普及により、原材料や製造の工程で食品のハラール性（ハラールなものか否か）を見分けることが困難になったことから、国がハラール性をチェックし、ムスリムが安心して商品を購入できる制度が創られた。これがハラール認証制度の原形であるが、当時は現在のような認証マークはなく、ハラール性を証明するレターが発行されるものだった」とのことである。

なお、1970 年代、複数の機関が認証を行っていたが、政府はハラール食品

<sup>23</sup> 農林水産省プレスリリース「マレーシア向け牛肉の輸出解禁について」

<http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/douei/171107.html>




産業の振興を図る中で、2012年1月に認証を政府機関のJAKIMに一本化した。

b 公認機関

マレーシア国内で商品やサービスの提供に当たってハラールと表示する場合は、JAKIM 又は JAKIM が公認した海外の認証機関・団体のハラール認証を取得することが求められる。2019年10月時点で、JAKIM による海外の公認機関は、44カ国、79団体となっている。国別で最も公認機関が多いのは、2018年まではオーストラリアであったが、2019年10月現在は日本がオーストラリアを抜いて7団体で首位、次いで中国が6団体、オーストラリアが5団体となっている<sup>24</sup>。

日本の公認機関によるハラール認証を取得すると、JAKIM と同等の認証として、マレーシアでハラール商品として流通させることができる。なお、他国と同様に、日本国内の公認機関も、2年に1回、JAKIM から監査を受け、公認を更新する必要がある<sup>25</sup>。

【図表6】 JAKIM による日本の公認機関（7団体）2019年10月時点<sup>26</sup>




認証機関	連絡先	認証マーク
宗教法人日本ムスリム協会	東京都品川区東五反田 3-17-23 電話：03-3947-2419 HP: <a href="http://www.muslim.or.jp/">http://www.muslim.or.jp/</a>	
NPO 法人日本ハラール協会	大阪市住吉区荻田 3-17-4 エクセルアビコ 2F 電話：06-4703-5966 HP: <a href="https://jhalal.com/">https://jhalal.com/</a>	
日本ハラールユニット協会	福岡市早良区百道浜 3-8-33 電話：090-4136-3876	未確認
宗教法人日本イスラーム文化センター/マス	東京都豊島区南大塚 3-42-7 電話：03-3971-5631 HP: <a href="http://www.islam.or.jp/">http://www.islam.or.jp/</a>	

<sup>24</sup> JAKIM の海外公認団体一覧（JAKIM ウェブサイト）

[http://www.halal.gov.my/v4/ckfinder/userfiles/files/cb2/LATEST\\_CB\\_LIST\\_-\\_AS\\_AT\\_OCTOBER\\_1ST\\_2019.pdf](http://www.halal.gov.my/v4/ckfinder/userfiles/files/cb2/LATEST_CB_LIST_-_AS_AT_OCTOBER_1ST_2019.pdf)

<sup>25</sup> 24 と同じ

<sup>26</sup> 24 と同じ

ジド大塚		
ムスリム・プロフェッショナル・ジャパン協会	東京都新宿区四谷 4-32-1 吉岡ビル 3F 電話：03-6869-5775 HP: <a href="https://mpja.jp/">https://mpja.jp/</a>	
日本アジアハラール協会	千葉県千葉市中央区松波 2-6-2 CICC ビル 5F 電話：03-5413-8418 HP: <a href="https://web.nipponasia-halal.org/">https://web.nipponasia-halal.org/</a>	
一般社団法人 ジャパン・ハラール・ファンデーション	東京都台東区台東 4-6-7 アッサラームビル 1F 電話：050-3644-1045 HP: <a href="http://japanhalal.or.jp/">http://japanhalal.or.jp/</a>	

※ロゴマークは各団体より提供

### c 相互認証

マレーシアが国同士で相互認証を行っているのは、シンガポール、ブルネイ、インドネシアで、これらのうち1カ国のハラール認証を取得した商品は、相互認証国間の他の国でもハラール認証を取得した商品と認められている。

### (イ) 認証制度の概要（申請方法・費用・有効期間等）<sup>27</sup>

マレーシア国内において、JAKIM からハラール認証を受ける場合の概要は、下表のとおりである。

【図表7】マレーシアのハラール認証の概要

判定の種類	ハラール認証
認証機関	マレーシア・イスラム開発庁（JAKIM：Jabatan Kemajuan Islam Malaysia）
認証の対象	食肉及び食肉加工製品、食品・飲料・栄養補助食品、化粧品（トイレタリー製品含む）、医薬品、医療機器 消耗品・消費財、物流サービス（倉庫、コンテナ、運送）、食肉処理施設、レストラン、ホテルの厨房、ケータリング施設
申請方法	マレーシアでハラール認証を取得する場合は、JAKIM に申請する。

<sup>27</sup> JAKIM 「MALAYSIA HALAL CERTIFICATION」資料

	<p>JAKIM のホームページから、オンライン申請ができる。</p> <p>申請ページ <a href="http://www.islam.gov.my/">http://www.islam.gov.my/</a>  (下写真は申請画面)</p>  <p>マレーシア国外の企業が認証を取得する場合は、JAKIM に公認された認証機関で、認証を取得することもできる（日本国内には JAKIM から公認された認証機関が 7 団体あり、認証手続は各団体で異なる）。</p>
<p>認証マーク</p>	
<p>申請費用</p>	<p>①国内申請（マレーシア国内企業）※申請に係る手数料は、企業の業種や規模による。  200～2,000 リンギット（約 5,200 円～約 5 万 2,000 円、1 リンギット=26.22 円）※2019 年 12 月 1 日現在のレート</p> <p>②国際申請（マレーシア国外企業）  ASEAN 諸国 2,000 リンギット、ASEAN 諸国以外 2,000US ドル（一律）  ※現地監査の交通費、宿泊費などは申請者が負担。</p>
<p>申請期間</p>	<p>平均で半年から 1 年程度</p>
<p>認証の有効期間</p>	<p>2 年間（更新可能）</p>
<p>検査分野</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・準備の仕方</li> <li>・と畜の仕方（食肉を扱う場合）</li> <li>・洗浄の仕方</li> <li>・加工の仕方</li> <li>・取扱の仕方</li> <li>・殺菌、消毒の仕方</li> <li>・梱包の仕方</li> <li>・保管の仕方</li> <li>・運送の仕方</li> </ul>

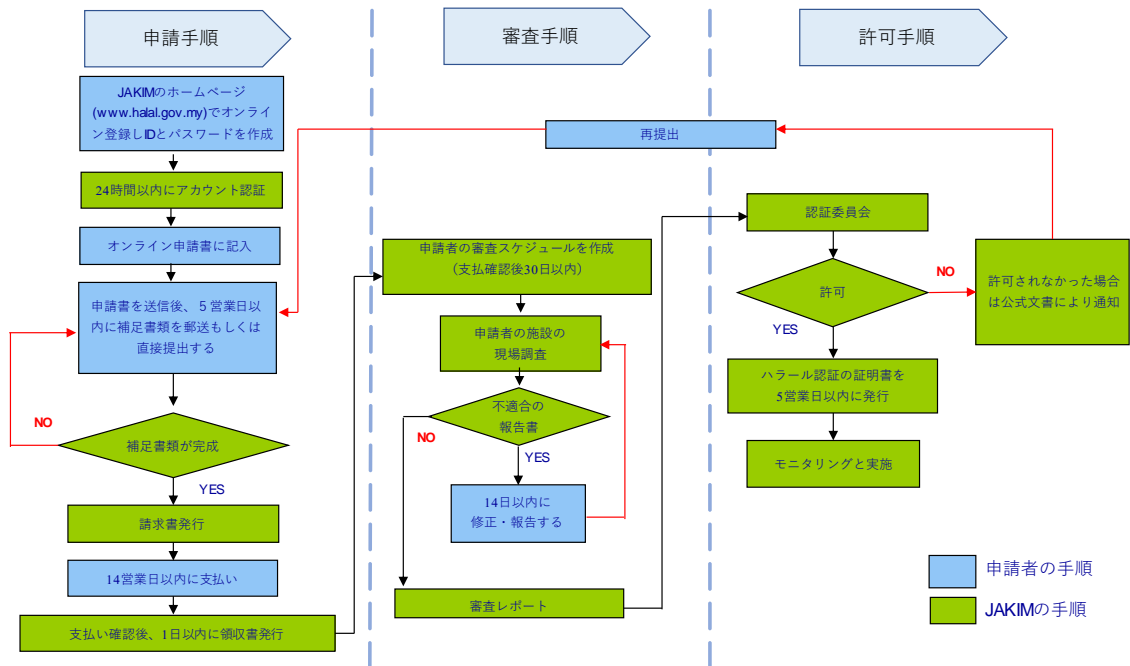


	・流通の仕方                      ・管理の仕方
認証要件の項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原材料と成分</li> <li>・製造工程</li> <li>・機器及び加工助剤・・・ハラール専用ラインで、加工助剤もハラームなものでない等。</li> <li>・衛生状態</li> <li>・作業員・・・ムスリム作業員への祈祷場所の提供、全作業員へのハラールに関するトレーニング等。</li> <li>・パッケージ（梱包）・・・包装材がハラームなものでない等。</li> <li>・保管・・・ハラームなものと混在してはいけない。</li> <li>・輸送</li> </ul>
監査	<p>2011年取引表示法令に基づき、事前通告なしに不定期に行われる。</p> <p>ハラールに関連する、消費者を欺く又は誤解を招くことによる犯罪に対して処分され、罰則規定がある。</p> <p>（違反の例：虚偽のハラール製品、JAKIMが認定していない認証マークの使用など）</p>
備考	マレーシアへの食肉輸出には、別途、獣医局の認可が必要。

(ウ) 手続の流れ

ハラール認証の取得プロセスでは、JAKIM に申請後、書類審査と現場審査を受ける。また、認証後も不定期で抜き打ちの監査がある<sup>28</sup>。

【図表 8】ハラール認証の流れ



審査は、国立標準・品質機関であるマレーシア標準工業研究所 (Standards and Industrial Research Institute of Malaysia : SIRIM) が行い、基準を満たせば JAKIM からハラール認証され、証明書が発行される。証明書の有効期限は2年で、更新が可能である。

日本での現場審査の際は、JAKIM から派遣された審査官が最低2名派遣されて調査を行うが、派遣に係る渡航費等の費用も申請者が負担しなければならない。日本国内では、現在 JAKIM が公認している上述の7機関を通じて、認証申請することもでき、その際は、公認機関個別の認証手続に従う。

(エ) 認証規格 (食品の認証の場合)

食品のハラール規格は、マレーシア標準法 (Standard of Malaysia Act 1996) を根拠にした、マレーシア規格 (Malaysian Standard : MS 規格) に基づいて、「ハラール食品の製造、調製、取扱い及び貯蔵に関する一般ガイドライン (MS:1500)」が定められている。MS:1500 は、2000年に策定され、2004年に改訂後 (MS:1500:2004)、2009年に再改定されたもの (MS:1500:2009) が、現在のハラール食品規格になっている。

<sup>28</sup> JAKIM 「MALAYSIA HALAL CERTIFICATION」資料

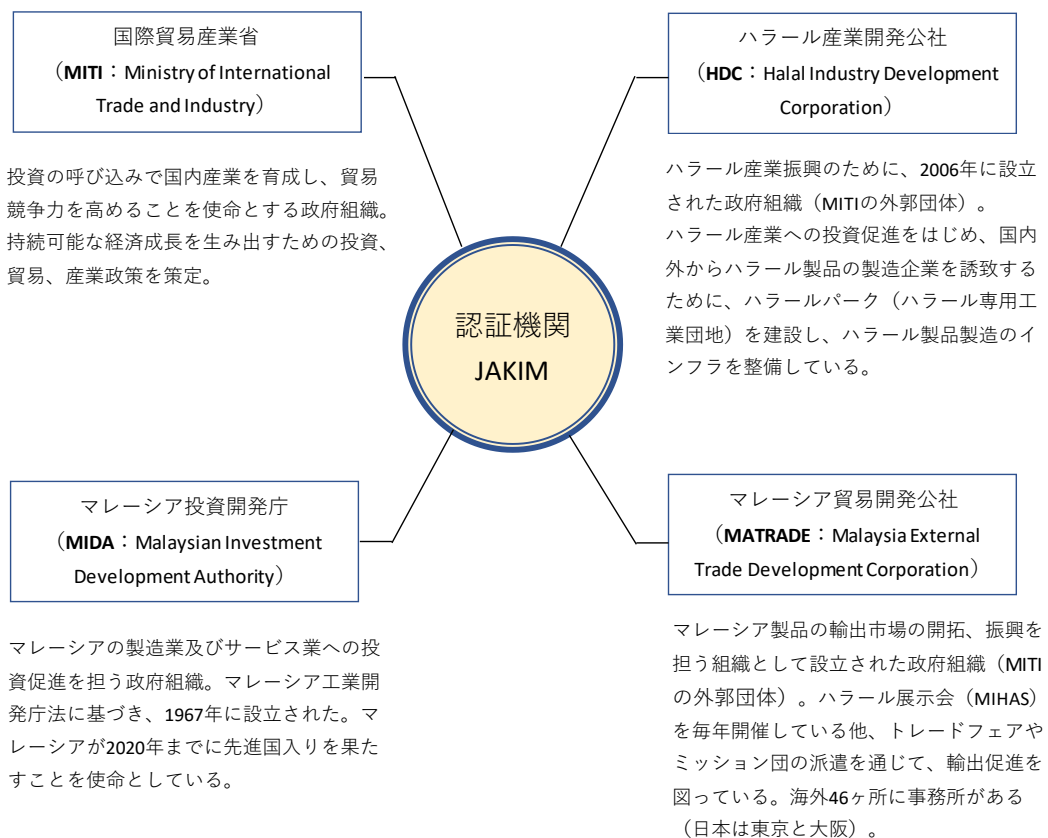
規格の内容としては、ISO9001（品質）、ISO22000（食品安全）、HACCP等の衛生基準をクリアした上で、ムスリムを正社員として雇用する（人数の要件は会社規模による）など、宗教的理解が求められるものである。食品衛生基準を無視してハラール認証が交付されることはなく、ハラール認証を取得する前提として、国際標準の食品衛生基準を満たしていることが求められる。

なお、日本企業によるハラール認証の取得は、日本貿易振興機構（JETRO）の調査<sup>29</sup>によると、120社を超える企業の500種以上の食品・飲料等が、JAKIMのハラール認証又は日本の公認機関のハラール認証を取得している。

## エ ハラール産業に関わる関係機関

JAKIMと連携している、ハラール産業の振興を行う主な関係機関と役割を紹介する。認証、貿易、海外プロモーションと、各機関が多面的に連携し、ハラール産業の振興を図っている。

【図表9】 JAKIM とハラール産業に関わる関係機関



<sup>29</sup> 日本貿易振興機構（JETRO）ビジネス短信

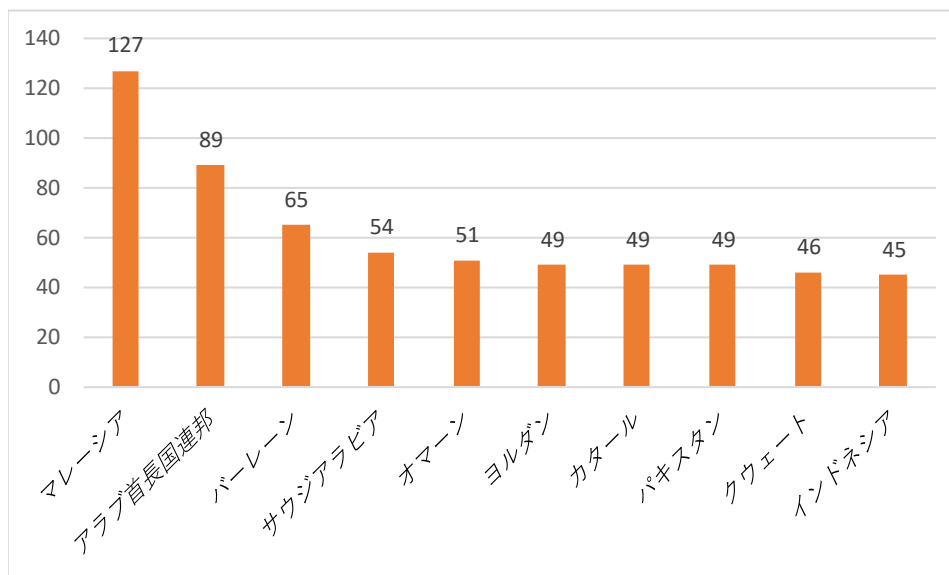
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2018/12/e70caa0f4f46953d.html>

## オ マレーシアのハラール認証の世界的評価

イスラム経済（イスラムという宗教の教義に準拠した経済思想・実践<sup>30</sup>）の発展度合いや持続性を測る、世界イスラム経済指標（Global Islamic Economy Indicator：GIEI 指標）は、イスラム経済の6つのハラール主要分野（食品、金融、観光、ファッション、メディア及び娯楽、医薬品及び化粧品）で、各国の状況を点数化している。

マレーシアは UAE を抑えて 2013 年から 5 年連続で首位となっており、その主な要因は、特にイスラム金融（金利や賭博を禁じたイスラム教義に基づいた金融サービス）における高い実績が評価されたことによるもので、ハラール食品指標、ハラール観光指標と医薬品、化粧品指標においても、それぞれ UAE に次いで 2 位を占めている<sup>31</sup>。

【図表 10】 GIEI 指標の各国スコア（トップ 10）



出典：“State of Global Islamic Economy Report 2018/19” を基に作成

### （ア） 取得事業者の声（物流・化粧品）

#### a 物流（NIPPON EXPRESS(MALAYSIA) SDN. BHD.：日本通運マレーシア）

日本通運マレーシアは、1984年に設立され、首都クアラルンプールを中心に海岸方面をベースに展開し、東マレーシアのクチンや北はタイ国境付近から南はジョホールバルまでマレーシア全土に拠点を展開している。

同社営業推進部のゼネラルマネジャーより、「社会（地域）貢献を企業理

<sup>30</sup> 経済研究所年報・第29号（2016）加藤博『イスラム経済の基本構造』

<sup>31</sup> [State of Global Islamic Economy Report 2018/19](#)

念に掲げており、日系企業が海外に進出するためにはその地域社会の発展にどう貢献していくかが重要」との話があり、ムスリムの多いマレーシアで事業を展開するに当たり、ハラール認証を取得することに至ったとのことである。

認証取得に当たっては、ハラール食品を製造している企業とコネクションを作り指導を仰いだという。同ゼネラルマネージャーによると、「ハラール認証を『安全な製品の認定』と捉えれば、ISO や HACCAP 等と同じ考え方で、管理自体は複雑なものではないが、認証に定められた品質を維持するには、誰がやっても守れる方法を確立し、社員教育していくことが重要」とのことである。

認証は、2014年に「運送」、2017年に「倉庫」の2つの分野で取得している。マレーシアの物流において、運送や倉庫の認証を取得している企業は多いが、コンテナの宗教的洗浄の許可を JAKIM より取得して国際物流を行っている企業は、同社が初めてとのことである。

認証取得に当たって、同社の取組のポイントを以下のとおり紹介する。

#### 《同社が苦勞している点》

- ・ハラール品を輸送するため、宗教的洗浄を行ったコンテナを使用する。
- ・宗教的洗浄では、輸送前日にコンテナを準備し、お祈りを行い、7回の洗浄工程に分けて行う必要がある。
- ・宗教的洗浄は内部が水浸しになるため、丸一日置かないと乾かない。
- ・コンテナは過去にどのような荷物が積載されていたか不明のため、ハラール手順に基づきコンテナを洗浄する必要がある。

#### 《同社が工夫している点》

- ・コンテナ洗浄は外部委託する方法もあるが、自社で一貫して管理するために、社内に専門の洗浄チームを置いて対応している。
- ・東京と福岡に、JAKIM の公認機関である NPO 法人日本ハラール協会 (JHA) のハラール認証を取得した倉庫を設置。九州からハラール商品をマレーシアへ輸出することもあり、定期的に東京と福岡へマレーシア人スタッフを同行して、管理状態の内部監査も行っている。

また、取材では、「マレーシアは中東行きフライトが多いため、マレーシアがハラール商品の生産拠点かつ輸出のハブとして、今後益々機能していけば、物流のハラール認証取得の意義が高まるだろう」との話があった。

物流のハラール認証を取得することで、物の管理がしっかりできている企業という評価につながるとのこと、国際輸送以外のサービスにもなり、同社は航空会社の機内備品(免税品や機内で使用する備品等)の倉庫保管、納品業務も行っている。

日本では、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会でのムス

リム選手の食事ケアも課題となることから、今後、マレーシアから日本に向けてハラール商品を輸出する際、物流面での支援も期待される。



(左) ハラール認証 (右) ハラール認証が貼付された同社のトラック  
(提供：日本通運マレーシア)

b 化粧品 (SHISEIDO ASIA PACIFIC LTD：資生堂アジアパシフィック)

近年、シェアが拡大している化粧品のハラール認証について、資生堂アジアパシフィック社の品質管理及び法務部門の地域ディレクターに取材した。

資生堂製品のマレーシアでのハラール認証は、シンガポールの地域統括本社 (ASEAN 諸国、インド、韓国、台湾、ニュージーランド、オーストラリアを管轄) が、一括して行っている。マレーシアの顧客は中華系が多いが、新しい顧客層を広げるために、2010 年からハラール認証を取得する取組を始めた。ASEAN 諸国へ輸出する生産拠点となる工場はベトナムにあり、ムスリムの社員も雇用しているという。

ハラール認証は、国ごとにシステムが異なり維持コストもかかるため、コストバランスを見ながら認証を取るか検討しており、高級ラインの商品よりもマスマーケット向けの商品の認証申請を行っている。現在、マレーシアとインドネシアでハラール認証を取得しており、ベトナムの工場生産された同社ブランドの 28 のスキンケア製品が、マレーシアのハラール認証を取得している。

原料は、多くを他社から仕入れていることもあり、既にハラール対応をしているメーカーをパートナーとして選んでいる。その際、国ごとに使用できる原料、使用できない原料があるため、メーカーと互いに原料リストの情報を更新し、自社でも常時、国ごとに商品ニーズ等の調査を行うなどの体制をとっている。

商品の販売戦略においては、マーケティング調査部門が現地消費者のニーズ調査や嗜好分析を行い、ASEAN 諸国のマーケットでは、同社商品のブランドである TSUBAKI (シャンプー等)、専科 (洗顔料)、アネッサ (日焼

け止め) 等を中心に販売している。

興味深いのが、ムスリム圏では UV クリーム商品が人気で、ムスリムの女性は美白に関心が高いという。実際に、ショッピングモールの化粧品売り場やドラッグストアでは、資生堂等の JAPAN ブランドをはじめとした UV カットの化粧品、スキンケア商品が多く陳列されている。

また、世界の化粧品市場をみると、日本、韓国は、女性の化粧品にかかる消費額が大きく、スキンケアにかかる消費額もその内の半分を占めるそう。特に韓国は、人口約 5,000 万人だが、化粧品のマーケットシェアは世界で一番大きいという。所得が増えると、女性の化粧品にかかる消費額も増えていくのは、イスラム圏も同様だという。しかし、国によって化粧品やスキンケア商品の消費額に占める割合が異なるため、エリアごとに重点商品を変える戦略を取っている。

同社は拡大する e コマース市場にも注力しており、2019 年 4 月に、中国の電子商取引最大手の阿里巴巴 (アリババ) グループの業務提携契約締結を発表し、マレーシアを含めたアジアでの販売網の拡大を図っている。

JAKIM やマレーシア貿易開発公社 (Malaysia External Trade Development Corporation : MATRADE) に取材した際も、ハラール認証の化粧品、スキンケア商品の市場は今後拡大していく見込みで、特に日本商品には、ムスリムの女性から高い関心が寄せられている、という見解があった。調査会社の報告<sup>32</sup>によると、世界のハラール化粧品市場は 2018 年に 230 億 3,000 万 US ドルと推定されており、2025 年まで 5,202 億 US ドルに達すると予想されている。

アジアでも高まる女性の美容への投資意識も背景に、潜在性のある市場として、同社のムスリム市場における海外展開の今後の動向が注目される。

#### (4) ムスリム市場向けの貿易及びハラール産業振興政策

マレーシアは、先述のとおり、ハラール認証制度を成文化し、世界のハラール・ハブ化構想を進めてきた。

2006 年に発表された第 3 次工業化マスタープラン (IMP 3 :Industrial Master Plan 3、2006 年から 2020 年までの 15 年に渡るマレーシアの工業化計画) の第 21 章において、世界のハラール・ハブ化構想を実現するための戦略が設定されている<sup>33</sup>。

具体的な内容は、ハラール商品貿易の国際的なプラットフォームとして、年 1 回のハラール見本市 (MIHAS:Malaysia International Halal Showcase) の開催や、ハラール産業をけん引するハラールパークの開発 (ウにて後述)、

<sup>32</sup> Grand View Research <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/halal-cosmetics-market>

<sup>33</sup> IMP3, Chapter21 「DEVELOPMENT OF THE HALAL INDUSTRY」  
<https://www.miti.gov.my/miti/resources/fileupload/Chap%2021.pdf>

OIC 諸国へのマレーシアのハラール認証基準のプロモーション、また、ハラール産業人材の育成に向けた大学への「ハラール・サイエンスコース」設置などの 11 項目で、ハラール産業全体の振興を目指すものである。

#### ア マレーシアの輸出及びハラール商品の輸出

マレーシアの輸出を担う MATRADE の統計によると、2018 年のマレーシアの輸出総額は、9,980.1 億リンギット（2019 年 9 月時点。以下同じ。）であった。

国別輸出金額の第 1 位はシンガポール（約 13.9%）、2 位が中国（約 13.9%）、3 位が米国（約 9.1%）、4 位が香港（約 7.5%）、日本は第 5 位（約 6.9%）となっている。

ハラール商品の輸出については、MATRADE のハラール商品の対日輸出担当によると、「2018 年のマレーシアのハラール関連の総輸出額は、400 億リンギット<sup>34</sup>（約 1 兆 488 億円。2019 年 12 月時点。以下同じ。）、日本への輸出額は 25 億リンギット（約 6553 億円）で、3 番目に大きな輸出先となっている」との話があった。

また、MATRADE は、マレーシア国内企業の OIC 諸国でのビジネスチャンス創出を促進するため、国内のムスリムをターゲットにするイスラム系の銀行と連携して、融資等の面でサポートすることを発表した<sup>35</sup>。

MATRADE の輸出振興部門でハラール飲食・農業分野を担当するディレクターによると、「かつてはハラール商品も限られておりプレミアムであったが、時が経つにつれてムスリム市場が拡大し、価格が抑えられてきた。中国、アメリカ、ヨーロッパ等非イスラム圏への輸出が増えてきていることが示すように、他国へ移住するムスリムも多く、今では世界のほとんどの地域にムスリムがいる。ハラールの重要な点は市場拡大の将来性にある」とのことである。

このように政府にとって、ハラール商品の輸出は主要セクターになっており、巨大なムスリム市場を見据えて、今後も展開していくことが見込まれる。

---

<sup>34</sup> MATRADE プレスリリース（2019 年 11 月 1 日）

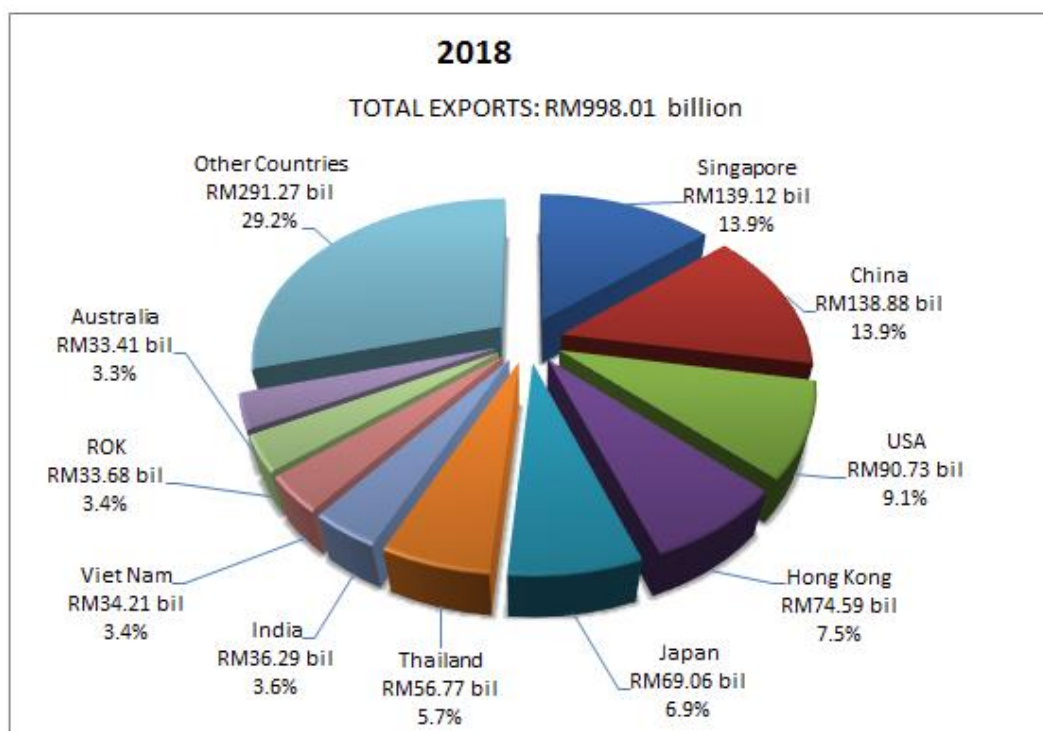
<http://www.matrade.gov.my/en/about-matrade/media/press-releases/4748-matrade-champions-the-promotion-of-halal-in-japan>

<sup>35</sup> MATRADE プレスリリース（2019 年 7 月 9 日）

<http://www.matrade.gov.my/en/about-matrade/media/press-releases/4671-matrade-works-with-islamic-development-bank-to-create-business-opportunities-for-malaysia-with-oic-countries>



【図表 11】 マレーシアの輸出先国トップ 10（2018 年）



出典：Department of Statistics, Malaysia “Top10 Major Export Countries, 2018”

#### イ 対日輸出

輸出入全体を見ても、日本は輸出先第 5 位を占め、輸入においてもトップ 10 に入っている。主な輸出品は天然ガス、電気電子関係、木材、金属、化学製品で、輸入品は、電気電子関係、機械部品、化学製品等で、両国にとって重要なパートナーになっている。

また、MATRADE のハラール商品の対日輸出担当によると、「2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催により、訪日旅行商品も多く販売され、日本へのムスリム旅行者が増えると予想している。東京オリンピック・パラリンピック競技大会では 1 日 1 万食のハラール食が必要とされているため、対日輸出においてはハラール食品も重要と考えている」と話があった。

日本への輸出は、加工食品としての輸出もあれば、原材料として輸出しているケースもある。さらに、MATRADE からは、今後の対日輸出の拡大を目指す分野は、美容品、木材、バイオマス等であるが、引き続きハラール食品も益々重要となっていく、との見解が聞かれた。

#### ウ ハラール工業団地（ハラールパーク）

ハラールパークは、ハラール商品に関する産業を振興させるため、ハラール産業開発公社（Halal Development Cooperation : HDC）が設立したハラール

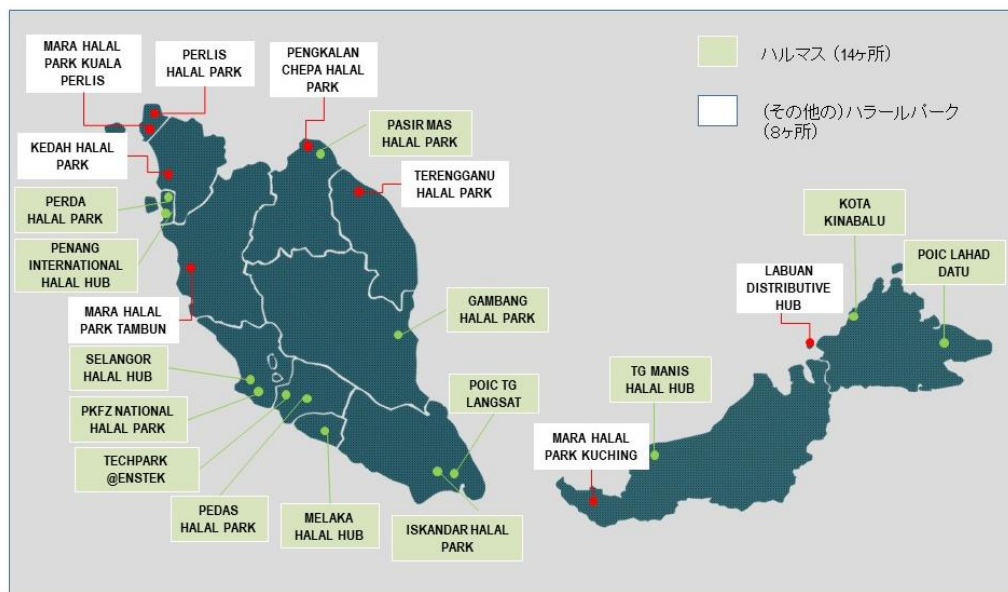
商品に関する産業に特化した工業団地である。港湾に近く物流のインフラが整備され、ハラールである原材料が調達しやすく、ハラールである専用倉庫で管理できるなど、生産から保管及び物流に至るまで、団地内で非ハラール商品との接触を避けることができるというメリットがある。

中でも、HDC が独自に設定する通常より厳しい品質、安全、衛生基準を満たした「ハラール工業団地（ハラールパーク）」は、ハルマス（HALMAS）という名称で個別に認定され、管理者や入居企業には、政府の優遇措置がある。国内 22 ヶ所のハラールパークのうち、14 ヶ所がハルマスに認定されている（2019 年 8 月現在）。ハルマスに入居している企業に対する優遇措置の詳細はハルマスごとに異なるが、投資額に応じて、税の対象となる所得から投資相当額が 10 年間控除されるなど、入居する全ての外資系企業に対して、初期投資費用相当が所得税から控除される。

HDC の報告によると、現在、ハラールパーク全体では、44 社の多国籍企業、184 社の中小企業が入居しており、1 万 2,766 人の雇用が創出されている<sup>36</sup>。うち、ハルマスに入居する日系企業としては、キューピー株式会社、株式会社ホクトなどが工場を構えている。

また、HDC の担当者によると、現在誘致に注力している産業として、特に医療機器、バイオメディカルとの話があり、セランゴール州のハラールパークでは、バイオメディカルの研究施設が設置されている。

【図表 12】 マレーシア国内 22 ヶ所のハラールパーク（緑の枠がハルマス）



出典：HDC 提供資料「Halal park in Malaysia」

<sup>36</sup> HDC ウェブサイト

[http://www.hdcglobal.com/publisher/alias/halal\\_park?dt.driverAction=RENDER&c.portletMode=view&pc.windowState=normal&pc.portletId=HalalParkNewsPortlet.HalalParkNewsPortlet](http://www.hdcglobal.com/publisher/alias/halal_park?dt.driverAction=RENDER&c.portletMode=view&pc.windowState=normal&pc.portletId=HalalParkNewsPortlet.HalalParkNewsPortlet)

#### エ ハラル商品見本市 (MIHAS)

MIHAS は、アジアで最大規模のハラル商品の展示見本市である。2002 年から開催され、2019 年 4 月で 16 回目の開催となった。2018 年の開催では、72 カ国から約 2 万 1,000 人が来場し、JAKIM と HDC、MATRADE の 3 機関が連携して、マレーシアのハラル商品に関する産業全般に関するセミナー等も実施し、ハラル産業の振興を図っている。

#### オ ハラル産業振興のマスタープラン (Halal Industry Master Plan 2.0)

2019 年 5 月現在、HDC が主体となって、ハラル産業の振興を図るためのマスタープラン “Halal Industry Master Plan 2.0” の作成を行っている。MATRADE や JAKIM も策定メンバーとして、特に MATRADE は輸出市場の更なる開拓を担う。

なお、MATRADE の輸出振興部門でハラル飲食・農業分野の担当ディレクターによると、「プランは現在改訂中であるが、ハラル産業全体の方向性を示すものとなる。言い換えると、ハラルを認証制度や宗教的な観点等といった点で捉えるのではなく、業界全体から俯瞰するというのが特徴である。製造業、研究開発、学問、認証、ファイナンス等、大学院レベルでの研究も進んでいる」との話があった。

#### カ 東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた日本との連携

2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を控え、マレーシアが日本において、ハラル認証された商品の流通拡大などのハラル産業発展のアドバイザーになることが 2016 年 11 月に発表<sup>37</sup>され、2018 年 11 月 26 日には、日本の経済産業省とマレーシア起業家育成省との間で、「日マレーシア・ハラル協力に関する覚書」が締結された<sup>38</sup>。覚書の主な内容としては、ハラル認証取得の推進や、両国間のハラル商品・サービスの貿易・投資促進、ムスリムの訪日観光促進等、東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けたハラル分野での協力である。

また、2019 年 8 月には、マレーシアの国際貿易産業省 (MITI) が、東京五輪に向けてハラル商品やサービスの輸出拡大を図る「東京オリンピック・パラリンピック競技大会デジタルトレードハラルバリューチェーン」構想を発表した。これは、マレーシア政府と事業者が連携して、訪日するムスリムへのハラル商品の供給体制を整えるものである。構想は、日本へのハラル商品の輸出を増やすと共に、物流、小売、観光等のサービスも総合的に提供し、マレーシ

<sup>37</sup> STRAITS TIMES (2016 年 11 月 17 日)

<https://www.nst.com.my/news/2016/11/189340/malaysia-offers-become-advisor-japans-halal-industry>

<sup>38</sup> 経済産業省プレスリリース (2018 年 11 月 27 日)

<https://www.meti.go.jp/press/2018/11/20181127007/20181127007.html>

アが「東京オリンピック・パラリンピック競技大会でハラール分野の支援者になること」を目的としている。

この構想の下、ハラール商品・サービスのマーケティングや販売促進、デジタル技術を用いた供給体制を支援する<sup>39</sup>。

#### (5) 近年の観光政策とムスリム旅行者の現状

マレーシア政府観光局は、2020年までに観光客3,000万人と1,000億リンギットの観光収入を目指す『ビジット・マレーシア2020』キャンペーンを立ち上げた<sup>40</sup>。このキャンペーンは、1990年にスタートし、マレーシア国内でこれまで3回(1990年、1994年、2007年)開催されている。キャンペーンでの機運醸成もあり、1989年当時の外客数は、480万人だったのに対して、キャンペーン開始年の1990年は、各種イベントの実施などで740万人に到達した。なお、2018年12月の外客数は、約2,580万人となっている。

ビジット・マレーシア2020では、デジタルマーケティングにも注力して誘客促進を図るとしており、2019年8月には、米国の旅行サイト大手であるエクスペディアグループと、マレーシアへの誘客促進で協力するため、提携の調印を行った。主に観光産業のデジタルイノベーションを促進するもので、エクスペディアが提携している国内のパートナーホテル向けにワークショップ等を開催して、地場の中小企業のホテルの収益向上を目指すなど、観光業界全体の底上げを進めている。同局によると、エクスペディア利用者は、米国や豪州、日本が多く、提携にはこれらの国々から旅行客をマレーシアへ誘致するグローバルキャンペーンの実施等が含まれている。このキャンペーンでは、マレーシアの隠れた名所にスポットを当て、世界のエクスペディアユーザーに向けてプロモーションを行うものである。

次に、ムスリム旅行者に向けての取組では、イスラム観光センター (Islamic Tourism Centre : ITC) という機関が、マレーシア観光局の下部組織として位置付けられており、同センターがムスリム観光の促進に向けた役割を担う。ビジット・マレーシア2020のキャンペーンに連動して、同センターのウェブサイトでは、ハラール認証レストランやホテル、モスクの情報などが掲載され、ムスリム旅行者に向けて情報発信を行っている。

また、ムスリム観光のシンポジウムやフォーラムを開催したり、現地旅行会社と連携して、ムスリム旅行者向けの旅行プランを造成したりするなどして、ムスリム観光の促進を図っている。

ムスリム旅行者にとっては、上述の観光政策に加え、人口の約6割がムスリムである土壌や成文化されたハラール認証制度の認知度もあり、世界のムスリムからマレーシアは旅行先としても選ばれている。下図の2019年GMTI (Global

<sup>39</sup> 『時事速報』(2019年8月19日)

<sup>40</sup> マレーシア政府観光局ウェブサイト

<https://www.tourism.gov.my/campaigns/view/visit-truly-asia-malaysia-2020>

Muslim Tourism Index) 調査によると、ムスリム旅行者が選ぶムスリムに優しい旅行先ランキングで、マレーシアは5年連続首位を獲得している(2019年はインドネシアと同位で首位)。なお、OIC 非加盟国の中では、首位がシンガポールで、日本は第3位にランクインしている。

【図表 13】ムスリム旅行者が選ぶムスリムに優しい旅行先ランキング

(OIC 加盟諸国のトップ 10)

(非ムスリム国のトップ 10 ランキング)

TOP 10 OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	1	Malaysia	78	0
1	1	Indonesia	78	1
3	3	Turkey	75	1
4	4	Saudi Arabia	72	1
5	5	United Arab Emirates	71	-3
6	6	Qatar	68	0
7	7	Morocco	67	3
8	8	Bahrain	66	0
8	8	Oman	66	1
10	10	Brunei	65	1

TOP 10 NON-OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	10	Singapore	65	0
2	18	Thailand	57	0
3	25	United Kingdom	53	0
3	25	Japan	53	1
3	25	Taiwan	53	2
6	29	South Africa	52	1
7	31	Hong Kong	51	-2
8	34	South Korea	48	5
9	36	France	46	0
9	36	Spain	46	3
9	36	Philippines	46	5

出典：“Global Muslim Tourism Index 2019”

下表は、2018年のマレーシアを訪れた旅行者とムスリム旅行者の国別トップ5である。近隣のシンガポールやインドネシア、タイをはじめ、中国からの旅行者が多い。ムスリム旅行者においては、ASEAN 諸国で最もムスリムの多いインドネシアやブルネイ、また中東からが多いことが分かる。

【図表 14】マレーシアへの旅行者とムスリム旅行者(推計)のトップ5(2018年)

	国	旅行者数		国	ムスリム旅行者数(推計)
1	シンガポール	10,615,986	1	インドネシア	1,857,794
2	インドネシア	3,277,689	2	シンガポール	1,486,238
3	中国	2,944,133	3	ブルネイ	1,089,040
4	タイ	1,914,692	4	バングラデシュ	132,648
5	ブルネイ	1,382,031	5	サウジアラビア	104,405
...	...		...	...	
計		25,832,354	計		5,251,927

出典：Islamic Tourism Centre, Malaysia“Estimated Muslim Tourist Arrivals to Malaysia 2018”

## 第2節 インドネシア共和国

### (1) 基本情報（人口・民族・宗教・GDP・主要輸入先）

インドネシアは、人口が2億6,189万人と世界第4位、ASEAN随一の「人口大国」である。大小合わせて約1万7,000の島々で構成される島しょ国で、国土面積は日本の約5倍、ASEAN全体の4割強を占めている。

2010年の国勢調査<sup>41</sup>によると、ジャワ族、スンダ族等約300の民族で構成され、全人口の約4割はジャワ人が占め、華人の割合は全人口の1%程である。多様な民族から成り、様々な宗教を信仰する人々を統一するために、多様性を包含する国是Pancasila（パンチャシラ）<sup>42</sup>と呼ばれる建国5原則<sup>43</sup>がある。国民の約9割がイスラム教徒であるが、イスラム教は国教とはされておらず、国是の中では、互いの宗教を尊重すべきとしている。

経済面では、天然ガスや原油等豊富な天然資源が主要な輸出商品となっている。また、2030年頃までは、全人口に占める生産年齢人口（15歳～64歳）の比率が上昇する人口ボーナス期が続くと予測され、経済成長が長期的に続くが見込まれている<sup>44</sup>。

日本との関係では、2018年に日本インドネシア国交樹立60周年を迎え、各種記念事業が実施された。また、2019年4月、日系企業の設計及び受注供給の下、ジャカルタ市内にインドネシア初の都市高速鉄道（MRT）南北線が開通し、政府が経済政策の軸にしているインフラ政策が、一定の進捗を見せている。

近年の話題としては、ジョコ・ウィドド大統領が2019年4月の大統領選で再選し、2期目を続投することとなった。同年8月の国会演説で、首都をジャカルタ（ジャワ島）からカリマンタン島東部に移転することを発表している。2019年11月時点で具体的な移転先は明かされていないが、新首都には、政府や議会の建設、空港・港、病院、官舎等を建設する予定で、2021年に着工、2024年の移転開始を目指している<sup>45</sup>。

### 【図表 15】 インドネシア共和国の基本情報

人口 (2017年) ※1	総人口2億6,189万人
面積	191万3,580km <sup>2</sup>

<sup>41</sup> インドネシア中央統計局「Sensus Penduduk 2010」<https://sp2010.bps.go.id/>

<sup>42</sup> Embassy of Republic Indonesia ウェブサイト「The Republic of Indonesia」  
<http://www.indonesia.ro/republic.htm#pancasila>

<sup>43</sup> 第一の理念「唯一至高なる神性」、第二の理念「公正で文化的な人道主義」、第三の理念「インドネシアの統一」、第四の理念「協議と代議制において叡智によって導かれる民主主義」、第五の理念「インドネシア全国民に対する社会正義」（出典：高橋宗生著『現在インドネシアの政治と経済：スハルト政権の30年』）

<sup>44</sup> みずほ総合研究所「ASEAN主要国における人口構造の変化による経済への影響」

<sup>45</sup> 『時事速報』（2019年8月19日）

政体	大統領制、共和制
主要民族 (2010年国勢調査)※2	ジャワ族 40.2% (約 9,500 万人)、スンダ族 15.5% (約 3,700 万人)、中華系 1.2% (約 280 万人)
言語	インドネシア語 (公用語)
主な宗教 (2016年) ※3	イスラム教 87.2%、キリスト教 9.8%、 ヒンズー教 1.6%、仏教 0.72%、その他 0.5%
名目 GDP(1人当たり) (2018年) ※4	1兆 22億 US ドル (3,871US ドル) (参考:日本の1人当たり GDP 3万 8,300US ドル)
主要貿易相手国、地域 (2018年) ※4	輸入:中国(24.1%)、シンガポール(11.4%)、 日本(9.5%) 輸出:中国(15.1%)、米国(10.2%)、日本(10.8%)
対日主要輸入品目 (2018年) ※4	一般機械(27.7%)、輸送用機器(19.6%)、 鉄鋼(10.6%)、電気機器(10.3%)
対日主要輸出品目 (2017年) ※4	鉱物性燃料(30.1%)、電気機器(7.6%)、 鉱石・スラグ・灰(7.2%)、貴金属・真珠(6.5%)
外国人旅行者数 (2018年) ※5	外国人旅行者数合計 1,581 万人

出典: ※1 インドネシア中央統計局 (2017年)

※2 インドネシア中央統計局 “Sensus Penduduk 2010”

※3 外務省 (出所:インドネシア宗教省 2016年統計)

※4 日本貿易振興機構 (JETRO) 「ジェトロ世界貿易投資報告 2019 年版」

※5 インドネシア観光省

## (2) 市場の特徴 (日本製品やハラール認証商品の販売傾向)

インドネシアは、2億人超のムスリムを抱えており、人口規模と今後も続く人口ボーナス期の成長性から、一般的にポテンシャルの高い市場といえる。中間層がよく利用する現地のスーパーでは、ハラール商品とノン・ハラール商品の取り扱いについて、食肉は売り場を区別して販売されているが、一般の食品については区別されていないところがあった。

また、日本製品は日本の約2倍近くの小売価格で店頭に並ぶため、日本からの輸入食品は、主に富裕層向け及び日系のスーパーマーケットで販売されている。

ジャカルタ郊外にあるイオンモール BSD CITY で調査したところ、大型店ということもあり、日本製品を含む輸入品と国産品が多様な品揃えで販売されていた。日本製品、菓子や飲料、味噌や豆腐等多くの種類の食品が扱われているが、珍しいものとしては、近年、家電大手メーカーの SHARP が、2018年3月に冷蔵庫のハラール認証を取得し<sup>46</sup>、同店の家電コーナーでも販売されていた (以下の写真は全

<sup>46</sup> SHARP Electronics Indonesia ウェブサイト <https://id.sharp/>

てイオンモール BSD CITY で筆者が撮影)。



NON HALAL の精肉コーナー 輸入国と羊肉であることをイラスト等で表示

### (3) ハラル認証制度

インドネシアのハラル認証制度は現在過渡期を迎えている。2014年10月17日にハラル製品保証法が制定され、5年後の2019年10月17日の施行をもって、ハラル認証書の発行権限は NGO であるインドネシア・ウラマー評議会 (Majelis Ulama Indonesia : MUI) から政府機関のハラル製品保証実施機関 (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal : BPJPH) が担うもの (新制度) へと移行したが、認証にかかる細かな規定が定まっていない状況が続いている。

本項では、新制度の概要及び移行の状況と、これまで MUI によって行われてきた認証制度 (旧制度) について紹介する。

#### ア 新制度

##### (ア) 法令

ハラル製品保証法は、ムスリムが多数を占めるインドネシアにおいて、国民が消費する商品のハラル性を国家が保証するべきとの考えに基づき、ユドヨノ政権時代の2014年10月17日に制定された。制定の背景には、高度な加工技術が普及している昨今、ハラームなものとハラルなものが商品に混在する可能性が高まっていることや、インドネシア国内に流通する商品全てにハラル性が担保されているわけではないことなどがある。

2019年5月3日にはハラル製品保証法実施に関する政令2019年31号 (以下「実施政令」という) が公布され、これまで曖昧であったハラーム商品の国内流通の可否、ハラル認証が適用される項目、相互認証に関する内容等が明らかとなった。

その後、ハラル製品保証法は公布から5年を迎える2019年10月17日に施行され、これにより、ハラル認証の発行権限は MUI から宗教大臣直下の新設機関ハラル製品保証実施庁 (BPJPH) に移管された。

新制度について、2019年11月時点で明らかとなっている法令は上述の法律及び実施政令のみで、その他の法令は現段階でも明らかとなっていない



め、今後政府からの更なる発表を待つ必要がある。

【図表 16】 公布された法令・細則

公布年月日	法令	主なポイント
2014年10月17日	ハラール製品保証に関するインドネシア共和国法 2014年33号（ハラール製品保証法） <sup>47</sup>	新制度の概要
2019年5月3日	ハラール製品保証法実施に関する政令 2019年31号 （実施政令） <sup>48</sup>	認証取得が必要な範囲 認証分野等

【図表 17】 今後交付される予定の詳細規定（主な項目抜粋）

	詳細規定の概要	ハラール製品保証法 関連条文
①大統領令	BPJPH の任務、機能、組織構成	5 条
②大臣令	ハラール/非ハラール商品の製造行程を分離しない場合の行政罰適用手順	22 条
	ハラール取得事業者の義務違反、非ハラール製品の表示義務違反への行政罰適用手順	27 条
	社内のハラール管理人に関する細則	28 条
	ハラール認証の申請手順	29 条
	監査を実施する LPH の指名手順	30 条
	ハラールマークの表示に関する細則	40 条
	ハラールマークの表示違反に対する行政罰適用手順	41 条
	ハラール認証の更新	42 条
	BPJPH の財務管理	45 条
	外国のハラール認証取得事業者が商品流通前に BPJPH に商品登録を行わなかった場合の行政罰適用手順	48 条
国民のハラール品質保証への参画及び表彰の手順	55 条	

出典：ハラール製品保証法の条文を基に作成

#### （イ） 関連組織

新制度では、従前のハラール認証機関である MUI から、政府機関である BPJPH へと認証書の発行権限が移管された。また、これまで認証の実務や製品検査・監査業務は MUI の食品・薬品・化粧品研究所（Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia : LPPOM-

<sup>47</sup>LAW OF REPUBLIC OF INDONESIA NUMBER 33 YEAR 2014 CONCERNING HALAL PRODUCT ASSURANCE

<sup>48</sup> 独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）ジャカルタ事務所『ビジネス短信』（2019年6月13日）

MUI) が担っていたが、新制度移行後は、ハラール認証の実務は BPJPH が行い、製品検査・監査業務は BPJPH によって認定されたハラール検査機関 (Lembaga Pemeriksa Halal : LPH) が担う。

新制度に移管したことで、MUI はハラール認証に係る大部分の権限を失う形となったが、申請された商品がハラールであるかどうかを判断するファクトワ (イスラム法学者によって出される宗教的な見解) は今後も MUI が出すことになっているため、引き続き重要な役割を担うことに変わりないとされている。

関連組織の概要と役割をまとめると以下のとおりとなる。

a ハラール製品保証実施庁 (BPJPH)

2014 年 10 月 17 日に法制化されたハラール製品保証法の規定<sup>49</sup>によって宗教大臣直下の下部組織として設立が明示された。2017 年 10 月に発足式を行い、スコソ氏が初代長官に就任している。新制度移行後はハラール認証の申請窓口となり、認証に係る実務を担う。

b ハラール検査機関 (LPH)

新制度下において、商品のハラール性合否のための成分検査及び監査業務を行う機関。LPH の設立要件や監査を行うハラール監査員の要件等はハラール製品保証法<sup>50</sup>で定められている。

LPH は 2024 年までに全国 34 州の 514 県・市に 3 ヶ所ずつ、合計 1,542 カ所を設置する計画とされている。また検査員は各 LPH につき 3 人とする方針であるため、2024 年までに計 4,626 人の検査員が必要になると報じられている<sup>51</sup>。

c インドネシア・ウラマー評議会 (MUI)

MUI はムスリムの聖職者・指導者・知識人からなる協議会である。1989 年に食品・薬品・化粧品研究所 (LPPOM-MUI) を設立し、ハラール認証制度を確立した。旧制度では LPPOM-MUI がハラール認証の申請窓口となり、提出書類のチェック、評価、担当監査員の選定、監査員の育成等を行い、MUI がハラール認証書を発行していた。新制度では、LPPOM-MUI も LPH の 1 つと分類される。

---

<sup>49</sup> 『ハラール製品保証に関するインドネシア共和国法 2014 年 33 号』第 5 条

<sup>50</sup> 『ハラール製品保証に関するインドネシア共和国法 2014 年 33 号』第 12 条～第 15 条

<sup>51</sup> 『時事速報』(2019 年 7 月 11 日)

【図表 18】旧制度と新制度の関連組織比較

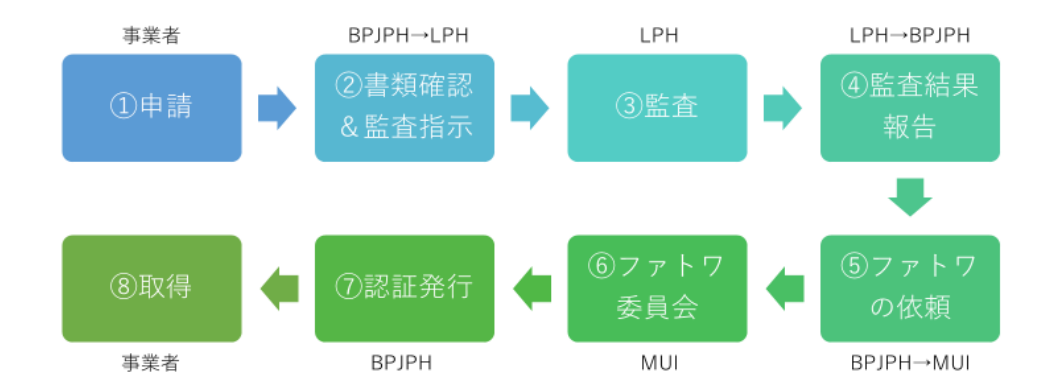


出典：LPPOM-MUI 提供資料抜粋

(ウ) 認証手続

新制度移行後の認証取得手続についてはハラール製品保証法に概要が規定されている。手続の内容は次のとおりとなっている。

【図表 19】新制度の手続の流れ



手続の流れ

- ① 事業者は BPJPH に申請書を提出する。
- ② BPJPH から LPH に監査指示を行う。(申請書受理から 5 日以内)
- ③ LPH のハラール監査員が監査を行う。
- ④ LPH が監査結果を BPJPH に報告する。
- ⑤ LPH からの監査結果に基づき、BPJPH が MUI に対しファトワを依頼。
- ⑥ MUI がファトワ委員会を開き、製品のハラール/非ハラールを決定し BPJPH に報告する。
- ⑦ ファトワの結果がハラールとされた場合、BPJPH は事業者にハラール認証状を発行する。
- ⑧ 事業者が認証を取得する。

(エ) 非ハラール商品の流通

実施政令<sup>52</sup>によると、インドネシア国内に搬入、流通及び売買される商品はハラール認証を取得する必要があるとされているが、ハラームな原材料を用

52 『ハラール製品保証法実施に関する政令 2019 年 31 号』第 2 条

いた商品は認証取得義務から除外され、ハラールでないことが分かるように表示されれば国内搬入も可能とされている。

2019年10月2日にインドネシア副大統領府が開いた説明会でも、BPJPHのスコソ長官より、ハラームな原材料を用いた商品はパッケージに「Tidak Halal<sup>53</sup>」と明示することで引き続き国内での流通が可能であるとの説明があった<sup>54</sup>。

#### (オ) 新制度への対応期限

新制度では、ハラール認証を取得するか、商品に非ハラールである旨明示することが求められる。これらの対応は、商品ごとに異なる期限が設けられているため、事業者は図表 20 に記載の期限までに上述の対応が求められる。

【図表 20】 対応期限

商品		対応期限
飲食料品	食料品、飲料品	2024年10月17日
非飲食料品	化粧品、化学製品、遺伝子組み換え商品、包装品、衣料品、アクセサリ、家庭用品、礼拝用品、事務用品、サプリメント、医療機器（低リスクのもの）	2026年10月17日
	一般薬品、医療機器（低中リスクのもの）	2029年10月17日
	処方箋薬品、医療機器（中高リスクのもの）	2034年10月17日
	生物学的製品（ワクチン等）、医療機器（高リスクのもの）	別途規定
※食肉処理、加工、保管、包装、配送、販売、給仕などの認証取得期限は、製造・提供する商品の対応期限に準じる		

出典：日本貿易振興機構（JETRO）資料<sup>55</sup>を基に作成

#### (カ) 認証の有効期間

4年間（更新する場合は有効期限3ヵ月前までに更新手続を行う必要がある）

#### (キ) 公認制度

実施政令<sup>56</sup>によると、外国のハラール認証機関も、BPJPHと協定を結ぶことで、BPJPHからの公認を受けることができるとされている。現在、既にMUIから公認されている団体も、BPJPHと新たに覚書（MOU）を締結する必要がある。MUIが公認している各国の認証機関については本項「旧制度」

<sup>53</sup> インドネシア語で「非ハラール」を意味する

<sup>54</sup> 日本貿易振興機構（JETRO）ジャカルタ事務所『ビジネス短信』（2019年10月4日）

<sup>55</sup> 日本貿易振興機構（JETRO）ジャカルタ事務所『ビジネス短信』（2019年10月4日）

<sup>56</sup> 『ハラール製品保証法実施に関する政令2019年31号』第25条から第29条

の公認機関に係る項目を参照されたい。

## イ 旧制度

新制度に移行し BPJPH が認証を担うようになるまで、インドネシアのハラール認証は MUI の手によって行われていた。以下ではこれまで MUI が行っていた旧制度の概要について述べる。

### (ア) 認証の歴史

LPPOM-MUI の担当者によると、インドネシアのハラール認証は 1990 年代に始まった。1988 年にスーパーマーケットで一般販売されていた商品に豚 DNA が混入していたことが社会問題となり (Lard case)、中央政府が、ムスリムの聖職者・指導者・知識人からなる協議会である MUI に対し、ハラール認証を行うよう指示した。翌 1989 年に LPPOM-MUI が設立されると、1994 年にインドネシアとして初めてのハラール認証が発行される。

2012 年には、ハラール性が担保された商品を安定的に作る仕組みや手順を示すガイドラインとして、「Halal Assurance System (HAS)」を定めた。その後、MUI は 2018 年に国家標準化庁 (Badan Standardisasi Nasional: BSN) から ISO/IEC 17065<sup>iii</sup>を取得している。

### (イ) ガイドライン

LPPOM-MUI によると、ハラール認証手続に係る要件は、現時点で以下の 9 つのガイドラインに規定されている。

【図表 21】 ガイドライン一覧

①	HAS 23000-1	Requirements of Halal Certification : Halal Assurance System Criteria
	HAS 23000-2	Requirements of Halal Certification : Policies and Procedure
②	HAS 23101	Guidelines of Compliance of the Halal Assurance System Criteria in the Processing Industry
③	HAS 23102	Guidelines of Compliance of the Halal Assurance System Criteria in Restaurant
④	HAS 23103	Guidelines of Compliance of the Halal Assurance System Criteria in Slaughterhouse
⑤	HAS 23104	Guidelines of Compliance of the Halal Assurance System Criteria in Catering
⑥	HAS 23106	Guidelines of Compliance of the Halal Assurance System Criteria in Logistic Services
⑦	HAS 23201	Requirements of Halal Food Material

⑧	HAS 23202	Requirements of Halal Medicine Material
⑨	HAS 23301	Guidelines of Compliance of the Halal Assurance System Manual in the Processing Industry

(ウ) 組織

旧制度においては LPPOM-MUI が申請の窓口、書類審査、監査等の実務を行っている。そして、MUI のファクトワ委員会が LPPOM-MUI の監査報告に基づき、商品がハラールかハラームであるかを審査する。審査の結果ハラールであると認められると MUI がハラール認証書を発行する流れとなっている。2019 年 4 月時点で、LPPOM-MUI はインドネシア国内 33 の地域に地方事務所を設けていた。

(エ) 認証分野

旧制度の主な認証範囲は、LPPOM-MUI の規定によると、以下のとおりとなっている。

【図表 22】 MUI の認証分野

主な認証分野	食品、飲料、薬品、化粧品、食肉処理場、レストラン、ケータリング、物流、倉庫等
--------	--

(オ) 認証マーク

MUI からハラール認証を取得後、国家食品医薬品監督庁 (Badan Pengawas Obat dan Makanan : BPOM) に対し、商品にハラールマークを貼り付ける申請をすると、以下の認証マークを貼り付けることができる。色については特段の定めはなく、マークの一部を消したり、形を変えるなどの加工がされない限りで、商品の包装に合わせた様々な色が使われている。

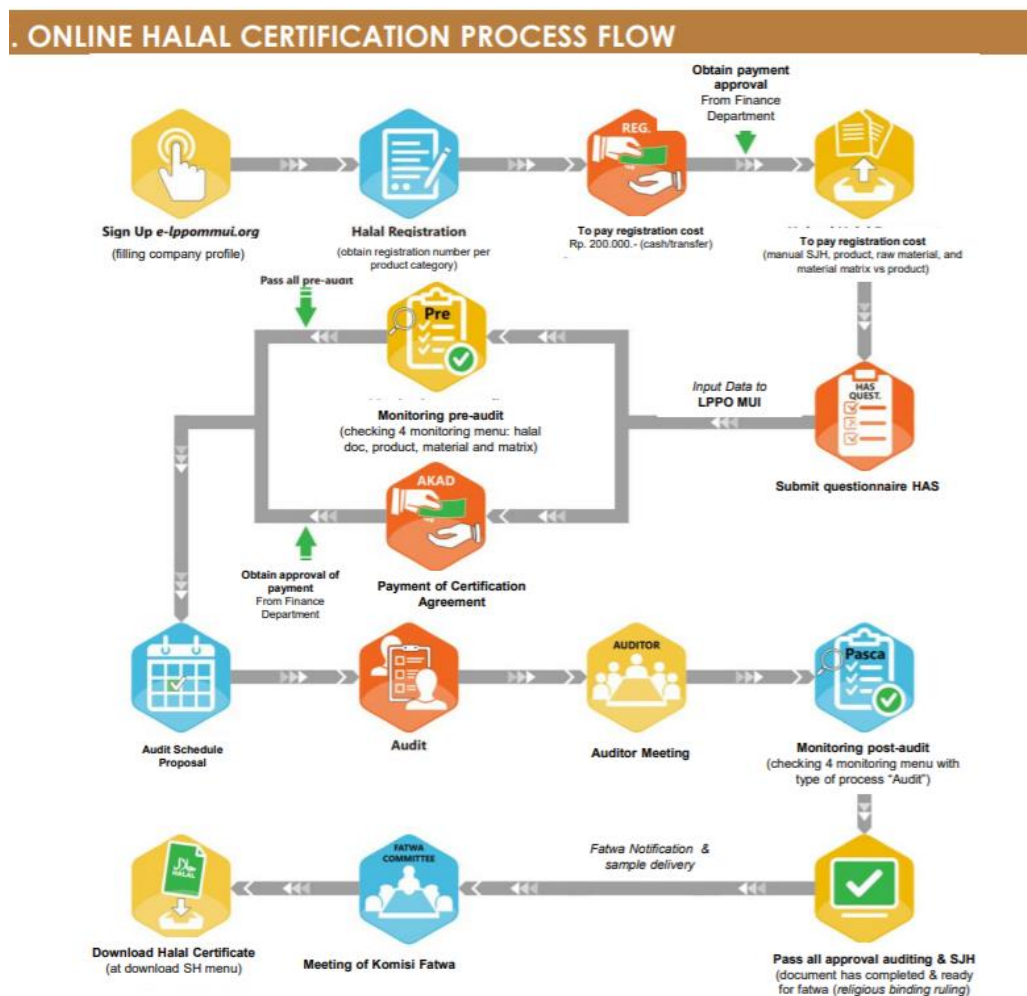
【図表 23】 MUI のハラール認証マーク



(カ) 申請手続

2012 年 7 月よりハラール認証の申請はオンラインでのみ受け付けている。LPPOM-MUI Web ページのオンライン認証サービス (Certification Services Online Cerol-SS23000 : Cerol) <sup>57</sup>から申請が可能である。大まかな申請の流れは図表 24 のとおりとなっている<sup>58</sup>。

【図表 24】 Cerol-SS23000 上の申請手続



出典：LPPOM-MUI の Web ページ<sup>59</sup>抜粋

手続の手順

- ① 企業情報の登録及び登録料の支払い
- ② Halal Assurance System (HAS) 研修の受講
- ③ 社内での Halal Assurance System (HAS) の実践

<sup>57</sup> LPPOM-MUI “Certification Services Online Cerol-SS23000”

<sup>58</sup> LPPOM-MUI ”MUI Halal Certification Procedure”

<sup>59</sup> LPPOM-MUI Web ページ

[http://e-lppomui.org/documents/Manual\\_CEROL-Manufacturing\\_\(ENG-2.3\).pdf](http://e-lppomui.org/documents/Manual_CEROL-Manufacturing_(ENG-2.3).pdf)

- ④申請書類の準備
- ⑤申請書類のオンライン提出（Cerol へのアップロード）
- ⑥監査前のモニタリングの実施、認証申請手数料の支払い
- ⑦監査の実施（ラボ検査含む）
- ⑧監査後のモニタリング
- ⑨監査後の評価（監査人による評価会議、ファクトワ委員会の評価会議）
- ⑩ハラル認証書の受領（Cerol からダウンロード）

(キ) 申請期間・有効期間・費用

申請期間・有効期間・費用の概要は以下のとおりである。なお、現在 MUI から認められているハラル認証は、新制度移行後も現行のハラル認証期間が終わるまで有効となる。

【図表 25】 申請期間・有効期間・費用

申請期間	1 カ月半～数か月と商品により異なる。		
有効期間	2 年		
費用（ルピア）		大企業	中小企業
	加工業	350 万～450 万	200 万～350 万
	飲食業	200 万～600 万	
	屠畜業	最大 450 万	最大 300 万

(1 インドネシアルピア=0.0078 円 (2019 年 12 月時点))

出典：日本貿易振興機構（JETRO）資料を基に作成

(ク) 認証数

LPPOM-MUI によると、2019 年度第 1 四半期時点までの過去 5 年間で、認証件数、認証商品数、認証企業数は以下のとおりであり、件数は年々増加している。なお、数字はその年に認証が有効なもの（新規、更新、有効中）の合計となっている。

LPPOM-MUI によると、2018 年度に認証件数、商品数、企業数に大きな伸びが見られたのは、新制度への移行を控え、旧制度下で認証を取得しておこうと考える企業が多かったことが理由である。

【図表 26】 LPPOM-MUI 認証件数・商品数・企業数

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019 (1～3 月)
件数	10,322	8,676	7,392	8,157	17,398	1,572
商品数	68,576	77,256	114,264	127,286	204,222	51,553
企業数	10,180	7,940	6,564	7,198	11,249	1,910



出典：LPPOM-MUI 提供資料を基に作成

(ケ) 公認機関

2019年5月現在、LPPOM-MUIは、インドネシアの認証基準と同等かそれ以上の厳しい基準の認証制度を持つとされる世界26か国44の団体を公認している。内訳は、と畜36団体、原材料37団体、香料16団体となっている。

なお、LPPOM-MUI自身も海外での認証を行っており、中国に事務所を構えているほか、中国以外の国では、LPPOM-MUIの職員が出張してインドネシアのハラール認証を行っている。

【図表 27】 LPPOM-MUI 公認機関及び認証カテゴリー

	国名	団体名（英語）	カテゴリー		
			と畜	原材料	香料
アジア					
1	シンガポール	Majelis Ugama Islam Singapore (MUIS)	○	○	○
2	マレーシア	Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)	○	○	○
3	ブルネイ	Bahagian Kawalan Makanan Halal Jabatan Hal Ehwal Syariah	○		
4	日本	Muslim Professional Japan Association (MPJA)	○	○	
5	日本	The Japan Moslem Association (JMA)		○	○
6	台湾	Taiwan Halal Integrity Development Association (THIDA)	○	○	
7	インド	Jamiat Ulama Halal Foundation	○		
8	インド	Jamiat Ulama I-Hind Halal Trust	○		
9	香港	Asia Pacific Halal Council Co Ltd (APHC)	○	○	
10	タイ	The Central Islamic Council of Thailand (CICOT)	○	○	
11	ベトナム	Halal Certification Agency (HCA)		○	○
12	フィリピン	Halal Development Institute of the Phillipines (HDIP)		○	
13	スリランカ	Halal Accreditation Council (Guarantee) Limited		○	
オーストラリア&ニュージーランド					
14	オーストラリア	The Islamic Coordinating Council of Victoria (ICCV)	○	○	○
15	オーストラリア	Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia Inc. (SICHMA)	○	○	
16	オーストラリア	Australian Halal Development & Accreditation (AHDA)	○		
17	オーストラリア	Global halal Trade Center Pty Ltd (GHTC Pty.Ltd)	○	○	
18	オーストラリア	Western Australian Halal Authority (WAHA)	○	○	○
19	オーストラリア	Australian Halal Authority & Advisers (AHAA)	○	○	
20	オーストラリア	Global Australian Halal Certification (GAHC)	○	○	
21	ニュージーランド	Asia Pasific Halal Service - New Zealand, Pty 2011 Limited (APHSNZ-Pty 2011 ltd)		○	
22	ニュージーランド	New Zealand Islamic Development Trust (NZIDT)	○	○	
23	ニュージーランド	The Federation of Islamic Association of New Zealand, Inc (FIANZ)	○		
ヨーロッパ					

24	ベルギー	Halal Food Council of Europe (HFCE)	○	○	○
25	ポーランド	The Muslim Religious Union of Poland (MRU)	○	○	
26	オランダ	Halal Quality Control (HQC)	○	○	○
27	スペイン	Instituto Halal De Junta Islamica (Halal Institute of Spain)	○	○	
28	イタリア	World Halal Authority (WHA)	○	○	○
29	オランダ	Total Quality Halal Correct Certification (TQHCC)	○	○	○
30	イギリス	Halal Certification Europe (HCE)		○	
31	イギリス	Halal Food Authority (HFA) – UK	○	○	
32	オランダ	Halal Feed and Food Inspection Authority (HFFIA)	○	○	○
33	スイス	Halal Certification Services (HCS)	○	○	○
34	スイス	Eurasia Halal Services Centre		○	
35	トルコ	HAFSA Halal Certification and Food Imp & Exp Ltd		○	
36	アイルランド	Islamic Foundation of Ireland (IFI)	○	○	
アメリカ					
37	アメリカ	Islamic Services of America (ISA)	○	○	○
38	アメリカ	Halal Transaction of Omaha	○	○	○
39	アメリカ	The Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)	○	○	○
40	アメリカ	Halal Food Council USA (HFC USA)	○	○	
41	アメリカ	American Halal Foundation (AHF)	○	○	
42	ブラジル	Federation of Muslims Associations in Brazil (FAMBRAS)	○	○	○
43	ブラジル	Islamic Dissemination Centre for Latin America (CDIAL) Brazil	○	○	
アフリカ					
44	南アフリカ	National Independent Halal Trust (NIHT)	○	○	

出典：LPPOM-MUI の HP 掲載資料<sup>60</sup>をもとに作成

また、LPPOM-MUI の教育研修を担当するインドネシアハラール研修&教育センター（INDONESIA HALAL TRAINING & EDUCATION CENTER：IHATEC）は、株式会社矢野経済研究所と業務締結<sup>61</sup>しており、同研究所は MUI のハラール認証取得に向けた支援サービス（申請・更新手続の支援）を日本で提供している。

同研究所が行うハラール研修は、MUI の認証を新規申請・更新する際に受講が求められる研修と同等と認められており、日系企業のハラール認証取得に係る障壁を下げるものと期待されている。

<sup>60</sup> LPPOM-MUI “List Of Approved Foreign Certification Halal Bodies”  
[http://e-lppommui.org/documents/List\\_Of\\_Approval\\_Certifier\\_Bodies.pdf](http://e-lppommui.org/documents/List_Of_Approval_Certifier_Bodies.pdf)

<sup>61</sup> 矢野経済研究所 Web ページ

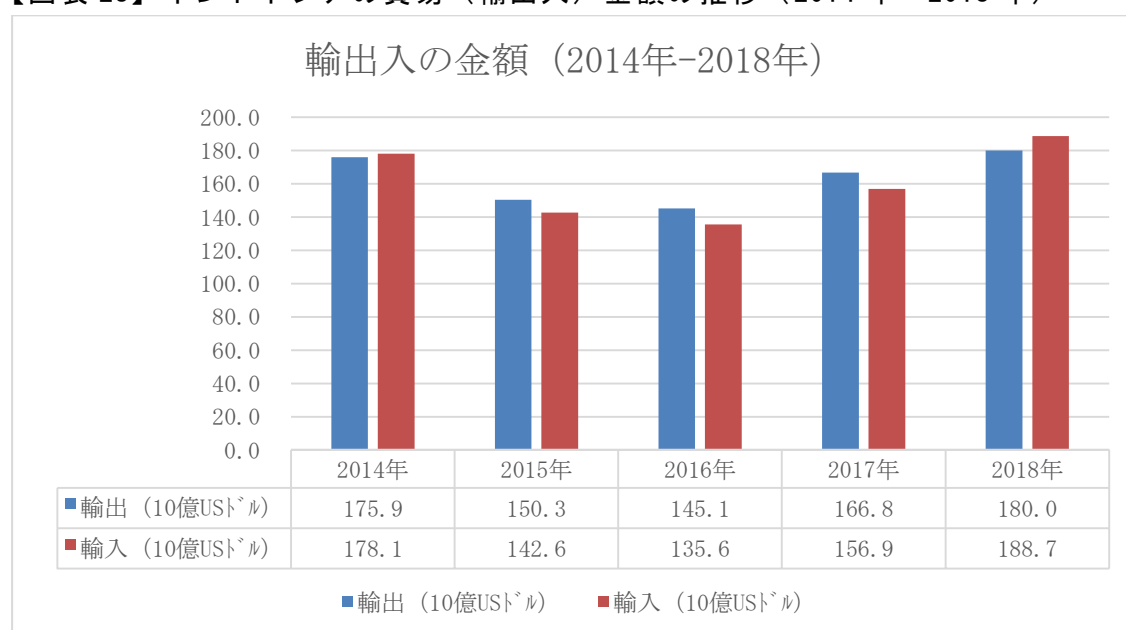
[https://www.yano.co.jp/seminar/2018/0927/img/halal\\_service.pdf](https://www.yano.co.jp/seminar/2018/0927/img/halal_service.pdf)

#### (4) ハラル製品を取り巻く貿易の状況

インドネシアは対内直接投資や堅調な個人消費をベースに、2018年の経済成長率は5.17%で前年(+5.1%)に続き、政府目標(+5.4%)には未達だったものの堅調な経済成長となっている<sup>62</sup>。

貿易では、最大の輸出品目である鉱物性燃料の輸出増等もあり、下表のとおり貿易額が増加している。輸出の主要相手国は中国、米国、日本で、輸入の主要相手国は中国、シンガポール、日本となっており、日本にとっては貿易の主要なパートナーとなっている。

【図表 28】 インドネシアの貿易（輸出入）金額の推移（2014年～2018年）



出典：商業省統計 (Total Balance of Trade of Indonesia) を基に作成

また、ハラル商品の輸出については、商業省国際輸出総局 (Directorate General of National Export Development) の担当者によると、「ハラル専用の HS コード<sup>63</sup>がないため、MUI の認証マークでハラル製品を分別しているが、現状ではその割合までは出していない。BPJPH へ移行後は、ハラル製品保証法に基づき、インドネシア市場で販売、輸入、流通する商品（食品飲料、薬品、オーガニック製品、機器）にはハラル認証を取得することが義務付けられることになったので、今後、ハラル製品の輸出割合も統計が取れる」とのことであった。

<sup>62</sup> 日本貿易振興機構 (JETRO) 「インドネシア基礎的経済指標」

<sup>63</sup> JETRO ウェブサイト (貿易・投資相談 Q&A) 「商品の名称及び分類についての統一システム (Harmonized Commodity Description and Coding System) に関する国際条約 (HS 条約)」に基づいて定められたコード番号のこと。

## (5) ハラル産業振興政策

ハラル産業の振興政策については、商業省国際輸出総局に取材したところ「人口の9割がムスリムであり、どこにでもハラル商品があるのが当たり前の環境であるため、特段ハラル商品に特化した政策はない」との回答であった。

しかしながら、取材を進める中で、ハラル商品を含む輸出を目指す国内企業に対する支援や育成といった産業振興や輸出促進の取組が重厚であることが判明したため、以下ではそれを紹介していく。

輸出促進を扱う部局として、商業省に国際輸出総局が設置されており、その下に4つの部門（輸出開発協力、輸出振興、輸出製品開発、プロモーション）があり、その4部門を監督する部署と、輸出促進のトレーニングを行う機関がある（下図）。輸出に関する政府方針については、国家開発庁が開発計画を策定し、それが各官庁に下ろされ、細目について各局が実施計画や目標を策定している。

【図表 29】 インドネシア商業省 国際輸出総局の組織図



出典：インドネシア商業省提供資料

### 【各部門の役割と主な業務内容】

#### ① Market Development and Export Information

市場開発、輸出先国の情報提供、事業者向けカスタマーサービス、インドネシア製品の展示（省庁内展示コーナー）の運営等。

#### ② Export Product Development

海外への輸出振興（特に石油以外（食品、ハラル商品））、インドネシア製品の振興、国内の規制等。

#### ③ Promotion and Branding Development

商品デザイン開発、事業者へのデザイナー派遣サービス、ビジネス相談業務、グッドデザインインドネシア（良いデザインの奨励）の実施。

なお、グッドデザインインドネシアは、デザイン力と国内製品の付加価値を高めて、インドネシア製品の輸出を奨励することを目的に、優れたデザインの商品表彰する制度である。

#### ④ **Export Development Cooperation**

輸出開発の他国との協力（日本の場合はJETROとの商談会を開催）、日系企業と地場中小企業との商談会、インドネシア商工会と諸外国の商工会との連携。

#### ⑤ **Secretariat General**

上記4部門の監督、評価を行う（予算と計画策定、業務改善の指導等）。

そのほか、輸出商品開発、知的財産、カスタマーサービスセンター、知識・技術移転、国内企業のブランディングをはじめ、貿易ミッション団の派遣も実施（渡航先：アメリカ、アゼルバイジャン、チリ、チェコ、ヨルダン、韓国、ニュージーランド、トルコ等）。

#### ⑥ **Indonesian Export Training Centre**

輸出に取り組む企業への研修トレーニングを行う。

また、商業省は、インドネシア製品の輸出促進に向けて、毎年、輸出促進の展示会（Trade Expo Indonesia：TEI）を開催している。2019年に開催された第34回TEIのテーマは、「世界に貢献するために前進」を掲げ、世界にインドネシア製品を広くPRしていくことを目指している。展示会及び企業のビジネスマッチングと同時に、貿易、観光、投資のフォーラム（Trade, Tourism, Investment：TTI）も開催し、商業省、観光省、投資調整庁が三者一体で連携してPRすることで、バイヤーや投資家の間口を広げながら、相乗効果を狙っている。

また、この3省庁でITTIC（Indonesia Trade Tourism Investment Club）と呼ばれるコミュニティを作って横の連携を強めながら、Facebook等で日々の活動やイベント情報を告知するなど、活発な情報発信を行っている。

### （6）観光政策

インドネシアは、世界有数のリゾート地であるバリ島を始め、ボロブドゥール寺院遺跡群等の文化遺産、世界最大のトカゲであるコモドオオトカゲの生息地として知られるコモド国立公園の自然遺産等8つの世界遺産をはじめ、300以上の民族が継承する伝統文化や大自然といった多くの観光資源を有し、国を挙げてインバウンドの振興を図っている。石油依存の体質からの脱却を図り、日本と同様、観光を経済の柱とする方針を打ち出している。

インドネシアは、「Wonderful Indonesia」を観光プロモーションのテーマに掲げ、カントリーブランドロゴを採用している。また、観光省のホームページは、19カ国語に対応し、海外プロモーションは、州、自治体単位ではなく、観光省が統括して行うことで、インドネシアの観光イメージを統一させながらブランディング

を行い、各国旅行博等にも頻繁に出展し、インバウンドに注力している。

【図表 30】 インドネシアの観光プロモーションのロゴ

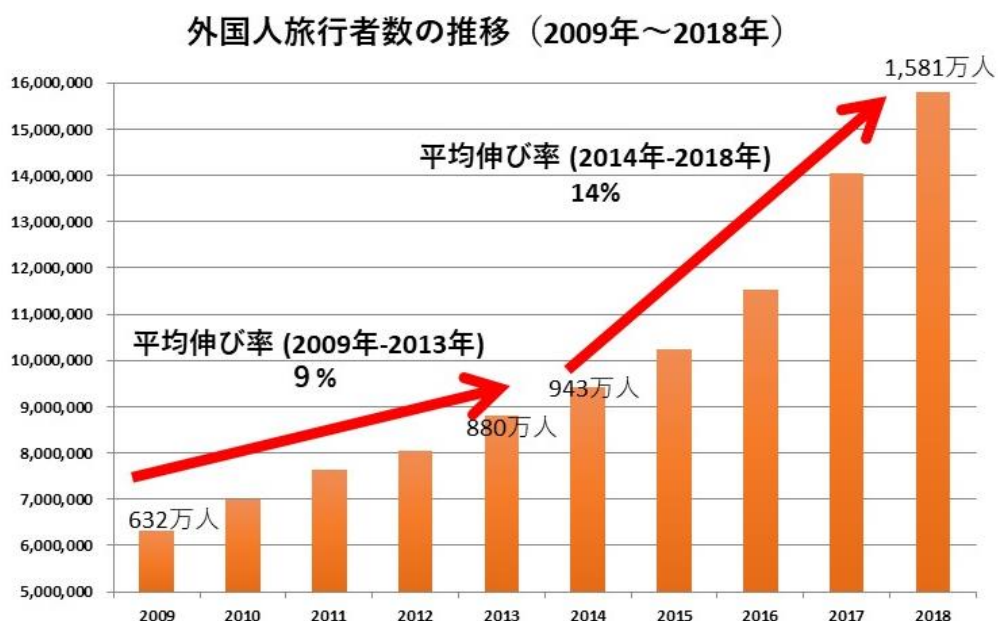


提供：インドネシア観光省

近年は LCC の路線が拡大した追い風もあり、インドネシアを訪れる外国人訪問客数は着実に増加している。

下表は、インドネシアへの外国人訪問者数の推移であるが、2018 年には 1,581 万人となり、2009 年から 10 年の間で 2 倍以上に増加した。

【図表 31】 インドネシアへの外国人訪問者数の推移（2009 年～2018 年）



出典：インドネシア観光省“Wonderful Indonesia Halal Tourism”

#### ア ハラール観光地としての世界的評価

インドネシアはムスリム旅行者にとってのハラール対応が進んでいる観光地（ハラール観光地）としても近年高い評価を得ている。インドネシア観光省の経済観光部門のシニアアドバイザーによると、「2015 年頃から観光省内にハラール観光開発促進チームが発足し、ムスリム旅行者から選ばれるハラール観光の目的地を目指して、ホテル等の業界関係者への研修等受入体制の強化を行ってきた」という。











また、「政府当局に、ハラールツーリズム支援、関連政策の承認、必要な予算の振り分け等と呼びかけるとともに、ムスリム人口の多いマレーシアや中東等主要なマーケットに対してプロモーションを行ってきた」とのことである。

このような活動もあり、Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019において、ハラール観光でマレーシアとともにインドネシアが首位を獲得した。

なお、同調査において、これまでインドネシアは、2015年は6位、2016年は4位、2017年は3位、2018年は2位と徐々にランクを上げてきており、ハラール観光地として世界的な評価が高まっていることが分かる。

【図表 32】 ムスリム旅行者が選ぶムスリムにやさしい旅行先ランキング（再掲）  
（OIC加盟諸国のトップ10）

### TOP 10 OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	1	Malaysia 	78	0
1	1	Indonesia 	78	1
3	3	Turkey 	75	1
4	4	Saudi Arabia 	72	1
5	5	United Arab Emirates 	71	-3
6	6	Qatar 	68	0
7	7	Morocco 	67	3
8	8	Bahrain 	66	0
8	8	Oman 	66	1
10	10	Brunei 	65	1

出典：“Global Muslim Tourism Index 2019”

ハラール観光地に関しては、2015年にロンボク島が国際的な賞である World Halal Travel Award（世界のハラール観光最優秀賞と、ハネムーン地としてのハラール観光賞）を受賞している。観光省によると、統計はないものの、同島では島内のほとんどのホテルが、ムスリム旅行者向けの施設（礼拝所、キブラ、宿泊部屋の礼拝前の手足を清めるための施設、その他礼拝に必要な着衣等）が整備されているという。

なお、本賞では2015年に続き、2016年もインドネシアのハラール観光が12の項目（国営航空会社やシャリアホテルなど）で表彰された<sup>64</sup>。

<sup>64</sup> インドネシア観光省ホームページ

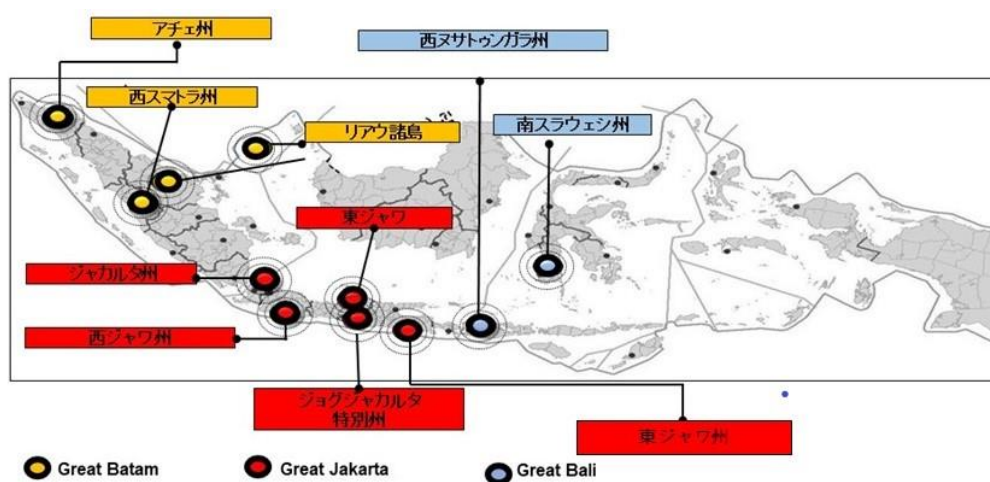
<https://www.indonesia.travel/ru/en/news/indonesia-dominates-world-halal->

## イ 国内 10 州をハラール観光地に認定

インドネシア観光省は、有名観光地のバリ島に次ぐ新たな旅行先として、2019年に国内 10 州（アチェ州、リアウ諸島州、西スマトラ州、ジャカルタ特別州、西ジャワ州、中ジャワ州、ジョグジャカルタ特別州、東ジャワ州、西ヌサトゥンガラ州、南スラウェシ州）をハラール観光地に認定した。

認定された 10 州を「グレートバリ」「グレートジャカルタ」「グレートバタム」という名称で 3 地域にエリア分けし、バリやジャカルタ、バタム島といった有名観光地以外への訪問を強化する取組を行っている。これらの 10 州は、観光地開発優先地域として設定され、プロモーションを強化している。

【図表 33】ハラール観光地に認定された 10 州



出典：インドネシア観光省 “Wonderful Indonesia Halal Tourism”

## ウ 次世代へのプロモーション

観光省がムスリム旅行者を含めた、全体のインバウンド増に向けて注力している広報戦略が、通称ミレニアル世代、Z 世代といわれる、若年層をはじめとする次世代へのプロモーション活動である。ミレニアル世代とは、1989 年生まれから 1995 年生まれの世代<sup>65</sup>で、Z 世代とは、1990 年代後半から 2000 年生まれの世代<sup>66</sup>を指し、2014 年の世界経済フォーラム年次総会（ダボス会議）で、これらの世代のことを「デジタル社会に適応し、今後の消費を大きく変える“新しい”消費者」として大きく取り上げられた<sup>67</sup>。

下図は、2016 年にインドネシアを訪問したミレニアル世代のムスリム旅行者

[tourism-awards-2016-winning-12-top-categories](#)

<sup>65</sup> JTB 総合研究所「観光用語集」

<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/millennial/>

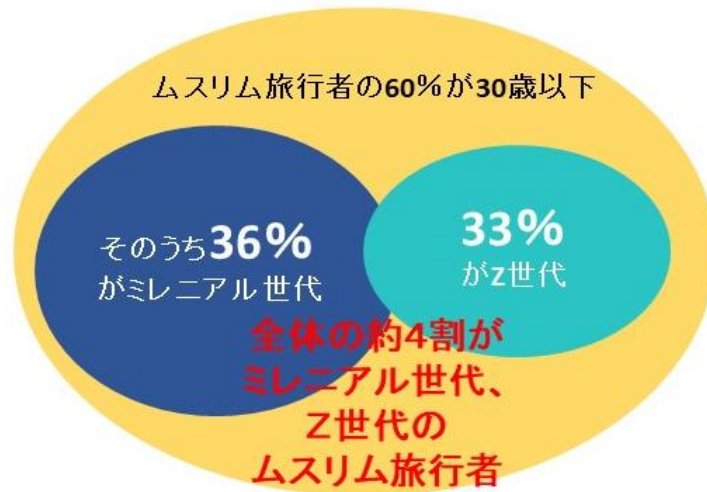
<sup>66</sup> 65 と同じ

<sup>67</sup> 65 と同じ



の割合を抽出してのものである。これをみると、ムスリム旅行者の約4割がミレニアル以下の世代であることが分かる。

【図表 34】 ミレニアル世代のムスリム旅行者（2016年インドネシア観光省調査）



出典：インドネシア観光省“Wonderful Indonesia Halal Tourism”  
Mastercard-HalalTrip“Muslim Millennial Travel Report 2017”  
を基に作成

観光省への取材では、「この世代は、旅行先を決めるまでの情報収集において、ソーシャルメディアへの依存度が高く、特に、ネット上の口コミや SNS 投稿から強く影響を受ける傾向にある。また、コストに敏感で、情報収集だけでなく、旅行手配もモバイル端末で済ませることがほとんど。観光素材の磨き上げとともに、この世代に向けては、そこでしかできない体験と、ビジュアルに訴える情報の発信が大事だ」とのことであった。

観光省の「Wonderful Indonesia」の Instagram では、60 万人強のフォロワーがおり、見る者を惹き付けるいわゆる「インスタ映え」する写真が多く投稿されている。

これは、ソーシャルメディアに慣れ親しんでいる世代を取り込み、口コミによる拡散やシェア効果を狙いながら、同時にそこから集積されるデータ（旅行者のニーズ）を収集して、次のマーケティング策を練ることで好循環につなげていく戦略である。

観光省の担当者によると、「未来のインバウンド市場を創出するために、TV 広告等のメディアプロモーションだけでなく、Instagram や Facebook といった SNS 戦略が最重要である。ミレニアル世代は、情報を新聞雑誌等の紙媒体やテレビ等よりも、ウェブで入手することに慣れている世代で、インバウンドのプロモーションにおいても、パンフレット等より、スマートフォンで手軽に入手できる情報を求めている」との話があった。

この世代は、モノ消費からコト消費（より深い観光体験）へとシフトしており、観光資源の発掘と効果的な魅力発信はセットで行っていかなければならない。これらのインドネシア観光省が行う、次世代、ネクストステージに先手を打った観光政策は、日本にとっても指針になる。

### 第3節 シンガポール共和国

#### (1) 基本情報

シンガポールは、マレーシア南端に隣接する都市国家であり、イギリス植民地期、第2次世界大戦時の日本軍占領期、そしてマレーシア連邦加入期等を経て、1965年にマレーシア連邦から分離、シンガポール共和国として独立した。

総人口は564万人（2018年）で、そのうち国民は6割、永住者と長期滞在の外国人を合わせた外国人が4割となっており、外国人比率が非常に高くなっている。

多民族・多宗教国家であり、民族では中華系76.1%、マレー系15%及びインド系7.5%が3大民族と呼ばれており、また宗教では仏教33.2%、キリスト教18.8%、イスラム教14%、道教10%、ヒンズー教5%等といったように多様な構成となっている。1人当たりGDPは5万7,713USドルで、日本（3万8,428USドル）の約1.5倍となっており（2017年）、単純比較では日本よりも所得水準が高い。貿易相手国としては、輸出・輸入ともに中国及びマレーシアが上位となっている。

シンガポールを訪れた外国人旅行者は約1,850万人となっている（2018年）。

【図表 35】 シンガポール共和国の基本情報

人口 (2018年6月) ※1	総人口 564万人 (内訳) 国民347万人、永住者52万人、長期滞在の外国人164万人
面積 ※2	719.9 km <sup>2</sup>
政体 ※2	立憲共和制
主要民族 (2018年6月) ※1	中華系76.1%、マレー系15%、インド系7.5%、 その他1.5%
主な宗教 (2015年9月) ※3	仏教33.2%、キリスト教18.8%、イスラム教14%、 道教10%、ヒンズー教5%、その他0.6%、無宗教18.5%
名目GDP(1人当たり) (2017年) ※3	3,239億USドル(5万7,713USドル) (参考:日本の1人当たりGDP 3万8,300USドル)
主要貿易相手国(地域) (2017年) ※4	輸入:中国13.8%、マレーシア11.9%、アメリカ10.5% 輸出:中国14.5%、香港12.3%、マレーシア10.6%
対日主要輸出品目 (2018年) ※4	IT製品(44.2%)、一般機械(25.1%)、 化学品(17.2%)、精密機器(8.9%)
対日主要輸入品目 (2018年) ※4	IT製品(33.8%)、一般機械(20.4%)、 化学品(10.7%)、輸送機器(7.6%)
外国人旅行者数 (2018年) ※5	外国人旅行者数 約1,850万人

出典: ※1 シンガポール政府統計局“POPULATION IN BRIEF 2018”

※2 シンガポール政府統計局“General Household Survey 2015”

※3 日本貿易振興機構(JETRO)「シンガポール基本情報」

※4 日本貿易振興機構（JETRO）「世界貿易投資報告 2019 年度版」

※5 シンガポール政府観光局“International Visitors Arrivals Statistics”

## （2）ムスリム関連市場の特徴

人口の多くを民族としては中華系が、宗教としては仏教・キリスト教系が占めるが、ムスリムが多いマレーシアとインドネシアに囲まれ、更に東南アジアにおける経済・貿易の中心地であることから、国内には多くのムスリムが行き交う。

OIC 加盟国以外の国で、ムスリム旅行者に人気の旅行先ランキングでは第5位、ムスリムフレンドリー度では第1位となっている<sup>68</sup>。

ムスリム旅行者に対応するようにハラール認証を取得する飲食店・飲食料品関連施設の数も増加している。文化社会青年省所管の法定機関<sup>69</sup>であり国内で唯一のハラール認証機関であるシンガポール・イスラム評議会（The Majlis Ugama Islam Singapura : MUIS）が飲食店・飲食料品関連施設に対し発行したハラール認証件数は、2000年の533件から、2018年は4,630件に拡大している。

また、商品について、MUISがハラール認証した件数は、2014年の2万7,041件から、2018年の5万3,060件と、5年間で約2倍の伸びを見せている。

### 【図表 36】 MUIS のハラール認証マーク



<sup>68</sup> Mastercard&Crescentrating “Global Muslim Travel Index 2018”

<sup>69</sup> the Administration of Muslim Law Act (AMLA), Act 27 of 1966

【図表 37】 MUIS のハラール認証を取得した飲食店



一方で、下表のとおり、シンガポールにおける国内のハラール食品市場規模（推計値）はムスリム人口が多数を占めるインドネシア、マレーシアだけでなく、仏教が主流のタイと比べても小さいが、1人当たりの支出は、これらの国よりも高額となっている。

【図表 38】 各国のハラール食品市場規模（2013 年）

国	①ムスリム人口 (万人) (2010 年)	②一人当たり食品 支出 (US ドル) (2013 年)	③ : ①×② ハラール食品市場規模 (100 万 US ドル) (2013 年)
インドネシア	20,485	608.7	124,692
マレーシア	1,714	1,093.4	18,741
タイ	395	733.5	2,897
シンガポール	72	1,315.0	947

出典：農林水産省『平成 26 年度ハラール食品に係る実態調査』による 2013 年度推計値を抜粋。

### (3) ハラール認証制度

#### ア 認証機関

上述のとおり、シンガポール国内で唯一の認証機関は MUIS であり、シンガポールに拠点を持つ国内外の事業者に対するハラール認証（国内認証）は、MUIS がハラール品質管理システム (Halal Quality Management System<sup>70</sup>) に基づいて行う。

<sup>70</sup> HalMQ は、食品品質管理に係る国際標準規格の ISO や HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point 「危害要因分析重要管理点」) をベンチマークにしたハラール該当性を確認する工程管理の仕組。

また、シンガポールに拠点を持たない事業者に対する認証（国際認証）は、①MUIS の完全子会社である Warees Halal Limited (WHL) 或いは②拠点のある国の MUIS 公認機関が行う。

## イ ハラル認証手続等

### (ア) 国内認証 (MUIS)

#### a 認証分野

MUIS は以下の 7 つの分野でハラル認証を行っている（図表 39）。

【図表 39】 MUIS が発行するハラル認証分野

No.	分野	内容
1	飲食施設	レストランや食料品小売店等への認証
2	輸出入製品	輸入、輸出、再輸出製品への認証
3	食品加工施設	ケータリング、セントラルキッチン施設への認証
4	食肉処理施設	家畜のと畜・食肉処理施設への認証
5	製品	国内で製造又は部分的に製造・加工された製品への認証
6	貯蔵施設	固定及び移動式の貯蔵施設（倉庫、冷蔵庫等）への認証
7	工場全体	生産施設及び同施設で生産される全製品への認証

出典：MUISWeb ページを基に作成

#### b 申請・認証費用

申請・認証費用は MUISWeb ページで公表<sup>71</sup>されており、認証分野ごとに異なっているため、ここでは、製品分野の費用を例として紹介する（図表 40）。

【図表 40】 MUIS の製品分野の費用

区分	項目	費用 (S\$)
申請	通常（14 営業日以内での審査）	170.13
	急ぎ（7 営業日以内での審査）	363.80
認証	200 m <sup>2</sup> 以下の施設で、認証期間 1 年の場合	802.50
	200 m <sup>2</sup> 超 750 m <sup>2</sup> 以下の施設で、認証期間 1 年の場合	856.00
	750 m <sup>2</sup> 超 2,000 m <sup>2</sup> 以下の施設で、認証期間 1 年の場合	973.70
	2,000 m <sup>2</sup> 超の施設で、認証期間 1 年の場合	1,294.70

（1 シンガポールドル＝80.12 円（2019 年 12 月時点））

<sup>71</sup> Revised MUIS Halal Certification Fees 2018  
<https://www.muis.gov.sg/-/media/Files/Halal/Documents/Fees-Revision---WEF-1-Feb-018.pdf?la=en&hash=D7B9B27B0CE7C81E35CC7AFC260975C446C8C495>

出典：MUISWeb ページ（費用には GST（物品サービス税）7%を含む）

c 認証手続の流れ

認証手続の流れは図表 41<sup>72</sup>のとおりで、基本的に全ての認証分野共通となっている。

なお、申請者は、事前に MUIS に問合せをした上で、シンガポール政府への各種申請ポータルサイト「Licence One」<sup>73</sup>により申請し、審査を経た上で、MUIS の内部組織であるハラール認証戦略室(Halal Certification Strategic Unit)が認証を行う。

【図表 41】 MUIS のハラール認証手続の流れ

項目	内容
1 問合せ	○ハラール認証に係る要件、手続の確認 ○Eメール、電話、事務所訪問のいずれかの方法による ・Eメール <a href="mailto:info@muis.gov.sg">info@muis.gov.sg</a> ・電話 +65-6359 1199 ・事務所訪問 Singapore Islamic Hub 273 Braddell Road, 579702
2 申請書提出	○Licence One 経由で申請 ○申請費用の支払
3 審査	○申請がハラール要件への適合しているか検証 ○現地監査
4 認証	○申請の承認後、ハラール認証の発行 ○認証費用の支払
5 認証取得後	○定期的な抜き打ち検査 ○認証保持者は、登録情報に変更が生じた場合、 Licence One を通じて更新（ムスリム従業員やメニュー、原材料等）
6 認証の更新	○認証更新を希望する場合は、失効の3ヵ月前、遅くとも1か月前に更新書類を提出

出典：MUISWeb ページ

<sup>72</sup> MUIS Halal Certification Process  
<https://www.muis.gov.sg/-/media/Files/Halal/Documents/SiteCore---Muis-HC-Flow-Chart-March-2019v1.pdf?la=en&hash=747C47CF6F79A2A9D9912D858D63A2C4C712F202>

<sup>73</sup> Licence One <https://licencel.business.gov.sg/>

(イ) 国際認証 (WHL 又は公認機関)

a WHL

WHL は MUIS から委託を受け、MUIS の認証基準に基づいて、国際認証を行っている。認証分野は MUIS と同様に 7 分野となっている。

また、対象製品がハラール性を確認するための監査業務、ハラールビジネスに係る必要な知識等に関するセミナー・技術指導、コンサルティングサービスを行っている。

認証手続については、シンガポールに拠点を持たない事業者を対象としていることから、国内認証と比べ、その事業内容やハラール製品をより詳しく確認・審査する必要があるため、事業者が WHL に問い合わせを行い、その状況に応じて、しかるべき申請手続を助言するという流れになっている。

b 公認機関 (日本の場合)

マレーシアの JAKIM 等と同様に、MUIS も海外の認証機関・団体を公認しているが、本稿執筆に当たり確認できた日本の公認機関は、3 団体となっており、主な認証分野は図表 42 のとおり。

これらの公認機関からハラール認証を取得した商品・サービス・施設は、MUIS からハラール認証を受けたものと見なされる。

【図表 42】日本の MUIS 公認機関と主な認証分野

公認機関	主な認証分野等
宗教法人日本ムスリム協会	・海外へ輸出する製品の原料・中間体で購入先から認証取得が求められた製品 ※原則、最終製品には認証発給を行わない
NPO 法人日本ハラール協会	・食品製造 ・化粧品及びパーソナルケア (衛生日用品) ・医薬品 ・物流サービス ・セントラルキッチン
NPO 法人日本アジアハラール協会	・食品製造 ・宿泊施設 ・レストラン ・化粧品

(ウ) 相互認証

シンガポールでは、自国のハラール認証のプレゼンス向上と、シンガポー



ル製品のムスリム市場への輸出促進なども目的とし、以下の国・組織とハラール認証の相互認証を行っている。

a 4か国間のハラール認証相互受入協定

シンガポール、ブルネイ、インドネシア、マレーシアの4カ国によるハラール認証相互受入協定。

b 湾岸協力会議

バーレーン、クウェート、オマーン、カタール、サウジアラビア、UAEの6カ国で構成される湾岸協力会議<sup>iv</sup>（Gulf Cooperation Council：GCC）とシンガポールの間の自由貿易協定（Free Trade Agreement：FTA）。

なお、シンガポールは、非中東諸国の中でGCCがFTAを締結した最初の国となっている。

また、GCCとの相互認証はFTAの枠内で行われているものであるため、相互認証に入っていない日本は、MUISから公認を受けていてもGCC諸国のハラール認証を受けたことにはならない。

## 第4節 タイ王国

### (1) 基本情報

タイ王国 (Kingdom of Thailand : タイ) は、東南アジアに位置する立憲君主国家である。インドシナ半島の中央部に位置し、周囲をミャンマー、ラオス、カンボジアに囲まれている。またマレー半島に伸びる北端は、イスラム教徒の多いマレーシアの北部と隣接した地理的環境にある。

民族はタイ族 (約 85%) が最も多く、そのほか華人系 (10%)、マレー系等で構成される。国民のほとんどが仏教徒であるため、総人口 6,861 万人に占めるムスリムの割合は 8.8% と近隣のイスラム諸国に比べ決して多くはない。

一人当たりの GDP は 6,992US ドルで、日本 (3万 8,428US ドル) の6分の1程度である。近年の貿易相手国としては、輸出入ともに中国、米国、日本が上位となっている。輸出額全体に占めるマレーシア輸出の割合は 4.4%、インドネシア輸出の割合は 3.7%程度であるが、2016 年度から 2017 年度までにかけて堅実な伸びを見せている<sup>74</sup>。

2014 年のクーデター後としては初の総選挙が 2019 年 3 月 24 日に実施され、2019 年 7 月 16 日にはプラユット内閣が発足し、5 年ぶりに民政へと復帰したが、軍政を引き継ぐ形の新政権であることから、引き続き軍の政治への影響力が維持される形となっている。

【図表 43】 タイの基本情報

人口 (2018 年) ※ 1	6,861 万人
面積	51 万 4,000 km <sup>2</sup>
政体	立憲君主制
主要民族 (2017 年) ※ 2	タイ族 (約 85%)、華人系 (約 10%)、マレー系、カンボジア系、インド系及び山岳民族等
主な宗教 ※ 3	仏教 (約 90%)、イスラム教 (約 8.8%)、その他 (キリスト教等)
名目 GDP (1人当たり) (2018 年) ※ 4	4,872.4 億 US ドル (6,992US ドル) (参考: 日本の 1 人当たり GDP 3 万 8,300US ドル)
主要貿易相手国 (2018 年) ※ 5	輸入: 中国 20.0%、日本 14.1%、米国 6.1% 輸出: 中国 12.0%、米国 11.1%、日本 9.9%
対日主要輸出品目 (2018 年) ※ 5	自動車・同部品 (6.8%) 冷凍鶏肉 (5.5%)、スマートフォン等 (4.6%)、エチレンポリマー等 (4.4%)

<sup>74</sup> 日本貿易振興機構 (ジェトロ) 『ジェトロ世界貿易投資報告 2018 年版』 P. 3

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/gtir/2018/07.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/gtir/2018/07.pdf)

対日主要輸入品目 (2018年) ※5	機会・同部品 (17.3%)、鉄・鉄鋼製品 (15.0%)、自動車部品 (11.5%)、電子機器・同部品 (10.8%)
外国人旅行者数 (2018年) ※6	外国人旅行者数合計 3,827 万人 【上位5カ国の内訳】 中国 1,054 万人、マレーシア 409 万人、韓国 179 万人、 ラオス 175 万人、日本 165 万人

出典：※1、※2（一財）自治体国際化協会『タイの地方自治』

※3 タイ王国ハラール基準局研究所（HSIT）へのヒアリングに基づく

※4 日本貿易振興機構（JETRO）『基礎的経済指標』

※5 日本貿易振興機構（JETRO）『ジェットロ世界貿易投資報告 2019年版』

※6 newsclip（1月29日）、Bangkok Post（1月28日）

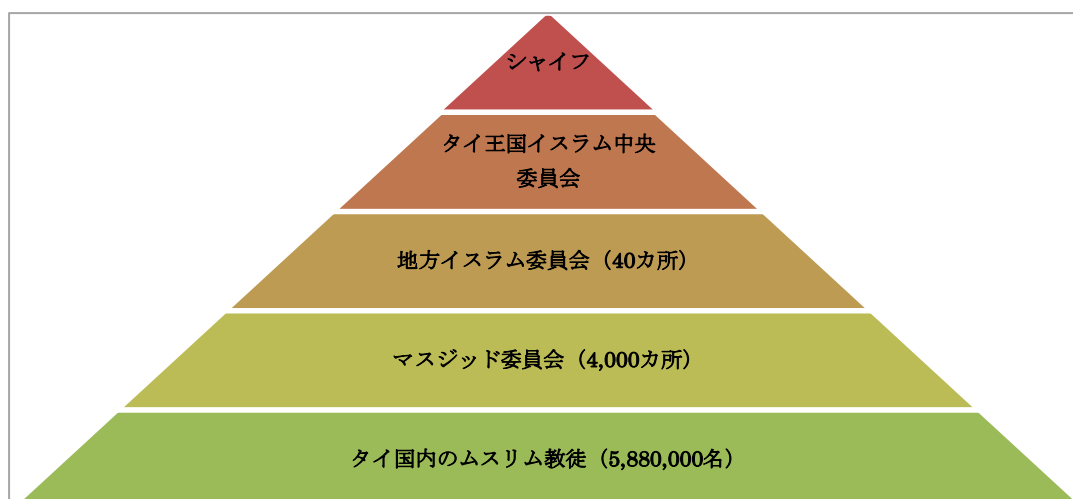
## （2）タイにおけるイスラムの現状及び産業・観光の特徴

タイ南部には14世紀から19世紀にかけてパタニー王国と呼ばれるイスラム小国が存在した。このため、同国が存在した「深南部」と呼ばれるマレーシアとの国境隣接地域（ナラティワート県、ヤラー県、パタニー県、ソクラー県等）や、首都バンコクを中心に一定数のイスラム教徒が居住している。

タイ王国ハラール基準局研究所（The Halal Standard Institute of Thailand：HSIT）によると、2018年現在、タイのイスラム教徒数は約588万人で、人口の8.8%を占めるとされる。イスラム教徒を居住地域別に見ると、南部が63.3%と最も高く、続いてバンコクを含む中部28.3%、東部5.2%、北部2.8%、北東部0.4%となっている。

タイでは、1997年に制定されたイスラム教組織運営法（The Administration of Islamic Organization Act B.E. 2540）に基づき、イスラム宗教指導者（Sheikhul Islam：シャイフ）をトップとし、タイ王国イスラム中央委員会（Central Islamic Committee of Thailand：CICOT）、地方イスラム委員会（Provincial Islamic Committee：PIC）、マスジッド委員会（Masjid Committee）の四段階に分かれるピラミッド型の組織が構成されている。現在588万人いるとされるイスラム教徒はタイ全国に点在するいずれかのマスジッドに所属している。シャイフは400年以上もの間、PICの代表であり、かつCICOTの運営メンバーを務める者のうち、選挙により選ばれた者が国王により任命される形がとられている。

【図表 44】 タイにおけるイスラム教関連組織の構成図



出典：HSIT の提供資料を基に作成

産業の面においては、タイは世界有数の食品供給地としての基盤が整備されていることから、ASEAN の生産拠点・輸出基地として進出する日系企業も多い。2017 年に JETRO バンコク事務所が実施した調査<sup>75</sup>によると、タイ国内の日系企業数は 5,444 社にも上り、こうした企業の進出に伴い、独自にビジネスサポートデスクを設置したり、物産展の開催による販路拡大支援といった、日本の中小企業向け支援施策を行う地方自治体も多い。

観光の面では、タイを訪れる外国人旅行者は 3,827 万人ほどであり、中でも中国本土の 1,054 万人がもっとも多く、次いでマレーシアの 409 万人となっている。クレセント・レーティング社が行う Global Muslim Travel Index 2019 では、OIC 非加盟国の中で、タイはムスリムが旅行しやすい国として 2 位に位置している<sup>76</sup>。観光業はタイ経済において GDP の 10%以上を占める重要な産業であることや、マレーシア、インドネシア、その他の中東イスラム諸国からもタイは人気の旅行先となっていることから、タイ政府観光庁 (Travel Authority of Thailand : TAT) を中心としたムスリムフレンドリーな環境整備が 2015 年頃から進められている。

### (3) ハラル認証制度

現在、タイでは法的に設立が認められた認証団体 CICOT によって、国として統一された認証が行われている。以下、タイのハラル認証の歴史、関連細則、認証機関、認証のプロセス等について述べる。

<sup>75</sup> 日本貿易振興機構 (JETRO) バンコク事務所『タイ日系企業進出動向調査 2017 年調査結果』  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/ Reports/01/762117c2abed4a1c/20170074\\_summary.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/01/762117c2abed4a1c/20170074_summary.pdf)

<sup>76</sup> Crescent Rating “Global Muslim Travel Index 2019”  
<https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>

## ア 歴史

仏教徒が人口の多数派を占めるタイではあるが、歴史的な背景から、国内には南部やバンコクを中心に一定数のムスリム教徒が存在している。CICOTによると、タイのハラール認証は、こうした国内に存在するムスリム教徒の食の多様化を受け、彼らが宗教的に安心して食べられるものを販売したいという企業側からの働きかけにより始まった制度であるとされている。

チュラロンコーン大学ハラールサイエンスセンター（The Halal Science Center Chulalongkorn University：HSC-CU）によると、タイのハラール認証の歴史は、大きくハラール 1.0 からハラール 4.0 の4つの段階に分けることができる。

ハラール 1.0 と呼ばれる 1949 年以前は、ハラール認証はイスラム法学者により宗教儀式的に行われており、認証プロセスは確立されておらず、認証書も発行されていなかった。

1949 年から 2000 年までのハラール 2.0 と呼ばれる時代には、シャイフによる宗教活動、社会貢献活動、教育活動等の実務を担う Sheikhul Islam Office（シャイフイスラム事務局）によりハラール認証が行われるようになり、確立された認証プロセスのもと、正式な認証書が発行されるようになる。

続く 2000 年から 2018 年まではハラール 3.0 に分類される。この時代にはハラール認証を科学的に裏付ける、いわゆるハラールサイエンスの活用が始まり、豚由来成分やアルコール成分が含まれていないかなど科学的検査を経たうえで、ハラール認証が付与されるようになる。この時代にハラール認証を科学的側面からサポートする機関として世界に先駆けて設立されたのがチュラロンコーン大学ハラールサイエンスセンターである。

そして、2018 年以降現在に至るまでをハラール 4.0 の時代と呼ぶ。この時代には、ハラール認証は食の安全を担保するだけのものではなく、商品の差別化を図るブランドの一つとして認知されることを目指している。また、商品、サービス、認証に関する情報はクラウドや e コマースといったデジタルの世界でつながるようになる。

タイのハラール認証の歴史を年表にまとめると次のとおりとなる。

【図表 45】タイのハラール認証関連年表

時代	年	事項
ハラール 1.0 (宗教儀式)	～1949	イスラム法学者により宗教儀式的にハラール認証が行われる
ハラール 2.0	1949	タイ王国イスラム中央委員会（CICOT）設立

(認証制度の確立)	1982	CICOT がハラール認証制度を確立
	1995	CICOT がハラール認証マークを商務省に登録
	1997	イスラム教組織運営法により CICOT が内務省管轄の団体となり、Islamic Affairs に関する法的な権限を与えられる。
ハラール 3.0 (サイエンスの活用)	2000	タイ政府が「Kitchen of the World」政策を発表。ハラール商品の OIC 諸国向け輸出が重要目標の一つとなる。
	2003	タイ王国ハラール基準局研究所 (HSIT) 設立
	2004	チュラロンコーン大学ハラールサイエンスセンター (HSC-CU) 設立
	2010	CICOT が「Religious Certifies and Halal Science Supports(化学的根拠に基づく宗教認証)」を非イスラム国として初めて提唱。
	2014	CICOT、HSIT、HSC 三者の共催により「Thailand Halal Assembly」を開催
	2017	タイが OIC-SMIIC <sup>77</sup> のオブザーバー国に認められる
ハラール 4.0 (デジタルの活用)	2018～	IoT、クラウド、E コマースにより商品、サービス、認証情報、製造者、消費者がデジタルの世界で接続

出典：HSC 提供資料を基にクレア作成

#### イ ハラール認証に関する各種細則

タイのハラール認証に係るレギュレーションは、後述するハラール認証機関である CICOT により以下の 5 点が定められている。いずれも、CICOT の Web ページ<sup>78</sup>より確認することができる。

【図表 46】ハラール認証に係る各種レギュレーション

①	認証全般	Regulation of the Central Islamic Council of Thailand on the management of Halal Affairs B.E. 2558 (2015)
②	商品の認証	The requirements for certification process of Halal products B.E. 2559.
③	食肉処理場の認証	The requirements for Halal certification of slaughterhouse and eviscerated parts B.E. 2559
④	認証マークの使用	The requirements for terms requesting the use of Halal certification logo and the use of Halal certification logo on the product and packaging B.E.

<sup>77</sup> OIC SMIIC とはイスラーム協力機構イスラーム諸国規格研究所のことを指す。

<sup>78</sup> CICOT Web ページ <https://www.cicot.or.th/en/about/regulation>

		2559.
⑤	認証費用	Rules of the Central Islamic Council of Thailand on the implementation of entrepreneur certification and product certification and Fees B.E. 2559

ウ ハラル認証関連機関

タイにはハラル認証の関連組織として、タイ王国イスラム中央委員会（CICOT）、地方イスラム委員会（PIC）、タイハラル基準局研究所（HSIT）、チュラロンコーン大学ハラルサイエンスセンター（HSC-CU）の4つの機関が存在する。具体的な役割は次の通りとなっている。

(ア) タイ王国イスラム中央委員会（CICOT）

タイにおける唯一のハラル認証機関がCICOTである。CICOTはタイにおけるイスラム教徒の活動全般を管轄する組織で、1949年に法的な裏付けのない宗教的な管理監督団体として設立された。1997年にはイスラム教組織運営法が制定され、法的に認められた内務省の管轄組織となっている。後述のHSITが策定するハラル認証基準に基づき、細則を策定してハラル認証を行っている。



タイ国内77県のうち40の県に出先機関であるPICを構えており、各事務所がイスラム教徒の権利活動を管理監督する権限を持つ。CICOTのメンバーはタイのイスラム指導者（シャイフ）1名、シャイフに選出された13名及び各PIC代表40名の合計54名で構成されている。2019年現在、事務局長は40番目のCICOTメンバーであるランバン県事務所の代表が務めている。CICOTで月に一度開催される定例会では、毎月いくつかの商品にハラルロゴの使用許可を出すかといったことが議論されている。

【図表 47】 組織情報（CICOT）

住所	45 Moo 3, Klongkao Rd., Klongsib, Nongchok, Bangkok 10530
TEL	02-096-9499, 02-949-4308, 02-949-4114
E-mail	ホームページ上の Contact より問い合わせが可能
HP	<a href="https://www.cicot.or.th/en/home">https://www.cicot.or.th/en/home</a>

(イ) 地方イスラム委員会（Provincial Islamic Committee : PIC）

PICはタイ国内の40県に設置されているCICOTの出先機関である。モスクが3つ以上ある県は、どのモスクを県事務所の運営組織にするか協議し、CICOTが推薦し県知事が任命する形で、PICが設置される。また各PICの代表はCICOTの運営メンバーを兼任する。上述のCICOT及び40のPICを総称してHCBS（Halal Certification Bodies）と呼ぶ。各PICが存在する地域

は以下のとおりとなっている。

【図表 48】 地方イスラム委員会が所在する地域

	地域	連絡先
中部		
	バンコク	TEL : (02) 949-4259 / 949-4330 / 949-4184 E-mail : islamicbkk@hotmail.com
	チャチューンサオ県	TEL : 081-932-3495 E-mail : k1926@gmail.com
	トラート県	TEL : (039) 520-585, (039) 611-274 E-mail : islam.trat@gmail.com
	ナコーンナーヨック県	TEL : 08-9010-2468 E-mail : thanee.pc@gmail.com
	ノンタブリー県	TEL : 02-158-3804 E-mail : manas8259@gmail.com
	パトゥムターニー県	TEL : 0-2150-7881, 0-2150-7709, 091-776-2171 E-mail : Islamic_pathumthani@hotmail.com
	ブラチュワップキーラーカン県	TEL : 085-427-1385 E-mail : hawa.suwanna@gmail.com
	アユタヤ県	TEL : 035-379379, 035-379541 E-mail : islam.ayutthaya@gmail.com
	ペッチャブリー県	TEL : (032) 782-087 E-mail : fareeda4264@gmail.com
	ラッチャブリー県	TEL : (032) 206-869 E-mail : halalratburi@gmail.com
	ロップリー県	TEL : (036) 630-129 E-mail : Pic_lopburi@hotmail.com
	サムットプラカーン県	TEL : 0-2817-2793 / 0-2817-3152 E-mail : halalsamutprakarn@hotmail.co.th
	サラブリー県	TEL : 099-398-4989 E-mail : halalsaraburil@gmail.com
	アーントーン県	TEL : (035) 641-636, 092-526-0327 E-mail : jinda.808@hotmail.com
北部		
	チェンライ県	TEL : (053) 712-312, (053) 717-226 E-mail : touch249790@gmail.com
	チェンマイ県	TEL : (053) 271-142, (052) 005-487 E-mail : islamic.chiangmai@gmail.com



ターク県	TEL : (055) 508-566 E-mail : -
ナコーンサワン県	TEL : (056) 328-789 E-mail : Halalnakhonsawan@gmail.com
ペッチャブーン県	TEL : 095-307-7406 E-mail : fuart.iyakishabu@gmail.com
ランパーン県	TEL : (054) 012-249 E-mail : auma.aga@outlook.com
メーホンソーン県	TEL : 08-4156-7314 E-mail : leeyana508@gmail.com
東北部	
コーンケン県	TEL : (043) 220-531 E-mail : islamkhonkaen@gmail.com
チャイヤブーン県	TEL : (044) 851-862 E-mail : khunphol12@gmail.com
東部	
チョンブリ県	TEL : 063-218-9141, (038) 199-598 E-mail : halaldept.chonburi@gmail.com
西部	
カンチャナブリ県	TEL : (034) 611-148 E-mail : fatimacho786@gmail.com
南部	
クラビ県	TEL : (075) 700-425, (075) 700-324 E-mail : Islamic_krabi@hotmail.com
チュムブーン県	TEL : 063-218-9141, (038) 199-598 E-mail : halalchumphon@gmail.com
トラン県	TEL : (075) 291-355 E-mail : Sakkariya0000@gmail.com
ナコーンシータンマラート県	TEL : 075-809-148, 075-809-149 E-mail : fattah.yiu@gmail.com
ナラティワート県	TEL : (073) 530-825 E-mail : mobile.yee.12@gmail.com
パタニー県	TEL : (073) 330-876 E-mail : halal.majlis@gmail.com
パンガー県	TEL : (076) 481-271 E-mail : majlisislamphangnga@gmail.com
パッターン県	TEL : (074) 820-171 E-mail : pt.islamiccommittee@gmail.com

ブーケット県	TEL : (076) 377-546 / 377-663 E-mail : somboonkav@gmail.com
ヤラー県	TEL : (073) 720-175, (073) 720-176 E-mail : romleemap@gmail.com
ラヨーン県	TEL : (038) 016-010, (038) 016-030 E-mail : halalrayong@gmail.com
ラノン県	TEL : (077) 810-450 E-mail : yuranan7166@gmail.com
ソクラー県	TEL : (074) 305-300 E-mail : zaitoon-21@hotmail.com
サトゥーン県	TEL : 08-9976-0241 E-mail : snowingarm20@gmail.com
スラターニ県	TEL : (077) 961-514 E-mail : soaleah37@gmail.com

出典：CICOT の Web ページより作成<sup>79</sup>

#### (ウ) タイ王国ハラール基準局研究所 (HSIT)

HSIT はタイにおけるハラール認証基準を策定する機関である。2003 年タイ政府内閣府により CICOT の下に設立され、現在は教育省からの補助金を受けている。設立当初はバンコクから 1 時間ほど離れたミンブリー県の CICOT と同じ建物内にオフィスがあったが、現在は場所を移転し、後述の HSC-CU の施設内にオフィスを構えている。



HSIT では認証基準の策定のほか、初めて認証を申請する事業者が必須で受講することになっているハラール研修も実施している。

HSIT によると、日本との関係では、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けてタイハラール認証品の対日輸出拡大の面で JAHADep (特定非営利活動法人日本ハラール開発推進機構) と連携しているほか、大塚マシド (日本イスラーム文化センター) とともに MOU (覚書) を締結しているとのことである。

【図表 49】 組織情報 (HSIT)

住所	30 Chulalongkorn 12. Wang Mai. Patumwan. Bangkok 10330. THAILAND.
TEL	02-214-4401
E-mail	halal.stdthai@gmail.com
HP	www.halalstandard.or.th

<sup>79</sup> CICOT Web ページ <https://www.cicot.or.th/en/about/committee/lists/1/33>

(エ) チュラロンコーン大学ハラールサイエンスセンター (HSC-CU)

HSC-CU は世界で初めて科学的側面からハラールを調査研究するため大学に設けられた研究機関である。1995年チュラロンコーン大学 Allied Health Science 学部内に設置されたハラールサイエンス研究所が前身となり、



2004年にタイ政府によりハラールサイエンスセンターが設立された。教育省の補助金と大学予算により運営されており、女性スタッフを中心として総勢 50 名程度が同センターに所属している。

HSC-CU でのこれまでの検査累計商品数は 10 万件超に上る。月平均 1,000 件ほど、年間で 1 万 2,000 件ほどの検査を行っている。検査は主に、①消費者からの依頼による検査、②ハラール認証申請品の検査、③研究所員による抜き打ちのサンプル検査、④外国産商品の検査（外国商品がハラールかどうか、輸入業者が輸入前に事前確認するもの）の 4 パターンに分けられる。豚の成分を検出する DNA 検査は 3,000 THB（タイバーツ、2020 年 1 月現在 1 THB=3.5 円）、それ以外の簡易的な検査は 1,000THB ほどで行っている。

また、HSC-CU では HAL-Q と呼ばれる品質保証システムや H-Number を定めている。これらについては本項「(3) ハラール認証制度、セ その他特記事項」にて詳述する。

【図表 50】 組織情報 (HSC-CU)

住所	Chulalongkorn Research Building, 11th-13th Floor, Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok 10330 Thailand
TEL	+66-2218-1053-4
E-mail	info.hsc.cu@gmail.com
HP	<a href="http://www.halalscience.org/">http://www.halalscience.org/</a>

以上述べてきた各機関の役割を図に示すと図表 51 のとおりとなる。

【図表 51】 ハラル認証関連機関の関係図



エ 認証マーク

タイには国内で統一されたハラル認証のレギュレーションが存在し、認証を取得すると、通称「ダイヤモンドハラル」と呼ばれる図表 53 の認証マークを商品に貼付することができる。タイのハラル認証マークがついた商品はマレーシアやシンガポール等へも多く輸出されており、各国のスーパーや小売店で頻繁に見かけることができる。認証に係る細かなレギュレーションは CICOT が発行するレギュレーションブック（タイ語・英語）に記載されている。同規則は、既述の CICOT Web ページ上からも閲覧が可能である。

【図表 52】 タイのハラル認証マーク「ダイヤモンドハラル」



オ 認証分野

現在タイのハラル認証制度では、食品をはじめ以下の 8 つの分野で認証が行われている。

【図表 53】 認証分野

①	Household goods	家庭用商品
②	Consumer Products	消費者製品
③	The animals for slaughtering , cutting, and further meat processing	食肉、食肉処理工程
④	Food services and halal kitchen	レストラン・食堂
⑤	Halal products, finished products or raw materials, ingredients and Halal meat imported from abroad	海外輸入品（ハラール商品、最終製品、原材料、ハラール肉）
⑥	The transportation and logistics	物流
⑦	Pharmaceuticals and cosmetics	医薬品、化粧品
⑧	Packaging	包装

#### カ 申請手続

PIC が所在する 40 県では PIC が、それ以外の 37 県では CICOT がハラール認証を行っている。現在申請は電子化されておらず、紙の様式を提出することが義務化されている。以下では PIC に申請書を提出するケースを基に、タイにおけるハラール認証の申請プロセスについて述べる（CICOT に提出するケースにおいては、PIC を CICOT に置きかえればよい）。

なお、認証取得後、商品にハラールマークを貼り付けるにはハラールマーク使用のための商品登録を行う必要がある。商品登録は CICOT のみが行っているため、PIC が存在する地域の事業者は、PIC による工場の認証取得後、1 つひとつの商品を CICOT に申請し登録しなければならない。

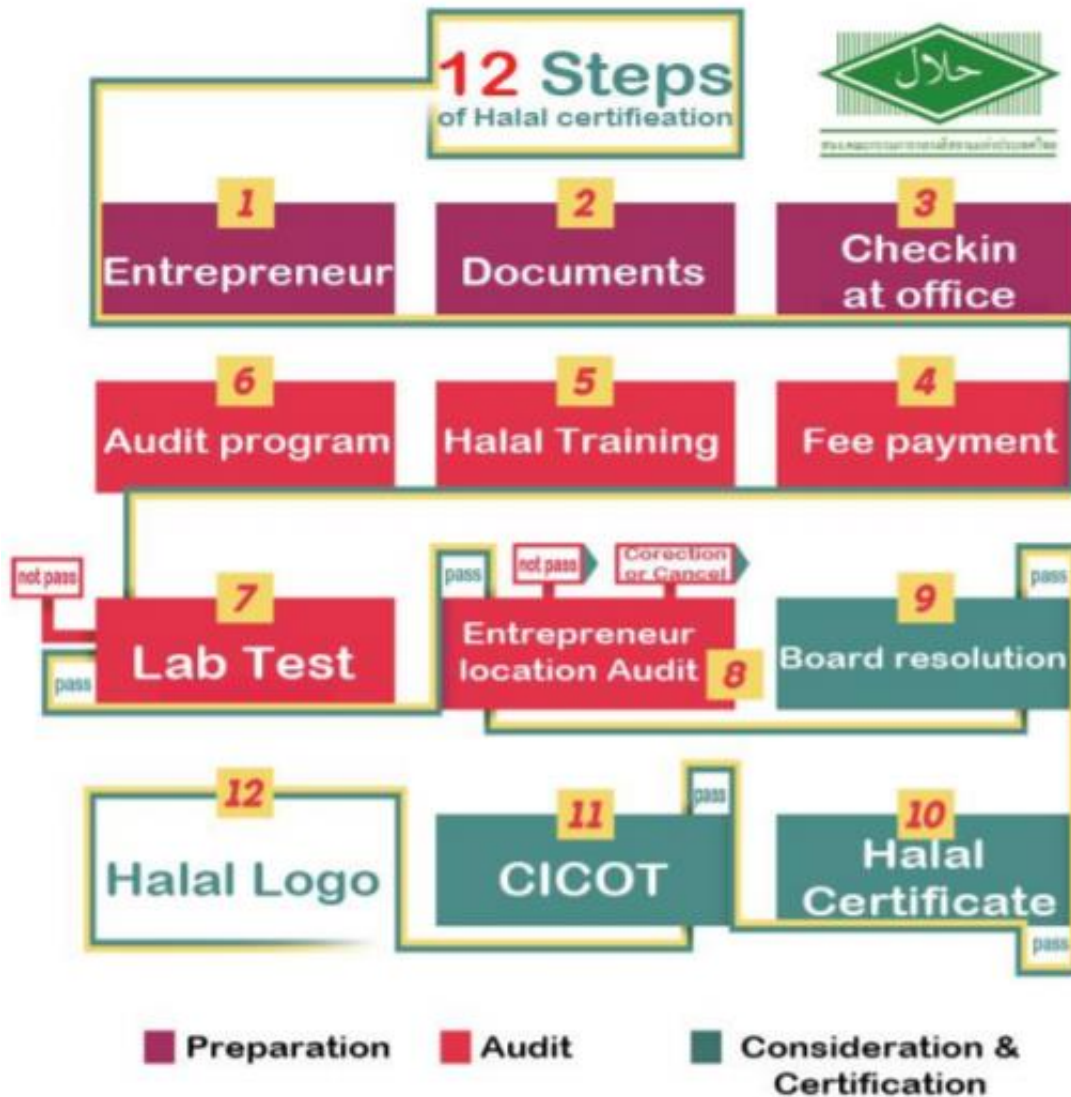
認証を受けるためには申請書 3 部、商品サンプル 6 つ、商品ラベルが張り付けられた A4 の紙 1 部を PIC に提出する。提出後、PIC より工場の監査日時、監査を行う委員会の担当者が通知される。その後事業者から PIC に対し監査に係る費用を支払う。初めて認証を申請する事業者は、費用支払い後 HSIT によるハラール研修を受講しなければならない。

監査では、大まかに分けて「原料」「製造工程」「輸送行程」の確認が行われる。ハラーム成分が疑われた商品は HSC のラボに送られ成分検査が行われる。成分検査の結果、ハラールであるとの判定を受けると、PIC が監査結果を確認し認証マークを付与するための最終審査が行われる。

最終審査を通過すると、ハラール認証を取得した工場として正式に認められ、

ハラール認証書が発行される。その後、PIC がハラール証明書、監査結果を CICOT に送付し、CICOT がハラールマーク使用のための商品登録を行う。最後に企業は認証マークを受け取るための費用を CICOT に支払う。

【図表 54】 認証フロー



出典：CICOT の Web ページより抜粋<sup>80</sup>

キ 費用

費用は企業規模 (S、M、L) により異なる。タイ国外で認証を受ける場合は、監査担当者の渡航費も申請者が負担する。詳細は CICOT が定める Rules of the Central Islamic Council of Thailand on the Implementation of Entrepreneur

<sup>80</sup> CICOT Web ページ

<https://www.cicot.or.th/en/about/regulation/detail/26/On-The-requirements-for-certification-process-of-Halal-products-BE2559>

Certification and Product Certification and Fees B.E. 2559 に記載されている。

【図表 55】 費用一覧

項目	料金		
	S	M	L
<b>監査</b>			
事業所の監査	10,000THB	15,000THB	20,000THB
成分分析	実費 (1,000~3,000THB)		
交通費 (都市部)	2,500THB		
交通費 (遠隔地)	実費		
<b>認証書</b>			
タイ語	1,000THB		
英語			
アラビア語			
<b>商品ごとの認証マーク</b>			
タイ語 (1 商品)	500THB		
英語 (同上)			
アラビア語 (同上)			
その他の言語 (同上)			

【参考】 企業規模は以下の指標に基づいて分類される			
	S	M	L
従業員数	1~50	51~100	101~
1 日当たりの製造量	1~10 トン/日	11~20 トン/日	21 トン~/日
製造する商品の種類	1~20 種類	21~40 種類	41 種類~

出典：CICOT の Web ページ<sup>81</sup>より作成

#### ク 認証取得にかかる期間

認証には1ヵ月~5ヵ月ほどを要する。CICOTによると初回は提出書類の不備や、原料の成分確認で時間がかかるケースが多いが、手続上問題がなければ、通常は1ヵ月で認証が取得可能とのことである。

一方で、日系企業の実務者によると、実際は申請してから3~5ヵ月かかるとのことであるため、認証にかかる期間はケースバイケースで異なると考えておいた方がよい。

<sup>81</sup> CICOT Web ページ

<https://www.cicot.or.th/en/about/regulation/detail/26/On-The-requirements-for-certification-process-of-Halal-products-BE2559>

ケ 有効期間

1年間（毎年更新が必要となる）。

コ 更新

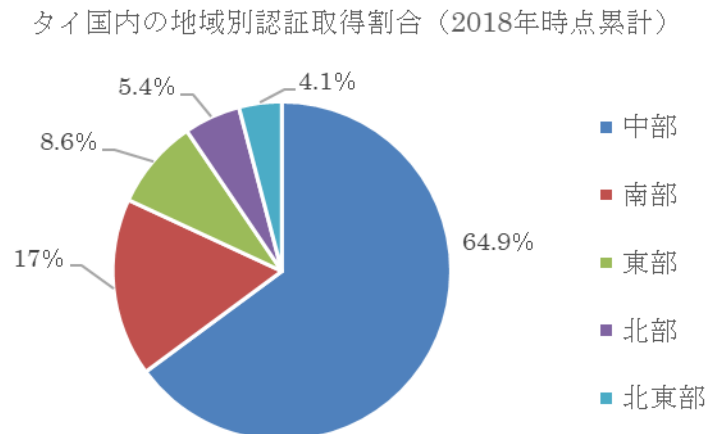
更新手続は有効期限が切れる 60 日以内に行う必要がある。有効期限まで 60 日を切った場合は新規の申請扱いとなる。更新にかかる所要期間と費用は、新規申請時と同様である。

また、3年目以降、自主的に2年ごとの更新に変更することも可能である。ただし、2年ごとの更新とする場合、更新時に2年分の手数料を支払う必要がある。CICOTによると、翌年度以降も認証を維持するか分からないという企業も一定数存在することから、1年ごとの更新を希望する企業が多い。

サ これまでに認証された商品数

HSITによると、2018年時点でタイのハラール認証を取得している工場は6,000カ所、商品は16万4,000種類である。認証を受けた商品数は年12%の割合で増えており、商品全体のうち10%が輸出用とされている。また、認証はバンコクを中心とする中部地域で取得されているものが全体の半数以上を占める。

【図表 56】 タイ国内の地域別認証取得割合



出典：HSIT 提供資料を基に作成

シ 公認状況

CICOT が公認している各国の認証機関のリストは公開されていない。一方で、CICOT によるとマレーシアの JAKIM、インドネシアの MUI をはじめとした OIC 加盟国の認証機関から CICOT 自身が公認されているとのことである。ただし、インドネシアの項で紹介した「【図表 28】 LPPOM-MUI 相互認証団体及び認証カテゴリー」に記載のとおり、MUI からは香料の認証が認められていないといった制約も存在する。



## ス 取得事業者の声

ここでは、実際にタイのハラール認証を取得した大手食品メーカーAjinomoto (Thailand) 社の声を紹介する。

### (ア) 体制

- ・ 原材料・調味料を製造する日系大手メーカーの同社は 1960 年にタイに工場を建設。現在タイ全国に 6 カ所の工場を構え、このうち 5 カ所でハラール認証を取得している。
- ・ 認証取得に至った理由はタイ国外の穆斯林市場の拡大が今後も見込まれるためである。
- ・ 社内の認証対応チームは 8 名体制。各工場 2～3 名で担当しており、ハラールだけでなく、ISO、HACCP、KOSHER 等の全ての認証を幅広く担っている。
- ・ 同社ではイスラム教の Mawlidnabi (預言者生誕祭) 時の寄付や社会福祉基金への Zakat (ザカート：喜捨) といった社会貢献活動も行っている。

### (イ) 認証取得に当たり苦労した点

- ・ 原料の仕入先がハラール認証を取得しておらず、先に仕入先に認証を取得してもらう必要があった。認証取得にはコスト発生するため、仕入先に理解頂くのに時間を要した。
- ・ OIC 加盟国への輸出は、タイのハラールマークで問題ないため、基本的にハラール認証は生産拠点となっているタイのものを取得している。
- ・ 一方、インドネシアにはタイの認証では香料が輸出できないという特殊事情があるため、インドネシア国内で認証を取得せざるを得ない商品もある。
- ・ 原料として輸出を行う場合は、輸出先企業の要望により、輸出先国の認証を求められる可能性もある。

### (ウ) 認証取得のポイント

- ・ 認証取得には企業努力が求められる。ただし、タイの認証制度は基準が明確であるほか、PIC のハラールコンサルタント (顧問) が快く相談に乗ってくれるため、コミュニケーションを取りながら誠心誠意取り組めば、認証取得自体は難しいことではない。

## セ その他特記事項

タイのハラール産業では HSC-CU を中心に事業者や消費者向けの様々なサービスが開発されている。本項「(3) タイのハラール認証制度」の最後にいくつかの事例を紹介する。

## (ア) HAL-Q

タイではハラール認証基準と食品安全システムを組み合わせた HAL-Q (Halal Assurance and Liability Quality System) という認証も存在する。これはムスリム消費者が衛生的なハラール商品を購入できるようにと HSC-CU により作られた認証であり、ハラール食品製造工場向けの品質管理システムと言われている。



HAL-Q はハラール基準と GMP(適正製造基準)を組み合わせた Halal-GMP と、ハラール基準と HACCP (危害分析重要管理点) を組み合わせた Halal-HACCP の2つにより構成されている。

【図表 57】 HAL-Q の申請について

申請方法	各事業者が直接 HSC-CU に申請する
申請期間	概ね 1 ヶ月～3 ヶ月 ※企業規模により異なる
申請費用	無料 ※監査員の交通費は事業者負担となる

## (イ) H-Number

H-Number とは食品製造過程で使用される特定の食品添加物がハラールであるかどうかを示した番号のことである。食品添加物を識別する分類番号として、国際番号システム



(International Numbering System : INS) と、欧州連合内での使用を目的とした E-Number が存在するが、これらは必ずしも各食品添加物のハラール性を示すものではない。

このため、HSC-CU では、食品添加物を①ファクトワによりハラールとされているもの、②認証によりハラールとされるもの、③マシュブー (Mashbooh: ハラールであるか疑わしいもの) に分類し、①と②に H-Number を付与している。これらは事業者や消費者が確認できるよう、Web 上でデータが公開されている。

【図表 58】 H-Number が付与された食品添加物を検索できる Web サイト

The screenshot shows the H-numbers website interface. At the top, there is a search bar and filters for E-number additive type, E-number sub additive type, and Halal Status. Below the search bar, there are tabs for different E-number ranges: All (374), E-1xx (60), E-2xx (53), E-3xx (52), E-4xx (71), E-5xx (54), E-6xx (20), E-7xx (2), E-9xx (41), and E-1xxx (21). A legend indicates Halal Status: Halal by Fatwa (green), Halal by Certification (orange), Mashbooh (yellow), and Unidentified (grey). The search results table shows three entries:

E-number	Additive Name	Halal Status	Count	more ▶
E 100	Curcumin, turmeric	Halal by Fatwa	0	more ▶
E 101	Riboflavin, riboflavin phosphate (Vitamin B2)	Halal by Certification	3	more ▶
E 101a	Riboflavin-5'-Phosphate	Unidentified	0	more ▶

The screenshot shows the details page for E-101 Riboflavin, riboflavin phosphate (Vitamin B2). The page is titled "E-101 Riboflavin, riboflavin phosphate (Vitamin B2)" and includes the H-Number (H-101) and NS-101. The page is divided into sections for E-number, H-number, and Guaranty by various bodies.

**E-number**  
 Additive Type : Colours  
 Sub Additive Type : yellows

**H-number**  
 Halal Status : Halal by Certification  
 Additive Type : Food Color  
 Sub Additive Type : Yellow and Orange Colors  
 Affirmed by HSC in Thailand

**Guaranty by Halal control inspection-and certification body for Halal-Food (Germany), Germany**

Name	Province	Distributed in	Tel.	E-mail
Sensient colors Europe GmbH in 21502 Geesthacht (Germany)	-	other	49 4152 8000-0	-

**Guaranty by The Central Islamic Committee Of Thailand, Thailand**

Name	Province	Distributed in	Tel.	E-mail
โรยิไทย Rovithai Limited.	นงุอินทวหุหนุส	thailand	02 264 9800	info.dnp@dsm.com

**Guaranty by The Indonesian Council of Ulama, Indonesia**

Name	Province	Distributed in	Tel.	E-mail
PT. Dian Cipta Perkasa	-	other	-	-

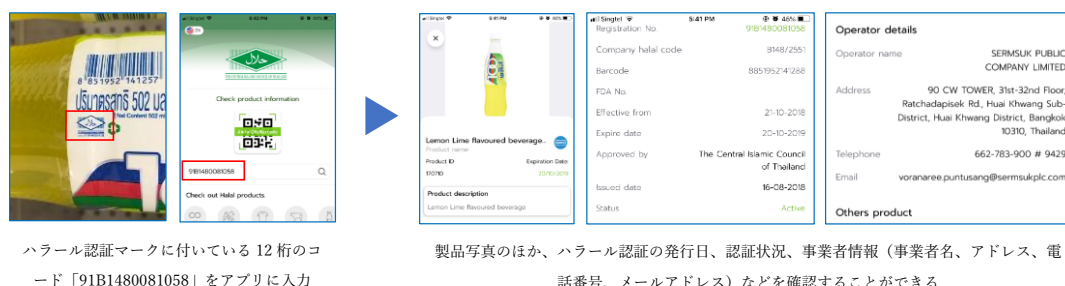
出典 : H-Number の Web ページ<sup>82</sup>

<sup>82</sup> H-Number Web ページ  
<https://h4e.halalthai.com/>

(ウ) ハラル商品検索アプリ

CICOT はハラル商品の認証状況が確認できるスマートフォン向けアプリ「Halal Thai」をリリースしている。ダイヤモンドハラルに付された12桁の商品番号をアプリに入力すると、商品名、商品写真、製造事業者、認証の有効期間等が確認できる仕組みになっている。製造者側は認証取得商品のPRができ、消費者はアプリの検索機能を通じてハラル認証を取得した商品を見つけることができる。

【図表 59】 ハラル商品検索アプリ



(4) ムスリム向けの貿易政策

タイ国内のムスリム人口比率は8.8%とマレーシアやインドネシアに比較して低いため、タイ国内のムスリム市場そのものの規模は決して大きくはない。しかし、2000年から「Kitchen of the World（世界の台所）」政策を掲げ、農産物や食料品の海外輸出促進を積極的に進めるタイにとって、現在人口が急増しつつある世界のムスリム市場攻略は重要課題の1つであると考えられている。このため、ダイヤモンドハラルが貼り付けられたタイ産ハラル商品のOIC加盟国向け輸出促進が積極的に行われている。

ア 関連組織

タイでハラル商品の海外輸出振興を行うのがタイ王国政府商務省の国際貿易振興室（Department of International Trade



Promotion : DITP) である。DITPは日本のJETROのような機関であり、輸出先市場の開拓・拡大支援や商品開発支援といったことを行う。バンコクにある本部のほか、海外56カ所に海外事務所（日本では東京、大阪、福岡）がある。本組織が行う取組は本項の「エ 輸出促進に向けた取組」にて詳述する。

【図表 60】 組織情報（DITP）

本部住所	563 Nonthaburi Road, Bang Kra Sor, Amphoe Muang, Nonthaburi 11000, Thailand
TEL	+66 2091 8300
E-mail	<a href="mailto:tiditp@ditp.go.th">tiditp@ditp.go.th</a>

## イ 計画

タイ産ハラール商品の輸出目標は、工業省（Board of Investment : BOI）が策定した 2020 年までの 5 ヶ年計画に定められており、この計画の中で、タイはハラール商品輸出で 2020 年までに世界 5 位を目指すとしている。

また、DITP の説明によると、「OIC 加盟国」「ムスリムの多い国（インド、中国等）」だけでなく、今後は「ムスリムが旅行でよく訪れる国（シンガポール、英国、米国等）」もターゲットとし、タイ産ハラール商品の輸出振興を行っていくとしている。

## 【図表 61】 輸出振興対象国、輸出振興品

＜タイ産ハラール商品の輸出振興対象国＞

第一グループ	OIC 加盟国
第二グループ	ムスリムが多い国
第三グループ	ムスリムが旅行でよく訪れる国

＜主な輸出振興品＞

①	食品
②	アパレル
③	化粧品

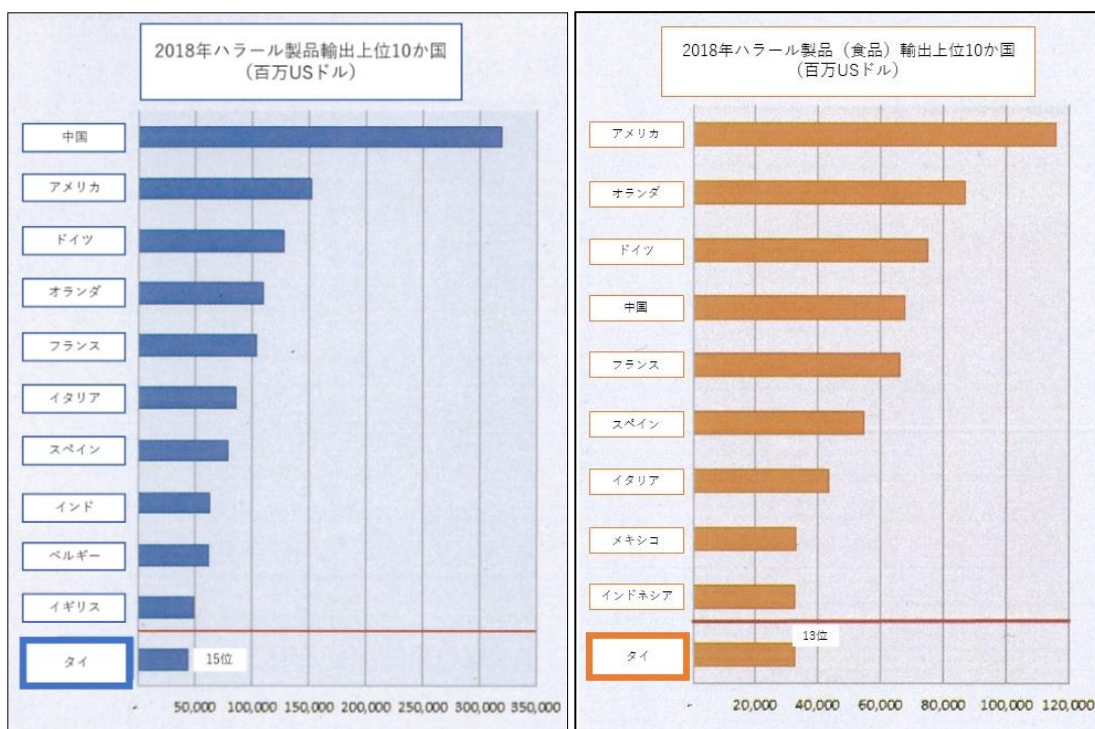
出典：DITP へのヒアリングに基づき作成

## ウ 輸出の現状

上記計画を策定しているものの、2018 年度時点で、OIC 加盟国向けハラール商品の輸出額は世界 15 位の位置に留まり、2020 年までに 5 位に到達するのは困難であると思われる。

DITP によると、計画は必達ではあるものの、消費者ニーズの多様化や、世界経済の不透明さから、計画を延長しての達成も視野に入れているとのことである。

【図表 62】 ハラル商品輸出上位 10 か国



出典：DITP 提供資料を一部加筆

OIC 加盟国への輸出を分野別に見ると、食品が 9 割を占めている。2017 年は対前年比で約 13% の伸び率を見せたが、2018 年は 1 % 台と微増している。食品の中では米が圧倒的に多く、ハラル商品輸出額全体で見ても、その 3 分の 1 を米が占めている。続いて、砂糖、加工水産物、タピオカ製品、小麦・インスタント品の順となっている。

【図表 63】 OIC 加盟国へのタイ産ハラル商品の輸出額

商品	輸出額 (百万 US ドル)			成長率 (%)	
	2016	2017	2018	2017	2018
食品	5,038.97	5,693.74	5,799.49	12.99	1.86
アパレル	130.32	115.63	101.67	-11.27	-12.07
化粧品	429.81	379.64	434.11	-11.67	14.35
合計	5599.10	6189.01	6,335.27	10.54	2.36

出典：DITP への聞き取りに基づき作成

【図表 64】 OIC 加盟国へのタイ産ハラール商品の輸出額（上位 5 品目）

商品	輸出額（百万 US ドル）			成長率（%）		
	2017	2018	2019 (1月~3月)	2017	2018	2019 (1月~3月)
①米	2,365.36	2,168.38	464.54	29.42	-8.33	-22.47
②砂糖	944.40	1,101.38	283.08	8.49	16.62	9.73
③加工水産品	600.66	669.05	205.56	-13.78	16.38	42.94
④タピオカ商品	334.01	412.85	117.79	-21.10	23.60	21.22
⑤小麦・インスタント品	145.47	154.18	44.27	3.08	5.99	25.53
5 品目計	4,389.90	4,535.84	1,115.17	10.88	3.32	-1.60
その他	1,303.85	1,263.65	308.54	20.76	-3.08	5.69
合計	5,693.74	5,799.49	1,423.71	12.99	1.86	-0.11

出典：DITP への聞き取りに基づき作成

輸出先国上位の 10 か国内訳を示したのが以下の表である。OIC 加盟国の中でも地理的に近いインドネシアやマレーシアへの輸出が上位となっている。同国へのハラール商品の輸出は 2017 年から 2018 年までにかけて堅調な伸びを見せており、インドネシアへの輸出額は全体の 4 分の 1、マレーシアは全体の 5 分の 1 を占めている。

【図表 65】 OIC 加盟国へのタイ産ハラール商品の輸出額（上位 10 カ国）

国	輸出額（百万 US ドル）			成長率（%）		
	2017	2018	2019 (1月~3月)	2017	2018	2019 (1月~3月)
①インドネシア	1,262.57	1,663.39	375.67	-8.96	31.75	-2.42
②マレーシア	834.09	1,014.49	242.28	8.92	21.63	2.14
③ベナン	689.15	630.18	156.88	31.85	-8.56	-22.84
④サウジアラビア	206.22	248.39	76.36	-12.19	20.45	18.34
⑤リビア	116.40	113.74	56.65	1.58	-2.29	245.72
⑥UAE	251.20	207.49	55.64	6.21	-17.40	10.39
⑦カメルーン	273.75	160.40	52.30	60.92	-41.41	1.64
⑧エジプト	104.51	190.15	42.11	-44.65	81.94	34.30
⑨イエメン	95.87	113.18	34.00	54.20	18.05	12.15
⑩モザンビーク	170.50	146.35	32.91	43.46	-14.16	-2.93
10 か国計	4,004.26	4,487.76	1,124.80	5.31	12.07	1.90
その他	1,594.79	1,191.16	271.08	38.47	-25.31	-8.09
合計	5,599.05	5,678.92	1,395.88	13.02	1.43	-0.21

出典：DITP への聞き取りに基づき作成

## エ 輸出促進に向けた取組

輸出の状況はこれまで述べてきたとおりだが、DITP ではハラール商品の輸出額を今後も更に伸ばすため、①輸出振興対象国へのプロモーション、②情報発信と起業家の支援、③ハラール商品のイメージ向上の3点を輸出振興策の柱に据えている。具体的な取組は図表 66 のとおりである。

【図表 66】 DITP のタイ産ハラール商品輸出促進戦略（2020 年）

プロジェクト	国	時期
① 輸出振興対象国へのプロモーション		
Gulfood 2020 出展	UAE	2020 年 2 月
ミッション団派遣（ハラール商品の輸出促進）	中東又は OIC	2020 年 3 月
MIHAS2020 出展（タイハラールパビリオン設置）	マレーシア	2020 年 4 月
Beauty World Middle East 2020 出展	UAE	2020 年 4 月
Top Thai Brands Kunming 2020 出展	中国	2020 年 6 月
ミッション団派遣（ハラール商品の輸出促進）	中国	2020 年 8 月
インスタプロモーション	サウジアラビア	2020 年 7~8 月
② 情報発信と起業家支援		
深南部 5 県のハラール起業家支援プロジェクト（SMART HALAL）	タイ	2020 年 3 月
企業家向けハラールセミナーの開催（THAIFEX 2020）	タイ	2020 年 5 月
アングマン海沿岸県のハラール起業家支援プロジェクト	タイ	2020 年 8~9 月
③ ハラール商品のイメージ向上		
The Halal Website による情報発信	タイ	2017 年~2020 年
ハラールパビリオンの設置（THAIFEX 2020）	タイ	2020 年 3 月
ベストハラール部門の設置	タイ	2020 年 8 月
海外でのタイ産ハラール商品の PR	サウジアラビア	2020 年 4~8 月
Thailand Halal Assembly での PR	タイ	2020 年 12 月

出典：DITP への聞き取りに基づき作成

また、各国に置かれた DITP 海外事務所でも①と③を中心とした活動を行っている。対マレーシアへの輸出促進活動を行う DITP クアラルンプール事務所は、プロモーション活動の一環として、2016 年から 4 年連続でマレーシア MIHAS（Malaysia International Halal Showcase）へ出展しており、同展示会でタイのハラール認証を取得した食品、化粧品、パーソナルケア商品といった商品を PR している。また、タイ産ハラール商品のイメージ向上戦略の一環としてハラールマークのプロモーション活動を行っており、これまで電車や駅構内の広告や SNS を活用した PR を実施している。

DITP クアラルンプール事務所によると、隣接するマレーシアのムスリム市場



はタイにとって重要なマーケットであり、すでに成熟しつつあるハラール食品に対し、化粧品・パーソナルケア商品といったノンフードは今後も高い成長が見込めると同事務所は期待している。タイ商品はナチュラル&オーガニックの印象が定着しているため、化粧品を好んで使うムスリム向けにこうしたポジティブなイメージを活用した PR を行っていくとのことである。

また、マレーシアには中東からの観光客も比較的多く訪れるため、マレーシアで商品を流通させることで、タイ産ハラール商品の中東への露出も増やすことができる。マレーシアが目指す「ハラール・ハブ」としての機能を逆に活用し中東への拡大機会を増やすという意味でも、タイにとってマレーシア市場は重要なものとなっている。

## オ 展示会

最後に、ムスリム向けの貿易振興施策の一環として、毎年タイで開催されている2つの大きな展示会を紹介する。

### (ア) THAI FEX<sup>83</sup>「Halal Market」

THAI FEX World of Food Asia は DITP、タイ商工会議所 (The Thai Chamber of Commerce)、ドイツのイベント会社である Koelnmesse (ケルンメッセ) の共催により、毎年5月末頃にタイ・バンコクで開催されるタイ国内最大級の食品総合見本市である。24以上の国と地域から2,700を超える事業者が出展している。

同展示会にはタイのハラール認証を取得した商品のみを扱う「Halal Market」というエリアが設けられており、2019年度は33社が出展した(国ごとのエリアで出展する事業者の中にもダイヤモンドハラールを掲げる企業がいるため、認証を取得している出展事業者数は33社よりもずっと多い)。

DITP は SMART HALAL プログラムの一環として、深南部5県から12の中小企業を集め、ハラール商品の PR の機会を提供したほか、UAE をはじめとする中東や、中国におけるタイのハラールビジネスについてセミナーを開催した。

---

<sup>83</sup> 2020年より名称が「THAIFEX Anuga Asia」となる。



Halal Market のブースの様子



国別のエリアでもタイのハラール認証を  
取得した事業者が見られる

【図表 67】 2019 年 THAI FEX 開催実績

日時	2019年5月28日（火）～6月1日（土）（5日間）
会場	IMPACT Exhibition Center
出展者数	2,745社（国内企業：1,341社、海外企業：1,404社）
来場者数	12万9,965名（ビジネス：6万7,136名、一般：6万2,829名）
HP	<a href="https://www.thaifex-anuga.com/en/#">https://www.thaifex-anuga.com/en/#</a>

(イ) THAILAND HALAL ASSEMBLY（ハラール展示会）

THAILAND HALAL ASSEMBLY (THA) は CICOT、HSIT、HSC-CU の共催により、毎年 12 月中旬～下旬頃に開催されるタイ国内最大のハラール展示会である。2014 年から開催されており、2018 年で 5 回目を迎えた。

2018 年の THA は、大きく分けて、The 11th Halal Science, Industry and Business International Conference 2018 というカンファレンスと、Thailand International Halal Expo 2018 という展示会の 2 部で構成された。

カンファレンスでは、化粧品や健康食品など裾野が拡大していくハラール産業の展望や、タイのハラール認証取得企業の OIC 加盟国進出へ向けたロードマップといったトピックについてプレゼンテーションが行われた。

また、展示会では、ファッション&ジュエリー、化粧品&健康商品、サービス&旅行、食品&飲料、SME、HAL-Q 等をはじめとした 10 のゾーンに分かれた会場に 380 ものブースが並んだ。

【図表 68】 2018 年 THA 開催実績

日時	2018年12月14日（金）～12月16日（日）（3日間）
会場	Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC)
出展者数	380 ブース

来場者数	約 4 万名 <sup>84</sup> （国内・海外含む）
HP	<a href="https://www.thailandhalalassembly.com/en/home/">https://www.thailandhalalassembly.com/en/home/</a>

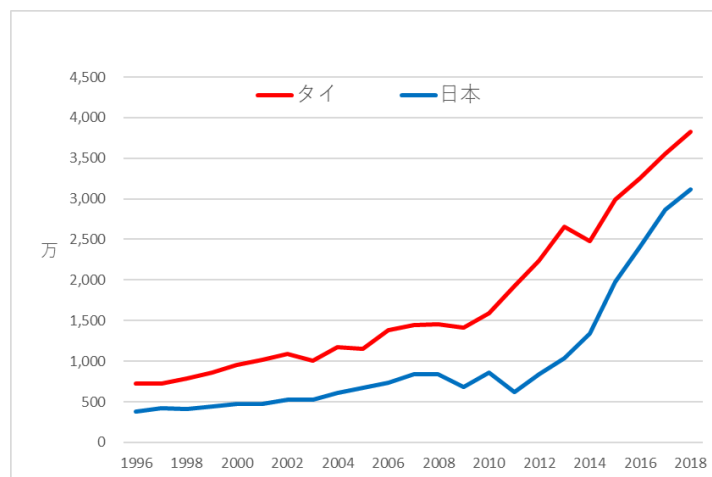
#### （５）ムスリム向けの観光振興施策

タイでは 2019 年の観光収入が GDP の 18%～19%を占める<sup>85</sup>と予想されるほど、観光業が一大産業となっている。2018 年にタイを訪れた外国人旅行者数は 3,827 万人となり、過去最高を記録した 2017 年から更に 7.5%の増加となった。

このうち 2018 年にタイを訪問したムスリム旅行者数は 360～370 万人に上るとされている<sup>86</sup>。図表 69 に示すとおり、訪タイ旅行者数が堅調に伸び続けている中、2015 年から TAT がムスリムフレンドリープロモーションを積極的に推進していることから、世界のムスリム人口の増加に比例する形で今後もタイを訪問するムスリム旅行者数は増加していくことが予想される。

国民の 9 割が仏教徒でありムスリムはマイノリティであること、英語が公用語でないことといった点に加え、日本の和食のようにタイ独自のユニークな食文化が存在すること、寺院やリゾートをはじめとする豊かな観光資源に恵まれていることなど、四季を除けば日本との共通点が多くみられることから、タイが行うムスリム向けの観光振興施策は日本の自治体がムスリムフレンドリーの取組を行う際も参考になるものと思われる。

【図表 69】 タイ・日本を訪問する旅行者数の推移



出典：世界銀行 “International tourism, number of arrivals” 及び日本政府観光局（JNTO）『月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人）』を基に作成

<sup>84</sup> Bangkok Post（2018 年 12 月 19 日）

<https://www.bangkokpost.com/business/1597018/thailand-halal-assembly-2018>

<sup>85</sup> SankeiBiz（2018 年 8 月 15 日）

<https://www.sankeibiz.jp/macro/news/180815/mcb1808150500003-n1.htm>

<sup>86</sup> THE ASEAN POST（2019 年 6 月 19 日）

<https://theaseanpost.com/article/muslim-tourists-give-thailand-thumbs>

## ア 関連組織

タイにおいて、ムスリム向けの観光振興施策を担うのはタイ王国政府観光・スポーツ省（Ministry of Tourism and Sports : MOTS）管轄下にある独立行政機関のタイ王国政府観光庁（Tourism Authority of Thailand : TAT）である。

TAT は 1960 年 3 月 18 日に創設され、タイ国内に 45 カ所、海外 29 カ所（日本国内は東京、大阪、福岡）に事務所を有している。観光・スポーツ省がインフラ整備や観光地開発を行い、TAT が観光地のマーケティングや観光情報の発信などのプロモーション活動、観光産業に携わる機関・団体へのサポートを行っている。



### 【図表 70】 組織情報（TAT）

本庁住所	1600 New Phetchaburi Road, Makkasan, Ratchathevi, Bangkok 10400
TEL	+66 2250 5500
E-mail	center@tat.or.th
HP	<a href="https://www.tourismthailand.org/home">https://www.tourismthailand.org/home</a>

タイにはバラエティ豊かな観光地が存在し、様々な旅行者層の要望に応えることができるという点をアピールするため、TAT では、Amazing Thailand というブランドネームを核として、これに様々なスローガンを付けることで、海外に向けてタイの観光地の多様さを PR している。



こうした中で、ムスリムにターゲットを向けた Muslim Friendly Destination が 2015 年の Thailand Travel Mart Plus において初めて提唱され、以降「Amazing Thailand, Muslim Friendly Destination」という形でプロモーションが継続して行われている。

TAT によると、サービスに対する要望が訪タイ旅行者のマスマーケットと異なるという点で、ムスリム旅行者市場はニッチマーケットの 1 つであるが、相対的に個人消費が高い傾向にある OIC 加盟国のムスリム旅行者は、個人消費額を KPI の 1 つとして捉える TAT にとって重要なマーケットであるとのことである。

## イ 現状

タイは、ブルネイ、インドネシア、マレーシア、インドネシア、オマーン、カタール、UAE 等の OIC 加盟国からビザが不要で訪問できるほか、エミレーツ航空、エティハド航空、オマーン航空、カタール航空等から 1 日当たり合計 20 便ほどの直行便が出ている。

クレセント・レーティング社が行う Global Muslim Travel Index 2019 では、タイは OIC 非加盟国の中でムスリムフレンドリーな国としてシンガポールに次いで 2 位の位置にある。

TAT によると、ムスリム旅行者市場においては、特に地理的にも近く、イスラム教徒数が多いマレーシアやインドネシアからの誘客に注力している。現状、マレーシアからタイへの旅行者数は 350 万人（全体の約 10%）と、中国からの旅行者に次いで全体の 2 位を占めるが、インドネシアからの旅行者数は 50 万人程度と伸び悩んでいる。インドネシア国内の経済成長とともにタイへの旅行者数も伸びてくるものと TAT は期待をかける一方で、これらの国々からのムスリム旅行者をより一層増やすため、TAT は民間とも協力して次項で紹介する取組を積極的に進めている。

#### ウ 取組

タイでは政府・民間が協力してムスリムフレンドリーの取組を進めているが、ここでは TAT が行うムスリム旅行者を対象とした情報発信の取組の一例を紹介する。

##### (ア) Thailand Halal Assembly における PR

TAT は「(4) ムスリム向けの貿易政策」で紹介した Thailand Halal Assembly を情報発信の場として活用している。2018 年 12 月 14 日から 16 日までにかけて開催された Thailand Halal Assembly 2018 でも、TAT はムスリムフレンドリーな観光地を PR するべくブースを出展した。また、15 日には関係各者を集めバンコク市内のムスリムフレンドリーな観光スポットを巡るツアーを開催したほか、翌 16 日には「Thailand as a Muslim-Friendly Tourism Destination」というテーマでセミナーを開催し PR を行った。

##### (イ) ムスリム旅行者向けアプリ

TAT は HSC-CU との協力により 2015 年にムスリム旅行者向けのアプリ「Thailand Muslim Friendly」を英語・タイ語の 2 言語でリリースした。このアプリでは、タイ国内のモスク、ハラールレストラン、ハラールホテル、礼拝所付きのショッピングセンター等を検索することができる。2017 年にアラビア語・インドネシア語の 2 言語と礼拝時間が確認できる機能が追加された。

##### (ウ) ハラールガイドブック

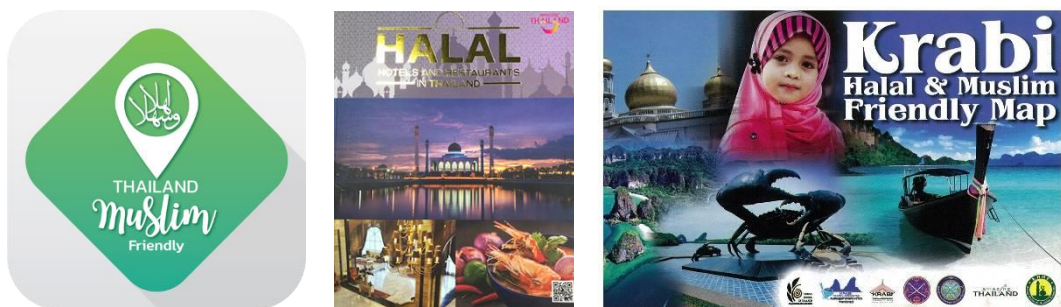
TAT では国内のハラールレストランやハラールホテルをまとめたガイドブック「HALAL HOTELS AND RESTAURANTS IN THAILAND」を作成している。このガイドブックではハラール認証を取得したレストラン、ホテルに加え、ムスリムフレンドリー対応を行うレストラン、礼拝所が併設された観

光施設やショッピングモール、代表的なモスクのリスト、ムスリム旅行会社リスト等を掲載している。

#### (エ) 南部地域の PR

TAT では、古くからムスリムコミュニティが存在し、比較的食のムスリム対応が進んでいる南部地域（ヤラー県、パタニー県、ソクラー県、ナラティワート県）をムスリムフレンドリーな旅行先としてプロモーションしている。南部にはクラブをはじめとしたリゾートも存在することから、ムスリムの富裕者層を呼び込むための旅行先としても注目されている。

【図表 71】 アプリ、ハラールガイドブック、南部地域の PR 事例



TAT では上記のほか、対象国のジャーナリストを呼んで観光ルートの紹介を行ったり（FAM トリップ<sup>87</sup>）、CICOT から講師を招へいし、民間事業者向けにイスラム教徒受入れのポイントについてセミナーを開催するなど、ムスリムフレンドリーな旅行先としての PR と、受入側の機運醸成双方に関する取組を行っている。

<sup>87</sup> Familiarization Trip の略で、下見招待旅行やモニターツアーを指す。観光地の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者やプロガー、メディアなどに現地を視察してもらうツアーのこと。

### 第3章 日本におけるイスラム市場への対応

#### 第1節 日本のムスリムとハラール認証

##### 1 ムスリム人口と訪日外客数

2018年現在、公式な統計は存在していないが、日本のムスリム人口は10～20万人と言われ、その大多数が世界各地から来日した外国人ムスリムで、その配偶者である日本人ムスリムやその他の日本人ムスリムも含まれている<sup>88</sup>。

総人口に占める割合が0.1%前後と低いこともあり、日本社会においてムスリムが話題になることは決して多くないのが現状ではあるが、訪日外国人の増加に伴うムスリム旅行者の増加等により、近年注目が高まっている。

例えば、2018年の訪日外客数（推計値）をみると、マレーシアは46万8,300人で前年（43万9,500人）から6.5%増、インドネシアは39万6,800人で前年（35万2,300人）から12.6%増と、いずれも過去最高を更新している。

今後、地理的に近い東南アジアを中心に、訪日ムスリム旅行者数の伸びが続くと見込まれ、さらに人的往来が活発になることで、経済、文化など様々な分野での交流が拡大することも期待される。

##### 2 日本におけるハラール認証

これまでも述べてきたとおり、ムスリムが商品やサービスなどを選択する際に、ハラール認証の有無は重要な判断基準の1つとなるものであり、イスラム圏との交流を進める際に意識せざるを得ないものであることから、日本における状況を紹介したい。

###### (1) ハラール認証の取得状況

世界人口の約4分の1を占めるイスラム圏の国々は、所得向上や人口の増加により市場規模が拡大傾向にあること等を踏まえて、政府においても、ハラール対応に向けた様々な取組が行われている。

例えば、農林水産省では、2016年に策定された「農林水産業の輸出力強化戦略」<sup>89</sup>に基づき、事業者向けに「ハラール食品輸出に向けた『手引き』」<sup>90</sup>を作成。

また、観光庁でも、2017年に策定された「観光ビジョン実現プログラム2017」に基づき、「訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン」<sup>91</sup>を策定している。

一方で、2016年に農林水産省が実施したハラール認証にかかる調査の結果は下

---

<sup>88</sup> ハラール認証機関 ムスリムプロフェッショナルジャパン協会 公表値 17万8,000人（2018年）

<sup>89</sup> 農林水産業の輸出力強化戦略

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yushutsuryoku.html>

<sup>90</sup> ハラール食品輸出に向けた『手引き』

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/attach/pdf/Halal-1.pdf>

<sup>91</sup> 訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08\\_000244.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000244.html)

図表 72、73 のとおりとなっている。年々増加傾向にはあるものの、あまり取得が進んでいない状況は、日本のムスリム対応が道半ばにあることを如実に反映しているものと思われる。

【図表 72】ハラール認証の取得件数の推移（製造業及び外食・ホテル業）（件）

	2012 年	2013 年	2014 年
食品業者（製造）	4	17	32
外食・ホテル	2	3	13

出典：農林水産省『平成 26 年度ハラール食品に係る実態調査』

【図表 73】外食・ホテル産業の地域別ハラール認証取得事業者数（2014 年度累積）

都道府県	件数	都道府県	件数
東京都	7	茨城県	1
千葉県	6	埼玉県	1
大阪府	4	岐阜県	1
京都府	3	福岡県	1
北海道	1	沖縄県	1
		合計	26

出典：農林水産省『平成 26 年度ハラール食品に係る実態調査』

## （2）日本のハラール認証機関

上記（1）のとおり、日本ではハラール認証取得があまり進んでいない状況ではあるが、一方で将来的なイスラム圏とのビジネス拡大等を見込み、国内にハラール認証を行う団体が数多く設立され、国際的な認証基準が存在しないことなどから、一部には適切な認証が行われていない事例もあると言われている<sup>92</sup>。

そのため、主な認証機関としては、上述の JAKIM（マレーシア）、LPPOM-MUI（インドネシア）、MUIS（シンガポール）から公認されている団体をご参照願いたい。

## （3）認証手続

認証手続は団体ごとに異なるため、代表的なものとして、NPO 法人日本ハラール協会の事例を紹介する（図表 74）。また、同協会及び NPO 法人日本アジアハラール協会は手続の流れを Web ページで公表<sup>93</sup>しており、いずれも Web ページ上か

<sup>92</sup> 東洋経済 ONLINE 2014 年 7 月 12 日

<https://toyokeizai.net/articles/-/42051>

<sup>93</sup> NPO 法人日本ハラール協会 <https://jhalal.com/auth>

NPO 法人日本アジアハラール協会 <http://web.nipponasia-halal.org/service>



ら、認証に関する問い合わせや、認証の申請<sup>94</sup>を行うことができる。

【図表 74】 NPO 法人日本ハラール協会の認証手続の流れ

	手続
1	問い合わせ
2	面談
3	事前審査申請
4	認証料金の見積り
5	事前審査（製品のハラール性の見込みの審査）
6	可否判定（判定可の場合、7のハラール認証申請に進む）
7	ハラール認証申請
8	書類監査
9	書類監査結果報告
10	現地監査（事業所・製造ラインを訪問し、世界ハラール基準に沿っているかを確認）
11	改善事項
12	改善事項の確認（改善事項書を基に、設けられた一定の期間内に改善を実施した後に改善されたかどうかを確認。1回目で審査を合格しなければ再度改善書を発行し、2回目の審査を実施。）
13	判定委員会承認
14	ハラール認証書発行

出典：NPO 法人日本ハラール協会 Web ページ

## 第2節 東南アジアのムスリム市場における訪日旅行の現状

マレーシア及びインドネシアのハラール認証にかかる調査・取材を行う中で、旅行業関係者等から、両国におけるインバウンド関連の情報等を入手したことから、今後の観光インバウンド促進に向けて以下のとおり紹介する。

### 1 マレーシアにおける訪日旅行

#### (1) 概況

2018年のマレーシアからの訪日旅行客数は、46万8,360人（JNTO発表値）<sup>95</sup>と、前年を6.6%上回る過去最高の旅行客数を記録した。2013年7月のビザ緩和以降、マレーシア人の訪日客数は大幅に増加し、日本への関心が高まっている。

マレーシアでは、タイ、シンガポールと比較して、初めて日本を訪問する観光客の割合が高く、約8割はFIT（Foreign Independent Tour）となっている。今

<sup>94</sup> NPO 法人日本ハラール協会 <https://www.jhalal.com/inq>

NPO 法人日本アジアハラール協会 <https://nipponasia-halal.org/users/add>

<sup>95</sup> JNTO 訪日外客数（総数）2018年

後リピーターをいかに獲得していくかが重要で、そのためにも安心して快適な旅行体験を提供していくことが不可欠と言える。

## (2) 訪日旅行プロモーションとムスリム旅行者の現状

訪日旅行のピーク（3～4月、11月～12月のスクールホリデー時期）に向けた旅行博への出展や、日本各地への航空路線の新規就航や増便に合わせて、航空会社各社が実施するセールスプロモーション等で、訪日者数は年間を通じて増加している。

しかし、中華系に比べて、ムスリムは訪日旅行がまだ一般的でないため、JNTOクアラルンプール事務所では、ムスリム向けテレビ番組や著名なムスリムのブロガーをFAMトリップに招へいしたり、マレー語での情報発信等で、訪日意欲の促進を図っている。

同事務所に取材したところ、「ムスリム訪日客の増加は、今後も確実に見込めると想定されるが、現状では、訪日旅行客の多くが中華系の富裕層のため、マレー系ムスリムの経済力が付くのを辛抱強く待たないといけない」との話があった。

また、「東マレーシアではマレー系ムスリムが人口の多数を占めるが、経済力が低いことに加え、クアラルンプール国際空港まで飛行機の乗り換え等アクセスの課題もある。日本近隣国や地域を見ると、韓国や香港、台湾は国自体のマーケットは小さくても、訪日旅行に比べて安価なフライト代で、マレー系ムスリムの所得階層の下まで取り込んでいる」とのことである。

日本の近隣諸国の状況として、韓国の場合はツアー価格を比較しても日本の半値ほどであり、K-POPも根強い人気がある。また、雪や桜等、日本と同じコンテンツで売り出しており、より安価な旅先へと流れてしまうのが現状のようである。

## (3) マレーシアムスリムの訪日旅行の傾向

JTB マレーシア社（Japan Travel Bureau(Malaysia) Sdn.Bhd.）では、「ムスリムの旅前の主な情報収集源として、同じ宗教を信奉する人の体験談を信頼することから、同じムスリムのSNSや口コミが多い」という。

また、「家族旅行が多く、家族連れで利用できる Air bnb（部屋を貸したい者と部屋を借りたい者をつなぐ Web サービス）やゲストハウスがあると喜ばれる」との話があった。ハラールな食品があまり流通していない日本の地方に旅行する際、ムスリムはハラールのレトルト食品を持参して、宿泊先で温めて食べる場合も多く、旅行者自身で調理ができる Air bnb で予約した部屋が使い勝手が良く人気だという。

さらに、食事のハラール対応の度合いについて、マレーシアの現地旅行会社によると、「ムスリムの信仰の敬けん度によるところが大きいですが、豚肉及び豚由来の成分を含まない、アルコールを含まない、などの成分表示がメニューにあれば、ムスリムは自分で判断して選択できる」とのことだった。

ハラル認証の取得となるとハードルが高いが、まずは成分の情報開示だけでも行うことで、ムスリム旅行者に選択肢を提供することができる。

なお、マレーシアは FIT 以外に、教育旅行も多く、学校単位で希望者を募って近隣諸国へ旅行する傾向がある。JTB マレーシア社でも教育旅行担当チームがあり、マレーシアの現地の学校に対して訪日の教育旅行セミナー等を実施しており、今後、教育旅行の需要も見込まれると思われる。

#### (4) 地方路線への拡大に向けて

クアラルンプール—福岡便が就航するなど地方路線も徐々に拡大してきている。また、2019年5月には、マレーシア航空が日本航空とコードシェア提携し、日本国内では東京・大阪をハブに地方へと訪日客をつないでいく方向である<sup>96</sup>。

地方自治体にとって、ターゲット国との直行便は大きなアドバンテージであるが、直行便がない場合でも、近隣諸国からの乗り継ぎや経由で訪日するパターンもあり、国際空港が立地する地方自治体と、広域連携で誘客の取組を継続していくことが重要である。

また、地方との国際定期路線は、路線先国からのインバウンドだけでなく、近隣諸国からの誘客も見込めるため、乗り継ぎや経由する方法でプロモーションを仕掛けていくことも有効な方法ではないかと考える。

#### (5) 地方自治体のプロモーション

効果的なプロモーションとして、やはり継続的な PR が重要である。旅行会社等と連携した旅行商品造成も大事な要素である。また、海外からの旅行者はマレーシアに限らず、日本各地を周遊するため、地方自治体単体でプロモーション活動をするのではなく、地方自治体の広域連携が重要となる。

また、PR に当たって、旅行博に出展して、ターゲット国からの外客数の伸びが見られずに効果を得られないとすぐ出展を終了とするのではなく、長期スパンでの継続的なプロモーションを行うことで、徐々に人気が出始め爆発的なインバウンド促進につながった事例もある。

例えば、岐阜県高山市は、今や世界中から訪日客を集めるインバウンド成功の街であるが、それは海外プロモーションに数十年かけて地道に取り組んできた結果である。一歩ずつ着実に積み上げてきたことが、現在の成果につながっている。このように訪日インバウンドにおいては、一般的に短期的な視点ではなく、中長期的なプランでプロモーションの戦略を組み立てていく必要がある。

また、JTB マレーシア社では「旅行博で、造成した旅行商品を販売する際も、旅行博の数ヵ月、半年前から広報活動を行うとより効果的だ」とのアドバイスがあった。また、「マレーシアは、シンガポールやタイ等と比較すると、まだ地方自

---

<sup>96</sup>日本航空株式会社/マレーシア航空 共同リリース (2019年5月27日)  
<https://press.jal.co.jp/ja/release/201905/005184.html>

治体の活動が盛んではないので、当該市場にプロモーションをかけていくことで、先行利益を得られるのではないか」という指摘もあった。

## 2 インドネシアにおける訪日旅行

### (1) 概況

2018年のインドネシアからの訪日旅行客数は、39万6,852人(JNTO発表値)<sup>97</sup>と、前年を12.6%上回る過去最高の旅行客数を記録した。経済成長による所得の増加や一定条件でのビザ緩和もあり、インドネシア人の訪日客数は増加傾向にある。

旅行会社を経由しての個人旅行が多く、大半の目的地は東京、大阪、北海道といった、ゴールデンルートが主であるが、2億人を超える総人口を考えると、訪日旅行の伸びに併せて、地方への誘客も今後期待できると思われる。

### (2) 日本の競合国

インドネシアに拠点を置く日系大手旅行会社であるPT PANORAMA JTB TOURS INDONESIA(パノラマJTB)に取材したところ、ムスリム対応が進んでいる国として、韓国が挙げられた。韓国には、ムスリムが多く居住し、ムスリム向けの飲食店等が集積するエリア“Halal Hill”と“ムスリムストリート”があり、ムスリムフレンドリーに特化した観光地区である。ここは元々、トルコ人が移住してきた歴史的な経緯もあり、ムスリム旅行者に対応できるレストランや施設が集積している。また、海外での活発なプロモーションはもとより、桜や雪といった日本と同じ観光コンテンツがあり、旅行費用の面で日本と比較し割安である。

さらに、K-POPや韓流ドラマが広く放映されている影響で、特に若い世代はロケ地巡りすることが、訪韓旅行の有力なインセンティブになっている。

### (3) 旅行博等に出展する際のポイント

訪日旅行PRの一環として旅行博等に出展するに当たっては、地方自治体単独でPR及び旅行商品を造成しても販売が難しいため、広域で連携してPRした方がより効果的で、かつ継続して出展し、PR活動を行うことで知名度が徐々に浸透していくため、継続することが重要である。

また、現地旅行会社は、日本国内のランドオペレータを通じて、旅行商品を造成する機会が多いため、日本のランドオペレータにも、最新情報を共有するとともに、併せてPR活動することが効果的といえる。

さらに、インドネシア国内をみると、首都ジャカルタ以外にも、スラバヤ市やメダン等の地方都市においても、富裕層が多く居住することから、こうした都市

---

<sup>97</sup> JNTO 訪日外客数(総数)2018年

へのプロモーションも今後検討していくことが先行利益を得られるポイントになるだろう、とパノラマ JTB から助言があった。

#### (4) インドネシア人の海外旅行のトレンドとニーズ

他の ASEAN 諸国と同様に、いわゆる「SNS 映え」するスポットで、自然や日本ならではの体験を楽しみたい、というものが多い。食事においては、ムスリム旅行者にとって、ハラールであることは重要であるが、日本はイスラム圏ではないことを理解している。成分表示があればムスリム旅行者が食事を選択できるので、まずはそうした対応がムスリムフレンドリーの一步になる。

近年は、日本の大手航空各社が、機内食にハラール食を用意するなどして、訪日ムスリム旅行者への対応を行っている。

現地のムスリムに顧客を多く抱える、大手旅行会社である Tazkia Tour & Travel 社の担当者に取材したところ、「ハラールツアーはムスリムでなくても利用できるため、対象はムスリム旅行者のみと固定概念を持つ必要はない」との話があった。

これは食事対応においても、「ハラールは認証を取得している場合、安全・清潔というベースがあるため、基本的にはベジタリアンや他の食事上の制約がある人々にも対応できることから、ムスリムだけにしか売れない商品ではない」との指摘があった。

加えて、ハラール対応の土産も重要であるため、土産にも英語やインドネシア語での成分表示や認証があるとなお良い。今後、ムスリム旅行者への対応を進める中で、これらは日本のおもてなし文化の発信にも役立ち、大いに参考になると思われる。

### 第3節 地方自治体におけるハラール対応の取組事例

次に、拡大するムスリム市場への対応に向けて、地方自治体が地域の強みや特性に合わせて実施している様々な取組を紹介するので、新たにムスリムをターゲットにした施策を検討している地方自治体は参考にしていきたい。

#### 1 輸出促進（販路新規開拓・拡大）

##### (1) 埼玉県<sup>98</sup>：ハラール化粧品の製造支援

地域の産業や雇用を創出する成長戦略として、県独自の通商産業政策・中小企業の国際競争力強化事業を実施してきた。

その一環として、化粧品生産額全国1位という強みを活かし、2014年度から2017年度まで、産官学が連携してハラール化粧品市場への県内事業者の参入を支援。主な取組内容としては、以下のとおりである。

<sup>98</sup> 埼玉県 ハラール化粧品の輸出促進

[https://ishidakosho.co.jp/halal/files/NewsRelease\\_melati.pdf](https://ishidakosho.co.jp/halal/files/NewsRelease_melati.pdf)

- ・ハラール化粧品の GMP リファレンス<sup>99</sup>の作成
- ・マレーシアやインドネシア等での市場調査
- ・県内事業者向け研修会の開催
- ・大学（城西大学薬学部）や事業者と協力した試作品開発
- ・この試作品を基に展示会の出展

なお、取組の結果、試作品が商品化されるなど、一定の効果を上げたため、現在は必要に応じて連絡会議を開催している。

## （２）鳥取県<sup>100</sup>：食の安全・安心プロジェクト推進事業補助金

2011年度から「食の安全・安心プロジェクト推進補助金」を設け、県外・国外へ販路拡大を目指す県内事業者に対し、HACCAP や ISO 等の各種認証取得や衛生管理対策に係る費用を補助。

マレーシア等のムスリム圏の市場拡大・訪日ムスリム旅行者の増加を背景に、ハラール認証も補助対象としていることから、2015年度に「海産物のきむらや」がこれを活用し、もずく商品で山陰初のハラール認証を取得。現在、マレーシア、シンガポール及びバーレーンで販路拡大に取り組んでいる。

## 2 観光インバウンド促進

### （１）自治体の観光インバウンド取組事例

#### ア 沖縄県<sup>101</sup>：ムスリム旅行者おもてなしハンドブック

2017年度、今後更に増加が見込まれる東南アジアを中心とするムスリム旅行者への対応の理解促進を図るため、観光施設、飲食店事業者向けに「ムスリム旅行者おもてなしハンドブック」を作成した。

このハンドブックでは、飲食、礼拝、接客等での注意点のほか、県内事業者の取組事例を紹介している。

#### イ 千葉市<sup>102</sup>：ムスリムおもてなしマップ

2016年度、増加を続ける東南アジアを中心とするムスリム旅行者が安心して飲食や礼拝、美容等のサービスを受けられるようにするための地図を作成。

2020年3月までに4回改訂しており、ムスリムに加えて、ベジタリアン食（ビ

<sup>99</sup> 製造管理及び品質管理の基準（Good Manufacturing Practices）に関する参考書

<sup>100</sup> 鳥取県 製品に係るハラール認証取得費用の補助

<http://db.pref.tottori.jp/pressrelease.nsf/webview/712908CC7AB0BDA249257EF100169B4A?OpenDocument>

<sup>101</sup> 沖縄県 ムスリム旅行者おもてなしハンドブック

[https://inbound.ocvb.or.jp/oin/sites/default/files/manual/muslim\\_ALL.pdf](https://inbound.ocvb.or.jp/oin/sites/default/files/manual/muslim_ALL.pdf)

<sup>102</sup> 千葉市 ムスリムおもてなしマップ

<https://www.city.chiba.jp/keizainosei/keizai/promotion/muslimmap.html>

ーガン)、オリエンタルベジタリアン(台湾素食)、インディアンベジタリアンに対応できる店舗の表記も追加。

ウ 別府市：ムスリムフレンドリー・マップ・ベッブシティ

別府市では 2015 年度、市内にある立命館アジア太平洋大学のムスリム卒業生・留学生と協力して、「ムスリムフレンドリー・マップ・ベッブシティ」を作成。

このマップは、ムスリム旅行者に加え、市内で暮らすムスリム留学生・教員等が安心して食事が取れるよう、ハラール又は豚・アルコールを使用しない料理が食べられる場所を紹介するもの。また、食事のほかにも、イスラム教では公共の場で肌を露出することが禁じられているため、「家族風呂」を用意している温泉旅館も掲載している。

エ 宮城県<sup>103</sup>：ハラール対応食普及促進事業

2016 年度から、今後更に増加が見込まれる東南アジアを中心とするムスリム旅行者への「食」に関連したおもてなし対応の普及促進を図るため、ハラール対応食普及促進事業を開始。

セミナーの実施等の「学ぶ」場の提供のほか、ムスリム向け試食会等の「実践」から、展示会や商談会へ参加する「テスト」まで、県内の飲食関連事業者や食品製造事業者を包括的に支援。

オ 宮城県<sup>104</sup>：ムスリム向け食品製造・生産ハンドブック（食品製造事業者向け）

2016 年度に、今後一層の増加が見込まれるマレーシア、インドネシア等のムスリム旅行者への対応のため、県内の食品製造事業者向けに「ムスリム向け食品製造・生産ハンドブック」を作成した。

このハンドブックでは、イスラム教やハラール、ハラール認証といったものの基礎知識や食品製造過程における注意点等を紹介している。

---

<sup>103</sup> 宮城県 ハラール対応食普及促進事業

<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/syokushin/halal.html>

<sup>104</sup> 宮城県 ムスリム向け食品製造・生産ハンドブック（食品製造事業者向け）

<https://www.pref.miyagi.jp/pdf/syokushin/muslimomotenashi2.pdf>

## 第4章 地方自治体への提言

### 第1節 販路開拓・拡大

#### 1 日本の輸出概況

少子高齢化による人口減少等による国内市場の縮小化に伴い、地方自治体においても、地域産品を海外に売り込もうと海外へ新たな販路を開拓する動きが加速している。

海外輸入品が増加している昨今、地域産業を持続的に発展させていくためには、国内のみならず海外販路開拓は不可欠であり、特に、経済成長の著しい東南アジアにおける外需を成長の糧として取り込んでいく戦略は今後ますます重要になってくる。また、日本食の世界的なブームは続いており、日本の安全・安心な農林水産物・食品の海外における需要は安定して高いといえる。

国の輸出促進における整備面では、農林水産省は2013年8月に、農林水産物・食品の輸出額を2020年に1兆円規模に拡大するという目標<sup>105</sup>に向けて、重点品目ごとの目標額や、重点国・地域を定めた「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」<sup>106</sup>を策定している。

しかしながら、販路開拓・拡大は一筋縄ではいかない高いハードルがある。政府もTPP11対策や農林水産業の活性化を図るため、輸出に関する公的支援を準備しているが、地方では、海外マーケットの情報収集の難しさや地域産品の販路拡大の手法、物流に係るコストや手続の煩雑さなど、依然として様々な課題を抱えている。

#### 2 ムスリム市場に向けた販路開拓・拡大の課題

本稿では、ムスリム人口の増加や経済成長等に伴い、日本にとって、今後ムスリム市場が重要性を増してくるとの認識の下、調査を進めてきたが、地方自治体や地域の事業者がムスリム市場での販路開拓・拡大を進める際に課題となると思われる事項について、ハラール認証を中心に以下のとおりまとめた。

##### (1) イスラム教への理解とハラール認証への技術的な対応

当然のことながら、ムスリム市場での展開を目指す場合、ハラール認証取得の要否に限らず、イスラム教の教義や習慣等に対する理解を深めることが大前提となる。

例えば、イスラム教では、豚やアルコールはタブーであることは有名であるが、第1章で述べたように、醤油などの微量なアルコールを含む食品の取扱いは、国や地域、或いは個人レベルでも取扱いが異なるという場合もあるので、商品ごと

<sup>105</sup> 農林水産省ウェブサイト

[http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w\\_maff/h27/h27\\_h/trend/part1/chap1/c1\\_0\\_02\\_1.html](http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h27/h27_h/trend/part1/chap1/c1_0_02_1.html)

<sup>106</sup> 農林水産省ウェブサイト「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略（2013年8月29日公表）

[http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/kunibetsu\\_hinmokubetsu\\_senryaku.html](http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/kunibetsu_hinmokubetsu_senryaku.html)



に細かく確認をしていく必要がある。

また、ハラール認証を取得する場合は、イスラム教の厳格な基準に適合することが求められるだけでなく、食の安全性・衛生面も審査の対象となる。例えば、マレーシアのように、食の安全の観点から、認証に HACCP 等の食品衛生基準を採用している場合もあるので、宗教面だけでなく、技術面での対応が必要な点も留意すべきである。

## (2) 国や機関で異なる認証制度

ハラール認証について、国によって制度が異なることや、相互認証の場合を除き、国と国との間で互換性が取れていないことが、ムスリム市場での販路開拓・拡大のハードルを高くしている要因の一つとなっている。

また、日本国内においては、宗教法人、NPO 法人等の組織形態が異なる認証機関が多数存在し、独自のハラール基準や審査の方法をとっているため、国内での統一した基準がないことに加え、相互認証の有無や相互認証先の国もそれぞれ異なるという状況となっていることから、中小企業が自らの目的と合致した認証機関を単独で探すことは容易ではなく、ハラールの曖昧さによる認証機関の選定の難しさも課題として残っている。

## 3 ムスリム市場進出に向けた地方自治体の支援

言うまでもなく、販路開拓・拡大の主役は、実際に商品の製造や販売等を行う事業者であるため、地方自治体の役割はその支援となる。

一方で、これまで述べたきたとおり、ムスリム市場には、イスラム教の教義に起因する様々な特殊性があるので、支援のあり方にも、その他の国や地域とは異なった視点が必要となることから、「事業者への情報提供・助言」、「ハラール認証取得に係る支援」の2点について、留意すべき点などを述べる。

### (1) 事業者への情報提供・助言

販路開拓・拡大については、事業者が海外進出を目指すか否か、目指す場合はどこにターゲットを設定し、どのような販売促進を展開するかなど、事業者自身が自社商品や事業内容を踏まえつつ、市場分析を行い、コストバランス等を考慮して、決定することになる。

しかし、地方自治体の主な支援対象は地域に根ざした中小企業となることから、これら事業者は独自で海外展開の検討を進めることが難しい場合が想定され、特に、ハラール対応を要するムスリム市場については、その特殊性から、より一層困難が伴うことになる。

そこで、ムスリム市場への進出を検討している事業者に対して、地方自治体が情報提供や助言を行う体制を構築することが望ましい。例えば、進出を検討する国では、ハラール認証を取得すべきか否か、また、認証取得を目指すのであれば、どの認

証機関でどのような手続が必要になるかなど、中小企業単独では情報収集が困難であるため、適切な助言等が求められるところである。

一方で、複雑多岐に渡るムスリム市場について、地方自治体のみで情報収集し、事業者のニーズに対応していくことは厳しい側面もあるため、現地事情に精通したJETRO、既にムスリム市場に進出している日系企業や海外ビジネス経験者、ハラール認証機関関係者などとネットワークを構築し、情報提供や助言等を活用していくことが有効であり、これにより、更に精度の高い情報を得ることが可能となるだろう。

また、一地方自治体、特に小規模な市町村において、単独でこのような取組を行っていくことには限界があるので、複数の自治体による広域での連携を図っていくことも、選択肢の1つになると思われる。

## (2) ハラール認証取得に係る支援

先述のとおり、ハラール認証は、進出する国によっては必須というわけではなく、また、認証マークはあくまで商品のハラール性を担保する補助的なものに過ぎないともいえるが、事業者が本格的にムスリム市場を目指すのであれば、認証取得ということは視野に入れざるを得ないだろう。

しかし、認証取得にあたっては、一定額の審査・認証費用等を要し、場合によっては、専用の製造機器の導入等など、新たな設備投資も必要になる。これに加え、多くの認証機関では有効期間が1年から2年となっているため、更新手続にかかる費用も発生するほか、認証取得に当たっては、原材料からハラールでなければならないため、日本国内ではハラール原料の入手が困難な場合は、海外から輸入しなければならないなど、特に中小企業にとっては負担も決して小さくはない。

そのため、地方自治体において、事業者の負担を軽減するため、ハラール認証取得の支援が期待される場所である。

例をあげると、先述のとおり、鳥取県では、「食の安全・安心プロジェクト推進事業補助金」において、ハラール認証も補助対象としており、実際にこれを活用して、認証取得に至った事例も報告されているので、参考にさせていただきたい。

以上のように、海外販路開拓、とりわけムスリム市場への輸出促進に当たっては、自治体や事業者、関係団体等による官民連携が欠かせない。訪日インバウンドの取組と同様に、ムスリム市場向けの輸出促進を図るため協議会を設立するなどして、横の連携を強固にし、継続的に取り組んでいく必要がある。そのような基盤と公的な助成が総合的に整備されることで、企業がハラールへと取り組める環境が整い、事業者のムスリム市場への海外販路開拓がより一層進んでいくと考える。

## 第2節 観光誘客

### 1 ムスリム対応の必要性

2018年5月に観光庁が発表した、訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プランでは「食事環境の整備」「礼拝環境の整備」「情報発信」といったムスリム旅行者受入環境整備の主要施策とともに、ムスリム旅行者誘致へのプロモーションの基本的な考え方が示されている。この中で、今後日本が特に狙うべきムスリム旅行者市場として、「経済水準やムスリム旅行者の数、日本へのアクセスの良さ等を総合的に判断して、マレーシア、インドネシアが有力」とであると述べられている。

一方で、マレーシアやインドネシアで活発に開催されている B to C の旅行商品即売会（いわゆる旅行博）に従事すると、ジャパンプースの来場者には中華系が多く訪れているように映る。現地で取材をした地方自治体・観光関連団体の職員からは「日本国内のハラール対応ホテルやレストランに関する質問はほとんどなく、肩透かしを食らった」という話も良く聞く。旅行博が開催されている地域や施設により、来場者層に偏りが出ることも事実ではあるが、一般的に、ムスリム市場は日本だけが目指しているマーケットではなく、これまで見てきた通りシンガポールやタイをはじめとした OIC 非加盟国も誘客に力を入れており、訪日旅行は価格競争力の面で、他国と比べて苦戦を強いられている。このため、所得が比較的高いとされる中華系が主な訪日客となっているのが現状だ。

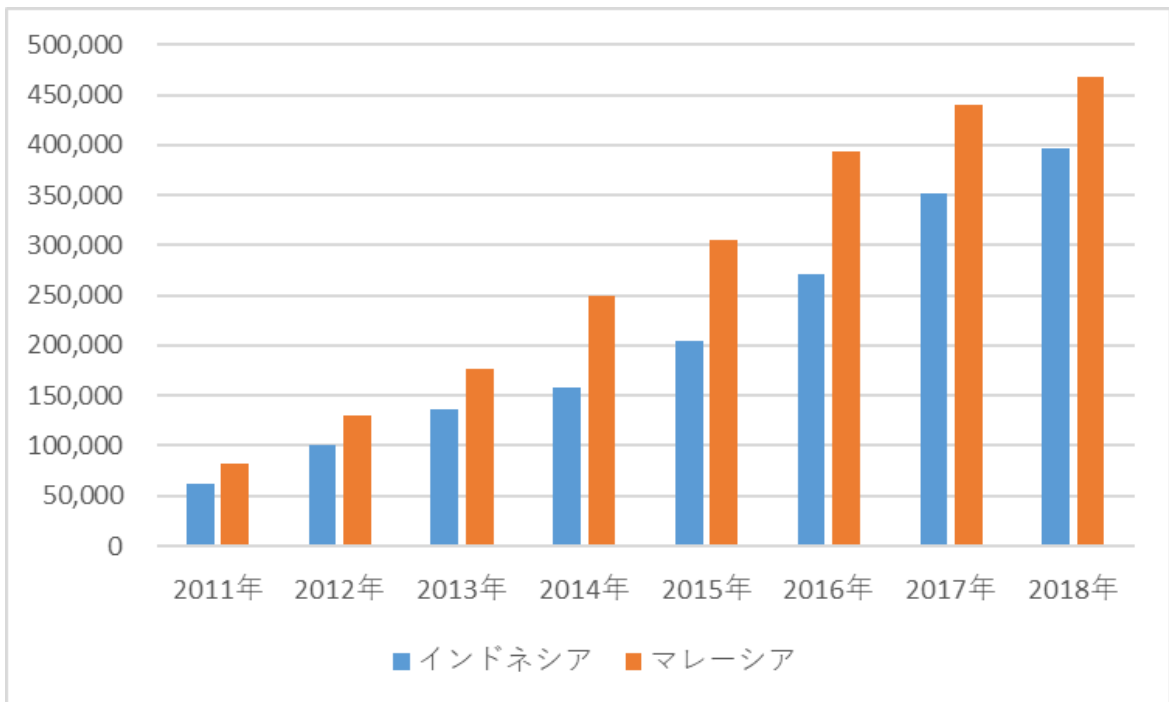
では、ムスリム対応は自治体の観光誘客戦略として不要なのか。答えはノーだと考える。訪日ムスリム旅行者の割合はまだ全体に比べそう高くはないものの、ムスリム人口の増加、ASEAN 地域の経済成長による国民所得の上昇、ビザの緩和、LCC の増便等により、日本がこれまでよりも身近な旅行先となることは目に見えている。

また、明確な数字は出ていないものの、訪日ムスリム客数が緩やかに増加していることを示唆する次のデータも存在する。JNTO ジャカルタ事務所がジャパン・トラベル・フェアで行ったアンケートによると、旅行博で実際に訪日旅行商品を購入した者の宗教別割合のうち、イスラム教徒数の割合は、2015年3月に14.6%であったが、2019年3月に実施されたアンケート結果では29%となり、この5年間で購入者割合は2倍に増えている。

実際の購入者数は明らかとなっていないが、インドネシアやマレーシアからの訪日客数そのものが増加し訪日旅行の機運が高まる中、購入者数の割合が増えているということから、日本へのムスリム旅行者数も過去5年で増加しているということが推察される。

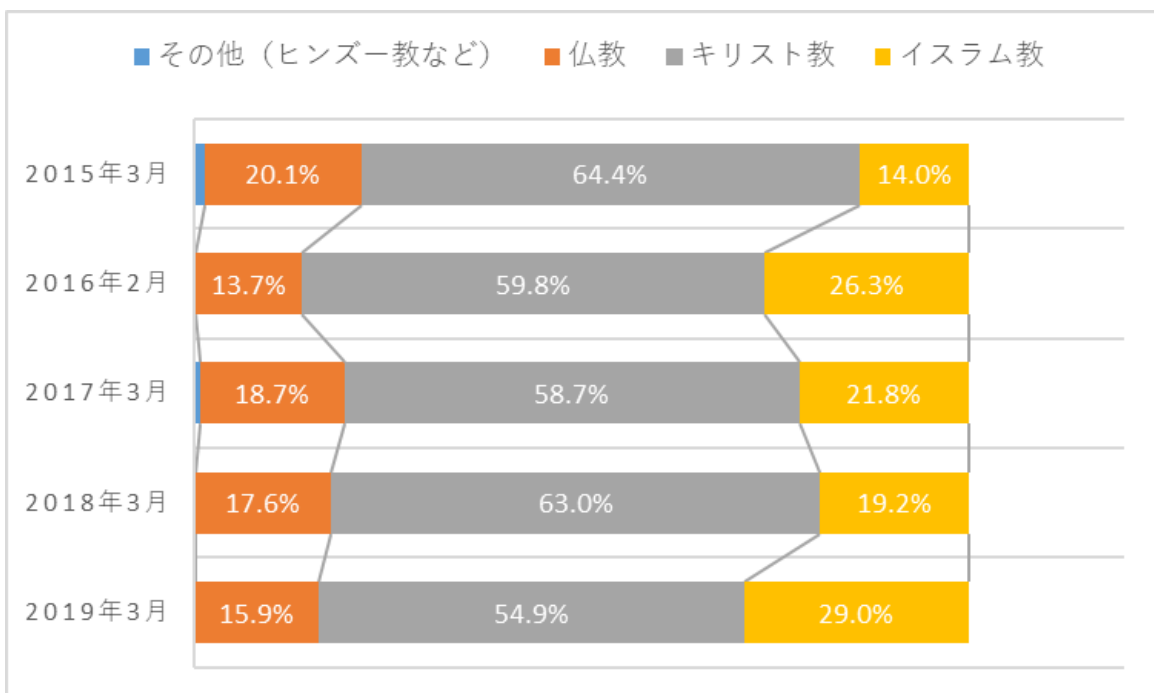
したがって、現在拡大しつつある市場を取り込むためにも、地方自治体として「できることから始めていく」というスタンスで環境整備に臨むことが求められる。

【図表 75】 インドネシア・マレーシアからの訪日客数の伸び



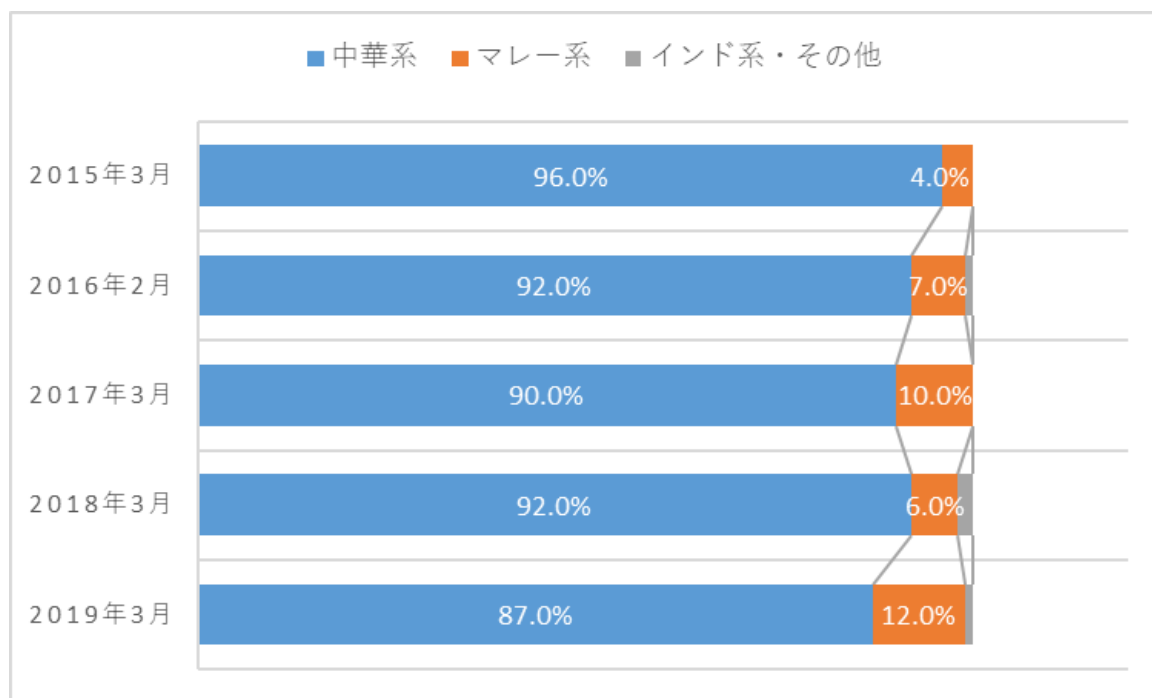
出典：日本政府観光局（JNTO）『月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人）』を基に作成

【図表 76】 インドネシア旅行博における宗教別訪日旅行者購入割合の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）ジャカルタ事務所資料を基に作成

【図表 77】 マレーシア旅行博における民族別訪日旅行者購入割合の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）クアラルンプール事務所資料を基に作成

## 2 ハラール認証取得の必要性

では、今後ますます増加していくことが予想されるムスリム旅行者について、受入側として「ハラール認証」の取得は必要なのであろうか。これまで様々な団体・関係者からヒアリングした話をまとめると「ムスリム旅行者受入れ＝ハラール認証の取得がすぐに必要」という図式ではないことが分かった。以下では「ムスリムの多様性」と「統一されていない日本の認証制度」という側面から、インバウンドにおける認証取得の必要性を考察してみたい。

### (1) ムスリム旅行者の多様性

ハラール認証の要不要を考える前に、ハラール認証がどのようなものであるかについて改めて触れておきたい。まず、ムスリムはハラールであるとの認証を受けたものしか食べることが許されないと誤解される方もいるが、ハラール認証がなくてもハラールとみなされるものもある。このため、認証はあくまでハラールであるものの一部を明示的に示しているにすぎず、食のハラールに詳しい立命館大学の阿良田教授も著書で述べるように「ハラールの世界はハラール認証の世界よりずっと広い」のである。

また、目の前のものがハラールであるかはムスリム1人ひとりが判断しており、同じ国・地域であっても厳格さの程度は個人により様々である。認証機関も、いわばムスリム個人が目の前のものがハラールであるかどうか判断しやすいように参考情報を明示的に提供しているにすぎないという点を押さえておきたい。

商品のハラール性を判断するのは最終的には多種多様な価値観を持つムスリム個人であるということを理解していただいた上で、訪日旅行中にムスリムが厳格なハラール対応を求めているかどうかを示す1つのデータを紹介する。

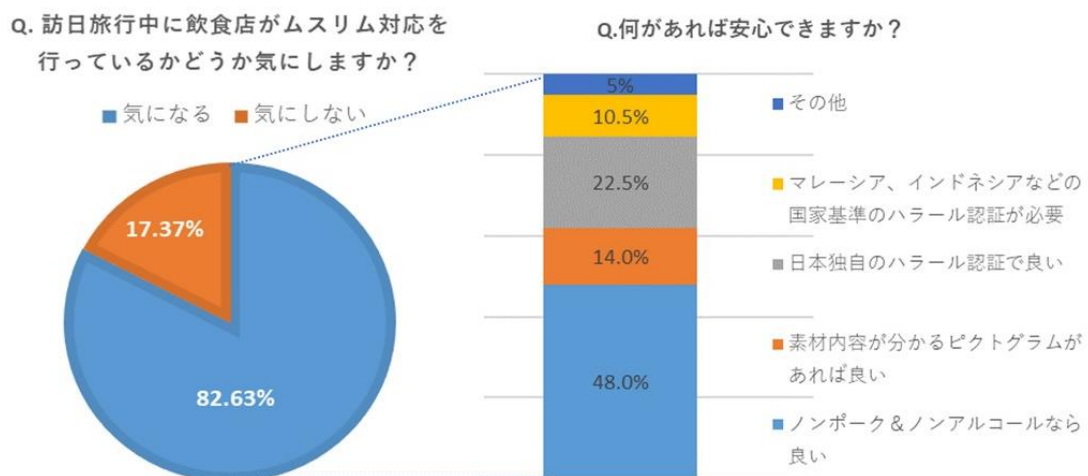
2018年10月に行われたジャパン・トラベル・フェアでJNTO ジャカルタ事務所が行ったアンケート結果を見ていただきたい。アンケート結果によると「訪日旅行中に飲食店がムスリム対応を行っているかを気にしますか？」という質問に対し、82.6%の方が「気になる」と回答。「気にしない」と答えた方は17.4%に留まった。次に「何があれば安心できますか？」という質問に対し、「ノンポーク&ノンアルコールなら良い」と回答した方が48%と全体の約5割を占め、「素材内容がわかるようなピクトグラムがあれば良い」と回答した方が14%、「日本独自のハラール認証で良い」と回答した方が22.5%、「マレーシア・インドネシアなどの国家基準のハラール認証が必要」と回答した方が10.5%となった。

この結果を見ると、訪日旅行に興味を示すムスリムのうち、ムスリム対応を行っているかどうかを「気にしない」方と、気にする方のうち「ノンポーク&ノンアルコールなら良い」、「素材内容がわかるようなピクトグラムがあれば良い」と回答した方を足すと、実に全体の3分の2（68.6%）を占める。

このように、訪日旅行商品を購入されるムスリムの厳格さの程度は個人により様々であり、現状日本のムスリム対応について、必ずしも全員が認証で示されるような厳格な対応を求めているわけではないということが見て取れる。

もっとも、TAT クアラルンプール事務所によると、マレーシアでは、訪日顧客となりやすい高所得者層は比較的緩やかであるのに対し、マスマーケットには厳格なムスリムを含む多様な方々が存在するため、こうした市場も狙う場合は厳格なムスリムに合わせた対応が求められるという意見もあることは念頭に置いておきたい。

【図表 78】 2018年10月ジャパン・トラベルフェア・アンケート結果（JNTO 実施）



出典：日本政府観光局（JNTO）ジャカルタ事務所資料を基に作成

## (2) 統一されていない認証制度

もう1つの課題として、日本国内には複数の認証機関が存在しており、国として統一された認証制度が存在しないという点も挙げられる。

各認証機関はそれぞれに、イスラムの基準に則った適切な認証制度を確立しているものと思われるため、各認証機関の存在を否定するつもりは全くない。ただし、地方自治体が支援する地場の中小企業関係者やインバウンド関連事業者から見ると、一体どの認証機関を信頼して認証を取得すれば良いのかがわからない、という意見もあるのが現状だ。

また、認証マークの認知度という観点からも様々な立場の意見があることを紹介しておきたい。例えば、非ムスリム国であるタイでは、マレーシアやインドネシア等のムスリム諸国の認証機関が発行する認証マークに比べ、CICOTの認証マークはOIC加盟国のムスリムに認知されていない(=ハラールと受け入れてもらえていない)のではという懸念が政府関係者の中にあり、DITPが積極的にタイの認証マークのPRを行っているところである。シンガポールのある日系企業からは、商品を輸出する際、暗黙的にはあるが、輸出先国の認証マークを求められることがあるという話も伺った。

更に、先ほど紹介したJNTOのアンケート結果から見ても分かるように、消費者の中にはマレーシアやインドネシア等の国家基準のハラール認証を受けているものでないと安心できないという声も少なからず存在する。認証は確かに食や施設の安全性を示す指標にはなるが、多様な価値観のムスリムは、個々にその受取方も様々なのである。

以上のことから、地域のムスリム受入環境の整備においては、認証取得を必須条件として進める必要はなく、地域の事業者をはじめとした販路開拓やインバウンドの主体となる方々が、まずは「身近にできること」からムスリムフレンドリーの取組を始め、その対応状況をムスリムが理解しやすいように「情報開示」する、というスタンスが最も無理なく始められるアプローチであると考えられる。

## 3 地方自治体が担うべき役割とは

では、このような状況を踏まえ、地方自治体が担うべき役割とは何であろうか。以下では「情報発信」「受入環境整備の旗振り役」「広域連携」の3点について述べてい。

### (1) 適切な情報発信

まず、地方自治体が担うべき役割として考えられるのは適切な情報を発信していくことである。第2章第1節マレーシアの項でも述べたように、マレーシアにある旅行会社によると、ムスリムの方々は同じ立場の方々からの口コミやSNSといった情報を信頼するそうである。地方自治体が地域のムスリム対応可能な飲食・

宿泊施設の情報を発信する際も、こうしたチャンネルを通じて情報発信していくことが望ましい。

また、一定数のムスリム旅行者を呼び込むチャンスとなるインセンティブツアーについては、FIT では当然対応が難しいため、各企業担当者は旅行会社を通じて手配をしていくことになる。このため、地方自治体としても現地の旅行会社とのネットワークを作っておき、地域の最新情報を定期的に提供することが誘致につながると考えられる。

インドネシアのある旅行会社からは、ムスリム対応可能なレストランのリストは地方自治体ごとに作成されているが、各レストランが何人収容可能なのか、事前予約は可能なのか、旅行者が喜ぶハラール土産は近隣で買えるのか、といった実際に旅行を手配する際に必要な情報が不足しているとの声もある。地方自治体側が発信する情報と受け手側のニーズに乖離がないよう、現地の旅行会社と頻繁にコミュニケーションが取れるような円滑な関係を築いておくことも重要だ。

なお、情報発信の面で忘れてはならないことは、ムスリム旅行者は非ムスリム旅行者同様、あくまで日本特有の文化、食、自然景勝地といった観光資源に興味を持ち訪日を決めているのであり、ムスリムの受入体制が整っていることそれだけが訪問の決定要素になっているわけではないということだ。ムスリムの受入整備が進んでも、いわばそれは、海外にある無数の観光地に並ぶだけであり、その先はどれほど魅力的と思える観光資源を有しているかの勝負となる。

旅行博では礼拝マットや礼拝所が前面に出たパンフレットも見かけることがあるが、特に B to C への PR は、旅行者自身が「被写体として入り込みたいと思うような景色」「食べたいと思うような食事」「体験したいと思うようなアトラクション」といった観光地それぞれの魅力をいかに感じてもらうかが重要である。

## (2) 地域のムスリム受入体制整備の旗振り役

次に考えられるのが、地域におけるムスリム受入体制整備の旗振り役としての役割である。ムスリムの受入整備については、現在様々な地方自治体が地域の事業者、観光関連団体などと協力して取り組んでいるところだが、旗振り役として考えられる取組を以下3点挙げておきたい。

### <旗振り役として考えられる取組>

- ・ セミナー等を通じた地元関係者の意識啓発・理解促進
- ・ 受入体制整備に対する、ムスリム留学生や住民のアドバイザーとしての参加促進
- ・ 地元飲食店のムスリムフレンドリーメニュー（ノンポーク、ノンアルコール等）開発に対する支援



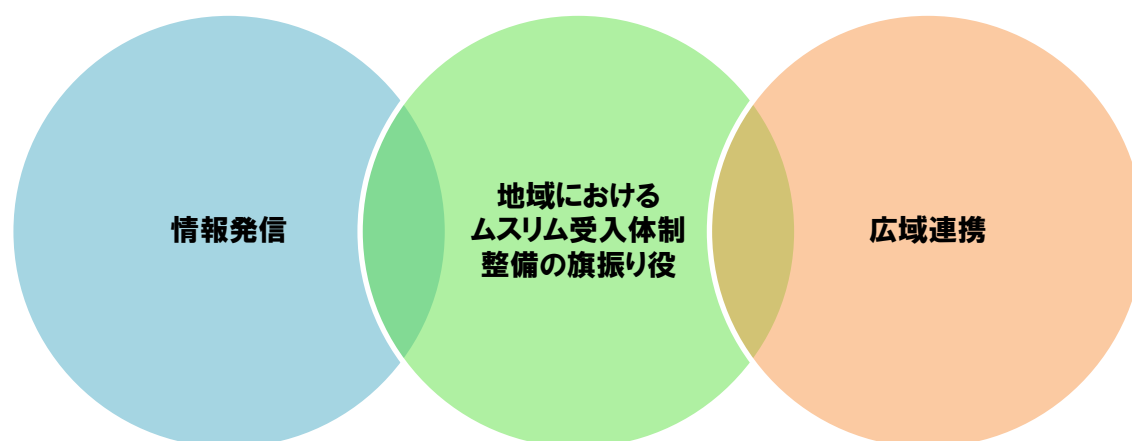
### (3) 広域連携

地方自治体の役割として最後に挙げられるのが、周辺地方自治体と協力した広域での受入体制整備である。

これはムスリム対応だけに限った話ではないが、日本を訪問する外国人旅行者によく見られるのが、広域での周遊である。頻繁にビジネスで来る旅行者や日本好きなリピーターを除いて、日本に来る旅行者は一度きりの旅行で多くの地を見て回りたいと考えるため、旅行博の極端な例でいえば、「東京→大阪→沖縄」と超広域での周遊を検討している旅行者がいることも珍しくはない。

また、同じ地域内であっても他県・他市区町村にまたがり広範に移動することが常である。ムスリムの受入体制整備においては都市部と地方、積極的に取り組まれている地方自治体とそうでない地方自治体の格差に開きが出てきているため、地方自治体個々の整備で完結することなく、周囲とも連携した線的・面的な受入体制整備が求められている。

【図表 79】 地方自治体が担うべき3つの役割



販路開拓の面では、認証の取得がムスリム市場を狙う場合の大きなアドバンテージになることは理解しやすいが、訪日インバウンドの面においては、認証取得一辺倒でなく、まずは地域でできるムスリムフレンドリーの取組を進め、ムスリム自身が判断できるよう、受入側の対応状況を情報開示するというのが第一歩となる。

昨今、外国人の居住者数は増加傾向にある。長らくインドネシアから技能実習生の受入れを行っている企業もあり、ムスリムの方々は旅行者としてだけでなく、一居住者・地域の担い手としても向き合っていく必要がある。こうしたとき、ムスリムフレンドリーの対応はインバウンドだけでなく多文化共生の視点でも役立つものとなってくるといえよう。

## おわりに

本稿では、ムスリム市場を理解する上で必要となるイスラム教に関する基本的事項を解説し、加えて、東南アジア各国や日本におけるムスリム市場への進出状況、並びにムスリム旅行者向け観光インバウンド政策やその取組事例を紹介してきた。

世界に先駆けハラール認証を成文化したマレーシアでは、認証は国家基準となっており、OIC加盟国からも高い信頼を得ているほか、世界のハラール・ハブを目指すため、産業、観光インバウンドを両輪とし、国が積極的な施策を行っている姿勢がうかがえた。またマレーシアと同じくハラール・ハブの座をかけて競うインドネシアでも、新法施行により政府機関が認証を行うようになったほか、観光省内にハラール観光開発に特化した部署を設立し、次世代のムスリムに先手を打った観光プロモーションにより、Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019で首位を獲得するなど、世界的な評価が高まっているという点を見てきた。さらに、イスラム教徒が比較的少数であるシンガポールやタイにおいても、国内に統一した認証が存在し、特にタイでは「Kitchen of The World」を目指す政府の一環で、同国の認証マークを貼付した商品の輸出促進が政府により行われているという点を確認した。

これらの国々の積極的な取組が語るように、現代のムスリム市場は巨大なマーケットに発展しつつあり、地域産品の販路開拓や観光地への誘客を進める地方自治体にとっても今後看過できない存在となってくる。その際、本稿でまとめた事項がこれら自治体の取組に対し、示唆を与えるものとなれば幸いである。

最後に、本稿の執筆にあたり多忙なスケジュールの合間を縫って取材に応じて頂いた各国の政府機関、認証機関、民間企業の皆様にこの場を借りて謝意を表す。

## 参考文献

### はじめに

- ・ Pew Research Center “Why Muslims are the world’s fastest growing religious group” 2017 年 4 月 6 日  
<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/06/why-muslims-are-the-worlds-fastest-growing-religious-group/>
- ・ 日本政府観光局（JNTO）報道発表『訪日外国人旅行者数、初の 3,000 万人突破！』2018 年 12 月 19 日
- ・ 観光戦略実行推進タスクフォース『訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン』2018 年 5 月

### 第 1 章

- ・ (財) 自治体国際化協会シンガポール事務所『CLAIR REPORT 第 393 号 イスラム圏からの観光客誘致 ～東南アジアのムスリム観光客を日本へ～』
- ・ Pew Research Center “The Future of the Global Muslim Population” 2011 年 1 月 27 日  
<https://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/>
- ・ Carrie On ADVENTURES “Major world religions”  
<http://carrieonadventures.com/inspiration/worldreligions.html>
- ・ 店田廣文『イスラーム教徒人口の推計 2013 年』2015 年 5 月
- ・ Thomson Reuters. “State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019” 2018 年 10 月 28 日
- ・ 経済開発協力機構(OECD) “Economic Outlook for Southeast Asia, China and India 2019” 2018 年 12 月
- ・ 外務省『目で見る ASEAN —ASEAN 経済統計基礎資料—』
- ・ 日本政府観光局（JNTO）『月別・年別統計データ（訪日外国人、出国日本人）』
- ・ Crescentrating”Global Muslim Travel Index 2018”  
<https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2018.html>
- ・ 日本貿易振興機構（JETRO）『主要国におけるハラール関連制度・市場動向～農林水産物・食品の輸出に向けて～』2016 年 3 月
- ・ 農林水産省『ハラール食品輸出に向けた「手引き」（更新版）』2018 年 4 月

### 第 2 章

#### 第 1 節

- ・ 農林水産省プレスリリース「マレーシア向け牛肉の輸出解禁について」  
<http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/douei/171107.html>
- ・ JAKIM「MALAYSIA HALAL CERTIFICATION」資料
- ・ 日本貿易振興機構（JETRO）クアラルンプール事務所『ビジネス短信』

(2018年12月12日)

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2018/12/e70caa0f4f46953d.html>

- ・ 経済研究所年報・第29号(2016) 加藤博『イスラム経済の基本構造』
- ・ 経済産業省プレスリリース(2018年11月27日)  
<https://www.meti.go.jp/press/2018/11/20181127007/20181127007.html>
- ・ MATRADE プレスリリース(2019年7月9日)  
<http://www.matrade.gov.my/en/about-matrade/media/press-releases/4671-matrade-works-with-islamic-development-bank-to-create-business-opportunities-for-malaysia-with-oic-countries>
- ・ Tourism Malaysia プレスリリース(2019年8月20日)  
<https://www.tourism.gov.my/media/view/tourism-malaysia-to-ink-two-strategic-partnerships-with-expedia-group-to-drive-sustainable-tourism-efforts>

## 第2節

- ・ インドネシア中央統計局「Sensus Penduduk 2010」<https://sp2010.bps.go.id/>
- ・ 高橋宗生著『現在インドネシアの政治と経済：スハルト政権の30年』
- ・ みずほ総合研究所「ASEAN 主要国における人口構造の変化による経済への影響」
- ・ “LAW OF REPUBLIC OF INDONESIA NUMBER 33 YEAR 2014 CONCERNING HALAL PRODUCT ASSURANCE (ハラール製品保証に関するインドネシア共和国法 2014年33号)” (英語)  
<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ins139990.pdf>
- ・ 日本貿易振興機構(JETRO) ジャカルタ事務所『ビジネス短信』(2019年5月22日)  
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/05/f38ce657f216be81.html>
- ・ 『ハラール製品保証法実施に関する政令 2019年31号』(インドネシア語)  
<https://www5.jetro.go.jp/newsletter/jkt/2019/PP%2031%20Tahun%202019.pdf>
- ・ 日本貿易振興機構(JETRO) ジャカルタ事務所『ビジネス短信』(2019年6月13日)  
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/06/16e2dec09c05a6b4.html>
- ・ LPPOM-MUI Web ページ  
[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/133/1518/page/2](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/133/1518/page/2)
- ・ LPPOM-MUI “Certification Services Online Cerol-SS23000”  
<https://e-lppommui.org/new/>
- ・ LPPOM-MUI “MUI Halal Certification Procedure”  
[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/56/1362/page/2](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/56/1362/page/2)
- ・ LPPOM-MUI Web ページ  
[http://e-lppommui.org/documents/Manual\\_CEROL-Manufacturing\\_\(ENG-2.3\).pdf](http://e-lppommui.org/documents/Manual_CEROL-Manufacturing_(ENG-2.3).pdf)
- ・ LPPOM-MUI “List Of Approved Foreign Certification Halal Bodies”  
[http://e-lppommui.org/documents/List\\_Of\\_Approval\\_Certifier\\_Bodies.pdf](http://e-lppommui.org/documents/List_Of_Approval_Certifier_Bodies.pdf)

- ・株式会社矢野経済研究所 Web ページ

[https://www.yano.co.jp/seminar/2018/0927/img/halal\\_service.pdf](https://www.yano.co.jp/seminar/2018/0927/img/halal_service.pdf)

### 第3節 シンガポール共和国

- ・Popoulation in Breif 2018

<https://www.strategygroup.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/population-in-brief-2018.pdf>

- ・General Household Survey 2015

<https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/publications/ghs/ghs2015/ghs2015.pdf>

- ・日本貿易振興機構（JETRO）『シンガポールの概況』

[https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/basic\\_01.html](https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/basic_01.html)

- ・日本貿易振興機構（JETRO）『ジェトロ世界貿易投資報告 2019年版』

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/gtir/2019/06.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/gtir/2019/06.pdf)

- ・外務省『シンガポール共和国－基礎データ』

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/singapore/data.html>

- ・Crescentrating”Global Muslim Travel Index 2018”

<https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2018.html>

### 第4節 タイ王国

- ・自治体国際化協会『タイの地方自治』

<http://www.clair.org.sg/j/wp-content/uploads/2019/01/476.pdf>

- ・日本貿易振興機構（JETRO）『基礎的経済指標』

[https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/stat\\_01.html](https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/stat_01.html)

- ・日本貿易振興機構（JETRO）『ジェトロ世界貿易投資報告 2019年版』

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/gtir/2019/07.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/gtir/2019/07.pdf)

- ・newsclip（2019年1月29日）

<http://www.newsclip.be/article/2019/01/29/38811.html>

- ・Bangkok Post（2019年1月28日）

<https://www.bangkokpost.com/business/1619182/record-38-27m-tourists-in-2018-41m-expected-in-2019>

- ・日本貿易振興機構（JETRO）バンコク事務所『タイ日系企業進出動向調査 2017年 調査結果』

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/Reports/01/762117c2abed4a1c/20170074\\_summary.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/Reports/01/762117c2abed4a1c/20170074_summary.pdf)

- ・Crescent Rating “Global Muslim Travel Index 2019”

<https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>

- ・CICOT Web ページ

<https://www.cicot.or.th/en/about/regulation>

- ・CICOT Web ページ

<https://www.cicot.or.th/en/about/committee/lists/1/33>

- ・CICOT Web ページ

<https://www.cicot.or.th/en/about/regulation/detail/26/On-The-requirements-for-certification-process-of-Halal-products-BE2559>

- H-Number Web ページ

<https://h4e.halalthai.com/>

- Bangkok Post (2018年12月19日)

<https://www.bangkokpost.com/business/1597018/thailand-halal-assembly-2018>

- SankeiBiz (2018年8月15日)

<https://www.sankeibiz.jp/macro/news/180815/mcb1808150500003-n1.htm>

- THE ASEAN POST (2019年6月19日)

<https://theaseanpost.com/article/muslim-tourists-give-thailand-thumbs>

- 世界銀行 “International tourism, number of arrivals”

<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=JP-TH>

- 日本政府観光局 (JNTO) 『月別・年別統計データ (訪日外国人・出国日本人)』

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/)

- タイ政府観光・スポーツ省 Web サイト

[https://www.mots.go.th/mots\\_en57/more\\_news.php?cid=337&filename=index](https://www.mots.go.th/mots_en57/more_news.php?cid=337&filename=index)

- 日本政府観光局 (JNTO) 『日本の国際観光統計 2017年』

### 第3章

#### 第1節

- 農林水産業の輸出力強化戦略

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yushutsuryoku.html>

- ハラル食品輸出に向けた『手引き』

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/attach/pdf/Halal-1.pdf>

- 訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08\\_000244.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000244.html)

- 東洋経済 ONLINE 2014年7月12日

<https://toyokeizai.net/articles/-/42051>

- NPO 法人日本ハラル協会

<https://jhalal.com/auth>

- NPO 法人日本アジアハラル協会

<http://web.nipponasia-halal.org/service>

#### 第2節

- 日本航空株式会社/マレーシア航空 共同リリース (2019年5月27日)

<https://press.jal.co.jp/ja/release/201905/005184.html>

#### 第3節

- 埼玉県 ハラル化粧品の輸出促進

[https://ishidakosho.co.jp/halal/files/NewsRelease\\_melati.pdf](https://ishidakosho.co.jp/halal/files/NewsRelease_melati.pdf)

- 鳥取県 製品に係るハラル認証取得費用の補助

<http://db.pref.tottori.jp/pressrelease.nsf/webview/712908CC7AB0BDA249257E-F100169B4A?OpenDocument>

- 沖縄県 ムスリム旅行者おもてなしハンドブック

[https://inbound.ocvb.or.jp/oin/sites/default/files/manual/muslim\\_ALL.pdf](https://inbound.ocvb.or.jp/oin/sites/default/files/manual/muslim_ALL.pdf)

- 千葉市 ムスリムおもてなしマップ

<https://www.city.chiba.jp/keizainosei/keizai/promotion/muslimmap.html>

- ・宮城県 ハラール対応食普及促進事業  
<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/syokushin/halal.html>
- ・宮城県 ムスリム向け食品製造・生産ハンドブック（食品製造事業者向け）  
<https://www.pref.miyagi.jp/pdf/syokushin/muslimomotenashi2.pdf>

#### 第4章

##### 第1節

- ・農林水産省ウェブサイト  
[http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w\\_maff/h27/h27\\_h/trend/part1/chap1/c1\\_0\\_02\\_1.html](http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h27/h27_h/trend/part1/chap1/c1_0_02_1.html)
- ・農林水産省ウェブサイト「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略（2013年8月29日公表）  
[http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/kunibetsu\\_hinmokubetsu\\_senryaku.html](http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/kunibetsu_hinmokubetsu_senryaku.html)

##### 第2節

- ・阿良田麻里子『食のハラール入門 今日からできるムスリム対応』（講談社・2018年）
- ・阿良田麻里子『文化を食べる 文化を飲む グローカル化する世界の食とビジネス』（ドメス出版・2017年）

## 注 釈

### i イスラム協力機構（Organization of Islamic Coopertarion : OIC）

同機構は、現在 57 の加盟国を擁する。1969 年に発足したイスラム諸国会議機構（Organisation of Islamic Conference）を前身とし、2011 年に同機構に改称。加盟しているイスラム諸国間の連携を強化・一本化した上で、イスラム圏における経済・貿易協力を強化することにより、経済統合を果たし、引いてはイスラム共同市場を創設することをその目的としている。

### ii 危害要因分析重要管理点（Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP）

食品を製造する際に原材料の受入れから最終製品までの各工程ごとに、微生物による汚染、金属の混入等の危害要因を分析した上で、危害の防止につながる特に重要な工程を継続的に監視・記録する工程管理システム。

### iii ISO/IEC 17065

独立行政法人製品評価技術基盤機構によると、ISO/IEC 17065 は、製品認証機関が特定の製品、プロセス又はサービスの認証を実施する能力があるものとして認定を受けようとする場合の一般要求事項を規定したもの。

### iv 湾岸協力会議（Gulf Cooperation Coucil : GCC）

1980 年にアンマンで開催されたアラブ・サミットでのジャービル・クウェート首長の提案を受け、翌 1981 年にサウジアラビア、UAE、バーレーン、オマーン、カタール、クウェートによって設立。本部（事務局）はサウジアラビアの首都リヤドに所在。正式名称は「Cooperation Council for the Arab States of the Gulf（アラビア語：Majlis Al-Ta'aawni li Duwali Al khalyiji Al-'arabiya）」であるが、Gulf Cooperation Council（GCC）という略称が用いられることが多い。防衛・経済をはじめとするあらゆる分野における参加国間での調整、統合、連携を目的としている。

## 【執 筆】

一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所

所長補佐 中山 孝吉

所長補佐 川俣 英司

所長補佐 本田 雅美

所長補佐 石渡 喜彬

## 【監 修】

所長 天利 和紀

調査役 池上 卓久

調査役 田中 里沙