

第2回

ハラル市場でのビジネスチャンスを探る

●Case Study about the Halal Market and the Japanese Halal Certificate

ハラル市場と日本のハラル認証の事例研究

(一社)ハラル・ジャパン協会 副理事長 大竹 啓裕

ハラル産業とハラルマーク

インターネットで“ハラル”という言葉について調べると非常に多くの情報が出てくる。筆者は10年ほど大手ラーメンチェーン店を展開してきた経歴を持つのだが、4年ほど前からマレーシアのムスリムの先生を招き、居酒屋や飲食関係の雑誌社の方といった飲食業界の方向けの勉強会を行ってきた。当時はハラルがどのように展開していくか予想もしていなかったが、昨年から今年にかけて急激に盛り上がりを見せている。しかし、ハラルについては情報が氾濫しており知れば知るほどわからないという状況に陥っている。例えば、基本である豚とアルコールの禁止については認知されているものの、工場で使用される消毒用アルコールの使用もできないと認識している人が多いといった事例などが挙げられる。ハラルを事業として取組んでいくにあたり、日本人はハラルをJISマークのように捉え、マークさえ取得できれば次の門戸が開かれるような感覚でいるが、それがそもそも間違いである。ハラルをビジネスで活かしていくためには、第一のプロセスとして基礎となるイスラム教という宗教を学びハラ

ル認証取得のプロセスを知った上で、人、モノ、金をかけるだけのマーケットがあるかどうか、会社として取組むべきかどうかを判断することが次の重要なプロセスとなる。ハラル認証を取得するには相応のコストや期間がかかり、時流に合わせても仕方がない。我々がハラルの認証団体ではないことを強調するのは、参入しない方がよいと判断するケースや、必ずしもハラル認証マークを必要としない場合が多いからである。そこで、本稿ではハラル市場参入へのヒントについて述べる。

世界には非常に多くのハラルマークがあり、現在どのくらいあるか把握できていないが、アメリカ、フィリピン、オーストラリア、ブルネイ、インドネシア、シンガポール、マレーシア、タイ、インド、スリランカ、欧州のマークを合わせてもおそらく全体の1/10にも満たない。1つの国に複数のマークが存在する国もあれば、マレーシア、シンガポール、インドネシアなどのように1つのマークしかない国もある。日本には複数のマーク（認証団体）があり先進的に見えるが、実は後進的な証拠である。アメリカにも把握しきれないほどの数のハラルマークがある。なぜなら、ムスリムが生活の上で必

要とするため相応の数がなければならず、認証団体以外のモスク（イスラム教の礼拝堂）が発行するケースがあるためである。先月号でサイード氏が日本の認証団体は3団体くらいという紹介をしていたが、正確には名の知られているのは5団体あり、この中で積極的な活動を行っているのが3団体という言い方が正しい。ハラルマークは一般的に宗教法人やNPO法人が発行している。我々のような一般社団法人は発行していない。正確には発行できる権利が取得できない。なぜなら、筆者も含め我々の団体にはムスリムがいないからである。さらに言うと、我々はハラルを日本的ビジネスに活かすための教育団体であり、啓蒙団体であり、調査団体であり、マーケティングを担うことが役割である。

世界のハラル市場と日本の現状

(1)世界のハラル市場

図1は、マレーシアのHDC（Halal Industry Development Corporation：ハラル産業開発公社）が持つ資料の抜粋である。HDCとは、マレーシアのハラル認証団体JAKIMとも関係し、ハラル教育などを行っている国の機関である（日本では経済産業省

図1 ハラル産業概念図



図2 世界のハラル市場

