

インドネシアの食ビジネスとハラール認証

texted by 滋賀銀行 インドネシア研修生 大西 健介

2億4千万人という世界第4位の人口を抱えるインドネシア。その9割近くがイスラム教徒であり、世界最大のイスラム教国でもある。人口ボーナス期[※]を迎えた魅力的なマーケットとして注目されており、食ビジネスを展開したい企業が世界各国から集まっている。外国企業が当地で食ビジネスを展開するにあたり、最初に検討すべき「ハラール認証」の現状についてレポートする。

※生産年齢人口がそれ以外の人口より多く、高度の経済成長が可能状態



大人気のラーメン店には多くのインドネシア人が来店している。豚骨ラーメンも扱っており、メニューには豚使用の有無が表示されている

イスラム法は教徒の行動基準

世界のイスラム教徒の人口は2010年に16億人(世界人口の20%以上)、30年には22億人(同25%)と、全世界人口の4分の1がイスラム教徒となると推測されている。

イスラム教には、教徒の行動基準を定めた「イスラム法」があり、その内容は宗教に関するものから日常生活に関するものまで幅広い。イスラム教といえば、食に関するルールで「豚肉、アルコールの禁止」が広く知られているが、直接それらの飲食が禁じられているだけでなく、「製造過程で豚と一緒に保管してはならない」「鶏肉や牛肉などの解体方法はイスラム法を順守する必要がある」などの諸ルールが定められている。

ハラール認証とは

イスラム法のルールに合致し「許されたもの、合法であるもの」を意味するのが「ハラール」だ。イスラム教徒が食事をする際にはこれらのルールを順守したもののみを口にするため、教徒にとって許された(=安全な)ものだという証として「ハラール認証」が使用されている。人口に占めるイスラム教徒の割合が多いASEAN(東南アジア諸国連合)の国は、インドネシア、マレーシア、ブルネイなど。「ハラール産業」ともいべきイスラム教国の食産業の規模は2.1兆ドル(約210兆円)だ。大きなビジネスチャンスになる分野だ。

近年、日本でもハラール需要を取り込む動きが広がってきており、訪日するイスラム教徒にサービスを提供するために、一部のホテルなどが日本国内でハラール認証を取得している。

ハラール認証は、原材料証明書等の書類を認証機関に提出し、監視員による生産工場の視察調査、製品の成分調査を経て取得できる。認証は共通基準ではないため、取得方法や認証機関、運用は国によって異なっている。各国認証機関の相互認証は徐々に進んでいるが、すべての商材で認可されているわけではないため、それぞれの国でハラール認証機関の審査が必要になるケースが多い。

外食産業のハラール認証

外食産業分野では、インドネシア外食産業協会に加盟する飲食店のうちハラール認証を取得している店は全体の1割程度、そのほとんどが多店舗展開をしているチェーン店だ。インドネシアではハラール認証の有無を重視する^{けいけん}敬虔なイスラム教徒の割合は全体の約35%程度と、決して多くな

い。知人のイスラム教徒も「豚を使用しているかは必ず見るが、ハラール認証がない店でも気にせず利用している」と話す。ただし、建前を気にする人は多く、豚を強調した看板など一目でイスラム教違反と分かるような飲食店は敬遠されてしまう。

日系飲食店でも、ハラール認証を取得せず営業しているレストランが多い。「豚を使用しない料理を提供する」もしくは「料理に豚が入っている表示をする」などの対応により、豚を避けられるよう工夫している。豚骨ラーメン店でも多くのインドネシア人が来店しており、安心して食事ができる仕組みさえあれば十分だ。外食産業では、ハラール認証の有無は問題にならないといえる。

食品メーカーは認証必須

一方、小売流通業界では状況が大きく異なる。インドネシアの食品スーパーに並

んでいるほぼすべての商品がハラール認証を取得している。日系メーカーが現地で製造した清涼飲料水やインスタントラーメンなども例外ではなく、認証のない商品は輸入食品の一部だけ。小規模な小売店では見つけることすらできない。一般大衆向けに販売するスーパーマーケット等の店舗では、ハラール認証がないことを理由に陳列を断られることがあるくらい厳格だ。食品メーカーがイスラム教国でビジネスを始める場合、ハラール認証の取得は必須であり、外食産業と比較するとハードルは高いといえる。

過去には日系の化学調味料メーカーが製造過程で豚の酵素を使ったとして消費者保護法違反(虚偽表示)に問われ、現地職員が一時警察に拘束されるといった事件が起こった。ハラール認証は、取り扱いを間違えると大問題となるため、十分な注意と理解が必要だ。

中国デンタル事情～男はガマン～

日本で6月4日は「虫歯予防デー」。虫歯予防の大切さを普及する日とし、歯の衛生週間を設けて啓発イベント等が開催されている。

一方、中国のデンタルケアに対する意識はまだ低い。中国人の虫歯発生率は人口の30～50%で、そのうち治療を受ける人は10～15%にとどまる。患者一人当たりの虫歯数は平均2.47本で、計算上では人口13億人のうち患者数は約5億人、虫歯総数10億本以上になる。歯磨きに対する意識も低く、1990年代はまだ農村部住民の半分以上が歯を磨かず簡単な手入れのみ、都市部でも9割以上が正しい歯磨きをしていなかったようだ。民営の歯科診療所も少なく、上海でも人口1,300万人に対してわずか65軒だった。

その後、政府の政策により歯科診療所が普及したこと、所得水準が向上して「健康な歯」への意識が高まったことなどにより、中国デンタル市場は成長してきた。歯科医療機器市場は、2008年は1億6,000万米ドルと小規模だったが、13年には5億7,000万米ドルに成長、18年には14億7,000万米ドルにまで伸長すると予測されている。

この市場を狙って、世界の大手歯科材料メーカー各社が中国に進出している。現在の歯科医療機器市場の売り上げの9割は、海外メーカーによるものだ。海外に比べて歯科医療技術がまだ低く、治療器具は病院や医師に直接販売するため(大型・高額機器は入札方式)、各社は販売戦略の一環として歯科医師向けにセミナーや勉強会を開催し、治療技術の伝授とあわせて製品宣伝を行っている。日本の大手歯科材料メーカーも上海に日本式歯科技工を学べる歯科技工訓練センターの開設を予定し、売上を今後5年で10倍に引き上げる計画だ。

先日、中国人の同僚が「歯が痛い」と言うので病院に行くことを勧めたら、「歯医者は信用できない。男はガマンだ」と、受診しない。これまで歯科治療を受けたことがなく、怖いらしい。「歯医者ぎらい」に治療を受けさせるような販売戦略も売上拡大に効果的かもしれない。

(しがんアジア月報7月号より 上海研修生 大羽 千尋)



今では上海の民営歯科診療所は約600軒、公立と合わせると1,000軒近くまで増えた

| 品名 | 英語名 | 価格 |
|------------|------------------------------|---------|
| 豚ミンチカツ | Migas Minced Katsu | 55,000 |
| ビーマン肉詰めフライ | Prawn Miso Zume Fry | 46,000 |
| 牡蠣フライ | Kaki Fry | 125,000 |
| 海老フライ | Ebi Fry | 100,000 |
| 野菜とウィンナー炒め | Yasai to Winna Rame | 55,000 |
| ニラレバ炒め | Nira Reba Rame | 61,000 |
| 厚揚げと牛肉味噌炒め | Atsuage to Gyuniku Miso Rame | 60,000 |
| 茄子味噌炒め | Nasu Miso Rame | 52,000 |

日本食料理のメニュー表。豚を使用している料理をマークで示している



ハラール認証の表示のあるカップ麺

| 国別イスラム教徒人口構成 単位:百万人 | | | | |
|---------------------|---------|-------|----------|----------|
| 順位 | 国名 | 人口 | イスラム教徒比率 | イスラム教徒人口 |
| 1 | インドネシア | 239 | 87.20% | 209 |
| 2 | インド | 1,224 | 14.40% | 176 |
| 3 | パキスタン | 173 | 96.40% | 167 |
| 4 | バングラデシュ | 148 | 89.80% | 133 |
| 5 | ナイジェリア | 158 | 48.80% | 77 |
| 6 | エジプト | 81 | 94.90% | 76 |
| 7 | イラン | 73 | 99.50% | 73 |
| 8 | トルコ | 72 | 98.00% | 71 |
| 9 | アルジェリア | 35 | 97.90% | 34 |
| 10 | モロッコ | 31 | 99.90% | 31 |

出展: Pew Research Center 2010年

