

CLAIR REPORT No. 393

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～

Clair Report No.393 (Mar 10, 2014)

(財)自治体国際化協会 シンガポール事務所



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かか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、ご意見等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

(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

はじめに

2013 年 6 月に観光立国推進閣僚会議により示された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」には、観光は、日本の力強い経済を取り戻すために極めて重要な成長分野であり、今後人口減少・少子高齢化が見込まれる中、国内の観光需要を喚起するとともに、急速に成長するアジアを始めとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域経済の活性化、雇用機会の増大などにつなげていくことが重要であると論及されている。

2013 年は、ビジット・ジャパン事業が開始され、観光立国の実現に向けた取組が本格化して 10 周年の節目の年であった。政府は 2013 年に史上初の訪日外客数 1,000 万人を目標とし、過去最高の 1,036 万 4,000 人を達成した。しかしながら、日本政府観光局（JNTO）の 2012 年外国人訪問者数比較において、東南アジア市場で日本の競合と言われる韓国には 1,114 万人（第 23 位）が訪れている現状を鑑みると、日本にはさらなる外国人観光客を取り込む余地があると考えられ、日本ブランドの浸透、国際競争力の強化が不可欠である。

経済発展に伴い、富裕層・中間層の急速な増加が見込まれる東南アジアをターゲットとして観光誘致に取り組む自治体が増加している。当事務所においても、シンガポール・マレーシア・タイ・インドネシア・フィリピンの国際旅行フェアにおいて日本政府観光局（JNTO）と連携し自治体の観光 PR 支援を行うとともに、旅行フェアの様子をレポートしている。年々、当地で開催される国際旅行フェアへの参加自治体・団体の数が増えていることから、東南アジア市場に対する期待の大きさが窺える。また旅行フェアなどにおいて現地の消費者と接していると、東南アジアにおいて日本はますます身近な国となり、訪日旅行を検討する層が年々厚くなっていると実感する。

2012 年頃から、増加する東南アジアからの訪日旅行者の中で主要な部分を占めるムスリム観光客の受入環境を整備する必要が認識され、政府・自治体・団体・企業がそれぞれ対応を進めているところである。この動きは、2020 年の東京オリンピック開催に向け、ますます加速するものと思われる。

本レポートは、「イスラム圏からの観光客誘致」に取り組むにあたって参考にすべきと思われる、イスラム市場の現状、先進事例、日本国内の受入環境整備状況についてまとめたものである。日本を訪れるムスリム観光客の不安を軽減し満足度を高め、イスラム圏からの新規観光客、さらにリピーターを獲得していくことは、各地方の観光地としての国際競争力を高めることにつながる。本レポートが、ムスリム観光客受入環境整備を進めようとする自治体・関係機関の取り組みの一助となれば幸いである。

最後に、本レポートの執筆にあたり御協力頂いた日本政府観光局（JNTO）シンガポール事務所、関係者の方々に厚く御礼申し上げる。

（財）自治体国際協会 シンガポール事務所長

目次

はじめに

概要	1
第1章 東南アジアのイスラム観光市場とその可能性	3
第1節 イスラム観光の定義	3
第2節 イスラム市場の現状と可能性	4
1 世界のイスラム人口	4
2 東南アジアのイスラム市場	4
3 イスラム観光市場	5
第3節 東南アジアのムスリム訪日旅行動向	6
1 高い伸び率を示す東南アジアからの訪日旅行客数	6
2 インドネシア及びマレーシア訪日ムスリム観光客の特徴	7
(1) インドネシア	7
(2) マレーシア	8
第2章 ムスリム観光客受け入れのための基礎知識	9
第1節 ハラール	9
1 ハラール・ハラール	10
2 ハラール認証	10
3 ハラール産業	11
第2節 イスラム教の五行（イスラム教徒に課された5つの義務）	11
1 信仰告白（シャハーダ）	11
2 礼拝（サラート）	11
3 喜捨（ザカート）	11
4 断食（サウム）	11
5 巡礼（ハッジ）	12
第3節 ムスリムが旅行先に求めること	12
1 ムスリムの旅行に関する調査（Global Muslim Lifestyle Travel Market2012）	12
2 ムスリムツアー取扱旅行会社への聞き取り調査	13
3 旅行フェアにおける聞き取り調査（シンガポール・マレーシア・インドネシア）	14
第3章 イスラム圏からの観光客誘致先進国～マレーシア～	15
第1節 ハラールハブ	15
1 ハラールハブ化のための戦略	15
(1) ハラール商品・サービス中心地としての認知度向上	15
(2) 発達する周辺国のハラール商品・サービス産業との競争における優位性確保	15
(3) 原材料確保・競争力強化を目的とした国外投資の促進	16

(4) 研究開発の強化と技術開発	16
(5) ハラルを遵守したサービスの開発	16
(6) ハラル認証制度を活用したマレーシア産ハラル商品の差別化	16
(7) 商品の質と食の安全性の確保	17
(8) 総合的なハラルパークの開発	17
(9) ハラル認証プロセスの総合調整	17
(10) 関連省庁・機関の調整の強化	17
(11) 組織・人材の能力強化	17
2 ハラル関連機関とハラル関連展示会	17
(1) ハラル産業開発公社 (Halal Industry Development Corporation: HDC)	17
(2) イスラム開発局 (Department of Islamic Development Malaysia: JAKIM)	17
(3) Malaysia International Halal Showcase(MIHAS)	18
第2節 「Muslim Friendly Destination」 (ムスリムに優しい旅行先) としての観光客誘致	18
1 イスラミック・ツーリズム・センター (Islamic Tourism Centre)	18
2 ワールド・イスラミック・ツーリズム・マート (World Islamic Tourism Mart: WITM)	19
第4章 日本におけるムスリム観光客受入環境整備事例	20
第1節 政府による受入環境整備 (観光庁・日本政府観光局)	20
第2節 自治体による受入環境整備	20
第3節 ムスリム観光客受入環境整備に寄与する団体・企業	23
1 特定非営利法人日本ハラル協会	23
2 一般社団法人ハラル・ジャパン協会	23
3 日本アセアンセンター	23
4 マレーシアハラルコーポレーション株式会社	24
第4節 ムスリム観光客受け入れに取り組む企業の活動例	24
1 旅行会社における取り組み事例①～株式会社ミヤコ国際ツーリスト～	24
2 旅行会社における取り組み事例②～沖縄ツーリスト株式会社～	25
3 日本料理店での取り組み事例～美濃吉～	25
4 ハラル弁当～ハラルデリ、リングントジャパン～	25
5 ハラル食品の提供～株式会社二宮～	26
おわりに～現状と自治体の役割～	27
付録1 イスラム圏からの観光客誘致に関連する日本国内の主な出来事 (2012 年～)	29
付録2 東南アジアにおけるムスリム観光客受入対応例	32

概要

現在、イスラム教徒（ムスリム）人口は 16 億人を超え、世界全人口の 4 分の 1 を占めると言われている。特に、世界最大のムスリム人口を抱えるインドネシア、イスラム教を国教とするマレーシアを始めとする東南アジア諸国の経済成長が著しいことから、未開発市場としてイスラム市場に注目が集まっている。日本においても、東南アジア諸国は、生産拠点としてのみならず、成長する巨大な消費市場として期待されている。

観光産業においても、イスラム圏は存在感を増しており、世界最大の国際観光消費国であるドイツの消費額を超える勢いとなっている。「イスラム観光」は、観光産業における最大の未開発かつニッチな領域として注目を集めており、早々に対応を進めた国々は、ムスリム観光客の旅行先として選ばれている。

ムスリム人口の多い東南アジアからの訪日旅行客は、近年着実に増加している。2013 年には、タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・ベトナムからの訪日客が過去最高を記録した。政府、自治体、企業などが今後更なる増加が見込まれるムスリム観光客受入環境の整備に取り組み始めている。

本稿では、イスラム観光市場、特に東南アジア市場の可能性について検証し、東南アジアからムスリム観光客をさらに日本に呼び込むためにはどのような環境整備が求められるのか考察する。また、ムスリムが安心して旅行できる環境の整備及びイスラム市場への売り込みに際して、地方自治体が果たせる役割について検証する。

第 1 章 東南アジアのイスラム観光市場とその可能性

2012 年頃から高まっているムスリム観光客受け入れに向けた動きの背景を明らかにする。日本ではまだなじみのない「イスラム観光」の定義を紹介し、イスラム市場規模、東南アジアのイスラム市場動向、世界のイスラム観光市場規模を概観する。東南アジアのムスリム訪日動向、東南アジアの中でも特にムスリム人口の多いインドネシア・マレーシアからの訪日ムスリム観光客の特徴など、現在、主に日本を訪れているムスリム観光客のあらましを紹介する。

第 2 章 ムスリム観光客受入のための基礎知識

ムスリムは、国、民族、イスラム学派の違いにより宗教的戒律に違いがあり、個人によっても厳格さが異なる。日本では、他の宗教と比較してイスラム教と接する機会が少ないため、ムスリムを特別視する傾向があるが、ムスリム観光客の場合も、これまで欧米、東アジアなどから観光客を受け入れて来た場合と同様、個々のニーズに応じていくことが基本となる。

しかし、ムスリムにとっては、宗教が生活の土台となっていることから、食生活を含め個人の宗教や信条を遵守する傾向が強い。そこで、ムスリム観光客受け入れにあたり、最低限理解しておくべき「ハラール」、イスラム教の生活規範を紹介するとともに、ムスリム旅行を取り扱う旅行会社からの聞き取り調査、シンガポール・マレーシア・インドネシアにおける国際旅行フェアにおいて実施した聞き取り等の結果から、ムスリムの旅行先におけるニーズについて検討する。

第3章 イスラム圏からの観光客誘致先進国～マレーシア～

マレーシアがいかなる戦略のもとにイスラム圏からの観光客誘致を進めてきたか考察する。マレーシアは、連邦の宗教であるイスラム教を成長戦略の根幹に据え、ハラールハブ化による産業振興を図るとともに、ムスリムが安心して訪れることができる国というイメージを目指してきた。この結果、「Top Halal Friendly Holiday Destinations」として三年連続第1位と評価され、2012年に訪れた観光客2,503万人のうち2割超がムスリムであったと推計されるほど、マレーシアは旅行先としてムスリムから支持を集めている。

第4章 日本における受入環境整備事例

現在、観光庁・日本政府観光局を中心として、自治体、関係団体、企業により進められているムスリム観光客の受入環境整備主な事例を紹介する。

日本では、2012年頃からムスリム観光客受入に対する機運が高まった。政治的理由による中国・韓国からの訪日旅行需要の急激な減少を受け、送客元の多様化により特定市場に過度に依存しない構造を作り上げる必要性が認識されたことから東南アジア市場に注目が集まったことは重要な要因であると考えられる。観光庁の2013年予算では「東南アジア・訪日100万人プラン」が新設され、非ビジットジャパン予算事項として、ハラールフード対応、祈祷所の情報提供などが挙げられている。

第1章 東南アジアのイスラム観光市場とその可能性

第1節 イスラム観光の定義

「イスラム観光」(Islamic Tourism)という言葉は、日本ではまだなじみのない言葉だが、東南アジア、中東などのイスラム教徒が多い国では、「イスラム観光」をテーマにした会議や旅行フェアなどが定期的に行われている。

狭義の「イスラム観光」は、イスラム世界において、主としてイスラム教徒によって行われる観光のことを指すが、マレーシアにあるイスラミック・ツーリズム・センター (Islamic Tourism Centre) (センターの詳細については第3章で述べる) は、「イスラム観光」を『イスラム教に則った旅行に含まれる全ての活動、事象、経験、道楽』と定義している。また、Joan C. Henderson は、その論文の中で「参加者はイスラム教に則った範囲ではあるが、非イスラム教徒と同様のレジャー体験を追求し、旅行先は必ずしもイスラム教が完全に制定された土地とは限らない」ものも広義の「イスラム観光」であるとして紹介している。

表1：ムスリム観光客の海外渡航先上位10か国（2010年）

国名	この国を訪れる主なムスリム観光客の出身国
マレーシア	インドネシア・シンガポール
トルコ	イラン・アゼルバイジャン・ロシア・ドイツ
アラブ首長国連邦	サウジアラビア・イラン・エジプト・アゼルバイジャン・パキスタン
シンガポール	インドネシア・マレーシア
ロシア	カザフスタン・アゼルバイジャン・イラン・トルコ
中国	インドネシア・マレーシア・イラン
フランス	アルジェリア・モロッコ・チュニジア
タイ	マレーシア・インドネシア・シンガポール・オマーン
イタリア	ドイツ・チュニジア・フランス・モロッコ・エジプト
シリア	サウジアラビア・トルコ・イラン

出典：Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study Executive Summary(2010 UNWTO data, various national tourism statistic sources)

第2節 イスラム市場の現状と可能性

1 世界のムスリム人口

ハラール市場年鑑 2013 では、2011 年時点での世界のムスリム人口は、16 億 2,154 万人と推定している。これは世界人口 68 億 9,589 万人の 23.2%、世界人口のおよそ 4 分の 1 がムスリムにあたる。ムスリム人口は 2030 年には、21 億 9,088 万人になると予想されている。

アジアにおけるムスリムは、東南アジアに 2 億 4,239 万人（ムスリム人口の 14.9%）、南アジアに 5 億 2,440 万人（32.3%）、西アジアに 2 億 7,714 万人（17.1%）であると推定され、これらに日本や中国などの東アジアを加えたアジア全体のムスリム人口は 10 億 6,883 万人であり、世界のムスリム人口の 65.9%を占めている。

2010 年の国別ムスリム人口では、インドネシアの 2 億 1,262 万人が 1 位となっており、インドの 1 億 8,130 万人、パキスタンの 1 億 7,094 万人がこれに続いている。東南アジアでムスリムの多い国はインドネシア、マレーシア（1,767 万人）、フィリピン（485 万人）、タイ（402 万人）、ミャンマー（1,841 万人）、シンガポール（76 万人）などである。

表 2：東南アジアの国別ムスリム人口

国	人口（千人）	ムスリム比率（%）	ムスリム人口（千人）
インドネシア	239,871	88.1	212,623
マレーシア	28,401	61.4	17,672
フィリピン	93,261	5.1	4,852
タイ	69,122	5.8	4,021
ミャンマー	47,963	3.8	1,841
シンガポール	5,086	14.9	760
カンボジア	14,138	1.6	230
ブルネイ	399	51.9	210
ベトナム	87,848	0.2	176
ラオス	6,201	0.0	1
東ティモール	1,124	0.1	1

出典：ハラール市場年鑑 2013「国別ムスリム人口（2010 年）」より抜粋

2 東南アジアのイスラム市場

近年、イスラム市場が注目されている背景には、東南アジア・ASEAN 諸国の著しい経済成長がある。経済協力開発機構（OECD）は、ASEAN10 か国の 2014 年～2018 年の経済成長率を平均 5.4%であると予想している。東南アジア諸国の経済成長は、中間層の拡大に伴う好調な内需に支えられており、世界的金融危機やユーロ圏の財政危機などが及ぼす影響は限定的である。このことから、東南アジアは生産拠点としてのみならず、成長する巨大な消費市場として期待されている。

東南アジアの中でも、ムスリム人口が世界最大のインドネシアでは、2014 年～2018 年の経済成長率が 6.0%、イスラム教を国教とするマレーシアも 5.1%であると予想されており、両国とも「ASEAN の優等生」と呼ばれている。インドネシア、マレーシアといったムスリムが過半数を占める国において今後さらなる成長が期待されることから、東南アジアのイスラム市場、その先にある 16 億人を擁するイスラム市場に注目が集まっている。

3 イスラム観光市場

国連世界観光機関（World Tourism Organization: UNWTO）は、2011 年の世界の国際観光収入は 1 兆 300 億 US ドルと推定している。シンガポールに拠点を置くムスリム向け旅行コンサルタント会社 Crescentrating とアメリカに拠点を置くイスラム市場調査会社 DinarStandard が行った調査「Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study」によると、イスラム観光市場における 2011 年の国際観光消費額は、1,261 億 US ドルと推定され、国際観光収入総額のおよそ 12.3%を占めている。これは、世界最大の国際観光消費国であるドイツの国際観光消費額（1,118 億 US ドル）を超えており、イスラム観光市場が重要な市場であることを示している。（表 3）

2011 年には、世界の国際観光客到着数が 10 億人に達し、2030 年には 18 億人に達すると見込まれている。これまで多くの観光客を送り出してきた北米、ヨーロッパからの観光客は微増にとどまる一方で、アジア・中東地域、イスラム圏からの観光客は大幅に増加することが見込まれている。UNWTO によると 2010 年には全体の 22%であったアジア・太平洋地域の国際観光市場におけるシェアは、2030 年には全体の 30%となると推測されている。中東地域は 2010 年の 6%から 2030 年には 8%のシェアに増加するとみられている。東南アジア諸国の経済成長により、海外旅行が可能な中間層が多く誕生していることが要因の一つであろう。

2005 年から 2010 年の間に国際観光消費額が増加した上位 20 か国のうち、6 か国（サウジアラビア、イラン、ナイジェリア、アラブ首長国連邦、インドネシア、マレーシア）がイスラム協力機構（OIC¹）加盟国であった。「Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study」は、2012 年から 2020 年のイスラム観光市場の国際観光消費増加率を年平均 4.79%であると推測している。これは、同時期の世界の国際観光消費増加率として予測される年平均 3.8%を上回っている。国際観光市場においてもイスラム圏の存在感が高まっていることがわかる。

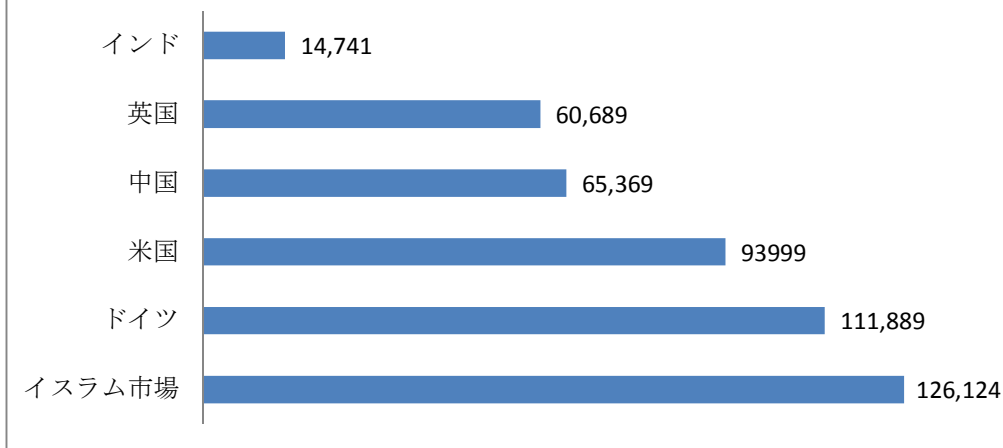
イスラム市場の成長が顕著である現在、「イスラム観光」は観光産業における最大の未開発かつニッチな領域として注目を集めている。マレーシア、シンガポール、タイ、韓国、香港などでは早々にムスリムに配慮した対応を進めており、ムスリムの旅行先として選ばれている。



【香港、韓国、台湾が配布するムスリム向けガイドブック】

¹ イスラム協力機構（OIC: Organization of The Islamic Cooperation：1969 年 9 月、モロッコのラバトで開かれたイスラム諸国会議などで設立が決まり、1971 年 5 月に創設された加盟諸国の連帯強化、各分野における交流促進、イスラム諸国に対する抑圧に反対し、解放運動を支援することを目的とした機構。56 ヶ国とパレスチナ解放機構（PLO）が加盟。

表3：国際観光消費額上位国とイスラム市場比較（2011年）
（単位：100万USドル）



出典：Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study Executive Summary(2010 UNWTO data, various national tourism statistic sources)

第3節 東南アジアのムスリム訪日旅行動向

UNWTOによると2011年に東南アジアを訪れた国際観光客数は2010年と比較して10%増加しているが、高い域内旅行需要が同地域の特徴であり東南アジア発の国際観光はこれまで同地域内の旅行が主であった。しかし最近では、富裕層・中間層の増加、格安航空の就航による旅行価格の低下などにより同地域外への旅行も増加しているとみられている。

従来東南アジアから日本を訪れていたのは、その多くが中華系の富裕層であったが、格安航空の就航、中華系以外の所得増加に伴い、東南アジアでムスリム人口の多いインドネシア、マレーシアなどからマレー系（その多くがムスリム）の訪日旅行客が増加傾向にある。

1 高い伸びを示す東南アジアからの訪日客数

JNTOによると2013年の訪日外国人数は、前年比24%増の1,036万4,000人で過去最高を記録した。とりわけ東南アジアの伸びが顕著であり、タイ45万3,600人（前年比74%増）、シンガポール18万9,200人（同33.1%増）、マレーシア17万6,500人（同35.6%増）、インドネシア13万6,800人（同34.8%増）、ベトナム8万4,400人（同53%増）は過去最高を記録した。2013年はフィリピンを加えた東南アジア6か国合計で114万8,800人の過去最高を記録し、前年比48.3%増となった。

主要要因として査証免除及び緩和²による効果、経済発展に伴う中間層の可処分所得の増加と海外旅行市場の拡大、ビジットジャパン事業による訪日旅行の需要喚起、格安航空などの新規就航や増便、円安による旅行費用の割安感などが挙げられる。査証免除の効果は非常に顕著であり、タイとマレーシアは前年同期比（7月～12月）でそれぞれ96.1%増、52.6%増の高い伸

² 2013年7月1日よりタイ及びマレーシアのICパスポート所持者を対象に、短期滞在を目的とした訪問の査証が免除され、インドネシアについては、短期滞在数次査証の1回の滞在期間が最長30日に延長された。

びを示した。訪日旅行者全体に占める東南アジア 6 か国の割合は、2012 年の 9.3%から 2013 年は 11.1%となった。今後ますますその割合が拡大することが期待されている。

表 4：【東南アジア国別訪日観光客数】（単位：人）

	2011 年	2012 年	2013 年	2012/2013 伸率
タイ	144,969	260,859	453,600	74.0%
シンガポール	111,354	142,253	189,200	33.1%
マレーシア	81,516	130,288	176,500	35.6%
フィリピン	63,099	85,127	108,300	27.4%
インドネシア	61,911	101,498	136,800	34.8%
ベトナム	41,048	55,228	84,400	53.0%

出典：日本政府観光局（JNTO）「ムスリム・ツーリズムセミナー（2013 年 5 月 17 日）」資料、JNTO 報道発表資料
平成 26 年 1 月 17 日に基づき作成

2 インドネシア及びマレーシア訪日ムスリム観光客の特徴

東南アジアには親日的な国が多いことで知られているが、インドネシア及びマレーシアはその傾向が特に強いといえる。野村総合研究所が東南アジア 5 か国の消費者に「自国の商品やサービスに最も影響を与えていると思う国」をアンケート調査³した結果、日本がインドネシア及びマレーシアにおいて首位となった。また、国際交流基金が 2012 年に実施した「海外日本語教育機関調査」の速報値で、インドネシアの日本語学習者数は 87 万 2,406 人と中国（104 万 6,490 人）に次いで世界第 2 位であると発表された。マレーシアの日本語学習者数（3 万 3,077 人）は、タイ、ベトナムに次いで第 9 位であった。日本語の学習動機としては、「日本語でのコミュニケーション」のほか、「将来の就職」、「歴史・文学」、「アニメ・漫画」などが挙げられている。インドネシア及びマレーシアは、東南アジアの他の国々と比べても日本の影響力が強く、日本文化などに関する興味・関心が高いことから、さらなる訪日旅行需要の伸びが期待できる。

JNTO がインドネシア及びマレーシアを対象に、ムスリムによる海外旅行の特徴やニーズなどを把握するために行った調査（2012 年 12 月～2013 年 3 月）、及び当協会が過去にインドネシアとマレーシアで行った旅行会社への聞き取りからは、インドネシアとマレーシアのムスリム観光客に以下のような傾向があることがわかる。

（1）インドネシア

インドネシアのムスリムは、東南アジア域外の遠方への旅行は、フルパッケージのツアーを好む傾向があり、訪日旅行も例外ではない。圧倒的に家族旅行（4 人～6 人）が多く、主な旅行時期は、①6 月～7 月にかけての学校休暇、②断食明け大祭（レバラン）⁴休暇、③12 月下旬～1

³株式会社野村総合研究所 ASEAN5 カ国消費者アンケート調査：アンケートは 2012 年 8 月～12 月にマレーシア、タイ、インドネシア、ベトナム、ミャンマーの主要都市在住の満 17 歳～59 歳の男女個人（各都市別に収入レベル上位 50%層を抽出）を対象に実施。4,153 名分の有効回答があった。

⁴断食明け大祭（レバラン）：イスラム暦の第 9 月の断食月の終わりを祝うイスラム教の二大祭。イスラム暦に従うため、毎年 11 日程度ずつ早まる。この前後に 2 週間程度のレバラン休暇を取得する人が多い。

月初旬である。ムスリムの旅行の最大のピークはレバラン休暇であるが、日本や韓国への旅行は12月下旬～1月初旬が好まれる。インドネシアのムスリムは、食事よりも礼拝を重要視する傾向があり、空港やテーマパークなどの施設に礼拝可能なスペースがあると喜ばれる。

(2) マレーシア

マレーシアのムスリムの旅行形態は所得、世代、渡航先により異なる。言葉に不安がある国への旅行はグループツアーを利用することが多い。一方で、ムスリム同士でも厳格さや関心分野が異なるため他人と旅行することを好まない人も多い。2006年に設立されたマレーシアを地盤とする格安航空会社「エアアジア X」を利用した個人旅行による訪日客が増加していくともみられる。近年、レジャー目的で海外旅行を楽しむムスリムが増加していること、カスタマイズした旅行を好む富裕層が出てきたことなどが特徴として挙げられる。インドネシアと同様4人～6人の家族旅行が多く、主な旅行時期は6月、11月、12月である。訪日旅行のピークシーズンは、桜の時期と12月である。現地の旅行会社は、中国、韓国、台湾、日本、欧州行きのハラールフード、モスク訪問・礼拝を組み込んだムスリムツアー商品を造成している。

第2章 ムスリム観光客受入のための基礎知識

これまで、主な訪日観光客はヨーロッパ、米国、香港、台湾、韓国、中国などからの観光客であり、宗教的配慮を求められる機会は少なかった。外国語やベジタリアンなどの食事への対応以外は「おもてなし」、「気配り」として外国人観光客個々の嗜好・要望に対応していた。

日本ではムスリム観光客への対応経験が浅いことから、イスラム教への対応には何か特別な考え方が必要であるように捉えられることがあるかもしれない。しかし、ムスリム観光客に対しても他の宗教の観光客と同様、一人一人のニーズに応えることが基本となる。ムスリムといっても、国、民族、イスラム学派等の違いにより宗教的戒律に違いがあり、個人の考え方によっても宗教に対する厳格さや、生活習慣、食の選択などが異なる。

しかしながら、イスラム教では宗教が生活の土台となっており、ムスリムは食生活を含め、個人の宗派の教義を遵守する傾向が強い。そのため、イスラム教徒の基本的な生活規範への理解を深め、宗教的配慮が行き届いた環境を整備し、そのことをイスラム圏にアピールすることが、イスラム圏からさらなる観光客を呼び込むために有効と思われる。

本章では、ムスリム観光客受け入れにあたり最低限理解しておくべき「ハラール」、イスラム教の生活規範を紹介し、これらに基づいてムスリム観光客が旅行先に求めることは何かについて考える。

第1節 ハラール

1 「ハラール」と「ハラーム」

「ハラール」とは、クルアーン（コーラン）を最も重要な法源とするイスラム法（シャリーア）において、「合法である」、「許可された」という意味の言葉である。「ハラーム」は「不法である」、「禁止された」という意味であり、「ハラール」であるか「ハラーム」であるか決めるのはアッラーのみであるとされている。「ハラール」とも「ハラーム」とも言い難いもの、疑わしいものは「シュブハ」とされ、避けるべきものとされている。シャリーアは、信仰と生活を区別することなく人間の営み全てに関わるルールについて定めている。「ハラール」、「ハラーム」という概念は、食事内容はもちろん、結婚、離婚、遺産相続、身だしなみ、金融などあらゆることについて適用される。

マレーシアのハラール産業開発公社（Halal Industry Development Corporation）によると、イスラム教のハラールとハラームの原則は、以下のように整理される。

原則1	アッラーが創造したものは、特に禁止された幾つかの例外を除き、ハラールである。 【禁止されるもの】 ▪ 豚肉/犬 ▪ 血液 ▪ シャリーアに則った正しい食肉処理以外の原因で死んだ動物の肉 ▪ カマール（酒） ▪ アルコール
原則2	ハラールとすること及びハラームとすることは、アッラーのみが持つ権利である。
原則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、人間が食べるのには適さない。 ■ 動物から出る血液には、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と考えられる。 ■ 豚は病原性寄生虫が人間の体内に入るにあたっての媒介生物となる。その一般的なものは、施毛虫症や有鉤条虫症である。
原則 4	許されるもの（ハラール）で十分であり、禁止されるもの（ハラーム）は不要である。
原則 5	禁止されるもの（ハラーム）につながるものは全て、禁止されるもの（ハラーム）である。
原則 6	非合法なもの（ハラーム）を合法（ハラール）と偽って表示することは禁止される。
原則 7	疑わしきものは避けるべきである。

従って、食事で特に注意すべきものは、豚及び豚由来成分（豚の身や骨でダシをとったスープ、ゼラチン、コラーゲン、ソーセージ用の豚腸など）、アルコール及びアルコール成分、血液である。ムスリムにとって、ハラール食品のみを口にすることは神の教えに忠実に従うこと、すなわち信仰そのものであるといえるが、信仰心の強さ、生活習慣（食習慣）などにより個人差がある。メニューに出来る限り食材や成分を示し、丁寧にコミュニケーションをとって要望に応える必要がある。

2 ハラール認証

ハラール認証とは、イスラム教が禁ずる豚肉やアルコールなどを含まない安全な食品などの規格を定め、原材料、製造工程、製造品質を審査し、適合製品を認証し、これを表示（ハラールロゴ）させるハラールロゴの使用許諾である。ハラール認証を取得した商品はイスラム法で合法であると同時に、健康的、安全、高品質、高栄養価であるといえることができる。これは、ハラール認証を受ける際に、イスラム法に則った基準を満たすことはもちろん、衛生、品質管理の基準に適合する必要があるからである。例えば、マレーシアは世界で唯一、政府がハラール認証取得手続きの促進を全面的に支援している国であるが、マレーシアのハラール規格はハサップ（HACCP）などの食品衛生基準を援用して、これが満たされることを求めている。従って、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、非ムスリムにとっても安心して購入できる商品であるといえる。

ハラール認証は国際基準がなく、各国においてそれぞれ基準が設けられている。認証機関もマレーシアを除いては地方・州単位で設立されたものか、もしくは非政府組織（NGO）の支援を受けたものである。イスラム教の宗派や消費者の考え方の違いから、各国のハラール認証に対する見解は異なっている。例えば、トルコでは製品にハラールロゴを貼ること自体認められ

ていない。サウジアラビアやカタールでは、販売されている製品がハラールであるのが当たり前との認識からロゴは不要との意見がある。マレーシアを中心に、統一したハラール認証の国際基準を策定する動きがあるが、仮に一つの基準ができたとしてもそれはガイドラインに過ぎず、各国の状況に応じた補助的な基準が必要であるとみられている。

3 ハラール産業

マレーシアの「第三次産業総合計画 2006-2020 (Third Industrial Master Plan(IMP3), 2006-2020)」には、「ハラール産業」として、食品、薬品、健康関連商品、医療機器、化粧品、サービス業（物流、梱包、ブランディング、マーケティング、メディア、旅行産業）が挙げられている。同計画では、食品、非食品を含めたハラール市場規模は年間 2 兆 1,000 億 US ドルを超え、増加傾向にあるムスリム人口に比例して、市場も拡大していくと予測されている。

東南アジアは、大規模な消費者市場、ハラール食品生産の急速な発展及び各国におけるハラール認証の進展などにより、ハラール産業の重要かつ競争的な市場となっている。現在、世界のハラール市場において中心的な立場にあるのは、マレーシア、タイ、シンガポール、フィリピン、ブルネイ、中国、インド、オーストラリア、米国などであるといわれている。

第2節 イスラム教の五行（イスラム教徒に課された5つの義務）

イスラム教では、信仰を具体的な行動で実践し、証明することが求められている。信仰告白、礼拝、喜捨、断食、巡礼の5つの行為（五行）が、正しい信仰の実践としてイスラム教徒に義務づけられている。受入環境整備にあたって配慮すべきムスリム観光客のニーズは、これらの行為を旅行先でも実践する必要があることから生じるため、イスラム教の五行について正しく理解しておく必要がある。

1 信仰告白（シャハーダ）

イスラム教徒であるための最も根本的な信条の表明として、「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ることである。日々の礼拝においても、この言葉を唱えることが義務づけられている。

2 礼拝（サラート）

礼拝は、神への究極的な服従と感謝の意思を示すもので、イスラム教徒は、特別な事情がない限り、一日に5回アラビア語で礼拝を行うことが義務づけられている。礼拝は、イスラム教徒の生活の中心であるといえる。礼拝は一人でも、集団でも行うことができるが、毎週金曜日の正午に行われる集団礼拝は、導師のもと、モスクで行うのが原則である。

3 喜捨（ザカート）

喜捨とは、貧しい者、寡婦、孤児、新たに改宗した者など、困窮者の救済を目的とした義務的な施しのことである。1年間所有した金銭、家畜、収穫物などの財産から一定の割合で徴収されることとなっているが、現代ではサウジアラビアなどの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。しかし、ザカートによって根付いた寄付の文化はイスラム世界に色濃く残っている。

4 断食（サウム）

イスラム暦の第9月は断食月（ラマダーン）と言われ、日の出から日没まで飲食、喫煙、性交などが禁止されている。イスラム教徒の多い国では、この期間は飲食店が日中の営業を控えることもあり、非イスラム教徒であっても、断食中の人から見える場所での飲食は避けるなど配慮が必要である。日没後は、飲食が許されるため、普段よりも豪勢な食事を楽しむ人が多い。

断食月が終わると、イスラム教の二大祭礼*の一つ「断食明けの祭」となり、モスクでの集団礼拝などが行われる。旅行に出かける人が多い時期でもある。

5 巡礼（ハッジ）

巡礼（ハッジ）は、ムハンマドが死去する3か月前に行った「別離の巡礼」の手順と作法に則って行うこととされている。イスラム暦の12月8日からマッカ（メッカ）を訪れ、カアバ聖殿をはじめとした数カ所の聖所を、決められた手順と作法で巡る。繰り返し果たすことが求められる五行の他の行為とは異なり、巡礼は体力的、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。交通手段の発達により移動が容易になった現代では、毎年「ハッジ」の時期に250万人以上の巡礼者がマッカに集まるため、マッカを管理するサウジアラビア政府には「巡礼省」という機関が設けられている。

規定の日以外に行うマッカへの巡礼は「ウムラ」と呼ばれ、「ハッジ」とは区別される。

第3節 ムスリムが旅行先に求めること

ムスリムが旅行先で求めるサービス・配慮とは何かを明らかにするため、本節では調査会社が行ったムスリムの旅行に関する調査結果を紹介する。また、シンガポールからムスリム旅行者を日本に向けて送り出している旅行会社とシンガポール・マレーシア・インドネシア各国の旅行フェア会場において訪日旅行を検討している人々を対象に行った聞き取り調査結果について述べる。

1 ムスリムの旅行に関する調査（Global Muslim Lifestyle Travel Market2012）

「Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study」によると、ムスリムが旅行時に重視することとして上位に挙がったのは、ハラール対応の食事（67%）、旅行費用（53%）、ムスリムに友好的な体験（Muslim-friendly experience）（49%）であった。

滞在施設に望むこととしては、以下の項目が挙げられた。

- ハラール対応の食事
- 祈祷のためのスペース
- ノンアルコールの環境
- 男性、女性用のレクリエーション施設が分離されていること
- 清潔な部屋と環境
- 親切なもてなしとサービス
- 便利な立地条件
- 豊富な食事の選択肢があること
- プールが充実していること
- シャトルバスサービス

- パーキング

Crescentrating が 2013 年 2 月に発表した「Top10 Halal Friendly Airports 2013」では、OIC 加盟国においては、クアラルンプール国際空港（マレーシア・クアラルンプール）が第 1 位、OIC（イスラム協力機構）非加盟国においては、スワンナプーム国際空港（タイ・バンコク）が第 1 位、チャンギ国際空港（シンガポール）が第 2 位として評価された。空港で重視されるサービスとして、ハラール対応の食事と祈祷室が挙げられている。このことは、空港のみならず鉄道駅、商業施設などでも参考になると思われる。ムスリム旅行者に対応したサービス・施設を提供することは、ムスリム旅行者から目的地としてだけでなく、乗継地としても選ばれることとなると指摘されている。

2 ムスリムツアー取扱旅行会社への聞き取り調査

訪日ムスリムツアーを取り扱っているシンガポール及びマレーシアの旅行会社に、ツアー運営にあたり配慮している点、日本の自治体への要望などを尋ねた。

- Thoha Travels & Tours PTE LTD（シンガポール）

ムスリムツアーを専門に取り扱う旅行会社。客の要望に応じて主に日本・韓国・中国・東南アジア行きのパッケージツアーを手配している。訪日旅行商品で最も好まれるのは、7 日間で 3,000 シンガポールドル程度のツアーであり、家族・友人など 4～6 人で申し込む人が多い。日本国内で人気の旅行先は東京、大阪である。東京ディズニーリゾート、USJ などのテーマパークが人気だが、最も喜ばれたのは奈良公園の鹿と聞いている。動物園ではないのに自由に餌やりができるのが楽しかったようだ。ツアーの企画・行程管理は、日本国内でイスラム教徒向けの宗教的配慮を徹底したツアー（ハラールフレンドリーツアー）を取り扱う会社に委託している。ハラールフレンドリーツアーは通常のツアーより多少高額となるが、訪日旅行を検討する客のほとんどが食事、祈祷場所などについて不安を感じているため、安心感を得る目的で申し込む人が多いとのことである。

日本以外で人気の旅行先は韓国である。韓流ドラマ、K-pop に人気があることもあるが、旅行代金が安めでハラール対応が進んでいることも要因である。韓国の空港には祈祷室として利用できる「サイレントルーム」が整備されており、ソウルではハラール対応の食事もうに手に入りやすい。

日本の自治体に望むことは、ハラール対応のレストランや施設の一覧を整備し情報発信を行うことである。日本国内でムスリム観光客受入環境が整えられていることは、JNTO が 2013 年 3 月に配布開始したパンフレットなどで知っているが、日本各地のより細かい情報があれば客に紹介しやすい。

- Mangga Travel & Tours(Selangor) Sdn Bhd(マレーシア)

ハラールフレンドリーツアーを主に取り扱う。訪日旅行商品を企画する際に最も気を遣うのは食事である。万が一、ツアー中の食事に豚肉などハラームな食品が混ざっており、その苦情が観光省に寄せられると、ツアーを企画した旅行会社にペナルティが課せられる。日本の料理は野菜や魚介類を用いたものが多いので問題は少ないが、ムスリムフレンドリーとされる飲食店はマレー、トルコ、中東料理店がほとんどである。マレーシア人の観光客からは

日本食を試してみたいという要望が多いので、ハラール料理を提供する日本料理店が増える
とありがたい。行程には祈祷の時間を組み込むほか、モスク訪問を加えると非常に喜ばれる。

最も需要の高い訪日旅行商品は、5～7 日間で 6,000 リンギ（2014 年 2 月現在 1 リンギ＝
約 30 円）程度のツアーである。個人で日本を訪れる人も増えているが、どこで食事をすれ
ば安心か探すのが面倒であるため、特に家族連れはパッケージツアーを好む。人気のある観
光地は、東京ディズニーリゾート、富士山である。桜、ラベンダー、雪などの景色も大変人
気がある。

日本以外で人気の旅行先は、韓国、中国、台湾である。これらの国は、日本よりも旅行代
金が安価に抑えられることと、ハラール対応が比較的整備されていることから選ばれている。
韓国では、政府がレストランのハラール化を助成していると聞いた。日本でも政府や自治体
がこのような支援を実施すれば、ハラール対応に取り組むレストランが増えるのではないか。
またソウル中央聖院（モスク）周辺には、ハラール食品を取り扱う店が多く集まっているた
め、個人旅行でソウルを訪れるムスリムはここで安全な食品を手に入れることができる。日
本にも、このような地域があれば個人で日本を訪れるムスリムにとって非常に便利だと思わ
れる。

3 旅行フェアにおける聞き取り調査（マレーシア及びインドネシア）

マレーシア、インドネシアで行われた旅行フェア会場でムスリムの来場者に訪日旅行につい
て聞き取り調査を行った。マレーシアでは訪日に際して不安なこととして食を挙げる人が多か
ったのに対し、インドネシアでは豚肉が入っていなければ良いので特に心配していないと回答
する人が多かった。しかしインドネシアにおいても、豚肉が入っていないことを示すメモがあ
ったほうが安心、ハラール認定のホテル・レストランがあれば尚良いという意見も多く、ムス
リム観光客誘致にあたってはハラール対応を進めることが望まれる。

祈祷については基本的にホテルの部屋で可能だが、周辺にあるモスクの地図や飲食施設など
でスペースを用意してくれるとありがたいという意見が多かった。祈祷前の浄めに使用する洗
面所は祈祷スペースに近いことが望ましい。

第3章 イスラム圏からの観光客誘致先進国～マレーシア～

Crescentrating が 2013 年 1 月に発表した「Top Halal Friendly Holiday Destinations for 2013」で、マレーシアは 3 年連続第 1 位と評価された。同ランキングは、ムスリム観光客の視点で、ハラール食品の求めやすさ、祈祷室の設置状況、ハラール対応の宿泊施設の有無などにに基づき評価しており、OIC 加盟国、非加盟国に分けて順位が発表されている。東南アジアでは、OIC 加盟国の第 6 位にインドネシア、第 9 位にブルネイ、OIC 非加盟国の第 1 位にシンガポール、第 3 位にタイが登場している。日本はイタリア、台湾、アイルランドと並んで第 46 位であった。

近年、イスラム諸国（主に OIC 加盟国）及びムスリムが比較的多い国々（シンガポール、インドなど）からマレーシアを訪れる観光客が増加している。前出の「Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study」においても、2010 年のイスラム観光の旅行先上位 10 か国の第 1 位はマレーシアであった。

マレーシアは、連邦の宗教であるイスラム教を成長戦略の根幹に据え、産業振興を図ると同時に、安心して訪れることができる国というイメージによってムスリムに訴求してきた。以下に、ハラールハブ化、ムスリム観光客誘致を目的とした取組みを概観し、現在マレーシアがムスリムの旅行先として支持されている理由を探る。

第1節 ハラールハブ

マレーシアの人口の 6 割はイスラム教徒であり、イスラム教は連邦の宗教に定められている。マレーシアは、世界に先駆けたハラールハブかつ巨大なイスラム圏市場の入り口となることで、マレーシア製ハラール商品の国際競争力強化及び海外投資の誘致を図ろうとしている。マレーシアでは、2004 年から毎年、国際ハラール見本市（MIHAS: Malaysia International Halal Showcase）が開催されている。2004 年の初開催にあたり、当時のアブドゥラ首相は、マレーシアを世界的なハラールハブとすることは政府の最優先課題であり、「MIHAS」は世界最大のハラール見本市であると述べている。

1 ハラールハブ化のための戦略

製造業、サービス産業の転換・革新を図り、マレーシアの長期的な国際競争力を高めることを目的として策定された『第三次産業総合計画 2006-2020』（Third Industrial Master Plan(IMP3), 2006-2020）において、「マレーシアをハラール商品・サービスの製造・販売の拠点（ハブ）とする」ための多岐にわたる戦略が以下の通り示されている。

(1) ハラール商品・サービス中心地としての認知度向上

「マレーシア＝ハラール商品・サービス」というブランドイメージを定着させるため、海外の食品展、プロモーションなどにおいて継続的にマレーシアとハラール商品・サービスの関連付けを行うとともに、「Malaysia International Halal Showcase(MIHAS)」を開催し、マレーシアはハラール商品・サービス取引・投資に関する知識・情報の中心地であると位置づける。

(2) 発達する周辺国のハラール商品・サービス産業との競争における優位性確保

国内外のハラール産業のデータベースを整備し、マレーシアのハラール産業が市場における優位性を保つことができるよう支援するとともに、周辺国（タイ・インドネシア・フィリピン・ブルネイ）などとの連携を強化し、共同事業を推進する。

マレーシアのハラール商品の輸出を促進するため、マレーシア貿易開発公社(Malaysia External Trade Development Corporation: MATRADE)とマレーシア政府観光局(Tourism Malaysia)が連携してプロモーションを実施する。

(3) 原材料確保・競争力強化を目的とした国外投資の促進

国内の中小企業の新規国外投資を支援するよう金融機関を奨励するとともに、ハラール商品を製造するマレーシア企業と国外の企業の戦略的合併事業を奨励する。

(4) 研究開発の強化と技術開発

ハラール商品開発・改良に関わる研究機関の共同研究を強化し、ハラール商品製造に関わる中小企業の技術力向上を支援する。

(5) ハラールを遵守したサービスの開発

商品の流通（出荷・保管・輸送など）について、ハラールを遵守したサービスを開発しようとする事業者、港を支援する。また、イスラム教徒の要望に応え得る観光地、施設を備えた旅行先としてマレーシアを売り込むことで、西アジアをはじめとするイスラム圏からの観光客を増加させる。食品祭、イスラムのファッション・音楽関連イベントなどで「マレーシア=ムスリム観光客に魅力的な旅行先」というブランドイメージを売り込むとともに、国内にハラール認証を受けたレストランを増加させ、「マレーシア=ハラール」というイメージを強化する。

(6) ハラール認証制度を活用したマレーシア産ハラール商品の差別化

マレーシアのハラール認証制度（MS1500：Halal Food – Production, Preparation, Handling & Storage – General Guideline (First Revision)）⁵の信頼性を国内外で高めることで、マレーシアのハラール商品の差別化を図る。マレーシアは1994年に世界で初めて政府主導でハラール認証制度を導入した。このため、同国で認証された商品は世界でも汎用性が高いと言われている。ハラール食品とはシャリーアに基づき許された次の条件を満たす食品である。

- イスラム教徒にとってハラールでない動物のいかなる部分または製品が含まれていないこと。シャリーア法に則って食肉処理されていない動物の製品が含まれていないこと。
- 豚及び豚派生品（豚肉・ラード/油（乳化剤）・皮（ゼラチン）・内臓（酵素）・血液・骨・毛が含まれていないこと。
- シャリーア法でナジス（不浄）とされる食材が含まれていないこと。
 - 豚（猪）及び豚（猪）派生品全て、血液、死肉など、それ自体が許されない動物または物質
 - ハラールでないもので汚染されたハラール食品
 - ハラールでないものと直接接触したハラール食品
 - 人体や動物の開口部から排泄された液体
 - 死肉または、シャリーア法に則って食肉処理されていないハラール動物
- 安全かつ害にならない食品であること。

⁵ MS1500（ハラール食品の製造、調整、取扱い及び貯蔵に関する一般ガイドライン）現在は、MS1500:2009(第2次改訂版)が使用されている。

- シャリーア法でナジスとされるものに汚染された器具を用いて調理、加工または製造されていないこと。
- シャリーア法で許されていない人体各部やその由来品が食品またはその原料に含まれていないこと。
- 準備・加工・包装・貯蔵・輸送時には、上記のいずれかに準拠しない他の食品またはシャリーア法でナジス（不浄）と定められているその他の物と物理的に隔離すること。

(7) 商品の質と食の安全性の確保

マレーシアのハラール認証制度は、ハラール、HACCPなどの要件を包含した包括的な基準であるが、マレーシアの企業がこの基準に適合するよう政府が支援する。

(8) 総合的なハラールパークの開発

ハラール商品の製造に必要な資源を集めた専用工業団地「ハラールパーク」を各地に建設し、入居する製造業・サービス業者の公共料金を優遇する。また、ハラールパーク内に入居する企業と大学・研究機関の共同研究開発を奨励する。マレーシア経由でのハラール商品輸送を促進するため、ハラールパーク内を自由貿易圏とすることを奨励する。

(9) ハラール認証プロセスの総合調整

周辺国で導入されているハラール認証制度に対する優位性を保つため、政府機関によるハラール認証制度の調整・合理化を進める。

(10) 関連省庁・機関の調整の強化

ハラール産業開発公社（Halal Industry Development Corporation）、農業・農業関連産業省（Ministry of Agriculture and Agro-Based Industry）、国際貿易・産業省（Ministry of International Trade and Industry）など、ハラール産業発展に関わる機関間の調整を強化する。

(11) 組織・人材の能力強化

ハラール関連のコースを提供する大学の選定、中小企業を対象としたトレーニング（ハラール遵守、商品選定、包装、マーケティング、ブランディング）の実施、認証・査察機関、ハラール商品の検査機関、流通・サービス事業者などの組織・人材の能力強化に取り組む。また、多国籍企業に対して、ハラール関連のコンサルタントサービスを提供し、ハラールに関する知識の拠点としての地位を固める。

2 ハラール関連機関とハラール関連展示会

(1) ハラール産業開発公社（Halal Industry Development Corporation: HDC）

ハラール産業開発公社は、2006年9月にマレーシア政府によって設立された。マレーシアのハラール産業発展のための戦略を実現する中心的役割を担う政府直轄の機関である。政府関係機関との調整、ハラールに関わるビジネス、投資の調整、ハラール産業を対象とした政府の財政支援の分配、ハラール商品・産業のブランド設定、産業振興を所管している。ハラール認証制度の枠組みや戦略の策定、認証取得のための支援（研修・コンサルタント業務）も含まれる。国外に対しては、マレーシアのハラール産業案内窓口を担っている。

(2) イスラム開発局（Department of Islamic Development Malaysia, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia: JAKIM）

イスラム開発局は、1997年にIslamic Affairs Division(BAHEIS)を前身として、マレーシア政府により設立された。イスラム法の制定・標準化、イスラム法による統治の調整、イスラム教育の適正化と発展に係る業務を主に所管している。ハラール認証を付与する機関である。

(3) Malaysia International Halal Showcase(MIHAS)

2014年から毎年4～5月にクアラルンプールで開催されているハラール商品・サービスの見本市。世界最大規模のハラール見本市であるとされ、2013年(第11回)は、30か国から463社・団体が出展し、65か国から18,223人が来場した。

第2節 「Muslim Friendly Destination」(ムスリムに優しい旅行先)としての観光客誘致

マレーシアのイスラミック・ツーリズム・センターは、2012年にマレーシアを訪れた観光客2,503万人のうち、2割超(552万7,539人)がムスリムであったという推計を発表した。推計は、2012年にマレーシアを訪れた外国人総数から主要イスラム諸国からの来訪者を抽出し、総人口に占めるムスリム人口比率から割り出したもので、正確な実数ではないものの、2000年比で3.6倍と急激な増加傾向にある。マレーシアには、イスラム開発局(JAKIM)の定めるハラール対応基準を満たしたホテルが2013年6月末現在8施設ある。ハラール対応が行き届き、安心して訪れることができる旅行先として世界中からムスリム観光客を呼び込んでいる。

マレーシアは、1990年代から「ムスリムに優しい旅行先(Muslim-friendly destination)」として中東のイスラム諸国から観光客を誘致しようとしてきた。2001年のアメリカ同時多発テロ事件後に高まったムスリムに対する否定的なイメージや西欧諸国への渡航障壁などから、中東からマレーシアを訪れる観光客が増加すると、マレーシア政府観光局(Tourism Malaysia)は、「Feel at Home」をテーマにキャンペーンを打ち出し、マレーシアのイスラム文化や中東からのムスリム観光客に対応した食事を提供できることなどを強調した。観光業界に対しても、中東の観光客に対応したサービスを提供することが奨励され、ホテルなどでアラビア語対応スタッフの配置やアラビア語チャンネル導入が進んだ。また、マレーシアはムスリムに関連した教育、ヘルスケアの中心としての地位も確立した。

「ムスリムに優しい旅行先」及び「イスラム観光の牽引役」としてイスラム観光市場を開拓してきたマレーシアは「イスラミック・ツーリズム・センター」の設置、イスラム教徒向け旅行フェア「ワールド・イスラミック・ツーリズム・マート」開催などにより、その地位をさらに確固たるものにしようとしている。

1 イスラミック・ツーリズム・センター (Islamic Tourism Centre)

マレーシア観光産業を持続的に発展させるための戦略的調査・研究と、マレーシア観光省(Ministry of Tourism and Culture Malaysia)の政策形成促進を主目的とする期間として2009年2月に設立された。イスラミック・ツーリズム・センターのホームページには、戦略的目的として、市場調査・研究、国内外の観光関連の研究機関などとの共同調査、観光開発に係る能力形成、視察旅行などを通じたネットワーク形成などが紹介されている。特に、新興国市場調査、能力形成に係る支援を提供すること、観光を通じてイスラム教徒同士の親善を促進することを使命としている。イスラム観光を推進する人材の育成、非イスラム圏を対象としたイスラム観

光の啓蒙（研修プログラム・セミナー）など、イスラム観光産業及びムスリムのニーズについて理解を深める活動を実施している。

同センターが発行する「Muslim-Friendly Malaysia」という冊子では、国内のほとんどの飲食店がハラール食品を提供していること、多くの宿泊施設がハラール対応であることが紹介されている。モスクが充実していること、ほとんどの観光関連施設で祈祷所が整備されていることも強調され、イスラム教徒が安心して訪れることができる旅行先という印象を強く与える。

同センターの設置は、マレーシアへのムスリム観光客誘致促進を図るとともに、マレーシアが世界のイスラム観光産業を牽引していることを国内外にアピールする役割も果たしていると言える。



【Islamic Tourism Centre が発行する冊子】

2 ワールド・イスラミック・ツーリズム・マート（World Islamic Tourism Mart: WITM）

「WITM」は、マレーシア旅行業協会 MATTA（Malaysian Association of Tour and Travel Agents）が主催するイスラム教徒向けの旅行フェアで、2012年に初めて会議・商談会と同時に開催された。（イスラム観光をテーマとした会議は2006年から開催されていた。）2013年9月は、マレーシア最大の旅行フェアである「MATTA Travel Fair」と同時期に開催された。WITMは、マレーシア観光省、マレーシア政府観光庁、イスラミック・ツーリズム・センターから後援を受けている。

世界のイスラム観光市場産業に対して商品やサービスを紹介し、巨大で未開発のイスラム観光市場に狙いを定めてマーケティング可能な場であるとされている。MATTA 会長 YBhg Dato Mohd Khalid Harun 氏は、旅行業界において WITM が持つ重要性、将来性を強調し、WITM はイスラム観光産業の潜在的な可能性を強化すると述べている。

第4章 日本におけるムスリム観光客の受入環境整備事例

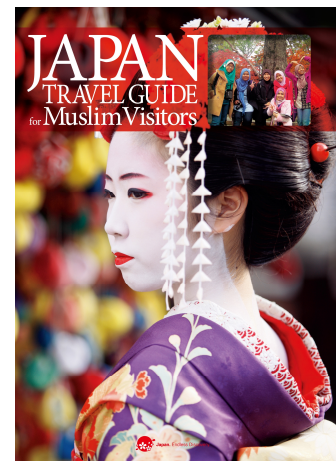
日本では2012年頃からムスリム観光客受入に対する機運が高まった。政治的理由による中国・韓国からの訪日旅行需要の急激な減少を受け、送客元の多様化により特定市場に過度に依存しない構造を作り上げる必要性が認識されたことから、東南アジア市場に注目が集まったことが背景にある。

現在、観光庁・日本政府観光局を中心に、自治体、関係団体、企業によりムスリム観光客受入環境整備が進められている。本章では、これらの先進事例を紹介する。

第1節 政府による受入環境整備（観光庁・日本政府観光局）

観光庁は、「訪日外国人3000万人プログラム」の一環として、2013年度（平成25年度）に「東南アジア・訪日100万人プラン」を新設した。このプランでは今後需要が見込める東南アジアを韓国、中国、台湾、米国、香港の5大市場に並ぶ主要市場に成長させるため、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6か国において訪日促進プロモーションを強化することとしている。「日・ASEAN友好協力40周年」・クールジャパン・日本食の海外展開などのイベントと連携した訪日プロモーションの展開、ポータルサイトの設置による日本の観光魅力発信、現地旅行会社による訪日旅行商品の紹介などを予定している。非ビジットジャパン予算事項としては、日本政府観光局（JNTO）のインドネシア・ジャカルタ事務所の設置、外国人観光旅客の出入国に関する措置の改善（数次ビザ開始）などがある。中でも、ムスリム人口の多いマレーシア・インドネシアなどからの訪日客に対応するため、受入環境整備（ハラールフード対応、祈祷所の情報提供など）が進められている。

JNTO シンガポール事務所では、マレーシアなどで開催される旅行フェアにおいて、ムスリム向け日本観光ガイドブックを2013年3月から配布している。2013年9月のマレーシア「MATTA Travel Fair」では初の試みとしてジャパンパビリオン内に「ムスリム専用コーナー」が設けられ、日本留学経験のあるムスリムのスタッフが来場者からの質問に対応するとともに、JNTO作成のムスリム向けガイドブックや日本各地でハラール対応を進める施設などのパンフレットを配布した。「ムスリム専用コーナー」の設置により、日本がムスリム観光客を歓迎しているというメッセージの発信にもなっている。担当したスタッフによると、ハラール対応日本食レストランはないか、訪日ムスリムツアーを取り扱う旅行会社はどこかといった問い合わせが多かった。



【観光庁/JNTO が作成した
ムスリム向けガイドブック】

第2節 自治体による受入環境整備

2012年頃から、全国の地方自治体及び関連団体においてムスリム観光客の受入環境整備を進める動きが活発化している。各地で旅行業者、自治体、観光関連団体担当者などを対象としたセミナーが開催されているほか、メディアやムスリムツアーを取り扱う旅行会社の招請、ハラール対応レストランを掲載するガイドブックの作成などが進められている。

表 5：自治体・関連団体のムスリム観光客受入の取り組み

自治体・団体	時期	内容
北海道運輸局 日本アセアンセンター	2013.5.29	北海道札幌市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
仙台市・東北観光推進機構 日本アセアンセンター	2013.10.17	宮城県仙台市において「ASEAN 観光客受け入れ入門セミナー」開催。インバウンド観光業務（ホテル・旅館・飲食店）向けに、今後増加が見込まれる ASEAN からのムスリム観光客受け入れ入門セミナーを実施した。
茨城県 日本アセアンセンター	2013.7.5	茨城県水戸市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。 茨城県内インバウンド関係者に、これから訪日客の増加が見込まれる ASEAN 諸国について情報提供し、ムスリム観光客の誘致を促進することを目的として開催。
埼玉県	2012 年～	「埼玉・アジアプロジェクト」 アジア諸国の活力を取り込むとともに、アジア各国が抱える諸問題の解決に貢献することを目的に、企業、大学、非政府組織（NGO）、国際機関、行政が連携してモデル交流事業を展開する。 「埼玉・アジアプロジェクト イスラムマーケット進出プロジェクト」 県の魅力をイスラム圏に向けて発信するとともに、今後増大が見込まれるイスラム圏からの観光客に配慮したインバウンド環境整備を目指す。 2013 年 4 月には「埼玉・ハラルビジネス スタディツアー」を実施。
富士箱根伊豆国際観光テーマ地区 神奈川県協議会・公益財団法人 神奈川県観光協会・公益財団法人 横浜観光コンベンションビューロー・日本アセアンセンター	2013.8.27	神奈川県横浜市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」を開催。
横浜市	2011 年～	ムスリム観光客向けの受入環境の整備を以下の通り進めている。 - ムスリムセミナーの開催 - ムスリムフレンドリーレストラン・宿泊施設を増やす - 横浜市観光ガイド「Yokohama Guide Book」においてムスリムフレンドリーレストランにマークを表示 - キブラコンパス、祈祷用マットの提供 - 横浜観光コンベンションビューローの公式サイトにムスリム関連情報掲載
中部広域観光推進協議会 日本アセアンセンター	2013.7.11	「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
富山県 日本アセアンセンター	2013.8.21	富山県富山市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
長野県 日本アセアンセンター	2013.9.19	長野県岡谷市において「ムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
軽井沢リゾート会議都市推進協議会 日本アセアンセンター	2013.4.23	長野県軽井沢町において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
岐阜県 日本アセアンセンター	2013.7.1	岐阜県高山市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
愛知県観光協会 日本アセアンセンター	2013.5.31	愛知県名古屋市中において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
京阪神堺四都市外客誘致実行委	2013.8.30	「ムスリム観光客の受け入れに向けたセミナー」

員会(京都市・大阪市・神戸市・堺市) 関西地域振興財団 日本アセアンセンター		関西方面へのムスリム観光客受け入れに向け、受入準備の一環としてセミナーを兵庫県神戸市において開催。関西一円のホテル、観光施設、レストランなどの関係者約 150 人が参加した。
京都市・公益財団法人京都文化交流コンベンションビューロー	2013.9.17	京都府京都市において「ムスリム（イスラーム教徒）の観光客受け入れのための勉強会」開催。国際文化観光都市としてムスリム観光客を誘致するための第一歩として大学、商工会議所、観光事業者などと連携し開催。
大阪観光局 日本アセアンセンター	2013.6.6	大阪府大阪市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
奈良県 日本アセアンセンター	2013.10.28	奈良県奈良市において県内の観光関連施設・団体・事業者を対象とした「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」を開催。
鳥取市国際経済発展協議会・鳥取市観光コンベンション協会 日本アセアンセンター	2013.8.23	鳥取県鳥取市において「ASEAN 諸国経済・観光入門セミナー」を開催。ムスリム受け入れ留意点についても講義された。
愛媛県 日本アセアンセンター	2013.6.10	愛媛県松山市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
長崎県 日本アセアンセンター	2013.6.28	長崎県長崎市において「ASEAN 諸国からの観光客誘致に関するセミナー」開催。ムスリム観光客の受け入れに関する内容も含まれた。
鹿児島市・鹿児島市国際交流市民の会 日本アセアンセンター	2013.9.3	鹿児島県鹿児島市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
長野県・日本アセアンセンター	2013.9.19	長野県岡谷市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
仙台市・東北観光推進機構・日本アセアンセンター	2013.10.17	宮城県仙台市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
奈良県・日本アセアンセンター	2013.10.28 2013.11.11	奈良県において「外国人観光客の受入・もてなし環境向上セミナー」を開催。「ASEAN からのムスリム観光客受入」「公衆無線 LAN 環境（Wi-Fi）の整備」をテーマとした講演を行った。
東京都 日本アセアンセンター（協力）	2013.11.21	東京都において「東京観光プロモーション：東南アジアからのムスリム観光客受入セミナー」開催。
岐阜県観光コンベンション協会 日本アセアンセンター	2013.11.26	岐阜県岐阜市において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
福島県・福島県観光物産交流協会・JTB 協定旅館ホテル連盟福島支部・日本アセアンセンター	2013.11.28	福島県において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。
成田空港 CS 協議会 日本アセアンセンター	2013.12.19	成田空港において「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」開催。

出典：自治体・日本アセアンセンターホームページより抜粋

JNTO シンガポール事務所によると、ムスリムの受入れにあたって自治体の役割として考えられるのは次の通りである。

- 地域内または近隣自治体と連携した広域的なムスリム受入体制整備の旗振り役。（ツアー行程中の複数のレストラン、ホテルが祈祷場所を提供する必要があるなど、1 事業者だけの取り組みでは不十分であるため。）
- ムスリム受入体制整備に対する税制面での優遇措置。（ハラル認証取得等に伴う設備投資や手続き費用、祈祷への対応に伴う設備投資、備品購入等に対して。）
- 地域の体制整備に対して、ムスリム系留学生や住民のアドバイザーとしての参加促し。
- セミナー等を通じた、事業者、地域住民のムスリムへの理解深化。

- ムスリム対応状況の海外への情報発信。

また、同事務所によると地域の実情に応じた受入体制整備も重要である。現在既にマレーシア、インドネシアからの旅行客が多く訪れている地域では、ハラール対応等ムスリム対応が可能なレストランの一覧やモスクの情報などを含むガイドブックやWEB ページを作成することによってムスリム観光客を増加させる効果大きい。他方、同地域からの旅行客が少ない地域では、アーリーアダプターである同地域の中華系住民(マレーシアで人口の3割、インドネシアで同約1割)に対するプロモーションを行い、地域としての知名度を上げるための取り組みが必要である。いずれの地域においても、ムスリム対応は一朝一夕に出来るものではなく、現地旅行会社、消費者との信頼関係構築が欠かせない。

第3節 ムスリム観光客受入環境整備に寄与する団体・企業

自治体や企業がムスリム観光客を受け入れる準備を進めるにあたっては、ハラール、ムスリムのニーズを熟知した専門家の助言・指導のもとに行う必要がある。以下に、日本においてムスリム観光客受入環境整備に関わる団体を紹介する。なお、特定の団体を推奨するものではない。

1 特定非営利活動法人日本ハラール協会 (<http://www.jhalal.com/>)

ムスリムが日本で生活しやすくなるよう食を中心とした環境改善、企業や行政・国に対する要請や提案、ハラール認証、イスラム教徒の学生就職支援、国内でのハラール食品の普及、小・中学生の給食、大学の学食、旅行者への食の提供、海外に向けた日本製ハラール製品の普及などの活動を行っている。日本ハラール協会は、日本国内においてマレーシア政府ハラール認証機関(JAKIM)並びにシンガポールイスラム教評議会(Majlis Ugama Islam Singapura:MUIS)の承認を受けているハラール認証機関である。同協会は、イスラム法学者、食品技術士、インバウンド事業者などの専門家が理事となっており、3人の日本人を含む6人の理事は全員ムスリムである。

ハラール化を検討している企業・店舗、ハラールについてより理解を深めたい人を対象とした「ハラール管理者講習・試験」、イスラム教徒の生活上の戒律に対する正しい知識・理解を深めるための「ハラール接遇主任者講習」を日本各地で実施している。

2 一般社団法人ハラール・ジャパン協会 (<http://halal.or.jp/>)

ハラール・ジャパン協会のホームページには、その活動として、教育・啓蒙活動、ハラール認証アドバイス、販路開拓・商談サポート、海外進出支援などが紹介されている。「ハラールビジネス交流会」・「ハラールフォーラム」・「ハラール基礎講座」・「ハラール視察ツアー」などの開催、展示会出展、テスト販売会(ハラールマルシェ)開催などを行っている。企業、自治体などへのハラールビジネスに関する情報提供とハラール関連商品等のPR支援を主たる活動とする。

3 日本アセアンセンター (<http://www.asean.or.jp/ja/>)

日本アセアンセンターは、ASEAN 加盟国政府と日本国政府によって 1981 年に設立された国際機関であり、正式名称を「東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター」という。ASEAN から日本への輸出の促進、日本と ASEAN 諸国との投資と観光・交流の促進を目的として、ASEAN 商品の展示・商談会、各種セミナー・ワークショップの開催、ミッションの派遣・招聘、交流イベント、情報提供など多岐にわたる事業を行っている。

観光交流部では、インバウンド観光促進事業として、「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」を各地の地方自治体などと共催するほか、ASEAN から日本を訪れるムスリム観光客の受入体制整備を目的に、ホームページでデジタル・パンフレットを公開している。旅行会社や飲食店など観光業関係者や地方自治体担当者に向け、基礎的なイスラムの知識から団体客のもてなし事例まで実用的な情報を提供している。インドネシアやマレーシアなどムスリム人口の多い国からの観光客増加が見込まれる中、同センターはムスリムへの理解を促す活動に注力している。

4 マレーシアハラルコーポレーション株式会社 (<http://www.mhalalc.jp/index.html>)

ホームページには同社の事業内容としてコンサルティング、ハラル認証の取得サポート、ハラル認証基準を日本の現状に合わせてローカライズした「ローカルハラル規格」の付与、ハラル製品の販売、ムスリム向け旅行商品のコンサルティングなどが紹介されている。ムスリム観光客を迎えるためのコンサルティングや飲食店・宿泊施設のローカルハラル規格支援サービス、研修などを実施している。マレーシアの旅行業者協会(MATTA)から、非イスラム圏である日本におけるイスラム観光促進に寄与しているとして、ハラルコンサルタントの推薦状を送られている。

第4節 ムスリム観光客受け入れに取り組む企業の活動例

日本各地で旅行会社、料理店、食品会社などがムスリム観光客を受け入れるための取組みを進めている。以下に先進的な取組み事例を紹介する。

1 旅行会社における取組み事例①～株式会社ミヤコ国際ツーリスト～

「ハラルフレンドリーツアー」を日本で初めて取り扱い、実績を積んでいる。マレーシア、シンガポールなどのムスリムツアーを取り扱う旅行会社からの信頼も厚い。「ハラルフレンドリーツアー」とは、信頼性の高いハラルフードの提供、ツアー中の礼拝の配慮、ムスリムツアーガイド又は添乗員の同行、ムスリムツアープランナーによるハラルな企画であるといった条件を満たしたムスリム旅行客が安心して参加できるツアーのことである。同社は社長を含む4人のムスリムによる海外からの「同胞」に対するおもてなしを使命としている。

ツアー中提供される食事は、独自調査により安心できる「ムスリムオーナーレストラン」を優先して利用することでハラルフードを確保している。日本食についても、ムスリムの社員である「ハラルマネージャー」が店舗の調査と指導を行っている。また、必要に応じて食材、調味料、調理法などのチェックと指導を日本ハラル協会に依頼している。ツアー中の礼拝時間における礼拝場所の確保、礼拝マットの準備、宿泊客室へのキブラ（マッカにあるカアバ神殿の方向）を示す印の装着などについても行っている。

社長の松井秀司氏によると、自治体、企業がムスリム観光客の受け入れに取り組む際には、NPO 日本ハラール協会、宗教法人日本ムスリム協会、各地のモスクやムスリム団体などに相談し、ムスリムの立場や視点を取り入れることが肝要とのことである。

2 旅行会社における取り組み事例②～沖縄ツアーリスト株式会社～

同社は 2012 年 6 月、シンガポールからのムスリムツアー客約 100 名を初めて迎えたが、きめ細かい対応により参加者から非常に喜ばれた。沖縄県は、豚を多く使用する琉球料理が有名だが、県内のホテルや飲食店など 6 店舗と連携することにより、豚を使用しない琉球料理の提供を実現した。祈祷場所もツアー行程にあるレストラン、ホテルなどで確保された。

ツアー受け入れを企画した同社国際事業本部のデニス・トルトーナ主任によると、シンガポールのムスリムツアーを取り扱う会社から 100 名程度を日本に送りたいと打診があったため、県内の施設などと交渉を開始した。当初は、ムスリムに料理を提供する際には、禁止された食材を扱った調理器具の使用ができないことなどから、受け入れに協力を得ることが困難だったが、シンガポールの旅行会社から助言を受けながら、県内の飲食・宿泊施設とも念入りに打合せを重ね、ようやく受け入れが可能となった。日本は非イスラム国なので、完璧なハラール対応は難しいが、相手国の旅行会社に許容程度を確認しながら受け入れ準備を進めた。飲食店では、祈祷用のカーペット、祈祷前の浄めのためのバケツを用意した。豚の写真・絵、アルコールは事前に撤去した。宿泊施設の部屋には、キブラを示す印とコーランを設置した。初めての受け入れは労力を要したが、参加者の満足度は非常に高かった。今回の取り組みが実績となって、次のツアー受け入れも決まり、また、受け入れにあたっては県内施設の理解も得られやすくなったとのことである。

3 日本料理店での取り組み事例～美濃吉～

290 年以上の歴史を持つ京懐石料亭美濃吉では、ムスリム観光客受け入れで先進的な取り組みをしている旅行会社（株式会社ミヤコ国際ツアーリスト）から豚やアルコールを使用しないムスリム向けの食事を提供する料理店がないことを相談されたことから、「ハラール御膳」を企画した。精進料理の流れをくむ京料理では、豚を含む四つ足の動物を使用しないことが多く、豚肉を使用しないことについては問題が無かった。調味料についてもアルコール無添加の醤油を使い、みりんを砂糖で代用するなどして対応した。日本を訪れるムスリム観光客は、食について不安を感じているものの、せっかく日本に来たのだから伝統的な日本料理を体験したいという人が多く、「ハラール御膳」は非常に喜ばれている。

4 ハラル弁当～ハラールデリ、リングアントジャパン～

ハラール対応食の提供は、専用の食材や調理器具などを必要とするため、ホテルなどでも対応が困難な場合がある。東京、大阪、京都など観光・ビジネス客の多い地域では、中東や東南アジアからのムスリム客の増加に伴い、ハラール食の需要が増加しているが、ハラールデリ（運営会社：株式会社日本アセラル商事）及び株式会社リングアントジャパンなどでは、豚由来の食材やアルコールを除いたハラールの弁当宅配サービスを開始しており、国際会議運営会社、イベント実施団体などから受注が入っている。

- ハラルデリ : <http://www.halal-deli.com/index.html>
- 株式会社リングントジャパン : <http://www.linghantjapan.com/#!vegetarian-halal-food-delivery/c1eog>

5 ハラル食品の提供～株式会社二宮～

日本で初のハラル認証を取得したハラル専門の食品卸会社である。ASEAN 諸国の食材を中心に輸入するとともに、自社工場ではパンの製造、冷凍肉の加工、ハラル弁当、ベジタリアン弁当及びパーティ用食材のケータリングなどを行っている。日本国内のハラル食品事業の先駆的存在である。日本で唯一のハラルパン「ビラルブレッド」の製造販売も行っている。

おわりに

～現状と自治体の役割～

■ムスリム観光客受入環境整備の現状

2013 年の訪日外国人観光客数は過去最高の 1,036 万 4,000 人を達成した。2020 年の東京オリンピック開催も決定し、今後さらなる増加が見込まれる外国人観光客が安心して旅行できる環境をどのように整備していくかが注目されている。その中で重要なキーワードとなるのが「ムスリム観光客の受入環境整備」であろう。東南アジア市場において日本の競合国とされる韓国・台湾などでは以前からムスリム対応が進められており、ムスリムから選ばれる旅行先になろうとしている。日本では、わずか数年前からその重要性が認識され始め、2013 年には各地で「ムスリム受け入れセミナー」が開催されたり、一部の施設に祈祷室が設置されたりするなどようやくスタート地点に立ったところである。今後、ハラール対応の飲食・宿泊施設や祈祷室を備えた交通・商業施設等が増加していくことが望まれる。観光庁/JNTO が 2013 年 3 月から配布を開始したムスリム向けガイドブックは、マレーシア、インドネシアなど東南アジアの旅行フェアで非常に好評である。15 年以上前に日本に留学していたインドネシア人の通訳者は、「自分が留学していた時はこんなにムスリム向けの情報が無かった。日本もムスリムを歓迎してくれるようになって非常に嬉しい。」とガイドブックを大切に持ち帰っていた。日本に興味はあるが食事などが不安で躊躇しているムスリムに、日本にはハラール対応のレストラン、モスクなど、ムスリムの観光客を迎える環境があることをアピールする効果があると思われる。

■自治体の役割

ムスリム観光客の受入環境整備における自治体の役割の一つとして、地域の飲食・宿泊施設に対する教育・啓発活動が考えられる。各地で「ムスリム受け入れセミナー」が開催されているが、このようなセミナーやワークショップを通じて地域の観光関係者の理解・連携を強化し、地域全体として受入体制を整えていくことが可能である。また、地域住民のムスリム観光客受け入れに対する理解を深めることも重要である。

二つ目に、ムスリム受け入れが可能な飲食・宿泊施設の情報を収集・整理し海外に発信することが考えられる。マレーシア、インドネシアの旅行フェアの来場者や旅行会社の担当者から「日本ではハラール対応のレストランを探すのがとても難しい。」という声を数多く聞いた。実際には複数の自治体でハラール対応のレストランを表示したガイドブックが作成されている。各自治体の取り組みが海外に知られていないという現実がある。ホームページ、SNS などを通じて「ムスリムが安心して訪れることができる地域」をアピールするとともに、国内外のムスリム対応のツアーを取り扱う旅行会社に積極的に情報提供をする。さらには自分の地域が含まれたツアーを申し込んだ客にはハラール・インスタントラーメンやムスリム向けガイドブックを無償提供するなど、旅行会社に対して販促支援を実施することも効果的である。

三つ目に、地元企業、飲食・宿泊施設のハラール認証取得や飲食店でのハラールメニュー開発に対して助成を行うことが考えられる。また、ハラールに関する講習費用を助成することなども有効である。

2013年には査証免除、円高緩和などの要因から東南アジアからの観光客が記録的に増加し、東南アジアからの観光客誘致やムスリム受け入れにこれまで以上に注目が集まった。これをブームや単なる一過性のビジネスチャンスとして捉えるのではなく、ムスリムの信仰や生活習慣の理解をもとに、ムスリムが安心して旅行できる環境整備に腰を据えて取り組むことにより、様々な宗教や国籍の人を受け入れることができる真の観光立国の実現につながると思われる。「外国人が安心して訪れることができる日本」を実現するためには、外からの視点で自らの地域の魅力と弱点を検証し、改善を図ることが期待される。本レポートがそうした取り組みの一助となれば幸いである。

【付録 1】 イスラム圏からの観光客誘致に関連する日本国内の主な出来事（2012 年～）

年月(日)	出来事	団体
2012.4.9～13	日本初「ハラールツアー」実施 マレーシアからのイスラム教徒訪日観光団（16 名）が関西を訪問。ハラール食の提供、ホテル客室内にキブラ（メッカにあるカバ神殿の方向を指した祈祷用のサイン）、礼拝場の案内、礼拝マットの用意、ツアーに礼拝時間を含んだ行程、イスラム教徒の随行員同行など、イスラム教徒の要望に配慮した「ハラールツアー」としては、初の試みであった。	株式会社ミヤコ国際ツアーリスト （NPO 法人日本ハラール協会）
2012.4 月～	京懐石 美濃吉で「ハラル御膳」提供開始 290 年以上の歴史を持つ京懐石料亭で、イスラム教徒が食すことができる材料・調味料のみを利用した「ハラル御膳」の提供を開始した。	美濃吉
2012.6.10～11	沖縄でシンガポールから約 100 人のムスリム観光客受入 「ハラール」食材を用いた琉球料理を県内ホテル、飲食店など 6 店舗と連携して企画。礼拝場所も確保し、沖縄県として、同規模のイスラム教徒団体客受入は初。	沖縄ツアーリスト株式会社
2012.9 月	観光庁関係予算概算要求において「東南アジア・訪日 100 万人プラン」新設 オールジャパンによる訪日促進プロモーション（「日 ASEAN 交流 40 周年」、クールジャパン、日本食の海外展開などのイベントと連携した訪日促進プロモーション展開・ポータルサイトの設置など）とともに非ビジットジャパン予算事項としてハラールフード対応、祈祷所の情報提供などが挙げられた。	観光庁
2012.9 月	千歳アウトレットモール・レラ 礼拝室開設 東南アジアからの誘致・営業活動を促進するとともに、礼拝室を開設。マレーシア・シンガポールなどからの新たな誘客促進につながった。	千歳アウトレットモール・レラ
2012.9 月	牛肉で初の海外ハラール認証取得 熊本県錦町の食肉・処理・加工会社「ゼンカイミート」は、インドネシアの認証機関からハラール認証を取得。	ゼンカイミート株式会社
2012.10 月	リゾートでメニューのハラール認証取得 加森観光株式会社（北海道）は、サホロリゾートなど 4 つのリゾートでメニューのハラール認証を受けた。	加森観光株式会社
2012.11 月	牛井チェーン店「すき家」マレーシアに進出 「すき家」の海外進出としては、中国、ブラジル、タイに次ぐ 4 か国目となるが、マレーシアの店舗で提供する牛井はハラール対応となっているのが特徴。	ゼンショー・ホールディングス
2012.11.27	日経スペシャルガイアの夜明け：テレビ東京 日本人の知らない日本の魅力～新戦略で外国人観光客を呼び込め！～ これまで日本に呼び込むことができていなかった新たな客層を開拓する動きとして、「ハラールツアー」を実施したミヤコ国際ツアーリストの取り組みが紹介された。	
2012.11.28	第一回 ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー 日本アセアンセンターは、インバウンド観光促進事業の一貫として「ASEAN からのムスリム観光客受け入れセミナー」を開催。旅行業・自治体関係者など約 100 名が参加した。ムスリム観光客受け入れに係る基礎知識、実用的な情報を提供した。	日本アセアンセンター

2012.12.21	観光庁長官 井出憲文氏 定例会見 2013 年は韓国と ASEAN におけるインバウンド施策を強化する と述べた。 ASEAN に対し訪日プロモーションを積極的に展開 するほか、ムスリム観光客の受入環境整備を図り、ムスリム 観光客向けのガイドブック作成・配布、自治体や旅行関係者 向けのセミナーを開催すると述べた。	観光庁
2013.1.10	味噌で初のマレーシアのハラール認証取得 長野県下諏訪町の「ひかり味噌」は、イスラム教の教えに基 づいて味噌を製造していることを証明する「ハラール認証」 をマレーシア政府運営の認証機関（JAKIM）から取得した。	ひかり味噌
2013.1.30	日本政府観光局（JNTO）/マレーシア旅行業者協会（MATTA） 相互協力に関する了解覚書締結 中間層の所得増加や LCC の就航により訪日旅行が可能な層が 従来の中華系マレーシア人からマレー系マレーシア人（ムス リム）に拡大しているマレーシアと協力体制をさらに強化 し、マレーシアからの訪日旅行客数の増加を目指す。	日本政府観光局（JNTO）
2013.2.1	「ジャパン・ムスリム・ツーリズムセミナー」開催 日・ASEAN 友好協力 40 周年記念事業として、ムスリム訪日観 光客を受け入れる環境整備や受入サービスの提供などに関心 のある関係者（飲食・宿泊施設・旅行業者など）を対象とし た東南アジアのムスリム市場に特化したセミナーを開催。	観光庁・日本政府観光局（JNTO） 【登壇者】（五十音順） ・岸田 武雄氏（株式会社フィールジ ャパン withK 代表取締役） ・Shuhaida Borhan 氏（マレーシアアウ トバウンド協会副会長） ・仙野雅則氏（加森観光株式会社 社 長室室長） ・八木 よう子氏（株式会社美濃吉 外商部マネージャー） ・山城 憲一郎氏（沖縄県文化観光ス ポーツ部観光振興課 主査）
2013.2.15	「第 3 回埼玉アジアフォーラム～マレーシアから拓くグロー バル展開の可能性～」 ハラール市場やムスリム観光などの可能性を解説し、県内外 から参加した約 120 人に対し、東南アジア諸国連合（ASEAN） だけでなくイスラム圏への玄関口としてマレーシアを活用す るよう呼びかけた。	埼玉県・社団法人埼玉県経営者協会
2013 年 3 月	日本政府観光局（JNTO）ムスリム向け日本観光ガイドブック 配布開始 東京、大阪、名古屋、京都、神戸のハラール対応レストラン 50 店以上、全国のモスク、各地の観光名所や日本の気候など を紹介するムスリム向けの観光ガイドブック。観光イベン ト、旅行会社などを通じて広く配布される。	日本政府観光局（JNTO）
2013.5.17	「ムスリム・ツーリズムセミナー」開催 日本政府観光局（JNTO）は、2 月の「ジャパン・ムスリム・ツ ーリズムセミナー」に続き、再度セミナーを開催。多数の関 係者が来場し、ムスリム層の誘致・受入に対する関心の高さが 窺われた。	主催：日本政府観光局(JNTO) 協力：観光庁 【登壇者】（五十音順） ・小堀 守氏（日本政府観光局 海外 マーケティング部長） ・二宮 伸介氏（株式会社二宮 代表 取締役）
2013.6.11	2013 年版観光白書閣議決定（ムスリム誘客強化） 東南アジアからの訪日観光客を 2013 年度は 100 万人、3 年後 には 200 万人に引き上げる目標を掲げた。急速な経済成長に 伴い中間層・富裕層が拡大している東南アジアは今後東アジ ア（中国、韓国、台湾など）に続く大きな市場になるとみ て、観光客誘致を強化する。 白書では、イスラム教徒が多いマレーシアやインドネシアか らの訪問客誘致を強化するとうたっており、ムスリム向けに 食事面の配慮や礼拝スペースの確保などを進め、受入環境を 整備していく方針。	政府

2013.6.17	西日本ホテル初 ローカルハラール認証取得 ホテルグランヴィア京都（京都市）のカフェレストラン「ル・タン」はマレーシア ハラル コーポレーション株式会社所管のローカルハラール認証を取得した。同ホテルはこれまでもメッカの方角を示す方位表、マットを用意、事前の要望に応じてハラール食材を使用したメニューを用意するなどの取り組みを行っていた。	ホテルグランヴィア京都 株式会社ジェイアール西日本ホテル開発
2013.7.1	ASEAN 諸国へのビザ緩和措置（タイ及びマレーシア向けのビザ免除、ベトナム及びフィリピン向けの数次ビザ導入、インドネシア向け数次ビザの滞在期間延長）開始 観光立国推進閣僚会議でまとめられた訪日外国人観光客を増やすための行動計画に基づき、ASEAN 諸国へのビザ緩和措置が開始された。好調な東南アジアからの旅行需要取り込みを図る。	外務省
2013.7.1	グローバルスタンダードラーメン（ムスリム・ベジタリアン用メニュー）提供開始 ムスリム、ベジタリアン向けメニューに対するリクエストが急増していることに応えるため、横浜ラーメン博物館ではムスリム、ベジタリアンに向けた世界基準メニューの提供を開始した。	横浜ラーメン博物館
2013.8.16	礼拝などに対応可能な「サイレンスルーム」導入 プレミアム・アウトレットでは、年々来場が増加する訪日外国人がより快適にショッピングを楽しめるよう、受入環境の整備・充実を図る。外国人観光客の来場が多い一部のセンター（御殿場・りんくう）で「サイレンスルーム」を導入する。	三菱地所・サイモン株式会社
2013.8.23	日本初のムスリムフレンドリーエアポート 新関西国際空港株式会社は、マレーシア・インドネシアからの増便に伴い、ますます増加が見込まれるムスリム観光客に対応するため、祈祷室の拡充（小浄施設の設置）、飲食店におけるムスリム対応の拡充（ハラールミールサービス、ハラール認証レストランの導入、ポーク/アルコールフリーメニューの認定）などに取り組む。	新関西国際空港株式会社
2013.8.26	マレーシアの放送局でムスリム対象の北海道旅番組を放送 北海道運輸局では、北海道テレビ放送株式会社と連携して、マレーシアでムスリムを対象としたテレビ番組を放送した。マレーシアの人気レポーターがムスリムの視点で北海道の観光の魅力や各観光施設の受入体制を伝える内容。	北海道運輸局 北海道テレビ放送株式会社
2013 冬季～	「ムスリムフレンドリーミール」提供開始 北海道のルスツリゾートでは、ムスリムを受け入れのため、ハラール対応を進めている。2013 年冬季より、札幌在住のイスラム教徒が「ムスリムフード&トラベルアドバイザー」に就任。「ムスリムフレンドリーミール」の提供を開始する。	加森観光グループ ルスツリゾート

出典：観光庁報道発表・日本政府観光局（JNTO）報道発表/事業パートナー（賛助団体・会員）からのニュース・NNA.ASIA・時事速報・企業プレスリリースなどより抜粋

【付録2】 東南アジアにおけるムスリム観光客受入対応例

■空港・駅



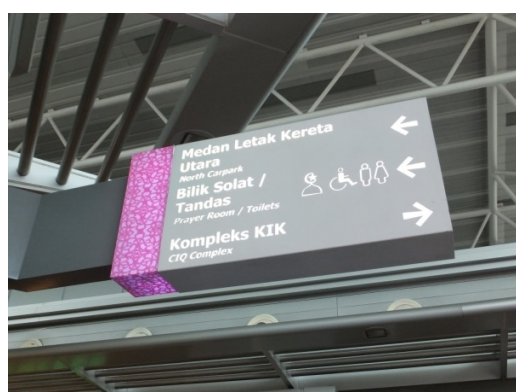
シンガポール・チャンギ空港
祈禱室の案内



シンガポール・チャンギ空港
ハラール対応の飲食店



マレーシア・クアラルンプール
空港 祈禱室の案内



マレーシア・ジョホールバル
セントラル駅 祈禱室の案内



マレーシア・ジョホールバル
セントラル駅の祈禱室

■商業施設



マレーシア・クアラルンプール
スーパーマーケット内 Non halal コーナー



Non halal コーナーと他の売り場で使用する
買い物カゴが区別されている



タイ・バンコク
商業施設内の祈祷室案内



マレーシア・クアラルンプール
商業施設内の祈祷室案内

■飲食施設



シンガポールのホーカーセンター
食器返却口が Halal/Non halal に
区別されている



ハラール認証マークが掲示され
たマレーシアのマクドナルド

参考文献

1. 書籍・報告書など

- ・ 観光庁.『多様な食文化・食習慣を有する外国人客への対応マニュアル～外国人のお客様に日本での食事を楽しんでもらうために～』,2010,P72-77.
- ・ 菊池達也監修.『イスラムがわかる!』.成美堂出版,2013,P36-45.
- ・ 財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所.『インドネシアにおける訪日旅行事情と今後の展望について』.CLAIR メールマガジン 2011 年 2 月配信.
- ・ 財団法人食品産業センター.『マレーシア Halal 制度の概要』.2009 年 3 月
- ・ 『世界年鑑 2013』.株式会社共同通信社,2013,P71.
- ・ 田中 章雄編集.『ハラル市場年鑑 2013』.編集・発行 株式会社ブランド総合研究所.発売元 一般社団法人ハラル・ジャパン協会. 2013, P8-27.
- ・ 日本政府観光局 (JNTO).『東南アジアからのムスリム訪日旅行動向 JNTO ムスリム市場調査概要』.「JNTO 主催 ムスリム・ツーリズムセミナー (2013 年 5 月 17 日)」資料
- ・ 日本貿易振興機構 (JETRO) クアラルンプール事務所.『マレーシアの食品・外食産業と日本食』.「JETRO シンガポール海外連絡協議会 (2013 年 1 月 30 日)」資料
- ・ DinarStandard/Crescent Rating. Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012 Landscape & Consumer Needs Study for Airlines, Destinations & Hotels/Resorts Executive Summary. 2012.
- ・ Haral Industry Development Corporation.『ハラル産業に対する理解』.
- ・ Henderson, J.C. Chapter 6: Islam and tourism. In *Bridging Tourism Theory and Practice*. Scott, N. and Jafari, J. (eds), 78-89. Emerald Group Publishing. 2010.
- ・ Islamic Tourism Centre (ITC). Muslim-Friendly Malaysia.
- ・ Mohammad Hashim Kamali. Tourism and the Halal Industry: A Global Shariah Perspective. Islam and Civilisational Renewal. Vol3, No 3, April 2012.
- ・ Teoman Duman, Ph.D. Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience. Paper presented at , World Islamic Tourism Forum(WITF2011) organized by, Global Islamic Tourism Organization,(GITO) & International Institute of Advanced Islamic Studies(IAIS), Malaysia.

2. 統計・総合計画など

- ・ 観光庁 平成 25 年度観光庁関係予算決定概要 平成 25 年 1 月
- ・ 観光立国推進基本計画 (平成 24 年 3 月 30 日閣議決定)
- ・ 観光立国実現に向けたアクション・プログラム (平成 25 年 6 月 11 日 観光立国推進閣僚会議)
- ・ OECD Development Centre. Southeast Asian Economic Outlook 2013 with perspectives on China and India Pocket Edition, Part 1. Regional economic monitor: Medium-term economic outlook, 4-8. 2012.
- ・ The Ministry of International Trade and Industry, Malaysia. Third Industrial Master Plan (IMP3) 2006-2020, Chapter 21 Development of the Halal Industry. 2006.
- ・ Tourism Malaysia. Malaysia Tourist arrivals 2007.
http://corporate.tourism.gov.my/images/research/pdf/2007/TouristArrivals_kumulatif_2007.pdf

- Tourism Malaysia. Malaysia Tourist Arrivals by country of nationality 2012
http://corporate.tourism.gov.my/images/research/pdf/2012/TouristArrivals_JanDec_2012.pdf

3. ウェブサイト

- Crescentrating. Crescentrating's Halal Friendly Travel (CRaHFT) Ranking 2013 Top Halal Friendly Airports for 2013. <http://www.crescentrating.com/crahft-ranking-2013/item/3096-crescentrating-ranking-2013-top-10-halal-friendly-airports.html>. 2013.5.22
- Crescentrating. Crescentrating's Halal Friendly Travel (CRaHFT) Ranking 2013 Top Halal Friendly Holiday Destinations for 2013. <http://www.crescentrating.com/crahft-ranking-2013/item/3041-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2013.html>. 2013.1.16
- Halal Industry Development Corporation.
<http://www.hdcglobal.com/publisher/alias/?dt.driverAction=RENDER&pc.portletMode=view&pc.windowState=normal&pc.portletId=Newslatest.newsPortlet>. 2013.6.26
- Islamic Tourism Centre. <http://www.itc.gov.my/content.cfm/sec/1>. 2013.6.10
- Malaysia Department of Islamic Development (JAKIM). <http://www.islam.gov.my/>. 2013.7.30
- NNA.ASIA. 拡大するハラル市場を狙え：認証制度で先行、20 年世界拠点に。
http://news.nna.jp/cgi-bin/asia/asia_kijidsp.cgi?id=20130709myr002A#ムスリム. 2013.7.9
- NNA.ASIA. ムスリム観光客、昨年は 2 割：推計 552 万人、ハラル対応生かす。
http://news.nna.jp/cgi-bin/asia/asia_kijidsp.cgi?id=20130710myr002A#ムスリム. 2013.7.10
- World Islamic Tourism Mart. <http://witm.matta.org.my/2013/> 2013.7.31
- 一般社団法人ハラル・ジャパン協会. ハラル食市場 30 兆円。動き出した巨大イスラム市場。
http://halal.or.jp/news/ne_003.php. 2013.6.6
- 大阪市. 報道発表資料 平成 25 年 7 月 10 日 14 時発表『京阪神堺四都市が関西地域振興財団と連携して「ムスリム観光客の受け入れに向けたセミナー」を開催します』。
<http://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryo/keizaisenryaku/0000227516.html>. 2013.10.1
- 日本政府観光局 (JNTO) . 報道発表資料 平成 26 年 1 月 17 日『2013 年 過去最高の 1,036 万 4 千人！！』
http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/pdf/140117_monthly.pdf
- 株式会社二宮. <http://ninomiyacorp.co.jp/>. 2013.10.11
- 株式会社野村総合研究所. News Release 2013 年 5 月 14 日『ASEAN5 ケ国で消費者アンケート調査を実施～各国ごとの消費者意識・行動の違いが明らかに～』. 2013.7.11
- 株式会社ミヤコ国際ツーリスト. <http://www.miyako-kokusai.co.jp/>. 2013.8.26
- 株式会社リンガントジャパン. <http://www.linghantjapan.com/#!vegetarian-halal-food-delivery/c1eog>. 2013.10.11
- 関西地域振興財団. 事業レポート 2013/10/10 発行『ムスリム観光客の受け入れに向けたセミナー開催』. http://www.kansai.gr.jp/mt51/plugins/KWTourismNews/news-search.cgi?_mode=detail_news&lang_code=ja&news_cat=22&no=20131010#157. 2013.10.10
- 国際交流基金. Press Release 2013 年 7 月 8 日『海外での日本語学習者数 速報値発表 世界の日本語学習者数 9.1%増加 (398 万人) 2012 年海外日本語教育機関調査結果』. 2013.7.11

- ・ 埼玉県. 埼玉・アジアプロジェクト. <http://www.pref.saitama.lg.jp/site/asia-project/asia-project-model1.html>. 2013.8.23
- ・ 千歳アウトレットモール・レラ. プレスリリース 2013 年 1 月 5 日『東南アジアからの観光客増加、礼拝室の利用も』. <http://www.outlet-rera.com/press/>. 2013.5.21
- ・ 特定非営利活動法人日本ハラール協会. ハラールとは. <http://www.jhalal.com/halal>. 2013.6.6
- ・ 日本アセアンセンター（東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター）. 『ASEAN ムスリム観光客受け入れのために』. <http://www2.asean.or.jp/muslim/index.html>. 2013.7.16
- ・ 日本アセアンセンター（東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター）. 観光交流部からのお知らせ. <http://www.asean.or.jp/ja/tourism/>. 2013.8.26
- ・ 日本政府観光局（JNTO）. Press Release 平成 25 年 7 月 24 日『訪日外客数（2013 年 6 月推計値及び上半期推計値）』
http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/pdf/130724_monthly.pdf. 2013.10.1
- ・ 日本政府観光局（JNTO）. Press Release 平成 25 年 8 月 21 日『訪日外客数（2013 年 7 月推計値）』 http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/pdf/130821_monthly.pdf. 2013.10.1
- ・ 日本政府観光局（JNTO）. Press Release 平成 25 年 9 月 18 日『訪日外客数（2013 年 8 月推計値）』 http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/pdf/130918_monthly.pdf. 2013.10.1
- ・ ハラルデリ. <http://www.halal-deli.com/index.html>. 2013.10.11
- ・ 北海道運輸局. Press Release 平成 25 年 8 月 23 日『マレーシアのテレビでムスリムへ向けた北海道旅番組を放送します』
<http://www.tb.mlit.go.jp/hokkaido/press/presspdf/2508/250823kokusai.pdf>. 2013.10.10
- ・ 横浜ラーメン博物館. 2013 年 6 月 27 日『グローバルスタンダードラーメン～ムスリム、ベジタリアンに向けた世界基準メニューを発売』.
http://www.raumen.co.jp/information/news_000126.html. 2013.9.4
- ・ 琉球新報. 2012 年 6 月 8 日『豚なしで琉球料理 イスラム教徒誘客へ』.
<http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-192269-storytopic-4.html>. 2012.8.8
- ・ ルスツリゾート. 『2013 年冬季より「ムスリムフレンドリーミール」 ご提供開始』.
<http://hotel.rusutsu.co.jp/archives/2296>. 2013.10.10

【執筆】

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 新山 公美子

【監修】

所 長 足達 雅英
次 長 岩井 昌也