

宇都宮大学国際学部国際社会学科

2019 年度 卒業論文

ハラル対応と地域活性化に関する一考察

指導教官名 中村祐司

学籍番号 150155A

論文執筆者名 神林 泰暢

要旨

地域活性化という言葉が各種メディアで取り上げられるようになって久しい。日本は東日本大震災後、大幅に外国人観光客が増加しており、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックの影響もあって日本中の観光地で外国人観光客の姿が多く見られるようになった。増加する外国人観光客への対応により地域活性化を図ろうという動きもあり、その中でハラール対応という分野が近年注目されている。本論文ではこれらの現状を整理したうえで、ハラール対応を進めることが地域活性化につながるのかを考察し、ハラールに関わる活動を通して得られた知見をもとに地域でのハラールへの対応において重要なことは何かを考察する。

第1章では日本におけるハラール対応の現状を整理する。イスラム教徒（以下ムスリム）に関する基本的な情報を記述し、世界におけるムスリムの立ち位置、日本におけるムスリムの立ち位置、彼らにとって重要なハラールという概念と日本のハラール対応の現状について述べる。

第2章では日本における地域活性化の取り組みの変遷を簡単に整理した後、地域活性化の流れの中でインバウンド対応が注目されており、その中でもハラール対応の動きが活発化しているが、一方でイスラム教に対する知識がほとんどない日本社会でその対応が世界的に見ると後れを取っていることを記述する。加えて自らの経験をもとに宇都宮市においてハラールへの対応もまた遅れている現状について記述する。

第3章ではヒアリングによって得た有識者の見解を整理し、現状を踏まえて現在のハラール対応は観光客の増加につながるものではないと考えられることを述べる。

第4章では現在のところハラール対応を進めたことで観光客が増えたという事例は確認できないことを述べ、そのうえでハラール対応と地域活性化のあるべき姿を考察する。ハラール対応は生活者と旅行者に分けて考える必要性があり、それぞれに対して別々のアプローチが必要であることを述べる。また行政としては生活者に対する礼拝場所の提供や食品の購入場所の整備、旅行者に対する時系列ごとのマーケティングとブランディング、礼拝場所の整備、継続したプロモーション、品質管理の徹底管理が必要であることを考察する。

目次

要旨	i
目次	ii
はじめに	1
第1章 日本におけるイスラム教	3
第1節 日本におけるムスリム	3
第2節 ハラール認証	4
第2章 地域活性化とインバウンド政策とハラール対応	6
第1節 日本の地域活性化の変遷	6
第2節 地域活性化におけるインバウンド対応	8
第3節 インバウンドにおけるハラールとその現状	9
第4節 宇都宮市のハラール対応	12
第3章 ハラール対応の実情	14
第1節 ハラール対応の課題	14
第2節 ハラール対応と観光客数	15
第4章 地域活性化とハラール対応	19
第1節 ハラール対応で地域活性化	19
第2節 ハラール対応のあるべき姿とは	20
第3節 行政の役割	22
おわりに	24
参考文献・参考資料	25
あとがき	26

はじめに

日本の地域活性という言葉耳にしたことがない人はいないだろう。地域活性化に関しては、本当に活性化をするべきか否か、またどのような方法があるのかといった議論はこれまで多くなされてきているが、それらの議論の結論を出すことは依然として難しい状況にあるように思われる。そのような中でも人口の減少と少子高齢化が着実に進んでいる現状は変わらずにある。現在の日本の状況を見てみると、2020年の東京オリンピックを目前に控えその議論を忘れてしまっているかのような盛り上がりを見せている。オリンピックに関しても開催決定直後は地域経済に与える影響について、オリンピック後の不況や会場として各地に建設された施設の利用方法に関する議論がされていた。世界的な開催国のオリンピック後の状況や日本での過去2度のオリンピック開催の経験を踏まえて議論されてきた。しかし、開催を目前に控え、一種のお祭りムードがそれらの議論さえもかき消しているように感じられる。歴史的な大イベントを目前に控えた今、その後の日本について今一度考えておく必要があるのではないかと考え、この地域活性化をテーマに研究することとした。

さらに、現在日本各地では外国人観光客の受け入れ態勢を整えることが求められており、整備のための費用も莫大なものとなっている。この投資がオリンピック後の日本の地域活性化や地方創生にとってプラスなものとして残すことができるのではないかと考え、地域活性のなかでもインバウンドに着目をした。また私は「宇都宮大学ハラル研究会学生の手会」というサークルに所属している。この「ハラル対応」というテーマに関しては、インバウンドが増加していることを受けて日本でも盛んに取り上げられるトピックとなっているが、依然として日本人にとっては馴染みの薄い分野である。ゆえにこのハラル対応を推進することが日本の地域社会にとっても経済効果をもたらすのではないかと考え、ハラル対応に絞って研究することとした。

また、先述した「ハラル研究会」で行ったプロジェクトはインバウンド対応に大きく関わる活動内容であった。このハラル研究会は、日本におけるムスリムの生活の質を向上することと、日本人のイスラム教の理解・ムスリムの日本の理解を促進することを目的に設立されたサークルであり、筆者は2年間にわたっ

て本サークルで活動が続いている。ムスリムには多くの決まりが存在し、その中でも食に関しては制限が多い。豚肉や酒は口にすることが許されず、鶏肉や牛肉もイスラム教の方法に則って調理されたものしか口にすることができないというムスリムも多い。これらをはじめとして多くの決まりがあるために、日本においては食事をできる場所が非常に限られており、1日5回行わなければならない礼拝も、日本においてはできる場所が少ないのが現状である。ムスリムが宗教的に許されていることを「ハラール」、許されていないことは「ハラーム」といい、世界中でハラールに対応しようという取り組みが進められている。しかし日本では依然としてハラール対応が進んでいないのが現状であり、ハラール対応が進むことでビジネスチャンスが広がるとも言われている。実際にサークルの活動の中で、宇都宮でムスリム向けにレストラン・土産物屋情報をアプリで配信しようというプロジェクトを行った際、宇都宮駅には多くの外国人観光客が訪れており、その中には多くのムスリムがいることも分かった。

本論文ではこれらの経験や聞き取り調査等で得た知見をもとに、ハラール対応と地域活性化について論ずる。第1章では日本におけるハラール対応の現状を整理する。第2章では、日本における地域活性化の取り組みがどのような変遷をたどってきたかをまとめ、ハラール対応の動きがそれらの中でどのような位置づけにあるのかを整理する。第3章では現状を踏まえて現在のハラール対応の課題について考察し、それを踏まえ第4章でハラール対応が地域活性化の方法になりうるかを考察し、最後にハラール対応におけるポイントと行政の役割をまとめる。

第1章 日本におけるイスラム教

第1節 日本におけるムスリム

現在統計に残されるように宗教を確認するということが世界的にないためムスリムの正確な数を把握することは難しいとされているが、世界のムスリム人口に関して一般社団法人ハラル・ジャパン協会によると、

現在全世界に 16 億人以上のイスラム教徒（ムスリム）がいると言われています。中東に暮らすムスリムはほんの一部にとどまります。世界最大のイスラム人口を持つ国がインドネシアで、人口 2 億 5 千万人のうち 9 割近くの 2 億 2 千万人がムスリムです。世界のムスリムの半数以上はアジアに暮らしており、パキスタン、バングラデシュ、インドなどが多くの人口を抱えますが、ヨーロッパに 4 千万人以上、中国にも 2 千万人以上が暮らしているなど全世界に広がりを見せています¹。

このようにまとめられており、世界的にその人口の多さが注目されている。特に現在アジアからの訪日旅行客の伸びが顕著であるため、ムスリムの存在が日本経済にとって大きな影響を与えうるものであることがわかる。また、日本で生活するムスリムに関して同協会は、

現在日本に生活するムスリムは人口 10～20 万人いると言われていています（調査によって結果に差があります）。大都市圏に多いですが、ムスリムの留学生も国立大学を中心に各都道府県に在留しています。また、企業研修生として日本に来ているムスリムもいます。訪日観光客のなかでのムスリムの割合はそれほど高くありませんが、数十万人規模で訪れていると推計されています。²

日本にも一定数のムスリムが暮らしており、その目的は留学やビジネスなど

¹一般社団法人ハラル・ジャパン協会 <http://www.halal.or.jp/halal/halal2.html> イスラム教とは？ 世界のイスラム教徒
(アクセス日：2019年3月13日)

²一般社団法人ハラル・ジャパン協会 <http://www.halal.or.jp/halal/halal2.html> イスラム教とは？ 日本のイスラム教徒
(アクセス日：2019年3月13日)

様々である。日本においても全国各地にムスリムが礼拝を行うモスクがあり、モスクがある場所の近くにはムスリムが集住していると考えられている。それに加えて観光目的で日本を訪れているムスリムも一定数いる。

第2節 ハラル認証

ムスリムがすることを許されていることはハラルと呼ばれており、口にできる食べ物は一般的にハラル食品と呼ばれている。このハラル食品の認証制度が世界で広まっている。認証には厳しい審査があり、この認証をとると、ハラルマークを付けることができ、ムスリムにとってはそのマークが安心して口にできる目印となる。しかし最終的に食べられるかどうかという判断は個人によってなされる。このハラルの認証制度に関しては一般社団法人ハラル・ジャパン協会による説明を参照されたい。同協会によると、

食品加工技術、流通が発達するにつれ、一般的なムスリムの消費者には、目の前の商品がハラルなのか、ハラムなのか判別しづらくなってきました。そこで宗教と食品科学の2つの面から、専門家が、ハラルであることを保証する制度が登場しました。それが「ハラル認証」という制度です。1970年頃マレーシアで始まったとされています。ハラル認証制度には「農場からフォークまで」の考え方があります。つまり原料から流通・製造を通じて消費者が消費する瞬間までハラルであるべきと考えられています。製造現場では、施設・設備が常にハラルである事、使用する原料が常にハラルである事が監査されます。そしてその製造現場で作られた製品がハラルであることを認証することになります。ハラル認証では従業員教育、組織としてのマネジメント体制の確認も求められます。現場の従業員、管理者の理解が不足していると、ハラルでないものが混ざってしまうおそれがあるからです。世界のハラル認証現在ハラル認証機関は世界に200以上あると言われています。日本でも当協会が確認しているだけで15以上の認証機関がありません。(2015年12月現在)

ハラル認証には世界的な統一基準がまだありません。宗派や宗教指導者ごとの見解の違いがあり、ハラル性についての解釈が異なるためです。たとえばマレー

シアなど国家レベルが整えた国内統一基準を持つ国もありますが、設立自体が自由であるため、それぞれの認証機関独自で定めた基準を使っている国・地域が多いです。

また、提携のような形で、他の認証団体と同じ基準でハラール認証を行なっていることを示す「相互認証」などの仕組みもあります。現在基準を統一しようとする動きはありますが、その一方で国同士の統一基準の主導権を握ろうとする動きも起こっています。

ハラール認証団体については全世界的に規制がありません。例えば日本では許認可も届出も必要なく、誰でも始められる状況です³。

食生活の変化によって目の前の食品が何からできているかわかりづらくなった現代においてムスリムが安心して食品を口にできるようにハラール認証制度は発達してきた。ハラール認証制度では原料から消費者が口にするまですべてハラールであることが求められるため、厳しい審査があるという。一方で、宗教への関心度が低い日本人の感覚からするととても厳しいように感じられる条件があるにも関わらず、相互認証という制度はあるものの、そこに世界で統一された基準は存在せず、さらにイスラム教に関する理解が進んでいない日本においては全くと言ってもよいほど制度として確立されていないのが現状であるという。

³一般社団法人ハラール・ジャパン協会 ハラール認証の実態 ハラール認証制度とは
<http://www.halal.or.jp/halal/halal3.html> (アクセス日：2019年3月13日)

第2章 地域活性化とインバウンド政策とハラール対応

第1節 日本の地域活性化の変遷

第1章では主にハラール対応に関する現状をまとめたが、ここでは地域活性化とハラールへの対応がどのようにつながっているのかを整理するために日本における地域活性化の歴史をまとめる。日本における地域活性化に関しては、近年盛り上がりを見せているように感じられるが、決してここ数年になって語られるようになったわけではない。小川（2016）は、戦後から東日本大震災に至るまでの日本の地域活性という言葉の意味の捉え方の変遷を地域活性化に関する法律の内容および、それが施行された年に照らして妥当であるかを明らかにしている。これをもとに、日本における地域活性化の捉え方はどのような変遷をたどってきたのかを整理しておきたい。

小川は「国土総合開発法」が施行された1950年を起点に、「第1次全総」から「国土形成計画」までが発表された年を軸に、その間に施行された法律を整理している。また、それらの施策を、①国主導による大都市圏の秩序ある発展のため特定区域の開発誘導や抑制を図る施策、②国主導による大都市圏以外の秩序ある発展のため特定区域の開発誘導や抑制を図る施策、③国主導によるへき地、過疎地の開発や進行を図る施策、④国主導による指定地域のインフラ整備をもとに、工場や研究機関等を誘致する施策、⑤国主導による地域インフラや産業基盤、生活基盤の整備、高度化を図る施策、⑥特定地域のインフラ整備を切り離し、中小企業や特定産業の集積、振興を図る施策、⑦地域が主体的に発意した計画を認定し、必要な支援を行う施策⁴に分類している。

これらを時系列に沿って見てみると、朝鮮特需を契機とした高度経済成長期には、まず国土政策に沿った国主導による都市圏の経済の復興や振興を目指す政策と、それを受けて国内の各地方、さらに離島やへき地に至るまで恩恵をもたらす、いわゆる中央主導の護送船団方式に似た経済拡大政策が矢継ぎ早に施されてい

⁴ 小川長（2016）「地域活性化と地方創生」（『尾道市立大学経済情報論集』16巻 2号 p19）

る⁵。その中央主導の傾向は、1973年の第一次オイルショック後の安定成長期にも継続されていくものの、それまでの全国的な経済的振興から、当時の工業製品の輸出拡大傾向を背景に、生産拠点の地域分散化による地域経済振興へという政策の変化が見られる⁶。

さらに、1985年のプラザ合意によって、わが国の経済政策の性格は大きく変化し、円高の影響から大幅に輸出が減少し、貿易収支が悪化することに対処するため、これまでの「貿易立国」を支えてきた輸出主導の経済政策から、大胆な内需の拡大を意図した政策に大きく舵が切られる⁷。

また、その後の期間に使われていた「活性化」という言葉は、景気の後退場面を短期間に切り抜け、これまでの経済成長路線の継続または再現を目指すという意味合いが強く、実際に景気も再上昇したことは事実である⁸。しかしそれによってバブル経済とその崩壊が起こったこともまた事実であるとしており、そんな中発表された「21世紀の国土のグランドデザイン」は、これまでの国主導のインフラ整備中心から、国が地域を特定せず個別の中小企業や特定産業の集積、振興を図る政策に舵が切れつつあることがわかる⁹という。その後発表された法律は、地域ごとの課題が多様化や、財政状況の悪化により、国主導による全国一律的な政策が簡単に適用できなくなった。

また、この時期は少子化や高齢化が徐々に深刻に語られるようになり、地域の社会的基盤やコミュニティの崩壊への懸念が広がり始めた時期でもある。2008年に「国土形成計画」が発表され、その中でも引き続き、活性化という言葉が多用されている。しかし、それは、これまでのような経済的な意味だけではなく、「高齢化」、「雇用」、「支援」、「安心」、「安全」など地域社会の新たな課題を示す言葉と一緒に使われているのが少なからず見られることから、社会的な意味においても使われ始めている¹⁰という。

⁵ 前掲、小川（2016）、pp18-19

⁶ 前掲、小川（2016）、p19

⁷ 前掲、小川（2016）、p19

⁸ 前掲、小川（2016）、p19

⁹ 前掲、小川（2016）、p19

¹⁰ 前掲、小川（2016）、p19

さらに現在は地域の課題が多様化していることもあり、地域活性化を担う主体も多様化している。政府だけでなく、企業やNPO、大学など様々なアクターがそれぞれの地域を活性化するための取り組みを行っている。

第2節 地域活性化におけるインバウンド対応

前節でまとめたように、日本ではこれまでその時の状況に応じて様々な活性化の取り組みが行われてきた。近年では、国内のみに目を向けるのではなく、外国人観光客の増加を受け、訪日外国人に目をむけ、地域の活性化につなげようという動きもみられる。外国人に向けた取組がいかに関与の活性化につながるかということに関して新井（2017）は、次のように述べている。

伸び悩む国内観光需要と相反し、近年、日本のインバウンドは内外の要因から拡大傾向にあり、インバウンド誘致によって地域振興を図る取り組みが活発化している。しかしながら、インバウンドの訪問、宿泊地や観光消費は特定の地域や大都市に偏在しており、インバウンドの地方分散による地域振興が課題となっている。¹¹

さらに、地方創生インバウンド協議会は2018年10月にANAホールディングス株式会社傘下の株式会社ANA総合研究所と三井住友ファイナンス&リース株式会社が発起人となり、インバウンド誘客による地域創生を目指し設立された団体である。具体的には、参加企業が地方自治体と連携して、リサーチ・プランニング、商品開発・オペレーション、プロモーション・セールスにおいて一貫性を持ったソリューションを提供¹²するとしており、訪日外国人観光客に関する各種調査から事業のサポートに至るまでを担う団体として活動を始めた。これほどの大企業が地方創生とインバウンドに着目しプロジェクトを行っているということからも、外国人観光客の増加と、それに対応しようとしている自治体の姿がみえてくるだろう。このほかにも日本政府観光局ではこれまでのプロモーションなどのノ

¹¹ 新井直樹 「インバウンド観光と地域振興」 『地域政策研究』（高崎経済大学地域政策学会） 第19巻 第3号 2017年2月 19頁～37頁

¹² 「地域創生インバウンド協議会」の設立について ANA プレスリリース 2018年10月30日 <https://www.ana.co.jp/group/pr/201810/20181030-2.html> （アクセス日：2019年11月1日）

ウハウをもとに、プロモーションの知見やワークショップ・セミナーのレポート、訪日外国人旅行者のデータなどを「日本の魅力を、日本のチカラに。」というウェブサイトで公開し、日本の地域のインバウンド対応を後押ししており、政府レベルでもインバウンドへの対応による地域の活性化に注力しているのがわかる。

第3節 インバウンドにおけるハラールとその現状

インバウンド対応により地域の活性化を図ろうとする動きがあるが、一口にインバウンド対応と言っても様々な形がある。日本各地の自然や文化、そこでしかできない経験等のプロモーションや多言語対応など多岐にわたるが、その一つとしてハラール対応が注目されているのは冒頭に述べた通りである。ここでは世界ムスリム旅行指数とムスリム向けのウェブサイトと RESAS の外国人滞在分析を用いて日本の飲食店におけるハラール対応の現状を考察する。

世界ムスリム旅行指数¹³（以下 GMTI）は、クレセントレーティングとマスターカードが毎年発表しているもので、調査をもとにムスリム旅行者への対応度を国別に示すものである。この GMTI の 2019 年版において日本は非ムスリム国で 3 位となっており、非常に高い評価を受けている。以下の表 1 は、2019 年版の GMTI を参考に日本のスコアと各指標の順位をまとめた表である。表 1 からわかるように、デジタルプレゼンスやアウトリーチ、交通インフラでは高い評価を受けている。一方で礼拝場所の多さやコミュニケーションの容易さ、ビザの取りやすさ、レストランに関しては、低いスコアにとどまっている。

¹³ Mastercard-CrescentRating 「Global Muslim Travel Index 2019」

表 1 GMTI における日本のスコアと世界順位

指標	日本のスコア	ランキン グ
気候	83	13
安全性	94	26
信仰の制限	100	1
インバウンド経済	10	47
レストラン	45	59
礼拝場所	22	84
空港	62	23
独自の経験	24	23
ホテル	46	12
コミュニケーションの容易さ	17	74
デジタルプレゼンス	80	2
アウトリーチ	61	4
ネットワークの接続性	31	48
ビザの取りやすさ	64	66
交通インフラ	93	5

出典：Global Muslim Travel Index 2019 (2019) をもとに作成

この結果を踏まえると、日本はムスリムにとって魅力的な国であるといえる。しかし、この指標はハラールへの対応度だけではなく、国としての魅力が評価されており、この指標だけでハラール対応が進んでいると判断することはできない。

実際にマレーシアから宇都宮大学に留学をしている学生の声を聞くと、やはり世界的に見て日本のハラール対応状況は遅れているという。ハラール対応が進んでいない状況でも食事をするために、例えば食事面では認証を受けていないものでも、酒と動物由来のものが入っていないかを店員に確認し、入っていないという回答が得られた場合には、その真偽は自分では判断できないため食べるという判断になるという。このように、認証制度が整っていないために、自らの判断に

ゆだねられる場合が多いのが現状としてある。一方でハラール認証がないものでも食べられるものがあるにも関わらず、言語的な問題や食品提供者の認識不足から判断できないというケースもあるという。

これらを踏まえると、やはり日本のハラール対応は遅れており、整備を進める必要があることがわかる。

表 2 ハラールグルメジャパン掲載店舗数上位 10 都道府県の外国人滞在者順位と在日外国人人数順位

都道府県名	2018 年都道府県別外国人滞在者数順位	ハラールグルメジャパン掲載店舗数（2019 年 11 月 18 日現在）	在日外国人人数全国順位
東京都	1	310	1
大阪府	2	55	3
北海道	5	52	17
京都府	3	40	11
神奈川県	8	40	4
兵庫県	10	36	7
愛知県	9	33	2
千葉県	4	25	6
栃木県	23	20	16
沖縄県	7	18	23

出典：ハラールグルメジャパン、RESAS「外国人滞在分析」、e-Stat「都道府県別国籍・地域別 在留外国人」をもとに作成

また、表 2 はハラールグルメジャパン¹⁴の掲載店舗が多い都道府県を 1 位から 10 位まで順に並べ、それらの都道府県の 2018 年都道府県別外国人滞在者数の順位、ハラールグルメジャパンの掲載店舗数、在日外国人数の順位を示した表であ

¹⁴ ハラールグルメジャパン

<https://www.halalgourmet.jp/ja>（アクセス日：2019 年 11 月 18 日）

る。この表より、ハラールグルメジャパンに掲載されている店舗が多い県はおおむね外国人滞在者数の多い都道府県であり、現在日本に住む外国人の数は掲載店舗数に与える影響が少ないことがわかる。国内の地域別にハラール対応度をはかる指標は現在確立していないが、この結果を踏まえると、外国人観光客数が多い地域ではムスリムの観光客も多く、それに伴いハラールに対応した飲食店やホテルが増えていることが予測される。

第4節 宇都宮市のハラール対応

ここでは、宇都宮大学ハラール研究会の活動を行う中で分かった宇都宮市のハラール対応の現状を分析する。ハラール研究会では宇都宮市においてハラール対応を進めるために様々なプロジェクトを行ってきた。栃木県内にあるホテルに対してハラール対応のアドバイスを行ったり、宇都宮大学内においてハラール対応メニューを導入したり、宇都宮市内の飲食店に対して調査を実施しムスリム向けアプリケーションを開発したりと、宇都宮市内におけるハラール対応を進める活動を行っている。その中で宇都宮市における飲食関係従事者の意識やその実態を知ることができた。ここでは宇都宮市内で行ったアプリケーション開発のプロジェクトの事例を取り上げ、調査の目的とどのような調査を実施したのか、そしてその結果をまとめ、考察する。

このアプリケーション開発プロジェクトは、日本を訪れたムスリムに対して飲食店やお土産店の情報を発信するアプリケーションを開発し、ムスリムが安心して宇都宮市で観光をできるようになることを目的に行われたプロジェクトである。宇都宮大学ハラール研究会として県の助成金を使って3年間行ったものであり、ビーコンという微弱な電波を発する装置を用いて、対応アプリケーション利用者に対して情報を提供するシステムの開発を宇都宮大学工学部の伊藤研究室と共同で実施した。このプロジェクトを行うにあたり、宇都宮市のバンバ通りにある飲食店と宇都宮駅に隣接する駅ビル内の飲食店約30店舗を対象に、ムスリムが食べられるメニューの有無とアプリケーションへの掲載意志を調査した。ムスリムが食べられるメニューの基準としては、原材料に動物由来の物質とアルコールが使われていないものとした。食べられるものと食べられないものの尺度に

関しては国籍や地域、個人によって異なるが、今回は近年訪日旅行者数が大きく増加していることを踏まえ、マレーシア国籍の留学生が普段基準としている上記の基準を採用した。

調査の結果、宇都宮市にもムスリムが食べることができるメニューを提供する店舗が一定数存在していることが分かった。すべてのメニューが基準に適合せずとも1つだけであっても適合するメニューを提供している店舗も多く、和菓子屋やお茶屋、レストランなど様々な種類の飲食店があった。ムスリムに対して提供可能なメニューがある店舗に対してはアプリケーションへの掲載意志を聞いたところ、掲載したいと答えた店舗は数店舗にとどまり、特にチェーン展開している店舗では、本社への確認の後に断られることが多かった。

この調査から宇都宮市内でムスリムが食べられるメニューを提供する店舗は一定数存在しているが、ムスリムやハラールに対する理解が進んでおらず、対応に消極的な店舗が多いことが分かった。これは宇都宮市が外国人観光客にとっては日光に向かうための中継地となっていることがその原因ではないかと考えられる。

内閣府のまち・ひと・しごと創生本部が運用している、産業構造や人口動態、人の流れなどに関する官民のビッグデータをまとめた RESAS の「モバイル空間統計」¹⁵によると宇都宮市よりも日光市の方が昼夜の外国人の滞在者数が多く、先述したハラールグルメジャパンにおいても日光市の方が宇都宮市より掲載店舗数が多いことも踏まえると、ムスリムを含む多くの外国人観光客の栃木県における目的地は日光東照宮のある日光市であり、宇都宮市で観光をする人が少ないため、宇都宮市におけるハラール理解や対応といった成熟度が高まらなると考えられる。

¹⁵ RESAS 「外国人滞在分析」
<https://resas.go.jp/tourism-trend/#/map/5.333900736553437/41.42090017812787/142.29371418128918/13/13101/0/2019/4/1/-/-/-/> (アクセス日：2019年11月18日)

第3章 ハラール対応の実情

第1節 ハラール対応の課題

2019年7月16日、ムスリムに関して研究をしており日本でのハラール対応推進に注力しながら、ハラール研究会の顧問としても活動を続ける友松篤信氏に対して宇都宮大学内で聞き取りを行った。ここでは聞き取りからわかった友松氏の考える日本におけるハラール対応の課題についてまとめる。

友松氏は日本でハラール理解を深め対応を促進することに関して次のような課題を感じているという。

ハラールっていうのは、日本人にとっては、ハラール対応はこうするんだっていう形の普及がほとんど100%に近いアプローチなんです。だからハラールに関して研修とかコンサルをする、認証をとるっていう指導をすると、いわばトップダウンっていうアプローチがほとんど。一番欠けているのはムスリムをいかに引き付けるかっていう視点。噂で聞いてムスリムがかけつけたら、周りの所もやらなきゃってなるだろうと思います。ハラールの認証がビジネスになって、それで認証とろうとする店も多い。でもそれだけで客が増えるわけではないんです。対応してからどうやって客を呼ぼうかとなっている。やったら来るかと言ったらそれは甘いわけです。食品業界でも成功しているところもあるけど、ハラール食品が全然売れないメーカーもあると聞いています。対応してからどこに売るかでは順番が逆になっている。ビジネス的な問題はそこにある。来てくれるかというところが先に来ないといけないんですね。¹⁶

日本の企業におけるハラール対応が、ハラール認証をとること自体が目的になっており、食べることができるかどうかよりもムスリムを含む外国人に魅力的に見えるかどうかという、消費者目線でサービスや製品を開発するマーケットインの考え方ができていないことを指摘している。日本社会においてはハラールに対応していることがまだ珍しいものであるために注目をされやすいかもしれない。しかしハラール対応だけを売り

¹⁶友松篤信氏は、1948年生まれ、ハラール研究会代表。聞き取りは、2019年7月16日におこなった

にしてしまうと、そもそもの商品の質が軽視されてしまい、ムスリムはもちろんムスリム以外にも受け入れられない可能性があるという。この点に関して宇都宮大学ハラール研究会ではムスリムもそうでない人も食べたいメニューとして大学の学食でのハラール牛丼の導入を行った。このメニューはムスリム向けに導入したものであるが、日本人にとっても美味しいと感じてもらえるものにすることに留意した。結果としてムスリムの留学生だけでなく、日本人学生にも親しまれるメニューとなっている。

加えてムスリムがどのような判断基準を持っているかということに関して次のように考えられるという。

ムスリムの間の SNS を通じるようなもので認知されて広がると。その店にハラールの証明書があるとかは気にしてなくて、他のムスリムが食べているから、ああこれは食べられるなとなるわけ。¹⁷

判断基準はそれぞれ個人によって異なるとはいえ、他のムスリムが食べているものは食べられると判断される傾向にあり、ハラール認証があるかどうかや、何が入っているのかを必ずしも知る事が重要とされない場合もあるという。

第2節 ハラール対応と観光客数

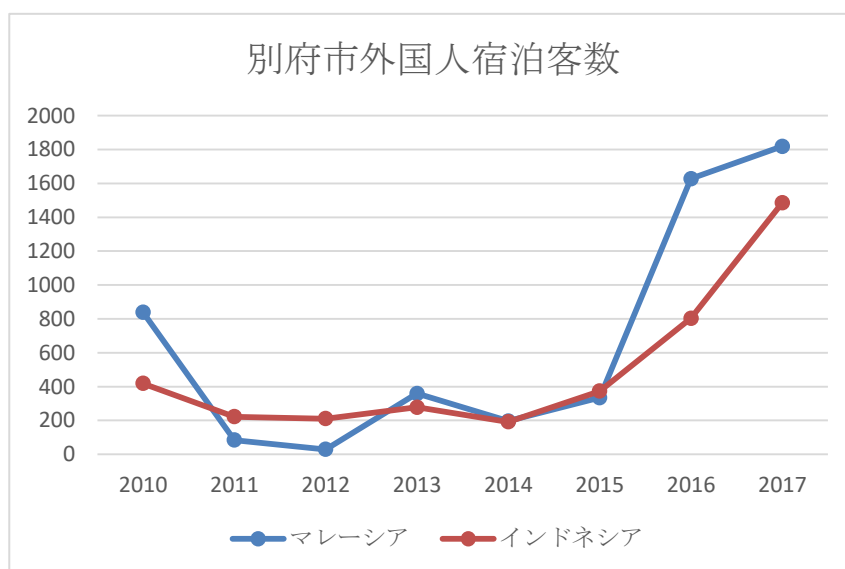
日本においてハラール認証を取ろうとする企業も増えており、認証をとるためのセミナーやコンサル事業も行われている。また、認証をとることはハードルが高いために、ハラール認証は取らずとも提供する食事に何が含まれているのかといった情報開示を進める動きもある。情報を開示したうえで、ムスリム自身に判断をしてもらおうというものである。これは豚肉や酒などが入っていないなど最低限のムスリムへの対応をしようという考え方で、「ムスリムフレンドリー」と呼ばれる。このような動きは 2013 年ごろから注目されているものではあるが、GMTI では依然としてレストランなどの点において日本は評価をされていない。つまりハラールへの対応を進めることはこれからも重要なことであることに変わりはないとしても、一方でハラールへの対応が進んでいないにも関わらず訪日ムスリム

¹⁷ 前掲 2019 年 7 月 16 日の聞き取り

は増加していることは事実である。

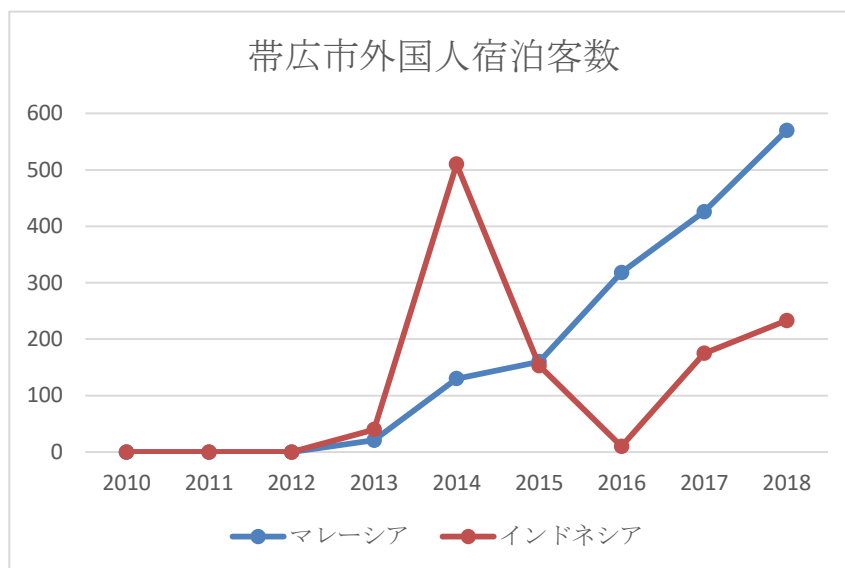
訪日ムスリムはマレーシアとインドネシアの割合が高く、これらの国での訪日ビザの緩和やLCCの増便などが近年日本を訪れるムスリムが増加している原因として挙げられる。ハラール対応を示す指標がないため比較することは難しいが、日本の約17の地域で作られているムスリム向けの「おもてなしマップ」はその地域のハラール対応の1つの指標とすることができる。このマップではムスリムが食べられる飲食店や礼拝場所、ホテルを掲載したもので、各自治体が作成し配布を行っている。このうち訪日ムスリムの多いインドネシアとマレーシアからの外国人観光客数を統計資料として発表している別府市、帯広市、札幌市の推移が以下の3つのグラフである。

グラフ 3 別府市におけるインドネシアとマレーシアの観光客数推移



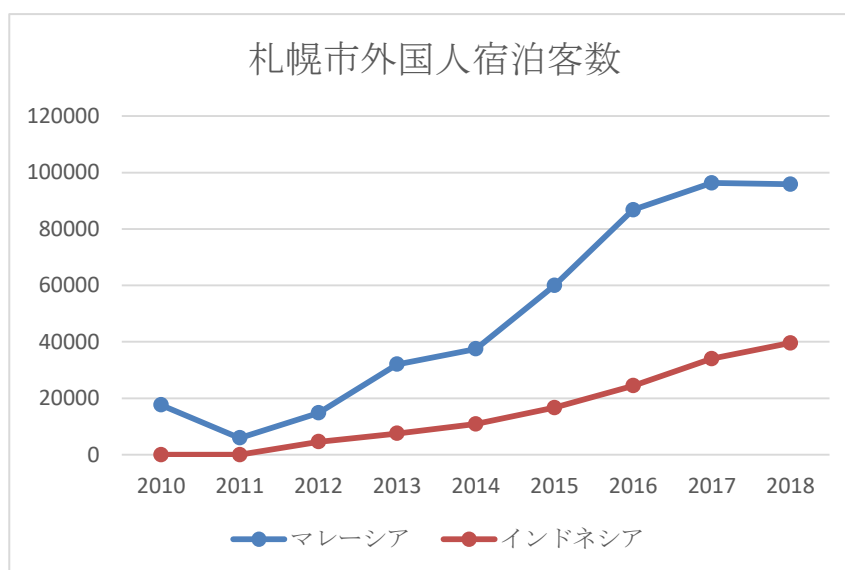
出典：別府市観光動態要覧より筆者作成

グラフ 2 帯広市におけるインドネシアとマレーシアの観光客数推移



出典：十勝総合振興局「訪日外国人宿泊客数集計表」より筆者作成

グラフ 3 札幌市におけるインドネシアとマレーシアの観光客数推移



出典：札幌市観光統計より筆者作成

それぞれ別府市は 2015 年、帯広市と札幌市は 2017 年にマップを作成している。別府市においてはマップ作成後の観光客数の伸びがみられるが、この増加について市の担当者にお問い合わせしたところ、マップ作成による変化ではなく母数が小さいために数値の変動が大きくなってしまいう結果と考えられるとのことで、断定できる増加の要因はないという。そ

の他の2地域に関してもマップ作成による観光客数の大幅な増加は現在のところ見られない。

これらの結果よりハラールへの未対応を不安に感じるムスリムはいても、現在のところハラール対応と観光客数の増加に相関は見られない。しかし、マップ作製だけをハラール対応の指標とすることはできないことに加え、マップの作成が近年であるため今後観光客数が伸びることも考えられる。

第4章 地域活性化とハラール対応

第1節 ハラール対応で地域活性化

日本におけるハラール対応に関して書かれた論文を見ると、ハラール対応を積極的に行うことが重要であるという論調で書かれているものが見られる。佐々波によると、

現在の政府の政策の中で、日本人の「おもてなし」というソフトの面を前面に押し出し、「如何にして外国人観光客に、好印象を持って帰国してもらうか」という点が強調されている。しかし、それ以上に、「行きにくい国」にならない対策が必要である¹⁸。

としている。ムスリムにとっておもてなしされることよりも「行きやすい」、つまり食べられるものがあったり礼拝場所があったりすることが重要であるという結論である。また驚見は、

将来、より多くのムスリム観光客を受け入れていくためには、礼拝所やハラール飲食店を街中や観光施設などに増やしていくことが求められる。具体的には、以下のような方法があげられる。飲食店や施設の空きスペースを礼拝用にしつらえてもらうよう事業者・施設関係者に働きかける、イスラームやハラールに関する理解をムスリムガイドブックの配布や勉強会を通じて彼らに深めてもらう、ツアーであれば、礼拝所やハラール飲食店に立ち寄るプログラムを組み込む、またそれらムスリム対応を行っている店や礼拝所の情報の発信を英語等の外国語を用い、オンラインや SNS 上で、個人で旅行している外国人ムスリム観光客に対し、積極的に行っていくこと、飲食店などのメニューで、豚肉やアルコールの使用について外国語や絵を用いて表示することなどである¹⁹。

¹⁸佐々波 弓子 「インバウンド観光におけるムスリム対応の現状と課題」法政大学地理学会 法政地理 45 巻 p79 2013-03-21

¹⁹驚見 朗子 「京都におけるムスリム観光客受入の現状と取組」

と述べており、より多くのムスリム観光客を受け入れるためにハラールに対応した飲食店が多くある必要があるとしている。もちろん増加するムスリムのためにハラールに対応した飲食店が必要なことは間違いないが、現在のムスリム観光客の増加の主な要因がハラール対応ではないことを考えると、地域経済の活性化という観点からはそう言い切ってしまうことには注意が必要であると考えられる。もちろん観光地で飲食店が集積した場所においては、1つの飲食店でハラール対応メニューを導入すれば、他の店との差別化になり売り上げが上がることはあるだろう。しかし、それは地域として集客力が上がるということではなく、1つの地域の中でどの店が選ばれるかということであるため地域経済の活性化になることは考えにくい。

ここまでハラール対応を進めることが地域の活性化につながるかを考察してきたが、現在のところ直接的にハラール対応が外国人観光客の集客につながっているとは考えにくく、地域の活性化には寄与していないと考えられる。

第2節 ハラール対応のあるべき姿とは

現在の日本のハラール対応では地域活性化につながらないとすると、日本においてハラール対応はどうあるべきなのだろうか。はじめにハラール対応を観光客向けに行うものと、日本で生活するムスリム向けに行うものを分けて捉え、その上で、生活者と旅行者のそれぞれのニーズ把握のためのリサーチが必要となると考える。生活者と旅行者では置かれている状況が違うために抱えている課題や求めるものも異なる。例えば食事で考えると、旅行者は日本らしいものや日本ならではの食事を求めると考えられるが、生活者は日本らしい食事だけでなく祖国の料理を食べたいと考える人も多いただろう。その際に旅行者に対してはレストランを紹介するマップやアプリケーションが有効かもしれないが、生活者にはスーパーマーケットでのハラールコーナーの設置や外国産の調味料の充実などが有効な対応になる。礼拝場所に関しても、観光客向けには主要な観光地に設置される

ことが重要かもしれないが、生活者向けには職場や学校、ショッピングモール等に設置されることが重要になってくる。

さらにこのようなニーズを正しく把握するためには、ムスリムが何を求めているのかというリサーチも生活者と旅行者に分けて行う必要がある。旅行者に関していえば、第3章でも示したように、ハラールに対応をすれば観光客が集まるというわけではない。魅力的な観光地があつてこそムスリムの観光客も多く訪れるようになり、ハラール対応をする意味が生まれる。三菱UFJリサーチ&コンサルティングの調査によると、インドネシアとマレーシアのムスリムの日本に旅行する場合に関心があることとして、インドネシア、マレーシアともに、訪日歴有無にかかわらず「桜・紅葉等の鑑賞」、「雪を見る、触れる」、「日本の自然・風景」への興味が非常に高く、特に、訪日経験がないムスリムに、より高い傾向がみられる。また、訪日経験の有るインドネシアムスリムは「ショッピング (53.3%)」が最も高く、またマレーシアについては、「テーマパーク・遊園地・水族館 (有：59.0%, 無：72.4%)」が上位に位置づけられている²⁰という。地方自治体はこのようなりサーチをもとにして、訪日ムスリムにとって魅力的な見せ方を考えていく必要があるだろう。

一方で日本に住むムスリムがどのようなことに興味を持っているのか、何を必要としているのかといった調査は現状としてほとんど見受けられない。旅行者としてのムスリムへの関心度は高まっているためにアンケートなどの調査が多く見受けられるが、生活者としてのムスリムへの関心度があまり高くないことは、生活者としてのムスリムに対するハラール対応を進める上での障壁となっていると考えられる。生活者としてのムスリムのニーズを知ることができれば、旅行者への対応と生活者への対応を同時に行うことができるようになる。最終的にその2つが充実した地域は、その場所に住むムスリムたちもその場所を訪れたムスリムも安心して過ごすことができるようになる。これこそが日本におけるハラール対応のあるべき姿ではないだろうか。

²⁰三菱UFJリサーチ&コンサルティング

「現地ムスリムに対する訪日旅行に関する意向調査」

https://www.murc.jp/report/rc/policy_research/politics/seiken_140424/ (アクセス日：2019年11月29日)

第3節 行政の役割

ここまでの議論を踏まえ、行政が担うべき役割について考察する。

はじめに、生活者としてのムスリムに対しては、彼らの生活に関する調査が必要であると考ええる。食事や礼拝をどうしているのか、困っていることや日本での暮らしで評価できることは何かというような彼らが求めていることを、正確に把握し、生活者に対するハラール対応を進めていく必要がある。これらのことを明らかにすることで、ハラール対応をどうしていくかという議論ができるので、まずはこのニーズの把握が必要だと考える。

旅行者としてのムスリムには、次の3つの段階に分けた取り組みが重要だと考える。第1段階として外国人にとって魅力的な地域になる取り組みだ。GMTIの調査の内容からもわかるようにまずは地域としての魅力なしには観光客にも来てもらえない。地域の魅力を最大限引き出し伝えるためのマーケティングやブランディングが重要だと考える。さらに現在不足している礼拝場所の設置は、まず初めに行政が主導で行われるべきであろう。その際には民間の力を使ったマーケティングやブランディングと、外国人留学生などの在日ムスリムによる監修があるとイスラム教の教えに則った正しい方法での環境整備ができるだろう。

また、現在大幅に増加している外国人観光客であるが、それが今後も永続的に続くことは考えにくい。オリンピックが終わればある程度訪日外国人数も落ち着くと考えられる。そこで第2段階として必要となることは、上述の第1段階でムスリムに対応しようという飲食店も一定数出てくると考えられるため、それらの飲食店を面で発信することである。これはSNSやWEBでのプロモーションによるものに加え、マップやアプリケーション作成による実際に訪れた人への発信も行われると、よりムスリムにとって魅力的な観光地になるだろう。

魅力的な観光資源があり、ハラール対応も進んだ地域として認識され、正しくブランディングとマーケティングができれば、多くのムスリムが訪れる地域となるであろう。しかし、より多くのムスリムが訪れるようになるからこそ重要なのが、ハラールの品質保証である。ノンポーク、ノンアルコールとして提供していたものに実はそれらのものが入っていたとなってしまうと、信用を一気に失ってしまう。第3段階として多くのムスリムが訪れるようになった際に、ハラール認

証の取得支援や、セミナー等による品質保証を徹底するサポートが求められるだろう。

おわりに

本論文では、地域活性化とハラール対応に関しての考察を行ってきた。

第1章では日本におけるハラール対応の現状を整理し、イスラム教徒（ムスリム）に関する基本的な情報を記述し、彼らにとって重要なハラールという概念と日本のハラール対応の現状について述べた。

第2章では日本における地域活性化の取り組みの変遷を簡単に整理し、その中でインバウンド対応とハラール対応の動きがあることを述べ、日本では対応が後れていることを述べた。また、自らの経験から宇都宮市におけるハラール対応の遅れについて述べた。

第3章ではヒアリングから得られた有識者の見解を整理し、現状と合わせて現在のハラール対応が観光客増につながるものではないと考えられることを述べた。

第4章では現在のハラール対応は地域活性化につながっていないことを結論付け、そのうえでハラール対応のあるべき姿は、旅行者と生活者を分けて考えそれぞれに対応する重要性について述べた。また行政としては、時系列ごとにリサーチ、マーケティングとブランディング、礼拝場所の整備、継続したプロモーション、品質管理の徹底管理が求められるだろうという考察を行った。

ハラール対応は注目度が高い分野であるがゆえに、着手したいと考えている企業は多いだろう。もちろん増えるムスリムの観光客のために整備することは重要なことである。しかしハラールに対応するだけで売り上げが伸び、地域が元気になるという幻想は抱いてはならない。行政としても地域が元気になるために本当に必要なことを正しい順番で行うことが必要であり、この急激な外国人観光客の増加に冷静に対処しなければならない。観光客数もこのまま増え続けるということはない。東日本大震災で観光客数が減ったり、外交関係によって左右されたりと、何が起こるかわからないという面もある。しかしそのうえで一過性の観光客増加期間として終わらせてしまうのではなく、観光客が訪れたいと思う地域であり続けるために必要な取り組みが日本全国で行われることを期待する。

参考文献・参考資料

書籍・文献

- 新井直樹 2017年2月「インバウンド観光と地域振興」 『地域政策研究』（高崎経済大学地域政策学会） 第19巻 第3号 p19～p37
- 小川長 2016年 「地域活性化と地方創生」 『尾道市立大学経済情報論集』 16巻 2号 p19
- 佐々波 弓子 2013-03-21 「インバウンド観光におけるムスリム対応の現状と課題」 法政大学地理学会 法政地理 45巻 p79
- 鷺見 朗子 2018 「京都におけるムスリム観光客受入の現状と取組」 京都ノートルダム女子大学 京都ノートルダム女子大学研究紀要(48) p97～p114
- Mastercard-CrescentRating 2019 「Global Muslim Travel Index 2019」

WEB サイト

- 一般社団法人ハラル・ジャパン協会 イスラム教とは？ 世界のイスラム教徒 <http://www.halal.or.jp/halal/halal2.html>
- 一般社団法人ハラル・ジャパン協会 ハラル認証の実態 ハラル認証制度とは <http://www.halal.or.jp/halal/halal3.html>
- 札幌市 調査・統計 観光統計データ 「観光客の入込状況」 <https://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/statistics/statistics.html>
- 「地域創生インバウンド協議会」の設立について ANA プレスリリース 2018年10月30日 <https://www.ana.co.jp/group/pr/201810/20181030-2.html>
- 十勝総合振興局 十勝管内観光入込客数について 「訪日外国人宿泊客数集計表」 <http://www.tokachi.pref.hokkaido.lg.jp/ss/srk/shoko/05kankou/irikomi.htm>
- ハラルグルメジャパン <https://www.halgourmet.jp/ja>
- 別府市 観光統計 年間調査 「新調査方法による別府市観光動態」 https://www.city.beppu.oita.jp/sangyou/kankou/sokuhou_01.html
- 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 「現地ムスリムに対する訪日旅行に関する意向調査」 https://www.murc.jp/report/rc/policy_research/politics/seiken_140424/
- e-Stat 「都道府県別 国籍・地域別 在留外国人」 <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00250012&tstat=000001018034&cycle=1&year=20160&month=24101212&tclass1=000001060399>
- RESAS 「外国人滞在分析」 <https://resas.go.jp/tourism-trend/#/map/5.333900736553437/41.42090017812787/142.29371418128918/13/13101/0/2019/4/1/-/-/-/>

あとがき

今回卒業研究をするにあたり、私が大学生活で多くの時間を割いて関わってきた地域活性とハラル対応に関して取り上げた。特に地域活性化に関しては2年生の時に興味を持ち始め、休学をしての長期インターンでも関わるほど打ち込むことができた。この分野において卒業研究ができたことは私にとって財産になったのではないかと思う。

本論文を執筆するうえで反省すべき点は、3つある。1つ目は、足を使った研究があまりできなかったことである。特にハラル対応に関してはまだまだ確立されていないため書籍やインターネットの情報だけでは足りないということも多かった。ゆえに論理を裏付けるデータが得られないことが多かった。ハラル対応先進地域に赴いて話を聞いたり、アンケート等でムスリムの意識調査をしたりできればより良い論文になったのではないかと考える。2つ目は客観的事実よりも私自身の考えや特定の人に聞いたことを中心に結論を導き出してしまったことである。客観的事実に基づきそれらから何が言えるのかという検証ができるよりも良い論文になったのではないかと考える。

また、これは1つ目の反省点と重複する部分もあるのだが、日本または海外の日本と同じような状況の国の事例に関する研究ができなかったことである。日本ではハラル対応によって大きな変化が生まれたという事例はまだないかもしれないが、海外の事例で検証することをしなかった。海外でそのような事例があれば、結論も違った形になっていたかもしれないと考えると、それをしなかったことは大きな反省点である。

大学を卒業し就職をすると大学時代ほど直接的に地域と関わる機会は減る。これまで行政学研究室のつながりや長期インターンシップを通して宇都宮市をはじめ多くの自治体と関わってきた。就職を機にそのような機会はほとんどなくなり、一市民として生活することになる。しかし、これまで地域について考え、関わってきた経験が無駄にしないために、何らかの形で地域と関わることを今後も続けていきたいと考える。これからは外から見ているのではなく、日本の社会を支える一員として主体的に生きてゆきたいと思う。