

最終報告書

平成26年度ハラール食品に係る実態調査事業

2015年1月



目次

はじめに	2
1. 国内実態調査	3
1.1. 日本の食品業者のハラール認証取得状況	4
1.2. 日本企業が海外工場で製造・加工した食品に係るハラール認証取得状況	9
2. 海外実態調査	11
2.1. ハラール食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)	12
2.2. 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)	26
Appendix	28
世界のハラール食品市場の実態調査	29
世界のハラール市場	32

はじめに

調査の背景・目的

- 我が国の農林水産物・食品の輸出拡大にとって、世界の人口の約4分の1弱を占めるイスラム圏は重要な市場であるとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック等に向けて今後更なる増加が見込まれるイスラム教徒(以下、ムスリム)観光客に配慮した食品等の提供は大きな課題である
- 一方で、日本国内における農林水産物・食品に対するハラール認証の件数は徐々に増加しているものの、ハラール認証は、民間の認証であることから、食品産業におけるハラール認証に係る実態が把握できていない状況となっている
- このため、本事業では国内食品産業におけるハラール認証の現状、世界のハラール食品(ハラール認証機関から認証を取得した農林水産物・食品をいう。以下同じ。)市場等について基礎データを収集・整理し、その実態を把握した上で今後の施策に反映していくことを目的に調査を実施するものである

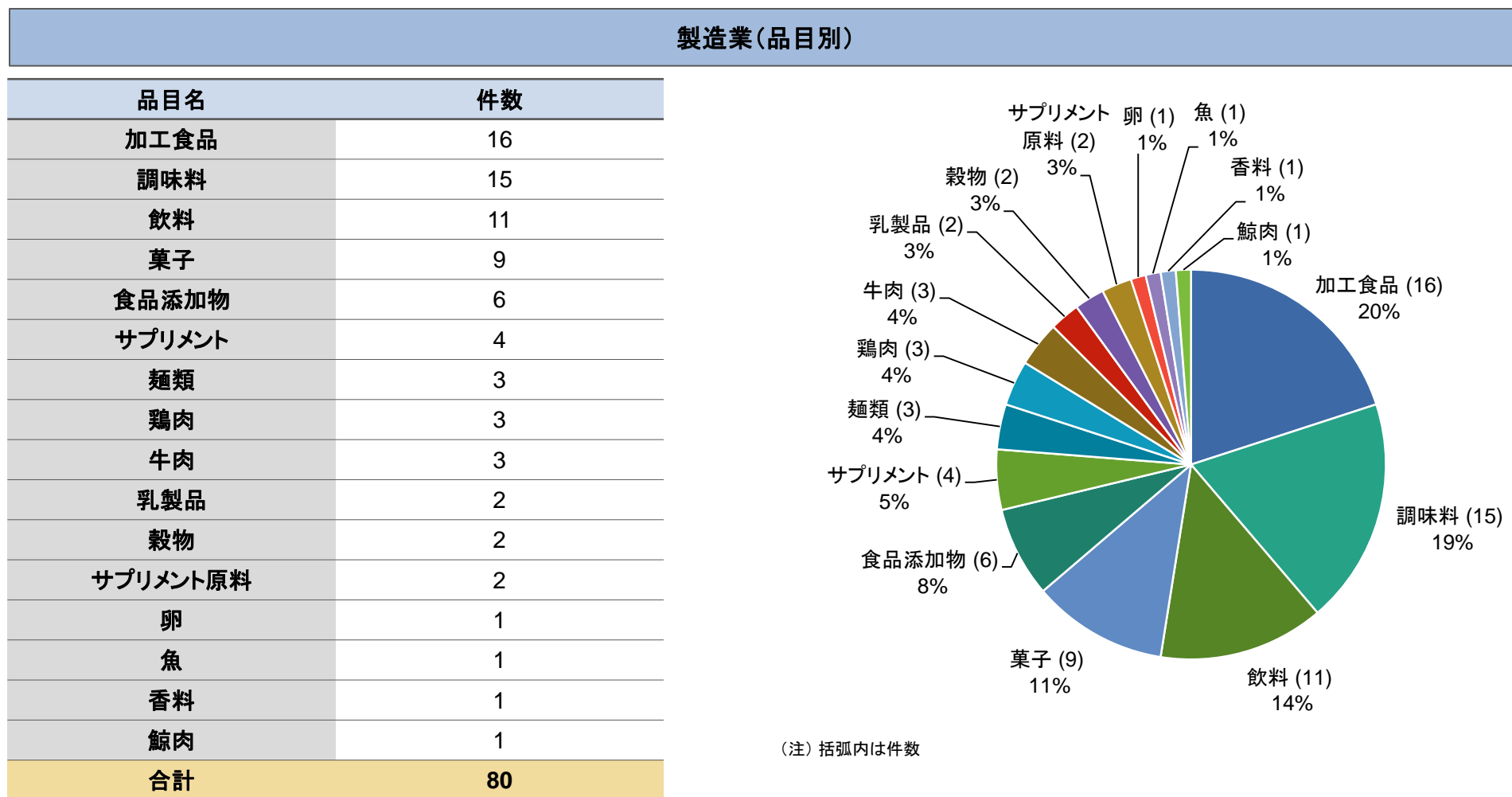
調査手法

- 文献、新聞、各種調査結果、各機関のウェブサイト等の公開情報を基に取りまとめるとともに、一部ヒアリングによって情報を補足した

1. 国内実態調査

1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(製造業、品目別)

■ 国内ハラール認証機関でハラール認証を取得した日本の食品業者(製造業)の品目別分布は以下の通りとなっている

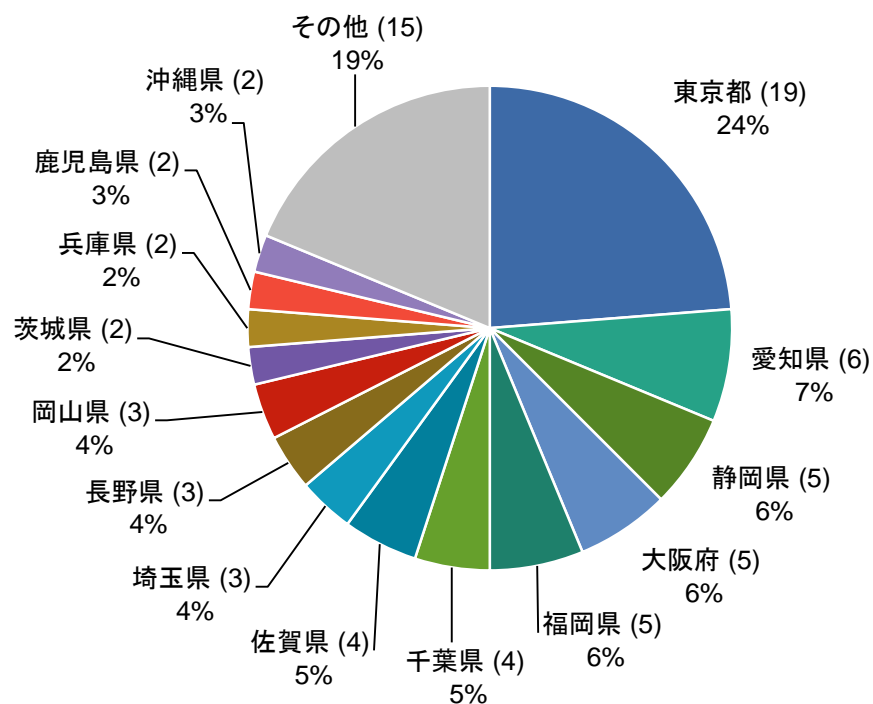


1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(製造業、地域別)

■ 国内ハラール認証機関の認証を取得した日本の食品業者(製造業)の都道府県別分布は以下の通りとなっている

製造業(都道府県別)^{1,2}

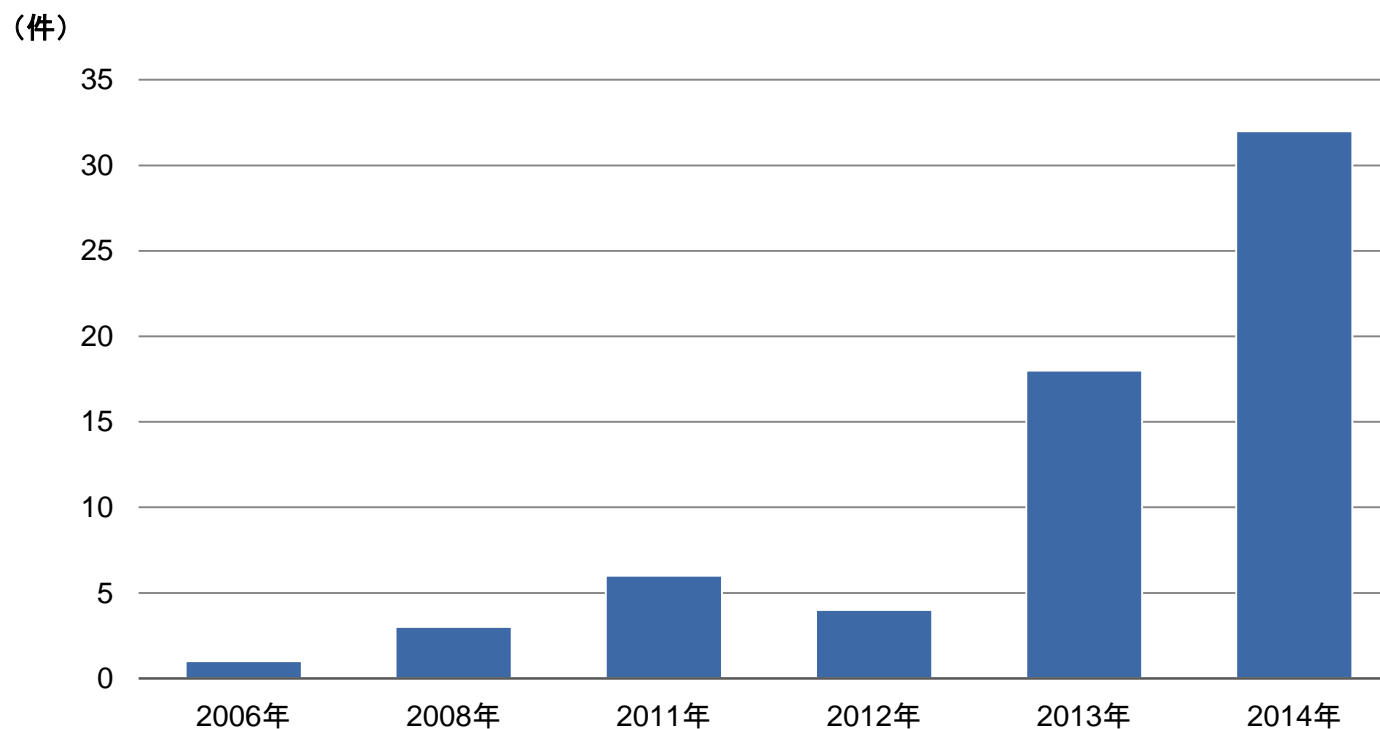
都道府県名	件数
東京都	19
愛知県	6
静岡県	5
大阪府	5
福岡県	5
千葉県	4
佐賀県	4
埼玉県	3
長野県	3
岡山県	3
茨城県	2
兵庫県	2
鹿児島県	2
沖縄県	2
その他	15
合計	80



(注)1. 括弧内は件数
2. 件数が1の都道府県については「その他」に含む。

1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(製造業、年推移)

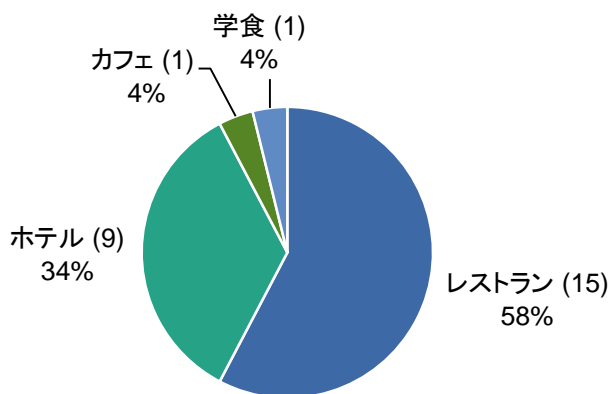
- 国内ハラール認証機関の認証を取得した日本の食品業者(製造業)数の推移は以下の通りとなっている



1.1.日本の食品業者のハラル認証取得状況(外食・ホテル産業、分野別、地域別)

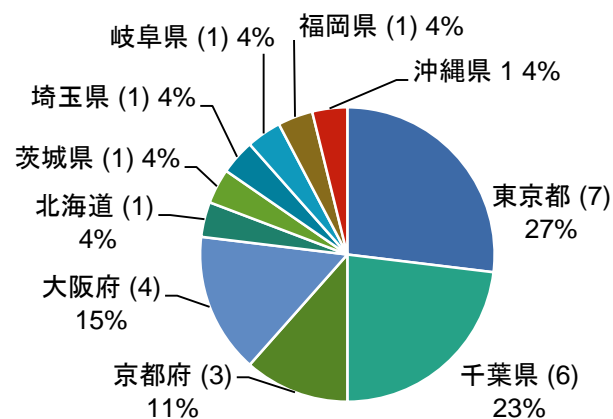
■ 外食・ホテル産業で国内ハラル認証機関の認証を取得した企業の分野別分布は以下の通りとなっている

外食・ホテル産業(分野別) ¹	
分野名	件数
レストラン	15
ホテル	9
カフェ	1
学食	1
合計	26



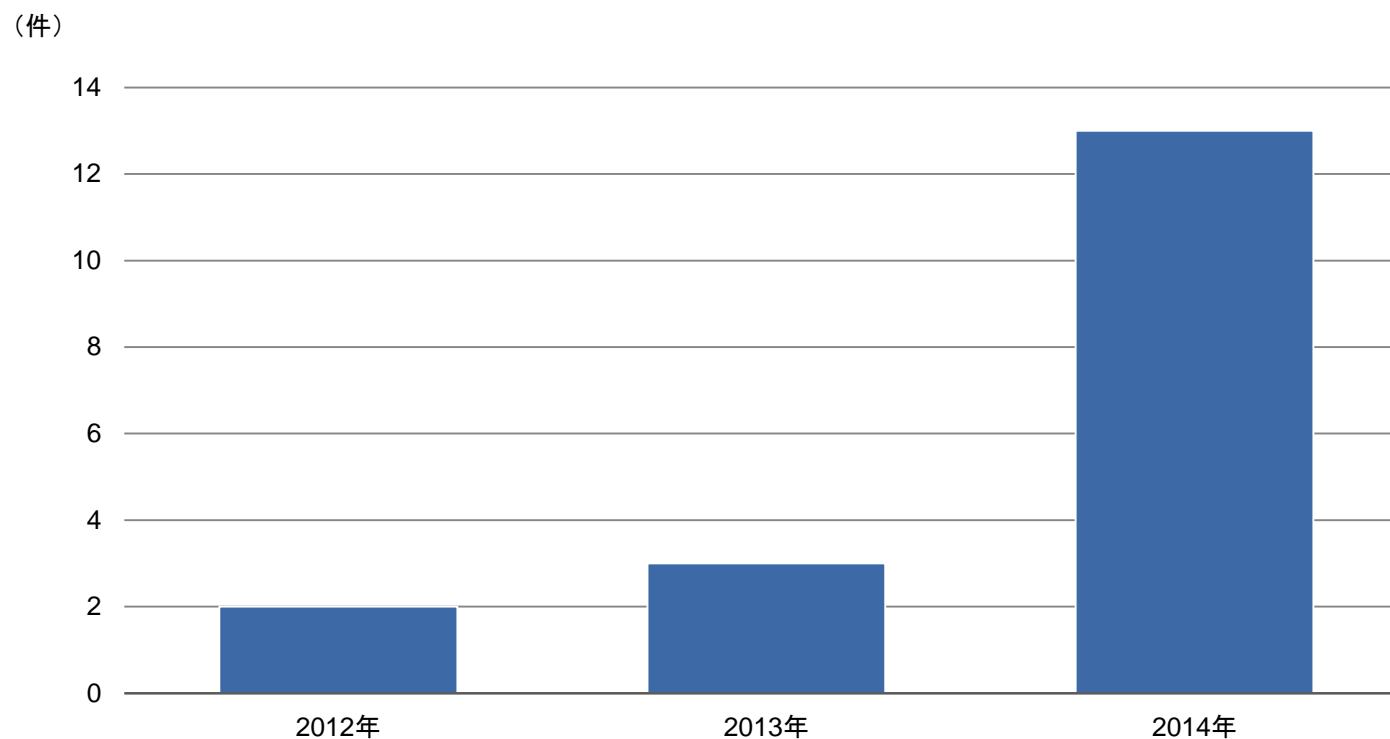
■ 外食・ホテル産業で国内ハラル認証機関の認証を取得した企業の都道府県別分布は以下の通りとなっている

外食・ホテル産業(都道府県別) ¹			
都道府県名	件数	都道府県名	件数
東京都	7	茨城県	1
千葉県	6	埼玉県	1
京都府	3	岐阜県	1
大阪府	4	福岡県	1
北海道	1	沖縄県	1
合計	26	合計	26



1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(外食・ホテル産業、認証機関別、年推移)

- 日本の外食・ホテル産業で国内ハラール認証機関の認証を取得した年の推移は以下の通りとなっている

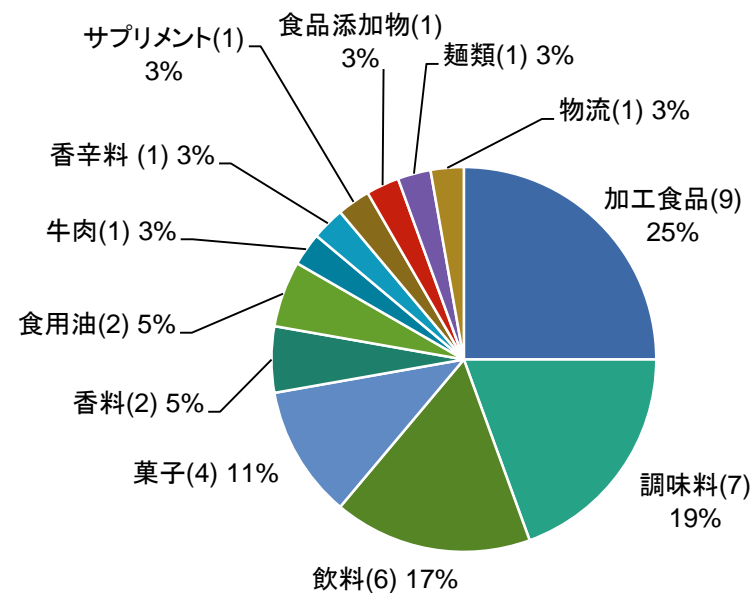


1.2. 日本企業が海外工場で製造・加工した食品に係るハラール認証取得状況

- 海外工場で製造・加工した食品で海外のハラール認証を取得した品目別分布は以下の通りとなっている

海外工場(品目別)¹

品目名	件数
加工食品	9
調味料	7
飲料	6
菓子	4
香料	2
食用油	2
牛肉	1
香辛料	1
サプリメント	1
食品添加物	1
麺類	1
物流	1
合計	36

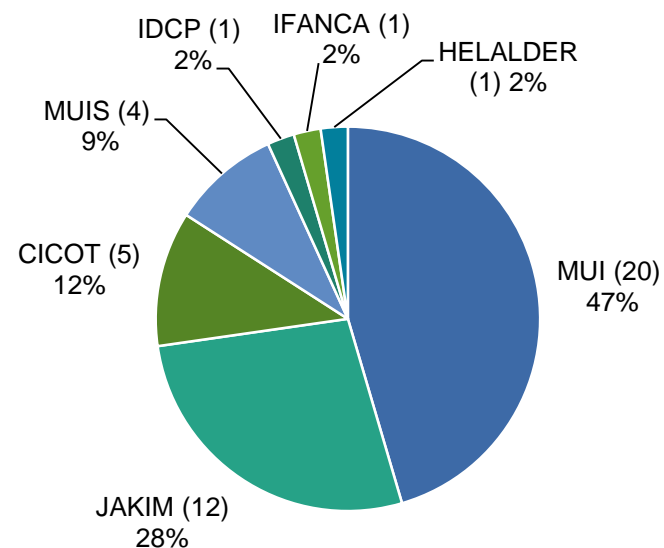


1.2. 日本企業が海外工場で製造・加工した食品に係るハラール認証取得状況

- 海外工場で製造・加工した製品で、海外のハラール認証を取得したケースの認証機関別分布は以下の通りとなっている

海外工場(認証機関別)^{1,2}

認証機関名	件数
MUI(インドネシア)	20
JAKIM(マレーシア)	12
CICOT(タイ)	5
MUIS(シンガポール)	4
IDCP(フィリピン)	1
IFANCA(米国)	1
HELALDER(トルコ)	1
合計	44



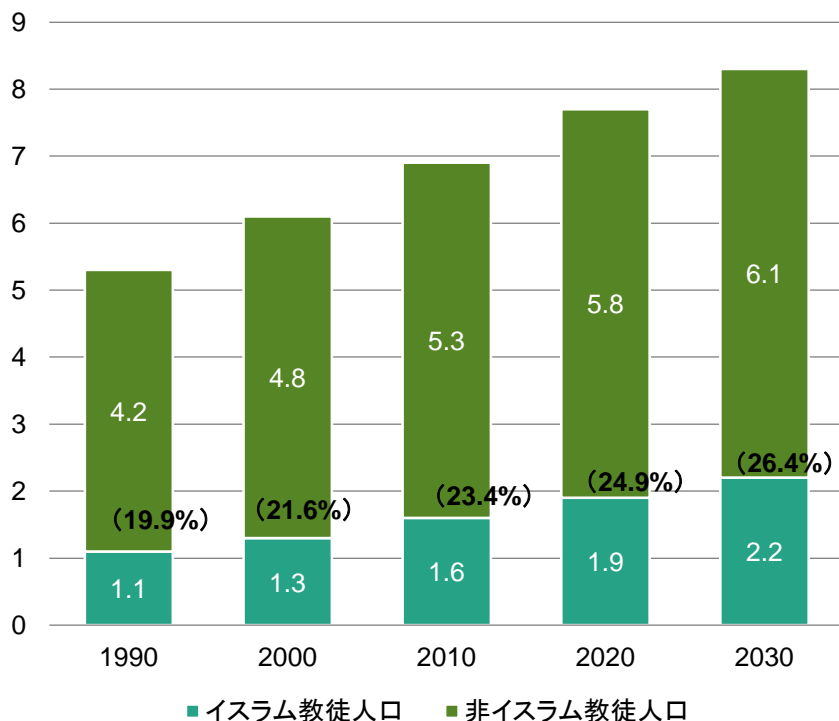
2. 海外実態調査

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)

■ イスラム教徒人口の推移と将来推計(世界全体・国別)

- イスラム教徒人口数は、2030年には22億人、全人口の26.4%を占めると推計されている
- イスラム教徒が多い国の上位10カ国の多くがアジア地域となっている

図表 世界のイスラム教徒人口の推移と将来推計(1990-2030年)(単位:10億人)



■ イスラム教徒人口 ■ 非イスラム教徒人口

(注)括弧内は、全人口に占めるイスラム教徒人口の割合

図表 地域別のイスラム教徒人口の推移と将来推計(1990-2030年)(単位:千人)

	2010年		2030年	
	イスラム教徒人口	世界人口に占めるイスラム教徒の割合 (%)	イスラム教徒人口	世界人口に占めるイスラム教徒の割合 (%)
世界全体	1,619,314		2,190,154	
アジア大洋州	1,005,507	62.1	1,295,625	59.2
中東・北アフリカ	321,869	19.9	439,453	20.1
サブサハラアフリカ	242,544	15.0	385,939	17.6
欧州	44,138	2.7	58,209	2.7
米州	5,256	0.3	10,927	0.5

図表 イスラム教徒数が多い上位10カ国と将来推計(2010と2030年)(単位:千人)

	2010年	イスラム教徒数	2030年	イスラム教徒数
1	インドネシア	204,847	パキスタン	256,117
2	パキスタン	178,097	インドネシア	238,833
3	インド	177,286	インド	236,182
4	バングラデシュ	148,607	バングラデシュ	187,506
5	エジプト	80,024	ナイジェリア	116,832
6	ナイジェリア	75,728	エジプト	105,065
7	イラン	74,819	イラン	89,626
8	トルコ	74,660	トルコ	89,127
9	アルジェリア	34,780	アフガニスタン	50,527
10	モロッコ	32,381	イラク	48,350

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)

- 本事業では、ASEANとGCCの16カ国のハラル食品市場の実態調査を、文献調査、ウェブ調査、統計データを活用しておおよそ作成した後、現地にヒアリングが必要なものに関しては、電話やメールでのインタビューを通じてできる限り情報を入手した
- 市場規模および貿易額データの推計にあたっては推計方法を明示する。本事業ではASEANとGCCの16ヶ国について貿易額の推計を行ったが、本事業での推計方法を当てはめることで他の国や地域の貿易額の推計も可能となる
- 世界のハラル食品市場については、食品のみを対象にしたSungkar and Hashim (2009)のデータと食品と非アルコール飲料を対象としたDinar Standard and Thomson Reuters (2013, 2014)のデータを挙げる

図表 世界のハラル食品市場規模(2005-2010年)(単位:10億ドル)

地域名/年	2005	2009	2010(推定)	2010年成長率
世界全体	596.1	634.5	651.5	2.7%
アフリカ	139.5	150.3	153.4	2.1%
アジア	375.8	400.1	416.1	4.0%
欧州	64.4	66.6	67.0	0.6%
北米	15.5	16.1	16.2	0.6%
豪州(大洋州)	1.1	1.5	1.6	6.7%

(出所) Sungkar, Irfan and Darhim Hashim (2009), The Global Halal Food Market and Updates on Global Halal Standards (<http://www.halalrc.org/images/Research%20Material/Presentations/GLOBAL%20HALAL%20STANDARDS.pdf>).

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)

図表 世界のハラル食品・非アルコール飲料市場規模(2012、2013年)(単位:10億ドル)

地域名/年	2012	2013	前年比増減率
世界全体	1,088	1,292	18.6%
中東・北アフリカ(その他)	237	319	34.6%
東アジア	229	226	-1.3%
南アジア	177	212	19.8%
中央アジア	137	204	48.9%
サブサハラアフリカ	120	114	-5.0%
中東・北アフリカ(GCC諸国)	85	93	9.4%
西欧	45	49	8.9%
東欧	40	54	35.0%
北米	15	16	6.7%
中南米	2	3	50.0%
豪州	2	2	0.0%

(出所) Dinar Standard and Thomson Reuters (2013, 2014), State of the Global Islamic Economy (2013 Report), (2014 Report) より作成。2013年版は次のウェブサイトからダウンロード可能
(<http://www.dinarstandard.com/food-beverage-sgie-report-2013/>)

(注)1. 四捨五入により各地域の和と世界全体の値が異なる

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

■ 各国のハラル食品市場規模の推計方法

- 本調査ではハラル食品市場規模を下記の3通りの方法によって推計することとする
 - ① 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品支出 (Consumer Expenditure on Food)
 - ② 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品および非アルコール飲料支出 (Consumer Expenditure on Food and Non-Alcoholic Beverages)
 - ③ 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品および非アルコール飲料支出 (実質) (Real Expenditure per Capita, Food and Non-Alcoholic beverages)
- ムスリム人口は、いずれもピュー・リサーチセンター (Pew Research Center) が2011年に公表した報告書のデータのうち、2010年のムスリム人口の値を採用。

Pew Research Centre (2011), *The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030*
(出所: <http://www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF-Feb10.pdf>)
- ①の一人当たり食品支出および②の一人当たり食品・非アルコール飲料支出のデータはEuromonitorに依拠した
- ③の一人当たり食品・非アルコール飲料支出(実質)のデータは、2014年に世界銀行が公表した世界の購買力平価と実質支出報告書(以下、ICP報告書)に依拠した
World Bank (2014), *Purchasing Power Parities and Real Expenditures of World Economics: a comprehensive report of the 2011 International Comparison Program (Volume 1)* (出所: <http://go.worldbank.org/2NLE82X9P0>)
- 同じ一人当たり食品・非アルコール飲料支出に基づく算出方法であっても、依拠するデータが異なると市場規模の値も変化する。本調査ではEuromonitorとICP報告書の2つのデータに基づいて市場規模を推計したが、ハラル認証済みの食品を捕捉したデータが存在せず、推計に頼らざるを得ないことから、依拠するデータの差によって市場規模の推計値が異なり得ることに留意する必要がある

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

■ 推計方法① ハラル食品市場規模 = 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品支出

- 一人当たり食品支出はEuromonitorのデータに依拠

図表 ムスリム人口、ハラル食品市場規模(推計値)

	ムスリム人口 (万人)	一人当たり食品支出(ドル)				各国ハラル食品市場規模(100万ドル)			
		2010	2005	2009	2010	2013	2005	2009	2010
1 インドネシア	20,485	248.8	411.9	522.3	608.7	50,967	84,378	106,993	124,692
2 カンボジア	24	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
3 シンガポール	72	816.6	1,022.4	1,086.2	1,315.0	588	736	782	947
4 タイ	395	313.8	523.3	625.6	733.5	1,240	2,067	2,471	2,897
5 フィリピン	474	342.0	543.7	599.5	816.6	1,621	2,577	2,842	3,871
6 ブルネイ	21	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
7 ベトナム	16	156.2	284.6	286.7	389.8	25	46	46	62
8 マレーシア	1,714	528.6	749.5	861.5	1,093.4	9,060	12,846	14,766	18,741
9 ミャンマー	19	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
10 ラオス	0	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
11 サウジアラビア	2,549	804.7	1,349.8	1,404.4	1,649.9	20,512	34,406	35,798	42,056
12 UAE	358	3,844.0	2,126.8	2,558.4	2,883.9	13,762	7,614	9,159	10,324
13 バーレーン	66	1,075.5	1,113.2	1,185.2	1,434.3	710	735	782	947
14 オマーン	255	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
15 カタール	117	895.4	1,257.6	1,264.6	1,369.7	1,048	1,471	1,480	1,603
16 クウェート	264	1,602.1	1,623.9	1,331.0	1,337.1	4,230	4,287	3,514	3,530

(出所) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030およびEuromonitorにに基づきMURC推計

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法② ハラル食品市場規模 = 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品と非アルコール飲料に対する支出
 ● 一人当たり食品と非アルコール飲料支出はEuromonitorのデータに依拠

図表 ムスリム人口、ハラル食品市場規模(推計値)

	ムスリム人口 (万人)	一人当たり食品・非アルコール飲料支出(ドル)				各国ハラル食品・非アルコール飲料市場規模(100万ドル)			
		2010	2005	2009	2010	2013	2005	2009	2010
1 インドネシア	20,485	266.3	438.9	560.2	652.8	54,552	89,909	114,757	133,726
2 カンボジア	24	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
3 シンガポール	72	866.3	1,089.6	1,158.7	1,407.0	624	785	834	1,013
4 タイ	395	370.2	603.2	719.9	850.8	1,462	2,383	2,844	3,361
5 フィリピン	474	364.2	579.5	639.0	870.9	1,726	2,747	3,029	4,128
6 ブルネイ	21	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
7 ベトナム	16	168.6	307.5	309.8	421.2	27	49	50	67
8 マレーシア	1,714	564.5	801.8	921.9	1,171.6	9,676	13,743	15,801	20,081
9 ミャンマー	19	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
10 ラオス	0	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
11 サウジアラビア	2,549	871.0	1,470.7	1,532.8	1,809.7	22,202	37,488	39,071	46,129
12 UAE	358	4,240.7	2,354.9	2,835.4	3,201.2	15,182	8,431	10,151	11,460
13 バーレーン	66	1,172.7	1,215.2	1,294.1	1,566.9	774	802	854	1,034
14 オマーン	255	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
15 カタール	117	961.6	1,352.3	1,359.3	1,472.6	1,125	1,582	1,590	1,723
16 クウェート	264	1,715.6	1,741.1	1,427.6	1,435.2	4,529	4,597	3,769	3,789

(出所) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030およびEuromonitorに基づきMURC推計

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法③ ハラル食品市場規模 = 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品と非アルコール飲料に対する支出
 - 一人当たり食品と非アルコール飲料支出はICP Reportのデータに依拠(実質値)

図表 ムスリム人口、ハラル食品市場規模(推計値)

	ムスリム人口(万人)	一人当たり食品・非アルコール飲料支出 (ドル)	各国ハラル食品・非アルコール飲料市場規模 (100万ドル)
	2010	2011	2011
1 インドネシア	20,485	1,102	225,681
2 カンボジア	24	606	145
3 シンガポール	72	1,263	909
4 タイ	395	1,308	5,168
5 フィリピン	474	1,175	5,570
6 ブルネイ	21	2,160	454
7 ベトナム	16	438	70
8 マレーシア	1,714	1,225	20,997
9 ミャンマー	19	592	112
10 ラオス	0	576	0
11 サウジアラビア	2,549	1,726	44,006
12 UAE	358	2,735	9,790
13 バーレーン	66	1,780	1,175
14 オマーン	255	1,866	4,758
15 カタール	117	1,927	2,255
16 クウェート	264	2,637	6,962

(出所) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030、および World Bank (2014), Purchasing Power Parities and Real Expenditures of World Economics: a comprehensive report of the 2011 International Comparison Program (Volume 1)に基づきMURC推計

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

■ 各国のハラール食品貿易額の算出方法

- 本調査ではハラール食品の貿易額を下記の4通りの方法によって推計することとする。ただし、ハラール認証を取得した食品のみを抽出して貿易額を推計することは困難であるため、本調査では特定の食品をハラール食品とみなして貿易額の推計を行うこととする
 - ① ハラール食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品
 - ② ハラール食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品 + 調整食品類
 - ③ ハラール食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品 + 調整食品類 + 飲料(アルコール飲料を除く)
 - ④ ハラール食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品 + 加工食品(アルコール飲料を除く)
- 先行調査においてハラール食品貿易額を推計するに当たっては、ハラール食品を食肉のみとしたり、食肉および加工食品としたりと複数の推計方法が存在する。そのため、本調査では上記の4通りの方法でハラール貿易額の推計を行った
 - ① GCC諸国のハラール肉輸入に関するHDCの推計方法(肉のみを対象)に基づく(HDC(n.d.))『ハラール市場とその展望』
 - ② 韓国ハラール産業研究院の推計方法(「畜産物および加工品」と「調整食品類」をハラール関連食品と推定)に基づく(李海昌(2014)「対イスラム市場輸出拡大を官民で(韓国)」『ジェトロセンサー』2014年10月号、29頁)
 - ③ ②に非アルコール飲料を追加
 - ④ マレーシアのハラール製品輸出に関するHDCの推計方法(Food & Beverageをハラール関連食品と推定)に基づく(HDCウェブサイト(http://www.hdcglobal.com/publisher/bi_halal_export))。ただし、魚類や野菜等をFoodに含めると本来ハラールとは関係のない品目が多数含まれてしまうため、下記の豚肉・その関連製品、アルコール飲料とあわせて推計の対象から外している。
- 各品目の貿易額の推計に当たっては、UN Comtradeの統一システム分類(Harmonized Commodity Description Coding System: HS)のデータを用いた

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

■ 推計方法① ハラル食品=食肉・食肉加工品・その他畜産品

- HS分類: 02-(0203+020630+020641+020649+020910+021011+021012+021019)+0407+0408

図表 ハラル関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラル関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラル関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)	
ASEAN 諸国	1	インドネシア	261,241	22,604
	2	カンボジア	2,773	13
	3	シンガポール	662,208	68,517
	4	タイ	130,924	443,860
	5	フィリピン	348,009	25,468
	6	ブルネイ	29,587	165
	7	ベトナム(2012)	135,188	8,915
	8	マレーシア	771,030	169,793
	9	ミャンマー(2010)	11	15,546
	10	ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11	サウジアラビア	2,845,181	166,021
	12	UAE(2011)	1,405,761	43,446
	13	バーレーン(2011)	204,201	2,089
	14	オマーン	376,569	44,132
	15	カタール(2012)	409,978	4,238
	16	クウェート(輸入:2008、輸出:2009)	355,764	3,083

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

- 推計方法② ハラール食品＝食肉・食肉加工品・その他畜産品＋調整食品類
 - HS分類：推計方法①＋21

図表 ハラール関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラール関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラール関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)	
ASEAN 諸国	1	インドネシア	1,012,135	686,718
	2	カンボジア	37,387	14
	3	シンガポール	1,453,211	1,455,843
	4	タイ	1,113,511	2,329,612
	5	フィリピン	1,161,493	120,349
	6	ブルネイ	66,759	378
	7	ベトナム(2012)	466,954	237,821
	8	マレーシア	1,710,223	1,393,332
	9	ミャンマー(2010)	25,055	16,906
	10	ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11	サウジアラビア	4,350,308	219,030
	12	UAE(2011)	2,031,349	365,477
	13	バーレーン(2011)	272,918	132,026
	14	オマーン	460,294	117,146
	15	カタール(2012)	545,054	7,973
	16	クウェート(輸入:2008、輸出:2009)	508,520	5,851

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

■ 推計方法③ ハラール食品＝食肉・食肉加工品・その他畜産品＋調整食品類＋飲料(アルコール飲料を除く)

- HS分類: 推計方法①+21+2201+2202

図表 ハラール関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラール関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラール関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)	
ASEAN 諸国	1	インドネシア	1,098,699	750,145
	2	カンボジア	59,689	7,926
	3	シンガポール	1,946,682	1,739,031
	4	タイ	1,171,340	3,926,809
	5	フィリピン	1,186,725	138,854
	6	ブルネイ	115,177	2,176
	7	ベトナム(2012)	487,047	310,874
	8	マレーシア	1,814,649	1,761,357
	9	ミャンマー(2010)	25,677	16,910
	10	ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11	サウジアラビア	4,907,156	637,602
	12	UAE(2011)	2,405,533	683,969
	13	バーレーン(2011)	321,308	151,606
	14	オマーン	529,930	124,630
	15	カタール(2012)	654,543	10,450
	16	クウェート(輸入:2008、輸出:2009)	596,956	18,611

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

- 推計方法④ ハラール食品＝食肉・食肉加工品・その他畜産品＋加工食品（アルコール飲料を除く）
 - HS分類：推計方法①＋17＋18＋19＋2101＋2102＋2103＋2104＋2106＋2201＋2202

図表 ハラール関連食品貿易額（推計値）

No.	国名	ハラール関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラール関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)	
ASEAN 諸国	1	インドネシア	3,621,554	2,766,401
	2	カンボジア	127,890	61,287
	3	シンガポール	3,275,477	4,088,350
	4	タイ	2,161,745	8,210,863
	5	フィリピン	1,766,789	689,387
	6	ブルネイ	196,926	5,282
	7	ベトナム(2012)	1,325,956	893,394
	8	マレーシア	4,665,244	4,424,740
	9	ミャンマー(2010)	41,904	26,679
	10	ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11	サウジアラビア	7,605,214	1,385,955
	12	UAE(2011)	3,701,367	1,862,146
	13	バーレーン(2011)	489,466	169,598
	14	オマーン	828,016	269,786
	15	カタール(2012)	914,326	11,195
	16	クウェート(輸入:2008、輸出:2009)	952,089	41,194

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

図表 HS分類

統計番号	品名
02	肉及び食用のくず肉
02.01	牛の肉(生鮮のもの及び冷蔵したものに限る。)
02.02	牛の肉(冷凍したものに限る。)
02.03	豚の肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限る。)
02.04	羊又はやぎの肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限る。)
02.05	馬、ろ馬、ら馬又はヒニーの肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限る。)
02.06	食用のくず肉(牛、豚、羊、やぎ、馬、ろ馬、ら馬又はヒニーのもので、生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限る。)
0206.10	－ 牛のもの(生鮮のもの及び冷蔵したものに限る。)
	－ 牛のもの(冷凍したものに限る。)
0206.21	－ 舌
0206.22	－ 肝臓
0206.29	－ その他のもの
0206.30	－ 豚のもの(生鮮のもの及び冷蔵したものに限る。)
	－ 豚のもの(冷凍したものに限る。)
0206.41	－ 肝臓
0206.49	－ その他のもの
0206.80	－ その他のもの(生鮮のもの及び冷蔵したものに限る。)
0206.90	－ その他のもの(冷凍したものに限る。)
02.07	肉及び食用のくず肉で、第01.05項の家きんのもの(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限る。)
02.08	その他の肉及び食用のくず肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに限る。)
02.09	家きんの脂肪及び豚の筋肉層のない脂肪(溶出その他の方法で抽出していないもので、生鮮のもの及び冷蔵し、冷凍し、塩蔵し、塩水漬けし、乾燥し又はくん製したものに限る。)
0209.10	－ 豚のもの
0209.90	－ その他のもの
02.10	肉及び食用のくず肉(塩蔵し、塩水漬けし、乾燥し又はくん製したものに限る。)並びに肉又はくず肉の食用の粉及びミール
	－ 豚の肉
0210.11	－ 骨付きのもも肉及び肩肉並びにこれらを分割したもの(骨付きのものに限る。)
0210.12	－ ばら肉及びこれを分割したもの
0210.19	－ その他のもの
0210.20	－ 牛の肉
	－ その他のもの(肉又はくず肉の食用の粉及びミールを含む。)
0210.91	－ 霊長類のもの
0210.92	－ くじら目のもの、海牛目のもの及び鰭脚下目のもの
0210.93	－ 爬虫類のもの
0210.99	－ その他のもの

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

図表 HS分類

統計番号	品名
04.07	殻付きの鳥卵(生鮮のもの及び保存に適する処理又は加熱による調理をしたものに限る。)
04.08	殻付きでない鳥卵及び卵黄(生鮮のもの及び乾燥、蒸気又は水煮による調理、成型、冷凍その他保存に適する処理をしたものに限るものとし、砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わない。)
17	糖類及び砂糖菓子
18	ココア及びその調製品
19	穀物、穀粉、でん粉又はミルクの調製品及びベーカリー製品
21	各種の調整食料品
21.01	コーヒー、茶又はマテのエキス、エッセンス及び濃縮物並びにこれらをもととした調製品、コーヒー、茶又はマテをもととした調製品並びにチコリーその他のコーヒー代用物(いつたものに限る。)並びにそのエキス、エッセンス及び濃縮物
21.02	酵母(活性のものであるかないかを問わない。)及びその他の単細胞微生物(生きていないものに限るものとし、第30.02項のワクチンを除く。)並びに調製したベーキングパウダー
21.03	ソース、ソース用の調製品、混合調味料、マスタードの粉及びミール並びに調製したマスタード
21.04	スープ、ブロス、スープ用又はブロス用の調製品及び均質混合調製食料品
21.06	調製食料品(他の項に該当するものを除く。)
22.01	水(天然又は人造の鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものを除く。)、氷及び雪
22.02	水(鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものに限る。)その他のアルコールを含有しない飲料(第20.09項の果実又は野菜のジュースを除く。)
22.03	ビール
22.04	ぶどう酒(強化ぶどう酒を含むものとし、生鮮のぶどうから製造したのものに限る。)及びぶどう搾汁(第20.09項のものを除く。)
22.05	ベルモットその他のぶどう酒(生鮮のぶどうから製造したもので、植物又は芳香性物質により香味を付けたものに限る。)
22.06	その他の発酵酒(例えば、りんご酒、なし酒及びビード)並びに発酵酒とアルコールを含有しない飲料との混合物及び発酵酒の混合物(他の項に該当するものを除く。)
22.07	エチルアルコール(変性させてないものでアルコール分が80%以上のものに限る。)及び変性アルコール(アルコール分のいかんを問わない。)
22.08	エチルアルコール(変性させてないものでアルコール分が80%未満のものに限る。)及び蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料
22.09	食酢及び酢酸から得た食酢代用物

2.2. 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)

■ 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)は、下記の通り

No.	国名	ハラール認証機関と認証状況			
		機関名	コンタクト先	企業数	相互認証先(JAKIMとMUIのみ)
ASEAN 諸国	1 インドネシア	The Indonesian Council of Ulama (MUI), Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika,	Tel: +62-21-391-8890 Fax: +62-21-391-8915 URL: www.halalmui.org	約1,000 (2013年)	JAKIM
	2 カンボジア	設立が検討されている段階	n.a.	n.a.	n.a.
	3 シンガポール	Islamic Religious Council of Singapore (MUIS)	Tel: +65-6359-1199 Fax: +65-6259-4733 URL: www.muis.gov.sg	約2,650 (2010年)	JAKIM LPPOM MUI(肉牛のと畜、食品加工及び香料)
	4 タイ	The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT)	Tel: +66-2949-4114 Fax: +66-2949-4341 URL: www.halal.or.th	約3,500 (2012年)	JAKIM LPPOM MUI(肉牛、食品加工)
	5 フィリピン	Islamic Da'wah Council of The Philippines (IDCP)	Tel: +63-2-245-8456 Fax: +63-2-241-5142 URL: www.idcp-ph.org	n.a.	JAKIM
		National Commission on Muslim Filipinos (NCMF)	Tel: +63-2-952-6490 Fax: +63-2-952-4875	n.a.	JAKIM
		Office Muslim Affair (OMA)	Tel: +63-2-952-6490 Fax: +63-2-952-4857 URL: www.oma.gov.ph	n.a.	LPPOM MUI(肉牛)
	6 ブルネイ	Islamic Religious Council	n.a.	n.a.	n.a.
		Lembaga Mengeluarkan Permit Import Halal, Bahagian Kawalan Makanan Halal, Jabatan Hal Ehwal Syariah	Tel: +673-2242565 Fax: +673-2223106	n.a.	JAKIM
	7 ベトナム	Halal Certification Agency, Vietnam	Tel: +84-4-6269-3741 Fax: +84-4-6267-1285	n.a.	JAKIM
8 マレーシア	Department of Islamic Development Malaysia or JAKIM	Tel: +60-3-8886-4000 Fax: +60-3-8889-2039 URL: www.halaljakim.gov.my	約3,646 (2013年)	LPPOM MUI(肉牛のと畜、食品加工及び香料)	
9 ミャンマー	Myanmar Halal Certification Committee	Tel: +951-252608 Fax: +951-545365	n.a.	n.a.	
10 ラオス	The Islamic Association in LAO PDR vientiane jamia masjid, Vientiane, 01000, Lao PDR	Tel: 856—02055613302 Email: ailao3320@yahoo.com	n.a.	n.a.	

(出所) JAKIMウェブサイト(2014年7月24日現在) <http://www.halal.gov.my/v3/index.php/ms/senarai-badan-islam-yang-diiktira>
森下・武井(2014)『ハラール認証取得ガイドブック』等を加筆修正し弊社作成

2.2. 国別のハラール認証機関及びその認証状況（認証を取得した企業数及び食品の品目数）

- GCC諸国においては、国固有のハラール認証機関が存在するわけではなく、農林水産、規格、食品安全性、衛生といった担当省がハラール性に関する検査や輸出許認可等を担当している

		ハラール認証機関と認証状況			
No.	国名	機関名	コンタクト先	相互認証先 (JAKIMとMUIのみ)	
GCC加盟国	11	サウジアラビア	Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO)	Tel: +966 11 4520000 Fax : +966 11 4520193 URL : http://www.saso.gov.sa/en/	n.a.
	12	アラブ首長国連邦(UAE)	Agricultural and Animal Affairs, The Ministry of Environment & Water of the United Arab Emirates	Tel: Call Center 8003050 Email: foodsafety@moew.gov.ae URL: http://www.moew.gov.ae/en/our-services/animal-wealth/licensing/ - المشرفة الإسلامية - الجمعية اعتماد - الدولة .asp على الذبح - الحلل - خارج الدولة .asp	JAKIM
			Gulf Halal Center	Tel: +971 6 54 54 54 1 Fax: +971 6 54 54t 54 2 Email: contact@gulfhahal.com URL: http://gulfhahal.com/	n.a.
	13	バーレーン	Ministry of Health, Agriculture Department	n.a.	n.a.
	14	オマーン	Quality Control Department, Ministry of Commerce & Industry	Tel : +968-2477-4853 URL: http://www.mocioman.gov.om/?lang=en-US#	n.a.
	15	カタール	Qatar Supreme Council of Health, Department of Health Outlets and Food Control	Tel : +974-440-7021 Fax : +974-440-7082	n.a.
	16	クウェート	Ministry of Commerce and Industry, Public Authority of Industry, Kuwait	Tel : +965-2530-2001	n.a.

Appendix

世界のハラール食品市場の実態調査1

■ ASEAN諸国のハラール情報を取りまとめると以下の通りとなっている

	マレーシア	インドネシア	タイ	シンガポール
ムスリム人口 (割合割合/全人口)	約1914万人 (約65%/全人口2945万人)	約2億人 (約80%/全人口2億4000万人)	約300万人 (約5%/全人口6900万人)	約50~70万人 (約15%/全人口518万人)
ハラール認証機関 及び 関連機関	マレーシアイスラム開発局 (JAKIM) ハラール産業開発公社 (HDC)	インドネシアウラマー協議会 (MUI) LPPOM (検査機関、ロゴ認証機関)	タイイスラム中央委員会 (CICOT) タイハラール基準局 (HIT)	シンガポールイスラム評議会 (MUIS)
規格及び 特徴	<ul style="list-style-type: none"> ■ 唯一の政府機関による認証制度 ■ MS1500-2004/2009にて工業規格化されており、システム化されている ■ 医薬品や化粧品、物流にもハラール規格が定められている 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハラール食品及びハラール包装・ロゴに関してはFood Regulation ITP 302にて規定 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食品に関してはThai Agricultural Standard ■ TAS 8400-2007にて、ハラール全般に関してはCICCのNATIONAL HALAL STANDARD: General Guidelines on Halal Products THS 24000: 2552にて規格化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食品関連企業の事業内容により、7種類の認証システムを設定 (国内の加工食品や国内の食肉処理場、レストラン、調理場、倉庫に対する認定、海外で認証取得した食品を輸入する業者に対する認定)
注意点	<ul style="list-style-type: none"> ■ マレーシアに生産拠点、支店、代理店、エージェント等を持たない外資系企業の所有する第三国工場への認証は原則として認められていない 		<ul style="list-style-type: none"> ■ タイに生産拠点、支店、代理店、エージェント等を持たない外資系企業の所有する第三国工場への認証は原則として認められていない 	
認証取得企業数	約3,646社 (2013年)	約3,000社 (2013年)	約3,500社 (2012年)	約2,650施設 (2010年)
有効期限	2年	2年	1年	1年または2年
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ■ 政府がハラール産業の推進・誘致に力を入れている ■ ハラール認証に対して信頼性が高く、中東等自国外でも評価が高い ■ 親日的、日本食品への信頼が高い ■ 都市部を中心に、外資系総合スーパー (General Merchandise Store: GMS) 等、近代的な小売流通業が浸透している 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 内販市場としての市場規模の大きさ ■ 日系企業の進出も多い ■ 都市部を中心に、外資系GMS等、近代的な小売流通業が浸透している 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食品産業のグローバル拠点としてのメリットが多い (ハラール食品輸出国の世界第7位) ■ 日系企業の進出も多い ■ 都市部を中心に、外資系GMS等、近代的な小売流通業が浸透している ■ 親日的、日本食の人気の高い 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者の所得水準がASEANでも最も高い ■ 日系企業の進出も多い ■ 一部の業種を除き、外資規制がない
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口が少なく、人件費も高水準 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地方では特にインフラの整備がまだ不十分 ■ 外資系企業によるハラール産業進出へのインセンティブや支援が十分ではない 	<ul style="list-style-type: none"> ■ タイ国全体でみるとムスリム人口が少ない ■ タイ投資委員会 (The Thai Board of Investment: BOI) によるセミナー等は開催され、関心は高まりつつあるものの、外資系企業によるハラール産業進出へのインセンティブや支援が十分ではない 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口が少ない ■ 参入企業が多く、熾烈な競争

世界のハラール食品市場の実態調査2

- ASEAN諸国のハラール情報を取りまとめると以下の通りとなっている。

認証国	特徴	想定される活用方法
マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 情報開示が進んでおり、非ムスリムにも比較的わかりやすい制度 ■ 政府系機関による認証であるため、海外市場においても高い認知度や信頼性 ■ 政府がハラール・ハブを目指しており、各種バックアップを提供 	海外輸出も見据えた生産拠点として活用
インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口2.4億人のうち、ムスリムが8割を占める ■ 1人当たりGDPが3,000ドルを超え、急速な内需拡大が期待される ■ 第三国の工場に対しても審査員を派遣し、MUIのハラール認証を付与することがある 	インドネシア国内市場をターゲットとした認証取得が有効
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日系や外資を含む世界の食品工場が集積しており、サプライヤー等のアクセスが容易 ■ 非イスラム国のハラール認証であるため、相対的に柔軟性の高い認証体制と言われている ■ タイの国内市場のみならず東南アジアの貿易拠点・ハブとして中東や別の東南アジア地域への市場も見込める 	産業集積が進んでいるため、サプライヤー選択が容易で、高度化された製品の生産に適切
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内販売よりも、東南アジアの貿易拠点・ハブとして中東や別の東南アジア地域への市場も見込める ■ GCCとのFTA発効により、今後は中東市場への輸出拠点としての活用も有望 	付加価値の高い製品を高額品として少量輸出
フィリピン	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口の9割以上がキリスト教のため、ハラール産業振興の動きは少ないが、現在ミンダナオに10億ペソ(約23.6億円)のハラールパーク設立を計画し、国内でのハラール市場の拡大が期待される 	
ブルネイ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 王族がハラール産業のバックアップを行い、ハラール認証機関と商社のタイアップでの産業振興を行っている 	
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> ■ 特にハラール産業の振興に力を入れているわけではないが、ASEANの周辺国の所得増加によりムスリムの観光客への対応を行っている施設・レストランは増加している 	
カンボジア	<ul style="list-style-type: none"> ■ 設立を検討中 	
ラオス	n.a.	
ミャンマー	n.a.	

世界のハラール食品市場の実態調査3

GCC加盟国におけるハラール市場

- ムスリムが多数派の国々のうち、特にGCC加盟国（サウジアラビア、アラブ首長国連邦、クウェート、カタール、バーレーン及びオマーン）は従来から食肉及び食肉加工品を輸入している。GCC加盟国の食品市場規模は447億米ドルで、そのうち9割を輸入に依存しているほか、GCC諸国は国際貿易にも開放的となっている
- GCC加盟国の中でもアラブ首長国連邦(UAE)やサウジアラビアは市場として有望視されている。サウジアラビアは人口2,500万人と、GCCでは最大の人口を抱えており、「マッカ(メッカ)」と「メディナ」というイスラムの二大聖地を抱えるため、最も戒律が厳しいとされている

認証国	特徴
サウジアラビア	<ul style="list-style-type: none"> ■ ムスリム人口約2500万人(全人口の97%、2009年)、600万人の外国人労働者を抱える ■ 100万米ドルを超える資産を保有する富裕層が約9万人存在、15歳未満の若年層が人口の4割を占める
UAE	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総人口は約507万人とされているが、このうち自国民の比率は約18.2%にとどまり、残りの8割以上をインド・パキスタン、近隣中東諸国、フィリピンなどの外国人が占める ■ 手厚い福祉政策の恩恵を受けた自国民、外国人労働者(中間層)、旅行者が消費を牽引している ■ ドバイは外国人駐在員や労働者、観光客誘致の目的もあり、特別のライセンスを得た事業者が一部の定められた地域でアルコール類や豚肉製品も提供する一方、シャルジャは最も戒律が厳しいとされている ■ 食肉及び食肉加工品については、UAE政府が指定したと畜場や食肉施設で加工されなければならないとされており、その他の食品は全て登録制である。なお、UAE国内の市場は均一ではない。例えば、2大都市とされるドバイとアブダビでも市場特性は大きく異なる。ドバイはアブダビと比較して旅行者の来訪者が多く、大型ショッピングモールの数も多数あるため、消費市場としては大きい
バーレーン	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の輸入依存度が高い ■ 地理的に他のGCC諸国へのアクセスが良いことから、食品加工企業の進出先として注目されている
オマーン	<ul style="list-style-type: none"> ■ 他のGCC諸国よりは低いものの食料の80%を輸入に頼る ■ 中央年齢(median age)が20歳程度と若年層が多く、若者が好む加工食品やファーストフードに商機があるとされる ■ オマーン国内で販売される外国製品はGCC規則に適合していることが求められ、食品規格規制は湾岸標準機構(GSO)に基づいて定められたGCC統一食品規格に基づく。ハラールについては、GSO993/1999、GSO1931/2009、GSO2055/2010に依拠している
カタール	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の90%を輸入に頼る ■ 食肉の中ではラム、マトン、ヤギ肉を好む ■ 人口190万人のうち外国人労働者が75%を占める。さらに2022年のFIFAワールドカップ等に伴うインフラ開発により、外国人労働者の増加が見込まれる ■ 天然ガスは世界第3位の確認埋蔵量を誇り、現在では世界最大の液化天然ガス(LNG)輸出国。LNG輸出を原動力とする経済成長により、1995年から2013年でGDPが20倍以上拡大した。それに伴い食品支出も拡大 ■ 牛乳・鶏肉加工品を含む全ての食肉の輸出には、輸出国の衛生証明書と輸出国公認のイスラミックセンター発行のハラールと畜認証が必要
クウェート	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の98%を輸入に頼る ■ 全てのアルコール飲料およびその製造に使用される材料の持ち込み、豚、豚肉および豚肉・豚皮製品の輸入は禁止されている ■ 2012年に豚肉由来成分が混入したホットドッグがブラジルから輸入され、クウェート国内のレストランで提供される事件が発生した

(出所) 各国機関ウェブサイト及びJETROウェブサイト等より作成

世界のハラール市場：北米・南米

北米地域

- 米国のムスリムは約260万人で、2030年までに620万人に増加すると予想されている。米国においてはハラール食品よりもユダヤ教徒のために生産されたコーシャ製品の方が手に入りやすいため、ムスリムはコーシャの製品を購入することが多いと言われている。米国のハラール認証団体であるイスラム食品栄養委員会 (Islamic Food and Nutrition Council of America: IFANCA) の推計によると、米国のムスリムの食品市場規模は約200億米ドルに上るものの、ハラール食品の入手が困難なために大部分がコーシャ食品に代替されているとしている。2010年の統計によれば、米国のムスリムは、年間25億米ドルのコーシャ製品の売り上げのうち、約25～30%を購入していると言われている。ハラール市場は主にニューヨーク、ニュージャージー、ロングアイランド、ロサンゼルス、シカゴ、ヒューストン、デトロイト等の大都市近郊に存在している
- カナダのムスリムの多くも移民が多い。2010年の94万人のムスリム人口は、2030年には3倍の270万人になると予想されている。カナダのハラール食品市場は10億米ドルを超えるとみられ、この数字は年々増加していると言われている

南米地域

- 2010年の中南米諸国のムスリムは170万人で、2030年には200万人に増加すると予想されている。最もムスリム人口が多いのはアルゼンチンの100万人で、ブラジル(20万人)、メキシコ(11万人)と続く。トムソン・ロイター等の報告書では、ハラール食品市場上位20カ国に中南米諸国は入っていない
- ブラジルは、世界の鶏肉の一大生産地であり、また世界最大の鶏肉輸出国である(重量ベース、FAOSTAT)。OIC諸国に対する世界第2位の食肉輸出国であり、特にGCC諸国に対する鶏肉の最大の輸出国となっている。ブラジル国内ではサンパウロ州、パラナ州、マトグロソ・ド・スル州、リオグランデ・ド・スル州にムスリムの多くが居住する。近年は健康や高品質製品に関心を持つ消費者がハラール食品を購入するケースが増えつつあり、ハラールを取得した工場は国内に300以上あるとされるが、ハラール製品のほとんどは輸出向けである。ブラジルの主要なハラール認証団体として、CIBAL Halal (Central Islâmica Brasileira de Alimentos Halal)、FAMBRAS (Federation of Muslim Associations of Brazil) 等がある

(出所) 森下・武井(2014)『ハラール認証取得ガイドブック』東洋経済新報社、35-36頁、Dinar Standard and Thomson Reuters (2013), State of the Global Islamic Economy (2013 Report), pp.37-38、およびThe Brazil Businessウェブサイト(<http://thebrazilbusiness.com/article/halal-food-market-in-brazil>)より作成

世界のハラール市場：欧州

欧州

- 2010年の欧州のムスリム数は4,300万人と推定され、人口増加率も高い。欧州のムスリム人口は全体の人口の約6%に相当し、2030年にはこの割合が32.5%に増加すると予測されている。特に、高い購買力を持つ若年/高学歴世代が多いとされている。欧州全土におけるハラール食品市場の規模は、670億米ドルに達すると推定される(2010年)
- ロシアには2010年で約1,600~2,500万のムスリムが居住し、ハラール食品市場規模は219億米ドルに上るとされる。ほとんどのハラール市場はモスクワ周辺に存在し、旧ソビエト時代の中央アジア諸国のムスリム移民がハラール食品の消費者となっている
- フランスには2009年のムスリムは約470万人が居住し、多くがアルジェリア、モロッコ、チュニジア、トルコなどからの移民で構成されている。フランスのムスリム向けの市場規模は174億米ドルと推計されている。フランスのムスリムの3~4割はパリ近郊に居住しているといわれ、かつてはマイナーな食品であったハラール対応商品も、現在では大手スーパーでも普通に扱われている
- フランスはEUでの農産物輸出1位の座を長年保持する農業大国であり、フランス産の農産物・農産加工物の12%は中東に輸出されている。GCC諸国においては、農産物・農産加工物の輸入の半数をフランスから輸入している(2011年/2012年)。フランスにおいては、ハラール市場は年間7~10%の成長を遂げていると言われている
- 英国はムスリム人口287万人(2010年)で、主にインド、パキスタンからの移民で構成されている。特にロンドンとバーミンガムに居住しているムスリムが多く、これらの都市においては、テスコやカルフル、Sainsburyなどの大手スーパーでもハラール食品が店頭に並んでいる

世界のハラール市場:トルコ

トルコ

- 人口の9割以上をムスリムが占めるイスラム国であるが、世俗主義を採用し、イスラム教を国教とはしていない
- トルコ国内には、政府系認証機関であるTSE(トルコ規格院)やGIMDES等4-5の認証機関がある。そのうちの1つであるヘラルデル(HELALDER、健康安全ハラール協会)は東京にコンタクトオフィスを有する(バハール社が監査機関(audit body)となっている)
- 政府系認証機関であるTSEがハラール認証を行うことに対しては、政教分離の観点から批判する意見も多い。4-5の認証機関があるのは、それぞれイスラム教の中でも微妙に宗派を異にするため。GIMDESも特定宗派に偏っている
- トルコのハラール認証の歴史はここ10-15年程度であり、ムスリムが多い国であるため、市場に出回っている製品は表示がなくてもハラール対応がされているという前提だった。しかし近年、マーガリンに豚肉由来材料が入っていた等の問題が明るみとなり、食の安全・安心という観点からハラールの必要性が認識されるようになった
- 基本的には、トルコに食品を輸出するためにはトルコのハラール認証が必要という暗黙的ルールがある(明示はされていない)。特に、肉類には厳格な審査が要求される。マレーシアがJAKIMの認証が世界で最も信頼性があるとPRするのと同様に、トルコ政府も自国の認証が最も優れているとする立場を取っている
- 前述のバハール社の場合、ハイリスクな製品に関しては、ヘラルデルから監査員が来日して審査する。それ以外のローリスク製品は日本の監査員が審査し、審査レポートをヘラルデルに提出し、ヘラルデルからの指摘事項を企業に伝える。ローリスク製品についてはヘラルデルから審査員が来日して審査することはない
- ハラール取得までの期間は半年程度。ヘラルデルのハラール認証は1年ごとに更新する
- バハール社の場合、ハラール取得費用は認証取得目的によって異なるので明示できない。ある企業の例では日本国内の他社の認証取得費用の半額程度であった模様

世界のハラール市場: アフリカ

アフリカ

- ムスリム人口は約2.5億人存在すると推計されている(2009年)が、統計によっては5億人を超えるとも推計されている。特にナイジェリア(7,800万人)、スーダン(3,000万人)、エチオピア(2,800万人)に多くムスリムが居住している(エジプト、モロッコ、アルジェリア等中東とアフリカ地域の区別によってもムスリム人口は異なる)。東アフリカ共同体(EAC)には、5,000万人のムスリムが居住していると言われている。アフリカのムスリム教徒は、インドやパキスタンなど南インドからの移民に多い
- アフリカ諸国のハラール認証機関は、NGOや民間企業の形態を取っていることが多い。また、アフリカ全体および各地域での共通のハラール認証も存在していない
- ムスリム人口は100万人前後と多くないものの、産業化が進んでいる南アフリカには、The South African National Halaal Authority (SANHA)(ヨハネスブルク)、Islamic Council of South Africa (ICSA) (ヨハネスブルク、ダーバン) Muslim Judicial Council Halal Trust, South Africa (ケープタウン)、National Independent Halaal Trust, South Africa (レナシア)といった複数の認証団体が存在している。中でもSANHAとICSAは世界ハラールカウンシル(the World Halal Council)に加盟しており、南アフリカのハラール認証機関として積極的に情報発信や啓蒙活動を行っている。また、SANHAは近年、近隣のザンビア、ナミビア、ボツワナ、モザンビークといった国々のハラール認証機関を設立する準備をしているとされている
- 今後アフリカ各国の経済発展が進み、また人口成長率の高いムスリムの購買力が高まることにより、アフリカのハラール市場も大きな伸びを見せると期待されている

世界のハラール市場: 中国

中国

- 中国では、イスラム教を信仰する少数民族は約10あり、合計するとムスリム人口は2,300万人と推計される。主に新疆や寧夏回族自治区に在住しているが、最多の人口を持つ回族の多くはもともと13世紀に西アジアから移住し、一部は漢民族などと混血しながら、少数民族社会を形成し、現在はほぼ中国全土に分布している。長い歴史の中から、中国のハラール食品には多種多様な種類があり、食油、肉製品、乳製品、菓子類、砂糖、缶詰、調味料、豆製品、小麦粉、添加物、健康食品、冷凍食品等が含まれている
- 中国でハラールは「清真」と呼ばれる。広大な国土を持つ中国では、地域により自然環境や特産物、生活環境や食文化の相違がある。ハラール食品についても同様に、各地域の食文化やハラールの解釈、タブーとされる行為も若干異なるという。ハラール食品の種類も豊富であり、食油、肉製品、乳製品、菓子類、砂糖、缶詰、調味料、豆製品、小麦粉、添加物、健康食品、冷凍食品等が含まれている。また、長い歴史のなかで、非イスラム教の飲食文化の影響も受けている。「2012年中国飲食産業市場調査報告」によると、ハラール食品・ハラール用品・ハラール飲食店を経営している企業及び個人事業主が12万社以上あり、そのうち、専門的にハラール食品を生産・販売している企業が6,000社以上あるとしている。中国各地のハラール飲食店や商品は、ムスリムだけでなく、漢民族等の他宗教の消費者にも利用されている。非ムスリムの消費者の中にも、ハラール認証を受けている商品はトレーサビリティ等の観点から、品質的に安心と好意的に受け止める人も少なくない
- 中国においては統一されたハラール認証規格はなく、国内市場向けの認証は、通常各地域のイスラム協会(宗教団体)が認証している。また、地方政府によっては、「清真」と表示できる商品の生産加工工程について、条例を発布し規格化しているところもある。例えば、寧夏回族自治区においては2002年に「寧夏回族自治区清真食品管理条例」が発行された(2011年更新)。2009年に、地方規格として「DB64/T543-2009寧夏清真食品認証規格」が正式的に発行され、ハラール食品などの輸出のための参考基準を提供した。なお、輸出向けのハラール食品を生産する企業を認証する主要な認証機関には中国イスラム協会がある
- WHCの推計によると、中国国内のハラール食品市場規模は約212億米ドルに上る。中国国内にのみならず、世界のムスリムの消費市場拡大による輸出促進を見込み、中国政府はハラールパークの設立や規格統一に向けた準備を始めている