

## ハラールについて

3年3組24番 中西 彩香

Keyword: 「ハラール」「イスラム教徒」「多様性」「異文化理解」「宗教」

### 1. はじめに

私がイスラム教のハラールについて探求しようと思ったきっかけは、他国の食文化を尊重せずに扱う動画(パスタを意図的に折ったり、寿司を潰したりするものなど)を目にし、それを不快に感じる人がいるのではないかと考えたことにあります。また、ガザとイスラエルの戦争に関するSNS上の投稿を見た際、ガザの人々の暮らしを誇張して嘲笑するような表現があったことも強く印象に残りました。

さらに調査を進めるうちに、イスラム教に対して「女性を軽視する宗教」「怖い」「テロを起こす宗教」といった否定的な印象が一部で広まっていることを知り、そのような誤解を少しでも払拭できないかと考えるようになりました。また、近年は東南アジアを中心としたムスリム人口の多い地域からの訪日外国人が増加しており、日本において彼らが食事の面で困難を抱えていないかという関心も、このテーマを選んだ理由の一つです。

### 2. 序論

探究の目的は、ハラールのことを多くの人に知ってもらい在日ムスリムが直面する食の困っていることを解決しようということと、それを通じてイスラム教徒へのイメージを変えていくことを目的としました。

近藤 文哉・金 信遇・松木 祐馬・向井 智哉・木村 真利子の「ムスリムに対する受容的態度およびイメージに対して情報提示が及ぼす影響—脅威・類似情報の提示とその認知を中心に—」という先行研究では、脅威、類似情報を見た被験者がムスリムの受け入れに対する考えは影響せず変わらなかったが、ムスリムのイメージは与えられた情報によって変化したと報告されています。例えば、イスラム教徒の増加によって日本人の雇用が少なくなる、文化を守らないなど、日本人にとって大きな脅威となっていることなどといった脅威の情報を見た被験者はムスリムに対して悪いイメージを抱きます。しかし、ムスリムも同じく家族を形成していることと、伝統的な文化をイスラム教徒も日本人も守っているという私たちと似た生活の情報を見た被験者は自分と親しみを感じムスリムに対して良いイメージになったと言われています。そこから、私はこれまでのムスリムに対する悪いイメージはガザでのイスラエル戦争や過激派のイスラム教徒によるテロなどが報道されていたことに、加えてSNSでの思いやりのない言葉や事実無根の誤解を生むようなコメント、投稿が原因だと考えた。新聞、ニュースで報道されるテロ、イスラム教とキリスト教ユダヤ教の問題による戦争が世界中の不特定多数が見るSNSと組み合わせることで、より深刻化している。これらの課題を解決するためには、適切な情報を取ること、ムスリムに対する理解と知識が必要だと考えました。

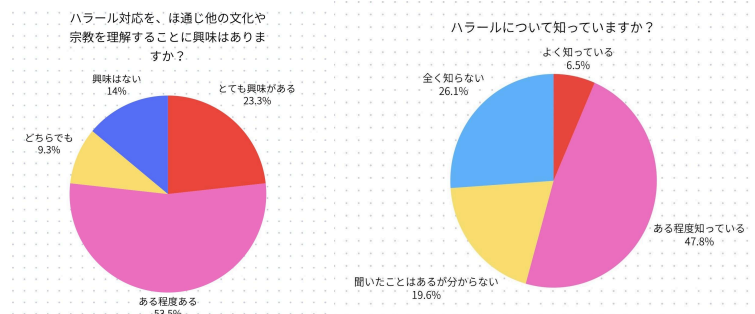
ハラールとは、ムスリム(イスラム教徒)が摂取・利用することが許されている飲食物や行為全てを指しています。その逆に、豚肉やアルコールなどイスラム法によって飲食禁止されていることをハラームと言い、例えば魚や肉などのハラールとハラームの違いが宗派や地域によって判断基準が違い食べれるかわからない微妙なことをシュブハと言います。ハラールかどうか判断するための方法として、ハラール認証があります。また、最近ではアプリで商品をカメラで撮ると翻訳されたりハラール商品でないかすぐに分かることができるものもあります。日本のレストランや飲食店ではハラール認証を店に取り入れたり、取得する上でのコストなどの負担が大きいため、ハラール認証に頼らずムスリムフレンドリーを取得する店もあるそうです。両方の認証にはもちろん

店員全員がハラールの正しい知識を持ち、ムスリムに原材料を説明し安心を与えるサービスを行うことが条件となります。

以上のように、ハラールの知識はとても重要です。日本と世界のハラールの認知度については、もちろんムスリム人口が多いインドネシアは高く、日本ではまだまだ浸透していない。知識がないと、外部からの情報、インターネットやSNSなどから情報を得ることが多く見受けられます。その影響もあり、ハラールに関する正しい知識がないと誤解は生まれやすいと考えています。よって、私は自分自身がハラールの知識を知り、広めることでイスラム教徒の食文化を理解してもらうことが大切だと考えました。

### 3. 本論

ハラールに関する情報収集については、書籍やインターネット、論文を主に使用しました。その結果、序論で述べた通り、日本でのハラールへの認知は低いものでありました。これからムスリムの訪日観光客数が増えるのでまずハラールについて知ることを始めることが重要だと感じました。よって、まずは学校内でハラールについての認知度に関するアンケートを取りました。



予想していたよりもハラールについて知っている人が多かったですが、グラフの全体を見ると低い状況でした。認知度は低いものの宗教やハラールについて学びたい、興味がある人は全体の70パーセント近くいました。この結果から、ハラールについては知らないが宗教に対して興味関心を持ち理解したい意欲的姿勢が見られると考えられます。まず知ることによってムスリムに対する理解への第1歩を踏むことが出来ると私は感じました。そこで学校内・外でハラールについて知識を広めたいと考え、地域の方々とはハラールについて共有する企画を立ち上げました。企画に当たっては、「withキッチン(注1)」とコラボレーションすることができました。

(注1)withキッチンとは、2023年に2期生が設立した孤食をなくすための地域食堂のことです。また、学校や公民館で年に約2回にわたって活動を行っています。)

withキッチンとのコラボレーションでは、ハラール風カレーを作る予定でしたが、事前の買い出しの際店側の手違いによってハラールにより近い動物性不使用のカレールーを入手することが出来なく、具だけハラール風になってしまいました。

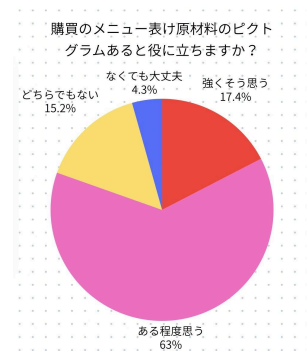
その失敗を生かし、地域の人々にクイズを実施しました。質問の項目は制作したカレーはイスラム教徒は食べられないかにしました。参加者の中にハラールを知っている人はいないと予測していたのですが、企業の方や地域の方が数名程知っていると手を挙げられ予想外で驚かされました。参加者の意見の中にはゼラチンの入った料理は食べれなくて可哀想や、ハラールの判断が難しいなどマイナスなものもありましたが、一方でハラールについて知ることは大切だとか、新しいものを知れてよかったなど様々な意見や感想が挙げられ貴重な体験でした。地域の人々と交流してハラールについての知識を少しだけでも簡単に伝えることを目標に掲げていたので、満足しました。

しかしまだまだ、地域の人だけで行ったので規模を少し大きくしたかったと痛感しました。

さきほども書いた通り、東南アジアのムスリム人口が多いこと、その地域の訪日外国人が増えており、食文化を目当てに訪日しています。ムスリムたちは来日後、食に困っていることを知りました。ここから、学校内で困っている留学生がいるのではないかと思い、購買の商品にアレルギー表示やハラール表示を実施しようと考えました。

事前のアンケートでは、購買で表示があることで役に立つと答えた学生が80%となっており、今後役に立つと考えました。しかし、パンは一般企業のロンドンベーカリーから仕入れているが、毎日配達される種類が違うため表示をつけることが難しいらしく、まだまだ実施するまで時間がかかりそうです。

そこで、私は一覧表でパンのハラール表示をしようと考えました。新しく商品が来たら追加し、廃版のパンを消したりすることで、定期的に表示にひと工夫を行うことができ、実施に向けて考えたいと思います。



#### 4. 結論

以上の活動から、ハラールについて知ることは異文化を理解するために大切なことだと思います。ハラール対応はまだ日本では進んでいない場所も多い一方で、ハラール認証やムスリムフレンドリーなどを取得し、海外市場で事業を展開している日本企業は少なくありません。しかし、ハラール対応で認証を取っていても商品の原材料などに問題があれば企業の信頼にも関わります。「認証を取ればいい」という投げやりな考え方では、後に問題となり信頼を失う原因となります。それはムスリムから信用されなくなるだけでなく非ムスリムからの企業への印象も悪くなると考えています。

そのため、取るだけでなく正しい知識を必ず社員、店員が持つこと、また、ムスリムがハラールをどれだけ重視・大切にしているのか気持ちを理解することが必要だと思います。よって、私は先行研究でも言われていた「与えられる情報によってイメージが変化する」に基づいて、食文化を通して理解を深める活動を行いました。withキッチンやアンケートは発表などを通して、基礎知識を広めたが全てのことを深く掘り下げないようにし、たまに掘り下げたり興味やなぜなんだろうと参加者が自主的に質問や疑問点を考えてもらうようにできたと考えます。

今回の探究に関わる課題には、スケジュール管理があります。探究活動においては、あまりすぐに行動に起こすことができませんでした。なぜならば、自分のやるべきスケジュール管理を怠っていたためです。探究活動において成果を出すためにも、インターネット上でなく紙のカレンダーで計画を立てることが大切だと感じました。

また、ムスリムに対する印象がどう変化したのか期間を開けてアンケートを取れば良かったのと、発表とか活動後に定期的に行うべきだと思いました。こうした課題は、進学後にも活かし、探究内容を改善していきたいと考えています。

#### 5. おわりに

今回の探究や発表を通して、世界の問題、現在起こっていることを知る機会が増え、それらに興味を持ち自ら調べたりするようになりました。また、日常生活の中で何か改善出来ることを考えたり、ニュースを見て自分なりの考えを整理したり、評価をつけたりなどを行うことが以前より増えました。

驚いたことは、日常生活の中で、ハラールが案外関わりがあったことです。ハラール認証の油、フライドオニオンが家に置いてあったことで、これは自分とは関係ないと思うのではなく、見る視野を変えれば身近に自分のテーマと関係している人、ものが見つかるかもしれないことに気づきました。この3年間で、見る視野が広がり、視点を変えていくことの大切さが身に染みました。大学では、その経験を活かして研究に集中したいです。

## 6. 参考文献・出典

日本貿易振興機構(ジェトロ)デジタルマーケティング部、クアラルンプール事務所.「ASEAN主要国におけるハラール認証制度比較調査～マレーシア、インドネシア、シンガポール、タイにおける制度比較～」.『日本貿易振興機構(ジェトロ)』.

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/02/2024/d5fea7ae44f7eadc/20240315\\_r.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2024/d5fea7ae44f7eadc/20240315_r.pdf) (2024年3月15日)

ジェームズ・ビッカートン.「世界—人口が増えているのはイスラム国——若さと出生率の高さで世界を席巻する勢い」.『Newsweek』.

[https://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2025/06/555918\\_1.php](https://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2025/06/555918_1.php) (2025年6月12日)

ハラルジャパン協会.「食のムスリムインバウンド対応で「おもてなし」」.『ハラル・ジャパン協会』.

<https://jhba.jp/service/inbound/> (2025)

「Muslim Friendly, LLC.「ムスリムフレンドリー」.『Muslim Friendly, LLC』.

<https://www.muslimfriendly.co.jp> (2021)

株式会社Halal Navi.「ムスリム1581人へのアンケート調査結果」.『PR TIMES』.

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000002.000136342.html> (2024年2月16日)

近藤 文哉・金 信遇・松木 祐馬・向井 智哉・木村 真利子(2019年).「ムスリムに対する受容的態度およびイメージに対して情報提示が及ぼす影響—脅威・類似情報の提示とその認知を中心に—」.『AGLOS: Journal of Area-Based Global Studies』.8巻.

1-18. <https://dept.sophia.ac.jp/g/gs/wp-content/uploads/2020/08/Musurim.pdf>