●インバウンド最前線●

ムスリム&ベジタリアン対応、どう対策しどう発信するのか？

怒濤のように訪れる外国人 宝の山と見て対応せよ!!

2017年に観光庁が発表した「訪日外国人消費動向調査」によると、訪日外国人旅行客に対して「訪日前に期待していたこと」を複数回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」が68・3％と最も多かった。一方で、戒律や主義によって食事に制限がある訪日客への対応はまだまだ不十分だ。訪日経験のあるムスリムやベジタリアンからは、日本での飲食で困ることに「料理に何が使われているかという表示が不十分」「安心して食事できるお店が少ない」という点が挙げられている。ムスリムやベジタリアン対応に精通している有識者に話を聞き、実例を挙げながら、今後必要不可欠になるムスリム&ベジタリアン対応を考える。

ユニバーサルフード&ホスピタリティを

メイドインジャパン・ハラール支援協議会・高橋敏也理事長

フレンバシー・播大樹社長

最初に、「ムスリム」指す。唯一神アッラーを信仰し、クルアーンを聖典とする。1日5回マッカ（メッカ）の方角へ向かって礼拝を行い、イスラム暦の9月「ラマダーン」には日没まで断食をするなどが特徴だ。

また、イスラム法上で豚肉やアルコールなどの飲食を禁止されている。

一般社団法人メイドインジャパン・ハラール支援協議会の高橋敏也理事長は、外食産業におけるムスリム訪日客への対応について現状の問題点を指摘する。

「例えば、居酒屋業態は若年層の飲酒機会減少に伴い客数や客単価は漸減傾向にある。その一方で国内需要はまだ相当数あり、客数確保もそこまで深刻化していない。また、英語メニューの作成やムスリム対応は手間だという意識があり、本気で対策を考えているところはまだ少ない」

高橋さんは、実はここに大きなチャンスがあると強調する。「大手チェーンはセントラルキッチンで調理する料理が多く、きめ細やかなムスリム対応は難しい。しかし中小規模の居酒屋には即応力があるため、大手がフォローしきれないムスリムを一手に集客できる」という利点があるのだ。

高橋さんが国別のムスリム比率を訪日観光客に当てはめて試算したところ、2017年には約180万人のムスリム観光客が来日しているという結果が出た。近年は特にインドネシアとマレーシアの増加数が著しく、両国ともにムスリムが多数を占める。

ハラールとハラーム 違い正しく理解する

イスラム教の戒律の一つに「ハラール」がある。飲食における「ハラール」とは、イスラム法上で食べることを許されている料理や食材のことを指し、「豚肉（豚由来の食品や添加物を含む）」や「血液」、「酒類」「イスラム法に則って処理されていない畜肉」を使っていないことなど、さまざまな決まりがある。豚肉や酒類などは「ハラーム（非合法）」または「ノンハラール」として区別される。

そのため、日本の飲食店に対してはイスラム教の戒律に則って調理・製造された料理であることを証明する「ハラール認証」の取得が推奨されているが、「ムスリムを雇用している」「アルコール提供の全面禁止」「提供している食材や調味料が全てハラールである」「ハラール専用のキッチンや食器を用意している」といった厳しい基準をクリアしなければならないため、ハードルが相当高い。しかし、前出の高橋さんは「ハラール認証取得にこだわらずできることから始めればいい」と指摘する。

「まずは店で使用している食材を確認すると、いつも仕入れている食材がハラール認証を取得している場合がある。例えば、ニュージーランド産ラムやブラジル産鶏肉の80％以上はハラール認証済みだ。牛肉もアメリカ産は75％、オーストラリア産は80％以上がハラール対応している。だが、それを意識して使用している日本企業は非常に少ない。一度パッケージを確認してみたり、購入している食材がハラール認証を取得しているかどうか、仕入先に確認してみてはどうだろうか」

落とし穴として、豚肉そのものを使っていなければ大丈夫というわけでもない。ドレッシングやピザ生地、ゼリーやムース、コロッケなど、何気なく使っている調味料や食材には「乳化剤」や「ゼラチン」、「ラード」や「ショートニング」など、豚由来の原料が使用されていることが多い。

意外なものでは「白砂糖」も可能性がある。サトウキビを精製する際に、ろ過のために牛や豚の骨炭を使用しているケースがあるからだ。高橋さんは「最近はハラール食材を取り扱うメーカーや卸も出てきたので、相談するといい」とアドバイスする。

ちなみに牛肉や鶏肉であっても、イスラム教の戒律に則った方法でと畜・加工された肉でなければ「ノンハラールミート」あるいは「シュブハ（疑わしいもの）」とされ、日本国内で一般的な方法で処理された畜肉のほとんどが該当する。これについても高橋さんはこう説明する。

「イスラム教はアッラーと個人との宗教なので、判断基準は人によって違う。ハラール認証にこだわる人もいれば、醤油や味噌が発酵する過程で自然発生するアルコール分については問題ないとする人、非ムスリムが周囲で酒を飲んでいても良しとする人もいる。ムスリムがその判断をするためには、店側の明確な情報開示が不可欠だ」

具体的には、豚肉やアルコールを使用していないメニューがある場合は店頭やサイト、メニューブックに「Non-Pork」「Non-Alcohol」といった英語や食品ピクトグラムを併記して掲載する。

店内でアルコール提供をしていれば、「Alcohol available in the restaurant.（店内ではアルコール類の提供をしております）」と記載しておく。

さいさいなことでも情報を明記しておくことで無用なトラブルも防げる上、ハラール認証にこだわらないムスリムの来店動機にも繋がる。

東京都をはじめ、多言語メニュー作成支援のサイトを立ち上げている自治体も多く、そこでは食品ピクトグラムや調味料に貼るシールなどのツールが無料でダウンロードできる。また、農林水産省が作成した「飲食事業者のためのインバウンド対応ガイドブック」には、注文時にアレルギーや宗教上の理由で食べられないものを指差しで確認できる指差しコミュニケーションツールのページがあり、農水省のサイトから無料でダウンロードできるので、これらを活用すれば効率的だ。

このような対応は「ムスリムフレンドリー」となる。ムスリムフレンドリーとは、ムスリムが戒律上持つ食の制限を企業が自発的に勉強・理解し、各々が対応可能なサービスでおもてなしをすることだ。ハラール認証を取得せずとも、「ムスリムフレンドリー」の精神が重要となる。

ネットを駆使してムスリム客が増加

ムスリム対応のためにはムスリムについて勉強して理解を深め、宗教上の食の制限があるということを知り、自分の店ではどのようなムスリム対応ができるのかを見極めるところから始まる。それらをクリアした店は、着実にムスリム訪日客の集客を増やしている。

例として、東京・新御徒町にある焼肉店「HALAL Wagyu Yakiniku PANGA」では、ハラール認証を取得した牛肉を

ハラール認証を取得した《カレーハウスCoCo壱番屋ハラール新宿歌舞伎町店》

図-1

2017年アジア諸国からのムスリム外国人観光客（試算）

出典：メイドインジャパン・ハラール支援協議会

国名	人口	ムスリム比率	ムスリム人数	17年観光客数	伸び率	ムスリム率試算
中国	13億人	1.8%	2330万人	7,355,800	15.4%	132,404
韓国	5022万人	0.2%	10万440人	7,140,200	40.4%	14,280
台湾	2337万人	0.1%	2万3770人	4,564,100	9.5%	4,564
フィリピン	9839万人	5.1%	517万人	424,200	21.9%	21,634
ベトナム	8971万人	0.2%	17万9000人	308,900	32.1%	618
タイ	6701万人	5.8%	388万人	987,100	9.5%	57,252
マレーシア	2972万人	61.4%	1824万人	439,500	11.5%	269,853
インドネシア	2億499万人	88.1%	2億2016万人	352,200	30.0%	310,288
ブルネイ	41万人	51.9%	20.9万人			0
シンガポール	539万人	14.9%	80万人	404,100	11.7%	60,211
バングラデシュ	1.5億人	90.4%	1億3560万人			0
インドネシア	12.5億人	14.6%	1億8250万人	134,400	9.3%	19,622
				合計		890,727

2017年全世界からのムスリム観光客 約180万人（2016年対比120%増）

使った焼肉メニューを開始し、「トリップアドバイザー」にもハラール料理を提供している旨を明記した結果、売上が対応前の2.5倍に増加したと高橋さんは言う。

昨年12月14日時点のトリップアドバイザーでの点数は4.5と高評価で、英語の口コミ、つまり訪日客の評価が非常に多い。世界的にも人気の高い和牛を、ハラールとして安心して食べられた感動が多く綴られている。なかには帝国ホテルの宿泊客がコンシェルジュに紹介されて、同店を訪れることもあるという。また、ムスリムは飲酒をしないために長居せず、たくさん食べて満足したらすぐに退店するため、回転が早く営業効率がいいという利点もある。

「日本の飲食店は『食ベログ』や『ぐるなび』といった日本人向け検索アプリに依存しているが、訪日客はまず利用しない。『トリップアドバイザー』や『Ｙｅｌｐ！』（イェルプ・アメリカ発祥の口コミサイト）』、『フェイスブック』、『インスタグラム』といった、世界共通のアプリに登録して情報発信していく必要がある」（高橋さん）

「HALAL Wagyu Yakiniku PANGA」はハラール認証を取得してはいるが、認証を取得せずとも「ムスリムフレンドリー対応」であることを明確に情報開示すれば、常連客にも変わらないサービスを提供できる上、ハラール認証にこだわらないムスリムは安心して食事が楽しめる。どちらにとっても、情報開示のメリットは非常に大きい。

ヴィーガン対応がハラル対応の近道

「ベジタリアン」とは菜食主義者のことで、肉や魚などの動物性食品を摂らずに、野菜や豆類、芋類といった植物性食品中心の食生活を送る人を指す。しかしひとくちにベジタリアンの中には、植物性食品のほかに乳製品（ラクト）は食べる「ラクト・ベジタリアン」、卵（オボ）は食べる「オボ・ベジタリアン」、乳製品と卵は食べる「ラクト・オボ・ベジタリアン」、フルーツやナッツなど木の実のみ食べる「フルータリアン」と、多くの種類に細分化される。

フレンバシー（東京・渋谷、播大樹社長）では「食のバリアフリーを実現する」を目標に、インバウンドの食分野でさまざまな事業を展開している。その一つが飲食店や宿泊施設における「食の制限」対応支援で、代表の播さんは外食業界の反応がいまだ鈍いことを指摘する。「ベジタリアンをはじめとする、食に困っている人に対応しても、どの程度の費用対効果があるのか分からず、オペレーションが乱れることを懸念して導入を躊躇している企業が多いのではないか」と分析する。

同社が独自に調査した国別のベジタリアン比率に、２０１７年の訪日外国人の数を掛け合わせ、訪日ベジタリアン数を算出した推計によると（図－２）、訪日ベジタリアン数は約１３４万人とされる。17年の訪日外国人数が２８６９万人なので、全体の4.7％を占める計算だ。なお、同年に訪日客が使った飲食費は８８５７億円にのぼる。このうちの4.7％がベジタリアン分と考えると、訪日ベジタリアンの市場規模は４１６億円と推計できる。

多種多様なベジタリアン全てに対応するのは非常に難しいが、播さんが提唱するのが「一律ヴィーガン対応」だ。Ｖｅｇａｎ（ヴィーガン）とは、「完全菜食主義者」のことを指す。ヴィーガンは肉や魚、卵や乳製品はもちろん、動物搾取による製品として蜂蜜も口にしない。サトウキビを精製する際に、ろ過のために牛や豚の骨炭が使用されている場合もあるため白砂糖も使用しないことが多い。また、生活全般にヴィーガニズムを徹底させ、革製品やウール、毛皮などの動物由来を避ける「エシカル・ヴィーガン」もいる。

播さんは、ヴィーガン対応のメリットは決して限定されたものではないと強調する。

「ヴィーガンはベジタリアンよりも厳格な菜食主義のため、ベジタリアン全般に十分対応できるので、客は安心して口にできる。近年増える食物アレルギーは、原因の約７割がエビやカニ、卵、牛乳といった動物性タンパク質のため、アレルギーを持つ人も食べられる。さらに、日本においても健康意識が高まりつつあり、普段は肉を食べる人でもたまには植物性の料理を選びたい時もある。メニューによってはイスラム教徒が食べられるものもある。ヴィーガンだけでなく、さまざまな喫食動機に対応できるのは大きな集客メリットだ」

（27面に続く）

ヴィーガン料理は健康志向にもマッチする（写真は《nu dish Deli&Café》の〈雑穀ハンバーグステーキ〉）

訪日ムスリムで盛況だ（東京・浅草《成田屋》）

図-2

2017年訪日ベジタリアン数推計

国	ベジタリアン率	訪日外国人数	訪日ベジタリアン数
インド	29.0%	134,371	38,968
英国	14.0%	310,499	43,470
スイス	14.0%	47,154	6,602
台湾	13.0%	4,564,053	593,327
イスラエル	13.0%	32,758	4,259
オーストラリア	11.2%	495,054	55,446
ニュージーランド	10.3%	64,873	6,682
ドイツ	10.0%	195,606	19,561
スウェーデン	10.0%	50,805	5,081
オーストリア	9.0%	21,035	1,893
カナダ	8.0%	305,591	24,447
ブラジル	8.0%	42,207	3,377
イタリア	7.1%	125,864	8,936
米国	6.0%	1,374,964	82,498
フランス	5.0%	268,605	13,430
スペイン	5.0%	99,814	4,991
デンマーク	5.0%	25,235	1,262
アイルランド	5.0%	18,591	930
オランダ	4.5%	63,041	2,837
ロシア	4.0%	77,251	3,090
中国	3.6%	7,355,818	264,809
フィンランド	3.3%	25,310	835
マレーシア	3.2%	439,548	14,066
ポーランド	3.2%	28,727	919
香港	3.0%	2,231,568	66,947
ノルウェー	2.0%	20,786	416
ポルトガル	1.2%	23,442	281
韓国	1.0%	7,140,165	71,402
合計	4.7%	28,691,073	1,348,480

フレンバシー社の推計を基に作成

図-3

約330万人が日本における飲食で不自由している!!

2017年度 訪日観光客のムスリム＆ベジタリアン市場

ムスリム＋ベジタリアン観光客＝約330万人
2017年訪日観光客全体の約11％に相当

図-4

飲食におけるハラール・シュブハ・ハラームの違い

ハラール	シュブハ	ハラーム
食べることが許されているもの	ハラールかハラールか疑わしいもの。できれば避けるもの。	食べることが禁止されているもの
・イスラムの教えにしたがって処理された鶏、牛、羊 ・野菜、果物、穀類 ・魚介類（無毒なもの） ・乳製品、卵 ・米 ・水	・どのように処理されたのか不明な肉 ・貯蔵や輸送でハラームの食品と混載されたもの	・豚肉、豚由来の成分 ・犬、ワニなどの肉食動物 ・カエル、亀 ・血液 ・アルコール飲料

図-5

Non-Pork・Non-Alcoholを示す食品ピクトグラム例

伯方の塩は伯方塩業株式会社の登録商標です。
伯方の塩　検索

2019年もやっぱり
伯方の塩®

ゆっくりと時間をかけて結晶させた大粒のお塩です。カリッとした歯ごたえとおだやかな塩味が特徴です。

あらゆる料理・調味に、どんな用途にも幅広くご使用いただけます。食品加工、パン、麺類などにもどうぞ。

「伯方の塩(粗塩)」を焼いたものです。小粒でサラッとして使いやすく卓上用にぴったりです。

伯方塩業株式会社　〒790-0067　愛媛県松山市大手町2丁目3-4
☎ 089-943-9670（営業部）
伯方の塩は輸入天日塩田塩と日本の海水が原料です。

まず食材の確認と情報開示の徹底を

（25面から続く）

ヴィーガン対応を始めるにあたり、最初にすべきことは料理に使う材料を確認することだ。肉や魚そのものの目に見える素材だけではない。「意外に調味料が盲点」（播さん）だという。

「かつお節や煮干しで取った出汁、鶏ガラや牛や豚のブイヨンは使用できない。マヨネーズやバター、ヨーグルト、ゼラチンも動物由来のものは使えない。魚を塩漬にして発酵・熟成させた魚醤や、牡蠣を主原料とするオイスターソースもNGだ。また、コクやうまみをもたらす目的で加工食品に使われているたんぱく加水分解物も動物性のものがあるため、注意が必要だ」

一見すると面倒に思えるし、新たに別のメニュー開発をしなければいけないのかと思いがちだが、播さんは「今あるメニューと材料を確認して、動物性が入っていないものはそのまま使い、動物由来の食材や調味料は代替品を使えばいい」と語る。

最近はアレルゲン除去食材として、卵不使用のマヨネーズや大豆から作られたクリームが販売されている。大豆ミートを使ったメニューも味がよいものが増えており、コクのある野菜出汁を販売するメーカーもある。ヴィーガン対応に応用できる食材で作った料理は低カロリー・高たんぱくで、栄養分が高いものも多い。うまくアピールすることで、健康志向の客層にも訴求できる。

ヴィーガン対応をするにあたり特別な設備投資は不要だが、店でヴィーガン料理と非ヴィーガン料理両方を提供する場合、「コンタミネーション（混入）」は注意すべき点だ。「フライヤーでエビフライや豚カツを揚げた油を野菜の素揚げにも使うことを嫌悪するヴィーガンもいる。また、アレルギーの問題もある」（播さん）のだ。対策として、徹底した情報開示が肝要だという。

「例として、『フライヤーは全て同じ料理に使用しています』」とサイトや店頭に公開しておけばいい。ヴィーガンは普段から飲食店探しに苦労しているために、先にネットで検索して確認してから店に行く。サイトに明記しておけば、問題にしないヴィーガンにとっては来店動機につながる。どんな些細なことでも、判断できる情報が必要だ」

自社サイトへの明記やトリップアドバイザーなどへの登録とともに、フレンバシーが運営する、「食の制限」に特化したレストラン検索サイト「Vegewel（ベジウェル）」に登録するのも一つの手だ。「ベジウェル」は日本語と英語に対応しており、ベジタリアン、ヴィーガン、オーガニック、マクロビオティック、低糖質・ローカーボ、グルテンフリーといった切り口でレストランの情報を整理・提供している。一定の審査があり、掲載は無料。12月14日時点で1299店が登録している。

播さんが提唱する「食のバリアフリー」には、社会関係の断絶を防ぎたいという気持ちも込められている。

「特に居酒屋業態ではヴィーガン対応が進んでいない。『うちの店はヴィーガン料理があります』と書かれていても、実際に行くと枝豆とサラダだけ、という場合もある。ヴィーガンと非ヴィーガンが同じ会社にいたとしても、食べられるものがないため飲み会を開きづらい。ヴィーガンが孤立するような事態にならないためにも、ヴィーガンもそうでない人も一緒に楽しく食事ができるようなスタイルが理想的だ」

◇

高橋敏也メイドインジャパン・ハラール支援協議会理事長、播大樹フレンバシー社長の話に共通していることは、「店の現状把握」と「できることから始める」、「徹底した情報開示」の三つだった。同時に食の制限がある人々に対する勉強と理解も不可欠だ。高橋さんはこう指摘する。

「日本が目指すべきところは『ユニバーサル・フード&ホスピタリティ』だと考える。さまざまな食の制限があることを理解して受け入れ、対応可能な範囲でおもてなしをするという意味だ。日本食はこのユニバーサル・フード&ホスピタリティをやりやすい。焼き魚定食はムスリムフレンドリー料理として提供できるし、鍋の出汁もムスリムは鶏出汁、ベジタリアンには昆布&椎茸出汁に変えるなど臨機応変に対応しやすい。おもてなしの心とお客さんとのコミュニケーションを大切にすれば、決して難しくはない」

図-6

ベジタリアンの主な分類

	肉	魚	卵	乳製品	蜂蜜	植物
ラクト･オボ･ベジタリアン	×	×	○	○	○	○
ラクト･ベジタリアン	×	×	×	○	○	○
オボ･ベジタリアン	×	×	○	×	○	○
ヴィーガン	×	×	×	×	×	○

図-7

できることから始めよう!!
ムスリム&ベジタリアン対応

ともかくステップを踏むことが大切！

①ムスリム、ベジタリアンに対する理解･勉強
②店で使う食材や調味料を調べる
③何が対応可能で何ができないかを見極める
④サイトや店頭、メニューでの情報開示
⑤トリップアドバイザーやYelp!などの世界共通口コミサイトに登録※ベジタリアン対応は「Vegewel」「Happy Cow」などにも登録

よろこびの清酒
松竹梅
お酒は20歳を過ぎてから。飲酒運転は法律で禁じられています。のんだあとはリサイクル。宝酒造株式会社

PASTA Ferrara Napoli
...dal 1883
はずむような弾力と
長く続くアルデンテ
フェラーラ
Un mondo di sapori e di profumi.
Pasta Ferrara, solo semole di grano duro di alta qualità.
Antica passione, perenne innovazione.
A world of flavors and fragrances.
Pasta Ferrara, only high quality durum wheat.
Old passion, constant innovation.
スパゲッティーニ No.3 1.4mm 5Kg
スパゲッティ No.5 1.7mm 5Kg
ヴェルミチェッリ No.6 1.9mm 5Kg
問い合せ先　日本製粉株式会社 加工食品部　TEL.03-3511-5345

ごまの恵みを、からだに。
かどや
伝統の味を守り続ける、
かどや製油の純正ごま油。
小豆島で始まったかどや製油のごま油づくりは、
今も決して変わることはありません。
選び抜いた良質のごまを使って搾る、ごま油100％の純正ごま油。
職人たちが築き上げたこだわりの手法と徹底した品質管理で、
これからもおいしくかつ健康的
そして安全なごま油を日本の食卓にお届けしてまいります。
時代が変わっても、変わることのない味。
本物のごま油を、かどや製油から。
かどや製油株式会社
〒141-0031 東京都品川区西五反田8丁目2番8号
http://www.kadoya.com　0120-11-5072