

**(別添:追加調査報告書)**

**シンガポールの小売市場における  
ハラル製品動向調査**

**2020年(令和2年)3月**

**一般社団法人日本食鳥協会**



## はしがき

わが国の国産鶏肉は、おいしくて安全・安心な食材、経済的な食材として、消費者の人気の高く、近年、その生産量は着実に伸びてきている。しかし、日本国民の食生活レベルは十分に高い水準にあること、消費者の嗜好の変化、食の多様化が進んでいることを考えれば、有効な対策を講じなければ、国産鶏肉の需要が今後も増加し続けると言い切ることはできないであろう。

このため、食鳥産業では、国産鶏肉の新たな商品価値に着目した取組みを推進することにより、国産鶏肉の需要拡大を図ることが重要な課題となっている。また、国産鶏肉の新たな需要開拓のためには、海外市場の開拓も有効な方策である。海外市場の中では、経済規模が大きく、経済成長著しい東南アジアの市場およびイスラム諸国の市場は、高品質の国産鶏肉にとって、魅力ある市場である。これら海外市場の開拓を進めるためには、まず、市場の実態・動向を把握する必要がある。さらにイスラム諸国の市場については、ハラール規格（イスラム食品規格）の実態、ハラール製品の市場動向も把握する必要がある。

府・農林水産省は、農林水産物・食品輸出促進政策を重要施策としている。2019年までに農林水産物・食品の輸出額を1兆円に増大させるとの政策目標は、それに近い水準（9121億円）まで達成されたが、その実績を基に、新たに2030年までに5兆円の実現を目指す目標が掲げられた。そして、東南アジア、イスラム諸国の市場は有望な市場と位置付けられ、食鳥産業もこれらの市場への国産鶏肉の輸出促進を進めていくことが求められよう。

本報告書は、国産鶏肉産業の海外進出を視野に入れて、東南アジアの豊かな先進国であり、国内に一定数のイスラム教徒を抱えるシンガポールのイスラム食品市場の実態を調査している。具体的には、ハラール制度・規格に関する既存資料を分析するとともに、シンガポールの小売市場の現地調査を行い、その実態を整理してまとめている。本報告書は、食鳥産業関係者が国産鶏肉の海外進出戦略の立案に活用できる有益な情報であると考えている。

なお、本報告書は、並河良一氏（マクロ産業動態研究所代表、元名古屋大学大学院経済学研究科教授）が、現地調査・データ解析の上とりまとめたものである。

本調査を実施するに際してご協力いただいた多くの関係各位に感謝の意を表す。

2020年（令和2年）3月  
一般社団法人日本食鳥協会  
（原稿執筆者：並河良一）

## 目次

1. 調査の背景と目的	1
2. 調査の方法	
2-1. 調査の方法	1
2-2. 現地調査の考え方	2
2-3. 現地調査の日程・場所	2
3. シンガポールのイスラム市場とハラール制度	
3-1. イスラム市場規模	3
3-2. ハラール制度の構成	4
3-3. ハラール制度の位置づけ	5
4. 現地調査で得た知見	
4-1. 現地スーパーマーケット	6
4-2. 日系スーパーマーケット	8
4-3. コンビニエンスストア	9
4-4. 食肉専門店	11
4-5. 現地生鮮市場	13
4-6. ハラール製品専門店	16
5. 調査結果のまとめ	
5-1. 調査の結果	18
5-2. 結果の意味	19
5-3. 輸出可能性	19

## 1. 調査の背景と目的

シンガポールは、イスラム諸国ではないが、小売市場にはハラール認証製品（食品・飲料、食肉、化粧品等、以下同じ）が散見される。第1に、シンガポールは人口（564万人）の約15%をイスラム教徒が占めているからである。第2に、シンガポールは東南アジアのハブ空港都市・ビジネスの中心・観光都市であるため、近接するイスラム諸国（インドネシア、マレーシア、ブルネイ、バングラデシュ）から、多数のイスラム教徒の旅行者が訪れるからである。第3に、シンガポールの建設現場等の労働者の多くは、バングラデシュ等のイスラム諸国から来ているからである。また、イスラム諸国からの留学生も数多い。

ただし、シンガポールの小売市場では、ハラール認証製品はハラールでない製品と混在して陳列・販売されている。また、非イスラム諸国を含め各国の認証製品が混在している。イスラム諸国であるインドネシアやマレーシアでも、程度に差があるが、同様である（食肉については区別されている）。厳密に言えば、そのような製品はハラールではなくなるが、それが東南アジアの小売市場の現実である。中東のイスラム諸国では、（ハラール認証がなくても）すべての製品がハラールであることが原則であり、ハラールでない製品はその旨表示されるため、混在して陳列・販売されることがないことと対照的である。

このような市場の現状を見て、シンガポールでは、ハラールの基本ルールは厳しくない、ハラール製品の輸出のハードルは高くない、したがって、シンガポールはハラール製品の輸出市場として有望であるのではないかとの見解が呈されることがある。このような見解は、ハラール制度・規格についての非イスラム諸国的な理解、つまり、ハラール制度は、政府の法令であるという理解、ハラール認証を得て初めてハラールになるという理解に起因している。

本調査では、予見を持たずにシンガポールのハラール認証製品の混在陳列・販売実態を、食肉も視野に入れつつ、体系的に把握し、その意味するところを検討している。これにより、上記の見解に対する解答が得られるだけでなく、ハラール制度の本質、消費者であるイスラム教徒の意識についての知見も得られる。これらの知見は、鶏肉の海外ハラール市場開拓についての有益な情報であると考えられる。

## 2. 調査の方法

### 2-1. 調査の方法

調査は2つに大別される。第1は、シンガポールのハラール市場およびハラール制度・規格の概要の把握である。まず、ハラール市場については、既存の資料に基づき、その規模を人口ベースで把握する（金額ベースでも記載したが、信頼できる値ではない）。次に、ハラール制度・規格については、（イスラム教徒が人口の一定の比率を占める、非イスラ

ム諸国である) シンガポールにおける位置づけ・性格を、筆者の過去の研究成果に基づき整理する。

第2は、シンガポールの小売市場において、ハラール認証製品の陳列・販売の実態を把握することである。具体的には2つの方法を併用している。1つは、タイプの異なる小売市場を訪問し、ハラール認証製品の店内における配置、とくにハラムの商品と混在する陳列・販売の実態を把握することである。他の1つは、ハラール認証された製品をサンプルとして購入し、表示された製造地、認証地・認証機関、販売地から、シンガポール市場におけるハラール認証の性格、ハラール製品のシンガポールへの輸出可能性を把握することである。また、一部の小売店舗では、販売スタッフからの聞き取りを行っている。

## 2-2. 現地調査の考え方

調査場所は、小売店舗の種類と立地場所を組み合わせで選定する。調査対象は食品・飲料であるが、化粧品、パーソナルケア製品、医薬品もカバーする。ただし、分析は、食肉を視野に入れつつ、食品に焦点を当てて行っている。

<小売店舗の種類>

スーパーマーケット、コンビニエンスストア、食肉専門店、現地生鮮食品市場(いちば)、ハラール製品専門店、ドラッグストア

<小売店舗の立地場所>

中心市街地、郊外・住宅街、イスラム人街(下町エリア)

## 2-3. 現地調査の場所・日程

実際に調査できた場所は、日程上の制約もあり、以下のとおりである。同じ場所を何回か訪問しているが、これは、調査結果を確認するためと曜日による差異を見るためである。なお、今回は、郊外・住宅街(下町エリアを除く)については、十分に調査できなかった。

2020年1月13日(月曜)

Huber's Butchery(中心市街地周辺部・食肉専門店)

Unity, Plaza Singapura(中心市街地・ドラッグストア)

Cold Storage, Center Point(中心市街地・大型スーパー)

Cold Storage, Plaza Singapura(中心市街地・大型スーパー)

Cold Storage, Takashimaya(中心市街地・日系デパート地下大型スーパー)

1月14日(火曜)

7-Eleven(下町エリア・コンビニ)

Toko Warisan Trading, Changi Rd.(下町エリア・ハラール製品専門店)

Pasar Geylang Serai (Malay Market)(下町エリア・生鮮食品市場)

Joo Chiat Complex (下町エリア・ショッピングビル)

Cold Storage, Center Point (2回目)

Cold storage, Plaza Singapura (2回目)

1月15日(水曜)

SuzyAmeer Frozen (下町エリア・ハラール製品専門店)

Toko Warisan Halal Frozen Food, Tampines (下町エリア・ハラール製品専門店)

Tampines N2 Shopping Street (下町エリア・ショッピングセンター)

7-Eleven (中心市街地・コンビニ)

1月16日(木曜)

Huber's Butchery (2回目)

Foodies Market Place (中心市街地周辺部・食肉専門店)

Toko Warisan Trading (2回目)

Pasar Geylang Serai (Malay Market) (2回目)

Joo Chiat Complex (2回目)

Arab Street~Sultan Street 周辺 (中心市街地・イスラム街)

1月17日(金曜)

Cold Storage, Plaza Singapura (3回目)

Cold Storage, Takashimaya (2回目)

Isetan, Scotts (中心市街地・日系デパート地下)

Ion Orchard (中心市街地・日系スーパーのショッピングセンター)

### 3. シンガポールのイスラム市場とハラール制度

#### 3-1. イスラム市場規模

消費財とくに食品の需要規模は、人口に依存する。シンガポールの人口(2018年)は、564万人(市民347万人、永住者52万人、非居住者164万人)<sup>1)</sup>であり、イスラム教徒は、その14.9%<sup>2)</sup>の84万人であると推定される。主なイスラム諸国からの観光客(非イスラム教徒を含む)は、表1に示すように、461万人である。観光客数は多いが、観光客の平均滞在日数は3.4日である<sup>3)</sup>ので、年ベースに換算すると居住者5万人程度の需要規模にすぎない。したがって、イスラム教徒の市場規模は、人口ベースで見れば100万人弱と言えるであろう。

シンガポールの消費支出のうち食品・飲料への支出<sup>1)</sup>(2018年)は約115億S\$ (約9,430億円)であること、外食(Food Serving Services)(同)は約130億S\$ (約1兆660億円)である。これら値にイスラム教徒人口比率を単純に乗じれば、食品・飲料のイスラム市場規模は約2,993億円となる。ただし、この中には、そもそもハラールである

生鮮品（生鮮食肉を除く）が含まれているので、これらを控除すれば、シンガポールのイスラム市場の規模は 2,000 億円程度と推定される。

表 1 主なイスラム諸国からシンガポールへの観光客数（2018 年）

イスラム諸国	観光客数（人）	イスラム諸国	観光客数（人）
インドネシア	3,021,455	パキスタン	25,330
マレーシア	1,254,022	イラン	13,938
バングラデシュ	126,314	サウジアラビア	11,929
アラブ首長国連邦	76,268	クウェート	9,794
ブルネイ	74,960	計	4,614,010

（出典）Department of Statistic Singapore

### 3-2. ハラル制度の構成

シンガポールには、成文化された、国ベースで統一されたハラル制度・規格がある。ハラル制度・規格は、宗教機関であるシンガポール・イスラム教会議（MUIS: Majlis Ugama Islam Singapura）の作成による。同規格は、政府の食品規格委員会（Food Standards Committee）、シンガポール規格評議会（Singapore Standards Council）の定める国家規格（SS: Singapore Standards）とは別の体系を採っている。MUIS は、シンガポール国内における、イスラム教に関する勧告・解釈を司る Fatwa 機関の役目を有している。ただし、MUIS は、イスラム教徒行政法（Administration of Muslim Law Act）に根拠を置いており、形式的だけ見れば、政府の管理下に置かれている。

ハラル規格の内容は、ASEAN のイスラム諸国等 4 カ国（ブルネイ、インドネシア、マレーシア、シンガポール）でハラル認証の相互認証システムを有していることからわかるように、インドネシア、マレーシアの規格と基本的な相違はない。制度の中心は、The Singapore MUIS Halal Standards (SMHS) であり、ハラル食品の加工取扱いに関するガイドラインとハラル品質の管理に関するガイドラインに分けられる。

#### General Guidelines for the Handling and Processing of Halal Food

#### General Guidelines for the Development & Implementation of a Halal Quality Management System (HALMQ)

ハラル食品の加工取扱いに関するガイドラインは、マレーシアの食品のハラル規格（MS1500）と同様の内容を規定しており、シンガポールのハラルの制度の一般則として機能している。さらに、対象施設ごとに細かく分かれた、個別制度（Halal Certification Terms & Conditions）が設けられている。個別制度の対象施設は下記の 7 種類である（括弧内は略称である）。



食堂：Eating Establishment Scheme (EE)

ケイタリング、中央調理施設：Food Preparation Area (FPA)

輸出入品：Endorsement Scheme (EN)

鶏肉処理場：Poultry Abattoir Scheme (PA)

加工食品：Products Scheme (PRO)

保管施設：Storage Facility Scheme (SF)

製造プラント：Whole Plant Scheme (WP)

### 3-3. ハラル制度の位置づけ

シンガポールはイスラム諸国でないため、ハラル制度・規格の性格は、基本的には日本を含む多くの非イスラム諸国と同じである。唯一の違いは、国ベースで統一された制度・規格、認証機関と認証マークがあることである。

シンガポールのハラル制度も、宗教機関の作成した任意の制度である。したがって、シンガポールに輸入される製品（食肉・肉製品を含む）は、ハラルでないこと（あるいはハラル認証のないこと）を理由として、通関を止められることはないし、原則として、小売市場において陳列・販売を法的に制限されることもない。

また、ハラル認証マークが貼付（表示）されていてもハラルでない製品（食品）があり、逆に、ハラル認証マークが貼付（表示）されていなくてもハラルである製品（食品）は多数ある。なお、流通・小売り段階については、そのハラルの確保は現実には難しいこともあり、流通業者やイスラム教徒の消費者は、イスラム諸国の場合とは異なり、あまり厳密には考えていないようである。ただし、程度の重いハラムの物との接近（混載・混在）については、許されないと考えている。これらの点も、シンガポールと他の非イスラム諸国で大差はない。

ハラルでない製品（食品）をハラルであるとして陳列・販売した場合でも、原則として法律（世俗法）上のペナルティを負うことはない（食品表示法等の違反には問われる。悪質な場合には詐欺罪にも問われる）。しかし、イスラム諸国ほどではないが、（シンガポールで認証を得ている場合）宗教機関から製品回収を命じられ、イスラム社会から強い批判を受ける。

イスラム教徒の消費者は、自らの責任で製品（食品）のハラルを判断して購入・使用している。シンガポールは自由貿易港であること、第1次産業、第2次産業が小さいことから、食品のほとんどを輸入に頼っている。その結果、他国のハラル認証マークが貼付された製品（食品）が、輸入され、陳列・販売されている。しかし、イスラム教徒は認証マークだけでハラルを判断することはない。シンガポールのイスラム教徒の消費者は、イスラム社会のネットワークを通じてハラルに関する情報を取得して、日々の消費生活を送っている。日本を含む多くの非イスラム諸国のイスラム教徒と同じである。

なお、レストランにおけるハラル認証は、シンガポールの認証に限られているので、

イスラム教徒は、ハラール認証マークを確認して食事場所を選択することが多い。

#### 4. 現地調査で得た知見

シンガポールの小売市場を調査した結果の概要を、現地スーパーマーケット、日系スーパー（日系デパートの地下を含む）、コンビニエンスストア、食肉専門店、現地生鮮市場、ハラール製品専門店の順で述べる。本調査は、日程等の制約があり、限られた場所、限られた店舗のみを対象としている。したがって、その結果は、あくまでもシンガポール市場の概観に止まっていることを断っておく。

##### 4-1. 現地スーパーマーケット

シンガポールの主要スーパーマーケット・チェーンは、Fair Price、Cold Storage、Giant、Sheng Siong の4つである。Fair Price は、NTUC (National Trades Union Congress) の経営する協同組合系のスーパー、Cold Storage は市内の中心部に多く立地する、高級感があるスーパー、Giant はマレーシア系の庶民的なスーパー、Sheng Siong は地域に根ざした地元系スーパーである。今回は Cold Storage を採り、市内中心部の Orchard Road の3店舗を調査した。いずれも大型商業ビル（Center Points、Plaza Singapura、Takashimaya）の地下階に、外食店舗街と接して立地している。Cold storage は、香港に本社を置く Dairy Farm Group により経営されており、シンガポール国内に53店舗（同 Group の他ブランド店舗である Market Place、Jasons を含む）がある。

Cold Storage の3店舗とも、陳列・販売されているハラール認証製品（食品）は極めて少ない。感覚的には商品の0.1%もないと言ってよいであろう。ハラール認証マークのほとんどは、シンガポール、マレーシア、インドネシアのものであるが、タイの認証マークも見られる。いずれも、その製造国は、認証マークを取得した国である。

ハラール認証マークの貼付された日本ブランドの製品も見られる（写真1）。キッコーマンのソースはマレーシア、カルビーのスナック菓子はタイ、日清食品の即席麺と大塚製薬の清涼飲料水はインドネシアのそれぞれ現地法人で製造され、それぞれ現地の認証機関の認証を受けている。

生鮮食肉、肉加工品は、ハラール商品としては陳列・販売されていない。ハラール認証マークの貼付された食肉加工製品が見られるが、ハラール・非ハラールの区別をせずに陳列・販売されている。

シンガポールは、食品の大半を周辺国からの輸入に頼っている。たまたま周辺国にイスラム諸国が多いため、シンガポールの小売市場にも、結果としてハラール認証マークの貼付された商品が置かれているにすぎないと考える。厳密なハラールの製品（食品）を求める客は、Cold Storage のようなスーパーでは買い物をしないであろう。

今回は調査しなかったが、マレーシア系のスーパーマーケットである Giant では、ハ

ラル認証商品の比率は、少し高いことが予想される。



写真1 スーパーで陳列・販売されている、日本ブランドハラル認証製品の例  
○印はハラル認証マーク、右下の写真はポカリスエット  
(2020年1月、並河良一撮影)

#### 4-2. 日系スーパーマーケット

シンガポールには、日系のスーパーマーケットが数多く立地している。日本の流通大企業系では、伊勢丹 (Isetan) と明治屋 (Meidi-Ya) が出店している。伊勢丹は表 2 に示すように 5 店舗、明治屋は 1 店舗を展開している。その他に、日本食材を売っているスーパーとして、Iroha Mart (Plaza Singapura 店、Chinatown Point 店)、J-Mart (The Star Vista 店、112 Katong 店、Century Square 店)、Yamakawa Super などがある。

今回は Isetan Scotts 店で調査している。同店は、陳列・販売されている食品のほとんどが日本企業ブランドであり、その多くは日本製である。価格が高いことを除けば、品ぞろえも豊富で、日本国内のスーパーマーケットと見まがうばかりである。客層は日本人だけでなく、欧米系人 (居住者または来訪者と思われる)、現地の富裕層も多数来店している。

したがって、日本国内のスーパーマーケットと同様に、ハラル認証製品はほとんど見られない。食肉・肉加工品についても同様である。数少ない東南アジア製の加工食品の中に、わずかであるが、写真 2 に示すように、ハラル認証マークの付いた製品が見られる。この製品も、ハラルを意識して陳列・販売されているのではなく、輸入した製品がたまたまハラル認証されていたというだけのことであろう。

表 2 日系流通大企業のスーパーマーケット

店舗名		住所
Isetan	Scotts	350 Orchard Rd., Shaw House, Singapore 238868
	Tampines	4 Tampines Central 5, Tampines Mall, Singapore 529510
	Katong	80 Marine Parade Rd., Parkway Parade, Singapore 449269
	Jurong East	3 Gateway Drive, Singapore 608532
	Serangoon Central	23 Serangoon Central, nex Mall, Singapore 556083
Meidi-Ya	177 River Valley Rd. #B1-50 Liang Court Shopping Centre, Singapore 179030	



写真2 日系スーパーで陳列・販売されているハラル認証製品の例

○印はハラル認証マーク

(2020年1月、並河良一撮影)

#### 4-3. コンビニエンスストア

シンガポールには多数のコンビニエンスストアが立地しているが、店舗ブランドは、7-Eleven (約 400 店舗) および Cheers (約 50 店舗) の 2 種類だけである。7-Eleven は、スーパーの Cold Storage を展開する、Dairy Farm Group (本社：香港) が経営している。Cheers は、スーパーの Fair Price を展開する、地元資本の NTUC (National Trades Union Congress) が経営している。今回は、7-Eleven を採り、中心市街地にある店舗 (Orchard Plaza 店：150 Orchard Road) とイスラム教徒の多く住む下町エリアの店舗 (Tristar Complex 店：970 Geylang Road) を調査した。

いずれの店舗においても、陳列・販売されているハラル認証製品は極めて少ないが、明らかに、スーパーマーケットよりは、多くのハラル認証製品が置かれている。また、加工食品だけでなく、パーソナルケア製品にもハラル認証製品が見られる (写真3)。認証マークは、シンガポール、マレーシア、インドネシアの認証機関によるものが大半であるが、タイの認証マークも少ないながら、見られる。

両店舗を比べると、Tristar Complex 店のほうが、Orchard Plaza 店よりも多くのハラル認証製品が置かれている。コンビニでは、販売動向管理が徹底していること、フラン



チャイズシステを採っていることから、より多く売れる商品が陳列される傾向が強い。したがってイスラム教徒の多い地区では、ハラル認証製品の売れ行きが良いのであろう。ただし、イスラム教徒の多いエリアの店舗でもハラル認証製品が極めて少ないことを考えれば、各店舗がハラルを意識して、ハラル認証製品を置いているとは考えにくい。シンガポールのコンビニ本部が調達する商品の多くが輸入品であり、周辺イスラム諸国からの輸入商品に、たまたま、ハラル認証マークが貼付されているということであろう。



写真3 コンビニで陳列・販売されているハラル認証製品の例  
左上：パッケージ袋入りサンドウィッチ、右上：スナック菓子、  
右下：歯磨きペースト、右下：ベビーオイル  
(2020年1月、並河良一撮影)

#### 4-4. 食肉専門店

シンガポールには独立店舗型の食肉専門店が多く存在する。表 3 に、外国人や高所得者層の間で有名な食肉店を示す。今回は、写真 4 に示す 2 つの食肉専門店（Huber's Butchery と Foodies Market Place（Outram 店））を調査した。いずれも中心市街地周辺に立地しており、価格は高めで、欧米系の客も多く訪れている。

いずれの食肉店も、牛、豚、鶏、羊の生鮮肉、冷凍肉、肉加工製品を中心に扱っているが、乳製品、加工食品もおいている。Huber's Butchery は、生鮮野菜も扱っており、レストランも併設している。

いずれの店舗においても、ハラルの生鮮食肉は陳列・販売されていない。店舗スタッフに質問しても、ハラルの生鮮食肉は扱っていないと、明確に否定の回答が返ってくる。ハラルの食肉を、豚肉、イスラム式屠畜を経ていない食肉と同じ場所で陳列・販売をすることのリスクを十分に認識しているからであろう。

ただし、Huber's Butchery の陳列用冷凍庫には、ハラル認証マークが貼付された食肉が、1 品目であるが、見られた。他の冷凍食肉と区別されることなく、同じ冷凍庫に置かれている。また、いずれの食肉店においても、ハラル認証マークの貼付された加工製品が、他の製品とは区別されることなく、陳列・販売されている。写真 5 は、Huber's Butchery で購入したペースト（ディップ、スプレッド、ソース用）（主成分は、Cockpeas=ひよこ豆）である。オーストラリア製であり、オーストラリアのハラル認証マークが貼付されている。写真 6 は、Foodies Market Place で購入したソース（主成分は、植物由来）である。シンガポール製であり、シンガポールのハラル認証マークが貼付されている。

表 3 シンガポールの主な食肉専門店

食肉店舗	住所
Huber's Butchery	22 Dempsey Rd., Singapore 249679
Foodie Market Place	225 Outram Rd., Singapore 169038
	313 Tanjong Katong Rd., Singapore 437096
ZAC Butchery@Siglap	1B Figaro St., Singapore 458322
Cavemen Butchery Singapore	1 Jln. Dusun, #01-09, Singapore 329363
Swiss Butchery	56 Tanglin Rd. #01-02, Singapore 247964
	30 Greenwood Ave., Singapore 289230
	118 Holland Ave. Basement 1, Singapore 278997
Ryan's Grocery	29 Binjai Park, Singapore 589831

これらハラール認証製品はその陳列・販売方法から、ハラールの食品として扱われていないことは明らかである。仕入れた製品（食品）に、たまたま、認証マークがついていたというだけのことであろう。



写真4 シンガポールの食肉専門店

左：Huber's Butchery、右：Foodies Market Place (Outram 店)

(2020年1月、並河良一撮影)



写真5 食肉専門店で陳列・販売されている加工製品の例  
(Huber's Butchery で購入した加工製品、○印はハラール認証マーク)

(2020年1月、並河良一撮影)





写真6 食肉専門店で陳列・販売されている加工製品の例  
 (Foodies Market Place で購入した加工製品、○印はハラール認証マーク)  
 (2020年1月、並河良一撮影)

#### 4-5. 現地生鮮市場

シンガポールでは、中心市街地の食品等の小売り店舗は、近代的なビル等の中に立地している。しかし、下町エリアとくに庶民層が居住する地区では、いわゆる昔ながらの商店街あるいは集合型の小売市場(いちば) (Pasar: パッサール)が見られる。今回は、イスラム教徒が多く住む地区の2つのPasarを調査している(写真7)。1つはEast West線のEunos駅から徒歩で15分の距離にあるPasar Geylang Seraiである。同パッサールは、イスラム教徒を対象とする店舗が多いため、Malay Marketとも呼ばれている。もう1つは、Downtown線のTampines East駅から徒歩で15分の距離にあるTampines N2 Shopping Streetである。

Pasar Geylang Seraiは、外壁のない2階構造になっており、1階が食料品売り場、2階は衣料品売り場と大衆食堂街となっている。1階は食料品の種類によりエリアが分かれている。東から順に、生鮮魚介類、生鮮食肉類、生鮮野菜果物類、加工食品の売り場となっている。食肉については、各店舗は、牛肉、豚肉、鶏肉など特定の肉を扱っており、同種の肉を売る店舗がかたまっている。ハラールの食肉を専門に扱う店舗が多い。

ハラールの食肉を売る店舗のハラール表示の方法は様々である。シンガポールの認証機関

(MUIS) の認証マークを表示している店舗もあるが、ハラールである旨の表示をするだけの店舗もある (写真 8)。また、特に表示をしていないが、質問をすると、もちろんハラールの食肉を扱っているとの回答をする店舗もある。このような表示の態様にかかわらず、消費者であるイスラム教徒はどの店舗がハラールの食肉を扱っているかをよく知っているようである。ハラール認証があることと実質的にハラールであることは別問題であることを如実に示している。

Tampines N2 Shopping Street は、低層ビルの各区画に店舗が入る形態である。後述のハラール製品専門店が隣接して 2 軒入っており、ハラールレストランも何軒か見られる。しかし、中国系の店舗も多く、ハラールの食肉の小売店舗は見られない。イスラム教徒の消費者は、近傍 (Tampines West 駅から徒歩 5 分) にある Tampines Round Market & Food Centre 内のハラール食肉の専門店 Meat up Premium Meat Butchery で、ハラール食品を購入するとのことである。

なお、Tampines N2 Shopping Street には、ハラールの大衆インド料理レストランが立地している。その看板には、ハラールである旨の表示と Indian Muslim Food との記述があるが、シンガポール (MUIS) のハラール認証マークは見られない (写真 9)。



写真 7 下町エリアの Pasar

左 : Pasar Geylang Serai、右 : Tampines N2 Shopping Street

(2020 年 1 月、並河良一撮影)



写真 8 下町の Pasar のハラル鶏肉の小売店舗

Pasar Geylang Serai

左：シンガポールの認証マーク（○印）、右：認証マークなし

（2020年1月、並河良一撮影）



写真 9 下町の Pasar 内のハラルインド料理店

Tampines N2 Shopping Street

（2020年1月、並河良一撮影）

#### 4-6. ハラル製品専門店

シンガポールには、いくつかのハラル製品専門店が存在する。現地で有名な4つのハラル食品専門店を表4に示す。今回は、2系列の3つのハラル製品専門店（SuzyAmeer FrozenToko、Warisan Halal Frozen Food（Changi店とTampines店）を調査した（写真10）。

いずれの店舗も、シンガポール島東部の下町エリアのイスラム教徒の多い地区に立地しており、上記の現地生鮮市場 Pasar の中あるいは近傍に立地している。商品の価格は安く、来客が途絶えることはなく繁盛しているようである。客は服装等から、明らかにイスラム教徒である。

いずれの店舗も、生鮮品、生鮮食肉を扱っておらず、陳列・販売されている製品の多くは冷凍食肉、加工食品である。品数は少ないが、食品用の香料、パーソナルケア製品（歯磨きペースト、ハンドオイルなど）、一般医薬（酔い止め薬、風邪薬、胃腸薬など）も置かれている。生鮮品、生鮮食肉については、イスラム教徒の消費者は、上記の生鮮市場で購入するようである。

陳列／販売されているほぼすべての製品にハラル認証マークが貼付されている。認証マークは、シンガポール、マレーシア、インドネシアのものが大半であるが、タイの認証マークを貼付した食品も散見された。タイは国ベースでハラル規格が統一されており、その認証機関（CICOT : Central Islamic Committee of Thailand）は、マレーシア（JAKIM）、インドネシア（MUI）の公認を得ている。

日本製品は、味の素社の調味料、ヤマモリ社のソース類とキューピー者のマヨネーズ類を除けば、ほとんど置かれていない。ヤマモリのソース類は、タイで製造されてタイでハラル認証を得ており、味の素社の調味料類とキューピーのマヨネーズ類は、マレーシアで製造されマレーシアではハラル認証を得ている。写真11に3つの製品を示す。

中東のイスラム諸国の小売店舗では、消費者の圧倒的多数がイスラム教徒であるので、すべての商品はハラルであるとの前提に立ち、ハラル認証マークの貼付された製品はほとんど見られない。しかし、イスラム教徒が少数であるシンガポールでは、ハラル製品専門店であっても、ほぼすべての商品にハラル認証マークが貼付されているのである。ここに、中東と東南アジアのハラルに対する原則の相違を明確に見ることができる。

なお、シンガポールでは、ハラル製品の通信販売（ネット販売）網が発達している。たとえば、表4に記載した My Nikmart Halal Frozen は、Joo Chiat Road の店舗を2019年8月に閉店し、以降、Ruby Warehouse Complex の店頭（倉庫）販売と並行して、ネット販売を展開している。



表 4 シンガポールの主なハラール製品専門店

ハラール食品専門店	住所
SuzyAmeer Frozen	201D Tampines St., 21 Singapore 524201
Toko Warisan Halal Frozen Food	50 Changi Rd., Singapore 486887
	201D Tampines St., 21 Singapore 524201
Meat up Premium Meat Butchery	138 Tampines St., 11, #01-142, Singapore 521138
My Nikmart Halal Frozen	Ruby Warehouse Complex, 8 Kaki Bukit Rd 2, #03-19 Singapore 41784160 (Joo Chiat Road の店舗は 2019 年 8 月に閉店)



写真 10 ハラール製品専門店

左 : SuzyAmeerFrozen (Tampines 店)、右 : Toko Warisan Halal Frozen Food  
(2020 年 1 月、並河良一撮影)



写真 11 ハラル食品専門店の日本ブランド食品の例  
 (Toko Warisan Halal Frozen Food で購入、○印はハラル認証マーク)  
 (2020 年 1 月、並河良一撮影)

## 5. 調査結果のまとめ

### 5-1. 調査の結果

以上の調査結果は、以下のようにまとめることができる。

シンガポールのハラル製品の市場規模は、年間ベースで見れば、100 万人弱 (2000 億円：既述のとおりこの数値の正確性には疑義がある) と推算される。制度上、輸出製品は、通関に際しても、流通に際しても、ハラルであるか否かを理由として、規制・制限されることはない。また、ハラルであることにより高く評価されることもない。

現地調査に基づくハラル食品の市場動向は次のとおりである。

第 1 に、シンガポールにおける小売店舗 (ハラル専門店を除く) における陳列製品に占めるハラル認証製品の割合は極めて低い。ハラルの食肉を扱っている店舗は、イスラム教徒の多いエリアの限られた店舗だけである。スーパーマーケット等の一般の食肉店、食肉専門店では、ハラルの食肉を扱っていない。これら店舗は、ハラル認証製品 (肉加

工品)を陳列していても、ハラール製品を扱っていない旨を、明言している。

第2に、ハラール認証製品は、ハラール製品専門店を除けば、小売店の種類・立地点に関係なく、ハラールでない製品と区別して陳列・販売されることはない(混在陳列である)。

第3に、小売市場では、数か国のハラール認証が混在しており、そのハラール認証製品の製造地、認証地は、一部の例外を除き、シンガポール、インドネシア、マレーシア、タイのいずれかである。シンガポールは、第1次産業、第2次産業がほとんどない国であり、大半の食料品を輸入に依存している結果である。

ハラール製品専門店を除けば、ほとんどの小売店舗は、製品のハラールを意識していないのが現実である。ハラール認証のある製品は、ハラールであることに着目して仕入れられたのではなく、仕入品に、たまたま認証マークが貼付されていたに過ぎないと解される。

## 5-2. 結果の意味

シンガポールの小売店舗におけるハラール製品の動向は、他の非イスラム諸国と基本的に同じである。シンガポールでは、人口の約15%がイスラム教徒であり、また、国ベースで統一されたハラール制度があるが、イスラム諸国ではない。シンガポールの経済社会において、ハラールは十分に配慮されるが、ハラールを特別扱いする土壌は存在しない。

シンガポールのイスラム教徒は、食肉を除く生鮮食材はスーパー等の一般の小売店で購入し、ソース、スープ、ゼラチン系など豚等のハラムの食材が混入するおそれのある食品はハラール製品専門店、食肉はハラール専門の食肉店で購入している。なお、シンガポールでは、ハラール製品の通信販売網が発達しているので、ネットを通じて購入することも多いと考えられる。

シンガポールのイスラム教徒は、他の非イスラム諸国のイスラム教徒と同様に、コミュニティ、知人友人、イスラム社会のネットワークを通して、ハラールの製品(食品)を扱っている信頼できる店舗・事業者の情報を有しており、その情報に基づく消費行動をとっている。

## 5-3. 輸出可能性

シンガポールは自由貿易港である。したがって、通関・流通に伴う規制は極めて少ない。シンガポールはイスラム諸国ではないので、食肉についても2国間協議が整えば、ハラールの如何にかかわらず、(食品衛生、家畜衛生関連法令をクリアすれば)日本からの輸出は可能である。この意味で、シンガポールへの「ハラール製品輸出のハードルは高くない」のは事実である。

しかし、ハードルが高くない理由として、「シンガポールのハラールの基本ルールは厳しくない」とするのは事実と反する。政府のハラールに関する規制はないが、消費者であるイスラム教徒は敬虔ではないと解すること、流通業者はハラールに対してルーズであると解することは誤りである。シンガポールのイスラム教徒の多くは、インドネシア、マ

レーシアのイスラム教徒と同じマレー系の民族であり、同じスンニ派のシャーヒー学派である。むしろ、シンガポール社会では、イスラム教徒は少数派であり、多数の異教徒に囲まれているため、その分、ハラルを強く意思し、ハラルに対して厳格になる傾向がある<sup>4)</sup>。多くの小売市場において、ハラル認証製品とハラルでない製品の混在があるのは、シンガポールのハラルの基本ルールが緩いからではなく、流通業者がハラル認証製品をハラルとして取り扱っていないからである。この点は、シンガポールの小売事業者は、イスラム教徒の消費者と接する中で、ハラルの意味を正確に把握して、混載輸送、混合陳列された商品をハラルとすることのリスクの大きさを正確に理解しているからであろう。

シンガポールはハラル製品の輸出市場として有望であるとの見解は、その市場規模（上述）を考えれば、ハラル市場へのゲートウェーと位置付けるのであれば、間違っていない。また、シンガポールは、国内にハラルの製品の既存の流通網があるので、参入しやすい市場と言えるであろう。しかし、その理由を「シンガポールのハラルの基本ルールは厳しくない」とするのは、同様に事実と反する。なお、食肉については、庶民層の多い下町のハラル食肉専門市場における価格を考えれば、日本企業にとっては有望な市場とはいえないであろう。（富裕層を顧客とする中心市街地の食肉店は、既述のとおり、ハラルの食肉を扱っていない）

なお、シンガポールへのハラル製品の輸出にはリスクが伴う。日本国内で輸出製品のハラルを確保することが容易ではないからである。かりに国内の認証団体のハラル認証を取得し、認証マークを貼付しても、シンガポールのイスラム教徒の消費者はその製品をハラルと判断しないであろう。ハラル認証を得た輸出製品が実質的にハラルでなければ、シンガポールのイスラム社会との間で大きなトラブルが生じるであろう。このようなリスクを回避するためには、マレーシアあるいはインドネシア等のイスラム諸国に直接投資を行い、生産施設を設けて、そこからシンガポールに輸出する方法しかないであろう。

つまり、シンガポールは、国内にハラルの流通網が形成されていることを除けば、他の非イスラム諸国に比べて、ハラル製品を輸出しやすい国であるということはない。シンガポールは、数多くある非イスラム諸国の1つにすぎないのである。

## 参考文献

- 1) Yearbook of Statistics Singapore 2019
- 2) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population Projections for 2010-2030
- 3) Department of Statistic Singapore
- 4) 見市建 (2010), グローバル化とムスリム社会の食文化, 明日の食品産業 405, p12-p18



