

ハラール認証とムスリム観光客誘致

——認証取得推進派と非推進派の比較分析——

竹 下 修 子

はじめに

日本における近年のインバウンド事業の波に乗って、ハラール認証を取得する飲食店や宿泊施設が増加しており、「ハラール認証ブーム」が巻き起こっている。1990年代に日本ではじめてハラール問題を顕在化させたのは、生活者としての在日ムスリムであるが、その存在はマイノリティとして等閑視されている（野尻 2016: 421）。日本に数百あるといわれているハラール・コンサルタント会社やハラール認証機関は、外国人ムスリム観光客誘致やイスラーム圏への輸出市場の開拓に、ハラール認証の意義を見出しているのである。ハラール認証が本来の宗教的文脈を離れて、ビジネスとして注目されるようになってきているといえよう（竹下 2014）。

在日ムスリムからも「ビジネスとしてのハラール認証が独り歩きし、ハラール認証がなければハラールではないような印象を与えている」（前野 2016）という意見が出ており、「ハラール認証ブーム」に異を唱える者が少なくない。研究者たちも、ハラール認証に過度に頼る傾向に警鐘を鳴らす論文を多数発行している（e.g. 多和田 2012; 並河 2013, 2014a, 2014b; 竹下 2014; 川端 2015; 安田 2015）。さらに、近年、増え続ける訪日観光客を迎える上で必要なのはイスラームへの理解だけではなく、コーシャ・ベジタリアン・ビーガンなど、他の宗教や嗜好の観光客のことも考慮に入れる必要があるという論調が強まっている（川端 2015; 杉山 2017）。

以上のように、ハラール認証についての厳しい意見もあるが、ハラール認証に対する認識や意見

の違いが顕著にあらわれているのが、観光地における訪日ムスリムへの対応である。そこで、本研究では、日本の観光地におけるハラール認証取得推進派と非推進派の比較分析を行う。推進派として、ムスリム観光客誘致のために「ハラール認証取得助成事業」を行政主導で展開する東京都台東区を、非推進派としては、ハラール認証に頼らないムスリム観光客誘致戦略を民間主導で展開する岐阜県高山市を選定し、いかなる要因が戦略の違いをもたらしたのか考察する。また両者の実態と効果や、メリットとデメリットを比較することによって、ムスリム観光客誘致のために本当に必要なものは何かを明らかにし、今後のインバウンド事業への提言を行いたい。

1. 調査の概要

本研究の調査対象は、マレーシア、インドネシア、シンガポール、タイなど東南アジアから日本を旅行中のムスリム88人である。調査対象者の年齢は10代から60代と幅広く、家族旅行が多い。台東区では、ハラール・ラーメン店とベジタリアンレストランの協力を得て、2017年7月から10月までに観光客45人と、インドネシアの旅行会社9社からなる視察団にインタビュー調査を行った。高山市では、飛騨高山ムスリム・フレンドリー・プロジェクトのFacebookを見て、連絡や問い合わせをしてきた外国人ムスリム観光客をプロジェクトに紹介してもらい、彼らと一緒に食事をしながら、2015年11月から2016年7月までに合計34人にインタビュー調査を実施した。これと並行して、受入れ側である飲食店のオーナーやシェフへのインタビュー調査も随時実施した。

2. ムスリム観光客が直面する食事の問題

一般に、旅の楽しみのひとつは食事であるが、ムスリムが非ムスリム国を旅する場合に問題となるのも食事である。高山市でシンガポール人の家族にインタビューをしたのは、14日間の日本旅行の終盤であった。彼らは日本滞在中、食事はほとんどムスリムが経営するエスニック・レストランかマクドナルドのフィレオフィッシュで済ませていた。父親（50代）は生魚を食べることができないので、お寿司は避けているとのことであった。高山での前日の夕食はコンビニのおにぎりだった。母親（40代）は次のように語る。

コンビニに行っても、私たちは日本語で書いてある原材料が読めない。だから、コンビニの店員に、“No Meat? Fish?”と簡単な英語で聞いてツナ入りのおにぎりを買った。

ただし、日本のマクドナルドのフィレオフィッシュやポテトは、揚げ油にラードや動物性ショートニングを使っていたり、コンビニのツナおにぎりには、肉エキスやゼラチンが混入している可能性があるため、必ずしもハラールであるとは限らないことに留意しなければならない。

また、ムスリムが経営するエスニック・レストランであれば、確かに安心して食事ができるが、高山市でインタビューを行ったマレーシア人男性（30代）は次のように述べている。

いくらハラールとは言っても、日本にまで来てインド料理を食べたくない。マレーシアでも食べられる。せっかく日本に来たのだから和食を食べたい。和食はみりんを使っているから、食べられないものが多くて残念だ。刺身も好きだが、各地の郷土料理を食べたい。

しかし、ハラール・レストランが多い東京都、特に台東区の浅草周辺では、ムスリムが食事に関することはあまりない。シンガポール人女性（30

代）は次のように語る。

浅草のホテルに滞在しているので、歩いて行けるところにたくさんハラール・レストランがある。東京に来る前に静岡を旅行したとき、ハラール・レストランを探すのが大変だった。それで、自国から持ってきたインスタント食品をホテルで食べた。

3. 台東区

(1) 台東区ハラール認証取得助成事業

東京都台東区は、東京の代表的な観光地である浅草と上野を有し、人情味あふれる「歴史と文化のまち」である。台東区を訪れる外国人観光客は、2008年の191万人から2016年の830万人へと8年間で4.3倍になっている。国別の統計は出ていないが、2016年の台東区の外国人観光客を地域別にみると、ムスリム人口が多いインドネシアやマレーシアを含む東南アジアが15.7%を占め、東アジア（38.4%）、ヨーロッパ（19.1%）に次いで多くなっている（台東区 2017）。マレーシアでは人口の約60%（1,714万人）、インドネシアでは人口の約88%（2億人）がムスリムであり、ムスリム観光客の増加が今後も期待できる。

台東区では、ムスリム観光客誘致促進と地域経済の活性化を目標に、ハラール認証取得助成事業を2015年10月1日から実施している。この事業は、台東区に店舗を構える飲食店を対象に、新規でハラール認証を取得するさいに要する経費の2分の1を、10万円を上限として区が助成するものである。全国ではじめて飲食店に対する助成を行ったのが台東区である。

ハラール認証をどの認証機関から取得しても、助成の対象となるが、2017年11月1日現在、24軒中18軒がジャパン・ハラール・ファンデーション（御徒町モスク）から認証を受けている。御徒町モスクがハラール認証機関になったのは、台東区から要請があったからである。ハラール認証の統一基準がないので、どの認証機関で取得すればよいのか迷う店が多いなか、ジャパン・ハラール・ファンデーションは行政からの紹介によるも

のであるため、認証取得を考えている店に安心感を与えている。台東区の事業には、行政とハラール認証機関としてのジャパン・ハラール・ファンデーションのほか、ムスリム対応アドバイザーとして非ムスリムのハラール・コンサルタント会社も介在しており、これらが三位一体となって助成事業を展開している。

(2) 台東区のハラール認証取得店舗

台東区がハラール認証取得助成事業をはじめから、認証を受ける店舗は着実に増加している。助成事業開始前は3軒（このうち2軒は閉店）であったが、事業開始直後の2015年11月に18軒、2017年11月1日現在では24軒にまで増加した。

ハラール認証取得助成事業によって認証を取得した飲食店や菓子店は、浅草と上野を中心に23軒ある。その内訳は、インド料理店（ベジタリアン2軒を含む）が最多で6軒、和菓子店3軒、弁当屋2軒、トルコ料理店（ケバブ、チキン）2軒、ベジタリアンレストラン、ベジタリアンカフェ、ラーメン店、日本料理店、寿司店、焼肉店、洋菓子店、パン屋、ソフトクリーム店、いちごジュース店が1軒ずつである。これに助成事業開始前から認証を取得していた浅草のラーメン店1軒を加えて合計24軒となる。このうち、インド料理店とトルコ料理店8軒を含む18軒（75%）は、ハラール認証を取得するために何らかの工夫をしたわけではない。例えば、国産米粉・国産菜種油・きび砂糖を使用したシフォンケーキ、消泡剤¹⁾を使わずに精製した砂糖・水飴・蜂蜜を使用した飴、イーストフード・乳化剤などの食品添加物を一切使用していないパン、小豆を用いて作る伝統的な和菓子、100%いちごジュースなど、原材料にこだわった結果がハラールだったり、伝統的な製法が偶然、ハラールだったりなど、原材料や調味料など何も変えることなくハラール認証を取得している。

(3) ムスリム観光客の反応

台東区浅草で筆者が実施した調査では、ハラール・レストランの見つけ方は、SNSがもっとも多く51.1%で、「台東区ムスリムおもてなしマップ in 台東区」（40.0%）がこれに続いている（複

数回答）。日本のレストランにハラール認証が必要か否か、レストランは原材料の情報開示をするべきか否かについて、ムスリム観光客にインタビューをしたところ、マレーシア人女性（20代）は次のように答えた。

レストランにハラール認証があれば、一目でハラールだとわかるから便利だ。レストランが原材料などの情報を開示していても、たとえそれが英語だったり絵だったりしても、いちいちチェックするのは面倒だ。ハラール・マークがついていれば、何も考えずに食べることができる。

本調査対象者の88.9%が「日本のハラール認証は信頼できる」と回答している一方で、51.1%が原材料の開示を望んでおり、ハラールかどうかを自分で判断したいと回答していることは看過できない。

「非ムスリム国で発行されたハラール認証が信頼できないということはない」と語るインドネシア人男性（30代）は、インターネットでデータを示しながら次のように続けた。

ハラール肉の主な輸出国はブラジル、オーストラリア、ニュージーランドなどで、トップ10に入っているのは非ムスリム国ばかりだ。我々は非ムスリム国で生産されたハラール肉を日常的に食べているのだよ。

原材料の開示だけでなく、ハラール認証が必要だと主張するインドネシア人男性（20代）は、次のようにその根拠をあげている。

原材料だけが問題なのではない。調味料に何が入っているのかとか、豚肉を料理した調理器具を使っていないか、細かいところまで自分でチェックするのは難しい。ハラール認証があれば、すぐにわかるから便利だ。

しかし、現実には、日本に数百あるといわれて

いるハラール認証機関やハラール・コンサルタント会社のなかには、上記のインドネシア人ムスリムが期待しているような厳格な基準でハラール認証を発行していないケースがある。日本には、ハラール認証の統一基準がないので、ビールを提供しているレストランにハラール認証を発行するなど、独自の低い基準でハラール認証を発行している機関がある。日本でハラール認証に頼りすぎることは問題、そこにある。しかし、酒を置いているハラール・レストランに対するムスリム観光客の反応はさまざまである。酒を置いているレストランに敢えて行く必要はないというムスリムがいる一方で、非ムスリムの国に来たのだから仕方ないというムスリムもあり、意見が二分される。

また、ムスリムだけを対象としたインドネシアの旅行会社の責任者は次のように語る。

食事で問題になるのが肉類だが、ハラール肉がなければ魚を食べればよい。幸い日本では魚料理が豊富だから助かる。アルコールは飲まなければよいだけで、非ムスリムの国に来て調味料まで問題にしていられない。

ハラール食品に対する考え方は、まさに千差万別である。

(4) ハラール認証取得助成事業の成果

ハラール認証取得後のムスリム客数については、多くの店がほとんど変化がないという。ハラール認証を取得することによって、「ムスリムおもてなしマップ in 台東区」で店が紹介されたり、マスコミで取り上げられたりするメリットをあげる店が多い。「区の職員が、何度も何度もうちに来て、『ハラール認証を取りませんか』というから、広告料の代わりにハラール認証取得のための代金を支払った」という店や、「ハラール認証は毎年更新しなければならず、更新料もかかるため、次の更新をするかどうか検討中だ」という店すらある。

一方、ムスリム客が1～2割増えたという寿司店もある。この店は、ハラール認証取得後もムスリム客獲得のための努力を続けている。例えば、

店のHP、Instagram、Facebookでムスリムが食事をしている様子を逐次アップすることによって、それを見たムスリムに安心感を与えることができ、さらなる集客が期待できる。この寿司店の店主は次のように語っている。

認証がないと、原材料の説明をいちいち英語でしなければならないが、認証があれば説明しなくても、ムスリムが安心して食事をすることができる。東南アジアからのムスリム観光客は、まだまだ増加が期待できる。そのために準備できることはしておきたい。

台東区の浅草では、「ハラール」という名称と意味を理解している飲食店が他の観光地に比べて多い。ムスリムが食べることができないものに対する理解があるのとないのでは、ムスリム観光客受入に大きな違いが出る。これだけでも、台東区ハラール認証取得助成事業の1つの成果であるといえる。また、外国人ムスリムをアルバイトで雇っている飲食店も散見される。これは留学生などの人材が豊富な東京だからできることではあるが、「ムスリムが働いている店というだけで安心して入れる」という観光客も多い。彼らは、ムスリムのスタッフと母国語で会話をし、街の情報を得たりもしている。

日本人なら2～3時間で観光を終える浅草であるが、外国人ムスリムは1日過ごすことが多い。それは、ムスリムが食べ歩きを楽しめるほど、ハラール認証を取得している店が多いからである。「ひとつの観光地で、浅草ほど飲食店が集中しているところは少ないというメリットを生かして、今後もムスリム観光客誘致を促進していきたい」と台東区の担当者は語っている。

ただし、ハラールをあまり強調すると、非ムスリムがハラール肉を食べることに抵抗を示すケースが出てこないのだろうか。非ムスリム諸国で生じているようなハラール・ボイコット問題は、筆者が台東区で調査を行った限りでは耳にすることはなかったが、今後、生じないとは限らない。ハラール・ボイコット問題とは、大きく分けて2つ

の理由から生じている。第一に、ムスリムによってアッラーの名を唱えながら、頸動脈を一気に切つて屠殺するという、その方法を問題視する。第二に、ハラール・マーク付の商品を購入するたびに、自分の意志とは関係なく、イスラームに少額なりとも寄附をしていることである。台東区でハラール認証を取得した店のなかには、ハラールだけを謳うのではなく、ベジタリアンやビーガンにも対応できる料理を提供するレストランもある。ムスリムだけでなく、ユダヤ教徒、ヒンズー教徒など、他の宗教の信者や、ベジタリアン、ビーガン、アレルギーの人にも対応できる飲食店が増えれば、さらなる外国人観光客を呼び込むことができるであろう。

4. 高山市

(1) 飛騨高山ムスリム・フレンドリー・プロジェクト

日本の中央部に位置する高山市は、歴史と伝統のある城下町である。世界最大級の旅行口コミサイトであるトリップアドバイザーが2015年3月に発表した日本の人気観光都市ランキングで、高山市は6位になり、はじめてトップ10入りした（PR TIMES 2015）。高山市を訪れる外国人観光客数（宿泊者）は、2008年の171,180人から2016年の461,253人へと8年間で2.7倍になっている。2016年の高山市の外国人観光客数（宿泊者）を国別・地域別にみると、台湾が最多で89,111人、これに香港（58,070人）、タイ（35,208人）が続いている。また、年間千人以上が高山市を訪れる国のうち、2013年から2016年の3年間で増加率が高いのはマレーシアとインドネシアである。マレーシア人観光客数は3,359人から9,965人へ約3倍、インドネシア人観光客数は595人から3,070人へ約5倍の伸びを示している²⁾（高山市商工観光部観光課 2016）。

飛騨高山ムスリム・フレンドリー・プロジェクトは、ハラール認証を取得せずに、食材の情報を開示してムスリム自身に判断してもらうことを基本方針とした日本ではじめての試みである。このプロジェクトは、民間によって立ち上げられ、そ

れを行政が支援するかたちで官民一体となって活動を行っている。2014年6月に高山市の飲食店、宿泊施設、および食品卸業者の経営者ら若手8人が、ムスリム観光客誘致と高山市のビジネスチャンスの拡大を目的に、このプロジェクトを発足した。

プロジェクトのメンバーは、プロジェクト発足前から度々名古屋モスクを訪れ、食事や礼拝をはじめイスラームに関する勉強を一から行い、さまざまなアドバイスを受けている。彼らは、そこで得た知識や情報を高山市の飲食店や宿泊施設に提供して、ムスリム観光客の受入れに生かしている。

このプロジェクトの戦略の特徴として、次の2点を挙げることができる。第一に、ハラール認証取得にとらわれず、原材料の開示を行うことで、ムスリム自身にハラールかどうかを判断してもらうことである。プロジェクトのメンバーは、「ムスリム向けの料理の提供は難しくないことがわかった。我々が、レシピに少しアレンジを加えるだけで、ムスリムに郷土料理を楽しんでもらえる。ハラール認証を取らないとムスリム観光客を誘致できないという誤った考えを払拭したい」と語っている。

第二の特徴は、SNSを巧みに利用した情報発信を行っていることである。このプロジェクトのFacebookを見たムスリム観光客が、高山市にやって来て、ノンポーク・ノンアルコールの郷土料理を楽しむ。その後、彼らとその写真を自分のFacebook、Twitter、Instagramに載せることによって世界中に配信され、さらなるムスリム観光客を高山に引き寄せるという好循環が生まれている。時流に乗った戦略であり、経費がかからないPR方法である。

(2) ムスリム対応の郷土料理

高山市におけるムスリム対応の郷土料理は、ハラールチキンとノンアルコールの味噌を使った朴葉味噌、ハラールチキンを使ったすき焼き、焼き豚の代わりに大豆たんぱくで作った疑似肉を使用したノンポーク・ノンアルコールの高山ラーメン、ノンアルコールの醤油を使用した高山そばな

どメニューは徐々に増えている。高山市は、和牛ブランドのひとつである飛騨牛の産地として有名である。すき焼きや朴葉味噌には飛騨牛を使用するのが一般的であるが、ハラールの飛騨牛はない。高山のレストランにとって、飛騨牛以外の牛肉を使用することは沽券にかかわるため、ハラールチキンで代用している。メニューには、ノンポーク・ノンアルコールという表示のみであり、ハラールという名称は用いていない。

旅館の料理長は、「ハラール認証がなくても、身近な材料で代用して穆斯林対応の食事を提供できる。値段もほとんど変わらない」という。老舗の高山そば屋の料理人は、「伝統の味を変えなければならないことに抵抗はあったが、穆斯林に喜んでもらえるように努力した」。その甲斐があって、Facebook などによる口コミで、飛び込み客が増加している。高山ラーメン店の料理長は、「ラードや肉を使わなかったら、最初はとんでもない味になってしまった。試行錯誤を繰り返して穆斯林対応の高山ラーメンを開発した」という。今やこのラーメンは、穆斯林だけでなく日本人観光客にも人気のヒット商品になっている。

宿泊客の8～9割が外国人客の旅館では、夕食にハラールチキンの朴葉味噌を提供している。料理長は次のように話す。

これだけ外国人観光客が来ているのに、穆斯林に対応できないなどと言ってもらえない。私たちが穆斯林観光客のリクエストに応えて食事を提供することで、彼らに喜んで帰っていただくことができる。そして、そこから口コミで、次のお客様が来てくれる。長年かけて努力してきたことが実を結び、やってきてよかったと思っている。

このプロジェクトの考え方に賛同し、穆斯林が安心して食べられる料理の開発を進め、協力する飲食店が高山市で増加している。高山市でハラール認証を取得せずに穆斯林観光客誘致を行っている飲食店においても、使用している肉はハラ

ール認証取得済のものである。つまり、肉類に関しては、ハラール認証があるか否かは重要な問題なのである。

(3) ムスリム観光客の反応

高山市で筆者が実施した調査では、73.5%が「ハラールかどうかを原材料表示から自分で判断したい」と回答している。ハラール認証を取得しない方針の高山市において、ハラールか否かを判断できる唯一の方法が原材料の情報開示であるため、このような結果になったとも考えられるが、彼らは食事の際に、非Muslimの日本人から「これはハラールの食事です」と言われるよりも、ハラールかどうかを自分で判断したいという。

毎年家族で日本に来ているというマレーシア人男性(30代)は、次のように語っている。

はじめて日本を訪れる外国人にとっては、ハラール認証がある方がわかりやすいかもしれない。私も最初はそうだった。しかし、慣れてくると、ハラール認証がなくても原材料がわかればそれで十分だということがわかってきた。ハラールかハラームか自分で決めることができるし、むしろその方が安心できる。ハラール認証に頼りすぎると、食べられるものが限定されてしまう。

5. 結論

日本でインバウンド受入環境整備が目されるなか、増加するMuslim観光客への対応の問題が山積している。そこで台東区では、ハラール認証取得助成事業を展開し、レストランなどのハラール認証取得推進に力を入れている。一方、高山市では、ノンポーク・ノンアルコールの食事を中心に、食材の情報を開示することを基本方針として、Muslim観光客誘致戦略を展開している。

台東区と高山市において戦略の違いをもたらしているものとして、次の3点をあげることができる。第一に、それぞれのアドバイザーの考え方の違いである。台東区の飲食店にハラール認証を取得させてはどうかと行政に話をもちかけたのが、現在のアドバイザーであるコンサルタント会社で

ある。高山市のアドバイザーである名古屋モスクは、「ハラールかハラームかは神が決めることであり、人間が決めることではない」という見解のもと、「ハラール認証がなければハラールではない」という誤った認識が、日本の飲食店や食品会社の間で広がっていることに常々危機感をもっていた。そこに飛騨高山ムスリム・フレンドリー・プロジェクトの代表者が相談に訪れたのである。

第二に、観光地としての規模の違いである。年間の外国人観光客数が830万人の台東区に比べて、高山市は46万人であり、その違いが歴然としている。高山は小さい街で、みんなが顔見知りだからこそ、自社のため、地域のために、このようなプロジェクトの実行が可能であり、かつ計画立案から実行までを迅速に行うことができる。

第三に、提供する食事の違いである。高山市は、郷土料理を食べたいというムスリムの要望に応えることを第一に考えている。一方、台東区は、郷土料理にこだわらず、ハラール食全般の提供に主眼を置いている。このように、それぞれの観光地の特性や、ムスリム観光客のニーズに合わせた対応の仕方があってよいであろう。

ハラール認証取得推進派が主張するメリットは、日本語が理解できない外国人ムスリム観光客にとって、ハラール・マークがついていれば便利なことであり、非推進派が主張するメリットは、原材料を開示することによって、ムスリム自身がハラールか否かを判断できることである。また、推進派のデメリットは、ハラール認証に頼りすぎると、食べられるものが限られることであり、非推進派のデメリットは、原材料を見てチェックすることの煩雑さである。

ムスリム観光客誘致のために、受入側がハラール認証を取得する以外にできることはたくさんある。受入側に必要なことは、第一に、イスラームに関する基礎知識を身に着けることである。第二に、ハラールについての解釈は多様であり、厳しい戒律に合わせようとする、ムスリムを受け入れること自体を敬遠することになってしまう。無理のない範囲で、できることから始めることが重要である。第三に、ムスリム観光客が、食べる

ことができないものを伝えやすい雰囲気づくりも、店側の工夫次第でできるのではないだろうか。ハラール認証を取得していなくても、ムスリムに対応できる飲食店はたくさんある。飲食店側のちょっとした心遣いがムスリム観光客誘致につながっていくのである。

注

- 1) 白砂糖などの精製糖においては、製造過程において使われる消泡剤（グリセリン脂肪酸エステル）が豚由来である場合がある。しかし、通常販売されている砂糖のなかで、どれが該当するのかは判断できない。
- 2) 日本全体でみても、マレーシアとインドネシアからの観光客数は増加し続けている。その背景として、日本に観光目的で入国するさいの査証免除および緩和による効果、経済発展にともなう中間層の可処分所得の増加と海外旅行市場の拡大、消費税免税制度拡充、観光庁の訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）による観光客誘致、LCCの新規就航や増便などがあげられる（日本政府観光局 2015）。

参考文献

- 川端隆史, 2015, 「ハラール・ビジネスのブームと課題——マスメディアの論調から読み解く」『中東研究』2015年度(1): 62-74.
- 前野直樹, 2016, 「イスラームにおける食事とハラール認証という障害」『福音と世界』71(6): 28-33.
- 並河良一, 2013, 「ハラール制度の国際比較」『食品と開発』48(6): 62-64.
- , 2014a, 「ハラール制度に対する誤解, 市場開発の難しさ」『食品と科学』56(4): 14-20.
- , 2014b, 「日本企業と採るべき対応」『食品と科学』56(5): 14-20.
- 日本政府観光局, 2015, 「統計発表」日本政府観光局ホームページ (http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing), 2015年9月15日閲覧.
- 野尻亘, 2016, 「日本におけるハラール食品の生産と供給へのアクター・ネットワーク理論応用の試み」『人文地理』68(4): 421-441.
- PR TIMES, 2015, 「トリップアドバイザーの世界の人気観光都市ランキング2015発表」トリップアドバイザー プレスリリース 2015年5月24日 (<http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000308.000001853.html>),

- 2015年7月5日閲覧。
- 杉山維彦, 2017, 「需要高まるハラールへの対応——日本における実態」『都市問題』108(1): 31-37.
- 台東区, 2017, 「平成28年度台東区刊行統計・マーケティング調査」(http://www.city.taito.lg.jp/index/release/201600/201702/press0224_01.html), 2017年9月14日取得.
- 高山市商工観光部観光課, 2017, 「2016年観光統計」(<http://www.city.takayama.lg.jp>), 2017年8月1日取得.
- 竹下修子, 2014, 「ハラール認証ビジネス拡大の現状と課題——ハラール食品ビジネスを中心に」『愛知学院大学文学部紀要』44: 93-100.
- 多和田裕司, 2012, 「イスラームと消費社会——現代マレーシアにおけるハラール認証」『人文研究 大阪市立大学大学院文学研究科紀要』63: 69-85.
- 安田慎, 2015, 「ハラール・スタンダードの形成と軌轢——クレセントレーティング社におけるムスリム観光客ガイドラインを中心に」『中東研究』523: 53-61.
- 付記** 本研究は, JSPS 科研費15H03417 「ムスリム・マイノリティのハラール食品消費行動の関連要因——東アジアと西欧の比較研究」(研究代表者: 早稲田大学 小島宏) の研究成果の一部である。