

月刊

メニューアイデア

MENU IDEA

April 2023 **4**

HCJ2023 特集

●フード・ケータリングショー セミナー

- 1 (公社)日本給食サービス協会主催
「～安全・安心に取り組んでおります～
SDGsへの取り組みについて」
株馬淵商事
シダックスコントラクトフードサービス(株)
2社が事例を発表
- 2 (公社)日本メディカル給食協会主催
「食品ロスから病院給食を見つめ直す
～いのちある食べ物を大切に～」
- 3 (一社)日本弁当サービス協会主催
「弁当サービス、学校・幼稚園給食での
ハラール対応について」

●HCJ2023 注目展示概要

- コロナから立ち直る外食、タニコーが有名シェフの調理実演で飲食店の開店をバックアップ

春の業務用冷凍食品 特集

物価高に納得品質で応える
食油高対応、インバウンドに期待も



「トレーで簡単cook!あじさんが・しんじょセット」 イメージ



「トレーで簡単cook!油淋鶏セット」 イメージ

ニチレイフーズがパーソナルユース商品シリーズ
「トレーで簡単cook!」を拡充、おいしさ、栄養バランス、簡便性で
外食・福祉施設の課題を解決! ▶ page.35

学給三団体が首相官邸を訪問、
磯崎内閣官房副長官に地方創生
臨時交付金の継続求める

→詳しくは48ページ



連載企画

- ・「給食サービス企業のリーダーたち」
株LEOC 森井秀和 代表取締役社長COO
- ・田中延子の「学校給食物語」
- ・給食現場にすすめたいアイデアレシピ
- ・弁当工場に欠かせない最重要情報
- ・北原グループによるエッセイ
「終わりなき“非日常”を楽しく美味しく生き抜くには?」
- ・コラム「記者の目」



HCJ2023



（一社）日本弁当サービス協会は2月7日、第44回フード・ケータリングショーで「弁当サービス、学校・幼稚園給食でのハラール対応について」をテーマにセミナーを行った。講師は（一社）ハラール・ジャパン協会代表理事で、ハラールビジネス・プロデューサーも務める佐久間朋宏氏。長年のハラールビジネスで培った知見をもとに、イスラム教徒に対応するための食事提供のポイントを詳しく解説した。

■ 日本と対照的なイスラム食市場

日本の食市場は人口減少、少子高齢化、経済の停滞などにより、縮小傾向にある。一方、イスラム教徒は全世界で20億人を数え、アジア圏に限定しても、アジアに半数、東南アジアではインドネシアに2.4億人、マレーシアに2000万人もいる。



佐久間氏

それらの国は日本と違って若年層が多く、経済成長の見込みもあり、食市場は拡大傾向にある。

佐久間氏は講演の冒頭、そうした日本と対照的なイスラム圏の可能性に触れて「未来のあるマーケットであり、ぜひビジネスにして欲しい」と呼びかけた。

■ 日本に親近感を持ち日本食を必要とするイスラム教徒

佐久間氏はイスラム圏の各地に訪問したときの経験談を話した。イスラム教徒は日本の戦後復興の早さに驚嘆し、漫画・アニメなどの親近感もあって、日本に好感を抱く人が多いという。

しかし、漫画やアニメを通じて日本食に関心を持って、実際に食べると、味が薄い、薄い、塩っ辛い、厳しい感想を持つ人が多いそうだ。それは何故か。

「イスラム圏の食事は、基本的に甘い、濃い、辛いなどはっきりした味が好まれるからだ。そのため、彼らに食事を提供するときは、最初は味をイスラム教徒に合わせ、

徐々に日本食に近づけてみてはどうか」と提案した。

一方、佐久間氏はイスラム圏の健康課題に触れて、「近年、肥満や生活習慣病が原因で60歳より前に死亡する人が増えており、健康な食事への関心が高まっている。和食を食べる日本人には、長生き、健康、ヘルシーというイメージがあり、和食はイスラム教徒の健康課題を解消する。これを食事提供の動機にしてはどうか」と補足した。

■ ハラル判断基準の明示と礼拝への配慮

次に、イスラム教徒に食事を提供する上で重要なことを2つ挙げた。

1つ目は、食べてよいかの判断材料を提供することだ。イスラム教には「ハラール」という言葉があり、これは、「イスラムでやっていいこと」を意味する。食事に限らず、イスラム教徒は物事の善悪をこの「ハラール」に当たるか否かで判断する。そのため、食事を出す際も、判断基準を提供し、食べてもらえるようにすることが重要である。つまり、イスラム教は「ハラール認証」だけではない。イスラム教徒個人個人の判断基準で、食事をとっている。

2つ目は、イスラム教徒が礼拝できる場所を知っていること、または礼拝できるスペースが店内にあることだ。イスラム教徒は基本的に1日5回礼拝するが、旅行時は短縮したり、礼拝自体しない場合もある。でも、礼拝はイスラム教徒にとって「心の栄養」と言えるくらい大事である。礼拝する場所に決まりはないが、礼拝するスペースは必要である。

「店舗に礼拝スペースを確保するなど配慮を行うと喜ばれ、他のお店と差別化を図る大きなアドバンテージになる」(佐久間氏)。

■ 完全な「ハラール」を目指さなくていい

では、イスラムの教えで許された「ハラール」食材とは、具体的にどういったものを指すのか。

「野菜、果物、穀物、水産物など、土の中、水の中のもの基本的にはハラールであり、卵、牛乳など、生きている動物から採られるものもハラールである。つまり、一次産品は基本的にハラールである」とポイントを紹介。一方、イスラム教に禁じられている「ハラム」食材として、豚肉や飲用のアルコールを挙げ、そのどちらにも属さない食材を「シュブハ」とし、牛、鶏、味噌、醤油、酢など具体例を示した。

また、イスラム教徒への食事で注意すべきポイントとして、次の4点を挙げた。

- ① 豚肉・豚由来の食材を使わないこと
- ② イスラムの方式で、と畜した牛肉、鶏肉、羊肉を使用すること
- ③ 基本、植物油を使い、ラードやトンカツを揚げた後の油を使用しないこと
- ④ 料理に添加するアルコールを含め、飲用アルコールは使用しないこと(※消毒用、工業アルコールなどは使用可能)

佐久間氏は「外食は、完全な形で『ハラール』に対応しなくても、これらの点を踏まえれば、食事を提供できる。イスラム教徒が食べたいと思えるメニューづくりがポイントだ」と、改めて外食におけるイスラム対応への基本的な考えを述べた。

■ イスラム教徒への簡易的な食事提供

佐久間氏は、専門家の認可を必要とする「ハラール認証」取得による食事提供以外に、イスラム教徒に対応した簡易的な食事提供の方法として「ムスリムフレンドリー認証」「ノーポーク・ノーアルコール」「ピクトグラム」の3つの情報開示を紹介した。

1つ目の「ムスリムフレンドリー認証」は、「ハラール」に合ったメニューなどを複数提供する一方、「ハラール」に対応しないメニューや飲用アルコールの提供も行うもの。

2つ目の「ノーポーク・ノーアルコール」は、「ハラム」食材である豚肉と飲用アルコールを使用しない成分パネルのメニューを提供するもの。

3つ目の「ピクトグラム」は、提供する料理の中身をピクトグラムで表示することや、自社の食事提供ポリシーを明示することで、イスラム教徒自身が食べられるか判断できるようにするもの。

佐久間氏は「できることからやってみては」と促した上で、「店舗でこの3つの対策をとる場合には、イスラム教徒対応メニューがある、と言って欲しい。『ハラール』という言葉を使うと『ハラール認証』と誤解する恐れがある」と注意喚起した。

■ イスラム教徒対応の実例

佐久間氏はイスラム教徒に対応した食事提供の実例をいくつか紹介した。

インドネシアの例として、日本のB級グルメ「築地銀だこ」を挙げた。店頭で「ノーポーク・ノーラード」と掲げた店舗写真を示し、「これだけでも食べてくれる」と太鼓判を押した。自社ポリシーを打ち出した例としては、給食サービスを展開する(株)LEOCの「LEOCフードグローバルポリシー」を示し「イスラム教徒に対応しないものの、食の多様性に対応できることをちゃんと伝えている」と評価した。

その他、明治大学の学食で提供される「ハラールラーメン」も紹介した。

■ イスラム教徒への食事提供は“商機”

「これからの食は、日本人、外国人、イスラム教徒、全ての人が楽しめる料理の提供を目指すことが大事である。そのためには、ハラール、オーガニック、アレルギー対応、菜食主義の4つをうまく組み合わせつつ、メニューを考案していくことが重要である」と佐久間氏は語る。

また、学校給食におけるイスラム教徒対応については「対応は難しいと思うが、就職まで親が作った弁当を持参している子どもの中にはいる。給食の提供時に、ピクトグラムで使用食材を提示してはどうか」と、情報開示の必要性を説いた。

最後に佐久間氏は、「食事提供者はどの段階までイスラム教徒に対応した取り組みを行うのか、まず決めることが大事だ。その上で情報発信をすれば問い合わせがくる。皆さんも自分事として、イスラム教徒への対応を検討してみてはどうか」と、新たな食市場へのチャレンジを呼びかけ、ハラールビジネスを支援するハラール・ジャパン協会について紹介した。