

当報告の内容は、それぞれの著者の著作物です。

Copyrighted materials of the authors.

タイトル：「イスラームに基づく経済活動・行為」

（平成 25 年度第 3 回研究会）

日時：平成 26 年 3 月 9 日（日曜日）午後 2 時より午後 6 時

場所：AA 研マルチメディア会議室（304）

報告（1）： 大川真由子（共同研究員、早稲田大学） 「ハラール化粧品の現状と可能性：東南アジアから中東へ伝播するイスラーム的消費活動」

報告（2）： 上山一（共同研究員、筑波大学） 「イスラム金融機関の行動に関する事例研究： バーレーンとサウジアラビアの金融機関を例として」

ハラール化粧品の現状と可能性

——東南アジアから中東へ伝播するイスラーム的消費活動——

大川 真由子

本発表では、急成長が期待されているハラール化粧品の現状や内在するイスラーム的論点を紹介し、ハラール産業内でみたハラール食品との違いや、女性が主体となるイスラーム・ファッション着用との比較からみえてくるハラール化粧品消費の特徴を明らかにした。課題としては、マレーシアを中心とした東南アジアではハラール化粧品の認知度や入手可能性が比較的高いのに対し、中東では商品のハラール性への関心は高まりつつあるものの、ハラール製品の中でも化粧品には低い関心しか集まっておらず、入手可能性が低いうえに高価格である。その一方で、ハラール化粧品はオーガニック・ナチュラル化粧品、さらには環境保全や社会貢献などを目指したエシカル（倫理的）化粧品との親和性が高く、顧客層の拡大が期待できる。つまり、ハラール化粧品の消費は敬虔さの表現であると同時に、エシカルという欧米的な価値観や、ブルジョアの指標でもある教養や洗練さの提示にもなるといえる。

ハラール化粧品消費の担い手は、湾岸諸国やマレーシアなどに多く見られる「新時代ム

スリム」、すなわち敬虔深いが好ましい変化の道具として宗教を利用する裕福でハイテクに精通し、トレンドに敏感なムスリムである。近年働く女性が増え、女性の可処分所得が増加したことが化粧品購入につながったが、ハラール化粧品はおしゃれや美をあきらめることなくイスラーム的消費活動を可能にする。女性によるイスラーム的消費行動の観点からいえば、イスラーム・ファッション（ヴェール着用）は70年代に中東でおこり、ヨーロッパを経て90年代以降東南アジアに伝播する形で流行したが、ハラール化粧品の場合は逆の流れが起きようとしている。今後はイスラーム・ファッションの流行によってイスラーム的美に対する新しいイメージが醸成されたなかでのハラール化粧品の需要・浸透という現象を考える必要があるだろう。

イスラム金融機関の行動に関する事例研究

——バーレーンとサウジアラビアの金融機関を例として——

上山 一

バーレーンとサウジアラビアにあるイスラム金融機関2行に対する留置き調査から得られた一次データを用いて、ムダーラバによる資金運用に関わる情報の非対称性への対応について考察を行った。次に、利益配当型の金融契約を利用しようとするイスラム金融機関が少なからず存在している理由を考察した。

イスラム金融機関は、ムダーラバによって資金運用を行う場合、契約条件の設定や契約締結後の投資先企業に対するモニタリング方法を工夫することによって、情報の非対称性に対応する用意があることが示された。

ただし、以上の分析では、イスラム金融機関が利益配当型の金融契約によって資金運用を行う理由が依然として明確に説明されていない。そこで、利子を伴わない金融取引（イスラム金融取引）を投資家（預金者）が選択する基準に対する、イスラム金融機関の見解を考察した。

イスラム金融機関は、イスラム法が適用されていることを投資家ないし預金者が最も重視する基準と見なしているが、こうした基準に続いて、通常の金融機関に比べた利回りの高さや金融機関またはその他の顧客との間のリスク分配を挙げている。リスク分配が選択理由として挙げられていることは、預金者あるいは投資家がリスク分配を重視していると

いうよりも、むしろイスラム金融機関自身が、金融取引がイスラム法的に適格であることに加えて、当事者間のリスク分配がイスラム金融において重要な要素と見なしている、と捉えることができる。利益配当型の金融契約によって資金運用を行おうとする試みは、こうしたリスク分配による金融取引に該当する。以上の考察から、イスラム金融機関がイスラム法的に適格な金融取引を実践するのみならず、金融取引をめぐるより厳格な解釈のなかで、イスラム金融の実践に取り組もうとしていることに加え、社会的な役割としてリスクの負担にも応えようとするといったイスラム金融機関ゆえの行動的特徴も指摘できる。