

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.

イスラームに基づく経済活動・行為 2014年度第2回研究会（通算第5回目）

日時：2015年3月22日（日）14:00-18:00

場所：AA研マルチメディア会議室(304)

福島康博（AA研共同研究員，AA研フェロー）

「イスラーム金融におけるイスラーム性の形成：マレーシアの事例から」

塩谷もも（AA研共同研究員，島根県立大学）

「インドネシアにおけるムスリム服のイメージとアイデンティティ」

報告（1）「イスラーム金融におけるイスラーム性の形成：マレーシアの事例から」

報告者：福島康博（AA研共同研究員，AA研フェロー）

シャリーア（イスラーム法）に基づく商品・サービスを提供するハラール産業に対しては、イスラーム諸国のみならず、日本を含めた非イスラーム諸国でも関心が高まっている。グローバルなハラール産業全体の市場規模は、およそ2.3兆米ドルと見積もられているが、イスラーム金融（1兆米ドル）、ハラール食品（6,800億米ドル）、ムスリムの観光旅行（1,450億米ドル）などがその中心となっている。ハラール産業に対しては、マレーシアが官民を挙げた積極的な振興を図っている。いくつか例を挙げると、イスラーム金融の分野では、2013年に複数の金融関連法を再編成してより政府・中央銀行の権限を強化したイスラーム金融サービス法を施行したり、市場管理のために中央銀行（銀行業と保険業）や証券委員会（証券業と債券業）が各種のガイドラインを制定している。他方、ハラール食品、化粧品・衛生品、物流・小売の分野では、科学技術革新省が策定したハラール認証基準に基づき、首相府イスラーム開発局が認証機関とするハラール認証制度を実施している。また、外国人ムスリム旅行者に対しては、政府系のマレーシア・イスラーム旅行センター（Islamic Tourism Centre of Malaysia）が情報提供や各種対応を実施している。こうした点を踏まえ、本報告は、マレーシアのハラール産業とその連関を、イスラーム金融を中心に明らかにすることと、その背景にある同国のイスラーム化の傾向との関連性を明らかにすることを目的とする。

まず前者であるが、ハラール産業に対してイスラーム金融が担っている機能として、①従来型銀行に代わるイスラームに基づく金融商品・サービスという選択肢の提供と、そのことを通じての資金の出し手となる機能、②証券委員会による上場企業に対するイスラームの視点からのスクリーニング機能を指摘できる。次に後者であるが、1980年代以降の東南アジアにおけるイスラーム復興運動を受けて、歴代のマハティール、アブドラ、ナジブ政権はイスラーム化政策を打ち出し、その中にハラール産業振興を位置付けてきた。この結果、確かにハラール産業の発展と市場拡大を果たしているものの、近年は政治（ハッド刑導入問題）、社会（ジョホール州の公休日問題）、国際関係（イスラーム国への参加問題）など経済分野でのイスラーム化の傾向が目立ち始めている。この傾向が強まれば、同国内のムスリムと非ムスリムとの断絶を生み出しかねない。ハラール産業の実態においては、非ムスリムが生産者（ハラール認証取得企業の4分の3が非ブミプトラ企業）や消費者（イスラーム銀行への預金者の半数が非ムスリム）として担っている役割が大きい。そのため、過度のイスラーム化による多文化共生社会の分断が、かえってハラール産業・市場の縮小しかねない、と指摘することができる。

報告（2）「インドネシアにおけるムスリム服のイメージとアイデンティティ」

報告者：塩谷もも（AA研共同研究員，島根県立大学）

インドネシアでは2000年代に入り、ムスリム服（ブサナ・ムスリム）を着用する女性が急増した。ムスリム服とは、女性の場合は、ヴェールと肌を露出しない長そで、長い丈のスカートやズボンの服装を組み合わせたものである。洋服の流行を取り入れたものも多いが、髪を覆うヴェールが特徴で、さらにムスリムが隠すべきとされている体の部位は覆われている。近年は、様々なデザインのもが作られており、ファッションとしても流行している。本発表では、イスラーム的な「正しさ」が意識されるようになっているムスリム服の現状を、宗教だけでなくアイデンティティを含め、インドネシアの衣服をめぐる文脈からとらえることを目的とする。

インドネシアでは、職場や学校など様々な場に「制服」が存在している。さらに、町内会や宗教講話会などの集まりで、同じ生地で作った服を仕立て、集会の際に着ることも珍しくない。

「多様性の中の統一」をスローガンとして掲げる多民族国家のインドネシアでは、衣服は

多様性の象徴として重視されてきた。その一方で、制服に見られるように、一体感を生み出すために使われてきたものでもある。例えば、バティックは、インドネシアを象徴するものとして、制服にも用いられてきた。アダット（慣習）服は、エスニックアイデンティティの象徴であり、結婚式などで着られてきた。同じものを着ることで一体感を演出することは、さまざまな機会や場でなされてきた。

ムスリム服は、ヴェールの変化と対応しながら、時代ごとに変化してきた。近年では、現代のかつイスラーム的に問題がないとされるムスリム服が、人気を集めている。その一方で、体の線を強調し、ファッション性を優先したムスリム服を着る若い女性達が登場し注目を集めたことで、ムスリム服の「正しさ」がより意識される傾向にある。しかしながら、東南アジアと比較して、「正しい」イスラームを実施していると捉えられている中東の衣服の取り入れに対しては、アラブの文化と宗教を混同したものだという主張がなされることが多い。また、地方分権化の影響により、自治体が特定の日や場で着るべき服を定めるという動きも出ている。

衣服は、ナショナル、エスニック、宗教という3つのアイデンティティと深く関わるものであり、バランスをいかに保つかが問題となっている。今日のインドネシアでのムスリム服をめぐる「正しさ」への意識、ムスリム服の拡大については、イスラームとのつながりだけでなく、日常の中での衣服に対する意識との結びつきが強いと考えられる。