

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：「東南アジアのイスラームと文化多様性に関する学際的研究（第二期）」（平成 26 年度第 1 回研究会）

日時：2014 年 7 月 13 日（日）10：30～16：00

場所：AA 研マルチメディア会議室（304）

内容

研究代表・副代表による標記研究プロジェクトの趣旨説明の後、今後の研究計画について意見交換を行った。続いて、福島康博氏による研究報告とそれに依拠した研究討議を行った。概要は以下の通りである。

「趣旨説明」

富沢寿勇（研究代表、AA 研共同研究員・静岡県立大学）・床呂郁哉（副代表、AA 研所員）

本研究プロジェクト第二期は主に次の 3 点で特徴づけられる。

- （1）第一期におけるイスラーム内の多様性に焦点を当てた研究を継承しつつ、東南アジアの文化・宗教的多様性・多元性の中でのイスラームの位置づけや特性も明らかにする。
- （2）紛争や対立に焦点を当てたこれまでの研究に加え、イスラーム経済やハラール産業など、平和共存につながりうる近年の現象の意味や可能性も併せて追究する。
- （3）東南アジアと中東などとの地域横断的研究に、より意識的、積極的に取り組む。

ハラール産業研究を例にして、上記 3 点の特徴に関わる研究視座を説明する。

（1）イスラーム世界におけるハラールの基準は、実際は国や地域、認証機関によっても、法学諸派によっても多様性を示す。これはイスラーム内の多様性の問題である。また、ハラール産業の経営は、非ムスリム系、ムスリム系の双方が関わり、しかも前者が主流である。他方、消費者も「万人のためのハラール」というキャッチコピーに端的に示されるように、ムスリムのみならず、非ムスリムの双方をターゲットにしている。要するに、文化・宗教的多様性・多元性の中でムスリムと非ムスリムが相互作用をするインターフェースの場を、ハラール産業は提供している点に注目したい。

（2）欧米などの反イスラーム感情やイスラームをテロリズムなどと結びつける偏見を是正すべく、平和的な方法でイスラーム世界をエンパワーさせ、同時に、イスラームの否定的イメージも払拭させる有効な手段としてハラール産業を意義づける関係者もいる。ハラール産業を「ビジネス・ジハード」と称する表現が象徴的である。

(3) ハラルのグローバル統一基準構築をめざして、近年は東南アジアと中東との間で、さまざまな折衝が試みられている。また、イスラーム世界の経済成長や観光振興政策により、イスラミック・ツーリズムもグローバルに展開し始めた。主に 9.11 事件以降、イスラーム圏内の人の移動や旅行が重要になり、東南アジアと中東との間のムスリム観光客の移動も大きな流れを作っている。特に東南アジアでは、イスラミック・ツーリズムを「イスラームの規範と調和した観光」と定義づけ、対象としてムスリムのみならず非ムスリムも取り込む動きを示している。その意味で、イスラミック・ツーリズムにおける人の移動とその社会・文化的意味は、東南アジアの文化多様性の脈絡の中でも分析される必要があるし、また、観光におけるイスラーム的価値を共有する東南アジアと中東との地域横断的比較研究も同時に要請することになるであろう。

#### 「イスラーム金融機関の CSR 活動：マレーシアの事例から」

福島康博（AA 研共同研究員，AA 研フェロー）

マレーシアのイスラーム金融機関、すなわちイスラーム銀行やタカフル保険会社等は、一方においてはイスラームに基づく金融商品／サービスを提供しており、ムスリムによるイスラームの実践を金融面で支えているとの評価を獲得している。しかしながら他方において、イスラームに名を借りた商売から利益を得るだけで、イスラームが本来持つ相互扶助の考え方に反しているという批判を受けている。とりわけ、今日の社会通念では、企業は単に利益を追求するだけでなく、所属している地域社会が抱える社会問題や環境問題を解決すべく、積極的に関与していくことが期待されている。このような役割とこれをはたす活動は、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility, CSR）と呼ばれており、マレーシアの各企業とも積極的な取り組みを行っている。そこで本報告は、マレーシアのイスラーム金融機関の CSR 活動、特に社会貢献活動に注目し、その具体的な活動内容を明らかにするとともに、同活動がマレーシア社会で共有されているいかなる社会正義を実現しようとしているのかを明らかにすることを目的とする。

イスラーム金融機関が実施する社会貢献活動の類型化にあたっては、以下の四つの視点から行うことが可能である。すなわち、(1) 活動の運営方法、(2) イスラーム金融機関が提供する拠出物、(3) 活動の受益者、および (4) 活動の実施時期、である。このうち (2) から (4) に関しては、イスラームによって強く動機付けられる事例が多く、いわばムスリム・コミュニティーであるウンマ (*Ummah*) の発展というイスラームの基本的命題をはたそうとする活動であると理解できる。しかしながら、イスラーム金融機関の CSR 活動は、その全てをイスラームに還元できるわけではなく、例えばラマダーン月のイフタールにおいて、ムスリムのみならずキリスト教徒を招待している事例も見られる。

マレーシアは、イスラームが連邦の宗教でありムスリムが人口の 6 割を占めるなど、そ

の優位性がある一方で、多民族・多宗教国家として民族融和と国民統合が長らくの課題となっている。とりわけ、ナジブ現政権による「1つのマレーシア」という政治的スローガンがこの点を象徴しており、これに関する社会問題に取り組むことによって国民統合をはたすことが、マレーシアの社会正義といえる。そのため、イスラーム金融機関のCSR活動もまた、イスラームの価値に基づいて行われる一方で、それは同時に民族融和と国民統合というマレーシア社会で共有されている社会正義に抵触せず、むしろこれを実現する活動内容となっている。