

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）（2）」（平成 26 年度第 3 回研究会）

日時：2015 年 1 月 11 日（日）14：00～19：00

場所：AA 研マルチメディアセミナー室（306）

内容

報告 1

インドネシアのムスリム服に見るファッション性と信仰

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、ムスリム服を日常的に着用する女性が急増した。女性が着用するムスリム服は、ヴェールと肌を露出しない服の組み合わせから成る。特に近年は、ファッション性の高いものが作られ、注目されるようになった。国内にとどまらず東南アジアやアラブ諸国への輸出もされており、政府も「インドネシアをムスリム・ファッションのキブラに」というスローガンを掲げ、これを推奨している。

インドネシアでは、スハルト政権時代の 1980 年代に公立学校や公務員のヴェールの着用が制限された。その影響もあり、ヴェールやムスリム服の着用者は少なかった。この時代にヴェールを着用した女性は、強い意志を持って着用する選択をするのが一般的であった。その後、1998 年のスハルト政権崩壊、イスラームの宗教講話会の増加、さらにファッションとしての流行の影響もあり、ムスリム服を着用する人が急増し、着用する理由は多様化した。ファッション性を重視したムスリム服が増える一方で、ムスリム服の「正しさ」も意識されるようになった。

近年は、ヒジャブと呼ばれるムスリム・ファッションが、若い女性を中心として流行した。ヒジャブの着用者はヒジャバーと呼ばれ、2010 年にはヒジャバーズ・コミュニティも形成されており、ファッションだけでなく、イスラームに関する知識を深める活動を行っている。ヒジャブは、ファッション性を重視しながらも、同時にイスラーム的に「正しい」ものだという点を強調することが特徴である。ヒジャブを題材とした本の中でも、おしゃれで近代的であること、それと同時に宗教的な「正しさ」が加えられている。

その一方で、「正しくない」とされるムスリム服も、最近インドネシアで話題となった。このファッションの着用者は若い女性を中心で、ジルブーブスと呼ばれる。この語はジルバップ（ヴェール）とブーブ（胸）を合わせた造語である。ヴェールを着用しているが、体の線、特に胸部が強調された現代的な衣服を着ている点に特徴がある。2014 年に、ジル

ブーブスのフェイスブックが公開され、このファッションを身に着けた女性たちが写真を投稿するようになった。ジルブーブスに対しては、インドネシアのムスリム知識人、ヒジャバーの芸能人の否定的な発言等を含めた報道がなされている。インドネシア・ウラマー評議会は2014年9月、ジルブーブスはハラムだとする見解を示した。こうした指摘の中では、「正しい」ムスリム服について、言及されているという特徴がある。

スハルト政権時代に顕著であったように、かつてのヴェールは、身に着ける選択をする際に着用者の意識が明確であったが、現在では、身に着けることが優先されて意味が後からつけられることがある。ムスリム服がファッション産業の中で重要度を増す中で、ファッション性と「正しさ」のバランスが以前に比べて問題となってきた。

討論

主な質疑応答は以下の通り。

- ・「ムスリム服」という概念について：民族衣装とは別のカテゴリーであり、違いは体の線を隠していることである。
- ・1991年に制服としてヴェールの着用が認められるようになった理由について：スハルト政権によるイスラーム勢力の懐柔のための象徴的な施策として行われた。
- ・「ヴェールをつける」ことの意味について：講話会など、場に応じてつける／つけないを選択することは可能であるが、一旦つけてしまうとそれ以降に外すという選択はしづらいため、それなりの覚悟が必要となる。
- ・非ムスリムとの関係について：ムスリム・ファッションの変化は社会全体としてのファッション性の高まりの中で起こっている。
- ・ファッション雑誌について：ファッションのみならず、宗教やライフスタイルに関する様々な記事があり、読者層によってそれぞれの内容が異なっている。

報告2

「低組織化」システムのグローバリゼーションーイラン・アパレル産業を事例として

岩崎葉子（アジア経済研究所）

イランのアパレル産業は、就労者数10人未満の中小・零細企業が圧倒的多数を占め、産業全体の零細性がきわだっている。従来企業どうしの連携が希薄で、とりわけ生産から流通へ至る垂直的な関係がほとんど発展しないという傾向を持ち続けてきた。

一般にアパレル産業は、市場動向に詳しい流通業者（もしくはその機能を担う業者）が生産を組織化する傾向がきわめて強い（例えば、日本における「アパレル製造卸」など）。しかしイラン・アパレル産業では、商品や顧客に関する情報は、生産と流通とを担う主体の間でやりとりされることはなく、両者が経営や資本を統合することも、連携的に操業す

することもない。日本や韓国の事例がアパレル製品に求められる市場即応性を生産と流通の統合、企業間連携によって実現しているのとは対照的に、イランでは、零細であっても独立した経営体であるアパレル製造企業と、やはり独立した経営体である流通業者とが、ほとんど情報を共有することなく、非固定的な取引関係を結びながら、階層化した国内アパレル市場に製品を供給しているのである。

こうした「低組織化」された状態のアパレル企業群は、2000年代以降政府の貿易政策の転換によって大量の輸入製品流入に直面した。もともとイラン政府は1979年の革命以後、厳しい輸入規制政策を採ってきた。これはイラン・イラク戦争中（1980年～1988年）の為替管理・物資統制を主目的とする戦時経済政策に端を発している。国内の工業生産に必要な機械・原材料などの中間財輸入については政府による一元管理の下に置かれ、一方で最終消費財は原則として輸入が認められず、アパレル製品の輸入はほぼ皆無であった。しかしハータミー大統領（在任1997年～2005年）の政権下で進んだ、国有企業の民営化などに象徴される「自由化」の波は、石油収入の急増をもうけて貿易政策にも拡大し、輸入規制の大幅な緩和へと繋がった。

結果として、2000年代初頭以降、既存の店舗が雪崩をうったようにより安価な外国アパレル製品を取り扱うようになり、イランのアパレル市場には中国製、インド製、タイ製の廉価かつ粗悪な製品（婦人もの、子供服、下着類など）が大量に流入した。一時はあたかもイランのアパレル市場が中国製品に席卷され「壊滅」したかのような報道もなされたが、実態は異なっていた。

じつは、これまでアパレル生産に従事していた独立の零細資本の一部が、生産と流通の分野の垣根を跳び越え、みずからバイヤーに転身して、めざましい発展を遂げる中国の「専門市場」から大量のアパレル製品をイラン市場に持ち込んでいたのである。中国各地の「専門市場」では無数の零細地場企業が世界中から参集するバイヤーのためにきわめて短い納期で製品を供給する。ほんらい独立型で、リスク分散のための多角化する傾向の強いイランの零細資本は、参入・撤退の自由度が高い「市場」型の生産・流通スタイルを好むが、このニーズに中国の専門市場が応えるかたちで、先進国主導型のものとは異なるタイプのグローバリゼーションが進行している。

討論

主な質疑応答は以下の通り。

- ・中国における「専門市場」について：通訳を務めているのが回族などのムスリムである。市場には多数の言語の通訳がおり、ムスリムのみならず低開発国全体を相手に商売を行っている。イラン人にとって、中国の食事がハラールでないことは問題にはならない。
- ・華人との比較について：大規模化せず、流動的である点では似ているが、華人がさまざまな形で関係性を重視するのに対して、イラン人の取引は一時的なものであることが多く、関係も匿名性が強い。

・他の産業にも同じことが言えるのか：全体として、企業は成功しても拡大せず、むしろ多角化していく傾向がある。長期にわたり持続する企業は少ないが、企業規模が小さくても多業種にわたっているために資本としては大きいというケースもある。

・前報告との関連性について：ヘジャーズ（ヴェール）着用は義務化されているが、その厳格さは時の政権の意向により刻々と変化している。女性たちはそれを見極めたうえでファッションを決めている。