

報告要旨

日時：2024年2月6日（火）

場所：オンライン開催

中谷哲弥

「消費社会化と巡礼ツーリズム」要旨

Bangladeshにおける消費社会化の動向に関して、巡礼やイスラーム的価値を反映するライフスタイル消費に注目して明らかにする。同国においても、ハッジやウムラなどの巡礼と市場経済やサービス産業との結びつきは明白である。そうしたなかで、経済成長に伴い経済力を増した人びとの間では、ハッジは人生の終盤に実施するものというライフサイクル的認識から、経済力があるのであれば、ムスリムの義務として世代に関わりなく実施すべきという認識へと転換が生じている。

かつてはニッチな市場にすぎないとされていた世界のムスリム市場は急成長しており、 Bangladeshも有力な市場とみなされている。そこでは「ハラール」は、もはや屠殺の過程、豚肉やアルコールを含まないなどの従来の理解の範囲を超えて、コスメティックなどの分野でも展開されている。また、宗教的意識とファッション性の両方を満たすヒジャブの販売が、同国においても供給側のマーケティングや SNS 上でのインフルエンサーの影響により、顕著なトレンドになっており、ムスリムのライフスタイル消費の傾向がみられるようになっている。