

令和 4 年 6 月 27 日現在

機関番号：22301

研究種目：若手研究

研究期間：2018～2021

課題番号：18K18283

研究課題名（和文）イスラミック・ツーリズムにおける観光経験のコンテキスト・プラクティスをめぐる研究

研究課題名（英文）A Study of Tourism Experiences and 'Context Practices' in Islamic Tourism

研究代表者

安田 慎（Yasuda, Shin）

高崎経済大学・地域政策学部・准教授

研究者番号：60711653

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,200,000円

研究成果の概要（和文）：本研究は、イスラミック・ツーリズムをめぐる観光経験の社会的意義を考察するものであった。本研究を通じて、イスラミック・ツーリズムが、イスラームが過去から積み重ねた伝統に依拠しながら、現代の社会環境に沿った形で再解釈されてきた点、イスラミック・ツーリズムにおける観光経験が、社会におけるライフスタイルや生活実践のモデルを形成する場となっている点、イスラミック・ツーリズムの観光経験が、他者との無数のモラル・コミュニケーションを生み出すメディアとしての役割を果たしている点、観光経験をめぐるモラル・コミュニケーションを生み出す基盤として、イスラーム金融・経済が重要な役割を果たす点、の4つを示した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究課題を通じて、イスラーム社会が観光経験によって、現代の社会環境に沿ったライフスタイルを確立している点を解明してきた。その際、イスラームが歴史的に蓄積してきた伝統に立脚しながらも、観光市場における多様な利害関係者たちとの交流や議論を通じて、現代的な解釈を生み出している点を明らかにした。さらに、この蓄積されたイスラミック・ツーリズムをめぐる観光経験が、多様なメディアを通じて他者とイスラーム的なモラルに基づくコミュニケーションを生み出す契機となっている点を示した。このイスラミック・ツーリズムをめぐる観光経験が、モラル・コミュニケーションを生み出すメディアとなっている点を明らかにした。

研究成果の概要（英文）：From the beginning of the 21st century, a new lifestyle based on Islamic principles, named Islamic tourism, has been widely accepted among Muslim communities worldwide. This new Islamic lifestyle market illustrates the transformation of the social life of contemporary Muslims. Therefore, this research project has focused on the social context of the Islamic tourism in contemporary Muslim societies from the perspective of the social context among Muslims. In conclusion, the research project clarified that the development of the Islamic tourism has promoted moral communication through market practices among stakeholders. This is the creation of a new Islamic moral sphere in which individual leisure practices have strongly contributed to enhancing the morality and social welfare in recreation and entertainment activities in various fields.

研究分野：イスラーム地域研究

キーワード：イスラーム ツーリズム 観光経験 コミュニケーション メディア モラル

1. 研究開始当初の背景

本研究課題の研究開始当初の背景として、2000年代以降の国際観光市場におけるイスラミック・ツーリズムの勃興と、そのなかで蓄積されてきたイスラミック・ツーリズム研究に対する課題が明らかになってきた点があげられる。

イスラーム的価値規範に基づいた観光実践である「イスラミック・ツーリズム」をめぐる研究では、「ムスリム観光客」と呼ばれるイスラミック・ツーリズムのコアな消費者となるムスリム(イスラーム教徒)の消費行動とその宗教的選好を、アンケート調査や消費者行動論に基づいたマーケティング分析を通じて明らかにしてきた(例えば、Alserhan, B. A. 2015. *The Principles of Islamic Marketing (2nd Edition)*. London: Routledge.)。そこでは特に、「ハラール」と呼ばれるイスラームの教えにおいて許容された行動規範が、飲食をはじめとする観光行動を強く規定する点が示している。これらの研究の蓄積のなかで、イスラーム的価値観に則った観光実践としてのイスラミック・ツーリズムが、ムスリム観光客のハラール規範に基づいた消費行動や、ハラール食品や礼拝設備の整備に代表される観光商品・サービス・インフラの普及と同義に捉えられるようになっていった(例えば、Battour, M. & Ismail, M. N. 2016. Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives* 19 (B): 150-154.)。

一連の研究の進展がありながらも、ムスリム観光客の宗教的選好に基づいた「コンテンツ」の分析に終始するイスラミック・ツーリズム研究の状況は、ムスリムを画一的・静態的なものとして捉える傾向が強い点が指摘されている。しかし現実には、ムスリム個人やイスラーム社会の多様なライフスタイルや社会的規範がイスラミック・ツーリズムの諸活動にも反映され、歴史的にも多くの変遷を経て現代の姿となっている。それゆえ、イスラミック・ツーリズムはイスラーム諸国内外の観光をめぐる関係者の多様なコミュニケーションの結果として構築された、ひとつの歴史的・社会的産物である点を指摘できる(例えば、安田 慎. 2013. 「倫理からシャリーア・コンプライアントへ - オールタナティブ・ツーリズムとしてのイスラミック・ツーリズムの発展」『観光学評論』1(1): 42-65.)。このイスラミック・ツーリズムの市場制度構築に際して、ネットワークのハブとなる中間支援組織や個人が積極的にネットワーク形成に携わり、経済的持続性と宗教的正当性の双方を担保できる市場規範と産業構造を構築しようと試みてきた。この中間支援組織や個人の「社会的企業」としての性質が、イスラミック・ツーリズムの独自性であるとともに、国際的な広がりを持つ原動力ともなってきた点を指摘してきた。

他方で、一連の議論は市場内の観光商品・サービス・インフラといったコンテンツを分析対象とするものが多かった。そのため、イスラミック・ツーリズム市場において観光者たちがいかなる実践を行い、観光経験を構築していくのか、もしくはその観光経験がいかに社会のなかでインパクトを与えるのか、というミクロな視点に立った分析は議論の背後に追いやられてきた。しかし、イスラミック・ツーリズムは関係者たちの観光経験が社会のなかで共有され、価値のあるものとして認識されることによって、国際観光市場のなかで意味を持ち続けていると言える。その点、これまでのイスラミック・ツーリズム研究が想定してきた観光者の動機や宗教的選好が観光実践を機械的に規定するのではなく、個々のコンテンツに起因する観光経験が、社会のなかでいかにイスラーム的な意味づけや価値づけがなされていくのか、という観光経験のコンテクストをめぐるプロセスにこそ着目すべきである。

一連の議論を踏まえ、イスラミック・ツーリズムを「コンテンツ」の生産・消費に立脚した現象として捉えるのでは不十分である点を指摘した。むしろ、それらのイスラーム的コンテンツに関与する人びとが、観光経験をいかにイスラーム的「コンテクスト」のなかで位置づけ、社会のなかで共有していくのかという視点に着目することが求められる。すなわち、観光者が個々の観光経験に対して、イスラーム的な意味を見出し、社会のなかで共有しようと行動を起こす、その実践のプロセスにこそ着目する必要がある点を示した。実際、これまでの観光研究でも宗教観光の議論を中心に、自らの観光経験に宗教的意味づけを行う実践や場に関して、宗教思想をはじめとする文献研究、観光者のナラティブ分析や旅行記の分析を通じて解明する研究がなされてきた(例えば、Siddique, M. 2015. *Hospitality and Islam: Welcoming in God's Name*. New Haven: Yale University Press や Haq, F. & Wong, H. Y. 2010. Is Spiritual Tourism a New Strategy for Marketing Islam? *Journal of Islamic Marketing* 1(2): 136-148.)。これらの観光経験をイスラーム的コンテクストに位置づける実践こそが、イスラミック・ツーリズムを振興し、その価値を高めてきたと考えられる。

2. 研究の目的

前項におけるイスラミック・ツーリズム研究をめぐる課題を解決するために、本研究課題では、イスラミック・ツーリズムにおける観光経験の社会的コンテクストをめぐる諸実践を、「観光経験のコンテクスト・プラクティス」と名付け、その実態を解明することを主眼において研究を進めてきた。特に、観光経験を通じて生み出されるイスラーム的コンテクスト(意味体系や価値体系)が社会のなかでいかに共有されていくのか、イスラミック・ツーリズムの実態を把握しながら、概念化していくものであった。その際、伝統的にイスラーム的な価値を生み出してきたイスラーム文明遺産(モスクや聖地といった宗教的な場)を主たる研究対象に、それらの文明遺産が

現代社会のなかでいかに観光者の中で観光経験を生み出し、イスラーム的コンテキストのなかで意味づけられ、人びとや社会のなかで共有されていくのか、その社会的プロセスを分析してきた。

3. 研究の方法

本研究では、イスラミック・ツーリズムにおける「観光経験のコンテキスト・プラクティス」を解明するために、フィールド調査・文献調査・理論研究の3つの領域を基軸とする、地域研究の手法に則って研究を進めてきた。

フィールド調査では、イスラミック・ツーリズムの中核的なコンテンツとして認識されてきたイスラーム文明遺産（モスクや聖地と言った宗教的な場）に焦点を当て、イスラミック・ツーリズムが活発な中東地域、東南アジア地域を中心に、参与観察を通じた実態調査やインタビュー調査を行ってきた。具体的には、中東地域では湾岸諸国（UAE とクウェイト）とヨルダン、東南アジア地域ではインドネシアとシンガポール、他の地域としてアフリカのセネガルと南アジアのモルディブでの調査を行った。インタビュー調査では特に、イスラーム旅行会社と呼ばれる宗教ツアーを専門に扱う会社や関係者への半構造インタビューを行ってきた。なお、2020年度には新型コロナウイルスのために国外でのフィールド調査が困難になったことから、文献資料調査を中心とするものへと切り替えた。

文献資料調査では、各地におけるフィールド調査の過程で入手した、イスラミック・ツーリズムに関連する文献資料やデータを整理していくなかで分析を行ってきた。特に、アラビア語やマレー・インドネシア語文献を中心に、世界各地で現地資料を入手するとともに、街中におけるパンフレットやポスターの類を積極的にアーカイブしていくことにした。

理論研究では、イスラミック・ツーリズムや観光学に関わる先行研究を整理していくとともに、イスラーム金融・イスラーム経済をめぐる議論を参照しながら、イスラミック・ツーリズムの特性を明らかにしていくことを目指した。

4. 研究成果

本研究課題の研究成果として、(1)イスラミック・ツーリズムが、イスラームが過去から積み重ねた伝統に依拠しながら、現代の社会環境に沿った形で再解釈されてきた点、(2)イスラミック・ツーリズムにおける観光経験が、社会におけるライフスタイルや生活実践のモデルを形成する場となっている点、(3)イスラミック・ツーリズムの観光経験が、他者との無数のコミュニケーションを生み出すメディアとしての役割を果たしている点、(4)観光経験をめぐるコミュニケーションを生み出す基盤として、イスラーム金融・経済が重要な役割を果たしてきた点、の4つが明らかになった。

(1) イスラミック・ツーリズムにおけるイスラームの諸概念と伝統の再解釈

従来の研究においては、ムスリムが教義に基づく宗教的選好によってイスラミック・ツーリズム市場が形成されている、という前提が共有されてきたのに対して、本研究ではそれらの諸概念が現代社会に合わせて再解釈が施されてきた点を明らかにしてきた。その際、イスラーム世界のなかで蓄積されてきたイスラーム法学の伝統だけでなく、19世紀以降に西洋人旅行者たちがトラベル・ライティングのなかで書き記してきた旅行経験も参照されてきた点を明らかにした。これらのイスラーム世界が蓄積してきた諸記述や概念が整理し直されていく過程で、イスラミック・ツーリズムに関連する旅行者（サファル）や歓待（ディヤーフア）、ハラール/ハラームといった、関連する諸規定が再解釈されてきた点を明らかにした。あるいは、それらの諸概念が常に参照される市場環境が社会のなかで構築され、市場関係者の中で常に議論されていくなかで解釈が施され続けている点を確認した。

【主な研究成果】

- ・ Yasuda, Shin. 2019. Creating Islamic Context in Travel and Tourism: Philosophy and Sensibility in the Adab Literature regarding Safar Tradition. Tonaga, Yasushi & Fujii, Chiaki eds. *Islamic Studies and the Study of Sufism in Academia: Rethinking Methodologies*, Vol. 3. Kenan Rifai Center for Sufi Studies, Kyoto University, pp. 87-100.
- ・ 千葉悠志・安田慎編。『現代中東における宗教・メディア・ネットワーク：イスラームのゆくえ』春風社。

(2) 新たなライフスタイル像としてのイスラミック・ツーリズム

従来の研究において、イスラミック・ツーリズムは個人の宗教的選好の発露の場として捉えられてきたが、実際にはより広範な社会におけるライフスタイルの一部として捉えることが可能である、という論点を提示した。具体的には、イスラミック・ツーリズムにおける観光経験が宗教的選好にのみ縛られるものではなく、よりよい日常生活や人生の希求、というムスリム（イスラーム教徒）の人生設計のなか位置づけられる点を示した。それとともに、一連の観光経験が個人に留まるものではなく、多様な観光メディアを通じて、他人と共有されていく点や、社会におけるロール・モデルとして作用していく点を指摘した。

さらに、観光経験そのものが他者とのコミュニケーションを通じて、社会的コンテキストのな

かに位置づけられることによって、はじめて個人のライフスタイルのなかでも意味を持つ点を示した。

【主な研究成果】

- ・安田慎. 2021. 「ハラール産業」 鮎京正訓・島田弦・桑原尚子編『多様な法世界における法整備支援』旬報社、pp. 555-591.
- ・安田慎. 2021. 「宗教がツーリズムと出会うとき：観光資源化する宗教遺産」 東長靖・西尾哲夫編『中東・イスラーム世界への30の扉』ミネルヴァ書房、pp. 179-188.

(3) モラル・コミュニケーション・メディアとしてのイスラミック・ツーリズム

イスラミック・ツーリズムの浸透は、単なる個人の宗教的選好の発露という文脈を超えて、他者とのコミュニケーションを喚起するメディアとして作用していく点を明らかにした。特に、観光経験が単に個人のなかに留まるものではなく、他者とのコミュニケーションを通じて社会的コンテクストを獲得することによってはじめて意味を持つという観点から、他者との経験の共有を常に希求している点を示した。そのなかで、イスラミック・ツーリズムにおける観光経験が、イスラーム的価値規範に基づくモラルに基づくコミュニケーションを喚起するメディアとして機能している点を明らかにした。このメディアとしての観光経験のモラル・コミュニケーションが、現代社会におけるイスラミック・ツーリズムの浸透に寄与している点を指摘した。

【主な研究成果】

- ・Yasuda, Shin. 2022. Rethinking Islamic Leisure from Market Islam/L'Islam de Marché: Development of Moral Communication in the Neoliberal Piety. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies* 15: 18-32.

(4) イスラミック・ツーリズムにおけるモラル・コミュニケーションとイスラーム経済・金融

イスラミック・ツーリズムにおけるモラル・コミュニケーションが、イスラーム金融やイスラーム経済と結びつくことで、その市場規模を拡大させている点を明らかにした。特に、近年ではイスラミック・ツーリズムに関連する商品・サービスが市場において広がっていくなかで、個人消費者たちによる一連の商品・サービスの利用が促進されている実態を明らかにした。さらに、イスラーム銀行や類似する金融機関による、イスラミック・ツーリズム市場への融資が様々な形で行われていくなかで、イスラーム的価値規範に基づく情報や資本の流通も活性化していく点を明らかにした。この動きが、メディアとしてのモラル・コミュニケーションの更なる活性化を促す基盤となっている点を示した。

【研究成果】

- ・Yasuda, Shin. 2021. Islamic Tourism: Development of Islamic Finance as a Market Philosophy. *Journal of Islamic Tourism* 1(1): 65-79.

*

本研究課題において解明された以上の点を踏まえ、イスラミック・ツーリズムが市場を通じた観光経験を基軸として、イスラーム的価値規範に基づくモラル・コミュニケーションを生み出す市場実践の場となっている点を明らかにした。それは単に個人の宗教的選好や内面の規律化に留まることなく、他者とのモラル・コミュニケーションによって、社会を規律化していくとともに、モノや情報、資本のモビリティを強く規定するものともなっていく点を示した。

一連の研究成果は、従来のイスラミック・ツーリズムの姿に修正を図ることになると考えられる。特に、従来は意識されることのなかったイスラーム金融・イスラーム経済との結びつきや、現代社会における消費活動や貯蓄行動といった、より広範なライフスタイル論として論じることの重要性を示すものであった。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 5件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 4件）

1. 著者名 Yasuda, Shin	4. 巻 15
2. 論文標題 <特集 “ Socio-economic Impacts of Islam on Capitalism, Civil Society, and Modernity ” >Rethinking Islamic Leisure from Market Islam/L'Islam de March?: Development of Moral Communication in the Neoliberal Piety	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 イスラーム世界研究	6. 最初と最後の頁 18～32
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.14989/269324	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 Yasuda, Shin	4. 巻 1
2. 論文標題 Islamic Tourism: Development of Islamic Finance as a Market Philosophy	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Journal of Islamic Tourism	6. 最初と最後の頁 64～78
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 Yasuda Shin	4. 巻 12(3)
2. 論文標題 Spiritual Legitimacy in Contemporary Japan: A Case Study of the Power Spot Phenomenon and the Haruna Shrine, Gunma	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Religions	6. 最初と最後の頁 1-14
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.3390/rel12030177	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 Yasuda Shin	4. 巻 13
2. 論文標題 Divine Materiality of the Vanished Sahaba: Religious Commodification of Hujr b. 'Adi al-Kindi in Syria	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies	6. 最初と最後の頁 56-68
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.14989/250323	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 安田慎	4. 巻 7(1)
2. 論文標題 共有されない空間、参照されるリズム デジタル空間における宗教経験のリズム・フローをめぐる観光学的考察	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 観光学評論	6. 最初と最後の頁 21-36
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 安田慎	4. 巻 4
2. 論文標題 信仰と余暇の狭間で - イスラミック・レジャーとしての宗教観光市場から、現代イスラームの社会的心性をまなざす	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 四国遍路と世界の巡礼	6. 最初と最後の頁 49-57
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計16件 (うち招待講演 6件 / うち国際学会 10件)

1. 発表者名 Yasuda, Shin
2. 発表標題 Rethinking Islamic Tourism from Market Islam / L' Islam de Marche
3. 学会等名 FFJ-CNRS webinar series: Understanding Religious Dynamics in Economy: a French-Japanese perspective on Islamic Economy (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 安田慎
2. 発表標題 脱領域化 / 再領域化する中東・イスラーム都市：湾岸諸国における旧市街の観光開発を事例に
3. 学会等名 国立民族学博物館 共同研究「グローバル化時代における『観光化 / 脱観光化』のダイナミズムに関する研究：観光を再考する、観光の人類学を再構想する」研究会 (招待講演)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Yasuda, Shin
2. 発表標題 Rethinking Leisure in Muslim Societies: Forming a New Islamic Moral Sphere in the Post-Capitalist Era
3. 学会等名 Joint International Islamic Economic Symposium: New Frontiers of Social Welfare and Market Systems in the Post-Capitalist Era: Islamic Economic Perspective (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Yasuda, Shin
2. 発表標題 Mapping Pilgrimage in the Marketplace: Social Contexts of Ustaz in Indonesian Bisnis Hajj dan Umroh
3. 学会等名 12th International Religious Tourism and Pilgrimage Conference (国際学会)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 安田慎
2. 発表標題 モルディブにおけるイスラミック・ツーリズム戦略 観光のジレンマのなかのコモンズ論をめぐるイスラーム的転回
3. 学会等名 観光学術学会2020年度研究報告
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Yasuda Shin
2. 発表標題 'Symbolic Recovery' in the Process of Aleppo's Cultural Heritage Reconstruction
3. 学会等名 The 10th International Conference of Museums for Peace (国際学会)
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 安田慎
2. 発表標題 モルディブにおける観光ガバナンスをめぐる考察 観光のジレンマにおける社会的費用のシェアをめぐる
3. 学会等名 第35回日本観光研究学会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Yasuda Shin
2. 発表標題 Rethinking Islamic Leisure: Islamic Tourism, Religious Entertainment, and Moral Economy in the Concept of Maqasid Sharia
3. 学会等名 11th Annual International Religious Tourism and Pilgrimage Conference (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Yasuda Shin
2. 発表標題 Changing the Capital Flow in the Name of Islamic Tourism: Challenge of Islamic Resort in Maldives
3. 学会等名 13th Kyoto-Durham International Workshop in Islamic Economics and Finance (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 安田慎
2. 発表標題 ツーリズム・コモنزとしての観光政策論試論 - ツーリズム・ジレンマから観光を捉えなおす
3. 学会等名 日本観光研究学会 第34回全国大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 YASUDA Shin
2. 発表標題 Contextualising Islam in a Non-Muslim Country: Tokyo Camii and Mosque Tourism in Japan
3. 学会等名 10th Annual International Religious Tourism and Pilgrimage Conference (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 安田慎
2. 発表標題 共有されない時間、参照されるリズム イスラームから見るデジタル・デバイスのパフォーマンス
3. 学会等名 観光学会 第7回年次大会 (招待講演)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 YASUDA Shin
2. 発表標題 Remembrance of Holy Places: Religious Capital and Syrian Shi'ite Religious Sites in the Era of Crisis
3. 学会等名 World Congress for Middle Eastern Studies Seville 2018 (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 YASUDA Shin
2. 発表標題 Making Pilgrimage in the Marketplace: Reviewing Bisnis Hajj dan Umroh in Indonesia
3. 学会等名 International Conference on Future of the Past: Tourism and Cultural Heritage in Asia (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 安田慎
2. 発表標題 信仰とレジャーの狭間で イスラームにおける参詣から社会的心性をまなざす
3. 学会等名 愛媛大学 四国遍路・世界の巡礼研究センター 公開シンポジウム・研究集会（招待講演）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 YASUDA Shin
2. 発表標題 Mapping Islamic Leisure Travel in Non-Islamic Countries: Discussion of Halal Tourism from an East Asian Perspective and Beyond
3. 学会等名 EHES International Workshop on Global Islamic Market: Asian Perspectives on the Diversity of Capitalism（招待講演）（国際学会）
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計14件

1. 著者名 松井広志、岡本健（編）、佐藤翔、難波阿丹、山中智省、菊地映輝、長崎励朗、村上泰介、町口哲生、宇田川敦史、藤嶋陽子、伊藤昌亮、元橋利恵、安田慎	4. 発行年 2021年
2. 出版社 北樹出版	5. 総ページ数 152
3. 書名 ソーシャルメディア・スタディーズ	

1. 著者名 須藤廣、遠藤英樹、高岡文章、松本健太郎（編）、安田慎	4. 発行年 2022年
2. 出版社 ミネルヴァ書房	5. 総ページ数 244
3. 書名 よくわかる観光コミュニケーション論	

1. 著者名 赤堀雅幸（編）、藤原久仁子、二ツ山達朗、安田慎	4. 発行年 2022年
2. 出版社 上智大学イスラーム研究センター	5. 総ページ数 108
3. 書名 イスラームおよびキリスト教における崇敬の人類学：一神教の聖者たち、聖人たち	

1. 著者名 遠藤英樹（編）、松本健太郎、渡部瑞希、高岡文章、石野隆美、橋本和也、須藤廣、神田孝治、鈴木涼太郎、藤巻正己、間中光、須永和博、安田慎	4. 発行年 2021年
2. 出版社 新曜社	5. 総ページ数 240
3. 書名 アフターコロナの観光学：COVID-19以後の「新しい観光様式」	

1. 著者名 西尾哲夫、東長靖（編）、安田慎	4. 発行年 2021年
2. 出版社 ミネルヴァ書房	5. 総ページ数 392
3. 書名 中東・イスラーム世界への30の扉	

1. 著者名 川岡勉、西耕生、胡光、井上淳、今村賢司、森正康、中川未来、大本敬久、寺内浩、青木亮人、モートン常慈、竹川郁雄、高橋弘臣、安田慎、山川廣	4. 発行年 2020年
2. 出版社 ちくま書房	5. 総ページ数 281
3. 書名 四国遍路の世界	

1. 著者名 千葉悠志、竹田敏之、黒田彩加、内田直義、安田慎、勝畑冬実、相島葉月、二ツ山達朗、近藤洋平、佐藤麻理絵、池端路子、長岡慎介	4. 発行年 2021年
2. 出版社 春風社	5. 総ページ数 248
3. 書名 現代中東における宗教・メディア・ネットワーク イスラームのゆくえ	

1. 著者名 松本健太郎、鈴木謙介、金キョン和、安田慎、高岡文章、岡本健、黄碧波、師岡淳也、ダグラス・シュールズ、田島慎朗、小西卓三、塙幸枝、早川陽、野口直人、板場良久	4. 発行年 2021年
2. 出版社 ナカニシヤ出版	5. 総ページ数 256
3. 書名 メディアとメッセージ 社会のなかのコミュニケーション	

1. 著者名 島田弦、鮎京正訓、浅野宜之、桑原尚子、山本哲史、横溝大、磯井美葉、牧野絵美、山本哲史、桑原尚子、竹村和朗、大河原知樹、岩崎葉子、堀井聡江、安田慎	4. 発行年 2021年
2. 出版社 旬報社	5. 総ページ数 612
3. 書名 多様な法世界における法制度支援	

1. 著者名 北條勝貴、中澤克昭、川村信三、長田彰文、堅田智子、大澤正昭、、宮古文尋、笹川裕史、安田 慎、豊田浩志、中川亜希、藤崎 衛、坂野正則、吉野恭一郎、中井晶夫	4. 発行年 2019年
2. 出版社 ぎょうせい	5. 総ページ数 372
3. 書名 『歴史家の調弦』	

1. 著者名 Ruth Dowson, Razaq Raj, M. Jabar Yaqub, Maximiliano E. Korstanje, Shin Yasuda, Jaffer Idris, Jahanzeb Qurashi, Jane Legget, Suzanne Histen, Luana Moreira Marques, Vicente de Paulo da Silva, Jean Carlos Vieira Santos, Dane Munro, Tadeja Jere Jakulin, Onur Akbulut, Yakin Ekin, Richard Keith Wright	4. 発行年 2019年
2. 出版社 CABI	5. 総ページ数 208
3. 書名 Spiritual and Religious Tourism (CABI Religious Tourism and Pilgrimage Series)	

1. 著者名 Shin Yasuda, Razaq Raj, Kevin Griffin et al.	4. 発行年 2018年
2. 出版社 CAB International	5. 総ページ数 186
3. 書名 Religious Tourism in Asia: Tradition and Change through Case Studies and Narratives	

1. 著者名 Ahmad Jamal, Kevin Griffin, Razaq Raj, Shin Yasuda et al.	4. 発行年 2018年
2. 出版社 CAB International	5. 総ページ数 272
3. 書名 Islamic Tourism: Management of Travel Destinations	

1. 著者名 民谷栄一、富沢寿勇、波山カムルル、神田陽治、レモン史視、山口裕子、高見要、住村欣範、渡井正俊、岡本浩治、本山三知代、原口浩幸、牛島ひろみ、二宮伸介、大谷幸子、笠岡誠一、伊藤健、中田雄一郎、大川真由子、村松眞智子、福島康博、安田慎、松井秀司、藤原達也、並河良一	4. 発行年 2019年
2. 出版社 シーエムシー出版	5. 総ページ数 228
3. 書名 ハラールサイエンスの展望	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計1件

国際研究集会 International Workshop on the Impact of Finance in Islamic Tourism	開催年 2020年～2020年
--	--------------------

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------